

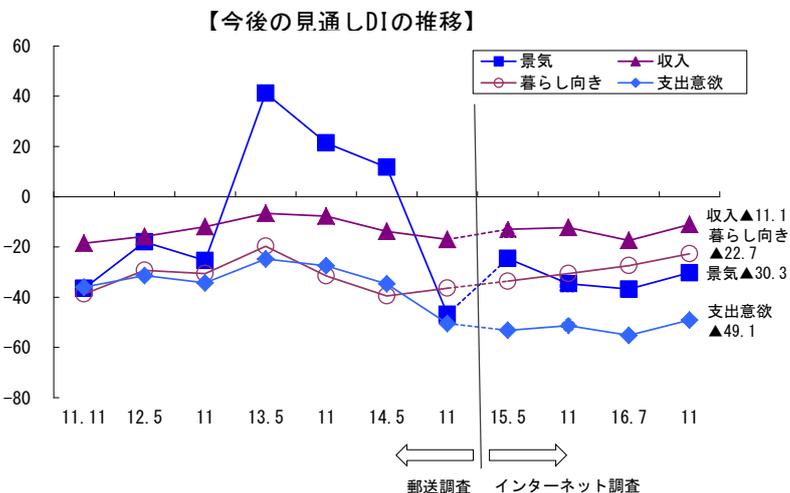
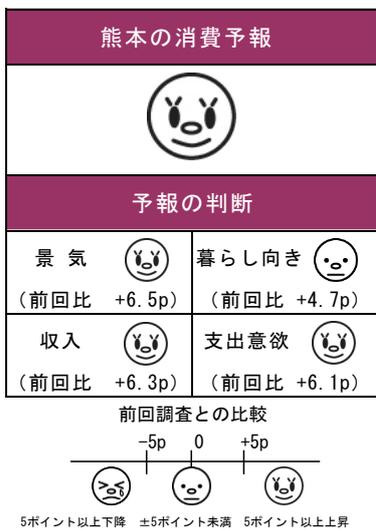
第36回 熊本の消費予報調査(2016年11月調査)

女性の消費マインド、緩やかに改善

当研究所では、熊本県在住の女性を対象として、1999年5月より「熊本の消費予報調査」を実施している。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つの項目並びに日常的、非日常的な支出の状況から総合的に判断し、これから半年間の熊本の消費を予報している。

【調査結果のポイント】

1. 「景気」の見通しDIは▲30.3と、前回調査（2016年7月実施）を6.5ポイント（以下、p）上回った。「収入」の見通しDIは前回は6.3p上回る▲11.1、「暮らし向き」の見通しDIは▲22.7となり、前回は4.7p上回った。また、「支出意欲」の見通しDIは前回は6.1p上回る▲49.1となった。消費予報の指標となる4項目については、すべての項目で改善しており、熊本地震から7ヵ月経過した時点における今後半年の見通しでは、女性の消費マインドは緩やかに改善しているようである。
2. 熊本地震前と比較した現在の生活環境をみると、「ほぼ元の生活に戻った」は前回は1.4p上回る38.8%だった。また、「元の生活に戻るにはまだ時間がかかる」（12.2%）、「元の生活に戻る目処が立たない」（2.3%）はそれぞれ前回は下回り、「地震前後で大きく変わらなかった」は前回は9.5p上回る29.9%だった。



【回答者の属性】

年代	実数(人)	構成比(%)
20代	103	20.0
30代	103	20.0
40代	103	20.0
50代	103	20.0
60代以上	103	20.0
合計	515	100.0

【調査の概要】

1. 調査対象：熊本県在住の20歳以上の女性
2. 調査期間：2016年11月18日～25日
3. 調査方法：調査会社登録モニターへのネット調査  
(調査会社：(株)マクロミル)
4. 有効回答：515人

## 1. 今後半年間の見通し

景気の見通しDIは前回調査を6.5p上回る▲30.3となった。年代別にみると、50代で前回は18.0p上回るなど、20代を除くすべての年代で景気の見通しが改善している（図表1）。

自由回答をみると、「震災、災害需要などお金が動くことが増えた」（40代会社員）、「東京オリンピックまでは公共事業が増えて景気が上向くだろう」（50代パート）という意見があり、震災復興事業やオリンピック準備などが景気にもたらす影響に期待しているようである。また、最近の円安株高を受け、企業業績の改善が進むことを期待する意見もみられた。

収入の見通しDIをみると、前回は6.3p上回る▲11.1となった。年代別にみると、30代、40代は10p以上前回は上回り、収入の見通しが改善している。なかでも30代は+6.8となり、最も明るい見通しとなった（図表2）。

自由回答をみると、「震災の影響で離職していたが新しい勤務先が決まった」、「時給が上がった」（30代パート）、「仕事場が人手不足でシフトにたくさん入ることになりそう」（20代パート）という意見がみられた。また、20代、30代の生活者には、「仕事を始めた」、「仕事が増えた」という意見が見受けられ、収入の見通しの改善につながったようだ。

図表1 景気の見通しDI

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

	今回 (2016.11)		前回 (2016.7)	前々回 (2015.11)
		前回比		
全体	▲ 30.3	6.5	▲ 36.8	▲ 34.6
20代	▲ 26.2	-2.2	▲ 24.0	▲ 30.0
30代	▲ 23.3	4.7	▲ 28.0	▲ 23.0
40代	▲ 30.1	6.9	▲ 37.0	▲ 32.0
50代	▲ 33.0	18.0	▲ 51.0	▲ 34.0
60代以上	▲ 38.8	6.1	▲ 44.9	▲ 54.6

図表2 収入の見通しDI

DI=「増えそう」-「減りそう」

	今回 (2016.11)		前回 (2016.7)	前々回 (2015.11)
		前回比		
全体	▲ 11.1	6.3	▲ 17.4	▲ 12.3
20代	3.9	4.9	▲ 1.0	8.0
30代	6.8	14.8	▲ 8.0	▲ 7.0
40代	▲ 6.8	15.2	▲ 22.0	▲ 13.0
50代	▲ 29.1	-1.1	▲ 28.0	▲ 19.0
60代以上	▲ 30.1	-0.9	▲ 29.2	▲ 30.9

暮らし向きの見通しDIは▲22.7となり、前回は4.7p上回った。年代別にみると、30代、50代、60代以上で前回は上回り、暮らし向きの見通しが改善している（図表3）。

自由回答をみると、「生活環境が良い方向に変わる」（20代専業主婦）、「転職して収入が増える予定」（40代会社員）、「体調が戻り、地震のストレスも軽減されていく」（50代会社員）という意見がみられた。暮らし向きの見通しには、生活環境の改善が影響しているようである。

今後支出を緩めるかどうかをみる支出意欲DIは▲49.1となり、前回は6.1p上回った。年代別にみると、20代は前回は22.3p、50代は12.3p上回り、支出意欲の改善がみられた。一方で、30代、40代は前回は下回り、支出の引き締め意向が強いようである（図表4）。

自由回答をみると、「年を取ったら好きなことをしたい」（50代パート）、「元気なうちに楽しみたい」、「高齢者になり少し贅沢な余生にしたい」（60代専業主婦）という意見があり、50代以上の生活者の中には、人生を楽しむためにお金を使いたいと考えている人も多いようである。また、「今しかできないことはしておきたい」、「自分磨きにお金をかけたい」（20代会社員）という意見も見受けられた。

図表3 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 (2016.7)	前々回 (2015.11)
	(2016.11)	前回比		
全 体	▲ 22.7	4.7	▲ 27.4	▲ 30.6
20 代	▲ 7.8	-4.8	▲ 3.0	▲ 17.0
30 代	▲ 11.7	13.3	▲ 25.0	▲ 20.0
40 代	▲ 32.0	0.0	▲ 32.0	▲ 35.0
50 代	▲ 34.0	8.0	▲ 42.0	▲ 40.0
60代以上	▲ 28.2	7.8	▲ 36.0	▲ 41.2

図表4 支出意欲DI

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

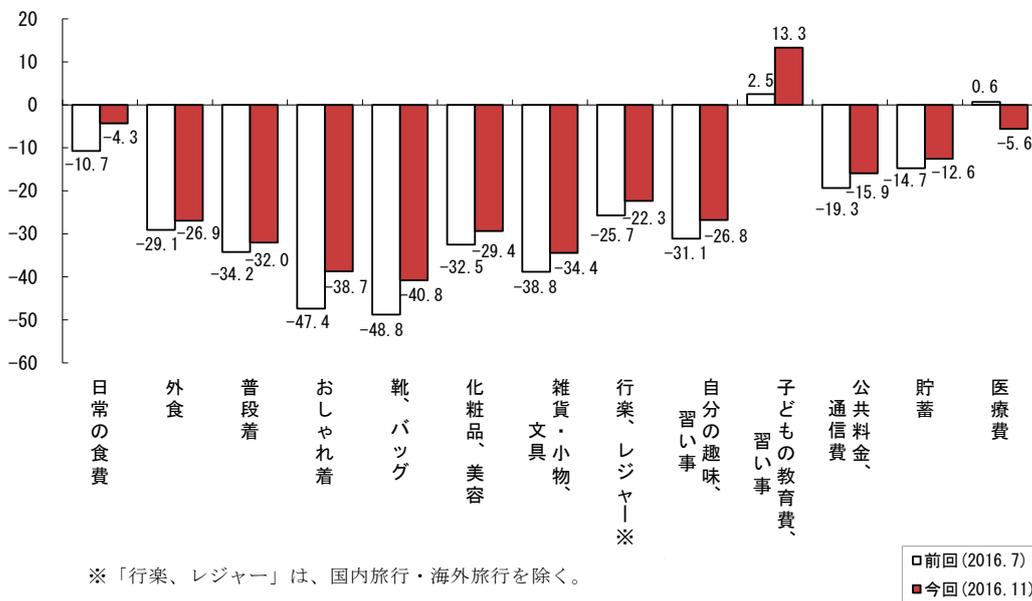
	今 回		前 回 (2016.7)	前々回 (2015.11)
	(2016.11)	前回比		
全 体	▲ 49.1	6.1	▲ 55.2	▲ 51.3
20 代	▲ 43.7	22.3	▲ 66.0	▲ 58.0
30 代	▲ 60.2	-3.2	▲ 57.0	▲ 55.0
40 代	▲ 59.2	-5.2	▲ 54.0	▲ 50.0
50 代	▲ 41.7	12.3	▲ 54.0	▲ 49.0
60代以上	▲ 40.8	3.0	▲ 43.8	▲ 44.3

## 2. 日常的な支出の見通し

日常的な支出の見通しDIをみると、医療費を除くすべての項目で前回は上回った。項目別にみると、「子どもの教育費、習い事」で前回は10.8p上回る+13.3となった。また、「おしゃれ着」で8.7p、「靴、バッグ」で8.0p上回るなど、前回調査で大幅に支出を引き締めた項目に改善がみられた。さらに、「日常の食費」は前回は6.4p上回る▲4.3となった。野菜の高騰などもあり、日常の食費への支出が増えると予想する生活者もいるようだ（図表5）。

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」)



## 3. 非日常的な支出の見通し

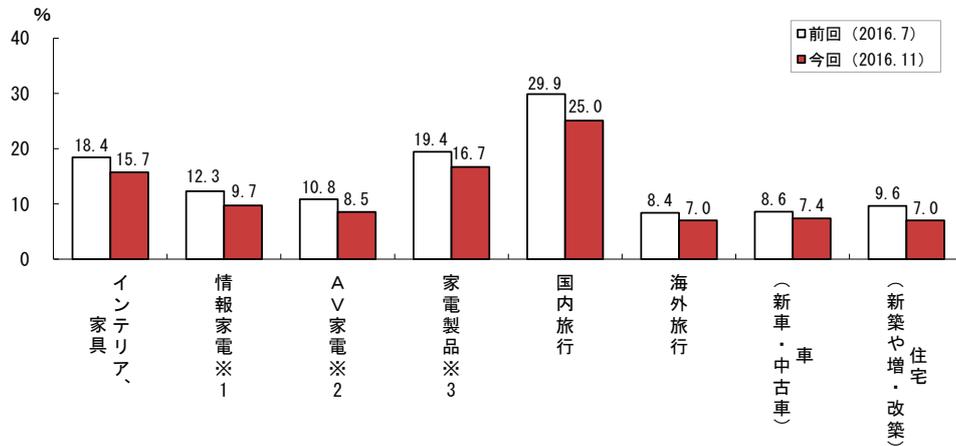
次に非日常的な支出の見通しをみると、すべての項目で前回は下回っている。

前回調査においては、熊本地震による買い替え需要もあり、多くの品目で支出見通しが高くなっていた。今回の結果をみると、「インテリア、家具」や「家電製品」はそれぞれ前回は2.7p下回り、その購入は落ち着いてきたようである。また、「住宅（新築や増・改築）」は前回は2.6p下回る7.0%だった。

非日常的な品目への支出については、熊本地震から半年以上が経過したこともあり、買い替えなどは一段落したと思われる（図表6）。

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。

#### 4. 熊本地震の影響

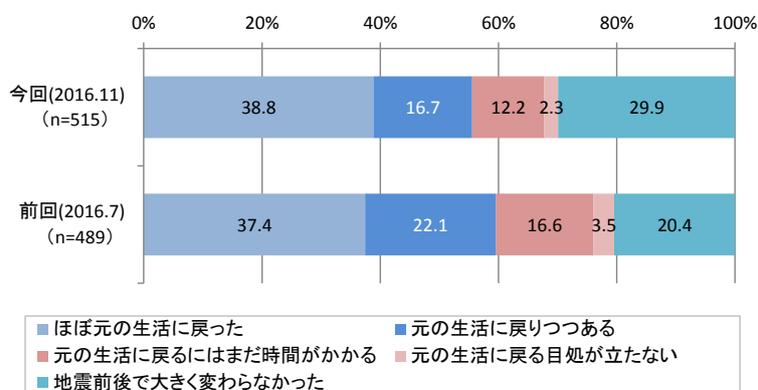
##### (1) 熊本地震前と比較した現在の生活環境

熊本地震前と比較した現在の生活環境をみると、「ほぼ元の生活に戻った」は前回は 1.4p 上回る 38.8%だった。また、「元の生活に戻るにはまだ時間がかかる」(12.2%)、「元の生活に戻る目処が立たない」(2.3%) はそれぞれ前回を下回り、「地震前後で大きく変わらなかった」は前回は 9.5p 上回る 29.9%だった (図表 7)。

自由回答をみると、「ほぼ元の生活に戻った」と回答した生活者では、「自宅の修繕が終わった」(30代公務員)、「震災前から利用していた店舗が再開した」(20代専業主婦) という意見がみられた。その一方で、「元の生活に戻る目処が立たない」と回答した生活者では、「家の建て替えの目処が立たない」(50代会社員)、「自宅の修繕がまだ手つかず」(50代パート) という意見も見受けられた。

地震から半年以上が経過し、自宅の片付けや修繕が終わったことや、大型商業施設の再開などにより、生活環境が改善している生活者もいると思われる。しかしながら、地震の被害が大きい生活者は、住宅の修繕や家屋解体、建て替えなど、住まいに関する問題を抱えており、生活環境の改善に時間がかかると考えているようである。

図表7 熊本地震前と比較した現在の生活環境



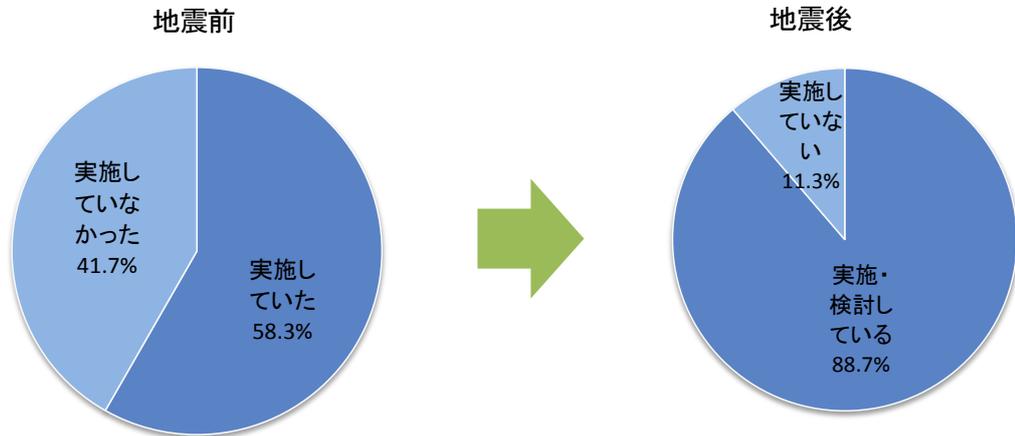
## (2) 地震に対する備え

地震への備えの実施状況をみると、「地震前から何らかの備えを実施していた」と回答した生活者は 58.3%であったが、地震後は 88.7%と 9 割近い生活者が実施済あるいは検討中と回答した（図表 8）。熊本地震が生活者の備えにどのような影響を与えたかを、実施タイミング別に「地震前から実施していたこと」、「地震後に実施したこと」、「調査実施時点で検討していること」に分けてみてみることにする。

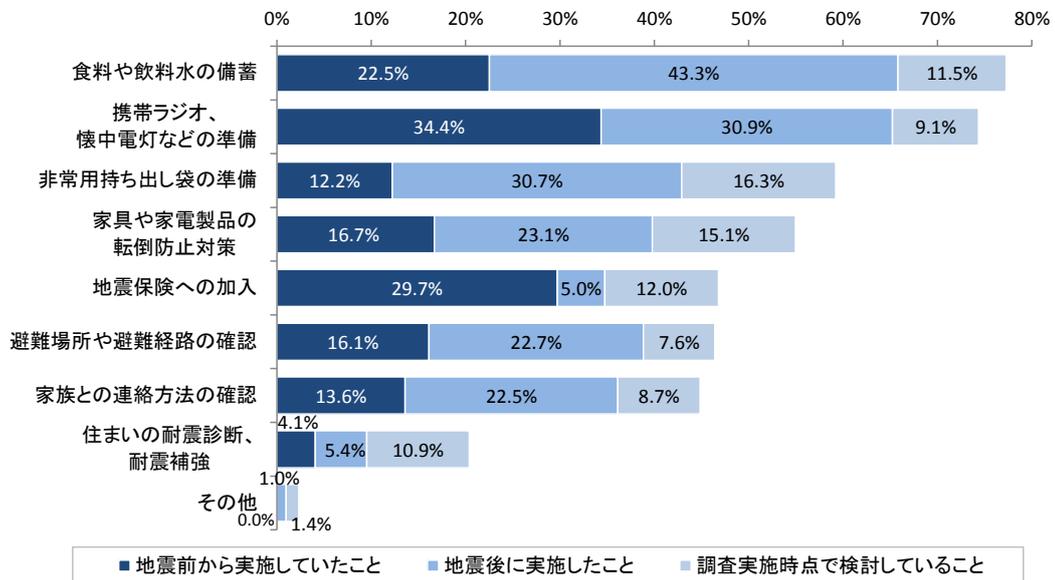
地震前は、上位から「携帯ラジオ、懐中電灯などの準備」（34.4%）、「地震保険への加入」（29.7%）、「食料や飲料水の備蓄」（22.5%）となっていた。しかし、地震後をみると、「非常用持出し袋の準備」は地震前に比べて地震前後の合計で 3.5 倍、「食料や飲料水の備蓄」で 2.9 倍に増加していることが目を引く。これは、熊本地震で被災し、ライフラインの途絶やスーパーをはじめとした小売店の休業、避難所での生活などを経験したことで、最低限必要な食料や飲料、防災グッズを備えることの必要性を実感した生活者が多かったためと推察される。

さらに、調査実施時点で検討中のものをみると、「地震保険への加入」、「住まいの耐震診断、耐震補強」の 2 項目は、地震後に実施したことを上回っており、備えが後手になっていることがわかる。これは、地震に備えて準備するものとしては、“災害時に直ちに必要なもの”が比較的簡単に手に入るのに対し、情報の不足や資金の確保に時間を要しているためと推察される（図表 9）。

図表8 地震への備えの実施状況



図表9 地震に備えて実施したこと(複数回答)



以上