

2018年1月29日

No. 18-024

株式会社 いよぎん地域経済研究センター

## 2017年12月 消費者アンケート結果

～景況感、暮らし向きは改善。消費の主役はシニアから若者へ！？～

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 重松 栄治）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いたします。

なお、詳細は2018年2月1日発行の「IRC Monthly」2018年2月号に掲載いたします。

### 記

#### 【調査概要】

- ・ 消費者の景況感DIは前回調査（2016）を16.7ポイント上回り 4.7となった。調査開始以来、最も高い水準である。今後の見通しは13.1ポイント低下し 17.8となった。
- ・ 収入DIは、過去最高だった前回は4.2ポイント下回り 8.0となった。2013年以降、収入DIは改善してきたが一服感がみられる。ただし、30歳未満では明るい見通しが確認できた。
- ・ 消費支出DIは、調査開始以来最も高くなった。半数以上の方が1年前と比べ支出は「増えた」と回答しており、30歳未満では「欲しい物やサービスが増えた」、30～50歳代では「進学や結婚など必要な支出の増加」、60歳以上では「必要な物やサービスの値段上昇」を理由に挙げた。
- ・ 物価については、全体の7割超が物価上昇を実感している。
- ・ 暮らし向きDIは、足元は小幅に改善するも今後の見通しは厳しく、特に60歳以上のシニア層で先行き不安が大きかった。
- ・ 景況感・暮らし向きともに改善がみられたが、将来の収入増加が見込みにくいなか、先行きに対しては慎重な見方が多かった。年代別では、60歳以上のシニア層で先行き不安が大きい一方、30歳未満の若年層で明るさが見えた。
- ・ 今後、消費の主役はシニアから若者に移るかもしれない。モノではなくコトや体験にお金を使いたい若者の嗜好をいかにつかむかがカギとなる。

## はじめに

当社では、1999年以降、消費者アンケートを実施し、県内消費者の景況感や収入、支出、暮らし向きの動向などを探っている。以下は、19回目となる今回の調査結果である。

### 【調査要領】

時期	2017年11月下旬～12月上旬
対象	愛媛県内在住の個人1,600名
方法	県内の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。
有効回答数	687（有効回答率 42.9%）

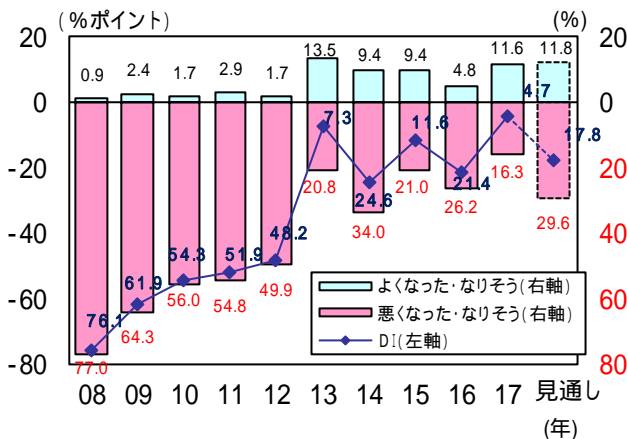
### 【DI(Diffusion Index)とは？】

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DIとする。

## 1. 景況感DI 調査開始以来の最高値

景況感DIは、前回調査(2016年)を16.7ポイント上回り4.7となった。マイナス圏ではあるが調査開始以来最も高い水準である。年代別にみると30歳未満と30歳代でプラスとなる一方、40歳以上でマイナスとなった。教育費負担の重い世代やシニア層では景況感の改善が鈍かった。今後の見通しは13.1ポイント低下し17.8となった。年代別では、30歳代未満が全年代で唯一プラスを維持した。

図表-1 景況感DI  
<1年前と比べた現在、今後の見通し>



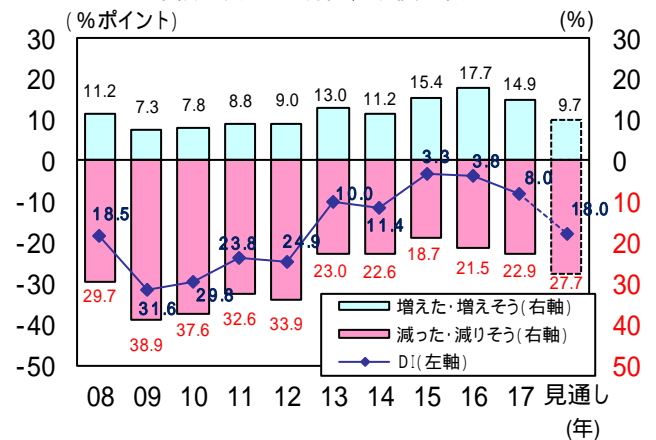
## 2. 収入と支出

### (1) 収入DIは改善の動きに一服感

収入DIは、前回調査を4.2ポイント下回り8.0となった。政府による賃上げ要請や人手不足に伴う給与・賞与の引き上げなどから2013年以降収入DIは改善してきたが、ここにきて一服感がみられた。今後の見通しは10.0ポイント低下し18.0となったが、年代別では30歳未満で唯一DIが改善した。

図表-2 収入DI

<1年前と比べた現在、今後の見通し>

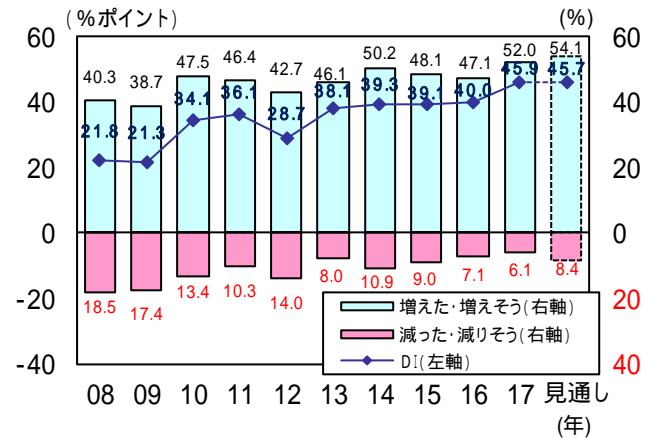


### (2) 消費支出DIは調査開始以来、最高を記録

消費支出DIは、前回調査を5.9ポイント上回り45.9となった。30歳未満では「欲しい物やサービスが増えた」、30～50歳代では「進学や結婚など必要な支出の増加」、60歳以上では「必要な物やサービスの値段上昇」を消費増加の理由に挙げた。今後の見通しも45.7となり引き続き講師順が続く。

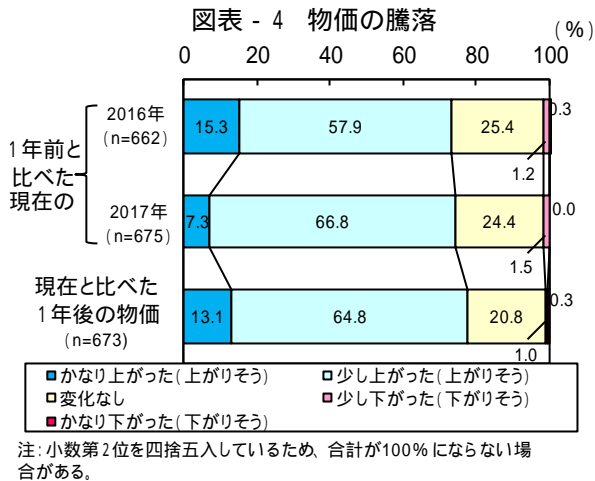
図表-3 消費支出DI

<1年前と比べた現在、今後の見通し>



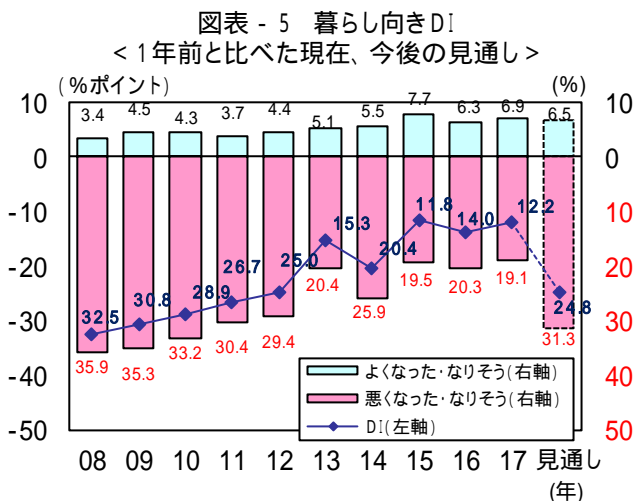
### 3. 物価の見通し 7割超が物価上昇を実感

物価が1年前と比べて上昇した(かなり上がった・少し上がった)と感じている人の割合は、前回調査比0.9ポイント上昇し74.1%となった。また、1年後の物価について上昇を見込む割合は77.9%とさらに上昇した。



### 4. 暮らし向きDI 足元改善も見通しは厳しい

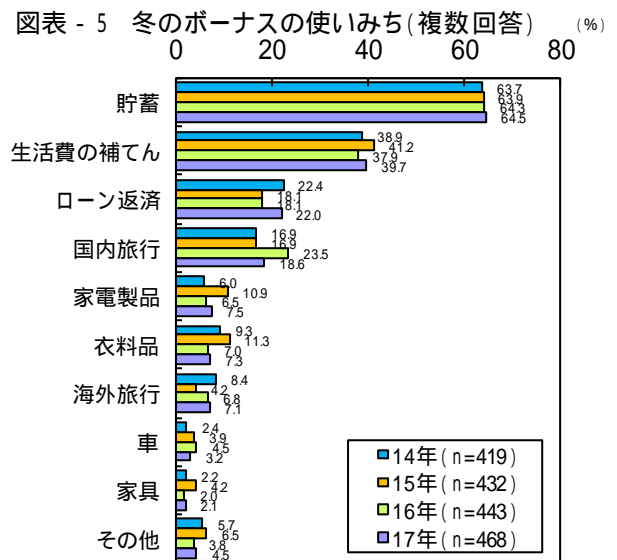
暮らし向きとは、家計のゆとりや経済状況を意味する。暮らし向きDIは前回調査を1.8ポイント上回り12.2となった。景況感DIの改善に比べ、暮らし向きDIの改善は鈍い。収入改善に一服感がみられるなか、「必要な物やサービスの値段上昇」により家計負担が増えたことが要因と考えられる。今後の見通しは12.6ポイント低下し24.8となった。



年代別で見ると、特に60歳以上の悪化幅は大きく、年金受給世帯や非就労世帯で先行きの不安が大きいことがうかがえた。

### 5. ボーナスの使いみち

ボーナスの支給がある人にボーナスの使いみちを尋ねた。「貯蓄」が64.5%と最も多く、次いで「生活費の補てん」が39.7%、「ローン返済」が22.0%となった。



### おわりに

今回の消費アンケートでは、景況感・暮らし向きともに改善がみられたが、将来の収入増加が見込みにくいなか、先行きに対しては慎重な見方が多かった。年代別では、60歳以上で景況感や暮らし向きDIが悪化し、消費を抑えようという意識がみられた。一方、30歳未満では景況感や収入DIに改善がみられ支出を増やす動きが確認できた。ここ数年、消費の主役はシニアで、「若者の消費離れ」と言われてきたが、今回の調査結果を見る限り、消費の主役はシニアから若者に移っていくかもしれない。モノではなくコトや体験にお金を使いたいと若者の嗜好をいかにつかむのがカギとなる。(菊地 麻紀)