

2019年全国家計構造調査

家計収支に関する結果

結果の概要

2021年(令和3年)2月26日



総務省統計局

目 次

結 果 の 概 要

I 世帯の支出等

1 概況.....	1
2 世帯主の年齢階級.....	5
3 年間収入五分位階級.....	7
4 世帯主の学歴.....	8
5 就業形態.....	9

II 世帯類型別にみた家計

1 夫婦のいる世帯.....	10
2 単身世帯.....	13
3 母子世帯.....	15

III 購入行動の形態別にみた支出

1 購入形態.....	16
2 購入先.....	19
3 購入地域.....	25

(参考) 調査時期に起因する留意事項.....	26
-------------------------	----

<付 録>

全国家計構造調査の概要.....	27
用語の解説.....	29

図 表 目 次

([] 内は e - S t a t に掲載する結果表の表番号)

< I 世帯の支出等 >

図 I - 1	費目別消費支出の割合 (総世帯)	1
	[(全国) 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出 (細分類) : 第 1 - 1 表]	
表 I - 1	費目別消費支出 (総世帯)	1
	[(全国) 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出 (細分類) : 第 1 - 1 表]	
図 I - 2	勤労者世帯の実収入及び消費支出 (総世帯)	2
	[(全国) 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出 (細分類) : 第 1 - 1 表]	
図 I - 3	無職世帯の実収入及び消費支出 (総世帯)	2
	[(全国) 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出 (細分類) : 第 1 - 1 表]	
図 I - 4	費目別消費支出の割合 (二人以上の世帯)	3
	[(全国) 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出 (細分類) : 第 1 - 1 表]	
表 I - 2	費目別消費支出 (二人以上の世帯)	3
	[(全国) 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出 (細分類) : 第 1 - 1 表]	
図 I - 5	勤労者世帯の実収入及び消費支出 (二人以上の世帯)	4
	[(全国) 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出 (細分類) : 第 1 - 1 表]	
図 I - 6	無職世帯の実収入及び消費支出 (二人以上の世帯)	4
	[(全国) 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出 (細分類) : 第 1 - 1 表]	
図 I - 7	世帯主の年齢階級別消費支出 (総世帯)	5
	[(全国) 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出 (細分類) : 第 1 - 4 表]	
図 I - 8	世帯主の年齢階級別消費支出の費目構成 (総世帯)	6
	[(全国) 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出 (細分類) : 第 1 - 4 表]	
図 I - 9	年間収入五分位階級別消費支出 (二人以上の世帯のうち勤労者世帯)	7
	[(全国) 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出 (細分類) : 第 1 - 21 表]	
図 I - 10	年間収入五分位階級別消費支出の費目構成 (二人以上の世帯のうち勤労者世帯)	7
	[(全国) 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出 (細分類) : 第 1 - 21 表]	
図 I - 11	世帯主の学歴別消費支出 (二人以上の世帯のうち勤労者世帯)	8
	[(全国) 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出 (細分類) : 第 1 - 8 表]	
図 I - 12	世帯主の学歴, 消費支出の費目別支出金額 (二人以上の世帯のうち勤労者世帯)	8
	[(全国) 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出 (細分類) : 第 1 - 8 表]	

図Ⅰ－13	世帯主の就業形態別消費支出の費目構成（二人以上の世帯のうち勤労者世帯）	9
	〔(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出（細分類）：第1－5表〕	

<Ⅱ 世帯類型別にみた家計>

図Ⅱ－1	夫婦のいる世帯の世帯類型別消費支出の費目構成	11
	〔(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出（細分類）：第1－10表, (全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出（中分類）：第1－31表〕	
図Ⅱ－2	夫婦のみの世帯（世帯主が65歳以上、有業者のいない世帯）の消費支出の費目別支出金額	12
	〔(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出（中分類）：第1－31表〕	
図Ⅱ－3	男女、年齢階級別消費支出の費目構成（単身世帯）	13
	〔(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出（細分類）：第1－4表〕	
図Ⅱ－4	高齢無職単身世帯の男女別実収入及び消費支出	14
	〔(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出（細分類）：第1－4表〕	
図Ⅱ－5	母子世帯及び夫婦と未婚の子供（長子が高校生まで）がいる世帯の実収入及び消費支出（勤労者世帯）	15
	〔(全国) 1世帯当たり1か月間の収入と支出（細分類）：第1－10表, 第1－12表〕	

<Ⅲ 購入行動の形態別にみた支出>

表Ⅲ－1	購入形態、費目別消費支出及び支出割合（総世帯）	16
	〔(全国) 1世帯当たり1か月間の支出（細分類）：第1－104表〕	
図Ⅲ－1	世帯主の年齢階級別購入形態の支出割合（総世帯）	17
	〔(全国) 1世帯当たり1か月間の支出（細分類）：第1－104表〕	
表Ⅲ－2	世帯主の年齢階級、費目別「現金」を除く支出割合（総世帯）	17
	〔(全国) 1世帯当たり1か月間の支出（細分類）：第1－104表〕	
表Ⅲ－3	都道府県別消費支出に占める「現金」以外の支出の割合（総世帯）	18
図Ⅲ－2	〔(都道府県, 県内経済圏, 15万以上市別) 1世帯当たり1か月間の支出（中分類）：第25表〕	
表Ⅲ－4	購入先、費目別消費支出及び支出割合（総世帯）	19
	〔(全国) 1世帯当たり1か月間の支出（細分類）：第1－95表〕	
表Ⅲ－5	購入先、世帯主の年齢階級別消費支出及び支出割合（総世帯）	20
	〔(全国) 1世帯当たり1か月間の支出（細分類）：第1－95表〕	
図Ⅲ－3	世帯主の年齢階級別「食料（外食を除く）」の購入先別割合（総世帯）	21
	〔(全国) 1世帯当たり1か月間の支出（細分類）：第1－95表〕	
図Ⅲ－4	世帯主の年齢階級別「家具・家事用品」の購入先別割合（総世帯）	22
	〔(全国) 1世帯当たり1か月間の支出（細分類）：第1－95表〕	

図Ⅲ－５	世帯主の年齢階級別「被服及び履物」の購入先別割合（総世帯）	23
	〔(全国) 1世帯当たり1か月間の支出（細分類）：第1－95表〕	
表Ⅲ－６	都道府県別消費支出の「通信販売（インターネット）」での購入割合（総世帯）	24
図Ⅲ－６	〔(都道府県, 県内経済圏, 15万以上市別) 1世帯当たり1か月間の支出（中分類）：第21表〕	
表Ⅲ－７	都道府県別消費支出の「他の都道府県」での購入割合（総世帯）	25
図Ⅲ－７	〔(都道府県, 県内経済圏, 15万以上市別) 1世帯当たり1か月間の支出（中分類）：第21表〕	

注1 この「結果の概要」において2014年調査結果との比較を行う際には、「2019年調査の集計方法による遡及集計」を用いるなど2019年調査結果と比較可能な数値を用いているが、この数値を用いてもなお以下のような点に留意が必要である。

- ・2019年10月及び11月の収支を集計したものであり、季節性に留意する必要がある。
- ・消費税率に関しては、2014年4月1日に5%から8%への改定、2019年10月1日に8%から10%への改定が行われている。消費税率の改定前にはいわゆる駆け込み需要による消費支出の増加、改定後にはその反動による消費支出の減少がみられる。

詳細は、「(参考) 調査時期に起因する留意事項」(26ページ)を参照のこと。

注2 本資料上の図表について、金額及び構成比は表示単位に四捨五入してあるので、内訳の計は必ずしも合計に一致しない。

結果の概要

I 世帯の支出等

1 概況

(1) 総世帯

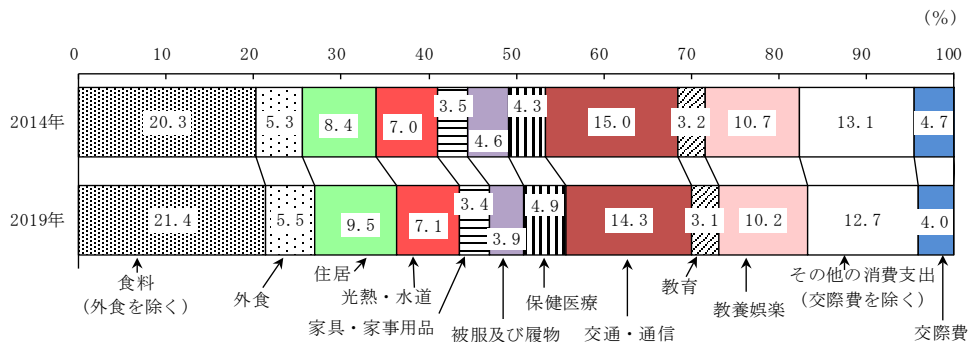
2014年と比較して、支出割合が上昇したのは「食料」、「住居」、「保健医療」など

総世帯の1世帯当たり2019年10・11月の1か月平均消費支出(以下「消費支出」という。)は237,091円であった。2014年と比較すると、名目5.1%の減少、実質8.0%の減少となっている。

消費支出に占める費目別割合をみると、「食料(外食を除く)」(21.4%)、「交通・通信」(14.3%)、「その他の消費支出(交際費を除く)」(12.7%)が高くなっている。

また、費目別割合を2014年と比較すると、「食料(外食を除く)」、「住居」、「保健医療」などが上昇しており、一方で、「被服及び履物」、「交通・通信」、「交際費」などが低下している(図I-1, 表I-1)。

図I-1 費目別消費支出の割合(総世帯)



表I-1 費目別消費支出(総世帯)

項目	2014年		2019年		名目増減率 上昇・低下幅		実質増減率 実数(%)	消費者 物価指数 変化率(%)
	実数	構成比(%)	実数	構成比(%)	実数(%)	構成比(%)		
世帯主の平均年齢(歳)	55.7	-	56.6	-	(0.9)	-	-	-
平均世帯人員(人)	2.39	-	2.28	-	(-0.11)	-	-	-
消費支出(円)	249,738	100.0	237,091	100.0	-5.1	-	-8.0	3.1
食料(外食を除く)	50,655	20.3	50,763	21.4	0.2	1.1	-7.9	8.8
外食	13,160	5.3	12,993	5.5	-1.3	0.2	-7.4	6.6
住居	20,871	8.4	22,523	9.5	7.9	1.1	4.3	3.5
光熱・水道	17,524	7.0	16,837	7.1	-3.9	0.1	-0.8	-3.1
家具・家事用品	8,709	3.5	8,073	3.4	-7.3	-0.1	-10.8	3.9
被服及び履物	11,451	4.6	9,279	3.9	-19.0	-0.7	-22.0	3.9
保健医療	10,837	4.3	11,648	4.9	7.5	0.6	2.2	5.2
交通・通信	37,452	15.0	33,954	14.3	-9.3	-0.7	-6.4	-3.1
教育	7,972	3.2	7,279	3.1	-8.7	-0.1	-4.8	-4.1
教養娯楽	26,647	10.7	24,282	10.2	-8.9	-0.5	-14.3	6.3
その他の消費支出 (交際費を除く)	32,734	13.1	30,045	12.7	-8.2	-0.4	-11.0	3.1
交際費	11,727	4.7	9,415	4.0	-19.7	-0.7	-22.1	3.1

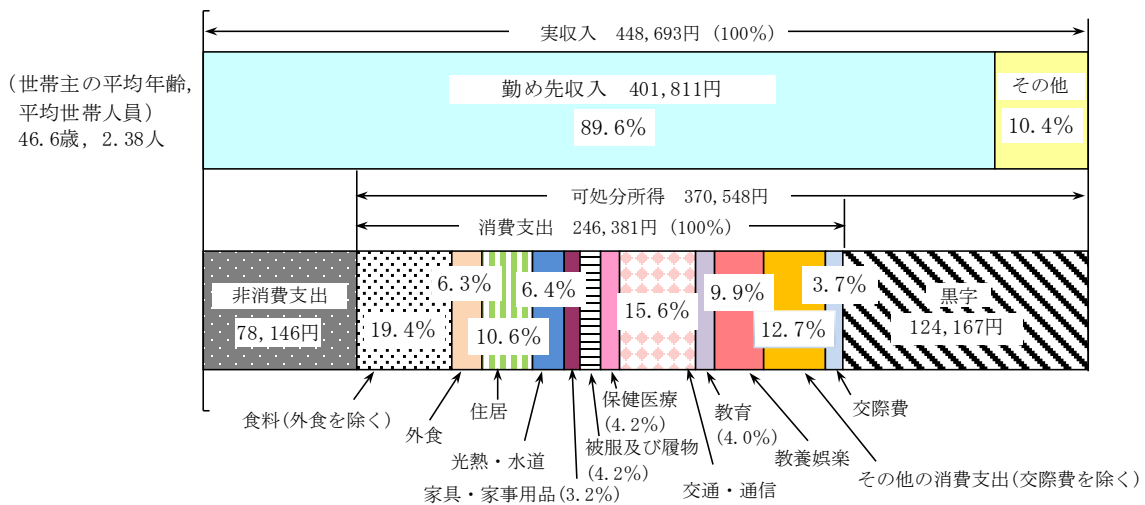
注1 世帯主の平均年齢及び平均世帯人員の名目増減率に記載の()内は、2014年との差

注2 各費目の増減率の実質化に用いた消費者物価指数は、「用語の解説」の「16名目増減率、実質増減率」を参照のこと。

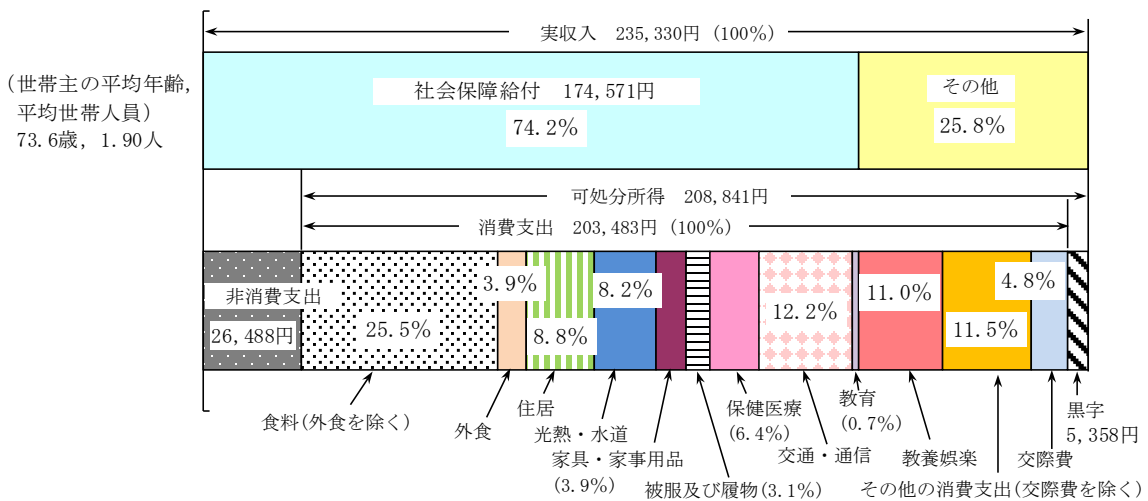
総世帯のうち勤労者世帯の1世帯当たり1か月平均実収入は448,693円、可処分所得は370,548円、消費支出は246,381円となっており、可処分所得に占める消費支出の割合は、66.5%となっている。また、総世帯のうち無職世帯の1世帯当たり1か月平均実収入は235,330円、可処分所得は208,841円、消費支出は203,483円となっており、可処分所得に占める消費支出の割合は、97.4%となっている。

勤労者世帯と無職世帯の実収入を比較すると、無職世帯の実収入(235,330円)は勤労者世帯の実収入(448,693円)の約半分、無職世帯の消費支出(203,483円)は、勤労者世帯の消費支出(246,381円)の約8割となっている(図I-2、図I-3)。

図I-2 勤労者世帯の実収入及び消費支出(総世帯)



図I-3 無職世帯の実収入及び消費支出(総世帯)



(2) 二人以上の世帯

総世帯と同様、2014年と比較して、支出割合が上昇したのは「食料」、「住居」、「保健医療」など

二人以上の世帯の消費支出は1世帯当たり279,066円であった。2014年と比較すると、名目2.7%の減少、実質5.6%の減少となっている。

消費支出に占める費目別割合をみると、総世帯と同様、「食料（外食を除く）」（22.6%）、「交通・通信」（14.5%）、「その他の消費支出（交際費を除く）」（13.5%）が高くなっている。

また、費目別割合を2014年と比較すると、「食料（外食を除く）」、「住居」、「保健医療」などが上昇しており、一方で、「被服及び履物」、「交通・通信」、「交際費」などが低下しているのも総世帯と同様の傾向である（図I-4、表I-2）。

図 I - 4 費目別消費支出の割合（二人以上の世帯）

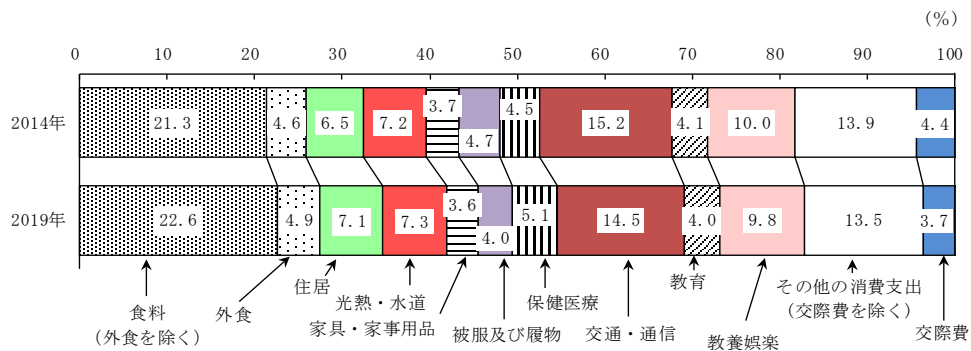


表 I - 2 費目別消費支出（二人以上の世帯）

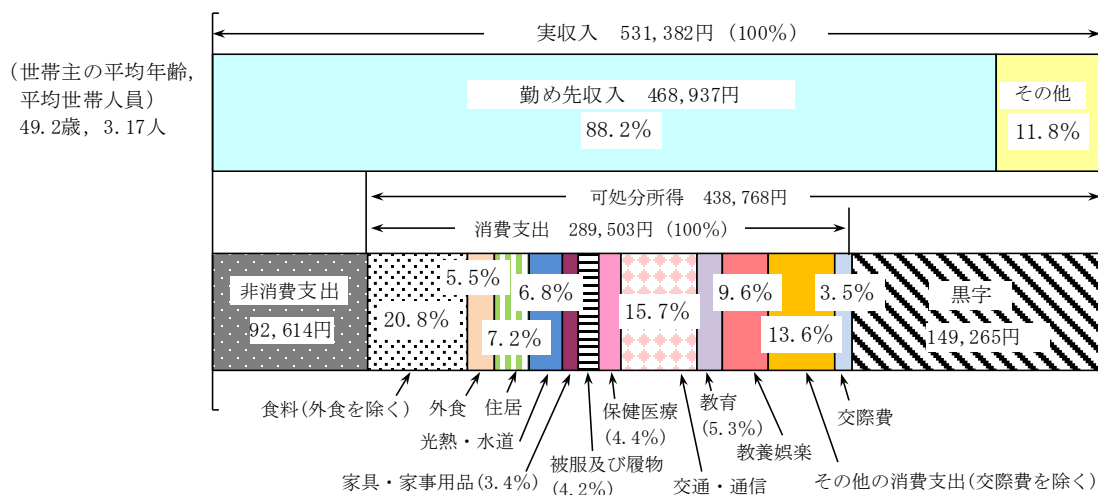
項目	2014年		2019年		名目増減率 上昇・低下幅		実質増減率 実数(%)	消費者 物価指数 変化率(%)
	実数	構成比(%)	実数	構成比(%)	実数(%)	構成比(%)		
世帯主の平均年齢(歳)	56.7	-	58.1	-	(1.4)	-	-	-
平均世帯人員(人)	3.04	-	2.98	-	(-0.06)	-	-	-
消費支出(円)	286,684	100.0	279,066	100.0	-2.7	-	-5.6	3.1
食料(外食を除く)	61,006	21.3	62,932	22.6	3.2	1.3	-5.1	8.8
外食	13,311	4.6	13,714	4.9	3.0	0.3	-3.4	6.6
住居	18,576	6.5	19,702	7.1	6.1	0.6	2.5	3.5
光熱・水道	20,735	7.2	20,378	7.3	-1.7	0.1	1.4	-3.1
家具・家事用品	10,481	3.7	9,915	3.6	-5.4	-0.1	-9.0	3.9
被服及び履物	13,478	4.7	11,119	4.0	-17.5	-0.7	-20.6	3.9
保健医療	12,926	4.5	14,188	5.1	9.8	0.6	4.4	5.2
交通・通信	43,473	15.2	40,558	14.5	-6.7	-0.7	-3.7	-3.1
教育	11,660	4.1	11,232	4.0	-3.7	-0.1	0.4	-4.1
教養娯楽	28,701	10.0	27,284	9.8	-4.9	-0.2	-10.5	6.3
その他の消費支出 (交際費を除く)	39,836	13.9	37,806	13.5	-5.1	-0.4	-8.0	3.1
交際費	12,501	4.4	10,239	3.7	-18.1	-0.7	-20.6	3.1

注1 世帯主の平均年齢及び平均世帯人員の名目増減率に記載の()内は、2014年との差
 注2 各費目の増減率の実質化に用いた消費者物価指数は、「用語の解説」の「16名目増減率、実質増減率」を参照のこと。

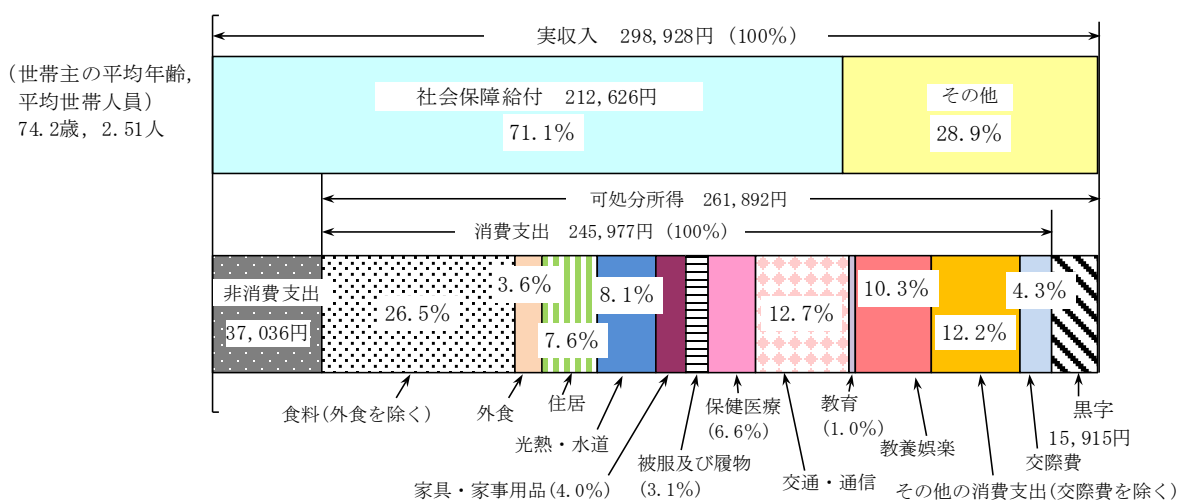
二人以上の世帯のうち勤労者世帯の1世帯当たり1か月平均実収入は531,382円、可処分所得は438,768円、消費支出は289,503円となっており、可処分所得に占める消費支出の割合は、66.0%となっている。また、二人以上の世帯のうち無職世帯の1世帯当たり1か月平均実収入は298,928円、可処分所得は261,892円、消費支出は245,977円となっており、可処分所得に占める消費支出の割合は、93.9%となっている。

勤労者世帯と無職世帯の実収入を比較すると、無職世帯の実収入(298,928円)は勤労者世帯の実収入(531,382円)の約5割5分、無職世帯の消費支出(245,977円)は、勤労者世帯の消費支出(289,503円)の約8割5分となっており、総世帯と同様の傾向となっている(図I-5、図I-6)。

図I-5 勤労者世帯の実収入及び消費支出(二人以上の世帯)



図I-6 無職世帯の実収入及び消費支出(二人以上の世帯)



また、総世帯と二人以上の世帯の2019年の費目別割合を比較すると、「外食」、「住居」などは総世帯の方が高くなっている(図I-1、図I-4)。

2 世帯主の年齢階級

他の年齢階級と比較して、30歳未満の世帯は「住居」の割合が24.1%と最も高い

総世帯の消費支出を世帯主の年齢階級別にみると、30歳未満が168,552円、30歳代が222,432円、40歳代が254,475円と年齢階級が高くなるに従って多くなり、50歳代の283,725円をピークに、60歳代が258,284円、70歳代が225,799円、80歳以上が190,818円と少なくなっている。

消費支出に占める費目別割合を年齢階級別にみると、30歳未満及び30歳代は、他の年齢階級と比較して、「住居」が高くなっている。特に30歳未満は、他の年齢階級と比べて家賃の占める割合が高く、「住居」の割合が24.1%と高くなっている。

40歳代は、他の年齢階級と比較すると、「交通・通信」の割合が15.6%と高くなっている。50歳代は、他の年齢階級と比較すると、「教育」の割合が6.8%、「その他の消費支出（交際費を除く）」の割合が15.7%と高くなっている。

60歳代、70歳代及び80歳以上は、他の年齢階級と比較すると、「保健医療」の割合がそれぞれ5.5%、6.3%、7.4%と高くなっている。このほか、80歳以上は、他の年齢階級と比較すると、「交通・通信」の割合が10.4%と低くなっている。また、70歳代は、他の年齢階級と比較すると「教養娯楽」の割合が11.3%と高い。80歳以上の「教養娯楽」の割合は70歳代よりも低く9.7%となっている（図I-7、図I-8）。

図I-7 世帯主の年齢階級別消費支出（総世帯）

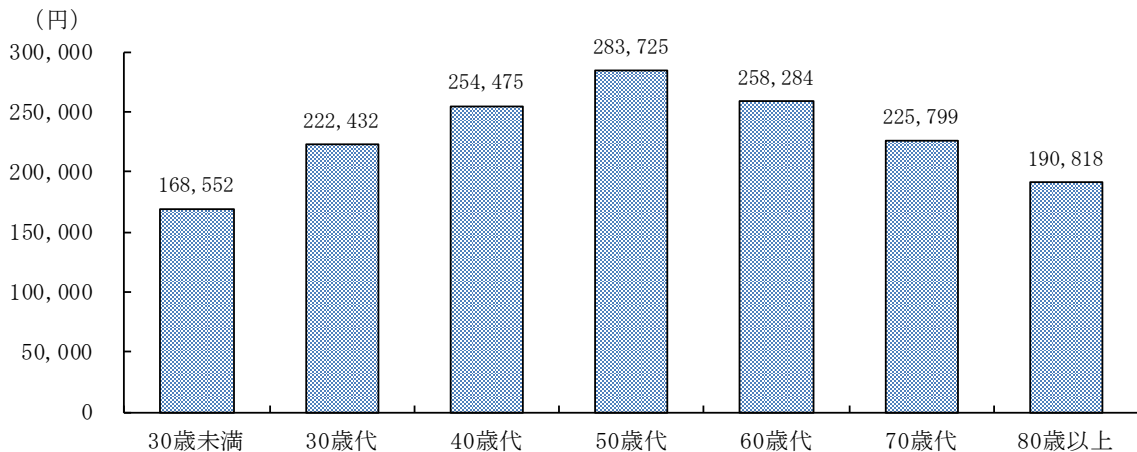
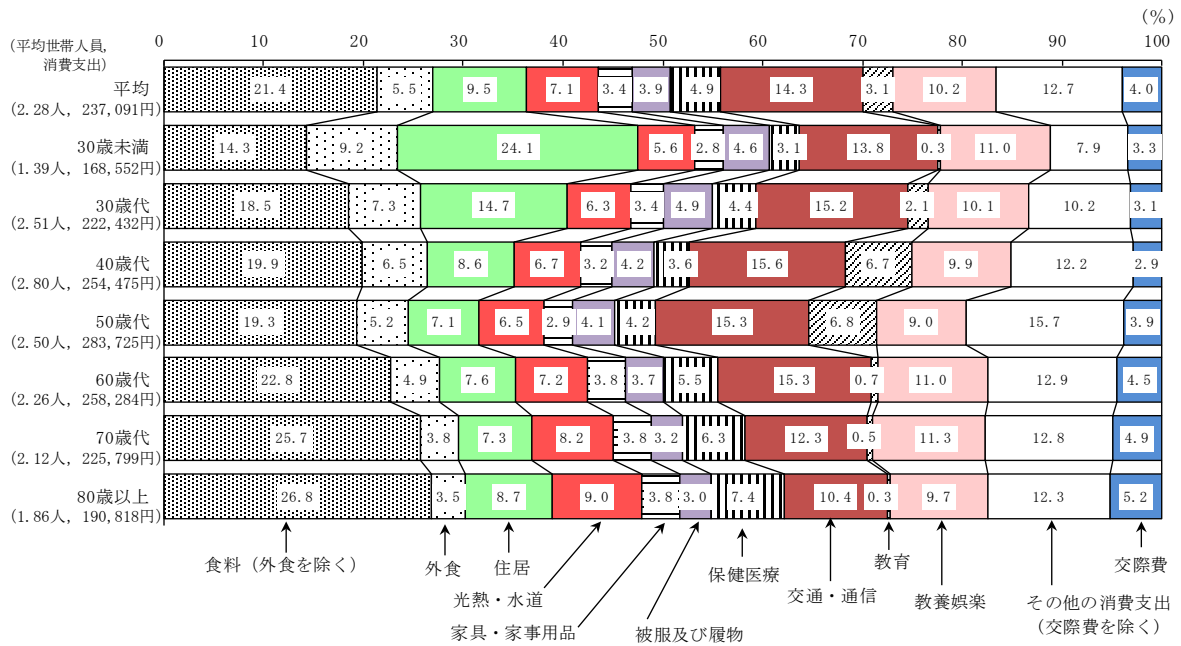


図 I - 8 世帯主の年齢階級別消費支出の費目構成（総世帯）



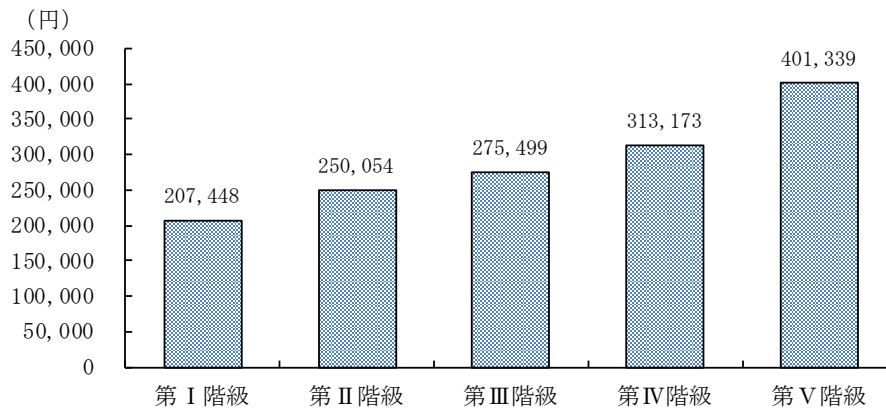
3 年間収入五分位階級

勤労者世帯の第V階級の消費支出は第I階級の約1.9倍

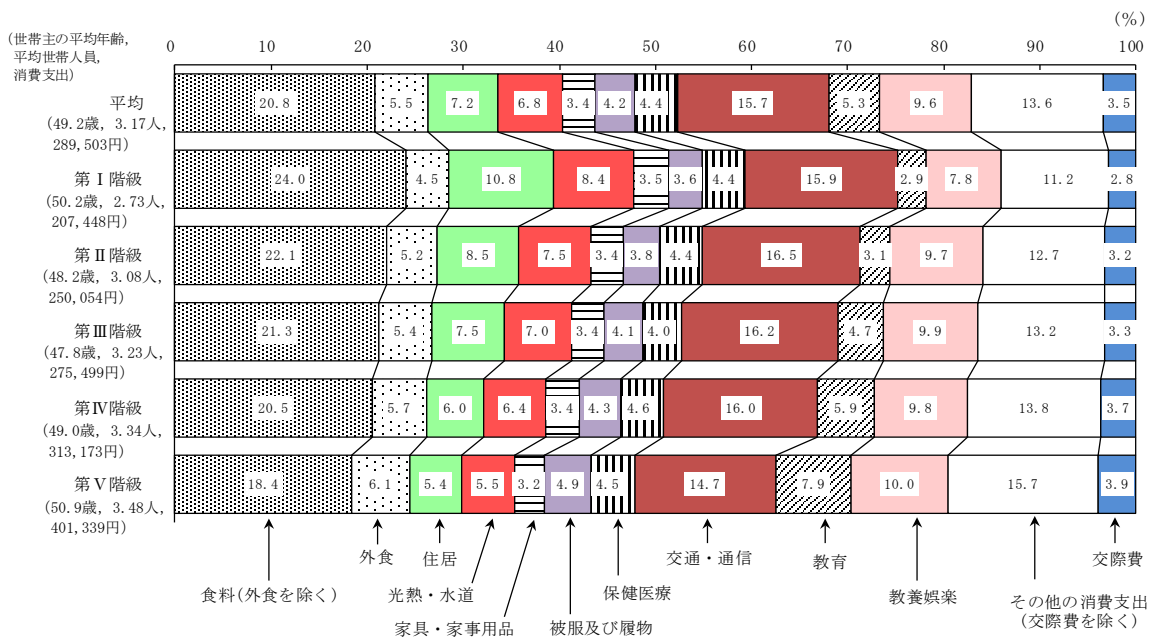
二人以上の世帯のうち勤労者世帯の消費支出を年間収入五分位階級別にみると、第I階級が207,448円、第II階級が250,054円、第III階級が275,499円、第IV階級が313,173円、第V階級が401,339円となっており、第V階級の消費支出は第I階級の約1.9倍となっている。

消費支出に占める費目別割合をみると、「外食」、「被服及び履物」、「教育」、「その他の消費支出（交際費を除く）」、「交際費」は収入が高くなるに従って高くなっている。一方、「食料（外食を除く）」、「住居」、「光熱・水道」は収入が高くなるに従って低くなっている（図I-9、図I-10）。

図I-9 年間収入五分位階級別消費支出（二人以上の世帯のうち勤労者世帯）



図I-10 年間収入五分位階級別消費支出の費目構成（二人以上の世帯のうち勤労者世帯）



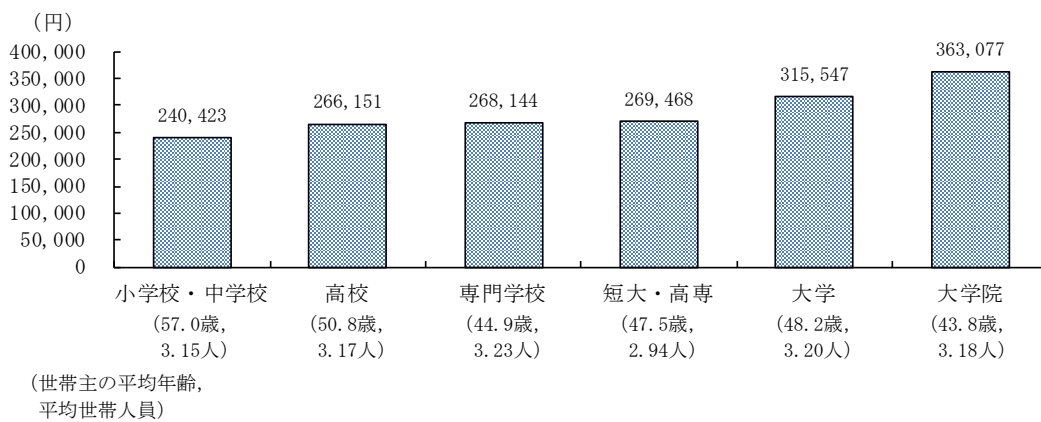
4 世帯主の学歴

世帯主が大学卒業の世帯の「教育」への支出は、高校卒業の世帯の約2.1倍

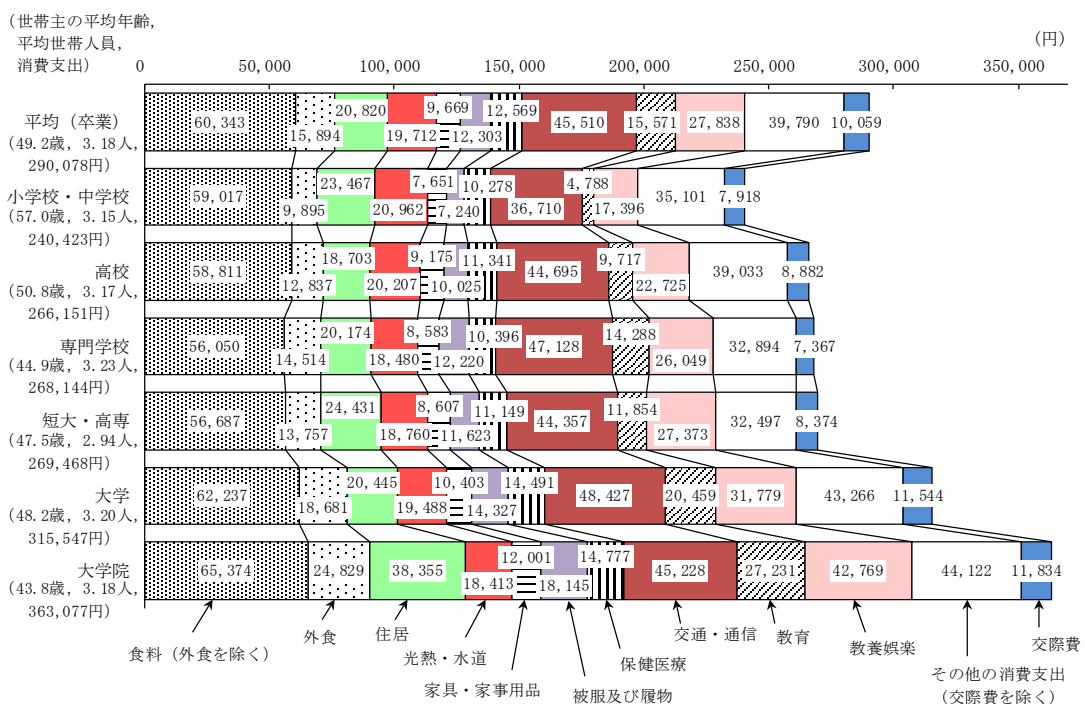
二人以上の世帯のうち勤労者世帯の消費支出を世帯主の学歴別にみると、高校卒業が266,151円、大学卒業が315,547円、大学院修了が363,077円などとなっており、世帯主が大学卒業の世帯が高校卒業の世帯の約1.2倍となっている（図I-11）。

消費支出の内訳を世帯主の学歴別にみると、「教育」への支出は、高校卒業が9,717円、大学卒業が20,459円、大学院修了が27,231円などとなっており、世帯主が大学卒業の世帯が高校卒業の世帯の約2.1倍となっている（図I-12）。

図I-11 世帯主の学歴別消費支出（二人以上の世帯のうち勤労者世帯）



図I-12 世帯主の学歴、消費支出の費目別支出金額（二人以上の世帯のうち勤労者世帯）



5 就業形態

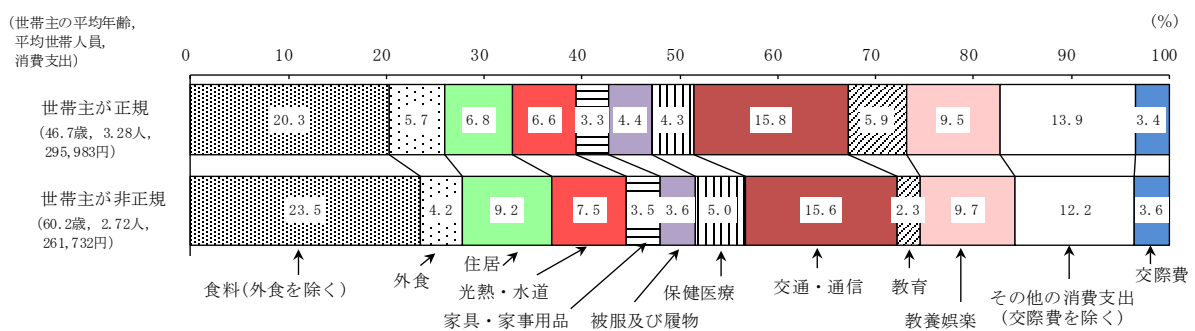
世帯主が正規の職員・従業員の世帯の消費支出は、非正規の世帯の約1.1倍

二人以上の世帯のうち勤労者世帯の消費支出は、世帯主が正規の職員・従業員の世帯が295,983円、非正規[※]の職員・従業員の世帯が261,732円で、世帯主が正規の世帯が非正規の世帯の約1.1倍となっている。

消費支出に占める費目別割合を世帯主が正規の世帯と世帯主が非正規の世帯で比較すると、「外食」、「教育」、「その他の消費支出（交際費を除く）」などは世帯主が正規の世帯の方が高くなっている。一方、「食料（外食を除く）」、「住居」、「光熱・水道」などは世帯主が非正規の世帯の方が高くなっている（図I-13）。

※ 非正規：パート・アルバイト、労働者派遣事業所の派遣社員、その他（契約社員、嘱託など）

図I-13 世帯主の就業形態別消費支出の費目構成（二人以上の世帯のうち勤労者世帯）



II 世帯類型別にみた家計

1 夫婦のいる世帯

二人以上の世帯のうち夫婦のいる世帯を、「夫婦のみの世帯（夫が30歳代，勤労者世帯）」、「夫婦と子供が2人の世帯（長子が未就学児，勤労者世帯）」、「夫婦と子供が2人の世帯（長子が小・中学生，勤労者世帯）」、「夫婦と子供が2人の世帯（長子が大学生等※，勤労者世帯）」、「夫婦のみの世帯（世帯主が65歳～74歳，有業者のいる世帯）」、「夫婦のみの世帯（世帯主が65歳以上，有業者のいない世帯）」に分けて家計収支の変化をみると，以下のとおりである（図II-1）。

※ 専門学校生，短大・高専生，大学院生を含む。

注 ここでいう子供は，未婚の子供を指す。

(1) 夫婦のみの世帯（夫が30歳代，勤労者世帯）

「住居」への支出割合が高い

この世帯類型は，有業人員が1.81人で共働き世帯が半数以上を占めている。

消費支出に占める費目別割合をみると，「住居」が14.5%と，他の世帯類型と比較して高くなっている。

(2) 夫婦と子供が2人の世帯（長子が未就学児，勤労者世帯）

「被服及び履物」への支出割合が高い

この世帯類型は，有業人員が1.53人と，(1)の世帯類型と比較して少なくなっていることから，世帯主の配偶者が育児などのために仕事をしていない場合が多くなっているとみられる。

消費支出に占める費目別割合をみると，「被服及び履物」が5.5%と，他の世帯類型と比較して高くなっている。また，子供の出生に伴い，「教育」が4.5%を占めている。

(3) 夫婦と子供が2人の世帯（長子が小・中学生，勤労者世帯）

「食料（外食を除く）」への支出割合が高い

この世帯類型は，有業人員が1.71人と，(2)の世帯類型と比較して多くなっていることから，世帯主の配偶者が再び仕事をすることが多くなっているとみられる。

消費支出に占める費目別割合をみると，「食料（外食を除く）」が21.7%と高くなっていることから，子供の食事代などへの支出が多くなっているとみられる。

(4) 夫婦と子供が2人の世帯（長子が大学生等，勤労者世帯）

「教育」への支出割合が高い

この世帯類型は，有業人員が2.03人と最も多くなっている。
消費支出に占める費目別割合をみると，「教育」が26.4%と高くなっており，「教育」以外の費目は他の世帯類型と比較すると低い傾向になっている。

(5) 夫婦のみの世帯（世帯主が65歳～74歳，有業者のいる世帯）

「教養娯楽」への支出割合が高い

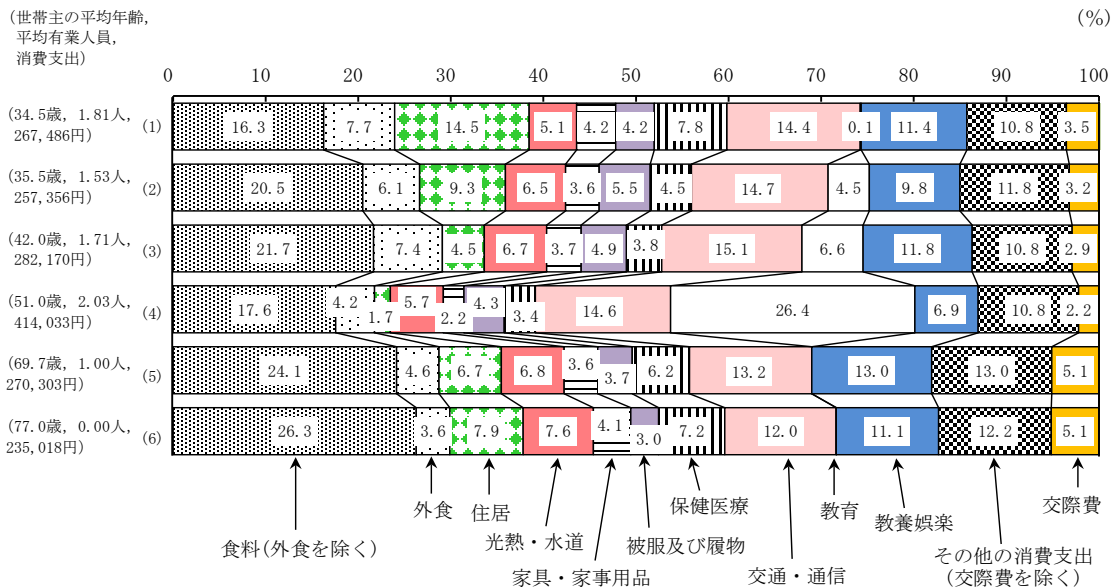
この世帯類型は，消費支出に占める費目別割合をみると，「教養娯楽」が13.0%と，他の世帯類型と比較すると高くなっている。

(6) 夫婦のみの世帯（世帯主が65歳以上，有業者のいない世帯）

「交通・通信」では「75歳以上」の支出額は「65～69歳」の約6割と低くなっている

この世帯類型は，消費支出に占める費目別割合をみると，「食料（外食を除く）」が26.3%と4分の1以上を占めている。また，「光熱・水道」が7.6%と，他の世帯類型と比較すると高くなっている。

図Ⅱ－1 夫婦のいる世帯の世帯類型別消費支出の費目構成



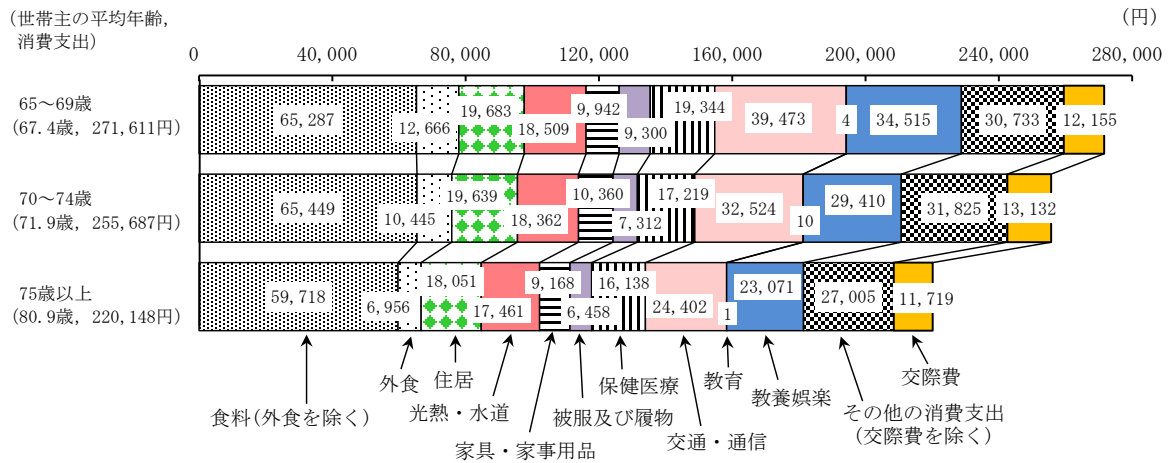
- (1) 夫婦のみの世帯（夫が30歳代，勤労者世帯）
- (2) 夫婦と子供が2人の世帯（長子が未就学児，勤労者世帯）
- (3) 夫婦と子供が2人の世帯（長子が小・中学生，勤労者世帯）
- (4) 夫婦と子供が2人の世帯（長子が大学生等，勤労者世帯）
- (5) 夫婦のみの世帯（世帯主が65歳～74歳，有業者のいる世帯）
- (6) 夫婦のみの世帯（世帯主が65歳以上，有業者のいない世帯）

注1 「教育」が0.0%の箇所は，数値を省略している。
注2 (5)，(6)の「夫婦のみの世帯」は，「高齢者のいる世帯」（65歳以上の無職の世帯員がいる世帯）のうち，「高齢者夫婦のみの世帯」（夫65歳以上，妻60歳以上の世帯）を指す。

(6)の世帯類型である、世帯主が65歳以上で有業者がいない夫婦のみの世帯について、更に世帯主が「65～69歳」、「70～74歳」、「75歳以上」の年齢階級に分けて比較すると、消費支出は「65～69歳」で271,611円、「70～74歳」で255,687円、「75歳以上」で220,148円となっており、「75歳以上」の消費支出額は「65～69歳」の約8割となっている。

消費支出に占める費目別支出金額をみると、「食料（外食を除く）」では「75歳以上」の支出額（59,718円）は、「65～69歳」の支出額（65,287円）の約9割だが、「交通・通信」では「75歳以上」の支出額（24,402円）は、「65～69歳」の支出額（39,473円）の約6割と低くなっている（図Ⅱ－2）。

図Ⅱ－2 夫婦のみの世帯（世帯主が65歳以上、有業者のいない世帯）の消費支出の費目別支出金額



2 単身世帯

(1) 男女、年齢階級別

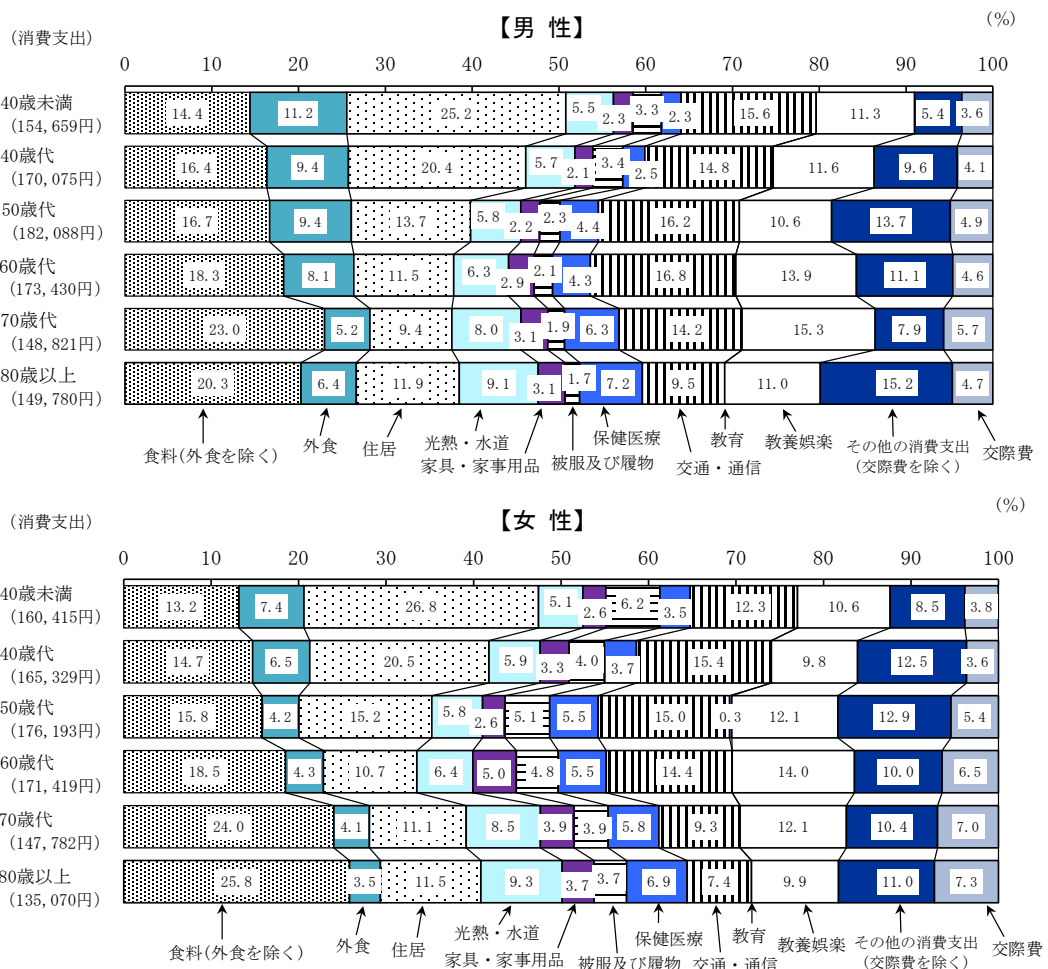
単身世帯の消費支出に占める割合は、男女とも「食料」、「住居」、「交通・通信」、「教養娯楽」及び「その他の消費支出（交際費を除く）」などで高い

単身世帯について、消費支出に占める費目別割合を男女、年齢階級別にみると、男性は全ての年齢階級で「食料（外食を除く）」及び「外食」の合計（以下「食料」という。）が4分の1以上を占め、消費支出に占める割合が最も高くなっている。女性は40歳未満で「住居」の割合が4分の1以上を占めて最も高くなっており、40歳未満を除く全ての年齢階級で「食料」の割合が最も高くなっている。

年齢階級で比較すると、男女共に80歳以上では「交通・通信」への支出割合が他の年齢階級に比べ低くなっている。

男女を比較すると、「食料」の割合は80歳以上を除いた全ての年齢階級で男性が女性を上回っている。これに対し、「家具・家事用品」、「被服及び履物」の割合は全ての年齢階級で女性が男性を上回っている（図Ⅱ-3）。

図Ⅱ-3 男女、年齢階級別消費支出の費目構成（単身世帯）



注 「教育」が0.0%の箇所は、数値を省略している。

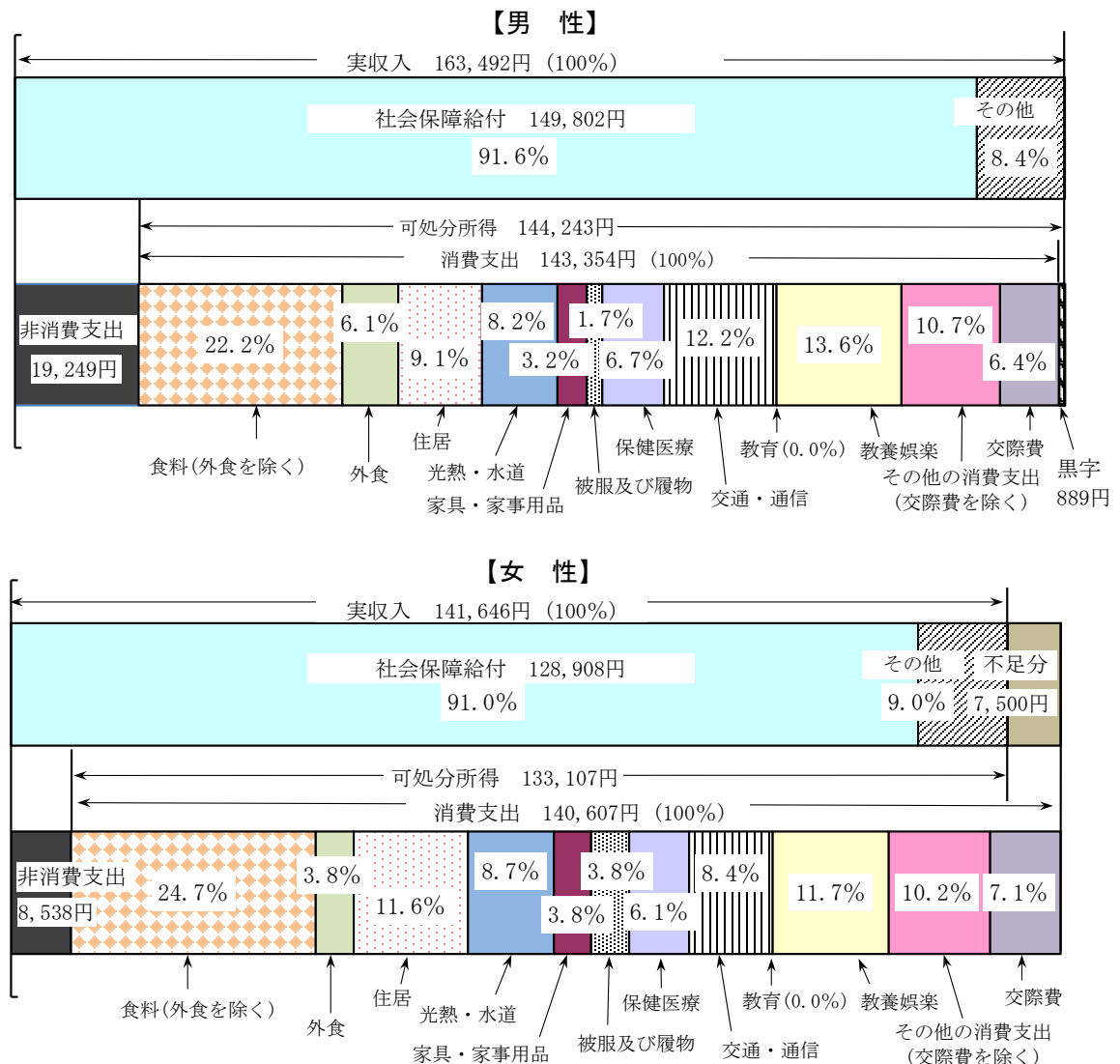
(2) 高齢無職単身世帯

高齢無職単身世帯のうち、男性は消費支出と可処分所得がほぼ同額、女性は消費支出が可処分所得を上回る

高齢無職単身世帯（65歳以上の単身世帯のうち無職世帯）について、実収入を男女別にみると、男性が163,492円、女性が141,646円となっている。内訳をみると、公的年金などの社会保障給付は、それぞれ149,802円、128,908円となっており、実収入に占める割合は、それぞれ91.6%、91.0%となっている。

可処分所得は男性が144,243円、女性が133,107円、消費支出はそれぞれ143,354円、140,607円となっており、男性は消費支出と可処分所得がほぼ同額なのに対し、女性は消費支出が可処分所得を上回っている。なお、消費支出に対する可処分所得の不足分は、金融資産の取崩し（個人年金や企業年金の受取を含む。）などによって賄っている（図Ⅱ－4）。

図Ⅱ－4 高齢無職単身世帯の男女別実収入及び消費支出



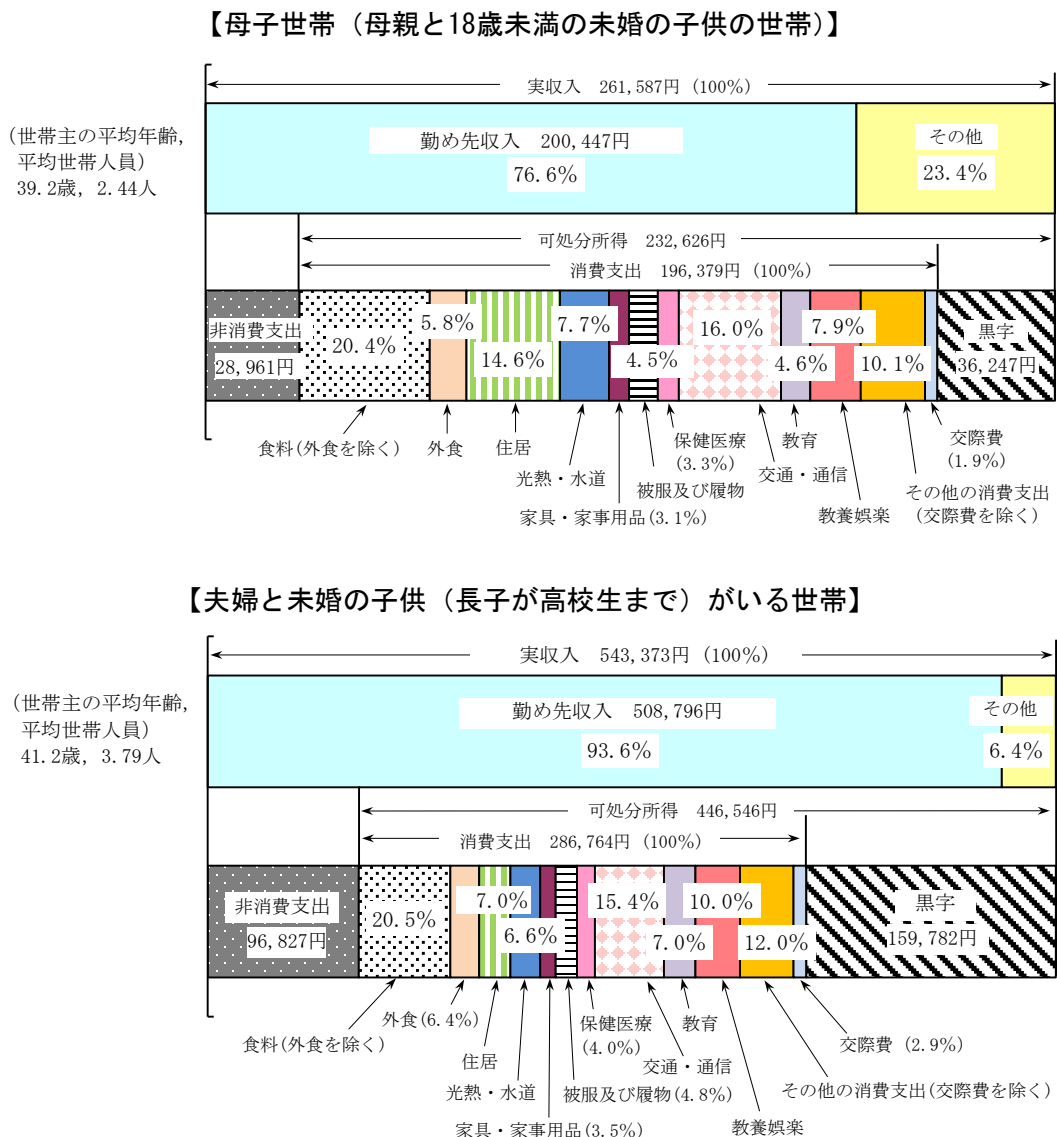
3 母子世帯

母子世帯の実収入は、夫婦と未婚の子供がいる世帯の半分以下

母子世帯（母親と18歳未満の未婚の子供の世帯）のうち勤労者世帯の実収入は261,587円、可処分所得は232,626円となっており、夫婦と未婚の子供（長子が高校生まで。以下同じ。）がいる世帯のうち勤労者世帯の実収入（543,373円）の半分以下となっている。

母子世帯の消費支出は196,379円であり、夫婦と未婚の子供がいる世帯の消費支出（286,764円）の約7割となっている。なお、母子世帯の消費支出は、2014年の消費支出（182,438円）と比較すると名目7.6%増加し、一方で夫婦と未婚の子供がいる世帯は、2014年の消費支出（296,398円）と比較すると3.3%減少している。また、母子世帯は夫婦と未婚の子供がいる世帯と比較して、「住居」、「光熱・水道」、「交通・通信」への支出割合が高くなっている（図Ⅱ-5）。

図Ⅱ-5 母子世帯及び夫婦と未婚の子供（長子が高校生まで）がいる世帯の実収入及び消費支出（勤労者世帯）



Ⅲ 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（17.6%から26.5%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174,237円で、消費支出全体（237,091円）の73.5%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53,305円で22.5%、「電子マネー（プリペイド）」は9,550円で4.0%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82.4%、2019年が73.5%と8.9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16.1%、2019年が22.5%と6.4ポイント、「電子マネー（プリペイド）」は2014年が1.5%、2019年が4.0%と2.5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2019年が9,550円と、2014年（3,788円）の約2.5倍となっている。

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48.7%、「電子マネー（プリペイド）」は「食料（外食を除く）」の12.3%が最も高くなっている（表Ⅲ－1）。

※ 「現金」に含まれる購入形態の詳細は、「用語の解説」の「13 購入形態」を参照のこと。

表Ⅲ－1 購入形態、費目別消費支出及び支出割合（総世帯）

費目	2014年					2019年				
	計	現金 (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)	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 (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)	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)
消費支出	249,738	205,846	43,892	40,104	3,788	237,091	174,237	62,855	53,305	9,550
食料(外食を除く)	50,655	41,487	9,167	6,978	2,189	50,763	33,465	17,298	11,047	6,251
外食	13,160	12,200	961	852	109	12,993	10,276	2,717	2,256	461
住居	20,871	19,211	1,660	1,658	2	22,523	21,632	890	880	10
光熱・水道	17,524	15,020	2,504	2,490	14	16,837	13,052	3,785	3,741	44
家具・家事用品	8,709	6,175	2,534	2,398	136	8,073	4,761	3,312	2,949	363
被服及び履物	11,451	6,778	4,673	4,439	234	9,279	4,332	4,946	4,520	426
保健医療	10,837	9,332	1,506	1,439	67	11,648	8,959	2,689	2,459	230
交通・通信	37,452	26,591	10,861	10,183	678	33,954	20,810	13,144	12,280	864
教育	7,972	7,800	173	172	1	7,279	6,819	461	459	2
教養娯楽	26,647	20,111	6,536	6,367	169	24,282	15,816	8,466	8,094	372
その他の消費支出 (交際費を除く)	32,734	29,544	3,190	3,000	190	30,045	25,213	4,832	4,342	490
交際費	11,727	11,599	128	128	-	9,415	9,102	313	277	36
割合(%)										
消費支出	100.0	82.4	17.6	16.1	1.5	100.0	73.5	26.5	22.5	4.0
食料(外食を除く)	100.0	81.9	18.1	13.8	4.3	100.0	65.9	34.1	21.8	12.3
外食	100.0	92.7	7.3	6.5	0.8	100.0	79.1	20.9	17.4	3.5
住居	100.0	92.0	8.0	7.9	0.0	100.0	96.0	4.0	3.9	0.0
光熱・水道	100.0	85.7	14.3	14.2	0.1	100.0	77.5	22.5	22.2	0.3
家具・家事用品	100.0	70.9	29.1	27.5	1.6	100.0	59.0	41.0	36.5	4.5
被服及び履物	100.0	59.2	40.8	38.8	2.0	100.0	46.7	53.3	48.7	4.6
保健医療	100.0	86.1	13.9	13.3	0.6	100.0	76.9	23.1	21.1	2.0
交通・通信	100.0	71.0	29.0	27.2	1.8	100.0	61.3	38.7	36.2	2.5
教育	100.0	97.8	2.2	2.2	0.0	100.0	93.7	6.3	6.3	0.0
教養娯楽	100.0	75.5	24.5	23.9	0.6	100.0	65.1	34.9	33.3	1.5
その他の消費支出 (交際費を除く)	100.0	90.3	9.7	9.2	0.6	100.0	83.9	16.1	14.5	1.6
交際費	100.0	98.9	1.1	1.1	-	100.0	96.7	3.3	2.9	0.4

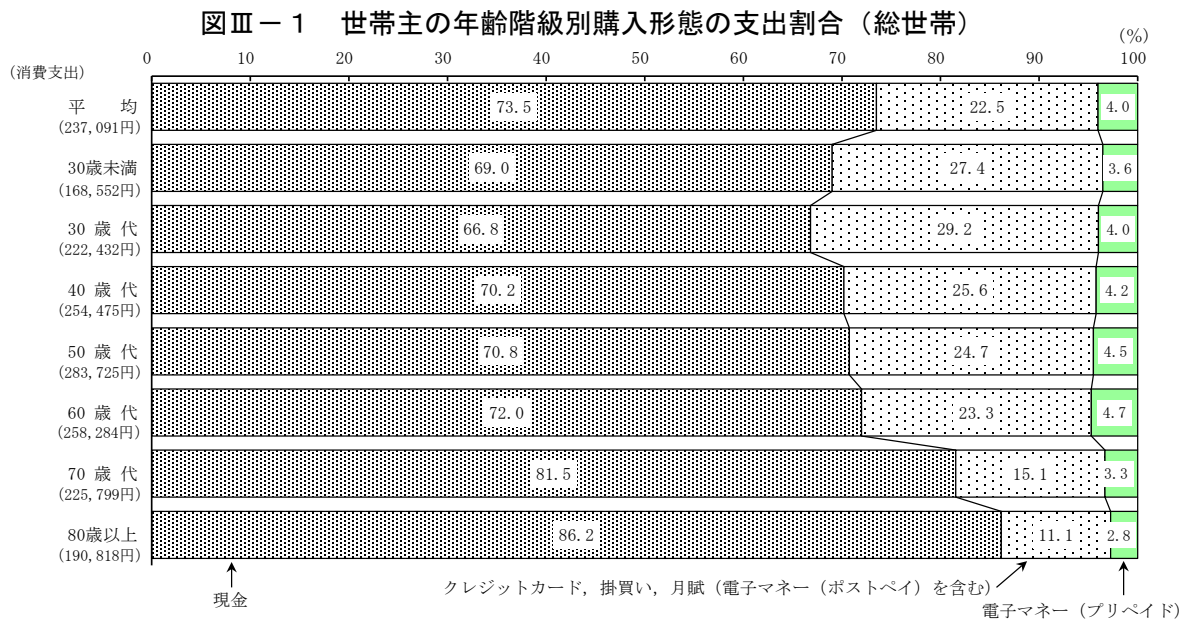
(2) 世帯主の年齢階級

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」の割合は世帯主が30歳代の世帯で33.2%、80歳以上の世帯で13.8%

総世帯の「現金」を除く購入形態（「クレジットカード、掛買い、月賦、電子マネー」）での支出割合を世帯主の年齢階級別にみると、30歳代が33.2%と最も高く、80歳以上が13.8%と最も低くなっている。

購入形態の内訳をみると、「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）」での支出割合は、30歳代が29.2%と最も高く、80歳以上が11.1%と最も低くなっている。一方、「電子マネー（プリペイド）」での支出割合は、60歳代が4.7%と最も高く、80歳以上が2.8%と最も低くなっている（図Ⅲ－1）。

「現金」を除く購入形態での支出割合の高い費目を世帯主の年齢階級別にみると、80歳以上を除く年齢階級では「被服及び履物」、「家具・家事用品」、「交通・通信」の順となるのに対して、80歳以上では「被服及び履物」、「交通・通信」、「食料（外食を除く）」の順となっている（表Ⅲ－2）。



表Ⅲ－2 世帯主の年齢階級、費目別「現金」を除く支出割合（総世帯）

	(%)							
	30歳未満	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	
消費支出	31.0	33.2	29.8	29.2	28.0	18.5	13.8	
食料（外食を除く）	39.7	41.5	39.5	40.9	35.6	24.7	20.2	
外食	25.3	25.0	22.0	22.2	21.4	12.8	9.1	
住居	1.8	2.0	3.6	8.5	5.4	3.9	2.0	
光熱・水道	32.2	30.0	29.0	25.6	23.0	14.3	9.6	
家具・家事用品	50.0	52.3	50.7	47.8	41.2	28.7	18.5	
被服及び履物	60.5	62.9	57.6	58.1	52.0	37.7	34.1	
保健医療	40.7	37.2	26.5	29.3	24.1	14.0	9.0	
交通・通信	48.5	49.2	42.6	42.3	37.5	25.1	20.2	
教育	4.5	7.1	6.7	5.4	14.3	2.0	0.2	
教養娯楽	47.3	45.8	39.0	40.3	35.6	23.3	14.2	
その他の消費支出（交際費を除く）	41.2	26.5	18.1	14.9	15.4	9.1	8.9	
交際費	4.8	4.8	3.5	3.2	3.8	2.5	2.1	

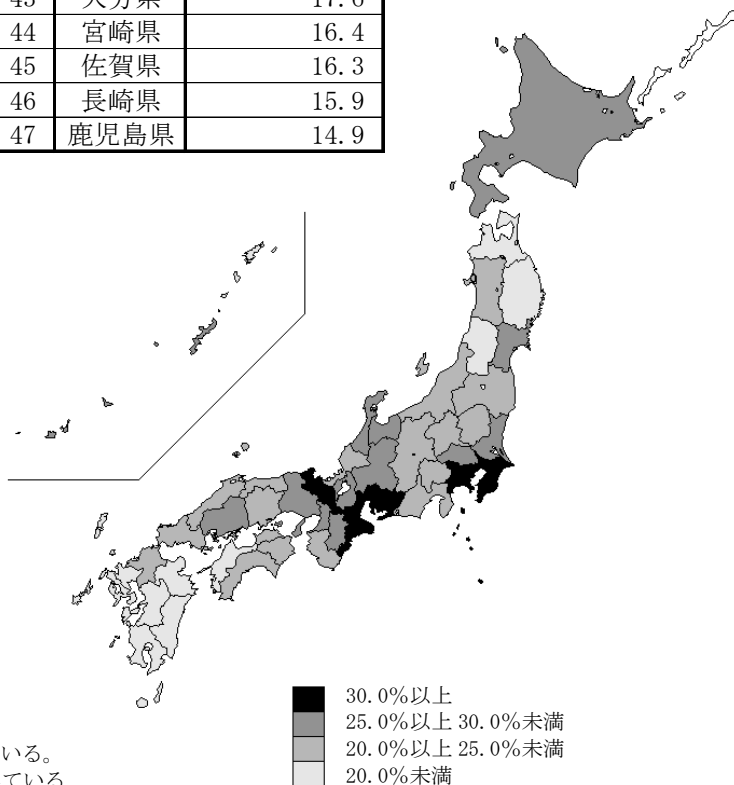
(3) 都道府県

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、最も高い千葉県で31.2%、最も低い鹿児島県で14.9%

総世帯の「現金」を除く購入形態（「クレジットカード、掛買い、月賦、電子マネー」）での支出割合を都道府県別にみると、千葉県が31.2%と最も高く、次いで神奈川県，東京都，愛知県，京都府となっている。一方，鹿児島県が14.9%と最も低く，次いで長崎県，佐賀県，宮崎県，大分県となっている（表Ⅲ－3，図Ⅲ－2）。

表Ⅲ－3 都道府県別消費支出に占める「現金」以外の支出の割合（総世帯）
図Ⅲ－2

順位※	都道府県	【消費支出】 「現金」以外の 支出の割合 (%)	順位	都道府県	【消費支出】 「現金」以外の 支出の割合 (%)
1	千葉県	31.2	33	秋田県	21.3
2	神奈川県	31.2	34	福井県	20.7
3	東京都	31.0	35	群馬県	20.5
4	愛知県	30.9	36	徳島県	20.4
5	京都府	30.4	37	高知県	20.4
6	三重県	30.1	38	愛媛県	19.5
7	広島県	29.1	39	岩手県	19.4
8	北海道	28.2	40	青森県	19.4
9	宮城県	28.0	41	熊本県	18.6
10	茨城県	27.9	42	山形県	18.5
11	兵庫県	27.3	43	大分県	17.6
12	埼玉県	26.9	44	宮崎県	16.4
13	奈良県	26.6	45	佐賀県	16.3
14	滋賀県	26.6	46	長崎県	15.9
15	沖縄県	26.5	47	鹿児島県	14.9
16	石川県	26.2			
17	岐阜県	25.8			
18	大阪府	25.2			
19	富山県	25.2			
20	福島県	24.9			
21	静岡県	24.6			
22	山梨県	24.4			
23	長野県	24.1			
24	香川県	23.7			
25	山口県	23.6			
26	栃木県	22.9			
27	鳥取県	22.7			
28	島根県	22.2			
29	福岡県	21.8			
30	岡山県	21.7			
31	新潟県	21.5			
32	和歌山県	21.3			



※ 表中の割合は，表示単位に四捨五入している。
順位は表示単位未満を含めた値で作成しているため，割合が同じでも順位が異なる。

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（2.1%から3.3%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36,729円で、消費支出全体（149,029円）の24.6%を占めている。次いで「一般小売店」は21,910円で14.7%、「ディスカウントストア・量販専門店」は11,062円で7.4%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2.1%、2019年が3.3%と高くなっている。一方で、「一般小売店」は2014年が18.0%、2019年が14.7%、「百貨店」は2014年が4.6%、2019年が3.2%と低くなっている（表Ⅲ－4）。

表Ⅲ－4 購入先、費目別消費支出及び支出割合（総世帯）

費目		計	通信販売	通信販売	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	その他	
			(インターネット)	(その他)						ストア・量販専門店		
支出金額 (円)	2014年	消費支出	147,843	3,042	2,527	26,665	37,532	3,974	6,787	3,003	10,847	53,466
		食料（外食除く）	48,705	394	1,004	6,082	29,567	2,737	1,968	2,405	2,118	2,430
		家具・家事用品	8,560	496	286	1,804	1,844	38	389	164	2,589	950
		被服及び履物	11,997	414	266	3,335	2,224	14	2,951	114	1,797	882
		教養娯楽	18,233	974	173	3,604	1,568	263	369	103	1,794	9,385
		諸雑費	12,323	259	293	1,783	1,172	796	989	75	970	5,986
2019年	消費支出	149,029	4,961	1,629	21,910	36,729	4,559	4,784	3,598	11,062	59,797	
	食料（外食除く）	50,248	611	500	5,805	30,633	2,997	1,588	2,916	2,643	2,555	
	家具・家事用品	7,989	543	213	1,635	1,399	48	260	195	2,734	962	
	被服及び履物	9,862	627	199	3,220	1,319	15	1,784	143	1,671	884	
	教養娯楽	15,895	1,610	112	2,697	1,001	283	381	114	1,456	8,241	
	諸雑費	12,276	589	245	1,534	1,026	833	678	79	979	6,313	
割合 (%)	2014年	消費支出	100.0	2.1	1.7	18.0	25.4	2.7	4.6	2.0	7.3	36.2
		食料（外食除く）	100.0	0.8	2.1	12.5	60.7	5.6	4.0	4.9	4.3	5.0
		家具・家事用品	100.0	5.8	3.3	21.1	21.5	0.4	4.5	1.9	30.2	11.1
		被服及び履物	100.0	3.5	2.2	27.8	18.5	0.1	24.6	1.0	15.0	7.4
		教養娯楽	100.0	5.3	0.9	19.8	8.6	1.4	2.0	0.6	9.8	51.5
		諸雑費	100.0	2.1	2.4	14.5	9.5	6.5	8.0	0.6	7.9	48.6
2019年	消費支出	100.0	3.3	1.1	14.7	24.6	3.1	3.2	2.4	7.4	40.1	
	食料（外食除く）	100.0	1.2	1.0	11.6	61.0	6.0	3.2	5.8	5.3	5.1	
	家具・家事用品	100.0	6.8	2.7	20.5	17.5	0.6	3.3	2.4	34.2	12.0	
	被服及び履物	100.0	6.4	2.0	32.7	13.4	0.2	18.1	1.5	16.9	9.0	
	教養娯楽	100.0	10.1	0.7	17.0	6.3	1.8	2.4	0.7	9.2	51.8	
	諸雑費	100.0	4.8	2.0	12.5	8.4	6.8	5.5	0.6	8.0	51.4	

注1 購入先に関する結果は11月の支出を集計したものである。

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」から除いている。

(2) 年齢階級別にみた購入先別割合

ア 消費支出

「通信販売（インターネット）」購入割合は世帯主が30歳未満の世帯で7.4%、80歳以上の世帯で1.0%

総世帯の消費支出の購入先別割合のうち、「通信販売（インターネット）」の割合を世帯主の年齢階級別にみると、30歳未満で7.4%と最も高く、年齢階級が高くなるに従って低くなっており、80歳以上で1.0%と最も低くなっている（表Ⅲ－5）。

表Ⅲ－5 購入先，世帯主の年齢階級別消費支出及び支出割合（総世帯）

		計	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
支出金額 (円)	平均	149,029	4,961	1,629	21,910	36,729	4,559	4,784	3,598	11,062	59,797
	30歳未満	96,407	7,134	184	16,867	16,184	6,096	2,121	400	5,517	41,904
	30歳代	134,649	6,680	417	24,551	28,541	5,968	3,897	1,172	10,112	53,311
	40歳代	147,854	6,772	604	25,448	36,184	5,938	4,323	2,683	12,801	53,101
	50歳代	166,337	6,687	1,299	23,735	40,514	5,866	6,104	3,409	13,446	65,277
	60歳代	171,338	4,413	2,081	23,103	43,035	3,900	5,449	4,628	13,747	70,982
	70歳代	156,175	2,182	2,922	19,646	43,060	2,590	5,151	5,655	10,146	64,823
	80歳以上	132,189	1,310	3,356	16,150	35,951	1,933	4,814	5,438	7,029	56,208
割合 (%)	平均	100.0	3.3	1.1	14.7	24.6	3.1	3.2	2.4	7.4	40.1
	30歳未満	100.0	7.4	0.2	17.5	16.8	6.3	2.2	0.4	5.7	43.5
	30歳代	100.0	5.0	0.3	18.2	21.2	4.4	2.9	0.9	7.5	39.6
	40歳代	100.0	4.6	0.4	17.2	24.5	4.0	2.9	1.8	8.7	35.9
	50歳代	100.0	4.0	0.8	14.3	24.4	3.5	3.7	2.0	8.1	39.2
	60歳代	100.0	2.6	1.2	13.5	25.1	2.3	3.2	2.7	8.0	41.4
	70歳代	100.0	1.4	1.9	12.6	27.6	1.7	3.3	3.6	6.5	41.5
	80歳以上	100.0	1.0	2.5	12.2	27.2	1.5	3.6	4.1	5.3	42.5

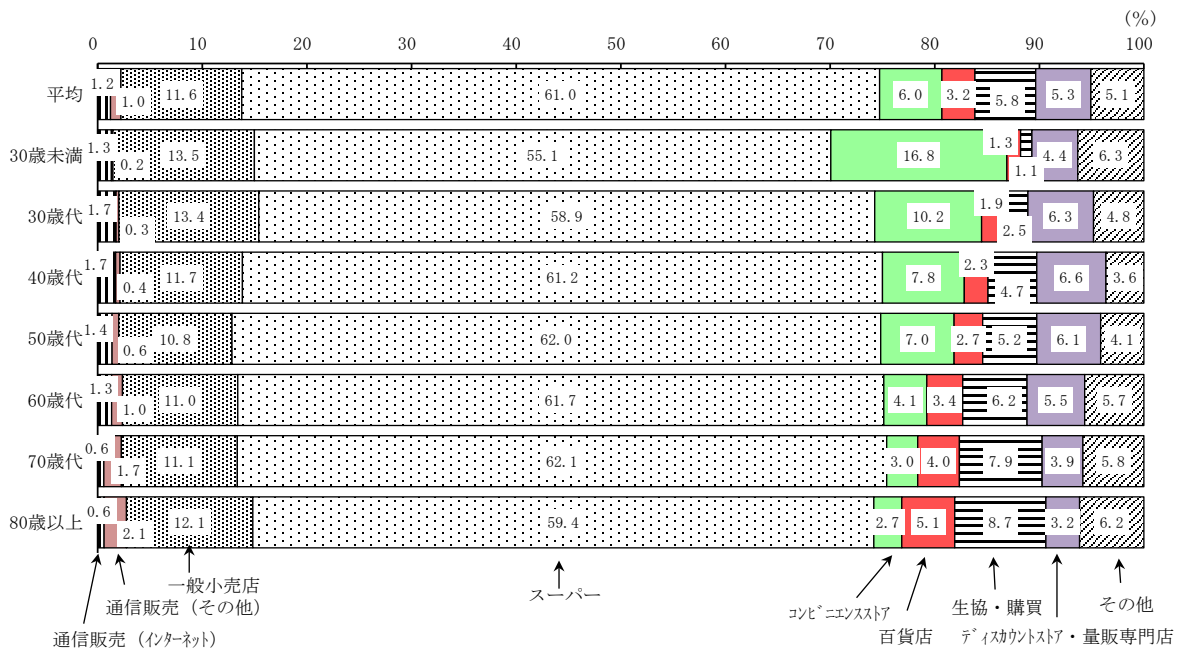
イ 食料

「食料（外食を除く）」の購入先で「通信販売（その他）」の割合が最も高いのは、世帯主が80歳以上の世帯

総世帯の「食料（外食を除く）」の購入先別割合を世帯主の年齢階級別にみると、全ての年齢階級で「スーパー」が約6割と最も高く、次いで30歳未満では「コンビニエンスストア」、30歳以上の年齢階級では「一般小売店」の順となっている。

「通信販売（その他）」、「百貨店」及び「生協・購買」の割合は、年齢階級が高くなるに従って高くなっており、80歳以上が最も高くなっている。一方、「コンビニエンスストア」の割合は、年齢階級が低くなるに従って高くなっており、30歳未満が最も高くなっている（図Ⅲ－3）。

図Ⅲ－3 世帯主の年齢階級別「食料（外食を除く）」の購入先別割合（総世帯）



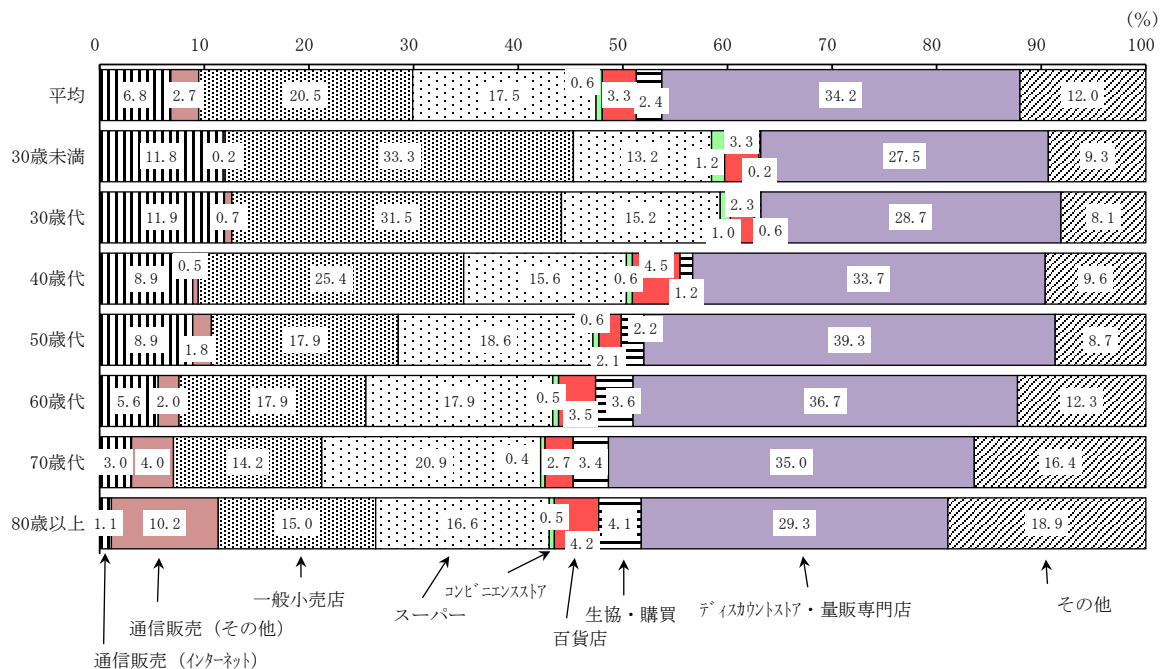
ウ 家具・家事用品

「家具・家事用品」の購入先で「通信販売（インターネット）」の割合が最も高いのは、世帯主が30歳代の世帯で11.9%

総世帯の「家具・家事用品」の購入先別割合を世帯主の年齢階級別にみると、40歳代以上の全ての年齢階級で、「ディスカウントストア・量販専門店」が最も高くなっている。一方で、30歳代以下の年齢階級では「一般小売店」が最も高くなっている。

「通信販売（インターネット）」の割合は、30歳代の割合が最も高く11.9%、次いで30歳未満となっている。40歳代以上は年齢階級が高くなるに従って低くなっており、80歳以上が最も低くなっている（図Ⅲ－4）。

図Ⅲ－4 世帯主の年齢階級別「家具・家事用品」の購入先別割合（総世帯）



エ 被服及び履物

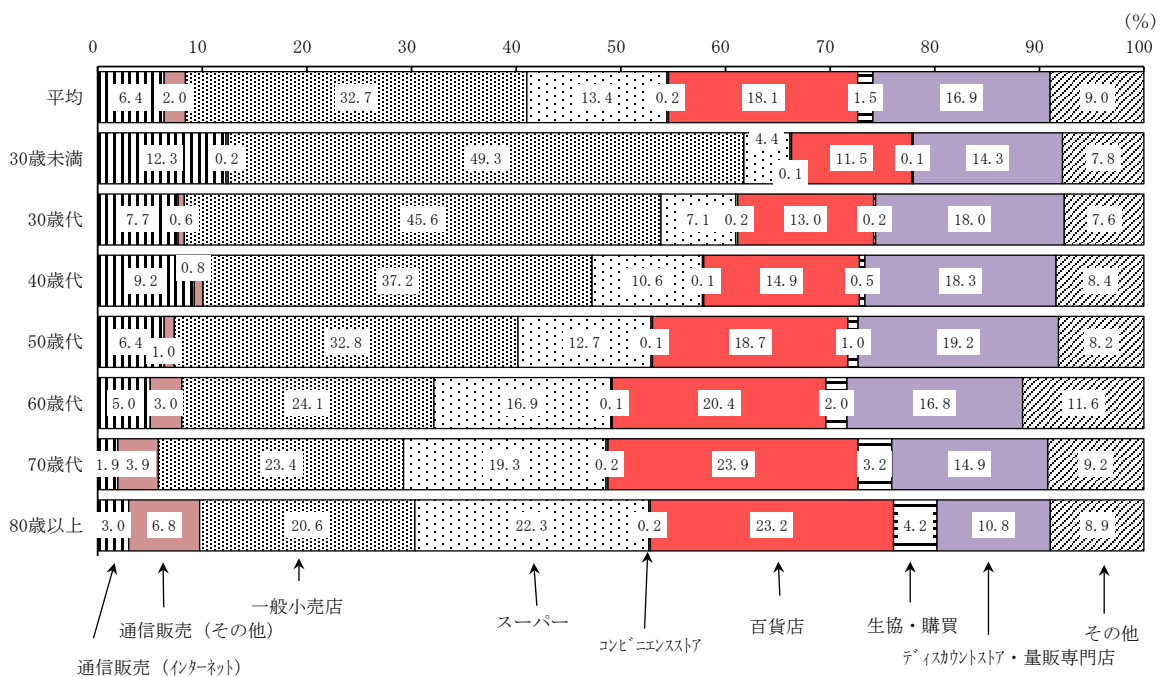
「被服及び履物」の購入先で「通信販売（インターネット）」の割合が最も高いのは、世帯主が30歳未満の世帯で12.3%

総世帯の「被服及び履物」の購入先別割合を世帯主の年齢階級別にみると、70歳代以上を除く年齢階級では「一般小売店」が最も高く、70歳代以上は「百貨店」が最も高くなっている。

「一般小売店」の割合は、30歳未満が最も高く、年齢階級が高くなるに従って低くなっており、80歳以上が最も低くなっている。一方、「通信販売（その他）」、「スーパー」及び「生協・購買」の割合は、30歳未満が最も低く、年齢階級が高くなるに従って高くなっており、80歳以上が最も高くなっている。特に「通信販売（その他）」の割合は、80歳以上で6.8%となっている。

「通信販売（インターネット）」の割合は、30歳未満で最も高く12.3%、次いで40歳代、30歳代となっている（図Ⅲ－5）。

図Ⅲ－5 世帯主の年齢階級別「被服及び履物」の購入先別割合（総世帯）



(3) 都道府県別にみた購入先別の状況

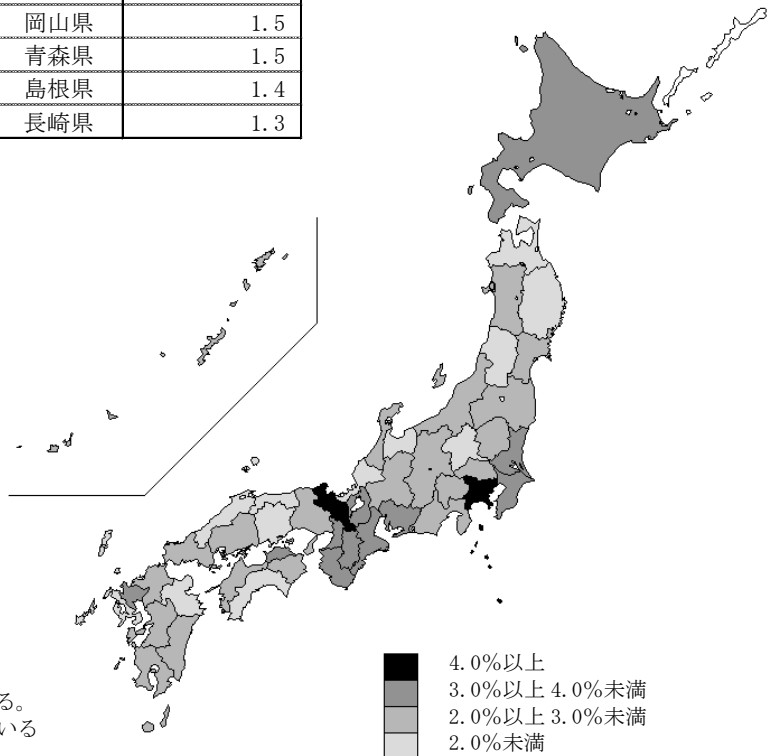
「通信販売（インターネット）」での購入割合は東京都で6.0%，長崎県で1.3%

総世帯について、消費支出の「通信販売（インターネット）」での購入割合を都道府県別にみると、東京都が6.0%と最も高くなっている。なお、東京都は2014年の3.3%から2.7ポイント上昇している。

一方、長崎県は1.3%と最も低くなっており、2014年の1.2%から0.1ポイント上昇している（表Ⅲ－6，図Ⅲ－6）。

表Ⅲ－6 都道府県別消費支出の「通信販売（インターネット）」での購入割合（総世帯）
図Ⅲ－6

順位 ※	都道府県	【消費支出】 通信販売 (インターネット) の割合 (%)	順位	都道府県	【消費支出】 通信販売 (インターネット) の割合 (%)
1	東京都	6.0	33	山口県	2.1
2	京都府	5.7	34	熊本県	2.1
3	神奈川県	4.6	35	愛媛県	2.0
4	千葉県	3.9	36	鳥取県	1.9
5	茨城県	3.6	37	群馬県	1.9
6	奈良県	3.4	38	富山県	1.9
7	愛知県	3.3	39	岩手県	1.8
8	香川県	3.3	40	福井県	1.8
9	大阪府	3.3	41	大分県	1.7
10	三重県	3.2	42	高知県	1.7
11	和歌山県	3.2	43	山形県	1.6
12	滋賀県	3.1	44	岡山県	1.5
13	佐賀県	3.0	45	青森県	1.5
14	北海道	3.0	46	島根県	1.4
15	岐阜県	2.9	47	長崎県	1.3
16	埼玉県	2.7			
17	福島県	2.7			
18	広島県	2.7			
19	秋田県	2.6			
20	鹿児島県	2.6			
21	山梨県	2.6			
22	栃木県	2.6			
23	兵庫県	2.5			
24	長野県	2.4			
25	福岡県	2.3			
26	沖縄県	2.3			
27	宮城県	2.3			
28	新潟県	2.3			
29	石川県	2.2			
30	徳島県	2.2			
31	宮崎県	2.1			
32	静岡県	2.1			



※ 表中の割合は、表示単位に四捨五入している。
順位は表示単位未満を含めた値で作成しているため、割合が同じでも順位が異なる。

3 購入地域

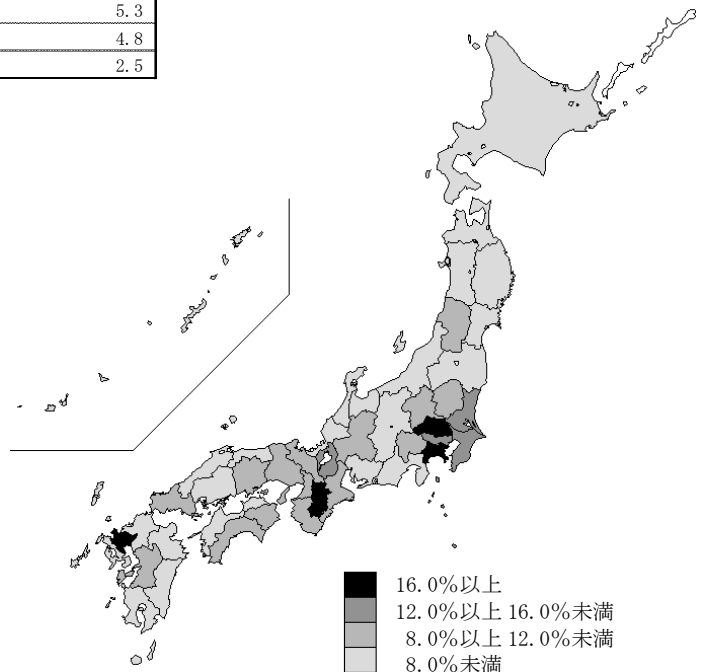
消費支出のうち「他の都道府県」での購入割合は奈良県で19.1%、北海道で2.5%

総世帯の消費支出の購入地域別割合を都道府県別にみると、「他の都道府県」で購入する割合は、奈良県が19.1%と最も高く、次いで神奈川県、佐賀県、埼玉県、千葉県となっている。

一方、北海道が2.5%と最も低く、次いで新潟県、愛媛県、福岡県、沖縄県となっている（表Ⅲ－7、図Ⅲ－7）。

表Ⅲ－7 都道府県別消費支出の「他の都道府県」での購入割合（総世帯）
図Ⅲ－7

順位※	都道府県	【消費支出】 他の都道府県での 購入割合 (%)	順位	都道府県	【消費支出】 他の都道府県での 購入割合 (%)
1	奈良県	19.1	33	静岡県	7.0
2	神奈川県	17.2	34	宮崎県	6.7
3	佐賀県	17.0	35	福井県	6.7
4	埼玉県	16.5	36	福島県	6.5
5	千葉県	15.1	37	秋田県	6.5
6	茨城県	13.5	38	青森県	6.4
7	東京都	13.0	39	香川県	6.3
8	滋賀県	12.3	40	鳥取県	6.2
9	京都府	11.2	41	大分県	6.1
10	大阪府	10.5	42	宮城県	6.1
11	群馬県	10.4	43	沖縄県	5.9
12	栃木県	10.3	44	福岡県	5.7
13	山梨県	10.3	45	愛媛県	5.3
14	三重県	9.7	46	新潟県	4.8
15	岐阜県	9.7	47	北海道	2.5
16	兵庫県	9.6			
17	和歌山県	9.5			
18	山形県	9.1			
19	山口県	8.6			
20	徳島県	8.6			
21	熊本県	8.6			
22	岡山県	8.5			
23	高知県	8.2			
24	長野県	7.8			
25	長崎県	7.5			
26	鹿児島県	7.4			
27	愛知県	7.3			
28	広島県	7.2			
29	島根県	7.2			
30	石川県	7.2			
31	富山県	7.1			
32	岩手県	7.0			



※ 表中の割合は、表示単位に四捨五入している。
順位は表示単位未満を含めた値で作成しているため、割合が同じでも順位が異なる。

注1 購入地域に関する結果は11月の支出を集計したものである。

注2 「他の都道府県」とは、商品やサービスを購入した地域を「自宅と同じ市町村」、「自宅と同じ都道府県内の他の市町村」、「他の都道府県」に分類した購入地域の中の1区分をいう。

注3 ここでは、「通信販売（インターネット）」や「通信販売（その他）」による支出、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地域を調査していないものは、「消費支出」から除いている。

(参考) 調査時期に起因する留意事項

結果の利用に当たっては調査の実施時期に起因する以下のような点に留意が必要である。なお、この「結果の概要」において2014年調査結果との比較を行う際には、「2019年調査の集計方法による遡及集計」を用いるなど2019年調査結果と比較可能な数値を用いているが^{※1}、この数値を用いてもなお以下のような点に留意が必要である。

家計収支に関する結果は、2019年10月及び11月の収支を集計したものである^{※2}。10・11月といった特定の時期の家計収支の結果をみる際には、季節性に留意する必要がある。通年調査の結果から得られる季節指数をみると、10月、11月とも100を下回っており、一般的に10・11月の消費支出は年平均値（1月から12月の平均値）に比べやや低い水準であるとみられる^{※3}（参考表1）。

消費税率の改定といった制度変更要因の影響にも留意が必要である。消費税率に関しては、2014年4月1日に5%から8%への改定、2019年10月1日に8%から10%への改定が行われている。消費税率の改定前にはいわゆる駆け込み需要による消費支出の増加、改定後にはその反動による消費支出の減少がみられる。通年調査の結果をみると、2019年10・11月消費支出の2014年10・11月消費支出に対する増減率は、2019年平均消費支出の2014年平均消費支出に対する増減率に比べやや低くなっている。これは、2019年10月が消費税率改定直後にあたり、駆け込み需要の反動減による影響を受けているためとみられる^{※4}（参考表2）。

- ※1 2014年全国消費実態調査「2019年調査の集計方法による遡及集計」との比較に当たっては、調査方法の変更等に起因する結果の断層にも留意が必要である（詳細は統計局ホームページに掲載の「利用上の注意」を参照）。なお、この「結果の概要」では、断層の影響が小さい事項についてのみ2014年調査結果との比較を行っている。
- ※2 購入先、購入地域に関する結果は11月の支出を集計したものである。
- ※3 季節性（季節指数）は費目や地域等によっても異なり得る。例えば、11月の光熱支出に関する季節性について、北海道のように年間の寒暖差が大きい地域では全国平均よりも季節性が強く出ることが想定される。
- ※4 2019年10月に消費税率が改定されたが、食料品などでは軽減税率の適用により消費税率が変わらなかったほか、幼児教育が無償化されるといった制度改正も行われており、10月の制度改正による影響は費目や世帯属性等により様々であるとみられる。

参考表1 消費支出の季節指数の例

2019年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
季節指数	99.3	92.5	107.7	105.0	100.5	94.0	97.7	99.1	96.0	99.6	96.5	112.1

世帯消費動向指数（CTIマイクロ）基本系列（二人以上の世帯）2019年各月の「消費支出」について「原数値」÷「季節調整値」により算出。「季節調整値」は2020年1月分公表時のもの（毎年1月分公表時に季節調整替えを実施しており、季節指数も改定される。）

参考表2 2014年から2019年にかけての消費支出の増減率の例

2019年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年平均
対2014年(同月)比(%)	-0.7	1.0	-10.5	-0.3	6.1	1.6	2.3	4.9	7.2	-5.3	-2.0	-6.4	-0.5

家計調査（二人以上の世帯）「消費支出」について、2015年～2019年各年の対前年(同月)比から5年間の名目増減率を算出。ただし、2018年・2019年は「変動調整値」による対前年(同月)比を用いた。

全国家計構造調査の概要

1 調査の目的

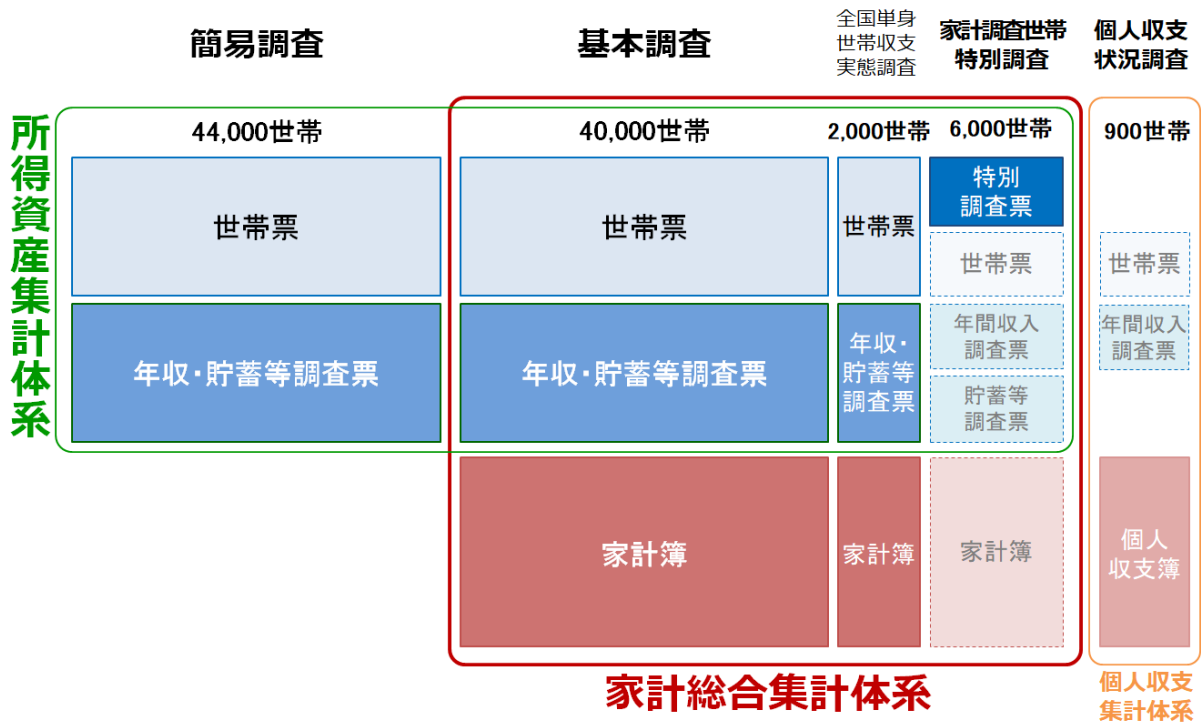
2019年全国家計構造調査は、家計における消費、所得、資産及び負債の実態を総合的に把握し、世帯の所得分布及び消費の水準、構造等を全国的及び地域別に明らかにすることを目的とする基幹統計調査である。1959年（昭和34年）の第1回調査以来5年ごとに実施してきた「全国消費実態調査」を全面的に見直して実施したものであり、今回は通算で13回目の調査に当たる。

2 調査の体系

調査は、基本調査、簡易調査、家計調査世帯特別調査及び個人収支状況調査の四つの調査からなる（このほか、一般統計調査の「全国単身世帯収支実態調査」も活用した上で集計し、「全国家計構造統計」の結果としている。）。

各調査で用いた調査票の種類、調査対象数（概数）、集計体系（「4 結果の公表」で記述）については、下図のとおりである。

全国家計構造統計の調査・集計体系



3 調査事項及び調査期日

調査票の種類	調査事項	調査期日
家計簿（10月分）	収入及び支出	10月1か月間
家計簿（11月分）	収入、支出、購入地域及び購入先	11月1か月間
世帯票	世帯、世帯員、住宅・土地等	10月
年収・貯蓄等調査票	年間収入、貯蓄現在高及び借入金残高に関する事項	前年11月～調査年当年10月の1年間 （貯蓄、借入金の残高については10月末現在）
個人収支簿	世帯員個人の収入及び支出	10月又は11月 （調査対象によりいずれか1か月間）

注 家計調査世帯特別調査については、家計調査の調査票（世帯票、年間収入調査票、貯蓄等調査票及び家計簿）に加え、家計調査では調査していない項目について「特別調査票」により補完することで集計に利用した。

4 結果の公表

調査の結果は、「家計総合集計体系」、「所得資産集計体系」及び「個人収支集計体系」の三つの体系からなる。今回公表する「家計収支に関する結果」は、「家計総合集計体系」に属しており、集計対象世帯は「基本調査」、「家計調査世帯特別調査」及び「全国単身世帯収支実態調査」の調査世帯である。

用語の解説

1 世帯主

名目上の世帯主ではなく、一緒に住んでいて、かつ「家計上の主たる収入を得ている人」のことをいう。

2 世帯人員

世帯主とその家族のほかに、家計を共にしている同居人、家族同様にしている親戚、住み込みの家事使用人、営業使用人なども含めた世帯員の人数をいう。家族であっても別居中の人、家計を別にしている間借人などは含めない。

3 有業人員

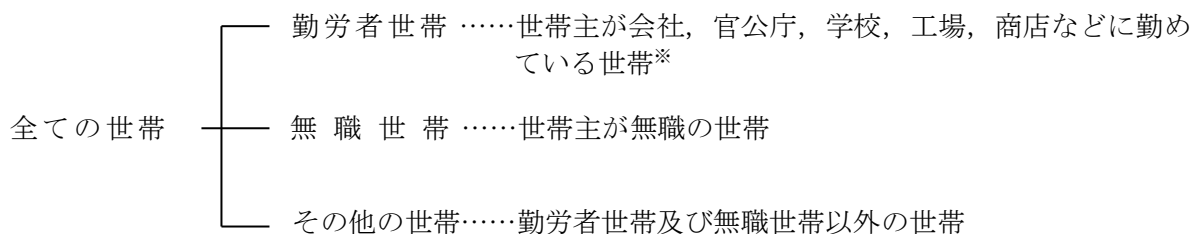
世帯員のうち勤め先のあるもの、自営業主、家族従業者、内職従事者などの人数をいう。

4 世帯の種類

「二人以上の世帯」か「単身世帯」（世帯員が一人のみの世帯）かのいずれかにより分類しており、これらを合わせたものが「総世帯」である。

5 世帯区分

世帯主の就業状態によって「勤労者世帯」、「無職世帯」及び「その他の世帯」に分類される。



※ 世帯主が社長、取締役、理事など会社団体の役員である世帯は、「その他の世帯」とする。

6 世帯類型

世帯を世帯員の続き柄による構成によって分類したもので、いわゆる核家族と呼ばれる「夫婦のみの世帯」又は「夫婦と未婚の子供から成る世帯」を始め、「夫婦と子供と親の世帯」、「単身赴任・出稼ぎ」の世帯など家計分析に有効なように世帯を区分している。

7 世帯主の就業形態

雇用されている世帯主について、ふだんの雇用の状況により「正規の職員・従業員」又は「非正規の職員・従業員」に区分した。なお、育児休業や病気休暇等で休業中の人は就業しているものとする。

正規の職員・従業員 ……一般の職員、正社員などと呼ばれている人

非正規の職員・従業員 ……パート・アルバイト、労働者派遣事業所の派遣社員など

8 世帯主の学歴

世帯主が卒業（修了）した学校の種類によって区分した。なお、「専門学校」については、修業年限によって以下の学校に区分して集計している。

修業年限 1 年以上 2 年未満……「高校」

修業年限 2 年以上 4 年未満……「専門学校」

修業年限 4 年以上……「大学」

9 収入と支出

収入は、勤め先収入や事業・内職収入などの「実収入」、預貯金引出、クレジット購入などの「実収入以外の受取（繰入金を除く）」及び「前月からの繰入金」の三つに分類される。

支出は、いわゆる生活費である「消費支出」、税金、社会保険料などの「非消費支出」（「消費支出」と「非消費支出」を合わせて「実支出」という。）、預貯金預け入れ、借入金返済などの「実支出以外の支払（繰越金を除く）」及び「翌月への繰越金」の四つに分類される。

10 収支項目分類

家計における収支を分類するための分類体系をいう。2019年全国家計構造調査の収支項目分類は、2020年1月改定の家計調査の分類を基に作成している。

消費支出については、「品目分類」と「用途分類」の二つの体系があるが、全国家計構造調査では品目分類を基本としている。ただし、交際費を別掲とし、用途分類による値を大分類（費目）で再現できるようにしている。

品目分類と用途分類

消費支出は、品目分類と用途分類の2体系に分類されている。品目分類は、世帯が購入した商品及びサービスを、同一商品は同一項目に分類する方法である。用途分類は、商品及びサービスを世帯内で使うか、世帯外の人のために使うかによって大別し、世帯内で使う分については品目分類によって分類し、世帯外の人のために使う分のうち、贈答と接待に使う分は「交際費」として分類し、それ以外の分は世帯内で使う分と合わせて分類する方法である。

11 可処分所得

「実収入」から税金、社会保険料などの「非消費支出」を差し引いた額で、いわゆる手取り収入のことをいう。

12 年間収入五分位階級

年間収入五分位階級とは、世帯を年間収入の低い方から高い方へ順に並べ5等分した五つのグループのことで、収入の低い方から順に第Ⅰ、第Ⅱ、・・・、第Ⅴ五分位階級という。

13 購入形態

世帯で購入した品目について、品目ごとにその支払い方法（「現金」、「クレジット、掛買い、月賦」、「電子マネー」等）を家計簿に記入する方法で調査した。

なお、集計上の「現金」には、支払い方法で「現金」、「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」とされたもののほか, 自動引落としによる支払のうち「クレジット, 掛買い, 月賦」に該当しない支出を含めている。

14 購入先

購入先は, 世帯で購入した品目について, 品目ごとにその購入先を家計簿(11月分のみ)に記入する方法で調査した。

購入先の分類基準は下表のとおりである。

	購 入 先	分 類 基 準
通信販売	1 通 信 販 売 (インターネット)	インターネット上で注文を行い, 品物を購入又はサービスの提供を受ける形態(いわゆるネットショッピング)をいう。
	2 通 信 販 売 (その他)	「1 通信販売(インターネット)」以外で, 新聞・雑誌, ラジオ・テレビ, カタログ等で広告し, 郵便, 電話等で注文を行い, 品物を購入又はサービスの提供を受ける形態をいう。
店頭販売	3 一 般 小 売 店	次の「4 スーパー」～「8 ディスカウントストア・量販専門店」以外の小売店をいう。例えば, 個人商店, ガソリンスタンド, 書店, 雑貨店, 高級ブランドショップ, 新聞小売店, チケットショップなどをいう。
	4 ス ー パ ー	食品, 日用雑貨, 衣類, 電化製品など, 各種の商品を, セルフサービスで販売する小売店をいう。
	5 コンビニエンス ス ト ア	食品を中心に, 家事雑貨, 雑誌など各種最寄り品を取りそろえ, セルフサービスで販売しており, 店舗規模が小さく, 24 時間又は長時間営業を行う小売店をいう。
	6 百 貨 店	衣・食・住にわたる各種の商品を主に対面販売により販売しており, 常時 50 人以上の従業員のいる小売店をいう。
	7 生 協 ・ 購 買	組合員の出資によってつくられている生活協同組合, 農業協同組合や会社, 官公庁が職員のために設けている購買部をいう。
	8 ディスカウント ス ト ア ・ 量 販 専 門 店	店頭商品を原則的に全品値引きして安い価格を売り物としている小売店, 家電や衣料品(ファストファッションを含む。)などの量販専門店, 主に医薬品や化粧品を販売しているドラッグストア, 均一価格で多様な商品を販売する小売店や格安チケットショップなどをいう。
その他	上記以外の店, 例えば, 美容院, クリーニング店, 問屋, 市場, 露店, 行商, リサイクルショップなどをいう。 また, 飲食店(レストラン, ファーストフード, 居酒屋等)や自動販売機, 電気料金や都市ガス料金などの支払もここに含める。	

15 購入地域

購入地域は、世帯で購入した品目について、品目ごとにその購入地域（「同じ市町村」、
「他の市町村（県内）」、「他の市町村（県外）」）を家計簿（11月分のみ）に記入する方法
で調査した。なお、預貯金の引出と預入、保険掛金、有価証券の購入や掛買い、月賦による代
金の支払、通信販売での購入等については調査を行っていない。

16 名目増減率，実質増減率

実質増減率は、消費者物価変動を取り除いた増減率をいい、名目増減率は実際の集計結果を
用いて算出した増減率をいう。

$$\text{実質増減率（\%）} = \{ (100 + \text{名目増減率（\%）}) \div (100 + \text{消費者物価指数の変化率（\%）}) - 1 \} \\ \times 100$$

「結果の概要」において費目別の実質増減率を求める際に使用した消費者物価指数は以下の
とおりである。

消費支出，その他の消費支出（交際費を除く），交際費……「持家の帰属家賃を除く総合」
食料（外食を除く）……「食料」から「外食」分を控除して算出
住居……「持家の帰属家賃を除く住居」
上記以外の費目……それぞれ該当する物価指数

- ◆ 「2019年全国家計構造調査」の詳しい結果を御覧になる場合は、次のURLを参照ください。

<https://www.stat.go.jp/data/zenkokukakei/2019/index.html>

- ◆ この冊子は、次のURLからダウンロードできます。

<https://www.stat.go.jp/data/zenkokukakei/2019/kekka.html>

- ◆ 本調査の統計データを引用・転載する場合には、必ず、出典の表記をお願いします。

出典：総務省統計局「〇〇年全国家計構造調査結果」

<内容に関する問合せ先>



総務省統計局

統計調査部 消費統計課 全国家計構造調査発表係

〒162-8668 東京都新宿区若松町19番1号

電話：03-5273-1173（直通）

FAX：03-5273-1495

- * 結果の概要は、統計メールニュースでも配信しています。
メールニュースのお申込みは、統計局ホームページから。

統計局ホームページ <https://www.stat.go.jp/>

政府統計の総合窓口（e-Stat）URL <https://www.e-stat.go.jp/>