

## はじめに

新潟県内の個人消費は持ち直している。小売業販売額<sup>(注)</sup>は、百貨店・スーパーとドラッグストアで売上げが堅調であり、前年を上回る推移が続いている。一方、乗用車新規登録・届出台数（軽含む）は大手自動車メーカーの生産停止による納車の遅れから、2024年に入り前年を下回っているものの、底打ちの兆しがみられる。

こうしたなか、個人消費の実態と先行きの動向を把握するため、5月上旬に県内勤労者400人を対象に、収入や消費支出の状況、ボーナスの支給予想等についてインターネットによるアンケート調査を実施した。以下はその結果である。

(注) 小売業販売額：経済産業省「商業動態統計」の百貨店・スーパー、家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアの全店販売額を合計したもの

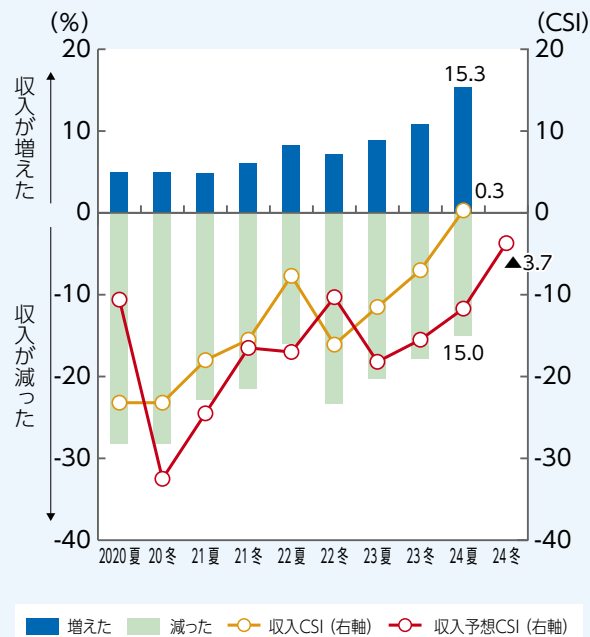
## 01 収入の推移

### － 18年冬の調査以来の水準に回復－

半年前と比べて収入が「増えた」と回答した人の割合は15.3%、「減った」と回答した人の割合は15.0%となり、収入CSIは0.3となった（図表1）。23年冬の調査と比べて7.3ポイント上回り、3期連続で上昇した。収入CSIがプラスに転じたのは18年冬の調査以来5年半（11期）ぶりである。

なお、収入が「増えた」とした回答者からは「賃上げムードが広がっていることもあり、全社的に賃金は上昇している」（50代男性）、「ベースアップで基本給が増えた。離職者が続出したため、賃上げは

■ 図表1 収入CSIと収入予想CSIの推移



### ※CSI (Consumer Survey Index) とは

アンケートの回答結果を指数化したもので、ここでは「増えた・増えそう」と回答した人の割合から「減った・減りそう」と回答した人の割合を差し引いた数値のことをいう。

従業員を引き止める目的もあるようだ」（30代男性）など、賃上げ機運の高まりのほか、人材確保のため、勤務先で賃金が引き上げられたとの声が寄せられた。さらに、「本業の給与だけでなく、副業での収入も増え、生活に余裕が出た」（40代男性）、「投資信託の分配金が増えた」（50代女性）、「保険商品が目標値に到達し、一時金を受け取ることができた」（50代男性）といった声のように、副業や投資による収入増加をあげる声も寄せられた。

それに対して収入が「減った」とした回答者からは、「勤務先が運輸関係のため、2024年問題に伴っ

て労働時間が少なくなった。そのため、収入も減ってしまった」(30代男性)、「ワーク・ライフ・バランスの推進から夫の残業が減り、世帯収入は減少した」(60代女性)など、働き方改革の広がり为背景とした労働時間の短縮を収入低下の要因としてあげる意見もみられた。

今後半年間についても同様に尋ねたところ、収入CSIは▲3.7となった。足元と比べて4.0ポイント下回り、先行きの収入CSIは再びマイナスに転じると見込まれている。

## 02 消費支出の推移

### －横ばいで推移－

半年前と比べて消費支出が「増えた」と回答した人の割合は33.8%、「減った」と回答した人の割合は9.8%と、消費支出CSIは前回調査比横ばいの24.0となった(図表2)。

回答者からは、「結婚式が増えたほか、勤務先で宴会が再開し、支出が増えた」(30代女性)、「友人と飲みに行けるようになり交際費がかさんでいることに加え、食料品の値上がりから日々の生活費も高くなっている」(20代男性)などの意見があげられた。

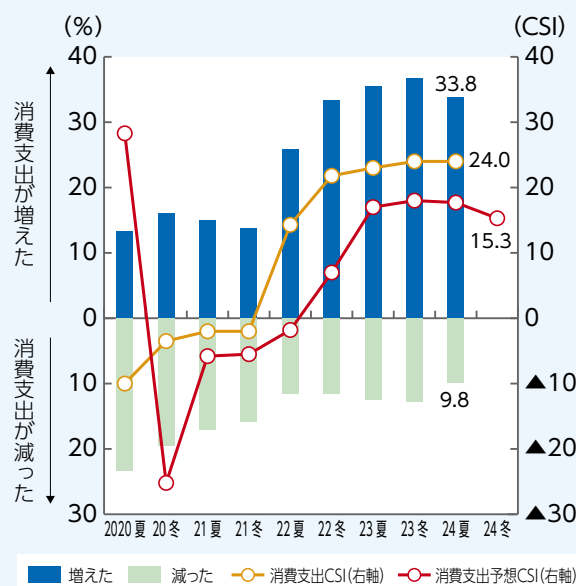
今後半年間についても同様に尋ねたところ、消費支出予想CSIは15.3と、足元と比べて8.7ポイント低下する見込みである。「物価上昇が続きそうなことから、家計全体を見直して支出を抑える」(50代女性)、「収入も物価の動向もどうなるかわからないので、支出は増やせない」(40代男性)のように先行きの不透明感から、消費に対して慎重な姿勢がうかがえる。

## 03 生活実感の推移

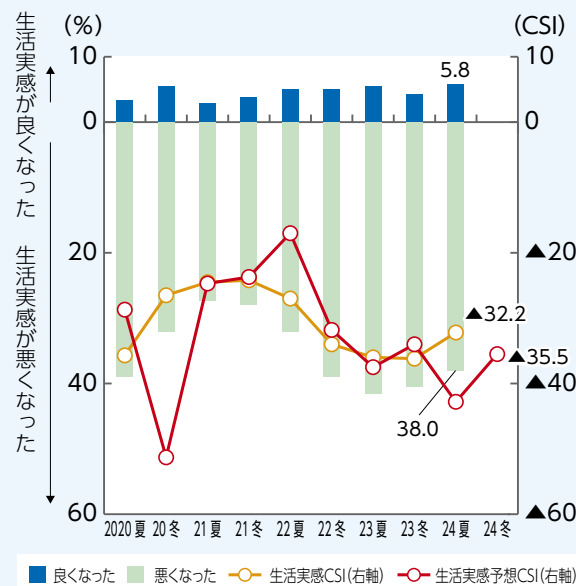
### －5期ぶりに改善－

半年前と比べて生活実感が「良くなった」と回答

■ 図表2 消費支出CSIと消費支出予想CSIの推移



■ 図表3 生活実感CSIと生活実感予想CSIの推移



した人の割合は5.8%、「悪くなった」と回答した人の割合は38.0%と、生活実感CSIは▲32.2となった(図表3)。前回調査と比べて4.0ポイント上回り、生活実感は5期ぶりに改善した。

生活実感が「良くなった」とした回答者からは「テレワーク勤務で時間的に余裕ができた。運動する時間が増え健康的な生活になった」(60代男性)、「保有株式の含み益が増えていることで、精神的に落ち着いていられる。欲しいと思ったものも我慢せずに購入

できる」(50代女性)など、時間や金銭的な余裕から生活にゆとりが生まれているとの意見があげられた。

一方、「収入が増えたとはいえ微々たる程度なので、贅沢はできない」(50代男性)、「ベースアップによって手取り額は微増したものの、物価上昇の方が大きく賃上げによる家計への影響は小さい」(20代女性)のように、収入が増えても物価上昇分に及ばず、生活実感の改善に至らないといった声が寄せられた。

今後半年間についても同様に尋ねたところ、生活実感予想CSIは▲35.5となった。足元と比べて3.3ポイント低下しており、先行きの生活実感悪化が見込まれている。

## 04 保有・運用している金融資産

### — 23年冬の調査に比べ、多くの項目で上昇 —

現在、保有・運用している金融資産について尋ねたところ(複数回答)、「円建預貯金」の割合が43.5%と最も高くなった(図表4)。以下「投資信託(NISA含む)」「保険(個人年金保険など)」「国内株式」などの順となった。

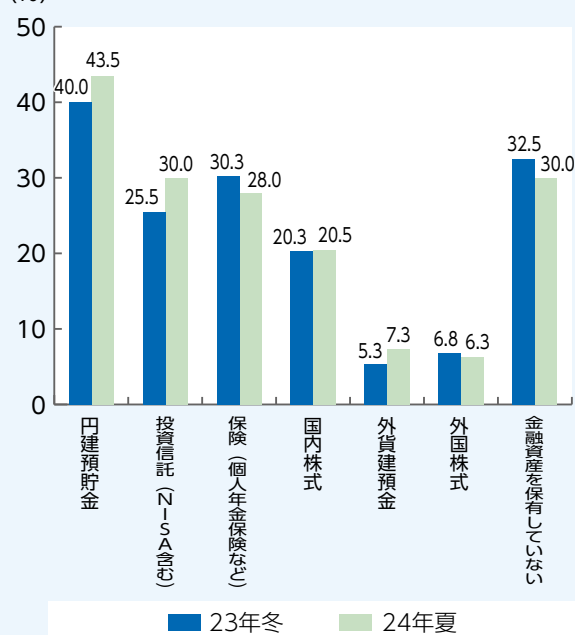
23年冬の調査と比べ、「投資信託」「円建預貯金」「外貨建預金」など多くの項目で上回った。回答者からは「給与額は変わらないが、投資信託の分配金があるので、物価が上昇しても変化のない生活を送れる」(60代女性)との意見のほか、「現状給与が増えずこの先も不透明であるため、投資を始めたい」(40代女性)など、今後の投資に積極的な意見もあげられた。

## 05 オンラインやスマートフォン等を活用した商品・サービスの利用状況

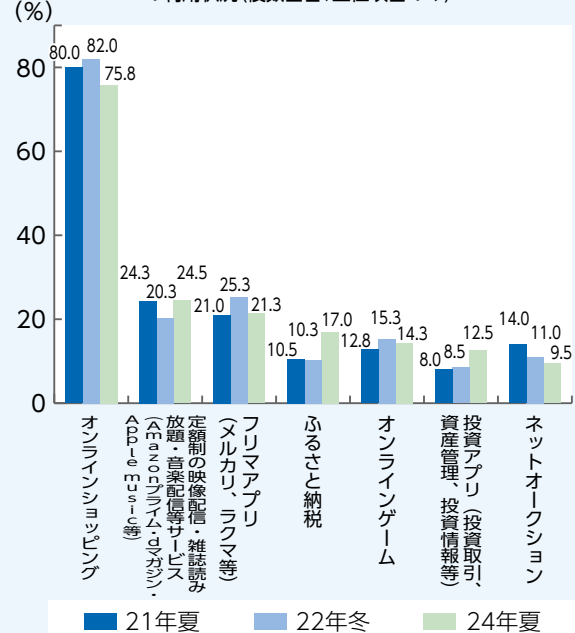
### — 「ふるさと納税」「定額制の映像配信・雑誌読み放題・音楽配信等サービス」が上昇 —

オンラインやスマートフォン等を活用した商品・サービスのうち、最近半年以内に利用したものを尋

■ 図表4 保有・運用している金融資産(複数回答、上位項目のみ)(%)



■ 図表5 オンラインやスマートフォン等を活用した商品・サービスの利用状況(複数回答、上位項目のみ)(%)



ねたところ(複数回答)、「オンラインショッピング」の割合が75.8%と最も高くなった(図表5)。以下「定額制の映像配信・雑誌読み放題・音楽配信等サービス」「フリマアプリ」「ふるさと納税」などの順となった。

当社では21年夏、22年冬に同様の調査を実施している。22年冬の調査と比べると、「ふるさと納税」

「定額制の映像配信・雑誌読み放題・音楽配信等サービス」「投資アプリ」などの割合が上昇した一方、「オンラインショッピング」が低下している。

## 06 ボーナス支給予想・使途

### 〈ボーナス支給予想〉

#### － 4年連続で上昇し、新型コロナウイルス感染拡大前の水準を回復－

今夏のボーナスが前年の夏と比べて「増えそう」と回答した人の割合は13.3%、「減りそう」と回答した人の割合は19.3%と、ボーナス支給予想CSIは▲6.0となった（図表6）。23年夏の調査を10.0ポイント上回り、4年連続で上昇した。水準は新型コロナウイルス感染拡大前の19年夏の調査（▲6.6）を上回った。

なお、今夏に「ボーナス支給がある」と回答した329人に、ボーナスの使途について尋ねたところ（複数回答）、「預貯金等」の割合が57.4%と最も高くなった。以下「買い物」「生活費の補填」などの順となった。

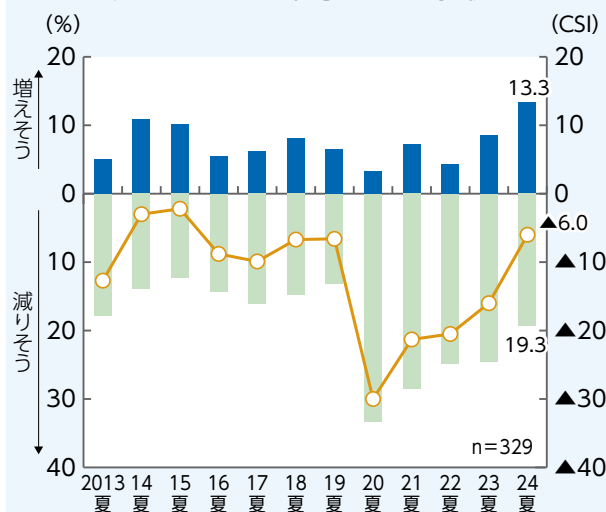
23年夏の調査と比べると、「生活費の補填」の割合が低下した一方、「預貯金等」が上昇しており、お金を「増やす」手段を使途として選ぶ動きがみられる。

## まとめ

今回の調査では、「収入」が上昇し、5年半ぶりにプラスに転じた。収入が増えた要因として、勤務先の賃上げが多くあげられたほか、投資や副業をあげる声も寄せられた。実際、保有・運用している金融資産では「投資信託」など多くの項目で23年冬の調査を上回るなど、投資に対して前向きな動きがみられた。

物価上昇が続くなか、家計改善の方法として「物価上昇が続きそうなことから、家計全体を見直して支出を抑える」のように「支出を抑える」との意見

■ 図表6 ボーナス支給予想CSIの推移



■ 増えそう ■ 減りそう ○ ボーナス支給予想CSI(右軸)

### 〔調査の要領〕

1. 調査時期  
2024年5月上旬
2. 調査方法  
インターネットによるアンケート調査
3. 調査の対象者  
インターネット調査会社の登録モニターのうち県内の勤労者400人

		人数	構成比 (%)
合計 (内訳)		400	100.0
性別	男性	201	50.3
	女性	199	49.8
年代	20代	64	16.0
	30代	77	19.3
	40代	91	22.8
	50代	91	22.8
	60代	77	19.3
婚姻	未婚	191	47.8
	既婚	209	52.3

(注) 図表の数値は四捨五入をしているため、回答割合の合計が100.0%とならない場合がある

が多いものの、投資や副業など「収入を増やす」行動もみられつつある。

賃上げとともに、こうした動きが広がることにより継続的に収入が増加し、消費マインドの改善につながる事が期待される。(2024年6月 近)