

第 14 回「秋田県内家計の消費動向調査」結果

(平成 26 年 12 月調査)

～消費マインドは 3 期連続で悪化、
先行きもさらに慎重化の見通し～

【調査の要旨】

- **消費指数**は、▲91.8(前期比 11.8 ポイント下落)と 3 期連続の悪化となり、マイナス幅を拡大した。内訳をみると、景気判断指数は▲46.4(同 7.2 ポイント下落)、暮らし向き判断指数は▲45.4(同 4.6 ポイント下落)とともに悪化している。
- **今後の見通し**は、▲95.9(今回調査比 4.1 ポイント下落)と悪化の見通しとなっている。物価上昇による負担感は依然として重く、景気や暮らし向きについての不透明感も色濃く残ることから、**消費マインドはさらに慎重化する見通し**である。
- **大きな買い物**への支出意向は、「予定がある」と回答した世帯の割合は、「自家用車の購入」が 7.3%(前期比 2.1 ポイント上昇)と 2 期連続で増加したが、その他の項目はいずれも減少となった。中でも「住宅リフォーム」は 1.4%(同 1.9 ポイント減少)と最も減少幅が大きかった。
- **家計簿調査**は、収入面では可処分所得(収入の手取り額)が 493 千円となり、前年同期比で 79 千円の増加となった。支出面では支出合計が 417 千円となり、前年同期比で 51 千円の増加となった。この結果、平均消費性向(家計支出/可処分所得)は 84.7%で、前年同期比 3.8 ポイントの減少となった。
- **節約の意識について**尋ねたところ、「(節約を)意識している」と回答した世帯は 91.1%と、昨年(平成 25 年 12 月)調査(92.2%)に比べてやや割合が低下したものの、引き続き全体の 9 割以上を占めた。
節約を意識していると回答した世帯に対して、その理由(複数回答)を尋ねたところ、「消費税が 8%にあがったため」が 61.3%と最も多く、次いで「物価全般が上がったため」が 56.3%、「今後、経済状況や雇用環境の不安定な状況が見込まれるため」が 54.2%と 5 割台で続いた。また、特に節約を意識している出費について尋ねたところ、「食料・日用雑貨費」が 57.4%と最も多く、次いで「被服・服飾費(洋服、アクセサリなど)」が 56.4%、「外食費」が 50.2%で続いた。

平成 26 年 12 月

株式会社フィデア総合研究所

目次

I.	消費指数	1
II.	消費指数(内訳)	3
1.	景気判断	3
(1)	景気判断の概況	3
(2)	景気判断の推移	4
2.	暮らし向き判断	5
(1)	暮らし向き判断の概況	5
(2)	暮らし向き判断の推移	6
III.	支出意向	7
1.	支出意向D Iの推移	7
2.	支出意向(大きな買い物)の推移	8
IV.	家計簿調査	9
V.	特別調査	11
1.	節約の意識について	11
(1)	節約の意識について	11
(2)	節約を意識している理由	12
(3)	節約を特に意識する出費	14
VI.	調査の概要	15

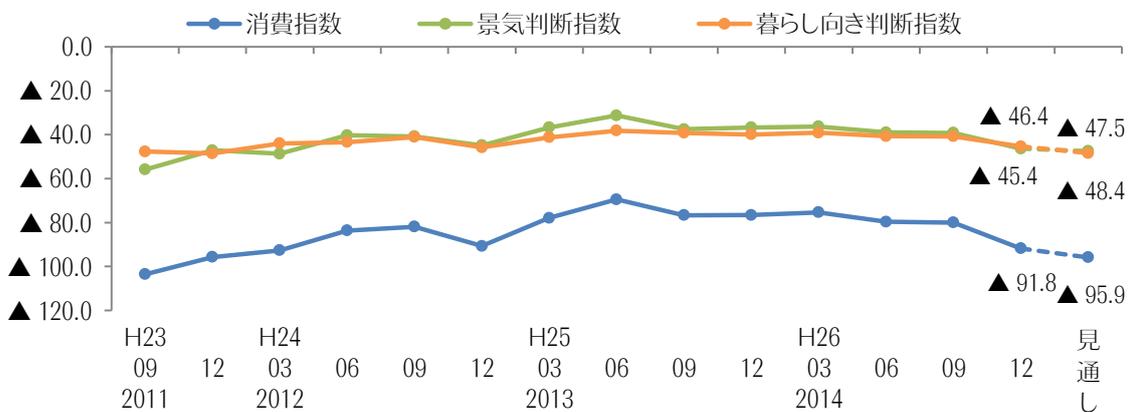
I. 消費指数

～消費マインドは 3 期連続で悪化、先行きもさらに慎重化の見通し～

消費指数は▲91.8(前期比 11.8 ポイント下落)と 3 期連続の悪化となり、マイナス幅を拡大した。内訳をみると、景気判断指数は▲46.4(同 7.2 ポイント下落)、暮らし向き判断指数は▲45.4(同 4.6 ポイント下落)とともに悪化している。

なお、今後の見通しについては▲95.9(今回調査比 4.1 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▲47.5(同 1.1 ポイント下落)、暮らし向き判断指数は▲48.4(同 3.0 ポイント下落)とともに悪化の見込みとなっている。後述のとおり物価上昇による負担感依然として重く、景気や暮らし向きについての不透明感も色濃く残ることから、消費マインドはさらに慎重化する見通しである。

図表 1 消費指数の推移



調査時期		消費指数	景気判断	暮らし向き判断
25年	12月	▲76.6	▲36.7	▲39.9
26年	3月	▲75.4	▲36.3	▲39.1
	6月	▲79.7	▲39.0	▲40.7
	9月	▲80.0	▲39.2	▲40.8
26年	12月	▲91.8	▲46.4	▲45.4
	(前期比)	(▲11.8)	(▲7.2)	(▲4.6)
	(前年同期比)	(▲15.2)	(▲9.7)	(▲5.5)
27年	見通し	▲95.9	▲47.5	▲48.4
	(前期比)	(▲4.1)	(▲1.1)	(▲3.0)

【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。

図表2 消費指数(内訳)の推移

消費指数		消費指数										
調査時期	消費指数	(1)景気判断指数					(2)暮らし向き判断指数					
		①景気	②雇用環境	③物価	④世帯収入	⑤保有資産	⑥お金の使い方	⑦暮らしのゆとり				
23年	9月	▲103.6	▲55.9	▲19.6	▲22.4	▲13.9	▲47.7	▲12.4	▲13.8	▲6.4	▲15.1	
	12月	▲95.7	▲47.1	▲18.0	▲20.2	▲8.9	▲48.6	▲12.2	▲13.8	▲6.8	▲15.8	
24年	3月	▲92.7	▲48.7	▲15.8	▲18.4	▲14.5	▲44.0	▲11.3	▲11.8	▲7.1	▲13.8	
	6月	▲83.7	▲40.3	▲14.5	▲16.9	▲8.9	▲43.4	▲11.3	▲12.2	▲6.0	▲13.9	
	9月	▲81.9	▲40.8	▲13.8	▲16.6	▲10.4	▲41.1	▲10.3	▲12.9	▲5.1	▲12.8	
	12月	▲90.7	▲44.9	▲16.6	▲18.4	▲9.9	▲45.8	▲12.4	▲13.0	▲6.4	▲14.0	
25年	3月	▲77.9	▲36.7	▲9.6	▲13.2	▲13.9	▲41.2	▲10.9	▲11.4	▲7.0	▲11.9	
	6月	▲69.5	▲31.3	▲6.8	▲10.0	▲14.5	▲38.2	▲9.5	▲11.1	▲5.5	▲12.1	
	9月	▲76.7	▲37.5	▲8.1	▲10.8	▲18.6	▲39.2	▲10.4	▲11.4	▲5.0	▲12.4	
	12月	▲76.6	▲36.7	▲8.0	▲9.4	▲19.3	▲39.9	▲10.1	▲11.5	▲5.8	▲12.5	
26年	3月	▲75.4	▲36.3	▲7.1	▲9.0	▲20.2	▲39.1	▲10.2	▲11.3	▲5.5	▲12.1	
	6月	▲79.7	▲39.0	▲8.4	▲7.4	▲23.2	▲40.7	▲8.2	▲11.9	▲6.6	▲14.0	
	9月	▲80.0	▲39.2	▲9.0	▲6.9	▲23.3	▲40.8	▲9.3	▲11.2	▲6.9	▲13.4	
	12月	▲91.8	▲46.4	▲13.4	▲9.1	▲23.9	▲45.4	▲10.7	▲11.8	▲8.7	▲14.2	
27年	見通し	▲95.9	▲47.5	▲14.4	▲9.9	▲23.2	▲48.4	▲11.4	▲11.7	▲11.0	▲14.3	

(前期差)		消費指数										
調査時期	消費指数	(1)景気判断指数					(2)暮らし向き判断指数					
		①景気	②雇用環境	③物価	④世帯収入	⑤保有資産	⑥お金の使い方	⑦暮らしのゆとり				
23年	9月	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	12月	7.9	8.8	1.6	2.2	5.0	▲0.9	0.2	0.0	▲0.4	▲0.7	
24年	3月	3.0	▲1.6	2.2	1.8	▲5.6	4.6	0.9	2.0	▲0.3	2.0	
	6月	9.0	8.4	1.3	1.5	5.6	0.6	0.0	▲0.4	1.1	▲0.1	
	9月	1.8	▲0.5	0.7	0.3	▲1.5	2.3	1.0	▲0.7	0.9	1.1	
	12月	▲8.8	▲4.1	▲2.8	▲1.8	0.5	▲4.7	▲2.1	▲0.1	▲1.3	▲1.2	
25年	3月	12.8	8.2	7.0	5.2	▲4.0	4.6	1.5	1.6	▲0.6	2.1	
	6月	8.4	5.4	2.8	3.2	▲0.6	3.0	1.4	0.3	1.5	▲0.2	
	9月	▲7.2	▲6.2	▲1.3	▲0.8	▲4.1	▲1.0	▲0.9	▲0.3	0.5	▲0.3	
	12月	0.1	0.8	0.1	1.4	▲0.7	▲0.7	0.3	▲0.1	▲0.8	▲0.1	
26年	3月	1.2	0.4	0.9	0.4	▲0.9	0.8	▲0.1	0.2	0.3	0.4	
	6月	▲4.3	▲2.7	▲1.3	1.6	▲3.0	▲1.6	2.0	▲0.6	▲1.1	▲1.9	
	9月	▲0.3	▲0.2	▲0.6	0.5	▲0.1	▲0.1	▲1.1	0.7	▲0.3	0.6	
	12月	▲11.8	▲7.2	▲4.4	▲2.2	▲0.6	▲4.6	▲1.4	▲0.6	▲1.8	▲0.8	
27年	見通し	▲4.1	▲1.1	▲1.0	▲0.8	0.7	▲3.0	▲0.7	0.1	▲2.3	▲0.1	

(前年同期差)		消費指数										
調査時期	消費指数	(1)景気判断指数					(2)暮らし向き判断指数					
		①景気	②雇用環境	③物価	④世帯収入	⑤保有資産	⑥お金の使い方	⑦暮らしのゆとり				
24年	9月	21.7	15.1	5.8	5.8	3.5	6.6	2.1	0.9	1.3	2.3	
	12月	5.0	2.2	1.4	1.8	▲1.0	2.8	▲0.2	0.8	0.4	1.8	
25年	3月	14.8	12.0	6.2	5.2	0.6	2.8	0.4	0.4	0.1	1.9	
	6月	14.2	9.0	7.7	6.9	▲5.6	5.2	1.8	1.1	0.5	1.8	
	9月	5.2	3.3	5.7	5.8	▲8.2	1.9	▲0.1	1.5	0.1	0.4	
	12月	14.1	8.2	8.6	9.0	▲9.4	5.9	2.3	1.5	0.6	1.5	
26年	3月	2.5	0.4	2.5	4.2	▲6.3	2.1	0.7	0.1	1.5	▲0.2	
	6月	▲10.2	▲7.7	▲1.6	2.6	▲8.7	▲2.5	1.3	▲0.8	▲1.1	▲1.9	
	9月	▲3.3	▲1.7	▲0.9	3.9	▲4.7	▲1.6	1.1	0.2	▲1.9	▲1.0	
	12月	▲15.2	▲9.7	▲5.4	0.3	▲4.6	▲5.5	▲0.6	▲0.3	▲2.9	▲1.7	
27年	見通し	▲20.5	▲11.2	▲7.3	▲0.9	▲3.0	▲9.3	▲1.2	▲0.4	▲5.5	▲2.2	

II. 消費指数(内訳)

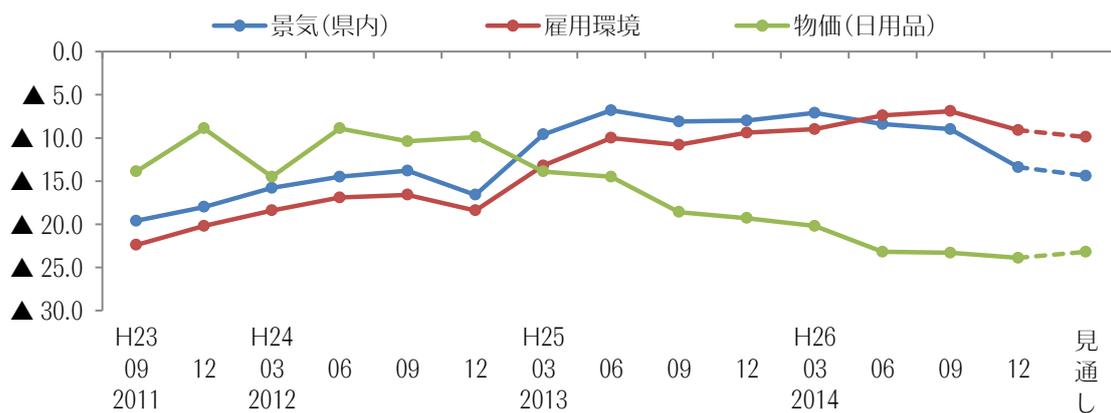
1. 景気判断

(1) 景気判断の概況

景気判断指数は▲46.4(前期比7.2ポイント下落)と3期連続で悪化した。指数を形成する個別指数では3項目すべてで悪化となり、中でも「景気(県内)」は▲13.4(同4.4ポイント下落)と悪化幅が大きくなっている。また、改善傾向で推移していた「雇用環境」は5期ぶりに悪化に転じ、「物価(日用品)」はわずかな悪化にとどまったものの、依然大幅なマイナスとなっている。

なお、今後の見通しについては▲47.5(今回調査比1.1ポイント下落)と悪化が見込まれている。個別指数では、「景気(県内)」が▲14.4(同1.0ポイント下落)、「雇用環境」が▲9.9(同0.8ポイント下落)とともに悪化が見込まれている一方、「物価(日用品)」は▲23.2(同0.7ポイント上昇)と小幅ながら改善の見通しとなっている。

図表3 景気判断指数(内訳)の推移



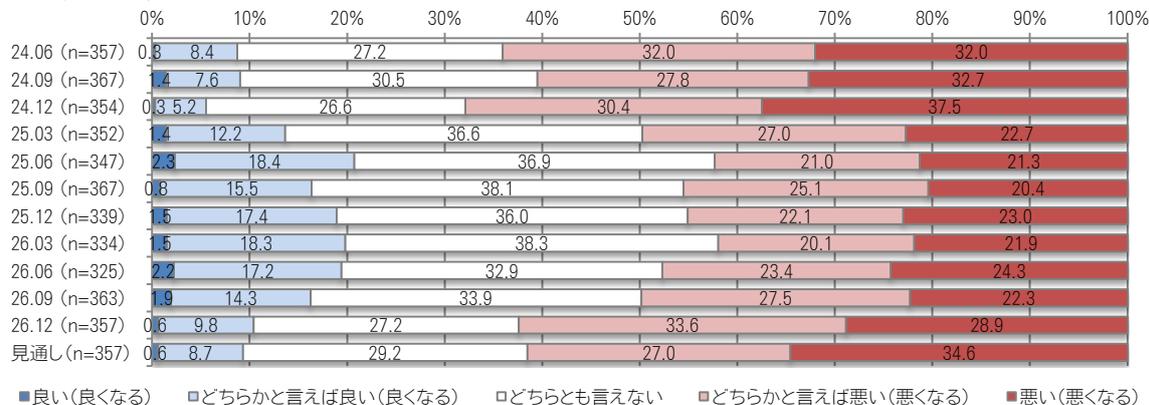
調査時期		景気判断指数		
		景気(県内)	雇用環境	物価(日用品)
25年	12月	▲36.7	▲8.0	▲19.3
26年	3月	▲36.3	▲7.1	▲20.2
	6月	▲39.0	▲8.4	▲23.2
	9月	▲39.2	▲9.0	▲23.3
26年	12月	▲46.4	▲13.4	▲23.9
	(前期比)	(▲7.2)	(▲4.4)	(▲0.6)
	(前年同期比)	(▲9.7)	(▲5.4)	(▲4.6)
27年	見通し	▲47.5	▲14.4	▲23.2
	(前期比)	(▲1.1)	(▲1.0)	(0.7)

【指数の見方】

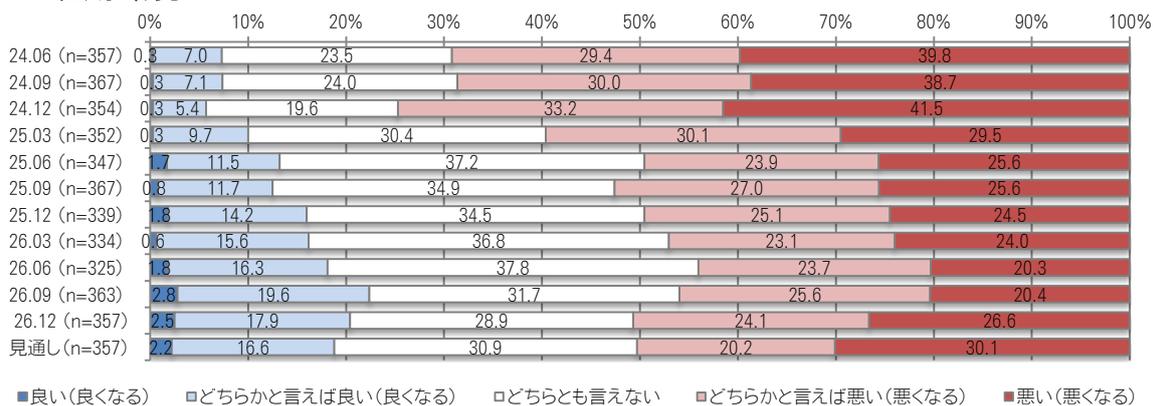
景気判断指数は景気(県内)、雇用環境、物価(日用品)の3項目の合計からなり、値は100~▲100の範囲をとります。指数がプラスであれば県内景気は高揚していると判断します。一方、指数がマイナスであれば低迷していると判断します。

(2) 景気判断の推移

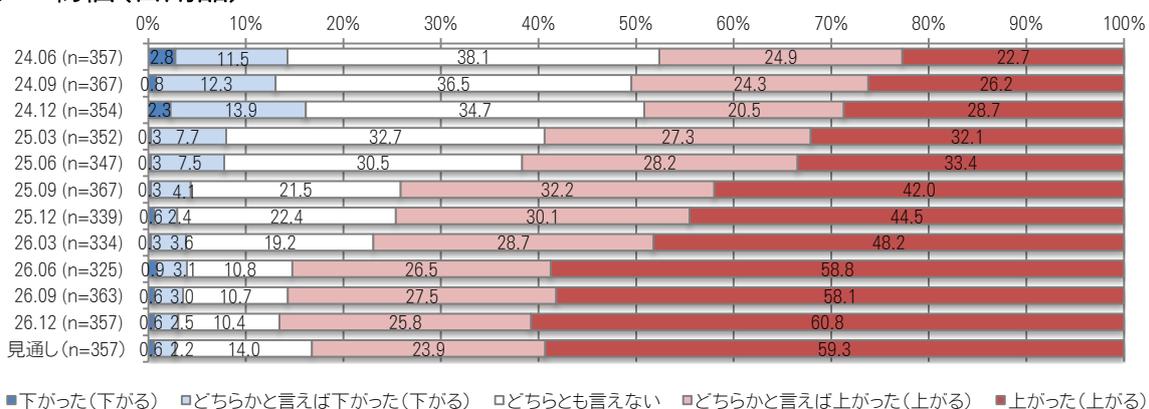
① 景気(県内)



② 雇用環境



③ 物価(日用品)



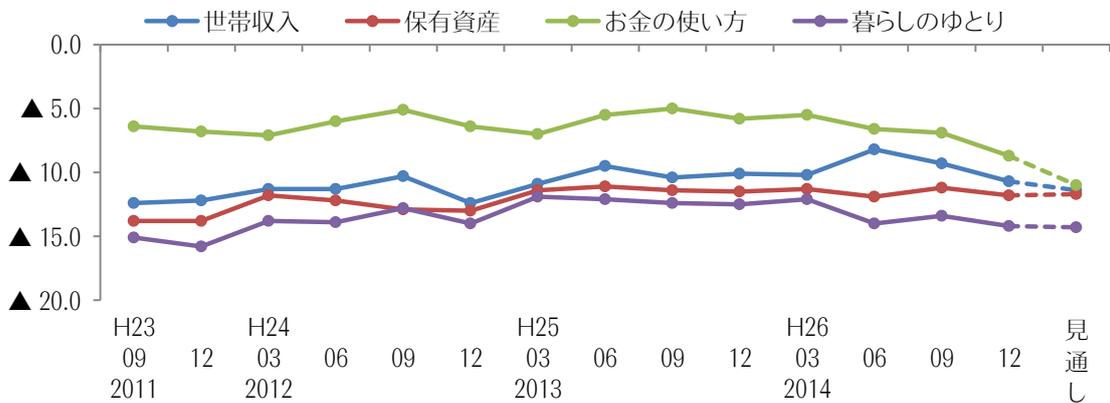
2. 暮らし向き判断

(1) 暮らし向き判断の概況

暮らし向き判断指数は▲45.4(前期比 4.6 ポイント下落)と 3 期連続で悪化した。指数を形成する個別指数も 4 項目すべてで悪化となった。中でも「お金の使い方」が▲8.7(同 1.8 ポイント下落)と 3 期連続で悪化し、平成 23 年 9 月の調査開始以来最も低い指数となったほか、「世帯収入」も▲10.7(同 1.4 ポイント下落)と 2 期連続の悪化となった。

なお、今後の見通しについては▲48.4(今回調査比 3.0 ポイント下落)と悪化の見通しとなっている。個別指数では、「世帯収入」「お金の使い方」「暮らしのゆとり」で悪化の見通しとなっており、消費税増税を含めた物価上昇に伴う負担感や景気の先行き不透明感から、生活防衛意識が高まっている様子が見える。

図表 4 暮らし向き判断指数(内訳)の比較



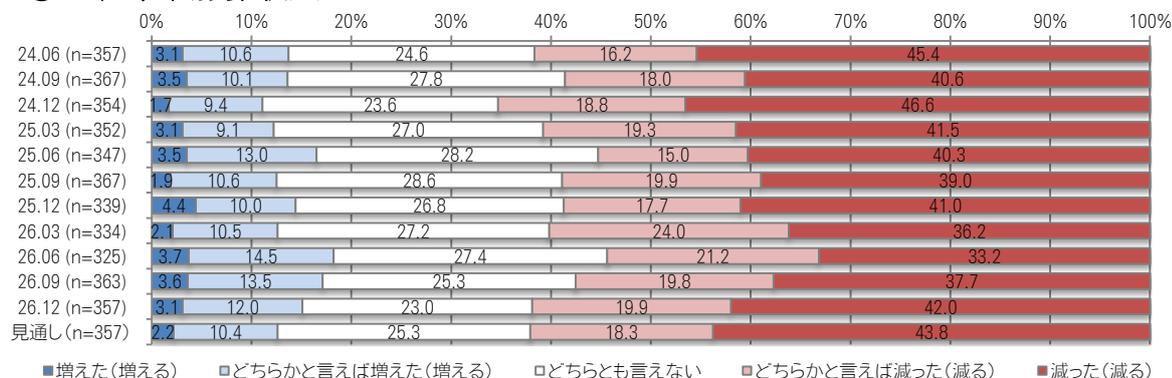
調査時期	暮らし向き判断指数				
	世帯収入	保有資産	お金の使い方	暮らしのゆとり	
25年 12月	▲39.9	▲10.1	▲11.5	▲5.8	▲12.5
26年 3月	▲39.1	▲10.2	▲11.3	▲5.5	▲12.1
6月	▲40.7	▲8.2	▲11.9	▲6.6	▲14.0
9月	▲40.8	▲9.3	▲11.2	▲6.9	▲13.4
26年 12月	▲45.4	▲10.7	▲11.8	▲8.7	▲14.2
(前期比)	(▲4.6)	(▲1.4)	(▲0.6)	(▲1.8)	(▲0.8)
(前年同期比)	(▲5.5)	(▲0.6)	(▲0.3)	(▲2.9)	(▲1.7)
27年 見通し	▲48.4	▲11.4	▲11.7	▲11.0	▲14.3
(前期比)	(▲3.0)	(▲0.7)	(0.1)	(▲2.3)	(▲0.1)

【指数の見方】

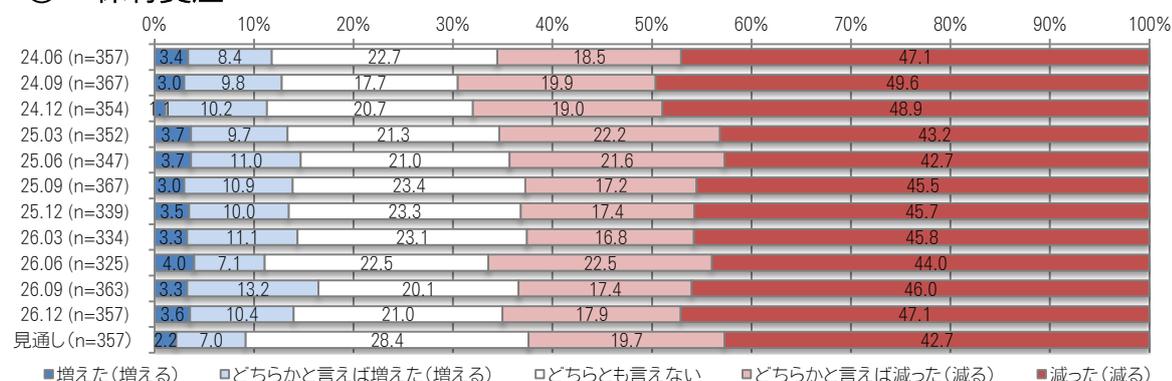
暮らし向き指数は世帯収入、保有資産、お金の使い方、暮らしのゆとりの 4 項目の合計からなり、値は 100~▲100 の範囲をとります。指数がプラスであれば暮らし向きは高揚していると判断します。一方、指数がマイナスであれば低迷していると判断します。

(2) 暮らし向き判断の推移

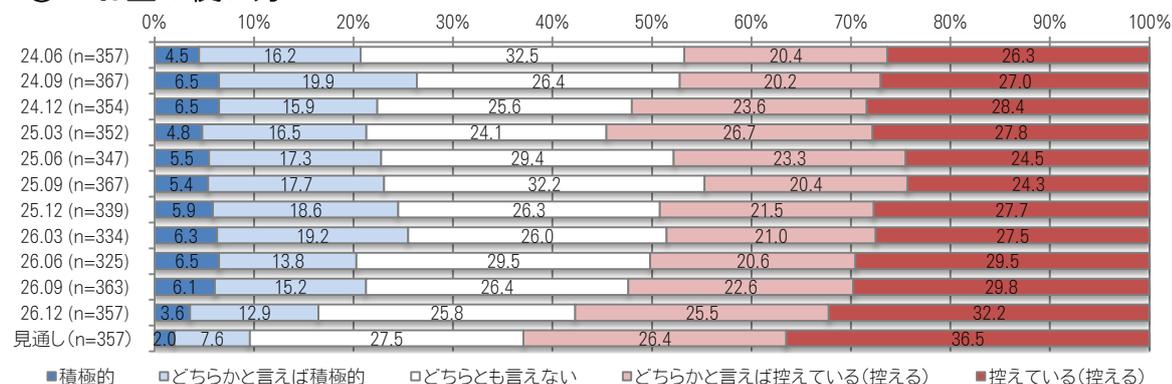
① 世帯(勤労)収入



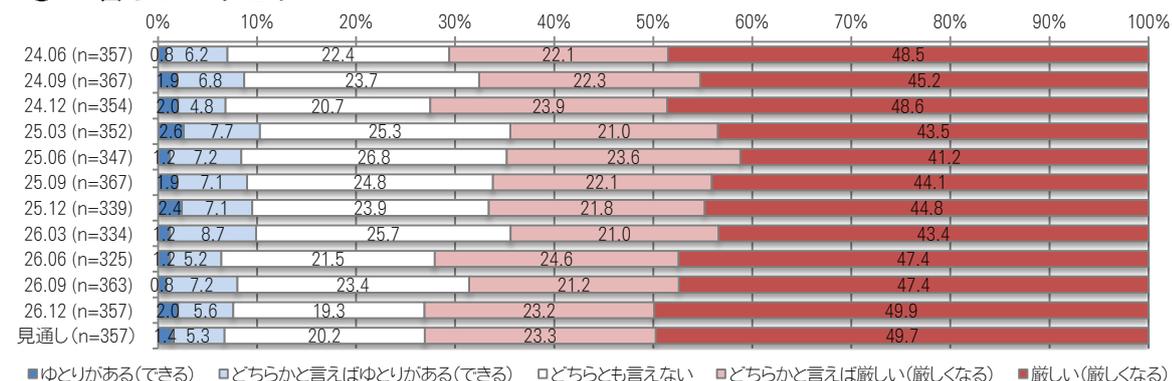
② 保有資産



③ お金の使い方



④ 暮らしのゆとり



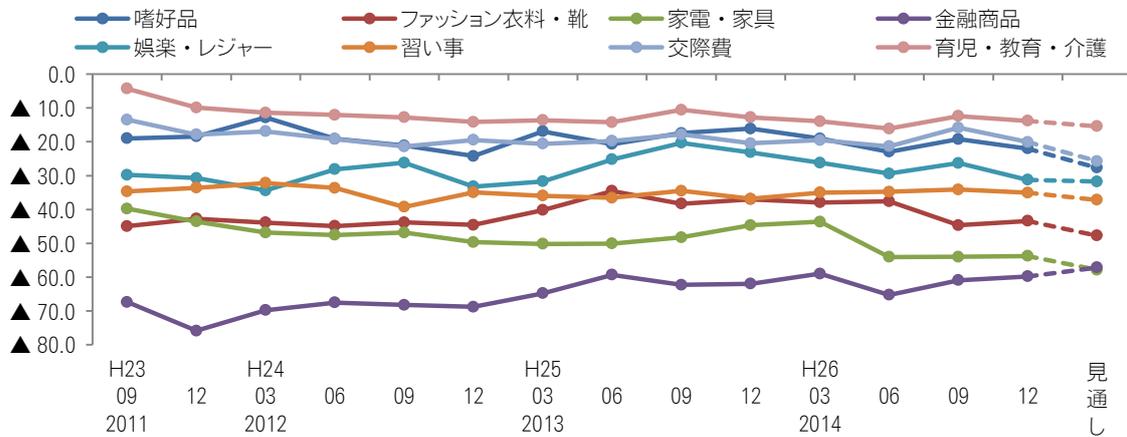
III. 支出意向

1. 支出意向D I の推移

支出意向D I の平均値は▲34.9(前期比 1.5 ポイント下落)と2期ぶりに悪化した。支出意向D I を形成する8つの項目でみると、「ファッション・衣料品」「家電・家具」「金融商品」は小幅ながら改善したものの、他の項目は悪化しており、特に「娯楽・レジャー」と「交際費」の悪化幅が大きい。消費の抑制姿勢が続く中、不要不急の項目への支出を抑える傾向が色濃くうかがえる。

なお、今後の見通しについては▲37.6(今回調査比 2.7 ポイント下落)とさらに悪化が見込まれている。8つの項目でみると「金融商品」を除く他の7項目で悪化の見通しとなっている。

図表5 支出意向D I の推移



調査時期		支出意向D I								
		平均値	嗜好品	ファッション・衣料品	家電・家具	金融商品	娯楽・レジャー	習い事	交際費	育児・教育・介護
25年	12月	▲31.6	▲16.2	▲37.0	▲44.7	▲62.0	▲23.2	▲36.9	▲20.5	▲12.8
26年	3月	▲31.8	▲19.1	▲38.0	▲43.7	▲59.0	▲26.2	▲35.0	▲19.5	▲14.0
	6月	▲35.2	▲23.0	▲37.6	▲54.1	▲65.3	▲29.4	▲34.8	▲21.4	▲16.2
	9月	▲33.4	▲19.3	▲44.7	▲54.0	▲60.9	▲26.3	▲34.1	▲15.9	▲12.4
26年	12月	▲34.9	▲22.0	▲43.4	▲53.8	▲59.8	▲31.3	▲35.1	▲20.1	▲13.8
	(前期比)	(▲1.5)	(▲2.7)	(1.3)	(0.3)	(1.1)	(▲5.0)	(▲1.0)	(▲4.3)	(▲1.4)
	(前年同期比)	(▲3.3)	(▲5.8)	(▲6.4)	(▲9.1)	(2.2)	(▲8.1)	(1.8)	(0.4)	(▲1.0)
27年	見通し	▲37.6	▲27.7	▲47.8	▲57.9	▲57.2	▲31.8	▲37.2	▲25.8	▲15.4
	(前期比)	(▲2.7)	(▲5.7)	(▲4.4)	(▲4.1)	(2.7)	(▲0.5)	(▲2.2)	(▲5.7)	(▲1.6)

【D I 値の見方】

各項目とも、現状判断についてそれぞれD I 値を算出する。D I 値とは、Diffusion Index(ディフュージョン・インデックス)の略で、算出方法は次の通り。

例)嗜好品D I 値

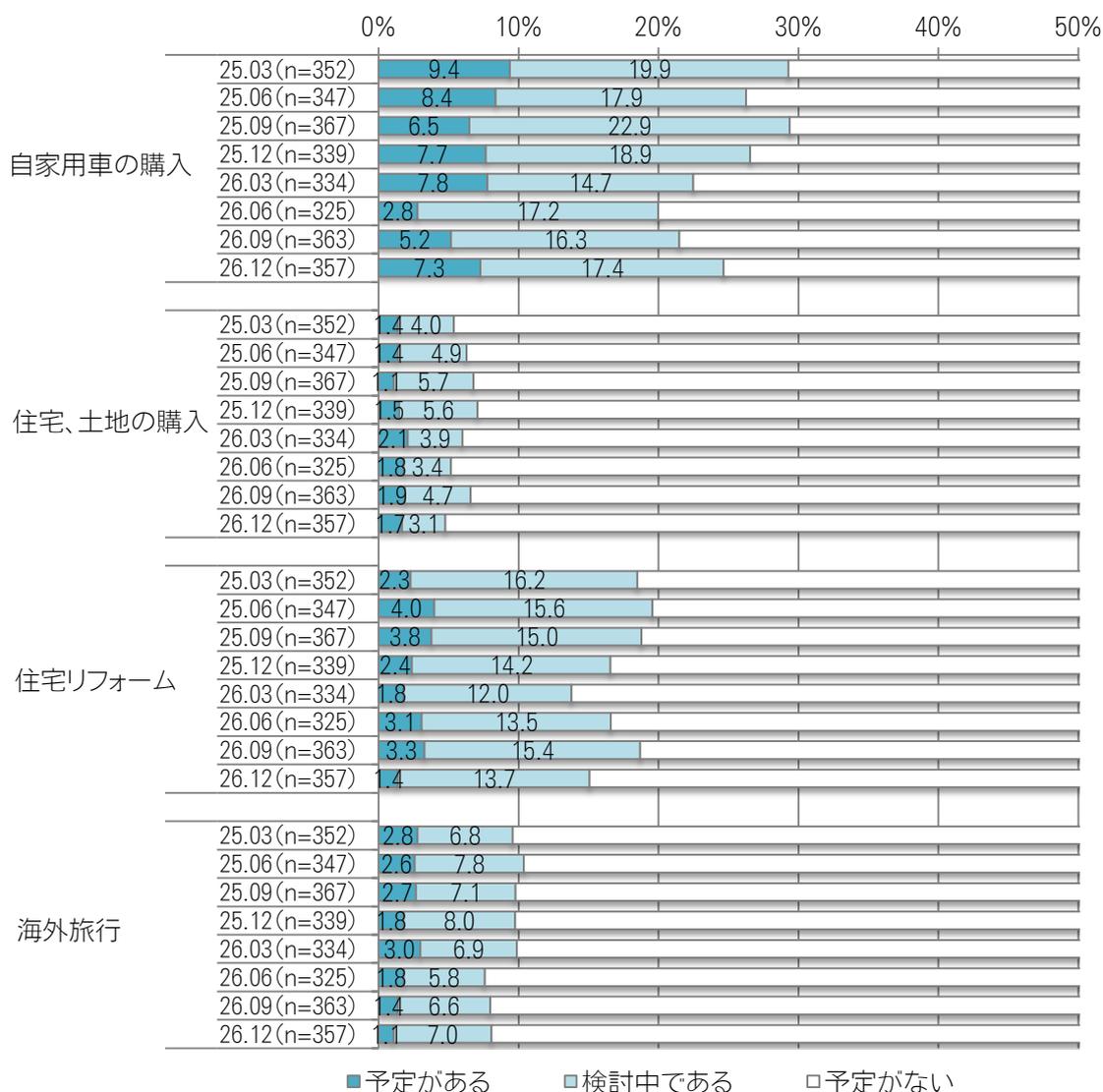
$$= (「1. 意欲的である」と回答した世帯の割合 \times 1.0 + 「2. どちらかと言えば意欲的である」と回答した世帯の割合 \times 0.5) - (「3. どちらかと言えば控える」と回答した世帯の割合 \times 0.5 + 「4. 控えている」と回答した世帯の割合 \times 1.0)$$

2. 支出意向(大きな買い物)の推移

大きな買い物の支出意向をみると、「予定がある」と回答した世帯の割合は、「自家用車の購入」が7.3%（前期比2.1ポイント上昇）と2期連続で増加したが、その他の項目はいずれも減少となった。中でも「住宅リフォーム」は1.4%（同1.9ポイント減少）と最も減少幅が大きかった。

大きな買い物(支出)に前向きな世帯(「予定がある」に「検討中である」を合わせた世帯割合)をみると、「自家用車の購入」は2期連続で増加、「海外旅行」がほぼ横ばいとなった一方、「住宅、土地の購入」と「住宅リフォーム」はともに減少に転じている。

図表6 支出意向(大きな買い物)の比較

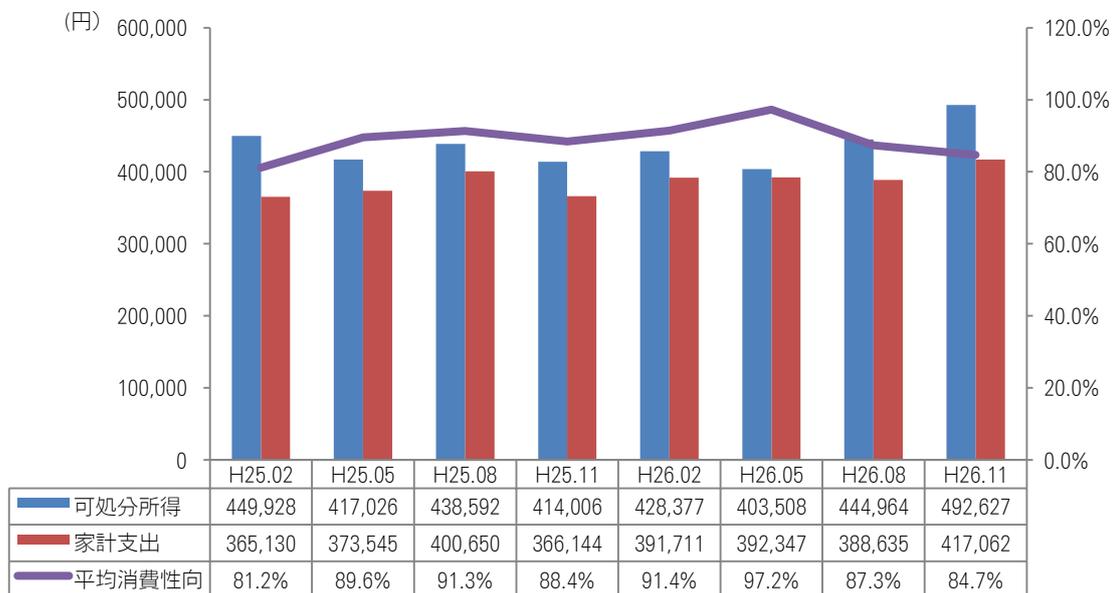


IV. 家計簿調査

図表7 平成26年11月の家計簿(356世帯)

調査項目		調査年月		(単位:円)		
		25年 11月	26年 8月	26年 11月	前期比	前年同期比
給 与	世帯主の定例給与《支給額》	295,416	308,271	304,737	▲3,534	9,321
	世帯主の臨時給与《支給額》	3,397	41,054	12,246	▲28,808	8,849
	A.世帯主の給与《支給額》	298,813	349,325	316,983	▲32,342	18,170
	世帯員の定例給与《支給額》	108,492	111,742	109,166	▲2,576	674
	世帯員の臨時給与《支給額》	3,000	19,089	3,291	▲15,798	291
	B.世帯員の給与《支給額》	111,492	130,832	112,457	▲18,375	965
世帯収入合計《支給額》(A+B)		410,305	480,157	429,440	▲50,717	19,135
収 入	世帯主の定例給与《手取り額》	228,095	233,052	232,841	▲211	4,746
	世帯主の臨時給与《手取り額》	2,265	32,875	9,179	▲23,696	6,914
	C.世帯主の勤労収入合計《手取り額》	230,360	265,927	242,020	▲23,907	11,660
	世帯員の定例給与《手取り額》	90,228	91,280	89,786	▲1,494	▲442
	世帯員の臨時給与《手取り額》	2,586	16,461	2,755	▲13,706	169
D.世帯員の勤労収入合計《手取り額》	92,814	107,741	92,541	▲15,200	▲273	
世帯勤労収入合計《手取り額》(C+D)		323,174	373,668	334,561	▲39,107	11,387
手 取 り 額	1.公的年金給付(老齢、障害、遺族年金)	17,194	37,999	16,167	▲21,832	▲1,027
	2.保険給付金(医療、介護、失業保険)	266	4,505	1,604	▲2,901	1,338
	3.各種手当(児童手当、障害者手当など)	2,379	5,382	3,776	▲1,606	1,397
	4.利息、株式配当、投信分配金	3,457	2,845	2,943	98	▲514
	5.事業収入(個人事業、農林水産業など)	4,743	3,315	8,343	5,028	3,600
	6.不動産収入(駐車場、アパート家賃など)	5,409	6,632	4,751	▲1,881	▲658
	7.有価証券売却・解約金(株、投資信託など)	15,829	612	17,196	16,584	1,367
	8.不動産売却(土地、住宅、マンションなど)	0	0	0	0	0
	9.中古品売却(リサイクルショップなど)	227	132	840	708	613
	10.保険満期返戻金	14,306	724	281	▲443	▲14,025
	11.保険一時金(生命保険、損害保険など)	6,853	1,069	4,402	3,333	▲2,451
	12.相続、贈与、退職金	5,882	0	82,169	82,169	76,287
	13.祝金、謝礼金、香典など	5,056	1,485	6,871	5,386	1,815
	14.身内からの仕送り	2,044	1,935	2,254	319	210
	15.借入れ(カードローン、キャッシング)	3,734	1,246	3,603	2,357	▲131
	16.その他	3,453	3,417	2,866	▲551	▲587
E.その他収入(控除後)	90,832	71,296	158,066	86,770	67,234	
I.収入計(C+D+E)		414,006	444,964	492,627	47,663	78,621
支 出	1.食費(飲食会費は含まない)	53,907	56,735	54,622	▲2,113	715
	2.住居費(家賃、駐車場、修繕)	21,494	18,124	15,876	▲2,248	▲5,618
	3.水道・光熱費(電気、ガス、上下水道、灯油など)	28,877	23,519	29,321	5,802	444
	4.生活用品(生活雑貨、家事消耗品など)	10,450	10,029	9,660	▲369	▲790
	5.被服・装飾費(衣服、アクセサリ等)	10,661	10,696	10,011	▲685	▲650
	6.医療・介護・理美容(通院、医薬品など)	10,654	11,922	11,521	▲401	867
	7.交通費1(バス、鉄道、飛行機、高速道路料金など)	4,087	5,699	3,206	▲2,493	▲881
	8.交通費2(ガソリン代)	18,653	19,482	18,328	▲1,154	▲325
	9.自動車関連費用(車検、メンテナンス、タイヤなど)	14,933	8,832	16,452	7,620	1,519
	10.通信費(電話、新聞、受信料、プロバイダー料金など)	18,259	19,518	19,029	▲489	770
	11.教育費(授業料、教材費、学習塾、部活費用など)	9,571	18,028	12,774	▲5,254	3,203
	12.育児費(子ども用品、保育園、幼稚園など)	6,072	5,985	5,554	▲431	▲518
	13.交際費(飲食会費、贈答品、冠婚葬祭費など)	23,337	17,510	26,081	8,571	2,744
	14.娯楽、趣味(旅行、レジャー、映画鑑賞など)	8,598	14,917	10,654	▲4,263	2,056
	15.習い事(英会話、料理教室、スポーツクラブなど)	1,978	2,417	2,256	▲161	278
	16.高額商品(パソコン、家電、家具、インテリアなど)	8,879	10,601	11,754	1,153	2,875
	17.金融商品1(株、国債、外貨、金など)	1,533	6,482	11,627	5,145	10,094
	18.金融商品2(投資信託、変額・定期年金保険)	2,107	5,224	28,155	22,931	26,048
	19.借入返済1(住宅ローン)	27,787	30,113	27,701	▲2,412	▲86
	20.借入返済2(自動車、学資、カードローン)	13,411	12,872	10,381	▲2,491	▲3,030
	21.税金、各種保険料支払い(給与天引き以外)	33,077	36,583	34,976	▲1,607	1,899
	22.身内への仕送り(学生など)	8,041	11,368	9,400	▲1,968	1,359
	23.小遣い、その他	29,778	31,977	37,723	5,746	7,945
II.支出計		366,144	388,635	417,062	28,427	50,918
平均消費性向(支出計÷収入計×100)		88.4%	87.3%	84.7%	▲2.7%	▲3.8%
平均貯蓄性向(1-平均消費性向)		11.6%	12.7%	15.3%	2.7%	3.8%

図表 8 家計の収支と平均消費性向の推移



家計簿調査によれば、収入面では可処分所得(収入の手取り額)が 493 千円となり前年同期比で 79 千円の増加となった。「その他収入(控除後)」の内訳をみると、「相続、贈与、退職金」が 76 千円と大きく増加した一方、減少となった項目では、「保健満期返戻金」の 14 千円減少が最も減少幅が大きく、その他の項目は総じて少額な減少にとどまった。勤労収入では「世帯主の勤労収入合計(手取り額)」が 12 千円増加した一方、「世帯員の勤労収入合計(手取り額)」は 0.3 千円減少となった。

支出面では支出合計が 417 千円となり、前年同期比で 51 千円の増加となった。増減額の大きな項目をみると、「金融商品 2(投資信託、変額・定額年金保険)」が 26 千円、「金融商品 1(株、国債、外貨、金など)」が 10 千円と投資項目で増加した一方、「住居費(家賃、駐車場、修繕)」が 6 千円、「借入れ返済 2(自動車、学資、カードローン)」が 3 千円減少した。

この結果、平均消費性向(家計支出/可処分所得)は 84.7%で、前年同期比 3.8 ポイントの減少となった。

V. 特別調査

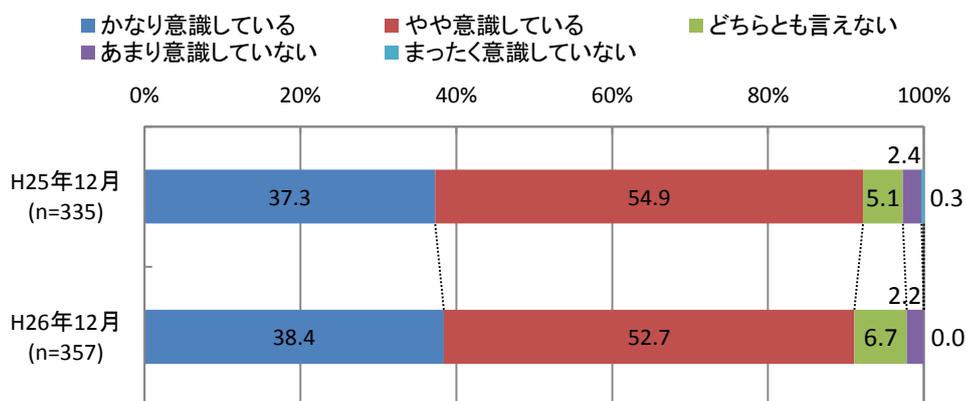
1. 節約の意識について

(1) 節約の意識について

日々の生活でどの程度節約を意識しているか尋ねたところ、「かなり意識している」が38.4%、「やや意識している」が52.7%となり、これを合計した「(節約を)意識している」と回答した世帯は91.1%と、昨年(平成25年12月)調査(92.2%)に比べてやや割合が低下したものの、引き続き全体の9割以上を占めた。

一方、「まったく意識していない」に「あまり意識していない」を合わせた「(節約を)意識していない」と回答した世帯は2.2%と、昨年調査(2.7%)と同様に極めて低い割合であった。

図表9 節約の意識について



(2) 節約を意識している理由

(1)で節約を意識していると回答した世帯に対して、その理由(複数回答)を尋ねたところ、「消費税が8%にあがったため」が61.3%と最も多く、次いで「物価全般が上がったため」が56.3%、「今後、経済状況や雇用環境の不安定な状況が見込まれるため」が54.2%と5割台で続いた。

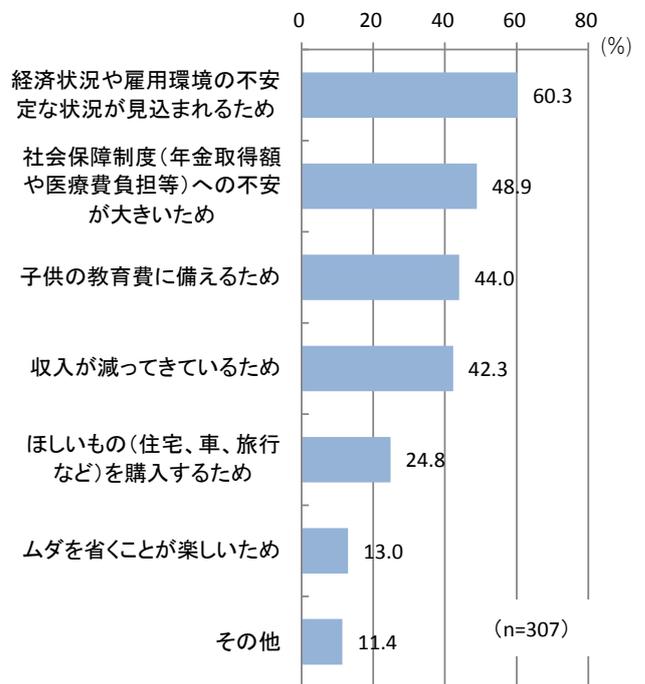
家計が節約に動いている背景として、消費税増税や物価上昇に伴う負担感のほか、今後の経済状況や社会保障制度など将来への不安も引き続き大きく影響している状況がうかがえる。

図表 10 節約を意識している理由(H26年12月)
(複数回答)



<参考>

図表 11 節約を意識している理由(H25年12月)
(複数回答)



※昨年(平成25年)12月調査では、設問の選択肢に「消費税が8%に上がったため」「物価全般が上がったため」という項目がない。

次に世帯主の年齢別に節約を意識している理由(上位3位)をみると、すべての年代で「消費税が8%に上がったため」が第2位までに入っており、年齢を問わず消費税増税が影響している状況がうかがわれた。

また、20歳代から40歳代の子育て世代では「子どもの教育費に備えるため」、50歳代から60歳代以上では「社会保障制度(年金取得額や医療費負担等)への不安が大きい」がそれぞれランクインしており、ライフステージごとの特徴がみられた。

図表12 世帯主の年齢別・節約を意識している理由(上位3位)
(複数回答)

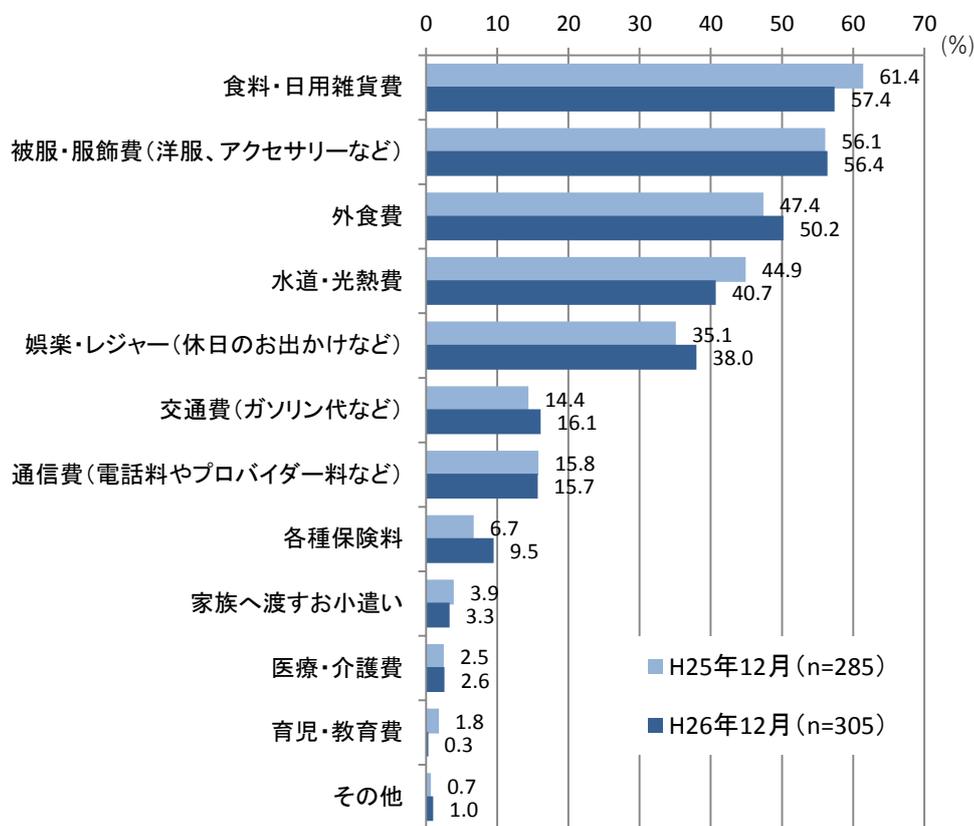
	調査年	第1位	第2位	第3位
20歳代	H25年	ほしいもの(住宅、車、旅行など)を購入するため(58.3%)	経済状況や雇用環境の不安定な状況が見込まれるため(41.7%) 子供の教育費に備えるため(41.7%)	
	H26年	今後、経済状況や雇用環境の不安定な状況が見込まれるため(77.8%)	子供の教育費に備えるため(55.6%) 消費税が8%に上がったため(55.6%) 物価全般が上がったため(55.6%)	
30歳代	H25年	子供の教育費に備えるため(59.5%)	経済状況や雇用環境の不安定な状況が見込まれるため(57.1%)	社会保障制度(年金取得額や医療費負担等)への不安が大きい(35.7%)
	H26年	消費税が8%に上がったため(63.3%)	今後、経済状況や雇用環境の不安定な状況が見込まれるため(57.0%)	子供の教育費に備えるため(50.6%)
40歳代	H25年	子供の教育費に備えるため(59.3%)	経済状況や雇用環境の不安定な状況が見込まれるため(54.9%)	社会保障制度(年金取得額や医療費負担等)への不安が大きい(42.9%)
	H26年	子供の教育費に備えるため(64.6%) 消費税が8%に上がったため(64.6%)		物価全般が上がったため(60.4%)
50歳代	H25年	経済状況や雇用環境の不安定な状況が見込まれるため(66.3%)	社会保障制度(年金取得額や医療費負担等)への不安が大きい(61.4%)	収入が減ってきているため(55.4%)
	H26年	今後、経済状況や雇用環境の不安定な状況が見込まれるため(59.6%)	社会保障制度(年金取得額や医療費負担等)への不安が大きい(55.3%) 消費税が8%に上がったため(55.3%)	
60歳代以上	H25年	経済状況や雇用環境の不安定な状況が見込まれるため(73.0%) 社会保障制度(年金取得額や医療費負担等)への不安が大きい(73.0%)		収入が減ってきているため(59.5%)
	H26年	社会保障制度(年金取得額や医療費負担等)への不安が大きい(82.2%)	今後、経済状況や雇用環境の不安定な状況が見込まれるため(64.4%) 消費税が8%に上がったため(64.4%) 物価全般が上がったため(64.4%)	

(3) 節約を特に意識する出費

(1)で節約を意識していると回答した世帯に対して、特に節約を意識している出費について尋ねた(回答は3つまで)ところ、「食料・日用雑貨費」が57.4%と最も多く、次いで「被服・服飾費(洋服、アクセサリなど)」が56.4%、「外食費」が50.2%が続いた。「食料・日用雑貨費」は出費の頻度が高いことから、消費税増税や物価上昇の影響を感じやすく、節約への意識が強く表れたものと考えられる。また、「被服・服飾費(洋服、アクセサリなど)」や「外食費」など不要不急の支出を抑え、生活防衛に動く消費者の意識も引き続き色濃くうかがえる結果となった。

また、昨年調査と比較すると、順位に若干の違いはあるものの大きな変化は見られず、上位5項目は同様の順位となった。

図表13 節約を特に意識している出費(回答3つまで)



VI. 調査の概要

1. 調査の目的

秋田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. 調査の内容

- ◆ 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：391世帯 有効回答数：357世帯 回答率：91.3%

3. 回答モニター属性



4. 調査の対象者

- ・秋田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）

5. 調査期間

- ・平成26年12月1日（月）～12日（金）

6. 地域区分

地域名	対象となる市町村名
県北	大館市、能代市、北秋田市、鹿角市、三種町、八峰町、小坂町、藤里町、上小阿仁村
中央	秋田市、由利本荘市、潟上市、男鹿市、にかほ市、五城目町、八郎潟町、井川町、大潟村
県南	横手市、大仙市、湯沢市、仙北市、美郷町、羽後町、東成瀬村

<お問い合わせ先>

株式会社フィデア総合研究所 研究開発グループ 後藤正彦(秋田本部)／松田美由紀(山形本社)
山形本社
 〒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@f-ric.co.jp URL：http://www.f-ric.co.jp
秋田本部
 〒010-0001 秋田県秋田市中通3-1-41 北都銀行本店3F
 TEL：018-837-1727 Fax：018-834-5508