

第 32 回「秋田県内家計の消費動向調査」結果

(2019 年 6 月調査)

～ 消費マインドは2期ぶりに改善。先行きは引き続き慎重な見通し ～

【調査の要旨】

- **消費指数**は▲70.3(前期比 0.1 ポイント上昇)と小幅ながら 2 期ぶりに改善した。内訳をみると、景気判断指数は▲37.2(同 2.7 ポイント下落)と 2 期連続で悪化した一方、暮らし向き判断指数が▲33.1(同 2.8 ポイント上昇)と 5 期ぶりの改善となった。
- **今後の見通し**は▲83.5(今回調査比 13.2 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、景気判断指数が▲43.3(同 6.1 ポイント下落)、暮らし向き判断指数が▲40.2(同 7.1 ポイント下落)と、ともに悪化が見込まれている。
- **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 5.9% (前期比 0.2 ポイント上昇)と 3 期連続、「住宅、土地の購入」が 2.1%(同 1.7 ポイント上昇)と 2 期連続でそれぞれ上昇したほか、「住宅リフォーム」は 3.8%(同 1.6 ポイント上昇)と 2 期ぶりに上昇し、3 項目で上昇した。一方、「海外旅行」は 0.8%(同 1.8 ポイント低下)と低下した。
- **家計簿調査**は、収入面では可処分所得(収入の手取り額)が 443 千円となり、前年同期比で 53 千円の増加となった。支出面では支出合計が 399 千円となり、前年同期比で 13 千円の減少となった。この結果、平均消費性向(家計支出/可処分所得)は 89.9%(前年同期比 15.7 ポイント低下)となった。
- **消費増税**による家計へのマイナス影響を尋ねたところ、『マイナスの影響がある』の割合は 96.3%と 9 割台後半となり、ほとんどの世帯で家計負担の増加を懸念している状況がうかがえた。

2019 年 7 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. 消費税の引上げによる家計への影響について.....	11
(1) 消費増税による増収分の使途について	11
(2) 消費増税による家計へのマイナスの影響について	11
(3) 消費増税前の高額商品の購入意向について(駆け込み需要)	12
(4) 消費増税に伴うポイント還元制度(キャッシュレス・消費者還元事業)について.....	12
VI. 調査の概要.....	15

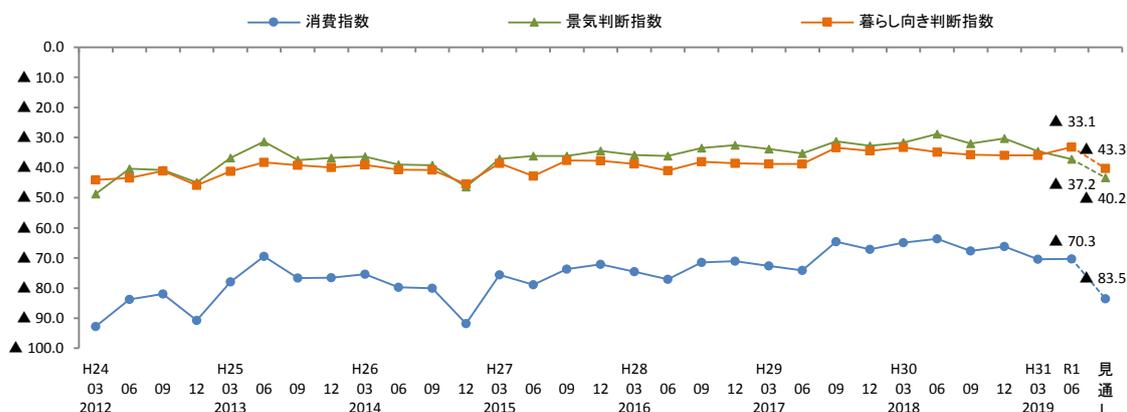
I. 消費指数

～消費マインドは 2 期ぶりに改善。先行きは引き続き慎重な見通し～

消費指数は▲70.3(前期比0.1ポイント上昇)と小幅ながら2期ぶりに改善した。内訳をみると、景気判断指数は▲37.2(同2.7ポイント下落)と2期連続で悪化した一方、暮らし向き判断指数が▲33.1(同2.8ポイント上昇)と5期ぶりの改善となった。

なお、今後の見通しについては▲83.5(今回調査比13.2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、景気判断指数が▲43.3(同6.1ポイント下落)、暮らし向き判断指数が▲40.2(同7.1ポイント下落)と、ともに悪化が見込まれている。暮らし向きについては改善の兆しがみられたものの依然として実感には乏しく、物価上昇の影響や景気の先行き不透明感などを映じて、先行きについては引き続き慎重な見通しとなっている。

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	
2018年	6月	▲ 63.6	▲ 28.8	▲ 34.8
	9月	▲ 67.7	▲ 32.0	▲ 35.7
	12月	▲ 66.2	▲ 30.3	▲ 35.9
	3月	▲ 70.4	▲ 34.5	▲ 35.9
2019年	6月	▲ 70.3	▲ 37.2	▲ 33.1
	(前期比)	(0.1)	(▲ 2.7)	(2.8)
	(前年同期比)	(▲ 6.7)	(▲ 8.4)	(1.7)
見通し		▲ 83.5	▲ 43.3	▲ 40.2
	(今回調査比)	(▲ 13.2)	(▲ 6.1)	(▲ 7.1)

【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											
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			
2014年	3月	▲75.4	▲36.3	▲7.1	▲9.0	▲20.2	▲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
2015年	3月	▲75.6	▲37.1	▲8.5	▲5.1	▲23.5	▲38.5	▲8.7	▲10.5	▲7.0	▲12.3
	6月	▲78.9	▲36.1	▲8.1	▲5.1	▲22.9	▲42.8	▲8.5	▲12.7	▲7.7	▲13.9
	9月	▲73.7	▲36.1	▲7.8	▲5.7	▲22.6	▲37.6	▲7.8	▲10.9	▲6.6	▲12.3
	12月	▲72.1	▲34.4	▲7.5	▲5.8	▲21.1	▲37.7	▲8.0	▲10.9	▲6.7	▲12.1
2016年	3月	▲74.5	▲35.8	▲10.0	▲6.8	▲19.0	▲38.7	▲8.7	▲10.5	▲7.6	▲11.9
	6月	▲77.1	▲36.1	▲10.5	▲6.0	▲19.6	▲41.0	▲8.7	▲12.4	▲7.4	▲12.5
	9月	▲71.5	▲33.5	▲9.5	▲5.3	▲18.7	▲38.0	▲8.2	▲11.1	▲6.5	▲12.2
	12月	▲71.0	▲32.5	▲8.6	▲5.1	▲18.8	▲38.5	▲8.0	▲11.4	▲6.9	▲12.2
2017年	3月	▲72.6	▲33.8	▲9.3	▲5.9	▲18.6	▲38.8	▲7.9	▲11.4	▲7.3	▲12.2
	6月	▲74.1	▲35.3	▲9.4	▲4.4	▲21.5	▲38.8	▲7.8	▲11.4	▲7.0	▲12.6
	9月	▲64.6	▲31.2	▲8.5	▲4.2	▲18.5	▲33.4	▲7.6	▲10.4	▲4.5	▲10.9
	12月	▲67.1	▲32.7	▲8.7	▲4.0	▲20.0	▲34.4	▲7.1	▲10.1	▲5.9	▲11.3
2018年	3月	▲64.9	▲31.7	▲7.6	▲3.1	▲21.0	▲33.2	▲7.1	▲9.6	▲5.5	▲11.0
	6月	▲63.6	▲28.8	▲6.1	▲1.8	▲20.9	▲34.8	▲7.1	▲10.1	▲5.6	▲12.0
	9月	▲67.7	▲32.0	▲8.6	▲3.7	▲19.7	▲35.7	▲8.2	▲10.6	▲5.5	▲11.4
	12月	▲66.2	▲30.3	▲7.7	▲2.4	▲20.2	▲35.9	▲7.8	▲10.6	▲5.3	▲12.2
2019年	3月	▲70.4	▲34.5	▲8.7	▲3.5	▲22.3	▲35.9	▲8.1	▲10.4	▲6.1	▲11.3
	6月	▲70.3	▲37.2	▲10.1	▲4.5	▲22.6	▲33.1	▲7.8	▲10.1	▲4.5	▲10.7
	9月(見直し)	▲83.5	▲43.3	▲13.2	▲6.8	▲23.3	▲40.2	▲9.8	▲10.3	▲7.7	▲12.4

(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			
2014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
2015年	3月	16.2	9.3	4.9	4.0	0.4	6.9	2.0	1.3	1.7	1.9
	6月	▲3.3	1.0	0.4	0.0	0.6	▲4.3	0.2	▲2.2	▲0.7	▲1.6
	9月	5.2	0.0	0.3	▲0.6	0.3	5.2	0.7	1.8	1.1	1.6
	12月	1.6	1.7	0.3	▲0.1	1.5	▲0.1	▲0.2	0.0	▲0.1	0.2
2016年	3月	▲2.4	▲1.4	▲2.5	▲1.0	2.1	▲1.0	▲0.7	0.4	▲0.9	0.2
	6月	▲2.6	▲0.3	▲0.5	0.8	▲0.6	▲2.3	0.0	▲1.9	0.2	▲0.6
	9月	5.6	2.6	1.0	0.7	0.9	3.0	0.5	1.3	0.9	0.3
	12月	0.5	1.0	0.9	0.2	▲0.1	▲0.5	0.2	▲0.3	▲0.4	0.0
2017年	3月	▲1.6	▲1.3	▲0.7	▲0.8	0.2	▲0.3	0.1	0.0	▲0.4	0.0
	6月	▲1.5	▲1.5	▲0.1	1.5	▲2.9	0.0	0.1	0.0	0.3	▲0.4
	9月	9.5	4.1	0.9	0.2	3.0	5.4	0.2	1.0	2.5	1.7
	12月	▲2.5	▲1.5	▲0.2	0.2	▲1.5	▲1.0	0.5	0.3	▲1.4	▲0.4
2018年	3月	2.2	1.0	1.1	0.9	▲1.0	1.2	0.0	0.5	0.4	0.3
	6月	1.3	2.9	1.5	1.3	0.1	▲1.6	0.0	▲0.5	▲0.1	▲1.0
	9月	▲4.1	▲3.2	▲2.5	▲1.9	1.2	▲0.9	▲1.1	▲0.5	0.1	0.6
	12月	1.5	1.7	0.9	1.3	▲0.5	▲0.2	0.4	0.0	0.2	▲0.8
2019年	3月	▲4.2	▲4.2	▲1.0	▲1.1	▲2.1	0.0	▲0.3	0.2	▲0.8	0.9
	6月	0.1	▲2.7	▲1.4	▲1.0	▲0.3	2.8	0.3	0.3	1.6	0.6
	9月(見直し)	▲13.2	▲6.1	▲3.1	▲2.3	▲0.7	▲7.1	▲2.0	▲0.2	▲3.2	▲1.7

(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			
2014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
2015年	3月	▲0.2	▲0.8	▲1.4	3.9	▲3.3	0.6	1.5	0.8	▲1.5	▲0.2
	6月	0.8	2.9	0.3	2.3	0.3	▲2.1	▲0.3	▲0.8	▲1.1	0.1
	9月	6.3	3.1	1.2	1.2	0.7	3.2	1.5	0.3	0.3	1.1
	12月	19.7	12.0	5.9	3.3	2.8	7.7	2.7	0.9	2.0	2.1
2016年	3月	1.1	1.3	▲1.5	▲1.7	4.5	▲0.2	0.0	0.0	▲0.6	0.4
	6月	1.8	0.0	▲2.4	▲0.9	3.3	1.8	▲0.2	0.3	0.3	1.4
	9月	2.2	2.6	▲1.7	0.4	3.9	▲0.4	▲0.4	▲0.2	0.1	0.1
	12月	1.1	1.9	▲1.1	0.7	2.3	▲0.8	0.0	▲0.5	▲0.2	▲0.1
2017年	3月	1.9	2.0	0.7	0.9	0.4	▲0.1	0.8	▲0.9	0.3	▲0.3
	6月	3.0	0.8	1.1	1.6	▲1.9	2.2	0.9	1.0	0.4	▲0.1
	9月	6.9	2.3	1.0	1.1	0.2	4.6	0.6	0.7	2.0	1.3
	12月	3.9	▲0.2	▲0.1	1.1	▲1.2	4.1	0.9	1.3	1.0	0.9
2018年	3月	7.7	2.1	1.7	2.8	▲2.4	5.6	0.8	1.8	1.8	1.2
	6月	10.5	6.5	3.3	2.6	0.6	4.0	0.7	1.3	1.4	0.6
	9月	▲3.1	▲0.8	▲0.1	0.5	▲1.2	▲2.3	▲0.6	▲0.2	▲1.0	▲0.5
	12月	0.9	2.4	1.0	1.6	▲0.2	▲1.5	▲0.7	▲0.5	0.6	▲0.9
2019年	3月	▲5.5	▲2.8	▲1.1	▲0.4	▲1.3	▲2.7	▲1.0	▲0.8	▲0.6	▲0.3
	6月	▲6.7	▲8.4	▲4.0	▲2.7	▲1.7	1.7	▲0.7	0.0	1.1	1.3
	9月(見直し)	▲15.8	▲11.3	▲4.6	▲3.1	▲3.6	▲4.5	▲1.6	0.3	▲2.2	▲1.0

II. 消費指数(内訳)

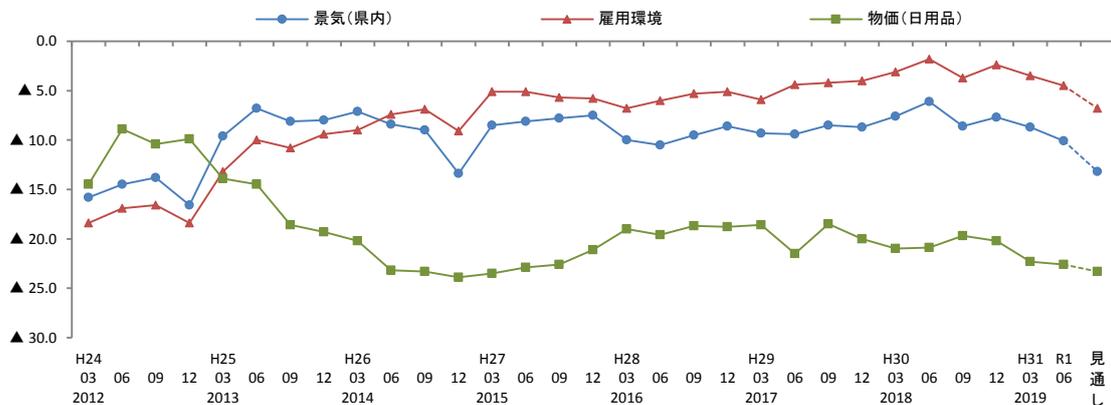
1. 景気判断

(1) 景気判断の概況

景気判断指数は▲37.2(前期比 2.7 ポイント下落)と 2 期連続で悪化した。指数を構成する個別指数で見ると、「景気(県内)」、「雇用環境」、「物価(日用品)」の 3 項目すべてが引き続き悪化となった。

なお、今後の見通しについては▲43.3(今回調査比 6.1 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▲13.2(同 3.1 ポイント下落)、「雇用環境」が▲6.8(同 2.3 ポイント下落)、「物価(日用品)」が▲23.3(同 0.7 ポイント下落)と、すべての項目で悪化が見込まれている。

図表 3 景気判断指数(内訳)の推移



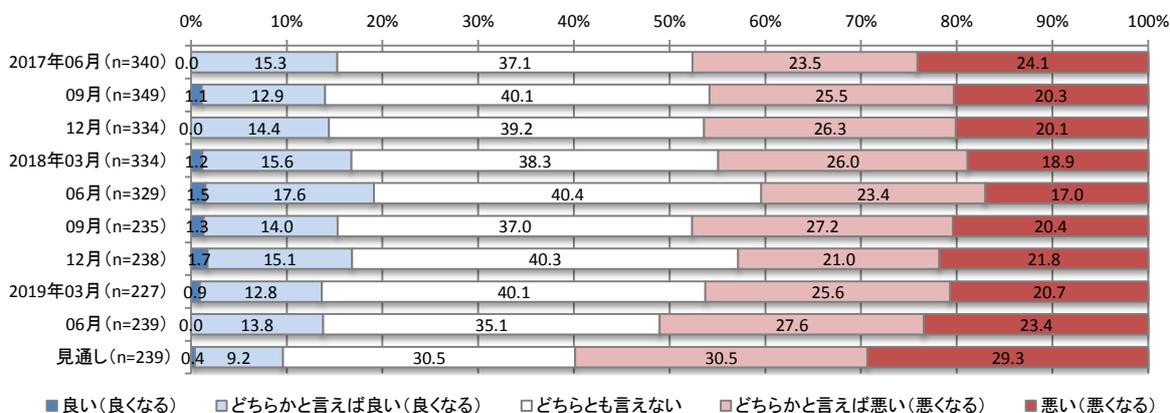
調査時期		景気判断指数			
			景気(県内)	雇用環境	物価(日用品)
2018年	6月	▲28.8	▲6.1	▲1.8	▲20.9
	9月	▲32.0	▲8.6	▲3.7	▲19.7
	12月	▲30.3	▲7.7	▲2.4	▲20.2
	3月	▲34.5	▲8.7	▲3.5	▲22.3
2019年	6月	▲37.2	▲10.1	▲4.5	▲22.6
	(前期比)	(▲2.7)	(▲1.4)	(▲1.0)	(▲0.3)
	(前年同期比)	(▲8.4)	(▲4.0)	(▲2.7)	(▲1.7)
	見通し	▲43.3	▲13.2	▲6.8	▲23.3
	(今回調査比)	(▲6.1)	(▲3.1)	(▲2.3)	(▲0.7)

【指数の見方】

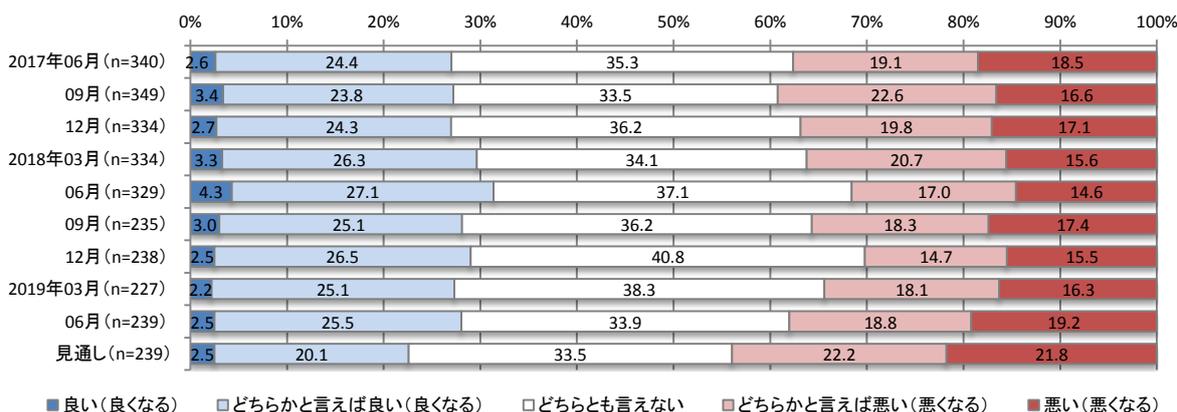
景気判断指数は景気(県内)、雇用環境、物価(日用品)の 3 項目の合計からなり、値は 100~▲100 の範囲をとります。指数がプラスであれば県内景気は高揚していると判断します。一方、指数がマイナスであれば低迷していると判断します。

(2) 景気判断の推移

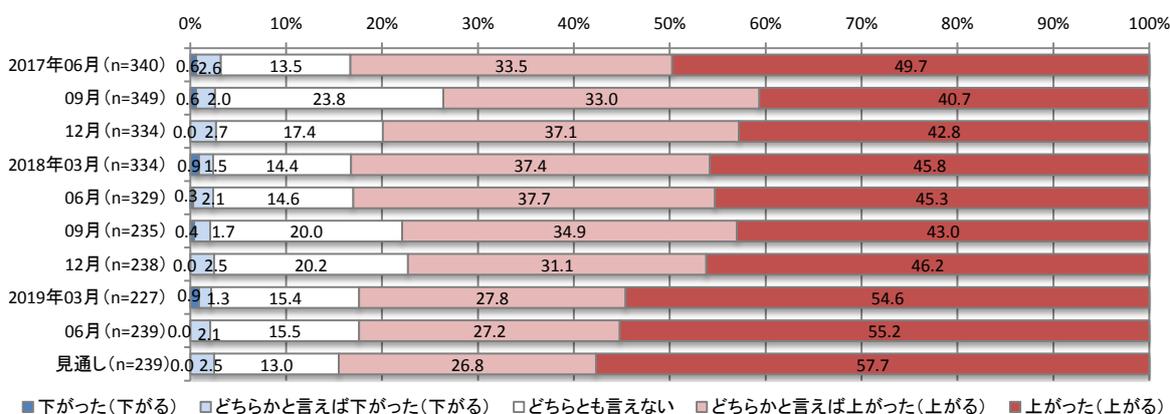
① 景気(県内)



② 雇用環境



③ 物価(日用品)



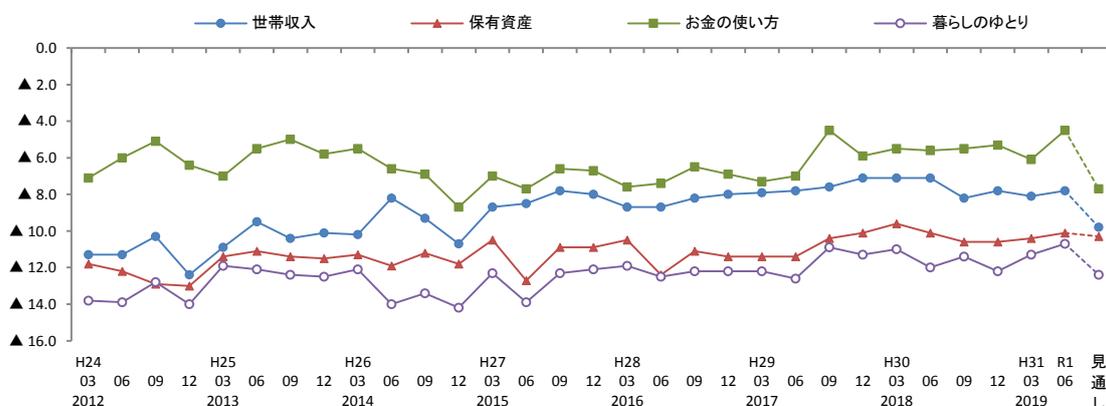
2. 暮らし向き判断

(1) 暮らし向き判断の概況

暮らし向き判断指数は▲33.1(前期比 2.8 ポイント上昇)と 5 期ぶりに改善した。指数を構成する個別指数でみると、4 項目すべてが改善となった。

なお、今後の見通しについては▲40.2(今回調査比 7.1 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」が▲9.8(同 2.0 ポイント下落)、「保有資産」が▲10.3(同 0.2 ポイント下落)、「お金の使い方」が▲7.7(同 3.2 ポイント下落)、「暮らしのゆとり」が▲12.4(同 1.7 ポイント下落)と、すべての項目で悪化が見込まれている。

図表 4 暮らし向き判断指数(内訳)の推移



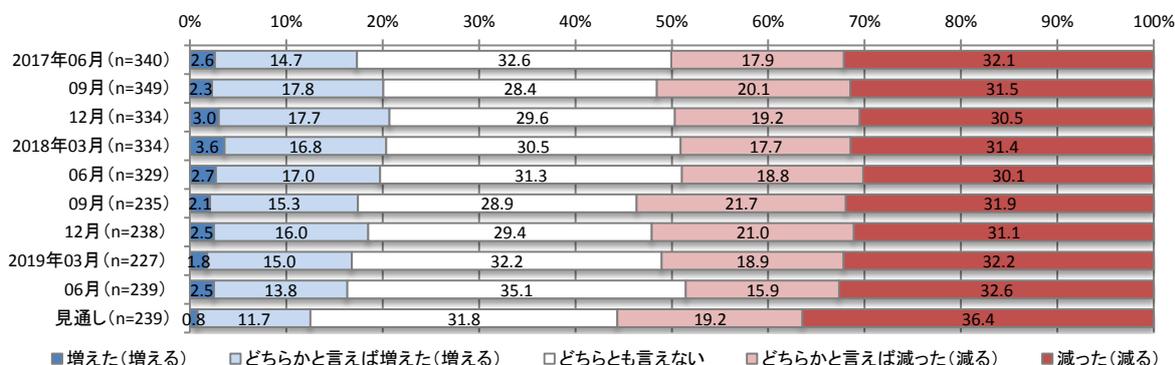
調査時期		暮らし向き判断指数				
			世帯収入	保有資産	お金の使い方	暮らしのゆとり
2018年	6月	▲ 34.8	▲ 7.1	▲ 10.1	▲ 5.6	▲ 12.0
	9月	▲ 35.7	▲ 8.2	▲ 10.6	▲ 5.5	▲ 11.4
	12月	▲ 35.9	▲ 7.8	▲ 10.6	▲ 5.3	▲ 12.2
	3月	▲ 35.9	▲ 8.1	▲ 10.4	▲ 6.1	▲ 11.3
2019年	6月	▲ 33.1	▲ 7.8	▲ 10.1	▲ 4.5	▲ 10.7
	(前期比)	(2.8)	(0.3)	(0.3)	(1.6)	(0.6)
	(前年同期比)	(1.7)	(▲ 0.7)	(0.0)	(1.1)	(1.3)
	見通し	▲ 40.2	▲ 9.8	▲ 10.3	▲ 7.7	▲ 12.4
	(今回調査比)	(▲ 7.1)	(▲ 2.0)	(▲ 0.2)	(▲ 3.2)	(▲ 1.7)

【指数の見方】

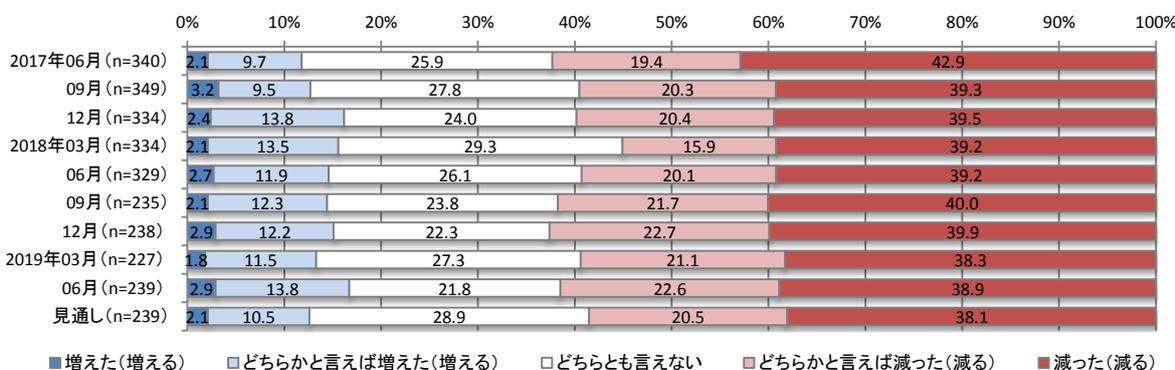
暮らし向き指数は世帯収入、保有資産、お金の使い方、暮らしのゆとりの 4 項目の合計からなり、値は 100～▲100 の範囲をとります。指数がプラスであれば暮らし向きは高揚していると判断します。一方、指数がマイナスであれば低迷していると判断します。

(2) 暮らし向き判断の推移

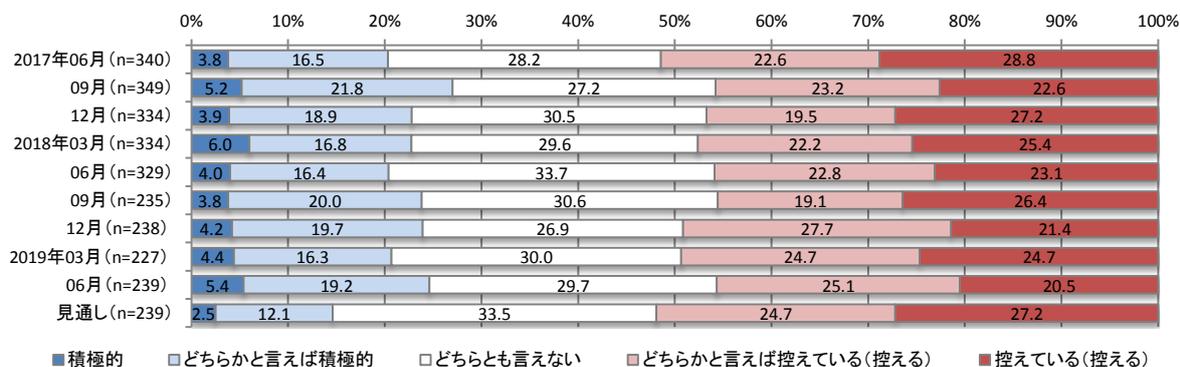
① 世帯(勤労)収入



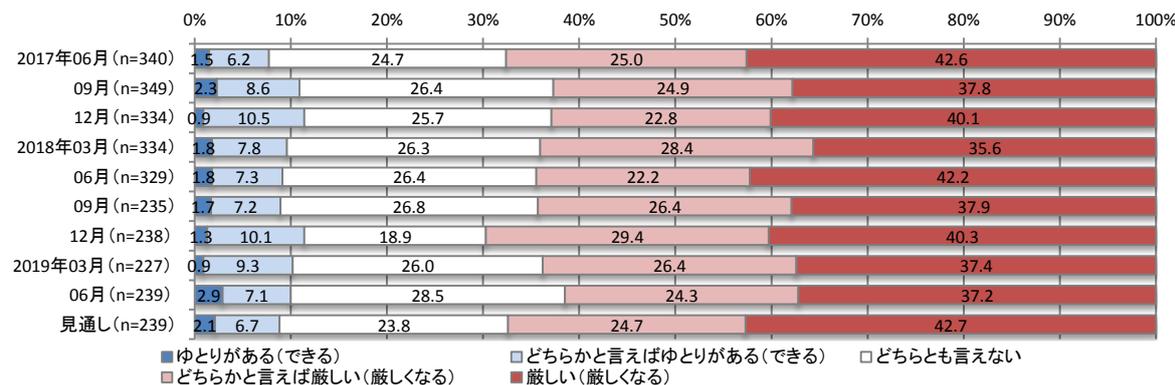
② 保有資産



③ お金の使い方



④ 暮らしのゆとり



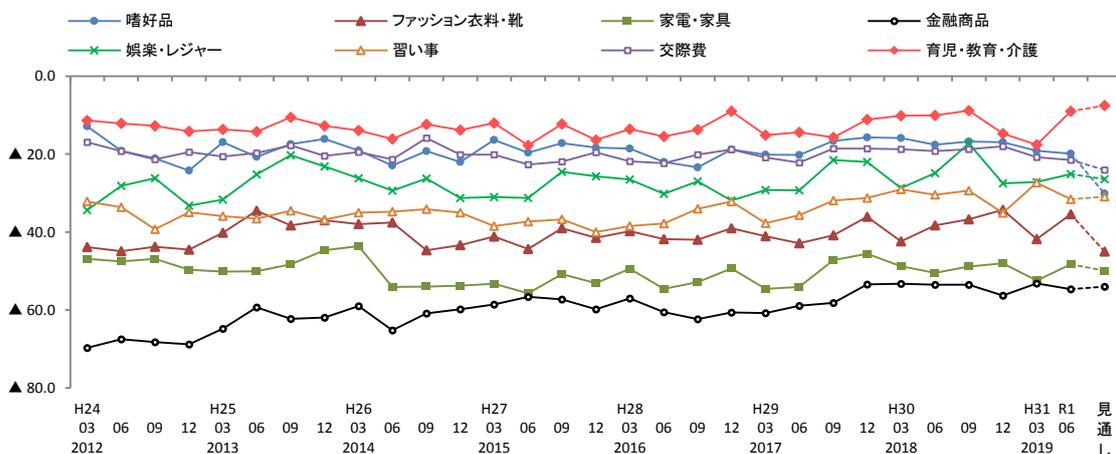
III. 支出意向

1. 支出意向D I の推移

支出意向D I の平均値は▲30.7(前期比 1.7 ポイント上昇)と3期ぶりに改善した。支出意向D I を構成する8つの項目でみると、「育児・教育・介護」、「ファッション・衣料品」、「家電・家具」、「娯楽・レジャー」の4項目が改善した一方、その他の4項目は悪化となった。

なお、今後の見通しについては▲33.5(今回調査比 2.8 ポイント下落)と悪化が見込まれている。8つの項目でみると、改善が見込まれているのは「育児・教育・介護」、「金融商品」、「習い事」の3項目で、その他の5項目では悪化が見込まれている。

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	
2018年	6月	▲30.6	▲17.6	▲38.3	▲50.5	▲53.6	▲24.9	▲30.5	▲19.2	▲10.1
	9月	▲28.8	▲16.8	▲36.8	▲48.9	▲53.6	▲17.3	▲29.4	▲18.8	▲8.9
	12月	▲31.4	▲17.0	▲34.3	▲48.1	▲56.3	▲27.5	▲35.1	▲18.0	▲14.7
	3月	▲32.4	▲19.2	▲41.8	▲52.5	▲53.2	▲27.2	▲27.3	▲20.8	▲17.6
2019年	6月	▲30.7	▲19.9	▲35.4	▲48.3	▲54.7	▲25.2	▲31.6	▲21.6	▲9.1
	(前期比)	(1.7)	(▲0.8)	(6.4)	(4.2)	(▲1.5)	(2.0)	(▲4.3)	(▲0.7)	(8.6)
	(前年同期比)	(▲0.1)	(▲2.3)	(2.9)	(2.2)	(▲1.1)	(▲0.3)	(▲1.2)	(▲2.3)	(1.1)
見通し	▲33.5	▲30.2	▲45.0	▲50.0	▲54.0	▲26.4	▲31.0	▲24.1	▲7.5	
(今回調査比)	(▲2.8)	(▲10.3)	(▲9.6)	(▲1.7)	(0.7)	(▲1.3)	(0.7)	(▲2.5)	(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

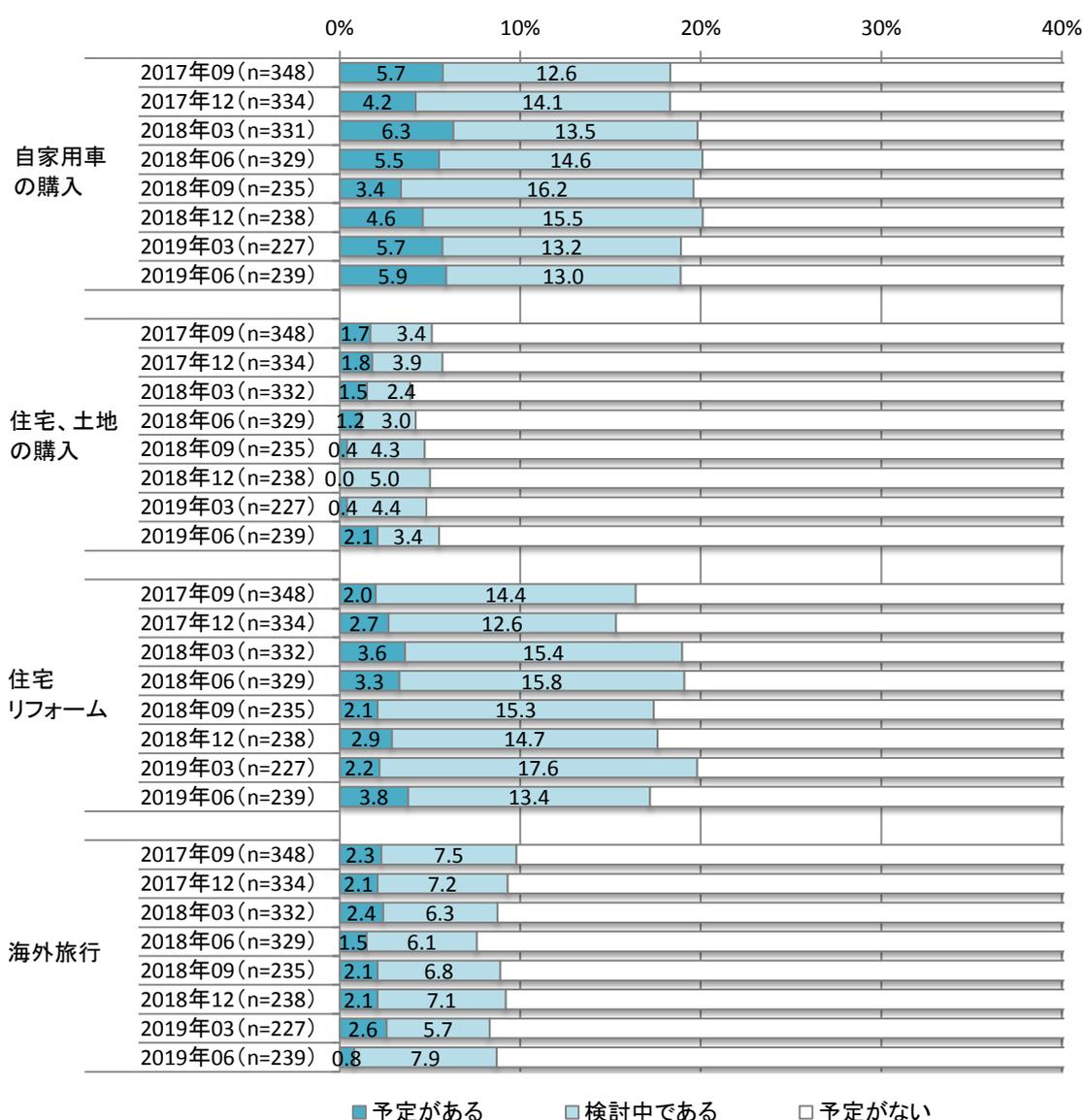
$$= (\text{「1. 意欲的である」と回答した世帯の割合} \times 1.0 + \text{「2. どちらかと言えば意欲的である」と回答した世帯の割合} \times 0.5) - (\text{「3. どちらかと言えば控えている」と回答した世帯の割合} \times 0.5 + \text{「4. 控えている」と回答した世帯の割合} \times 1.0)$$

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 5.9% (前期比 0.2 ポイント上昇) と 3 期連続、「住宅、土地の購入」が 2.1% (同 1.7 ポイント上昇) と 2 期連続でそれぞれ上昇したほか、「住宅リフォーム」は 3.8% (同 1.6 ポイント上昇) と 2 期ぶりに上昇し、3 項目で上昇した。一方、「海外旅行」は 0.8% (同 1.8 ポイント低下) と低下した。

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)の割合は、「住宅、土地の購入」と「海外旅行」で上昇した一方、「住宅リフォーム」では低下し、「自家用車の購入」は横ばいとなった。

図表 6 支出意向(大きな買い物)の推移

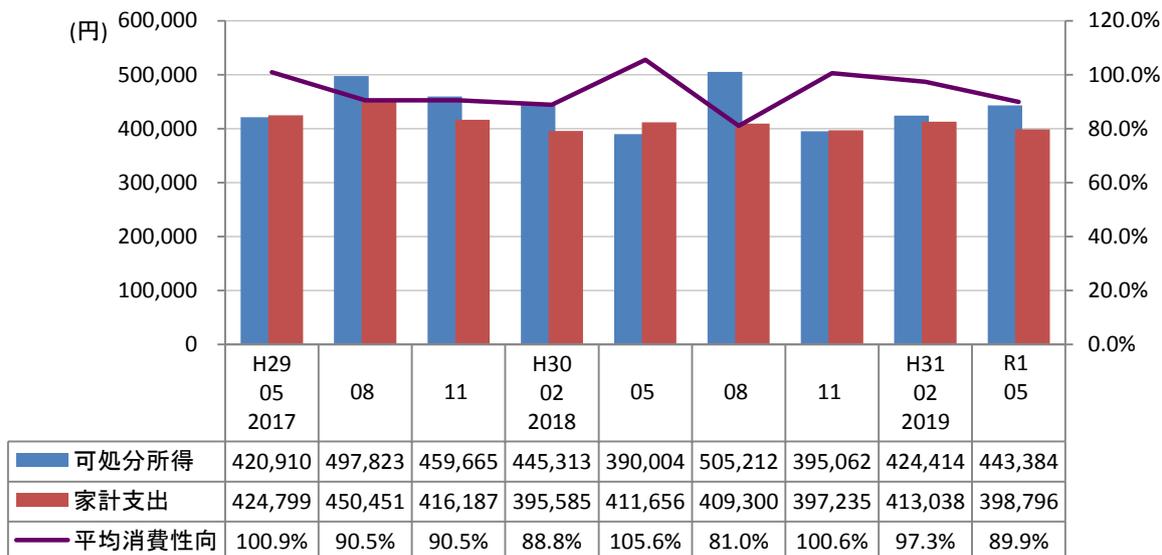


IV. 家計簿調査

図表7 2019年5月の家計簿(239世帯)

調査項目		調査年月		(単位:円)			
		2018年5月	2019年2月	2019年5月	前期比	前年同期比	
給与	世帯主の定例給与《支給額》	310,569	314,718	329,713	14,995	19,144	
	世帯主の臨時給与《支給額》	2,492	4,590	4,313	▲277	1,821	
	A. 世帯主の給与《支給額》	313,061	319,308	334,026	14,718	20,965	
	世帯員の定例給与《支給額》	110,887	116,582	113,454	▲3,128	2,567	
	世帯員の臨時給与《支給額》	1,217	1,454	7,678	6,224	6,461	
	B. 世帯員の給与《支給額》	112,104	118,036	121,132	3,096	9,028	
世帯収入合計《支給額》(A+B)		425,165	437,344	455,158	17,814	29,993	
収入(手取り額)	世帯主の定例給与《手取り額》	239,048	239,216	240,030	814	982	
	世帯主の臨時給与《手取り額》	2,120	3,568	3,828	260	1,708	
	C. 世帯主の勤労収入合計《手取り額》	241,168	242,784	243,858	1,074	2,690	
	世帯員の定例給与《手取り額》	91,180	94,287	92,648	▲1,639	1,468	
	世帯員の臨時給与《手取り額》	1,043	1,233	5,230	3,997	4,187	
	D. 世帯員の勤労収入合計《手取り額》	92,223	95,520	97,878	2,358	5,655	
	世帯勤労収入合計《手取り額》(C+D)		333,391	338,304	341,736	3,432	8,345
	1. 公的年金給付(老齢、障害、遺族年金)	13,994	48,211	8,596	▲39,615	▲5,398	
	2. 保険給付金(医療、介護、失業保険)	2,512	1,787	1,881	94	▲631	
	3. 各種手当(児童手当、障害者手当など)	2,708	11,736	2,406	▲9,330	▲302	
	4. 利息、株式配当、投信配当金	2,443	2,640	2,712	72	269	
	5. 事業収入(個人事業、農林水産業など)	2,353	969	536	▲433	▲1,817	
	6. 不動産収入(駐車場、アパート家賃など)	4,088	1,762	1,563	▲199	▲2,525	
	7. 有価証券売却・解約金(株、投資信託など)	6,872	2,821	10	▲2,811	▲6,862	
	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)	216	183	185	2	▲31	
10. 保険満期返戻金	456	132	21	▲111	▲435		
11. 保険一時金(生命保険、損害保険など)	10,334	6,784	4,084	▲2,700	▲6,250		
12. 相続、贈与、退職金	0	0	56,485	56,485	56,485		
13. 祝金、謝礼金、香典など	656	1,097	1,641	544	985		
14. 身内からの仕送り	2,510	2,379	2,151	▲228	▲359		
15. 借入れ(カードローン、キャッシング)	1,650	2,325	14,842	12,517	13,192		
16. その他	5,821	3,284	4,535	1,251	▲1,286		
E. その他収入(控除後)	56,613	86,110	101,648	15,538	45,035		
I. 収入計(C+D+E)		390,004	424,414	443,384	18,970	53,380	
支出	1. 食費(飲食会費は含まない)	56,839	57,240	57,083	▲157	244	
	2. 住居費(家賃、駐車場、修繕)	24,548	12,081	12,508	427	▲12,040	
	3. 水道・光熱費(電気、ガス、上下水道、灯油など)	27,033	38,277	27,964	▲10,313	931	
	4. 生活用品(生活雑貨、家事消耗品など)	10,016	9,560	9,852	292	▲164	
	5. 被服・装飾費(衣服、アクセサリー等)	9,697	9,976	11,021	1,045	1,324	
	6. 医療・介護・理美容(通院、医薬品など)	13,736	17,056	12,265	▲4,791	▲1,471	
	7. 交通費1(バス、鉄道、飛行機、高速道路料金など)	4,554	2,989	4,666	1,677	112	
	8. 交通費2(ガソリン代)	17,163	16,978	17,259	281	96	
	9. 自動車関連費用(車検、メンテナンス、タイヤなど)	18,529	46,470	23,215	▲23,255	4,686	
	10. 通信費(電話、新聞、受信料、プロバイダー料金など)	22,814	23,008	23,127	119	313	
	11. 教育費(授業料、教材費、学習塾、部活費用など)	16,215	11,741	12,387	646	▲3,828	
	12. 育児費(子ども用品、保育園、幼稚園など)	3,469	4,223	3,810	▲413	341	
	13. 交際費(飲食会費、贈答品、冠婚葬祭費など)	21,079	13,373	17,883	4,510	▲3,196	
	14. 娯楽、趣味(旅行、レジャー、映画鑑賞など)	15,716	9,320	17,623	8,303	1,907	
	15. 習い事(英会話、料理教室、スポーツクラブなど)	2,475	2,953	2,590	▲363	115	
	16. 高額商品(パソコン、家電、家具、インテリアなど)	9,998	19,860	20,373	513	10,375	
	17. 金融商品1(株、国債、外貨、金など)	10,387	3,220	2,650	▲470	▲7,737	
	18. 金融商品2(投資信託、変額・定額年金保険)	6,859	3,350	2,865	▲485	▲3,994	
	19. 借入返済1(住宅ローン)	26,377	28,393	26,204	▲2,189	▲173	
	20. 借入返済2(自動車、学資、カードローン)	12,517	9,184	11,209	2,025	▲1,308	
	21. 税金、各種保険料支払い(給与天引き以外)	42,354	33,237	40,589	7,352	▲1,765	
	22. 身内への仕送り(学生など)	10,028	9,307	11,351	2,044	1,323	
	23. 小遣い、その他	29,253	31,242	30,302	▲940	1,049	
II. 支出計		411,656	413,038	398,796	▲14,242	▲12,860	
平均消費性向(支出計÷収入計×100)		105.6%	97.3%	89.9%	▲7.4%	▲15.7%	
平均貯蓄性向(1-平均消費性向)		▲5.6%	2.7%	10.1%	7.4%	15.7%	

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443千円となり、前年同期比で53千円の増加となった。勤労収入では、「世帯主の勤労収入合計(手取り額)」が3千円の増加、「世帯員の勤労収入合計(手取り額)」が6千円の増加とともに増加し、これを合わせた「世帯勤労収入合計(手取り額)」は342千円で同8千円の増加となった。「その他収入(控除後)」は102千円で同45千円の増加となった。このうち増減額の大きな項目をみると、「相続、贈与、退職金」が56千円増加、「借入れ(カードローン、キャッシング)」が13千円増加となった一方、「有価証券売却・解約金(株、投資信託など)」が7千円減少、「保険一時金(生命保険、損害保険など)」が6千円減少となった。

支出面では支出合計が399千円となり、前年同期比で13千円の減少となった。増減額の大きな項目をみると、「高額商品(パソコン、家電、家具、インテリアなど)」が10千円増加となった一方、「住居費(家賃、駐車場、修繕)」が12千円減少、「金融商品1(株、国債、外貨、金など)」が8千円減少となった。

この結果、平均消費性向(家計支出/可処分所得)は89.9%(前年同期比15.7ポイント低下)となった。

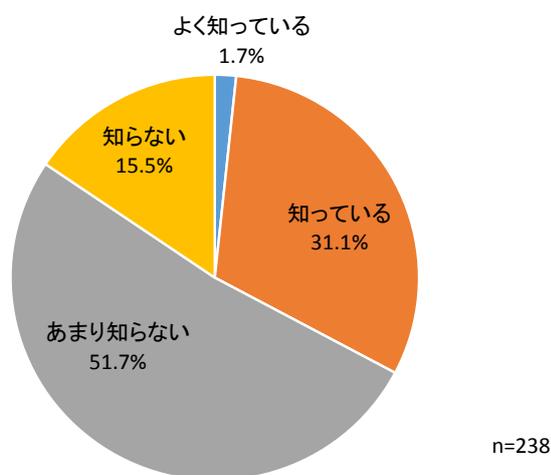
V. 特別調査

1. 消費税の引上げによる家計への影響について

(1) 消費税増税による増収分の使途について

消費税増税によって見込まれる増収分の使途を知っているかどうか尋ねたところ、「あまり知らない」の割合が51.7%と半数以上を占め、これに「知らない」(15.5%)を合わせた『知らない』の割合は67.2%と7割近くとなった。一方、『知っている』(「よく知っている」+「知っている」の合計)の割合は32.8%と3割台となった。

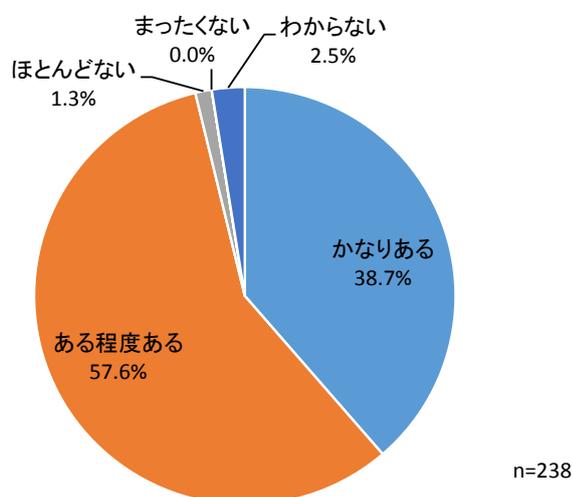
図表9 増収分の使途について



(2) 消費税増税による家計へのマイナスの影響について

消費税増税による家計へのマイナス影響を尋ねたところ、「ある程度ある」の割合が57.6%ともっとも高く、次いで「かなりある」が38.7%で続き、これらを合わせた『マイナスの影響がある』の割合は96.3%と9割台後半となり、ほとんどの世帯で家計負担の増加を懸念している状況がうかがえた。

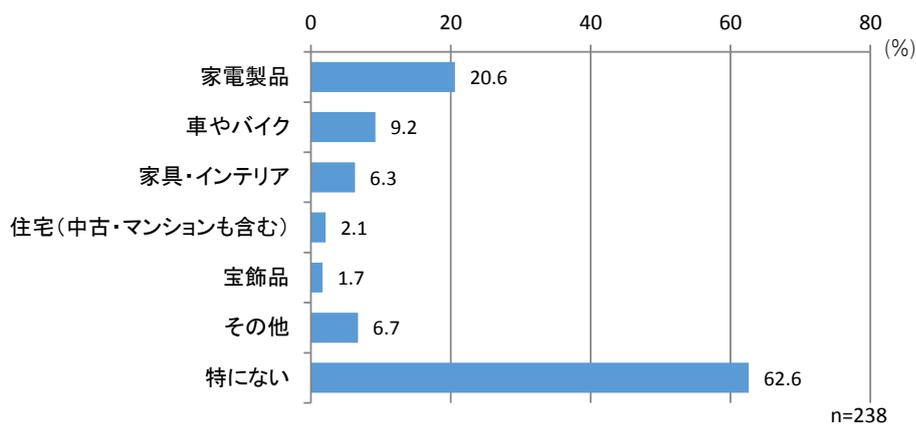
図表10 家計へのマイナス影響について



(3) 消費増税前の高額商品の購入意向について(駆け込み需要)

消費増税前に購入予定の高額商品を尋ねたところ、「家電製品」の割合が 20.6%で最も高く、次いで「車やバイク」が 9.2%となった。一方、「特にない」の割合が 62.6%と突出して高くなっており、増税前の購入意向の高まりはさほど感じられない結果となった。

図表 11 購入予定の高額商品(複数回答)

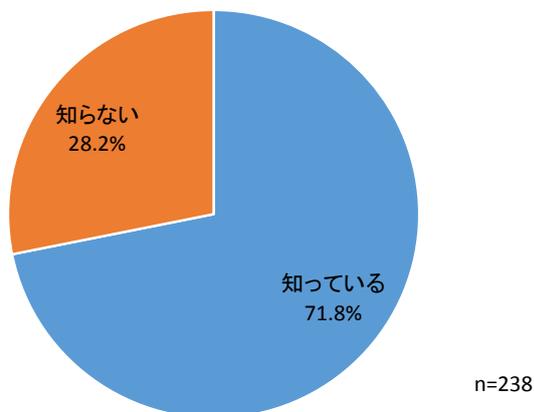


(4) 消費増税に伴うポイント還元制度(キャッシュレス・消費者還元事業)について

① ポイント還元制度の認知度

消費増税の影響を緩和するための経済政策のひとつとして予定されているポイント還元制度について、知っているかどうか尋ねたところ、「知っている」の割合が 71.8%と、7 割以上を占めた。

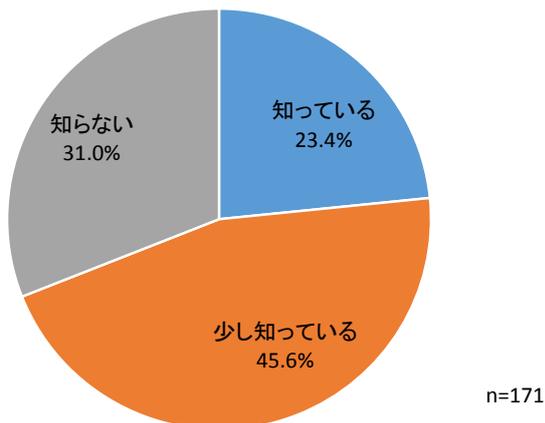
図表 12 ポイント還元制度の認知度



② ポイント還元制度が利用できる店について

ポイント還元制度を「知っている」と答えた人に、ポイント還元が利用できるのは中小の小売店等であり、対象となる店が限られることを知っているかどうか尋ねたところ、「少し知っている」の割合が 45.6%でもっとも高くなった。次いで「知っている」が 23.4%となり、これらを合わせた『知っている』の割合は 69.0%となった。

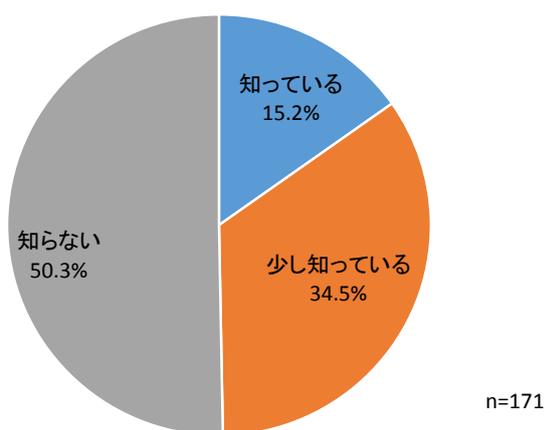
図表 13 対象となる店についての認知度



③ 対象となるキャッシュレス決済について

ポイント還元制度を「知っている」と答えた人に、ポイント還元となるのはキャッシュレス決済の場合だが、すべてのクレジットカードや電子マネーなどが対象とはならないことを知っているかどうか尋ねたところ、「知らない」の割合が 50.3%と半数以上となり、もっとも高くなった。

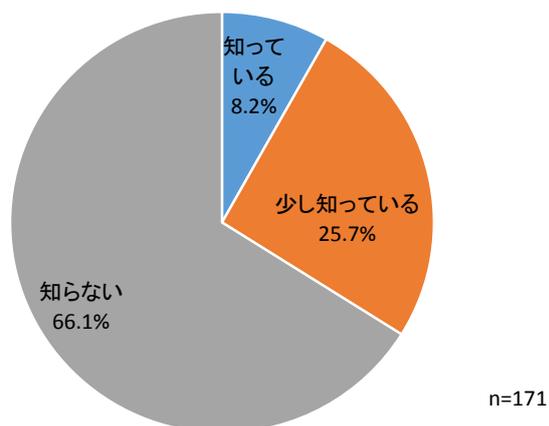
図表 14 対象となるキャッシュレス決済についての認知度



④ 還元率について

ポイント還元制度を「知っている」と答えた人に、何%が還元されるか知っているかどうか尋ねたところ、「知らない」の割合が 66.1%となり、6 割以上を占めた。

図表 15 還元率についての認知度



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：249世帯 有効回答数：239世帯 回答率：96.0%

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

- ・2019年6月3日（月）～14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 地域政策コンサルティンググループ(秋田本部) 後藤/佐藤

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 6F
TEL : 018-837-1727 Fax : 018-834-5508