

景気の底打ち感から消費マインド回復の兆し

熊本の今後半年間の消費予報【要約】

消費予報の指標としている「景気」、「暮らし向き」、「収入」、「支出意欲」の今後の“見通し”をみると、「景気」見通しDIは、過去最低水準を記録した前回調査時（平成 20 年 11 月）より 40.5 ポイントも上昇して 27.2 となっており、マイナス水準ながら 6 期ぶりに改善した。

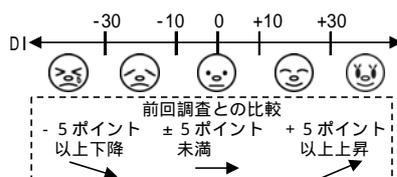
また、「暮らし向き」と「支出意欲」の見通しDIも、最低水準を記録した前回調査より、それぞれ 13.2 ポイント、8.0 ポイント上昇し 40.6、42.3 となっており、いずれも 5 期ぶりに改善した。一方、「収入」見通しDIは、前回調査より 7.5 ポイント低下し 25.6 となっており、下降局面が続いている。

雇用環境や所得面の改善が見られず、収入の見通しは依然として厳しいものの、景気の見通しは前回の大きな落ち込みから一転、景気の底打ち論が出ていることによる期待感もあり、大きく改善した。また、暮らし向きや支出意欲の見通しも改善の兆しがみられる結果となった。

なお、『定額給付金』についての生活者アンケートも合わせて実施したが、調査時期の終盤から熊本市の給付金振込が開始されたため、「まだ使っていない」が 95.4%を占めた。そのおもな使い道は、「まだ具体的には決めていない」が 28.4%と最も多く、次いで「生活費の補填」（25.1%）、「外食」（13.3%）、「預貯金」（12.6%）となっている。

年代別にみると、20代の「洋服、ファッション」（22.5%）、60代の「旅行、宿泊」（20.7%）が高くなっている一方で、40代の「教育費」（19.2%）の高さも目立つ。

定額給付金の支給による消費意欲は、「ほとんど変わらない」が 70.7%を占めており、その効果は限定的なようである。



1 消費予報の読み方

本調査では、消費マインドに影響する『景気』と『暮らし向き』と『支出意欲(支出の引き締め)』に対する意識、実際の消費に関わる『収入』の増減の、4つの項目について今後半年の見通しを質問している。数値(DI)は、「良くなる(増えそう、緩める)」と回答した人の割合(%)から、「悪くなる(減りそう、引き締める)」と回答した人の割合(%)を引いて算出した。4つの項目と『支出』から総合的に判断し、熊本の消費の予報を試みた。

【調査概要】

対象：熊本市在住の 20 代から 60 代の女性モニター 500 人

有効回答数：440 人

(有効回答率：88.0%)

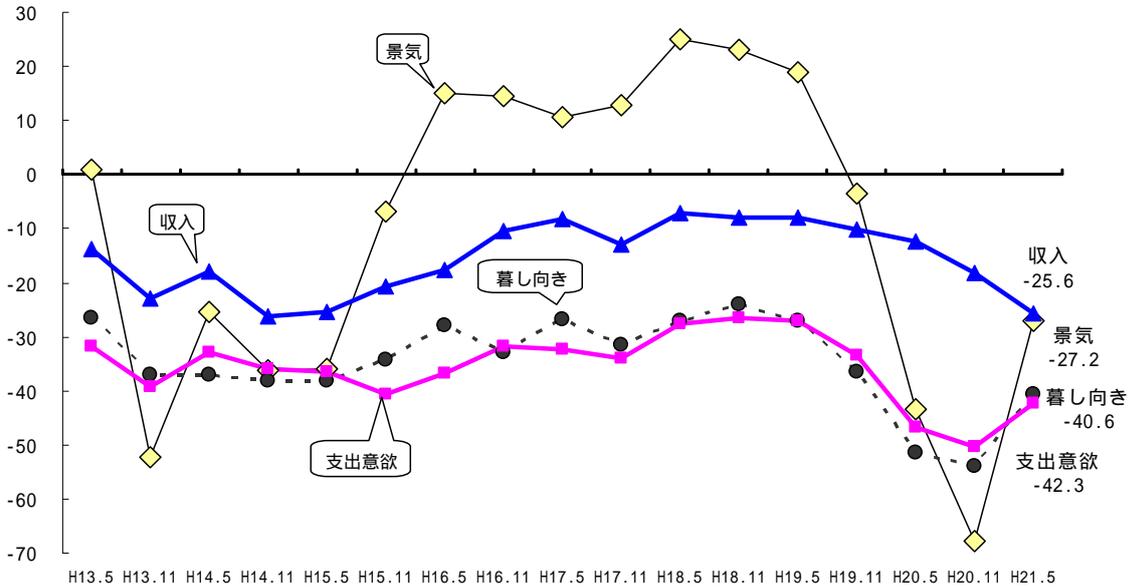
調査時期：平成 21 年 5 月 15 日

～5 月 27 日

回答者の属性

年齢	実数	%
20代	73	16.6
30代	98	22.3
40代	79	17.9
50代	95	21.6
60代	95	21.6
合計	440	100.0

【今後の見通しD Iの推移】



1. 景気の見通し

今後の景気見通しD Iは、昨年11月実施の前回調査で過去最低を記録した 67.7 を 40.5 ポイント上回る 27.2 となっており、マイナス水準ながらも大きく改善した（図表1）。年別にみると、20代が 13.7 と最も高く、40代が 35.5 で最も低かった。

確かに、「悪くなる」と「やや悪くなる」の合計は、前回の 70.3% から 41.4% へと大きく減少しているものの、「今までと変わらない」が前回の 27.1% から 44.4% に増加している（図表2）。「良くなる」と「やや良くなる」の合計は、14.2% にとどまっており、多くの生活者が、景気回復の実感はまだないようである。

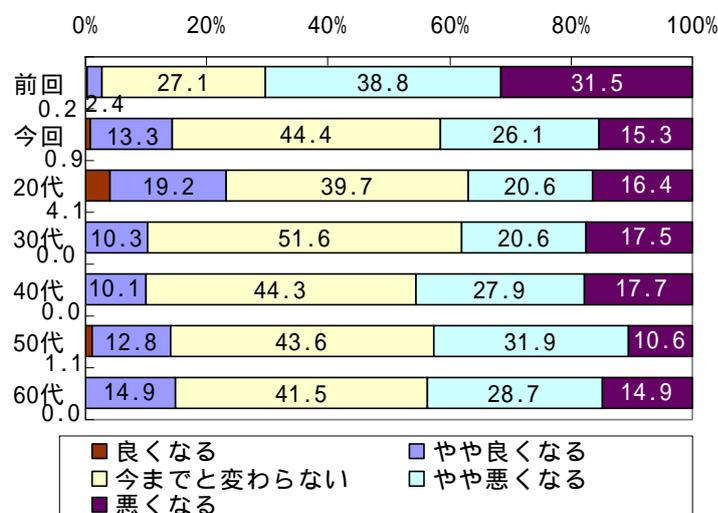
自由回答では、「良くなる材料が見当たらない」、「これ以上悪くならない気がする」、「よくなって欲しいと期待を込めて」といった意見が見られた。

図表1. 景気の見通しD I

$$D I = (\text{「良くなる」} + \text{「やや良くなる」}) - (\text{「悪くなる」} + \text{「やや悪くなる」})$$

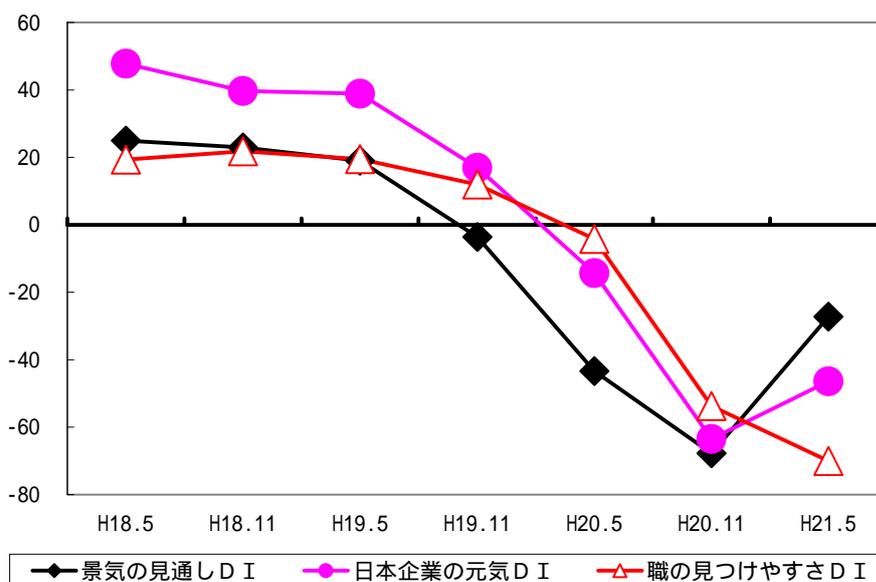
	今回		前回 (H20.11)	前々回 (H20.5)
	(H21.5)	前回比		
全体	27.2	40.5	67.7	43.4
20代	13.7	41.9	55.6	32.1
30代	27.8	29.0	56.8	34.8
40代	35.5	38.1	73.6	43.3
50代	28.6	42.9	71.5	55.8
60代	28.7	50.1	78.8	51.3

図表2．今後半年間の景気の見通し



また、「日本の企業は、元気が出てきたと思うか」、「仕事をしたい人は、職を見つけやすくなったと思うか」との問いについて、景気の見通しと比較してみると、前回調査までは、景気見通しDIとほぼ同じように推移してきたが、今回、日本企業の元気DIは景気見通しDIに連動して上昇したにもかかわらず、職のを見つけやすさDIはさらに下降しており、雇用環境の厳しさがうかがえる（図表3）。

図表3．日本企業の元気DIと職のを見つけやすさDIの推移



日本企業の元気DI = (「元気が出てきた」 + 「やや元気が出てきた」) -
 (「元気がなくなった」 + 「やや元気がなくなった」)
 職のを見つけやすさDI = (「見つけやすくなった」 + 「やや見つけやすくなった」) -
 (「見つけにくくなった」 + 「やや見つけにくくなった」)

2. 暮らし向きの見通し

暮らし向きの見通しDIは、前回調査を13.2ポイント上回る▲40.6で、マイナス水準ながらも改善した。ただし、これは「悪くなる」と「やや悪くなる」が前回より減少したことによるもので、「良くなる」と「やや良くなる」は微増にとどまっており、「今までと変わらない」との回答が47.0%と約半数に上っている（図表4、5）

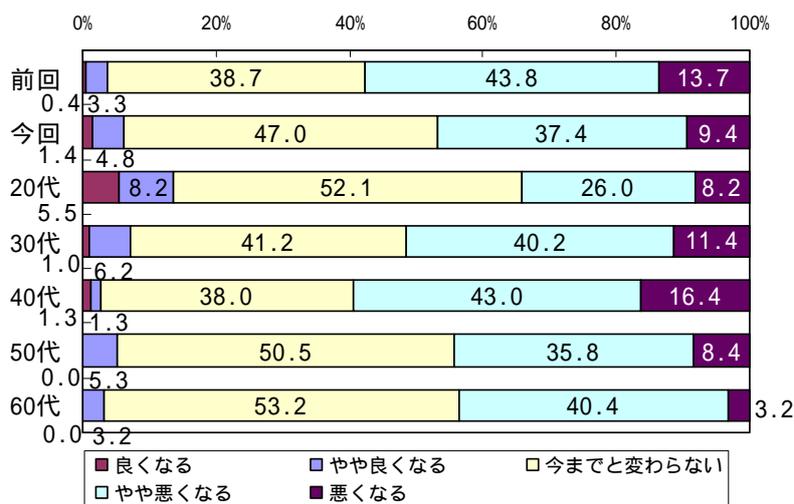
年代別にみると、40代は56.8で依然として各年代で最も低く、20代は20.5と最も高くなっている。

図表4. 暮らし向きの見通しDI

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

↑ (↑)	今回		前回 (H20.11)	前々回 (H20.5)
	(H21.5)	前回比		
全体	40.6	13.2	53.8	51.4
20代	20.5	13.7	34.2	38.5
30代	44.4	12.5	56.9	49.4
40代	56.8	5.3	62.1	61.1
50代	38.9	12.2	51.1	54.0
60代	40.4	21.2	61.6	53.2

図表5. 今後の暮らし向きの見通し



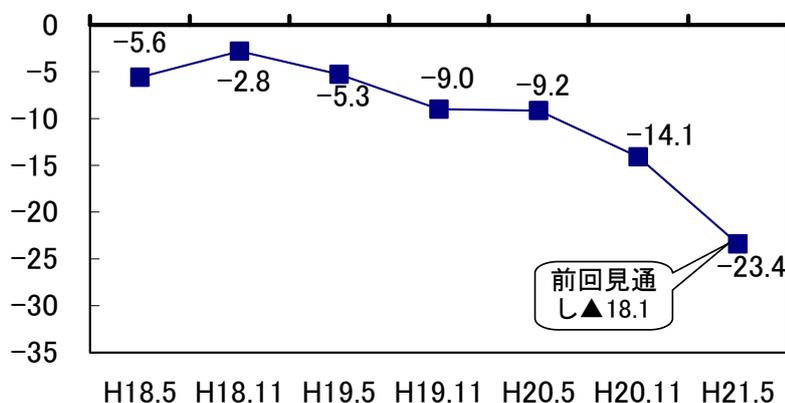
3. 収入の見通し

半年前の収入と比較した収入DIは、前回の 14.1 を 9.3 ポイント下回る 23.4 と大きく落ち込んでおり、5期連続の悪化となった(図表6)

また、今後半年間の収入についての見通しDIも、前回調査比 7.5 ポイント低下の 25.6 となっており、公務員や企業の夏季賞与が前年比マイナス見込みであることなどが影響していると思われる(図表7、8)

年代別に見ると、20代と60代は前回調査を上回ったものの、30~50代の4割近くが「減りそう」と回答しており、30代と40代の収入見通しDIは過去最低水準まで落ち込んでいる。

図表6. 半年前と比べた収入DI



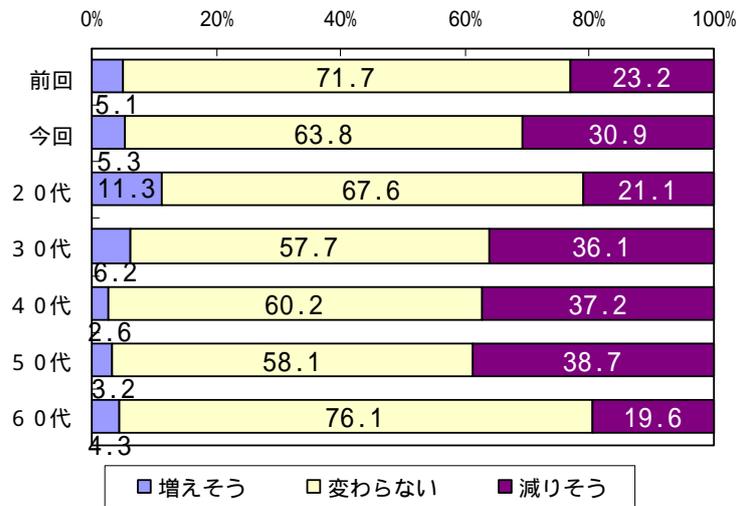
収入DI = 「増えた」 - 「減った」

図表7. 収入の見通しDI

DI = 「増えそう」 - 「減りそう」

調査対象	今回		前回 (H20.11)	前々回 (H20.5)
	(H21.5)	前回比		
全体	25.6	-7.5	18.1	12.4
20代	9.8	1.6	11.4	1.3
30代	29.9	-15.2	14.7	7.9
40代	34.6	-18.7	15.9	12.2
50代	35.5	-11.6	23.9	19.5
60代	15.3	8.2	23.5	22.5

図表8．今後半年間の収入の見通し



4．支出意欲の見通し

今後支出を緩めるかどうかをみる支出意欲見通しDIは、過去最低水準を記録した前回調査の50.3を8.0ポイント上回り42.3となっている。こちらも暮らし向きの見通しと同様、「今までと変わらない」が増加しており、財布の紐を緩めるわけではないようである(図表9、10)。

年代別にみると、すべての年代で前回は上回っているが、特に前回最も落ち込んだ60代が17.3ポイントの改善となっている。

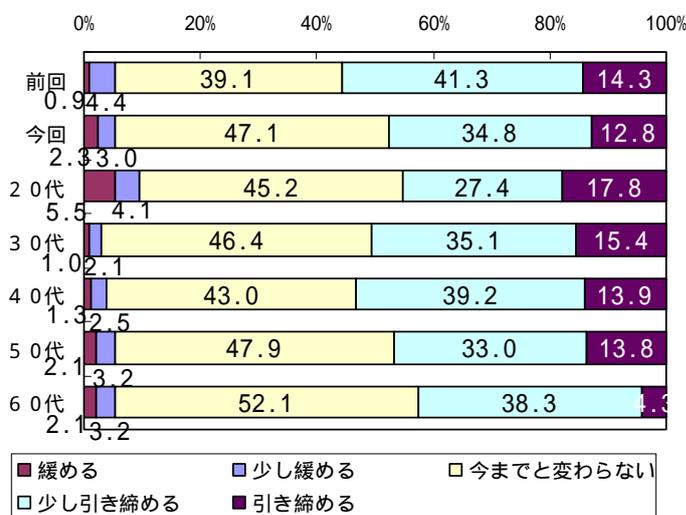
自由回答では、「収入が減ったから」という回答が多く、「貯蓄を増やしたい」、「無駄遣いをなくしたい」といった意見が見られた。

図表9．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」)

調査対象	今回		前回 (H20.11)	前々回 (H20.5)
	(H21.5)	前回比		
全体	42.3	8.0	50.3	46.8
20代	35.6	1.1	36.7	48.1
30代	47.4	7.3	54.7	40.4
40代	49.3	3.0	52.3	55.1
50代	41.5	9.6	51.1	56.3
60代	37.3	17.3	54.6	35.0

図表 10 . 支出意欲の見通し



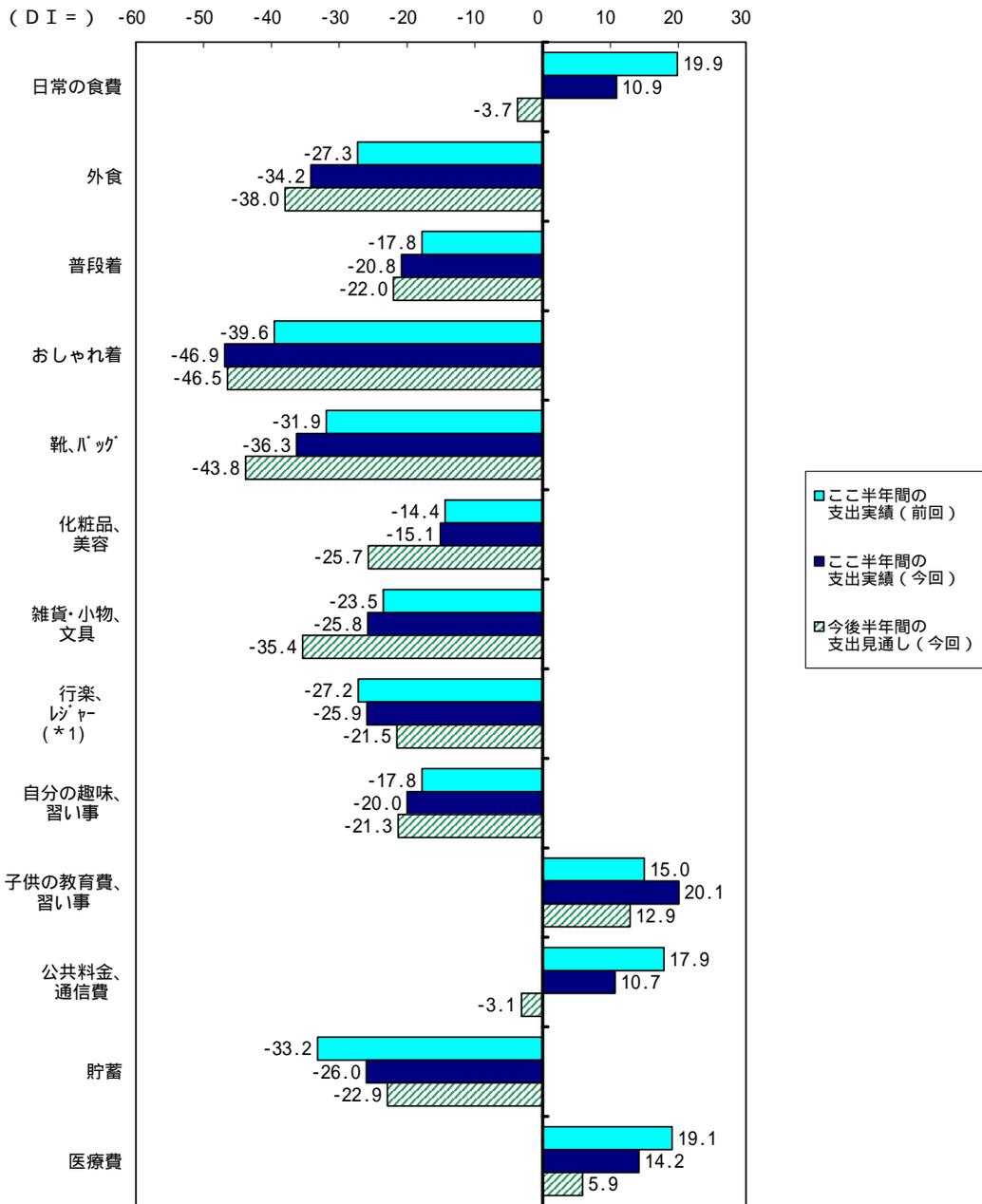
5 . 日常的支出

ここ半年間（平成 21 年 5 月まで）の日常的な支出実績DIは、「行楽・レジャー」、「子供の教育費、習い事」、「貯蓄」が、前回の支出実績DIを上回っている。しかしながら、その他の品目はすべて前を下回っており、特に、「外食」、「雑貨・小物、文具」、「自分の趣味、習い事」、「公共料金・通信費」、「医療費」は、調査開始以来の過去最低水準となった（図表 11）。

今後半年間の日常的な支出の見通しDIを見ると、「行楽・レジャー」は、休日の高速道路料金割引の影響によるものか、若干支出を緩める傾向がみられるものの、「おしゃれ着」（46.5）や「靴、バッグ」（43.8）、「外食」（38.0）などは依然、かなりの引き締め傾向が続いている。

また、今回調査では、このような不要不急の支出だけでなく、「日常の食費」（3.7）や「公共料金、通信費」（3.1）といった生活必需品目もマイナス水準となっており、今後さらに生活費の引き締めは強まりそうである。プラス水準は、「子供の教育費、習い事」（+12.9）、「医療費」（+5.9）の 2 品目であるが、いずれもここ半年間の支出よりさらに抑えられるようである。

図表 11. 日常的な支出品目のここ半年間の支出実績DIと今後半年間の支出見通しDI



(支出DI = 増えた・減った、支出見通しDI = 増やす・増えそう・減らす・減りそう)
 *1 「行楽、レジャー」は、旅行(国内・海外)を除く

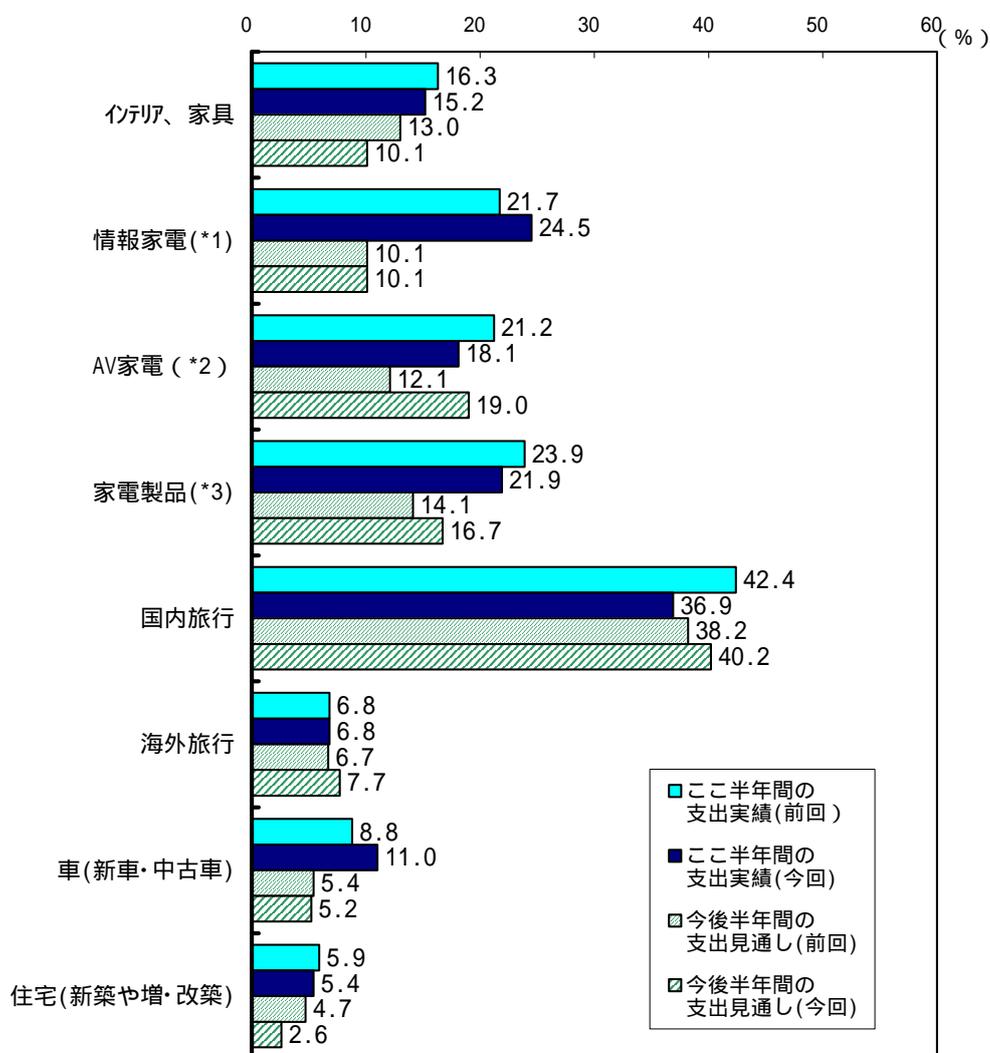
6. 非日常的支出

非日常的な支出を見ると、「国内旅行」の支出実績が、36.9%と全項目の中で最も高いものの、前回調査時の支出実績 42.4%を 5.5 ポイント下回った（図表 12）。

一方、「情報家電」（24.5%）や「車（新車・中古車）」（11.0%）は前回の支出実績を上回っており、その内容をみると携帯電話、エコカーや中古車の購入が目立つ。

また、今後半年間の支出見通しについては、「AV家電」（19.0%）と「家電製品」（16.7%）が前回調査時の支出見通しより高くなっており、エコポイント制度を活用した、地デジ対応テレビやその他の省エネ家電購入が予想される。また、夏休みや 9 月の大型連休を控えており、「国内旅行」（40.2%）や「海外旅行」（7.7%）の支出も伸びる見通しとなっている。

図表 12. 非日常的な支出品目のここ半年間の支出実績と今後半年間の支出見通し



(支出実績 = ここ半年間で購入した割合、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、テレビやDVDレコーダー、デジタルカメラやビデオカメラなど

*3「家電製品」とは、冷蔵庫や洗濯機、食洗機やエアコンなど、情報家電やAV家電以外の電気製品

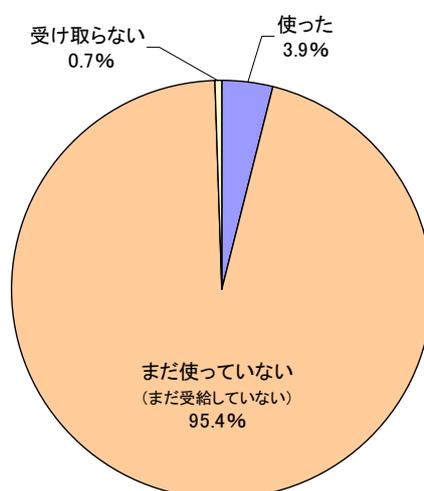
7. 定額給付金について

ここからは、定額給付金についてのアンケート分析結果である。

(1) 定額給付金の使用有無

「定額給付金をもう使ったか」との問いに対しては、アンケート調査時期の終盤から熊本市の給付金振込が開始されたため、「まだ使っていない(まだ受給していない)」が95.4%となっており、「使った」は3.9%にとどまっている。「受け取らない」との回答は、0.7%となっている(図表13)。

図表13. 定額給付金はもう使いましたか？



(2) 定額給付金の使い道

定額給付金のおもな使い道について尋ねたところ、全体では、「まだ具体的には決めていない」が28.4%と最も多く、次いで、「生活費の補填」(25.1%)、「外食」(13.3%)、「預貯金」(12.6%)などとなっている(図表14)。今回は、口座振込による支給であるため、即効的な消費拡大効果は期待しづらいようである。そのような中、「外食」は各年代で上位を占めており、手軽なうえ家族で楽しめるという理由などから、定額給付金の使い道として選ばれているようである。

また、20代の「洋服、ファッション」(22.5%)や60代の「旅行、宿泊」(20.7%)は、他の年代より圧倒的に高く、若者世代のファッション関連、シルバー世代の旅行関連への定額給付金効果は見られそうである。一方、40代は、「教育費」との回答が19.2%と多く、日頃からの教育費の負担の大きさがうかがえる。

図表 14 . 定額給付金のおもな使い道（年代別）

		(%)										
順位	全体	20代		30代		40代		50代		60代		
1	まだ具体的には決めていない	28.4	洋服、ファッション	22.5	生活費の補填	29.9	生活費の補填	29.5	生活費の補填	35.9	まだ具体的には決めていない	38.0
2	生活費の補填	25.1	まだ具体的には決めていない	24.7	まだ具体的には決めていない	24.7	まだ具体的には決めていない	20.5	まだ具体的には決めていない	33.7	旅行、宿泊	20.7
3	外食	13.3	預貯金	19.7	預貯金	15.5	教育費	19.2	外食	10.9	生活費の補填	17.4
4	預貯金	12.6	外食	14.1	その他	11.3	外食	17.9	預貯金	10.9	外食	14.1
5	旅行、宿泊	11.4	行楽、レジャー	9.9	外食	10.3	行楽、レジャー	10.3	家電製品	9.8	行楽、レジャー	13.0
6	洋服、ファッション	10.7	生活費の補填	8.5	洋服、ファッション	9.3	旅行、宿泊	10.3	生活用品、雑貨	8.7	預貯金	10.9
7	行楽、レジャー	10.0	旅行、宿泊	7.0	行楽、レジャー	7.2	洋服、ファッション	9.0	その他	7.6	その他	7.6
8	その他	8.1	家電製品	7.0	旅行、宿泊	7.2	家電製品	7.7	行楽、レジャー	7.6	生活用品、雑貨	6.5
9	生活用品、雑貨	6.5	その他	5.6	他の家族への小遣い	7.2	他の家族への小遣い	7.7	旅行、宿泊	7.6	洋服、ファッション	5.4
10	家電製品	6.3	美容、エステ	5.6	教育費	6.2	食品、お酒など	6.4	洋服、ファッション	6.4	食品、お酒など	5.4

備考：上位10項目を表示

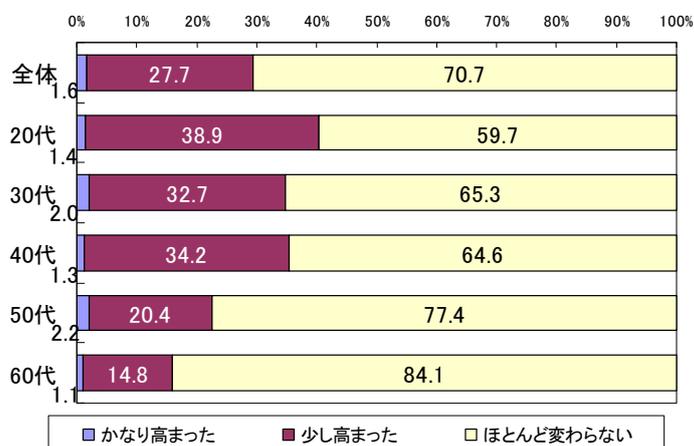
(3) 定額給付金による消費意欲の有無

「定額給付金の支給によって消費意欲が高まったか」との問いについては、全体の約7割が「ほとんど変わらない」と回答しており、景気刺激策としての効果は限定的なようである（図表 15）。

年代別にみると、20代の約4割が「高まった」としている一方で、60代は、約15%にとどまっており、若い層ほど消費意欲に結びつく傾向がみられる。

自由回答をみると、「給付されるのは嬉しいが、消費税増税など国民の負担が増えるかと思うと、単純に喜べない」、「支給にかかる人件費などの経費を考えると、雇用や教育への支援など他の方法もあったのではないかと思う」、「1人あたり12,000円では、少なすぎて消費意欲が湧かない」など様々な意見が寄せられた。

図表 15 . 定額給付金の支給による消費意欲の有無（年代別）



また、定額給付金と同様、今年度の特別措置として実施が決まっている“子育て応援特別手当”について、「就学前の子供よりも、小・中・高校生の方がお金がかかる。子育て支援ならば、子供のいる世帯に平等に支給してほしい」との意見もみられた。

今回の定額給付金支給は、景気回復のための即効的な消費刺激策として実施されたが、今回の調査から推察すると、その効果は限定的なようである。むしろ、その後の消費税増税など将来への不安感が高まってしまったようにも思われる。