

平成 24 年 8 月

「物価と消費に関するアンケート」結果(県内在住者)

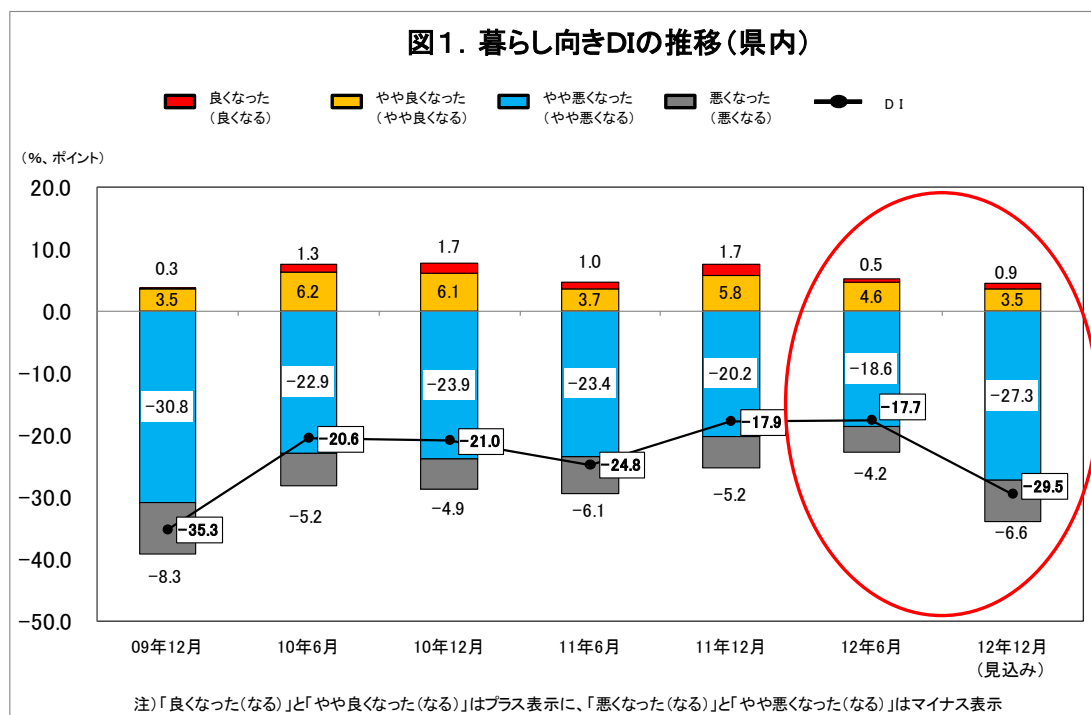
“暮らし向き”は伸び悩み

東日本大震災後に低迷していた消費は回復傾向であったが、長引く円高や欧州債務危機、今夏の電力供給不安などの影響から企業の経営環境は依然厳しく、それによって世帯収入は再び減少した。このような状況が家計にどのような影響を及ぼしているのか、消費の動向を調査するために、滋賀銀行の店頭にご来店の女性を対象に、「物価と消費に関するアンケート調査」を行い、ここでは県内在住者の結果について分析する。(県外在住者については別掲)

- ◇調査名:「物価と消費に関するアンケート」
 ◇調査時期:6月6日(水)～8日(金)
 ◇調査対象:滋賀銀行本支店ご来店の女性(県内在住者)
 ◇有効回答数:742人

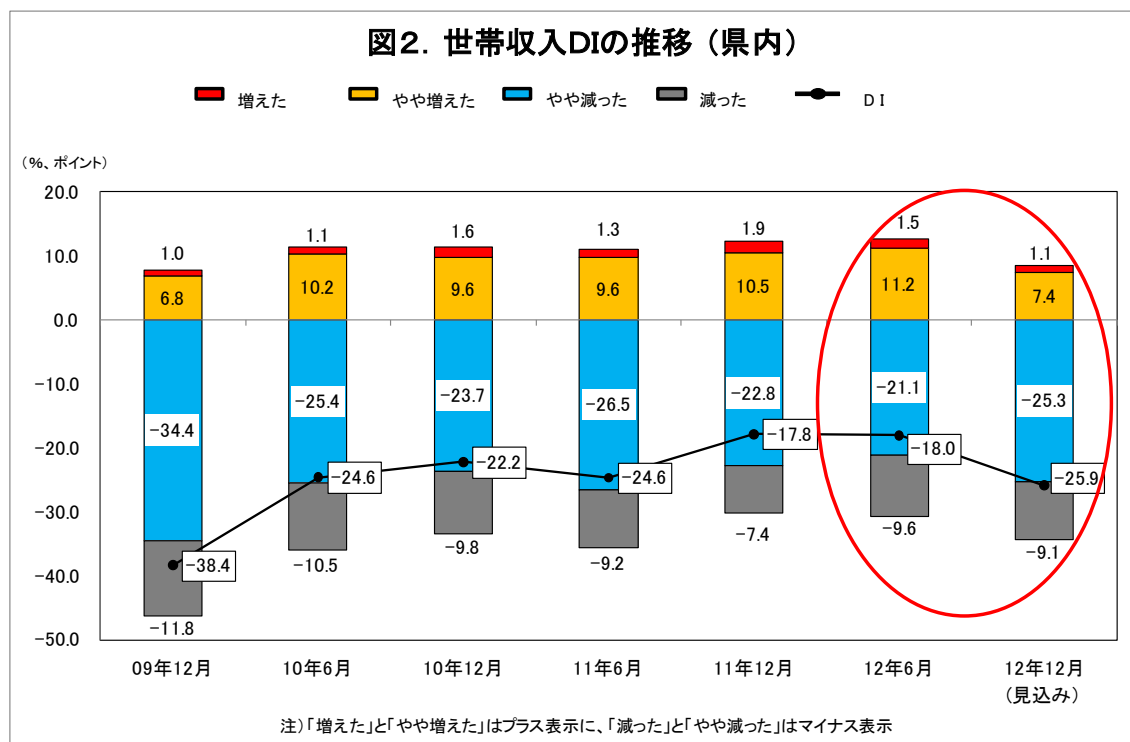
◆【暮らし向きDI】…伸び悩み

現在の「暮らし向きDI」(「良くなった」「やや良くなった」と回答した割合から「悪くなった」「やや悪くなった」と回答した割合を引いた値)は-17.7となり、前回(11年12月:-17.9)から+0.2ポイントの微増にとどまった。前回は震災後に低迷していた企業の業績が回復し、世帯収入も回復しつつあることで大幅な上昇となったものの、長引く円高、欧州債務危機の再燃、ガソリンなどのエネルギー価格の高騰、今夏の電力供給不安などから「暮らし向きDI」は伸び悩んだ。半年後の「暮らし向きDI」(同上)は-29.5で、現状(-17.7)から-11.8ポイントと大幅に悪化する見通しである。



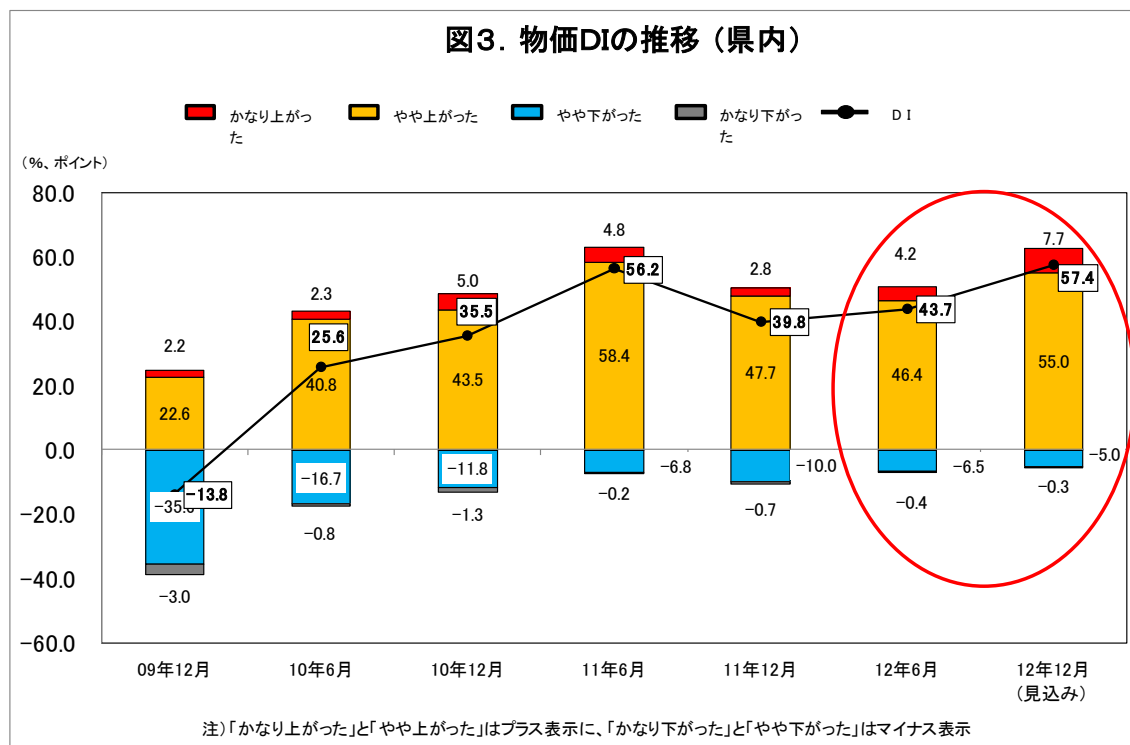
◆【世帯収入DI】…悪化の兆し

現在の「世帯収入DI」(「増えた」「やや増えた」と回答した割合から「減った」「やや減った」と回答した割合を引いた値)は-18.0で前回(11年12月:-17.8)から-0.2ポイント低下した。スマートフォンなどの情報端末機器や省エネ、節電機能の家電機器や衣料品、また、自動車関連などの一部の企業では業績の回復がみられるものの、円高に加え欧州債務危機の再燃による海外経済の減速、原油価格の高騰などから全体的な企業の業績は落ち込んでおり、世帯の収入は再び減少。半年後の「世帯収入DI」(同上)は-25.9で、現状(-18.0)から-7.9ポイントも悪化する見通しである。



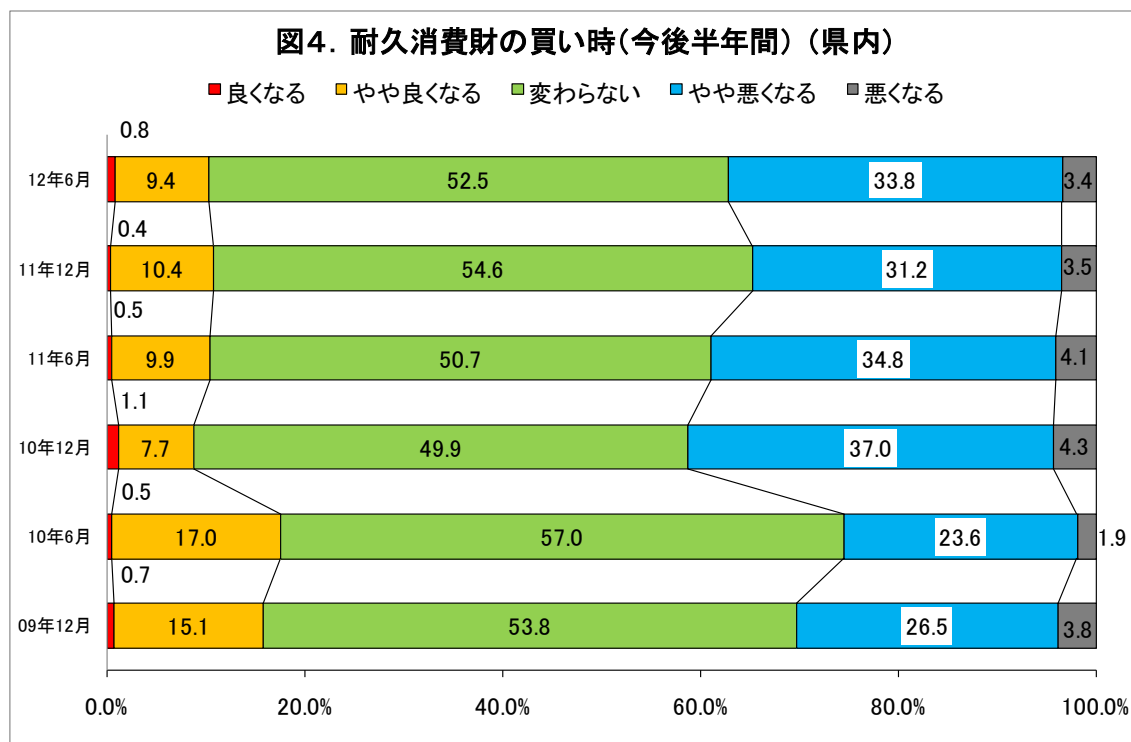
◆【物価DI】…再び上昇

現在の「物価DI」(「かなり上がった」「やや上がった」と回答した割合から「かなり下がった」「やや下がった」と回答した割合を引いた値)は+43.7となり、前回(11年12月: +39.8)から+3.9ポイント上昇した。前は震災後、生産体制が持ち直したことによるモノ不足の解消などから大幅な低下となったものの、ガソリン、石油などのエネルギー関連の高騰などから再び上昇。半年後の「物価DI」(同上)は+57.4で、現状(+43.7)から+13.7ポイントと上昇基調が続く見通しである。



◆【耐久消費財の購入】…依然、厳しい状態が続く

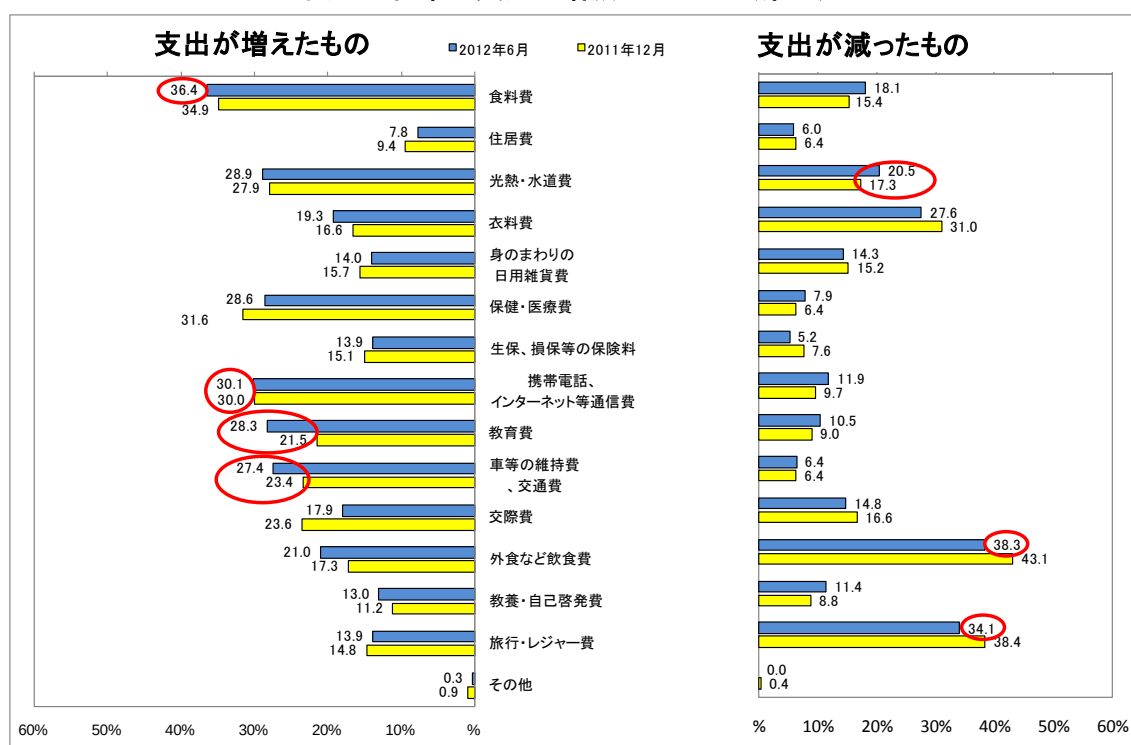
「耐久消費財の買い時として、今と比べて今後半年間でどうなると思うか」については、「良くなる」と「やや良くなる」の合計が10.2%と、前回(11年12月:10.8%)から－0.6ポイントの減少となった。一方、「悪くなる」と「やや悪くなる」の合計は37.2%で前回(34.7%)から+2.5ポイント上昇し、依然、厳しい状態が続く。



◆【支出】…「携帯電話、インターネット等通信費」の増加が続く

「最近の世帯で支出が増えたもの、あるいは減ったものは何ですか」(複数回答)と尋ねたところ、支出が増えた項目としては、「食料費」(36.4%)が最も多く、次いで「携帯電話、インターネット等通信費」(30.1%)と続いた。特に「携帯電話、インターネット等通信費」は前々回(11年6月)5番目、前回(11年12月)3番目、今回2番目となり(24.3%→30.0%→30.1%)、スマートフォンなどの携帯型端末機が急速に普及していることがわかる。また、前回に比べると「教育費」(28.3% : +6.8 ポイント増)、「車等の維持費、交通費」(27.4% : +4.0 ポイント増)などで大きく増加した。一方、支出が減った項目は「外食など飲食費」(38.3%)が最も多く、次いで「旅行・レジャー費」(34.1%)となった。また、前回に比べると「光熱・水道費」の割合が特に増加しており(20.5% : +3.2 ポイント)、電力供給不安やエネルギー価格の高騰などから節約の動きがみられた。

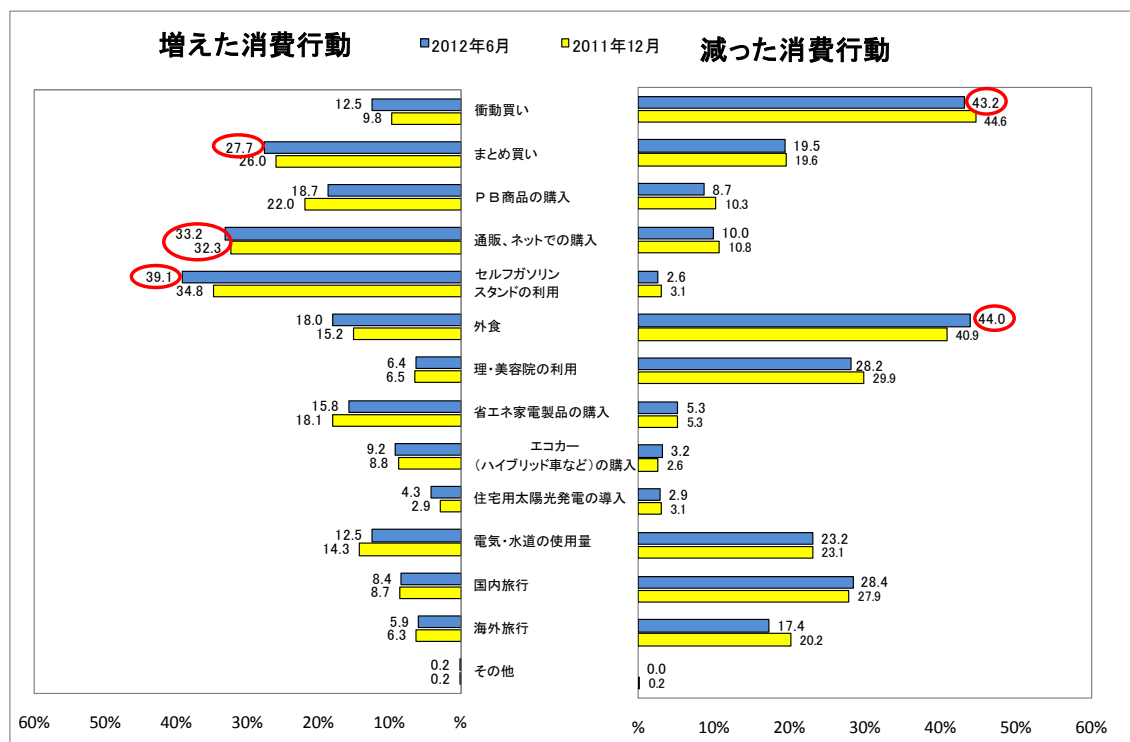
図5. 世帯の支出の増減について(県内)



◆「消費行動」…通販やネットショッピングが増加傾向

「最近の消費行動に変化はありますか」(複数回答)と尋ねたところ、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」(39.1%)が最も多く、次いで「通販、ネットでの購入」(33.2%)、「まとめ買い」(27.7%)と続いた。特に「通販、ネットでの購入」が増加傾向にあり(11年6月:25.7%→11年12月:32.3%→今回:33.2%)、こちらもスマートフォンなどの携帯型端末機の急速な普及によるものと考えられる。一方、減った消費行動としては、「外食」(44.0%)が最も多く、次いで「衝動買い」(43.2%)が続いた。

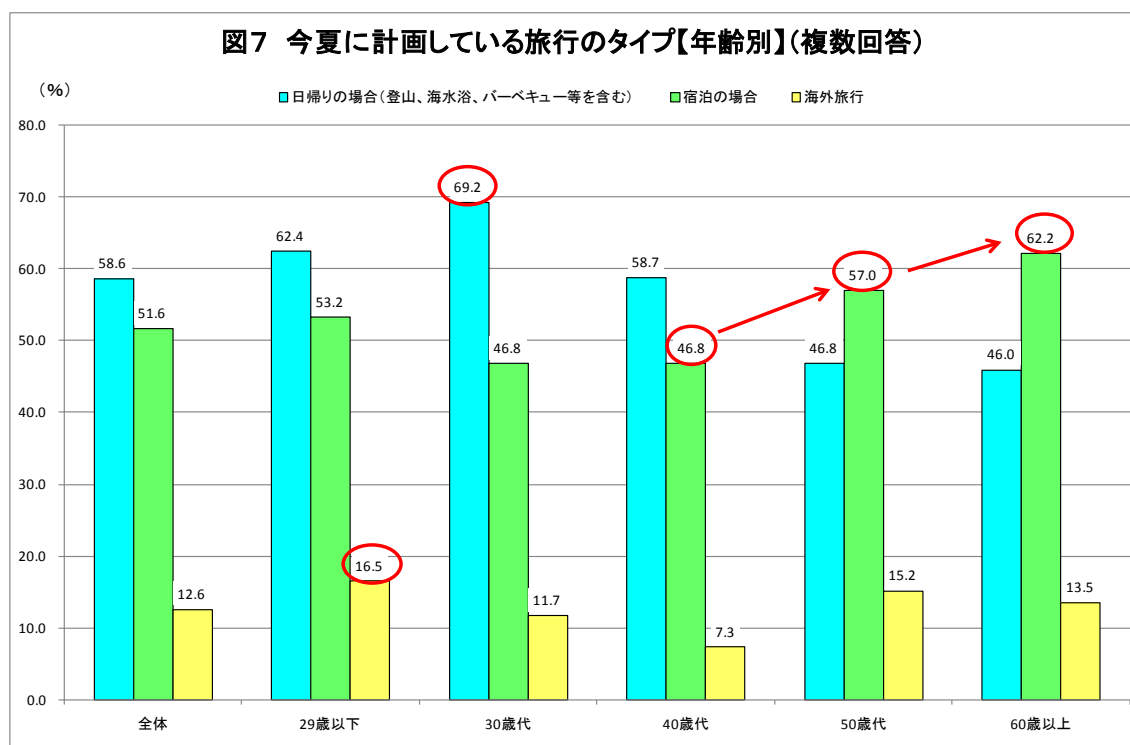
図6. 世帯の消費の増減について(県内)



特別項目＜今夏のレジャーについてのアンケート調査＞

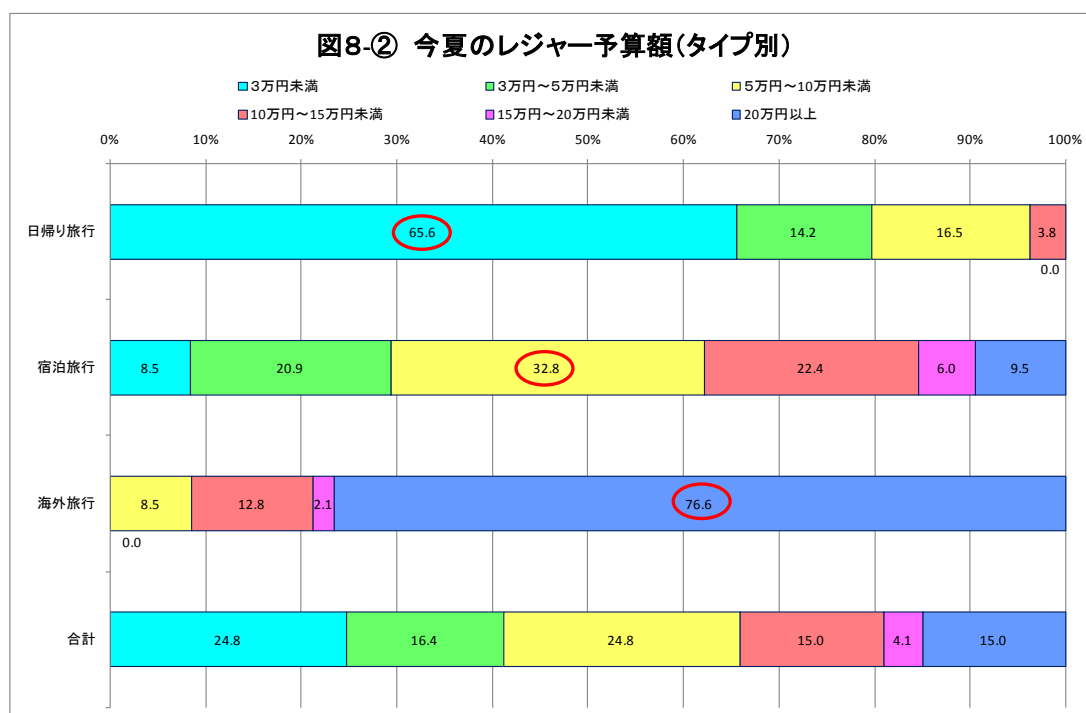
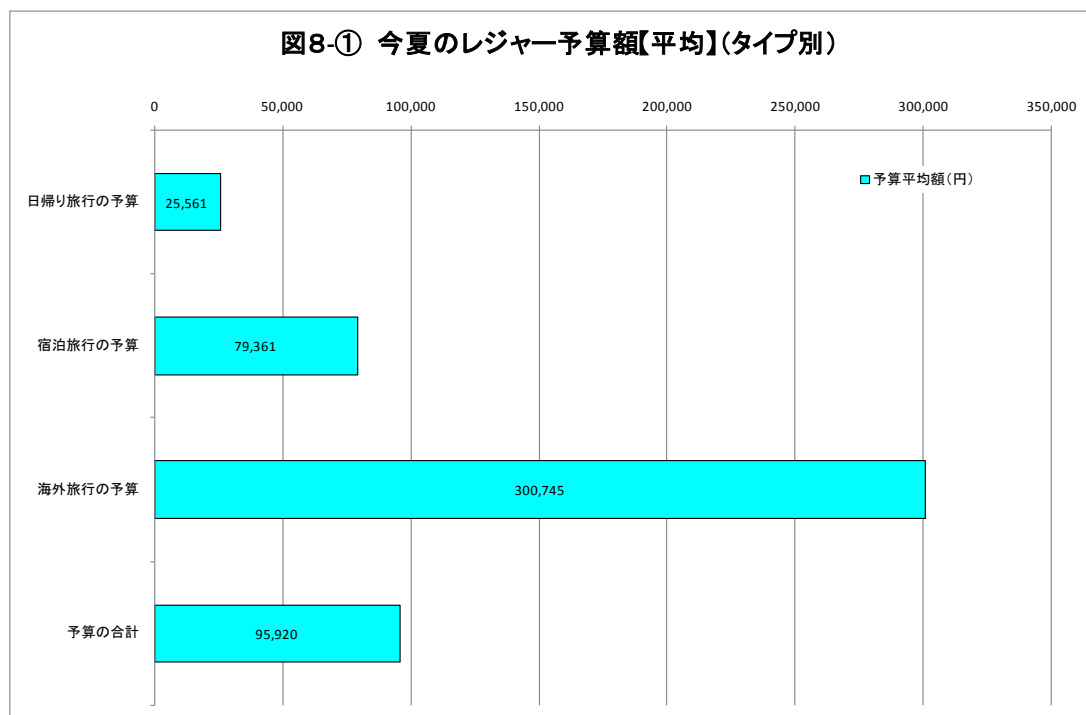
◆50歳代からは「国内宿泊旅行」が増加

「今夏に計画している旅行のタイプ」(複数回答)について尋ねたところ、年齢別でみると(図7)、「日帰り旅行」は30歳代が69.2%と最も多かった。また、「国内の宿泊の場合」は50歳代(57.0%)、60歳以上(62.2%)が多く、年齢が高くなるほど増えていく傾向だ。また、「海外旅行」は全体的に少ないものの、29歳以下(16.5%)に多くみられた。



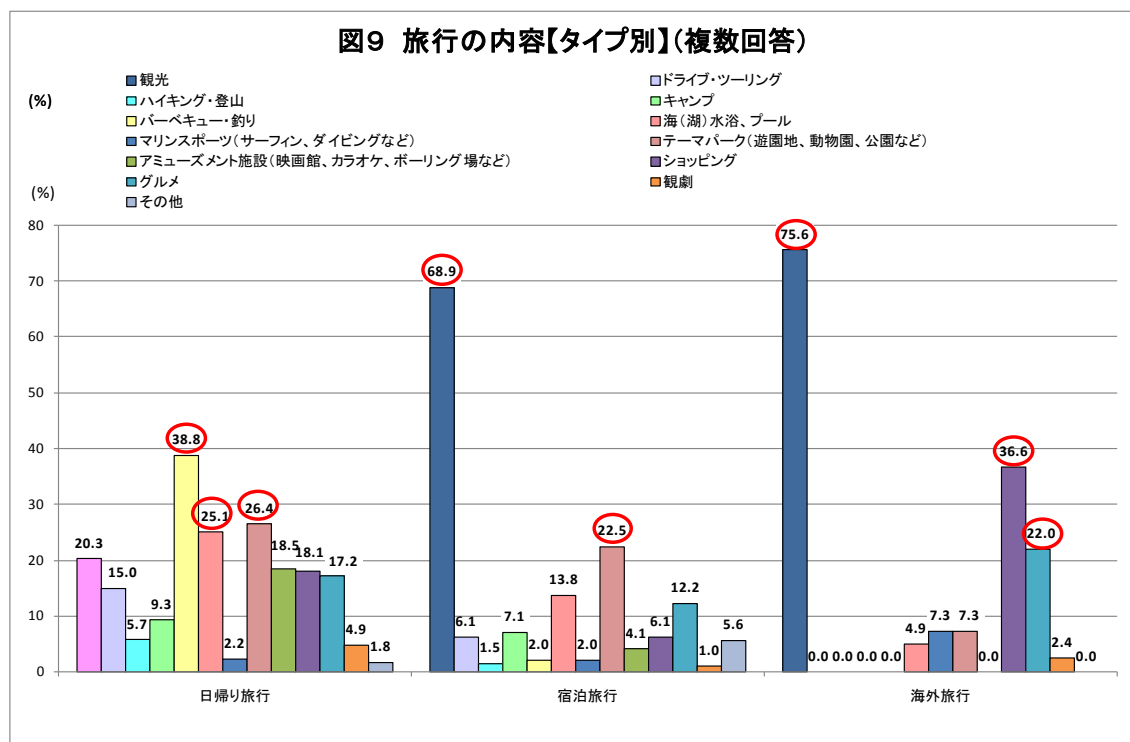
◆今夏のレジャーの「平均予算額」は 95,920 円

今夏のレジャーに充てる予算について尋ねたところ(図8-①、②)、平均額は 95,920 円となった。旅行のタイプ別でみると、日帰り旅行では「3万円未満」の回答が 65.6%と最も多く、平均額は 25,561 円となった。国内の宿泊旅行では「5万円～10万円未満」の回答が 32.8%と多く、平均額は 79,361 円となった。また、海外旅行では「20万円以上」の回答が約8割(76.6%)を占め、平均額は 300,745 円となった。格安航空会社の参入により格安旅行が増えているなかでも、予算は 30 万円以上と多いようだ。



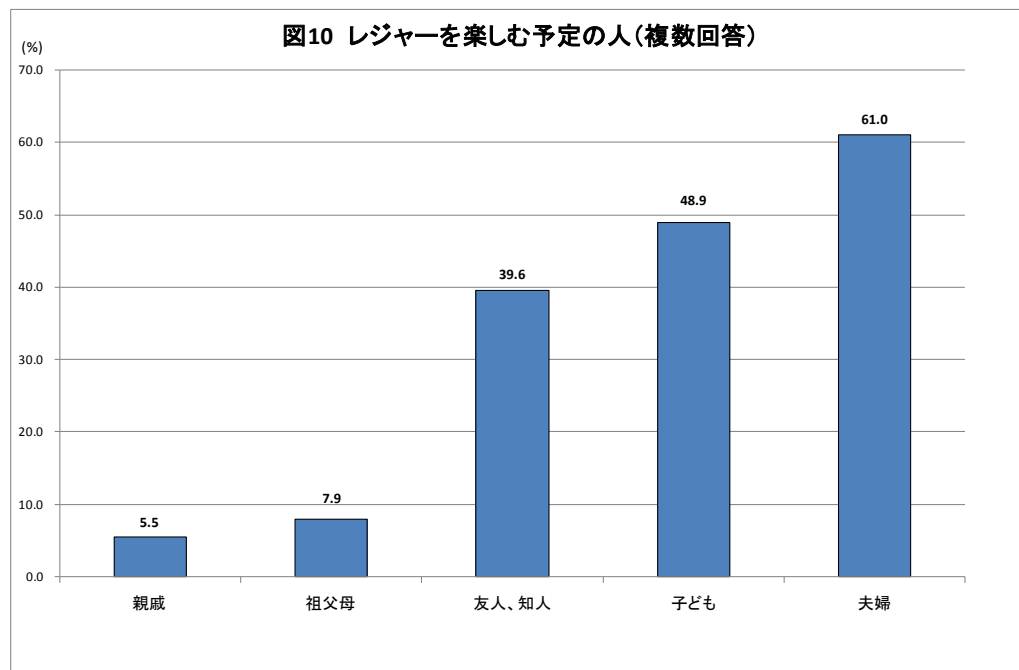
◆日帰り旅行は「バーベキュー」や「テーマパーク」、国内・海外宿泊旅行は「観光」が目的

「今夏に計画している夏のレジャーの内容」(複数回答)を尋ねたところ(図9)、「日帰り旅行」は「バーベキュー・釣り」(38.8%)が最も多く、次いで「テーマパーク(遊園地、動物園、公園など)」(26.4%)、「海(湖)水浴、プール」(25.1%)となった。また、「国内の宿泊旅行」は「観光」(68.9%)が最も多く、「テーマパーク(同)」(22.5%)が続いた。「海外旅行」も「観光」(75.6%)が最も多く、「ショッピング」(36.6%)、「グルメ」(22.0%)となった。全体として、日帰り旅行ではアウトドアやテーマパークが多く、国内宿泊旅行や海外旅行では観光が最も多かった。



◆夫婦で楽しむが6割

今夏のレジャーを「誰と楽しむ予定か」(複数回答)と質問したところ(図10)、「夫婦」が約6割(61.0%)と最も多く、次いで「子ども」(48.9%)、「友人、知人」(39.6%)となった。夫婦や子どもなど、家族でレジャーを楽しむ人が多いようだ。



◆子どもは「テーマパーク」の割合が高い

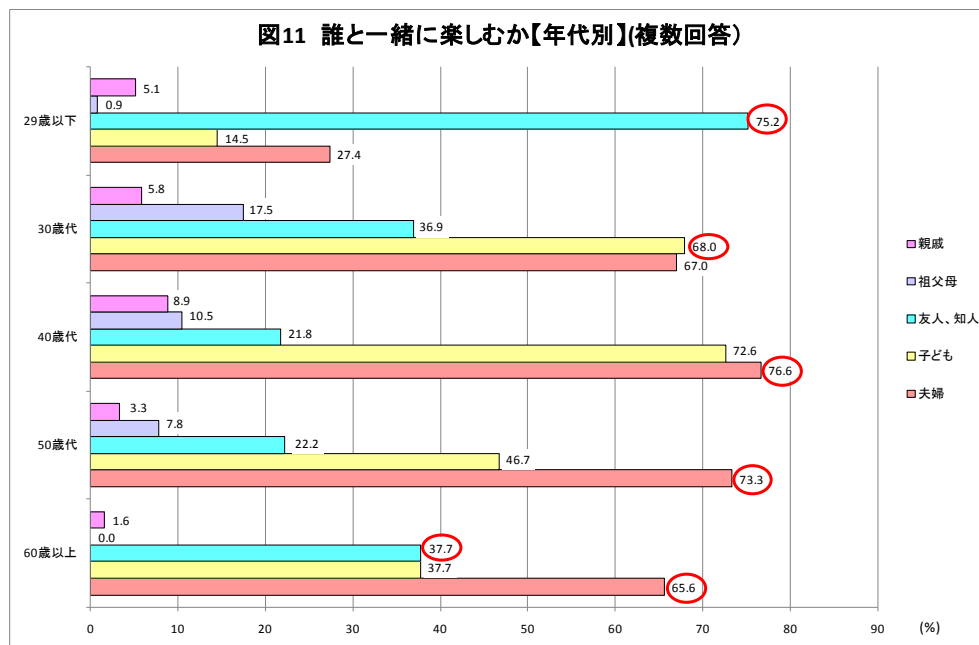
家族(「夫婦」、「子ども」)や「友人、知人」で楽しむレジャーの内容をみると(表1)、日帰り旅行では「バーベキュー」が1位(「夫婦」、「子ども」、「友人、知人」の順に33.3%、35.0%、56.6%)となった。2位は「夫婦」、「子ども」では「テーマパーク」(順に26.8%、30.8%)、「友人、知人」では「海(湖)水浴」(25.3%)となった。また、「友人、知人」の3位は「ショッピング」(23.2%)となり、友達同士でショッピングを楽しむ人が多いようだ。国内の宿泊旅行は「観光」(同63.2%、56.0%、67.7%)が1位となった他、「子ども」で2位となった「テーマパーク」の割合が比較的高かった(39.6%)。海外旅行では「観光」(同88.2%、75.0%、77.3%)が圧倒的に多かったが、「ショッピング」(同35.3%、41.7%、27.3%)が上位となったことが特徴的である。

表1 レジャーの内容上位3位(複数回答)

		夫婦	子ども	友人、知人
日帰り旅行	1	バーベキュー(33.3%)	バーベキュー(35.0%)	バーベキュー(56.6%)
	2	テーマパーク(26.8%)	テーマパーク(30.8%)	海(湖)水浴(25.3%)
	3	海(湖)水浴(25.4%)	海(湖)水浴(29.9%)	ショッピング(23.2%)
宿泊旅行	1	観光(63.2%)	観光(56.0%)	観光(67.7%)
	2	テーマパーク(29.6%)	テーマパーク(39.6%)	グルメ(16.9%)
	3	海(湖)水浴(16.0%)	海(湖)水浴(20.9%)	テーマパーク(15.4%)
海外旅行	1	観光(88.2%)	観光(75.0%)	観光(77.3%)
	2	ショッピング(35.3%)	ショッピング(41.7%)	グルメ(36.4%)
	3	グルメ(17.7%)	テーマパーク・グルメ(16.7%)	ショッピング(27.3%)

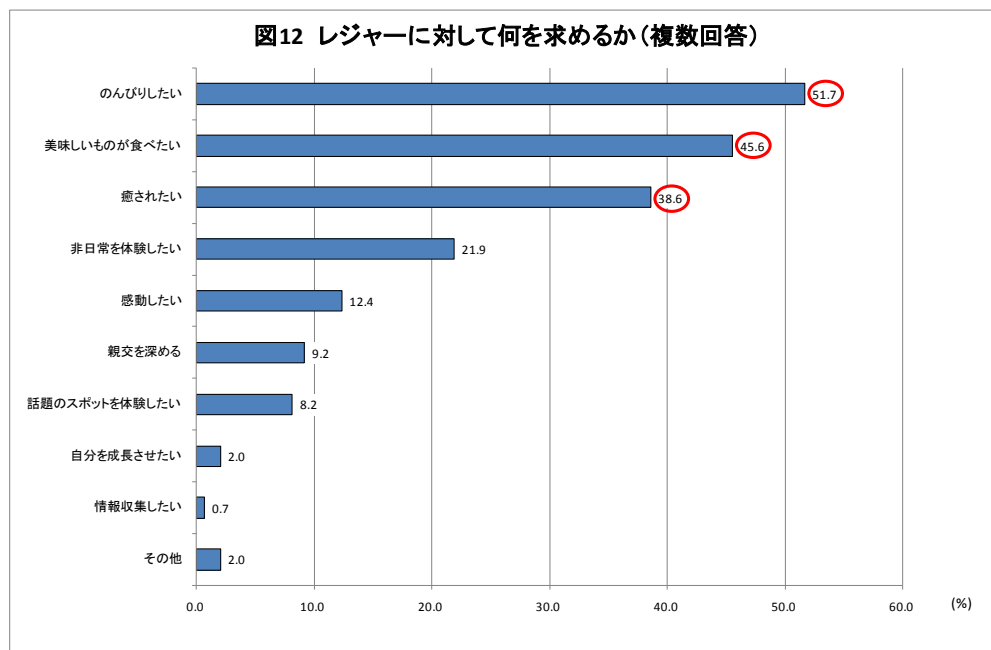
◆若い年代は「友人、知人」、40歳代～60代は「夫婦」で楽しむ

年代別でみると(図11)、29歳以下は「友人、知人」(75.2%)、30歳代は「子ども」(68.0%)が最も多くなった。また、40歳、50歳、60歳代では夫婦で楽しむ人が最も多い(順に76.6%、73.3%、65.6%)。60歳代の「友人、知人」が37.7%で29歳代に次いで2番目に多く、友達同士でレジャーを楽しむ人が多いようだ。



◆のんびりレジャーを楽しむが半数

「レジャーに対して何を求めるか」(複数回答)を尋ねたところ(図12)、「のんびりしたい」(51.7%)が最も多く、「美味しいものが食べたい」(45.6%)、「癒やされたい」(38.6%)が上位となった。日常の生活から離れ、安らぎを求めるためにレジャーを楽しむ人が多いようだ。



◆「祖父母」や「夫婦」で「のんびり」、「友人、知人」とは「美味しいものが食べたい」

一緒に過ごす人別で目的をみると(図13)、「夫婦」、「子ども」、「祖父母」では「のんびりしたい」と回答した人が最も多く(順に53.6%、48.5%、56.8%)、「友人、知人」、「親戚」では「美味しいものが食べたい」が最も多くなった(順に46.6%、59.3%)。また、「親戚」と回答した人では「親交を深める」が22.2%で他に比べて多く、レジャーを通じて親戚と親交を深めようとする人も少なくないようだ。

