

長野経済研究所プレスリリース ～消費動向調査結果(2024年年末調査)～ 県内消費者が選ぶ漢字は、今年も「苦」

本調査は、来年の消費動向を見通す参考として、景況感や消費意識に関わるテーマについて、県内世帯を対象に実施した。

👉 調査結果のポイント

<県内消費者の今年を表す漢字一文字>

1位は昨年に続き「苦」

- 2024年を表す漢字一文字は、1位は昨年に続き「苦」、2位は「高」、3位は「耐」、4位は「変」、5位は「忍」となった。

<今年印象の強かった出来事>

- 1位は「1月1日にM7.6の能登半島地震発生」、2位は「大谷翔平、メジャー史上初の50-50を達成」、3位は「令和の米騒動」となった。

<世の中の景気の見方>

- 25年の世の中の景気は「悪化する」が4割超。

<自身の生活(家計)の見方>

- 25年の自身の生活(家計)は「悪化する」が半数超え。

<自身の直面している不安や悩み>

- 健康や生活、金銭に関連する項目が上位に。

<余暇の過ごし方>

- 25年は県内・県外への旅行や運動・スポーツが増加。

<商品・サービスの購入(利用)経験・意向>

- 25年は「ふるさと納税」「飲食店のテイクアウト、ウーバーイーツ」の購入(利用)意向が高まる。

<意識している取り組み>

- 25年は「健康」「貯蓄・節約」「運動」への意識が高まる。

<来年の消費行動>

- 25年の消費行動は、「消極的になる」の回答割合が「積極的になる」を上回るが、前年調査と比べて「積極的になる」の回答割合は6.9%上昇する一方、「消極的になる」は22.9ポイント低下した。

～ 調査から見る24年の振り返りと25年の展望 ～

- 24年の消費者の消費行動は、物価上昇の影響を引き続き受け、「苦」、「高」、「耐」、「忍」といった漢字が上位となった。物価上昇による生活面への悪影響や、地震や台風などで大きな被害があったことを背景に、「苦」を感じる機会が多かったとみられる。
- 25年は、景気や家計についての厳しい見通しの割合が多いが、来年の消費行動については前年調査よりも消極的な割合が低下し、積極的な割合が上昇している。物価上昇を受け、節約意識がみられる一方で、コロナ禍で控えられた旅行のほか、運動、趣味などに意識して取り組もうとする姿がみられた。

<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 須田 浩路

【調査の概要】

「消費動向調査」アンケート実施概要

調査時期： 2024 年 11 月下旬

調査対象： ブルーカード会員のうち、
長野県内在住の消費者 2,797 世帯

回答属性： 性別 男性 45.4 % 女性 54.6 %

年代

20 代以下	1.1 %
30 代	8.1 %
40 代	18.7 %
50 代	32.3 %
60 代	26.6 %
70 代以上	13.2 %

居住地

北信	58.8 %
東信	6.8 %
中信	18.4 %
南信	16.1 %

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。

<県内消費者の今年を表す漢字一文字>

◆ 1位は昨年に続き「苦」

- ・ 24年を表す漢字一文字は、昨年に続き「苦」が最も多かった。次いで「高」、「耐」、「変」、「忍」などとなった（図表1）。物価上昇による生活面への悪影響や、地震や台風などによる大きな被害があったこと背景に「苦」を感じる機会が多かったとみられる。
- ・ 上位6つの漢字は昨年と同様で、物価高の影響を引き続き大きく受けた年であったことが分かる。また、地震や台風などの影響から「災」が11位となり、またパリ五輪での日本勢の活躍により「金」が13位にランクインした。

図表1 今年を表す漢字一文字（上位20字）

順位		漢字	回答割合(%)	
24年	23年		24年(n=2,797)	23年(n=2,972)
1→	1	苦	5.43	6.97
2↑	4	高	5.04	3.97
3↓	2	耐	4.29	4.74
4↑	5	変	4.08	3.63
5↓	3	忍	3.75	4.71
6→	6	忙	3.07	3.47
7↑	13	疲	2.36	1.31
8→	8	不	2.15	1.72
9↑	14	暑	1.93	1.35
10↓	8	病	1.86	1.72
11↑	-	災	1.68	0.24
12↑	17	健	1.61	1.24
13↑	-	金	1.39	0.64
14↓	13	楽	1.29	1.38
15↑	16	悩	1.25	1.28
16↓	10	難	1.22	1.68
17↑	-	減	1.18	0.77
17↓	12	無	1.18	1.45
17↑	20	悪	1.18	0.94
20↓	11	平	1.07	1.51

(注) 矢印は23年と比べた順位の変化を表す

「-」は、23年の順位が21位以下

<今年印象の強かった出来事>

◆ 1位は「1月1日にM7.6の能登半島地震発生」

- ・ 24年で印象の強かった出来事は、1位が「1月1日にM7.6の能登半島地震発生」で回答割合は84.4%だった。次いで「大谷翔平、メジャー史上初の50-50を達成」(49.5%)、「令和の米騒動」(30.1%)などとなった(図表2)。

図表2 全国で印象の強かった2024年の出来事(上位15項目)

順位	出来事	回答割合 (n=2,797)
1	1月1日にM7.6の能登半島地震発生	84.4
2	大谷翔平、メジャー史上初の50-50を達成	49.5
3	令和の米騒動	30.1
4	長野県レギュラーガソリン、14週連続で全国最高値	29.8
5	首都圏で闇バイト強盗とみられる事件が相次ぐ	29.7
6	自民党派閥の政治資金パーティーを巡る裏金事件	25.1
7	38年ぶりの円安水準に、一時1ドル160円台	22.4
	米大統領選でドナルド・トランプ氏勝利	
9	衆議院選、与党大敗、過半数割れ	16.7
10	20年ぶり新紙幣の発行・流通始まる	16.3
11	紅麹含むサプリ摂取で健康被害	15.1
12	パリ五輪、日本金メダル・メダル総数ともに海外大会最多更新	13.7
13	南海トラフ地域でM7.1地震	12.7
14	石破茂氏が第103代首相に選出	11.4
15	自公と国民、年収103万円の壁見直しで合意、制度検討へ	10.2

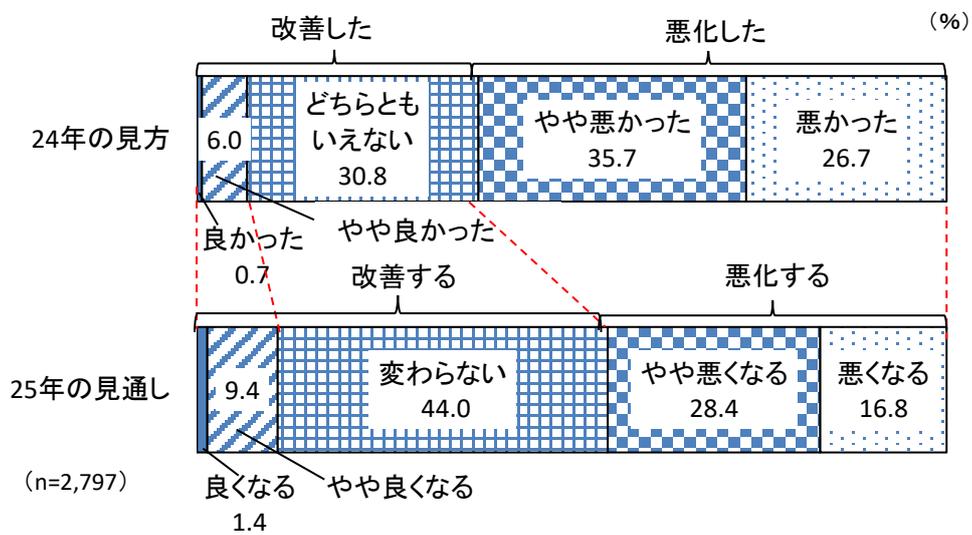
(注) 5つまでの複数回答

<世の中の景気の見方>

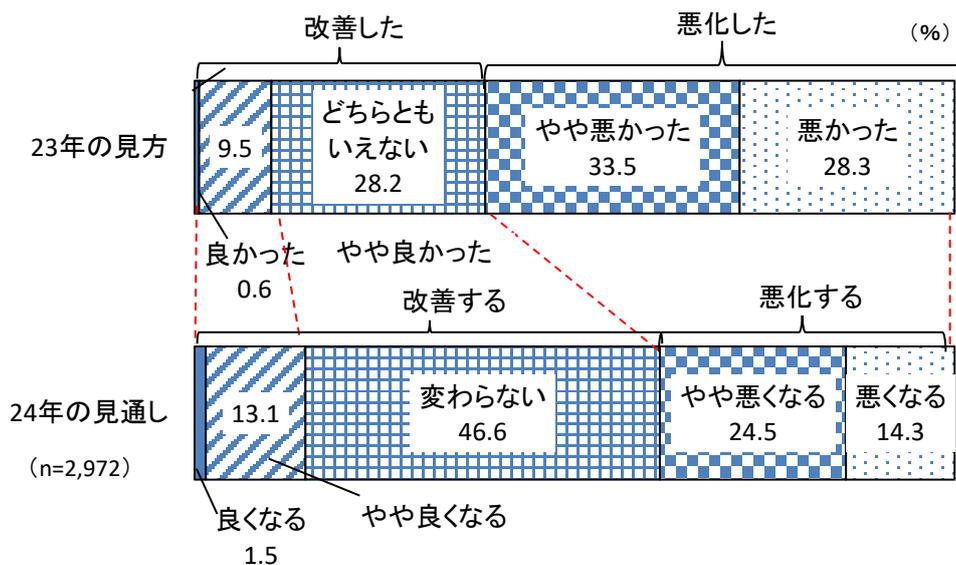
◆ 25年の世の中の景気は「悪化する」が4割超

- ・ 24年の世の中の景気については、「悪化した」（「やや悪かった」＋「悪かった」）と回答した割合が62.4%と6割を超えた（図表3）。
- ・ 25年の見通しは、「悪化する」（「やや悪くなる」＋「悪くなる」）が45.2%と、「改善する」（「良くなる」＋「やや良くなる」）の10.8%を大きく上回った。

図表3 世の中の景気の見方



(参考資料) 2023年調査結果

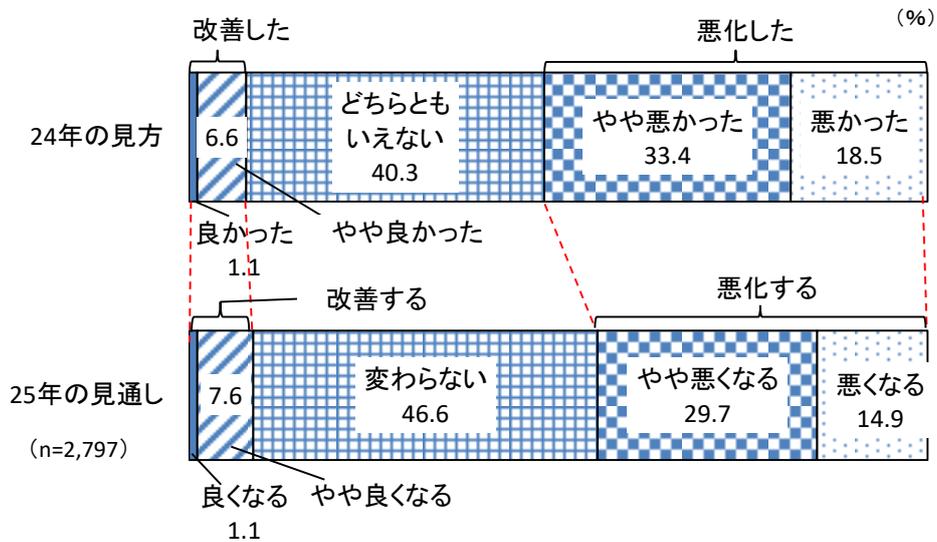


<自身の生活(家計)の見方>

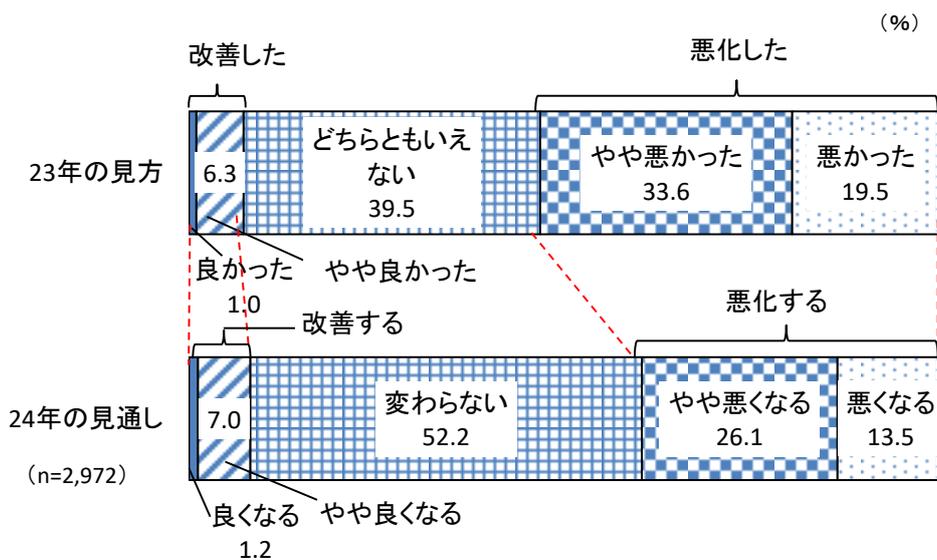
◆ 25年の自身の生活(家計)は「悪化する」が半数超え

- ・ 24年の自身の生活(家計)は、「悪化した」(「やや悪かった」+「悪かった」)と回答した割合が51.9%と半数を超えた(図表4)。
- ・ 25年の見通しは、「改善する」(「良くなる」+「やや良くなる」)の回答割合が8.7%にとどまる一方、「悪化する」(「やや悪くなる」+「悪くなる」)が44.6%となった。

図表4 自身の生活(家計)の見方



(参考資料) 2023年調査結果

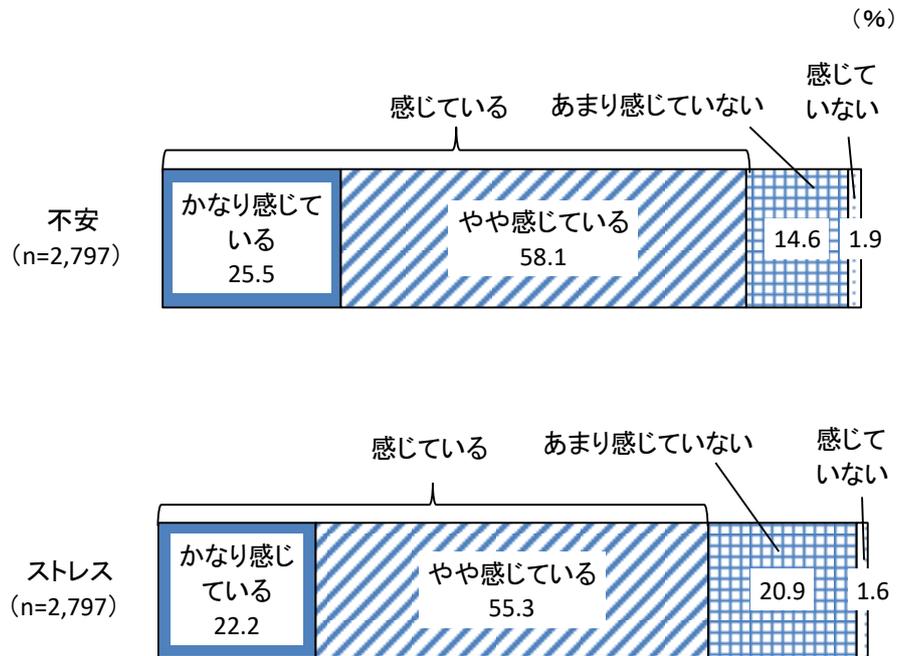


<ストレスと不安>

◆ 日常生活で不安を感じている割合は8割超

- ・ 日常生活の中で、不安をどの程度感じているか尋ねたところ、感じている（「かなり感じている」＋「やや感じている」）が83.6%と、感じていない（「あまり感じていない」＋「感じていない」）の16.5%を大きく上回った。
- ・ 日常生活の中で、ストレスをどの程度感じているかについても、感じている（「かなり感じている」＋「やや感じている」）が77.5%と、感じていない（「あまり感じていない」＋「感じていない」）の22.5%を大きく上回った（図表5）。

図表5 不安とストレスの感じ方



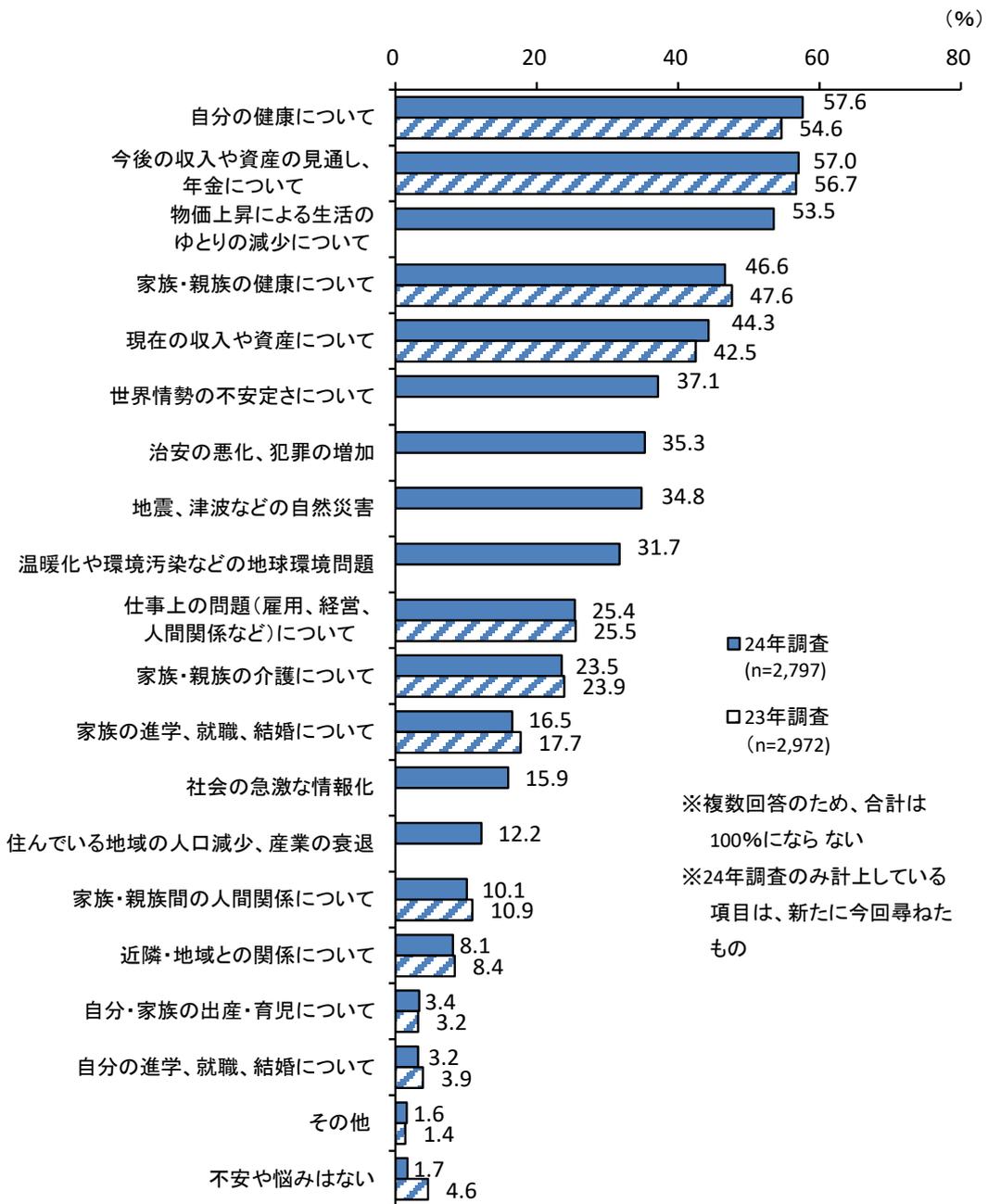
(注)いずれも n=2,797

＜自身の直面している不安や悩み＞

◆ 健康や生活、金銭に関連する項目が上位に

- ・ 自身の直面している不安や悩みは、「自分の健康について」が 57.6%と最も多く、次いで、「今後の収入や資産の見通し、年金について」が 57.0%、「物価上昇による生活のゆとりの減少について」が 53.5%などとなった（図表 6）。
- ・ 上位の項目では、自分や家族の健康に加えて、今後の収入や資産、生活面の不安などがみられた。また世界情勢や犯罪の増加、自然災害への不安を回答する割合も 3 割を超えた。

図表 6 自身の直面している不安や悩み

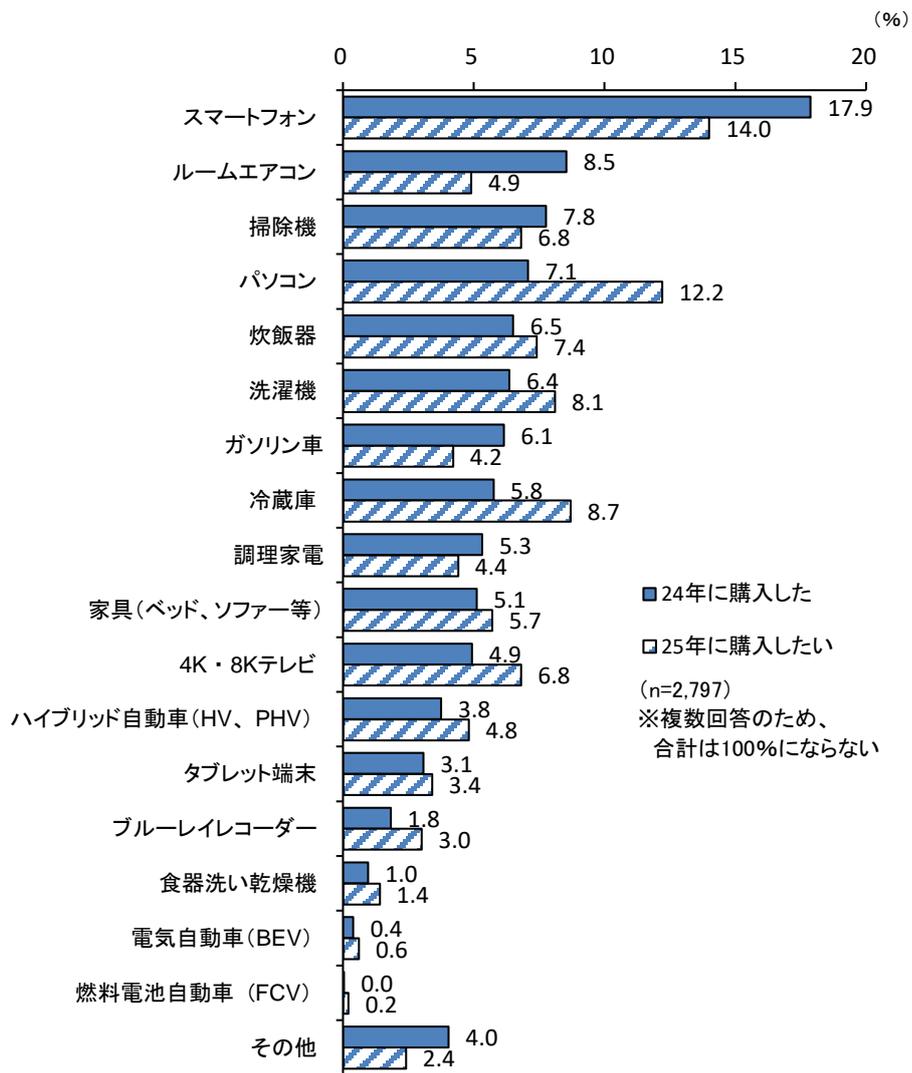


＜耐久消費財の購入意向＞

◆ 25年は「スマートフォン」「パソコン」「冷蔵庫」が上位

- ・ 24年に購入した耐久消費財は、「スマートフォン」が17.9%と最も多く、次いで「ルームエアコン」が8.5%、「掃除機」が7.8%などとなった（図表7）。
- ・ 25年に購入したい耐久消費財は、「スマートフォン」が14.0%と24年と同様に最も多く、次いで「パソコン」が12.2%、「冷蔵庫」が8.7%などとなった。

図表7 24年に購入した耐久消費財と25年に購入したい耐久消費財

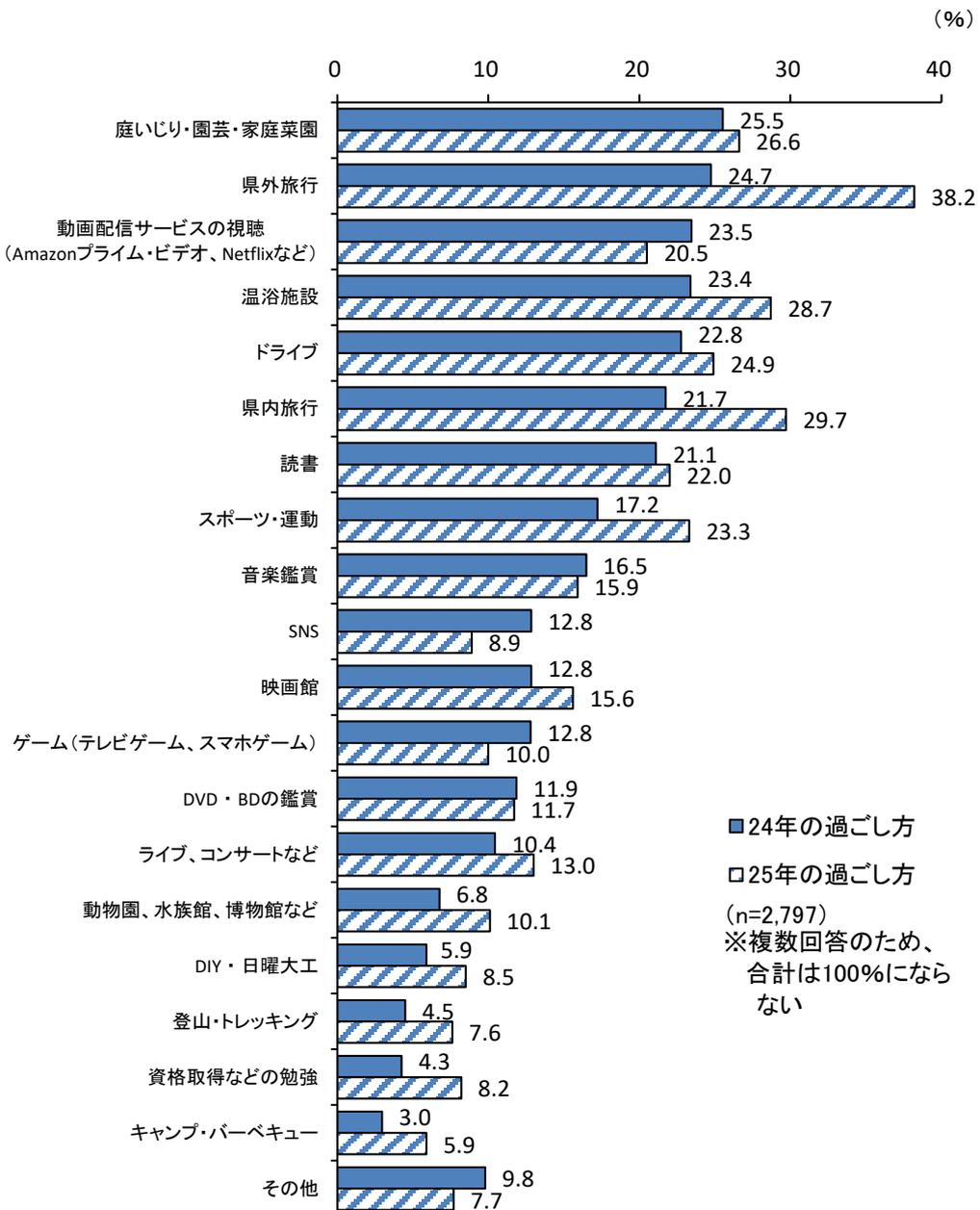


<余暇の過ごし方>

◆ 25年は県外・県内への旅行や運動・スポーツが増加

- ・ 24年の余暇の主な過ごし方は、「庭いじり・園芸・家庭菜園」が25.5%と最も多く、次いで「県外旅行」が24.7%、「動画配信サービスの視聴（Amazonプライム・ビデオ、Netflixなど）」が23.5%などとなった（図表8）。
- ・ 25年の余暇の主な過ごし方は、「県外旅行」が38.2%と最も多く、次いで「県内旅行」が29.7%、「温浴施設」が28.7%などとなった。
- ・ 25年は、24年に比べ「県外旅行」が13.5ポイント、「県内旅行」が8.0ポイント、「スポーツ・運動」が6.1ポイントそれぞれ回答割合が増加しており、旅行や運動への意欲が高まっている。

図表8 余暇の主な過ごし方

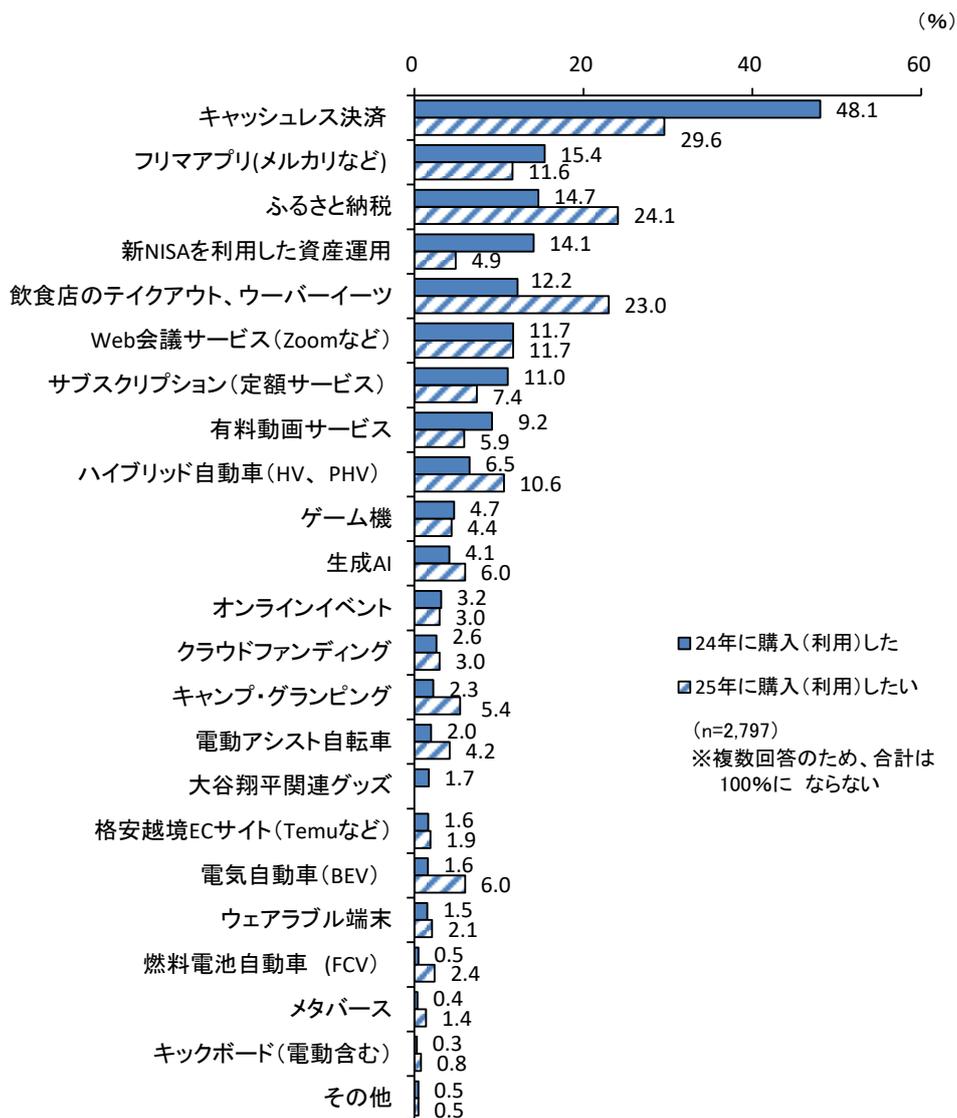


＜商品・サービスの購入(利用)経験・意向＞

◆ 25年は「ふるさと納税」「飲食店のテイクアウト、ウーバーイーツ」の購入(利用)意向が高まる

- ・ 近年話題を集める商品やサービスの中で、24年に購入(利用)したものは、「キャッシュレス決済」が48.1%と最も多く、次いで「フリマアプリ(メルカリなど)」が15.4%、「ふるさと納税」が14.7%などとなった(図表9)。
- ・ 25年に購入(利用)したい商品やサービスは、「キャッシュレス決済」が29.6%と最も多く、次いで「ふるさと納税」が24.1%、「飲食店のテイクアウト、ウーバーイーツ」が23.0%などとなった。
- ・ 24年に比べ25年の購入(利用)意向が高い商品やサービスは、「飲食店のテイクアウト、ウーバーイーツ」「ふるさと納税」で、回答割合の増加幅は、それぞれ10.8ポイントと9.4ポイントだった。一方で、「キャッシュレス決済」「新NISAを利用した資産運用」は、それぞれ18.5ポイント、9.2ポイント減少した。

図表9 近年注目される商品やサービス

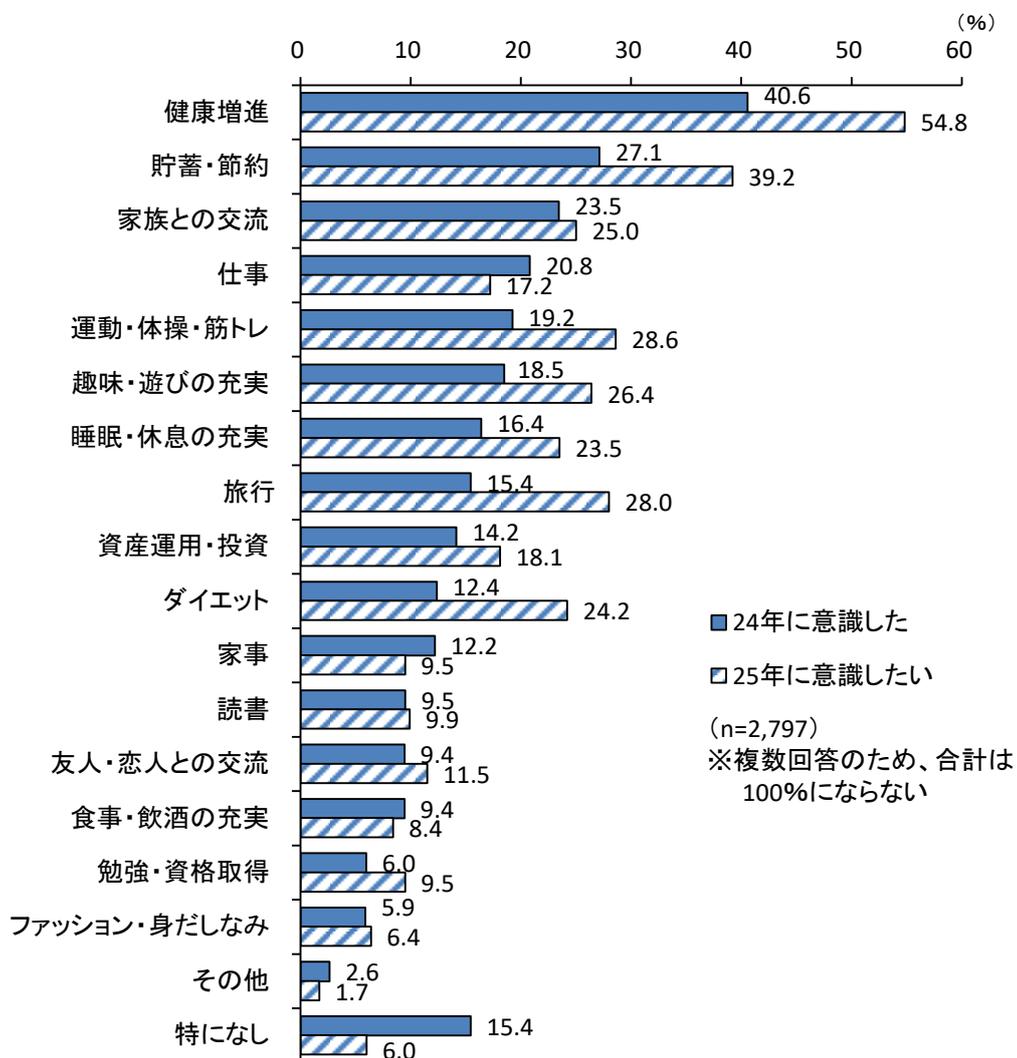


<意識している取り組み>

◆ 25年は「健康」「貯蓄・節約」「運動」への意識が高まる

- ・ 24年に意識して取り組んだことは、「健康増進」が40.6%と最も多く、次いで「貯蓄・節約」が27.1%、「家族との交流」が23.5%などとなった（図表10）。
- ・ 25年に意識して取り組みたいことは、「健康増進」が54.8%と最も多く、次いで「貯蓄・節約」が39.2%、「運動・体操・筋トレ」が28.6%などとなった。
- ・ 24年に比べ25年の回答割合が特に高い取り組みでは、「健康増進」や「旅行」「貯蓄・節約」「ダイエット」で、増加幅はそれぞれ14.2ポイントと12.6ポイント、12.1ポイント、11.8ポイントとなった。

図表10 意識して取り組みたいこと

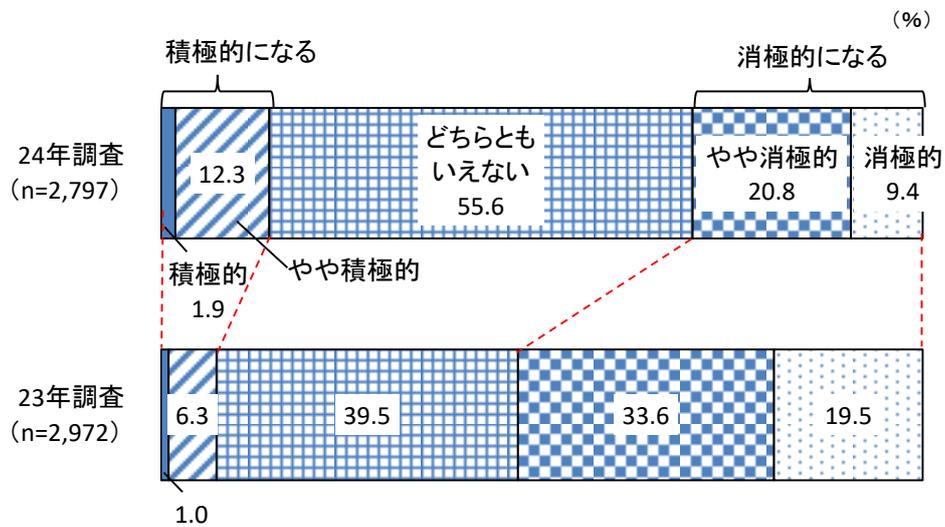


<来年の消費行動>

◆ 25 年は「消極的になる」が「積極的になる」を上回るが、「積極的になる」割合は前年調査と比べて 6.9 ポイント上昇し 14.2%に

- ・ 25 年の消費行動については、「消極的になる」（「やや消極的」＋「消極的」）が 30.2%となり、「積極的になる」（「積極的」＋「やや積極的」）の 14.2%を上回った。
- ・ ただ、「積極的になる」の回答割合は、前年調査と比べ、6.9 ポイント上昇し 14.2%となる一方、「消極的になる」の割合は 22.9 ポイント低下し、30.2%となった（図表 11）。

図表 11 来年の消費行動



以上