

長野経済研究所プレスリリース ～消費動向調査結果(2022年4月調査)～

新型コロナへの不安感は弱まるも、消費の抑制姿勢は変わらず

本調査は、県内の消費動向や消費者意識を把握するため、県内1,000世帯を対象に、3カ月ごとに実施している。

 調査結果のポイント

<新型コロナに対する意識や消費行動の変化について>

新型コロナへの強い不安感は弱まる

- 新型コロナに対する意識は、「とても不安に感じている」(32.5%)と「やや不安に感じている」(53.5%)を合わせた86.0%が不安を感じている。ただ、「とても不安に感じている」は22年1月調査(以下、前回調査という)に比べ13.6ポイント低下し、新型コロナへの強い不安感は弱まっている。

抑制的な消費行動の割合はやや低下

- 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動は、抑制的(「抑制的になった」+「やや抑制的になった」)の回答割合が47.2%と、前回調査に比べ2.8ポイント低下したが、積極的(「積極的になった」+「やや積極的になった」)の9.2%を大きく上回っている。

消費行動を抑制する理由として物価の上昇の割合が大きく増加

- 消費行動を抑制する理由は、「感染が怖いから」が66.3%と最も高く、次いで「物価の上昇」(42.2%)、「自粛ムードがあるから」(38.3%)などとなった。特に「物価の上昇」は前回調査に比べ12.2ポイント上昇した。

今後の消費行動は、積極的の回答割合が依然として低水準

- 今後の消費行動については、抑制的(「抑制的になる」+「やや抑制的になる」)の回答割合が10.9%と前回調査に比べ24.0ポイント低下した。一方、積極的(「積極的になる」+「やや積極的になる」)は15.5%と依然として低水準にとどまる。

<物価について>

物価の上昇を感じている割合は9割

- 最近の物の値段やサービスの価格については、上昇している(「上昇している」(55.7%) + 「やや上昇している」(33.8%))の回答割合が89.5%となった。

最近の物価の上昇に伴い3割が支出を減らしている

- 最近の物価の上昇に伴う家計支出については、支出を減らしている(「支出を減らしている」(8.9%) + 「支出をやや減らしている」(23.7%))の回答割合が32.6%と、支出を増やしている(「支出を増やしている」(6.5%) + 「支出をやや増やしている」(19.2%))の25.7%を上回った。

生活を下押しする要因として6割が物価の上昇を懸念

- 生活を下押しするさまざまな要因の中で、特に懸念していることは、「ガソリン価格高騰」が68.4%と最も高く、次いで「食料品や日用品などの物価上昇」(62.6%)などとなった。

- これまでは新型コロナへの不安感が消費行動を抑制してきたが、足元では物価の上昇がさらなる消費の抑制要因となっている。今後も物価の上昇が続き、賃上げが物価上昇に追いつかなければ、消費の回復を遅らせる可能性がある。

<お問い合わせ先>

一般財団法人 長野経済研究所 電話：026-224-0501
担当：調査部 主任研究員 寺嶋 孝太郎
研究員 伊東 聡史

【調査の概要】

「消費動向調査」アンケート実施概要

調査時期： 2022 年 4 月中旬～下旬

調査対象： 長野県内在住の 1,000 世帯

回答属性： 単独世帯 226 世帯
二人以上世帯 774 世帯

性 別 男性 50.0 % 女性 50.0 %
年 齢 別

20 代	8.5 %
30 代	10.5 %
40 代	20.8 %
50 代	23.1 %
60 代	20.6 %
70 代以上	16.5 %

調査方法： インターネット調査

※ 四捨五入の関係で、合計が 100%にならない場合がある。

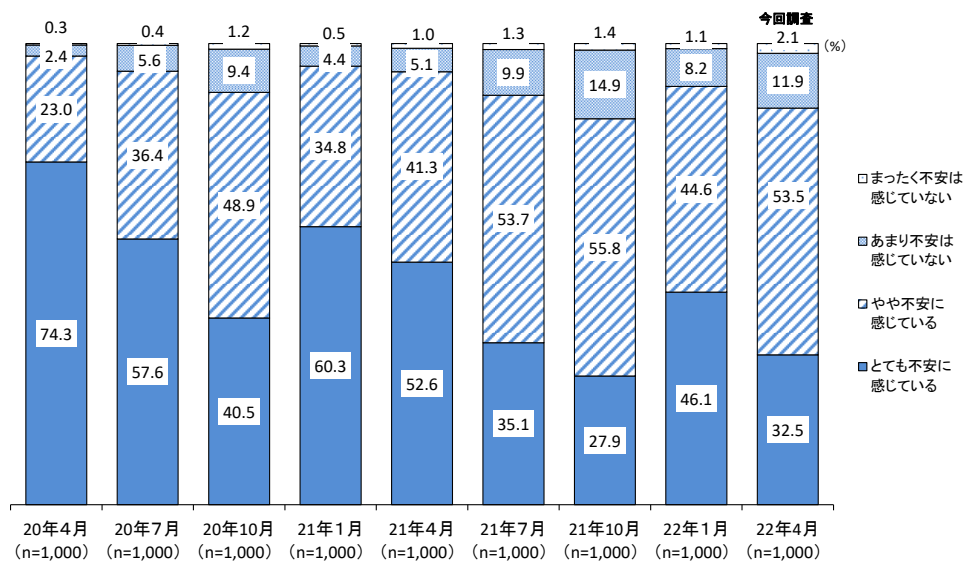
詳細は経済月報 7 月号をご覧ください。

<新型コロナに対する意識や消費行動の変化について>

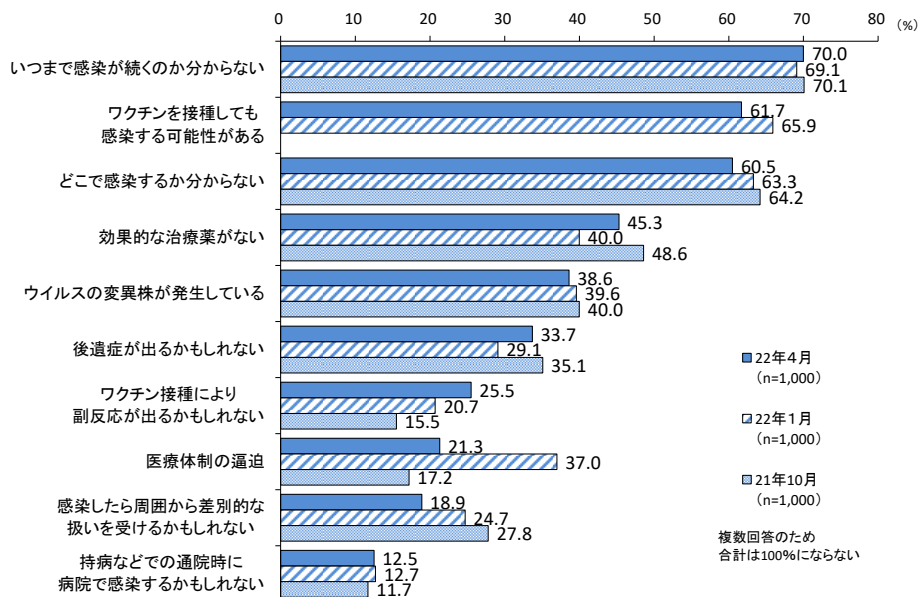
◆ 新型コロナへの強い不安感は弱まる

- ・ 新型コロナに対する意識は、**図表1**のように「とても不安に感じている」(32.5%)と「やや不安に感じている」(53.5%)を合わせた86.0%が不安を感じている。ただ、「とても不安に感じている」は前回調査に比べ13.6ポイント低下し、新型コロナへの強い不安感は弱まっている。
- ・ 新型コロナに関連して不安に感じることは、**図表2**のように、「いつまで感染が続くのか分からない」が70.0%と最も高く、次いで「ワクチンを接種しても感染する可能性がある」が61.7%、「どこで感染するか分からない」が60.5%などとなった。

図表1 新型コロナに対する意識



図表2 新型コロナに関連して不安に感じること

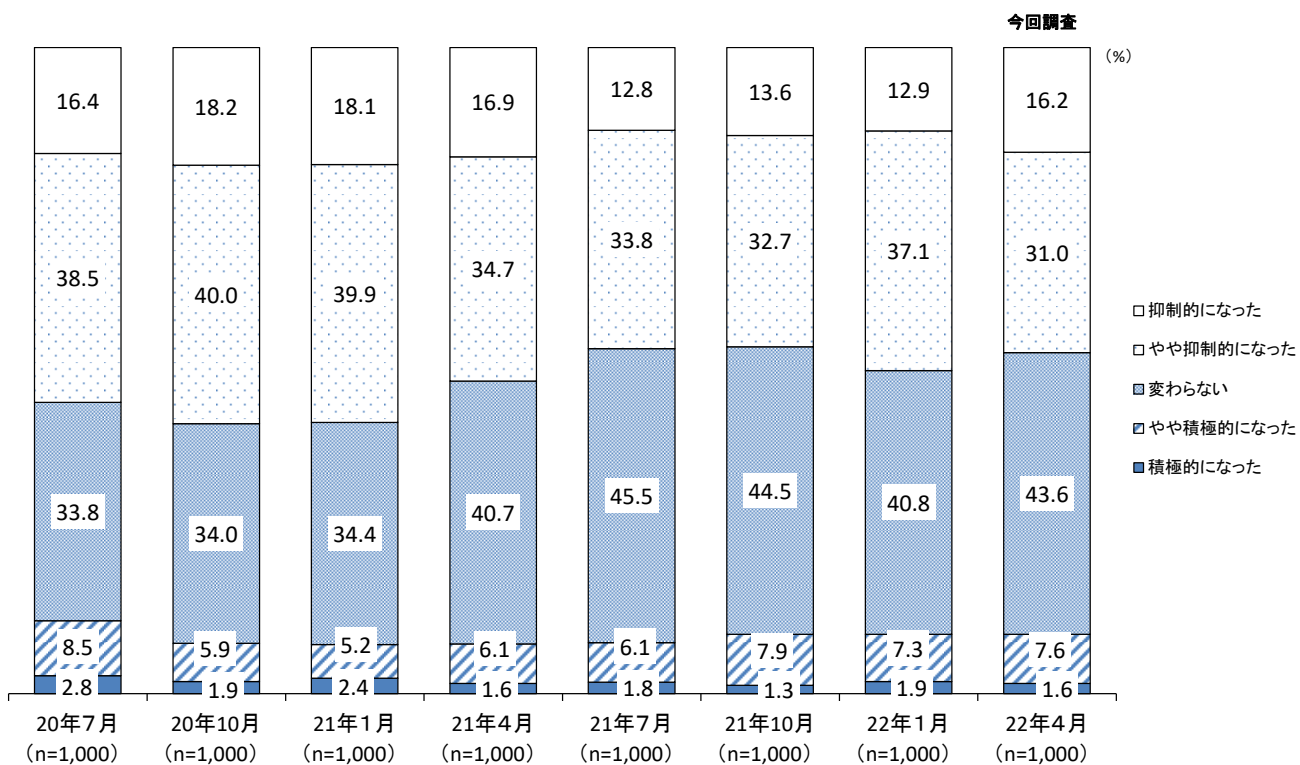


【注】 回答割合の多い上位10項目を掲載

◆ 抑制的な消費行動の割合はやや低下

- ・ 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動は、**図表3**のように、抑制的（「抑制的になった」＋「やや抑制的になった」）の回答割合が47.2%と、前回調査に比べ2.8ポイント低下したが、積極的（「積極的になった」＋「やや積極的になった」）の9.2%を大きく上回っている。

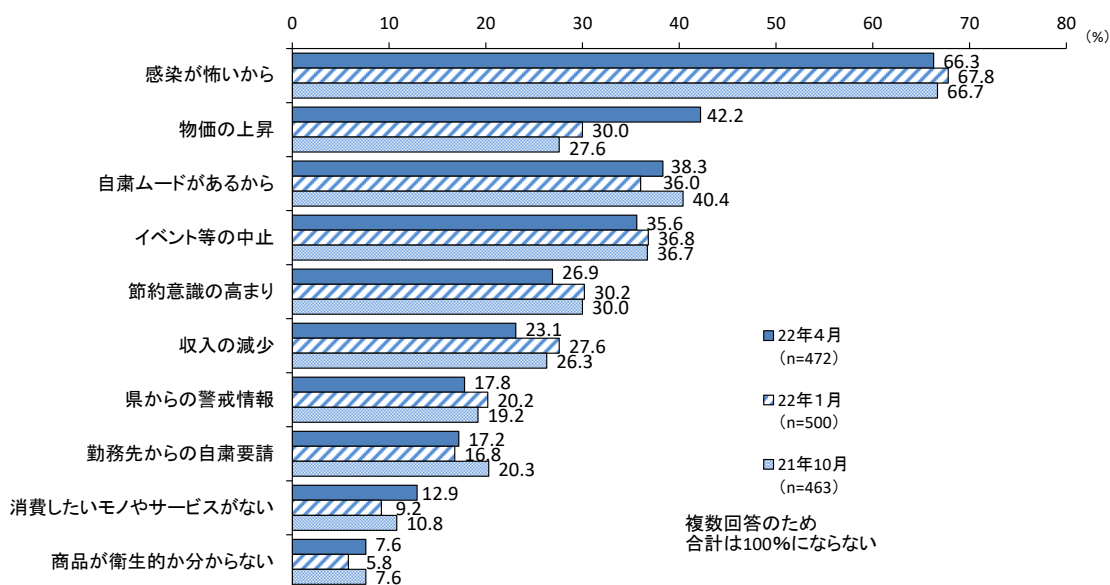
図表3 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動



◆ 消費行動を抑制する理由として物価の上昇の割合が大きく増加

- 消費行動を抑制する理由は、**図表4**のように「感染が怖いから」が66.3%と最も高く、次いで「物価の上昇」(42.2%)、「自粛ムードがあるから」(38.3%) などとなった。特に「物価の上昇」は前回調査に比べ12.2ポイント上昇した。
- 図表3**で「抑制的」と回答した人について、新型コロナ感染拡大前と同程度の消費行動がとれるために必要なことを尋ねたところ、**図表5**のように、「治療薬が普及している」が73.9%と最も高く、次いで「医療体制が整備されている」(49.6%)、「新型コロナの感染症法上の分類がインフルエンザと同じ扱いになっている」(46.6%) などとなった。

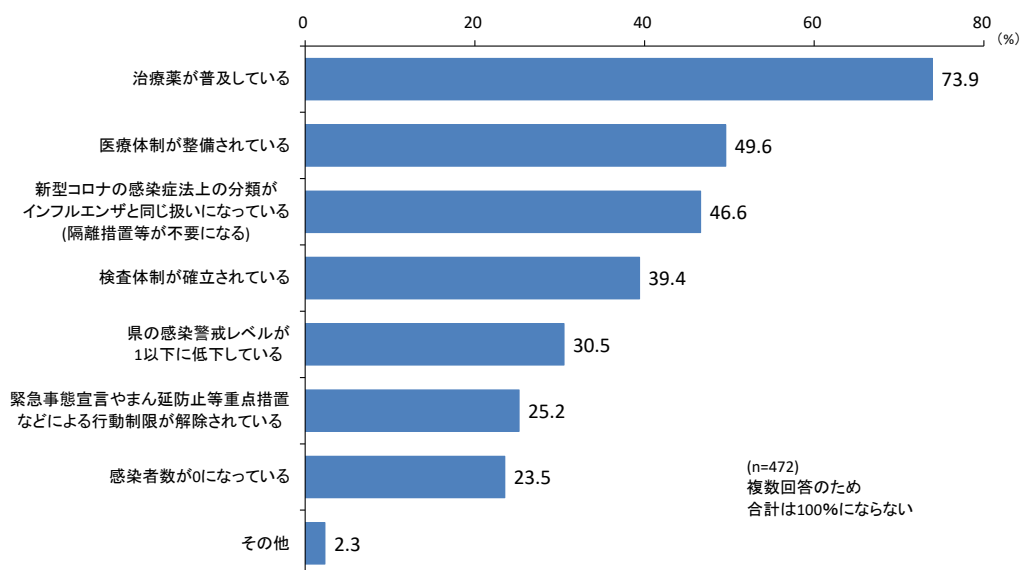
図表4 消費行動を抑制する理由



【注】 回答割合の多い上位10項目を掲載

サンプル数 (n=472) は図表3で「抑制的」と回答した人の数による

図表5 感染拡大前と同程度の消費行動がとれるために必要なこと

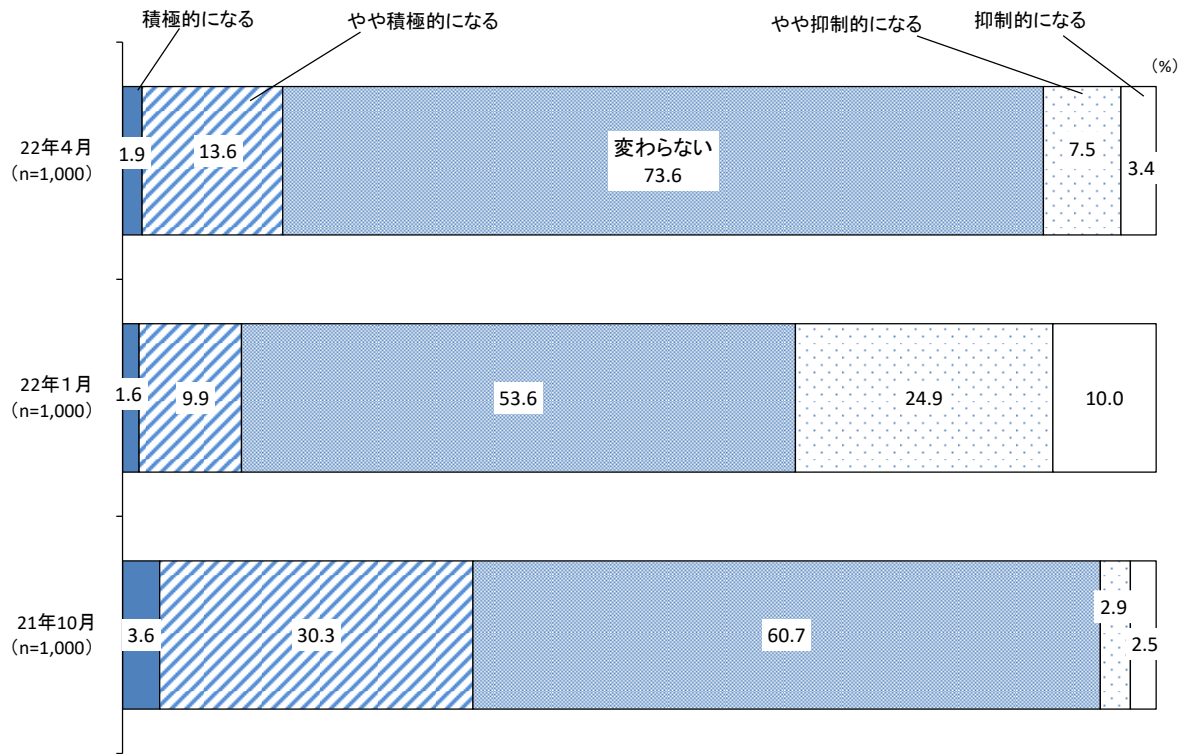


【注】 サンプル数 (n=472) は図表3で「抑制的」と回答した人の数による

◆ 今後の消費行動は、積極的な回答割合が依然として低水準

- 今後の消費行動については、図表6のように、「変わらない」の回答割合が73.6%と最も高い。
- 抑制的（「抑制的になる」＋「やや抑制的になる」）の回答割合は10.9%と前回調査に比べ24.0ポイント低下した。一方、積極的（「積極的になる」＋「やや積極的になる」）は15.5%と前回調査に比べ4.0ポイント上昇したものの、依然として低水準にとどまっている。

図表6 今後の消費行動

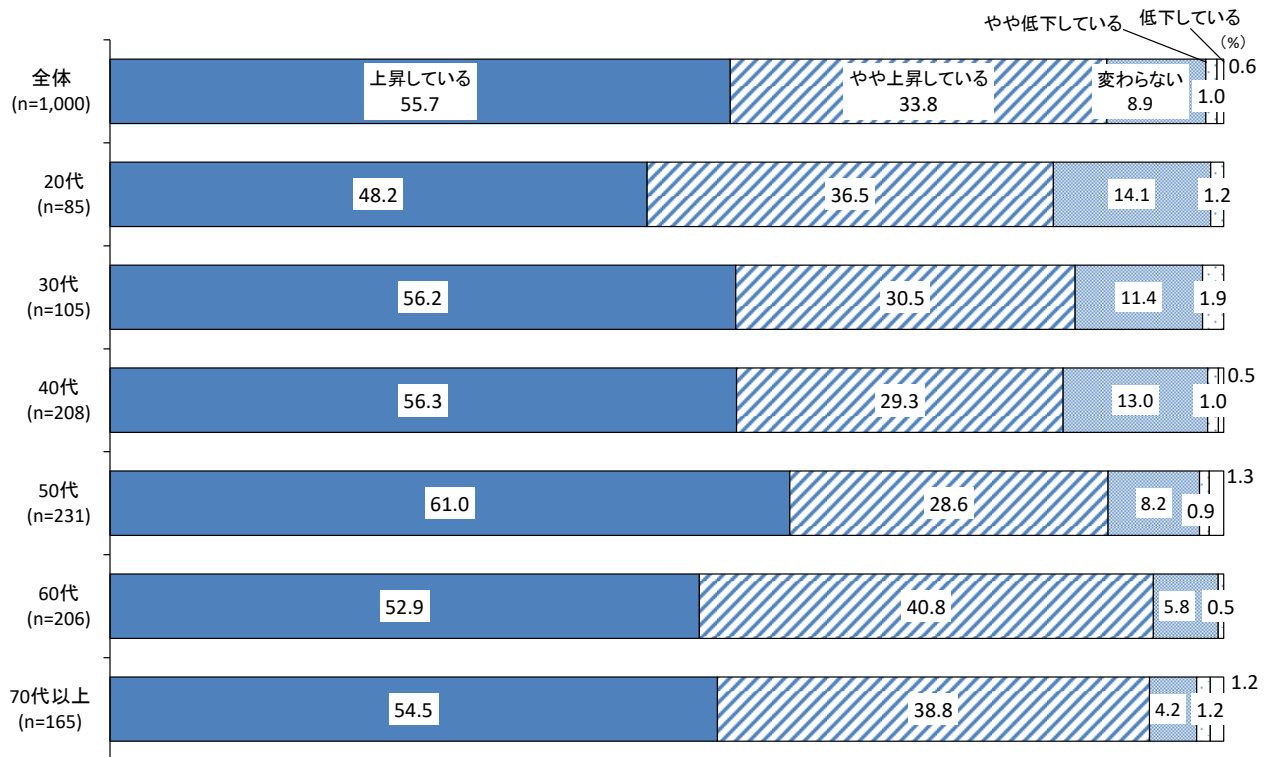


<物価について>

◆ 物価の上昇を感じている割合は9割

- ・ 足元で原油や原材料価格の上昇に加え急激な円安に伴う物価上昇がみられる中、最近の物の値段やサービスの価格に対する意識を尋ねた。
- ・ 図表7のように、上昇している（「上昇している」（55.7%）＋「やや上昇している」（33.8%））の回答割合が89.5%と、約9割が物価の上昇を感じている。
- ・ 年代別では、上昇している（「上昇している」＋「やや上昇している」）の回答割合が、いずれの年代も8割を超えており、中でも60代が93.7%と最も高く、次いで70代以上が93.3%、50代が89.6%と、高齢層の方が比較的物価の上昇を感じている割合が高くなっている。

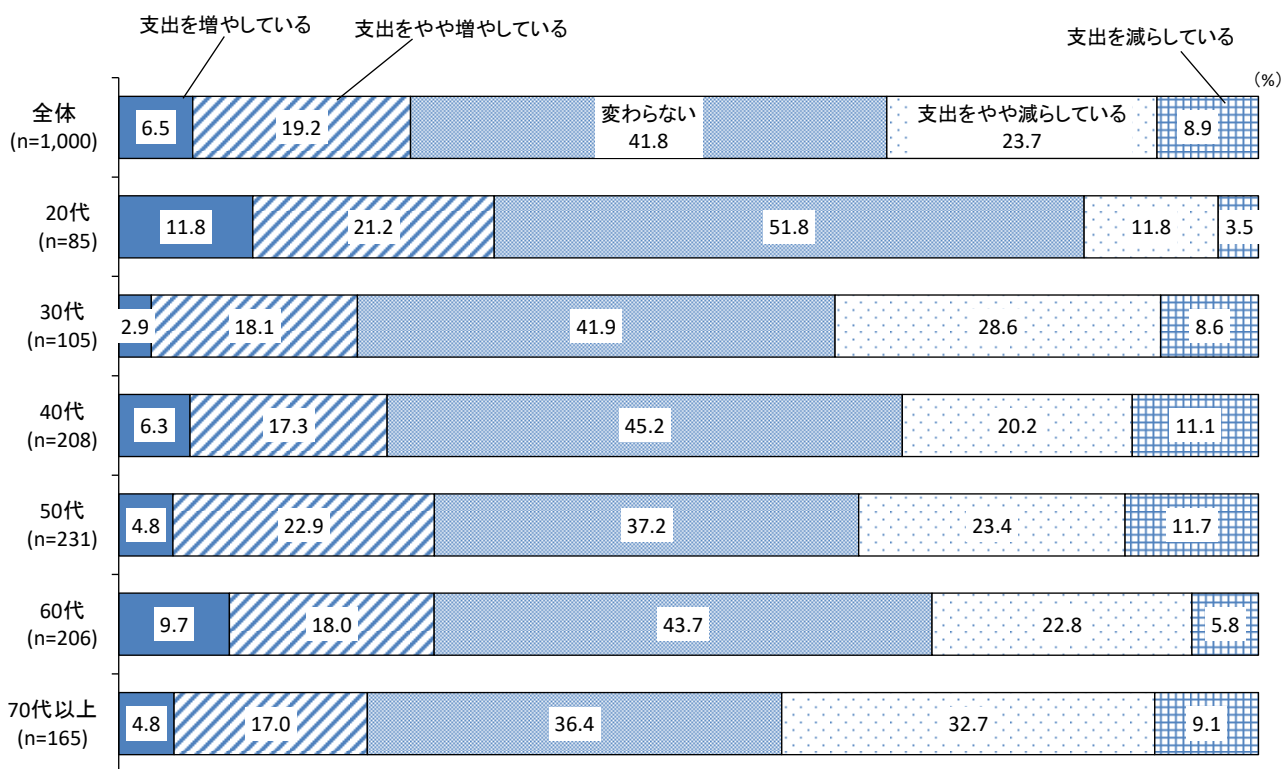
図表7 最近の物の値段やサービスの価格



◆ 最近の物価上昇に伴い3割が支出を減らしている

- 最近の物価上昇に伴う家計支出の変化については、図表8のように、支出を減らしている（「支出を減らしている」(8.9%) + 「支出をやや減らしている」(23.7%)）の回答割合が32.6%と、支出を増やしている（「支出を増やしている」(6.5%) + 「支出をやや増やしている」(19.2%)）の25.7%を上回った。
- 年代別でみると、支出を減らしている（「支出を減らしている」 + 「支出をやや減らしている」）の回答割合は、70代以上が41.8%と最も高く、次いで30代が37.2%、50代が35.1%となった。一方で支出を増やしている（「支出を増やしている」 + 「支出をやや増やしている」）の回答割合は、20代が33.0%と最も高くなった。

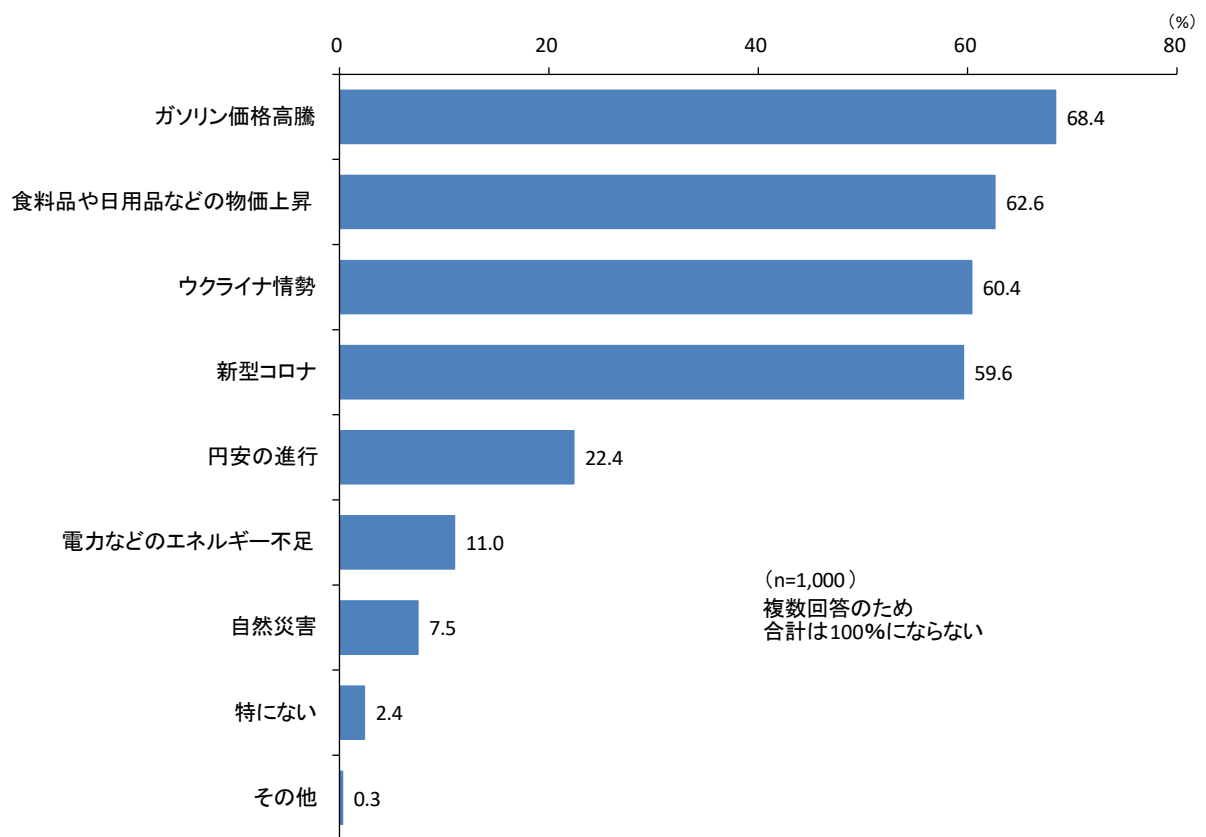
図表8 最近の物価上昇に伴う家計支出の変化



◆ 生活を下押しする要因としては新型コロナよりも物価上昇が上位に

- ・ 生活を下押しするさまざまな要因の中で、特に懸念していることは、**図表9**のように、「ガソリン価格高騰」が68.4%と最も高く、次いで「食料品や日用品などの物価上昇」(62.6%)となり、物価の上昇によるものが上位となった。
- ・ また、「ウクライナ情勢」(60.4%)と「新型コロナ」(59.6%)も約6割と高い回答割合になった。

図表9 生活を下押しする要因として懸念していること



以上