

第15回「山形県家計消費動向調査」結果 (平成22年3月調査)

平成 22 年 4 月

株式会社莊銀総合研究所

目 次

I. 今月の消費指数（総括）	1
II. 調査結果	3
1. 景気判断と見通し	3
① 県内景気	3
② 雇用環境	3
③ 日用品価格（物価）	4
2. 暮らし向き判断と見通し	4
① 世帯（勤労）収入	4
② 資産価値	5
③ お金の使い方（支出状況）	5
④ 生活のゆとり	6
3. 日常の買い物に関する判断と見通し	6
① 嗜好品（お茶・コーヒー、お酒、たばこなど）	6
② ファッション衣料・靴など	7
③ 家電・AV製品、家具など	7
④ 金融商品（株式、債券など）	8
⑤ 娯楽・レジャー（映画、外食、旅行など）	8
⑥ 習い事（英会話、料理教室など）	9
⑦ 交際費（贈答品、慶弔事など）	9
4. 大きな買い物に関する判断と見通し	10
① 自家用車	10
② 住宅の購入・リフォーム	10
III. 今月の家計簿	11
IV. 特別調査	12
1. 「子ども手当」の支給動向について	12
① 15歳以下の子どもがいる家庭について	12
② 支給金額について	12
③ 「子ども手当」の使い道について	13
④ 子どものため以外に使う可能性について	14
2. 「子ども手当」の制度について	14
① 必要性について	14
② 必要性の理由について	15
V. 調査の概要	16

I. 今月の消費指数（総括）

★ 消費指数は▲99.2 ～ 消費マインドは底を脱し緩やかに回復の兆し～

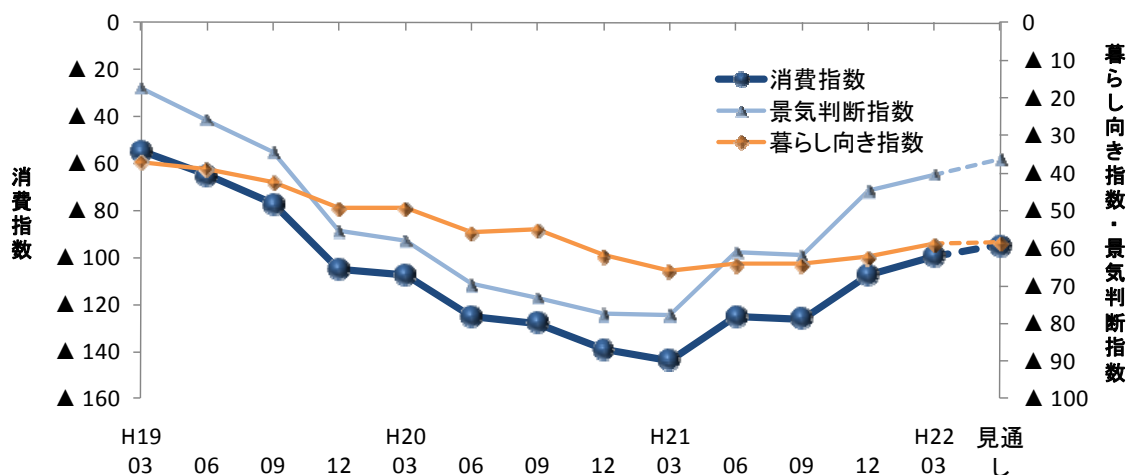
消費指数は前回調査時点（平成 22 年 12 月）よりも 7.9 ポイント改善して▲99.2 となっている。消費マインドは底を脱し、緩やかに回復の兆しがみられる。

消費指数の内訳は景気判断指数が▲40.5（前期差：4.3）、暮らし向き指数が▲58.7（前期差：3.6）となっている。

景気判断指数については 1 年前に比べ 37.2 ポイント改善（▲77.7→▲40.5）した。一方、暮らし向き指数については世帯収入 D I 値などの回復が弱いことから、1 年前とほぼ同じで（▲65.9→▲58.7）、依然低い水準で横ばいに推移している。

なお、今後の見通しについては、景気判断指数が▲36.5 となり 4.0 ポイント改善、暮らし向き指数が▲58.4 で横ばいの見込み。

図表 1 消費指数の推移



図表 2 消費指数の概要

調査時期	消費指数									
	景気判断指数					暮らし向き指数				
	消費指数	景気	雇用環境	物価		世帯収入	資産価値	支出状況	暮らしのゆとり	
21年 9月	▲126.0	▲61.9	▲23.4	▲26.9	▲11.6	▲64.1	▲14.0	▲15.6	▲15.6	▲18.9
21年 12月	▲107.1	▲44.8	▲21.7	▲25.6	2.5	▲62.3	▲13.5	▲15.7	▲14.4	▲18.7
22年 3月	▲99.2	▲40.5	▲16.7	▲21.7	▲2.1	▲58.7	▲12.4	▲14.6	▲14.4	▲17.3
前期差	7.9	4.3	5.0	3.9	▲4.6	3.6	1.1	1.1	0.0	1.4
(寄与度)	7.4%	4.0%	4.7%	3.6%	▲4.3%	3.4%	1.0%	1.0%	0.0%	1.3%
前年同期差	44.4	37.2	11.7	9.2	16.3	7.2	2.0	1.7	1.7	1.8
(寄与度)	30.9%	25.9%	8.1%	6.4%	11.4%	5.0%	1.4%	1.2%	1.2%	1.3%
22年 見通し	▲94.9	▲36.5	▲12.9	▲16.5	▲7.1	▲58.4	▲13.3	▲15.4	▲15.4	▲14.3

(注) 四捨五入により、各項目の寄与度を足し合わせても消費指数（伸び率）とは必ずしも一致しません。

【指数の見方】

消費指数は①景気判断指数と②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 V. 調査の概要 6. 指数の作成方法をご覧ください）。

図表3 消費指数（内訳）の推移

消費指数		景気判断指数					暮らし向き指数				
調査時期	消費指数	景気判断指数			暮らし向き指数		世帯収入	資産価値	支出状況	暮らしのゆとり	
		景気	雇用環境	物価	世帯収入	資産価値					
18年 12月	▲64.0	▲23.1	▲7.6	▲5.0	▲10.5	▲40.9	▲8.0	▲10.1	▲9.4	▲13.4	
19年 3月	▲54.5	▲17.3	▲4.7	▲4.0	▲8.6	▲37.2	▲6.8	▲9.0	▲8.5	▲12.9	
6月	▲65.0	▲25.9	▲5.6	▲3.9	▲16.4	▲39.1	▲6.8	▲9.9	▲9.6	▲12.8	
9月	▲77.0	▲34.5	▲8.8	▲9.1	▲16.6	▲42.5	▲8.7	▲9.3	▲10.6	▲13.9	
12月	▲104.7	▲55.5	▲15.2	▲12.1	▲28.2	▲49.2	▲10.3	▲11.4	▲11.7	▲15.8	
20年 3月	▲107.3	▲57.9	▲16.2	▲13.3	▲28.4	▲49.4	▲9.9	▲11.3	▲12.3	▲15.9	
6月	▲125.3	▲69.5	▲20.8	▲16.7	▲32.0	▲55.8	▲10.6	▲13.3	▲13.7	▲18.2	
9月	▲128.0	▲73.1	▲22.1	▲19.4	▲31.6	▲54.9	▲10.1	▲13.2	▲14.1	▲17.5	
12月	▲139.2	▲77.3	▲26.0	▲27.1	▲24.2	▲61.9	▲11.9	▲15.4	▲15.9	▲18.7	
21年 3月	▲143.6	▲77.7	▲28.4	▲30.9	▲18.4	▲65.9	▲14.4	▲16.3	▲16.1	▲19.1	
6月	▲125.1	▲61.0	▲24.1	▲27.8	▲9.1	▲64.1	▲14.2	▲16.5	▲15.0	▲18.4	
9月	▲126.0	▲61.9	▲23.4	▲26.9	▲11.6	▲64.1	▲14.0	▲15.6	▲15.6	▲18.9	
12月	▲107.1	▲44.8	▲21.7	▲25.6	2.5	▲62.3	▲13.5	▲15.7	▲14.4	▲18.7	
22年 3月	▲99.2	▲40.5	▲16.7	▲21.7	▲2.1	▲58.7	▲12.4	▲14.6	▲14.4	▲17.3	
見通し	▲94.9	▲36.5	▲12.9	▲16.5	▲7.1	▲58.4	▲13.3	▲15.4	▲15.4	▲14.3	

(前期差)

消費指数		景気判断指数			暮らし向き指数					
調査時期	消費指数	景気判断指数			暮らし向き指数		世帯収入	資産価値	支出状況	暮らしのゆとり
		景気	雇用環境	物価	世帯収入	資産価値				
19年 3月	9.5	5.8	2.9	1.0	1.9	3.7	1.2	1.1	0.9	0.5
6月	▲10.5	▲8.6	▲0.9	0.1	▲7.8	▲1.9	0.0	▲0.9	▲1.1	0.1
9月	▲12.0	▲8.6	▲3.2	▲5.2	▲0.2	▲3.4	▲1.9	0.6	▲1.0	▲1.1
12月	▲27.7	▲21.0	▲6.4	▲3.0	▲11.6	▲6.7	▲1.6	▲2.1	▲1.1	▲1.9
20年 3月	▲2.6	▲2.4	▲1.0	▲1.2	▲0.2	▲0.2	0.4	0.1	▲0.6	▲0.1
6月	▲18.0	▲11.6	▲4.6	▲3.4	▲3.6	▲6.4	▲0.7	▲2.0	▲1.4	▲2.3
9月	▲2.7	▲3.6	▲1.3	▲2.7	0.4	0.9	0.5	0.1	▲0.4	0.7
12月	▲11.2	▲4.2	▲3.9	▲7.7	7.4	▲7.0	▲1.8	▲2.2	▲1.8	▲1.2
21年 3月	▲4.4	▲0.4	▲2.4	▲3.8	5.8	▲4.0	▲2.5	▲0.9	▲0.2	▲0.4
6月	18.5	16.7	4.3	3.1	9.3	1.8	0.2	▲0.2	1.1	0.7
9月	▲0.9	▲0.9	0.7	0.9	▲2.5	0.0	0.2	0.9	▲0.6	▲0.5
12月	18.9	17.1	1.7	1.3	14.1	1.8	0.5	▲0.1	1.2	0.2
22年 3月	7.9	4.3	5.0	3.9	▲4.6	3.6	1.1	1.1	0.0	1.4
見通し	4.3	4.0	3.8	5.2	▲5.0	0.3	▲0.9	▲0.8	▲1.0	3.0

(前年同期差)

消費指数		景気判断指数			暮らし向き指数					
調査時期	消費指数	景気判断指数			暮らし向き指数		世帯収入	資産価値	支出状況	暮らしのゆとり
		景気	雇用環境	物価	世帯収入	資産価値				
19年 12月	▲40.7	▲32.4	▲7.6	▲7.1	▲17.7	▲8.3	▲2.3	▲1.3	▲2.3	▲2.4
20年 3月	▲52.8	▲40.6	▲11.5	▲9.3	▲19.8	▲12.2	▲3.1	▲2.3	▲3.8	▲3.0
6月	▲60.3	▲43.6	▲15.2	▲12.8	▲15.6	▲16.7	▲3.8	▲3.4	▲4.1	▲5.4
9月	▲51.0	▲38.6	▲13.3	▲10.3	▲15.0	▲12.4	▲1.4	▲3.9	▲3.5	▲3.6
12月	▲34.5	▲21.8	▲10.8	▲15.0	4.0	▲12.7	▲1.6	▲4.0	▲4.2	▲2.9
21年 3月	▲36.3	▲19.8	▲12.2	▲17.6	10.0	▲16.5	▲4.5	▲5.0	▲3.8	▲3.2
6月	0.2	8.5	▲3.3	▲11.1	22.9	▲8.3	▲3.6	▲3.2	▲1.3	▲0.2
9月	2.0	11.2	▲1.3	▲7.5	20.0	▲9.2	▲3.9	▲2.4	▲1.5	▲1.4
12月	32.1	32.5	4.3	1.5	26.7	▲0.4	▲1.6	▲0.3	1.5	0.0
22年 3月	44.4	37.2	11.7	9.2	16.3	7.2	2.0	1.7	1.7	1.8
見通し	30.2	24.5	11.2	11.3	2.0	5.7	0.9	1.1	▲0.4	4.1

(寄与度、前期差)

消費指数(伸び率%)		景気判断指数			暮らし向き指数					
調査時期	消費指数(伸び率%)	景気判断指数			暮らし向き指数		世帯収入	資産価値	支出状況	暮らしのゆとり
		景気	雇用環境	物価	世帯収入	資産価値				
19年 3月	14.8%	9.1%	4.5%	1.6%	3.0%	5.8%	1.9%	1.7%	1.4%	0.8%
6月	▲19.3%	▲15.8%	▲1.7%	0.2%	▲14.3%	▲3.5%	0.0%	▲1.7%	▲2.0%	0.2%
9月	▲18.5%	▲13.2%	▲4.9%	▲8.0%	▲0.3%	▲5.2%	▲2.9%	▲0.9%	▲1.5%	▲1.8%
12月	▲36.0%	▲27.3%	▲8.3%	▲3.9%	▲15.1%	▲8.7%	▲2.1%	▲2.7%	▲1.5%	▲2.4%
20年 3月	▲2.5%	▲2.3%	▲1.0%	▲1.1%	▲0.2%	▲0.2%	0.4%	0.1%	▲0.6%	▲0.1%
6月	▲16.8%	▲10.8%	▲4.3%	▲3.2%	▲3.4%	▲6.0%	▲0.7%	▲1.9%	▲1.3%	▲2.1%
9月	▲2.2%	▲2.9%	▲1.0%	▲2.2%	0.3%	0.7%	0.4%	0.1%	▲0.3%	0.6%
12月	▲8.8%	▲3.3%	▲3.0%	▲6.0%	5.8%	▲5.5%	▲1.4%	▲1.7%	▲1.4%	▲0.9%
21年 3月	▲3.2%	▲0.3%	▲1.7%	▲2.7%	4.2%	▲2.9%	▲1.8%	▲0.6%	▲0.1%	▲0.3%
6月	12.9%	11.6%	3.0%	2.2%	6.5%	1.3%	0.1%	▲0.1%	0.8%	0.5%
9月	▲0.7%	▲0.7%	0.6%	0.7%	▲2.0%	0.0%	0.2%	0.7%	▲0.5%	▲0.4%
12月	15.0%	13.6%	1.3%	1.0%	11.2%	1.4%	0.4%	▲0.1%	1.0%	0.2%
22年 3月	7.4%	4.0%	4.7%	3.6%	▲4.3%	3.4%	1.0%	1.0%	0.0%	1.3%
見通し	4.3%	4.0%	3.8%	5.2%	▲5.0%	0.3%	▲0.9%	▲0.8%	▲1.0%	3.0%

(寄与度、前年同期差)

消費指数(伸び率%)		景気判断指数			暮らし向き指数					
調査時期	消費指数(伸び率%)	景気判断指数			暮らし向き指数		世帯収入	資産価値	支出状況	暮らしのゆとり
		景気	雇用環境	物価	世帯収入	資産価値				
19年 12月	▲63.6%	▲50.6%	▲11.9%	▲27.7%	▲13.0%	▲3.6%	▲2.0%	▲3.6%	▲3.8%	
20年 3月	▲96.9%	▲74.5%	▲21.1%	▲17.1%	▲36.3%	▲22.4%	▲5.7%	▲4.2%	▲7.0%	▲5.5%
6月	▲92.8%	▲67.1%	▲23.4%	▲19.7%	▲24.0%	▲25.7%	▲5.8%	▲5.2%	▲6.3%	▲8.3%
9月	▲66.2%	▲50.1%	▲17.3%	▲13.4%	▲19.5%	▲16.1%	▲1.9%	▲5.0%	▲4.6%	▲4.6%
12月	▲33.0%	▲20.8%	▲10.3%	▲14.3%	3.8%	▲12.1%	▲1.5%	▲3.8%	▲4.0%	▲2.8%
21年 3月	▲33.8%	▲18.5%	▲11.4%	▲16.4%	9.3%	▲15.4%	▲4.2%	▲4.7%	▲3.5%	▲3.0%
6月	0.2%	6.8%	▲2.6%	▲8.9%	18.3%	▲6.6%	▲2.9%	▲2.6%	▲1.0%	▲0.2%
9月	1.6%	8.8%	▲1.0%	▲5.9%	15.6%	▲7.2%	▲3.0%	▲1.9%	▲1.2%	▲1.1%
12月	23.1%	23.3%	3.1%	1.1%	19.2%	▲0.3%	▲1.1%	▲0.2%	1.1%	0.0%
22年 3月	30.9%	25.9%	8.1%	6.4%	11.4%	5.0%	1.4%	1.2%	1.2%	1.3%
見通し	24.1%	19.6%	9.0%	9.0%	1.6%	4.6%	0.7%	0.9%	▲0.3%	3.3%

(注) 四捨五入により、各項目の寄与度を足し合わせても消費指数(伸び率)とは必ずしも一致しません。

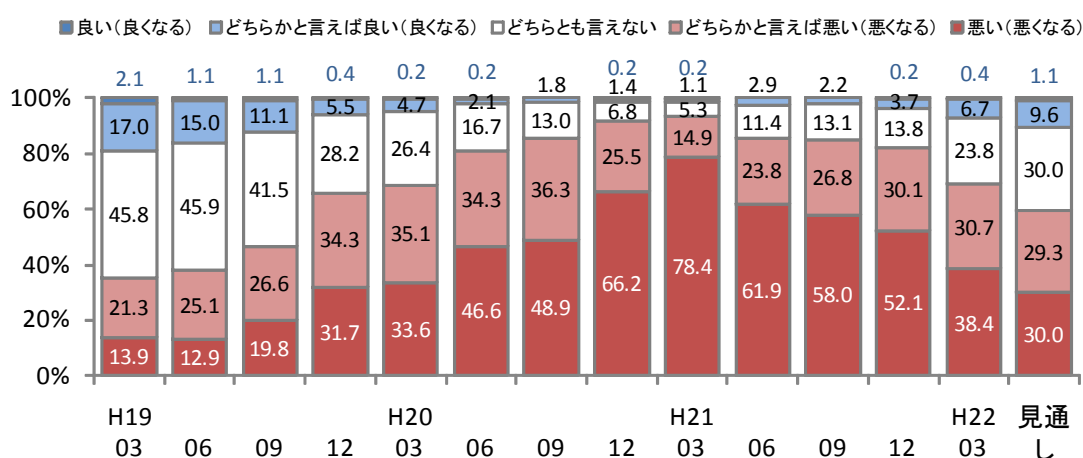
Ⅱ. 調査結果

1. 景気判断と見通し

① 県内景気

現状認識については「悪い」(38.4%)と「どちらかと言えば悪い」(30.7%)を合わせると 69.1%となっているが、景気悪化に対する認識は次第に緩和されてきた。今後の見通しについては「悪くなる」(30.0%)および「どちらかと言えば悪くなる」(29.3%)と考えている世帯の割合は 59.3%となり、先行き不安感は最悪期(平成 21 年 3 月調査)に比べて、かなり和らいできている。

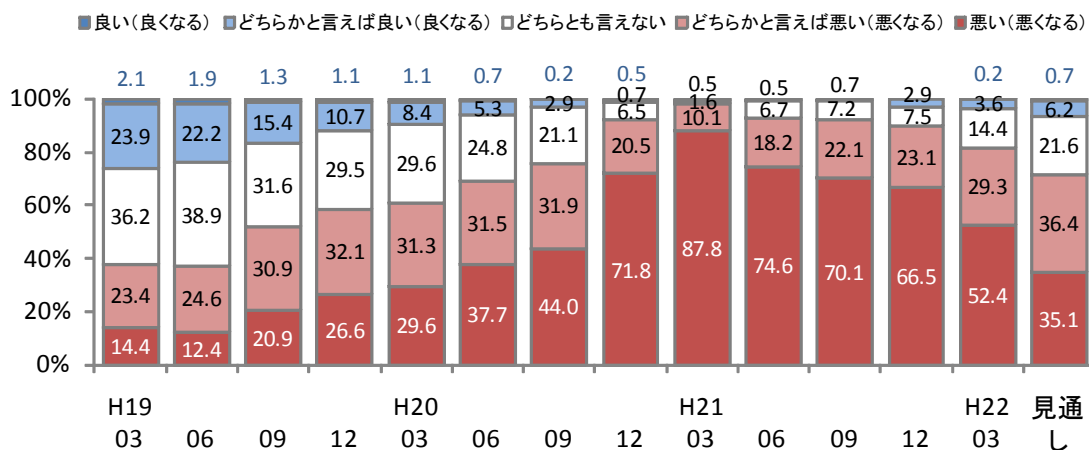
図表 4 県内景気に対する認識



② 雇用環境

現状認識については「悪い」(52.4%)と「どちらかと言えば悪い」(29.3%)を合わせると 81.7%となっているが、雇用環境への認識は徐々に良化してきている。今後の見通しについては「悪くなる」(35.1%)および「どちらかと言えば悪くなる」(36.4%)と考えている世帯の割合は 71.5%にまで低下しており、雇用に対する先行き不安感も薄らいできている。

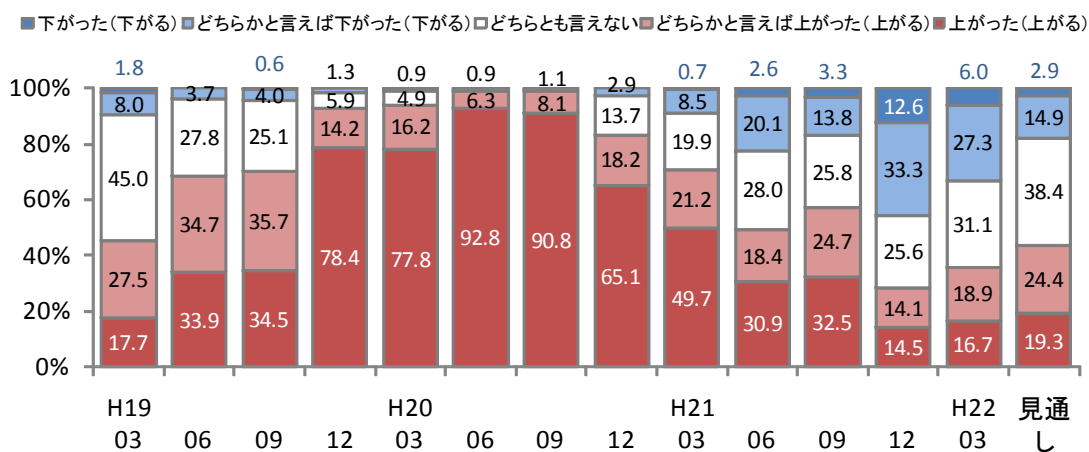
図表 5 雇用環境に対する認識



③ 日用品価格（物価）

現状認識については「下がった」(6.0%)と「どちらかと言えば下がった」(27.3%)を合わせると33.3%となっており、デフレ基調はやや薄らいだ。今後の見通しについては、「上がる」(19.3%)および「どちらかと言えば上がる」(24.4%)と考えている世帯は43.7%とやや増加する一方、「下がる」(2.9%)および「どちらかと言えば下がる」(14.9%)と考えている世帯は17.8%と大幅に低下している。

図表 6 日用品価格（物価）に対する認識

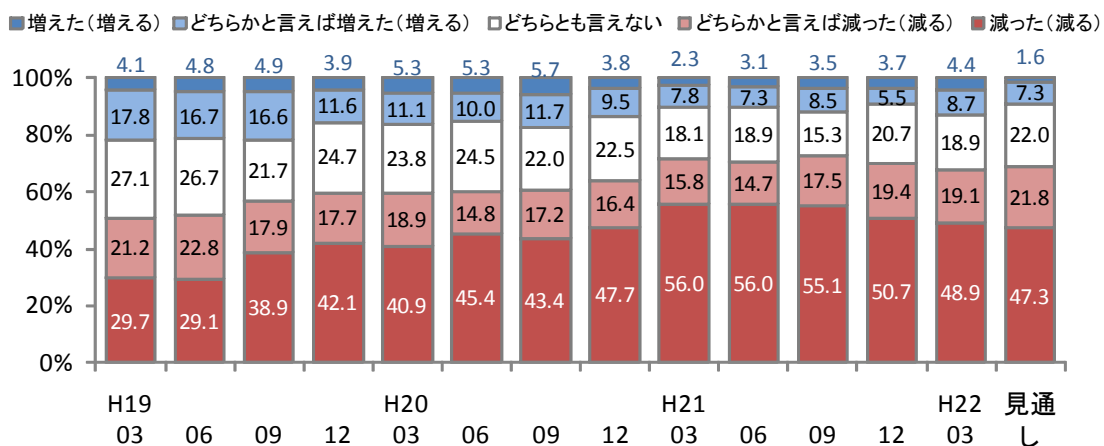


2. 暮らし向き判断と見通し

① 世帯（勤労）収入

現状認識については「減った」(48.9%)と「どちらかと言えば減った」(19.1%)を合わせると68.0%で横ばい。今後の見通しについても、収入が「減る」(47.3%)および「どちらかと言えば減る」(21.8%)と考えている世帯が69.1%となるなど、世帯収入の増加は見込めない状況にある。

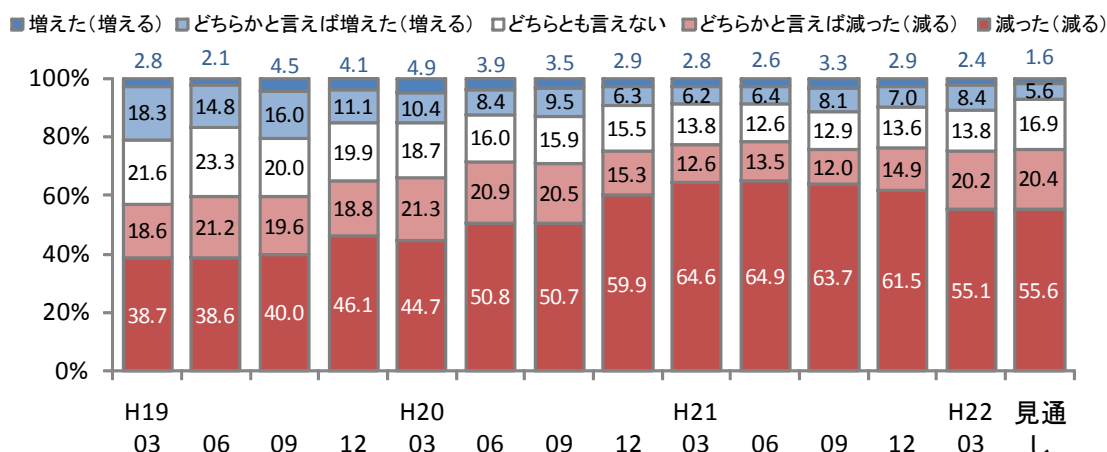
図表 7 世帯（勤労）収入に対する認識



② 資産価値

現状認識については「減った」(55.1%)と「どちらかと言えば減った」(20.2%)を合わせると75.3%でほぼ横ばい。今後の見通しについても資産価値が「減る」(55.6%)および「どちらかと言えば減る」(20.4%)と考えている世帯の割合が76.0%であり、大きな変化は見られない。

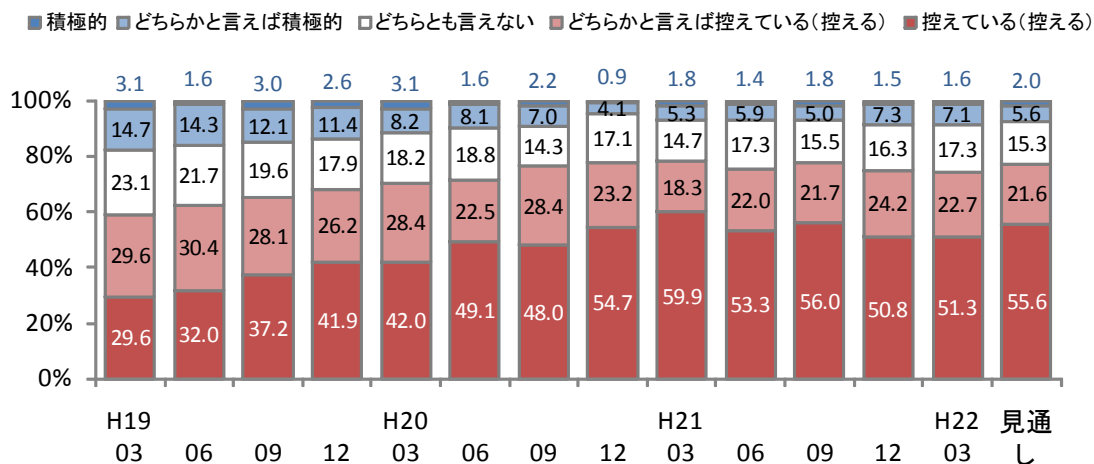
図表 8 資産価値に対する認識



③ お金の使い方(支出状況)

現状認識については「控えている」(51.3%)と「どちらかと言えば控えている」(22.7%)を合わせると74.0%となっており、低い水準で推移している。今後の見通しについても「控える」(55.6%)および「どちらかと言えば控える」(21.6%)という世帯が77.2%となっており、消費意欲は冷え込んだままである。

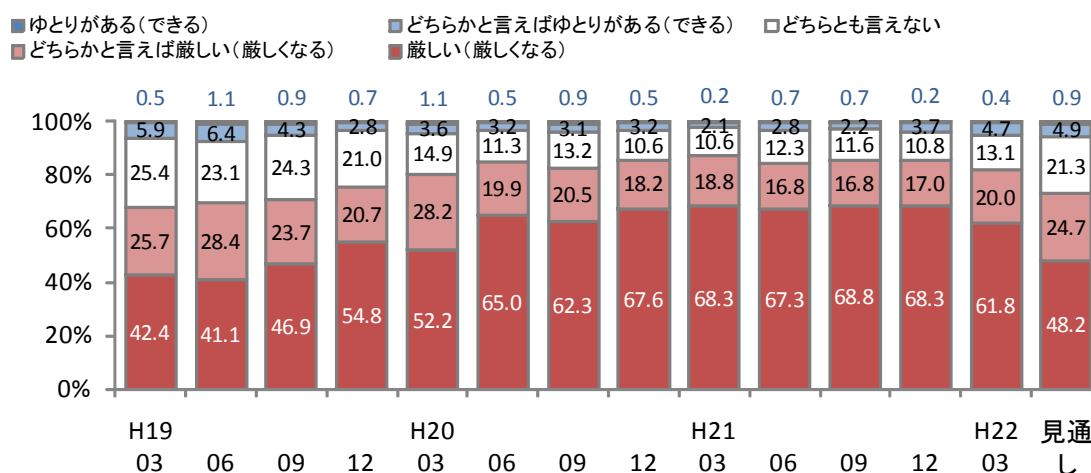
図表 9 お金の使い方(支出状況)に対する認識



④ 生活のゆとり

現状認識については「厳しい」(61.8%)と「どちらかと言えば厳しい」(20.0%)を合わせると81.8%となり、若干の回復が見られた。今後の見通しについては、「厳しくなる」(48.2%)および「どちらかと言えば厳しくなる」(24.7%)と見込む世帯が72.9%となっている。

図表 10 生活のゆとりに対する認識

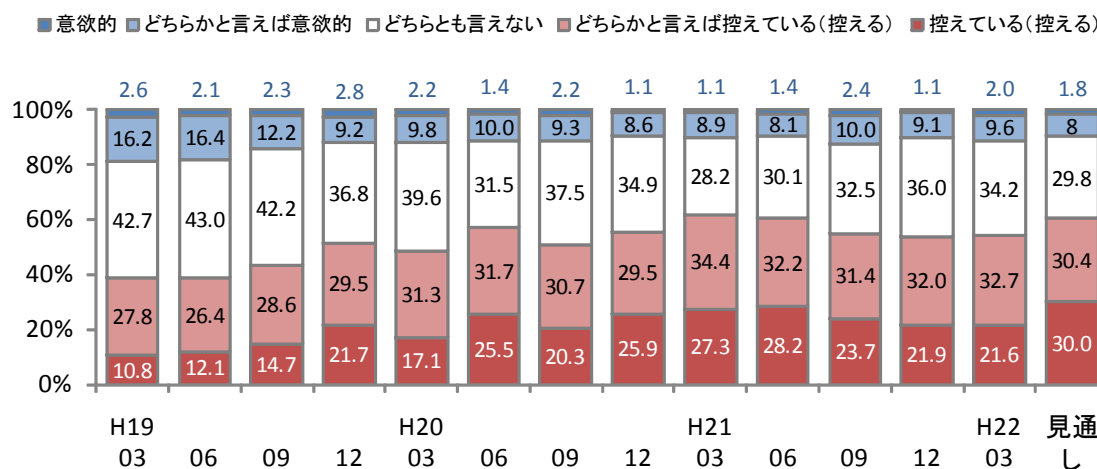


3. 日常の買い物に関する判断と見通し

① 嗜好品（お茶・コーヒー、お酒、たばこなど）

現状認識については「控えている」(21.6%)と「どちらかと言えば控えている」(32.7%)を合わせると54.3%でほぼ横ばい。また、今後の見通しについても購入を控えると考えている世帯は増える見込み。

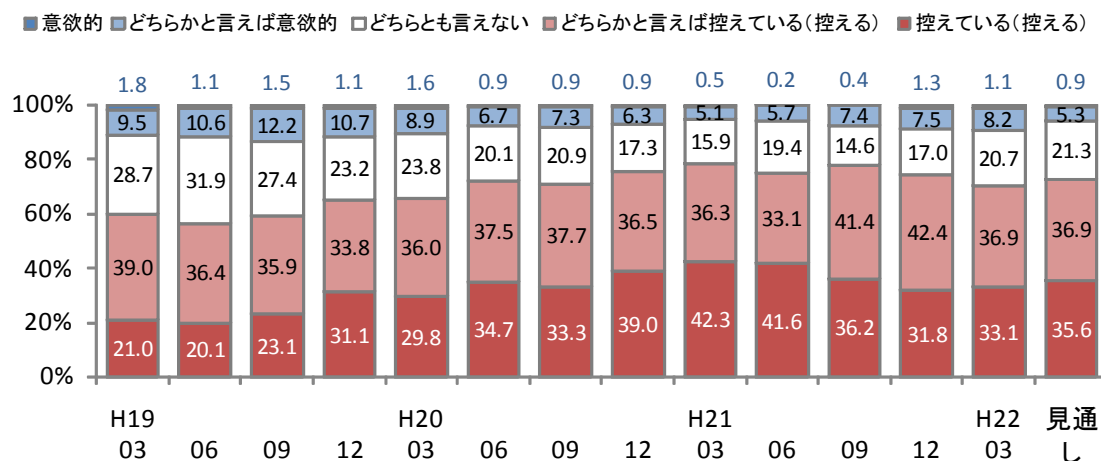
図表 11 嗜好品の購入意向



② ファッション衣料・靴など

現状認識については「控えている」(33.1%)と「どちらかと言えば控えている」(36.9%)を合わせると70.0%でほぼ横ばい。今後の見通しについても依然として購入を控えると考えている世帯は多い。

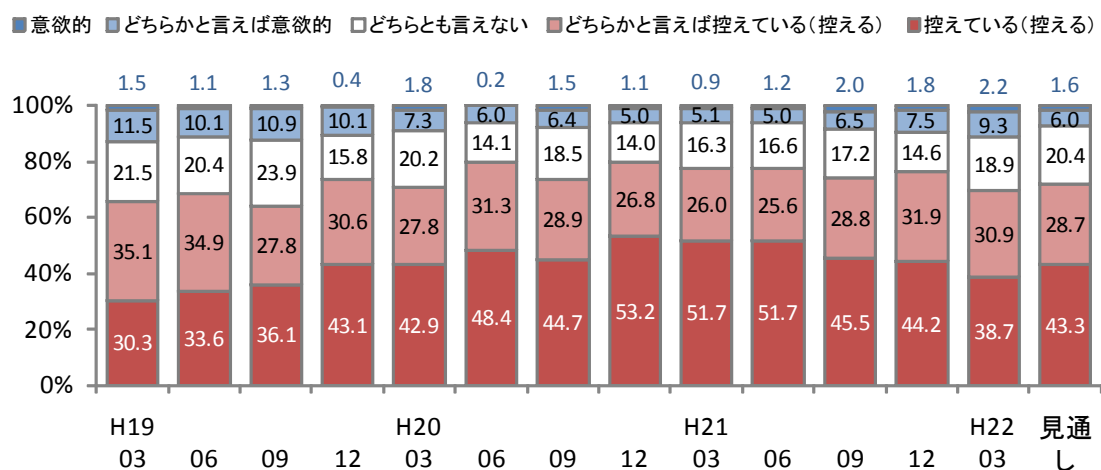
図表 12 ファッション衣料・靴などの購入意向



③ 家電・AV製品、家具など

現状認識については「控えている」(38.7%)と「どちらかと言えば控えている」(30.9%)を合わせると69.6%となっており、購入意向はやや上昇したが、今後の見通しについては、控えると考えている家庭が増える見込み。

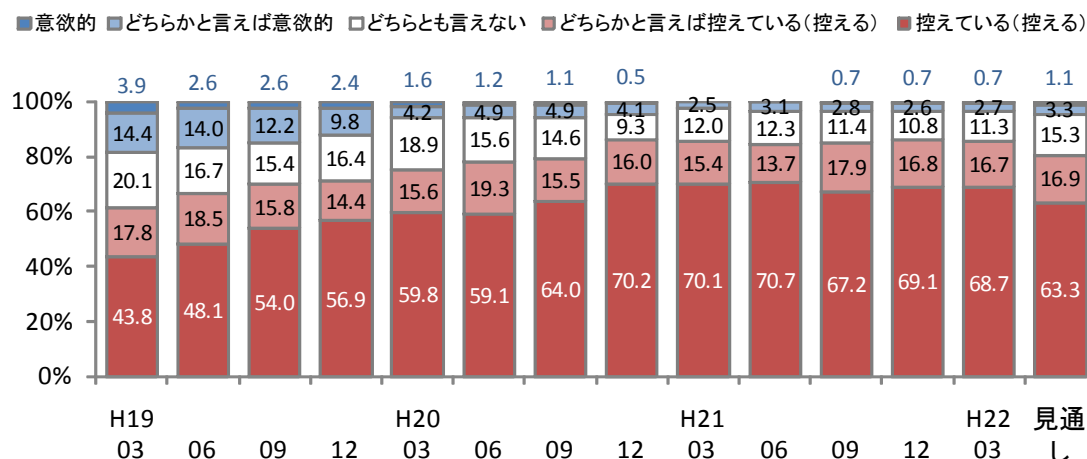
図表 13 家電・AV製品・家具などの購入意向



④ 金融商品（株式、債券など）

現状認識については「控えている」（68.7%）と「どちらかと言えば控えている」（16.7%）を合わせると 85.4%となっており、金融商品の購入意向は依然低調のままである。今後の見通しについては若干の回復が見られる見込み。

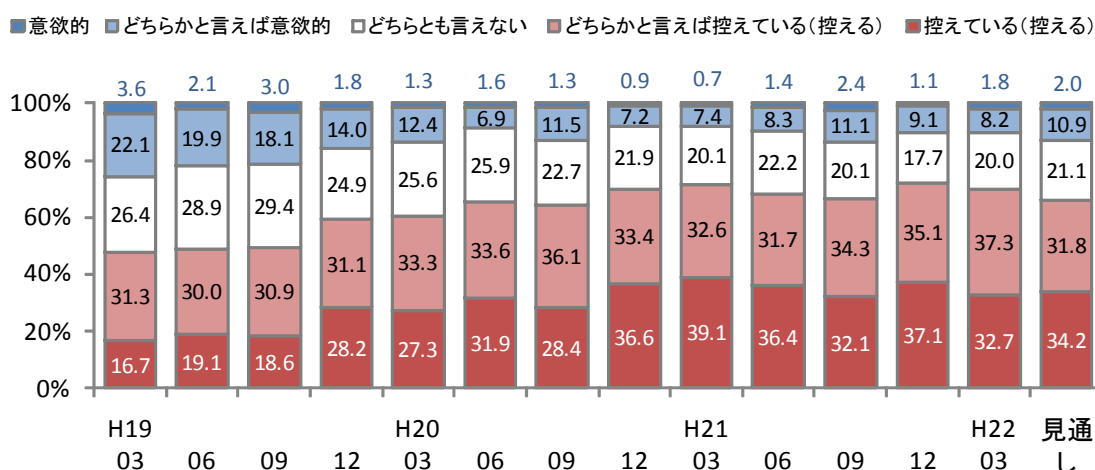
図表 14 金融商品の購入意向



⑤ 娯楽・レジャー（映画、外食、旅行など）

現状認識については「控えている」（32.7%）と「どちらかと言えば控えている」（37.3%）を合わせると 70.0%となっている。また、今後の見通しについても、支出意向は低いままである。

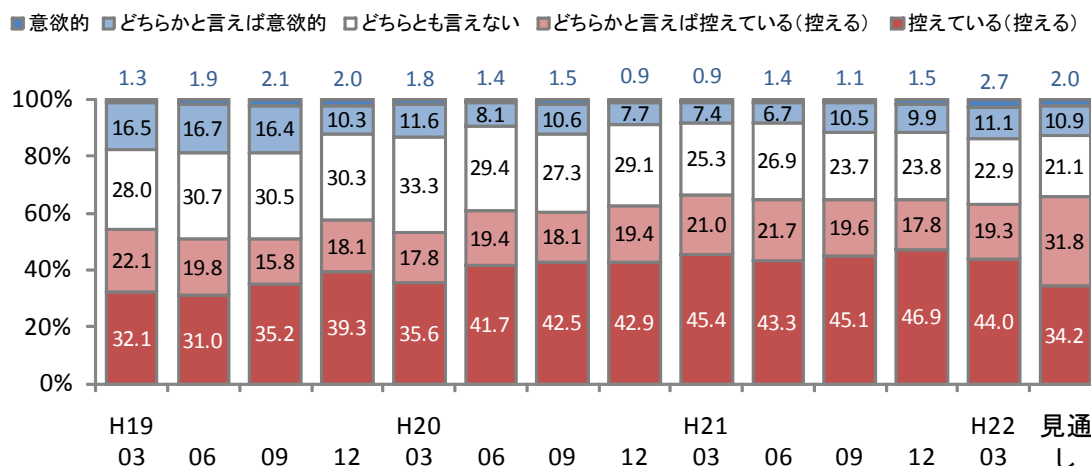
図表 15 娯楽・レジャーへの支出意向



⑥ 習い事（英会話、料理教室など）

現状認識については「控えている」（44.0%）と「どちらかと言えば控えている」（19.3%）を合わせると63.3%となっている。今後の見通しについては、「控える」と考えている家庭が減少しており、支出意向は幾分和らぐ見込み。

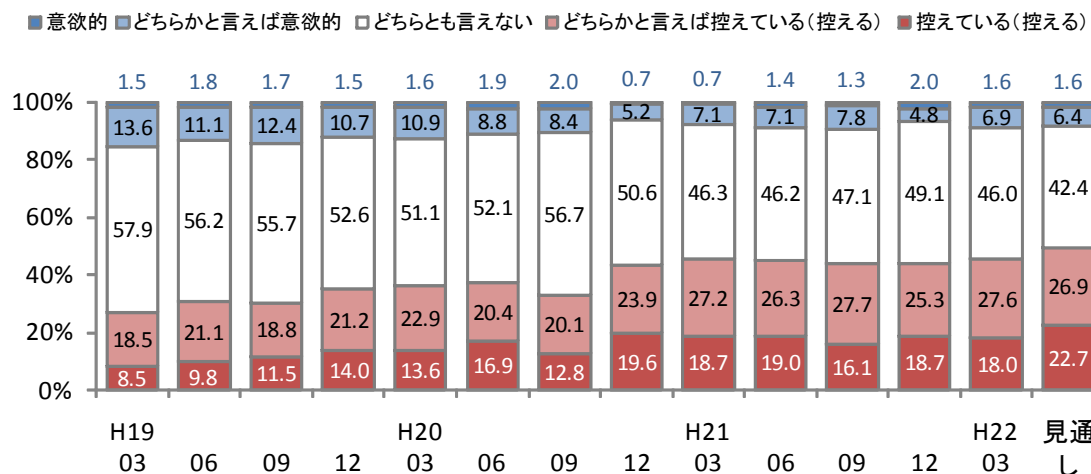
図表 16 習い事への支出意向



⑦ 交際費（贈答品、慶弔事など）

現状認識については「控えている」（18.0%）と「どちらかと言えば控えている」（27.6%）と答えた世帯が45.6%となり、支出意向は固定化している。但し、今後の見通しについては、節約する世帯の割合がやや増えてきており交際費への認識の変化が出始めている。

図表 17 交際費の支出意向

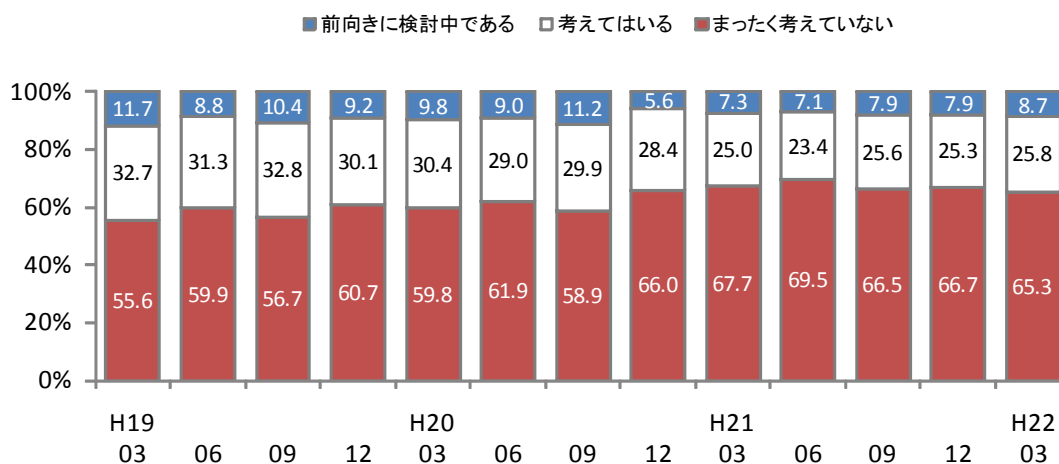


4. 大きな買い物に関する判断と見通し

① 自家用車

自家用車の購入については「まったく考えていない」という世帯が65.3%を占めており、昨年同期と比較してもほぼ同水準であり、依然購入意向は低いままである。

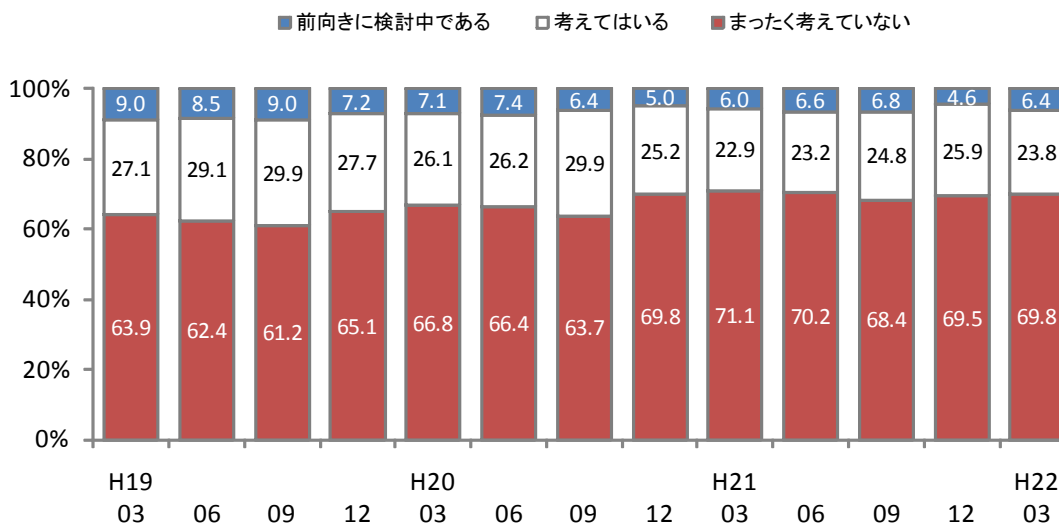
図表 18 自家用車の購入意向



② 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「まったく考えていない」という世帯が69.8%を占めている。「前向きに検討中である」という世帯は多少の増加が見られたが、依然購入意向は低いままである。

図表 19 住宅の購入・リフォームの意向



Ⅲ. 今月の家計簿

今回の家計簿調査によれば、世帯の平均月収は42.3万円となっており、前年同期比でみて0.6万円(1.4%)の増収となった。特に、世帯主の収入が0.7万円の増収(寄与度:1.8%)と大きかったことが収入増の主な要因。

一方、世帯の平均支出は36.1万円となっており、前年同期比でみて1.5万円の増加(寄与度:4.2%)となった。なお、平均消費性向は85.4%であり、前年同期比でみて2.3ポイント増加した。

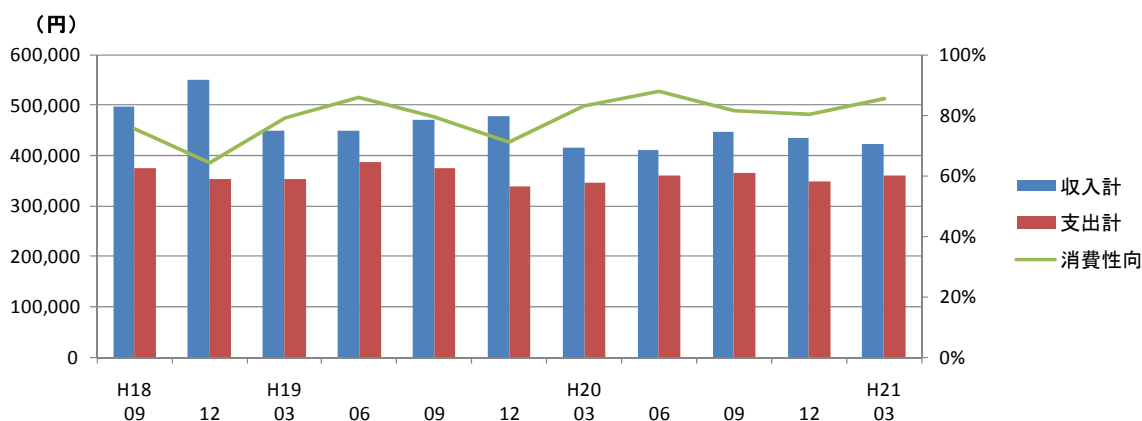
図表 20-1 収入・支出の動向

(単位:円)

	21年 3月	21年 12月	22年 3月	前期比		前年同期比		
					寄与度		寄与度	
収入	①定期収入	228,228	227,372	232,155	4,783	1.1%	3,927	0.9%
	②臨時収入	2,545	30,409	6,256	▲24,153	▲5.6%	3,711	0.9%
	1. 世帯主の収入	230,773	257,781	238,411	▲19,371	▲4.5%	7,638	1.8%
	①他の人員の定期収入	109,467	114,493	108,860	▲5,633	▲1.3%	▲607	▲0.1%
	②他の人員の臨時収入	3,034	8,903	1,865	▲7,038	▲1.6%	▲1,169	▲0.3%
	2. 他の人員の収入	112,501	123,396	110,725	▲12,671	▲2.9%	▲1,776	▲0.4%
	①社会保障給付	33,734	21,875	34,644	12,769	2.9%	910	0.2%
	②預(貯)金引き出し	24,999	20,171	21,257	1,086	0.2%	▲3,742	▲0.9%
	③借入れ	5,548	2,527	2,932	405	0.1%	▲2,616	▲0.6%
	④財産売却	4	2,466	2,616	150	0.0%	2,612	0.6%
	⑤その他	9,119	6,436	11,814	5,378	1.2%	2,695	0.6%
	3. その他収入	73,404	53,363	73,381	20,018	4.6%	▲23	▲0.0%
	I. 収入計	416,678	434,540	422,788	▲11,752	▲2.8%	6,110	1.4%
支出	1. 食費	56,190	57,177	57,179	2	0.0%	989	0.3%
	2. 住居費	44,470	49,757	47,401	▲2,356	▲0.7%	2,931	0.8%
	3. 水道・光熱費	31,150	25,298	29,620	4,322	1.2%	▲1,530	▲0.4%
	4. 通信・交通費	30,062	31,010	31,165	155	0.0%	1,103	0.3%
	5. 被服・装飾費	10,312	11,672	12,472	800	0.2%	2,160	0.6%
	6. 各種保険料の支払い	38,202	37,878	37,933	55	0.0%	▲269	▲0.1%
	7. 医療・介護費	11,745	12,783	12,918	135	0.0%	1,173	0.3%
	8. 育児・教育費	27,827	27,329	29,029	1,700	0.5%	1,202	0.3%
	9. 仕送り	11,370	9,342	13,139	3,797	1.1%	1,769	0.5%
	10. 小遣い	36,109	35,020	35,327	307	0.1%	▲782	▲0.2%
	11. ローン・月賦の支払い	13,206	16,165	14,861	▲1,304	▲0.4%	1,655	0.5%
	12. その他支出	35,839	34,791	40,136	5,345	1.5%	4,297	1.2%
	II. 支出計	346,482	348,222	361,179	12,957	3.7%	14,697	4.2%
平均消費性向 (支出計÷収入計×100)	83.2%	80.1%	85.4%	5.3%ポイント	—	2.3%ポイント	—	

(注) 四捨五入により、各項目の寄与度を足し合わせても収入計もしくは支出計の寄与度(伸び率)とは必ずしも一致しません。

図表 20-2 平均消費性向の推移



IV. 特別調査

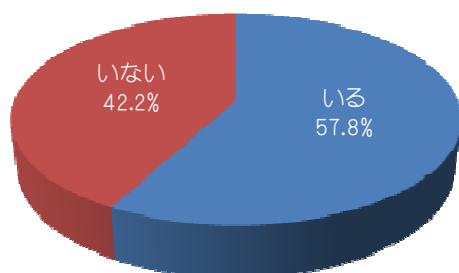
民主党政権の目玉政策である「子ども手当」が 6 月より支給される予定である。今回、「子ども手当」が支給された場合の使い道と制度の必要性について特別調査をおこなった。

1. 「子ども手当」の支給動向について

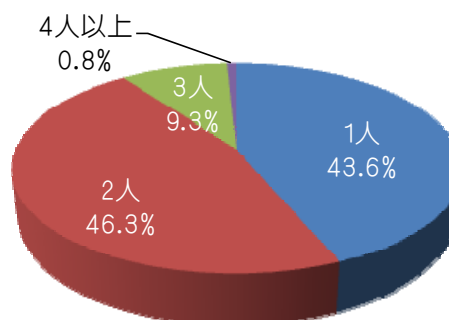
① 15 歳以下の子どもがいる家庭について

「子ども手当」が支給される 15 歳以下の子どもがいる家庭は全体の 57.8%である（図表 21-1）。また「いる」と回答した家庭に人数を尋ねたところ約 9 割の家庭で 15 歳以下の子どもの人数は 2 人以内である（図表 21-2）。

図表 21 - 1 15 歳以下の子どもの有無 (n=450)



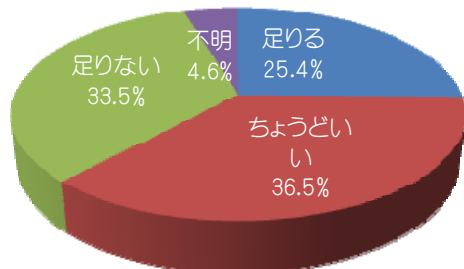
図表 21 - 2 15 歳以下の子どもの人数 (n=260)



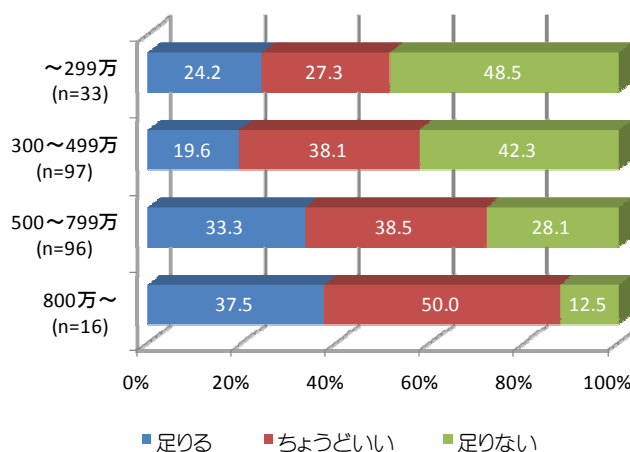
② 支給金額について

「いる」と回答した家庭へ支給額について尋ねたところ「足りる」と回答した方は 25.4%で「ちょうどいい」と回答した家庭を合わせると 6 割以上の家庭が支給金額の面で満足している（図表 22-1）。また世帯の年間収入（手取り額）別でみると、年収が多い世帯ほど、支給金額は「足りる」または「ちょうどいい」と考えている割合が高い（図表 22-2）。

図表 22-1 金額の充足度合い (n=260)



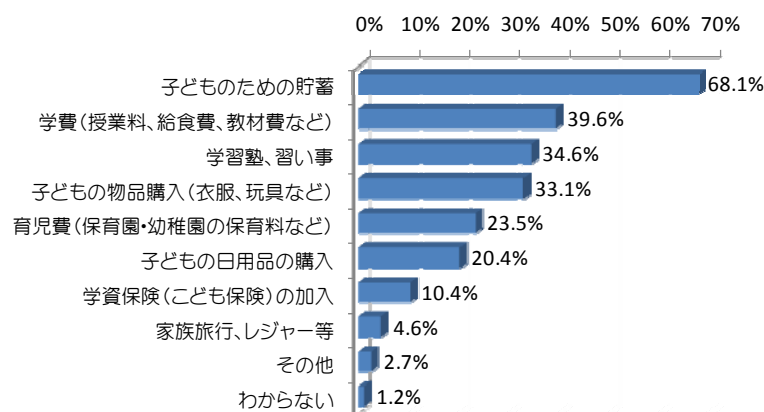
図表 22-2 世帯収入別の金額の充足度合い (n=242)



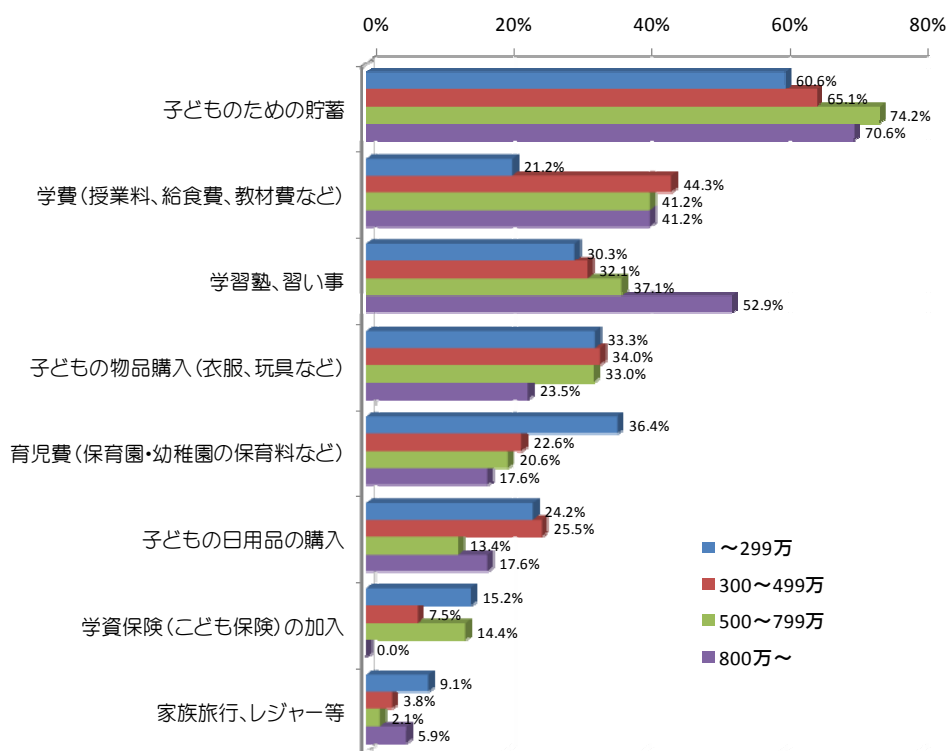
③ 「子ども手当」の使い道について

「いる」と回答した家庭へ実際の使い道について尋ねたところ、「子どものための貯蓄」が68.1%ともっとも多く、「学費」、「学習塾、習い事」が続いた（図表23-1）。「子ども手当」が支給されても子どもの将来のために貯蓄するのは、今後の進学など15歳以降の方がより多くのお金を要するため、その場合に備えているものと考えられる。また「子ども手当」の使い道を世帯収入別（図表23-2）にみると、「子どものための貯蓄」については世帯収入が500～800万円未満の家庭の割合が74.2%と高く、「学習塾、習い事」については世帯収入800万円以上の家庭の割合が52.9%と高い。また「子どもの物品購入」および「子どもの日用品購入」については世帯収入が500万円未満の家庭の割合が高い結果となった。

図表23-1 「子ども手当」の使い道 (n=260)



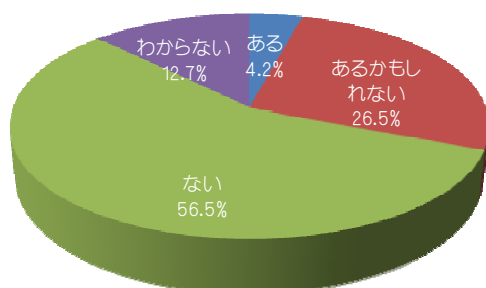
図表23-2 世帯収入別「子ども手当」の使い道 (n=253)



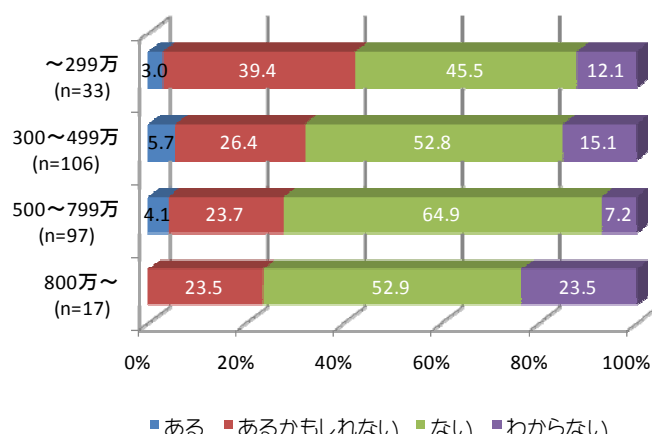
④ 子どものため以外に使う可能性について

「いる」と回答した家庭へ子どものため以外に使う予定があるか尋ねたところ「ある」または「あるかもしれない」と答えた家庭は 30.7%で、「ない」と答えた家庭が 56.5%と過半数を上回った（図表 24-1）。また世帯収入別の利用可能性をみると世帯収入が増すにつれて子どものため以外の利用可能性は低くなる（図表 24-2）。

図表 24 - 1 子ども以外の利用 (n=260)



図表 24-2 世帯収入別子ども以外の利用 (n=253)

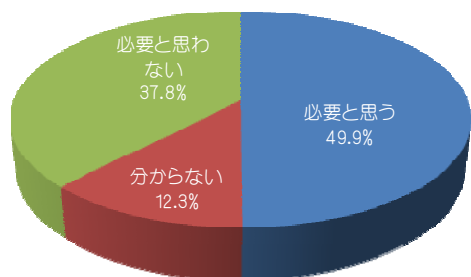


2. 「子ども手当」の制度について

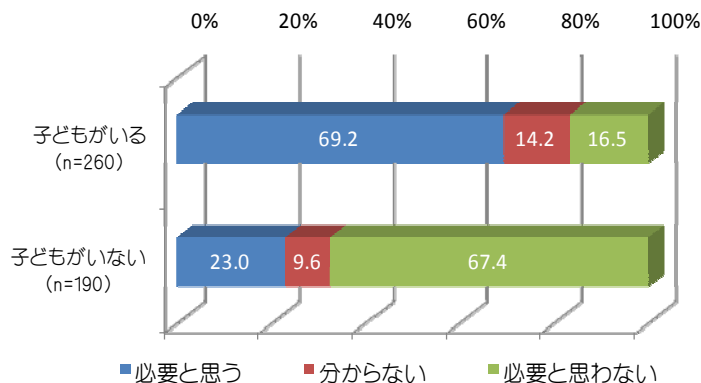
① 必要性について

「子ども手当」制度の必要性について尋ねたところ「必要と思う」と回答した家庭が 49.9%と約半数を占め、「必要と思わない」と答えた家庭を上回った（図表 25-1）。また、子どもがいる家庭ほど「子ども手当」が必要だと思う割合は 69.2%と高く、子どもの有無によって制度への是非が分かれる（図表 25-2）。

図表 25 - 1 「子ども手当」の必要性 (n=450)



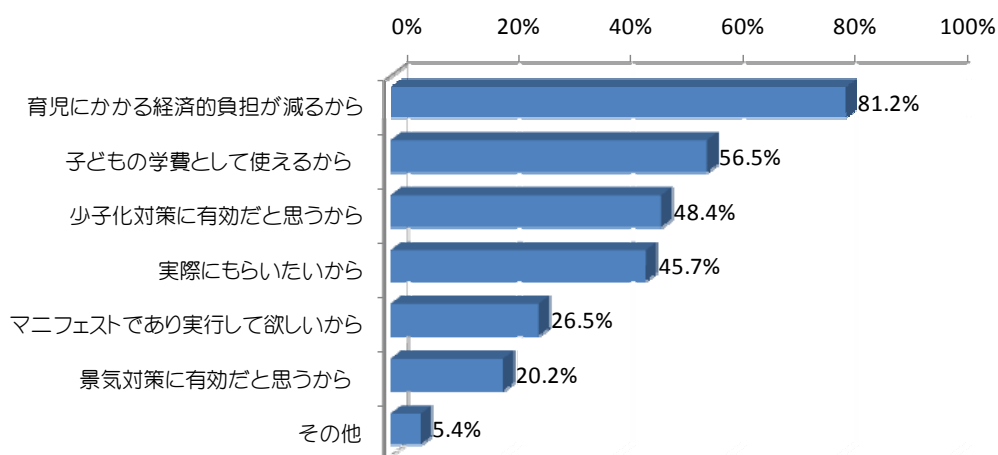
図表 25-2 子どもの有無と必要性の関係 (n=450)



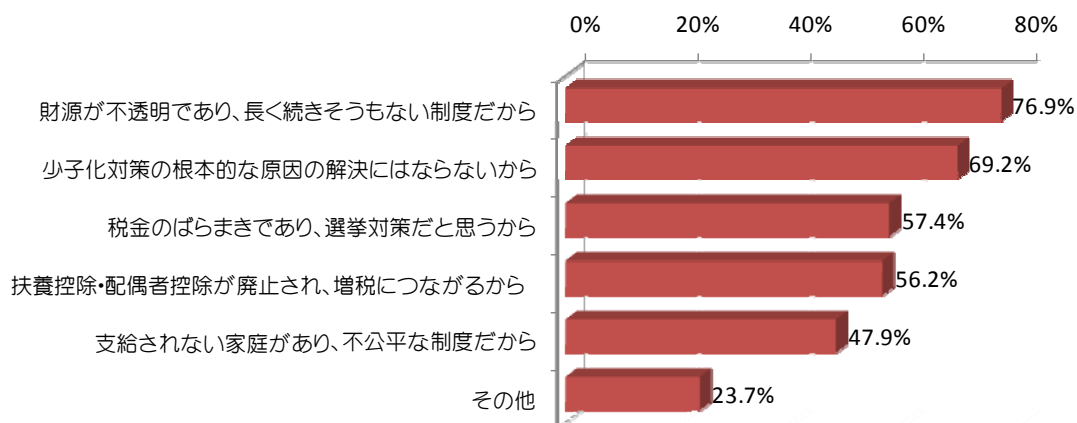
② 必要性の理由について

「子ども手当」の制度が必要と「思う」または「思わない」と答えた家庭にその理由を尋ねたところ、必要と思う理由では「育児にかかる経済的負担が減るから」と答えた家庭の割合が81.2%と最も多い（図表26-1）。一方、必要と思わない理由では「財源が不透明であり、長く続きそうもない制度だから」が76.9%、「少子化対策の根本的な原因の解決にはつながらないから」が69.2%と高い（図表26-2）。

図表26-1 必要と思う理由 (n=223)



図表26-2 必要と思わない理由 (n=169)



V. 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：467 世帯 ※今回の有効回答世帯数（回答率）：450 世帯（96.3%）

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 22 年 3 月 2 日～15 日

5. 調査項目

（1）判断項目

① 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。

② 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。

③ 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。

④ 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

① 最近 1 ヶ月の収支状況

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 均／梅木 倫行

〒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 : kenkyuu@sfsi.co.jp

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