

1. 定額給付金

(1) 使いみち

- ・「日々の生活費以外の出費」(55.0%)が最も多く、次いで「生活費の補てん」(38.9%)となった。
- ・「貯蓄・投資」は7.4%に過ぎず、給付金の多くは貯蓄ではなく消費に回されたようだ。

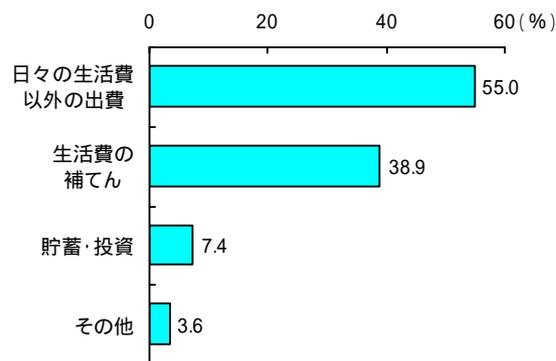
(2) 具体的な消費項目

- ・具体的な消費項目として最も多かったのは、「外食」(28.3%)、次いで「衣料・ファッション」「家電製品」「旅行・宿泊」となった。
- ・年齢別にみると、30歳未満では「衣料・ファッション」「外食」との回答が4割を超え、次いで「趣味」「レジャー」となっている。若年層は自分の楽しみのために給付金を消費する傾向にあるようだ。
- ・2万円が支給された60歳以上では、「旅行・宿泊」(23.0%)が最も多かった。旅行会社などから発売された“1万2千円”ツアーや宿泊パックなどが、需要喚起につながっているようだ。

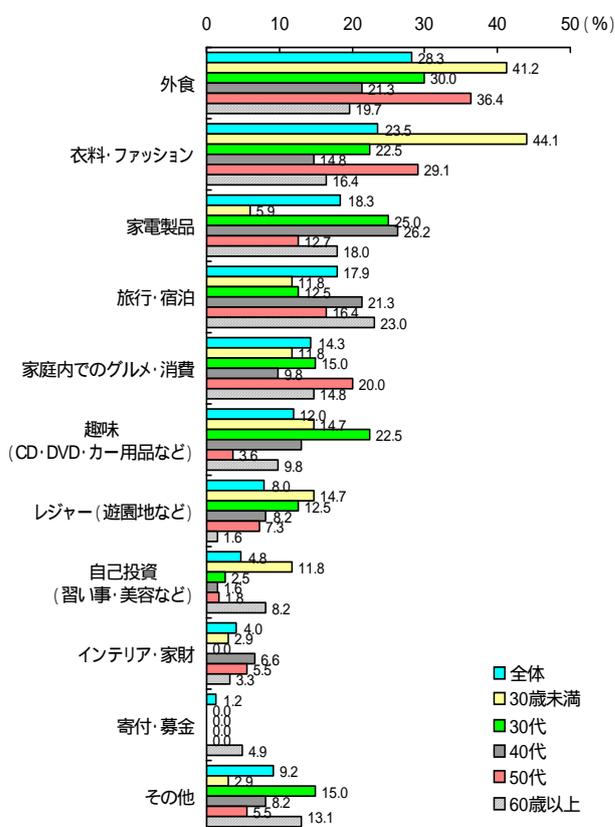
(3) 予算

- ・給付金を使う際に、支給金額の範囲内で消費したかどうかを尋ねたところ、「支給金額にお金をプラスして消費」は58.2%となった。
- ・給付金支給をきっかけに、多くの消費者が財布のひもを緩め、そこからプラスアルファの消費が生まれていることがうかがえる結果となった。

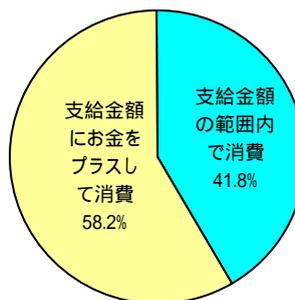
図表-1 給付金の使いみち (n=473、複数回答)



図表-2 具体的な消費項目 (N=260、複数回答)



図表-3 給付金を使うときの予算 (N=249)



(4) 給付金を使った場所

- ・給付金を使った場所は、「地元の商店街や店舗」(35.5%)が最も多く、次いで「地元以外の商店街や地場のチェーン店」(29.5%)となった。
- ・給付金を地元で使ってもらう仕掛けづくりとして、県内では8市1町、1商店街で『プレミアム商品券』が発行されており、いずれも完売と好調な売れ行きであった。
- ・給付金は消費刺激策であり、地域経済の活性化を狙ったものだが、今回の結果を見る限り、県内経済の活性化に少なからず結びついたと思われる。

(5) 消費しなかった理由

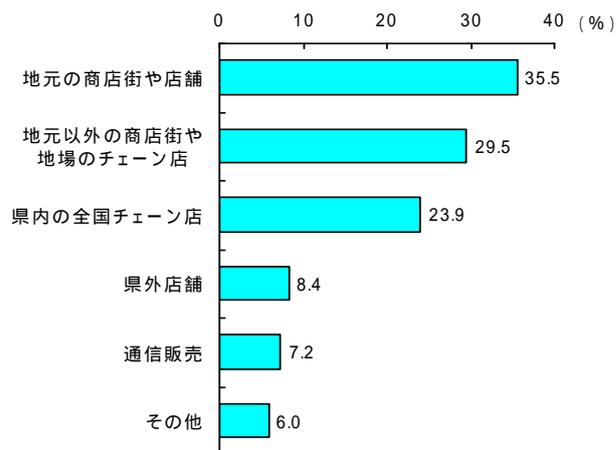
- ・使いみちとして「日々の出費以外の消費」を選ばなかった人に理由を尋ねたところ、「支給金額が少額」(38.4%)が最も多く、次いで「収入減少」(29.6%)となった。
- ・一方、「欲しいものがない」「将来への備え」との回答は少なく、消費意欲そのものがなくなっているわけではないようだ。
- ・ただし、「無意識のうちに使っていた」「わざわざ通帳から引き出してまで使わない」といった意見があり、世帯主への振込という支給方式も、消費につながらない1つの理由になっているようだ。

2. エコポイント制度

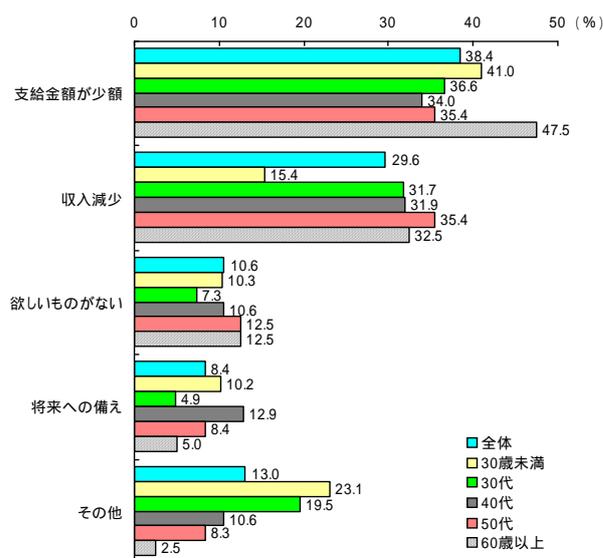
(1) 認知度

- ・全体の58.8%は「知っている」と回答。「知らない」と答えた人は3.9%に過ぎなかった。
- ・年齢別では、30歳未満の関心が低く、一般的に「モノを“所有”することに執着せず、物欲が薄い」と言われる、今の若年層の傾向が垣間見える結果となった。

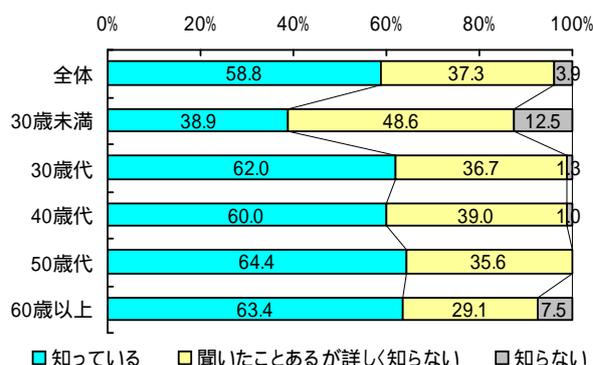
図表-4 給付金を使った場所 (N=251、複数回答)



図表-5 消費しなかった理由 (N=216、複数回答)



図表-6 エコポイントの認知度 (N=451)



(2) 購入状況

- ・「最近3ヵ月以内に購入した」「今後1年以内に購入予定あり」との回答は、エアコンが9.7%、冷蔵庫が9.2%、地デジ対応テレビは38.1%となった。
- ・ちなみに、エコポイント制度を知っていると答えた人に限ると、エアコンが13.1%、冷蔵庫が13.2%、地デジ対応テレビが43.6%と、回答割合が高くなっており、エコポイント制度による一定の消費誘発効果はあったと言えるのではないかと考えられる。

(3) 購入の動機

- ・対象3品目を最近3ヵ月以内に購入、または今後1年以内に購入予定と回答した人に動機を尋ねたところ、3品目とも「故障した・古くなった」との回答が最も多く、「エコポイント制度が導入されたから」との回答は1~2割程度であった。
- ・故障や古くなったなど、買い替えに値する理由がないと、エコポイント制度の導入だけでは購入動機につながらないようだ。
- ・しかし、購入意欲はあるが買い控えていた人たちにとって、今回の制度導入は背中を押ししてくれる材料になったのではないだろうか。

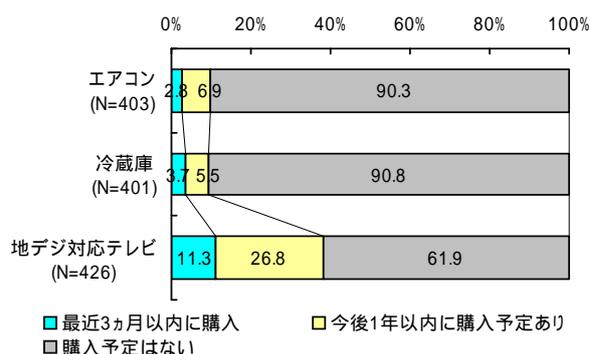
まとめ

今回のアンケート結果をみると、所得環境の悪化など、消費マインドの下押し圧力が依然根強い中で、定額給付金やエコポイント制度などの景気刺激策は、一定の歯止め役を果たしたと言える。

ただし、雇用・所得環境の安定なくして本当の消費回復はありえない。雇用環境の改善や年金不安の解消など、山積する課題が解決に向かい、景気浮揚につながることを期待したい。

(河野 静香)

図表-7 対象3品目の購入状況



図表-8 購入の動機（複数回答）

