

消費マインド調査

群馬経済研究所 主任研究員 丸岡美智世

－要約－

1. 群馬経済研究所では、本県における消費の動向を把握するため、景気の捉え方や商品・サービス別の支出の傾向等について、県内消費者を対象に定例のアンケート調査を実施した。以下はその結果である。
2. 県内の消費者が「景気」、「雇用」、「家計収入」、「消費支出」をどのように捉えているかを数値化した消費マインド指数は、現状実績(2018年12月時点)で50.6と前回調査(51.1)に並ぶ高い数値であったが、今後予想は46.8と低下に向かう動きとなっている。
3. 消費マインド指数を構成する4つの指標(DI)の現状実績をみると、①「景気」(「良い」－「悪い」世帯割合)はマイナス8.5(前年実績マイナス6.1)、②「雇用」(「良い」－「悪い」世帯割合)はマイナス1.0(同プラス1.9)、③「家計収入」(「増加」－「減少」世帯割合)は0.0(同マイナス5.3)、④「消費支出」(「増加」－「減少」世帯割合)は24.4(同プラス25.3)となっている。
4. 4つの指標の今後予想は、現状実績に比べて「景気」、「雇用」、「家計収入」は大きく低下、「消費支出」はやや低下する動きとなっている。
5. 「消費支出」の今後予想を、商品・サービス別のDI(「増やす」－「減らす」世帯割合)で見ると、プラスは、「子供の教育関連用品・サービス」、「医療・介護関連用品」の2項目のみで、他の項目はすべてマイナスとなっている。特に、携帯電話代等、毎月支払いが生じるような支出を中心に節約志向が強い様子である。
6. 今後1年間に購入を予定している耐久消費財では「乗用車」が最も多く、「スマートフォン」が続いた。3位以下では、「冷蔵庫」、「テレビ」、「パソコン」等の家電が挙がっている。

キーワード：節約志向、白物家電、消費税率引き上げ