

「第 20 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

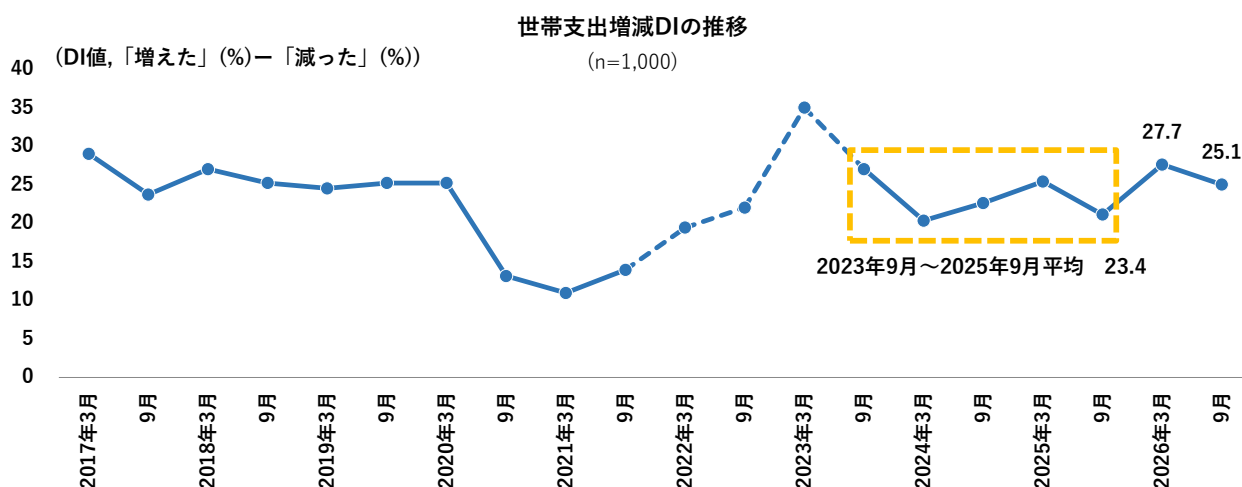
－物価高が続く中、足元では支出を抑える動き。78.4%が物価高への対応を実施。－

<調査結果のポイント>

■半年前と比較した世帯支出の状況

- 世帯支出増減 DI は 25.1 となった。2023 年 9 月から 2025 年 9 月の平均 23.4 より +1.7 ポイントと高水準であるが、前回調査比では▲2.6 ポイントとなっている。物価高が続く中、世帯支出が増える傾向が続いているものの、足元では支出を抑える動きが見られる（図表 1）。

図表 1

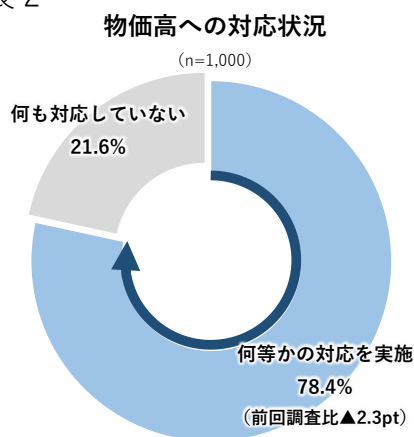


(注)2022年3月、同年9月、2023年3月は、「1年前」との比較について尋ねているため、連続していない（点線部分）。

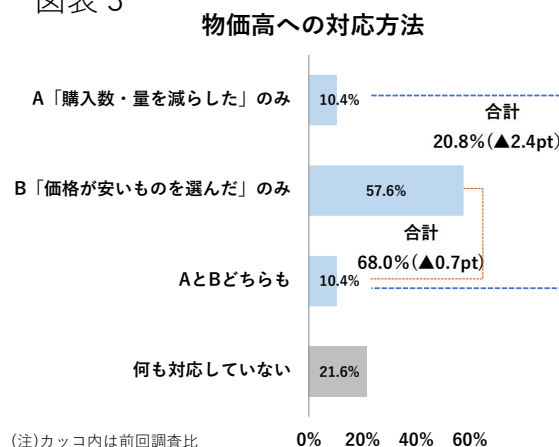
■物価高への対応

- 物価高の状況に対して「何等かの対応を実施」と回答した割合は、前回調査比▲2.3 ポイントの 78.4% となった（図表 2）。
- 具体的な対応方法としては、68.0%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、20.8%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 8 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 1,000 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		1,000	—	業種	製造業	193	23.0
性別	男性	500	50.0		卸・小売業	91	10.8
	女性	500	50.0		建設・不動産業	47	5.6
年代	20-29歳	184	18.4		情報通信業	32	3.8
	30-39歳	182	18.2		運輸業	52	6.2
	40-49歳	179	17.9		医療・福祉	127	15.1
	50-59歳	188	18.8		飲食・サービス業	109	13.0
	60-69歳	185	18.5		金融・保険業	32	3.8
	70歳以上	82	8.2		その他	157	18.7
職業	会社員・会社役員	467	46.7				
	公務員・団体職員	69	6.9				
	個人事業主（自営業・自由業・専門職）	54	5.4				
	派遣・契約社員	77	7.7				
	パート・アルバイト（学生を除く）	232	23.2				
	無職・その他	91	9.1				

(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

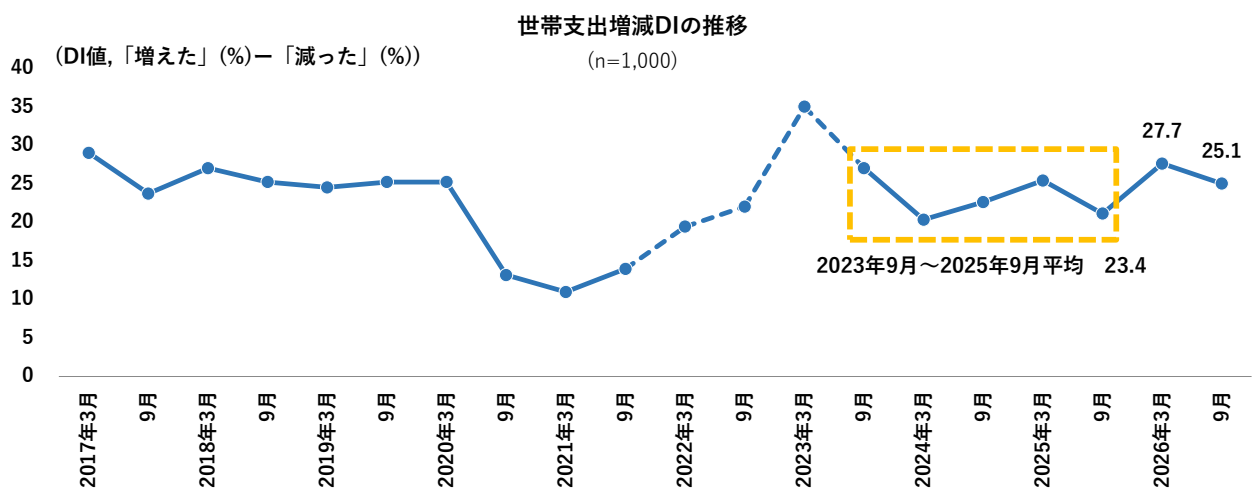
1. 世帯の支出について		3. 今後の消費意欲	P6
(1)半年前と比較した世帯支出の変化	P3		
(2)半年前と比較して増えた支出・減った支出	P4	4. 食料品の消費税率引き下げの影響	P8
2. 物価について			
(1)物価高への対応	P5	5. 夏季ボーナス等の使い道	P9
(2)物価の見通し	P5		

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 25.1 となった。2023 年 9 月から 2025 年 9 月の平均 23.4 より +1.7 ポイントと高水準であるが、前回調査比では ▲2.6 ポイントとなっている。物価高が続く中、世帯支出が増える傾向が続いているものの、足元では支出を抑える動きが見られる(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 43.9%、次いで「40 歳代」が 43.0%、「50 歳代」が 40.4%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「1,000 万円以上」で 55.4%となった。他の年収階層の「増えた」の回答と比べて 15 ポイント以上高く、年収 1,000 万円を境に差がみられた(図表 6)。

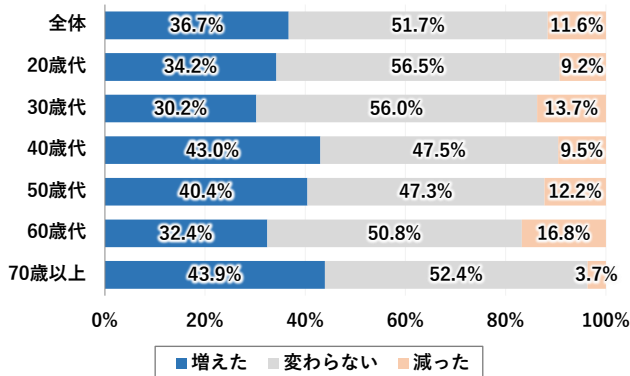
図表 4



(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)。

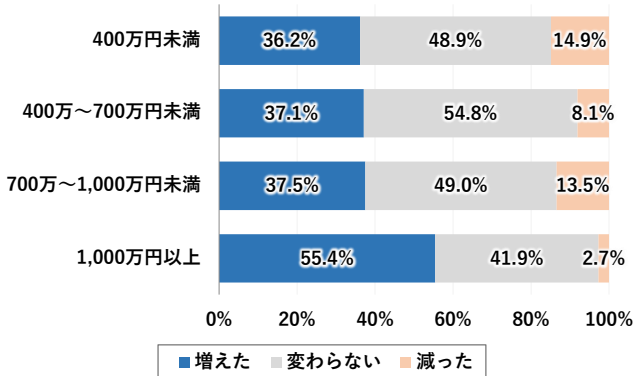
図表 5

半年前と比較した世帯支出の変化(年代別)



図表 6

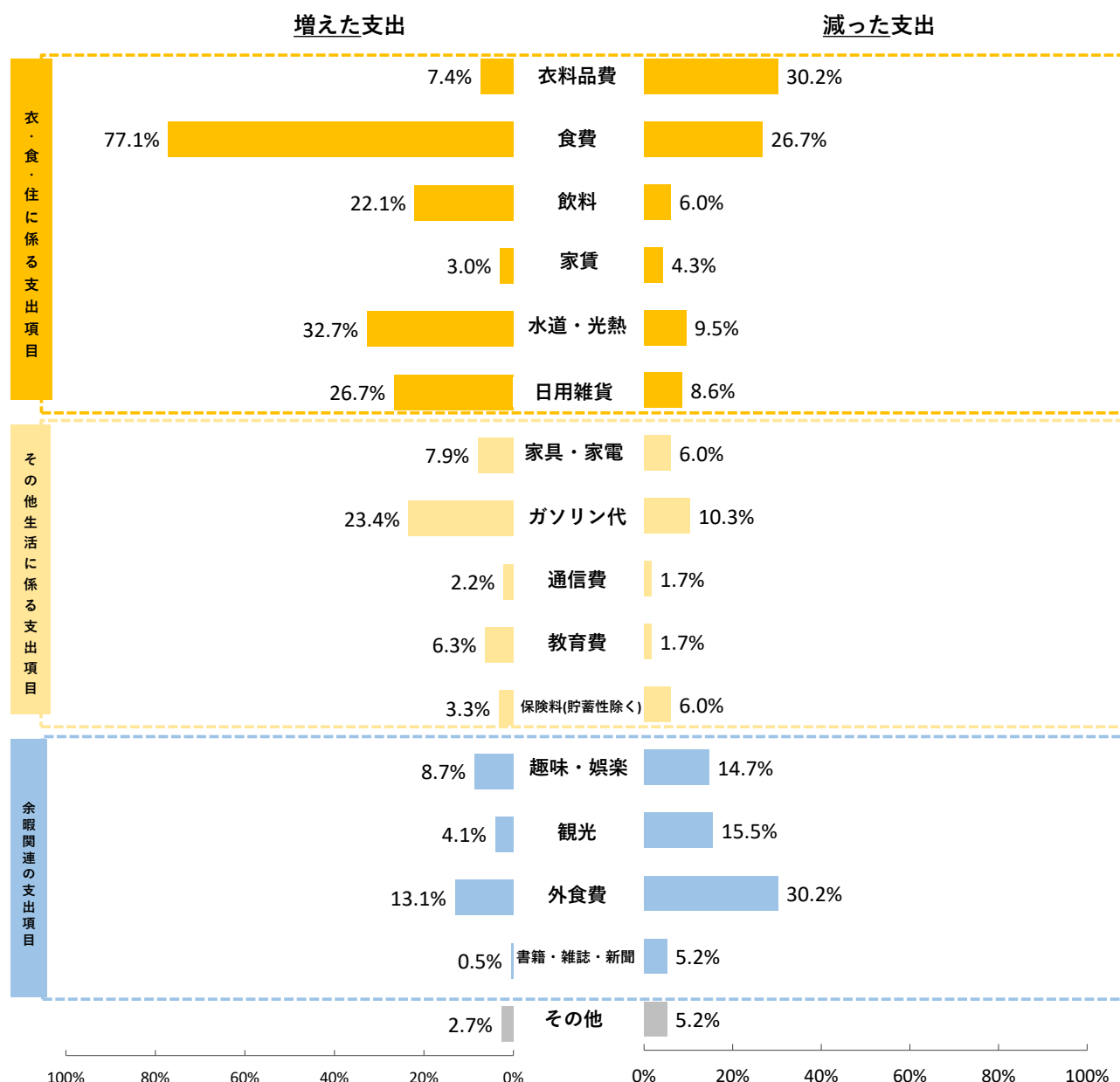
半年前と比較した世帯支出の変化(世帯年収別)



(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（77.1%）」「飲料（22.1%）」「水道・光熱（32.7%）」「日用雑貨（26.7%）」や、「その他生活に係る支出項目」の「ガソリン代（23.4%）」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、「衣・食・住に係る支出項目」の「衣料品費（30.2%）」や、「余暇関連の支出項目」の「外食費（30.2%）」「観光（15.5%）」「趣味・娯楽（14.7%）」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えてくる。

図表 7

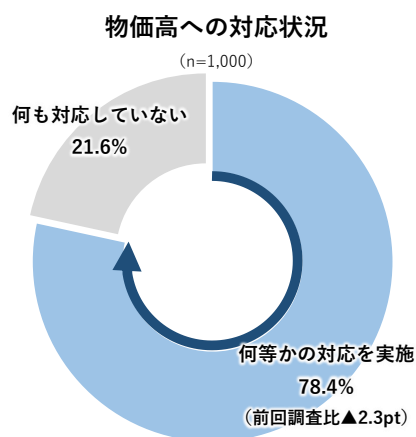


2. 物価について

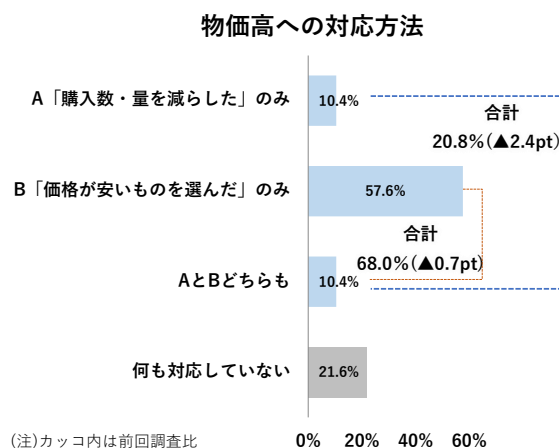
(1)物価高への対応

- 物価高の状況に対して「何等かの対応を実施」と回答した割合は、前回調査比▲2.3 ポイントの78.4%となった(図表 8)。
- 具体的な対応方法としては、68.0%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、20.8%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



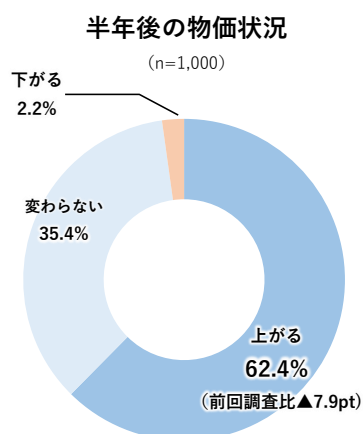
図表 9



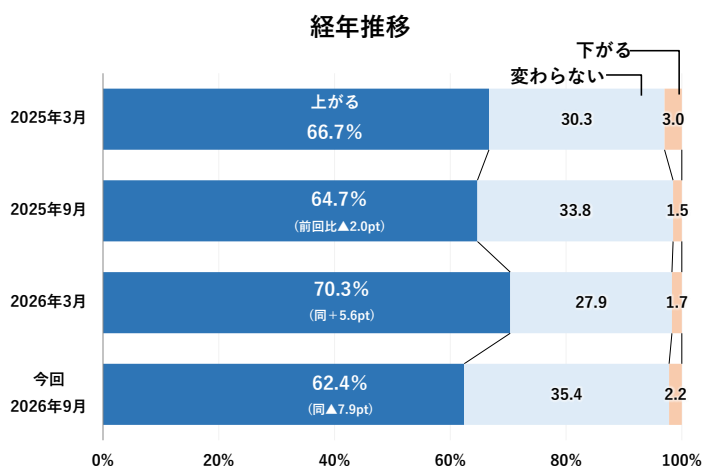
(2)物価の見通し

- 半年後の物価について62.4%が「上がる」と回答した(図表 10)。
- 「上がる」と回答した割合は前回調査比▲7.9 ポイントとなった。家計支出に占める割合が高い食料品について、消費税減税の方針が示されたことが影響した可能性がある(図表 11)。

図表 10



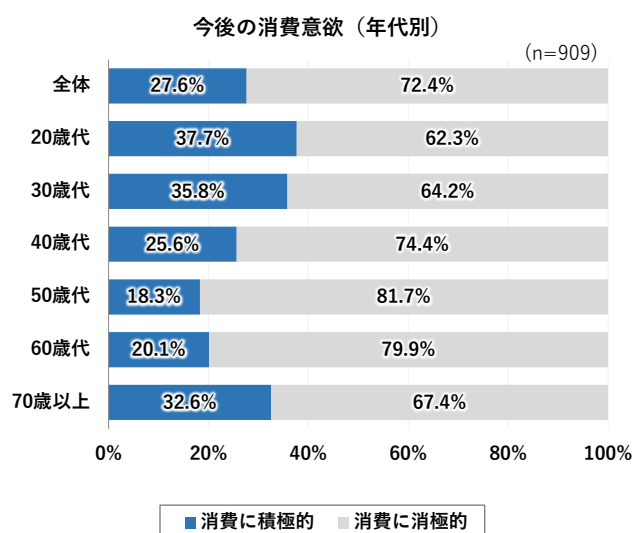
図表 11



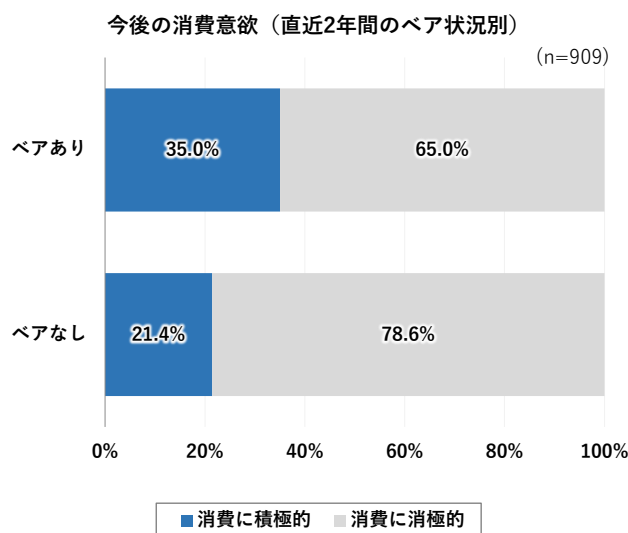
3. 今後の消費意欲

- 全体では、今後の消費に積極的な割合は 27.6%、消費に消極的な割合は 72.4% 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 37.7% と最も多く、次いで「30 歳代」が 35.8%、「70 歳以上」が 32.6% となった。一方、消費に消極的な割合は「50 歳代」が 81.7% と最も多く、次いで「60 歳代」が 79.9%、「40 歳代」が 74.4% となった（図表 12）。
- 直近 2 年間にベースアップ（以下、ベア）があった人の消費に積極的な割合は 35.0% となった。ベアが無かった人の回答に比べ +13.6 ポイントとなっており、賃金上昇が消費意欲の向上に寄与している様子がうかがえる（図表 13）。

図表 12



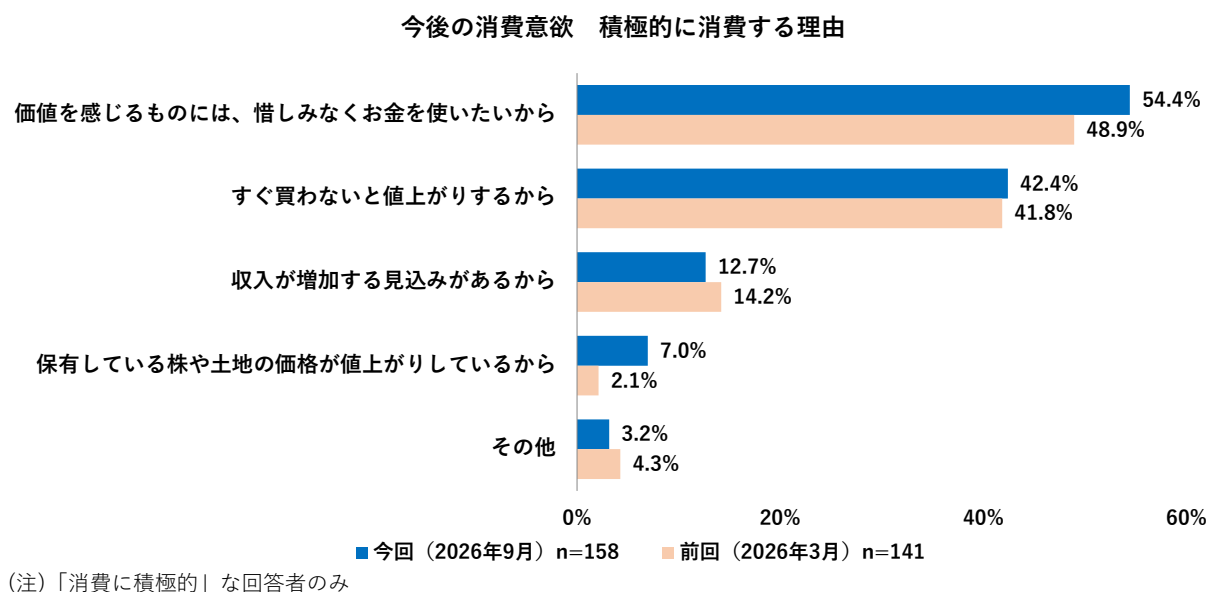
図表 13



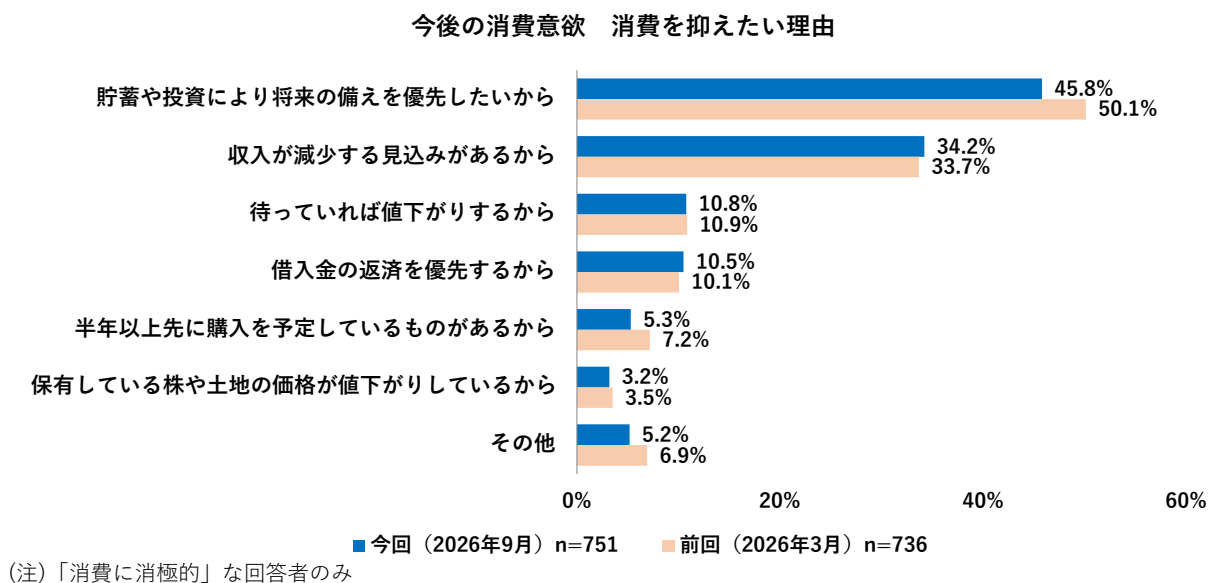
(注) 今後の消費意欲は、「積極的に消費したい」「どちらかといえば、積極的に消費したい」「どちらかといえば、消費を抑えたい」「極力消費を抑えたい」の 4 択で伺い、それぞれに 4 点、3 点、2 点、1 点を付与したのち、総得点に占める比率を算出。「積極的に消費したい」「どちらかといえば、積極的に消費したい」の割合を“消費に積極的”、“どちらかといえば、消費を抑えたい”“極力消費を抑えたい”の割合を“消費に消極的”と定義した。

- 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 54.4%（前回調査比+5.5 ポイント）と最も多く、次いで「すぐには買わないと値上がりするから」が 42.4%（前回調査比+0.6 ポイント）となった（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 45.8%（前回調査比▲4.3 ポイント）と最も多く、次いで「収入が減少する見込みがあるから」が 34.2%（前回調査比+0.5 ポイント）となった（図表 15）。
- 今後の消費に消極的な回答者は、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見えてくる。

図表 14



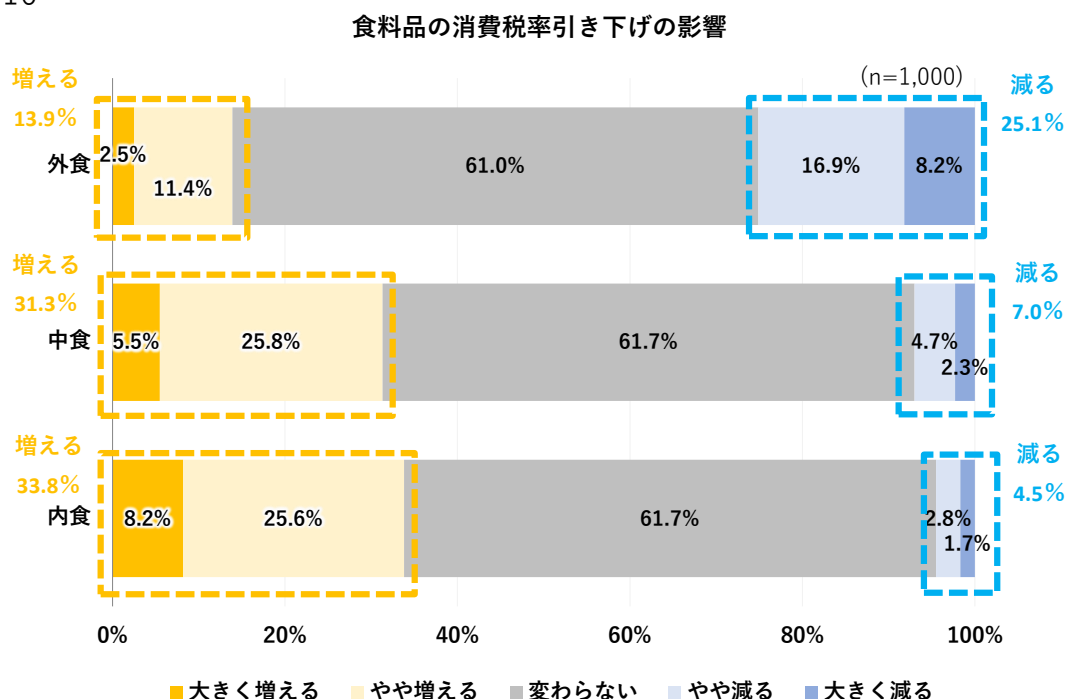
図表 15



4. 食料品の消費税率引き下げの影響

- 2027年4月から予定されている食料品の消費税率引き下げが行われた場合における、「外食」「中食」「内食」の頻度の変化について聞いたところ、「外食」では減る（やや減る＋大きく減る）と回答した割合が、増える（大きく増える＋やや増える）と回答した割合を上回った（図表16）。
- 一方で、「中食」「内食」では増える（大きく増える＋やや増える）と回答した割合が、減る（やや減る＋大きく減る）と回答した割合を上回った。
- 一部の消費者において税率差による食費の変化を意識し、食事の選択肢を変える動きが想定される。

図表 16

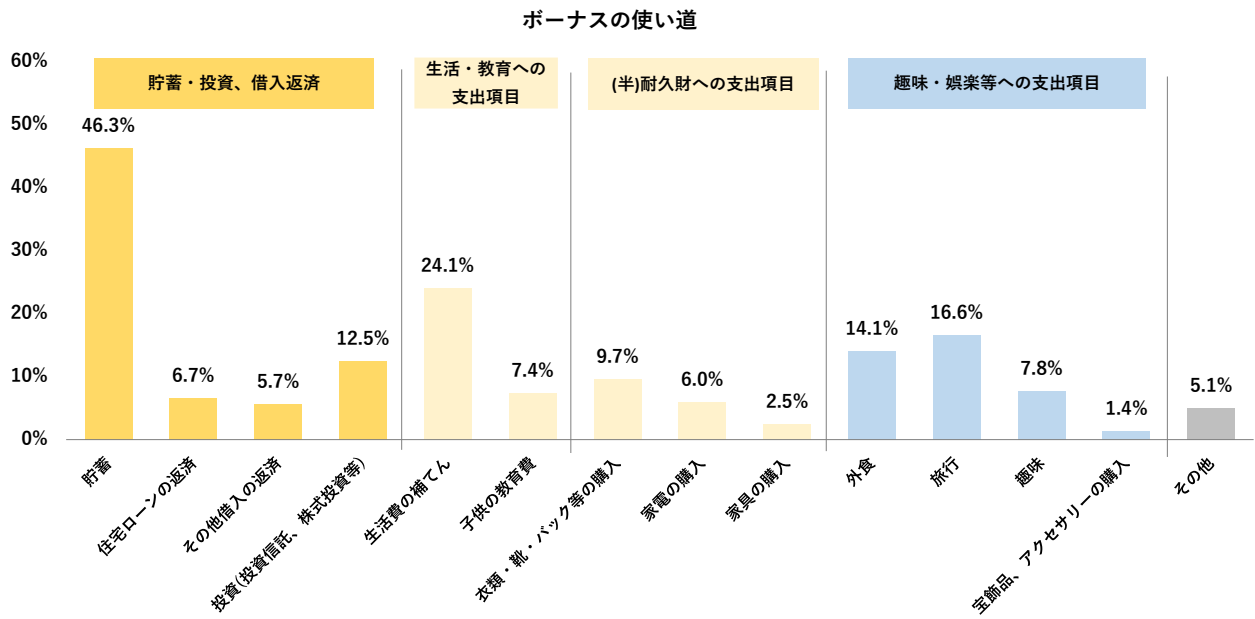


(注) 「中食」:市販の弁当や総菜などを購入して自宅等で食べること。「内食」:購入した食材を自宅等で調理して食べること。
消費税について、「外食」は10%据置き、「中食」および「内食」は8%から1%に引き下げとなった想定で質問。

5. 夏季ボーナス等の使い道

- 「貯蓄」が46.3%と最も多く、次いで「生活費の補てん」が24.1%、「旅行」が16.6%となった(図表17)。
- 今回(2026 年度夏季)の支給額が前回(2025 年度夏季)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」など生活への支出割合が多い傾向が確認できる(図表18)。

図表 17



図表 18

	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					
	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	その他		
全体	46.3%	6.7%	5.7%	12.5%	24.1%	7.4%	9.7%	6.0%	2.5%	14.1%	16.6%	7.8%	1.4%	5.1%		
ボーナスが前年より増えた	57.4%	7.1%	8.5%	22.7%	23.4%	8.5%	10.6%	6.4%	1.4%	16.3%	19.9%	12.1%	1.4%	3.5%		
ボーナスが前年と変わらない	45.6%	6.4%	4.0%	9.3%	22.1%	7.5%	10.4%	5.3%	2.4%	13.3%	15.7%	7.5%	1.1%	5.9%		
ボーナスが前年より減った	34.8%	7.0%	7.8%	10.4%	31.3%	6.1%	6.1%	7.8%	4.3%	13.9%	15.7%	3.5%	2.6%	4.3%		

以上