

はじめに

新潟県内の個人消費は持ち直している。小売業販売額^(注)は前年を上回る推移が続いている。内訳をみると、食品スーパーでは商品単価の上昇に加え、外出機会の増加に伴い客数が回復傾向にあり、売上高が増加している。一方、節約志向の高まりや巣ごもり需要の反動などから、ホームセンターと家電大型専門店では弱めの動きとなっている。

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、10月上旬に県内勤労者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) 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

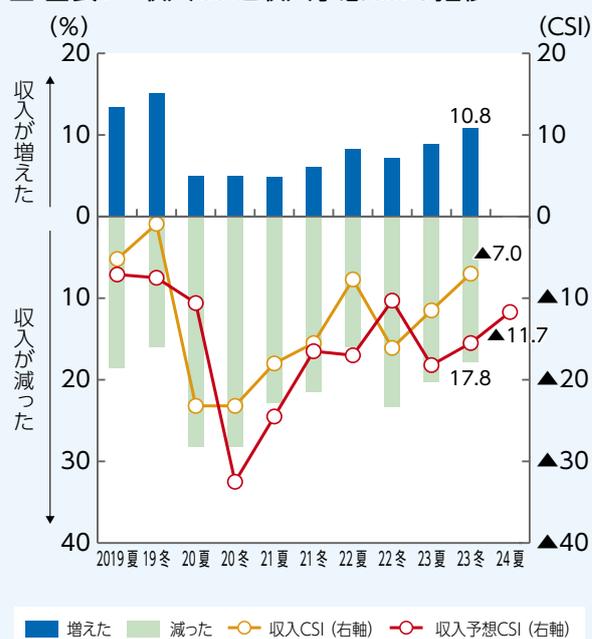
01 収入の推移

－ 2期連続で上昇－

半年前と比べて収入が「増えた」と回答した人の割合は10.8%、「減った」と回答した人の割合は17.8%となり、収入CSIは▲7.0となった(図表1)。2023年夏の調査と比べて4.5ポイント上回り、2期連続で上昇した。収入CSIは新型コロナウイルスの影響で大きく低下した20年夏の調査以降、最も高い水準となった。

なお、収入が「増えた」とした回答者からは「勤

■ 図表1 収入CSIと収入予想CSIの推移



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

※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。

務先がベースアップを実施した」(30代男性)、「4月に定期昇給があり、全従業員の給与はかなり増額した」(50代女性)といった勤務先の賃金改定による収入増加をあげる声が聞かれた。また、「新型コロナウイルスの影響が落ち着き、勤務先の売り上げが伸びてきた。そのため、残業時間が増えて収入がアップした」(60代男性)、「5類に引き下げられてから、勤務日数が新型コロナウイルス感染拡大前に戻ったので給与が増えた」(30代女性)といった声にあるように、

勤務先の業績や勤務状況が感染拡大前に回復したとの明るい兆しもうかがえた。

それに対して収入が「減った」とした回答者からは、「勤務先の業況が悪くなり、3カ月間休業となったため、収入は減った」(50代女性)など、勤務先の業績悪化を要因としてあげる意見もみられた。

今後半年間についても同様に尋ねたところ、収入CSIは▲11.7となった。足元のCSIと比べて4.7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 —

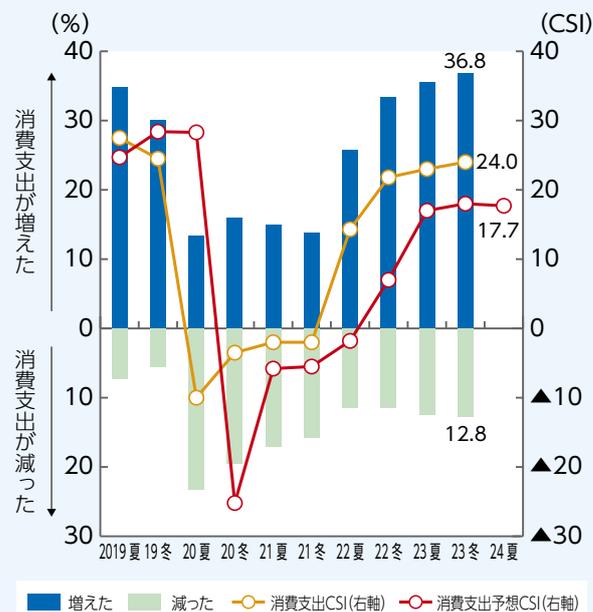
半年前と比べて消費支出が「増えた」と回答した人の割合は36.8%、「減った」と回答した人の割合は12.8%となり、消費支出CSIは24.0となった(図表2)。前回調査と比べて1.0ポイント上回り、新型コロナウイルス感染拡大前の19年冬の調査(24.4)とほぼ同水準に回復した。

回答者からは、「友人との飲食や宴会が増えて、支出が多くなった」(30代男性)、「これまで感染対策や自宅時間に重きをおいて支出していたが、外出するようになり、関連した商品などに振り向けるようになった」(30代女性)などの意見があげられた。

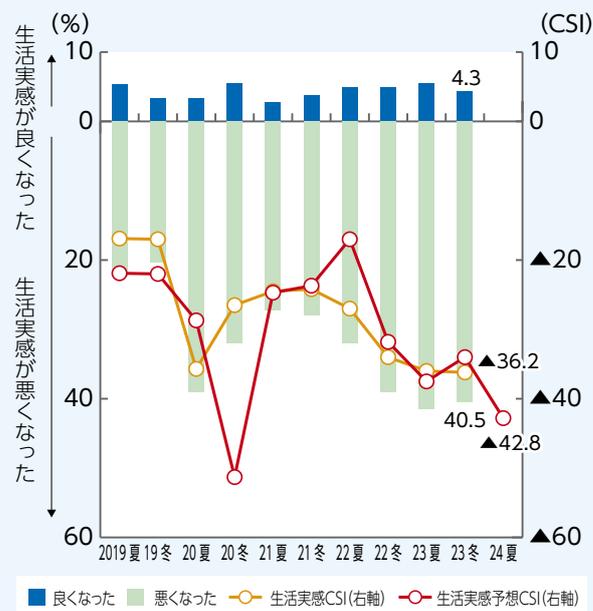
一方、「光熱費が値上がりしているうえに、猛暑でエアコンがフル稼働となり、電気料金が大きく増加した」(50代女性)、「食料品の高騰が著しいので、食事にかかる支出を見極めることが増えた」(20代男性)といった、物価上昇で生活に欠かせない商品やサービスの支出増加に苦慮しているとの声が寄せられた。

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17.7と、足元のCSIと比べて6.3ポイント低下する見込みとなっている。

■ 図表2 消費支出CSIと消費支出予想CSIの推移



■ 図表3 生活実感CSIと生活実感予想CSIの推移



03 生活実感の推移

— 物価上昇による生活実感の低迷が続く —

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4.3%、「悪くなった」と回答した人の割合は40.5%と、生活実感CSIは▲36.2となり、前回調査と比べてわずかに0.2ポイント下回った(図

表3)。消費者物価指数が大幅に上昇し始めた時期に実施した22年夏の調査から4期連続で悪化し、物価上昇による生活実感の低迷が続いている。

回答者からは、家計や生活の状況について「厳しい」「苦しい」といった言葉が多くあげられた。「生活費が高くなり、自炊するなど節約に努めた。生活費は抑えられたが、我慢が多く、生活の質が落ちた」(30代女性)、「食費の増加から、娯楽に回すお金がなく、ストレスが発散できない」(60代女性)など物価上昇に伴う鬱憤や閉塞感により、生活実感が「悪くなった」ことがうかがえる。さらに、「収入は変わらないのに生活必需品が値上がりしているの、生活水準を維持できない」(60代男性)、「給与が減ったので、できる限り節約をしている。外出は一切できず、毎食おかずは一品だけにしている」(30代女性)のように、生活に欠かせない商品やサービスの値上がりが続いていることから、これまでの暮らし向きを持続していくことが難しくなっているといった意見もあった。

一方、「収入が増え余裕ができたこともあり、今年はずでに3回旅行に出かけた」(50代男性)、「友人との食事が実現した」(60代女性)など、行動制限の撤廃から旅行や友人との会食を楽しむ声も寄せられた。

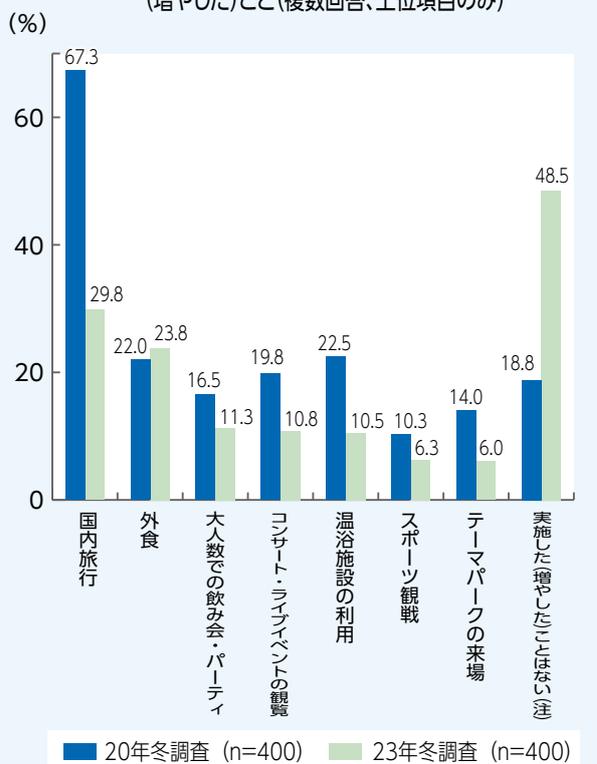
今後半年間の生活実感についても同様に尋ねたところ、生活実感予想CSIは▲42.8となった。足元のCSIと比べて6.6ポイント低下しており、先行きの生活実感は一段の悪化が見込まれている。

04 新型コロナウイルスの5類移行後、実施した(増やした)こと

—「実施した(増やした)ことはない」が48.5%—

新型コロナウイルスが5類感染症に移行してから、実施した(増やした)ことを尋ねたところ(複数回答)、「国内旅行」(29.8%)と「外食」(23.8%)の割合が特に高くなった(図表4)。以下「大人数での飲

■ 図表4 新型コロナウイルスが5類感染症に移行してから、実施した(増やした)こと(複数回答、上位項目のみ)



注：20年冬調査では「実施したい(増やしたい)ことはない」との選択肢となっている

み会・パーティ」(11.3%)、「コンサート・ライブイベントの観覧」(10.8%)、「温浴施設の利用」(10.5%)などの順となった。一方、「実施した(増やした)ことはない」は48.5%となった。

なお、当社が20年9月に実施した「新型コロナウイルスが生活に与える影響に関するアンケート調査」(以下「20年冬調査」)において、「新型コロナウイルスの影響が収束した後、実施したい(増やしたい)こと」を尋ねている。今回調査はほぼすべての項目で20年冬調査を下回っている一方、「実施した(増やした)ことはない」が29.7ポイント上回るなど、外出型の消費を実行に移していないことがうかがえる。背景には、「節約しなければとの意識から、飲み会に行く回数も減らさざるをえない」(30代男性)、「せっかく旅行ができるような情勢になったが、値上がりが続くので旅行するかも迷ってしまう」(40代男性)などの声にあるように、外出意向は高いものの、物

価動向への警戒感から実行に移せないことがうかがえる。

05 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－

今冬のボーナスが前年の冬と比べて「増えそう」と回答した人の割合は7.8%、「減りそう」と回答した人の割合は18.8%と、ボーナス支給予想CSIは▲11.0となった（図表5）。3年連続で上昇し、22年冬の調査を8.5ポイント上回った。上昇幅は過去10年間で最も大きく、新型コロナウイルス感染拡大前の19年冬の調査の水準（▲9.0）近くまで回復した。

〈ボーナスの使途〉

－「生活費の補填」「クレジット・借入金返済」が上昇－

今冬に「ボーナス支給がある」と回答した305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54.1%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。

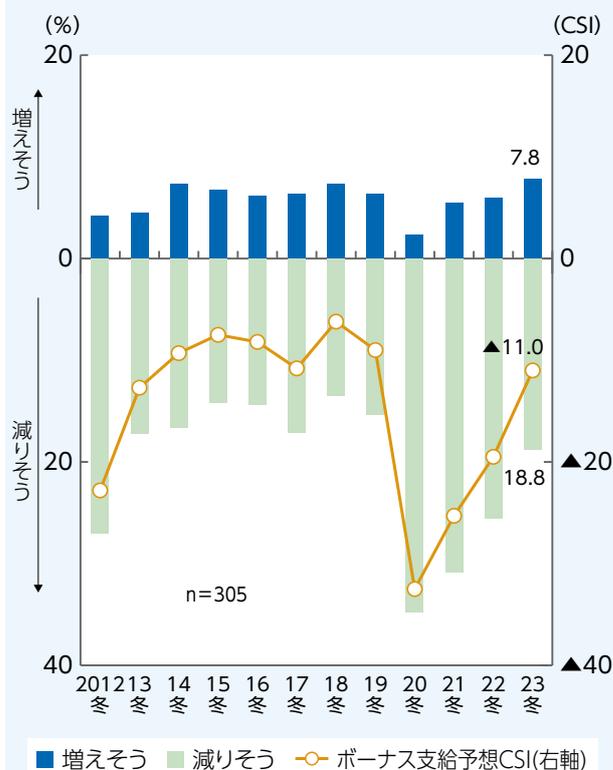
22年冬の調査と比べると、「買い物」が低下した一方、「生活費の補填」「クレジット・借入金返済」が上昇した。

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、特に「ボーナス支給予想」は上昇幅も大きくなった。

それに対して「生活実感」は低迷が続いており、物価上昇による家計の厳しさをあげる声が多くみられた。一方、政府が11月に発表した経済対策では、物価上昇対策や持続的な賃上げの実現に向けた支援などが盛り込まれたことから、政策効果の速やかな発現が期待される。（2023年11月 近）

■ 図表5 ボーナス支給予想CSIの推移



【調査の要領】

1. 調査時期
2023年10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 | 200 | 50.0 |
| | 既婚 | 200 | 50.0 |

(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