

平成 26 年 11 月 28 日

平成 26 年度下期の消費動向調査について

株式会社 鹿 児 島 銀 行
株式会社 鹿 児 島 経 済 研 究 所

[調査の概要]	
調査目的	年 2 回(4 月、10 月)、県民の暮らし向きや収入、支出動向を調査し、消費の現状を把握するとともに、今後の消費がどのように変化していくか見通しを示し、卸・小売業者など流通関係者の事業活動に利用してもらうことを目的とする。 また今回は、平成 26 年 4 月から実施された消費増税が家計に与える影響と、インターネットでの消費動向についての質問を設けた。
調査時期	平成 26 年 10 月下旬
調査対象	鹿児島銀行の県内本支店窓口来店者
調査方法	回答者本人が記入(無記名式)
回答数	有効回答数 721 人

用 語 D. I. =「良い(良くなる)」-「悪い(悪くなる)」、「増えた(増やす)」-「減った(減らす)」、
いずれも回答割合

【調査結果のポイント】

1. 暮らし向きや消費について

- ・現在の暮らし向きについては「普通」が 69.2%と最も多く、次いで「どちらかという悪い」(15.5%)、「どちらかという良い」(9.8%)、「良い」(3.6%)、「悪い」(1.8%)の順となった。その結果 D.I.は▲3.9 となり、前回調査(26 年 4 月)の▲5.3 から 1.4^{ポイント}改善したものの、1 年前調査(増税前の 25 年 10 月調査)の 1.2 には及ばなかった。
- ・今後の暮らし向きについては、D.I.は▲26.3 で、前回調査(▲24.4)からやや悪化した。
- ・商品やサービスの価格 D.I.も 67.1 となり、前回調査同様、高水準となっており、物価上昇が顕在化している。特に食料品価格の上昇が目立っている。

2. 消費増税が家計消費に与える影響について

- ・家計への影響を尋ねたところ「大いにある」(54.1%)、「ややある」(39.3%)の合計は前回同様約 9 割を占めたが、内訳をみると、「大いにある」が増加しており、消費増税の影響が長期化している状況がうかがえる。

3. インターネットでの買い物について

- ・インターネットで買い物をしたことがあるかを尋ねたところ、「ある」と回答した割合は 71.8%となった。インターネットも買い物ツールの一つとして定着していることがうかがえる結果となった。年代別にみると、20 代、30 代、40 代では 8~9 割がインターネットで買い物をしたことがあると回答した一方で、50 代以上は年齢が上がるほど、その割合は減少傾向にある。

回答者属性

【性別】	男性 31.6%	女性 57.7%	不明 10.7%					
【年齢別】	10代 0.4%	20代 20.2%	30代 21.6%	40代 25.1%	50代 16.2%	60代 11.0%	70代以上 4.7%	不明 0.7%
【職業別】	会社員 57.0%	商工業自営 7.6%	公務員 4.7%	団体職員 4.6%	その他自営 2.5%	その他(主婦・年金生活者等) 21.8%	不明 1.8%	

1. 暮らし向きや消費について

(1) 現在の暮らし向き

現在の暮らし向きについては「普通」が 69.2%と最も多く、次いで「どちらかという悪い」(15.5%)、「どちらかという良い」(9.8%)、「良い」(3.6%)、「悪い」(1.8%)の順となった(図表 1)。その結果 D.I.は▲3.9 となり、前回調査(26年4月)の▲5.3 から 1.4^{ポイント}改善したものの、1年前調査(増税前の25年10月調査)の 1.2 には及ばなかった。消費増税後の実質所得の伸び悩みや、円安や原材料価格高による、食料品や日用品の値上げが消費者マインドに影響したものと考えられる。

D.I.を年代別にみると、40代、50代で大きくマイナスとなっており、特に40代では前回調査から 6.6^{ポイント}低下した(図表 2)。一方、70代以上は▲5.9 となり、依然マイナス圏内であるものの、前回調査から 21.7^{ポイント}改善した。

(2) 今後の暮らし向き

今後の暮らし向きについては「変わらない」が 56.1%と最も多く、次いで「やや悪くなる」(30.2%)、「やや良くなる」(6.7%)、「悪くなる」(4.9%)、「良くなる」(2.1%)の順となった(図表 3)。D.I.は▲26.3 となり、前回調査の▲24.4 から 1.9^{ポイント}低下、1年前調査(▲23.6)よりも 2.7^{ポイント}下回り、マイナス幅は拡大している。D.I.を年代別にみても、30代以上は全てマイナスとなっており、中高年以上で先行きに対しての不透明感が強いことがうかがえる(図表 4)。

また、将来の不安要素として、30代以上で「年金問題」が最多となった。全体でも「年金問題」が 59.8%で最も多く、以下「税金・社会保障負担増」(45.4%)、「収入面」(44.0%)となっている(図表 5)。前回調査と比較すると、「税金・社会保障負担増」と「収入面」の順位が入れ替わった。さらに、20代では「収入面」を挙げる割合が最も多く、年齢層が上がるほど、「医療・介護費の負担増」を挙げる割合が増加する傾向にある。

(3) 収入

半年前と比較した収入は「変わらない」が 72.5%と最も多く、次いで「減った」(17.9%)、「増えた」(9.5%)となった(図表 6)。D.I.は▲8.4 となり、前回調査から 2.3^{ポイント}悪化した。

D.I.を年代別にみると、40代以上では依然としてマイナス圏内にとどまっている(図表7)。また、今後の収入の増減については「変わらない」が57.9%で最も多く、次いで「減る」(29.4%)、「増える」(12.7%)となり、D.I.は▲16.7だった(図表8)。

D.I.を年代別にみると、40代以上ではD.I.がマイナスになり、年代が上がるごとにマイナス幅も拡大していることがわかる(図表9)。

(4) 支出

半年前と比較した支出は「増えた」が50.6%と最も多く、「変わらない」(44.4%)、「減った」(5.1%)が続いた(図表10)。D.I.は45.5と、26年4月の消費増税や物価上昇の影響もあり、前回調査(42.8)を上回る結果となった。

年代別にみても、10代を除く全ての年代で支出が増加していることがわかる(図表11)。

(5) 商品・サービスの価格

半年前と比較した商品やサービスの価格は「上がった」が68.5%で最も多くなった(図表12)。D.I.も67.1となり、前回調査同様、水準は高く、物価上昇が顕在化している。

品目別にみると、原材料価格の上昇を受け、値上げが相次いだ食料品が前回調査から6.2^{ポイント}上昇した以外は、前回調査と横ばい、もしくは下落しているものの、1年前調査と比較すると高水準となっている(図表13)。

(6) 今後の支出

今後半年間の支出動向については、増やすとした割合が高かった品目として「教育費」(20.1%)、「自動車関係費」(17.5%)、「住宅関係」(16.1%)が上位となった(図表14)。一方、減らすとした割合が高かった品目は「一般雑貨・アクセサリなど」(40.4%)、「娯楽費」(39.1%)、「交際費」(33.6%)が挙げられている。

支出D.I.(品目別・年代別)をみると、教育費、自動車関係費、保健・医療サービス、住宅関係などでは支出増加が見込まれる一方、理美容費、通信関係費、旅行・宿泊費、衣服・履物費、その他身の回り品、娯楽費、一般雑貨・アクセサリなどは20代以上の全ての年代でD.I.がマイナスとなっており、必要な支出を見極めながら、日常生活では節約志向が続いていることがうかがえる(図表15)。

(7) 食料品・日用品の主な購入先

食料品・日用品の主な購入先は「スーパー」が86.2%と最も多く、次いで「ドラッグストア」(46.0%)、「ショッピングセンター」(37.6%)、「コンビニエンスストア」(34.4%)、「百貨店」(10.9%)、「ネットスーパー」(7.5%)、「商店街」(5.7%)、「移動販売」(0.9%)、「その他」(0.9%)の順となり、購入先の順位は前回調査と変わらなかった(図表16)。

(8) 商品購入の際重視すること

商品購入の際重視することは「価格」が 83.5%と最も多く、次いで「安心・安全」(76.3%)、「生産地」(27.8%)、「質・ブランド」(21.0%)、「デザイン・見た目」(19.2%)、「店のサービス」(15.5%)、「環境に配慮した商品」(6.1%)、「特にない」(0.7%)、「その他」(0.4%)の順となった(図表 17)。年代別の特徴としては、20 代以下の若年層で質・ブランド、デザイン・見た目を重視する傾向がみられた。

2. 消費増税が家計に与える影響について

(1) 消費増税の家計への影響

平成 26 年 4 月に消費税率が 5%から 8%に引き上げられ、約半年経過した。この消費増税が家計消費に与える影響について尋ねたところ「大いにある」が最も多く 54.1%だった(図表 18)。以下、「ややある」(39.3%)、「あまりない」(6.3%)、「全くない」(0.1%)、「わからない」(0.1%)の順となった。「大いにある」「ややある」を合計すると、93.4%となり、前回調査(同合計 89.3%)同様約 9 割が『影響がある』と回答している。ただ、内訳をみると「大いにある」が 17.8^{ポイント}増加し、消費増税が家計に与える影響がますます大きくなっているとともに、長期化していることが浮き彫りとなった。

(2) 消費増税への対応

消費増税への対応としては「何もしていない」が 48.9%で最多となった(図表 19)。ただ、「何もしていない」が前回調査を 2.4^{ポイント}下回る一方、「支出を減らす」は 48.6%と前回は 2.0^{ポイント}上回った。以下、「収入を増やす」(1.7%)、その他(0.7%)の順となっている。

また、「支出を減らす」を選択した場合の品目として、前回調査同様、「衣服・履物」が 56.6%で最も多く、次いで「外食」(54.1%)、「食料品」(52.8%)、「娯楽・教養」(44.5%)、「水道・光熱」(32.6%)、「小遣い」(26.5%)、「通信関係」(17.7%)、「交通費」(8.8%)、「その他」(0.8%)の順となった(図表 20)。

3. インターネットでの買い物について

インターネットで買い物をしたことがあるかを尋ねたところ、「ある」とした割合は 71.8%となった。年代別にみると、20 代、30 代、40 代では 8~9 割がインターネットで買い物をしたことがあると回答した一方で、50 代以上は年齢が上がるほど、その割合は減少傾向にある(図表 21)。

購入したものは、衣料品(59.5%)が最も多く、本・電子書籍(46.2%)、日用品・生活雑貨(33.3%)、家電製品(31.5%)が続いており、インターネットも買い物ツールの一つとして定着していることがうかがえる結果となった(図表 22)。

以上

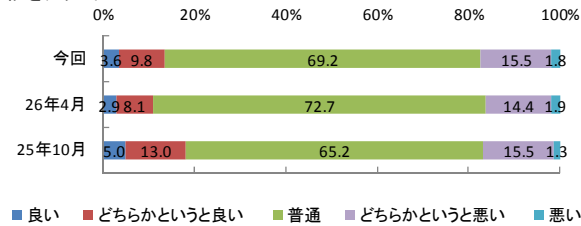
【本件に関するお問い合わせ】 ㈱鹿児島経済研究所 (Tel 099-225-7491)

【暮らし向きや消費について】

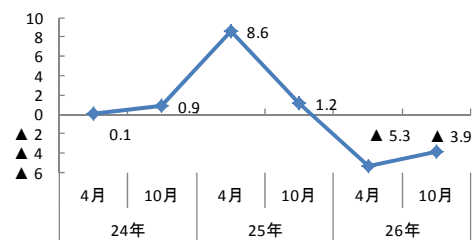
図表1 現在の暮らし向き (％)

項目	25年10月	26年4月 (A)	今回 (B)	増減 (B)-(A)
良い	5.0	2.9	3.6	0.7
どちらかというが良い	13.0	8.1	9.8	1.7
普通	65.2	72.7	69.2	▲ 3.5
どちらかというが悪い	15.5	14.4	15.5	1.1
悪い	1.3	1.9	1.8	▲ 0.1
D. I.	1.2	▲ 5.3	▲ 3.9	▲ 1.4

上記をグラフ化



現在の暮らし向きD.I.の推移



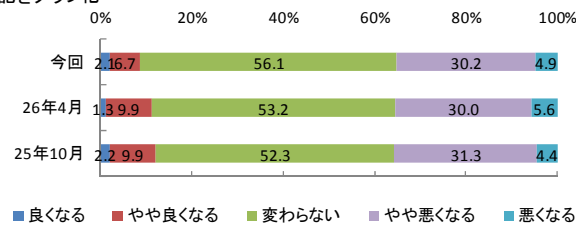
図表2 現在の暮らし向きD. I. (年代別) (D. I.)

年代	25年10月	26年4月 (A)	今回 (B)	増減 (B)-(A)
全体	1.2	▲ 5.3	▲ 3.9	▲ 1.4
10代	16.7	33.4	33.3	▲ 0.1
20代	16.3	2.8	2.7	▲ 0.1
30代	▲ 4.5	0.1	3.3	3.2
40代	▲ 1.8	▲ 6.2	▲ 12.8	▲ 6.6
50代	▲ 9.1	▲ 16.8	▲ 12.2	4.6
60代	5.1	▲ 0.1	0.0	0.1
70代以上	4.1	▲ 27.6	▲ 5.9	21.7

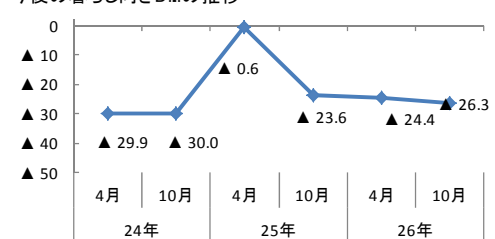
図表3 今後の暮らし向き (％)

項目	25年10月	26年4月 (A)	今回 (B)	増減 (B)-(A)
良くなる	2.2	1.3	2.1	0.8
やや良くなる	9.9	9.9	6.7	▲ 3.2
変わらない	52.3	53.2	56.1	2.9
やや悪くなる	31.3	30.0	30.2	0.2
悪くなる	4.4	5.6	4.9	▲ 0.7
D. I.	▲ 23.6	▲ 24.4	▲ 26.3	▲ 1.9

上記をグラフ化



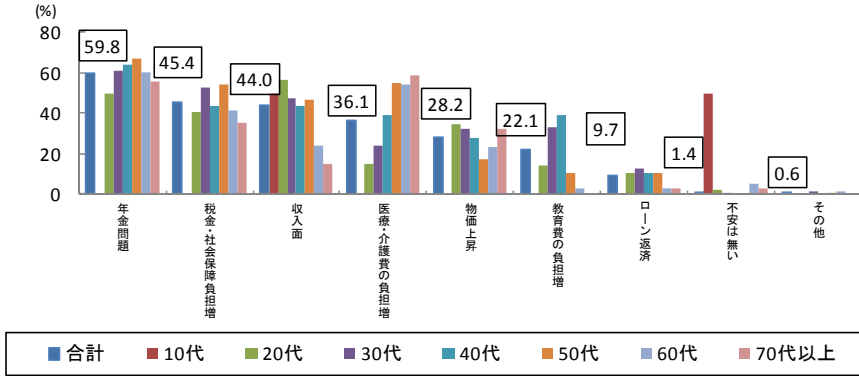
今後の暮らし向きD.I.の推移



図表4 今後の暮らし向きD.I.(年代別) (D.I.)

年代	25年10月	26年4月 (A)	今回 (B)	増減 (B)-(A)
全体	▲ 23.6	▲ 24.4	▲ 26.3	▲ 1.9
10代	0.0	▲ 16.6	0.0	16.6
20代	▲ 0.7	▲ 4.9	2.0	6.9
30代	▲ 25.7	▲ 14.2	▲ 26.0	▲ 11.8
40代	▲ 24.8	▲ 26.2	▲ 30.0	▲ 3.8
50代	▲ 43.0	▲ 43.9	▲ 42.6	1.3
60代	▲ 23.7	▲ 32.3	▲ 46.8	▲ 14.5
70代以上	▲ 47.9	▲ 60.7	▲ 26.4	34.3

図表5 将来の不安要素

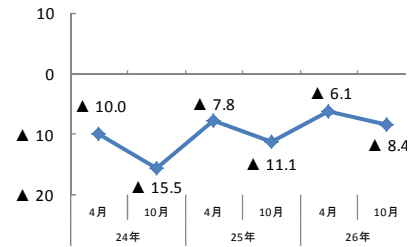


注) 数値は全体

図表6 収入

項目	25年10月	26年4月 (A)	今回 (B)	増減 (B)-(A)
増えた	10.1	8.8	9.5	0.7
変わらない	68.7	76.3	72.5	▲ 3.8
減った	21.2	14.9	17.9	3.0
D. I.	▲ 11.1	▲ 6.1	▲ 8.4	▲ 2.3

収入D.I.の推移



図表7 収入D. I. (年代別)

年代	25年10月	26年4月 (A)	今回 (B)	増減 (B)-(A)
全体	▲ 11.1	▲ 6.1	▲ 8.4	▲ 2.3
10代	0.0	▲ 20.0	0.0	20.0
20代	5.6	6.9	7.7	0.8
30代	▲ 0.7	6.0	4.5	▲ 1.5
40代	▲ 10.0	▲ 9.4	▲ 8.3	1.1
50代	▲ 21.3	▲ 8.2	▲ 22.6	▲ 14.4
60代	▲ 27.6	▲ 24.2	▲ 28.2	▲ 4.0
70代以上	▲ 56.5	▲ 60.7	▲ 52.9	7.8

図表8 今後の収入 (%)

項目	今回
増える	12.7
変わらない	57.9
減る	29.4
D. I.	▲ 16.7

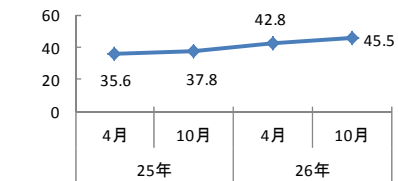
図表9 今後の収入D. I. (年代別) (D. I.)

年代	今回
全体	▲ 16.7
10代	0.0
20代	16.1
30代	5.2
40代	▲ 19.6
50代	▲ 47.4
60代	▲ 51.9
70代以上	▲ 65.6

図表10 支出

項目	25年10月	26年4月 (A)	今回 (B)	増減 (B)-(A)
増えた	43.1	50.2	50.6	0.4
変わらない	51.6	42.4	44.4	2.0
減った	5.3	7.4	5.1	▲ 2.3
D. I.	37.8	42.8	45.5	2.7

支出D.I.の推移



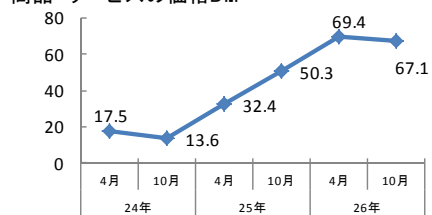
図表11 支出D. I. (年代別)

年代	25年10月	26年4月 (A)	今回 (B)	増減 (B)-(A)
全体	37.8	42.8	45.5	12.8
10代	33.3	60.0	33.3	▲ 26.7
20代	40.2	50.3	59.2	8.9
30代	48.1	43.2	52.9	9.7
40代	36.5	45.5	57.0	11.5
50代	38.6	47.1	59.0	11.9
60代	13.8	23.4	50.0	26.6
70代以上	25.0	10.7	48.5	37.8

図表12 商品・サービスの価格(半年前比)

項目	25年10月			26年4月			今回			増減		
	25年10月	26年4月 (A)	今回 (B)	増減 (B)-(A)								
上がった	51.7	70.5	68.5	▲ 2.0								
変わらない	46.9	28.5	30.1	1.6								
下がった	1.4	1.1	1.4	0.3								
D. I.	50.3	69.4	67.1	▲ 2.3								

商品・サービスの価格D.I.



図表13 商品・サービスの価格D. I. (品目別)

項目	25年10月	26年4月 (A)	今回 (B)	増減 (B)-(A)
食料品	67.0	79.8	86.0	6.2
自動車・自動車関連費(車検など)	31.2	53.9	51.7	▲ 2.2
衣服・履物費(洋服・靴など)	11.0	43.2	43.2	0.0
通信関係費(携帯電話など)	33.5	40.5	38.0	▲ 2.5
教育費(授業料・塾など)	24.9	39.9	34.4	▲ 5.5
理美容費(化粧品・散髪など)	15.7	39.7	39.7	0.0
家電製品(エアコン・TVなど)	4.7	35.6	30.3	▲ 5.3
旅行・宿泊費	15.1	35.1	33.9	▲ 1.2
家具(たんす・ソファなど)	4.8	32.8	22.7	▲ 10.1

図表14 今後の支出(品目別)

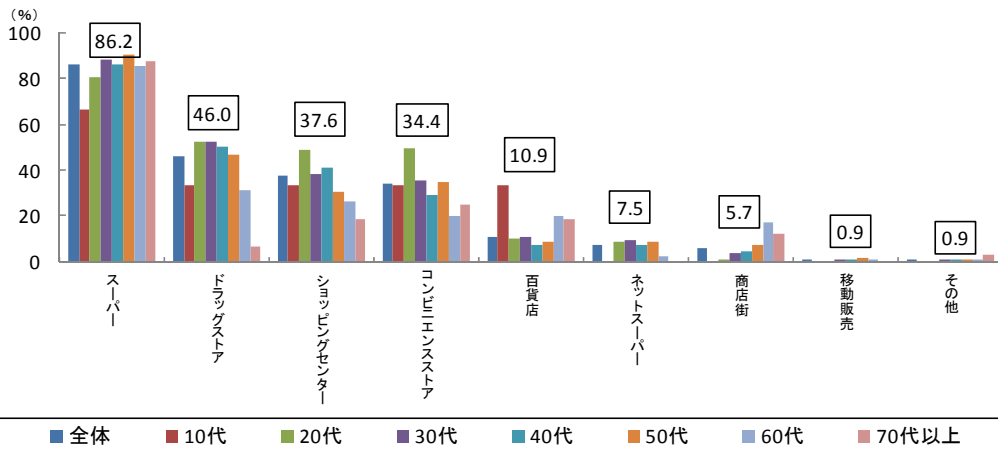
品目	増やす			変わらない			減らす			D. I.		
	増やす	変わらない	減らす	増やす	変わらない	減らす	25年10月	26年4月	今回			
教育費(授業料・塾など)	20.1	70.4	9.5	7.3	6.7	10.6						
自動車関係費(車検など)	17.5	73.8	8.7	9.2	9.7	8.8						
住宅関係(リフォームなど)	16.1	73.0	11.0	6.6	2.7	5.1						
保健・医療サービス	15.5	75.0	9.5	6.5	1.2	6.0						
習い事の月謝など	14.1	69.2	16.8	▲ 3.2	▲ 3.3	▲ 2.7						
金融商品(投資信託・保険など)	14.0	70.4	15.6	▲ 1.7	▲ 5.9	▲ 1.6						
自動車	12.7	74.1	13.2	9.8	2.1	▲ 0.5						
家電製品(エアコン・TVなど)	11.9	74.3	13.9	4.8	0.0	▲ 2.0						
交際費(贈答品・飲み会など)	11.1	55.3	33.6	▲ 18.7	▲ 28.3	▲ 22.5						
書籍等購入費(書籍・CDなど)	10.8	68.5	20.7	▲ 5.7	▲ 11.3	▲ 9.9						
旅行・宿泊費	9.9	61.1	29.0	▲ 16.8	▲ 27.1	▲ 19.1						
食費	9.8	62.7	27.5	▲ 14.4	▲ 18.6	▲ 17.7						
衣服・履物費(洋服・靴など)	8.9	62.0	29.0	▲ 21.6	▲ 27.3	▲ 20.1						
通信関係費(携帯電話など)	8.2	66.3	25.4	▲ 17.5	▲ 18.9	▲ 17.2						
住宅・マンション	8.0	84.5	7.5	6.6	2.2	0.5						
家具(たんす・ソファなど)	7.7	75.7	16.6	▲ 1.9	▲ 7.8	▲ 8.9						
娯楽費	4.8	56.1	39.1	▲ 27.3	▲ 36.1	▲ 34.3						
理美容費(化粧品・散髪など)	4.6	73.5	21.8	▲ 13.6	▲ 21.2	▲ 17.2						
その他身の回り品	3.4	65.8	30.8	▲ 23.9	▲ 27.7	▲ 27.4						
一般雑貨・アクセサリなど	3.0	56.5	40.4	▲ 31.5	▲ 40.3	▲ 37.4						

図表15 支出D. I. (品目別・年代別)

	教育費	自動車関係費(車検など)	保健・医療サービス	住宅関係(リフォームなど)	住宅・マンション	自動車	金融商品(投資信託・保険など)	家電製品(エアコン・TVなど)	習い事の月謝など	家具(たんす・ソファなど)
全体	10.6	8.8	6.0	5.1	0.5	▲ 0.5	▲ 1.6	▲ 2.0	▲ 2.7	▲ 8.9
10代	0.0	0.0	▲ 33.3	▲ 33.3	▲ 33.3	▲ 33.3	0.0	▲ 33.3	▲ 33.3	▲ 33.3
20代	3.6	7.6	11.9	5.3	5.2	2.5	12.3	5.3	1.7	3.5
30代	11.2	5.6	2.4	1.8	6.5	3.2	3.2	▲ 1.6	8.2	▲ 4.9
40代	29.2	13.5	3.9	2.8	3.4	0.0	▲ 6.0	▲ 5.5	4.8	▲ 15.2
50代	1.5	5.8	4.6	9.5	▲ 5.0	0.0	▲ 16.3	▲ 3.8	▲ 23.7	▲ 15.8
60代	▲ 22.8	5.3	3.1	9.1	▲ 21.2	▲ 18.2	▲ 9.1	▲ 6.9	▲ 29.6	▲ 14.3
70代以上	▲ 11.1	30.8	26.6	21.4	0.0	0.0	▲ 18.2	0.0	▲ 25.0	▲ 23.1

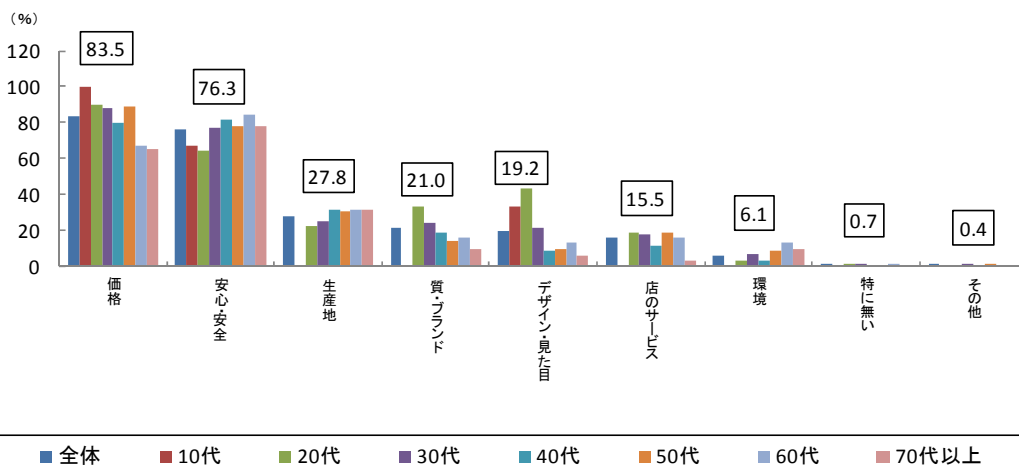
	書籍等購入費(書籍・CDなど)	理美容費(化粧品・散髪など)	通信関係費(携帯電話など)	食費	旅行・宿泊費	衣服・履物費(洋服・靴など)	交際費(贈答品・飲み会など)	その他身の回り品	娯楽費	一般雑貨・アクセサリーなど
全体	▲ 9.9	▲ 17.2	▲ 17.2	▲ 17.7	▲ 19.1	▲ 20.1	▲ 22.5	▲ 27.4	▲ 34.3	▲ 37.4
10代	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0
20代	▲ 2.6	▲ 7.5	▲ 16.0	▲ 12.9	▲ 2.5	▲ 10.6	▲ 8.1	▲ 6.7	▲ 20.0	▲ 18.2
30代	▲ 8.2	▲ 14.2	▲ 11.1	▲ 15.8	▲ 18.9	▲ 10.9	▲ 19.7	▲ 25.2	▲ 29.9	▲ 32.0
40代	▲ 10.6	▲ 24.0	▲ 18.3	▲ 15.8	▲ 25.9	▲ 22.2	▲ 31.4	▲ 37.4	▲ 39.2	▲ 47.0
50代	▲ 20.5	▲ 22.3	▲ 25.0	▲ 36.5	▲ 32.5	▲ 39.1	▲ 35.4	▲ 41.1	▲ 52.3	▲ 50.0
60代	▲ 14.3	▲ 18.4	▲ 24.2	▲ 15.9	▲ 19.6	▲ 27.0	▲ 24.2	▲ 34.8	▲ 35.0	▲ 48.3
70代以上	▲ 9.1	▲ 23.5	▲ 6.2	5.3	▲ 21.5	▲ 23.5	6.2	▲ 25.0	▲ 42.9	▲ 38.5

図表16 食料品・日用品の主な購入先(年代別)



注) 複数回答、数値は全体

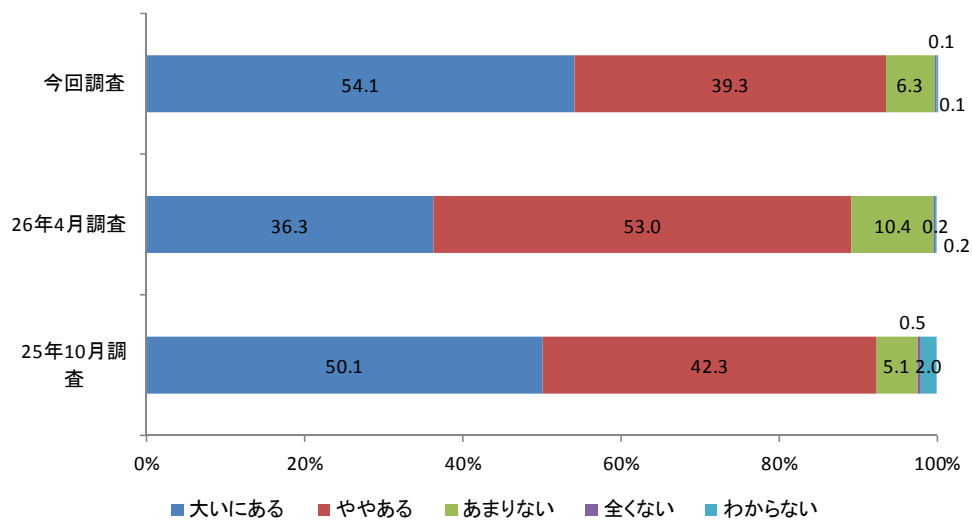
図表17 商品購入の際重視すること(年代別)



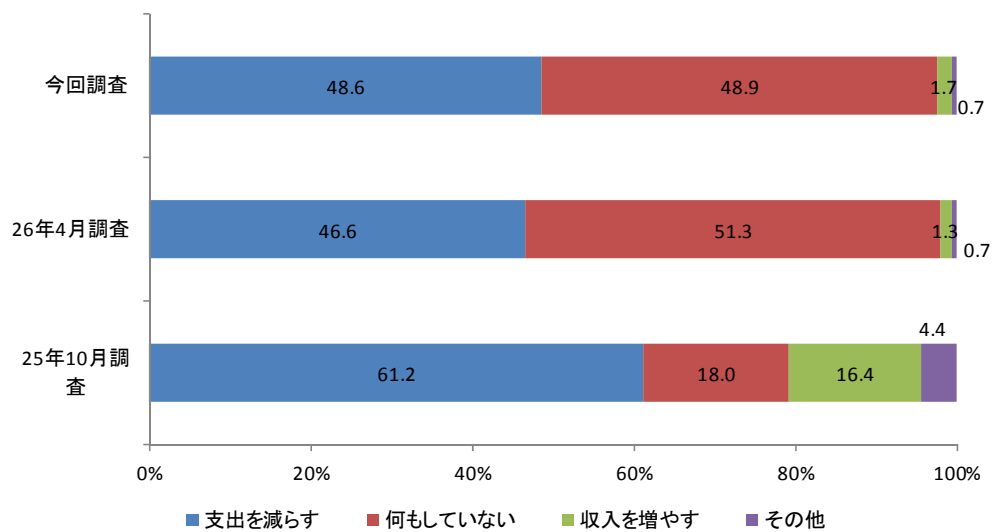
注) 複数回答、数値は全体

【消費増税が家計に与える影響について】

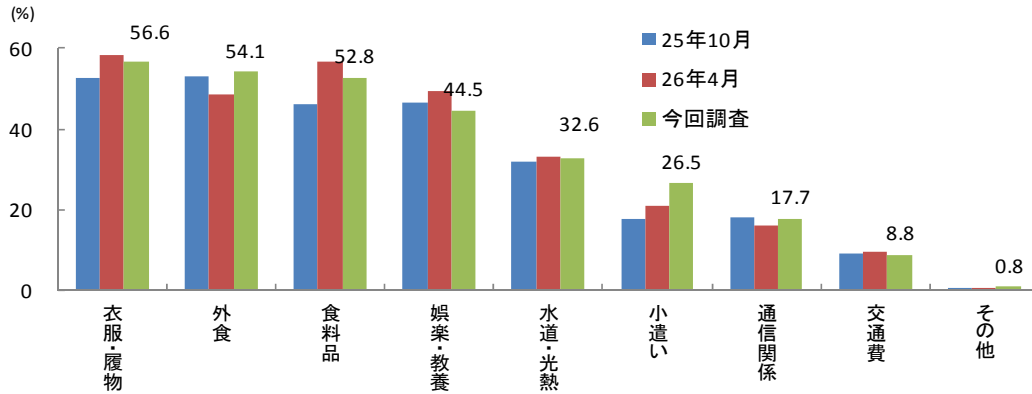
図表18 消費税の家計への影響



図表19 消費増税への対応



図表20 支出を減らすとした品目



注) 複数回答

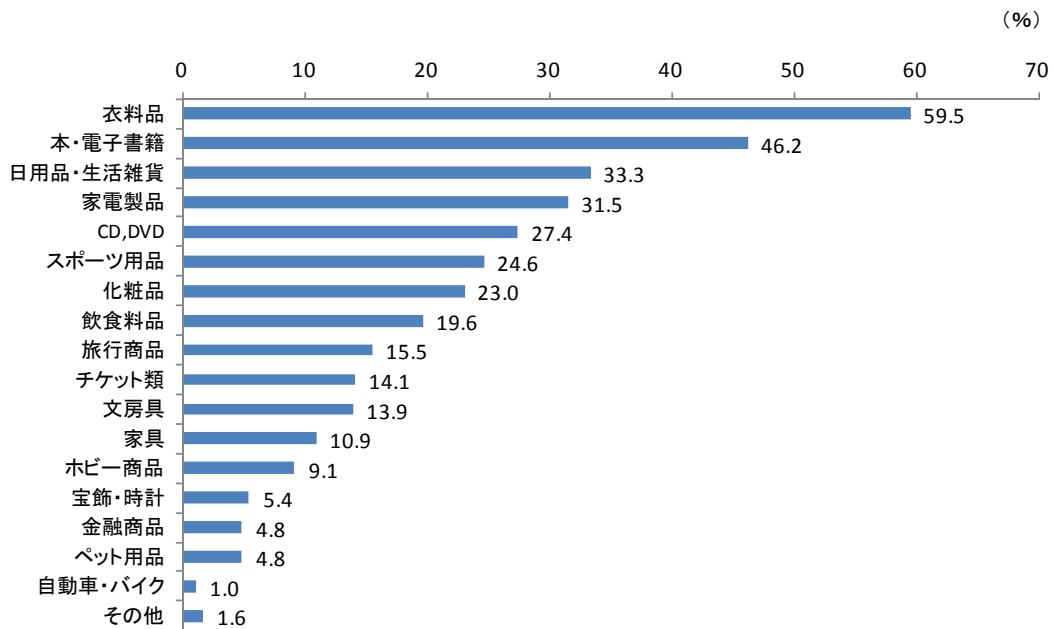
【インターネットでの買い物について】

図表21 インターネットで買い物をしたことがある割合(年代別)

(単位: %)

全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
71.8	33.3	91.0	85.2	80.3	59.1	34.7	9.4

図表22 インターネットで購入したもの



注) 「インターネットで買い物をしたことがある」のみ回答
・複数回答