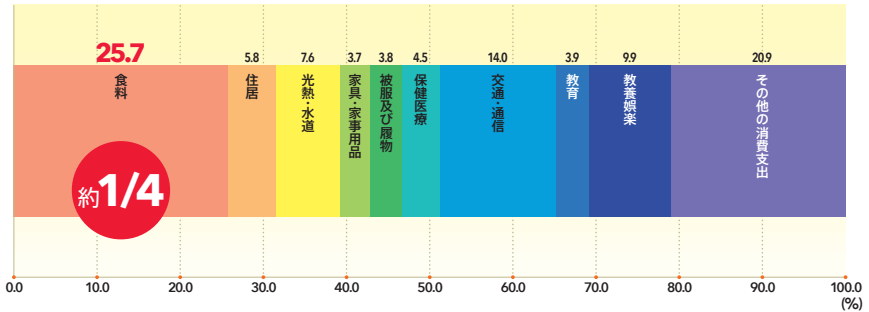


6 家計・物価のうごき

消費支出の約4分の1が食料

●1世帯当たり1か月間の消費支出の内訳構成比(平成29年)－二人以上の世帯

平成29年平均の二人以上の世帯の1世帯当たり1か月間の消費支出(283,027円)について、内訳構成比をみると、「食料」が**25.7%**(72,866円)と最も高くなっており、次いで交際費などの「その他の消費支出」が20.9%(59,120円)、「交通・通信」が14.0%(39,691円)などとなっています。



資料:家計調査(家計収支編)結果

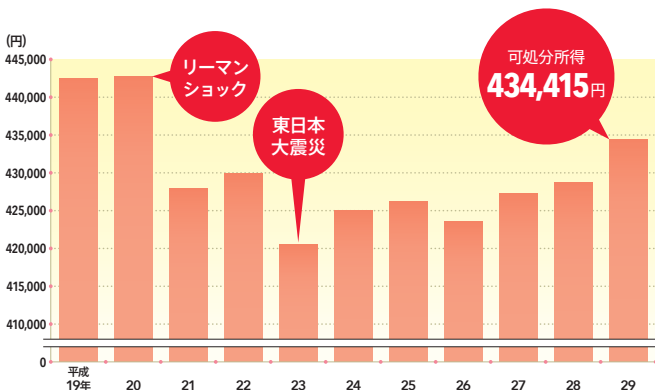
2

調査の結果からわかること

可処分所得は434,415円

●1世帯当たり1か月間の可処分所得の推移(平成19年～29年)－二人以上の世帯のうち勤労者世帯

平成29年平均の二人以上の世帯のうち勤労者世帯の1世帯当たり1か月間の可処分所得(実収入から直接税、社会保険料などの非消費支出を差し引いた額)は**434,415円**で、前年に比べ名目1.3%、実質0.7%の増加となっています。



資料:家計調査(家計収支編)結果

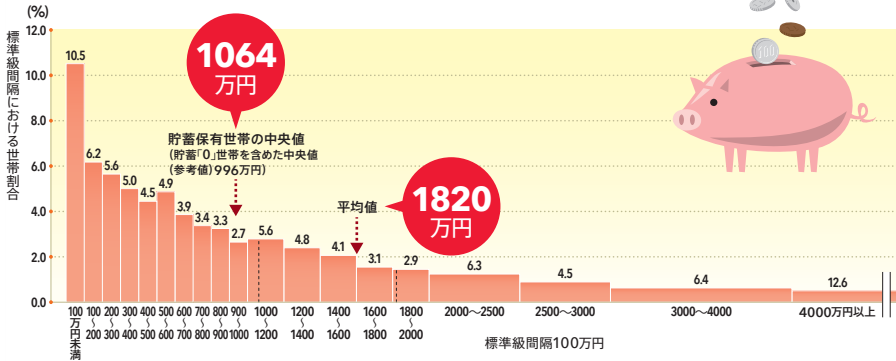


6 家計・物価のうごき

世帯の貯蓄現在高の中央値は1064万円

●貯蓄現在高階級別世帯分布(平成28年)―二人以上の世帯

二人以上の世帯における貯蓄現在高の**平均値は1820万円**、貯蓄保有世帯全体を二分する**中央値[※]は1064万円**となっています。貯蓄現在高階級別の世帯分布をみると、平均値を下回る世帯が67.7%を占めており、貯蓄現在高の低い階級に偏った分布となっています。



注 標準階級間隔100万円(1000万円未満)の各階級の度数は縦軸目盛りと一致するが、1000万円以上の各階級の度数は階級の間隔が標準階級間隔よりも広いため、縦軸目盛りとは一致しない。
※ 貯蓄保有世帯の中央値とは、貯蓄現在高が「0」の世帯を除いた世帯を貯蓄現在高の低い方から順番に並べたときに、ちょうど中央に位置する世帯の貯蓄現在高をいう。

資料:家計調査(貯蓄・負債編)結果

2

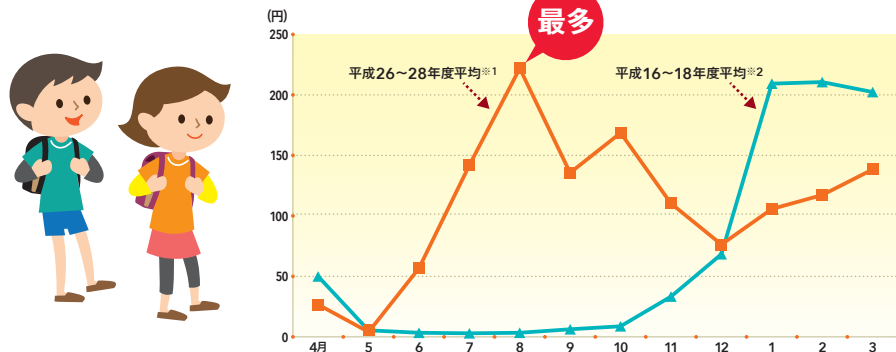
調査の結果からわかること

購入時期が早まる通学用かばん

●通学用かばんの月別支出金額―二人以上の世帯

ランドセルなどの通学用かばんの支出金額は、10年前は年明け以降の1~3月にかけて多くなっていました。しかし、最近では**8月が最も多く**、次いで10月となっており、購入時期が大きく変化しています。

最近、ランドセルメーカーや小売店が、祖父母が孫のために購入する需要を見込んで、親が子を連れて帰省するお盆シーズンを狙い、夏前からランドセルの新商品の販売を開始するようになりました。また、ランドセルの色や素材は多種類から選べるようになり、人気ブランドやデザインによっては、早々に売り切れることも珍しくないため、購入時期が早まる傾向にあるようです。



※1 平成26年4月から29年3月までの月ごとの平均 ※2 平成16年4月から19年3月までの月ごとの平均 資料:家計調査(家計収支編)結果

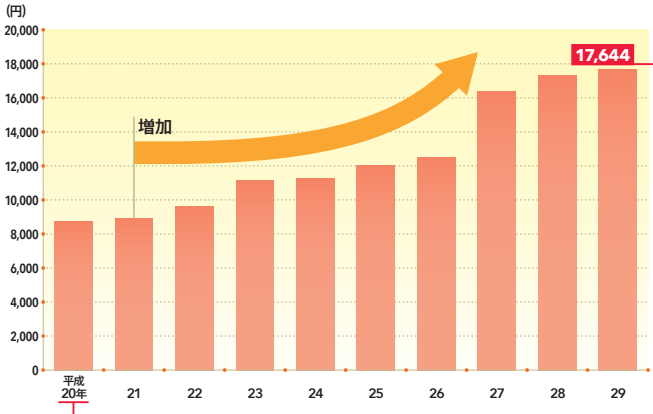


6 家計・物価のうごき

電子マネーの利用金額は9年間で2倍

- 電子マネーを利用した1世帯当たり1か月間の平均利用金額の推移（平成20年～29年）—二人以上の世帯

電子マネーを利用した1世帯当たり1か月間の平均利用金額をみると、平成21年以降毎年増加しており、29年の1か月間の平均利用金額は17,644円と**9年間で2倍**になりました。



9年間で
2倍



資料:家計消費状況調査結果

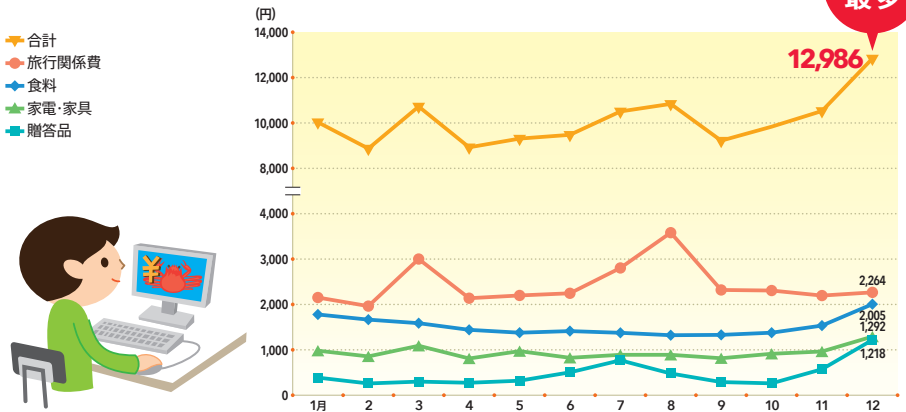
2

調査の結果からわかること

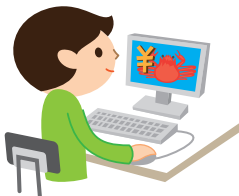
12月に最も多いネットショッピングの支出金額

- ネットショッピング月別支出金額(平成29年)—二人以上の世帯

二人以上の世帯における平成29年のネットショッピングの月別支出金額をみると、**12月が最も多くなっています**。内訳をみると、「食料」、「家電・家具」及び「贈答品」において、12月の支出が最も多くなっています。



支出金額
最多



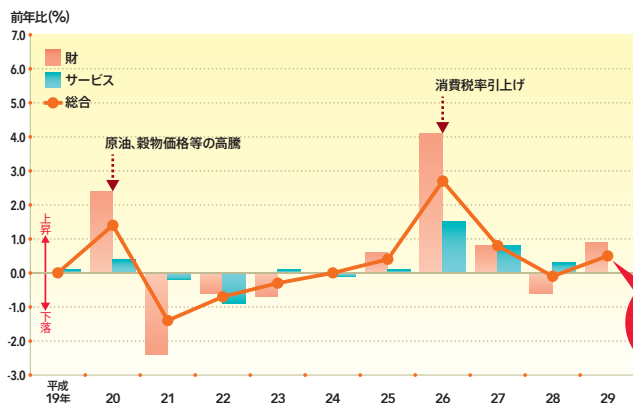
資料:家計消費状況調査結果

6 家計・物価のうごき

平成29年の消費者物価指数は0.5%の上昇

●消費者物価指数(全国)の前年比の推移(平成19年～29年)

消費者物価指数は、世帯(消費者)が購入する多種多様な商品等の価格変化を総合して平均的な物価の動きをみるための指標です。「**経済の体温計**」とも呼ばれ、経済政策を的確に推進する上で極めて重要な指標となっています。



0.5%
上昇

資料: 消費者物価指数

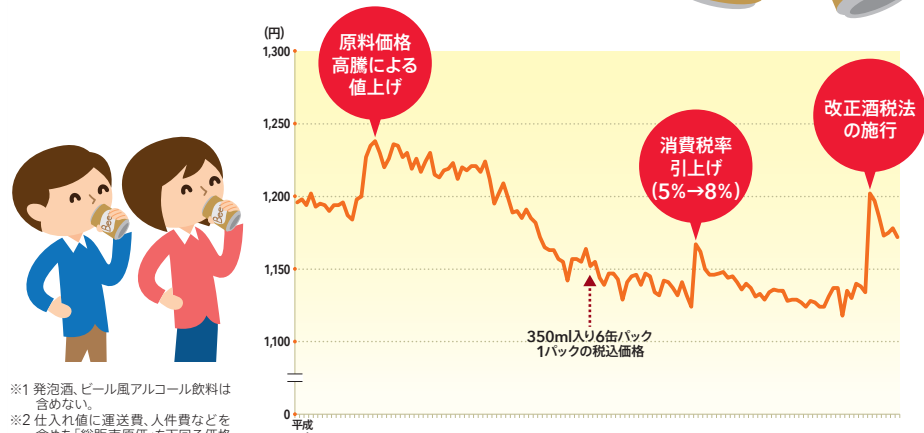
2

調査の結果からわかること

「ビール」の値上げ

●「ビール」の小売価格の推移(平成19年～29年)ー東京都区部

近年の「ビール」*1の小売価格は、下落傾向がみられます。しかし、平成29年6月には酒税法が改正*2された影響から、価格が上昇しました。



*1 発泡酒、ビール風アルコール飲料は含めない。

*2 仕入れ値に運送費、人件費などを含めた「総販売原価」を下回る価格で販売した小売店の酒販売免許取消等、公正な取引を図るため、販売規制を強化する内容の法改正

資料: 小売物価統計調査結果

6 家計・物価のうごき

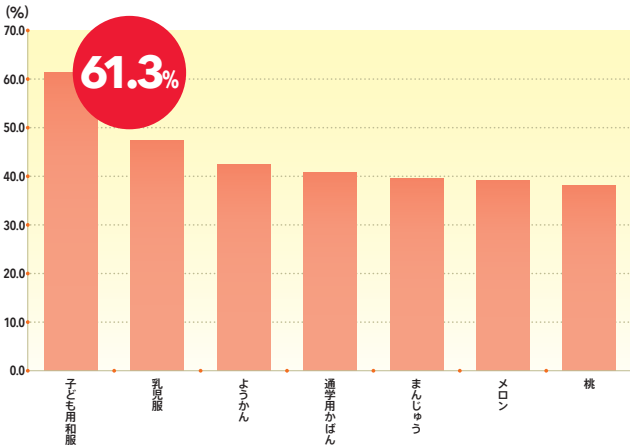
Topics 6 贈り物の購入

平成28年の家計調査結果において、品目ごとの交際用購入の割合を見てみると、お宮参りや七五三の際に着るような「子ども用和服」が金額は少ないものの**61.3%**と最も高く、次いで「乳児服」が47.4%となっています。また、ランドセルなどの「通学用かばん」も40.7%となっており、これらの子ども関係の品目は4割以上が贈り物として購入されていることが分かります。

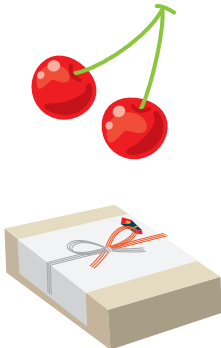
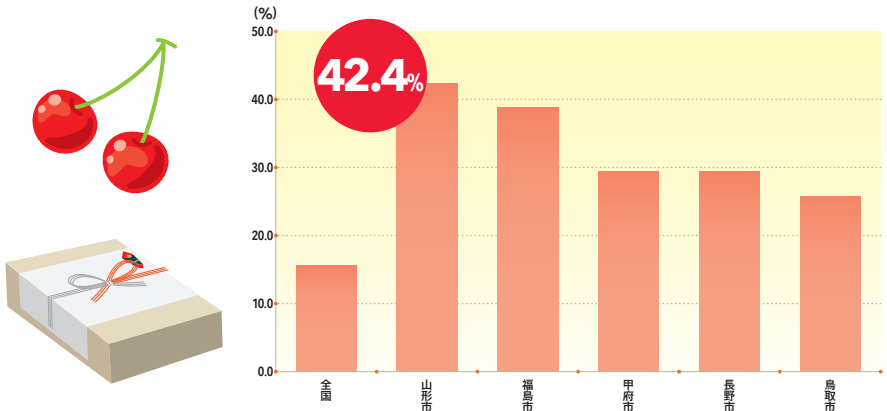
食品では、菓子の「ようかん」が42.4%、「まんじゅう」が39.5%となっているほか、生鮮果物の「メロン」が39.1%、「桃」が38.1%と、これらの品目も約4割が贈答用として購入されています。(図1)

次に、贈り物としての購入が多い生鮮果物について、都道府県庁所在市別に交際用の購入割合を見てみると、近隣にさくらぼの産地がある山形市が**42.4%**と最も高く、次いで桃の生産が多い福島市が38.8%となっています。(図2)

●図1 交際用購入の割合が高い品目(平成28年)―二人以上の世帯



●図2 生鮮果物の都道府県庁所在市別交際用購入の割合(平成26年～28年までの3か年平均)―二人以上の世帯



資料: 統計Today No.123「家計調査結果から「交際費」の実態とその変化を探る ～メロンの購入の約4割は贈答用!～」より抜粋

2

調査の結果からわかること