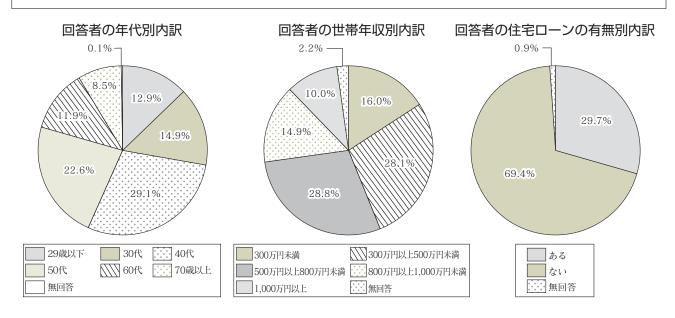


第35回 秋田県消費動向調査

- 1 「昨年と比較した暮らし向き」は、「良くなった」(7.7%)が昨年調査(2018年10月実施)から4.7ポイント低下し、他方、「悪くなった」(25.3%)が5年ぶりに上昇し、2015年以降続いていた緩やかな改善傾向から悪化に転じた。
- 2 「昨年と比較した世帯収入の増減」は、「増加した」(25.8%)が昨年調査から3.2ポイント上昇した一方で、「減少した」(20.4%)は2.3ポイント低下し、世帯収入は昨年調査では悪化に転じたものの本年調査で再び上向いた。
- 3 「来年の収入(見込み)」は、「増加する」(15.8%)と予想する世帯割合の上昇が続いたほか、「減少する」(19.0%)が昨年調査を2.2ポイント下回り、再び改善に向かった。
- 4 「1か月あたりの生活費」は、本項目を設けた1992年以降、最も少ない額となった昨年調査 と同水準の171千円となり、世帯収入は増加したものの支出の抑制傾向に変化はみられなかった。
- 5 消費税率引上げ前に、税率引上げを理由に商品やサービスを購入した割合は回答者全体の37.1 %となった。すべての年代で主に日用品を購入しており、60代以上では家電製品の購入割合が高く、30代以下では高級ブランド品や旅行の契約など自身が楽しむための支出がみられた。



《調査要領》

調査対象:県内世帯 1,445世帯 回答数:673世帯(回答率46.6%)

調査方法:秋田銀行の本支店を通じて依頼 調査時期:2019年10月

1 暮らし向き

(1) 昨年と比較した暮らし向き

一悪化に転じる一

「良くなった」を選択した世帯割合 (7.7%) は、昨年調査 (12.4%) と比べて4.7ポイント 低下した (図表1)。

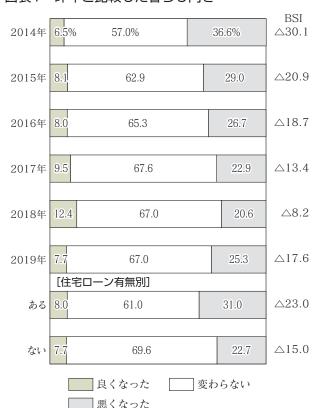
「悪くなった」(25.3%) は、昨年調査(20.6%) を4.7ポイント上回り、5年ぶりに上昇に転じた。

「**変わらない**」(67.0%) は、昨年調査比横 這いとなった。

昨年と比較した暮らし向きは、2015年以降、 停滞感が強く残るものの緩やかな改善が続いて いたが、本年調査で悪化に転じた。

暮らし向き得点は△0.21と、昨年調査 (△0.09) を0.12ポイント下回り、5年ぶりに低下した(図表2)。

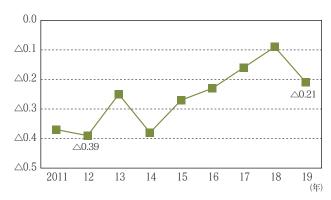
図表1 昨年と比較した暮らし向き



年代別では、「良くなった」は30代 (10.0%) でのみ二桁となり、70歳以上では回答がみられ なかった (図表3)。

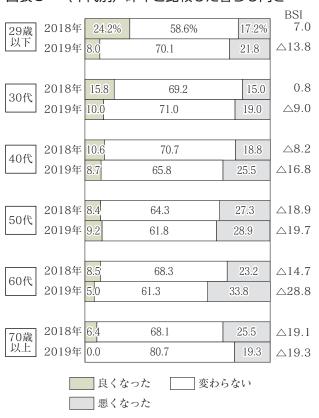
昨年調査との比較では、50代を除くすべての 年代で、「良くなった」が低下した。また、「悪 くなった」は60代以下で上昇した。

図表2 暮らし向き得点



(注) 1 暮らし向き得点については5段階評価をした。「良くなった」2点、「やや良くなった」1点、「変わらない」○点、「やや悪くなった」△1点、「悪くなった」△2点とし、回答者数で加重平均した値である。 2 無効回答分は省略

図表3 〈年代別〉昨年と比較した暮らし向き



(2) 今後1年間の暮らし向き

―悪化の見通し、一段と強まる―

「良くなる」を選択した世帯割合 (7.4%) は、昨年調査 (10.6%) を3.2ポイント下回り、 5年ぶりに低下した (図表4)。

一方、「悪くなる」と予想する世帯割合 (27.5%) は、昨年調査 (24.6%) を2.9ポイント上回り、2年連続で上昇した。

「変わらない」(65.1%) は、昨年調査(64.8%) を0.3ポイント上回った。

今後1年間の暮らし向きは、悪化の見通しが 一段と強まっている。

住宅ローン有無別では、いずれも「変わらない」とする世帯割合が6割を超え最も高いが、ローンのない世帯では、「良くなる」、「悪くなる」双方とも、ある世帯を上回った。

図表4 今後1年間の暮らし向き

2014年	6.3% 58.7%	35.0%	BSI △28.7					
2015年	6.7 66.4	26.9	△20.2					
2016年	7.7 69.4	22.9	△15.2					
2017年	8.8 72.7	18.5	△9.7					
2018年	10.6 64.8	24.6	△14.0					
2019年	7.4 65.1	27.5	△20.1					
ある	[住宅ローン有無別] 7.0 68.5	24.5	△17.5					
ない	7.7 64.0	28.3	△20.6					
良くなる 変わらない 悪くなる								

2 収入

(1) 昨年と比較した世帯収入の増減

一再び上向く一

「増加した」と回答した世帯割合(25.8%) は、昨年調査(22.6%)から3.2ポイント上昇 した(図表5)。

「減少した」(20.4%) は、昨年調査(22.7%) を2.3ポイント下回った。

「**変わらない**」は53.8%で、昨年調査 (54.6%) から0.8ポイント低下した。世帯収入は、昨年調査では悪化に転じたものの、本年 調査で再び上向いた。

収入得点は0.05と、昨年調査(△0.03)を 0.08ポイント上回り、1997年以来22年ぶり にプラスとなった(図表6)。

年代別では、30代以下の年代で「増加した」が4割以上となった。一方、50代以上では、「減

図表5 昨年と比較した収入の増減

2014年	18.2%	51.6%	30.1%	BSI △11.9			
2015年	20.9	51.4	27.7	△6.8			
2016年	20.8	54.7	24.5	△3.7			
2017年	25.4	53.4	21.1	4.3			
2018年	22.6	54.6	22.7	△0.1			
2019年	25.8	53.8	20.4	5.4			
ある	[住宅口- 29.0	-ン有無別] 56.0	15.0	14.0			
ない	24.8	52.9	22.2	2.6			
増加した 変わらない 減少した							

少した」が2割を超えた(図表7)。

昨年調査との比較では、「増加した」とする 世帯割合が、50代以下の年代で上昇した。他方、 「減少した」は、29歳以下(14.9%)と60代 (43.8%)で上昇した。

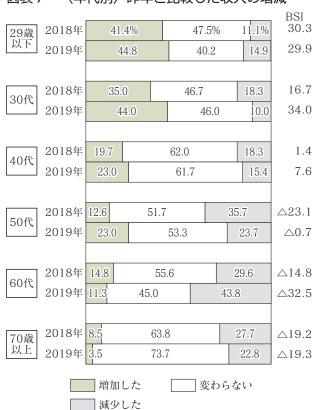
図表6 収入得点



(注) 1 収入得点については5段階評価をした。「増加した」2点、「やや増加した」1点、「変わらない」0点、「やや減少した」 $\triangle 1$ 点、「減少した」 $\triangle 2$ 点とし、回答者数で加重平均した値である。

2 無効回答分は省略

図表7 〈年代別〉昨年と比較した収入の増減



(2) 来年の収入(見込み)の増減

一再び改善予想に転じる―

「増加する」と予想する世帯割合 (15.8%) は、昨年調査 (15.6%) を0.2ポイント上回った (図表8)。

「減少する」と回答した世帯割合 (19.0%) は、昨年調査 (21.2%) から2.2ポイント低下 した。

「変わらない」(65.2%) は、昨年調査(63.1%)から2.1ポイント上昇した。来年の収入(見込み)は、依然として停滞感は強く残るものの、改善予想の世帯割合の上昇が続いた一方で、減少予想の世帯割合が低下に転じ、再び改善に向かった。

住宅ローン有無別では、「減少する」は、ローンのない世帯(20.6%)が、ローンのある世帯(14.5%)を6.1ポイント上回った。

図表8 来年の収入(見込み)の増減

2014年	7.9%	63.2%	2	8.9%	BSI △21.0			
2015年	10.0	66.3		23.8	△13.8			
2016年	12.8	67.1		20.0	△7.2			
2017年	14.3	67.5		18.1	△3.8			
2018年	15.6	63.1		21.2	△5.6			
2019年	15.8	65.2		19.0	△3.2			
ある	[住宅 16.0	ローン有無別] 		14.5	1.5			
.,,	10.0	33.0		1.110	1.0			
ない	15.8	63.6		20.6	△4.8			
	増加する 変わらない 減少する							

3 生活費

(1) 1か月当たりの生活費

―平均生活費は前年比横這いの171千円―

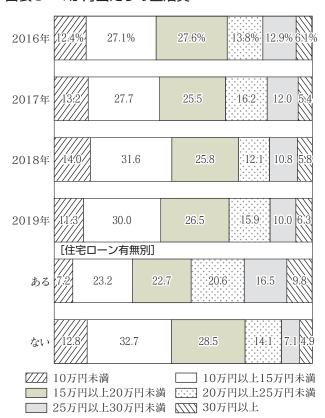
昨年調査との比較では、生活費「15万円未満」の割合の合計(41.3%)が4.3ポイント低下、「25万円以上」(16.3%)が0.3ポイント低下した一方で、「15~25万円」の割合の合計(42.4%)が4.5ポイント上昇した。

前述の「2(1)昨年と比較した世帯収入の 増減」にみられるとおり、世帯収入は増加した ものの、支出の抑制傾向に変化はみられなかっ た。

住宅ローン有無別では、いずれも「10~15万円」の割合が最も高くなったが、ローンのない世帯は32.7%となり、ローンのある世帯(23.2%)を9.5ポイント上回った。

1か月当たりの平均生活費は昨年調査比横

図表9 1か月当たりの生活費



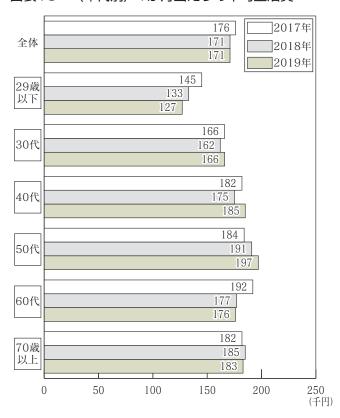
這いの171千円で、昨年調査同様、本項目を設けた1992年以降最も少ない額となった。

(図表10)

年代別では、50代(197千円)が最も高く、次いで40代(185千円)、70歳以上(183千円)、60代(176千円)、30代(166千円)となった。最少額は29歳以下の127千円である。

昨年調査と比較すると、10千円増となった40代を筆頭に30~50代で増加した。この年代は、「2(1)昨年と比較した世帯収入の増減」で、世帯収入が増加したとする回答割合が上昇しており、支出の増加に繋がったものと推測される。他方、29歳以下と60代以上の年代では減少し、特に、29歳以下は6千円減と減少幅が大きい。29歳以下では、世帯収入がやや悪化したほか、将来不安の高まりも影響し、一段と支出を切り詰めたようだ。

図表10 〈年代別〉1か月当たりの平均生活費



(2) 昨年と比較して支出が

「増えた」費目・「減った」費目 一生活への密着度が大きい費目で支出増加続く一 昨年よりも支出が増えた費目

「食料費」(18.9%)、「教育費」(10.9%)、「保健医療費」(10.6%)、「水道光熱費」(10.2%)が二桁台となり、生活への密着度が大きい費目で支出が増加した(図表11)。

「食料費」は、昨年調査(17.2%)と比べて1.7ポイント上昇し、9年連続で全費目中最も高い割合となった。人手不足にともなう人件費や原油高による物流コストの上昇、世界的な天候不順などから幅広い食料品で値上げが相次いでいるため、支出増に繋がったものと考えられる。また、「保健医療費」は、昨年調査(11.0%)からは0.4ポイント低下したものの、年代が上

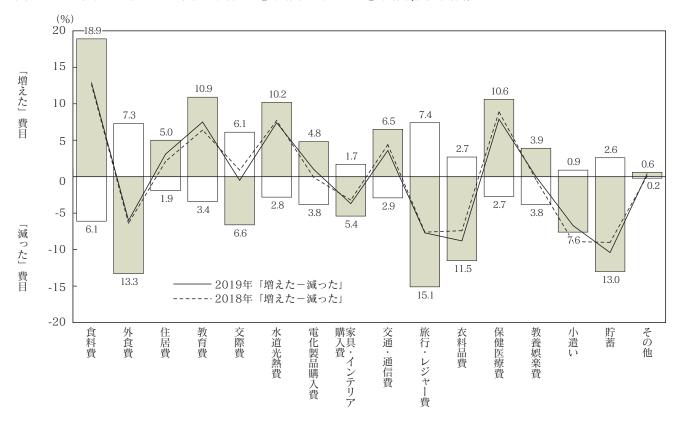
がるにつれて回答割合も上昇し、70歳以上 (21.0%)で最も高くなった。高額療養費制度 の改正により、2017年度から70歳以上の医療 費負担上限額が段階的に引き上げられている影 響と考えられる。

昨年よりも支出が減少した費目

割合が高い順に、「旅行・レジャー費」(15.1%)、「外食費」(13.3%)、「貯蓄」(13.0%)、「衣料品費」(11.5%)となり、節約志向による削減対象となりやすい費目が並んだ。

「旅行・レジャー費」と「外食費」は、夏場の天候不順による出控えのほか、景気の先行き不透明感、節約志向が長引いていることなどが支出抑制に繋がったようだ。「衣料品費」の支出減は、低価格帯商品やリユース品へのシフトが起きているものと推測される。

図表11 昨年と比較して支出が「増えた」費目・「減った」費目(複数回答)



(3) 今後の家計支出

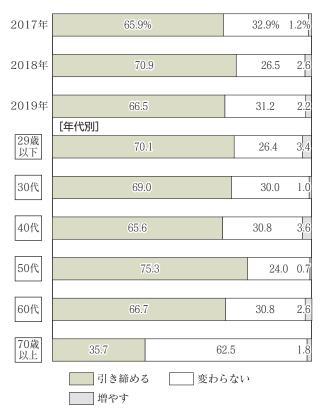
―家計の引き締め傾向は幾分弱まる―

「引き締める」と回答した世帯割合は66.5%で、昨年調査(70.9%)を4.4ポイント下回った(図表12)。前述の「2(2)来年の収入(見込み)の増減」では、増収を予想する世帯割合は低いながらも緩やかな上昇が続いているため、支出抑制姿勢も幾分弱まるものと見込まれる。

一方で、昨年調査との比較では、「増やす」 (2.2%) は0.4ポイント低下し、「変わらない」 (31.2%) は4.7ポイント上昇した。「1 (2) 今後1年間の暮らし向き」では悪化の見通しが 一段と強まっているため、引き続き生活防衛意 識は高いまま推移するものと推測される。

年代別では、60代以下の年代で「引き締める」 の割合が高くなった。50代(75.3%)と29歳 以下(70.1%)で7割を超え、30代、40代、60代

図表12 今後の家計支出

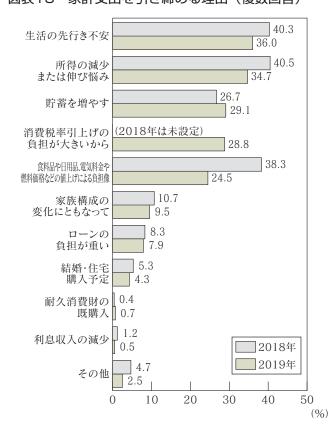


で6割台となった。70歳以上では「変わらない」 (62.5%) が最も高く、「引き締める」(35.7%) を大きく上回った。

家計支出を引き締める理由としては、「生活の先行き不安」(36.0%)と「所得の減少または伸び悩み」(34.7%)が、ともに3割を超えた(図表13)。「消費税率の引上げの負担が大きいから」は28.8%で、軽減税率は導入されたが、税率引上げにより家計への負担が増す懸念がみられる。

昨年調査と比較すると、「貯蓄を増やす」(29.1%)は、昨年調査(26.7%)から2.4ポイント上昇した。これを年代別にみると、29歳以下(42.6%)と30代(42.0%)が他の年代を上回り、年代が上がるにつれて割合は低下した。若年層を中心に老後資金の形成に向けた貯蓄への意識が高まったものと推測される。

図表13 家計支出を引き締める理由(複数回答)



4 耐久消費財

過去1年間に購入した耐久消費財

一購入世帯の割合は昨年調査とほぼ同水準一

過去1年間に耐久消費財を購入した世帯割合は63.9%と、昨年調査(63.6%)とほぼ同水準となった。世帯収入が増加したほか、消費税率引上げ前の駆け込み需要もあり、購入に繋がったものと考えられる。

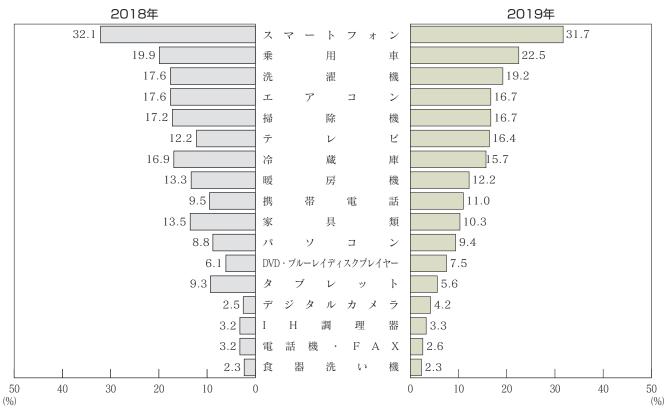
年代別購入割合では、50代(70.7%)が最も高くなった。次いで、40代と60代がともに64.1%となり、29歳以下(60.9%)も6割を超えた。30代は59.0%で、70歳以上(57.1%)が最も低い。

購入した耐久消費財としては、「スマートフォン」(31.7%)の購入割合が他品目を大きく上回ったものの、昨年調査(32.1%)からは

0.4ポイント低下した(図表14)。年代別では、50代以下の年代で3割台となり、60代は26.0%、70歳以上は9.4%となった。また、「乗用車」(22.5%)は、昨年調査(19.9%)を2.6ポイント上回った。30代以下の年代と、60代以上の年代で購入割合が高くなっており、駆け込み需要に加え、安全機能の付いた車への買い替えが進んだものと推測される。「洗濯機」(19.2%)は、昨年調査(17.6%)から1.6ポイント上昇し、60代(30.0%)で最も割合が高くなった。

昨年調査と比較すると、「テレビ」(16.4%) が4.2ポイント上昇し、全品目のなかで上昇幅 が最も大きい。東京オリンピック・パラリンピックを翌年に控え、家電量販店では高精細な4K 放送対応テレビが人気を集めており、回答者の購入割合も高まったものとみられる。





5 消費税率引上げの影響

2019年10月に実施された消費税率引上げの前に、税率引上げを理由に商品やサービスを購入(契約)した世帯割合は、全体の37.1%となった(図表15)。

年代別購入割合では、29歳以下(43.7%)が 唯一4割を超え、次いで、40代(39.8%)、 30代(39.0%)、50代(35.3%)、60代(34.6%) が3割台となった。70歳以上が23.2%と、最も 低い。

購入(契約)した商品やサービスとしては、

「日用品」(65.3%) が突出して高い割合となった(図表16)。次いで、「家電製品」(24.2%) と「酒やたばこなどの嗜好品」(22.2%) が2割台となり、「衣料品」(16.9%) と「乗用車」

図表15 消費税率引上げを理由とする商品や サービスの購入(契約)

(単位:%)

	購入した	購入していない			
全 体	37.1	62.9			
29歳以下	43.7	56.3			
30代	39.0	61.0			
40代	39.8	60.2			
50代	35.3	64.7			
60代	34.6	65.4			
70歳以上	23.2	76.8			

(12.1%) も1割を超えた。

年代別では、70才以上を除くすべての年代で「日用品」の購入割合が最も高くなり、特に、40代と50代では70%前後と高くなった。「家電製品」は60代以上の年代で、「旅行の契約」は30代以下で割合が高くなり、他年代を上回った。「住宅」は30代と40代、「住宅リフォーム」は40代から60代で回答がみられた。

また、29歳以下の年代では、「バッグや小物など高級ブランド品」が13.2%と、全年代で唯一の二桁となった。70歳以上では、「家電製品」(53.8%)と「衣料品」(23.1%)が他年代を上回った。

以上から、税率引上げ前には、すべての年代で日常生活に不可欠な日用品を主に購入したことがわかる。また、60代以上の年代では家電製品の購入割合が高く、買い替え需要を先取りしたものと推測される。対照的に、30代以下では、高級ブランド品や旅行の契約など、自身が楽しむための支出がみられた。

(相沢 陽子)

図表16 消費税率引上げ前に購入(契約)した商品やサービス(複数回答)

(単位:%)

	日用品	家電製品	酒やたばこなどの	衣料品	乗用車	旅行の契約	高級ブランド品バッグや小物など	住宅リフォーム	住宅	宝飾・貴金属品高級時計など美術・	結婚式場との契約	その他
全 体	65.3	24.2	22.2	16.9	12.1	8.1	4.0	2.4	1.6	1.2	0.4	4.4
29歳以下	60.5	18.4	7.9	15.8	15.8	21.1	13.2	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0
30代	61.5	28.2	25.6	20.5	12.8	10.3	5.1	0.0	5.1	0.0	2.6	5.1
40代	74.4	17.9	26.9	19.2	9.0	5.1	3.8	2.6	2.6	1.3	0.0	6.4
50代	67.9	18.9	22.6	11.3	7.5	3.8	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0	7.5
60代	55.6	40.7	29.6	14.8	22.2	3.7	0.0	7.4	0.0	0.0	0.0	0.0
70歳以上	46.2	53.8	7.7	23.1	15.4	7.7	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0