

# 新潟県消費動向調査 2023年夏期

-賃上げにより、「収入」「ボーナス支給予想」とも上昇。ただし、物価上昇が続くなか「生活実感」は3期連続で悪化-

## はじめに

新潟県内の個人消費関連の経済指標等を見ると、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置づけが「5類」に移行され、旅行や外出を中心にサービス消費は持ち直している。外出傾向の高まりをうけて、百貨店やコンビニエンスストアで客数が回復しているほか、食品スーパーで行楽やイベント向けの商品の販売が好調であり、小売業販売額<sup>(※)</sup>は前年を上回る推移が続いている。ただし、販売額の増加は物価上昇の側面も大きく、販売店などからは消費者の買い控えを指摘する声も聞かれている。

こうしたなか、個人消費の実態と先行きの動向を把握するため、5月上旬に県内勤労者400人（有効回答400人）を対象に、収入や消費支出の状況、ボーナスの支給予想等についてインターネットによるアンケート調査を実施した。以下はその結果である。

注：調査方法、調査の対象者数などの変更により、調査結果に不連続が生じているため、過去調査との比較は参考値となる

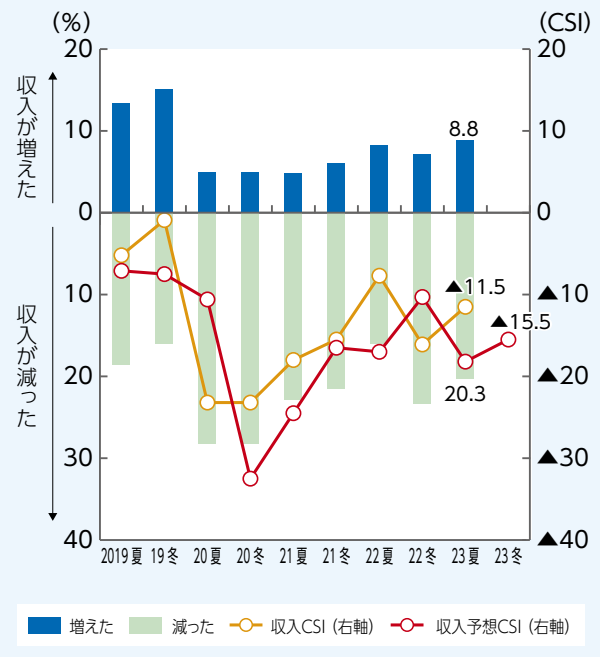
(※) 小売業販売額：経済産業省「商業動態統計」の百貨店・スーパー、家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアの全店販売額を合計したもの

## 01 収入の推移

### - 2期ぶりに上昇 -

半年前と比べて収入が「増えた」と回答した人の割合は8.8%、「減った」と回答した人の割合は20.3%となり、収入CSIは▲11.5となった(図表1)。収入CSIは2022年冬の調査(以下、前回調査)と

■ 図表1 収入CSIと収入予想CSIの推移



※CSI (Consumer Survey Index) とは

アンケートの回答結果を指数化したもので、ここでは「増えた・増えそう」と回答した人の割合から「減った・減りそう」と回答した人の割合を差し引いた数値のことをいう。CSIは、収入・消費支出が増加(改善)基調か減少(悪化)基調かといった「変化の方向」と、拡張・後退が速いか遅いかといった「変化のテンポ」を示すものである。

比べて4.6ポイント上回り、2期ぶりに上昇した。

なお、回答者からは勤務先の賃上げによって収入が増加したとの意見があげられた。「23年度にベースアップがあり、給与額が増えた」(50代女性)、「賃上げの風潮が広がっているためか、業績が悪化したにもかかわらず、勤務先が賃金の引き上げを決定してくれた」(50代男性)との意見があげられた。また、賃上げについては「ベースアップが実施されたのは役職者のみだった。一般社員は対象とならず、モチベーションがあがらない」(50代女性)、「給与は変

わらず、賃上げは一部の大企業のみ的事象だと思ってしまう」(60代男性)など、賃金上昇の動きはみられる一方、恩恵をうけられていないといった声も寄せられた。このほか「勤務先で受注が減少していることから、2月から残業できなくなった。秋頃まで続く見通しであり、月額での給与が減少している」(50代男性)、「勤務先の売上げが落ちているため、給与が減らされている」(50代女性)など、製造業に勤務している回答者を中心に、勤務先の業績不振により収入が「減った」との意見が寄せられた。

今後半年間についても同様に尋ねたところ、収入予想CSIは▲15.5となった。足元のCSIと比べて4.0ポイント下回り、先行きの収入は低下が見込まれている。

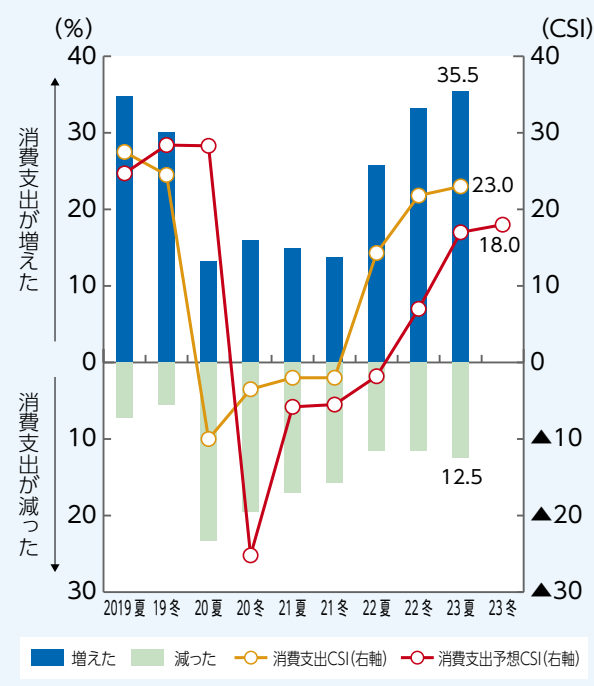
## 02 消費支出の推移

### — 新型コロナウイルス感染拡大前とほぼ同水準に回復 —

半年前と比べて消費支出が「増えた」と回答した人の割合は35.5%、「減った」と回答した人の割合は12.5%となり、消費支出CSIは23.0となった(図表2)。前回調査と比べて1.2ポイント上回り、新型コロナウイルス感染拡大前の19年冬の調査(24.4)とほぼ同水準に回復した。

回答者からは、「全国旅行支援を利用して、旅行に出かけた」(20代女性)、「外出が増えてきたので、服を買うようになった」(30代女性)、「勤務先で海外出張が許可されるようになり、家庭でも家族揃って国内旅行をするようになった」(60代男性)などの意見があげられ、新型コロナウイルスの影響が緩和し、プライベートのみならず、勤務先でも行動範囲が広がっていることがうかがえる。一方、物価上昇に伴う消費支出の増加に関する声も依然として多く、「スーパーに行く際、今まで買っていた量の買い物が以前と比べて高くなっているため、より慎重に買い物をするようになった」(20代女性)、「すべて、と言えるほどあらゆるモノの価格が上がっているの

■ 図表2 消費支出CSIと消費支出予想CSIの推移



で、何をするにもお金が多くかかってしまう」(30代男性)といった意見があった。

今後半年間の消費支出についても同様に尋ねたところ、消費支出予想CSIは18.0と、足元のCSIと比べて5.0ポイント低下した。「買い物、省エネ対策をしても生活費が増えているので、今後さらなる節約対策が必要と考えている」(60代女性)など、より節約志向を高める行動が予想される。また、「自分の生活は変わっていないものの、値上げの情報ばかり見聞きしているので、買い物に対する興味自体がなくなってきている」(40代男性)との声のように、物価上昇に関する話題が繰り返されることにより、消費意欲が減退することも懸念される。

## 03 生活実感の推移

### — 3期連続で悪化。物価上昇による生活実感の悪化をあげる声が多数 —

半年前と比べて生活実感が「良くなった」と回答

した人の割合は5.5%、「悪くなった」と回答した人の割合は41.5%と、生活実感CSIは▲36.0となり、前回調査と比べて2.0ポイント下回った（図表3）。3期連続で悪化し、全国で緊急事態宣言が発出されていた時期に実施した20年夏の調査（▲35.7）の水準を下回った。

生活実感が「悪くなった」とした回答者の多くは物価上昇に伴う影響をあげている。「教育費や食費などの支出が増えてしまっているので、自分が欲しいものを我慢するようになった」（30代女性）、「物価が上昇しているため、子どもへの仕送りも増額しなければならなくなり、家計が厳しい」（50代男性）、「電気料金が大幅に上がった分、家族で外食したり遊びに出かけたりするお金が減っている」（30代男性）など、物価上昇によって生活や心理状況に余裕がなくなっているとの意見が寄せられた。一方、「収入が少し増えたので、欲しいモノを買っている」（20代女性）、「新型コロナウイルスの影響で外出を控える生活が習慣化され、家で過ごす方が充実している」（50代女性）といった意見も寄せられた。

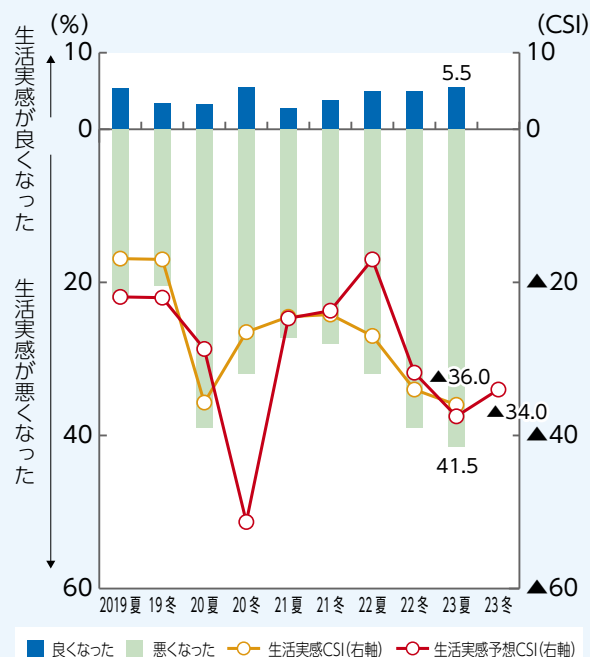
今後半年間の生活実感についても同様に尋ねたところ、生活実感予想CSIは▲34.0となった。足元のCSIと比べて2.0ポイント上昇しており、先行きの生活実感はやや改善が見込まれている。

## 04 今後半年間における消費支出項目

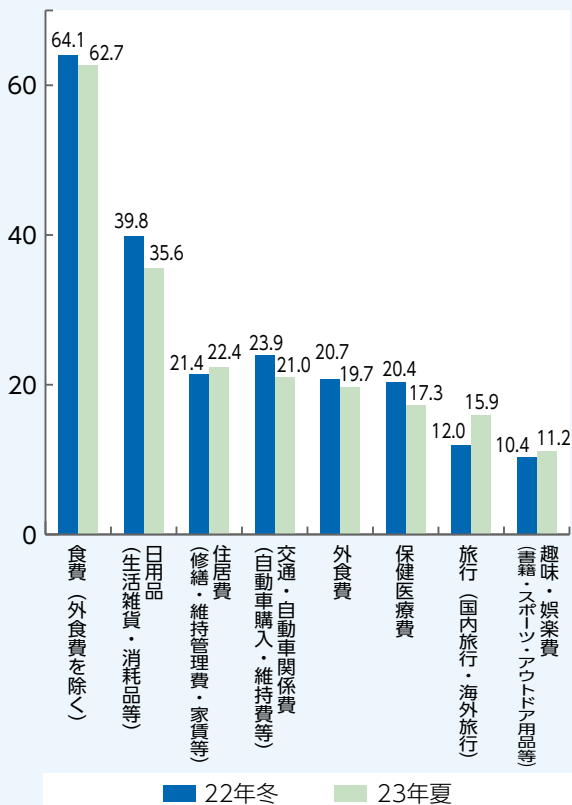
－「食費（外食費を除く）」がトップ。「旅行（国内旅行・海外旅行）」などが上昇－

今後半年間の消費支出について「増えそう」な項目を尋ねたところ（複数回答）、「食費（外食費を除く）」の割合が62.7%と最も高くなった（図表4）。以下「日用品（生活雑貨・消耗品等）」「住居費（修繕・維持管理費・家賃等）」「交通・自動車関係費（自動車購入・維持費等）」などの順となった。前回調査と比べると、「旅行（国内旅行・海外旅行）」など

■ 図表3 生活実感CSIと生活実感予想CSIの推移



■ 図表4 消費支出が増えそうな項目（複数回答、上位項目のみ） (%)



（注）「特になし」の回答者（n=105）を除く

で上昇した一方、「日用品（生活雑貨・消耗品等）」「保健医療費」などで低下した。

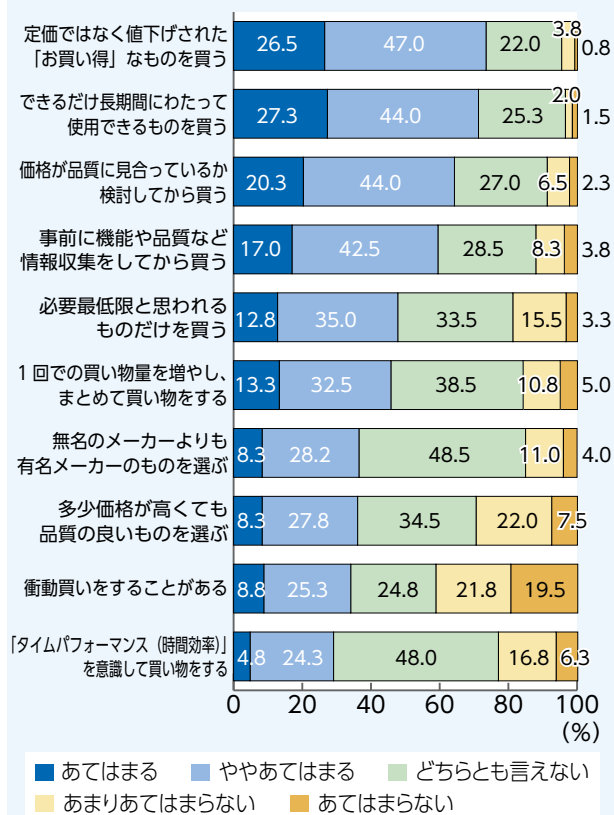
## 05 商品やサービスの購入・支出時の行動

－「事前に機能や品質など情報収集をしてから買う」「できるだけ長期間にわたって使用できるものを買う」が上昇－

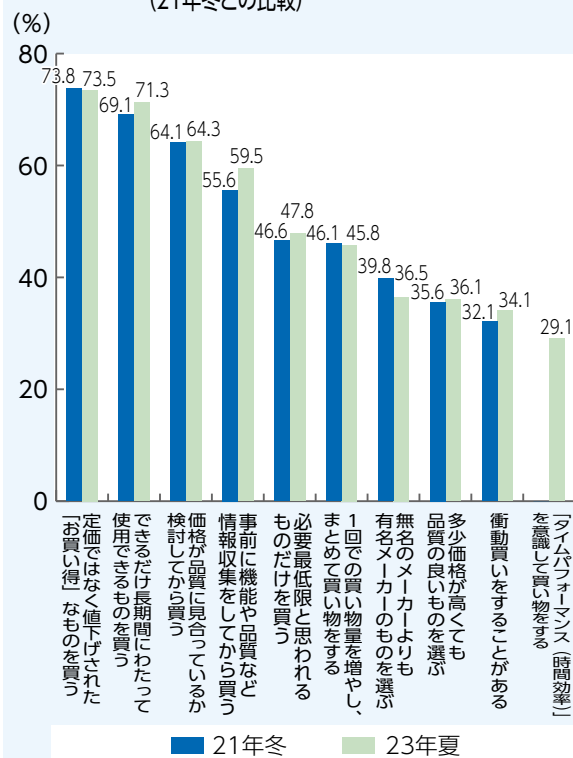
最近の消費意識や行動の特徴を探るために商品やサービスの購入・支出時にどのような点を重視しているかを尋ねたところ、「あてはまる」「ややあてはまる」を合わせた『肯定派』の割合は「定価ではなく値下げされた『お買い得』なものを買う」(73.5%)、「できるだけ長期間にわたって使用できるものを買う」(71.3%)で7割を超え、特に高くなった(図表5)。以下「価格が品質に見合っているか検討してから買う」(64.3%)、「事前に機能や品質など情報収集をしてから買う」(59.5%)などの順となった。

当社では21年冬に同様の調査を実施している(図表6)。選択肢の違いなどがあり、単純に比較はできないものの、『肯定派』の割合は「事前に機能や品質など情報収集をしてから買う」「できるだけ長期間にわたって使用できるものを買う」などで上昇した。回答者からは「家電を買い替える際は、電気料金をどの程度抑えられるかをよく調べて、省エネ家電を購入することにしている」(40代男性)、「各社のキャッシュレス決済のキャンペーンをチェックし、お得に買い物できるようにしている」(40代男性)、「食料品が値上がりしているの、事前にメニューを考えてから買い物に行くようになった」(60代女性)など、物価上昇が長引くなか、価格を重視する傾向が続いていることに加え、買う手段を工夫するなど、買い物に対して慎重な姿勢がうかがえる。

■ 図表5 商品やサービスの購入・支出時の行動



■ 図表6 商品やサービスの購入・支出時の行動『肯定派』の割合(21年冬の比較)



(注) 「「タイムパフォーマンス(時間効率)」を意識して買い物をする」は今回調査から選択肢に追加



# 06 ボーナス支給予想・使途

## 〈ボーナス支給予想〉

### － 3年連続で上昇－

今夏のボーナスが去年の夏と比べて「増えそう」と回答した人の割合は8.5%、「減りそう」と回答した人の割合は24.5%となり、ボーナス支給予想CSIは▲16.0となった（図表7）。22年夏の調査を4.5ポイント上回り、3年連続で上昇した。

## 〈ボーナスの使途〉

### － 「預貯金等」が54.4%でトップ－

今夏に「ボーナス支給がある」と回答した329人に、ボーナスの使途について尋ねたところ（複数回答）、「預貯金等」の割合が54.4%と最も高くなった。以下「生活費の補填」「買い物」などの順となった。22年夏の調査と比べると、「買い物」「旅行・レジャー」「生活費の補填」などで上昇した。

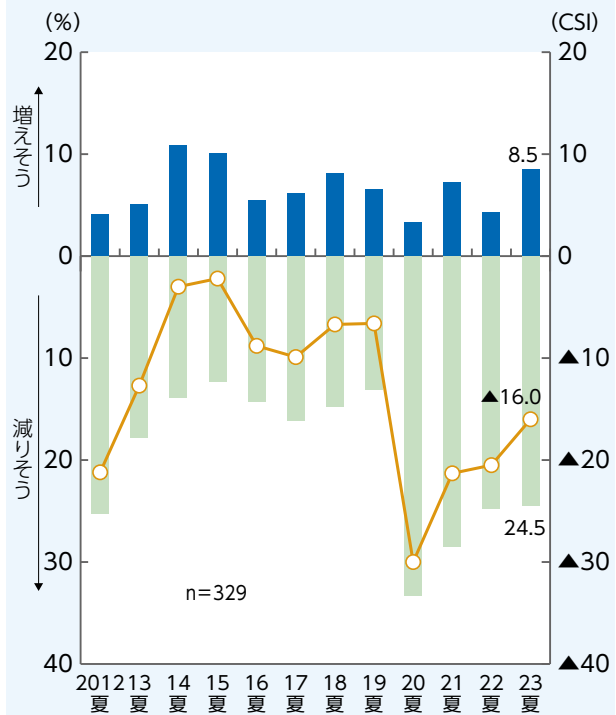
## まとめ

今回の調査では、「収入」「ボーナス支給予想」ともに上昇し、県内でも賃上げの動きが出てきていることが示された。

しかし、「生活実感」は3期連続で悪化し、消費意識や行動では買い物に慎重な姿勢がみられるなど、足元の収入上昇は前向きな消費行動に繋がっていないことがうかがえる。背景には、先行きの「収入予想」が低下する一方、物価上昇は続くと予想されており、「買い物、省エネ対策をしても生活費が増えているので、今後さらなる節約対策が必要と考えている」との声にあるように、今後も家計が厳しくなるとの不安感があるとみられる。「収入の上昇による消費の拡大」という好循環の実現のためには、賃上げの動きが広がり、かつ持続的に実施されるかが鍵となると思われる。

（2023年6月 近）

■ 図表7 ボーナス支給予想CSIの推移



■ 増えそう ■ 減りそう ○ ボーナス支給予想CSI(右軸)

### 〔調査の要領〕

1. 調査時期  
2023年5月上旬
2. 調査方法  
インターネットによるアンケート調査
3. 調査の対象者  
インターネット調査会社の登録モニターのうち県内の勤労者400人

		人数	構成比 (%)
合計 (内訳)		400	100.0
性別	男性	201	50.3
	女性	199	49.8
年代	20代	64	16.0
	30代	77	19.3
	40代	91	22.8
	50代	91	22.8
	60代	77	19.3
婚姻	未婚	188	47.0
	既婚	212	53.0

(注) 図表の数値は四捨五入をしているため、回答割合の合計が100.0%とならない場合がある