

## 最近の家計消費の特徴（二人以上の世帯）

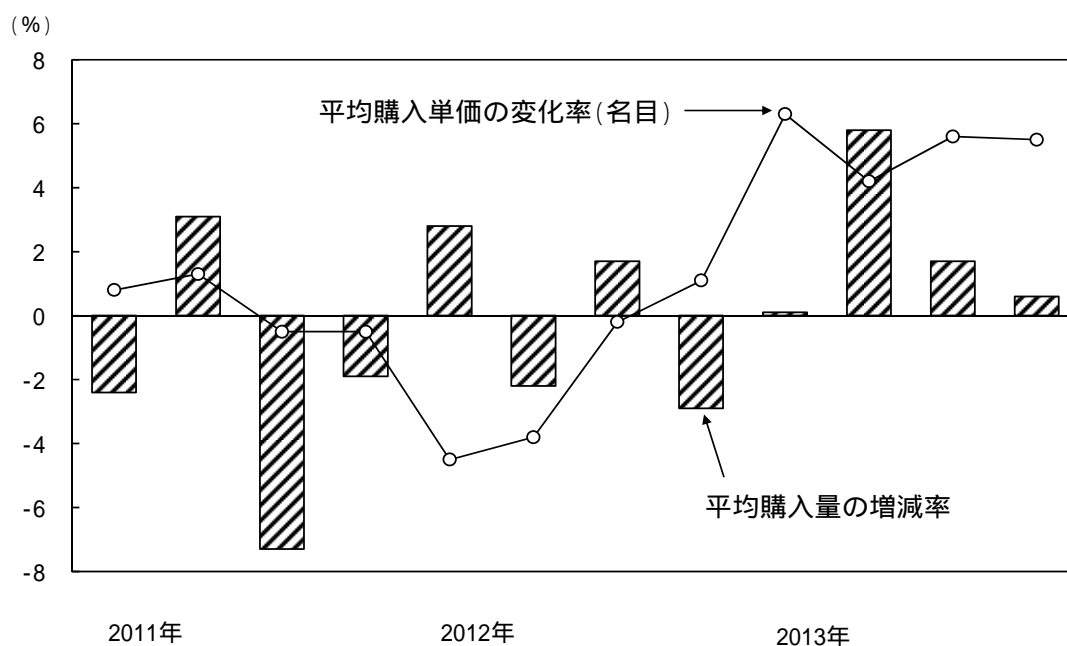
2013年は、いわゆる「アベノミクス」効果による消費者マインドの改善や商品の値上げなど、家計消費の動向に影響を与える特徴的な要因がみられた。本章では、これらの要因が家計消費に与えた影響を品目別の結果から見てみる。

### 1 消費者マインドの改善により消費が増加した主な品目

#### (1) 牛肉

牛肉の平均購入量の増減率を四半期別にみると、消費者マインドの改善などもあり、2013年1～3月期以降、4期連続の増加となっている。また、平均購入単価の変化率（名目）をみると、2012年10～12月期以降、5期連続の増加となっており、前年に比べより高額な牛肉を購入している傾向がみられる（図 - 1 - 1）。

図 - 1 - 1 牛肉の四半期別平均購入量の対前年同期増減率及び平均購入単価の対前年同期変化率の推移（二人以上の世帯）



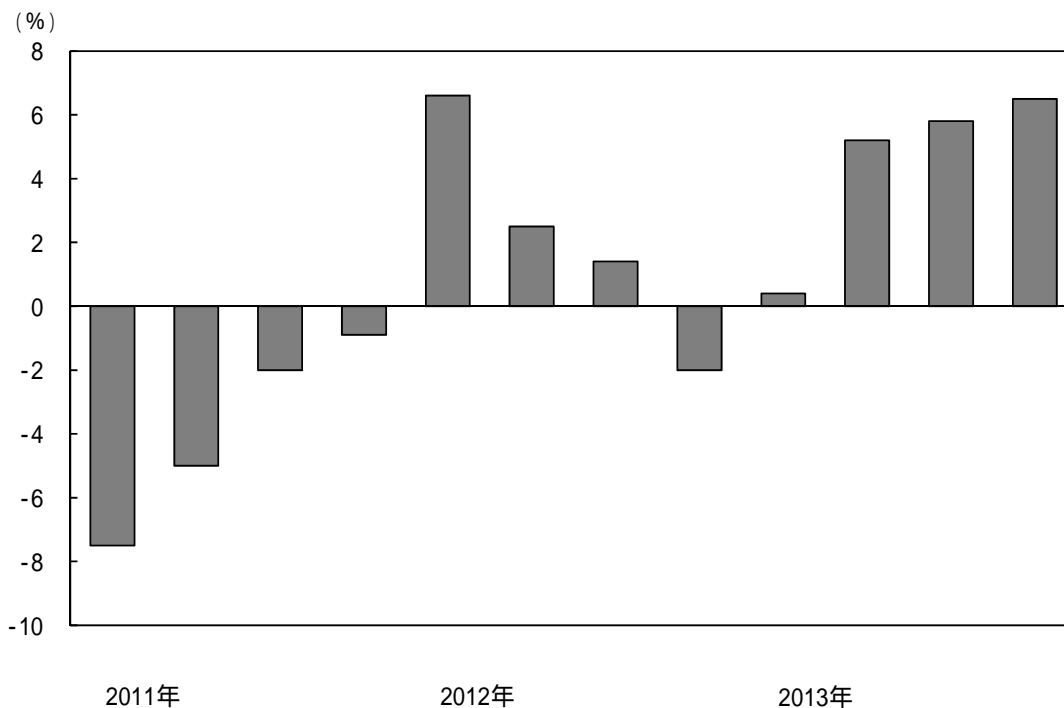
	2011年				2012年				2013年			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
平均購入量の増減率(%)	-2.4	3.1	-7.3	-1.9	2.8	-2.2	1.7	-2.9	0.1	5.8	1.7	0.6
平均購入単価の変化率(名目)(%)	0.8	1.3	-0.5	-0.5	-4.5	-3.8	-0.2	1.1	6.3	4.2	5.6	5.5

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

(2) 外食

外食の支出金額の実質増減率を四半期別にみると、消費マインドの改善などもあり、2013年1～3月期以降、4期連続の実質増加となっている（図 - 1 - 2）。

図 - 1 - 2 外食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)



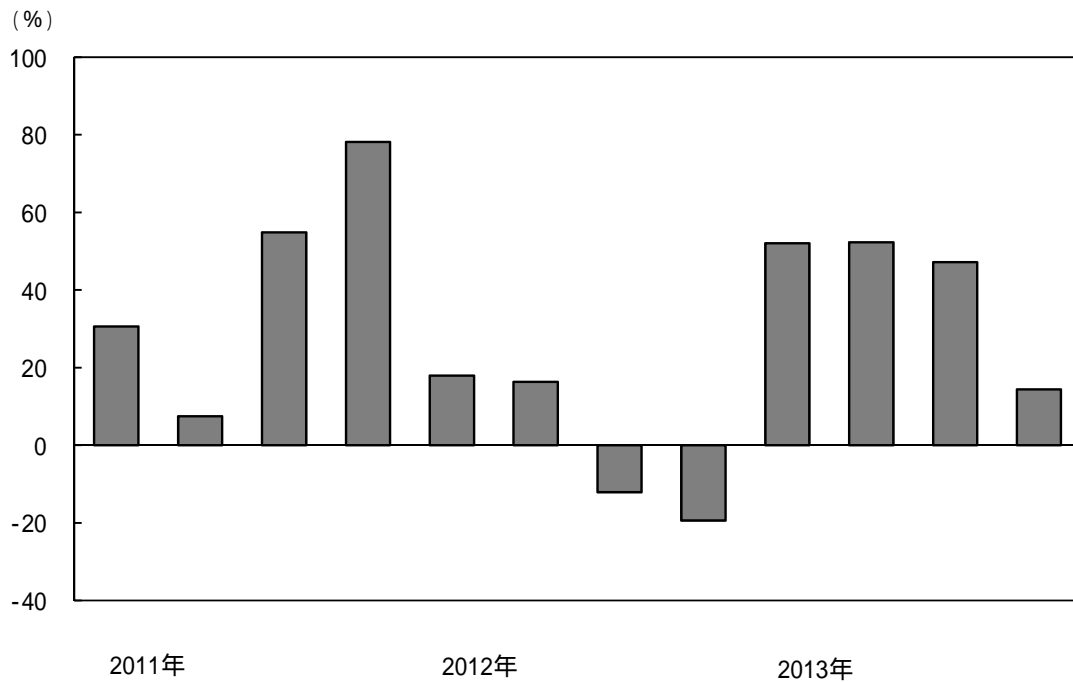
	2011年				2012年				2013年			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
支出金額実質増減率 (%)	-7.5	-5.0	-2.0	-0.9	6.6	2.5	1.4	-2.0	0.4	5.2	5.8	6.5

- (注) 1 は1～3月期、 は4～6月期、 は7～9月期、 は10～12月期を表す。  
 2 外食の増減率の実質化には、消費者物価指数（外食）を用いた。  
 3 2011年1～3月期は東日本大震災の影響で大きく減少し、2012年1～3月期はその反動による増加がみられる。

(3) 電気掃除機

電気掃除機の支出金額の実質増減率を四半期別にみると、ロボット型などの高額な掃除機の販売が増えていることもあり、2013年1～3月期以降4期連続の実質増加となっている(図-1-3)。

図-1-3 電気掃除機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)



	2011年				2012年				2013年			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
支出金額実質増減率(%)	30.6	7.5	54.9	78.2	18.0	16.3	-12.1	-19.4	52.1	52.3	47.2	14.4

(注) 1 は1～3月期， は4～6月期， は7～9月期， は10～12月期を表す。  
2 電気掃除機の増減率の実質化には、消費者物価指数(電気掃除機)を用いた。

(4) 婦人用洋服及び婦人靴

婦人用洋服及び婦人靴の支出金額の実質増減率を四半期別にみると、消費者マインドの改善などもあり、2012年10～12月期以降、婦人用洋服は5期連続の実質増加となっており、婦人靴は4期連続の実質増加となった(図 - 1 - 4, 図 - 1 - 5)。

図 - 1 - 4 婦人用洋服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)

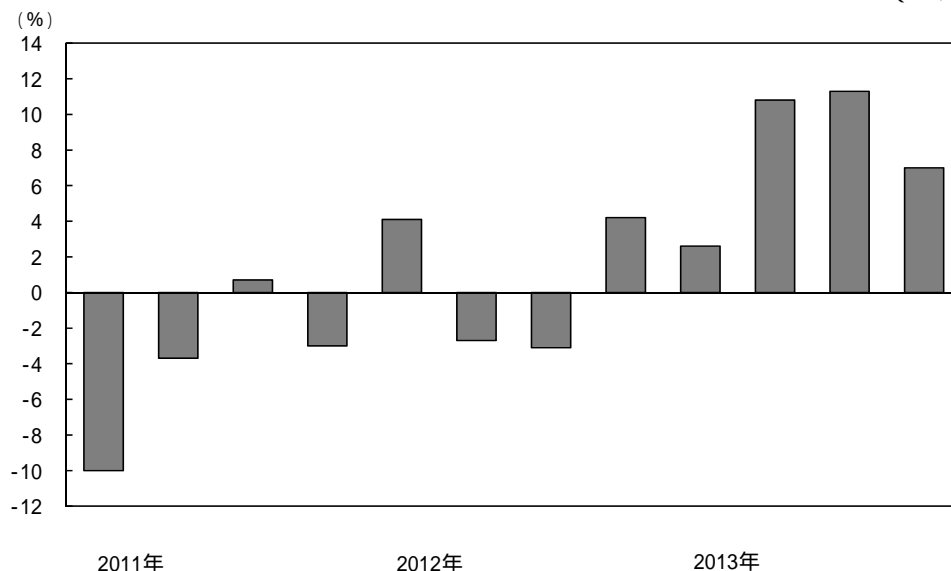
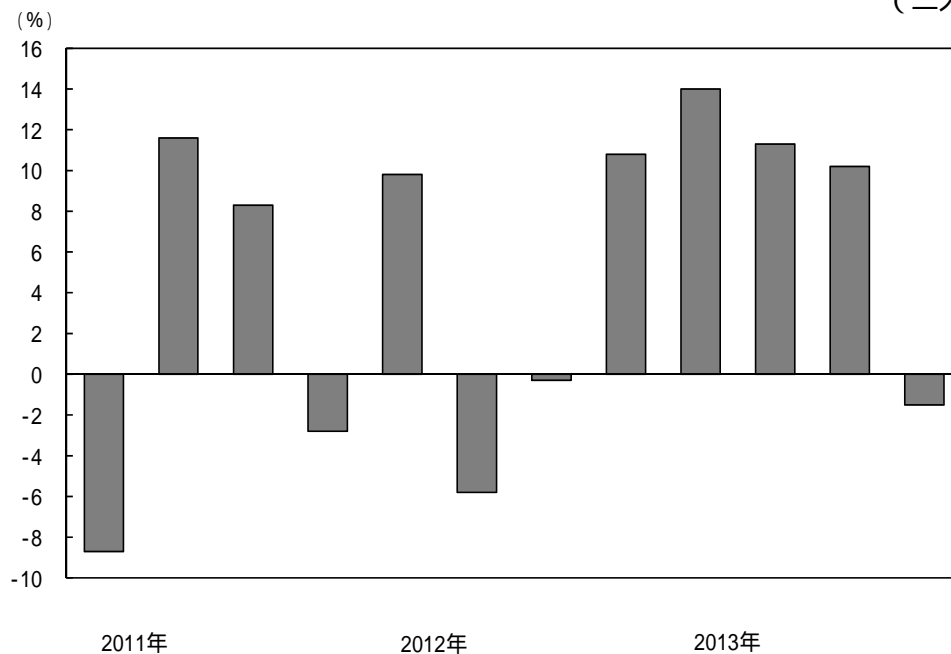


図 - 1 - 5 婦人靴の四半期別支出金額の対前年同期実質増減率の推移  
(二人以上の世帯)



支出金額実質増減率(%)

	2011年				2012年				2013年			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
婦人用洋服	-10.0	-3.7	0.7	-3.0	4.1	-2.7	-3.1	4.2	2.6	10.8	11.3	7.0
婦人靴	-8.7	11.6	8.3	-2.8	9.8	-5.8	-0.3	10.8	14.0	11.3	10.2	-1.5

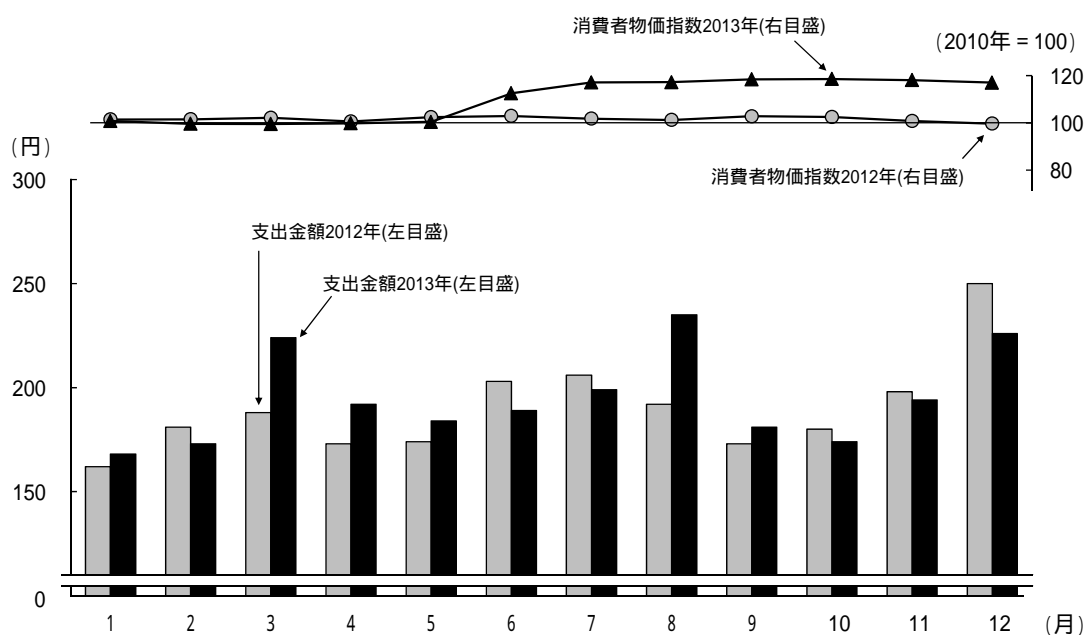
- (注) 1 は1～3月期, は4～6月期, は7～9月期, は10～12月期を表す。  
 2 婦人用洋服の増減率の実質化には、消費者物価指数(婦人洋服)を用いた。  
 3 婦人靴の増減率の実質化には、消費者物価指数(婦人靴)を用いた。

## 2 値上げ前後に購入に変化がみられた主な品目

### (1) 魚介の缶詰

魚介の缶詰の支出金額を月別にみると、2013年4月以降大手メーカーによりツナ缶が値上げされることが事前に報道されたことから、値上げ前の駆け込み需要により3月の支出金額は前年同月に比べ大きく増加となった。また、2013年7月末にさばの缶詰にダイエット効果があるとテレビ番組等で紹介されたことから、8月の支出金額も前年同月に比べ大きく増加となった(図 - 2 - 1)。

図 - 2 - 1 魚介の缶詰の月別支出金額の推移(二人以上の世帯)



支出金額(円)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2012年	162	181	188	173	174	203	206	192	173	180	198	250
2013年	168	173	224	192	184	189	199	235	181	174	194	226

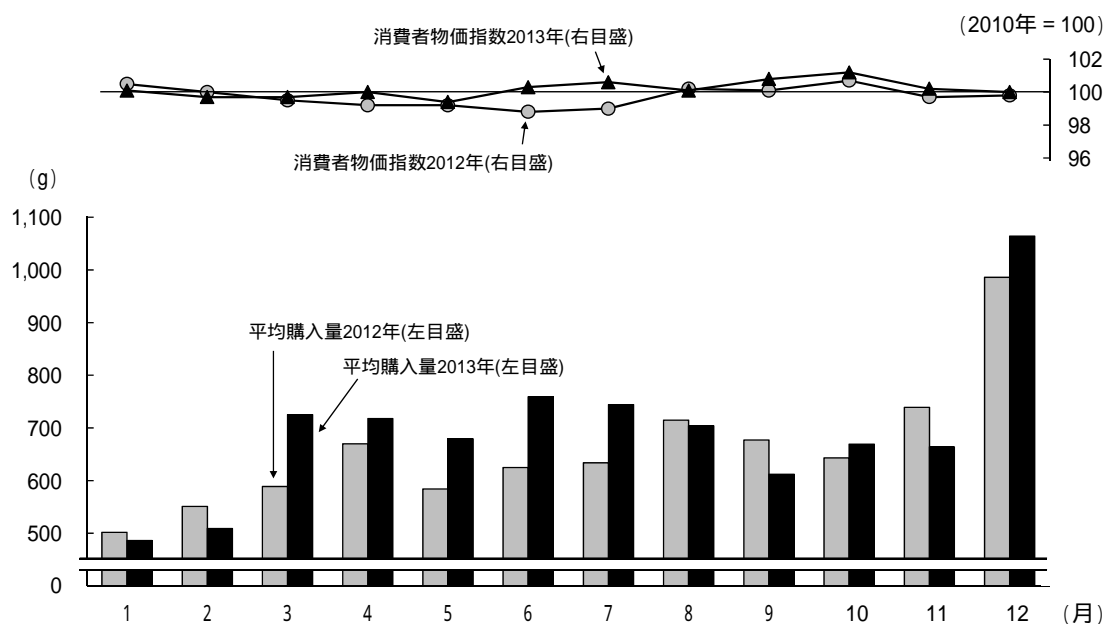
消費者物価指数(2010年 = 100)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2012年	101.4	101.5	102.1	100.6	102.4	102.9	101.8	101.2	102.8	102.5	100.8	99.7
2013年	100.8	99.6	99.5	99.8	100.4	112.5	117.1	117.2	118.4	118.6	118.1	117.0

## (2) 食用油

食用油の平均購入量を月別にみると、2013年4月及び7月に大手メーカーにより食用油が値上げされることが事前に報道されたことから、値上げ前の駆け込み需要などにより3月、6月及び7月の平均購入量は前年同月に比べ大きく増加となった(図 - 2 - 2)。

図 - 2 - 2 食用油の月別平均購入量の推移(二人以上の世帯)



平均購入量 (g)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2012年	502	551	589	670	584	625	634	715	677	643	739	986
2013年	486	509	725	718	679	759	744	704	612	669	664	1,064

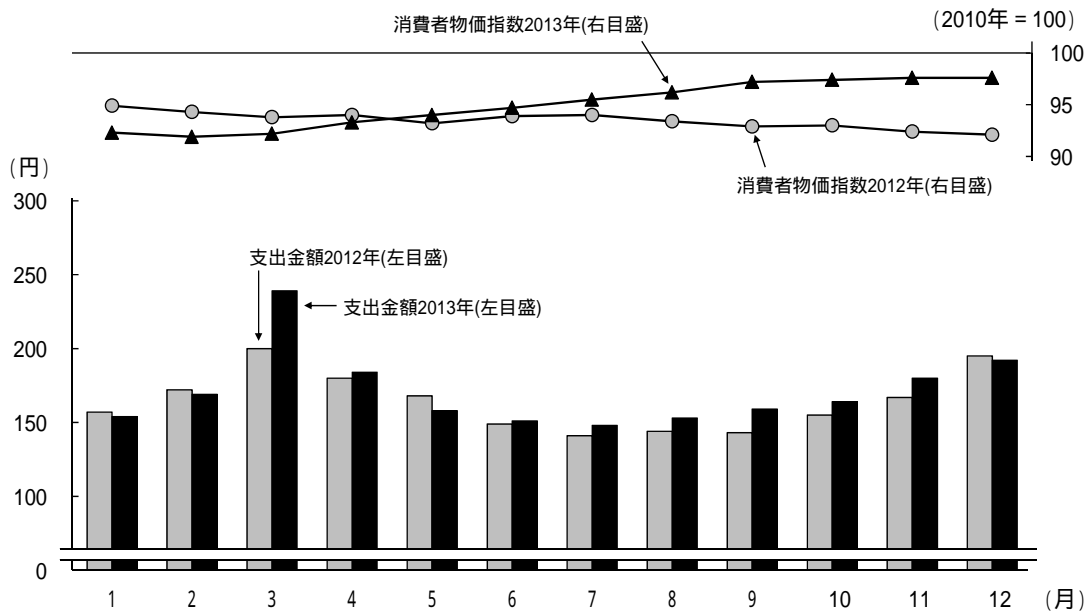
消費者物価指数 (2010年 = 100)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2012年	100.5	100.0	99.5	99.2	99.2	98.8	99.0	100.2	100.1	100.7	99.7	99.8
2013年	100.1	99.7	99.7	100.0	99.4	100.3	100.6	100.1	100.8	101.2	100.2	100.0

### (3) ティッシュペーパー

ティッシュペーパーの支出金額を月別にみると、2013年4月に大手メーカーによりティッシュペーパーが値上げされることが事前に報道されたことから、値上げ前の駆け込み需要により3月の支出金額は前年同月に比べ大きく増加となった(図 - 2 - 3)。

図 - 2 - 3 ティッシュペーパーの月別支出金額の推移(二人以上の世帯)



支出金額(円)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2012年	157	172	200	180	168	149	141	144	143	155	167	195
2013年	154	169	239	184	158	151	148	153	159	164	180	192

消費者物価指数(2010年 = 100)

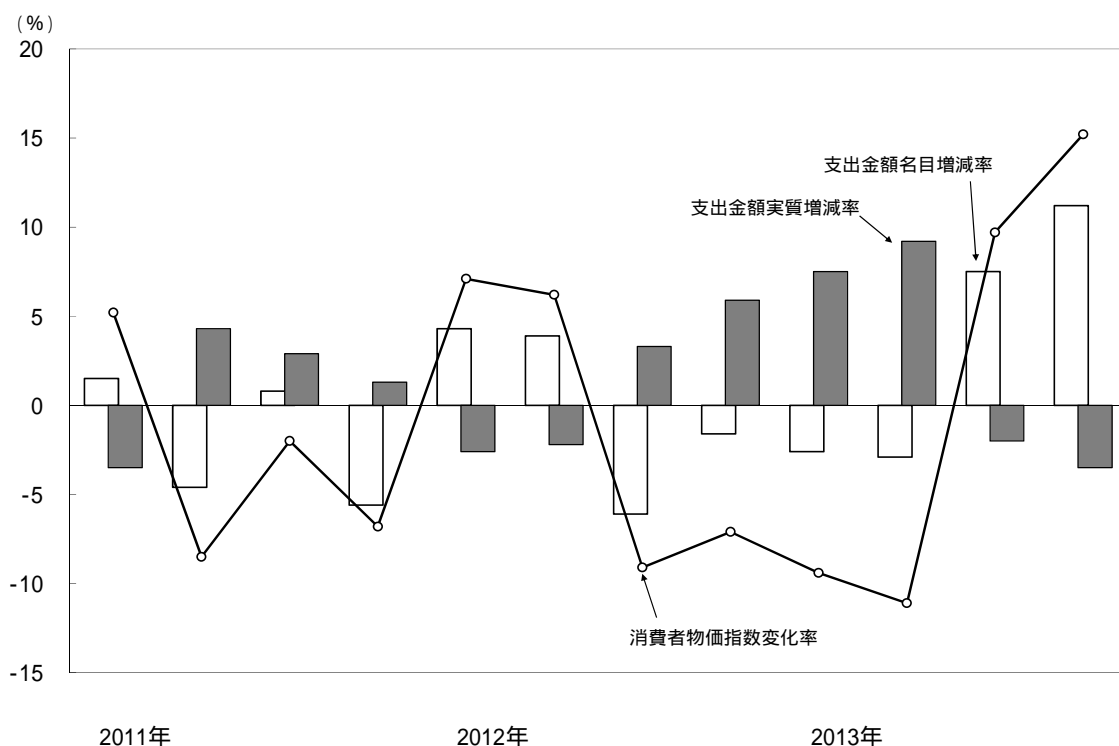
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2012年	94.9	94.3	93.8	94.0	93.2	93.9	94.0	93.4	92.9	93.0	92.4	92.1
2013年	92.3	91.9	92.2	93.3	94.0	94.7	95.5	96.2	97.2	97.4	97.6	97.6

### 3 記録的な猛暑などの天候による影響がみられた主な品目

#### (1) 生鮮野菜

生鮮野菜の支出金額の実質増減率を四半期別にみると、前年の相場高による減少の反動で2013年1～3月期及び4～6月期は前年同期に比べ実質増加となっていたが、7～9月期及び10～12月期は猛暑や台風などの天候不順の影響による価格上昇に伴う買い控えなどもあり、前年同期に比べ実質減少となっている(図 - 3 - 1)。

図 - 3 - 1 生鮮野菜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)



	2011年				2012年				2013年			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
支出金額名目増減率 (%)	1.5	-4.6	0.8	-5.6	4.3	3.9	-6.1	-1.6	-2.6	-2.9	7.5	11.2
支出金額実質増減率 (%)	-3.5	4.3	2.9	1.3	-2.6	-2.2	3.3	5.9	7.5	9.2	-2.0	-3.5
消費者物価指数変化率 (%)	5.2	-8.5	-2.0	-6.8	7.1	6.2	-9.1	-7.1	-9.4	-11.1	9.7	15.2

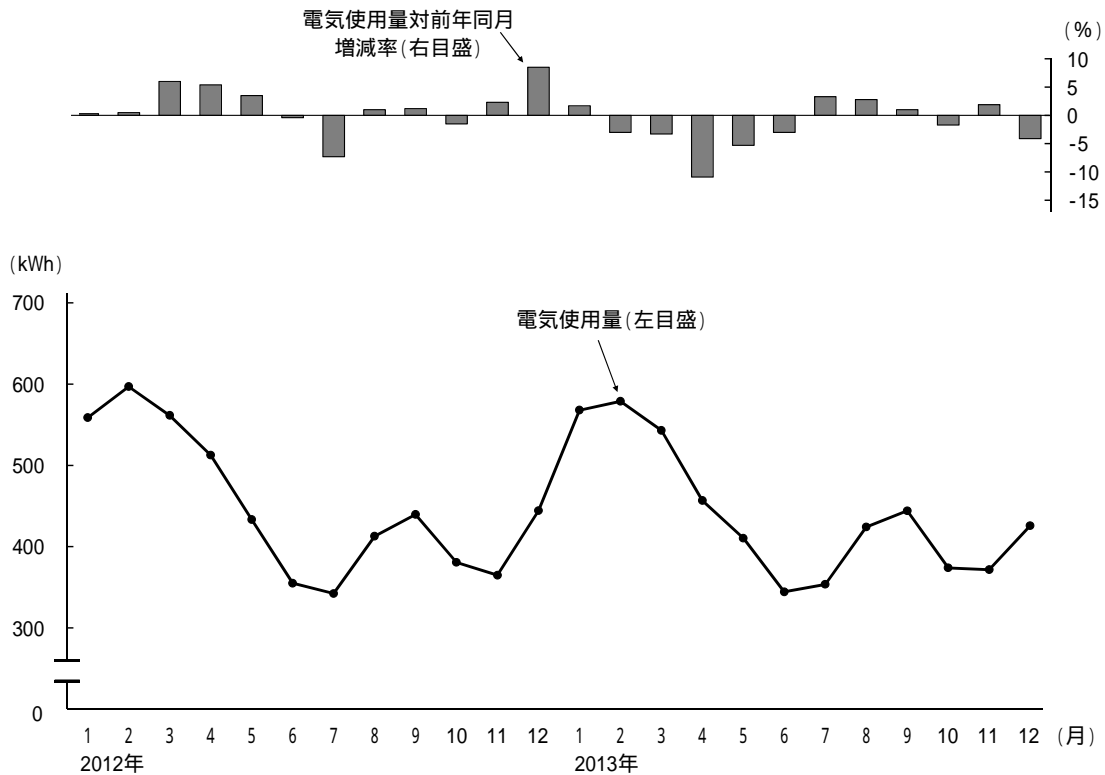
(注) 1 は1～3月期， は4～6月期， は7～9月期， は10～12月期を表す。  
2 生鮮野菜の増減率の実質化には、消費者物価指数(生鮮野菜)を用いた。



## (2) 電気使用量

電気使用量(購入数量)の増減率を月別にみると、電気料金の値上げにより節約志向が強まったことなどから、2013年2月から6月まで前年同月に比べ5か月連続で減少となっていたが、猛暑などの影響で7月、8月及び9月は3か月連続で増加となった(図 - 3 - 2)。

図 - 3 - 2 電気使用量の推移(二人以上の世帯)



1世帯当たり電気使用量(kWh)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2012年	558.633	596.906	561.377	512.439	433.403	355.084	342.348	412.684	439.541	380.567	364.799	444.148
2013年	567.882	578.731	542.999	456.730	410.380	344.294	353.594	424.095	444.039	373.944	371.685	425.807

対前年同月増減率(%)

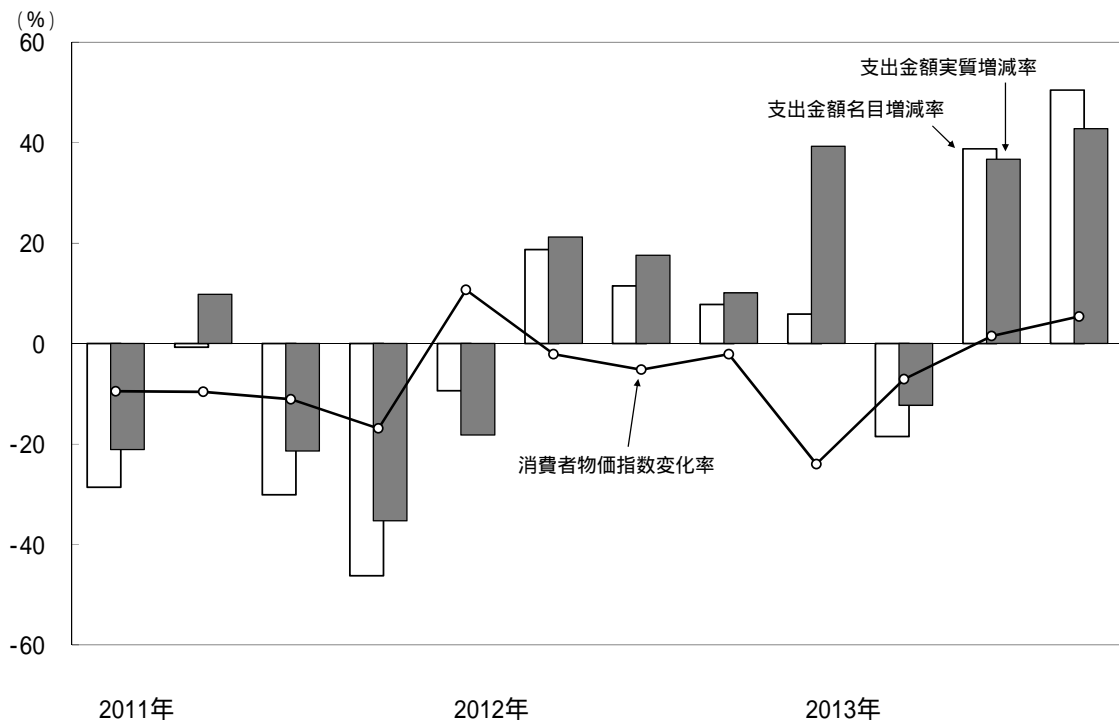
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2012年	0.3	0.5	6.0	5.4	3.5	-0.4	-7.3	1.0	1.2	-1.5	2.3	8.5
2013年	1.7	-3.0	-3.3	-10.9	-5.3	-3.0	3.3	2.8	1.0	-1.7	1.9	-4.1

(注) 家計調査では、電気代等の支払金額及び使用量については、請求やメーターの検針があった日ではなく、調査世帯が実際に支払った日(口座振替の場合は口座振替日)に家計簿に記入される。したがって、利用(購入)月と支払月に違いがあるため、月次の変化をみる際は注意が必要である。

### (3) エアコンディショナ

エアコンディショナの支出金額の実質増減率を四半期別にみると、2013年の夏に最高気温の記録を更新するなど全国的に猛暑であったことなどもあり、7～9月期の支出金額は前年同期に比べ36.7%の増加となった。また、2014年4月の消費税率の引き上げに伴う駆け込み需要などもあり、2013年10～12月期の支出金額も前年同期に比べ42.8%の増加となった（図 - 3 - 3）。

図 - 3 - 3 エアコンディショナ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）



	2011年				2012年				2013年			
	1～3月期	4～6月期	7～9月期	10～12月期	1～3月期	4～6月期	7～9月期	10～12月期	1～3月期	4～6月期	7～9月期	10～12月期
支出金額名目増減率 (%)	-28.6	-0.7	-30.1	-46.2	-9.4	18.7	11.5	7.8	5.9	-18.5	38.8	50.5
支出金額実質増減率 (%)	-21.1	9.8	-21.4	-35.3	-18.2	21.2	17.6	10.1	39.3	-12.3	36.7	42.8
消費者物価指数変化率 (%)	-9.5	-9.6	-11.1	-16.9	10.7	-2.1	-5.2	-2.1	-24.0	-7.1	1.5	5.4

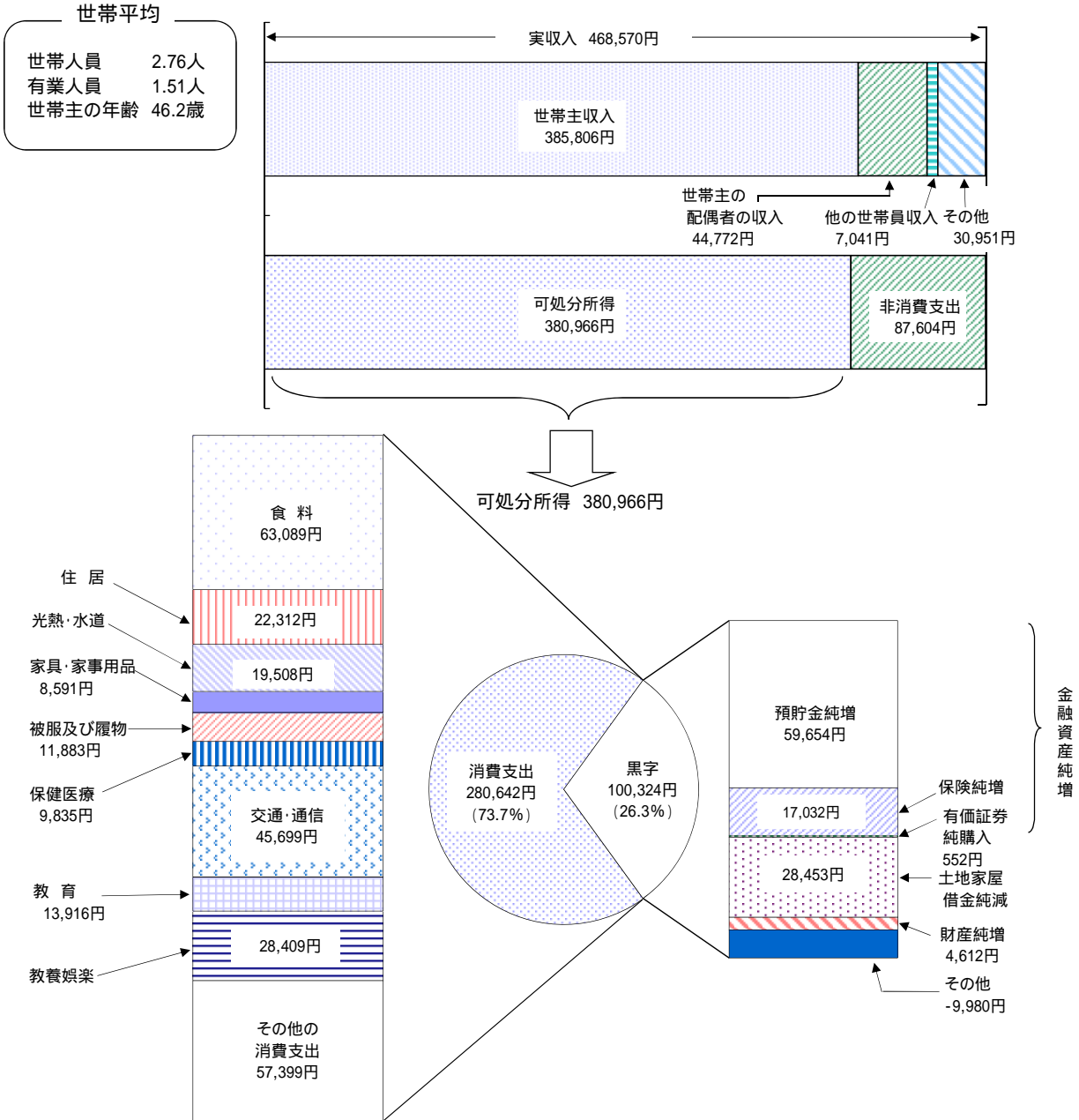
(注) 1 は1～3月期， は4～6月期， は7～9月期， は10～12月期を表す。

2 エアコンディショナの増減率の実質化には、消費者物価指数（ルームエアコン）を用いた。

< 参考 > 2013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28万1千円

図 家計収支の状況（総世帯のうち勤労者世帯） - 2013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の預入額から引出額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料から保険金を差し引いた額である。
- 7 有価証券純購入とは、有価証券購入(株式、債券など)から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。
- 9 財産純増とは、財産購入(土地、家屋など不動産)から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。