

2023年1月19日

報道関係各位

株式会社 OKB総研

第25回「主婦の消費行動に関するアンケート」結果

OKBグループのシンクタンク株式会社 OKB総研(大垣市郭町2-25 社長 青木義実)は、
標題のアンケートの結果を取りまとめましたのでご紹介します。

《要約》

1. 主婦の景況感は再び悪化

- ・「悪くなった」が+16.6ポイントと前回調査(2021年11月)から大きく上昇した。
- ・景況D.I. (「良くなった」の回答率-「悪くなった」の回答率)は▲57.7と、前回の▲39.5から18.2ポイント低下した。

2. ほぼすべての主婦が物価上昇を実感

- ・「高くなった」が+19.2ポイントと大きく上昇した。
- ・物価D.I. (「高くなった」の回答率-「安くなった」の回答率)は98.6と過去最高となった。

3. 家計支出は大幅に増加するも家計収入は変わらず

- ・家計支出は82.0%が「増えた」と回答した一方、家計収入は「変わらない」が65.5%を占めた。

4. 支出が最も増えたのは「光熱・水道費」 次いで「交通費(ガソリン代を含む)」、「食費」

5. 主婦の7割が現在の生活に「ゆとりがない」

6. 主婦の3割は「通信販売」の利用回数が「増えた」

【調査概要】

1. 調査期間：2022年11月14日～11月18日(年1回)
2. 調査方法：OKB大垣共立銀行本支店(東京・大阪を除く)に来訪した主婦^(注)805名にアンケート用紙を配布・回収(無記名方式)
3. 有効回答者数：778名(有効回答率 96.6%)
4. 回答者属性：

年代	20歳代	6.7%	住所	岐阜県	53.0%	就業形態	専業主婦	7.5%
	30歳代	20.5%		愛知県	42.2%		正社員・公務員	46.8%
	40歳代	24.8%		三重県	2.3%		パートタイマー	42.8%
	50歳代	29.7%		滋賀県	2.1%		内職・その他	2.9%
	60歳以上	18.3%		その他	0.4%			

5. 集計結果表記：数値は四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある。

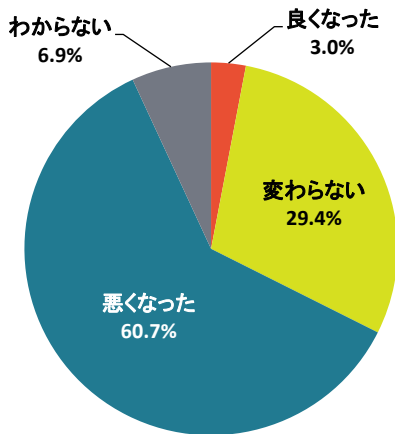
(注) 本調査における「主婦」とは、既婚の女性で子どもの有無や就業形態は問わない。

※調査結果詳細については次頁以降をご参照下さい。

資料配布場所：名古屋証券取引所・金融記者クラブ、大垣市政経済記者クラブ
【本件に関する問合せ先：OKB総研 調査部 梅木 TEL 0584-74-2615 FAX 0584-74-2688】

1. 主婦の景況感

図表1 主婦の景況感(全体)



「現在（2022年）の景気は、1年前と比べてどうなったと感じていますか」と尋ねたところ、「良くなった」が全体の3.0%、「変わらない」が29.4%、「悪くなった」が60.7%となった（図表1）。「悪くなった」が+16.6ポイントと前回調査（2021年11月）から大きく上昇。全ての属性において「悪くなった」の回答率が前回から上昇した（図表2）。景気が「悪くなった」と回答した理由としては、物価高や新型コロナの影響、給料が上がらないこと等が挙げられた。

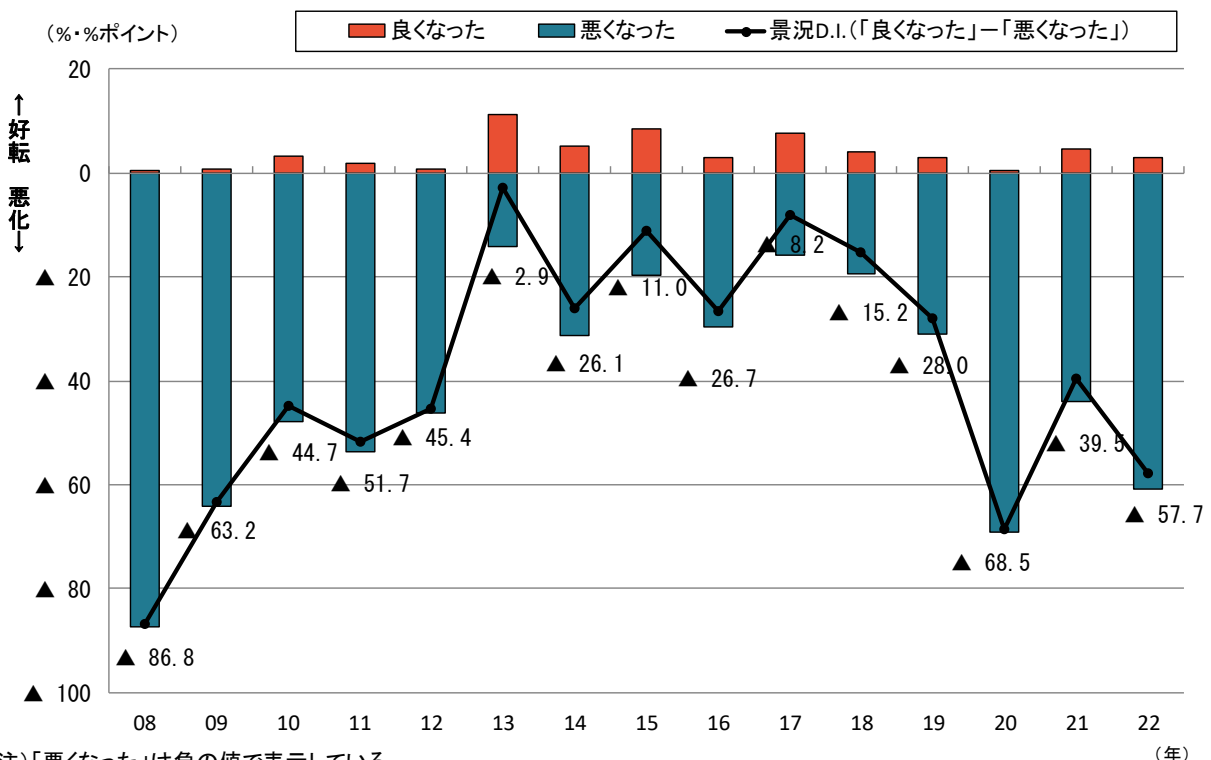
景況D.I.（「良くなった」の回答率－「悪くなった」の回答率）は▲57.7と、前回から18.2ポイント低下した（図表3）。

図表2 主婦の景況感(属性別)

	(%・%ポイント)			
	良くなった	変わらない	悪くなった	わからない
全体	3.0 (▲1.6)	29.4 (▲16.5)	60.7 (16.6)	6.9 (1.5)
20歳代	1.9 (▲10.1)	25.0 (▲7.0)	59.6 (17.6)	13.5 (▲0.5)
30歳代	3.2 (▲2.6)	35.7 (▲24.9)	54.8 (29.0)	6.4 (▲1.3)
40歳代	3.1 (▲0.5)	34.0 (▲13.4)	56.5 (12.2)	6.3 (1.7)
50歳代	3.1 (▲1.0)	24.9 (▲22.6)	65.9 (21.2)	6.1 (2.4)
60歳以上	2.9 (▲0.1)	24.6 (▲7.9)	65.2 (4.4)	7.2 (3.6)
岐阜県	4.2 (▲0.3)	29.1 (▲13.2)	60.1 (11.4)	6.7 (2.2)
愛知県	1.9 (▲2.4)	29.3 (▲21.8)	62.0 (24.1)	6.8 (0.1)
専業主婦	5.3 (1.5)	24.6 (▲15.1)	59.6 (10.9)	10.5 (2.8)
正社員等	3.9 (▲3.7)	33.2 (▲10.3)	58.2 (14.4)	4.7 (▲0.5)
パート	1.5 (▲0.7)	26.6 (▲23.5)	63.6 (20.7)	8.3 (3.6)

(注)括弧内は、前回差を示す。

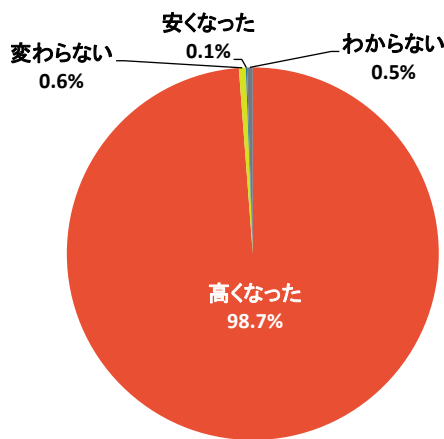
図表3 主婦の景況D.I.の推移



(注)「悪くなった」は負の値で表示している。

2. 主婦の物価観

図表4 主婦の物価観(全体)



「現在の物価は、1年前と比べてどうなったと感じていますか」と尋ねたところ、「高くなった」が全体の98.7%、「変わらない」が0.6%、「安くなった」が0.1%となった(図表4)。「高くなった」が+19.2ポイントと前回から大きく上昇。ほぼ全ての主婦が物価上昇を実感している結果となった。属性別に見ても同様であった(図表5)。

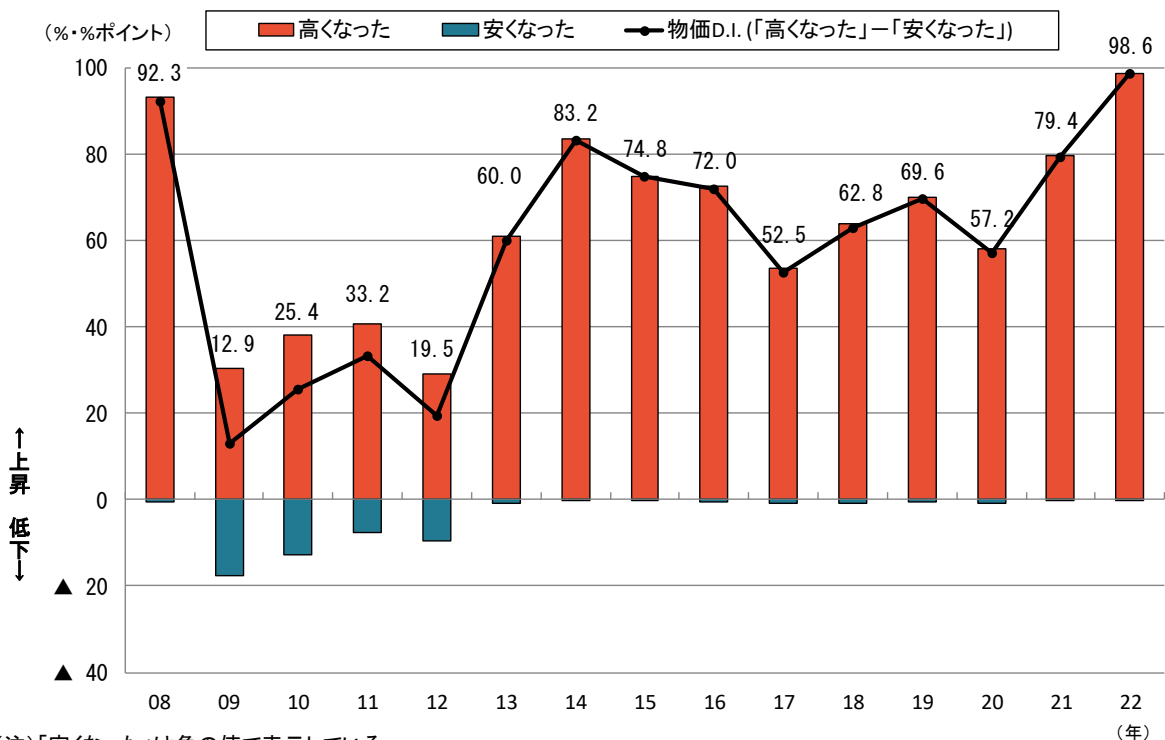
物価D.I. (「高くなった」の回答率-「安くなった」の回答率)は98.6。調査開始以来最も高い数値となった(図表6)。

図表5 主婦の物価観(属性別)

	(・%ポイント)			
	高くなった	変わらない	安くなった	わからない
全体	98.7 (19.2)	0.6 (▲17.4)	0.1 (0.0)	0.5 (▲1.9)
20歳代	100.0 (14.0)	0.0 (▲10.0)	0.0 (0.0)	0.0 (▲4.0)
30歳代	99.4 (27.1)	0.0 (▲24.5)	0.0 (0.0)	0.6 (▲2.6)
40歳代	99.0 (16.0)	0.5 (▲12.9)	0.0 (▲0.5)	0.5 (▲2.6)
50歳代	97.4 (18.9)	1.7 (▲18.8)	0.4 (0.4)	0.4 (▲0.5)
60歳以上	99.3 (18.0)	0.0 (▲16.3)	0.0 (0.0)	0.7 (▲1.7)
岐阜県	99.3 (17.6)	0.5 (▲15.7)	0.0 (0.0)	0.2 (▲1.9)
愛知県	98.2 (22.4)	0.9 (▲19.9)	0.3 (0.0)	0.6 (▲2.5)
専業主婦	98.3 (22.7)	1.7 (▲17.5)	0.0 (0.0)	0.0 (▲5.1)
正社員等	99.2 (20.8)	0.3 (▲18.8)	0.0 (▲0.3)	0.6 (▲1.5)
パート	98.2 (17.3)	0.9 (▲16.0)	0.3 (0.3)	0.6 (▲1.6)

(注)括弧内は、前回差を示す。

図表6 主婦の物価D.I.の推移



(注)「安くなった」は負の値で表示している。

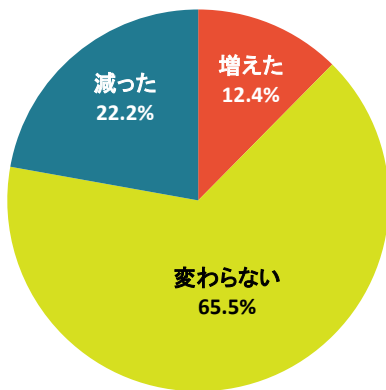
3. 家計について

(1) 家計の収入

「2022年の家計収入は、1年前と比べてどうなりましたか」と尋ねたところ、「増えた」が全体の12.4%、「変わらない」が65.5%、「減った」が22.2%となった。「変わらない」が全体の6割超に及んだ(図表7)。

属性別に見ると、ほぼ全ての属性において「変わらない」が6割を超えた(図表8)。また、30歳以上についてそれぞれ2割前後が「減った」と回答している。理由としては、給料の減少や残業の減少、働き方を変えたことなどが挙げられ、特に60歳以上については定年退職や年金の減少などが挙げられた。

図表7 家計収入(全体)



図表8 家計収入(属性別)

(%・%ポイント)

	増えた	変わらない	減った
全体	12.4 (▲0.2)	65.5 (8.9)	22.2 (▲8.5)
20歳代	23.1 (▲4.4)	69.2 (10.4)	7.7 (▲6.0)
30歳代	20.9 (▲0.5)	57.6 (▲6.0)	21.5 (6.6)
40歳代	12.1 (▲3.4)	68.9 (15.8)	18.9 (▲12.5)
50歳代	8.8 (2.4)	68.0 (12.3)	23.2 (▲14.7)
60歳以上	5.0 (0.2)	65.2 (10.0)	29.8 (▲10.2)
岐阜県	11.3 (▲0.8)	68.9 (14.0)	19.9 (▲13.1)
愛知県	13.0 (▲0.5)	62.7 (4.7)	24.4 (▲4.1)
専業主婦	1.7 (▲7.3)	62.1 (9.5)	36.2 (▲2.3)
正社員等	15.0 (▲1.7)	69.2 (11.4)	15.8 (▲9.7)
パート	11.9 (1.9)	62.0 (5.1)	26.1 (▲7.0)

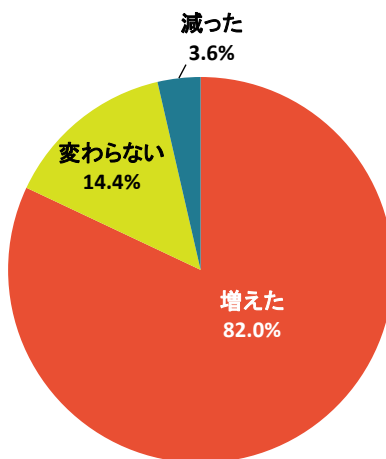
(注)括弧内は、前回差を示す。

(2) 家計の支出

「2022年の家計支出は、1年前と比べてどうなりましたか」と尋ねたところ、「増えた」が全体の82.0%と、調査開始以来最も高くなった。前回調査から+27.8ポイントと大きく上昇した(図表9)。「増えた」と回答した理由としては、物価高に伴う光熱費や食費の増加が多く挙げられた。

属性別に見ると、全ての属性において「増えた」が前回から大きく上昇し、おおむね8割以上となった。特に20歳代の「増えた」は9割を超えている(図表10)。

図表9 家計支出(全体)



図表10 家計支出(属性別)

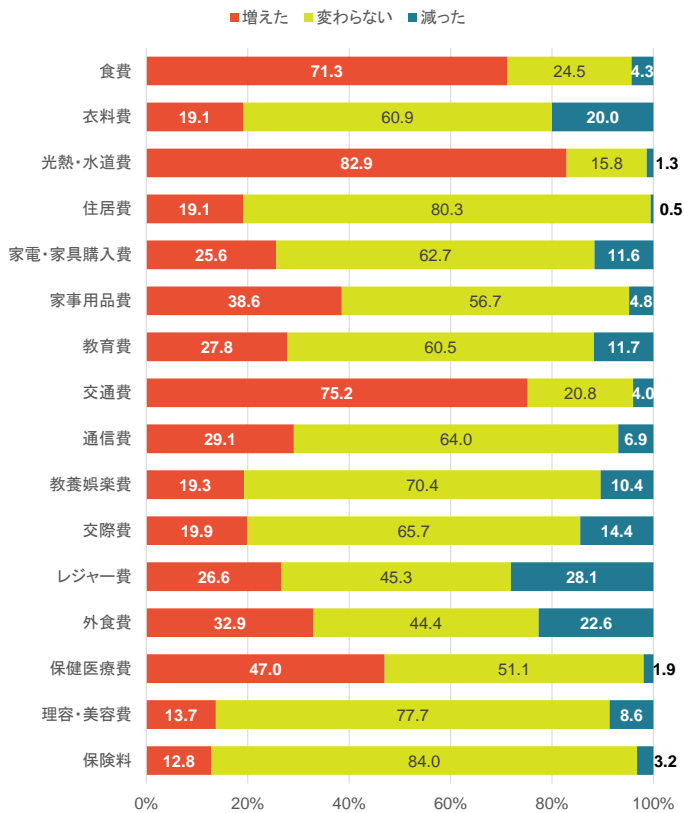
(%・%ポイント)

	増えた	変わらない	減った
全体	82.0 (27.8)	14.4 (▲21.3)	3.6 (▲6.5)
20歳代	92.3 (35.4)	7.7 (▲25.6)	0.0 (▲9.8)
30歳代	83.5 (31.2)	12.7 (▲27.8)	3.8 (▲3.4)
40歳代	83.2 (23.9)	13.1 (▲19.9)	3.7 (▲4.0)
50歳代	79.3 (25.4)	17.2 (▲17.5)	3.5 (▲7.9)
60歳以上	79.4 (30.0)	16.3 (▲20.4)	4.3 (▲9.6)
岐阜県	82.8 (26.7)	14.7 (▲20.0)	2.5 (▲6.8)
愛知県	80.9 (28.4)	14.2 (▲23.5)	4.9 (▲4.9)
専業主婦	81.0 (32.3)	13.8 (▲22.1)	5.2 (▲10.2)
正社員等	83.3 (27.8)	13.9 (▲20.9)	2.8 (▲6.9)
パート	80.5 (25.9)	15.2 (▲20.7)	4.3 (▲5.2)

(注)括弧内は、前回差を示す。

(3) 家計支出の費目別動向

図表 11 2022 年の費目別支出(全体)

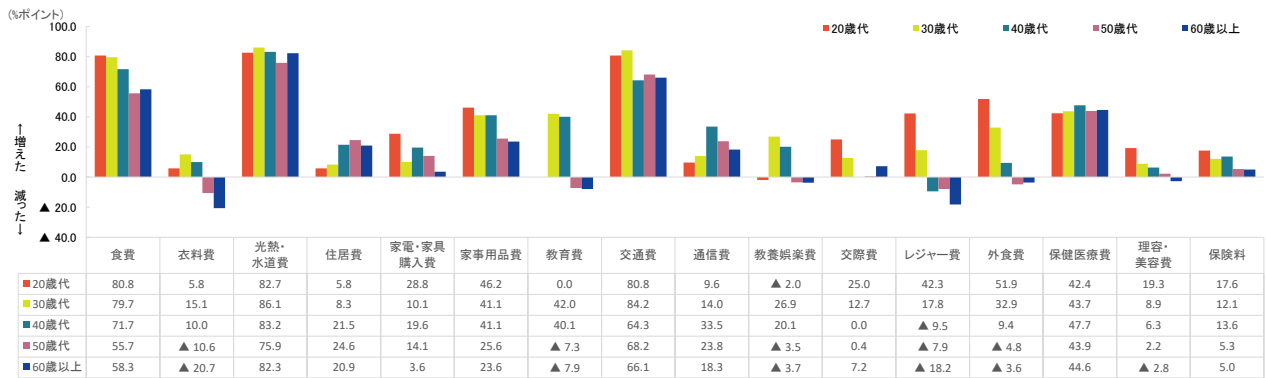


2022年の費目別の家計支出について尋ねたところ、「増えた」が最も高いのは「光熱・水道費」で82.9%だった(図表11)。

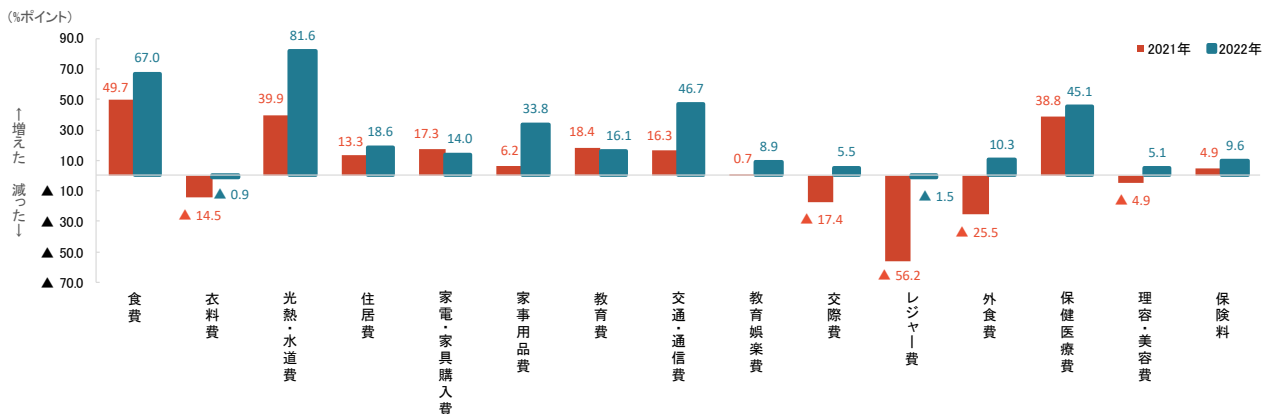
また、費目別支出 D.I. (「増えた」の回答率-「減った」の回答率)を見ると、最も高いのは「光熱・水道費」で81.6、次いで「交通費(ガソリン代を含む)」が71.2、「食費」が67.0となった。年代別に見ると、「光熱・水道費」は全ての年代で、「食費」は比較的若い年代で高くなっている。また、「レジャー費」や「外食費」は20歳代や30歳代などはプラスである一方、50歳代や60歳以上などはマイナスとなっている(図表12)。

費目別支出 D.I. を前回調査と比較すると、差が最も大きいのは「レジャー費」(前回差+54.7)、次いで「光熱・水道費」(同+41.7)、「外食費」(同+35.8)となった(図表13)。

図表 12 2022 年の費目別支出 D.I.(年代別)



図表 13 費目別支出 D.I.(全体)の前回調査比較



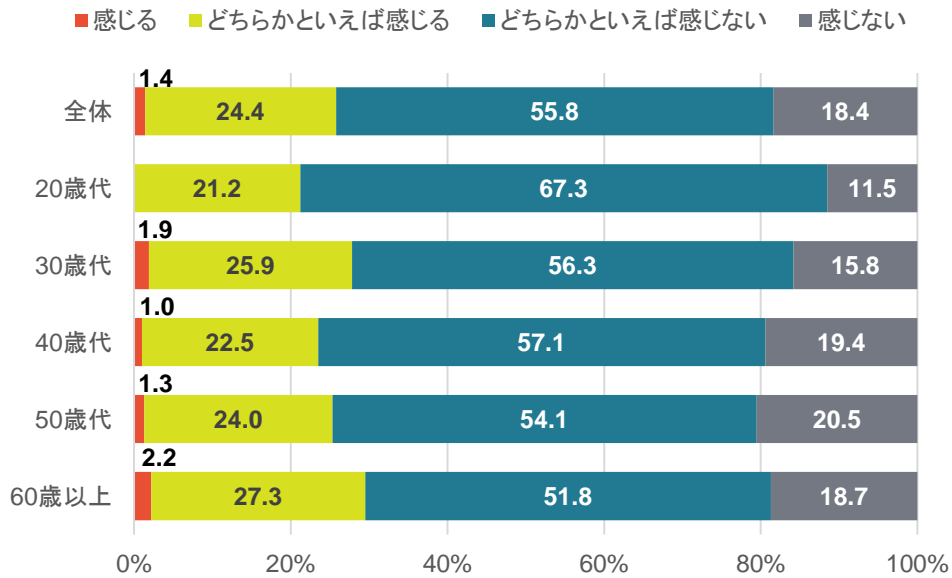
(注)2022年の「交通・通信費」は「交通費」と「通信費」を合算。

(4) 生活のゆとり

「現在の生活にゆとりを感じますか」と尋ねたところ、「感じる」が1.4%、「どちらかといえば感じる」が24.4%、「どちらかといえば感じない」が55.8%、「感じない」が18.4%となった。「どちらかといえば感じない」と「感じない」を合わせた“ゆとりがない”は74.2%となった。

また、全ての年代で“ゆとりがない”が7割以上となった。“ゆとりがない”が最も高いのは20歳代(78.8%)だった(図表14)。

図表14 生活のゆとり(年代別)



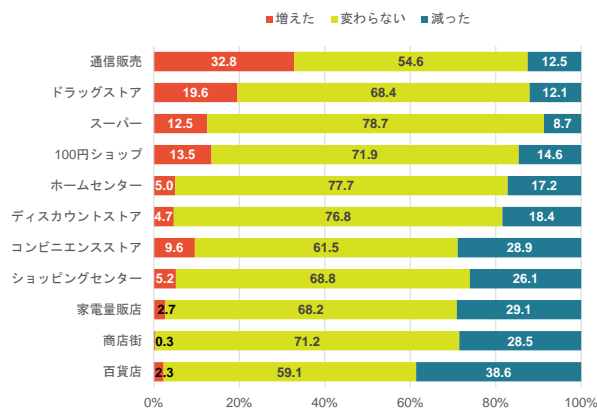
4. 買物場所について

(1) 買物場所の利用回数

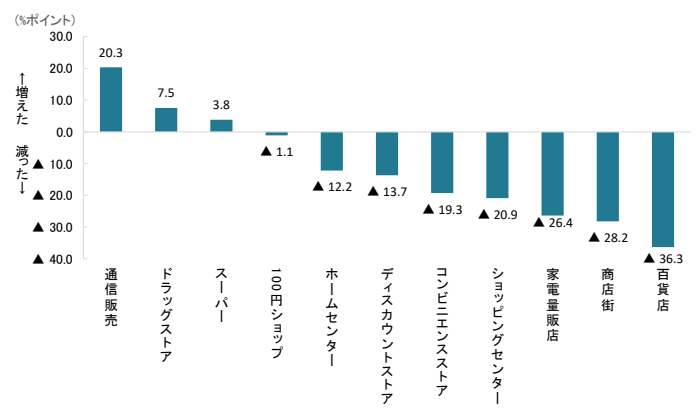
「買物場所 11 業態について、1 年前と比べた利用回数をお答え下さい」と尋ねたところ、いずれの業態も「変わらない」が過半数を占めた。「増えた」の回答率が最も高いのは「通信販売」(32.8%)、「減った」が最も高いのは「百貨店」(38.6%) だった (図表 15)。

買物場所の利用回数 D. I. (「増えた」の回答率－「減った」の回答率) を見ると、最も高いのは「通信販売」(20.3)、最も低いのは「百貨店」(▲36.3) となった (図表 16)。年代別に見ると、「通信販売」は 20 歳代と 30 歳代が他の年代に比べ高くなっている。また、年代が高いほどマイナスの業態が目立ち、特に 60 歳以上は「ドラッグストア」を除く全ての業態がマイナスとなっている (図表 17)。

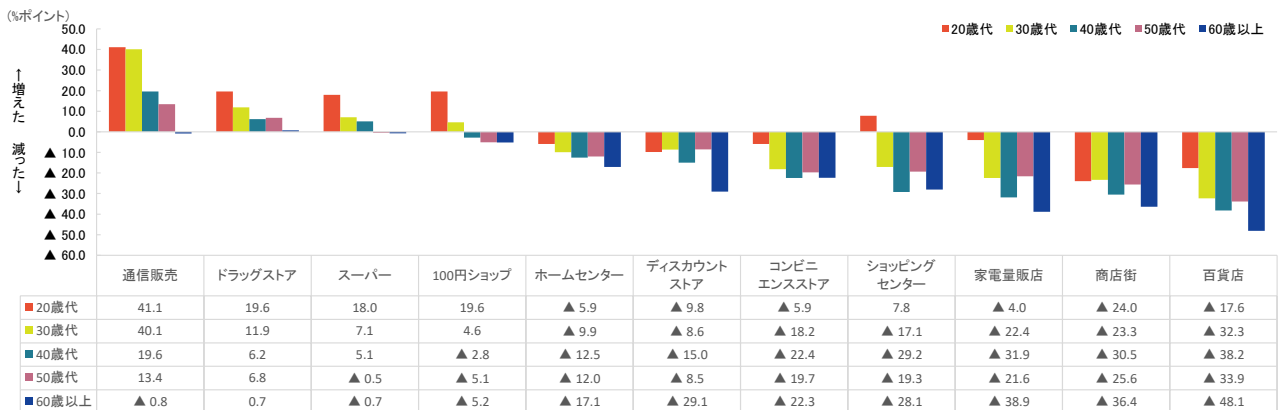
図表 15 買物場所の利用回数(全体)



図表 16 買物場所の利用回数 D.I.(全体)



図表 17 買物場所の利用回数 D.I.(年代別)



(2) 買物場所の利用頻度

「買物場所 11 業態について、実際の利用頻度をお答え下さい」と尋ねたところ、「スーパー」は「週 2～3 回」、「ドラッグストア」は「週 1 回」、「コンビニエンスストア」「ショッピングセンター」「通信販売」「100 円ショップ」「ホームセンター」は「月 1 回」、「家電量販店」は「半年に 1 回」、「ディスカウントストア」「商店街」「百貨店」は「ほとんど利用しない」がそれぞれ最も回答率が高かった（図表 18）。

図表 18 買物場所の利用頻度(全体)

	ほぼ毎日	週2～3回	週1回	月1回	2～3ヶ月に1回	半年に1回	年に1回	ほとんど利用しない
スーパー	11.7 (0.2)	53.1 (1.8)	31.5 (▲1.3)	2.9 (▲0.2)	0.0 (▲0.8)	0.3 (0.0)	0.1 (0.1)	0.4 (0.1)
ドラッグストア	1.2 (▲0.3)	18.6 (▲3.4)	46.1 (▲0.4)	28.5 (5.2)	4.3 (▲0.5)	0.8 (0.3)	0.0 (▲0.1)	0.5 (▲0.7)
コンビニエンスストア	3.8 (▲2.4)	13.5 (▲5.5)	28.8 (0.3)	29.4 (5.4)	11.8 (0.6)	3.3 (1.1)	0.3 (▲0.5)	9.2 (1.1)
ショッピングセンター	0.7 (0.3)	4.4 (1.0)	22.7 (7.8)	41.0 (6.4)	20.2 (▲3.4)	5.3 (▲4.5)	1.7 (▲3.3)	4.1 (▲4.3)
通信販売	0.5 (0.0)	3.2 (▲0.1)	16.8 (3.4)	36.1 (0.2)	18.8 (1.8)	8.4 (0.1)	3.3 (▲0.7)	12.9 (▲4.7)
100円ショップ	0.0 (0.0)	2.5 (0.3)	18.5 (4.3)	51.5 (0.0)	17.6 (▲1.2)	3.9 (▲1.9)	1.3 (▲1.0)	4.7 (▲0.5)
ホームセンター	0.0 (0.0)	0.3 (▲1.1)	7.2 (▲2.4)	35.9 (▲4.0)	29.3 (1.7)	14.2 (4.4)	3.7 (▲0.3)	9.3 (1.7)
ディスカウントストア	0.0 (▲0.5)	1.1 (▲6.0)	7.3 (▲8.8)	22.9 (1.5)	13.6 (2.6)	10.1 (3.9)	4.8 (▲0.4)	40.2 (7.7)
商店街	0.1 (▲0.4)	1.6 (▲0.1)	2.4 (0.3)	7.0 (2.9)	5.7 (2.3)	6.3 (2.9)	3.7 (1.2)	73.3 (▲8.8)
百貨店	0.1 (0.0)	0.3 (▲0.1)	1.6 (▲1.2)	9.9 (0.9)	18.3 (3.1)	17.3 (2.0)	12.9 (1.4)	39.6 (▲6.2)
家電量販店	0.0 (0.0)	0.0 (▲0.1)	0.5 (0.4)	8.7 (▲0.8)	25.9 (▲3.1)	32.7 (5.2)	17.3 (▲1.9)	14.7 (0.1)

(注1) 網掛けは、各業態における最も回答率の高い項目。

(注2) 括弧内は、前回差を示す。

以上