

令和6年全国家計構造調査 家計収支に関する結果の概要（広島県）

2024年（令和6年）10・11月に実施された「令和6年全国家計構造調査」について、総務省統計局から公表された「家計収支に関する結果」をもとに、広島県の結果の概要について、本県が独自にとりまとめたものである。

【調査の概要】

1 調査の目的

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。

2 調査の期間

令和6年10月及び11月の2か月間

【利用上の注意】

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】

1 総世帯の消費支出

2019年と比較して、支出割合が上昇したのは「その他の消費支出（交際費を除く）」、「食料（外食を除く）」、「光熱・水道」など

総世帯の2024年10・11月の1か月平均消費支出（以下「消費支出」という。）は1世帯当たり256,184円。2019年（241,577円）と比較すると、名目6.0%の増加となっている。

消費支出に占める費目別割合をみると、「食料（外食を除く）」（22.3%）が最も高く、次いで「交通・通信」（18.5%）、「その他の消費支出（交際費を除く）」（13.5%）などとなっている。

また、費目別割合を2019年と比較すると、「その他の消費支出（交際費を除く）」、「食料（外食を除く）」、「光熱・水道」などが上昇しており、一方で、「住居」、「被服及び履物」、「教育」などが低下している。（図1、表1）

図1 費目別消費支出の割合（総世帯）

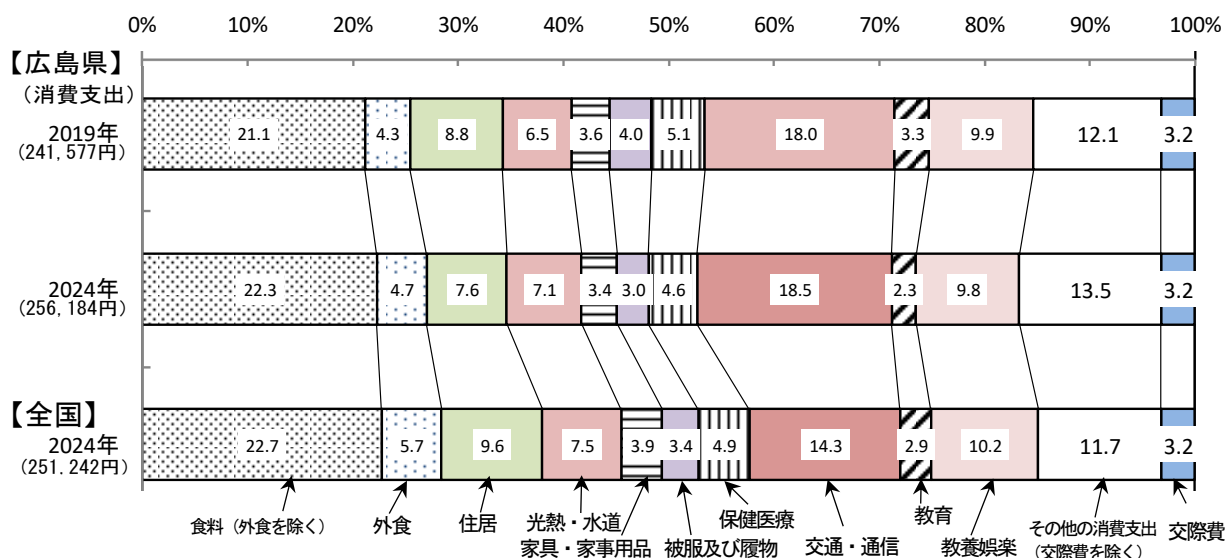


表1 費目別消費支出（総世帯）

費目	広島県				名目増減率 (%)	全国	
	2024年		2019年			2024年	
	実数(円)	構成比(%)	実数(円)	構成比(%)		実数(円)	構成比(%)
消費支出	256,184	100.0	241,577	100.0	6.0	251,242	100.0
食料（外食を除く）	57,035	22.3	51,024	21.1	11.8	57,046	22.7
外食	12,092	4.7	10,335	4.3	17.0	14,438	5.7
住居	19,544	7.6	21,352	8.8	-8.5	24,173	9.6
光熱・水道	18,269	7.1	15,823	6.5	15.5	18,896	7.5
家具・家事用品	8,651	3.4	8,585	3.6	0.8	9,817	3.9
被服及び履物	7,731	3.0	9,712	4.0	-20.4	8,528	3.4
保健医療	11,839	4.6	12,431	5.1	-4.8	12,286	4.9
交通・通信	47,351	18.5	43,431	18.0	9.0	35,878	14.3
教育	5,870	2.3	7,917	3.3	-25.9	7,246	2.9
教養娯楽	24,979	9.8	23,890	9.9	4.6	25,591	10.2
その他の消費支出 （交際費を除く）	34,563	13.5	29,304	12.1	17.9	29,289	11.7
交際費	8,260	3.2	7,774	3.2	6.3	8,054	3.2

2 二人以上の世帯のうち勤労者世帯の収入と支出

2019年と比較して、実収入は、556,285円で8.8%の増加、消費支出は、318,456円で7.8%の増加

二人以上の世帯のうち勤労者世帯の2024年10・11月の1か月平均実収入は、556,285円。2019年（511,117円）と比較すると、名目8.8%の増加となっている。

可処分所得は、465,164円となっており、2019年（421,165円）と比較すると、名目10.4%の増加となっている。

また、消費支出は、318,456円となっており、2019年（295,298円）と比較すると、名目7.8%の増加となっている。

消費支出の費目別割合を2019年と比較すると、「食料（外食を除く）」、「教養娯楽」、「その他の消費支出（交際費を除く）」などが上昇しており、一方で、「交通・通信」、「被服及び履物」、「教育」、「交際費」などが下落している。（表2）

表2 家計収支と内訳（二人以上の世帯のうち勤労者世帯）

費目	広島県				名目増減率 (%)	全国	
	2024年		2019年			2024年	
	実数	構成比(%)	実数	構成比(%)		実数	構成比(%)
世帯人員 (人)	3.13	-	3.11	-	-	3.09	-
有業人員 (人)	1.83	-	1.78	-	-	1.87	-
世帯主の年齢 (歳)	49.6	-	48.8	-	-	49.9	-
実収入 (円)	556,285	100.0	511,117	100.0	8.8	577,970	100.0
勤め先収入	482,449	86.7	446,507	87.4	8.0	507,690	87.8
可処分所得 (円)	465,164	83.6	421,165	82.4	10.4	478,653	82.8
消費支出 (円)	318,456	100.0	295,298	100.0	7.8	315,323	100.0
食料（外食を除く）	68,164	21.4	56,624	19.2	20.4	70,546	22.4
外食	16,114	5.1	14,280	4.8	12.8	18,482	5.9
住居	19,774	6.2	17,738	6.0	11.5	23,747	7.5
光熱・水道	21,186	6.7	18,259	6.2	16.0	22,507	7.1
家具・家事用品	12,355	3.9	10,273	3.5	20.3	12,520	4.0
被服及び履物	11,772	3.7	12,886	4.4	-8.6	11,848	3.8
保健医療	12,552	3.9	12,351	4.2	1.6	13,791	4.4
交通・通信	56,257	17.7	61,677	20.9	-8.8	47,512	15.1
教育	13,411	4.2	13,857	4.7	-3.2	16,528	5.2
教養娯楽	31,378	9.9	26,407	8.9	18.8	30,106	9.5
その他の消費支出 （交際費を除く）	47,478	14.9	42,078	14.2	12.8	39,480	12.5
交際費	8,015	2.5	8,866	3.0	-9.6	8,257	2.6
非消費支出 (円)	91,121	-	89,952	-	1.3	99,317	-

3 購入行動の形態別にみた支出

(1) 購入形態

2019年と比較して、支出割合が上昇したのは「その他の消費支出（交際費を除く）」、「食料（外食を除く）」、「光熱・水道」など

総世帯の消費支出について、購入形態別割合をみると、「現金等（即時払い）」^{※1}は63.3%、「クレジットカード、電子マネー等（前払い）」^{※2}は8.2%、「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」^{※3}は28.5%となっており、2019年と比較すると、「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」の割合が最も上昇（21.5%から28.5%）している。

また、「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」の割合を費目別にみると、「被服及び履物」が最も高く（54.4%）となっており、2019年と比較すると、「外食」の割合が最も上昇（14.9%から33.5%）している。（表3）

※1 「現金等（即時払い）」は、「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」を指す。

※2 「クレジットカード、電子マネー等（前払い）」は、「電子マネー（プリペイド）」を指す。

※3 「クレジットカード、電子マネー等（後払い）」は、「クレジットカード、掛買い、月賦」及び「電子マネー（ポストペイ）」を指す。

表3 購入形態、費目別消費支出及び支出割合（総世帯）

費目	2024年				2019年			
	計	現金等	クレジットカード、電子マネー等		計	現金等	クレジットカード、電子マネー等	
		即時払い	前払い	後払い		即時払い	前払い	後払い
消費支出	256,184	162,111	21,078	72,995	241,577	171,207	18,374	51,997
食料（外食を除く）	57,035	28,440	14,762	13,833	51,024	29,452	14,386	7,185
外食	12,092	6,814	1,223	4,055	10,335	8,340	459	1,537
住居	19,544	18,530	149	866	21,352	20,236	3	1,112
光熱・水道	18,269	11,984	125	6,160	15,823	11,957	22	3,844
家具・家事用品	8,651	4,310	820	3,522	8,585	4,636	583	3,366
被服及び履物	7,731	2,778	747	4,206	9,712	4,844	642	4,226
保健医療	11,839	8,365	475	2,999	12,431	9,530	372	2,529
交通・通信	47,351	30,820	1,055	15,476	43,431	26,793	833	15,804
教育	5,870	5,572	1	296	7,917	7,281	-	636
教養娯楽	24,979	12,276	755	11,948	23,890	15,590	497	7,802
その他の消費支出（交際費を除く）	34,563	24,344	870	9,349	29,304	25,061	540	3,703
交際費	8,260	7,879	96	285	7,774	7,485	36	253
支出金額（円）								
割合（%）								
消費支出	100.0	63.3	8.2	28.5	100.0	70.9	7.6	21.5
食料（外食を除く）	100.0	49.9	25.9	24.3	100.0	57.7	28.2	14.1
外食	100.0	56.4	10.1	33.5	100.0	80.7	4.4	14.9
住居	100.0	94.8	0.8	4.4	100.0	94.8	0.0	5.2
光熱・水道	100.0	65.6	0.7	33.7	100.0	75.6	0.1	24.3
家具・家事用品	100.0	49.8	9.5	40.7	100.0	54.0	6.8	39.2
被服及び履物	100.0	35.9	9.7	54.4	100.0	49.9	6.6	43.5
保健医療	100.0	70.7	4.0	25.3	100.0	76.7	3.0	20.3
交通・通信	100.0	65.1	2.2	32.7	100.0	61.7	1.9	36.4
教育	100.0	94.9	0.0	5.0	100.0	92.0	-	8.0
教養娯楽	100.0	49.1	3.0	47.8	100.0	65.3	2.1	32.7
その他の消費支出（交際費を除く）	100.0	70.4	2.5	27.0	100.0	85.5	1.8	12.6
交際費	100.0	95.4	1.2	3.5	100.0	96.3	0.5	3.3

注 購入形態の詳細については、「用語の解説」の「1 購入形態」（6ページ）を参照のこと。

(2) 店頭販売における購入形態の状況

店頭販売における消費支出のうち「クレジットカード、電子マネー等」の占める割合は、いずれの購入先においても4割を超えている。

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。

総世帯の店頭販売における消費支出のうち、「クレジットカード、電子マネー等」の占める割合を購入先別にみると、「一般小売店」、「スーパー」、「コンビニエンスストア」及び「ディスカウントストア・量販専門店」では4割、「百貨店」では5割、「生協・購買」では6割を超えている。

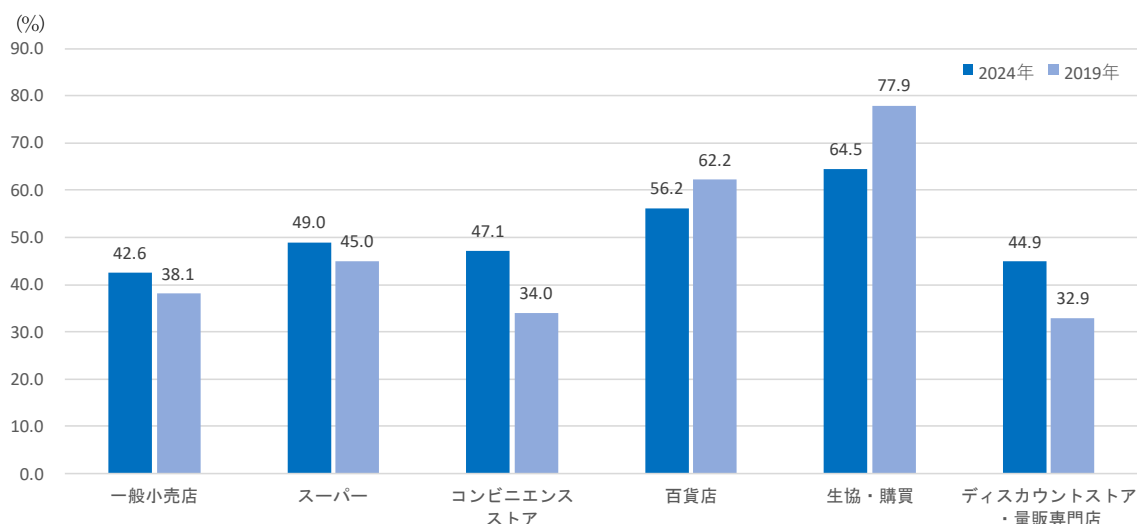
また、2019年と比較すると、「百貨店」及び「生協・購買」を除く全ての購入先において支出割合が上昇しており、特に「コンビニエンスストア」及び「ディスカウントストア・量販専門店」では10ポイント以上の上昇となっている。(表4、図2)

表4 購入先別消費支出（総世帯）

(円)

購入先	2024年		2019年	
	計	クレジット、電子マネー等	計	クレジット、電子マネー等
一般小売店	26,358	11,219	19,973	7,602
スーパー	47,398	23,228	38,238	17,198
コンビニエンスストア	4,457	2,100	3,985	1,355
百貨店	3,337	1,877	5,578	3,468
生協・購買	2,582	1,666	3,238	2,522
ディスカウントストア・量販専門店	12,825	5,759	9,822	3,236

図2 購入先別消費支出に占める「クレジットカード、電子マネー等」の支出割合（総世帯）



注3 購入先の詳細については、「用語の解説」の「2 購入先」（6ページ）を参照のこと。

(3) 購入先

2019年と比較して、消費支出の割合が上昇したのは、「スーパー」、「一般小売店」、「通信販売（インターネット）」など

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。

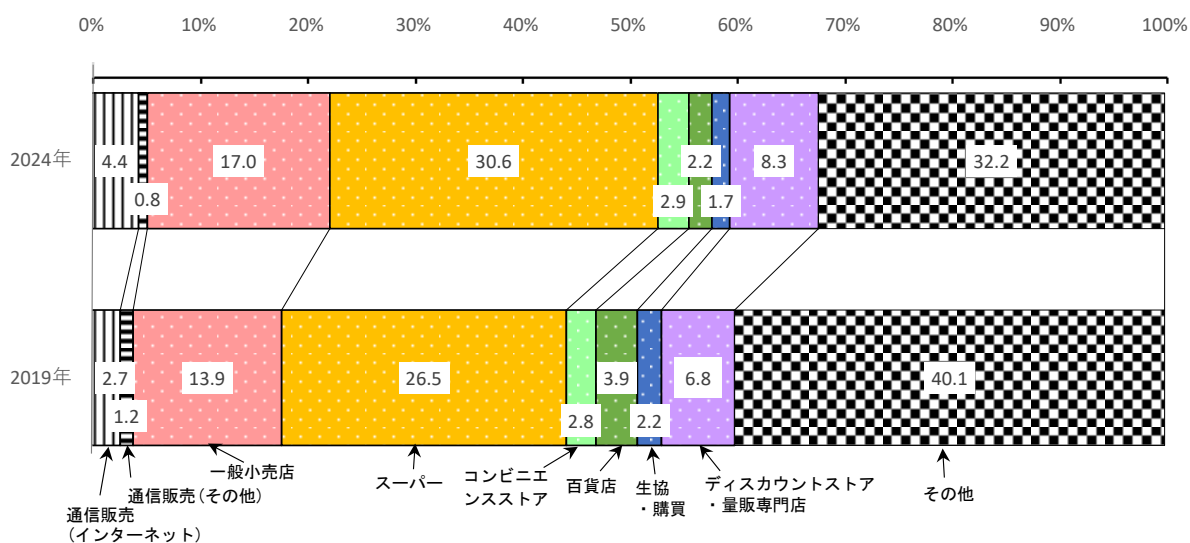
総世帯の消費支出を購入先別割合で見ると、店頭販売では「スーパー」が30.6%（47,398円）と最も高く、次いで「一般小売店」が17.0%（26,358円）、「ディスカウントストア・量販専門店」が8.3%（12,825円）などとなっている。

また、購入先別割合を2019年と比較すると、「スーパー」では4.1ポイント、「一般小売店」では3.1ポイント、「通信販売（インターネット）」では1.7ポイント、「ディスカウントストア・量販専門店」では1.5ポイント上昇している。一方、「その他」では7.9ポイント、「百貨店」では1.7ポイント低下している。（表5、図3）

表5 購入先別消費支出（総世帯） (円)

購入先		2024年	2019年
通信販売	インターネット	6,794	3,858
	その他	1,283	1,717
店頭販売	一般小売店	26,358	19,973
	スーパー	47,398	38,238
	コンビニエンスストア	4,457	3,985
	百貨店	3,337	5,578
	生協・購買	2,582	3,238
	ディスカウントストア・量販専門店	12,825	9,822
その他		49,986	57,765
計		155,020	144,174

図3 購入先別消費支出に占める「クレジットカード、電子マネー等」の支出割合（総世帯）



注3 購入先の詳細については、「用語の解説」の「2 購入先」（6ページ）を参照のこと。

用語の解説

1 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。

また、二次元バーコード等による決済サービスを利用した場合は、支払った際に選択した購入形態に応じて分類している。

2 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。 また、ネットスーパーの宅配（ネット注文）、宅配ピザ（ネット注文）などもここに含める。
	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	9 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。

- ◆ 「令和6年全国家計構造調査」の概要や詳しい結果を御覧になる場合は、総務省統計局のホームページを、統計表については政府統計の総合窓口（e-Stat）を参照ください。

総務省統計局令和6年度全国家計構造調査ホームページURL

<https://www.stat.go.jp/data/zenkokukakei/2024/index.html>

政府統計の総合窓口（e-Stat）URL

<https://www.e-stat.go.jp>