

令和7年12月19日

令和6年全国家計構造調査 家計収支に関する結果

結果の要約

- 総務省は、世帯の所得分布及び消費の水準、構造等を全国的及び地域別に明らかにすることを目的として、全国家計構造調査を5年ごとに実施
- 今回、2024年（令和6年）に実施した同調査の結果のうち、家計収支に関する結果を公表（今後、所得に関する結果、家計資産・負債に関する結果等を順次公表）

〈消費支出の概況〉

2019年と比較して、支出割合が上昇したのは「食料（外食を除く）」、「家具・家事用品」、「光熱・水道」など

2024年10・11月の1か月平均消費支出（以下「消費支出」という。）は1世帯当たり251,242円。2019年（237,091円）と比較すると、名目6.0%の増加、実質4.4%の減少となっている。

消費支出に占める費目別割合をみると、「食料（外食を除く）」（22.7%）が最も高く、次いで「交通・通信」（14.3%）、「その他の消費支出（交際費を除く）」（11.7%）などとなっている。

また、費目別割合を2019年と比較すると、「食料（外食を除く）」、「家具・家事用品」、「光熱・水道」などが上昇しており、一方で、「その他の消費支出（交際費を除く）」、「交際費」、「被服及び履物」などが低下している。（図1）

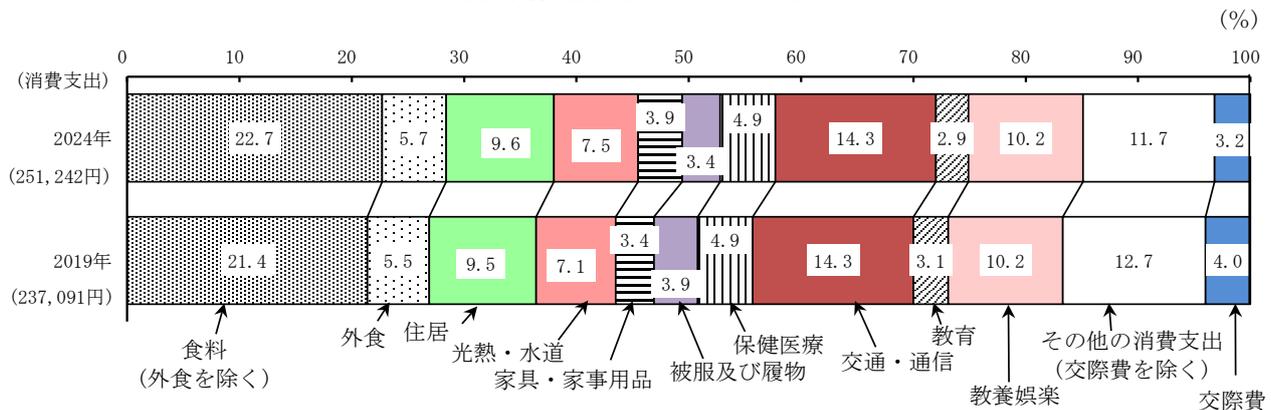
〔割合が上昇した費目〕

食料（外食を除く）	（1.3ポイント）
家具・家事用品	（0.5ポイント）
光熱・水道	（0.4ポイント）

〔割合が低下した費目〕

その他の消費支出（交際費を除く）	（▲1.0ポイント）
交際費	（▲0.8ポイント）
被服及び履物	（▲0.5ポイント）

図1 費目別消費支出の割合（総世帯）



〈世帯主の年齢階級別にみた消費支出〉

「消費支出」が最も多いのは50歳代の世帯であり、他の年齢階級と比較して、「教育」の割合が7.1%と最も高い

総世帯の消費支出を世帯主の年齢階級別にみると、30歳未満が195,159円、30歳代が240,300円、40歳代が280,587円と年齢階級が高くなるに従って多くなり、50歳代の294,214円をピークに、60歳代が272,192円、70歳代が241,672円、80歳以上が192,675円と少なくなっている。

費目別割合を年齢階級別にみると、「消費支出」が最も多い50歳代では、他の年齢階級と比較して、「教育」(7.1%)、「その他の消費支出(交際費を除く)」(14.4%)が高くなっている。

(図2、図3)

図2 世帯主の年齢階級別消費支出(総世帯)

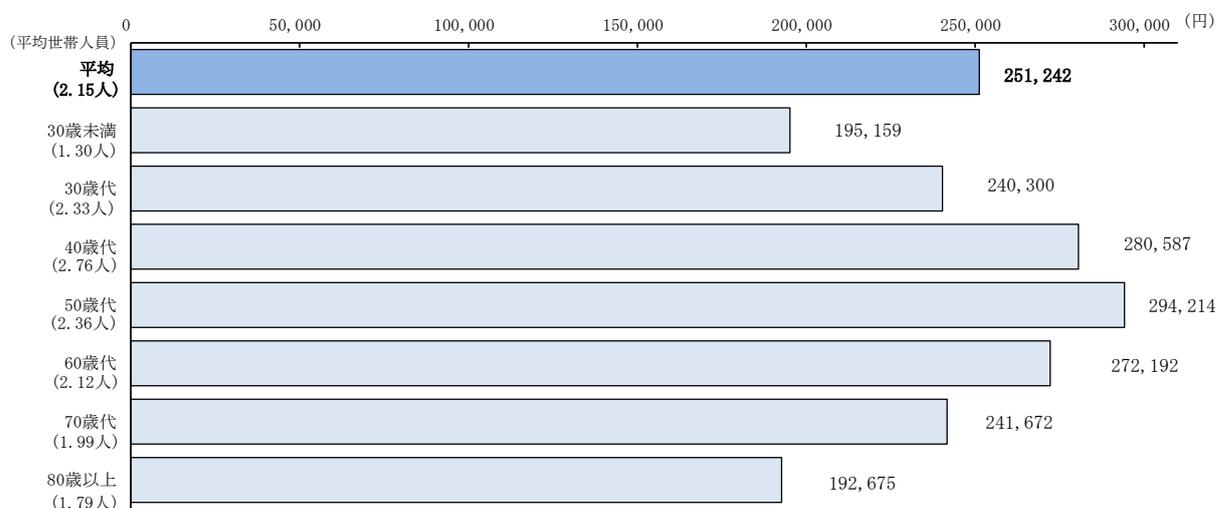
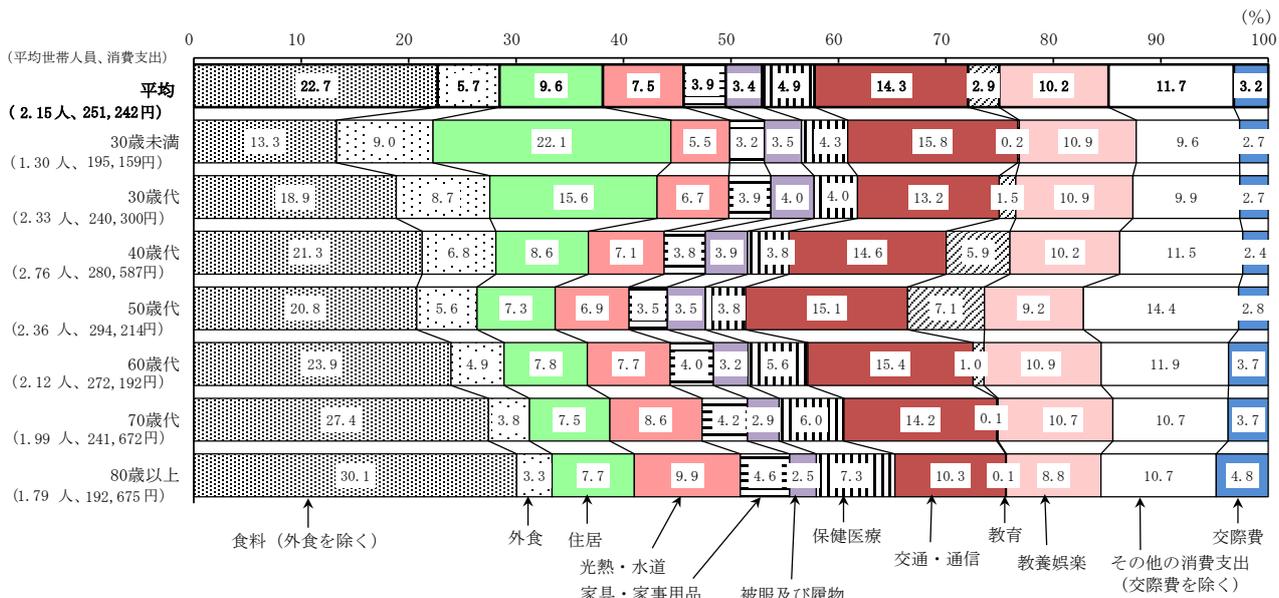


図3 世帯主の年齢階級、費目別消費支出の割合(総世帯)



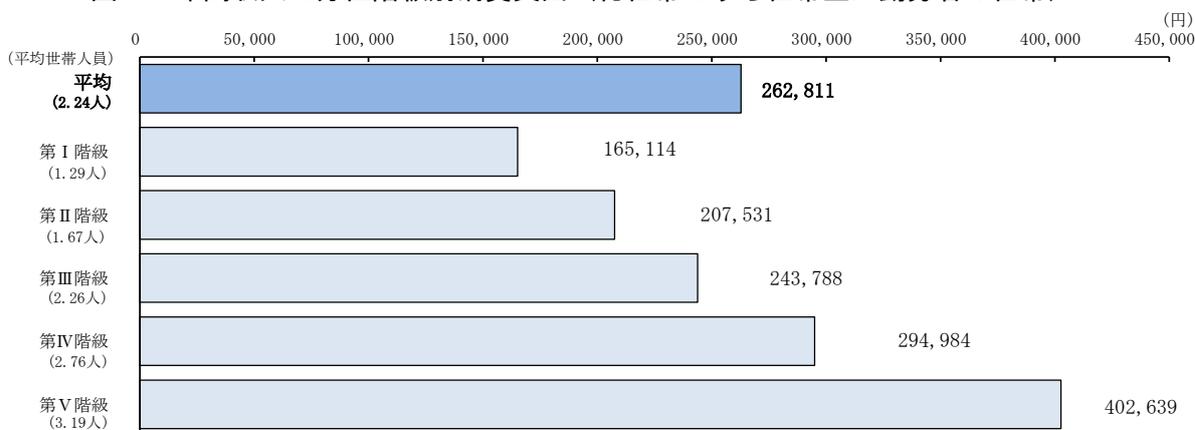
〈年間収入五分位階級別にみた消費支出〉

世帯主が勤労者の世帯の年間収入第Ⅴ階級の消費支出は第Ⅰ階級の約2.4倍

総世帯のうち世帯主が勤労者の世帯の消費支出を年間収入五分位階級別にみると、第Ⅰ階級が165,114円、第Ⅱ階級が207,531円、第Ⅲ階級が243,788円、第Ⅳ階級が294,984円、第Ⅴ階級が402,639円となっており、第Ⅴ階級の消費支出は第Ⅰ階級の約2.4倍となっている。

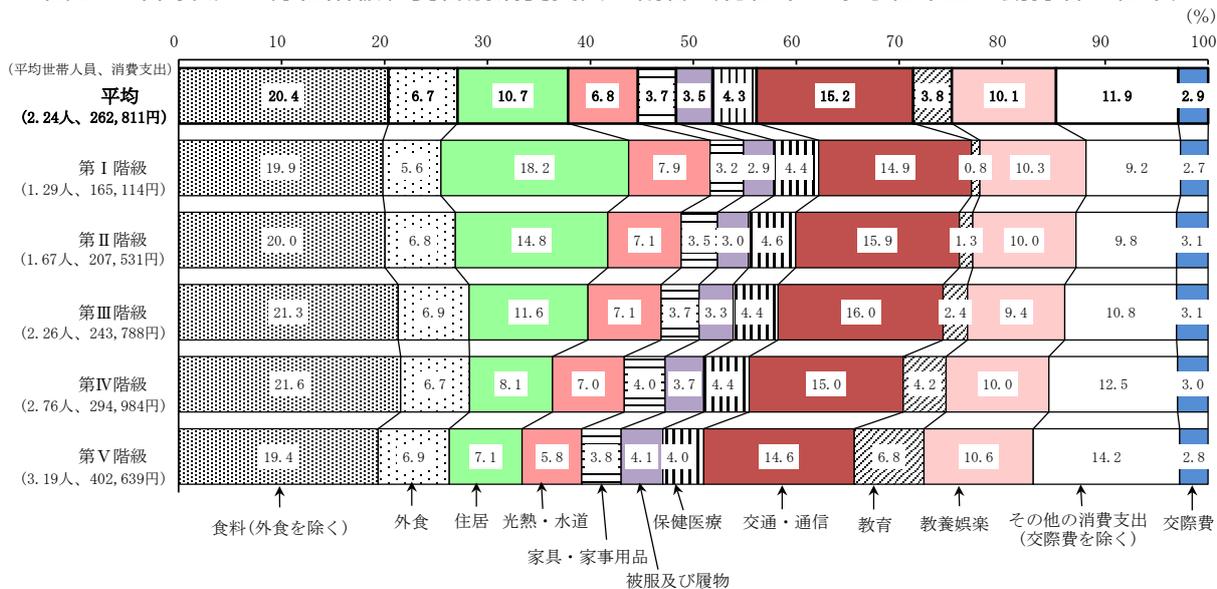
消費支出に占める費目別割合をみると、「被服及び履物」、「教育」及び「その他の消費支出（交際費を除く）」は収入階級が高くなるに従って割合が高くなっている。一方、「住居」及び「光熱・水道」は収入階級が高くなるに従って割合が低くなっている。（図4、図5）

図4 年間収入五分位階級別消費支出（総世帯のうち世帯主が勤労者の世帯）



各分位の境界値（分位の上限）：第Ⅰ階級 351万円、第Ⅱ階級 510万円、第Ⅲ階級 689万円、第Ⅳ階級 932万円

図5 年間収入五分位階級、費目別消費支出の割合（総世帯のうち世帯主が勤労者の世帯）



各分位の境界値（分位の上限）：第Ⅰ階級 351万円、第Ⅱ階級 510万円、第Ⅲ階級 689万円、第Ⅳ階級 932万円

＜単身世帯の消費支出＞

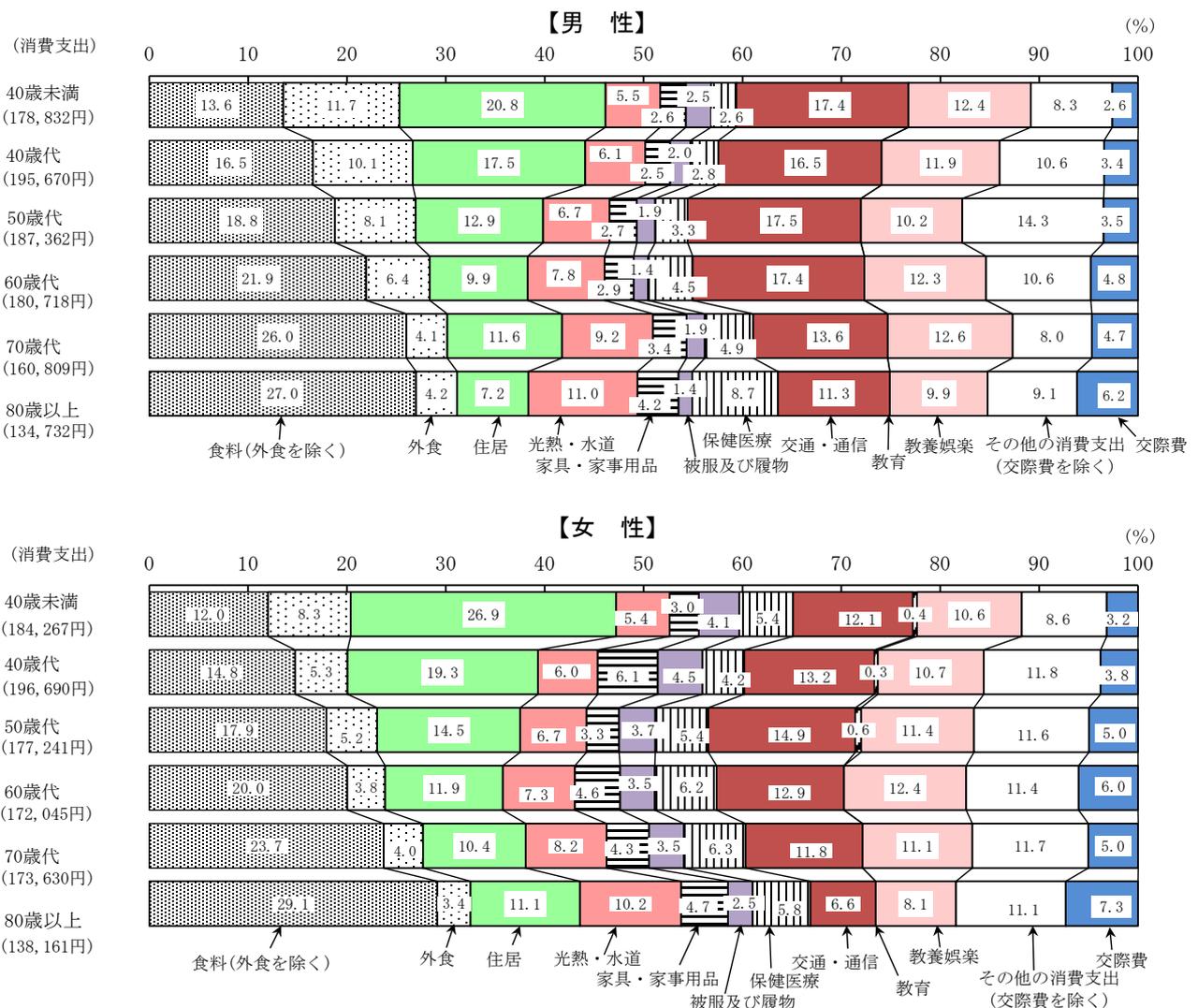
単身世帯の消費支出に占める割合は、男性は全ての年齢階級で「食料」が最も高く、女性は40歳未満で「住居」、それ以外では「食料」が最も高い

単身世帯について、消費支出に占める費目別割合を男女、年齢階級別にみると、男性は全ての年齢階級で「食料（外食を除く）」及び「外食」の合計（以下「食料」という。）が4分の1以上を占め、消費支出に占める割合が最も高くなっている。女性は40歳未満で「住居」の割合が4分の1以上を占めて最も高くなっており、40歳未満を除く全ての年齢階級で「食料」の割合が最も高くなっている。

年齢階級で比較すると、男女共に80歳以上では「交通・通信」の割合が他の年齢階級に比べ低くなっている。

男女を比較すると、「食料」の割合は80歳以上を除いた全ての年齢階級で男性が女性を上回っている。これに対し、「家具・家事用品」、「被服及び履物」及び「交際費」の割合は全ての年齢階級で女性が男性を上回っている。（図6）

図6 男女、年齢階級、費目別消費支出の割合（単身世帯）



注 「教育」が0.0%の箇所は、数値を省略している。

<夫婦高齢者世帯、高齢者無職単身世帯の収入及び支出>

高齢者無職単身世帯では、「65～74歳」は可処分所得が消費支出を下回っているのに対し、「75歳以上」は可処分所得が消費支出を上回っている

夫婦高齢者世帯（65歳以上の夫婦）について、実収入をみると、世帯主が勤労者の世帯は467,961円、世帯主が無職の世帯は271,665円となっている。内訳をみると、公的年金などの社会保障給付は、それぞれ218,817円、247,574円となっており、実収入に占める割合は、それぞれ46.8%、91.1%となっている。

高齢者無職単身世帯について、世帯主が「65～74歳」、「75歳以上」の年齢階級に分けて比較すると、実収入は、「65～74歳」が157,718円、「75歳以上」が155,129円、可処分所得はそれぞれ141,629円、145,146円、消費支出はそれぞれ171,924円、138,285円となっており、「65～74歳」は可処分所得が消費支出を下回っているのに対し、「75歳以上」は可処分所得が消費支出を上回っている。（図7、図8）

図7 夫婦高齢者世帯の収入及び支出（世帯主が勤労者の世帯、世帯主が無職の世帯）

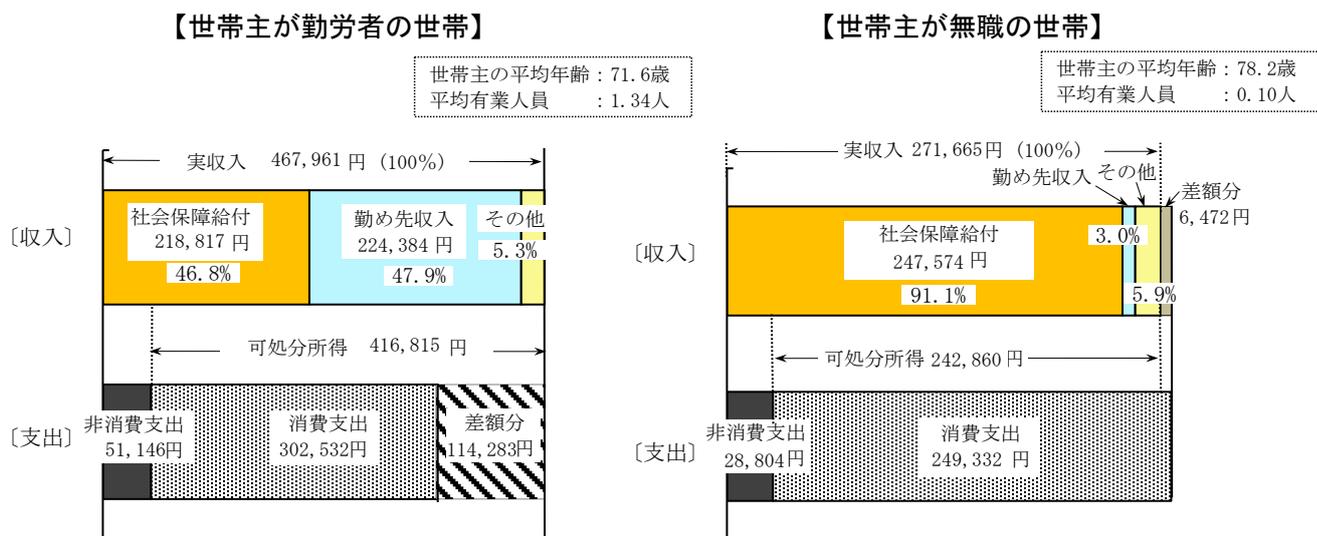
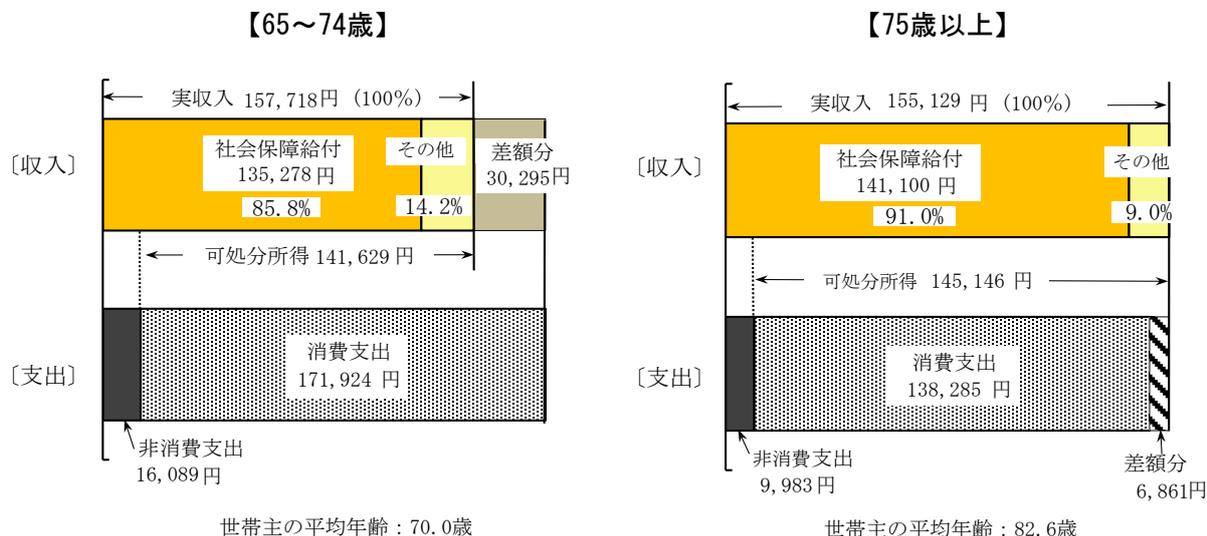


図8 高齢者無職単身世帯の収入及び支出（65～74歳、75歳以上）



〈購入形態別にみた支出〉

消費支出のうち「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」の割合は2019年に比べ上昇（22.5%から32.3%）

総世帯の消費支出について、購入形態別割合をみると、「現金等（即時払い）」※¹は62.2%、「クレジットカード、電子マネー等（前払い）」※²は5.5%、「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」※³は32.3%となっており、2019年と比較すると、「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」の割合が最も上昇（22.5%から32.3%）している。

また、「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」の割合を費目別にみると、「被服及び履物」が最も高く（59.5%）となっており、2019年と比較すると、「外食」の割合が最も上昇（17.4%から33.9%）している。（表1）

※1 「現金等（即時払い）」は、「現金」、「ポイント」、「商品券」、「デビットカード」、「口座間振込等」及び「自分の店の商品」を指す。

※2 「クレジットカード、電子マネー等（前払い）」は、「電子マネー（プリペイド）」を指す。

※3 「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」は、「クレジットカード、掛買い、月賦」及び「電子マネー（ポストペイ）」を指す。

表1 購入形態、費目別消費支出及び支出割合（総世帯）

費目		2024年				2019年			
		計	現金等	クレジットカード、電子マネー等		計	現金等	クレジットカード、電子マネー等	
			即時払い	前払い	後払い		即時払い	前払い	後払い
支出金額 (円)	消費支出	251,242	156,189	13,851	81,202	237,091	174,237	9,550	53,305
	食料(外食を除く)	57,046	30,014	8,287	18,744	50,763	33,465	6,251	11,047
	外食	14,438	8,383	1,156	4,899	12,993	10,276	461	2,256
	住居	24,173	22,477	43	1,653	22,523	21,632	10	880
	光熱・水道	18,896	13,093	56	5,748	16,837	13,052	44	3,741
	家具・家事用品	9,817	4,428	640	4,749	8,073	4,761	363	2,949
	被服及び履物	8,528	2,897	561	5,070	9,279	4,332	426	4,520
	保健医療	12,286	7,539	445	4,301	11,648	8,959	230	2,459
	交通・通信	35,878	19,262	1,086	15,531	33,954	20,810	864	12,280
	教育	7,246	6,580	5	660	7,279	6,819	2	459
	教養娯楽	25,591	13,150	718	11,723	24,282	15,816	372	8,094
	その他の消費支出 (交際費を除く)	29,289	20,769	785	7,735	30,045	25,213	490	4,342
交際費	8,054	7,597	68	390	9,415	9,102	36	277	
割合 (%)	消費支出	100.0	62.2	5.5	32.3	100.0	73.5	4.0	22.5
	食料(外食を除く)	100.0	52.6	14.5	32.9	100.0	65.9	12.3	21.8
	外食	100.0	58.1	8.0	33.9	100.0	79.1	3.5	17.4
	住居	100.0	93.0	0.2	6.8	100.0	96.0	0.0	3.9
	光熱・水道	100.0	69.3	0.3	30.4	100.0	77.5	0.3	22.2
	家具・家事用品	100.0	45.1	6.5	48.4	100.0	59.0	4.5	36.5
	被服及び履物	100.0	34.0	6.6	59.5	100.0	46.7	4.6	48.7
	保健医療	100.0	61.4	3.6	35.0	100.0	76.9	2.0	21.1
	交通・通信	100.0	53.7	3.0	43.3	100.0	61.3	2.5	36.2
	教育	100.0	90.8	0.1	9.1	100.0	93.7	0.0	6.3
	教養娯楽	100.0	51.4	2.8	45.8	100.0	65.1	1.5	33.3
	その他の消費支出 (交際費を除く)	100.0	70.9	2.7	26.4	100.0	83.9	1.6	14.5
交際費	100.0	94.3	0.8	4.8	100.0	96.7	0.4	2.9	

注 購入形態の詳細については、「用語の解説」の「1 購入形態」（9ページ）を参照のこと。

〈都道府県別の購入形態の状況〉

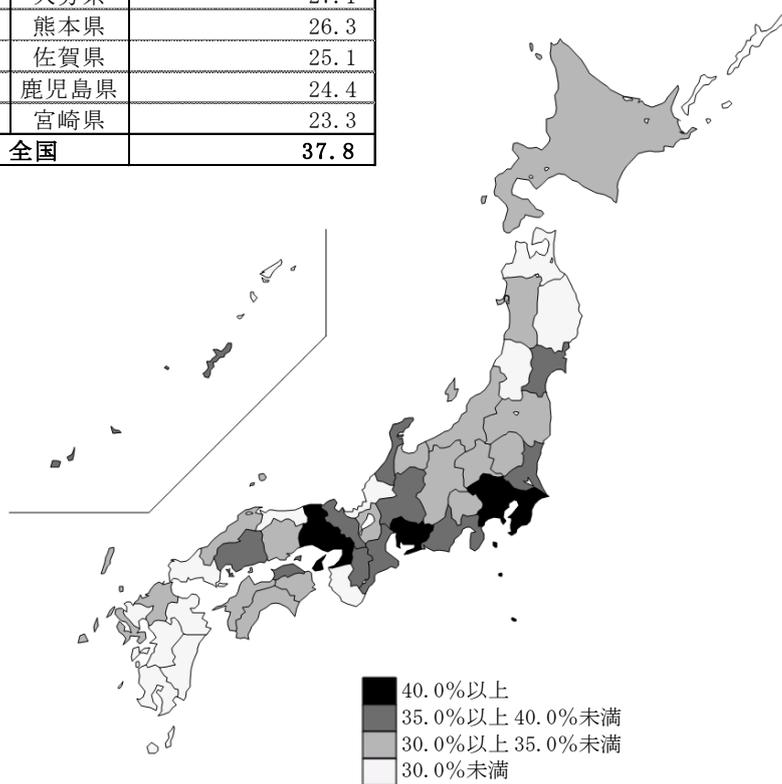
消費支出のうちキャッシュレス決済の代表的な購入形態である「クレジットカード、電子マネー等」の（前払い）と（後払い）を合計した支出割合は、最も高い東京都で44.3%、最も低い宮崎県で23.3%

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」の（前払い）と（後払い）を合計した支出割合（以下「クレジットカード、電子マネー等」という。）は、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%)などとなっている。

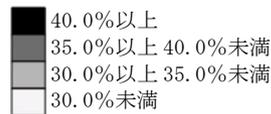
一方、宮崎県が23.3%と最も低く、次いで鹿児島県(24.4%)、佐賀県(25.1%)などとなっている。(表2、図9)

表2、図9 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）

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



※ 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。



〈店頭販売における購入形態の状況〉

店頭販売における消費支出のうち、「クレジットカード、電子マネー等」の占める割合は、いずれの購入先においても約5割に達している

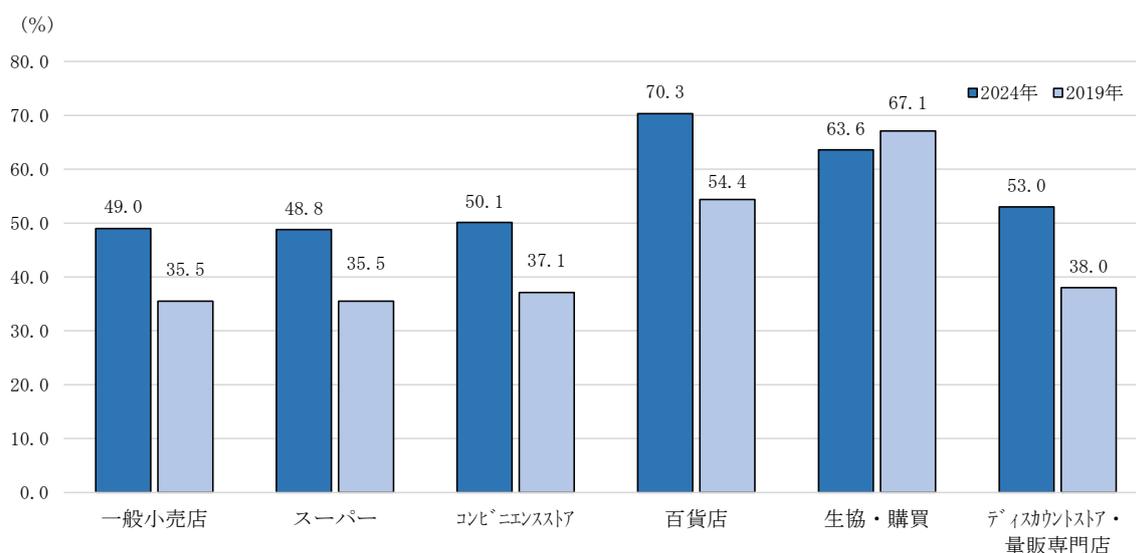
注1 購入先に関する結果は11月の支出を集計したものである。

注2 ここでは、保険の掛金、こづかい、贈与金及び口座自動引き落としによる支出など購入先を調査していないものは、「消費支出」から除いている。

総世帯について、店頭販売における消費支出のうち、「クレジットカード、電子マネー等」の占める割合を購入先別にみると、「一般小売店」及び「スーパー」では約5割に達しており、「コンビニエンスストア」、「生協・購買」及び「ディスカウントストア・量販専門店」では5割を超え、「百貨店」では7割を超えている。

また、2019年と比較すると、「生協・購買」を除く全ての購入先において支出割合が10ポイント以上の上昇となっており、特に「百貨店」では、15.9ポイントの上昇となっている。(図10)

図10 購入先別消費支出に占める「クレジットカード、電子マネー等」の支出割合（総世帯）



注3 購入先の詳細については、「用語の解説」の「2 購入先」(9ページ)を参照のこと。

用語の解説

1 購入形態

世帯で購入した品目について、品目ごとにその支払方法（「現金」、「クレジット、掛買い、月賦」、「電子マネー」等）を家計簿に記入する方法で調査した。

なお、集計上の「現金」には、支払方法で「現金」、「ポイント」、「商品券」、「デビットカード」、「口座間振込等」及び「自分の店の商品」とされたもののほか、自動引落としによる支払のうち「クレジット、掛買い、月賦」に該当しない支出を含めている。

また、二次元バーコード等による決済サービスを利用した場合は、支払った際に選択した購入形態に応じて分類している。

2 購入先

購入先は、世帯で購入した品目について、品目ごとにその購入先を家計簿（11月分のみ）に記入する方法で調査した。

購入先の分類基準は下表のとおりである。

	購 入 先	分 類 基 準
通信販売	1 通 信 販 売 (インターネット)	インターネット上で注文を行い、品物を購入又はサービスの提供を受ける形態（いわゆるネットショッピング）をいう。 また、ネットスーパーの宅配（ネット注文）、宅配ピザ（ネット注文）などもここに含める。
	2 通 信 販 売 (その他)	「1 通信販売（インターネット）」以外で、新聞・雑誌、ラジオ・テレビ、カタログ等で広告し、郵便、電話等で注文を行い、品物を購入又はサービスの提供を受ける形態をいう。
店頭販売	3 一 般 小 売 店	次の「4 スーパー」～「8 ディスカウントストア・量販専門店」以外の小売店をいう。例えば、個人商店、ガソリンスタンド、書店、雑貨店、高級ブランドショップ、新聞小売店、チケットショップなどをいう。
	4 ス ー パ ー	食品、日用雑貨、衣類、電化製品など、各種の商品を、セルフサービスで販売する小売店をいう。
	5 コンビニエンス ス ト ア	食品を中心に、家事雑貨、雑誌など各種最寄り品を取りそろえ、セルフサービスで販売しており、店舗規模が小さく、24時間又は長時間営業を行う小売店をいう。
	6 百 貨 店	衣・食・住にわたる各種の商品を主に対面販売により販売しており、常時50人以上の従業員のいる小売店をいう。
	7 生 協 ・ 購 買	組合員の出資によってつくられている生活協同組合、農業協同組合や会社、官公庁が職員のために設けている購買部をいう。
その他	8 ディスカウント ス ト ア ・ 量 販 専 門 店	店頭商品を原則的に全品値引きして安い価格を売り物としている小売店、家電や衣料品（ファストファッションを含む。）などの量販専門店、主に医薬品や化粧品を販売しているドラッグストア、均一価格で多様な商品を販売する小売店や格安チケットショップなどをいう。
	9 そ の 他	上記以外の店、例えば、美容院、クリーニング店、問屋、市場、露店、行商、リサイクルショップなどをいう。 また、飲食店（レストラン、ファーストフード、居酒屋等）や自動販売機、電気料金や都市ガス料金などの支払もここに含める。

- ◆「令和6年全国計構造調査」の詳しい結果を御覧になる場合は、次のURLを参照ください。

<https://www.stat.go.jp/data/zenkokukakei/2024/index.html>

- ◆この冊子は、次のURLからダウンロードできます。

<https://www.stat.go.jp/data/zenkokukakei/2024/kekka.html>

- ◆本調査の統計データを引用・転載する場合には、必ず、出典の表記をお願いします。

出典：総務省統計局「〇〇年全国計構造調査結果」

<内容に関する問合せ先>



総務省統計局

統計調査部 消費統計課 全国家計構造調査発表係

〒162-8668 東京都新宿区若松町19番1号

電話：03-5273-1173（直通）

- * 結果の要約は、統計メールニュースでも配信しています。
メールニュースのお申込みは、統計局ホームページから。

統計局ホームページ <https://www.stat.go.jp/>

政府統計の総合窓口（e-Stat）URL <https://www.e-stat.go.jp/>

令和6年全国家計構造調査

家計収支に関する結果

結果の概要

2025年(令和7年)12月19日



総務省統計局

目 次

結 果 の 概 要

I 世帯の支出

1 消費支出の概況.....	1
2 世帯主の年齢階級.....	4
3 年間収入五分位階級.....	5
4 就業形態.....	6

II 世帯類型別にみた支出等

1 夫婦のいる世帯の消費支出.....	7
2 単身世帯の消費支出.....	10
3 高齢者世帯の収入及び支出.....	11
4 母子世帯の収入及び支出.....	13

III 購入行動の形態別にみた支出

1 購入形態.....	14
2 購入先.....	18
3 購入地域.....	23
4 曜日（1日の消費支出）.....	24

（参考）調査時期に起因する留意事項.....	25
------------------------	----

<付 録>

令和6年全国家計構造調査の概要.....	26
用語の解説.....	28

図 表 目 次

([] 内はe - S t a tに掲載する結果表の表番号)

< I 世帯の支出 >

図 I - 1	費目別消費支出の割合 (総世帯)	1
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出 (細分類) : 第1-1表]	
表 I - 1	費目別消費支出 (総世帯)	1
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出 (細分類) : 第1-1表]	
図 I - 2	費目別消費支出の割合 (二人以上の世帯)	2
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出 (細分類) : 第1-1表]	
表 I - 2	費目別消費支出 (二人以上の世帯)	2
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出 (細分類) : 第1-1表]	
図 I - 3	費目別消費支出の割合 (単身世帯)	3
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出 (細分類) : 第1-1表]	
表 I - 3	費目別消費支出 (単身世帯)	3
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出 (細分類) : 第1-1表]	
図 I - 4	世帯主の年齢階級別消費支出 (総世帯)	4
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出 (細分類) : 第1-4表]	
図 I - 5	世帯主の年齢階級、費目別消費支出の割合 (総世帯)	4
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出 (細分類) : 第1-4表]	
図 I - 6	年間収入五分位階級別消費支出 (総世帯のうち勤労者世帯)	5
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出 (細分類) : 第1-21表]	
図 I - 7	年間収入五分位階級、費目別消費支出の割合 (総世帯のうち勤労者世帯) ..	5
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出 (細分類) : 第1-21表]	
図 I - 8	世帯主の就業形態別消費支出 (総世帯のうち勤労者世帯)	6
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出 (細分類) : 第1-5表]	
図 I - 9	世帯主の就業形態、費目別消費支出の割合 (総世帯のうち勤労者世帯)	6
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出 (細分類) : 第1-5表]	

< II 世帯類型別にみた支出等 >

図Ⅱ-1	夫婦のいる世帯の世帯類型、費目別消費支出の割合	8
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出(細分類):第1-10表、 (全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出(中分類):第1-31表]	
図Ⅱ-2	夫婦のみの世帯(世帯主が65歳以上、有業者のいない世帯)の世帯主の年齢階級、費目別消費支出	9
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出(中分類):第1-31表]	
図Ⅱ-3	男女、年齢階級、費目別消費支出の割合(単身世帯)	10
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出(細分類):第1-4表]	
図Ⅱ-4	夫婦高齢者世帯の収入及び支出(勤労者世帯、無職世帯)	11
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出(細分類):第1-11表]	
図Ⅱ-5	高齢者無職単身世帯の収入及び支出(65~74歳、75歳以上)	12
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出(細分類):第1-4表]	
図Ⅱ-6	母子世帯及び夫婦と未婚の子供がいる世帯の収入及び支出(勤労者世帯)	13
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出(細分類):第1-10表、第1-12表]	

< III 購入行動の形態別にみた支出 >

表Ⅲ-1	購入形態、費目別消費支出及び支出割合(総世帯)	14
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の支出(細分類):第1-104表]	
図Ⅲ-1	世帯主の年齢階級、購入形態別消費支出の割合(総世帯)	15
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の支出(細分類):第1-104表]	
表Ⅲ-2	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」の支出割合(総世帯)	16
図Ⅲ-2	〃	
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の支出(細分類):第1-104表、 (都道府県、県内経済圏、15万以上市別) 1世帯当たり1か月間の支出(中分類):第25表]	
図Ⅲ-3	購入先別消費支出に占める「クレジットカード、電子マネー等」の支出割合(総世帯)	17
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の支出(細分類):第1-97表]	
表Ⅲ-3	購入先別消費支出(総世帯)	18
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の支出(細分類):第1-95表]	
図Ⅲ-4	購入先別消費支出の割合(総世帯)	18
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の支出(細分類):第1-95表]	
表Ⅲ-4	世帯主の年齢階級、購入先別消費支出(総世帯)	19
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の支出(細分類):第1-95表]	
図Ⅲ-5	世帯主の年齢階級、購入先別消費支出の割合(総世帯)	19
	[(全国) 1世帯当たり1か月間の支出(細分類):第1-95表]	

表Ⅲ－５	都道府県別消費支出の「通信販売（インターネット）」での購入割合（総世帯）	20
図Ⅲ－６	〃	
	〔（全国）１世帯当たり１か月間の支出（細分類）：第１－95表、 （都道府県、県内経済圏、15万以上市別）１世帯当たり１か月間の支出（中分類）：第21表〕	
参考表	購入先別財を中心とした消費支出の支出金額水準差（総世帯） （購入先別の支出金額水準が最も高い都道府県、最も低い都道府県）	21
	〔（全国）１世帯当たり１か月間の支出（細分類）：第１－95表、 （都道府県、県内経済圏、15万以上市別）１世帯当たり１か月間の支出（中分類）：第25表〕	
参考図	購入先別財を中心とした消費支出の支出金額水準（全国=100）（総世帯） （購入先別の支出金額水準が最も高い都道府県）	22
	〔（全国）１世帯当たり１か月間の支出（細分類）：第１－95表、 （都道府県、県内経済圏、15万以上市別）１世帯当たり１か月間の支出（中分類）：第25表〕	
表Ⅲ－６	都道府県別消費支出の「自宅と同じ市町村」での購入割合（総世帯）	23
図Ⅲ－７	〃	
	〔（全国）１世帯当たり１か月間の支出（細分類）：第１－95表、 （都道府県、県内経済圏、15万以上市別）１世帯当たり１か月間の支出（中分類）：第21表〕	
表Ⅲ－７	曜日、費目別消費支出（１日の消費支出）（総世帯のうち勤労者世帯、同無職世帯）	24
	〔（全国）１世帯当たり１か月間の支出（細分類）：第１－89表〕	
図Ⅲ－８	土日祝日の費目別消費支出（１日の消費支出、平日との比較）（総世帯のうち勤労者世帯、同無職世帯）	24
	〔（全国）１世帯当たり１か月間の支出（細分類）：第１－89表〕	

<p>注　　本資料上の図表について、金額及び構成比は表示単位に四捨五入してあるので、内訳の計は必ずしも合計に一致しない。</p>
--

結果の概要

I 世帯の支出

1 消費支出の概況

(1) 総世帯

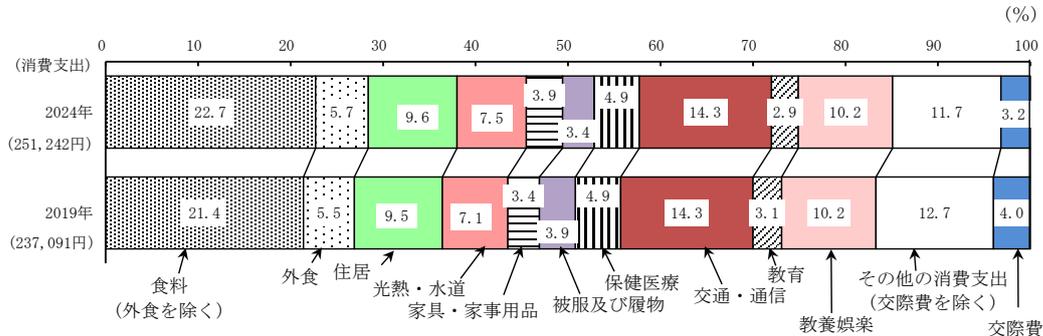
2019年と比較して、支出割合が上昇したのは「食料（外食を除く）」、「家具・家事用品」、「光熱・水道」など

総世帯の1世帯当たり2024年10・11月の1か月平均消費支出（以下「消費支出」という。）は251,242円であった。2019年（237,091円）と比較すると、名目6.0%の増加、実質4.4%の減少となっている。

消費支出に占める費目別割合をみると、「食料（外食を除く）」（22.7%）が最も高く、次いで「交通・通信」（14.3%）、「その他の消費支出（交際費を除く）」（11.7%）などとなっている。

また、費目別割合を2019年と比較すると、「食料（外食を除く）」、「家具・家事用品」、「光熱・水道」などが上昇しており、一方で、「その他の消費支出（交際費を除く）」、「交際費」、「被服及び履物」などが低下している。（図I-1、表I-1）

図I-1 費目別消費支出の割合（総世帯）



表I-1 費目別消費支出（総世帯）

項目	2024年		2019年		名目増減率 上昇・低下幅		実質増減率 実数(%)	消費者 物価指数 変化率(%)
	実数	構成比(%)	実数	構成比(%)	実数(%)	構成比(%)		
世帯主の平均年齢(歳)	57.1	-	56.6	-	(0.5)	-	-	-
平均世帯人員(人)	2.15	-	2.28	-	(-0.13)	-	-	-
消費支出(円)	251,242	100.0	237,091	100.0	6.0	-	-4.4	10.9
食料(外食を除く)	57,046	22.7	50,763	21.4	12.4	1.3	-8.5	22.9
外食	14,438	5.7	12,993	5.5	11.1	0.2	-1.9	13.2
住居	24,173	9.6	22,523	9.5	7.3	0.1	-3.9	11.6
光熱・水道	18,896	7.5	16,837	7.1	12.2	0.4	1.3	10.8
家具・家事用品	9,817	3.9	8,073	3.4	21.6	0.5	0.3	21.2
被服及び履物	8,528	3.4	9,279	3.9	-8.1	-0.5	-15.2	8.4
保健医療	12,286	4.9	11,648	4.9	5.5	0.0	2.1	3.3
交通・通信	35,878	14.3	33,954	14.3	5.7	0.0	8.9	-2.9
教育	7,246	2.9	7,279	3.1	-0.5	-0.2	-0.2	-0.3
教養娯楽	25,591	10.2	24,282	10.2	5.4	0.0	-5.6	11.7
その他の消費支出 (交際費を除く)	29,289	11.7	30,045	12.7	-2.5	-1.0	-12.1	10.9
交際費	8,054	3.2	9,415	4.0	-14.5	-0.8	-22.9	10.9

注1 世帯主の平均年齢及び平均世帯人員の名目増減率に記載の()内は、2019年との差

注2 各費目の増減率の実質化に用いた消費者物価指数は、「用語の解説」の「15名目増減率、実質増減率」を参照のこと。

(2) 二人以上の世帯

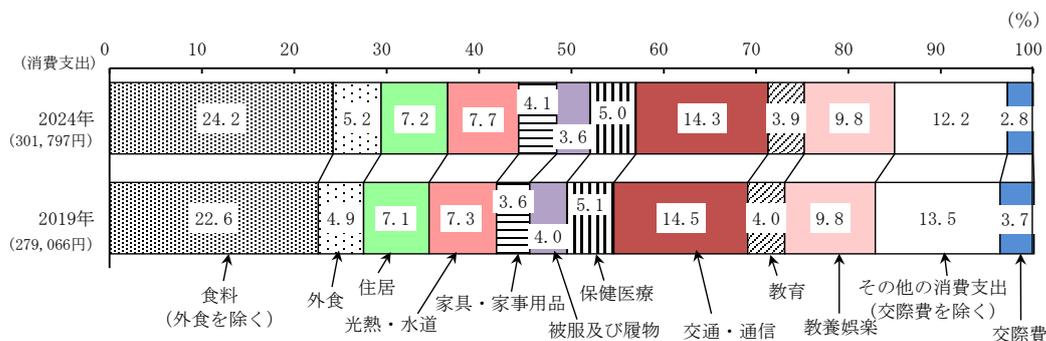
総世帯と同様、2019年と比較して、支出割合が上昇したのは「食料（外食を除く）」、「家具・家事用品」、「光熱・水道」など

二人以上の世帯の消費支出は1世帯当たり301,797円であった。2019年（279,066円）と比較すると、名目8.1%の増加、実質2.5%の減少となっている。

消費支出に占める費目別割合をみると、総世帯と同様、「食料（外食を除く）」（24.2%）が最も高く、次いで「交通・通信」（14.3%）、「その他の消費支出（交際費を除く）」（12.2%）などとなっている。

また、費目別割合を2019年と比較すると、「食料（外食を除く）」、「家具・家事用品」、「光熱・水道」などが上昇しており、一方で、「その他の消費支出（交際費を除く）」、「交際費」、「被服及び履物」などが低下しているのも総世帯と同様の傾向である。（図I-2、表I-2）

図I-2 費目別消費支出の割合（二人以上の世帯）



表I-2 費目別消費支出（二人以上の世帯）

項目	2024年		2019年		名目増減率 上昇・低下幅		実質増減率 実数(%)	消費者 物価指数 変化率(%)
	実数	構成比(%)	実数	構成比(%)	実数(%)	構成比(%)		
世帯主の平均年齢(歳)	58.8	-	58.1	-	(0.7)	-	-	-
平均世帯人員(人)	2.90	-	2.98	-	(-0.08)	-	-	-
消費支出(円)	301,797	100.0	279,066	100.0	8.1	-	-2.5	10.9
食料(外食を除く)	72,986	24.2	62,932	22.6	16.0	1.6	-5.6	22.9
外食	15,738	5.2	13,714	4.9	14.8	0.3	1.4	13.2
住居	21,671	7.2	19,702	7.1	10.0	0.1	-1.4	11.6
光熱・水道	23,227	7.7	20,378	7.3	14.0	0.4	2.9	10.8
家具・家事用品	12,339	4.1	9,915	3.6	24.4	0.5	2.6	21.2
被服及び履物	10,937	3.6	11,119	4.0	-1.6	-0.4	-9.2	8.4
保健医療	15,107	5.0	14,188	5.1	6.5	-0.1	3.1	3.3
交通・通信	43,196	14.3	40,558	14.5	6.5	-0.2	9.7	-2.9
教育	11,876	3.9	11,232	4.0	5.7	-0.1	6.0	-0.3
教養娯楽	29,545	9.8	27,284	9.8	8.3	0.0	-3.0	11.7
その他の消費支出(交際費を除く)	36,681	12.2	37,806	13.5	-3.0	-1.3	-12.5	10.9
交際費	8,494	2.8	10,239	3.7	-17.0	-0.9	-25.2	10.9

注1 世帯主の平均年齢及び平均世帯人員の名目増減率に記載の()内は、2019年との差
 注2 各費目の増減率の実質化に用いた消費者物価指数は、「用語の解説」の「15名目増減率、実質増減率」を参照のこと。

さらに、総世帯と二人以上の世帯の2024年の費目別割合を比較すると、「住居」、「外食」などは総世帯の方が高くなっている。（図I-1、図I-2）

(3) 単身世帯

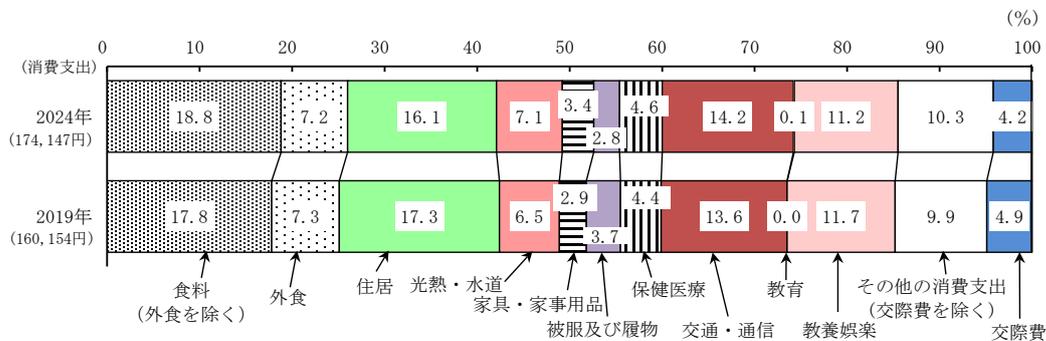
2019年と比較して、支出割合が上昇したのは「食料（外食を除く）」、「光熱・水道」、「交通・通信」など

単身世帯の消費支出は1世帯当たり174,147円であった。2019年（160,154円）と比較すると、名目8.7%の増加、実質2.0%の減少となっている。

消費支出に占める費目別割合をみると、「食料（外食を除く）」（18.8%）が最も高く、次いで「住居」（16.1%）、「交通・通信」（14.2%）などとなっている。

また、費目別割合を2019年と比較すると、「食料（外食を除く）」、「光熱・水道」、「交通・通信」などが上昇しており、一方で、「住居」、「被服及び履物」、「交際費」などが低下している。（図I-3、表I-3）

図I-3 費目別消費支出の割合（単身世帯）



表I-3 費目別消費支出（単身世帯）

項目	2024年		2019年		名目増減率 上昇・低下幅		実質増減率 実数(%)	消費者 物価指数 変化率(%)
	実数	構成比(%)	実数	構成比(%)	実数(%)	構成比(%)		
世帯主の平均年齢(歳)	54.6	-	54.0	-	(0.6)	-	-	-
平均世帯人員(人)	1.00	-	1.00	-	(0.00)	-	-	-
消費支出(円)	174,147	100.0	160,154	100.0	8.7	-	-2.0	10.9
食料(外食を除く)	32,737	18.8	28,457	17.8	15.0	1.0	-6.4	22.9
外食	12,457	7.2	11,673	7.3	6.7	-0.1	-5.7	13.2
住居	27,989	16.1	27,694	17.3	1.1	-1.2	-9.4	11.6
光熱・水道	12,293	7.1	10,348	6.5	18.8	0.6	7.2	10.8
家具・家事用品	5,970	3.4	4,695	2.9	27.2	0.5	5.0	21.2
被服及び履物	4,854	2.8	5,905	3.7	-17.8	-0.9	-24.2	8.4
保健医療	7,983	4.6	6,992	4.4	14.2	0.2	10.6	3.3
交通・通信	24,719	14.2	21,850	13.6	13.1	0.6	16.5	-2.9
教育	185	0.1	36	0.0	413.9	0.1	415.4	-0.3
教養娯楽	19,560	11.2	18,780	11.7	4.2	-0.5	-6.7	11.7
その他の消費支出 (交際費を除く)	18,017	10.3	15,818	9.9	13.9	0.4	2.7	10.9
交際費	7,383	4.2	7,906	4.9	-6.6	-0.7	-15.8	10.9

注1 世帯主の平均年齢及び平均世帯人員の名目増減率に記載の（ ）内は、2019年との差
 注2 各費目の増減率の実質化に用いた消費者物価指数は、「用語の解説」の「15 名目増減率、実質増減率」を参照のこと。

さらに、総世帯と単身世帯の2024年の費目別割合を比較すると、「食料（外食を除く）」、「教育」などは総世帯の方が高くなっている。（図I-1、図I-3）

2 世帯主の年齢階級

「消費支出」が最も多いのは50歳代の世帯であり、他の年齢階級と比較して、「教育」の割合が7.1%と最も高い

総世帯の消費支出を世帯主の年齢階級別にみると、30歳未満が195,159円、30歳代が240,300円、40歳代が280,587円と年齢階級が高くなるに従って多くなり、50歳代の294,214円をピークに、60歳代が272,192円、70歳代が241,672円、80歳以上が192,675円と少なくなっている。

また、消費支出に占める費目別割合を年齢階級別にみると、以下の特色が挙げられる。(図I-4、図I-5)

- ・30歳未満及び30歳代は、他の年齢階級と比較して、「住居」(それぞれ22.1%、15.6%)、「外食」(同9.0%、8.7%)が高くなっている。
- ・40歳代及び50歳代は、他の年齢階級と比較して、「教育」(それぞれ5.9%、7.1%)が高くなっている。
- ・60歳代、70歳代及び80歳以上は、他の年齢階級と比較して、「保健医療」(それぞれ5.6%、6.0%、7.3%)が高くなっている。
- ・80歳以上は、他の年齢階級と比較して、「交通・通信」(10.3%)が低くなっている。

図 I - 4 世帯主の年齢階級別消費支出 (総世帯)

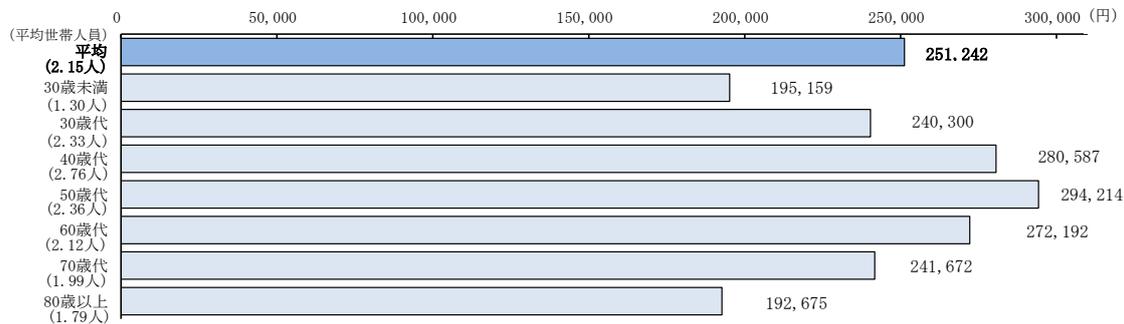
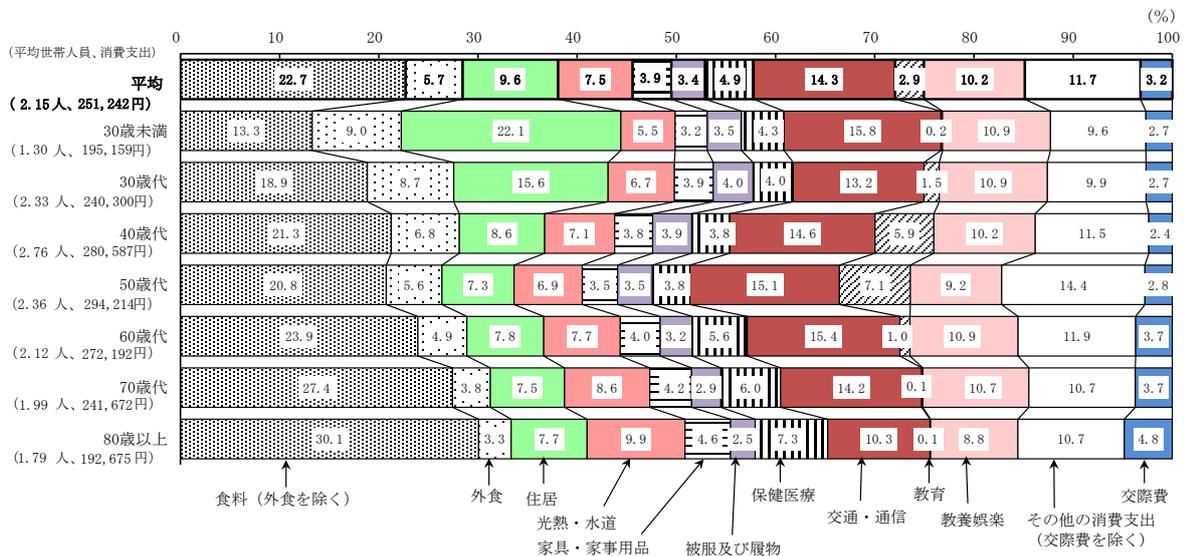


図 I - 5 世帯主の年齢階級、費目別消費支出の割合 (総世帯)



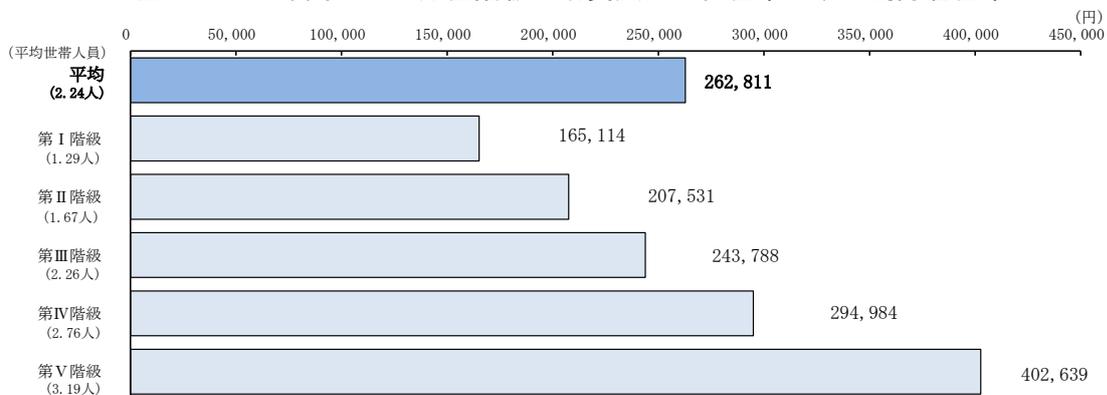
3 年間収入五分位階級

勤労者世帯の年間収入第V階級の消費支出は第I階級の約2.4倍

総世帯のうち勤労者世帯の消費支出を年間収入五分位階級別にみると、第I階級が165,114円、第II階級が207,531円、第III階級が243,788円、第IV階級が294,984円、第V階級が402,639円となっており、第V階級の消費支出は第I階級の約2.4倍となっている。

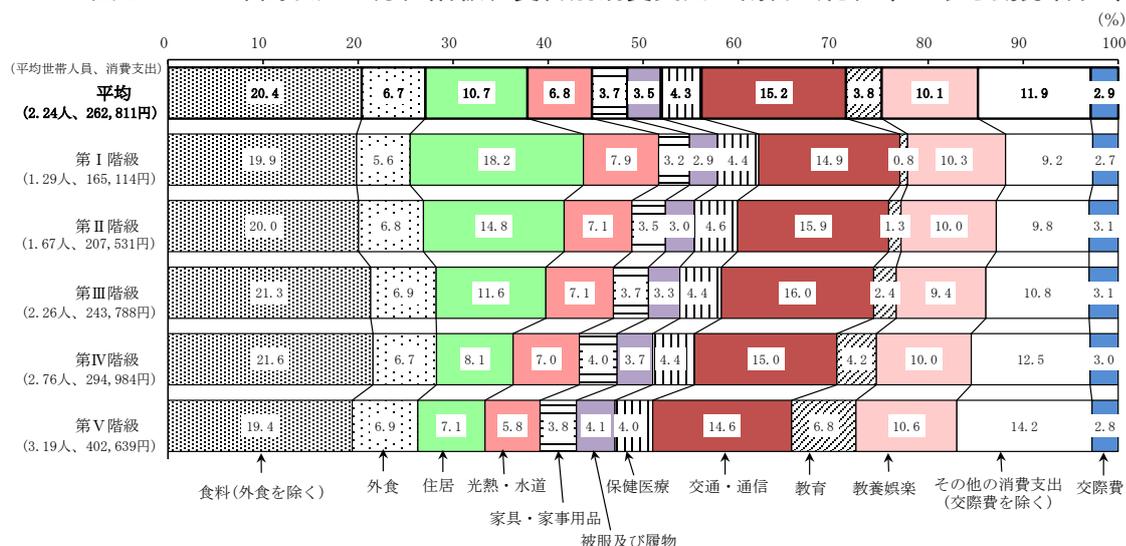
消費支出に占める費目別割合をみると、「被服及び履物」、「教育」及び「その他の消費支出（交際費を除く）」は収入階級が高くなるに従って割合が高くなっている。一方、「住居」及び「光熱・水道」は収入階級が高くなるに従って割合が低くなっている。（図I-6、図I-7）

図I-6 年間収入五分位階級別消費支出（総世帯のうち勤労者世帯）



各分位の境界値（分位の上限）：第I階級 351万円、第II階級 510万円、第III階級 689万円、第IV階級 932万円

図I-7 年間収入五分位階級、費目別消費支出の割合（総世帯のうち勤労者世帯）



各分位の境界値（分位の上限）：第I階級 351万円、第II階級 510万円、第III階級 689万円、第IV階級 932万円

4 就業形態

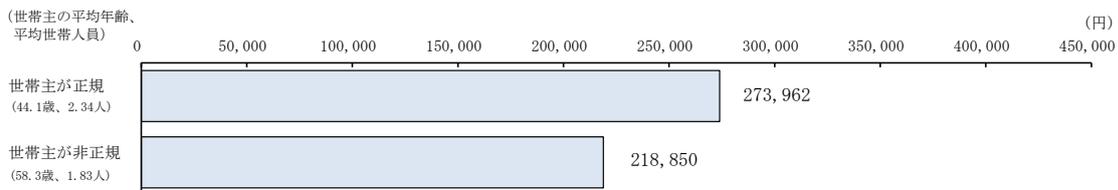
世帯主が正規の職員・従業員の世帯の消費支出は、非正規の職員・従業員の世帯の約1.3倍

総世帯のうち勤労者世帯の消費支出は、世帯主が正規の職員・従業員（以下「正規」という。）の世帯が273,962円、非正規[※]の職員・従業員（以下「非正規」という。）の世帯が218,850円で、世帯主が正規の世帯が非正規の世帯の約1.3倍となっている。

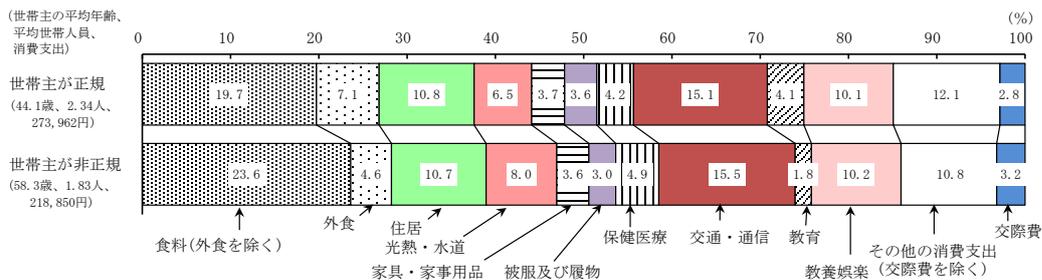
消費支出に占める費目別割合を世帯主が正規の世帯と世帯主が非正規の世帯で比較すると、「外食」、「教育」、「その他の消費支出（交際費を除く）」などは世帯主が正規の世帯の方が高くなっている。一方、「食料（外食を除く）」、「光熱・水道」、「保健医療」などは世帯主が非正規の世帯の方が高くなっている。（図I-8、図I-9）

※ 非正規：パート・アルバイト、労働者派遣事業所の派遣社員及びその他（契約社員、嘱託など）

図I-8 世帯主の就業形態別消費支出（総世帯のうち勤労者世帯）



図I-9 世帯主の就業形態、費目別消費支出の割合（総世帯のうち勤労者世帯）



II 世帯類型別にみた支出等

1 夫婦のいる世帯の消費支出

二人以上の世帯のうち夫婦のいる世帯について、次の(1)から(5-2)までの世帯類型の遷移による消費支出の変化をみると、以下のとおりである。(図Ⅱ-1)

- (1) 夫婦のみの世帯 (夫が30歳代、勤労者世帯)
- (2) 夫婦と子供が2人の世帯 (長子が未就学児、勤労者世帯)
- (3) 夫婦と子供が2人の世帯 (長子が小・中学生、勤労者世帯)
- (4) 夫婦と子供が2人の世帯 (長子が大学生等※、勤労者世帯)
- (5-1) 夫婦のみの世帯 (世帯主が65歳～74歳、有業者のいる世帯)
- (5-2) 夫婦のみの世帯 (世帯主が65歳以上、有業者のいない世帯)

※ 専門学校生、短大・高専生、大学院生を含む。

注 ここでいう子供は、未婚の子供を指す。

(1) 夫婦のみの世帯 (夫が30歳代、勤労者世帯)

「住居」への支出割合が高い

この世帯類型は、有業人員が1.87人と、共働き世帯が8割以上を占めている。

消費支出に占める費目別割合をみると、「住居」が19.0%と、他の世帯類型と比較して高くなっている。

(2) 夫婦と子供が2人の世帯 (長子が未就学児、勤労者世帯)

「被服及び履物」への支出割合が高い

この世帯類型は、有業人員が1.71人と、(1)の世帯類型と比較して少なくなっていることから、世帯主の配偶者が育児などのために就業していない場合が多くなっている状況がうかがえる。

消費支出に占める費目別割合をみると、「被服及び履物」が5.1%と、他の世帯類型と比較して高くなっている。また、(1)の世帯類型と比較して、「教育」(3.0%)の支出があり、子供の出生に伴い、幼児教育などへの支出が多くなっている状況がうかがえる。

(3) 夫婦と子供が2人の世帯 (長子が小・中学生、勤労者世帯)

「食料 (外食を除く)」への支出割合が高い

この世帯類型は、有業人員が1.78人と、(2)の世帯類型と比較して多くなっていることから、世帯主の配偶者が再び就業することが多くなっている状況がうかがえる。

消費支出に占める費目別割合をみると、「食料 (外食を除く)」が23.6%と高くなっていることから、子供の食事代などへの支出が多くなっている状況がうかがえる。

(4) 夫婦と子供が2人の世帯（長子が大学生等、勤労者世帯）

「教育」への支出割合が高い

この世帯類型は、有業人員が2.15人と最も多くなっている。

消費支出に占める費目別割合をみると、「教育」が28.1%と4分の1以上を占めており、他の世帯類型と比較しても高くなっている。一方で、「住居」(3.0%)、「家具・家事用品」(2.3%)、「保健医療」(3.1%)、「教養娯楽」(7.2%)は他の世帯類型と比較して低くなっている。

(5-1) 夫婦のみの世帯（世帯主が65歳～74歳、有業者のいる世帯）

「交通・通信」への支出割合が高い

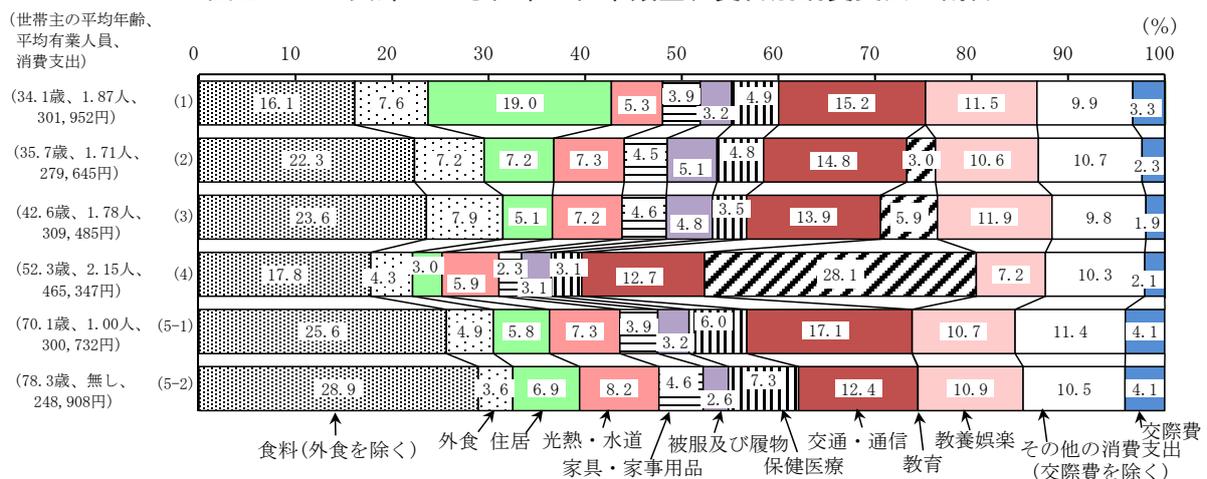
この世帯類型は、消費支出に占める費目別割合をみると、「交通・通信」が17.1%と、他の世帯類型と比較して高くなっている。

(5-2) 夫婦のみの世帯（世帯主が65歳以上、有業者のいない世帯）

「食料（外食を除く）」への支出割合が高い

この世帯類型は、消費支出に占める費目別割合をみると、「食料（外食を除く）」が28.9%と4分の1以上を占めており、「光熱・水道」(8.2%)とともに、他の世帯類型と比較して高くなっている。一方で、「外食」(3.6%)、「被服及び履物」(2.6%)、「交通・通信」(12.4%)は他の世帯類型と比較して低くなっている。

図Ⅱ-1 夫婦のいる世帯の世帯類型、費目別消費支出の割合



- (1) 夫婦のみの世帯（夫が30歳代、勤労者世帯）
- (2) 夫婦と子供が2人の世帯（長子が未就学児、勤労者世帯）
- (3) 夫婦と子供が2人の世帯（長子が小・中学生、勤労者世帯）
- (4) 夫婦と子供が2人の世帯（長子が大学生等、勤労者世帯）
- (5-1) 夫婦のみの世帯（世帯主が65歳～74歳、有業者のいる世帯）
- (5-2) 夫婦のみの世帯（世帯主が65歳以上、有業者のいない世帯）

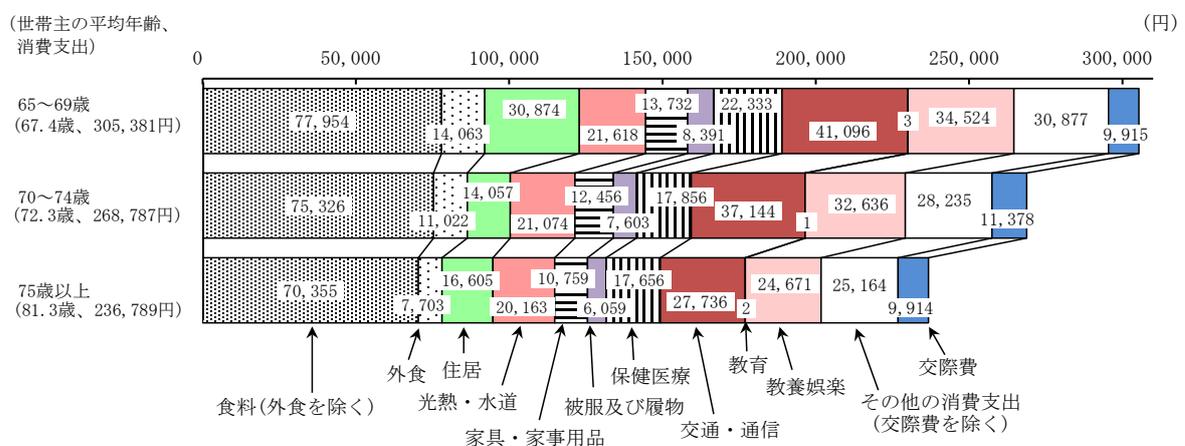
注1 「教育」が0.0%の箇所は、数値を省略している。

注2 (5-1)、(5-2)の「夫婦のみの世帯」は、「高齢者のいる世帯」(65歳以上の無職の世帯員がいる世帯)のうち、「高齢者夫婦のみの世帯」(夫65歳以上、妻60歳以上の世帯)を指す。

(5-2)の世帯類型である、世帯主が65歳以上で有業者がいない夫婦のみの世帯について、世帯主が「65～69歳」、「70～74歳」、「75歳以上」の年齢階級に分けて比較すると、消費支出は「65～69歳」で305,381円、「70～74歳」で268,787円、「75歳以上」で236,789円となっており、「75歳以上」の消費支出は「65～69歳」の約8割となっている。

消費支出を費目別にみると、「食料（外食を除く）」では「75歳以上」の支出額（70,355円）は、「65～69歳」の支出額（77,954円）の約9割だが、「交通・通信」では「75歳以上」の支出額（27,736円）は、「65～69歳」の支出額（41,096円）の約7割と少なくなっている。（図Ⅱ-2）

図Ⅱ-2 夫婦のみの世帯（世帯主が65歳以上、有業者のいない世帯）の世帯主の年齢階級、費目別消費支出



2 単身世帯の消費支出

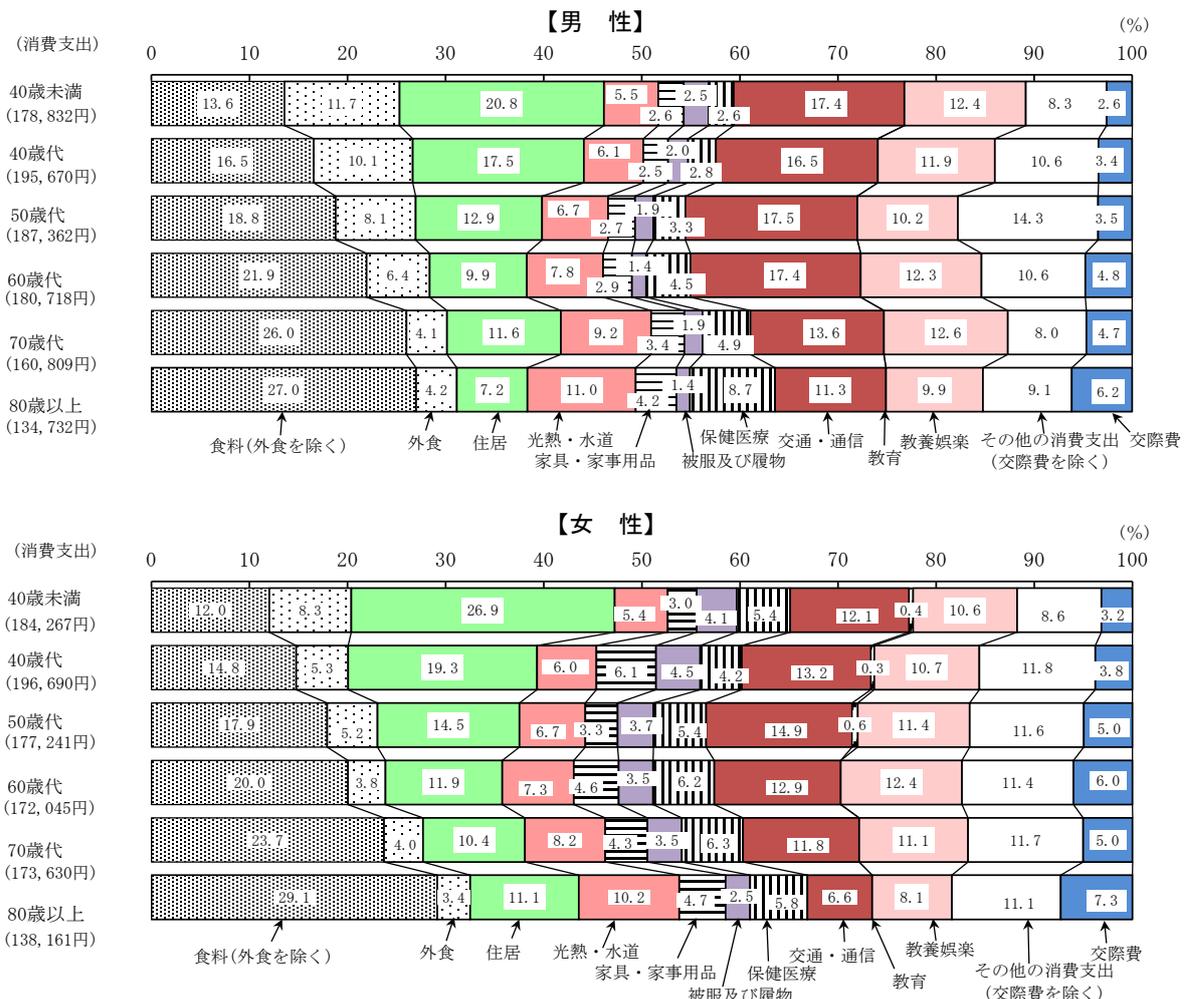
単身世帯の消費支出に占める割合は、男性は全ての年齢階級で「食料」が最も高く、女性は40歳未満で「住居」、それ以外では「食料」が最も高い

単身世帯について、消費支出に占める費目別割合を男女、年齢階級別にみると、男性は全ての年齢階級で「食料（外食を除く）」及び「外食」の合計（以下「食料」という。）が4分の1以上を占め、消費支出に占める割合が最も高くなっている。女性は40歳未満で「住居」の割合が4分の1以上を占めて最も高くなっており、40歳未満を除く全ての年齢階級で「食料」の割合が最も高くなっている。

年齢階級で比較すると、男女共に80歳以上では「交通・通信」の割合が他の年齢階級に比べ低くなっている。

男女を比較すると、「食料」の割合は80歳以上を除いた全ての年齢階級で男性が女性を上回っている。これに対し、「家具・家事用品」、「被服及び履物」及び「交際費」の割合は全ての年齢階級で女性が男性を上回っている。（図Ⅱ－3）

図Ⅱ－3 男女、年齢階級、費目別消費支出の割合（単身世帯）



注 「教育」が0.0%の箇所は、数値を省略している。

3 高齢者世帯の収入及び支出

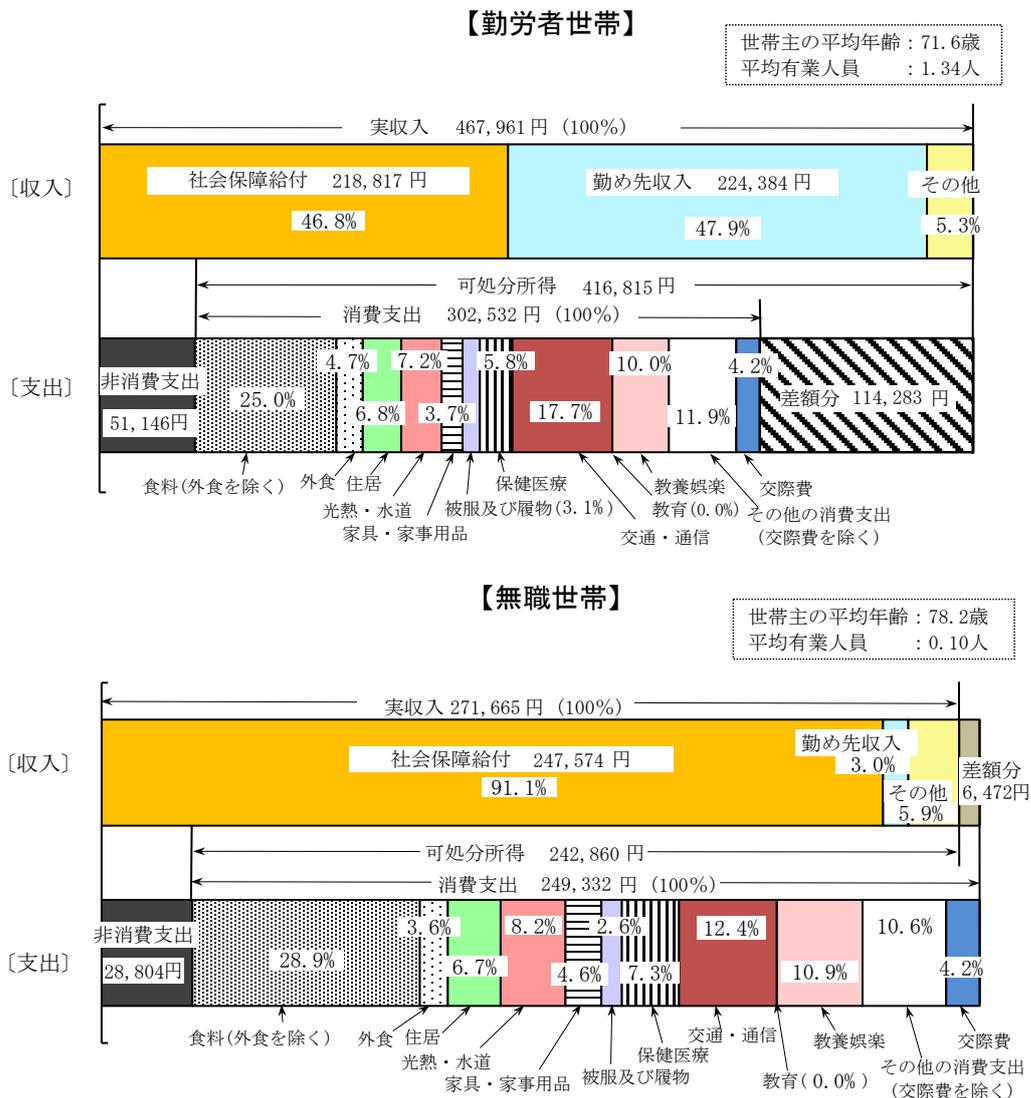
(1) 夫婦高齢者世帯

夫婦高齢者世帯の公的年金などの社会保障給付の実収入に占める割合は、勤労者世帯は46.8%、無職世帯は91.1%

夫婦高齢者世帯（65歳以上の夫婦）について、実収入をみると、勤労者世帯が467,961円、無職世帯が271,665円となっている。内訳をみると、公的年金などの社会保障給付は、それぞれ218,817円、247,574円となっており、実収入に占める割合は、それぞれ46.8%、91.1%となっている。

また、可処分所得は勤労者世帯が416,815円、無職世帯が242,860円、消費支出はそれぞれ302,532円、249,332円となっており、勤労者世帯は可処分所得が消費支出を上回っているのに対し、無職世帯は可処分所得が消費支出を下回っている。さらに、消費支出の内訳をみると、無職世帯は勤労者世帯と比較して、「食料（外食を除く）」、「光熱・水道」、「家具・家事用品」、「保健医療」及び「教養娯楽」への支出割合が高くなっている。（図Ⅱ－4）

図Ⅱ－4 夫婦高齢者世帯の収入及び支出（勤労者世帯、無職世帯）



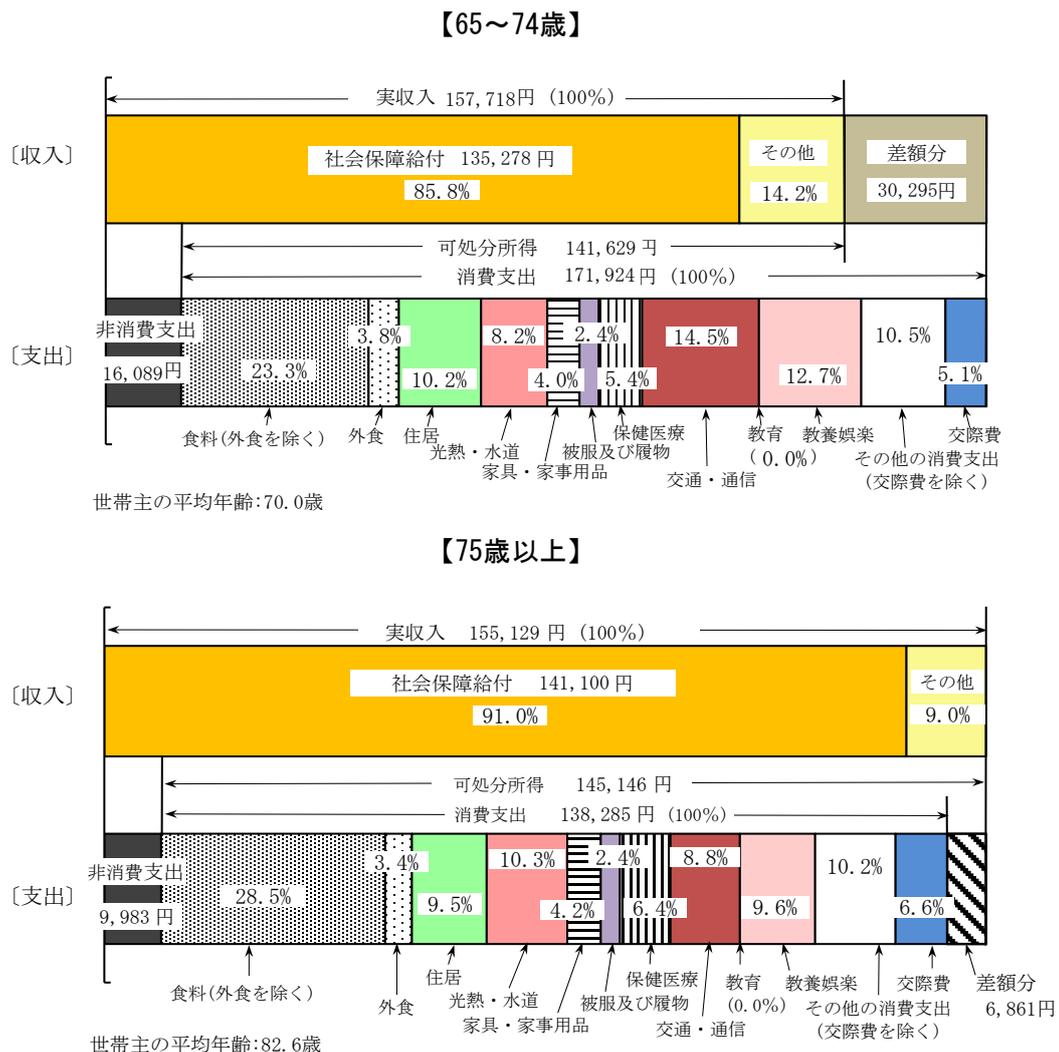
(2) 高齢者無職単身世帯

高齢者無職単身世帯では、「65～74歳」は可処分所得が消費支出を下回っているのに対し、「75歳以上」は可処分所得が消費支出を上回っている

高齢者無職単身世帯について、世帯主が「65～74歳」、「75歳以上」の年齢階級に分けて比較すると、実収入は、「65～74歳」が157,718円、「75歳以上」が155,129円となっている。内訳をみると、公的年金などの社会保障給付は、それぞれ135,278円、141,100円となっており、実収入に占める割合は、それぞれ85.8%、91.0%となっている。

また、可処分所得は「65～74歳」が141,629円、「75歳以上」が145,146円、消費支出はそれぞれ171,924円、138,285円となっており、「65～74歳」は可処分所得が消費支出を下回っているのに対し、「75歳以上」は可処分所得が消費支出を上回っている。さらに、消費支出の内訳をみると、「75歳以上」は「65～74歳」と比較して、「食料（外食を除く）」、「光熱・水道」、「家具・家事用品」、「保健医療」及び「交際費」への支出割合が高くなっている。（図Ⅱ－5）

図Ⅱ－5 高齢者無職単身世帯の収入及び支出（65～74歳、75歳以上）



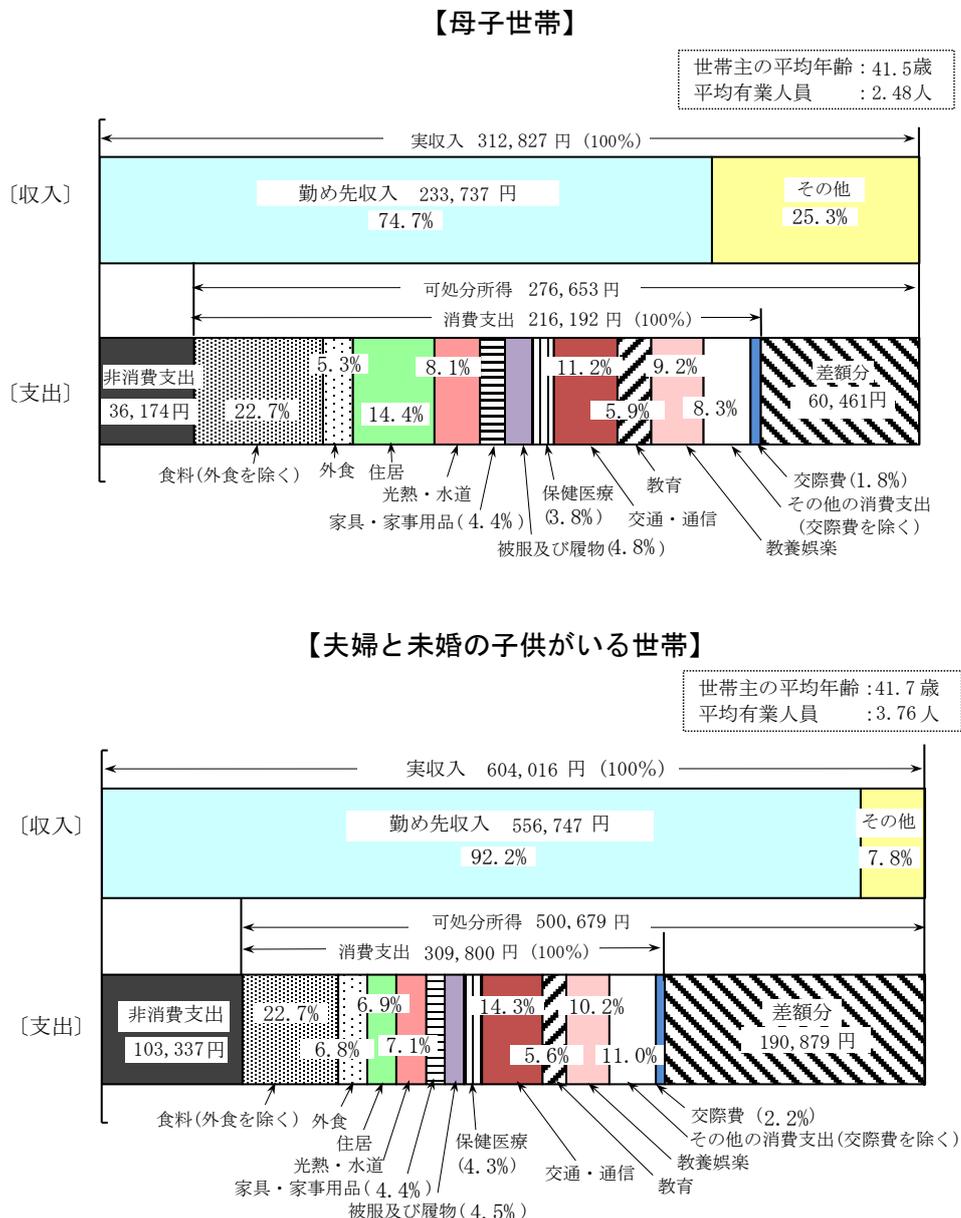
4 母子世帯の収入及び支出

母子世帯の実収入は、夫婦と未婚の子供がいる世帯の約半分

母子世帯（母親と18歳未満の未婚の子供の世帯）のうち勤労者世帯の実収入は312,827円、夫婦と未婚の子供（長子が高校生まで。以下同じ。）がいる世帯のうち勤労者世帯の実収入は604,016円となっている。内訳をみると、勤め先収入は、それぞれ233,737円、556,747円となっており、実収入に占める割合は、それぞれ74.7%、92.2%となっている。

母子世帯の消費支出は216,192円であり、夫婦と未婚の子供がいる世帯の消費支出（309,800円）の約7割となっている。また、母子世帯は夫婦と未婚の子供がいる世帯と比較して、「住居」、「光熱・水道」、「被服及び履物」及び「教育」への支出割合が高くなっている。（図Ⅱ－6）

図Ⅱ－6 母子世帯及び夫婦と未婚の子供がいる世帯の収入及び支出（勤労者世帯）



Ⅲ 購入行動の形態別にみた支出

1 購入形態

(1) 概況

消費支出のうち「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」の割合は2019年に比べ上昇（22.5%から32.3%）

総世帯の消費支出について、購入形態別割合をみると、「現金等（即時払い）」^{※1}は62.2%、「クレジットカード、電子マネー等（前払い）」^{※2}は5.5%、「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」^{※3}は32.3%となっており、2019年と比較すると、「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」の割合が最も上昇（22.5%から32.3%）している。

また、「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」の割合を費目別にみると、「被服及び履物」が最も高く（59.5%）となっており、2019年と比較すると、「外食」の割合が最も上昇（17.4%から33.9%）している。（表Ⅲ－1）

※1 「現金等（即時払い）」は、「現金」、「ポイント」、「商品券」、「デビットカード」、「口座間振込等」及び「自分の店の商品」を指す。

※2 「クレジットカード、電子マネー等（前払い）」は、「電子マネー（プリペイド）」を指す。

※3 「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」は、「クレジットカード、掛買い、月賦」及び「電子マネー（ポストペイ）」を指す。

表Ⅲ－1 購入形態、費目別消費支出及び支出割合（総世帯）

費目	2024年				2019年			
	計	現金等	クレジットカード、電子マネー等		計	現金等	クレジットカード、電子マネー等	
		即時払い	前払い	後払い		即時払い	前払い	後払い
消費支出	251,242	156,189	13,851	81,202	237,091	174,237	9,550	53,305
食料（外食を除く）	57,046	30,014	8,287	18,744	50,763	33,465	6,251	11,047
外食	14,438	8,383	1,156	4,899	12,993	10,276	461	2,256
住居	24,173	22,477	43	1,653	22,523	21,632	10	880
光熱・水道	18,896	13,093	56	5,748	16,837	13,052	44	3,741
家具・家事用品	9,817	4,428	640	4,749	8,073	4,761	363	2,949
被服及び履物	8,528	2,897	561	5,070	9,279	4,332	426	4,520
保健医療	12,286	7,539	445	4,301	11,648	8,959	230	2,459
交通・通信	35,878	19,262	1,086	15,531	33,954	20,810	864	12,280
教育	7,246	6,580	5	660	7,279	6,819	2	459
教養娯楽	25,591	13,150	718	11,723	24,282	15,816	372	8,094
その他の消費支出（交際費を除く）	29,289	20,769	785	7,735	30,045	25,213	490	4,342
交際費	8,054	7,597	68	390	9,415	9,102	36	277
割合（%）								
消費支出	100.0	62.2	5.5	32.3	100.0	73.5	4.0	22.5
食料（外食を除く）	100.0	52.6	14.5	32.9	100.0	65.9	12.3	21.8
外食	100.0	58.1	8.0	33.9	100.0	79.1	3.5	17.4
住居	100.0	93.0	0.2	6.8	100.0	96.0	0.0	3.9
光熱・水道	100.0	69.3	0.3	30.4	100.0	77.5	0.3	22.2
家具・家事用品	100.0	45.1	6.5	48.4	100.0	59.0	4.5	36.5
被服及び履物	100.0	34.0	6.6	59.5	100.0	46.7	4.6	48.7
保健医療	100.0	61.4	3.6	35.0	100.0	76.9	2.0	21.1
交通・通信	100.0	53.7	3.0	43.3	100.0	61.3	2.5	36.2
教育	100.0	90.8	0.1	9.1	100.0	93.7	0.0	6.3
教養娯楽	100.0	51.4	2.8	45.8	100.0	65.1	1.5	33.3
その他の消費支出（交際費を除く）	100.0	70.9	2.7	26.4	100.0	83.9	1.6	14.5
交際費	100.0	94.3	0.8	4.8	100.0	96.7	0.4	2.9

注 購入形態の詳細については、「用語の解説」の「12 購入形態」を参照のこと。

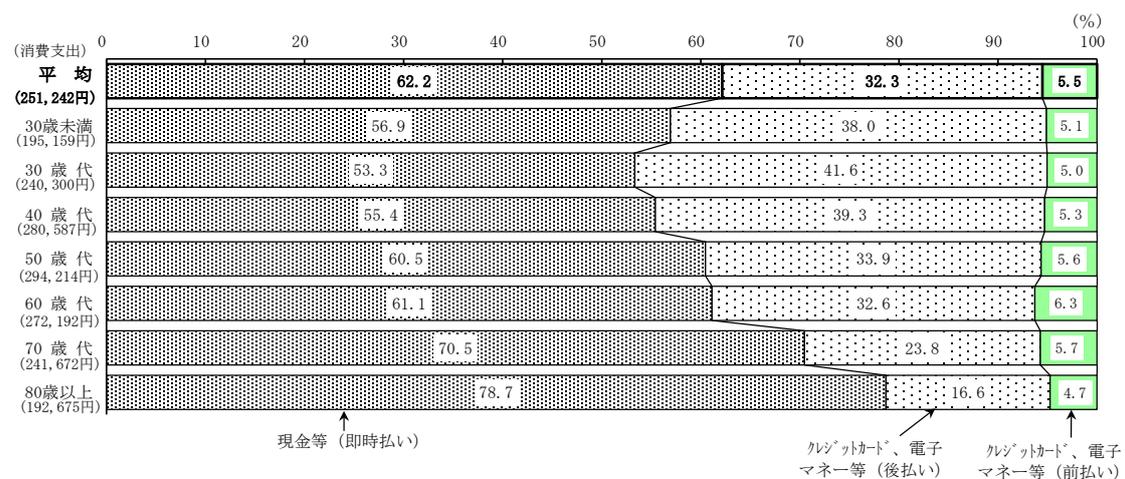
(2) 世帯主の年齢階級

消費支出のうち「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」の割合は世帯主が30歳代の世帯で41.6%、80歳以上の世帯で16.6%

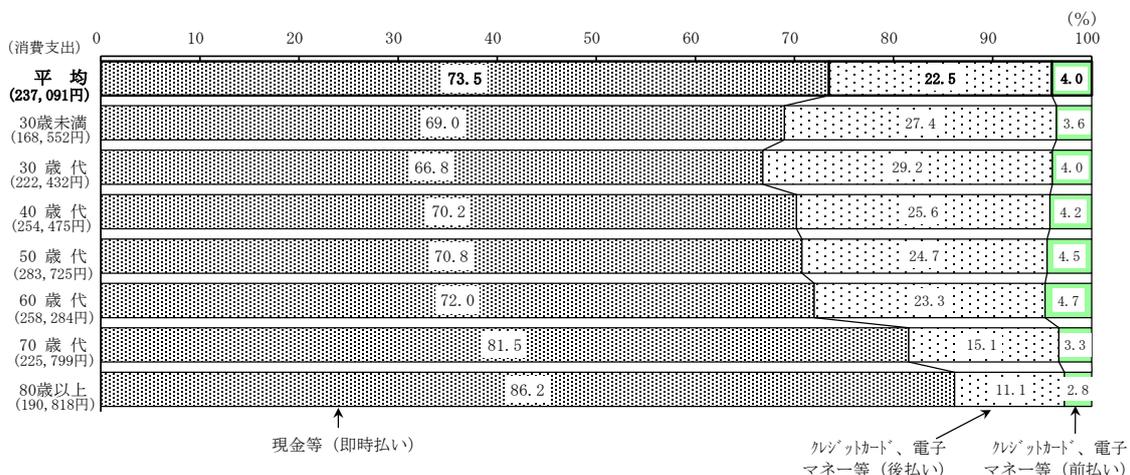
総世帯の消費支出について、購入形態別割合を世帯主の年齢階級別にみると、「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」は、30歳代の41.6%をピークに年齢階級が高くなるに従って低くなり、80歳以上では16.6%と、年代間での差が比較的大きくなっている。一方、「クレジットカード、電子マネー等（前払い）」は、最も割合の高い60歳代（6.3%）と最も割合の低い80歳代（4.7%）との差が1.6ポイントとなっており、年代間での差が比較的小さくなっている。

さらに、2019年と比較すると、全ての年齢階級において「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」と「クレジットカード、電子マネー等（前払い）」の割合が共に上昇している。（図Ⅲ－1）

図Ⅲ－1 世帯主の年齢階級、購入形態別消費支出の割合（総世帯）
【2024年】



【2019年】



(3) 都道府県

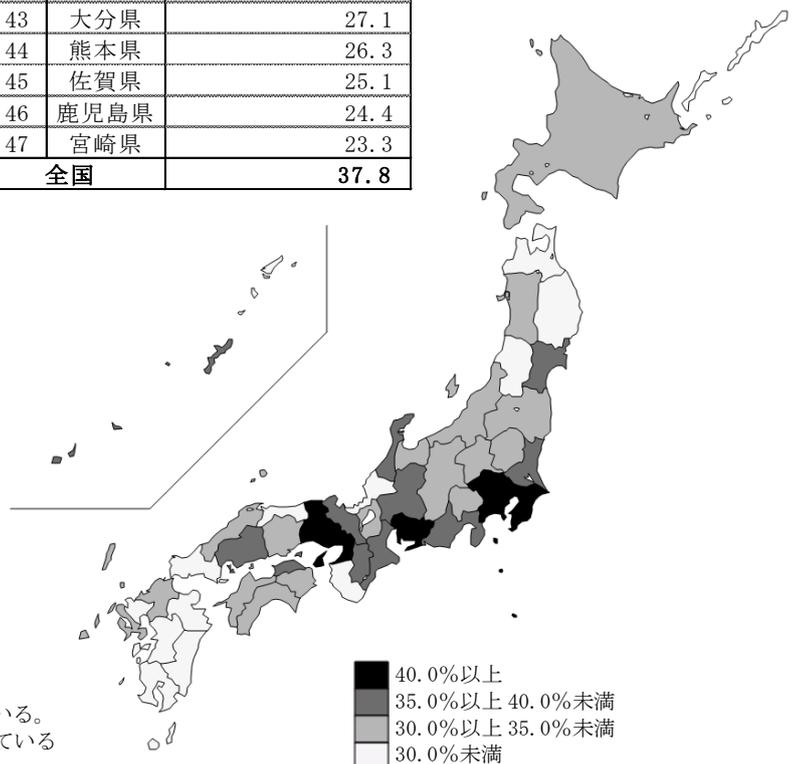
消費支出のうちキャッシュレス決済の代表的な購入形態である「クレジットカード、電子マネー等」の（前払い）と（後払い）を合計した支出割合は、最も高い東京都で44.3%、最も低い宮崎県で23.3%

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」の（前払い）と（後払い）を合計した支出割合（以下「クレジットカード、電子マネー等」という。）は、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%) などとなっている。

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%)などとなっている。(表Ⅲ-2、図Ⅲ-2)

表Ⅲ-2 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」
図Ⅲ-2 の支出割合（総世帯）

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



※ 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。

(4) 店頭販売における購入形態の状況

店頭販売における消費支出のうち、「クレジットカード、電子マネー等」の占める割合は、いずれの購入先においても約5割に達している

注1 購入先に関する結果は11月の支出を集計したものである。

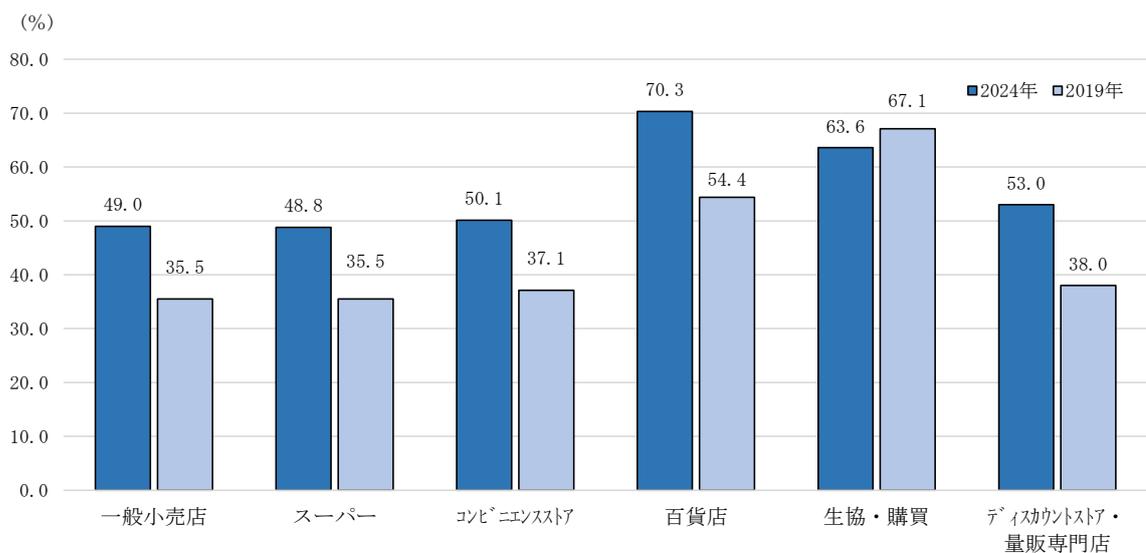
注2 ここでは、保険の掛金、こづかい、贈与金及び口座自動引き落としによる支出など購入先を調査していないものは、「消費支出」から除いている。

総世帯について、店頭販売における消費支出のうち、「クレジットカード、電子マネー等」の占める割合を購入先別にみると、「一般小売店」及び「スーパー」では約5割に達しており、「コンビニエンスストア」、「生協・購買」及び「ディスカウントストア・量販専門店」では5割を超え、「百貨店」では7割を超えている。

また、2019年と比較すると、「生協・購買」を除く全ての購入先において支出割合が10ポイント以上の上昇となっており、特に「百貨店」では、15.9ポイントの上昇となっている。

(図Ⅲ-3)

図Ⅲ-3 購入先別消費支出に占める「クレジットカード、電子マネー等」の支出割合（総世帯）



注3 購入先の詳細については、「用語の解説」の「13 購入先」を参照のこと。

2 購入先

(1) 概況

消費支出のうち「通信販売（インターネット）」の割合は2019年に比べ上昇（3.3%から6.1%）

注1 購入先に関する結果は11月の支出を集計したものである。

注2 ここでは、保険の掛金、こづかい、贈与金及び口座自動引き落としによる支出など購入先を調査していないものは、「消費支出」から除いている。

総世帯の消費支出を購入先別割合で見ると、店頭販売では「スーパー」が25.9%（42,553円）と最も高く、次いで「一般小売店」が14.0%（23,060円）、「ディスカウントストア・量販専門店」が7.8%（12,767円）などとなっている。

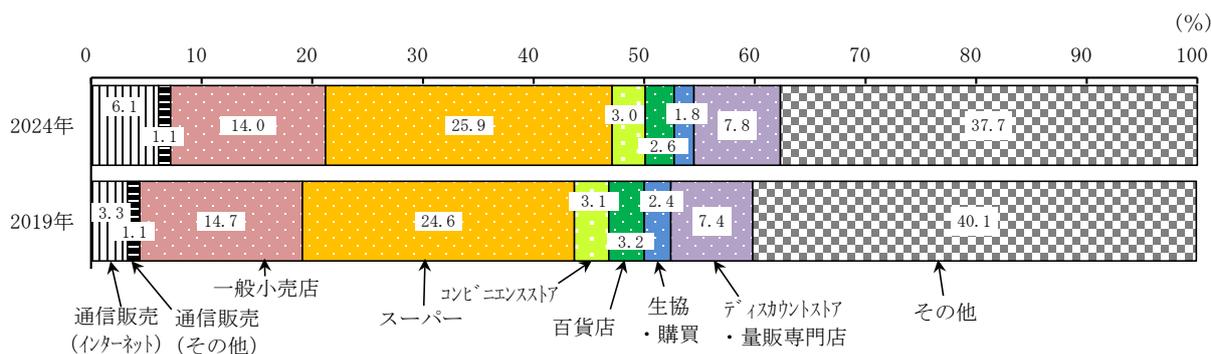
また、2019年と比較すると、「通信販売（インターネット）」、「スーパー」、「ディスカウントストア・量販専門店」では割合が上昇（それぞれ、2.8ポイント、1.3ポイント、0.4ポイント）している。一方、「一般小売店」、「コンビニエンスストア」、「百貨店」、「生協・購買」、「その他」は低下（それぞれ、0.7ポイント、0.1ポイント、0.6ポイント、0.6ポイント、2.4ポイント）している。（表Ⅲ－3、図Ⅲ－4）

表Ⅲ－3 購入先別消費支出（総世帯）

(円)

	計	通信販売		店頭販売						その他
		インターネット	その他	一般小売店	スーパー	コンビニエンスストア	百貨店	生協・購買	ディスカウントストア・量販専門店	
2024年	164,305	9,971	1,833	23,060	42,553	4,992	4,219	2,927	12,767	61,983
2019年	149,029	4,961	1,629	21,910	36,729	4,559	4,784	3,598	11,062	59,797

図Ⅲ－4 購入先別消費支出の割合（総世帯）



注3 購入先の詳細については、「用語の解説」の「13 購入先」を参照のこと。

(2) 年齢階級別にみた購入先別割合

「通信販売（インターネット）」での購入割合は世帯主が30歳未満の世帯で14.1%、80歳以上の世帯で1.5%

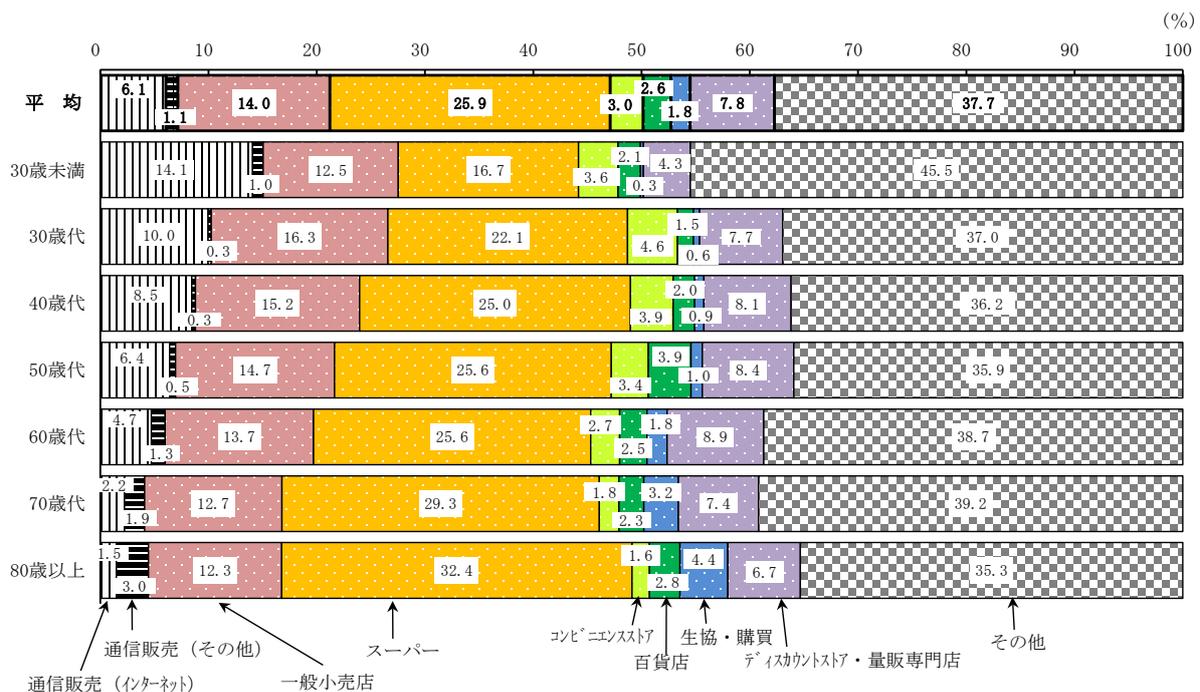
総世帯の消費支出の購入先別割合のうち、「通信販売（インターネット）」の割合を世帯主の年齢階級別にみると、30歳未満で14.1%と最も高く、80歳以上で1.5%と最も低くなっており、年齢階級が高くなるに従って低くなっている。

「スーパー」の割合は年齢階級が高くなるに従って高くなっており、80歳以上は、30歳未満の約2倍となっている。一方、「コンビニエンスストア」の割合は、30歳代以上では、年齢階級が高くなるに従って低くなっており、80歳以上は、30歳代の約3分の1となっている。（表Ⅲ－4、図Ⅲ－5）

表Ⅲ－4 世帯主の年齢階級、購入先別消費支出（総世帯）

	計	通信販売		店頭販売						その他
		インターネット	その他	一般小売店	スーパー	コンビニエンスストア	百貨店	生協・購買	ディスカウントストア・量販専門店	
平均	164,305	9,971	1,833	23,060	42,553	4,992	4,219	2,927	12,767	61,983
30歳未満	117,184	16,479	1,158	14,620	19,523	4,271	2,413	335	5,070	53,315
30歳代	153,028	15,257	428	24,981	33,880	7,032	2,271	864	11,760	56,555
40歳代	179,216	15,171	574	27,181	44,862	7,058	3,557	1,524	14,457	64,832
50歳代	182,698	11,717	985	26,843	46,692	6,246	7,205	1,902	15,437	65,671
60歳代	188,650	8,914	2,388	25,888	48,281	5,029	4,785	3,479	16,873	73,013
70歳代	168,122	3,761	3,130	21,324	49,290	3,035	3,866	5,377	12,442	65,897
80歳以上	128,176	1,901	3,799	15,777	41,488	2,055	3,623	5,651	8,587	45,295

図Ⅲ－5 世帯主の年齢階級、購入先別消費支出の割合（総世帯）



(3) 都道府県別にみた購入先別の状況

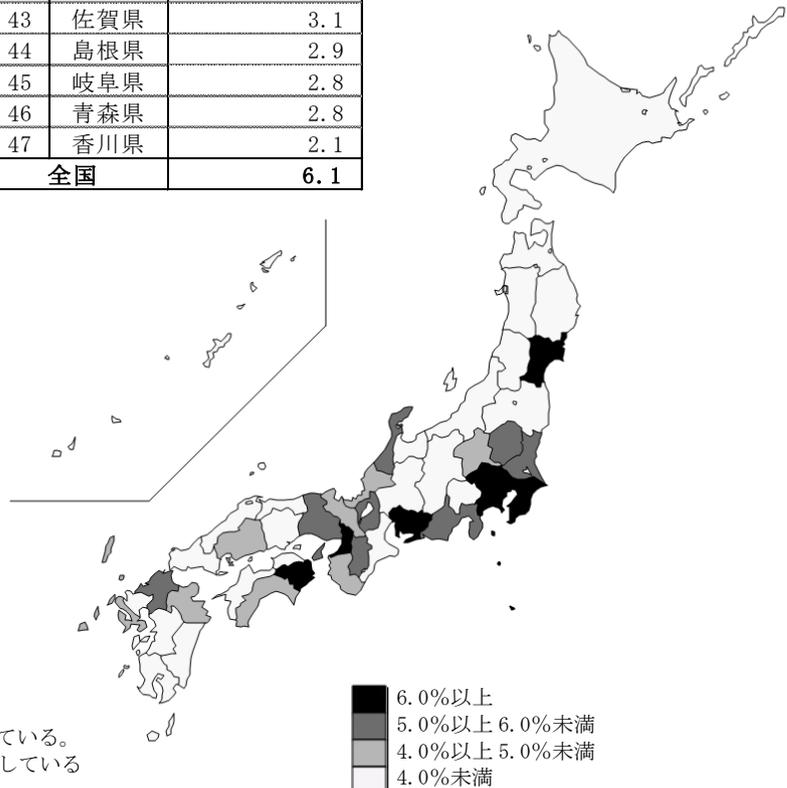
「通信販売（インターネット）」での購入割合は、最も高い東京都で10.4%、最も低い香川県で2.1%

総世帯について、消費支出の「通信販売（インターネット）」での購入割合を都道府県別にみると、東京都が10.4%と最も高く、次いで神奈川県（8.5%）、埼玉県（7.6%）などとなっている。

一方、香川県が2.1%と最も低く、次いで青森県及び岐阜県（共に2.8%）などとなっている。なお、東京都は2019年の6.0%から4.4ポイント上昇している。（表Ⅲ－5、図Ⅲ－6）

表Ⅲ－5 都道府県別消費支出の「通信販売（インターネット）」での購入割合（総世帯）
図Ⅲ－6

順位※	都道府県	【消費支出】 通信販売(インターネット)の割合 (%)	順位	都道府県	【消費支出】 通信販売(インターネット)の割合 (%)
1	東京都	10.4	33	新潟県	3.5
2	神奈川県	8.5	34	山梨県	3.5
3	埼玉県	7.6	35	愛媛県	3.5
4	徳島県	7.4	36	岡山県	3.4
5	千葉県	7.2	37	山形県	3.4
6	大阪府	6.5	38	三重県	3.4
7	宮城県	6.2	39	鹿児島県	3.3
8	愛知県	6.2	40	長野県	3.3
9	福岡県	5.5	41	福島県	3.2
10	栃木県	5.5	42	秋田県	3.2
11	石川県	5.4	43	佐賀県	3.1
12	滋賀県	5.3	44	島根県	2.9
13	静岡県	5.2	45	岐阜県	2.8
14	茨城県	5.2	46	青森県	2.8
15	兵庫県	5.1	47	香川県	2.1
16	奈良県	5.0		全国	6.1
17	福井県	4.7			
18	大分県	4.7			
19	和歌山県	4.6			
20	京都府	4.5			
21	広島県	4.4			
22	長崎県	4.3			
23	高知県	4.2			
24	群馬県	4.0			
25	山口県	3.9			
26	熊本県	3.9			
27	沖縄県	3.9			
28	北海道	3.8			
29	鳥取県	3.7			
30	富山県	3.5			
31	宮崎県	3.5			
32	岩手県	3.5			



※ 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。

(参考) 各購入先(店頭販売)における購入状況の地域的な傾向把握

各購入先(店頭販売)における購入状況の地域的な傾向把握のため、ここでは、全国の財を中心とした消費支出の支出金額を100とした場合の支出金額水準を算出の上、比較を行うこととする。なお、比較する消費支出については店頭販売という性質から、サービスの提供を中心とした費目を除いた次の費目の合計金額とする。

対象費目：「食料(外食を除く)」、「家具・家事用品(家事サービスを除く)」、「被服及び履物(被服関連サービスを除く)」

各購入先において最も高い都道府県は、「一般小売店」は長野県(127.4)、「スーパー」は秋田県(118.8)、「コンビニエンスストア」及び「生協・購買」は北海道(それぞれ137.7、190.7)、「百貨店」は神奈川県(168.9)、「ディスカウントストア・量販専門店」は福井県(197.8)となっている。

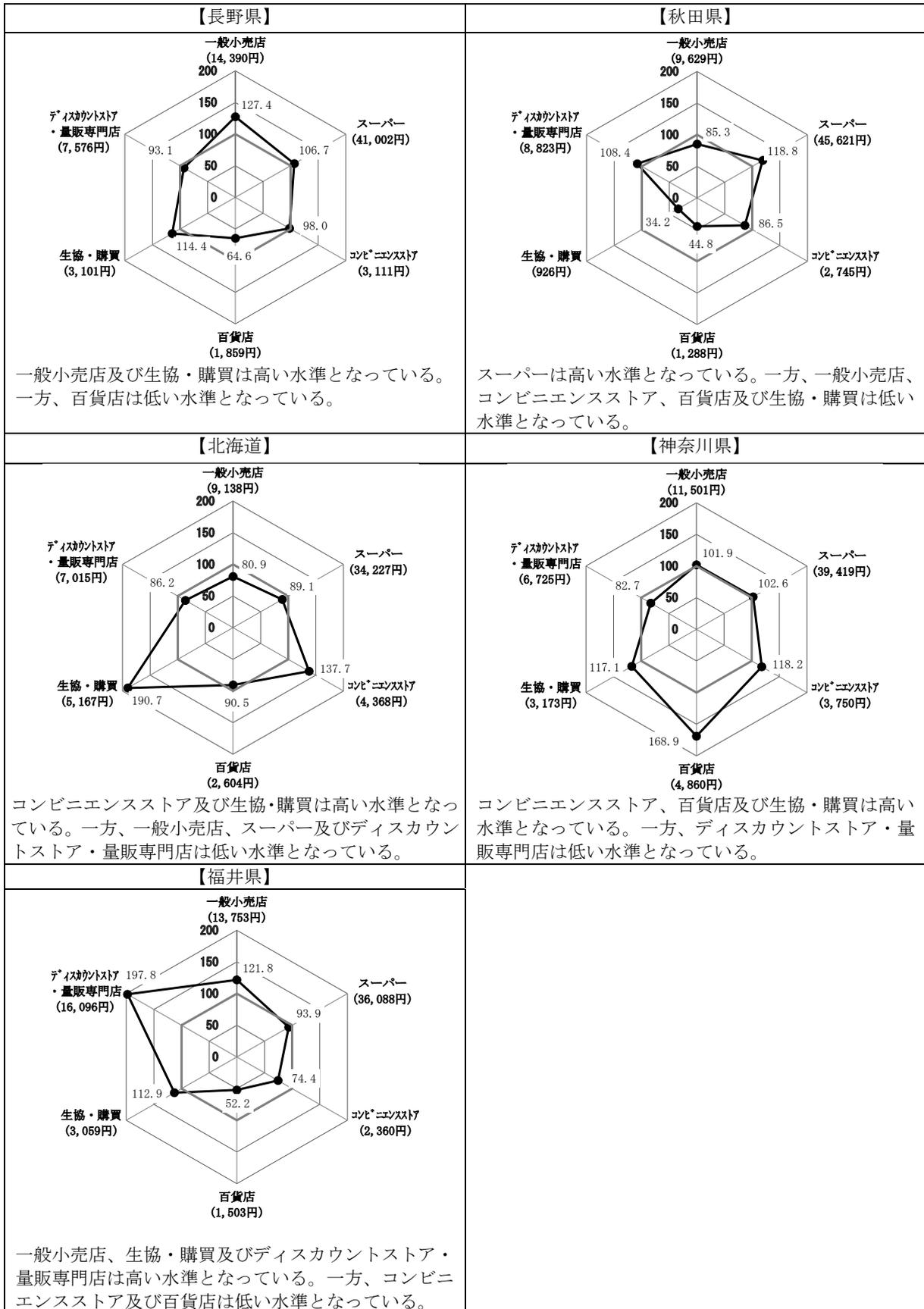
また、支出金額が最も多い都道府県と最も少ない都道府県との支出金額水準差をみると、最も水準差が大きいのは「百貨店」となっており、最も高い神奈川県と最も低い徳島県との間で161.3ポイントの水準差となっている。一方、「スーパー」では水準差が小さく、最も高い秋田県と最も低い宮崎県との間で46.2ポイントの水準差となっている。(参考表)

参考表 購入先別財を中心とした消費支出の支出金額水準差(総世帯)
(購入先別の支出金額水準が最も高い都道府県、最も低い都道府県)

購入先	全国の支出金額(円)	最も高い都道府県			最も低い都道府県			最も高い都道府県と最も低い都道府県との水準差(①-②)
		都道府県	支出金額(円)	①支出金額水準(全国=100)	都道府県	支出金額(円)	②支出金額水準(全国=100)	
一般小売店	11,291	長野県	14,390	127.4	和歌山県	8,095	71.7	55.7
スーパー	38,416	秋田県	45,621	118.8	宮崎県	27,896	72.6	46.2
コンビニエンスストア	3,173	北海道	4,368	137.7	奈良県	1,701	53.6	84.1
百貨店	2,877	神奈川県	4,860	168.9	徳島県	219	7.6	161.3
生協・購買	2,710	北海道	5,167	190.7	秋田県	926	34.2	156.5
ディスカウントストア・量販専門店	8,136	福井県	16,096	197.8	東京都	5,525	67.9	129.9

また、各購入先の支出金額水準が最も高い5道県(長野県、秋田県、北海道、神奈川県及び福井県)について、地域的特色を見るために、各購入先の全国の支出金額を100とした場合の支出金額水準をレーダーチャート上でみると、以下の特色がみられる。(参考図)

参考図 購入先別財を中心とした消費支出の支出金額水準（全国=100）（総世帯）
（購入先別の支出金額水準が最も高い都道府県）



3 購入地域

消費支出のうち「自宅と同じ市町村」での購入割合は、最も高い新潟県で82.1%、最も低い奈良県で50.3%

注1 購入地域に関する結果は11月の支出を集計したものである。

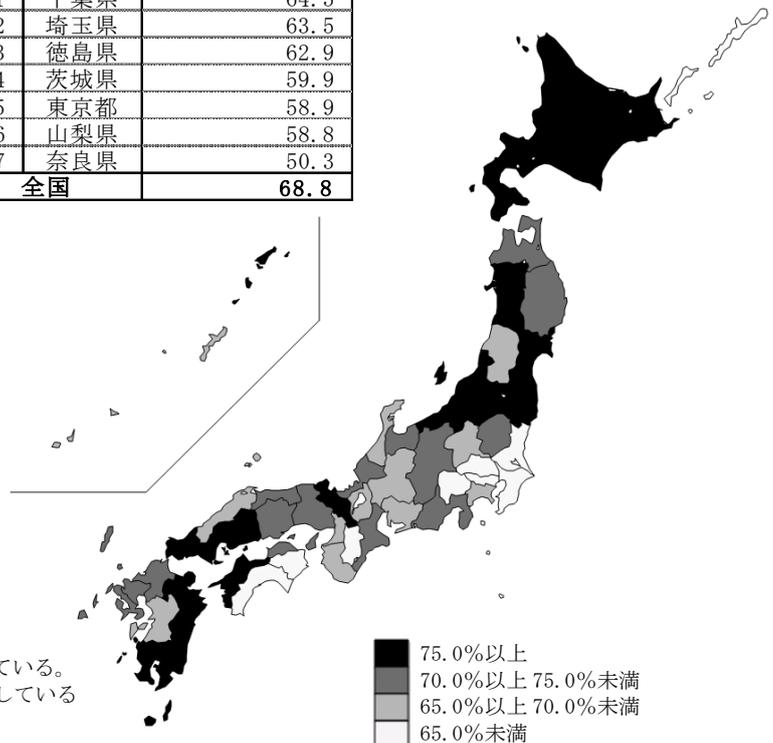
注2 「通信販売（インターネット）」や「通信販売（その他）」による支出、保険の掛金、こづかい、贈与金及び口座自動引き落としによる支出など購入地域を調査していないものは、「消費支出」から除いている。

総世帯の消費支出の購入地域別割合を都道府県別にみると、「自宅と同じ市町村」で購入する割合は、新潟県が82.1%と最も高くなっており、次いで広島県（81.6%）、宮崎県（80.2%）などとなっている。

一方、奈良県が50.3%と最も低く、次いで山梨県（58.8%）、東京都（58.9%）などとなっている。（表Ⅲ－6、図Ⅲ－7）

表Ⅲ－6 都道府県別消費支出の「自宅と同じ市町村」での購入割合（総世帯）
図Ⅲ－7

順位 ※	都道府県	【消費支出】 自宅と同じ市町村 での購入割合 (%)	順位	都道府県	【消費支出】 自宅と同じ市町村 での購入割合 (%)
1	新潟県	82.1	33	神奈川県	68.0
2	広島県	81.6	34	山形県	68.0
3	宮崎県	80.2	35	群馬県	67.8
4	北海道	79.3	36	沖縄県	67.5
5	山口県	78.6	37	熊本県	67.0
6	秋田県	78.3	38	大阪府	65.3
7	愛媛県	78.0	39	岐阜県	65.2
8	大分県	77.8	40	高知県	64.8
9	鹿児島県	77.7	41	千葉県	64.5
10	京都府	77.3	42	埼玉県	63.5
11	福島県	77.1	43	徳島県	62.9
12	宮城県	76.8	44	茨城県	59.9
13	鳥取県	74.9	45	東京都	58.9
14	福岡県	74.5	46	山梨県	58.8
15	富山県	74.3	47	奈良県	50.3
16	福井県	74.2		全国	68.8
17	兵庫県	73.6			
18	岩手県	73.5			
19	静岡県	72.9			
20	青森県	72.5			
21	岡山県	71.8			
22	長野県	71.0			
23	長崎県	71.0			
24	佐賀県	70.8			
25	栃木県	70.5			
26	三重県	70.4			
27	香川県	70.4			
28	滋賀県	69.7			
29	和歌山県	69.4			
30	愛知県	68.7			
31	石川県	68.2			
32	島根県	68.2			



※ 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。

注3 購入地域の詳細については、「用語の解説」の「14 購入地域」を参照のこと。

4 曜日（1日の消費支出）

無職世帯では、土日祝日より平日の方が消費支出は多くなっている

注 曜日別集計においては、月極め払い等の品目（家賃、電気代など）を除いて集計しており、「消費支出」にもこれらの品目の支出額は含まれない。

総世帯の1日当たりの消費支出を、平日と土日祝日※で比較すると、勤労者世帯は土日祝日の方が多く（平日4,663.21円、土日祝日7,147.57円）なっている。一方、無職世帯では平日の方が多く（平日5,182.31円、土日祝日4,284.43円）なっている。

また、費目別に比較すると、勤労者世帯は「外食」、「家具・家事用品」及び「被服及び履物」において土日祝日の支出が平日の2倍以上となっている。一方、無職世帯では「住居」及び「保健医療」において土日祝日の支出が平日の半分以下となっている。（表Ⅲ-7、図Ⅲ-8）

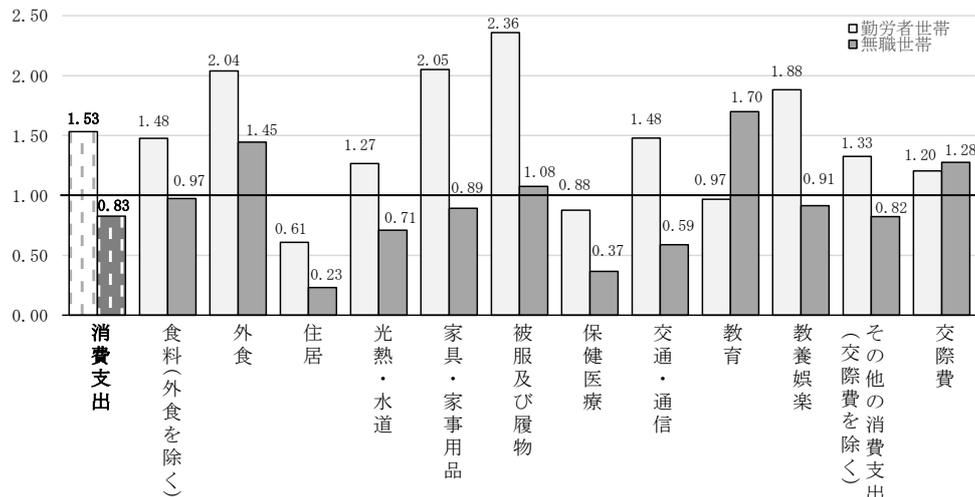
※ 曜日別集計の土曜日、日曜日、祝日の結果を、2024年10月・11月のそれぞれの日数（8日、8日、3日）を用いて加重平均することにより算出している。なお、土曜日と祝日が重なった場合には祝日とし、日曜日と祝日が重なった場合には日曜日としている。

表Ⅲ-7 曜日、費目別消費支出（1日の消費支出）
（総世帯のうち勤労者世帯、同無職世帯）

費目	勤労者世帯			無職世帯		
	①平日 (円)	②土日祝日 (円)	②÷①	③平日 (円)	④土日祝日 (円)	④÷③
消費支出	4,663.21	7,147.57	1.53	5,182.31	4,284.43	0.83
食料(外食を除く)	1,524.83	2,251.68	1.48	1,934.63	1,885.29	0.97
外食	414.85	845.96	2.04	217.87	314.88	1.45
住居	153.20	93.37	0.61	378.05	87.80	0.23
光熱・水道	13.32	16.87	1.27	35.78	25.38	0.71
家具・家事用品	228.22	467.94	2.05	279.83	249.63	0.89
被服及び履物	212.65	501.71	2.36	185.83	199.92	1.08
保健医療	377.27	330.57	0.88	545.48	199.46	0.37
交通・通信	612.02	905.62	1.48	538.78	316.94	0.59
教育	2.54	2.46	0.97	0.20	0.34	1.70
教養娯楽	463.39	872.30	1.88	440.56	403.10	0.91
その他の消費支出(交際費を除く)	515.61	684.07	1.33	433.59	357.13	0.82
交際費	145.30	175.01	1.20	191.72	244.57	1.28

図Ⅲ-8 土日祝日の費目別消費支出（1日の消費支出、平日との比較）
（総世帯のうち勤労者世帯、同無職世帯）

(土日祝日の支出
÷ 平日の支出)



(参考) 調査時期に起因する留意事項

結果の利用に当たっては調査の実施時期に起因する以下のような点に留意が必要である。

家計収支に関する結果は、2024年10月及び11月の収支を集計したものである^{※1}。10・11月といった特定の時期の家計収支の結果をみる際には、季節性に留意する必要がある。通年調査の結果から得られる季節指数をみると、10月、11月とも100を下回っており、一般的に10・11月の消費支出は年平均値（1月から12月までの平均値）に比べやや低い水準であるとみられる^{※2}。（参考表1）

消費税率の改定といった制度変更要因の影響にも留意が必要である。消費税率に関しては、2019年10月1日に8%から10%への改定が行われている。消費税率の改定前にはいわゆる駆け込み需要による消費支出の増加、改定後にはその反動による消費支出の減少がみられる。通年調査の結果をみると、2024年10・11月消費支出の2019年10・11月消費支出に対する増減率は、2024年平均消費支出の2019年平均消費支出に対する増減率に比べやや高くなっている。これは、2019年10月が消費税率改定直後に当たり、駆け込み需要の反動減による影響を受けているためとみられる。（参考表2）

- ※1 購入先、購入地域に関する結果は11月の支出を集計したものである。
- ※2 季節性（季節指数）は費目や地域等によっても異なり得る。例えば、11月の光熱支出に関する季節性について、北海道のように年間の寒暖差が大きい地域では全国平均よりも季節性が強く出ることが想定される。

参考表1 消費支出の季節指数の例

2024年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
季節指数	98.9	94.8	108.3	104.9	98.2	94.5	97.3	98.5	96.6	99.9	97.7	111.9

世帯消費動向指数（CTIマイクロ）基本系列（二人以上の世帯）2024年各月の「消費支出」について「原数値」÷「季節調整値」×100により算出。「季節調整値」は2025年1月分公表時のもの（毎年1月分公表時に季節調整替えを実施しており、季節指数も改定される。）

参考表2 2019年から2024年にかけての消費支出の増減率の例

2024年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年平均
対2019年(同月)比(%)	-2.3	3.3	3.1	4.2	-3.4	1.5	1.1	0.5	-4.2	9.4	6.0	9.6	2.3

家計調査（二人以上の世帯）「消費支出」について、2020年～2024年各年の対前年(同月)比から5年間の名目増減率を算出

令和6年全国家計構造調査の概要

1 調査の目的

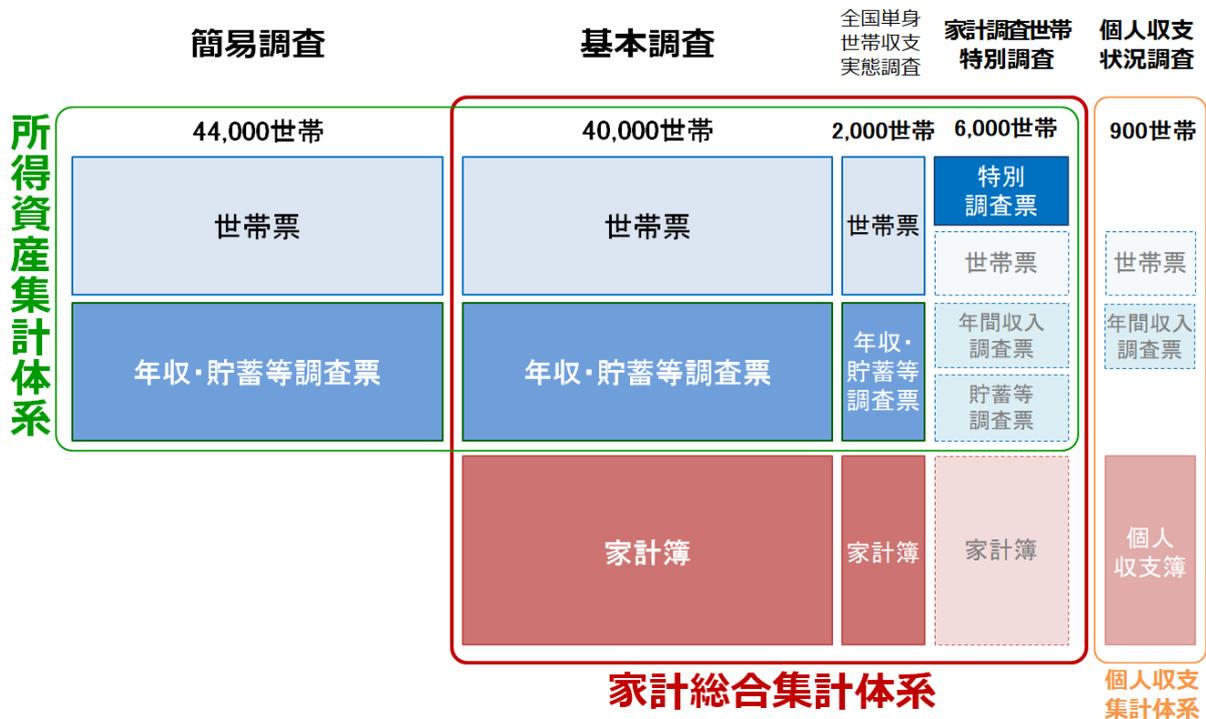
全国家計構造調査は、家計における消費、所得、資産及び負債の実態を総合的に把握し、世帯の所得分布及び消費の水準、構造等を全国的及び地域別に明らかにすることを目的とする基幹統計調査である。1959年の第1回調査以来5年ごとに実施しており、2024年は通算で14回目の調査に当たる。

2 調査の体系

調査は、基本調査、簡易調査、家計調査世帯特別調査及び個人収支状況調査の四つの調査からなる（このほか、一般統計調査の「全国単身世帯収支実態調査」も活用した上で集計し、「全国家計構造統計」の結果とする。）。

各調査で用いた調査票の種類、調査対象数（概数）、集計体系（「6 結果の公表」で記述）については、下図のとおりである。

全国家計構造統計の調査・集計体系



3 調査事項及び調査期日

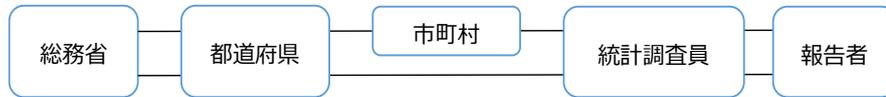
調査票の種類	調査事項	調査期日
家計簿(10月分)	収入及び支出	10月1か月間
家計簿(11月分)	収入、支出、購入地域及び購入先	11月1か月間
世帯票	世帯、世帯員、住宅・土地等	10月
年収・貯蓄等調査票	年間収入、貯蓄現在高及び借入金残高に関する事項	前年11月～調査年当年10月の1年間 (貯蓄、借入金の残高については10月末現在)
個人収支簿	世帯員個人の収入及び支出	10月又は11月 (調査対象によりいずれか1か月間)

注 家計調査世帯特別調査については、家計調査の調査票（世帯票、年間収入調査票、貯蓄等調査票及び家計簿）に加え、家計調査では調査していない項目について「特別調査票」により補完することで集計に利用する。

4 調査の流れ、調査方法

調査は、次の流れで実施した。（上段が「基本調査及び簡易調査」、下段が「家計調査世帯特別調査及び個人収支状況調査」の流れ）

調査方法は、調査員、オンライン、郵送（簡易調査のみ）による。



5 調査の対象

全国の全ての世帯のうち、総務大臣の定める方法により選定された世帯を対象とし、二人以上の世帯と単身世帯に分けて調査を実施した。

ただし、次に該当する世帯は、世帯としての収入と支出を正確に計ることが難しいことなどの理由から調査対象から除外した。

(1) 二人以上の世帯

- ア 料理飲食店、旅館又は下宿屋（寄宿舍を含む。）を営む併用住宅の世帯
- イ 賄い付きの同居人のいる世帯
- ウ 住み込みの営業上の使用人が4人以上いる世帯
- エ 外国人世帯

(2) 単身世帯

- ア 社会施設又は矯正施設の入所者
- イ 自衛隊の営舎内居住者
- ウ 病院、療養所の入院者
- エ 15歳未満の者
- オ 学生
- カ (1)のア、イ及びエに該当する単身世帯

6 結果の公表

調査の結果は、「家計総合集計体系」、「所得資産集計体系」及び「個人収支集計体系」の三つの体系からなる。今回公表する「家計収支に関する結果」は、「家計総合集計体系」に属しており、集計対象世帯は「基本調査」、「家計調査世帯特別調査」及び「全国単身世帯収支実態調査」の調査世帯である。

用語の解説

1 世帯主

名目上の世帯主ではなく、一緒に住んでいて、かつ「家計上の主たる収入を得ている人」のことをいう。

2 世帯人員

世帯主とその家族のほかに、家計を共にしている同居人、家族同様にしている親戚、住み込みの家事使用人、営業使用人なども含めた世帯員の人数をいう。家族であっても別居中の人、家計を別にしている間借人などは含めない。

3 有業人員

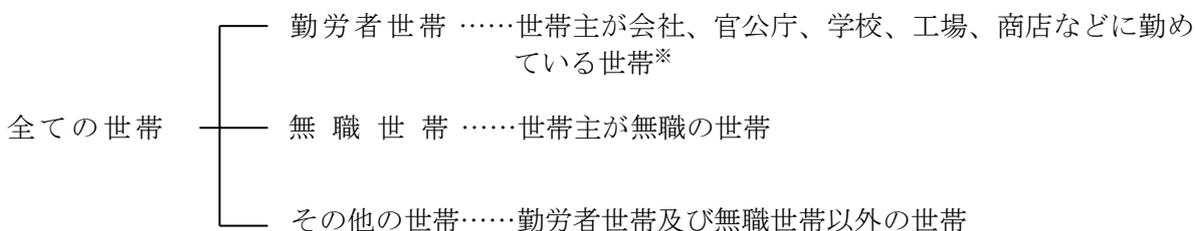
世帯員のうち勤め先のあるもの、自営業主、家族従業者、内職従事者などの人数をいう。

4 世帯の種類

「二人以上の世帯」か「単身世帯」（世帯員が一人のみの世帯）かのいずれかにより分類しており、これらを合わせたものが「総世帯」である。

5 世帯区分

世帯主の就業状態によって「勤労者世帯」、「無職世帯」及び「その他の世帯」に分類される。



※ 世帯主が社長、取締役、理事など会社団体の役員である世帯は、「その他の世帯」とする。

6 世帯類型

世帯を世帯員の続き柄による構成によって分類したもので、いわゆる核家族と呼ばれる「夫婦のみの世帯」又は「夫婦と未婚の子供から成る世帯」を始め、「夫婦と子供と親の世帯」、「単身赴任・出稼ぎ」の世帯など家計分析に有効なように世帯を区分している。

7 世帯主の就業形態

雇用されている世帯主について、ふだんの雇用の状況により「正規の職員・従業員」又は「非正規の職員・従業員」に区分した。なお、育児休業や病気休暇等で休業中の人は就業しているものとする。

正規の職員・従業員 ……一般の職員、正社員などと呼ばれている人

非正規の職員・従業員 ……パート・アルバイト、労働者派遣事業所の派遣社員など

8 収入と支出

収入は、勤め先収入や事業・内職収入などの「実収入」、預貯金引出、クレジット購入などの「実収入以外の受取（繰入金を除く）」及び「前月からの繰入金」の三つに分類される。

支出は、いわゆる生活費である「消費支出」、税金、社会保険料などの「非消費支出」（「消費支出」と「非消費支出」を合わせて「実支出」という。）、預貯金預け入れ、借入金返済などの「実支出以外の支払（繰越金を除く）」及び「翌月への繰越金」の四つに分類される。

9 収支項目分類

家計における収支を分類するための分類体系をいう。令和6年全国家計構造調査の収支項目分類は、2025年1月改定の家計調査の分類を基に作成している。

消費支出については、「品目分類」と「用途分類」の二つの体系があるが、全国家計構造調査では品目分類を基本としている。ただし、交際費を別掲とし、用途分類による値を大分類（費目）で再現できるようにしている。

品目分類と用途分類

消費支出は、品目分類と用途分類の2体系に分類されている。品目分類は、世帯が購入した商品及びサービスを、同一商品は同一項目に分類する方法である。用途分類は、商品及びサービスを世帯内で使うか、世帯外の人のために使うかによって大別し、世帯内で使う分については品目分類によって分類し、世帯外の人のために使う分のうち、贈答と接待に使う分は「交際費」として分類し、それ以外の分は世帯内で使う分と合わせて分類する方法である。

10 可処分所得

「実収入」から税金、社会保険料などの「非消費支出」を差し引いた額で、いわゆる手取り収入のことをいう。

11 年間収入五分位階級

年間収入五分位階級とは、世帯を年間収入の低い方から高い方へ順に並べ5等分した五つのグループのことで、収入の低い方から順に第Ⅰ、第Ⅱ、・・・、第Ⅴ五分位階級という。

なお、年間収入は、世帯における過去1年間（令和6年調査では、2023年11月から2024年10月まで）の収入（税込み）で、勤め先からの収入、事業による収入、年金や給付金の受取金など、経常的に得ているものをいう。退職金、財産の売却で得た収入、相続により得た預貯金など、一時的な収入は含めない。

12 購入形態

世帯で購入した品目について、品目ごとにその支払方法（「現金」、「クレジット、掛買い、月賦」、「電子マネー」等）を家計簿に記入する方法で調査した。

なお、集計上の「現金」には、支払方法で「現金」、「ポイント」、「商品券」、「デビットカード」、「口座間振込等」及び「自分の店の商品」とされたもののほか、自動引落としによる支払のうち「クレジット、掛買い、月賦」に該当しない支出を含めている。

また、二次元バーコード等による決済サービスを利用した場合は、支払った際に選択した購

入形態に応じて分類している。

13 購入先

購入先は、世帯で購入した品目について、品目ごとにその購入先を家計簿（11月分のみ）に記入する方法で調査した。

購入先の分類基準は下表のとおりである。

	購 入 先	分 類 基 準
通信販売	1 通 信 販 売 (インターネット)	インターネット上で注文を行い、品物を購入又はサービスの提供を受ける形態（いわゆるネットショッピング）をいう。 また、ネットスーパーの宅配（ネット注文）、宅配ピザ（ネット注文）などもここに含める。
	2 通 信 販 売 (その他)	「1 通信販売（インターネット）」以外で、新聞・雑誌、ラジオ・テレビ、カタログ等で広告し、郵便、電話等で注文を行い、品物を購入又はサービスの提供を受ける形態をいう。
店頭販売	3 一 般 小 売 店	次の「4 スーパー」～「8 ディスカウントストア・量販専門店」以外の小売店をいう。例えば、個人商店、ガソリンスタンド、書店、雑貨店、高級ブランドショップ、新聞小売店、チケットショップなどをいう。
	4 ス ー パ ー	食品、日用雑貨、衣類、電化製品など、各種の商品を、セルフサービスで販売する小売店をいう。
	5 コンビニエンス ス ト ア	食品を中心に、家事雑貨、雑誌など各種最寄り品を取りそろえ、セルフサービスで販売しており、店舗規模が小さく、24時間又は長時間営業を行う小売店をいう。
	6 百 貨 店	衣・食・住にわたる各種の商品を主に対面販売により販売しており、常時50人以上の従業員のいる小売店をいう。
	7 生 協 ・ 購 買	組合員の出資によってつくられている生活協同組合、農業協同組合や会社、官公庁が職員のために設けている購買部をいう。
	8 ディスカウント ス ト ア ・ 量 販 専 門 店	店頭商品を原則的に全品値引きして安い価格を売り物としている小売店、家電や衣料品（ファストファッションを含む。）などの量販専門店、主に医薬品や化粧品を販売しているドラッグストア、均一価格で多様な商品を販売する小売店や格安チケットショップなどをいう。
その他	9 そ の 他	上記以外の店、例えば、美容院、クリーニング店、問屋、市場、露店、行商、リサイクルショップなどをいう。 また、飲食店（レストラン、ファーストフード、居酒屋等）や自動販売機、電気料金や都市ガス料金などの支払もここに含める。

14 購入地域

購入地域は、世帯で購入した品目について、品目ごとにその購入地域（「同じ市町村」、「他の市町村（県内）」、「他の市町村（県外）」）を家計簿（11月分のみ）に記入する方法で調査した。なお、預貯金の引出と預入、保険掛金、有価証券の購入や掛買い、月賦による代金の支払、通信販売での購入等については調査を行っていない。

15 名目増減率、実質増減率

実質増減率は、消費者物価変動を取り除いた増減率をいい、名目増減率は実際の集計結果を用いて算出した増減率をいう。

$$\text{実質増減率 (\%)} = \{(100 + \text{名目増減率 (\%)}) \div (100 + \text{消費者物価指数の変化率 (\%)}) - 1\} \times 100$$

「結果の概要」において費目別の実質増減率を求める際に使用した消費者物価指数は以下のとおりである。

<系列>

消費支出、その他の消費支出（交際費を除く）、交際費……「持家の帰属家賃を除く総合」

食料（外食を除く）……「食料」から「外食」分を控除して算出

住居……「持家の帰属家賃を除く住居」

上記以外の費目……それぞれ該当する物価指数

<期間>

全国家計構造調査の実施年10月・11月の2か月平均により算出

- ◆「令和6年全国家計構造調査」の詳しい結果を御覧になる場合は、次のURLを参照ください。

<https://www.stat.go.jp/data/zenkokukakei/2024/index.html>

- ◆この冊子は、次のURLからダウンロードできます。

<https://www.stat.go.jp/data/zenkokukakei/2024/kekka.html>

- ◆本調査の統計データを引用・転載する場合には、必ず、出典の表記をお願いします。

出典：総務省統計局「〇〇年全国家計構造調査結果」

<内容に関する問合せ先>



総務省統計局

統計調査部 消費統計課 全国家計構造調査発表係

〒162-8668 東京都新宿区若松町19番1号

電話：03-5273-1173（直通）

- * 結果の概要は、統計メールニュースでも配信しています。
メールニュースのお申込みは、統計局ホームページから。

統計局ホームページ <https://www.stat.go.jp/>

政府統計の総合窓口（e-Stat）URL <https://www.e-stat.go.jp/>