

感謝の心をこめて

Challenge & Smile



平成27年1月29日

No. 15-015

株式会社 いよぎん地域経済研究センター

2014年12月消費者アンケート結果

—景況感は再び悪化 物価高に賃上げが追いつかず、見通しも慎重に—

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 山崎 正人）では、このたび、愛媛県内の消費者アンケート結果を取りまとめましたので、下記のとおりお知らせします。なお、詳細は2015年2月1日発行の「IRC Monthly」2015年2月号に掲載します。

記

【調査要旨】

- ・ 景況感DIは、前回（2013年調査）を17.3ポイント下回り、▲24.6と6年ぶりに悪化した。収入DIも1.4ポイント下回る▲11.4、今後の見通しは10.2ポイント低下し▲21.6となった。
- ・ 消費支出DIは前回は1.2ポイント上回る39.3となったが、今後の見通しは38.7と0.6ポイント低下しており、消費者の節約志向の強まりが見て取れる。
- ・ 暮らし向きDIは、前回は5.1ポイント下回る▲20.4、今後の見通しも13.1ポイント下がって▲33.5となった。
- ・ 費目別の支出動向をみると、18費目中14費目でDIが低下した一方、上昇した費目のなかでは「食料品」が18.6ポイントと大きく伸びた。
- ・ 今後の支出については、「ガソリン・交通費」「水道・光熱費」など、日々頻繁に支出する項目において節約を心がけようとしている様子が見える。
- ・ 昨年の消費税率引き上げ前に駆け込み購入・買いだめをした人は約3割で、具体的には「食料品・日用品」が59.3%と最も多くなった。
- ・ 今後の消費税率再引き上げに対しては、容認の立場をとる人が半数を超えた。4割弱が再引き上げ前に駆け込み購入・買いだめをしたいと考えており、「食料品・日用品」が48.8%で最も多かった。
- ・ 17年ぶりの消費税率引き上げの影響は今回の調査においても如実に表れており、昨年大幅に改善した景況感、収入、暮らし向きが再び悪化に転じた。物価高により実質賃金も低下していることなどから、今後の見通しも慎重な見方が強くなった。

以上

私たちはチャレンジします。みなさまの笑顔のために。

NEWS RELEASE

株式会社 伊予銀行 愛媛県松山市南堀端町1番地 〒790-8514 TEL(089) 941-1141

【アンケート概要】

時 期：2014年11月下旬～12月上旬
 対 象：愛媛県内在住の個人1,500名
 方 法：伊予銀行本支店でアンケート票を配布し、
 郵送で回収。無記名方式。
 回答数：660（有効回答率44.0%）

【回答者属性】

30歳未満	18.0%
30歳代	11.9%
40歳代	24.4%
50歳代	24.7%
60歳以上	21.0%

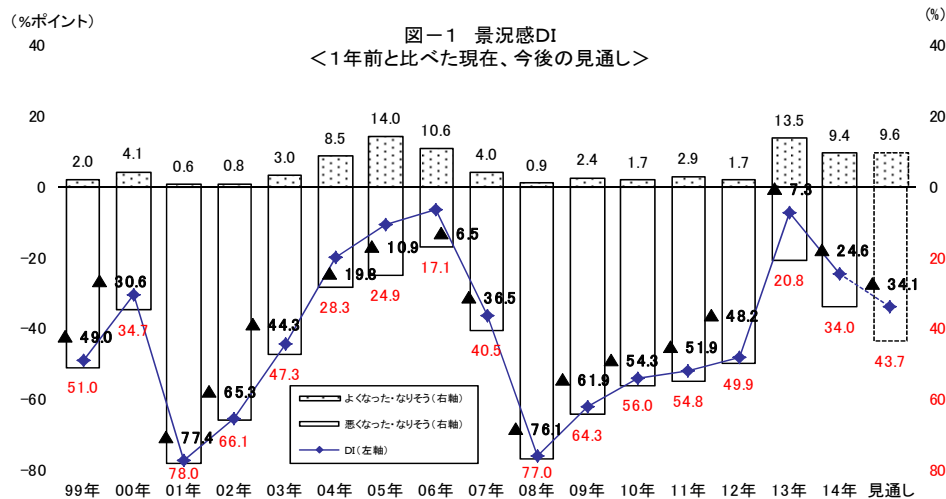
【D I (Diffusion Index) とは？】

本レポートでは、「よくなった（なりそう）」「変わらない」「悪くなった（なりそう）」の中から回答を選んでもらい、「よくなった（なりそう）」との回答割合（%）から「悪くなった（なりそう）」との回答割合（%）を差し引いたものをD Iとする。

1. 景気・収入・支出・暮らし向きの動向

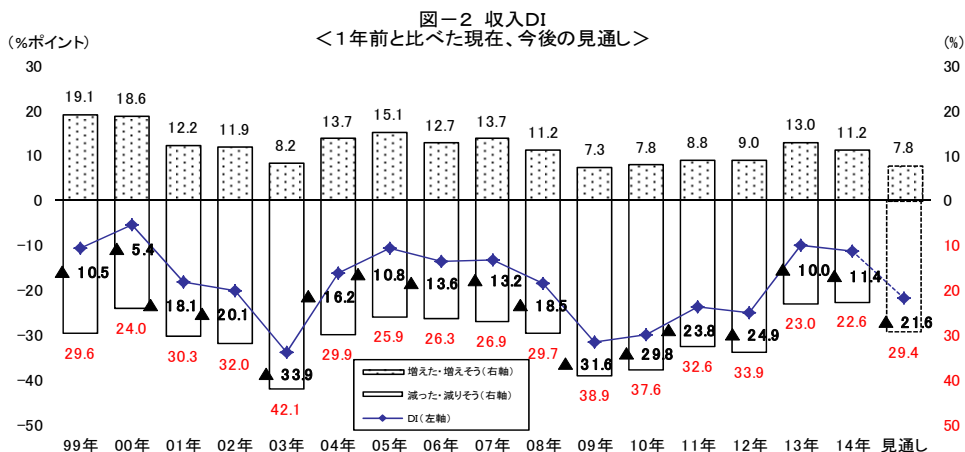
〔景況感〕6年ぶりに悪化

景況感D Iは、前回（2013年調査）を17.3ポイント下回り、▲24.6と6年ぶりに悪化した（図-1）。今後の見通しは▲34.1と、さらに9.5ポイント下落した。



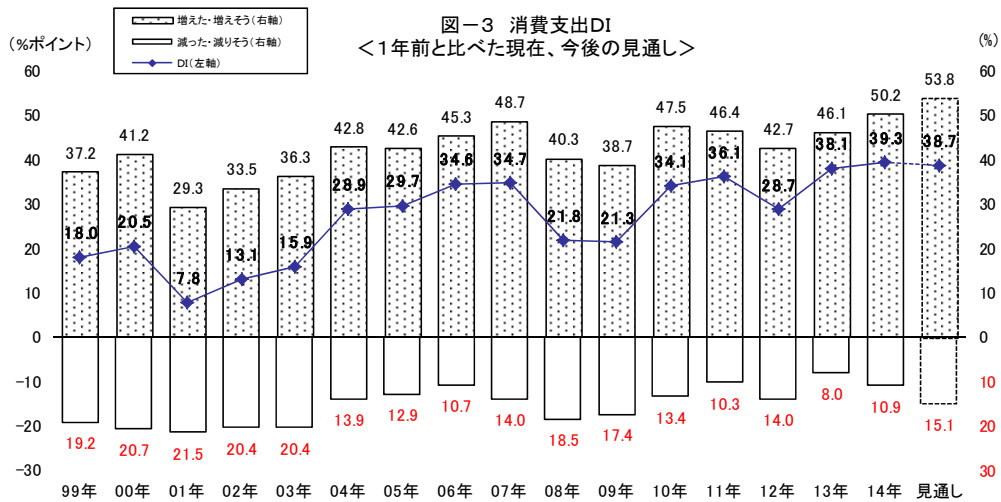
〔収入D I〕所得は伸び悩み

収入D Iは、前回は1.4ポイント下回る▲11.4、今後の見通しも10.2ポイント低下し▲21.6となった（図-2）。雇用情勢は好調が続いているが、所得環境の改善にはつながっていないようだ。



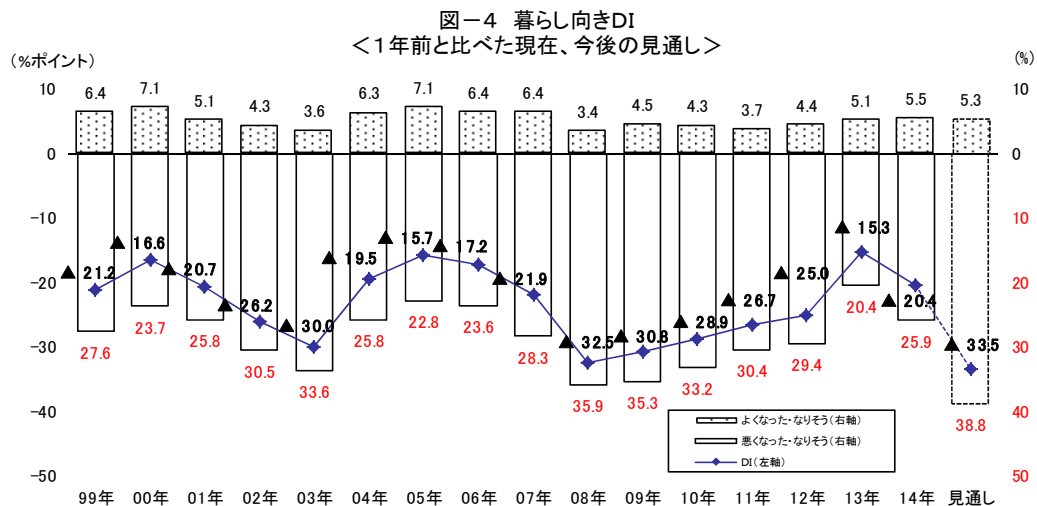
〔消費支出D I〕物価高で上昇

消費支出D Iは前回は1.2ポイント上回り39.3となったが、消費が好調というよりは、消費税率引き上げや円安に伴う物価高による望まざる支出の増加を反映したものとえそうだ。今後の見通しは38.7と0.6ポイント低下しており、消費者の節約志向の強まりが見て取れる（図-3）。



〔暮らし向き〕大幅に悪化の見込み

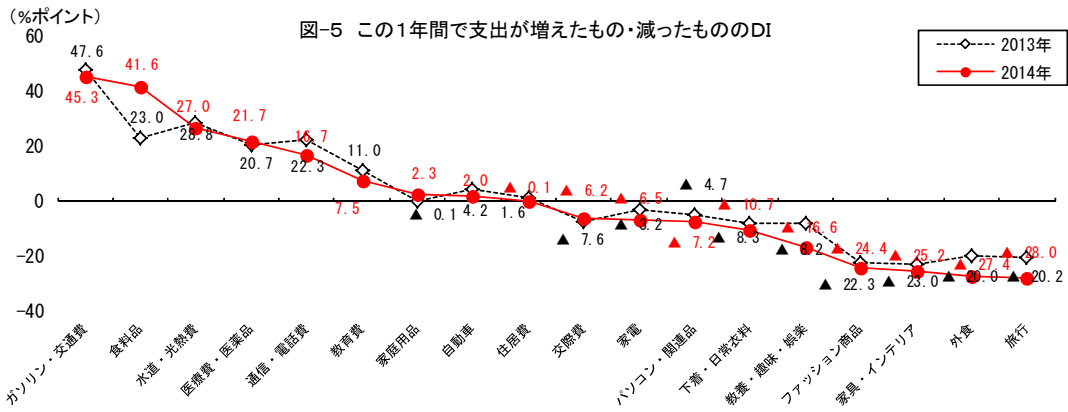
暮らし向きD Iは、前回は5.1ポイント下回る▲20.4となった。物価高が思いのほか家計を圧迫しており、暮らし向きが悪くなったと感じる人が増えているようだ。今後の見通しはさらに13.1ポイント下がって▲33.5となった（図-4）。



2. 費目別の支出動向

〔この1年間での支出増減〕14費目でD Iが低下

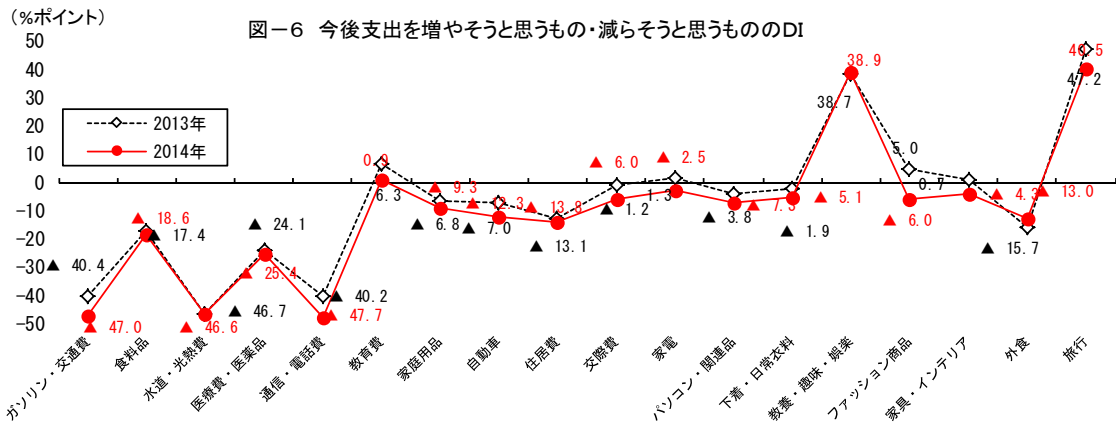
前回調査と比較すると、18費目中14費目でD Iが低下した。一方、D Iが上昇した費目のなかでは、「食料品」が18.6ポイントと大きく伸びているが、これは消費税率引き上げ前の駆け込み購入・買いだめや、円安で食料品が値上げされたことによるものと思われる（図-5）。



※「この1年で支出が増えたもの」の割合から「減ったもの」の割合を引いた値

〔今後の支出について〕節約志向はさらに強まる

今後の支出については、「ガソリン・交通費」「水道・光熱費」など、日々頻繁に支出する項目において節約を心がけようとしている様子が見られる。また、15費目でDIが前回を下回ったことから、消費者の節約志向が強まっていることが分かる（図-6）。



※「今後支出を増やそうと思うもの」の割合から「減らそうと思うもの」の割合を引いた値

3. 消費税率引き上げに対する意識・動向

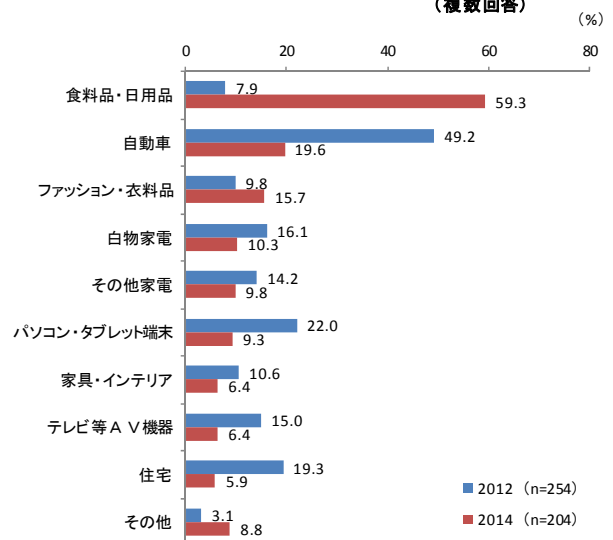
昨年4月の消費税率引き上げ（5%→8%）と今後の再引き上げ（8%→10%）に対する意識・動向について尋ねてみた。なお、一部12年に実施したアンケートと比較した。

（1）昨年の消費税率引き上げについて

昨年の消費税率引き上げ前に駆け込み購入・買だめをしたものがあるか尋ねたところ、約3割が「ある」と回答した。

具体的に購入したもので圧倒的多数は「食料品・日用品」（59.3%）だったが、12年調査で購入したいと答えた人はわずか7.9%であったなど、消費税率引き上げ前に購入を考えていたものと、実際に購入したものと間に差異がみられた（図-7）。

図-7 駆け込み購入したいもの（12年）、したもの（14年）（複数回答）



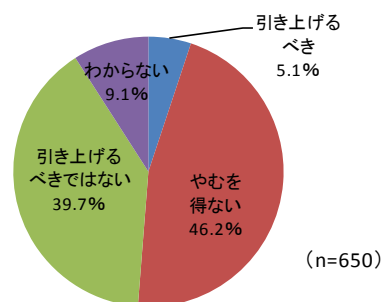
(2) 今後の消費税率再引き上げについて

A. 再引き上げ容認が過半数を占める

消費税率の再引き上げについてどう思うかを尋ねたところ、「やむを得ない」が46.2%、「引き上げるべきではない」が39.7%となった。「引き上げるべき」とした人は5.1%にとどまったが、再引き上げを受け入れる立場をとる人が半数を超えた。

(図-8)

図-8 税率の再引き上げについてどう思うか

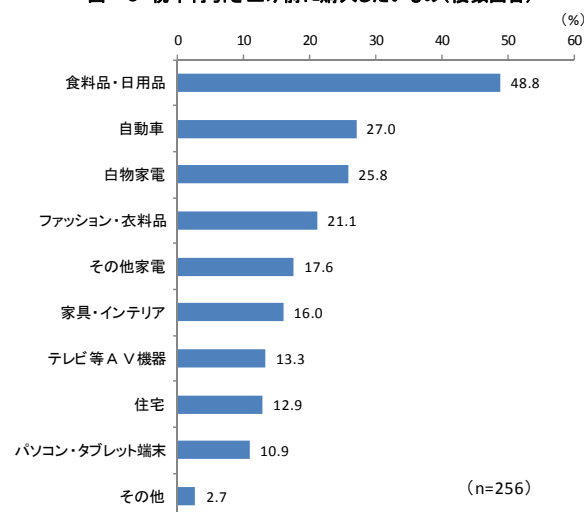


B. 駆け込み・買いだめ

消費税率が10%に引き上げられた場合、駆け込み購入・買いだめをしたいと思うかを尋ねたところ、全体では「思う」が38.8%、「思わない」が61.2%となった。

具体的に購入したいものを尋ねたところ、「食料品・日用品」(48.8%)、「自動車」(27.0%)、「白物家電」(25.8%)と、上位を占めたのは今回の消費税率引き上げ前に駆け込み購入・買いだめをしたものと概ね同じ結果となった(図-9)。

図-9 税率再引き上げ前に購入したいもの(複数回答)



まとめ

2014年の「今年の漢字」に“税”が選ばれるなど、17年ぶりの消費税率引き上げは国民の生活に大きな影響を与えた。

今回の調査においてもその影響は如実に表れ、昨年大幅に改善した景況感、収入、暮らし向きが再び悪化に転じ、今後の見通しも慎重な見方が強くなった。また、今後の物価上昇に対する不安により、支出は抑制傾向にある。

消費税率引き上げ前には、「個人消費は駆け込み需要の反動により一時的に落ち込むものの、賃上げなどによる所得改善でその後は増加に転じる」と予想されていたが、物価高により実質賃金は低下し、増加につながるどころか、むしろ消費意欲は下がっているようだ。

今後、個人消費が回復するには、物価上昇に賃金上昇が追いつくことがカギとなる。賃上げの進展による消費拡大に期待がかかる。

(加藤 あすか)