

2022年6月27日

暮らし向きや物価上昇の家計への影響に関する調査について

株式会社 鹿児島銀行

株式会社 九州経済研究所

[調査の概要]	
調査目的	県民の暮らし向きや収入、支出動向を調査し、消費の現状を把握するとともに、今後の消費がどのように変化していくか見通しを示し、卸・小売事業者などの事業活動に利用してもらうことを目的とする。
調査時期	2022年6月上旬
調査方法 ^注	南日本新聞社の「みなみパス会員」による「みなみアンケート」(インターネット調査)にて実施
回答数	有効回答数 710人
回答者属性	<p>【性別】 男性 46.3% 女性 53.7%</p> <p>【年齢別】 20代 2.1% 30代 8.3% 40代 23.0% 50代 33.7% 60代 25.4% 70代以上 7.6%</p> <p>【地域別】 鹿児島地区 50.6% 南薩地区 6.1% 北薩地区 9.7% 始良・伊佐地区 14.4% 大隅地区 11.4% 熊毛・大島地区 7.9%</p>

用語 D. I. = 「良い(良くなる)」-「悪い(悪くなる)」、「増えた(増える)」-「減った(減る)」、いずれも回答割合

^注 前回までは鹿児島銀行の県内本支店窓口来店者を対象に聞き取り調査を実施。今回調査と調査方法・対象などが異なることから、前回調査結果と単純な比較はできない。

【調査結果のポイント】

- 現在の暮らし向きについては「普通」が 52.3%と最も多く、次に「悪い」(32.3%)、「良い」(15.5%)の順となり、D.I.は▲16.8となった。一方、今後の暮らし向きについては、「悪くなる」が 43.6%で最多となり、以下「変わらない」(39.3%)、「良くなる」(17.2%)の順で、D.I.は▲26.4だった。暮らし向きは現在より今後の方が厳しい結果となった。
- 将来の不安要素については、「物価上昇」が 62.4%で調査開始以来初めて最多となった。
- 調査対象者の 96.3%が 1年前と比較して物価が上昇していると感じている。上昇している品目は「食料品」「交通費」「日用品」「水道光熱費」「生鮮食品」「飲料品」が多くなっている。
- 物価上昇した品目への対応策としては「食料品」「交通費」「日用品」「飲料品」は「より価格の安い店で購入する」、「水道光熱費」は「購入(使用)量を減らす」、「生鮮食品」は「特売日・タイムセール等を狙う」が最も多かった。

1. 暮らし向きについて

(1) 現在の暮らし向き

現在の暮らし向きについては「普通」が 52.3%と最も多く、次に「悪い」32.3%（「悪い」と「どちらかという悪い」の合計）、「良い」15.5%（「良い」と「どちらかという良い」の合計）の順となった（図表 1）。その結果 D.I.は▲16.8となり、調査方法は異なるが、前回調査（2021年5月）から大幅に悪化した。

D.I.を年代別にみると、20代、30代はプラスとなったものの、40代以上の全ての年代でマイナスとなった（図表 2）。

(2) 今後の暮らし向き

今後の暮らし向きについては「悪くなる」が 43.6%（「悪くなる」と「やや悪くなる」の合計）と最も多く、次いで、「変わらない」39.3%、「良くなる」17.2%（「良くなる」と「やや良くなる」の合計）の順となった（図表 3）。4割超が先行きに対して悲観的となっており、D.I.は▲26.4と現在の暮らし向きより見方は厳しい結果となった。D.I.を年代別にみると、30代以上の全ての年代でマイナスとなった（図表 4）。

将来の不安要素については、「物価上昇」が 62.4%と最も多く、以下、「年金問題」(57.2%)、「医療・介護費の負担増」(53.8%)、「収入面」「税金・社会保障の負担増」(ともに 52.0%)の順となっている（図表 5-1）。調査方法は異なるが、調査開始以来初めて「物価上昇」が最多となり（図表 5-2）、年代別でも 60代（「医療・介

護費の負担増」が最多)、70代(「年金問題」が最多)を除いた全ての年代で「物価上昇」が最多となった(図表5-1)。

(3) 収入

1年前と比較した収入は「変わらない」が47.2%と最も多く、次いで「減った」36.5%(「減った」と「やや減った」の合計)、「増えた」16.3%(「増えた」と「やや増えた」の合計)の順となった(図表6)。D.I.は▲20.2となり、年代別にみると、30代以上の全ての年代でマイナスとなった(図表7)。

また、**今後の収入の増減**については「変わらない」が50.1%と最も多く、次いで「減る」38.3%(「減る」と「やや減る」の合計)、「増える」11.5%(「増える」と「やや増える」の合計)となった(図表8)。D.I.は▲26.8となり、年代別にみると30代以上では全ての年代でマイナスになった(図表9)。収入については60代、70代のD.I.の水準が特に低く、高年齢層で収入に対する不安が大きいことがうかがえる。

(4) 支出

1年前と比較した支出は「増えた」(「増えた」と「やや増えた」の合計)が57.6%と最も多く、次いで「変わらない」30.4%、「減った」12.0%(「減った」と「やや減った」の合計)が続いた(図表10)。D.I.は45.6と調査方法は異なるが、消費増税(5%→8%)半年後の2014年10月(45.5)と同水準まで急上昇した。年代別にみると、全ての年代で大幅なプラスとなっている(図表11)。

また、**今後の支出の増減**についても「増える」(「増える」と「やや増える」の合計)が64.3%と最も多く、次いで「変わらない」25.1%、「減る」10.5%(「減る」と「やや減る」の合計)の順となった(図表12)。D.I.は53.8となり、家計は今後さらなる支出増加を懸念している。年代別にみても全ての年代で大幅なプラスになった(図表13)。

2. 物価上昇の家計への影響について

(1) 1年前と比較した物価について

1年前と比較して物価が上昇していると感じるかについて、「とても感じる」が61.1%、「少し感じる」が35.2%となり、96.3%が1年前と比較して物価が上昇し

ていると感じている（図表 14）。「全然感じない」「分からない」との回答はなかった。男女別にみると、女性の方が「とても感じる」と回答する割合が男性より多かった。

（2）1年前と比較して高くなったと感じる品目

1年前と比較して高くなったと感じる品目については、「食料品（生鮮食品除く）」が92.5%と最も多く、以下「交通費（ガソリン代含む）」（82.6%）、「日用品（雑貨、洗剤など）」（57.6%）、「水道光熱費」（55.1%）、「生鮮食品」（50.3%）、「飲料品（アルコール飲料含む）」（42.4%）の順となった（図表 15-1）。上位品目を男女別にみると、「飲料品」は女性より男性が値上がりを実感しているのに対し、「食料品」「日用品」「水道光熱費」「生鮮食品」については女性が男性より値上がりを実感している（図表 15-2）。

（3）1年前と比較して高くなったと感じる品目への対応策について

1年前と比較して高くなったと感じる品目への対応策について、価格が上昇したと感じる上位6品目のうち「食料品」「交通費」「日用品」「飲料品」は「より価格の安い店で購入する」、「水道光熱費」は「購入（使用）量を減らす」、「生鮮食品」は「特売日・タイムセール等を狙う」が最も多かった（図表 16-1）。物価上昇対策としてより安い店を探し、購入（使用）の量や頻度を減らしながらも、特売日やポイントなどを上手に活用し賢く節約しようとする消費者の姿が浮かび上がる。一方で、「水道光熱費」では「何もしない（できない）」が28.1%と3番目に多くなっており、品目によっては物価上昇への対策に限界があることがうかがえる（同）。また対応策ごとに多かった品目をみると、「購入（使用）頻度を減らす」では「外食費」「旅行・レジャー費」が多くなっており、足元の幅広い品目の物価上昇が、リベンジ消費を含めたコロナ禍からの経済回復の足かせになることが懸念される（図表 16-2）。

昨今の原材料価格高騰や急激な円安進行により身近な品目の値上げが相次いでいる。その結果、今回調査でも大半の回答者が物価上昇を強く感じ、支出が増加している。一方で、高齢者においては年金が減額されるなどで収入への不安が色濃く表れ、暮らし向きが悪化していることが浮き彫りになった。全体的に足元の物価上昇に加え、年金問題や医療・介護費、税金・社会保障費の負担増などの将来への不安

要素も依然根強く、先行きに明るい見通しを持ってない状況となっている。

今後は、行動制限緩和などによりコロナ禍から持ち直しつつある経済回復を着実にするためにも、政府が打ち出した物価高騰対策や将来不安軽減に向けた諸施策が急がれる。

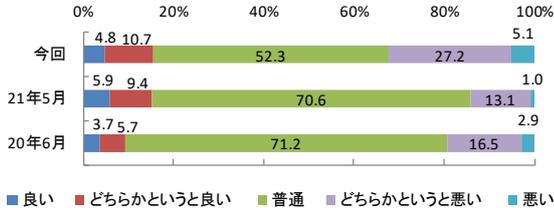
以上

【本件に関するお問い合わせ】 ㈱九州経済研究所（TEL 099-225-7491）

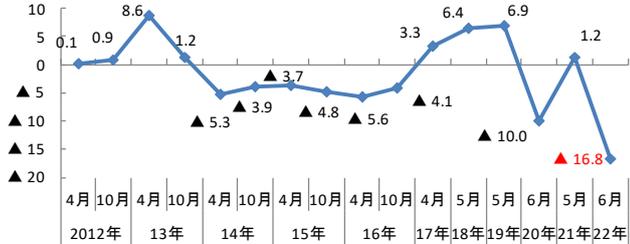
図表1 現在の暮らし向き (単位:%)

項目	20年6月	21年5月	今回
良い	3.7	5.9	4.8
どちらかというが良い	5.7	9.4	10.7
普通	71.2	70.6	52.3
どちらかというが悪い	16.5	13.1	27.2
悪い	2.9	1.0	5.1
D. I.	▲ 10.0	▲ 1.2	▲ 16.8

上記をグラフ化



現在の暮らし向きD.I.の推移



注) 16年までは年2回調査実施、17年以降は年1回調査に変更。図表13まで同じ

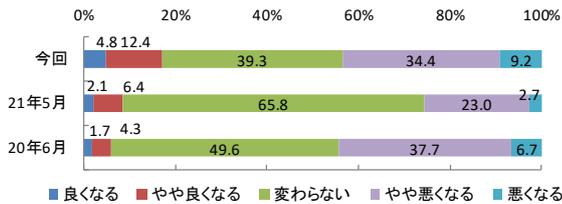
図表2 現在の暮らし向きD. I. (年代別)

年代	20年6月	21年5月	今回
全体	▲ 10.0	▲ 1.2	▲ 16.8
10代	20.0	22.2	-
20代	11.3	17.9	33.4
30代	▲ 11.3	1.5	6.8
40代	▲ 19.0	▲ 1.3	▲ 17.1
50代	▲ 20.6	▲ 10.4	▲ 19.7
60代	▲ 10.4	1.1	▲ 20.0
70代以上	▲ 8.0	▲ 4.0	▲ 31.5

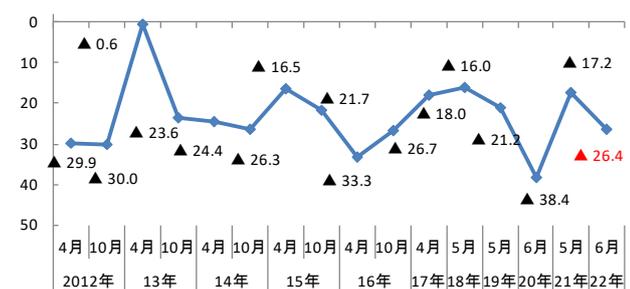
図表3 今後の暮らし向き (単位:%)

項目	20年6月	21年5月	今回
良くなる	1.7	2.1	4.8
やや良くなる	4.3	6.4	12.4
変わらない	49.6	65.8	39.3
やや悪くなる	37.7	23.0	34.4
悪くなる	6.7	2.7	9.2
D. I.	▲ 38.4	▲ 17.2	▲ 26.4

上記をグラフ化



今後の暮らし向きD.I.の推移

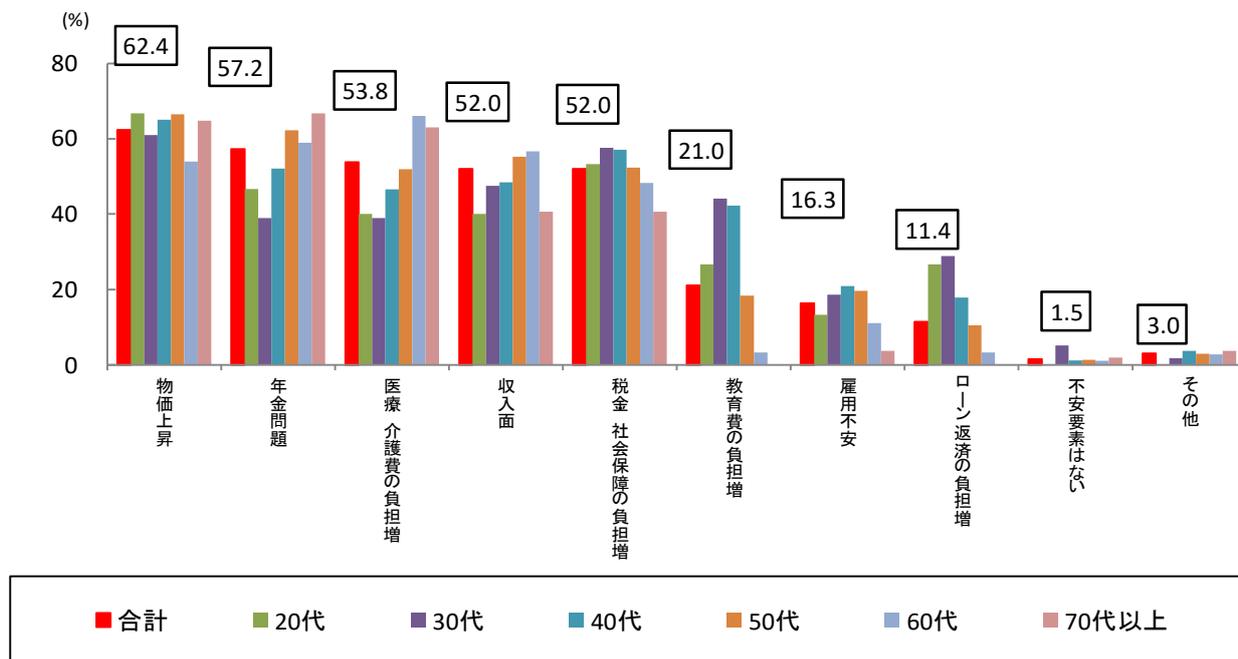


図表4 今後の暮らし向きD.I.(年代別)

年代	20年6月	21年5月	今回
全体	▲ 38.4	▲ 17.2	▲ 26.4
10代	30.0	22.2	-
20代	▲ 11.4	▲ 0.7	40.1
30代	▲ 27.0	▲ 10.4	▲ 5.1
40代	▲ 50.0	▲ 22.9	▲ 17.2
50代	▲ 60.6	▲ 29.6	▲ 28.0
60代	▲ 46.8	▲ 15.5	▲ 38.9
70代以上	▲ 42.8	▲ 29.1	▲ 46.2

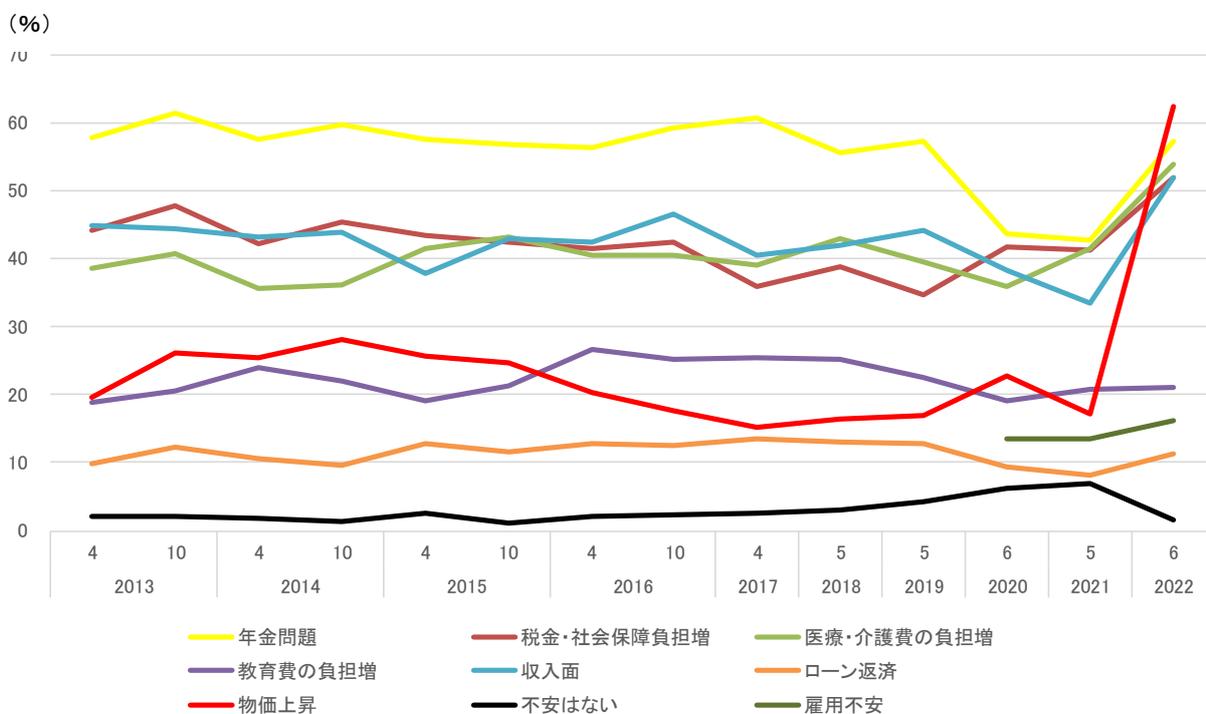
注) 図表によっては四捨五入の関係上、合計が100にならない場合がある。

図表5-1 将来の不安要素



注) 複数回答、数値は全体

図表5-2 不安要素の推移

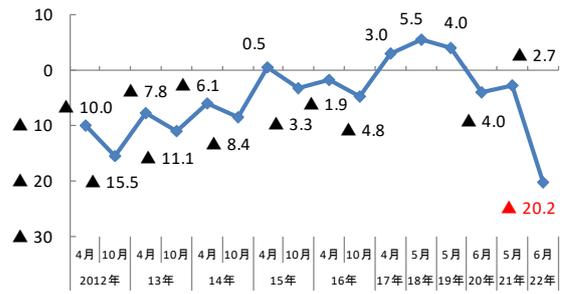


図表6 収入

(単位: %)

項目	20年6月	21年5月	今回
増えた	4.3	3.6	3.2
やや増えた	14.7	12.7	13.1
変わらない	58.0	64.7	47.2
やや減った	18.4	13.6	21.7
減った	4.6	5.4	14.8
D. I.	▲ 4.0	▲ 2.7	▲ 20.2

収入D.I.の推移



図表7 収入D. I. (年代別)

年代	20年6月	21年5月	今回
全体	▲ 4.0	▲ 2.7	▲ 20.2
10代	60.0	55.5	-
20代	21.8	18.6	46.6
30代	10.5	0.0	▲ 5.1
40代	▲ 4.2	2.4	▲ 6.1
50代	▲ 20.5	▲ 17.9	▲ 14.2
60代	▲ 32.5	▲ 15.4	▲ 47.1
70代以上	▲ 34.0	▲ 24.5	▲ 33.3

図表8 今後の収入

(単位: %)

項目	今回
増える	1.5
やや増える	10.0
変わらない	50.1
やや減る	23.9
減る	14.4
D. I.	▲ 26.8

図表9 今後の収入D. I. (年代別)

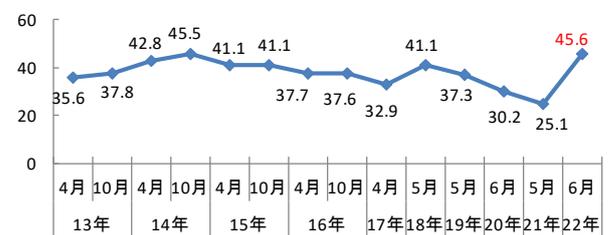
年代	今回
全体	▲ 26.8
10代	-
20代	26.7
30代	▲ 10.1
40代	▲ 11.1
50代	▲ 25.1
60代	▲ 47.3
70代以上	▲ 46.3

図表10 支出

(単位: %)

項目	20年6月	21年5月	今回
増えた	8.6	6.7	20.7
やや増えた	33.2	31.6	36.9
変わらない	46.6	48.5	30.4
やや減った	9.1	11.2	8.6
減った	2.5	2.0	3.4
D. I.	30.2	25.1	45.6

支出D.I.の推移



図表11 支出D. I. (年代別)

年代	20年6月	21年5月	今回
全体	30.2	25.1	45.6
10代	30.0	▲ 33.3	-
20代	29.3	26.0	59.9
30代	39.7	36.1	57.6
40代	36.8	44.3	51.5
50代	28.0	20.7	43.9
60代	18.2	▲ 2.3	34.5
70代以上	8.0	2.0	55.5

図表12 今後の支出

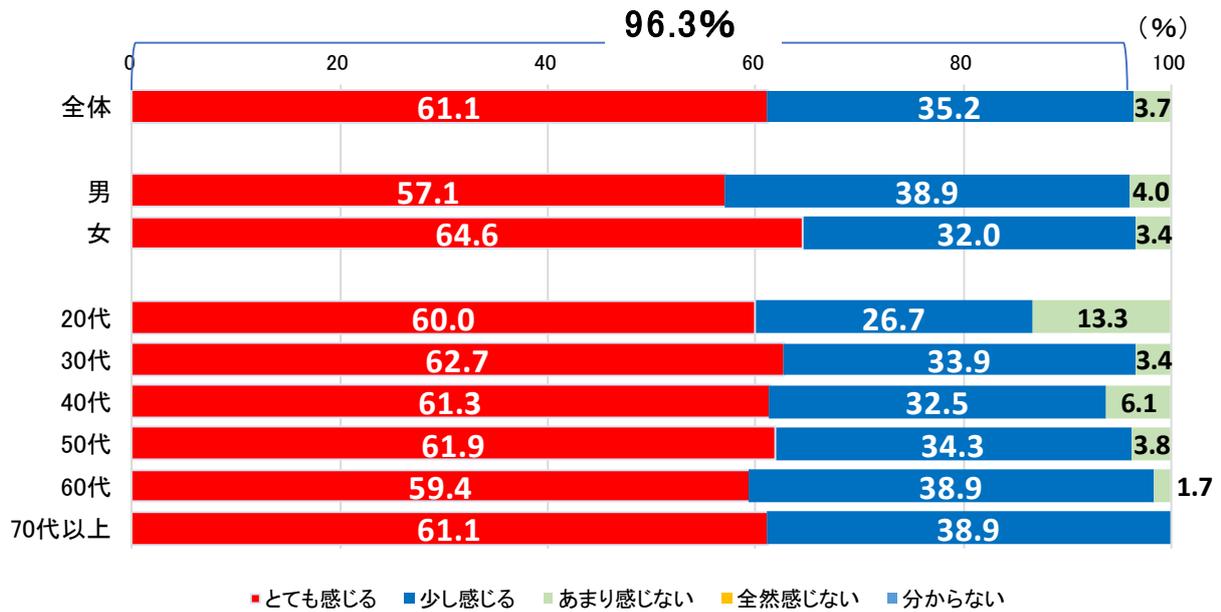
(単位: %)

項目	今回
増える	24.6
やや増える	39.7
変わらない	25.1
やや減る	7.3
減る	3.2
D. I.	53.8

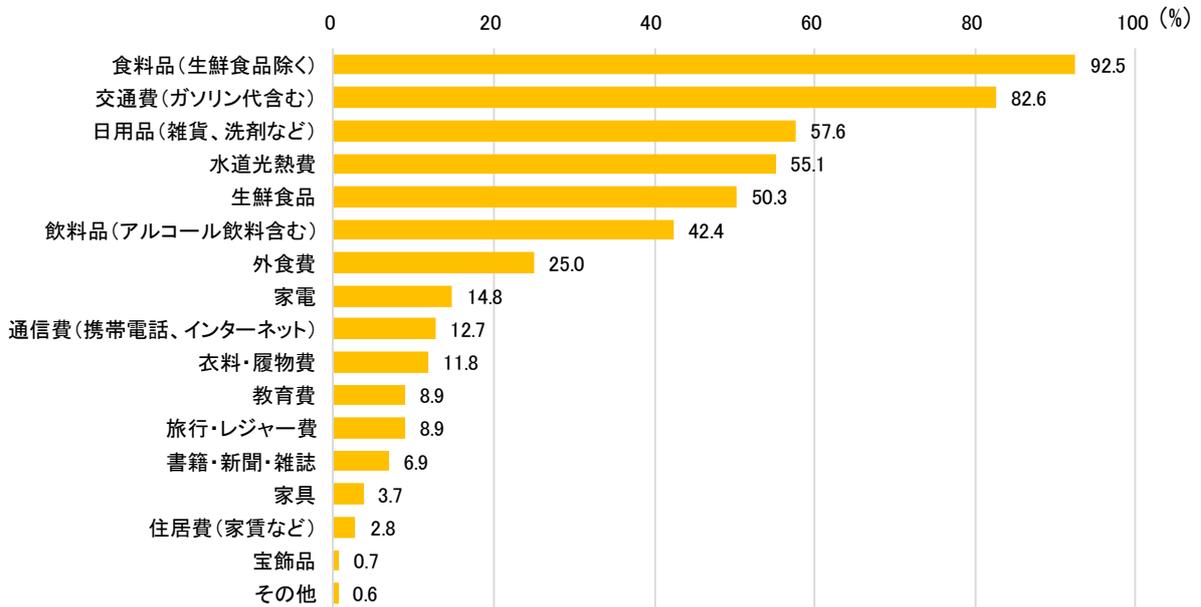
図表13 今後の支出D. I. (年代別)

年代	今回
全体	53.8
10代	-
20代	53.3
30代	76.3
40代	62.5
50代	51.9
60代	40.0
70代以上	57.3

図表14 1年前と比較して物価が上昇していると感じるか



図表15-1 1年前と比較して高くなったと感じる品目 (n=684)



注) 1年前と比較して物価が上昇していると「とても感じる」「少し感じる」と回答した人のみ回答

注) 複数回答

図表15-2 値上がりしていると感じる上位品目の性別、年代別の割合 (単位：%)

	全体	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
食料品(生鮮食品除く)	92.5	89.9	94.8	76.9	91.2	92.2	93.0	93.8	92.6
交通費(ガソリン代含む)	82.6	82.6	82.6	69.2	63.2	82.4	84.8	85.3	88.9
日用品(雑貨、洗剤など)	57.6	52.5	62.0	53.8	49.1	54.2	59.6	59.3	63.0
水道光熱費	55.1	51.9	57.9	38.5	54.4	62.1	54.3	50.3	59.3
生鮮食品	50.3	47.5	52.7	46.2	50.9	50.3	49.6	49.2	57.4
飲料品(アルコール飲料含む)	42.4	46.2	39.1	23.1	38.6	39.2	43.0	46.9	42.6

図表16-1 高くなったと感じる上位6品目への対応策 (単位：%)

	1位	2位	3位
食料品(生鮮食品除く)	58.6	特売日・タイムセール等を狙う	56.7
交通費(ガソリン代含む)	より価格の安い店で購入する	購入(使用)量を減らす	25.5
日用品(雑貨、洗剤など)	76.4	特売日・タイムセール等を狙う	56.9
水道光熱費	購入(使用)量を減らす	購入(使用)頻度を減らす	31.3
生鮮食品	特売日・タイムセール等を狙う	より価格の安い店で購入する	59.9
飲料品(アルコール飲料含む)	より価格の安い店で購入する	特売日・タイムセール等を狙う	40.3

図表16-2 対応策ごとに多かった品目 (単位：%)

より価格の安い店で購入する	特売日・タイムセール等を狙う	購入(使用)量を減らす
日用品(雑貨、洗剤など)	76.4	生鮮食品
飲料品(アルコール飲料含む)	66.6	日用品(雑貨、洗剤など)
家電	62.4	食料品(生鮮食品除く)
生鮮食品	59.9	飲料品(アルコール飲料含む)
食料品(生鮮食品除く)	58.6	衣料・履物費

購入(使用)頻度を減らす	ポイントなどを有効活用する	ネットショッピングを活用する
外食費	57.9	食料品(生鮮食品除く)
旅行・レジャー費	44.3	日用品(雑貨、洗剤など)
生鮮食品	39.0	家電
衣料・履物費	38.3	生鮮食品
食料品(生鮮食品除く)	36.5	外食費

PB商品がある品目はなるべくPBを選択する	収入を増やす	何もしない(できない)
食料品(生鮮食品除く)	26.7	教育費
日用品(雑貨、洗剤など)	18.3	住居費(家賃など)
生鮮食品	13.1	旅行・レジャー費
飲料品(アルコール飲料含む)	12.4	家具
衣料・履物費	6.2	食料品(生鮮食品除く)