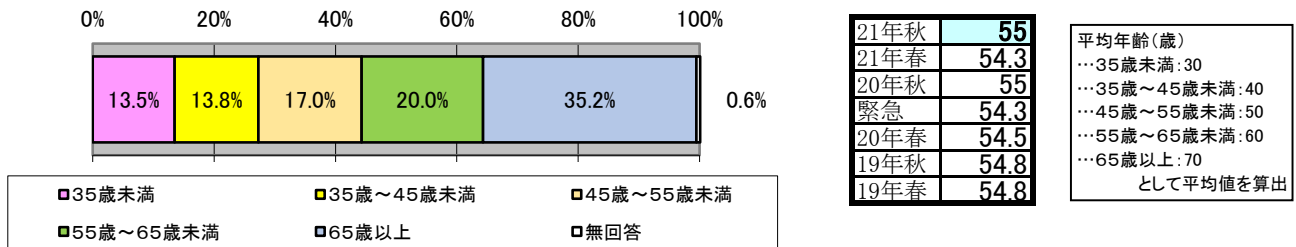


2021年秋消費者の暮らし向きに関するアンケート サマリー

調査名	2021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	2021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33回目となる。
回答状況	配布数2,500枚、有効回答数872枚、回答率34.9%

年齢構成と平均年齢

回答者平均年齢は55.0歳でした。



今後の暮らし向きなど現状維持の見通し(図表1～2)

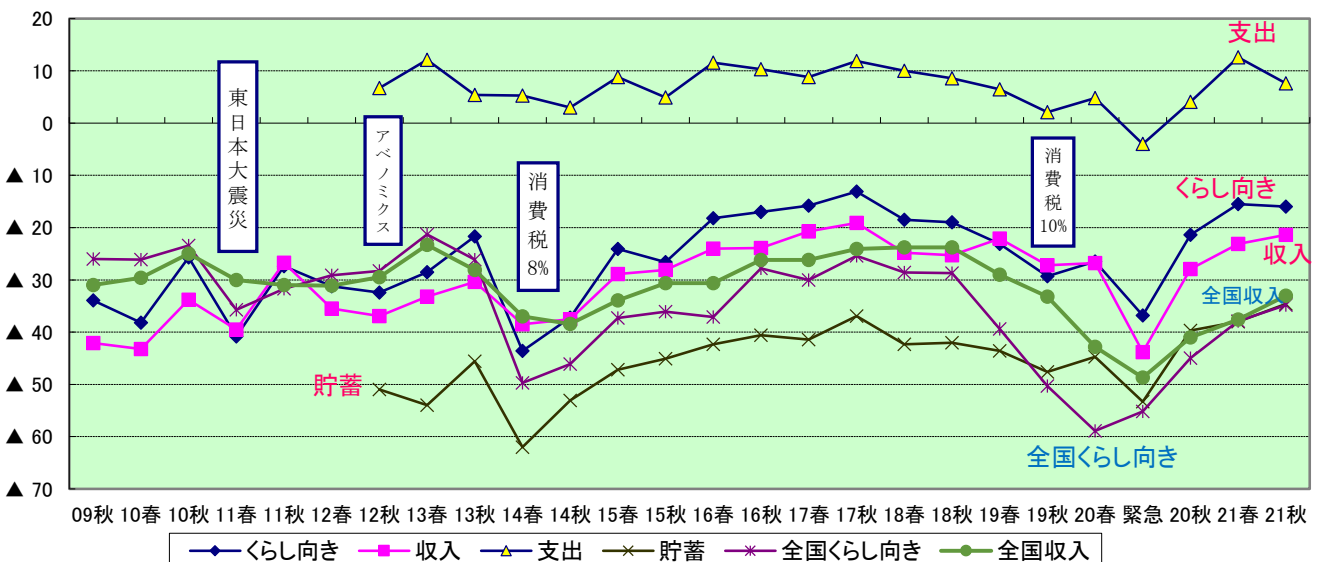
公益社団法人ふくい・暮らしの研究所の標記アンケート(2021年9月実施、有効回答数872)によると、今後半年間の生活の見通しについて、暮らし向き・収入・支出・貯蓄の全てで「変わらない」が増え、結果D.I.値において前回3月の調査結果とあまり変化がなく、『現状維持』と考えられていることがわかりました。支出についてはやや慎重な姿勢が見られますが、ワクチンの接種が広く進みつつある中、ある程度の落ち着きを期待し、状況を冷静にとらえようとする消費者マインドが読み取れます。(図表1①②)同様に、前年と比較した現在の暮らし向きと収入も、D.I.値の変化は僅かでした。(図表2①～③)

**D.I.値 : diffusion index(景気動向指数)の略語。{(良い+やや良い)-(悪い+やや悪い)}÷(無回答を除き変わらないを含めた合計)の比率を表します。

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21年9月「消費動向調査」より

	暮らし向き			収入			支出		貯蓄	
	21年春	21年秋	全国	21年春	21年秋	全国	21年春	21年秋	21年春	21年秋
良くなる(増える)	0.8%	0.9%	0.5%	0.6%	0.7%	0.4%	8.6%	5.2%	0.8%	0.8%
やや良くなる(やや増える)	4.7%	3.3%	5.6%	5.6%	4.6%	4.1%	19.2%	19.8%	6.2%	6.1%
変わらない	72.5%	75.0%	52.9%	63.9%	67.4%	58.0%	55.9%	56.7%	47.5%	51.1%
やや悪くなる(やや減る)	18.3%	16.9%	31.2%	22.7%	20.5%	25.8%	12.0%	12.6%	28.9%	27.3%
悪くなる(減る)	2.6%	3.3%	9.7%	6.4%	6.0%	11.7%	3.4%	4.8%	15.7%	14.0%
無回答	1.2%	0.6%		0.8%	0.8%		0.9%	0.9%	0.9%	0.7%
D.I. 値	▲ 15.5	▲ 16.0	▲ 34.8	▲ 23.1	▲ 21.4	▲ 33.0	12.6	7.6	▲ 38.0	▲ 34.6

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		
	21年春	21年秋		21年春	21年秋		21年春	21年秋		21年春	21年秋
35歳未満	6.7	0.8	35歳未満	0.0	▲ 5.1	35歳未満	35.8	41.5	35歳未満	▲ 16.7	▲ 20.3
35～45未満	▲ 7.8	▲ 7.5	35～45未満	▲ 9.5	▲ 15.1	35～45未満	30.2	24.4	35～45未満	▲ 37.9	▲ 26.1
45～55未満	▲ 13.8	▲ 10.1	45～55未満	▲ 18.8	▲ 12.8	45～55未満	20.9	15.5	45～55未満	▲ 36.3	▲ 27.7
55～65未満	▲ 24.0	▲ 21.8	55～65未満	▲ 37.3	▲ 28.3	55～65未満	4.2	▲ 2.9	55～65未満	▲ 40.3	▲ 32.2
65歳以上	▲ 23.5	▲ 24.5	65歳以上	▲ 31.8	▲ 29.8	65歳以上	▲ 3.8	▲ 8.6	65歳以上	▲ 46.6	▲ 47.4
全体	▲ 15.5	▲ 16.0	全体	▲ 23.1	▲ 21.4	全体	12.6	7.6	全体	▲ 38.0	▲ 34.6

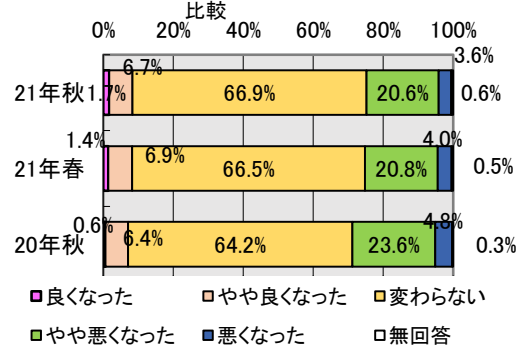
図表2① 実質の(現在の)くらし向き、収入(%)

	実質のくらし向き		実質の収入	
	21年春	21年秋	21年春	21年秋
良くなった(増えた)	1.4%	1.7%	0.7%	2.1%
やや良くなった(やや増えた)	6.9%	6.7%	9.0%	8.4%
変わらない	66.5%	66.9%	53.8%	52.8%
やや悪くなった(やや減った)	20.8%	20.6%	26.2%	26.9%
悪くなった(減った)	4.0%	3.6%	9.5%	9.1%
無回答	0.5%	0.6%	0.8%	0.8%
D. I. 値	▲ 16.6	▲ 15.9	▲ 26.3	▲ 25.8

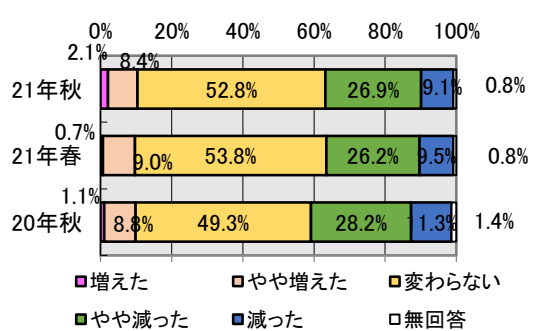
図表2④ 年齢別 実質の(現在の)くらし向き、収入 D.I.値

	くらし向き		収入	
	20年秋	21年春	20年秋	21年春
35歳未満	11.7	1.7	▲ 11.7	▲ 9.3
35～45未満	▲ 12.9	▲ 15.0	▲ 18.1	▲ 13.3
45～55未満	▲ 16.1	▲ 12.2	▲ 20.5	▲ 15.6
55～65未満	▲ 27.5	▲ 18.5	▲ 33.7	▲ 37.0
65歳以上	▲ 23.2	▲ 22.8	▲ 34.6	▲ 35.1
全体	▲ 16.6	▲ 15.9	▲ 26.3	▲ 25.8

図表2② 実質の(現在の)くらし向き 20年秋からの比較



図表2③ 実質の(現在の)収入 20年秋からの比較

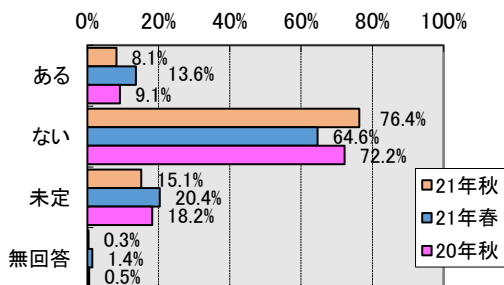


旅行の自粛傾向は変わらないが、再開の兆しも(図表3～6)

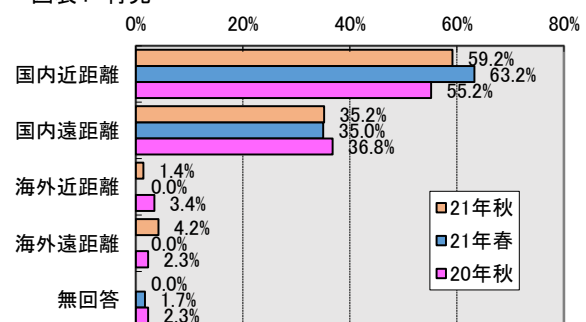
今後半年間に旅行予定が『ある』と答えた方は8.1%で、調査を実施した9月は、福井県独自の緊急事態宣言が発出されるなどコロナ感染拡大の危機感と緊張感が高まっていた時期でもあり、強い自粛傾向を示す結果となりました(図表3)。ですが、「半年後」という時期を見越してか、前回(21年春)は0だった『海外を近距離』と『海外遠距離』を先行に検討している人もいました。(図表4)。

直ちに旅行再開という気持ちにはならないが、コロナ感染拡大状況の落ち着きを予想し、状況次第で判断したいと考える人が増えていくと思われます。

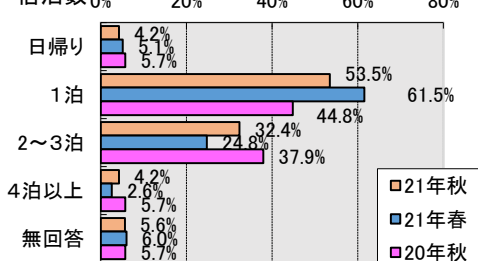
図表3 今後半年間の旅行予定



図表4 行先



図表5 宿泊数



図表6 旅全体の費用(平均金額、単位:万円)

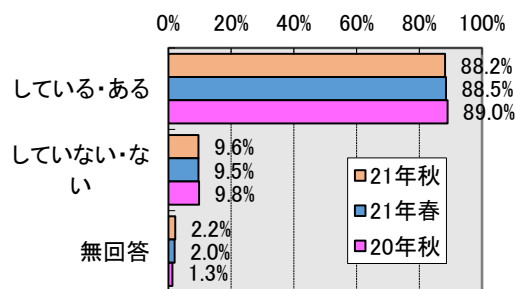
時期	平均金額
21年秋	9.2
21年春	8.9
20年秋	10.2
20年春	12.8
19年秋	10.5
19年春	11.9
18年秋	11.6

貯蓄への意識は変わらず。ボーナスの額は下げ止まりの兆候(図表7~10)

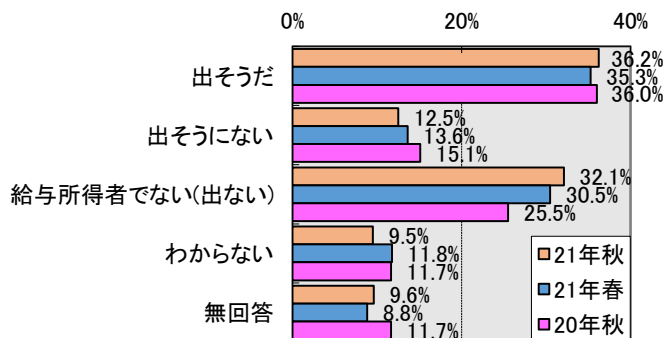
貯蓄が『ある』と回答した人は88.2%と、コロナ禍にあっても減ることがなく、高い生活防衛意識が読み取れます。全体の貯蓄額の平均は1,012万円となりました(図表7・8)。

ボーナスは、『出そうだ』の割合は36.2%とあまり変化がありませんが(図表9)、額については、21年春・20年秋と比較すると『同じくらい』が増えて『減りそうだ』が減っており、コロナ前の数値には戻っていないものの、下げ止まりの兆しが見えています。(図表10)。ボーナスの使用予定では、『貯蓄』の割合が平均して6.0、『買物』が1.5、『旅行・レジャー』が0.4と、貯蓄重視の姿勢が表れています。

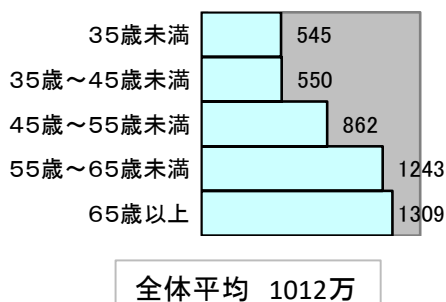
図表7 貯蓄がありますか



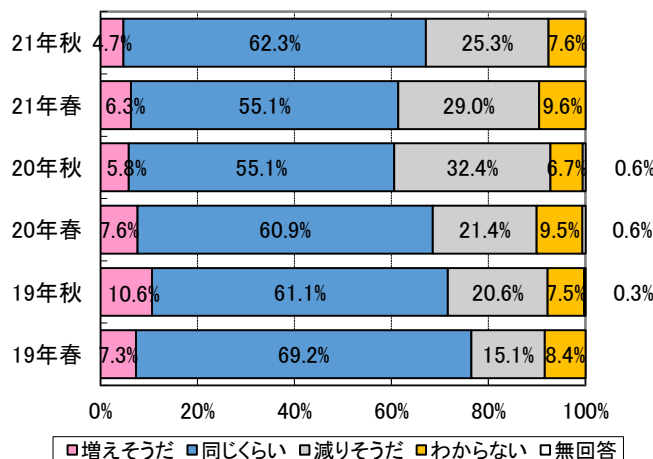
図表9 ボーナスは出そうですか



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

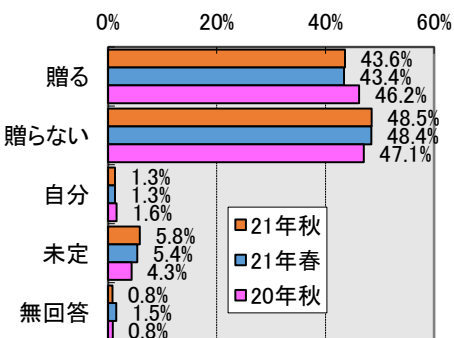


お歳暮を『贈る』人は半数以下。トップ3は「海産物」「加工肉」「和洋菓子」(図表11~14)

お歳暮を『贈る』割合は全体で43.6%と半数以下で(図表11①)、55歳以上では54.0~62.5%、35歳未満~55歳未満では15.3~31.1%と年代で差があります(図表11②)。

送る予定の商品では、順位が入れ替わることがありますが「海産物」「加工肉」「和洋菓子」「ビール・発泡酒」が上位不動です。(図表12)。予算については、高価格帯の平均は約6,600円、低価格帯の平均金額は約3,300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



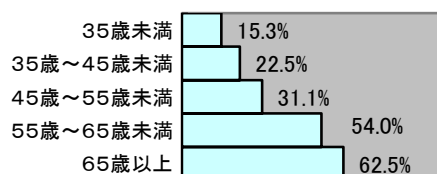
図表12 贈る予定の商品は

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

図表13 何を重視して贈りますか

順位	重視すること
1位	贈り先の趣味・嗜好に合うか
2位	地元福井の商品(ご当地商品)
3位	金額ライン
4位	季節感のある商品
5位	安全・安心
6位	国産品(メイドインジャパン)
7位	日持ち
8位	送料が無料
9位	お中元の定番商品
10位	高級感・高品質感

図表11② 年代別お歳暮を贈る割合



9月の時点では新型コロナ感染拡大の不安はまだ大きく、消費行動も慎重に

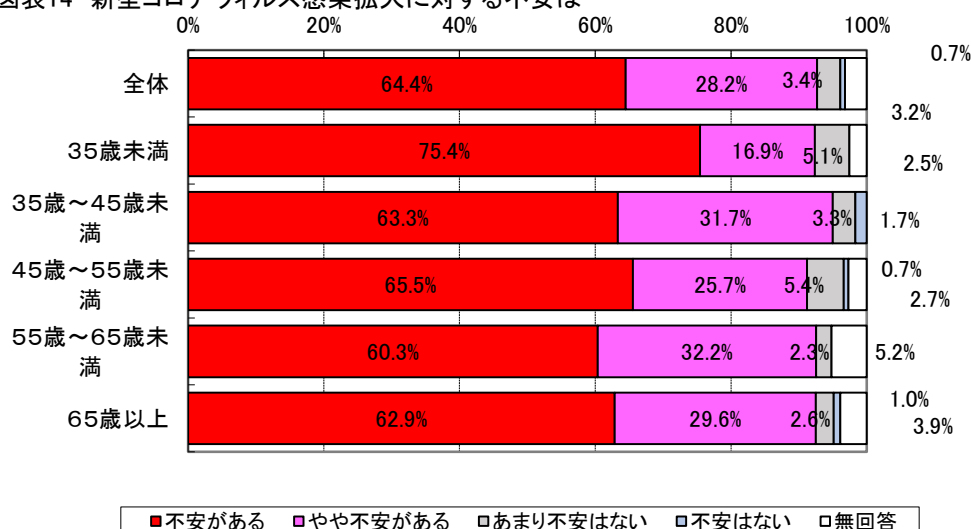
新型コロナウイルスの感染拡大に対する、現在の考え方などについて聞きました。「新型コロナウイルス感染拡大に対する不安」は、9月の時点で大変多くの方が不安を感じており、『不安がある』と『やや不安がある』を合わせると92.6%となりました。これを年代別に見ると、35歳未満では他の年代より『不安がある』と回答している人が多く、自身がワクチン2回接種が完了していないことや、ワクチン対象年齢に満たない子どもについての心配があるためだと思われます。

旅行など様々な外出を伴う行動については、外食以外は『完全に自粛している』が最も多く、約8割～9割を占めています(図表15)。旅行や観光、イベントは、県内であることや規模(人数)で実施を判断しているとの回答が寄せられました。また、県外の外出は、県外在住の家族との面会、通院など、どうしても必要な場合に限定しています。外食は条件付きで比較的多くの方がしていますが、マスク会食や人数、一緒に行く人、時間帯など、感染予防に努めて、安全に節度を守って楽しんでいる様子がわかりました。

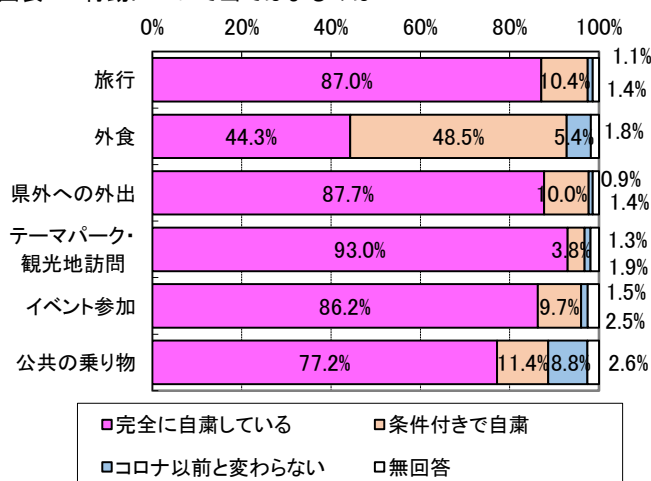
消費行動では、高価な買い物、教養・娯楽関連、交際費といった出費を抑え、引き続き家計の節約に取り組んでいることを示す結果となっています。

ワクチンの接種は、全体で7割以上が2回完了していることがわかりました(回答期間8月29日～10月1日)。全国では、政府が10月4日に「2回目の接種を終えた人が国民の6割を超え、60.9%に達した」と発表しており、福井県内のワクチン接種推進は比較的順調だったと言えます。また、35歳未満の年代では約1割の人が『接種するつもりはない』と回答しており、若い人ほど副反応が強く出る傾向や、仕事などの都合を考慮して躊躇しがちなようです。一方、高齢層の方からは『社会的活動が活発な若い人こそ、優先的にワクチンを接種すべきであった』という趣旨の意見が少なからず寄せられました。

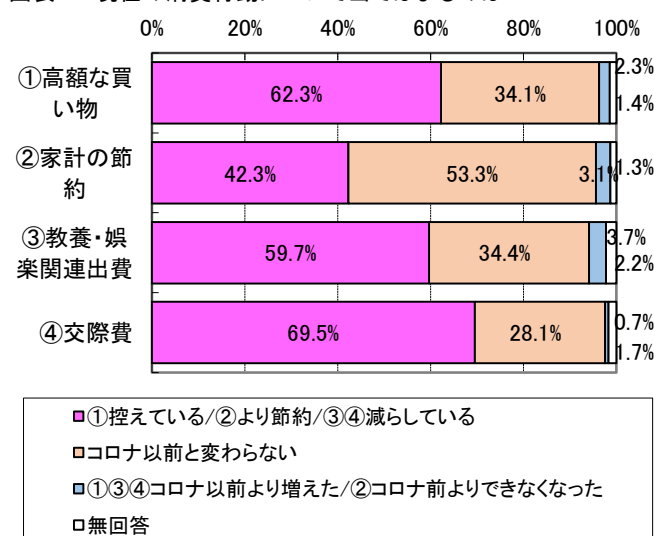
図表14 新型コロナウイルス感染拡大に対する不安は



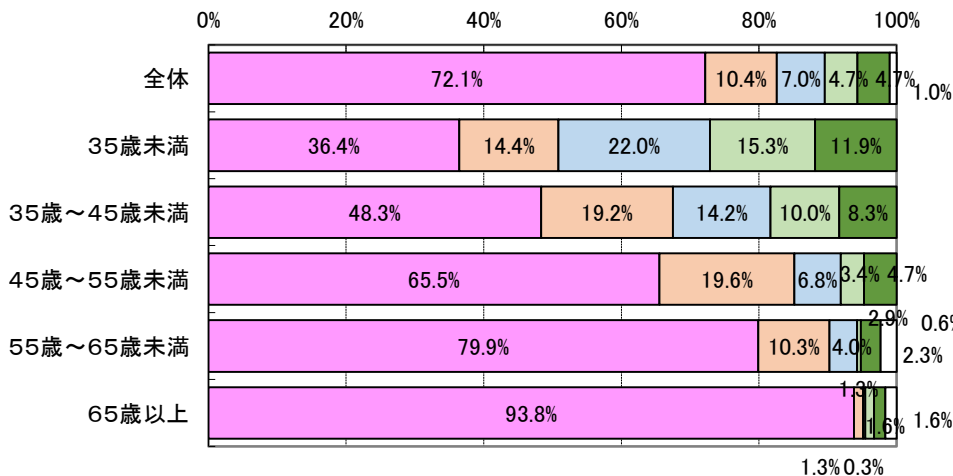
図表15 行動について当てはまるのは



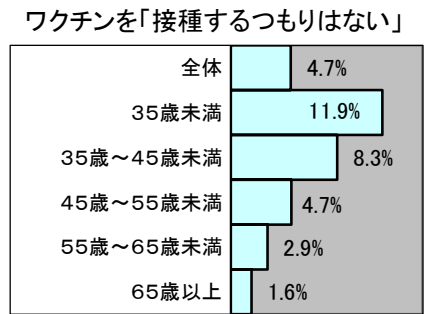
図表16 現在の消費行動について当てはまるのは



図表17① 新型コロナワクチンは接種しましたか



図表17② 年代別



□二回完了 □一回目接種 □予約済み □これから予約 □接種券届いていない ■接種するつもりはない □無回答

食品を無駄にしない意識を、社会全体の取り組みへ向けるための周知が必要

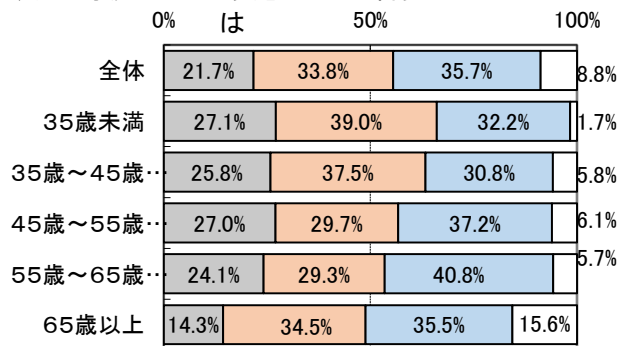
家庭における「食品ロス」の現状について聞きました。食品をそのまま捨ててしまう『直接廃棄』はどの年代でも最も少ないのですが、2番目が45歳未満と45歳以上で違いました。45歳未満の若い世代は45歳～65歳未満に比べ『食べ残し』の割合が多くなっています(図表18)。65歳以上が『食べ残し』が多いのは、高齢のために食が細くなることの影響と考えられます。「食品や食材を捨てる頻度」でも、同様の傾向があり、年齢が高くなるほど捨てる頻度は少なくなります(図表19)。

「捨てること」の多い、捨ててしまいがちな食品では、他の食品に大きな差をつけて『野菜』が最も多く、『総菜類』『豆腐、油揚げ、納豆など』『漬物、佃煮類』が上位です。消費期限・賞味期限が特に短いもの(肉、魚介類)が上位というわけではなく、それらは計画的に買物・消費されているようです。年代別に見ると、若い世代では『米、パン』が多く、他の世代との違いが大きいです。年齢の高い世代は、米や米飯を捨てることに抵抗があると予想しています。

「食品ロス」を減らすための取り組みや心がけについては、どの年代も『食材・食品を買いすぎない』が最も多く、その次は『料理を作りすぎない』ですが、55歳以上で特に多くなっています。従来からよく知られている1位～5位の行動に比べ、近年新しく呼びかけられている『手前取り』に取り組んでいる人や『フードドライブ』に参加する人はまだ少ないことがわかります。

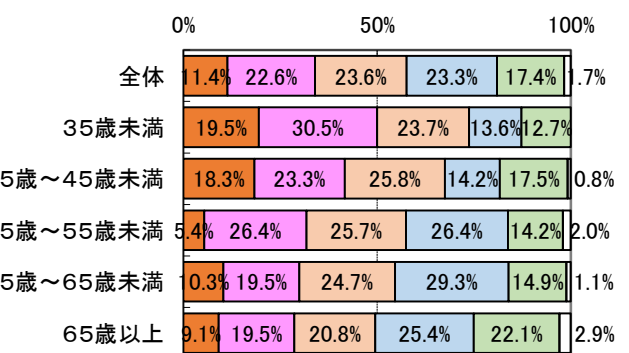
この質問全体を通して見ると、食品を無駄にしないことへの意識はそれなりに高いものの、個人の消費生活の範囲にとどまっておき、まだ『食品ロス』をなくしていく社会全体への取り組みとしてとらえられていないと感じました。

図表18 家庭における実感として一番多いの



□直接廃棄 □食べ残し □過剰除去 □無回答

図表19 食品や食材を捨てる頻度



■毎日～2,3日に1度 ■一週間に1度
 □一か月に1,2度 □「3」より少ない
 □ほとんど、または全く捨てない □無回答

図表20 年代別 捨ててしまいがち、捨ててしまうことの多い食品

順位	全体	比率
1	野菜	51.9%
2	総菜類	15.3%
3	豆腐、油揚げ、納豆など	12.7%
4	漬物、佃煮類	10.1%
5	食用油、調味料	8.1%
6	果物	6.7%
7	米、パン	6.5%
8	食肉加工品	5.7%
9	乳製品	5.5%
10	粉類	5.4%
11	菓子類	4.7%
12	肉類	4.5%
13	魚介類	4.5%
14	乾物	3.8%
15	インスタント、レトルト食品類	3.0%
16	麺類	2.6%
17	卵	2.1%
18	冷凍食品	1.8%
19	飲料・酒類	0.7%
	その他	2.6%
	無回答	11.6%

順位	35歳未満	比率
1	野菜	65.3%
2	米、パン	16.1%
3	豆腐、油揚げ、納豆など	13.6%
4	乳製品	12.7%
5	果物	12.7%
6	総菜類	8.5%
7	肉類	6.8%
8	卵	6.8%
9	漬物、佃煮類	5.9%
10	麺類	5.1%
11	食用油、調味料	5.1%
12	魚介類	4.2%
13	食肉加工品	3.4%
14	粉類	1.7%
15	菓子類	1.7%
16	乾物	1.7%
17	飲料・酒類	0.8%
18	インスタント、レトルト食品類	0.8%
19	冷凍食品	0.8%
	その他	3.4%
	無回答	5.9%

順位	35歳～45歳未満	比率
1	野菜	53.3%
2	豆腐、油揚げ、納豆など	16.7%
3	米、パン	10.8%
4	漬物、佃煮類	9.2%
5	総菜類	9.2%
6	果物	8.3%
7	食用油、調味料	5.8%
8	粉類	5.0%
9	肉類	5.0%
10	食肉加工品	4.2%
11	乳製品	3.3%
12	乾物	3.3%
13	インスタント、レトルト食品類	3.3%
14	菓子類	2.5%
15	魚介類	1.7%
16	卵	1.7%
17	飲料・酒類	1.7%
18	冷凍食品	1.7%
19	麺類	0.8%
	その他	4.2%
	無回答	8.3%

順位	45歳～55歳未満	比率
1	野菜	45.3%
2	漬物、佃煮類	16.2%
3	総菜類	14.9%
4	食用油、調味料	11.5%
5	豆腐、油揚げ、納豆など	10.8%
6	菓子類	8.8%
7	果物	6.8%
8	乾物	5.4%
9	乳製品	4.7%
10	米、パン	4.1%
11	食肉加工品	4.1%
12	卵	4.1%
13	粉類	3.4%
14	肉類	3.4%
15	魚介類	2.7%
16	麺類	2.0%
17	冷凍食品	2.0%
18	インスタント、レトルト食品類	1.4%
19	飲料・酒類	0.7%
	その他	3.4%
	無回答	9.5%

順位	55歳～65歳未満	比率
1	野菜	55.2%
2	総菜類	19.5%
3	食用油、調味料	11.5%
4	粉類	10.3%
5	豆腐、油揚げ、納豆など	10.3%
6	漬物、佃煮類	8.6%
7	果物	6.9%
8	食肉加工品	4.6%
9	乳製品	4.6%
10	乾物	4.6%
11	米、パン	4.0%
12	魚介類	4.0%
13	インスタント、レトルト食品類	4.0%
14	肉類	3.4%
15	菓子類	3.4%
16	麺類	1.7%
17	冷凍食品	1.7%
18	飲料・酒類	0.6%
19	卵	0.0%
	その他	2.3%
	無回答	12.6%

順位	65歳以上	比率
1	野菜	48.5%
2	総菜類	17.9%
3	豆腐、油揚げ、納豆など	13.0%
4	漬物、佃煮類	9.8%
5	食肉加工品	8.5%
6	魚介類	6.8%
7	食用油、調味料	6.2%
8	菓子類	5.5%
9	粉類	5.2%
10	肉類	4.6%
11	乳製品	4.6%
12	米、パン	3.9%
13	インスタント、レトルト食品類	3.9%
14	果物	3.6%
15	乾物	3.6%
16	麺類	3.3%
17	冷凍食品	2.3%
18	卵	0.7%
19	飲料・酒類	0.3%
	その他	1.6%
	無回答	15.3%

図表20 年代別「食品ロス」を減らすために取り組んでいること、心がけていること

順位	全体	比率
1	食材・食品を買いすぎない	77.6%
2	料理を作りすぎない	44.8%
3	調理方法を工夫	28.2%
4	外食時食べられるだけ注文	27.1%
5	食べ切れなかった料理の持ち帰り	10.7%
6	手前取り	8.9%
7	フードドライブ	3.2%
	その他	4.2%
	無回答	0.9%

順位	35歳未満	比率
1	食材・食品を買いすぎない	78.8%
2	料理を作りすぎない	34.7%
3	調理方法を工夫	28.0%
4	外食時食べられるだけ注文	25.4%
5	食べ切れなかった料理の持ち帰り	10.2%
6	手前取り	5.9%
7	フードドライブ	2.5%
	その他	4.2%
	無回答	1.7%

順位	35歳～45歳未満	比率
1	食材・食品を買いすぎない	84.2%
2	料理を作りすぎない	37.5%
3	外食時食べられるだけ注文	31.7%
4	調理方法を工夫	22.5%
5	手前取り	11.7%
6	食べ切れなかった料理の持ち帰り	10.0%
7	フードドライブ	4.2%
	その他	5.0%
	無回答	0.0%

順位	45歳～55歳未満	比率
1	食材・食品を買いすぎない	80.4%
2	料理を作りすぎない	34.5%
3	調理方法を工夫	24.3%
4	外食時食べられるだけ注文	21.6%
5	食べ切れなかった料理の持ち帰り	10.8%
6	手前取り	8.8%
7	フードドライブ	4.1%
	その他	3.4%
	無回答	0.0%

順位	55歳～65歳未満	比率
1	食材・食品を買いすぎない	78.2%
2	料理を作りすぎない	49.4%
3	調理方法を工夫	30.5%
4	外食時食べられるだけ注文	25.9%
5	食べ切れなかった料理の持ち帰り	8.6%
6	手前取り	7.5%
7	フードドライブ	4.0%
	その他	3.4%
	無回答	1.1%

順位	65歳以上	比率
1	食材・食品を買いすぎない	73.0%
2	料理を作りすぎない	54.1%
3	調理方法を工夫	31.3%
4	外食時食べられるだけ注文	28.7%
5	食べ切れなかった料理の持ち帰り	12.4%
6	手前取り	10.1%
7	フードドライブ	2.3%
	その他	4.9%
	無回答	1.3%