

II 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、掛買い、月賦、電子マネー」の割合は2014年に比べ上昇(10.4%から25.2%に)

総世帯の消費支出を購入形態別にみると、現金のほか口座間振込による支払等を含めた支出(以下、単に「現金」※という。)は196,623円で、消費支出全体(262,704円)の74.8%を占めている。「クレジットカード、掛買い、月賦(電子マネー(ポストペイ)を含む)」は50,119円で19.1%、「電子マネー(プリペイド)」は15,961円で6.1%となっている。

購入形態別支出割合を2014年と比較すると、「現金」は2014年が89.6%、2019年が74.8%と14.8ポイント低下している。一方、「クレジットカード、掛買い、月賦(電子マネー(ポストペイ)を含む)」は2014年が10.1%、2019年が19.1%と9.0ポイント、「電子マネー(プリペイド)」は2014年が0.3%、2019年が6.1%と5.8ポイント、それぞれ上昇している。また、消費支出額を購入形態別に2014年と比較すると、「電子マネー(プリペイド)」は2014年が920円、2019年が15,961円と、約17.3倍になっている。

購入形態別支出割合を費目別にみると、「クレジットカード、掛買い、月賦(電子マネー(ポストペイ)を含む)」は「被服及び履物」の37.7%、「電子マネー(プリペイド)」は「食料」の18.5%が最も高くなっている。(表II-1、図II-1)

※ 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含む。

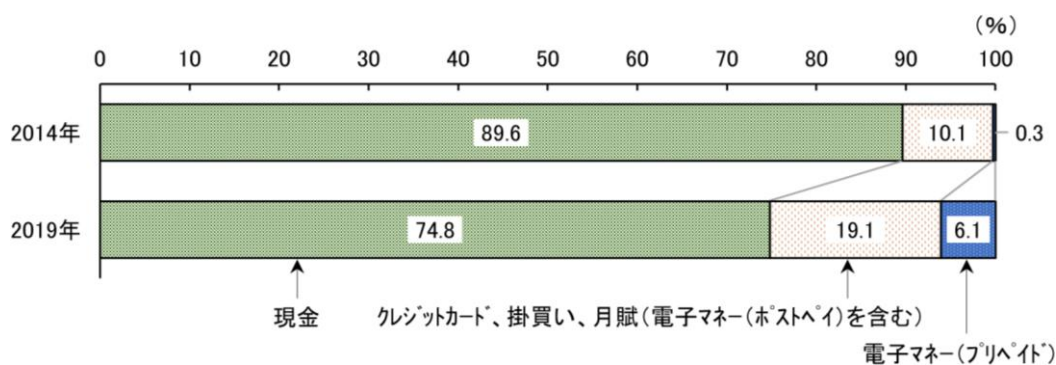
詳細は、「用語の解説」の「9 購入形態」を参照のこと。

表II-1 購入形態、費目別消費支出及び支出割合(総世帯)

項 目	2014年					2019年				
	計	現金	クレジットカード、 掛買い、 月賦、 電子マネー	クレジットカード、 掛買い、 月賦 (電子マネー (ポストペイ)を 含む)	電子マネー (プリペイド)	計	現金	クレジットカード、 掛買い、 月賦、 電子マネー	クレジットカード、 掛買い、 月賦 (電子マネー (ポストペイ)を 含む)	電子マネー (プリペイド)
集計世帯数(概数)【世帯】		760					580			
平均世帯人員【人】		2.77					2.57			
平均有業人員【人】		1.43					1.42			
世帯主の平均年齢【歳】		58.5					59.2			
消費支出【円】	286,320	256,621	29,699	28,779	920	262,704	196,623	66,080	50,119	15,961
食料	68,157	62,107	6,049	5,522	527	69,739	46,125	23,614	10,708	12,906
住居	15,326	14,993	333	333	-	18,056	16,555	1,502	1,499	3
光熱・水道	21,800	19,725	2,075	2,068	7	21,523	17,491	4,033	3,988	45
家具・家事用品	10,650	8,779	1,871	1,838	33	8,013	5,161	2,851	2,405	446
被服及び履物	10,176	7,421	2,756	2,677	79	9,659	5,455	4,204	3,639	565
保健医療	10,212	9,509	703	683	20	12,223	9,330	2,893	2,498	395
交通・通信	51,226	41,622	9,604	9,471	133	40,043	29,942	10,102	9,363	739
教育	7,731	7,715	16	16	-	5,546	5,299	247	245	2
教養娯楽	28,437	24,994	3,443	3,371	72	27,500	19,150	8,350	8,050	300
その他の消費支出	62,604	59,756	2,848	2,801	47	50,401	42,115	8,287	7,725	562
消費支出【%】	100.0	89.6	10.4	10.1	0.3	100.0	74.8	25.2	19.1	6.1
食料	100.0	91.1	8.9	8.1	0.8	100.0	66.1	33.9	15.4	18.5
住居	100.0	97.8	2.2	2.2	-	100.0	91.7	8.3	8.3	0.0
光熱・水道	100.0	90.5	9.5	9.5	0.0	100.0	81.3	18.7	18.5	0.2
家具・家事用品	100.0	82.4	17.6	17.3	0.3	100.0	64.4	35.6	30.0	5.6
被服及び履物	100.0	72.9	27.1	26.3	0.8	100.0	56.5	43.5	37.7	5.8
保健医療	100.0	93.1	6.9	6.7	0.2	100.0	76.3	23.7	20.4	3.2
交通・通信	100.0	81.3	18.7	18.5	0.3	100.0	74.8	25.2	23.4	1.8
教育	100.0	99.8	0.2	0.2	-	100.0	95.5	4.5	4.4	0.0
教養娯楽	100.0	87.9	12.1	11.9	0.3	100.0	69.6	30.4	29.3	1.1
その他の消費支出	100.0	95.5	4.5	4.5	0.1	100.0	83.6	16.4	15.3	1.1

※ 表中の「-」: 該当数字なし

図Ⅱ－１ 購入形態、費目別消費支出及び支出割合（総世帯）



(2) 世帯主の年齢階級別にみた購入形態別支出割合

すべての年齢階級において「電子マネー（プリペイド）」での支出割合が2014年に比べ上昇

総世帯の購入形態別の支出割合を世帯主の年齢階級別にみると、「電子マネー（プリペイド）」での支出割合は、2014年と比較して、すべての年齢階級で上昇している。

また、「クレジットカード、掛買い、月賦（電子マネー（ポストペイ）を含む）」での支出割合は、2014年と比較して、30歳未満を除くすべての年齢階級で上昇している。（図Ⅱ－2、Ⅱ－3）

表Ⅱ－2 世帯主の年齢階級、集計世帯数等（総世帯）－2019年

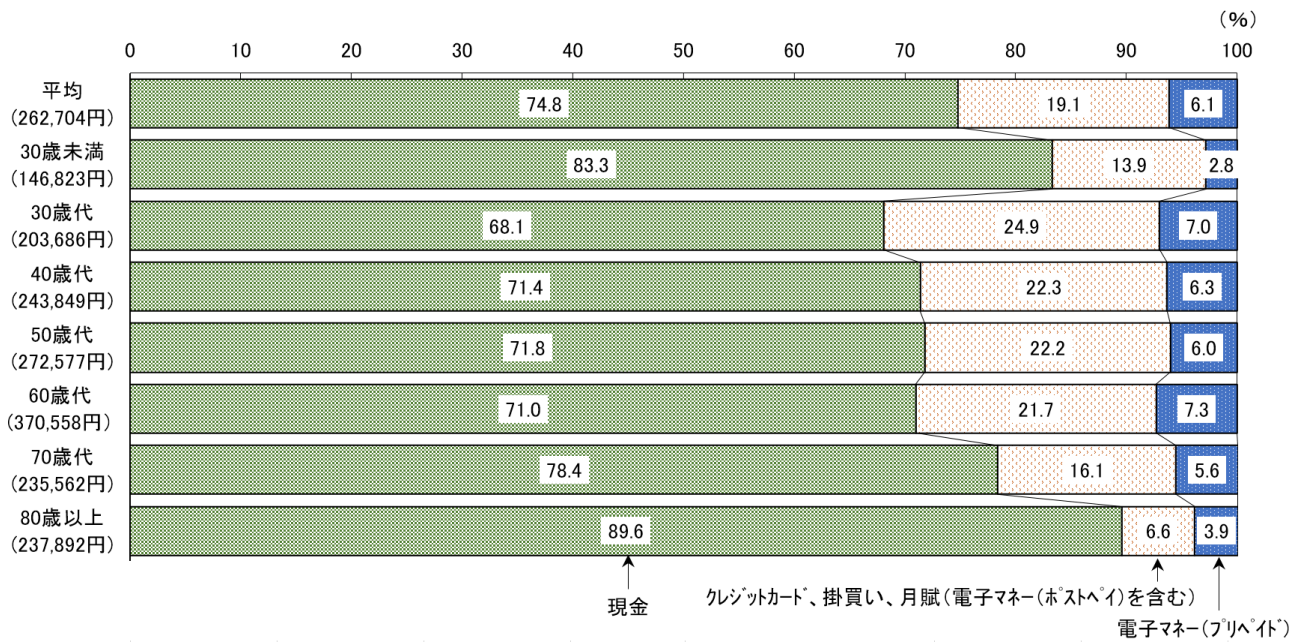
項目	集計世帯数 (概数) 【世帯数】	平均世帯人員 【人】	平均有業人員 【人】
平均	580	2.57	1.42
30歳未満	20	1.37	1.23
30歳代	40	2.84	1.60
40歳代	100	3.04	1.63
50歳代	100	2.73	1.91
60歳代	140	2.60	1.63
70歳代	140	2.49	0.99
80歳以上	50	2.30	0.86

表Ⅱ－3 世帯主の年齢階級、集計世帯数等（総世帯）－2014年

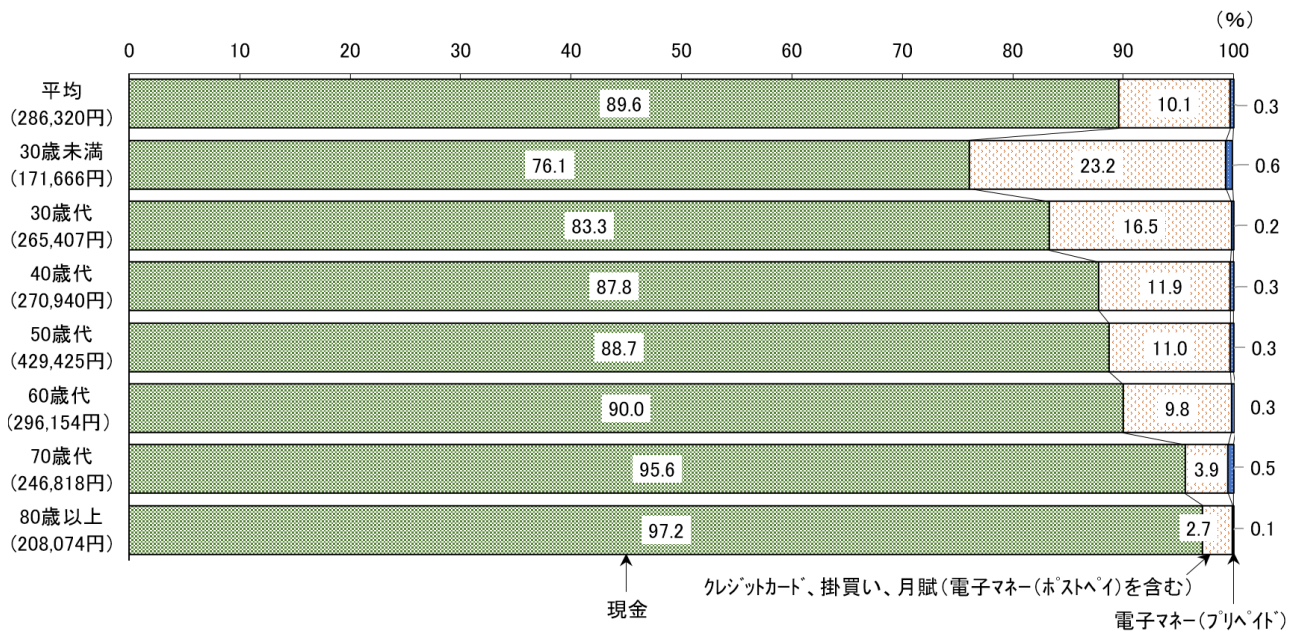
項目	集計世帯数 (概数) 【世帯数】	平均世帯人員 【人】	平均有業人員 【人】
平均	760	2.77	1.43
30歳未満	10	1.56	1.11
30歳代	70	2.97	1.58
40歳代	150	3.12	1.70
50歳代	130	2.95	1.97
60歳代	220	2.86	1.57
70歳代	130	2.59	0.95
80歳以上	40	2.38	0.70

注 「30歳未満」、「30歳代」及び「80歳以上」は集計世帯数が少ない。全国家計構造調査（旧 全国消費実態調査）は標本調査であり、結果には標本誤差が含まれる。一般には、標本規模が小さいほど標本誤差が大きくなるため、利用に当たっては留意が必要。

図Ⅱ－２ 世帯主の年齢階級別購入形態の支出割合（総世帯）－2019年



図Ⅱ－３ 世帯主の年齢階級別購入形態の支出割合（総世帯）－2014年



総世帯の「現金」を除く購入形態での支出割合が最も高い費目を世帯主の年齢階級別にみると、30歳未満が「被服及び履物」で44.0%、30歳代が「保健医療」で46.2%、40歳代が「家具・家事用品」で56.3%、50歳代が「被服及び履物」で57.9%、60歳代が「被服及び履物」で47.7%、70歳代が「家具・家事用品」で35.2%、80歳以上が「被服及び履物」で19.3%となっている。

なお、すべての年齢階級で「食料」が上位3位以内となっており、70歳代以外の年齢階級で「被服及び履物」が上位3位以内となっている。(表Ⅱ-4)

表Ⅱ-4 世帯主の年齢階級、費目別「現金」を除く支出割合(総世帯)

項 目	平均	30歳未満	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上
集計世帯数(概数)【世帯】	580	20	40	100	100	140	140	50
平均世帯人員【人】	2.57	1.37	2.84	3.04	2.73	2.6	2.49	2.3
平均有業人員【人】	1.42	1.23	1.6	1.63	1.91	1.63	0.99	0.86
消費支出【%】	25.2	16.7	31.9	28.6	28.2	29.0	21.6	10.4
食料	33.9	29.6	42.0	39.3	35.4	40.3	25.7	18.3
住居	8.3	4.7	0.0	1.7	0.3	14.4	12.3	0.0
光熱・水道	18.7	16.2	25.9	17.3	20.0	21.5	20.9	8.1
家具・家事用品	35.6	25.9	39.3	56.3	32.8	37.1	35.2	10.9
被服及び履物	43.5	44.0	41.0	47.8	57.9	47.7	25.2	19.3
保健医療	23.7	14.7	46.2	38.9	21.8	25.8	18.7	12.0
交通・通信	25.2	16.3	35.6	30.4	31.9	26.9	19.5	8.8
教育	4.5	0.0	16.8	4.6	3.2	3.5	0.0	-
教養娯楽	30.4	28.6	38.7	27.9	26.2	36.6	32.7	12.8
その他の消費支出	16.4	2.2	17.4	14.7	25.8	21.0	8.3	4.0

※ 表中の「-」: 該当数字なし

注 「30歳未満」、「30歳代」及び「80歳以上」は集計世帯数が少ない。全国家計構造調査は標本調査であり、結果には標本誤差が含まれる。一般には、標本規模が小さいほど標本誤差が大きくなるため、利用に当たっては留意が必要。

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2014年に比べ上昇（1.6%から1.9%に）

総世帯の消費支出を購入先別にみると、「その他」を除いて最も多い支出金額は「スーパー」の43,691円で、消費支出全体(172,606円)の25.3%を占めている。次いで「一般小売店」は29,658円で17.2%、「ディスカウントストア・量販専門店」は15,030円で8.7%となっている。

購入先別の支出割合を2014年と比較すると、「通信販売（インターネット）」は2014年が1.6%、2019年が1.9%、「コンビニエンスストア」は2014年が2.1%、2019年が2.4%と高くなっている。一方で、「一般小売店」は2014年が22.9%、2019年が17.2%、「スーパー」は2014年が27.0%、2019年が25.3%と低くなっている。（表Ⅱ-5、図Ⅱ-4）

表Ⅱ-5 購入先、費目別消費支出及び支出割合（総世帯）

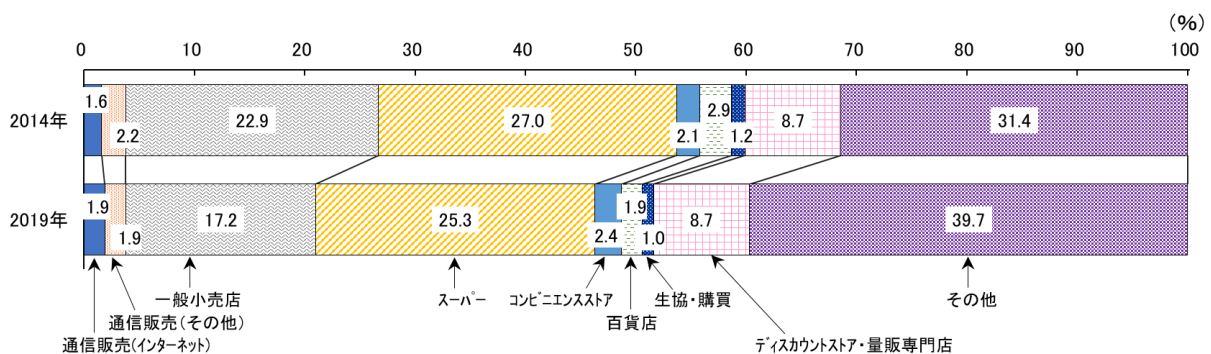
項目	計	購入先別									
		通信販売 (インターネット)	通信販売 (その他)	一般小売店	スーパー	コンビニエンス ストア	百貨店	生協・購買	ディスカウント ストア・ 量販専門店	その他※	
2014年 支出金額 【円】	消費支出	156,763	2,434	3,450	35,937	42,362	3,264	4,614	1,924	13,588	49,190
	食料(外食を除く)	54,326	112	1,663	6,469	35,878	2,297	1,678	1,508	2,331	2,390
	家具・家事用品	10,684	303	553	2,710	1,602	33	224	81	4,455	723
	被服及び履物	9,962	508	207	3,027	1,435	14	1,781	47	2,364	579
	教養娯楽	19,405	794	121	4,974	1,475	262	281	86	1,935	9,477
	諸雑費	14,547	162	169	2,327	1,067	584	619	128	1,040	8,451
2019年 支出金額 【円】	消費支出	172,606	3,201	3,296	29,658	43,691	4,121	3,345	1,769	15,030	68,495
	食料(外食を除く)	58,386	608	1,594	6,560	38,139	2,691	1,315	1,198	3,319	2,962
	家具・家事用品	9,249	298	297	2,620	1,206	12	153	112	4,071	480
	被服及び履物	10,177	231	183	3,145	1,143	16	1,397	257	3,138	667
	教養娯楽	18,685	695	221	2,739	1,193	212	214	46	1,529	11,836
	諸雑費	13,521	251	236	1,281	732	1,054	219	13	1,142	8,593
2014年 割合 【%】	消費支出	100.0	1.6	2.2	22.9	27.0	2.1	2.9	1.2	8.7	31.4
	食料(外食を除く)	100.0	0.2	3.1	11.9	66.0	4.2	3.1	2.8	4.3	4.4
	家具・家事用品	100.0	2.8	5.2	25.4	15.0	0.3	2.1	0.8	41.7	6.8
	被服及び履物	100.0	5.1	2.1	30.4	14.4	0.1	17.9	0.5	23.7	5.8
	教養娯楽	100.0	4.1	0.6	25.6	7.6	1.4	1.4	0.4	10.0	48.8
	諸雑費	100.0	1.1	1.2	16.0	7.3	4.0	4.3	0.9	7.1	58.1
2019年 割合 【%】	消費支出	100.0	1.9	1.9	17.2	25.3	2.4	1.9	1.0	8.7	39.7
	食料(外食を除く)	100.0	1.0	2.7	11.2	65.3	4.6	2.3	2.1	5.7	5.1
	家具・家事用品	100.0	3.2	3.2	28.3	13.0	0.1	1.7	1.2	44.0	5.2
	被服及び履物	100.0	2.3	1.8	30.9	11.2	0.2	13.7	2.5	30.8	6.6
	教養娯楽	100.0	3.7	1.2	14.7	6.4	1.1	1.1	0.2	8.2	63.3
	諸雑費	100.0	1.9	1.7	9.5	5.4	7.8	1.6	0.1	8.4	63.6

※ 「その他」… 飲食店、美容院、クリーニング店、光熱水道費や家賃・地代の支払いなど

注1 購入先に関する結果は11月の支出が集計されたものである。

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」から除かれている。

図Ⅱ-4 消費支出に占める購入先別支出割合（総世帯）



(2) 費目別にみた購入先別割合

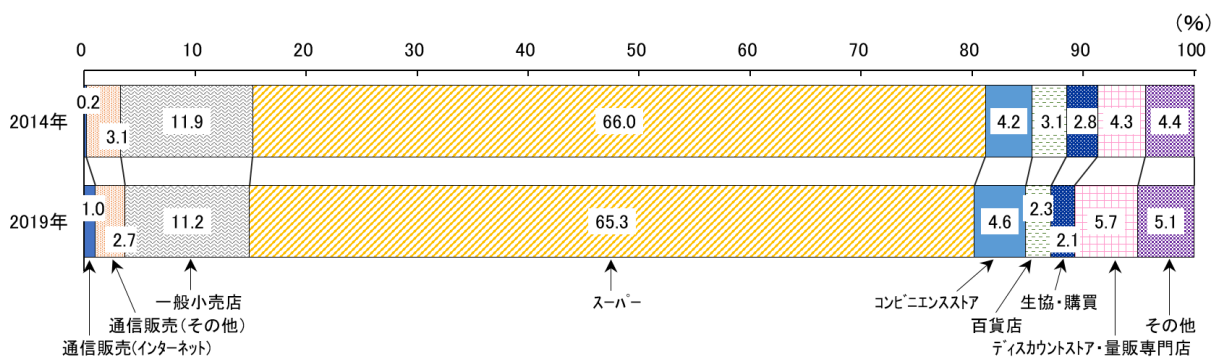
「食料（外食を除く）」の購入先は「スーパー」、「家具・家事用品」の購入先は「ディスカウントストア・量販専門店」、「被服及び履物」の購入先は「一般小売店」の割合が最も高い

総世帯の購入先別割合を費目別にみると、「食料（外食を除く）」は「スーパー」が65.3%と過半数を占めているが、2014年と比較すると、0.7%低下している。

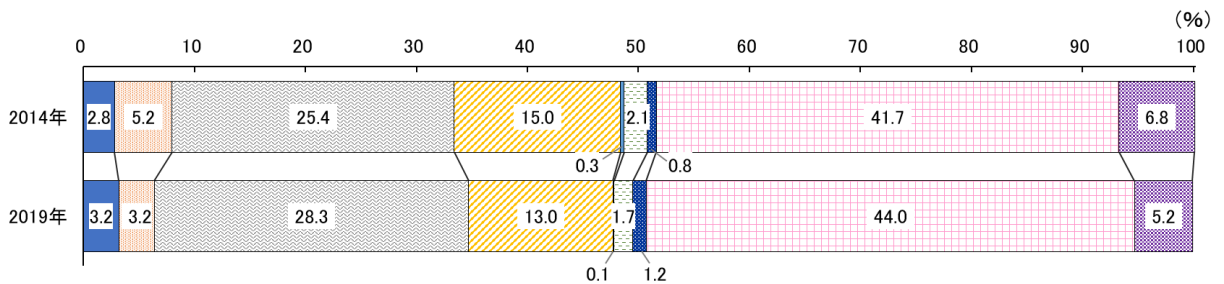
「家具・家事用品」は「ディスカウントストア・量販専門店」の割合が44.0%で最も高く、2014年と比較すると、2.3ポイント増加している。次いで「一般小売店」が28.3%で、2014年と比較すると、2.9ポイント増加している。

「被服及び履物」は「一般小売店」の割合が30.9%で最も高く、2014年と比較すると、0.5ポイント増加している。次いで「ディスカウントストア・量販専門店」が30.8%で、2014年と比較すると、7.1ポイント増加している。（図Ⅱ－5、図Ⅱ－6、図Ⅱ－7）

図Ⅱ－5 「食料（外食を除く）」の購入先別割合（総世帯）



図Ⅱ－6 「家具・家事用品」の購入先別割合（総世帯）



図Ⅱ－7 「被服及び履物」の購入先別割合（総世帯）

