

家計調査 平成18年7～9月期平均結果の概況

- 家計収支編(二人以上の世帯) -

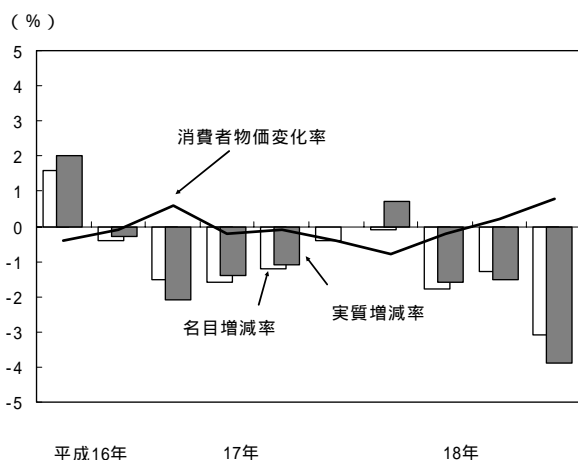
家計収支の概要

1 消費支出は3期連続の実質減少

平成18年7～9月期の全国・全世帯(農林漁家世帯を含む、平均世帯人員3.16人、世帯主の平均年齢55.0歳)の消費支出は、1世帯当たり1か月平均285,870円で、前年同期に比べ名目3.1%の減少、実質3.9%の減少となった。

最近の消費支出の動きをみると、平成18年1～3月期(前年同期比実質 - 1.6%)、4～6月期(同 - 1.5%)、7～9月期(同 - 3.9%)と3期連続で減少しており、7～9月期は減少幅が拡大している(図1)。

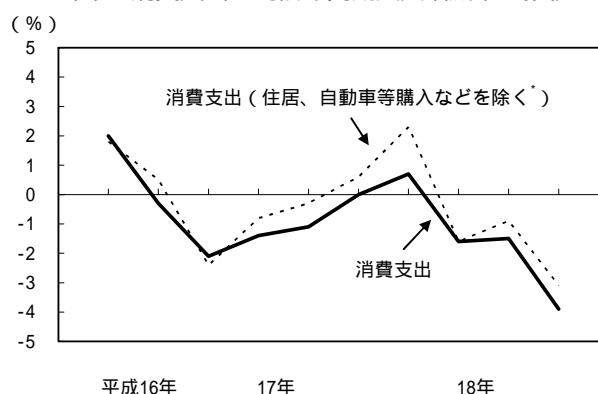
図1 消費支出の対前年同期増減率の推移



(注) は1～3月期, は4～6月期, は7～9月期, は10～12月期を表す。以下同じ。

住居、自動車等購入、贈与金及び仕送り金の4項目を除いた消費支出^{注1}についてみると、7～9月期は前年同期に比べ実質3.1%の減少となっている(図2)。

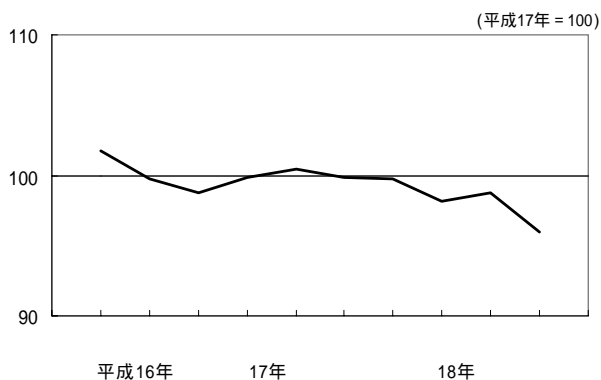
図2 消費支出の対前年同期実質増減率の推移



*: 「住居」及び「自動車等購入」のほか、「贈与金」及び「仕送り金」を除く。

さらに季節調整済実質指数で消費支出の足元の動きをみると、平成18年4～6月期は前期に比べ実質0.6%増加したが、7～9月期は2.8%の減少となった(図3)。

図3 消費支出(季節調整済実質指数)の推移



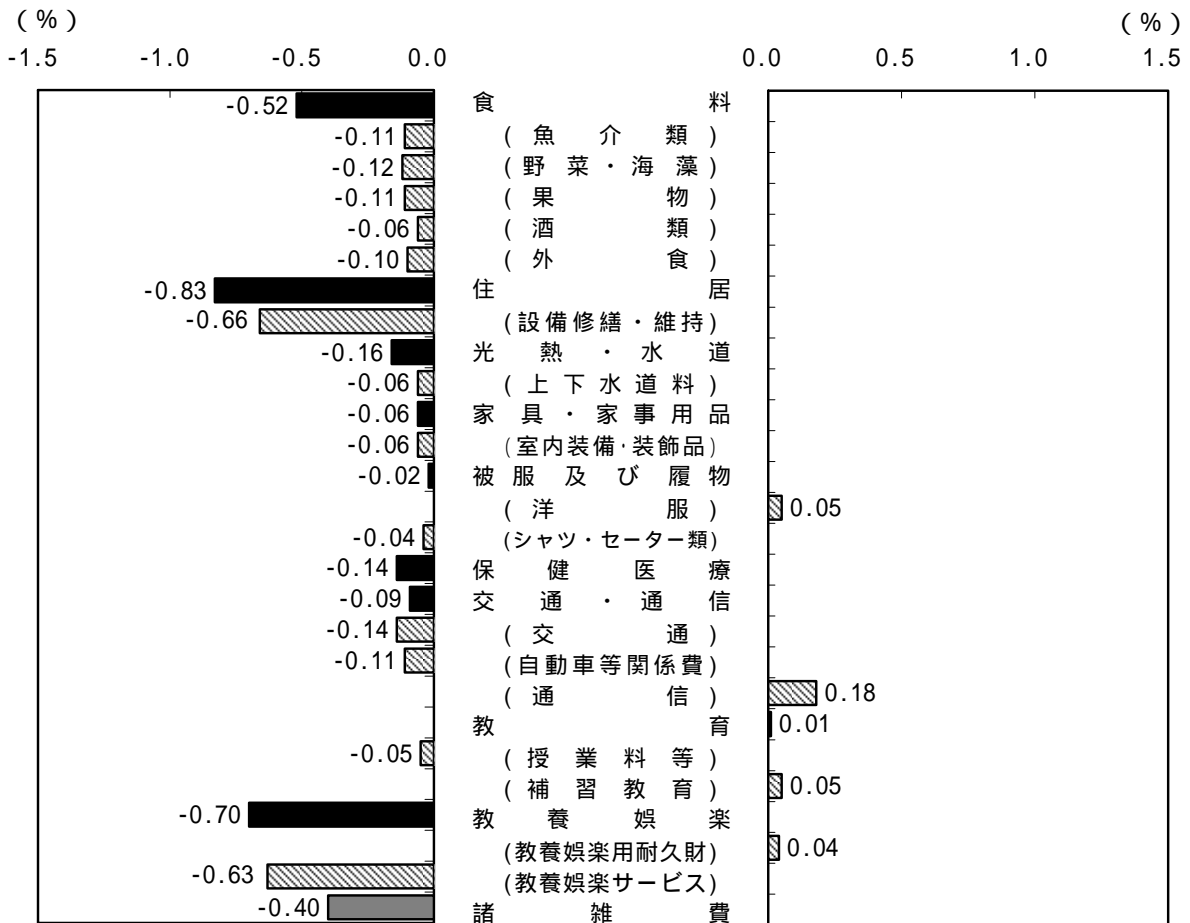
注1) 住居に含まれる設備修繕・維持や自動車等購入は、購入頻度が低い高額な支出で変動が大きくなる傾向があること、また、贈与金及び仕送り金は、他の世帯への移転支出であることなどから、これらの4項目を消費支出から除いた。

2 住居、教養娯楽、食料などが実質減少に寄与
 平成18年7～9月期の消費支出の対前年同期実質増減率に対する寄与度(%)を費目別にみると、設備修繕・維持の減少による住居(-0.83)の減少が大きく寄与した。また、梅雨明けが多くの地域で7月末まで遅れた影響などで価格が高騰した野菜・海藻及び果物を含む食料(-0.52)、愛知万博の開催(平成17年3月25日～9月25日)などにより昨

年の水準が高かった宿泊料及びパック旅行費を含む教養娯楽(-0.70)などが消費支出の減少に寄与した。

一方で、交通・通信に含まれる携帯電話通信料などの通信(+0.18)や、テレビなどの教養娯楽用耐久財(+0.04)、補習教育を含む教育(+0.01)がわずかながら増加に寄与した(図4)。

図4 消費支出の対前年同期実質増減率に対する費目別寄与度



(注)1. 平成18年7～9月期
 2. グラフ中の黒棒の部分は10大費目を表す。ただし、「その他の消費支出」は寄与度を表章していないので代わりに「諸雑費」を加えた。

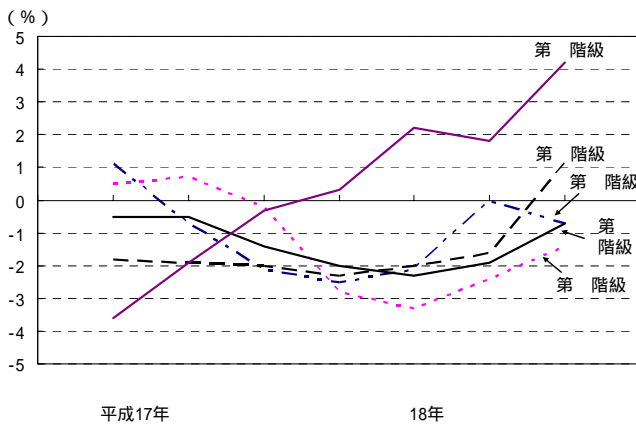
最近の家計収支の特徴

1 年間収入は高い世帯から増加へ

年間収入^{注2}の推移を年間収入五分位階級別に前年同期比でみると、年間収入の最も高い第 階級では平成17年10～12月期に増加に転じ、平成18年7～9月期は名目4.2%の増加と4～6月期(名目1.8%増)に比べて増加幅が拡大している。また、第 階級も7～9月期には増加に転じた。減少が続いている第～階級はこのところ減少幅が縮小している(図5)。

注2) 年間収入は、調査開始世帯の過去1年間(調査開始月を含む)の収入を調査したもの。調査対象世帯は、勤労者世帯だけでなく、勤労者世帯以外の法人経営者の世帯や、個人経営者世帯、無職世帯などを含む。なお、調査世帯は毎月、全体の6分の1ずつの入れ替えを行っている。

図5 年間収入五分位階級別年間収入の対前年同期名目増減率の推移

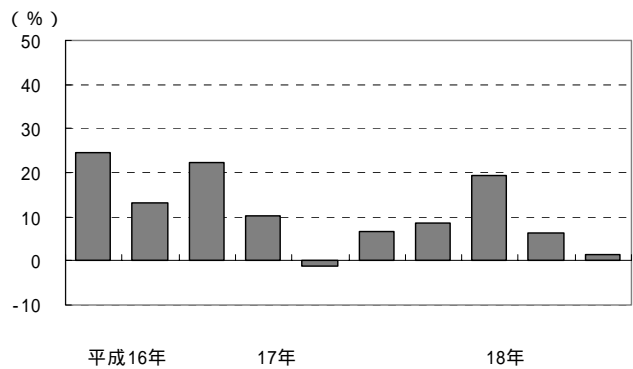


2 増加幅が縮小した耐久財

(1) 家事用耐久財と教養娯楽用耐久財の動き

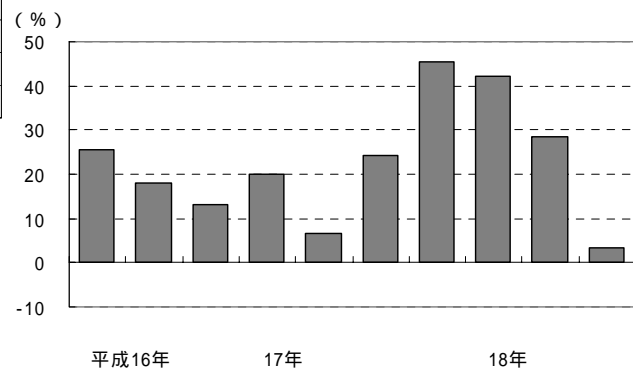
電気洗濯機などの家事用耐久財をみると、平成17年7～9月期以降、前年同期に比べ5期連続して実質増加となったものの、増加幅は平成18年4～6月期以降2期連続して縮小している(図6)。

図6 家事用耐久財の対前年同期実質増減率の推移



また、テレビなどの教養娯楽用耐久財をみると、平成15年4～6月期以降、14期連続の実質増加となったものの、平成18年7～9月期は増加幅が大きく縮小している(図7)。

図7 教養娯楽用耐久財の対前年同期実質増減率の推移

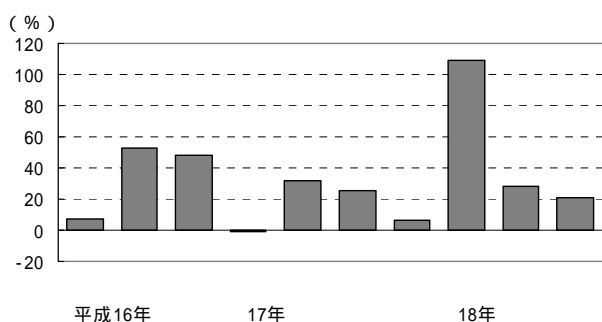


(2) 耐久財の中の主な品目の動き

電気洗濯機

ドラム式洗濯乾燥機などの商品の販売が引き続き好調であることから、平成17年4～6月期以降、6期連続の実質増加となったものの、平成18年7～9月期は4～6月期に比べて増加幅が縮小した(図8)。

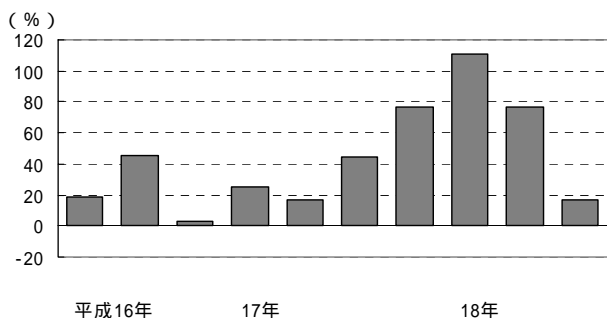
図8 電気洗濯機購入の対前年同期実質増減率の推移



テレビ

薄型テレビの価格が下落したことなどにより、平成17年7～9月期以降平成18年4～6月期まで4期連続で30%以上の実質増加となっていたが、トリノオリンピック(平成18年2月10日～2月26日)やサッカーのワールドカップドイツ大会(平成18年6月9日～7月9日)による特需が終わったこともあって、平成18年7～9月期は実質増加となったものの、増加幅は縮小した(図9)。

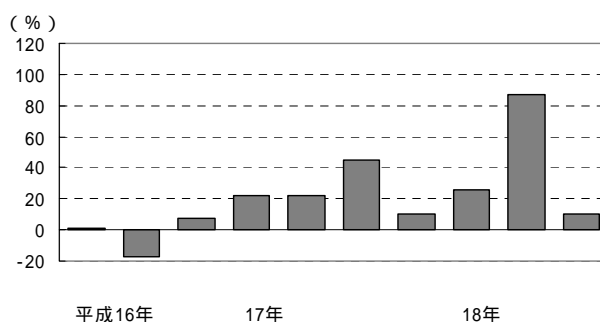
図9 テレビ購入の対前年同期実質増減率の推移



カメラ

一眼レフタイプのデジタルカメラが相次いで販売されていることもあり、平成16年10～12月期以降8期連続して実質増加となっているが、大幅に伸びた平成18年4～6月期に比べて7～9月期は増加幅が縮小している(図10)。

図10 カメラ購入の対前年同期実質増減率の推移



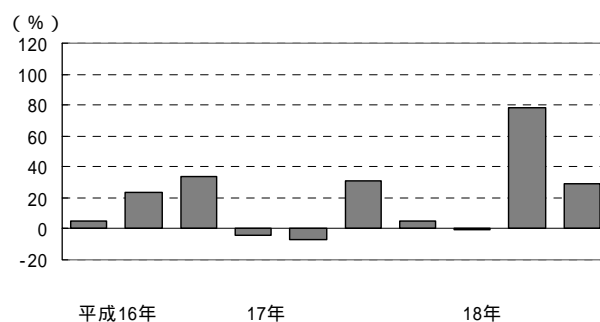
3 その他注目される品目の動き

(1) テレビゲーム

平成18年3月に発売された携帯型の製品が好調に売れていることなどもあり、平成18年7～9月期も4～6月期に続き実質増加となった(図11)。

なお、11月及び12月には据え置き型の新製品が発売されることとなっており、引き続きその動きが注目される。

図11 テレビゲーム購入の対前年同期実質増減率の推移

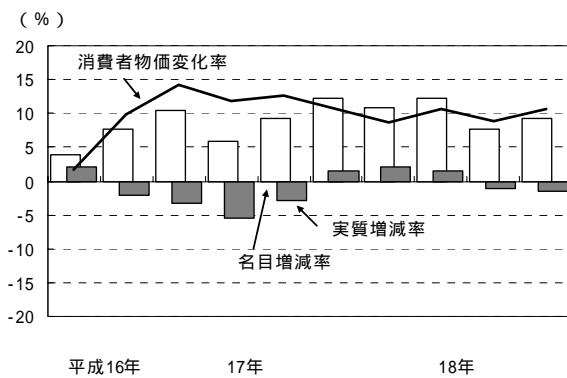


(2) ガソリン

原油価格の高騰が続いた影響で、平成18年7～9月期は名目9.2%の増加となったが、実質では1.4%の減少と2期連続の減少となった(図12)。

なお、18年9月末のレギュラーガソリンの全国平均価格は144円/と、17年9月末に比べ25円、21.0%の上昇となっている^{注3}。

図12 ガソリン購入の対前年同期増減率の推移



注3) 「給油所石油製品市況調査」石油情報センターより

最近の家計をめぐる事象

- ・ 記録的な梅雨明けの遅れ(7月): 梅雨明けが関東甲信地域などで7月30日となるなど、全国的に遅れたこともあり、低温や降雨、日照不足などの天候不順が家計消費に大きな影響を与えた。
- ・ 野菜などの価格の高騰(7～9月): 梅雨明けの遅れなどから生鮮野菜及び生鮮果物の価格が高騰した。消費者物価指数の動きをみると、7～9月期の生鮮野菜は前年同期と比べ15.8%、生鮮果物は9.6%上昇している。価格の上昇による買い控えもあって、生鮮野菜及び生鮮果物への支出は前年同期と比べ平成18年1～3月期以降共に3期連続して実質で減少しており、7～9月期は減少幅がさらに拡大している(図13・図14)。

図13 生鮮野菜購入の対前年同期増減率の推移

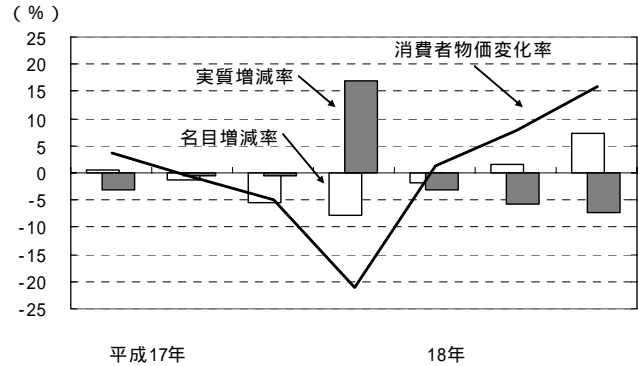
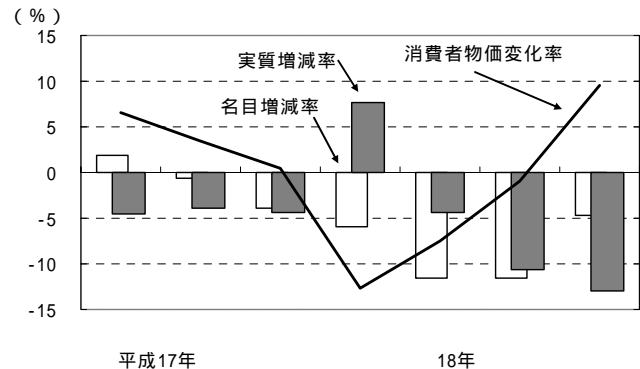
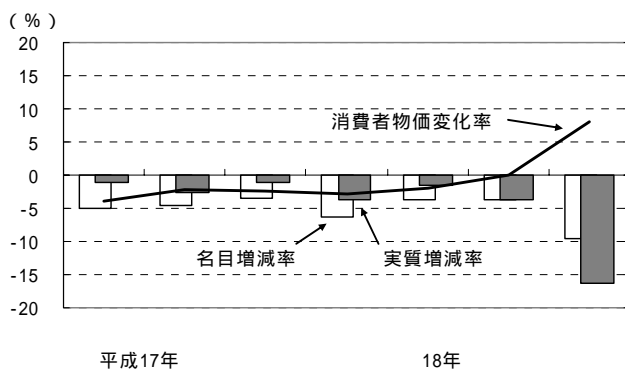


図14 生鮮果物購入の対前年同期増減率の推移



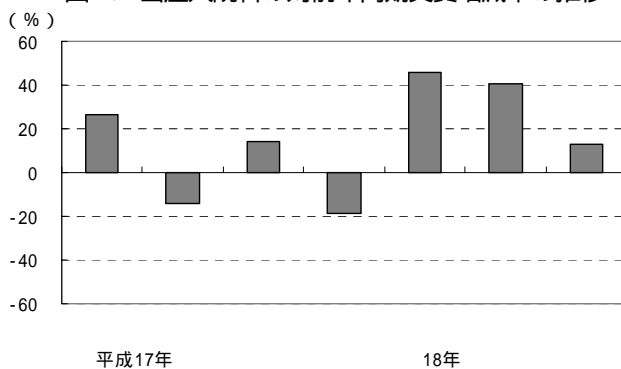
- ・ 夏物衣料販売の不振(7月):梅雨明けが遅れたことで7月が平年より涼しかったこともあり、夏物衣料の販売が不振となった。全国百貨店の衣料品売上高(7~9月期)は前年同期と比べ総計で0.2%のわずかな増加にとどまった^{注4}。
- ・ まぐろの値上がり(7~9月):資源状況の悪化による不漁で品薄感が生じていることなどの影響もあって、まぐろの価格が上昇した。価格の上昇もあって、平成18年7~9月期のまぐろの購入は実質16.2%の減少となった(図15)。

図15 まぐろ購入の対前年同期増減率の推移



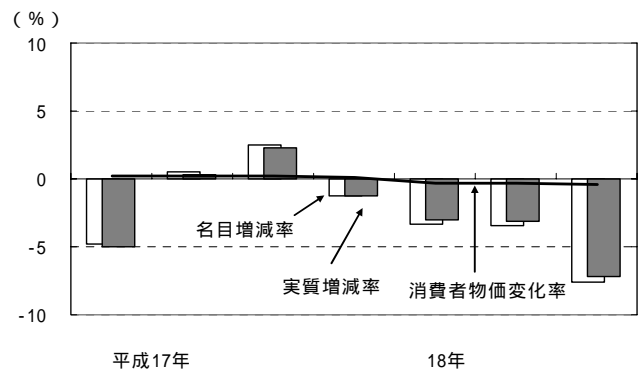
- ・ 出生数の増加:平成18年1月から9月までの出生数は838,505人と、昨年(820,858人)に比べて17,647人(2.1%)増加している^{注5}。出産入院料の推移をみると、18年1~3月期以降3期連続して実質増加となっている(図16)。

図16 出産入院料の対前年同期実質増減率の推移



- ・ 酒の消費が減少(7~9月):酒類と飲酒代を合わせてみると、価格の安いビール風酒類(いわゆる「第3のビール」)への支出が増えたものの、ビール及び発泡酒の支出が減少したことなどもあって、17年10月~12月期以降、名目、実質とも減少となっている。また、18年7~9月期は、梅雨明けの遅れや飲酒運転による死亡事故が相次いだ(8月)ことなどの影響で、実質7.2%^{注6}の減少と、4~6月期と比べて減少幅が拡大した(図17)。

図17 酒類購入・飲酒代の対前年同期増減率の推移



- 注4) 「全国百貨店売上高」の商品別売上高、日本百貨店協会より
- 注5) 「人口動態統計」厚生労働省より
- 注6) 酒類・飲酒代の増減率を実質化するための消費者物価指数は、「酒類」と「ビール(外食)」を使用した。