

消費動向調査

「(山形・秋田)県内家計の消費動向調査」(概要)

- 1 調査の目的 山形・秋田の県民の暮らし向きについての現状と見通しを時系列的にとらえるとともに、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 専属モニターを対象とした郵送によるアンケート調査
- 3 調査の対象者 山形・秋田の県内に在住するサラリーマン(勤労者)世帯(世帯人数2名以上)
- 4 調査期間 平成30年3月1日(木)～14日(水)

山形 モニター世帯数：531世帯
有効回答数：484世帯(回答率：91.1%)
秋田 モニター世帯数：376世帯
有効回答数：334世帯(回答率：88.8%)

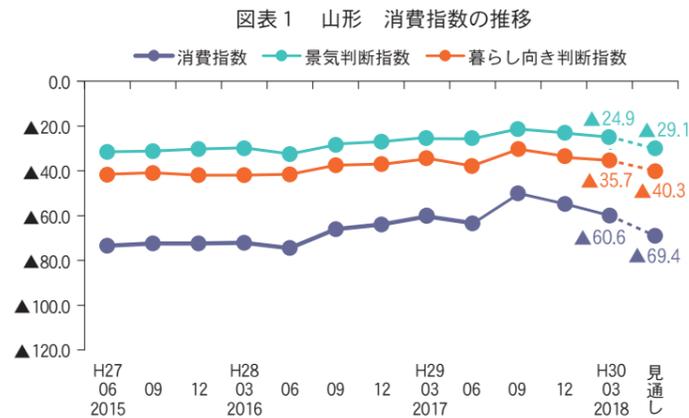
消費指数

第47回 山形県内家計の消費動向調査

～消費マインドは2期連続で悪化。先行きも引き続き慎重姿勢～

消費指数は▲60.6(前期比2.8ポイント下落)と2期連続で悪化となった。内訳は景気判断指数が▲24.9(前期比1.1ポイント下落)、暮らし向き判断指数は▲35.7(前期比1.7ポイント下落)といずれの指数も悪化した。

今後の見通しについては、消費指数が▲69.4(今回調査比8.8ポイント下落)と悪化の見込みとなっている。内訳は景気判断指数が▲29.1(今回調査比4.2ポイント下落)、暮らし向き判断指数が▲40.3(今回調査比4.6ポイント下落)といずれも悪化が見込まれており、国内外の政治・経済・社会情勢の不安定さなどから、引き続き先行きを警戒しているものと考えられる。

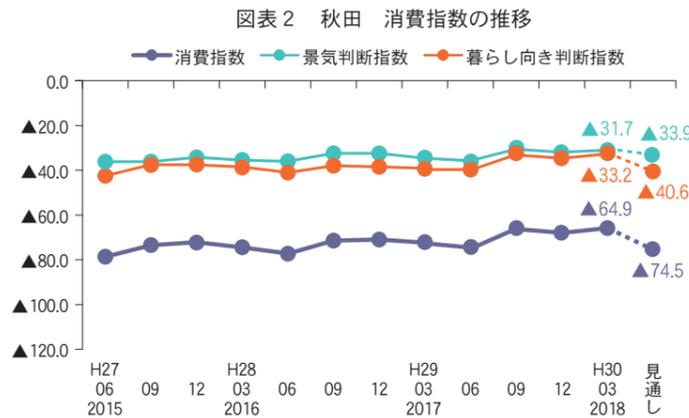


第27回 秋田県内家計の消費動向調査

～消費マインドは2期ぶりに改善。先行きは依然慎重な見通し～

消費指数は▲64.9(前期比2.2ポイント上昇)と2期ぶりに改善した。内訳をみると、景気判断指数は▲31.7(前期比1.0ポイント上昇)、暮らし向き判断指数は▲33.2(前期比1.2ポイント上昇)と、ともに2期ぶりの改善となった。

今後の見通しは、消費指数が▲74.5(今回調査比9.6ポイント下落)と悪化の見通しとなっている。内訳としては、景気判断指数は▲33.9(今回調査比2.2ポイント下落)、暮らし向き判断指数は▲40.6(今回調査比7.4ポイント下落)と、ともに悪化の見込みとなっている。



【指数の見方】

消費指数は景気判断指数(景気・雇用環境・物価の3項目で構成)と暮らし向き判断指数(世帯収入・保有資産・お金の使い方・暮らしのゆとりの4項目で構成)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。

景気と暮らし向き

景気判断

山形の景気判断指数は▲24.9(前期比1.1ポイント下落)と悪化とした。景気判断指数を形成する3つの指数については、「景気(県内)」は若干改善、「雇用環境」はほぼ横ばい、「物価(日用品)」は悪化となった。

秋田の景気判断指数は▲31.7(前期比1.0ポイント上昇)と2期ぶりに改善した。指数を形成する個別指数では、「雇用環境」が4期連続で改善、「景気(県内)」が2期ぶりに改善となった一方、「物価(日用品)」は2期連続の悪化となった。

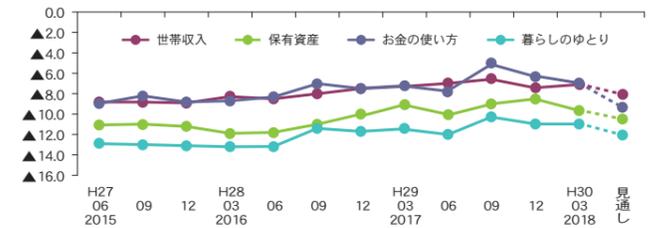
図表3 山形 景気判断指数(内訳)の推移



図表4 秋田 景気判断指数(内訳)の推移



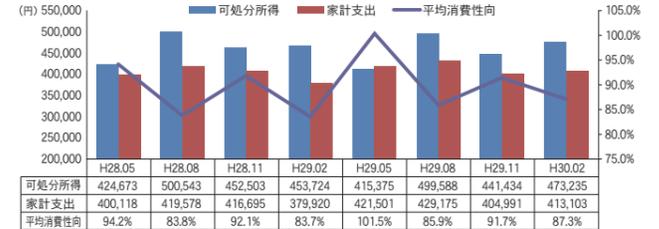
図表5 山形 暮らし向き判断指数(内訳)の推移



図表6 秋田 暮らし向き判断指数(内訳)の推移



図表7 山形 家計収支と平均消費性向の推移



図表8 秋田 家計収支と平均消費性向の推移

