

ジーコム独自調査レポート NO.175

今の暮らし向きと 2024年の 景気予想

福岡県居住者の「暮らし向き」に関する調査

2024年1月

Research & Consulting
G:COM
株式会社ジーコム

調査概要

1. 調査方法

当社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

2023年12月15日（金）～12月22日（金）

4. 調査規模

390サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	145	37.2
女性	245	62.8
全体	390	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20・30代	90	23.1
40代	100	25.6
50代	100	25.6
60代以上	100	25.6
全体	390	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市	210	53.8
福岡市以外都市圏	86	22.1
その他福岡県	94	24.1
全体	390	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	107	27.4
公務員	13	3.3
団体職員・病院勤務	12	3.1
経営者・会社役員	10	2.6
派遣社員・契約社員	31	7.9
商工自営	18	4.6
農林漁業	-	-
自由業	7	1.8
学生	3	0.8
パート・アルバイト	69	17.7
専業主婦(主夫)	74	19.0
無職	45	11.5
その他	1	0.3
全体	390	100.0

■ライフステージ	件数	構成比(%)
独身(離死別含む)	112	28.7
既婚・子どもなし	46	11.8
既婚・子どもが小学生以下	83	21.3
既婚・末子が中学生以上で扶養	55	14.1
既婚・子育て終了	94	24.1
全体	390	100.0

■世帯年収	件数	構成比(%)
200万円未満	28	7.2
200～300万円未満	37	9.6
300～400万円未満	39	10.1
400～500万円未満	42	10.9
500～600万円未満	43	11.1
600～700万円未満	40	10.3
700～800万円未満	28	7.2
800～900万円未満	15	3.9
900～1000万円未満	17	4.4
1000～1500万円未満	26	6.7
1500万円以上	4	1.0
答えたくない	68	17.6
全体	387	100.0

* 学生除く

【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

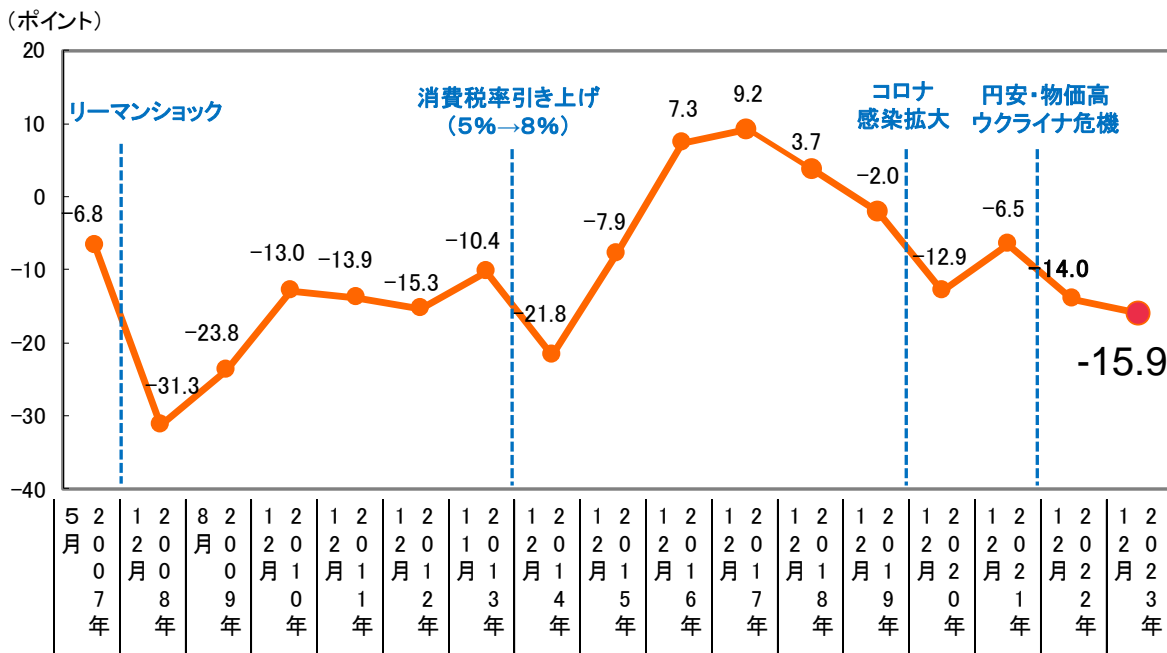
1. 暮らし向きの変化

生活者の暮らし向きは直近3年間で低下傾向にあり、過去10年で2番目の低さ。

- 1年前と比べ暮らし向きが「良くなった」「どちらかというようになった」と回答した割合から、「悪くなった」「どちらかというが悪くなった」と回答した割合を減じた『暮らし向き判断指数』は-15.9ポイント。過去10年でみると、2014年に次ぐ2番目の低さであり、コロナの影響を大きく受けた2020年と比べても3ポイント低い結果となった。
- 男性の暮らし向き判断指数は前回から低くなり、女性と比べて大きな差がみられる。
- 年代が上がるにつれて暮らし向き判断指数は低くなり、60代以上ではおよそマイナス30ポイントとなる。
- 世帯年収別では、300万円未満層と300～500万円未満層の差が昨年に比べ大きくなり、その差は16ポイントに及ぶ。

◆暮らし向き判断指数の推移

◆1年前と比べた暮らし向きの変化【単一回答】



		【%】			【ポイント】	
		調査数	肯定層	否定層	暮らし向き判断指数	暮らし向き判断指数
全体		390	14.6	30.5	-15.9	-14.0
性別	男性	145	10.3	34.5	-24.1	-16.4
	女性	245	17.1	28.2	-11.0	-12.5
年代別	20・30代	90	27.8	26.7	1.1	5.0
	40代	100	17.0	29.0	-12.0	-10.2
	50代	100	8.0	30.0	-22.0	-21.6
	60代以上	100	7.0	36.0	-29.0	-29.0
世帯年収別	300万円未満	65	3.1	38.5	-35.4	-30.9
	300～500万円未満	81	17.3	37.0	-19.8	-24.1
	500～700万円未満	83	13.3	32.5	-19.3	-15.7
	700～900万円未満	43	20.9	25.6	-4.7	-5.4
	900万円以上	47	27.7	14.9	12.8	15.7

* 肯定層＝「良くなった」+「どちらかというようになった」
 否定層＝「悪くなった」+「どちらかという悪くなった」
 暮らし向き判断指数＝肯定層-否定層

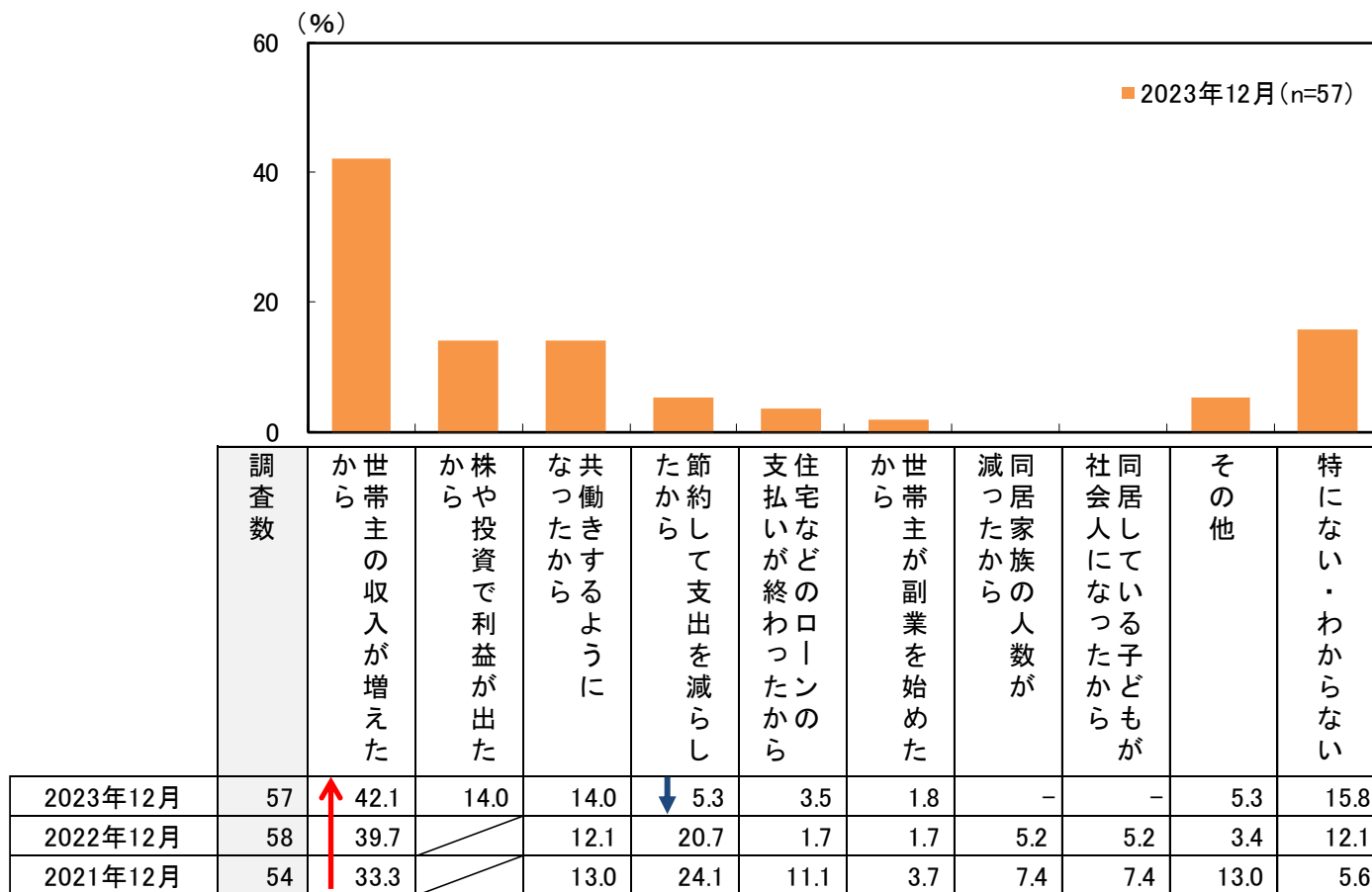
2. 暮らし向きが良くなった理由

*暮らし向き肯定層限定

- 暮らし向きが良くなった理由について、「世帯主の収入増」が1位であり、直近3年間で増加傾向にある。また、「株や投資で利益が出た」も第2位に入っており、収入面がプラスになっていることがわかる。一方、「節約して支出を減らした」は昨年から大きく減少した。

* サンプル数が少ないため、属性別の分析は省略した。

◆暮らし向きが良くなった理由【複数回答】



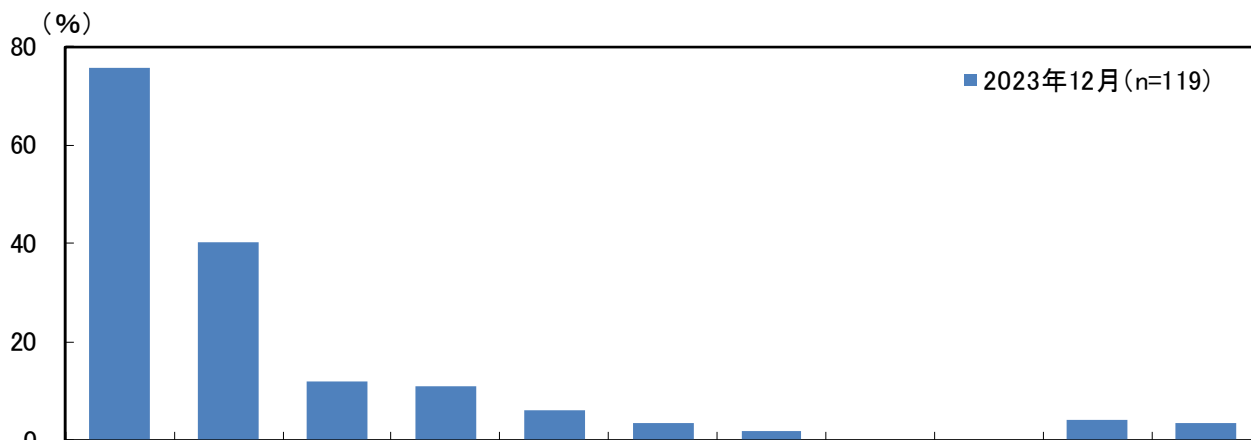
3. 暮らし向きが悪くなった理由

* 暮らし向き否定層限定

● 暮らし向きが悪くなった理由について、ここ3年間で「世帯主の収入減」は減少傾向にあり、収入面よりも「物価上昇」に伴う支出への影響が大きな理由となっている。

* サンプル数が少ないため、属性別の分析は省略した。

◆ 暮らし向きが悪くなった理由【複数回答】



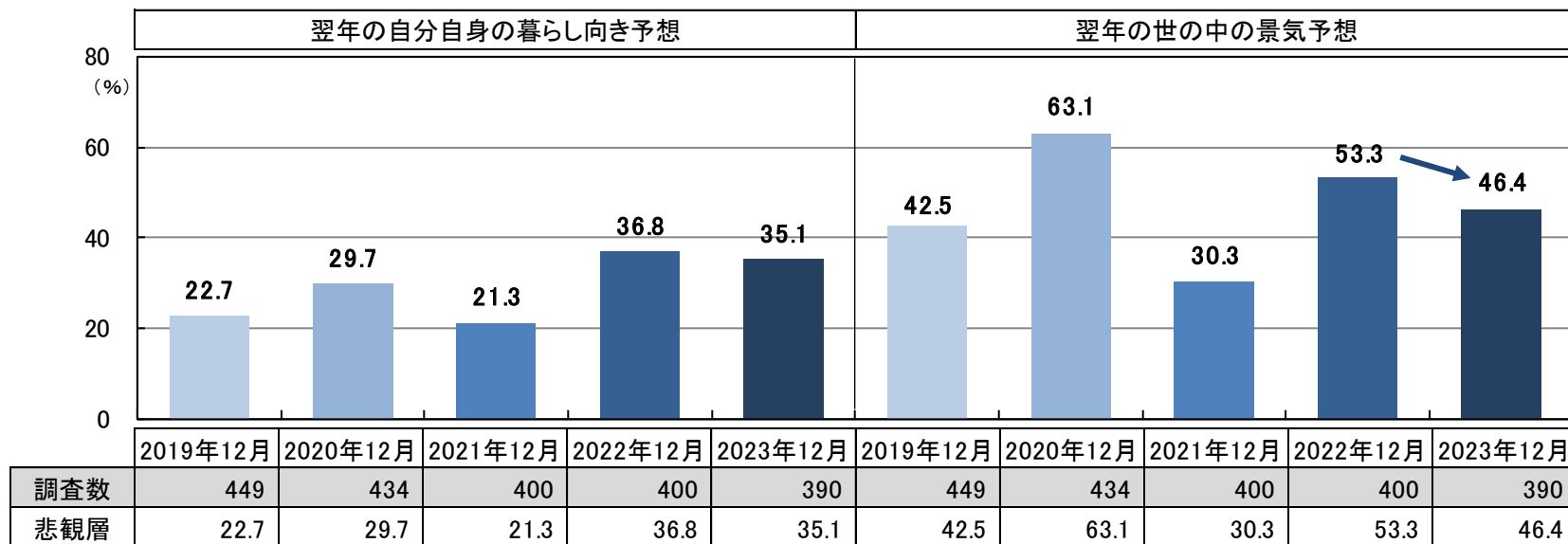
調査数	物価が上がったから	世帯主の収入が減ったから	家族の病気の治療や介護が必要になったため	教育費が増えたから	住宅などのローンの支払いが始まった(増えた)から	同居家族の人数が増えたから	仕送りが必要になったから	別居している家族への共働きをやめたから	世帯主が副業をやめたから	その他	特にない・わからない	
2023年12月	119	75.6	↓ 31.1	11.8	10.9	5.9	3.4	1.7	-	-	4.2	3.4
2022年12月	114	74.6	37.7	5.3	11.4	1.8	-	-	4.4	1.8	2.6	4.4
2021年12月	80	74.6	56.3	11.3	17.5	2.5	-	6.3	7.5	-	7.5	8.8

4. 翌年の暮らし向き、及び世の中の景気予想

- 翌年の「世の中の景気」について、「悪くなる」「どちらかという悪くなる」と回答した悲観層の割合は、昨年から7ポイント減少して4割半ばである。
- 一方、「自分自身の暮らし向き」は昨年からほぼ変わらず3割半ばが悲観層である。

◆ 翌年の自分自身の暮らし向き予想 悲観層の推移
【単一回答】

◆ 翌年の世の中の景気予想 悲観層の推移
【単一回答】



* 悲観層＝「悪くなる」+「どちらかという悪くなる」

- P.2で述べた現在の暮らし向き判断指数が低かった男性は、翌年の自分自身の暮らし向きについても悲観層の割合が女性に比べてやや高い。ただ、世の中の景気については、女性に比べて男性で楽観層の割合が高い。
- 20・30代の若年層は、自分自身の暮らし向きは楽観層の割合が高いものの、世の中の景気では悲観層の割合がやや高く、5割に及ぶ。また、自分自身の暮らし向きの悲観層は年代が上がるにつれて高くなる。
- 世帯年収別では、自分自身の暮らし向きの悲観層が4割を超えているのは500万円未満層であるが、世の中の景気の悲観層では900万円未満層で4割を超えており、両者ともに比較的楽観なのは900万円以上層のみである。

◆翌年（2024年）の自分自身の暮らし向き予想
【単一回答】

		調査数	良くなる	どちらかというところ	どちらともいえない	悪くなる	【%】
全体		390	4.9	12.3	47.7	25.9	9.2
性別	男性	145	4.8	13.8	41.4	27.6	12.4
	女性	245	4.9	11.4	51.4	24.9	7.3
年代別	20・30代	90	10.0	16.7	47.8	14.4	11.1
	40代	100	5.0	12.0	52.0	24.0	7.0
	50代	100	4.0	11.0	46.0	31.0	8.0
	60代以上	100	1.0	10.0	45.0	33.0	11.0
世帯年収別	300万円未満	65	3.1	6.2	41.5	33.8	15.4
	300～500万円未満	81	3.7	12.3	40.7	29.6	13.6
	500～700万円未満	83	4.8	12.0	45.8	30.1	7.2
	700～900万円未満	43	7.0	11.6	51.2	20.9	9.3
	900万円以上	47	8.5	25.5	53.2	10.6	2.1

◆翌年（2024年）の世の中の景気予想
【単一回答】

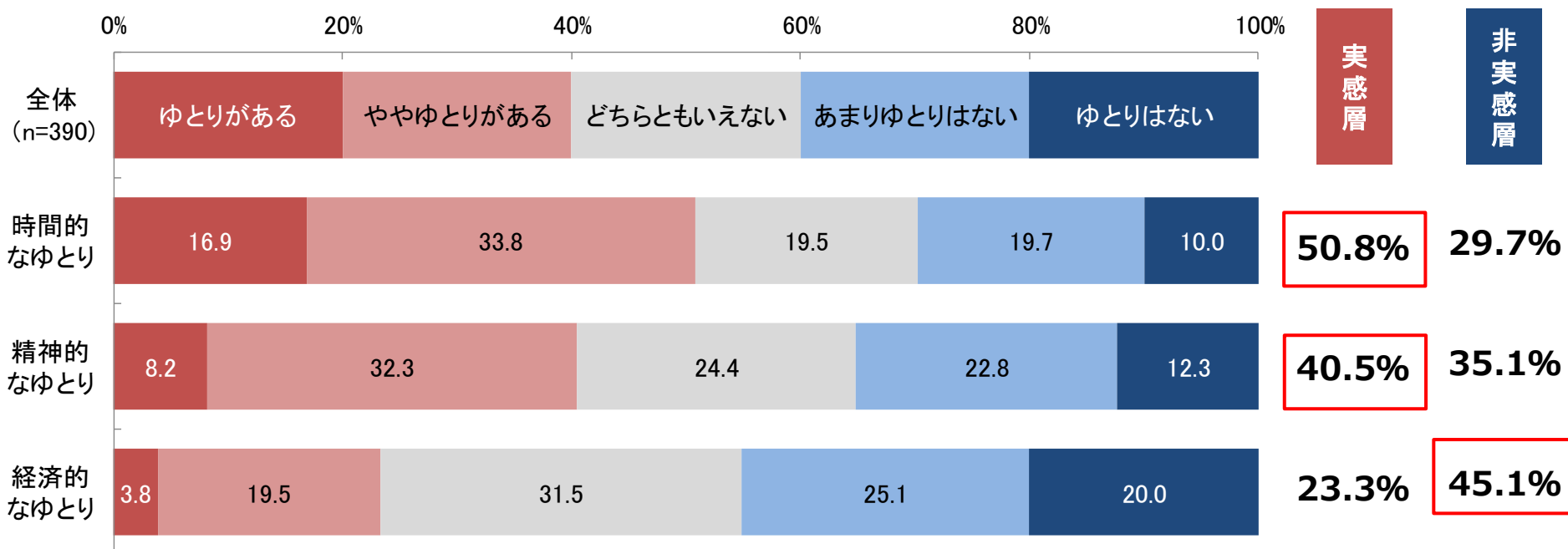
		調査数	良くなる	どちらかというところ	どちらともいえない	悪くなる	【%】
全体		390	2.1	14.1	37.4	31.8	14.6
性別	男性	145	4.1	18.6	31.0	29.7	16.6
	女性	245	0.8	11.4	41.2	33.1	13.5
年代別	20・30代	90	1.1	10.0	38.9	35.6	14.4
	40代	100	2.0	15.0	41.0	28.0	14.0
	50代	100	1.0	13.0	38.0	33.0	15.0
	60代以上	100	4.0	18.0	32.0	31.0	15.0
世帯年収別	300万円未満	65	-	15.4	38.5	29.2	16.9
	300～500万円未満	81	4.9	9.9	37.0	29.6	18.5
	500～700万円未満	83	2.4	14.5	32.5	33.7	16.9
	700～900万円未満	43	2.3	18.6	34.9	25.6	18.6
	900万円以上	47	-	27.7	40.4	31.9	-

* 楽観層 = 「良くなる」+「どちらかというところと良くなる」
悲観層 = 「悪くなる」+「どちらかというところと悪くなる」

5. 生活ゆとり度

- それぞれの生活ゆとり度を聞いたところ、ゆとりを実感している実感層の割合は「時間的なゆとり」で最も高く51%、次いで「精神的なゆとり」が41%、「経済的なゆとり」が23%であった。
- 「経済的なゆとり」のみ、非実感層が実感層を大きく上回っている。

◆生活ゆとり度【単一回答】



* 実感層 = 「ゆとりがある」 + 「ややゆとりがある」
非実感層 = 「ゆとりはない」 + 「あまりゆとりはない」

- 年代別では、40代はすべての項目において非実感層が実感層を上回っている。一方60代以上は「時間的なゆとり」では7割、「精神的なゆとり」では5割を上回っており、「経済的なゆとり」についても、暮らし向き否定層が多かった年代だが、ゆとり実感層でみると唯一3割を上回った。
- 世帯年収別では、500万円未満層は「経済的なゆとり」の非実感層の割合が6割前後と高いものの、「時間的なゆとり」「精神的なゆとり」については、300万円未満層は300～500万円未満層に比べて実感層の割合に差があり、ゆとりを感じている。
- 暮らし向き別では、肯定層は「経済的なゆとり」に加え、「精神的なゆとり」の実感層の割合が6割強と他の層に比べて顕著に高い。

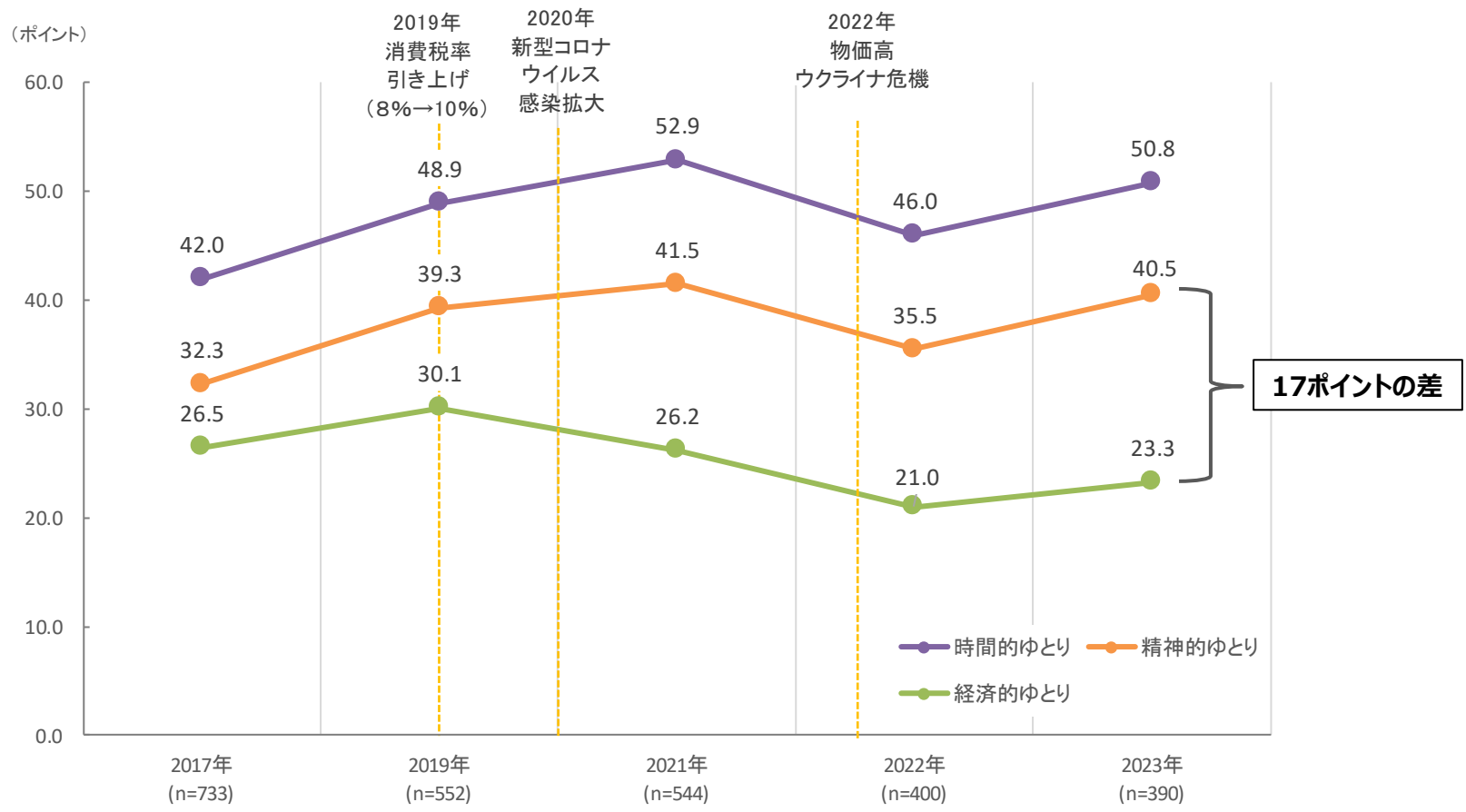
◆生活ゆとり度【単一回答】

		調査数	【%】 時間的なゆとり		【%】 精神的なゆとり		【%】 経済的なゆとり	
			実感層	非実感層	実感層	非実感層	実感層	非実感層
全体		390	50.8	29.7	40.5	35.1	23.3	45.1
性別	男性	145	50.3	29.7	40.7	35.2	24.8	44.1
	女性	245	51.0	29.8	40.4	35.1	22.4	45.7
年代別	20・30代	90	41.1	30.0	37.8	32.2	23.3	42.2
	40代	100	35.0	41.0	33.0	41.0	20.0	51.0
	50代	100	53.0	32.0	36.0	40.0	17.0	48.0
	60代以上	100	73.0	16.0	55.0	27.0	33.0	39.0
世帯年収別	300万円未満	65	63.1	24.6	43.1	40.0	13.8	58.5
	300～500万円未満	81	42.0	39.5	35.8	49.4	19.8	61.7
	500～700万円未満	83	51.8	31.3	38.6	32.5	18.1	48.2
	700～900万円未満	43	51.2	30.2	46.5	30.2	30.2	39.5
	900万円以上	47	48.9	23.4	53.2	25.5	46.8	14.9
暮らし向き別	肯定層	57	52.6	24.6	61.4	17.5	64.9	10.5
	中間層	214	53.3	26.2	45.8	28.0	22.0	35.0
	否定層	119	45.4	38.7	21.0	56.3	5.9	79.8

* 実感層＝「ゆとりがある」＋「ややゆとりがある」
非実感層＝「ゆとりはない」＋「あまりゆとりはない」

● いずれのゆとり度も昨年（2022年）から増加したものの、「経済的なゆとり」の増加幅は他の項目に比べて小さく、「精神的なゆとり」との差は17ポイントと、過去の実施調査と比べても差は広がるばかりである。

◆生活ゆとり度の推移
実感層抜粋
【単一回答】



* 実感層 = 「ゆとりがある」 + 「ややゆとりがある」

マーケティングリサーチからコンサルティングまで 福岡・九州の生活者マーケティングは、株式会社ジーコム

1986年の創業以来、35年福岡・九州で
「マーケティング・リサーチ」と「ビジネスコンサルティング」の専門会社として、
顧客視点に基づく科学的なアプローチによつて的確な課題解決策を導き出し、
マーケティングサポートを行っています。

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4-1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221 FAX 092-761-0228

<https://www.gcom-net.co.jp/>

inq@gcom-net.co.jp