

長野経済研究所プレスリリース ～消費動向調査結果(2023年年末調査)～ 県内消費者の今年を表す漢字は「苦」が最多

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「苦」、物価上昇が生活に影響

- ・ 2023年を表す漢字一文字は、1位「苦」、2位「耐」、3位「忍」、4位「高」、5位「変」。

<今年印象の強かった出来事>

- ・ 1位「イスラエルとパレスチナ自治区ガザを実効支配するイスラム組織ハマスが衝突」、2位「レギュラーガソリンの小売価格、1990年以降で最高値を更新」、3位「新型コロナ、5月8日から感染症法上の分類が5類へ移行」。

<世の中の景気の見方>

- ・ 24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14.6%であるのに対し、「悪くなる」(悪くなる+やや悪くなる)が38.8%と悪化を見込む割合が高い。

<自身の生活(家計)の見方>

- ・ 24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>

- ・ 24年に購入したい耐久消費財は、「スマートフォン」、「自動車」、「パソコン」、「冷蔵庫」が上位。

<余暇の過ごし方>

- ・ 24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」、「温泉施設」が上位。

<商品・サービスの購入(利用)経験・意向>

- ・ 24年は23年に比べ、「ふるさと納税」、「電気自動車」、「新NISAを利用した資産運用」などの購入(利用)意向が高まる。

<意識している取り組み>

- ・ 24年は23年に比べ、「健康増進」や「旅行」への意識が高まる。

<新型コロナをきっかけに定着したと思う意識や行動>

- ・ 「キャッシュレス化」、「飲み会の減少」、「大人数イベントの減少・縮小」が上位。

～ 調査から見る23年の振り返りと24年の展望 ～

- ・ 23年の消費者の消費行動は、物価上昇の影響を大きく受けた。このことが、「苦」、「耐」、「忍」といった漢字が上位にきた理由とみられる。
- ・ 24年は、景気や家計の悪化を予想する割合が高い中、引き続き「健康増進」を意識する割合が高く、消費よりも身体のメンテナンスに注力する意向が強い。

<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

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： 2023 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 2,972 世帯

回答属性： 性別 男性 45.2 % 女性 54.8 %

年代

20 代以下	1.3 %
30 代	7.6 %
40 代	22.9 %
50 代	31.8 %
60 代	24.3 %
70 代以上	12.1 %

居住地

北信	59.7 %
東信	6.4 %
中信	18.7 %
南信	15.2 %

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>

◆ 23年を表す漢字：1位は「苦」

- ・ 23年を表す漢字一文字は、「苦」が最も多かった。次いで「耐」、「忍」、「高」、「変」などとなった（図表1）。
- ・ 上位6つの漢字は昨年と同様で、物価高の影響が大きい年であったことがうかがえる。昨年13位だった「戦」は7位となっており、ロシアによるウクライナへの侵攻に加えて、イスラエルとハマスの衝突が影響したと考えられる。
- ・ 14位には、夏場の平均気温が125年間で最高になったことに関連する「暑」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(%)	
23年	22年		23年(n=2,972)	22年(n=2,925)
1↑	2	苦	6.97	5.81
2↓	1	耐	4.74	6.56
3→	3	忍	4.71	5.68
4→	4	高	3.97	3.49
5→	5	変	3.63	3.45
6→	6	忙	3.47	3.32
7↑	13	戦	1.78	1.30
8↑	9	不	1.72	1.78
8↓	7	病	1.72	2.43
10↑	12	難	1.68	1.54
11↑	13	平	1.51	1.13
12↓	11	無	1.45	1.57
13↑	-	楽	1.38	0.89
14↑	-	暑	1.35	0.07
15↓	8	疲	1.31	1.85
16↓	10	悩	1.28	1.64
17↓	13	健	1.24	1.20
18↓	17	辛	1.14	1.13
19↑	20	動	1.04	0.96
20↓	17	悪	0.94	1.03

(注) 矢印は22年と比べた順位の変化を表す

「-」は、22年の順位が21位以下

＜今年印象の強かった出来事＞

◆ 23年で印象の強かった出来事：1位は「イスラエルとパレスチナ自治区ガザを実効支配するイスラム組織ハマスが衝突」

- 23年で印象の強かった出来事は、1位が「イスラエルとパレスチナ自治区ガザを実効支配するイスラム組織ハマスが衝突」で回答割合は50.3%だった。次いで「レギュラーガソリンの小売価格、1990年以降で最高値を更新」(46.9%)、「新型コロナ、5月8日から感染症法上の5類へ移行」(46.2%)などとなった(図表2)。

図表2 全国で印象の強かった2023年の出来事(上位15項目)

順位	出来事	回答割合 (n=2,972)
1	イスラエルとパレスチナ自治区ガザを実効支配するイスラム組織ハマスが衝突	50.3
2	レギュラーガソリンの小売価格、1990年以降で最高値を更新	46.9
3	新型コロナ、5月8日から感染症法上の分類が5類へ移行	46.2
4	日本の夏の平均気温、125年間で最高に	40.9
5	野球日本代表「侍ジャパン」、ワールド・ベースボール・クラシックス(WBC)を制覇	39.1
6	全国で熊に襲われる被害相次ぐ	36.0
7	旧ジャニーズ事務所、性加害問題	33.5
8	ドル円相場1ドル150円前後で推移、歴史的な円安局面が続く	24.4
9	米大リーグの大谷翔平、日本人初の本塁打王を獲得	22.9
10	将棋の藤井聡太、初の全八冠制覇	18.3
11	福島第一原発の敷地内に貯まる処理水について、海洋への放出を開始	16.8
12	阪神タイガース、38年ぶりの日本一	14.6
13	バスケット男子日本代表、48年ぶりに五輪自力出場権獲得	11.5
14	日本のドル換算での名目GDP(国内総生産)、ドイツに抜かれ4位に転落する見通し	5.0
15	G7サミットが広島で開催、ウクライナのゼレンスキー大統領が来日	3.9

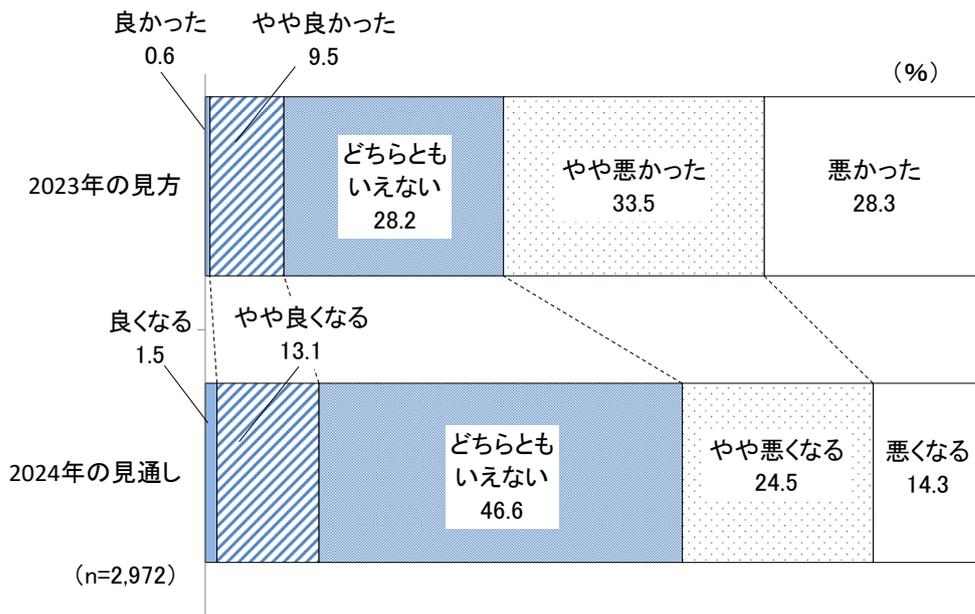
(注) 5つまでの複数回答

<世の中の景気の見方>

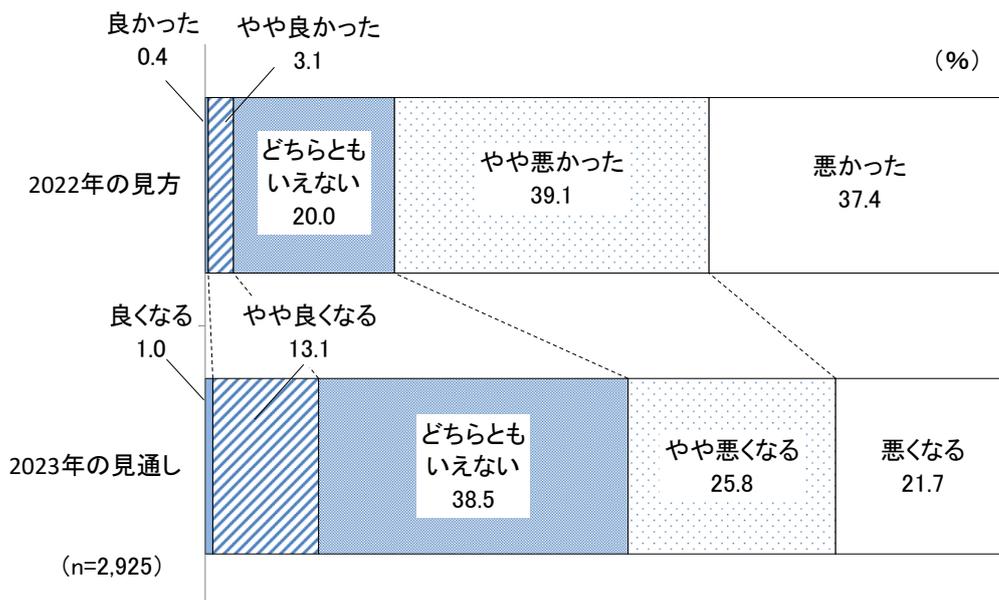
◆ 24年の世の中の景気：4割弱が「悪化」するとの見通し

- ・ 23年の「世の中の景気」については、「悪かった」が28.3%、「やや悪かった」が33.5%となり、6割超が景気が「悪かった」と回答した（図表3）。
- ・ 24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14.6%にとどまる一方、「悪くなる」（悪くなる+やや悪くなる）が38.8%と、4割弱が「悪化」を見込んでいる。

図表3 世の中の景気の見方



(参考資料) 2022年調査結果

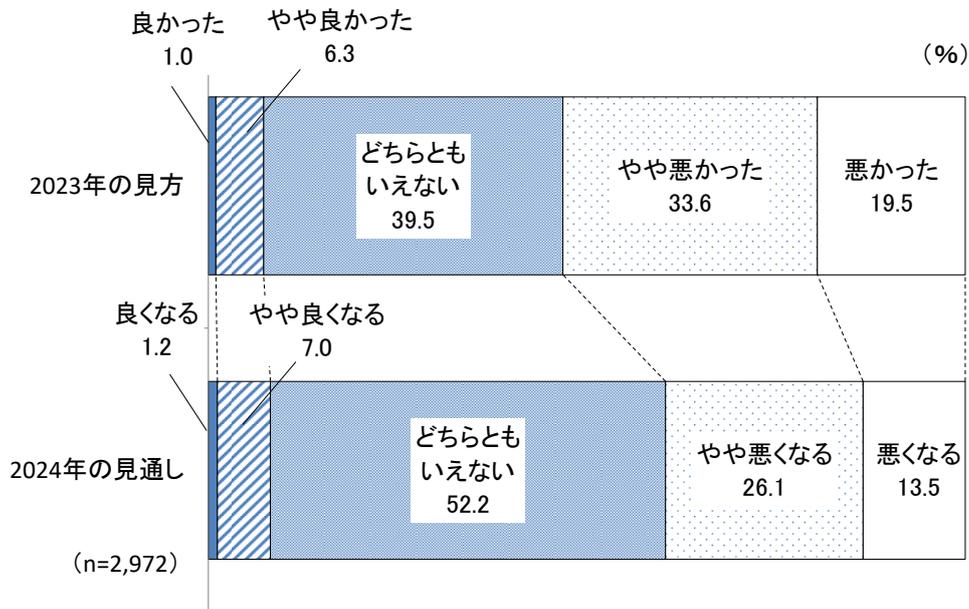


<自身の生活(家計)の見方>

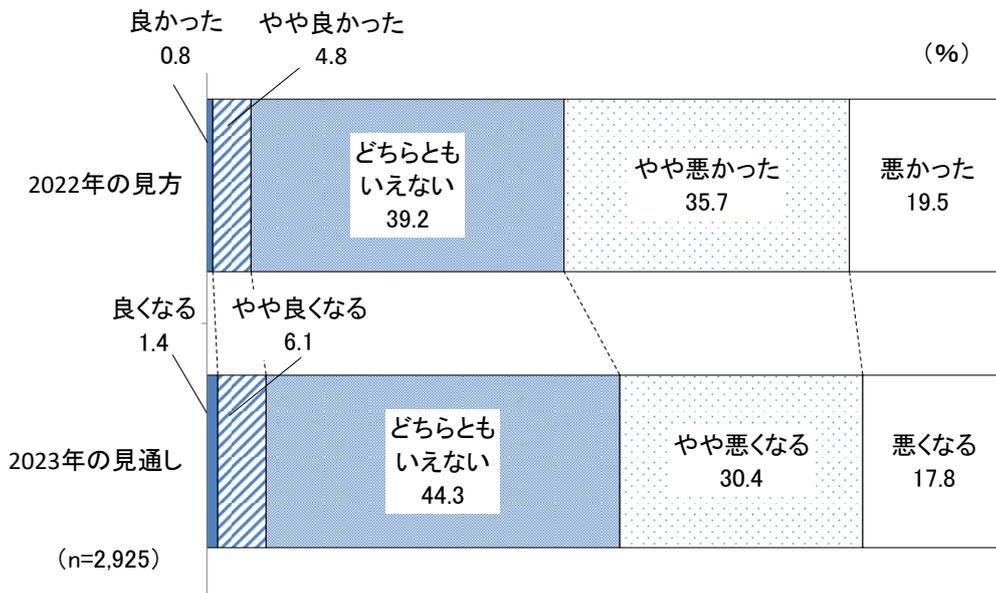
◆ 24年の自身の生活(家計):「悪化」が「改善」を大きく上回る

- ・ 23年の「自身の生活(家計)」は、「悪かった」が19.5%、「やや悪かった」が33.6%となり、「悪かった」と感じた割合が半数を超えた(図表4)。
- ・ 24年の見通しは、「良くなる」が1.2%、「やや良くなる」が7.0%にとどまる一方、「悪くなる」が13.5%、「やや悪くなる」が26.1%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) 2022年調査結果

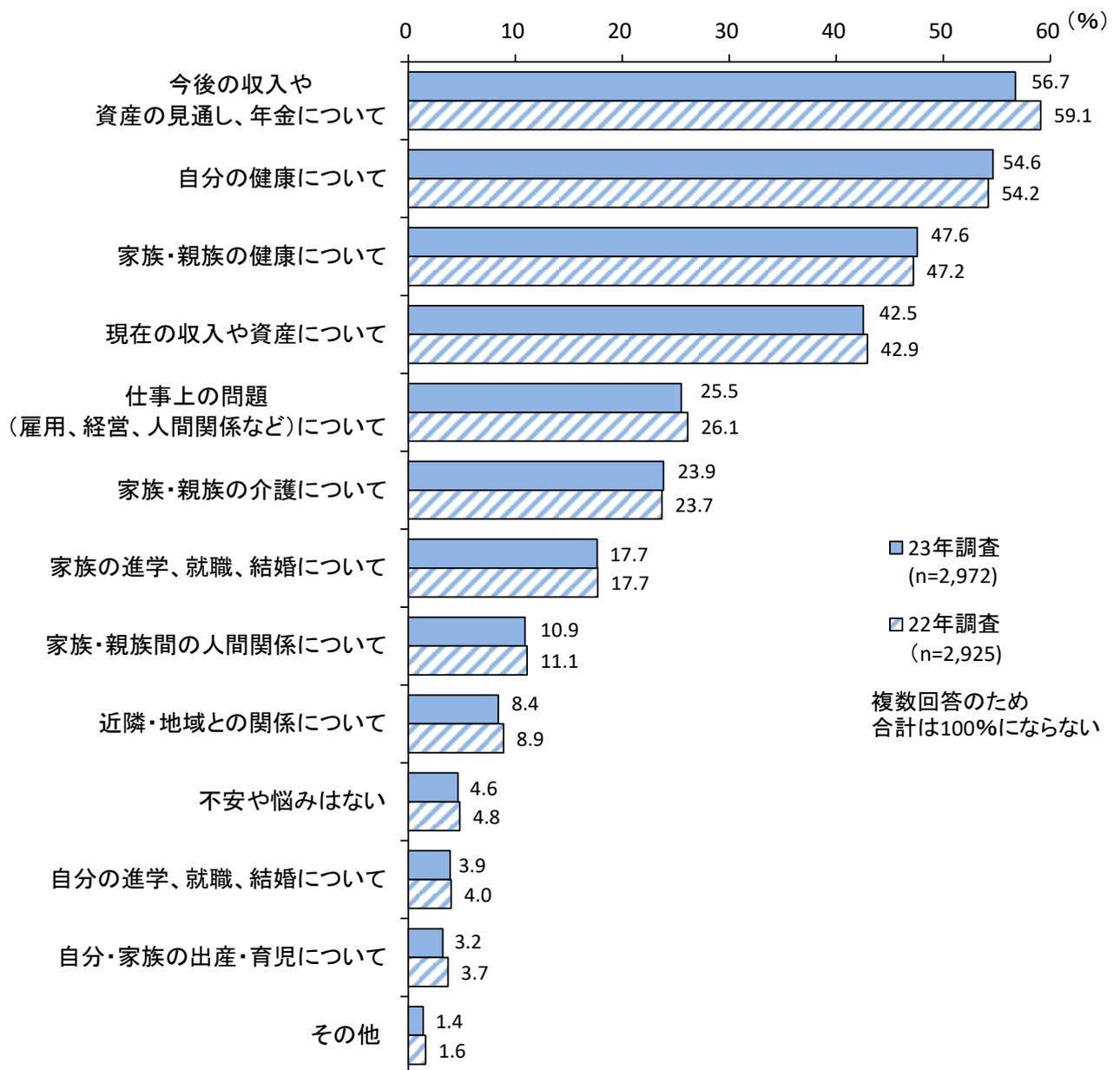


<自身の直面している不安や悩み>

◆ 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は、「今後の収入や資産の見通し、年金について」が 56.7%と最も多く、次いで、「自分の健康について」(54.6%)、「家族・親族の健康について」(47.6%) などとなった(図表5)。
- ・ 23年は、22年と同様に、「今後の収入や資産の見通し、年金について」といった収入や金銭面のほか、「自分の健康について」や「家族・親族の健康について」といった健康への関心が高いことがうかがえる。

図表5 自身の直面している不安や悩み

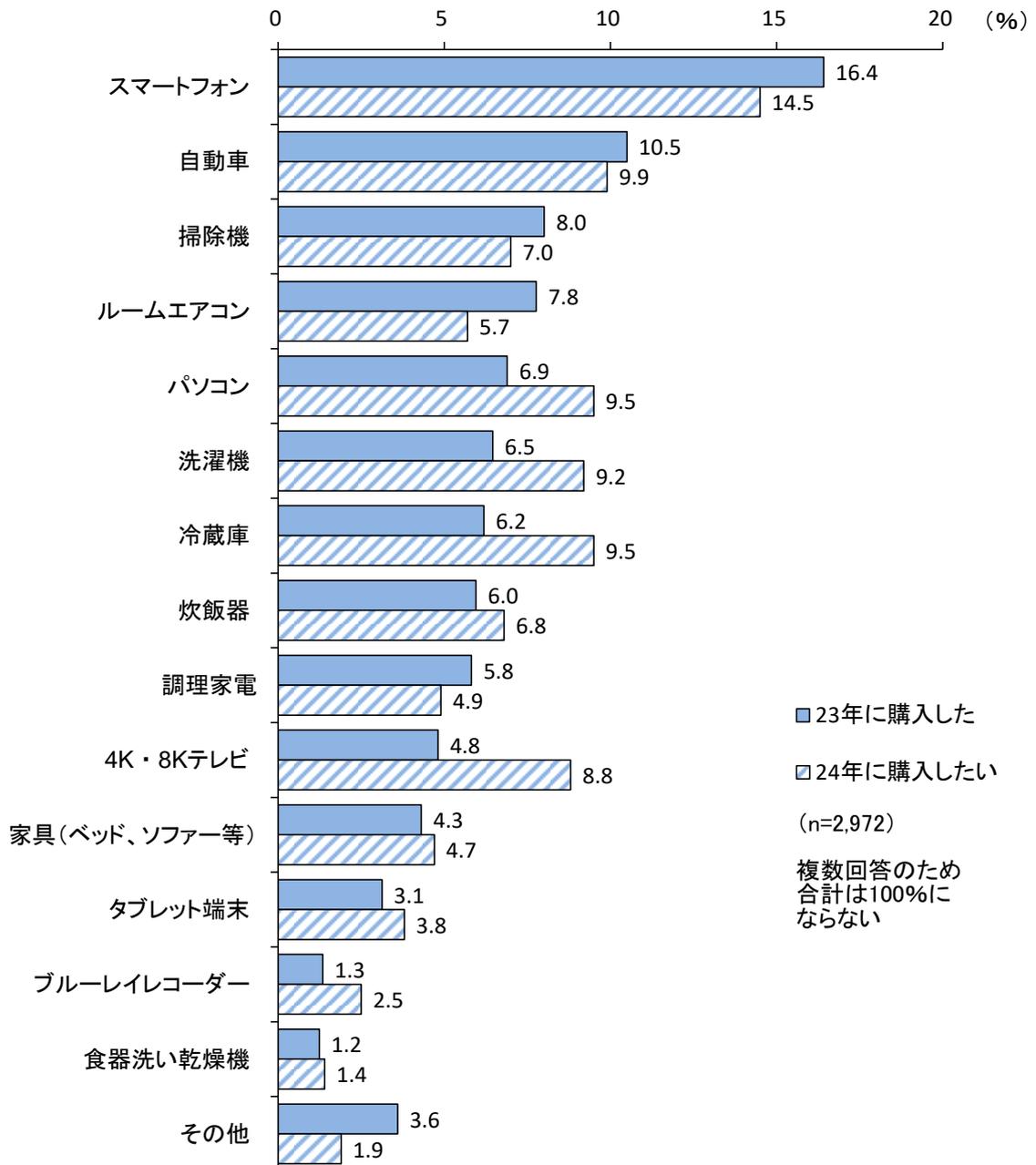


＜耐久消費財の購入意向＞

◆ 24年に購入したい耐久消費財：「スマートフォン」、「自動車」、「パソコン」、「冷蔵庫」が上位

- ・ 23年に購入した耐久消費財は、「スマートフォン」が16.4%と最も多く、「自動車」(10.5%)、「掃除機」(8.0%)、「ルームエアコン」(7.8%)などが続いた(図表6)。
- ・ 24年に購入したい耐久消費財は、「スマートフォン」が14.5%と23年と同様に最も多く、次いで「自動車」(9.9%)、「パソコン」(9.5%)、「冷蔵庫」(9.5%)、「洗濯機」(9.2%)などとなった。

図表6 「23年に購入した耐久消費財」と「24年に購入したい耐久消費財」

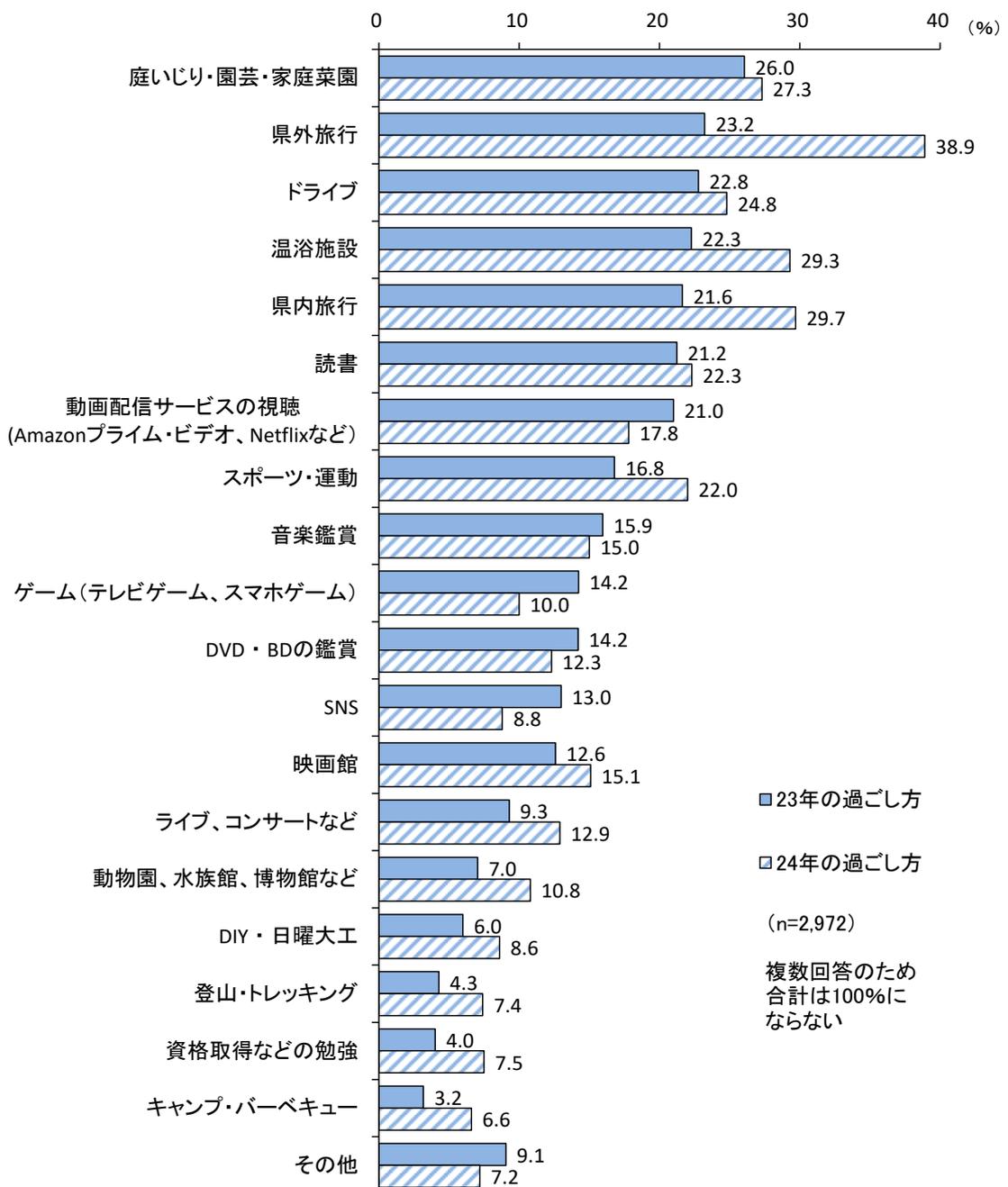


<余暇の過ごし方>

◆ 24年の余暇の過ごし方：「県外旅行」、「県内旅行」、「温浴施設」が上位

- ・ 23年の余暇の主な過ごし方は、「庭いじり・園芸・家庭菜園」が26.0%と最も多く、次いで「県外旅行」(23.2%)、「ドライブ」(22.8%) などとなった(図表7)。
- ・ 24年の余暇をどのように過ごしたいかは、「県外旅行」が38.9%と最も多く、次いで「県内旅行」(29.7%)、「温浴施設」(29.3%) などとなった。
- ・ 24年は、23年に比べ「県外旅行」が15.7ポイント、「県内旅行」が8.1ポイント、「温浴施設」が7.0ポイントとそれぞれ回答割合が増加しており、旅行や外出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

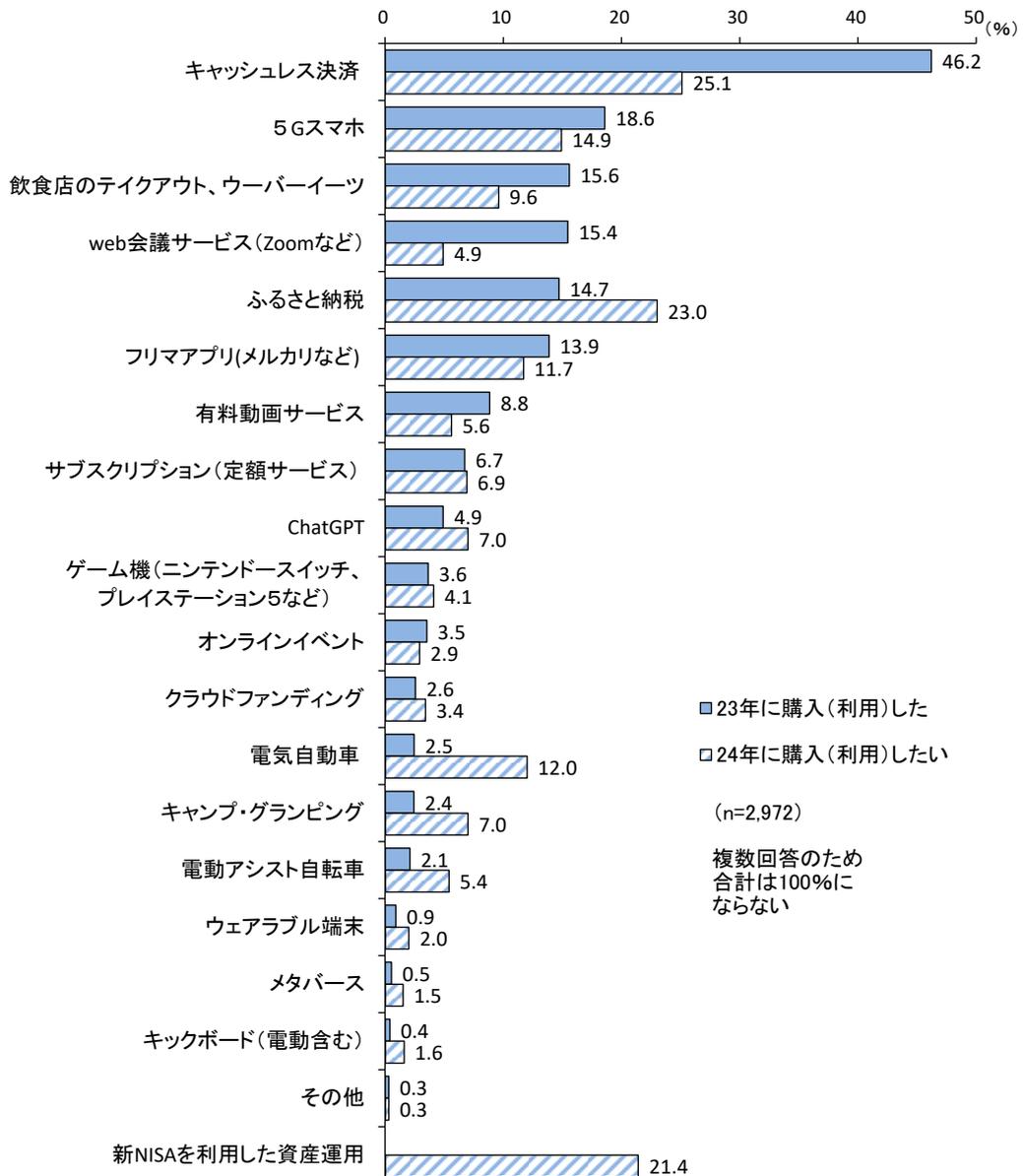


<商品・サービスの購入(利用)経験・意向>

◆ 24年は「ふるさと納税」や「電気自動車」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の中で、23年に購入(利用)したものは、「キャッシュレス決済」が46.2%と最も多く、次いで「5Gスマホ」(18.6%)、「飲食店のテイクアウト、ウーバーイーツ」(15.6%)、「Web会議サービス(Zoomなど)」(15.4%)などとなった(図表8)。
- ・ 24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25.1%と最も多く、次いで「ふるさと納税」(23.0%)、「新NISAを利用した資産運用」(21.4%)、「5Gスマホ」(14.9%)、「電気自動車」(12.0%)などとなった。
- ・ 23年に比べ24年の購入(利用)意向が特に高い商品やサービスは、「ふるさと納税」、「電気自動車」で、回答割合の増加幅は、それぞれ8.3ポイントと9.5ポイントだった。また、24年から始まる新NISAに対する利用意向も高くなった。

図表8 近年注目される商品やサービス

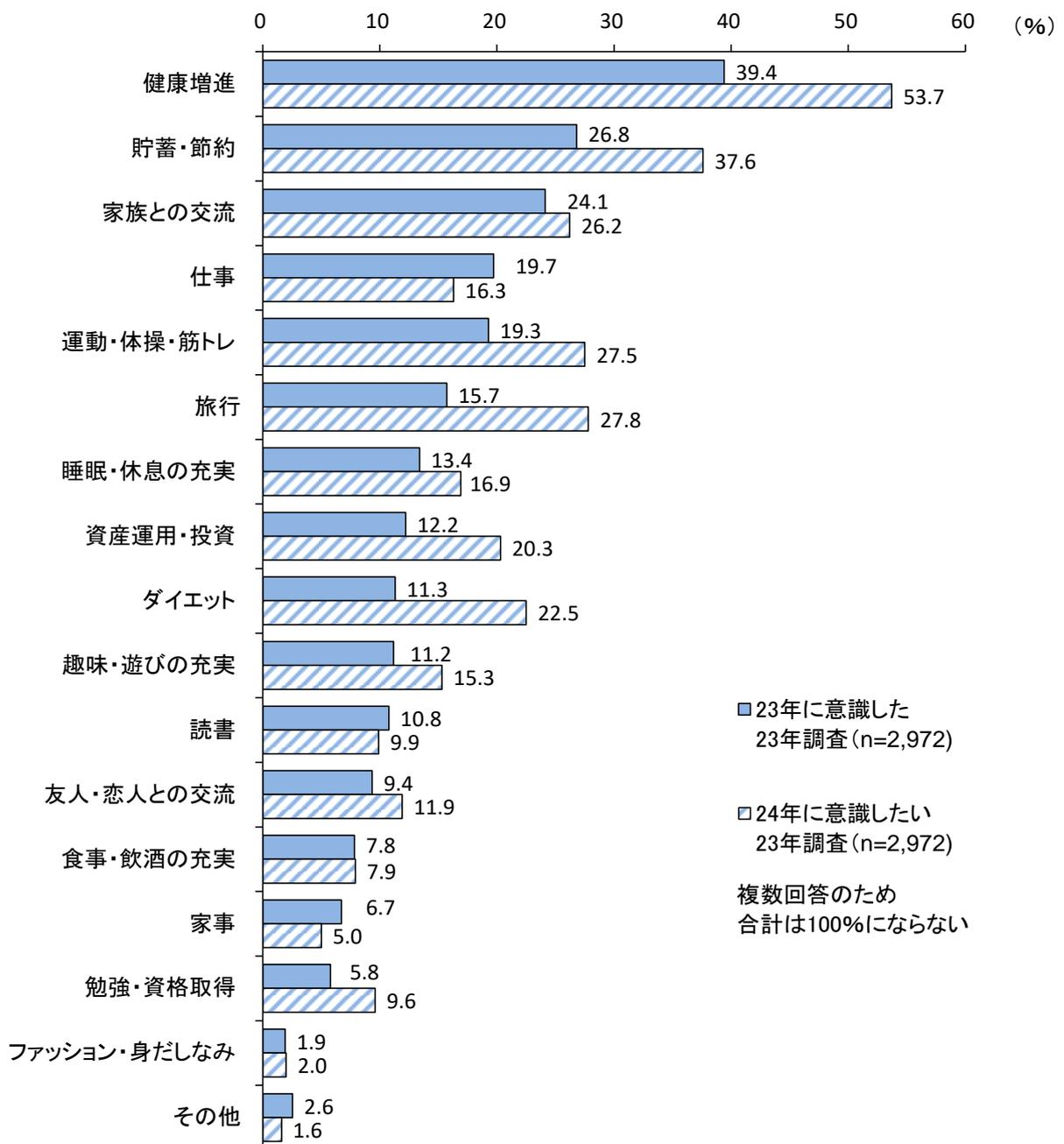


<意識している取り組み>

◆ 24年は「健康増進」や「旅行」への意識が高まる

- ・ 23年に意識して取り組んだことは、「健康増進」が39.4%と最も多く、次いで「貯蓄・節約」(26.8%)、「家族との交流」(24.1%) などとなった(図表9)。
- ・ 24年に意識して取り組みたいことは、「健康増進」が53.7%と最も多く、次いで「貯蓄・節約」(37.6%)、「旅行」(27.8%) などとなった。
- ・ 23年に比べ24年の回答割合が特に高い取り組みでは、「健康増進」や「旅行」で、増加幅はそれぞれ14.3ポイントと12.1ポイントだった。

図表9 意識して取り組みたいこと



<新型コロナをきっかけに定着したと思う意識や行動>

◆ 新型コロナをきっかけに定着したと思う意識や行動は、「キャッシュレス化」が最多

- ・ 新型コロナの感染症法上の分類が5類に移行し、新しい生活様式として定着したと思う意識や行動について尋ねたところ、「キャッシュレス化」の回答割合が52.7%と最も多くなった。次いで、「飲み会の減少」(45.1%)、「大人数イベントの減少・縮小」(39.7%)となった(図表10)。

図表10 新型コロナをきっかけに定着したと思う意識や行動

