

2024年9月4日

消費動向調査結果(2024年7月調査)

収入増加への期待がみられるものの、消費の抑制姿勢が強まる

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. 物価について

- ・ 物価の上昇を感じる回答割合は、引き続き8割を超える
- ・ 「物価上昇により支出が増えている」という回答割合は、およそ7割を占める
- ・ 最近の収入の変化は、「収入は増加した」が前年同期(23年7月)調査に比べ10.1ポイント上昇
- ・ 今後の収入の変化見通しは、「増加する見通し」が前年同期(23年7月)調査に比べ5.9ポイント上昇
- ・ 今後の消費行動は、「抑制的」の割合が上昇

2. 夏季ボーナスの支給状況について

- ・ 夏季ボーナスの支給状況は、「前年より増加」が前年同期(23年7月)調査に比べ11.5ポイント上昇

3. キャッシュレス決済に対する意識について

- ・ 「QR・バーコード決済」がコロナ禍前の19年1月調査に比べ55.4ポイント上昇
- ・ 具体的なキャッシュレス決済の利用場所は、「スーパー」が74.3%で最多
- ・ キャッシュレス派の割合は4割超
- ・ 今後の消費行動が積極的になる回答割合は、キャッシュレス派が現金派を上回る

➤ 今回の調査では、今後の収入増加を見込む割合が増加したものの、物価高を背景とした家計への支出負担が増しており、消費行動は抑制姿勢が強まる結果となった。また、コロナ禍を背景に、スマートフォンを利用した「QR・バーコード決済」を中心にキャッシュレス化が進んだ。さらに、キャッシュレス決済を優先する「キャッシュレス派」には、現金決済を優先する「現金派」よりも前向きな消費姿勢がみられた。事業者においては、キャッシュレス決済に対応し、消費者の支払い手段の選択肢を増やすことが、売り上げの増加につながる可能性がある。

<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

【調査の概要】

「消費動向調査」アンケート実施概要

調査時期： 2024年7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 224世帯
二人以上世帯 776世帯

性別 男性 50.0% 女性 50.0%
年齢別

20代	4.5%
30代	10.5%
40代	21.8%
50代	22.0%
60代	21.9%
70代以上	19.3%

調査方法： インターネット調査

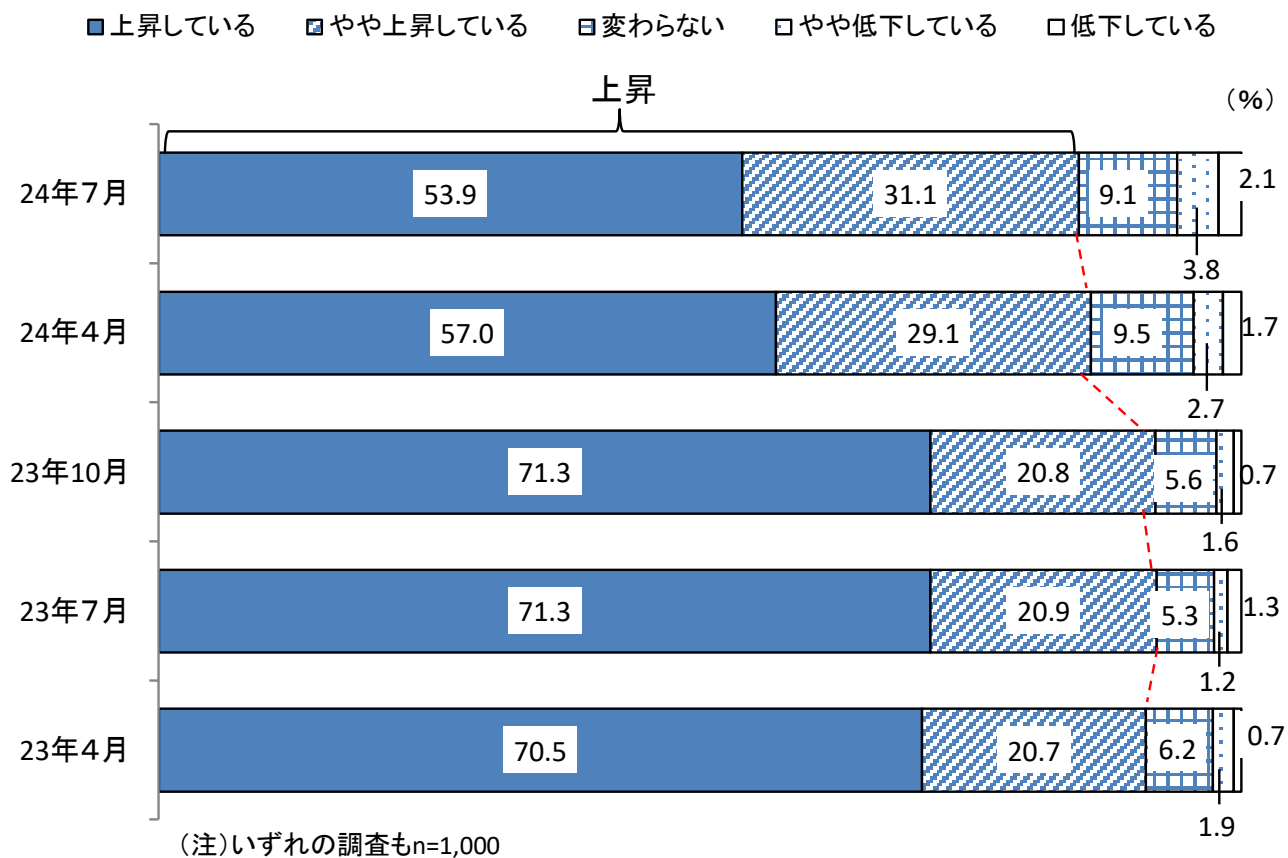
※ 四捨五入の関係で、合計が100%にならない場合がある。

1. 物価について

(1) 物価の上昇を感じる回答割合は、引き続き8割を超える

- 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85.0%と最も多く、前回（24年4月、以下同じ）調査に引き続き8割を超えた。

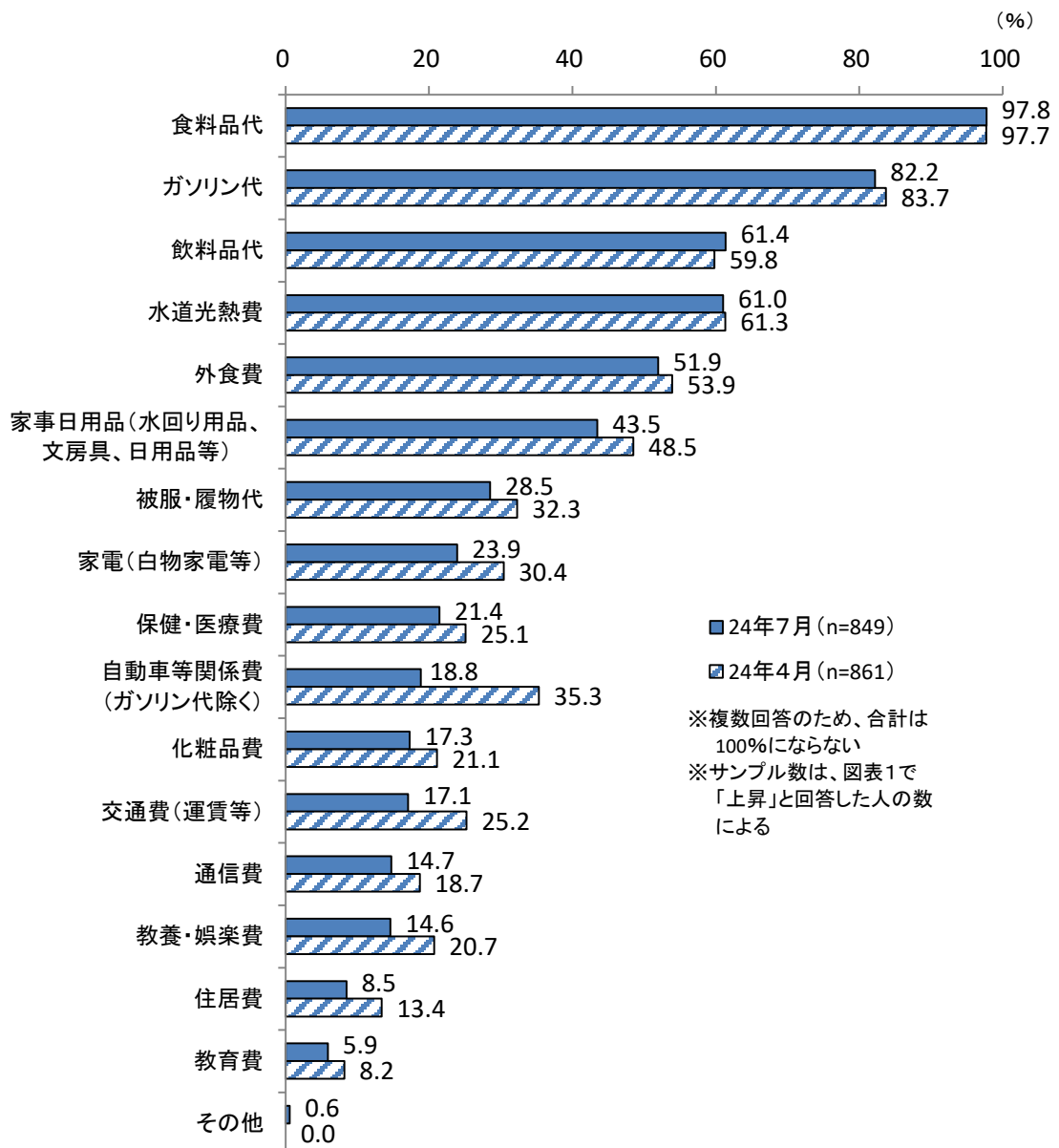
図表1 物価の感じ方



(2) 物価上昇を感じる項目は、「食料品代」がトップ

- ・ 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82.2%、「飲料品代」が61.4%などとなった。
- ・ 前回調査と比べると、「飲料品代」が1.6ポイント、「食料品代」が0.1ポイント上昇した一方、「自動車等関係費（ガソリン代を除く）」が16.5ポイント、「交通費（運賃等）」が8.1ポイント低下した。

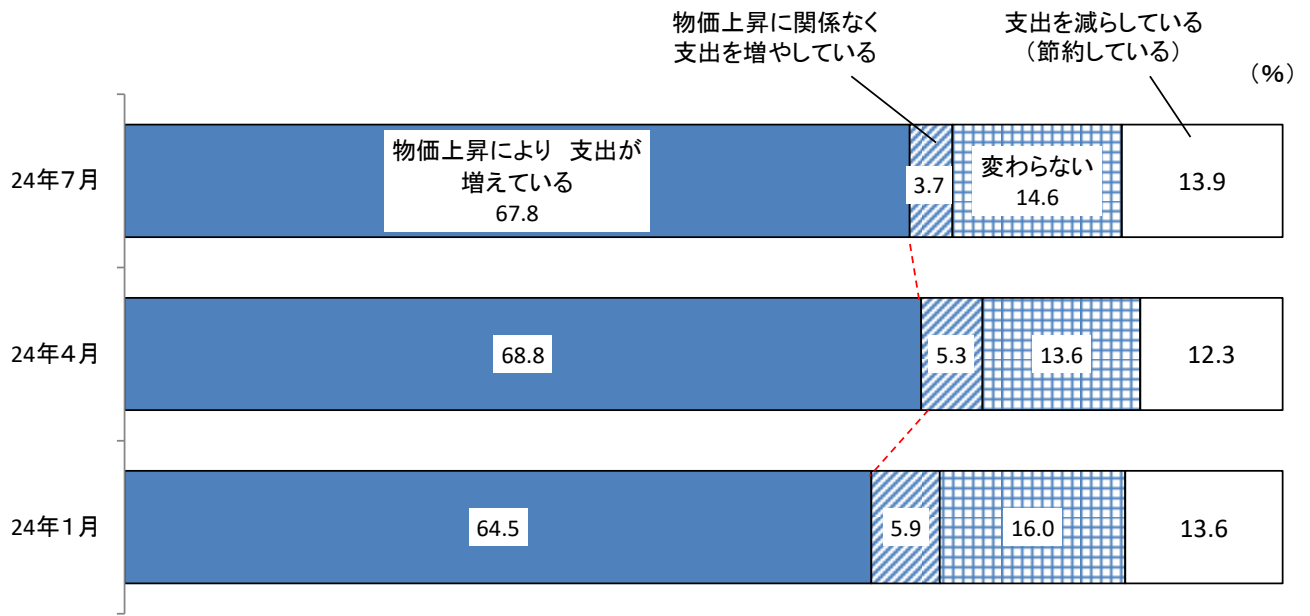
図表2 物価上昇を感じる項目



(3) 「物価上昇により支出が増えている」という回答割合は、およそ7割を占める

- ・ 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67.8%と、前回調査に引き続きおよそ7割を占めている。
- ・ 一方、「支出を減らしている（節約している）」は13.9%となり、前回調査に比べて1.6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

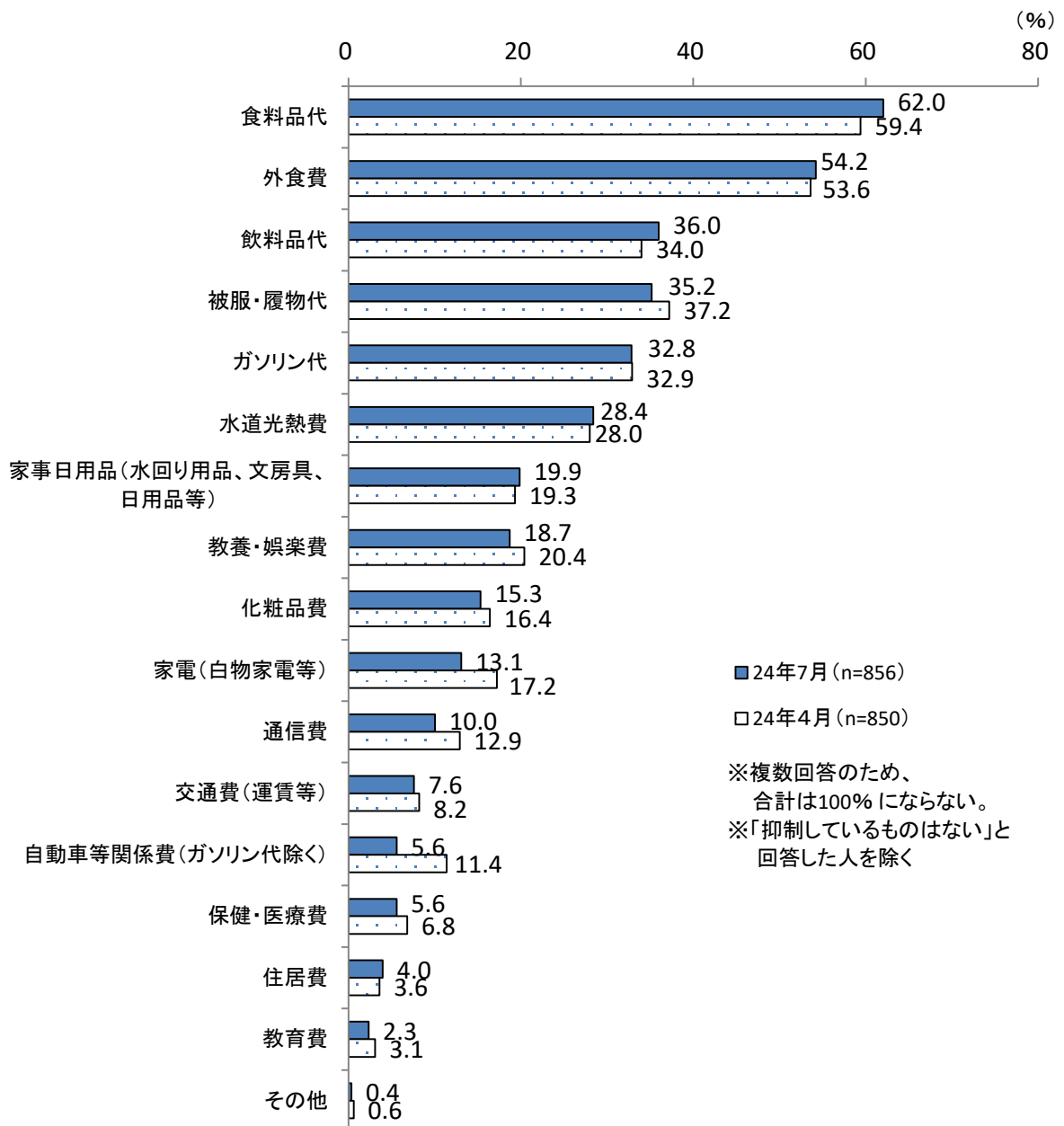


(注)いずれの調査も n=1,000

(4) 支出を抑制している項目は「食料品」が6割超

- ・ 家計支出を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62.0%と最も多く、次いで「外食費」が54.2%、「飲料品代」が36.0%などとなった。
- ・ 前回調査と比べると、「食料品代」が2.6ポイント、「飲料品代」が2.0ポイント上昇する一方、「自動車等関連費」が5.8ポイント、「家電（白物家電等）」が4.1ポイント低下した。

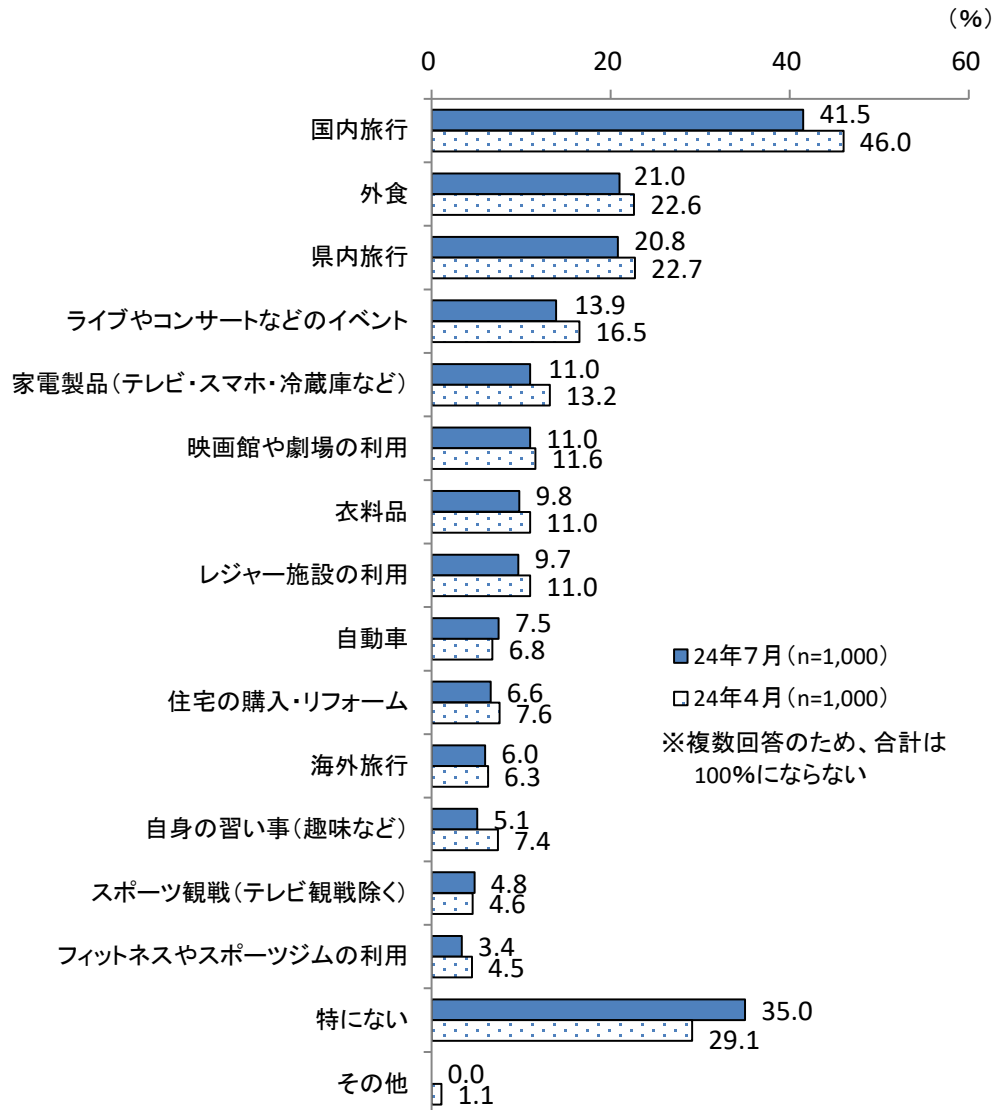
図表4 支出を抑制している項目



(5) 消費を増やしたい項目では、最多の「国内旅行」が前回調査より4.5ポイント低下

- ・ 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41.5%と最も多く、次いで「外食」が21.0%、「県内旅行」が20.8%などとなった。
- ・ 前回調査と比べると、「特にない」が5.9ポイント上昇した一方、「国内旅行」が4.5ポイント、「県内旅行」が1.9ポイント低下した。

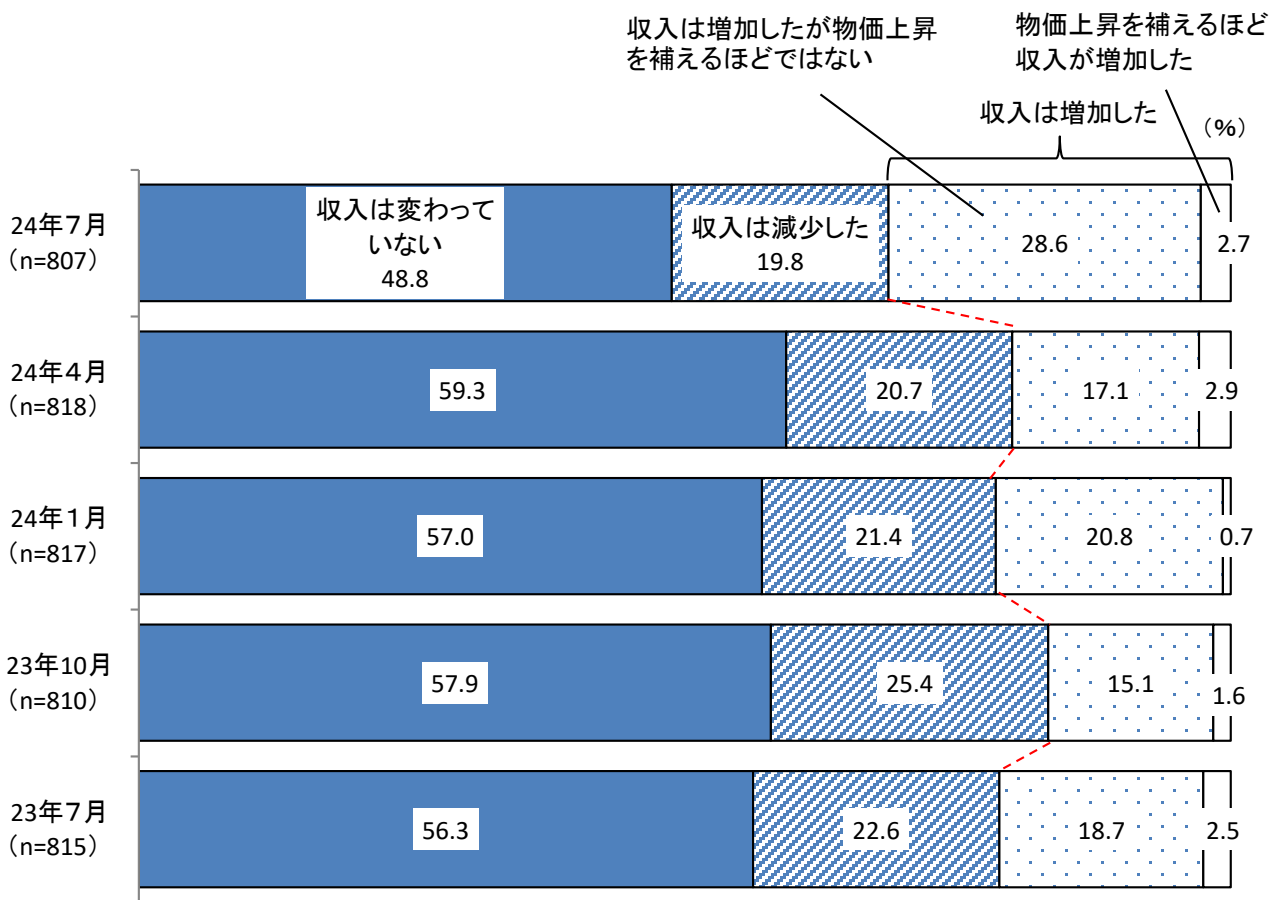
図表5 今後消費を増やしたい項目



(6) 最近の収入の変化は、「収入は増加した」が前年同期（23年7月）調査に比べ10.1ポイント上昇

- 20～60代に収入の変化について尋ねたところ、**図表6**のように、収入は増加した（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」の回答割合は31.3%となり、前年同期（23年7月、以下同じ）調査に比べ10.1ポイント上昇した。ただ、「物価上昇を補えるほど収入は増加した」は、2.7%にとどまった。

図表6 最近の収入の変化

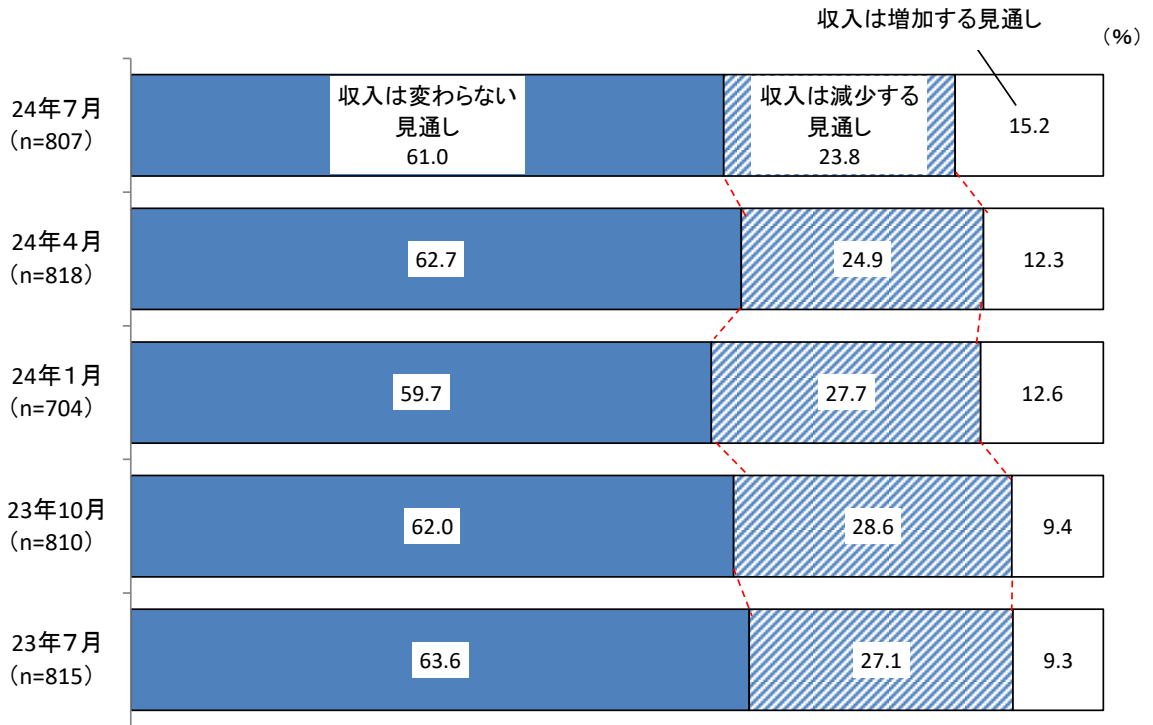


(注) サンプル数は、20～60代の回答者数による

(7) 今後の収入の変化見通しは、「増加する見通し」が前年同期調査に比べ 5.9 ポイント上昇

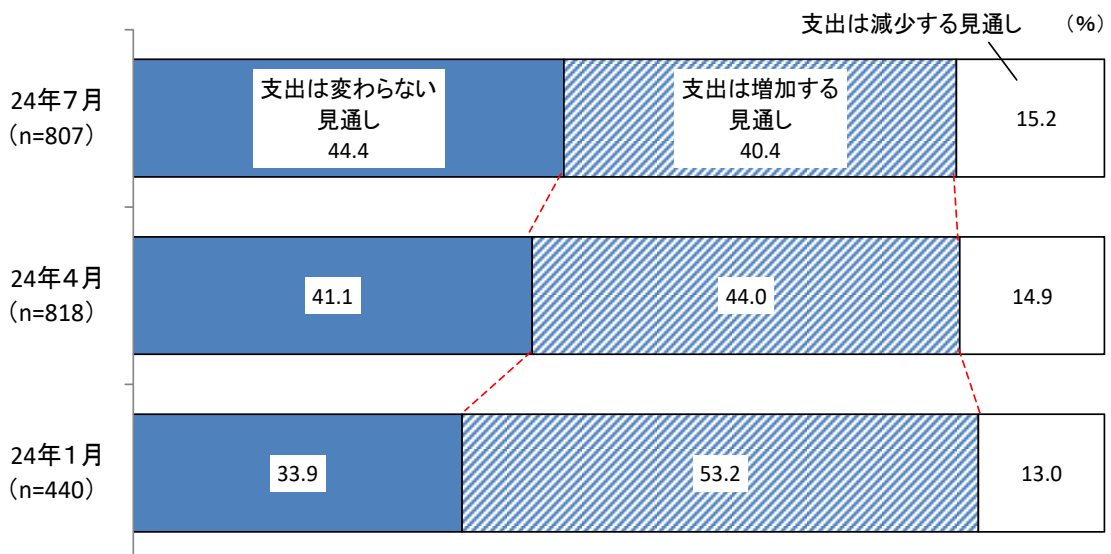
- 20～60 代の回答者に収入の変化見通しについて尋ねたところ、**図表 7**のように、「増加する見通し」が 15.2%と、前年同期調査に比べて 5.9 ポイント上昇した。
- 今後の支出の見通しについては、**図表 8**のように「変わらない見通し」が 44.4%と最も多く、前回調査に比べて 3.3 ポイント増加した。

図表 7 収入の変化見通し



(注) サンプル数は、20～60 代の回答者数による

図表 8 支出の変化見通し

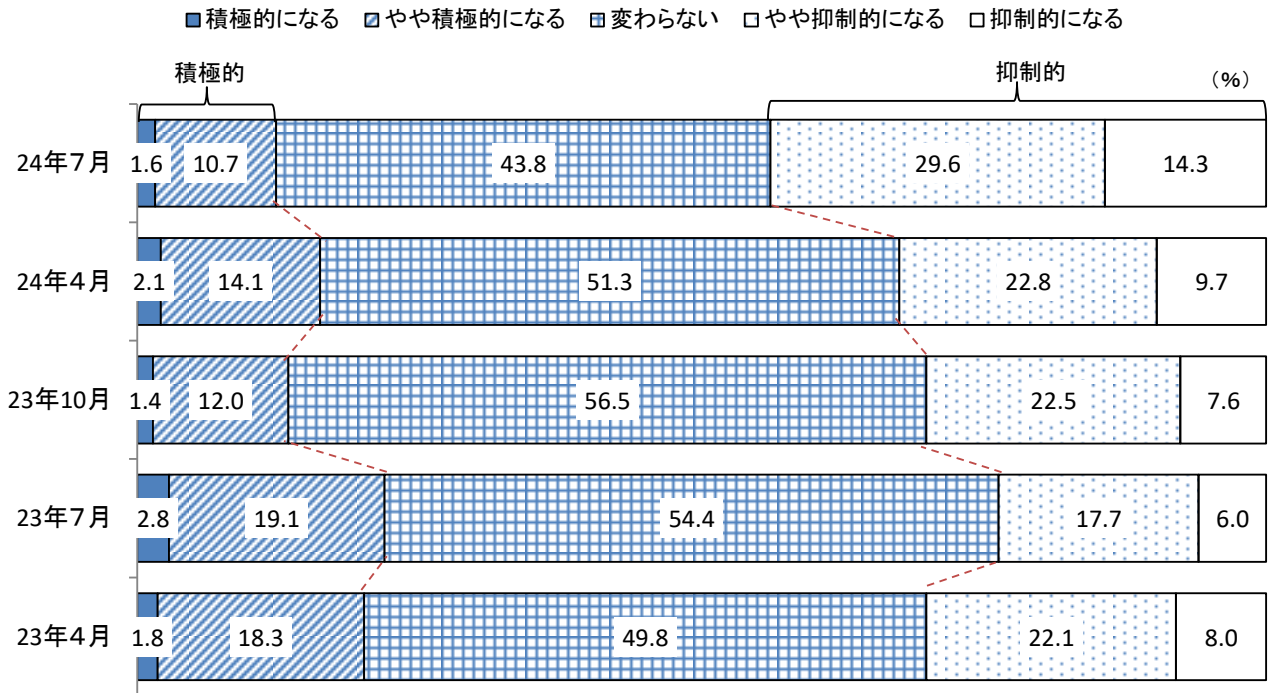


(注) サンプル数は、20～60 代の回答者数による

(8) 今後の消費行動は、「抑制的」の割合が上昇

- 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43.9%と4割を超え、積極的（「積極的になる」＋「やや積極的になる」）は12.3%にとどまった。
- 前回調査と比べると、抑制的が11.4ポイント上昇する一方、積極的が3.9ポイント低下した。

図表9 今後の消費行動の変化見通し



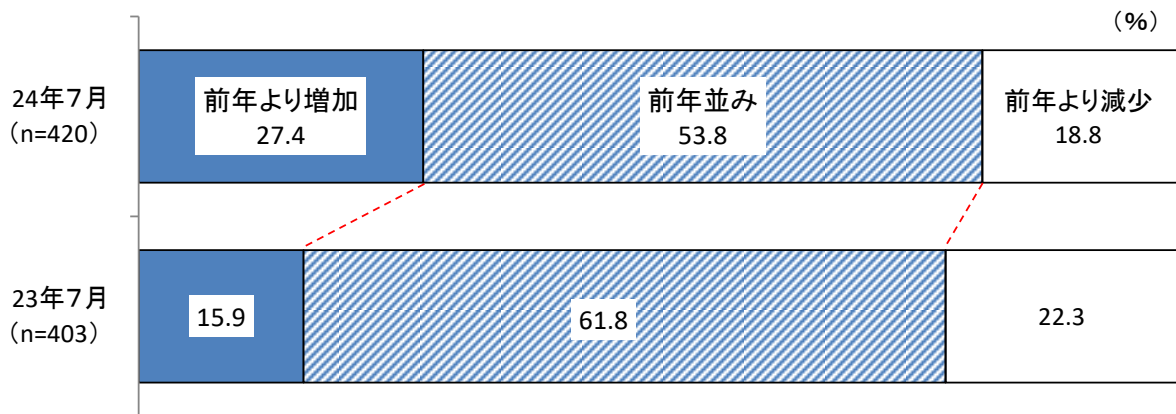
(注)いずれの調査も n=1,000

2. 夏季ボーナスの支給状況について

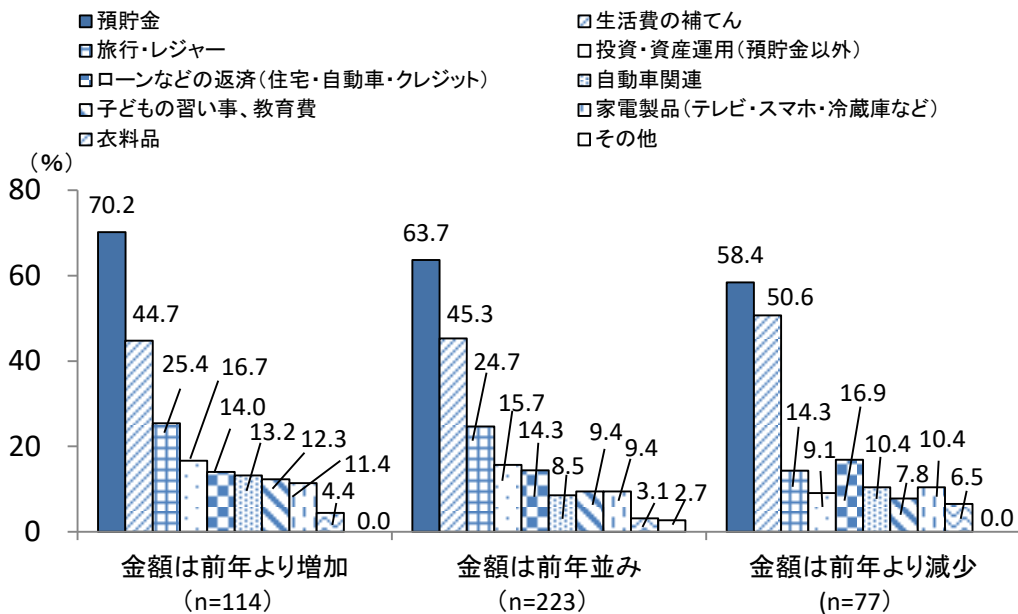
夏季ボーナスの支給状況は、「前年より増加」が前年同期調査に比べ 11.5 ポイント上昇

- ・ 夏季ボーナスの支給状況を尋ねると、**図表 10**のように、「前年より増加」は 27.4%と前年同期調査に比べて 11.5 ポイント上昇した。
- ・ 夏季ボーナスの使いみちを支給状況別にみると、**図表 11**のように、いずれにおいても「預貯金」の割合が最も多く、次いで「生活費の補てん」となった。

図表 10 夏季ボーナスの支給状況



図表 11 支給状況別の夏季ボーナスの使いみち



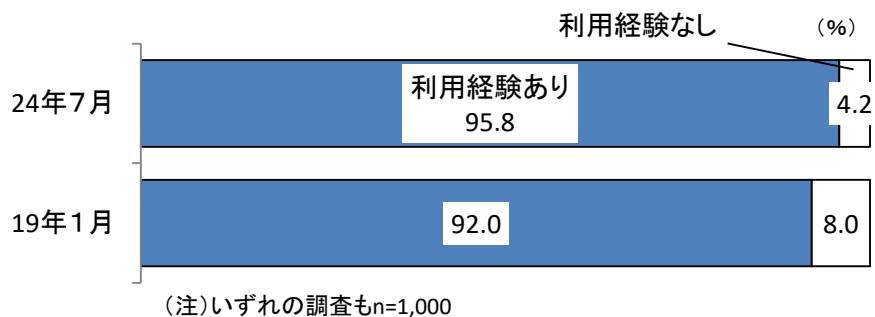
※複数回答のため、合計は 100%にならない

3. キャッシュレス決済に対する意識について

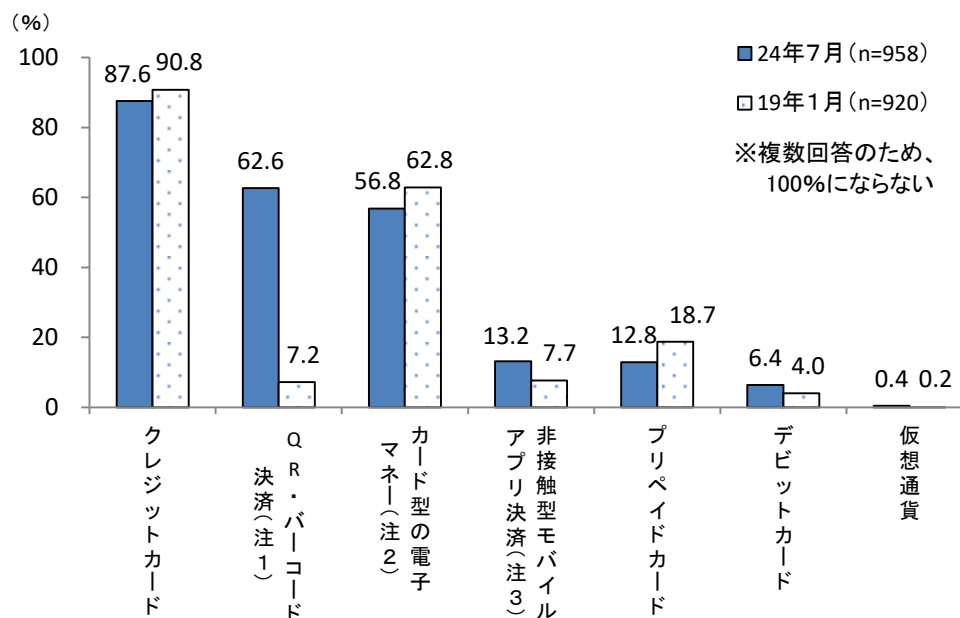
(1) 「QR・バーコード決済」がコロナ禍前の19年1月調査に比べ55.4ポイント上昇

- 過去1年間のキャッシュレス決済の利用経験を尋ねると、**図表12**のとおり、「利用経験あり」が95.8%となった。コロナ禍前の19年1月調査と比べると、「利用経験あり」は、3.8ポイント上昇した。
- 過去1年間に利用した具体的なキャッシュレス決済の方法をみると、**図表13**のとおり、「クレジットカード」が87.6%と最も多く、次いで「QR・バーコード決済」が62.6%、「カード型の電子マネー」が56.8%などとなった。19年1月調査と比べると、「QR・バーコード決済」が55.4ポイント上昇した。

図表12 過去1年以内のキャッシュレス利用率の変化



図表13 過去1年以内に利用した具体的なキャッシュレス決済の方法

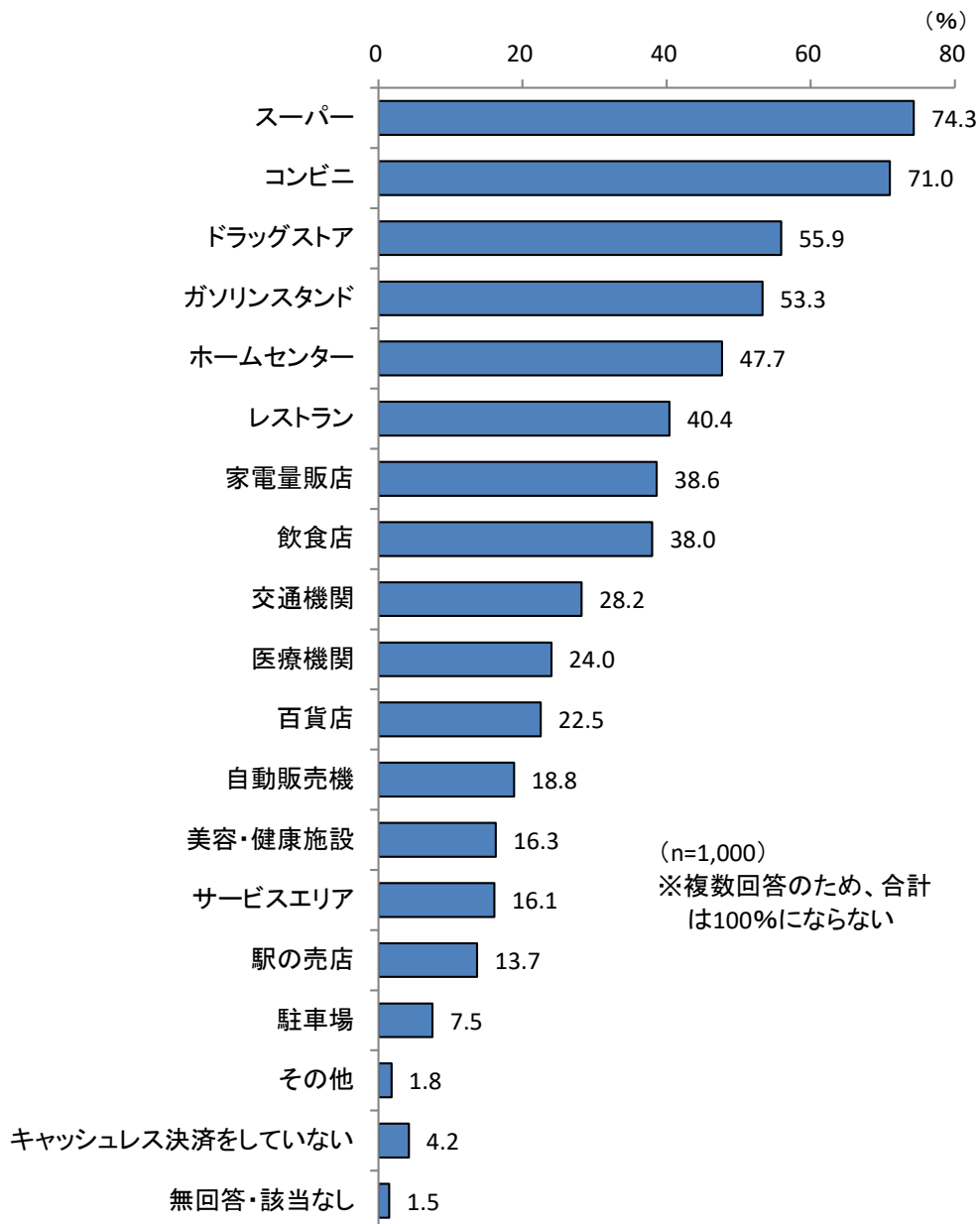


- (注)1. 楽天ペイ、LINEPay、PayPay、d払いなど
 (注)2. Suica、楽天Edy、nanaco、WAONなど
 (注)3. GooglePay、ApplePayなど

(2) 具体的なキャッシュレス決済の利用場所は、「スーパー」が74.3%で最多

- 具体的なキャッシュレス決済の利用場所について尋ねたところ、**図表 14**のように、「スーパー」が74.3%と最も多く、次いで「コンビニ」が71.0%、「ドラッグストア」が55.9%などとなった。

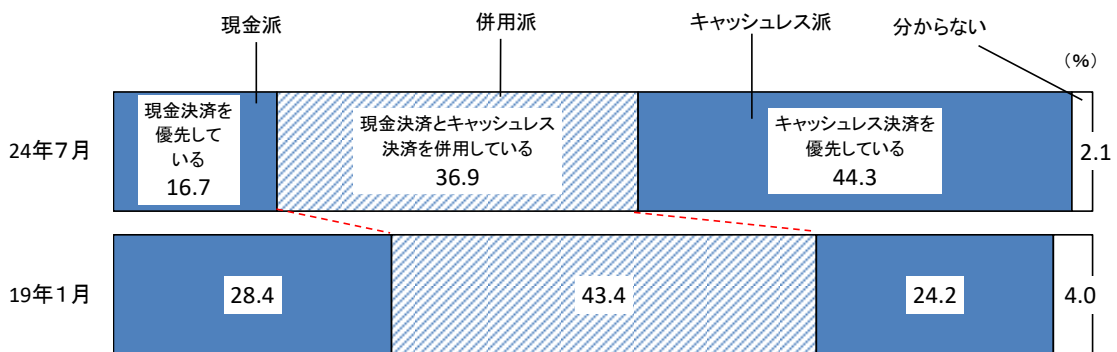
図表 14 具体的なキャッシュレス決済の利用場所



(3) キャッシュレス派の割合は4割超

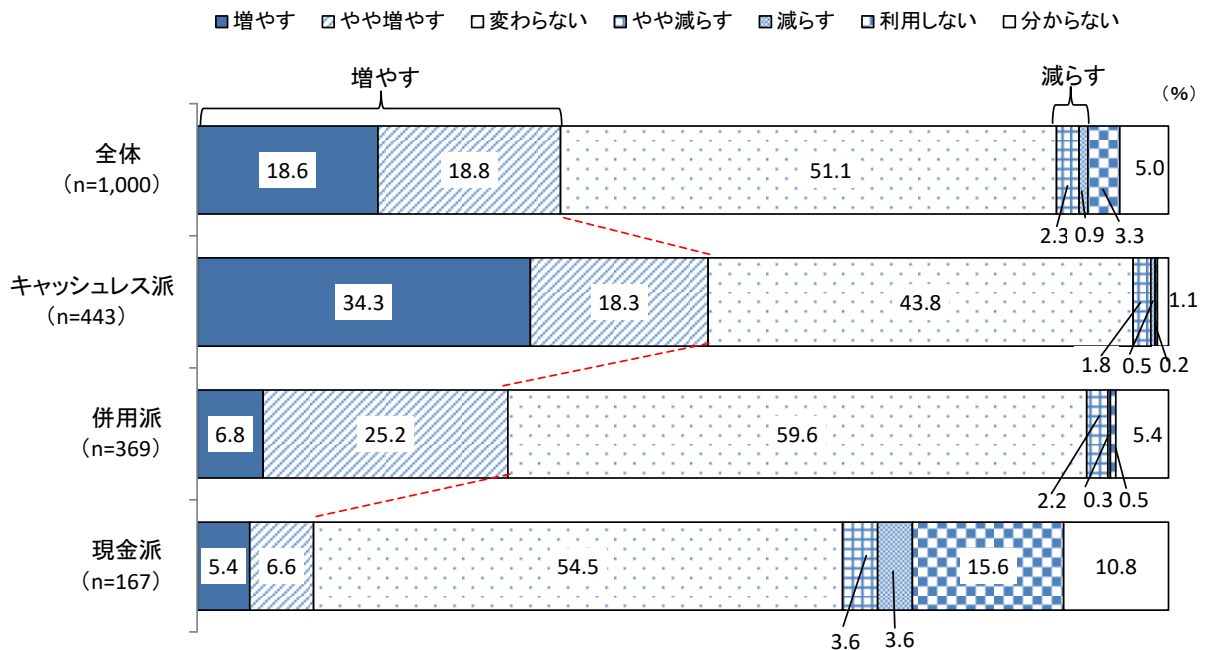
- ・ 決済方法について、「現金決済を優先する（現金派）」「キャッシュレス決済を優先する（キャッシュレス派）」「現金とキャッシュレス決済を併用している（併用派）」の3つのタイプのいずれに当てはまるのか尋ねたところ、**図表 15**のように、「キャッシュレス派」が44.3%と「現金派」の16.7%を上回り、19年1月調査よりも20.1ポイント上昇した。
- ・ 今後のキャッシュレス決済の利用意向については、**図表 16**のとおり、全体では、増やす（「増やす」＋「やや増やす」）の回答割合が37.4%と、減らす（「やや減らす」＋「減らす」）の回答割合3.2%を大きく上回った。
- ・ 決済方法のタイプ別にみると、「キャッシュレス派」では、増やす（「増やす」＋「やや増やす」）の割合は52.6%と半数を超えた。

図表 15 支払いにおける決済方法の考え方



(注)いずれの調査も n=1,000

図表 16 今後のタイプ別のキャッシュレス決済利用意向

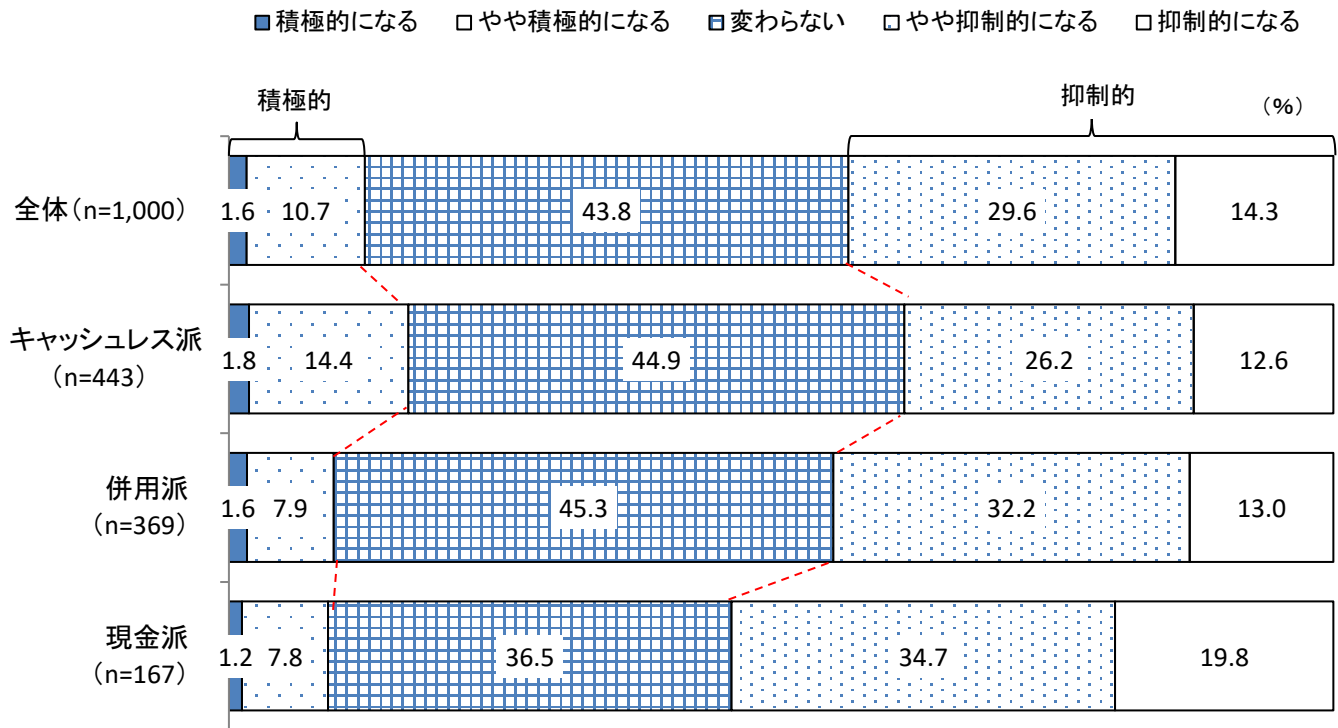


(注)全体のみ図表 15 で「分からない」と回答した人を含む

(4) 今後の消費行動が積極的になる回答割合は、キャッシュレス派が現金派を上回る

- 今後の消費行動の違いについて、現金派とキャッシュレス派で比較すると、図表 17 のように、積極的（「積極的になる」＋「やや積極的になる」）の回答割合は、キャッシュレス派が 16.2% と、現金派の 9.0% を上回った。
- 一方で、抑制的（「やや抑制的になる」＋「抑制的になる」）の回答割合は、キャッシュレス派が 38.8% と現金派の 54.5% を下回った。

図表 17 支払いにおける決済方法の考え方と消費行動

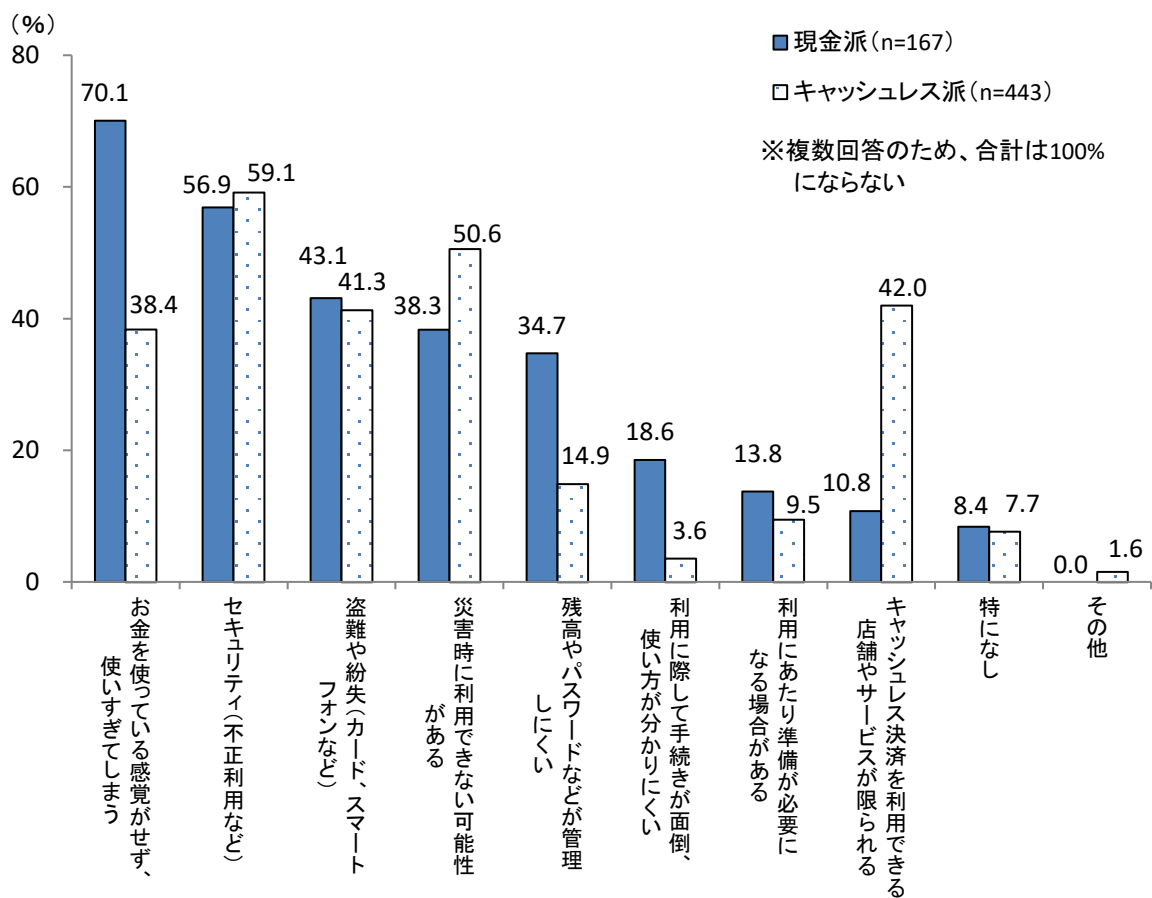


(注) 全体のみ図表 15 で「分からない」と回答した人を含む

(5) キャッシュレス決済を利用する上での問題点は、現金派は「お金を使っている感覚がせず、使いすぎてしまう」、キャッシュレス派は「セキュリティ（不正利用など）」が最多

- ・ キャッシュレス決済を利用する上での問題点について、現金派とキャッシュレス派で比較すると、**図表 18** のとおり、現金派では、「お金を使っている感覚がせず、使いすぎてしまう」が 70.1% と最も多く、次いで「セキュリティ（不正利用など）」が 56.9%、「盗難や紛失（カード、スマートフォンなど）」が 43.1% などとなった。
- ・ キャッシュレス派では、「セキュリティ（不正利用など）」が 59.1% と最も多く、次いで「災害時に利用できない可能性がある」が 50.6%、「キャッシュレス決済を利用できる店舗やサービスが限られる」が 42.0% などとなった。

図表 18 現金派とキャッシュレス派のキャッシュレス決済を利用する上での問題点の比較



以上