

# 第5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62.3%～

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。昨今の急激な物価上昇による影響、キャッシュレスの普及に伴う「現金以外の決済方法」、2023年4月解禁の「給与デジタル払い」、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」が最も高く、D I（※）は▲59.0と前年の▲54.1から4.9ポイント（以下「P」）悪化した。  
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「定例収入の減少（44.6%）」が最も高く、次いで「雇用環境の悪化（24.7%）」が続き、上位2項目で約7割を占めた。
2. 現在の家計支出の状況は「増加（64.2%）」が最も高く、「変わらない（27.1%）」「減少（8.7%）」となった。今後の家計支出の見込みは、「増加（64.1%）」が全体の6割を超えており、急激な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（82.8%）」「電子マネー（62.1%）」「バーコード・QRコード決済（スマホ決済）（56.3%）」が上位に入り、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（86.7%）」が最も高かった。また、2023年4月に解禁される給与デジタル払いは「受け取りを希望しない（43.9%）」が「受け取りを希望する（11.4%）」を上回った。
4. 宮崎市内の中心市街地への訪問頻度は、「増えた（8.2%）」が前年比11.4P低下し、「減った（30.3%）」は同23.7P上昇した。

※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。

### 【調査概要】

実施時期	2023年1月27日(金)～2月7日(火)	【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…2022年1月28日(火)～2月8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	1,658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	51	3.1
30代	159	9.6
40代	336	20.3
50代	469	28.3
60代	410	24.7
70代以上	233	14.1
合計	1,658	100.0

#### 2. 世帯主年代

単位:世帯、%

年代	回答数	構成比
20代以下	30	1.8
30代	130	7.8
40代	328	19.8
50代	452	27.3
60代	436	26.3
70代以上	282	17.0
合計	1,658	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)	27	1.6
1人(単身赴任を除く)	150	9.0
夫婦のみ	622	37.5
夫婦と子(子育て世帯)	562	33.9
その他	297	17.9
合計	1,658	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
有効回答数	1,658	27	150	622	562	1,011	354
20代以下	3.1	3.7	8.7	1.3	3.0	0.1	0.8
30代	9.6	3.7	8.0	1.4	20.6	3.8	1.1
40代	20.3	11.1	20.0	4.0	40.6	12.8	2.5
50代	28.3	51.9	29.3	25.1	29.4	28.2	5.1
60代	24.7	25.9	22.0	40.2	4.8	35.5	38.7
70代以上	14.1	3.7	12.0	28.0	1.6	19.7	51.7

#### 【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」は前年に比べ悪化

現在の景気は「悪い(62.3%)」が最も高く、以下「変わらない(34.4%)」「良い(3.3%)」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▲59.0と前年比4.9P悪化し、全年代で悪化傾向がみられた(表1)。

世帯主職業・収入区分別でも、全区分で「悪い」が過半数を超え、農林水産業は7割を超えた(図2)。

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	▲59.0	▲56.7	▲45.4	▲57.6	▲58.4	▲61.0	▲64.9
前年	▲54.1	▲41.7	▲36.0	▲55.2	▲53.8	▲59.6	▲61.5
前年比	▲4.9	▲15.0	▲9.4	▲2.4	▲4.6	▲1.4	▲3.4

図1. 1年前と比べた現在の景気  
(回答者年代別)

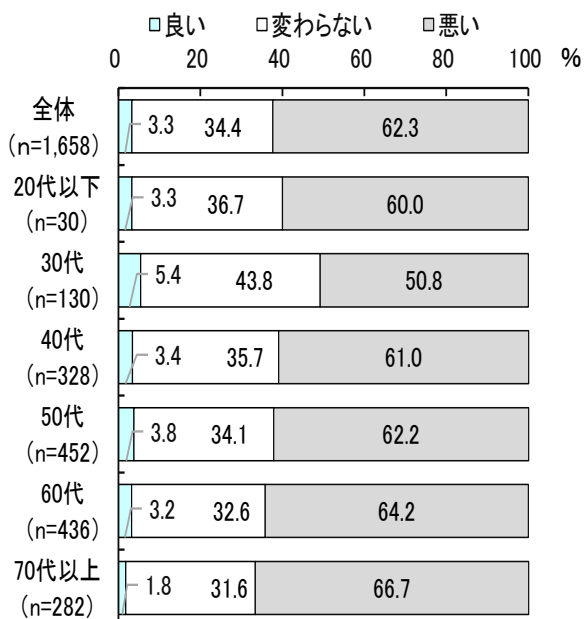
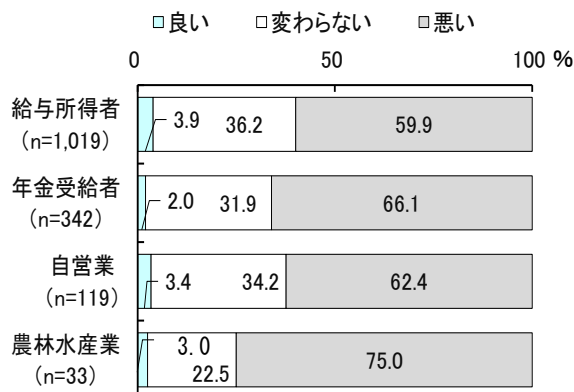


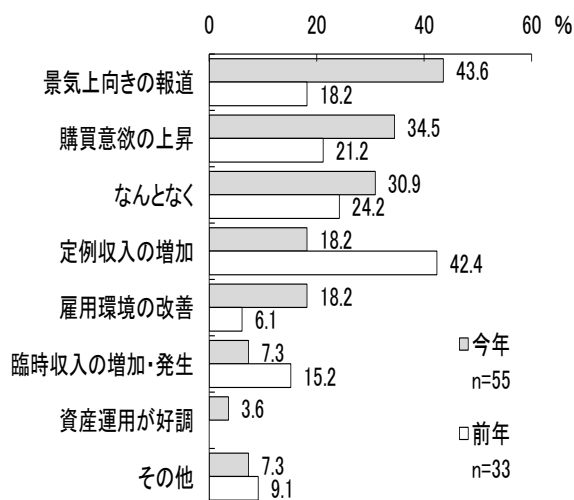
図2. 1年前と比べた現在の景気  
(世帯主職業・収入区分別)



(2) 景気が「良い」と感じる理由  
～「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(43.6%)」が最も高く、前年比25.4P上昇した(図3)。以下「購買意欲の上昇(34.5%)」「なんとなく(30.9%)」「定例収入の増加(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(89.8%)」が最も高い(図4)。以下「定例収入の減少(30.9%)」「購買意欲の低下(23.4%)」と続いた。

年代別では「物価上昇」は全年代で約9割を占め、「定例収入の減少」は「60代(44.7%)」が最も高かった(表2)。「購買意欲の低下」は「70代以上(30.1%)」が他の年代よりも高かった。

また、年金受給者の世帯では、「定例収入の減少(41.5%)」が給与所得者を17.2P上回った。

図4. 景気が「悪い」と感じる理由(複数回答)

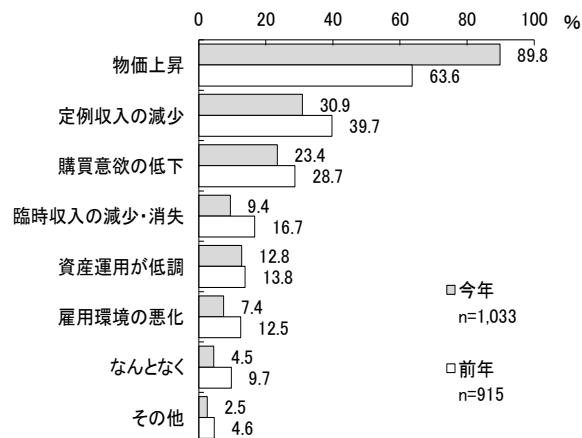


表2. 景気が「悪い」と感じる理由(複数回答)  
(回答者年代・世帯主収入区分別)

	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	114	206	293	264	156	606	234
物価上昇	90.4	87.9	91.5	89.4	89.7	92.4	89.7
定例収入の減少	20.2	20.9	27.6	44.7	34.6	24.3	41.5
購買意欲の低下	24.6	20.9	21.5	23.1	30.1	22.1	27.4
臨時収入の減少・消失	15.8	7.8	10.2	10.6	3.2	9.2	5.6
資産運用が低調	12.3	11.2	8.5	15.5	18.6	11.7	16.2
雇用環境の悪化	9.6	7.3	9.2	7.6	1.9	8.3	3.0
なんとなく	1.8	4.4	3.1	5.3	8.3	3.1	6.8
その他	1.8	3.9	4.1	0.8	1.3	3.0	1.3

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(55.0%)」が過半数を占め、次いで「変わらない(36.3%)」「良い(8.7%)」となった(次頁図5)。

年代別では、「良い」は「20代以下(19.6%)」が最も高い。「悪い」は年代が上がるにつれ上昇傾向にあり、60代以上では6割を超えた。

今後1年間の景気DIは▲46.3で、前年比0.4P上昇した。年代別では、「20代以下」「40代」「50代」「70代以上」は前年から改善したものの、DIの上昇は小幅なものとなった(次頁表3)。

図5. 今後1年間の景気見通し  
(回答者年代別)

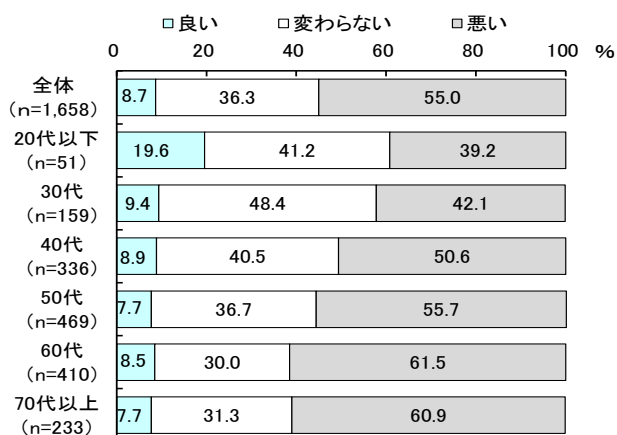


表3. 今後1年間の景気DI (回答者年代別)

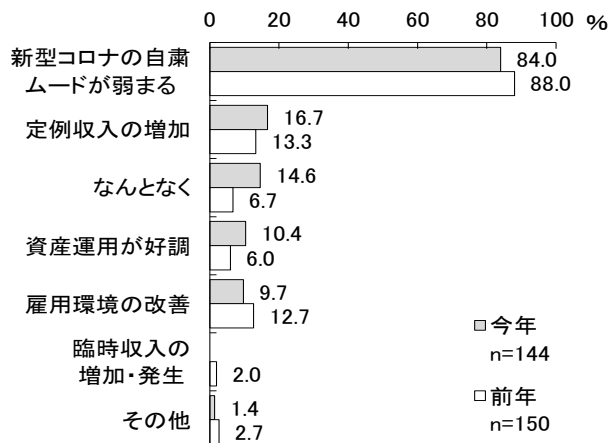
単位:P

	全体	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
今年	▲46.3	▲19.6	▲32.7	▲41.7	▲48.0	▲53.0	▲53.2
前年	▲46.7	▲22.4	▲31.1	▲46.2	▲49.5	▲50.4	▲55.0
前年比	0.4	2.8	▲1.6	4.5	1.5	▲2.6	1.8

(2) 今後の景気を「良い」と感じる理由  
～「新型コロナウイルスの自粛ムードが弱まる」  
が8割超

今後1年間の景気を「良い」と感じる理由は、「新型コロナウイルスの自粛ムードが弱まる(84.0%)」が前年同様で最も高かった(図6)。ウイズコロナの浸透とともに、徐々に景気回復するとの期待感が表れた結果となった。

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  
～「定例収入の減少」が大きく影響

今後の景気を「悪い」と感じる理由は、「定例収入の減少(44.6%)」が最も高く、前年比3.5P上昇した(図7)。次いで「雇用環境の悪化(24.7%)」となった。また、前年最も高かった「新型コロナウイルスの自粛ムードが強まる」は13.5%にとどまった。

回答者年代・収入区別では、全ての年代・区分で「定例収入の減少」が最も高くなった(表4)。

図7. 今後の景気を「悪い」と感じる理由 (複数回答)

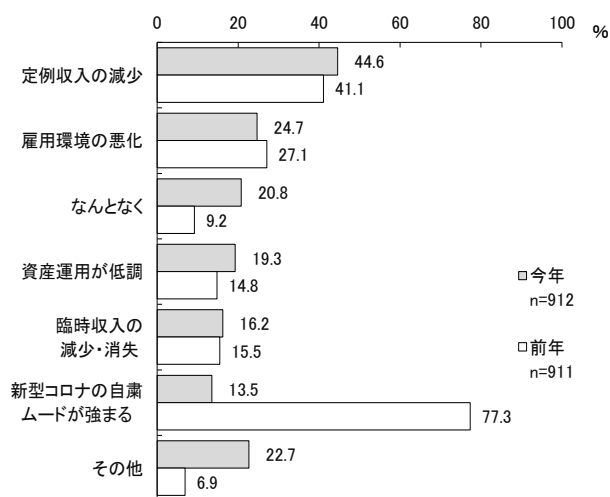


表4. 今後の景気を「悪い」と感じる理由 (複数回答、回答者年代・収入区別)

単位:件、%

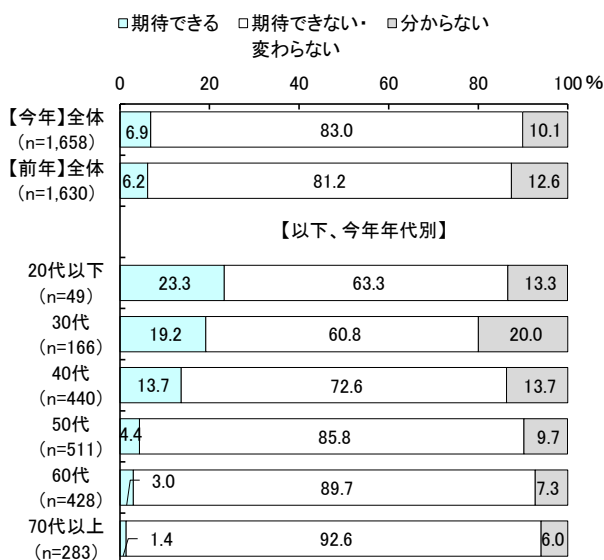
	30代以下	40代	50代	60代	70代以上	給与所得者	年金受給者
有効回答数	87	170	261	252	142	531	217
定例収入の減少	32.2	34.7	40.6	57.1	49.3	39.7	54.4
雇用環境の悪化	26.4	20.6	28.0	24.2	23.2	26.9	20.7
なんとなく	28.7	21.8	20.7	14.3	26.8	22.2	21.7
資産運用が低調	13.8	17.1	16.9	25.0	19.7	16.9	23.5
臨時収入の減少・消失	21.8	17.6	16.9	15.5	11.3	16.8	12.4
新型コロナウイルスの自粛ムードが強まる	12.6	10.6	12.6	16.7	13.4	11.7	18.4
その他	19.5	27.6	24.9	17.9	23.2	23.7	16.6

#### (4) 賃上げ・世帯収入増加への期待感 ～「期待できる」はわずか6.9%

賃上げ・世帯収入増加への期待感は、「期待できる(6.9%)」が「期待できない・変わらない(83.0%)」を前年に続き大きく下回った(図8)。

年代別では、若い年代で「期待できる」の割合が比較的高く、年齢が上がるにつれて割合は低下した。

図8. 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」が過半数を超える

前年と比べた現在の家計支出は、「増加(64.2%)」が最も高い(図9)。「増加」は前年比37.1P上昇し、「変わらない(27.1%)」は前年比30.9P低下、「減少(8.7%)」は同6.1P低下した。

年代別では、「増加」は「30代(76.2%)」が最も高く、その他の年代でも6～7割を占めた。「減少」は60代以上が約1割で、他の年代は1割未満もしくは該当な

しであった。

世帯構成別では、「増加」は「1人(単身赴任)」と「夫婦と子(子育て世帯)」で7割を超えた。また、他の世帯でも「増加」は5割を超え、全世帯で「減少」を上回った(図10)。

図9. 家計支出の状況(世帯主年代別)

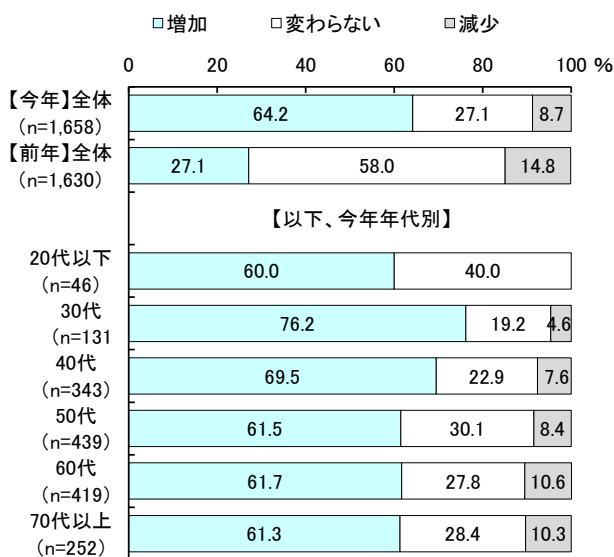
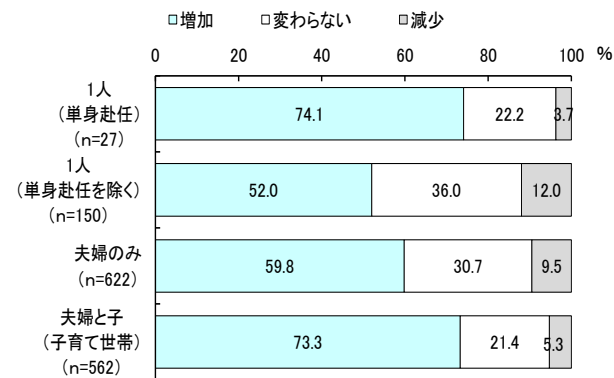


図10. 家計支出の状況(世帯構成別)



#### (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)(86.0%)」が最も高く、以下「臨時支出の増加・発生(28.1%)」「家族状況の変化(21.2%)」

が続き、前向きな理由である「消費意欲の増進（5.3%）」と「定例収入の増加（5.0%）」はいずれも1割未満だった（図11）。

年代別では、「70代以上」で「物価上昇（商品・サービス価格の上昇）」が9割超、「臨時支出の増加・発生」が約4割と高い割合を示した（表5）。「40代」「50代」では「家族状況の変化」が約3割と他の年代より高くなった。

図11. 家計支出の増加理由（複数回答）

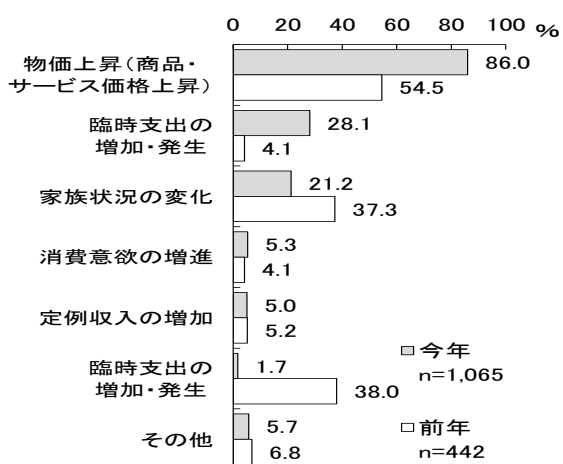


表5. 家計支出の増加理由（複数回答、世帯主年代別）

	単位: 件、%				
	30代以下	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	117	228	278	269	173
物価上昇(商品・サービス価格上昇)	84.6	82.0	86.7	84.8	93.1
臨時支出の増加・発生	22.2	21.9	27.3	31.2	36.4
家族状況の変化	23.9	32.9	28.8	10.8	8.1
消費意欲の増進	7.7	6.6	5.4	3.7	4.0
定例収入の増加	11.1	7.5	2.9	3.7	2.9
臨時収入の増加・発生	0.9	2.6	1.8	1.9	0.6
その他	10.3	3.9	6.5	5.9	3.5

### (3) 家計支出の増加項目（上位5項目） ～最も増加した項目は「水道光熱費」

家計支出の増加項目は、「水道光熱費（75.7%）」が最も高く、次いで「食料品・食費（74.1%）」「交通・通信費（31.3%）」

となった（図12）。「水道光熱費」は前年比28.0P、「食料品・食費」は同14.8Pと大幅に上昇しており、ウクライナ情勢の混迷や為替相場の変動による影響の大きさがうかがえる。

年代別でも、総じて「水道光熱費」「食料品・食費」が高い。「50代」「60代」では「交通・通信費」の割合が4割近くに達している（表6）。

図12. 家計支出の増加項目（上位5項目、複数回答）

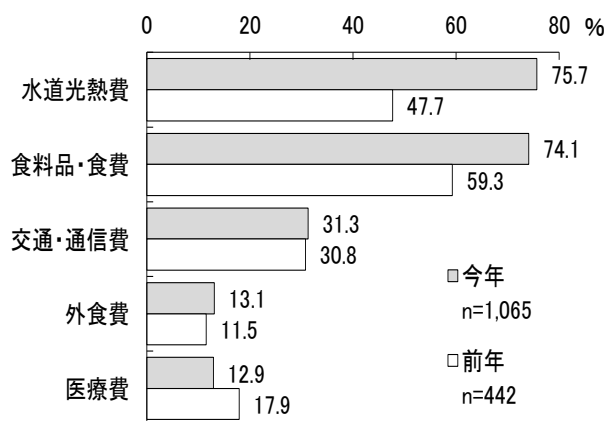


表6. 家計支出の増加項目（上位5項目、複数回答、世帯主年代別）

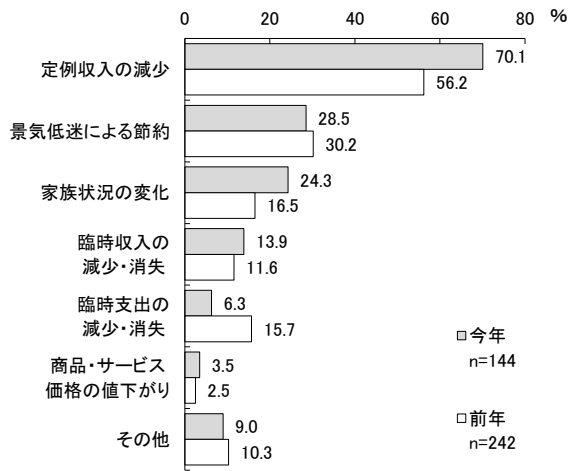
	単位: 件、%				
	30代以下	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	117	228	278	269	173
水道光熱費	67.5	74.6	77.0	76.2	79.8
食料品・食費	76.9	72.4	70.5	71.7	83.8
交通・通信費	18.8	29.4	37.8	37.2	22.5
外食費	23.9	11.0	14.0	10.8	11.0
医療費	3.4	5.3	12.6	14.9	26.6

### (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（70.1%）」が前年比13.9P上昇し最も高い（次頁図13）。以下「景気低迷による節約（28.5%）」「家族状況の変化（24.3%）」が続いた。

図 13. 家計支出の減少理由(複数回答)

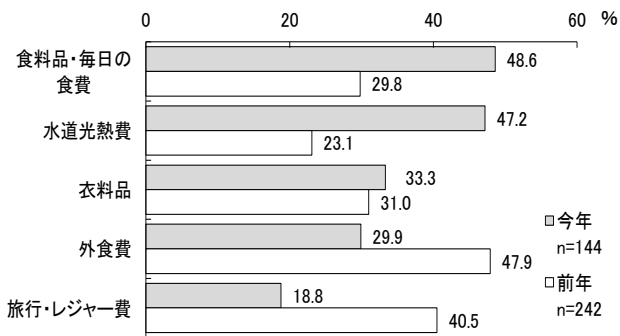


(5) 家計支出の減少項目

～「食料品・毎日の食費」が高い

減少項目は、「食料品・毎日の食費(48.6%)」、次いで「水道光熱費(47.2%)」となり、いずれも前年から大きく上昇した(図14)。「衣料品」は前年並みで、「外食費」「旅行・レジャー費」は低下した。

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

～「増加」が過半数

今後の家計支出の増減見込みは、「増加(64.1%)」が最も高く、前年比27.2P上昇した(図15)。「変わらない(27.3%)」は同23.3P低下し、「減少(8.6%)」は同3.9P低下した。

年代別では、「増加」は「40代(70.1%)」が最も高く、「20代以下(56.7%)」を除く年代では6割を超えた。「減少」は「60代(10.8%)」が最も高いが、他の年代では1割未満となった。

世帯構成別では、「1人(単身赴任)」を除く世帯で「増加」が5割を超え、なかでも「夫婦と子(子育て世帯)」で「増加(72.6%)」が最も高くなっており、教育費など子育てにかかる費用負担の重さがみてとれる(図16)。

図 15. 今後の家計支出の増減見込み(世帯主年代別)

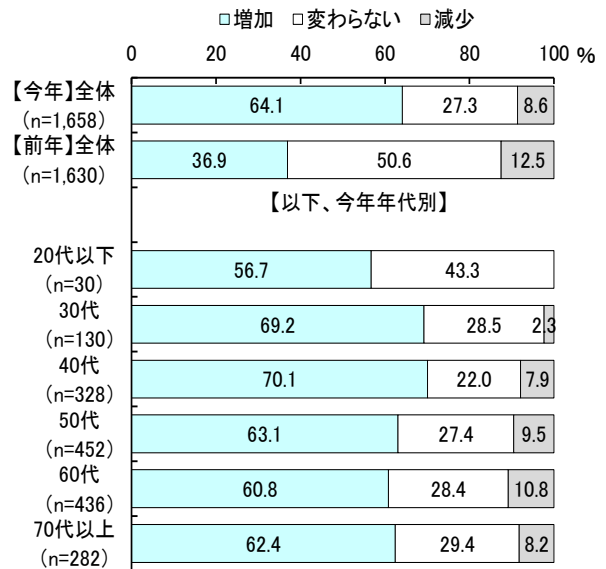
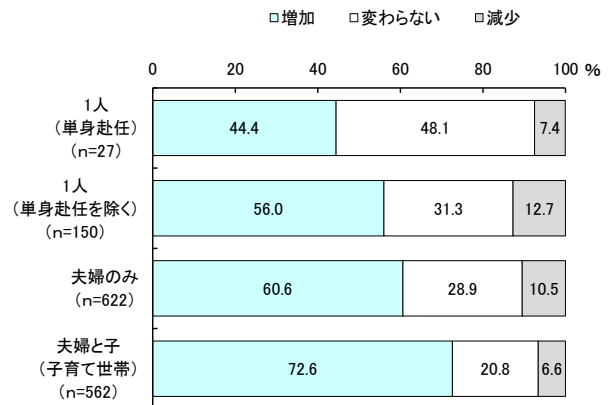


図 16. 今後の家計支出の増減見込み(世帯構成別)



(2) 今後、家計支出の増加を見込む理由  
～「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(86.7%)」が最も高く、「税金等支払(25.8%)」「家族状況の変化(25.4%)」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、60代以上では9割を超えた(表7)。「税金等支払」では「60代(35.5%)」が、「家族状況の変化」は「40代(40.9%)」が最も高かった。

図17. 家計支出増加を見込む理由  
(上位5項目、複数回答)

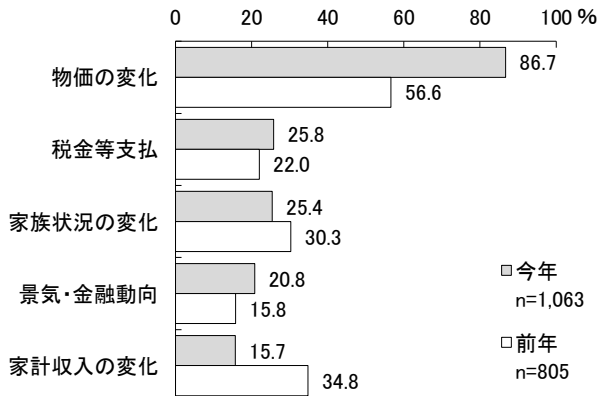


表7. 家計支出増加を見込む理由  
(上位5項目、複数回答、世帯主年代別)

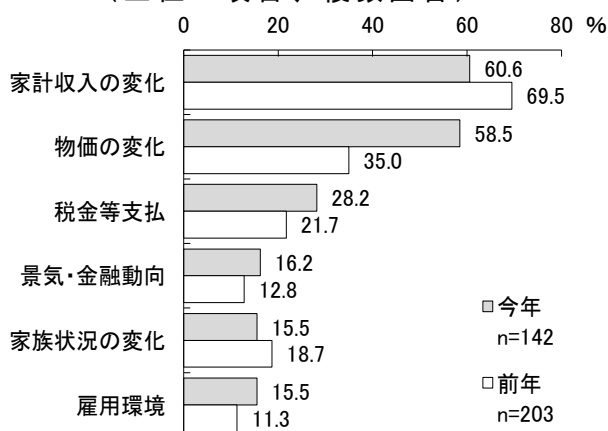
単位:件、%

	30代以下	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	107	230	285	265	176
物価の変化	83.2	79.6	87.4	91.3	90.3
税金等支払	15.0	20.9	21.8	35.5	30.7
家族状況の変化	35.5	40.9	30.5	9.4	14.8
景気・金融動向	20.6	17.8	20.4	24.2	20.5
家計収入の変化	4.7	9.1	11.2	26.0	22.7

(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(60.6%)」が最も高いものの前年比8.9P低下し、「物価の変化(58.5%)」は同23.5P上昇した(図18)。

図18. 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  
～「水道光熱費」が最も高い

今後1年間で“増やしたい”“増えそうな”項目は、「水道光熱費(55.5%)」が最も高く、以下「食料品・食費(49.6%)」「交通・通信費(21.8%)」となった(図19)。なお、「水道光熱費」は前年比31.7P、「食料品・食費」は同21.4Pと大きく上昇した。

年代別では、60代以上の「医療費」、子育て世帯が多い30～50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(次頁表8)。

図19. “増やしたい”“増えそうな”  
上位10項目(複数回答)

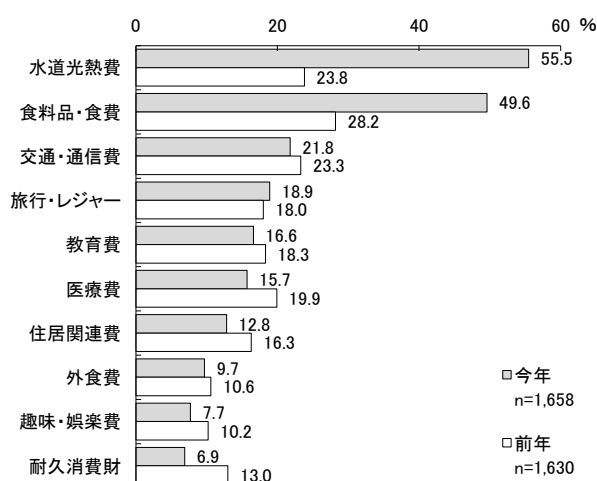




表8. “増やしたい”“増えそうな”上位10項目(複数回答、世帯主年代別)

	単位:件、%					
	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	30	130	328	452	436	282
水道光熱費	43.3	41.5	47.6	61.3	58.3	58.9
食料品・食費	26.7	51.5	47.9	48.5	46.3	60.3
交通・通信費	20.0	13.1	18.0	26.8	23.4	19.9
旅行・レジャー	26.7	23.8	15.9	15.7	24.8	15.6
教育費	6.7	30.8	40.5	19.5	2.8	0.4
医療費	3.3	3.1	6.4	12.8	22.5	28.0
住居関連費	10.0	6.2	4.9	15.7	16.1	15.6
外食費	23.3	14.6	8.8	7.3	10.6	9.6
趣味・娯楽費	13.3	7.7	5.5	6.4	9.6	8.5
耐久消費財	3.3	6.2	5.5	7.1	8.7	6.4

(5) 今後1年間の家計支出減少項目  
～「水道光熱費」が最も高い

「減らしたい」「減りそうな」項目は、「水道光熱費(29.9%)」が最も高く、前年比9.0P上昇した(図20)。以下「外食費(25.9%)」「衣料品(23.8%)」「食料品・食費(21.0%)」が続いた。

年代別では、「趣味娯楽費」は「20代以下」での割合が高く、「交通・通信費」「旅行・レジャー」「交際費・小遣い」「医療費」では年代上昇に伴い割合が高くなる傾向がある。その他の項目では、年代による大きな違いはみられない(表9)。

図20. “減らしたい”“減りそうな”上位10項目(複数回答)

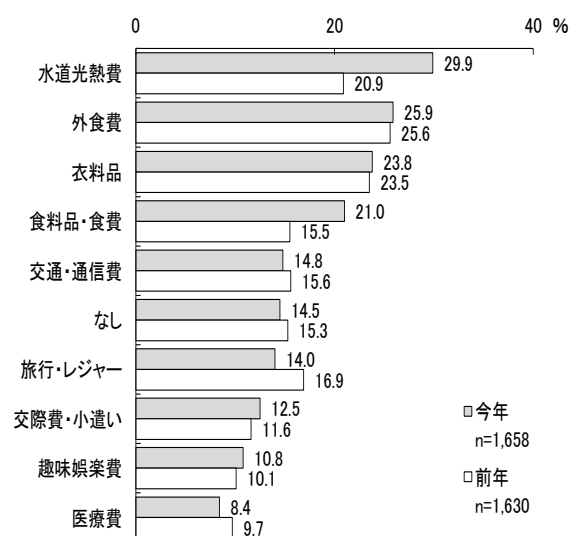


表9. “減らしたい”“減りそうな”上位10項目(複数回答、世帯主年代別)

	単位:件、%					
	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	30	130	328	452	436	282
水道光熱費	23.3	30.8	33.5	30.5	27.8	28.4
外食費	20.0	23.1	24.1	25.7	28.2	27.0
衣料品	26.7	23.1	22.0	20.8	25.0	28.7
食料品・食費	20.0	24.6	22.9	19.9	19.3	21.6
交通・通信費	10.0	10.8	12.2	13.7	17.7	17.4
なし	10.0	17.7	13.7	15.5	12.4	16.0
旅行・レジャー	6.7	10.0	10.7	14.8	16.1	16.0
交際費・小遣い	3.3	7.7	7.3	14.8	14.4	15.2
趣味娯楽費	23.3	6.9	11.9	11.7	9.9	9.9
医療費	3.3	3.1	7.3	6.6	10.3	12.4

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」が圧倒的に高い

食料品の買い物場所は「食料品スーパー(92.3%)」が圧倒的に高く、「ドラッグストア(53.3%)」「ディスカウントストア(38.1%)」が続いた(表10)。

年代別では、「食料品スーパー」は「20代以下(88.2%)」を除く年代で9割以上となった。「70代以上」の「ホームセンター(19.7%)」は他の年代より割合が高い。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まる傾向がみられた。

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	1,658	51	159	336	469	410	233
食料品スーパー	92.3	88.2	94.3	91.1	90.0	95.1	93.1
ドラッグストア	53.3	47.1	47.8	55.4	58.0	50.7	50.2
ディスカウントストア	38.1	23.5	31.4	44.6	41.2	36.1	33.9
コンビニ	25.3	17.6	20.8	23.5	28.6	26.3	24.0
生協等の共同購入	24.4	5.9	17.6	14.9	27.1	31.7	28.8
ショッピングモール・複合商業施設	22.8	17.6	20.1	19.0	23.2	24.9	26.6
道の駅、直売所等	17.2	5.9	10.7	13.4	16.4	22.9	21.0
ホームセンター	9.3	5.9	1.9	5.7	7.7	11.5	19.7
惣菜・弁当屋	7.9	11.8	6.9	8.6	10.0	5.9	6.0
ファストフード店	7.8	7.8	9.4	11.3	7.7	5.9	5.2

※ 今回よりディスカウントストアを選択肢に追加

(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（59.4%）」が最も高い（表11）。以下、「ホームセンター（49.4%）」「ショッピングモール・複合商業施設（41.9%）」「ネット通販（Amazon等、新品）（40.8%）」と続いた。

年代別では、「ドラッグストア」は30～50代では6割を超え、「20代以下（37.3%）」ではやや低い。「ホームセンター」は年代が上がるにつれ割合が上昇し、60代以上では6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5割を超え、「ネット通販」は「50代」と「70代以上」を除く年代で4割を超えた。

ネット通販に使う金額は、「5千円未満」が「70代以上（33.5%）」、「5千円以上、1万円未満」は「20代以下（42.9%）」、「1万円以上、3万円未満」は「40代（31.6%）」で最も高く、3万円以上使う割合は全年代で低い（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）

	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	1,658	51	159	336	469	410	233
ドラッグストア	59.4	37.3	66.0	61.9	63.8	57.3	51.1
ホームセンター	49.4	23.5	31.4	35.4	49.0	62.0	66.1
ショッピングモール・複合商業施設	41.9	51.0	47.8	39.6	41.8	41.5	39.9
ネット通販（Amazon等、新品）	40.8	45.1	44.0	40.8	39.9	43.9	33.9
ディスカウントストア	38.2	29.4	32.1	44.3	38.6	39.0	33.0
専門店（家電量販店・衣料品専門店等）	23.3	13.7	15.1	19.3	22.4	28.0	30.5
コンビニ	14.5	19.6	10.7	16.4	15.4	14.4	12.0

※ 今回よりディスカウントストアを選択肢に追加

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	1,309	42	136	272	372	329	158
5千円未満	30.7	28.6	30.9	29.0	31.2	30.4	33.5
5千円以上、1万円未満	32.9	42.9	24.3	30.1	34.7	34.0	36.1
1万円以上、3万円未満	26.2	16.7	30.1	31.6	25.3	24.3	22.2
3万円以上、5万円未満	6.1	2.4	8.1	6.3	5.4	7.3	4.4
5万円以上、10万円未満	3.1	9.5	5.9	2.2	2.4	3.3	1.9
10万円以上、30万円未満	0.7	-	0.7	0.7	0.8	0.3	1.3
30万円以上	0.2	-	-	-	0.3	0.3	0.6

#### 4. 2022年春以降の物価上昇による影響と対応策

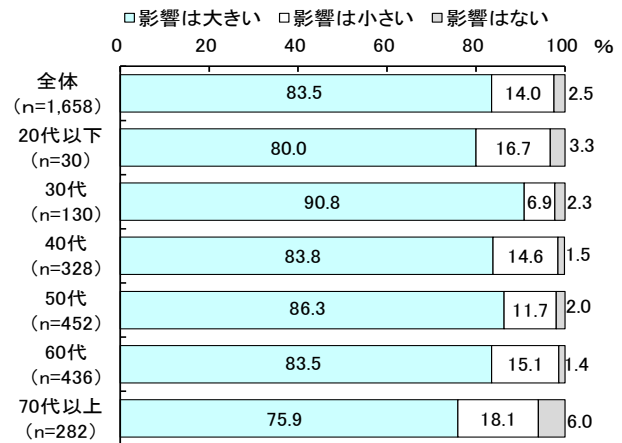
##### （1）物価上昇による生活への影響

###### ～「影響は大きい」が8割を超える

ロシアによるウクライナ侵攻に伴うエネルギー価格の上昇や為替相場の変動は様々な品目の物価上昇をもたらし、「影響は大きい（83.5%）」が8割に達した（図21）。

年代別では「30代（90.8%）」が最も高く、最も低い「70代以上（75.9%）」でも7割を超えている。

図 21. 物価上昇による生活への影響  
（世帯主年代別）



##### （2）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（53.7%）」が最も高く、次いで「外食費を減らす（49.2%）」「燃料費（光熱費、ガソリンなど）の節約（44.3%）」と続いた（次頁図 22）。上位2項目は食費関連であり、食費の見直しは家計の調整弁の役目も果たしており、物価上昇を裏付ける結果となった。

年代別では、50代以上の年代で「食材費の節約」が5割を超えた（次頁表 13）。また、「30代」の「キャッシュレス決済に

よるポイント活用(44.6%)」は他の年代よりも高くなっている。

自由意見では、「これ以上の対策のしようがない」「ネット通販による購入を抑制」「食料品も『おつとめ品』を買うようにしている」などの回答があった。

図 22. 物価上昇への対応策  
(上位 10 項目、複数回答)

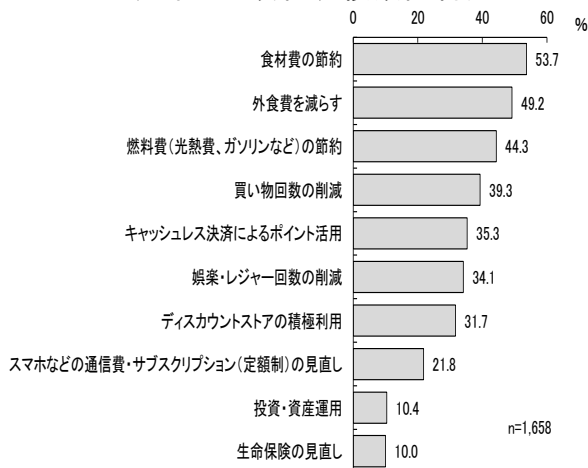


表 13. 物価上昇への対応策  
(上位 10 項目、複数回答、世帯主年代別)

単位: 件、%

	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	30	130	328	452	436	282
食材費の節約	40.0	48.5	48.5	56.0	55.5	57.1
外食費を減らす	36.7	45.4	49.7	50.0	50.5	48.6
燃料費(光熱費、ガソリンなど)の節約	23.3	36.2	39.0	46.5	47.2	48.6
買い物回数の削減	13.3	33.1	33.8	41.4	43.1	41.8
キャッシュレス決済によるポイント活用	16.7	44.6	37.8	36.9	35.1	27.7
娯楽・レジャー回数の削減	13.3	24.6	33.8	33.2	37.4	37.2
ディスカウントストアの積極利用	6.7	31.5	33.2	36.3	31.9	24.8
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	26.7	29.2	20.1	19.7	25.2	17.7
投資・資産運用	23.3	22.3	14.6	8.0	8.7	5.3
生命保険の見直し	13.3	11.5	9.8	8.8	11.9	7.8

### 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

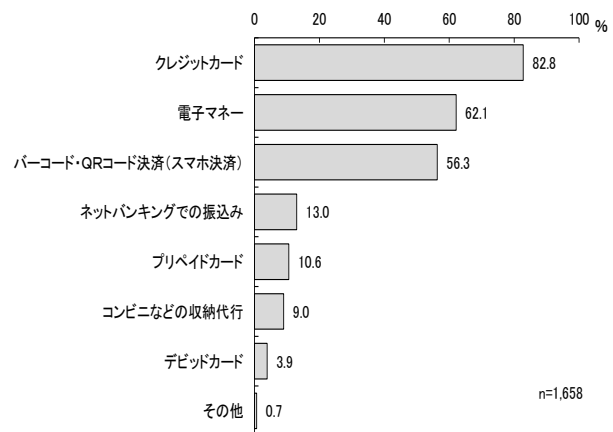
(1) 現金以外の決済方法  
～「クレジットカード」が最も高い

近年、キャッシュレスの普及が進んでいるが、現金以外の決済方法について最も高かったのは「クレジットカード

(82.8%)」であった(図 23)。以下「電子マネー(62.1%)」「バーコード・QRコード決済(スマホ決済)(56.3%)」が続いた。

年代別では、「クレジットカード」は全年代で8割を超えた(表 14)。「電子マネー」は「40代(68.0%)」が最も高く、30～60代では6割以上となっている。「70代以上」でも約5割となり、高齢者層への浸透もうかがえる。「バーコード・QRコード決済(スマホ決済)」は「20代以下(83.3%)」が最も高く、30～50代は6割を超え「70代以上」でも約4割となった。

図 23. 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23、表14)

表 14. 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	30	130	328	452	436	282
クレジットカード	83.3	87.7	80.2	81.2	84.6	83.0
電子マネー	53.3	60.0	68.0	66.8	62.2	49.6
バーコード・QRコード決済(スマホ決済)	83.3	66.9	63.7	60.6	54.6	35.8
ネットバンキングでの振込み	-	16.2	10.4	11.3	18.6	10.3
プリペイドカード	13.3	4.6	4.6	9.3	14.7	15.6
コンビニなどの収納代行	3.3	4.6	7.3	10.4	10.6	8.9
デビットカード	3.3	0.8	2.7	4.0	4.8	5.3
その他	-	0.8	0.6	0.2	0.9	1.4

(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(86.7%)」が最も高く、次いで「支払い手続きが簡単(66.4%)」「現金を持ち歩かなくてよい(41.3%)」となった(図24)。「衛生的で安心」「近くに銀行の窓口やATMがない」「硬貨を持ち歩きたくない」「通販の場合、手数料がかからない」という声もあった。

年代別では30代以下では「ポイント付与や割引がある」が9割を超え、その他の年代も総じて高かった(表15)。「支払い手続きが簡単」は「30代(57.7%)」がやや割合が低いものの、他の年代では6割を超え総じて高く、「60代(72.7%)」が最も高くなった。「現金を持ち歩かなくてよい」では60代以上で割合が高かった。

現金以外の決済方法で使う金額では、全体では「1万円以上、3万円未満」が最も高く、20代を除く年代でも同様の結果であった(表16)。

図24. 現金以外の決済方法を利用する理由  
(複数回答)

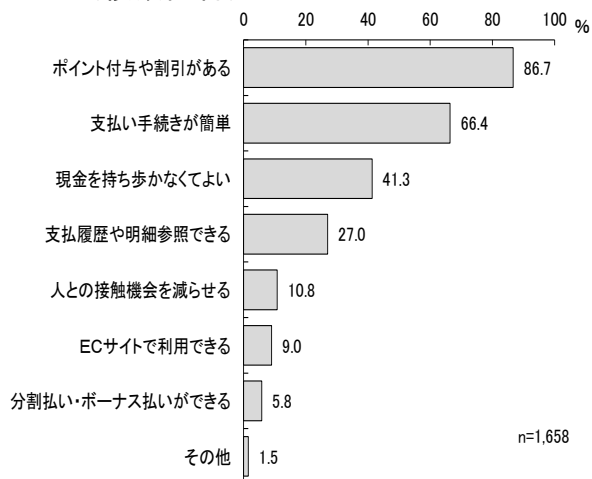


表15. 現金以外の決済方法を利用する理由  
(複数回答、世帯主年代別)

	単位:件、%					
	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	30	130	328	452	436	282
ポイント付与や割引がある	93.3	91.5	86.9	88.7	87.2	79.8
支払い手続きが簡単	70.0	57.7	61.0	64.6	72.7	69.5
現金を持ち歩かなくてよい	30.0	40.8	36.3	36.7	48.6	44.3
支払履歴や明細参照できる	20.0	25.4	22.3	27.4	31.0	27.3
人との接触機会を減らせる	-	10.8	7.0	10.2	14.9	11.0
ECサイトで利用できる	6.7	10.8	7.9	10.4	7.3	9.9
分割払い・ボーナス払いができる	3.3	1.5	6.4	6.2	6.2	6.0
その他	-	0.8	1.5	1.1	1.4	2.8

表16. 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	1,658	51	159	336	469	410	233
5千円未満	12.2	19.6	14.5	11.6	11.9	10.2	13.7
5千円以上、1万円未満	18.9	19.6	15.7	19.0	21.1	16.8	19.7
1万円以上、3万円未満	27.6	17.6	22.0	25.9	30.3	27.6	30.9
3万円以上、5万円未満	16.5	17.6	18.2	17.0	15.1	16.6	17.2
5万円以上、10万円未満	15.6	19.6	17.0	15.5	12.8	19.3	12.9
10万円以上、30万円未満	8.6	5.9	10.1	11.0	8.3	8.5	5.6
30万円以上	0.6	-	2.5	-	0.4	1.0	-

2. 給与デジタル払い(2023年4月施行)

～「受け取りを希望しない」が最も高い

給与デジタル払いでは、給与の新たな振込先としてデジタルマネーを扱う資金移動業者の口座が加えられる。「PayPay」「楽天Pay」といったスマートフォン決済アプリなどの利用が想定される。

給与デジタル払いは、「受け取りを希望しない(43.9%)」が最も高く、以下「わからない(25.6%)」「対象外である(18.2%)」「受け取りを希望する(11.4%)」と続いた(次頁図25)。キャッシュレスが普及する中、「受け取りを希望しない」が「受け取りを希望する」を大きく上回っており、給与デジタル払いについてはまだ様子見の感が拭えない。

年代別では、現役世代とみられる50代以下で「受け取りを希望しない」が5割

を超えた(表 17)。「受け取りを希望する」は 40 代以下の年代で比較的高い傾向にある。給与デジタル払い解禁後の動向が注目される。

図 25. 給与デジタル払いの希望有無

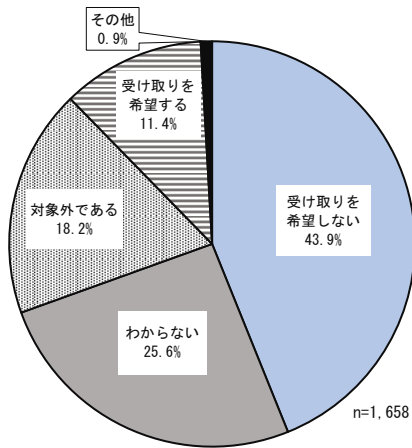


表 17. 給与デジタル払いの希望有無 (世帯主年代別)

	20代以下	30代	40代	50代	60代	70代以上
有効回答数	30	130	328	452	436	282
受け取りを希望しない	53.3	52.3	50.9	54.0	40.6	19.9
わからない	13.3	26.2	29.0	30.5	22.7	19.1
対象外である	10.0	4.6	4.6	7.3	24.8	48.6
受け取りを希望する	23.3	16.9	15.2	8.0	10.8	9.6
その他	-	-	0.3	0.2	1.1	2.8

#### 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 (35.1%)」が最も高く、次いで「減った (30.3%)」「訪問する機会がない (26.2%)」となった(図 26)。「増えた (8.2%)」は前年比 11.4P 低下し、一方「減った」は同 23.7P 上昇した。

年代別では、「増えた」は「20 代以下 (11.3%)」が最も高く、他の年代では 1 割を切った(表 18)。「減った」は「50 代 (37.3%)」が最も高く、「20 代 (24.7%)」が最も低かった。「変わらない」は「50 代

(27.5%)」を除く年代で 3 割を超えた。「その他」では、「ニシタチ」「宮崎キネマ館」「KITEN ビル」「病院」などが挙げられた。

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 (11.1%)」が最も高く、「減った」は「30 分圏内 (31.2%)」が最も高かった。「訪問する機会がない」は「60 分圏内 (29.7%)」が最も高くなった。

図 26. 中心市街地への訪問頻度

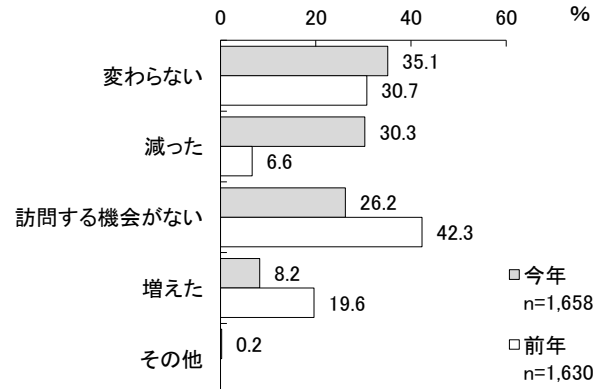


表 18. 中心市街地への訪問頻度 (回答者年代別、所要時間別)

	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	336	469	410	233	1658	707	413	367	171	-	-
増えた	11.3	7.9	5.6	4.3	8.2	6.5	9.0	9.3	11.1	-	-
減った	24.7	30.1	34.1	37.3	30.3	30.6	31.2	29.4	28.7	-	-
変わらない	37.5	35.8	33.4	27.5	35.1	36.2	34.1	31.6	40.4	-	-
訪問する機会がない	26.5	26.0	26.3	30.9	26.2	26.6	25.4	29.7	19.3	-	-
その他	-	0.2	0.5	-	0.2	0.1	0.2	-	0.6	-	-

【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。

## 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（64.8%）」が最も高く、次いで「宮崎山形屋（49.9%）」「宮崎ナナイロ（MEGAドン・キホーテ）（30.2%）」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、「60代（81.1%）」が「20代以下（70.9%）」を上回った。「宮崎山形屋」は50代以上の訪問頻度が約6割と高く、年代による客層の違いが表れた。「宮崎ナナイロ（MEGAドン・キホーテ）」は「50代」の訪問頻度は低いものの、その他の年代では大きな差はみられなかった。

また、商業施設に隣接する商店街では「橋通3丁目周辺の商店街（23.5%）」が最も高く、以下「あみーろード・広島通周辺（19.6%）」と続いた。60代以上では「あみーろード・広島通周辺」への訪問頻度が高く、「アミュプラザみやざき」への訪問との連動がうかがえる。

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	1220	247	346	300	161	196	83
アミュプラザみやざき	64.8	70.9	68.5	57.0	46.6	81.1	61.4
宮崎山形屋	49.9	44.5	47.4	52.7	62.7	59.2	57.8
宮崎ナナイロ（MEGAドン・キホーテ）	30.2	37.2	32.9	24.7	14.3	40.8	30.1
カリーノ宮崎	28.7	25.9	33.8	28.0	20.5	24.0	18.1
橋通3丁目周辺の商店街	23.5	21.5	25.7	24.0	23.0	21.9	20.5
あみーろード・広島通周辺	19.6	19.8	22.0	19.7	12.4	25.5	25.3
MRTmicc	12.9	17.0	14.5	10.3	7.5	8.7	8.4
高千穂通に面した店舗	9.1	8.5	11.0	6.7	6.2	7.1	10.8
その他	6.1	4.9	5.8	7.3	8.1	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「悪い」とする回答が過半数を占め、「良い」を大きく上回った。景気DIは前年比4.9P悪化し、足元の景況感は依然として大変厳しい状態にあり、景気を「悪い」と感じる理由の約9割が「物価上昇」であった。ウクライナ情勢をはじめとする地政学的なリスクの高まりや為替相場の変動がエネルギーや食糧価格等の高騰をもたらしており、企業では価格転嫁の動きが強まっている。

今後1年間の景気見通しについても、「悪い」が5割を超え、景気DIは前年の見込みより0.4P改善されてはいるものの、依然としてマイナスである。現在の家計支出の状況は「増加」が過半数で前年比37.1P上昇し、「増加」の理由は「物価上昇（商品・サービス価格の上昇）」が8割を超えた。

政府は物価上昇を上回る賃上げを企業に求めているが、賃上げ・世帯収入増加への期待感では「期待できない・変わらない」が8割を超えるなど、現時点で県内における賃上げに対する期待の高まりはみられない。

新型コロナのパンデミックが始まった2020年以降、消費を取り巻く環境は厳しさが募っている。今年5月の新型コロナの分類引き下げを受けて経済活動がコロナ禍前の勢いを取り戻し、雇用・所得環境の改善が進めば個人消費の本格的な回復も期待できよう。

（永井）