

## 2005年暮らし向き調査結果

当センターでは、県内の消費行動を探るため南都銀行 23 か店の来店客（700 名）を対象に、「暮らし向きアンケート調査」を実施し、その結果を取りまとめましたのでお知らせします。

### 《要 約》

#### ①暮らし向き動向

1 年前（2004 年）と比べた現在の暮らし向きDI<sup>\*</sup>は△24.3 で、1 年前（△28.7）に比べ 4.4 ポイント上昇している。また、今後（1 年間）の暮らし向きDIは△23.5 で現在よりも 0.8 ポイント良くなる予想になっている。

※DIとは、アンケート結果の分散程度を指数化したもので、「良くなった」+「やや良くなった」から（「悪くなった」+「やや悪くなった」）を差し引きした指数をいう（以下同様）。

#### ②消費支出動向

現在の消費支出DIは 31.5 となり、1 年前に比べて 7.5 ポイント上昇した。年代別では、30 代のDI（51.1）が最も高くなっており、消費支出が増加した理由は「出費がかさなった」（84.8%）が最も多く、増加要因となった費目は「教育費」（34.1%）であった。

1 年後の消費支出DIは、マイナスに転じ△30.4 となった。しかし、消費支出DIはすべての年代で、前回よりも 5~10 ポイント上昇している。

#### ③貯蓄目的

「老後の備え」、「病気や不時の災害への備え」が、前回同様高い水準を占めている。

#### ④購入予定商品

上位から「国内旅行」（24.9%）、「教育費」（21.0%）、「婦人衣料」（16.8%）となった。今回調査で目立ったのは「紳士衣料」（13.0%）で、前回の 10 位から 4 ランクアップした。

#### ⑤消費行動

「同じ商品なら少しでも安い店で買う」（70.2）が最も高い比率を占めた。「気に入った商品は、多少無理しても買う」（28.9）は前回より 6.6 ポイント上昇し過去 5 年間で最も高くなった。

#### ⑥サービス・レジャー等の支出

1 年前と比べた現在の支出DIは「補助教育費」（△1.6）が最も高く、「教養娯楽費」（△10.0）、「外食費」（△11.6）の順になっている。

#### ⑦買い物・レジャー等の支出

今後の買い物やレジャーの支出DIは前回より 0.3 ポイント上昇して△22.8 であった。「減らす」理由としては、「世帯の収入が減った」（42.0%）が最も多く、次は「老後の生活不安」（32.2%）であった。前回よりも少なくなった項目は、「気分的に消費意欲がわからない」と「給与減額・失業などの先行き不安」であった。

## 1. 暮らし向き動向

<現在>

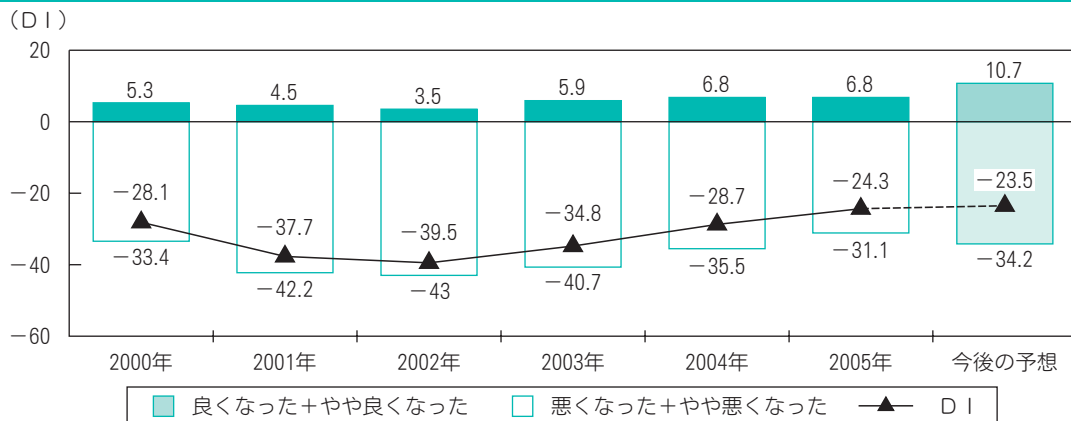
1年前（2004年）と比べた全体の暮らし向きを見ると、暮らし向きDIは△24.3となり、前回に続いてDIが4.4ポイント上昇し、暮らし向き感が良くなっている。

年代別に見ると、30代の暮らし向きDIのマイナス幅が最も小さく△12.2であった。

一方、暮らし向きDIのマイナス幅が最も大きいのが40代で△30.8であった。次いで50代が△26.3となっている。

前回と比べてみると、30代～60歳以上は暮らし向きDIが上昇していたが、29歳以下だけが19.4ポイント低下していた。

現在の暮らし向きDI（1年前に比べ）



<今後1年間（2006年）>

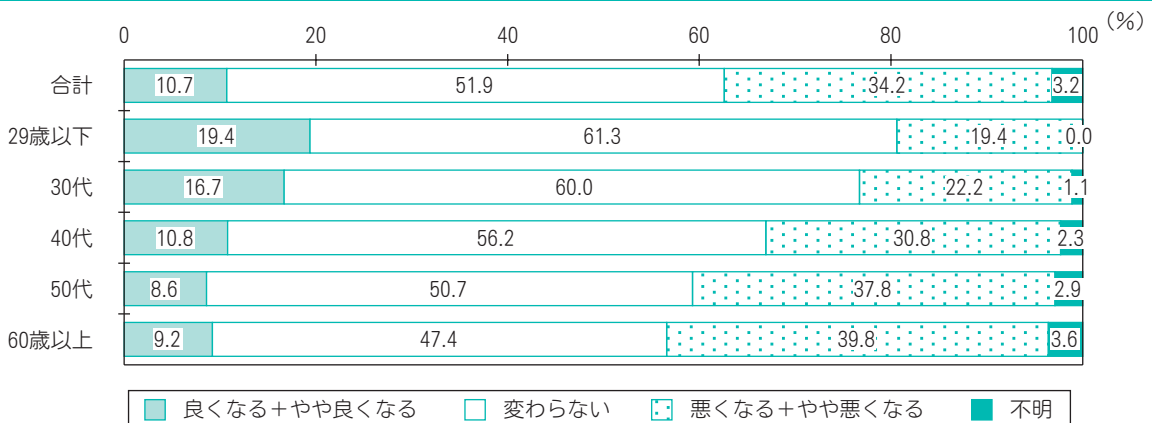
今後1年間の暮らし向き予想としては、全体の暮らし向きDIが△23.5と現在よりも0.8ポイント良くなると予想している。

年代別に見ると、現在より良くなると答えたのは29歳以下（19.4ポイント上昇）、40代（10.8ポイント上昇）、30代（6.6ポイント上昇）であった。

現在よりDIが悪くなると答えたのは、60歳以上（6.1ポイント悪化）と、50代（2.9ポイント悪化）であった。

今後の暮らし向き予想は、現在よりももう少し良くなると答える人の割合が増えてきており、暮らし向きのイメージに明るさが出てきている。

今後1年の暮らし向きについて



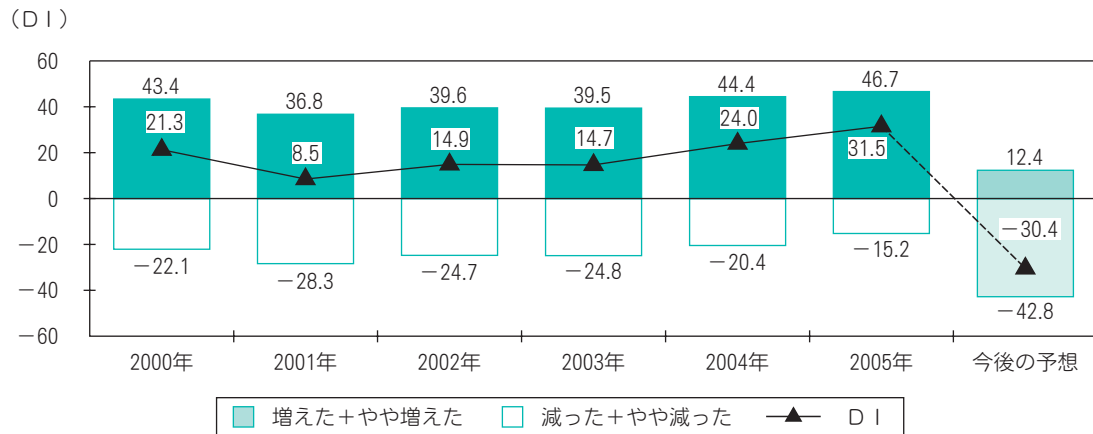
## 2. 消費支出動向

<現在>

1年前（2004年）と比べた全体の消費支出は、「増えた」と答えた人の割合が46.7%で、「変わらない」が37.3%、「減った」が15.2%であった。消費支出DI（以下消費DIという）は31.5で前回より7.5ポイント上昇した。

年代別の消費DIは、すべての年代で前回よりも上昇し、消費支出は増加した。消費DIが高かったのは30代（51.1）で、次は40代（46.2）と29歳以下（41.9）であった。一方、最も低いのは60歳以上（18.9）であった。

現在の消費支出DI（1年前に比べ）

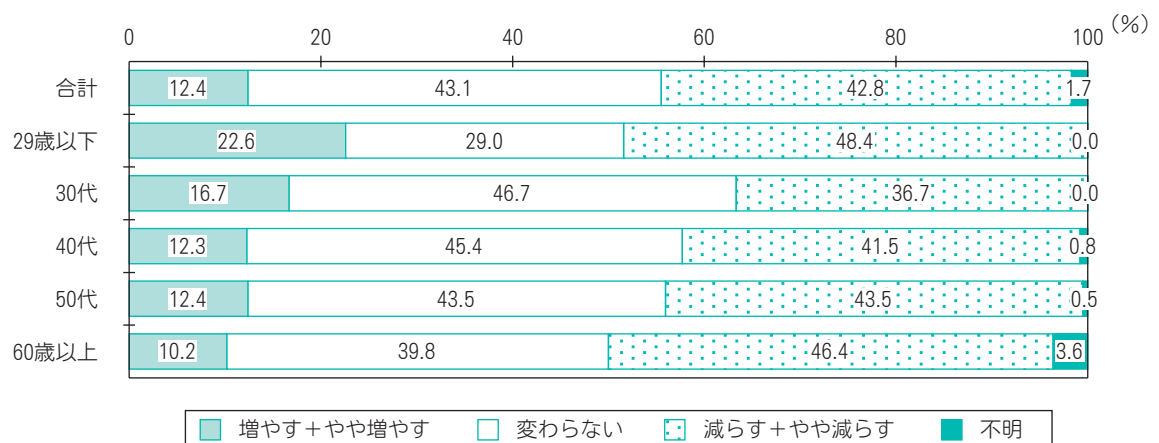


<今後1年間（2006年）>

1年後の消費DIの予想は、現在より大きく低下して△30.4になっている。しかし、前回と比較すると、消費DIの値は、すべての年代で5～10ポイント近く上昇しており、マイナス幅は小さくなった。

年代別では、60歳以上の消費DIが△36.2と最も低い。消費DIが最も高いのは、30代の△20.0で、前回よりも11.5ポイント上昇している。今後1年間の消費は、前回よりもいくらか改善する予想となっている。

今後1年間の消費支出について



## 3. 消費支出の増減理由等

### (1) 消費支出の増加理由および増加費目

1年前（2004年）と比べた消費支出が「増加した」と答えた323人を対象に、その理由をたずねた結果、「出費がかさなった」が84.8%で最も多かった。

「増加」の要因となった費目（複数回答）は「教育費」が34.1%と前回同様最も多かった。次は前回より7.1ポイント増加した「交際費」（28.8%）となり、続いて「飲食料品」（24.1%）、「保健医療費」（24.1%）の順となった。

年代別に増加した費目を比べてみると、29歳以下は「住居費」（47.1%）が高かった。30代、40代、50代ではいずれも「教育費」の割合が最も高かったが、30代（39.3%）、50代（34.1%）に比べて、40代（60.5%）は「教育費」の割合が群を抜いて高くなっていった。60歳以上は「保健医療費」（38.0%）が高かった。

### (2) 消費支出の減少理由および減少費目

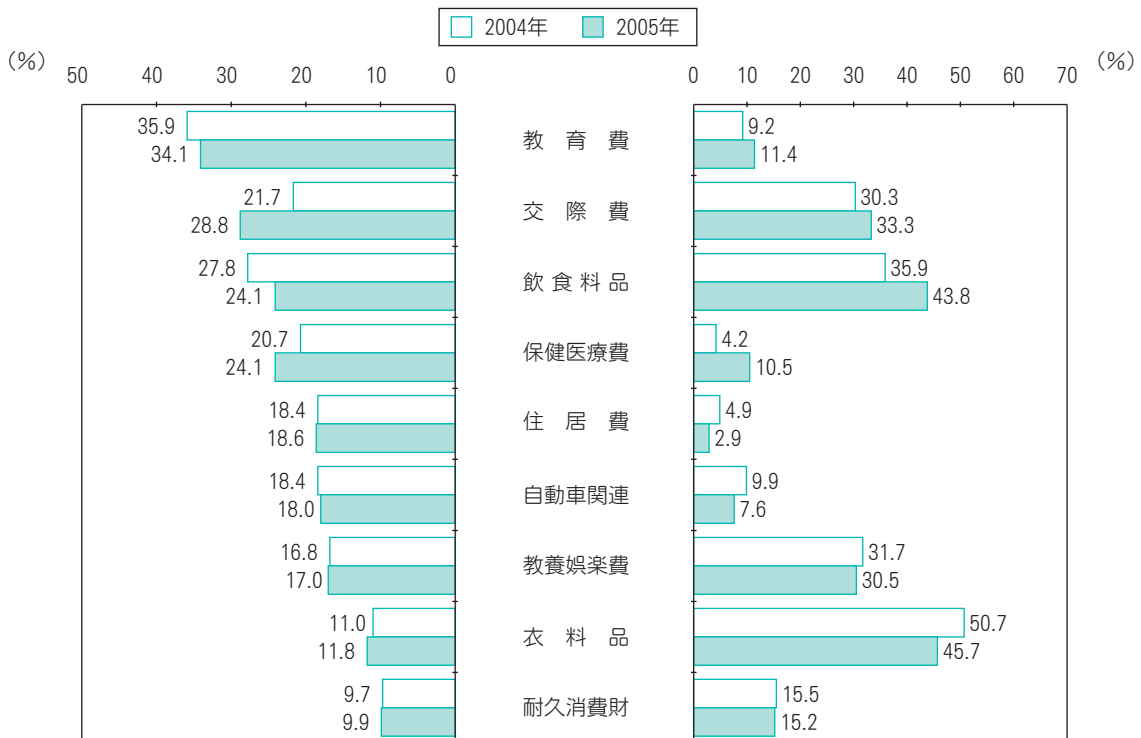
1年前（2004年）と比べた消費支出が「減少した」と答えた105人を対象に、その理由をたずねた結果は、「収入が減少した」（43.8%）が最も多く、次いで「節約した」（40.0%）となった。

「減少」の要因となった費目（複数回答）は前回同様「衣料品」が45.7%で最も多く、「飲食料品」（43.8%）、「交際費」（33.3%）、「教養娯楽費」（30.5%）、の順になっている。

年代別に減少した費目を比べてみると、29歳以下では「飲食料品」と「教養娯楽費」が共に75%で最も高かった。30代は上位3費目「衣料品」、「飲食料品」、「交際費」がすべて40%で並んでいた。40代は「飲食料品」（57.1%）が高く、50代と60歳以上では「衣料品」（50.0%、47.1%）が最も高くなっていった。

支出が増加した費目（複数回答）

支出が減少した費目（複数回答）



#### 4. 貯蓄目的（複数回答）

<全体>

今後1年間の貯蓄額については「増やす」（32.2%）、「減らす」（14.2%）となり、貯蓄DIは18.1で前回よりも3.8ポイント上昇した。

年代別に、今後1年間の貯蓄DIを比べると、29歳以下の貯蓄DIが最も高く61.3ポイントと、前回よりも9.3ポイント上昇していた。30代も42.2ポイントあった。若年層ほど貯蓄意識が高い結果であった。

貯蓄の目的は、「老後の備え」（49.9%）が最も多かった。次には「病気や不時の災害への備え」（42.2%）、「教育資金」（27.9%）が続く、順番もその割合も前回とほとんど同じ傾向であった。

<年代別>

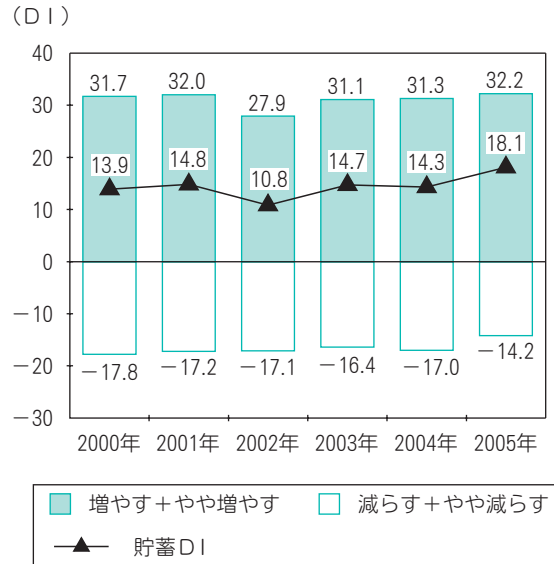
年代別に貯蓄目的を比べてみると、29歳以下では「住宅資金」、「教育資金」が高く、前回2位の「レジャー資金」（19.4%）は5位まで下がっていた。

30代、40代は例年通り「教育資金」が最も多く、次も、「病気や不時の災害への備え」と同じ項目が挙がっていた。50代、60歳以上も前回同様「老後の備え」、「病気や不時の災害への備え」の割合が高くなっている。しかし、3位以下では状況が異なり、50代では「教育資金」（17.7%）や「結婚資金」（16.7%）と続くのに対し、60歳以上は「レジャー資金」（14.3%）となっていた。

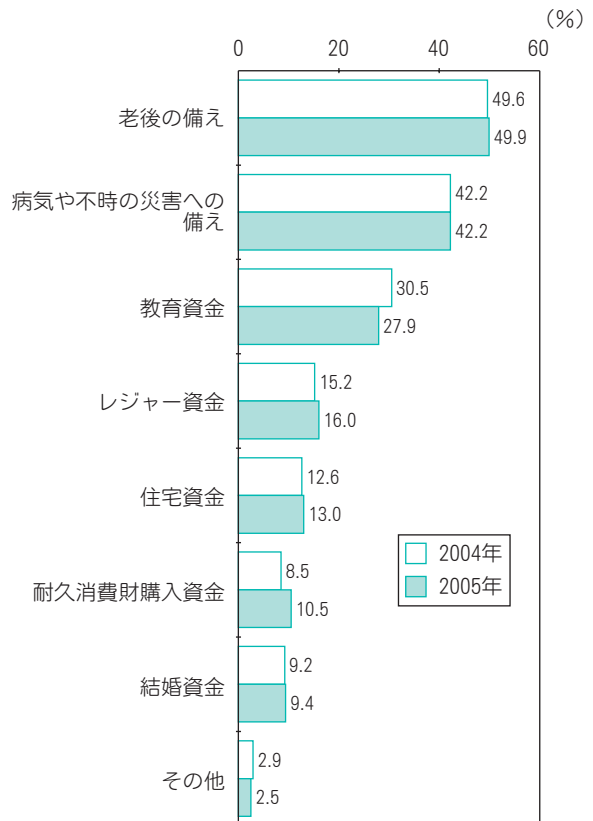
##### 年代別貯蓄の目的の上位2項目

	第1位	第2位
29歳以下	住宅資金 (48.4%)	教育資金 (32.3%)
30代	教育資金 (55.6%)	不時の備え (43.3%)
40代	教育資金 (64.6%)	不時の備え (41.5%)
50代	老後の備え (59.8%)	不時の備え (40.2%)

##### 今後1年間の貯蓄DI



##### 貯蓄の目的（複数回答）



## 5. 購入予定商品（複数回答）

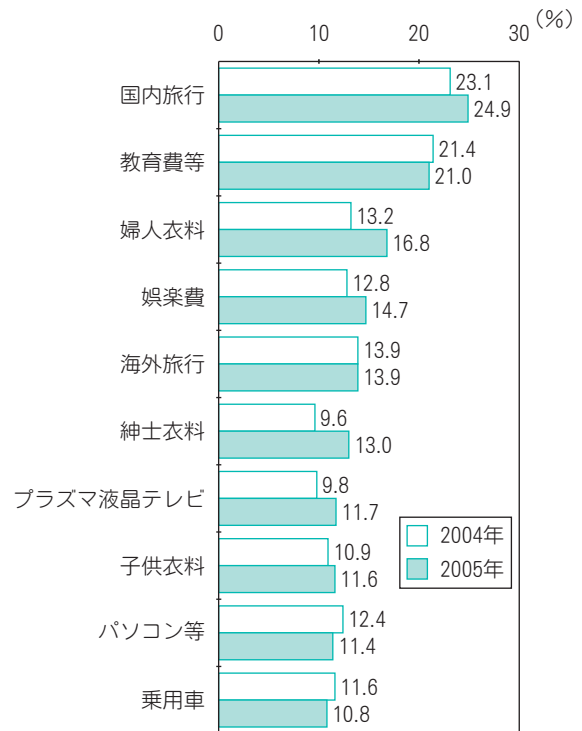
購入予定商品のうち最も多いのは「国内旅行」（24.9%）、続いて「教育費等」（21.0%）、「婦人衣料」（16.8%）の順となった。前回3位の「海外旅行」は二つ順位を下げた。一方前回よりも、購入予定者が増えた品目は「婦人衣料」（+3.6%）、「紳士衣料」（+3.4%）「プラズマ・液晶テレビ」・「娯楽費」（+1.9%）などであった。特に「紳士衣料」は前回の10位から4ランクアップとなっている。

年代別に消費の特徴を見てみると、29歳以下は「国内旅行」が4割を超え、目立って高かった。30代、50代はともに「国内旅行」と「教育・自己啓発費」が高かった。40代は「教育費・自己啓発費」が3割以上を占めた。

60歳以上も「国内旅行」が最も多くなった。

既婚者・独身者別に見ても「国内旅行」が最も高くなっており、これからは多くの人国内旅行を楽しみたいと考えていることがわかった。

今後の主な購入予定商品（上位10品目）



購入予定商品（複数回答）

購入予定商品		合計	年 代 別					既 婚、 独 身 別	
			29歳以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	既 婚	独 身
耐 久 消 費 財	冷暖房器具・エアコン	8.5	3.2	12.2	7.7	8.6	8.2	8.8	5.1
	テレビ	7.5	0.0	8.9	5.4	8.6	8.2	7.2	8.2
	プラズマ・液晶テレビ	11.7	9.7	11.1	11.5	9.6	15.8	12.4	8.2
	DVDレコーダー	5.9	6.5	7.8	10.0	5.7	3.1	5.8	8.2
	パソコン・周辺機器	11.4	9.7	14.4	13.1	11.5	10.2	11.4	12.2
	デジタルカメラ・ビデオカメラ	4.8	19.4	5.6	3.8	4.3	4.1	5.0	6.1
	食器洗い乾燥機	2.9	0.0	3.3	4.6	3.8	1.5	3.4	2.0
	乗用車	10.8	6.5	11.1	13.8	12.9	8.7	11.0	11.2
衣 料 品 ・ サ ー ビ ス	靴・ハンドバッグ	7.7	9.7	10.0	12.3	6.2	4.6	6.4	17.3
	紳士物衣料	13.0	16.1	16.7	16.2	13.9	8.2	15.6	9.2
	婦人物衣料	16.8	19.4	21.1	18.5	15.8	14.3	15.6	23.5
	子供用衣料	11.6	22.6	26.7	26.9	3.3	2.6	15.0	3.1
	家具・インテリア用品	7.8	9.7	10.0	6.2	9.6	7.1	8.2	6.1
	スポーツ・レジャー用品	4.6	3.2	7.8	7.7	5.7	0.5	3.8	13.3
	国内旅行	24.9	41.9	27.8	18.5	20.6	29.6	25.2	26.5
	海外旅行	13.9	6.5	8.9	11.5	13.9	19.4	13.6	16.3
そ の 他	教育・自己啓発費	21.0	25.8	27.8	36.2	20.6	9.7	24.2	16.3
	娯楽費	14.7	29.0	17.8	15.4	12.9	12.2	14.4	20.4
その他	4.3	3.2	1.1	4.6	4.8	5.6	4.6	3.1	

## 6. 消費行動

買い物などの消費行動DIの変化について見てみる。

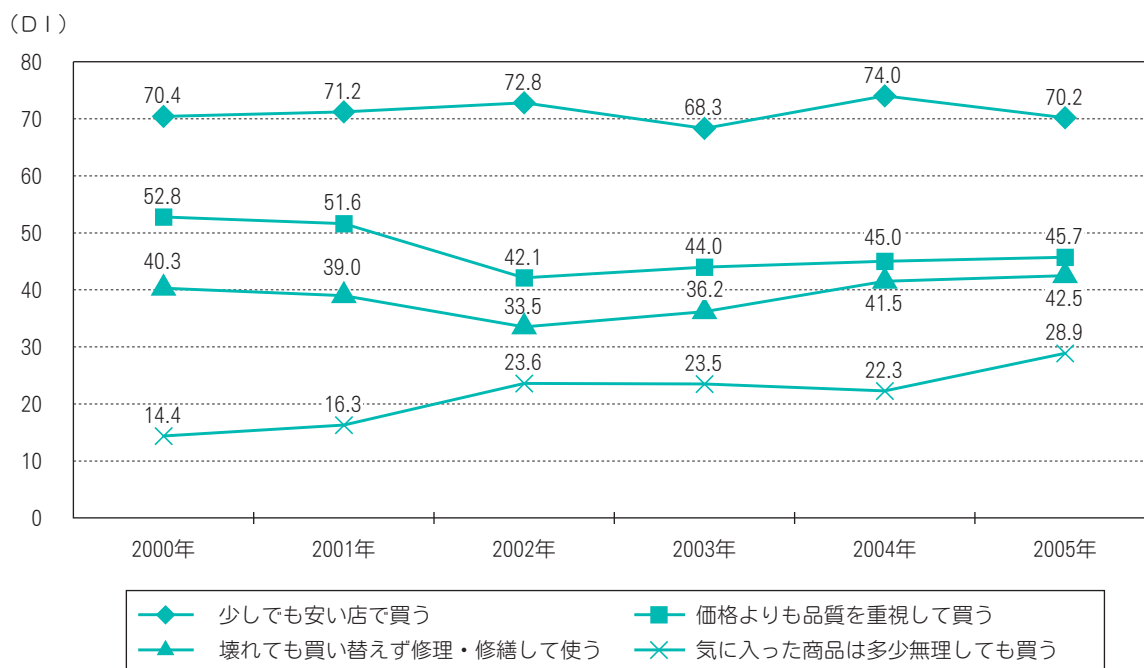
「同じ商品なら、少しでも安い店で買う」(70.2)が前年と同様に高い比率を占めているが、その割合は3.8ポイント低下し、過去5年間では2番目に低い割合となっている。29歳以下では「少しでも安い店で買う」との答えが87.1ポイントあったが、60歳以上では59.7ポイントとその差は27.4ポイントあった。

「価格よりも品質を重視して買う」(45.7)と答えた割合は前回よりもわずかに上昇した。年代別では、「品質を重視して買う」ことに「はい」と答えた人の割合が、60歳以上は7割を超え、50代も6割であった。一方、29歳以下の年代では、「はい」と「いいえ」の割合がどちらも同じでDIは0.0と低かった。30代も28.9ポイントで、若年層ほど低い割合になった。

「壊れてもすぐに買い替えず修理・修繕して使う」(42.5)のDIは1ポイント上昇した。DIが最も高い年代は、60歳以上の52.6ポイント、続いて50代の43.5ポイントであった。今回の調査で特徴的だったのは、前回DIが低かった29歳以下が、13.9ポイントも上昇し、41.9ポイントとなった。最もDIが低いのは、前回同様30代で24.4ポイントであった。

「気に入った商品は、多少無理しても買う」(28.9)は前回より6.6ポイント上昇し過去5年間で最も高くなった。DIが最も高かったのは、前回同様60歳以上(36.7)であった。前回と比べてDIが高くなっているのは、40代(36.2)の19.3ポイント、50代(28.2)の12.0ポイント上昇であった。中高年代ほど気に入った商品であれば、少々無理をしてでも購入したいと考えている。市場が中高年の購買力に照準を当てているのは、的を射ていることがうかがえる。

消費行動DIの変化



## 7. 費目別サービス・レジャー支出

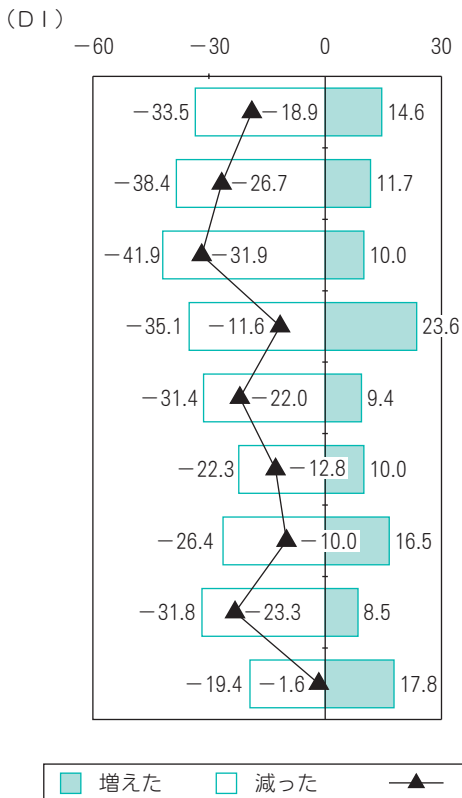
<現在>

1年前（2004年）と比べたサービス・レジャーに関する支出DIは、「補助教育費」△1.6が最も高い。次いで「教養娯楽費」△10.0、「外食費」△11.6となり、前回とまったく同じ順位となっている。前回と比べて支出DIが改善しているのは7項目で、「カルチャーセンターや習い事」（6.2ポイント上昇）、「教養娯楽費」（4.9ポイント上昇）、「外食費」（4.1ポイント上昇）で増えた割合が高かった。支出DIが減少したのは、「補助教育費」（1.2ポイント減少）、「一泊旅行」（0.3ポイント減少）であった。

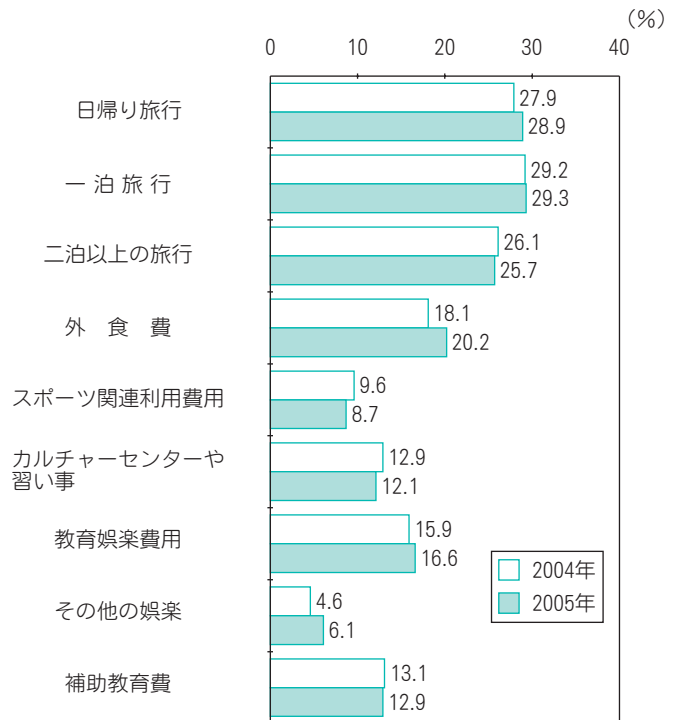
<今後1年間（2006年）>

今後1年間に、サービス・レジャー等の支出を考えているもの（複数回答）としては、「一泊旅行」（29.3%）、「日帰り旅行」（28.9%）、「二泊以上の旅行」（25.7%）となり、前回と同じ傾向であった。年代別に、今後増やそうと考えているものを比べてみると、「一泊旅行」と答えたのは、29歳以下（41.9%）と30代（33.3%）、60歳以上（33.2%）であった。「日帰り旅行」は50代（30.1%）、「補助教育費」は40代（30.8%）という結果になった。40代は「日帰り旅行」や「外食費」の割合も24~26%程になっていたが、教育費の占める割合が最も高かった。

1年前と比べた支出



今後1年間の支出予想





## 8. 買い物・レジャー支出の減少理由（複数回答）

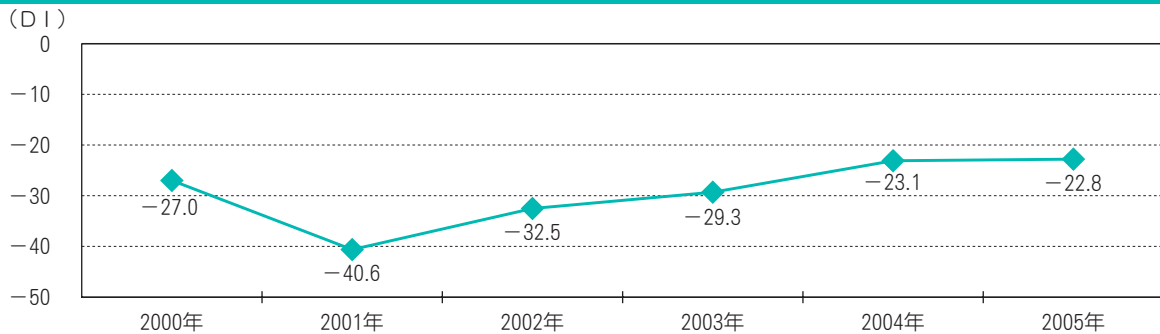
今後の買い物やレジャー支出について「増やす」と答えたのは106人（14.7%）、「減らす」は264人（37.8%）、「考えていない」294人（44.4%）となり、支出DIはわずかながら0.3ポイント上昇した。

「減らす」と答えた264人を対象に、その理由をたずねた結果、「世帯の収入が減った」（42.0%）が最も高くなった。前回よりも増えている項目は、「医療費・税の負担増」（4.8ポイント増加）と「老後の生活不安」（3.7ポイント増加）。逆に減少したのは、「気分的に消費意欲がわからない」（6.5ポイント減少）と「給与減額・失業などの先行き不安」（3.5ポイント減少）であった。

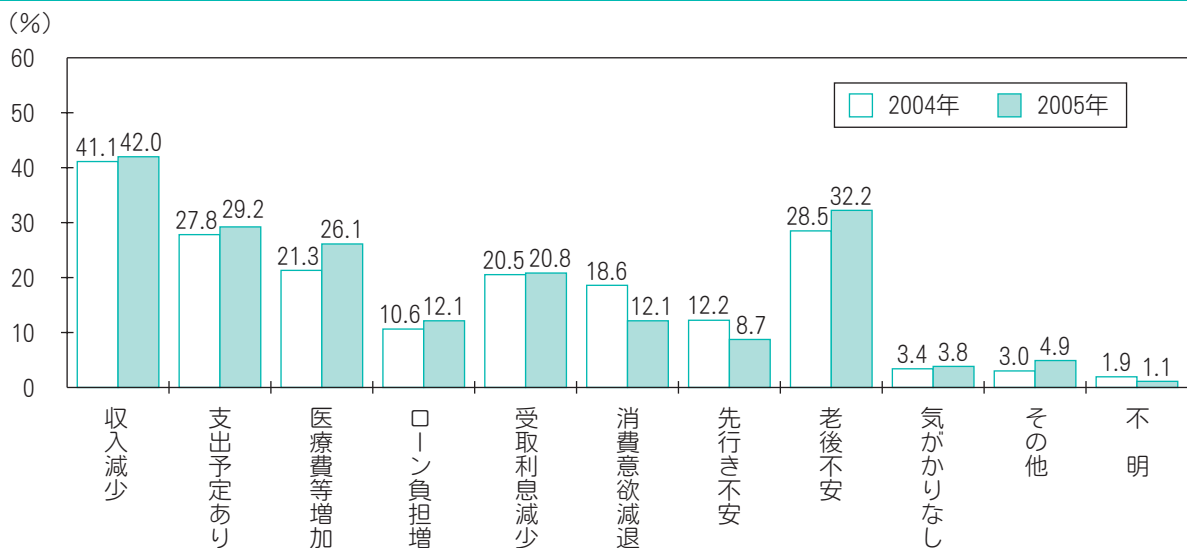
「支出を減らす理由」について、項目別に各年代の特徴を見ると、「世帯の収入が減った」は60歳以上（56.4%）と50代（48.1%）が高く、そのほかの年代は20%台でその差は大きかった。「老後の生活不安」は60歳以上（48.7%）が最も高かった。「特別な支出予定がある」は29歳以上（50.0%）と40代（54.2%）で高くなっていった。前回と比べて最も増加した「医療費・税の負担増」を挙げたのは、40代と60歳以上の年代で10%ほど増えていた。

全体では、収入の減少や老後の不安はあるものの、気分的な消費意欲の減少は幾分和らいできていることがうかがえる。（奥 桂子）

### 今後の買い物やレジャーへの支出DI



### 支出を減らす理由（複数回答）



# Research

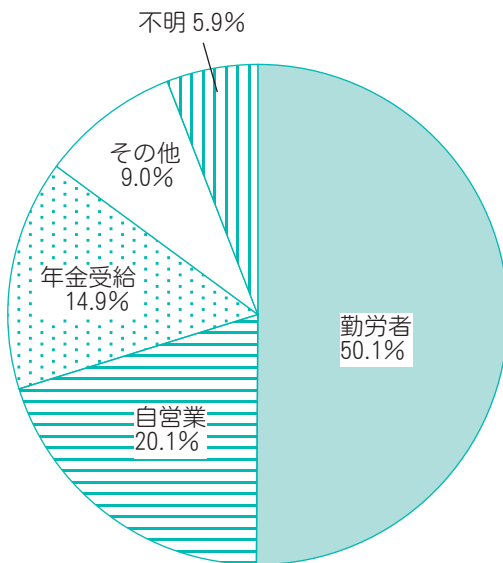
## 【調査要領】

- (1) 調査場所…… 次に掲げる奈良県下の南都銀行店舗 23 家店  
 本店営業部、西大寺、平城、学園前、富雄、生駒、東生駒、郡山、天理、桜井、榛原、  
 大淀、高田、香芝、新庄、御所、橿原、神宮前、王寺、西大和、法隆寺、田原本、五条
- (2) 調査日…… 2005 年 11 月 17 日
- (3) 調査方法…… 上記店頭において無記名で記入
- (4) 調査対象者数 700 人  
 うち有効回答者数 692 人  
 有効回答率 98.9 %
- (5) 調査対象者の属性

(上段：人、下段：構成比 %)

年 齢	29歳以下	30 代	40 代	50 代	60歳以上	不 明	合 計
独身男性	2 7.1	9 32.1	3 10.7	7 25.0	6 21.4	1 3.7	28 100.0
独身女性	5 7.2	8 11.6	14 20.3	18 26.1	22 31.9	2 2.9	69 100.0
既婚男性	4 3.6	16 14.4	18 16.2	31 27.9	39 35.1	3 2.8	111 100.0
既婚女性	18 4.7	52 13.6	86 22.5	139 36.4	83 21.7	4 1.1	382 100.0
不 明	2 2.0	5 4.9	9 8.8	14 13.7	46 45.1	26 25.5	102 100.0
合 計	31 4.5	90 13.0	130 18.8	209 30.2	196 28.3	36 5.2	692 100.0

世帯主の職業



世帯主の配偶者の状況

