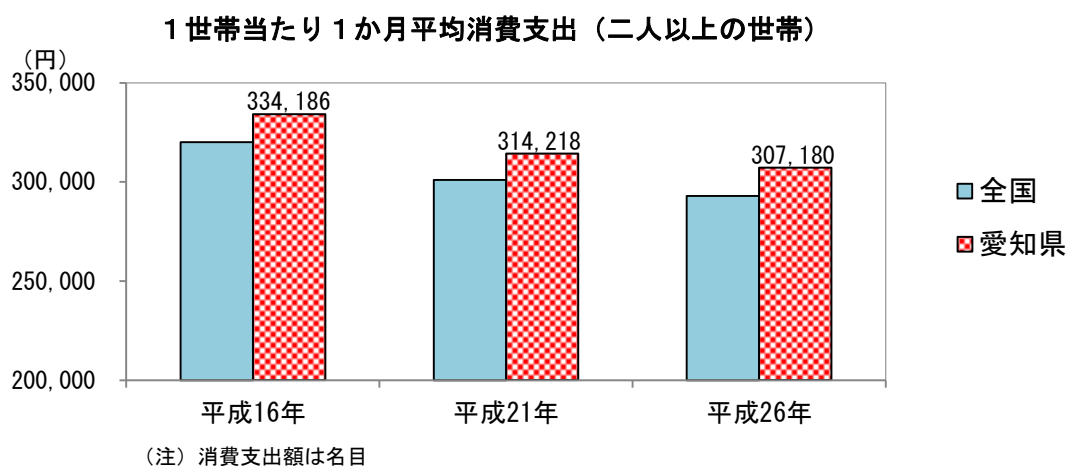


## 2. 消費

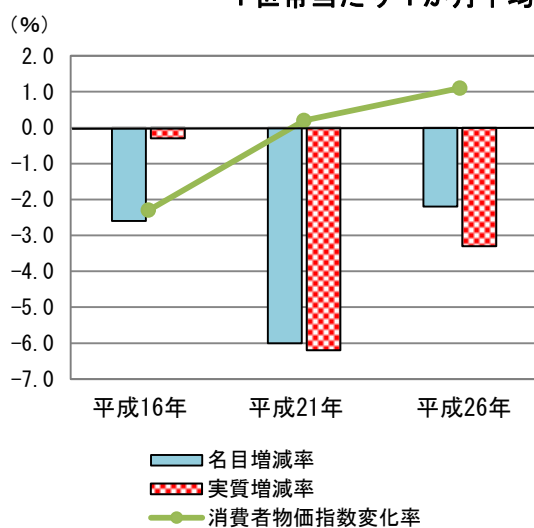
### ● 1世帯当たりの消費支出の推移(平成16-21-26年)

図は、愛知県の二人以上の世帯における1世帯当たり1か月平均消費支出の推移をみたものです(参考に全国平均も掲載しています)。

平成26年の消費支出は307,180円で、平成21年と比べて名目2.2%の減少、物価変動の影響を除いた実質で3.3%の減少となっています。また、平成21年の消費支出は314,218円で、平成16年と比べて名目で6.0%、実質で6.2%の減少となっており、消費支出が減少傾向にあることがわかります。平成26年4月には、消費税率が引き上げられており、こうした特殊要因も影響したものと思われます。



### 1世帯当たり1か月平均消費支出の増減率(年率)(二人以上の世帯)



	平成16年	平成21年	平成26年
名目増減率(%)	-2.6	-6.0	-2.2
実質増減率(%)	-0.3	-6.2	-3.3
消費者物価指数変化率(%)	-2.3	0.2	1.1

(注) 名目増加率は、各調査年の結果をそのまま用いて算出。  
 実質増減率は、価格の変動分を除くため次の式により算出。  

$$\text{増減率}(\%) = \frac{100 + \text{名目増減率}(\%)}{100 + \text{消費者物価指数変化率}(\%)} - 1$$

消費者物価変化率は、持ち家の帰属家賃を除く総合指数による。(H22=100).  
 消費者物価変化率は、名古屋市消費者物価指数(年平均)を用いて算出

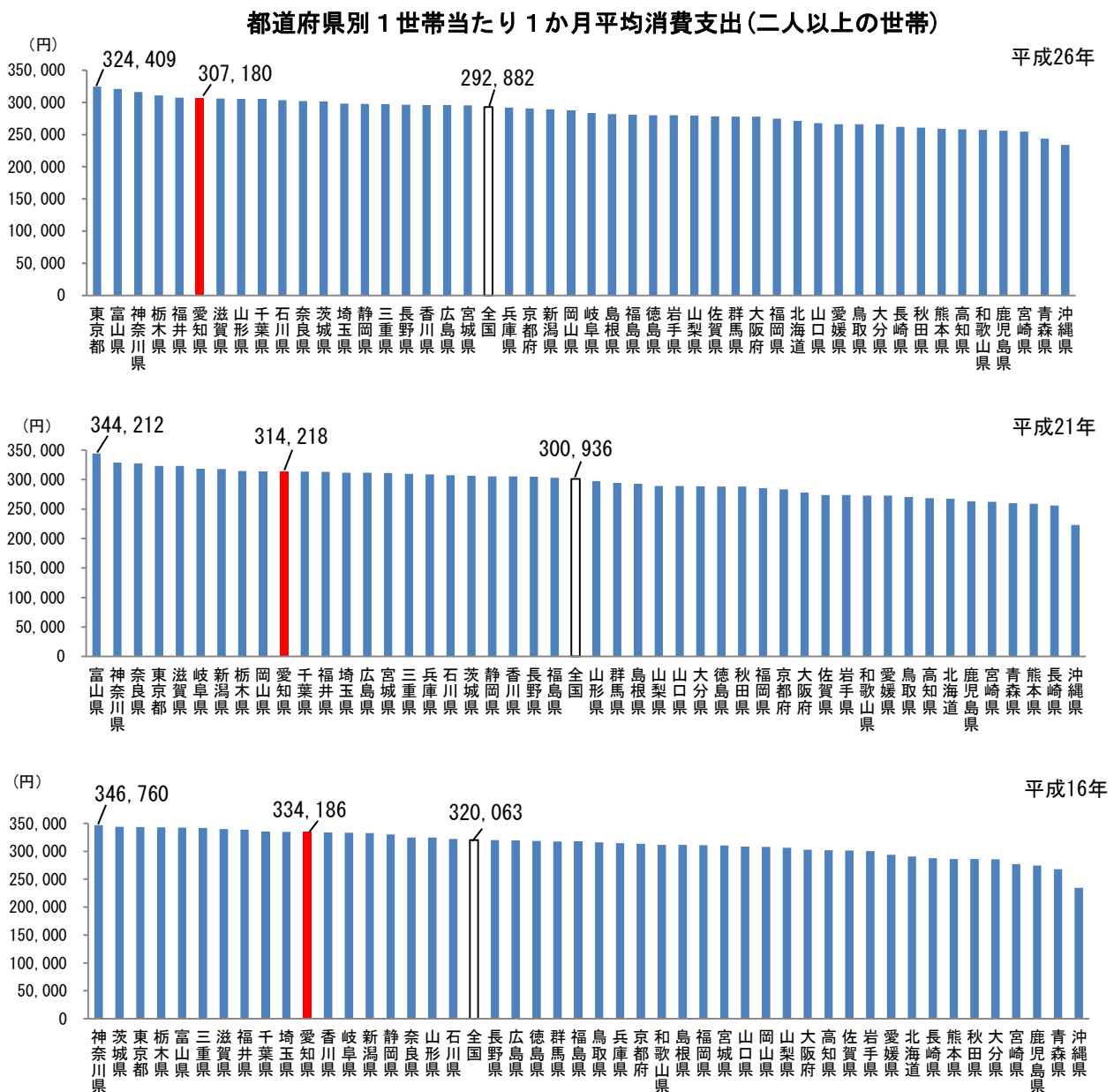
資料: 総務省「平成16年全国消費実態調査結果」「平成21年全国消費実態調査結果」「平成26年全国消費実態調査結果」

## ●都道府県別 1 世帯当たりの消費支出の推移(平成 16-21-26 年)

図は、都道府県別二人以上の世帯における 1 世帯当たりの 1 か月平均の消費支出の推移をみたものです。

平成 26 年の全国第 1 位は、東京都の 32 万 4409 円で、愛知県の 30 万 7180 円は全国第 6 位で、全国平均は 29 万 2882 円となっています。

平成 21 年の全国第 1 位は富山県で、愛知県は第 10 位、平成 16 年の全国第 1 位は神奈川県で、愛知県は第 11 位と順位に変動がみられるものの、上位 15 都県はほぼ同じ顔ぶれになっています。



資料:総務省「平成 16 年全国消費実態調査結果」「平成 21 年全国消費実態調査結果」「平成 26 年全国消費実態調査結果」

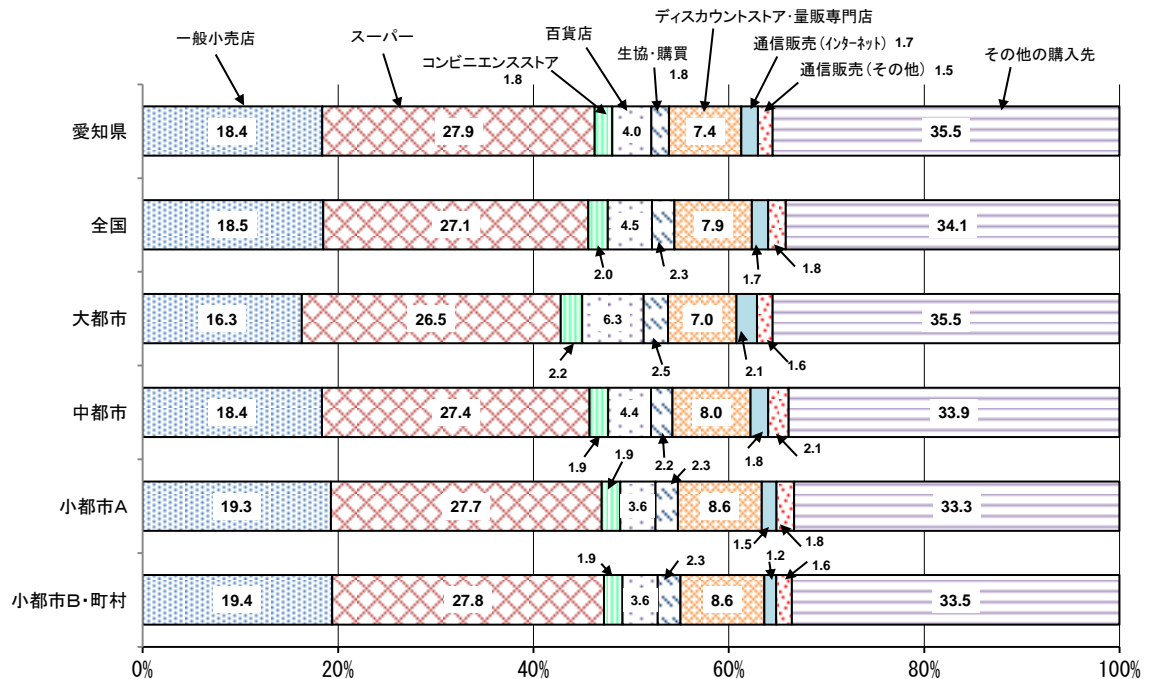
## ● 世帯の購入先（平成 26 年）

図、表は、愛知県の二人以上の世帯における 1 世帯当たり 1 か月平均の消費支出について、購入先別割合をみたものです（参考に全国平均及び都市階級別についても掲載しています）。

愛知県の世帯についてみると、「その他の購入先」の割合が 35.5%と最も高く、次いで「スーパー」(27.9%)、「一般小売店」(18.4%)、「ディスカウントストア・量販専門店」(7.4%)の順となっています。

これを都市階級別にみると、都市階級が小さくなるに従って「一般小売店」での購入割合が高くなっていることがわかります。愛知県の「一般小売店」での購入割合をみると、中都市と同じ割合で、全国平均にも近い割合になっています。

平成26年 購入先、都市階級別 1 世帯当たり 1 か月平均消費支出（二人以上の世帯）



		愛知県	全国	大都市	中都市	小都市A	小都市B・町村
購入割合 (%)	一般小売店	18.4	18.5	16.3	18.4	19.3	19.4
	スーパー	27.9	27.1	26.5	27.4	27.7	27.8
	コンビニエンスストア	1.8	2.0	2.2	1.9	1.9	1.9
	百貨店	4.0	4.5	6.3	4.4	3.6	3.6
	生協購買	1.8	2.3	2.5	2.2	2.3	2.3
	ディスカウントストア・量販専門店	7.4	7.9	7.0	8.0	8.6	8.6
	通信販売(インターネット)	1.7	1.7	2.1	1.8	1.5	1.2
	通信販売(その他)	1.5	1.8	1.6	2.1	1.8	1.6
	その他の購入先	35.5	34.1	35.5	33.9	33.3	33.5

資料：総務省「平成 26 年全国消費実態調査結果」

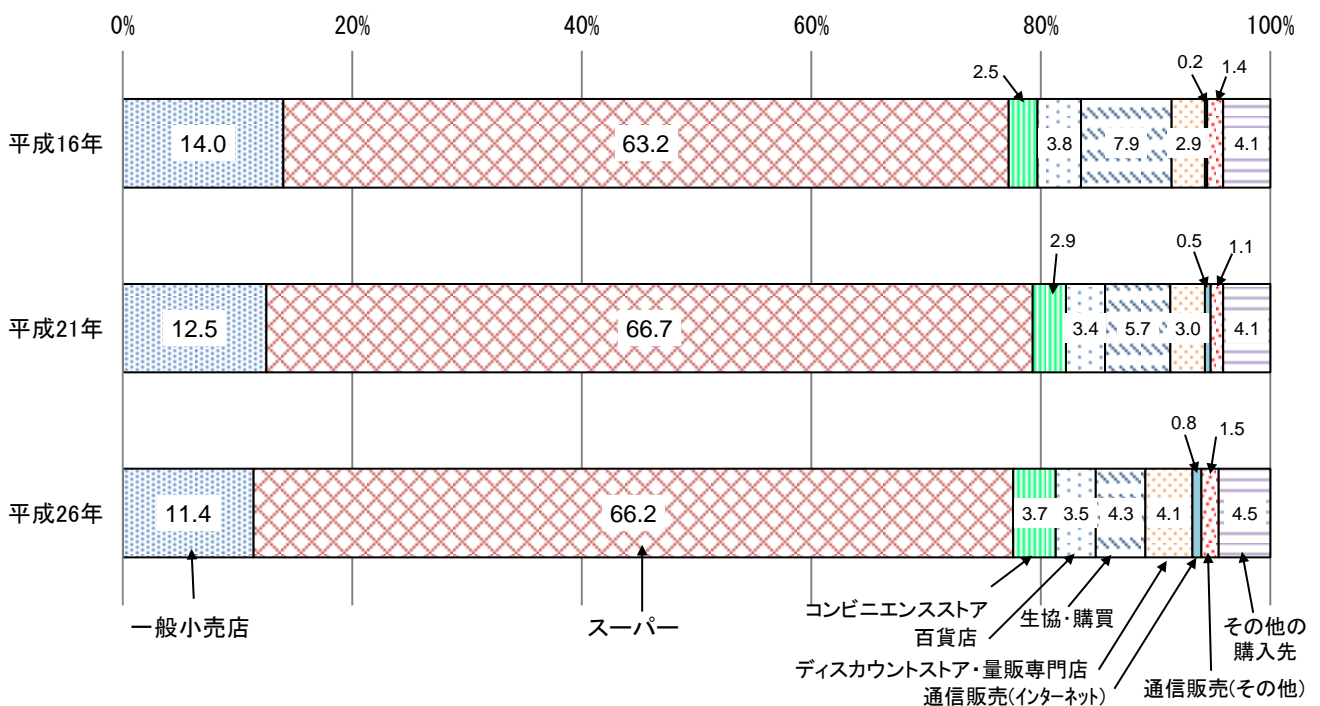
## ● 「食料」の購入先の推移(平成16-21-26年)

図は、愛知県の二人以上世帯における1世帯当たりの消費支出について、食料の購入先別割合の推移をみたものです。

平成26年の購入先をみると、「スーパー」での割合が66.2%と最も高く、次いで「一般小売店」(11.4%)、「その他の購入先」(4.5%)、「生協・購買」(4.3%)、「ディスカウントストア・量販店」(4.1%)の順となっています。

平成21年との比較では、「ディスカウントストア・量販専門店」が1.1ポイント、「コンビニエンスストア」が0.8ポイント、「通信販売(その他)」及び「その他の購入先」が0.4ポイント、「通信販売(インターネット)」が0.3ポイント、「百貨店」が0.1ポイント上昇しているのに対し、「生協・購買」が1.4ポイント、「一般小売店」が1.1ポイント、「スーパー」が0.5ポイント低下しており、うち、「生協・購買」、「一般小売店」は平成16年との比較でも低下しています。

「食料」の購入先別割合の推移(二人以上の世帯)



資料:総務省「平成16年全国消費実態調査結果」「平成21年全国消費実態調査結果」「平成26年全国消費実態調査結果」  
(注)外食を除く。

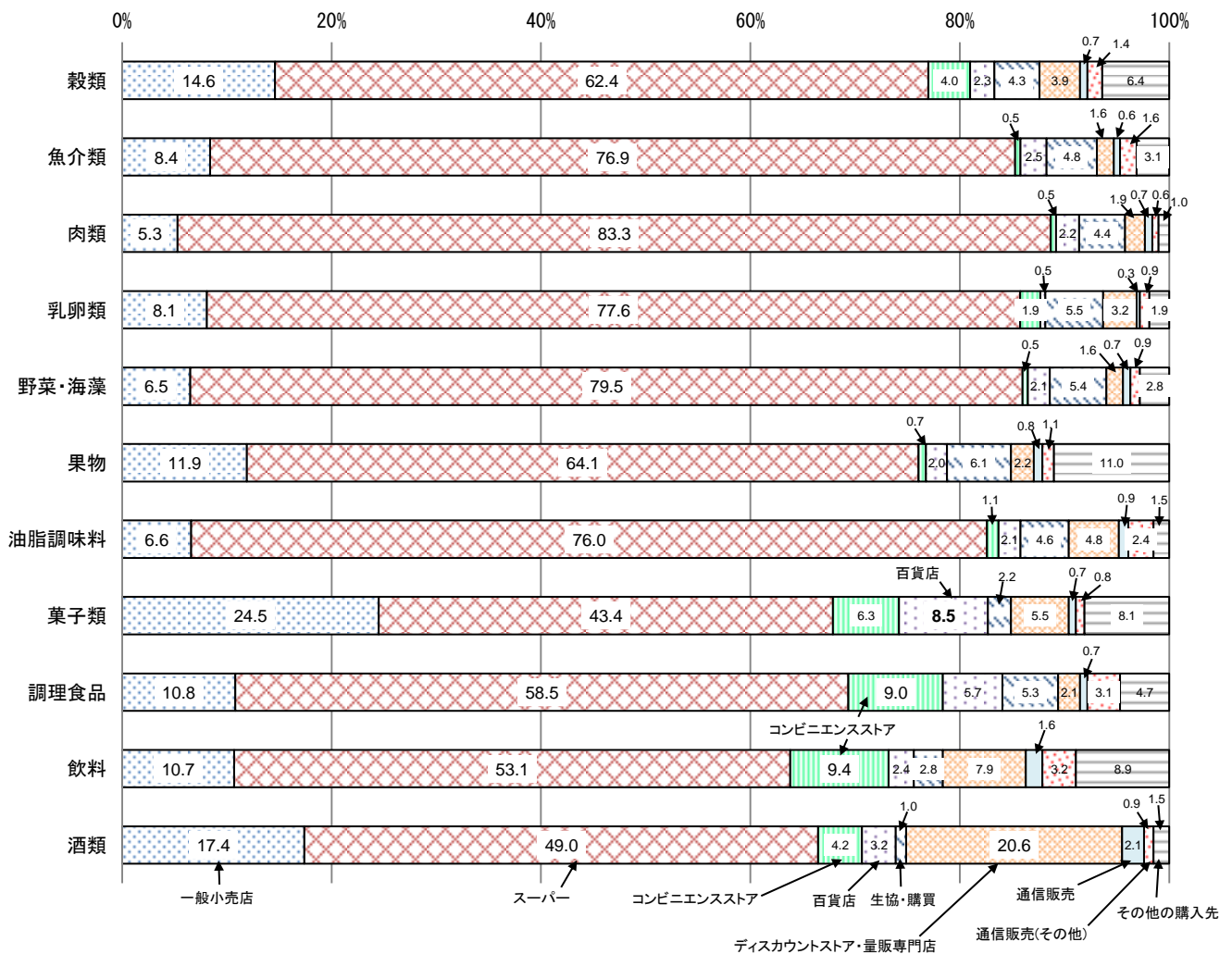
## ● 「食料」の品目別購入先(平成26年)

図は、愛知県のある二人以上の世帯における1世帯当たりの消費支出について、「食料」の購入先別割合を品目別にみたものです。

全ての品目で、「スーパー」の割合が最も高くなっています。また、酒類を除く全ての品目で「一般小売店」の割合が「スーパー」に次いで高く、酒類では「ディスカウントストア・量販専門店」の割合が「スーパー」に次いで高くなっています。

調理食品、飲料では、「コンビニエンスストア」の割合が「スーパー」、「小売店」に次いで高く、菓子類では、「百貨店」の割合が「スーパー」、「小売店」に次いで高くなっています。

平成26年「食料」の購入先別割合(二人以上の世帯)



資料:総務省「平成26年全国消費実態調査結果」

## ●「家具・家事用品」の品目別購入先（平成26年）

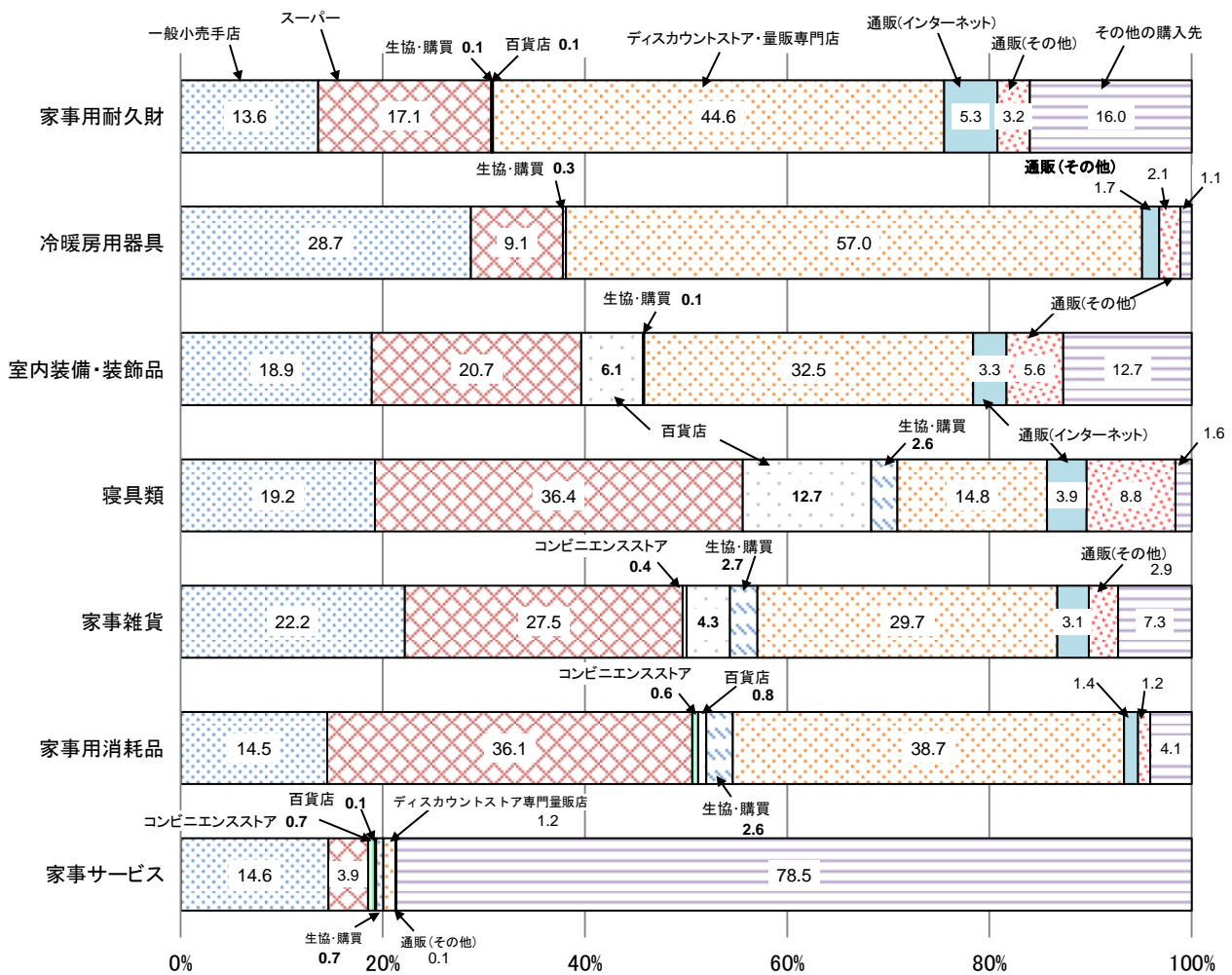
図は、愛知県の二人以上の世帯における1世帯当たりの消費支出について、「家具・家事用品」の購入先別割合を品目別にみたものです。

寝具類、家事サービスを除く全ての品目で「ディスカウントストア・量販専門店」の割合が最も高くなっています。

寝具類では「スーパー」の割合が最も高く、家政婦などの給料、ホームヘルパー料金からなる家事サービスでは「その他の購入先」の割合が最も高くなっています。

家事用耐久財、室内装備・装飾品、家事雑貨、家事用消耗品では、「スーパー」の割合が、「ディスカウントストア・量販専門店」に次いで高く、冷暖房器具では、「一般小売店」の割合が「ディスカウントストア・量販専門店」に次いで高くなっています。

平成26年「家具・家事用品」の購入先別割合（二人以上の世帯）



資料：総務省「平成26年全国消費実態調査結果」

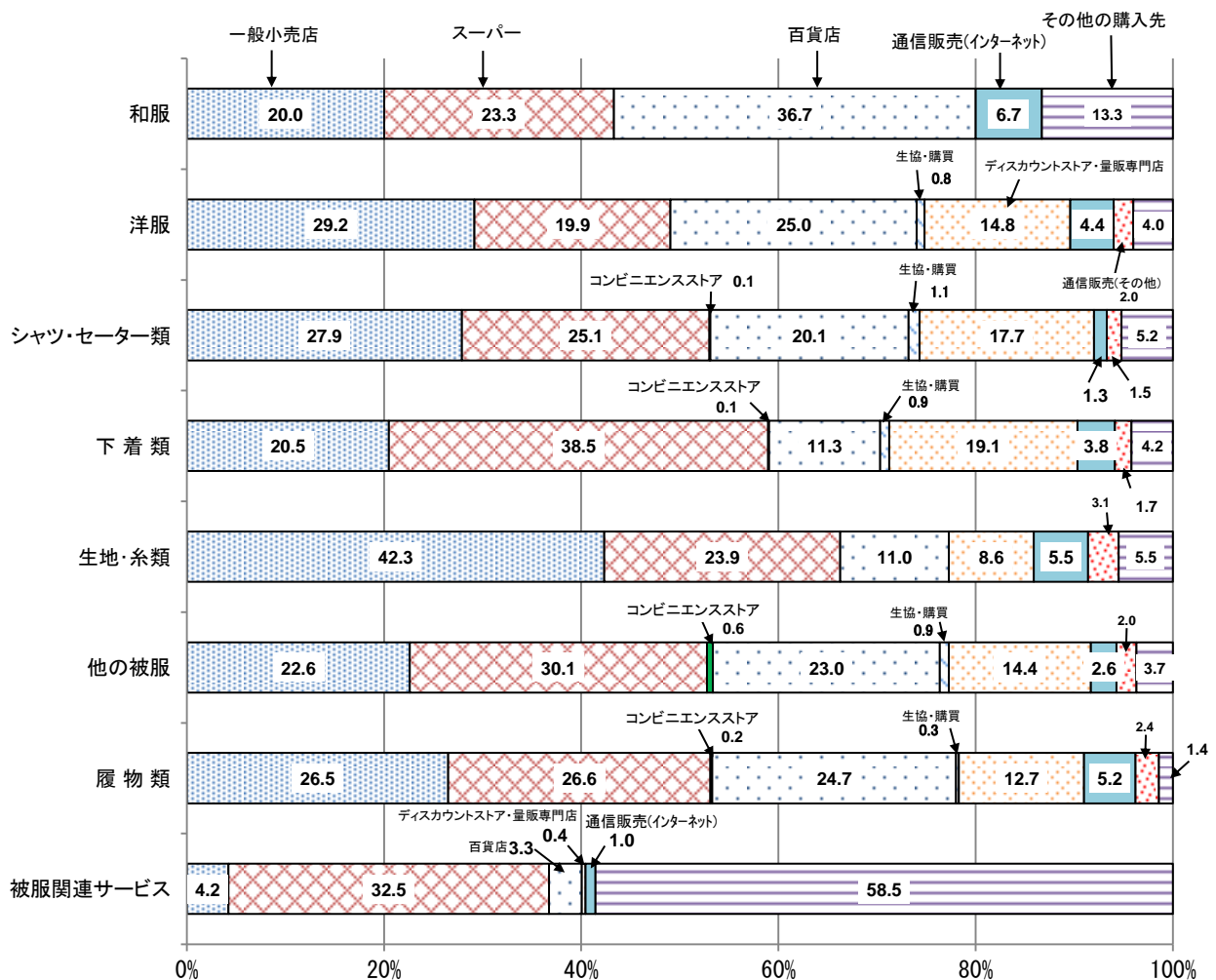
## ●「被服及び履物」の品目別購入先(平成26年)

図は、愛知県の二人以上の世帯における1世帯当たりの消費支出について、「被服及び履物」の購入先別割合を品目別にみたものです。

被服関連サービスを除く全ての品目で「一般小売店」、「スーパー」、「百貨店」の三者での割合が70%以上を占めており、和服では80%となっています。

下着類、他の被服、履物類は「スーパー」の割合が最も高く、洋服、シャツ・セーター類、生地・糸類は「一般小売店」の割合が最も高く、和服は「百貨店」の割合が最も高くなっています。クリーニング代、被服賃借料などからなる被服関連サービスでは、「その他の購入先」の割合が最も高くなっています。

平成26年「被服及び履物」の購入先別割合(二人以上の世帯)



資料:総務省「平成26年全国消費実態調査結果」

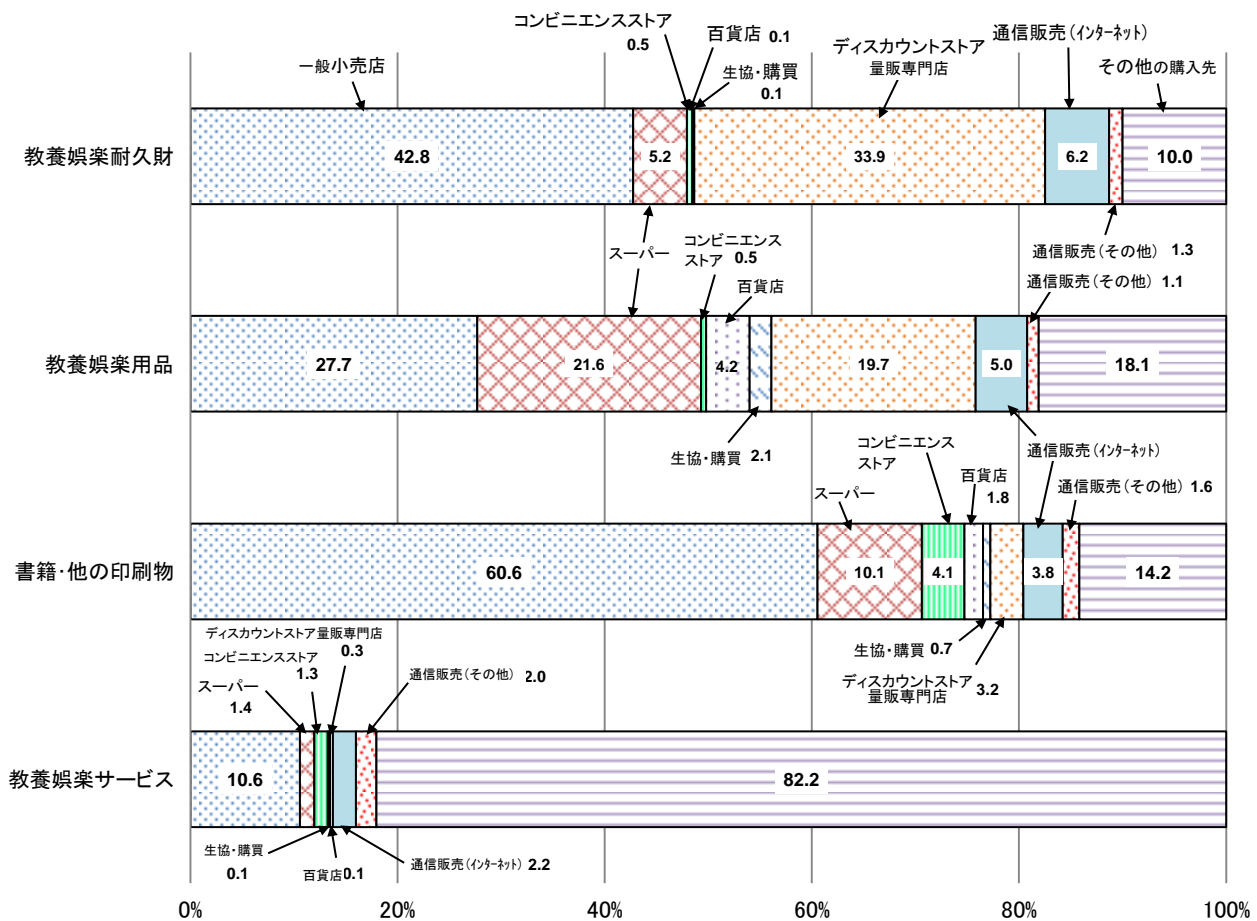
## ●「教養娯楽」の品目別購入先(平成26年)

図は、愛知県の二人以上の世帯における1世帯当たりの消費支出について、「教養娯楽」の購入先別割合を品目別にみたものです。

教養娯楽サービスを除く全ての品目で「一般小売店」の割合が最も高く、書籍・他の印刷物では約6割を占めています。宿泊料、教育用月謝、映画などの入場などからなる教養娯楽サービスでは「その他の購入先」の割合が最も高くなっています。

教養娯楽耐久財では「ディスカウントストア・量販専門店」の割合が「一般小売店」に次いで高く、教養娯楽用品では「スーパー」の割合が「一般小売店」に次いで高くなっています。

平成26年「教養娯楽」の購入先別割合(二人以上の世帯)



資料：総務省「平成26年全国消費実態調査結果」



## ●都道府県別「ネット通販」での購入割合の推移(平成16-21-26年)

表は、都道府県別二人以上の世帯における1世帯当たりの購入先に占める「ネット通販」での購入割合の推移をみたものです。

全国的にネット通販の購入割合が、年を追うごとに高くなっているのがわかります。

愛知県は、平成16年、21年、26年のいずれも、全国的には上位に入っており、購入割合は全国平均に近い割合です。

神奈川県、埼玉県、東京都及び兵庫県は、平成16年、21年、26年のいずれも、上位10都道府県に入っています。奈良県は平成16年は0.6%で同率の15位でしたが、平成21年、26年と上位5都道府県に入ってきています。

### 都道府県別の購入先に占める「ネット通販」での購入割合（二人以上の世帯）

平成16年

順位	都道府県	ネット通販の割合 (%)
1	神奈川県	1.0
1	沖縄県	1.0
3	宮城県	0.9
3	東京都	0.9
3	三重県	0.9
6	長野県	0.8
6	島根県	0.8
8	栃木県	0.7
8	埼玉県	0.7
8	千葉県	0.7
8	石川県	0.7
8	愛知県	0.7
8	兵庫県	0.7
8	鳥取県	0.7
	全国平均	0.6

平成21年

順位	都道府県	ネット通販の割合 (%)
1	宮崎県	3.8
2	東京都	1.9
3	神奈川県	1.7
4	大阪府	1.6
4	奈良県	1.6
4	愛媛県	1.6
7	埼玉県	1.5
7	長野県	1.5
9	茨城県	1.4
9	兵庫県	1.4
9	和歌山県	1.4
9	岡山県	1.4
9	徳島県	1.4
9	香川県	1.4
	全国平均	1.4
15	愛知県	1.3

平成26年

順位	都道府県	ネット通販の割合 (%)
1	神奈川県	2.5
2	埼玉県	2.3
3	東京都	2.2
4	秋田県	2.1
4	奈良県	2.1
6	京都府	2.0
7	福井県	1.9
8	滋賀県	1.8
8	徳島県	1.8
10	千葉県	1.7
10	静岡県	1.7
10	愛知県	1.7
10	兵庫県	1.7
10	岡山県	1.7
	全国平均	1.7

資料：総務省「平成16年全国消費実態調査結果」「平成21年全国消費実態調査結果」「平成26年全国消費実態調査結果」

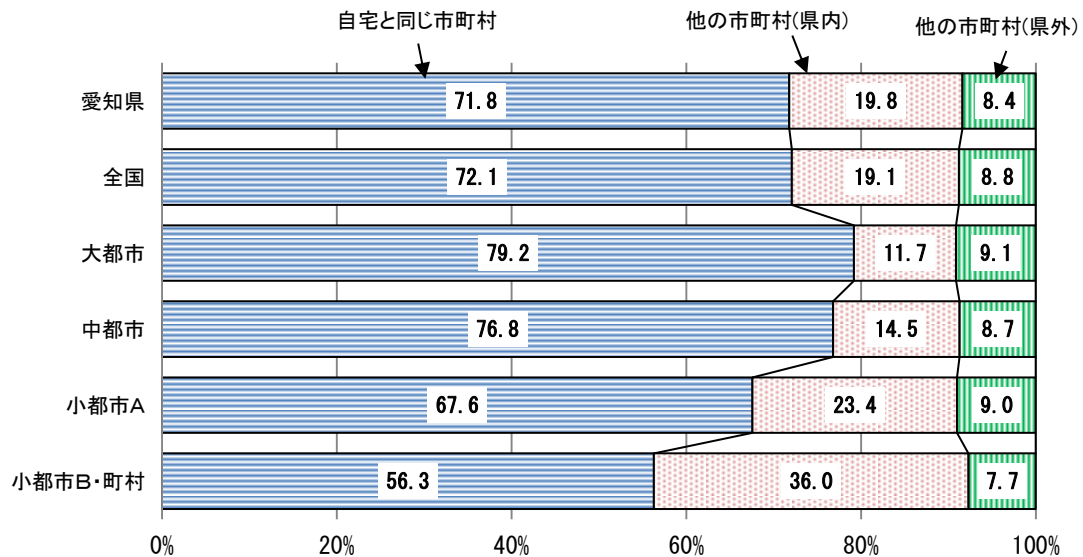
## ●世帯の購入地域(平成 26 年)

図、表は、愛知県の二人以上の世帯における1世帯当たり1か月平均の消費支出について、購入地域別割合をみたものです(参考に全国及び都市階級別についても掲載しています)。

愛知県の世帯についてみると、最も高いのは「自宅と同じ市町村」で71.8%、次いで「他の市町村(県内)」は19.8%、「他の市町村(県外)」は8.4%となっています。

都市階級別にみると、都市階級が小さくなるに従って「自宅と同じ市町村」の購入割合が低くなっていることがわかります。愛知県の世帯について「自宅と同じ市町村」での購入割合をみると、中都市と小都市Aの中間位で、全国平均に近い割合になっています。

平成26年 購入地域、都市階級別1か月平均消費支出(二人以上の世帯)



		愛知県	全国	大都市	中都市	小都市A	小都市B・町村
購入地域 (%)	自宅と同じ市町村	71.8	72.1	79.2	76.8	67.6	56.3
	他の市町村(県内)	19.8	19.1	11.7	14.5	23.4	36.0
	他の市町村(県外)	8.4	8.8	9.1	8.7	9.0	7.7

資料:総務省「平成26年全国消費実態調査結果」  
(注)通信販売分を除く。

## ●購入地域別の購入先(平成26年)

図は、愛知県の二人以上の世帯における1世帯当たりの消費支出について、購入地域別に購入先別割合をみたものです。

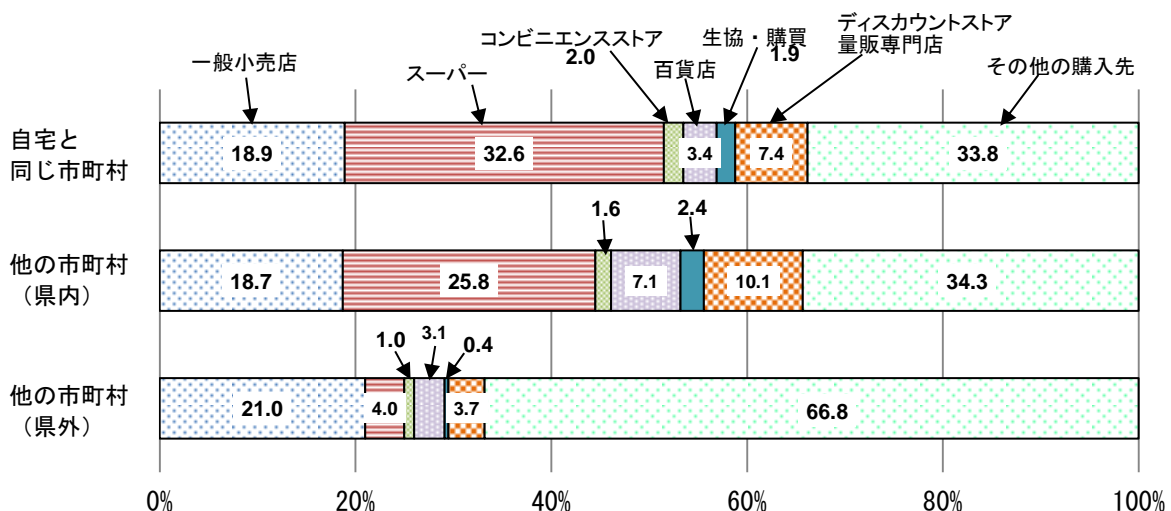
全ての購入地域で、「その他の購入先」の割合が最も高くなっています。「その他の購入先」以外の購入先をみると、「自宅と同じ市町村」では、「スーパー」の割合が32.6%と最も高く、次いで「一般小売店」(18.9%)、「ディスカウントストア・量販専門店」(7.4%)「百貨店」(3.4%)の順となっています。

「他の市町村(県内)」では、ここでも「スーパー」の割合が25.8%と最も高く、次いで「一般小売店」(18.7%)、「ディスカウントストア・量販専門店」(10.1%)、「百貨店」(7.1%)の順となっています。

「他の市町村(県外)」では、「一般小売店」の割合が21.0%と最も高く、次いで「スーパー」(4.0%)、「ディスカウントストア・量販専門店」(3.7%)、「百貨店」(3.1%)の順となっています。

「自宅と同じ市町村」と「他の市町村(県内)」を比べると、「その他の購入先」と「一般小売店」の割合は、ほぼ同じですが、「他の市町村(県内)」では「スーパー」の割合が低下し、代わりに「百貨店」、「ディスカウントストア・量販専門店」などの割合が高くなっています。「他の市町村(県外)」になると、「スーパー」の割合が大きく低下しています。一方、「一般小売店」の割合は、「自宅と同じ市町村」、「他の市町村(県内)」と比べ最も高くなっています。

平成26年 購入先、購入地域別消費支出の構成比(二人以上の世帯)



資料：総務省「平成26年全国消費実態調査結果」

## ● 「食料」の品目別購入地域(平成26年)

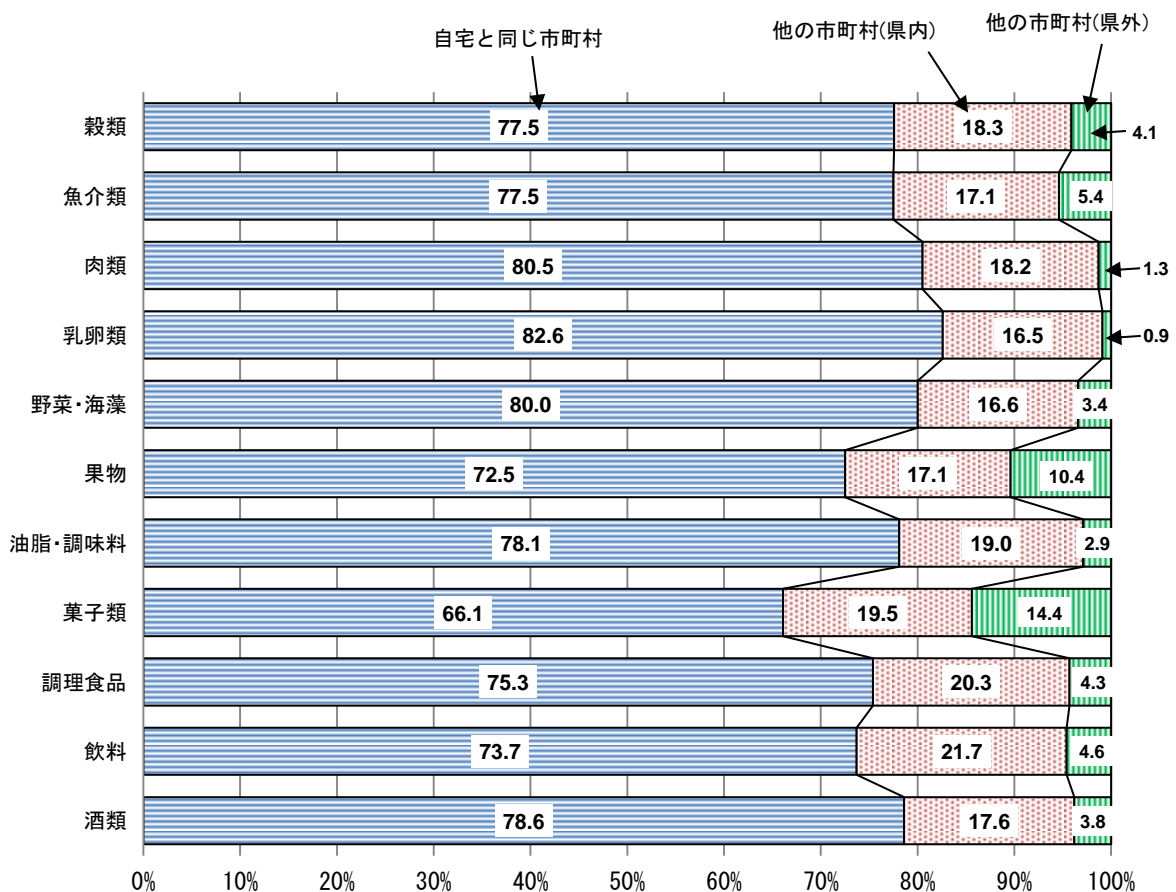
図は、愛知県の二人以上の世帯における1世帯当たりの消費支出について、「食料」の購入地域別割合を品目別にみたものです。

全ての品目で、「自宅と同じ市町村」の割合が高く、「菓子類」を除く全ての品目で70%以上を占めており、最も高いのは乳卵類で82.6%、次いで肉類(80.5%)、野菜・海藻(80.0%)の順となっています。

「他の市町村(県内)」の割合が最も高いのは、飲料の21.7%で、次いで調理食品(20.3%)、菓子類(19.5%)の順となっています。

「他の市町村(県外)」の割合が最も高いのは、菓子類の14.4%で、次いで果物(10.4%)、魚介類(5.4%)の順となっており、購入地域ごとに上位の品目が異なっていることがわかります。

平成26年 「食料」の購入地域別割合(二人以上の世帯)



資料:総務省「平成26年全国消費実態調査結果」

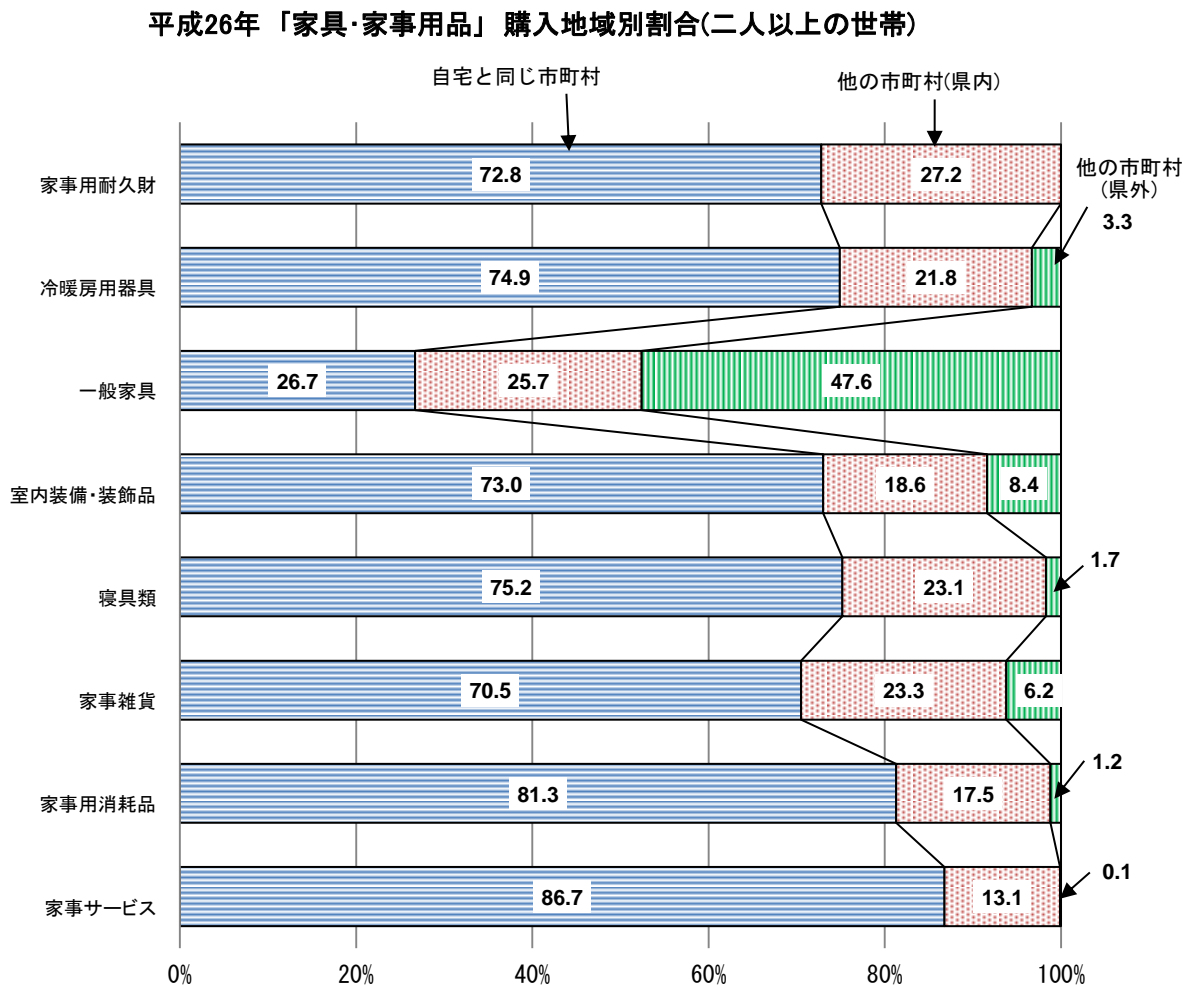
## ● 「家具・家事用品」の品目別購入地域(平成26年)

図は、愛知県の二人以上の世帯における1世帯当たりの消費支出について、「家具・家事用品」の購入地域別割合を品目別にみたものです。

一般家具を除く全ての品目で「自宅と同じ市町村」の割合が最も高く、70%以上を占めており、最も高いのは、家事代行サービスや粗大ゴミの処分料などからなる家事サービスの86.7%で、次いで家事用消耗品(81.3%)、寝具類(75.2%)の順となっています。

「他の市町村(県内)」の割合が最も高いのは、家事用耐久財の27.2%で、次いで一般家具(25.7%)、家事雑貨(23.3%)の順となっています。

「他の市町村(県外)」の割合が最も高いのは、一般家具の47.6%で、次いで室内装備・装飾品(8.4%)、家事雑貨(6.2%)の順となっています。



資料:総務省「平成26年全国消費実態調査結果」

## ● 「被服及び履物」の品目別購入地域(平成26年)

図は、愛知県のある二人以上の世帯における1世帯当たりの消費支出について、「被服及び履物」の購入地域別割合を品目別にみたものです。

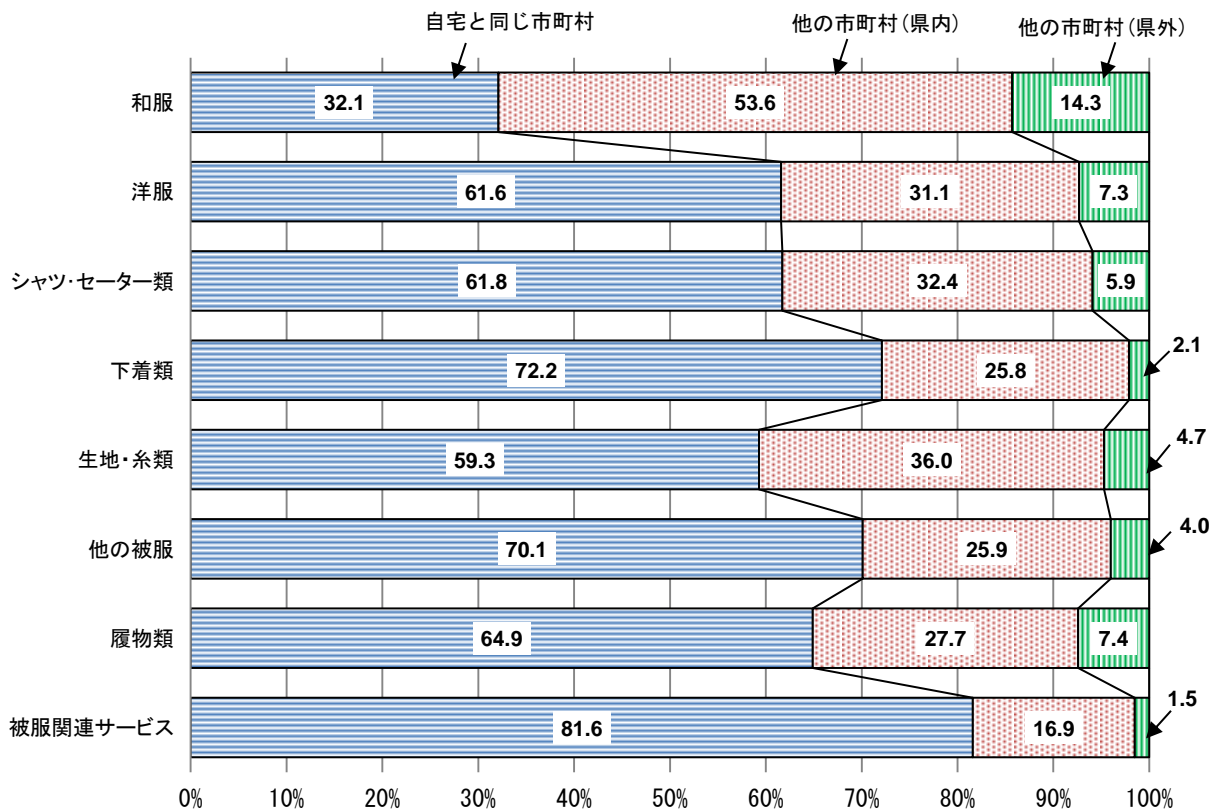
和服を除く全ての品目で「自宅と同じ市町村」の割合が高く、50%以上を占めており、最も高いのは、クリーニング代、被服賃借料からなる被服関連サービスの81.6%で、次いで下着類(72.2%)、他の被服(70.1%)の順となっています。

「他の市町村(県内)」の割合が最も高いのは和服の53.6%で、次いで生地・糸類(36.0%)、シャツ・セーター類(32.4%)の順となっています。

「他の市町村(県外)」の割合が最も高いのは、和服の14.3%で、次いで履物類(7.4%)、「洋服」(7.3%)の順となっています。

和服については、「百貨店」での割合が高い(P23参照)ため、「他の市町村(県内)」、「他の市町村(県外)」での割合が高くなったものと思われます。

平成26年 「被服及び履物」の購入地域別割合(二人以上の世帯)



資料:総務省「平成26年全国消費実態調査結果」

## ● 「教養娯楽」の品目別購入地域（平成 26 年）

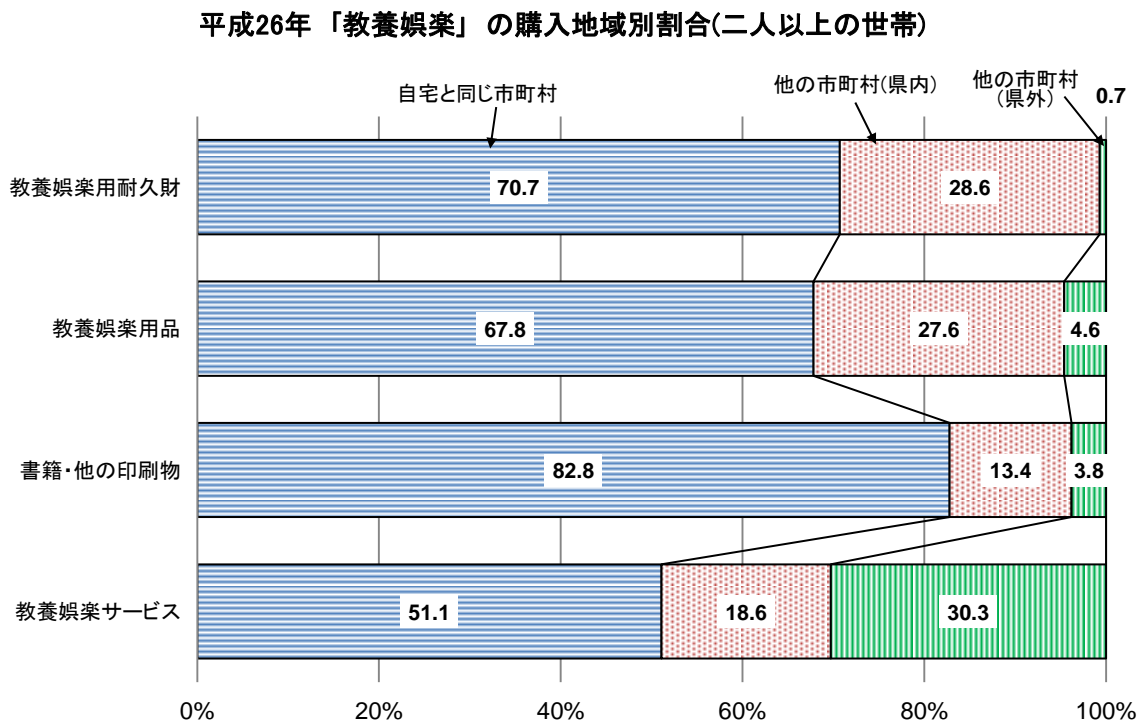
図は、愛知県のある二人以上の世帯における 1 世帯当たりの消費支出について、「教養娯楽」の購入地域別割合を品目別にみたものです。

全ての品目で「自宅と同じ市町村」の割合が高く、最も高いのは、書籍・他の印刷物の 82.8%で、次いで教養娯楽用耐久財(70.7%)、教養娯楽用品(67.8%)となっています。

「他の市町村(県内)」の割合が最も高いのは、教養娯楽用耐久財の 28.6%で、次いで教養娯楽用品(27.6%)、教養娯楽サービス(18.6%)の順となっています。

「他の市町村(県外)」の割合が最も高いのは、教養娯楽サービスの 30.3%で、次いで教養娯楽用品(4.6%)、書籍・他の印刷物(3.8%)の順となっています。

書籍・他の印刷物が「自宅と同じ市町村」での割合が高いのは、再販売価格維持がされていることによるものと思われます。また、「教養娯楽サービス」には、宿泊料やパック旅行費などが含まれているため、「他の市町村(県外)」での割合が高くなっているものと思われます。



資料：総務省「平成26年全国消費実態調査結果」

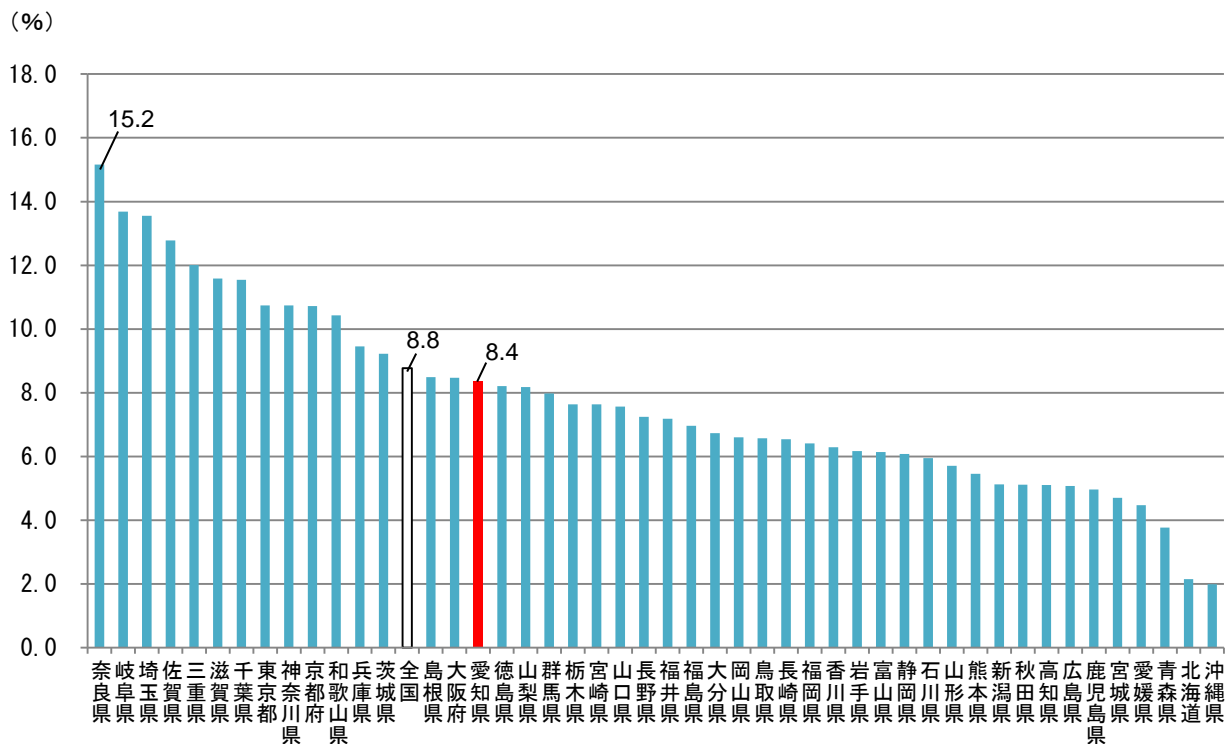
## ●都道府県別「他の都道府県」での購入割合(平成 26 年)

図は、都道府県別二人以上の世帯における1世帯当たりの消費支出について、「他の都道府県」での購入割合をみたものです。

「他の都道府県」での購入割合が全国で最も高いのは、奈良県の15.2%で、次いで岐阜県(13.7%)、埼玉県(13.6%)、佐賀県(12.8%)、三重県(12.0%)の順になっています。

愛知県(8.4%)は全国第16位で、全国平均は8.8%となっています。「他の都道府県」での購入割合の高い県は、東京都、大阪市、名古屋市、福岡市といった大都市の隣県となっています。

平成 26 年 購入地域に占める「他の都道府県」での購入割合(二人以上の世帯)



資料:総務省「平成 26 年全国消費実態調査結果」



## ●夫婦共働き世帯の消費支出(平成 28 年)

表は、全国の二人以上の世帯の勤労者世帯のうち、夫婦共働き世帯（有業者は夫婦のみ）と夫のみ有業世帯の1世帯当たり1か月平均の消費支出を比較したものです。

消費支出（月平均額）をみると、夫婦共働き世帯が夫のみ有業の世帯と比べ総額で28,977円多く、品目別では「その他消費支出」で9,227円、「交通・通信」で8,301円、「教育」で7,419円、「食料」で3,289円、「教養娯楽」で1,641円、「被服及び履物」で1,425円多くなっています。

これを支出割合でみると、夫婦共働き世帯が夫のみ有業の世帯と比べ、「教育」で1.7ポイント、「交通・通信」で1.2ポイント、「その他の消費支出」で1.1ポイント、「被服・履物」で0.1ポイント高くなっています。

### 平成 28 年 夫婦共働き世帯と夫のみ有業の世帯の消費支出(二人以上の世帯のうち勤労者世帯)

	夫婦共働き世帯		夫のみ有業の世帯		月平均額の比較 (A)-(C)	支出割合の比較 (B)-(D)	
	月平均額(円) (A)	支出割合 (B)	月平均額(円) (C)	支出割合 (D)			
消費支出	331,872	-	302,895	-	28,977	-	
内 訳	食料	76,586	23.1%	73,297	24.2%	3,289	-1.1
	住居	17,940	5.4%	19,419	6.4%	-1,479	-1.0
	光熱・水道	20,078	6.0%	20,280	6.7%	-202	-0.7
	家具・家事用品	10,886	3.3%	11,223	3.7%	-337	-0.4
	被服及び履物	14,772	4.5%	13,347	4.4%	1,425	0.1
	保健医療	11,585	3.5%	11,892	3.9%	-307	-0.4
	交通・通信	53,646	16.2%	45,345	15.0%	8,301	1.2
	教育	26,850	8.1%	19,431	6.4%	7,419	1.7
	教養娯楽	32,995	9.9%	31,354	10.4%	1,641	-0.5
	その他の消費支出	66,534	20.0%	57,307	18.9%	9,227	1.1

資料:総務省「平成 28 年 家計調査報告[家計収支編]」

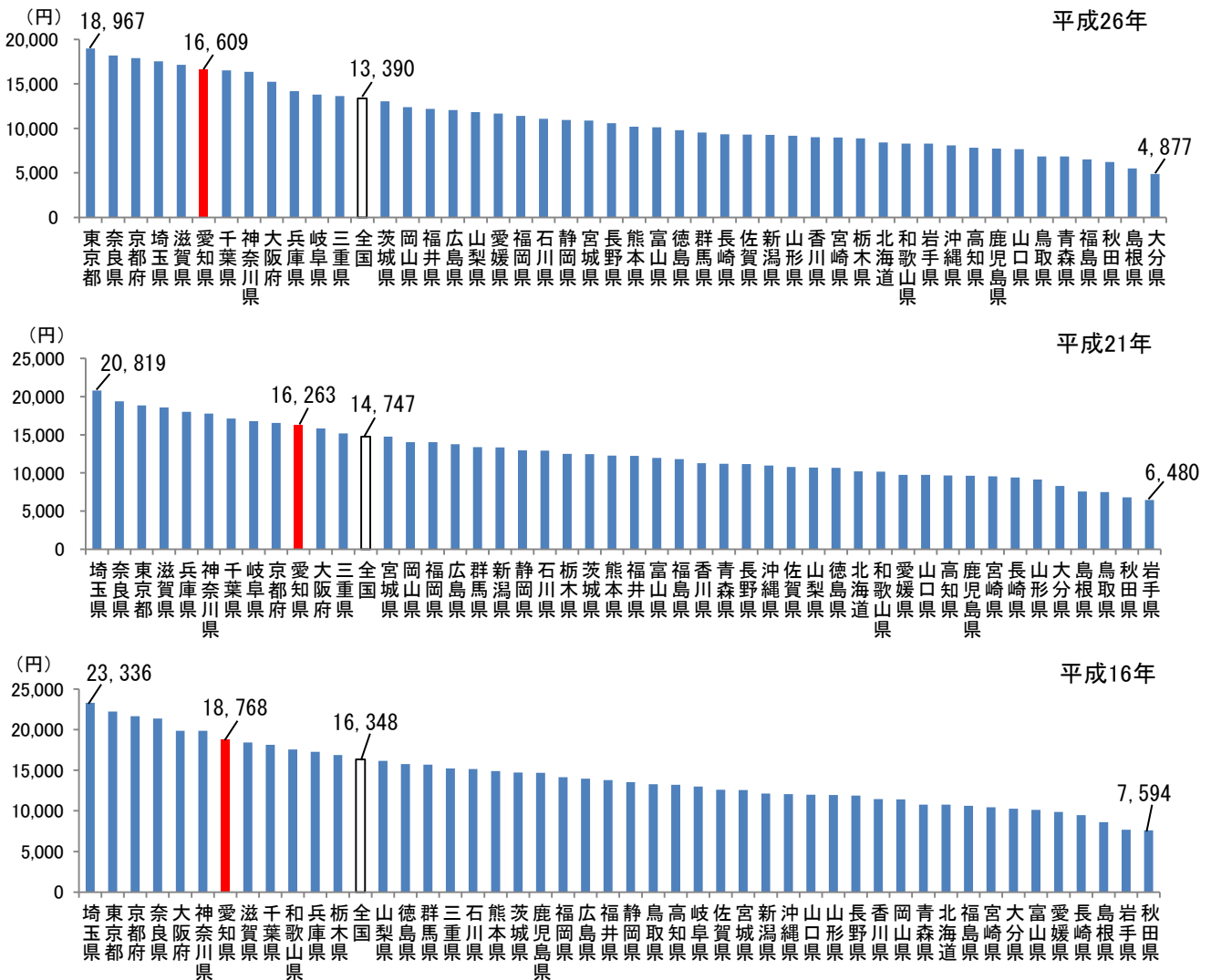
## ●都道府県別1世帯当たり1か月間の「教育」の推移(平成16-21-26年)

図は、都道府県別二人以上の世帯における1世帯当たりの1か月平均の「教育」にかかる費用の推移をみたものです。

平成26年の全国第1位は、東京都の1万8967円で、愛知県の1万6609円は全国第6位で、全国平均は1万3390円となっています。

平成16年から平成26年にかけて「教育」にかかる費用の推移をみると、全国平均は5年ごとに約10%の減少となっています。一方、愛知県は、平成16年から平成21年にかけては13.3%の減少となっていますが、平成26年は、平成21年と比べ2.1%の増加となっています。

都道府県別1世帯当たり1か月平均の「教育」(二人以上の世帯)



資料:総務省「平成16年全国消費実態調査結果」「平成21年全国消費実態調査結果」「平成26年全国消費実態調査結果」

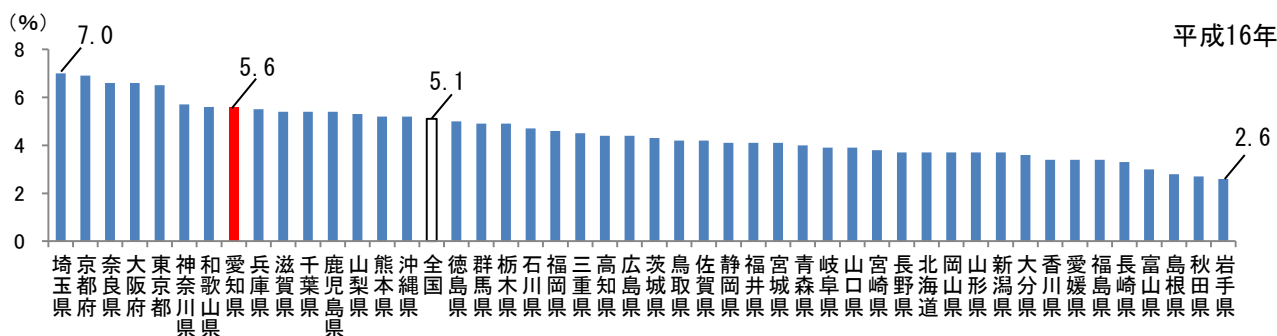
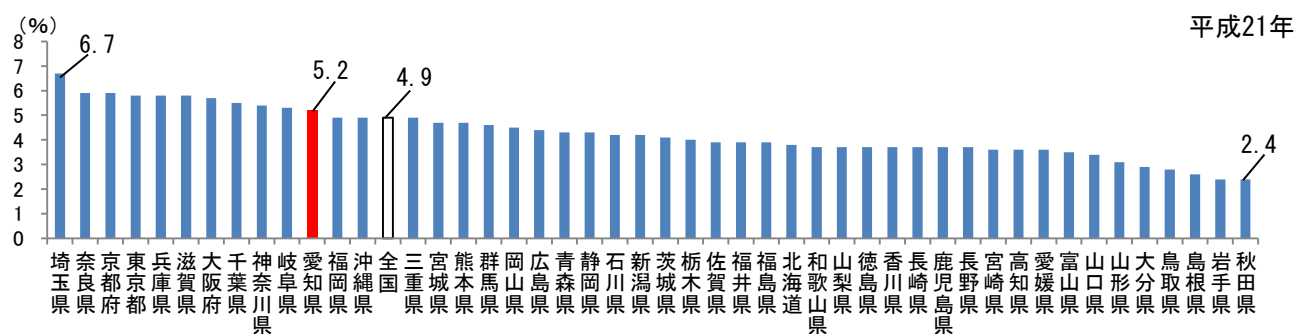
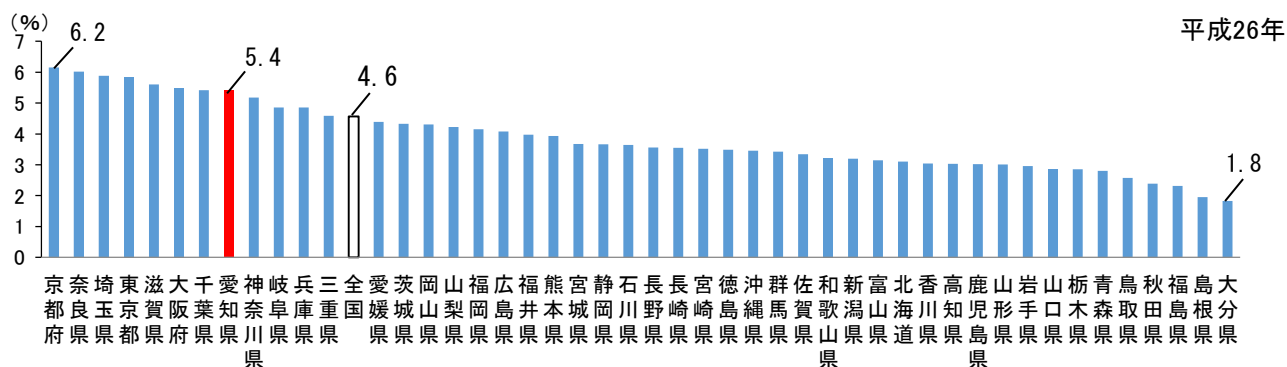
## ●都道府県別1世帯当たりの消費支出に占める「教育」の割合の推移 (平成16-21-26年)

図は、都道府県別二人以上の世帯における1か月間の消費支出に占める「教育」にかかる費用の割合の推移をみたものです。

平成26年の全国第1位は、京都府の6.2%で、愛知県の5.4%は全国第8位で、全国平均は4.6%となっています。

平成16年から平成26年にかけて消費支出に占める「教育」の割合の推移をみると、全国平均は低下傾向にあります。愛知県は、平成16年から平成21年にかけて低下したものの、平成26年は、平成21年と比べ0.2ポイントの上昇となっています。

都道府県別1世帯当たり1か月平均消費支出に占める「教育」への支出割合(二人以上の世帯)

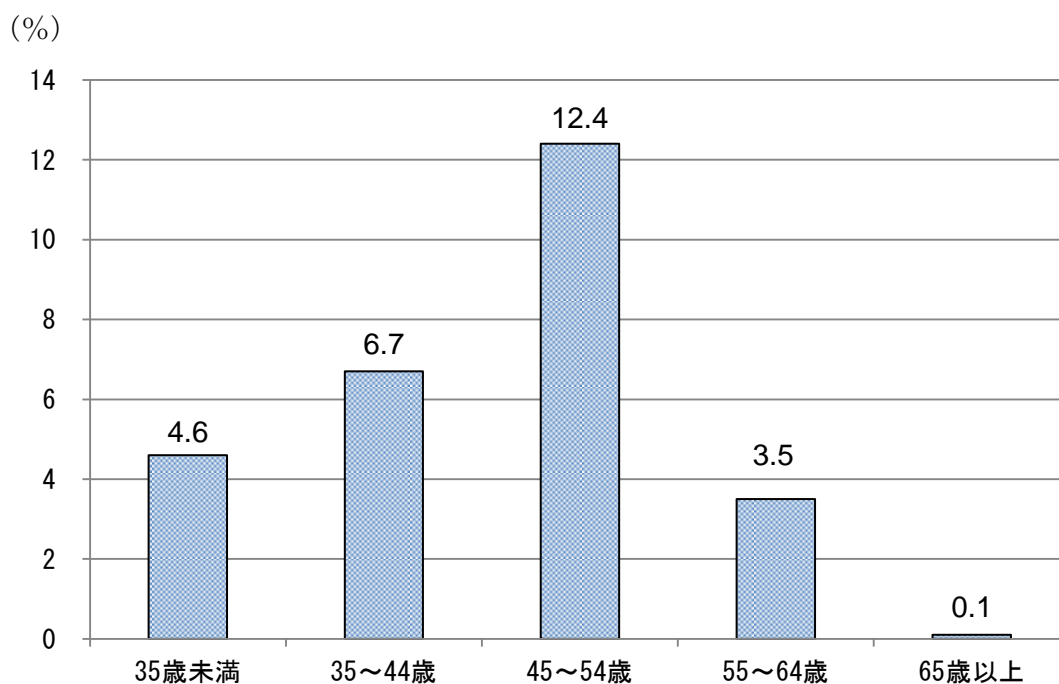


資料:総務省「平成16年全国消費実態調査結果」「平成21年全国消費実態調査結果」「平成26年全国消費実態調査結果」

## ●世帯主の年齢階級別世帯の消費支出に占める「教育」の割合(平成26年)

図は、愛知県の二人以上の世帯のうち勤労者世帯における消費支出に占める「教育」の割合をみたものです。最も割合が高いのは、45～54歳の世帯の12.4%で、次いで35～44歳(6.7%)、35歳未満(4.6%)、55～64歳(3.5%)、65歳以上(0.1%)の順となっています。

平成26年 世帯主の年齢階級別世帯の消費支出に占める「教育」の割合  
(二人以上の世帯のうち勤労者世帯)



資料:総務省「平成26年全国消費実態調査結果」

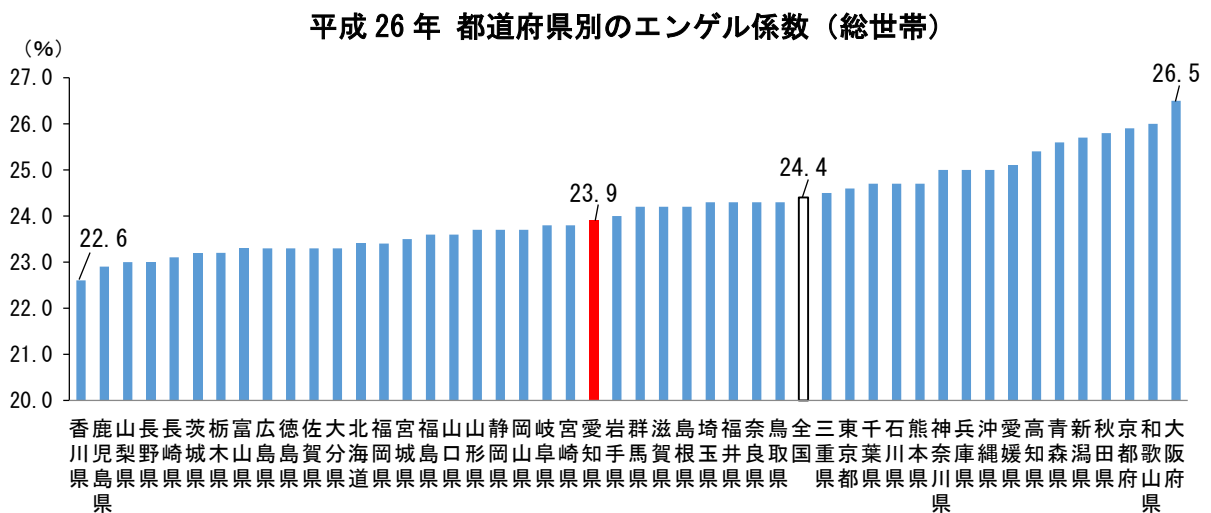
## ●都道府県別のエンゲル係数の推移(平成16-21-26年)

図は、平成26年の都道府県別のエンゲル係数(総世帯)と、愛知県及び全国のエンゲル係数の推移(総世帯)をみたものです。

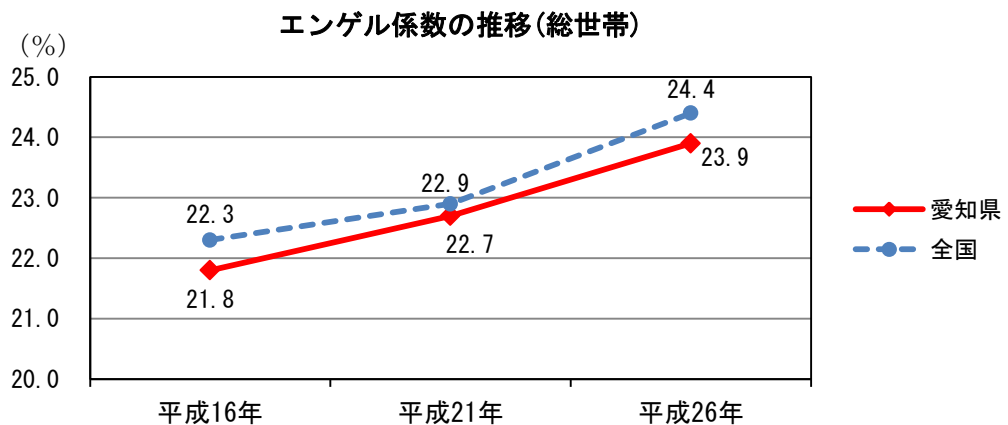
全国消費実態調査では、エンゲル係数 $=\frac{\text{食料}}{\text{消費支出}} \times 100$ で算出されています。一般にエンゲル係数が高いほど他の支出に回す余裕がなく、経済的に苦しいとされています。

平成26年のエンゲル係数をみると、最も係数が低いのは香川県の22.6%で、愛知県は23.9%と低いほうから23番目、ほぼ中位で、全国より0.5ポイント低くなっています。

平成16年、21年及び26年と推移をみると、愛知県、全国ともにエンゲル係数が上昇しています。



資料:総務省「平成26年全国消費実態調査結果」



資料:総務省「平成16年全国消費実態調査結果」「平成21年全国消費実態調査結果」「平成26年全国消費実態調査結果」