

第25回 「主婦の消費行動に関するアンケート」結果

- CONTENTS**
- 1 | はじめに
 - 2 | 調査概要
 - 3 | 調査結果
 - (1) 主婦の景気判断
 - (2) 家計について
 - (3) 買物場所について
 - 4 | 時事調査：物価上昇と節約意識
 - (1) 物価上昇について
 - (2) 節約意識について
 - 5 | おわりに

1 はじめに

OKB総研では、毎年、岐阜・愛知・三重・滋賀県に在住の主婦を対象に「主婦の消費行動に関するアンケート」を実施している。

2022年は記録的な値上げの1年となった。新型コロナの影響も残るなか、この地域の主婦は景気をどのように感じ、消費活動を行ったのか、明らかにしたい。

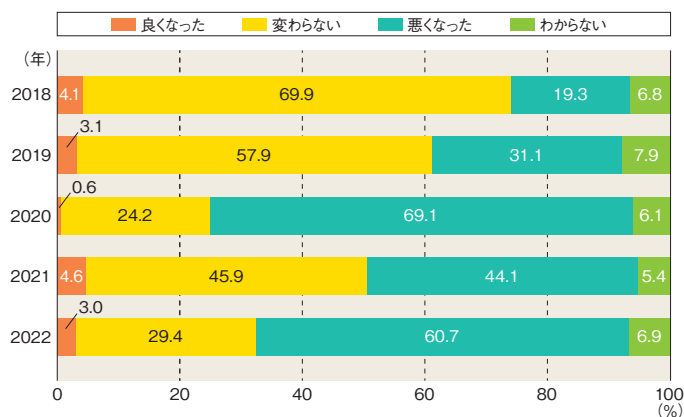
2 調査概要

- (1) 調査時期：2022年11月14日～11月18日
- (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^(※1) 805人にアンケート用紙を配布・回収
- (3) 有効回答数：778名（有効回答率96.6%）
- (4) 回答者属性

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

(※1) 本調査における「主婦」とは、既婚女性で子どもの有無や就業形態は問わない。
(※2) 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(以下同じ)。

図表1 主婦の景況感(全体)の推移



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)

(※) 括弧内は、前回差を示す。

3 調査結果

(1) 主婦の景気判断

A. 主婦の景況感

「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

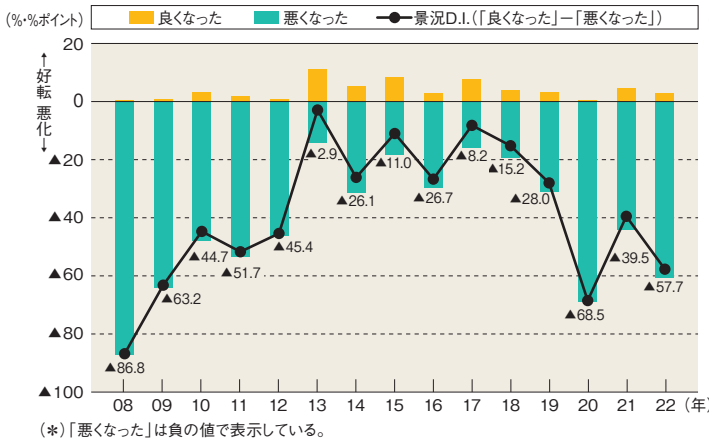
1)。「悪くなった」が+16.6ポイントと前回調査から大きく上昇。全ての属性において「悪くなった」の回答率が前回から上昇した(図表2)。景気が「悪くなった」と回答した理由としては、物価高や新型コロナの影響、給料が上がらないこと等が挙げられた。

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)。

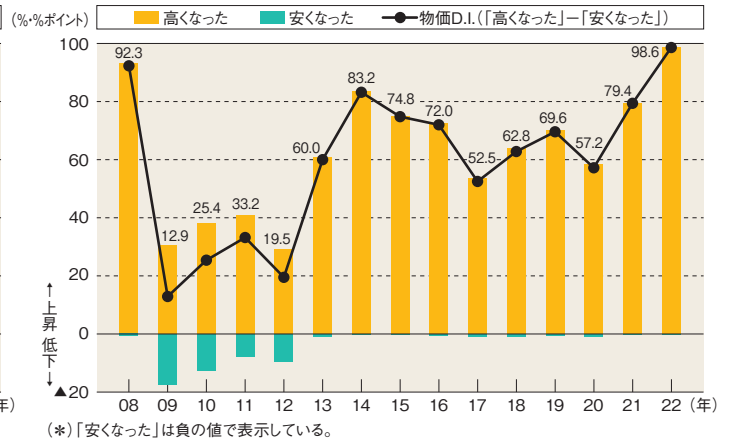
B. 主婦の物価観

「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

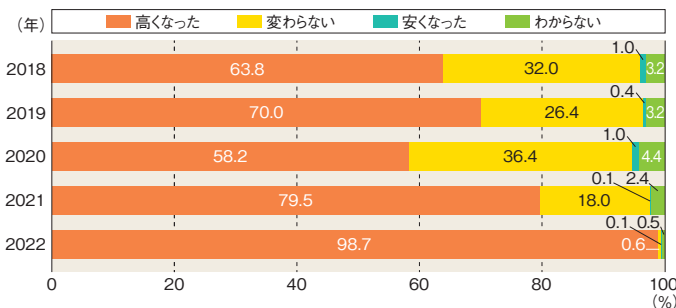
図表3 主婦の景況D.I.の推移



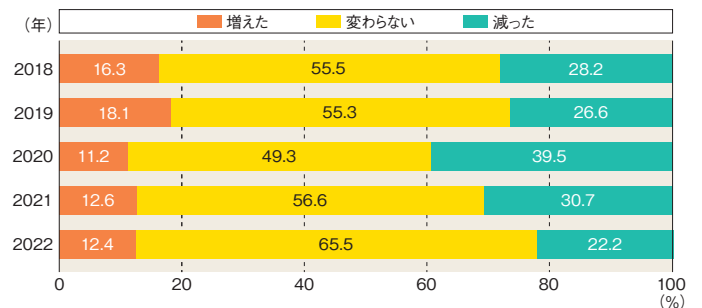
図表6 主婦の物価D.I.の推移



図表4 主婦の物価観(全体)の推移



図表7 家計収入(全体)の推移



図表5 主婦の物価観(属性別)

	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)

(*)括弧内は、前回差を示す。

図表8 家計収入(属性別)

	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)

(*)括弧内は、前回差を示す。

(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)。

(2)家計について

A. 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)。

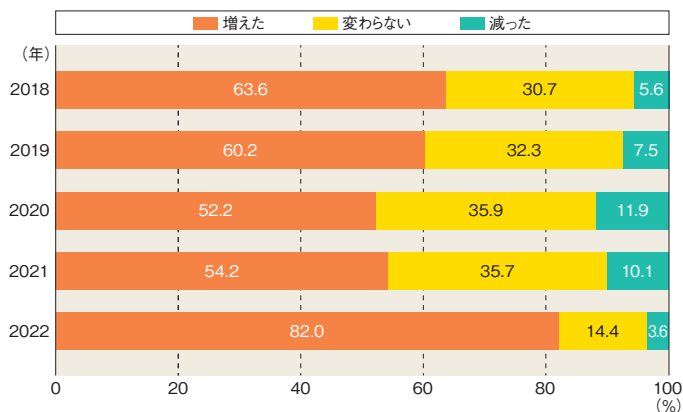
属性別に見ると、ほぼ全ての属性において「変わらない」が6割を超えた(図表8)。また、30歳代以上ではそれぞれ2割前後が「減った」と回答

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。

B. 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

図表9 家計支出(全体)の推移

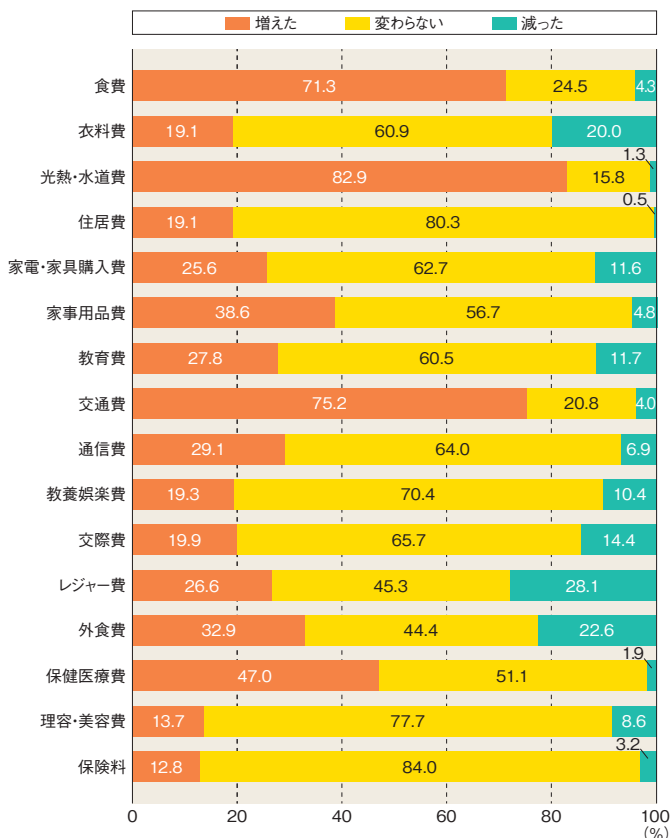


図表10 家計支出(属性別)

	増えた (%)	増えた (%ポイント)	変わらない (%)	変わらない (%ポイント)	減った (%)	減った (%ポイント)
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)

(*)括弧内は、前回差を示す。

図表11 費目別支出(全体)



図表12 費目別支出D.I.(属性別)

	食費	衣料費	光熱・水道費	住居費	家電・家具購入費	家事用品費	教育費	交通費	通信費	教養娯楽費	交際費	レジャー費	外食費	保健医療費	理容・美容費	保険料
全体	67.0	▲0.9	81.6	18.6	14.0	33.8	16.1	71.2	22.2	8.9	5.5	▲1.5	10.3	45.1	5.1	9.6
20歳代	80.8	5.8	82.7	5.8	28.8	46.2	0.0	80.8	9.6	▲2.0	25.0	42.3	51.9	42.4	19.3	17.6
30歳代	79.7	15.1	86.1	8.3	10.1	41.1	42.0	84.2	14.0	26.9	12.7	17.8	32.9	43.7	8.9	12.1
40歳代	71.7	10.0	83.2	21.5	19.6	41.1	40.1	64.3	33.5	20.1	0.0	▲9.5	9.4	47.7	6.3	13.6
50歳代	55.7	▲10.6	75.9	24.6	14.1	25.6	▲7.3	68.2	23.8	▲3.5	0.4	▲7.9	▲4.8	43.9	2.2	5.3
60歳以上	58.3	▲20.7	82.3	20.9	3.6	23.6	▲7.9	66.1	18.3	▲3.7	7.2	▲18.2	▲3.6	44.6	▲2.8	5.0
岐阜県	64.8	▲5.7	81.2	17.1	12.5	35.3	12.1	74.2	24.4	6.0	4.4	▲1.8	8.9	44.5	5.0	10.1
愛知県	67.5	4.3	82.1	20.5	13.6	32.0	20.9	67.2	20.1	13.2	6.2	0.0	13.7	45.9	4.7	9.3
専業主婦	66.6	▲14.0	79.3	15.7	0.0	26.3	▲11.8	66.7	17.9	▲9.3	1.8	▲22.2	▲5.3	40.4	▲10.5	3.5
正社員等	70.2	2.7	83.0	14.2	16.1	35.3	19.4	76.0	24.1	10.7	7.6	2.2	23.6	45.2	10.3	14.2
パート	63.7	▲2.2	79.7	24.2	14.1	32.1	18.1	67.0	21.2	9.8	2.7	▲2.8	▲0.9	44.1	0.9	6.1

(「増えた」-「減った」・%ポイント)

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

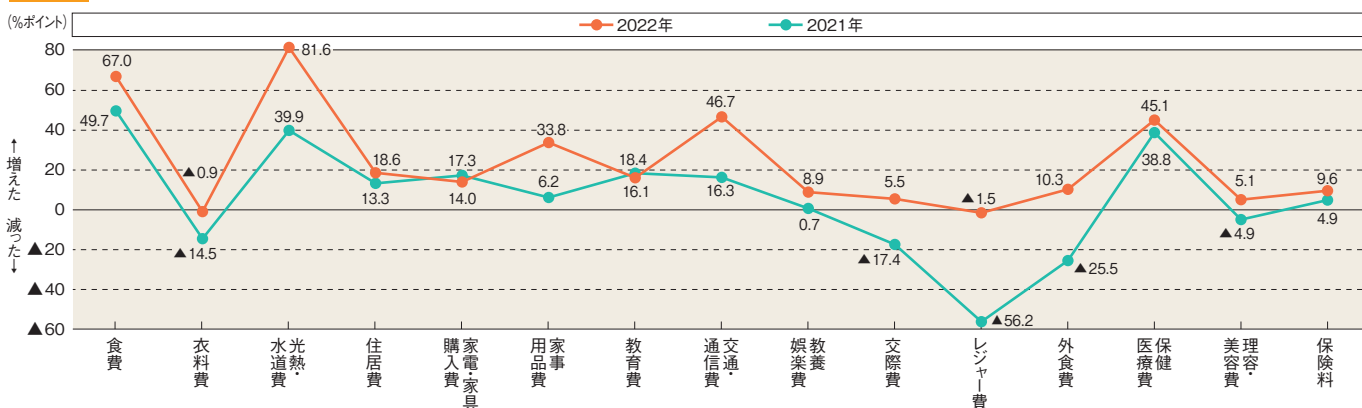
20歳代の「増えた」は9割を超えている(図表10)。

C. 家計支出の費目別動向

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」(82.9%)、「減った」が最も高いのは「レジャー費」(28.1%)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。物価上昇の影響が顕著に出た。年代別に見ると、「光熱・水道費」は全ての年代で、「食費」は若い年代で比較的高くなっている。また、

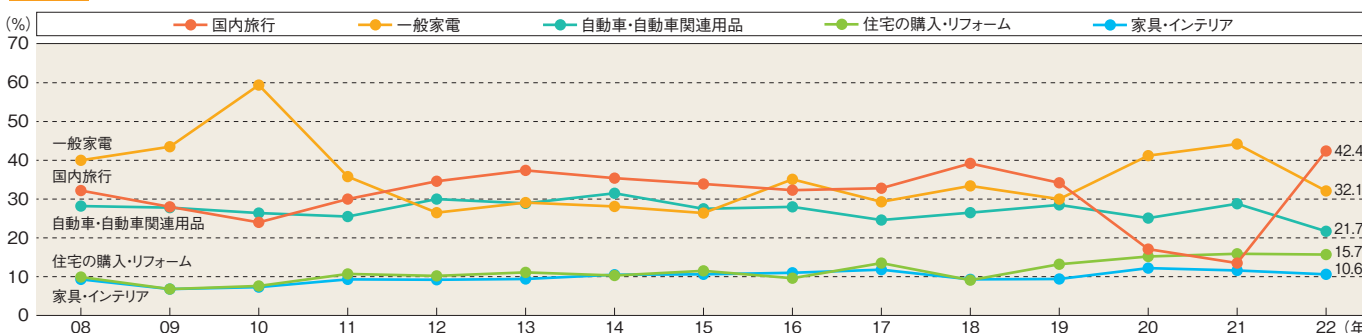
図表13 費目別支出D.I.(全体)の前回調査比較



(*)2022年の「交通・通信費」は「交通費」と「通信費」を合算。

図表14 購入した高額商品の推移(上位5品目)

※複数回答



(*)2022年より「自動車の購入・維持」を「自動車・自動車関連用品」、「住宅の購入・維持」を「住宅の購入・リフォーム」に変更。

図表15 購入した高額商品(上位5品目、属性別)

※複数回答(%・%ポイント)

	国内旅行	一般家電	自動車・自動車関連用品	住宅の購入・リフォーム	家具・インテリア
全体	42.4 (28.9)	32.1 (▲12.1)	21.7 (▲7.1)	15.7 (▲0.2)	10.6 (▲1.0)
20歳代	42.4 (30.9)	30.3 (▲31.2)	15.2 (▲0.2)	9.1 (▲21.7)	15.2 (▲15.6)
30歳代	54.9 (31.5)	25.6 (▲19.9)	15.9 (▲8.8)	19.5 (2.6)	13.4 (▲2.2)
40歳代	42.7 (33.7)	34.5 (▲6.5)	22.7 (▲6.3)	12.7 (▲2.3)	10.0 (3.0)
50歳代	35.8 (26.2)	33.0 (▲9.3)	26.4 (▲11.1)	18.9 (3.5)	9.4 (1.7)
60歳以上	35.5 (20.0)	33.9 (▲9.8)	24.2 (▲1.2)	14.5 (3.2)	8.1 (▲4.6)
岐阜県	40.2 (30.6)	32.7 (▲12.0)	21.1 (▲7.8)	16.6 (0.4)	10.1 (▲0.6)
愛知県	45.5 (26.0)	30.7 (▲12.6)	23.3 (▲4.7)	14.8 (▲1.1)	11.4 (▲2.6)
専業主婦	45.8 (34.3)	29.2 (▲9.3)	29.2 (▲1.6)	16.7 (5.2)	16.7 (▲2.5)
正社員等	41.1 (24.0)	36.5 (▲3.1)	18.3 (▲4.3)	13.2 (▲8.1)	12.7 (▲0.1)
パート	41.0 (31.0)	28.6 (▲20.3)	26.1 (▲8.3)	19.3 (7.6)	8.1 (▲1.9)

(※1) は、各属性における最も回答率の高い品目。(※2)括弧内は、前回差を示す。

「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)。「レジャー費」や「外食費」に関しては、コロナ関連の各種規制が緩和され、

外出機会が増えたことなどが要因と考えられる。

D. 高額商品の購入

「2022年に1商品10万円以上する高価な買い物(家族旅行を含む)をしましたか」と尋ねたところ、「はい」は51.4%で、前回から3.1ポイント上昇した。年代別に見ると、20歳代と30歳代、40歳代において「はい」が「いいえ」を上回っている。

次に、「はい」と回答した人に「具体的にどのような買い物をしましたか(あてはまるもの全て選択)」と尋ねたところ、最も高いのは「国内旅行」で42.4%だった。前回から+28.9ポイントと大きく伸び、コロナ前である2019年以來のトップとなった。

年代別に見ると、全ての年代で「国内旅行」が前回から伸びてトップとなっており、特に20歳代や30歳代、40歳代は伸びが30ポイント以上と高くなっている。

2位は「一般家電」で32.1%、3位は「自動車・自動車関連用品」で21.7%だった。いずれも回答率は前回から低下した(図表14、図表15)。

E. 生活のゆとり

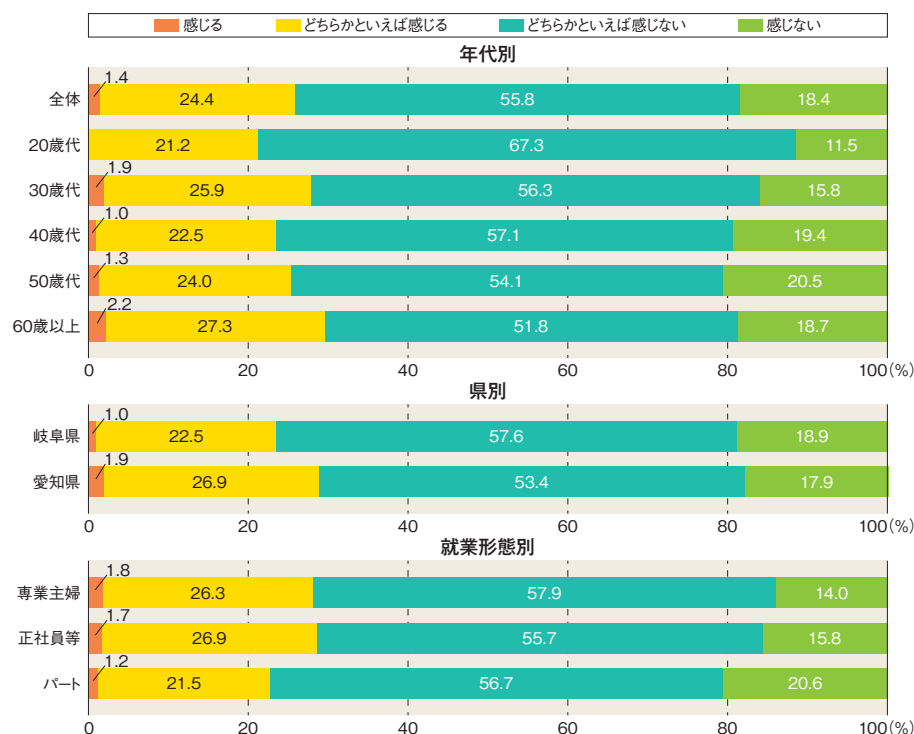
「現在の生活にゆとりを感じますか」と尋ねたところ、「感じる」が1.4%、「どちらかといえば感じる」が24.4%、「どちらかといえば感じない」が55.8%、「感じない」が18.4%となった。「どちらかといえば感じない」と「感じない」を合わせた“ゆとりがない”は74.2%となった。

年代別に見ると、いずれの年代も“ゆとりがない”が7割以上を占め、そのうち20歳代が78.8%と最も高くなっている。

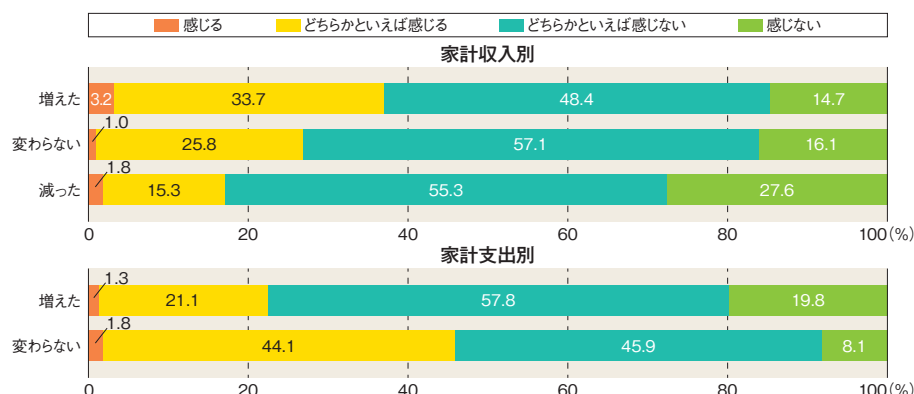
就業形態別に見ると、パートの“ゆとりがない”は77.3%と他の就業形態に比べ高くなっている(図表16)。

家計収入別に見ると、収入が「減った」人のうち82.9%が“ゆとりがない”と回答しているほか、収入が「変わらない」人の7割、「増えた」人においても6割が“ゆとりがない”と回答している。また、家計支出別に見

図表16 生活のゆとり(属性別)



図表17 生活のゆとり(家計収支別)



ると、支出が「増えた」人のうち77.6%が“ゆとりがない”と回答しており、「変わらない」人の“ゆとりがない”を23.6ポイント上回っている(図表17)。

(3) 買物場所について

A. 買物場所の選択基準

「あなたが買物場所を選択するにあたり、重視する点は何ですか(3つまで選択)」と尋ねたところ、「価格」が71.9%でトップであった。次に「品揃え」で49.3%、「距離」で47.1%となった(図表18)。1位の「価格」は回答率が7割と突出している。前回3位であった「品質」は前回から7.8ポイント低下し、順位を4位に落とした。また、前回4位だった「距離」は7.4ポイント伸びて3位に浮上した。

上位5項目を属性別に見ると、全ての属性で「価格」が最も回答率が高くなった。また、「品質」は20歳代を除く全ての属性で前回から低下した一方、「距離」は全ての属性で前回から上昇している(図表19)。

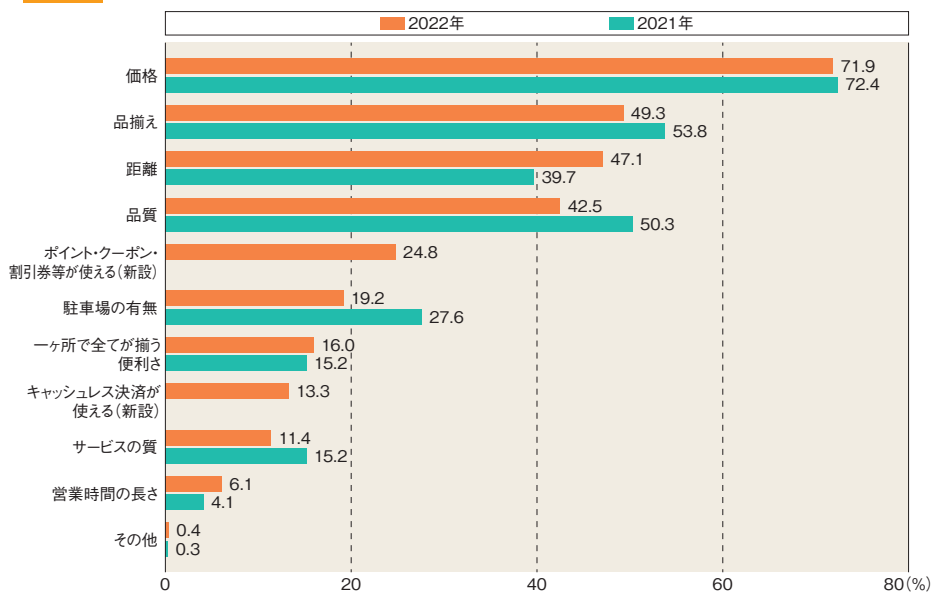
B. 買物場所の利用回数

「買物場所11業態について、1年前と比べて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20)。

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18 買物場所の選択基準

※複数回答



(*) 2022年より「ポイント・クーポン・割引券等が使える」、「キャッシュレス決済が使える」を新設。

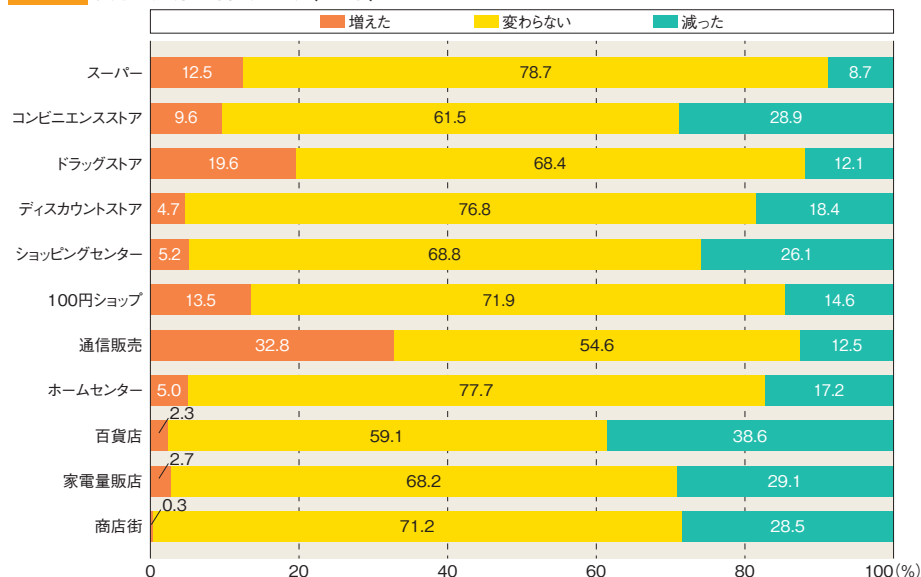
図表19 買物場所の選択基準(上位5項目、属性別)

※複数回答(%・%ポイント)

	価格	品揃え	距離	品質	ポイント・クーポン・割引券等が使える(新設)
全体	71.9 (▲0.5)	49.3 (▲4.5)	47.1 (7.4)	42.5 (▲7.8)	24.8 (-)
20歳代	82.7 (2.3)	50.0 (10.8)	48.1 (5.0)	46.2 (3.1)	23.1 (-)
30歳代	74.1 (▲5.9)	44.9 (▲6.7)	50.0 (4.2)	46.8 (▲8.0)	26.6 (-)
40歳代	71.6 (▲1.1)	48.4 (▲5.2)	50.5 (11.3)	38.9 (▲11.6)	24.2 (-)
50歳代	73.8 (▲2.7)	53.3 (▲3.8)	45.4 (7.2)	42.8 (▲5.1)	23.6 (-)
60歳以上	61.2 (4.2)	48.9 (▲6.9)	41.7 (5.9)	41.0 (▲10.5)	26.6 (-)
岐阜県	73.9 (0.1)	44.1 (▲9.7)	50.7 (10.9)	38.4 (▲8.0)	26.8 (-)
愛知県	69.5 (▲1.1)	56.6 (3.2)	44.6 (4.4)	47.4 (▲8.7)	21.5 (-)
専業主婦	73.7 (7.0)	50.9 (2.2)	50.9 (18.8)	40.4 (▲10.9)	28.1 (-)
正社員等	69.7 (1.0)	51.9 (▲3.4)	47.5 (3.4)	39.7 (▲5.3)	25.3 (-)
パート	74.2 (▲3.0)	46.5 (▲8.2)	45.9 (7.8)	46.5 (▲8.8)	24.0 (-)

(※1) 色は、各属性における最も回答率の高い項目。(※2) 括弧内は、前回差を示す。

図表20 買物場所の利用回数(全体)



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21)。

C. 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22)。

年代別に見ると、20歳代を除く年代で最も利用頻度が高いのは「スーパー」で「週2~3回」となっている。20歳代は「スーパー」と「コンビニエンスストア」が最も利用頻度が高く、それぞれ「週1回」となっている(図表23)。

4 時事調査：物価上昇と節約意識

2022年は原材料価格の高騰や円安などを背景に、幅広い品目で値上げが相次いだ。

そこで今回は、昨今の物価上昇

による家計への影響と、主婦の節約意識の変化について調査した。

(1)物価上昇について

A. 物価上昇による家計への影響

「昨今の物価上昇による、家計への影響はどれくらいですか」と尋ねたところ、「とても厳しい」が17.5%、「やや厳しい」が67.1%、「あまり厳しくない」が15.1%、「全く厳しくない」が0.3%となった。「とても厳しい」と「やや厳しい」を合わせた“厳しい”は84.6%となった。

全ての属性で7割以上が“厳しい”と回答した。“厳しい”が最も高いのは40歳代(89.4%)だった。県別では、岐阜県の“厳しい”が愛知県をやや

図表21 買物場所の利用回数D.I.(属性別)

(「増えた」-「減った」・%ポイント)

	スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	ディスカウントストア	ショッピングセンター	100円ショップ	通信販売	ホームセンター	百貨店	家電量販店	商店街
全体	3.8	▲19.3	7.5	▲13.7	▲20.9	▲1.1	20.3	▲12.2	▲36.3	▲26.4	▲28.2
20歳代	18.0	▲5.9	19.6	▲9.8	7.8	19.6	41.1	▲5.9	▲17.6	▲4.0	▲24.0
30歳代	7.1	▲18.2	11.9	▲8.6	▲17.1	4.6	40.1	▲9.9	▲32.3	▲22.4	▲23.3
40歳代	5.1	▲22.4	6.2	▲15.0	▲29.2	▲2.8	19.6	▲12.5	▲38.2	▲31.9	▲30.5
50歳代	▲0.5	▲19.7	6.8	▲8.5	▲19.3	▲5.1	13.4	▲12.0	▲33.9	▲21.6	▲25.6
60歳以上	▲0.7	▲22.3	0.7	▲29.1	▲28.1	▲5.2	▲0.8	▲17.1	▲48.1	▲38.9	▲36.4
岐阜県	3.9	▲23.1	10.7	▲12.2	▲23.7	▲0.5	20.7	▲11.7	▲37.9	▲27.4	▲30.3
愛知県	4.7	▲15.7	4.2	▲14.9	▲17.3	▲0.3	21.2	▲13.0	▲34.1	▲24.4	▲25.4
専業主婦	7.3	▲30.9	14.5	▲12.0	▲30.7	0.0	▲8.0	▲15.4	▲55.8	▲35.8	▲30.0
正社員等	5.2	▲13.6	8.2	▲11.9	▲16.1	2.0	27.8	▲11.7	▲35.7	▲25.2	▲29.5
パート	1.9	▲23.9	5.6	▲16.5	▲24.9	▲4.4	16.5	▲13.3	▲34.2	▲25.8	▲26.7

図表22 買物場所の利用頻度(全体)

(%・%ポイント)

	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)
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)
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)
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)
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)
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)
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)
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)
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)
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)

(※1) ■は、各業態における最も回答率の高い項目。(※2)括弧内は、前回差を示す。(※3)2022年より「複合型SC」を「ショッピングセンター」に変更。

上回った。就業形態別では、正社員等の“厳しい”が専業主婦やパートに比べてやや低くなっている(図表24)。

家計収入別に見ると、「減った」と回答した人は「とても厳しい」が35.5%と突出しており、「やや厳しい」と合わせた“厳しい”は9割を超えている。収入が「増えた」人や「変わらない」人も8割以上が“厳しい”と回答している。

家計支出別に見ると、支出が「増えた」人のうち86.6%が“厳しい”と回答している。

また、生活に“ゆとりがない”人のうち93.4%が“厳しい”と回答しており、“ゆとりがある”の“厳しい”を大きく(34.6ポイント)上回っている(図表25)。

B. 物価上昇による家計への具体的な影響

「物価上昇により、あなたの家計には具体的にどのような影響がありましたか(自由回答)」と尋ねたところ、(図表26)のような声が寄せられた。「割安なものを買うようになった」という声が多く、低価格志向の強まりがうかがえる。また、「買う量を減らした」「必要なものしか買わなくなった」といった声も多く、買い控えの様子がみられる。また、割引を狙って買い物時間帯を工夫したり、安く買えるお店に行ったり、広告をチェックしたりなど、買い物スタイルの変化がみられる。一方で、食事のメニューを減らしたり、嗜好品や娯楽を控えたりなど、

出費を抑えるため我慢を余儀なくされている様子もうかがえる。

C. 値段が上がって特に困っている品目

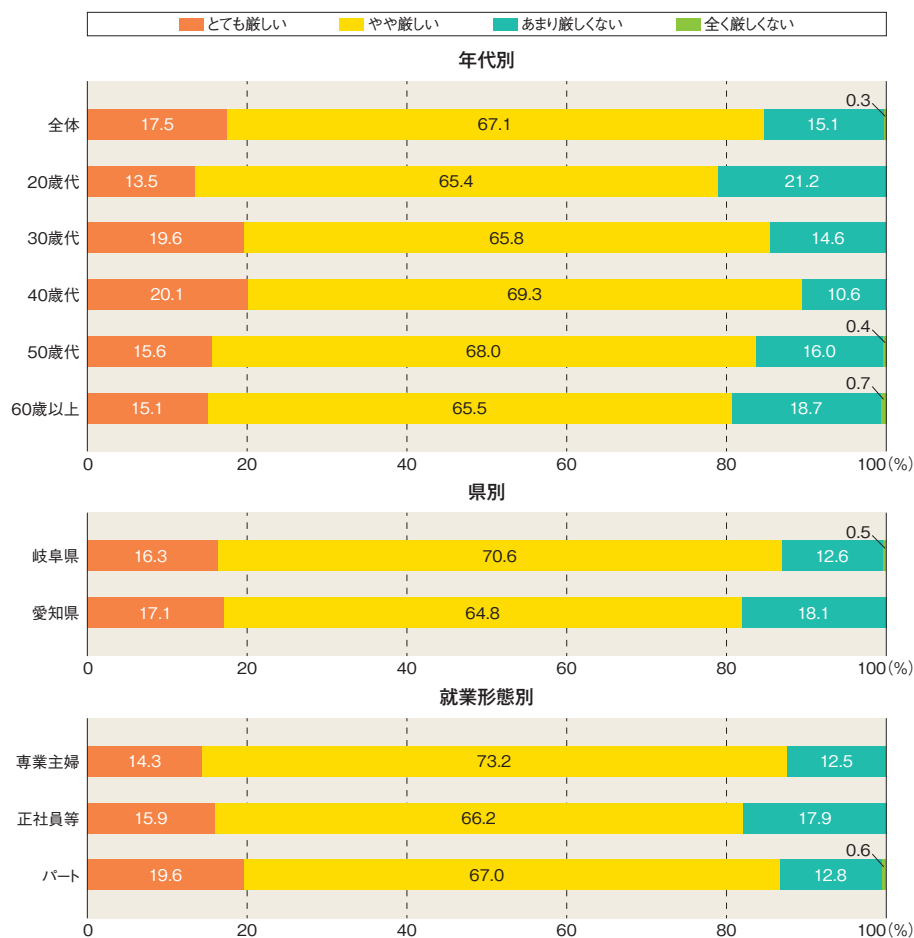
「値段が上がって特に困っている品目は何か(あてはまるもの全て選択)」と尋ねたところ、食料品では「野菜・果物」が68.4%、次いで「生鮮肉」が57.1%、「パン」が56.1%となった。生鮮食品や主食のパンなど、購入頻度が高く食卓に欠かせない品目が上位を占めた。食料品以外では「ガソリン・灯油」が78.8%、次いで「電気」が77.6%、「ティッシュペーパー・トイレトペーパー」が50.5%となった。エネルギー

図表23 買物場所の利用頻度(各属性で最も回答率が高い項目)

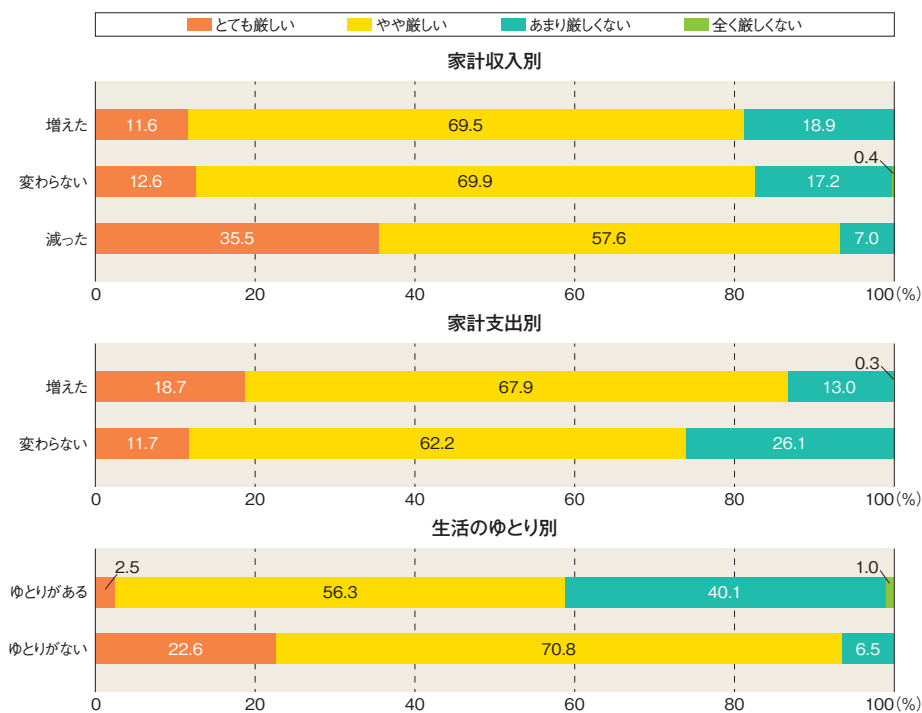
	スーパー	コンビニエンスストア	ドラッグストア	ディスカウントストア	ショッピングセンター	100円ショップ
全体	週2~3回 53.1	月1回 29.4	週1回 46.1	ほとんど利用しない 40.2	月1回 41.0	月1回 51.5
20歳代	週1回 50.0	週1回 47.1	月1回 50.0	ほとんど利用しない 39.2	月1回 59.6	月1回 59.6
30歳代	週2~3回 46.2	週1回 30.8	週1回 47.4	ほとんど利用しない 45.2	月1回 43.3	月1回 56.7
40歳代	週2~3回 55.9	月1回 29.5	週1回 43.7	ほとんど利用しない 40.1	月1回 39.2	月1回 46.3
50歳代	週2~3回 57.0	月1回 29.0	週1回 50.4	ほとんど利用しない 35.0	月1回 38.2	月1回 49.1
60歳以上	週2~3回 55.9	月1回 32.1	週1回 40.3	ほとんど利用しない 45.0	月1回 37.1	月1回 52.6
岐阜県	週2~3回 54.8	月1回 31.8	週1回 44.3	ほとんど利用しない 36.8	月1回 39.0	月1回 52.4
愛知県	週2~3回 51.1	週1回 28.4	週1回 47.4	ほとんど利用しない 45.5	月1回 42.8	月1回 49.2
専業主婦	週2~3回 63.2	月1回 36.8	週2~3回 32.1	ほとんど利用しない 41.1	月1回 32.7	月1回 36.4
正社員等	週2~3回 47.2	週1回 32.7	週1回 44.4	ほとんど利用しない 45.2	月1回 44.8	月1回 53.2
パート	週2~3回 57.6	月1回 34.5	週1回 49.7	ほとんど利用しない 35.0	月1回 38.3	月1回 51.4

	通信販売	ホームセンター	百貨店	家電量販店	商店街
全体	月1回 36.1	月1回 35.9	ほとんど利用しない 39.6	半年に1回 32.7	ほとんど利用しない 73.3
20歳代	月1回 46.2	2~3ヶ月に1回 42.3	月1回 34.6	半年に1回 34.6	ほとんど利用しない 70.6
30歳代	月1回 43.0	月1回 34.2	ほとんど利用しない 37.3	半年に1回 32.9	ほとんど利用しない 84.2
40歳代	月1回 42.2	2~3ヶ月に1回 35.3	ほとんど利用しない 45.0	半年に1回 31.1	ほとんど利用しない 79.8
50歳代	月1回 28.3	月1回 42.3	ほとんど利用しない 40.2	半年に1回 36.0	ほとんど利用しない 70.9
60歳以上	ほとんど利用しない 30.6	月1回 40.3	ほとんど利用しない 40.4	半年に1回 28.7	ほとんど利用しない 58.1
岐阜県	月1回 36.0	月1回 39.7	ほとんど利用しない 47.5	半年に1回 33.3	ほとんど利用しない 71.6
愛知県	月1回 36.2	2~3ヶ月に1回 32.0	ほとんど利用しない 29.9	半年に1回 32.0	ほとんど利用しない 76.0
専業主婦	月1回 30.9	月1回 29.6	ほとんど利用しない 52.6	半年に1回 35.7	ほとんど利用しない 71.4
正社員等	月1回 40.1	月1回 32.7	ほとんど利用しない 35.2	半年に1回 31.5	ほとんど利用しない 71.1
パート	月1回 32.0	月1回 39.6	ほとんど利用しない 42.6	半年に1回 33.7	ほとんど利用しない 75.9

図表24 物価上昇による家計への影響(属性別)



図表25 物価上昇による家計への影響(家計収支、生活のゆとり別)



図表26 物価上昇による家計への具体的な影響(一部抜粋)

- 割安なものを買うようになった。
- 割引商品を選んで買うようになった。
- 特売日に買うようになった。
- 夕方に買い物に行き、値下げされた商品を購入する。
- 割引シールのものをよく買うようになった。
- ポイントやクーポンなどの利用を考えて買い物するようになった。
- 買う量を減らした。
- 買い物に行く回数を減らした。
- 高いものは買わなくなった。
- 必要なものしか買わなくなった。
- 買い置きを減らした。
- プライベートブランドを買うようになった。
- 安い時にまとめ買いするようになった。
- 安く購入出来る店に行くようになった。
- 新聞の折込広告をみるようになった。
- 近場の店で購入するよう心がけ、ガソリン代を減らす。
- なるべく国産のものを買うようにしていたが、気にせず安い方を買うようになった。
- 品質重視をあきらめる。
- 食費が増えた。
- 食事のメニューが1品減った。
- 朝食のパンをごはんにした。
- 嗜好品を減らした。
- お菓子等をなるべく買わないようになった。
- ネットで買うようにした。ガソリン代がかからないし、ネットの方が安いので。
- 外食を減らした。
- 旅行に行かなくなった。
- 外出を控えるようになった。
- お金のかかる所には行かず、公園などに行くようにした。
- 子どもたちにも我慢してもらうことが増えた。
- 衣料品等の購入が減った。
- 美容院へ行く回数を減らした。
- 節電・節水にこれまで以上に気をを使う。
- 電気をこまめに消すよう努めている。
- 自宅で野菜を作る。
- 貯金が減った。
- 車の買い替えを先延ばしにした。
- 余分に契約していた保険などを整理した。
- 通信料を格安プランに変更した。

関連が上位を占めた。特に上位2品目は回答率が8割弱と突出している。

年代別に見ると、食料品については全ての年代で「野菜・果物」が最も回答率が高かった。食料品以外では、20歳代と30歳代、50歳代は「ガソリン・灯油」、40歳代と60歳以上は「電気」が最も高かった(図表27)。

D. 1年後の物価

「1年後の物価は現在と比べてどうなっていると思いますか」と尋ねたところ、「かなり上がる」が31.1%、「少し上がる」が48.9%、「変わらない」が11.5%、「少し安くなる」が2.3%、「かなり安くなる」が0.0%だった。

「かなり上がる」と「少し上がる」を合わせた“上がる”は80.0%となった。1年後も引き続き物価が上がるとの見方が大勢を占めた。

年代別に見ると、20歳代を除く年代で「かなり上がる」が3割以上となった。“上がる”が最も高いのは20歳代(86.2%)だった。

就業形態別に見ると、「かなり上がる」はパートが32.7%と最も高く、“上がる”については専業主婦が85.2%と最も高くなった(図表28)。

また、生活に“ゆとりがない”人のうち34.0%が「かなり上がる」と回答しており、“ゆとりがある”人の「かなり上がる」を10.6ポイント上回っている。さ

らに、物価上昇による家計への影響が“厳しい”人のうち34.3%が「かなり上がる」と回答しており、“厳しくない”人の「かなり上がる」(13.2%)とは2倍以上の開きがある(図表29)。

(2) 節約意識について

A. 節約意識の変化

「物価上昇により、節約意識は高まりましたか」と尋ねたところ、「はい(高まった)」は89.0%を占めた。

全ての属性で「はい」が8割超となった。「はい」が最も高いのは、年代別では40歳代(90.8%)、就業形態別ではパート(91.0%)だった(図表30)。

図表27 値段が上がって特に困っている品目(属性別)

品目	順位			※複数回答(%)																	
	1位	2位	3位	野菜・果物	生鮮肉	パン	牛乳・ヨーグルト・チーズ	食用油	魚介類	冷凍食品・レトルト食品・缶詰	小麦粉・ミックス粉	パスタ・うどん・乾麺	バター・マーガリン	菓子類	調味料	加工肉・加工魚介類	コーヒー・紅茶	お酒・アルコール類	飲料水・ソフトドリンク類	その他食料品	
全体	68.4	57.1	56.1	53.6	48.4	46.6	38.5	33.4	31.9	31.3	28.8	26.7	25.2	24.3	22.2	15.4	0.6				
20歳代	85.7	63.3	51.0	26.5	40.8	36.7	28.6	24.5	22.4	34.7	20.4	20.4	2.0	14.3	12.2	0.0					
30歳代	66.0	50.3	53.1	40.1	40.1	37.4	33.3	29.9	25.9	35.4	20.4	19.7	15.0	19.0	10.9	0.0					
40歳代	69.1	61.1	62.3	49.1	44.0	42.9	34.9	36.0	33.1	36.0	29.1	24.6	21.7	18.3	20.0	0.6					
50歳代	65.6	58.4	54.1	54.1	51.2	35.9	32.5	30.6	34.4	23.4	30.6	28.7	31.1	28.7	17.7	1.0					
60歳以上	68.0	56.3	54.7	55.5	52.3	37.5	34.4	33.6	33.6	18.0	25.8	28.9	36.7	22.7	11.7	0.8					
岐阜県	68.3	59.8	55.8	49.7	46.6	39.2	32.5	32.0	32.0	30.7	26.7	27.8	25.4	23.3	15.1	0.3					
愛知県	69.5	53.9	55.6	45.4	46.4	37.3	34.2	31.9	30.8	27.5	27.5	23.1	22.7	19.7	15.9	1.0					
専業主婦	78.2	54.5	58.2	50.9	52.7	36.4	34.5	32.7	30.9	25.5	32.7	30.9	25.5	16.4	14.5	0.0					
正社員等	68.8	57.8	55.9	45.6	45.9	39.4	33.8	32.8	30.6	29.1	26.6	25.0	21.6	22.2	14.7	0.6					
パート	66.6	57.6	54.8	50.0	46.8	38.2	32.5	30.9	31.2	29.9	25.2	24.2	25.5	16.2	0.6						

【食料品以外】

品目	※複数回答(%)																			
	ガソリン・灯油	電気	ティッシュペーパー・トイレットペーパー	ガス	水道	外食・テイクアウト	家事用品	化粧品	衣料品・服飾品	自動車	通信料	美容・美髪サービス	医薬品	一般家電	宿泊料・バック旅行費	たばこ	情報家電	家具	その他	
全体	78.8	77.6	50.5	45.0	34.0	26.3	22.3	18.4	15.9	14.8	14.4	14.4	12.1	11.2	6.0	5.2	5.2	3.8	0.9	
20歳代	73.9	58.7	45.7	47.8	43.5	28.3	23.9	34.8	17.4	15.2	19.6	4.3	17.4	8.7	4.3	2.2	4.3	4.3	0.0	
30歳代	82.5	74.7	54.5	41.6	30.5	37.0	18.8	19.5	15.6	16.2	11.7	9.1	11.0	9.7	8.4	1.9	3.9	3.9	0.6	
40歳代	76.4	81.3	51.6	34.1	36.8	23.1	24.7	15.9	22.0	18.7	19.2	13.2	12.1	16.5	6.0	7.7	9.3	6.0	1.6	
50歳代	79.7	78.8	48.6	54.1	32.4	20.3	24.3	18.5	12.6	14.0	15.8	17.6	9.9	9.9	2.7	5.4	5.4	3.2	1.4	
60歳以上	77.4	80.5	49.6	48.9	34.6	27.1	19.5	15.0	12.8	9.8	7.5	20.3	15.8	8.3	9.8	6.0	1.5	1.5	0.0	
岐阜県	81.2	78.1	49.7	42.0	31.9	25.9	22.9	18.6	15.3	14.1	14.1	15.1	12.3	10.3	7.0	5.3	5.8	3.5	1.3	
愛知県	77.0	76.3	52.0	48.0	34.9	28.6	21.7	19.1	16.8	16.1	13.8	13.8	12.5	12.2	5.6	4.9	4.9	4.6	0.7	
専業主婦	79.2	83.0	56.6	45.3	35.8	39.6	32.1	11.3	15.1	17.0	15.1	15.1	13.2	5.7	7.5	3.8	3.8	3.8	0.0	
正社員等	78.5	76.2	46.8	48.0	33.1	25.6	19.2	22.7	16.3	16.3	14.0	13.4	14.0	12.5	6.7	4.9	6.4	4.9	0.9	
パート	79.9	77.7	53.3	42.3	35.1	25.4	24.1	15.4	16.0	13.8	15.0	15.0	10.0	11.0	5.3	5.3	4.7	2.8	1.3	

また、生活に“ゆとりがない”人や、物価上昇による家計への影響が“厳しい”人の9割が「はい」と回答している(図表31)。

B. 各費目の節約度合い

「各費目について、節約の度合いを4段階でお答えください」と尋ねたところ、「少ししている」「している」「かなりしている」を合わせた“している”が最も高いのは「食費」(92.2%)だった。16費目中14費目で“している”が5割を超えた。一方、「全くしていない」が最も高いのは「教育費」(67.9%)だった(図表32)。

また、各費目の節約度合いを数値化したところ、トップは「衣料費」(1.47)、次いで「外食費」(1.39)、「食費」(1.31)となった。

年代別に見ると、20歳代を除く全ての年代で「衣料費」が最も高くなった。20歳代は「食費」が最も高く、40歳代は「外食費」が「衣料費」と同率で最も高くなった。各費目について40歳以上は全体よりも高い傾向が見られ、特に50歳代は「教育費」を除く全ての費目が全体よりも高く、16費目中11費目について他の年代に比べ最も高くなっている。一方、20歳代や30歳代は全体よりも低い傾向が見られ、特に20歳代は9費目について他の年代に比べ最も低くなっている。また、上位の費目を見ると、「衣料費」や「外食費」、「レジャー費」などは年代が高いほど節約度合いが高い。

県別に見ると、両県とも「衣料費」が最も高くなった。また、岐阜県は「保険料」を除く全ての費目が全体

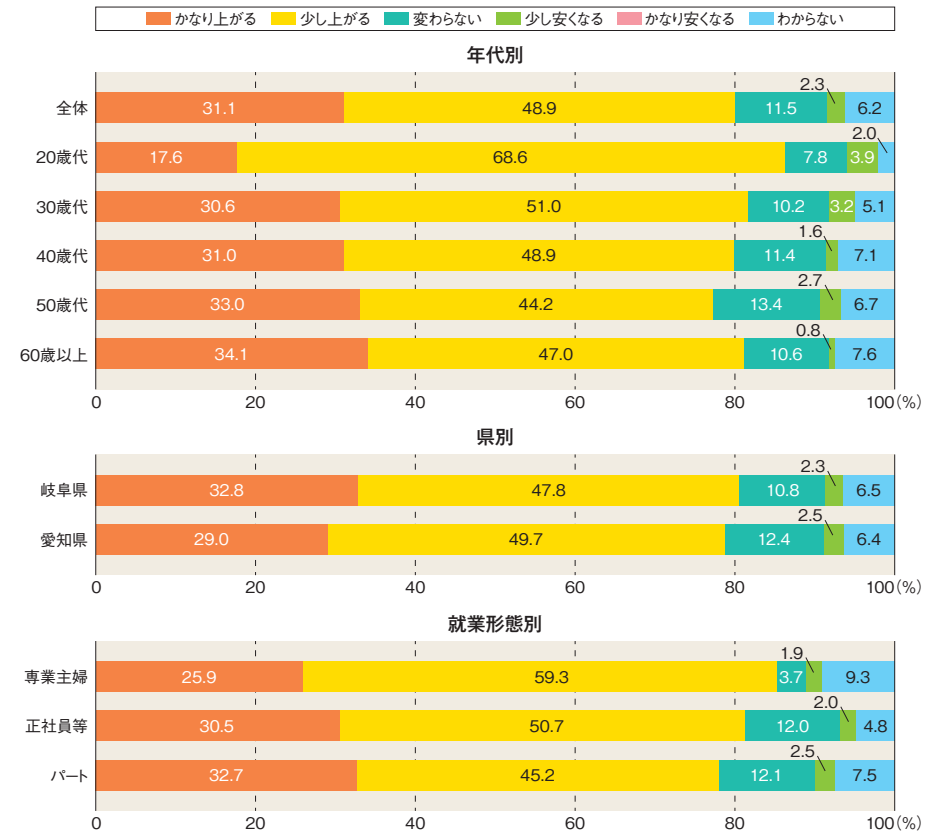
よりも高い一方、愛知県は全ての費目が全体よりも低くなっている。

就業形態別に見ると、全ての就業形態で「衣料費」が最も高くなった。また、パートは全ての費目が全体よりも高い一方、正社員等は「家電・家具購入費」を除く全ての費目が全体よりも低くなっている(図表33)。

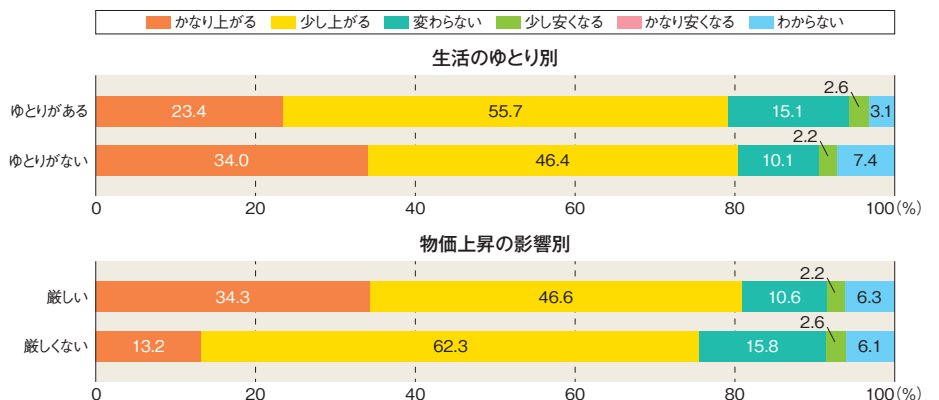
C. 節約のための工夫

「節約のために工夫していることは何ですか(あてはまるもの全て選択)」と尋ねたところ、「ポイント・クーポン・割引券等を活用する」が67.3%でトップ、次いで「特売品・安価商品を購入する」が62.3%、「必要なものだけを購入する」が49.0%

図表28 1年後の物価(属性別)



図表29 1年後の物価(生活のゆとり、物価上昇の影響別)



となった。全ての項目において回答率が前回は上回った。特に「外食を減らす」と「特売品・安価商品を購入する」はそれぞれ10ポイント以上伸びている(図表34)。

上位5項目を年代別に見ると、20歳代と30歳代、40歳代は「ポイント・クーポン・割引券等を活用する」、50

歳代は「特売品・安価商品を購入する」、60歳以上は「必要なものだけを購入する」がそれぞれ最も高くなった。

また、就業形態別に見ると、専業主婦は「特売品・安価商品を購入する」、正社員等とパートは「ポイント・クーポン・割引券等を活用する」がそれぞれ最も高くなった(図表35)。

5 おわりに

2022年調査の結果から、昨今の物価高騰が主婦の景況感や消費活動に影を落としている実態が見えた。

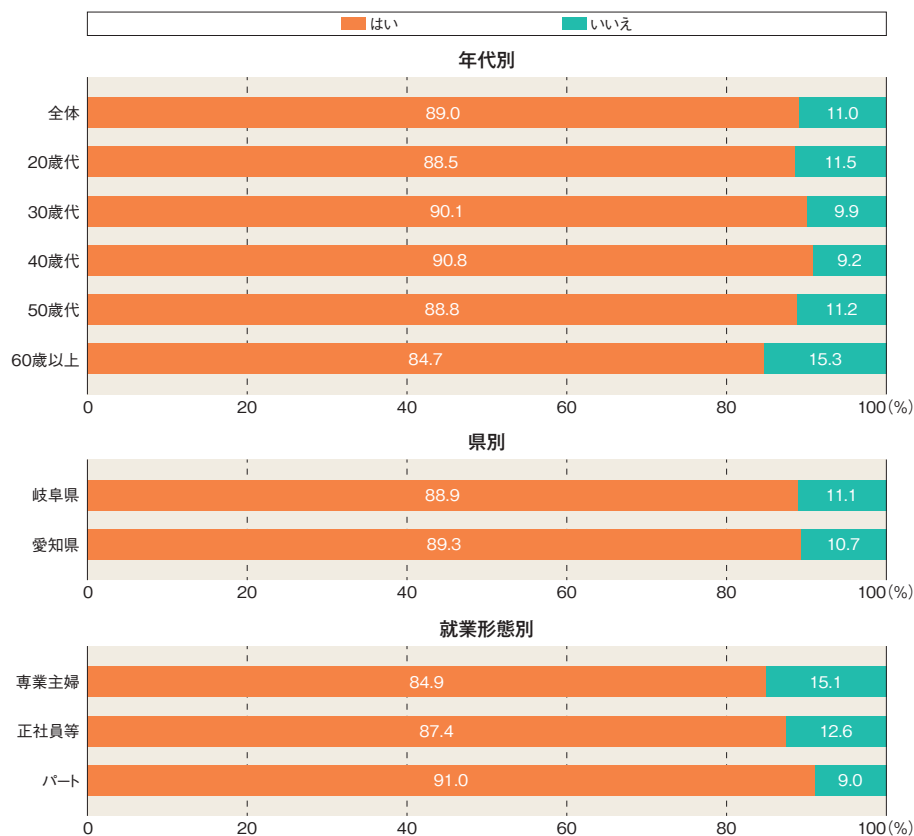
主婦の景況感を示す景況D.I.は前回から▲18.2ポイントと再び悪化した。また、主婦の物価観を表す物価D.I.は98.6と過去最高となった。家計支出は「増えた」との回答が8割を占め、費目別の支出D.I.は「光熱・水道費」や「交通費(ガソリン代を含む)」、「食費」といったエネルギー・食品関連が高水準となった。

家計支出が大きく増加している一方、家計収入が「変わらない」との回答が過半数を占め、「増えた」は1割にとどまった。また、7割の主婦が生活に“ゆとりがない”と回答したほか、物価上昇により家計が“厳しい”との回答は8割に及んだ。物価高で支出が大きく増加しているにもかかわらず収入は増えず、生活のゆとりが損なわれている。

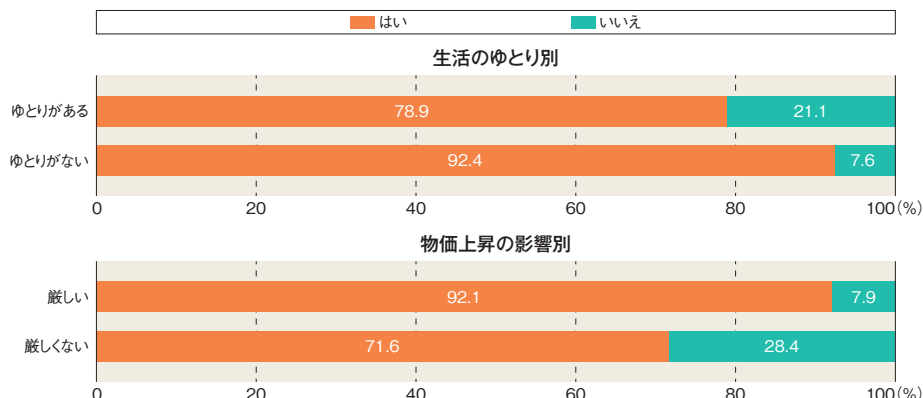
ただ、「レジャー費」や「外食費」の支出が前回から大きく伸びたほか、購入した高額商品のうち「国内旅行」が大幅に上昇してトップに返り咲くなど、コロナ禍で大きく落ち込んでいたサービス支出に関しては回復の動きが見られる。ただしこれらの回復は20歳代や30歳代などの若年層が中心であり、50歳代や60歳以上などに関してはまだ一定程度控えている様子が見てとれる。

相次ぐ値上げラッシュを受け、主婦は家計防衛色を強めている。物価上昇により節約意識が「高まっ

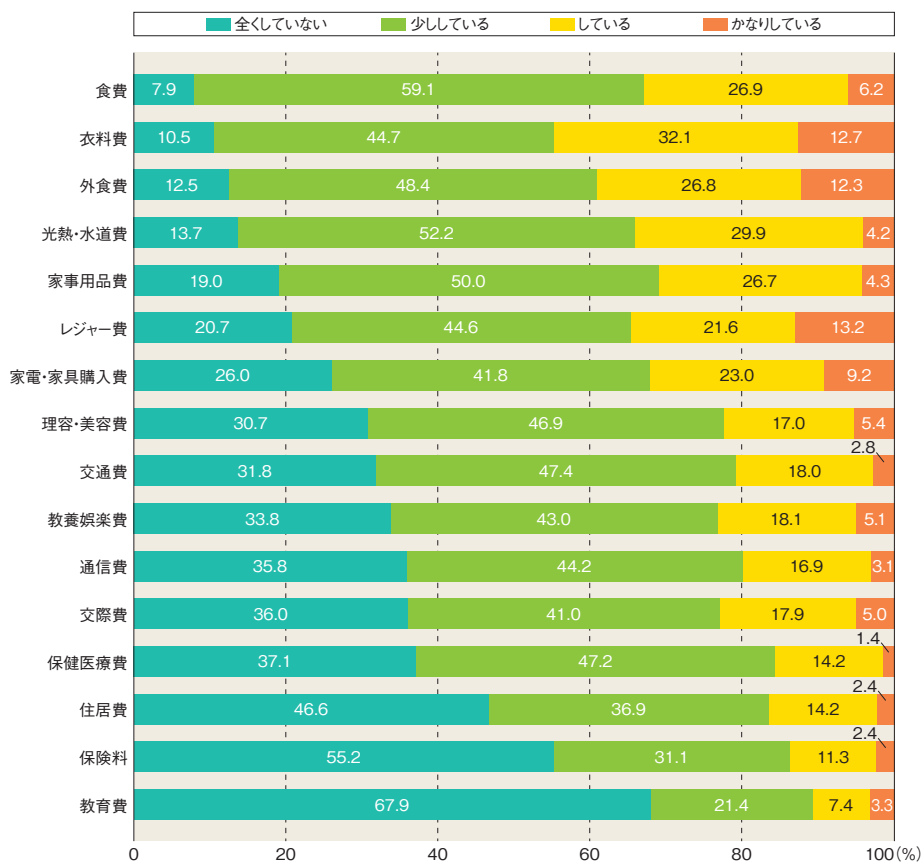
図表30 節約意識は高まったか(属性別)



図表31 節約意識は高まったか(生活のゆとり、物価上昇の影響別)



図表32 各費目の節約度合い4段階(全体)



た」との回答は9割弱に上った。また、費目別の節約度合いを見ると、「衣料費」や「外食費」、「食費」などが特に高くなっている。主婦は価格に敏感となり、割安な商品を選んで購入したり、買い物自体を減らしたり、衣服や外食、旅行といった選択的支出を制限したりすることで、少しでも出費を抑えようとしている。こうした買い控えや節約志向の広がりは、コロナ禍からの消費回復を阻害しかねない。

総務省が発表した2022年12月の「全国消費者物価指数(生鮮食品を除く)」は前年同月比で+4.0%と、16ヵ月連続でプラスとなった。また、2023年も多くの品目で値上げが予定されており、当面は物価高が家計の重荷になりそうだ。

一方、物価高への対応として、賃

図表33 各費目の節約度合い(属性別)

各費目の節約度合い 計算式

選択肢	点数
全くしていない	0
少ししている	1
している	2
かなりしている	3

$$\text{節約度合い} = \frac{(\text{「全くしていない」} \times 0 \text{点}) + (\text{「少ししている」} \times 1 \text{点}) + (\text{「している」} \times 2 \text{点}) + (\text{「かなりしている」} \times 3 \text{点})}{\text{回答者数}}$$

■ : 各属性で最も高いもの ■ : 属性別における各費目で最も高いもの
■ : 全体より高いもの ■ : 全体より低いもの
■ : 属性別における各費目で最も低いもの

	全体	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	岐阜県	愛知県	専業主婦	正社員等	パート
衣料費	1.47	1.23	1.40	1.41	1.57	1.55	1.49	1.45	1.54	1.41	1.54
外食費	1.39	1.21	1.28	1.41	1.48	1.36	1.45	1.31	1.51	1.27	1.49
食費	1.31	1.44	1.30	1.23	1.43	1.17	1.40	1.19	1.24	1.26	1.37
レジャー費	1.27	0.92	1.10	1.34	1.35	1.37	1.34	1.18	1.37	1.18	1.38
光熱・水道費	1.25	1.10	1.08	1.17	1.43	1.25	1.31	1.13	1.36	1.17	1.28
家事用品費	1.16	0.94	1.06	1.17	1.29	1.13	1.23	1.10	1.13	1.07	1.27
家電・家具購入費	1.15	0.92	0.94	1.15	1.26	1.31	1.19	1.12	1.04	1.15	1.18
理容・美容費	0.97	0.77	0.96	1.00	1.03	0.90	1.00	0.91	1.19	0.86	1.04
教養娯楽費	0.94	0.67	0.77	0.95	1.07	1.02	1.03	0.85	0.82	0.90	1.01
交際費	0.92	0.63	0.78	1.04	0.99	0.90	0.95	0.89	0.85	0.86	1.01
交通費	0.92	0.88	0.84	0.83	1.00	0.95	0.98	0.81	0.91	0.87	0.95
通信費	0.87	0.81	0.77	0.87	0.97	0.84	0.92	0.78	0.66	0.84	0.93
保健医療費	0.80	0.79	0.71	0.77	0.90	0.77	0.85	0.73	0.71	0.75	0.86
住居費	0.72	0.50	0.39	0.75	0.89	0.88	0.82	0.61	0.68	0.68	0.79
保険料	0.61	0.61	0.49	0.57	0.68	0.67	0.61	0.60	0.54	0.57	0.66
教育費	0.46	0.34	0.39	0.49	0.46	0.58	0.49	0.43	0.39	0.42	0.51

(*) 小数点第3位を四捨五入。

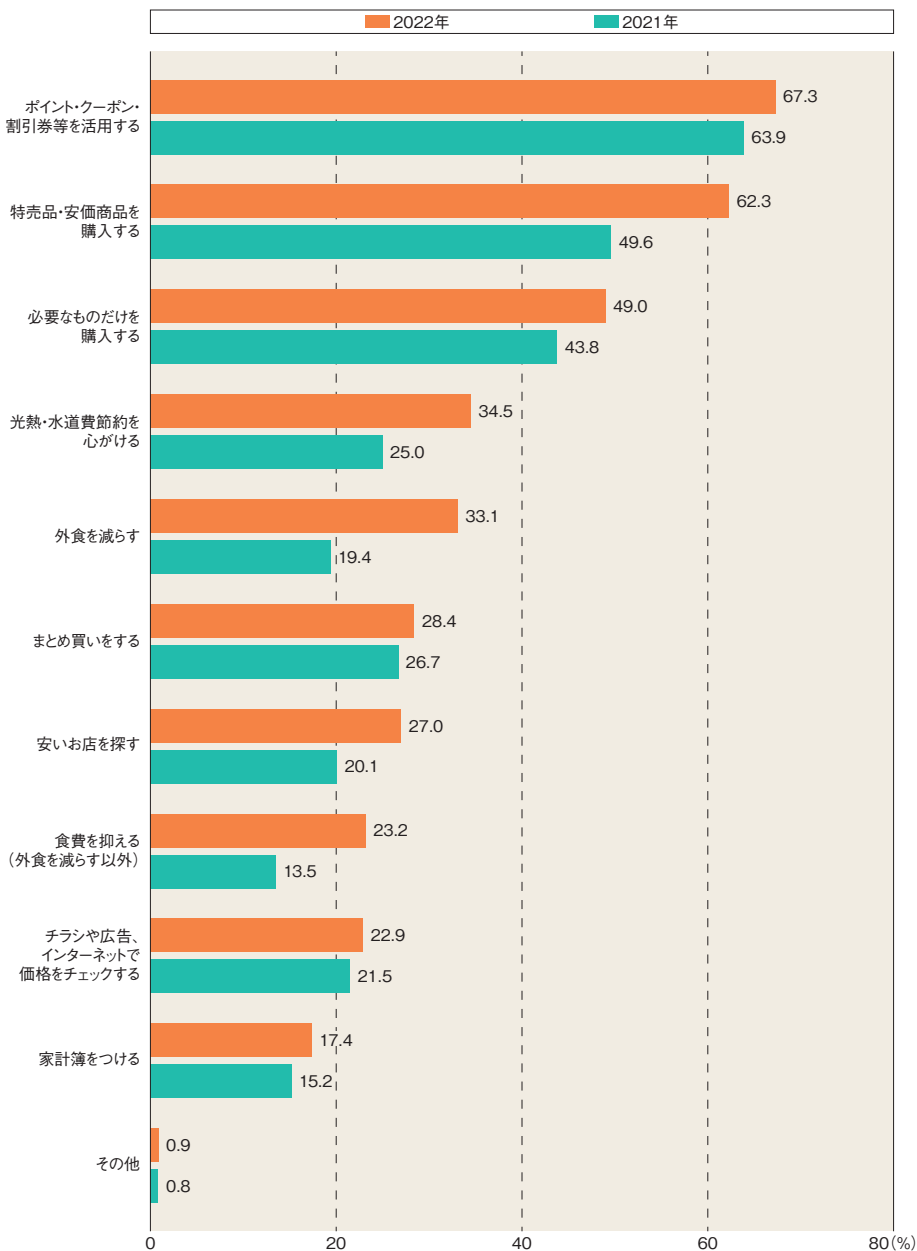
上げに取り組む企業も出ている。岐阜県産業経済振興センターの「賃上げに関する特別調査」によると、2022年度に賃上げを実施または実施予定の県内企業は72.1%に上っている。政府も賃上げ支援の拡充に意欲を示しているが、中小企業や非正規なども含む幅広い賃上げが行われるか、行われたとしても物価上昇分を上回る賃上げを実現できるかは不透明だ。

また、今年5月には新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが季節性インフルエンザと同じ5類に引き下げられる見通しであり、社会経済活動の本格的な回復への期待が高まる。

今後、物価高や賃上げ、新型コロナが主婦の景況感や消費活動にどのような影響を与えていくのか。特に行動規制緩和後の消費回復の弱さが目立ち、節約度合いも比較的高い中年層や高齢層の動向が注目される。

図表34 節約のために工夫していること(全体)

※複数回答



(*)2022年より「家計管理で工夫していること」を「節約のために工夫していること」に変更。

図表35 節約のために工夫していること(上位5項目、属性別)

※複数回答 (%・%ポイント)

	ポイント・クーポン・割引券等を活用する	特売品・安価商品を購入する	必要なものだけを購入する	光熱・水道費節約を心がける	外食を減らす
全体	67.3 (3.4)	62.3 (12.7)	49.0 (5.2)	34.5 (9.5)	33.1 (13.7)
20歳代	75.0 (10.3)	65.4 (18.3)	48.1 (6.9)	19.2 (7.4)	30.8 (7.3)
30歳代	75.3 (6.9)	62.7 (22.7)	41.8 (0.5)	27.8 (9.1)	32.3 (11.0)
40歳代	65.8 (1.6)	55.3 (9.2)	48.4 (6.4)	36.3 (9.9)	39.5 (14.6)
50歳代	68.1 (▲0.4)	72.1 (14.1)	48.0 (5.1)	40.2 (9.1)	33.2 (14.9)
60歳以上	57.4 (4.4)	54.6 (2.8)	58.2 (7.6)	34.0 (8.4)	24.8 (13.2)
岐阜県	69.7 (7.2)	63.3 (12.2)	48.7 (4.1)	35.5 (9.2)	33.0 (17.2)
愛知県	64.5 (▲1.2)	60.8 (13.1)	49.1 (5.4)	31.5 (8.3)	33.3 (9.1)
専業主婦	56.9 (1.6)	65.5 (14.2)	56.9 (16.1)	36.2 (13.8)	31.0 (15.2)
正社員等	66.9 (7.2)	56.7 (15.5)	46.9 (2.7)	30.0 (9.7)	29.7 (13.9)
パート	69.4 (▲0.9)	67.0 (10.9)	49.4 (4.7)	37.6 (8.4)	37.3 (14.2)

(※1) ■は、各属性における最も回答率の高い項目。(※2)括弧内は、前回差を示す。

(2023.2.8)

OKB総研 調査部 梅木 風香