

2023年 家計消費状況調査 結果の概況

目 次

I ネットショッピングの状況

- 1 ネットショッピング利用世帯の割合は過去最高..... 3
- 2 ネットショッピング支出金額は過去最多 4
- 3 「旅行関係費」の支出金額は、全ての年齢階級で増加 7
- 4 「教養関係費」の支出金額は、「チケット」、「電子書籍」などで増加 9

II 電子マネーの保有・利用状況

- 1 電子マネー保有・利用世帯の割合は共に過去最高 11
- 2 電子マネー利用世帯の割合は、世帯主が40歳代の世帯で最も高い 12
- 3 電子マネー利用金額は増加 13
- 4 電子マネー利用金額は、世帯主が40歳代の世帯で最も増加率が高い 14

＜参考＞ 2023年の家計をめぐる主な動き

所得・消費関係

- ・ 「電気・ガス価格激変緩和対策事業」で1月以降の使用分から電気・都市ガス料金の値引き支援を開始（1月）
- ・ 主要な携帯電話事業者各社が提供する、従来に比べて低廉な料金プランの契約数が約5000万に（1月）
- ・ 経団連がまとめた、2023年春季労使交渉の大企業の賃上げ幅は1万3362円、賃上げ率は3.99%と、それぞれ5800円、1.72ポイントの増加。増加幅は、共に、現行の集計方法となった1976年以降最高（8月）
- ・ 新型コロナウイルス感染症の5類移行後初のお盆の旅客数は、鉄道・航空共に前年超（8月）
- ・ 改正酒税法の施行により、350ml当たり、ビール・発泡酒（麦芽比率50%以上）が約7円値下げ、発泡酒（麦芽比率25%以上50%未満）が約4円値下げ、新ジャンルが約9円値上げ（10月）
- ・ 全国加重平均の最低賃金は、43円引き上げられ、1004円に改定。初めて1000円を超え、比較可能な2002年度以降最大の引上げ幅（10月）
- ・ 「年収の壁」への当面の対応として、厚生年金や健康保険の加入に併せて、手取り収入を減らさない取組を実施する企業に対し支援するほか、事業主の証明による被扶養者認定の円滑化を実施（10月）
- ・ 日本銀行は、イールドカーブ・コントロールの運用を更に柔軟化し、長期金利の上限のめどを1.0%に（10月）
- ・ 「デフレ完全脱却のための総合経済対策」を閣議決定。物価高への対応として、令和6年度税制改正による所得税・個人住民税の定額減税等の実施や燃料油価格、電気・都市ガス料金の激変緩和措置の継続を決定（11月）
- ・ 約32年ぶりの円安ドル高となった前年に続き、東京外国為替市場で、円相場が1ドル＝151円台後半に（11月）
- ・ 日経平均株価は、一時3万3853円と、1990年3月以来約33年ぶりの水準で、バブル崩壊後の高値を更新（11月）
- ・ 消費者物価指数（総務省）のサービスの指数は、中間投入の財の価格と人件費の上昇を背景に、11月の前年同月比が2.3%上昇。消費税率改定の影響を除くと、1993年10月以来約30年ぶりの上昇幅に（11月）
- ・ ニューヨーク株式市場で、ダウ工業株30種平均が終値3万7710ドルと、史上最高値を更新（12月）

直接税・社会保険料関係

- ・ 介護保険第2号保険料率の引上げ（4月）
- ・ 国民年金保険料の引下げ（4月）
- ・ 雇用保険料率の引上げ（4月）
- ・ 自動車やバイクの所有者に加入が義務付けられている自賠責保険の保険料が平均で11.4%引下げ（4月）

その他

- ・ マスクの着用は、個人の判断が基本に（3月）
- ・ 車いすの部男子シングルスで初めて四大大会、パラリンピックを全制覇したテニスの国枝慎吾氏が、国民栄誉賞を受賞（3月）
- ・ ワールド・ベースボール・クラシック（WBC）で日本が3大会ぶりの優勝。大谷翔平選手がMVPに（3月）
- ・ こども家庭庁が発足（4月）
- ・ 改正道路交通法の施行により、全ての自転車利用者のヘルメット着用が努力義務化（4月）
- ・ 東京ディズニーリゾートが開業40周年（4月）。最も混雑する時期の大人1日券が初の1万円超（10月）
- ・ 石川県能登地方を震源とする地震が発生。石川県で震度6強の揺れを観測（5月）
- ・ 新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが、いわゆる2類相当から5類感染症に（5月）
- ・ G7広島サミット開催（5月）
- ・ 台風13号の影響により関東甲信地方や東北太平洋側で大雨。福島県、茨城県、東京都、千葉県で1時間降水量が観測史上1位の値を更新（9月）
- ・ 10月の訪日外国人旅行者数は、2019年同月比0.8%増（推計値）で、新型コロナウイルス感染症拡大後初めて2019年の水準超（10月）
- ・ 将棋の藤井聡太棋士が、史上初の八冠（10月）
- ・ プロ野球の日本シリーズに阪神タイガースとオリックス・バファローズが出場。59年ぶりに関西の球団同士が対決し、阪神タイガースが38年ぶり2度目の優勝（10月及び11月）
- ・ G7は、生成AIの開発者から利用者までを含む世界初の包括ルールを承認（12月）
- ・ 1年を通じた日本の平均気温は、統計を開始した1898年以降最高。最も暑い年に

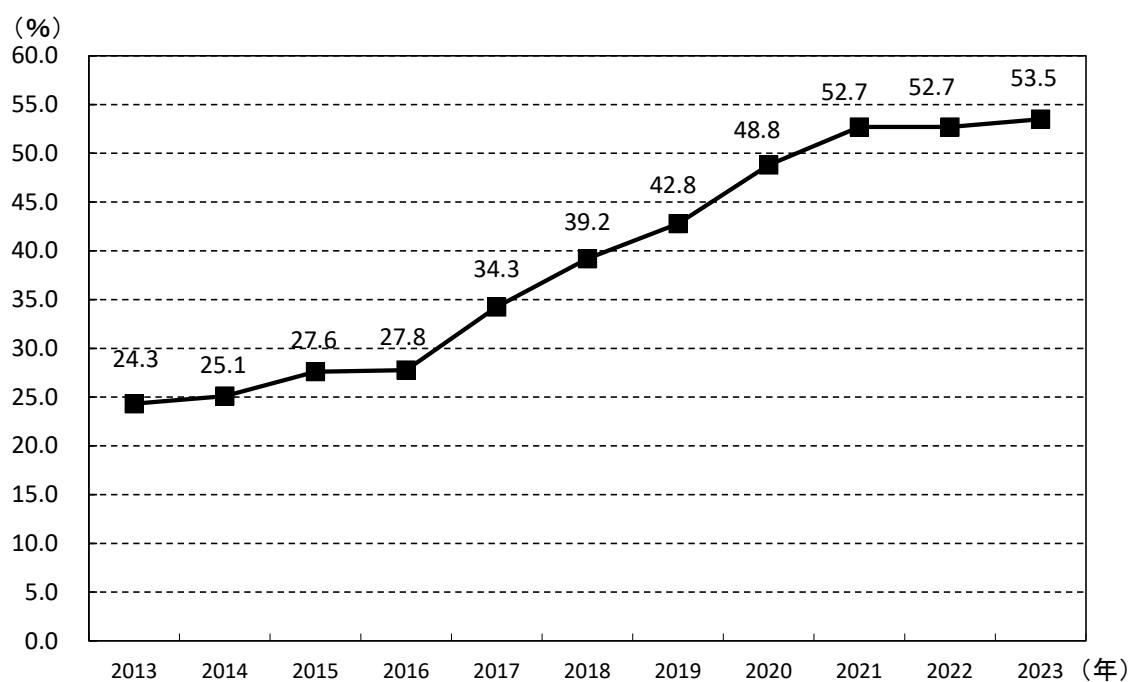
2023年 家計消費状況調査 結果の概況

I ネットショッピング※¹の状況

1 ネットショッピング利用世帯の割合は過去最高

2023年の二人以上の世帯におけるネットショッピングを利用した世帯の割合は53.5%となり、2002年の調査開始以来、過去最高水準だった前年（52.7%）を上回った（図I-1）。

図I-1 ネットショッピング利用世帯の割合の推移（二人以上の世帯）



※1 ネットショッピングとは、世帯におけるインターネットを通じた財（商品）やサービスの購入をいう。

2 ネットショッピング支出金額は過去最多

2023年の二人以上の世帯におけるネットショッピングの支出金額は、1か月平均23,021円、利用世帯当たりの支出金額は42,937円と、いずれも2002年の調査開始以来、過去最多となった。

前年と比べると、ネットショッピングの支出金額は名目10.6%の増加となった。これは物価上昇分^注を上回る結果となっている。項目別にみると、「旅行関係費」が49.5%の増加、「チケット」が20.7%の増加となった一方、「贈答品」が5.4%の減少となった（表I-2-1）。

また、項目別の支出割合をみると、「食料」の支出が21.3%と最も高く、次いで「旅行関係費」が19.5%、「衣類・履物」が10.4%、「家電・家具」が7.4%、「チケット以外の教養関係費」が5.4%などとなっている（図I-2-1）。

注「消費者物価指数（持家の帰属家賃を除く総合）」の2023年の前年比は+3.8%

表I-2-1 ネットショッピング支出金額
(二人以上の世帯)

年次	合計	注1	チケット	衣類・履物	食料	注2	保険	家電・家具	注3	贈答品	注4	注5	利用世帯当たりの支出金額
		旅行関係費				保健・医療			チケット以外の教養関係費		その他	（参考） 教養関係費	
月平均額(円)													
2022年	20,810	3,008	787	2,247	4,643	982	988	1,674	1,265	942	4,275	2,052	39,443
2023年	23,021	4,498	950	2,393	4,911	1,035	1,012	1,710	1,250	891	4,371	2,200	42,937
対前年名目増減率(%)													
2022年	11.1	95.1	73.0	1.3	9.9	1.1	10.9	-13.0	-2.7	-0.9	0.5	16.9	11.2
2023年	10.6	49.5	20.7	6.5	5.8	5.4	2.4	2.2	-1.2	-5.4	2.2	7.2	8.9
対前年名目増減率に対する寄与度(%)													
2023年	-	7.16	0.78	0.70	1.29	0.25	0.12	0.17	-0.07	-0.25	0.46	0.71	-

注1 旅行関係費：「宿泊料」、「運賃」及び「パック旅行費」の合計

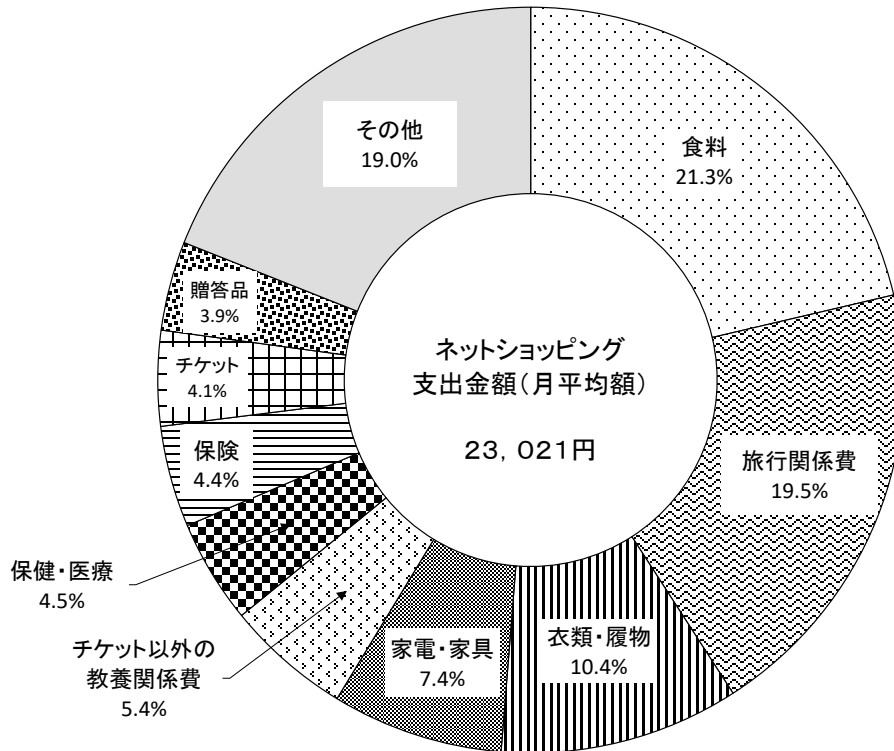
注2 保健・医療：「医薬品」及び「健康食品」の合計

注3 チケット以外の教養関係費：「書籍」、「音楽・映像ソフト、パソコン用ソフト、ゲームソフト」及び「デジタルコンテンツ（「電子書籍」及び「ダウンロード版の音楽・映像、アプリなど」を含む）」の合計

注4 その他：「化粧品」、「自動車等関係用品」及び「上記に当てはまらない商品・サービス」の合計

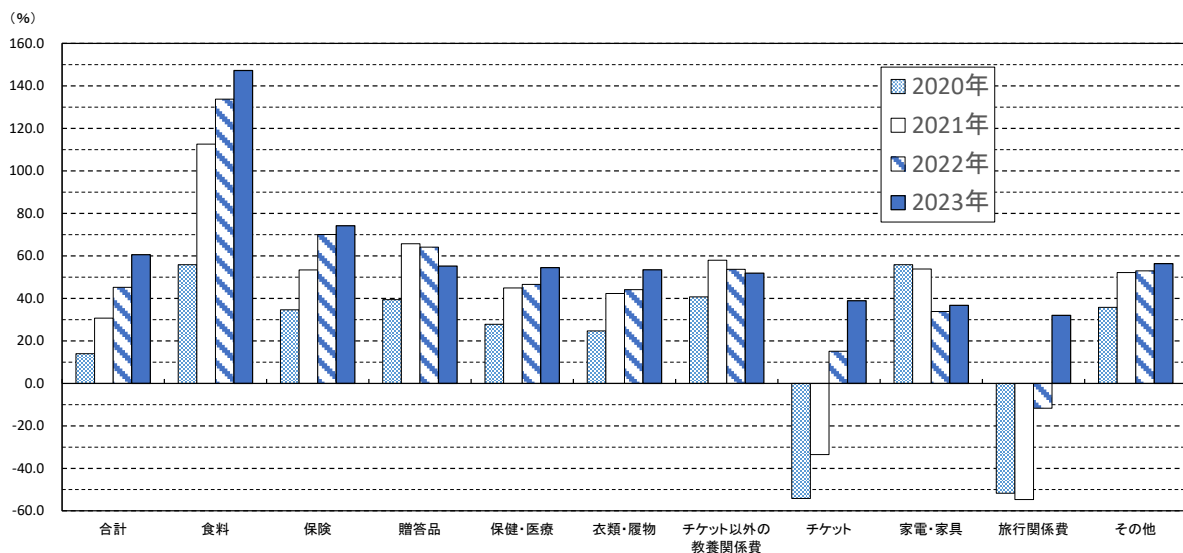
注5 教養関係費：「チケット以外の教養関係費」及び「チケット」の合計

図 I-2-1 ネットショッピング支出割合
(二人以上の世帯) - 2023 年



項目別に、新型コロナウイルス感染症の影響がなかった2019年と比べてみると、2023年は「食料」が147.3%の増加と最も増加率が高く、次いで「保険」が74.2%の増加となった。逆に、「チケット」は2020年及び2021年に、「旅行関係費」は2020年から2022年まで、いずれも新型コロナウイルス感染症拡大の影響により減少となっていたが、2023年はそれぞれ38.9%増加、32.0%増加となった(図I-2-2)。

図 I-2-2 ネットショッピング支出金額の対2019年名目増減率
(二人以上の世帯)

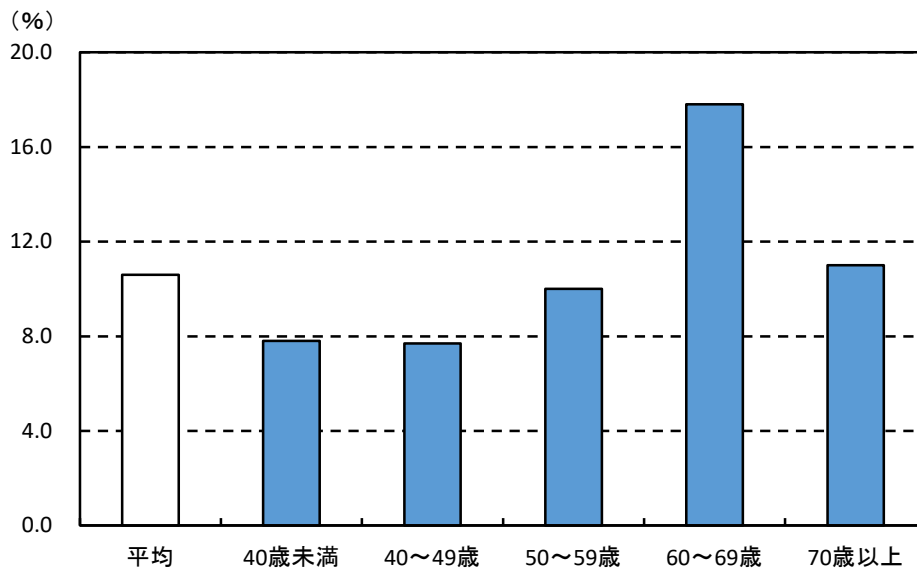


世帯主の年齢階級別に前年と比べてみると、全ての年齢階級で増加となった。特に、比較的ネットショッピングの支出金額が少ない、60歳以上の年齢階級において、増加幅が大きくなっていることがうかがえる（表 I-2-2、図 I-2-3）。

表 I-2-2 世帯主の年齢階級別ネットショッピング支出金額
(二人以上の世帯)

年次	平均	40歳未満	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
月平均額(円)						
2022年	20,810	30,741	29,007	26,962	20,260	10,867
2023年	23,021	33,154	31,235	29,655	23,861	12,065
対前年名目増減率(%)						
2023年	10.6	7.8	7.7	10.0	17.8	11.0

図 I-2-3 世帯主の年齢階級別ネットショッピング支出金額の対前年名目増減率
(二人以上の世帯) - 2023年



3 「旅行関係費」の支出金額は、全ての年齢階級で増加

2023年の二人以上の世帯におけるネットショッピングによる支出のうち、項目別にみて最も増加率が高かった「旅行関係費」について、内訳ごとに前年と比べてみると、「宿泊料、運賃、パック旅行費（インターネット上での決済）」が56.4%の増加、「宿泊料、運賃、パック旅行費（インターネット以外での決済）」は32.0%の増加となった（表I-3-1）。

また、「旅行関係費」の支出金額について、月別に前年と比べてみると、2023年は全ての月において前年同月を上回った。これは、2022年10月からの全国旅行支援や2023年5月の新型コロナウイルス感染症の5類移行により、外出機会が増加したことなどが要因と考えられる（図I-3-1）。

さらに、世帯主の年齢階級別に前年と比べてみると、70歳以上が77.1%の増加と最も増加率が高く、次いで60～69歳が60.1%の増加となるなど、全ての年齢階級で増加となった（表I-3-2、図I-3-2）。

表I-3-1 ネットショッピング支出金額－旅行関係費－
(二人以上の世帯)

年次	合計	宿泊料、運賃、パック旅行費 (インターネット上での決済)	宿泊料、運賃、パック旅行費 (インターネット以外での決済)
月平均額(円)			
2022年	3,008	2,159	849
2023年	4,498	3,377	1,121
対前年名目増減率(%)			
2022年	95.1	107.6	69.5
2023年	49.5	56.4	32.0
対前年名目増減率に対する寄与度(%) ^注			
2023年	7.16	5.85	1.31

注 寄与度はネットショッピング支出金額合計の名目増減率に対するもの

図I-3-1 旅行関係費の月別支出金額の推移（二人以上の世帯）

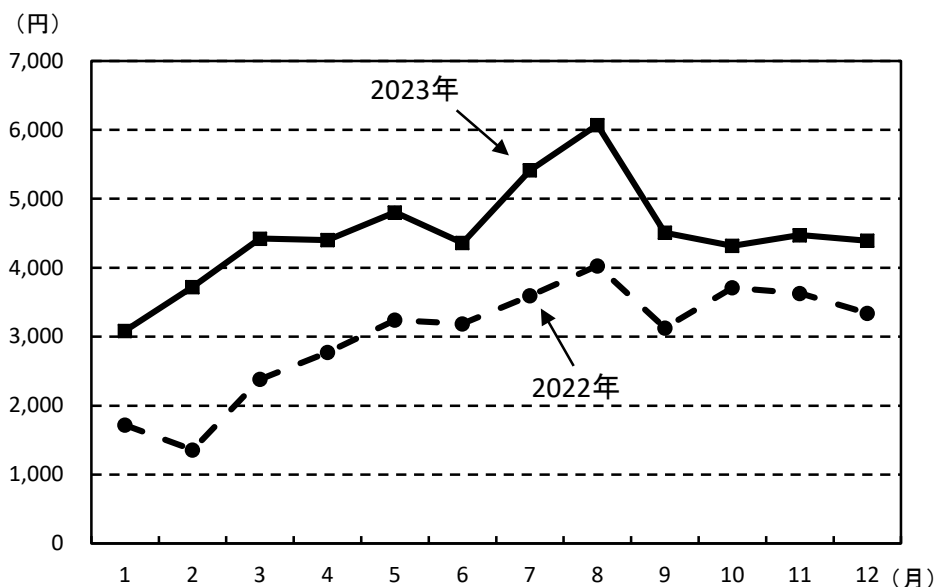
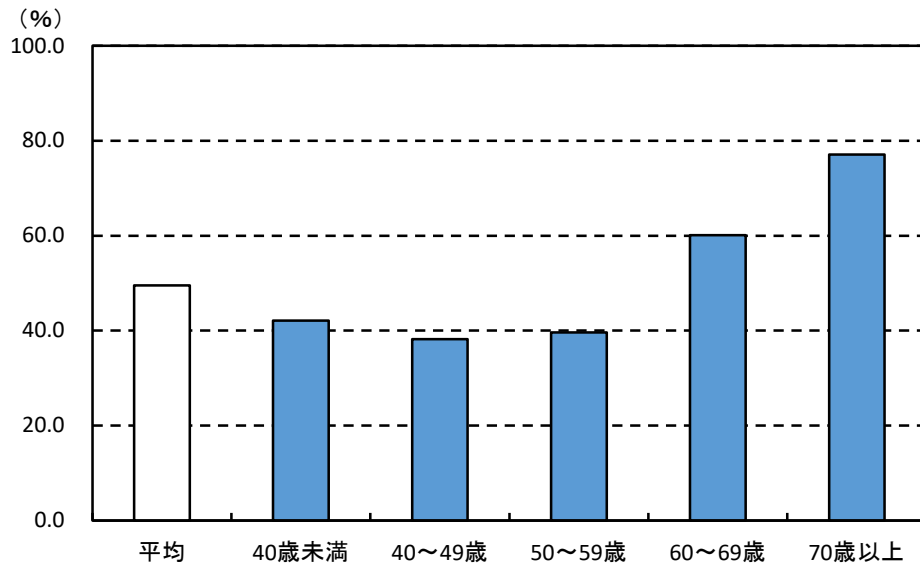


表 I-3-2 世帯主の年齢階級別ネットショッピング支出金額 —旅行関係費—
(二人以上の世帯)

年次	平均	40歳未満	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
月平均額(円)						
2022年	3,008	3,827	4,064	4,240	3,323	1,274
2023年	4,498	5,437	5,615	5,917	5,319	2,256
対前年名目増減率(%)						
2023年	49.5	42.1	38.2	39.6	60.1	77.1

図 I-3-2 世帯主の年齢階級別ネットショッピング支出金額の対前年名目増減率 —旅行関係費—
(二人以上の世帯) —2023年



4 「教養関係費」の支出金額は、「チケット」、「電子書籍」などで増加

2023年の二人以上の世帯におけるネットショッピングによる支出のうち、増加率が2番目に高かった「チケット」を含む「教養関係費」について、内訳ごとに前年と比べてみると、「チケット」が20.7%の増加、次いで「電子書籍」が5.5%の増加となった。一方、「音楽・映像ソフト、パソコン用ソフト、ゲームソフト」が6.4%の減少、「ダウンロード版の音楽・映像、アプリなど」が2.1%の減少となった（表I-4-1）。

また、「チケット」の支出金額について、月別に前年と比べてみると、2023年は全ての月において前年同月を上回った（図I-4-1）。

さらに、世帯主の年齢階級別に前年と比べてみると、60～69歳が14.2%の増加、次いで40歳未満が7.5%の増加となるなど、全ての年齢階級で増加となった（表I-4-2、図I-4-2）。

表I-4-1 ネットショッピング支出金額－教養関係費－
(二人以上の世帯)

年次	合計	チケット	電子書籍	書籍	ダウンロード版の音楽・映像、アプリなど	音楽・映像ソフト、パソコン用ソフト、ゲームソフト
月平均額(円)						
2022年	2,052	787	199	408	239	420
2023年	2,200	950	210	413	234	393
対前年名目増減率(%)						
2022年	16.9	73.0	8.2	-6.8	0.0	-4.3
2023年	7.2	20.7	5.5	1.2	-2.1	-6.4
対前年名目増減率に対する寄与度(%)注						
2023年	0.71	0.78	0.05	0.02	-0.02	-0.13

注 寄与度はネットショッピング支出金額合計の名目増減率に対するもの

図I-4-1 チケットの月別支出金額の推移（二人以上の世帯）

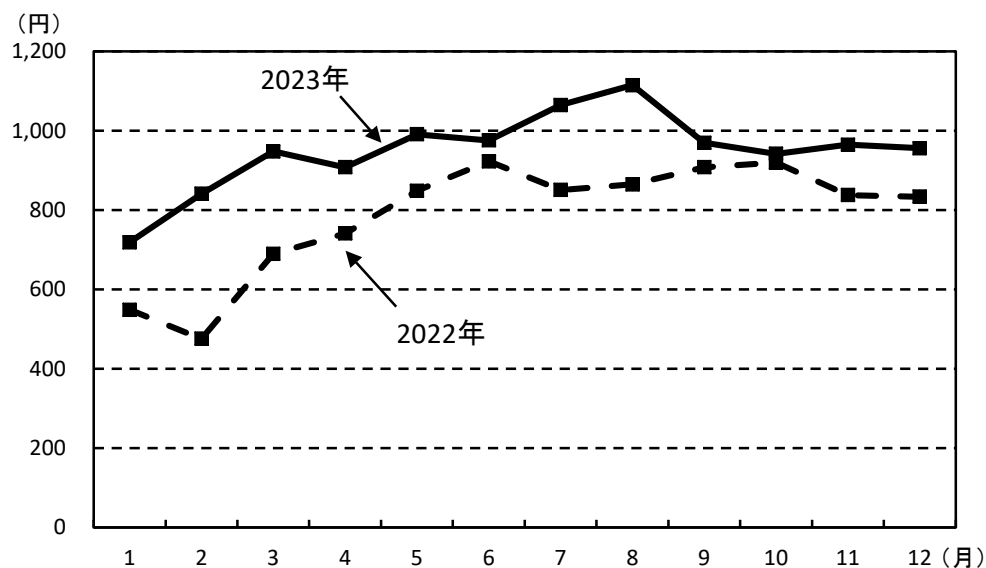
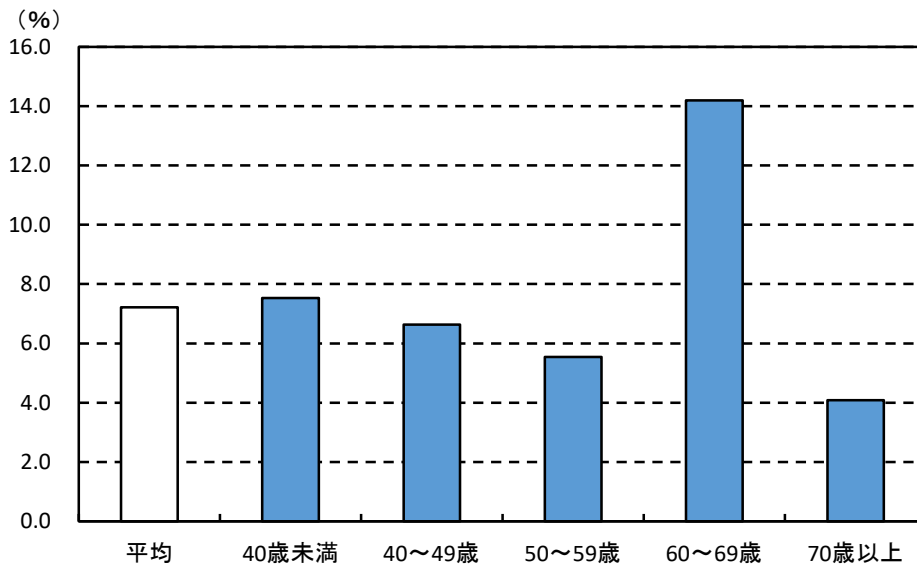


表 I-4-2 世帯主の年齢階級別ネットショッピング支出金額 —教養関係費—
(二人以上の世帯)

年次	平均	40歳未満	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
月平均額(円)						
2022年	2,052	3,020	2,986	2,996	1,931	856
2023年	2,200	3,248	3,184	3,162	2,205	891
対前年名目増減率(%)						
2023年	7.2	7.5	6.6	5.5	14.2	4.1

図 I-4-2 世帯主の年齢階級別ネットショッピング支出金額の対前年名目増減率 —教養関係費—
(二人以上の世帯) —2023年



II 電子マネーの保有・利用状況

1 電子マネー※² 保有・利用世帯の割合は共に過去最高

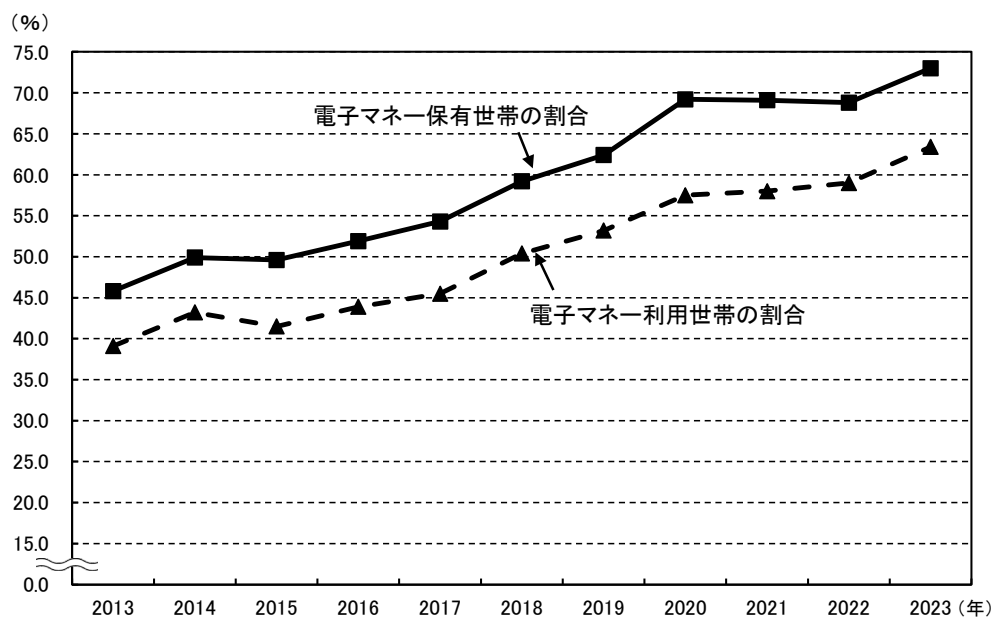
2023年の二人以上の世帯における電子マネーを保有している世帯員がいる世帯（以下「電子マネー保有世帯」という。）の割合は73.0%と、前年に比べ4.2ポイントの上昇となり、過去最高となった。

また、電子マネーを利用した世帯員がいる世帯（以下「電子マネー利用世帯」という。）の割合は63.4%と、電子マネー保有世帯の割合と連動し、前年に比べ4.4ポイントの上昇となり、同じく過去最高となった（表Ⅱ－1、図Ⅱ－1）。

表Ⅱ－1 電子マネー保有・利用世帯の割合の推移（二人以上の世帯）

年次	電子マネー 保有世帯(%)	電子マネー 利用世帯(%)
2013年	45.8	39.1
2014	49.9	43.2
2015	49.6	41.5
2016	51.9	43.9
2017	54.3	45.5
2018	59.2	50.4
2019	62.4	53.2
2020	69.2	57.5
2021	69.1	58.0
2022	68.8	59.0
2023	73.0	63.4

図Ⅱ－1 電子マネー保有・利用世帯の割合の推移（二人以上の世帯）



※2 この調査での「電子マネー」とは、事前に現金と引換えに金銭的価値が発行されたICカードやプリペイドカード等（次の例を参照）をいう。

例) Suica、ICOCA、PASMO、nanaco、WAON、楽天Edy、WebMoney、BitCash、クオカードなど
なお、デビットカードや、クレジットカードのような後払い方式の決済サービスは含まない。

また、図書カードなどのように特定の商品・サービスしか購入できないプリペイドカード等も含まない。

2 電子マネー利用世帯の割合は、世帯主が40歳代の世帯で最も高い

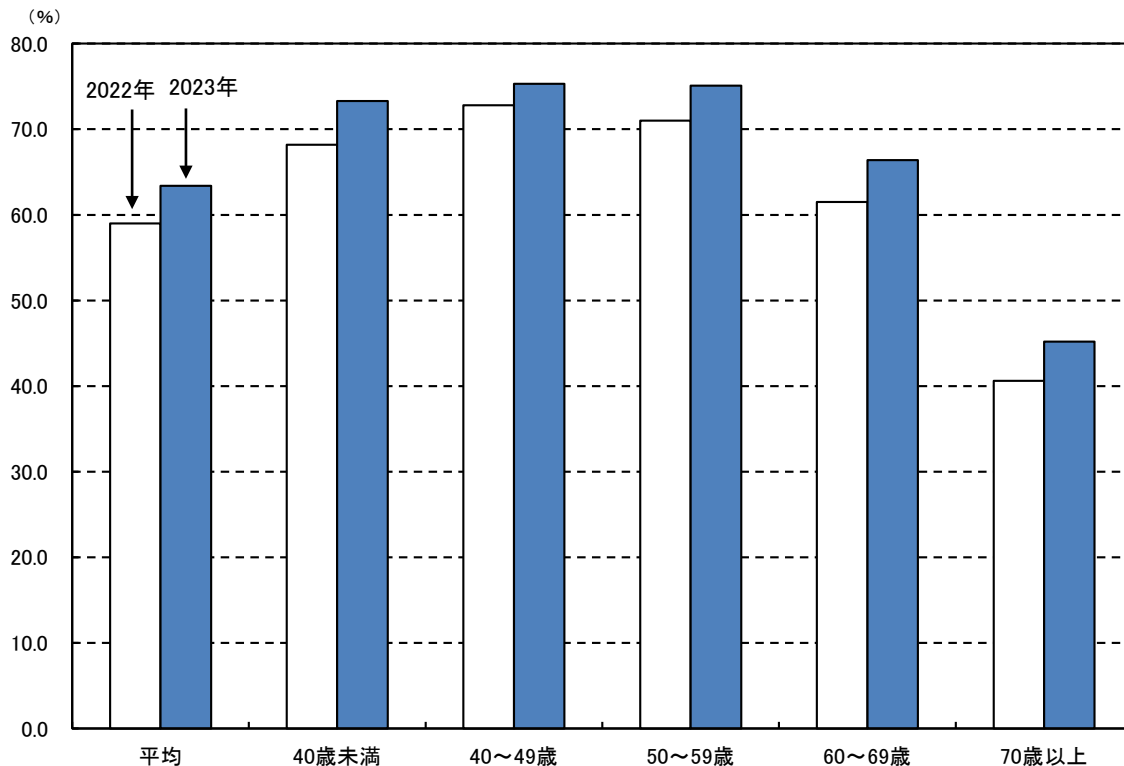
2023年の二人以上の世帯における電子マネー利用世帯の割合を世帯主の年齢階級別にみると、40～49歳が75.3%と最も高く、次いで50～59歳（75.1%）、40歳未満（73.3%）などとなった。

前年と比べてみると、40歳未満が5.1ポイントの上昇、次いで60～69歳が4.9ポイントの上昇となるなど、全ての年齢階級で上昇となった（表Ⅱ-2、図Ⅱ-2）。

表Ⅱ-2 世帯主の年齢階級別電子マネー利用世帯の割合（二人以上の世帯）

年次	平均	40歳未満	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
割合(%)						
2022年	59.0	68.2	72.8	71.0	61.5	40.6
2023年	63.4	73.3	75.3	75.1	66.4	45.2
対前年増減(ポイント)						
2023年	4.4	5.1	2.5	4.1	4.9	4.6

図Ⅱ-2 世帯主の年齢階級別電子マネー利用世帯の割合（二人以上の世帯）



3 電子マネー利用金額は増加

2023年の電子マネー利用世帯（二人以上の世帯）における電子マネーの利用金額は、1か月平均30,282円で、前年に比べ名目7.0%の増加となった。これは物価上昇分^注を上回る結果となっている。

内訳の推移をみると、2023年の鉄道及びバスの利用金額は1か月平均4,059円と、前年に比べ11.9%増加となった。新型コロナウイルス感染症の5類移行などにより、外出機会が増加したことが要因と考えられる。

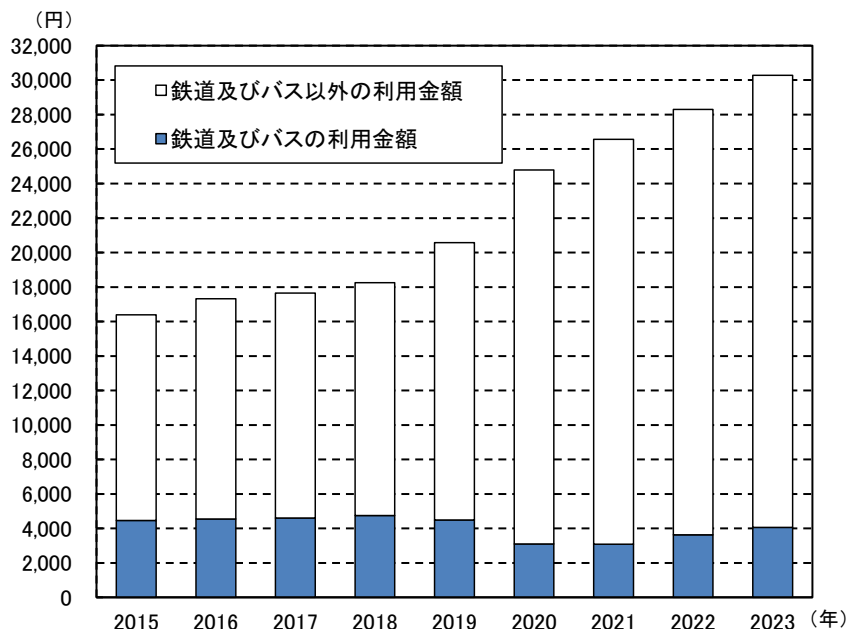
また、物価の上昇や新型コロナウイルス感染症の感染拡大が始まる前の2019年頃から、鉄道及びバス以外の利用金額が年々増加している状況がうかがえる。2023年は、鉄道及びバス以外の利用金額は1か月平均26,223円と、前年に比べ6.3%増加となった（表Ⅱ-3、図Ⅱ-3）。

注「消費者物価指数（持家の帰属家賃を除く総合）」の2023年の前年比は+3.8%

表Ⅱ-3 電子マネー利用世帯の1か月間の平均利用金額の推移（二人以上の世帯）

年次	平均利用金額(円)	鉄道及びバスの利用金額(円)	鉄道及びバス以外の利用金額(円)	平均利用金額に占める鉄道及びバスの利用金額割合(%)
2015年	16,382	4,468	11,914	27.3
2016	17,318	4,553	12,765	26.3
2017	17,644	4,603	13,041	26.1
2018	18,256	4,746	13,510	26.0
2019	20,567	4,487	16,080	21.8
2020	24,790	3,098	21,692	12.5
2021	26,568	3,088	23,480	11.6
2022	28,295	3,627	24,668	12.8
2023	30,282	4,059	26,223	13.4
2023年の対前年 名目増減率(%) 及び対前年増減 (ポイント)	7.0	11.9	6.3	0.6

図Ⅱ-3 電子マネー利用世帯の1か月間の平均利用金額の推移（二人以上の世帯）



4 電子マネー利用金額は、世帯主が40歳代の世帯で最も増加率が高い

2023年の電子マネー利用世帯（二人以上の世帯）における電子マネーの利用金額を世帯主の年齢階級別にみると、40～49歳が1か月平均32,195円で最も多く、次いで50～59歳（31,142円）、60～69歳（31,125円）などとなった。

前年と比べてみると、40～49歳が15.8%の増加、次いで70歳以上が6.7%の増加となるなど、40歳未満を除く各年齢階級で増加となった（表Ⅱ-4、図Ⅱ-4）。

表Ⅱ-4 世帯主の年齢階級別電子マネー利用世帯の平均利用金額（二人以上の世帯）

年次	平均	40歳未満	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
月平均額(円)						
2022年	28,295	28,186	27,810	29,667	29,393	26,191
2023年	30,282	27,985	32,195	31,142	31,125	27,937
対前年名目増減率(%)						
2023年	7.0	-0.7	15.8	5.0	5.9	6.7

図Ⅱ-4 世帯主の年齢階級別電子マネー利用世帯の平均利用金額（二人以上の世帯）

