

2015年春 消費者の暮らし向きに関するアンケート 調査結果（サマリー）

調査名	2015年春の「消費者の暮らし向きに関するアンケート」調査
調査時期	2015年3月
調査対象	県民生協組合員14万人の中から2,500人を無作為抽出(福井県の年齢・市町別構成比で)
調査者	公益社団法人 ふくい・暮らしの研究所
調査内容	消費者の暮らし向き、力、貯蓄、ボーナス、お中元、暮らし・食・環境・福祉等の意識調査 福井県の消費者の消費動向(消費者マインド)を把握するために半年に1回定期的に行っている調査で、今回で23回目となる
回答状況	配布数2,501枚、有効回答数900枚、回答率36.0%

消費税増税後1年間は低迷も、今後半年間の消費者マインドは向上！（図表1～3）

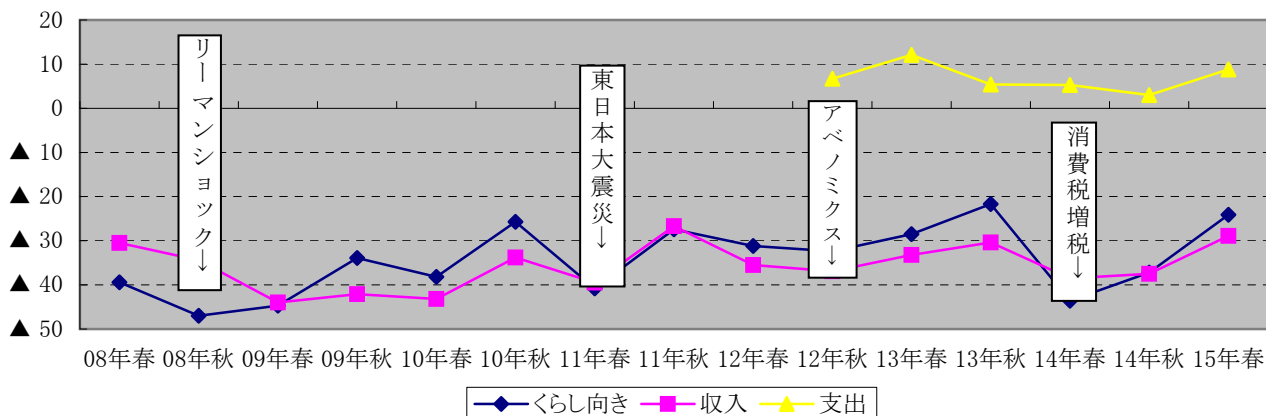
公益社団法人ふくい・暮らしの研究所の標記アンケート(2015年3月実施、有効回答数900)によると、今後半年間の暮らし向きは昨秋(2014年9月の同調査)と比べると、「収入」(D. I. 値+8.6ポイント)、「支出」(D. I. 値+5.8ポイント)と共に増加し、「暮らし向き」(D. I. 値+13.1ポイント)は向上しています。また、全国調査と比べても「暮らし向き」(D. I. 値+13.2ポイント)、「収入」(D. I. 値+5ポイント)と高くなっています。円安、株高に加え大企業のベースアップ等が、心理的に消費者マインドの向上をもたらしていると思われます。

しかし、消費税増税後1年の実質的な暮らし向きを聞いたところ、「暮らし向き」D. I. 値は▲35.8、「収入」D. I. 値は▲35.9と低迷しています。大企業のベースアップが中小企業に広がっているのかが明確でなく、消費者の可処分所得の増加についても不透明です。さらに食品価格の高騰も始まっています。このように消費者マインドは向上しているものの、消費者を取り巻く環境は依然として厳しいと思われれます。

図表1 今後半年間の暮らし向き、収入、支出、貯蓄(比率) ※全国比率は、内閣府公示の15年2月度「消費動向調査」より抜粋

	暮らし向き			収入			支出		貯蓄	
	14年秋	15年春	全国	14年秋	15年春	全国	14年秋	15年春	14年秋	15年春
良くなる(増える)	0.8%	1.0%	0.4%	0.4%	0.6%	0.4%	7.2%	8.3%	0.7%	0.3%
やや良くなる(やや増える)	2.7%	4.9%	5.1%	4.1%	6.1%	5.6%	24.4%	23.9%	3.1%	4.2%
変わらない	54.7%	63.2%	51.7%	52.3%	56.8%	54.1%	38.1%	41.9%	38.5%	42.8%
やや悪くなる(やや減る)	32.6%	23.1%	32.6%	30.3%	24.8%	28.5%	20.8%	15.7%	31.2%	29.6%
悪くなる(減る)	7.4%	6.6%	10.2%	11.0%	10.3%	11.4%	7.7%	8.0%	24.9%	21.4%
無回答	1.8%	1.2%		1.8%	1.4%		1.8%	2.2%	1.7%	1.7%
D. I. 値	▲ 37.2	▲ 24.1	▲ 37.3	▲ 37.5	▲ 28.9	▲ 33.9	3.0	8.8	▲ 53.1	▲ 47.2

図表2 今後半年間の暮らし向き、収入のD. I. 値経年推移



図表3 消費税増税後1年での暮らし向き、収入(%)

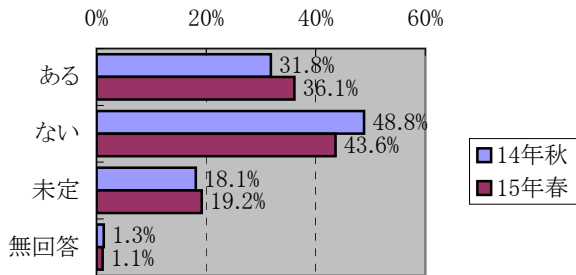
	実質の暮らし向き	実質の収入
良くなった(増えた)	0.1%	0.6%
やや良くなった(やや増えた)	4.3%	7.2%
変わらない	55.1%	47.8%
やや悪くなった(やや減った)	31.6%	31.3%
悪くなった(減った)	8.6%	11.9%
無回答	0.3%	1.2%
D. I. 値	▲ 35.8	▲ 35.9

旅行予定者が増え、「安・近・短」傾向は解消も、北陸新幹線利用予定者は2割程度。(図表4～8)

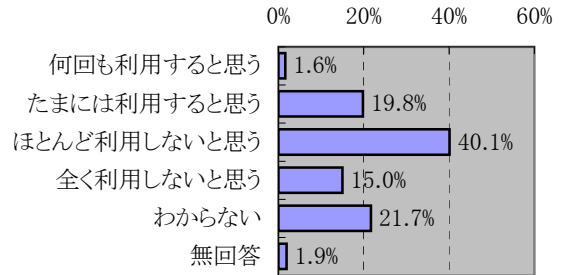
今後半年間の旅行予定は、あると答えた方が36.1% (昨秋は31.8%)と増え、旅行先も国内遠距離49.8% (昨秋は41.2%)、国内近距離42.2% (昨秋は51.0%)と逆転、平均旅費も8.3万円 (昨秋は7.4万円)と「安・近・短」から変化しています。

3月に開業した北陸新幹線は、「何回も・たまには利用すると思う」と答えた方が21.4%と、「ほとんど・全く」利用しないと思う」と答えた方55.1%の半分以上となり、低調な利用予定となっています。行き先は、「東京都内」59.4%、「東京以外の関東周辺」33.3%、「信越」32.3%が高くなっています。

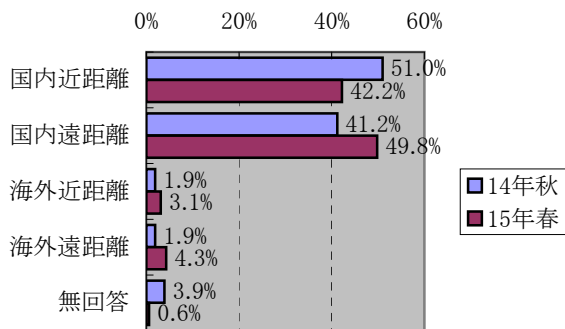
図表4 今後半年間の旅行予定(比率)



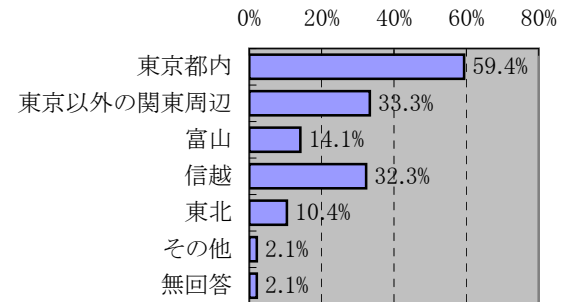
図表7 北陸新幹線の利用予定(%)



図表5 旅行先(比率)



図表8 北陸新幹線で行くところ(複数回答:%)



図表6 旅費(比率)

	14年秋	15年春
1万円未満	3.2%	1.8%
1～5万円未満	37.3%	30.5%
5～10万円未満	31.8%	36.0%
10万円以上	26.9%	30.5%
無回答	0.6%	1.2%
平均旅費	7.4	8.3

貯蓄やボーナスの傾向は変わらず、ボーナスを使用した「家の修繕・リフォーム」が増加！

貯蓄を「している方」は昨秋調査と比べてもあまり変わっておらず、貯蓄額平均も変化はありません。

夏のボーナスは、「出そうだ」の比率も昨秋調査の結果と変わっていません。ボーナスで購入予定の商品は、定番の「婦人服洋品」や「子供服洋品」等に加え、今回は「家の修繕・リフォーム」が新しく第5位に上昇しています。エコポイント復活もあり、団塊の世代を中心に家の建て替え・修理が増えているものと思われます。

お中元は、デパートやショッピングセンターで、商品カタログを見て、贈り先の趣味・嗜好に合うかを重視して購入する方が多く、高価格商品の価格帯目安は6～7千円、低価格商品の価格帯目安は3～4千円！

お中元も、「贈る」方は昨春調査の結果と変わっていません。主な購入先は「デパートやショッピングセンター」「生協」の順で多く、「商品カタログを見て」「目で見て」購入する方が多くなっています。贈答品選定で重視することは「贈り先の趣味・嗜好に合うか」や「地元福井の商品(ご当地商品)」が多くなっています。送り先は「県内が多い」と回答された方が最も多くなっています。高価格商品の価格帯目安は6～7千円で、低価格商品の価格帯目安は3～4千円となっています。また、お中元の予算は、お歳暮の約2/3となっています。

お中元で購入予定の商品は、定番の「ビール」や「和洋菓子」、「ハム」等と変わっていません。