

基礎研 レポート

物価高と消費者の暮らし向き(2)

物価高でも消費機会減少や収入増で約1割の消費者はゆとりあり

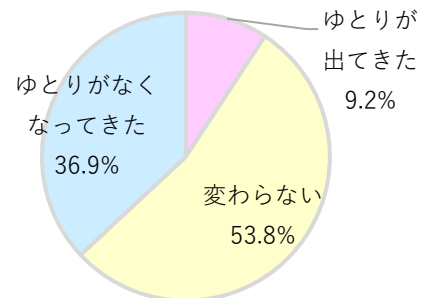
生活研究部 上席研究員 久我 尚子
(03)3512-1878 kuga@nli-research.co.jp

1—はじめに～物価高でも消費者の約1割はコロナ禍前と比べて暮らし向きに「ゆとりが出てきた」と回答

「物価高と消費者の暮らし向き¹」では、ニッセイ基礎研究所が20～74歳を対象に実施した調査²を用いてコロナ禍前と比べて暮らし向きの状況に加えて、「ゆとりがなくなってきた」と回答した約4割の消費者に注目し(図表1)、その理由や、ゆとりがなくなったことで取った行動について、性年代やライフステージ等の属性別の違いを捉えた。

本稿では、逆にコロナ禍前と比べて「ゆとりが出てきた」と回答した約1割の消費者に注目し、その理由や行動について属性別の違いを見ていきたい。

図表1 コロナ禍前(2020年1月頃)と比べて暮らし向きのゆとり(20～74歳、n=2,585)



(資料) ニッセイ基礎研究所「第9回新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」

2—暮らし向きにゆとりが出てきた理由～新型コロナ禍で消費機会減少が約半数、収入増も約3割

1 | 全体の状況～「新型コロナ禍で、お金を使う機会が減ったから」が48.5%で圧倒的

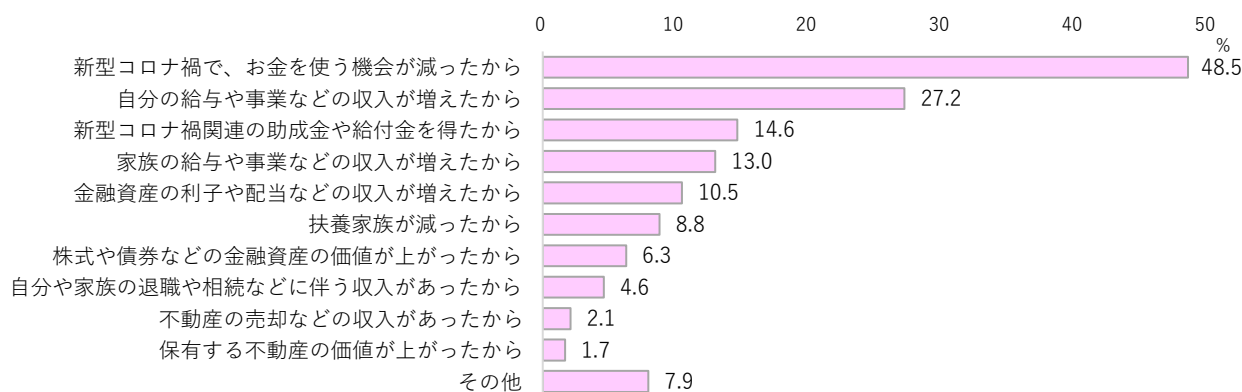
コロナ禍前と比べて暮らし向きに「ゆとりが出てきた」回答者に対して、その理由をたずねたところ、20～74歳全体では「新型コロナ禍で、お金を使う機会が減ったから」(48.5%)が圧倒的に多く、コロナ禍による外出自粛や非接触志向の高まりから、旅行やレジャー、外食などの外出を伴う消費行動が大幅に減った影響が見て取れる(図表2)。

また、次いで「自分の給与や事業などの収入が増えたから」(27.2%)、「新型コロナ禍関連の助成金

¹ 久我尚子「物価高と消費者の暮らし向き—子育て世帯で徹底的に支出減、安価な製品への乗り換えも」、ニッセイ基礎研レポート(2022/7/15)

² 調査時期は2022年6月22日～28日、調査対象は全国に住む20～74歳、インターネット調査、株式会社マクロミルのモニターを利用、有効回答2,585。

図表2 コロナ禍前より暮らし向きのゆとりが出てきた理由（複数選択、20～74歳、n=239）



（資料）ニッセイ基礎研究所「第9回新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」

や給付金を得たから」（14.6%）、「家族の給与や事業などの収入が増えたから」（13.0%）、「金融資産の利子や配当などの収入が増えたから」（10.5%）と続く。

2 | 性別の状況～男性は金融資産や自身の収入への好影響、女性は世帯収入増や生活費負担減

性別に見ても、男女とも「新型コロナ禍で、お金を使う機会が減ったから」が圧倒的に首位を占める（図表3）。

男女を比べると、男性では「金融資産の利子や配当などの収入が増えたから」（男性15.5%、女性6.2%、男性は女性より+9.3%pt）や「自分の給与や事業などの収入が増えたから」（男性31.8%、女性23.3%、同+8.5%pt）が多い一方、女性では「家族の給与や事業などの収入が増えたから」（男性9.1%、女性16.3%、女性は男性より+7.2%pt）や「新型コロナ禍関連の助成金や給付金を得たから」（男性10.9%、女性17.8%、同+6.8%pt）、「扶養家族が減ったから」（男性5.5%、女性11.6%、同+6.1%pt）が多い。つまり、男性では金融資産や自身の収入への好影響が、女性では世帯収入の増加や生活費負担の軽減といった理由が多い傾向がある。なお、当調査にて、コロナ禍前と比べて暮らし向きに「ゆとりが出てきた」との回答者のうち、男性の就業率は90.0%、女性は65.9%を占める。

3 | 年代別やライフステージ別の状況～高齢層で消費機会減少がやや多いほか、退職金やローン完済も

年代別やライフステージ別に見ても、いずれも「新型コロナ禍で、お金を使う機会が減ったから」が圧倒的に首位を占める。

また、年代別には、20歳代（45.0%）と比べて30歳代以上で「新型コロナ禍で、お金を使う機会が減ったから」が比較的多く、特に50歳代（54.3%）では半数を超えている。よって、若者と比べて感染による重篤化リスクが高まる年代では、外出を自粛することで消費機会が減少している傾向がやや強い。

このほか、40歳代（38.0%）を中心に「自分の給与や事業などの収入が増えたから」が多い。また、若いほど「新型コロナ禍関連の助成金や給付金を得たから」が多い傾向があり、20歳代（21.7%）では2割を超える。30・40歳代では「家族の給与や事業などの収入が増えたから」（いずれも約2割）や「株式や債券などの金融資産の価値が上がったから」（いずれも約1割）が、50歳代（25.7%）で

図表3 性年代別およびライフステージ別に見たコロナ禍前より暮らし向きの変化が出てきた理由（複数選択）

	全体	性別		年代別					ライフステージ別			
		男性	女性	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60～74歳	未婚・独身	結婚	第一子誕生～大学入学	第一子独立～孫誕生
度数	239	110	129	60	53	50	35	41	91	40	60	48
新型コロナ禍で、お金を使う機会が減ったから	48.5	46.4	50.4	45.0	49.1	48.0	54.3	48.8	56.0	45.0	35.0	54.2
自分の給与や事業などの収入が増えたから	27.2	31.8	23.3	23.3	26.4	38.0	28.6	19.5	26.4	30.0	31.7	20.8
新型コロナ禍関連の助成金や給付金を得たから	14.6	10.9	17.8	21.7	18.9	10.0	11.4	7.3	18.7	12.5	16.7	6.3
家族の給与や事業などの収入が増えたから	13.0	9.1	16.3	11.7	20.8	18.0	2.9	7.3	3.3	20.0	25.0	10.4
金融資産の利子や配当などの収入が増えたから	10.5	15.5	6.2	8.3	9.4	8.0	25.7	4.9	7.7	5.0	20.0	8.3
扶養家族が減ったから	8.8	5.5	11.6	10.0	7.5	6.0	11.4	9.8	7.7	7.5	5.0	16.7
株式や債券などの金融資産の価値が上がったから	6.3	7.3	5.4	5.0	11.3	12.0	0.0	0.0	5.5	7.5	10.0	2.1
自分や家族の退職や相続などに伴う収入があったから	4.6	3.6	5.4	5.0	3.8	4.0	2.9	7.3	4.4	2.5	5.0	6.3
不動産の売却などの収入があったから	2.1	1.8	2.3	1.7	3.8	2.0	2.9	0.0	1.1	2.5	5.0	0.0
保有する不動産の価値が上がったから	1.7	1.8	1.6	1.7	5.7	0.0	0.0	0.0	2.2	0.0	3.3	0.0
その他	7.9	5.5	10.1	6.7	1.9	8.0	5.7	19.5	6.6	12.5	3.3	12.5

（注1）上から「その他」を除き、全体で多い順。

（注2）全体と比べて差のあるものに網掛け

（注3）ライフステージ別の「第一子誕生～大学入学」には「第一子誕生」や「第一子小学校入学」、「第一子中学校入学」、「第一子高校入学」、「第一子大学入学」を、「第一子独立～孫誕生」には「第一子独立」や「末子独立」、「孫誕生」を含む。

（資料）ニッセイ基礎研究所「第9回新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」

は「金融資産の利子や配当などの収入が増えたから」が多い。

なお、60～74歳では「その他」が19.5%を占めて多いが、自由記述には「年金が貰える年齢になった」や「正規の職場を定年退職して退職金が入ったから」、「家のローンを完済したので」など、当該年代ならではの回答が見られる。

ライフステージ別には、未婚・独身（56.0%）や第一子独立～孫誕生（54.2%）で「新型コロナ禍で、お金を使う機会が減ったから」が多く、半数を超える。なお、当調査にて、コロナ禍前と比べて暮らし向きに「ゆとりが出てきた」との回答者のうち、第一子独立～孫誕生では60～74歳が64.6%を占めて多く、前項にて高齢層で「新型コロナ禍で、お金を使う機会が減ったから」との回答が比較的多かったことと一致する。

また、第一子誕生～大学入学（25.0%）や結婚（20.0%）では「家族の給与や事業などの収入が増えたから」が、第一子誕生～大学入学（20.0%）では「金融資産の利子や配当などの収入が増えたから」が、第一子独立～孫誕生では「扶養家族が減ったから」（16.7%）が多いが、当調査にて、コロナ禍前と比べて暮らし向きに「ゆとりが出てきた」との回答者のうち、第一子誕生～第一子大学入学では30・40歳代が71.7%を占めるなど、年代別に見た傾向とおおむね一致する。

4 | 職業別や個人年収、世帯年収別の状況～正規雇用者は収入増、無職は給付金の受給

職業別に見ても、いずれも「新型コロナ禍で、お金を使う機会が減ったから」が首位を占める（図表4）。また、正規雇用者では「自分の給与や事業などの収入が増えたから」（34.0%）が、無職・その他（20.0%）のほか、参考値だが自営業・自由業（26.1%）でも「新型コロナ禍関連の助成金や給付金を得たから」（20.0%）が多い。なお、正規雇用者では30・40歳代が52.8%、無職・その他では女性が80.0%を占め、前項までに性別や年代別に見た傾向とおおむね一致する。

個人年収別や世帯年収別に見ても、おおむね「新型コロナ禍で、お金を使う機会が減ったから」が個人年収400～600万円未満のみ「自分の給与や事業などの収入が増えたから」（47.1%）がやや上回

図表4 職業別および個人年収別、世帯年収別に見たコロナ禍前より暮らし向きがよくなった理由（複数選択）

(a) 職業別

	全体	経営者・役員	正規雇用者	非正規雇用者	自営業・自由業	無職・その他
度数	239	4	106	51	23	55
新型コロナ禍で、お金を使う機会が減ったから	48.5	0.0	51.9	41.2	52.2	50.9
自分の給与や事業などの収入が増えたから	27.2	50.0	34.0	31.4	39.1	3.6
新型コロナ禍関連の助成金や給付金を得たから	14.6	0.0	11.3	11.8	26.1	20.0
家族の給与や事業などの収入が増えたから	13.0	0.0	17.0	11.8	4.3	10.9
金融資産の利子や配当などの収入が増えたから	10.5	25.0	11.3	9.8	8.7	9.1
扶養家族が減ったから	8.8	0.0	9.4	9.8	4.3	9.1
株式や債券などの金融資産の価値が上がったから	6.3	0.0	11.3	2.0	0.0	3.6
自分や家族の退職や相続などに伴う収入があったから	4.6	25.0	2.8	5.9	0.0	7.3
不動産の売却などの収入があったから	2.1	25.0	2.8	0.0	0.0	1.8
保有する不動産の価値が上がったから	1.7	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0
その他	7.9	0.0	1.9	13.7	8.7	14.5

(b) 個人年収別および世帯年収別

	全体	個人年収						世帯年収				
		200万円未満	200~400万円未満	400~600万円未満	600~1,200万円未満	1,200万円以上	わからない	400万円未満	400~600万円未満	600~1,000万円未満	1,000万円以上	わからない
度数	239	74	54	34	30	10	16	58	53	50	30	26
新型コロナ禍で、お金を使う機会が減ったから	48.5	39.2	57.4	44.1	50.0	40.0	56.3	46.6	45.3	44.0	46.7	61.5
自分の給与や事業などの収入が増えたから	27.2	17.6	25.9	47.1	43.3	30.0	12.5	17.2	32.1	38.0	36.7	15.4
新型コロナ禍関連の助成金や給付金を得たから	14.6	20.3	18.5	5.9	6.7	0.0	31.3	27.6	9.4	16.0	6.7	11.5
家族の給与や事業などの収入が増えたから	13.0	18.9	9.3	14.7	13.3	0.0	12.5	8.6	13.2	20.0	16.7	7.7
金融資産の利子や配当などの収入が増えたから	10.5	1.4	14.8	8.8	16.7	30.0	6.3	8.6	7.5	8.0	20.0	7.7
扶養家族が減ったから	8.8	10.8	13.0	2.9	6.7	0.0	12.5	10.3	7.5	6.0	13.3	11.5
株式や債券などの金融資産の価値が上がったから	6.3	5.4	7.4	8.8	10.0	10.0	0.0	3.4	5.7	10.0	10.0	7.7
自分や家族の退職や相続などに伴う収入があったから	4.6	4.1	5.6	2.9	3.3	10.0	6.3	3.4	1.9	8.0	3.3	7.7
不動産の売却などの収入があったから	2.1	2.7	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	3.4	0.0	0.0	6.7	0.0
保有する不動産の価値が上がったから	1.7	1.4	1.9	2.9	3.3	0.0	0.0	1.7	0.0	4.0	3.3	0.0
その他	7.9	9.5	5.6	8.8	6.7	10.0	0.0	10.3	9.4	6.0	3.3	3.8

(注1) 上から、「その他」を除き、全体で多い順。

(注2) 全体と比べて差のあるものに網掛け

(注3) 斜字は参考値

(注4) 職業別の「無職・その他」には「専業主婦・主夫」や「学生」、「無職」、「その他」を含む。

(資料) ニッセイ基礎研究所「第9回新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」

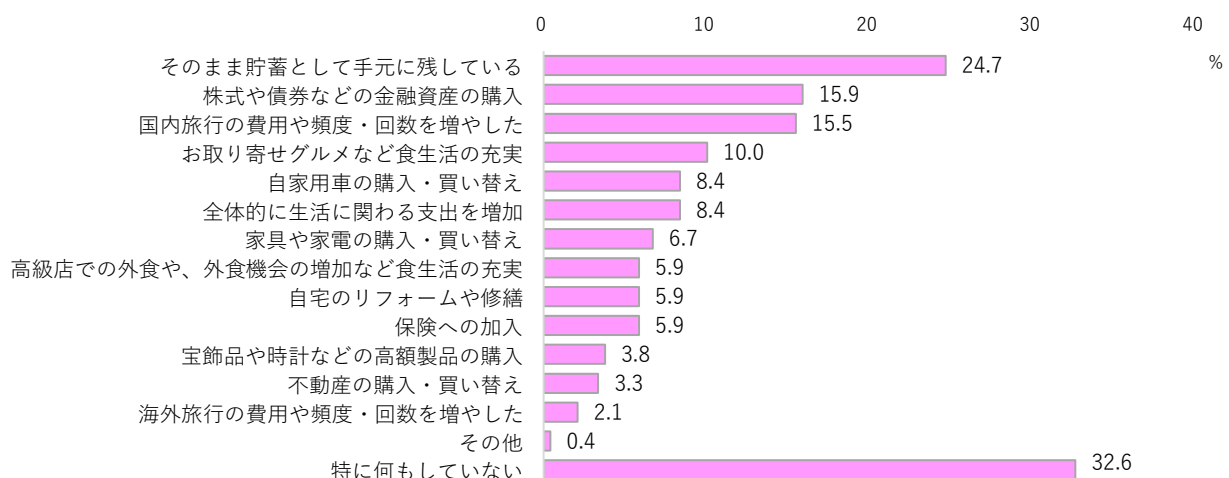
る。また、個人年収200万円未満では「新型コロナ禍関連の助成金や給付金を得たから」(20.3%)が多いが、当該層では女性が80%を占め、性別で見た傾向と一致する。

3—ゆとりが出て取った行動～消費へ向けるのは少数派だが高所得層や収入増層では多方面の消費へ

1 | 全体の状況～特に何もしていないが約3割、貯蓄が約4分の1、ゆとりが出て消費へ向けるのは少数派

コロナ禍前と比べて暮らし向きがよくなったことで取った行動についてたずねたところ、20

図表5 コロナ禍前より暮らし向きがよくなったことで取った行動（複数選択、20~74歳、n=239）



(資料) ニッセイ基礎研究所「第9回新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」

～74 歳全体で最多は「そのまま貯蓄として手元に残している」(24.7%)であり、次いで「株式や債券などの金融資産の購入」(15.9%)、「国内旅行の費用や頻度・回数を増やした」(15.5%)、「お取り寄せグルメなど食生活の充実」(10.0%)と続く(図表5)。

なお、「特に何もしていない」(32.6%)も多いが、当該項目の選択者は、貯蓄という明確な意識はないものの、預金口座等に余剰金をそのまま残していると見られる。当設問の回答は複数選択可能としているが、「特に何もしていない」のみ、他の選択肢とあわせて選択できないような設計としている。「そのまま貯蓄として手元に残している」と「特に何もしていない」をあわせると57.3%にのぼるが、暮らし向きにゆとりが出てきても約6割は貯蓄等としてある程度手元に残しており、うち過半数(「特に何もしていない」選択者)は、余剰分をそのまま残地していることになる。よって、現在、暮らし向きにゆとりが出てきても余剰分を何らかの消費へ向ける消費者は多数派ではない様子が見てとれる。

2 | 性別の状況～男性は金融資産や自動車の購入、リフォーム、女性は日常的な消費や貯蓄へ

性別に見ても、男女とも「そのまま貯蓄として手元に残している」が2割を超えて多いほか、「特に何もしていない」も3割台で目立つ(図表6)。

男女を比べると、男性では「株式や債券などの金融資産の購入」(男性19.1%、女性13.2%、男性は女性より+5.9%pt)が多いほか、「自家用車の購入・買い替え」(男性10.9%、女性6.2%、同+4.7%pt)や「自宅のリフォームや修繕」(男性8.2%、女性3.9%、同+4.3%pt)もやや多い一方、女性では「全体的に生活に関わる支出を増加」(男性4.5%、女性11.6%、女性は男性より+7.1%pt)や「そのまま貯蓄として手元に残している」(男性20.9%、女性7.9%、同+7.0%pt)が多いほか、「高級店での外食や、外食機会の増加など食生活の充実」(男性3.6%、女性7.8%、同+4.2%pt)もやや多い。

つまり、暮らし向きにゆとりが出ると、男性では金融資産や自家用車の購入などのまとまった金額を必要とする消費へ、女性では日常的な消費や貯蓄へ向ける傾向が強い様子が見えてくる。

図表6 性年代別およびライフステージ別に見た暮らし向きのゆとりが出てきたことで取った行動(複数選択)

	全体	性別		年代別						ライフステージ別			
		男性	女性	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60～74歳	未婚・独身	結婚	第一子誕生～大学入学	第一子独立～孫誕生	
度数	239	110	129	60	53	50	35	41	91	40	60	48	
そのまま貯蓄として手元に残している	24.7	20.9	27.9	31.7	17.0	26.0	25.7	22.0	30.8	22.5	15.0	27.1	
株式や債券などの金融資産の購入	15.9	19.1	13.2	11.7	22.6	26.0	14.3	2.4	20.9	7.5	23.3	4.2	
国内旅行の費用や頻度・回数を増やした	15.5	17.3	14.0	16.7	11.3	22.0	17.1	9.8	15.4	25.0	16.7	6.3	
お取り寄せグルメなど食生活の充実	10.0	10.0	10.1	8.3	5.7	14.0	17.1	7.3	6.6	7.5	16.7	10.4	
自家用車の購入・買い替え	8.4	10.9	6.2	5.0	13.2	10.0	2.9	9.8	5.5	5.0	15.0	8.3	
全体的に生活に関わる支出を増加	8.4	4.5	11.6	3.3	7.5	12.0	11.4	9.8	5.5	10.0	10.0	10.4	
家具や家電の購入・買い替え	6.7	6.4	7.0	5.0	11.3	8.0	2.9	4.9	1.1	5.0	15.0	8.3	
高級店での外食や、外食機会の増加など食生活の充実	5.9	3.6	7.8	6.7	3.8	10.0	5.7	2.4	4.4	10.0	6.7	4.2	
自宅のリフォームや修繕	5.9	8.2	3.9	6.7	7.5	2.0	5.7	7.3	3.3	7.5	8.3	6.3	
保険への加入	5.9	6.4	5.4	6.7	9.4	4.0	2.9	4.9	4.4	2.5	10.0	6.3	
宝飾品や時計などの高額製品の購入	3.8	2.7	4.7	5.0	1.9	4.0	8.6	0.0	5.5	7.5	1.7	0.0	
不動産の購入・買い替え	3.3	4.5	2.3	5.0	9.4	0.0	0.0	0.0	2.2	2.5	8.3	0.0	
海外旅行の費用や頻度・回数を増やした	2.1	3.6	0.8	5.0	1.9	2.0	0.0	0.0	2.2	0.0	5.0	0.0	
その他	0.4	0.0	0.8	0.0	1.9	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	
特に何もしていない	32.6	34.5	31.0	31.7	35.8	24.0	28.6	43.9	38.5	22.5	25.0	39.6	

(注1) 上から「その他」を除き、全体で多い順。

(注2) 全体と比べて差のあるものに網掛け

(注3) ライフステージ別の「第一子誕生～大学入学」には「第一子誕生」や「第一子小学校入学」、「第一子中学校入学」、「第一子高校入学」、「第一子大学入学」を、「第一子独立～孫誕生」には「第一子独立」や「末子独立」、「孫誕生」を含む。

(資料) ニッセイ基礎研究所「第9回新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」

3 | 年代やライフステージ別の状況～子育て世帯は金融資産や自動車購入等の家庭生活上の大きな出費

年代別やライフステージ別に見ても、いずれも「そのまま貯蓄として手元に残している」や「特に何もしていない」との回答が目立つが、「そのまま貯蓄として手元に残している」は20歳代や未婚・独身で、「特に何もしていない」は60～74歳や未婚・独身、第一子独立～孫誕生が多い。

一方、30歳代や第一子誕生～大学入学では「株式や債券などの金融資産の購入」（どちらも約2割）が「そのまま貯蓄として手元に残している」を上回り、40歳代では両者は26.0%で同率を占める。

また、40歳代や結婚では「国内旅行の費用や頻度・回数を増やした」（どちらも2割台）が、50歳代や第一子誕生～大学入学では「お取り寄せグルメなど食生活の充実」（どちらも2割弱）が多い。また、30歳代では「不動産の購入・買い替え」（9.4%）が、第一子誕生～大学入学では「自家用車の購入・買い替え」や「家具や家電の購入・買い替え」（どちらも15.0%）が多い。なお、「不動産の購入・買い替え」はライフステージ別には第一子誕生～大学入学を中心に、「自家用車の購入・買い替え」や「家具や家電の購入・買い替え」は年代別には30歳代を中心に多い傾向がある。

つまり、暮らし向きにゆとりが出ると、日頃から教育費等の出費のかさむ子育て世帯では金融資産や自家用車、家具、不動産などのまとまった予算を必要とする家族の日常生活に関する消費へ向ける傾向が強い様子が見えてくる。

4 | 職業別や個人年収別、世帯年収別の状況～高収入世帯は旅行など趣味・嗜好性の高い消費に積極的

職業別に見ても、いずれも「そのまま貯蓄として手元に残している」や「特に何もしていない」との回答が目立つが、「そのまま貯蓄として手元に残している」は正規雇用者で、「特に何もしていない」は無職・その他で多い傾向がある（図表7（a））。

個人年収別や世帯年収別には、どちらも600万円未満では「そのまま貯蓄として手元に残している」、あるいは「特に何もしていない」が約4割を占めて目立つ（図表7（b））。

一方、個人年収および世帯年収600万円以上では「株式や債券などの金融資産の購入」や「自家用車の購入・買い替え」、「家具や家電の購入・買い替え」などのまとまった予算を必要とする家族の日常生活に関する消費のほか、「国内旅行の費用や頻度・回数を増やした」や「お取り寄せグルメなど食生活の充実」、「高級店での外食や、外食機会の増加など食生活の充実」、「宝飾品や時計などの高額製品の購入」などの娯楽や高額商品などの趣味・嗜好性の高い選択的消費へ向ける様子が見えてくる。また、600万円以上では、これらの選択割合のいずれかが「そのまま貯蓄として手元に残している」を上回る。特に、高収入世帯では多くの項目で上回る傾向があり、世帯年収1,000万円以上では「そのまま貯蓄として手元に残している」（13.3%）を、「株式や債券などの金融資産の購入」（26.7%で+13.4%pt）や「国内旅行の費用や頻度・回数を増やした」（23.3%で+10.0%pt）、「お取り寄せグルメなど食生活の充実」（20.0%で+6.7%pt）、「自家用車の購入・買い替え」（16.7%で+3.4%pt）が上回る。

5 | 暮らし向きにゆとりが出た理由別の状況～収入増でゆとりが出た層では多方面に渡る消費へ

暮らし向きにゆとりが出た理由別には、いずれも「そのまま貯蓄として手元に残している」との回答が目立つが、特に『新型コロナ禍で、お金を使う機会が減ったから』や『自分の給与や事業などの

図表7 職業別および個人年収別、世帯年収別に見た暮らし向きのゆとりが出てきたことで取った行動（複数選択）

(a) 職業別

	全体	経営者・役員	正規雇用者	非正規雇用者	自営業・自由業	無職・その他
度数	239	4	106	51	23	55
そのまま貯蓄として手元に残している	24.7	0.0	27.4	25.5	17.4	23.6
株式や債券などの金融資産の購入	15.9	0.0	26.4	5.9	8.7	9.1
国内旅行の費用や頻度・回数を増やした	15.5	25.0	17.9	17.6	13.0	9.1
お取り寄せグルメなど食生活の充実	10.0	25.0	13.2	7.8	0.0	9.1
自家用車の購入・買い替え	8.4	0.0	13.2	9.8	4.3	0.0
全体的に生活に関わる支出を増加	8.4	0.0	7.5	9.8	4.3	10.9
家具や家電の購入・買い替え	6.7	0.0	7.5	3.9	4.3	9.1
高級店での外食や、外食機会の増加など食生活の充実	5.9	0.0	5.7	3.9	8.7	7.3
自宅のリフォームや修繕	5.9	25.0	7.5	2.0	8.7	3.6
保険への加入	5.9	25.0	4.7	5.9	4.3	7.3
宝飾品や時計など的高額製品の購入	3.8	0.0	3.8	0.0	8.7	5.5
不動産の購入・買い替え	3.3	0.0	6.6	2.0	0.0	0.0
海外旅行の費用や頻度・回数を増やした	2.1	0.0	4.7	0.0	0.0	0.0
その他	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8
特に何もしていない	32.6	25.0	22.6	37.3	56.5	38.2

(b) 個人年収別および世帯年収別

	全体	個人年収						世帯年収				
		200万円未満	200~400万円未満	400~600万円未満	600~1,200万円未満	1,200万円以上	わからない	400万円未満	400~600万円未満	600~1,000万円未満	1,000万円以上	わからない
度数	239	74	54	34	30	10	16	58	53	50	30	26
そのまま貯蓄として手元に残している	24.7	24.3	37.0	38.2	10.0	10.0	12.5	20.7	39.6	26.0	13.3	26.9
株式や債券などの金融資産の購入	15.9	6.8	20.4	23.5	40.0	20.0	0.0	6.9	13.2	30.0	26.7	15.4
国内旅行の費用や頻度・回数を増やした	15.5	17.6	24.1	11.8	13.3	10.0	6.3	17.2	13.2	18.0	23.3	11.5
お取り寄せグルメなど食生活の充実	10.0	12.2	7.4	5.9	16.7	10.0	6.3	6.9	7.5	10.0	20.0	11.5
自家用車の購入・買い替え	8.4	6.8	7.4	5.9	23.3	10.0	6.3	3.4	13.2	12.0	16.7	0.0
全体的に生活に関わる支出を増加	8.4	13.5	1.9	11.8	6.7	10.0	0.0	8.6	5.7	10.0	13.3	3.8
家具や家電の購入・買い替え	6.7	6.8	9.3	5.9	6.7	0.0	6.3	6.9	3.8	12.0	6.7	3.8
高級店での外食や、外食機会の増加など食生活の充実	5.9	4.1	5.6	8.8	10.0	0.0	0.0	3.4	1.9	14.0	6.7	0.0
自宅のリフォームや修繕	5.9	5.4	7.4	5.9	10.0	0.0	0.0	8.6	7.5	2.0	10.0	0.0
保険への加入	5.9	8.1	7.4	0.0	6.7	10.0	6.3	5.2	3.8	6.0	13.3	7.7
宝飾品や時計など的高額製品の購入	3.8	0.0	1.9	5.9	10.0	10.0	12.5	1.7	3.8	4.0	10.0	3.8
不動産の購入・買い替え	3.3	1.4	5.6	5.9	6.7	0.0	0.0	1.7	3.8	6.0	6.7	0.0
海外旅行の費用や頻度・回数を増やした	2.1	1.4	1.9	2.9	3.3	10.0	0.0	1.7	0.0	6.0	3.3	0.0
その他	0.4	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0
特に何もしていない	32.6	40.5	24.1	23.5	16.7	40.0	50.0	43.1	28.3	22.0	20.0	38.5

(c) 暮らし向きにゆとりが出た理由別

	全体	新型コロナ禍で、お金を使う機会が減ったから	新型コロナ禍で、自分の給与や事業などの収入が増えたから	新型コロナ禍で、家族の給与や事業などの収入が増えたから	家族の給与や事業などの収入が増えたから	金融資産の利子や配当などが増えたから	扶養家族の収入が減ったから	株式や債券などの金融資産の価値が上がったから	自分や家族の退職や相継などに伴う収入があったから	不動産の売却などの収入があったから	保有する不動産の価値が上がったから	その他
度数	239	116	65	35	31	25	21	15	11	5	4	19
そのまま貯蓄として手元に残している	24.7	35.3	33.8	28.6	25.8	16.0	19.0	20.0	36.4	20.0	0.0	10.5
株式や債券などの金融資産の購入	15.9	17.2	30.8	14.3	22.6	20.0	4.8	40.0	9.1	20.0	0.0	5.3
国内旅行の費用や頻度・回数を増やした	15.5	13.8	15.4	14.3	22.6	8.0	14.3	20.0	9.1	40.0	50.0	26.3
お取り寄せグルメなど食生活の充実	10.0	8.6	7.7	8.6	19.4	28.0	19.0	33.3	9.1	60.0	25.0	0.0
自家用車の購入・買い替え	8.4	7.8	9.2	2.9	16.1	4.0	9.5	33.3	18.2	40.0	50.0	0.0
全体的に生活に関わる支出を増加	8.4	7.8	13.8	11.4	9.7	4.0	14.3	13.3	18.2	20.0	0.0	0.0
家具や家電の購入・買い替え	6.7	8.6	6.2	14.3	22.6	8.0	9.5	26.7	0.0	20.0	25.0	0.0
高級店での外食や、外食機会の増加など食生活の充実	5.9	5.2	7.7	14.3	12.9	16.0	9.5	20.0	18.2	20.0	0.0	5.3
自宅のリフォームや修繕	5.9	5.2	1.5	5.7	16.1	12.0	19.0	20.0	9.1	80.0	25.0	0.0
保険への加入	5.9	5.2	4.6	17.1	6.5	12.0	0.0	26.7	27.3	40.0	25.0	0.0
宝飾品や時計など的高額製品の購入	3.8	3.4	6.2	8.6	3.2	12.0	0.0	6.7	0.0	0.0	25.0	0.0
不動産の購入・買い替え	3.3	1.7	1.5	2.9	12.9	12.0	4.8	26.7	18.2	0.0	25.0	0.0
海外旅行の費用や頻度・回数を増やした	2.1	0.0	0.0	0.0	6.5	8.0	9.5	20.0	18.2	0.0	25.0	0.0
その他	0.4	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3
特に何もしていない	32.6	30.2	20.0	37.1	6.5	16.0	52.4	6.7	27.3	0.0	0.0	52.6

(注1) 上から「その他」を除き、全体で多い順。

(注2) 全体と比べて差のあるものに網掛け

(注3) 斜字は参考値

(注4) 職業別の「無職・その他」には「専業主婦・主夫」や「学生」、「無職」、「その他」を含む。

(資料) ニッセイ基礎研究所「第9回新型コロナウイルスによる暮らしの変化に関する調査」

収入が増えたから』で約4割を占めて多い（図表7（c））。

このほか『自分の給与や事業などの収入が増えたから』や『家族の給与や事業などの収入が増えたから』では「株式や債券などの金融資産の購入」が、『家族の給与や事業などの収入が増えたから』では「国内旅行の費用や頻度・回数を増やした」や「お取り寄せグルメなど食生活の充実」、「自家用車の購入・買い替え」、「自宅のリフォームや修繕」、「不動産の購入・買い替え」が、『自分の給与や事業などの収入が増えたから』では「全体的に生活に関わる支出を増加」が、『新型コロナ禍関連の助成金や給付金を得たから』や『家族の給与や事業などの収入が増えたから』では「家具や家電の購入・買い替え」や「高級店での外食や、外食機会の増加など食生活の充実」が、『新型コロナ禍関連の助成金や給付金を得たから』では「保険への加入」が多い。

つまり、収入が増加したことで暮らし向きにゆとりが出た層では増えた可処分所得を多方面に渡って消費へ向ける一方、コロナ禍で消費機会が減少したことで暮らし向きにゆとりが出た層では消費というよりも貯蓄にとどめている様子が見える。

4—おわりに～物価高の更なる進行で格差拡大の懸念、また、高まるサステナブル意識との関係は？

本稿では、ニッセイ基礎研究所の調査にて、コロナ禍前と比べて暮らし向きにゆとりが出てきたと回答した20～74歳の約1割を占める消費者について注目し、ゆとりが出てきた理由やゆとりが出てきたことで取った行動を属性別に分析した。

その結果、ゆとりが出てきた理由は、約半数を占めて圧倒的にコロナ禍による消費機会の減少が多く、外出自粛傾向の強い高齢層でやや多い傾向があった。次いで、コロナ禍にもかかわらず、収入の増加があがり、正規雇用者を中心に約3割を占めた。一方で、コロナ禍による助成金や給付金の受給が、無職や自営業・自由業（参考値）を中心に約15%を占めて比較的多い傾向があった。つまり、同じように、暮らし向きにゆとりが出たと回答しながらも、職業や業種などの雇用環境によって、ポジティブな理由によるものか、失業や経営難などネガティブな理由によるものか、状況は大きく違う様子が見えてきた。

ゆとりが出てきたことで取った行動では、約6割が使わずに貯蓄等として手元に残していた。また、金融資産の購入を除けば、具体的な消費行動として最も多かったのは国内旅行だが約16%にとどまり、ゆとりが出たからといって消費へ向ける消費者は少数派であった。一方で、高収入層や収入増によって暮らし向きにゆとりが出た層では、国内旅行やグルメをはじめ多方面に渡って消費意欲が旺盛な傾向があり、暮らし向きにゆとりが出た消費者でも温度差がある様子が見て取れた。

現在のところ、ニッセイ基礎研究所では、消費者物価上昇率（生鮮食品を除く総合）は2022年10-12月期（前年同期比2.9%）をピークに低下し、2023年度には2%を下回る見通しを立てている³。ただし、これは、円安の状況は今年度半ば、原油価格は今年度上半期がピークであるとの想定に基づいたものであり、例えば、見通し以上に円安が進行すれば消費者物価の見通しは上振れする可能性もあるだろう。

³ 斎藤 太郎「[2022・2023年度経済見通しー22年4-6月期GDP2次速報後改定](#)」、ニッセイ基礎研究所、Weekly エコノミスト・レター（2022/9/8）

今後、輸入原材料の多い食料品や日用品などの生活必需性の高い品目を中心に、消費者物価が想定以上に上昇した場合、消費支出に占める生活必需品の割合が高い低所得世帯を中心に多くの世帯で家計負担が増すことになる。一方で、本稿で見た通り、一部の高所得世帯やコロナ禍の逆風の中でも収入が増えた世帯では、物価上昇の影響を吸収できるだけでなく、消費意欲も比較的旺盛な傾向が見て取れた。よって、今後、物価高が更に進行することで、一部の余裕のある世帯と、その他の大半の世帯間で格差が拡大する可能性がある。

家計負担が増すと言うと、単純に消費者の低価格志向が高まるようにとらえられがちだ。しかし、前稿で見た通り、暮らし向きのゆとりがなくなった消費者が取った行動では「食料や日用品などの生活必需品は価格の安い製品へ乗り換える」は38.5%にとどまり、はるかに多かったのは「できるだけ不要なものは買わない」で67.6%を占めた。この「できるだけ不要なものは買わない」が圧倒的に多い背景には、現在、消費者に高いサステナブル意識が醸成されつつあることも無関係ではないだろう。

以前の分析⁴で見た通り、現在、20～74歳で「地球環境や社会問題は他人事ではない」と思う割合が60.8%、「サステナビリティについてすぐに取り組まないと手遅れになる」は46.4%にのぼる。一方で、例えば再生素材等を使った商品やサプライチェーンの再構築など、サステナビリティを意識した商品の開発や製造はコストがかかり、高価格になりがちな傾向もある。

今後、消費者は物価高への対応とサステナブル意識との両立をどのように図るのだろうか。あるいは、物価高の進行は消費者のサステナビリティに関わる取り組みの足かせとなるのだろうか。ニッセイ基礎研究所では定期的に「新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」を実施し、分析を行っていく予定である。

⁴ 久我尚子「[サステナビリティに関する意識と消費行動](#)」、ニッセイ基礎研レポート（2022/5/31）など。