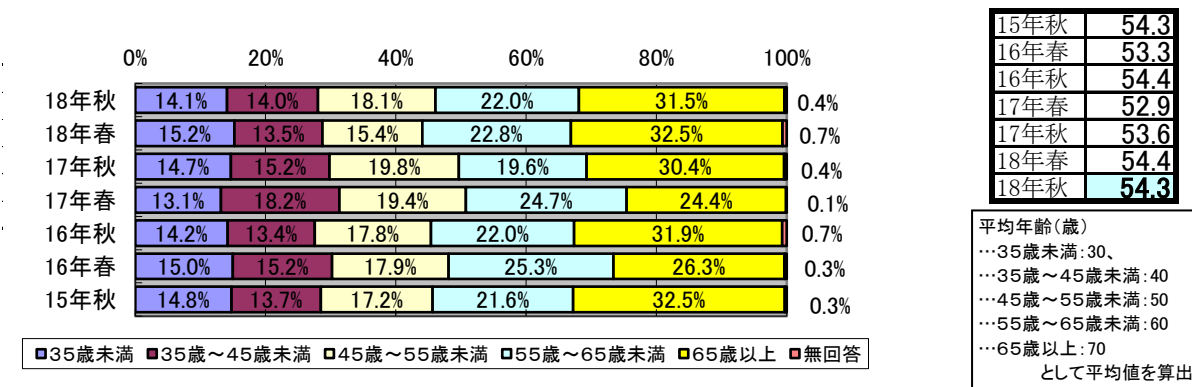


# 2018年春 消費者の暮らし向きに関するアンケート 調査結果（サマリー）

調査名	2018年秋の「消費者の暮らし向きに関するアンケート」調査
調査時期	2018年9月
調査対象	県民生協組合員約15万人の中から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、旅行、貯蓄、ボーナス、お中元・お歳暮、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27回目となる
回答状況	配布数2,500枚、有効回答数831枚、回答率33.2%

## 年齢構成と平均年齢

回答者平均年齢は、前回の調査とほとんど変わらず、54.3歳となりました。



## 今後の暮らし向きは、慎重な見通しで変化なし(図表1～3)

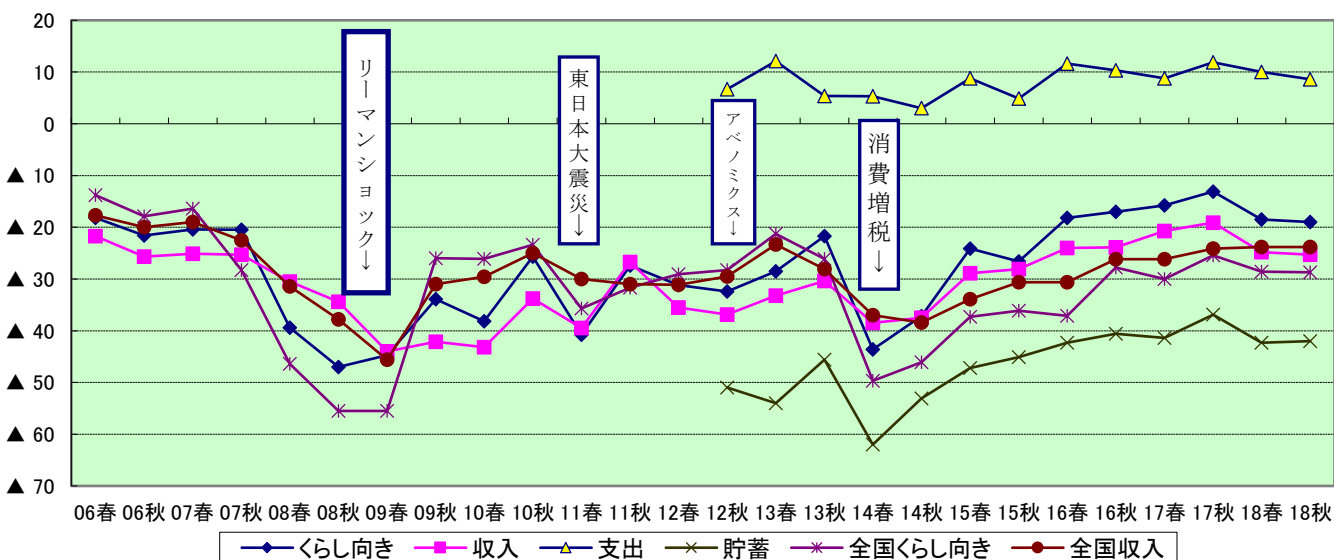
公益社団法人ふくい・暮らしの研究所の標記アンケート(2018年9月実施、有効回答数831)によると、今後半年間の「暮らし向き」について、D.I.値が前回より約0.5ポイント下がり▲19となりました。『やや悪くなる』が増えたものの、『悪くなる』は減っており、結果として僅かな後退となっています。「収入」「支出」「貯蓄」でも大きな変化は見られませんでした。

実質(現在)の「暮らし向き」と「収入」については、『変わらない』が減り、『やや悪くなった』『やや減った』が増える一方『良くなった』『やや良くなった』『増えた』『やや増えた』も増えており、2極化の傾向が見られます。

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18年9月「消費動向調査」より

	暮らし向き			収入			支出		貯蓄	
	18年春	18年秋	全国	18年春	18年秋	全国	18年春	18年秋	18年春	18年秋
良くなる(増える)	1.2%	1.0%	0.7%	1.1%	1.0%	0.5%	6.6%	7.0%	0.5%	0.5%
やや良くなる(やや増える)	3.9%	4.2%	3.9%	5.1%	4.3%	4.6%	22.8%	20.5%	5.4%	4.7%
変わらない	70.6%	69.7%	62.1%	61.7%	62.9%	66.1%	49.5%	51.6%	44.7%	46.6%
やや悪くなる(やや減る)	18.7%	21.5%	27.1%	22.2%	22.6%	21.4%	14.4%	14.8%	30.3%	29.2%
悪くなる(減る)	4.7%	2.4%	6.2%	8.4%	7.6%	7.5%	5.1%	4.2%	17.1%	17.2%
無回答	0.8%	1.2%	-	1.5%	1.6%	-	1.6%	1.9%	1.9%	1.8%
D. I. 値	▲18.5	▲19.0	▲28.7	▲24.8	▲25.3	▲23.8	10.0	8.6	▲42.3	▲42.0

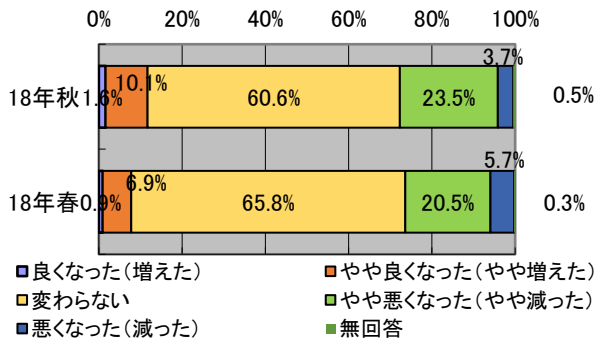
図表2 今後半年間の暮らし向き、収入、支出、貯蓄のD. I. 値経年推移



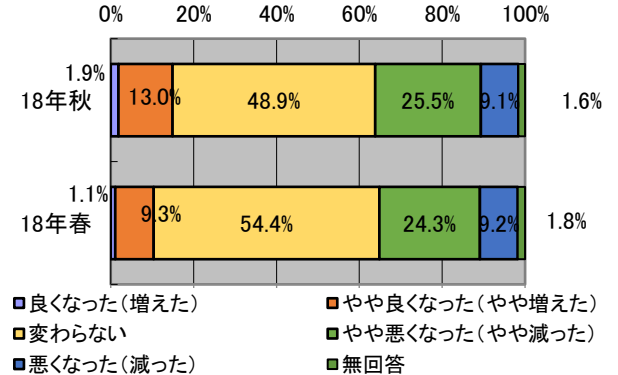
図表3① 実質のくらし向き、収入(%)

	実質のくらし向き		実質の収入	
	18年春	18年秋	18年春	18年秋
良くなった(増えた)	0.9%	1.6%	1.1%	1.9%
やや良くなった(やや増えた)	6.9%	10.1%	9.3%	13.0%
変わらない	65.8%	60.6%	54.4%	48.9%
やや悪くなった(やや減った)	20.5%	23.5%	24.3%	25.5%
悪くなった(減った)	5.7%	3.7%	9.2%	9.1%
無回答	0.3%	0.5%	1.8%	1.6%
D. I. 値	▲ 18.4	▲ 15.6	▲ 23.5	▲ 20.0

実質のくらし向き 半年前との比較



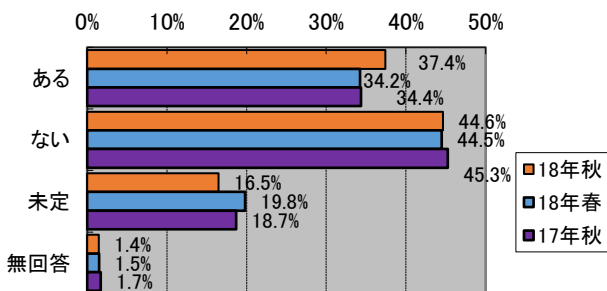
実質の収入 半年前との比較



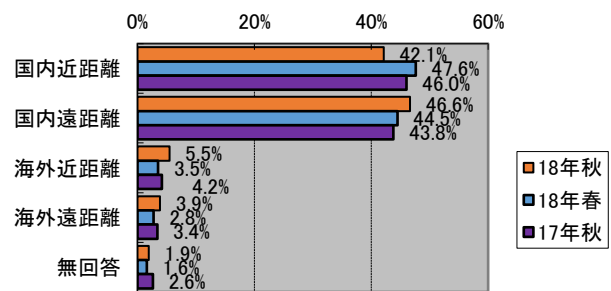
### 旅行への消費者マインドは向上(図表4~7)

今後半年間に旅行予定が『ある』と答えた方は37.4%で、15年以後の調査のなかでは1番多くなりました。また、旅行先についても『国内遠距離』が『国内近距離』を上回り、旅費も増加していることから、旅行への消費者マインドは向上していると言えます。

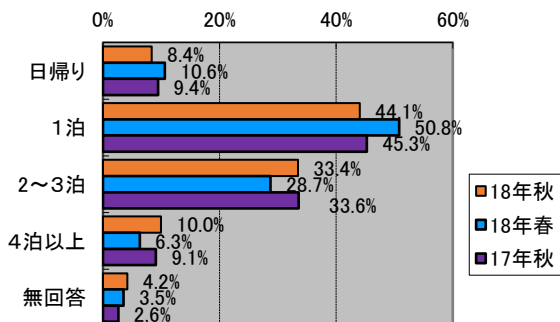
図表4 今後半年間の旅行予定(比率)



図表5 旅行先(比率)



図表6 宿泊数(比率)



図表7 旅全体の費用(平均金額、単位万円)

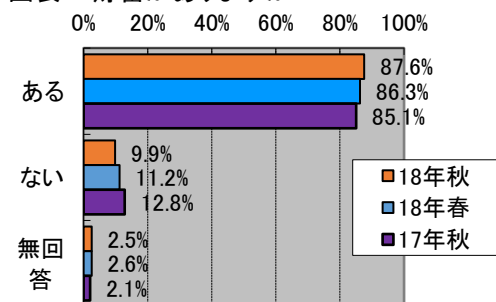
旅費	平均金額
18年秋	11.6
18年春	10.2
17年秋	10.7
17年春	11.5
16年秋	11
16年春	10.7
15年秋	7.5

## 貯蓄が「ある」割合は87.6%。ボーナスの状況は僅かに上向きに。(図表8～11)

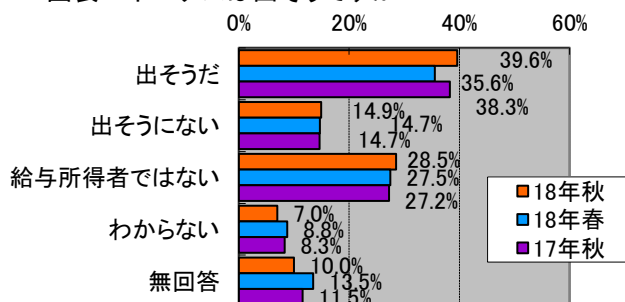
87.6%の人が、貯蓄が『ある』と回答しています(図表8)。貯蓄額は全体の平均が930万円、1番多いのは『65歳以上』で、1,250万円でした(図表9)。

ボーナスについて、『出そうだ』の割合は39.6%で、1年前の冬ボーナス(17年秋)と比べて増加は僅かですが、予想額では『減りそうだ』が減っており、状況はわずかに上向きといえそうです。ボーナスでの購入予定商品では『婦人服』『子ども服』『旅費』『紳士服』が上位で、変化がありません。

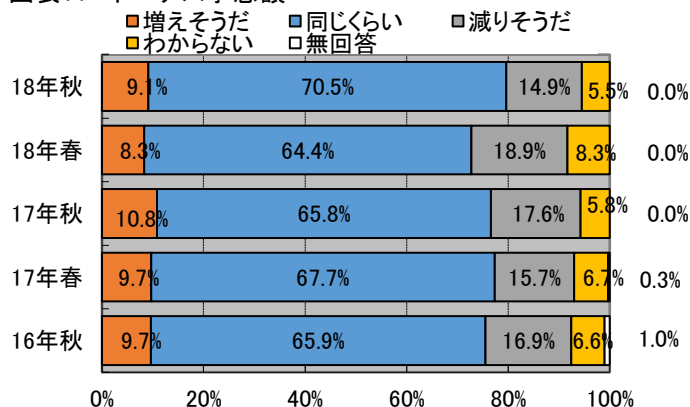
図表8 貯蓄がありますか



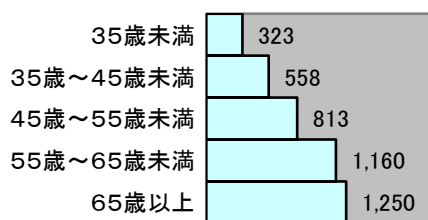
図表10 ボーナスは出そうですか



図表11 ボーナス予想額



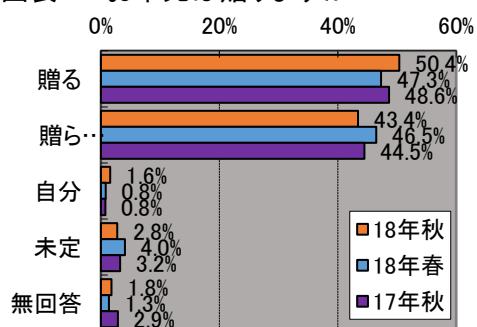
図表9 年代別 貯蓄額(平均額:単位は万円)



## お歳暮を『贈る』が『贈らない』を上回る。予定商品では『海産物』が人気(図表12～14)

お歳暮を『贈る』割合は50.4%と、16年秋ぶりに半分以上となりました。贈る予定の商品の位は、1位「海産物」・2位「加工肉」・3位「和洋菓子」で、4位以下も、順位の入れ替わりはありますが昨年の冬の調査とほぼ同じ品が並びました。予算については、高価格帯の平均は約6,900円、低価格帯の平均金額は約3,000円となりました。商品選定では『贈り先の趣味・嗜好に合うか』を重視する人が1番多く、2番目が『地元福井の商品』となっています。

図表12 お中元は贈りますか



図表13 贈る予定の商品は

順位	送る予定の品物トップ10
1位	海産物
2位	加工肉(ハム・ソーセージ)
3位	和洋菓子
4位	ビール・発泡酒
5位	日本酒・地酒・焼酎
6位	うどん・そば・素麺など麺類
7位	生鮮肉類
8位	その他果物
9位	米
10位	珈琲・紅茶

図表14 何を重視して贈りますか

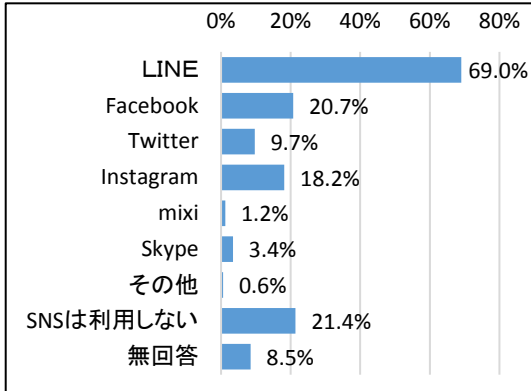
順位	重視すること
1	贈り先の趣味・嗜好に合うか
2	地元福井の商品(ご当地商品)
3	金額ライン
4	季節感のある商品
5	安全・安心
6	送料が無料
7	日持ち
8	お歳暮の定番商品
9	国産品(メイドインジャパン)
10	高級感・高品質感
11	販売店の信頼性
12	メーカー/ブランドの知名度

## SNSの利用は年代間の差がはっきりと。

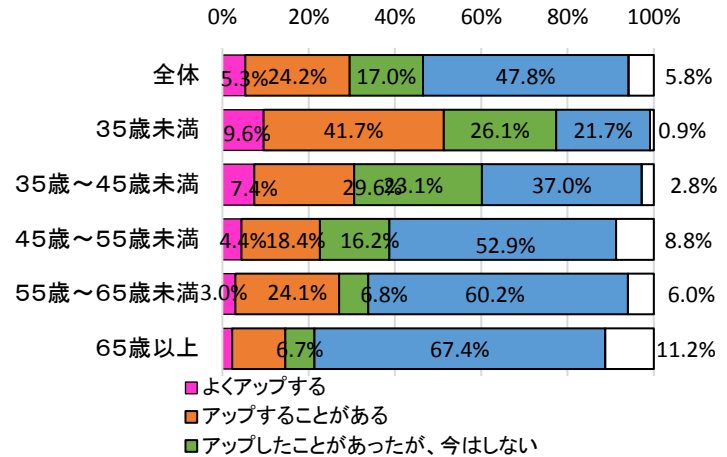
近年、SNS映えを求める人々が増えるなど話題となるなど、その利用は拡大し定着しています。福井の消費者のSNSの利用状況や意識について、たずねました。結果、幅広い年代でLINEを利用している人がかなり多い一方、写真や動画のアップについては、45歳以上の年代では慎重であることも分かりました。

「SNSのどのような情報が、商品やサービス購入のきっかけになるか」という問いには、全体では「SNSの情報がきっかけで商品やサービスを購入したことはない」と「無回答」が合わせて（＝SNSの情報と消費行動が結びつかない）約80%になりますが、その数値を年代別で見ると、35歳未満では約22%、35歳～45歳未満では約40%と大きな差があります。

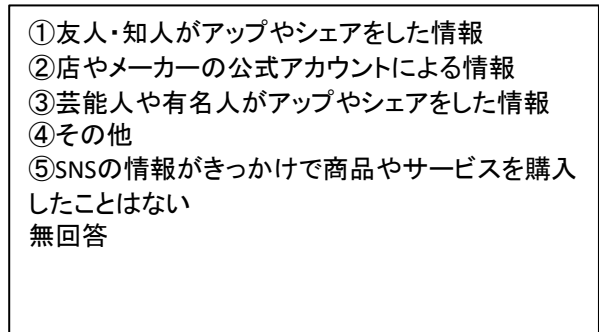
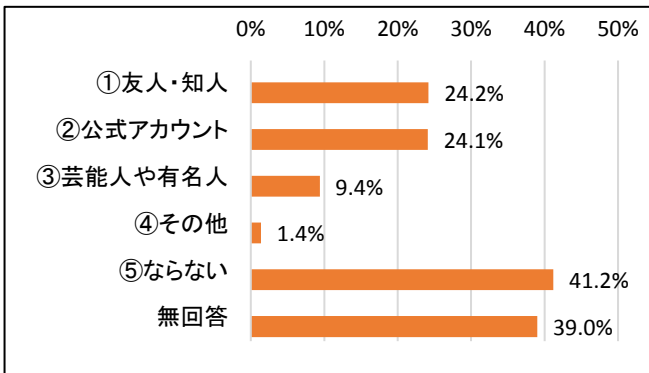
図表15 SNSのうち、利用しているもの  
(複数回答、全回答者831に対する比率)



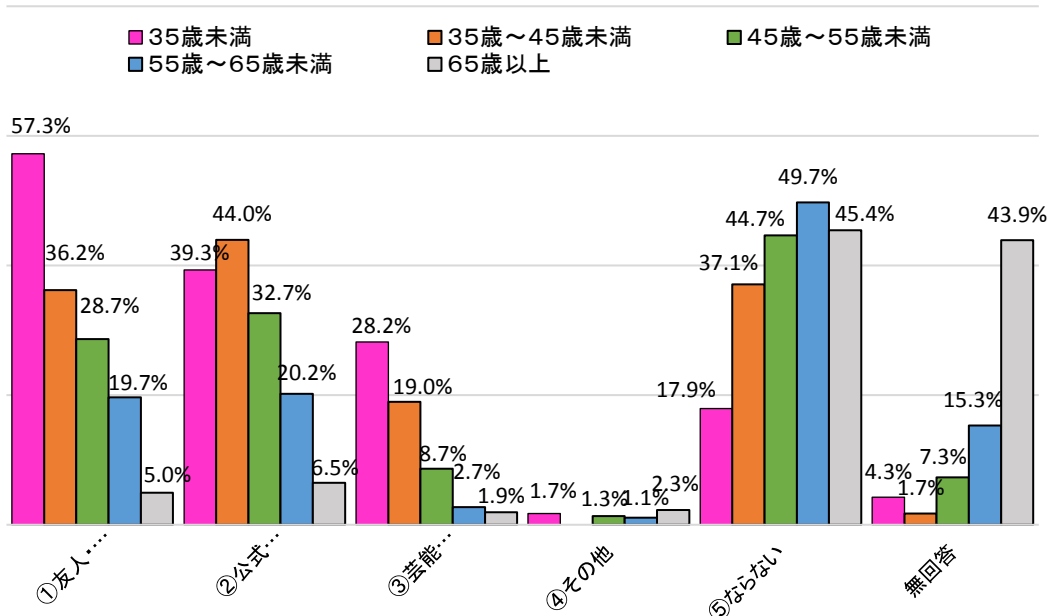
図表16 SNSに写真や動画を投稿することがありますか(年齢別)



図表17① SNSの、どのような情報が、商品やサービス購入のきっかけになりますか 全体  
(複数回答、なんらかのSNSを利用している人に対する比率)



図表17② SNSの、どのような情報が、商品やサービス購入のきっかけになりますか 年離別  
(複数回答、なんらかのSNSを利用している人に対する比率)



## 生活や食、環境、福祉に対する考え方

昨年度(17年秋)と比較して、あまり変化がありません。

自由記述には自然災害の脅威に関するものが目立ちましたが、災害防止の項目で『我が家の災害に関する備えは十分である』や『災害ボランティア活動には積極的に参加したいと思う』は平均点がほとんど変わりませんでした。

各項目ごとの合計点と平均点は図表18、各テーマの中で1番平均点が高い項目と低い項目は、図表19のとおりです。

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	58,775	73.6
	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	53,208	65.9
	C. 余暇は、家族サービスや旅行で過ごすことにしている	41,223	51.6
	D. 家族みんなが楽しむために、よく外食する	36,897	46.1
	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	53,650	66.5
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	58,080	71.6
	B. 家計のため低価格の食品を探して購入する	44,916	55.9
	C. 多少値段が高くても地産地消を大切にしている	48,040	59.4
	D. 輸入農産物は敬遠する	54,811	68.1
	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	50,000	62.2
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	66,094	82.2
	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	62,945	78.4
	C. 我が家の災害に対する備えは十分である	37,305	46.3
	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	36,275	45.2
	E. 少々不便でも、積極的に省エネに協力したい	49,255	61.3
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	50,250	63.0
	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	53,433	67.0
	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	55,590	69.5
	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	38,625	48.2
	E. 今の電気料金は、高いと思う	53,760	66.6
オ)福祉、税金	A. 将来の社会福祉政策の充実のために、税負担が重くなっても仕方がない	43,327	54.1
	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	54,673	68.3
	C. これ以上の税負担は耐えられない	58,123	72.5
	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	54,615	68.1
	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	57,088	71.4
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	49,820	62.0
	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	47,065	58.8
	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	42,655	53.4
	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	43,968	54.9
	E. 自治会やPTA等地域の役員は、したくない	51,095	64.2

テーマ	平均点が1番高かった考え方	平均点が1番低かった考え方
ア	A. 家族の一体感や絆を深めることを第一に考えている 73.6	D. 家族みんなが楽しむために、よく外食する 46.1
イ	A. 多少値段が高くても安全・安心な食品を購入する 71.6	B. 家計のため低価格の食品を探して購入する 55.9
ウ	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 82.2	C. 我が家の災害に対する備えは十分である 46.3
エ	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 69.5	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 48.2
オ	C. これ以上の税負担は耐えられない 72.5	A. 将来の社会福祉政策の充実のために、税負担が重くなっても仕方がない 54.1
カ	E. 自治会やPTA等地域の役員はしたくない 64.2	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 53.4