

「消費と物価に関するアンケート」結果

「物価」水準は大幅低下

消費や物価について消費者の意識や行動などを調査するため、09年3月から3カ月に1度、定期調査として滋賀銀行店頭にご来店の女性を対象に「消費と物価に関するアンケート」を実施している。09年12月に実施した第4回の調査結果から最新の消費動向などをみた。また、今回より県内だけでなく、京都府内も対象として拡大している。

調査名	：「消費と物価に関するアンケート」
調査時期	：09年12月16日～18日
調査対象	：滋賀県内および京都府内の滋賀銀行本支店にご来店の女性
有効回答数	：908名

【全体コメント】

「暮らし向き」は、09年6月以降、横ばい状態が続いているが、半年後には悪化の見通しとなっている。「世帯収入」も前回調査より若干良化したが、半年後には悪化の見通し。「物価」の動きは前回水準より大きく低下しており、需要低下や急速な円高による輸入商品の値下げなどが基となった低価格競争の激化が要因と思われる。特別項目の「滋賀県の地域ブランドに対する関心度」の調査では、関心の高いブランドは県内、県外とも「近江牛」が最も多く、「近江米」、「信楽焼」が続いた。

【定例項目】

◆「暮らし向き DI」は半年後には悪化の見通し

- ・半年前と比べた現在の「暮らし向き DI」（「良くなった」「やや良くなった」と回答した合計から「悪くなった」「やや悪くなった」と回答した合計を引いた値）は-34と09年6月（-33）以降、横ばい傾向が続いており、緩やかな回復にとどまっている。
- ・半年後の「暮らし向き DI」（「良くなる」「やや良くなる」と回答した合計から「悪くなる」「やや悪くなる」と回答した合計を引いた値）は-41で、前回（09年9月：-31）より10ポイント悪化する見通しである。
- ・内閣府が毎月実施している暮らし向きに関する消費動向調査（全国）とほぼ同じ動きとなっており、半年後の水準も全国平均と同じ落ち込み幅となっている。暮らし向きの水準は、09年3月以降、回復する傾向にあったが、ここにきて再度悪化の見通しとなった。これは、所得や雇用環境の悪化や景気の“二番底”懸念によるものと考えられる。

◆「世帯収入 DI」はやや回復するも、半年後に悪化見通し

- ・半年前と比べた現在の世帯収入 DI（「増えた」「やや増えた」と回答した合計から「減った」「やや減った」と回答した合計を引いた値）は-38となり、前回（09年9月：-42）から4ポイント良化した。
- ・半年後の「世帯収入 DI」（「増える」「やや増える」と回答した合計から「減る」「やや減る」と回答した合計を引いた値）は-39となり、前回（09年9月：-35）より4ポイント悪化する見通しとなった。
- ・世帯の収入に関する内閣府の消費動向調査とほぼ同じ動きを示し、上記の暮らし向き DI の半年後予想と同様の要因によるものと思われる。

◆半年後の「物価DI」は「下落」が「上昇」を上回る

- ・現在の「物価DI」（「かなり上がった」「やや上がった」と回答した合計から「かなり下がった」「やや下がった」と回答した合計を引いた値）は-16となり、前回（09年9月：+43）から-59ポイントと大幅に低下した。
- ・半年後の物価の見通しでは、「かなり上がる」「やや上がる」と回答した合計（上昇）は、前回の56.3%から今回は27.6%とほぼ半減し、「かなり下がる」「やや下がる」と回答した合計（下落）は前回の7.3%から今回は27.9%と約4倍近くまで増加した。その結果、「上昇」と「下落」の割合が逆転しており、需要低下や急速な円高による輸入商品の値下げなどが基となった低価格競争の激化が要因と思われる。

◆「耐久消費財の買い時DI」では購入に慎重な傾向

- ・今後半年間の「耐久消費財の買い時DI」（「良くなる」「やや良くなる」と回答した合計から「悪くなる」「やや悪くなる」と回答した合計を引いた値）は-15となり、前回（09年9月）から3ポイント悪化した。
- ・09年3月には-36と大幅なマイナスだったのが、エコポイント制度やエコカー減税・補助金などの景気対策の効果から、09年6月に-4と大幅に回復した。しかし、9月以降マイナスとなり、景気対策の効果も薄れ、耐久消費財の購入に慎重になる傾向がでてきている。

【特別項目】「滋賀県の地域ブランド」の関心度について

◆「滋賀県の地域ブランド」の関心は「近江牛」が最多

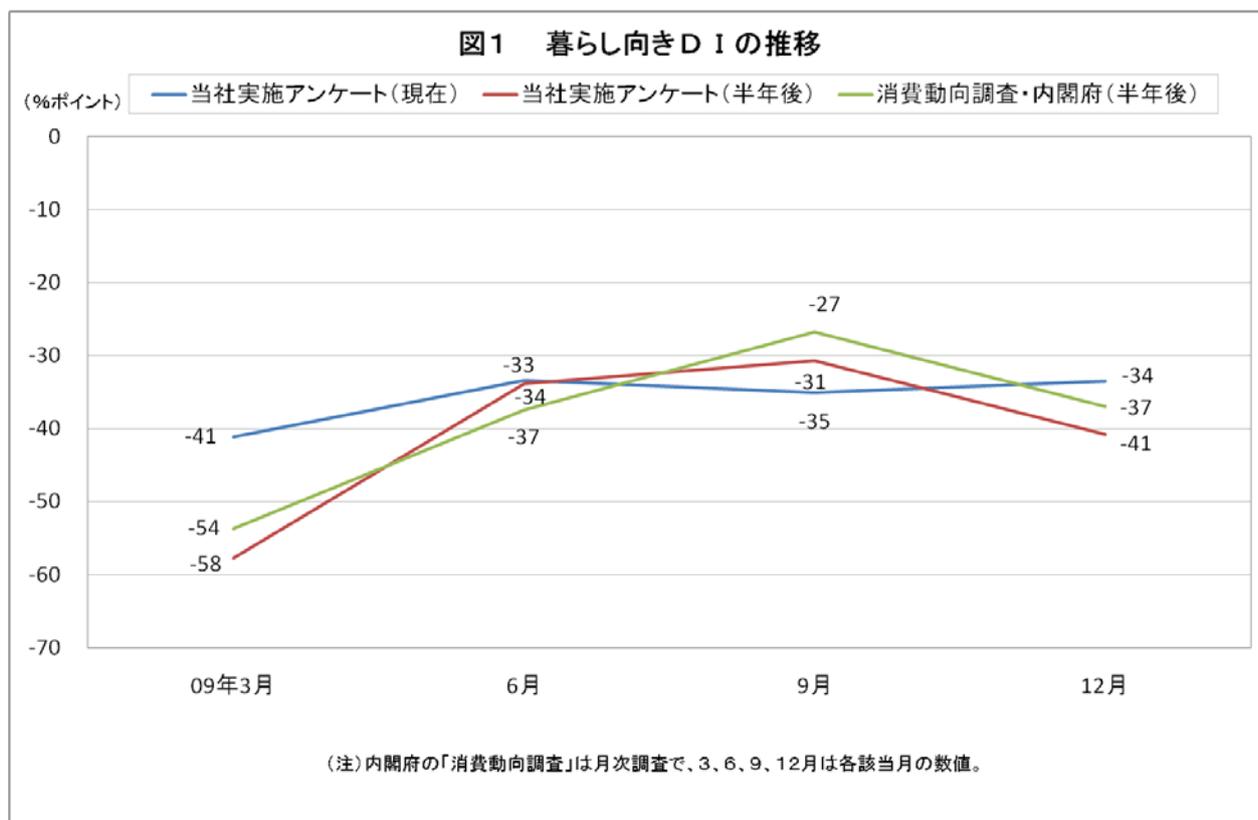
- ・今回は、県内在住者に加えて京都・山科エリアの県外在住者にもアンケートを実施し、滋賀県の代表的な地域ブランドについて、関心がある3項目を回答してもらった。県内外でデータ数に違いがあり単純に比較はできないものの、県内、県外とも「近江牛」（順に82%、88%）が最も多く、次いで「近江米」（同64%、62%）、「信楽焼」（同49%、54%）と続いた。

※分析結果および図表

【定例項目】

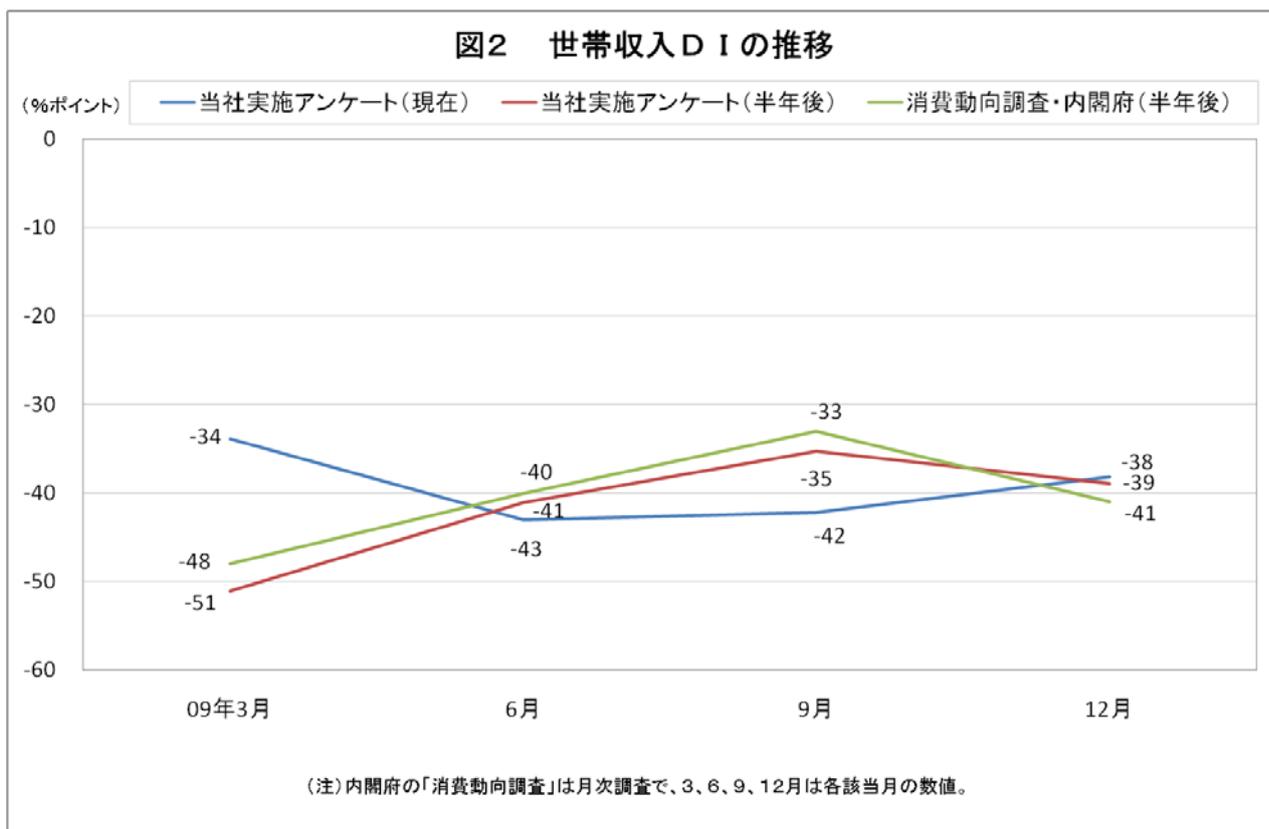
◆「暮らし向きDI」は半年後には悪化の見通し

「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、現在の「暮らし向きDI」（「良くなった」「やや良くなった」と回答した合計から「悪くなった」「やや悪くなった」と回答した合計を引いた値）は-34と09年6月（-33）以降、横ばい傾向が続いており、緩やかな回復にとどまっている（図1）。次いで「今後半年間でどうなると思うか」と尋ねたところ、今後の「暮らし向きDI」（「良くなる」「やや良くなる」と回答した合計から「悪くなる」「やや悪くなる」と回答した合計を引いた値）は-41で、前回（09年9月：-31）より10ポイント悪化する見通しである。内閣府が毎月実施している暮らし向きに関する消費動向調査（全国）とほぼ同じ動きとなっており、半年後の水準も全国平均と同じ落ち込み幅となっている。暮らし向きの水準は、09年3月以降、回復する傾向にあったが、ここにきて再度悪化の見通しとなった。これは、所得や雇用環境の悪化や景気の“二番底”懸念によるものと考えられる。



◆「世帯収入DI」はやや回復したが、半年後再び悪化

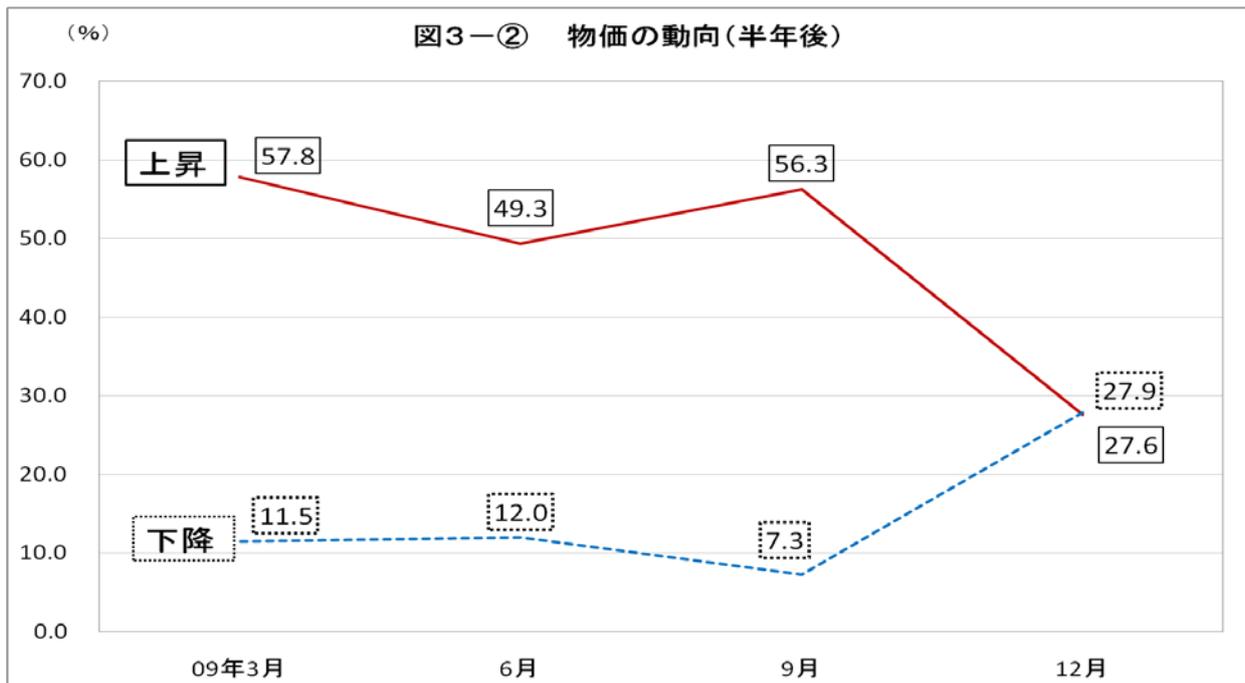
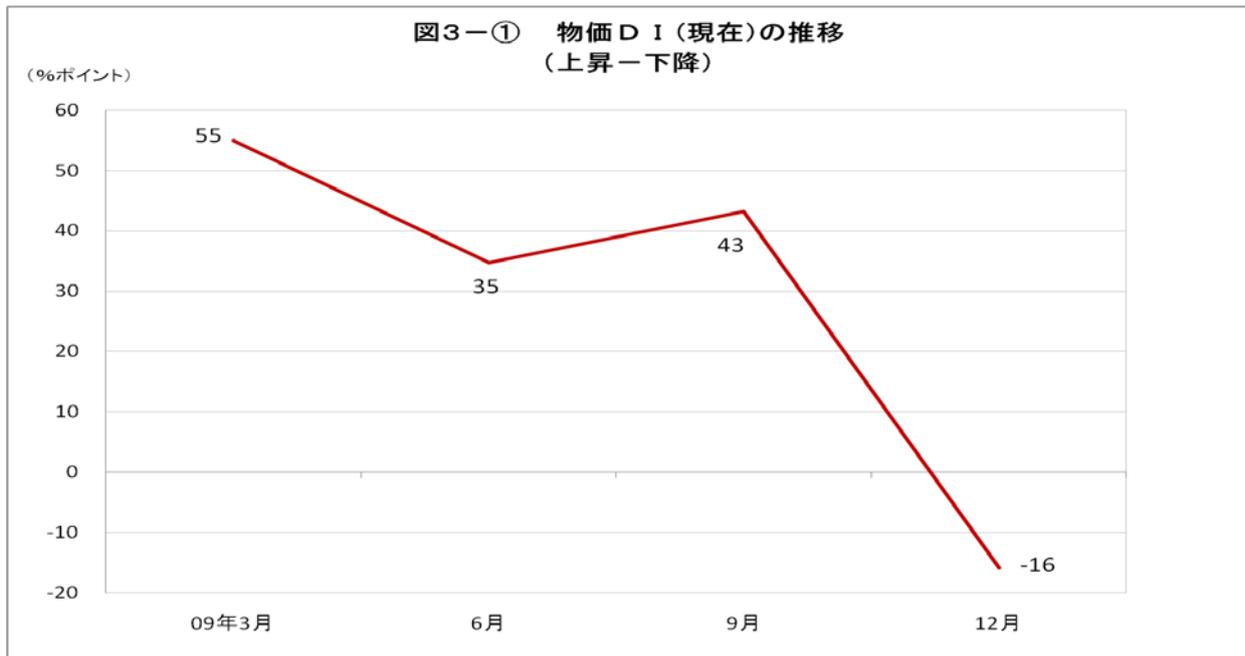
「世帯収入は、半年前に比べてどうか」との問いに対しては、現在の「世帯収入DI」（増えた」「やや増えた」と回答した合計から「減った」「やや減った」と回答した合計を引いた値）は-38となり、前回（09年9月：-42）から4ポイント良化した（図2）。また、「今後半年間でどうなるか」との問いについても、半年後の「世帯収入DI」（「増える」「やや増える」と回答した合計から「減る」「やや減る」と回答した合計を引いた値）は-39となり、前回（09年9月：-35）より4ポイント悪化する見通しとなった。世帯の収入に関する内閣府の消費動向調査とほぼ同じ動きを示し、上記の暮らし向きDIの半年後予想と同様の要因によるものと思われる。



◆半年後の物価は「下落」が「上昇」を上回る

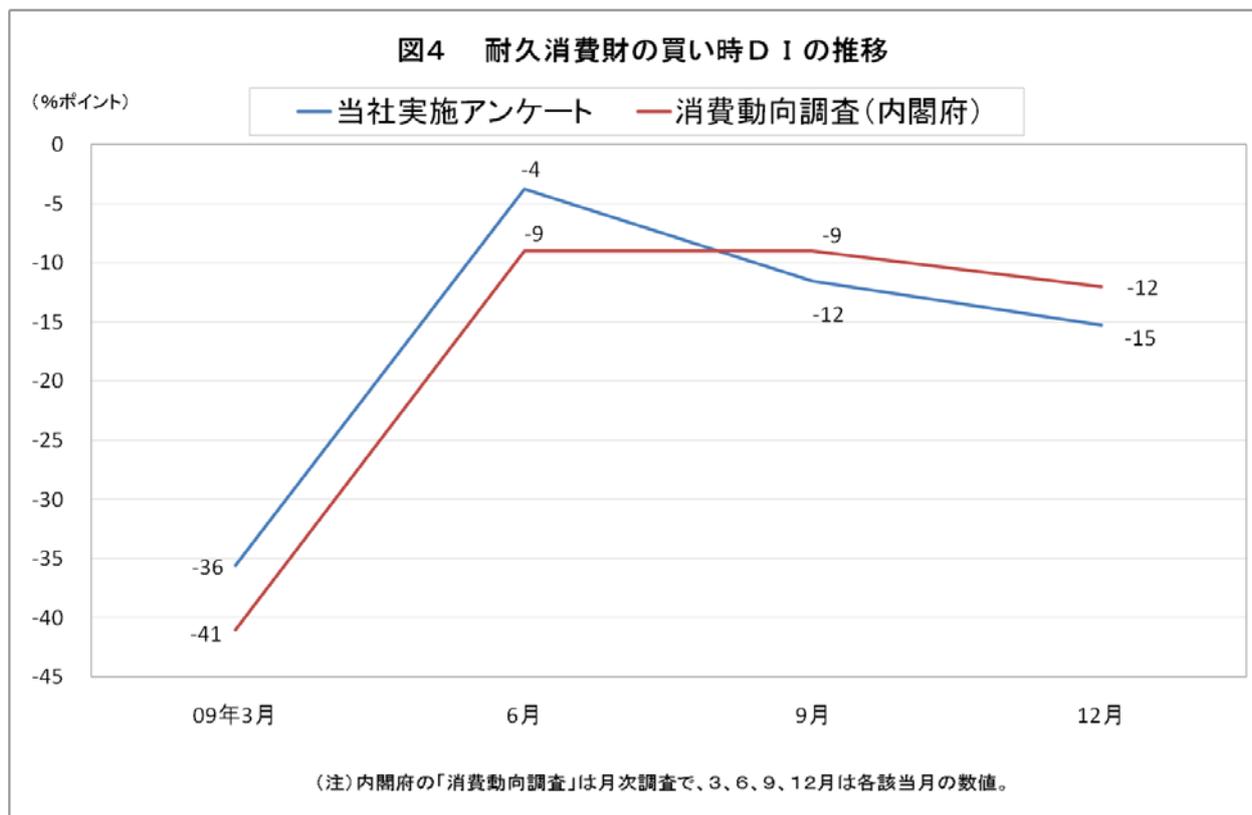
「現在の物価は半年前と比べてどうか」との問いに対しては、現在の「物価DI」（「かなり上がった」「やや上がった」と回答した合計から「かなり下がった」「やや下がった」と回答した合計を引いた値）は-16 となり、前回（09年9月：+43）から-59ポイントと大幅に低下した（図3-①）。

「半年後の物価は今と比べてどうなるか」については、「かなり上がる」「やや上がる」と回答した合計（上昇）は、前回の56.3%から今回27.6%とほぼ半減し、「かなり下がる」「やや下がる」と回答した合計（下降）は前回の7.3%から今回27.9%と約4倍近くまで増加した（図3-②）。その結果、「上昇」と「下落」の割合が逆転しており、需要低下や急速な円高による輸入商品の値下げなどが基となった低価格競争の激化が要因と思われる。



◆「耐久消費財の買い時DI」では購入に慎重な傾向

「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、「耐久消費財の買い時DI」（「良くなる」「やや良くなる」と回答した合計から「悪くなる」「やや悪くなる」と回答した合計を引いた値）は-15 となり、前回（09年9月：-12）から3ポイント悪化した（図4）。09年3月には-36 と大幅なマイナスだったのが、エコポイント制度やエコカー減税・補助金などの景気対策の効果から、09年6月に-4 と大幅に回復したが、9月以降マイナスとなり、景気対策の効果も薄れ、耐久消費財の購入に慎重になる傾向がでてきている。



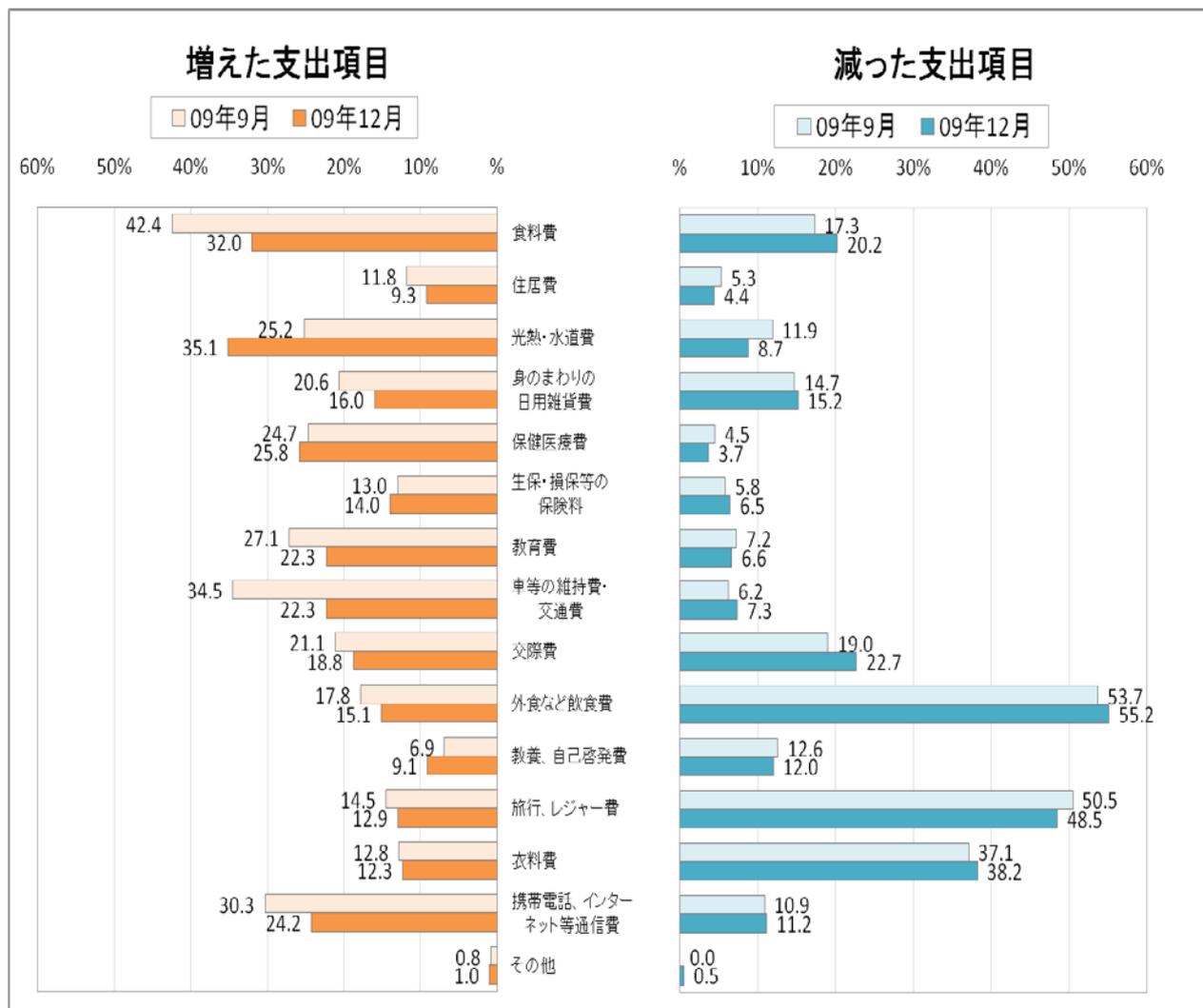
◆ 「支出」…「光熱・水道費」が最も増え、「外食など飲食費」が最も減る

* 「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

増えた支出項目としては、前回5番目に多かった「光熱・水道費」（前回 25.2%→今回 35.1%）が今回最も多く、前回最も割合が多かった「食料費」（同 42.4%→同 32.0%）は2番目に下がり、続いて「保健医療費」（同 24.7%→同 25.8%）となっている（図6）。「車等の維持費・交通費」（同 34.5%→同 22.3%）や「携帯電話、インターネット等通信費」（同 30.3%→同 24.2%）は順位を下げた。

減った支出項目としては、「外食など飲食費」（55.2%）が最も多く、次いで「旅行、レジャー費」（48.5%）、「衣料費」（38.2%）と続いており、上位3項目は前回と同じ順位だった。消費者の節約志向が続いており、“巣ごもり消費”が多い傾向が依然強いようだ。

【図6 支出について】

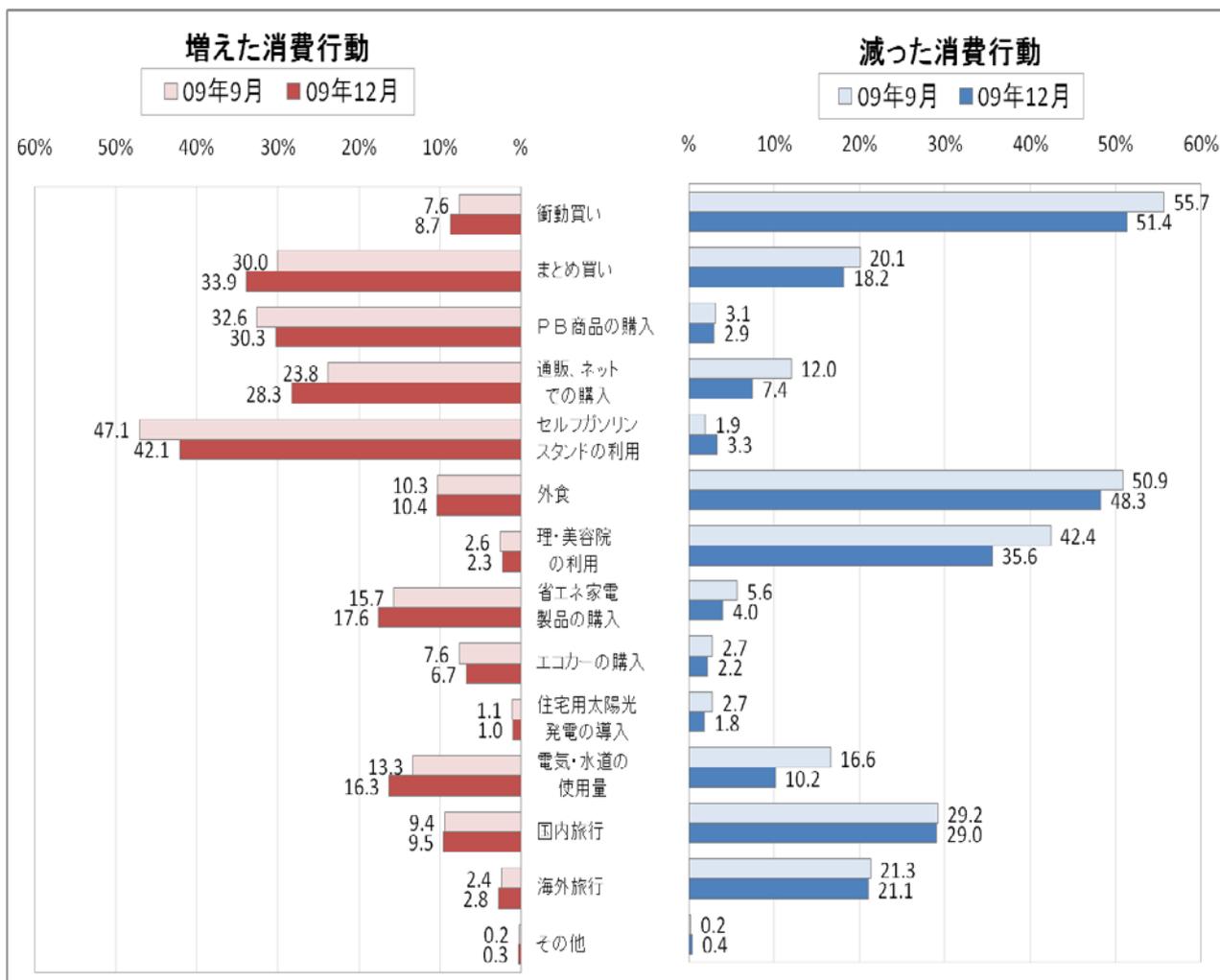


◆ 「消費行動」・・・増えた行動では「セルフガソリンスタンドの利用」が最も多い

* 「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」(42.1%)、「まとめ買い」(33.9%)、「PB商品の購入」(30.3%)が上位を占めた(図7)。前回調査(09年9月)との比較では、「まとめ買い」や「通販、ネットでの購入」が増加しており、逆に減った消費行動としては、「衝動買い」(51.4%)、外食(48.3%)、「理・美容院の利用」(42.4%)が上位となり、前回の順位と同じとなった。雇用や所得環境の悪化が個人消費を押し下げる傾向が依然強いようだ。

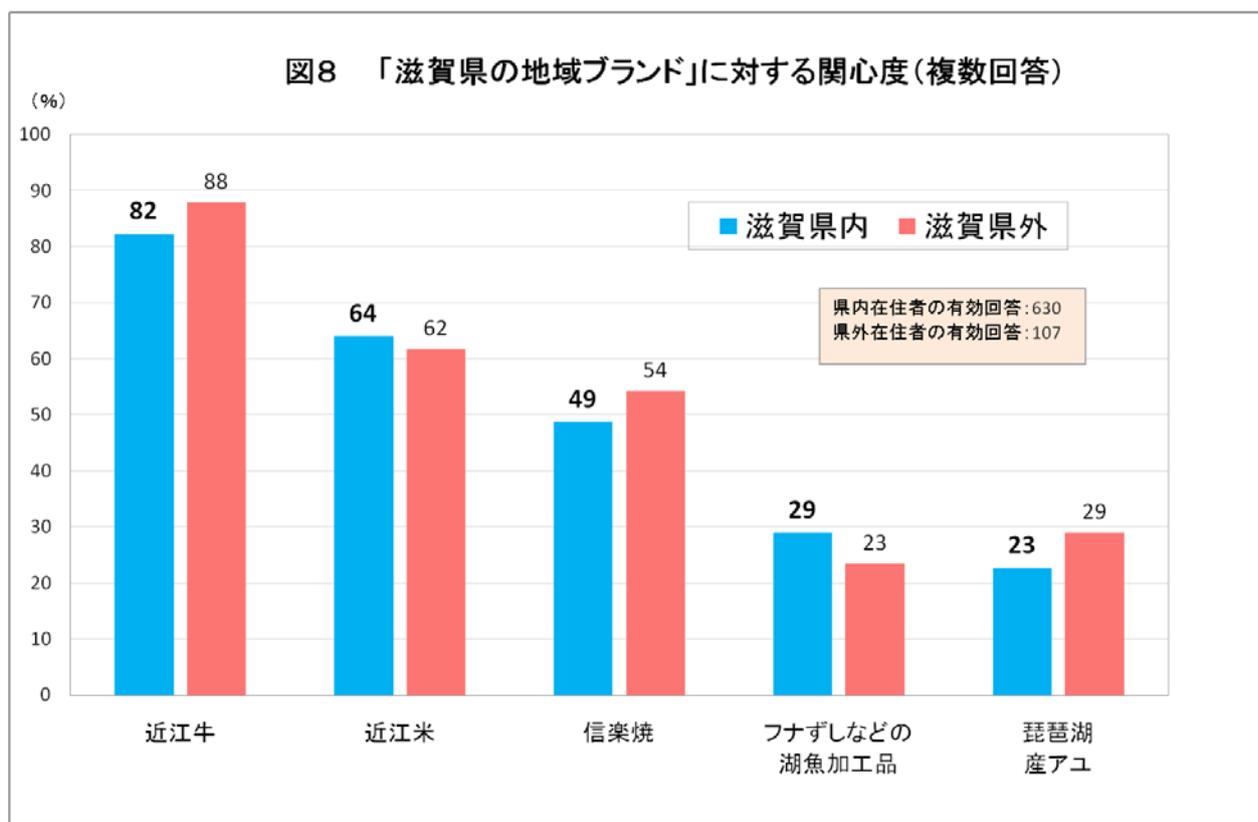
【図7 「消費行動」について】



【特別項目】

◆「滋賀県の地域ブランド」の関心度は「近江牛」が最多

今回は、県内在住者に加えて京都・山科エリアの県外在住者にもアンケートを実施し、滋賀県の代表的な地域ブランドのうち、関心がある3項目を回答してもらったところ、県内外でデータ数に違いがあり単純に比較はできないものの、県内、県外とも「近江牛」（順に 82%、88%）が最も多く、次いで「近江米」（同 64%、62%）、「信楽焼」（同 49%、54%）と続いた（図8）。



◆地域資源を活用した「地域ブランド」の新展開

08年1月に県が首都圏や関西などで実施した「滋賀のイメージ調査」によると、首都圏で認知度が50%を超えたのは「琵琶湖」と「近江牛」（ともに約63%）だけという結果が出ており、滋賀県の印象が薄いという調査結果がでていいる。経済界や大学、県の関係者などが主体となって09年11月に設立した「滋賀・琵琶湖ブランド推進協議会」では、地域ブランド力向上に伴う県産品の販売増や観光客誘致、地域活性化を目指している。

滋賀県においても「地域産業資源活用事業計画」や「農商工等連携支援事業計画」の認定を国から受け、実際に地域資源や独自技術を活用した事業をおこなっている事例がある（表1、表2）。

表1 地域産業資源活用事業計画の認定一覧

認定日付	地域	地域資源名	計画の概要
09年10月	近江八幡市	木製数珠	高級希少木材と木珠生産の技術を活用した「オリジナルレアウッドアクセサリー」の開発・販売
09年10月	大津市	雄琴温泉	雄琴温泉の効能と湖畔の自然、歴史、文化を活かした通い型湯治サービス「おごとヘルスツーリズム」の開発・提供
09年10月	東近江市	近江上布	麻織物技術を活かし高機能繊維等で新規織物の開発と、加工・販売
09年7月	甲賀市	信楽焼	信楽焼（陶器）の土味に、欠けにくい磁器の良さを取り込んだ食器の開発・販売
09年7月	湖南市	近江米	近江米を使った脱脂米糠（スフェロゾーム高含有）の開発・販売
09年7月	高島市	高島綿織物	高島市伝統の綿織物技術を活用した特殊加工麻糸の開発及び製造、販売
09年7月	守山市	ふはく 布帛・ニット 縫製品	自社ブランド「和奏」の確立並びにハニカム構造を活用した服飾雑貨商品の開発・販売
09年7月	甲賀市	朝宮茶	自然回帰農法による「朝宮茶」を使用した信楽高原紅茶の開発と販売
09年7月	甲賀市	信楽焼	ペット愛好家の思いに応え、ペットロス等の心の拠り所となる信楽焼陶器の開発・販売
08年2月	東近江市	彦根バルブ	業界初のカムレバーロック式水道用急速空気弁の開発販売
07年12月	長浜市	浜ちりめん	和装地「浜ちりめん」の織・撚糸加工技術を生かした、洋装対応の新素材開発と高級ドレスの製造販売

表2 農工商等連携促進法の認定事業一覧

認定日付	代表企業等	所在地	計画の概要
09年10月	(有)菓匠禄兵衛	木之本町	「滋賀羽二重糯（もちごめ）」を使用した“豆大福”等の開発・販売
09年10月	(有)びわこ食品	高島市	滋賀県産の特別栽培農産物であるヤーコン、コリンキー、自然薯等の漬物の開発・販売
09年7月	日本アドバンスストア グリ(株)	長浜市	HEFL（ハイブリッド電極蛍光管）照明を用いた“育苗装置”の開発・販売および“HG苗”の栽培と販売
09年7月	滋賀特産品振興企業 組合	甲賀市	近江茶（抹茶・ほうじ茶・煎茶）を活用したジャム及びドレッシングの開発と販売
09年2月	(株)ビーエスシー・ インターナショナル	大津市	びわ湖と循環型農業体験学習を組み込んだエコ・ツーリズムの推進
08年9月	(株)シードライフテック	長浜市	社名に由来する「SLT」発芽技術を用いた滋賀県産大豆商品の開発製造販売事業
08年9月	青花食研(株)	草津市	青花の有効成分を抽出・粉末化した「青花粉末」の食品開発、製造及び販売

株式会社 しがぎん経済文化センター
林 明史