

～「消費と物価に関するアンケート」結果～

「暮らし向き」は前回とほぼ同水準で緩やかな回復にとどまる

消費や物価についての消費者の意識や行動などを調査するため、今年3月から3カ月に一度、定期調査として「消費と物価に関するアンケート」を実施している。9月に実施した第3回の調査結果から最新の消費動向などをみた。特別項目では、「インターネット通販について」と題し、利用状況や利用目的を調査した。

調査名	：「消費と物価に関するアンケート」
調査時期	：9月14日(月)～16日(水)
調査対象	：滋賀県内の滋賀銀行本支店にご来店の女性
有効回答数	：787名

【全体コメント】

「暮らし向き」は、今年3月の調査時より回復がみられた前回調査（6月）とほぼ同水準で、緩やかな回復にとどまっているものの、「世帯収入」は前回調査より若干良化しており回復の兆しがみられる。また、特別項目の「インターネット通販について」では、インターネット通販の利用経験があるのは、40歳代までの若い世代では約6割に達した。

【定例項目】

「暮らし向き」…「変わらない」が58.0%で最多

- ・「変わらない」が58.0%で前回並み、「悪くなった」と「やや悪くなった」の合計も38.6%で、改善がみられた前回（3月 6月：43.6% 37.8%）とほぼ同水準であった。
- ・今後半年間では、「良くなる」と「やや良くなる」の合計が6.5%で前回（5.0%）よりやや増えたのに対し、「悪くなる」と「やや悪くなる」の合計は37.1%で前回（38.8%）よりやや減った。
- ・“暮らし向き”の水準は、今年3月が最も低く、その後回復する傾向がみられるものの、緩やかな回復にとどまっており、今後もこの傾向が続くとみられる。

「世帯収入」…「減った」と「やや減った」の合計は48.7%で前回より改善

- ・「変わらない」が44.8%で前回（38.1%）より増加したが、「減った」と「やや減った」の合計は48.7%で前回（52.4%）よりやや減少した。
- ・今後半年間では、「変わらない」が54.8%と前回（45.6%）より増加し半数を超えたのに対し、「減る」と「やや減る」の合計が40.2%となり、前回（47.7%）より減少した。
- ・世帯収入は、半数近くが減少する厳しい状況が依然として続いているものの、前回調査に比べ若干良化しており、今後は徐々に回復に向かうとみられる。

「物価」…半数以上が上昇

- ・「かなり上がった」と「やや上がった」の合計が 55.3%となり前回(50.0%)に比べて増加した。ガソリン価格の上昇などが要因として考えられる。
- ・今後半年間でも「かなり上がる」と「やや上がる」の合計が 56.2%で、前回(49.3%)よりも増加している。景気回復に伴う物価上昇に対する警戒が強いようだ。

「耐久消費財」の買い時…「良くなる」と「やや良くなる」の合計は 18.5%で若干低下

- ・「変わらない」(52.5% 51.4%)、「良くなる」と「やや良くなる」の合計(21.9% 18.5%)が前回に比べて減少したのに対し、「悪くなる」と「やや悪くなる」の合計(25.6% 30.1%)は前回に比べ増加した。景気対策が相次いで導入された前回調査時に比べ、耐久消費財の購入意欲は若干低下している。

【特別項目】「インターネット通販」について

「利用経験」…40歳代までの若い世代では約6割が利用

- ・半数が「ある」(50.7%)と回答した。
- ・年代別では、「29歳以下」(62.5%)が最も多く、次いで「30歳代」(60.3%)、「40歳代」(59.4%)、「50歳代」(39.7%)、「60歳以上」(19.6%)と続き、40歳代までの若い世代では、約6割が利用の経験があるとしている。

「年間平均利用回数」…平均月1回以内の利用が約9割を占める

- ・「0～4回」(51.4%)が最も多く、次いで「5～9回」(22.5%)、「10～14回」(17.1%)の順となり、平均月1回以内の利用が約9割を占めた。

「購入した商品・サービス」…「衣類、靴、カバン、アクセサリー」が48.9%で最多

- ・「衣類、靴、カバン、アクセサリー」(48.9%)が最も多く、次いで「ホテル・旅行の予約、交通チケット」(41.7%)、「化粧品・美容関係」(32.4%)、「図書・雑誌」(31.8%)、「食品、飲料・酒類」(30.2%)などが続いた。ファッション関連商品を始め、幅広い商品・サービスの購入にインターネット通販が利用されている実態が明らかになった。

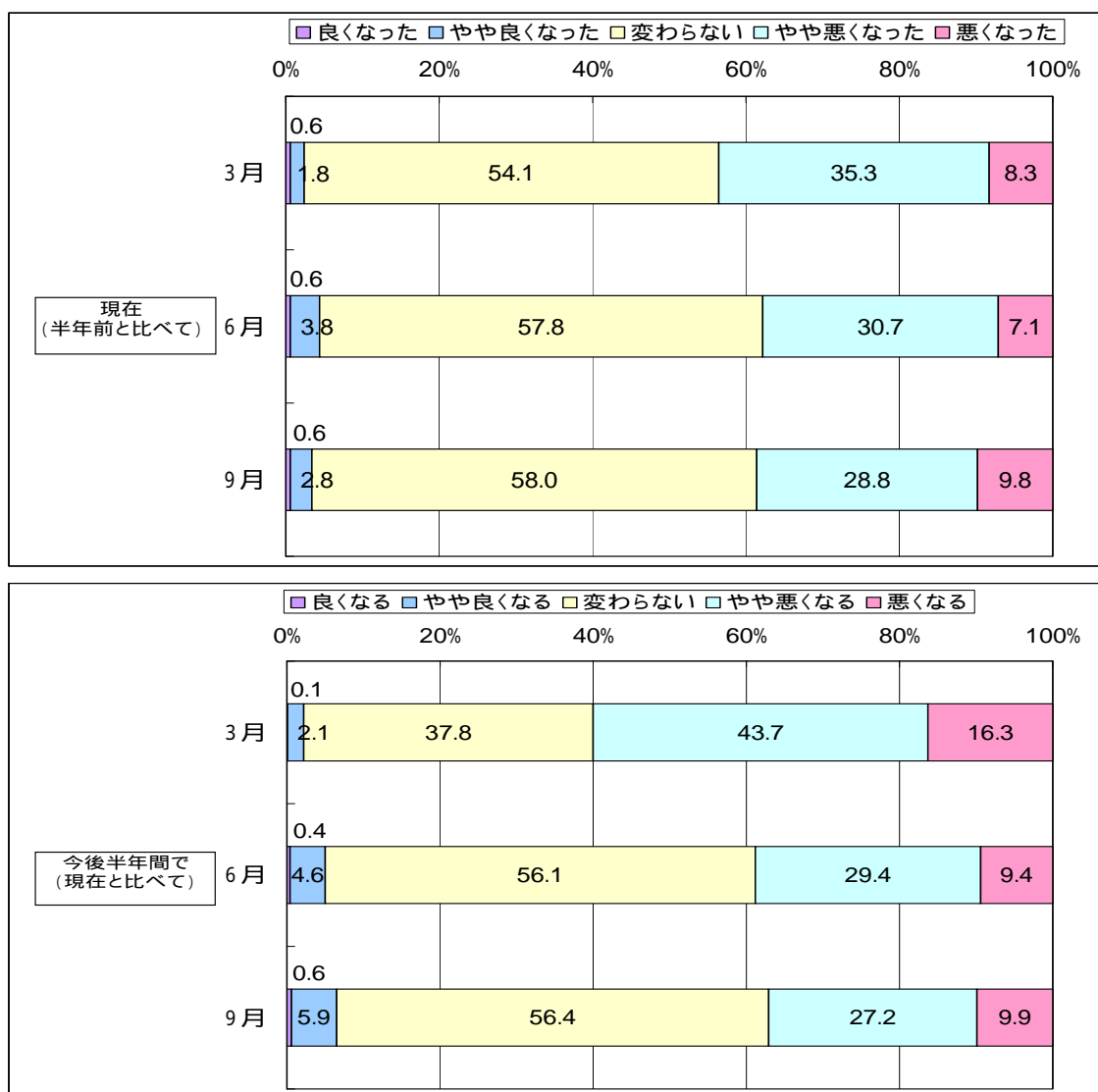
***分析結果および図表**

【定例項目】

「暮らし向き」…「変わらない」が58.0%で最多

「世帯の現在の“暮らし向き”は、半年前と比べてどうか」との問いに対しては、「変わらない」が58.0%で前回並み（6月：57.8%）、「悪くなった」と「やや悪くなった」の合計も38.6%で、改善がみられた前回（3月 6月：43.6% 37.8%）とほぼ同水準であった（図1）。また、「良くなった」は前回と同じ（0.6%）、「やや良くなった」も2.8%で前回（3.8%）とほぼ同水準であった。次いで「今後半年間でどうなると思うか」と尋ねたところ、「良くなる」と「やや良くなる」の合計が6.5%で前回（5.0%）よりやや増えたのに対し、「悪くなる」と「やや悪くなる」の合計は37.1%で前回（38.8%）よりやや減った。“暮らし向き”の水準は、今年3月が最も低く、その後回復する傾向にあるものの、緩やかな回復にとどまっており、今後もこの傾向が続くとみられる。

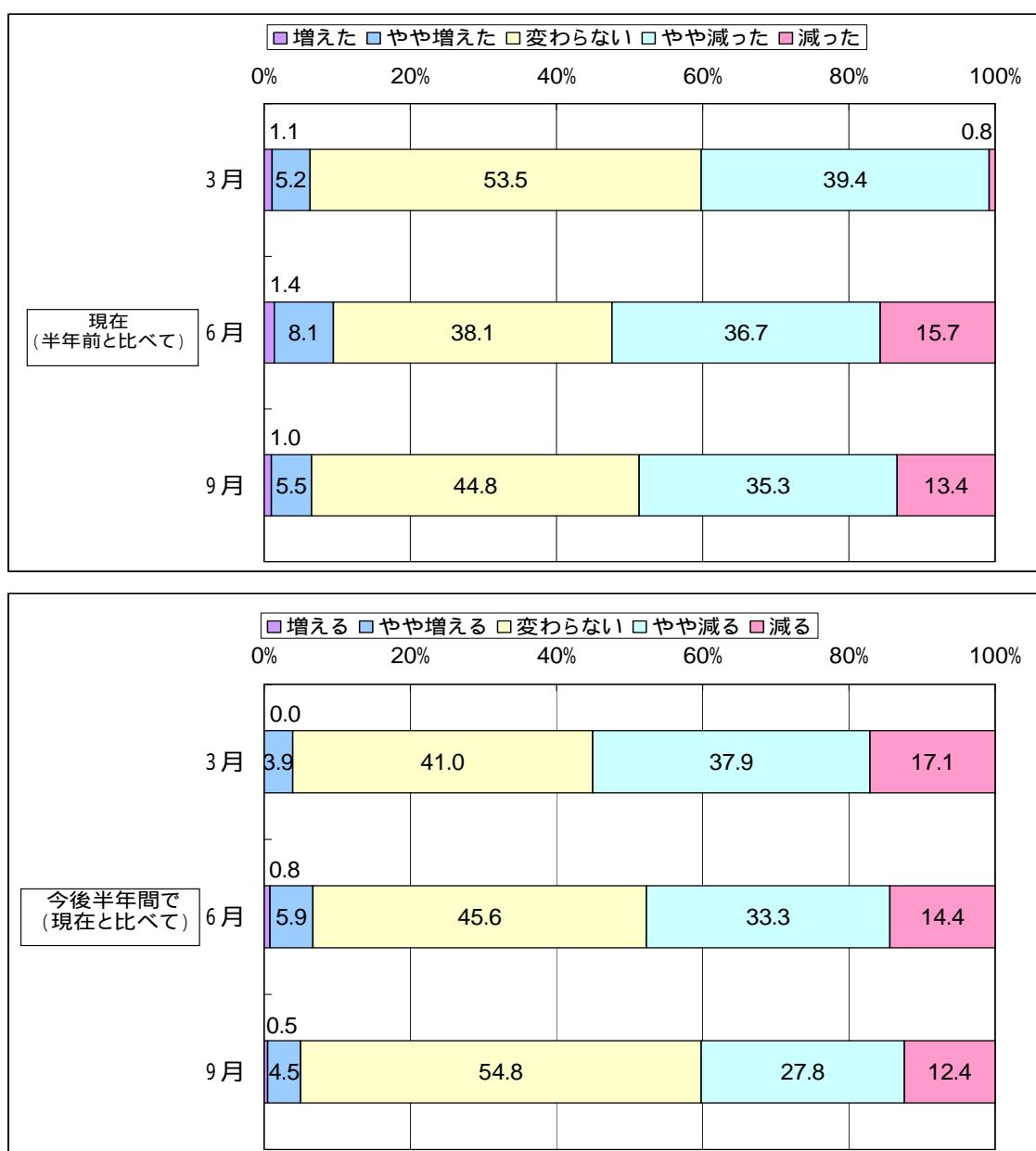
図1 世帯の「暮らし向き」について



「世帯収入」…「減った」と「やや減った」の合計は48.7%で前回より改善

「世帯収入は、半年前に比べてどうか」との問いに対しては、「変わらない」が44.8%で前回(38.1%)より増加したが、「減った」と「やや減った」の合計は48.7%で、前回(52.4%)よりやや減少した(図2)。また、「今後半年間でどうなるか」との問いについても、「変わらない」が54.8%と前回(45.6%)より増加し半数を超えたのに対し、「減る」と「やや減る」の合計が40.2%となり、前回(47.7%)より減少した。世帯収入は、半数近くが減少する厳しい状況が依然として続いているものの、前回調査に比べ若干良化しており、今後は徐々に回復に向かうとみられる。

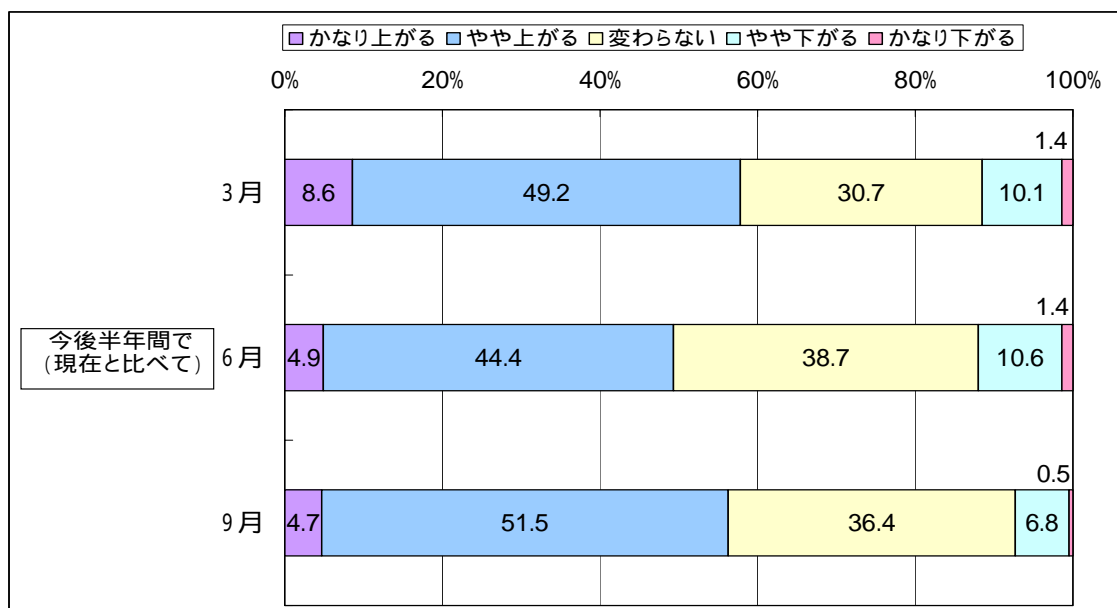
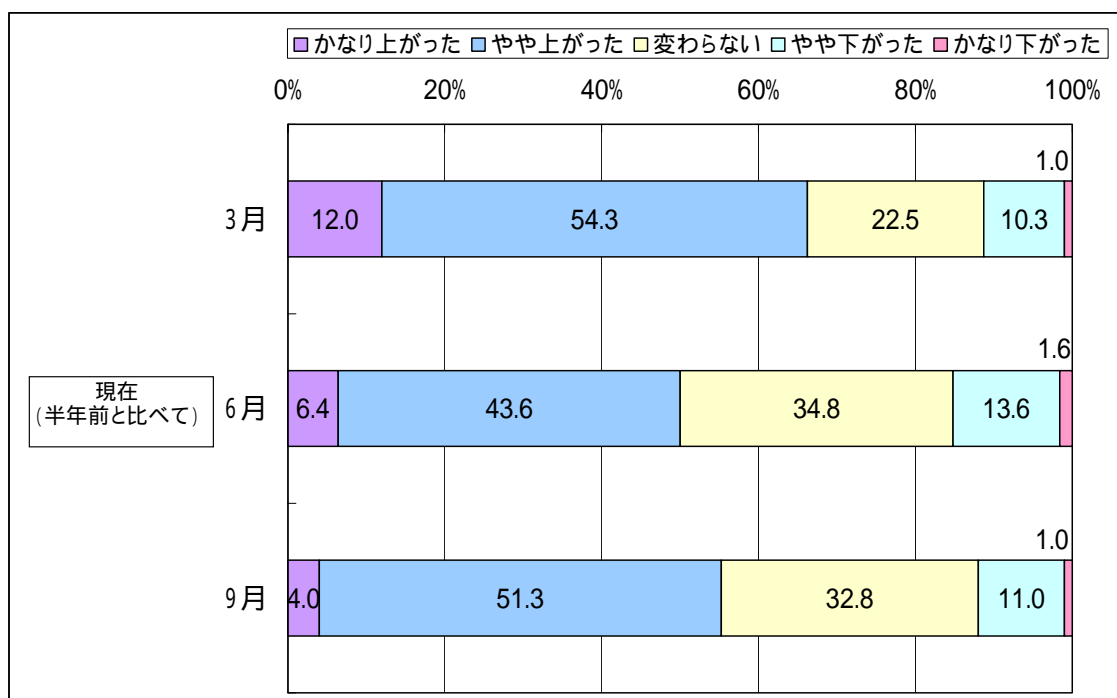
図2 「世帯収入」について



「物価」…半数以上が上昇

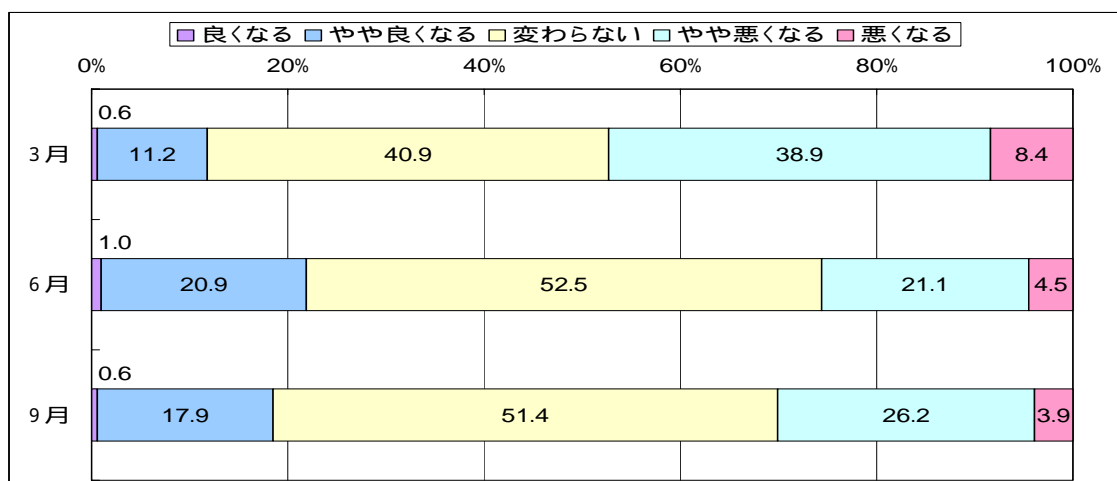
「現在の物価は半年前と比べてどうなったか」との問いに対しては、「かなり上がった」と「やや上がった」の合計が55.3%となり前回(50.0%)に比べて増加した(図3)。ガソリン価格の上昇などが要因として考えられる。また、今後半年間でも「かなり上がる」と「やや上がる」の合計が56.2%で、前回(49.3%)よりも増加している。景気回復に伴う物価上昇に対する警戒が強いようだ。

図3 「物価」の動向



「耐久消費財」の買い時・・・「良くなる」と「やや良くなる」の合計は18.5%で若干低下
 「耐久消費財の買い時は今後半年間でどうなるか」と尋ねたところ、「変わらない」(52.5%
 51.4%)、「良くなる」と「やや良くなる」の合計(21.9% 18.5%)が前回に比べて減
 少したのに対し、「悪くなる」と「やや悪くなる」の合計(25.6% 30.1%)は前回に比べ
 増加した(図4)。景気対策が相次いで導入された前回調査時に比べ、耐久消費財の購入意
 欲は若干低下している。

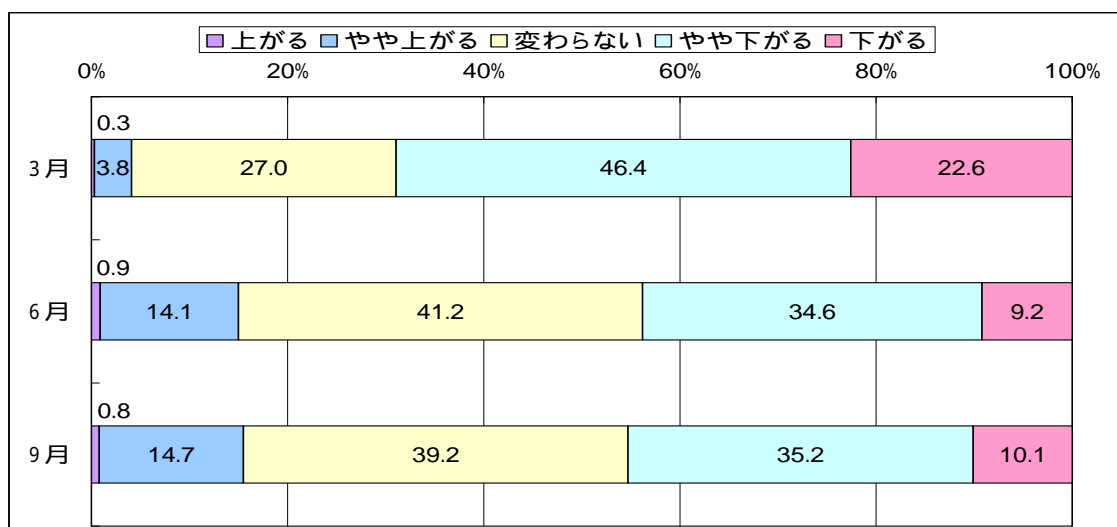
図4 「耐久消費財」の買い時は現在と比べてどうなるのか



「資産価値」・・・4割以上が低下を警戒

「株式・土地などの“資産価値”は今後半年間でどうなるか」と尋ねたところ、「下がる」
 と「やや下がる」の合計は45.3%となり、大幅に改善した前回(69.0% 43.8%)とほぼ
 同水準であった(図5)。但し、バブル崩壊の後遺症から、依然として4割以上が資産価値
 の低下を警戒しており、資産価値の回復には時間を要するとみられる。

図5 所有する株式・土地などの「資産価値」は、現在と比べて今後半年間でどうなるか



「支出」…「食料費」が最も増え、「外食など飲食費」が最も減る

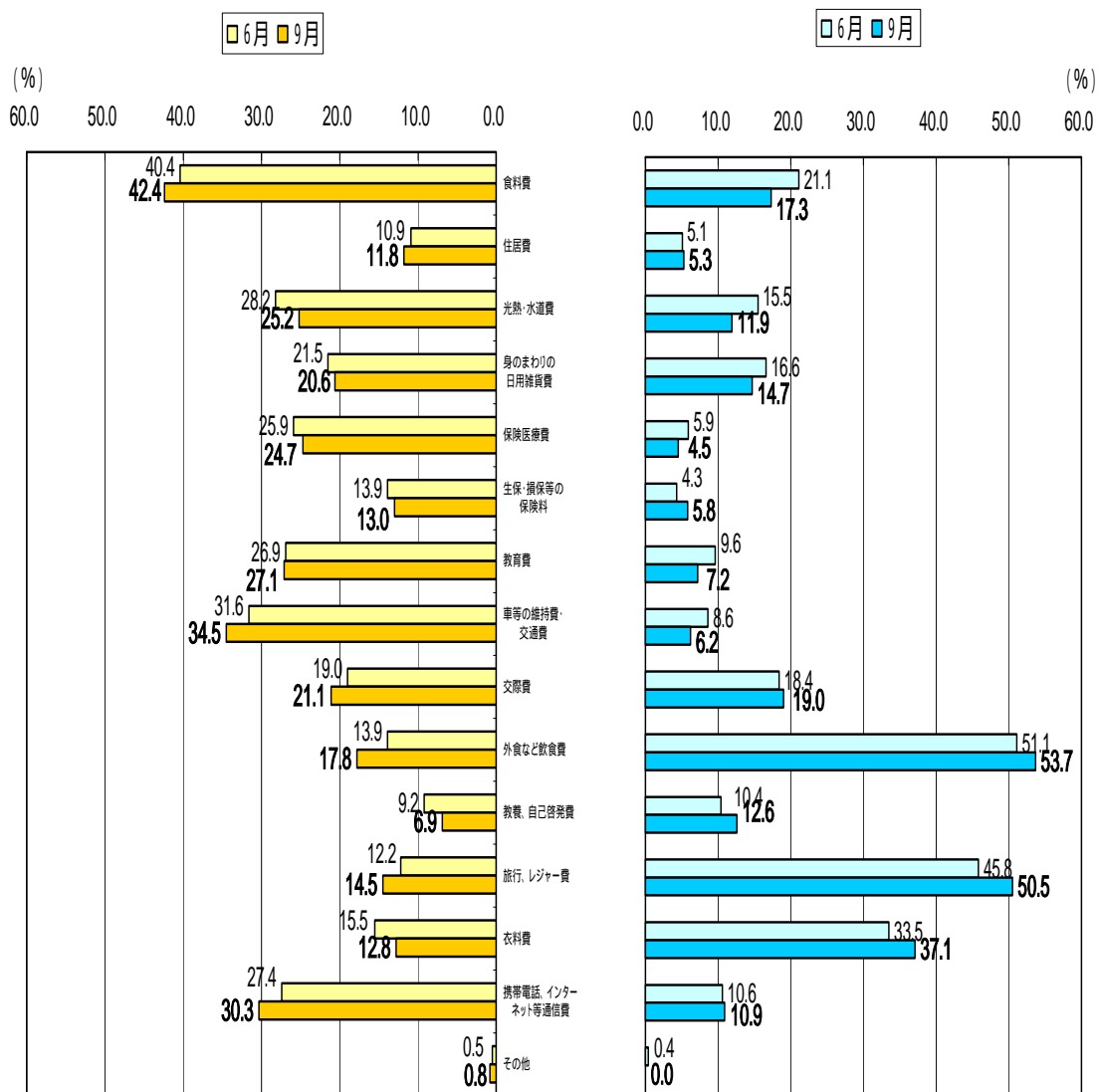
* 「最近の世帯の“支出”が増えたもの、あるいは減ったものは何ですか」の質問に対し、該当項目を複数回答

支出が増えた項目（複数回答）としては、「食料費」（42.4%）が最も多く、次いで「車等の維持費・交通費」（34.5%）、「携帯電話、インターネット等通信費」（30.3%）が続いている（図6）。また、支出が減った項目（複数回答）としては、「外食など飲食費」（53.7%）が最も多く、次いで「旅行、レジャー費」（50.5%）、「衣料費」（37.1%）と続いている。両項目とも上位3項目は前回と同じで、いずれも水準は前回は上回っている。消費者の節約志向が続いており、不要不急な支出を抑える姿勢が一層強まっているようだ。

図6 「支出」について（複数回答）

< 増えたもの >

< 減ったもの >

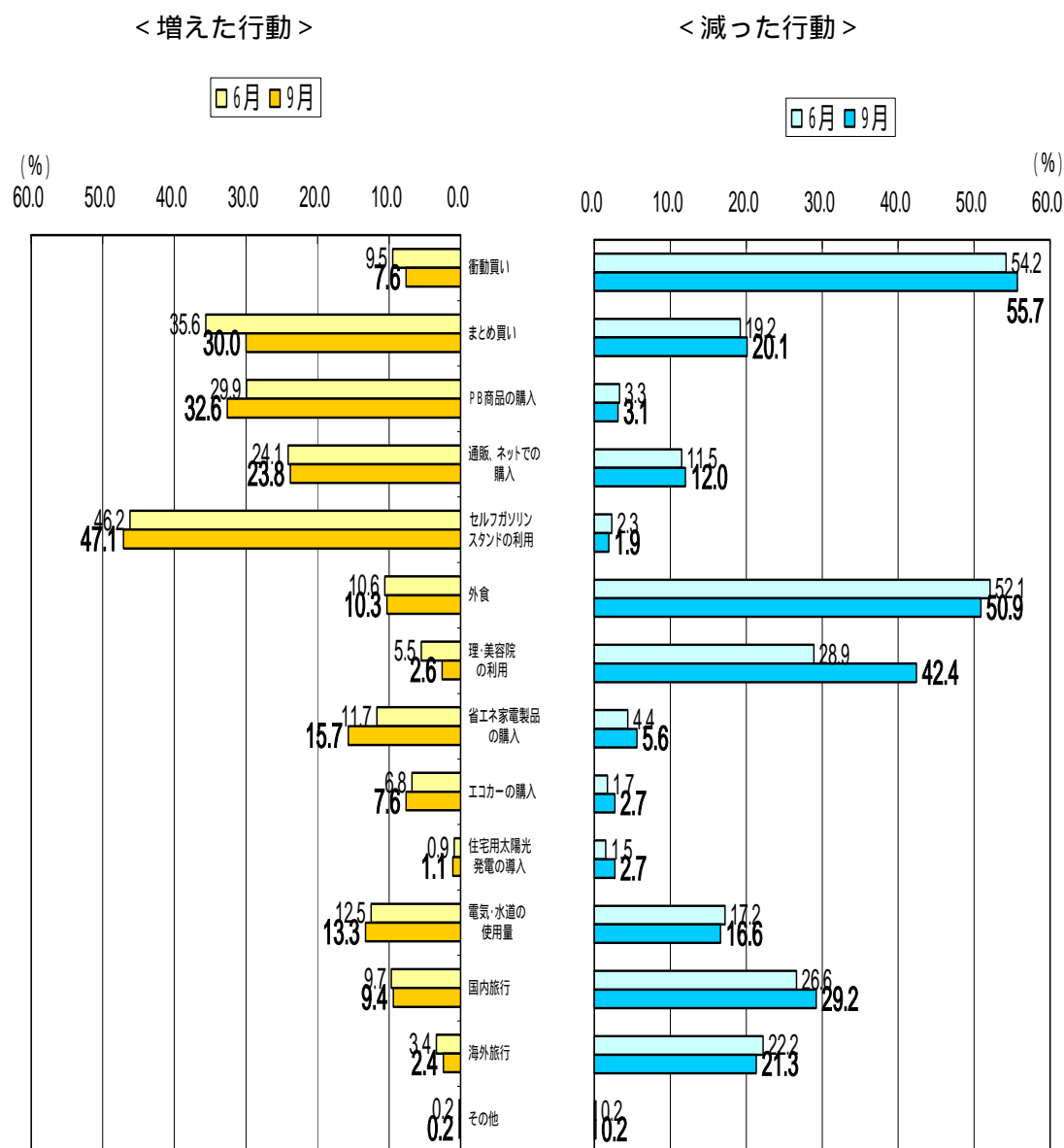


「消費行動」・・・増えた行動では「PB商品の購入」が第2位に上昇

* 「最近の消費行動に変化はありますか」の質問に対し、該当項目を複数回答

増えた消費行動としては、「セルフガソリンスタンドの利用」(47.1%)、「PB商品の購入」(32.6%)、「まとめ買い」(30.0%)、「通販、ネットでの購入」(23.8%)が上位を占めた(図7)。「PB商品の購入」が前回より順位を一つ上げ2番目に多くなった。逆に減った消費行動としては、「衝動買い」(55.7%)、「外食」(50.9%)、「理・美容院の利用」(42.4%)、国内旅行(29.2%)、「海外旅行」(21.3%)が上位となり、中でも「理・美容院の利用」が前回(28.9%)より大幅に増加した。生活防衛のため、“おしゃれ”を控える女性が増えているようだ。

図7 「消費行動」について

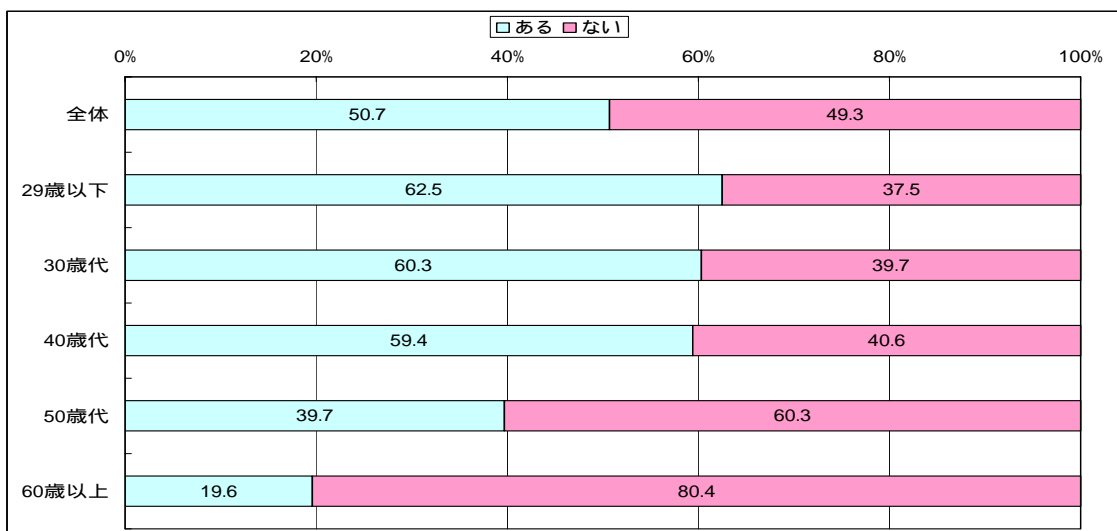


【特別項目】「インターネット通販」について

「利用経験」…40歳代までの若い世代では約6割が利用

「インターネット通販を利用したことがあるか」と尋ねたところ、半数が「ある」(50.7%)と回答した(図8)。年代別では、「29歳以下」(62.5%)が最も多く、次いで「30歳代」(60.3%)、「40歳代」(59.4%)、「50歳代」(39.7%)、「60歳以上」(19.6%)と続き、40歳代までの若い世代では、約6割が利用の経験があるとしている。

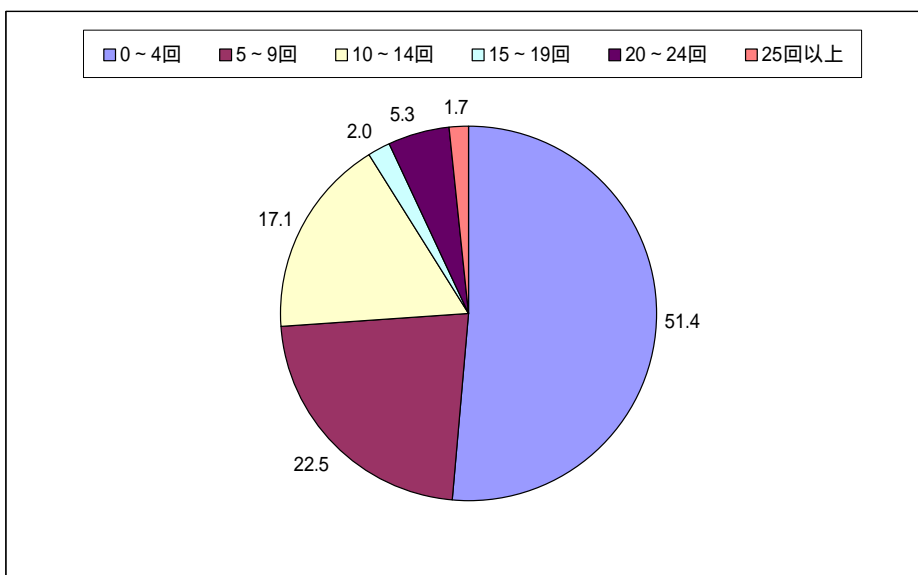
図8 「インターネット通販」を利用したことがあるか



「年間平均利用回数」…平均月1回以内の利用が約9割を占める

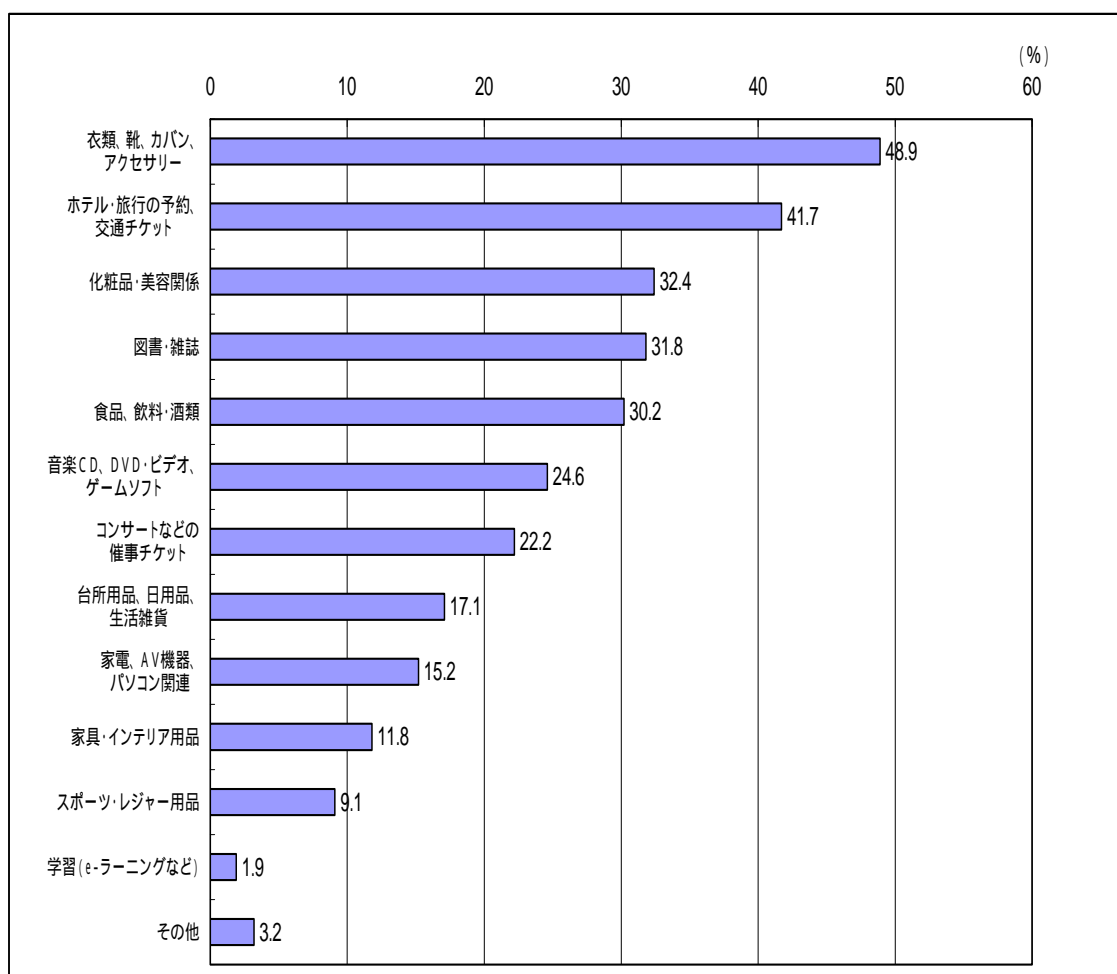
「0～4回」(51.4%)が最も多く、次いで「5～9回」(22.5%)、「10～14回」(17.1%)の順となり、平均月1回以内の利用が約9割を占めた(図9)。

図9 「インターネット通販」の年間平均利用回数



「購入した商品・サービス」…「衣類、靴、カバン、アクセサリ」が48.9%で最多
「インターネット通販で購入した商品・サービス」について尋ねたところ（複数回答）
「衣類、靴、カバン、アクセサリ」（48.9%）が最も多く、次いで「ホテル・旅行の予約、
交通チケット」（41.7%）、「化粧品・美容関係」（32.4%）、「図書・雑誌」（31.8%）、「食品、
飲料・酒類」（30.2%）などが続いた（図10）。ファッション関連商品を始め、幅広い商品・
サービスの購入にインターネット通販が利用されている実態が明らかになった。

図10 「インターネット」通販で購入した商品・サービスは何か



平成 21 年 10 月 21 日
しがぎん経済文化センター
林 明史