

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（2018年10月調査）よりも暮らし向きDIが4.9ポイント低下し、暮らし向き感は悪くなりました。消費支出DIも4.3ポイント低下しました。

今後1年間の予想では、暮らし向きDIは9.3ポイント低下する見通しです。消費支出DIは73.5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、消費の先行きは節約志向が続く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（2018年）と比べた現在の暮らし向きDI（※）は△21.5で、前回よりも4.9ポイント低下。今後1年間の暮らし向きDIも、△30.8と現在より9.3ポイント低下しており、前回調査（5.7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36.6となり、前年比4.3ポイント低下。

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「飲食料品」が最も多く、次いで「教育」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△36.9と現在よりも73.5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、30代で「給与減額・失業など雇用の先行きが不安」が、29歳以下、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21.0で、前年比3.4ポイント低下となり、5年ぶりに低下となった。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「子供用衣料」（前年比+5.0ポイント）、「国内旅行」（同+4.3ポイント）、「海外旅行」（同+0.7ポイント）。一方、減少したのは「紳士物衣料」（同△4.0ポイント）、続いて「乗用車」（同△2.4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「補助教育費」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「日帰り旅行」が最多で、次いで「一泊旅行」となった。

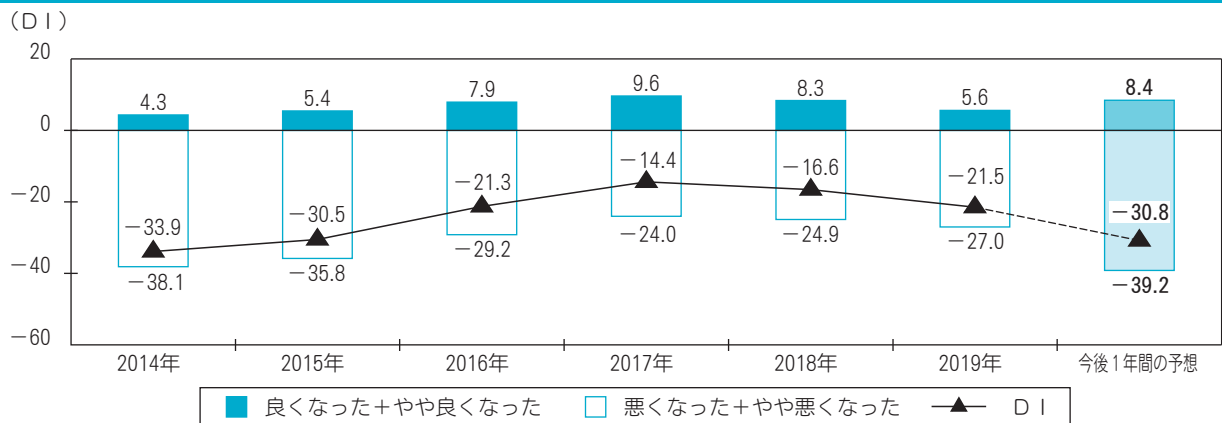
1. 暮らし向き動向

<現在（2019年）>

1年前（2018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 $\Delta 21.5$ となり、2018年の前回調査（ $\Delta 16.6$ ）よりも4.9ポイントの低下となった。前回調査では2019年の暮らし向きDIを $\Delta 22.3$ （18年比5.7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29歳以下（前年比+8.7ポイント）のみであった。そのほかの年代は30代（同 $\Delta 0.9$ ポイント）、40代（同 $\Delta 8.4$ ポイント）、50代（同 $\Delta 9.9$ ポイント）、60歳以上（同 $\Delta 5.0$ ポイント）とすべてDIが低下した。

暮らし向きDI（1年前に比べ）（n=699）



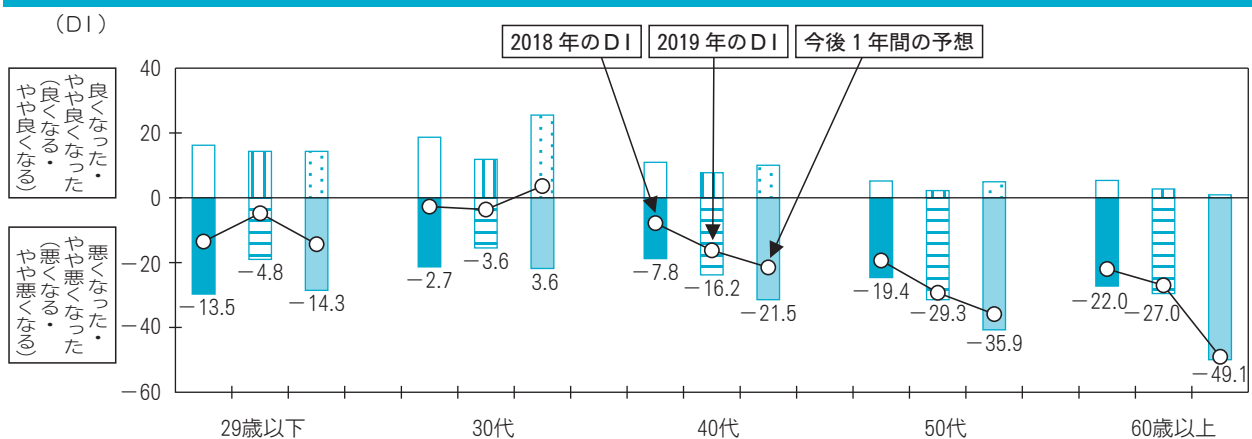
<今後1年間（2020年）>

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 $\Delta 30.8$ と現在よりも9.3ポイント低下しており、前回調査の5.7ポイント低下よりも落込み幅は拡大している。暮らし向き感が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、30代（現在比+7.2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、29歳以下（同 $\Delta 9.5$ ポイント）、40代（同 $\Delta 5.3$ ポイント）、50代（同 $\Delta 6.6$ ポイント）、60歳以上（同 $\Delta 22.1$ 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

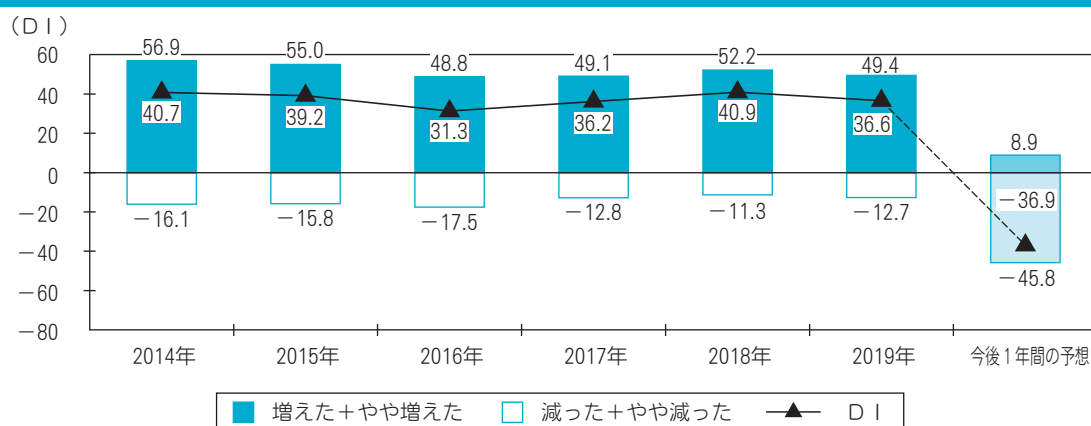
<現在（2019年）>

1年前（2018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49.4%、「減った」「やや減った」は12.7%となり、全体の消費支出DIは36.6で、前回（40.9）より4.3ポイント

低下した。

前回との変化を年代別に見ると、60歳以上（前年比+7.7ポイント）だけが上昇し、29歳以下（同△6.5ポイント）、30代（同△11.8ポイント）、40代（同△13.3ポイント）50代（同△14.8ポイント）は低下した。

消費支出DI（1年前に比べ）（n=699）



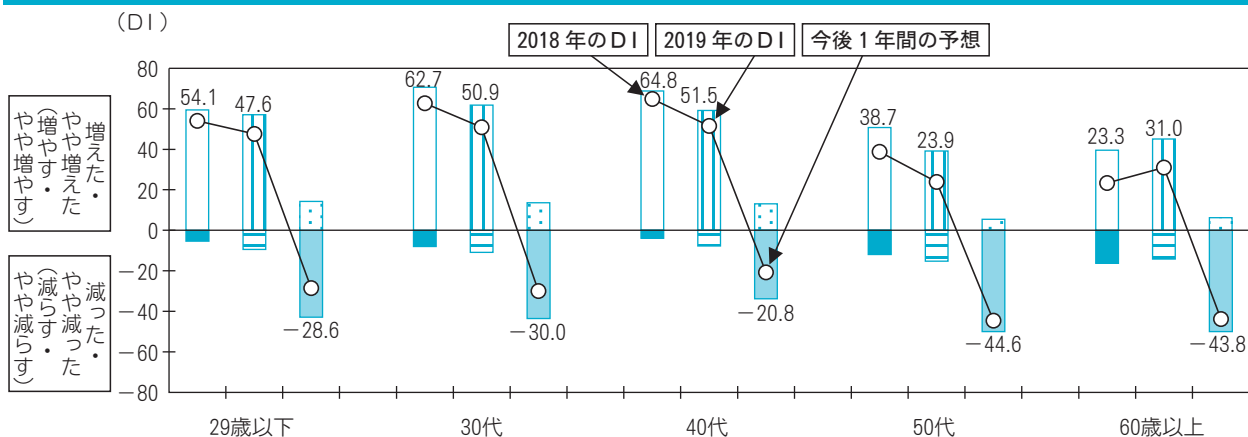
<今後1年間（2020年）>

今後1年間の消費支出DIの予想は△36.9となり、現在よりも73.5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、45.8%に達した。

年代別では、50代の消費支出DIが最も低く△44.6であった。

消費支出DIの低下幅が大きい順では、30代（現在比△80.9ポイント）、29歳以下（同△76.2ポイント）、60歳以上（同△74.8ポイント）40代（同△72.3ポイント）、50代（同△68.5ポイント）と、すべての年代で今後の消費支出を減らすと予想しているが、若年層の方がその割合は多くなっている。

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（2018年）と比べた消費支出が「増えた」「やや増えた」と答えた345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78.3%で最も多く、次いで「物価が高くなった」（24.1%）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」（40.6%）が最も多く、続いて「教育」（30.4%）、「住居（家賃・光熱費等）」（23.8%）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、「飲食料品」は30代（51.5%）、60歳以上（33.3%）。「教育」は29歳以下（50.0%）、40代（57.1%）、50代（37.5%）となった（図表不掲載）。

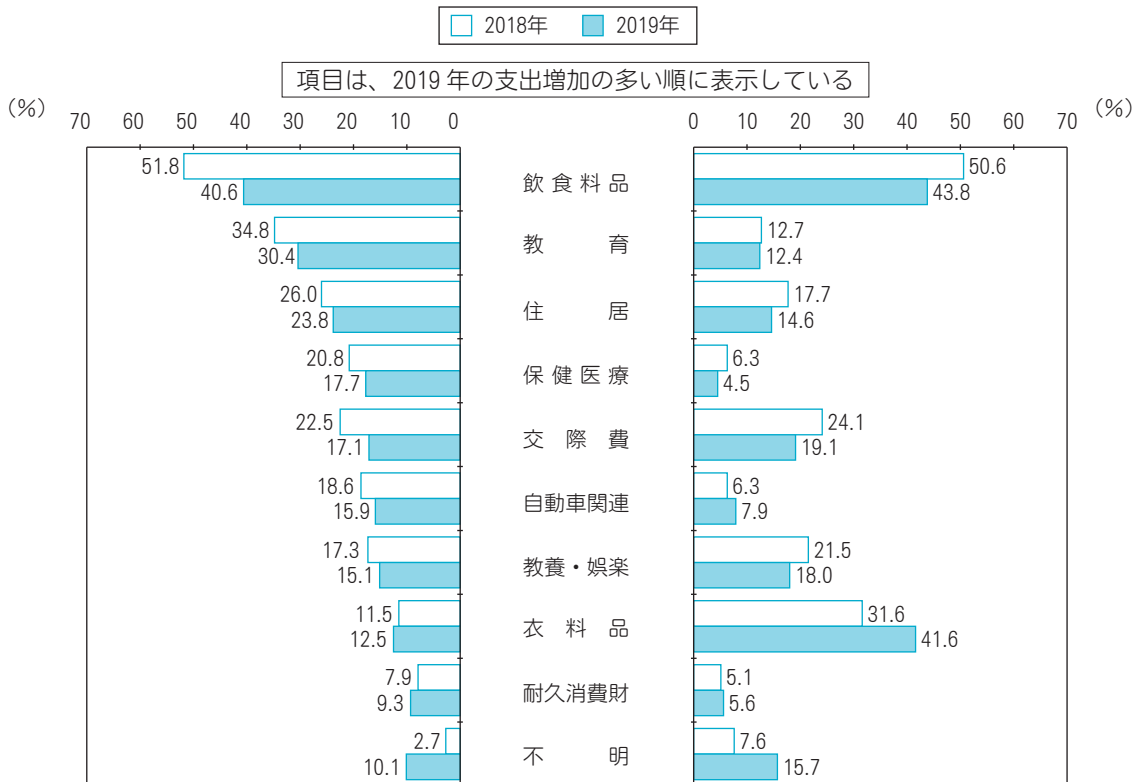
(2) 消費支出の減少理由および減少項目

1年前（2018年）と比べた消費支出が「減った」「やや減った」と答えた89人を対象に、その理由をたずねた結果、「節約した」（41.6%）が最も多く、次いで「世帯の収入が減少した」（24.7%）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」（43.8%）が最も多く、続いて「衣料品」（41.6%）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「衣料品」と「交際費」。30代と50代は「飲食料品」、40代と60歳以上は「衣料品」となった（図表不掲載）。

支出が増加した項目（複数回答）（n=345）

支出が減少した項目（複数回答）（n=89）

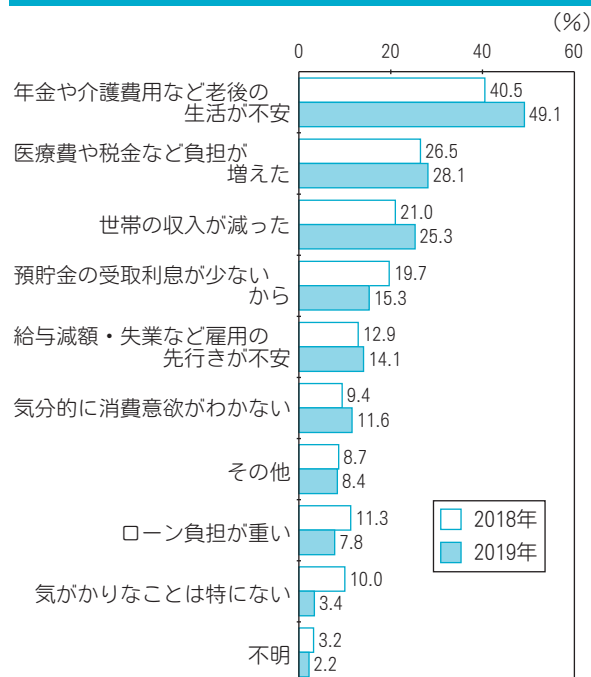


4. 今後1年間に消費支出を減らそうと思う理由（複数回答）

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320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」（49.1%）で、以下「医療費や税金など負担が増えた」（28.1%）、「世帯の収入が減った」（25.3%）、「預貯金の受取利息が少ないから」（15.3%）と続いた。前回は「減らす」理由のトップであった「年金や介護費用など老後の生活が不安」は今回8.6ポイント上昇した。

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、30代では「給与減額・失業など雇用の先行きが不安」と「その他」となっており、その他の自由回答欄では「子供の教育のため」とする回答が多く見受けられた。それ以外の年代29歳以下、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=320）



年代別消費支出を減らそうと思う理由（複数回答）（n=320）

理由	29歳以下		30代		40代		50代		60歳以上	
	今回 (2019年)	前回 (2018年)	今回 (2019年)	前回 (2018年)	今回 (2019年)	前回 (2018年)	今回 (2019年)	前回 (2018年)	今回 (2019年)	前回 (2018年)
年金や介護費用など老後の生活が不安	33.3	9.5	10.4	31.4	40.9	38.5	48.9	41.0	70.8	50.9
医療費や税金など負担が増えた	11.1	28.6	12.5	17.1	20.5	19.2	27.2	24.4	34.5	31.3
世帯の収入が減った	22.2	4.8	8.3	14.3	22.7	5.8	20.7	25.6	35.4	30.4
預貯金の受取利息が少ないから	11.1	14.3	8.3	11.4	4.5	13.5	12.0	14.1	24.8	29.5
給与減額・失業など雇用の先行きが不安	22.2	19.0	22.9	11.4	13.6	21.2	13.0	17.9	12.4	5.4
気分的に消費意欲がわからない	11.1	14.3	8.3	8.6	6.8	5.8	9.8	9.0	17.7	10.7
その他	0.0	9.5	22.9	8.6	22.7	15.4	3.3	7.7	2.7	7.1
ローン負担が重い	22.2	14.3	16.7	20.0	2.3	21.2	10.9	10.3	1.8	3.6
気がかりなことは特になし	0.0	14.3	6.3	17.1	6.8	9.6	4.3	9.0	0.9	8.9
不明	0.0	4.8	4.2	2.9	2.3	5.8	3.3	2.6	0.9	2.7

(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）

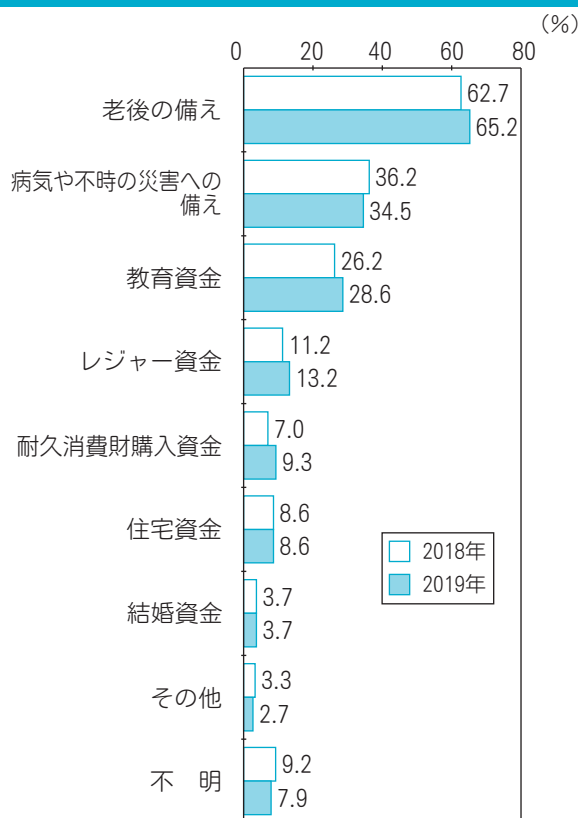
<全体>

今後1年間の貯蓄は「増やす」「やや増やす」(34.8%)が前回よりも3.4ポイント低下、「減らす」「やや減らす」(13.7%)も3.4ポイント低下し、貯蓄DIは21.0で、前年比△6.9ポイントと5年ぶりに低下した。

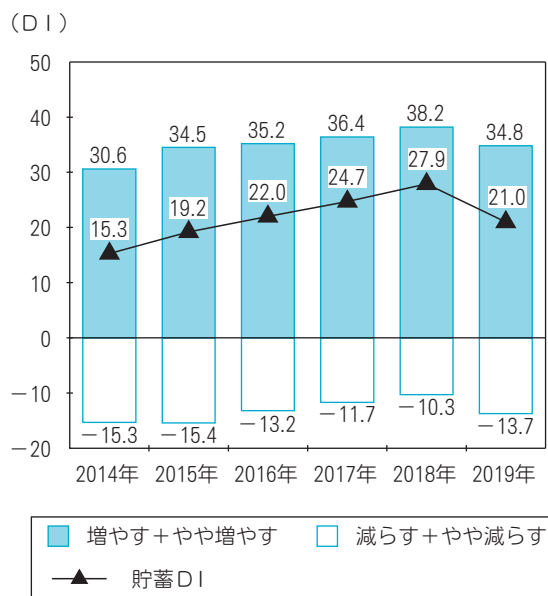
貯蓄の目的では、「老後の備え」(65.2%)が最も多く、次は「病気や不時の災害への備え」(34.5%)が続く、順番は「耐久消費財購入資金」と「住宅資金」が入れ替わった。年代別にみると、29歳以下と30代が「教育資金」。40代、50代、60歳以上は「老後の備え」との回答が最も多かった(図表不掲載)。

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」(52.5%)が最も多くなり、「定期預金・定額貯金」(44.8%)との差(7.7ポイント)は前回よりも大きくなり、いつでも使える商品の割合が増えている。

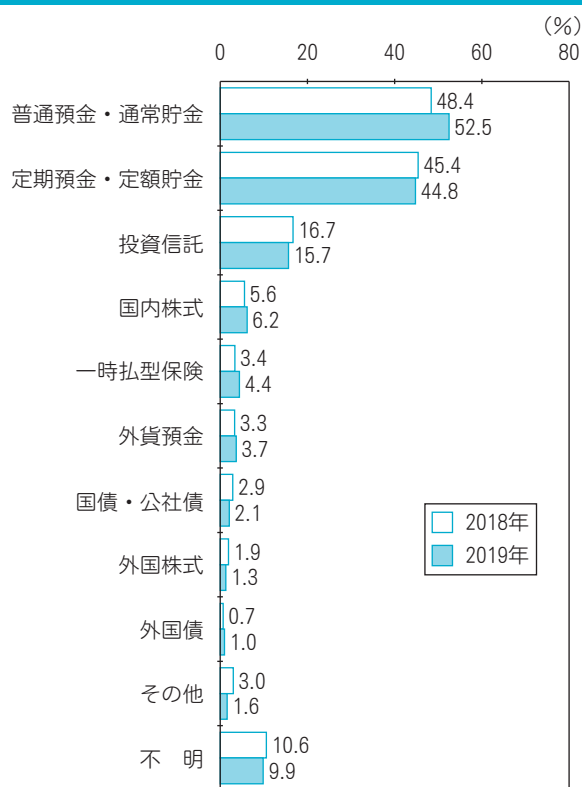
貯蓄の目的（複数回答）(n=699)



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)

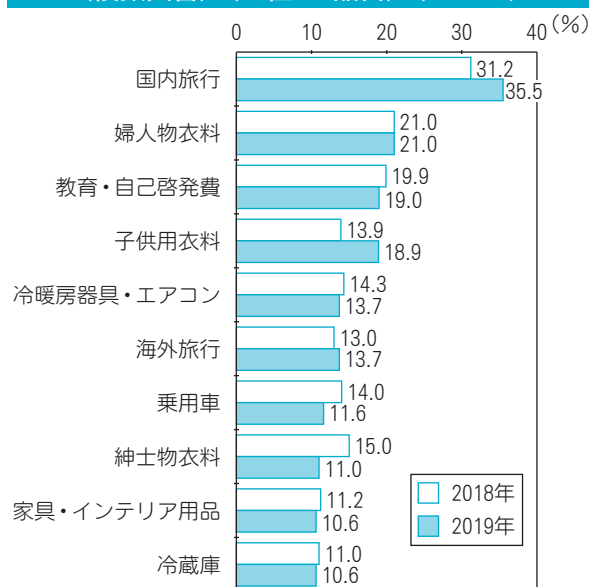


6. 今後1年間に購入・支出予定の品目（複数回答）

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」（35.5%）で、続いて「婦人物衣料」（21.0%）、「教育・自己啓発費」（19.0%）となった。前回よりも購入・支出予定が最も増えたのは「子供用衣料」（前年比+5.0ポイント）、続いて「国内旅行」（同+4.3ポイント）、「海外旅行」（同+0.7ポイント）。一方、前回よりも購入・支出予定が最も減少したのは「紳士物衣料」（同△4.0ポイント）、続いて「乗用車」（同△2.4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歳以下と30代は「子供用衣料」、40代、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）

購入予定の品目	合計		年 代 別										
	今回 (2019年)	前回 (2018年)	29歳以下		30代		40代		50代		60歳以上		
			今回 (2019年)	前回 (2018年)	今回 (2019年)	前回 (2018年)	今回 (2019年)	前回 (2018年)	今回 (2019年)	前回 (2018年)	今回 (2019年)	前回 (2018年)	
耐久消費財	冷暖房器具・エアコン	13.7	14.3	23.8	5.4	8.2	8.0	13.1	11.7	15.8	16.8	14.6	16.3
	薄型テレビ	9.0	9.0	4.8	13.5	10.9	10.7	5.4	9.4	10.9	7.9	9.3	8.6
	DVD・ブルーレイレコーダー	2.1	4.4	0.0	2.7	6.4	10.7	2.3	3.9	1.1	2.6	1.3	3.7
	パソコン・周辺機器	8.3	9.7	4.8	5.4	3.6	13.3	9.2	13.3	15.2	11.5	4.9	6.5
	デジタルカメラ・ビデオカメラ	2.1	2.4	0.0	5.4	7.3	2.7	1.5	3.9	1.1	3.1	1.3	0.4
	冷蔵庫	10.6	11.0	4.8	0.0	2.7	16.0	7.7	9.4	12.5	15.7	15.0	8.6
	洗濯機	10.0	10.6	14.3	0.0	6.4	10.7	9.2	10.2	10.3	11.0	11.9	11.8
	太陽光発電・蓄電池	0.9	0.9	0.0	0.0	1.8	0.0	0.8	0.8	0.0	1.0	0.9	1.2
	乗用車	11.6	14.0	4.8	24.3	13.6	29.3	10.8	10.9	14.7	13.1	9.7	9.8
	靴・ハンドバック	9.9	9.2	14.3	13.5	5.5	13.3	17.7	10.9	11.4	9.4	6.2	5.7
衣料品・サービス	紳士物衣料	11.0	15.0	9.5	8.1	15.5	20.0	13.8	24.2	10.3	14.7	8.0	11.0
	婦人物衣料	21.0	21.0	19.0	16.2	21.8	24.0	27.7	25.8	22.3	21.5	15.9	18.0
	子供用衣料	18.9	13.9	52.4	27.0	48.2	44.0	32.3	24.2	7.6	8.4	4.0	2.0
	スポーツ、レジャー用品	7.9	7.0	14.3	10.8	10.0	9.3	13.8	9.4	5.4	6.3	4.4	5.3
	家具・インテリア用品	10.6	11.2	38.1	27.0	17.3	22.7	10.8	10.2	10.3	10.5	5.3	6.1
	国内旅行	35.5	31.2	42.9	24.3	44.5	29.3	39.2	32.0	35.9	28.8	28.8	34.3
	海外旅行	13.7	13.0	9.5	13.5	14.5	10.7	14.6	6.3	18.5	14.7	9.7	16.3
教育・自己啓発費	19.0	19.9	28.6	8.1	27.3	33.3	36.9	32.0	20.1	26.2	4.4	6.9	

（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（2019年）>

1年前（2018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「補助教育費」（+2.1）、最も低いのは「二泊以上の旅行（海外旅行含む）」（△28.5）、続いて「一泊旅行」（△23.3）となった。

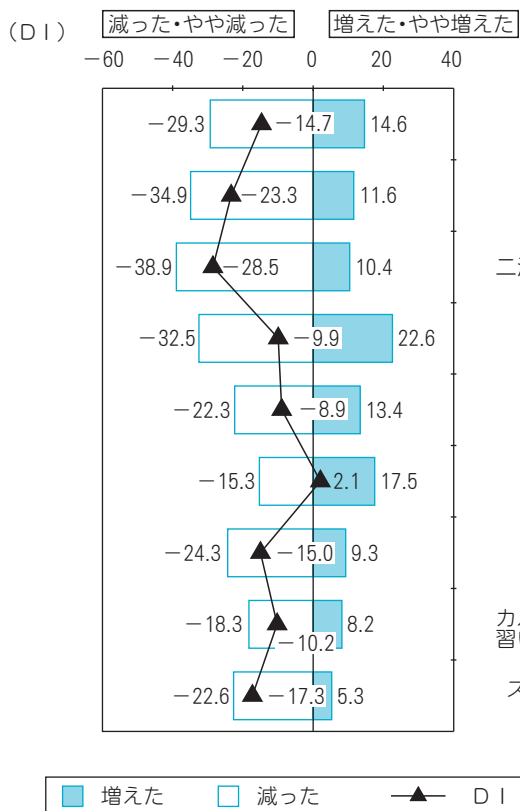
サービス等支出DIが前回と比べて上昇したのは「補助教育費」（前年比+1.4ポイント）のみであった。一方、減少したのは「外食費」（同△17.0ポイント）が最も多く、次いで「二泊以上の旅行（海外旅行含む）」（同△5.3ポイント）であった（図表不掲載）。

<今後1年間（2020年）>

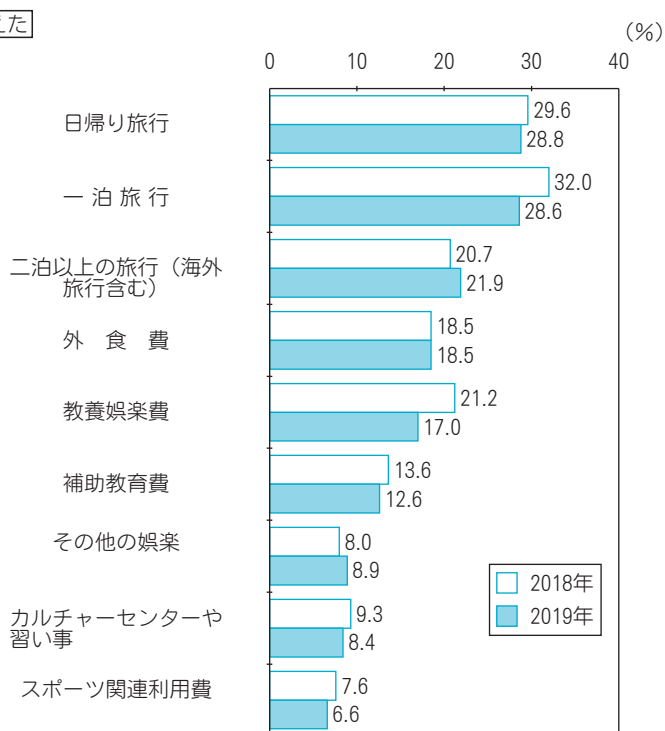
今後1年間に、サービス・レジャー等の支出で増やそうと考えているもの（複数回答）は、「日帰り旅行」（28.8%）が最も多く、「一泊旅行」（28.6%）と「二泊以上の旅行（海外旅行含む）」（21.9%）が続いた。

年代別に今後増やそうと考えている項目として、「日帰り旅行」を選んだのが29歳以下（47.6%）、30代（37.3%）と60歳以上（28.3%）であった。「一泊旅行」を選んだのは50代（31.5%）で、「補助教育費（学習塾、予備校、家庭教師等）」は40代（31.5%）が最も多くなっていた。（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）



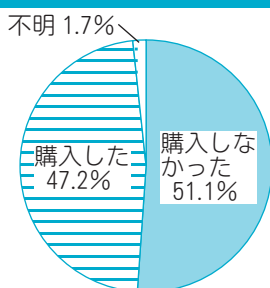
8. 『消費税の増税』について

(1) 増税に備えて事前購入をしたか

10月から消費税が10%に増税されたことに関して、以下の通り尋ねた。

まず、消費税の増税に備えて、事前に何か購入したのかを尋ねたところ、「購入しなかった」が51.1%、「購入した」が47.2%、「不明が」が1.7%となった。年代別に見ると、「購入しなかった」は、40代(59.2%)、50代(51.6%)、60歳以上(51.3%)と中高年層が多い。一方、「購入した」は29歳以下(52.4%)と30代(52.7%)の若年層が多かった。(図表不掲載)

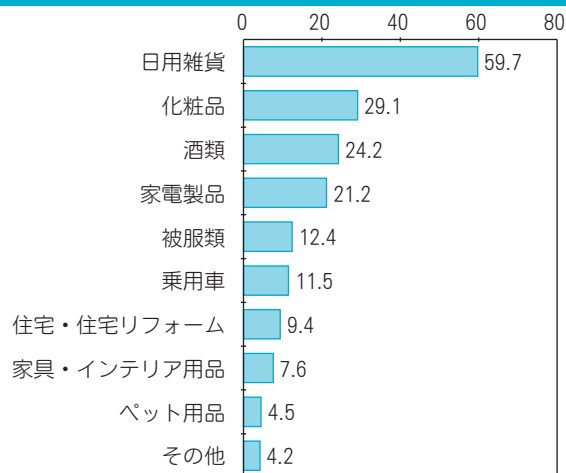
消費税増税に備えて事前に購入したか (n=699) (%)



(2) 購入したものは何か

前問で「購入した」と答えた330人を対象に、購入したものを尋ねた。最も多いのが「日用雑貨」(59.7%)、次いで「化粧品」(29.1%)「酒類」

増税に備えて購入したもの (n=330) (%)



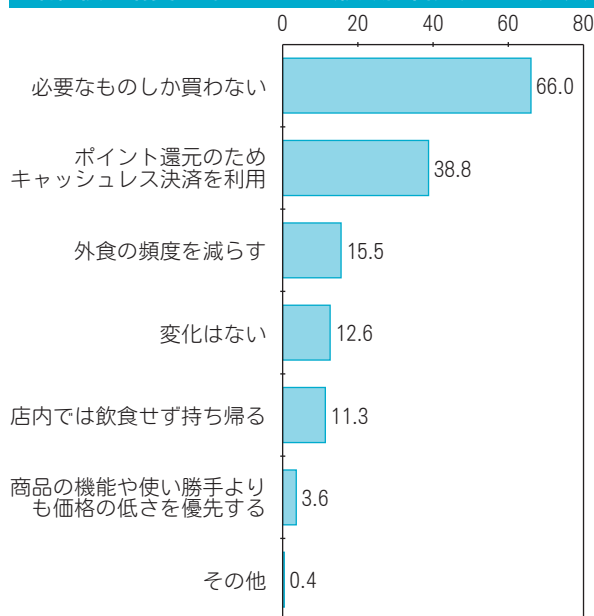
(24.2%)、「家電製品」(21.2%)であった。年代別でもすべての年代で「日用雑貨」の割合が最も多く5割以上であった。2番目に購入したものとしては、「化粧品」が30代(31.0%)、40代(32.7%)、50代(38.6%)で多い。「家電製品」は29歳以下(27.3%)と、60歳以上(25.0%)が多くなっていった。(図表不掲載)

(3) 増税後の消費に対する意識

消費税増税後の消費に対する意識について尋ねたところ、「必要なものしか買わない」が66.0%で最も多く、次いで「ポイント還元のため、キャッシュレス決済(クレジットカード・電子マネー)を利用する」が38.8%、「外食の頻度を減らす」が15.5%となった。年代別に見ても「必要なものしか買わない」がすべての年代で最も多く5割以上になっていたが、60歳以上では7割を超えた。

消費支出の今後の予想でも、支出は減らすと答える人が半数近くを占め、節約志向は続くことがうかがえた。(奥 桂子)

増税後の消費に対する意識 (複数回答) (n=699) (%)



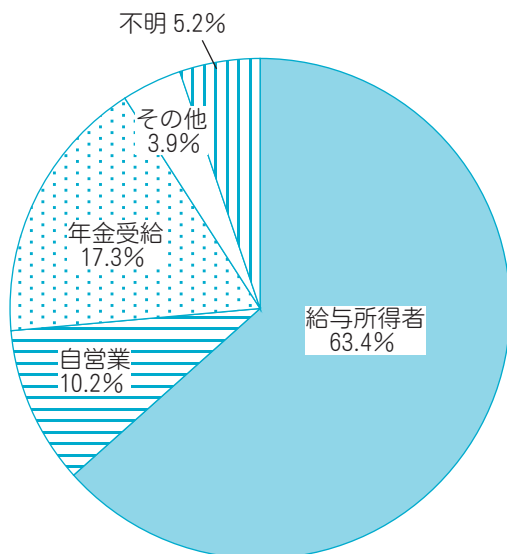
【調査要領】

- (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…… 2019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	21 4.7	98 22.1	108 24.4	151 34.1	62 14.0	3 0.7	443 100.0
自営業	0 0.0	7 9.9	14 19.7	18 25.4	30 42.3	2 2.7	71 100.0
年金受給	0 0.0	1 0.8	2 1.7	0 0.0	115 95.0	3 2.5	121 100.0
その他	0 0.0	1 3.7	4 14.8	10 37.0	12 44.5	0 0.0	27 100.0
不明	0 0.0	3 8.1	2 5.4	5 13.5	7 18.9	20 54.1	37 100.0
合計	21 3.0	110 15.7	130 18.6	184 26.3	226 32.3	28 4.1	699 100.0

世帯主の職業



世帯主の配偶者の状況

