

2025年3月18日

消費動向調査結果(2025年1月調査)

収入増加への期待は弱く、物価上昇により消費の抑制姿勢がさらに強まる

本調査は、県内の消費動向や消費者意識を把握するため、県内1,000世帯を対象に、3カ月ごとに実施している。

● 調査結果のポイント

1. 物価と消費行動について

- ・ 物価の上昇を感じる割合は85.3%と、前回調査(24年10月、以下同じ)に比べ1.5ポイント上昇した
- ・ 物価上昇を感じる項目は、「食料品代」が97.8%と最多、次いで「ガソリン代」が93.3%となった。「ガソリン代」は前回調査に比べ15.4ポイント上昇し、全項目の中で最も大きな上昇幅となった
- ・ 今後の収入の見通しは、「収入は変わらない見通し」が61.4%と最も多くなった
- ・ 今後の支出の変化は、「支出は増加する見通し」(44.8%)が最も多く、「支出は変わらない見通し」(39.3%)を上回った
- ・ 今後の消費行動は、「抑制的」の割合が52.0%と前回調査と比べて2.0ポイント上昇し、23年7月調査以降最多となった

2. ガソリン価格を抑えるための政府補助金縮小が消費に与える影響について

- ・ 世帯で所有する車のエンジンタイプは、「ガソリン車のみ」の割合が69.6%と最多となった
- ・ 月当たりのガソリン代は、「10,000円以上」が49.3%とおおよそ半数を占めた
- ・ ガソリン価格上昇による家計への負担が「大きい」とする世帯は87.0%となった
- ・ ガソリン価格上昇への対応については、「会員割引やポイントが活用できる給油所を利用する」が46.2%と最多となった

- 今回の調査では、物価上昇を感じている割合は85.3%と、前回調査に比べて1.5ポイント上昇した。今後の収入の見通しについては、「収入は変わらない見通し」が61.4%と最も多く、収入増加への期待は高まっていない。また、今後の支出の変化については、「支出は増加する見通し」が44.8%と最多となり、物価上昇によって支出を増加させざるを得ない状況がうかがえる。こうした中、政府が石油元売り各社に支給している補助金を段階的に縮小したことにより、ガソリン価格が上昇している。長野県では、車は生活する上で欠かせない移動手段であり、ガソリン価格上昇は家計負担を大きくし、抑制的な消費マインドを一層下押しする可能性がある。

<お問い合わせ先>

一般財団法人 長野経済研究所 電話：026-224-0501

担当：調査部 主任研究員 須田 浩路

「消費動向調査」アンケート実施概要

調査時期： 2025 年 1 月上旬～中旬

調査対象： 長野県内在住の 1,000 世帯

回答属性： 単独世帯 246 世帯
二人以上世帯 754 世帯

性別 男性 50.0 % 女性 50.0 %
年齢別

20 代	3.1 %
30 代	11.9 %
40 代	20.7 %
50 代	22.4 %
60 代	20.7 %
70 代以上	21.2 %

調査方法： インターネット調査

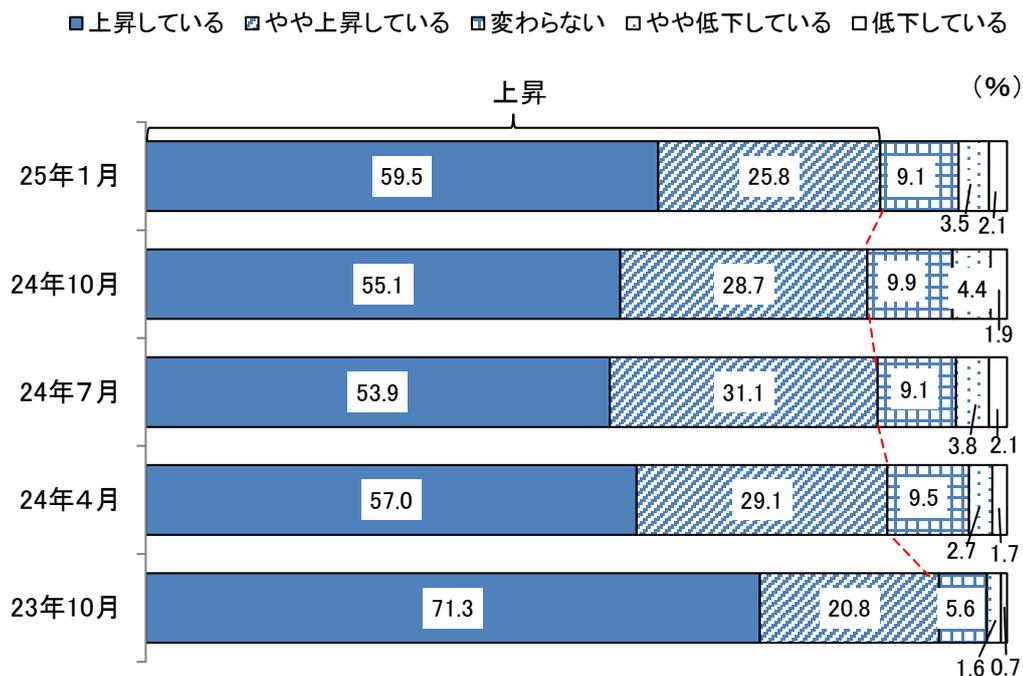
※四捨五入の関係で、合計が 100%にならない場合がある。

1. 物価と消費行動について

(1) 物価上昇を感じる割合は 85.3%と、前回調査（24 年 10 月、以下同じ）に比べ 1.5 ポイント上昇した

- 最近の物の値段やサービスの価格については、**図表 1**のように、上昇（「上昇している」＋「やや上昇している」）と感じている人の回答割合が 85.3%となり、前回調査に比べ 1.5 ポイント上昇し、調査の都度徐々にではあるが減少していた割合が増加に転じた。

図表 1 物価の感じ方

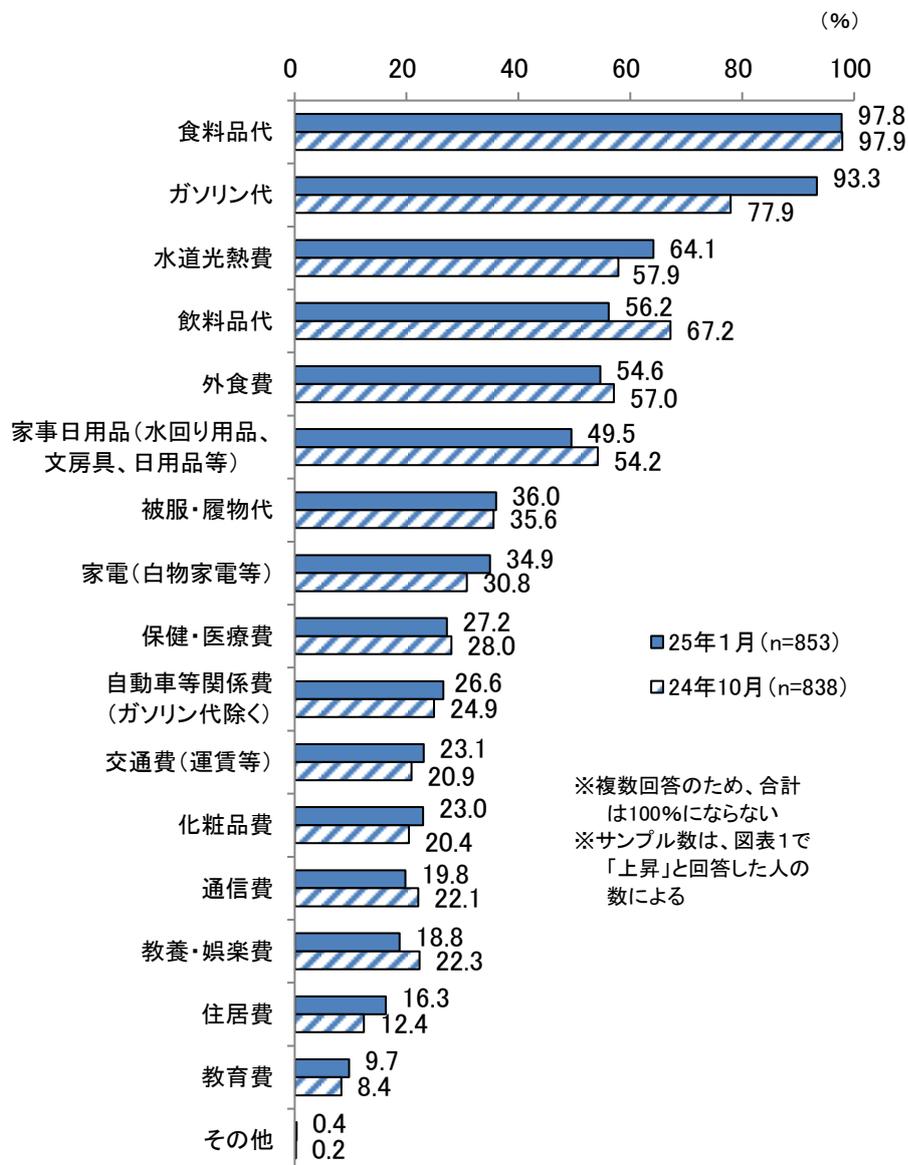


(注)いずれの調査も n=1,000

(2) 物価上昇を感じる項目は、「食料品代」が97.8%と最多、次いで「ガソリン代」が93.3%となった。「ガソリン代」は前回調査に比べ15.4ポイント上昇し、全項目の中で最も大きな上昇幅となった

- 物価の上昇を感じる項目は、**図表2**のように、「食料品代」97.8%と最も多く、次いで「ガソリン代」が93.3%、「水道光熱費」が64.1%などとなった。
- 前回調査に比べ、「ガソリン代」が15.4ポイント、「水道光熱費」が6.2ポイント上昇した一方、「飲料品代」は11.0ポイント、「家事日用品（水回り用具、文具、日用品等）」は4.7ポイント低下した。

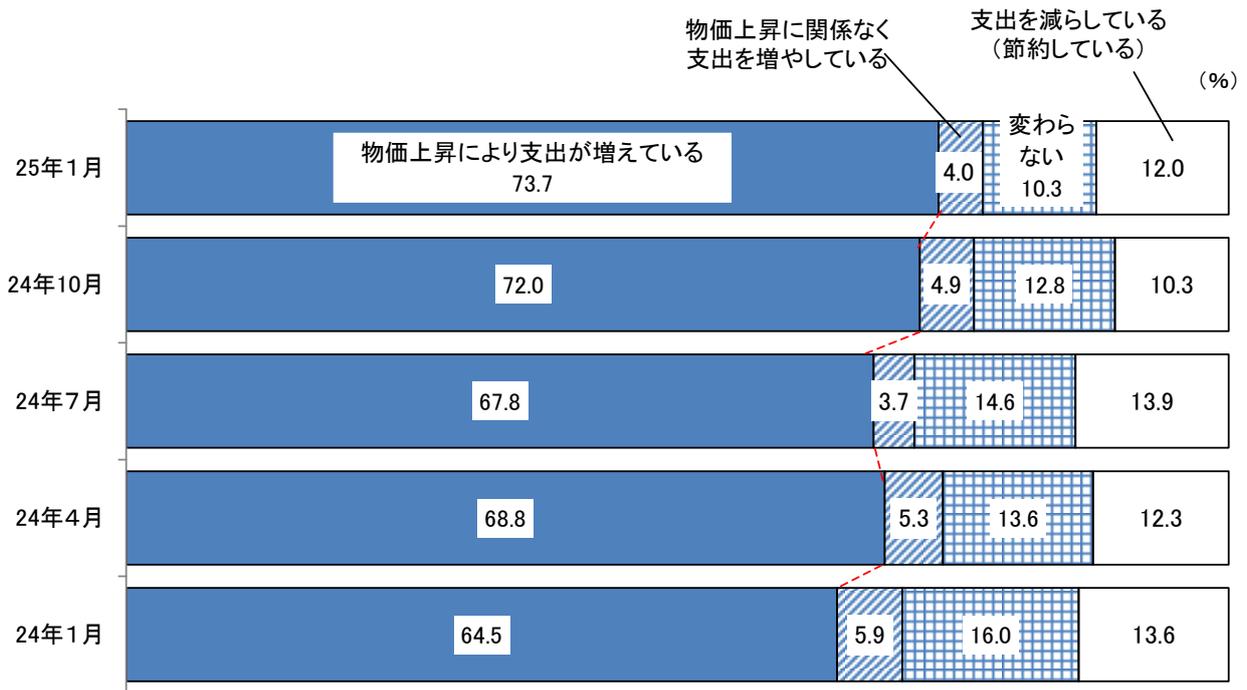
図表2 物価上昇を感じる項目



(3) 家計支出の変化では、「物価上昇により支出が増えている」の割合が73.7%と前回調査に比べ1.7ポイント上昇した

- 最近の物価上昇に伴う家計支出の変化については、**図表3**のように、「物価の上昇により支出が増えている」が73.7%と最も多く、前回調査に比べて1.7ポイント上昇した。
- また、「支出を減らしている（節約している）」は12.0%となり、前回調査に比べ1.7ポイント上昇した。

図表3 最近の物価上昇に伴う家計支出の変化

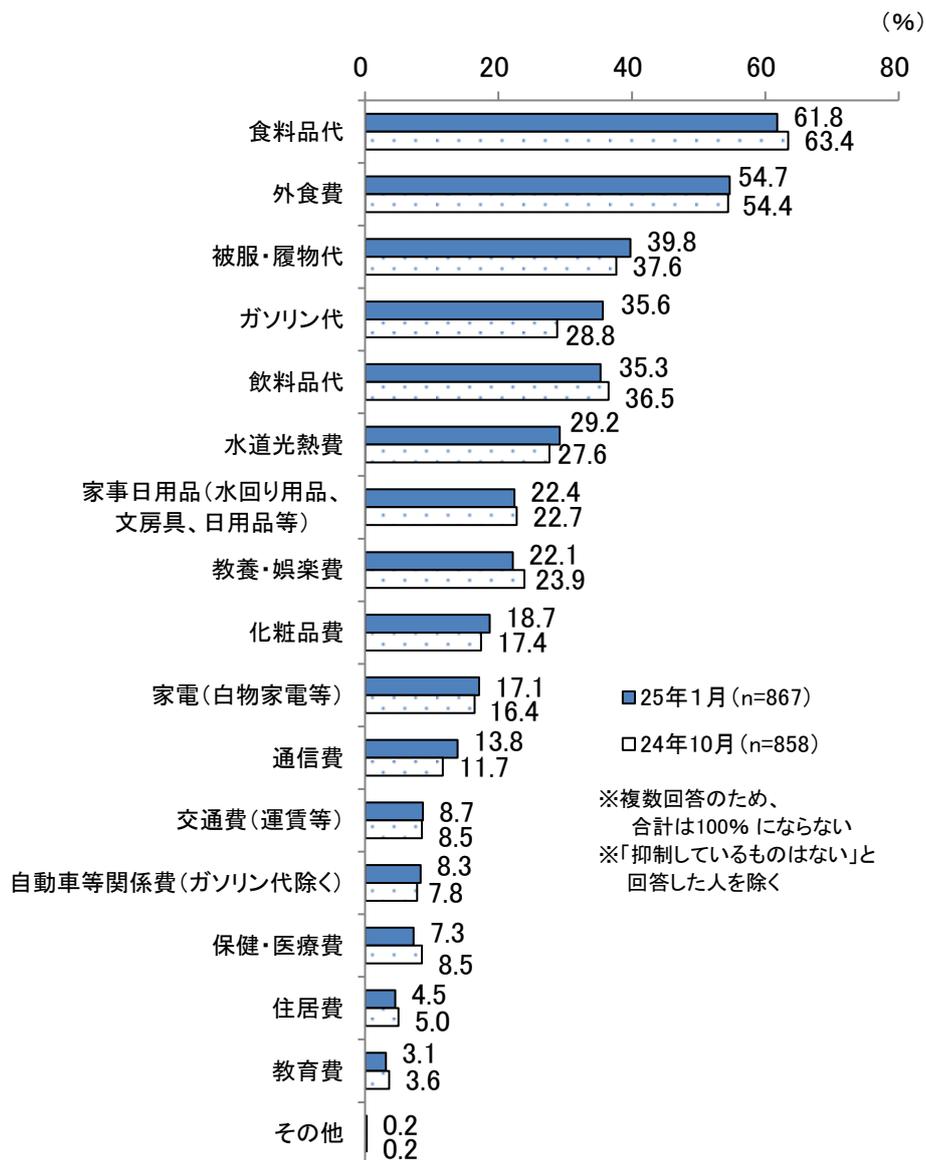


(注)いずれの調査も n=1,000

(4) 支出を抑制している項目は、「食料品代」(61.8%)が最多、上昇幅は「ガソリン代」(35.6%)が前回調査に比べ6.8ポイントと全項目の中で最も大きくなった

- ・ 家計支出で抑制している項目については、図表4のように、「食料品代」が61.8%と最も多く、次いで「外食費」が54.7%、「被服・履物代」が39.8%などとなった。
- ・ 前回調査と比べると、「ガソリン代」が6.8ポイント、「被服・履物代」が2.2ポイント上昇した一方、「食料品代」は1.6ポイント、「飲料品代」は1.2ポイント低下した。

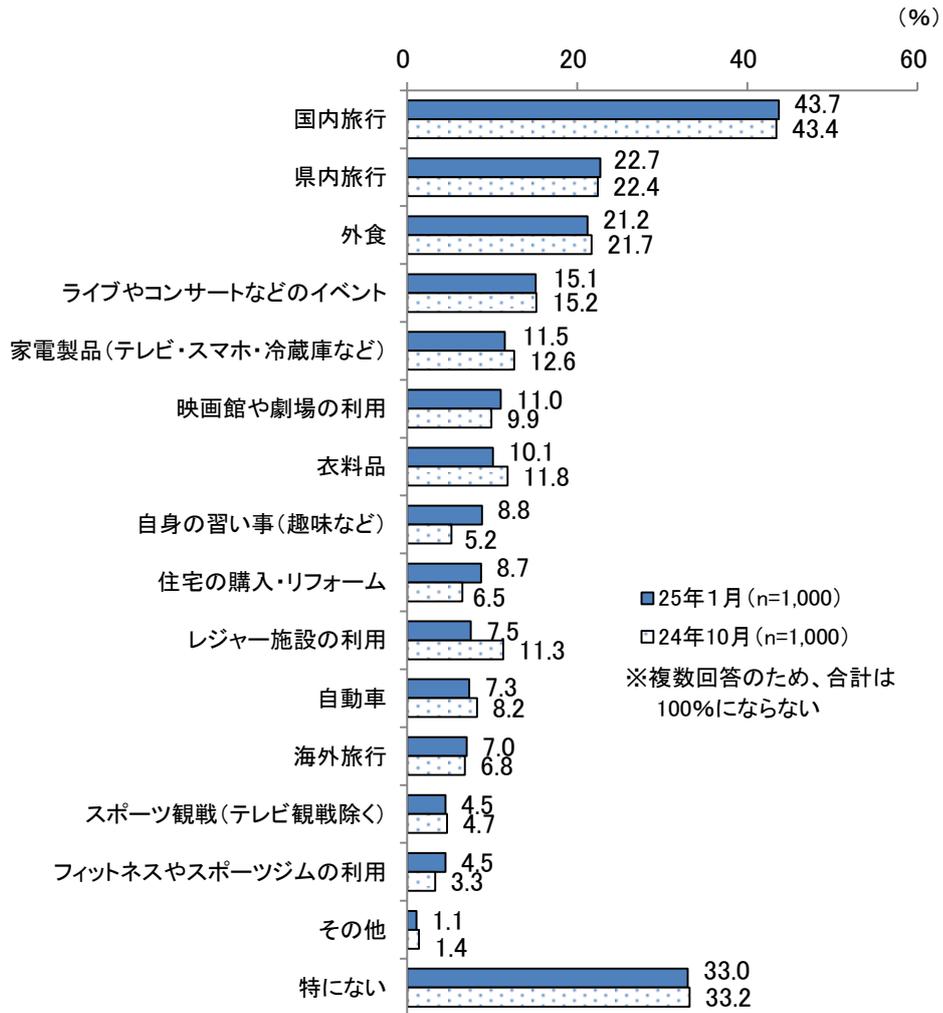
図表4 支出を抑制している項目



(5) 今後消費を増やしたい項目は、「国内旅行」が43.7%で引き続き最多となった

- ・ 今後消費を増やしたい項目を尋ねると、**図表5**のように、「国内旅行」が43.7%と最も多く、次いで「県内旅行」が22.7%、「外食」が21.2%などとなった。
- ・ 前回調査と比べると、「自身の習い事(趣味など)」が3.6ポイント、「住宅の購入・リフォーム」が2.2ポイント上昇した一方、「レジャー施設の利用」は3.8ポイント低下した。

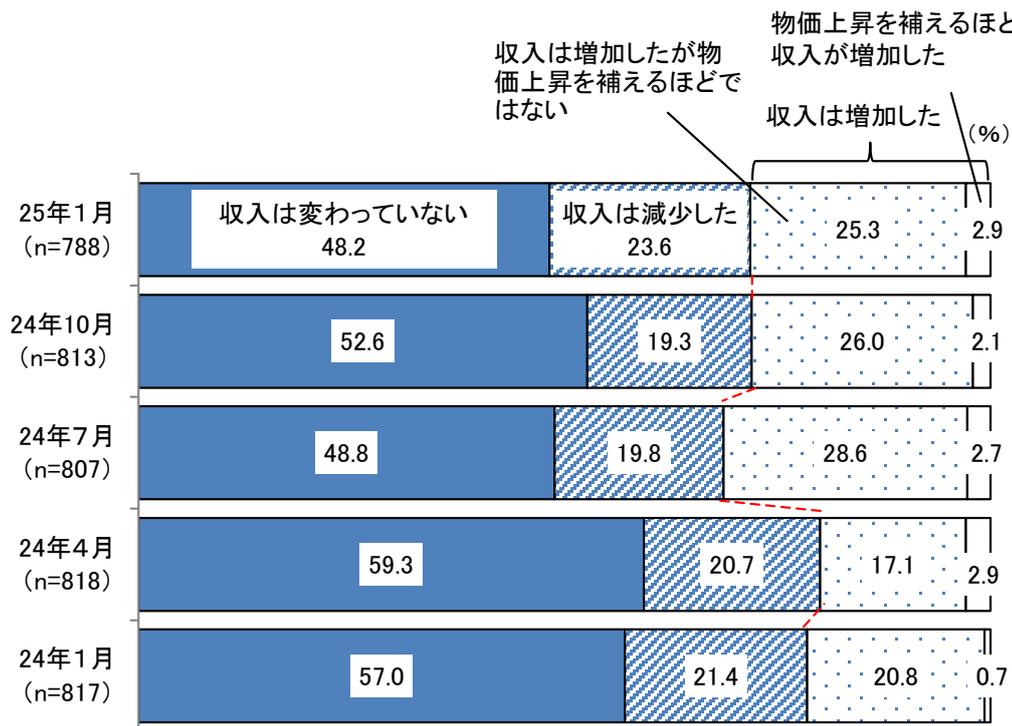
図表5 今後消費を増やしたい項目



(6) 最近の収入の変化は、増加した(「収入は増加したが物価上昇を補えるほどではない」+「物価上昇を補えるほど収入が増加した」)が28.2%と前年同期調査(24年1月、以下同じ)に比べ6.7ポイント上昇した

- 20~60代の回答者に収入の変化について尋ねたところ、**図表6**のように、増加した(「収入は増加したが物価上昇を補えるほどではない」+「物価上昇を補えるほど収入が増加した」)の回答割合が28.2%となり、前年同期調査に比べ6.7ポイント上昇した。ただ、「物価上昇を補えるほど収入が増加した」は2.9%と、前年同期調査に比べ、2.2ポイントの上昇にとどまった。

図表6 最近の収入変化

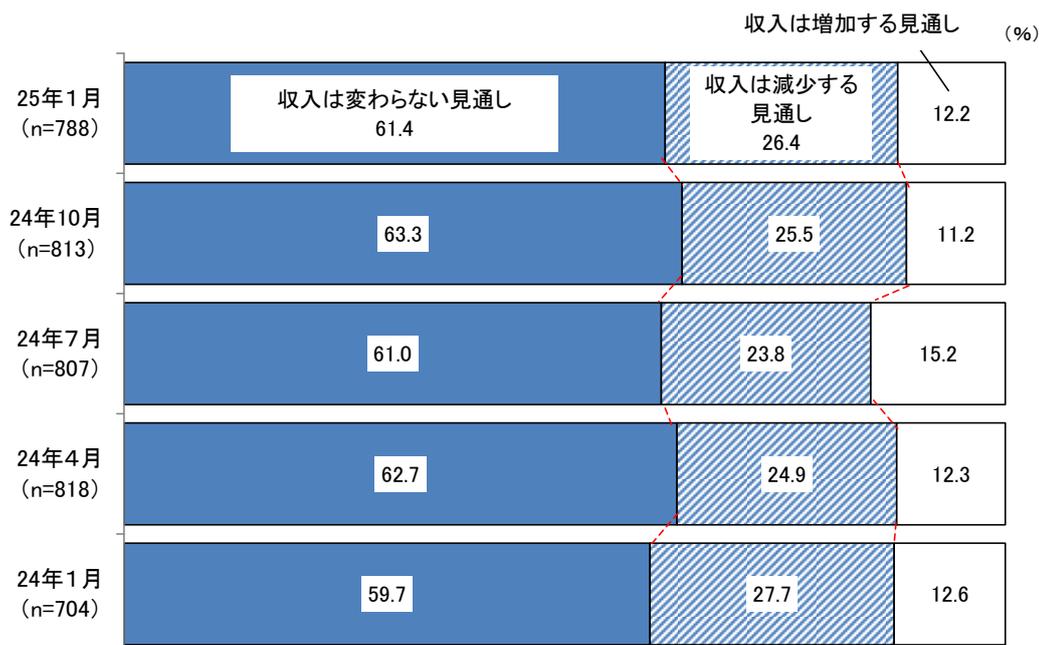


(注) サンプル数は、20~60代の回答者数による

(7) 今後の収入の見通しは、「収入は変わらない見通し」が61.4%と最も多くなった

- 20～60代の回答者に今後の収入の見通しについて尋ねたところ、図表7のように、「収入は変わらない見通し」が61.4%と最も多かった。
- 一方、「収入は増加する見通し」は12.2%と、前回調査に比べ1.0ポイントの上昇にとどまった。

図表7 収入の見通し

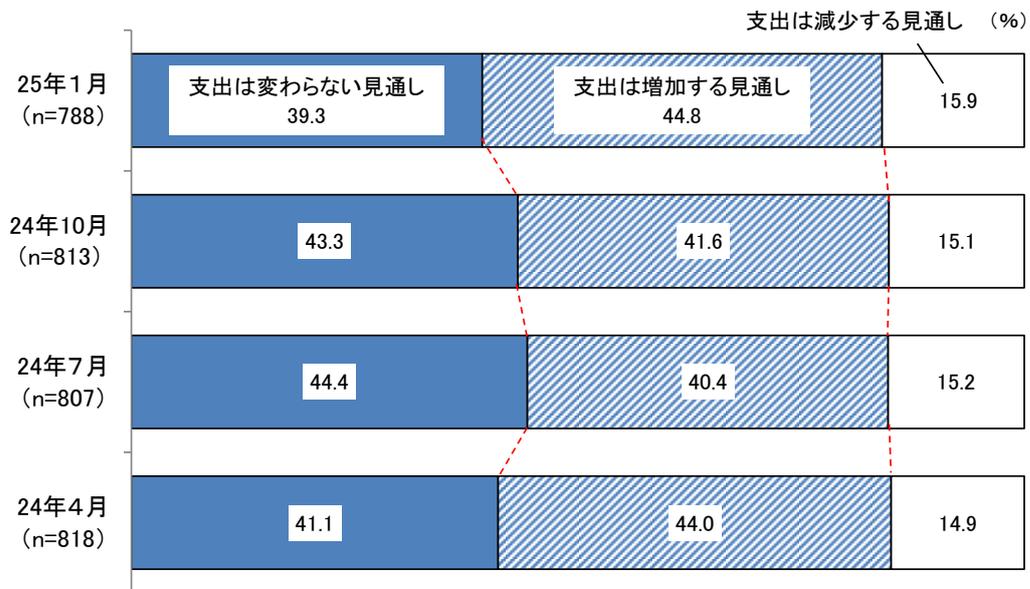


(注) サンプル数は、20～60代の回答者数による

(8) 今後の支出の変化は、「支出は増加する見通し」(44.8%)が最も多く、「支出は変わらない見通し」(39.3%)を上回った

- 今後の支出の見通しについては、図表8のように「支出は増加する見通し」が44.8%と最も多く、「支出は変わらない見通し」の39.3%を上回った。

図表8 支出の見通し

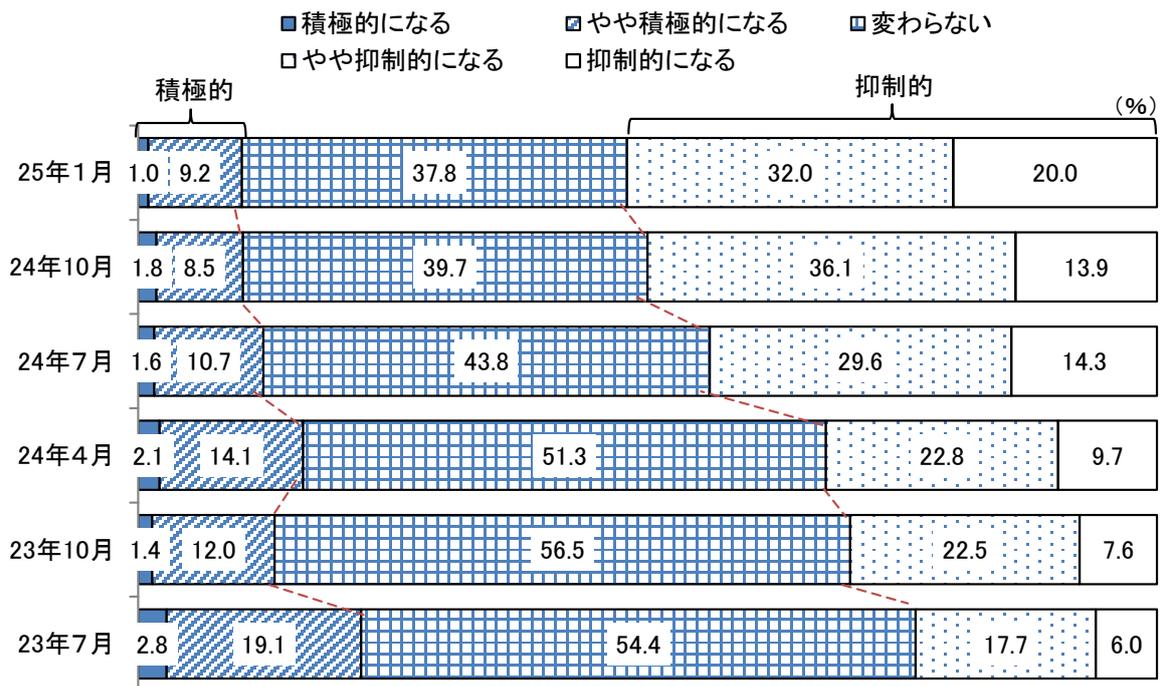


(注) サンプル数は、20～60代の回答者数による

(9) 今後の消費行動は、「抑制的」の割合が52.0%と前回調査に比べて2.0ポイント上昇し、23年7月調査以降最多となった

- 今後の消費行動の変化見通しを尋ねたところ、**図表9**のように、抑制的（「抑制的になる」＋「やや抑制的になる」）の回答割合が52.0%と前回調査に比べ2.0ポイント上昇し、同質問を開始した23年7月調査以降で最多となった。
- 一方、積極的（「積極的になる」＋「やや積極的になる」）は10.2%にとどまった。

図表9 今後の消費行動



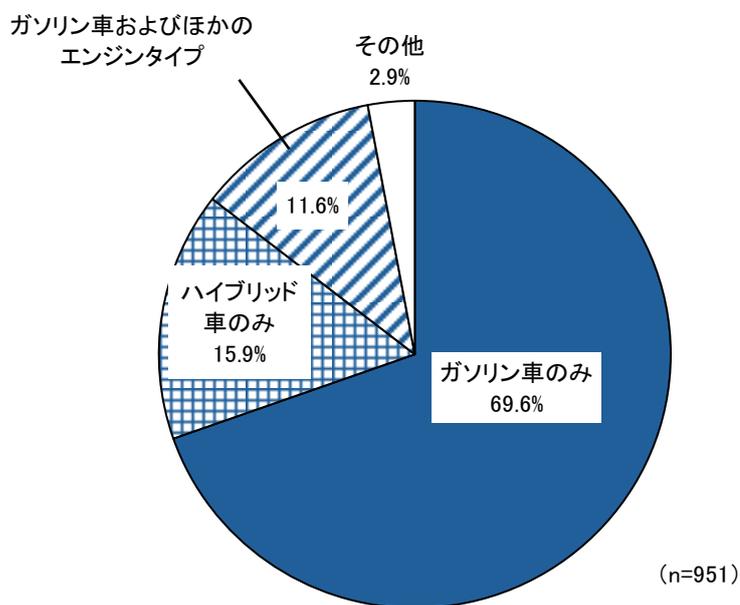
(注)いずれの調査も n=1,000

2. ガソリン価格を抑えるための政府補助金縮小が消費に与える影響について

(1) 世帯で所有する車のエンジンタイプは、「ガソリン車のみ」の割合が 69.6%と最多となった

- 世帯で所有する車（リースやサブスクリプションサービスなどの使用を含む、以下、マイカーという）のエンジンタイプは、**図表 10** のように、「ガソリン車のみ」の割合が 69.6%で最も多くなった。次いで、「ガソリン車およびほかのエンジンタイプ」は 11.6%、「ハイブリッド車のみ」は 15.9%などとなった。

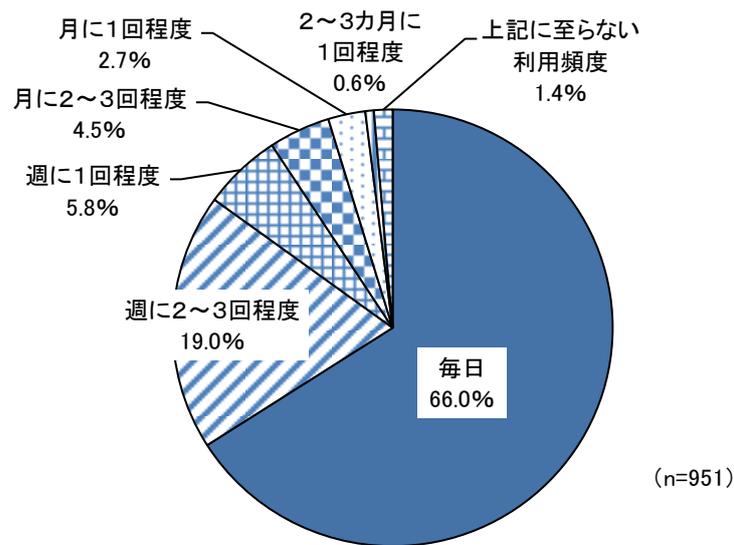
図表 10 世帯におけるマイカーのエンジンタイプ



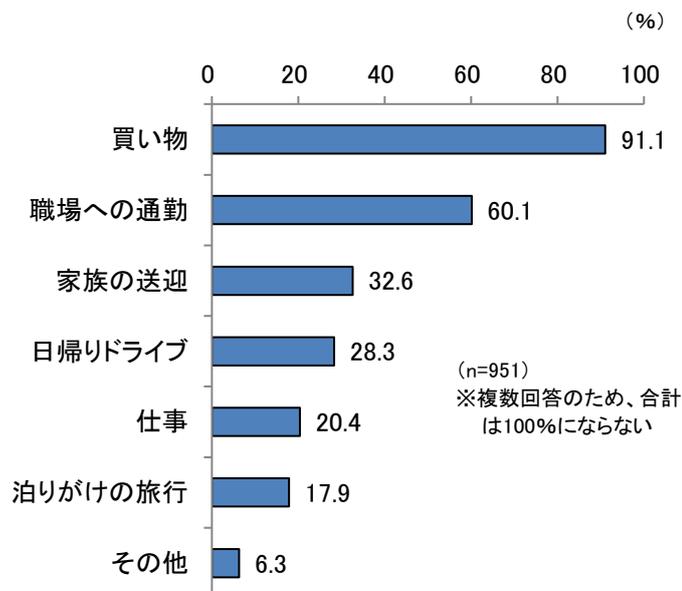
(2) 車の利用頻度は「毎日」が 66.0%、目的は「買い物」が 91.1%と全項目の中で最も大きくなった

- ・ マイカーの利用頻度を尋ねたところ、**図表 11**のように、「毎日」が 66.0%と最も多く、次いで「週に 2～3 回程度」が 19.0%、「週に 1 回程度」が 5.8%などとなり、週 1 回以上がおよそ 9 割を占めた。
- ・ 自家用車の利用目的を尋ねると、**図表 12**のように、「買い物」が 91.1%と最も多く、次いで「職場への通勤」が 60.1%、「家族の送迎」が 32.6%などとなった。

図表 11 マイカーの利用頻度



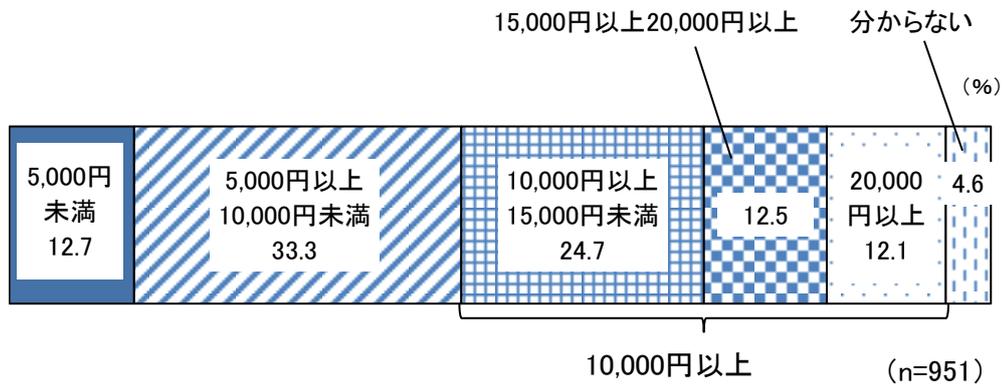
図表 12 マイカーの利用目的



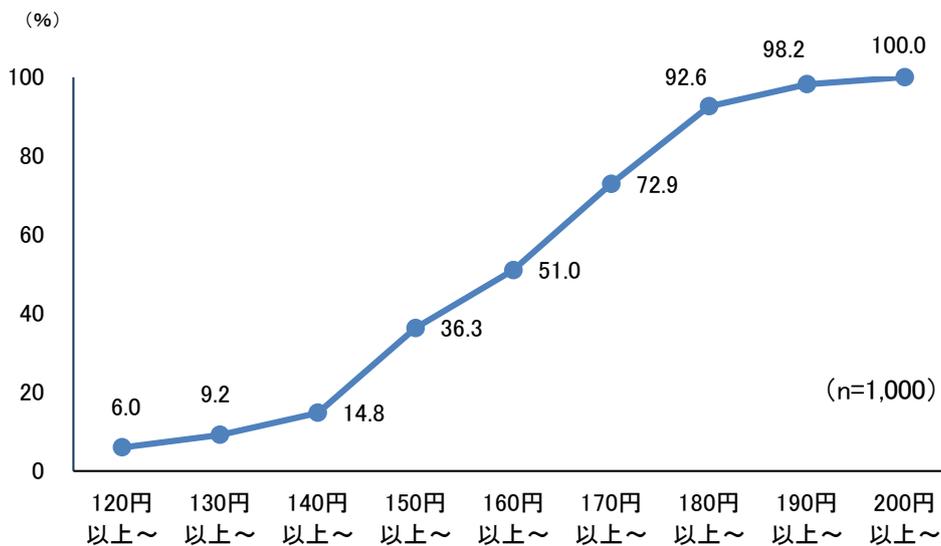
(3) 月当たりのガソリン代は、「10,000円以上」が49.3%とおよそ半数を占めた

- 世帯における月当たりのガソリン代を尋ねると、**図表 13**のように、「5,000円以上10,000円未満」が33.3%と最も多く、次いで「10,000円以上15,000円未満」が24.7%などとなった。月当たりのガソリン代が「10,000円以上」の割合は、49.3%とおよそ5割となった。
- 1リットル当たりのレギュラーガソリン価格について、高いと感じる価格を尋ねると、**図表 14**のように、累積した割合では、「160円以上～」が半数を超えた。

図表 13 世帯における月当たりのガソリン代



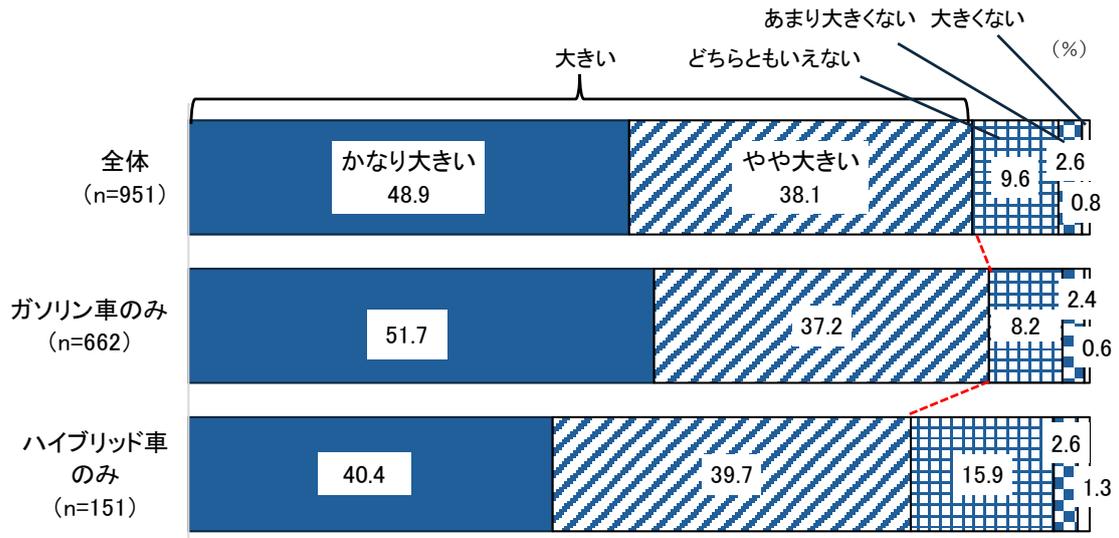
図表 14 高いと感じるレギュラーガソリンの1リットル当たりの価格 (累積)



(4) ガソリン価格上昇による家計への負担が「大きい」とする世帯は87.0%となった

- ・ ガソリン価格上昇に対する家計への負担感を尋ねると、図表 15 のように、負担は大きい（「かなり大きい」＋「やや大きい」）が87.0%となった。
- ・ 世帯で所有している車のエンジンタイプ別にみると、大きい（「かなり大きい」＋「やや大きい」）の割合は、「ガソリン車のみ」が88.9%となったほか、「ハイブリッド車のみ」でも80.1%と8割を超えた。

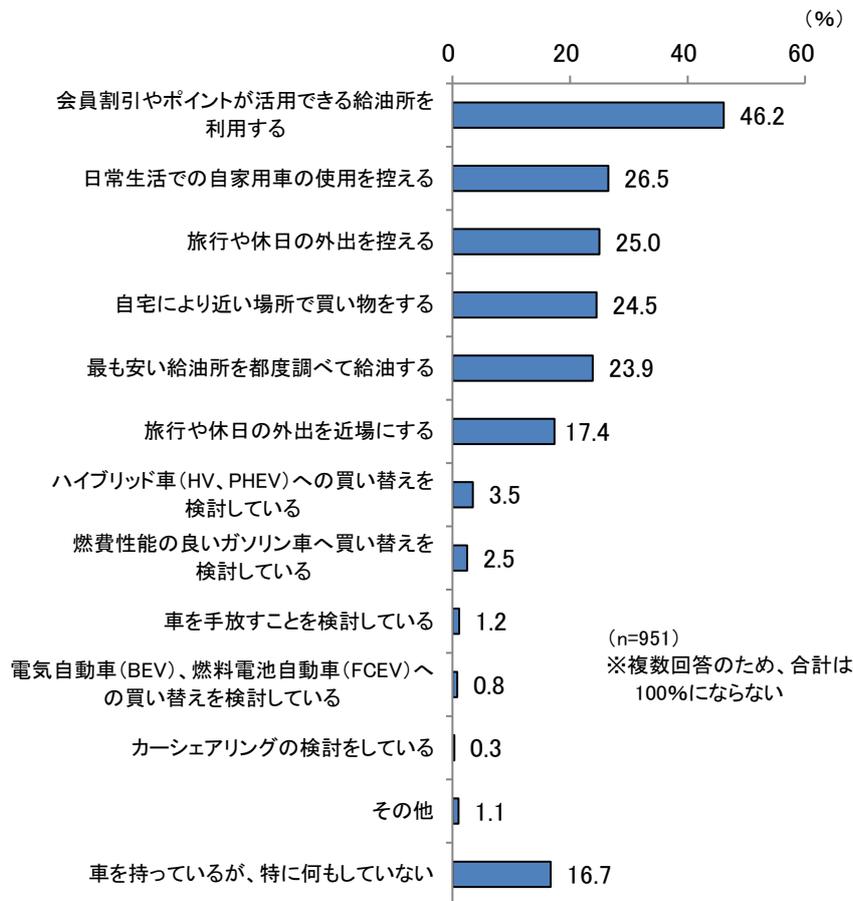
図表 15 ガソリン価格上昇による家計への負担感



(5) ガソリン価格上昇への対応については、「会員割引やポイントが活用できる給油所を利用する」が46.2%と最多となった

- ・ ガソリン価格上昇への対応について尋ねると、図表16のように、「会員割引やポイントが活用できる給油所を利用する」が46.2%と最も多く、次いで「日常生活での自家用車の使用を控える」が26.5%、「旅行や休日の外出を控える」が25.0%などとなった。
- ・ また、「ハイブリッド車（HV、PHEV）への買い替えを検討している」（3.5%）、「燃費性能の良いガソリン車への買い替えを検討している」（2.5%）、「電気自動車（BEV）、燃料電池自動車（FCEV）への買い替えを検討している」（0.8%）の割合は低位にとどまった。

図表16 ガソリン価格上昇への対応



以上