

## 2009年暮らし向き調査結果

当センターでは、県内の消費行動を探るため南都銀行 32 か店の来店客（700 名）を対象に、「暮らし向きアンケート調査」を実施し、その結果を取りまとめましたのでお知らせします。

今回の「暮らし向きアンケート調査」の特徴としては、前回よりも「消費が増えた」および、今後の「貯蓄を増やす」と答えた人の割合が減少しており、消費支出DIや貯蓄DIが低下しています。消費意欲の低下がみられるとともに、貯蓄の必要性を感じていながらも、増やせない状況がうかがえる結果となっています。

## 《要 約》

## ①暮らし向き動向

1年前（2008年）と比べた現在の暮らし向きDI<sup>(※)</sup>は $\Delta 42.7$ で、1年前（ $\Delta 48.2$ ）よりも5.5ポイント上昇した。また、今後（1年間）の暮らし向きDIは $\Delta 32.2$ と現在より10.5ポイント上昇すると予想している。

（※）DI（Diffusion Index）とは、アンケート結果の分散程度を指数化したもので、質問に対して「プラス（良い、増加等）」、「中立（変わらない）」、「マイナス（悪い、減少等）」の3つの選択肢を用意して、「プラス」と回答した割合から「マイナス」と回答した割合を差し引きした指数をDIという（以下同様）。

## ②消費支出動向と増減理由等

現在の消費支出DIは9.2となり、1年前と比べて22.9ポイント低下した。消費支出が減少した理由は「節約した」（48.1%）が最も多く、減少したのは「衣料品」（62.2%）が最も多かった。

今後1年間の消費支出DIは、マイナスに転じ $\Delta 40.4$ となった。消費支出を減らす理由は「世帯の収入が減った」（51.0%）が最も多く、続いて「給与減額・失業など雇用の先行きが不安」（28.3%）となった。

## ③貯蓄目的

貯蓄DIは10.9で前回より8.4ポイント低下した。貯蓄目的は、「老後の備え」「病気や不時の災害への備え」が多かった。

## ④今後購入・支出予定の品目

上位から「プラズマ・液晶テレビ」（33.0%）、「国内旅行」（24.0%）、「教育・自己啓発費」（22.3%）となった。前回よりも購入・支出予定が増えたのは「プラズマ・液晶テレビ」（5.2ポイント上昇）、「教育・自己啓発費」（2.6ポイント上昇）などであった。

## ⑤サービス・レジャー等の支出

1年前と比べた現在の支出DIが最も低いのは、「二泊以上の旅行（海外旅行含む）」（ $\Delta 35.6$ ）、続いて「一泊旅行」（ $\Delta 34.1$ ）となった。前回よりも支出DIが低下したのは、「外食費」（6.6ポイント低下）、「教養娯楽費」（4.8ポイント低下）、「カルチャーセンターや習い事」（2.7ポイント低下）などであった。

## ⑥消費行動

エコポイント対象商品の購入や、ETC休日特別割引利用などの消費行動は、「ETC休日特別割引利用」（34.2%）が最も多く、次いで『エコポイント対象「地デジ対応テレビ」の購入』（26.4%）であった。一方、「すべて購入・利用はしていない」は28.0%となった。

## 1. 暮らし向き動向

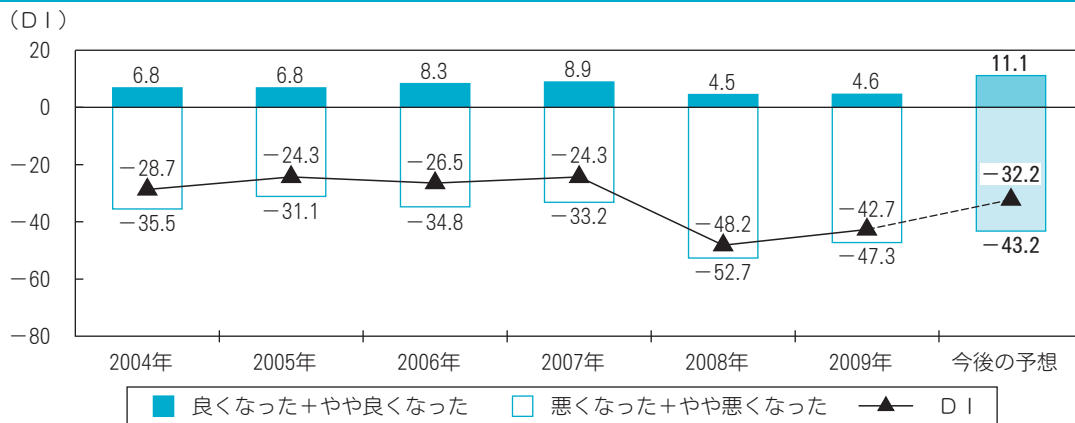
<現在>

1年前（2008年）と比べた全体の暮らし向きを見ると、暮らし向きDIは△42.7となり、前回（△48.2）よりも5.5ポイント上昇した。暮らし向き感は少し良くなったものの、低水準のままである。

年代別に見ると、50代の暮らし向きDIは、

前回よりも7.9ポイント低下し△50.3であった。50代以外の年代は、すべて前回よりも暮らし向きDIが上昇している。前回より上昇の割合が最も大きいのは、29歳以下の20.5ポイント（△28.6→△8.1）であった。次いで30代が19.2ポイント（△46.3→△27.1）上昇した。若い年代で暮らし向き感が改善している。

現在の暮らし向きDI（1年前に比べ）



<今後1年間（2010年）>

今後1年間の暮らし向き予想としては、全体の暮らし向きDIが△32.2と現在よりも10.5ポイント上昇すると予想している。

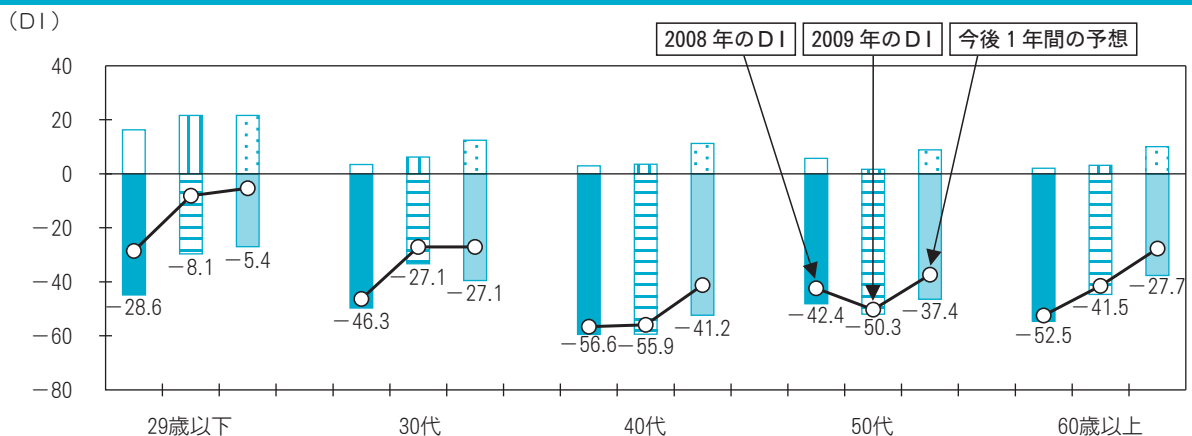
年代別に見ても、ほとんどの年代で暮らし向きが現在より上昇すると予想している。

30代だけが現在と同じ暮らし向きDIになった。

現在よりもDIが良くなると答えた年代の中で、上昇の割合が最も大きいのが40代で14.7ポイント（△55.9→△41.2）、続いて60歳以上13.8ポイントと50代12.9ポイントの上昇であった。

今後の暮らし向き予想は、先行きに明るさを求める思いが現れる結果となった。

年代別暮らし向きDI



調査

2. 消費支出動向

<現在>

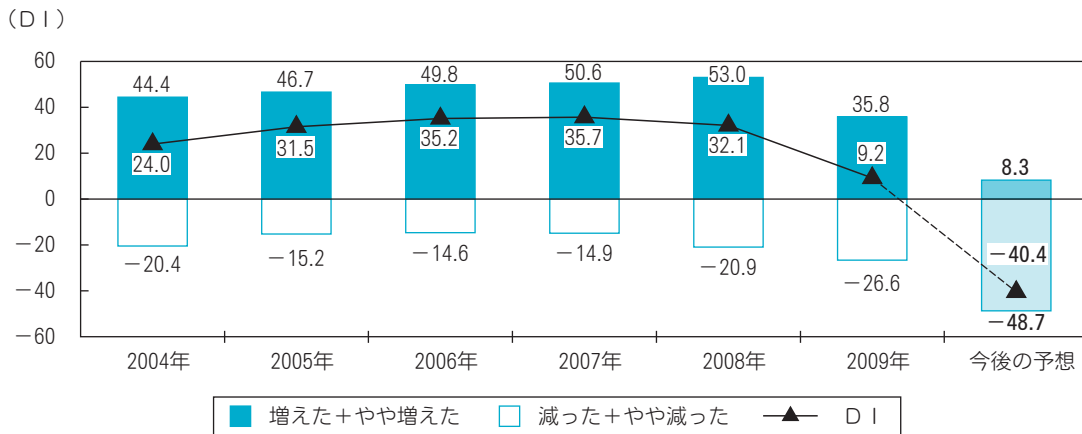
1年前（2008年）と比べた全体の消費支出DI（以下消費DIという）は9.2で、前回（32.1）より22.9ポイント低下した。

年代別で消費DIが最も高いのは30代22.5で、最も低いのは50代の0.0であった。

すべての年代で、前回より消費DIが低くなった。低下の割合が最も大きいのは50代で34.8ポイント低下した。続いて29歳以下の29.3ポイント低下であった。

消費が落ち込んでいると言われているが、今回の結果はそれを裏付けるものとなった。

現在の消費支出DI（1年前に比べ）

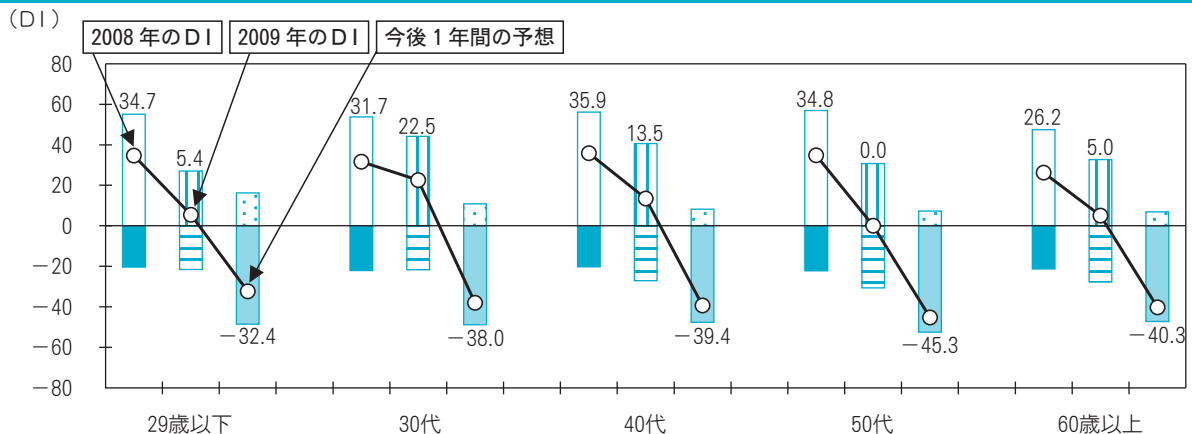


<今後1年間（2010年）>

今後1年間の消費DIの予想は、マイナスに転じて△40.4になり、現在の消費DIから大きく低下した。これから先の消費支出を、今よりも減らすと答えた人の割合が、各年代とも5割ほどになっており、消費の低迷は今後も続くことが予想される。

年代別では、50代△45.3が最も低く、続いて60歳以上△40.3、40代△39.4となった。中高年層で消費支出を抑えようとする意識がより高くなっている。

年代別消費支出DI



### 3. 消費支出の増減理由等

#### (1) 消費支出の増加理由および増加項目

1年前（2008年）と比べた消費支出が「増加した」と答えた249人を対象に、その理由をたずねた結果、「出費がかさなった」が77.9%で最も多かった。（図表不掲載）

支出が増加した項目（複数回答）は「教育」が39.4%で最も多く、続いて「飲食料品」（37.8%）、「保健医療」（26.9%）の順となった。

年代別に増加した項目を比べてみると、40代は「教育」（69.6%）が最も多い。30代と50代、60歳以上の3つの年代は、「飲食料品」（それぞれ42.1%、41.8%、42.3%）が最も多かった。29歳以下は「自動車関連」（70.0%）が最も多かった。

#### (2) 消費支出の減少理由および減少項目

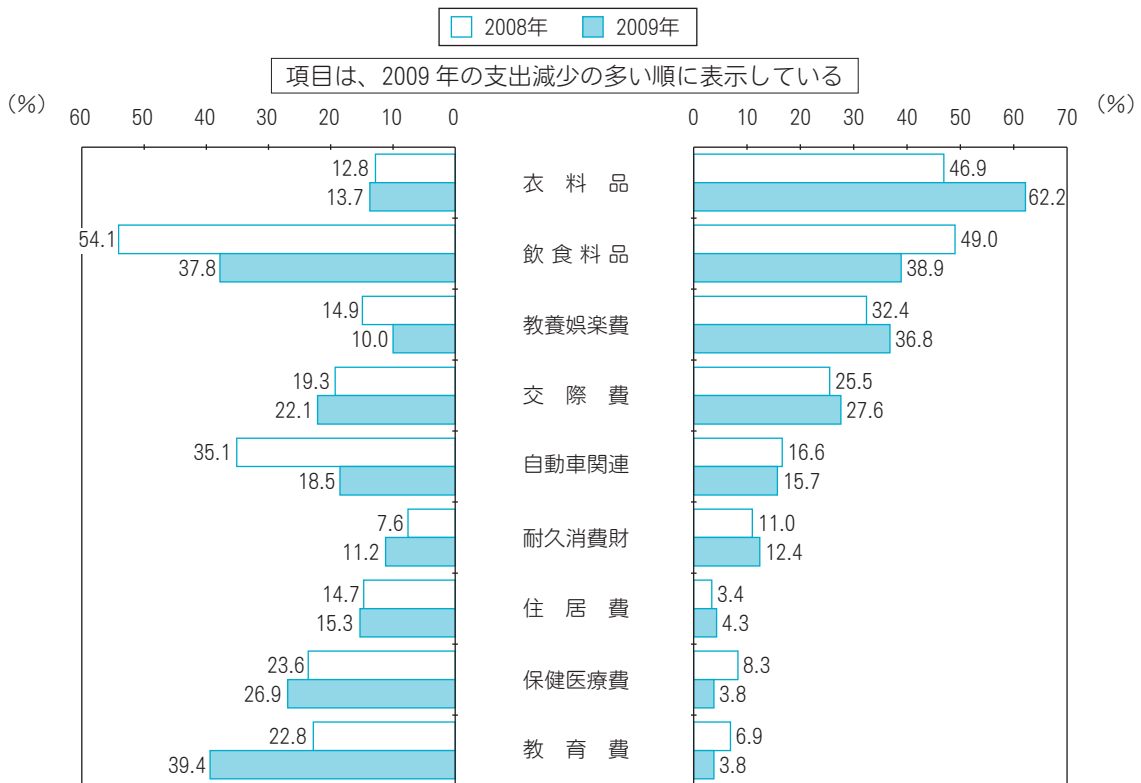
1年前（2008年）と比べた消費支出が「減少した」と答えた185人を対象に、その理由をたずねた結果、「節約した」（48.1%）が最も多く、次に「収入が減少した」（42.2%）となった。（図表不掲載）

支出が減少した項目（複数回答）は「衣料品」（62.2%）が最も多く、続いて「飲食料品」（38.9%）、「教養・娯楽」（36.8%）、「交際費」（27.6%）の順となった。

年代別に最も減少した項目を比べてみると、30代、40代、50代、60歳以上は「衣料品」（それぞれ71.4%、63.0%、61.8%、59.1%）を減らした。29歳以下は「教養・娯楽」（50.0%）が最も多かった。

支出が増加した費目（複数回答）

支出が減少した費目（複数回答）



調査

4. 今後1年間に消費支出を減らす理由（複数回答）

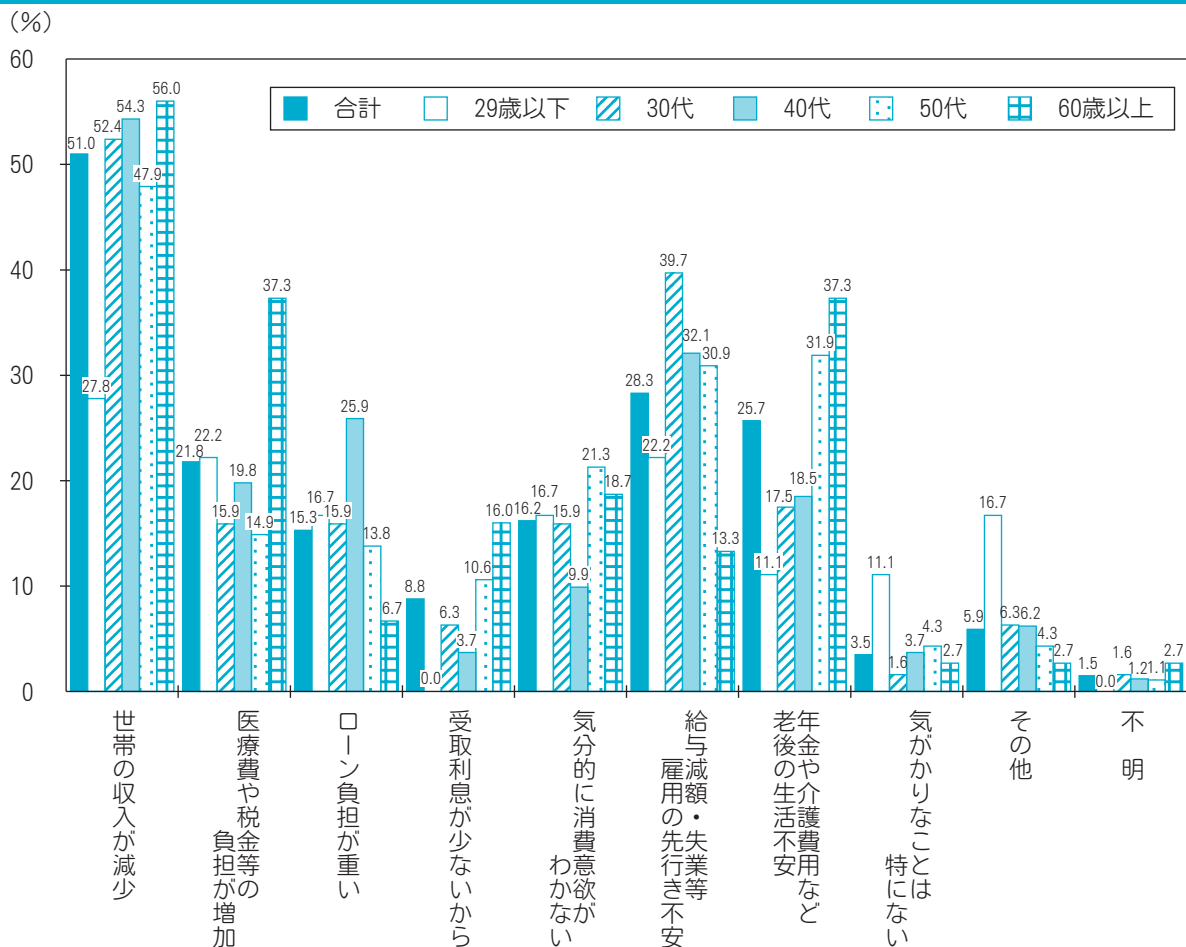
今後1年間の消費支出について「減らす」「やや減らす」と答えた339人を対象に、その理由をたずねた。その結果最も多かったのが「世帯の収入が減った」（51.0%）で、続いて「給与減額・失業など雇用の先行きが不安」（28.3%）、「年金や介護費用など老後の生活が不安」（25.7%）、「医療費や税金などの負担が増えた」（21.8%）となった。

「消費支出を減らそうと思う理由」の項目ごとに、その特徴を見てみると「世帯の収入が減った」は、すべての年代で最も多く、30代、40代、50代、60歳以上の年代では、選んだ人の割合が5

割ほどになったのに対し、29歳以下では27.8%であった。

「医療費や税金などの負担が増えた」は、60歳以上（37.3%）が最も多かった。「ローン負担が重い」は40代（25.9%）。「預貯金の受取利息が少ない」は60歳以上（16.0%）。「気分的に消費意欲がわからない」は50代（21.3%）が最も多かった。「給与減額・失業など雇用の先行きが不安」は30代（39.7%）が多い。「年金や介護費用など老後の生活が不安」は60歳以上（37.3%）が多く、「気がかりなことは特にない」は29歳以下（11.1%）が最も多くなっている。

支出を減らそうと思う理由（複数回答）



## 5. 貯蓄目的（複数回答）

<全体>

今後1年間の貯蓄額については「増やす」（27.9%）、「減らす」（17.0%）となり、貯蓄DIは10.9で前回よりも8.4ポイント低下した。

年代別に、今後1年間の貯蓄DIを比べると、29歳以下の貯蓄DIは43.2と、そのほかの年代よりも突出して高い割合であった。続いて30代（28.7）、50代（11.7）、40代（2.9）60歳以上（△2.5）となっており、60歳以上ではマイナスに転じている。（図表不掲載）

貯蓄の目的では、「老後の備え」（42.7%）が最も多かった。次に「病気や不時の災害への備え」（37.1%）、「教育資金」（28.6%）が続き、順番も割合も前回とほとんど同じ傾向であった。

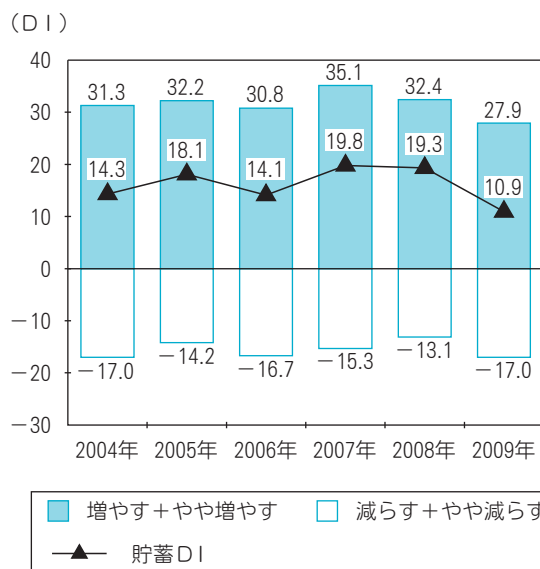
<年代別>

年代別に貯蓄目的を比べてみると、29歳以下、30代、40代では「教育資金」が最も多かった。50代と60歳以上の年代では、「老後の備え」が貯蓄目的として5割以上を占めていた。第2位の項目は、29歳以下では「老後の備え」、30代以上の年代はすべて「不時の備え」となっていた。

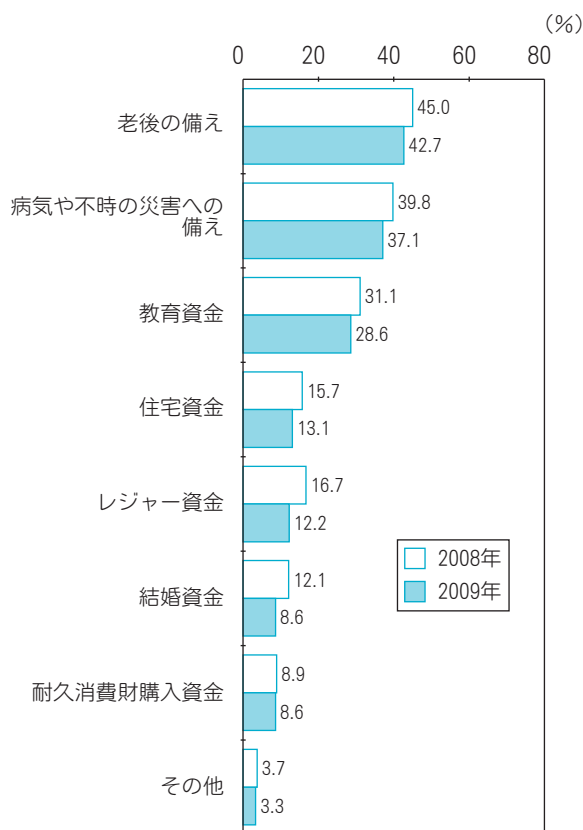
年代別貯蓄の目的の上位2項目

	第1位	第2位
29歳以下	教育資金 (27.0%)	老後の備え (24.3%)
30代	教育資金 (53.5%)	不時の備え (34.1%)
40代	教育資金 (49.4%)	老後の備え (34.1%)
50代	老後の備え (54.2%)	不時の備え (38.5%)
60歳以上	老後の備え (54.1%)	不時の備え (45.9%)

今後1年間の貯蓄DI



貯蓄の目的（複数回答）



調査

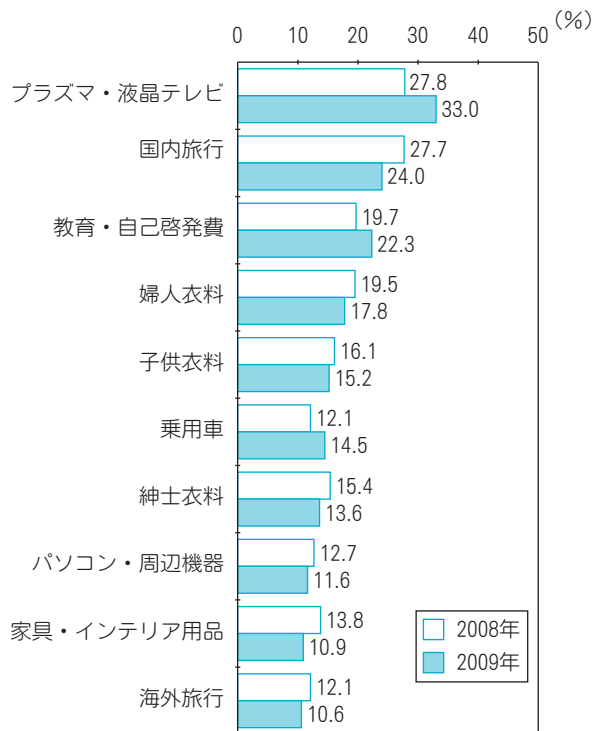
6. 今後1年間に購入・支出予定の品目（複数回答）

今後1年間に購入・支出予定の品目で最も多いのは「プラズマ・液晶テレビ」（33.0%）、続いて「国内旅行」（24.0%）、「教育・自己啓発費」（22.3%）の順となった。前回よりも購入・支出予定が増えたのは、「プラズマ・液晶テレビ」（5.2ポイント上昇）、「教育・自己啓発費」（2.6ポイント上昇）、「乗用車」（2.4ポイント上昇）などであった。

年代別に、購入・支出予定が1・2位の品目を見てみると、29歳以下は「国内旅行」、「婦人物衣料」、30代は「子供用衣料」、「教育・自己啓発費」、40代は「教育・自己啓発費」、「プラズマ・液晶テレビ」、50代は「プラズマ・液晶テレビ」、「婦人物衣料」、60歳以上は「プラズマ・液晶テレビ」、「国内旅行」となった。

同じく、既婚・未婚別では、既婚者は「プラズマ・液晶テレビ」、「教育・自己啓発費」、未婚者は「プラズマ・液晶テレビ」、「婦人物衣料」「国内旅行」となっていた。

今後購入・支出予定の品目（上位10品目；複数回答）



今後購入・支出予定の品目（複数回答）（年代別・既婚未婚別）

購入予定商品	合計	年代別					既婚・未婚別		
		29歳以下	30代	40代	50代	60歳以上	既婚	未婚	
耐久消費財	冷暖房器具・エアコン	7.5	8.1	7.0	5.9	9.5	6.9	7.9	6.7
	プラズマ・液晶テレビ	33.0	16.2	25.6	33.5	33.5	41.5	34.1	32.8
	DVDレコーダー	5.0	5.4	7.0	7.6	3.4	3.1	5.3	4.5
	パソコン・周辺機器	11.6	21.6	10.1	11.8	12.8	9.4	10.9	16.4
	デジタルカメラ・ビデオカメラ	6.2	10.8	8.5	4.7	5.6	4.4	5.0	10.4
	冷蔵庫	8.5	2.7	5.4	8.8	12.8	6.9	9.3	6.0
	洗濯機	7.6	8.1	5.4	7.1	9.5	8.2	9.1	3.7
	乗用車	14.5	16.2	11.6	15.9	17.9	12.6	15.2	12.7
衣料品・サービス	靴・ハンドバッグ	8.9	18.9	10.9	7.6	10.1	5.0	6.1	20.1
	紳士物衣料	13.6	16.2	18.6	15.9	11.7	9.4	12.5	18.7
	婦人物衣料	17.8	27.0	24.0	18.2	18.4	10.1	16.4	23.9
	子供用衣料	15.2	18.9	41.1	21.2	3.9	1.3	18.8	5.2
	スポーツ・レジャー用品	8.0	13.5	10.9	6.5	6.1	8.2	7.1	13.4
	家具・インテリア用品	10.9	24.3	9.3	8.8	11.7	9.4	8.3	22.4
	国内旅行	24.0	40.5	29.5	15.9	17.3	34.6	24.0	23.9
	海外旅行	10.6	24.3	13.2	5.3	8.4	14.5	7.7	20.1
教育・自己啓発費	22.3	16.2	34.9	37.1	14.5	8.2	25.0	17.9	

## 7. サービス・レジャー等の支出

<現在>

1年前（2008年）と比べたサービス・レジャー等に関する支出DIは、「二泊以上の旅行（海外旅行含む）」（△35.6）が最も低く、続いて「一泊旅行」（△34.1）となった。

前回と比べると、支出DIが上昇したのは3項目で、低下したのは6項目であった。

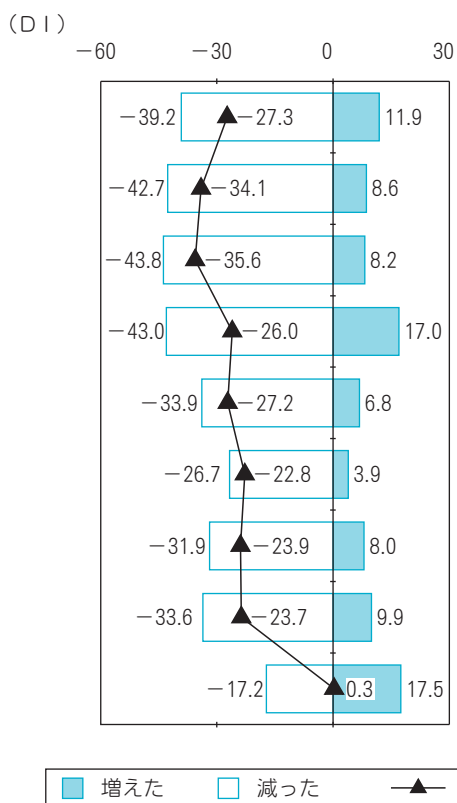
支出DIが上昇したのは「二泊以上の旅行（海外旅行含む）」（2.4ポイント上昇）、「スポーツ関連利用費用」（1.7ポイント上昇）、「補助教育費」（1.6ポイント上昇）であった。支出DIが低下した6項目の中で、最も大きく低下したのは「外食費」（6.6ポイント低下）、続いて「教養娯楽費用」（4.8ポイント低下）、「カルチャーセンターや習い事」（2.7ポイント低下）であった。

<今後1年間（2010年）>

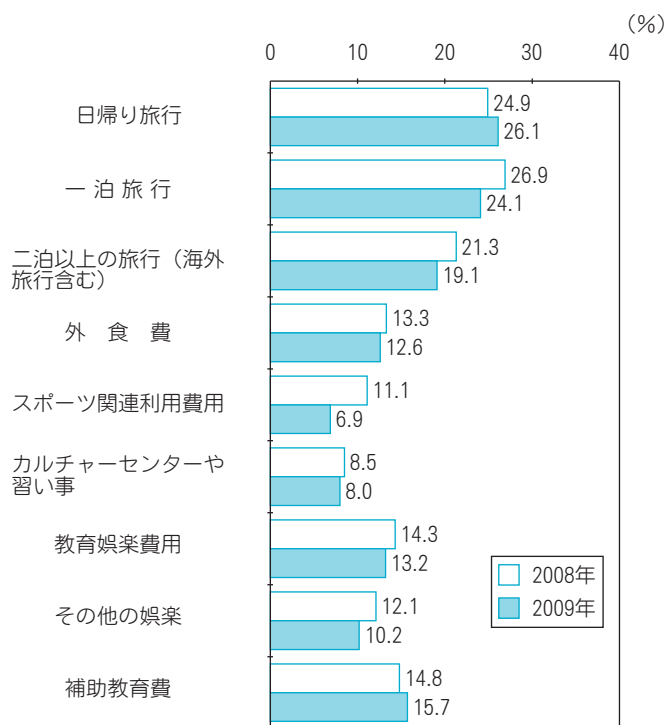
今後1年間に、サービス・レジャー等の支出で増やそうと考えているもの（複数回答）は、多い順に「日帰り旅行」（26.1%）、「一泊旅行」（24.1%）、「二泊以上の旅行（海外旅行も含む）」（19.1%）となり、前回とは「日帰り旅行」と「一泊旅行」の順位が入れ替わった。

年代別に今後1年間で最も支出を増やそうと考えている項目は、29歳以下「日帰り旅行」（54.1%）、30代「日帰り旅行」（31.8%）、40代「補助教育費」（36.5%）、50代「一泊旅行」（26.3%）、60歳以上「一泊旅行」（30.2%）であった。若い年代はレジャーにお金をかける余裕がなく、40代は子供の教育費が差し迫った支出になっていることがうかがえる。

1年前と比べた支出



今後1年間に支出を増やそうと考えているもの





調査

8. 消費行動（複数回答）

本年度は、地球温暖化対策や経済の活性化等を目的として、個人消費拡大のための施策が実施された。そこでエコポイント対象商品の購入や、E T C休日特別割引利用などの消費行動についてたずねた。

最も多かった消費行動は、「E T C休日特別割引利用」（34.2%）、続いて『エコポイント対象「地デジ対応テレビ」の購入』（26.4%）、『エコポイント対象「エアコン」の購入』（12.1%）、という結果になった。一方、「すべて購入・利用はしていない」は28.0%であった。

やはり「E T C休日特別割引利用」は、利用のしやすさという点で最も手軽であることや、費用の面からも家族で一台の車で移動すれば、1,000円でかなり遠くまで出かけられることが、トップ

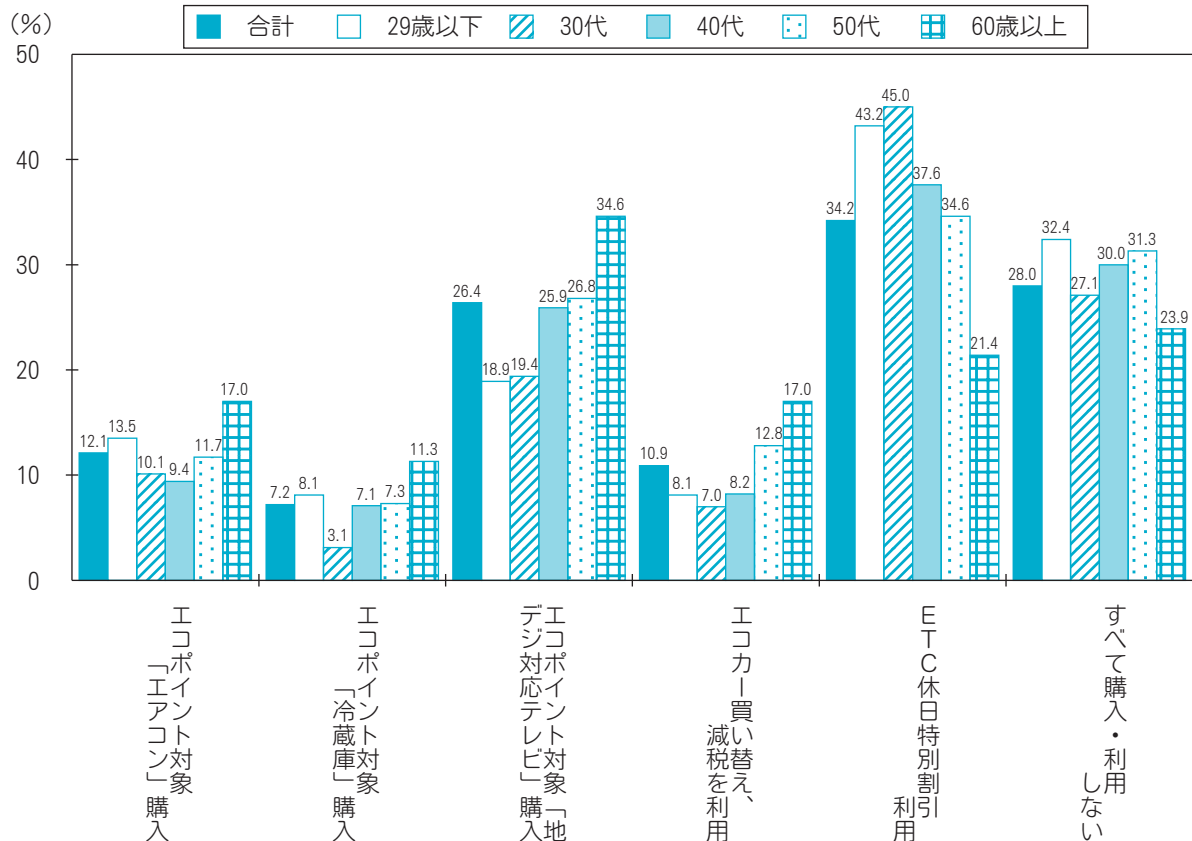
になった要因と考えられる。

次に「すべて購入・利用はしていない」であるが、これは厳しい所得状況や雇用環境の不安などが影響したものと思われる。

消費行動の項目別に、最も多い年代を見ると、『エコポイント対象「エアコン」の購入』（17.0%）、『エコポイント対象「冷蔵庫」の購入』（11.3%）、『エコポイント対象「地デジ対応テレビ」の購入』（34.6%）、「エコカー買い替え、減税を利用した」（17.0%）の4項目すべてで60歳以上がトップを占めた。一方、「E T C休日特別割引利用」は30代（45.0%）が最も多く、「すべて購入・利用はしていない」は29歳以下（32.4%）が最も多かった。

消費行動を起こす割合は、比較的資金に余裕がある高齢者ほど高い結果であった。（奥 桂子）

エコポイント対象商品購入・E T C休日特別割引利用の状況（複数回答）



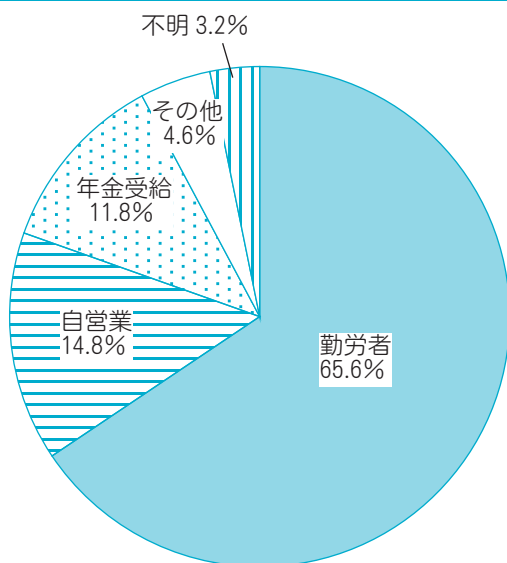
## 【調査要領】

- (1) 調査場所…… 次に掲げる奈良県下の南都銀行店舗 32 家店  
 本店営業部、紀寺、西大寺、西ノ京、平城、学園前、富雄、生駒、東生駒、郡山、筒井、  
 天理、天理南、桜井、榛原、大淀、高田、高田本町、馬見、香芝、真美ヶ丘、新庄、御所、  
 橿原、神宮前、王寺、西大和、三郷、平群、法隆寺、田原本、五条
- (2) 調査日…… 2009年10月2日
- (3) 調査方法…… 上記店頭において無記名で記入
- (4) 調査対象者数 700人  
 うち有効回答者数 696人  
 有効回答率 99.4%
- (5) 調査対象者（世帯主）の属性

(上段：人、下段：構成比 %)

年 齢	29歳以下	30代	40代	50代	60歳以上	不 明	合 計
未 婚 男 性	9 13.6	12 18.2	10 15.2	24 36.4	9 13.6	2 3.0	66 100.0
未 婚 女 性	7 10.3	16 23.5	12 17.6	22 32.4	8 11.8	3 4.4	68 100.0
既 婚 男 性	9 5.3	34 20.1	50 29.6	29 17.2	44 26.0	3 1.8	169 100.0
既 婚 女 性	11 3.4	59 18.0	92 28.0	92 28.0	72 22.0	2 0.6	328 100.0
不 明	1 1.5	8 12.3	6 9.2	12 18.5	26 40.0	12 18.5	65 100.0
合 計	37 5.3	129 18.5	170 24.4	179 25.7	159 22.9	22 3.2	696 100.0

世帯主の職業



世帯主の配偶者の状況

