

各位

2025年1月30日

長引く物価高で暮らし向きが悪化 ～2024年12月消費者アンケート結果～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称 IRC、社長 矢野 一成）は、このたび標記の調査結果をとりまとめましたので、その概要をお知らせします。

なお、詳細は2025年2月1日発行の「IRC Monthly」2025年2月号に掲載しています。

記

【調査概要】

- ・ 2024年12月時点の暮らし向きDIは、2023年12月調査（前回調査）から4.6ポイント悪化し、▲40.0となった。今後の見通しは、11.8ポイント悪化し▲51.8となった。
- ・ 消費支出DIは前回調査を7.2ポイント上回り48.6となった。支出が増えた理由は、「必要な物やサービスの値段上昇」が76.8%となった（前回比+2.8ポイント）。今後の見通しは、現在より3.6ポイント上昇し52.2となった。
- ・ この1年間での支出増減では、相次ぐ値上げにより「食料品」が前回調査から8.2ポイント上昇した。「外食」や「旅行」などはわずかながら改善がみられたが、身の回りの商品やサービスの価格が上昇するなか、生活必需品以外への支出には慎重な姿勢がうかがえる。
- ・ 収入DIは前回調査から3.2ポイント改善し、▲14.6となった。今後の見通しは、「増えそう」の割合が低下したことで、3.6ポイント悪化し、▲18.2となった。
- ・ 景況感DIは、前回調査から5.2ポイント低下し▲54.6となった。今後の見通しは横ばいの▲55.0となった。

以上

【調査概要】

I R Cでは、1999年以降、消費者アンケートを実施し、県内消費者の景況感や収入、支出、暮らし向きの変動などを調査している。2019年12月からインターネットによるモニター調査を実施している。

【調査要領】

時期	2024年12月上旬
対象	愛媛県内在住の個人500人
方法	調査会社を通じたインターネット調査

【D I (Diffusion Index) とは?】

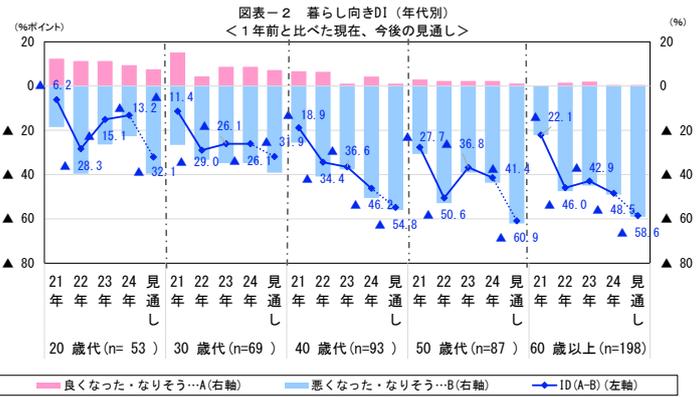
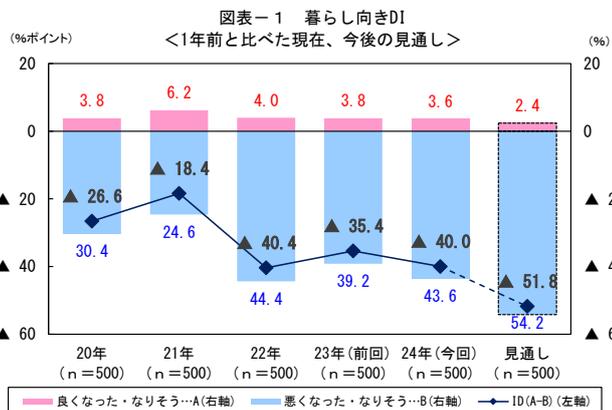
本レポートでは、「良くなった(なりそう)」「変わらない」「悪くなった(なりそう)」の中から回答を選んでもらい、「良くなった(なりそう)」との回答割合(%)から「悪くなった(なりそう)」との回答割合(%)を差し引いたものをD Iとする。

1. 暮らし向き

【暮らし向きD I】4.6ポイント悪化

暮らし向きとは、家計のゆとりや経済状態を意味する。暮らし向きD Iは2023年調査(以下、前回調査)から4.6ポイント悪化し、▲40.0となった(図表-1)。年代別では、20歳代と30歳代を除く年代で悪化した(図表-2)。

今後の見通しは、「悪くなりそう」と回答した人が増えたことから全体では、11.8ポイントと大幅に悪化し、▲51.8となった。年代別にみてもすべての年代でD Iは悪化した。特に40歳代・50歳代・60歳以上は「悪くなりそう」が半数を超えており、D Iの悪化が目立つ。

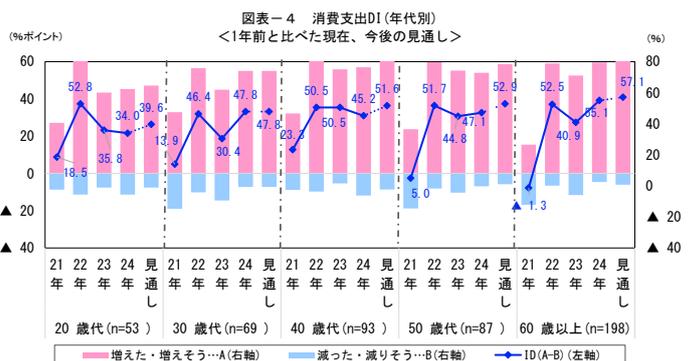
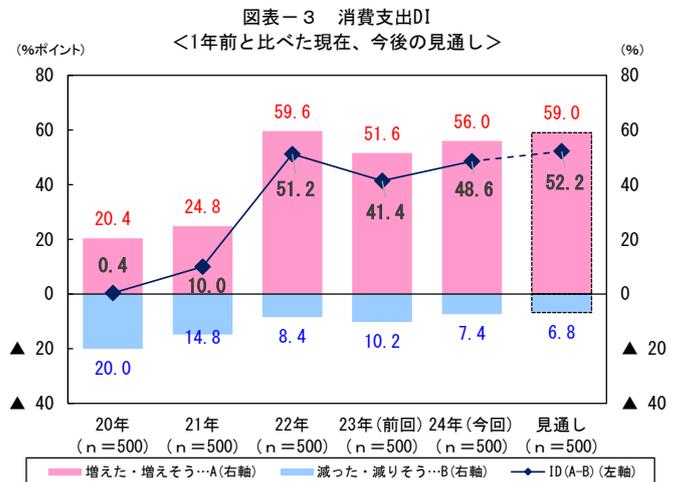


2. 支出

【消費支出D I】高水準での推移が続く

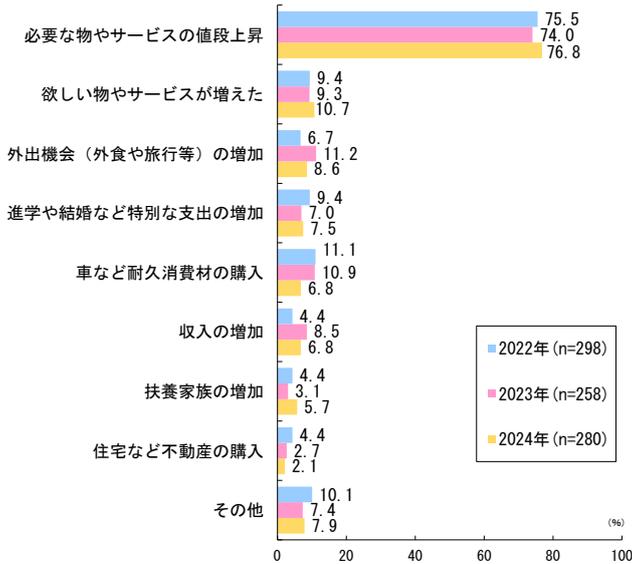
消費支出D Iは前回調査比7.2ポイント上昇し、48.6となった(図表-3)。22年調査以降、物価上昇を背景に高水準での推移が続く。年代別ではすべての年代でプラスを維持し、特に30歳代(30.4→47.8)と60歳以上(40.9→55.1)で上昇幅が大きい(図表-4)。

今後の見通しは、3.6ポイント上昇し52.2となり、引き続き高水準が続く。年代別では、年代が上がるにつれてD Iが上昇し、40歳代・50歳代・60歳以上では50を超えた。



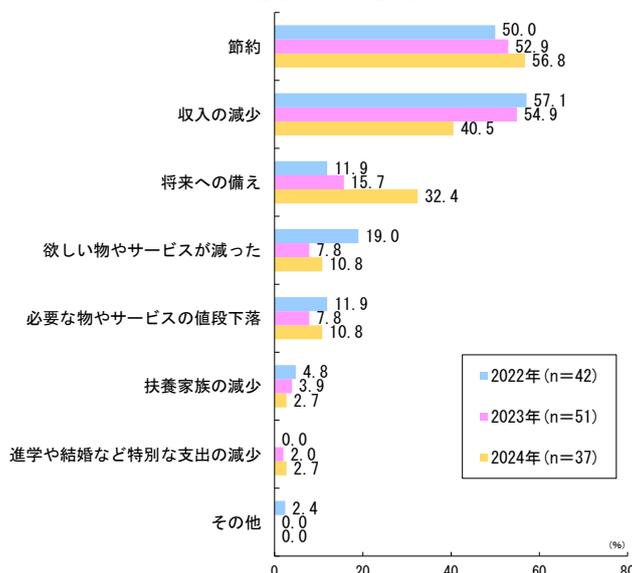
「(1年前より)支出が増えた」と回答した人にその理由を尋ねたところ、前回調査と同様、「必要な物やサービスの値段上昇」(76.8%)が最も多く、次いで「欲しい物やサービスが増えた」(10.7%)、「外出機会(外食や旅行等)の増加」(8.6%)となった(図表-5)。

図表-5 支出が増えた理由
(1年前と比べて・2つまで選択)



一方、「(1年前より)支出が減った」と回答した人にその理由を尋ねたところ、「節約」(56.8%)が半数を超えた(図表-6)。「収入の減少」は前回調査から14.4ポイント低下し40.5%、「将来への備え」は前回調査から16.7ポイント上昇し32.4%となった。一部の消費者の間では、物価高により、家計防衛意識が高まっていることがうかがえる。

図表-6 支出が減った理由
(1年前と比べて・2つまで選択)



3. 費目別の支出動向

〔この1年間での支出増減〕

食料品値上げの影響が大きい

「この1年間で支出が増えたもの・減ったもの」を尋ねた(図表-7)。「食料品」のD Iが72.2と最も高く、次いで「光熱・水道」(56.6)、「ガソリン・交通費」(48.2)となった。前回調査と比べると「食料品」の支出増が大きかった。原材料高や物流費の高騰等を背景に、松山市の消費者物価指数は33ヵ月連続で前年を上回っている。

一方、「外食」はD Iがプラスとなったほか、「旅行」、「ファッション商品」はわずかながらマイナス幅が縮小した。

食料品を中心に身の回りの商品やサービスの価格が上昇するなか、生活必需品以外への支出には慎重な姿勢がうかがえる。

〔今後の支出について〕

18費目中16費目がマイナス

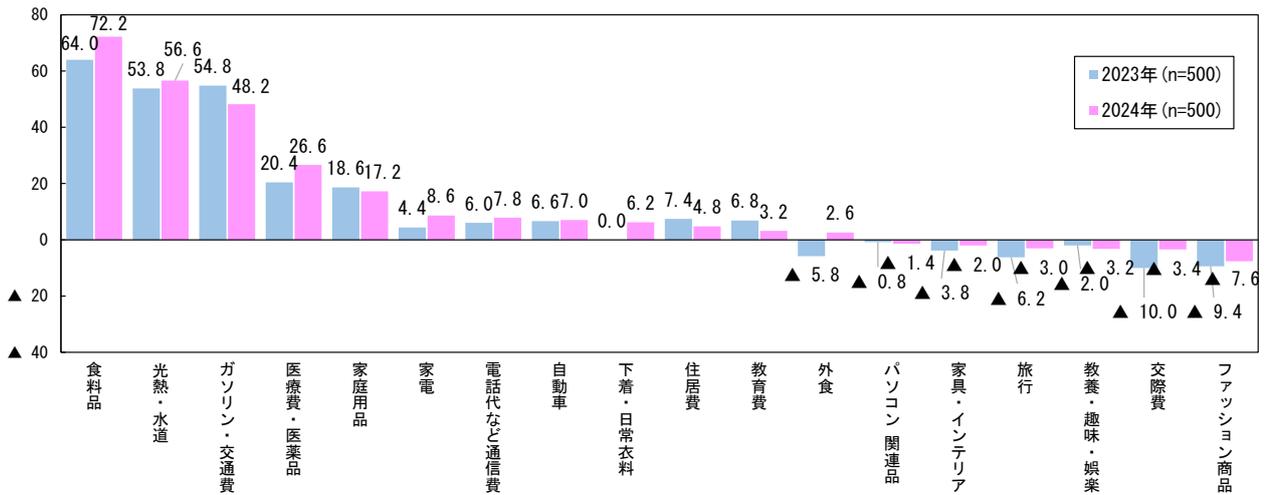
今後の支出では、「光熱・水道」(▲34.4)や「ガソリン・交通費」(▲25.4)、「電話代など通信費」(▲21.8)など18費目中16費目でD Iがマイナスとなった(図表-8)。

一方、D Iがプラスとなったのは、「旅行」(17.4)、「教養・趣味・娯楽」(8.4)だった。ただし、前回調査と比べると、ともにD Iは低下している。生活必需品への支出が家計の重荷となり、消費マインドを押し下げていることが考えられる。「外食」(▲9.0)は、この1年間でD Iが2.6とプラスに転じたが、今後は再びマイナスとなった。

今後の暮らし向きの見通しは大幅に悪化しており(図表-1)、物価高による節約志向の高まりが支出抑制につながる結果となった。

(%ポイント)

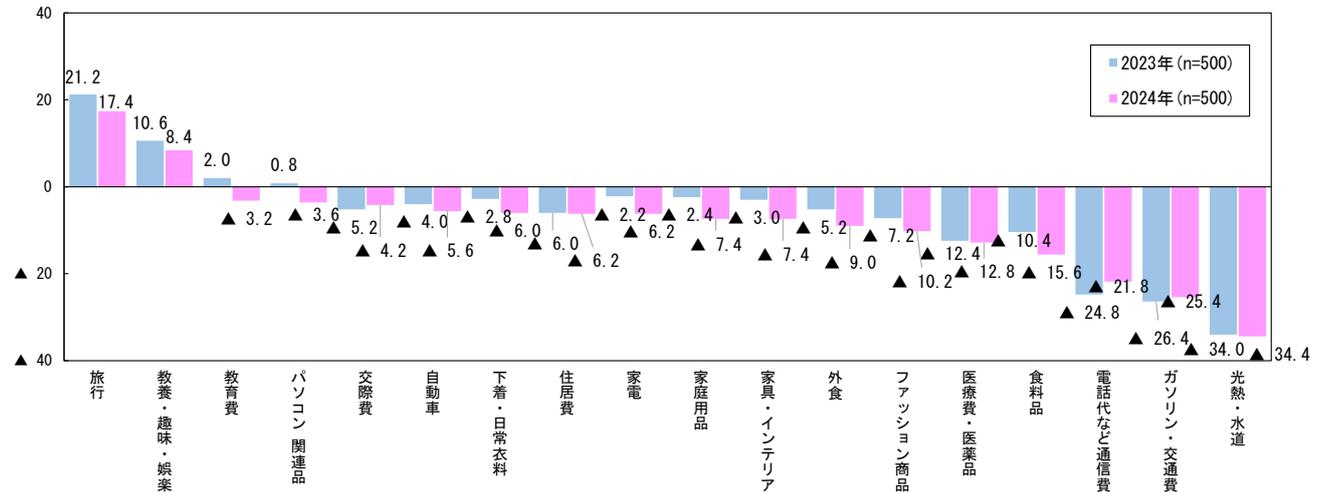
図表-7 この1年間で支出が増えたもの・減ったもののDI



「この1年間で支出が増えたもの」の割合から「減ったもの」の割合を引いた値 2024年のDIが大きい費目順に並べている

(%ポイント)

図表-8 今後支出を増やそうと思うもの・減らそうと思うもののDI



「この1年間で支出を増やそうと思うもの」の割合から「減らそうと思うもの」の割合を引いた値 2024年のDIが大きい費目順に並べている

～「外食」「旅行」「教養・趣味・娯楽」「ファッション商品」の消費支出DI(年代別)～

「外食」「旅行」「教養・趣味・娯楽」「ファッション商品」といった生活必需品以外への消費支出DIを年代別にまとめた(図表-9)。

この1年間では、若年層でプラスの費目が目立った。20歳代は「旅行」(9.4)、30歳代は「外食」(17.4)で全体を大きく上回った。一方で年齢が高くなるほど消費を抑制する傾向にあり、60歳以上ではすべての費目でマイナスとなった。

今後は、すべての年代で「旅行」、「教養・趣味・娯楽」がプラスとなった一方、「外食」および20代除く「ファッション商品」はマイナスとなった。

図表-9 「外食」「旅行」「教養・趣味・娯楽」「ファッション商品」の消費支出DI(年代別)

	外食		旅行		教養・趣味・娯楽		ファッション商品	
	この1年間	今後	この1年間	今後	この1年間	今後	この1年間	今後
全体 (n=500)	2.6	▲9.0	▲3.0	17.4	▲3.2	8.4	▲7.6	▲10.2
20歳代 (n=53)	3.8	▲5.7	9.4	17.0	0.0	9.4	9.4	3.8
30歳代 (n=69)	17.4	▲17.4	2.9	8.7	2.9	4.3	▲1.4	▲10.1
40歳代 (n=93)	8.6	▲17.2	▲4.3	10.8	4.3	6.5	6.5	▲11.8
50歳代 (n=87)	3.4	▲3.4	▲12.6	9.2	▲10.3	1.1	▲10.3	▲13.8
60歳以上 (n=198)	▲6.1	▲5.6	▲3.5	27.3	▲6.6	13.6	▲19.7	▲11.6

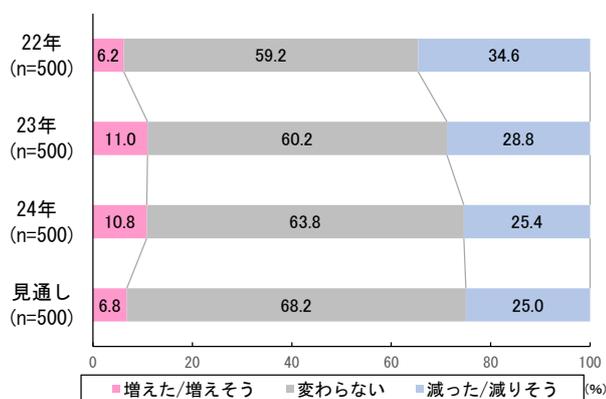
4. 収入

～現在、見通しともに「変わらない」が最多～

1年前と比べた現在の世帯収入は、「変わらない」が63.8%と最も多かった。「減った」は25.4%となった(図表-10)。前回調査との比較では、「増えた」は0.2ポイント減少し、「減った」は3.4ポイント減少した。アンケート回答者には、会社員以外に年金受給者や自営業者等が含まれる点に注意しなければならないが、全体的に賃上げの実感を得られているのは限定的であることがうかがえる。

今後の見通しは、「変わらない」が4.4ポイント増加し68.2%と最も多かった。また、「増えそう」で4.0ポイントの減少、「減りそう」で0.4ポイントの減少となった。

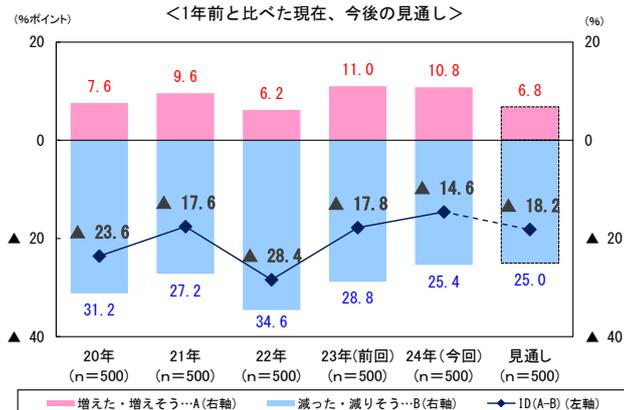
図表-10 世帯収入の状況



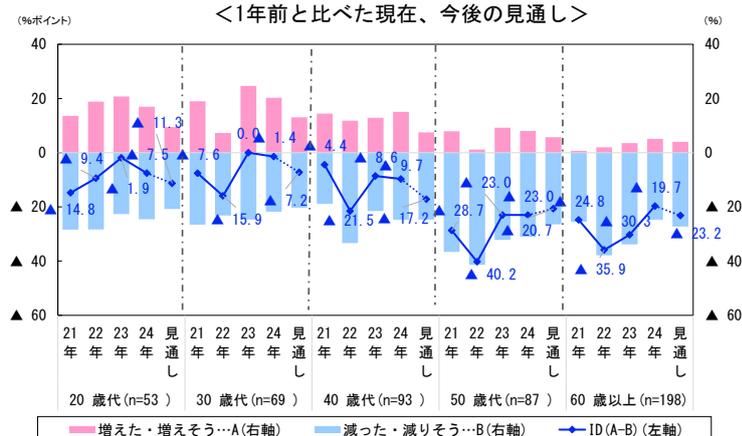
収入DIは前回調査から3.2ポイント改善し、▲14.6となった(図表-11)。年代別では、60歳以上で持ち直しが見られたが、全年代でDIはマイナス推移している(図表-12)。

今後の見通しは、「増えそう」の割合が低下したことで、3.6ポイント悪化し、▲18.2となった。年代別では、50歳代のみ持ち直しがみられるものの、その他の年代は悪化傾向にある。物価上昇に伴い、賃上げの機運は高まっているが、収入に対する先行きの警戒感強い。

図表-11 収入DI
＜1年前と比べた現在、今後の見通し＞



図表-12 収入DI(年代別)
＜1年前と比べた現在、今後の見通し＞



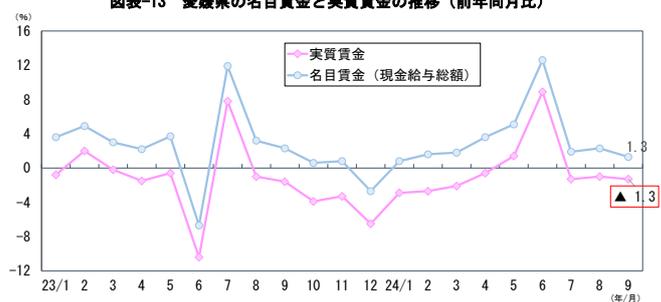
【コラム】

～実質賃金のプラス定着が個人消費回復のカギ～

今回調査では、収入DIは▲14.6と持ち直したが、「増えた」の割合は1割にとどまった。実際の愛媛県の実質賃金動向について、統計データを基に確認する。

2024年以降、物価高や人手不足を背景とした賃上げの影響で、名目賃金にあたる現金給与総額はプラス推移している。(図表-13)。一方で、物価の変動分を反映した実質賃金は、一時的な要因を除けばマイナス基調である。その結果、賃上げの実感に乏しく、収入は「変わらない」の回答割合が高まったと考えられる。個人消費の回復には、物価上昇を上回る賃上げが継続され、実質賃金のプラスが定着することが不可欠だ。

図表-13 愛媛県の名目賃金と実質賃金の推移(前年同月比)



5. 家計収支

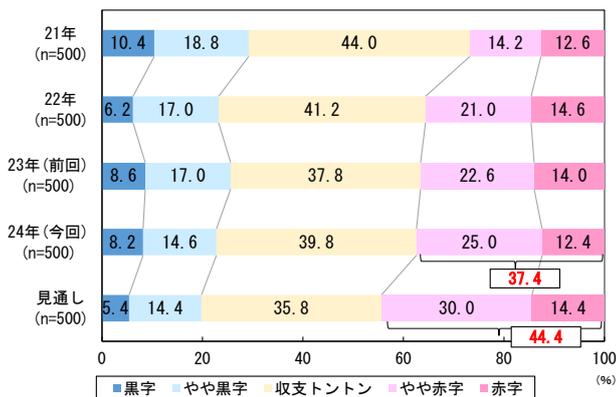
～足元は前回並みの水準も見通しは赤字が拡大～

家計の黒字・赤字を尋ねた家計収支は、「赤字・やや赤字」が0.8ポイント増加し、37.4%となった。「黒字・やや黒字」は2.8ポイント減少し、22.8%となっている(図表-14)。

今後の見通しは、「赤字・やや赤字」が7.0ポイ

ント増加し44.4%を見込む。

図表-14 過去1年の家計収支と今後の見通し



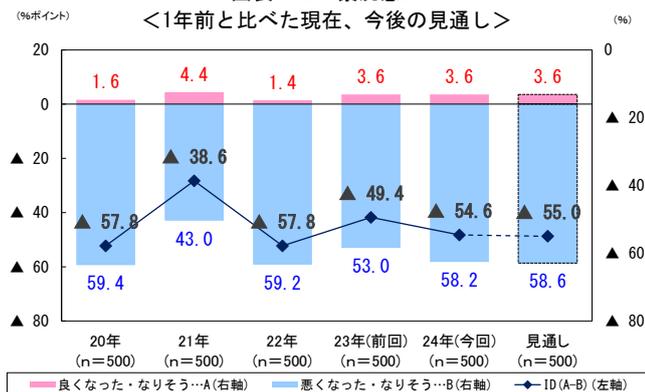
6. 景況感

【景況感D I】消費者の景況感は悪化

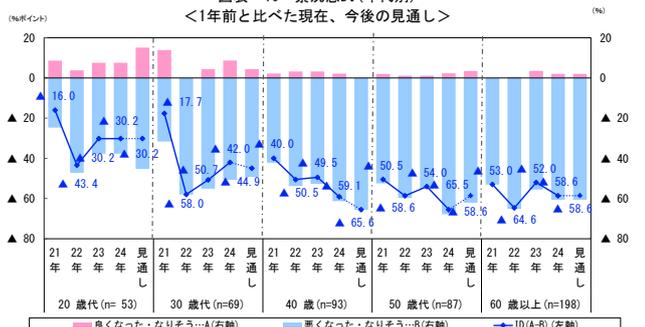
景況感D Iは、5.2ポイント低下し▲54.6となった(図表-15)。前回調査では新型コロナウイルスの5類移行による経済活動の正常化で持ち直しが見られたが、長引く物価上昇に伴い、消費者の景況感は再び悪化した。年代別では、40歳代(▲49.5→▲59.1)と50歳代(▲54.0→▲65.5)で前回調査比10ポイント以上の悪化となった(図表-16)。

今後の見通しは、横ばいの▲55.0となった。年代別では、30歳代と40歳代のD Iが今回調査を下回った。

図表-15 景況感DI <1年前と比べた現在、今後の見通し>



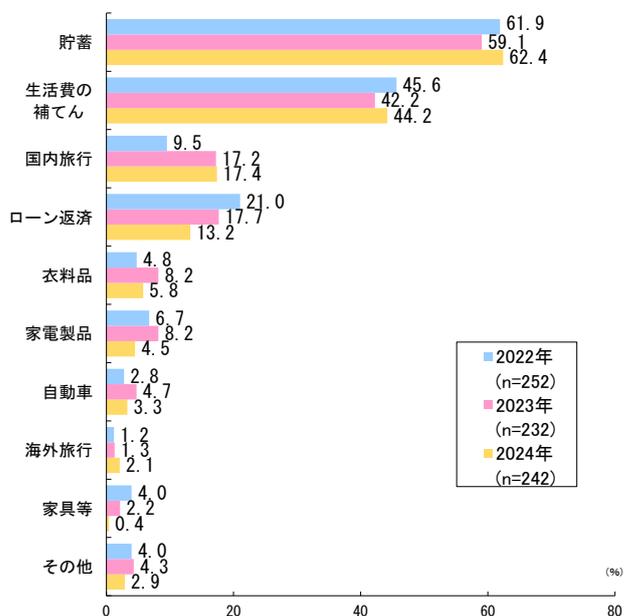
図表-16 景況感DI(年代別) <1年前と比べた現在、今後の見通し>



7. ボーナスの使い道

ボーナスの支給がある人に使い道を尋ねた(図表-17)。「貯蓄」が62.4%と最も多く、次いで「生活費の補てん」(44.2%)、「国内旅行」(17.4%)となった。前回調査と比較すると、「貯蓄」(59.1%→62.4%)、「生活費の補てん」(42.2%→44.2%)が増加した一方で、「衣料品」(8.2%→5.8%)や「家電製品」(8.2%→4.5%)、「自動車」(4.7%→3.3%)など選択的支出は減少した。

図表-17 冬のボーナスの使いみち(3つまで選択)



まとめ

今回のアンケートでは、物価上昇に伴う消費支出の増加により、暮らし向きD Iが悪化した。食料品を中心に身の回りの商品やサービスの価格が上昇するなか、生活必需品以外への支出には足元、見通しともに慎重な姿勢がうかがえる。

今後の見通しは、収入に対する先行きの警戒感が強く、収入の増加を見込む声は少ない。その結果、暮らし向きはさらに悪化するとの見方を示した消費者が多かった。個人消費の回復には、政府の物価高対策に加え、実質賃金のプラス定着がカギとなるだろう。

なお、消費者アンケートと同時に実施した「物価上昇下での消費行動に関するアンケート結果」は3月号に掲載する。

(續木 美和子)