

「第19回 消費動向に関するインターネット調査」の結果について

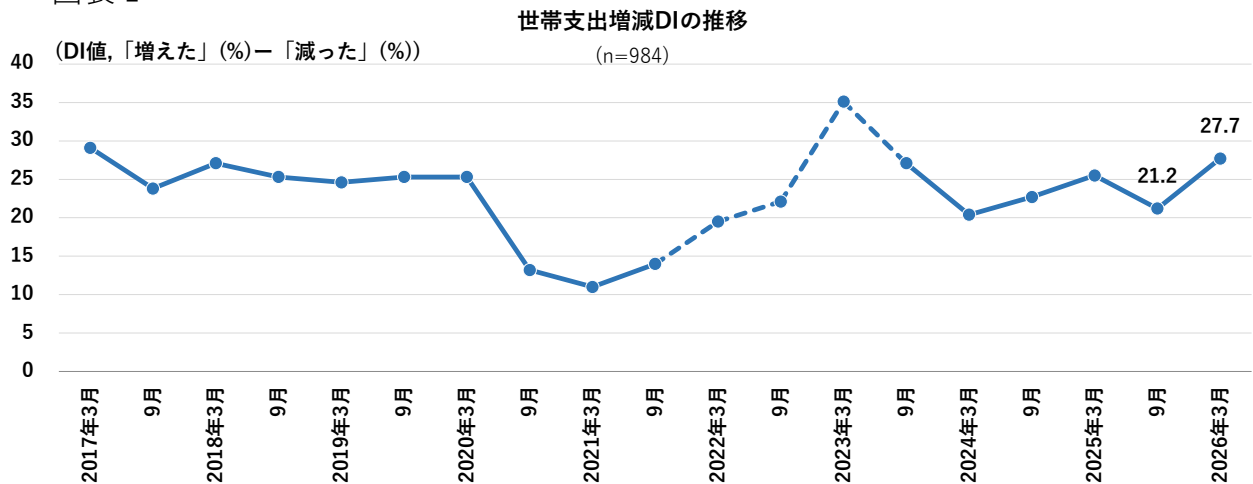
－物価高により世帯支出は増加傾向、約8割が物価高への対応を実施－

<調査結果のポイント>

■世帯支出の状況

- 世帯支出増減DIは前回調査比(2025年9月)+6.5ポイントの27.7であった。物価高により世帯支出は増加傾向である(図表1)。

図表1

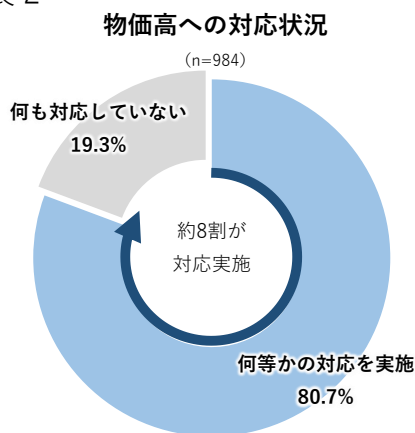


(注)2022年3月、同年9月、2023年3月は、「1年前」との比較について尋ねているため、連続していない(点線部分)。

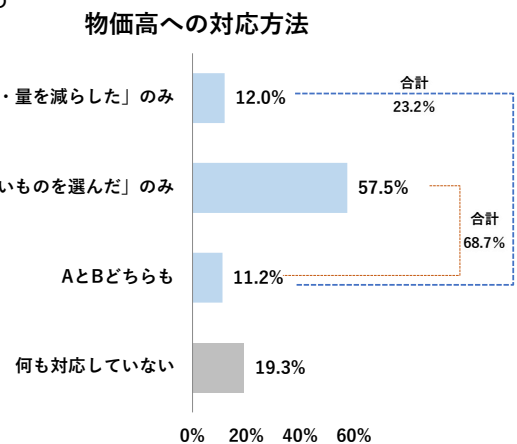
■物価高への対応

- 物価高の状況に対して、全体の80.7%が「何等かの対応を実施」と回答した(図表2)。
- 具体的な対応方法としては、68.7%が「価格が安いものを選んだ」といった価格選好を強めた行動をとっている。また、23.2%が「購入数・量を減らした」といった買い控えの行動をとっている(図表3)。

図表2



図表3



<調査の概要>

- (1)調査時期 2026年3月
- (2)調査方法 インターネット調査
- (3)調査対象者 栃木県、茨城県、群馬県、埼玉県の20歳以上の男女
(20歳～69歳：有職者、70歳以上：有職者＋無職等)
- (4)回答者数 984人
- (5)回答状況 下記のとおり

回答状況

		回答者数(人)	構成比(%)			回答者数(人)	構成比(%)
全体		984	—	業種	製造業	184	23.1
性別	男性	493	50.1		卸・小売業	95	11.9
	女性	491	49.9		建設・不動産業	39	4.9
年代	20-29歳	175	17.8		情報通信業	30	3.8
	30-39歳	170	17.3		運輸業	59	7.4
	40-49歳	186	18.9		医療・福祉	115	14.4
	50-59歳	183	18.6		飲食・サービス業	102	12.8
	60-69歳	187	19.0		金融・保険業	24	3.0
	70歳以上	83	8.4		その他	148	18.6
職業	会社員・会社役員	434	44.1				
	公務員・団体職員	81	8.2				
	個人事業主(自営業・自由業・専門職)	39	4.0				
	派遣・契約社員	71	7.2				
	パート・アルバイト(学生を除く)	239	24.3				
	無職・その他	120	12.2				

(6)注意点

図表中のnとは、回答者数のことである。

集計は、小数第2位を四捨五入しているため、数値の合計は100%にならない場合がある。

(7)目次

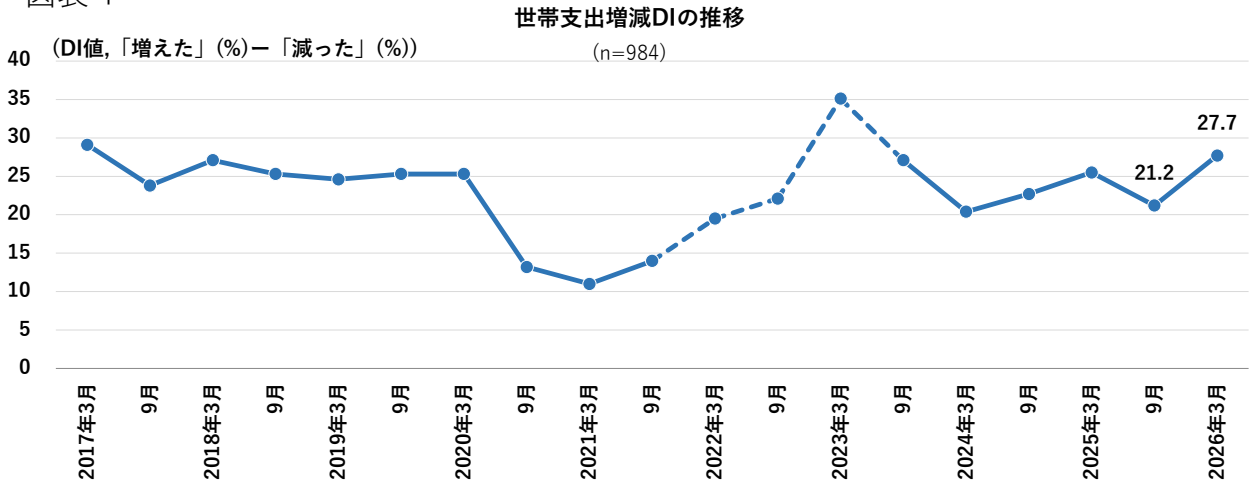
1. 世帯の支出について		3. 今後の消費意欲	P6
(1)半年前と比較した世帯支出の変化	P3		
(2)半年前と比較して増えた支出・減った支出	P4	4. 冬季ボーナス等の使い道	P8
2. 物価について			
(1)物価高への対応	P5		
(2)物価の見通し	P5		

1. 世帯の支出について

(1) 半年前と比較した世帯支出の変化

- 「世帯支出増減DI」（「増えた」と回答した割合－「減った」と回答した割合）は前回調査比（2025年9月）+6.5ポイントの27.7であった。物価高により世帯支出は増加傾向である（図表4）。
- 年代別にみると、「増えた」と回答した割合が最も多かったのは「70歳以上」で44.6%、次いで「50歳代」が39.9%、「40歳代」が39.2%となった（図表5）。
- 世帯年収別にみると、「増えた」と回答した割合が最も多かったのは「700万～1,000万円未満」で51.6%となった。なお、「減った」と回答した割合が最も多かったのは「400万円未満」で14.2%となり、他の年収階層と割合に差がみられた（図表6）。

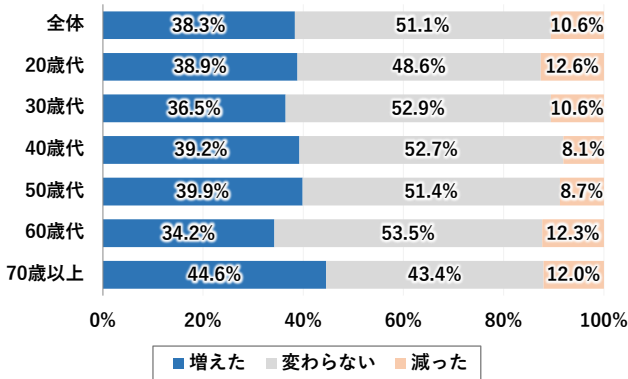
図表 4



(注)2022年3月、同年9月、2023年3月は、「1年前」との比較について尋ねているため、連続していない（点線部分）。

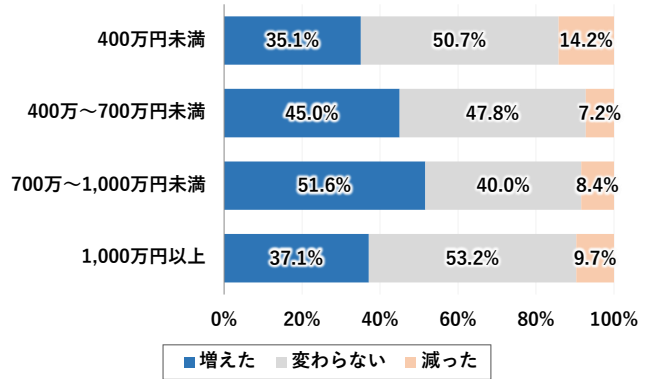
図表 5

半年前と比較した世帯支出の変化（年代別）



図表 6

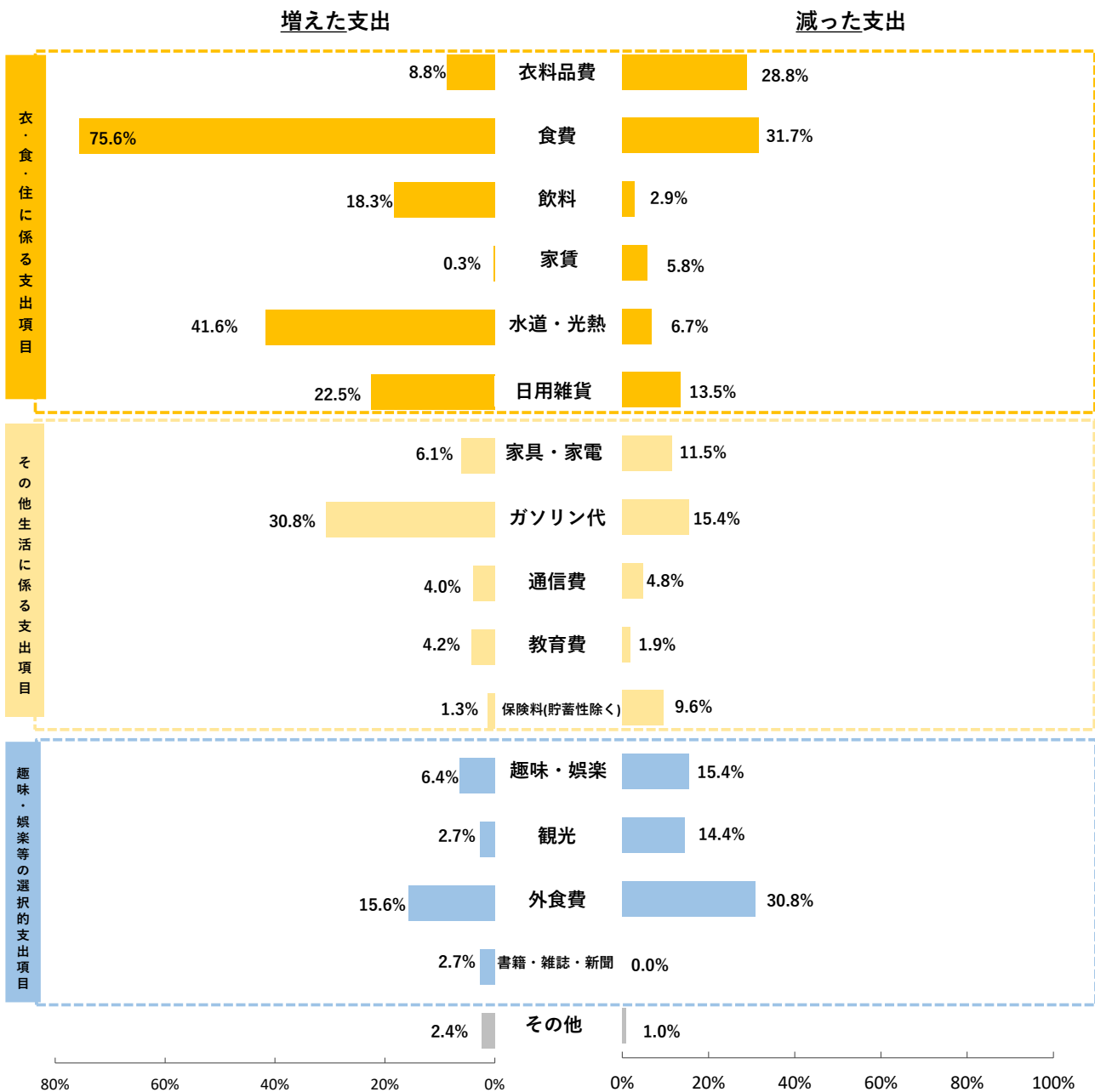
半年前と比較した世帯支出の変化（世帯年収別）



(2)半年前と比較して増えた支出・減った支出

- 「衣・食・住に係る支出項目」の「食費（75.6%）」「水道・光熱（41.6%）」「日用雑貨（22.5%）」や、「その他生活に係る支出項目」の「ガソリン代（30.8%）」は、増えた支出として選択した割合が減った支出として選択した割合を上回った（図表7）。
- 一方、「趣味・娯楽等の選択的支出項目」の「外食費（30.8%）」「趣味・娯楽（15.4%）」「観光（14.4%）」や、「衣・食・住に係る支出項目」の「衣料品費（28.8%）」は、減った支出として選択した割合が増えた支出として選択した割合を上回った。
- 物価高により日常生活の維持に必要な支出が増える一方、選択的な支出を控える様子が見られる。

図表 7

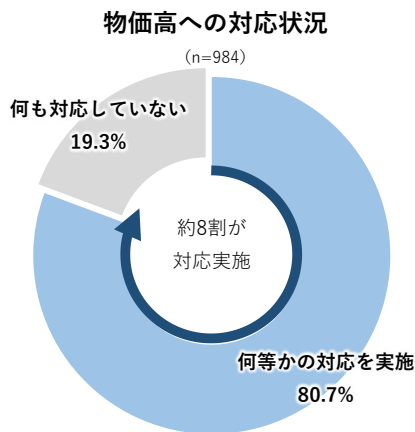


2. 物価について

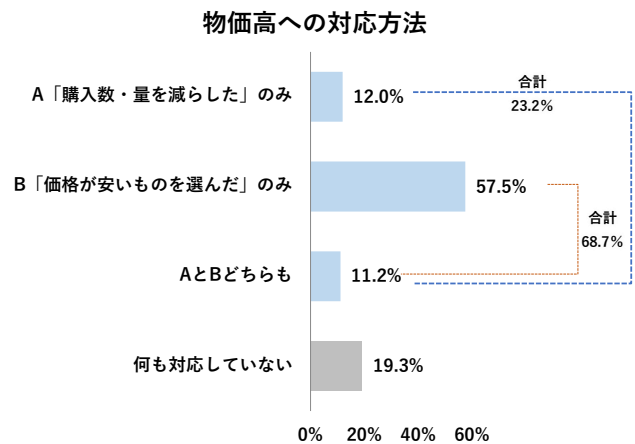
(1)物価高への対応

- 物価高の状況に対して、全体の80.7%が「何等かの対応を実施」と回答した(図表8)。
- 具体的な対応方法としては、68.7%が「価格が安いものを選んだ」といった価格選好を強めた行動をとっている。また、23.2%が「購入数・量を減らした」といった買い控えの行動をとっている(図表9)。

図表 8



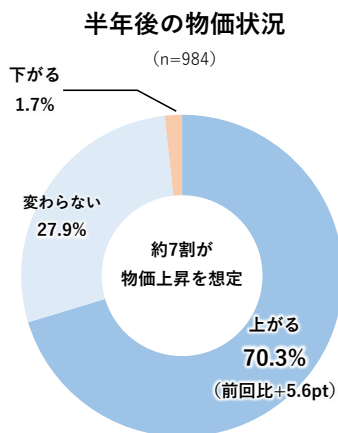
図表 9



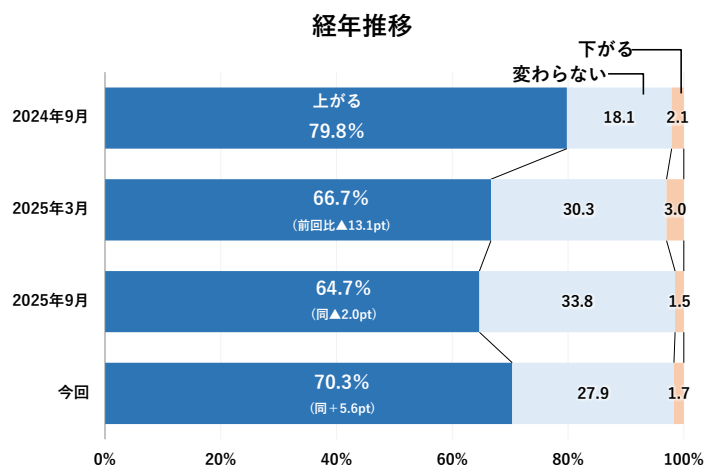
(2)物価の見通し

- 半年後の物価について「上がる」と回答した割合は、前回調査比(2025年9月)+5.6ポイントの70.3%であった。消費者の多くが更なる物価の上昇を見通している様子がうかがえる(図表10)。
- イランと米国・イスラエルの軍事衝突で原油価格が高騰したことによる、エネルギーコスト上昇への懸念が一因と考えられる。
- ただし、米の供給不足による価格高騰が懸念されていた2024年9月調査の「上がる」と回答した割合(79.8%)よりは少ない結果となった(図表11)。

図表 10



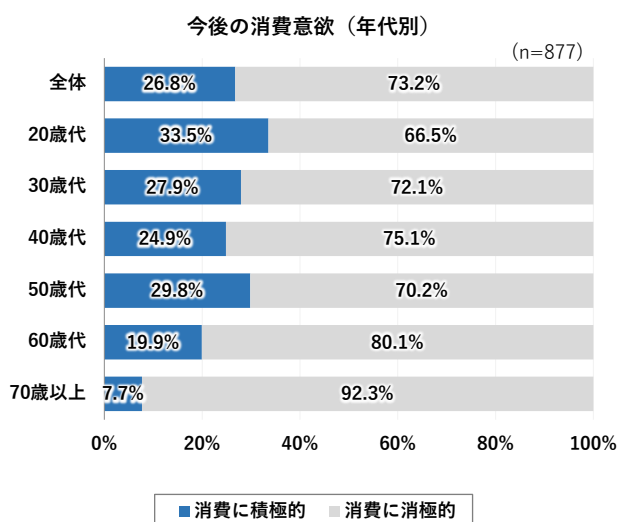
図表 11



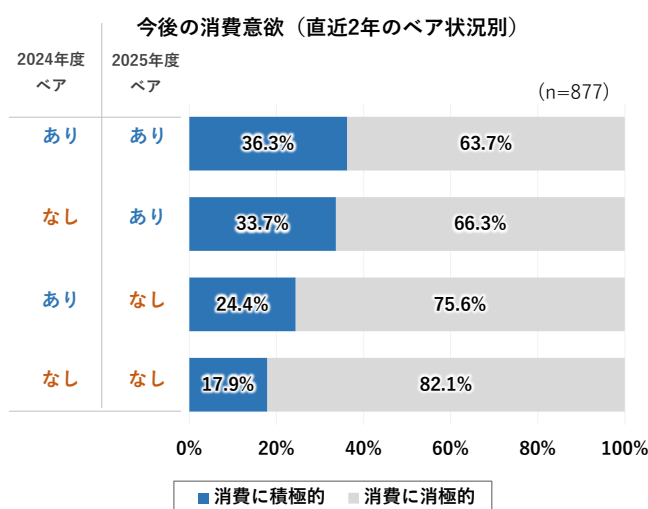
3. 今後の消費意欲

- 今後の消費に積極的な割合は全体の 26.8% となった。年代別にみると、消費に積極的な割合は「20 歳代」が 33.5% と最も多く、次いで「50 歳代」が 29.8%、「30 歳代」が 27.9% となった（図表 12）。
- 直近 2 年のベースアップ（以下、ベア）の状況別にみると、2 年連続でベアがあった人ほど消費意欲が高くなっている。物価高が続く中でも、持続的な賃金上昇が消費意欲の向上に寄与している（図表 13）。

図表 12



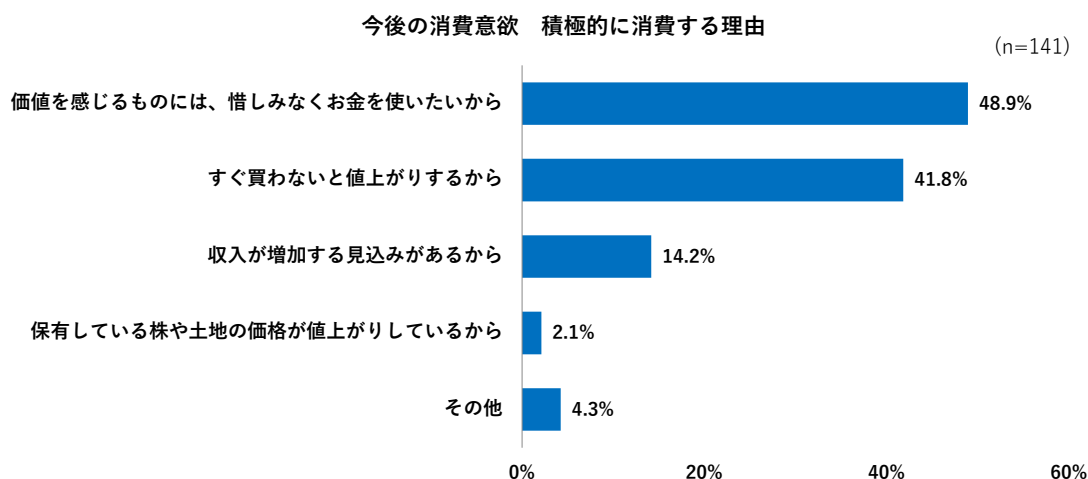
図表 13



(注) 今後の消費意欲は、「積極的に消費したい」「どちらかといえば、積極的に消費したい」「どちらかといえば、消費を抑えたい」「極力消費を抑えたい」の4択で伺い、それぞれに4点、3点、2点、1点を付与したのち、総得点に占める比率を算出。「積極的に消費したい」「どちらかといえば、積極的に消費したい」の割合を“消費に積極的”、“どちらかといえば、消費を抑えたい”「極力消費を抑えたい」の割合を“消費に消極的”と定義した。

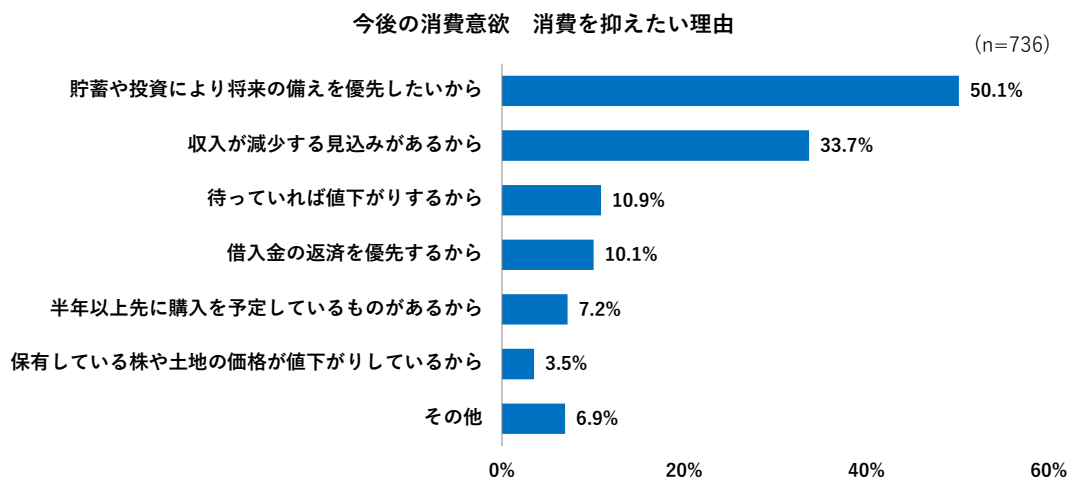
- 積極的に消費する理由は、「価値を感じるものには、惜しみなくお金を使いたいから」が 48.9% と最も多く、次いで「すぐ買わないと値上がりするから」が 41.8% となった。メリハリをつけた消費行動や、インフレマインドを前提とした消費行動がうかがえる（図表 14）。
- 消費を抑えたい理由は、「貯蓄や投資により将来の備えを優先したいから」が 50.1% と最も多く、次いで「収入が減少する見込みがあるから」が 33.7% となった。自らのライフプランに沿って、今後の収入や支出を意識しながら、家計管理に取り組む様子がうかがえる（図表 15）。

図表 14



(注)「消費に積極的」な回答者のみ

図表 15

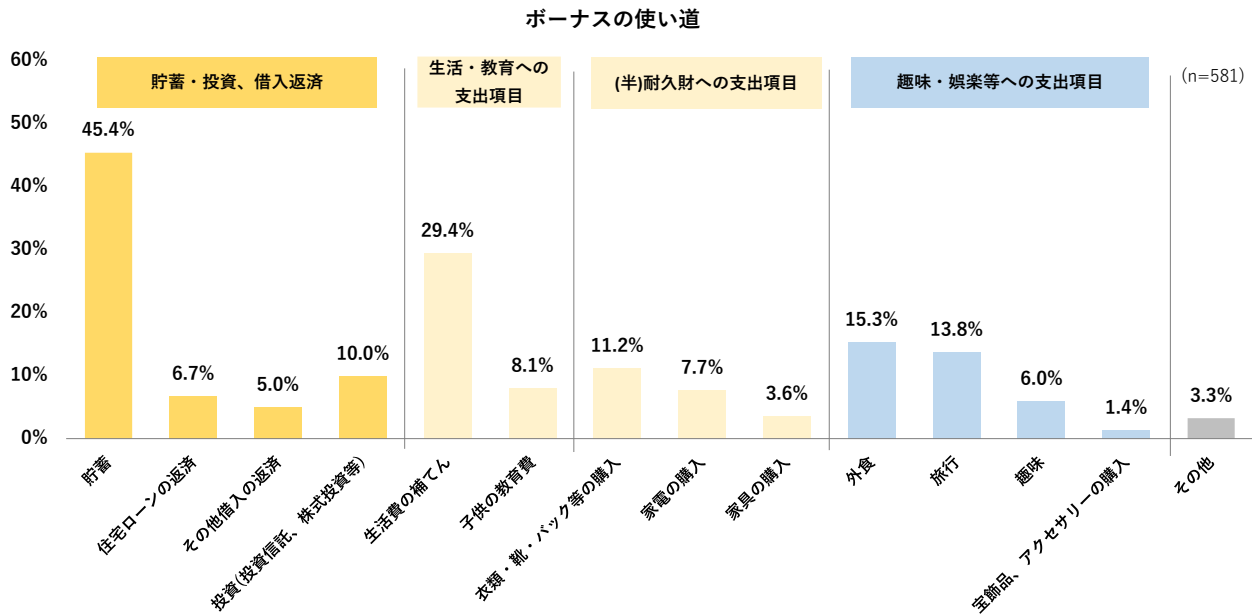


(注)「消費に消極的」な回答者のみ

4. 冬季ボーナス等の使い道

- 「貯蓄」が45.4%と最も多く、次いで「生活費の補てん」が29.4%、「外食」が15.3%となった(図表16)。
- 今回(2025年度冬季)の支給額が前回(2024年度冬季)に比べて「増えた」人では、「外食」や「旅行」など趣味・娯楽への支出割合が多い傾向が見られる一方、前回より「減った」人においては、「生活費の補てん」や「子供の教育費」など生活・教育への支出割合が多い傾向が確認できる(図表17)。

図表 16



図表 17

	貯蓄・投資、借入返済				生活・教育への支出項目		(半)耐久財への支出項目			趣味・娯楽等への支出項目				その他
	貯蓄	住宅ローンの返済	その他借入の返済	投資(投資信託、株式投資等)	生活費の補てん	子供の教育費	衣類・靴・バッグ等の購入	家電の購入	家具の購入	外食	旅行	趣味	宝飾品、アクセサリーの購入	
全体	45.4%	6.7%	5.0%	10.0%	29.4%	8.1%	11.2%	7.7%	3.6%	15.3%	13.8%	6.0%	1.4%	3.3%
前年より増えた	54.2%	8.3%	5.8%	15.0%	22.5%	6.7%	14.2%	12.5%	5.0%	18.3%	19.2%	7.5%	0.8%	2.5%
前年と変わらない	44.3%	5.3%	3.8%	8.5%	30.5%	7.0%	12.0%	7.6%	2.6%	15.2%	12.9%	6.5%	1.5%	2.9%
前年より減った	40.0%	9.2%	7.5%	9.2%	33.3%	12.5%	5.8%	3.3%	5.0%	12.5%	10.8%	3.3%	1.7%	5.0%

以上