

家計調査結果の利用について ～ 市場の大きさ、地域性などの把握 ～

1 はじめに

家計調査報告書について少し視点を変えると楽しく見ることもできるかもしれない。パン屋、美容院など新たにお店を出すときにどのような情報が必要になるかを例にとり家計調査結果の利用方法を考えてみる。

新たにお店を出すとき、どのような場所で、どのような商品・サービスを販売（提供）するか、人（車）の流れ、家賃（予算）、空き店舗の状況など様々なことを検討することになるが、中でも重要な項目としてライバル店の存在や潜在的なニーズ（顧客数）が挙げられる。

ライバル店の存在は、比較的調査しやすいと思われるが、一方、出店するエリアに、だれが、どのような商品・サービスを欲しているかといった潜在的なニーズは、なかなか把握できない。潜在的な顧客の数は、商品、サービスにより様々であるが、まずは、共通的な物差しとして、世帯数、総人口、男女別人口、年齢別人口などが考えられる。平成 22 年（2010 年）は国勢調査の年であった。今後、世帯数や人口のほか、世帯構成、産業別の就業者数などが公表される。特に人口、世帯数については、町丁・字別に公表される。

一般的に消費の面からの市場の大きさは、主に人口や平均所得に比例すると考えられる。また、商品・サービスによっては、年齢や地域などにより、そのニーズに違いがあるものがある。総務省統計局が毎月実施している家計調査の結果が、市場の大きさや地域性など、出店の際の参考資料として利用できないだろうか。

2 家計調査とは

家計調査は、一定の統計上の抽出方法に基づき選定された全国 168 市町村において、単身と二人以上の世帯合わせ約 9 千世帯を対象に、家計の収入・支出、貯蓄・負債などを毎月調査している。調査期間は二人以上の世帯が 6 か月間、単身世帯が 3 か月間である。本県では現在、松江市と飯南町の 2 市町で 117 世帯を対象に調査を行っている。

家計調査の調査結果は、1 世帯当たりの 1 か月間あるいは年間の消費支出などを月報、四半期報、年報として、全国、県庁所在市、政令市ごとに集計され公表されている。

今回、二人以上の世帯（全国で約 8 千世帯、松江市で約 100 世帯）の結果に基づき見てみる。松江市の調査結果は標本世帯数が少ないため、標本誤差が大きく、単純には年比較や全国比較はできないが、そういうことを前提に松江市の結果からも見てみる。

3 利用の検討

家計調査では、消費支出について、十大費目（注 1）や品目ごとに集計し、全国と松江市の 1 世帯当たりの 1 か月間あるいは年間の平均支出金額を公表している。また、全国については、世帯主の年齢階級別に年間の品目ごとの支出金額を公表している。なお、家計調査は世帯を単位とした調査であり、統計局は世帯当たりの数値で公表しているが、比較しやすくするため、世帯員数から一人当たりの数値を算出しておこなう。

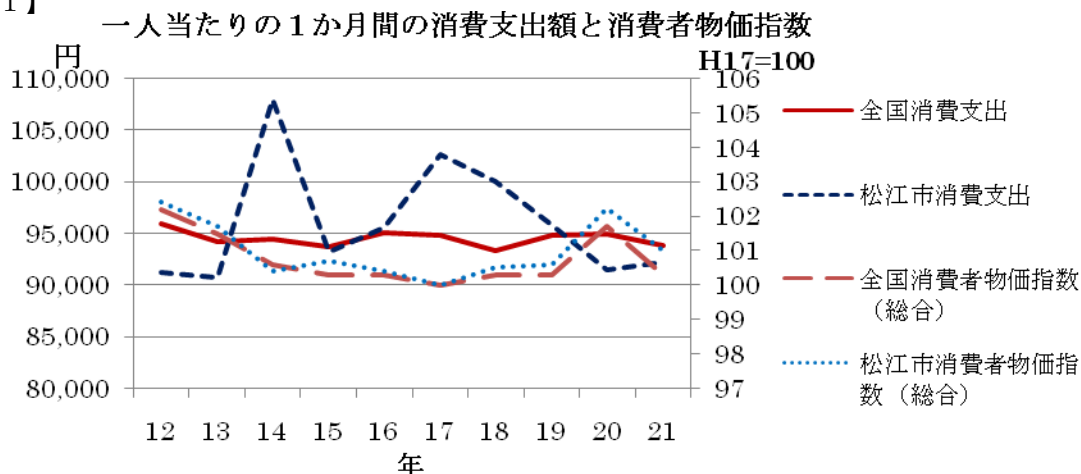
平成 12 年から平成 21 年までの全国と松江市の一人当たりの 1 か月間の消費支出と消費者物価指数の動き（図 1）を見ると全国、松江市ともおおむね横ばいなので、物価の上昇、下落は考慮せず、単純平均で見ることとする。

(注1) 消費支出は消費の目的により、次の10大費目分類を大分類として費目分類されている。

分類体系としては大分類、中分類及び小分類が設定されており最小単位は品目である。

[10大費目分類：①食料、②住居、③光熱・水道、④家具・家事用品、⑤被服及び履物、⑥保健医療、⑦交通・通信、⑧教育、⑨教養娯楽、⑩その他の消費支出]

【図1】

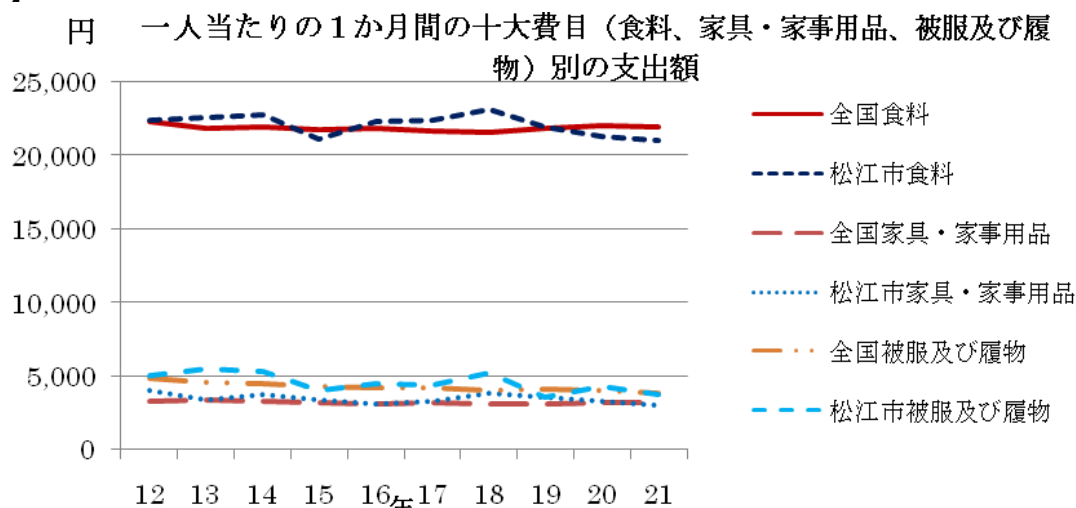


(1) 十大費目の支出金額

十大費目の内、小売業で扱われる「食料」、「家具・家事用品」、「被服及び履物」について、平成12年から平成21年までの全国と松江市の一人当たり支出金額の動き(図2)を見ると、食料は横ばいで、それ以外はやや減少傾向にある。それぞれの10年間の平均を算出すると、食料は全国、松江市とも2万2千円程度、家具・家事用品は、全国が3千2百円程度、松江市が3千5百円程度、被服及び履物は、全国が4千3百円程度、松江市が4千6百円程度である。

国勢調査の結果により公表される町丁・字別の人口に、それぞれの平均額を乗じると、その地域の「食料」、「家具・家事用品」、「被服及び履物」について家計調査の結果から見た市場の大きさがおおむねわかる。

【図2】



(2) 品目ごとの支出金額

品目ごとに一人当たりの支出金額がわかれば、品目ごとの市場の大きさがわかる。市場の大きさが比較的人口に比例すると考えられる「食パン、他のパン(品目)」(注2)と「パーマメント代、カット代、他の理美容代(品目)」について、平成12年から平成21年までの全国と松江市の一人当たり

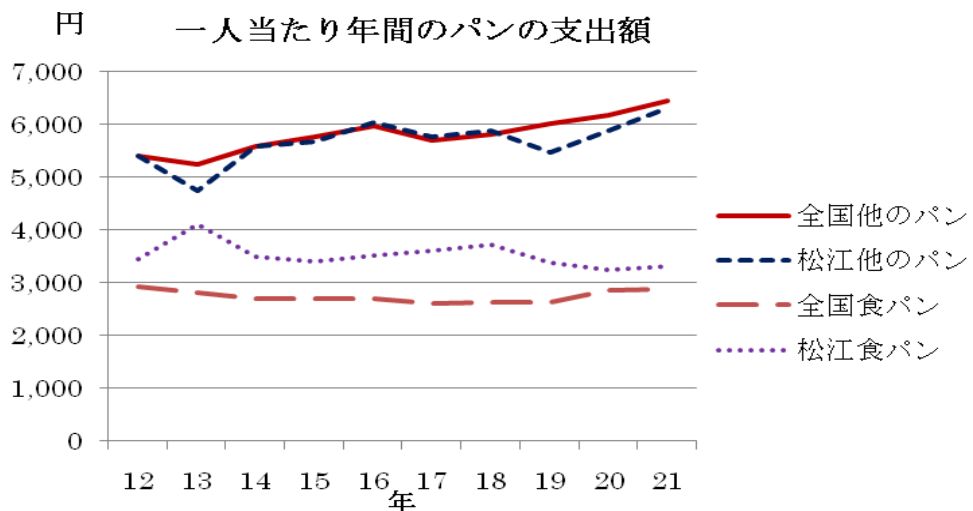
の年間の支出金額を見てみる。

ア 食パン、他のパン

「食パン、他のパン」の支出金額の動き（図 3）を見ると、食パンと他のパンを合計した 10 年間の平均額は全国が 8 千 5 百円、松江市が 9 千 2 百円程度である。他のパンについては増加傾向にあるため、直近 3 年間の平均を算出すると、全国が 9 千円程度、松江市が 9 千 2 百円程度である。（1）と同様に調査対象地域の人口に乗じると、家計調査の結果から見たそれぞれの市場の大きさがおおむねわかる。

（注 2）パン（小分類）は、食パンと他のパンの品目から成っているが、食パンにはバターロール、フランスパンのようなパンの基本的原材料のみでできているものも含んでいる。他のパンには、ハムサンド、焼きそばパンなどの調理パンは含まれていない。調理パンは調理食品（中分類）主食的調理食品（小分類）の品目に入っている。

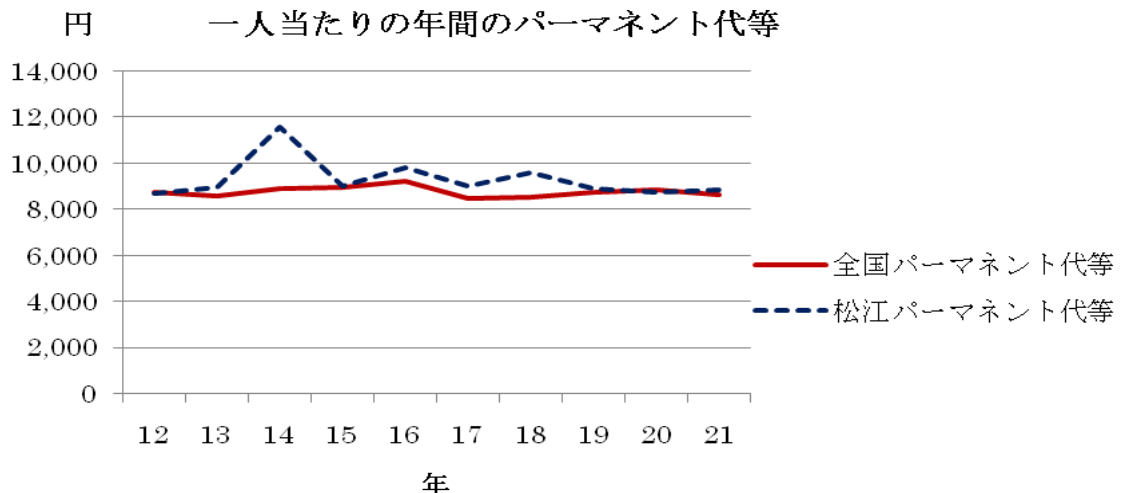
【図 3】



イ パーマネント代、カット代、他の理美容代

パーマネント代、カット代、他の理美容代の合計の支出金額の動き（図 4）を見ると、10 年間の平均支出金額は全国が 8 千 8 百円程度、松江市が 9 千 3 百円程度である。直近 3 年間の平均を算出すると、全国、松江市とも 8 千 8 百円程度である。

【図 4】



（3）年齢階級別の支出金額の割合

嗜好の変化など年齢により支出割合に違いがある商品・サービスがある。それらの年齢別支出金額

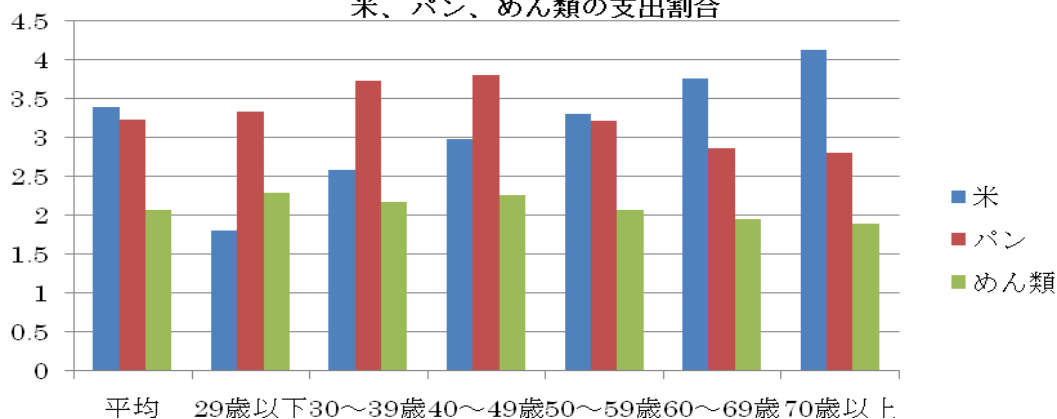
と調査対象地域の年齢構成がわかれば、より細かく市場の大きさがわかるが、総務省統計局が公表しているのは世帯主の年齢階級別支出金額である。また、都道府県庁所在市別には公表されておらず、全国集計のみ公表されている。世帯員の年齢構成や都道府県庁所在別は分からないので、市場の大きさまでは把握できないが、世帯の消費傾向はおおむねつかめるかもしれない。

年齢により比較的嗜好が違うと思われる「米、パン、めん類」（小分類）と「肉、魚介類、野菜・海藻」（中分類）について、全国の平成21年世帯主の年齢階級別一人当たり年間の食料支出金額に占める割合を見てみる。

ア 米、パン、めん類

米、パン、めん類の年間支出金額の割合（図5）を見ると、米とパンの関係では、40歳代まではパンの支出割合が大きいですが、50歳代からは米の割合が大きくなっている。米の割合は世帯主の年齢が高いほど大きくなっているが、パンの割合は40歳代までは増加し、50歳代を以降は減少している。めん類の割合は、年齢とともに減少している。

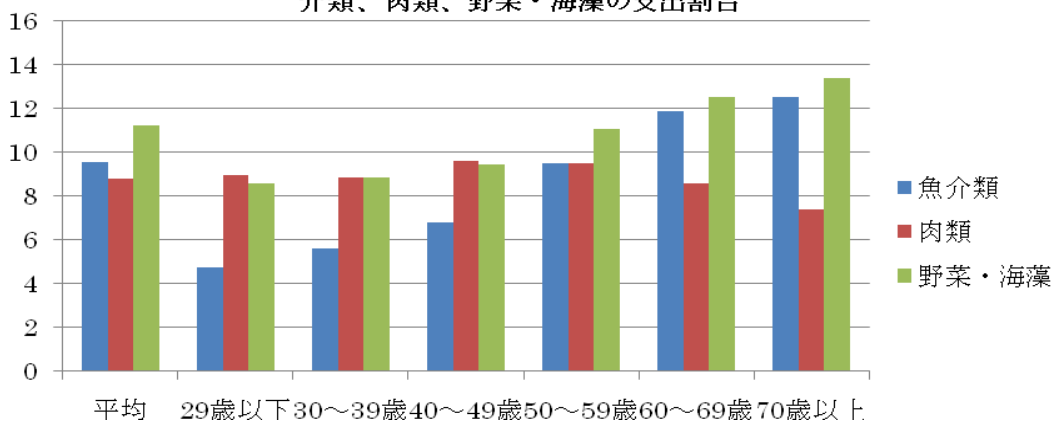
【図5】 平成21年世帯主の年齢階層別一人当たり年間の食料支出額に占める米、パン、めん類の支出割合



イ 肉、魚介類、野菜・海藻

肉、魚介類、野菜・海藻の年間支出金額の割合（図6）を見ると、肉と魚介類の関係では40歳代までは肉の割合が大きいですが、50歳代からは魚介類の割合が大きくなっている。野菜・海藻の割合は、どの年齢階層も魚介類か肉類か大きい方に近くなっている。

【図6】 平成21年世帯主の年齢階層別一人当たり年間の食料支出額に占める魚介類、肉類、野菜・海藻の支出割合



(4) 10年間の支出金額の動き

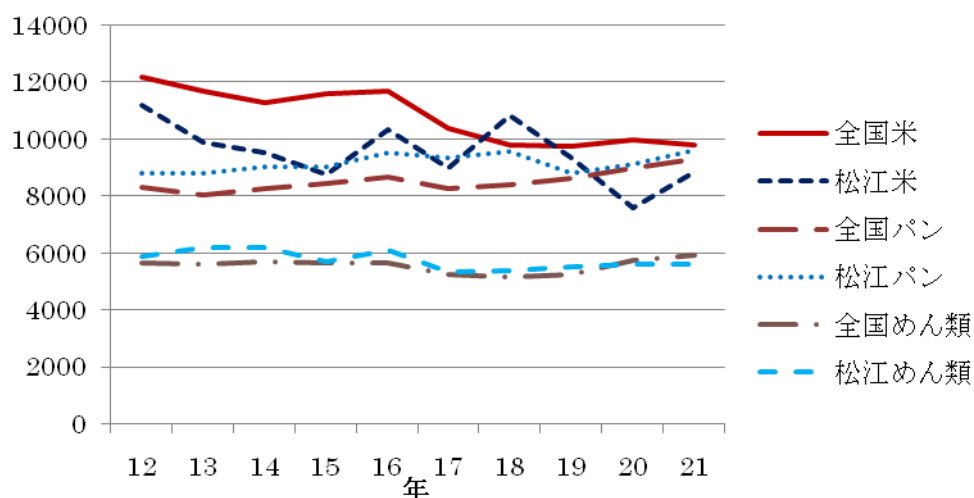
時代とともに消費者の嗜好が変わっていくものがある。このような変化について、全国と松江市の

一人当たりの「米、パン、めん類」(小分類)、「果物、菓子類」(中分類)の10年間の支出金額の動きから見てみる。

ア 米、パン、めん類

米、パン、めん類の年間支出金額の動き(図7)を見ると、米の支出金額は全国、松江市ともおおむね減少傾向にあり、パンの支出金額は増加傾向にある。平成12年と平成21年の全国と松江市の一人当たりの年間支出金額を比較すると、全国では米は約20%減少し、パンは約12%増加している。松江市では米は約21%減少し、パンは約9%増加している。このことから食生活で米離れが進んでいることがうかがわれる。めん類の支出金額は、全国、松江市とも10年間ほぼ横ばいである。

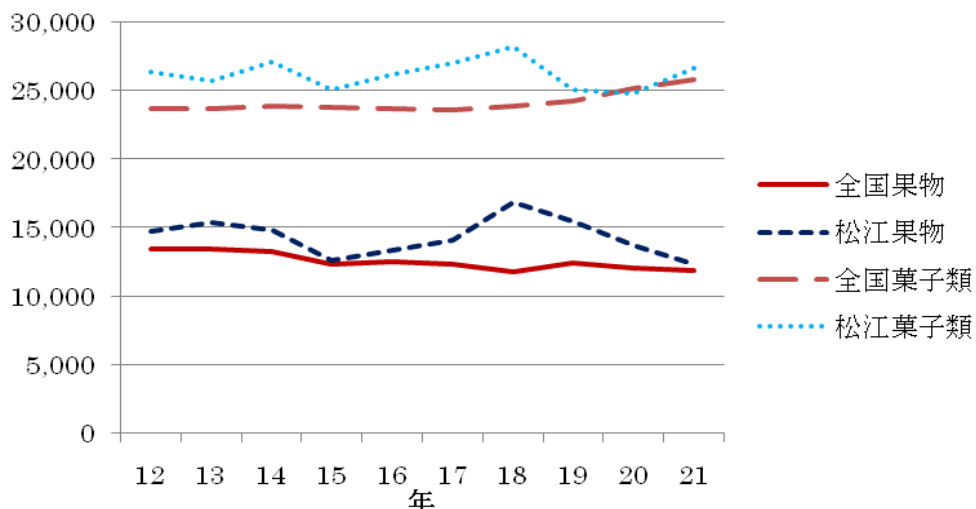
【図7】 円 一人当たりの年間の米、パン、めん類の支出額



イ 果物、菓子類

果物、菓子類の年間支出金額の動き(図8)を見ると、果物の支出金額は全国、松江市ともおおむね減少傾向にあり、一方、菓子類の支出金額は全国が増加傾向で、松江市は増減はあるもののおおむね横ばいである。

【図8】 円 一人当たりの年間の果物、菓子類の支出額



(5) 地域性

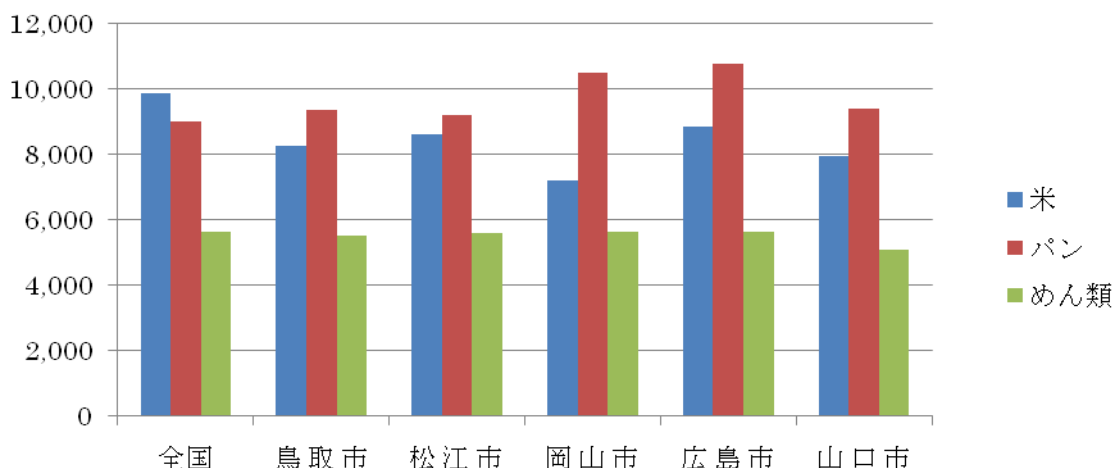
地域により消費者の嗜好が違うものがある。中国5県の県庁所在市別の米、パン、めん類の支出金

額と総務省統計局が公表している都道府県庁所在市別ランキングから地域性を見てみる。

ア 中国5県の県庁所在市

全国と中国5県の県庁所在市の一人当たり年間の米、パン、めん類の支出金額（H19～H21 平均）（図9）を見ると、全国はパンより米が多いが、中国5県では5市とも米よりパンが多い。特に岡山市、広島市はパンの支出金額が大きい。めん類の支出金額は山口市が500円程度少ないが他の4市はともに全国平均に近い。

【図9】 円 一人当たりの年間の米、パン、めん類の支出額（H19～H21平均）



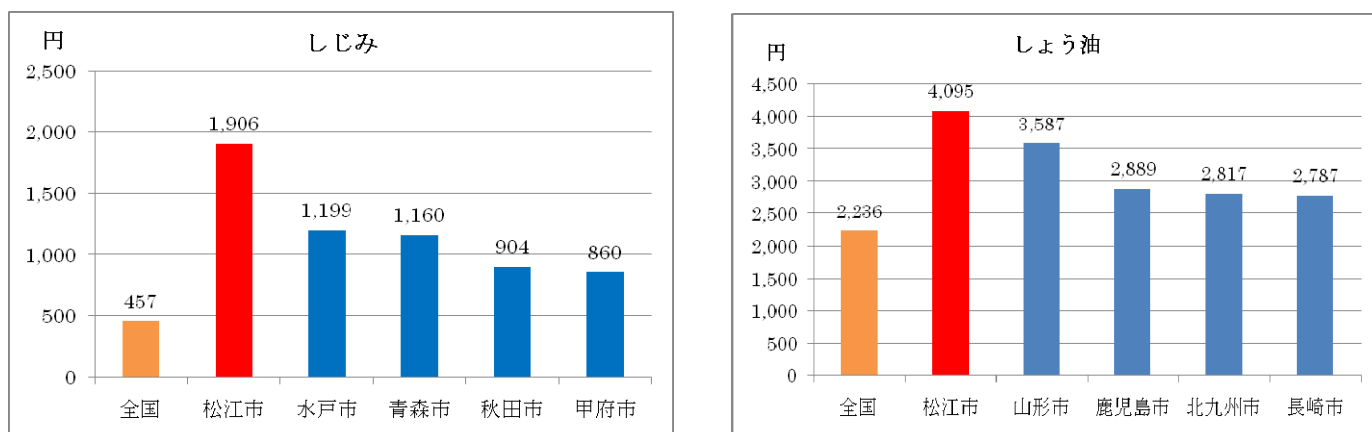
イ 都道府県庁所在市及び政令指定都市別ランキング

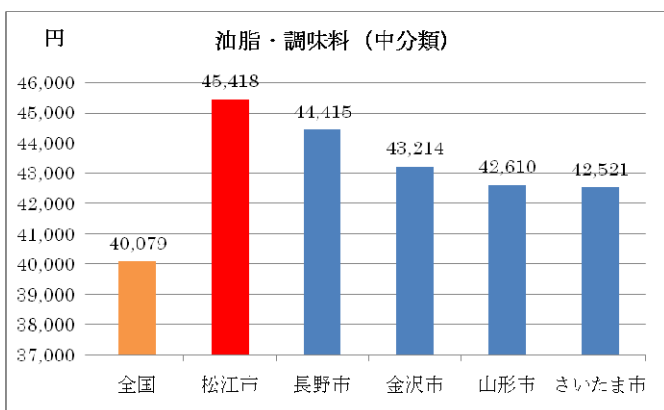
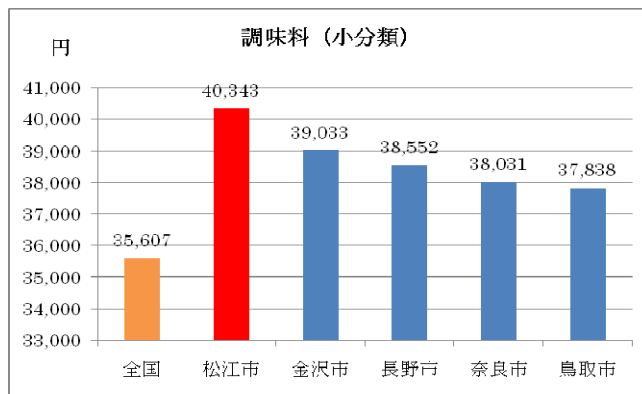
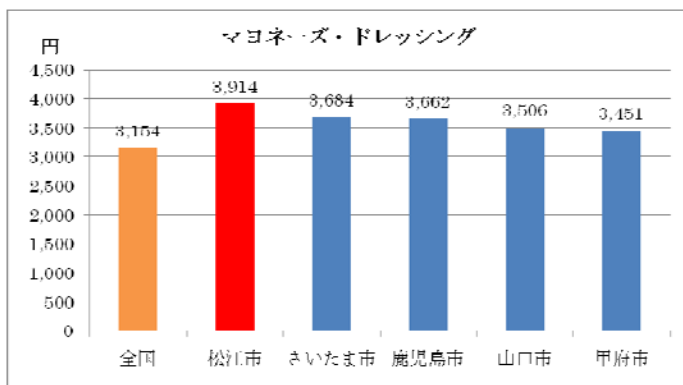
総務省統計局は、どのような品目でどの程度の地域差があるのかを明らかにするため、平成19～21年平均の家計調査品目別データ（1世帯当たり年間の支出金額及び購入数量）により、都道府県庁所在市及び政令指定都市別ランキングを集計し公表している。このデータは、テレビのクイズ番組で出題されることがある。

支出金額ランキングからみると、松江市において食料の支出金額で上位3位内に入っている品目としては、「あじ」「さば」「しじみ」「他の貝」「ごぼう」「豆類」「マーガリン」「食塩」「しょう油」「マヨネーズ・ドレッシング」「風味調味料」「他の調味料」「他の和菓子」「緑茶」「清酒」「なし」「バナナ」がある。中分類としては、「油脂・調味料」が1位、「酒類」が3位で、小分類としては、「調味料」が1位である。

これらの中で松江市が1位のものが図10である。

【図10】 一世帯当たりの年間の支出金額(H19～H21 平均)





次に購入数量ランキングから見ると、松江市において食料の購入数量で1位の品目としては、「あじ」「さば」「しじみ」「他の貝」「砂糖」「マヨネーズ・ドレッシング」がある。2位の品目としては、「貝類」「かんしょ」「バナナ」、3位の品目としては、「いわし」「ぶり」がある。

漁獲量日本一の「しじみ」は、宍道湖七珍にもなっている島根県の名産であり、購入金額、購入数量とも1位というのは、至極当然と思われるが、中分類の「油脂・調味料」、小分類の「調味料」、品目の「しょう油」「マヨネーズ・ドレッシング」が購入金額1位というのは意外な感じがする。松江市民の味の嗜好、食文化にも関連し、食堂、レストランといった外食サービス、総菜、漬け物など加工食品づくりに何らかのヒントを与えるかもしれない。

4 おわりに

家計調査の結果の利用例として、出店の際の参考にできないか十大費目、品目、年齢別、地域別の支出金額から市場の大きさの推計などをおこなってみた。市場の大きさやニーズは、家計調査の結果という消費の面ばかりでなく、生産、販売など提供の面の要素も大きい。また、時代とともに変化し、地域や男女の別、年齢等により異なるものがある。当然、購入の可否を決める最終的な判断材料は、商品・サービスそのものの内容とそれに見合った価格かどうかである。

市場の大きさの推計といった民間視点からの利用について考えてみたが、観光振興や地域おこしなど行政サイドでの利用も考えられる。

家計調査の結果にもあらわれるような普段の生活で消費され、すでに地域に根付いた食文化をベー

スとした取り組みとして、宇都宮市は「餃子」が有名であり、市の名産でもあるが、「宇都宮餃子会」のホームページによれば、平成2年に宇都宮市職員研修グループが宇都宮市の餃子の年間購入額日本一という家計調査の結果を餃子のPRに利用しようと提言したことを契機に、平成3年には観光協会による餃子マップの作成、平成5年には宇都宮餃子会発足（38店舗加入）など、現在の名産につながったということである。また、お隣の鳥取では、カレールウ消費量日本一の鳥取市を中心に、カレーコンテストなどカレーによる地域おこしを行い、平成21年2月には鳥取オリジナルカレールウの開発・販売を行う(株)鳥取カレー研究所が設立されている。

家計調査は、毎世家計簿を記入してもらうなど調査世帯に大きな負担をかけている調査であり、国、地方公共団体とも、宇都宮市のような名産づくりのほか、行政ニーズの把握や計画策定の基礎資料など積極的な活用が望まれる。