

当研究所では、奈良県内の消費行動を探るため南都銀行31か店の来店客を対象に、「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（毎年調査）。

今回の調査結果の特徴としては、前回（2017年10月調査）よりも暮らし向きDIが2.2ポイント低下し、暮らし向き感は悪くなりました。一方、消費支出DIは4.7ポイント上昇しました。

今後1年間の予想では、暮らし向きDIは5.7ポイント低下する見通しです。消費支出DIは77ポイント低下する見通しとなっています。今後の消費支出を「減らす」割合は、若い世代ほど多く、消費の先行きは引き締めが厳しくなることがうかがえる結果となりました。

《要 約》

①暮らし向き動向

1年前の前回（2017年）と比べた現在の暮らし向きDI^(※)は△16.6で、前回よりも2.2ポイント低下。今後1年間の暮らし向きDIも、△22.3と現在より5.7ポイント低下しており、前回調査（2.4ポイント低下）よりも落ち込みは拡大している。暮らし向き感は悪くなる傾向にあると考えている方が多いことがわかりました。

※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いう。

②消費支出動向と増減理由等（複数回答）

現在の消費支出DIは40.9となり、前年比4.7ポイント上昇。

消費支出の増加理由は「出費がかさなった」が最多で、次いで「物価が高くなった」となった。支出が増加した項目は、40代を除くすべての年代で「飲食料品」が最も多い項目となり、40代は「教育」が最多となった。消費支出の減少理由は「節約した」が最多で、次いで「世帯の収入が減少した」の順。支出が減少した項目は「飲食料品」が最多で、次いで「衣料品」の順となった。

今後1年間の消費支出DIは△36.1と77ポイント低下の見通し。消費支出を減らそうと思う理由は「年金や介護費用など老後の生活が不安」が最多となった。年代別では、29歳以下が「医療費や税金など負担が増えた」、30代、40代、50代、60歳以上では「年金や介護費用など老後の生活が不安」が最多となった。

③貯蓄目的（複数回答）

今後1年間の貯蓄DIは27.9で、前年比3.2ポイント増となり4年連続の上昇となった。貯蓄目的は「老後の備え」が最多で、預け入れ商品では「普通預金・通常貯金」が最多。

④今後1年間に購入・支出予定の品目（複数回答）

1位「国内旅行」、2位「婦人物衣料」。前回と比べて、購入・支出予定が増加したのは「冷暖房器具・エアコン」（前年比+1.7ポイント）、「海外旅行」（同+1.6ポイント）、「紳士物衣料」（同+1.4ポイント）。一方、減少したのは「教育・自己啓発費」（同△3.1ポイント）、続いて「子供用衣料」（同△2.2ポイント）であった。

⑤サービス・レジャー等に関する支出（複数回答）

1年前と比べたサービス・レジャー等に関する支出DIが最も高いのは「外食費」で、最も低いのが「二泊以上の旅行（海外旅行含む）」。今後1年間に支出を増やそうと考えているのは「一泊旅行」が最多で、次いで「日帰り旅行」となった。

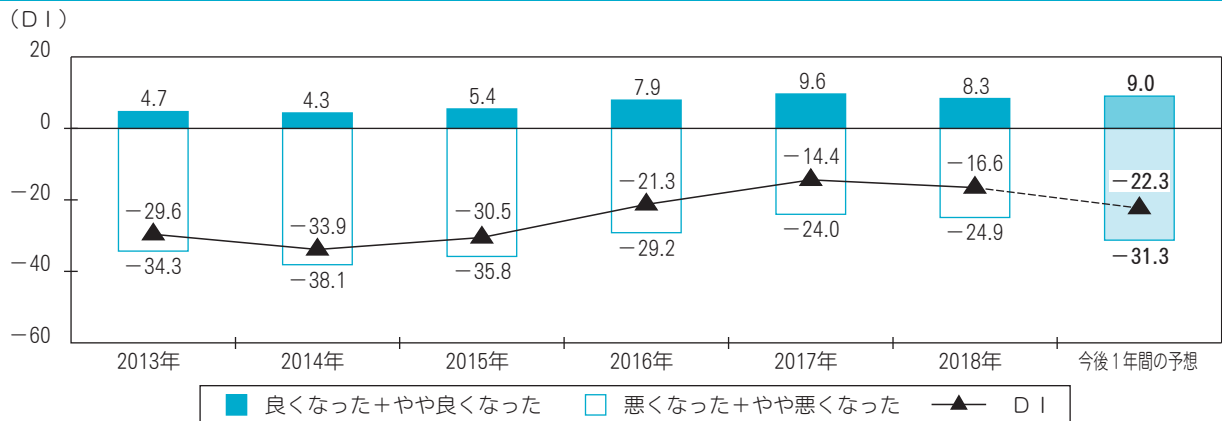
1. 暮らし向き動向

<現在（2018年）>

1年前（2017年）と比べた全体の暮らし向き動向をみると、暮らし向きDIは△16.6となり、2017年の前回調査（△14.4）よりも2.2ポイントの低下となった。前回調査では2018年の暮らし向きDIを△16.8（17年比2.4ポイント低下）と予想しており、ほぼ予想通りの結果であった。

年代別に見ると、前回と比べて暮らし向きDIが上昇しているのは40代（前年比+9.9ポイント）と60歳以上（同+3.3ポイント）であった。そのほかの年代は29歳以下（同△31.7ポイント）、30代（同△2.7ポイント）、50代（同△7.7ポイント）でDIが低下した。

暮らし向きDI（1年前に比べ）（n=699）



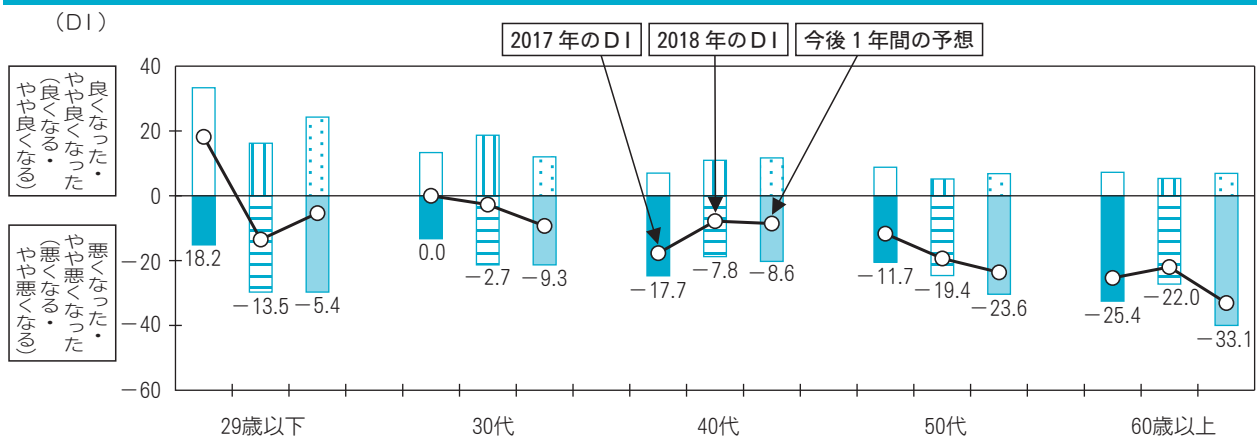
<今後1年間（2019年）>

今後1年間の暮らし向き予想については、全体の暮らし向きDIが△22.3と現在よりも5.7ポイント低下しており、前回調査の2.4ポイント低下よりも落込み幅は拡大している。暮らし向き感は悪くなると感じている人が、多くなっている。

年代別にみると、29歳以下（現在比+8.1ポイ

ント）のみが暮らし向きは良くなると予想した。その他の世代では低下する予想となっており、30代（同△6.6ポイント）、40代（同△0.8ポイント）、50代（同△4.2ポイント）、60歳以上（同△11.1ポイント）と、先行きに不安を感じている人が多いことがうかがえる。

年代別暮らし向きDI（n=699）



2. 消費支出動向

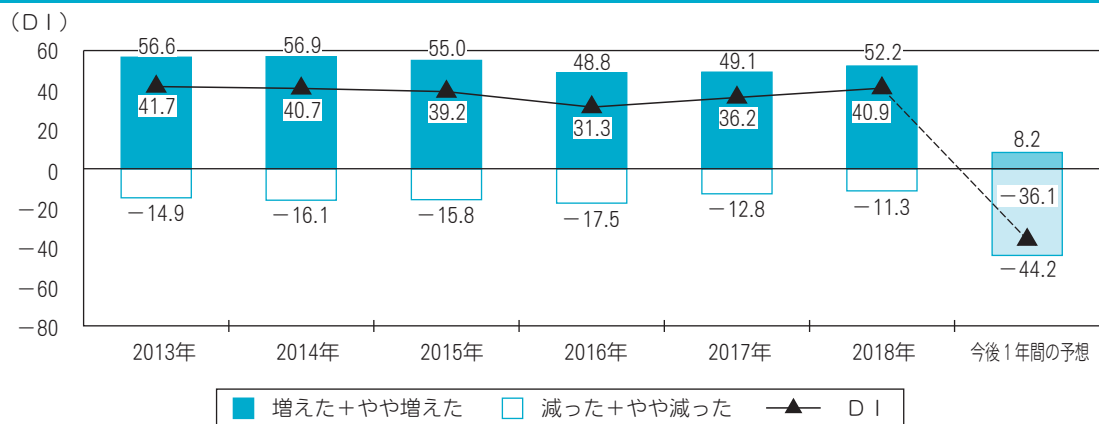
<現在（2018年）>

1年前（2017年）と比べて消費支出が「増えた」「やや増えた」と答えた人の割合は52.2%、「減った」「やや減った」は11.3%となり、全体の消費支出DIは40.9で、前回（36.2）より4.7ポイン

ト上昇した。

前回との変化を年代別に見ると、60歳以上（前年比△4.0ポイント）だけが低下し、29歳以下（前年比+8.6ポイント）、30代（同+1.6ポイント）、40代（同+17.3ポイント）50代（同+13.0ポイント）は上昇した。

消費支出DI（1年前に比べ）（n=699）



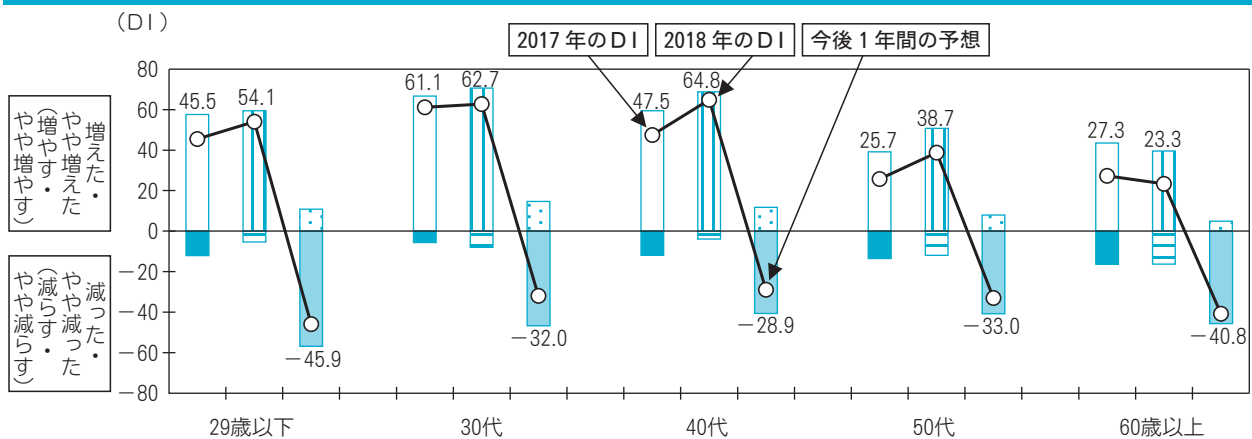
<今後1年間（2019年）>

今後1年間の消費支出DIの予想は△36.1となり、現在よりも77ポイント大幅に低下する見通しとなった。今後の消費支出を、今よりも「減らす」「やや減らす」の割合は、44.2%に達した。

年代別では、29歳以下の消費支出DIが最も低く△45.9であった。

消費支出DIの低下幅が大きい順では、29歳以下（現在比△100ポイント）、30代（同△94.7ポイント）、40代（同△93.7ポイント）、50代（同△71.7ポイント）、60歳以上（同△64.1ポイント）と、若い世代ほど今後の消費支出を減らす割合が多くなっている。

年代別消費支出DI（1年前に比べ）（n=699）



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（2017年）と比べた消費支出が「増えた」「やや増えた」と答えた365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74.8%で最も多く、次いで「物価が高くなった」（29.9%）となった（図表不掲載）。

支出が増加した項目（複数回答）は「飲食料品」（51.8%）が最も多く、続いて「教育」（34.8%）、「住居（家賃・光熱費等）」（26.0%）の順となった。

年代別に最も支出が増加した項目を見てみると、40代を除くすべての年代で「飲食料品」が最も多い項目となり、40代は「教育」が最も多くなった（図表不掲載）。

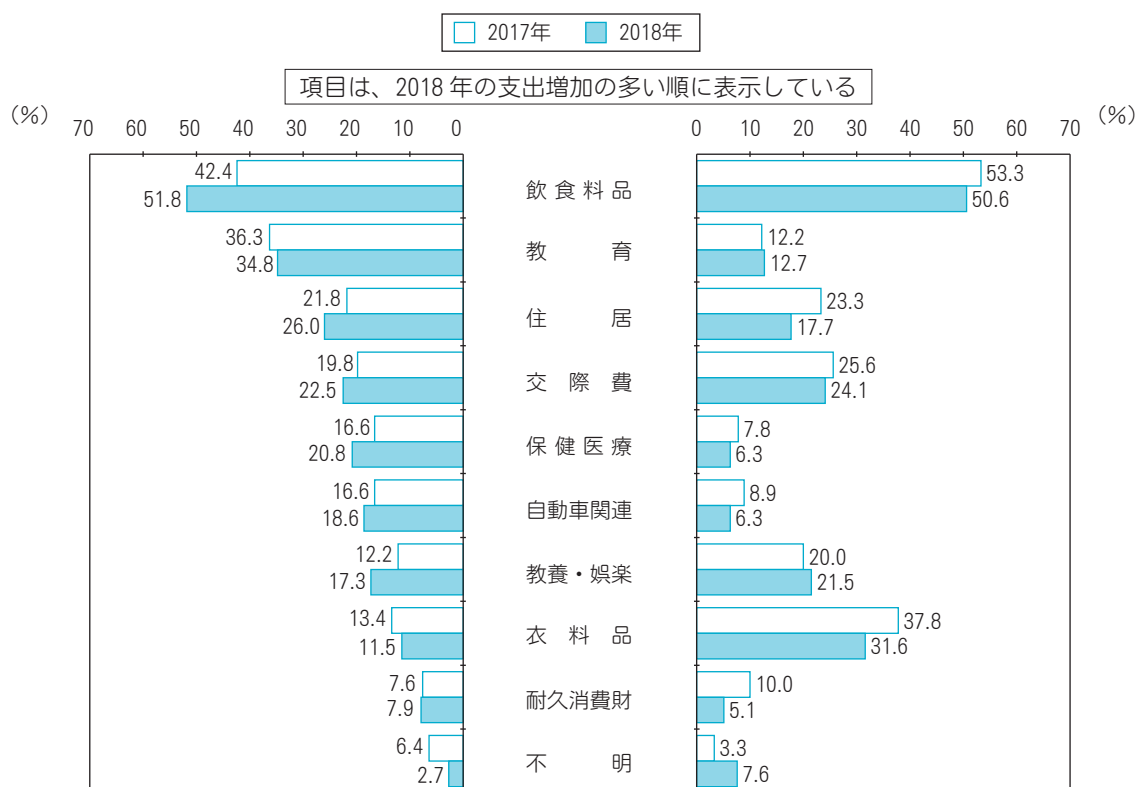
(2) 消費支出の減少理由および減少項目

1年前（2017年）と比べた消費支出が「減った」「やや減った」と答えた79人を対象に、その理由をたずねた結果、「節約した」（41.8%）が最も多く、次いで「世帯の収入が減少した」（27.8%）となった（図表不掲載）。

支出が減少した項目（複数回答）は「飲食料品」（50.6%）が最も多く、続いて「衣料品」（31.6%）の順となった。年代別に最も支出が減少した項目を見てみると、29歳以下は「飲食料品」と「自動車関連」。30代は「衣料品」、40代、50代、60歳以上では「飲食料品」となった（図表不掲載）。

支出が増加した項目（複数回答）（n=365）

支出が減少した項目（複数回答）（n=79）

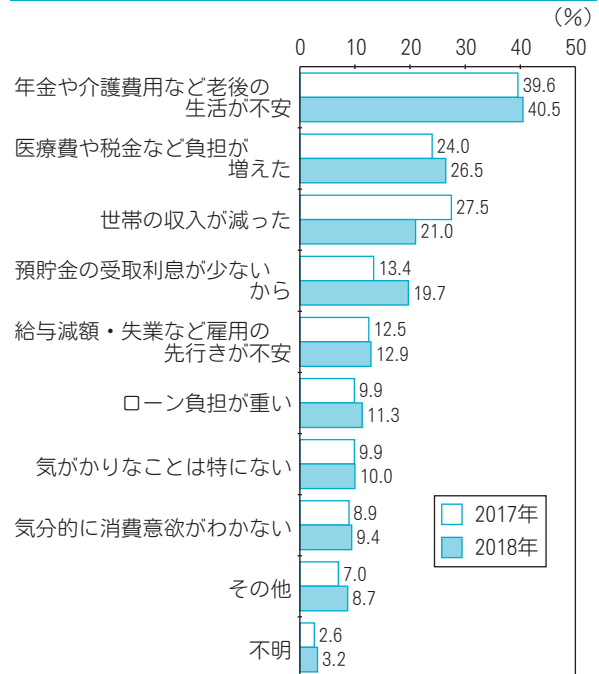


4. 今後1年間に消費支出を減らそうと思う理由（複数回答）

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309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「年金や介護費用など老後の生活が不安」（40.5%）で、以下「医療費や税金など負担が増えた」（26.5%）、「世帯の収入が減った」（21.0%）、「預貯金の受取利息が少ないから」（19.7%）と続いた。前回「減らす」理由で2番目であった「世帯の収入が減った」は今回6.5ポイント低下した。

年代別にみた「支出を減らそうと思う」理由で最も多い項目は、29歳以下では「医療費や税金など負担が増えた」、それ以外の年代30代、40代、50代、60歳以上では、「年金や介護費用など老後の生活が不安」となっている。

消費支出を減らそうと思う理由（複数回答）（n=309）



年代別消費支出を減らそうと思う理由（複数回答）（n=309）

理由	29歳以下		30代		40代		50代		60歳以上	
	今回 (2018年)	前回 (2017年)	今回 (2018年)	前回 (2017年)	今回 (2018年)	前回 (2017年)	今回 (2018年)	前回 (2017年)	今回 (2018年)	前回 (2017年)
年金や介護費用など老後の生活が不安	9.5	13.3	31.4	17.5	38.5	30.2	41.0	36.9	50.9	62.5
医療費や税金など負担が増えた	28.6	13.3	17.1	10.0	19.2	27.0	24.4	19.0	31.3	35.4
世帯の収入が減った	4.8	0.0	14.3	22.5	5.8	25.4	25.6	21.4	30.4	39.6
預貯金の受取利息が少ないから	14.3	0.0	11.4	10.0	13.5	7.9	14.1	16.7	29.5	18.8
給与減額・失業など雇用の先行きが不安	19.0	0.0	11.4	10.0	21.2	15.9	17.9	21.4	5.4	6.3
ローン負担が重い	14.3	6.7	20.0	10.0	21.2	14.3	10.3	11.9	3.6	6.3
気がかりなことは特にない	14.3	40.0	17.1	12.5	9.6	6.3	9.0	13.1	8.9	3.1
気分的に消費意欲がわからない	14.3	13.3	8.6	10.0	5.8	12.7	9.0	2.4	10.7	10.4
その他	9.5	13.3	8.6	15.0	15.4	4.8	7.7	8.3	7.1	3.1
不明	4.8	6.7	2.9	0.0	5.8	1.6	2.6	2.4	2.7	2.1

(注) 合計および各年代において、■ 1番多い理由、■ 2番目に多い理由、■ 3番目に多い理由。

5. 貯蓄目的（複数回答）

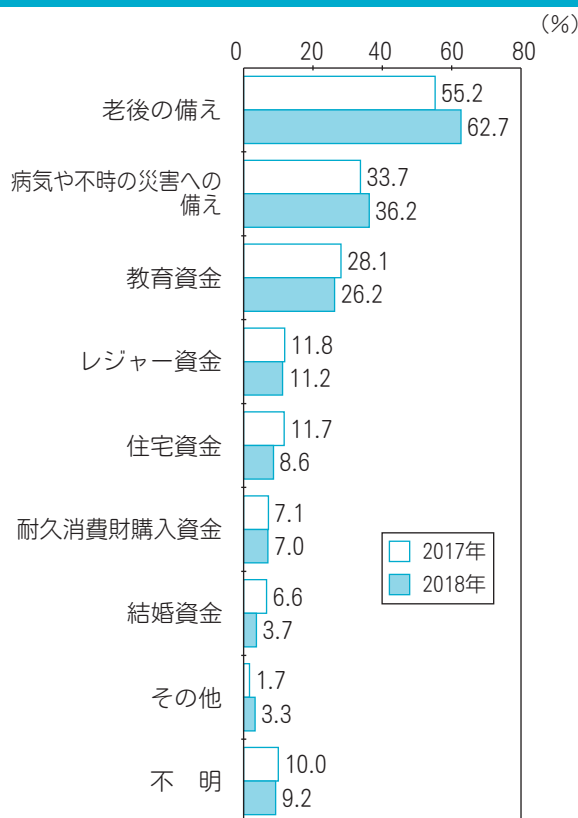
<全体>

今後1年間の貯蓄は「増やす」「やや増やす」(38.2%)が前回よりも1.8ポイント上昇、「減らす」「やや減らす」(10.3%)が1.4ポイント上昇し、貯蓄DIは27.9で、前年比+3.2ポイントと上昇した。

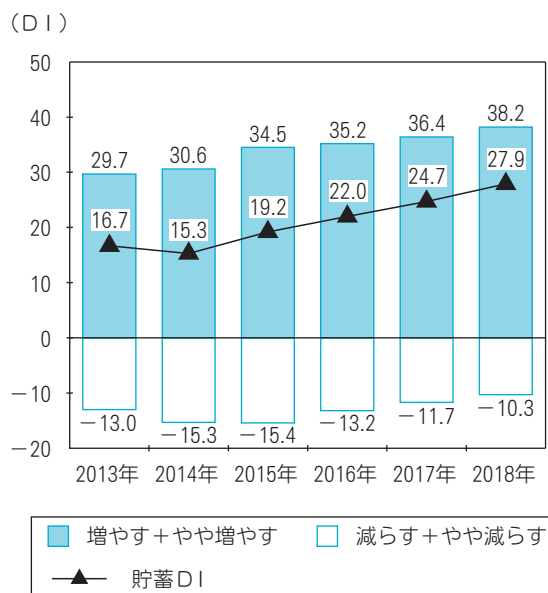
貯蓄の目的では、「老後の備え」(62.7%)が最も多く、前年比では7.5ポイント上昇した。次は「病気や不時の災害への備え」(36.2%)が続き、順番はすべて前回と同じであった。年代別にみると、29歳以下は「住宅資金」、30代が「教育資金」。40代、50代、60歳以上は「老後の備え」との回答が最も多かった(図表不掲載)。

今後、貯蓄をする場合に考えている商品の内訳については、「普通預金・通常貯金」(48.4%)が最も多くなり、前回まで最も多かった「定期預金・定額貯金」(45.4%)と順番が入れ替わった。

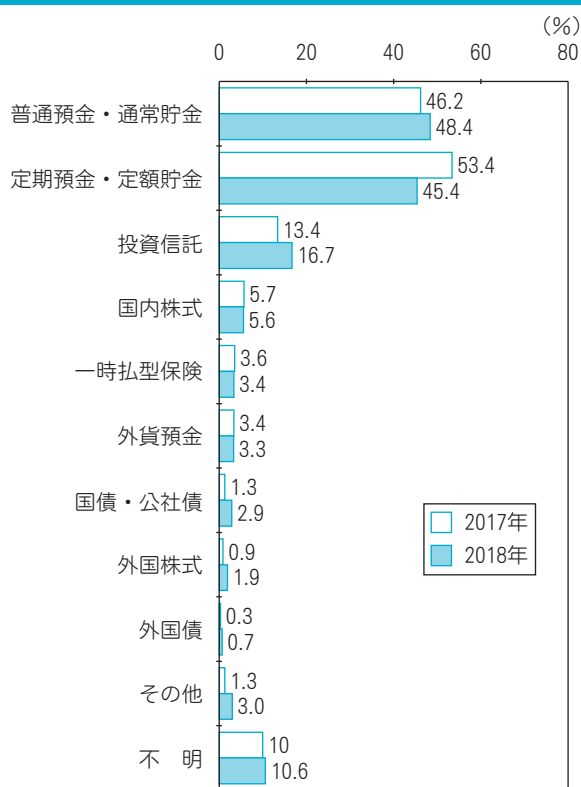
貯蓄の目的（複数回答）(n=699)



今後1年間の貯蓄DI (n=699)



今後貯蓄をする場合に考えている商品の内訳（複数回答）(n=699)

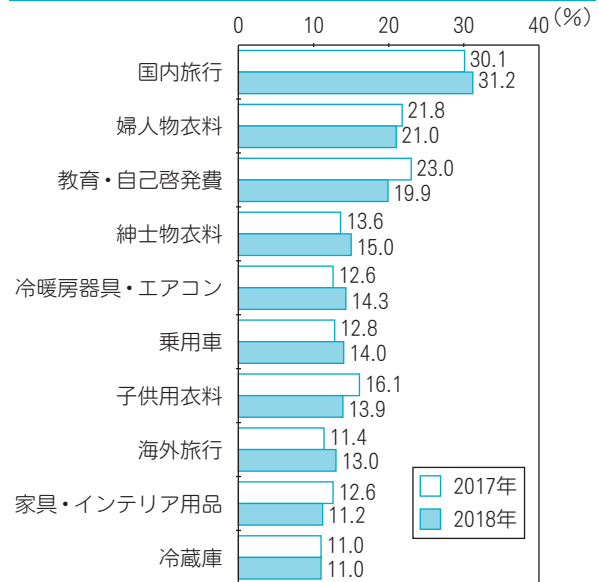


6. 今後1年間に購入・支出予定の品目（複数回答）

今後1年間に購入・支出予定の品目で最も多いのは「国内旅行」（31.2%）で、続いて「婦人物衣料」（21.0%）。前回よりも購入・支出予定が最も増えたのは「冷暖房器具・エアコン」（前年比+1.7ポイント）、続いて「海外旅行」（同+1.6ポイント）、「紳士物衣料」（同+1.4ポイント）など。一方、前回よりも購入・支出予定が最も減少したのは「教育・自己啓発費」（同△3.1ポイント）、続いて「子供用衣料」（同△2.2ポイント）であった。

年代別に、購入・支出予定の最も多い品目を見ると29歳以下は「子供用衣料」と「家具・インテリア用品」、30代は「子供用衣料」、40代は「国内旅行」と「教育・自己啓発費」、50代、60歳以上は「国内旅行」であった。

今後1年間に購入・支出予定の品目（複数回答）（上位10品目）（n=699）



今後1年間に購入・支出予定の品目（複数回答）（n=699）

理由	合計		年代別										
	今回 (2018年)	前回 (2017年)	29歳以下		30代		40代		50代		60歳以上		
			今回 (2018年)	前回 (2017年)	今回 (2018年)	前回 (2017年)	今回 (2018年)	前回 (2017年)	今回 (2018年)	前回 (2017年)	今回 (2018年)	前回 (2017年)	
耐久消費財	冷暖房器具・エアコン	14.3	12.6	5.4	9.1	8.0	11.1	11.7	8.9	16.8	18.7	16.3	12.0
	薄型テレビ	9.0	7.6	13.5	3.0	10.7	5.6	9.4	7.0	7.9	7.6	8.6	9.6
	DVD・ブルーレイレコーダー	4.4	3.1	2.7	3.0	10.7	6.7	3.9	1.9	2.6	4.1	3.7	2.4
	パソコン・周辺機器	9.7	10.7	5.4	12.1	13.3	12.2	13.3	8.9	11.5	11.7	6.5	12.0
	デジタルカメラ	2.4	2.3	5.4	3.0	2.7	3.3	3.9	4.4	3.1	1.8	0.4	1.0
	冷蔵庫	11.0	11.0	0.0	9.1	16.0	7.8	9.4	10.8	15.7	16.4	8.6	10.5
	洗濯機	10.6	10.3	0.0	12.1	10.7	11.1	10.2	10.1	11.0	12.3	11.8	9.1
	太陽光発電・蓄電池	0.9	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	0.6	1.0	0.0	1.2	1.4
	乗用車	14.0	12.8	24.3	9.1	29.3	10.0	10.9	16.5	13.1	14.0	9.8	9.6
衣料品・サービス	靴・ハンドバック	9.2	9.6	13.5	15.2	13.3	15.6	10.9	11.4	9.4	8.8	5.7	5.3
	紳士物衣料	15.0	13.6	8.1	18.2	20.0	15.6	24.2	19.0	14.7	12.3	11.0	10.5
	婦人物衣料	21.0	21.8	16.2	18.2	24.0	31.1	25.8	23.4	21.5	23.4	18.0	14.4
	子供用衣料	13.9	16.1	27.0	15.2	44.0	38.9	24.2	32.3	8.4	8.2	2.0	3.3
	スポーツ、レジャー用品	7.0	7.8	10.8	6.1	9.3	10.0	9.4	12.7	6.3	7.6	5.3	3.8
	家具・インテリア用品	11.2	12.6	27.0	15.2	22.7	15.6	10.2	15.2	10.5	12.9	6.1	8.1
	国内旅行	31.2	30.1	24.3	15.2	29.3	35.6	32.0	27.8	28.8	31.0	34.3	34.0
	海外旅行	13.0	11.4	13.5	9.1	10.7	7.8	6.3	6.3	14.7	11.1	16.3	17.2
教育・自己啓発費	19.9	23.0	8.1	9.1	33.3	34.4	32.0	45.6	26.2	25.7	6.9	5.3	

(注) 合計および各年代において、 1番多い理由、 2番目に多い理由、 3番目に多い理由。

7. サービス・レジャー等に関する支出

<現在（2018年）>

1年前（2017年）と比べたサービス・レジャー等に関する支出DI（以下サービス等支出DIという）について、最も高いのは「外食費」（+7.2）、最も低いのは「二泊以上の旅行（海外旅行含む）」（△23.2）、続いて「一泊旅行」（△19.7）となった。

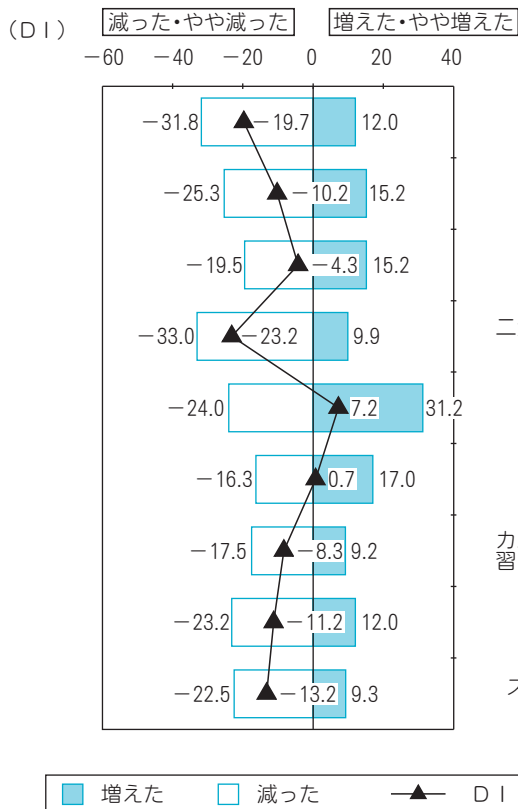
サービス等支出DIの前回と比べた上昇幅が最も大きかったのは「外食費」（前年比+6.0ポイント）、次いで「カルチャーセンターや習い事」（同+4.8ポイント）、「その他娯楽（遊園地、エステティック、宝くじ、ゲーム等）」（同+3.2ポイント）であった（図表不掲載）。

<今後1年間（2019年）>

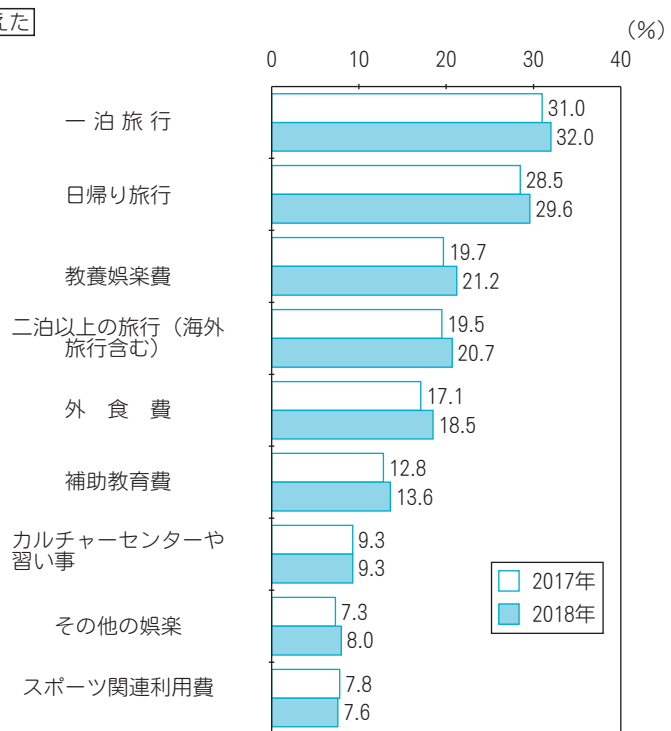
今後1年間に、サービス・レジャー等の支出で増やそうと考えているもの（複数回答）は、「一泊旅行」（32.0%）が最も多く、「日帰り旅行」（29.6%）と「教養娯楽費（コンサート、映画、博物館、スポーツ観戦等）」（21.2%）が続いた。

年代別に今後増やそうと考えている項目のなかで最も多いのは、29歳以下「日帰り旅行」（43.2%）、30代「日帰り旅行」と「一泊旅行」（ともに38.7%）、40代は「一泊旅行」と「補助教育費（学習塾、予備校、家庭教師等）」（ともに33.6%）、50代は「一泊旅行」（29.8%）、60歳以上は「日帰り旅行」（28.6%）であった（図表不掲載）。

1年前と比べた支出（n=699）



今後1年間に支出を増やそうと考えているもの（複数回答）（n=699）



8. 『ネットショッピング』について

(1) どの程度利用しているか

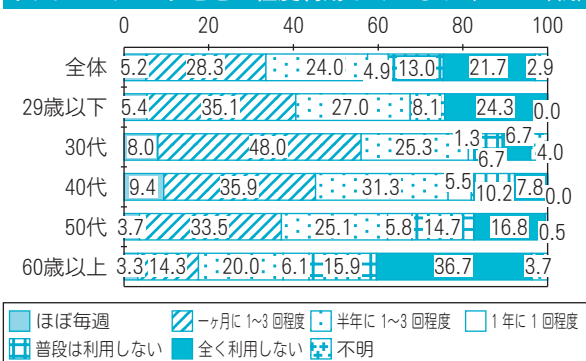
インターネットを利用して買い物をする「ネットショッピング」に関して、以下の通り尋ねた。

まず、どの程度利用しているかを尋ねたところ、最も多いのが「1ヶ月に1~3回程度」が28.3%、以下「半年に1~3回程度」が24.0%、「全く利用しない」が21.7%となった。年代別に見ても、60歳以上を除くすべての年代で「1ヶ月に1~3回程度」の割合が最も多かった。

(2) 使っている媒体は何か

前問で「ふだんは利用しない」「全く利用しない」以外を選んだ436人（以下の質問も同じ）に、使用する媒体を尋ねたところ、最も多いのが「ス

ネットショッピングをどの程度利用しているか (n=699)(%)



マートフォン」59.9%、次いで「パソコン」34.9%であった。年代別では60歳以上だけが「パソコン」56.1%の利用率が多く、その他の年代では「スマートフォン」の利用が6~8割を占めた。（図表不掲載）

(3) よく購入する商品のカテゴリーは何か

よく購入する商品のカテゴリーを尋ねたところ、「生活雑貨・日用品」50.7%が最も多く、以下「衣服・靴・アクセサリ」39.4%、「食品・飲料・酒類」29.8%、「化粧品・美容関連」28.0%となった。年代別に見てもほぼ同じ結果であった。

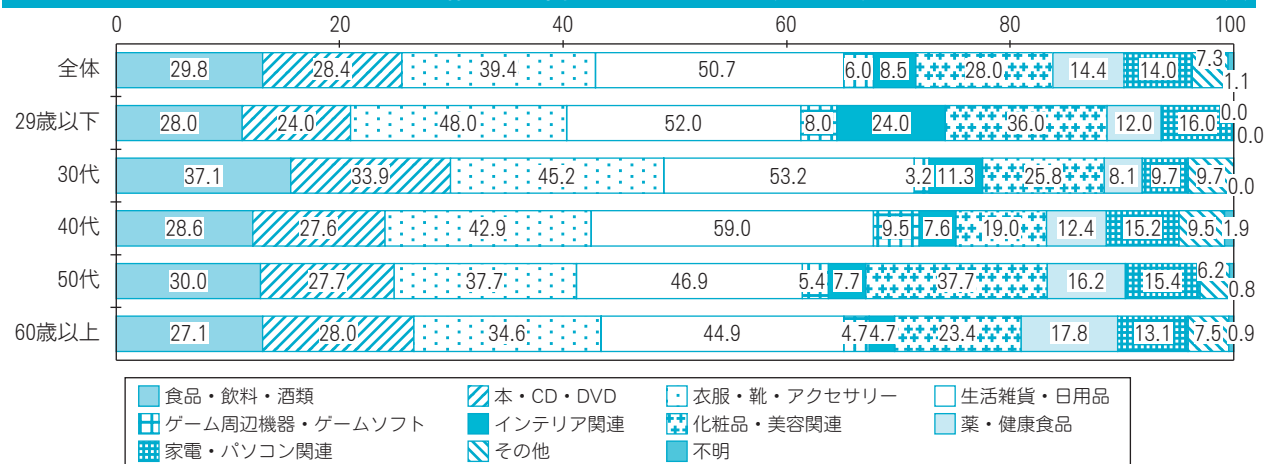
(4) 毎月の買い物に消費する金額のうち、ネットショッピングで消費する金額の割合

毎月の買い物のうち、ネットショッピングが占める割合を尋ねたところ「10%未満」57.6%が最も多く、次いで「10%~30%未満」25.9%。「わからない」7.8%、「30%~50%未満」5.3%、「50%以上」2.3%となった。

ネットショッピングの利用回数・金額ともに消費者に浸透しているとは言えない状況がうかがえた。（図表不掲載）。

(奥 桂子)

よく購入する商品のカテゴリー (n=436) (%)



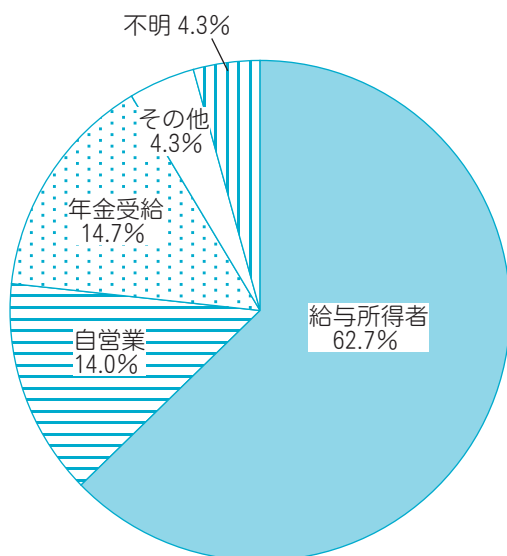
【調査要領】

- (1) 調査場所…… 次に掲げる奈良県内の南都銀行店舗 31 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、平群、法隆寺、田原本、五条
- (2) 調査日…… 2018 年 10 月初旬
- (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 699 人
 有効回答率 99.9%
- (5) 調査対象者（世帯主）の属性

（上段：人、下段：％）

職 業	29歳以下	30 代	40 代	50 代	60歳以上	年齢不明	全 体
給与所得者	34 7.8	66 15.1	108 24.7	157 35.8	71 16.2	2 0.5	438 100.0
自 営 業	3 3.1	6 6.1	13 13.3	23 23.5	51 52.0	2 2.0	98 100.0
年 金 受 給	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 1.9	99 96.1	2 1.9	103 100.0
そ の 他	0 0.0	2 6.7	4 13.3	5 16.7	17 56.7	2 6.7	30 100.0
不 明	0 0.0	1 3.3	3 10.0	4 13.3	7 23.3	15 50.0	30 100.0
合 計	37 5.3	75 10.7	128 18.3	191 27.3	245 35.1	23 3.3	699 100.0

世帯主の職業



世帯主の配偶者の状況

