

2020年1月29日

No. 20-022

株式会社いよぎん地域経済研究センター

2019年12月 消費者アンケート結果

～景況感、暮らし向きともに悪化、先行きに不安を抱く消費者～

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、このたび標記の調査結果を取りまとめましたので、その概要をお知らせします。

なお、詳細は2020年2月1日発行の「IRC Monthly」2020年2月号に掲載予定です。

記

【調査概要】

- ・ 消費者の景況感DIは、前回調査（2018年）を5.6ポイント下回り 16.4となった。また、今後の見通しは24.8ポイント低下し 41.2となった。
- ・ 収入DIは、前回調査を2.6ポイント下回り 3.0となった。低下はしたものの、99年の調査開始以来2番目に高い水準である。年代別にみると、40歳代以下では、前回調査に続きプラスを維持した。一方、50歳代以上では「収入が減った」と回答した人が増えたことで、前回からの低下幅が大きかった。今後の見通しは、17.8ポイント低下し 20.8となった。
- ・ 消費支出DIは、前回調査を0.8ポイント上回り 43.0となった。今後の見通しは1.0ポイント低下して 42.0となった。
- ・ 物価が1年前と比べて上昇した（かなり上がった・少し上がったの合計）と感じている人の割合は、前回調査比3.4ポイント上昇して78.9%となり、消費税率引き上げを反映した結果となった。1年後の物価についても78.1%の人が上昇を見込むと回答している。
- ・ 暮らし向きDIは、前回調査を1.2ポイント下回ったものの、6.3で、水準としては調査開始以来2番目に高い。今後の見通しは、17.2ポイント低下し 23.5となった。
- ・ 今回の調査では、景況感DI、暮らし向きDI、収入DIがいずれも低下した。ただし、暮らし向きDIと収入DIは、調査開始以来2番目に高い水準であった。一方、先行きについては、景況感、暮らし向きともに慎重な見方をする消費者が多い。

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、21回目となる今回の調査結果である。

【調査要領】

時期	2019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	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	665（有効回答率 41.6％）

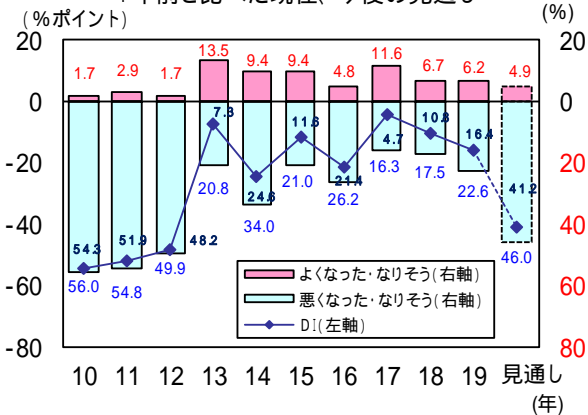
【DI (Diffusion Index) とは？】

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 消費者の景況感は悪化

景況感DIは、「悪くなった」と回答した人の割合が増加したことから、前回調査(2018年)を5.6ポイント下回り16.4となった。今後の景況感の見通しは、「悪くなりそう」の回答が増加したことから、24.8ポイント低下し41.2となった。消費税率引き上げに伴い、先行きに対して消費者の慎重姿勢が強まっているとみられる。

図表 - 1 景況感DI
< 1年前と比べた現在、今後の見通し >



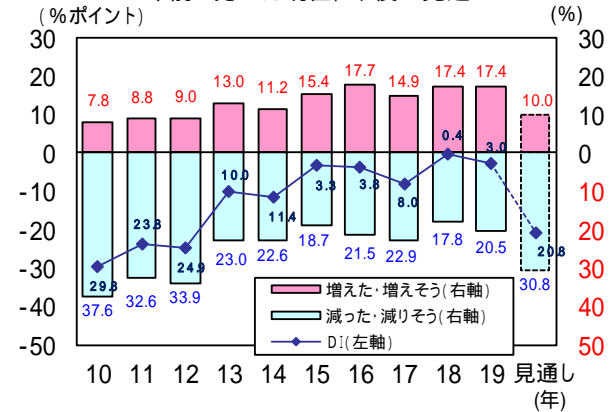
2. 収入と支出

(1) 収入DI 50歳代以上は「収入が減った」人が増加

収入DIは、前回調査を2.6ポイント下回り3.0となった。小幅に低下したものの、99年の調査開始以来、前回調査に次いで過去2番目に高い水準である。年代別にみると、40歳代以下では、前回調査に続きプラスを維持した。一方、50歳代以上では「収入が減った」と回答した人が増えたことで、前回からの低下幅が大きかった。今後の見通しは、17.8ポイント低下し20.8となった。

図表 - 2 収入DI

< 1年前と比べた現在、今後の見通し >

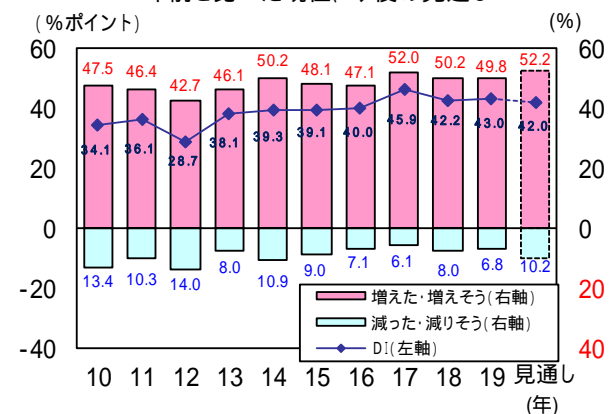


(2) 消費支出DI 高水準での推移が続く

消費支出DIは、前回調査を0.8ポイント上回り43.0となった。引き続き、高水準での推移が続く。今後の見通しは1.0ポイント低下して42.0となった。年代別にみると、40歳代以下では見通しのDIが上昇し、50歳代以上では低下した。50歳代以上では、収入DIの見通しが大きく低下しており、その分節約志向が強まっているとみられる。

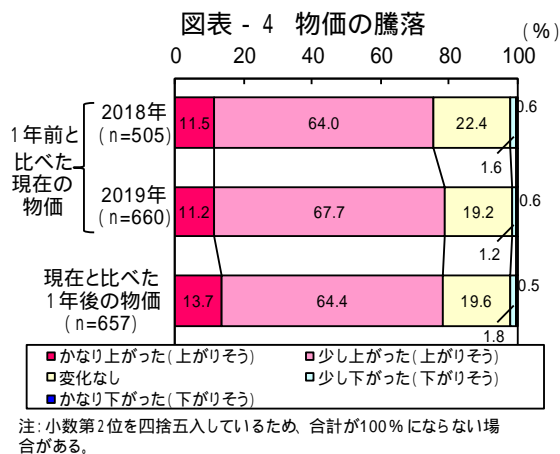
図表 - 3 消費支出DI

< 1年前と比べた現在、今後の見通し >



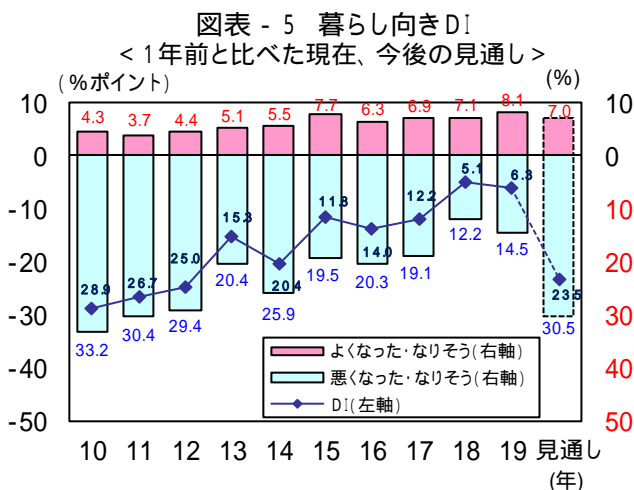
3. 物価の見通し 約8割が物価上昇を実感

物価が1年前と比べて上昇した(かなり上がった・少し上がったの合計)と感じている人の割合は、前回調査比3.4ポイント上昇して78.9%となり、消費税率引き上げを反映した結果となった。また、1年後の物価について上昇を見込む人の割合は78.1%となった。前回調査では、1年後の物価が「かなり上がりそう」と予想した人は20.1%だったが、今回の調査で「かなり上がった」と答えた割合は11.2%にとどまった。軽減税率導入などの各種対策によって、物価の上昇実感がいくぶん緩和された可能性がある。



4. 暮らし向きDI 先行きは全年代で慎重姿勢

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1.2ポイント下回り6.3となった。低下はしたものの収入DIと同様、調査開始以来2番目に高い水準となった。

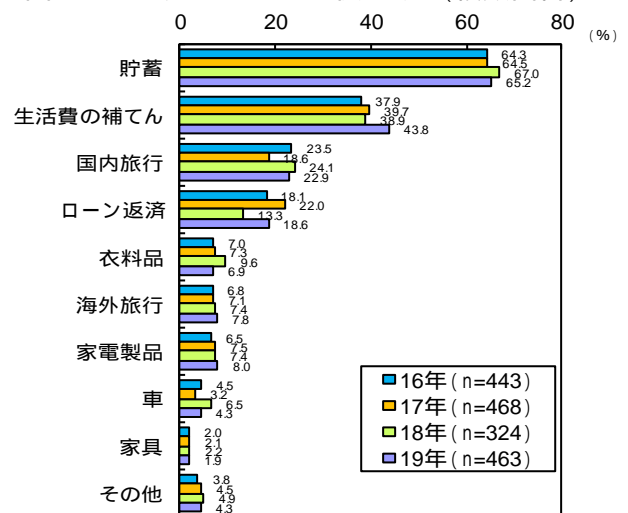


しかしながら、今後の見通しは、「悪くなりそう」と回答した人が増えたことから、全体では17.2ポイント低下し23.5となった。年代別にみてもすべての年代でDIは低下した。「必要な物やサービスの値段上昇」などで今後の家計のゆとりが圧迫されるとの見通しを立てているようだ。

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65.2%と最も多く、次いで「生活費の補てん」が43.8%となった。前回調査と比べると「生活費の補てん」(38.9%→43.8%)が大きく増えた。

図表 - 6 冬のボーナスの使いみち(複数回答)



おわりに

今回の調査では、景況感DI、暮らし向きDI、収入DIがいずれも低下した。ただし、暮らし向きDIと収入DIは、調査開始以来で2番目に高い水準であった。一方、先行きについては、景況感、暮らし向きともに慎重な見方をする消費者が多い。消費税率引き上げなどで家計負担が増加することや、50歳代以上を中心に収入減少を予想していることが影響しているとみられる。

(三好 佑里)