

第 4 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、「悪い」が 56.1% ～

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、新型コロナウイルス（以下「新型コロナ」）禍での行動様式にかかる意識変化等についてアンケート調査を行った。併せて、政府による経済対策や「宮崎ナナイロ（MEGA ドン・キホーテ）」・「アミュプラザみやざき」の開業 1 年経過後の宮崎市中心市街地（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「悪い」が最も高いものの、D I（※）は▲54.1P と前年の第 3 回調査時の▲66.8P から 12.7P 改善した。
今後 1 年間の景気の見通しは「悪い」が 5 割を超えており、景気が悪いと感じる理由では「新型コロナの自粛ムードが強まる」が最も高かった。
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」を上回っている。現在と比べた今後の家計支出の見込みでは、「変わらない」は低下、「増加」が上昇し「減少」は低下した。
3. 新型コロナ感染収束後にやりたいことは「国内旅行」が最も高く、新型コロナ感染収束後も継続したいことは「手指消毒」が最も高かった。
4. 政府による経済対策では、18歳未満の子供への給付金の使い道については「教育資金」が最も高かった。
マイナポイントは、マイナンバーカード所有者で約 6 割がポイント申請を予定、未所有者では約 1 割がカード作成とポイント申請を予定している。
5. 宮崎市内の複合商業施設 2 施設の開業 1 年経過後の中心市街地への訪問頻度は、「訪問する機会がない」が 42.3% と最も高く、「変わらない」は 30.7% であった。また「増えた」は 19.6% で、「減った（6.6%）」を 13.0P 上回った。

※ 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	2022年1月28日(金)～2月8日(火)	【参考】～前回調査の概要	実施時期…2021年1月29日(金)～2月11日(木)
調査対象	宮崎県内に居住する世帯	調査対象・方法	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	回答数…1,877世帯
回答数	1,630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	67	4.1
30代	164	10.1
40代	357	21.9
50代	465	28.5
60代	377	23.1
70代以上	200	12.3
合計	1,630	100.0

2. 世帯主年代

単位:世帯、%

年代	回答数	構成比
20代以下	46	2.8
30代	131	8.0
40代	343	21.0
50代	439	26.9
60代	419	25.7
70代以上	252	15.5
合計	1,630	100.0

3. 世帯構成

単位:世帯、%

世帯構成	回答数	構成比
1人(単身赴任)	36	2.2
1人(単身赴任を除く)	157	9.6
夫婦のみ	552	33.9
夫婦と子(子育て世帯)	601	36.9
その他	284	17.4
合計	1,630	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 を除く)	1人 (単身赴任)	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	1,630	157	36	552	601	1,019	342
20代以下	2.8	45.7	-	17.4	28.3	82.6	-
30代	8.0	9.9	-	8.4	76.3	87.8	-
40代	21.0	7.6	2.9	9.9	66.2	87.5	0.9
50代	26.9	10.9	3.2	23.7	42.1	81.5	0.7
60代	25.7	7.4	2.1	58.2	11.7	45.1	30.5
70代以上	15.5	7.1	1.2	59.9	10.7	7.5	82.5

【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DI」は前年に比べ改善

現在の景気は「悪い(56.1%)」が最も高く、「変わらない(41.8%)」が続く(図1)。景気DIは、全年代でマイ

ナスとなっているものの、全体では▲54.1Pと前年比12.7P改善し、全年代で改善傾向がみられた(表1)。

世帯主職業・収入区分別では、農林水産業を除いては「悪い」が過半数を占めた(図2)。

図1. 1年前と比べた現在の景気
(回答者年代別)

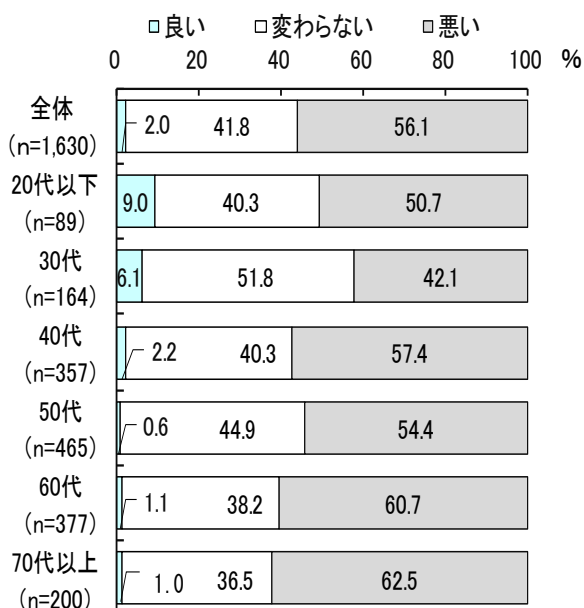
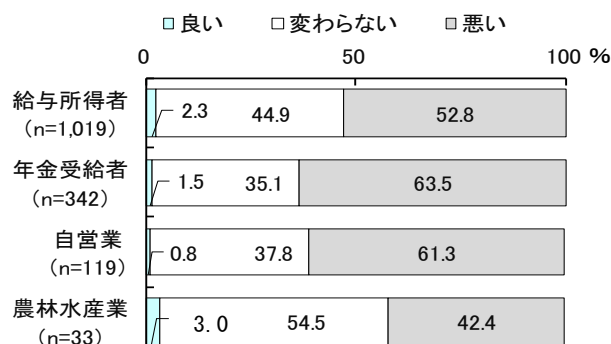


表1. 景気DI (回答者年代別)

	全体	20代 以下	30代	40代	50代	60代	70代 以上
今年	▲54.1	▲41.7	▲36.0	▲55.2	▲53.8	▲59.6	▲61.5
前年	▲66.8	▲60.6	▲58.5	▲68.5	▲65.2	▲69.1	▲73.0
前年比	12.7	18.9	22.5	13.3	11.4	9.5	11.5

図2. 1年前と比べた現在の景気
(世帯主職業・収入区分別)

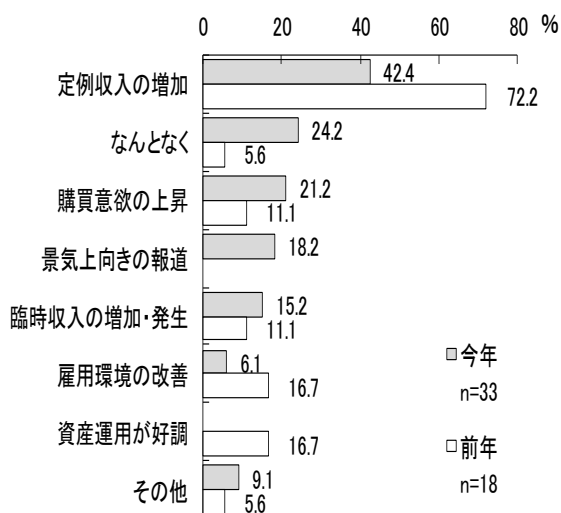


(2) 景気が良いと感じる理由

～「定例収入の増加」が最も高い

景気が「良い」と感じる理由は、前年と同様で「定例収入の増加（42.4%）」が高いものの前年比29.8P低下した（図3）。以下、「なんとなく（24.2%）」「購買意欲の上昇（21.2%）」「景気上向きの報道（18.2%）」と続いた。

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（63.6%）」が最も高い（図4）。以下、「定例収入の減少（39.7%）」「購買意欲の低下（28.7%）」が続いた。

年代別では「物価上昇」は年代が上がるにつれて上昇し、「定例収入の減少」は40代～60代が高かった（表2）。「購買意欲の低下」は「40代」が23.4%で、その他の年代では約3割となった。

また、年金受給者の世帯では、「物価上昇」が給与所得者を12.2P上回る結果となった。

図4. 景気が悪いと感じる理由（複数回答）

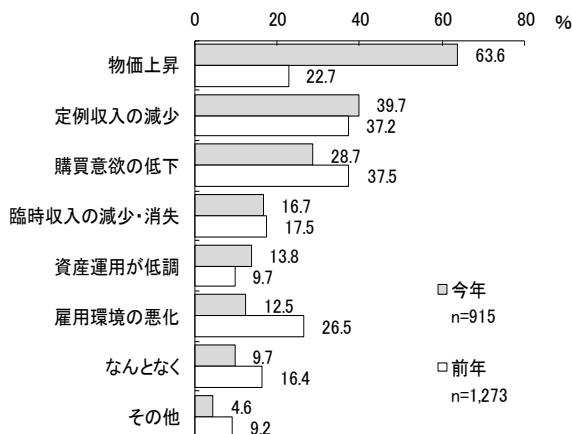


表2. 景気が悪いと感じる理由（複数回答）
（回答者年代・世帯主収入区分別）

	年代					世帯主収入	
	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	103	205	253	229	125	538	217
物価上昇	55.3	60.5	61.7	68.1	71.2	61.5	73.7
定例収入の減少	29.1	40.0	42.7	42.8	36.0	39.0	39.2
購買意欲の低下	31.1	23.4	31.6	27.5	32.0	29.4	31.3
臨時収入の減少・消失	22.3	16.6	18.2	16.2	10.4	16.7	10.6
資産運用が低調	19.4	8.3	11.1	17.9	16.0	13.0	16.6
雇用環境の悪化	9.7	12.7	12.3	14.8	10.4	13.4	11.5
なんとなく	12.6	11.2	9.1	8.3	8.8	10.4	8.8
その他	1.9	3.9	5.9	4.4	5.6	3.9	4.6

2. 今後1年間の景気見通し

(1) 今後1年間の景気見通し

～「悪い」が最も高い

今後1年間の景気見通しは、「悪い（55.9%）」が過半数を占め、次いで「変わらない（34.9%）」「良い（9.2%）」と続いた（次頁図5）。

年代別では、「良い」は30代以下（13.4%）が最も高い。「悪い」は年代が上がるにつれて上昇し、「70代以上」は6割を超えた。

今後1年間の景気DIは、マイナスではあるが全ての年代で改善傾向が見られる。新型コロナによる先行きの不透明感はあるものの、今後の景気回復への期待も感じられる（次頁表3）。

図5. 今後1年間の景気（回答者年代別）

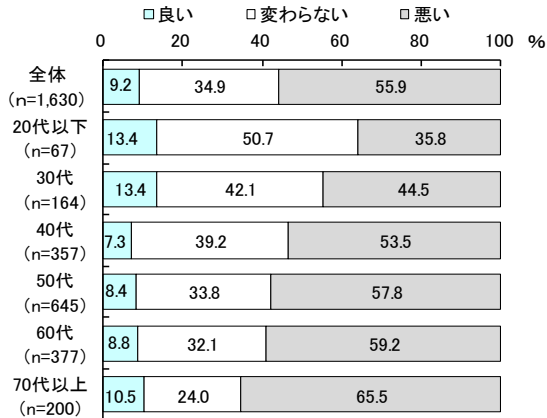


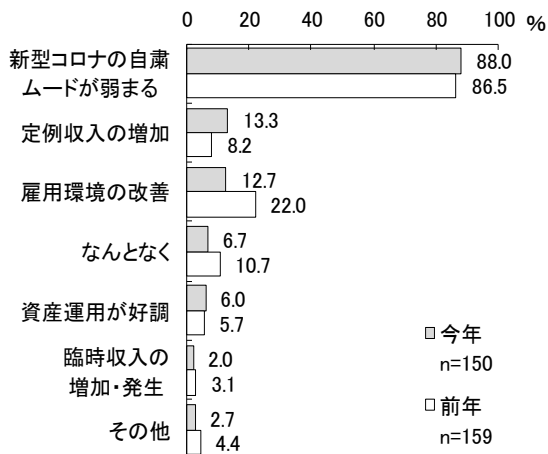
表3. 今後1年間の景気DI（回答者年代別）

	全体	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
今年	▲46.7	▲22.4	▲31.1	▲46.2	▲49.4	▲50.4	▲55.0
前年	▲57.8	▲37.1	▲48.0	▲57.2	▲61.4	▲60.1	▲64.2
前年比	11.1	14.7	16.9	11.0	12.0	9.7	9.2

(2) 今後の景気を良いと感じる理由
～「新型コロナの自粛ムードが弱まる」が9割近くを占める

今後1年間の景気を「良い」と感じる理由は、「新型コロナの自粛ムードが弱まる(88.0%)」が前年同様で最も高く、「定例収入の増加(13.3%)」と続く(図6)。新型コロナの影響が収まれば、景気回復につながるとの見方が大勢を占めた。

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
～「新型コロナの自粛ムードが強まる」が大きく影響

今後の景気を悪いと感じる理由は、「新型コロナの自粛ムードが強まる(77.3%)」が前年同様で最も高く、次いで「定例収入の減少(41.1%)」「雇用環境の悪化(27.1%)」を景気のマイナス要因と捉える見方が続いた(図7)。

回答者年代・収入区分別では、すべての年代・区分で「新型コロナの自粛ムードが強まる」が最も高く7割を超えた(表4)。

図7. 今後の景気を悪いと感じる理由（複数回答）

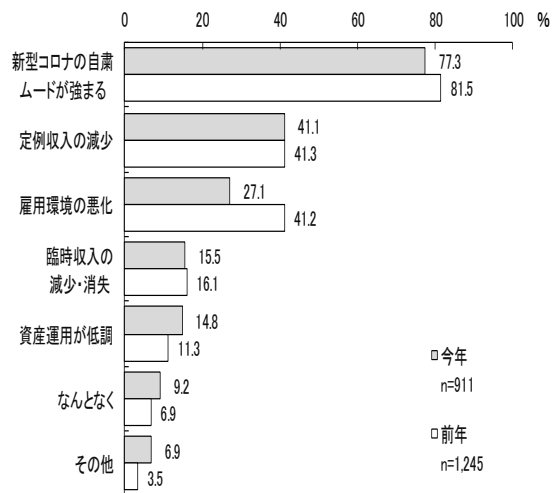


表4. 今後の景気を悪いと感じる理由（複数回答、回答者年代・収入区分別）

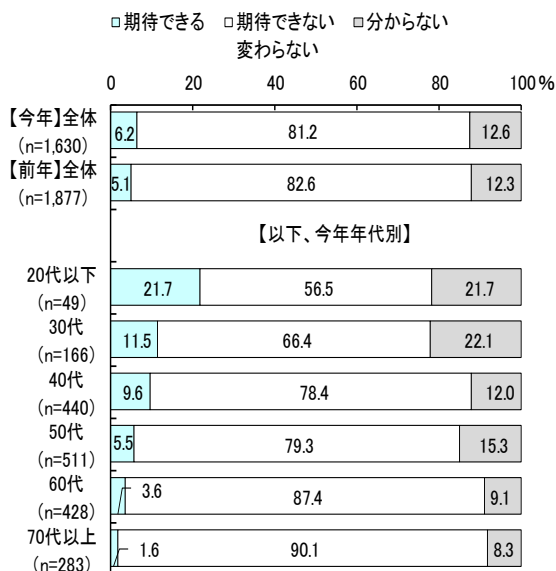
	単位:件、%						
	30代以下	40代	50代	60代	70代以上	給与所得者	年金受給者
有効回答数	97	191	269	223	131	526	222
新型コロナの自粛ムードが強まる	81.4	75.4	73.6	79.4	80.9	76.6	77.5
定例収入の減少	27.8	33.0	40.5	48.9	50.4	38.6	50.0
雇用環境の悪化	22.7	25.1	24.9	31.8	29.8	27.4	27.5
臨時収入の減少・消失	20.6	16.8	14.9	14.8	12.2	15.4	13.1
資産運用が低調	19.6	7.3	12.6	18.8	19.8	14.4	18.0
なんとなく	6.2	8.9	10.0	9.9	9.2	8.4	10.8
その他	8.2	6.3	8.2	4.9	7.6	6.9	6.7

(4) 賃上げ・世帯収入増加への期待感 ～「期待できる」は僅か6.2%

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 (6.2%)」を大きく上回り、前年とほぼ同様の結果となった(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21.7%となった。一方、年金受給者の多い「70代以上」では1.6%と低かった。

図8. 賃上げ・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

～「変わらない」が過半数

前年と比べた現在の家計支出は、「変わらない (58.0%)」が最も高い(図9)。「増加 (27.1%)」は前年比5.0P上昇し、「減少 (14.8%)」は同6.4P低下した。

年代別では、「増加」は「30代」が約4割と最も高く、「20代以下」「40代」では3割超、「50代」「70代以上」では

2割超、「60代」では2割未満となった。「減少」は「30代」が1割未満で、その他の世代では2割弱となり、全年代で「増加」が「減少」を上回った。

世帯構成別では、「増加」は「夫婦と子(子育て世帯)」が36.8%と最も高く、全世帯で「減少」を上回った(図10)。

図9. 現在の家計支出の状況 (世帯主年代別)

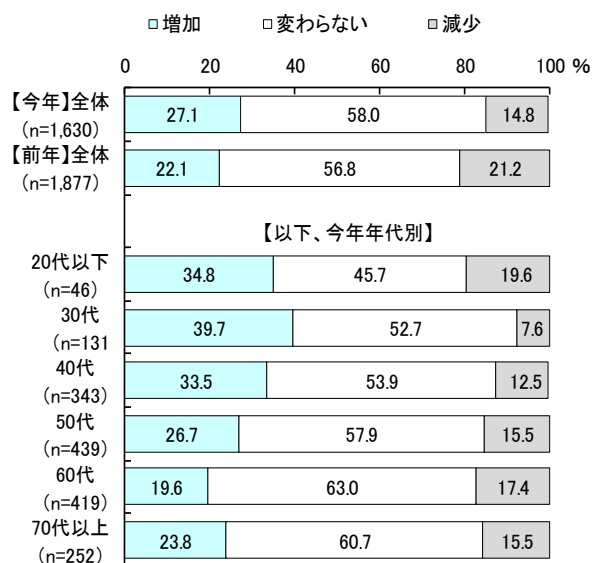
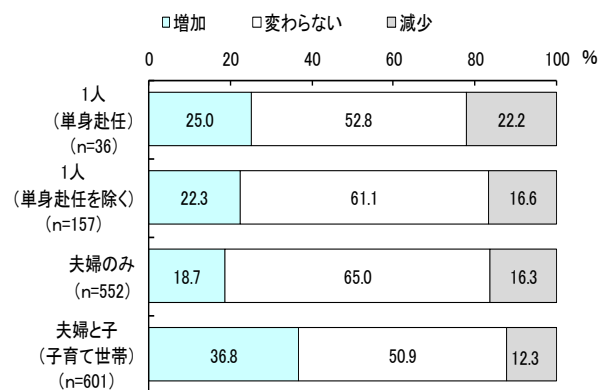


図10. 現在の家計支出の状況 (世帯構成別)



(2) 家計支出の増加理由

～「物価上昇(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) (54.5%)」が

最も高く、次いで「臨時支出の増加・発生(38.0%)」「家族状況の変化(37.3%)」が続く、前向きな理由である「定例収入の増加」は5.2%、「消費意欲の増進」は4.1%に留まった(図11)。

年代別では、「70代以上」で「物価上昇(商品・サービス価格上昇)」が7割超、「臨時支出の増加・発生」が約5割と、ともに最も高かった(表5)。また、「40代」「50代」では「家族状況の変化」が4割を超え他の年代に比べ高かった。

図 11. 家計支出の増加理由(複数回答)

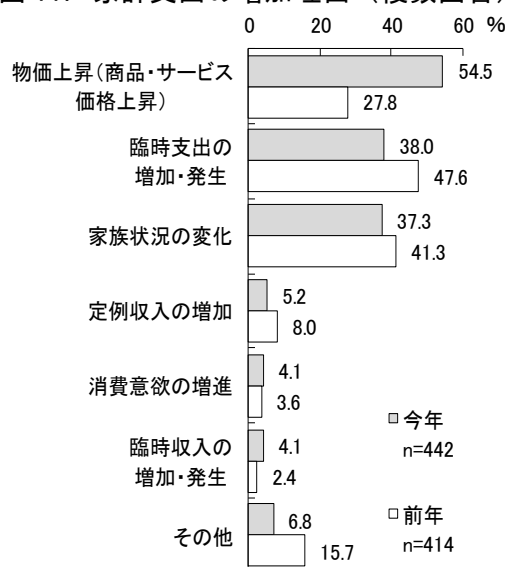


表 5. 家計支出の増加理由(複数回答、世帯主年代別)

	単位: 件、%				
	30代以下	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	68	115	117	82	60
物価上昇(商品・サービス価格上昇)	42.6	52.2	47.9	63.4	73.3
臨時支出の増加・発生	35.3	29.6	41.0	40.2	48.3
家族状況の変化	38.2	45.2	47.9	26.8	15.0
定例収入の増加	11.8	7.0	4.3	2.4	-
消費意欲の増進	2.9	0.9	6.0	7.3	3.3
臨時収入の増加・発生	5.9	5.2	2.6	2.4	5.0
その他	5.9	10.4	6	6.1	3.3

(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(59.3%)」が最も高く、次いで「水道光熱費(47.7%)」「交通・通信費(30.8%)」が続いた(図12)。「水道光熱費」「交通・通信費」は前年と比較すると上昇しているが、これは原油価格・エネルギー価格の上昇により電気・ガス・ガソリン価格等が引き上げられた影響が考えられる。

年代別では、総じて「食料品・食費」「水道光熱費」が高いが、回答者に子育て世代を多く含む50代以下では「教育費」の割合も高くなっている(表6)。

図 12. 家計支出の増加項目(上位5項目、複数回答)

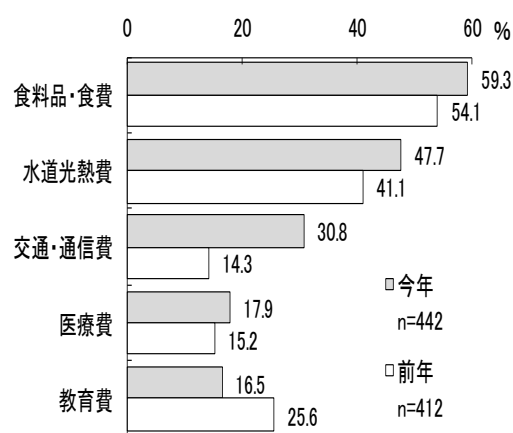


表 6. 家計支出の増加項目(上位5項目、複数回答、世帯主年代別)

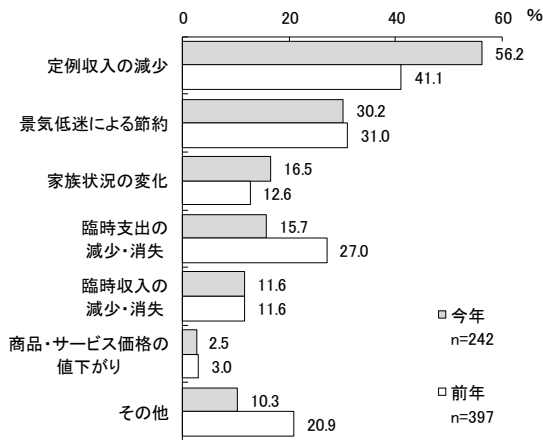
	単位: 件、%				
	30代以下	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	68	115	117	82	60
食料品・毎日の食費	64.7	57.4	49.6	64.6	68.3
水道光熱費	38.2	49.6	35.9	58.5	63.3
交通・通信費(含むガソリン代・電話代)	20.6	25.2	33.3	42.7	31.7
医療費	5.9	13.9	15.4	26.8	31.7
教育費	8.8	28.7	29.1	-	-

(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、「定例収入の減少（56.2%）」が前年比15.1P上昇し最も高い（図13）。以下、「景気低迷による節約（30.2%）」「家族状況の変化（16.5%）」が続いた。

図 13. 家計支出の減少理由（複数回答）

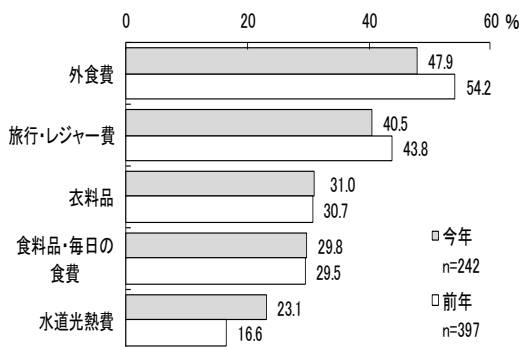


(5) 家計支出の減少項目

～「外食費」が高い

減少項目は、「外食費（47.9%）」、次いで「旅行・レジャー費（40.5%）」となり、前年との比較ではともに若干減少した（図14）。「衣料品」「食料品・毎日の食費」は前年並みで、「水道光熱費」は同6.5P上昇した。

図 14. 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

～「変わらない」が過半数

今後の家計支出の増減見込みは、「変わらない（50.6%）」が最も高いが前年比3.6P低下した（図15）。「増加（36.9%）」は同7.7P上昇し、「減少（12.5%）」は同4.0P低下した。また、現在の家計支出の状況（図9）と比べると、「変わらない」は低下、「増加」は上昇、「減少」は低下した。

年代別では、「増加」は「40代（42.0%）」が最も高い。次いで「30代（38.9%）」、「70代以上（36.5%）」と続き、その他の年代も30.0%を超えた。「減少」は「50代」で15.7%と最も高いが、30代以下では6.0%を超える程度となった。

世帯構成別では、全世帯で「増加」が「減少」を上回るなか、「夫婦と子（子育て世帯）」の「増加（42.9%）」が最も高く、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（次頁図16）。

図 15. 今後の家計支出の増減見込み（世帯主年代別）

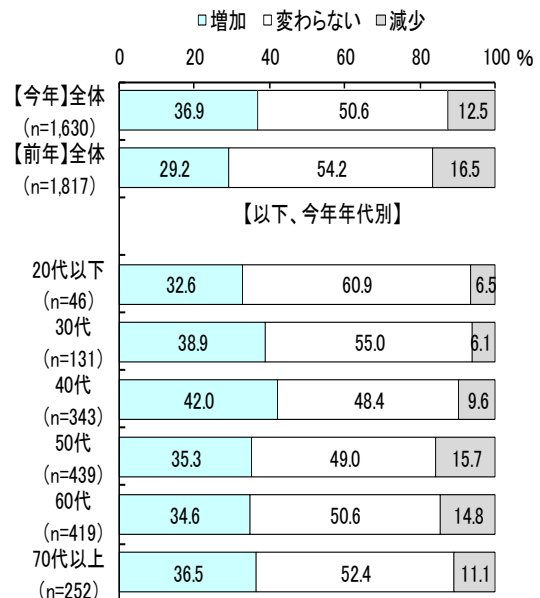
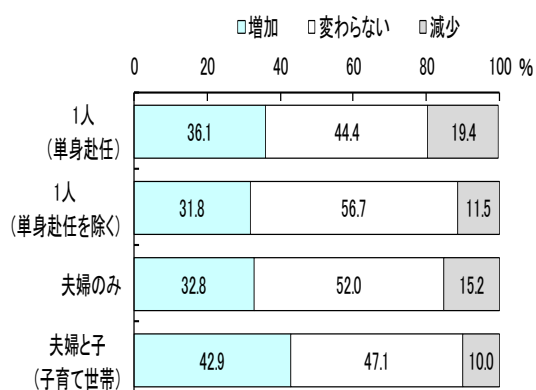


図 16. 今後の家計支出の増減見込み
(世帯構成別)



(2) 今後、家計支出の増加を見込む理由
～「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 (56.6%)」が最も高く、「家計収入の変化 (34.8%)」「家族状況の変化 (30.3%)」が続いた (図17)。

年代別では、全年代で「物価の変化」が最も高く、「70代以上」では72.5%と最も高い (表7)。「家計収入の変化」では「60代」が、「家族状況の変化」では「40代」が高い。

図 17. 家計支出増加を見込む理由
(上位5項目、複数回答)

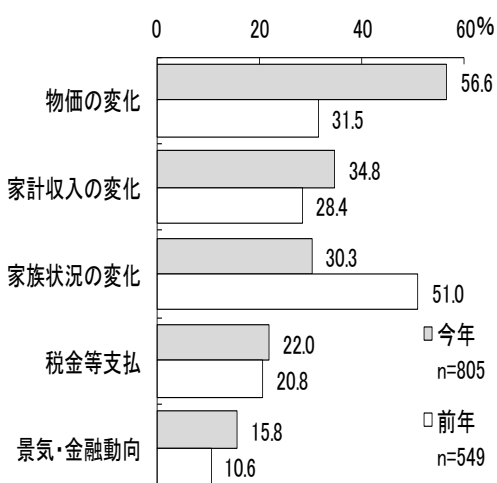


表 7. 家計支出増加を見込む理由
(上位5項目、複数回答、世帯主年代別)

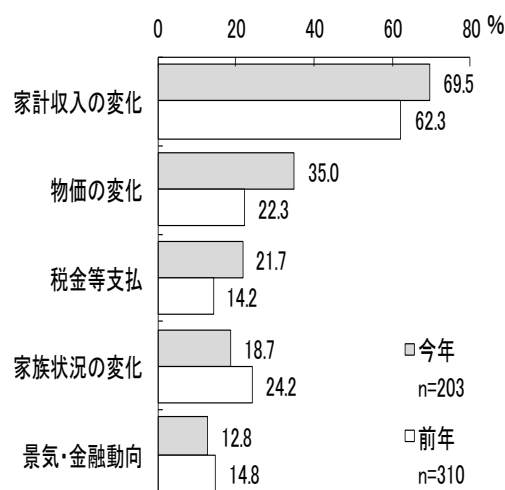
単位: 件、%

	30代以下	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	77	177	224	207	120
物価の変化	41.6	48.6	58.0	58.5	72.5
家計収入の変化	22.1	24.3	34.4	44.9	41.7
家族状況の変化	37.7	41.8	36.2	17.9	19.2
税金等支払	11.7	11.3	20.5	30.4	32.5
景気・金融動向	14.3	11.9	15.2	19.3	17.5

(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 (69.5%)」が最も高く、前年比7.2 P上昇した (図18)。以下、「物価の変化 (35.0%)」「税金等支払 (21.7%)」が続いた。

図 18. 家計支出減少を見込む理由
(上位5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(28.2%)」が最も高い(図19)。以下、「水道光熱費(23.8%)」「交通・通信費(23.3%)」となり、前年上位であった「教育費」と「医療費」の順位が下がった。

年代別では、60代以上の「医療費」、子育て世帯が多い30代～50代の「教育費」が高いなど、世帯主年代に応じた特徴が表れた(表8)。

図19. “増やしたい”“増えそうな”上位10項目(複数回答)

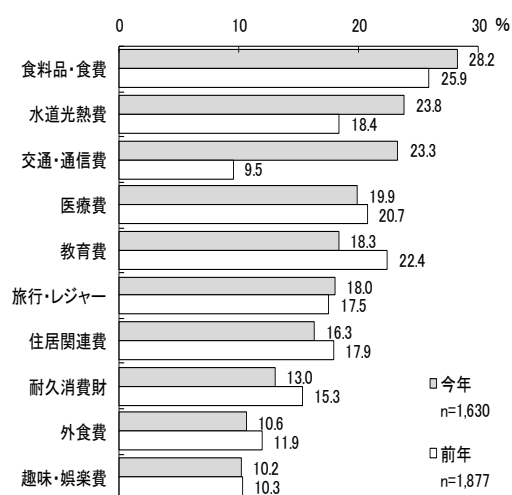


表8. “増やしたい”“増えそうな”上位10項目(複数回答、世帯主年代別)

	単位:件、%					
	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	46	131	343	439	419	252
食料品・食費	23.9	31.3	33.8	23.5	25.3	32.9
水道光熱費	6.5	25.2	20.4	20.5	27.0	31.3
交通・通信費	13.0	13.0	22.2	26.0	27.0	21.4
医療費	13.0	6.9	10.2	12.5	29.4	38.5
教育費	10.9	34.4	43.7	20.3	2.1	0.4
旅行・レジャー	21.7	12.2	12.0	18.0	22.9	20.2
住居関連費	2.2	12.2	8.7	18.5	21.7	18.3
耐久消費財	2.2	8.4	12.5	13.0	15.3	14.3
外食費	8.7	12.2	8.7	8.7	12.9	11.9
趣味・娯楽費	19.6	6.1	6.7	9.3	14.8	9.5

(5) 今後1年間の家計支出減少項目

～「外食費」が最も高い

“減らしたい”“減りそうな”項目は、「外食費(25.6%)」が最も高いが、前年比1.8P低下した(図20)。以下、「衣料品(23.5%)」「水道光熱費(20.9%)」が続いた。また、「交通・通信費(15.6%)」は同3.3P上昇し、ガソリン価格の上昇や携帯電話料金の引き下げなどの影響が考えられる。

年代別では、「外食費」は「20代以下」を除く年代で高い傾向となった(表9)。「衣料品」は「20代以下」と60代以上で高かった。「食料品・食費」は「30代」のみが2割を上回った。

図20. “減らしたい”“減りそうな”上位10項目(複数回答)

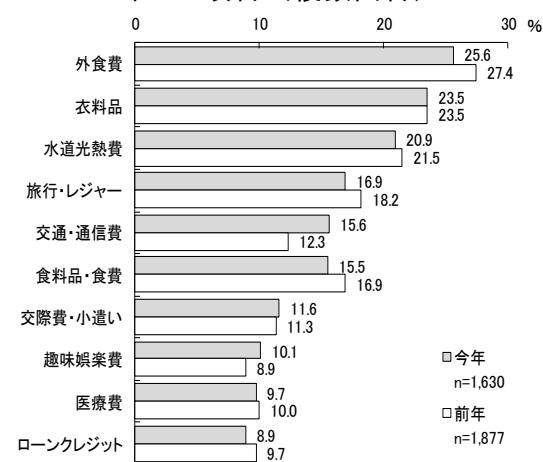


表9. “減らしたい”“減りそうな”上位10項目(複数回答、世帯主年代別)

	単位:件、%					
	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	46	131	343	439	419	252
外食費	17.4	28.2	26.8	24.6	24.3	27.8
衣料品	28.3	19.1	22.7	20.7	25.1	28.2
水道光熱費	17.4	24.4	21.3	21.9	20.8	17.9
旅行・レジャー	21.7	12.2	14.0	18.0	17.4	19.8
交通・通信費	4.3	9.2	16.0	13.9	18.4	18.7
食料品・食費	10.9	22.9	18.4	14.4	14.1	13.1
交際費・小遣い	10.9	7.6	12.2	11.6	11.7	12.7
趣味・娯楽費	8.7	9.9	9.9	9.8	8.8	13.5
医療費	-	6.1	9.0	9.3	12.2	10.7
ローンクレジット	8.7	9.2	8.2	10.9	9.3	5.6

3. 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（94.1%）」が圧倒的に高く、「ドラッグストア（55.2%）」が続く（表10）。

年代別では、「食料品スーパー」は全年代で9割を超えた。「20代以下」と「60代」では「コンビニ」の利用が高めに出た。また、「生協等の共同購入」「道の駅、直売所等」は年代の上昇とともに高くなった。

表 10. 食料品の買い物に利用する場所
(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	1,630	67	164	357	465	377	200
食料品スーパー	94.1	91.0	95.1	93.0	93.1	95.5	96.0
ドラッグストア	55.2	43.3	60.4	59.1	56.8	52.5	49.5
コンビニ	30.4	32.8	29.3	29.4	29.5	34.7	26.5
生協等の共同購入	24.5	-	15.2	17.9	28.0	29.7	34.5
ショッピングモール複合商業施設	22.1	14.9	21.3	19.3	24.3	23.6	22.5
道の駅、直売所等	15.7	11.9	10.4	13.4	15.5	18.3	21.0
ホームセンター	12.4	7.5	4.3	10.1	11.6	16.2	19.5
ファストフード店	8.9	13.4	16.5	11.8	8.4	3.2	8.0
惣菜・弁当屋	8.2	10.4	9.1	9.8	7.5	6.6	8.5
ネット販売	7.2	3.0	7.3	6.2	6.9	9.3	7.5

(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（61.5%）」が最も高い（表11）。以下、「ホームセンター（53.1%）」「ネット通販（Amazon等、新品）（45.2%）」と続き、上位2項目は5割を超えた。

年代別では、「ドラッグストア」は30代～50代では6割を超え、「20代以下」

ではやや低い。「ホームセンター」は年代に比例して上昇し、「70代以上」では7割を超えた。「ネット通販」は「30代（53.7%）」が最も高かった。また、「ショッピングモール複合商業施設」では「20代以下（56.7%）」が最も高かった。

「ネット通販」に使う金額は、「5千円未満」では「70代以上（31.0%）」、「5千円以上、1万円未満」では「20代以下（38.9%）」、「1万円以上、3万円未満」では「40代（30.1%）」がそれぞれ最も高くなった（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)

	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	1,630	67	164	357	465	377	200
ドラッグストア	61.5	49.3	65.2	65.3	66.2	55.7	56.0
ホームセンター	53.1	28.4	33.5	43.7	51.6	65.5	74.5
ネット通販 (Amazon等、新品)	45.2	49.3	53.7	43.1	43.2	46.7	42.0
ショッピングモール 複合商業施設	43.7	56.7	44.5	43.1	40.6	46.9	40.5
専門店(家電量販店・ 衣料品専門店等)	26.7	22.4	18.3	20.4	26.9	32.6	34.5
コンビニ	16.9	23.9	20.7	21.3	16.3	13.0	12.0
百貨店・デパート	12.0	16.4	8.5	10.9	11.4	14.1	12.5

表 12. ネット通販に使う金額（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	1,255	54	138	286	355	280	142
5千円未満	28.0	25.9	29.7	26.2	27.6	28.2	31.0
5千円以上、1万円未満	35.6	38.9	31.2	36.0	35.2	36.1	38.0
1万円以上、3万円未満	26.9	29.6	24.6	30.1	26.8	25.4	24.6
3万円以上、5万円未満	6.0	1.9	9.4	5.6	6.8	5.4	4.2
5万円以上、10万円未満	3.0	1.9	4.3	1.7	2.8	4.6	2.1
10万円以上、30万円未満	0.5	1.9	0.7	0.3	0.6	0.4	-
30万円以上	0.1	-	-	-	0.3	-	-

Ⅲ. 新型コロナに対する不安と行動様式の変化

1. 新型コロナに対する不安要素

～「自分や家族が罹患する不安」が最も高い

新型コロナに対する不安要素では「自分や家族が罹患する不安（79.1%）」が最も高い（表13）。以下、「医療費の増加（35.6%）」「日用品、衛生用品等の支出増加（28.3%）」と続く。

年代別では、「自分や家族が罹患する不安」が全年代で最も高くなっており、60代以上では8割を超えた。「医療費の増加」は「70代以上（55.0%）」が最も高く、年齢に比例して上昇した。「日用品、衛生用品等の支出増加」は「70代以上（32.0%）」が最も高かった。

表 13. 新型コロナに対する不安
（上位7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	1,630	67	164	357	465	377	200
自分や家族が罹患する不安	79.1	61.2	79.3	78.7	78.5	81.7	82.0
医療費の増加	35.6	17.9	22.6	27.7	32.3	45.6	55.0
日用品、衛生用品等の支出増加	28.3	16.4	27.4	29.7	28.8	26.8	32.0
給与・収入の減少	28.0	37.3	27.4	37.3	31.0	21.0	15.5
食料品や食費の増加	26.6	16.4	27.4	30.0	25.8	23.1	32.0
雇用状況	18.2	17.9	17.7	21.0	18.9	18.0	12.5
株価等の変動に伴う資産の減少	13.7	16.4	15.9	11.5	9.0	17.0	19.5

2. ワクチン接種進展後の行動様式の変化

～「従来と変わらぬ感染防止策をしている」が最も高い

2回目のワクチン接種進展後の感染状況は一進一退であるものの、年代別では全年代で「従来と同様に感染防止策をしている」が最も高かった（表14）。「20代以下」を除く年代で8割を越え、「70代以上」では9割に達した。一方、「20代以下」では「感染防止策を取りながらも行動制限を徐々に緩和している」が23.9%と、年代による感染防止に対する意識の差が表れた。

表 14. 新型コロナの感染防止策等の行動様式の変化
（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	1,630	67	164	357	465	377	200
従来と変わらぬ感染防止策をしている	86.3	73.1	85.4	86.0	85.4	88.6	90.0
感染防止策を取りながらも行動制限を徐々に緩和している	10.7	23.9	11.6	12.0	11.8	8.2	5.0
感染防止策は行いが行動制限はしていない	2.5	3.0	2.4	1.7	2.6	2.4	4.0
感染防止策は行っていない	0.3	-	0.6	0.3	-	0.5	0.5
その他	0.2	-	-	-	0.2	0.3	0.5

3. 新型コロナの感染収束後にやりたいこと

～「国内旅行」が最も高い

新型コロナの感染収束後にやりたいことは「国内旅行（72.7%）」が最も高く、次いで「遠隔地にいる家族・親戚・知人との交流（46.0%）」「多人数での会食・飲み会（35.8%）」と続く（次頁表15）。

年代別では、「国内旅行」が全年代で最も高く、なかでも最も高かったのは「20

代以下」で 85.1%を占めた。「遠隔地にいる家族・親戚・知人との交流」では「70代以上」が 62.5%と最も高く、次いで「60代」が 55.7%となった。「多人数での会食・飲み会」は年代による大きな差はなかった。

表 15. 新型コロナの感染収束後にやりたいこと上位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	1,630	67	164	357	465	377	200
国内旅行	72.7	85.1	81.7	72.5	69.5	72.4	69.5
遠隔地にいる家族・親戚・知人との交流	46.0	26.9	40.9	33.1	45.6	55.7	62.5
多人数での会食・飲み会	35.8	32.8	36.6	39.8	34.8	34.5	33.5
温泉	22.9	10.4	15.9	20.4	25.4	25.7	26.0
音楽ライブ鑑賞やフェス参加	16.0	25.4	22.6	16.5	17.0	15.4	5.5

4. 新型コロナの感染収束後も継続したいこと

～「手指消毒」が最も高い

新型コロナの感染収束後も継続したいことは「手指消毒(79.0%)」が最も高く、次いで「マスク着用(57.6%)」「3密の回避(36.6%)」と続く(表 16)。

年代別では、「手指消毒」は50代以上では8割以上が継続したいと回答し、「20代以下」では約5割とその差が大きくなった。また、「マスク着用」「3密の回避」においても「20代以下」の回答が低く出ており意識の差が表れた。

また、コロナ禍でニューノーマルとなった「オンライン利用」や「飲食テイクアウト・デリバリー」の継続も一定数確認できる。

表 16. 新型コロナの感染収束後も継続したいこと
(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	1,630	67	164	357	465	377	200
手指消毒	79.0	50.7	73.8	73.9	80.0	88.1	82.5
マスク着用	57.6	43.3	52.4	59.4	55.7	60.2	63.0
3密(密集・密接・密閉)の回避	36.6	20.9	26.8	25.8	35.7	44.6	56.5
ソーシャルディスタンス	19.1	22.4	19.5	19.0	18.1	19.6	19.5
オンライン利用(会議・面談・面接など)	12.8	19.4	16.5	16.8	15.1	6.6	7.0
飲食テイクアウト・デリバリーの利用	11.3	19.4	24.4	15.7	8.2	7.7	4.5
ECサイト利用	5.5	4.5	6.7	7.6	6.2	3.7	3.0
リモートワーク	4.7	11.9	10.4	7.3	2.8	2.4	1.5
時差出勤	1.7	4.5	5.5	1.7	1.7	0.5	-
その他	0.2	-	0.6	-	0.2	0.3	-
なし	5.0	4.5	4.9	4.8	6.2	5.3	2.5

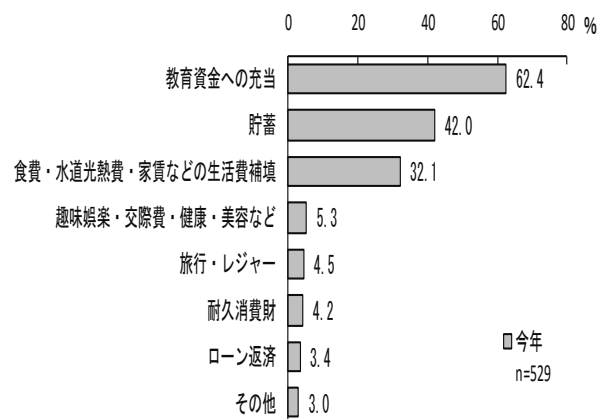
IV. 政府による経済対策

1. 18歳未満の子供への給付金(10万円相当)の使い道

～「教育資金」への充当が最も高い

給付金が支給された場合の使い道は「教育資金(62.4%)」が最も高く、次いで「貯蓄(42.0%)」「食費・水道光熱費・家賃などの生活費補填(32.1%)」と続いた(図 21)。

図 21. 18歳未満の子どもへの給付金の使い道
(複数回答)



2. マイナンバーカード作成とマイナポイント（第2弾）

～既に持っている（ポイント申請する）が最も高い

「既に持っている（ポイント申請する）（61.2%）」が最も高く、全年代での関心の高さがうかがえる（表17）。

また、「作ろうと思っている（ポイントがあれば）」は9.8%と、ポイントによるカード作成効果も一定程度は期待されるが、「ポイント付与第2弾を知らなかった」「ポイント申請の仕方がわからない」といった声も聞かれた。

表 17. マイナンバーカードとマイナポイント（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	1,629	67	164	357	464	377	200
既に持っている（ポイント申請する）	61.2	64.2	59.1	63.6	58.8	61.3	63.0
既に持っている（ポイント申請しない）	15.6	19.4	12.8	12.9	16.4	16.7	17.5
作ろうと思っている（ポイントがなくても）	3.3	1.5	4.3	2.8	3.4	2.7	5.0
作ろうと思っている（ポイントがあれば）	9.8	4.5	12.2	9.5	9.1	11.7	8.0
作るつもりはない	8.8	10.4	11.0	8.7	11.2	6.9	5.0
その他	1.3	-	0.6	2.5	1.1	0.8	1.5

表 18. 中心市街地への訪問頻度（回答者年代別、所要時間別）

	全体	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	1,630	67	164	357	465	377	200	691	408	507	24	-
増えた	19.6	35.8	28.0	20.4	19.6	18.0	8.5	19.1	16.9	22.7	12.5	-
減った	6.6	3.0	4.9	5.3	7.7	8.2	6.0	5.1	9.8	6.1	8.3	-
変わらない	30.7	29.9	28.7	37.0	32.5	25.7	27.0	32.7	29.4	29.4	25.0	-
訪問する機会がない	42.3	31.3	38.4	36.1	39.8	47.5	56.5	42.5	43.1	40.8	54.2	-
その他	0.7	-	-	1.1	0.4	0.5	2.0	0.6	0.7	1.0	-	-

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

V. 中心市街地への訪問

1. 中心市街地への訪問頻度

～「訪問する機会がない」が最も高い

中心市街地への訪問頻度では、「訪問する機会がない（42.3%）」が最も高く、次いで「変わらない（30.7%）」「増えた（19.6%）」と続く（表18）。

年代別では、「訪問する機会がない」は「20代以下（31.3%）」が最も低く、50代以下は4割未満となり、「60代（47.5%）」「70代以上（56.5%）」は高くなった。「増えた」は「20代以下（35.8%）」が最も高く、年代が上がるにつれ低くなった。長引くコロナ禍による外出自粛の影響から「外出は控えている」「感染対策で訪れていない」「興味があるので行ってみたいが、感染が怖くて行けない」といった声があるものの、全年代で「増えた」が「減った」を大きく上回った。

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「90分圏内（22.7%）」が最も高く、「訪問する機会がない」は「120分圏内」が5割を超えた。

なお、「120分以上」は対象者がいなかった。

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（82.9%）」が最も高く、次いで「宮崎山形屋（52.0%）」「宮崎ナナイロ（MEGA ドン・キホーテ）（51.4%）」と続いた（表 19）。

年代別では、「アミュプラザみやざき」は70代以上を除く全年代で8割を超え、人気の高さがうかがえる。「宮崎山形屋」は60代以上、「宮崎ナナイロ（MEGA ドン・キホーテ）」は40代以下でそれぞれ約6割と、年代による客層の違いが表れた。

また、複合商業施設に隣接する商店街では「あみーろーど・広島通周辺（26.7%）」が最も高い。「アミュプラザみやざき」による回遊効果を活かし連携強化することでさらに魅力ある街（商店街）となることが期待される。

表 19. 中心市街地への訪問場所
（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	928	46	101	224	278	196	83
アミュプラザみやざき	82.9	93.5	89.1	84.8	84.9	81.1	61.4
宮崎山形屋	52.0	47.8	51.5	45.1	51.8	59.2	57.8
宮崎ナナイロ （MEGAドン・キホーテ）	51.4	63.0	60.4	60.3	52.9	40.8	30.1
カリーノ宮崎	31.8	47.8	31.7	31.3	39.2	24.0	18.1
あみーろーど・ 広島通周辺	26.7	34.8	26.7	22.3	30.2	25.5	25.3
橋通3丁目周辺の 商店街	21.7	30.4	23.8	18.3	22.3	21.9	20.5
MRTmicc	14.5	13.0	15.8	20.1	15.8	8.7	8.4
高千穂通に面した 店舗	8.8	15.2	11.9	8.0	7.9	7.1	10.8
その他	1.2	-	-	1.8	-	1.0	6.0

VI. まとめ

本調査においては、1年前と比べた現在の景気を「悪い」とする回答が過半数で、「良い」を大きく上回った。

景気D Iは前年比12.7P改善したものの、足元の景況感は依然として“大変厳しい”状態にある。

景気を悪いと感じる理由は「物価上昇」が最も高い。原油価格・エネルギー価格の上昇は、ガソリンや生活関連物資等の物価を押し上げている。長引く新型コロナの影響を色濃く反映し、県独自の緊急事態宣言や国のまん延防止重点措置の適用による経済活動の停滞もあり、定例収入の減少や雇用環境の悪化が懸念される。

今後1年間の景気見込みについても、「悪い」が5割を超え、景気D Iは前年の見込みより改善されているものの、依然マイナスである。

現在の家計支出の状況は「変わらない」が過半数で、「増加」が「減少」を上回っている。「増加」の理由は「物価上昇（商品・サービス価格の上昇）」が過半数占めた。要因としては、新型コロナの第5波収束後のリベンジ消費等も考えられるが、「消費意欲の増進」といった前向きな増加理由とはなっていない。また、収入増加が期待できないなかでの「臨時支出の増加・発生」も高くなっている。

今後の景気・家計消費については、新型コロナへの警戒感などが重しとなるものの、3回目のワクチン接種の進展による感染抑制と、政府の経済対策などの後押しによる回復を期待したい。

（永井）