

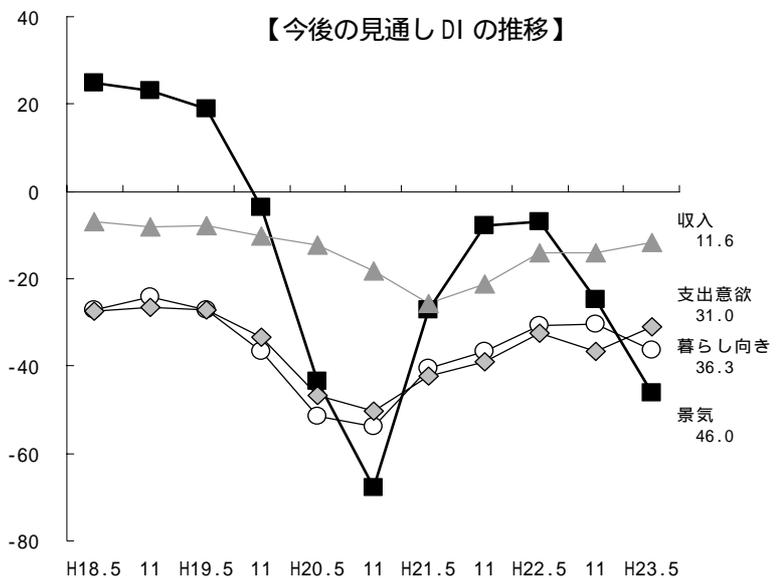
第25回 熊本の消費予報調査（平成23年5月調査）

支出意欲に明るさ見られるも、先行きへの不安大きく

当研究所では、熊本市在住の女性モニターを対象として、平成11年5月より「熊本の消費予報調査」を実施しているが、今回がその25回目となる。本調査では、消費マインドに影響する「景気」、「暮らし向き」、「支出意欲（支出の引き締め）」に対する意識と、実際の消費に関わる「収入」の増減という4つの項目について、今後半年の見通しを尋ねている。その上で、以上4つの項目と「支出」から総合的に判断し、熊本の消費予報を試みた。

【調査結果のポイント】

1. 「景気」の見通しDIが 46.0と、前回は21.3ポイント（以下、p）も下回った。リーマンショック後の急激な落ち込みから持ち直しつつあった景気見通しDIだが、3月11日に発生した東日本大震災の影響が大きく、前回に引き続き大幅な低下となった。
2. 一方、「収入」の見通しDIは 11.6で前回比2.5pの上昇、また「支出意欲」の見通しDIも 31.0と低水準ながら前回比5.6pの上昇となっており、やや改善傾向が見られる。しかしながら、震災復興財源確保のための増税への懸念が強く、「暮らし向き」の見通しDIは前回は5.8p下回る 36.3という結果であった。



【調査の概要】

1. 調査対象：熊本市内在住の20代から60代の女性モニター500人
2. 調査時期：平成23年5月18日～30日
3. 調査方法：郵送法
4. 有効回答：433人（回答率86.6%）

【回答者の属性】

年代	実数(人)	構成比(%)
20代	64	17.7
30代	93	20.2
40代	97	20.2
50代	90	21.3
60代	89	20.6
合計	433	100.0

1. 今後半年間の見通しDI

まず、景気について見てみると、前回は21.3pも下回る 46.0となっており、これはリーマンショック後である平成20年11月調査の 67.7ほどではないものの、かなりの低水準である。年代別に見ても、すべての年代で15p以上低下しており、景気の見通しは大幅に悪化していると言える(図表1)。この要因としては、ほとんどの人が「東日本大震災の影響」を挙げており、今回の震災が及ぼした影響の大きさがうかがえる。また、景気が「良くなる」と回答した人においても「良くなってほしいという希望」といったコメントが散見され、今後半年間の景気の見通しはかなり厳しいと言わざるをえない。

次に収入の見通しDIを見ると、平成21年5月調査を底にして、緩やかな改善傾向にあり、今回も前回は2.5p上回った。特に20代では、見通しDIが前回は18.9p上回る6.3であるなど、改善傾向が著しい(図表2)。

暮らし向きの見通しDIは、すべての年代で前回よりも悪化しており、特に30代と60代でその傾向が強い(図表3)。ここでも震災の影響が色濃く反映されており、「震災復興財源確保のための増税」を懸念している人が少なくなかった。その他では、小麦・パンなどの値上げ、教育費の増加、子ども手当の廃止なども懸念材料として挙げられていた。

そうした中、今後支出を緩めるかどうかを見る支出意欲DIは、前回は5.6p上回る 31.0という結果であった。年代別に見ても、50代以外のすべての年代で前回は上回っており、水準は低いながらも多少は支出を緩めようという意向がうかがえた(図表4)。その背景には、子供にお金がかからなくなったなどの個別の事情もあるが、「わずかでも消費をすることが景気回復につながると思う」、「何があるかわからないので、生きているうちに楽しく買い物したい」というような、震災の影響を感じさせる回答も見られた。

図表1 景気の見通しDI

DI=(「良くなる」+「やや良くなる」)-(「やや悪くなる」+「悪くなる」)

	前々回 (H22.5)	前回 (H22.11)	今回 (H23.5)	前回比
全体	6.9	24.7	46.0	-21.3
20代	8.6	5.1	25.0	-19.9
30代	5.7	15.7	40.8	-25.1
40代	8.9	30.0	52.6	-22.6
50代	2.1	31.9	48.3	-16.4
60代	20.6	37.7	57.4	-19.7

図表3 暮らし向きの見通しDI

DI=(「良くなる」+「やや良くなる」)-(「やや悪くなる」+「悪くなる」)

	前々回 (H22.5)	前回 (H22.11)	今回 (H23.5)	前回比
全体	30.8	30.5	36.3	-5.8
20代	15.5	12.7	17.2	-4.5
30代	17.1	14.5	23.7	-9.2
40代	43.5	47.8	48.4	-0.6
50代	31.7	43.0	43.4	-0.4
60代	38.2	32.3	42.7	-10.4

図表2 収入の見通しDI

DI=「増えそう」-「減りそう」

	前々回 (H22.5)	前回 (H22.11)	今回 (H23.5)	前回比
全体	14.2	14.1	11.6	2.5
20代	0.0	12.6	6.3	18.9
30代	8.1	8.9	12.9	-4.0
40代	21.7	21.1	16.5	4.6
50代	22.9	12.6	13.4	-0.8
60代	11.6	15.3	15.8	-0.5

図表4 支出意欲の見通しDI

DI=(「緩める」+「少し緩める」)-(「少し引き締める」+「引き締める」)

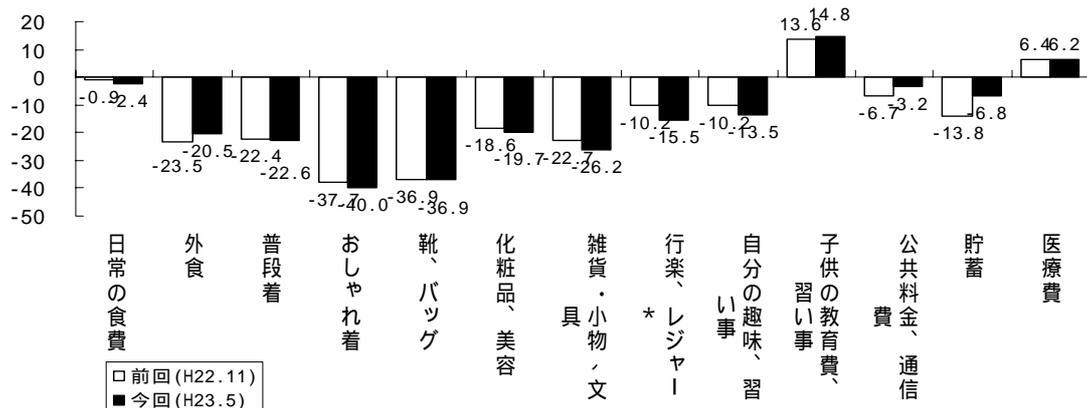
	前々回 (H22.5)	前回 (H22.11)	今回 (H23.5)	前回比
全体	32.4	36.6	31.0	5.6
20代	39.7	41.8	28.1	13.7
30代	35.3	32.6	25.0	7.6
40代	38.4	46.7	43.3	3.4
50代	29.6	29.8	32.2	-2.4
60代	21.8	33.0	24.2	8.8

2. 日常・非日常の支出の状況

日常的な支出の見通しDIを見ると、全体的に引き締め意向が強い中で、今回大きくマイナス幅が縮小(+7.0p)したのが「貯蓄」であった。自由回答でも「万一に備えて貯蓄を増やしたい」という意見が多く見られ、ここにも震災の影響がうかがえる。その他、電気料金の値上げが予測される中、「公共料金、通信費」のマイナス幅も縮小している。その一方で、「行楽、レジャー」、「雑貨・小物、文具」、「自分の趣味、習い事」といった“不要不急”に分類される品目については、マイナス幅が拡大している(図表5)。

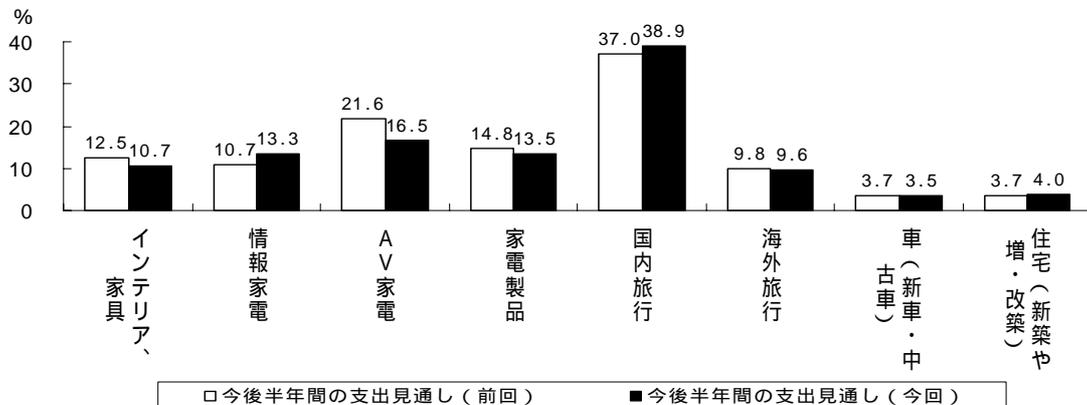
次に、非日常的な支出の見通しを見ると、これまで地上デジタル放送移行を控えたテレビの買い替えが相次いでいた「AV家電」で前回は5.1p下回った。一方、国内旅行は37.0%から38.9%へとわずかに上昇したが、その内訳で絶対数は少ないが「関西」という回答が前回より増えており、九州新幹線全線開業の影響として注目される(図表6)。なお、この夏の節電をにらんでよく売れているとされる「扇風機」だが、今後購入予定と回答した人はわずか3人にとどまるなど、「家電製品」に含まれる省エネ家電への支出意欲はまださほど高くなかった。

図表5 日常的な支出の今後の見通しDI (DI=「増やす・増えそう」-「減らす・減りそう」)



「行楽、レジャー」は、国内旅行・海外旅行を除く。

図表6 非日常的な支出品目の今後半年間の支出見通し (支出見通し=今後半年間で購入計画ありの割合)



- 1 情報家電とは、パソコン、パソコン関連機器、携帯電話、ファクシミリなど。
- 2 AV家電とは、テレビ、DVDレコーダー、デジタルカメラ、ビデオカメラなど。
- 3 家電製品とは、冷蔵庫、洗濯機、食洗機、エアコンなど、情報家電とAV家電以外の電気製品。

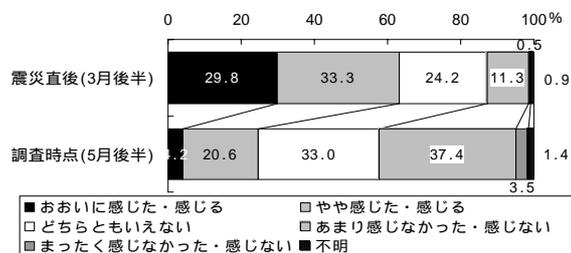
3. 東日本大震災の影響

これまで見てきたように、今回調査においては随所で東日本大震災の影響が見てとれた。そこで、震災の影響について尋ねた結果について、簡単にまとめておこう。まず、いわゆる“自粛モード”を感じたかどうかだが、63.0%の人が震災直後に自粛モードを感じた（「おおいと感じた」と「やや感じた」の合計）と回答したが、5月後半の調査時点ではその比率は24.7%にとどまった。熊本の場合、震災直後に「新幹線開業イベントの中止」という形で自粛モードを強く感じる事となったが、5月後半の時点ではかなり薄れていると言えよう（図表7）。

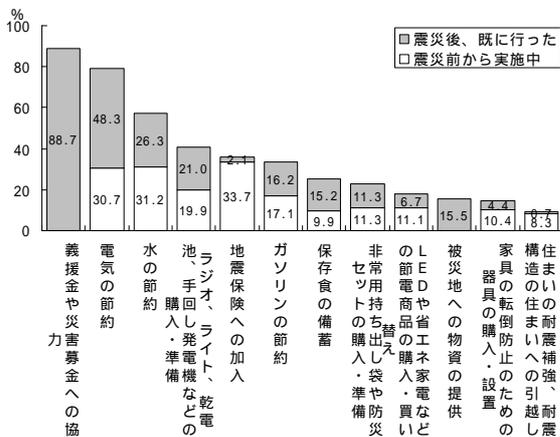
震災を契機に行ったこととしては、「義援金や災害募金への協力」が実に88.7%を占め、今回の震災の被害の広範さと甚大さに“何かしたい”と考えた人が多かったことが改めてわかった。その他では、節電、節水、地震保険への加入などを震災前から実施済みという人が多かったことも注目される（図表8）。また、今後行いたいと思うことを尋ねたところ、「非常用持ち出し袋」や「保存食」、「ラジオ、ライト、乾電池」といった非常用の備えに関する行動が多かった（図表9）。また、LEDや省エネ家電などへの関心も高いが、図表6で見たように、近々具体的な購入予定があるわけではないようである。

最後に、震災を経験して意識や行動が変化したかを自由に記入してもらったところ、実際の行動としてはやはり「非常用の備え」と「節電、節水」が中心であった。一方、意識の変化では、当たり前のように感謝、家族を大切に、人とのつながりを大切に、何が起きるかわからないので今を楽しく、あまり変化はない、などのグループに大別された。全体的にみて、震災前後で人々の消費行動が劇的に変化したというようなデータは見られないものの、先行きへの不安感はかなり強く感じられる結果であった。

図表7 自粛モードを感じた（感じる）か



図表8 震災を契機に行ったこと



図表9 震災を契機に行いたいと思うこと

