

特集

2022年暮らし向き調査結果

当研究所では、奈良県内の消費行動を探るため南都銀行31か店の来店客を対象に、「暮らし向きアンケート調査」を実施し、その結果を取りまとめました（世帯主を対象に毎年調査）。

今回の調査結果では、1年前と比べた暮らし向きDIは前回（2021年10月調査）に比べ14.1ポイントの低下と大きく悪化しました。また、1年前と比べた消費支出は「物価が高くなった」等により増加（消費支出DIは40.5ポイント上昇）しました。今後1年間については、暮らし向きが悪くなる（暮らし向きDIが7.7ポイント低下）との悪化傾向も見られ、消費を減らす（消費支出DIは87.3ポイント低下）見通しで、節約志向が強まる結果となりました。

《要 約》

①暮らし向き動向

前回（2021年）と比べた現在の暮らし向きDI（※）は△35.3で、前回よりも14.1ポイント低下。また、今後1年間の暮らし向きDIも、△43.0と現在より7.7ポイント低下し、前回調査（△13.9）に比べて大幅に悪化しており、昨年に改善すると見込まれていた予想に反して暮らし向きDIが悪化した。

※DI（Diffusion Index）とは、アンケート結果の分散程度を指数化したもので、質問に対して「プラス（良い、増加等）」、「中立（変わらない）」、「マイナス（悪い、減少等）」の3つの選択肢を用意して、「プラス」と回答した割合から「マイナス」と回答した割合を差し引きした指数をいう。

②消費支出動向と増減理由等（複数回答）

現在の消費支出DIは49.0となり、前年比40.5ポイント上昇。

消費支出の増加理由は「物価が高くなった」が最も多く、次いで「出費がかさなった」となった。支出が増加した項目は「飲食料品」が最も多く、次いで「住居（家賃・光熱費等）」となった。消費支出の減少理由は「物価が高くなった」が最多で、次いで「節約した」の順。支出が減少した項目は「飲食料品」が最多で、次いで「衣料品」の順になった。

今後1年間の消費支出DIは△38.3と現在よりも87.3ポイント低下の見通し。消費支出を減らそうという理由は「年金や介護費用など老後の生活が不安」が最多となった。年代別では29歳以下、40代、50代、60歳以上は「年金や介護費用など老後の生活が不安」が、29歳以下は同率で「医療費や税金など負担が増えた」「預貯金の受取利息が少ないから」が、30代は「世帯収入が減った」が、それぞれ最多であった。

③貯蓄目的（複数回答）

今後1年間の貯蓄DIは13.4で、前年比12.6ポイント低下した。貯蓄目的は「老後の備え」が最多で、預け入れ商品では「普通預金・通常貯金」が最多。

④今後1年間に購入・支出予定の品目（複数回答）

「国内旅行」が最多となった。次いで「婦人物衣料」の順になった。前回と比べて、購入・支出予定が増加したのは、「冷暖房器具・エアコン」「冷蔵庫」、次いで「国内旅行」であった。

⑤サービス・レジャー等に関する支出（複数回答）

1年前と比べたサービス・レジャー等に関する支出DIはすべての項目でマイナスとなっており、最も低いのが「二泊以上の旅行の費用（海外旅行含む）」であった。今後1年間に支出を増やそうと考えているのは「日帰り旅行の費用」が最多で、次いで「一泊旅行の費用」となった。

⑥デジタル活用の状況

「電子マネー」、「動画配信サービス」、「SNS」の利用状況は「29歳以下」がそれぞれ最多で増加傾向となった。「オンライン診療」は全世代で「利用していない」が多かった。

⑦物価上昇の影響と対応

物価上昇の影響を最も大きく受けているのは「給与所得者」でその対応としては「安価な物品を購入して節約する」が最多となり、次いで「値上げ前にまとめ買いする」となった。

1. 暮らし向き動向

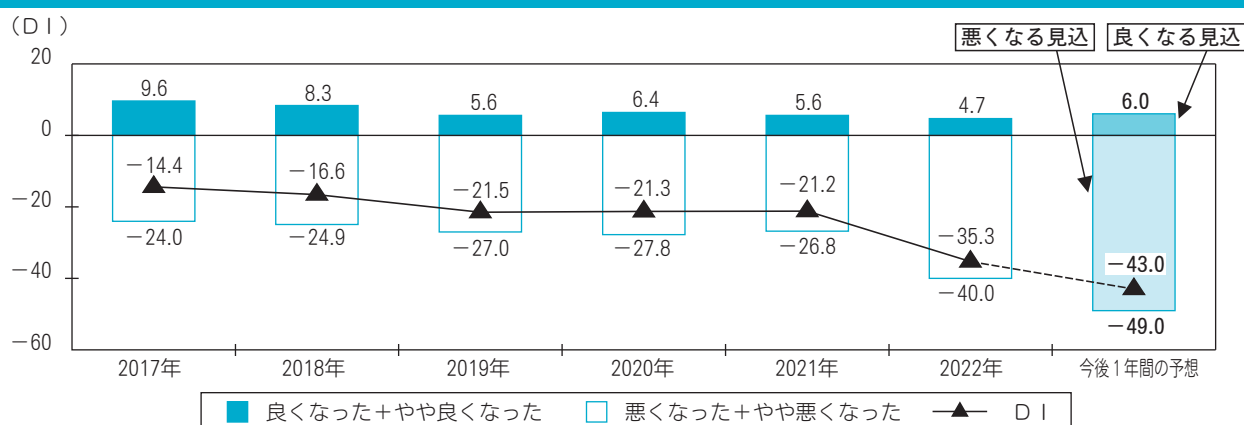
<現在（2022 年）>

1 年前（2021 年）と比べた全体の暮らし向き動向をみると、暮らし向き DI は△35.3 となり、2021 年の前回調査（△21.2）よりも 14.1 ポイント低下した。前回調査では 2022 年の暮らし向き DI を△13.9（21 年の暮らし向き DI 比 7.3 ポイント上昇）と予想していたが、予想に反して悪化

した。

年代別では、すべての年代で前回調査に比べ暮らし向き DI は低下した。低下幅は大きい順に 50 代（前年比△18.8 ポイント）、40 代（同△17.2 ポイント）、60 歳以上（同△13.9 ポイント）、30 代（同△10.1 ポイント）、29 歳以下（同△9.7 ポイント）となった。

暮らし向き DI（1 年前に比べ）（n=700）



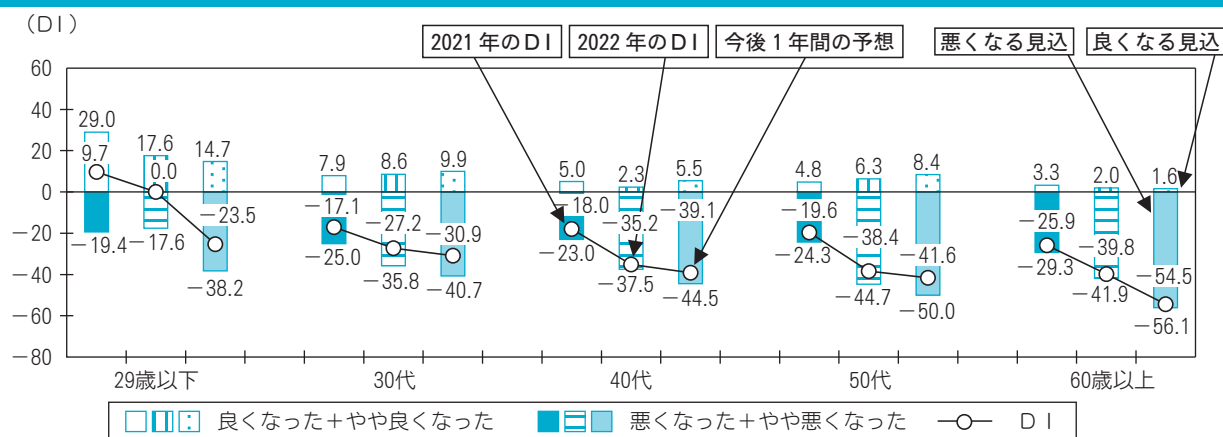
<今後1年間（2023 年）>

今後1年間の暮らし向き予想については、全体の暮らし向き DI が△43.0 と現在より 7.7 ポイント低下した。今後1年間の暮らし向き感ほさらに悪化すると予想している。

年代別にみると、全ての年代で悪くなると予想

しており、低下幅は大きい順に 29 歳以下（現在比△23.5 ポイント）、60 歳以上（同△14.6 ポイント）、40 代（同△3.9 ポイント）、30 代（同△3.7 ポイント）、50 代（同△3.2 ポイント）と先行きの厳しさを感じている人が多い。

年代別暮らし向き DI（n=700）



2. 消費支出動向

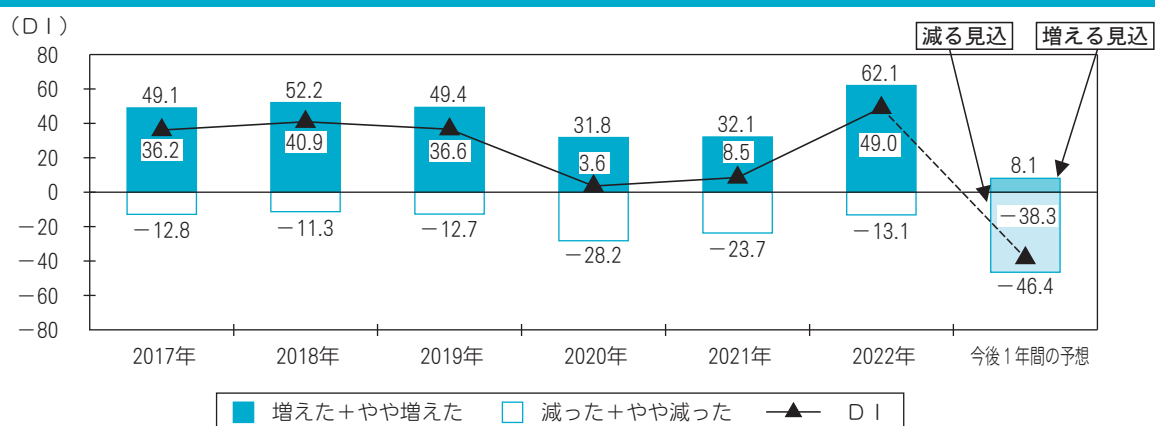
<現在（2022年）>

1年前（2021年）と比べて消費支出が「増えた」「やや増えた」と答えた人の割合は62.1%、「減った」「やや減った」人の割合は13.1%となり、全体の消費支出DIは49.0で、前回（8.5）より40.5

ポイント上昇した。

前回との変化を年代別に見ると、上昇幅が大きい順に30代（前年比+50.8ポイント）、40代（同+42.2ポイント）、50代（同+42.0ポイント）、60歳以上（同+36.1ポイント）、29歳以下（同+28.5ポイント）となった。

消費支出DI（1年前に比べ）（n=700）



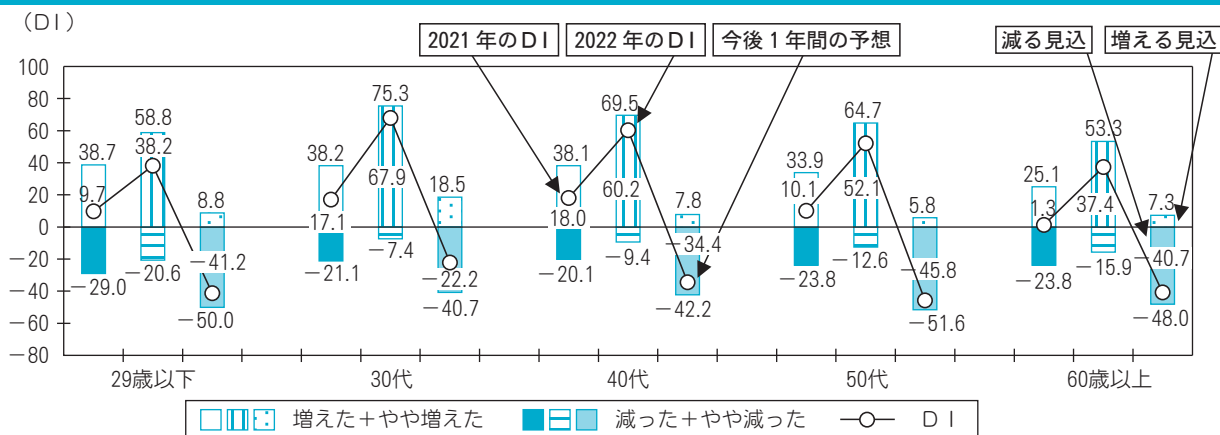
<今後1年間（2023年）>

今後1年間の消費支出DIの予想は△38.3となり、現在よりも87.3ポイント低下する見通しとなった。今後の消費支出を、今よりも「減らす」「やや減らす」の割合は、46.4%と拡大した。今後1年間の消費支出DIは、すべての年代でマイナスとなっており、節約への意識が高まっている。

年代別では50代（△45.8）が最も低かった。

現在と今後1年間のDI比較は、低下幅の大きい順に、50代（現在比△97.9ポイント）、40代（同△94.5ポイント）、30代（同△90.1ポイント）、29歳以下（同△79.4ポイント）、60歳以上（同△78.0ポイント）となった。

年代別消費支出DI（1年前に比べ）（n=700）



3. 消費支出の増減理由等

(1) 消費支出の増加理由および増加項目

1年前(2021年)と比べた消費支出が「増えた」「やや増えた」と答えた435人を対象に、その理由をたずねた。回答は、「物価が高くなった」が73.1%で最も多く、次いで「出費がかさなった」(47.1%)であった(図表不掲載)。

支出が増加した項目(複数回答)は「飲食料品」(74.7%)が最も多く、続いて「住居(家賃・光熱費等)」(46.7%)、「教育」(20.5%)の順となった。1年前と比較すると、「教育」が5.8ポイント低下し、逆に光熱費や物価の上昇等により「住居(家賃・光熱費等)」は22.6ポイント上昇した。

年代別に最も支出が増加した項目は、すべての年代で「飲食料品」であり、29歳以下(65.0%)、30代(77.0%)、40代(76.4%)、50代(71.5%)、60歳以上(78.6%)となった(図表不掲載)。

(2) 消費支出の減少理由および減少項目

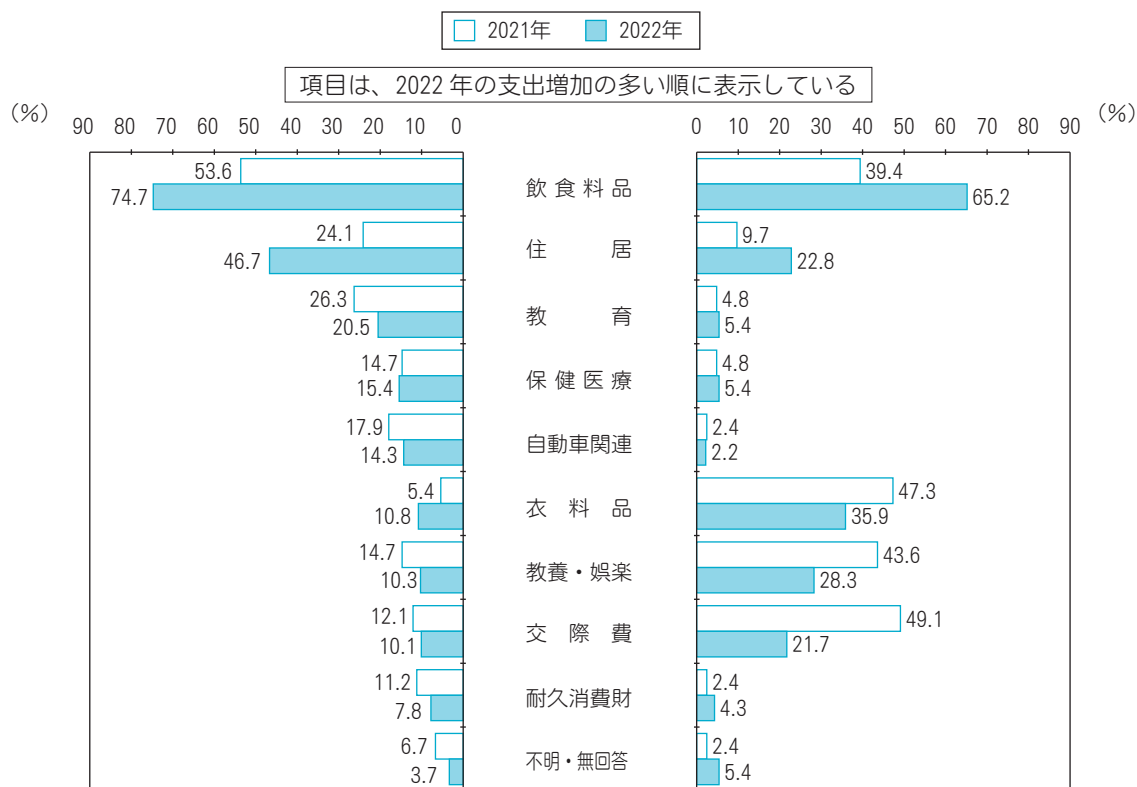
1年前(2021年)と比べた消費支出が「減った」「やや減った」と答えた92人を対象に、その理由をたずねた回答は、「物価が高くなった」が33.7%で最も多く、次いで「節約した」(30.4%)となった(図表不掲載)。

支出が減少した項目(複数回答)は「飲食料品」(65.2%)が最も多く、1年前と比較して25.8ポイント上昇した。一方で自粛ムードが緩和されたため「交際費」で支出を減少させると回答した割合は27.4ポイント低下した。

年代別に最も支出が減少した項目は、すべての年代で「飲食料品」で、29歳以下(57.1%)、30代(66.7%)、40代(58.3%)、50代(79.2%)、60歳以上(61.5%)となった。また、29歳以下は同率で「交際費」で最も支出が減少した項目となった(図表不掲載)。

支出が増加した項目(複数回答)(n=435)

支出が減少した項目(複数回答)(n=92)

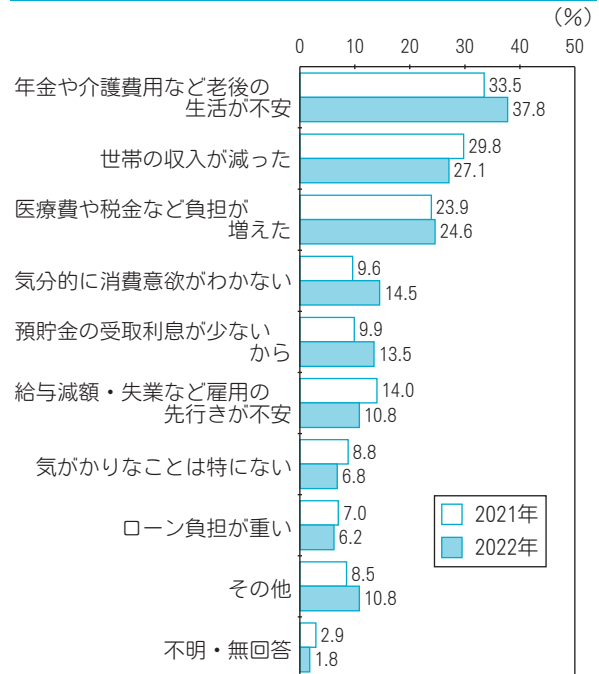


4. 今後1年間に消費支出を減らそうと思う理由（複数回答）

今後1年間の消費支出について「減らす」「やや減らす」と答えた325人を対象に、その理由をたずねた結果、最も多かったのが「年金や介護費用など老後の生活が不安」（37.8％）で、以下「世帯の収入が減った」（27.1％）、「医療費や税金など負担が増えた」（24.6％）、「気分的に消費意欲がわからない」（14.5％）と続いた。前回も「減らす」理由のトップであった「年金や介護費用など老後の生活が不安」は今回4.3ポイント上昇した。

年代別にみた「消費支出を減らそうと思う」理由で最も多い項目は、29歳以下（23.5％）、40代（24.1％）50代（40.8％）、60歳以上（49.2％）では「年金や介護費用など老後の生活が不安」で、30代は「世帯の収入が減った」（24.2％）であった。なお、29歳以下は同率（23.5％）で「医療費や税金など負担が増えた」、「預貯金の受取利息が少ないから」となった。

消費支出を減らそうと思う理由（複数回答）（n=325）



年代別消費支出を減らそうと思う理由（複数回答）（n=325）

理由	29歳以下		30代		40代		50代		60歳以上	
	今回 (2022年)	前回 (2021年)	今回 (2022年)	前回 (2021年)	今回 (2022年)	前回 (2021年)	今回 (2022年)	前回 (2021年)	今回 (2022年)	前回 (2021年)
年金や介護費用など老後の生活が不安	23.5	15.4	15.2	27.8	24.1	22.2	40.8	36.3	49.2	40.2
世帯の収入が減った	11.8	7.7	24.2	33.3	14.8	22.2	28.6	28.8	33.9	36.6
医療費や税金など負担が増えた	23.5	15.4	21.2	13.9	20.4	15.6	27.6	20.0	26.3	34.1
給与減額・失業など雇用の先行きが不安	11.8	23.1	9.1	16.7	3.7	8.9	20.4	15.0	6.8	12.2
預貯金の受取利息が少ないから	23.5	23.1	6.1	8.3	7.4	11.1	10.2	7.5	18.6	11.0
気分的に消費意欲がわからない	17.6	7.7	12.1	16.7	20.4	6.7	15.3	5.0	10.2	14.6
ローン負担が重い	11.8	15.4	18.2	19.4	11.1	2.2	5.1	5.0	0.8	4.9
気がかりなことは特にない	11.8	0.0	9.1	5.6	13.0	13.3	5.1	12.5	3.4	6.1
その他	17.6	30.8	12.1	2.8	18.5	13.3	8.2	10.0	8.5	2.4
不明・無回答	0.0	0.0	6.1	0.0	1.9	6.7	1.0	1.3	1.7	4.9

（注）合計および各年代において、■ 1番多い理由、■ 2番目に多い理由、■ 3番目に多い理由。

5. 貯蓄目的（複数回答）

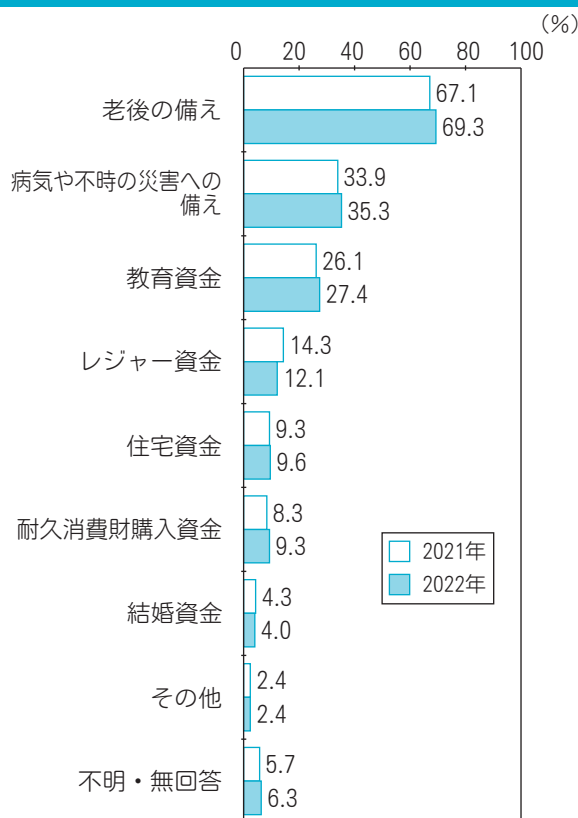
<全 体>

今後1年間の貯蓄は「増やす」「やや増やす」が前回よりも9.0ポイント低下（29.7%）、「減らす」「やや減らす」は3.5ポイント低下（16.3%）、貯蓄DIは13.4で、前年比12.6ポイント低下した。

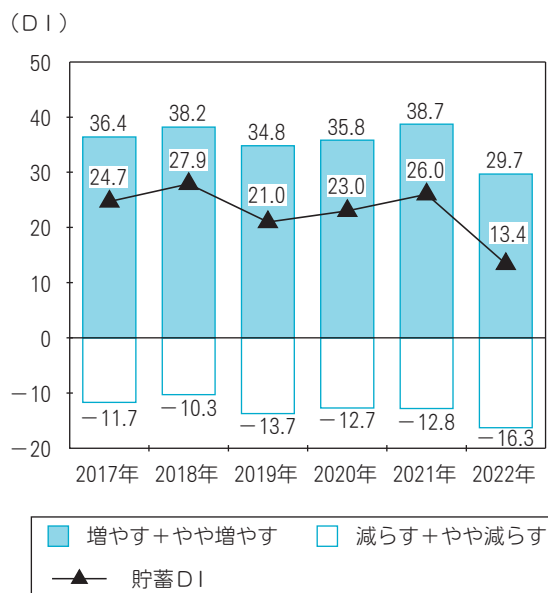
貯蓄の目的では、「老後の備え」（69.3%）が最も多く、続いて、「病気や不時の災害の備え」（35.3%）、「教育資金」（27.4%）の順となった。年代別にみると、29歳以下（50.0%）、40代（65.6%）、50代（77.9%）、60歳以上（76.0%）は「老後の備え」が、30代（63.0%）は「教育資金」との回答が最も多かった（図表不掲載）。

今後、貯蓄をする場合に考えている商品の内訳については、多い順に「普通預金・通常貯金」（53.3%）、「定期預金・定額貯金」（33.7%）で、前回よりも「定期預金・定額貯金」が7.2ポイント減少し、「普通預金・通常貯金」が2.1ポイント増加した。

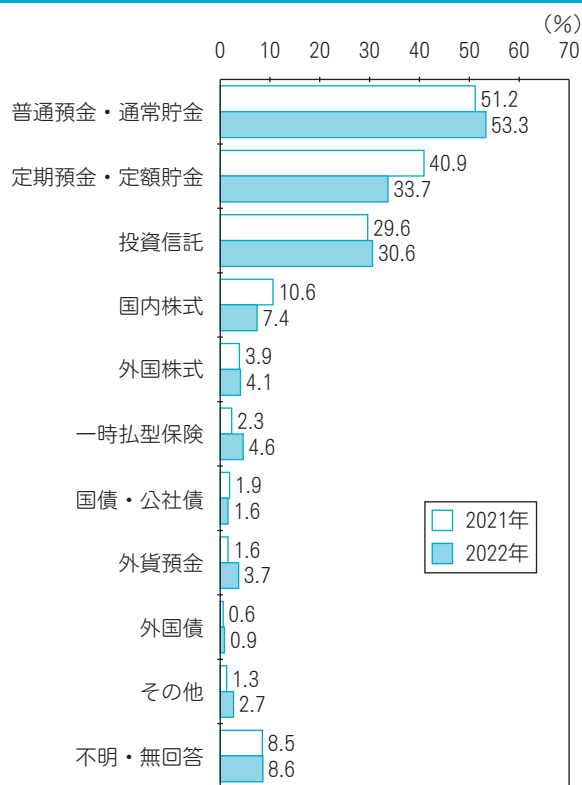
貯蓄の目的（複数回答）（n=700）



今後1年間の貯蓄DI（n=700）



今後貯蓄をする場合に考えている商品の内訳（複数回答）（n=700）



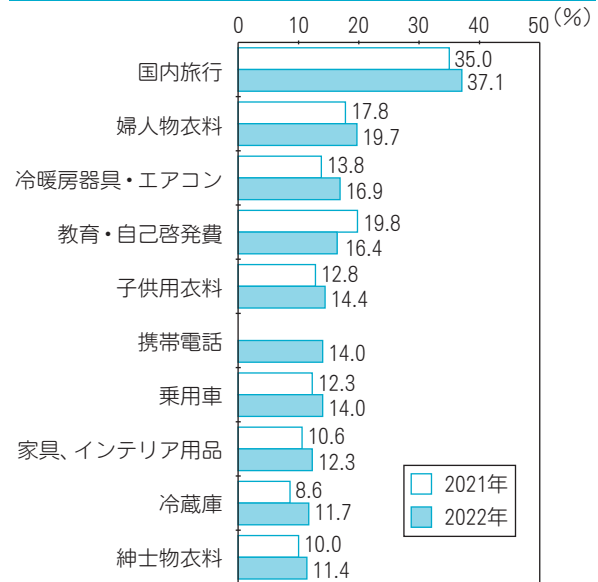
6. 今後1年間に購入・支出予定の品目（複数回答）

今後1年間に購入・支出予定の品目で最も多いのは「国内旅行」（37.1％）で、続いて「婦人物衣料」（19.7％）、「冷暖房機器・エアコン」（16.9％）、となった。前回よりも購入・支出予定が最も増えたのは「冷暖房機器・エアコン」と「冷蔵庫」（前年比+3.1ポイント）、続いて「国内旅行」（同+2.1ポイント）であった。

一方、上位10品目で前回よりも購入・支出予定の回答が唯一低下したのは「教育・自己啓発費」（同△3.4ポイント）であった。

年代別に、購入・支出予定の最も多い品目を見ると29歳以下（38.2％）、30代（45.7％）、50代（36.8％）、60歳以上（38.2％）は「国内旅行」、40代（34.4％）は「教育・自己啓発費」となった。

今後1年間に購入・支出予定の品目
（複数回答）（上位10品目）（n=700）



※今回から調査対象に「携帯電話」を追加し、「デジタルカメラ・ビデオカメラ」を除外した。

今後1年間に購入・支出予定の品目（複数回答）（今回 n=700、前回 n=697）

(%)														
購入予定の品目		合 計		差 引 今回-前回	年 代 別									
		今回 (2022年)	前回 (2021年)		29歳以下		30代		40代		50代		60歳以上	
					今回 (2022年)	前回 (2021年)	今回 (2022年)	前回 (2021年)	今回 (2022年)	前回 (2021年)	今回 (2022年)	前回 (2021年)	今回 (2022年)	前回 (2021年)
耐久消費財	冷暖房器具・エアコン	16.9	13.8	3.1	14.7	19.4	12.3	10.5	13.3	7.2	18.9	11.6	18.3	19.7
	携 帯 電 話	14.0	—	—	11.8	—	18.5	—	17.2	—	14.2	—	11.0	—
	乗 用 車	14.0	12.3	1.7	2.9	16.1	11.1	22.4	18.0	10.1	18.4	14.3	11.8	9.2
	冷 蔵 庫	11.7	8.6	3.1	2.9	6.5	4.9	6.6	12.5	5.0	15.3	7.9	11.4	9.6
	パソコン・周辺機器	10.9	10.8	0.1	8.8	6.5	13.6	11.8	12.5	14.4	12.1	10.6	9.3	8.8
	洗 濯 機	9.9	8.6	1.3	2.9	9.7	8.6	13.2	10.2	5.0	11.6	7.9	10.2	9.6
	テ レ ビ	7.9	10.0	−2.1	5.9	19.4	2.5	11.8	9.4	9.4	7.9	6.9	8.1	11.7
	DVD・ブルーレイレコーダー	2.9	3.6	−0.7	0.0	12.9	2.5	3.9	2.3	4.3	4.2	1.6	2.4	2.9
太陽光発電・蓄電池	1.1	1.3	−0.2	0.0	3.2	2.5	1.3	0.0	0.0	1.6	0.5	0.8	2.5	
衣料品・サービス	国 内 旅 行	37.1	35.0	2.1	38.2	51.6	45.7	30.3	31.3	33.1	36.8	30.7	38.2	40.2
	婦 人 物 衣 料	19.7	17.8	1.9	23.5	16.1	24.7	28.9	23.4	21.6	18.4	13.8	17.5	15.9
	教育・自己啓発費	16.4	19.8	−3.4	11.8	19.4	32.1	32.9	34.4	38.1	13.2	19.6	5.3	6.3
	子 供 用 衣 料	14.4	12.8	1.6	8.8	12.9	44.4	35.5	30.5	30.9	6.3	4.8	3.3	2.1
	家具、インテリア用品	12.3	10.6	1.7	26.5	22.6	19.8	14.5	14.1	11.5	11.1	10.1	7.7	8.8
	紳 士 物 衣 料	11.4	10.0	1.4	17.6	6.5	11.1	18.4	14.8	18.0	10.5	9.5	10.2	4.6
	スポーツ、レジャー用品	9.4	7.5	1.9	11.8	9.7	13.6	5.3	13.3	10.8	9.5	4.2	5.7	9.2
	靴、ハンドバック	8.9	9.5	−0.6	14.7	12.9	18.5	13.2	7.0	12.9	8.4	7.4	6.9	7.5
	海 外 旅 行	6.7	6.6	0.1	14.7	16.1	1.2	9.2	4.7	1.4	6.3	5.3	8.5	9.2

（注）合計および各年代において、■ 1番多い理由、■ 2番目に多い理由、■ 3番目に多い理由。

※今回から調査対象に「携帯電話」を追加し、「デジタルカメラ・ビデオカメラ」を除外した。また、「薄型テレビ」を「テレビ」に変更した。

7. サービス・レジャー等に関する支出

<現在（2022年）>

1年前（2021年）と比べたサービス・レジャー等に関する支出DI（以下サービス等支出DIという）はすべての項目においてマイナスで、最も低いのは「二泊以上の旅行の費用（海外旅行含む）」（△46.7）、続いて「一泊旅行の費用」（△37.6）となった。

サービス等支出DIが前回と比べて上昇した支出は、「日帰り旅行の費用」（前年比+34.1ポイント）が最も多く、次いで「一泊旅行の費用」（同+33.4ポイント）であった。なお、今回は支出が低下した項目はなかった（図表不掲載）。

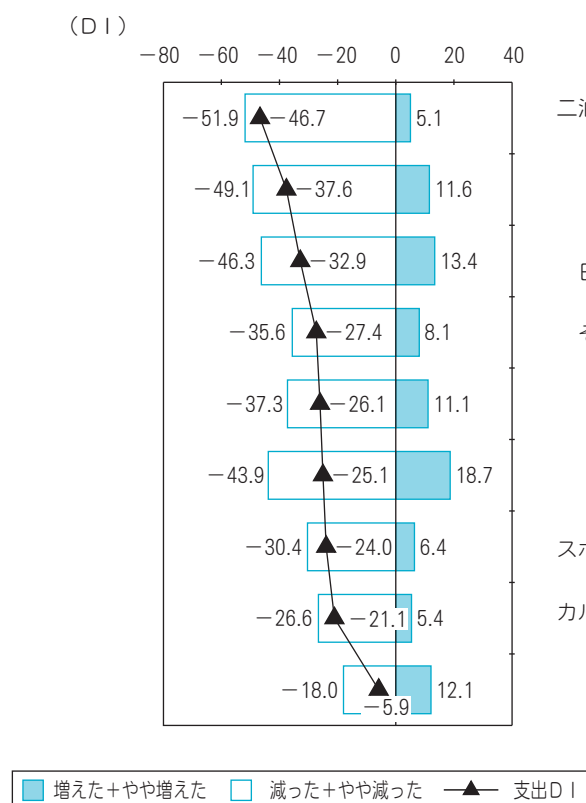
<今後1年間（2023年）>

今後1年間に、サービス・レジャー等の支出で増やそうと考えているもの（複数回答）は、「日帰り旅行の費用」（41.3%）が最も多く、「一泊旅行の費用」（38.7%）、「外食費」（36.3%）が続いた。

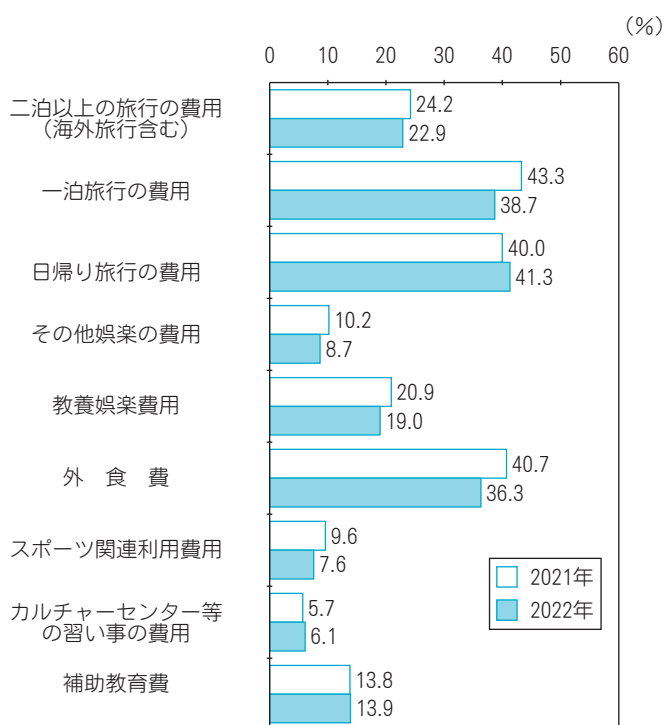
今後1年間にサービス・レジャー等の支出で増やそうと考えている回答は海外旅行が含まれていることもあり22.9%に止まり、「日帰り旅行の費用」「一泊旅行の費用」に比べ回復状況は十分でなかった。

年代別に見ると、29歳以下（55.9%）、30代（43.2%）、40代（41.4%）、60歳以上（43.1%）は「日帰り旅行の費用」、50代（42.1%）は「外食費」がそれぞれ最も多かった。（図表不掲載）。

1年前と比べた支出（n=700）



今後1年間に支出を増やそうと考えているもの（複数回答）（n=700）

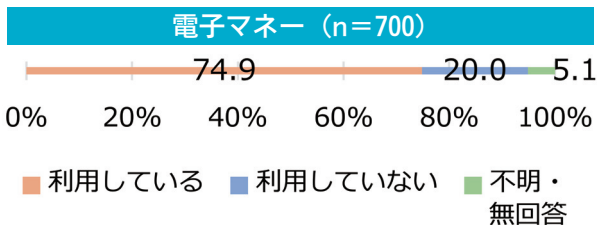


8. デジタル活用の状況

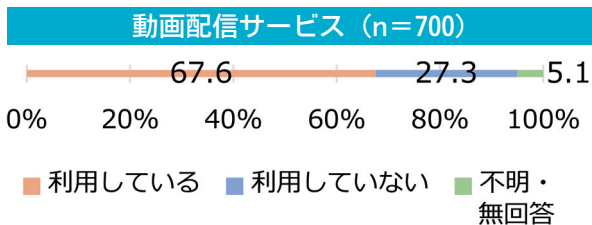
(1) 利用状況

「電子マネー」、「動画配信サービス」、「SNS」、「オンライン診療」の4項目についてデジタル活用の状況を尋ねた。

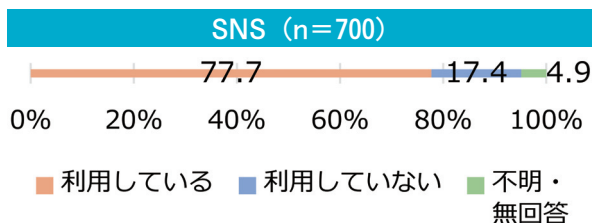
電子マネー（PayPay、ICOCA等）の利用状況は全体では「利用している」（74.9%）、「利用していない」（20.0%）となった。



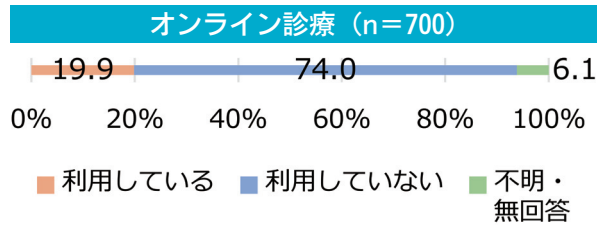
動画配信サービス（Netflix、Amazon プライム・ビデオ等）の利用状況は「利用している」（67.6%）、「利用していない」（27.3%）となった。



SNS（LINEやTwitter等）の利用状況は「利用している」（77.7%）、「利用していない」（17.4%）となった。



オンライン診療の利用状況は「利用している」（19.9%）、「利用していない」（74.0%）となった。オンライン診療の利用者は感染拡大後でも7割強の回答者が利用しておらず、コロナの感染を受けても一部でしか普及していないことが分かる。



(2) 利用頻度、年代別の状況

① 電子マネー

電子マネーの利用頻度は「増加した」（43.9%）、「減少した」（1.4%）、「変わらない」（29.6%）となった。また、感染拡大前と比較して決済手段としての利用度が高まっている。

年代別の電子マネーの利用については、大きい順に29歳以下（61.8%）、30代（54.3%）、50代（51.6%）、40代（50.8%）、60歳以上（30.9%）が「増加した」と回答した。29歳以下では6割を超える割合で増加したと回答している。また、30代～50代も5割超が増加したと回答しており、幅広い年代で有力な決済手段としての利用が増加している。なお、他の世代よりもどちらかといえばデジタル活用に消極的といわれている60歳以上でも約3割が増加したと回答しており、シニア層でも利用者が増加している。

デジタル活用：電子マネー (n=700)

(単位：%)

種類	利用している			利用していない	不明
	増加した	減少した	変わらない		
全体	74.9	43.9	1.4	29.6	20.0
29歳以下	94.1	61.8	5.9	26.5	2.9
30代	91.4	54.3	1.2	35.8	4.9
40代	87.5	50.8	1.6	35.2	12.5
50代	80.5	51.6	0.0	28.9	17.4
60歳以上	60.6	30.9	2.0	27.6	33.3
不明・無回答	19.0	14.3	0.0	4.8	19.0

② 動画配信サービス

動画配信サービスの利用頻度は「増加した」（38.9%）、「減少した」（1.3%）、「変わらない」（27.4%）となった。利用状況については4割弱が増加したと回答した。一方で年代別の動画配信サービスを

利用していないと回答した割合は大きい順に 60 歳以上 (44.3%)、40 代 (24.2%)、50 代 (18.9%)、30 代 (8.6%)、29 歳以下 (2.9%) となったことから、40 代以下、特に 30 代以下については概ね動画配信サービスを利用しているが、40 代や 50 代では 2 割前後、60 歳以上では 4 割以上が利用しておらず年代によってばらつきがある事がうかがえる。

続いて動画配信サービスを利用している頻度について確認すると、大きい順に 29 歳以下 (70.6%)、30 代 (58.0%)、50 代 (50.0%)、40 代 (40.6%)、60 歳以上 (21.5%) が「増加した」と回答した。29 歳以下が 7 割を超え突出しており、30 代も 6 割弱となっていることから、若い世代で娯楽サービスとして利用されている一方で、60 歳以上では 2 割強にとどまっており、他の年代よりも娯楽サービスとしての利用状況が増加していない。

デジタル活用：動画配信サービス (n=700)

(単位：%)

種類	利用している			利用していない	不明
	増加した	減少した	変わらない		
全体	67.6	38.9	1.3	27.4	27.3
29歳以下	97.1	70.6	0.0	26.5	2.9
30代	87.7	58.0	2.5	27.2	8.6
40代	75.8	40.6	0.8	34.4	24.2
50代	80.0	50.0	0.0	30.0	18.9
60歳以上	48.4	21.5	2.4	24.4	44.3
不明・無回答	4.8	4.8	0.0	0.0	33.3

③ SNS

SNS の利用頻度は「増加した」(29.7%)、「減少した」(0.7%)、「変わらない」(47.3%) となった。利用状況については 3 割弱が増加したと回答した。一方で年代別の SNS を利用していないと回答した割合は大きい順に 60 歳以上 (36.2%)、50 代 (9.5%)、40 代 (6.3%)、30 代 (3.7%)、29 歳以下 (0.0%) となったことから、50 代以下の利用割合は高い。特に 29 歳以下については利用していないと回答した方がいなかったことから若者の日常的なデジタルツールとして利用されて

いる事が分かる。また、電子マネーや動画配信サービスと比較すると 60 歳以上の利用割合も高い。

続いて年代別の利用頻度について確認すると、大きい順に 29 歳以下 (61.8%)、30 代 (43.2%)、50 代 (33.7%)、40 代 (32.8%)、60 歳以上 (18.3%) が「増加した」と回答した。29 歳以下が 6 割を超える割合で突出しており、30 代も 4 割強となっていることから主要なデジタルツールとしての存在感が高まっている一方で、60 歳以上では 2 割弱にとどまっており、他の年代よりも利用状況が増加していない。

デジタル活用：SNS (n=700)

(単位：%)

種類	利用している			利用していない	不明
	増加した	減少した	変わらない		
全体	77.7	29.7	0.7	47.3	17.4
29歳以下	100.0	61.8	0.0	38.2	0.0
30代	92.6	43.2	1.2	48.1	3.7
40代	93.8	32.8	1.6	59.4	6.3
50代	89.5	33.7	1.1	54.7	9.5
60歳以上	57.3	18.3	0.0	39.0	36.2
不明・無回答	19.0	4.8	0.0	14.3	19.0

④ オンライン診療

オンライン診療の利用頻度は全体では「増加した」(3.4%)、「減少した」(0.1%)、「変わらない」(16.3%) となった。年代別のオンライン診療を利用していないと回答した割合は大きい順に 50 代 (79.5%)、60 歳以上 (78.9%)、29 歳以下 (76.5%)、30 代 (66.7%)、40 代 (66.4%) となった。利用状況は他のデジタルサービスと比較して低く、年代による大きな差が見られなかった。

デジタル活用：オンライン診療 (n=700)

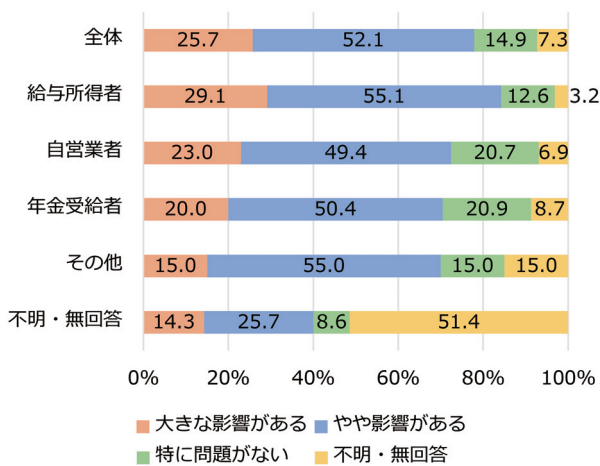
(単位：%)

種類	利用している			利用していない	不明
	増加した	減少した	変わらない		
全体	19.9	3.4	0.1	16.3	74.0
29歳以下	23.5	2.9	0.0	20.6	76.5
30代	29.6	3.7	0.0	25.9	66.7
40代	33.6	8.6	0.0	25.0	66.4
50代	18.4	3.2	0.5	14.7	79.5
60歳以上	11.8	1.2	0.0	10.6	78.9
不明・無回答	0.0	0.0	0.0	0.0	38.1

9. 足元の物価上昇の影響と対応状況

物価上昇の家計への影響度合いは「大きな影響がある」(25.7%)、「やや影響がある」(52.1%)、「特に問題がない」(14.9%)となった。8割弱の方が物価上昇による影響があったと感じており、問題がないとした人は1割強にとどまった。

物価上昇：家計への影響度合い (n=700)

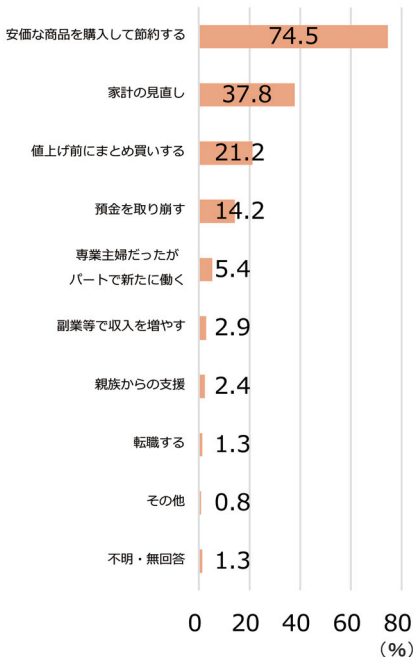


職業別では「大きな影響がある」と答えた方の職業は大きい順に「給与所得者」(29.1%)、「自営業者」(23.0%)、「年金受給者」(20.0%)、「その他」(15.0%)となった。「大きな影響がある」と「やや影響がある」の合計でも大きい順に「給与所得者」(84.2%)、「自営業者」(72.4%)、「年金受給者」(70.4%)、「その他」(70.0%)となり、物価上昇による家計への影響を感じた割合は給与所得者が自営業者や年金受給者を1割強上回った。

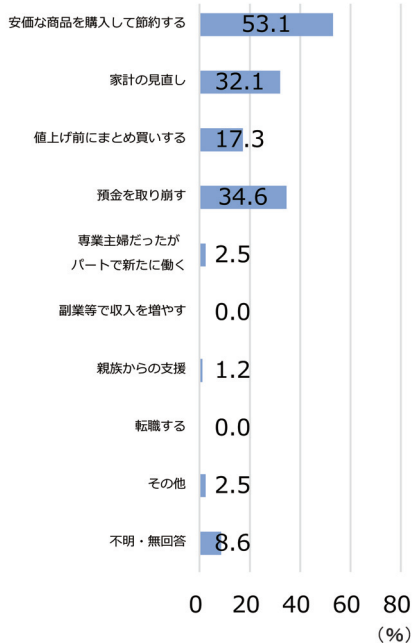
職業(給与所得者、年金受給者、自営業者)別の特徴については、「安価な商品を購入して節約する」はどの職業でも最も大きかったが、給与所得者と自営業者では第2位が「家計の見直し」、第3位が「値上げ前にまとめ買いする」となったのに対し、年金受給者は第2位が「預金を取り崩す」、第3位では「家計を見直す」と対応が相違した。

(林 大祐)

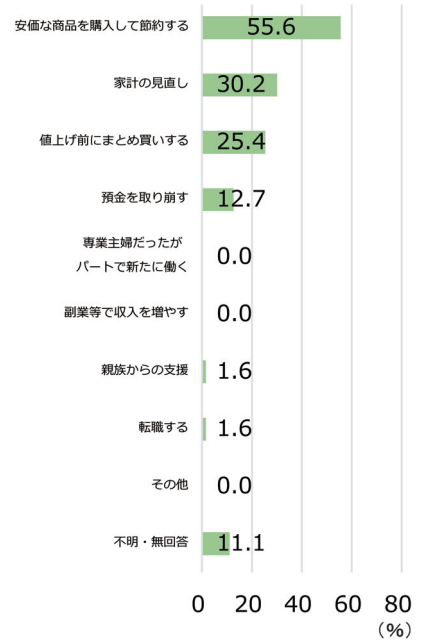
物価上昇で影響がある場合の対応
給与所得者 (n=373)



物価上昇で影響がある場合の対応
年金受給者 (n=81)



物価上昇で影響がある場合の対応
自営業者 (n=63)



【調 査 要 領】

- (1) 調査場所…… 次に掲げる奈良県内の南都銀行店舗 31 家店
本店営業部、南、西大寺、西ノ京、平城、学園前、富雄、生駒、東生駒、郡山、筒井、天理、桜井、榛原、大淀、上市、高田、高田北、馬見、香芝、真美ヶ丘、新庄、御所、橿原、神宮前、王寺、西大和、平群、法隆寺、田原本、五条
- (2) 調査日…… 2022 年 10 月初旬
- (3) 調査方法…… 上記店頭において無記名で記入
- (4) 調査対象者数 700 人
うち有効回答者数 700 人
有効回答率 100.0 %
- (5) 調査対象者（世帯主）の属性

(上段：人、下段：%)

職 業	29歳以下	30 代	40 代	50 代	60歳以上	年齢不明	全 体
給与所得者	32 7.2	73 16.5	108 24.4	152 34.3	76 17.2	2 0.5	443 100.0
年金受給者	0 0.0	0 0.0	1 0.9	3 2.6	110 95.7	1 0.9	115 100.0
自 営 業 者	1 1.1	5 5.7	15 17.2	30 34.5	35 40.2	1 1.1	87 100.0
そ の 他	1 5.0	2 10.0	3 15.0	4 20.0	10 50.0	0 0.0	20 100.0
不明・無回答	0 0.0	1 2.9	1 2.9	1 2.9	15 42.9	17 48.6	35 100.0
合 計	34 4.9	81 11.6	128 18.3	190 27.1	246 35.1	21 3.0	700 100.0

