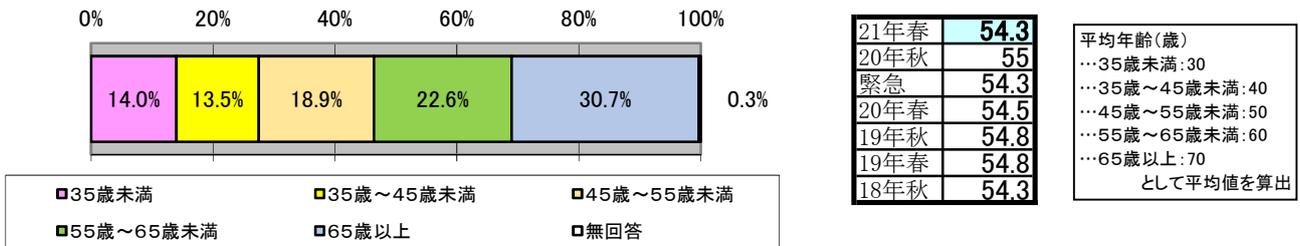


2021年春 消費者の暮らし向きに関するアンケート サマリー

調査名	2021年春「消費者の暮らし向きに関するアンケート」調査
調査時期	2021年3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・くらしの研究所
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32回目となる。
回答状況	配布数2,500枚、有効回答数859枚、回答率34.4%

年齢構成と平均年齢

回答者平均年齢は54.3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)

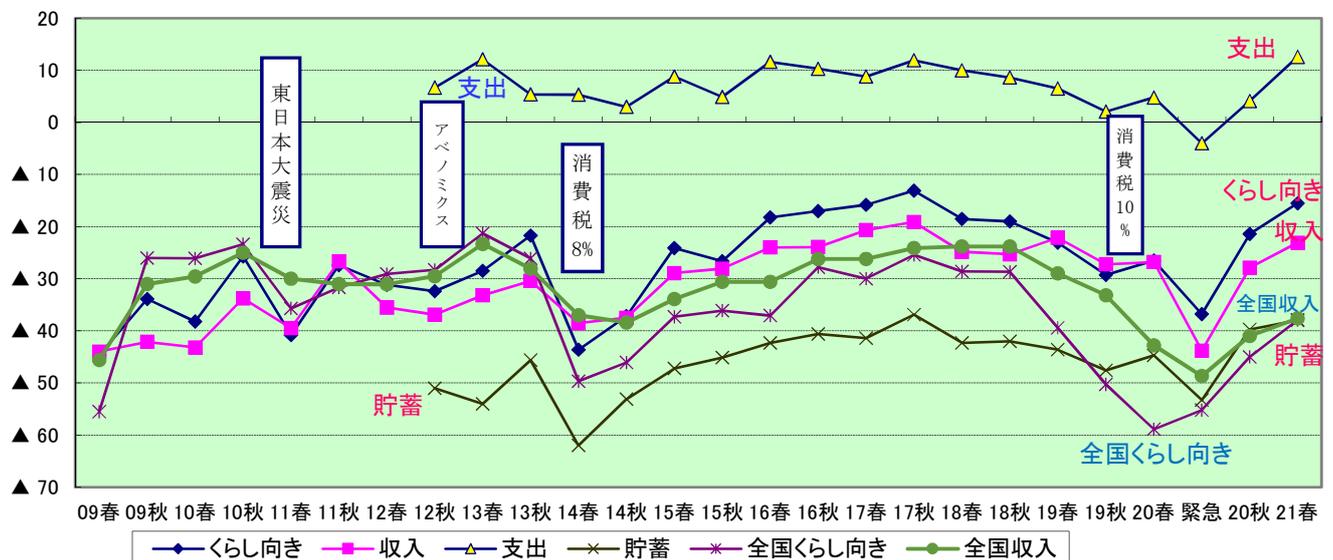
公益社団法人ふくい・くらしの研究所の標記アンケート(2021年3月実施、有効回答数859)によると、今後半年間の生活の見通しについて、前回9月の調査に比較し、暮らし向き・収入・支出・貯蓄の全てでD.I.値が増え、消費増税(10%)の影響が表れる前と同程度まで回復しました。未だコロナ収束は見えないものの、感染防止対策の普及や啓発が進み、マスク・消毒液など必要物資の供給が安定したことにより、消費行動を活発化させようとする消費者マインドが読み取れます。ただし、収入と貯蓄については微かな上昇にとどまっており、慎重さもうかがえます。(図表1①～③)

前年と比較した現在の暮らし向きと収入も、回復傾向が見られました。暮らし向きはD.I.値が4.9ポイント上がり▲16.6、収入については、『変わらない』が増え『やや減った』『減った』が微減した結果、D.I.値が3.7ポイント上がり▲26.3となっています。収入の減少はやや落ち着いたものの、劇的な回復にはいたっていません。(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		
	緊急	20年秋	21年春	全国	緊急	20年秋	21年春	全国	緊急	20年秋	21年春	緊急	20年秋	21年春
良くなる(増える)	0.8%	0.4%	0.8%	0.5%	0.4%	0.2%	0.6%	0.3%	4.5%	4.9%	8.6%	0.3%	0.5%	0.8%
やや良くなる(やや増える)	3.3%	2.0%	4.7%	4.7%	1.8%	4.4%	5.6%	4.5%	20.2%	18.1%	19.2%	2.6%	4.6%	6.2%
変わらない	54.2%	72.9%	72.5%	51.7%	51.6%	62.3%	63.9%	52.8%	45.9%	57.1%	55.9%	40.5%	49.5%	47.5%
やや悪くなる(やや減る)	33.4%	19.9%	18.3%	32.3%	34.2%	24.5%	22.7%	29.0%	21.6%	15.7%	12.0%	34.5%	30.5%	28.9%
悪くなる(減る)	7.0%	3.8%	2.6%	10.8%	11.5%	7.8%	6.4%	13.4%	7.0%	3.3%	3.4%	21.4%	14.0%	15.7%
無回答	1.3%	1.1%	1.2%		0.6%	0.8%	0.8%		0.8%	0.9%	0.9%	0.6%	0.9%	0.9%
D.I. 値	▲36.8	▲21.4	▲15.5	▲37.9	▲43.8	▲27.9	▲23.1	▲37.6	▲4.0	4.1	12.6	▲53.3	▲39.7	▲38.0

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		
	20年秋	21年春		20年秋	21年春		20年秋	21年春		20年秋	21年春
35歳未満	▲ 4.3	6.7	35歳未満	▲ 7.8	0.0	35歳未満	0.8	35.8	35歳未満	▲ 31.6	▲ 16.7
35～45未満	▲ 11.9	▲ 7.8	35～45未満	▲ 17.2	▲ 9.5	35～45未満	12.0	30.2	35～45未満	▲ 28.4	▲ 37.9
45～55未満	▲ 19.8	▲ 13.8	45～55未満	▲ 24.9	▲ 18.8	45～55未満	5.7	20.9	45～55未満	▲ 36.7	▲ 36.3
55～65未満	▲ 25.5	▲ 24.0	55～65未満	▲ 35.4	▲ 37.3	55～65未満	4.2	4.2	55～65未満	▲ 40.5	▲ 40.3
65歳以上	▲ 30.1	▲ 23.5	65歳以上	▲ 36.1	▲ 31.8	65歳以上	▲ 2.2	▲ 3.8	65歳以上	▲ 48.1	▲ 46.6
全体	▲ 21.4	▲ 15.5	全体	▲ 27.9	▲ 23.1	全体	4.1	12.6	全体	▲ 39.7	▲ 38.0

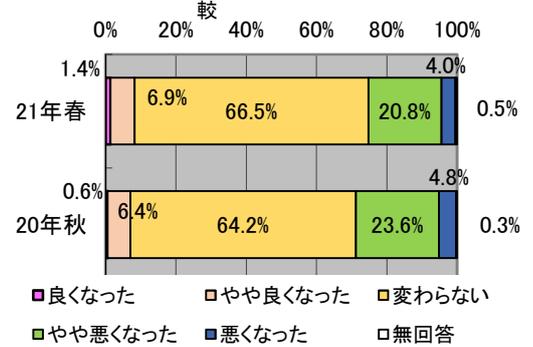
図表2① 実質の(現在の)くらし向き、収入(%)

	くらし向き			収入		
	緊急	20年秋	21年春	緊急	20年秋	21年春
良くなった(増えた)	0.7%	0.6%	1.4%	0.4%	1.1%	0.7%
やや良くなった(やや増えた)	1.8%	6.4%	6.9%	1.0%	8.8%	9.0%
変わらない	62.8%	64.2%	66.5%	67.3%	49.3%	53.8%
やや悪くなった(やや減った)	27.7%	23.6%	20.8%	20.7%	28.2%	26.2%
悪くなった(減った)	6.2%	4.8%	4.0%	9.6%	11.3%	9.5%
無回答	0.9%	0.3%	0.5%	1.1%	1.4%	0.8%
D.I. 値	▲ 31.8	▲ 21.5	▲ 16.6	▲ 29.2	▲ 30.0	▲ 26.3

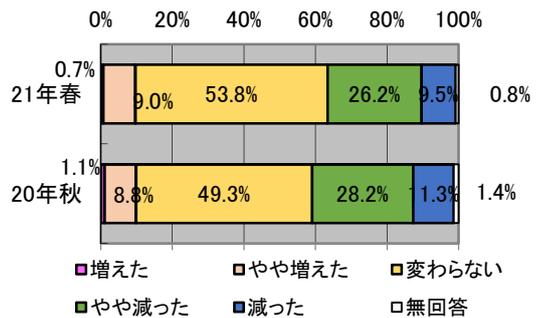
図表2④ 年齢別 実質の(現在の)くらし向き、収入 D.I.値

くらし向き			収入		
	20年秋	21年春		20年秋	21年春
35歳未満	▲ 4.3	11.7	35歳未満	▲ 7.8	▲ 11.7
35～45未満	▲ 11.9	▲ 12.9	35～45未満	▲ 17.2	▲ 18.1
45～55未満	▲ 19.8	▲ 16.1	45～55未満	▲ 24.9	▲ 20.5
55～65未満	▲ 25.5	▲ 27.5	55～65未満	▲ 35.4	▲ 33.7
65歳以上	▲ 30.1	▲ 23.2	65歳以上	▲ 36.1	▲ 34.6
全体	▲ 21.5	▲ 16.6	全体	▲ 30.0	▲ 26.3

図表2② 実質の(現在の)くらし向き 20年秋との比較



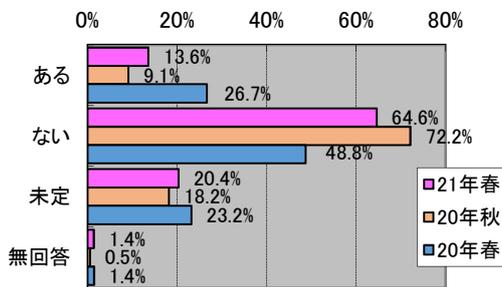
図表2③ 実質の(現在の)収入 20年秋との比較



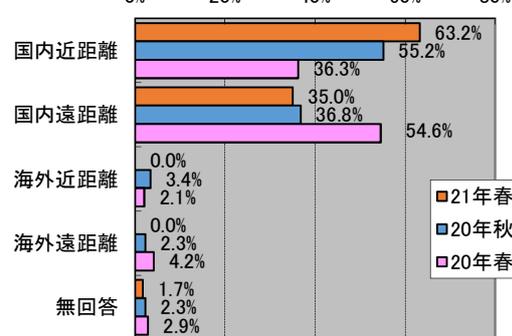
旅行の自粛傾向が続く(図表3～6)

今後半年間に旅行予定が『ある』と答えた方は13.6%と、半年前(9月)と比べると増えましたが、依然として少なく、自粛傾向が続いています(図表3)。また、行先では国内近距離の割合が増え、海外は初めて0となりました(図表4)。この結果に伴い、宿泊数、旅行の費用は減少しています(図表5・6)。

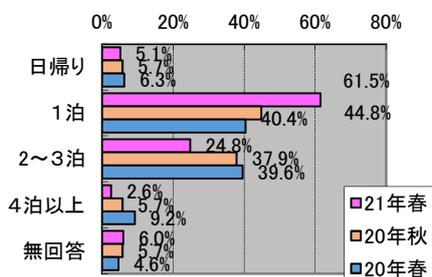
図表3 今後半年間の旅行予定(比率)



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)

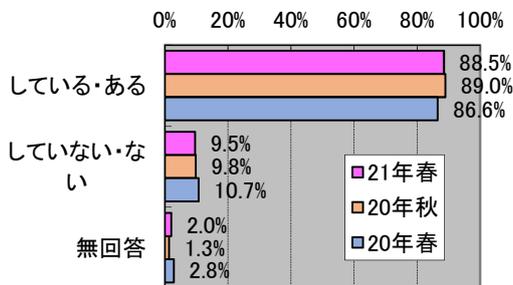
Year	Average Amount (万円)
21年春	8.9
20年秋	10.2
20年春	12.8
19年秋	10.5
19年春	11.9
18年秋	11.6
18年春	10.2

貯蓄への意識高く。ボーナスは減る予想(図表7～10)

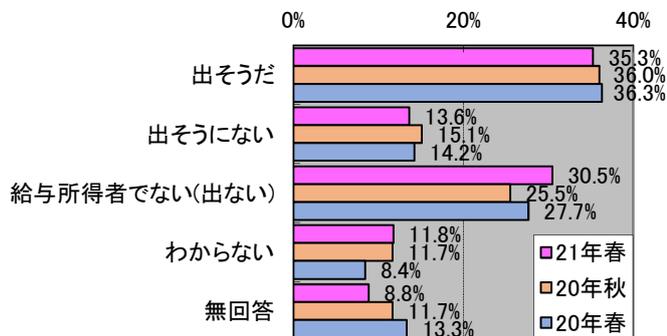
貯蓄が『ある』と回答した人は88.5%となり、これまでとほとんど変わりません。全体の貯蓄額の平均は1,021万円です(図表7・8)。

ボーナスは、『出そうだ』の割合が35.3%とあまり変化がありませんが(図表9)、額については、コロナ感染拡大の影響を受けて『減りそうだ』の割合がまだコロナ前の数値に戻っていません(図表10)。ボーナスの使用予定では、『貯蓄』の割合が平均して5.7、『買物』が1.5、『旅行・レジャー』が0.6と、消費より貯蓄を選ぶ堅実な姿勢が表れています。

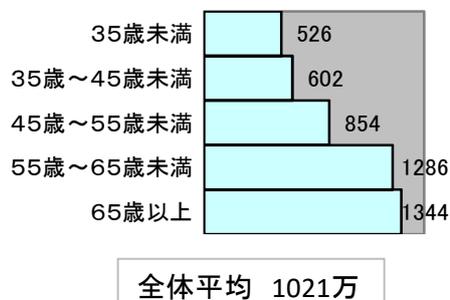
図表7 貯蓄がありますか



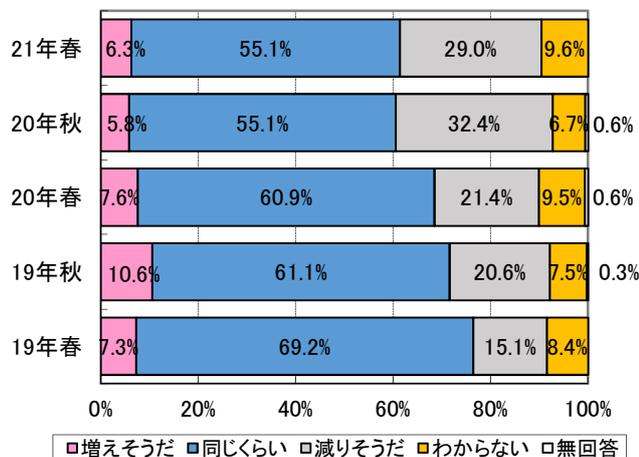
図表9 ボーナスは出そうですか



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

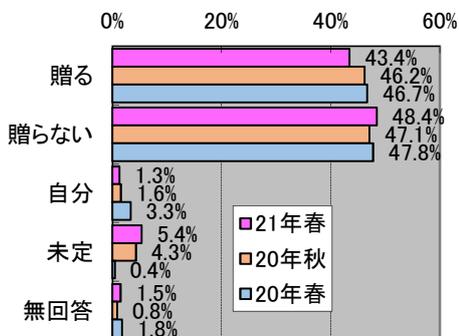


お中元を『贈る』人は半数以下。トップ3は「海産物」「ビール・発泡酒」「加工肉」(図表11～14)

お中元を『贈る』割合は全体で43.4%と半数以下で(図表11①)、55歳以上では54.6～56.4%、35歳未満～55歳未満では17.5～41.4%と年代で差があります(図表11②)。

予定の商品では、1位「海産物」・2位「ビール・発泡酒」・3位「加工肉」と人気の品は不動で、昨年のお中元と同じでした(図表12)。予算については、高価格帯の平均は約6,400円、低価格帯の平均金額は約3,200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13)。

図表11① お中元は贈りますか



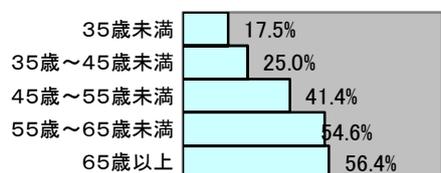
図表12 贈る予定の商品は

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

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	日持ち
6	安全・安心
7	送料が無料
8	国産品(メイドインジャパン)
9	お中元の定番商品
10	販売店の信頼性

図表11② 年代別お歳暮を贈る割合



コロナ禍での消費生活や家事の変化① - 食費、光熱が増加

新型コロナウイルスの感染が拡大してから現在までの、家事や消費活動の変化について聞きました。「どのような支出が増えたか」については、『光熱・水道費』と『食費』を挙げる人が多い結果となりました。ただし、年齢別に見ると、55歳未満と55歳以上で『食費』の数値に差があります。また、55歳以上では『無回答』=増えた支出はないの割合が他の年代に比べて多く、年齢が高くなるほど消費活動にあまり変化がなかったことが表れています(図表14)。

食事の支度や食卓の変化では、全体で『外食が減り食事作りの負担が増えた』を挙げる人が約半数と1番多く、次いで『テイクアウトや総菜の利用が増えた』、『料理レシピの動画やサイトの利用が増えた』の順になっています。また、テイクアウトや総菜の利用が増える一方、『普段料理をしない家族が食事の支度をするようになった』や『凝った料理に挑戦した』はそれほど多くなかったことから、料理することは楽しみというより負担ととらえられている傾向があり、食事作りの役割分担はそれほどさなかつたと言えそうです。そして、こちらの間でも、「増えた支出」同様、55歳以上で変化が少ない結果となっています(図表15)。

図表14 新型コロナウイルスによる影響でどのような支出が増えましたか

順位	支出項目	全体	順位	支出項目	35歳未満	順位	支出項目	35歳～45歳未満
1	光熱・水道費	54.6%	1	食費	63.3%	1	食費	69.0%
2	食費	51.0%	2	光熱・水道費	58.3%	2	光熱・水道費	62.1%
3	無回答	21.4%	3	無回答	14.2%	3	通信費	14.7%
4	通信費	13.2%	4	通信費	11.7%	4	教養娯楽費	10.3%
5	医療費	5.9%	5	家電・家具	9.2%	5	無回答	8.6%
6	家電・家具	5.1%	6	家事・介護・子育てサービス等	5.0%	6	家電・家具	7.8%
7	住居費	4.0%	7	被服費	3.3%	7	教育費	6.0%
8	教養娯楽費	3.4%	8	教養娯楽費	2.5%	8	住居費	5.2%
9	家事・介護・子育てサービス等	2.8%	9	教育費	2.5%	9	家事・介護・子育てサービス等	3.4%
10	教育費	2.2%	10	住居費	2.5%	10	被服費	2.6%
11	被服費	1.5%	11	自動車関連費	1.7%	11	自動車関連費	2.6%
12	自動車関連費	1.5%	12	医療費	1.7%	12	医療費	1.7%
13	保険料	0.5%	13	保険料	0.0%	13	保険料	0.0%

順位	支出項目	45歳～55歳未満	順位	支出項目	55歳～65歳未満	順位	支出項目	65歳以上
1	食費	62.3%	1	光熱・水道費	54.6%	1	光熱・水道費	46.6%
2	光熱・水道費	59.9%	2	食費	39.2%	2	食費	39.0%
3	通信費	18.5%	3	無回答	27.3%	3	無回答	28.4%
4	無回答	17.9%	4	通信費	10.8%	4	通信費	11.7%
5	住居費	4.9%	5	医療費	7.7%	5	医療費	11.4%
6	家電・家具	4.3%	6	家電・家具	4.1%	6	住居費	4.5%
7	教育費	4.3%	7	家事・介護・子育てサービス等	3.1%	7	家電・家具	3.0%
8	教養娯楽費	3.7%	8	住居費	2.6%	8	教養娯楽費	1.5%
9	家事・介護・子育てサービス等	3.1%	9	教養娯楽費	2.1%	9	家事・介護・子育てサービス等	1.1%
10	自動車関連費	1.9%	10	被服費	1.5%	10	被服費	0.8%
11	医療費	1.2%	11	自動車関連費	1.5%	11	自動車関連費	0.8%
12	保険料	1.2%	12	教育費	1.0%	12	保険料	0.8%
13	被服費	0.6%	13	保険料	0.0%	13	教育費	0.0%

図表15 食事の支度や食卓で変化したこと

順位	変化したこと	全体	順位	変化したこと	35歳未満	順位	変化したこと	35歳～45歳未満
1	外食減り食事作りの負担増	50.4%	1	テイクアウトや総菜の利用が増えた	55.0%	1	外食減り食事作りの負担増	63.8%
2	テイクアウトや総菜の利用が増えた	31.0%	2	外食減り食事作りの負担増	50.0%	2	休校やリモートワークで食事作りの負担増	44.8%
3	料理レシピの動画やサイトの利用が増えた	26.4%	3	料理レシピの動画やサイトの利用が増えた	26.7%	3	テイクアウトや総菜の利用が増えた	41.4%
4	変化したことない	21.1%	4	食品の「お取り寄せ」	19.2%	4	料理レシピの動画やサイトの利用が増えた	26.7%
5	休校やリモートワークで食事作りの負担増	21.0%	5	休校やリモートワークで食事作りの負担増	15.8%	5	家族そろって食事増	19.0%
6	家族そろって食事増	16.4%	6	家族そろって食事増	13.3%	6	食品の「お取り寄せ」	14.7%
7	食品の「お取り寄せ」	12.9%	7	ミールキットの利用増	10.8%	7	変化したことない	9.5%
8	凝った料理挑戦	8.5%	8	変化したことない	9.2%	8	普段料理をしない家族が食事の支度	8.6%
9	普段料理をしない家族が食事の支度	5.1%	9	凝った料理挑戦	8.3%	9	凝った料理挑戦	6.9%
10	ミールキットの利用増	4.9%	10	普段料理をしない家族が食事の支度	1.7%	10	ミールキットの利用増	3.4%
11	その他	0.8%	11	その他	0.0%	11	その他	0.0%

順位	変化したこと	45歳～55歳未満	順位	変化したこと	55歳～65歳未満	順位	変化したこと	65歳以上
1	外食減り食事作りの負担増	55.6%	1	外食減り食事作りの負担増	46.4%	1	外食減り食事作りの負担増	44.7%
2	テイクアウトや総菜の利用が増えた	37.0%	2	料理レシピの動画やサイトの利用が増えた	29.4%	2	変化したことない	29.9%
3	休校やリモートワークで食事作りの負担増	34.0%	3	変化したことない	26.3%	3	料理レシピの動画やサイトの利用が増えた	20.5%
4	料理レシピの動画やサイトの利用が増えた	32.1%	4	テイクアウトや総菜の利用が増えた	22.2%	4	テイクアウトや総菜の利用が増えた	18.2%
5	家族そろって食事増	23.5%	5	家族そろって食事増	19.6%	5	休校やリモートワークで食事作りの負担増	11.7%
6	変化したことない	17.3%	6	食品の「お取り寄せ」	12.9%	6	家族そろって食事増	9.8%
7	食品の「お取り寄せ」	14.8%	7	休校やリモートワークで食事作りの負担増	11.9%	7	凝った料理挑戦	8.3%
8	凝った料理挑戦	9.9%	8	凝った料理挑戦	8.8%	8	食品の「お取り寄せ」	8.3%
9	普段料理をしない家族が食事の支度	8.0%	9	普段料理をしない家族が食事の支度	6.7%	9	普段料理をしない家族が食事の支度	2.3%
10	ミールキットの利用増	5.6%	10	ミールキットの利用増	5.7%	10	ミールキットの利用増	1.9%
11	その他	0.6%	11	その他	1.0%	11	その他	1.5%

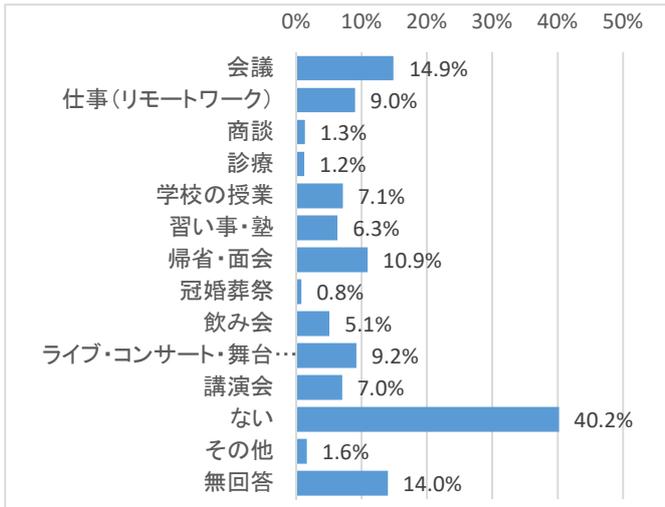
オンライン〇〇 経験者は「概ね問題なかった」と評価するも、「充分」とは言えず（図表19～23）

コロナ禍で行われた、オンラインによるサービスややり取りについて聞きました。オンラインに切り替えたり利用したことのあるオンラインサービス等は『ない』と回答した人が約40%で1番多いという結果でした。実際に経験したもので1番多かったのは『会議』で、14.9%となっています(図表16)。オンラインで実施してみたの感想は、『概ね問題なかった』が66.3%でしたが、『満足』(11%)よりも『不満』(21.3%)が上回り、積極的には評価されていないようです(図表17)。『不満』の理由としては、『味気なくつまらない』が47.3%で1位です(図表18)。また、各項目ごとの評価をまとめると、以下のように分類できます(図表19・20)。

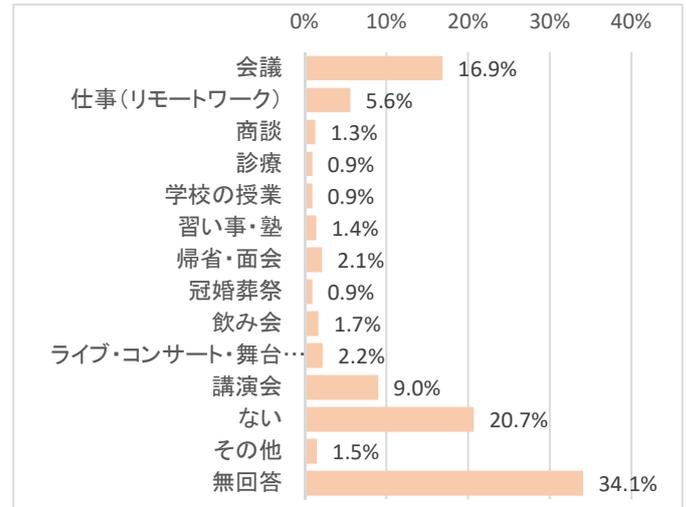
- 「満足とは言えないがOK」⇒『仕事』『商談』『会議』『講演会』
- 「状況や個人の感じ方次第」⇒『診療』『習い事・塾』『飲み会』『ライブ・コンサート・舞台鑑賞』
- 「評価が割れる」⇒『学校の授業』『帰省・面会』『冠婚葬祭』

しかし、「今後もオンラインで充分だと思うもの」では、『ない』と回答した人が1番多く、オンラインでの実施は一時的なものにとどまってほしいと考える気持ちが表れていると言えます(図表21)。

図表16 オンラインに切り替えて行ったり、利用したことのあるサービス



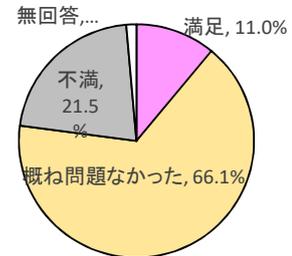
図表21 今後もオンラインで充分だと思うもの



図表17 オンラインで実施してみていかがでしたか

図表19 項目別 オンラインで実施してみた評価

項目	満足	概ね問題なし	不満	無回答
会議	7.0%	72.7%	19.5%	0.8%
仕事	11.7%	68.8%	19.5%	0.0%
商談	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
診療	10.0%	60.0%	20.0%	10.0%
学校の授業	0.0%	63.9%	36.1%	0.0%
習い事・塾	5.6%	74.1%	20.4%	0.0%
帰省・面会	8.5%	58.5%	33.0%	0.0%
冠婚葬祭	0.0%	42.9%	42.9%	14.3%
飲み会	22.7%	56.8%	20.5%	0.0%
ライブ・コンサート・舞台鑑賞	10.1%	58.2%	29.1%	2.5%
講演会	21.7%	60.0%	16.7%	1.7%
その他	14.3%	71.4%	7.1%	7.1%



図表18 不満の理由

不満の理由	割合
味気なくつまらない	46.7%
意思の疎通が困難だった	45.7%
音声や画像が悪かった	29.3%
アプリや周辺機器の扱いが難しかった	21.7%
かかった費用に見合う効果や満足が得られない	19.6%
効率が悪い	18.5%
その他	9.8%
無回答	1.1%

図表20 オンラインで実施してみた評価 項目別順位

満足		概ね問題なし		不満	
順位	項目	順位	項目	順位	項目
1	飲み会	1	商談	1	冠婚葬祭
2	講演会	2	習い事・塾	2	学校の授業
3	その他	3	会議	3	帰省・面会
4	仕事	4	その他	4	ライブ・コンサート・舞台鑑賞
5	ライブ・コンサート・舞台鑑賞	5	仕事	5	飲み会
6	診療	6	学校の授業	6	習い事・塾
7	帰省・面会	7	診療	7	診療
8	会議	8	講演会	8	会議
9	習い事・塾	9	帰省・面会	9	仕事
10	商談	10	ライブ・コンサート・舞台鑑賞	10	講演会
11	学校の授業	11	飲み会	11	その他
12	冠婚葬祭	12	冠婚葬祭	12	商談