

現在の暮らし向きと 2026年の 景気予想

調査対象：福岡県在住の20～79歳の男女
調査時期：2025年12月5日（金）～12月12日（金）
調査規模：353サンプル

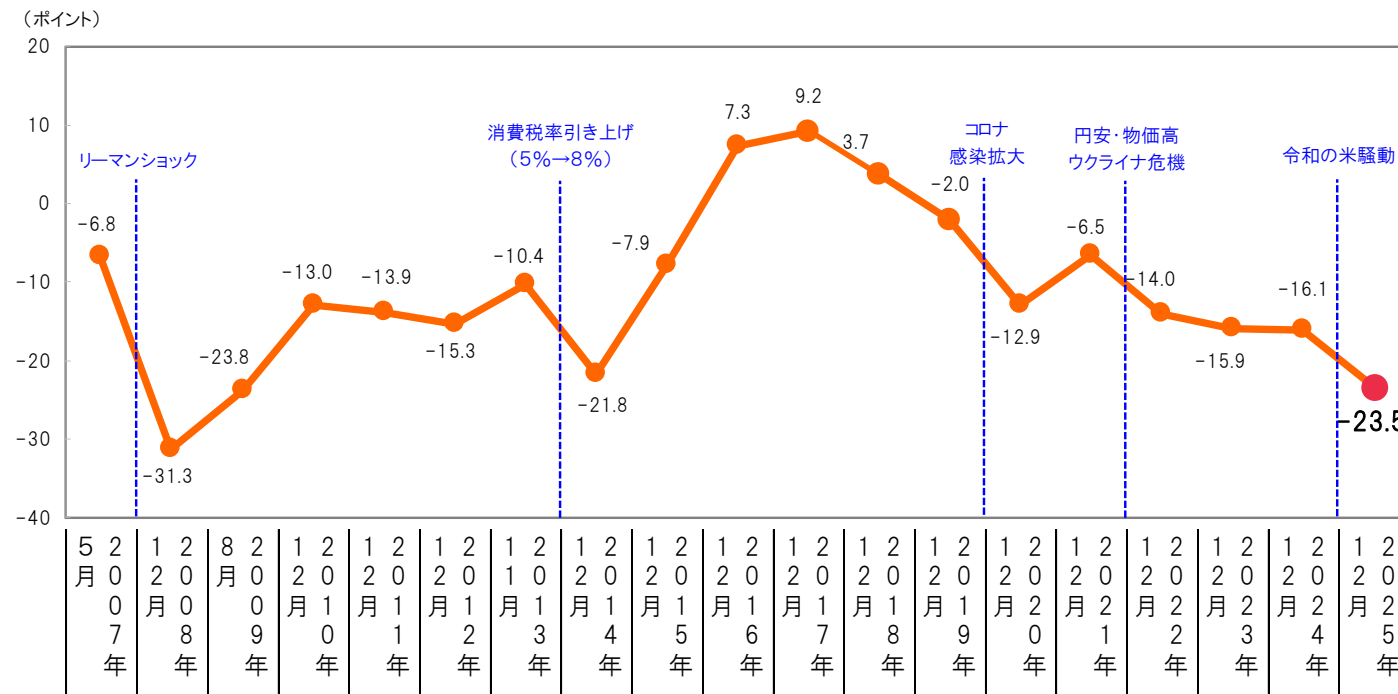
2026年1月

暮らし向き判断指数は直近5年間で低下傾向にあり、過去10年で最低。

- 『暮らし向き判断指数』は－23.5ポイント。過去10年で最低の結果で、コロナの影響を大きく受けた2020年と比べても10ポイント低い結果となった。
- 60代以上と世帯年収300万円未満層は前年から急落しており、前年対比マイナス20ポイントに及ぶ。
- 一方で、20・30代のみ前年から増加しており、年代によって景況感の受け止め方に差がある。

◆暮らし向き判断指数の推移

◆1年前と比べて
暮らし向きの変化【単一回答】

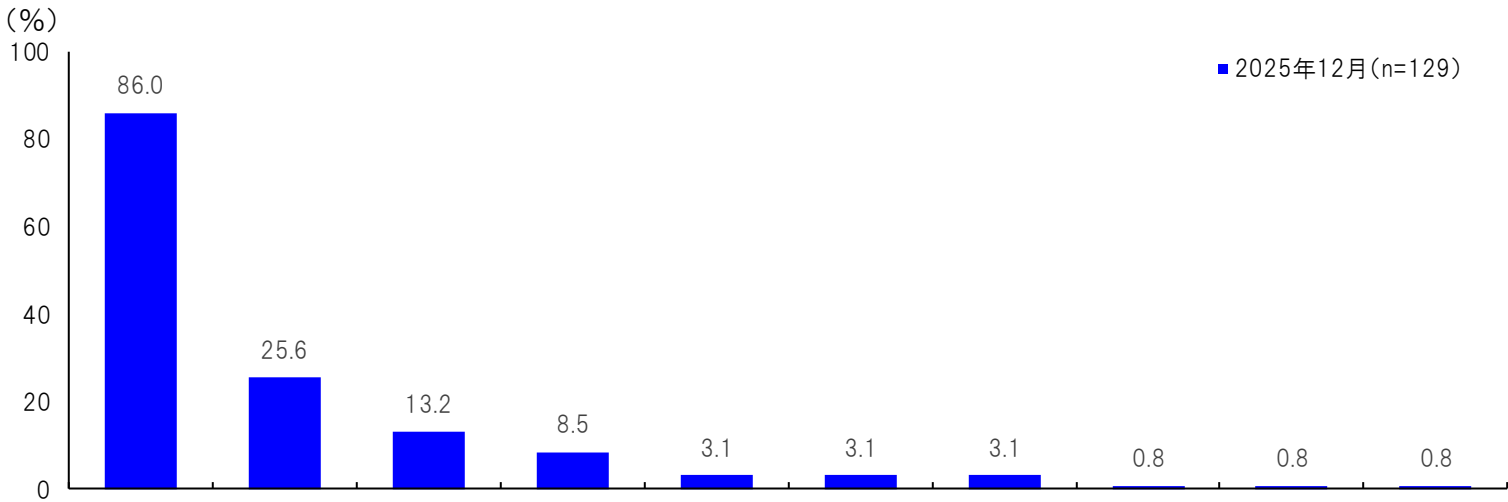


	調査数	【%】		【ポイント】	
		増加層	低下層	暮らし向き判断指数	暮らし向き判断指数
全体	353	13.0	36.5	-23.5	-16.1
性別					
男性	133	15.0	32.3	-17.3	-17.6
女性	220	11.8	39.1	-27.3	-15.3
年代別					
20・30代	53	32.1	22.6	9.4	-6.8
40代	100	10.0	24.0	-14.0	-10.0
50代	100	12.0	42.0	-30.0	-25.0
60代以上	100	7.0	51.0	-44.0	-20.0
世帯年収別					
300万円未満	65	6.2	56.9	-50.8	-28.2
300～500万円未満	65	15.4	38.5	-23.1	-26.0
500～700万円未満	62	14.5	35.5	-21.0	-25.0
700～900万円未満	48	16.7	25.0	-8.3	2.5
900万円以上	36	25.0	13.9	11.1	21.1

* 増加層＝「良くなった」＋「どちらかという良くなった」／ 低下層＝「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＝増加層-低下層

- 暮らし向きが悪くなった理由 1 位は「物価が上がった」が突出して高い。
- 一方で「世帯主の収入が減った」は変化はなく、収入減よりも物価上昇による実質的な生活コスト増が暮らし向き悪化の要因といえる。

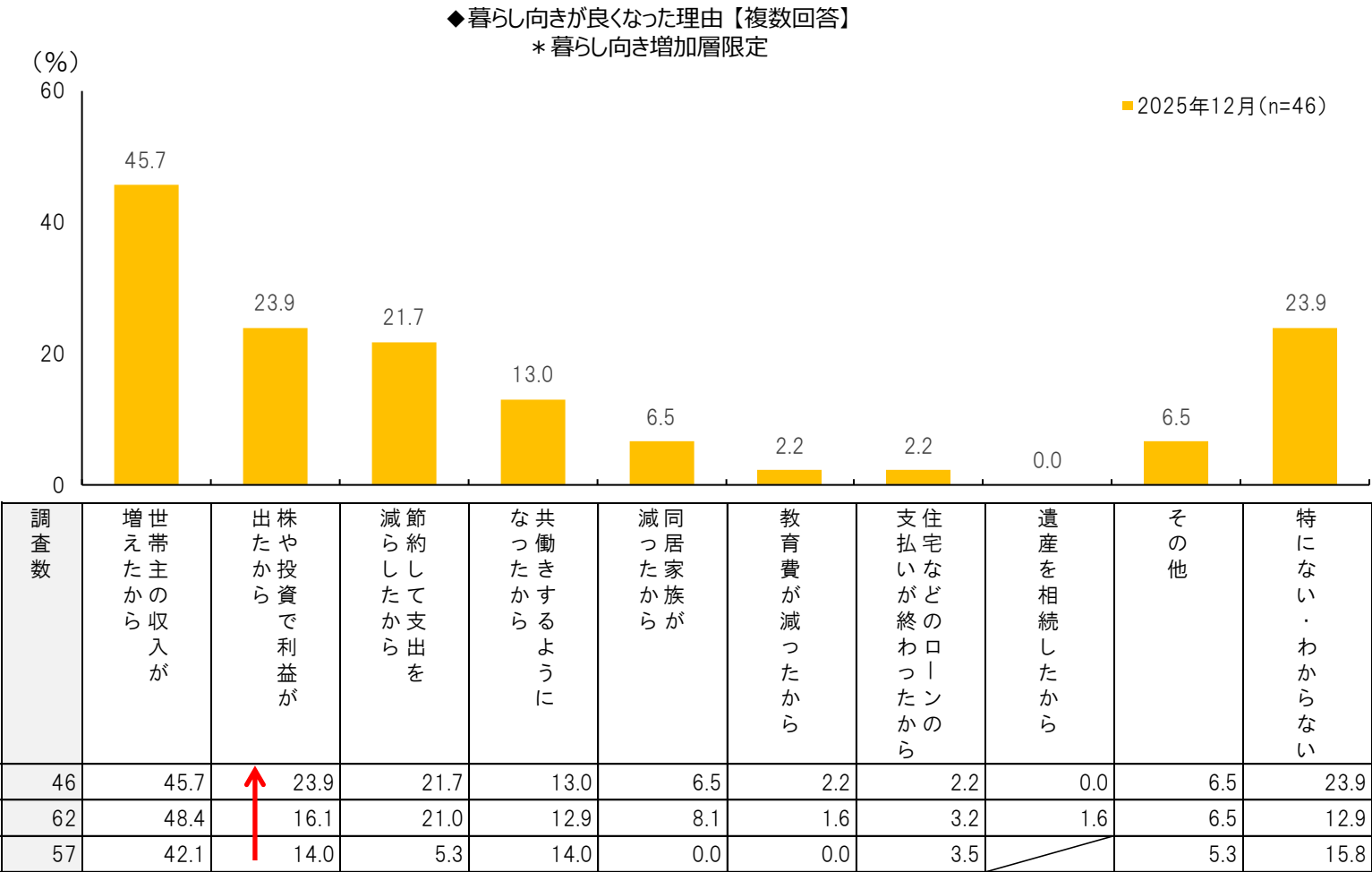
◆暮らし向きが悪くなった理由【複数回答】
* 暮らし向き低下層限定



■ 2025年12月 (n=129)

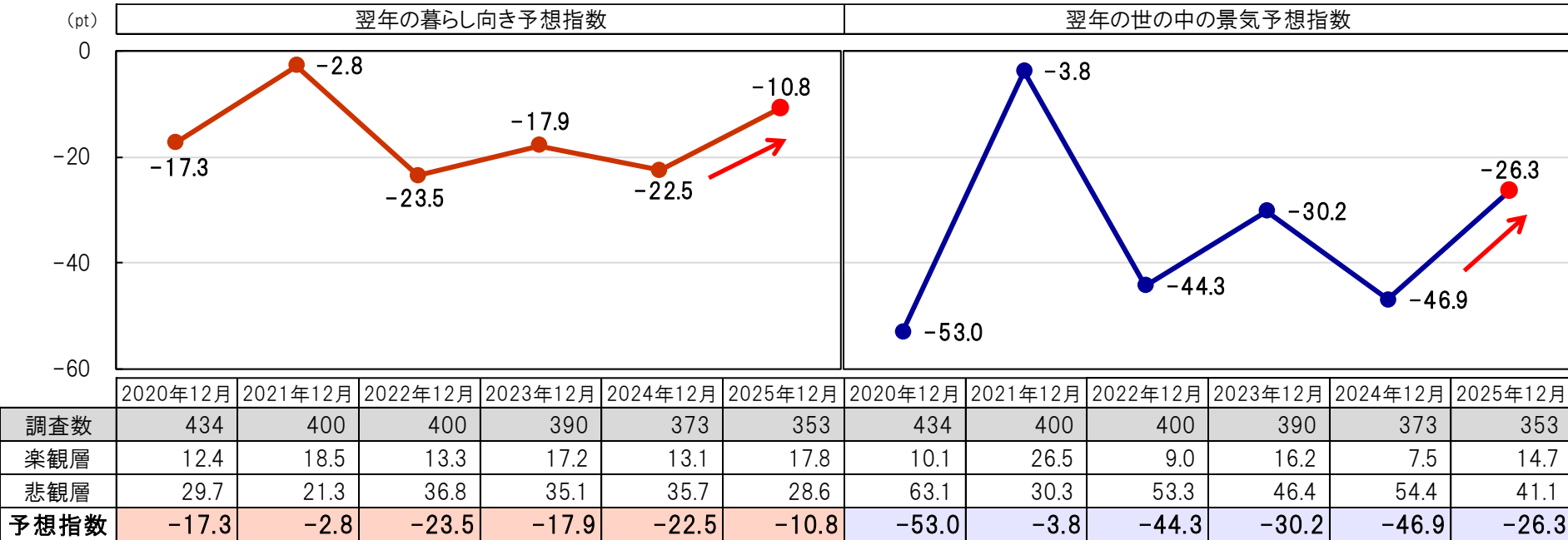
	調査数	物価が上がったから	世帯主の収入が減ったから	教育費が増えたから	家族の病気治療や介護が必要になったから	共働きをやめたから	別居している家族への送り迎えがなくなったから	住宅などのローンの支払いが始まったから	同居家族が増えたから	その他	特にない・わからない
2025年12月	129	86.0	25.6	13.2	8.5	3.1	3.1	3.1	0.8	0.8	0.8
2024年12月	122	87.7	27.0	9.8	9.8	4.9	2.5	1.6	2.5	4.9	0.8
2023年12月	119	75.6	31.1	10.9	11.8	0.0	1.7	5.9	3.4	4.2	3.4

- 暮らし向きが良くなった理由 1 位は前年同様「世帯主の収入増」である。
- 2 位は「株や投資で利益が出た」であり、前年から 8 ポイント増と増加幅も大きい。
- 収入だけでなく資産形成の有無が暮らし向きに影響する傾向が高まっている。



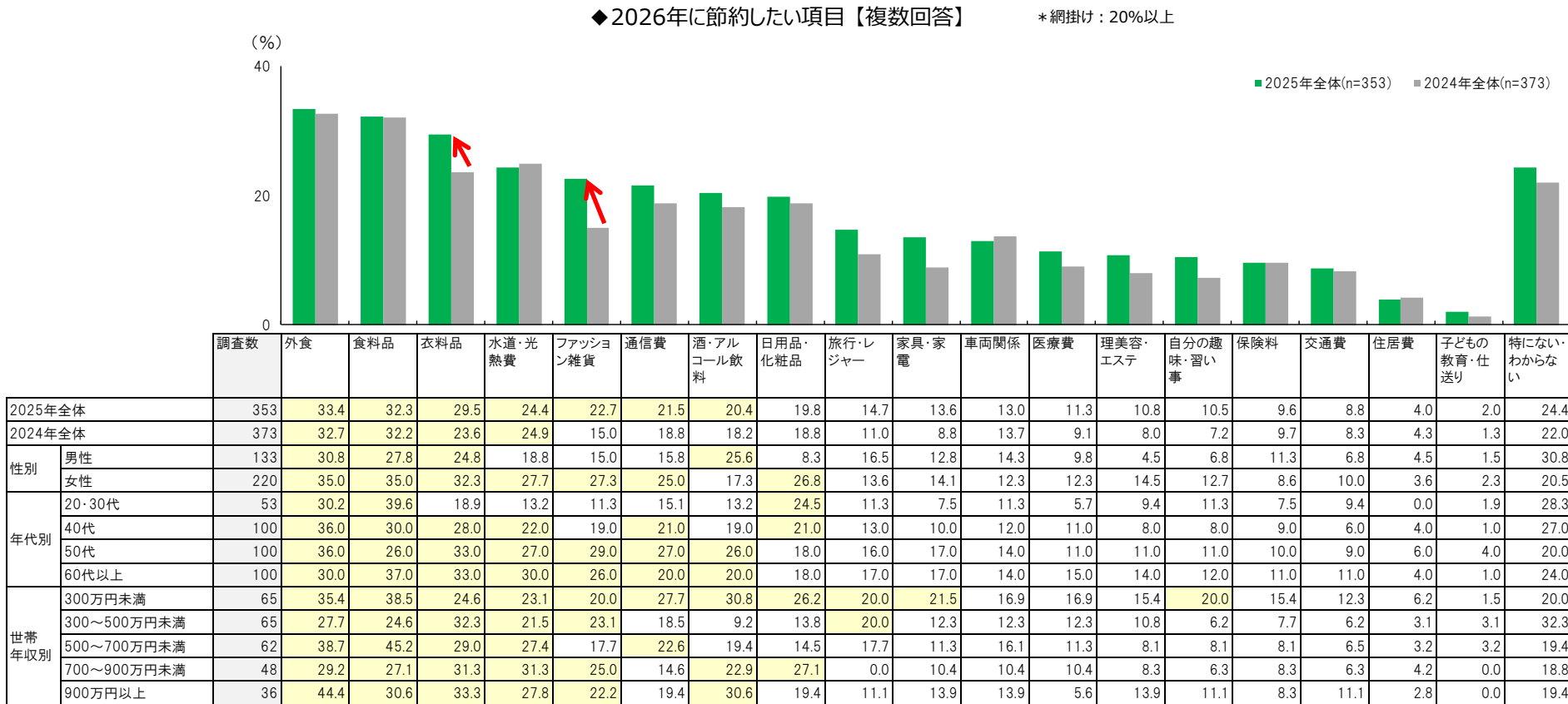
- 2026年の暮らし向き予想指数(楽観層-悲観層)は-10.8ポイント、世の中の景気の予想指数は-26.3ポイント。いずれも前年よりマイナス幅が縮小した。
- このことから、物価高や生活コスト上昇を一定程度織り込んだ上で、過度な悪化を見込んでいないことがうかがえる。

◆予想指数の推移【単一回答】

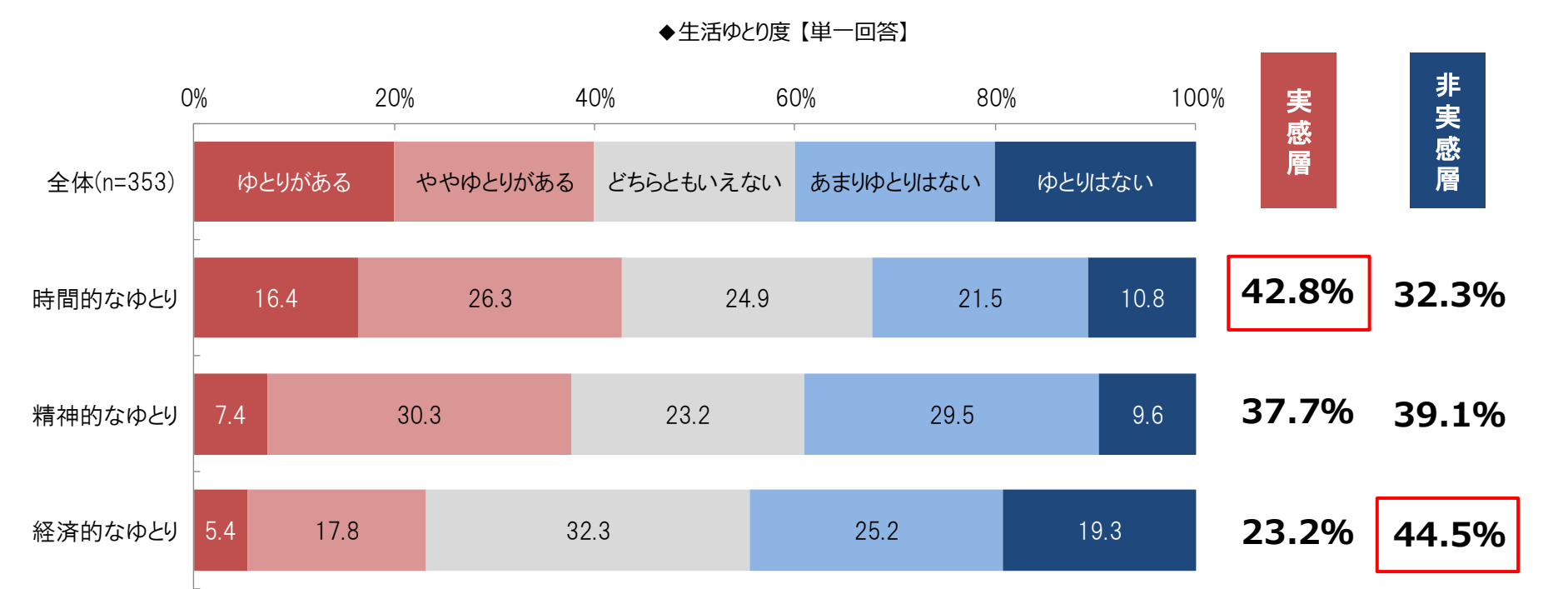


* 楽観層＝「良くなる」＋「どちらかという良くなる」／ 悲観層＝「悪くなる」＋「どちらかという悪くなる」／ 予想指数＝楽観層-悲観層

- 「外食」や「食料品」など生活必需品の節約意識は前年同様高い水準を維持する一方で、今年は「衣料品」や「ファッション雑貨」などの支出で節約意向が高まっている。
- これは消費意欲の低下というよりも、物価高の長期化を受け、支出の優先順位を見直す消費行動と捉えることができる。



- 現在の生活ゆとり度を見ると、「時間的なゆとり」は3項目の中では相対的に高い一方で、「経済的なゆとり」は非実感層が実感層を大きく上回っており、暮らし向き判断指数を裏付ける結果といえる。



* 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」

**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、40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