

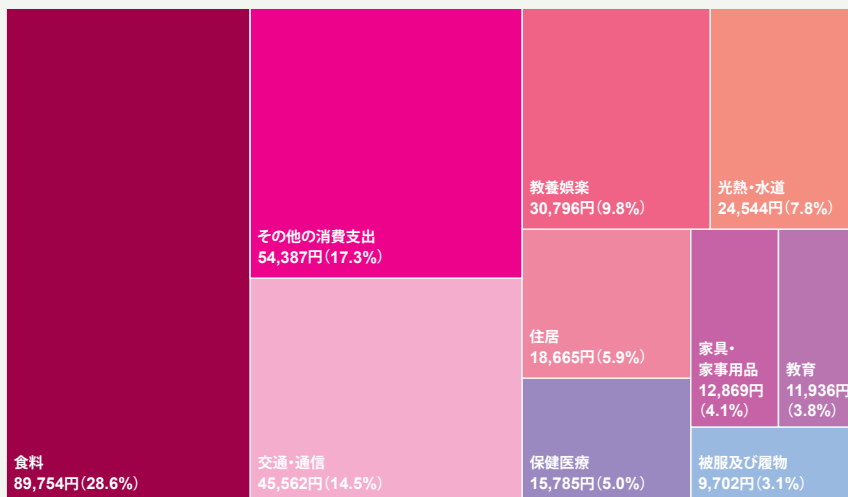
6

家計・物価のうごき

消費支出に占める割合が最も高いのは食料

1世帯当たり1か月間の消費支出(2025年) -二人以上の世帯

2025年の二人以上の世帯の消費支出は、1世帯当たり1か月平均314,001円となりました。その内訳を10大費目別にみると、「食料」が89,754円(28.6%)[※]で最も多く、贈与金や理美容用品などが含まれる「その他の消費支出」が54,387円(17.3%)、「交通・通信」が45,562円(14.5%)などとなっています。



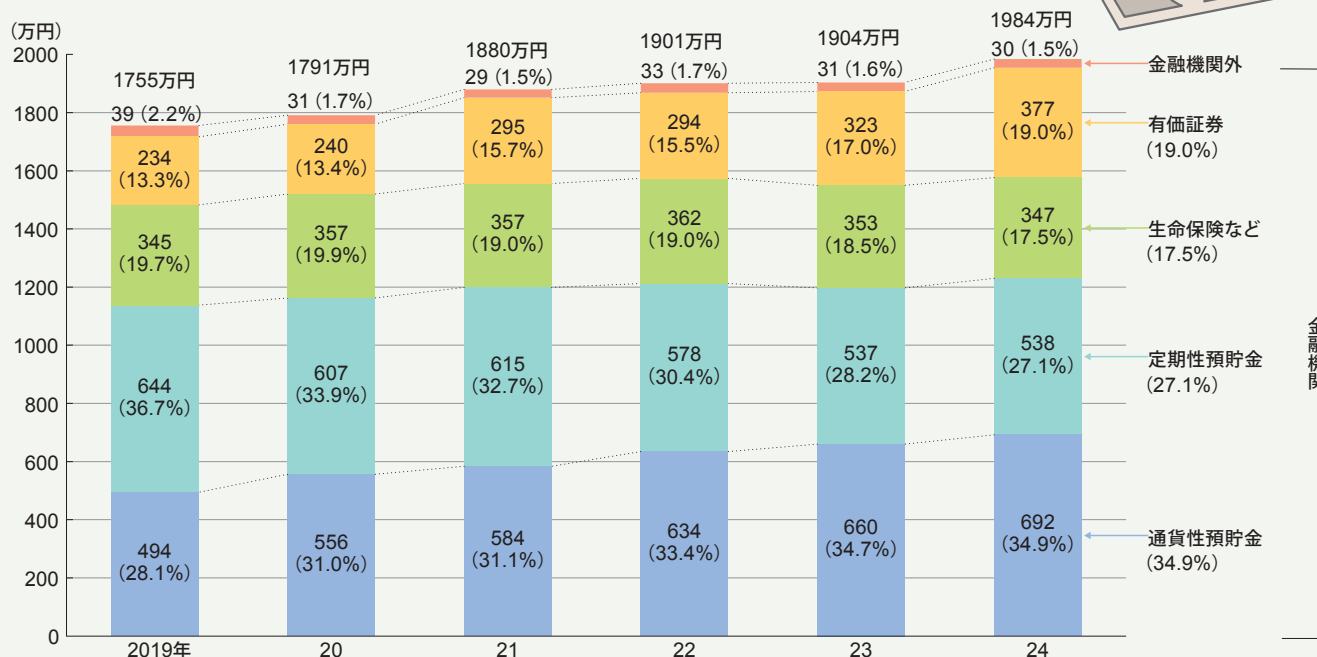
※ 文中及び図中の割合(%)は、消費支出に占める割合である。

資料:家計調査結果

貯蓄現在高の内訳は通貨性預貯金が最も多い

貯蓄の種類別貯蓄現在高及び構成比の推移(2019年~2024年) -二人以上の世帯

2024年における二人以上の世帯について貯蓄の種類別に1世帯当たり貯蓄現在高をみると、通貨性預貯金が692万円(貯蓄現在高に占める割合34.9%)と最も多く、次いで定期性預貯金が538万円(同27.1%)、有価証券が377万円(同19.0%)、「生命保険など」が347万円(同17.5%)、金融機関外が30万円(同1.5%)となっています。



注1: 図中の割合(%)は、貯蓄現在高に占める割合である。

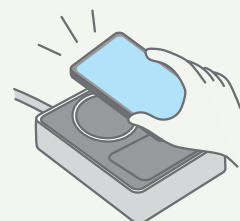
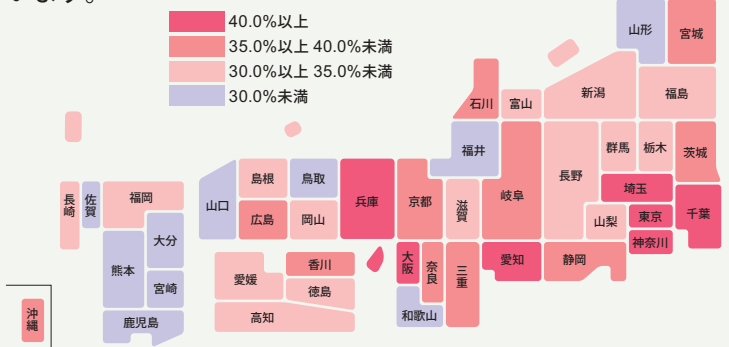
注2: 「通貨性預貯金」とは、ゆうちょ銀行の通常貯金、銀行及びその他の金融機関(信用金庫、信用組合、労働金庫、商工組合中央金庫、農業・漁業の協同組合など)の普通預金、当座預金、通知預金、納税準備預金などをいう。

資料:家計調査結果

「クレジットカード、電子マネー等」の支出の割合は、東京都が44.3%と最も高く、宮崎県が23.3%と最も低い

都道府県別消費支出に占める「クレジットカード、電子マネー等」の支出の割合（総世帯）（2024年）

2024年※1の総世帯の消費支出のうちキャッシュレス決済の代表的な購入形態である「クレジットカード、電子マネー等」※2における支出割合を都道府県別にみると、東京都が44.3%と最も高く、次いで兵庫県(42.7%)、神奈川県(42.3%)などとなっています。一方、宮崎県が23.3%と最も低く、次いで鹿児島県(24.4%)、佐賀県(25.1%)などとなっています。



順位※3	都道府県	【消費支出】クレジットカード、電子マネー等の支出の割合(%)	順位※3	都道府県	【消費支出】クレジットカード、電子マネー等の支出の割合(%)
1	東京都	44.3	25	山梨県	32.7
2	兵庫県	42.7	26	新潟県	32.3
3	神奈川県	42.3	27	富山県	32.0
4	愛知県	42.0	28	岡山県	31.9
5	千葉県	41.9	29	徳島県	31.4
6	埼玉県	40.7	30	高知県	31.3
7	大阪府	40.1	31	福島県	30.8
8	茨城県	38.5	32	秋田県	30.7
9	奈良県	38.5	33	愛媛県	30.2
10	石川県	38.0	34	長崎県	30.1
11	宮城県	37.8	35	島根県	30.0
12	香川県	37.0	36	山形県	29.9
13	沖縄県	36.9	37	福井県	29.9
14	三重県	36.9	38	和歌山県	29.4
15	広島県	36.7	39	山口県	29.1
16	京都府	36.5	40	岩手県	29.0
17	静岡県	35.9	41	青森県	28.6
18	岐阜県	35.7	42	鳥取県	28.3
19	栃木県	34.8	43	大分県	27.1
20	北海道	34.7	44	熊本県	26.3
21	長野県	34.4	45	佐賀県	25.1
22	福岡県	34.1	46	鹿児島県	24.4
23	滋賀県	33.8	47	宮崎県	23.3
24	群馬県	33.6		全国	37.8

※1 2024年10・11月平均
 ※2 「クレジットカード、電子マネー等」は、クレジットカード、電子マネー、掛買い、月賦を指す。
 ※3 表中の割合は、表示単位に四捨五入している。順位は表示単位未満を含めた値で作成しているため、割合が同じでも順位が異なる。
 資料：全国家計構造調査結果

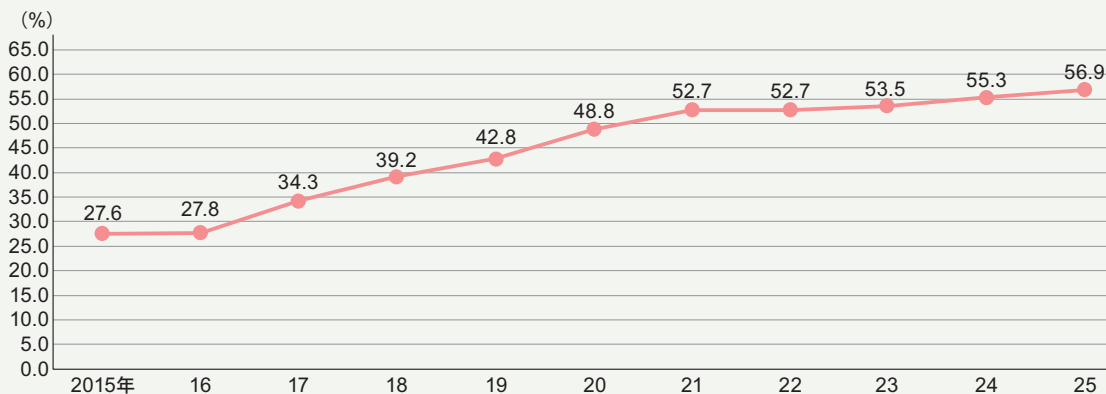
ネットショッピング利用世帯の割合は過去最高を更新

ネットショッピング利用世帯の割合の推移（2015年～2025年）-二人以上の世帯

二人以上の世帯における1か月当たりネットショッピングを利用した世帯の割合の推移をみると、2015年から2025年までの期間で27.6%から56.9%と、約2.1倍になっています。

初めて50%を超えました。2022年以降、上昇幅は落ち着きを見せていますが、上昇傾向は続いており、直近の2025年は、2002年の調査開始以来、過去最高水準だった前年を上回りました。

ネットショッピング利用世帯の割合は、2021年には



資料：家計消費状況調査結果

2023年以降は横ばい 長期時系列における国内の消費支出動向 ～CTIマクロ～

総消費動向指数 (CTIマクロ) の推移 (2002年1月～2025年12月)

CTIマクロでは、国内の消費動向の推移が分かります。2002年から2025年まで*の物価の変動を取り除いた長期時系列における消費支出動向の推移をみると、2011年の東日本大震災や2020年の新型コロナウイルス感染症の流行などの局面では大きく消費支出が落ち込んで

いることや、2014年及び2019年の消費税増税前には駆け込み需要によって大きく消費が伸びていることが読み取れます。2023年以降は横ばいの状況が続いています。



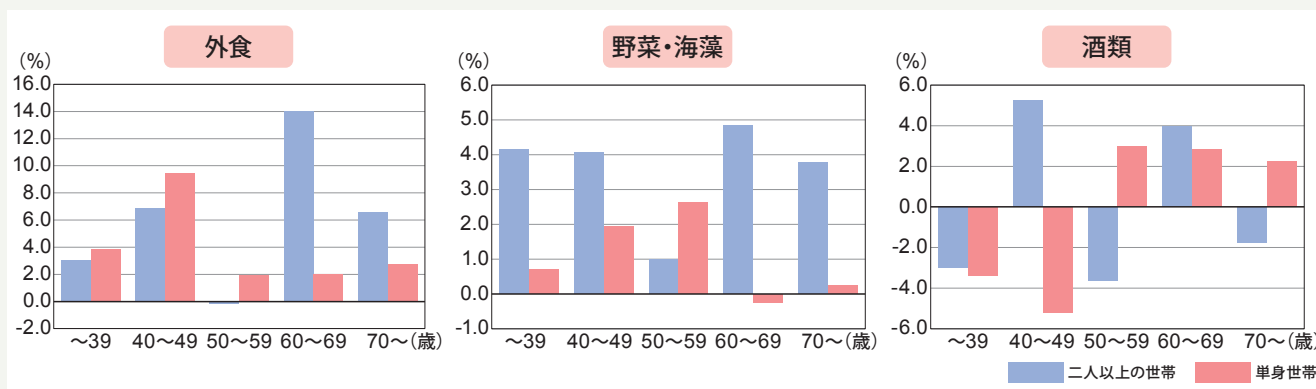
* CTIマクロは、毎月2002年1月に遡って推定を行っている。
資料：総消費動向指数 (CTIマクロ)

世帯属性で異なる消費の傾向～CTIミクロ～

世帯消費動向指数 (CTIミクロ) の主な費目別対前年名目増減率 (2025年平均)

総世帯	
二人以上の世帯	単身世帯
家計消費 状況調査	単身 モニター 調査
家計調査	調査

CTIミクロは、家計調査の結果に家計消費状況調査及び家計消費単身モニター調査の結果を合成することで、家計調査だけでは捉えきれない総世帯及び単身世帯の月次動向を公表しています。



「食料」の消費支出について、二人以上の世帯と単身世帯、さらに年齢層別にその動きを比較してみましょう。

まず「外食」について、若年層では単身世帯の支出の伸びが二人以上の世帯を上回っており、単身世帯の方が外食に使う金額が増えていることが分かります。その一方で、高齢層では二人以上の世帯の方が、単身世帯より金額の伸びが大きい傾向がみられます。

次に「野菜・海藻」について、二人以上の世帯の方が単身世帯より支出の伸びが大きくなっており、二人以上の

資料：世帯消費動向指数 (CTIミクロ)

世帯では食生活に欠かせない「野菜・海藻」が引き続き消費されていることが分かります。

また「酒類」については、単身世帯において若年層の支出が低く、高齢層では高いという対照的な傾向がみられ、いわゆる若者の酒離れが進んでいる様子がうかがえます。

このように、同じ「食料」であっても、費目ごとに消費支出の動きをみると、二人以上の世帯と単身世帯、そして年齢層によって消費の傾向が異なることが分かります。

2025年の消費者物価指数は3.2%の上昇

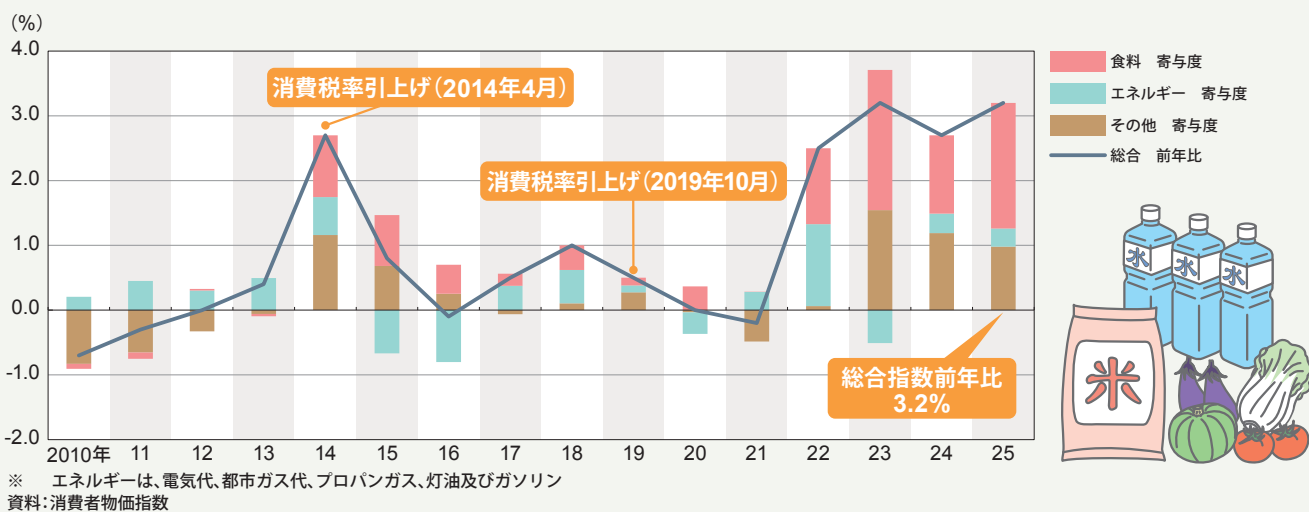
消費者物価指数(全国)の前年比の推移(2010年～2025年)

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。

近年の動きをみると、原油価格の変動に伴うエネルギー価格^{*}の値動きや2度にわたる消費税率引上げなどが消費者物価の動向に大きく影響しています。

2024年は、生鮮食品や「米類」などの食料を中心に多くの品目で値上がりが続いたほか、エネルギーについて

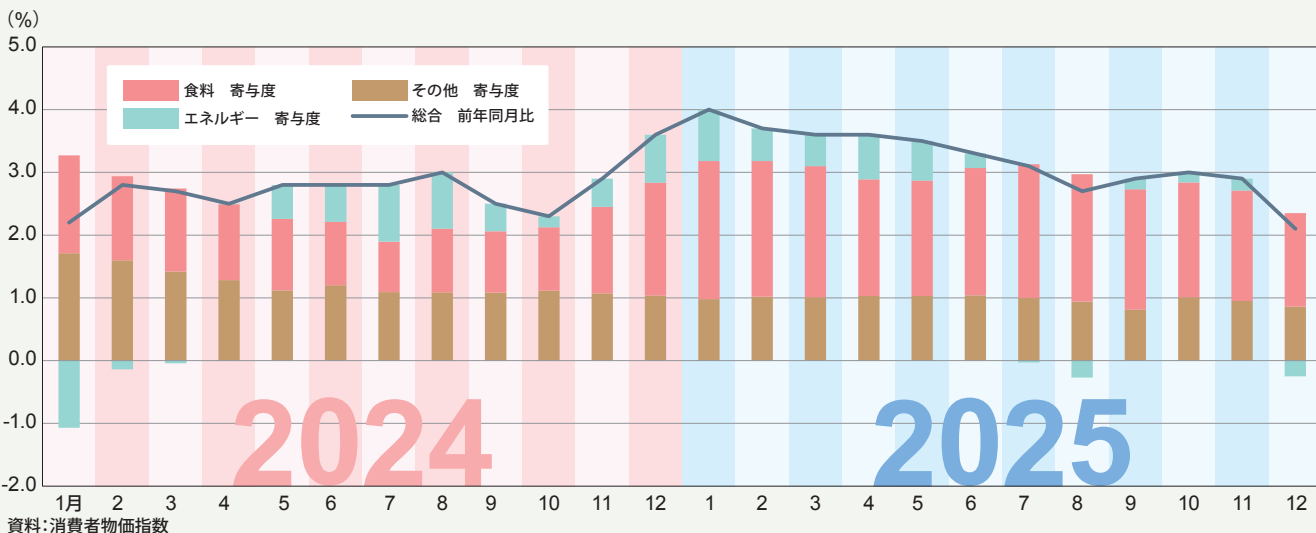
前年の「電気・ガス価格激変緩和対策事業」による押し下げ効果の反動の影響があったものの、「酷暑乗り切り緊急支援」による押し下げ効果などもあり、前年比2.7%の上昇となりました。2025年は、2024年に引き続き、食料について「米類」やチョコレートなど多くの品目で値上がりが見られたほか、エネルギーについて前年の「電気・ガス価格激変緩和対策事業」及び「酷暑乗り切り緊急支援」による押し下げ効果の反動、「電気・ガス料金負担軽減支援事業」による押し下げ効果などの影響があったことで、前年比3.2%の上昇となりました。



消費者物価指数(全国)の前年同月比の推移(2024年1月～2025年12月)

2025年を月別にみると、年間を通じて2%台から4%までの上昇が続いていました。内訳をみると、「米類」における需給の引き締めや、原材料価格や光熱費、人件費の高騰などの影響を受けて、食料やその他の品目が上昇に寄与しました。

また、エネルギーは、前年に行われていた政府の「電気・ガス価格激変緩和対策事業」及び「酷暑乗り切り緊急支援」の押し下げ効果が剥落しましたが、2月から4月まで及び8月から10月までは「電気・ガス料金負担軽減支援事業」による押し下げ効果がみられました。



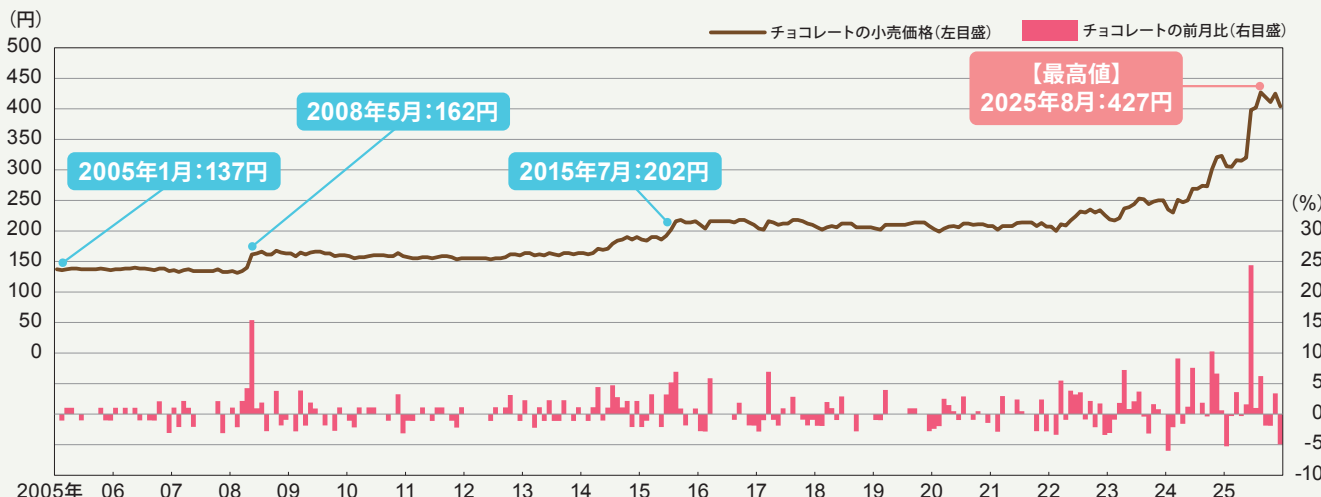


「チョコレート」の価格は2022年以降上昇傾向

「チョコレート」の小売価格の推移(2005年~2025年)

東京都区部における「チョコレート」^{*}の小売価格の推移をみると、2005年1月に137円だった価格は2008年5月に150円を超えると、その後は横ばい傾向でしたが、2014年3月頃から上昇傾向となり、2015年7月には200円を超えました。2022年以降は上昇傾向が続き、

2025年8月には、2005年以降で最高値の427円となりました。その背景には、世界的な需要拡大などの影響による原材料価格の上昇、原油価格高騰による生産コストや輸入コストの上昇など様々な要因が考えられます。



^{*} 板チョコレート100g当たりの小売価格。調査単位が1枚当たりの期間は、基本銘柄で指定する商標の1枚当たりの重量を基に100g当たりの価格を算出した。なお、2005年から2025年までに複数回の銘柄改正を行っているため、基本銘柄となる商標は調査時期により異なる。

資料:小売物価統計調査結果

物価水準が最も高い都道府県は東京都

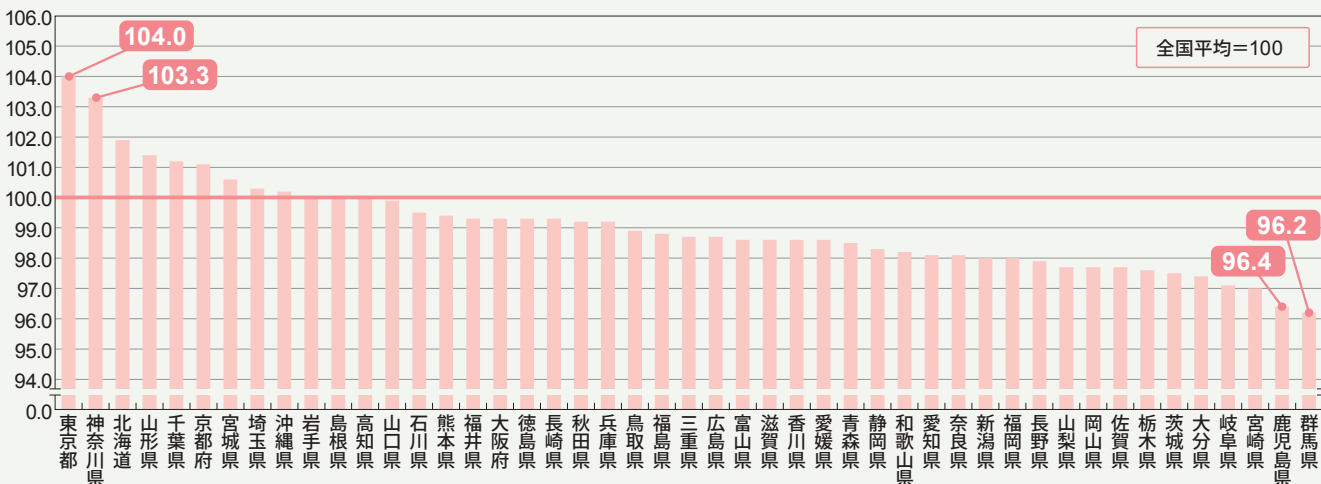
消費者物価地域差指数(総合)(都道府県)

2024年平均消費者物価地域差指数(全国平均=100)の「総合」を都道府県別にみると、東京都が104.0と最も高く、次いで神奈川県(103.3)などとなっており、小売物価統計調査(構造編)の調査を開始した2013年以降、12年連続で同様の傾向となっています。

(96.4)などとなっています。

次に、物価水準が最も高い東京都と最も低い群馬県との比率をみると、1.08倍(=104.0÷96.2)となっています。なお、指数が100(全国平均)以上の12都道府県のうち、4都県(埼玉県、千葉県、東京都及び神奈川県)が南関東の地域となりました。

一方、最も低いのは群馬県(96.2)で、次いで鹿児島県



資料:小売物価統計調査結果