

## 長野経済研究所プレスリリース ～消費動向調査結果(2022年年末調査)～ 今年を表す漢字は3年連続で「耐」

本調査は、来年の消費動向を見通す参考として、景況感や消費意識に関わるテーマについて、県内世帯を対象に実施した。

### 調査結果のポイント

#### <県内消費者の今年を表す漢字一文字>

1位は3年連続で「耐」。新型コロナウイルスによる自粛に加え物価上昇が影響

- ・ 2022年を表す漢字一文字は、1位「耐」、2位「苦」、3位「忍」、4位「高」、5位「変」。

#### <今年印象の強かった出来事>

- ・ 1位「ロシアによるウクライナへの侵攻」、2位「食料、雑貨、燃料など相次ぐ値上げ」、3位「安倍元首相、銃撃され死亡。9月に国葬が執り行われる」。

#### <世の中の景気の見方>

- ・ 23年の景気は、「良くなる」(良くなる+やや良くなる)の回答割合が14.1%なのに対し、「悪くなる」(悪くなる+やや悪くなる)が47.5%と悪化を見込む割合が高い。

#### <自身の生活(家計)の見方>

- ・ 23年の生活(家計)は、景気の見方同様「悪化」が「改善」を大きく上回った。

#### <自身の直面している不安や悩み>

- ・ 自身の直面している不安や悩みとして、「今後の収入や資産の見通し、年金について」、「自分の健康について」、「家族・親族の健康について」が上位。

#### <耐久消費財の購入意向>

- ・ 23年に購入したい耐久消費財は、「スマートフォン」、「パソコン」、「自動車」が上位。

#### <余暇の過ごし方>

- ・ 23年の余暇をどのように過ごしたいかは、「県外旅行」、「県内旅行」、「庭いじり・園芸・家庭菜園」が上位。

#### <商品・サービスの購入(利用)経験・意向>

- ・ 23年は22年に比べ、「電気自動車(EV)」や「ふるさと納税」などの購入(利用)意向が高まる。

#### <意識している取り組み>

- ・ 23年は22年に比べ、「健康増進」や「趣味・遊びの充実」への意識が高まる。

#### <新型コロナをきっかけに進むと思う変化>

- ・ 「キャッシュレス化」、「インターネットショッピングの利用」、「飲み会の減少」などが上位。

#### ～ 調査から見る22年の振り返りと23年の展望 ～

- ・ 22年の消費者の消費行動は、新型コロナの感染拡大に加えて急激な物価上昇の影響を大きく受けた。このことが、「耐」、「苦」、「忍」といったマイナスイメージを持つ漢字を挙げた理由とみられる。
- ・ 23年の消費の見通しは、感染の再拡大に対する不安が消えないほか、物価上昇が続くことにより、消費行動は慎重姿勢が続くとみられる。

#### <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 寺嶋 孝太郎  
研究員 伊東 聡史

## 【調査の概要】

### 「消費動向調査」アンケート実施概要

調査時期： 2022 年 12 月上旬

調査対象： ブルーカード会員のうち、  
長野県内在住の消費者 2,925 世帯

回答属性： 性別 男性 44.6 % 女性 55.4 %

#### 年代

20 代以下	1.6 %
30 代	8.8 %
40 代	22.8 %
50 代	31.2 %
60 代	24.4 %
70 代以上	11.2 %

#### 居住地

北信	59.7 %
東信	5.8 %
中信	15.3 %
南信	19.2 %

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。

<県内消費者の今年を表す漢字一文字>

◆ 22年を表す漢字：1位は3年連続で「耐」

- ・ 22年を表す漢字一文字は、「耐」が前年と同様最も多かった。次いで「苦」、「忍」、「高」、「変」などとなった（図表1）。
- ・ 上位3つの漢字は昨年と同様だったほか、4位に「高」がランクインした。新型コロナウイルス（以下、新型コロナという）に加えて、物価高の影響が大きい年であったことがうかがえる。
- ・ 13位には、ロシアによるウクライナへの侵攻やサッカーW杯に関連する「戦」がランクインした。

図表1 今年を表す漢字一文字（上位20字）

順位		漢字	回答割合(%)	
22年	21年		22年(n=2,925)	21年(n=2,638)
1→	1	耐	6.56	11.07
2↑	3	苦	5.81	5.95
3↓	2	忍	5.68	10.08
4↑	-	高	3.49	0.15
5→	5	変	3.45	3.15
6↑	9	忙	3.32	1.40
7→	7	病	2.43	2.73
8↑	10	疲	1.85	1.06
9↑	-	不	1.78	0.68
10↑	20	悩	1.64	0.76
11→	11	無	1.57	1.02
12→	12	難	1.54	0.99
13↑	-	戦	1.30	0.08
14↑	-	健	1.20	0.42
14↓	13	迷	1.20	0.83
16↓	13	平	1.13	0.83
16↓	13	辛	1.13	0.83
18↑	20	悪	1.03	0.76
19↑	-	痛	0.99	0.64
20↑	-	動	0.96	0.53

(注) 矢印は21年と比べた順位の変化を表す

「-」は、21年の順位が21位以下

＜今年印象の強かった出来事＞

◆ 22年で印象の強かった出来事：1位は「ロシアによるウクライナへの侵攻」

- ・ 22年で印象の強かった出来事は、1位が「ロシアによるウクライナへの侵攻」で回答割合は83.9%だった。次いで「食品、雑貨、燃料など相次ぐ値上げ」（69.0%）、「安倍元首相、銃撃され死亡。9月に国葬が執り行われる」（63.9%）などとなった（図表2）。

図表2 全国で印象の強かった2022年の出来事（上位15項目）

順位	出来事	回答割合 (n=2,925) (%)
1	ロシアによるウクライナへの侵攻	83.9
2	食品、雑貨、燃料など相次ぐ値上げ	69.0
3	安倍元首相、銃撃され死亡。9月に国葬が執り行われる	63.9
4	ドル円相場が1ドル150円台に乗せ、約32年ぶりの安値水準を更新	43.5
5	サッカーW杯開催	27.5
6	北朝鮮による相次ぐミサイルの発射	24.5
7	東京オリンピック・パラリンピックを巡る相次ぐ汚職問題	18.9
8	成人年齢が18歳に引き下げ	15.5
9	北京オリンピック開催。日本のメダル、冬季五輪過去最多の18	14.5
10	プロ野球ヤクルトの村上宗隆が史上最年少で三冠王	11.0
11	KDDI、全国で通信障害	9.6
12	全国旅行支援の開始	6.8
13	羽生結弦引退、プロ転向を表明	5.6
14	将棋の藤井聡太、史上最年少で五冠	4.9
15	プロ野球ロッテの佐々木朗希が28年ぶり完全試合達成	4.5

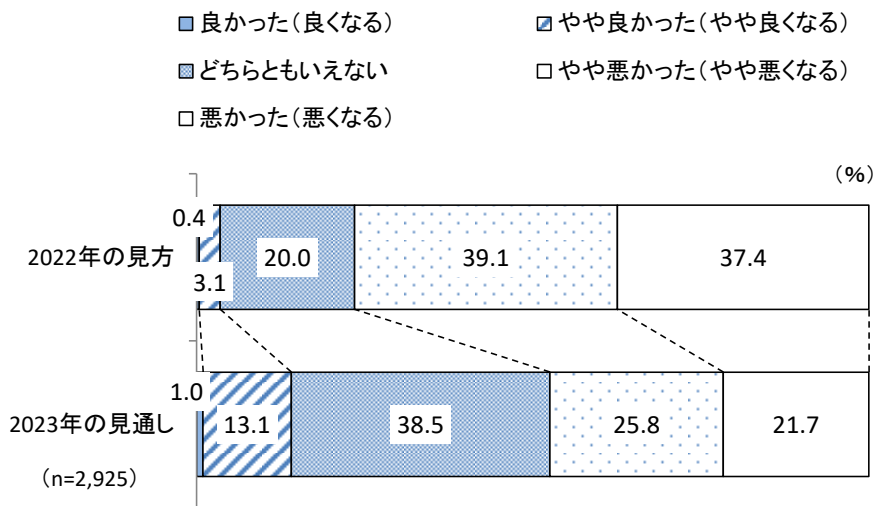
(注) 5つまでの複数回答

## <世の中の景気の見方>

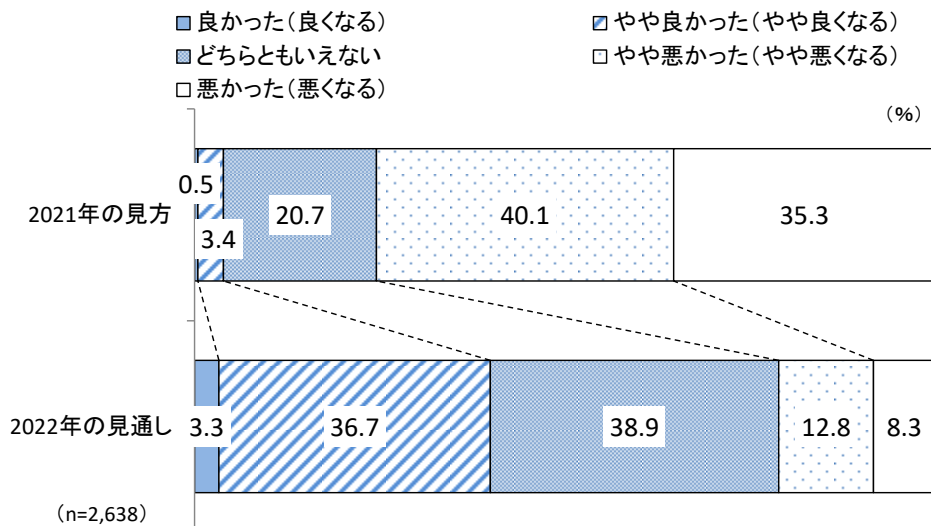
### ◆ 23年の世の中の景気：5割弱が「悪化」するとの見通し

- 22年の「世の中の景気」については、「悪かった」が37.4%、「やや悪かった」が39.1%となり、8割近くが景気が「悪かった」と回答した（図表3）。新型コロナの感染拡大に加えて物価上昇が影響したとみられる。
- 23年の見通しは、「良くなる」（良くなる+やや良くなる）の回答割合が14.1%なのに対し、「悪くなる」（悪くなる+やや悪くなる）が47.5%と、5割弱が「悪化」を見込んでいる。この背景には、消費者が、23年も新型コロナの感染拡大や物価上昇が続くとみていることなどが考えられる。

図表3 世の中の景気の見方



(参考資料) 2021年調査結果

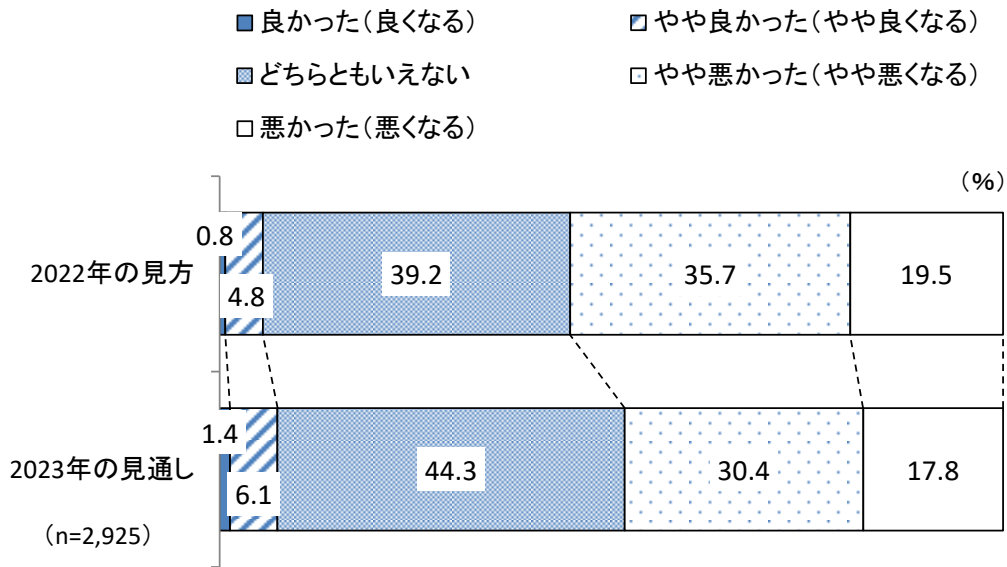


<自身の生活(家計)の見方>

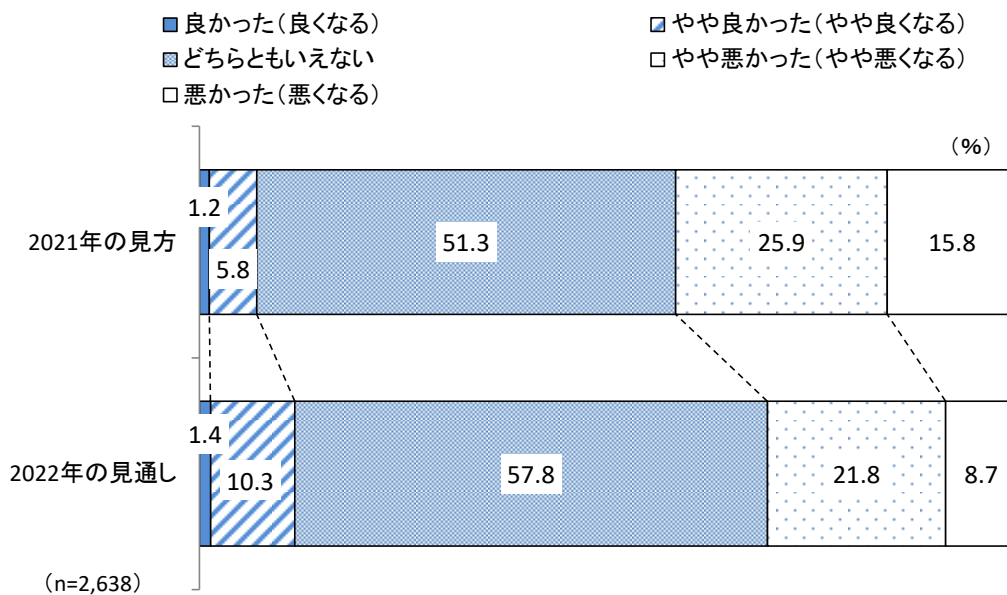
◆ 23年の自身の生活(家計):「悪化」が「改善」を大きく上回る

- ・ 22年の「自身の生活(家計)」は、「悪かった」が19.5%、「やや悪かった」が35.7%となり、「悪かった」と感じた割合が半数を超えた(図表4)。
- ・ 23年の見通しは、「良くなる」が1.4%、「やや良くなる」が6.1%となる一方、「悪くなる」が17.8%、「やや悪くなる」が30.4%となり、「悪化」の見方が「改善」を大きく上回っている。

図表4 自身の生活(家計)の見方



(参考資料) 2021年調査結果

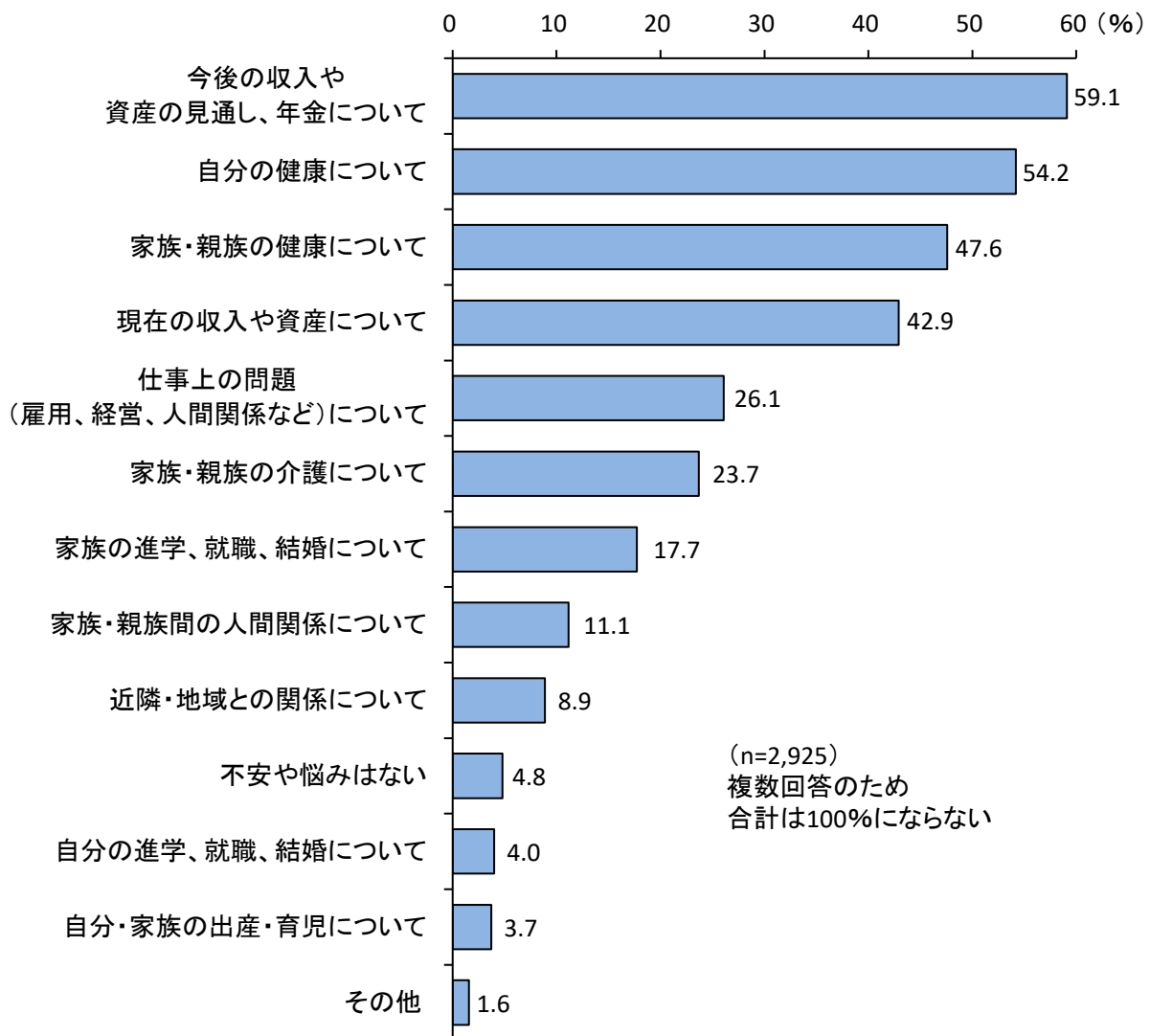


## <自身の直面している不安や悩み>

### ◆ 自身の直面している不安や悩み：収入や資産、健康に関連する項目が上位

- 自身の直面している不安や悩みについて尋ねたところ、1位は「今後の収入や資産の見通し、年金について」の回答割合が59.1%と最も多くなった。次いで、「自分の健康について」(54.2%)、「家族・親族の健康について」(47.6%)となった(図表5)。

図表5 自身の直面している不安や悩み

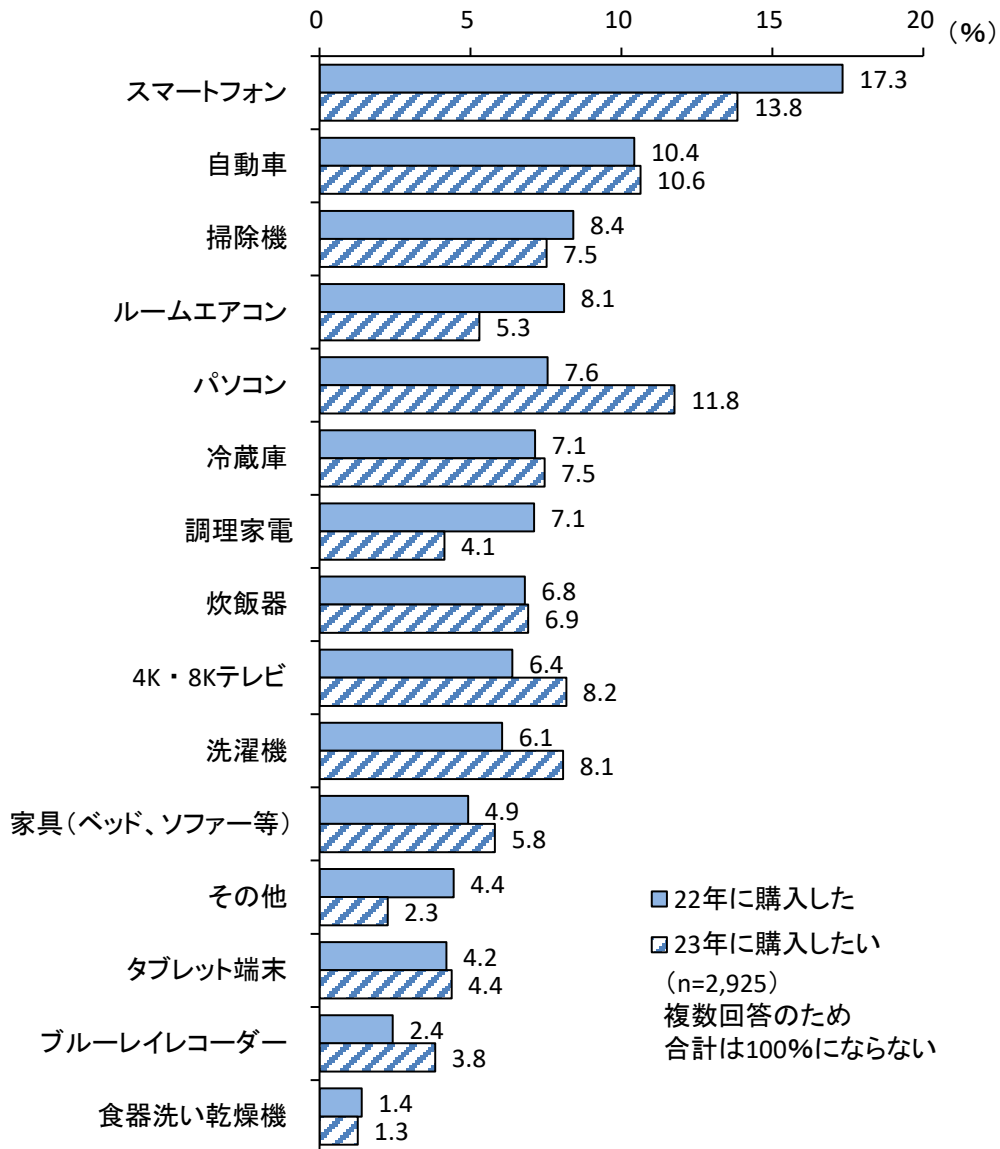


## ＜耐久消費財の購入意向＞

### ◆ 23年に購入したい耐久消費財：「スマートフォン」、「パソコン」、「自動車」が上位

- ・ 22年に購入した耐久消費財は、「スマートフォン」が17.3%と最も多く、「自動車」(10.4%)、「掃除機」(8.4%)、「ルームエアコン」(8.1%)などが続いた(図表6)。
- ・ 23年に購入したい耐久消費財は、「スマートフォン」が13.8%と22年と同様に最も多く、次いで「パソコン」(11.8%)、「自動車」(10.6%)、「4K・8Kテレビ」(8.2%)などとなった。
- ・ 22年に比べ、回答割合が大きく増加した23年に購入したい耐久消費財は、「パソコン」(+4.2ポイント)、「洗濯機」(+2.0ポイント)などとなった。

図表6 「22年に購入した耐久消費財」と「23年に購入したい耐久消費財」



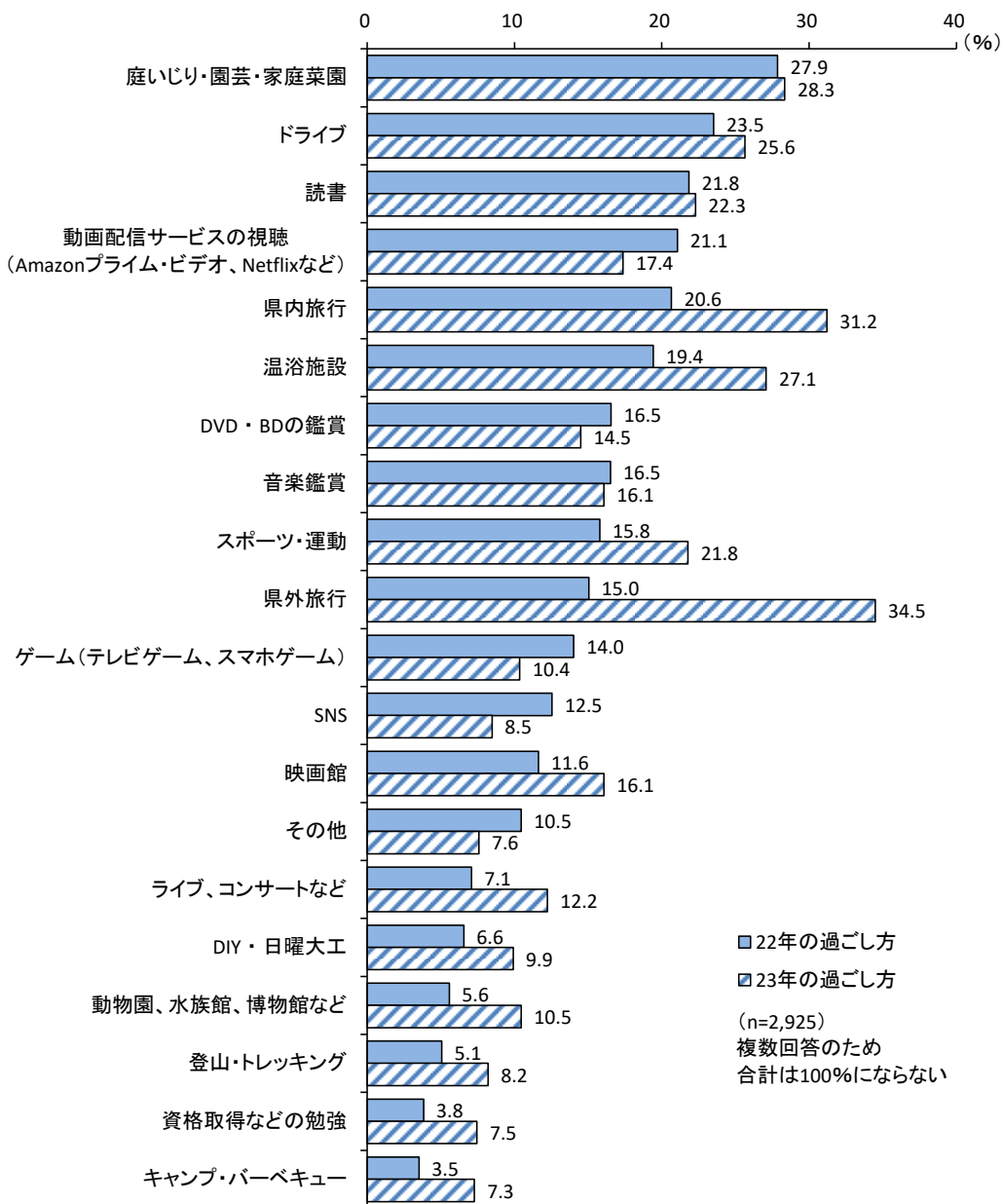


## <余暇の過ごし方>

### ◆ 23年の余暇の過ごし方：「県外旅行」、「県内旅行」、「庭いじり・園芸・家庭菜園」が上位

- ・ 22年の余暇の主な過ごし方は、「庭いじり・園芸・家庭菜園」が27.9%と最も多く、次いで「ドライブ」(23.5%)、「読書」(21.8%) などとなった(図表7)。
- ・ 23年の余暇をどのように過ごしたいかは、「県外旅行」が34.5%と最も多く、次いで「県内旅行」(31.2%)、「庭いじり・園芸・家庭菜園」(28.3%) などとなった。
- ・ 23年は、22年に比べ「県外旅行」が19.5ポイント、「県内旅行」が10.6ポイントそれぞれ回答割合が増加している。行動制限の緩和により、旅行への意欲が高まっているとみられる。

図表7 余暇の主な過ごし方

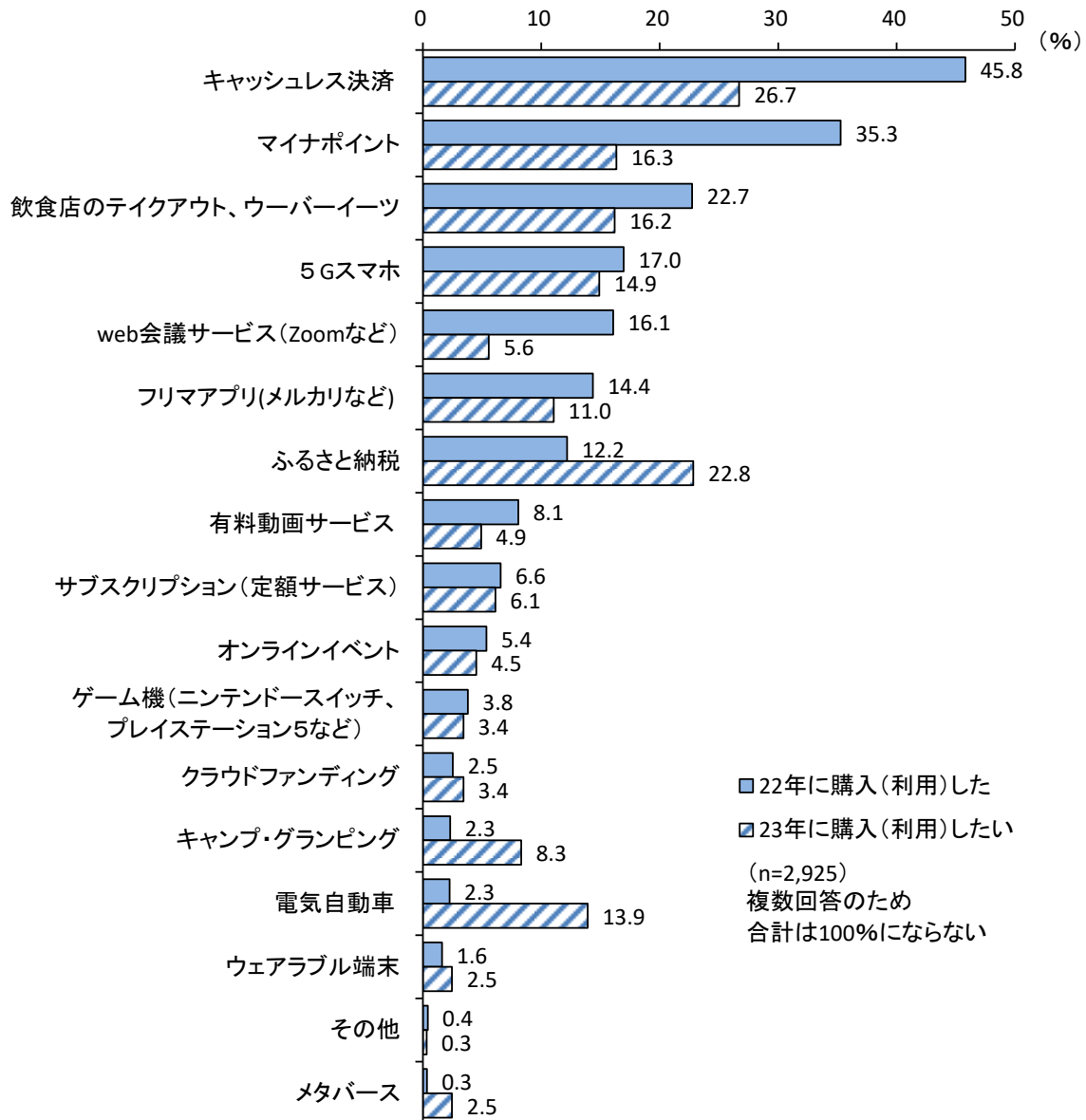


<商品・サービスの購入(利用)経験・意向>

◆ 23年は「電気自動車 (EV)」や「ふるさと納税」の購入 (利用) 意向が高まる

- ・ 近年話題を集める商品やサービスで、22年に購入 (利用) したものは、「キャッシュレス決済」が45.8%と最も多く、次いで「マイナポイント」(35.3%)、「飲食店のテイクアウト、ウーバーイーツ」(22.7%)、「5Gスマホ」(17.0%) などとなった (図表8)。
- ・ 23年に購入 (利用) したい商品やサービスは、「キャッシュレス決済」が26.7%と最も多く、次いで「ふるさと納税」(22.8%)、「マイナポイント」(16.3%)、「飲食店のテイクアウト、ウーバーイーツ」(16.2%) などとなった。
- ・ 22年に比べ23年の購入 (利用) 意向が特に高い商品やサービスは、「電気自動車」や「ふるさと納税」で、その回答割合の増加幅は、それぞれ11.6ポイントと10.6ポイントだった。

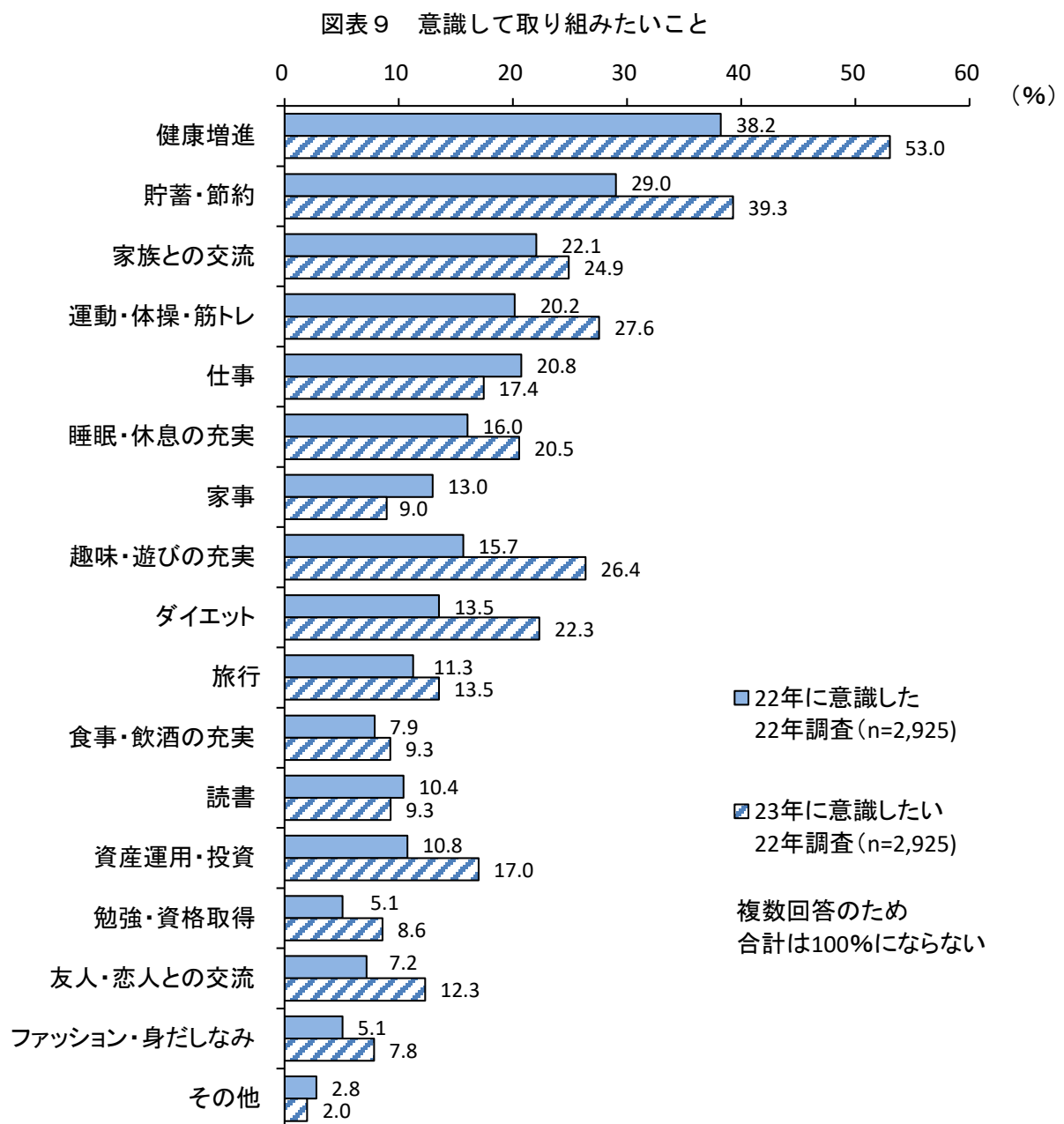
図表8 近年注目される商品やサービス



## <意識している取り組み>

### ◆ 23年は「健康増進」や「趣味・遊びの充実」への意識が高まる

- ・ 22年に意識して取り組んだことは、「健康増進」が38.2%と最も多く、次いで「貯蓄・節約」(29.0%)、「家族との交流」(22.1%)などとなった(図表9)。
- ・ 23年に意識して取り組みたいことは、「健康増進」が53.0%と最も多く、次いで「貯蓄・節約」(39.3%)、「運動・体操・筋トレ」(27.6%)などとなった。
- ・ 22年に比べ23年の回答割合が特に高い取り組みでは、「健康増進」や「趣味・遊びの充実」で、増加幅はそれぞれ14.8ポイントと10.7ポイントだった。



## <新型コロナをきっかけに進むと思う変化>

### ◆ 新型コロナをきっかけに進むと思う変化は、「キャッシュレス化」が最多

- ・ 新型コロナをきっかけに進むと思う変化では、「キャッシュレス化」が63.2%と最も多く、「インターネットショッピングの利用」(51.5%)、「飲み会の減少」(44.1%)などが続いた(図表10)。
- ・ 21年調査に比べて回答割合が増加した項目は、「節約意識の高まり」(+10.9ポイント)や「自動化・省人化」(+4.9ポイント)などとなった。逆に減少した項目は、「オンライン会議」や「在宅勤務・テレワーク」などで、減少幅はそれぞれ△7.7ポイント、△5.0ポイントだった。
- ・ 20年調査に比べて回答割合が減少した項目は、「在宅勤務・テレワーク」や「外食の減少」などで、減少幅はそれぞれ△16.2ポイント、△14.8ポイントだった。

図表10 新型コロナをきっかけに進むと思う変化

