

景気の見通し悪化に伴い、消費マインドはやや慎重となる気配

～個別の消費には引き締め感、やや弱まる?!～




【熊本の今後半年間の消費予報（要約）】

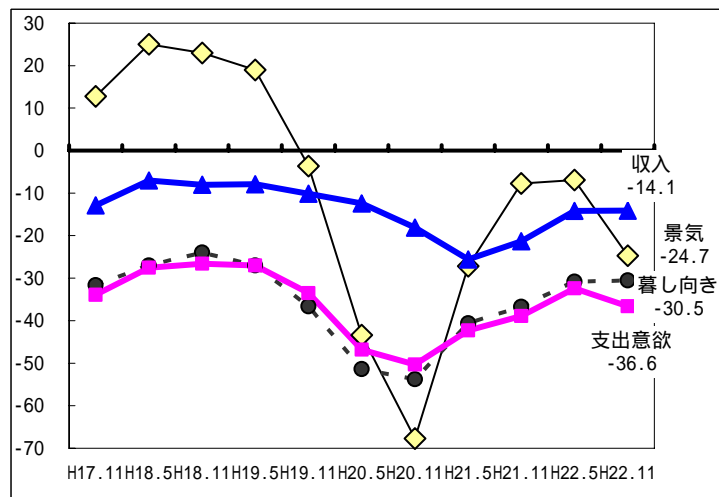
「景気」の見通し DI が 24.7 と、前回は 17.8 ポイント（以下、p）も下回った。前々回、前回とやや持ち直し気味であったが、今回調査では再び厳しい見通しとなった。「収入」の見通し DI は 14.1、「暮らし向き」の見通し DI は 30.5 と前回とほぼ同水準の結果となり、大きな変化は見られなかった。しかしながら、前回まで改善傾向を示していた「支出意欲」は前回は 4.2p 下回る 36.6 となった。このように今回調査からは、景気の見通し悪化に伴い、消費マインドはやや慎重になりそうな気配がうかがえた。

【今後の見通し DI の推移】

熊本の消費予報 1	
	
予報の判断	
景気  （見通しDI 24.7）	暮らし向き  （見通しDI 30.5）
収入  （見通しDI 14.1）	支出意欲  （見通しDI 36.6）

* マークは前回調査との比較

	+5ポイント以上上昇
	±5ポイント未満
	-5ポイント以上下降



1 消費予報の読み方

本調査では、消費マインドに影響する『景気』と『暮らし向き』と『支出意欲(支出の引き締め)』に対する意識、実際の消費に関わる『収入』の増減、の4つの項目について今後半年の見通しを質問している。

数値(DI)は、「良くなる(増えそう、緩める)」と回答した人の割合(%)から、「悪くなる(減りそう、引き締める)」と回答した人の割合(%)を引いて算出した。4つの項目と『支出』から総合的に判断し、熊本の消費の予報を試みた。

【調査概要】

対象：熊本市在住の 20 代から 60 代の

女性モニター 500 人

有効回答数：446 人（有効回答率 89.2%）

調査時期：平成 22 年 10 月 20 日～11 月 3 日

調査方法：郵送法

回答者の属性

年齢	実数	%
20代	79	17.7
30代	90	20.2
40代	90	20.2
50代	95	21.3
60代	92	20.6
合計	446	100.0

1. 景気の見通し

今後半年間の景気の見通し DI は、 24.7 と前回調査を 17.8p も下回った。平成 20 年に大きく悪化した後に前々回、前回は改善傾向を示していたが、今回再び悪化の方向に転じている（図表 1）。景気が「やや良くなる」は 7.9% に減少し、「やや悪くなる」が 25.1% に増えている（図表 2）。

年代別にみると、20 代を除く全ての年代で前回は下回っており、とりわけ 50 代では前回は 29.8p 下回り、DI は 31.9 に低下した。年代が高くなると景気の見通しが厳しくなる傾向がみられた。

また、「日本の企業に元気が出てきたか」という問いに対しても「少し元気が出てきた」という回答が前回の 18.6% から今回は 8.4% に減っていた（図表 3）。特に 30 代、50 代、60 代では前回は 10p 以上下回っており、企業の売上や経営環境が厳しくなっていると感じているようである。

自由回答のコメントには「円高」が企業や景気に悪影響を及ぼすのではないかと、と懸念する声が多くみられ、為替相場の動きにも関心が高かった。また、エコカー補助金の終了やエコポイント制度の変更による影響について触れているものもあった。

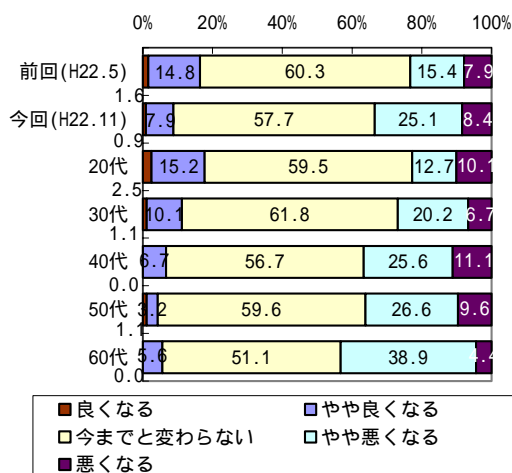
図表 1 景気の見通し DI

DI=(「良くなる」+「やや良くなる」)-(「悪くなる」+「やや悪くなる」)

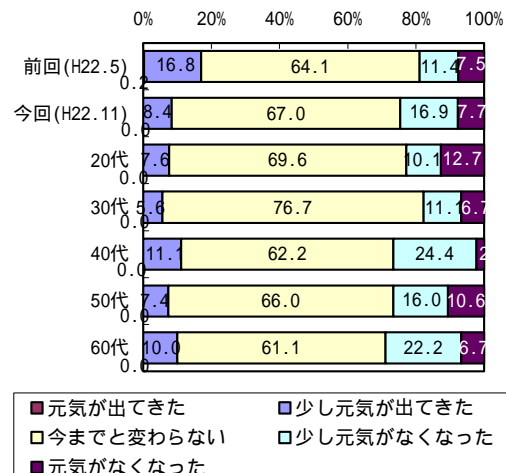
👤	今回 (H22.11)		前回 (H22.5)	前々回 (H21.11)
	今回	前回比		
全体	24.7	-17.8	6.9	7.7
20代	5.1	3.5	8.6	3.2
30代	15.7	-21.4	5.7	4.8
40代	30.0	-21.1	8.9	0.1
50代	31.9	-29.8	2.1	11.6
60代	37.7	-17.1	20.6	20.6

2. 収入の見通し

図表2 今後半年間の景気の見通し



図表3 日本の企業は元気が出てきたか

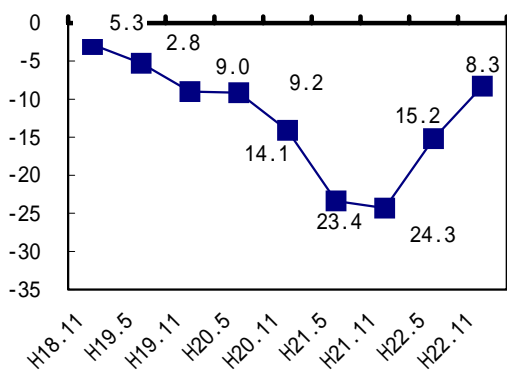


まず、半年前と比べた現在の収入DIをみると今回は 8.3 と、前回の 15.2 を7p 近く上回っていた。前回調査から回復傾向を示しており、昨年の収入ダウンから脱しつつあったものと思われる（図表4）。

今後半年間の収入の見通しDIをみると、14.1 と前回調査（14.2）とほとんど変わらなかった（図表5）。景気の見通しは前回を下回ったものの、収入見通しは前回と同水準にとどまっている。年代別にみると、30代、40代は前回とほぼ同水準であるが、50代が前回は10.3pも上回っているのが目立つ。

また、収入が「増えそう」という回答は20代（8.9%）、30代（10.0%）がやや多かった（図表6）。今回の調査時期は子ども手当の第2回支給の直前であったためその影響が予想されたが、中学生以下の子どもがいる世帯といない世帯とでみると、ここ半年の収入では「増えた」が各々16.5%、9.5%と差がみられたが、今後半年の収入では「増えそう」が各々8.3%と5.5%と差は縮んだ。

図表4 半年前と比べた現在の収入DIの推移



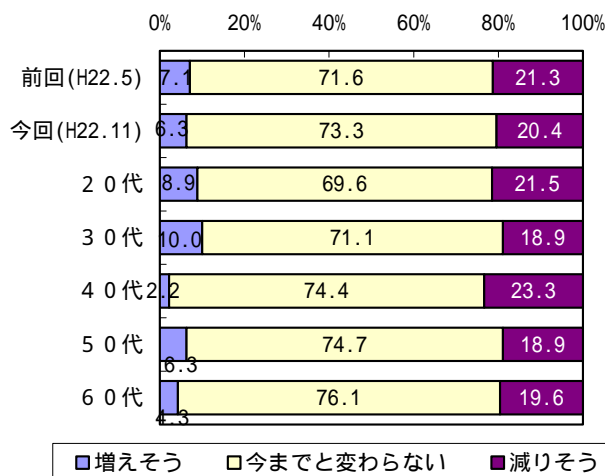
図表5 収入の見通しDI

DI = 「増えそう」 - 「減りそう」

対象	今回		前回 (H22.5)	前々回 (H21.11)
	(H22.11)	前回比		
全体	14.1	0.1	14.2	21.3
20代	12.6	-12.6	0.0	18.0
30代	8.9	-0.8	8.1	24.0
40代	21.1	0.6	21.7	25.8
50代	12.6	10.3	22.9	22.6
60代	15.3	-3.7	11.6	14.6

収入DI = 「増えた」 - 「減った」

図表6 今後半年間の収入の見通し



3. 暮らし向きの見通し

今後半年間の暮らし向きの見通し DI は 30.5 と前回 (30.8) とほぼ同じであった (図表 7)。昨年 5 月調査以降、回復傾向が続いていたが、今回は前回と同水準にとどまった。

今後の暮らし向きが「良くなる」という回答も「悪くなる」という回答も、全体では前回とほとんど変わらなかった (図表 8)。年代別では 20 代、30 代で「やや良くなる」がそれぞれほぼ 1 割に増えているのが目立った。

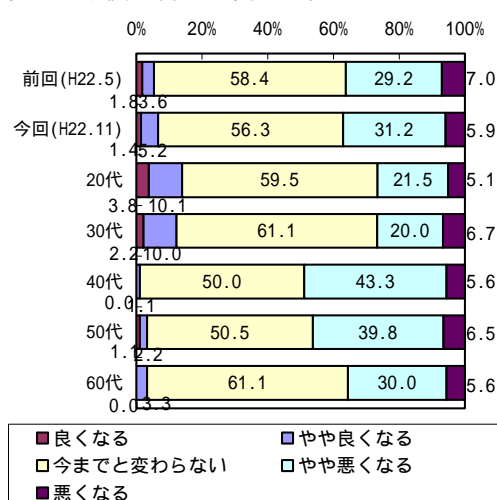
自由回答のコメントでは、「食品の値段が上がった」、「医療費の支出が増えた」という回答や、大学や高校進学に伴って「子どもの教育費がかかる」といった回答がみられた。

図表7 暮らし向きの見通し DI

DI=(「良くなる」+「やや良くなる」)-(「悪くなる」+「やや悪くなる」)

年齢層	今回 (H22.11)		前回 (H22.5)	前々回 (H21.11)
	DI	前回比		
全体	30.5	0.3	30.8	36.7
20代	12.7	2.8	15.5	26.2
30代	14.5	2.6	17.1	29.8
40代	47.8	-4.3	43.5	42.3
50代	43.0	-11.3	31.7	43.2
60代	32.3	5.9	38.2	38.8

図表8 今後の暮らし向きの見通し



4. 支出意欲の見通し

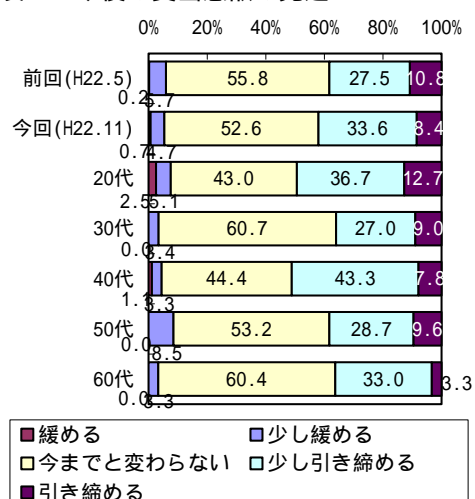
今後支出を緩めるかどうかをみる支出意欲 DI は、 36.6 と前回は 4.2 p 下回った (図表 9)。昨年 5 月調査以降、暮らし向きの見通し DI と同様に回復傾向が続いていたが、今回調査では支出意欲 DI はやや低下した。

図表9 支出意欲 DI

DI=(「緩める」+「少し緩める」)-(「少し引き締める」+「引き締める」)

年齢層	今回 (H22.11)		前回 (H22.5)	前々回 (H21.11)
	DI	前回比		
全体	36.6	-4.2	32.4	38.9
20代	41.8	-2.1	39.7	34.3
30代	32.6	2.7	35.3	43.3
40代	46.7	-8.3	38.4	46.7
50代	29.8	-0.2	29.6	40.9
60代	33.0	-11.2	21.8	28.1

図表10 今後の支出意欲の見通し



支出を「引き締める」は8.4%で前回より減少したが、「少し引き締める」という回答が33.6%に増えており、意識としては慎重になりそうな気配がうかがえる（図表10）。

また、子ども手当の対象世帯の支出意欲DIは40.9に対して、そうでない世帯は35.1となっており、子ども手当を受け取る対象世帯のほうが引き締め感はやや強かった。

5. 日常的な支出

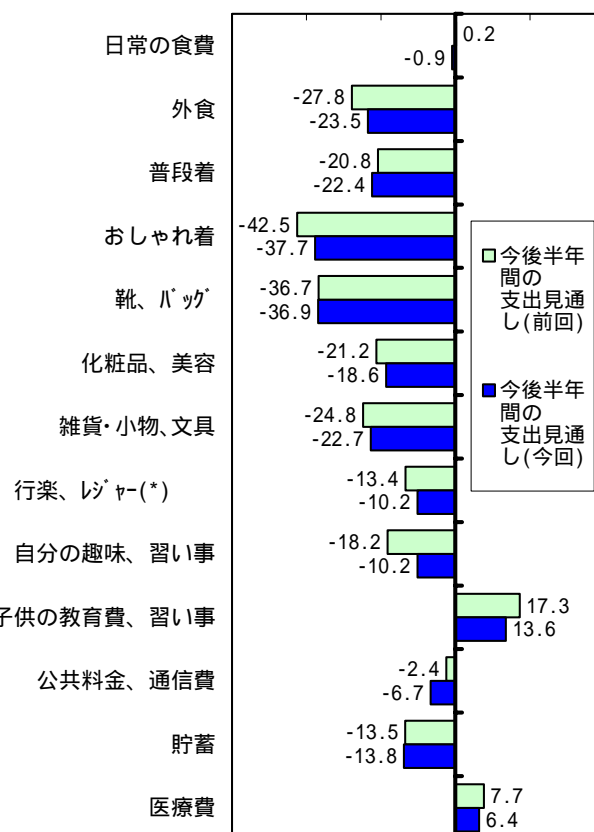
次に、日常的な支出について今後半年間の意向をみると、「増やす・増えそう」から「減らす・減りそう」を引いた支出DIは13項目中、「子供の教育費、習い事」、「医療費」以外はすべてマイナスとなっており、引き締めたいという意識が伝わってくる。

しかし、前回調査と比べると「外食」、「おしゃれ着」、「自分の趣味、習い事」など6項目でマイナス幅が減少している（図表11）。

前頁でみた「支出意欲DI」では、支出全体に対して無駄遣いしない、引き締めようという意識している様子が伝わってきたが、個別の消費では引き締め感がやや弱まっていると思われる。

図表11 日常的な支出DI（今後の支出見込みDI）

(DI) -60 -40 -20 0 20 40



支出見通しDI = 増やす・増えそう - 減らす・減りそう

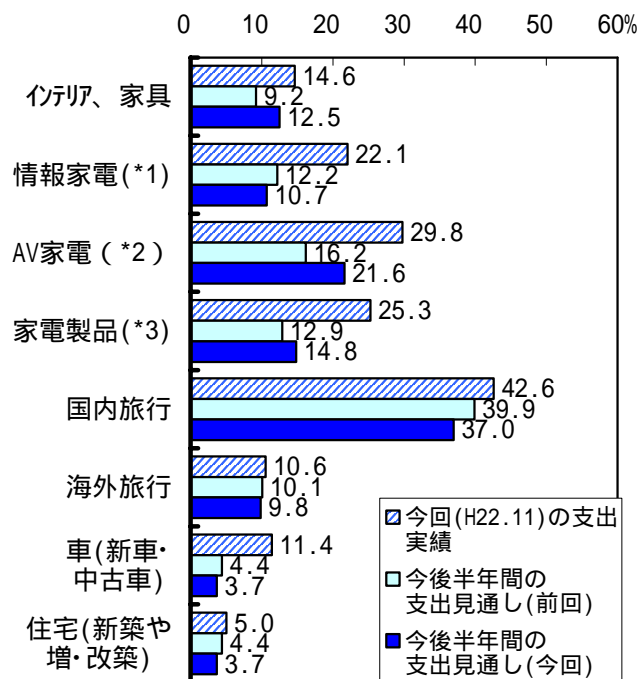
*「行楽、レジャー」は、旅行(国内・海外)を除く

6. 非日常的な支出

最後に、耐久消費財や旅行など非日常的な支出をみると、今後半年の予定は「インテリア・家具」、テレビなどの「AV家電」、冷蔵庫などの「家電製品」の支出予定が前回調査を上回っている。とりわけ「AV家電」は支出予定（21.6%）も、ここ半年の支出実績（29.8%）も調査開始以来最高となり、地上デジタル放送移行を控え、エコポイント対象の影響がはっきりと表れた。また、エコカー補助金を利用できた「車」も過去5年間で最も高い支出実績（11.4%）であった（図表12）。

消費マインドは慎重になっている様子が感じられる中でも、こうした刺激策が消費を促す効果は大きく、必要性やお得感を上手く消費者に伝える力がやはり大事である。

図表12 非日常的な支出品目のここ半年間の支出実績と今後半年間の支出見通し（「購入計画有り」の割合）



支出実績 = ここ半年間で購入した割合、
 支出見通し = 今後半年間で購入計画有りの割合
 *1「情報家電」とは、パソコン、パソコン関連機器、携帯電話、ファクシミリなど
 *2「AV家電」とは、テレビやDVDレコーダー、デジタルカメラやビデオカメラなど
 *3「家電製品」とは、冷蔵庫や洗濯機、食洗機やエアコンなど、情報家電やAV家電以外の電気製品

以上