

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^(注)は、百貨店・スーパーとドラッグストアで商品単価上昇などにより、売り上げは高水準での推移が続いている。それに対して、節約志向などを背景に、家電大型専門店では買い替え需要が低調であり、販売額は前年を下回っている。また、サービス消費をみると、宿泊施設では、ビジネスでの利用が回復しているほか、「佐渡島の金山」の世界文化遺産登録などによる観光客の増加がみられている。

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、9月下旬に県内勤労者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。

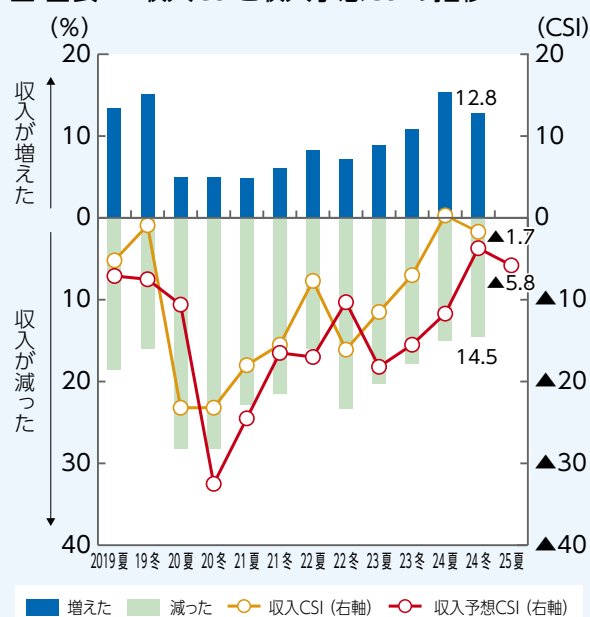
(注) 小売業販売額：経済産業省「商業動態統計」の百貨店・スーパー、家電大型専門店、ドラッグストア、ホームセンター、コンビニエンスストアの全店販売額を合計したもの

01 収入の推移

－2期ぶりの低下となるも、高水準を維持－

半年前と比べて収入が「増えた」と回答した人の割合は12.8%、「減った」と回答した人の割合は14.5%となり、収入CSIは▲1.7となった(図表1)。24年夏の調査(以下、前回調査)と比べて2.0ポイント低下し、2期ぶりに前回調査を下回った。収入CSIは再びマイナスに転じたものの、新型コロナウイルスの

■ 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。

影響により収入が大きく落ち込んだ20年夏の調査以降で2番目に高く、高水準圏での推移が続いている。

なお、収入が「増えた」とした回答者からは「春にベースアップがあり、夏のボーナスも増額となった」(50代女性)、「基本給がベースアップにより上昇したことでボーナス、残業代も増えている」(20代男性)など、ベースアップの実施に加え、基準となる基本給が増えたことで、ボーナスや手当などの増額に繋がったといった意見が寄せられた。また、「基本給や手当が高い職場に転職できた」(20代女性)、「転職し、まだ一人前ではないが、仕事を任せ

られ、人並みの給与をもらえるようになった」(60代女性)、「別の会社で働くようになり、手取り額が増えた」(30代男性)といった声のように、転職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、「ベースアップは実施されたものの、勤務先で業務量が減ったため、残業時間が少なくなり、トータルでの収入は減少した」(50代女性)といった声が寄せられた。そのほか、「育児のため、時短勤務に切り替えたので、給与は減少した」(30代女性)、「妊娠し、夜勤を免除されたことによって、手当がなくなった」(20代女性)、「親の介護のために、会社の制度を使い短時間勤務にしたので、給与が減った」(60代男性)など、自身の生活の変化に応じた勤務形態を選択した結果、給与が減少したとの意見もみられた。

今後半年間についても同様に尋ねたところ、収入CSIは▲5.8となった。足元と比べて4.1ポイント下回り、先行きの収入CSIは低下が見込まれている。

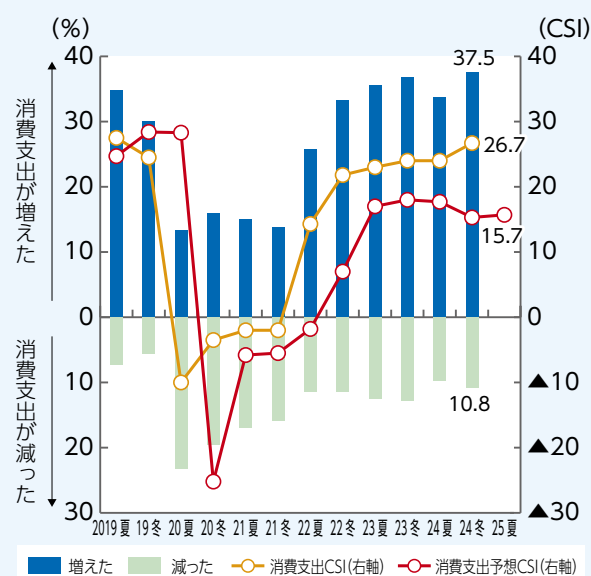
02 消費支出の推移

－ 2期ぶりに上昇－

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37.5%、「減った」と回答した人の割合は10.8%と、消費支出CSIは26.7となった(図表2)。前回調査と比べて2.7ポイント上回り、消費支出は2期ぶりに上昇した。

回答者からは、「収入が増えたので、ECサイトで好きなDVDやゲームを買うようになった」(20代女性)、「値上がりを感じているとはいえ、働く意欲を削ぐことになるので、レジャーなどへの出費は惜しまない」(30代女性)など、趣味などへの支出増加をあげる意見がみられた。ただし、「米をはじめ、食料品の値上がりが家計を圧迫している」(60代男性)、「食費や日用品の値段が以前より高く支出が増えている。そのため、外食やレジャーはコストパフォーマンス

■ 図表2 消費支出CSIと消費支出予想CSIの推移



の良いところを選ぶか、控えるかの二択となっている」(30代女性)、「食費や交通費など生活に必要な出費が増えているので、家計の負担が大きくなってしまう」(40代女性)のように、消費支出が「増えた」とした回答者の多くは物価上昇によって、やむを得ず増加したとの声が多くなっている。

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15.7と、足元と比べて11.0ポイント低下する見込みである。「まだこの先の経済情勢や給与に対する見方が定まっていないため、消費支出を控えていく」(50代男性)のように、先行きへの不安が払拭できないうちは、消費に対して慎重な姿勢が続くとみられる。

03 生活実感の推移

－ 2期連続して改善－

半年前と比べて生活実感が「良くなった」と回答した人の割合は7.2%、「悪くなった」と回答した人の割合は38.0%と、生活実感CSIは▲30.8となった(図表3)。前回調査と比べて1.4ポイント上回り、生活実感は2期連続で改善した。

生活実感が「良くなった」とした回答者からは「ライブなどが増え、参加できるようになったり、グッズを買ったりと、推し活によって充実した生活ができている」(20代女性)、「勤務先の業績が好調で給与が増えた。そのため、これまで我慢していたものも購入できるようになった」(50代男性)、「安定した収入を得られていることで、安心してお金をつかうことができる」(20代女性)など、公演やイベントの再開、収入の増加・安定などにより、趣味や自分の好きなことを楽しんでいるといった意見があげられた。

それに対して、生活実感が「悪化した」との回答者からは「収入が変わらないまま、物価だけが上がっている。新しい衣類を買わない、レジャーにもほぼ行かないなど、趣味にお金をかけられない」(30代男性)、「モノの値段、特に食料品の価格が予想以上に上昇しているの、もう1年以上も口にしていない食品が増えたと感じる」(50代女性)、「お金をつかわないように、毎日節約を考えなければならなくなって、心にゆとりが持てない」(20代女性)のように、長引く物価上昇による我慢が生活実感改善の阻害要因となっているとの意見が寄せられた。

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▲34.8となった。足元と比べて4.0ポイント低下しており、先行きの生活実感は悪化が見込まれている。

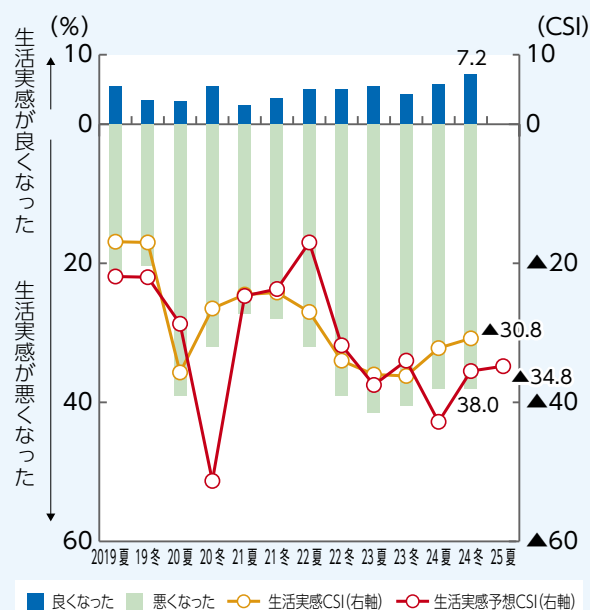
04 保有・運用している金融資産

－「円建預貯金」「国内株式」が上昇－

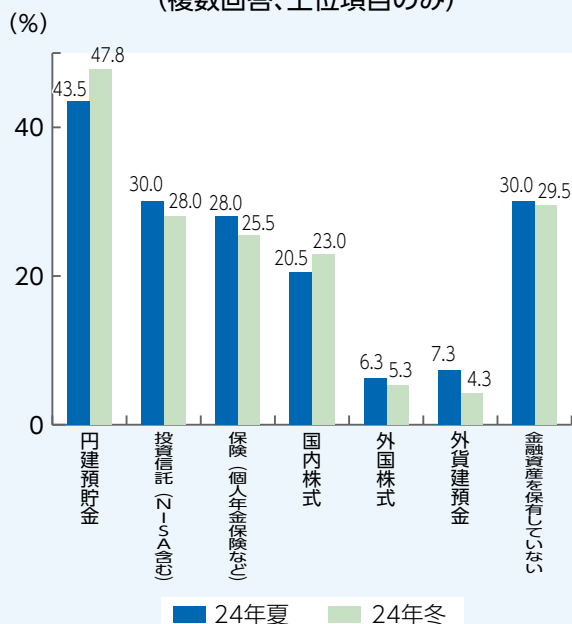
現在、保有・運用している金融資産について尋ねたところ(複数回答)、「円建預貯金」の割合が47.8%と最も高くなった(図表4)。以下「投資信託(NISA含む)」「保険(個人年金保険など)」「国内株式」などの順となった。

前回調査と比べ、「外貨建預金」「保険(個人年金保険など)」などが低下したものの、「円建預貯金」「国

■ 図表3 生活実感CSIと生活実感予想CSIの推移



■ 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)



内株式」が上昇した。

回答者からは、「株価下落により、金融資産の価格が一時的に減少した」(60代男性)といった声がある一方、「国内株式を継続的に買い増ししている。その結果、配当金が増加し資産が増えている」(50代男性)など、金融市場の混乱があっても長期的な視点で投資に臨むことで、資産を増やしていると

いった声が寄せられた。なお、今後の投資について「資産運用を始めたいと考えているが、現状預金も少なく、また何から始めれば良いかわからないので、実行に移せない」（50代女性）のように、投資などの知識がないため資産運用を躊躇しているとの意見もあることから、家計管理や生活設計を含めた「金融リテラシー」を身に付けることが必要と思われる。

05 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。新型コロナウイルス感染拡大前の水準を上回る－

今冬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8.5%、「減りそう」と回答した人の割合は15.5%と、ボーナス支給予想CSIは▲7.0となった（図表5）。23年冬の調査を4.0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年冬の調査(▲9.0)を上回った。

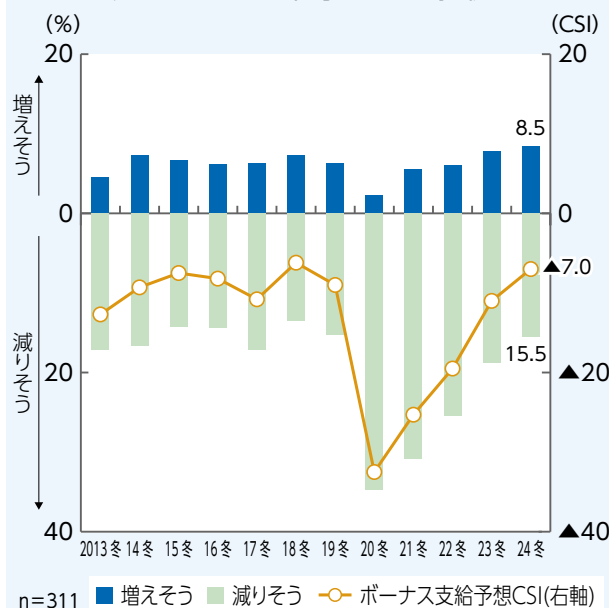
なお、今冬に「ボーナス支給がある」と回答した311人に、ボーナスの使途について尋ねたところ（複数回答）、「預貯金等」の割合が53.4%と最も高くなった。以下「買い物」「生活費の補填」などの順となった。

23年冬の調査と比べると、「クレジット・借入金返済」の割合が低下した一方、「買い物」が上昇した。

まとめ

今回の調査では、「ボーナス支給予想」が4年連続で上昇した。また、「収入」は低下したものの、高水準を維持しており、所得の改善基調が続いているとの結果となった。その要因として、勤務先の賃上げやボーナス増額のほか、若年層を中心に、転職による給与の増加をあげる声も寄せられた。県内でも転職に対する抵抗感が薄れつつあるなか、離職防止や人材確保のため、持続的な賃上げ方針を表明す

■ 図表5 ボーナス支給予想CSIの推移



【調査の要領】

1. 調査時期
2024年9月下旬
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	197	49.3
	既婚	203	50.7

(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

る県内企業もみられる。収入の継続的な上昇が示されることで、消費に対する慎重な姿勢が変化し、個人消費が改善することが期待される。

(2024年11月 近)