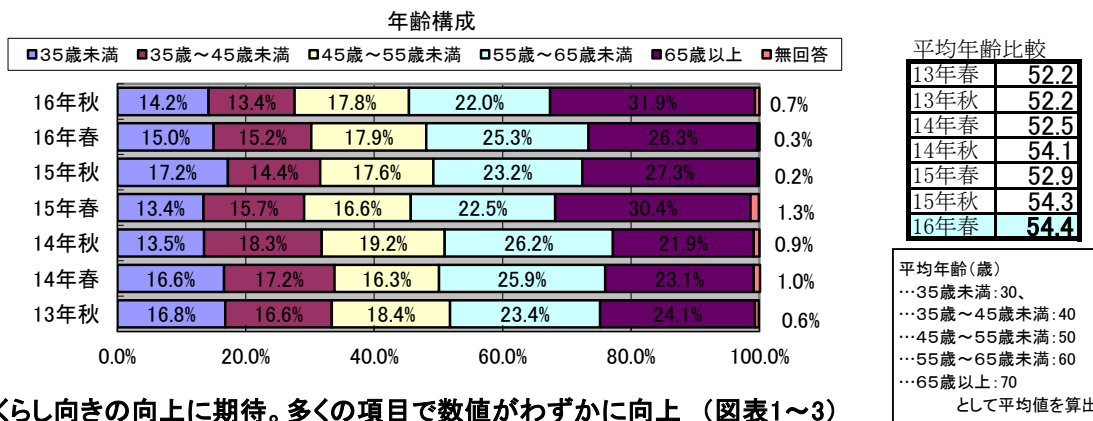


2016年秋 消費者のくらし向きに関するアンケート 調査結果（サマリー）

調査名	2016年秋の「消費者のくらし向きに関するアンケート」調査
調査時期	2016年9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・くらしの研究所
調査内容	消費者のくらし向き、旅行、貯蓄、ボーナス、お中元・お歳暮、くらし・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2,500枚、有効回答数846枚、回答率33.84%

年齢構成と平均年齢

前回の調査と比較し、65歳以上の占める割合が多くなりました。



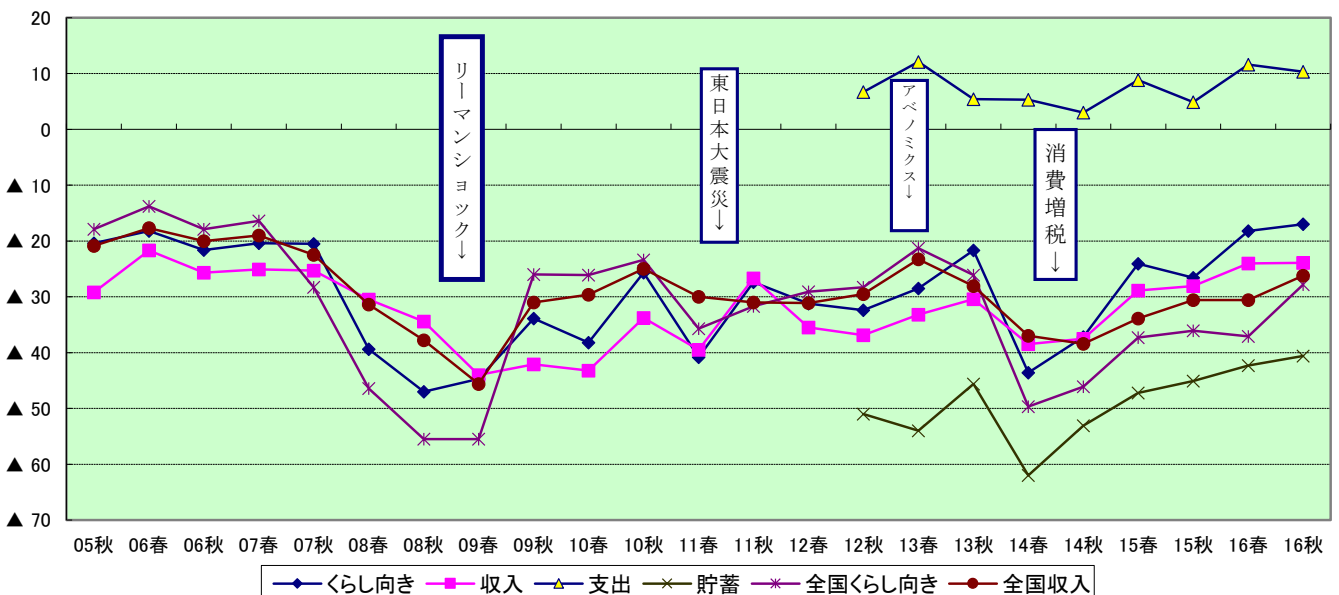
くらし向きの向上に期待。多くの項目で数値がわずかに向上 (図表1～3)

公益社団法人ふくい・くらしの研究所の標記アンケート(2016年3月実施、有効回答数846)によると、今後半年間の「くらし向き」について、『変わらない』と回答している人が約7割を占め、『やや悪くなる』と『悪くなる』は微減しました。結果、D.I.値では16年春からわずかに上昇、「収入」「貯蓄」においても、「くらし向き」同様にわずかな上昇にとどまっております。見通しは『現状維持』であるといえます。

図表1 今後半年間のくらし向き、収入、支出、貯蓄(比率) ※全国比率は、内閣府公示の16年9月度「消費動向調査」より抜粋

	くらし向き			収入			支出		貯蓄	
	16年春	16年秋	全国	16年春	16年秋	全国	16年春	16年秋	16年春	16年秋
良くなる(増える)	1.1%	1.5%	0.5%	0.9%	0.5%	0.3%	8.3%	5.6%	0.9%	0.8%
やや良くなる(やや増える)	5.9%	3.3%	3.7%	6.9%	5.7%	4.1%	23.3%	21.4%	6.2%	5.0%
変わらない	66.4%	72.2%	63.8%	59.6%	62.6%	65.0%	47.0%	54.6%	42.8%	47.0%
やや悪くなる(やや減る)	19.1%	18.9%	25.5%	22.3%	22.8%	22.5%	15.0%	12.8%	28.1%	27.9%
悪くなる(減る)	5.8%	2.7%	6.5%	9.4%	6.9%	8.1%	5.1%	4.0%	20.7%	18.0%
無回答	1.6%	1.3%	-	0.9%	1.5%	-	1.3%	1.7%	1.3%	1.3%
D. I. 値	▲ 18.2	▲ 17.0	▲ 27.8	▲ 24.0	▲ 23.9	▲ 26.2	11.6	10.3	▲ 42.3	▲ 40.6

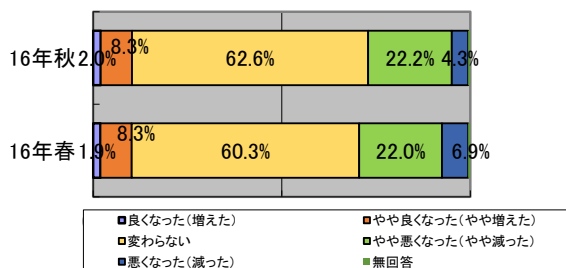
図表2 今後半年間のくらし向き、収入、支出、貯蓄のD. I. 値経年推移



図表3① 実質の暮らし向き、収入(%)

	実質の暮らし向き	実質の収入
良くなった(増えた)	2.0%	1.8%
やや良くなった(やや増えた)	8.3%	9.8%
変わらない	62.6%	49.2%
やや悪くなった(やや減った)	22.2%	27.2%
悪くなった(減った)	4.3%	10.8%
無回答	0.6%	1.3%
D. I. 値	▲ 16.3	▲ 26.7

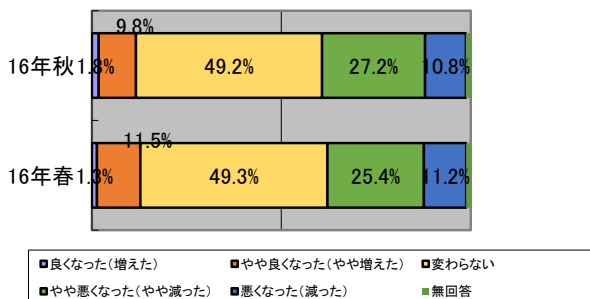
実質の暮らし向き 半年前との比較



図表3 ② 実質の暮らし向き、収入(%) 秋とのD. I. 値比較

暮らし向き		収入	
16年春	16年秋	16年春	16年秋
▲ 18.9	▲ 16.3	▲ 24.0	▲ 26.7

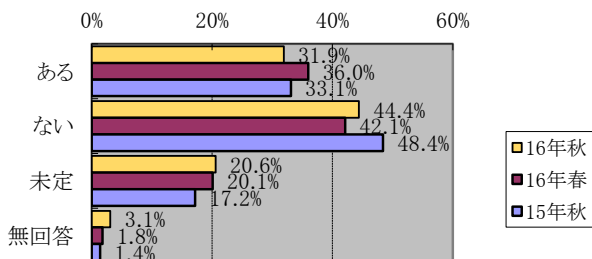
実質の収入 半年前との比較



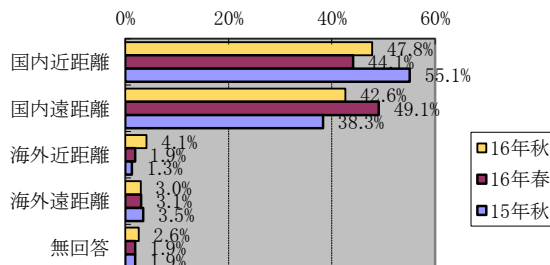
一年前と比べ、旅行への消費者マインドはやや好調(図表4、5)

今後半年間に旅行予定が『ある』と答えた方は31.9%(16年春36.0%)となりました。昨年度の秋と比べると、『ある』割合はわずかに減っていますが、旅行先で『国内近距離』が減り、『国内遠距離』『海外近距離』が増えていることから、旅行への消費者マインドはやや好調を維持しているといえます。

図表4 今後半年間の旅行予定(比率)



図表5 旅行先(比率)

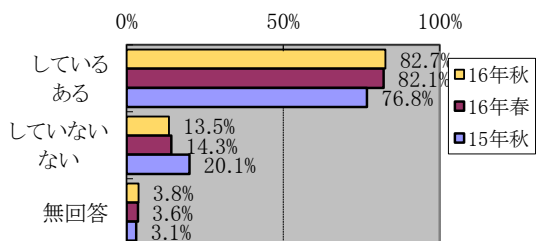


ボーナスの状況は「変わらず」。貯蓄が「ある」割合は82.7%(図表6、7)

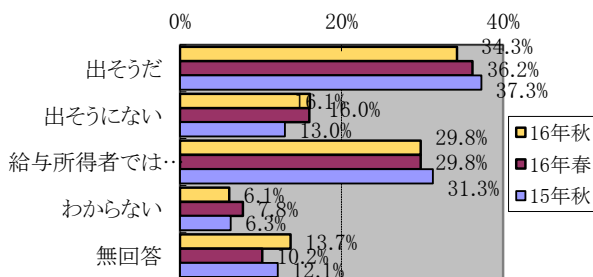
貯蓄が『ある』と回答した人は全体で82.7%となり(図表6)、年齢別にみても、全ての年代で80%~85%で差がありません。一方、貯蓄額は年齢が高いほど多くなっています。また、全体での貯蓄額平均は974万円で、16年春(948万円)より増加しています。

冬のボーナスについては、『出そうだ』の割合は16年春・また15年秋よりも、減っています。さらに、ボーナスの予想額についても、『減りそうだ』の回答がわずかに増えており、ボーナスをめぐる状況は、停滞気味と予想されます。使い道では、「婦人服」「子供服」「旅費」「紳士服」と、例年と同じ品目が上位に入りました。

図表6 貯蓄がありますか(15年秋 ”していますか”)



図表7 ボーナスは出そうですか

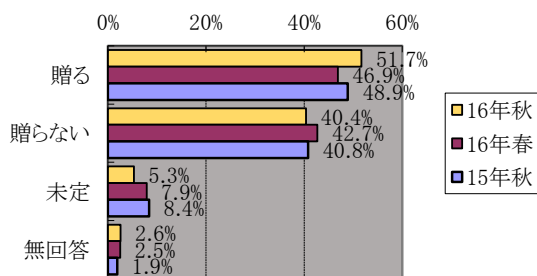


お歳暮を送る人はほぼ半数。ただし、年代で大きな差が。その他の項目も大きな変化はなし

お歳暮を『贈る』割合は51.7%と、全体で半数を少し上回りました(図表8)。お中元(春の調査)に比べ、お歳暮(秋の調査)で、『贈る』人が微増する傾向があります。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』が1位です。高価格帯商品の平均価格は微増の6900円、低価格商品の平均金額は微減の2900円となりました。

購入予定の商品は、お中元に比べてお歳暮の方が順位が上がる「日本酒・地酒・焼酎」に、「和洋菓子」、「ハム」、「海産物」、「ビール」が定番と言えます。

図表8 お歳暮は贈りますか



図表9 贈答品選定で重視すること

順位	
1	贈り先の趣味・嗜好に合うか
2	地元福井の商品(ご当地商品)
3	金額ライン
4	季節感のある商品
5	安全・安心
6	送料が無料
7	日持ち
8	国産品(メイドインジャパン)
9	販売店の信頼性
10	お中元(歳暮)の定番商品
11	高級感・高品質感
12	メーカー/ブランドの知名度
13	その他

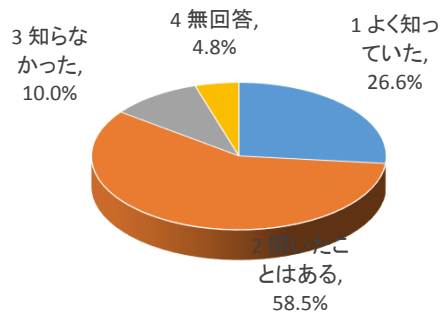
『福井の伝統野菜』認知度は8割以上

『福井の伝統野菜』について、認知度・購入意欲を聞いたところ、8割以上の方が程度の差があるものの『知っている』という結果でした。

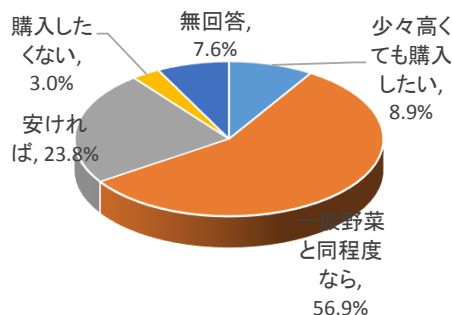
購入意欲については、『一般的な野菜と同程度なら購入したい』が最も多く56.9%でした。年代別に見ると、認知度においては『65歳以上』が1番高い(『よく知っている』『聞いたことはある』あわせて87.4%)ですが、購入意欲は『35歳～45歳未満』が1番あり(『少々高くても購入したい』が12.4%で全世代中1位)比較的若い世代も食文化への関心は低くないことがわかりました。

品目別では、『知っている』『食べたことがある』『購入したことがある』全てにおいて、「奥越さといも」「勝山水菜」「三年子らっきょ」「木田ちそ」「吉川ナス」が上位5品目でした

図表10 『福井の伝統野菜』があることを知っていましたか



図表11 『福井の伝統野菜』を購入したいですか



高齢者の困りごとでは、「いらなくなったものなどの処分」が1位

高齢者の方や、高齢者が身近にいる方にとつての「くらしの中で困りごと」を聞きました。391人が回答し、そのうち約半数・50.6%が『いらなくなったものなどの処分』を選び、1位となっています。次いで、2位『病院などへの外出』が27.6%、3位『高齢者の食事作り』22.8%となりました。

図表12 「高齢者の方や高齢者が身近におられる方に聞いた困りごと」順位

順位		割合
1	いらなくなったものなどの処分	50.6%
2	病院などへの外出	27.6%
3	高齢者の食事作り	22.8%
4	介護	18.9%
5	その他	17.1%
6	部屋の掃除	16.1%
7	困りごとにかかる支出の増加	14.6%
8	日常のお買物	12.5%
9	電球・電灯の交換	11.5%
10	季節の衣替え	8.4%
11	洗濯・乾燥	4.9%
12	衣服の着替え	3.8%

生活や食、環境、福祉に対する考え方

突出した大きな変化はありませんでした。
ただし、「エネルギー政策」において、「安全性重視」が弱くなる傾向が見られました。しかし、必ずしも原子力や従来電源での供給を支持するわけでもありません。

各項目ごとの合計点と平均点は図表13、各テーマの中で1番平均点が高い項目は、図表14のとおりです。

図表13 各項目ごとの点数

テーマ		総点数	平均点
ア)生活・くらし	A. 家族の一体感や絆を深めることを第一に考えている	58,960	73.9
	B. 自分で自由に使える時間は、家で過ごすのが好きなほうだ	52,130	64.8
	C. 余暇は、家族サービスや旅行で過ごすことにしている	42,415	53.1
	D. 家族みんなが楽しむために、よく外食する	36,020	45.1
	E. 家計にゆとりがあった場合、消費するよりも貯金しておく	54,550	67.9
イ)食の安全・農業問題	A. 多少値段が高くても安全・安心な食品を購入する	57,526	71.0
	B. 家計のため低価格の食品を探して購入する	45,840	57.0
	C. 多少値段が高くても地産地消を大切にす	46,683	57.9
	D. 輸入農産物は敬遠する	56,931	70.7
	E. 風評被害が心配だが、放射線量の高い産地の食品は手が出ない	53,196	66.2
ウ)災害防止、環境問題	A. 自然の脅威の前では人の力には限界があり、どうしようもない	64,500	80.8
	B. 国は、災害防止のための補強工事や情報提供を、もっと行うべきだ	62,605	78.1
	C. 我が家の災害に対する備えは十分である	37,640	46.7
	D. 災害ボランティア活動には積極的に参加したいと思う	38,490	48.4
	E. 少々不便でも、積極的に省エネに協力したい	49,631	61.7
エ)エネルギー政策	A. 経済性を重視した、安定供給が可能なエネルギー政策を取るべきだ	51,150	65.3
	B. 生活に多少の不便があっても、安全性を重視したリスクの少ないエネルギー政策を取るべきだ	53,995	67.9
	C. 太陽光や風力、水力等、再生可能な自然エネルギーを主力とするべきだ	55,640	69.9
	D. 安全性を確保した上で、問題がなければ原発の再稼働は仕方がない	38,735	48.5
	E. 今の電気料金は、高いと思う	50,810	63.4
オ)福祉、税金	A. 将来の社会福祉政策の充実のために、税負担が重くなくても仕方がない	41,951	52.6
	B. 国は、収入による格差を減らすよう、公平な税負担を求めるべきだ	54,310	68.5
	C. これ以上の税負担は耐えられない	59,240	73.9
	D. もっと、高齢化対策(年金制度等)の充実を図る必要がある	57,440	71.4
	E. もっと、少子化対策(育児支援制度等)の充実を図る必要がある	59,565	74.3
カ)地域	A. 自治会、社会奉仕、避難訓練等地域の行事には、積極的に参加していきたい	51,155	63.8
	B. 地域の公民館や集会場、公園を、積極的に利用していきたい	48,770	60.8
	C. 地域の子供会や青年会、婦人会、老人会等に参加していきたい	44,550	55.7
	D. 自分の地域を良くするために、もっと、地域づくりやまちづくりに参加していきたい	44,940	56.3
	E. 自治会やPTA等地域の役員は、したくない	48,325	61.4

図表14 各テーマで最も点数の高い項目は

生活	家族の一体感や絆を深めることを第一に考えている
食	多少値段が高くても安全・安心な食品を購入する
災害環境	自然の脅威の前では人の力には限界があり、どうしようもない
エネルギー	太陽光や風力、水力等、再生可能な自然エネルギーを主力とするべきだ
福祉・税金	もっと、少子化対策(育児支援制度等)の充実を図る必要がある
地域	自治会、社会奉仕、避難訓練等地域の行事には、積極的に参加していきたい