

生活物資の値上げに関する消費意識調査

調査結果の概要

- 生活物資値上げの家計への影響は、年収の低い世帯ほど大きい。
- 値上げの影響が最も大きい品目は、岐阜県は「ガソリン・軽油・灯油」、愛知県と全国は「生鮮食品（肉、魚、卵、野菜等）」。
- 20代と40代では約3割が、値上げへの対応策として「副業・兼業をする」ことを検討している。
- 節約を意識した時でも支出を減らしたくない項目は、20代で「趣味」、「旅行・レジャー費」、30代と40代では「教育費（仕送り・塾含む）」の割合が比較的高い。
- ステルス値上げは年齢が高いほど許容されやすい。
- 国や自治体等に求める物価高対策の1位は「個人への現金等の給付」。
- 岐阜県では、「プレミアム付商品券」や「ポイント制度の充実」を望む割合が高い。

調査要領

- 調査方法 インターネットによるアンケート調査
- 調査内容 生活物資の値上げに関する消費意識調査
- 調査期間 2022年8月10日～12日
- 回答状況 有効回答 1,260名

【図表1】回答者の内訳

地域別	(人、%)				年齢別	(人、%)															
	男性	女性	計	構成比		岐阜県				愛知県				全国				合計			
	男性	女性	計	構成比	男性	女性	計	構成比	男性	女性	計	構成比	男性	女性	計	構成比	男性	女性	計	構成比	
岐阜県	210	210	420	33.3																	
愛知県	210	210	420	33.3	20歳代	42	42	84	20.0	42	42	84	20.0	42	42	84	20.0	126	126	252	20.0
全国	210	210	420	33.3	30歳代	42	42	84	20.0	42	42	84	20.0	42	42	84	20.0	126	126	252	20.0
合計	630	630	1,260	100.0	40歳代	42	42	84	20.0	42	42	84	20.0	42	42	84	20.0	126	126	252	20.0
					50歳代	42	42	84	20.0	42	42	84	20.0	42	42	84	20.0	126	126	252	20.0
					60歳以上	42	42	84	20.0	42	42	84	20.0	42	42	84	20.0	126	126	252	20.0
					合計	210	210	420	100.0	210	210	420	100.0	210	210	420	100.0	630	630	1,260	100.0

※端数を四捨五入しているため、内訳の合計等が合致しない場合がある。

1. 調査の目的

原材料やエネルギー価格の高騰、円安等の影響により、食料品やガソリン、電気料金など生活に欠かせないモノやサービスの値上がりが続いている。数十

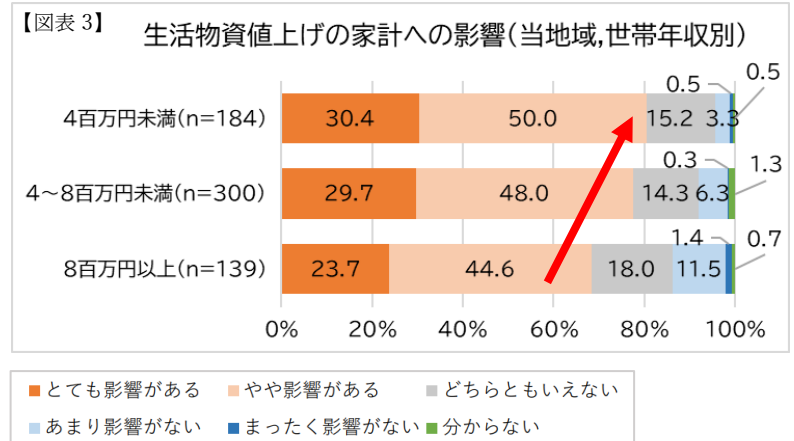
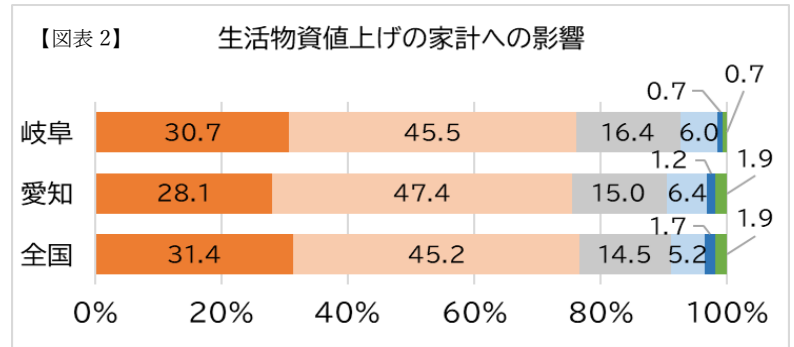
年ぶりとも言われる値上げラッシュのさなかにある消費者の意識や行動、値上げの家計への影響等について調査を行った。

2. 家計への影響

最近の生活物資値上げにより、家計に影響があるか尋ねた。

影響があると回答した割合（「とても影響がある」＋「やや影響がある」、以下同様）は、岐阜県で76.2%、愛知県で75.5%、全国で76.7%であった【図表2】（注1）。

当地域（岐阜県＋愛知県、以下同様）の回答を世帯年収別にみると、影響があると回答した割合は、世帯年収が4百万円未満の世帯では80.4%、4百万円以上8百万円未満の世帯では77.7%、8百万円以上の世帯では68.3%であり、年収の低い世帯ほど家計への影響が大きいことがうかがえる【図表3】（注2）。



3. 家計への影響が大きい品目

品目別の影響度を把握するために、前項で「とても影響がある」、「やや影響がある」と回答した人に対して、影響が大きい順に1位～3位を選択してもらい、1位を3点、2位を2点、3位を1点とウェイト付けして集計し、品目別の点数の割合を算出した。

いずれの地域においても、「ガソリン・軽油・灯油」、「生鮮食品(肉、魚、卵、野菜等)」、「電気・ガス」、「小

麦製品(パン、うどん、パスタ等)」の4品目の点数割合が高かった。1位は、岐阜県は「ガソリン・軽油・灯油」で25.0%、愛知県と全国は「生鮮食品(肉、魚、卵、野菜等)」でそれぞれ21.1%、23.3%であった【図表4】。全国的にみて自家用車の普及率が高い岐阜県では、特にガソリンの値上げの影響が大きかったようだ。

【図表4】家計への影響が大きい品目(14品目中)

	岐阜県(n=320)	愛知県(n=317)	全国(n=322)
1位	ガソリン・軽油・灯油 (25.0%)	生鮮食品 (肉、魚、卵、野菜等) (21.1%)	生鮮食品 (肉、魚、卵、野菜等) (23.3%)
2位	生鮮食品 (肉、魚、卵、野菜等) (20.6%)	ガソリン・軽油・灯油 (19.9%)	ガソリン・軽油・灯油 (18.2%)
3位	電気・ガス(19.1%)	小麦製品 (パン、うどん、パスタ等) (19.1%)	小麦製品 (パン、うどん、パスタ等) (17.2%)
4位	小麦製品 (パン、うどん、パスタ等) (12.9%)	電気・ガス(17.9%)	電気・ガス(15.9%)

※表の%の数値は、当該項目の得点が各地域の得点の合計に占める割合。

4. 生活物資値上げへの対応策

生活物資値上げへの対応策として、すでに行っていることやこれから行おうと考えていることを尋ねた。

すでに行っていると回答した割合(「すでに行っていて、今後も継続する」+「現在は行っているが、今後は行わない」)が最も高いのは、いずれの地域でも「ポイントを貯めて活用する」で、岐阜県で 78.3%、愛知県で 76.4%、全国で 77.6%であった【図表 5】。

「今までは行っていないが、今後は行う」と回答した割合が最も高いのは、岐阜県では「購入量や利用量を減らす」で 35.7%、愛知県と全国では「家電製品等を省エネ性能の高いものへ買い替える」でそれぞれ 37.4%、37.1%であった【図表 6】。

すでに行っている値上げへの対応策は、「特売日や割引時間帯等を狙って買い物をする」、「レジャーや外食の回数を減らす」なども上位に入っており、多くの世帯でいかに支出を抑えるか工夫している様子が見えてくる。一方で「副業・兼業をする」、「投資(株式、投資信託、FX 等)をする」といった収入や資産を増やす対策の順位は低かった。ただ、年代別にみると、本稿に図表は掲載していないが、「今までは行っていないが、今後は行う」対策として「副業・兼業をする」が 20 代で 3 位(29.8%)、40 代で 5 位(28.0%)に入っており、物価高が労働市場を活性化させる可能性がある。

【図表 5】生活物資値上げへの対応策(すでに行っていること,上位 5 つ)

	岐阜県	愛知県	全国
1位	ポイントを貯めて活用する(78.3%)	ポイントを貯めて活用する(76.4%)	ポイントを貯めて活用する(77.6%)
2位	特売日や割引時間帯等を狙って買い物をする(58.8%)	特売日や割引時間帯等を狙って買い物をする(55.5%)	レジャーや外食の回数を減らす(60.0%)
3位	レジャーや外食の回数を減らす(58.3%)	レジャーや外食の回数を減らす(53.6%)	特売日や割引時間帯等を狙って買い物をする(57.9%)
4位	高額品(乗用車、貴金属、時計等)の購入を控える(54.5%)	高額品(乗用車、貴金属、時計等)の購入を控える(50.5%)	高額品(乗用車、貴金属、時計等)の購入を控える(54.3%)
5位	まとめ買いを増やす(46.2%) 買い物へ行く回数を減らす(46.2%)	まとめ買いを増やす(41.7%)	買い物へ行く回数を減らす(50.5%)

【図表 6】生活物資値上げへの対応策(今までは行っていないが今後は行うこと,上位 5 つ)

	岐阜県	愛知県	全国
1位	購入量や利用量を減らす(35.7%)	家電製品等を省エネ性能の高いものへ買い替える(37.4%)	家電製品等を省エネ性能の高いものへ買い替える(37.1%)
2位	さらなる値上げを警戒して早めに購入する(33.3%)	購入量や利用量を減らす(36.4%)	購入量や利用量を減らす(31.4%)
3位	家電製品等を省エネ性能の高いものへ買い替える(33.1%)	さらなる値上げを警戒して早めに購入する(31.2%)	さらなる値上げを警戒して早めに購入する(27.4%)
4位	代替品を選ぶ(例:小麦→米)(31.4%)	購入するもののランクを下げる(28.1%) 買い物へ行く回数を減らす(28.1%)	購入するもののランクを下げる(26.7%)
5位	嗜好品(アルコール、たばこ、コーヒー等)の購入量を減らす(28.3%)	代替品を選ぶ(例:小麦→米)(27.4%)	副業・兼業をする(25.5%)

5. 支出を減らしたい項目・減らしたくない項目

今後、節約のために支出を減らしたい項目と、反対に節約を意識した時でも支出を減らしたくない項目を尋ねた。項目別の影響度を把握するために、それぞれ上位1位～3位を選択してもらい、1位は3点、2位は2点、3位は1点とウェイト付けして集計し、項目別の点数の割合を算出した。

●支出を減らしたい項目

年代別にみると、節約のために支出を減らしたい項目は、いずれの年代も1位、2位は「外食費」もしくは「光熱・水道費」であった【図表7】。その他に、「飲食

料費」、「ガソリン代」などが上位に入っていた。

●支出を減らしたくない項目

支出を減らしたくない項目の1位は、いずれの年代でも「飲食料費」であった【図表8】。40代で27.7%と高く、育ち盛りの子供への配慮がうかがえる。その他に「旅行・レジャー費」、「趣味(コンサート、スポーツクラブ、園芸関連等)」などが共通して上位に入っており、特に20代では他の年代よりもその割合が高かった。また、子育て世帯の多い30代、40代では「教育費(仕送り・塾含む)」が5位に入っていた。

【図表7】節約のために支出を減らしたい項目(上位5つ、「特になし」を除く)

	20代	30代	40代	50代	60代以上
1位	外食費(16.4%)	外食費(16.9%)	光熱・水道費(18.0%)	光熱・水道費(14.2%)	外食費(14.2%)
2位	光熱・水道費(12.6%)	光熱・水道費(14.8%)	外食費(14.0%)	外食費(11.4%)	光熱・水道費(12.8%)
3位	飲食料費(12.2%)	飲食料費(11.2%)	ガソリン代(10.2%)	飲食料費(9.5%)	衣料品費(11.8%)
4位	ガソリン代(7.1%)	ガソリン代(9.8%)	通信費(スマートフォン・インターネット等)(8.5%)	ガソリン代(9.2%)	旅行・レジャー費(10.5%)
5位	日用雑貨費(6.1%)	通信費(スマートフォン・インターネット等)(8.6%)	飲食料費(8.1%)	通信費(スマートフォン・インターネット等)(6.5%)	飲食料費(7.1%)

※表の%の数値は、当該項目の得点が各年代の得点の合計に占める割合。

【図表8】節約を意識した時でも支出を減らしたくない項目(上位5つ、「特になし」を除く)

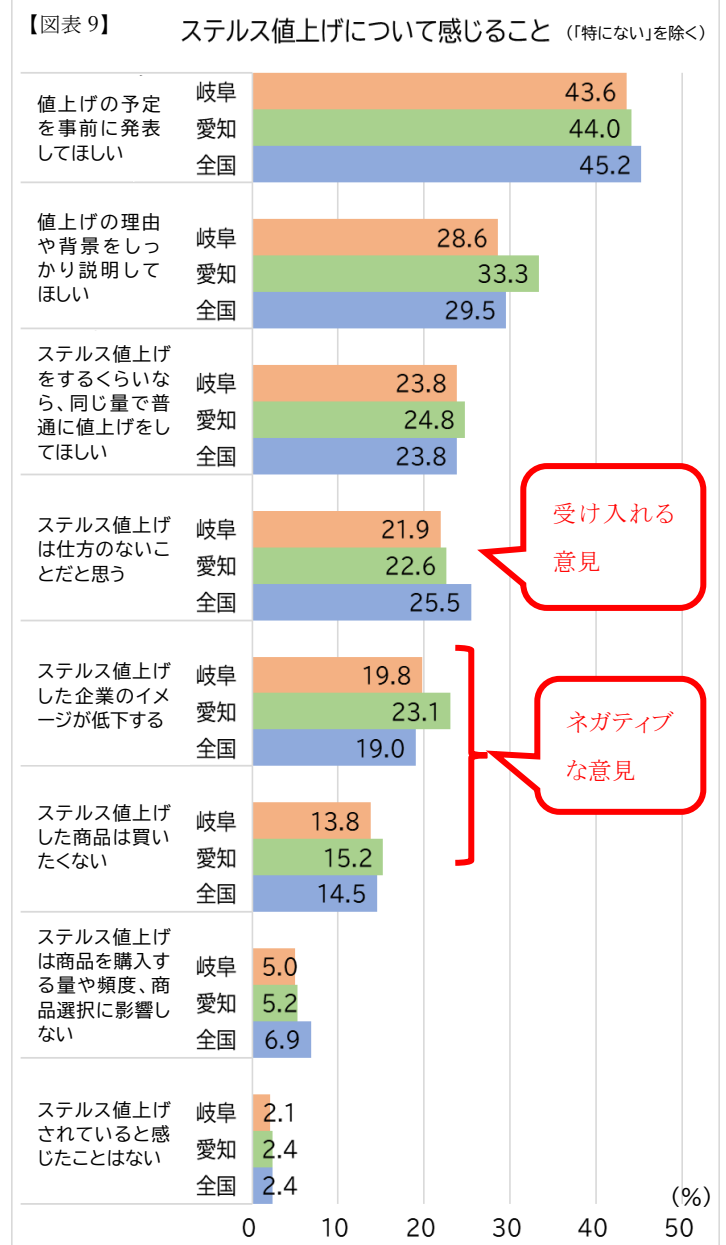
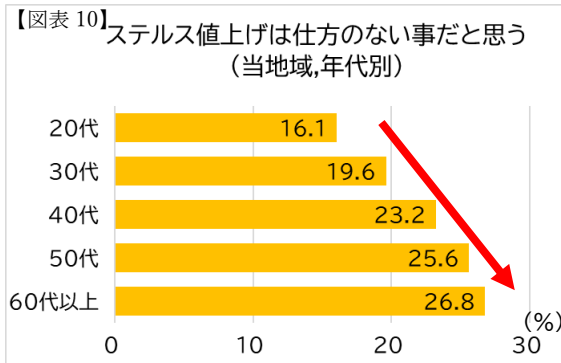
	20代	30代	40代	50代	60代以上
1位	飲食料費(12.8%)	飲食料費(18.4%)	飲食料費(27.7%)	飲食料費(16.9%)	飲食料費(18.6%)
2位	趣味(コンサート、スポーツクラブ、園芸関連等)(11.4%)	旅行・レジャー費(7.0%)	趣味(コンサート、スポーツクラブ、園芸関連等)(6.4%)	旅行・レジャー費(7.5%)	旅行・レジャー費(7.1%)
3位	旅行・レジャー費(9.8%)	趣味(コンサート、スポーツクラブ、園芸関連等)(6.7%)	旅行・レジャー費(6.3%)	趣味(コンサート、スポーツクラブ、園芸関連等)(7.3%)	光熱・水道費(7.0%)
4位	外食費(6.5%)	外食費(6.4%)	外食費(6.1%)	通信費(スマートフォン・インターネット等)(5.6%)	通信費(スマートフォン・インターネット等)(6.1%)
5位	日用雑貨費(5.6%)	教育費(仕送り・塾含む)(6.0%)	教育費(仕送り・塾含む)(6.1%)	理美容代金(ヘアカット、エステ等)(5.3%)	理美容代金(ヘアカット、エステ等)(5.6%)

※表の%の数値は、当該項目の得点が各年代の得点の合計に占める割合。

6. ステルス値上げに関する意識

ステルス値上げ(値段を据え置いたまま内容を減らす実質的な値上げ)について感じることを複数回答で尋ねた。

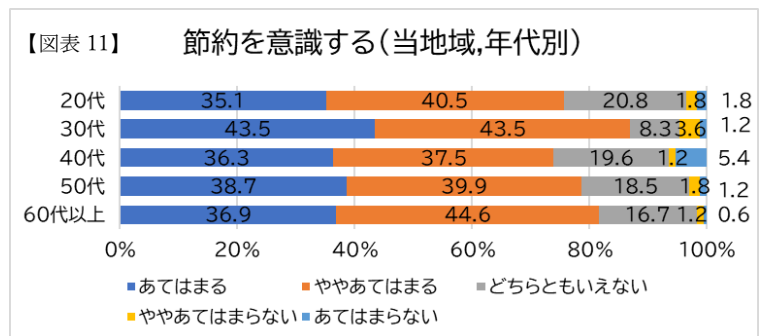
いずれの地域でも「値上げの予定を事前に発表してほしい」が1位で、岐阜県で43.6%、愛知県で44.0%、全国で45.2%であった【図表9】。「ステルス値上げした企業のイメージが低下する」、「ステルス値上げした商品は買いたくない」といったネガティブな意見がある一方で、「ステルス値上げは仕方のないことだと思う」と受け入れる意見もあった。なお、年代が高いほどステルス値上げを受け入れる意見の割合が高かった【図表10】。「ステルス値上げされていると感じたことはない」はいずれの地域でも2%程度とごくわずかであった。



7. 今後の消費活動における考え方

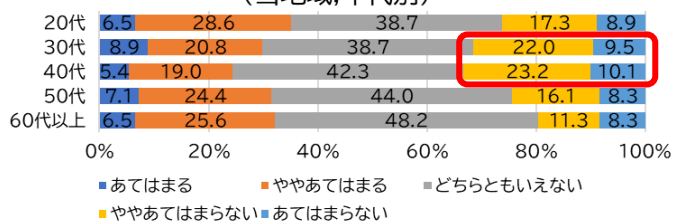
今後の消費活動における考え方について尋ねた。

年代別にみると、「節約を意識する」についてあてはまると回答した割合(「あてはまる」+「ややあてはまる」、以下同様)が最も高かったのは30代(87.0%)であった【図表11】。

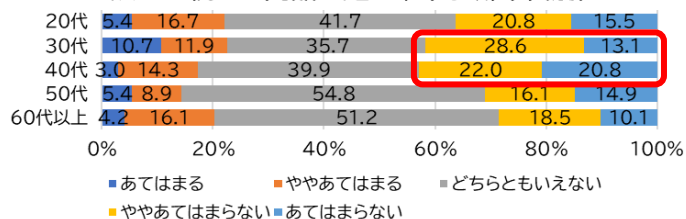


購入するものの選び方として、質の良さや企業の環境・人権への配慮、企業の社会的責任(CSR)を重視するかについて、30代と40代では、あてはまらなと回答した割合(「あてはまらない」+「ややあてはまらない」)が比較的高かった【図表12・13・14】。商品の背景にある社会問題やCSR等への関心は、若い世代の方が高いのではないかと考えていたが、あてはまると回答した割合に年代別の顕著な傾向はみられなかった。

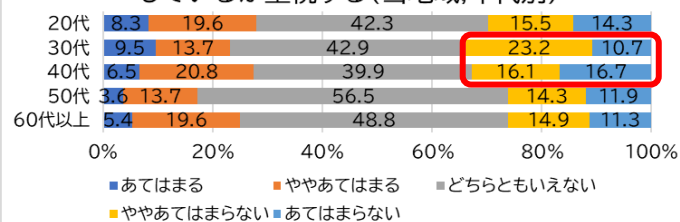
【図表12】 多少値段が高くて質の良いものを選ぶ(当地域、年代別)



【図表13】 多少値段が高くて環境・人権に配慮している点を重視して商品を選ぶ(当地域、年代別)



【図表14】 商品を製造・販売する企業が社会的責任を果たしているか重視する(当地域、年代別)

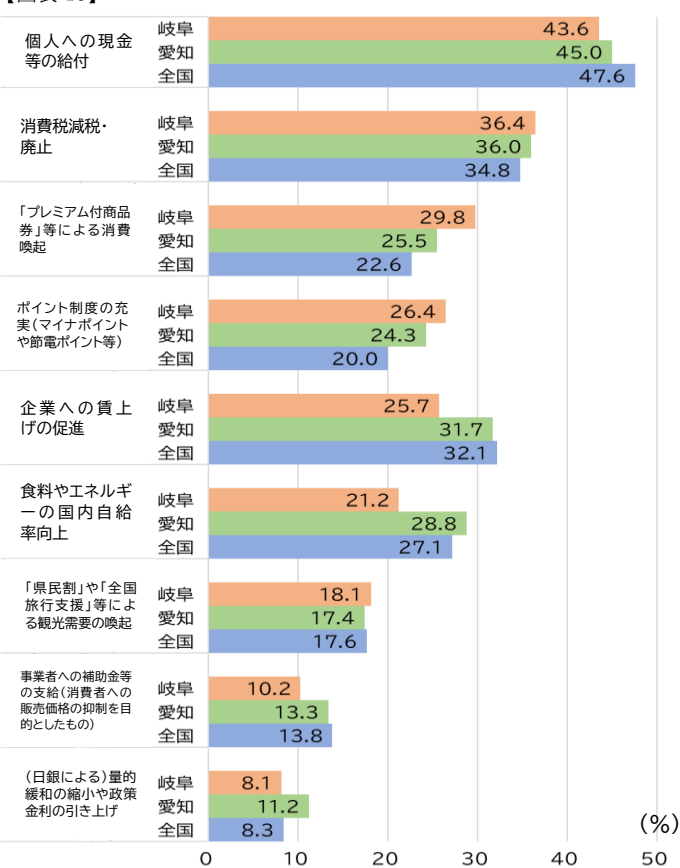


8. 国や地方自治体等に求める物価高対策

国や地方自治体等に求める物価高対策について、複数回答で尋ねた。

いずれの地域でも、1位は「個人への現金等の給付」であり、岐阜県で43.6%、愛知県で45.0%、全国で47.6%、2位は「消費税減税・廃止」で、岐阜県で36.4%、愛知県で36.0%、全国で34.8%であった【図表15】。ふところにダイレクトに響く施策が好まれるといえる。岐阜県は全国に比べて、『「プレミアム付商品券」等による消費喚起』と「ポイント制度の充実(マイナポイントや節電ポイント等)」を選択した割合が高かった。「お得である」と感じられる施策が好まれる土地柄なのかもしれない。一方で、「事業者への補助金等の支給(消費者への販売価格の抑制を目的としたもの)」や「(日銀による)量的緩和の縮小や政策金利の引き上げ」などの割合は低かった。

【図表15】 国や地方自治体等に望む物価高対策(「特になし」を除く)



9. おわりに

数十年ぶりとも言われる値上げラッシュは落ち着く気配がみられず、むしろ秋以降も加速しそうだ。本調査では、8月中旬時点の値上げの影響を調査したが、生鮮食品や小麦製品といった食料品や、電気代、ガソリン代などのエネルギー関連の値上げは、やはり家計への影響が大きかったようだ。

値上げへの対策として、今までは行っていないが今後行うこととして、「購入量や利用量を減らす」のほか、「購入する物のランクを下げる」、「買い物へ行く回数を減らす」を選んだ人も多く、生活防衛の意識が表れる結果となった。また、今後の消費活動において「節約を意識する」と回答した割合は、すべての年代で7割を超えており、秋以降は、さらに家計が守りの姿勢に入ることが予想される。一方で、省エネ家電への買い替えによる電気代等の節約を目指す人も多く、一定の買替需要が見込めそうだ。

最近では企業に対して、環境や人権への配慮など多くの社会課題に対する取組みが求められているが、そのような企業の姿勢を重視している割合は多くても3割程度であった。特に、30代、40代で企業の姿勢を

重視しない割合が高い。30代、40代は子育て世帯が多く何かと出費がかさむ上に、物価高により実質的な賃金は目減りしている。多くの世帯では、将来的に影響のある社会課題への取組姿勢にまで意識を向けられないのが現実ではないだろうか。

国や地方自治体等に求める物価高対策としては、個人への現金給付やプレミアム付商品券の販売、消費税減税・廃止などを望む割合が高かった。一方で、小売価格を抑制するための事業者への補助金交付はそれほど支持されていなかった。多くの消費者は、手元の使える現金が増えることや支出額が減ることなど、すぐにメリットを実感できる対策を求めているとみられる。

政府は今後も食料品やエネルギー関連に集中して物価高対策を講じるとしているが、急激なモノの値上がりを防ぐ対策だけではなく、物価高によって目減りが続く賃金等を押し上げるための対策も必要だろう。実効性の高い対策が継続的に実施されることが望まれる。

(研究員 萩原 綾子)