

## 「第15回 消費動向に関するインターネット調査」の結果について ～8割弱が購入品の値上がりに対応、2022年度と比較した賃金は6割強が変化なし～

足利銀行（頭取 清水 和幸）のシンクタンクであるあしぎん総合研究所（社長 荒井 大）は、「第15回 消費動向に関するインターネット調査」を行いましたので、その結果を別紙のとおり発表いたします。今回のポイントは下記のとおりです。

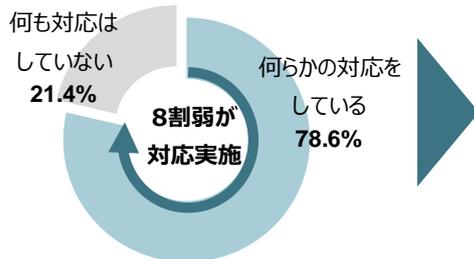
記

### <調査結果のポイント>

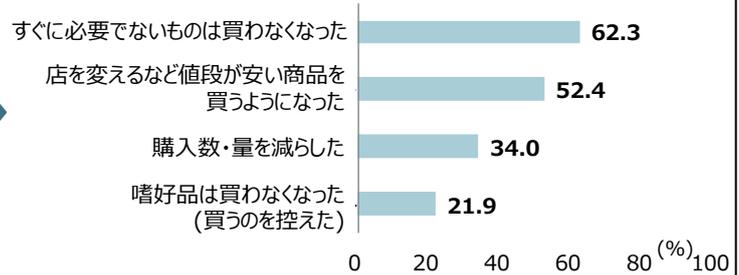
#### ■購入品の値上がりへの対応 ～8割弱が値上がりに対応～

- ・ 8割弱が「何らかの対応をしている」と回答、「何も対応はしていない」とする回答は2割程度となった（図表1）。
- ・ 値上がりへの対応方法として、「すぐに必要でないものは買わなくなった」が62.3%と最も多く、次いで「店を変えるなど値段が安い商品を買うようになった」が52.4%、「購入数・量を減らした」が34.0%となった（図表2）。

図表1 購入品値上がりへの対応状況  
(n=1,000)



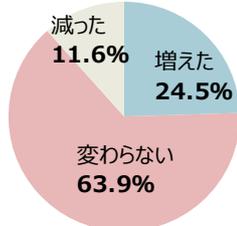
図表2 購入品値上がりへの対応方法  
(複数回答、n=786)



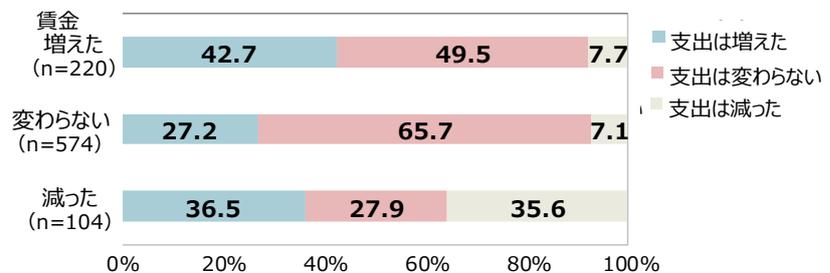
#### ■賃金の変化（2022年度対2023年度） ～6割強が変化なし～

- ・ 「変わらない」が63.9%と最も多く、次いで「増えた」が24.5%、「減った」が11.6%であった（図表3）。
- ・ 賃金が「減った」を選んだ回答者は、「増えた」「変わらない」を選んだ回答者より支出を減らしていることがうかがえる（図表4）。

図表3 2022年度と比較した賃金の変化  
(n=898)



図表4 賃金の変化と支出の変化



以上

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社あしぎん総合研究所 地域開発事業部 竹内 Tel 028-908-6116

## 「第15回 消費動向に関するインターネット調査」の結果について

－8割弱が購入品の値上がりに対応、2022年度と比較した賃金は6割強が変化なし－

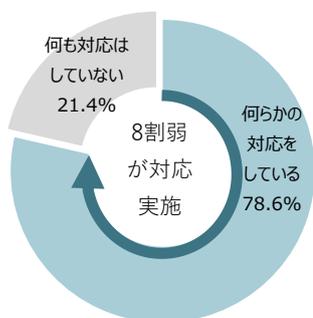
### <調査結果のポイント>

#### ■購入品の値上がりへの対応 ～8割弱が値上がりに対応～

- ・ 8割弱が「何らかの対応をしている」と回答、「何も対応はしていない」とする回答は2割程度となった（図表1）。
- ・ 値上がりへの対応方法として、「すぐに必要でないものは買わなくなった」が62.3%と最も多く、次いで「店を変えるなど値段が安い商品を買うようになった」が52.4%、「購入数・量を減らした」が34.0%となった（図表2）。

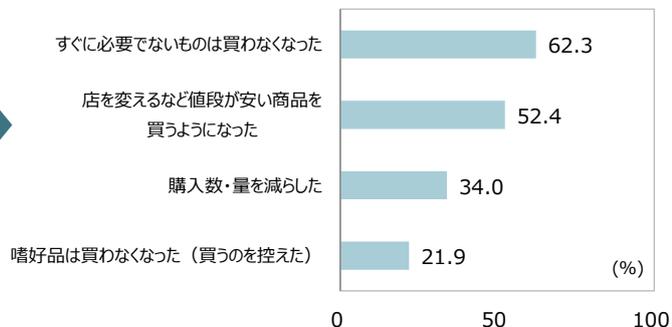
図表1

購入品値上がりへの対応状況  
(n=1,000)



図表2

購入品値上がりへの対応方法  
(複数回答、n=786)

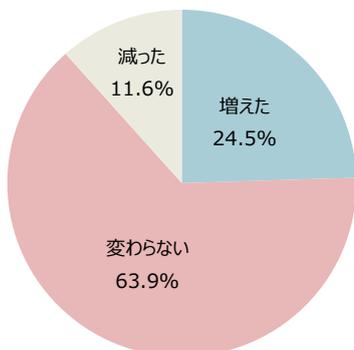


#### ■賃金の変化(2022年度対2023年度) ～6割強が変化なし～

- ・ 「変わらない」が63.9%と最も多く、次いで「増えた」が24.5%、「減った」が11.6%であった（図表3）。
- ・ 賃金が「減った」を選んだ回答者は、「増えた」「変わらない」を選んだ回答者より支出を減らしていることがうかがえる（図表4）。

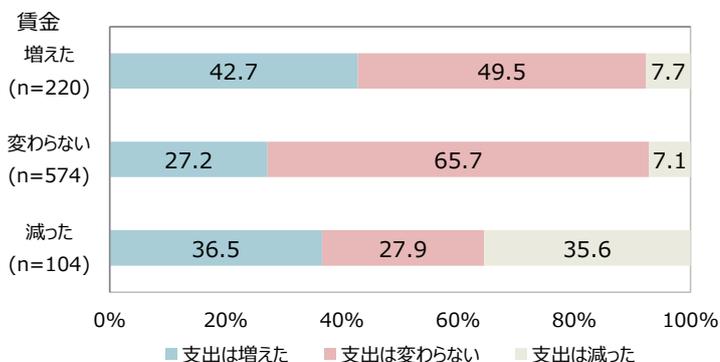
図表3

2022年度と比較した賃金の変化  
(n=898)



図表4

賃金の変化と支出の変化



＜調査の概要＞

- (1) 調査時期 2024年3月
- (2) 調査方法 インターネット調査
- (3) 調査対象者 栃木県、茨城県、群馬県、埼玉県の20歳以上の男女  
(20歳～69歳：有職者、70歳以上：有職者＋無職等)
- (4) 回答者数 1,000人
- (5) 回答状況 下記のとおり

		回答者数 (人)	構成比 (%)			回答者数 (人)	構成比 (%)
全体		1,000	100.0	業種	製造業	184	20.5
性別	男性	500	50.0		卸・小売業	81	9.0
	女性	500	50.0		建設・不動産業	44	4.9
年代	20-29歳	175	17.5		情報通信業	30	3.3
	30-39歳	183	18.3		運輸業	47	5.2
	40-49歳	194	19.4		医療・福祉	149	16.6
	50-59歳	186	18.6		飲食・サービス業	115	12.8
	60-69歳	183	18.3		金融・保険業	32	3.6
	70歳以上	79	7.9		その他	216	24.1
職業	会社員・会社役員	452	45.2				
	公務員・団体職員	89	8.9				
	個人事業主 (自営業・自由業・専門職)	54	5.4				
	派遣・契約社員	62	6.2				
	パート・アルバイト (学生を除く)	225	22.5				
	無職・その他	118	11.8				

(6) 注意点

図表中のnとは、回答者数のことである。

集計は、小数第2位を四捨五入しているため、数値の合計は100%にならない場合がある。

(7) 目次

1. 世帯の支出について

- (1) 半年前と比較した世帯支出の変化 P3
- (2) 半年前と比較して増えた支出・減った支出 P4

3. 冬季ボーナス等について

- (1) 冬季ボーナスの受給状況 (前年冬季ボーナス比) P8
- (2) ボーナスの使い道 P9
- (3) 賃金の変化 (2022年度対2023年度) P10

2. 物価について

- (1) 購入品の値上がりへの対応 P5
- (2) 特に値段が上がったと感じるもの P6
- (3) 物価の見通し P7

4. 新型コロナ5類移行後の消費行動について

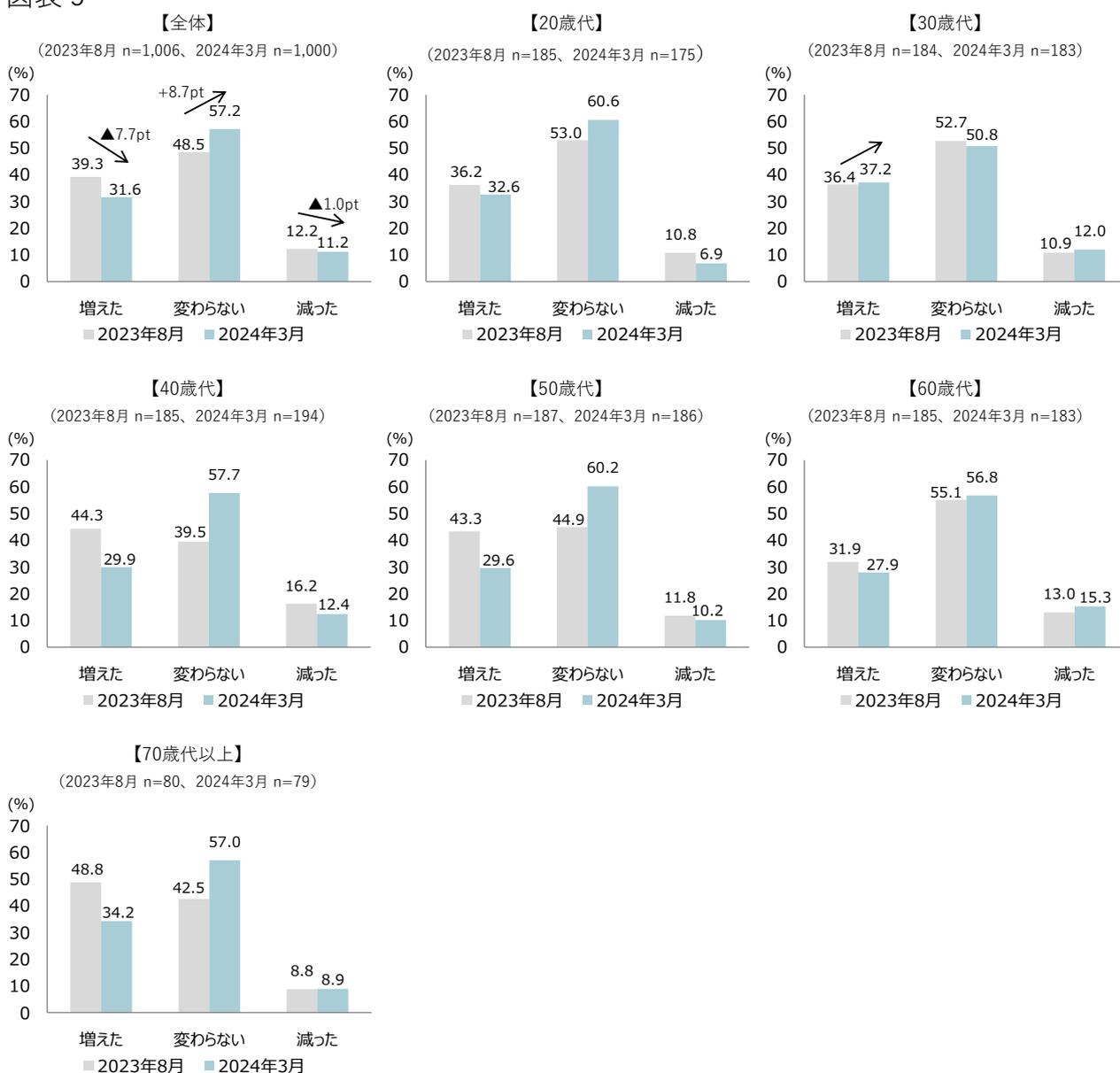
- (1) 外出機会の変化 P11
- (2) 新型コロナ5類移行後増えた外出機会 P12
- (3) 今年お金をかけたい消費行動 P13

# 1. 世帯の支出について

## (1) 半年前と比較した世帯支出の変化

- 「変わらない」が57.2%と最も多く、次いで「増えた」が31.6%、「減った」が11.2%であった（図表5）。
- 2023年8月（前回調査）と比較すると、「増えた」が7.7ポイント減、「変わらない」が8.7ポイント増、「減った」は1.0ポイントの微減となった。
- 前回調査と比べてみると、「増えた」と回答した割合が多くなっているのは「30歳代」のみとなっている。

図表5

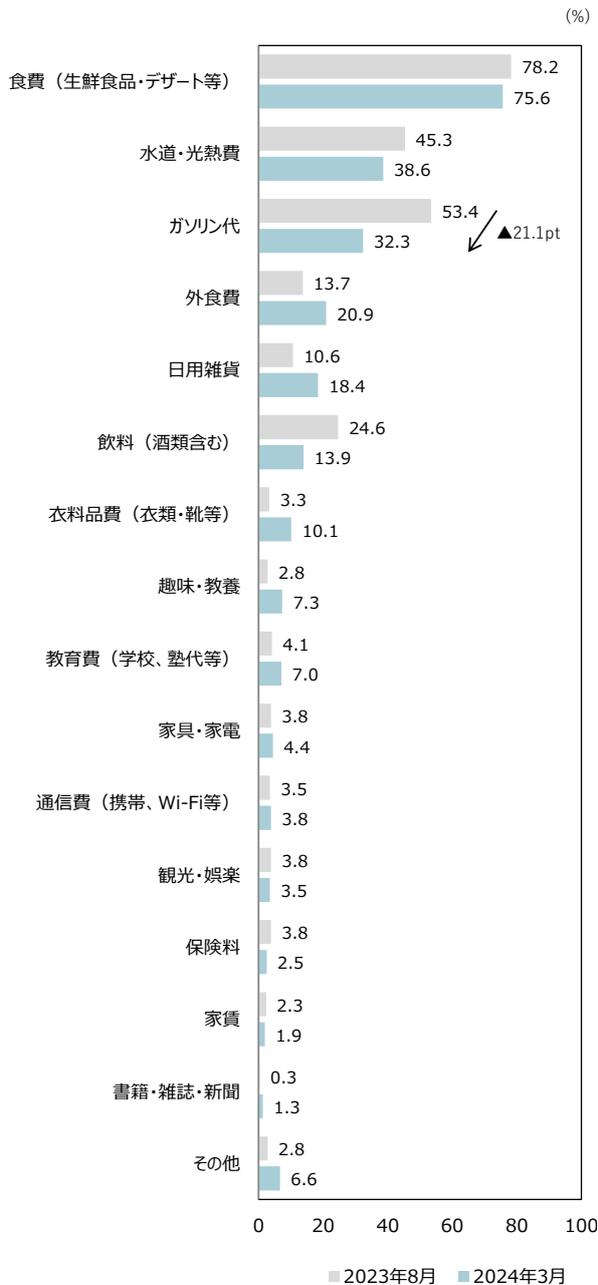


## (2) 半年前と比較して増えた支出・減った支出

- 増えた支出で最も多いのは「食費（生鮮食品・デザート等）」で75.6%、次いで「水道・光熱費」が38.6%「ガソリン代」が32.3%となった（図表6）。
- ただし、「ガソリン代」は前回調査から大きく減少（21.1ポイント）した。
- 一方、減った支出は、「外食費」が40.2%で最も多く、次いで「衣料品費（衣類・靴等）」が33.9%、「食費（生鮮食品・デザート等）」が27.7%となった（図表7）。

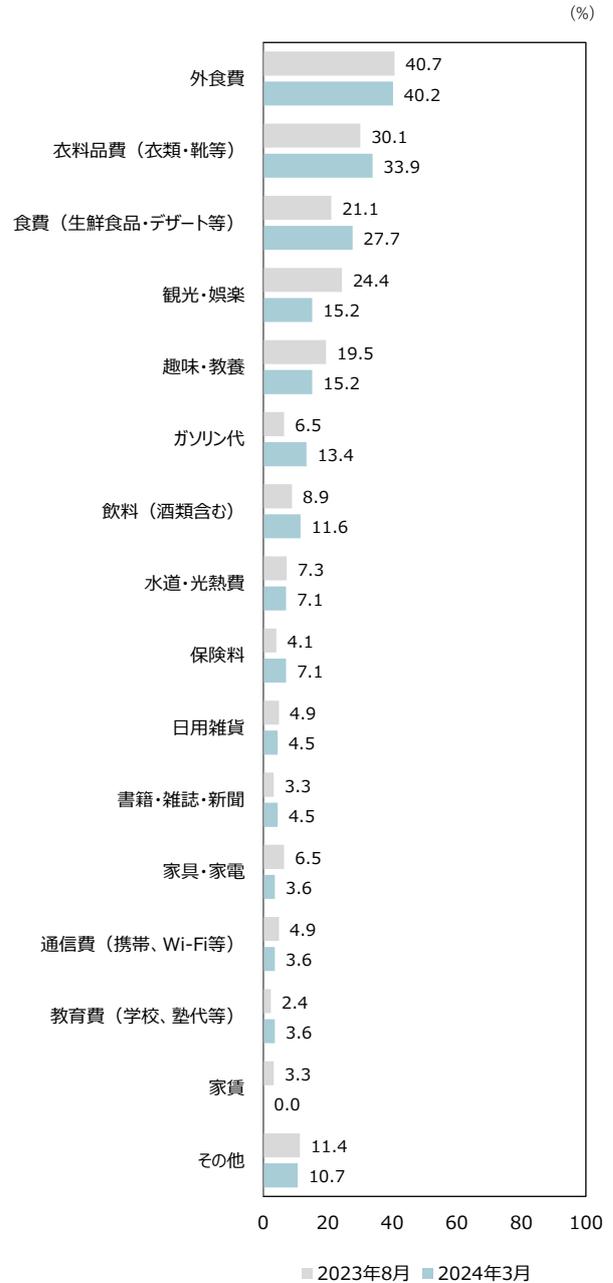
図表 6

半年前と比較して増えた支出  
 (複数回答、2023年8月 n=395、2024年3月 n=316)



図表 7

半年前と比較して減った支出  
 (複数回答、2023年8月 n = 123、2024年3月 n=112)

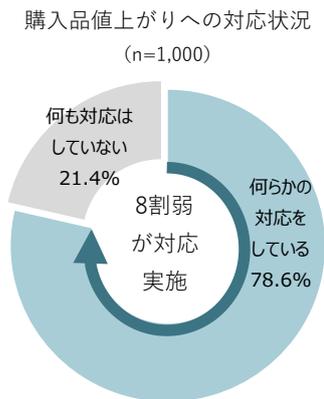


## 2. 物価について

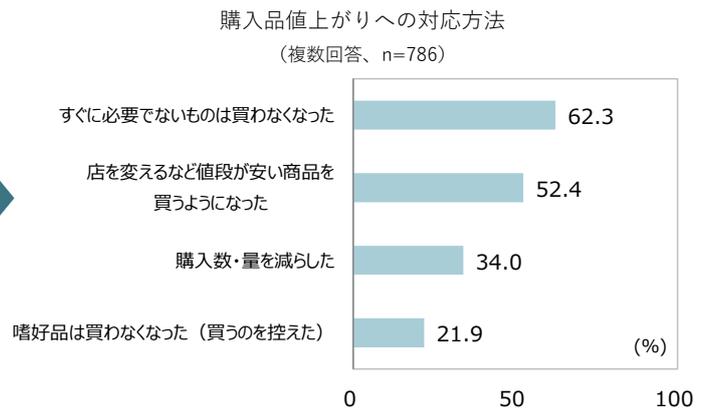
### (1) 購入品の値上がりへの対応

- 8割弱が「何らかの対応をしている」と回答、「何も対応はしていない」とした回答は2割程度となった（図表8）。
- 値上がりへの対応方法として、「すぐに必要でないものは買わなくなった」が62.3%と最も多く、次いで「店を変えるなど値段が安い商品を買うようになった」が52.4%、「購入数・量を減らした」が34.0%となった（図表9）。

図表 8



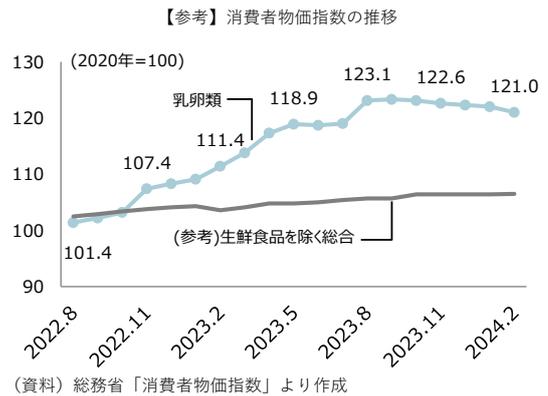
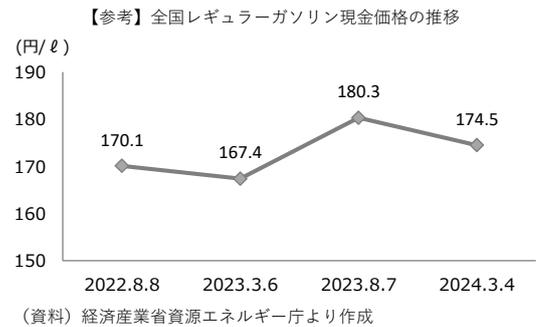
図表 9



## (2) 特に値段が上がったと感じるもの

- 「石油製品（ガソリン・灯油・軽油等）」が58.3%と最も多く、次いで「水道・ガス・光熱費」が54.2%、「米・パン・麺類」が50.5%であった（図表10）。
- 「石油製品（ガソリン・灯油・軽油等）」は前回調査と同様に最も値上がったと感じている割合が多いが、前回調査と比較すると20.6ポイント減少しており、値上がり感は落ち着いてきていると思われる。
- 減少幅が最も大きかったのは「卵・乳製品」であった。

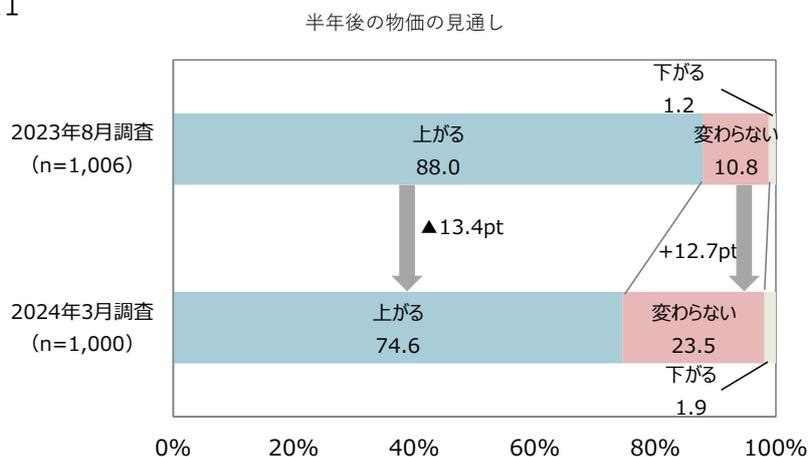
図表 10



### (3) 物価の見通し

- 半年後の物価について74.6%が「上がる」と回答した（図表11）。
- 一方、「下がる」と回答したのは1.9%に止まった。
- 前回調査と比較すると、「上がる」と回答した割合が13.4ポイント減少し、「変わらない」と回答した割合が12.7ポイント増加した。

図表 11



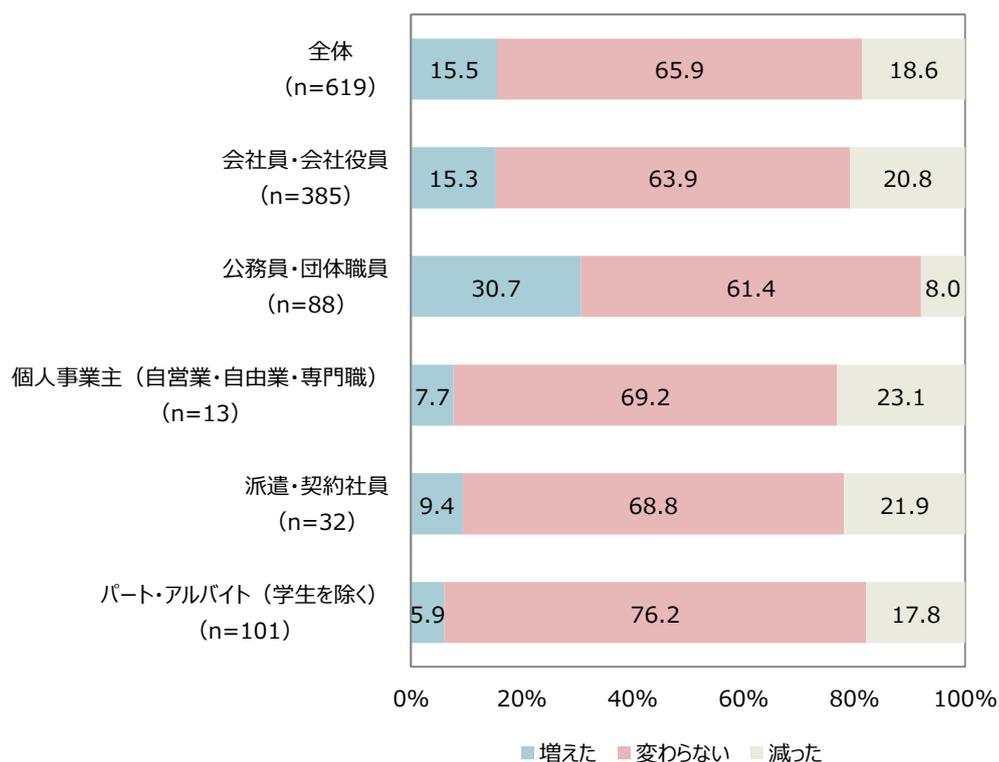
### 3. 冬季ボーナス等について〈有職者のみ回答〉

#### (1) 冬季ボーナスの受給状況（前年冬季ボーナス比）

- 全体では、「変わらない」が65.9%と最も多く、次いで「減った」が18.6%、「増えた」が15.5%となった（図表12）。
- 雇用形態別でみると、「増えた」との回答が最も多かったのは「公務員・団体職員」で30.7%となった。

図表 12

【雇用形態別】冬季ボーナス受給状況（前年冬季ボーナスとの比較）

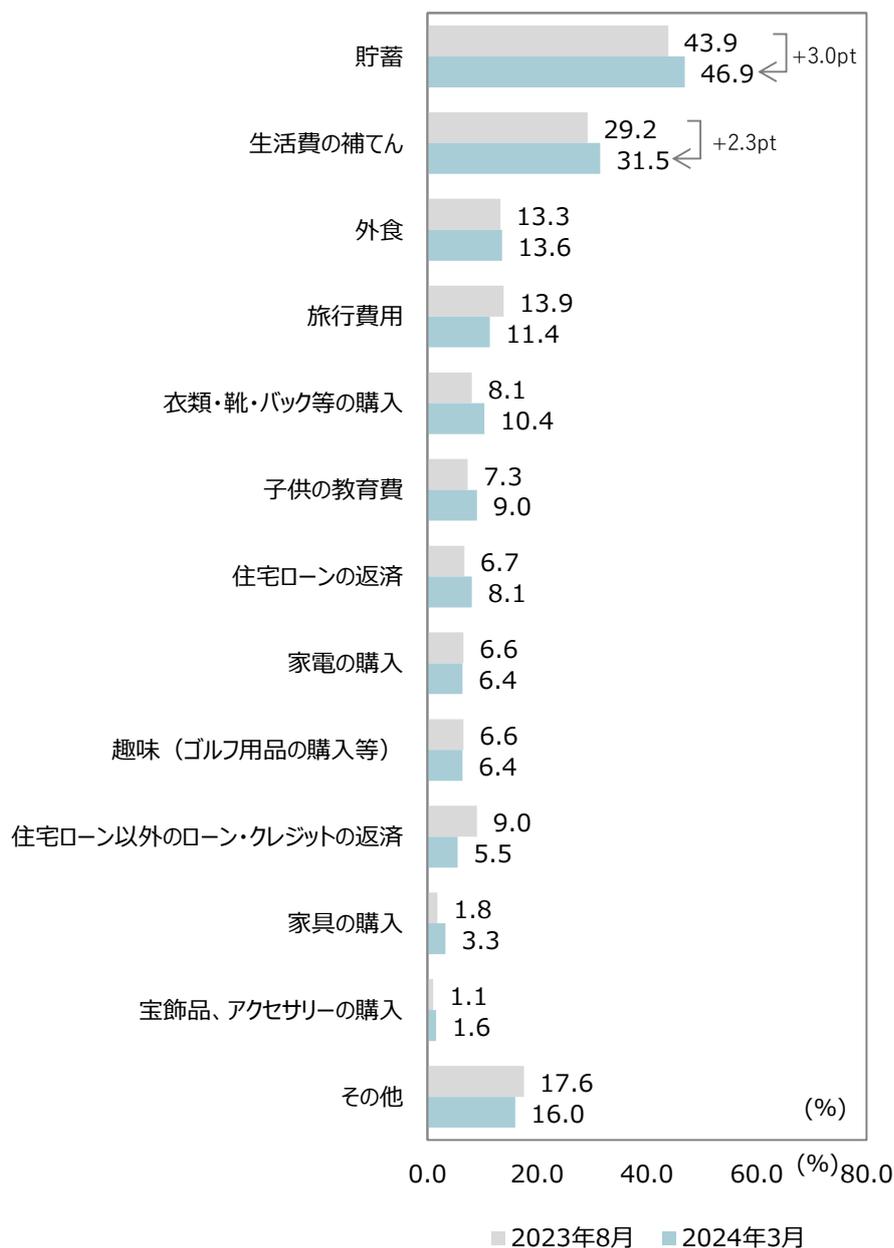


## (2) ボーナスの使い道

- 「貯蓄」が46.9%と最も多く、次いで「生活費の補てん」が31.5%、「外食」が13.6%となった（図表13）。
- 前回調査と比べると、「貯蓄」(+3.0ポイント)や「生活費の補てん」(+2.3ポイント)などが増えた。

図表13

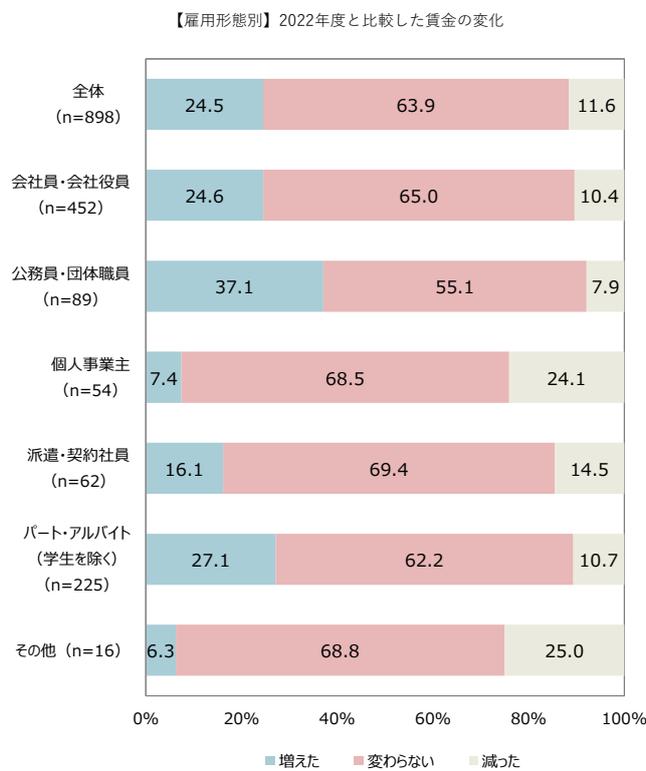
ボーナスの使い道  
(複数回答、2023年8月 n=654、2024年3月 n=642)



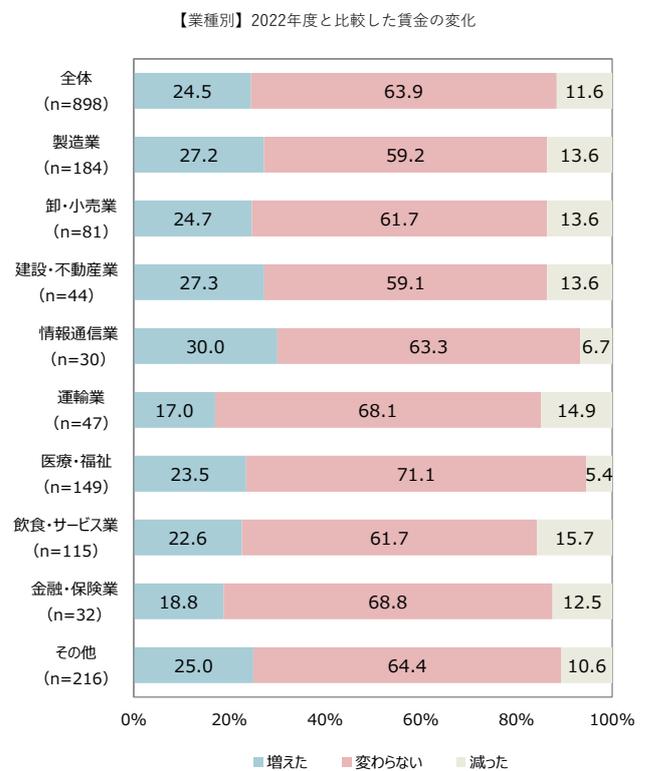
### (3) 賃金の変化 (2022年度対2023年度)

- ▶ 全体では、「変わらない」が63.9%で最も多く、次いで「増えた」が24.5%、「減った」が11.6%となった(図表14)。
- ▶ 雇用形態別でみると、「増えた」との回答が最も多かったのは「公務員・団体職員」で4割弱となった。一方、「減った」との回答が最も多かったのは、「その他」を除くと「個人事業主」(24.1%)であった。
- ▶ 業種別でみると、「増えた」との回答が最も多かったのは「情報通信業」で30.0%、次いで「建設・不動産業」が27.3%、「製造業」が27.2%であった(図表15)。
- ▶ 賃金が「減った」を選んだ回答者は、「増えた」「変わらない」を選んだ回答者より支出を減らしていることがうかがえる(図表16)。

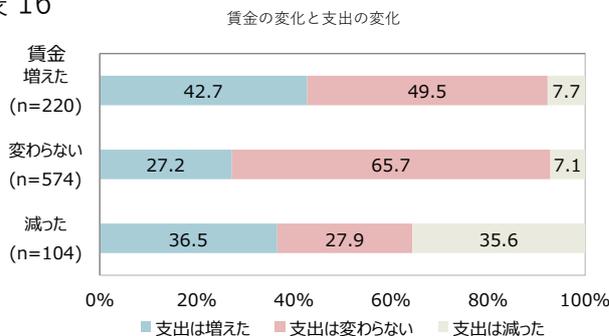
図表 14



図表 15



図表 16

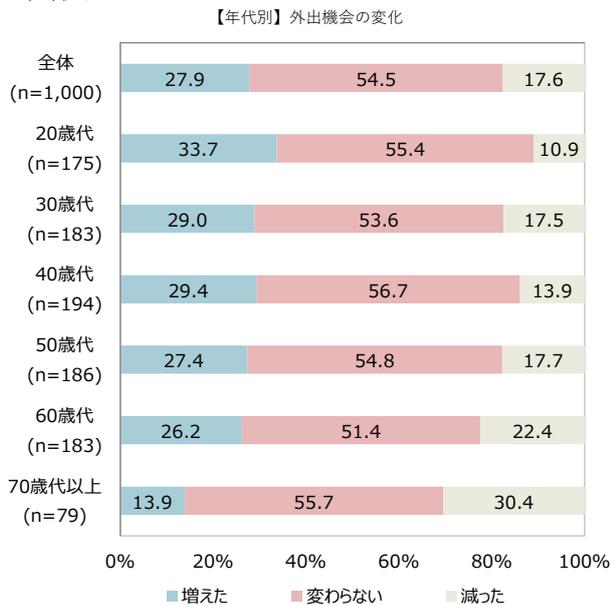


#### 4. 新型コロナ 5 類移行後の消費行動について

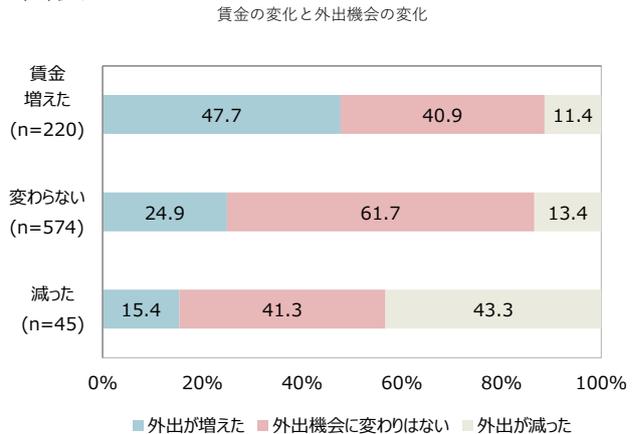
##### (1) 外出機会の変化

- 新型コロナ 5 類移行後も「変わらない」が 54.5% と最も多く、「増えた」とする回答は 3 割に満たなかった（図表 17）。
- 年代別でみると、「増えた」との回答が最も多い年代は「20 歳代」で 33.7%、次いで「40 歳代」が 29.4% であった。
- 賃金が「減った」を選んだ回答者は、「増えた」「変わらない」を選んだ回答者より外出を減らしていることがうかがえる（図表 18）。

図表 17



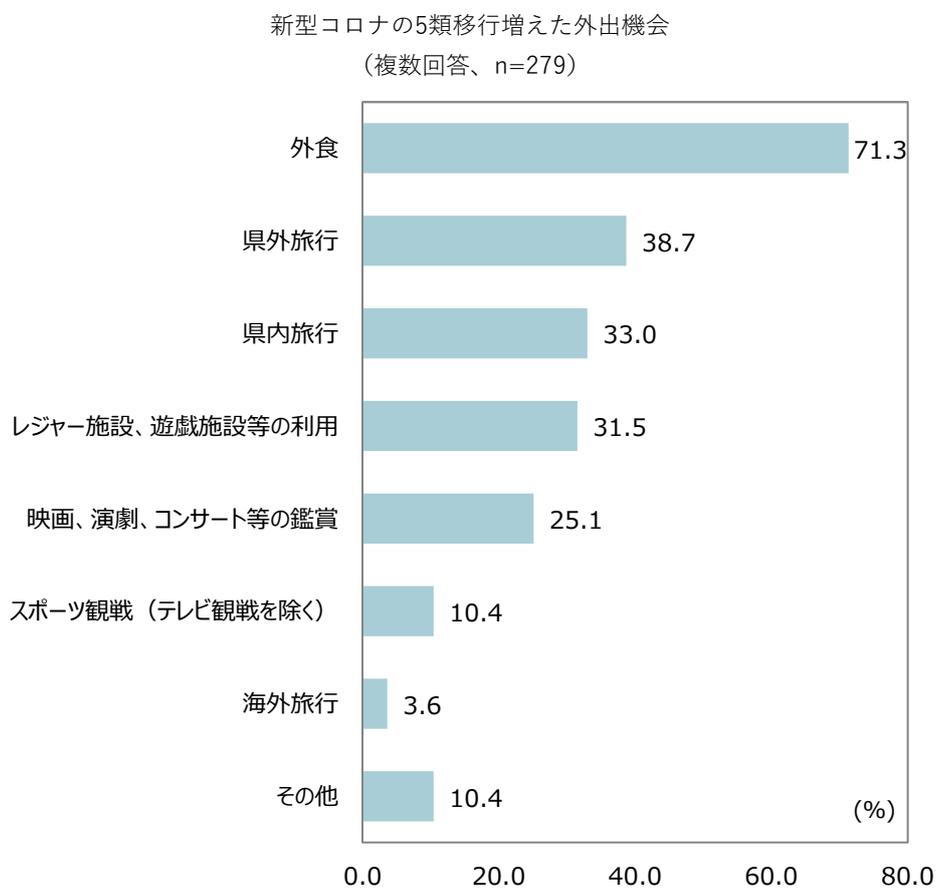
図表 18



## (2) 新型コロナ5類移行後増えた外出機会

- 約7割が「外食」が増えたと回答した。次いで「県外旅行」が38.7%、「県内旅行」が33.0%となった（図表19）。

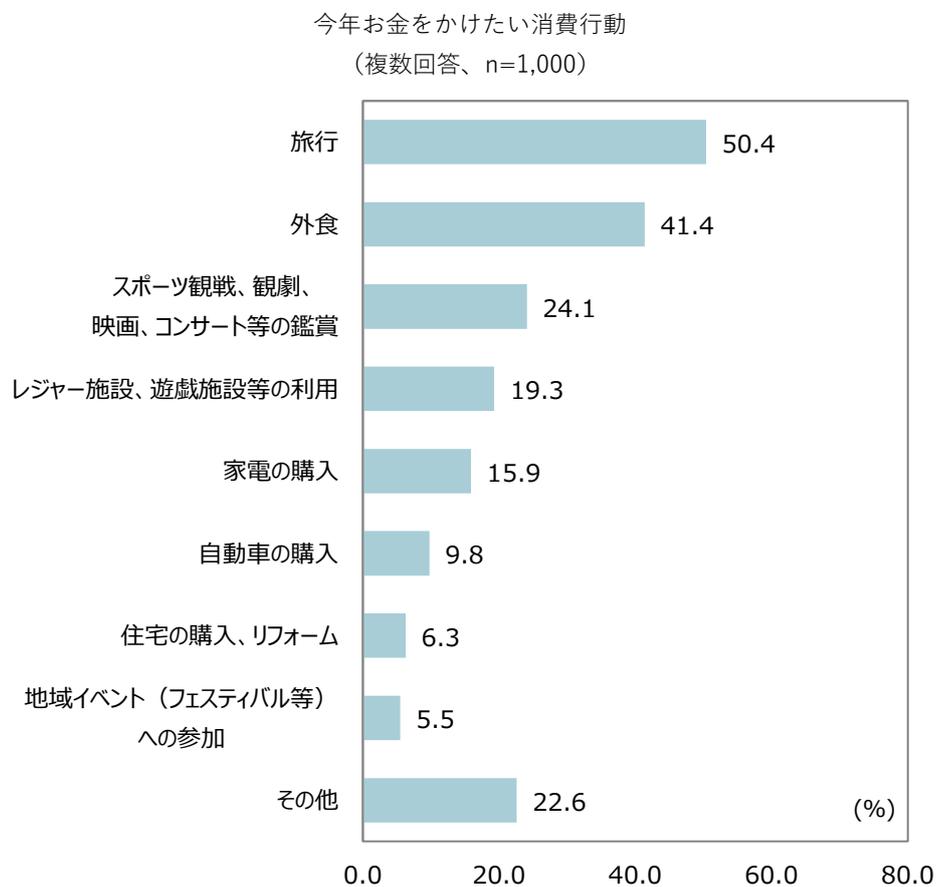
図表19



### (3) 今年お金をかけたい消費行動

- 約半数が「旅行」と回答した。次いで「外食」が41.4%、「スポーツ観戦、観劇、映画、コンサート等の鑑賞」が24.1%となった（図表20）。

図表 20



以上