

家計と景気に関する 意識・実態調査報告書

2010年2月

財団
法人 経済広報センター

はじめに

わが国経済は、最悪期を脱しつつあるものの、世界同時不況が与えた痛手は大きく、円高、デフレの進行、厳しい雇用情勢など、未だ予断を許さない状況にあります。

そこで、経済広報センターは、全国の様々な職種、世代により構成されている当センターの「社会広聴会員」を対象に、「家計と景気に関するアンケート」と題して、現状の景気についての認識と、家計について、アンケートを実施しました。

今回の調査からは、今の景気に対して85%もの生活者が悪いと感じていることが分かりました。その原因として最も多かった回答は「給料が上がらない」(55%)となりました。家計における支出の負担感については、2002年9～10月に実施した調査結果（「アンケート『家計と景気』結果報告書」2002年12月発表）と比べると、「食費」や「医療・介護」など生活に直結する支出について、負担感が大きくなっています（「食費（第4位→第2位）」「医療・介護（第5位→第3位）」）。さらに将来への消費につながる、「欲しいモノやサービス」について聞いたところ、支出額が大きい「住宅」「自動車」などの順位が大きく落ち込んでいます（「住宅（第3位→第7位）」「自動車（第4位→第8位）」）。一方で、「健康・介護サービス」は第7位から第2位と大きく上昇しています。現状の景気動向や将来の社会保障制度への不安などにより、生活者の消費意欲が未だ上がらない状況が改めて示されました。

本報告書が、企業、行政それぞれが、より積極的に景気回復に取り組む上で、一助になれば幸甚です。

財団法人経済広報センター
常務理事・事務局長
中山 洋

目 次

はじめに	1
調査結果の概要	4
調査結果データ	
1. 家計における負担感のある支出項目	8
2. 欲しいモノやサービス	11
3. 景気に対する実感	15
4. 景気が悪いと感じる理由	17
5. 現状の景気に対する対応	18
6. 貯蓄に利用している金融商品	19
7. 金融商品購入金額の増減	20
8. 金融商品の購入金額減少の原因	21
9. 景気回復に向けて取り組むべきこと	23
【参考データ】	
購入意欲と時期・購入を控えている理由（モノ・サービス別）	24

調査結果の概要

1. 「公共料金、社会保障費、税金」が家計における負担感のある項目で第1位(66%)

2. 家計において負担感がある項目を7年前の調査(2002年実施)と比較すると、「食費」が第4位(33%)から第2位(43%)、「医療・介護」が第5位(23%)から第3位(36%)と順位が上昇

7年前の調査(2002年実施)と比較すると、「住宅ローン」が第2位(40%)から第5位(29%)、「教育」が第3位(35%)から第4位(33%)と順位を下げた一方、「食費」が第4位(33%)から第2位(43%)、「医療・介護」が第5位(23%)から第3位(36%)と順位が上昇している。日常生活に直結する支出の負担感が相対的に大きくなったといえる。

3. 欲しいモノやサービスについて、7年前の調査と比較して「住宅」が第3位(24%)から第7位(17%)、「自動車」が第4位(22%)から第8位(16%)と落ち込む

欲しいモノやサービスについて「海外旅行」が第1位で51%。男女別では大きな差はない。7年前の調査(2002年実施)と比較すると、「健康・介護サービス」が第7位(11%)から第2位(24%)と大きく上昇する一方、「住宅」が第3位(24%)から第7位(17%)、「自動車」が第4位(22%)から第8位(16%)と大きく落ち込んでいる。

4. 今の景気に対して「非常に悪いと感じる」「悪いと感じる」の合計が85%

5. 景気が悪いと感じる理由として「給料が上がらない」が55%で第1位

景気が悪いと感じる理由として「給料が上がらない」が55%で第1位となっている。第2位は「低金利により、金利収入が増えない」(44%)、第3位は「自分または周辺でリストラにあったり就職先がない人がいる」(42%)となっている。

6. 現状の景気に対する対応の第1位は、「節約して、消費を量の面で抑えている」(60%)。次いで「節約して、消費を単価の面で抑えている」(58%)

現状の景気に対する対応としては、「節約して、消費を量の面で抑えている」(60%)が第1位、次いで「節約して、消費を単価の面で抑えている」(58%)となっており、多くの生活者が節約をして消費を抑えることで、現状の景気に対応していることが

分かる。

7. 貯蓄に利用している金融商品は「普通預金（国内銀行）」が81%で第1位

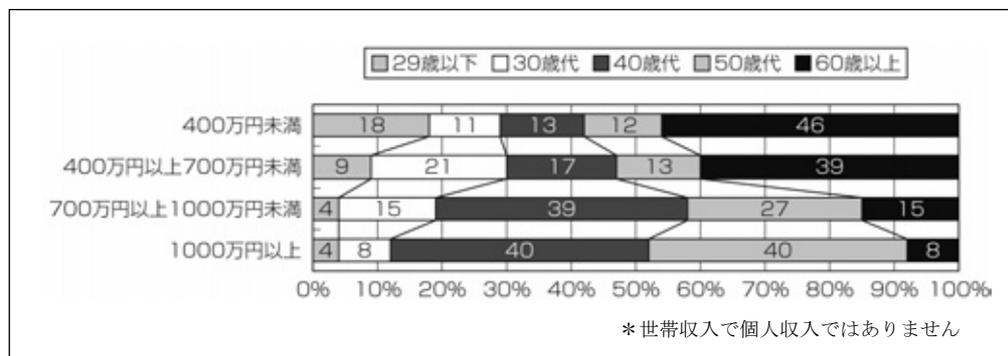
貯蓄に利用している金融商品の第1位が「普通預金（国内銀行）」（81%）、次いで「定期預金（国内銀行）」（74%）、「郵便貯金」（69%）となっている。貯蓄のための金融商品のここ数年の購入実績については52%が「減っている」と回答し、13%が「増えている」、35%が「変わらない」と回答している。金融商品の購入金額減少の原因として「教育費や医療費などの避けられない経費が増加したため」が41%で第1位。第2位は「企業（自営）業績が悪く収入が減ったため」（29%）となっている。

8. 景気回復に向けて取り組むべきこととして「歳出構造（税金の使い道）を見直し、国の借金を減らすなどムダをなくす」（68%）が第1位

景気回復に向けて優先的に取り組むべきこととして「歳出構造（税金の使い道）を見直し、国の借金を減らすなどムダをなくす」（68%）が第1位、次いで「年金や医療などの社会保障政策を充実させ、先行きの不安を解消する」（62%）となっている。

- ・調査対象：3,108人
- ・調査方法：インターネットによる回答選択方式および自由記述方式
- ・調査期間：2009年11月26日～12月7日
- ・有効回答：2,087人（67.1%）
- ・回答者の属性：
 - 男女別：男性（894人、42.8%）、女性（1,193人、57.2%）
 - 世代別：29歳以下（173人、8.3%）、30歳代（295人、14.1%）、40歳代（583人、27.9%）、50歳代（490人、23.5%）、60歳以上（546人、26.2%）
 - 職業別：会社員・団体職員・公務員（918人、44.0%）、会社役員・団体役員（95人、4.6%）、自営業・自由業（159人、7.6%）、パートタイム・アルバイト（281人、13.5%）、専業主婦・夫（341人、16.3%）、学生・無職・その他（293人、14.0%）
 - 世帯収入別：400万円未満（385人、18.4%）、400万円以上700万円未満（623人、29.9%）、700万円以上1000万円未満（520人、24.9%）、1000万円以上（559人、26.8%）

（ご参考）世帯収入／世代：



調査結果 データ

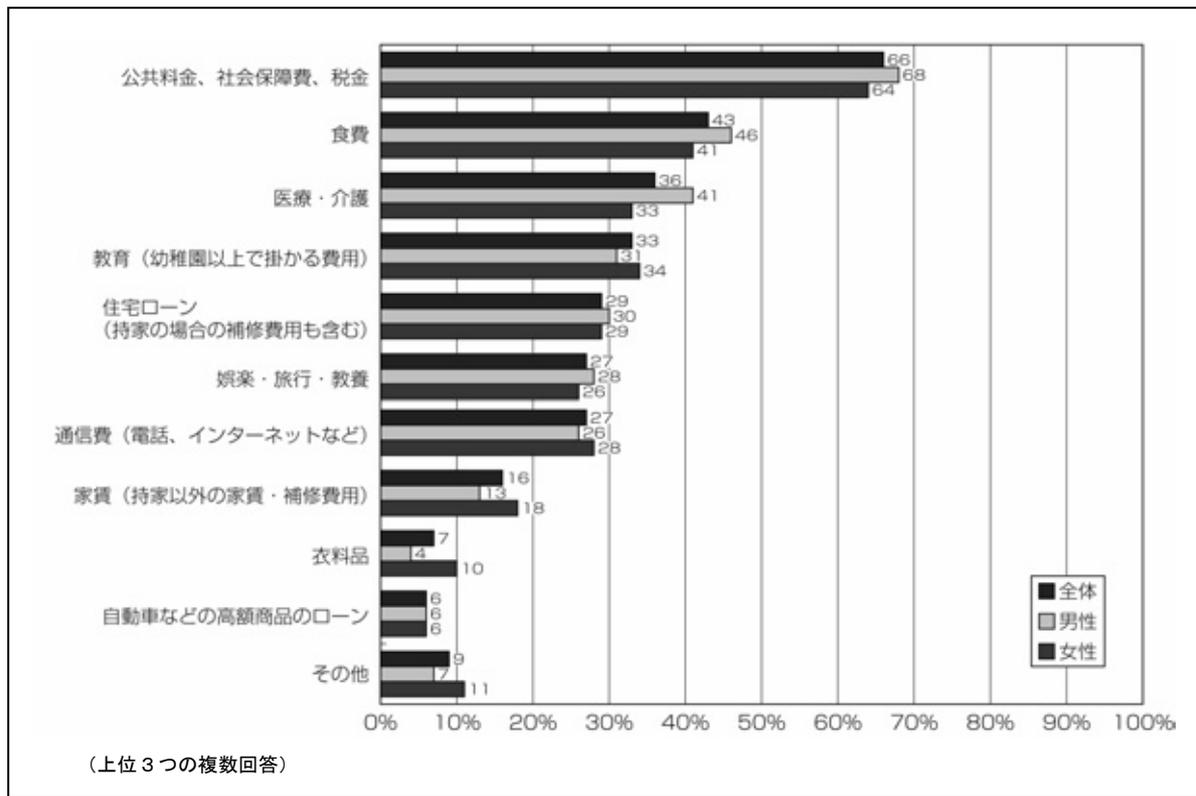
1. 家計における負担感のある支出項目

「公共料金、社会保障費、税金」が家計における負担感のある項目で第1位（66%）

家計において負担感がある支出項目の第1位は「公共料金、社会保障費、税金」（66%）となっている。男女による大きな差はない。（図表1）

7年前の調査（2002年実施）と比較すると（図表2）、「住宅ローン」が第2位（40%）から第5位（29%）、「教育」が第3位（35%）から第4位（33%）と順位を下げた一方、「食費」が第4位（33%）から第2位（43%）、「医療・介護」が第5位（23%）から第3位（36%）と順位が上昇している。日常生活に直結する支出の負担感が相対的に大きくなったといえる。

図表1 家計における負担感のある支出項目（全体・男女別）



図表2 家計における負担感のある支出項目（全体 2002年実施調査比較）

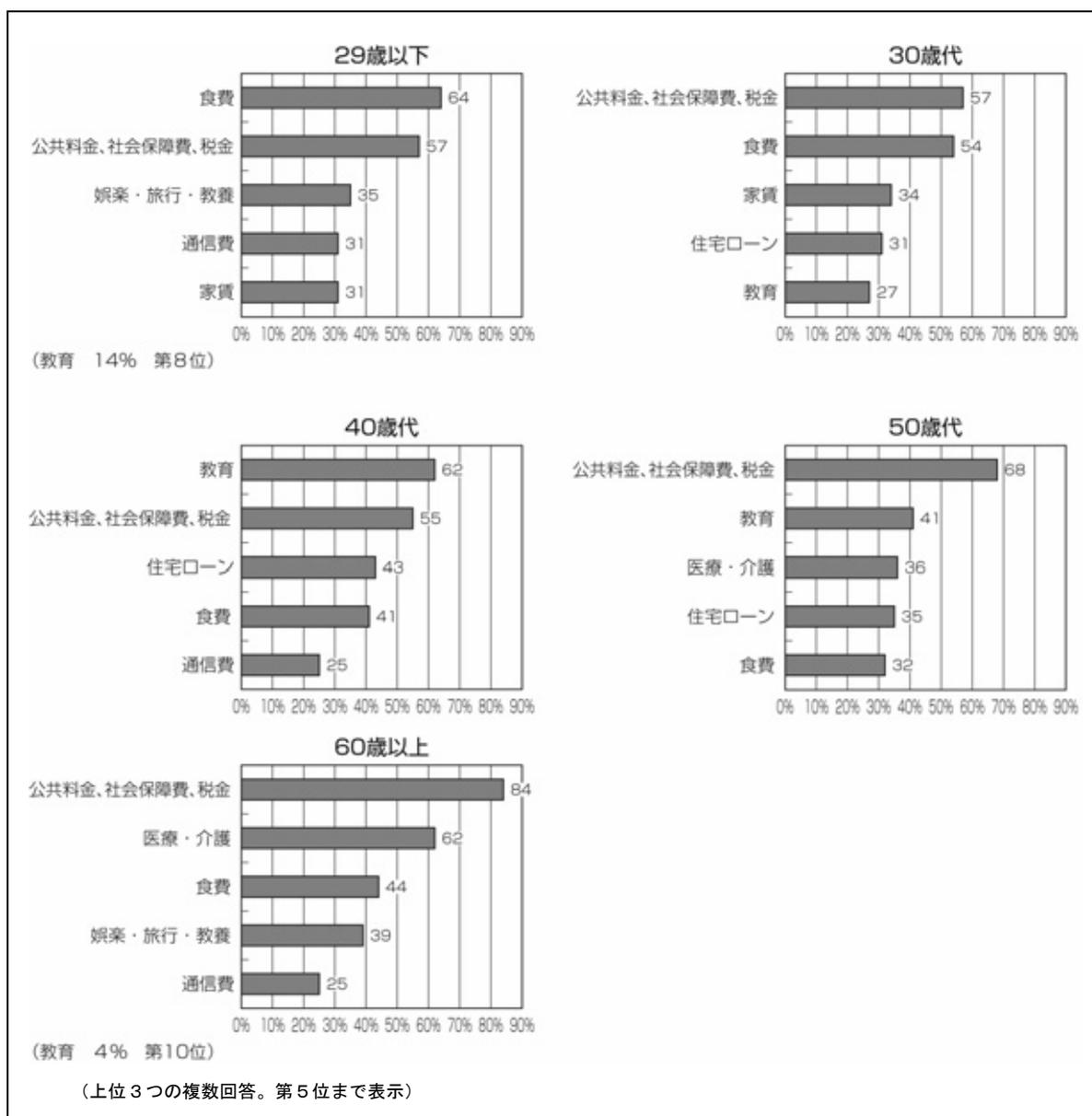
2002年 (n=3696)		2009年 (n=2087)	
第1位	公共料金、社会保障費、税金 64%	公共料金、社会保障費、税金 66%	
第2位	住宅ローン 40%	食費 43%	
第3位	教育 35%	医療・介護 36%	
第4位	食費 33%	教育 33%	
第5位	医療・介護 23%	住宅ローン 29%	

（3つまでの複数回答。第5位まで表示）
 *2002年：発表時の数値（%）を四捨五入

（上位3つの複数回答。第5位まで表示）

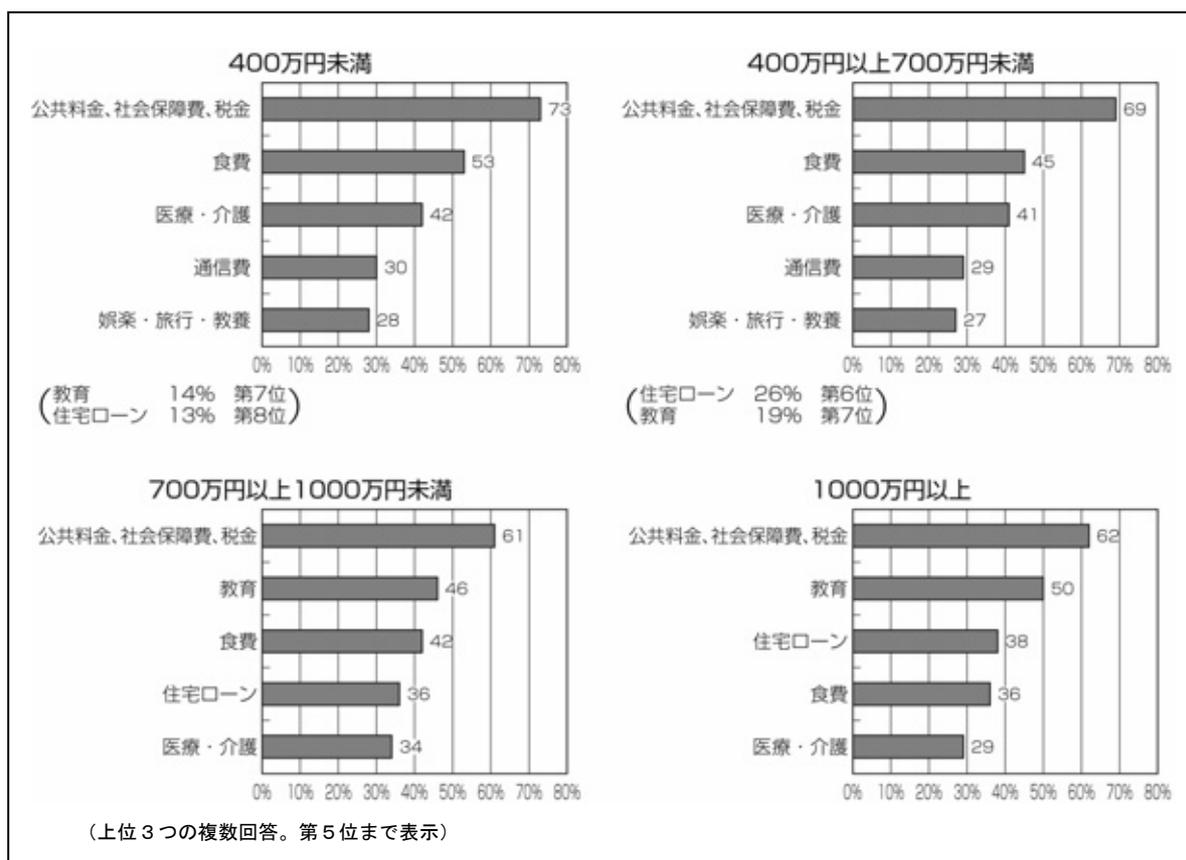
世代別（図表3）に見ると、29歳以下と30歳代の若い世代では「食費」が29歳以下で64%（第1位）、30歳代で54%（第2位）であり、40歳代の41%（第4位）、50歳代の32%（第5位）、60歳以上の44%（第3位）と比べると、負担感が大きいことが分かる。「教育」については、40歳代が62%（第1位）とほかの世代と比較して突出している。

図表3 家計における負担感のある支出項目（世代別）



世帯収入別(図表4)を見ると、「1000万円以上」世帯では、「教育」が第2位(50%)、「住宅ローン」が第3位(38%)であり、「700万円以上1000万円未満」世帯では、「教育」が第2位(46%)、「住宅ローン」が第4位(36%)で、「教育」と「住宅ローン」が5位以内となっている。一方、「400万円未満」世帯と「400万円以上700万円未満」世帯では、「教育」と「住宅ローン」の項目は6位以下となっている。世帯収入が多いほど、教育や住宅に関する投資を積極的に行っていることが分かる。

図表4 家計における負担感のある支出項目（世帯収入別）



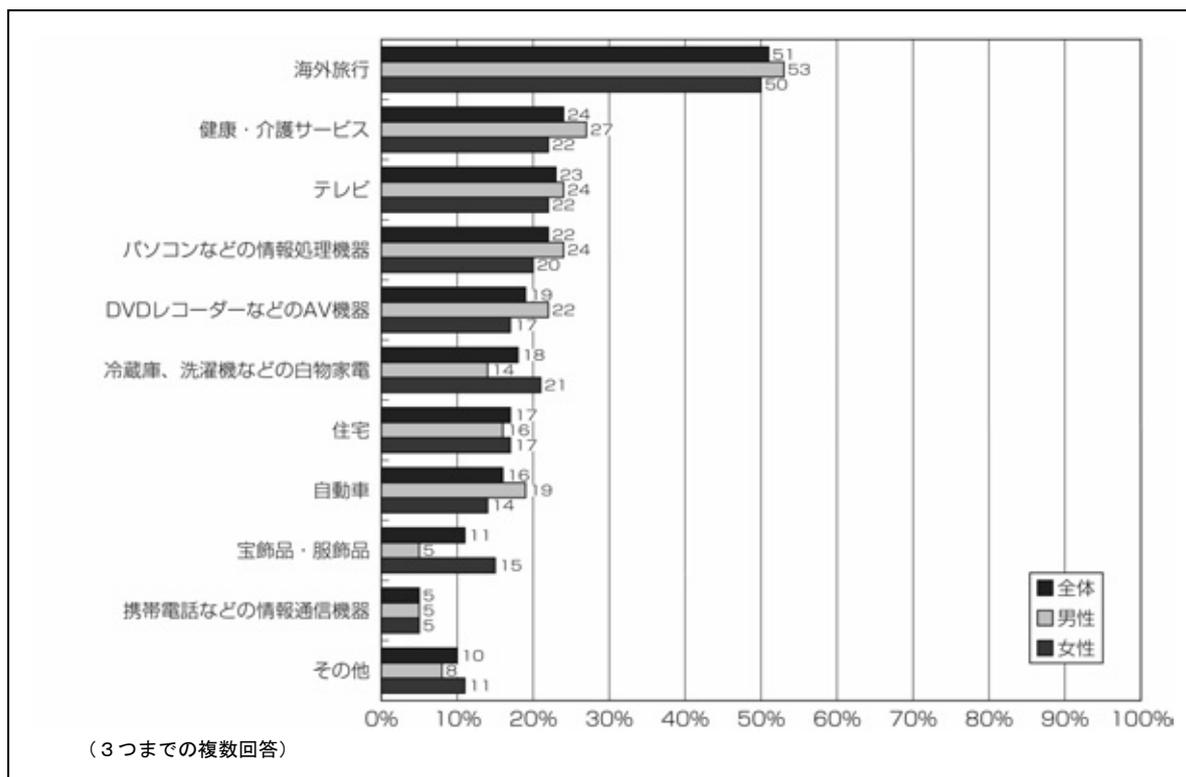
2. 欲しいモノやサービス

7年前の調査と比較して「住宅」が第3位（24%）から第7位（17%）、「自動車」が第4位（22%）から第8位（16%）と落ち込む

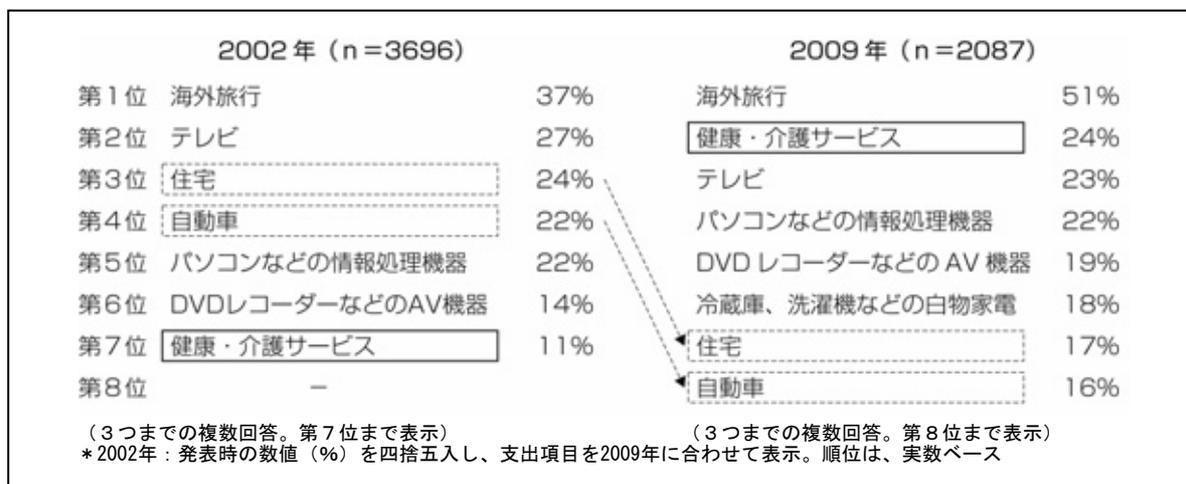
欲しいモノやサービスについては、「海外旅行」が第1位で51%。男女別で大きな差はない。（図表5）

7年前の調査（2002年実施）と比較すると（図表6）、「健康・介護サービス」が第7位（11%）から第2位（24%）と大きく上昇する一方、「住宅」が第3位（24%）から第7位（17%）、「自動車」が第4位（22%）から第8位（16%）と大きく落ち込んでいる。医療・介護制度への不安や将来の収入への不透明感から、「健康・介護サービス」の順位が上昇する一方、支出額が大きい「住宅」や「自動車」などの順位が落ち込んだと考えられる。

図表5 欲しいモノやサービス（全体・男女別）

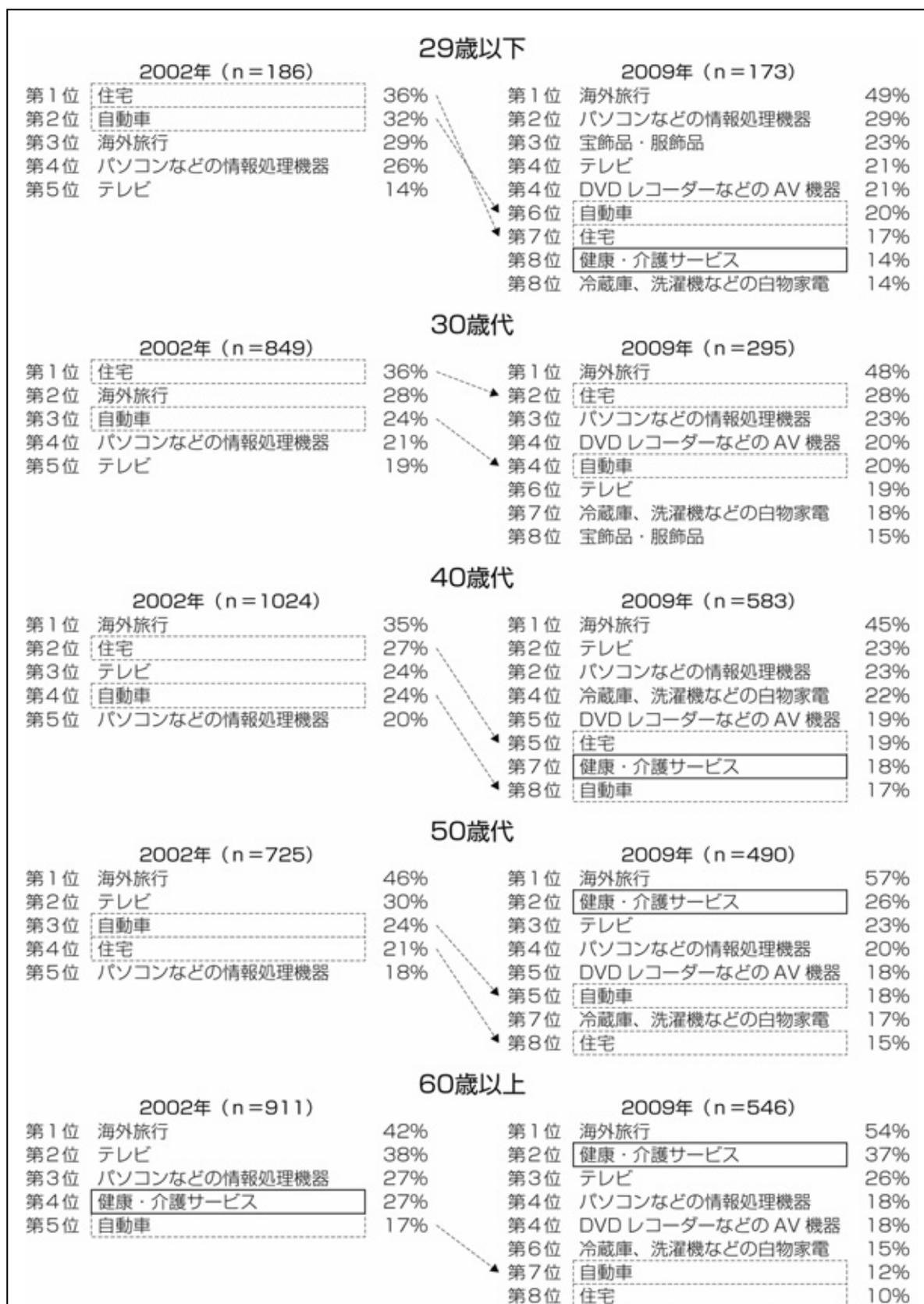


図表6 欲しいモノやサービス（全体 2002年実施調査比較）



世代別（図表7）に見ると、「健康・介護サービス」について、7年前の調査（2002年実施）では、60歳以上の第4位（27%）のみが、5位以内に入っていたが、今回の調査結果では、50歳代、60歳以上で第2位となり回答率もそれぞれ26%、37%と高い結果となっている。支出額が大きい「住宅」「自動車」については、すべての世代で落ち込んでいる。特に、29歳以下の世代では、「住宅」が第1位（36%）から第7位（17%）、「自動車」が第2位（32%）から第6位（20%）と落ち込みが大きい。

図表7 欲しいモノやサービス（世代別 2002年実施調査比較）



(3つまでの複数回答。第5位まで表示)

(3つまでの複数回答。第8位まで表示)

*2002年：発表時の数値(%)を四捨五入し、欲しいモノやサービスの項目は2009年に合わせて表示。順位は、実数ベース

世帯収入別（図表8）に見ると、「健康・介護サービス」が「400万円未満」世帯、「400万円以上700万円未満」世帯と「700万円以上1000万円未満」世帯で第3位、「1000万円以上」世帯では第2位と、すべての世帯で上位となっている。また「住宅」「自動車」は、すべての世帯で第5位から第8位に入っている。今回の調査結果からは、欲しいモノやサービスについて世帯収入によって大きな差がないことが分かる。

図表8 欲しいモノやサービス（世帯収入別）

400万円未満			400万円以上700万円未満		
第1位	海外旅行	44%	第1位	海外旅行	50%
第2位	テレビ	31%	第2位	パソコンなどの情報処理機器	25%
第3位	健康・介護サービス	30%	第3位	健康・介護サービス	24%
第4位	パソコンなどの情報処理機器	21%	第4位	テレビ	22%
第5位	DVDレコーダーなどのAV機器	20%	第5位	DVDレコーダーなどのAV機器	19%
第6位	冷蔵庫、洗濯機などの白物家電	17%	第6位	自動車	17%
第7位	住宅	15%	第7位	冷蔵庫、洗濯機などの白物家電	16%
第8位	自動車	14%	第7位	住宅	16%
第9位	宝飾品・服飾品	8%	第9位	宝飾品・服飾品	11%
第10位	携帯電話などの情報通信機器	5%	第10位	携帯電話などの情報通信機器	5%
700万円以上1000万円未満			1000万円以上		
第1位	海外旅行	50%	第1位	海外旅行	58%
第2位	テレビ	25%	第2位	健康・介護サービス	20%
第3位	健康・介護サービス	23%	第2位	パソコンなどの情報処理機器	20%
第4位	冷蔵庫、洗濯機などの白物家電	22%	第4位	テレビ	18%
第5位	パソコンなどの情報処理機器	21%	第5位	冷蔵庫、洗濯機などの白物家電	17%
第6位	DVDレコーダーなどのAV機器	20%	第5位	住宅	17%
第7位	住宅	18%	第5位	自動車	17%
第7位	自動車	18%	第8位	DVDレコーダーなどのAV機器	16%
第9位	宝飾品・服飾品	10%	第9位	宝飾品・服飾品	13%
第10位	携帯電話などの情報通信機器	5%	第10位	携帯電話などの情報通信機器	4%

（3つまでの複数回答）

以上のように図表7と図表8からは、生活者が将来の消費につながる欲しいモノやサービスを検討するとき、考慮する要素としては、収入よりも年齢の要素が大きいことが読み取れる。

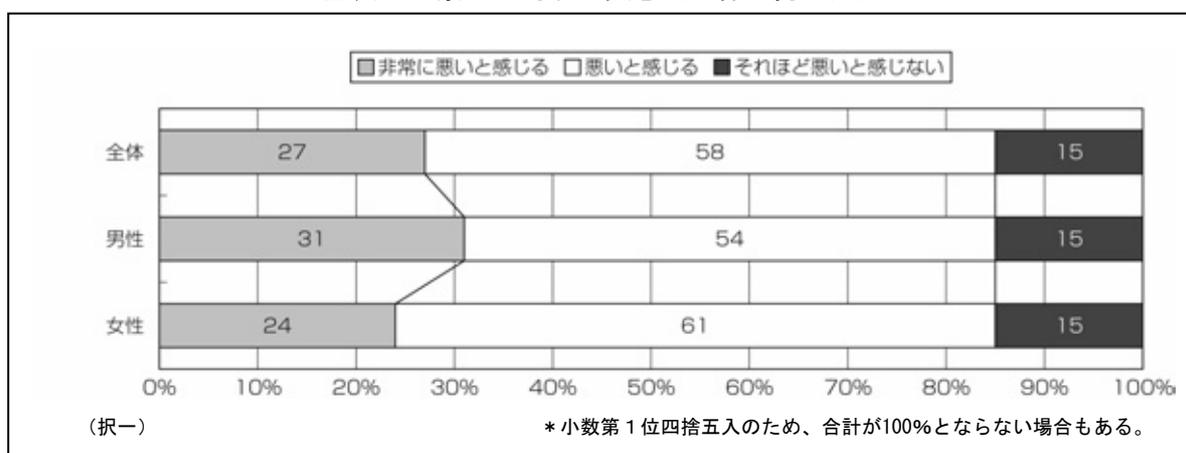
3. 景気に対する実感

今の景気に対して「非常に悪いと感じる」「悪いと感じる」の合計が85%

今の景気に対する実感は、「非常に悪いと感じる」(27%)と「悪いと感じる」(58%)を合わせると85%となり、男性、女性ともに85%である。

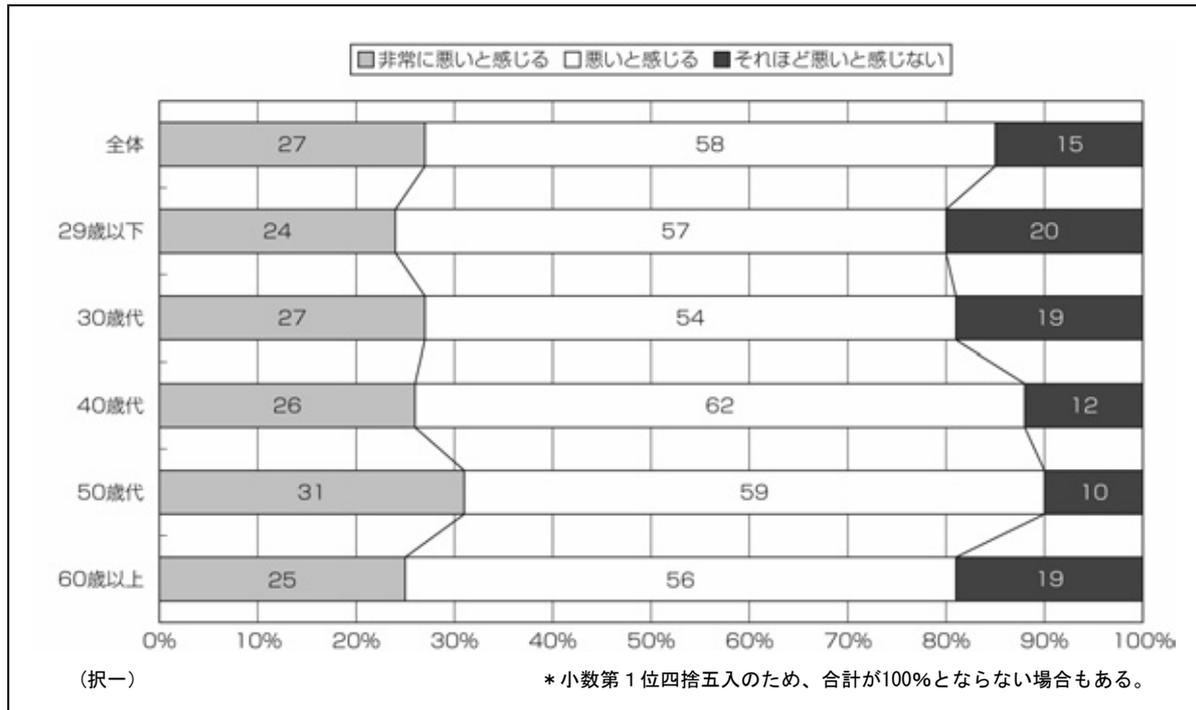
しかし、「非常に悪いと感じる」で見ると女性が24%であるのに対し、男性が31%で7ポイント高い。男性の方が女性より今の景気について深刻に受け止めていることが分かる。(図表9)

図表9 景気に対する実感（全体・男女別）



世代別(図表10)に見ると、「非常に悪いと感じる」と「悪いと感じる」の合計が40歳代と50歳代でそれぞれ88%、90%となり、他の世代(29歳以下、30歳代、60歳以上)の81%に比べて高い。この世代の多くは、企業においては管理職の世代に該当すること、他の世代に比べてより景気に対して敏感になっている一因と考えられる。

図表10 景気に対する実感（全体・世代別）



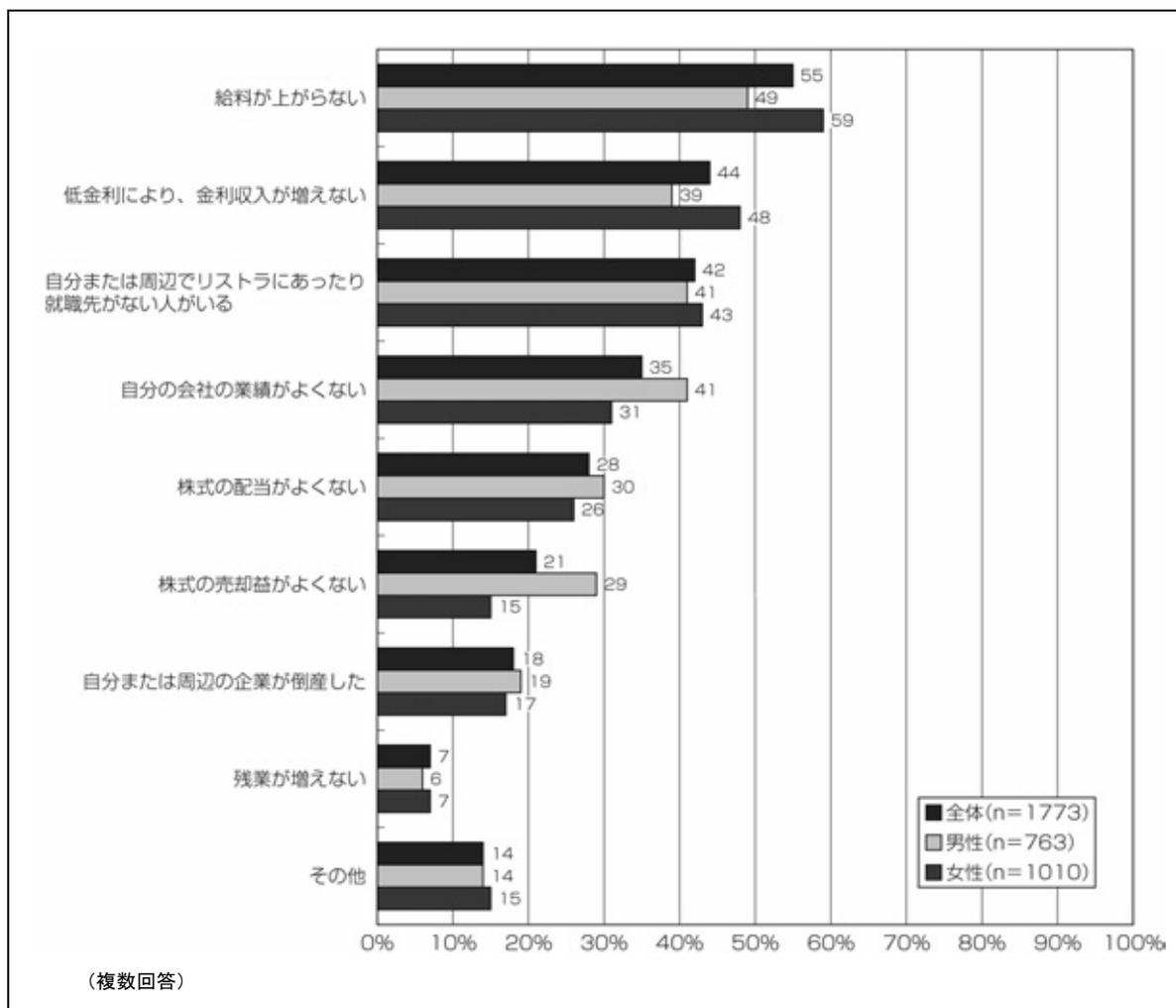
4. 景気が悪いと感じる理由

景気が悪いと感じる理由として「給料が上がらない」が55%で第1位

景気が悪いと感じる理由として「給料が上がらない」が55%で第1位となっている。「低金利により、金利収入が増えない」(44%)が第2位、「自分または周辺でリストラにあたり就職先がない人がある」(42%)が第3位となっている。(図表11)

男女別(図表11)で見ると、「給料が上がらない」「低金利により金利収入が増えない」の項目で女性が男性を10ポイント近く上回っている。一方「自分の会社の業績がよくない」「株式の売却益がよくない」で、男性が女性より10ポイント以上、上回っている。

図表11 景気が悪いと感じる理由(全体・男女別)

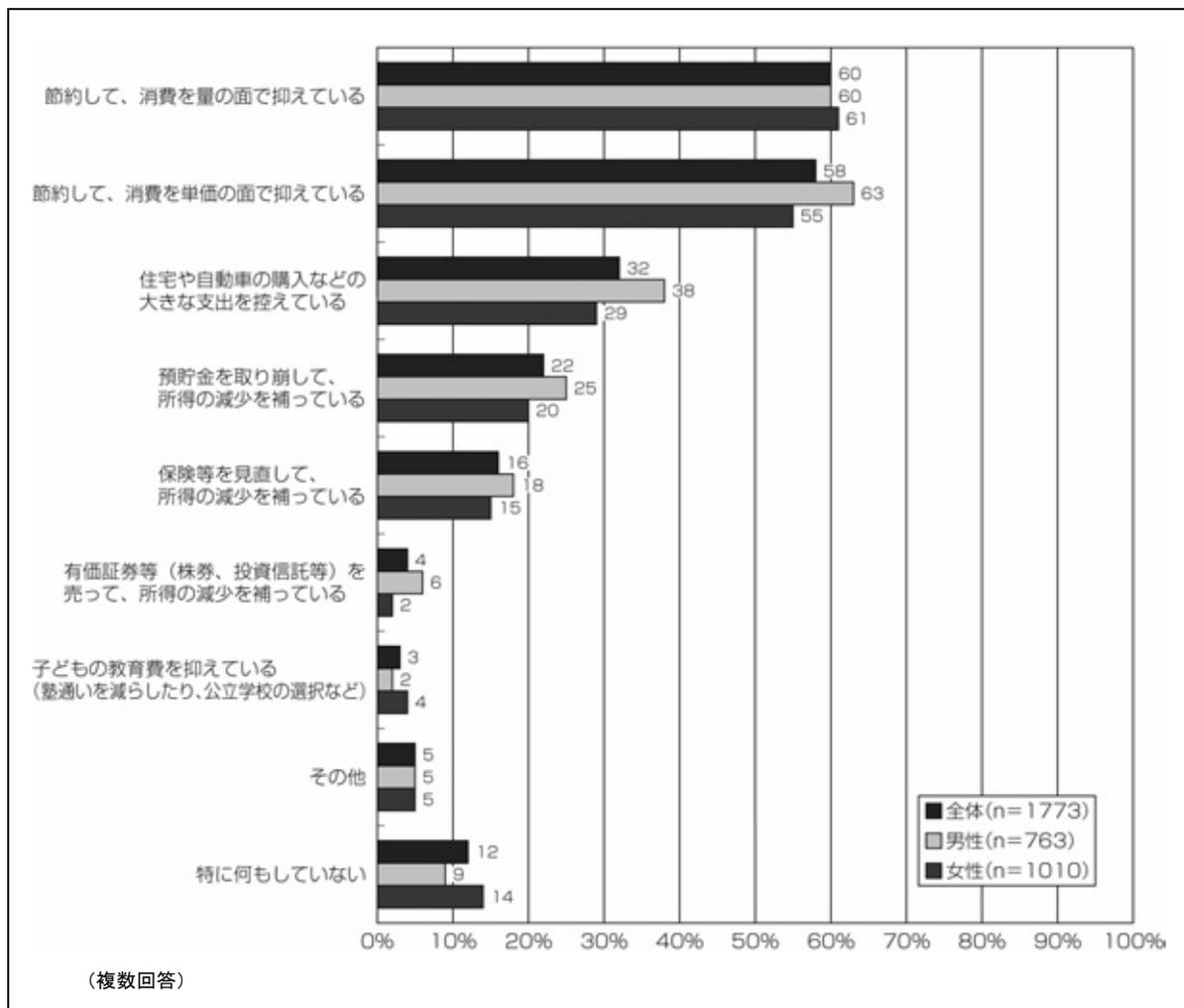


5. 現状の景気に対する対応

現状の景気に対する対応の第1位は、「節約して、消費を量の面で抑えている」(60%)。次いで「節約して、消費を単価の面で抑えている」(58%)

景気が悪いと感じた人に、現状の景気に対する対応を聞いたところ、「節約して、消費を量の面で抑えている」(60%)が第1位、次いで「節約して、消費を単価の面で抑えている」(58%)となっており、多くの生活者が節約をして消費を抑えることで、現状の景気に対応していることが分かる。(図表12)

図表12 現状の景気に対する対応（全体・男女別）

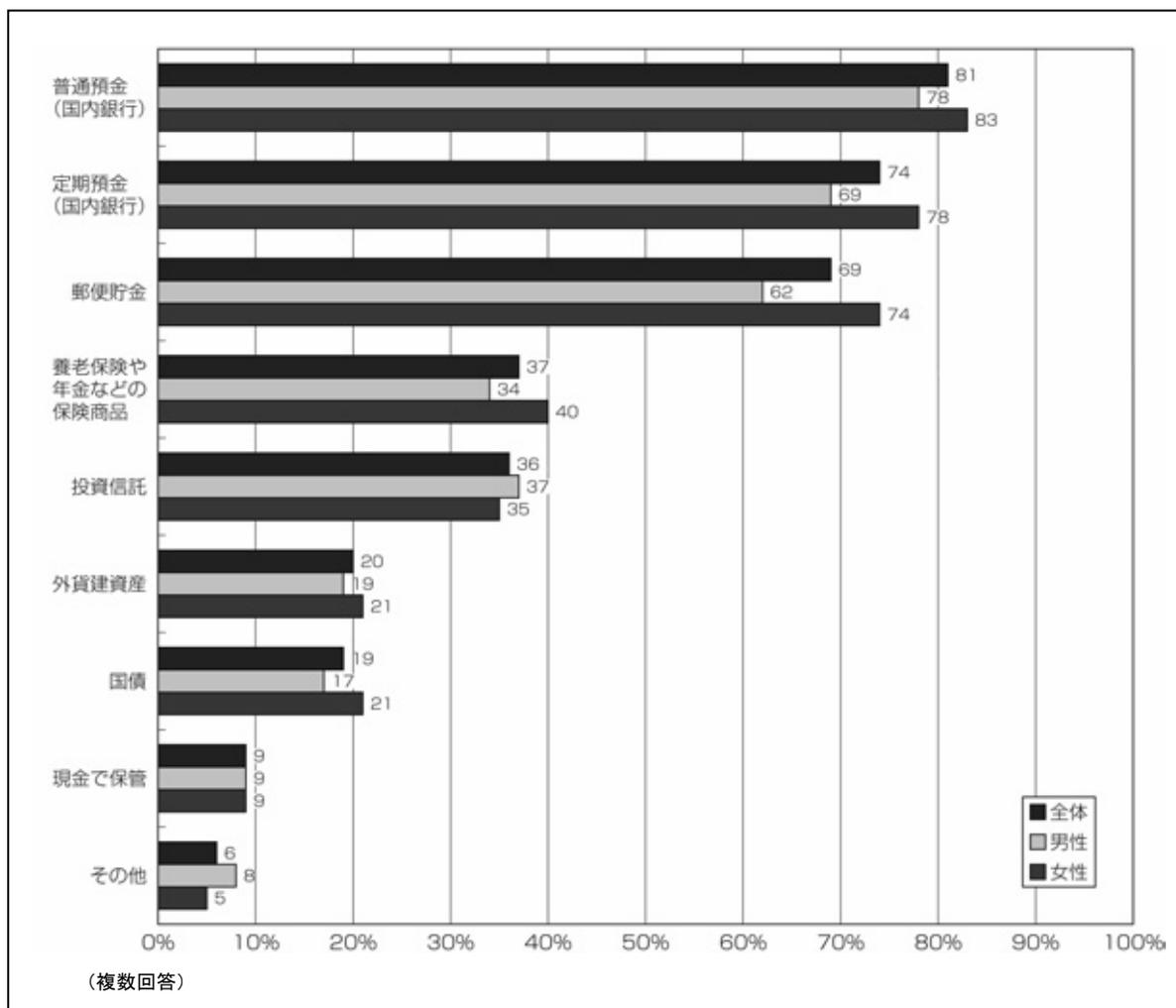


6. 貯蓄に利用している金融商品

貯蓄に利用している金融商品は「普通預金（国内銀行）」が81%で第1位

貯蓄に利用している金融商品は第1位が「普通預金（国内銀行）」（81%）、次いで「定期預金（国内銀行）」（74%）、「郵便貯金」（69%）となっている。上位3商品が高い支持を受けているのに対し、それ以外は40%未満である。（図表13）

図表13 貯蓄に利用している金融商品（全体・男女別）

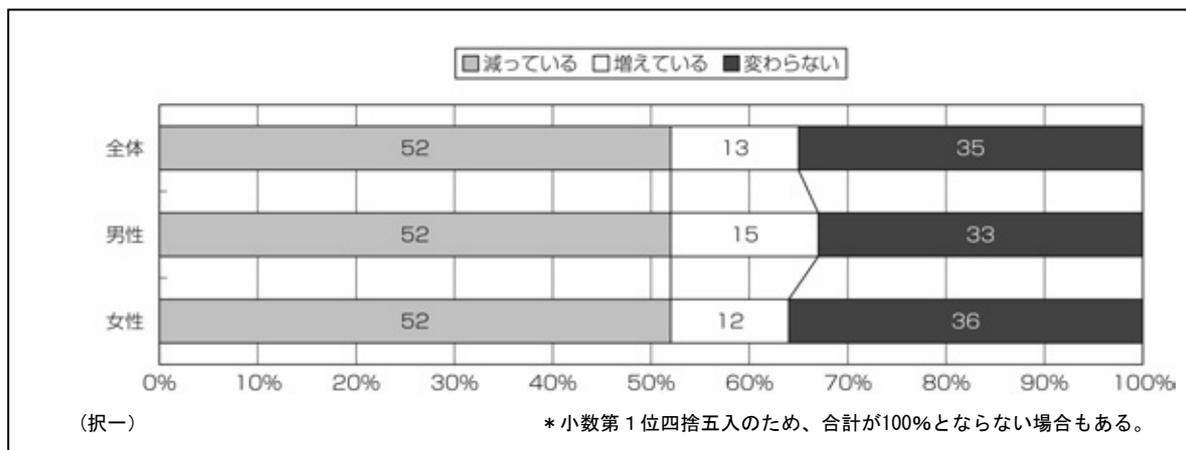


7. 金融商品購入金額の増減

ここ数年の貯蓄のための金融商品の購入金額については52%が「減っている」、13%が「増えている」、35%が「変わらない」

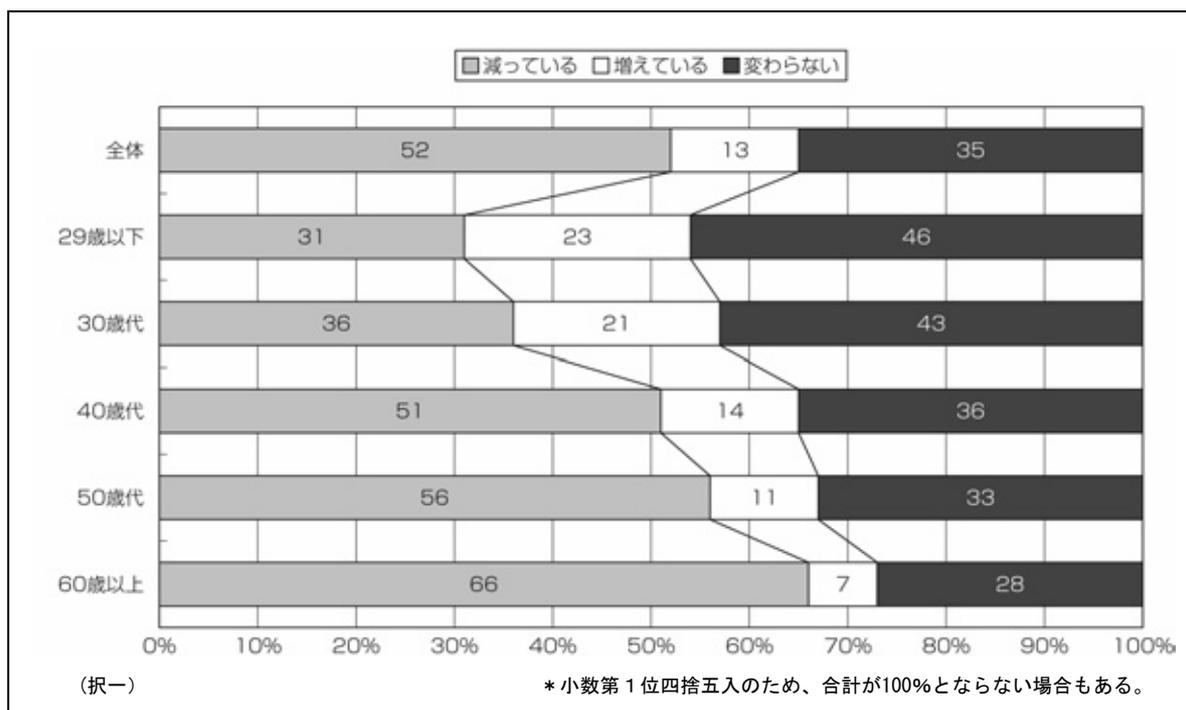
ここ数年の貯蓄のための金融商品の購入については52%が「減っている」、13%が「増えている」、35%が「変わらない」と回答している。男女の差はほとんどない。(図表14)

図表14 金融商品購入金額の増減（全体・男女別）



世代別（図表15）に見ると、世代が上がるに従い「減っている」の割合が増加し、「増えている」と「変わらない」の割合が減少している。

図表15 金融商品購入金額の増減（全体・世代別）

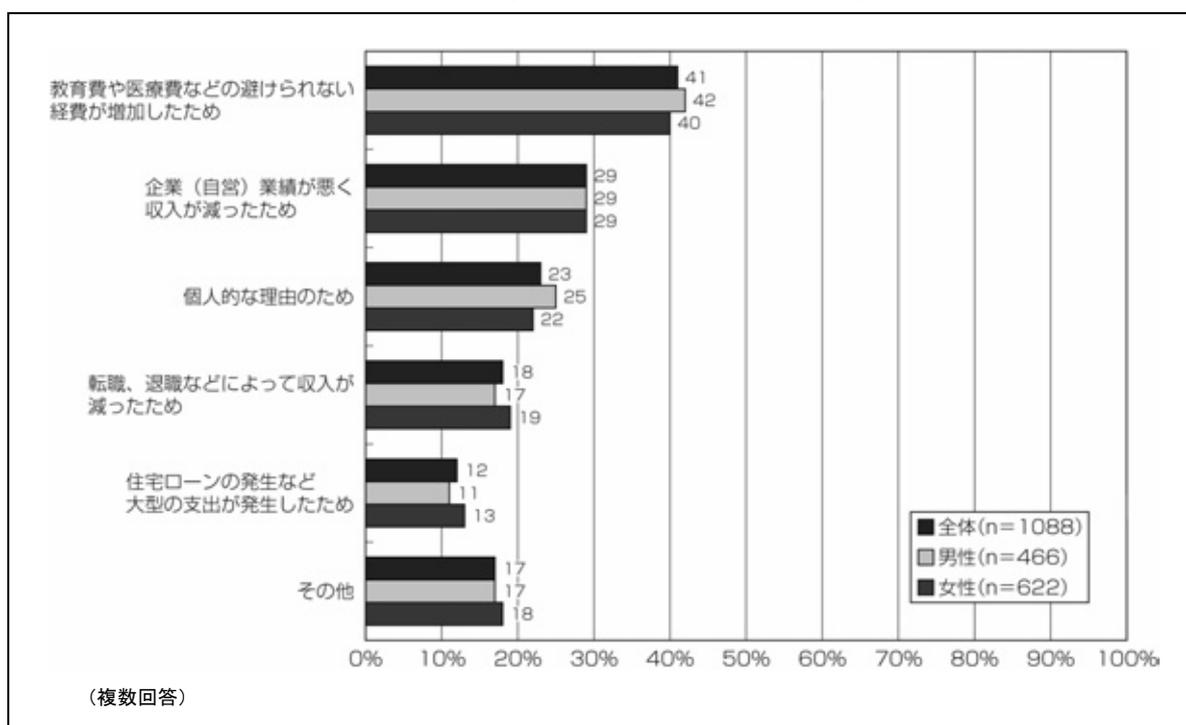


8. 金融商品の購入金額減少の原因

金融商品の購入金額減少の原因として「教育費や医療費などの避けられない経費が増加したため」が41%で第1位

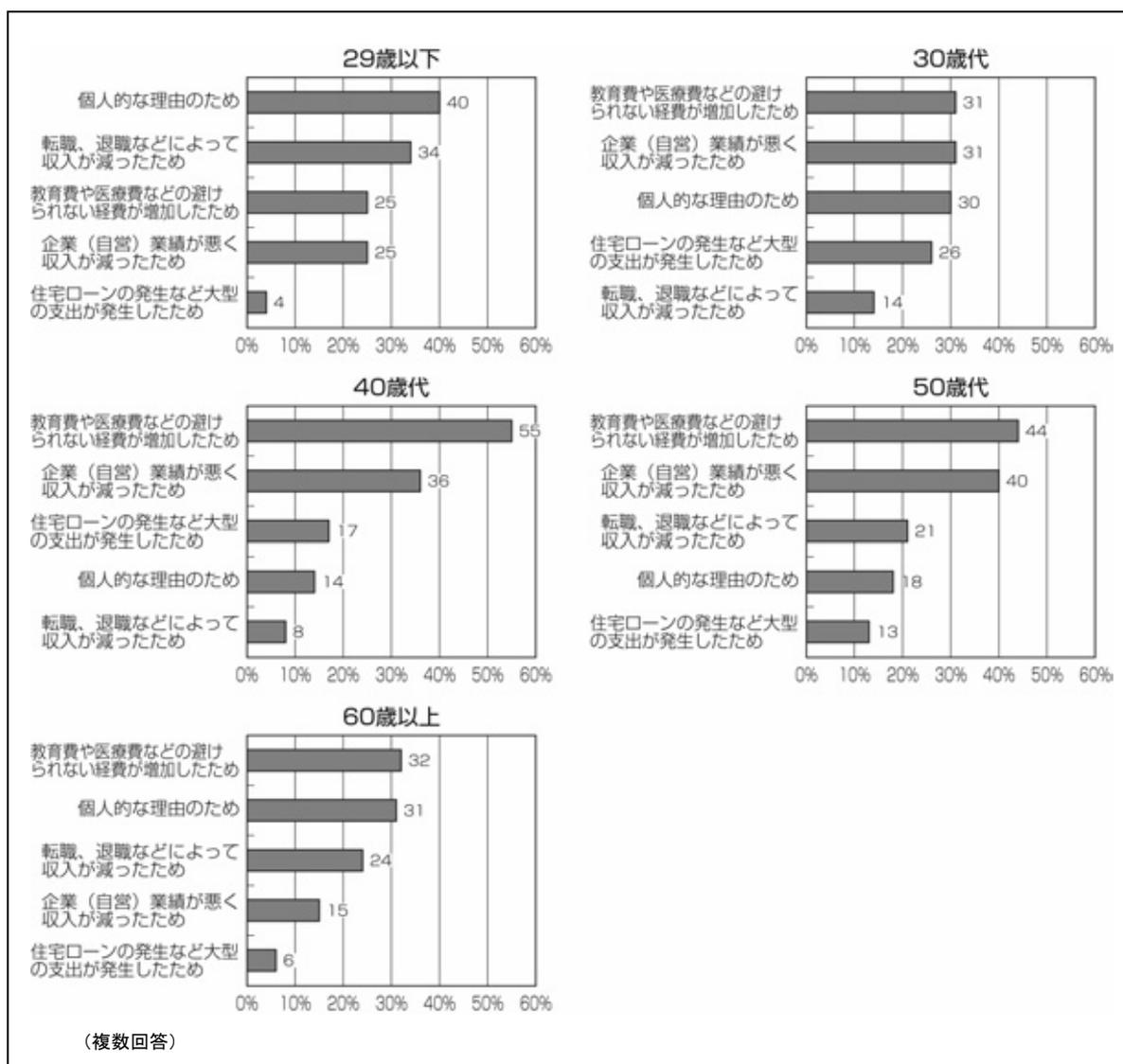
金融商品の購入金額減少の原因は、「教育費や医療費などの避けられない経費が増加したため」が41%で第1位。次いで「企業（自営）業績が悪く収入が減ったため」（29%）となっている。男女で大きな差はない。（図表16）

図表16 金融商品の購入金額減少の原因（全体・男女別）



世代別（図表17）に見ると、29歳以下では、「個人的な理由のため」（40%）が第1位、次いで「転職、退職などによって収入が減ったため」（34%）となっている。30歳代では「教育費や医療費などの避けられない経費が増加したため」（31%）と「企業（自営）業績が悪く収入が減ったため」（31%）が同率で最も多い。40歳代、50歳代、60歳以上では、「教育費や医療費などの避けられない経費が増加したため」がそれぞれ55%、44%、32%で第1位となっている。次いで、40歳代と50歳代では「企業（自営）業績が悪く収入が減ったため」がそれぞれ36%、40%で第2位。リタイア世代が多い60歳以上では「個人的な理由のため」（31%）が第2位で、「企業（自営）業績が悪く収入が減ったため」は15%で第4位に留まる。

図表17 金融商品の購入金額減少の原因（世代別）

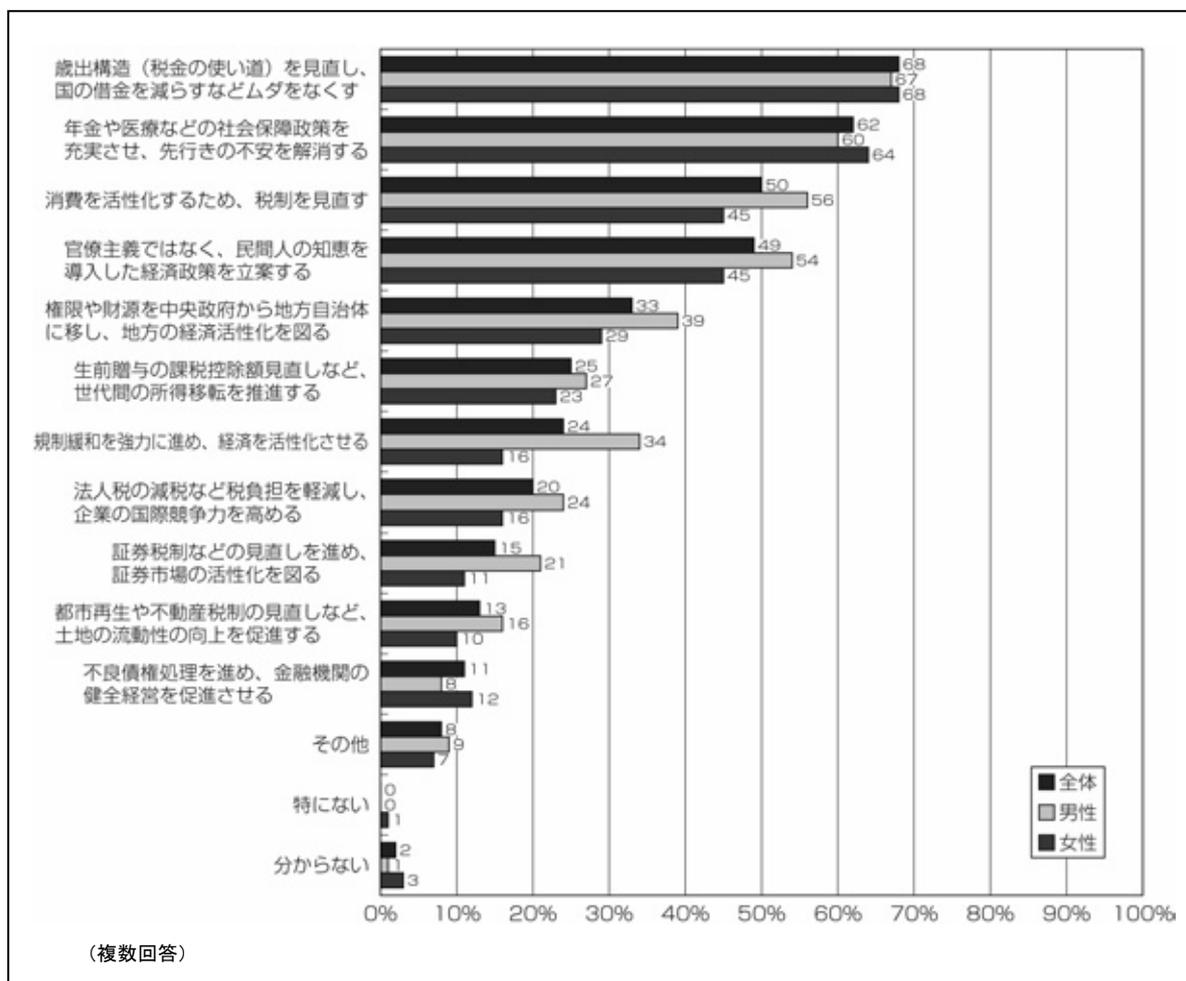


9. 景気回復に向けて取り組むべきこと

景気回復に向けて取り組むべきこととして「歳出構造（税金の使い道）を見直し、国の借金を減らすなどムダをなくす」（68%）が第1位

景気回復に向けて優先的に取り組むべきこととして「歳出構造（税金の使い道）を見直し、国の借金を減らすなどムダをなくす」（68%）が第1位、次いで「年金や医療などの社会保障政策を充実させ、先行きの不安を解消する」（62%）となっている。（図表18）

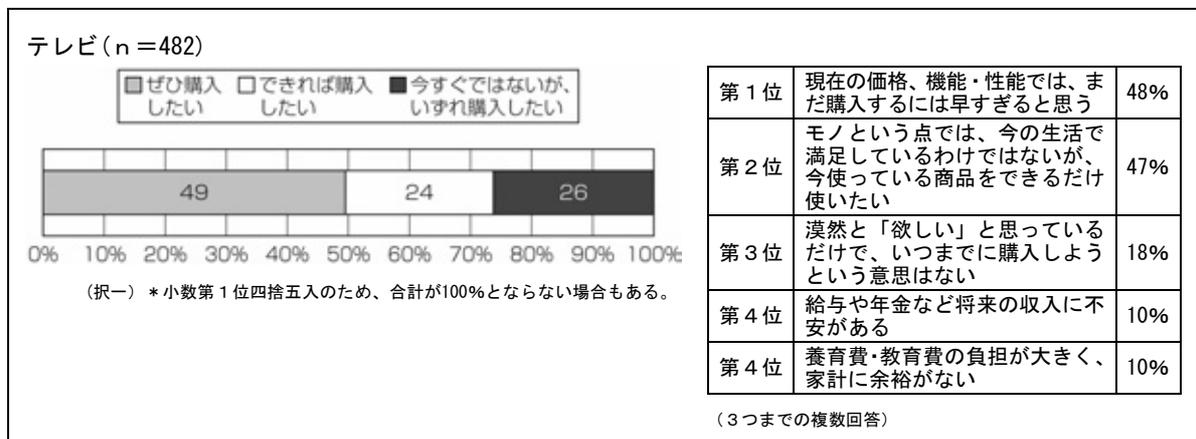
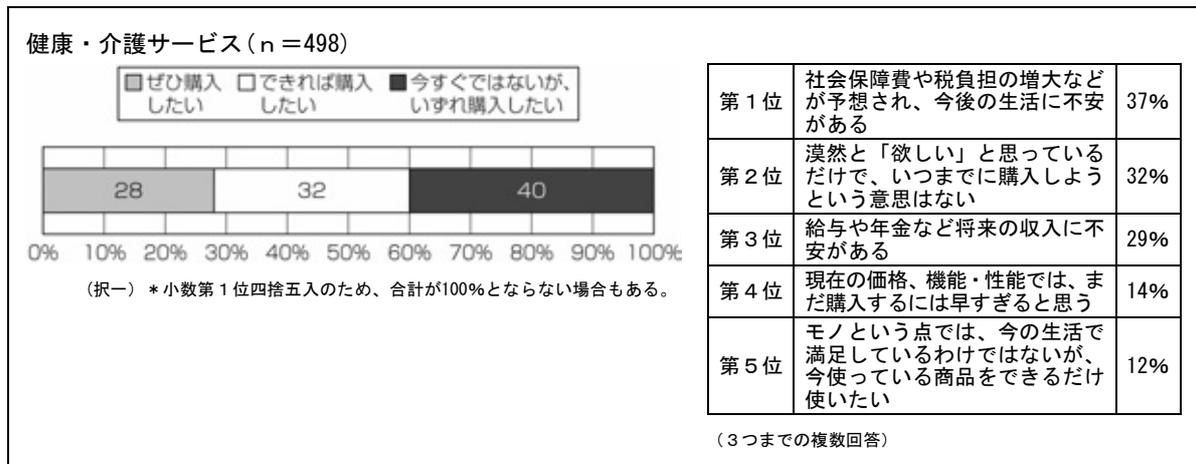
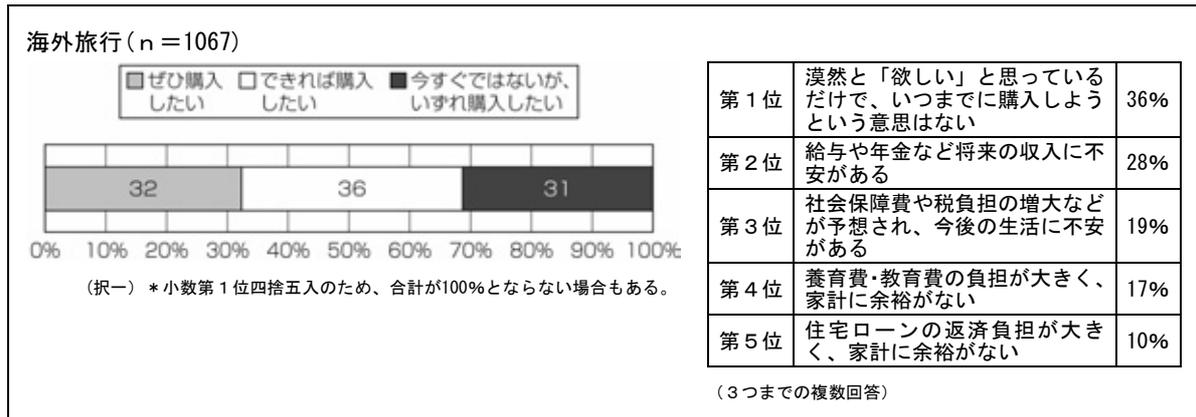
図表18 景気対策に向けて取り組むべきこと（全体・男女別）



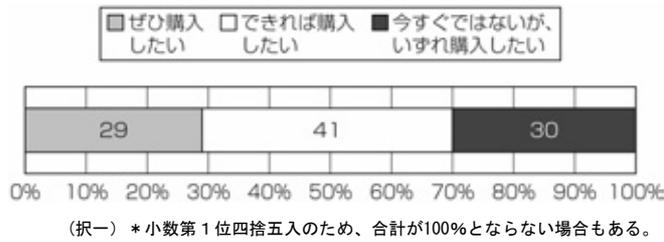
【参考データ】

購入意欲と時期・購入を控えている理由（モノ・サービス別）

「2. 欲しいモノやサービス」で回答した、モノ・サービスについて、それぞれの程度欲しいか（左グラフ）、さらに欲しいと思っていながら、現在まで購入を控えている理由（右表）は下記のとおり



パソコンなどの情報処理機器 (n=454)



第1位	モノという点では、今の生活で満足しているわけではないが、今使っている商品をしてできるだけ使いたい	44%
第2位	現在の価格、機能・性能では、まだ購入するには早すぎると思う	32%
第3位	漠然と「欲しい」と思っているだけで、いつまでに購入しようという意思はない	26%
第4位	給与や年金など将来の収入に不安がある	15%
第5位	養育費・教育費の負担が大きく、家計に余裕がない	12%

(3つまでの複数回答)

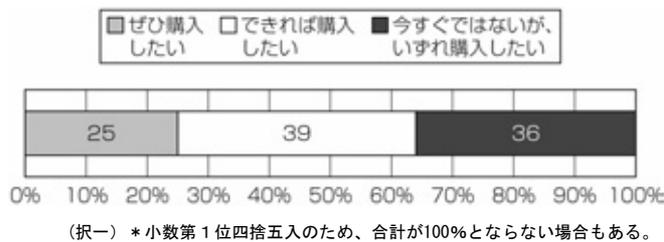
DVDレコーダーなどのAV機器 (n=394)



第1位	現在の価格、機能・性能では、まだ購入するには早すぎると思う	39%
第2位	モノという点では、今の生活で満足しているわけではないが、今使っている商品をしてできるだけ使いたい	35%
第3位	漠然と「欲しい」と思っているだけで、いつまでに購入しようという意思はない	28%
第4位	給与や年金など将来の収入に不安がある	13%
第5位	養育費・教育費の負担が大きく、家計に余裕がない	12%

(3つまでの複数回答)

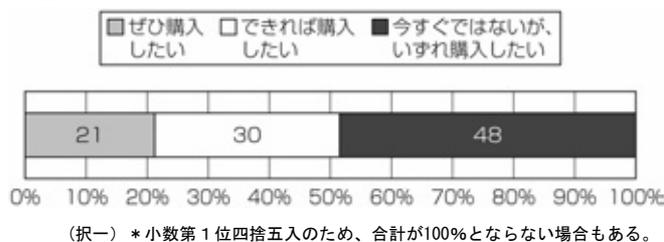
冷蔵庫、洗濯機などの白物家電 (n=378)



第1位	モノという点では、今の生活で満足しているわけではないが、今使っている商品をしてできるだけ使いたい	56%
第2位	漠然と「欲しい」と思っているだけで、いつまでに購入しようという意思はない	25%
第3位	現在の価格、機能・性能では、まだ購入するには早すぎると思う	23%
第4位	養育費・教育費の負担が大きく、家計に余裕がない	13%
第5位	給与や年金など将来の収入に不安がある	11%

(3つまでの複数回答)

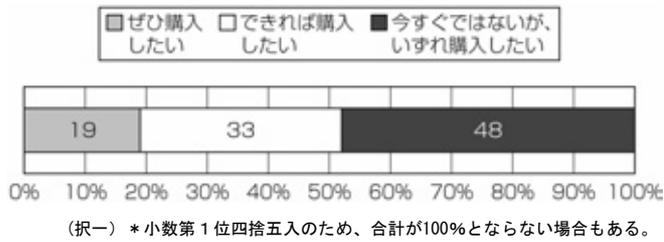
住宅 (n=350)



第1位	給与や年金など将来の収入に不安がある	45%
第2位	漠然と「欲しい」と思っているだけで、いつまでに購入しようという意思はない	28%
第3位	社会保障費や税負担の増大などが予想され、今後の生活に不安がある	21%
第4位	失業など将来の雇用に対する不安がある	20%
第5位	養育費・教育費の負担が大きく、家計に余裕がない	18%

(3つまでの複数回答)

自動車 (n=344)



第 1 位	モノという点では、今の生活で満足しているわけではないが、今使っている商品をできるだけ使いたい	38%
第 2 位	給与や年金など将来の収入に不安がある	28%
第 3 位	漠然と「欲しい」と思っているだけで、いつまでに購入しようという意思はない	21%
第 4 位	現在の価格、機能・性能では、まだ購入するには早すぎると思う	19%
第 4 位	養育費・教育費の負担が大きく、家計に余裕がない	19%

(3つまでの複数回答)

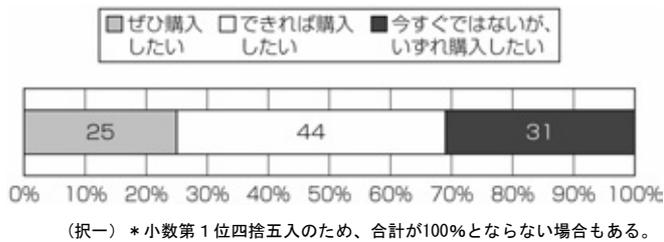
宝飾品・服飾品 (n=222)



第 1 位	漠然と「欲しい」と思っているだけで、いつまでに購入しようという意思はない	56%
第 2 位	モノという点では、今の生活で満足しているわけではないが、今使っている商品をできるだけ使いたい	36%
第 3 位	給与や年金など将来の収入に不安がある	15%
第 4 位	養育費・教育費の負担が大きく、家計に余裕がない	13%
第 5 位	社会保障費や税負担の増大などが予想され、今後の生活に不安がある	8%

(3つまでの複数回答)

携帯電話などの情報通信機器 (n=104)



第 1 位	モノという点では、今の生活で満足しているわけではないが、今使っている商品をできるだけ使いたい	41%
第 2 位	漠然と「欲しい」と思っているだけで、いつまでに購入しようという意思はない	39%
第 3 位	現在の価格、機能・性能では、まだ購入するには早すぎると思う	29%
第 4 位	給与や年金など将来の収入に不安がある	11%
第 5 位	社会保障費や税負担の増大などが予想され、今後の生活に不安がある	9%

(3つまでの複数回答)

家計と景気に関する意識・実態調査報告書

2010年2月

発行／財団法人 経済広報センター 常務理事・事務局長 中山 洋

文責・担当：国内広報部 主任研究員 横地 征史

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-3-2 経団連会館19階

TEL：03-6741-0021 FAX：03-6741-0022