

第2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60.0%～

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、消費税率引上げ後の消費意欲の変化等についてアンケート調査を行った。また、キャッシュレス決済の利用状況および今後の利用の意向、2020年秋に宮崎駅西口に開業予定の複合商業施設「アミュプラザ宮崎」に関する意識調査も併せて実施した。

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」の回答割合が最も高く、D I (※)は▲32.6Pと前年の第1回調査時の▲23.1Pから9.5P悪化した。今後1年間の景気の見通しは「変わらない」と「悪い」が拮抗している。
- (2) 現在の家計支出の状況は、「変わらない」が最も高く、「増加」が「減少」を上回る。今後の見通しは「増加」と「変わらない」が拮抗している。
- (3) 昨年10月の消費税率引上げ後の消費意欲は「変わらない」が最も高く、「減退する」は前年調査の予想より11.9P低下し41.5%となった。
- (4) 日常の買い物場所は、食料品は「食料品スーパー」が圧倒的に高く、「ドラッグストア」「コンビニ」が続く。食料品以外は「ドラッグストア」「ホームセンター」「ショッピングモール・複合商業施設」が5割を超える。
- (5) キャッシュレス決済の利用状況をみると「利用している」が8割を超え、利用する理由は「割引やポイント等の特典」が圧倒的に高い。また、本年6月のポイント還元制度終了後も引き続き利用する回答は約7割となった。
- (6) 2020年秋開業予定の「アミュプラザ宮崎」に対する訪問意欲は非常に高く、訪問目的は「買い物」「飲食」が中心である。

※D I…Diffusion Index。「良い」回答割合から「悪い」を差し引いた指数。一般的に景気などの方向性を表す。単位はパーセントポイント（以下、本稿では「P」と表示）

【調査概要】

実施時期	2020年1月31日(金)～2月11日(火)	【参考】～前回調査の概要	実施時期…2019年2月1日(金)～11日(月)
調査対象	宮崎県内に居住する世帯	調査対象・方法	…今回調査と同じ
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)	回答数	…1,446世帯
回答数	1,514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、%

年代	回答数	構成比
20代以下	76	5.0
30代	172	11.4
40代	361	23.8
50代	401	26.5
60代	343	22.7
70代以上	161	10.6
合計	1,514	100.0

2. 世帯主年代

単位:世帯、%

年代	回答数	構成比
20代以下	53	3.5
30代	150	9.9
40代	345	22.8
50代	392	25.9
60代	368	24.3
70代以上	206	13.6
合計	1,514	100.0

3. 世帯構成

単位:世帯、%

世帯構成	回答数	構成比
単独世帯(単身赴任)	32	2.1
単独世帯(単身以外)	134	8.9
夫婦のみ	502	33.2
夫婦と子(子育て世帯)	592	39.1
その他	254	16.8
合計	1,514	100.0

4. 世帯構成・収入区分における年代構成比

単位:件、%

	全体	1人 (単身赴任)	1人 (単身以外)	夫婦のみ	夫婦と子 (子育て世帯)	給与 所得者	年金 受給者
有効回答数	1,514	32	134	502	592	958	312
20代以下	3.5	3.1	18.7	0.4	3.0	4.4	-
30代	9.9	9.4	4.5	4.0	17.9	13.4	0.6
40代	22.8	31.3	26.1	6.6	40.0	30.8	0.3
50代	25.9	40.6	20.9	19.7	30.9	34.2	1.0
60代	24.3	12.5	22.4	46.0	6.1	15.7	48.1
70代以上	13.6	3.1	7.5	23.3	2.0	1.6	50.0

5. 前年調査と比較する上での留意事項

今回調査の設問において、回答の選択肢の追加・統合を行ったものがあるため、一部図表に前年の数値等の記載が無いものがある。

【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

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は前年に比べ悪化

現在の景気は「変わらない(60.0%)」が最も高く、「悪い(36.3%)」が続く

(図1)。景気D Iは、全年代でマイナスとなり、概ね年代の上昇に従い悪化傾向がみられ、全体では▲32.6Pと前年比9.5P悪化した(表1)。

世帯主職業・収入区分別でも、「良い」は総じて低い(図2)。

図1. 1年前と比べた現在の景気
(回答者年代別)

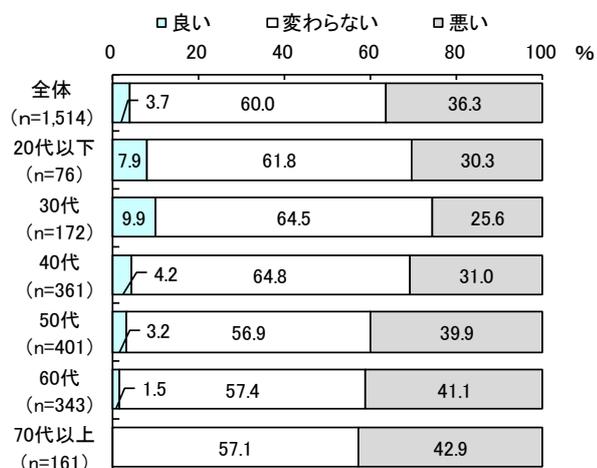
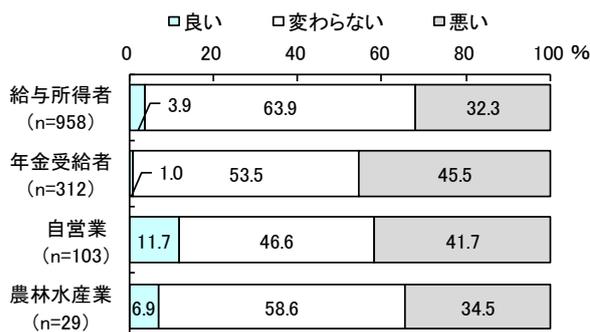


表1. 景気D I (回答者年代別)

	全体	20代 以下	30代	40代	50代	60代	70代 以上
今年	▲32.6	▲22.4	▲15.7	▲26.8	▲36.7	▲39.6	▲42.9
前年	▲23.1	▲13.6	▲6.6	▲14.3	▲25.0	▲31.7	▲32.3
前年比	▲9.5	▲8.8	▲9.1	▲12.5	▲11.7	▲7.9	▲10.6

図2. 1年前と比べた現在の景気
(世帯主職業・収入区分別)



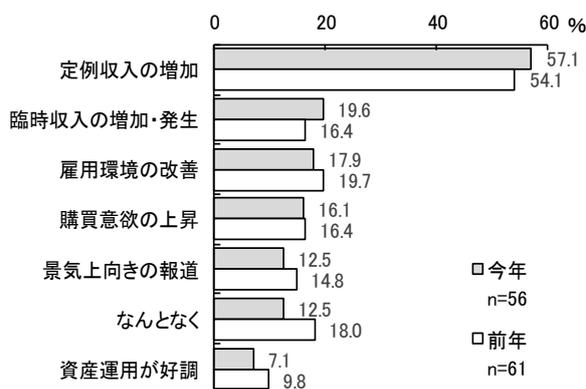
(2) 景気が良いと感じる理由

～定例収入の増加が大きな理由

景気が「良い」と感じる理由は、前年と同様「定例収入の増加（57.1%）」が圧倒的に高く、「臨時収入の増加・発生（19.6%）」が続き、収入に関する回答が1、2番目となった（図3）。

一方、「購買意欲の上昇（16.1%）」は4番目にとどまり、前年比わずかに低下、景気が良いと感じる回答者でも、購買意欲の高まりはさほど感じられない。

図3. 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「物価上昇（61.0%）」が最も高い（図4）。以下、「定例収入の減少（41.0%）」「購買意欲の低下（31.7%）」が続き、上位3項目は前年と変化が無かった。

年代別では「物価上昇」は30代以下、「定例収入の減少」は60代、「購買意欲の低下」は70代以上が最も高い（表2）。

また、世帯主の収入区分が年金受給者の世帯では「物価上昇」「購買意欲の低下」が給与所得者に比べ高い。

図4. 景気が悪いと感じる理由（複数回答）

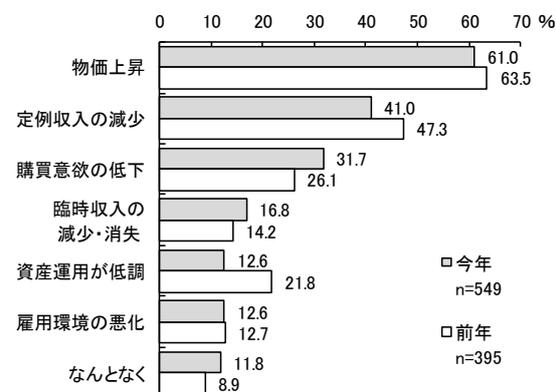


表2. 景気が悪いと感じる理由（複数回答）
（回答者年代・世帯主収入区分別）

	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
有効回答数	67	112	160	141	69	309	142
物価上昇	67.2	60.7	60.0	56.7	66.7	60.8	64.1
定例収入の減少	35.8	39.3	44.4	46.1	30.4	43.0	36.6
購買意欲の低下	25.4	30.4	29.4	34.8	39.1	30.7	33.1
臨時収入の減少・消失	14.9	17.0	13.8	19.1	20.3	16.2	19.7
資産運用が低調	10.4	9.8	10.6	14.9	18.8	11.0	16.9
雇用環境の悪化	16.4	11.6	12.5	11.3	13.0	12.9	8.5
なんとなく	13.4	10.7	13.1	8.5	15.9	11.3	12.0

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」「悪い」が拮抗

今後の景気見通しは、「変わらない（47.6%）」「悪い（46.5%）」が拮抗し、「良い（5.9%）」は最も低い（次頁図5）。

年代別では、「良い」は20代以下（17.1%）が最も高く、年代の上昇とともに低下、50代以上は「悪い」が5割を超える。

今後1年間の景気DIは、全ての年代でマイナスながら、30代と70代以上で前年比やや改善がみられる（次頁表3）。

図5. 今後1年間の景気（回答者年代別）

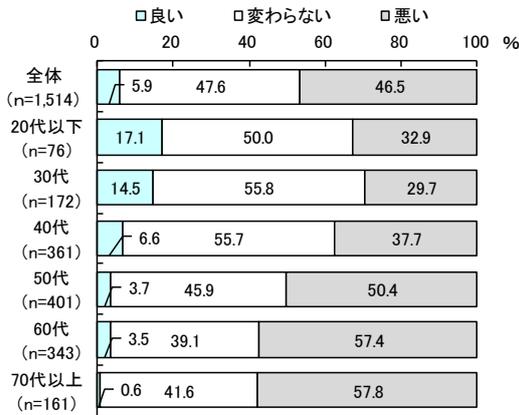


表3. 今後1年間の景気DI（回答者年代別）

単位:P

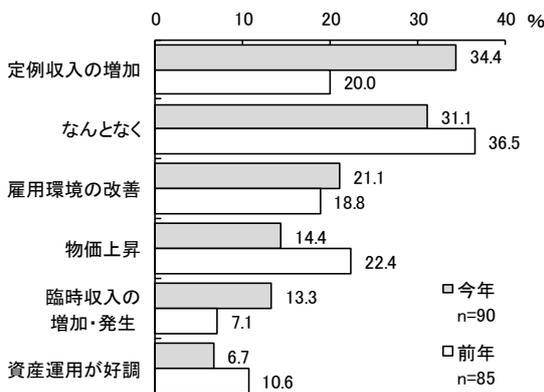
	全体	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
今年	▲40.6	▲15.8	▲15.2	▲31.1	▲46.7	▲53.9	▲57.2
前年	▲40.1	▲13.6	▲18.2	▲27.8	▲42.0	▲48.6	▲64.0
前年比	▲0.5	▲2.2	3.0	▲3.3	▲4.7	▲5.3	6.8

(2) 今後の景気を良いと感じる理由

～定例収入増加の回答割合が上昇

今後1年間の景気を「良い」と感じる理由は、「定例収入の増加(34.4%)」が最も高く、前年比14.4P上昇した(図6)。具体的な根拠の無い「なんとなく(31.1%)」も依然として高いが、今回は2番目となった。「物価上昇(14.4%)」は、前年比▲8.0Pと大きく落込み、景気に対し「物価上昇」を肯定的に捉える見方が低下した。

図6. 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(63.8%)」が最も高く、物価上昇を景気のマイナス要因と捉える見方が続く(図7)。以下「定例収入の減少(39.2%)」「雇用環境の悪化(26.0%)」が続く。

回答者年代・収入区分別では、総じて「物価上昇」が最も高く、70代以上、年金受給者では特に高い(表4)。

図7. 今後の景気を悪いと感じる理由（複数回答）

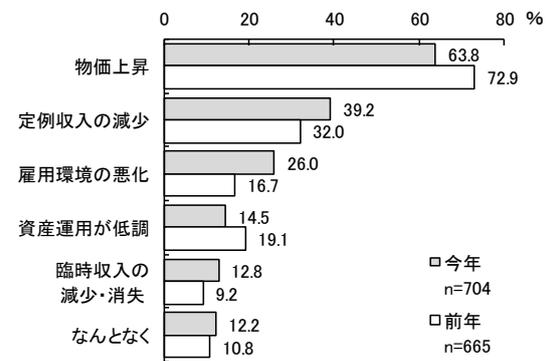


表4. 今後の景気を悪いと感じる理由（複数回答、回答者年代・収入区分別）

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
有効回答数	76	136	202	197	93	401	184
物価上昇	56.6	64.7	59.4	64.5	76.3	58.9	75.5
定例収入の減少	36.8	30.1	44.1	43.7	34.4	42.1	32.1
雇用環境の悪化	26.3	30.9	24.8	25.4	22.6	28.4	21.2
資産運用が低調	10.5	7.4	9.9	18.3	30.1	10.7	22.3
臨時収入の減少・消失	15.8	11.0	12.9	11.2	16.1	11.5	12.0
なんとなく	17.1	17.6	12.4	7.1	10.8	13.0	11.4

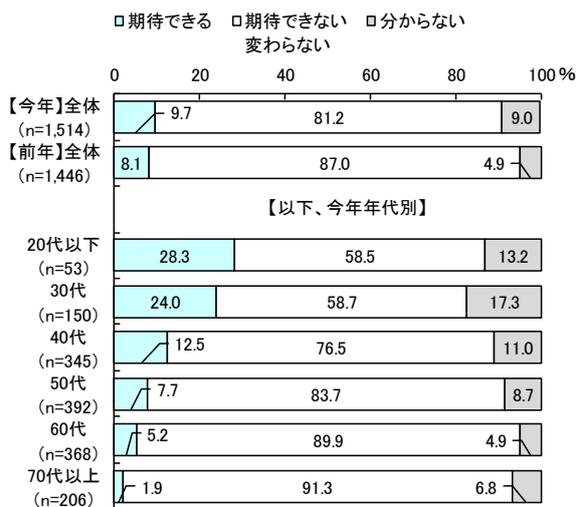
(4) 賃上げ・世帯収入増加への期待感

～「期待できる」は小幅上昇

賃上げ・世帯収入増加に対しては、「期待できない・変わらない(81.2%)」が「期待できる(9.7%)」を大きく上回ったものの、「期待できる」は前年比小幅上昇(+1.6P)にとどまる(次頁図8)。

年代別では、若い年代ほど「期待できる」が高く、20代以下では約3割を占める。一方、年金受給者の多い70代以上では1.9%と低い。

図8. 賃上げ・収入増加への期待感



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

～「変わらない」がほぼ半数

前年と比べた現在の家計支出は、「変わらない (49.1%)」が最も高く、次いで「増加 (39.8%)」となり、前年とほぼ同じ傾向にある (図9)。

年代別では、30、40代は「増加」が5割を超え、「減少」は50代以上で上昇した。

世帯構成別では、「増加」は夫婦と子 (子育て世帯) が56.6%と突出し、子育て費用の負担の重さがうかがえる (図10)。

図9. 現在の家計支出の状況（世帯主年代別）

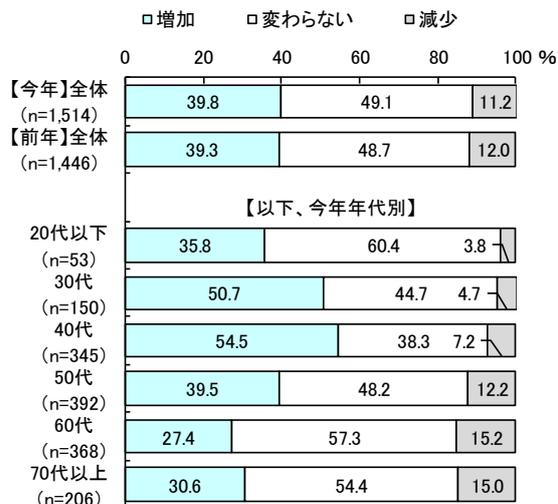
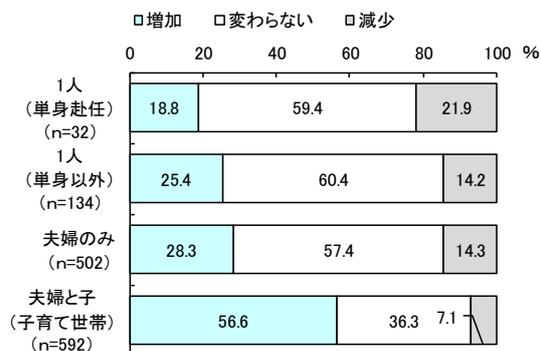


図10. 現在の家計支出の状況（世帯構成別）



(2) 家計支出の増加理由

～物価上昇の回答割合が最も高い

家計支出の増加理由は「物価上昇 (53.0%)」が最も高く、「家族状況の変化 (44.4%)」が続いた (次頁図11)。「物価上昇」は前年比+24.7Pと大幅に上昇し、消費税率引上げが影響した可能性も考えられる。また「定例収入の増加 (7.5%)」「消費意欲の増進 (2.3%)」など、前向きな理由は低い。

年代別では、40代以下は「家族状況の変化」、50代以上は「物価上昇」が最も高い (次頁表5)。また、30代以下は「定例収入の増加 (14.7%)」が他の年代に比べやや高い。

図11. 家計支出の増加理由（複数回答）

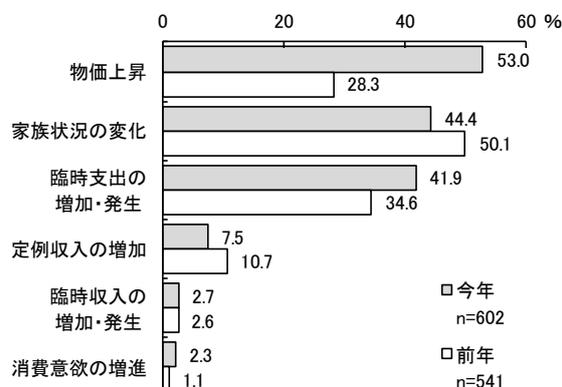


表5. 家計支出の増加理由（複数回答、世帯主年代別）

単位: 件、%

	30代以下	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	95	188	155	101	63
物価上昇	41.1	47.3	55.5	61.4	68.3
家族状況の変化	53.7	55.9	49.0	23.8	17.5
臨時支出の増加・発生	38.9	33.0	40.0	54.5	57.1
定例収入の増加	14.7	7.4	7.1	5.0	1.6
臨時収入の増加・発生	3.2	2.7	3.2	2.0	1.6
消費意欲の増進	5.3	1.1	1.9	-	6.3

(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（51.2%）」が最も高く、「教育費（29.1%）」「水道光熱費（25.9%）」が続く（図12）。この2項目は、前年はほぼ同率であったが、今年は「食料品・食費」が前年比10.2P上昇した一方、「教育費」は10.7P低下し、「食料品・食費」の影響がより増大した。

年代別では、総じて「食料品・食費」が高いが、回答者に子育て世代を多く含む40代では「教育費」が最も高い（表6）。また、60代以降は医療費が上昇するなど、年代に応じた特徴がみられる。

図12. 家計支出の増加項目（上位5項目）（3つまで複数回答）

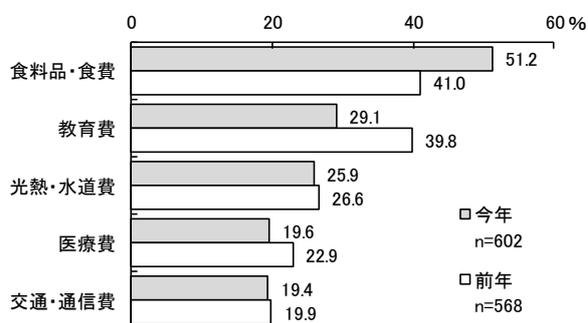


表6. 家計支出の増加項目（上位5項目）（3つまで複数回答、世帯主年代別）

単位: 件、%

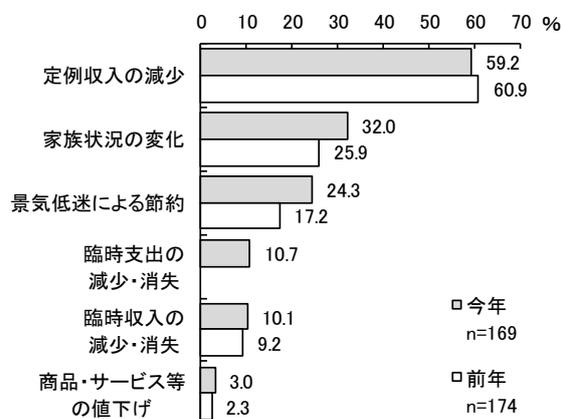
	30代以下	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	95	188	155	101	63
食料品・食費	62.1	47.9	41.3	56.4	60.3
教育費	23.2	49.5	32.3	6.9	4.8
光熱・水道費	31.6	21.8	22.6	33.7	25.4
医療費	9.5	15.4	15.5	32.7	36.5
交通・通信費	9.5	23.4	23.2	15.8	19.0

(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、前年と同様に「定例収入の減少（59.2%）」が最も高く、他の理由との差が大きい（図13）。以下、「家族状況の変化（32.0%）」「景気低迷による節約（24.3%）」が続き、この2項目は共に前年比上昇した。

図13. 家計支出の減少理由（複数回答）



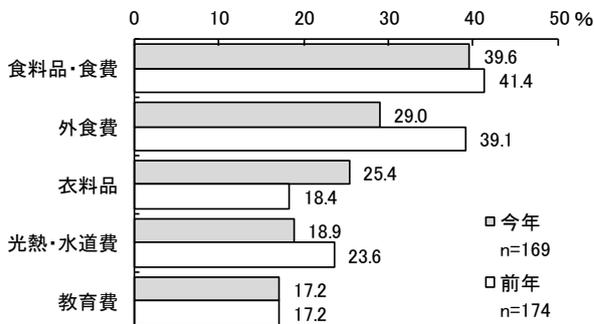
※「臨時支出の減少・消失」の選択肢は今回新たに追加したため、前年との比較がない

(5) 家計支出の減少項目

～ 飲食関連項目が高い

減少項目は、「食料品・食費(39.6%)」、次いで「外食費(29.0%)」となり、前年と同様に飲食関連項目が高いが、「外食費」は前年比▲10.1Pと大幅に低下した(図14)。一方、「衣料品(25.4P)」は前年比7.0P上昇し3番目となった。

図 14. 家計支出の減少項目(上位5項目)
(3つまで複数回答)



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」の見通しが強い

今後の家計支出の増減見込みは、「増加(44.3%)」が前年並みで最も高く、「変わらない(43.8%)」がほぼ同率で続く(図15)。「減少(12.0%)」は前年比4.8P低下し、回答順に前年と変化は無い。

年代別では、「増加」は30代(59.3%)が最も高く、次いで40代(52.2%)も5割を超え、50代以降はやや低下する。一方、「減少」は50代以降で上昇し、同年代を境に支出見通しに変化がみられる。

世帯構成別では、総じて「増加」が「減少」を上回るなか、「夫婦と子(子育て世帯)」では「増加」が突出して高く、教育費など子育てにかかる費用負担の重さがうかがえる(図16)。

図 15. 今後の家計支出の増減見込み
(世帯主年代別)

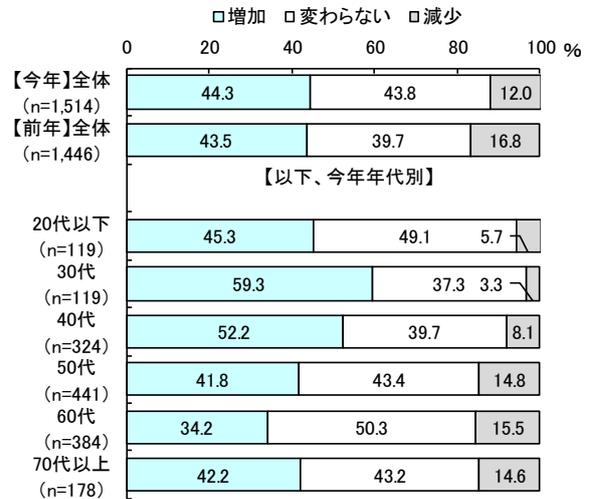
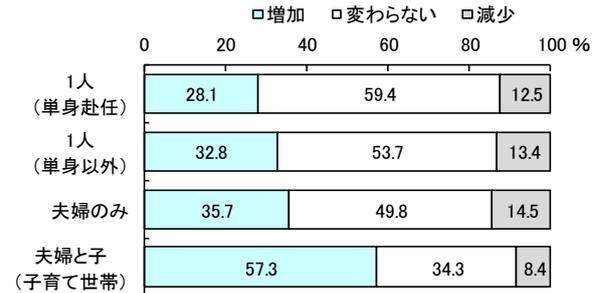


図 16. 今後の家計支出の増減見込み
(世帯構成別)

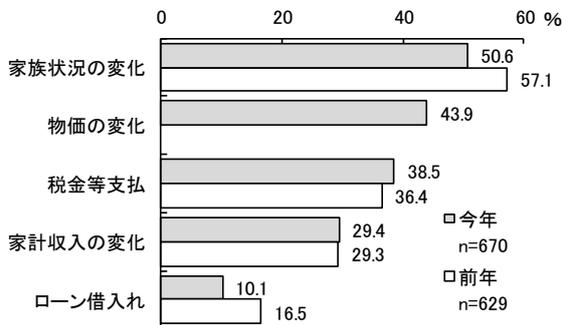


(2) 今後、家計支出の増加を見込む理由 ～ 家族状況の変化が最も高い

増加理由は、「家族状況の変化(50.6%)」が最も高く、「物価の変化(43.9%)」が続いた(次頁図17)。3番目の「税金等支払い(38.5%)」は前年比2.1P上昇し、「物価の変化」とともに昨年10月の消費税率引き上げの影響を受けた可能性がある。また、「家計収入の変化(29.4%)」は約3割にとどまり、前向きな支出増加とは言い難い。

年代別では、50代以下は「家族状況の変化」が最も高く、60代以上は「物価の変化」「税金等支払」が高い割合を占める(次頁表7)。

図 17. 家計支出増加を見込む理由
(上位5項目、3つまで複数回答)



※「物価の変化」は今年より選択肢に追加したため前年比較はない(図18も同じ)

表 7. 家計支出増加を見込む理由
(上位5項目、3つまで複数回答
世帯主年代別)

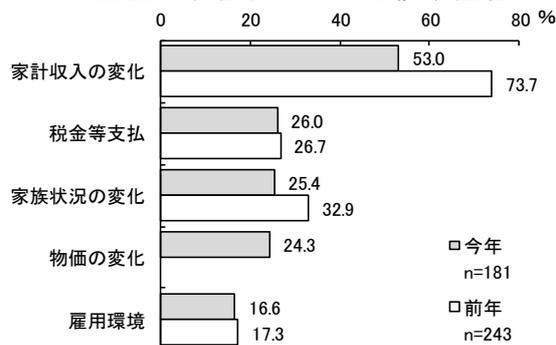
単位:件、%

	30代以下	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	113	180	164	126	87
家族状況の変化	54.9	64.4	61.0	27.8	29.9
物価の変化	32.7	34.4	43.9	53.2	64.4
税金等支払	26.5	27.8	36.6	52.4	59.8
家計収入の変化	23.0	21.1	32.3	41.3	32.2
ローン借入れ	15.9	11.7	11.6	6.3	2.3

(3) 今後、家計支出の減少を見込む理由
～家計収入の変化が主な理由

家計支出減少の要因は、「家計収入の変化(53.0%)」が最も高いが、前年比▲20.7Pと大幅に低下した(図18)。以下、「税金等支払(26.0%)」「家族状況の変化(25.4%)」が続く。

図 18. 家計支出減少を見込む理由
(上位5項目、3つまで複数回答)



(4) 今後1年間の家計支出増加項目
～前年と同様、医療費がトップ

今後1年間で“増やしたい”“増えそう”な項目は、「医療費(25.9%)」が最も高い(図19)。次いで「教育費」「旅行・レジャー」が23.6%で並び概ね前年と同様の傾向がみられる。

年代別では、高年代層の「医療費」、子育て世帯が多い30、40代の「教育費」が高いなど、年代に応じ特徴的な傾向がみられる(表8)。また20、30代では「住居関連費」「耐久消費財」が低く「外食費」が比較的高い。

図 19. “増やしたい”“増えそう”
上位10項目(3つまで複数回答)

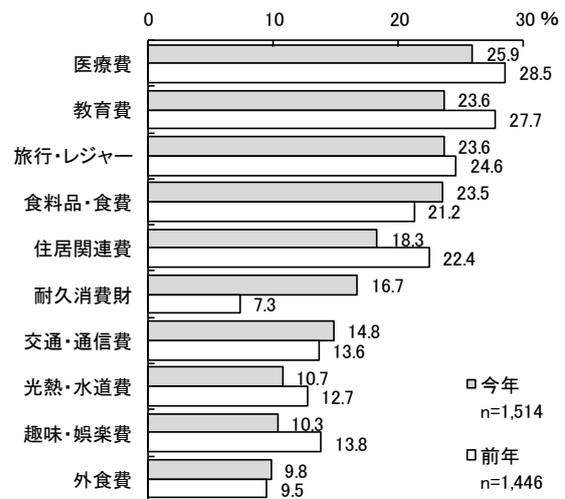


表 8. “増やしたい”“増えそう”上位
10項目(3つまで複数回答、世帯
主年代別)

単位:件、%

	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	53	150	345	392	368	206
医療費	5.7	9.3	11.6	22.2	41.6	46.1
教育費	17.0	40.7	51.3	24.7	2.7	1.5
旅行・レジャー	26.4	19.3	17.7	25.5	28.5	23.3
食料品・食費	30.2	34.7	23.2	14.8	23.1	31.6
住居関連費	9.4	10.0	10.7	20.2	24.5	24.8
耐久消費財	7.5	8.7	12.8	21.2	21.5	14.6
交通・通信費	13.2	10.7	17.4	16.8	13.0	13.1
光熱・水道費	9.4	8.7	9.3	11.0	13.3	9.7
趣味・娯楽費	15.1	5.3	7.0	12.2	12.0	11.7
外食費	18.9	16.0	7.8	6.9	10.1	11.2

(5) 今後1年間の家計支出減少項目

～外食費が最も高く、「衣料品」も上昇
 “減らしたい”“減りそうな”項目は、「外食費(28.5%)」が最も高い(図20)。続く「衣料品(25.2%)」は前年比7.4P上昇した。また、「なし(13.7%)」は前年比3.8P上昇し、節約余地の乏しさがうかがえる。

年代別では、「外食費」は30、40代、「衣料品」は60代以上で特に高い。家計の調整弁と目される「食料品・食費」は70代以上を除けば2割を超え、20代以下が最も高い(表9)。

図20. “減らしたい”“減りそうな”上位10項目(3つまで複数回答)

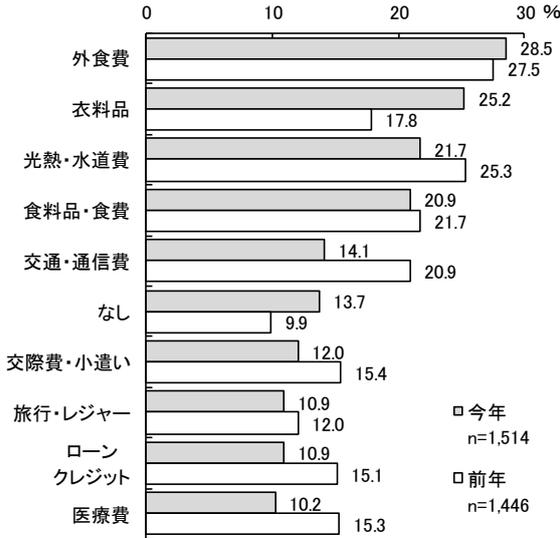


表9. “減らしたい”“減りそうな”上位10項目(3つまで複数回答、世帯主年代別)

	単位: 件、%					
	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	53	150	345	392	368	206
外食費	26.4	31.3	35.1	24.5	26.4	27.7
衣料品	24.5	20.7	16.2	26.3	31.3	30.6
光熱・水道費	17.0	22.0	18.8	23.7	23.4	20.4
食料品・食費	26.4	20.0	23.2	23.7	20.1	12.6
交通・通信費	13.2	16.0	13.3	14.0	15.2	12.6
なし	17.0	20.7	15.4	9.9	10.3	18.4
交際費・小遣い	9.4	6.7	12.5	12.2	13.3	12.6
旅行・レジャー	5.7	8.0	13.3	8.9	12.0	12.1
ローン						
クレジット	9.4	10.7	11.6	15.8	9.2	3.9
医療費	3.8	6.7	7.5	8.7	14.4	14.6

3. 消費税率引き上げの影響

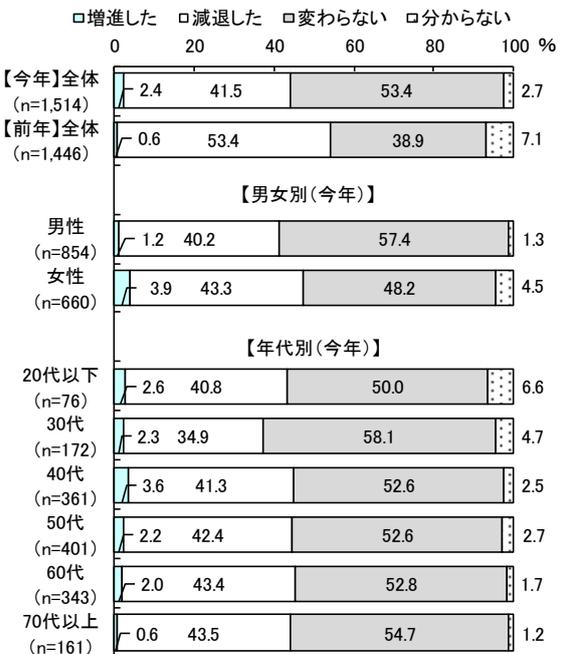
(1) 消費税率引き上げ後の消費意欲
 ～約4割が減退したと回答

消費税率引き上げ後の消費意欲は「変わらない(53.4%)」が最も高く、前年比14.5P上昇した(図21)。

一方、「減退した(41.5%)」は同11.9P低下し、女性の回答割合がやや高い。

年代別にみると、「変わらない」が全ての年代で最も高く、「減退した」は30代(34.9%)を除き4割を超える。

図21. 消費税率引き上げ後の消費意欲(回答者男女・年代別)



※前回調査は消費税率引き上げを控えての予想

4. 日常の買い物行動

(1) 食料品の買い物に利用する場所
 ～食料品スーパーが圧倒的に高い

食料品の買い物場所は「食料品スーパー(92.5%)」が圧倒的に高く、「ドラッグストア(48.8%)」が続く(次頁表10)。

年代別では、20代以下は上記2項目が

やや低く、全体では10位の「ファストフード店（19.7%）」が比較的高い。また、「生協等の共同購入」は年代の上昇とともに回答割合も上昇する。

表 10. 食料品の買い物に利用する場所
（上位5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	1,514	76	172	361	401	343	161
食料品スーパー	92.5	85.5	95.3	92.5	91.3	93.0	95.0
ドラッグストア	48.8	38.2	56.4	54.3	48.1	44.9	43.5
コンビニ	33.4	34.2	26.2	35.7	35.2	34.7	28.0
ショッピングモール 複合商業施設	27.8	27.6	26.7	27.1	26.2	27.4	35.4
生協等の共同購入	23.2	3.9	15.1	18.6	26.2	27.4	35.4

（2）食料品以外の買い物に利用する場所
～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（61.8%）」が最も高い（表11）。以下、「ホームセンター（51.3%）」「ショッピングモール・複合商業施設（50.9%）」と続き、上位3の回答割合は5割を超える。

年代別では、「ドラッグストア」は30代が最も高く、20代以下、60代以上ではやや低い。「ホームセンター」「専門店」は年代に比例して上昇し、「ネット通販」は低下した。また、70代以上では「百貨店・デパート」は全ての年代を通じ最も高く、「コンビニ」は同年代が最も低い。

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	1,514	76	172	361	401	343	161
ドラッグストア	61.8	51.3	66.3	65.9	63.6	58.0	55.9
ホームセンター	51.3	23.7	30.2	45.7	53.1	63.6	68.9
ショッピングモール 複合商業施設	50.9	53.9	58.7	49.3	51.4	48.4	48.4
ネット通販 （Amazon等、新品）	43.2	53.9	47.7	46.0	40.4	39.9	41.0
専門店（家電量販店 ・衣料品専門店等）	29.7	19.7	22.7	23.8	28.9	37.6	40.4
コンビニ	21.3	23.7	26.7	27.1	24.2	14.3	8.7
百貨店・デパート	14.5	19.7	14.0	10.8	14.5	13.1	23.6

Ⅲ. キャッシュレス決済の利用状況

1. 現在のキャッシュレス決済の利用状況
～8割以上が利用している

（1）キャッシュレス決済の利用状況

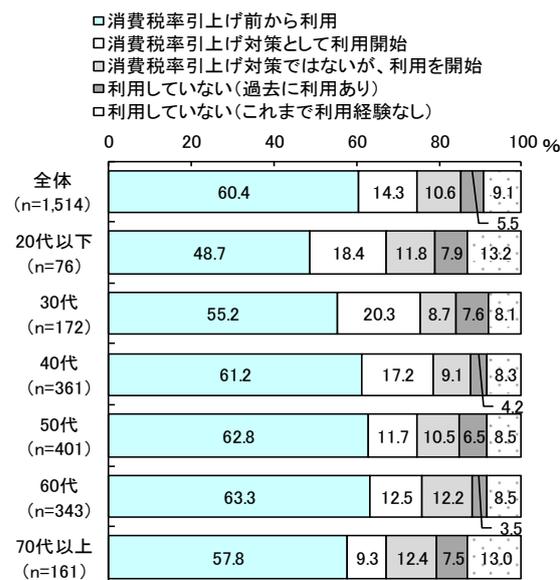
キャッシュレス決済の利用状況を見ると、「利用している」は全体で85.3%に上り、60代（88.0%）が最も高い（表12）。その内訳は「消費税率引上げ前から利用（60.4%）」が最も高く、「消費税率引上げ対策として利用開始」は14.3%であった（図22）。

年代別では、「消費税率引上げ前から利用」は40～60代で比較的高く、「消費税率引上げ対策として利用開始」は30代（20.3%）が最も高い。

表 12. キャッシュレス決済の利用状況
（回答者年代別）

	全体	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
利用している	85.3	78.9	84.3	87.5	85.0	88.0	79.5
利用していない	14.7	21.1	15.7	12.5	15.0	12.0	20.5

図 22. キャッシュレス決済の利用状況
（詳細表、回答者年代別）



(2) キャッシュレス決済を利用する理由
～利便性より割引やポイント等を重視

キャッシュレス決済の利用理由は「割引・キャンペーン・ポイント等の特典(83.9%)」が圧倒的に高い(表13)。「支払いが簡単・便利・早い」は12.3%にとどまり、利便性よりも実利を重視する姿勢がみえる。

年代別では、70代で「割引・キャンペーン・ポイント等の特典」が他の年代に比べ低く、「支払いが簡単・便利・早い」が目立つ。

表13. キャッシュレス決済を利用する理由
(上位5項目、複数回答、世帯主年代別)

	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	1,292	60	145	316	341	302	128
割引・キャンペーン・ポイント等の特典	83.9	83.3	91.0	86.7	85.0	81.5	71.9
支払いが簡単・便利・早い	12.3	11.7	4.8	10.4	11.1	14.9	22.7
現金引出しや持ち歩く手間がない	1.9	1.7	2.1	1.6	1.5	2.3	3.1
特に理由は無い なんとなく	0.8	3.3	1.4	0.6	0.6	0.3	0.8
現金の紛失・盗難のおそれがない	0.2	-	-	0.3	0.3	0.3	-

(3) キャッシュレス決済を利用しない理由
～現金に十分な便益を感じている

利用しない理由は、「現金に慣れ、安心、現金でことが足りる(42.8%)」が最も高く、現金への信頼と現金決済に不便を感じない現状がうかがえる(表14)。次いで「ポイント還元やキャンペーンに興味無し(22.5%)」が高い。

年代別でも、この2項目に回答が集中しているが、70代以上では他の年代に比べ、「現金に慣れ、安心、現金でことが足りる」が低く、「ポイント還元やキャンペーンに興味無し」が特に高い。

表14. キャッシュレス決済を利用しない理由
(上位6項目、複数回答、世帯主年代別)

	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	222	16	27	45	60	41	33
現金に慣れ、安心 現金でことが足りる	42.8	37.5	48.1	48.9	40.0	46.3	33.3
ポイント還元やキャンペーンに興味無し	22.5	25.0	18.5	6.7	20.0	26.8	45.5
制度や使い方がよく分からない	7.7	18.8	3.7	4.4	13.3	4.9	3.0
お金の使用感がない 使いすぎが心配	6.3	6.3	7.4	11.1	6.7	2.4	3.0
利用可能な店舗が少ない(無い)	5.0	-	7.4	6.7	5.0	2.4	6.1
紛失・盗難・不正利用等、安全面の不安	5.0	-	7.4	2.2	6.7	4.9	6.1

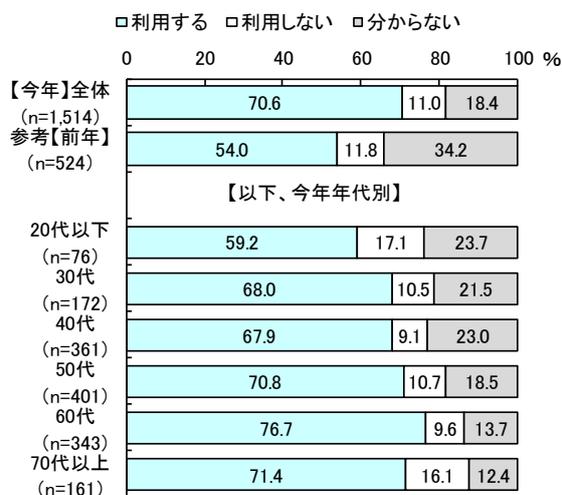
2. 今後のキャッシュレス決済利用

(1) ポイント還元制度終了以降の利用意向
～利用継続意向を持つ回答者が多い

今年6月のポイント還元制度終了以降の利用意向については、全体の70.6%が「利用する」と回答した(図23)。また、当所が昨年11月に実施したボーナスアンケート調査時の回答と比較すると、「利用する」は16.6P上昇した。

年代別では、高い年代で「利用する」意向が強い傾向がみられ、40代以下では2割強が「分からない」と回答した。

図23. 今後のキャッシュレス決済利用
(回答者年代別)

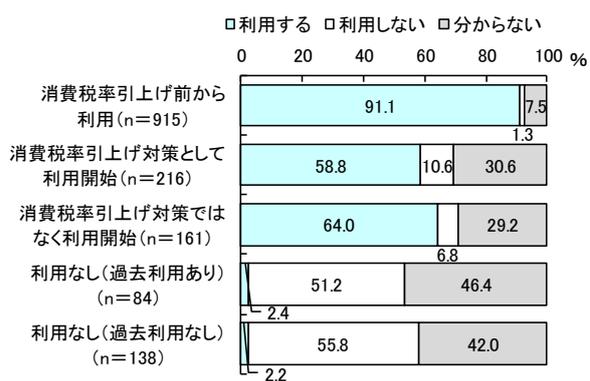


※現在キャッシュレス決済を利用していない回答者に対しては、今後利用する意向があるか無いかを質問した

(2) 利用開始の時期と今後の利用意向
 ~消費税率引上げと同時に利用を開始した回答者の継続利用意向は約6割

キャッシュレス決済の利用開始時期とポイント還元制度終了以降の利用意向をみると、消費税率引上げと同時に利用を開始した回答者(※)では、その理由にかかわらず、約6割が利用継続の意向を持つ(図24)。一方、消費税率引上げ時点で利用が無かった回答者では、利用継続の意向はほぼみられない。但し「分からない」との回答が約4割を占めており、今後のキャッシュレス決済の利用拡大余地は残る。

図 24. 利用開始の時期と今後の利用意向



※「消費税率引上げ対策として利用開始」「同引上げ対策ではなく利用開始」が該当

IV. アミュプラザ宮崎

1. アミュプラザ宮崎への訪問意欲

~訪問意欲は極めて高い

今秋、宮崎駅西口に開業予定の「アミ

ュプラザ宮崎(以下、アミュプラザと表記)に対しては、「行く」が90.6%となり、前年調査時の85.5%から5.1P上昇、同施設に対する関心の高まりがうかがえる(表15)。但し、「行く」の内訳をみると「目的が無くても一度は行く(56.3%)」が最も高く、継続的な集客のためには、様子見の来訪客に対し施設の魅力などを十分に伝える必要がありそうだ。

年代別では、総じて「行く」が高いが70代以上では他の年代に比べ約10P低い81.9%にとどまり、「日常的に行く」は20代以下が70代以上の約3倍となった。

宮崎市までの所要時間(各市町村役場から宮崎駅までの自動車移動時間)別では、「行く」は30分圏内(93.7%)で最も高く、120分圏内までが8割以上となる。また、「目的があれば行く」は概ね所要時間に比例して高く、120分以上では28.6%と約3割を占める。

【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、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	日南市、小林市、日向市、えびの市、門川町
120分圏内	延岡市、串間市、西米良村、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

※所要時間はナビゲーションアプリ「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。

表 15. アミュプラザへの訪問意欲(回答者性別、年代、所要時間別)

	全体	男性	女性	年代							所要時間				
				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	1,514	854	660	76	172	361	401	343	161	1,006	253	144	97	14	
目的が無くても一度は行く	56.3	57.1	55.3	43.4	49.4	57.1	58.6	60.3	54.0	56.9	53.0	58.3	59.8	35.7	
目的が無くても日常的に行く	17.2	15.3	19.7	30.3	21.5	19.9	18.0	12.2	9.3	19.9	15.0	8.3	9.3	14.3	
目的があれば行く	17.0	16.9	17.3	15.8	21.5	14.7	16.0	18.1	18.6	16.9	17.4	16.0	17.5	28.6	
「行く」合計	90.6	89.3	92.3	89.5	92.4	91.7	92.6	90.6	81.9	93.7	85.4	82.6	86.6	78.6	
行かない	6.1	7.4	4.5	9.2	4.7	4.7	5.0	7.3	9.9	4.7	7.5	9.7	11.3	14.3	
分からない	3.2	3.3	3.2	1.3	2.9	3.6	2.5	2.0	8.1	1.7	7.1	7.6	2.1	7.1	

2. アミュプラザへ行く目的

～訪問の目的は「買い物」「飲食」中心

アミュプラザへ行く目的は「買い物(75.9%)」が最も高く、「飲食(55.4%)」が続く(図25)。また、「目的なし(暇つぶし等)」も44.8%と比較的高い。

男女別では、「買い物」は女性の回答割合が男性を10.9P上回り差が大きい(表16)。

年代別では、「買い物」は30代をピークとし、年代の上昇とともに低下する。「飲食」は20代、30代がやや低い。「目的なし」「レジャー」は高い年代層の回答割合が高く、“20代以下”と“70代以上”では10P以上の開きが見られる。

図 25. アミュプラザへ行く目的
(3つまで複数回答)

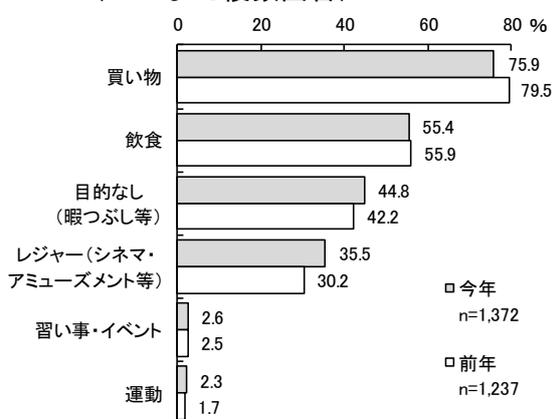


表 16. アミュプラザへ行く目的
(3つまで複数回答、回答者年代別)

	単位:件、%							
	男性	女性	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	763	609	68	159	331	371	311	132
買い物	71.0	81.9	82.4	88.1	81.9	73.9	71.4	59.1
飲食	53.9	57.3	50.0	45.3	56.5	59.0	56.9	53.8
目的なし (暇つぶし)	46.9	42.2	38.2	42.8	40.2	45.8	47.9	52.3
レジャー (シネマ等)	38.1	32.2	25.0	31.4	37.2	36.9	35.7	37.1
習い事・イベント	2.4	3.0	7.4	4.4	1.2	1.9	2.6	3.8
運動	2.1	2.6	2.9	2.5	1.8	1.9	2.3	4.5

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」とする回答が最も多いものの、「悪い」が「良い」を大きく上回り、景気DIは前年より悪化、足元の景況感は“低位安定”の状態にある。

景気を悪いと感じる理由は「物価上昇」が最も高く、消費税率の引上げが与えた影響は否めない。また、物価上昇を景気に対し否定的に捉える見方は依然として強い。

今後1年間の景気見込みについても、「悪い」と「変わらない」が拮抗し、景気DIはマイナスとなった。

家計消費の状況に目を向けると、増加が減少を上回っているものの、その要因は「物価上昇」に因るところが大きく、「消費意欲の増進」は少ない。今後の家計消費についても増加の見方が強いが、「家族状況の変化」を除けば「物価の変化」「税金等支払」を挙げる回答が多く、能動的な消費の拡大とは言い難い。

今回の調査では回答者の景況感・消費マインドに好転の兆しは感じられない。また、今年6月のキャッシュレス決済のポイント還元制度の終了など、消費税率引上げに対する緩和措置が期限を迎える影響も懸念される。以上を鑑みると、本県の景気・家計消費の先行きには不透明感が漂う。(限部)