

暮らし向きは3年ぶりに悪化 先行きも悪化見通し

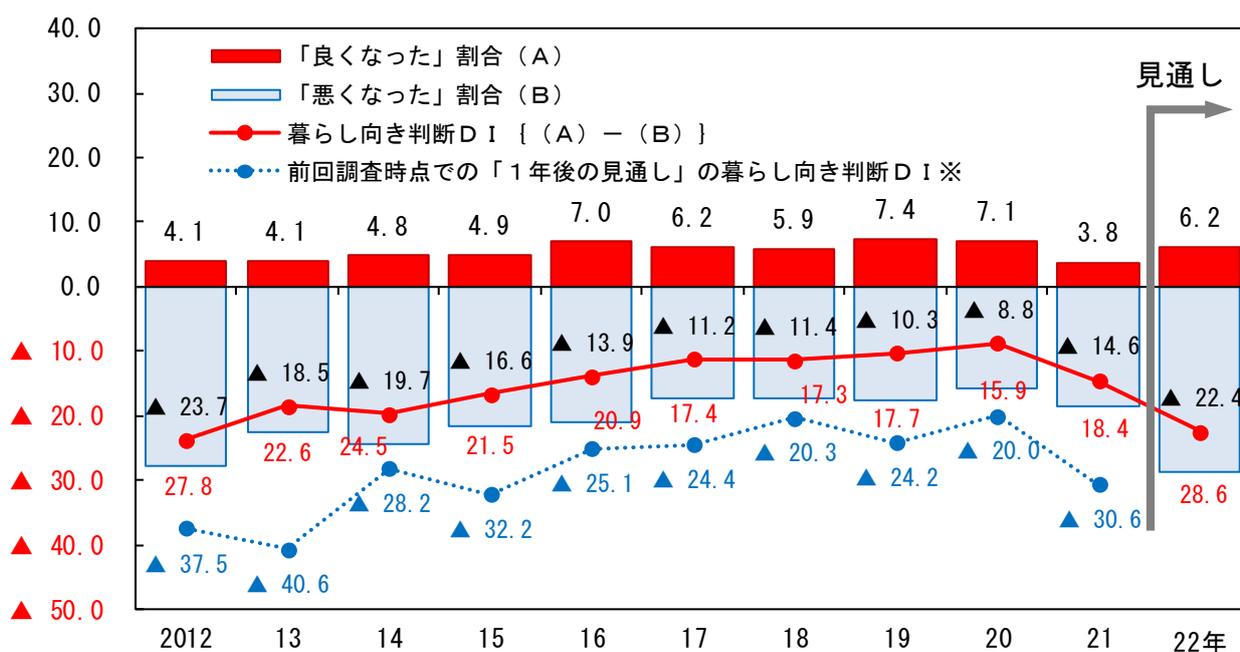
～コロナ禍による支出・収入の減少が暮らし向きに影響～

当行では、このほど山陰地方の消費動向を把握するため、鳥取・島根両県内の消費者を中心にアンケート調査を実施した（調査要領は下記参照）。

足元（2021年11月）の暮らし向きについて尋ねたところ、1年前に比べて「良くなった」が3.8%、「悪くなった」が18.4%となり、「暮らし向き判断DI（「良くなった」割合－「悪くなった」割合）」は前回調査比5.8ポイント減の▲14.6と3年ぶりに低下した。

なお、先行き（2022年）の「暮らし向き判断DI」は、7.8ポイント減の▲22.4と2012年以来の低い水準となった。

図表1. 暮らし向き判断DI（「良くなった」割合－「悪くなった」割合）の推移



※例：2021年の▲30.6は、2020年11月時点での「1年後（2021年）の暮らし向き判断DI」を示す。

【調査要領】

1. 期 間 2021年11月1日～11月19日
2. 対 象 鳥取県・島根県の在住者
3. 調査方法 当行の山陰両県内本支店の店頭にてアンケート用紙を配布し郵送で回収（またはWebで回答）
4. 回 答 数 配布数2,480枚、有効回答数584（回収率23.5%）
5. 回答者構成比 10・20代6.2%、30代13.0%、40代27.1%、50代以上53.5%、不明0.2%

〔調査結果の概要〕

1. 暮らし向き

○足元（2021年11月）の「暮らし向き判断D I」は前回調査比 5.8 ポイント減の▲14.6 と3年ぶりに低下した。先行き（2022年）は▲22.4 と2012年（▲23.7）以来の低い水準となった。

2. 総収入の動向

○「総収入判断D I」は前回調査比 2.3 ポイント減の▲10.9 となり、2年連続でマイナスとなった。

3. 消費生活の動向

○「消費支出額判断D I」は前回調査比 2.1 ポイント増の 24.4 と、2年ぶりに前回調査を上回った。

○消費生活の水準（満足度）は前回調査に比べて低下した。

4. 今後の家計の重点

○堅実姿勢が続くなかで「健康増進」や「貯蓄の充実」などが上位となった。

○若い世代以外でも「レジャー・娯楽」が上位にあり、自粛生活を続けるなかでも余暇活動への興味・関心が強い様子が見えられた。

5. 家計支出の動向

○この1年間で特に支出が増えた費目のうち、最も回答割合が多かったのは「食料・外食費」だった。一方、特に支出が減った費目のうち、最も回答割合が多かったのは「旅行・レジャー・娯楽費」だった。

○今後1年間で特に支出を増やしたい費目のうち、最も回答割合が多かったのは「旅行・レジャー・娯楽費」だった。一方、特に支出を減らしたい費目のうち、最も回答割合が多かったのは「水道・光熱費」だった。

6. 貯蓄動向

○全体では「増加した」が「減少した」を上回った。

○貯蓄残高は『500万円未満』が5割強を占めた。

7. 雇用に対する不安

○50代以上で『不安がある』が上昇した。

8. 新型コロナのワクチン接種が一巡した後の消費活動について

○新型コロナウイルスのワクチン接種が一巡した後でやってみたい消費活動（複数回答3つまで）として最も回答が多かったのは「国内旅行に出かける」だった。

○消費活動について想定される支出金額は、「5万円以上10万円未満」が最も多かった。

1. 暮らし向き

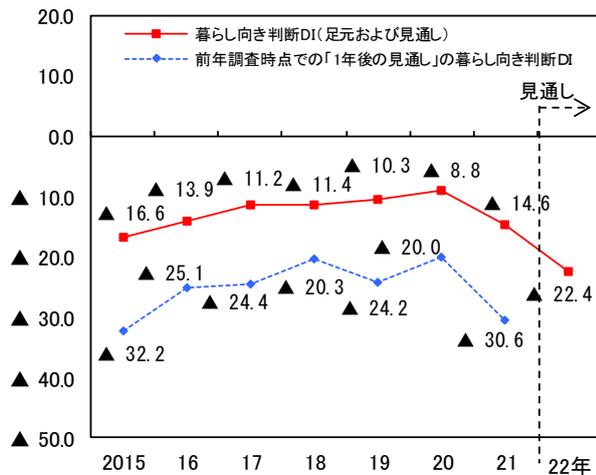
～「足元」の暮らし向きは悪化、
「先行き」も慎重な見通し～

(1) 暮らし向き判断DI

足元（2021年11月）の「暮らし向き判断DI」は、前回調査比5.8ポイント減の▲14.6と3年ぶりに低下し、コロナ禍の影響により悪化に転じた。

また、1年後の「暮らし向き判断DI」についても、同7.8ポイント減の▲22.4と2012年（▲23.7）以来の低い水準となった。ただし、前年調査時点の「1年後の見通し」と今回調査の「実績」には、概ね10～20ポイント程度の乖離が生じる点（1年後を低めに見込む）には注意が必要である。

図表2. 暮らし向き判断DIの推移
（「足元」および「見通し」）



(2) 現在の暮らし向き（独身・既婚別、年代別）

独身・既婚別にみると、良し悪しの評価に大きな差はないものの、前回調査と比べると、独身者は「良くなった」から「変わらない」への移行が主体となっているのに対して、既婚者は「悪くなった」へ集中しており、悪化の程度が相対的に大きい様子が見える。

年代別にみると、「良くなった」は10・20代が16.7%と最も高く、「悪くなった」は50代以上が最も高くなっている（21.5%）。

図表3. 現在の暮らし向き(1年前との比較)
(カッコ内の数値は前回調査値)

		(%)	0	50	100
既婚別	全体	3.8(7.1)	77.8(77.1)	18.4(15.9)	
	独身者	5.0(11.6)	75.9(70.3)	19.1(18.1)	
	既婚者	3.5(5.7)	78.1(79.0)	18.4(15.4)	
年代別	10・20代	16.7(20.9)	69.4(67.4)	13.9(11.6)	
	30代	9.2(13.2)	78.9(78.0)	11.8(8.8)	
	40代	4.5(5.4)	79.0(78.9)	16.6(15.7)	
	50代以上	0.7(3.6)	77.9(77.0)	21.5(19.4)	

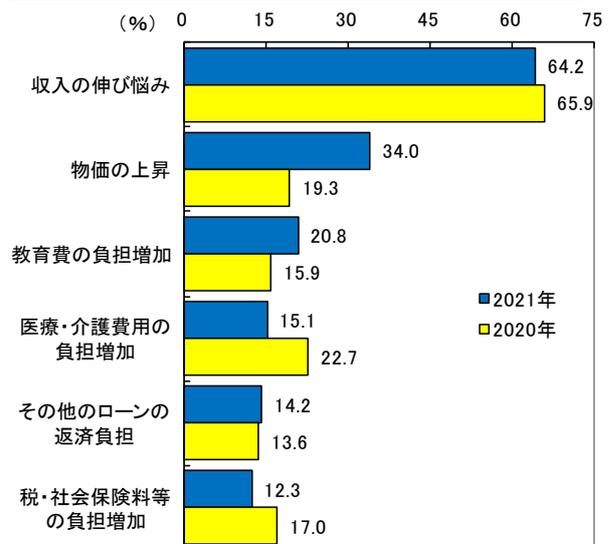
□良くなった □変わらない □悪くなった

(注) 四捨五入の関係で合計が100%にならないことがある(以下同じ)。

(3) 暮らし向きが悪くなった理由

暮らし向きが「悪くなった」と回答した人に、その理由を尋ねたところ、「収入の伸び悩み(64.2%)」が最も多く、以下、「物価の上昇(34.0%)」、「教育費の負担増加(20.8%)」、と続いた。前回調査に比べて、特に「物価の上昇」の割合が上昇しており(14.7ポイント増)、世界的な景気の急回復に伴う物価上昇が影響している様子が見える。

図表4. 暮らし向きが悪くなった理由(2つまで)



以下、10%未満(2021年)の回答(カッコ内は比率、%)
「住宅ローンの返済負担(5.7%)」、「世帯での就業者数の減少(5.7%)」、「交際費の増加(4.7%)」、「その他(3.8%)」、「資産運用環境の悪化(0.9%)」

(4) 1年後の暮らし向き見通し

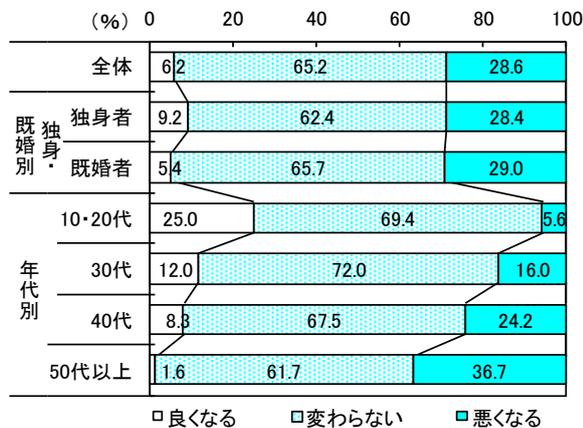
1年後の暮らし向き見通しについて尋ねたところ、全体では「良くなる」が6.2%、「変わらない」が65.2%、「悪くなる」が28.6%となっており、総じて「悪くなる」との見方が優位となっている。

独身・既婚別にみると、「悪くなる」割合に大きな差はなかったものの、「変わらない」割合は既婚者の方が高くなっている。

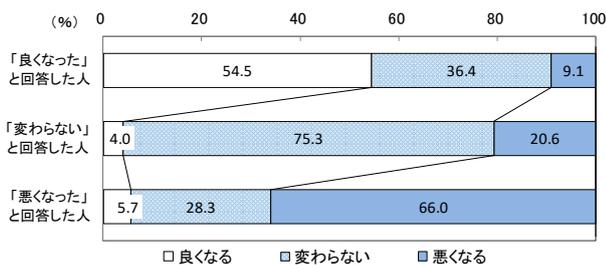
年代別にみると、特に50代以上では、「良くなる」が1.6%にとどまる一方、「悪くなる」は36.7%と3分の1を超えており、年代が上がるにつれて先行きを慎重に評価する傾向がみられた。

また、足元の暮らし向き回答別にみると、「悪くなった」と回答した人の66.0%が1年後の見通しについても「悪くなる」と回答しており、「良くなった」や「変わらない」と回答した人に比べ、より厳しい見方をしている。

図表5. 1年後の暮らし向き見通し



図表6. 1年後の暮らし向き見通し
(足元の暮らし向き回答別)



2. 総収入の動向

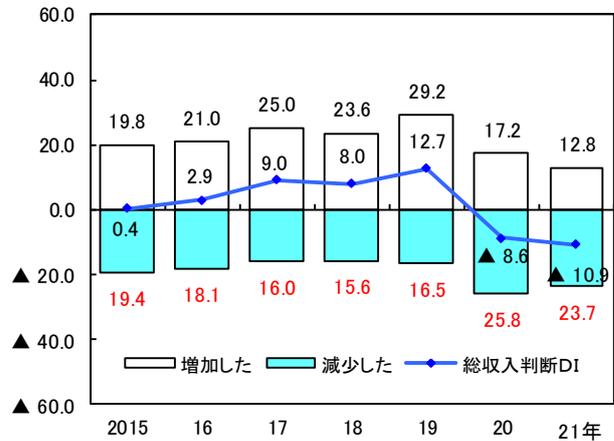
～総収入判断DIは2年連続でマイナス～

(1) 総収入判断DI

最近1年間の総収入の変化について尋ねたところ、「増加した」が12.8%、「変わらない」が63.5%、「減少した」が23.7%であった。

「総収入判断DI（「増加した」割合－「減少した」割合）」は、前回調査比2.3ポイント減の▲10.9となり、2年連続でマイナスとなった。

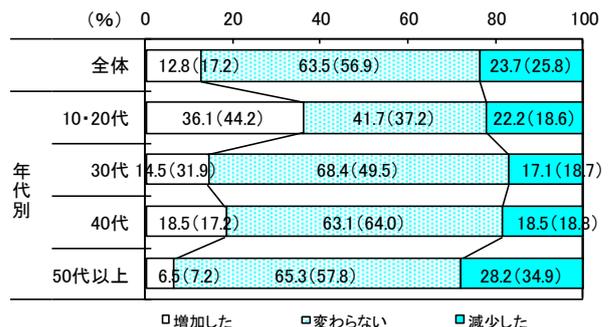
図表7. 総収入判断DIの推移
(「増加した」割合－「減少した」割合)



(2) 総収入の変化（1年前との比較）

年代別にみると、「増加した」が「減少した」を上回ったのは10・20代のみで、30代以上は相対的に収入が伸び悩んだことがうかがえる。特に50代以上は、一部リタイア世代が含まれていることもあり、「減少した」が「増加した」を20ポイント以上も上回っている。

図表8. 総収入の変化（1年前との比較）
(カッコ内の数値は前回調査値)



3. 消費生活の動向

～「消費支出額判断DI」は2年ぶりに上昇、消費生活の満足度は低下～

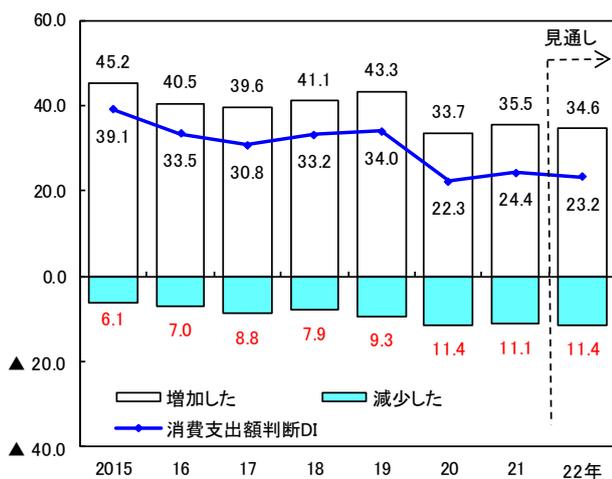
(1) 消費支出額判断DI

消費支出額が1年前に比べてどのように変化したかを尋ねたところ、「増加した」が35.5%、「変わらない」が53.5%、「減少した」が11.1%となった。

「消費支出額判断DI（「増加した」割合－「減少した」割合）」は、前回調査比2.1ポイント増の24.4と2年ぶりに上昇した。前回調査時点では16.6と9年ぶりに20を割り込む見通しだったことを勘案すると、コロナ禍においても消費が一定の底堅さを維持していることがうかがえる結果となっている。

一方、先行き（2022年）は同1.2ポイント減の23.2と低下に転じる見込みとなっている。感染対策の進展により消費行動に対する制約が小さくなるなかで、商品やサービスの供給不足による購入機会の制限や需給バランスの悪化に伴う物価の上昇が支出増加の重石となりうる懸念を反映したものとみられる。

図表9. 消費支出額判断DIの推移
（「増加した」割合－「減少した」割合）



(参考) 消費者物価指数(生鮮食品を除く総合)の推移 (2020年=100)

	2018年11月	2019年11月	2020年11月	2021年11月
鳥取市	100.9	101.0	99.0	99.4
松江市	100.9	101.0	99.5	100.2

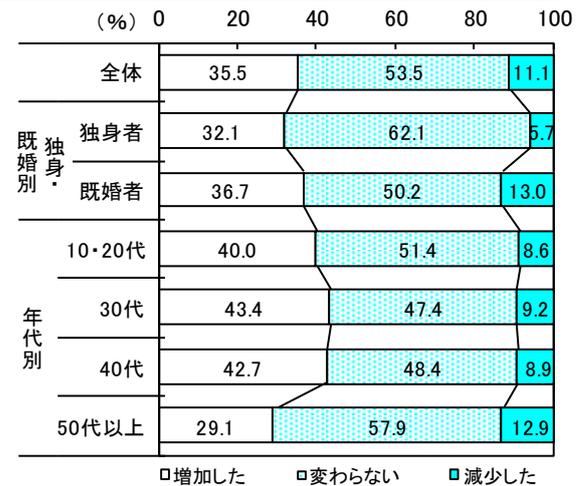
(資料) 鳥取県統計課、島根県統計調査課

(2) 消費支出額の変化(1年前との比較)

独身・既婚別にみると、既婚者の方が「増加した」と回答した割合が高い結果となった(独身者:32.1%、既婚者:36.7%)。

また、年代別にみると、40代以下では「増加した」が4割以上となっており、3割弱にとどまる50代以上との間で差がみられる。

図表10. 消費支出額の変化(1年前との比較)

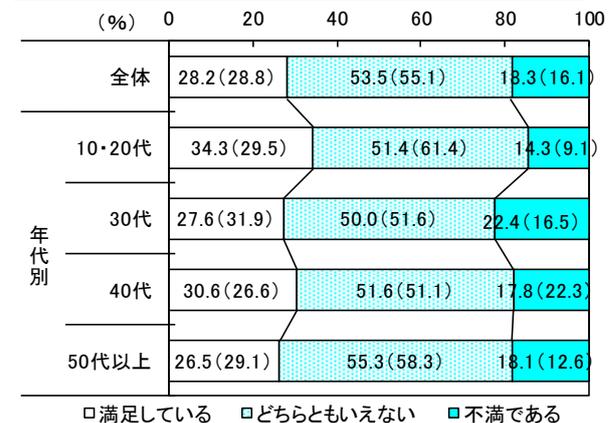


(3) 消費生活の水準(満足度)

消費生活の水準(満足度)を尋ねたところ、全体では前回調査と比べて、「満足している(28.2%)」が0.6ポイント低下し、「不満である(18.3%)」は2.2ポイント上昇した。

年代別にみると、40代を除き「不満である」が上昇し、「どちらともいえない」が低下しており、満足度が低下傾向となっている。

図表11. 消費生活の水準(満足度)
(カッコ内の数値は前回調査値)



(4) 商品購入時に最も重視する点

商品を購入する際に最も重視する点について品目別に尋ねたところ、食料品では、「品質・鮮度（49.6%）」が最も多く、以下、「価格（31.8%）」、「安心・安全性（17.6%）」と続いた。前回調査と比べて、「品質・鮮度（前回調査比3.5ポイント増）」などが上昇し、「安心・安全性（同6.2ポイント減）」などが低下した。

日用品では、「価格（62.6%）」が6割超と最も多く、以下、「安心・安全性（17.2%）」、「品質・鮮度（13.7%）」と続いた。前回調査と比べると、「価格（同3.1ポイント増）」が最も上昇し、「安心・安全性（同3.8ポイント減）」が

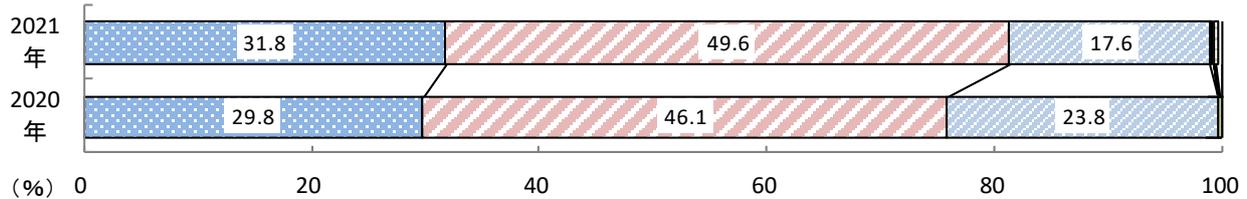
最も低下した。

衣料品では、「デザイン（38.1%）」、「価格（34.7%）」、「品質・鮮度（10.9%）」の順となった。前回調査と比べると、「品質・鮮度（同1.1ポイント増）」、「ブランド（同）」が最も上昇し、「デザイン（同3.5ポイント減）」が最も低下した。

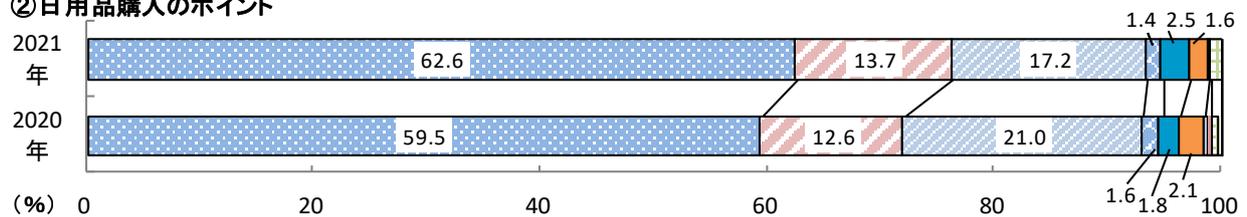
家電製品では、「価格（29.3%）」、「安心・安全性（26.8%）」、「品質・鮮度（25.6%）」、「ブランド（11.1%）」と続いた。前回調査と比べて、「価格（同4.3ポイント増）」が最も上昇し、「安心・安全性（同5.2ポイント減）」が最も低下した。

図表12. 商品購入時に最も重視する点

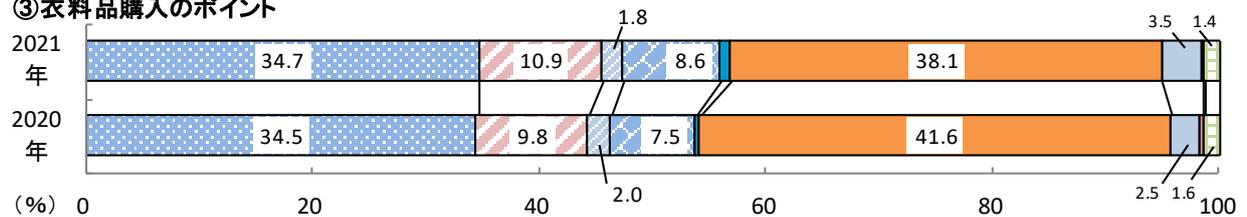
①食料品購入のポイント



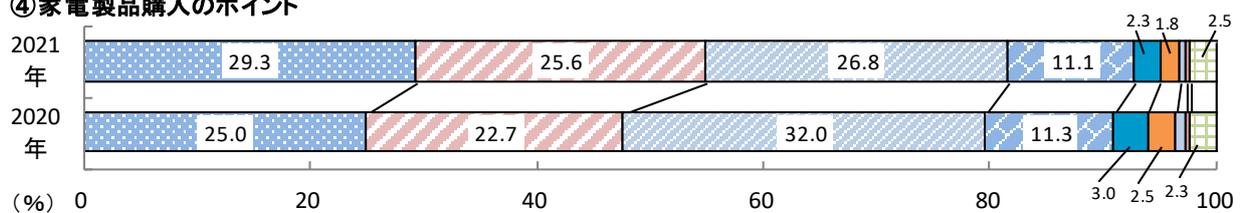
②日用品購入のポイント



③衣料品購入のポイント



④家電製品購入のポイント



■価格 □品質・鮮度 □安心・安全性 ■ブランド ■環境性 ■デザイン □流行 ■宅配(サービス) □その他

(注) 本図表では主だった項目のみ数値を表記したため(回答割合が1%未満の選択肢は未表記)、合計が100%とはならない。「品質・鮮度」の項目は、日用品、衣料品、家電製品購入の場合は主に“品質”を指す。

4. 今後の家計の重点

～堅実姿勢が続くなかで「健康増進」や「貯蓄の充実」などが上位に～

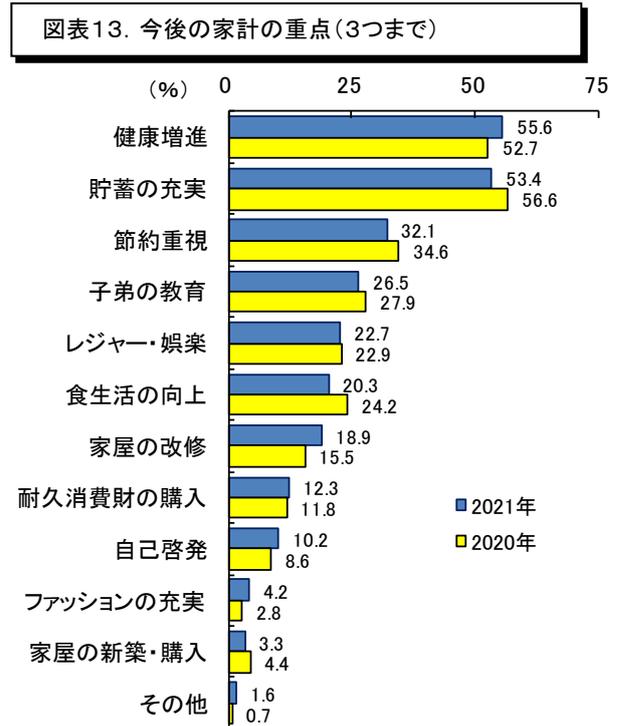
今後1年間の家計支出について、何に重点を置こうとしているのか（3つまで）を尋ねたところ、全体では「健康増進（55.6%）」の割合が最も高く、次いで「貯蓄の充実（53.4%）」、「節約重視（32.1%）」、「子弟の教育（26.5%）」の順となった。

前回調査と比較すると、「家屋の改修（3.4ポイント増）」が最も増加し、以下、「健康増進（2.9ポイント増）」、「自己啓発（1.6ポイント増）」と続いた。

次に、独身・既婚別に上位3項目をみると、独身者は「健康増進（58.2%）」、「貯蓄の充実（53.9%）」、「レジャー・娯楽（30.5%）」であり、既婚者は「健康増進（54.4%）」、「貯蓄の充実（53.0%）」、「節約重視（34.1%）」となっている。

また、年代別にみると、最も重点を置く項目は、10・20代、30代、40代はいずれも「貯蓄の充実（10・20代：50.0%、30代：65.8%、40代：62.4%）」、50代以上は「健康増進（68.4%）」となった。

半数以上が「貯蓄の充実」や「健康増進」を挙げ、巣ごもり生活への対応とみられる「家屋の改修」も2割近くとなるなど、家計の堅実な姿勢に加えて長引くコロナ禍の影響もうかがえる結果となった。また、若い世代以外でも「レジャー・娯楽」が上位にあり、自粛生活を続けるなかでも余暇活動への興味・関心が強い様子がうかがえた。



図表14. 今後の家計の重点(3つまで。独身・既婚別、年代別)

(単位: %)

		1位		2位		3位		4位		5位	
既婚・独身別	独身者	健康増進	58.2	貯蓄の充実	53.9	レジャー・娯楽	30.5	食生活の向上	27.0	節約重視	26.2
	既婚者	健康増進	54.4	貯蓄の充実	53.0	節約重視	34.1	子弟の教育	32.9	家屋の改修	21.0
年代別	10・20代	貯蓄の充実	50.0	レジャー・娯楽	36.1	食生活の向上 健康増進	33.3	ファッション(衣料)の充実 節約重視		27.8	
	30代	貯蓄の充実	65.8	健康増進	50.0	子弟の教育	35.5			節約重視	26.6
	40代	貯蓄の充実	62.4	子弟の教育	48.4	健康増進	38.2	節約重視	29.9	レジャー・娯楽	22.3
	50代以上	健康増進	68.4	貯蓄の充実	45.9	節約重視	35.2	家屋の改修	25.1	レジャー・娯楽	21.5

5. 家計支出の動向

～巣ごもり型の消費行動を背景に 生活必需的な支出の増加が続く～

(1) この1年間で特に支出が増えた費目

この1年間で特に支出が増えた費目について(2つまで)尋ねたところ、最も多かったのは「食料・外食費(36.8%)」で、以下、「交通費(ガソリン代含む)(25.2%)」、「水道・光熱費(20.8%)」、「保険医療費(15.9%)」、「教育関係費(15.4%)」と続いた。巣ごもり型の消費行動を背景に生活必需的な支出が上位に定着しつつある様子がうかがえた。

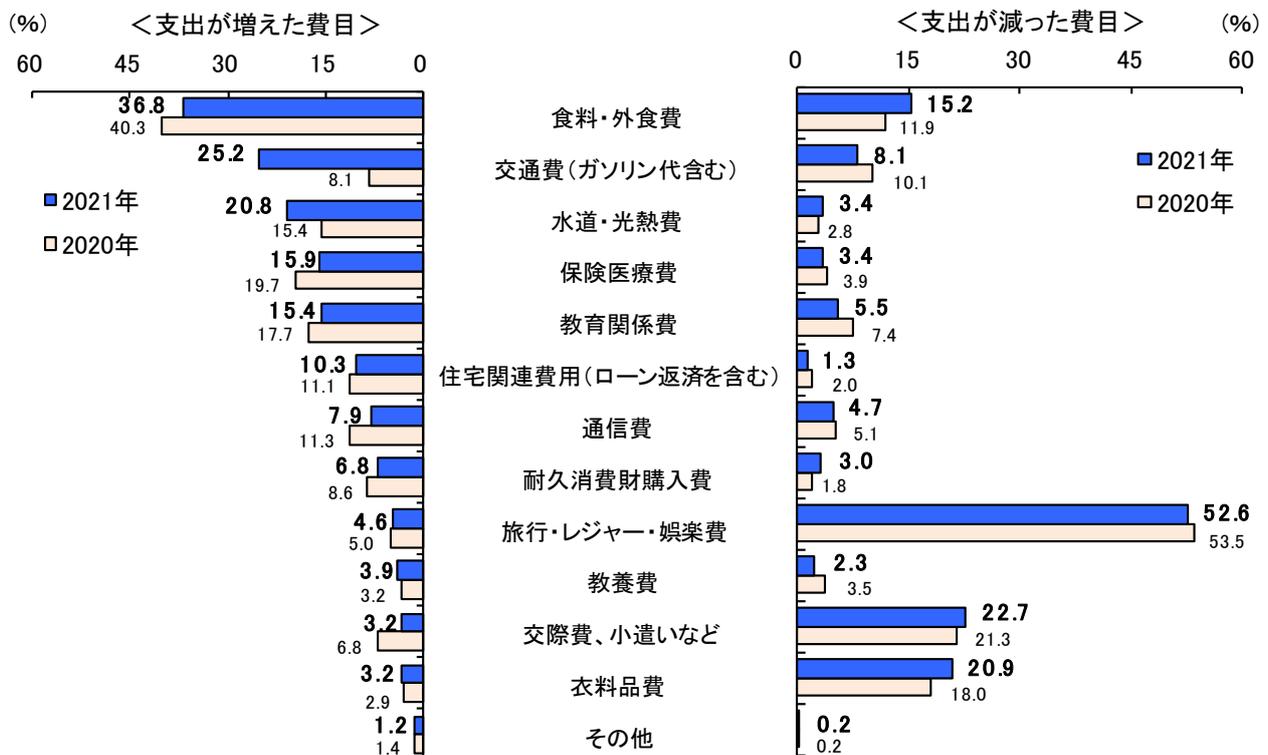
前回調査と比較すると、「交通費(ガソリン代含む)(17.1ポイント増)」、「水道・光熱費(5.4ポイント増)」、「教養費(0.7ポイント増)」などが増加した。一方、「保険医療費(3.8ポイント減)」、「交際費、小遣いなど(3.6ポイント減)」、「食料・外食費(3.5ポイント減)」などは減少した。

(2) この1年間で特に支出が減った費目

この1年間で特に支出が減った費目について(2つまで)尋ねたところ、最も多かったのは「旅行・レジャー・娯楽費(52.6%)」で、以下、「交際費、小遣いなど(22.7%)」、「衣料品費(20.9%)」、「食料・外食費(15.2%)」と続いた。外出型の消費行動が断続的に制約される状況のもとで、外出行動によって需要が生じる商品・サービスへの支出も必要最小限にとどまったものとみられる。

前回調査と比較すると、「食料・外食費(3.3ポイント増)」、「衣料品費(2.9ポイント増)」、「交際費、小遣いなど(1.4ポイント増)」などが増加した。一方、「交通費(ガソリン代含む)(2.0ポイント減)」、「教育関係費(1.9ポイント減)」、「教養費(1.2ポイント減)」などが減少した。

図表15. この1年間で特に支出が増えた費目、減った費目(2つまで)



(3) 今後1年間で特に支出を増やしたい費目

今後1年間で特に支出を増やしたい費目について(2つまで)尋ねたところ、最も多かったのは「旅行・レジャー・娯楽費(42.8%)」で、以下、「食料・外食費(15.2%)」、「交際費、小遣いなど(14.3%)」と続いた。

前回調査と比較すると、「旅行・レジャー・娯楽費(8.3ポイント増)」、「食料・外食費(5.8ポイント増)」、「交際費、小遣いなど(3.4ポイント増)」などが増加し、「教育関係費(4.5ポイント減)」、「教養費(2.5ポイント減)」、「耐久消費財購入費(0.6ポイント減)」、「交通費(ガソリン代含む)(同)」などが減少した。

外出型の消費行動に対する意欲的な支出姿勢の背景には、自粛生活の反動や感染予防策が一巡したこと(ワクチン接種の普及など)などがあると考えられる。

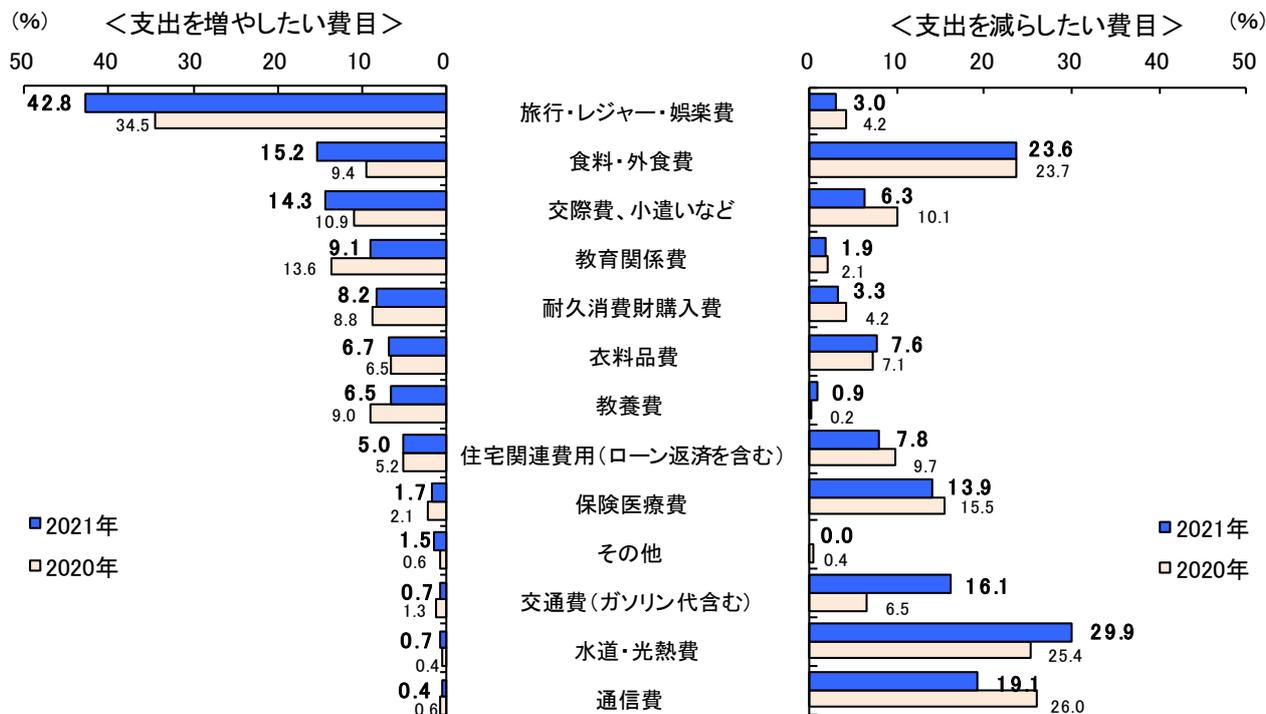
(4) 今後1年間で特に支出を減らしたい費目

今後1年間で特に支出を減らしたい費目について(2つまで)尋ねたところ、最も多かったのは「水道・光熱費(29.9%)」で、以下、「食料・外食費(23.6%)」、「通信費(19.1%)」と続いた。

前回調査と比較すると、「交通費(ガソリン代含む)(9.6ポイント増)」、「水道・光熱費(4.5ポイント増)」、「教養費(0.7ポイント増)」などが増加した一方、「通信費(6.9ポイント減)」、「交際費、小遣いなど(3.8ポイント減)」、「住宅関連費用(ローン返済を含む)(1.9ポイント減)」などが減少した。

上位に挙げられている費目をみると、生活必需的で巣ごもり生活によって支出がかさんだものが多いとみられるうえ、世界的な物価上昇を受けた価格転嫁の影響を受けやすいものも少なくなく、家計の価格上昇に対する防衛意識の強さがうかがえる。

図表16. 今後1年間で特に支出を増やしたい費目、減らしたい費目(2つまで)



6. 貯蓄動向

～「増加した」が「減少した」を上回る、
貯蓄残高は『500万円未満』が5割強を占める～

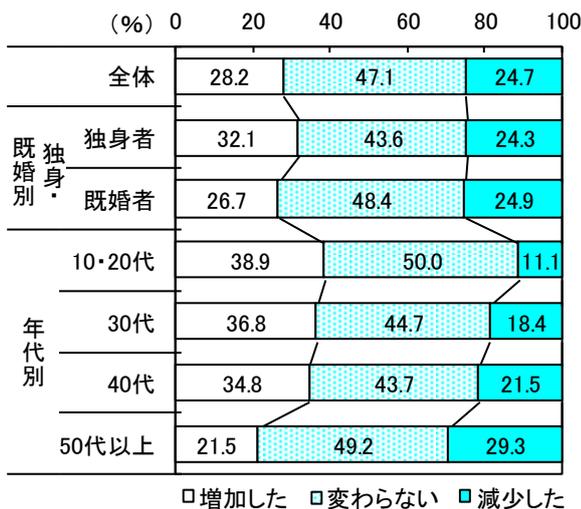
(1) 貯蓄残高の変化（1年前との比較）

最近1年間の貯蓄残高（株式、債券、掛捨て以外の保険などを含む）の変化（1年前との比較）について尋ねたところ、全体では「増加した」が28.2%、「変わらない」が47.1%、「減少した」が24.7%となった。

独身・既婚別にみると、いずれも「増加した」が「減少した」を上回っている点では変わらないものの、超過幅は既婚者よりも独身者の方が大きくなっている（独身者：7.8ポイント、既婚者：1.8ポイント）。

また、年代別にみると、40代以下はすべての年代で「増加した」が「減少した」を上回った一方、50代以上では「減少した」が「増加した」を上回り、異なる傾向がみられた。この背景には、50代以上は他の年代に比べて、教育関係費や医療費の負担が大きいことなどがあるものと思われる。

図表17. 貯蓄残高の変化(1年前との比較)



(2) 1年後の貯蓄残高見通し

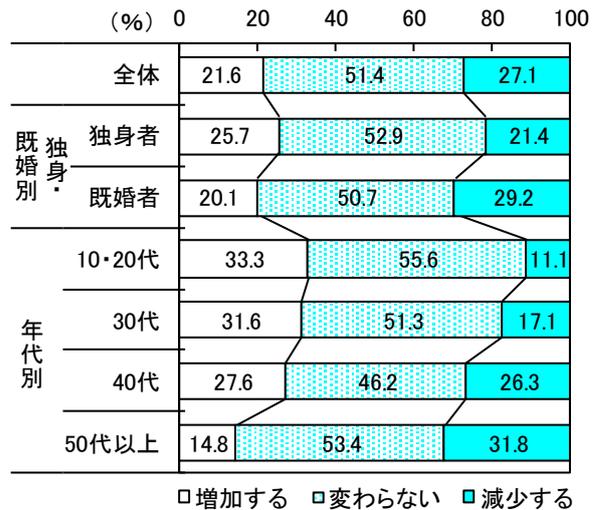
1年後の貯蓄残高について尋ねたところ、全体では「増加する」が21.6%、「変わらない」が51.4%、「減少する」が27.1%となった。

独身・既婚別にみると、独身者では「増加す

る(25.7%)」が「減少する(21.4%)」を上回り、既婚者では「減少する(29.2%)」が「増加する(20.1%)」を上回った。

また、年代別にみると、40代以下はすべての年代で「増加する」が「減少する」を上回ったのに対して、50代以上では「減少する」が「増加する」を上回った。

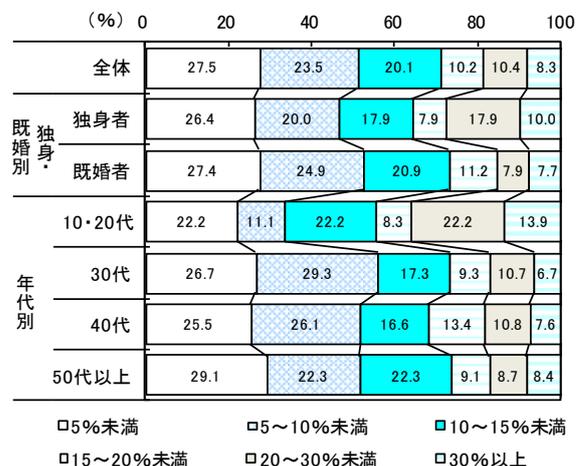
図表18. 1年後の貯蓄残高見通し



(3) 収入に占める貯蓄額の割合

収入に占める貯蓄額の割合について尋ねたところ、『10%未満（「5%未満(27.5%)」と「5～10%未満(23.5%)」の合計）』が51.0%と半数を超えている。『10%未満』の層が半数以上を占める状況は、2009年調査(52.2%)以来13年連続となっている。

図表19. 収入に占める貯蓄額の割合



独身・既婚別にみると、独身の方が収入に占める貯蓄額の割合が高い傾向がみられた。

また、年代別にみると、特に教育関係費などの負担が増えてくる30代以上の年代では『10%未満』が半数を超えており、他の年代に比べて低い傾向がうかがえる。

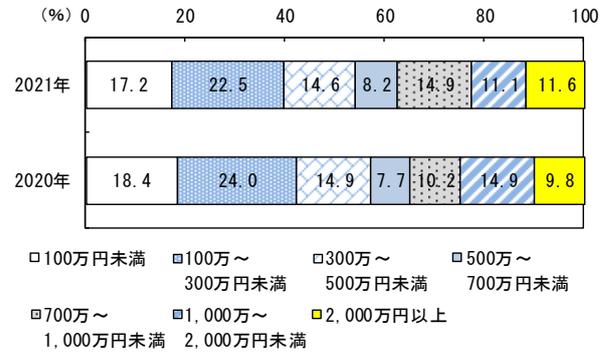
(4) 現在の貯蓄残高

現在の貯蓄残高について尋ねたところ、『500万円未満（「100万円未満」、「100万～300万円未満」、「300万～500万円未満」の合計）』が全体の54.3%を占めた。

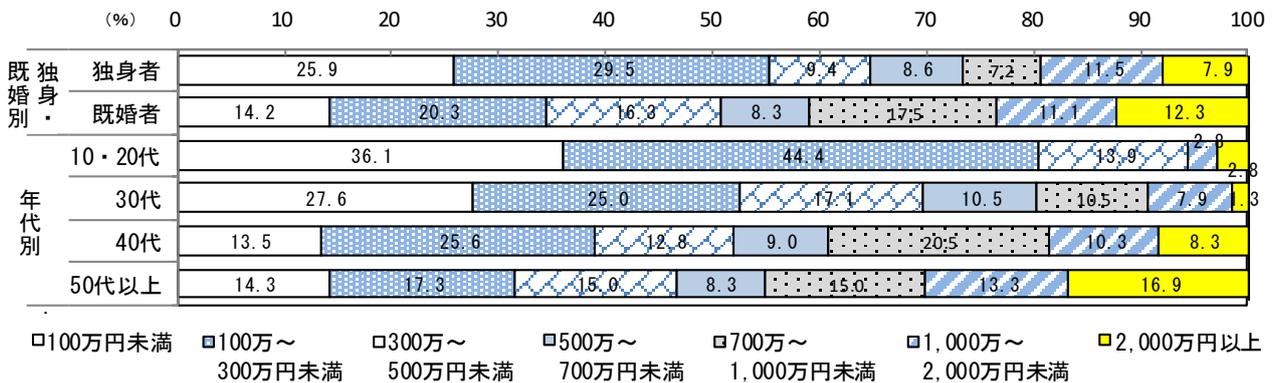
独身・既婚別にみると、既婚者は独身者に比べ、貯蓄残高が多い層の割合が高かった。

年代別にみると、年代が上がるほど貯蓄残高が多い層の割合が高まる傾向がみられた。背景として、長期間にわたる金融資産の積立に加えて、一部には相続に伴う資産移転や退職金の受け取りなどがあるものと考えられる。

図表20. 現在の貯蓄残高(全体)



図表21. 現在の貯蓄残高(独身・既婚別、年代別)



7. 雇用に対する不安

～50代以上で雇用への不安が拡大～

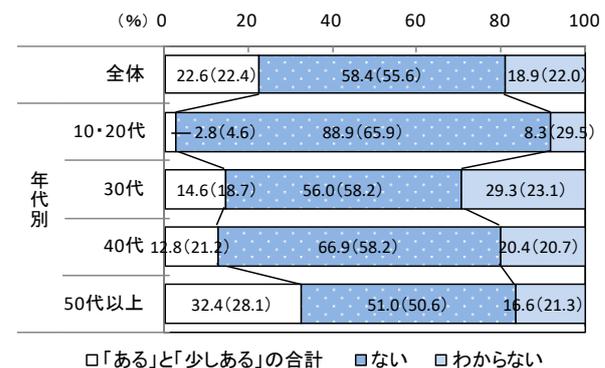
今後1年間における雇用に対する不安について尋ねたところ、『不安がある（「ある（5.8%）」と「少しある（16.8%）」の合計）』は22.6%と2年連続で2割を超えた。

年代別にみると、前回調査を上回ったのは50代以上のみで（4.3ポイント増）、40代以下はすべての年代で前回調査を下回る結果となっている（10・20代：1.8ポイント減、30代：4.1ポイント減、40代：8.4ポイント減）。

いわゆるジュニア世代とシニア世代で異なる傾向が生じた背景には、コロナ禍の影響を大きく受けた業種などを中心に人員削減圧力が

高まっている。そうした企業がアフターコロナに向けた事業見直しの過程で、シニア世代の雇用削減を進めるとの懸念があるものとみられる。

図表22. 今後1年間における雇用への不安の有無(カッコ内の数値は前回調査値)



8. 新型コロナのワクチン接種が一巡した後の消費活動について ～旅行やライブなどの体験型消費が いわゆる「リベンジ消費」の中心～

(1) ワクチン接種が一巡した後でやってみたい消費活動について
新型コロナウイルスのワクチン接種が一巡した後でやってみたい消費活動について(3つまで) 尋ねたところ、「国内旅行に出かける(74.7%)」が最も多く、以下、「大人数で外食する(29.3%)」、「ライブコンサートに行く(20.4%)」、「アミューズメントパークに出か

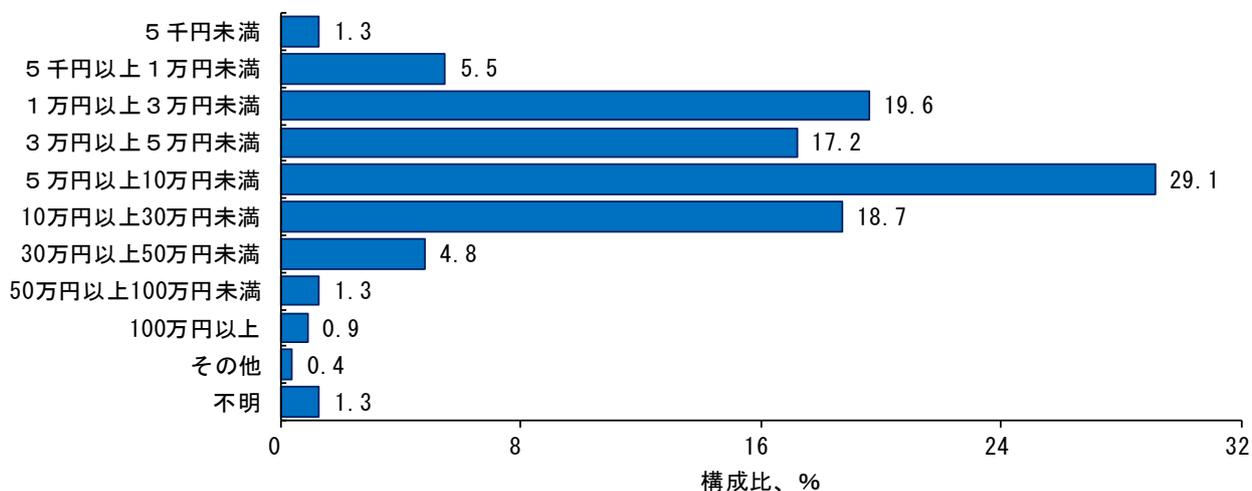
ける(17.5%)」、「スポーツを観戦する(15.1%)」などとなった。

(2) 一巡後に最もやってみたい消費活動への想定支出金額
上記(1)で選んだ消費活動のうち最もやってみたい消費活動について、どの程度の支出金額を想定しているか尋ねたところ、「5万円以上10万円未満(29.1%)」が最も多く、以下、「1万円以上3万円未満(19.6%)」、「10万円以上30万円未満(18.7%)」、「3万円以上5万円満(17.2%)」などとなった。

図表23. 新型コロナウイルスのワクチン接種が一巡した後でやってみたい消費活動について(3つまで)



図表24. 一巡後に最もやってみたい消費活動への想定支出金額



以上