



第6回 景気・家計消費動向アンケート調査 ～ 1年前と比べた現在の景気は「変わらない」が46.0%～

当研究所では、宮崎県内世帯の景気・家計消費の状況、今後の見通し等についてアンケート調査を行った。急激な物価上昇の影響、キャッシュレスの普及に伴う「現金以外の決済方法」、宮崎市中心市街地（以下「中心市街地」）への訪問頻度についても調査した。

調査結果の概要

1. 1年前と比べた現在の景気は、全体では「変わらない」が最も高く、DI（※）は▲33.6と前年の▲59.0から25.4ポイント（以下「P」）改善した。
今後1年間の景気の見通しは「変わらない」が5割近くを占めた。
今後の景気が悪いと感じる理由では「物価上昇による買い控え（81.1%）」が最も高かった。賃上げ・世帯収入増加への期待感に関しては「期待できない・変わらない（81.6%）」が最も高かった。
2. 現在の家計支出の状況は「増加（61.4%）」が最も高く、「変わらない（30.9%）」「減少（7.6%）」となった。今後の家計支出の見込みは、「増加（56.6%）」が全体の5割を超えており、引き続き物価上昇の影響がみられる。
3. 現金以外の決済方法では「クレジットカード（80.5%）」「電子マネー（58.9%）」「バーコード・QRコード決済（スマホ決済）（58.4%）」が上位を占め、現金以外の決済方法を利用する理由では「ポイント付与や割引がある（84.7%）」が最も高かった。
4. 宮崎市の中心市街地への訪問頻度は、「増えた（11.8%）」が前年比3.6P上昇し、「減った（27.0%）」は同3.3P低下した。

※DI…Diffusion Index。景況感や業況判断の方向性を図るための指標。

【調査概要】

実施時期	2024年1月25日（木）～2月7日（水）	【参考】～前回調査の概要
調査対象	宮崎県内に居住する世帯	実施時期…2023年1月27日（金）～2月7日（火）
調査方法	インターネットアンケート（宮日ネットリサーチ）	調査対象・方法…今回調査と同じ
回答数	1,506世帯	回答数…1,658世帯

※本稿本文・図表において、上記前回調査内の内容や結果を引用・比較する際は「前年調査」あるいは単に「前年」と表記する

【回答者の属性】

1. 回答者年代 単位：世帯、%			2. 世帯主年代 単位：世帯、%			3. 世帯構成 単位：世帯、%		
年代	回答数	構成比	年代	回答数	構成比	世帯構成	回答数	構成比
20代以下	40	2.7	20代以下	32	2.1	1人（単身赴任）	28	1.9
30代	130	8.6	30代	105	7.0	1人（単身赴任を除く）	161	10.7
40代	273	18.1	40代	248	16.5	夫婦のみ	611	40.6
50代	432	28.7	50代	415	27.6	夫婦と子（子育て世帯）	505	33.5
60代	387	25.7	60代	411	27.3	その他	201	13.3
70代以上	244	16.2	70代以上	295	19.6	合計	1,506	100.0
合計	1,506	100.0	合計	1,506	100.0			

4. 世帯構成・世帯主職業区分別における年代構成比

単位：件、%

	全体	1人 (単身赴任)	1人 (単身赴任を除く)	夫婦のみ	夫婦と子 (子育て世帯)	給与 所得者	年金 受給者	自営 業者
有効回答数	1,506	161	28	611	505	920	366	131
20代以下	32.0	8.7	10.7	0.7	1.6	3.0	0.0	1.5
30代	105.0	6.8	3.6	1.1	15.4	10.1	0.0	4.6
40代	248.0	13.7	7.1	3.6	34.9	23.4	0.0	17.6
50代	415.0	32.3	53.6	20.8	33.3	38.5	1.1	22.1
60代	411.0	23.6	10.7	40.8	9.7	22.2	32.5	41.2
70代以上	295.0	14.9	14.3	33.1	5.1	2.8	66.4	13.0

【その他】

- ※集計結果の合計値等は、四捨五入の関係で100%とならない場合がある
- ※本文中の図表には、「その他」の項目、回答割合が極端に低い項目の表示を省いたものがあり、内訳の和が合計と一致しない場合がある
- ※新型コロナウイルス感染症は「新型コロナ」と表記する

I. 景気動向

1. 現在の景気に対する意識

(1) 1年前と比べた現在の景気

～「景気D I」は前年に比べ改善

現在の景気は「変わらない(46.0%)」が最も高く、以下「悪い(43.8%)」「良い(10.2%)」となった(図1)。景気D Iは全年代でマイナスとなり、全体では▲

図1. 1年前と比べた現在の景気
(回答者年代別)

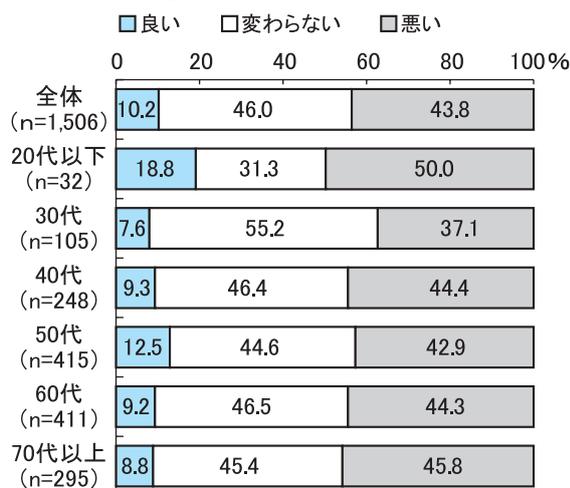


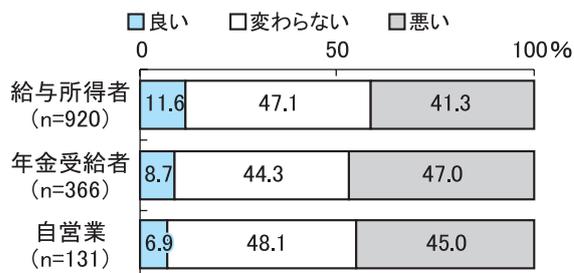
表1. 景気D I (回答者年代別) 単位：P

	全体	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
今年	▲33.6	▲31.2	▲29.5	▲35.1	▲30.4	▲35.1	▲37.0
前年	▲59.0	▲56.7	▲45.4	▲57.6	▲58.4	▲61.0	▲64.9
前年比	25.4	25.5	15.9	22.5	28.0	25.9	27.9

33.6と前年比25.4P改善し、全年代で改善傾向がみられた(表1)。

世帯主職業区分別でも、全区分で「悪い」が5割を切り、過半数を超えていた昨年に比べて改善している様子が見える(図2)。

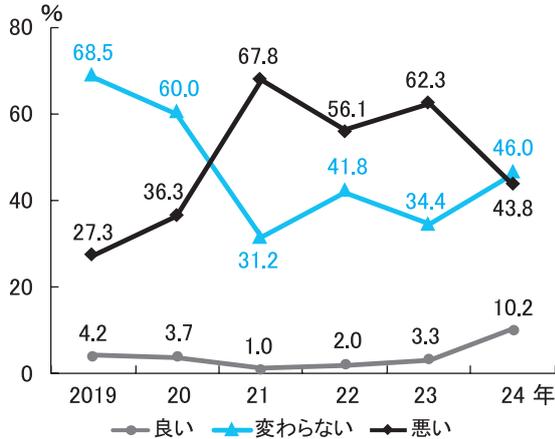
図2. 1年前と比べた現在の景気
(世帯主職業区分別)



2021～23年には「悪い」の割合が「変わらない」を上回ったが、今回は「変わらない」が「悪い」を上回り逆転した(次頁図3)。

2021～23年の「悪い」の増加には新型コロナによる行動制限が影響したと考えられ、今回の調査では、新型コロナの5類移行によって影響が和らいだことが「変わらない」が増加した原因の1つと考えられる。

図3. 1年前と比べた現在の景気の推移 (2019～24年)

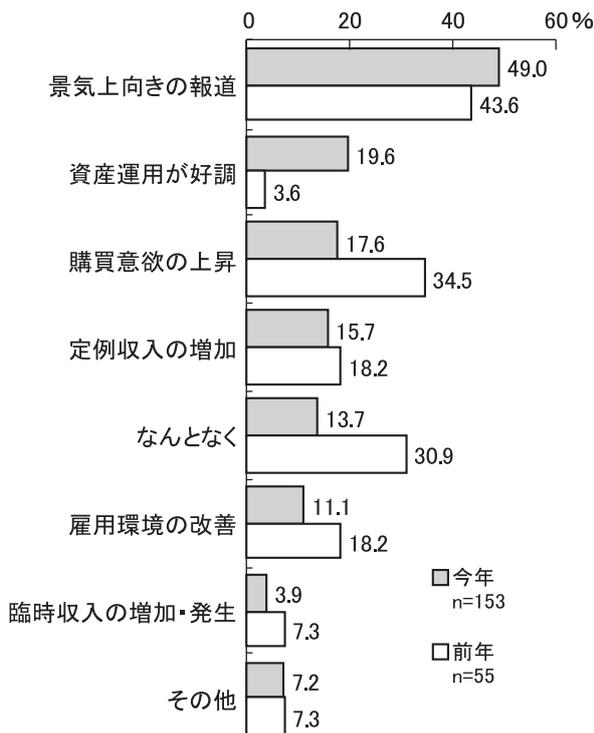


(2) 景気が「良い」と感じる理由

～「景気上向きの報道」が最も高い

景気が「良い」と感じる理由は、「景気上向きの報道 (49.0%)」が最も高く、前年比 5.4 P 上昇した (図4)。以下「資産運用が好調 (19.6%)」「購買意欲の上昇 (17.6%)」「定例収入の増加 (15.7%)」と続いた。「購買意欲の上昇」は前年比 16.9 P、「なんとなく」は同 17.2 P 低下した。

図4. 景気が「良い」と感じる理由 (複数回答)



(3) 景気が「悪い」と感じる理由

～「物価上昇」が最も高い

景気が「悪い」と感じる理由は昨年同様、「物価上昇 (88.6%)」が最も高く、以下「定例収入の減少 (30.3%)」「購買意欲の低下 (19.8%)」と続いた (図5)。

年代別では、「物価上昇」が全年代で9割前後を占め、「定例収入の減少」は「60代 (34.1%)」で最も高かった (次頁表2)。「購買意欲の低下」は「40代以上 (27.3%)」で他の年代よりも高い。

世帯主職業区分別では、「給与所得者」「年金生活者」に大きな違いはみられなかったが、「自営業者」では「給与所得者」や「年金生活者」に比べ、「定例収入の減少 (35.6%)」「臨時収入の減少・消失 (20.3%)」の回答割合が高かった。

図5. 景気が「悪い」と感じる理由 (複数回答)

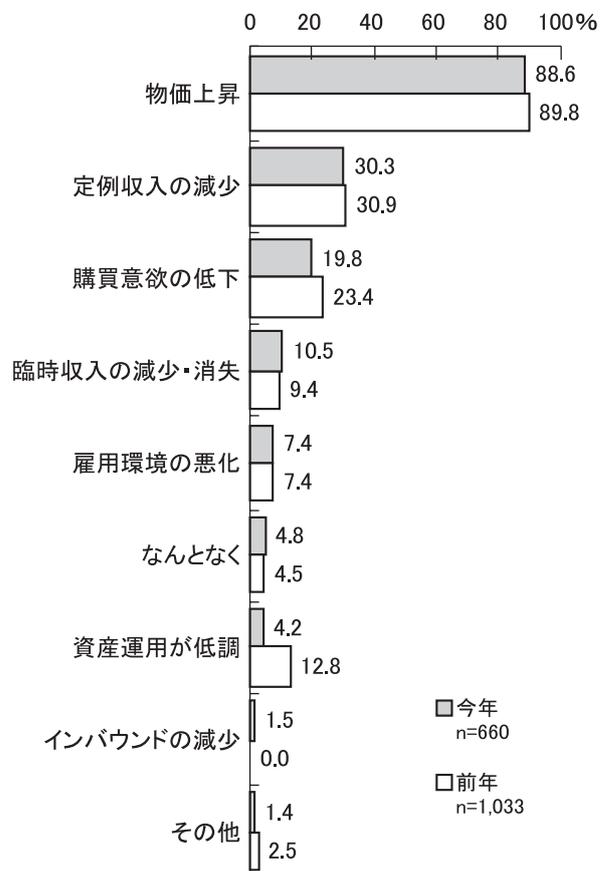


表2. 景気が「悪い」と感じる理由（複数回答）
（回答者年代・世帯主職業区別）

単位：件、%

	30代以下	40代	50代	60代	70代以上	給与所得者	年金受給者	自営業者
有効回答数	55	110	178	182	135	380	172	59
物価上昇	90.9	85.5	88.8	87.9	91.1	89.5	90.1	84.7
定例収入の減少	21.8	28.2	33.7	34.1	25.9	29.7	29.1	35.6
購買意欲の低下	16.4	27.3	14.6	19.2	23.0	18.9	21.5	15.3
臨時収入の減少・消失	7.3	15.5	10.7	7.7	11.1	10.0	9.9	20.3
雇用環境の悪化	3.6	9.1	7.9	10.4	3.0	4.2	6.4	3.4
なんとなく	3.6	2.7	4.5	7.1	4.4	3.4	5.8	1.7
資産運用が低調	1.8	6.4	2.8	3.8	5.9	3.4	5.8	6.8
インパウンドの減少	0.0	1.8	1.1	1.1	3.0	1.6	2.3	0.0
その他	0.0	1.8	1.7	2.2	0.0	2.1	0.0	1.7

2. 今後1年間の景気見通し

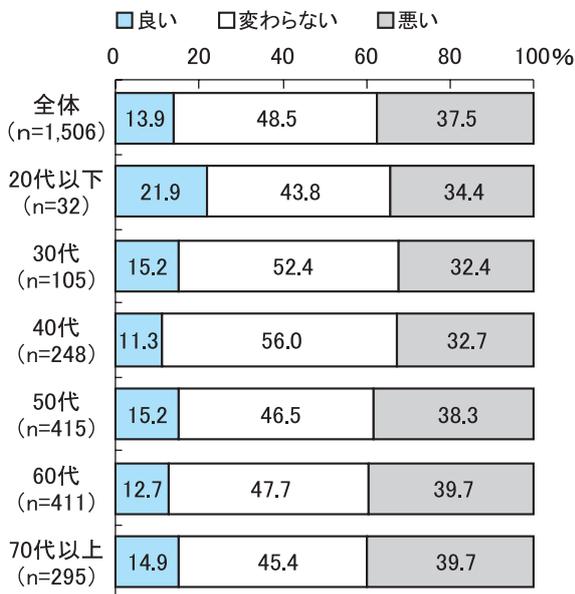
(1) 今後1年間の景気見通し

～「変わらない」が最も高い

今後1年間の景気見通しは、全体では、「変わらない（48.5%）」が5割近くを占め、次いで「悪い（37.5%）」「良い（13.9%）」となった（図6）。

年代別では、「良い」は「20代以下（21.9%）」が最も高い。「悪い」は年代が上がるにつれ上昇傾向にあるが、全年代で4割未満であった。

図6. 今後1年間の景気見通し
（回答者年代別）



今後1年間の景気DIは▲23.6で、前年比22.7P上昇した（表3）。年代別では、全年代で前年から改善し、年代が上がるにつれて上昇幅は拡大した。

表3. 今後1年間の景気DI（回答者年代別）

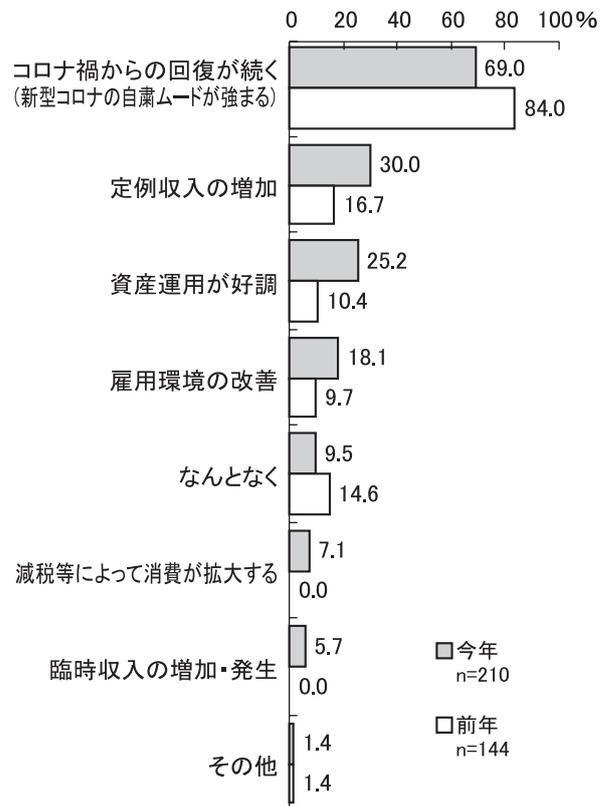
単位：P

	全体	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
今年	▲23.6	▲12.5	▲17.2	▲21.4	▲23.1	▲27.0	▲24.8
前年	▲46.3	▲19.6	▲32.7	▲41.7	▲48.0	▲53.0	▲53.2
前年比	22.7	7.1	15.5	20.3	24.9	26.0	28.4

(2) 今後の景気を「良い」と感じる理由 ～「コロナ禍からの回復が続く」が高い

今後1年間の景気を「良い」と感じる理由は、「コロナ禍からの回復が続く（69.0%）」が最も高かった（図7）。前年、前々年に続き新型コロナからの回復を期待する回答に加え、定例収入の増加や資産運用が好調、雇用環境の改善といった回答も増加している。

図7. 今後の景気を「良い」と感じる理由
（複数回答）



(3) 今後の景気を「悪い」と感じる理由 ～「物価上昇」が大きく影響

今後の景気を「悪い」と感じる理由は「物価上昇による買い控え（81.1%）」が最も高く、次いで「定例収入の減少（34.3%）」となった（図8）。

回答者年代・職業区別では、全ての年代・職業区分で「物価上昇による買い控え」が最も高くなった（表4）。自由意見では、物価上昇だけでなく、政府の不十分な景気対策や増税を景気悪化の原因とする回答もみられた。

図8. 今後の景気を「悪い」と感じる理由（複数回答）

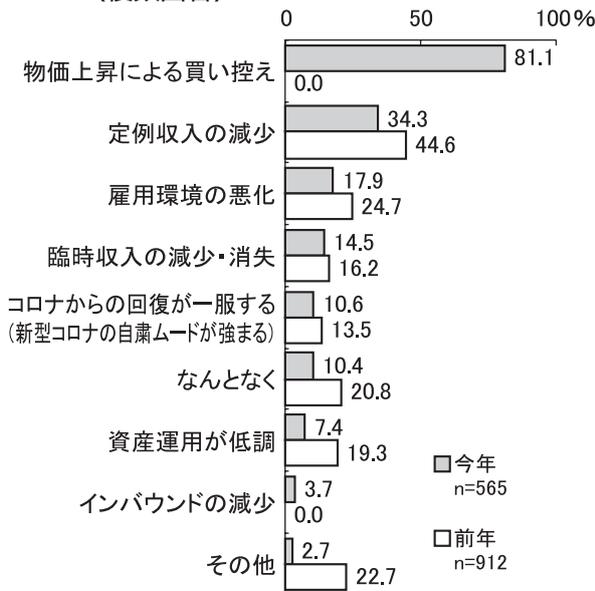


表4. 今後の景気を「悪い」と感じる理由（複数回答、回答者年代・職業区分別）

	単位：件、%							
	30代以下	40代	50代	60代	70代以上	給与所得者	年金受給者	自営業者
有効回答数	45	81	159	163	117	313	153	55
物価上昇による買い控え	82.2	79.0	79.9	81.6	82.9	80.5	81.7	85.5
定例収入の減少	20.0	33.3	36.5	37.4	33.3	31.0	37.9	43.6
雇用環境の悪化	15.6	17.3	17.6	19.6	17.1	18.8	16.3	16.4
臨時収入の減少・消失	11.1	21.0	13.8	14.1	12.8	13.1	15.7	20.0
コロナからの回復が一服する (新型コロナの自粛ムードが強まる)	11.1	13.6	8.8	12.3	8.5	9.9	9.8	14.5
なんとなく	6.7	8.6	8.2	11.7	14.5	9.6	14.4	1.8
資産運用が低調	11.1	6.2	5.7	6.7	10.3	7.0	8.5	5.5
インバウンドの減少	6.7	6.2	1.9	3.1	4.3	3.2	3.9	3.6
その他	0.0	2.5	3.1	3.1	2.6	2.6	2.0	5.5

※「物価上昇による買い控え」「インバウンドの減少」は今回新たに追加

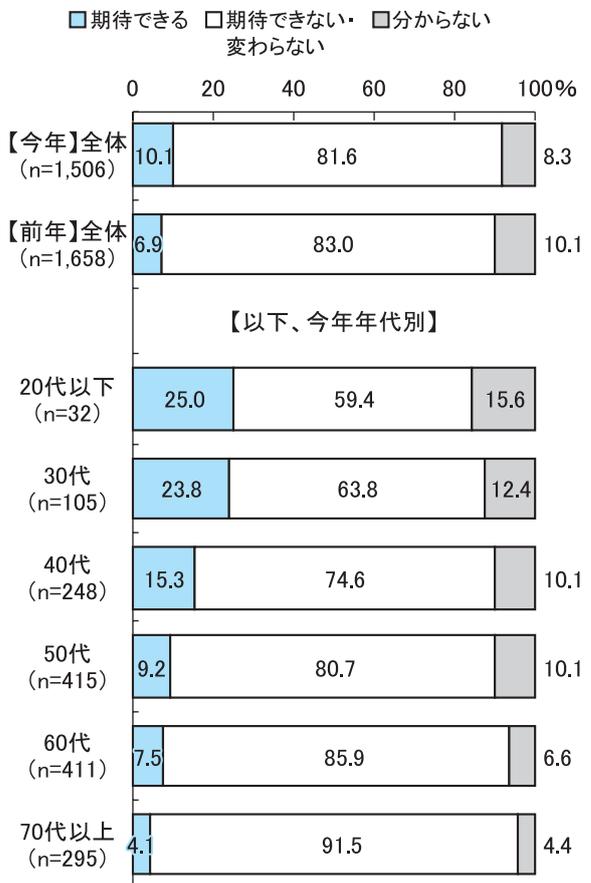
(4) 賃上げ・世帯収入増加への期待感 ～「期待できない・変わらない」が81.6%

賃上げ・世帯収入増加への期待感は、「期待できない・変わらない（81.6%）」が「期待できる（10.1%）」を大きく上回った（図9）。

年代別では、「20代以下」で「期待できる」が25.0%と最も高く、昨年同様、若い年代ほど高く、年齢が上がるにつれて「期待できる」が低下する結果となった。

政府や経済団体、労働団体等を中心に今春5%以上の賃上げを目指す動きがあるものの、それに反して県内では賃上げ・世帯収入増加に対し「期待できない・変わらない」との見方が支配的であった。

図9. 賃上げ・世帯収入増加への期待感（世帯主年代別）



II. 家計消費動向

1. 現在の家計支出（月平均）の状況

(1) 家計支出の増減

～「増加」が6割を超える

前年と比べた現在の家計支出は「増加（61.4%）」が最も高い（図10）。前年比では、「増加」は2.8P低下し、「変わらない（30.9%）」は3.8P上昇、「減少（7.6%）」は同1.1P低下した。

年代別では、「増加」は「30代（73.3%）」が最も高かった。

世帯構成別では、「増加」は「夫婦と子（子育て世帯）」で7割を超えた（図11）。他の世帯構成でも増加が5割を超え、全構成で「減少」を上回った。

図10. 家計支出の状況（世帯主年代別）

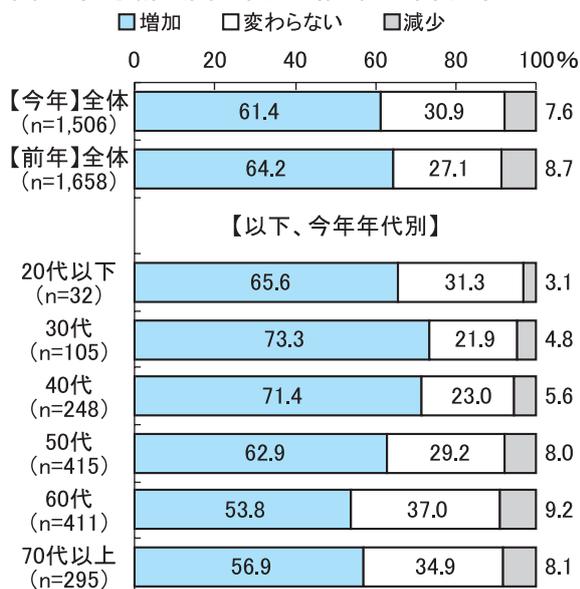
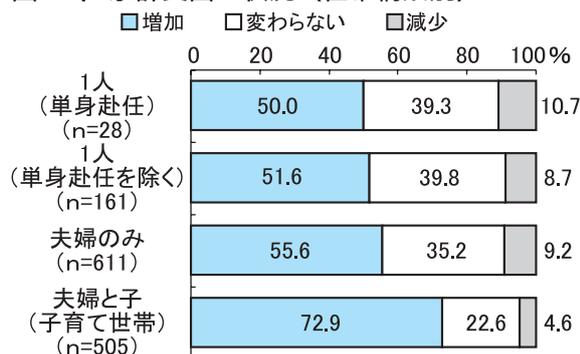


図11. 家計支出の状況（世帯構成別）



(2) 家計支出の増加理由

～「物価上昇（商品・サービス価格上昇）」が最も高い

家計支出の増加理由は「物価上昇（商品・サービス価格上昇）（86.3%）」が最も高く、以下「臨時支出の増加・発生（24.2%）」「家族状況の変化（20.3%）」と続き、前向きな理由である「定例収入の増加（7.1%）」や「消費意欲の増進（5.7%）」は1割未満であった（図12）。

年代別では、全ての年代で「物価上昇（商品・サービス価格の上昇）」の回答割合が7割を超え、「70代以上（92.3%）」では9割に達した（表5）。

図12. 家計支出の増加理由（複数回答）

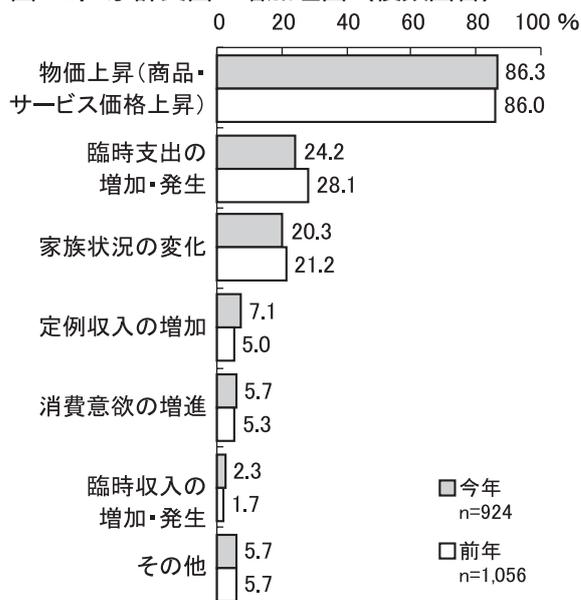


表5. 家計支出の増加理由

（複数回答、世帯主年代別） 単位：件、%

	30代以下	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	98	177	261	220	168
物価上昇(商品・サービス価格上昇)	76.5	84.2	85.1	89.5	92.3
臨時支出の増加・発生	15.3	22.6	22.2	25.9	32.1
家族状況の変化	23.5	33.9	27.6	10.0	6.5
定例収入の増加	19.4	7.9	7.7	4.5	1.8
消費意欲の増進	5.1	5.6	5.4	5.5	7.1
臨時収入の増加・発生	5.1	1.7	1.1	2.3	3.0
その他	1.0	1.1	1.5	1.4	1.2

(3) 家計支出の増加項目(上位5項目) ～最も増加した項目は「食料品・食費」

家計支出の増加項目は「食料品・食費(81.7%)」が最も高く、次いで「光熱・水道費(59.8%)」「交通・通信費(47.2%)」となった(図13)。「食料品・食費」は前年比7.6P上昇しており、為替相場や原材料価格高騰による価格転嫁の影響がうかがえる。

年代別でも、「食料品・食費」「光熱・水道費」が高い(表6)。「外食費」は年代が下がるにつれて、「医療費」は年代が上がるにつれて高くなった。

図13. 家計支出の増加項目(上位5項目、複数回答)

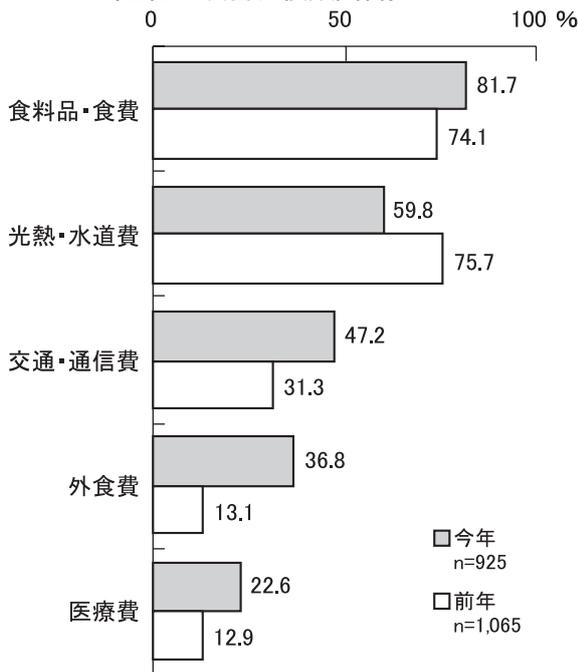


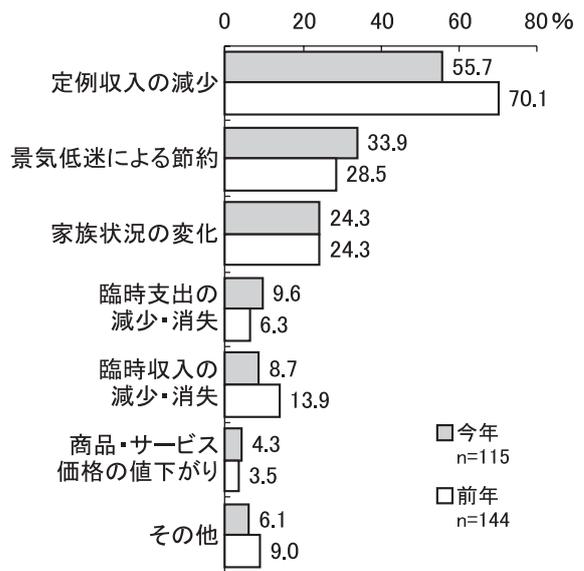
表6. 家計支出の増加項目(上位5項目、複数回答、世帯主年代別)
単位: 件、%

	30代以下	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	98	177	261	221	168
食料品・食費	67.3	84.2	80.5	82.8	88.1
光熱・水道費	50.0	59.9	61.7	56.6	66.7
交通・通信費	35.7	42.9	53.6	52.5	41.7
外食費	45.9	42.9	37.5	33.0	28.6
医療費	11.2	11.9	21.5	25.3	37.7

(4) 家計支出の減少理由 ～定例収入減少の影響が大きい

家計支出の減少理由は、前年比14.4P低下したものの「定例収入の減少(55.7%)」が最も高い(図14)。以下「景気低迷による節約(33.9%)」「家族状況の変化(24.3%)」と続いた。

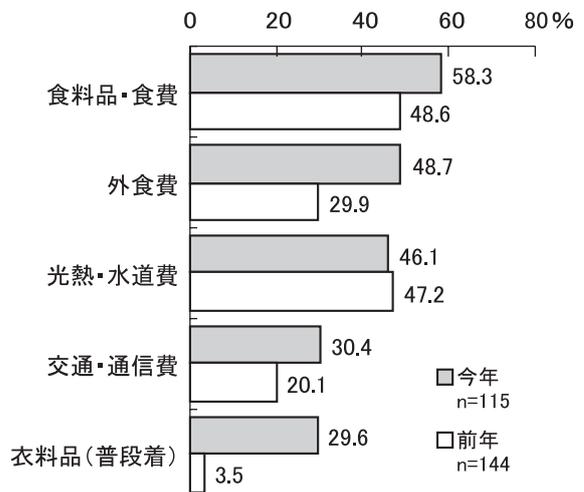
図14. 家計支出の減少理由(複数回答)



(5) 家計支出の減少項目 ～「食料品・毎日の食費」が高い

減少項目は「食料品・食費(58.3%)」がトップで、次いで「外食費(48.7%)」「光熱・水道費(46.1%)」と続いた(図15)。

図15. 家計支出の減少項目(上位5項目、複数回答)



2. 今後の家計支出の見通し

(1) 今後の家計支出の増減見込み

～「増加」が過半数を超える

今後の家計支出の増減見込みは「増加(56.6%)」が最も高く、前年比7.5P低下した(図16)。「変わらない(35.0%)」は同7.7P上昇し、「減少(8.4%)」は同0.2P低下した。

年代別では、「増加」は「40代(69.4%)」が最も高く、「60代(48.7%)」を除く年代では5割を超えた。「減少」は「50代(10.6%)」が最も高かった。

世帯構成別では、「夫婦と子(子育て世帯)(63.8%)」が昨年に続き最も高くなっている(図17)。

図16. 今後の家計支出の増減見込み(世帯主年代別)

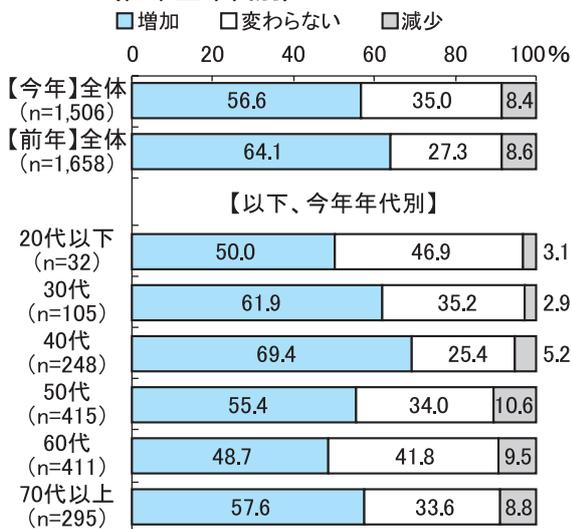
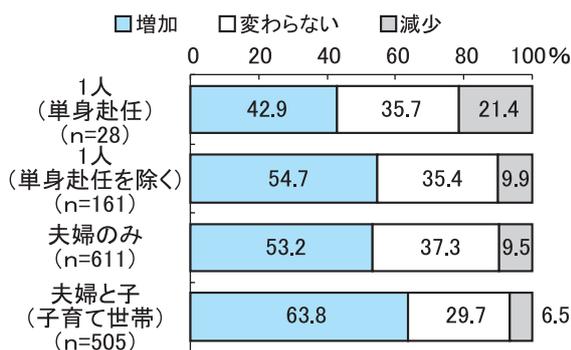


図17. 今後の家計支出の増減見込み(世帯構成別)



(2) 今後、家計支出の増加を見込む理由～「物価の変化」が最も高い

家計支出の増加を見込む理由は、「物価の変化(77.5%)」が最も高く、以下「家族状況の変化(28.0%)」「税金等支払(27.3%)」となった(図18)。

年代別では、全年代で「物価の変化」が最も高く、「60代(84.5%)」「70代以上(84.7%)」では8割を超えた(表7)。「家族状況の変化」は「40代(47.7%)」が、「税金等支払」「景気・金融動向」「家計収入の変化」では「60代」が最も高かった。

図18. 家計支出増加を見込む理由(上位5項目、複数回答)

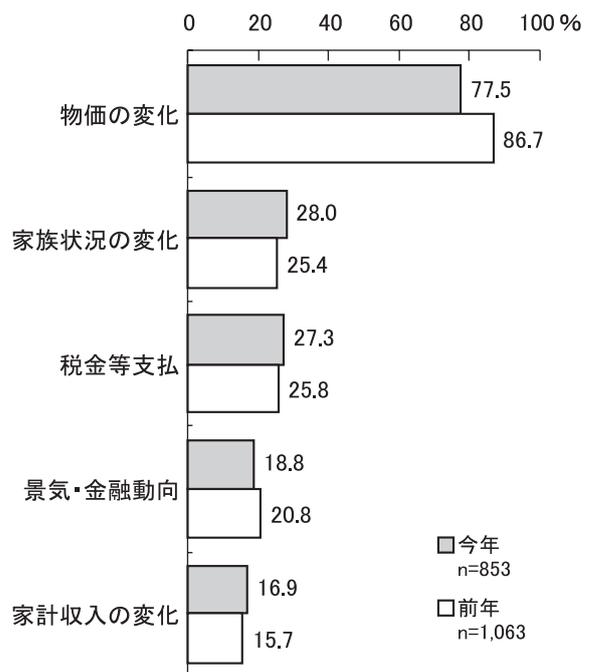


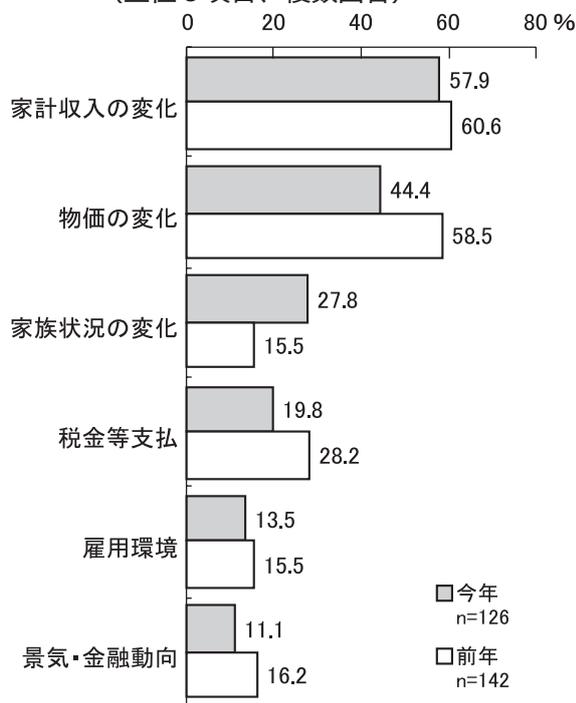
表7. 家計支出増加を見込む理由(上位5項目、複数回答、世帯主年代別)

	30代以下	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	81	172	230	200	170
物価の変化	72.8	69.2	73.9	84.5	84.7
家族状況の変化	30.9	47.7	33.9	18.0	10.6
税金等支払	17.3	20.3	23.5	35.5	34.7
景気・金融動向	11.1	15.7	20.4	23.0	18.2
家計収入の変化	14.8	10.5	17.0	26.0	13.5

(3) 今後、家計支出の減少を見込む理由 ～「家計収入の変化」「物価の変化」 が主な理由

家計支出の減少を見込む理由は、「家計収入の変化（57.9%）」が最も高いものの前年比2.7P低下し、次いで「物価の変化（44.4%）」も同14.1P低下、「家族状況の変化（27.8%）」と続いた（図19）。

図19. 家計支出減少を見込む理由
(上位6項目、複数回答)



(4) 今後1年間の家計支出増加項目 ～「食料品・食費」が最も高い

今後1年間で“増やしたい”“増えそうな”項目は「食料品・食費（69.8%）」が最も高く、前年比+20.2Pと大きく上昇し、「光熱・水道費（53.3%）」が続いた（図20）。

「旅行・レジャー（45.7%）」といった消費に前向きな回答の比率も高く、「外食費（30.3%）」「耐久消費財（21.2%）」「趣味・娯楽費（21.2%）」は前年比3倍以上上昇した。

年代別では、60代以上の「医療費」、子育て世帯が多い20～50代の「教育費」が高いなど、世帯主年代に応じた特徴は昨年同様であった（表8）。

図20. “増やしたい”“増えそうな”
上位10項目（複数回答）

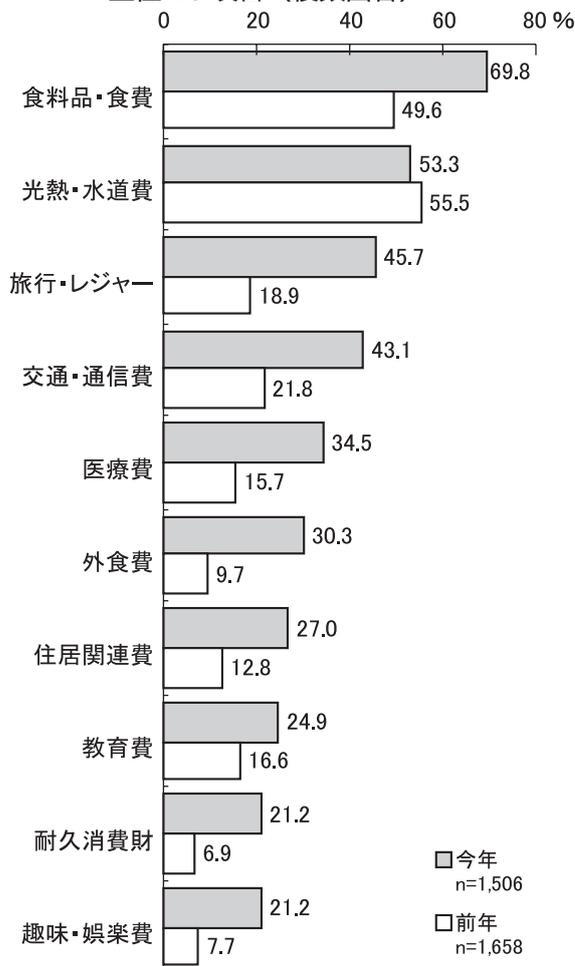


表8. “増やしたい”“増えそうな”上位10項目
(複数回答、世帯主年代別)

単位：件、%

	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	32	105	248	415	411	295
食料品・食費	31.3	50.5	46.0	45.1	47.0	57.3
光熱・水道費	18.8	26.7	31.9	34.7	40.6	44.1
旅行・レジャー	34.4	38.1	25.4	30.6	35.8	29.5
交通・通信費	9.4	17.1	25.4	31.6	34.8	30.5
医療費	9.4	4.8	10.1	19.0	31.6	39.7
外食費	15.6	28.6	20.6	21.7	20.2	19.0
住居関連費	6.3	7.6	12.5	21.7	21.4	21.0
教育費	25.0	34.3	49.6	19.0	1.9	1.7
耐久消費財	6.3	3.8	9.3	16.9	17.3	16.9
趣味・娯楽費	12.5	13.3	10.9	14.5	18.5	13.2

(5) 今後1年間の家計支出減少項目 ～「光熱・水道費」が最も高い

“減らしたい”“減りそうな”項目は、「光熱・水道費 (27.0%)」が最も高かった (図 21)。以下「外食費 (26.9%)」「食料品・食費 (21.3%)」と続いた。

年代別でも、「光熱・水道費」「外食費」「食料品・食費」の回答割合が高く、「なし」も全年代で一定割合の回答があった (表 9)。「すべて」「減らしたくても減らせない」といった声もあり、支出の削減に苦慮する様子も垣間見えた。

図 21. “減らしたい”“減りそうな”上位10項目 (複数回答)

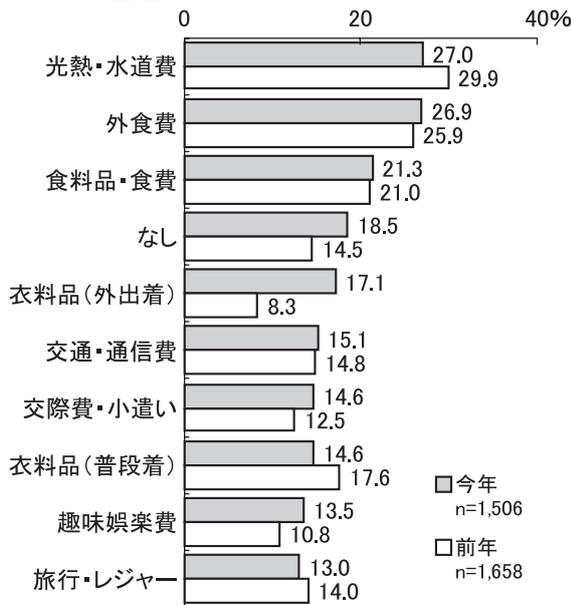


表 9. “減らしたい”“減りそうな”上位10項目 (複数回答、世帯主年代別) 単位: 件、%

	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	32	105	248	415	411	295
光熱・水道費	21.9	32.4	27.8	27.0	26.3	25.8
外食費	34.4	30.5	29.4	26.0	25.1	26.4
食料品・食費	40.6	21.0	25.8	21.7	19.5	17.6
なし	9.4	20.0	14.5	20.7	17.5	20.7
衣料品(外出着)	6.3	11.4	17.7	16.9	17.3	20.0
交通・通信費	6.3	11.4	10.5	14.5	18.2	17.6
衣料品(普段着)	12.5	12.4	19.0	12.8	14.6	14.6
交際費・小遣い	6.3	12.4	14.9	13.0	14.6	18.3
趣味娯楽費	6.3	8.6	13.3	14.9	12.7	15.3
旅行・レジャー	12.5	8.6	10.9	12.8	12.2	18.0

3. 日常の買い物行動

(1) 食料品の買い物場所

～「食料品スーパー」が最も高い

食料品の買い物場所は「食料品スーパー (90.0%)」が最も多く、以下「ドラッグストア (55.4%)」「ディスカウントストア (38.8%)」と続いた (表 10)。

年代別では、「食料品スーパー」は「20代以下 (68.8%)」を除く年代で8割以上、「ドラッグストア」も「20代以下 (28.1%)」を除き概ね5～6割の支持があった。

表 10. 食料品の買い物場所 (上位10項目、複数回答、回答者年代別) 単位: 件、%

	全体	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	1,506	32	105	248	415	411	295
食料品スーパー	90.0	68.8	86.7	91.1	88.9	90.5	93.2
ドラッグストア	55.4	28.1	53.3	59.7	60.0	55.0	49.5
ディスカウントストア	38.8	25.0	38.1	44.0	43.1	39.2	29.5
コンビニ	24.1	34.4	27.6	17.3	27.7	22.9	24.1
生協等の共同購入	23.2	3.1	14.3	14.1	23.1	29.7	27.1
ショッピングモール・複合商業施設	21.8	28.1	23.8	16.9	24.6	19.0	24.4
道の駅、直売所等	18.0	6.3	13.3	13.7	18.8	18.5	22.7
ホームセンター	10.7	3.1	5.7	4.4	9.6	12.9	16.9
惣菜・弁当屋	7.2	6.3	10.5	5.6	8.2	7.1	6.1
ネット販売(ネット上の配食サービス)	7.0	3.1	2.9	4.4	7.5	6.6	10.8

(2) 食料品以外の買い物場所

～「ドラッグストア」が最も高い

食料品以外の買い物場所は「ドラッグストア (57.4%)」が最も高い (次頁表 11)。以下、「ホームセンター (48.8%)」「ショッピングモール・複合商業施設 (43.0%)」「ネット通販 (Amazon 等、新品) (42.0%)」と続いた。

年代別では、「ドラッグストア」は「20代以下」を除き5割を超え、「ホームセンター」は「60代以上」で5割を超えた。「ショッピングモール・複合商業施設」は「20代以下」では6割を超え、「ネット通販」は「50代以下」で4割を超えた。

ネット通販に使う金額は、「5千円未満」の回答割合が「20代以下」「50代」「70代以上」で同率1位であった。「5千円以上、1万円未満」は、「40代（34.4%）」、「1万円以上、3万円未満」は「50代（28.7%）」で最も高い（表12）。

表11. 食料品以外の買い物場所
(上位7項目、複数回答、回答者年代別)

	全体	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	1,506	32	105	248	415	411	295
ドラッグストア	57.4	46.9	58.1	55.6	63.9	54.0	55.3
ホームセンター	48.8	9.4	27.6	33.5	48.9	55.5	64.1
ショッピングモール・複合商業施設	43.0	65.6	44.8	40.7	43.4	40.9	44.1
ネット通販 (Amazon等、新品)	42.0	40.6	46.7	48.4	43.4	39.2	37.3
ディスカウントストア	38.0	28.1	34.3	35.9	44.8	38.7	31.9
専門店(家電量販店・衣料品専門店等)	21.9	9.4	17.1	12.1	21.2	23.4	32.2
コンビニ	15.5	18.8	16.2	15.3	18.6	14.8	11.5

表12. ネット通販に使う金額(月平均)
(回答者年代別)

	全体	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	1,178	29	89	209	342	312	197
5千円未満	29.9	31.0	22.5	28.7	31.0	30.8	31.0
5千円以上、1万円未満	32.3	20.7	28.1	34.4	32.5	32.1	34.0
1万円以上、3万円未満	27.1	27.6	25.8	26.8	28.7	26.6	25.9
3万円以上、5万円未満	6.9	17.2	12.4	7.7	5.3	6.7	5.1
5万円以上、10万円未満	3.1	3.4	9.0	2.4	2.0	2.9	3.0
10万円以上、30万円未満	0.6	0.0	1.1	0.0	0.3	1.0	1.0
30万円以上	0.2	0.0	1.1	0.0	0.3	0.0	0.0

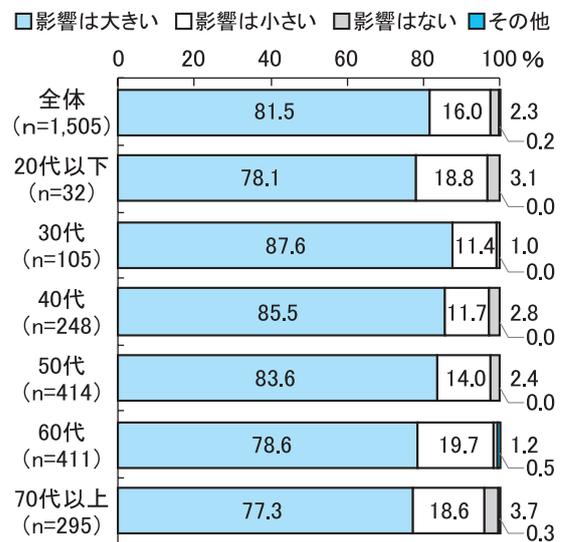
4. 物価上昇による影響と対応策

(1) 物価上昇による生活への影響 ～「影響は大きい」が8割を超える

円安による輸入物価の上昇や原材料価格の高騰、商品への価格転嫁等で「影響は大きい(81.5%)」が8割に達した(図22)。

年代別では「30代(87.6%)」が最も高く、最も低い「70代以上(77.3%)」でも8割近くを占めている。

図22. 物価上昇による生活への影響
(世帯主年代別)



(2) 生活への影響が大きい支出項目 ～「食料品・食費」が最も高い

物価上昇により生活への影響が大きい(負担感の増えた)支出項目は「食料品・食費(79.9%)」が最も高く、次いで「光熱・水道費(54.5%)」「交通費(53.3%)」と続いた(次頁図23)。

年代別では、「20代以下(62.5%)」を除く全ての年代で「食料品・食費」が7割を超えた(次頁表13)。また、「光熱・水道費」は40代以上の各年代で5割を超え、「交通費」では50代以上の年代で5割を超えた。

図 23. 物価上昇により生活への影響が大きい（負担感の増えた）支出項目（上位10項目、複数回答）

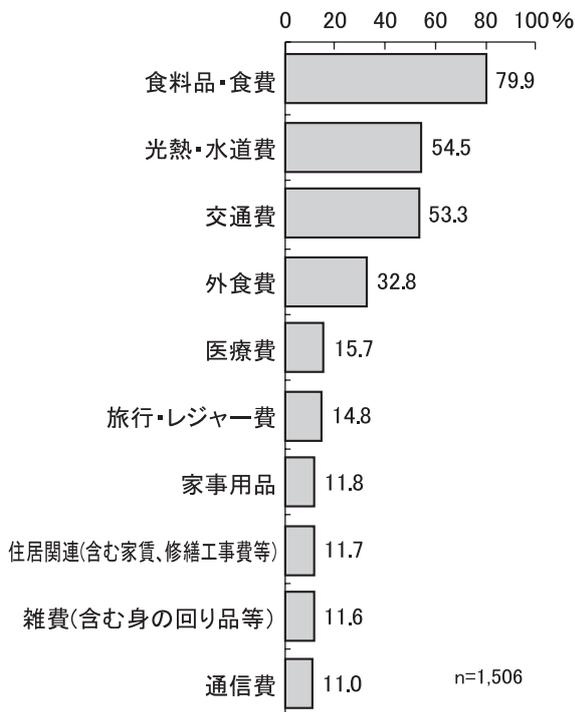


表 13. 物価上昇により生活への影響が大きい（負担感の増えた）支出項目（上位10項目、複数回答、回答者年代別）

	単位：件、%					
	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	32	105	248	415	411	295
食料品・食費	62.5	79.0	83.5	80.2	79.8	78.6
光熱・水道費	31.3	45.7	54.4	56.1	55.7	56.3
交通費	25.0	34.3	48.8	56.4	58.6	54.9
外食費	53.1	38.1	39.5	29.2	33.6	27.1
医療費	0.0	3.8	8.5	12.3	20.4	26.1
旅行・レジャー費	18.8	11.4	14.5	12.3	16.1	17.6
家事用品	9.4	8.6	13.7	12.3	11.9	10.8
住居関連(含む家賃、修繕工事費等)	9.4	11.4	8.1	10.4	13.4	14.6
雑費(含む身の回り品等)	3.1	14.3	11.7	10.1	11.4	13.9
通信費	0.0	5.7	7.7	13.5	12.2	11.5

(3) 物価上昇への対応策

～「食材費の節約」が最も高い

物価上昇への対応策は「食材費の節約（49.7%）」が最も高く、次いで「外食費を減らす（49.1%）」「光熱・水道費の節約（40.4%）」と続いた（図 24）。食事代

や光熱・水道費など毎日の生活に欠かせない費目の支出を抑えることで物価上昇に対処している様子が見えてくる。

年代別では、40代で「外食費を減らす」が6割近くを占めた（表 14）。また、「50代」以上の年代で「光熱・水道費の節約」が4割を超えている。

図 24. 物価上昇への対応策（複数回答）

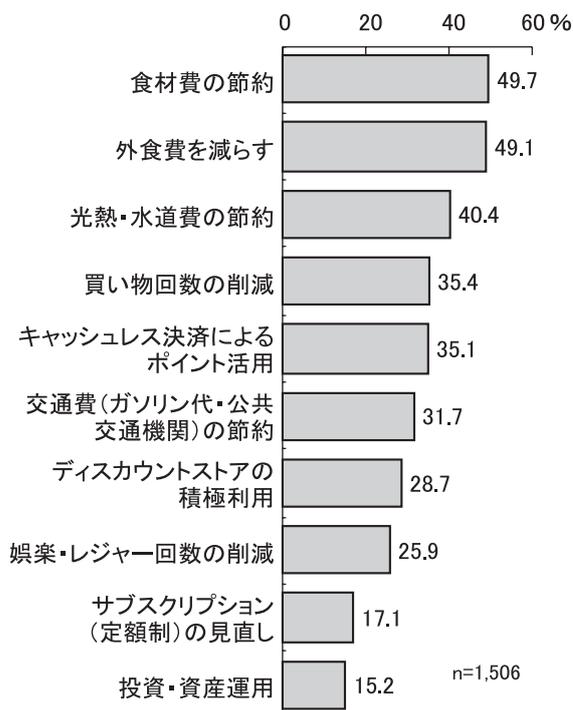


表 14. 物価上昇への対応策（上位10項目、複数回答、回答者年代別）

	単位：件、%					
	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	32	105	248	415	411	295
食材費の節約	40.6	47.6	51.6	52.3	49.4	46.8
外食費を減らす	50.0	45.7	58.5	49.4	45.7	46.8
光熱・水道費の節約	18.8	29.5	35.9	42.9	43.1	43.4
交通費(ガソリン代・公共交通機関)の節約	15.6	23.8	27.0	34.0	32.6	20.3
生命保険の見直し	21.9	21.9	19.4	15.7	14.4	9.2
スマホなどの通信費・サブスクリプション(定額制)の見直し	34.4	26.7	38.7	32.0	37.2	38.0
買い物回数の削減	43.8	34.3	38.3	37.8	33.8	29.8
娯楽・レジャー回数の削減	25.0	15.2	25.4	32.5	36.0	36.3
教育費(塾、習い事など)の削減	18.8	15.2	30.6	25.1	25.3	28.5
キャッシュレス決済によるポイント活用	25.0	19.0	15.7	17.8	20.2	11.2

Ⅲ. キャッシュレスの普及

1. 現金以外の決済方法利用状況

(1) 現金以外の決済方法

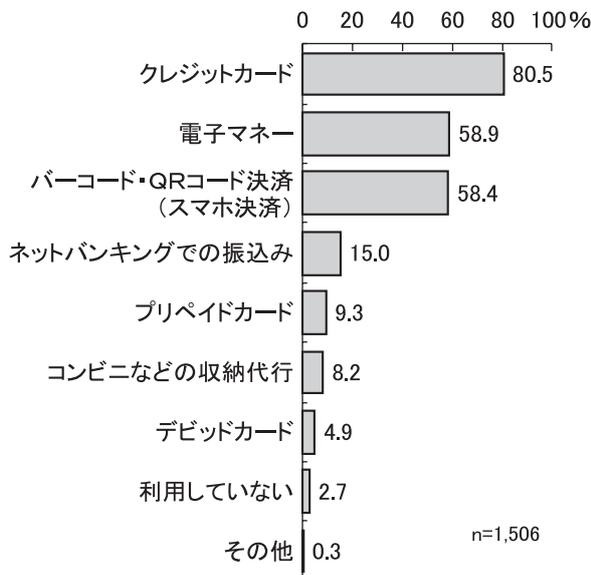
～「クレジットカード」が最も高い

現金以外の決済方法で最も高かったのは「クレジットカード（80.5%）」であった（図25）。以下「電子マネー（58.9%）」「バーコード・QRコード決済（スマホ決済）（58.4%）」と続いた。

年代別では、「クレジットカード」は全年代で7割を超えた（表15）。「電子マネー」は「50代（66.3%）」で最も高く、「70代以上（43.9%）」を除き5割以上の回答があった。「バーコード・QRコード決済（スマホ決済）」は「20代以下（71.9%）」が最も高く、30～50代でも6割を超えた。

「電子マネー」や「バーコード・QRコード決済（スマホ決済）」といった比較的新しい決済方法についても60代以下では過半数を超える利用がみられ、キャッシュレス決済が幅広く浸透していることが確認できた。

図25. 現金以外の決済方法（複数回答）



※デビットカード（預金口座から支払代金がすぐに引き落とされる仕組み）（図25、表15）

表15. 現金以外の決済方法

（複数回答、世帯主年代別） 単位：件、%

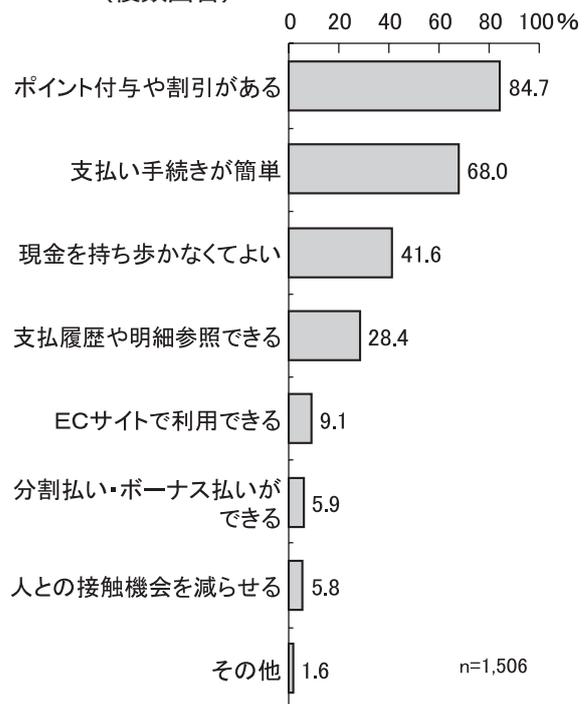
	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	32	105	248	415	411	295
クレジットカード	87.5	90.5	83.9	77.1	78.1	81.4
電子マネー	50.0	59.0	66.1	66.3	59.1	43.1
バーコード・QRコード決済 (スマホ決済)	71.9	65.7	67.7	63.1	58.4	40.0
ネットバンキングでの振込み	0.0	13.3	13.7	15.2	16.8	15.6
プリペイドカード	9.4	1.9	3.6	6.3	12.2	16.9
コンビニなどの収納代行	12.5	3.8	5.2	8.0	9.5	10.2
デビットカード	0.0	5.7	4.4	5.3	3.6	6.8
利用していない	3.1	1.9	1.2	3.1	2.2	4.4
その他	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0	0.7

(2) 現金以外の決済方法を利用する理由

～「ポイント付与や割引がある」が最も高い

現金以外の決済方法を利用する理由では「ポイント付与や割引がある（84.7%）」が最も高く、次いで「支払い手続きが簡単（68.0%）」「現金を持ち歩かなくてよい（41.6%）」となった（図26）。「人との接触機会を減らせる（5.8%）」は1割未満にとどまった。

図26. 現金以外の決済方法を利用する理由（複数回答）



年代別では、「ポイント付与や割引がある」が30代以下で9割を超え、全年代を通して高かった（表16）。

現金以外の決済方法で使う金額は、全体では「1万円以上、3万円未満」が最も高かった（表17）。年代別では、「20代以下」で「3万円以上、5万円未満」、「30代」で「5万円以上、10万円未満」の回答割合が高かった。

表 16. 現金以外の決済方法を利用する理由
(複数回答、世帯主年代別) 単位: 件、%

	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	32	105	248	415	411	295
ポイント付与や割引がある	90.6	92.4	87.1	84.1	86.9	77.3
支払い手続きが簡単	53.1	61.0	62.5	70.8	72.7	66.1
現金を持ち歩かなくてよい	31.3	40.0	35.5	35.2	46.5	50.5
支払履歴や明細参照できる	21.9	18.1	23.0	29.6	30.7	32.2
ECサイトで利用できる	15.6	12.4	13.7	7.5	6.6	9.2
分割払い・ボーナス払いができる	0.0	3.8	7.7	6.7	5.6	5.1
人との接触機会を減らせる	0.0	7.6	3.2	7.0	8.0	3.4
その他	0.0	1.0	1.6	1.9	0.5	3.1

表 17. 現金以外の決済方法で使う金額
(月平均) (回答者年代別) 単位: 件、%

	全体	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	1,506	32	105	248	415	411	295
5千円未満	12.7	3.1	8.6	12.1	14.0	11.9	14.9
5千円以上、1万円未満	16.6	21.9	13.3	14.5	15.4	18.0	18.6
1万円以上、3万円未満	26.8	18.8	19.0	28.2	28.4	27.7	25.4
3万円以上、5万円未満	16.9	28.1	18.1	16.9	17.8	14.1	18.0
5万円以上、10万円未満	15.3	18.8	21.9	14.1	13.0	17.5	13.9
10万円以上、30万円未満	10.7	9.4	13.3	12.9	10.6	10.5	8.5
30万円以上	1.0	0.0	5.7	1.2	0.7	0.2	0.7

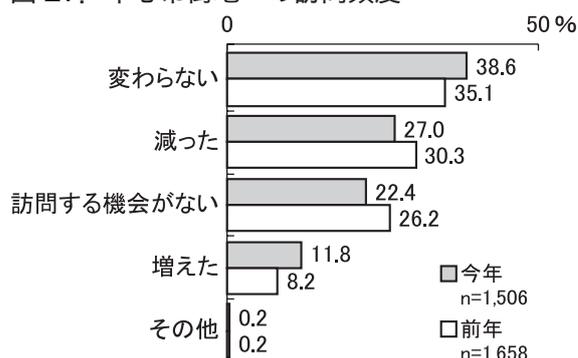
IV. 中心市街地への訪問

1. 中心市街地への訪問頻度

～「変わらない」が最も高い

中心市街地への訪問頻度では「変わらない (38.6%)」が最も高く、次いで「減った (27.0%)」「訪問する機会がない (22.4%)」となった (図27)。

図 27. 中心市街地への訪問頻度



年代別では、「増えた」は「20代以下 (21.9%)」で最も高く、60代以上では1割を切った (表18)。「減った」も「20代 (40.6%)」が最も高く、「30代 (21.0%)」が最も低かった。「変わらない」は「30代 (47.6%)」が最も高かった。

宮崎駅までの所要時間 (各市町村役場から宮崎駅までの自動車移動時間) 別では、「増えた」は「30分圏内 (13.9%)」が最も高く、「減った」は「60分圏内 (27.3%)」が最も高かった。「訪問する機会がない」は「120分圏内 (60.0%)」で最も高くなった。

表 18. 中心市街地への訪問頻度
(回答者年代別、所要時間別) 単位: 件、%

	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上	30分圏内	60分圏内	90分圏内	120分圏内	120分以上
有効回答数	32	105	248	414	411	294	959	326	200	5	14
増えた	21.9	14.3	15.7	14.3	9.2	6.5	13.9	7.7	9.0	0.0	7.1
減った	40.6	21.0	22.2	22.2	30.2	34.0	27.2	27.3	26.5	20.0	14.3
変わらない	25.0	47.6	41.9	43.5	37.5	29.3	44.2	30.4	27.5	20.0	21.4
訪問する機会がない	12.5	17.1	20.2	20.0	23.1	29.9	14.7	34.4	37.0	60.0	57.1
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0

【参考表】所要時間区分の内訳

所要時間	市町村名
30分圏内	宮崎市、国富町、新富町
60分圏内	都城市、日南市、西都市、三股町、高原町、綾町、高鍋町、木城町、川南町、都農町
90分圏内	延岡市、小林市、日向市、串間市、えびの市、西米良村、門川町
120分圏内	美郷町、日之影町
120分以上	諸塚村、椎葉村、高千穂町、五ヶ瀬町

「NAVITIME」を用いて算出した各市町村役場からJR宮崎駅までの自動車移動時間。

2. 中心市街地の訪問場所

～「アミュプラザみやざき」が最も高い

中心市街地の訪問場所は「アミュプラザみやざき（63.5%）」が最も高く、次いで「宮崎山形屋（48.4%）」「宮崎ナナイロ（MEGAドン・キホーテ）（31.4%）」となった（表19）。

年代別では、「アミュプラザみやざき」が「50代」を除く全ての年代で最も高く、昨年同様「60代（81.1%）」が「20代以下（70.2%）」を上回った。「宮崎山形屋」は50代以上で約6割と高かった。「宮崎ナナイロ（MEGAドン・キホーテ）」は「60代（40.8%）」で最も高かった。

表19. 中心市街地の訪問場所
（複数回答、回答者年代別） 単位：件、%

	全体	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	1,165	198	331	316	205	196	83
アミュプラザみやざき	63.5	70.2	65.3	59.5	57.1	81.1	61.4
宮崎山形屋	48.4	39.9	45.3	55.1	58.0	59.2	57.8
宮崎ナナイロ（MEGAドン・キホーテ）	31.4	35.9	37.2	25.9	21.0	40.8	30.1
橘通3丁目周辺の商店街	25.2	21.2	29.0	23.1	26.8	24.0	18.1
カリーノ宮崎	24.2	21.7	28.4	22.5	18.5	21.9	20.5
あみーろーど・広島通周辺	18.8	14.6	23.0	19.0	15.1	25.5	25.3
MRTmicc	11.6	14.6	11.8	9.5	9.8	8.7	8.4
高千穂通に面した店舗	7.6	5.1	9.1	7.9	5.9	7.1	10.8
その他	7.0	7.1	4.8	10.8	6.8	1.0	6.0

V. まとめ

本調査においては、1年前と比べた現在の景気を「変わらない」とする回答が46.0%を占めた。景気DIは前年比プラス25.4Pと、景況感には回復の兆しもみえる。一方で、「悪い」という回答も43.8%と高く、賃上げについては「期待できない・変わらない」とする回答が多い。

今後1年間の景気見通しでは、「変わらない」が5割を超え、景気DIは依然としてマイナスであったが、前年比22.7P上昇と大幅な改善がみられた。新型コロナからの回復に期待するとの声もあった一方で、物価上昇による買い控えにより今後の景気が悪化すると感じる回答も多くみられた。

現在の家計支出の状況は、「増加」が過半数を占め、増加の理由をみると物価上昇によって家計が圧迫されており、食事代や光熱・水道費を節約して家計をやりくりする様子がうかがわれる。

景況感が「悪い」から「変わらない」に変化しつつあるなか、長引く物価高と、賃上げに期待を持ってない状況があいまって、今後の景気回復を見通せない消費者心理が調査を通して垣間みえた。実質賃金低下の継続による消費の落ち込みも懸念される。

今後に向けては、生産性向上や物価上昇に見合う価格転嫁によって企業業績が改善し、物価上昇を上回る賃上げの動きが大企業だけでなく中小企業にも広がっていくことが重要である。家計所得の増加による消費拡大が経済の好循環をもたらすことを期待したい。（野崎）