

2023年8月28日

## 消費動向調査結果(2023年7月調査) 旅行を中心に積極的な消費への意向が増加

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

#### 1. 新型コロナに対する意識や消費行動の変化について

- ・ 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動は、「積極的」の割合が上昇
- ・ 今後の消費行動については、積極的な回答割合が2割を超える
- ・ 新型コロナの影響により抵抗を感じる消費行動は、「大人数での宴会やパーティー」がトップ
- ・ 今後増やしたい消費行動は、「国内旅行」が4割を超えトップ

#### 2. 物価について

- ・ 物価の上昇を感じている回答割合が92.2%と調査開始以来最高に
  - ・ 「物価上昇により支出が増えている」の回答割合が上昇
  - ・ 物価高の中、「収入は変わっていない」が半数以上を占める
  - ・ 「収入は変わらない見通し」が6割を超える
- 今回の調査では、新型コロナに対する不安感が残るものの、前回調査（23年4月、以下同じ）と比べ消費行動は積極的になっている状況がうかがえた。また、「今後増やしたい消費項目」として、上位3項目のうち2項目が旅行に関するものとなっている。ここ数年、外出等の行動を抑えていた消費者も多く、旅行等に対する意欲の高まりがみとれる。物価については、上昇を感じている割合が過去最高となった。また、「物価上昇により支出が増えている」が前回調査に比べさらに上昇した。今後も物価の高止まりが続くとみられるほか、「収入は変わらない見通し」は6割を超えており、引き続き物価の高止まりと収入の伸び悩みが消費の抑制要因となるとみられる。

#### <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： 2023年7月上旬～中旬

調査対象： 長野県内在住の1,000世帯

回答属性： 単独世帯 239世帯  
二人以上世帯 761世帯

性別 男性 50.0% 女性 50.0%  
年齢別

20代	1.7%
30代	11.2%
40代	22.8%
50代	23.0%
60代	22.8%
70代以上	18.5%

調査方法： インターネット調査

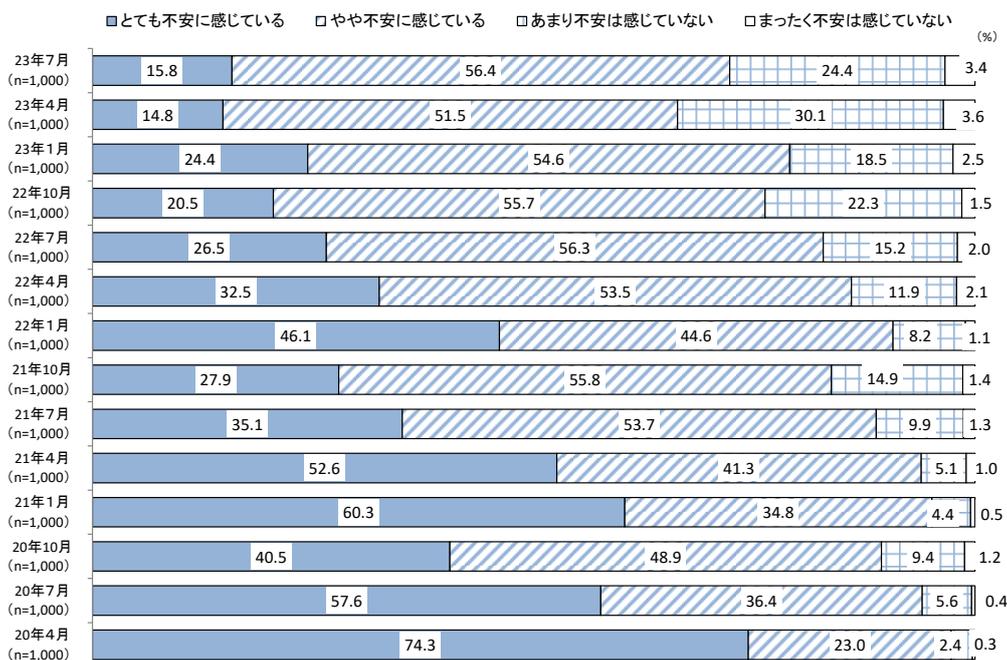
※ 四捨五入の関係で、合計が100%にならない場合がある。

# 1. 新型コロナに対する意識や消費行動の変化について

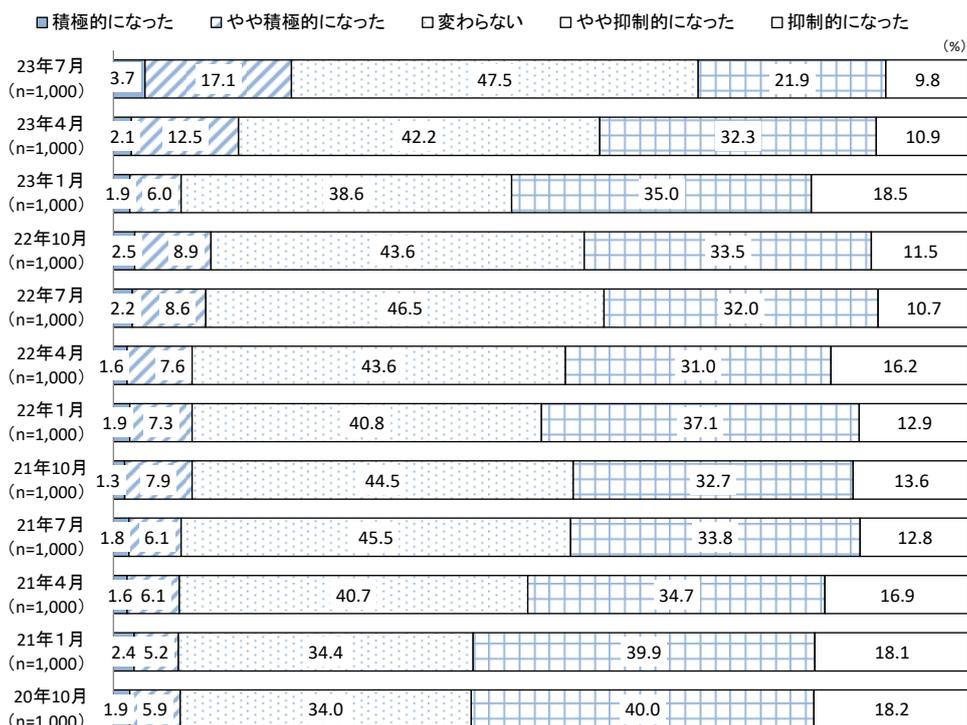
## (1) 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動は、「積極的」の割合が上昇

- 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」(15.8%)と「やや不安に感じている」(56.4%)を合わせた72.2%が不安を感じており、前回調査(23年4月、以下同じ)に比べ5.9ポイント増加した。
- 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動は、図表2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31.7%と、前回調査に比べ11.5ポイント低下し、調査開始以来、初めて4割を下回った。また、積極的(「積極的になった」+「やや積極的になった」)の回答割合は20.8%と同6.2ポイント上昇した。感染への不安感が残るものの、消費抑制要因としての新型コロナの影響は低下している。

図表1 新型コロナに対する意識



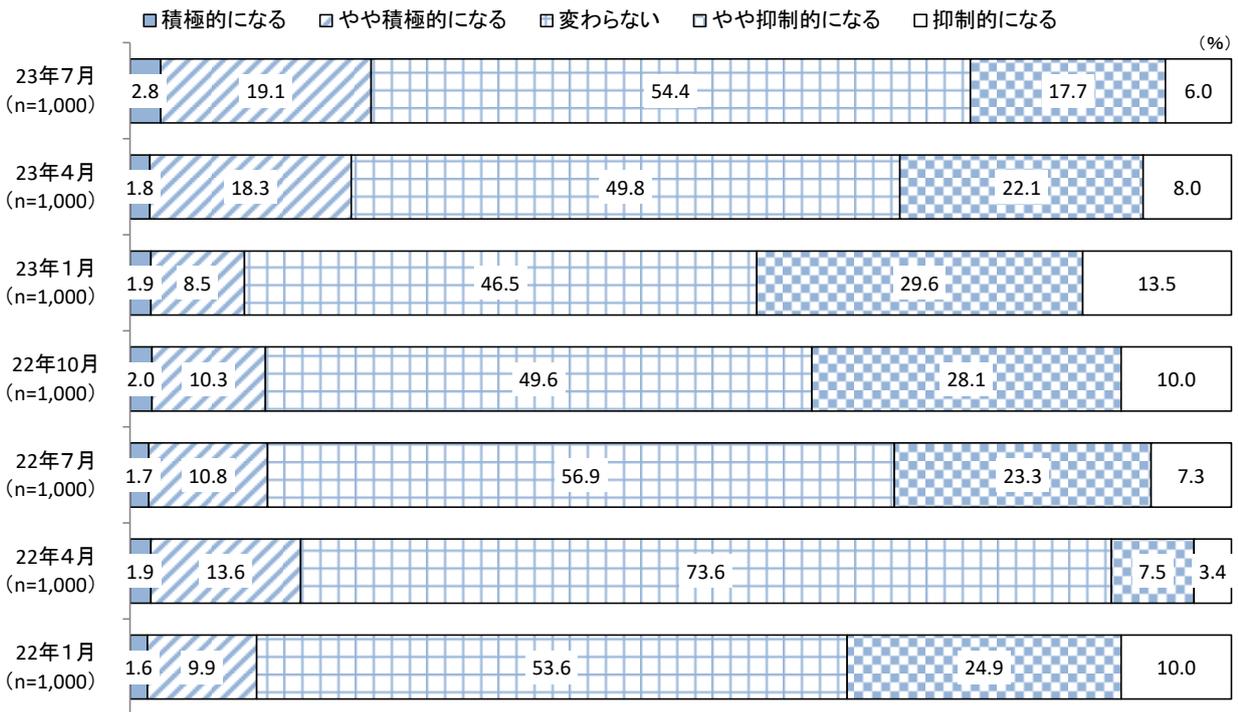
図表2 新型コロナ感染拡大前と比べた消費行動



(2) 今後の消費行動については、積極的な回答割合が2割を超える

- 今後の消費行動を図表3で見ると、抑制的（「抑制的になる」＋「やや抑制的になる」）の回答割合は23.7%と前回調査に比べ6.4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」）の回答割合は21.9%と同1.8ポイント上昇し、調査開始以来最も高くなった。今後の消費行動については、積極姿勢がみられる。

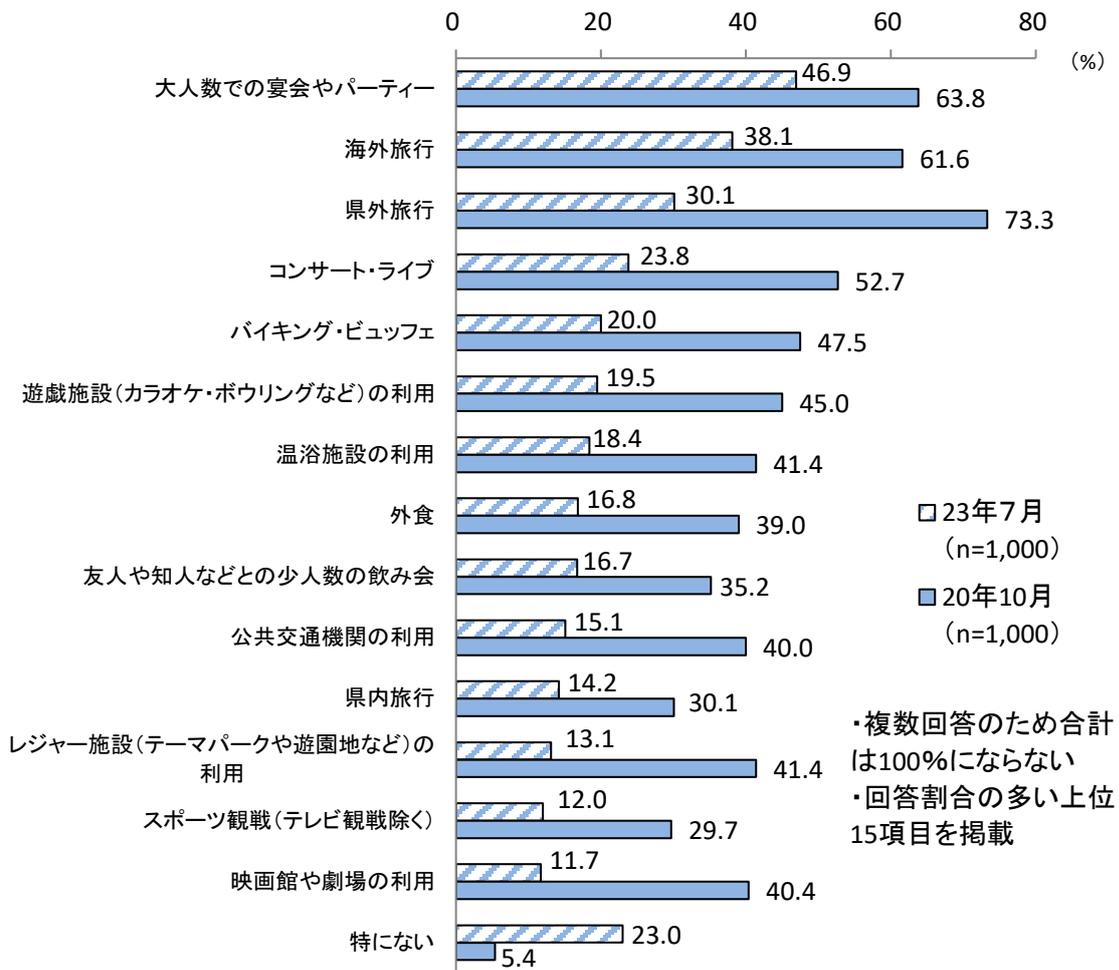
図表3 今後の消費行動



(3) 新型コロナの影響により抵抗を感じる消費行動は、「大人数での宴会やパーティー」がトップ

- 新型コロナの影響により抵抗を感じる消費行動は、図表4のように「大人数での宴会やパーティー」が46.9%と最も高く、次いで「海外旅行」(38.1%)、「県外旅行」(30.1%)などとなった。2020年10月調査と比較すると、「特にない」以外、全ての項目で回答割合が大きく低下しており、特に「県外旅行」は43.2ポイント低下したほか、「コンサート・ライブ」も28.9ポイント低下した。

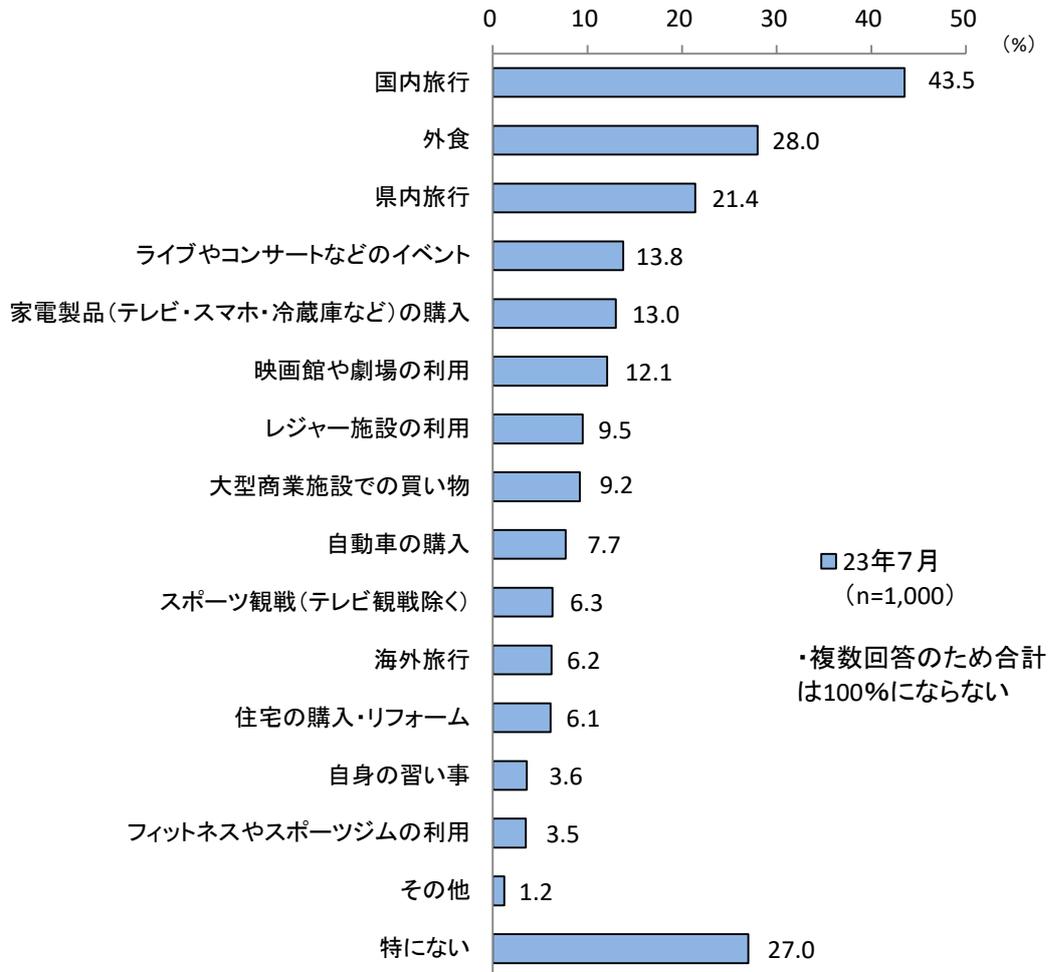
図表4 抵抗を感じる消費行動



(4) 今後増やしたい消費行動は、「国内旅行」が4割を超えトップ

- 今後増やしたい消費項目をみると、**図表5**のように「国内旅行」が43.5%と最も高く、次いで「外食」(28.0%)、「県内旅行」(21.4%) などとなった。新型コロナの感染確認から3年以上が経過し、これまで抑制してきた消費活動を活発化させる動きがみられ、特に旅行に対する意欲が高まっている。

図表5 今後増やしたい消費行動

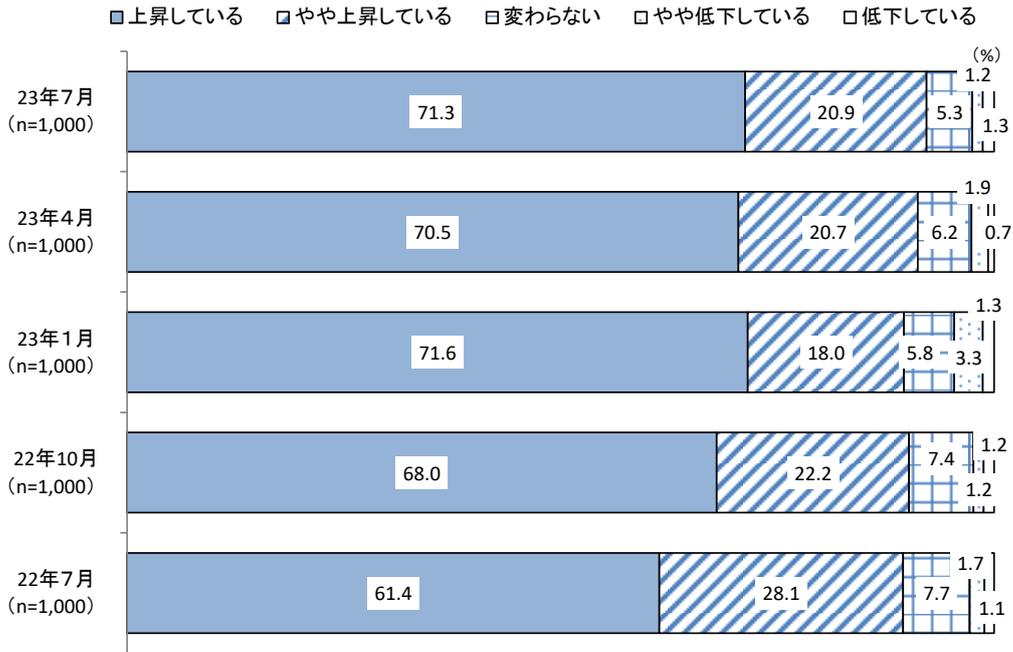


## 2. 物価について

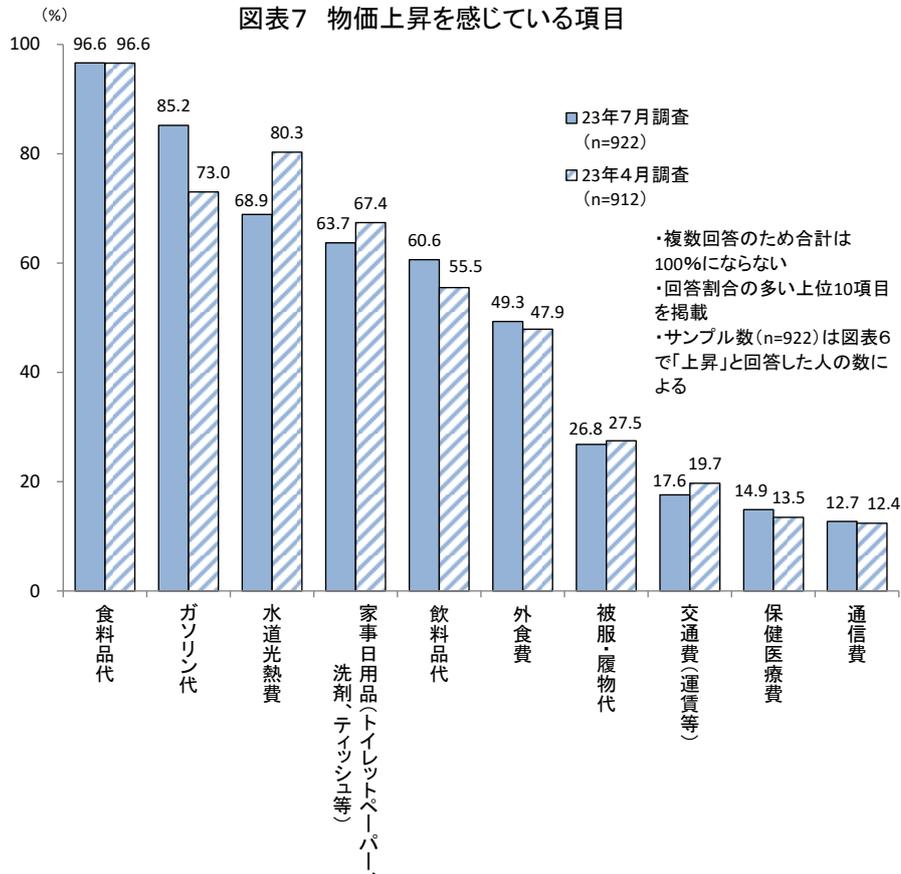
### (1) 物価の上昇を感じている回答割合が92.2%と調査開始以来最高に

- ・ 最近の物の値段やサービスの価格については図表6のように、上昇（「上昇している」＋「やや上昇している」）と感じている人の回答割合は、前回調査に比べ1.0ポイント上昇の92.2%となり、調査開始以来、最も高くなった。
- ・ 物価上昇を感じている項目としては、図表7のように、「食料品代」が96.6%と最も高く、次いで「ガソリン代」（85.2%）、「水道光熱費」（68.9%）などとなった。

図表6 最近の物やサービスの価格



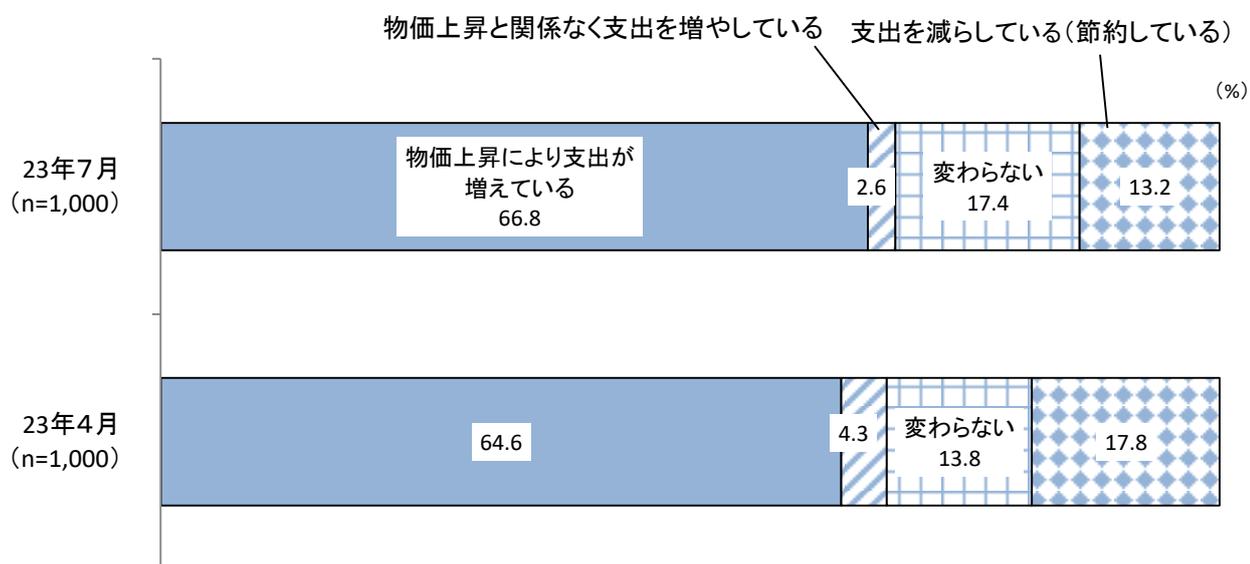
図表7 物価上昇を感じている項目



## (2) 「物価上昇により支出が増えている」の回答割合が上昇

- 最近の物価上昇に伴う家計支出の状況については、**図表8**のように、「支出を減らしている（節約している）」が13.2%と前回調査から4.6ポイント減少した一方で、「物価上昇により支出が増えている」が2.2ポイント上昇の66.8%と最も高くなった。引き続き、物価上昇が家計負担を増大させている。

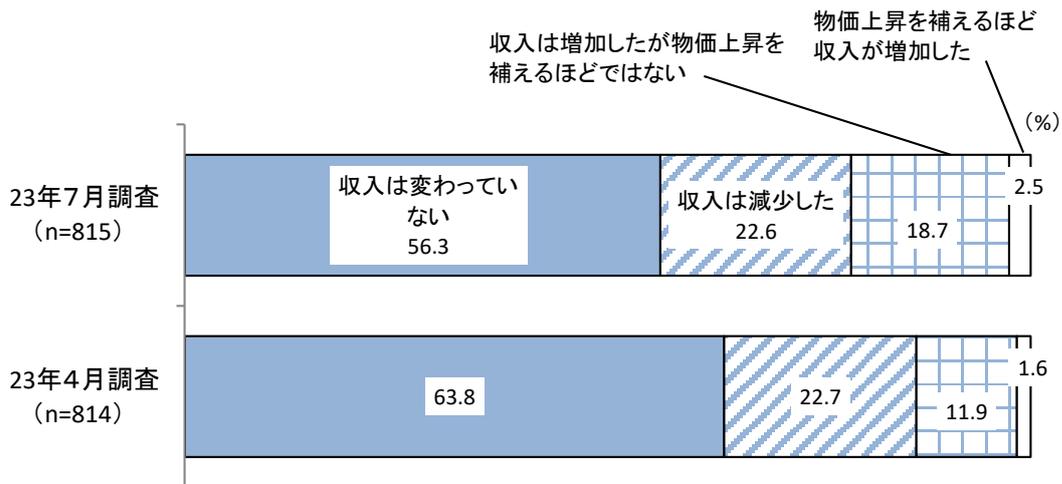
図表8 最近の物価の変化に伴う家計支出



(3) 物価高の中、「収入は変わっていない」が半数以上を占める

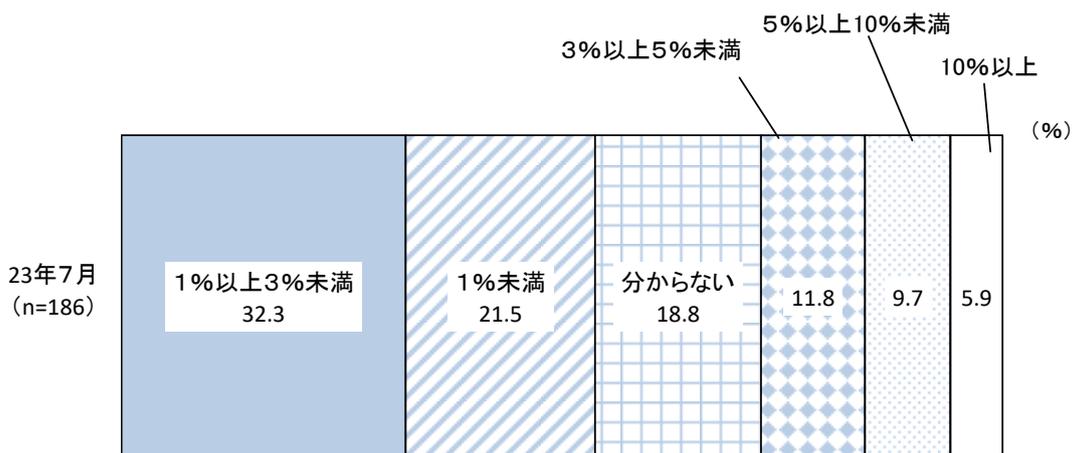
- 20～60 代の回答者に最近の収入の変化について尋ねたところ、**図表 9**のように、「収入は増加したが物価上昇を補えるほどではない」が 18.7%と前回調査に比べ 6.8 ポイント上昇した。一方、「物価上昇を補えるほど収入が増加した」は 2.5%にとどまるとともに、「収入は変わっていない」も 56.3%と依然として半数以上を占めた。
- 収入の増加率を尋ねたところ、**図表 10**のように「1%以上3%未満」が 32.3%と最も高く、次いで「1%未満」が 21.5%となった。

図表9 最近の収入の変化



※サンプル数は20～60代の回答者数による

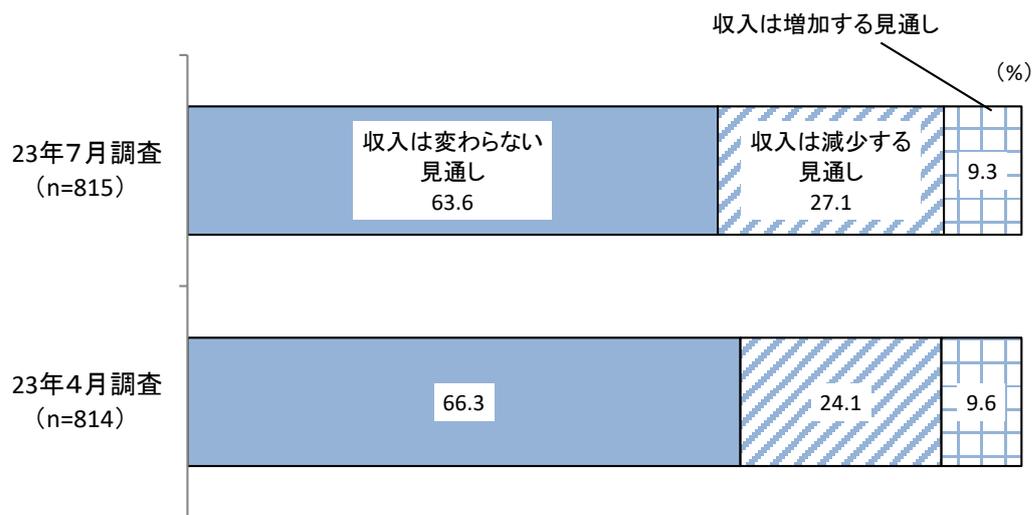
図表 10 収入の増加率



#### (4) 「収入は変わらない見通し」が6割を超える

- 今後の収入の見通しについても、図表 11 のように、「収入は変わらない見通し」が 63.6%と最も高く、次いで「収入は減少する見通し」が 27.1%となった。「収入は増加する見通し」は 9.3%と、前回調査に比べ大きな変化はなかった。

図表 11 収入の変化の見通し



※サンプル数は20～60代の回答者数による

以上