

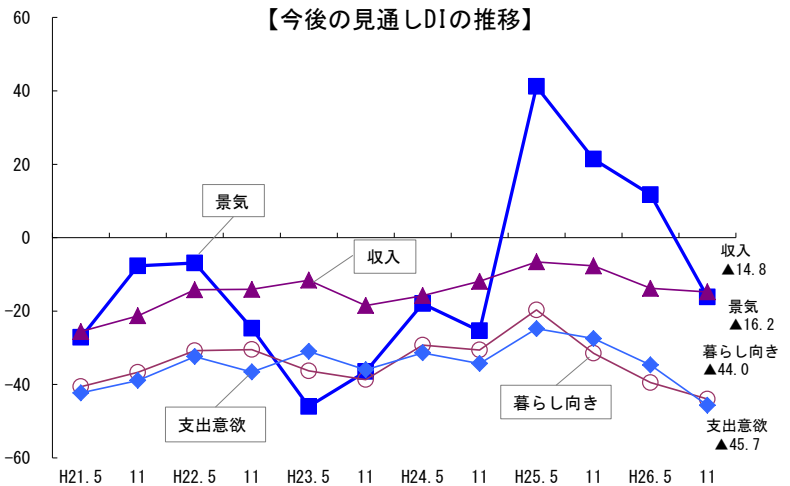
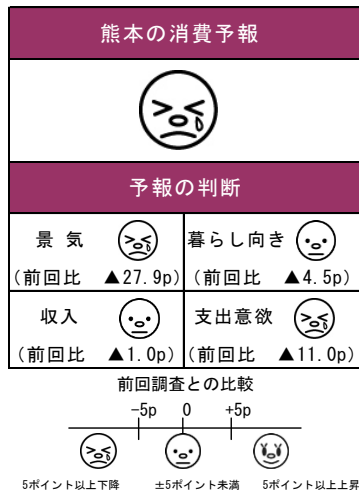
第32回 熊本の消費予報調査(平成26年11月調査)

女性の消費マインド、家計の負担増から慎重さ増す

当研究所では、熊本市在住の女性モニターを対象として、平成11年5月より「熊本の消費予報調査」を実施しているが、今回はその32回目となる。本調査では、消費マインドに影響する「景気」、「暮らし向き」、「支出意欲（支出の引き締め）」に対する意識と、実際の消費に関わる「収入」の増減という4つの項目について、今後半年の見通しを尋ねている。その上で、以上4つの項目と「支出」から総合的に判断し、熊本の消費予報を行った。

【調査結果のポイント】

1. 「景気」の見通しDIは▲16.2と、前回は27.9ポイント（以下、p）も下回る大幅な悪化となった。「収入」の見通しDIは前回は1.0p低下の▲14.8、「暮らし向き」の見通しDIは前回は4.5p低下の▲44.0、「支出意欲」の見通しDIは前回は11.0p下回る▲45.7となった。円安による物価上昇や消費税増税などの影響を受けて見通しは悪化しており、消費マインドは慎重になっている。
2. 昨年4月に8%へ引き上げられた消費税の家計への影響は、「非常に影響がある」「やや影響がある」の合計は91.6%と9割を超えた。また、支出を見直したり節約しているものは、「外食」51.6%、次いで「洋服、ファッション雑貨」49.1%、「食費」46.7%となった。消費税増税後に行うようになったことは、「無駄なものを買わないようになった」64.8%、「価格表示が税込みか税抜きかをよく見るようになった」55.8%であった。



【調査の概要】

1. 調査対象：熊本市在住の20代から60代の女性モニター500人
2. 調査期間：平成26年11月4日～14日
3. 調査方法：郵送法
4. 有効回答：403人（回答率80.6%）

【回答者の属性】

年代	実数（人）	構成比（%）
20代	39	9.7
30代	91	22.6
40代	95	23.6
50代	93	23.1
60代	85	21.1
合計	403	100.0

1. 景気の見通し

景気の見通しDIは前回は27.9pも下回る▲16.2となり、アベノミクスにより回復した景気の見通しは、1年半ぶりにマイナス水準となった。年代別では、すべての年代で大幅に低下している（図表1、2）。

自由回答をみると、「食料品、日用品の値上げで他の消費が鈍くなっている」「消費税増税や円安で物価がこれまで以上に上がるだろう」という意見がみられた。

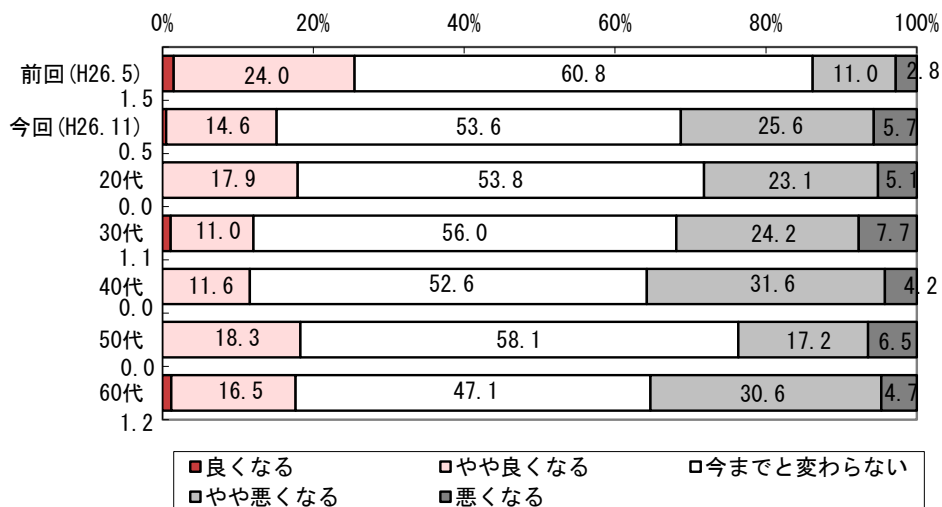
本調査は昨年11月に実施しており、消費税率の引き上げ延期が発表される前であった。そのため自由回答には、再引き上げの影響を懸念する意見が多くみられ、景気の見通しに影響を与えたことが推察される。さらに、4月の消費税率8%への引き上げや物価上昇による家計の負担増を訴える意見もあり、将来の引き上げだけでなく現在の負担も、景気の見通しを低下させた要因のひとつではないかと思われる。

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		前回 (H26.5)	前々回 (H25.11)
	(H26.11)	前回比		
全体	▲16.2	-27.9	11.7	21.4
20代	▲10.3	-29.3	19.0	24.0
30代	▲19.8	-27.1	7.3	17.6
40代	▲24.2	-28.7	4.5	9.6
50代	▲5.4	-12.6	7.2	25.1
60代	▲17.6	-42.0	24.4	31.9

図表2 今後半年間の景気の見通し



2. 収入の見通し

収入の見通しDIは▲14.8で、前回調査(▲13.8)とほぼ同水準であった。年代別にみると、60代は▲25.9となり、前回より9.2p悪化したことが目立った(図表3)。

今後半年間の収入見通しをみると、「増えそう」が前回は0.5p上回る6.0%、「減りそう」が1.5p上回る20.8%と、大きな変化はみられなかった(図表4)。

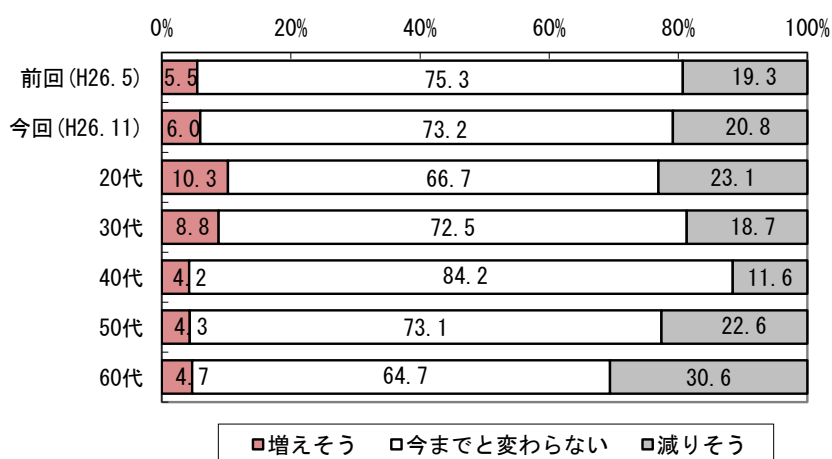
業績が好調な大企業を中心に実施が進んでいる賃上げは、本県においても実施する企業が増加しているものと推察される。しかし、収入の増加を実感している生活者は少ないとみられ、今後についても厳しい見方をしているようである。

図表3 収入の見通しDI

DI=「増えそう」-「減りそう」

	今 回 (H26.11)		前 回 (H26.5)	前々回 (H25.11)
	前回比			
全 体	▲ 14.8	-1.0	▲ 13.8	▲ 7.7
20 代	▲ 12.8	-5.6	▲ 7.2	▲ 12.0
30 代	▲ 9.9	2.2	▲ 12.1	7.7
40 代	▲ 7.4	4.0	▲ 11.4	▲ 5.3
50 代	▲ 18.3	-0.8	▲ 17.5	▲ 13.0
60 代	▲ 25.9	-9.2	▲ 16.7	▲ 17.6

図表4 今後半年間の収入の見通し



3. 暮らし向きの見通し

暮らし向きの見通しDIは▲44.0と、前回は4.5p下回った。年代別にみると、多くの年代で見通しが悪化する中、30代で前回は14.0p上回ることが目につく(図表5)。この年代は、収入の見通しが改善しており、これが暮らし向きの改善につながったようだ。また、今後の暮らし向きを見通しをみると、40代以上で「やや悪くなる」「悪くなる」の合計が5割を超えている(図表6)。

自由回答をみると、「消費税の負担が大きい」「多くのものが値上げになり支出が増える」「支出は増えるが収入は変わらない」という意見がみられた。

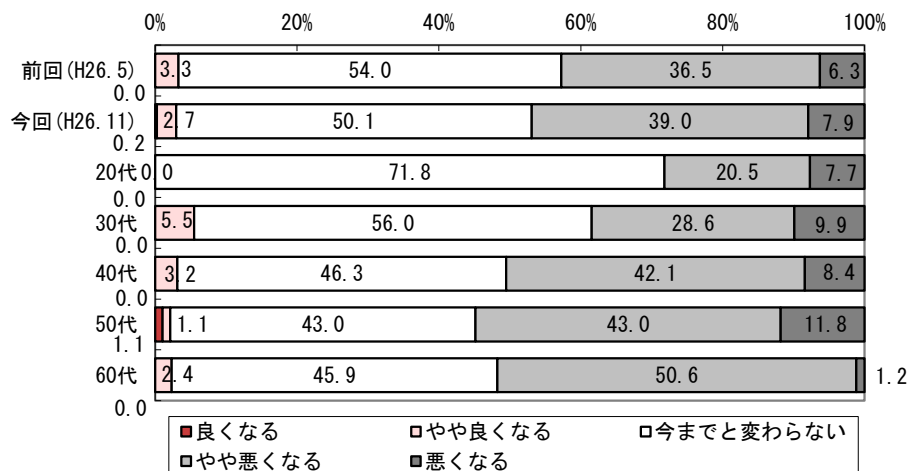
このように、消費税増税や相次ぐ食料品、生活必需品の値上げなどで、家計の負担は増加している。しかしながら、支出増をカバーするだけの収入の増加は実現しておらず、今後の暮らし向きに不安を感じる生活者が多いようである。

図表5 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」)

	今回 (H26.11)		前回 (H26.5)	前々回 (H25.11)
	前回比			
全体	▲44.0	-4.5	▲39.5	▲31.5
20代	▲28.2	-21.0	▲7.2	▲20.0
30代	▲33.0	14.0	▲47.0	▲22.0
40代	▲47.3	-0.7	▲46.6	▲40.4
50代	▲52.6	-5.2	▲47.4	▲40.2
60代	▲49.4	-17.2	▲32.2	▲29.7

図表6 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▲45.7で、前回は11.0p下回った。年代別にみると、すべての年代で前回は下回り、引き締め傾向が強まった(図表7)。また、今後の支出意欲の見通しをみると、「少し引き締める」「引き締める」の合計は50.1%で、前回は9.1p上回った。年代別では、40代、50代が多くなっている(図表8)。

自由回答をみると、「収入が変わらないので、支出を抑えるしかない」という意見が数多く見受けられた。また、「本当に必要なものだけ購入する」「値段は安く手ごろなものを買う」「今まで以上に計算して買い物をする」という買い物に関する様々な意見も寄せられた。このように、買い物の仕方を工夫することで支出を抑えようとする生活者が多いようだ。

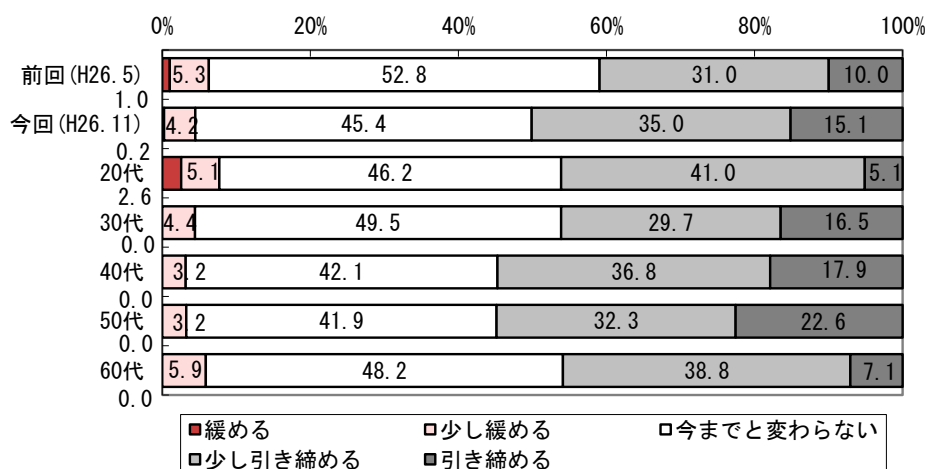
40代、50代では、「教育費を確保するため、他の部分を引き締める」という意見が多くみられた。高校や大学に通う子どもがいる家庭においては、教育費の負担が大きいようである。

図表7 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」)

	今回 (H26.11)		前回 (H26.5)	前々回 (H25.11)
	前回比			
全体	▲45.7	-11.0	▲34.7	▲27.5
20代	▲38.4	-5.0	▲33.4	▲38.0
30代	▲41.8	-12.9	▲28.9	▲25.3
40代	▲51.5	-6.0	▲45.5	▲31.9
50代	▲51.7	-11.5	▲40.2	▲22.8
60代	▲40.0	-15.5	▲24.5	▲24.2

図表8 今後の支出意欲の見通し



5. 日常的な支出の見通し

日常的な支出の見通しDIをみると、前回は上回る項目は13項目中4項目となった。

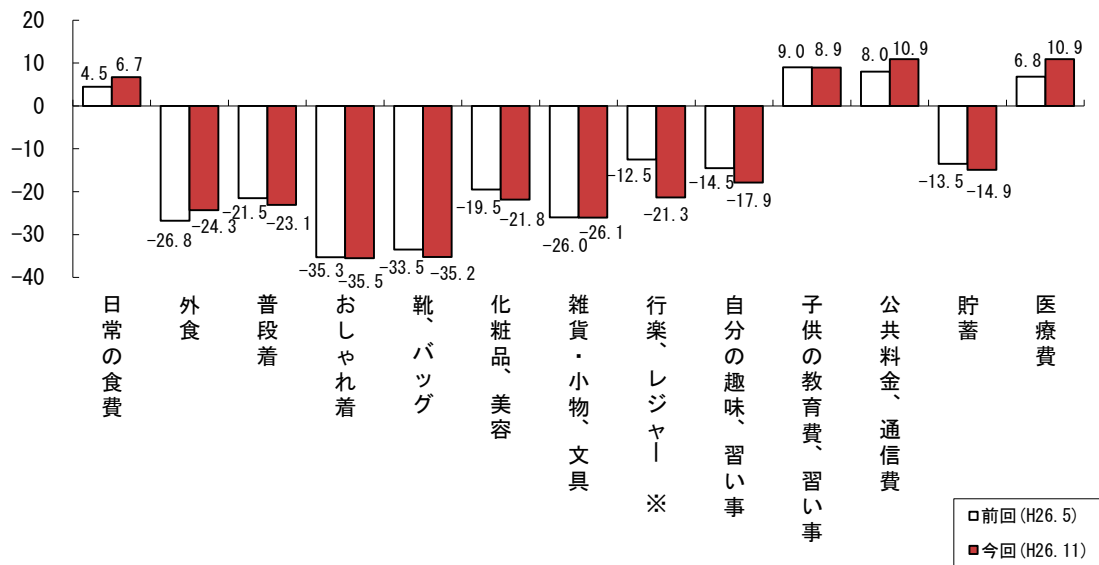
項目別にみると、「日常の食費」は前回は2.2p上回る+6.7となった。消費税増税に加え、円安や新興国の需要拡大などで原材料価格が上昇し、食料品の値上げが相次いでいることが影響しているようだ。このほか、「公共料金、通信費」で2.9p、「医療費」で4.1p前回は上回った。

次に、前回は下回る項目をみると、「行楽、レジャー」は前回は8.8p下回る▲21.3となった。暮らし向きの見通しが悪化したことや支出の引き締め意向が強くなったことで、行楽やレジャーを抑えることが予想される。また、「自分の趣味、習い事」は前回は3.4p下回る▲17.9となり、自分のための支出を抑える動きもみられた。

前回調査において日常的な支出の見通しは悪化しており、半年経過しても厳しいまものようである（図表9）。

図表9 日常的な支出の今後の見通しDI

DI = 「増やす・増えそう」-「減らす・減りそう」



※「行楽、レジャー」は、国内旅行・海外旅行を除く。

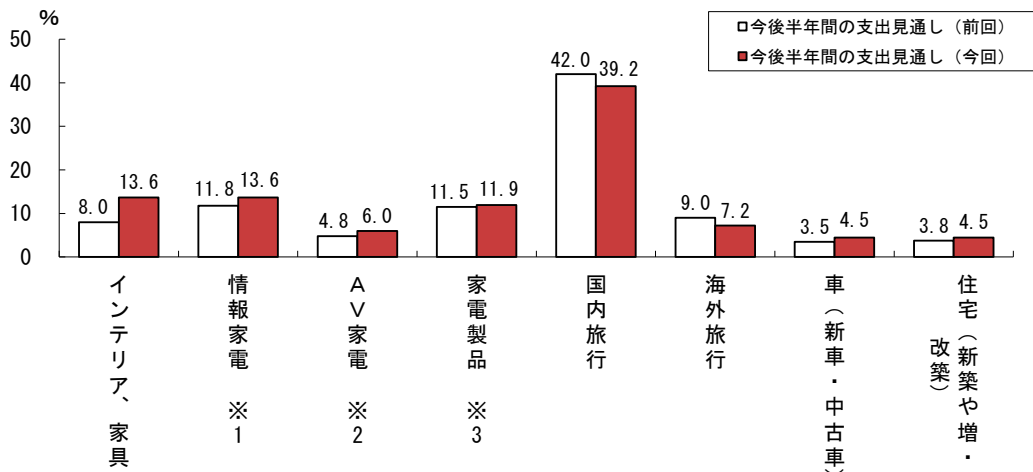
6. 非日常的な支出の見通し

非日常的な支出の見通しをみると、「インテリア、家具」で前回は5.6p上回る13.6%となったものの、非日常的な支出の見通しは前回とほぼ同様の結果となった。

そのような中、「国内旅行」、「海外旅行」は前回はやや下回った。年末年始の暦の日並びは良いにもかかわらず、若干の引き締めが感じられた（図表10）。

図表10 非日常的な支出品目の今後半年間の支出見通し

支出見通し=今後半年間で購入計画ありの割合



※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、DVDレコーダー、デジタルカメラ、ビデオカメラなど。

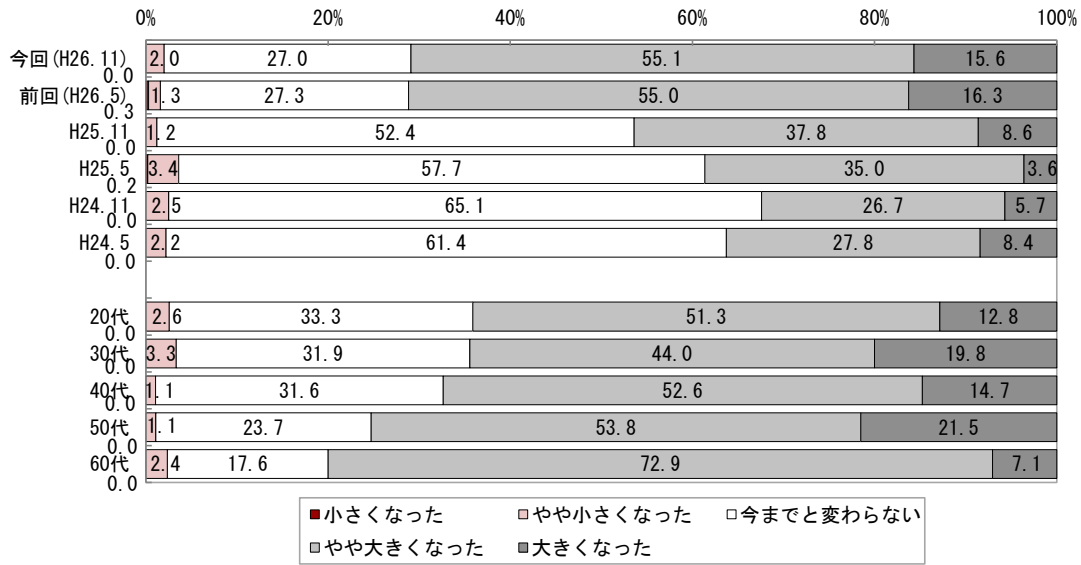
※3 家電製品とは、冷蔵庫、洗濯機、食洗機、エアコンなど、情報家電とAV家電以外の電気製品。

7. 物価上昇が家計に及ぼす影響

これまで見てきたように、調査結果からは消費税増税や物価上昇の影響が随所に見てとれた。

そこで、毎回たずねている物価上昇が家計に及ぼす影響をみると、「やや大きくなった」で55.1%、「大きくなった」は15.6%となり、消費税引き上げ直後に実施した前回調査とほぼ同様の結果となった。しかし、平成25年11月と比較すると、「やや大きくなった」で17.3p、「大きくなった」で7.0p上回り、物価上昇は生活者の家計に大きな影響を及ぼしていることがうかがえる。年代別にみると、年代が高くなるにつれ影響が大きいと感じる生活者が多くなっている。特に60代では、「やや大きくなった」と回答した割合が7割を超えている(図表11)。

図表11 物価上昇が家計に及ぼす影響



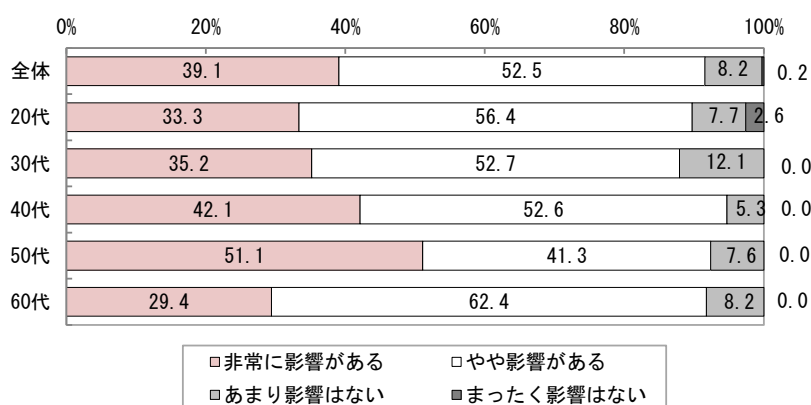
8. 消費税増税の家計への影響と対応

(1) 家計への影響

今回は特別テーマとして、消費税率が8%に引き上げられた4月以降の生活者の消費について質問した。

まず最初に、消費税増税の家計への影響についてたずねると、「非常に影響がある」「やや影響がある」の合計は91.6%と9割を超えている。年代別にみると、40代で「非常に影響がある」と回答した生活者は42.1%、50代で51.1%となり、ほかの年代と比べて影響が大きくなっている(図表12)。この年代は、消費予報調査における「暮らし向きの見通しDI」、「支出意欲DI」とともに厳しい見通しをしており、子どもの教育費の負担など支出が多いことから、消費税引き上げの影響を最も敏感に感じているものと推察される。

図表12 消費税増税の家計への影響



(2) 支出の見直しや節約しているもの

次に、消費税が増税になり、支出を見直したり節約しているものがあるかをたずねると(複数回答)、1位は「外食」51.6%、次いで「洋服、ファッション雑貨」49.1%、「食費」46.7%、「化粧品、美容・エステ費」31.3%となった。

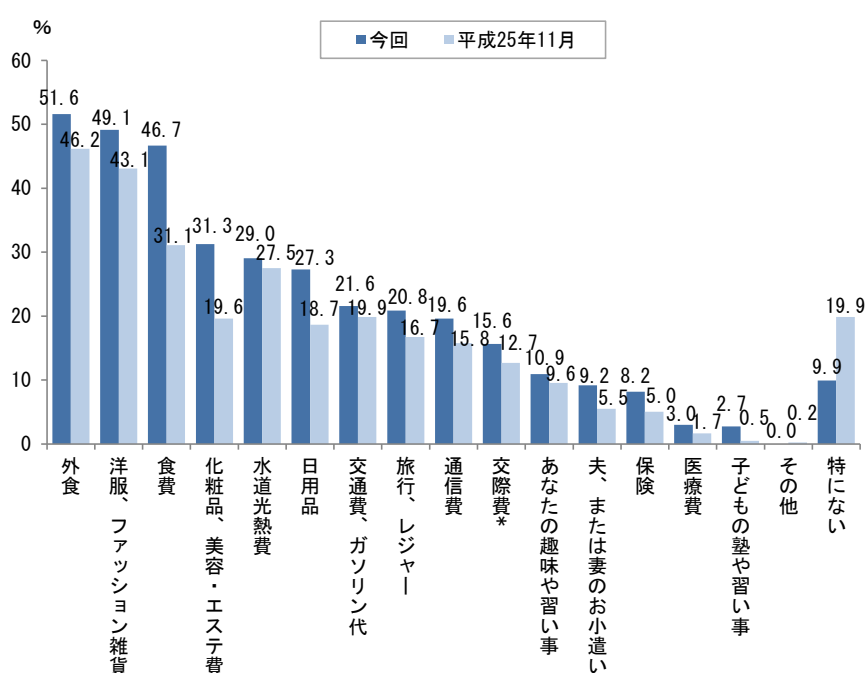
当研究所では平成25年11月実施の調査で、消費税増税を控えた生活者の意識調査を行った。その結果と比較すると、「その他」と「特になし」を除くすべての項目で増税前(平成25年11月)を上回る結果となっている。

項目別にみると、増税前と比べて「食費」は15.6p上回り、大幅に増加した。また、「日用品」で8.6p上回っている。これらは生活する上で必要なものであるが、品数や量を減らすなど、買い物を工夫することで支出を抑えようとしているようである。さらに、「洋服、フ

アクション雑貨」で6.0p、「化粧品、美容・エステ費」で11.7p上回るなど、自分のための支出を控える傾向が見受けられた。一方、「特にない」は10.0p下回った。負担の大きさを感じて見直しを検討するようになった生活者も多いようだ（図表13）。

今回は、消費税増税だけでなく、円安による物価上昇などもあり、多くの商品やサービスが値上げになった。これらによる支出増は、生活者が予想していた以上に負担が大きく、家計の支出の見直しや節約につながったと推察される。

図表13 消費税増税後、支出の見直しや節約しているもの（複数回答）



交際費*お歳暮・お中元の贈答など含む

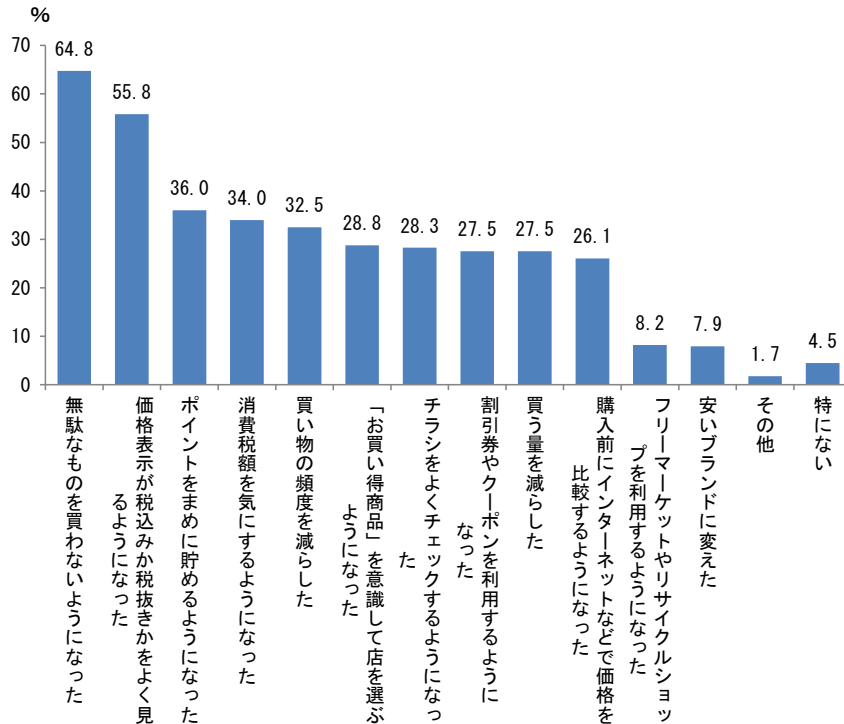
(3) 消費税増税後に行うようになったこと

続いて、消費税増税後に行うようになったことをたずねると（複数回答）、「無駄なものを買わないようになった」が64.8%と最も多かった。生活者においては、必要最低限のものを購入し、極力無駄を省いた生活を行うことで、家計の支出を引き締めようとしていることがうかがえる。

次いで、「価格表示が税込みか税抜きかをよく見るようになった」で55.8%となった。消費税増税に伴い、平成25年10月より消費税抜きの価格表示も認められている。税抜き表示の場合、支払時に消費税がかかるため、支払額が表示価格より多くなる。支出を抑えたい生活者としては、価格を確認しながら買い物をしていると思われ、価格表示が税込みか税抜きかを気にするようになったものと推察される。

また、「ポイントをまめに貯めるようになった」が36.0%で続いている。買い物金額に応じて還元されるポイントは、現金のように使えたり、ポイントを集めるとプレゼントがもらえるなどの特典がある。生活者は、このような特典にお得感を感じており、ポイントを貯めるようになったものと思われる（図表14）。

図表14 消費税増税後に行うようになったこと（複数回答）



おわりに

消費税増税について思うことを自由回答でたずねたところ、「将来安心して暮らせる社会になるためには増税も仕方がない」という意見が数多く寄せられており、厳しい日本の現状を改善するために、社会保障の充実を望む生活者も多いようだ。

一方で、「消費税8%は思っていた以上に負担が大きく、再増税はやめてほしい」という意見や「食料品や生活必需品への課税をやめてほしい」との意見もみられた。

今回の熊本の消費予報調査においては、所得環境が改善していない中、家計の支出が増加したことで消費マインドの冷え込みにつながった。

消費税増税は先送りされたが、収入の増加を実感できない状況では、消費回復は難しいものと推察される。

アベノミクスにより、大企業では賃上げが実施されるなど所得の改善がみられるが、地方においては、大企業に比べるとまだ十分とはいえないようである。生活者の負担軽減、消費回復のためにも、所得環境の改善が待ち望まれる。

以上