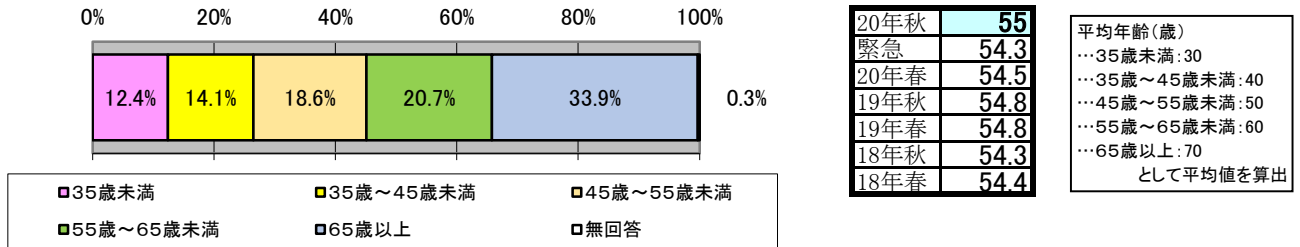


2020年秋 消費者の暮らし向きに関するアンケート サマリー

調査名	2020年秋「消費者の暮らし向きに関するアンケート」調査
調査時期	2020年9月
調査対象	県民生協組合員約16万人の中から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	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、6月の緊急調査を含め、今回で31回目となる。
回答状況	配布数2,500枚、有効回答数952枚、回答率38.1%

年齢構成と平均年齢

回答者平均年齢は55歳でした。



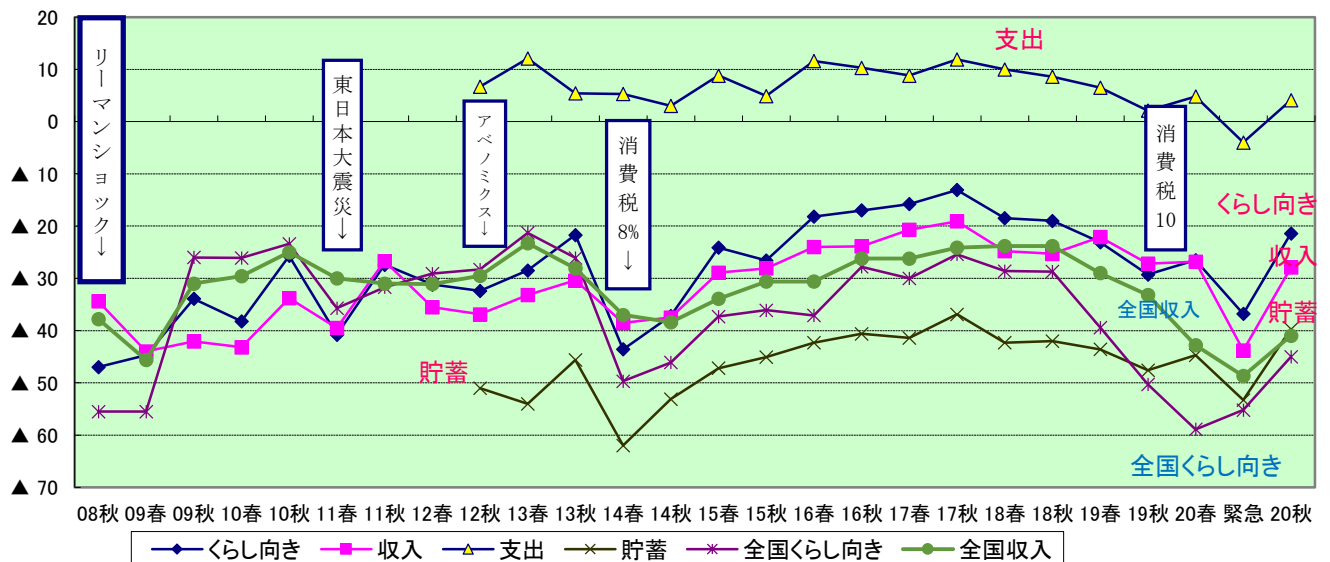
収入は減ったが、今後の暮らし向きなどについては回復傾向(図表1～2)

公益社団法人ふくい・暮らしの研究所の標記アンケート(2020年9月実施、有効回答数952)によると、今後半年間の生活の見通しについて、前回6月の緊急調査に比較し、暮らし向き・収入・支出・貯蓄の全てでD.I.値が回復しました。また、半年前の20年春と比較しても、D.I.値が収入以外の項目で上回っています(図表1①)。『良くなる』『やや良くなる』はそれほど増えておらず、『変わらない』が増えて『やや悪くなる』『悪くなる』が減った結果ですが、福井県内のコロナ感染拡大が落ち着いたことを受け、消費者マインドはもとに戻りつつあるといえます。前年と比較した現在の暮らし向きと収入については、暮らし向きのD.I.値は10.3ポイント上がり▲21.5となりましたが、収入については『変わらない』が減り『やや減った』『減った』が増えてD.I.値が0.8ポイント下がり▲30.0となっています。コロナ感染拡大により収入が減ったことが表れているといえます。(図表2①～④)

図表1① 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20年9月「消費動向調査」より

	暮らし向き				収入				支出			貯蓄		
	20年春	緊急	20年秋	全国	20年春	緊急	20年秋	全国	20年春	緊急	20年秋	20年春	緊急	20年秋
良くなる(増える)	1.1%	0.8%	0.4%	0.3%	1.2%	0.4%	0.2%	0.2%	6.0%	4.5%	4.9%	0.6%	0.3%	0.5%
やや良くなる(やや増える)	3.4%	3.3%	2.0%	3.5%	5.0%	1.8%	4.4%	3.1%	22.1%	20.2%	18.1%	5.7%	2.6%	4.6%
変わらない	63.4%	54.2%	72.9%	47.4%	60.1%	51.6%	62.3%	52.4%	47.2%	45.9%	57.1%	42.2%	40.5%	49.5%
やや悪くなる(やや減る)	24.6%	33.4%	19.9%	35.1%	23.2%	34.2%	24.5%	28.7%	18.7%	21.6%	15.7%	31.4%	34.5%	30.5%
悪くなる(減る)	6.2%	7.0%	3.8%	13.7%	9.6%	11.5%	7.8%	15.6%	4.7%	7.0%	3.3%	18.9%	21.4%	14.0%
無回答	1.2%	1.3%	1.1%		0.9%	0.6%	0.8%		1.3%	0.8%	0.9%	1.2%	0.6%	0.9%
D.I. 値	▲26.5	▲36.8	▲21.4	▲45.0	▲26.8	▲43.8	▲27.9	▲41.0	4.8	▲4.0	4.1	▲44.7	▲53.3	▲39.7

図表1② 今後半年間の暮らし向き、収入、支出、貯蓄のD.I. 値経



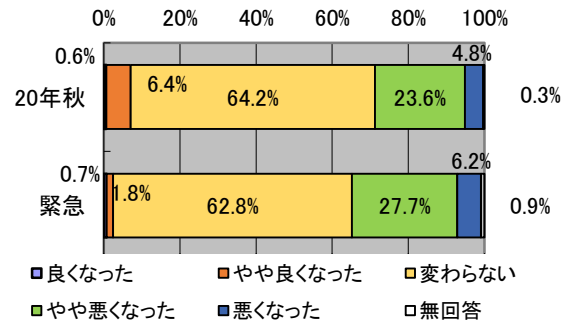
図表1③年齢別 今後半年間のくらし向き、収入、支出、貯蓄 D.I.値

くらし向き			収入			支出			貯蓄		
	緊急	20年秋		緊急	20年秋		緊急	20年秋		緊急	20年秋
35歳未満	▲ 21.9	▲ 4.3	35歳未満	▲ 34.2	▲ 7.8	35歳未満	7.5	0.8	35歳未満	▲ 49.0	▲ 31.6
35～45未満	▲ 27.7	▲ 11.9	35～45未満	▲ 36.2	▲ 17.2	35～45未満	20.3	12.0	35～45未満	▲ 50.7	▲ 28.4
45～55未満	▲ 42.3	▲ 19.8	45～55未満	▲ 50.8	▲ 24.9	45～55未満	4.9	5.7	45～55未満	▲ 57.4	▲ 36.7
55～65未満	▲ 48.8	▲ 25.5	55～65未満	▲ 52.9	▲ 35.4	55～65未満	▲ 16.5	4.2	55～65未満	▲ 59.7	▲ 40.5
65歳以上	▲ 38.7	▲ 30.1	65歳以上	▲ 42.2	▲ 36.1	65歳以上	▲ 17.2	▲ 2.2	65歳以上	▲ 50.5	▲ 48.1
全体	▲ 36.8	▲ 21.4	全体	▲ 43.8	▲ 27.9	全体	-4	4	全体	▲ 53.3	▲ 39.7

図表2① 実質の(現在の)くらし向き、収入(%)

	くらし向き		収入			
	20年春	緊急	20年秋	20年春	緊急	20年秋
良くなった(増えた)	1.1%	0.7%	0.6%	0.9%	0.4%	1.1%
やや良くなった(やや増えた)	6.7%	1.8%	6.4%	9.8%	1.0%	8.8%
変わらない	64.6%	62.8%	64.2%	54.3%	67.3%	49.3%
やや悪くなった(やや減った)	22.0%	27.7%	23.6%	25.6%	20.7%	28.2%
悪くなった(減った)	5.1%	6.2%	4.8%	7.8%	9.6%	11.3%
無回答	0.6%	0.9%	0.3%	1.7%	1.1%	1.4%
D. I. 値	▲ 19.4	▲ 31.8	▲ 21.5	▲ 23.1	▲ 29.2	▲ 30.0

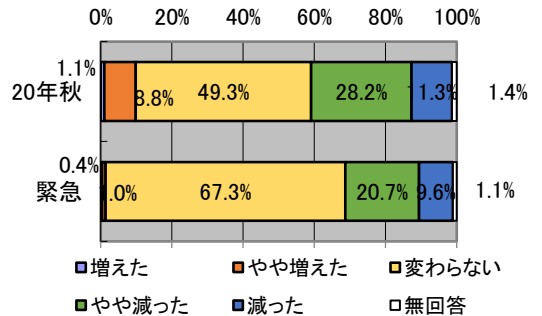
図表2② 実質の(現在の)くらし向き 6月(緊急)との比較



図表2④ 年齢別 実質の(現在の)くらし向き、収入 D.I.値

くらし向き			収入		
	緊急	20年秋		緊急	20年秋
35歳未満	▲ 36.1	▲ 4.3	35歳未満	▲ 31.3	▲ 7.8
35～45未満	▲ 33.3	▲ 11.9	35～45未満	▲ 28.3	▲ 17.2
45～55未満	▲ 35.9	▲ 19.8	45～55未満	▲ 33.0	▲ 24.9
55～65未満	▲ 35.3	▲ 25.5	55～65未満	▲ 33.2	▲ 35.4
65歳以上	▲ 27.3	▲ 30.1	65歳以上	▲ 25.2	▲ 36.1
全体	▲ 31.8	▲ 21.5	全体	▲ 29.2	▲ 30.0

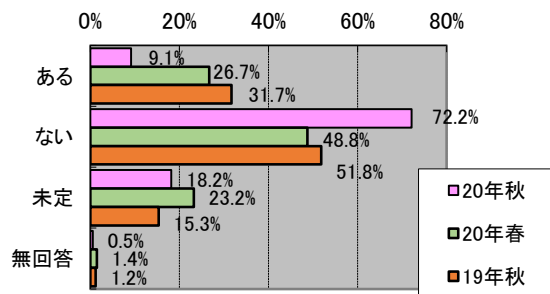
図表2③ 実質の(現在の)収入 6月(緊急)との比較



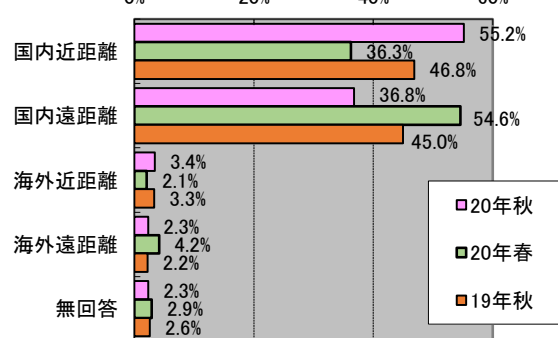
旅行の本格的再開はまだ遠く(図表3～6)

今後半年間に旅行予定が『ある』と答えた方は9.1%と、かつてないほど少なく、春(3月)に比べても減っています(図表3)。しかし、アンケートの回答時期には9月上旬～10月下旬と差があり、『ある』と回答した人は後半に集中していた印象がありました。先行は国内近距離が増えています。GoToキャンペーンや特典のある宿泊クーポンの販売など、旅行が世間的に認められる雰囲気に戻ってきたものの、躊躇する人も多く、本格的な再開はまだ遠いことを表す結果となりました。

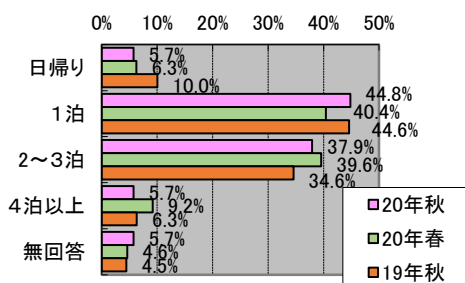
図表3 今後半年間の旅行予定(比率)



図表4 行先



図表5 宿泊数(比率)



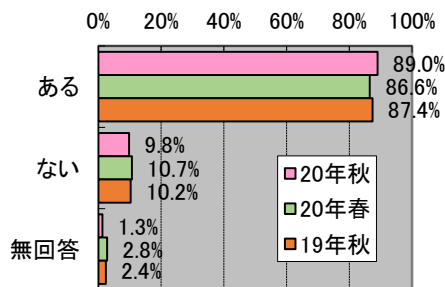
図表6 旅全体の費用(平均金額、単位:万円)

旅費	平均金額
20年秋	10.2
20年春	12.8
19年秋	10.5
19年春	11.9
18年秋	11.6
18年春	10.2
17年秋	10.7

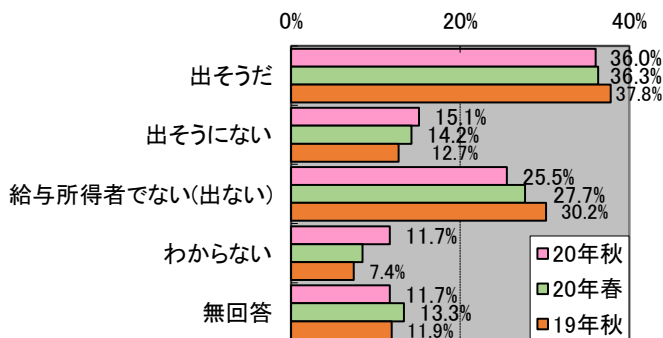
貯蓄への意識高く。ボーナスは減る予想(図表7~10)

貯蓄が『ある』と回答した人は89.0%となり、減ることがありません。全体の貯蓄額の平均は1006万円となりました(図表7)。ボーナスについては、『出そうだ』の割合は36.0%で、あまり変わりませんが(図表9)、予想額については『減りそうだ』がかなり増えました(図表10)。コロナ感染拡大による影響を実感している人が多いようです。ボーナスの使用予定では、『貯蓄』の割合が平均して5.8、『買物』が1.5、『旅行・レジャー』が0.4と、消費より貯蓄を選ぶ堅実な姿勢が表れています。

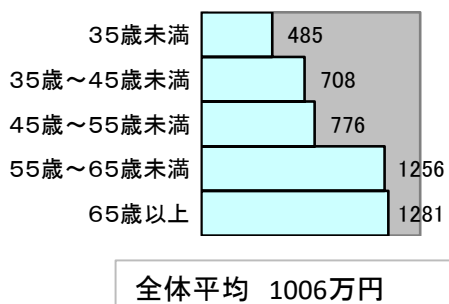
図表7 貯蓄がありますか



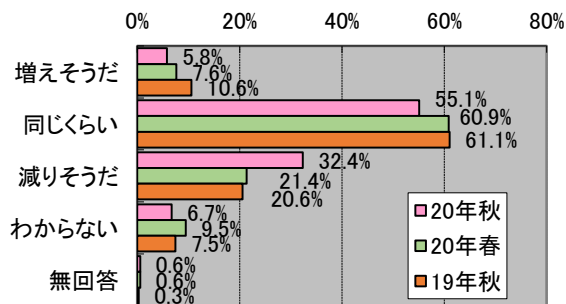
図表9 ボーナスは出そうですか



図表8 年代別 貯蓄額(平均額:単位は万円)



図表10 ボーナス予想額

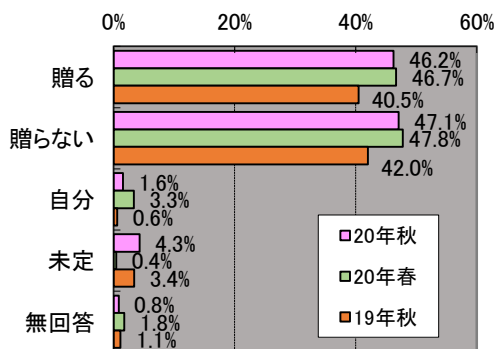


お歳暮を『贈る』人は半数以下。トップ3は「海産物」「和洋菓子」「加工肉」(図表11~14)

お歳暮を『贈る』割合は全体で46.2%と半数以下ですが(図表11①)、55歳以上では61.9%、35歳未満~55歳未満では16.9%~39.5%と年代で差があります(図表11②)。

予定の商品の順位は、1位「海産物」・2位「和洋菓子」・3位「加工肉」で、今回は酒類よりも菓子が上位になりました(図表12)。予算については、高価格帯の平均は約6,500円、低価格帯の平均金額は約3,100円となりました。品物を選ぶ際に重視することは、『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11① お歳暮は贈りますか



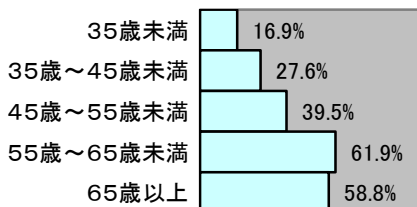
図表12 贈る予定の商品は

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

図表13 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	国産品(メイドインジャパン)
9	販売店の信頼性
10	お中元の定番商品
11	高級感・高品質感
12	メーカー/ブランドの知名度

図表11② 年代別お歳暮を贈る割合



自営業者の経済的影響は依然として厳しく(図表14～18)

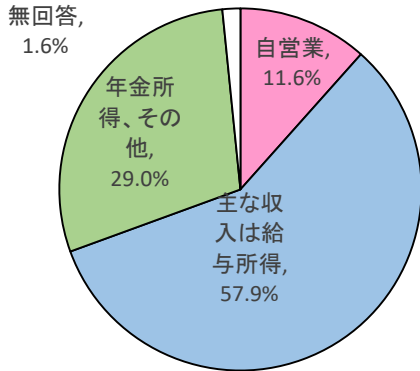
6月の調査に続き、コロナウイルスの感染が拡大してからの経済的な影響を聞きました。本調査の回答者における収入形態の割合は、自営業者が11.6%、給与所得者が57.9%、年金所得その他が29%です(図表14①)。また、業種の内訳は図表14の②③のとおりです。

自営業では、売上高が『減った』と回答した人は65.5%と、6月調査時よりも約6%増えています。(図表15①)。減った割合については、平均して4.4割となりました。

給与所得者では、『減った』と回答した人は18.1%で6月調査時より6.3%減り、『変わらない』が78.6%で6月調査時より6.2%増えて、悪い状況が続くことはなかったようです。

今、またはこれから生活に困窮する心配がありますか』の問いでは、『これから困窮すると思う』や『その心配はない』では良いほうに変化しています。全体から見ると少数ですが『今困窮している』は減っていません(図表18①②)。

図表14① あなたの世帯は(収入形態)



図表14② 自営業 業種

業種	件数	比率
農林水産業	6	5.5%
製造業	17	15.5%
建設業	26	23.6%
卸売・小売業	17	15.5%
サービス業	24	21.8%
飲食、宿泊業	1	0.9%
運輸・郵送業	0	0.0%
医療、福祉	3	2.7%
学術教育・専門	1	0.9%
不動産業、物品賃貸業	1	0.9%
金融	0	0.0%
エネルギー	0	0.0%
その他	7	6.4%
無回答	7	6.4%

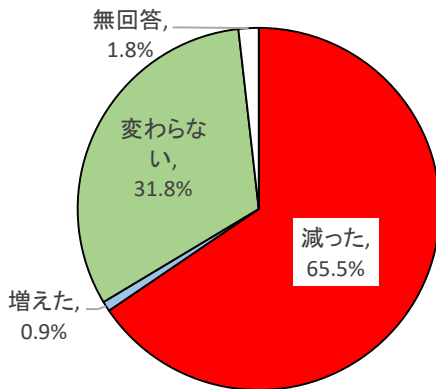
その他→寺院

図表14③ 給与所得者 業種

業種	件数	比率
農林水産業	6	1.1%
製造業	98	17.8%
建設業	47	8.5%
卸売・小売業	39	7.1%
サービス業	51	9.3%
飲食、宿泊業	10	1.8%
運輸・郵送業	18	3.3%
医療、福祉	120	21.8%
学術教育・専門	40	7.3%
不動産業、物品賃貸業	4	0.7%
金融	17	3.1%
エネルギー	20	3.6%
その他	58	10.5%
無回答	23	4.2%

その他→官公庁、公務員、団体職員

図表15① 自営業 コロナ感染拡大の影響で売上高は



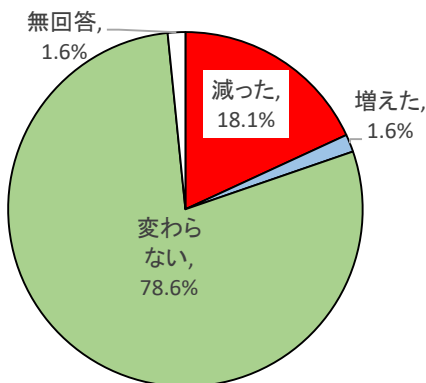
図表16① 売上高が減った割合 図表16② 売上高が増えた割合

減った割合	件数	比率
1	2	2.8%
1.5	2	2.8%
2	6	8.3%
2.5	1	1.4%
3	11	15.3%
4	6	8.3%
4.5	1	1.4%
5	10	13.9%
6	5	6.9%
6.5	1	1.4%
7	2	2.8%
8	3	4.2%
9	2	2.8%
10	1	1.4%
無回答	19	26.4%

増えた割合	件数	比率
9	1	100.0%

何割減った→平均4.4割
* 6月(緊急)は4.7割

図表15② 給与所得者 コロナ感染拡大の影響で収入は



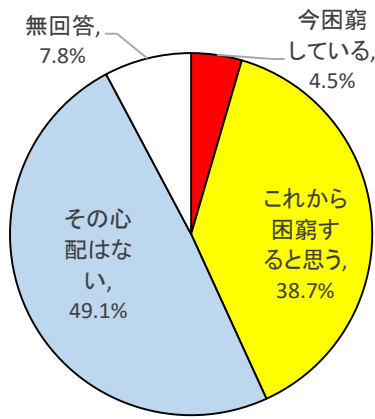
図表17① 収入が減った割合 図表17② 収入が増えた割合

減った割合	件数	比率
0.5	1	1.0%
1	28	28.0%
1.5	1	1.0%
2	24	24.0%
2.5	1	1.0%
3	9	9.0%
4	3	3.0%
5	1	1.0%
6	2	2.0%
無回答	30	30.0%

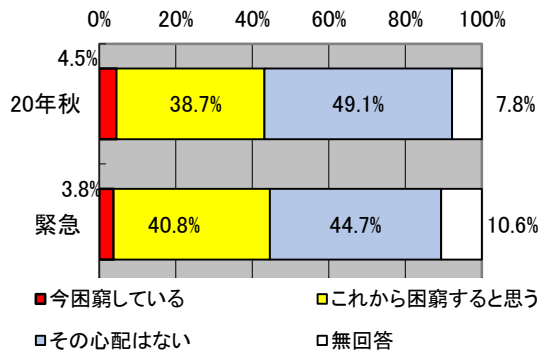
増えた割合	件数	比率
1	4	44.4%
2	1	11.1%
無回答	4	44.4%

何割減った→平均1.95割
* 6月(緊急)は2.94割

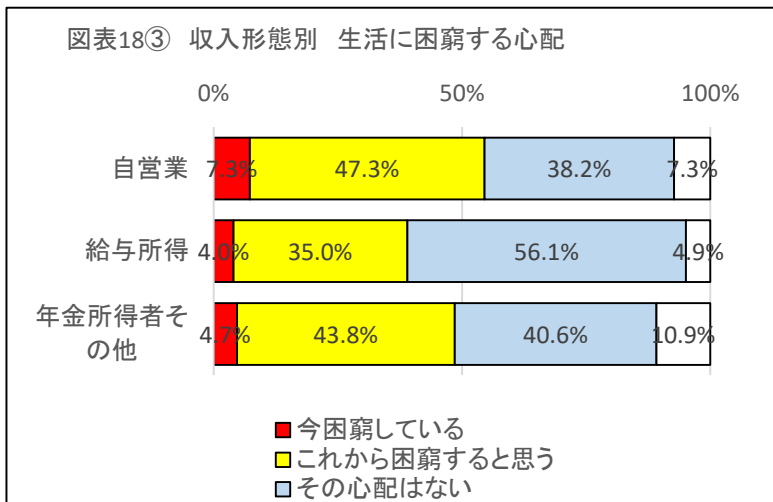
図表18① 生活に困窮する心配



図表18② 生活に困窮する心配 6月(緊急)との比較



図表18③ 収入形態別 生活に困窮する心配



コロナ禍の中での消費生活は(図表19~23)

コロナ禍の中での消費生活などについて聞きました。「利用が増えたもの」では、通信販売、料理のテイクアウト、買物の宅配サービスが上位となりました(図表19)。「新しく利用したもの」は、料理のテイクアウト、オンライン講座、を挙げる人が多い(図表20)という結果になりました。外食が出来ないことや、休校や自宅勤務による家事負担増に言及する人が多く、その解決策の一つとして利用したいと思う消費者が多かったようです。

「特別定額給付金の使いみち」で一番多かったのは、生活費繰り入れでした。「その他」で目立ったのは、税金、家族や親族への援助です。少数ですが、寄付という意見もありました。

「県をまたいでの外出」は約65%の人がするべきではないと考えていることがわかりました。「旅行」の質問と同様、『大都市以外なら』~以下の県外への外出を許容する回答は、調査開始直後はほぼありませんでしたが後半に少しずつ見られるようになりました。

「コロナ感染拡大が収束したらしたいこと(再開したいこと)」では、多くの人が国内旅行を挙げています。

図表19 利用が増えたもの

順位	利用が増えたもの	件数	比率
1	通信販売	353	37.1%
2	料理のテイクアウト	264	27.7%
3	買い物の宅配サービス	245	25.7%
4	オンライン講座	94	9.9%
5	動画・映画等の有料配信サービス	86	9.0%
6	料理のデリバリー	29	3.0%
7	通信教育	24	2.5%
8	ネットバンキング	18	1.9%
	その他	17	1.8%
	無回答	305	32.0%

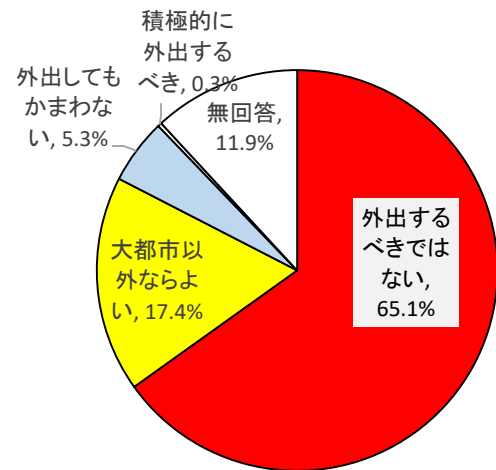
図表20 新しく利用したもの

順位	新しく利用したもの	件数	比率
1	料理のテイクアウト	192	20.2%
2	オンライン講座	125	13.1%
3	通信販売	67	7.0%
4	買い物の宅配サービス	64	6.7%
5	動画・映画等の有料配信サービス	48	5.0%
6	料理のデリバリー	34	3.6%
7	通信教育	23	2.4%
8	ネットバンキング	15	1.6%
	その他	9	0.9%
	無回答	491	51.6%

図表21 特別定額給付金の使いみち

順位	特別定額給付金の使いみち	件数	比率
1	生活費繰り入れ	296	31.1%
2	貯蓄	217	22.8%
3	耐久消費財	193	20.3%
4	使っていない	111	11.7%
5	食に関する特別な出費	64	6.7%
6	教育に関する支出	56	5.9%
7	趣味・レジャー	50	5.3%
8	洋服かばんなど服飾雑貨	47	4.9%
9	借入金返済	26	2.7%
10	投資	8	0.8%
	その他	66	6.9%
	無回答	114	12.0%

図表22 県をまたいでの外出についてどのように考えますか



図表23 コロナ感染拡大が収束したらしたいこと

順位	コロナ感染拡大が収束したらしたいこと (再開したいこと)	件数	比率
1	国内旅行	677	71.1%
2	外食	443	46.5%
3	コンサート・芸術鑑賞・スポーツ観戦	314	33.0%
4	遊園地・テーマパーク	265	27.8%
5	ショッピング	242	25.4%
6	映画館での映画鑑賞	176	18.5%
7	スポーツや趣味の活動	144	15.1%
8	海外旅行	141	14.8%
9	宴会	90	9.5%
10	ボランティア活動	30	3.2%
	その他	37	3.9%
	無回答	23	2.4%