

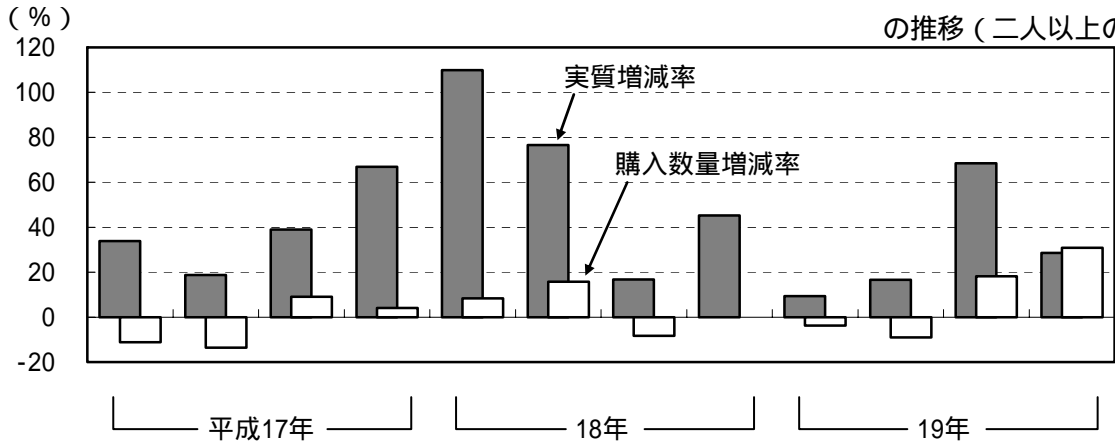
最近の家計消費の動向（二人以上の世帯）

1 耐久財の中の主な品目の動き

(1) テレビ

テレビは、薄型テレビの価格が下落したことや平成18年12月までにすべての都道府県庁所在地でデジタル放送が開始されたこともあり、19年以降も引き続き前年同期に比べ実質増加が続いており、特に7～9月期以降は購入数量が2期連続して増加となっている（図 - 1 - 1）。

図 - 1 - 1 テレビの四半期別支出金額の対前年同期実質増減率及び購入数量増減率の推移（二人以上の世帯）



| | 平成17年 | | | | 平成18年 | | | | 平成19年 | | | |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 実質増減率 (%) | 33.8 | 18.8 | 39.0 | 66.9 | 109.9 | 76.5 | 16.7 | 45.3 | 9.3 | 16.6 | 68.4 | 28.6 |
| 消費者物価指数変化率 (%) | -10.9 | -8.5 | -10.6 | -12.8 | -25.1 | -24.3 | -20.9 | -21.6 | -21.2 | -18.9 | -17.2 | -13.9 |
| 購入数量増減率 (%) | -11.1 | -13.6 | 9.1 | 4.0 | 8.3 | 15.8 | -8.3 | 0.0 | -3.8 | -9.1 | 18.2 | 30.8 |

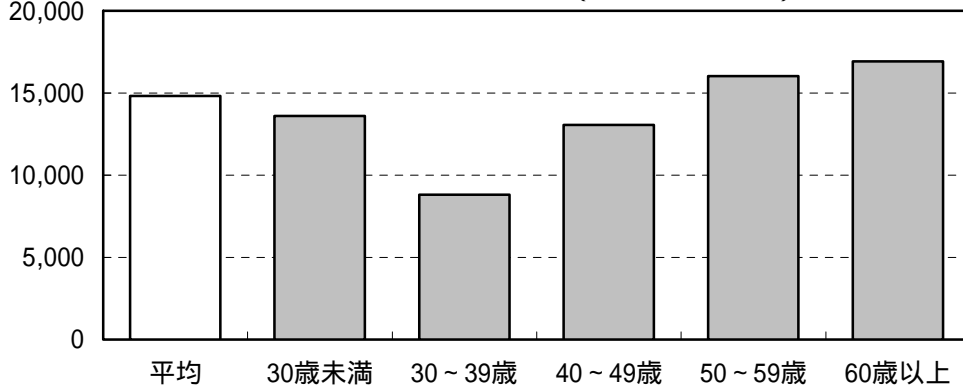
(注) 1. テレビの増減率の実質化には、消費者物価指数（平成17年はテレビ、18年以降はテレビ（ブラウン管）、テレビ（薄型）の加重平均）を用いた。

2. は1～3月期、 は4～6月期、 は7～9月期、 は7～9月期を表す。以下同様。

<参考> テレビの年齢階級別年間支出金額

テレビの平成19年の年間支出金額を世帯主の年齢階級別にみると、60歳以上の世帯で最も多くなっている。

図 テレビの年齢階級別年間支出金額（二人以上の世帯） - 平成19年 -

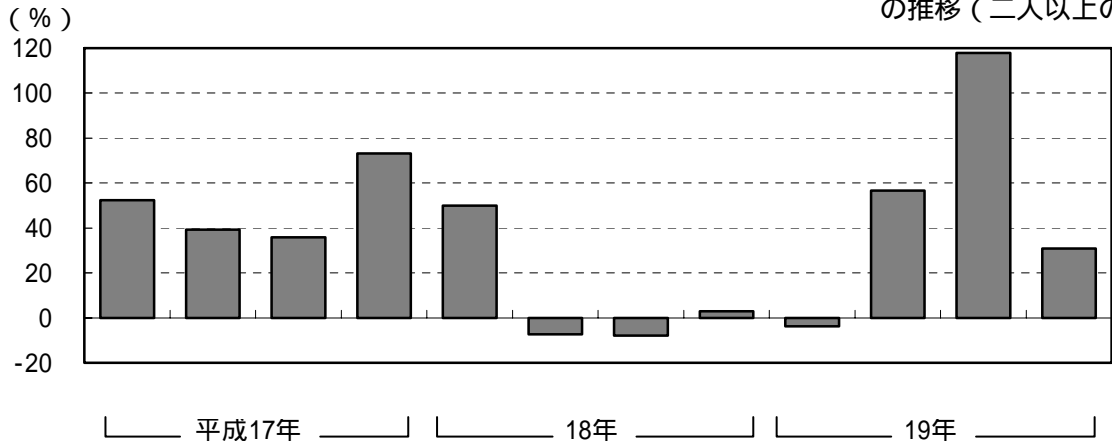


| | 平均 | 30歳未満 | 30～39歳 | 40～49歳 | 50～59歳 | 60歳以上 |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 年間支出金額 (円) | 14,806 | 13,606 | 8,802 | 13,058 | 16,024 | 16,912 |

(2) パーソナルコンピュータ

パーソナルコンピュータは、平成19年1月に最も普及している基本ソフトの新バージョンが約5年2か月ぶりに発売されることとなっていたため、18年4～6月期以降買い控えの傾向がみられた。当該ソフトが発売された平成19年1～3月期は実質減少となったが、4～6月期以降は3期連続して実質増加となっている（図 - 1 - 2）

図 - 1 - 2 パーソナルコンピュータの四半期別支出金額の対前年同期実質増減率の推移（二人以上の世帯）



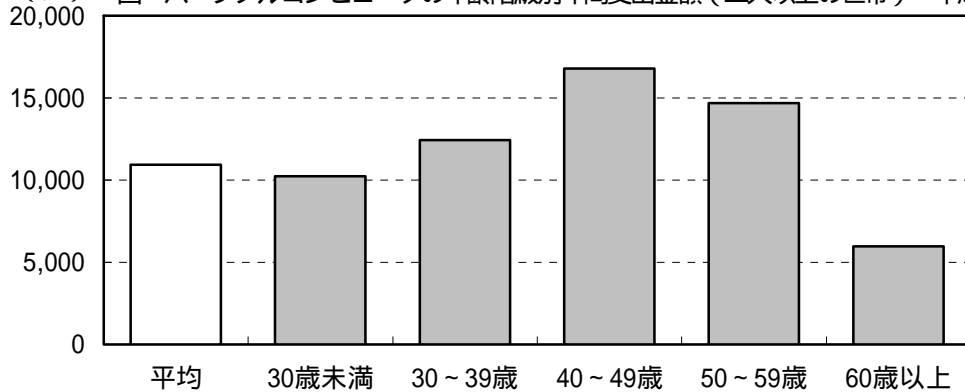
| | 平成17年 | | | | 平成18年 | | | | 平成19年 | | | |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 実 質 増 減 率 (%) | 52.3 | 39.2 | 35.9 | 73.1 | 49.9 | -7.3 | -7.9 | 2.9 | -3.8 | 56.6 | 117.9 | 30.8 |
| 消費者物価指数変化率 (%) | -27.9 | -30.8 | -27.6 | -30.8 | -23.4 | -19.4 | -22.3 | -19.7 | -20.9 | -25.4 | -23.9 | -22.7 |

(注) パーソナルコンピュータの増減率の実質化には、消費者物価指数（パソコン（デスクトップ型）、パソコン（ノート型）、パソコン用プリンタの加重平均）を用いた。

<参考> パーソナルコンピュータの年齢階級別年間支出金額

パーソナルコンピュータの平成19年の年間支出金額を世帯主の年齢階級別にみると、40～49歳の世帯で最も多くなっている。

（円） 図 パーソナルコンピュータの年齢階級別年間支出金額（二人以上の世帯） - 平成19年 -

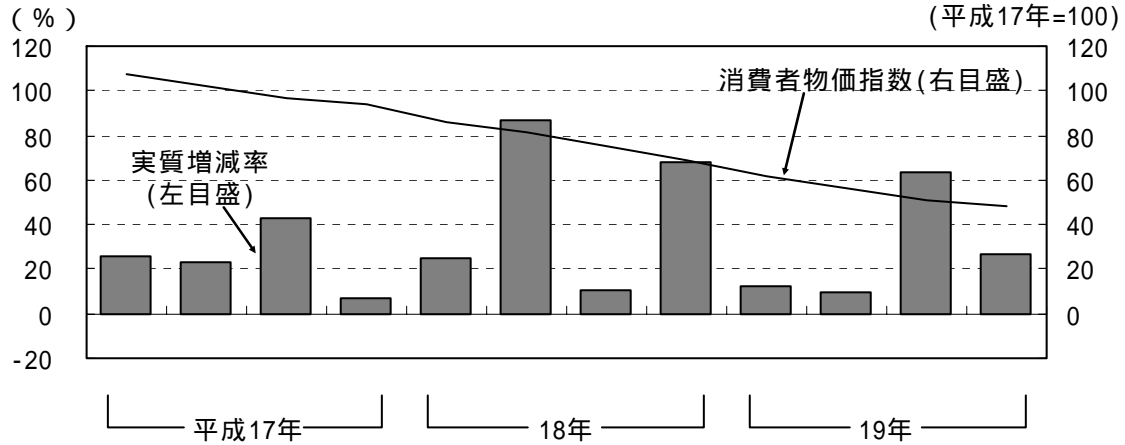


| | 平均 | 30歳未満 | 30～39歳 | 40～49歳 | 50～59歳 | 60歳以上 |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 年 間 支 出 金 額 (円) | 10,926 | 10,225 | 12,433 | 16,786 | 14,672 | 5,957 |

(3) カメラ

カメラは、笑顔を自動検出する機能付きの新製品が発売されたこともあり、平成19年以降も引き続き実質増加となっている（図 - 1 - 3）

図 - 1 - 3 カメラの四半期別支出金額の対前年同期実質増減率の推移
（二人以上の世帯）



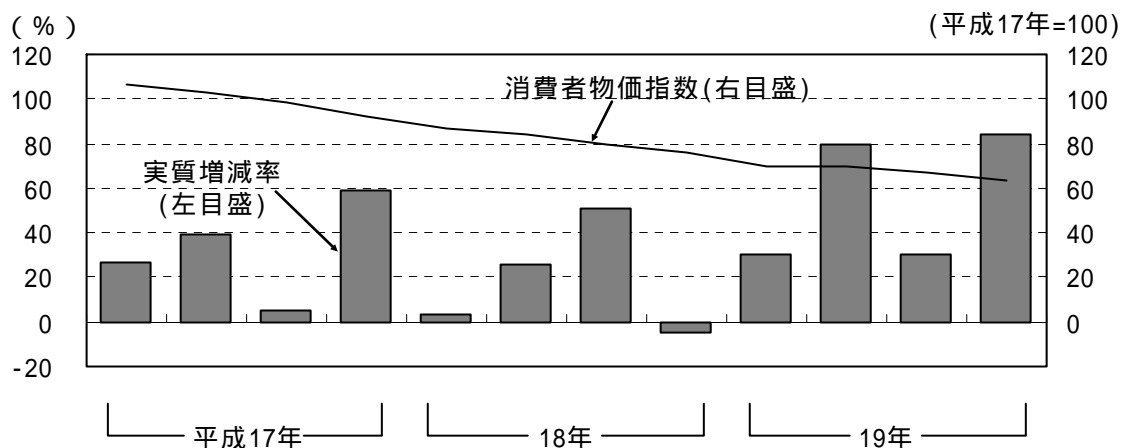
| | 平成17年 | | | | 平成18年 | | | | 平成19年 | | | |
|---------------|-------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 実質増減率(%) | 26.2 | 23.5 | 42.5 | 6.6 | 25.3 | 86.7 | 10.2 | 67.7 | 12.7 | 10.0 | 63.7 | 27.0 |
| 消費者物価指数変化率(%) | -10.7 | -11.8 | -9.7 | -9.3 | -19.5 | -20.3 | -22.2 | -26.1 | -28.9 | -31.0 | -32.5 | -30.3 |

（注）カメラの増減率の実質化には、消費者物価指数（カメラ）を用いた。

(4) ビデオカメラ

ビデオカメラは、新たな記録媒体による機種が普及したことやフルハイビジョン対応の新製品が発売されたこともあり、平成19年1～3月期以降は4期連続の実質増加となっている（図 - 1 - 4）

図 - 1 - 4 ビデオカメラの四半期別支出金額の対前年同期実質増減率の推移
（二人以上の世帯）



| | 平成17年 | | | | 平成18年 | | | | 平成19年 | | | |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 実質増減率(%) | 26.3 | 39.1 | 5.5 | 59.2 | 3.6 | 26.0 | 50.9 | -4.4 | 30.6 | 79.6 | 30.4 | 83.7 |
| 消費者物価指数変化率(%) | -17.1 | -19.5 | -19.5 | -20.6 | -18.5 | -17.8 | -19.5 | -17.7 | -19.4 | -17.1 | -15.7 | -16.1 |

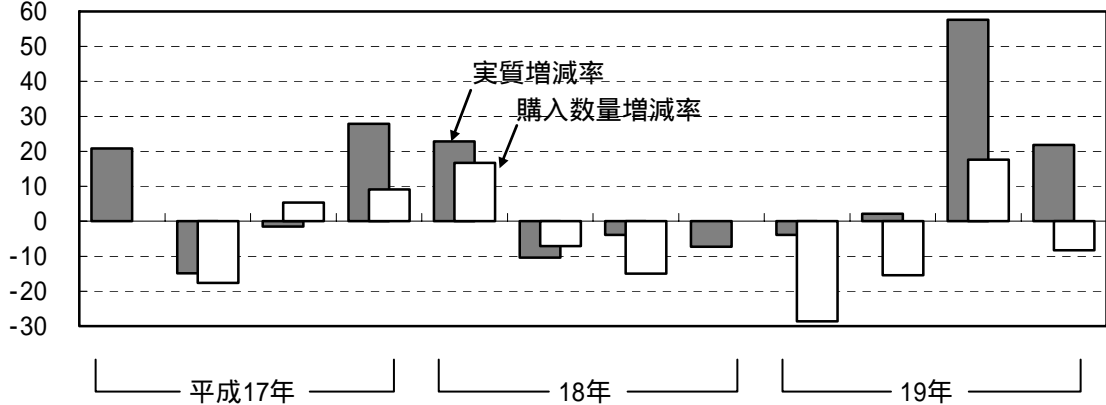
（注）ビデオカメラの増減率の実質化には、消費者物価指数（ビデオカメラ）を用いた。

(5) 電気冷蔵庫

電気冷蔵庫は、平成19年7～9月期に実質57.6%の増加となった。これは、平成19年7～9月期に猛暑及び記録的な残暑の影響で購入量が増えたことに加え、より高品質(大容量、高性能)な機種を購入が増えたことによるとみられる(図 - 1 - 5)

(注) 実質増減率の変化は、購入数量の変化と購入した商品の品質の変化に区分できる。実質増減率が購入数量の変化率を上回った場合、その差分は購入した商品の品質向上分ととらえることができる。

図 - 1 - 5 電気冷蔵庫の四半期別支出金額の対前年同期実質増減率及び購入数量増減率の推移(二人以上の世帯)



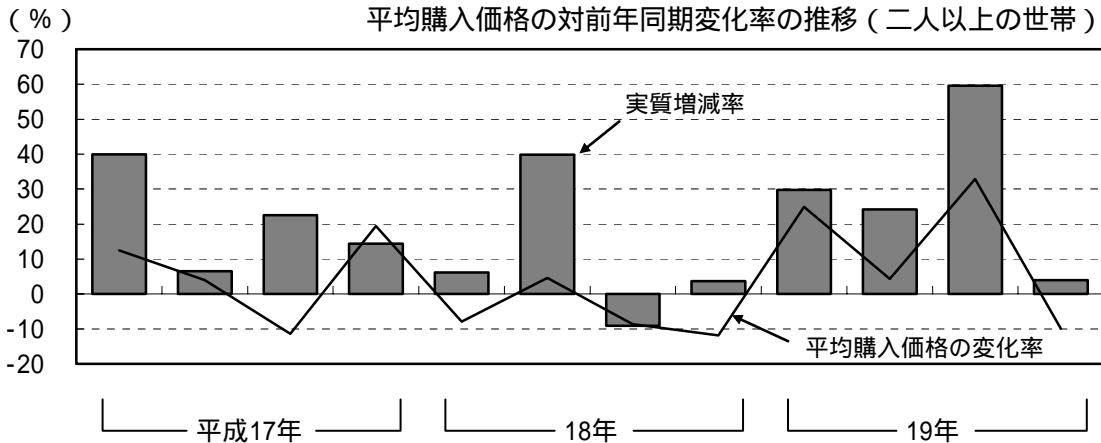
| | 平成17年 | | | | 平成18年 | | | | 平成19年 | | | |
|---------------|-------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 実質増減率(%) | 20.8 | -14.9 | -1.5 | 27.9 | 22.8 | -10.4 | -3.9 | -7.3 | -3.9 | 2.1 | 57.6 | 21.8 |
| 消費者物価指数変化率(%) | -12.9 | -9.8 | -8.1 | -7.8 | -10.6 | -11.7 | -12.9 | -12.9 | -12.6 | -12.9 | -12.9 | -10.6 |
| 購入数量増減率(%) | 0.0 | -17.6 | 5.3 | 9.1 | 16.7 | -7.1 | -15.0 | 0.0 | -28.6 | -15.4 | 17.6 | -8.3 |

(注) 電気冷蔵庫の増減率の実質化には、消費者物価指数(電気冷蔵庫)を用いた。

(6) 電子レンジ

電子レンジは、遠赤外線や水蒸気を利用した新製品が発売されたこともあり、平成18年10～12月期以降は5期連続して実質増加となっている。平均購入価格をみると、平成19年1～3月期以降は3期連続して前年同期に比べ上昇していた(図 - 1 - 6)

図 - 1 - 6 電子レンジの四半期別支出金額の対前年同期実質増減率及び平均購入価格の対前年同期変化率の推移(二人以上の世帯)



| | 平成17年 | | | | 平成18年 | | | | 平成19年 | | | |
|---------------|-------|------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|
| 実質増減率(%) | 39.9 | 6.5 | 22.5 | 14.4 | 6.2 | 39.8 | -9.1 | 3.7 | 29.8 | 24.2 | 59.6 | 4.0 |
| 消費者物価指数変化率(%) | -1.6 | -3.1 | -3.0 | -6.2 | -15.1 | -13.1 | -10.8 | -7.7 | -7.7 | -7.9 | -6.0 | -9.4 |
| 平均購入価格の変化率(%) | 12.5 | 4.0 | -11.4 | 19.4 | -7.9 | 4.6 | -8.7 | -11.9 | 24.9 | 4.3 | 32.9 | -9.9 |

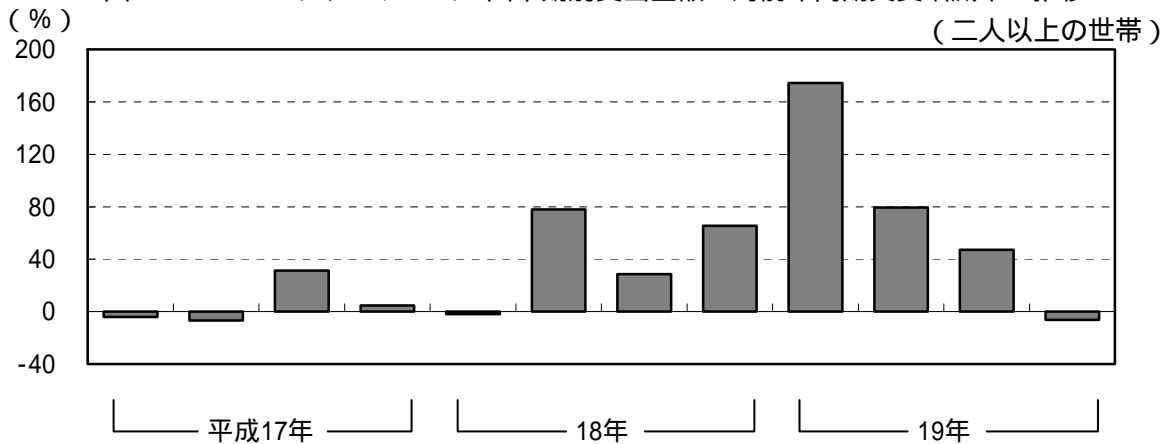
(注) 電子レンジの増減率の実質化には、消費者物価指数(電子レンジ)を用いた。

2 その他注目された品目の動き

(1) テレビゲーム

テレビゲームは、平成18年11月から12月にかけて据え置き型の新製品が発売されたこともあり、19年1～3月期は実質174.3%の増加となった。平成19年4～6月期、7～9月期も実質増加となったが、増加率は共に前期に比べ低下し、10～12月期は実質減少となった（図 - 2 - 1）。

図 - 2 - 1 テレビゲームの四半期別支出金額の対前年同期実質増減率の推移



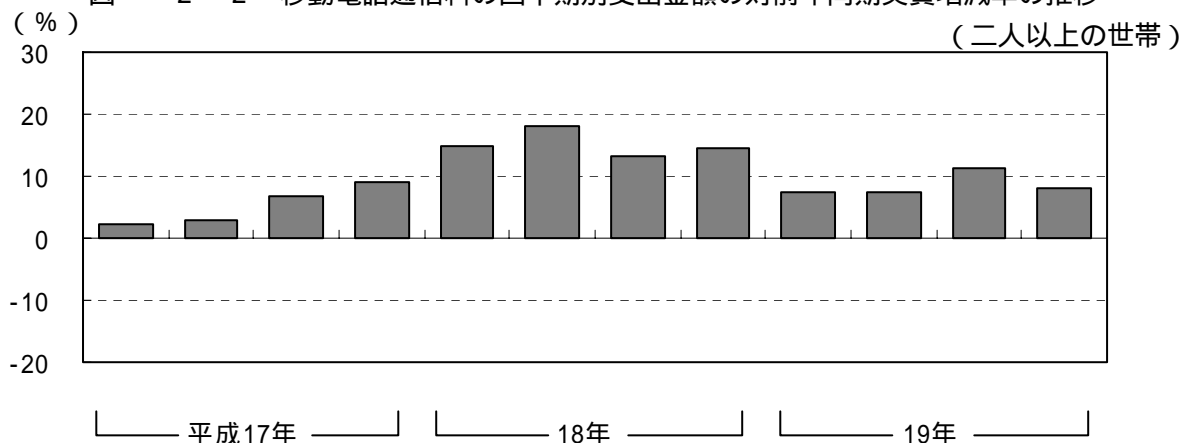
| | 平成17年 | | | | 平成18年 | | | | 平成19年 | | | |
|---------------|-------|------|------|------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 実質増減率(%) | -4.2 | -6.7 | 31.2 | 4.8 | -0.7 | 78.0 | 28.7 | 65.4 | 174.3 | 79.5 | 47.2 | -6.2 |
| 消費者物価指数変化率(%) | -7.2 | -6.6 | -6.7 | -2.7 | -0.7 | -0.7 | -2.6 | -17.7 | -18.2 | -18.2 | -16.3 | -1.1 |

(注) テレビゲームの増減率の実質化には、消費者物価指数(テレビゲーム)を用いた。

(2) 携帯電話通信料

携帯電話通信料は、平成18年1～3月期以降は4期連続して10%以上の実質増加となった。平成19年1～3月期以降、増加率はやや低下したが、引き続き実質増加となっている（図 - 2 - 2）。

図 - 2 - 2 携帯電話通信料の四半期別支出金額の対前年同期実質増減率の推移



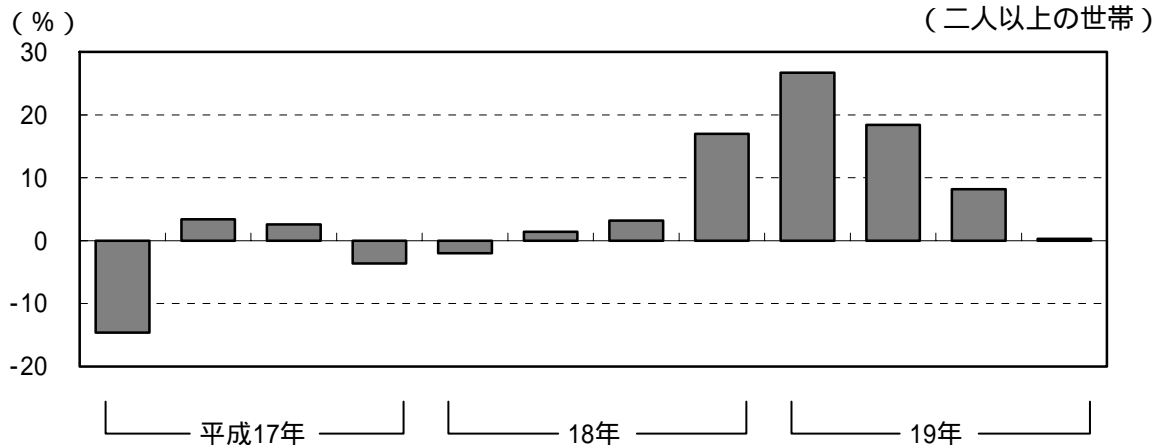
| | 平成17年 | | | | 平成18年 | | | | 平成19年 | | | |
|---------------|-------|-----|-----|------|-------|------|------|------|-------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 実質増減率(%) | 2.1 | 3.0 | 6.7 | 9.1 | 14.7 | 18.2 | 13.2 | 14.6 | 7.4 | 7.4 | 11.3 | 8.0 |
| 消費者物価指数変化率(%) | 0.0 | 0.0 | 0.0 | -0.3 | -7.3 | -6.8 | -6.6 | -2.5 | -2.2 | -4.1 | -4.1 | -4.0 |

(注) 携帯電話通信料の増減率の実質化には、消費者物価指数(携帯電話通信料)を用いた。

(3) ペットフード

ペットフードは、近年のペットブームに伴い、平成18年4～6月期以降は実質増加が続き、19年1～3月期は実質26.7%の増加となった。平成19年4～6月期以降も実質増加となっているが、増加率は3期連続して前期に比べ低下している（図 - 2 - 3）。

図 - 2 - 3 ペットフードの四半期別支出金額の対前年同期実質増減率の推移



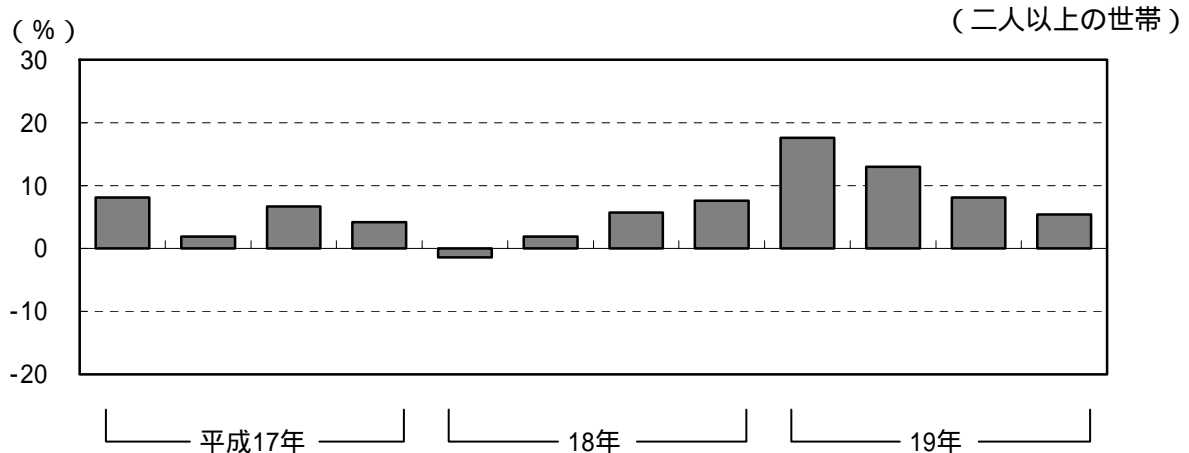
| | 平成17年 | | | | 平成18年 | | | | 平成19年 | | | |
|----------------|-------|------|------|------|-------|-----|-----|------|-------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 実 質 増 減 率 (%) | -14.6 | 3.4 | 2.6 | -3.6 | -2.0 | 1.4 | 3.2 | 17.0 | 26.7 | 18.4 | 8.2 | 0.3 |
| 消費者物価指数変化率 (%) | -0.4 | -1.3 | -1.0 | 0.6 | 3.0 | 4.4 | 3.8 | 0.3 | -0.7 | -4.4 | -4.7 | -3.3 |

(注) ペットフードの増減率の実質化には、消費者物価指数（ペットフード（ドッグフード）、ペットフード（キャットフード）の加重平均）を用いた。

(4) 非貯蓄型保険料

非貯蓄型保険料は、様々なタイプの掛け捨て型医療保険が販売されたこともあり、平成18年4～6月期以降は名目増加が続き、19年1～3月期は名目17.6%の増加となった。平成19年4～6月期以降も実質増加となっているが、増加率は3期連続して前期に比べ低下している（図 - 2 - 4）。

図 - 2 - 4 非貯蓄型保険料の四半期別支出金額の対前年同期名目増減率の推移

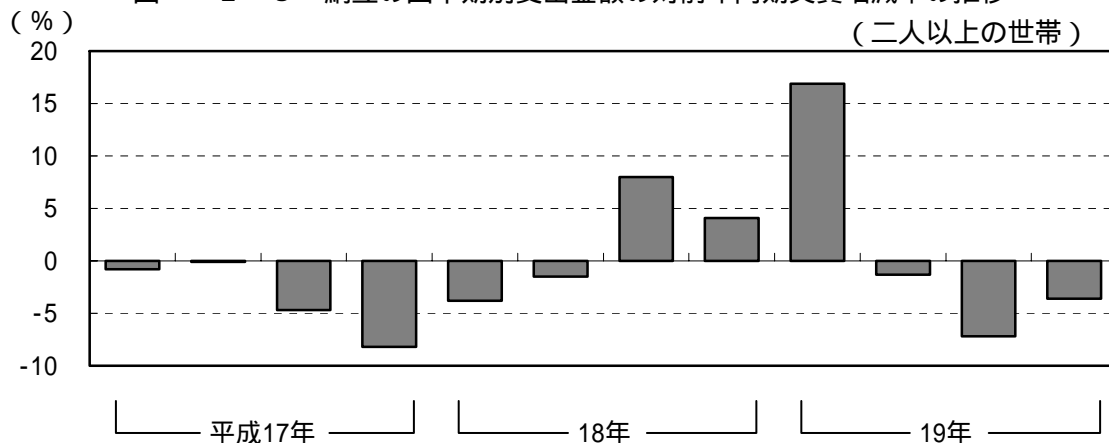


| | 平成17年 | | | | 平成18年 | | | | 平成19年 | | | |
|---------------|-------|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|-------|------|-----|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 名 目 増 減 率 (%) | 8.1 | 1.9 | 6.7 | 4.2 | -1.4 | 1.9 | 5.7 | 7.6 | 17.6 | 13.0 | 8.1 | 5.4 |

(5) 納豆

納豆は、平成19年1～3月期は実質16.9%の大幅な増加となった。これは、平成19年1月に放送された納豆に関するテレビ番組によるものである。納豆の日別支出金額をみると、この番組の放送があった1月7日は10円であったが、翌日には19円に跳ね上がり、その後も高い水準で推移した。しかし、1月20日に番組内容のねつ造が発覚した後は減少し、2月の平均日別支出金額は12円、3月は11円と前年の水準(平成18年平均は11円)に戻っている(図 - 2 - 5, 図 - 2 - 6)。

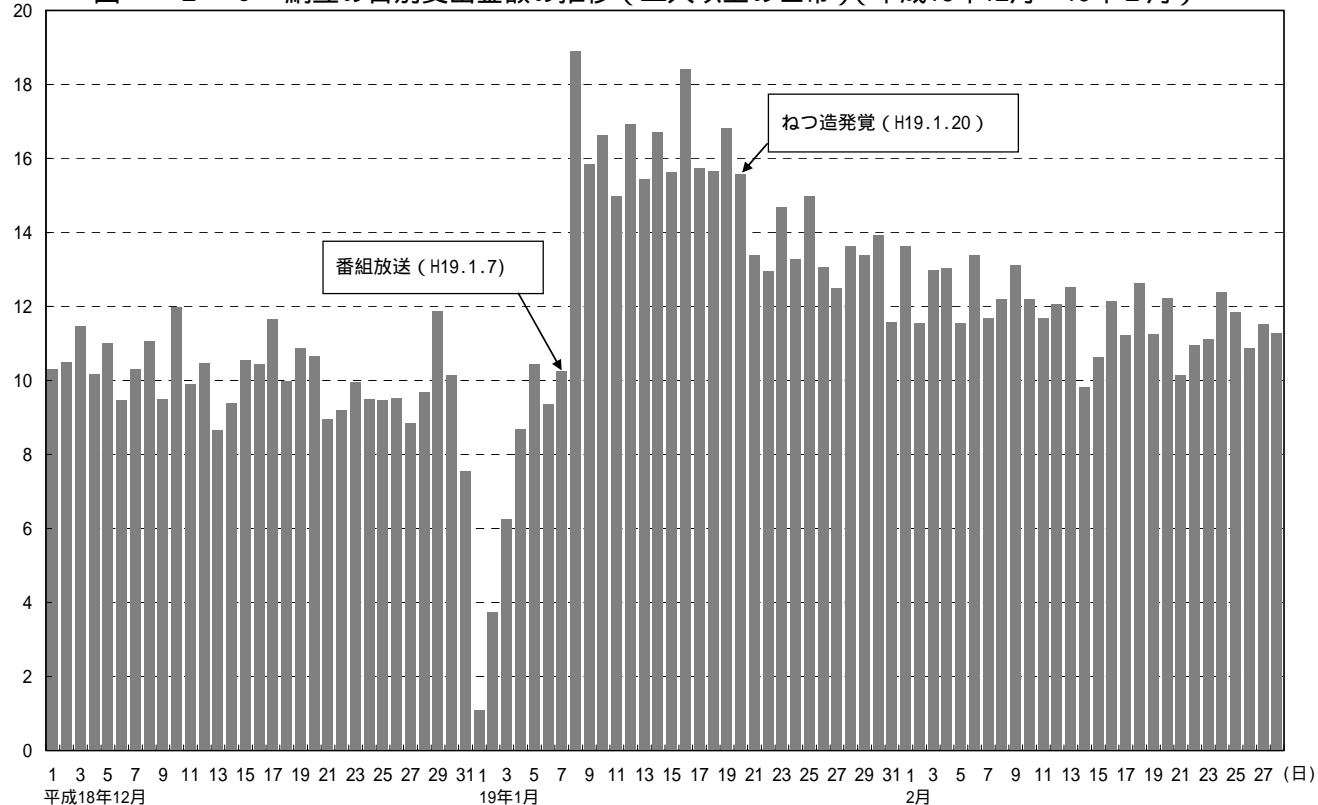
図 - 2 - 5 納豆の四半期別支出金額の対前年同期実質増減率の推移



| | 平成17年 | | | | 平成18年 | | | | 平成19年 | | | |
|---------------|-------|------|------|------|-------|------|------|------|-------|------|------|------|
| 実質増減率(%) | -0.8 | -0.1 | -4.7 | -8.2 | -3.8 | -1.5 | 8.0 | 4.1 | 16.9 | -1.3 | -7.2 | -3.6 |
| 消費者物価指数変化率(%) | -1.6 | -0.9 | -1.0 | -2.6 | -3.0 | -3.0 | -2.0 | -0.4 | -0.3 | -1.6 | -1.7 | -2.8 |

(注) 納豆の増減率の実質化には、消費者物価指数(納豆)を用いた。

図 - 2 - 6 納豆の日別支出金額の推移(二人以上の世帯)(平成18年12月～19年2月)



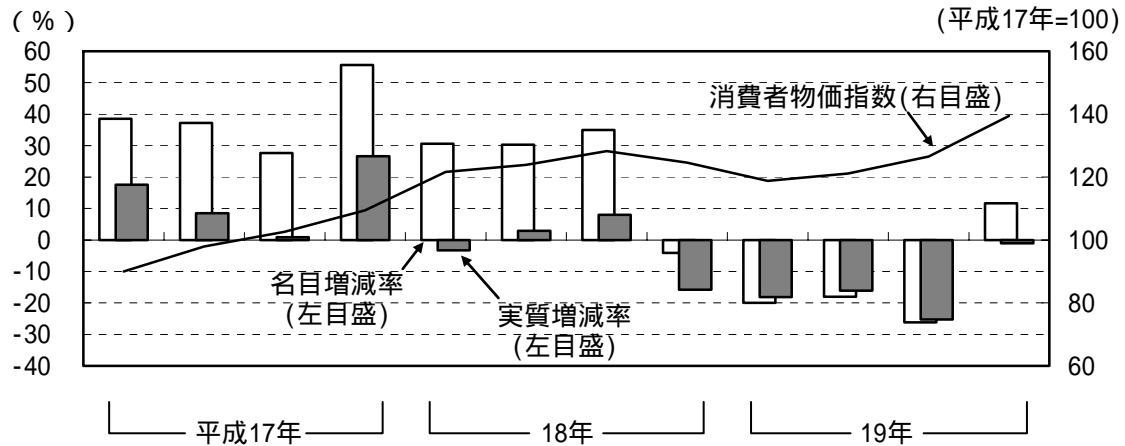
3 原油関連品目の動き

(1) 灯油

灯油は、平成18年12月から19年2月までの記録的な暖冬の影響に加え、価格が高騰したこともあり、18年10～12月期以降は5期連続して実質減少となっている。しかし、平成19年10～12月期は名目では増加となった(図 - 3 - 1)。

図 - 3 - 1 灯油の四半期別支出金額の対前年同期増減率の推移

(二人以上の世帯)



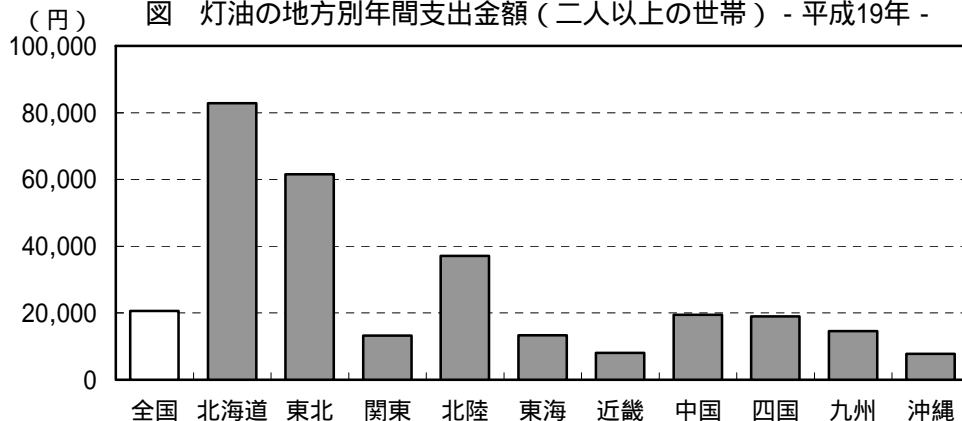
| | 平成17年 | | | | 平成18年 | | | | 平成19年 | | | |
|---------------|-------|------|------|------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 名目増減率(%) | 38.5 | 37.2 | 27.6 | 55.6 | 30.6 | 30.3 | 35.0 | -4.1 | -20.0 | -18.0 | -26.2 | 11.7 |
| 実質増減率(%) | 17.6 | 8.5 | 0.9 | 26.6 | -3.3 | 2.9 | 8.0 | -15.8 | -18.1 | -16.1 | -25.2 | -0.3 |
| 消費者物価指数変化率(%) | 17.8 | 26.5 | 26.5 | 22.9 | 35.1 | 26.6 | 25.0 | 13.9 | -2.3 | -2.3 | -1.4 | 12.0 |

(注) 灯油の増減率の実質化には、消費者物価指数(灯油)を用いた。

<参考> 灯油の地方別年間支出金額

灯油の平成19年の年間支出金額について地方別にみると、北海道が最も多く、次いで東北、北陸などとなっており、沖縄が最も少なくなっている。全国平均の支出金額と比べると、北海道は4.0倍、東北は3.0倍、北陸は1.8倍となっている。

図 灯油の地方別年間支出金額(二人以上の世帯) - 平成19年 -



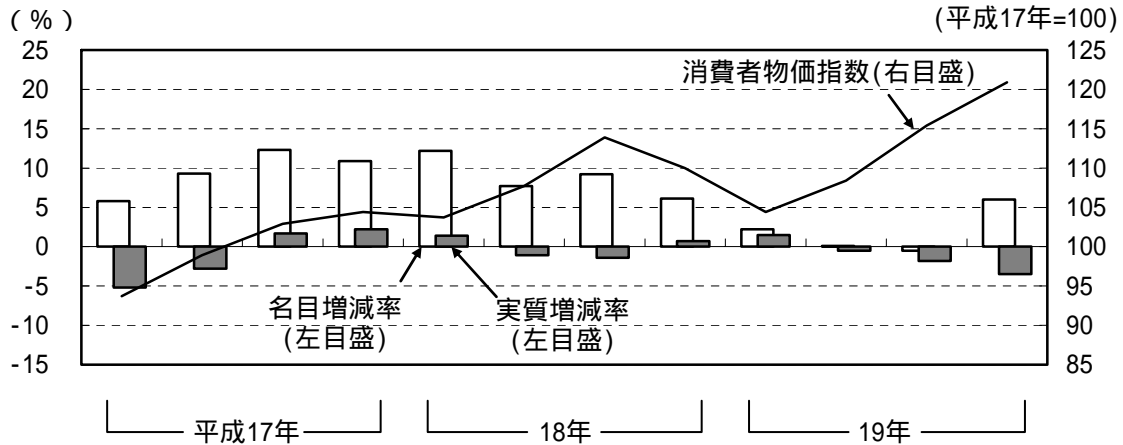
| | 全国 | 北海道 | 東北 | 関東 | 北陸 | 東海 | 近畿 | 中国 | 四国 | 九州 | 沖縄 |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|-------|
| 年間支出金額(円) | 20,652 | 82,864 | 61,558 | 13,258 | 37,146 | 13,304 | 8,017 | 19,443 | 18,952 | 14,537 | 7,793 |
| 全国平均に対する倍率 | 1.0 | 4.0 | 3.0 | 0.6 | 1.8 | 0.6 | 0.4 | 0.9 | 0.9 | 0.7 | 0.4 |

(2) ガソリン

ガソリンは、平成18年10～12月期、19年1～3月期は、価格が下落したこともあり実質増加となった。平成19年4～6月期以降は価格が高騰したこともあり、3期連続の実質減少となっているが、10～12月期は名目では増加となった（図 - 3 - 2）。

図 - 3 - 2 ガソリンの四半期別支出金額の対前年同期増減率の推移

（二人以上の世帯）



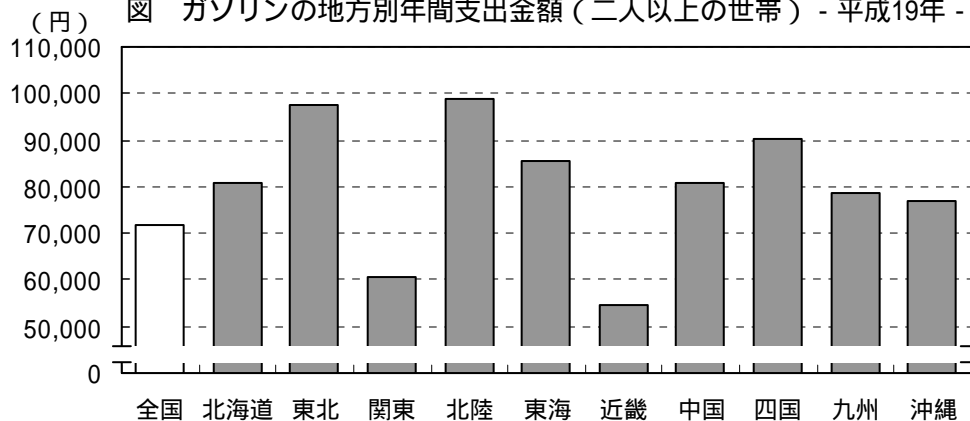
| | 平成17年 | | | | 平成18年 | | | | 平成19年 | | | |
|---------------|-------|------|------|------|-------|------|------|-----|-------|------|------|------|
| 名目増減率(%) | 5.8 | 9.3 | 12.3 | 10.9 | 12.2 | 7.7 | 9.2 | 6.1 | 2.2 | 0.1 | -0.5 | 6.0 |
| 実質増減率(%) | -5.2 | -2.8 | 1.7 | 2.2 | 1.4 | -1.1 | -1.4 | 0.7 | 1.5 | -0.5 | -1.8 | -3.5 |
| 消費者物価指数変化率(%) | 11.6 | 12.5 | 10.4 | 8.5 | 10.7 | 8.9 | 10.7 | 5.4 | 0.7 | 0.6 | 1.3 | 9.9 |

（注） ガソリンの増減率の実質化には、消費者物価指数（平成17年はガソリン（レギュラー）、ガソリン（プレミアム）の加重平均、18年以降はガソリン）を用いた。

<参考> ガソリンの地方別年間支出金額

ガソリンの平成19年の年間支出金額について地方別にみると、北陸が最も多く、次いで東北、四国などとなっており、近畿が最も少なくなっている。全国平均の支出金額と比べると、北陸及び東北は共に1.4倍、四国は1.3倍となっている。

図 ガソリンの地方別年間支出金額（二人以上の世帯） - 平成19年 -

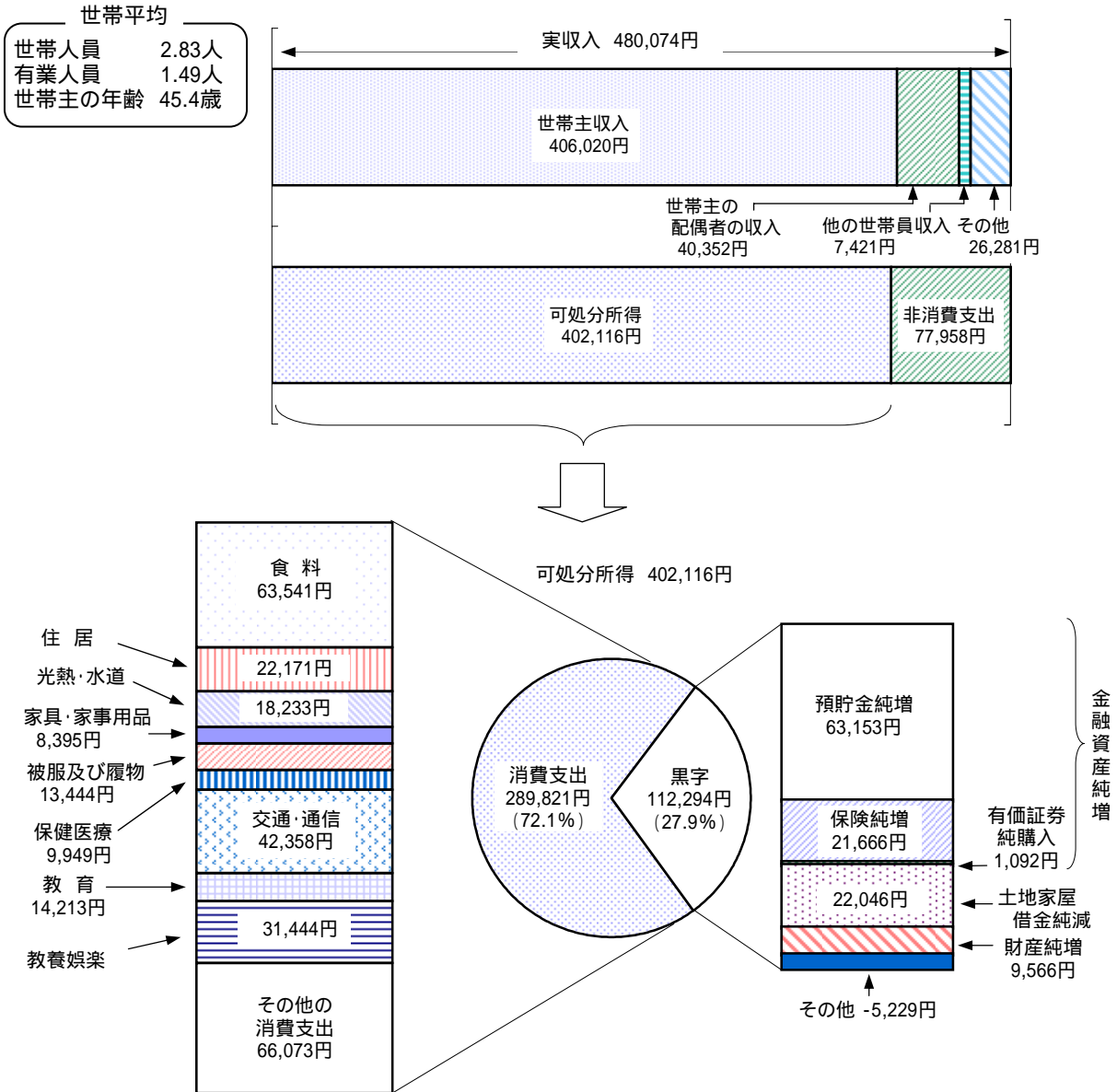


| | 全国 | 北海道 | 東北 | 関東 | 北陸 | 東海 | 近畿 | 中国 | 四国 | 九州 | 沖縄 |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 年間支出金額(円) | 71,988 | 80,928 | 97,491 | 60,571 | 98,973 | 85,342 | 54,575 | 80,957 | 90,227 | 78,638 | 76,728 |
| 全国平均に対する倍率 | 1.0 | 1.1 | 1.4 | 0.8 | 1.4 | 1.2 | 0.8 | 1.1 | 1.3 | 1.1 | 1.1 |

<参考> 平成19年の家計収支の状況

1世帯当たり1か月平均の消費支出は29万円

図 家計収支の状況（総世帯のうち勤労者世帯） - 平成19年 -



- (注) 1. 実収入のうちその他とは、実収入から世帯主収入、世帯主の配偶者の収入及び他の世帯員収入を除いたものである。例えば、事業・内職収入などがある。
2. 黒字とは、可処分所得から消費支出を差し引いた額である。
3. 消費支出の()内は、平均消費性向(可処分所得に対する消費支出の割合)を、黒字の()内は、黒字率(可処分所得に対する黒字の割合)を示している。
4. 金融資産純増とは、預貯金純増、保険純増及び有価証券純購入を合わせたものである。
5. 預貯金純増とは、銀行などの金融機関への預貯金から預貯金の引出金を差し引いた額である。
6. 保険純増とは、貯蓄的要素のある保険掛金から保険の取金を差し引いた額である。
7. 有価証券純購入とは、株式、債券などの有価証券の購入金(有価証券購入)から有価証券の売却金(有価証券売却)を差し引いた額である。
8. 土地家屋借金純減とは、土地や住宅などの購入に係る借入金返済額(土地家屋借金返済)から借入額(土地家屋借入金)を差し引いた額である。なお、土地家屋借入金返済額には、支払い利子が含まれている。
9. 財産純増とは、土地、家屋など不動産の購入金(財産購入)から不動産の売却金(財産売却)を差し引いた額である。
10. 黒字の中のその他とは、黒字から金融資産純増、土地家屋借金純減及び財産純増を除いたものである。例えば、分割払購入借入金純減、一括払購入借入金純減などがある。計数のマイナス符号はこれら借入金の純増を示す。