

2019年1月22日

No. 19 - 015

株式会社いよぎん地域経済研究センター

2018年12月 消費者アンケート結果

～景況感は悪化、消費税率引き上げに身構える消費者～

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、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2019年2月1日発行の「IRC Monthly」2019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(2017)を6.1ポイント下回り 10.8となった。また、今後の見通しは26.6ポイント低下し 37.4となった。
- ・ 収入DIは、前回調査を7.6ポイント上回り 0.4となった。99年の調査開始以来、最も高い水準である。今後の見通しは18.5ポイント低下し 18.9となった。
- ・ 消費支出DIは、前回調査を3.7ポイント下回り42.2となった。消費を増やした理由として、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」を挙げた。今後の見通しも45.5で引き続き高水準となった。
- ・ 物価が1年前と比べ上昇した（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75.5%となった。1年後の物価についても81.8%が上昇を見込むと回答しており、消費税率引き上げを反映する結果となった。
- ・ 暮らし向きDIは、前回調査を7.1ポイント上回り 5.1となった。調査開始以来、最も高い水準である。年代別では30歳未満と30歳代のDIがプラスであった。今後の見通しは21.1ポイント低下し 26.2となった。
- ・ 今回のアンケートでは、収入DIと暮らし向きDIが調査開始以来、最も高い水準をつける一方、景況感DIは悪化した。10月に予定される消費税率引き上げにより家計負担が増加することから、先行きについても慎重な見方をする消費者が多かった。

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、20回目となる今回の調査結果である。

【調査要領】

時期	2018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	511 (有効回答率 31.9%)

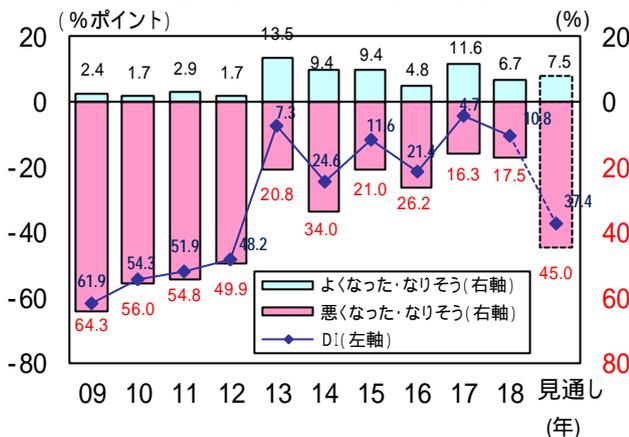
【DI (Diffusion Index) とは?】

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 消費者の景況感は悪化

景況感DIは、「よくなった」と回答した人の割合が低下したことから、前回調査(2017年)を6.1ポイント下回り10.8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、26.6ポイント低下し37.4となった。消費税率引き上げにより家計負担が増加することから、慎重な見方をする消費者が多かったと考えられる。

図表 - 1 景況感DI
< 1年前と比べた現在、今後の見通し >

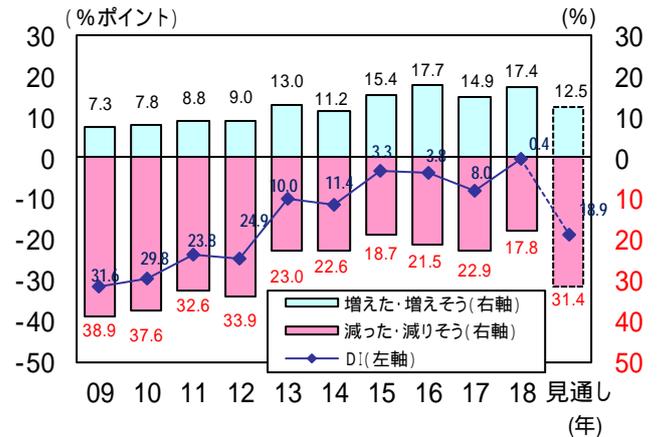


2. 収入と支出

(1) 収入DIは調査開始以来、最高を記録

収入DIは、前回調査を7.6ポイント上回り0.4となった。99年の調査開始以来最も高い水準である。年代別では、30歳未満、30歳代、40歳代でDIがプラスとなる一方、60歳代はマイナスであった。今後の見通しは18.5ポイント低下し18.9となった。

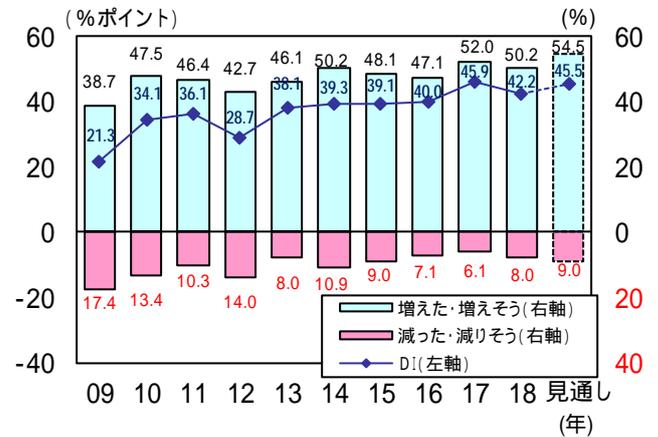
図表 - 2 収入DI
< 1年前と比べた現在、今後の見通し >



(2) 消費支出DIは高水準での推移が続く

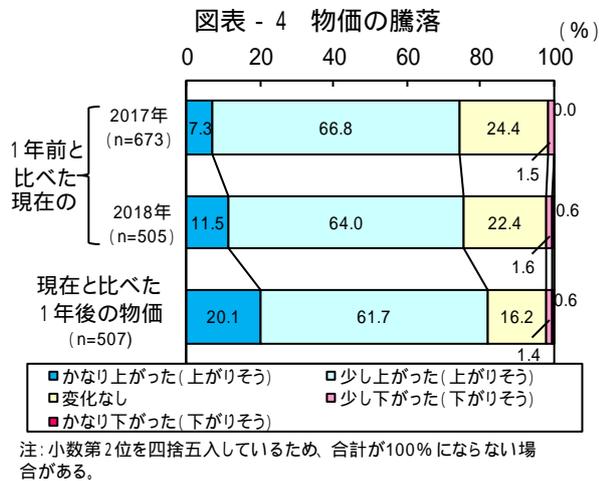
消費支出DIは、前回調査を3.7ポイント下回り42.2となった。消費を増やした理由として、30歳未満では「欲しい物やサービスが増えた」、30～50歳代では「進学や結婚など必要な支出の増加」、60歳以上では「必要な物やサービスの値段上昇」を挙げた。今後の見通しも45.5となり高水準が続く。

図表 - 3 消費支出DI
< 1年前と比べた現在、今後の見通し >



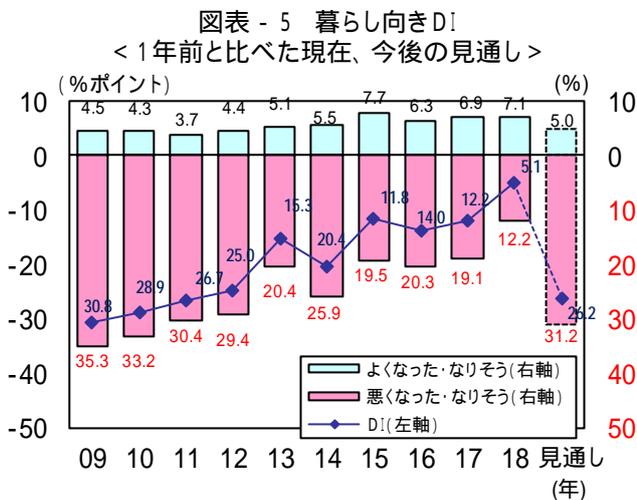
3. 物価の見通し 7割超が物価上昇を実感

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1.4ポイント上昇し75.5%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81.8%とさらに上昇しており、10月の消費税率引き上げを反映した結果となった。家計の体感物価上昇は節約志向を強め、消費を冷え込ませる可能性がある。飲食料品など身近な商品では軽減税率が適用されるとはいえ、実際の物価上昇以上に、消費者の体感物価は上昇していると考えられる。



4. 暮らし向きDI 調査開始以来、最高を記録

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7.1ポイント上

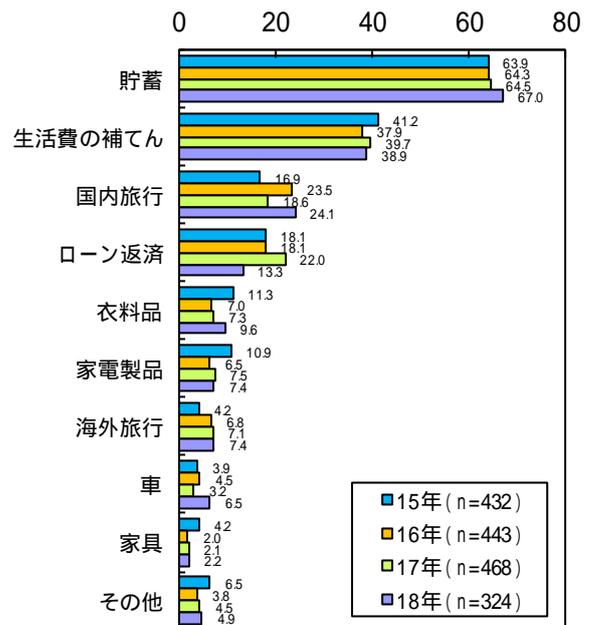


回り 5.1 となり、調査開始以来最も高い水準となった。しかしながら、今後の見通しは21.1ポイント低下し 26.2 となった。収入の見通しが後ろ向きな中で、消費税率引き上げなどにより家計負担が増えることから暮らし向きDIは悪化したと考えられる。

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67.0%と最も多く、次いで「生活費の補てん」が38.9%、「国内旅行」が24.1%となった。前回調査と比べ、「ローン返済」(22.0% 13.3%)が減って、「国内旅行」(18.6% 24.1%)が増えた。

図表 - 5 冬のボーナスの使いみち(複数回答) (%)



おわりに

今回のアンケートでは、収入DIと暮らし向きDIが調査開始以来、最も高い水準をつける一方、景況感DIは悪化した。10月に予定される消費税率引き上げにより家計負担が増加することから、先行きについても慎重な見方をする消費者が多かった。

(菊地 麻紀)