

第3回「山形県家計消費動向調査」結果 (平成19年3月調査)

【調査結果の要旨】

- ◆ 消費指数(指数レンジ 200～ 200)は 54.5 となっており、前回調査時点(平成18年12月)よりも9.4ポイント改善し、 54.5 となるなど、消費マインドは底入れの兆しがみられる。
- ◆ 今後の見通しについては、消費指数が1.0ポイント低下し 55.5 となるなど、横ばいで推移する見通し。
- ◆ 最近1ヵ月におけるの全世帯の平均収入額は427,296円であり、前回調査時点よりも32,786円減収となった。一方、平均支出額は350,358円であり、前回調査時点と比べて5,614円減った。なお、平均消費性向は82.0%となっている。
- ◆ 具体的な商品やサービスに対する消費意欲は、依然として購入や支出を控えている世帯が多かったが、ファッション衣料・靴や娯楽・レジャーなどの季節商品を中心に全体的に支出意欲の盛り上がりも期待できる。

平成19年3月

株式会社荘銀総合研究所

目 次

・ 今月の消費指数	1
・ 今月の家計簿	2
・ 調査結果	3
1 . 景気判断と見通し	3
県内景気	3
雇用環境	3
日用品価格（物価）	4
2 . 暮らし向き判断と見通し	5
世帯（勤労）収入	5
資産価値	5
お金の使い方	6
生活のゆとり	6
3 . 日常の買い物に関する判断と見通し	7
嗜好品（お茶・コーヒー、お酒、たばこなど）	7
ファッション衣料・靴など	7
家電・AV製品、家具など	8
金融商品（株式、債券など）	8
娯楽・レジャー	9
習い事	9
交際費	10
4 . 大きな買い物に関する判断と見通し	11
自家用車	11
住宅の購入・リフォーム	11
5 . 最近1ヵ月の収支状況	12
収支の概況	12
家計のやりくり（収入超世帯）	12
家計のやりくり（支出超世帯）	12
・ 調査の概要	13

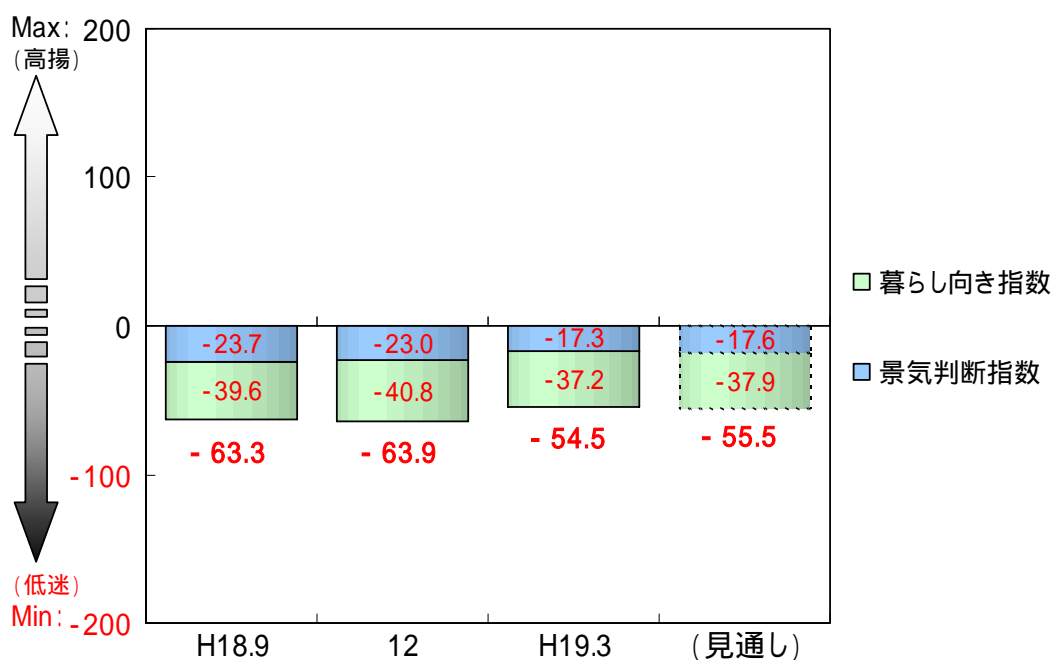
・今月の消費指数

消費指数は 54.5 ~ 消費マインドは底入れの兆しがみられる ~

消費指数は前回調査時点（平成 18 年 12 月）よりも 9.4 ポイント改善し、 54.5 となるなど、消費マインドは底入れの兆しがみられる。

消費指数の内訳は景気判断指数が 17.3、暮らし向き指数が 37.2 となっており、景気判断指数と暮らし向き指数はいずれも前回より改善した。ただし、両指数のギャップは 19.9 まで広がるなど、景気の回復感に比して暮らし向きは良くなっていないと感じている世帯が多かった。

なお、今後の見通しについては、消費指数が 1.0 ポイント低下し 55.5 となるなど、横ばいで推移する見通し。



【指数の見方】

消費指数は 景気判断指数と 暮らし向き指数の合計からなり、値は 200 ~ -200 の範囲をとります。指数がプラスであれば家計の消費マインドは高揚していると判断します。一方、指数がマイナスであれば、消費マインドは低迷していると判断します（詳しくは 調査の概要 6 . 指数の作成方法をご覧ください）。

景気判断指数（指数レンジ 100 ~ -100）:

家計を取り巻く経済環境をどのように認識しているかを表した指数です。「県内景気」、「雇用環境」、「日用品価格（物価）」に関する設問の回答結果から作成されます。

暮らし向き指数（指数レンジ 100 ~ -100）:

“我が家の暮らし向き”をどのように認識しているかを表した指数です。「世帯収入」、「資産価値」、「お金の使い方」、「暮らし向き」に関する設問の回答結果から作成されます。

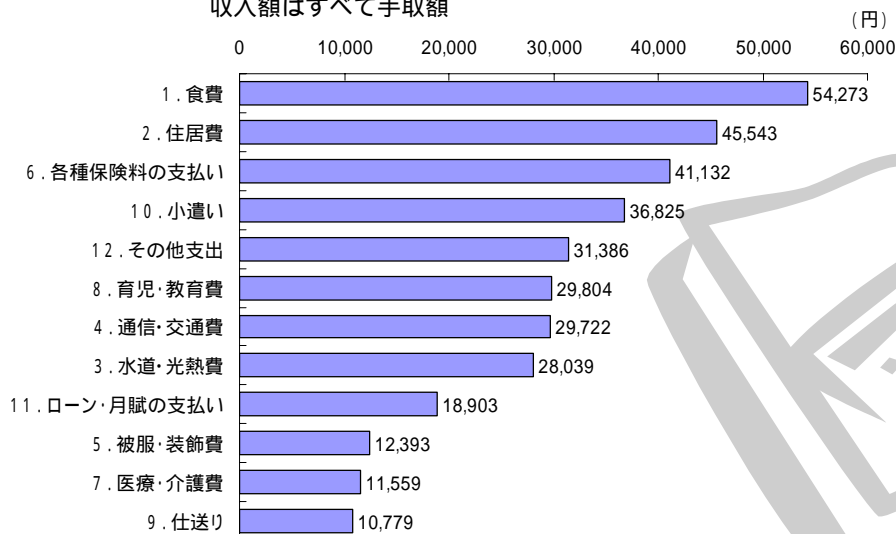
・今月の家計簿

最近1ヵ月におけるの全世帯の平均収入額（手取額）は427,296円であり、前回調査時点と比べて32,786円減少した。一方、平均支出額は350,358円であり、前回調査時点と比べて5,614円減った。なお、平均消費性向は82.0%となっている。

(単位:円)

		9月	12月	3月	前月差
収入	定期収入	266,332	264,881	272,217	7,336
	臨時収入	52,389	37,868	16,642	-21,226
	1.世帯主の収入	318,721	302,749	288,859	-13,890
	他の人員の定期収入	118,829	116,552	113,716	-2,836
	他の人員の臨時収入	18,258	14,930	5,205	-9,725
	2.他の人員の収入	137,087	131,482	118,921	-12,561
3.その他収入	20,452	25,851	19,517	-6,334	
・収入計		476,260	460,082	427,296	-32,786
支出	1.食費	55,472	53,190	54,273	1,083
	2.住居費	46,395	47,857	45,543	-2,314
	3.水道・光熱費	38,821	24,100	28,039	3,939
	4.通信・交通費	38,440	28,766	29,722	956
	5.被服・装飾費	29,978	13,844	12,393	-1,451
	6.各種保険料の支払い	24,895	39,961	41,132	1,171
	7.医療・介護費	24,611	12,403	11,559	-844
	8.育児・教育費	23,065	27,414	29,804	2,390
	9.仕送り	15,562	11,537	10,779	-758
	10.小遣い	12,245	39,948	36,825	-3,123
	11.ローン・月賦の支払い	10,984	18,611	18,903	292
	12.その他支出	9,369	38,341	31,386	-6,955
	・支出計		329,837	355,972	350,358
平均消費性向(支出計÷収入計×100)		69.3%	77.4%	82.0%	4.6%ポイント

収入額はすべて手取額



< 平均的な世帯像 >

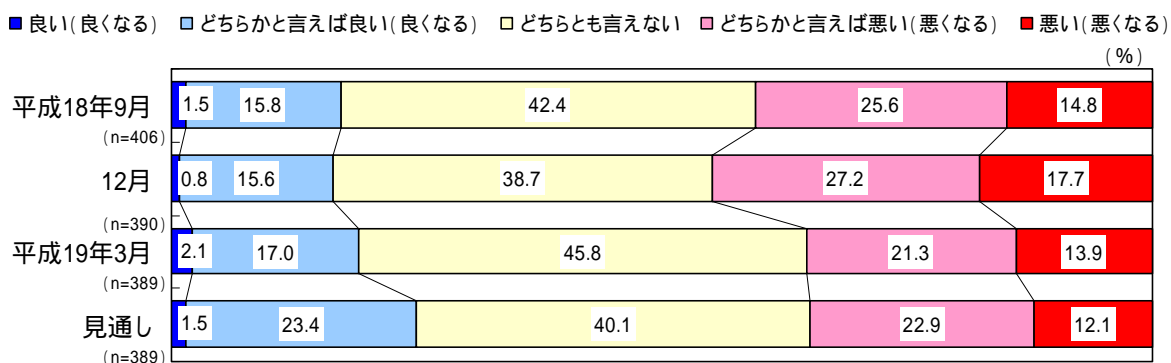
世帯主:48.0歳
世帯人員:3.9人
収入の担い手:1.9人

調査結果

1. 景気判断と見通し

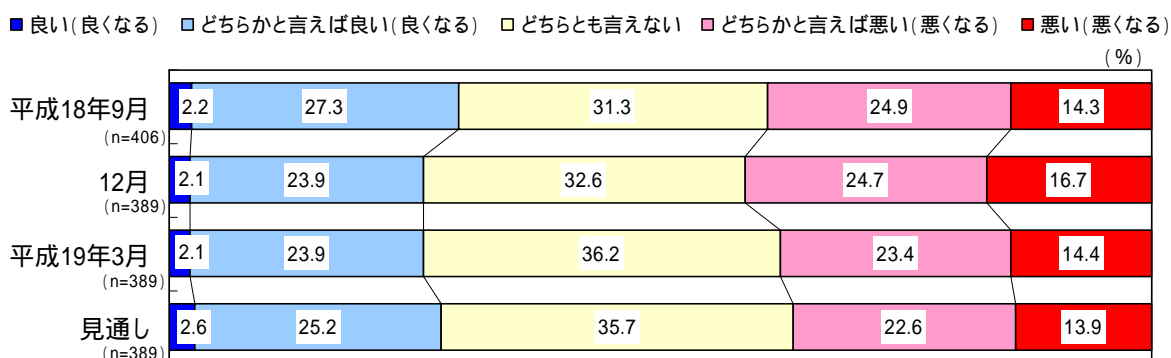
県内景気

現状認識は「悪い」(13.9%)と「どちらかと言えば悪い」(21.3%)が35.2%を占めているものの、前回調査時点と比べて県内の景気に対して暗い認識を持っている世帯は少なくなった。また、今後の見通しについても「良くなる」(1.5%)と「どちらかと言えば良くなる」(23.4%)と考えている世帯の割合が増え、24.9%の世帯が良くなると予想している。



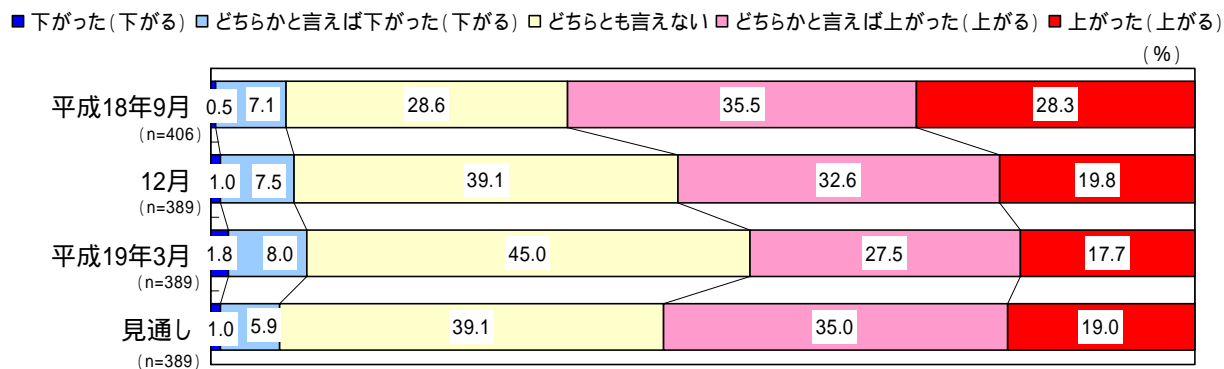
雇用環境

現状認識は「悪い」(14.4%)と「どちらかと言えば悪い」(23.4%)が37.8%を占めているものの、前回調査時点と比べて雇用環境に不安を抱える世帯は少なくなった。また、今後の見通しについても、「良くなる」(2.6%)と「どちらかと言えば良くなる」(25.2%)と考えている世帯が多くなっており、雇用不安も和らぐ見込み。



日用品価格（物価）

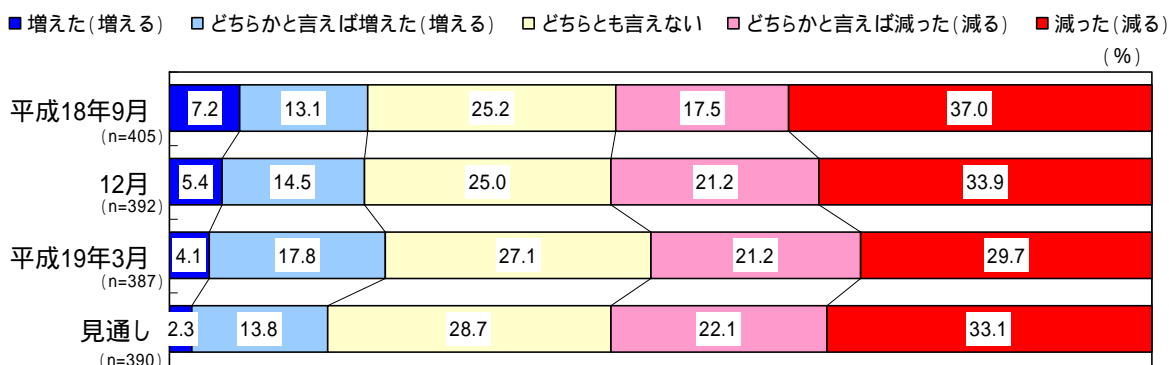
現状認識は「上がった」（17.7％）と「どちらかと言えば上がった」（27.5％）が 45.2％を占めているものの、日用品価格の値上がり感はいぶ落ち着いた。ただ、今後の見通しについては、値上がり予想が過半数を占めているなど、物価に対する警戒感は根強く残っている。



2.暮らし向き判断と見通し

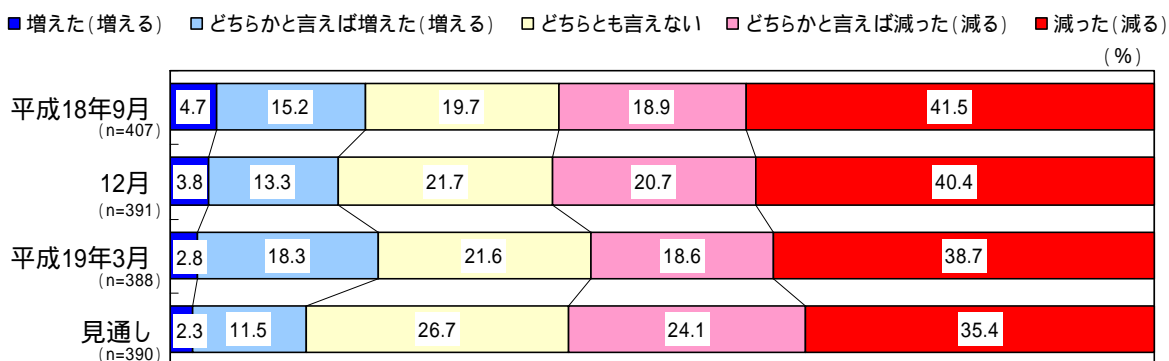
世帯（勤労）収入

現状認識は「減った」(29.7%)と「どちらかと言えば減った」(21.2%)が50.9%を占めており、収入が減ったと感じている世帯が引き続き過半数を占めた。また、今後の見通しについても収入は「減る」と考えている世帯の割合が多く、収入増に対する期待感は薄い。



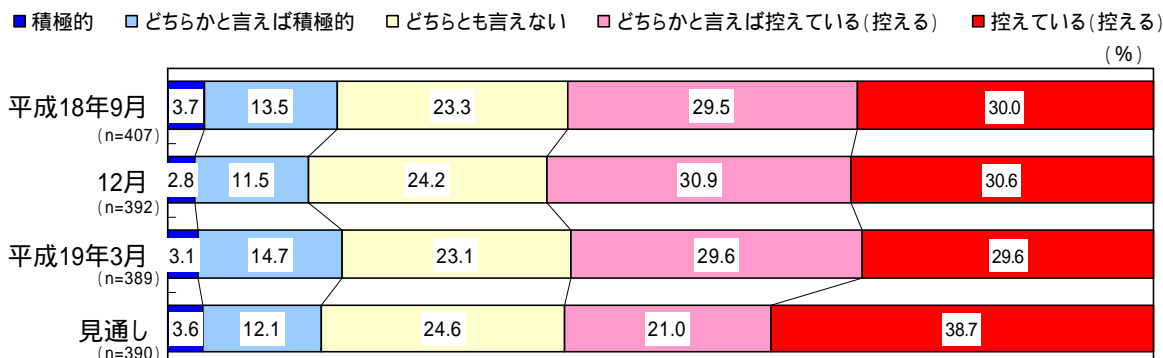
資産価値

現状認識は「減った」(38.7%)と「どちらかと言えば減った」(18.6%)が57.3%を占めており、資産価値は減ったと感じている世帯が引き続き過半数を占めた。また、今後の見通しについても資産価値は「減る」と考えている世帯の割合が多く、資産価値の増加を見込む世帯は少ない。



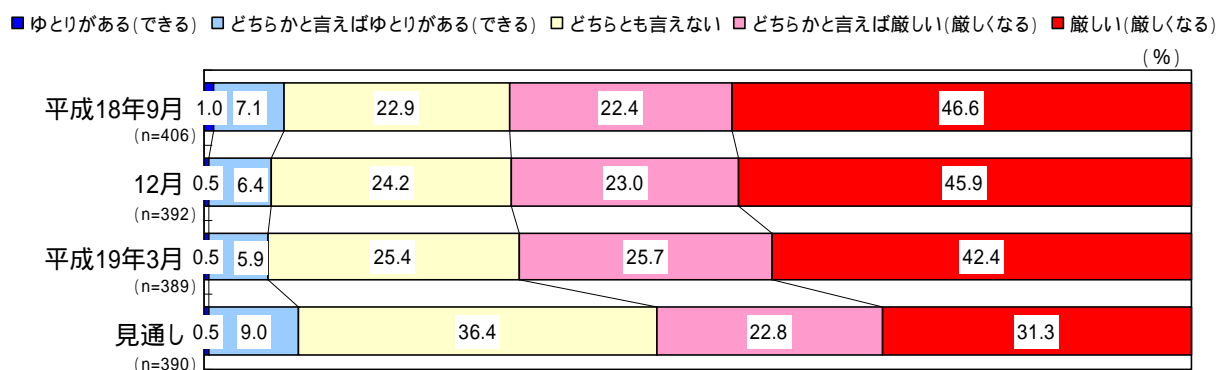
お金の使い方

現状認識は「控えている」(29.6%)と「どちらかと言えば控えている」(29.6%)が59.2%を占めており、お金を使うことを控えているという世帯が引き続き過半数を占めた。また、今後の見通しについても「控える」という世帯が大幅に増えており、節約思考の世帯が一段と多くなっている。



生活のゆとり

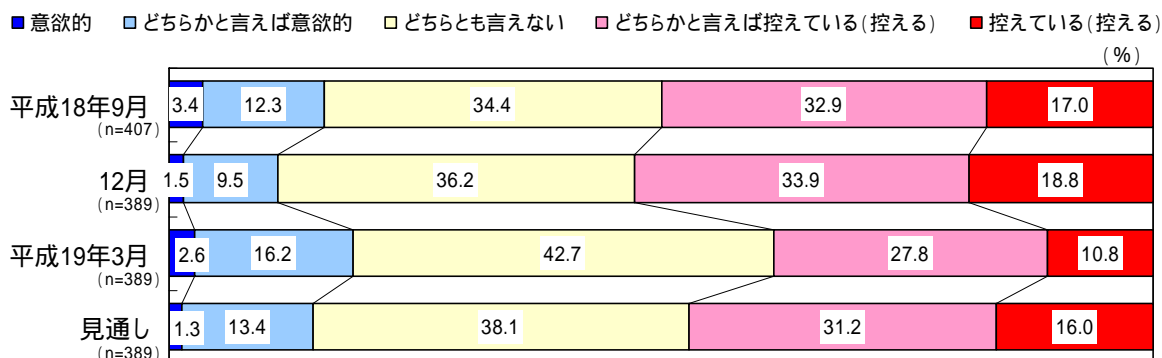
現状認識は「厳しい」(42.4%)と「どちらかと言えば厳しい」(25.7%)が68.1%を占めており、暮らし向きが厳しいと感じている世帯が引き続き過半数を占めている。ただ、今後の見通しについては、厳しいと見込んでいる世帯は多いものの、いくぶん明るさを取り戻す見込み。



3. 日常の買い物に関する判断と見通し

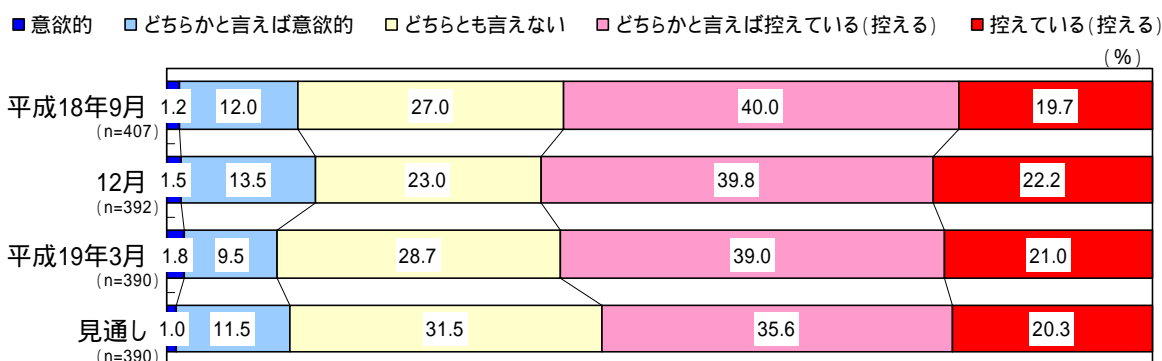
嗜好品（お茶・コーヒー、お酒、たばこなど）

現状認識は「控えている」(10.8%)と「どちらかと言えば控えている」(27.8%)が38.6%を占めており、前回調査時点に比べて嗜好品の買い控え傾向も落ち着きを取り戻しつつある。ただ、今後の見通しについては「控える」という世帯が増えるなど、節約思考の世帯は多い。



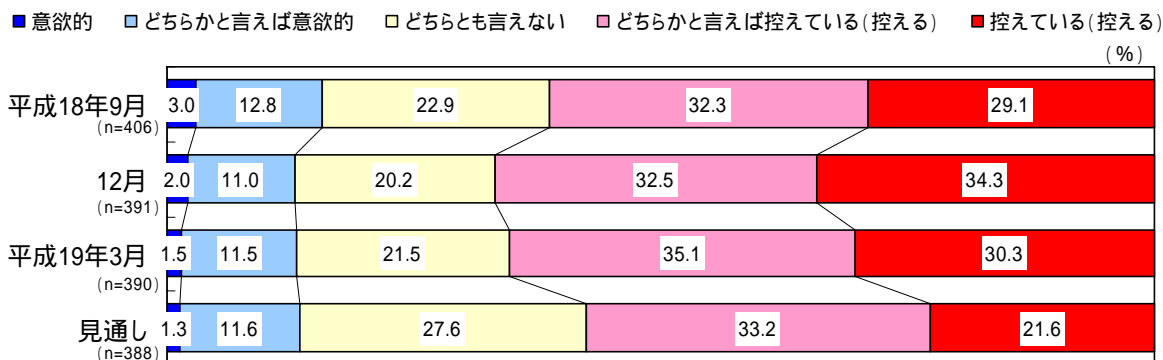
ファッション衣料・靴など

現状認識は「控えている」(21.0%)と「どちらかと言えば控えている」(39.0%)が60.0%を占めており、ファッション衣料・靴などの購入を控えている世帯が引き続き過半数を占めている。ただ、今後の見通しについては買い控え傾向が続くものの、購入意欲は緩やかに改善する見込み。



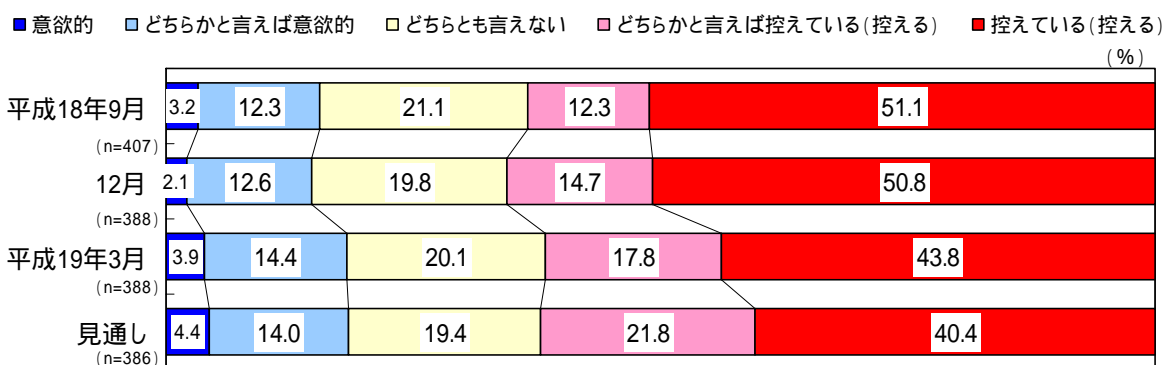
家電・AV製品、家具など

現状認識は「控えている」(30.3%)と「どちらかと言えば控えている」(35.1%)が65.4%を占めており、家電・AV製品、家具などの購入を控えている世帯が引き続き過半数を占めている。ただ、今後の見通しについては買い控え傾向が続くものの、購入意欲は緩やかに改善する見込み。



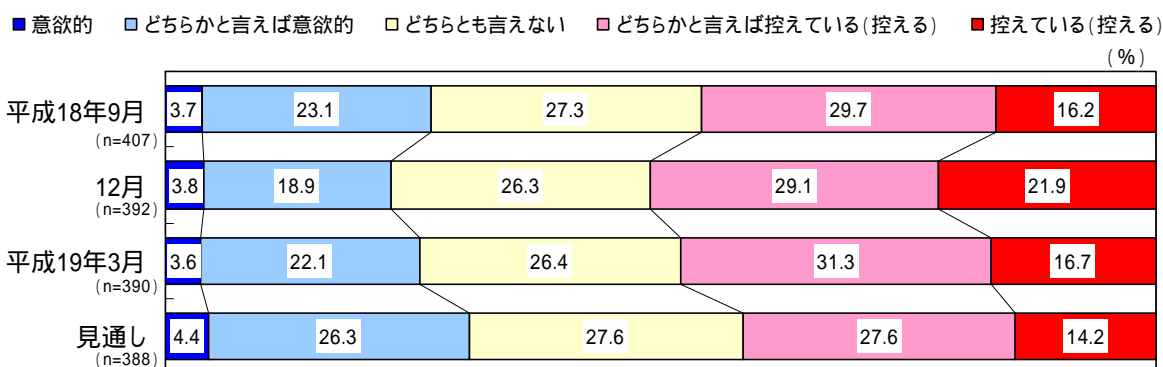
金融商品(株式、債券など)

現状認識は「控えている」(43.8%)と「どちらかと言えば控えている」(17.8%)が61.6%を占めており、金融商品の購入を控える世帯は引き続き過半数を占めている。また、今後の見通しについても、購入を控えるという世帯は多く、購入に慎重な態度が見られる。



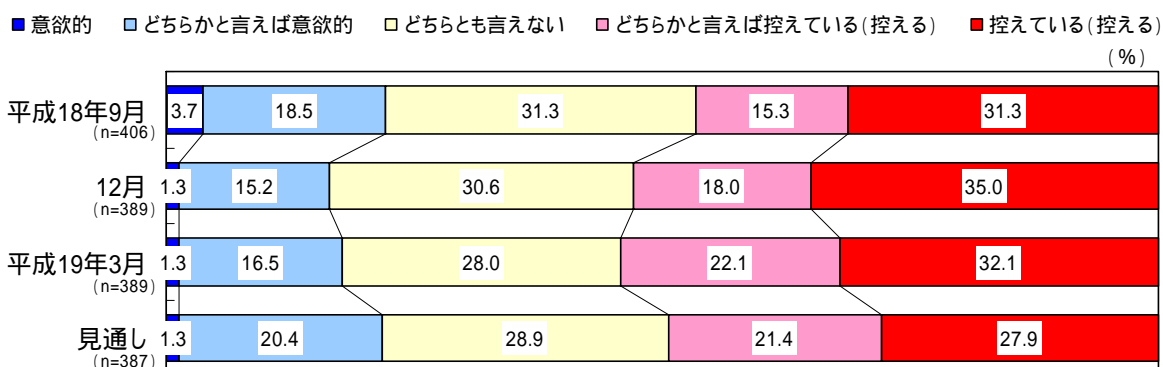
娯楽・レジャー

現状認識は「控えている」(16.7%)と「どちらかと言えば控えている」(31.3%)が48.0%を占めており、娯楽・レジャー等への支出を控えている世帯が多かった。ただ、今後の見通しについては、意欲的な支出を見込んでいる世帯も多く、支出に「意欲的」(4.4%)と「どちらかと言えば意欲的」(26.3%)と答えた世帯を合わせると、30.7%の世帯が意欲的に支出したいと考えている。



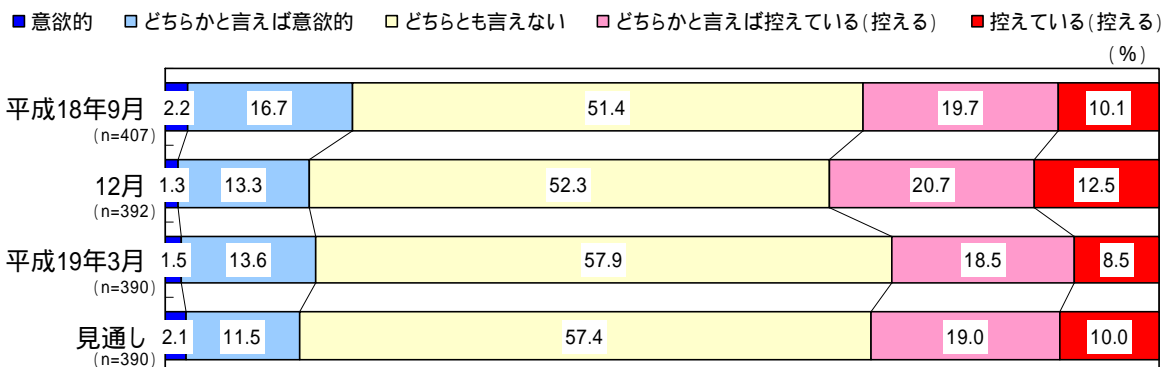
習い事

現状認識は「控えている」(32.1%)と「どちらかと言えば控えている」(22.1%)が54.2%を占めており、前回調査時点に比べて習い事への支出を控えている世帯は増えた。ただ、今後の見通しについては、意欲的に支出したいとする世帯も増えるなど、マインドの高まりが期待できる。



交際費

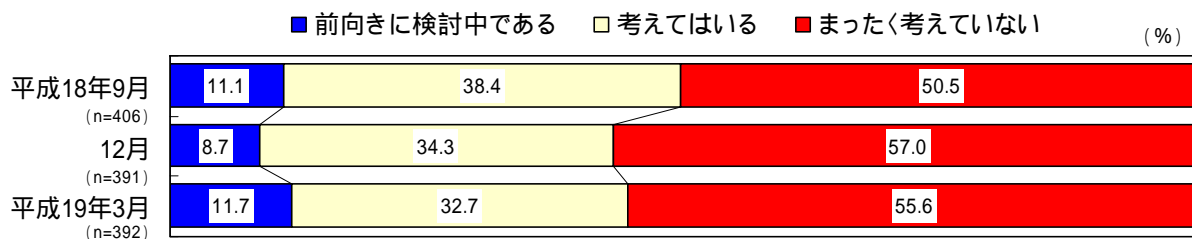
現状認識は「控えている」(8.5%)と「どちらかと言えば控えている」(18.5%)が27.0%を占めており、前回調査時点と比べて交際費を節約している世帯は減った。ただ、今後の見通しについては、交際費の支出を控えるという世帯の割合が多く、支出を手控える傾向は続くと思われる。



4. 大きな買い物に関する判断と見通し

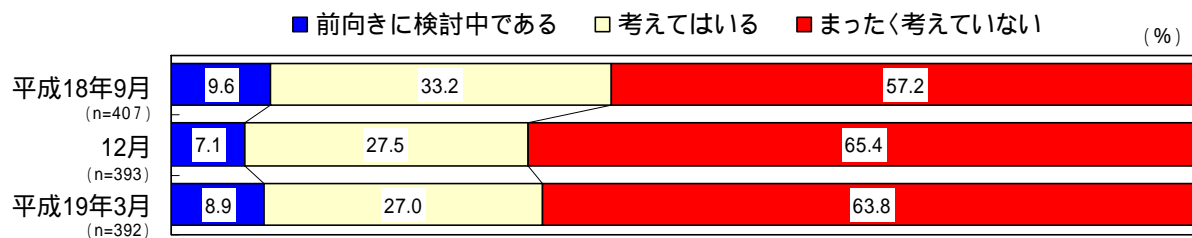
自家用車

自家用車の購入については「前向きに検討中である」という世帯が11.7%を占めており、前回調査時点と比べて3.0%ポイント増えた。また、「考えてはいる」(32.7%)という世帯も含め、購入に前向きな世帯がわずかに増えた。



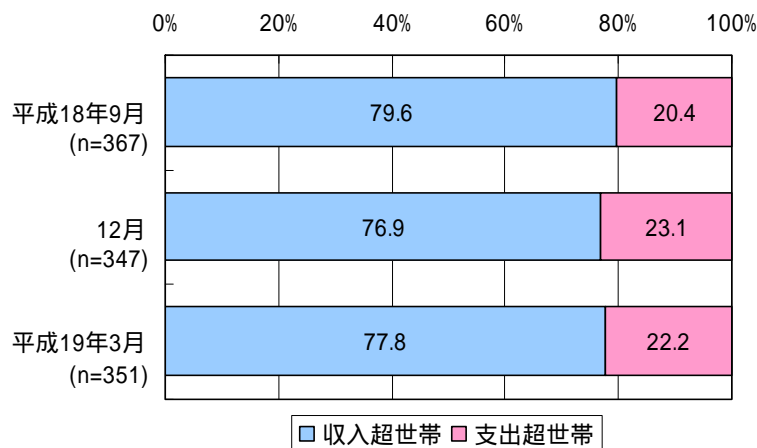
住宅の購入・リフォーム

住宅の購入・リフォームについては「前向きに検討中である」とする世帯が8.9%を占めており、前回調査時点と比べて1.8%ポイント増えた。また、「考えてはいる」(27.0%)という世帯も含め、購入に前向きな世帯がわずかに増えた。

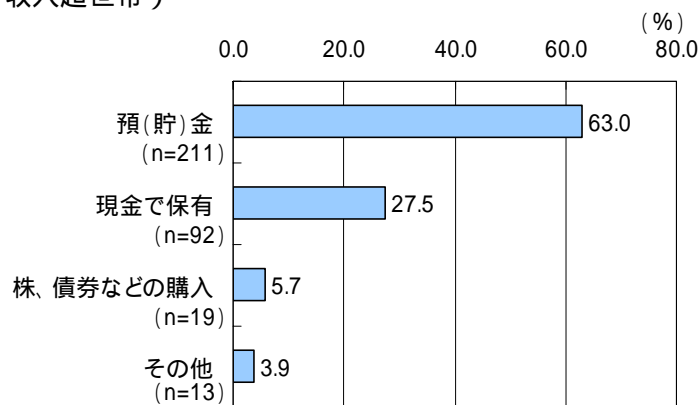


5. 最近1ヵ月の収支状況

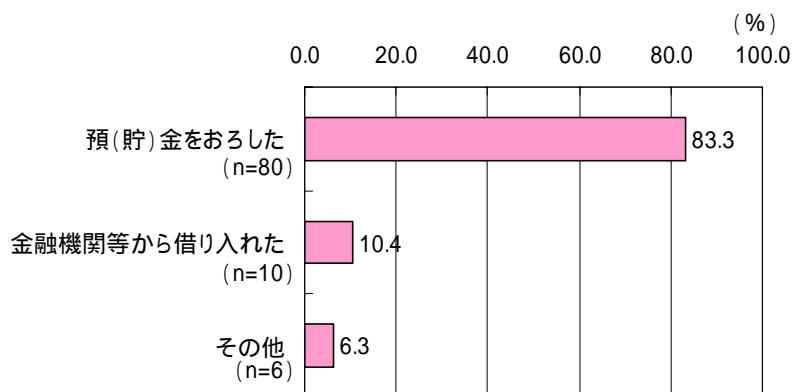
収支の概況



家計のやりくり (収入超世帯)



家計のやりくり (支出超世帯)



．調査の概要

1．調査の目的

県民の暮らし向きや今後の見通しについて時系列的に捉えるとともに、具体的な商品やサービスに対する支出動向を把握することにより、景気判断等の基礎資料を得ることを目的とする。

2．調査の方法

- ・ 郵送調査専属モニターを利用したアンケート調査
- ・ モニター世帯数：417 世帯 今回の有効回答世帯数：392 世帯

3．調査の対象者

- ・ 県内に在住する勤労者（サラリーマン）世帯（世帯人数2人以上の世帯）

4．調査期間

- ・ 平成19年3月1日～15日

5．調査項目

（1）判断項目

景気判断（五肢択一）：

「県内景気」、「雇用環境」、「日用品価格（物価）」に関する現状認識と見通し。

暮らし向き（五肢択一）：

「世帯収入」、「資産価値」、「お金の使い方」、「暮らし向き」に関する現状認識と見通し。

日常の買い物や支出動向（五肢択一）：

「嗜好品（お酒、たばこなど）」、「ファッション衣料・靴など」、「家電・AV製品、家具など」、「金融商品（株式、債券など）」、「娯楽・レジャー」、「習い事」、「交際費」の支出に関する現状認識と見通し。

大きな買い物や支出動向（三肢択一）：

「自家用車」、「住宅（リフォーム含む）」の支出に関する現状認識と見通し。

（2）計数項目

最近1ヵ月の収支状況

6. 指数の作成方法

- (1) 「県内景気」、「雇用環境」、「日用品価格(物価)」、「世帯収入」、「資産価値」、「お金の使い方」、「暮らし向き」の7項目について、回答者の回答結果にポイントを与える。
- (2) ポイントの与え方は、例えば「県内景気」については、「良い」(1.0)、「どちらかと言えば良い」(0.5)、「どちらとも言えない」(0.0)、「どちらかと言えば悪い」(0.5)、「悪い」(1.0)とする。
- (3) 「県内景気」、「雇用環境」、「日用品価格(物価)」は家計を取り巻くマクロ経済環境に関する世帯の認識を把握するための設問であるため、回答者ごとにこれらのポイントを合計した後、「景気判断指数」としてまとめる。
- (4) 「世帯収入の増え方」、「資産価値の増え方」、「お金の使い方」、「暮らしのゆとり」は“我が家の暮らし向き”に関する世帯の認識を把握するための設問であるため、回答者ごとにこれらのポイントを合計した後、「暮らし向き指数」としてまとめる。
- (5) 「景気判断指数」と「暮らし向き指数」に対して質問項目数とサンプル数をウェイトとする係数を乗じ、両指数を標準化した上で足し合わせ、「消費指数」とする。

以上

<お問い合わせ先>

株式会社荘銀総合研究所

研究開発グループ 熊本/齋藤(信)

〒990-0043 山形県山形市本町1-4-21 荘銀山形ビル8F

TEL: 023-626-9017

FAX: 023-626-9038

E-mail: fsn@sfsi.co.jp

URL: <http://www.sfsi.co.jp/>