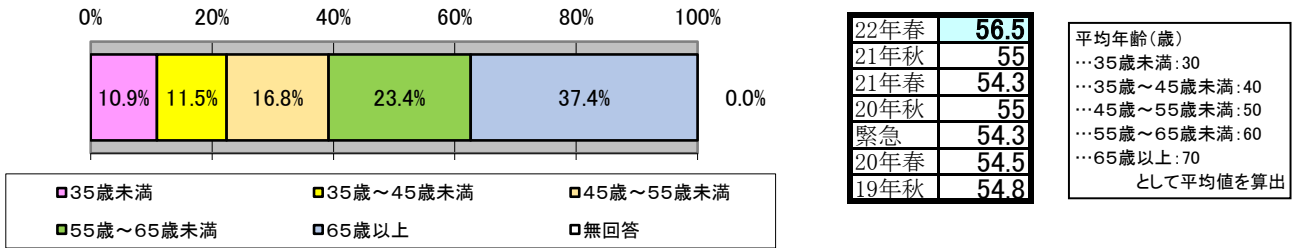


2022年春消費者の暮らし向きに関するアンケート サマリー

調査名	2022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	2022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・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34回目となる。
回答状況	配布数2,500枚、有効回答数736枚、回答率29.4%

年齢構成と平均年齢

回答者平均年齢は55.0歳でした。



コロナ「第6波」で今後の暮らし向きに不安(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(2022年3月実施、有効回答数736)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『やや悪くなる』と『悪くなる』が増えました。「暮らし向き」「収入」「貯蓄」のD.I値は、2020年秋と同程度まで下がっています。本調査の期間はコロナ「第6波」の最中にあり、今後の暮らしについての不安を反映した結果となりました。「支出」については、『やや増える』と『増える』も増えたためD.I値が上がっており、2022年4月の値上げラッシュや原油価格の高騰による物価の上昇による見通しと、生活不安から支出を抑えたいマインドが拮抗している様子がうかがえます。(図表1①②)

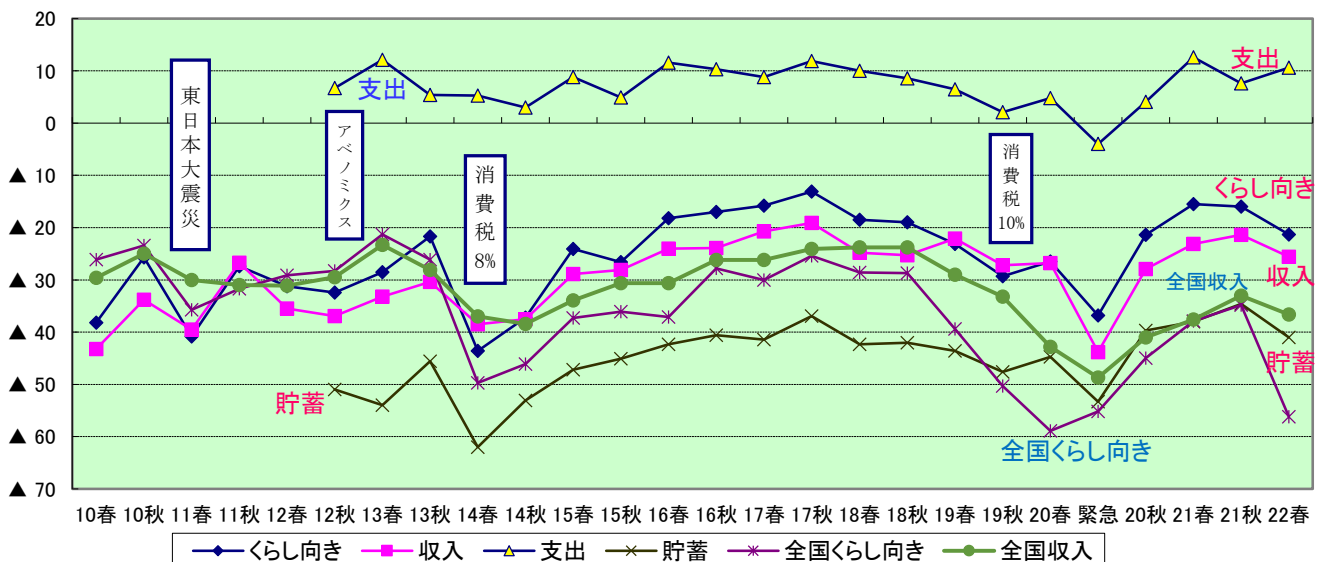
前年と比較した現在の暮らし向きと収入については、前回まで回復傾向がみえていましたが、今回で「暮らし向き」D.I値が2020年秋と同程度までD.I値が後退、「収入」もやや後退となりました。(図表2①～③)

図表1① 今後半年間の暮らし向き、収入、支出、貯蓄

※全国比率は、内閣府公示の22年3月「消費動向調査」

	暮らし向き			収入			支出		貯蓄	
	21年秋	22年春	全国	21年秋	22年春	全国	21年秋	22年春	21年秋	22年春
良くなる(増える)	0.9%	2.4%	0.5%	0.7%	1.0%	0.5%	5.2%	7.5%	0.8%	0.5%
やや良くなる(やや増える)	3.3%	3.3%	3.6%	4.6%	6.7%	5.1%	19.8%	24.9%	6.1%	6.5%
変わらない	75.0%	66.8%	35.6%	67.4%	59.0%	52.2%	56.7%	45.5%	51.1%	44.7%
やや悪くなる(やや減る)	16.9%	21.2%	40.4%	20.5%	24.2%	27.6%	12.6%	16.4%	27.3%	32.1%
悪くなる(減る)	3.3%	5.7%	19.9%	6.0%	9.0%	14.6%	4.8%	5.3%	14.0%	15.9%
無回答	0.6%	0.5%		0.8%	0.3%		0.9%	0.4%	0.7%	0.3%
D. I. 値	▲ 16.0	▲ 21.3	▲ 56.2	▲ 21.4	▲ 25.6	▲ 36.6	7.6	10.6	▲ 34.6	▲ 41.0

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		
	21年秋	22年春		21年秋	22年春		21年秋	22年春		21年秋	22年春
35歳未満	0.8	10.1	35歳未満	▲ 5.1	▲ 17.5	35歳未満	41.5	58.2	35歳未満	▲ 20.3	▲ 17.5
35～45未満	▲ 7.5	▲ 15.3	35～45未満	▲ 15.1	▲ 25.9	35～45未満	24.4	24.7	35～45未満	▲ 26.1	▲ 25.9
45～55未満	▲ 10.1	▲ 21.0	45～55未満	▲ 12.8	▲ 39.5	45～55未満	15.5	24.2	45～55未満	▲ 27.7	▲ 39.5
55～65未満	▲ 21.8	▲ 23.3	55～65未満	▲ 28.3	▲ 44.8	55～65未満	▲ 2.9	5.8	55～65未満	▲ 32.2	▲ 44.8
65歳以上	▲ 24.5	▲ 31.3	65歳以上	▲ 29.8	▲ 50.9	65歳以上	▲ 8.6	▲ 10.6	65歳以上	▲ 47.4	▲ 50.9
全体	▲ 16.3	▲ 21.3	全体	▲ 21.4	▲ 25.6	全体	7.6	10.6	全体	▲ 34.6	▲ 41.0

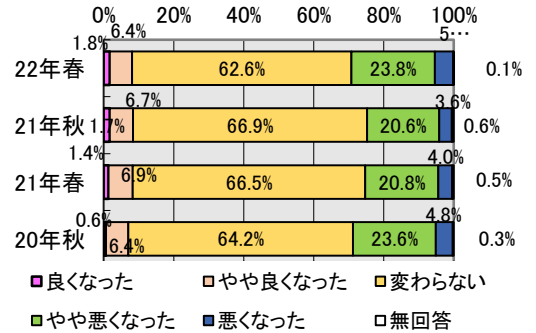
図表2① 実質の(現在の)くらし向き、収入(%)

	実質のくらし向き		実質の収入	
	21年秋	22年春	21年秋	22年春
良くなった(増えた)	1.7%	1.8%	2.1%	1.1%
やや良くなった(やや増えた)	6.7%	6.4%	8.4%	9.2%
変わらない	66.9%	62.6%	52.8%	50.5%
やや悪くなった(やや減った)	20.6%	23.8%	26.9%	27.9%
悪くなった(減った)	3.6%	5.3%	9.1%	10.7%
無回答	0.6%	0.1%	0.8%	0.5%
D. I. 値	▲ 15.9	▲ 21.0	▲ 25.8	▲ 28.4

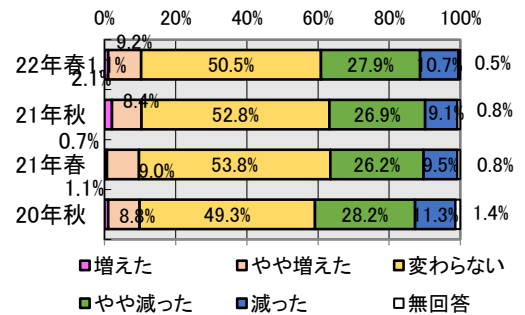
図表2④ 年齢別 実質の(現在の)くらし向き、収入 D.I.値

くらし向き			収入		
	21年秋	22年春		21年秋	22年春
35歳未満	1.7	12.7	35歳未満	▲ 9.3	▲ 6.3
35～45未満	▲ 15.0	▲ 10.6	35～45未満	▲ 13.3	▲ 9.4
45～55未満	▲ 12.2	▲ 16.1	45～55未満	▲ 15.6	▲ 23.4
55～65未満	▲ 18.5	▲ 31.4	55～65未満	▲ 37.0	▲ 39.4
65歳以上	▲ 22.8	▲ 29.5	65歳以上	▲ 35.1	▲ 36.3
全体	▲ 15.9	▲ 15.9	全体	▲ 25.8	▲ 28.4

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

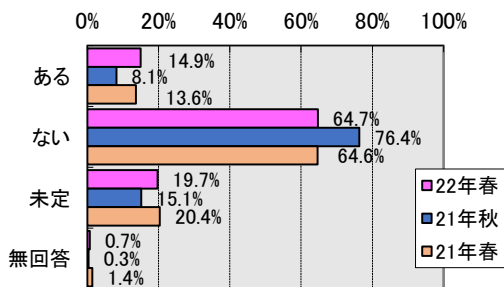


旅行の自粛傾向は変わらないが、再開の兆し(図表3～6)

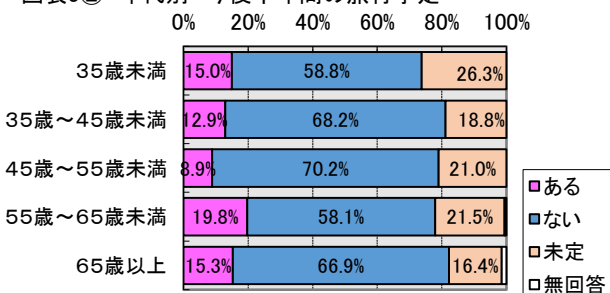
調査時はコロナ感染拡大がなかなか落ち着かない状況でしたが、「半年」という時間と大型連休や夏休みを見越してか、今後半年間に旅行予定が『ある』と答えた方は14.9%と、前回の調査より増えました。『先行』では「国内近距離」が約6割で、この傾向に変化はありませんが、『宿泊数』で『2～3泊』を考える人が増えています。(図表4, 5)。

本格的な旅行再開はもう少し先と考えているものの、「with コロナ」で、経済を停滞させず、感染防止対策をして好きなことを楽しもうという消費者マインドが読み取れます。

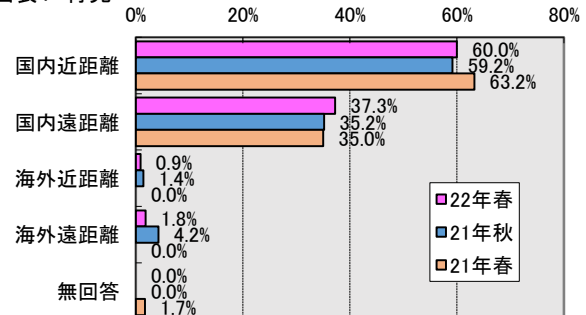
図表3① 今後半年間の旅行予定



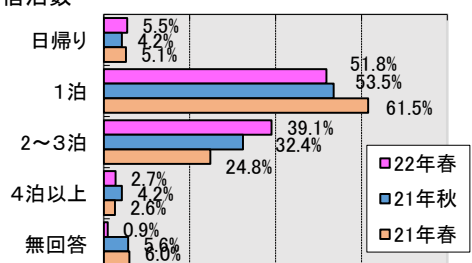
図表3② 年代別 今後半年間の旅行予定



図表4 先行



図表5 宿泊数

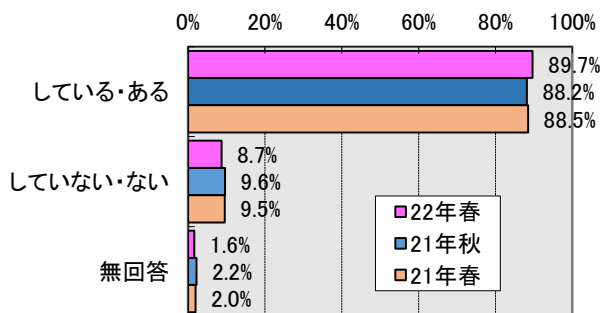


貯蓄重視の意識は変わらず ボーナスは回復の傾向(図表7~10)

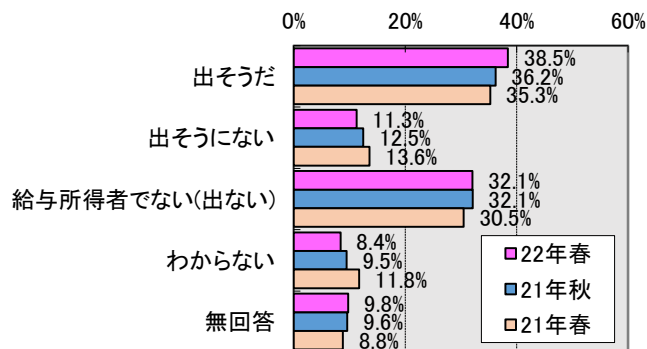
貯蓄が『ある』と回答した人は89.7%と高く、消費者の堅実な姿勢と、依然として高い生活防衛意識が読み取れます。全体の貯蓄額の平均は1,061万円となりました(図表7,8)。

ボーナスについては、『出そうだ』の割合が38.5%と微増し(図表9)、予想額がD.I.値において上昇していること(図表10)からも、回復傾向にあると言えます。ボーナスの使用予定では、平均割合が『貯蓄』5.2、『買物』1.7、『旅行・レジャー』0.6と、約半分を貯蓄に回すという結果になっており、貯蓄重視の姿勢が表れています。

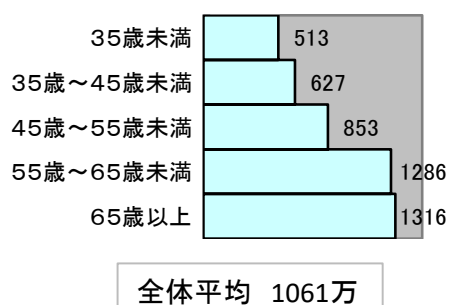
図表7 貯蓄がありますか



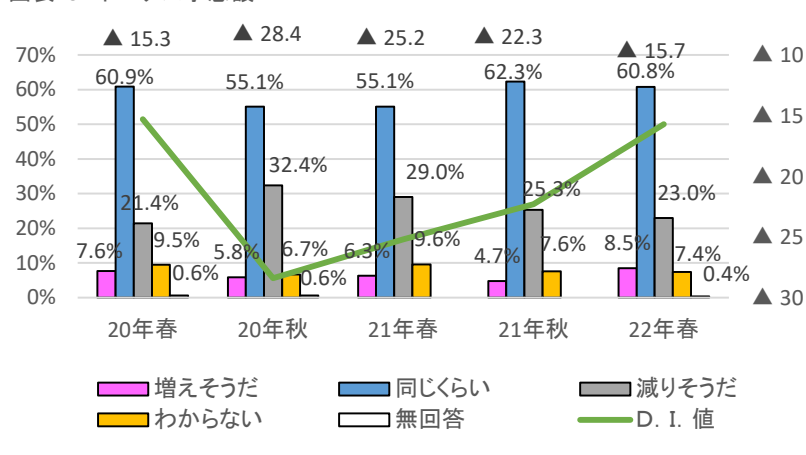
図表9 ボーナスは出るとおもいますか



図表8 年代別 貯蓄額(平均額:単位は万円)



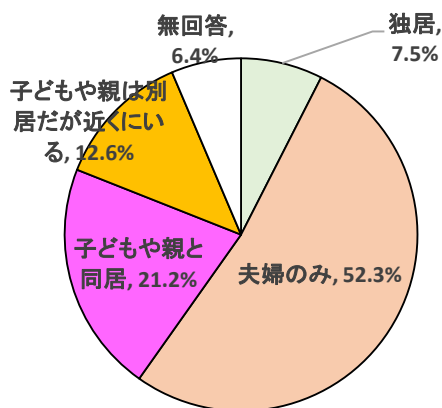
図表10 ボーナス予想額



70歳以上になった時の暮らし方 多世帯同居は2割(図表11~14)

70歳以上になった時の家族状況は、『夫婦のみ』が約半数で最も多く、『子どもや親と同居』は約2割でした。また、老後の過ごし方で、「なるべく自宅で過ごしたい(イ)」と「施設のサービスを受けながら過ごしたい(ウ)」の2通りの考え方について、どれくらい共感するかを100点満点で表してもらったところ、全体の平均点は(イ)が51.7、(ウ)が54.7となりました。高い年代ほど(イ)に多く点数をつける傾向はありますが大きな差ではなく、どちらもある程度受け入れる気持ちがあることが分かります。

図表11 70歳以上になった時の家族状況



図表12① 老後の過ごし方の考え方について(年代別)

	介護は家族に協力してもらい、なるべく自宅で過ごしたい	介護サービスを受けながら過ごしたい
35歳未満	45.5	58.4
35~45歳未満	49.8	52.7
45歳~55歳未満	48.8	57.5
55歳~65歳未満	51.6	50.7
65歳以上	56.0	55.6
全体	51.7	54.7

図表12② 老後の過ごし方の考え方について(家族状況別)

	介護は家族に協力してもらい、なるべく自宅で過ごしたい	介護サービスを受けながら過ごしたい
独居	47.5	50.6
夫婦のみ	50.7	56.6
子どもや親と同居	53.5	53.9
別居だが近くにいる	52.7	54.2
全体	51.7	54.7

全然~あまり思わない⇒0~40点 どちらとも言えない⇒41~60点 まあまあそう思う⇒61~80点 大いにそう思う⇒81~100点

食品の選択では「安全」を最重視

7項目の食品について、重視していることの度合いを点数で表してもらいました。生鮮食品(野菜、果物、魚、肉、日配品)はどの年代も『安全』が最も高い点数となっており、食品の選択において安全性が最重視されていることが分かりました。一方、得点が低い項目は『簡便』または『宅配』ですが、消費期限が短い食品は『宅配』、その他は『簡便』に低い点数が付けられています。また、近年意識が高まりつつある『エシカル消費』について見てみると、高い年代ほど点数が高くなっており、言葉の新しさから受けるイメージと逆の結果となっています(図表13)。

インターネットでの購入でいくらまでなら購入するかを聞いたところ、最も平均金額が高い『家電』でも2千円から30万円まで幅がありました。年代別の平均額から、高額な商品をインターネットで購入することに抵抗がある人は高い年代に多いことが分かります。

図表13 消費生活において重視していること

全然～あまり重視しない⇒0～40点 どちらでもない⇒41～60点 まあまあ重視⇒61～80点 とても重視⇒81～100点

野菜	エシカル消費	価格	安全	簡便	宅配
35歳未満	49.2	70.1	72.8	48.5	47.4
35～45歳未満	49.5	69.9	76.3	46.4	43.8
45歳～55歳未満	53.1	70.4	77.2	41.5	44.5
55歳～65歳未満	59.2	68.6	78.7	36.4	47.9
65歳以上	64.6	68.8	82.0	40.9	55.1
全体	57.7	69.4	78.6	41.5	49.3

果物	エシカル消費	価格	安全	簡便	宅配
35歳未満	49.5	68.1	72.6	40.9	42.8
35～45歳未満	49.3	69.5	76.9	36.6	35.5
45歳～55歳未満	50.3	69.1	76.1	36.0	43.2
55歳～65歳未満	56.7	68.1	75.9	31.8	46.7
65歳以上	62.6	68.5	82.3	39.0	55.7
全体	55.9	68.6	77.8	36.8	47.4

魚	エシカル消費	価格	安全	簡便	宅配
35歳未満	46.9	66.0	73.8	66.5	49.6
35～45歳未満	51.6	69.3	77.5	60.9	43.0
45歳～55歳未満	52.3	69.6	77.6	54.5	45.0
55歳～65歳未満	56.0	69.0	77.9	54.9	51.4
65歳以上	63.4	69.4	81.7	53.8	55.9
全体	56.4	68.9	78.6	56.6	50.7

肉	エシカル消費	価格	安全	簡便	宅配
35歳未満	48.1	70.7	73.9	61.2	49.1
35～45歳未満	50.4	69.5	77.5	52.4	43.1
45歳～55歳未満	50.7	72.5	77.3	48.1	43.5
55歳～65歳未満	56.5	70.6	78.2	50.1	49.1
65歳以上	63.2	70.1	82.4	50.3	56.3
全体	56.1	70.7	78.9	51.4	50.0

日配品	エシカル消費	価格	安全	簡便	宅配
35歳未満	49.8	68.5	70.9	45.0	54.0
35～45歳未満	48.8	65.9	75.8	40.9	43.4
45歳～55歳未満	51.4	69.0	76.2	43.2	48.2
55歳～65歳未満	54.6	66.6	76.7	39.6	53.4
65歳以上	63.8	66.1	81.8	44.3	62.6
全体	56.0	67.0	77.5	42.7	54.7

嗜好品	エシカル消費	価格	安全	簡便	宅配
35歳未満	44.1	66.7	64.2	45.6	48.1
35～45歳未満	45.6	65.4	67.5	42.1	46.1
45歳～55歳未満	47.8	67.0	71.3	41.3	45.3
55歳～65歳未満	49.2	65.4	71.9	40.2	50.8
65歳以上	53.4	64.7	75.2	42.5	53.1
全体	49.4	65.6	71.4	42.1	49.7

酒・飲料	エシカル消費	価格	安全	簡便	宅配
35歳未満	36.9	61.4	61.1	44.3	46.2
35～45歳未満	45.0	64.9	64.4	40.1	42.3
45歳～55歳未満	45.7	67.0	72.0	38.7	46.0
55歳～65歳未満	45.1	64.7	68.7	35.7	49.3
65歳以上	49.8	62.7	72.0	42.0	52.8
全体	45.9	64.1	68.9	40.0	48.7

エシカル消費 → 環境や社会、人、地域に配慮した購買行動で、社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと

簡便 → 調理の手間が省けるよう、あらかじめカットや洗浄などの下処理や味付けがされている商品であること

宅配 → 生協の宅配、買い物代行、ネットスーパーなど、自宅までお届けされること

図表14 インターネットでの購入 一回当たりいくらまでなら購入しますか

	食品	日用雑貨品	衣服・靴	家電	娯楽品	その他
35歳未満	6,764	9,055	11,682	37,520	9,746	8,920
35～45歳未満	5,953	5,870	10,260	24,868	9,114	8,261
45歳～55歳未満	7,194	7,748	13,564	37,693	11,479	12,581
55歳～65歳未満	5,515	5,071	8,489	24,455	6,209	5,000
65歳以上	4,025	4,356	7,093	19,606	3,271	2,473
全体	5,644	6,033	9,800	27,706	7,381	6,620

災害の備えは不十分との自己評価

災害への備えについて、防災グッズの準備と、定期的なローリングストックを行っているかどうか、点数で評価してもらいました。全ての年代で点数の平均は50以下となり、特に若い世代が低い点数となっています。

図表15 災害への備えについて、点数で評価するとどうなりますか

	防災グッズの備え	ローリングストック
35歳未満	36.2	27.0
35～45歳未満	40.3	32.0
45歳～55歳未満	41.4	31.1
55歳～65歳未満	45.5	32.8
65歳以上	49.4	36.7
全体	44.6	33.2

全然～あまり十分でない⇒0～40点 普通である⇒41～60点 まあまあできている方である⇒61～80点 十分できている⇒81～100点

年代による差が大きい地域とのかかわり

地域とのかかわりについて、点数で評価してもらいました。『自治会、社会奉仕、避難訓練等の地域の行事には参加している』、『自分の地域をよくするために、地域づくりや街づくりに参加している』ともに、年代による差が大きい結果となりました。

45歳以上の年代では、すべきことがあらかじめ決まっている行事への参加は比較的関わりやすいつながりであるようです。35歳未満では、「地域の行事参加」「地域づくり街づくり参加」ともに点数の低さが際立っており、地域とのつながりの少なさが表れた結果となりました。

図表16 地域とのかかわりについて、点数で評価するとどうなりますか

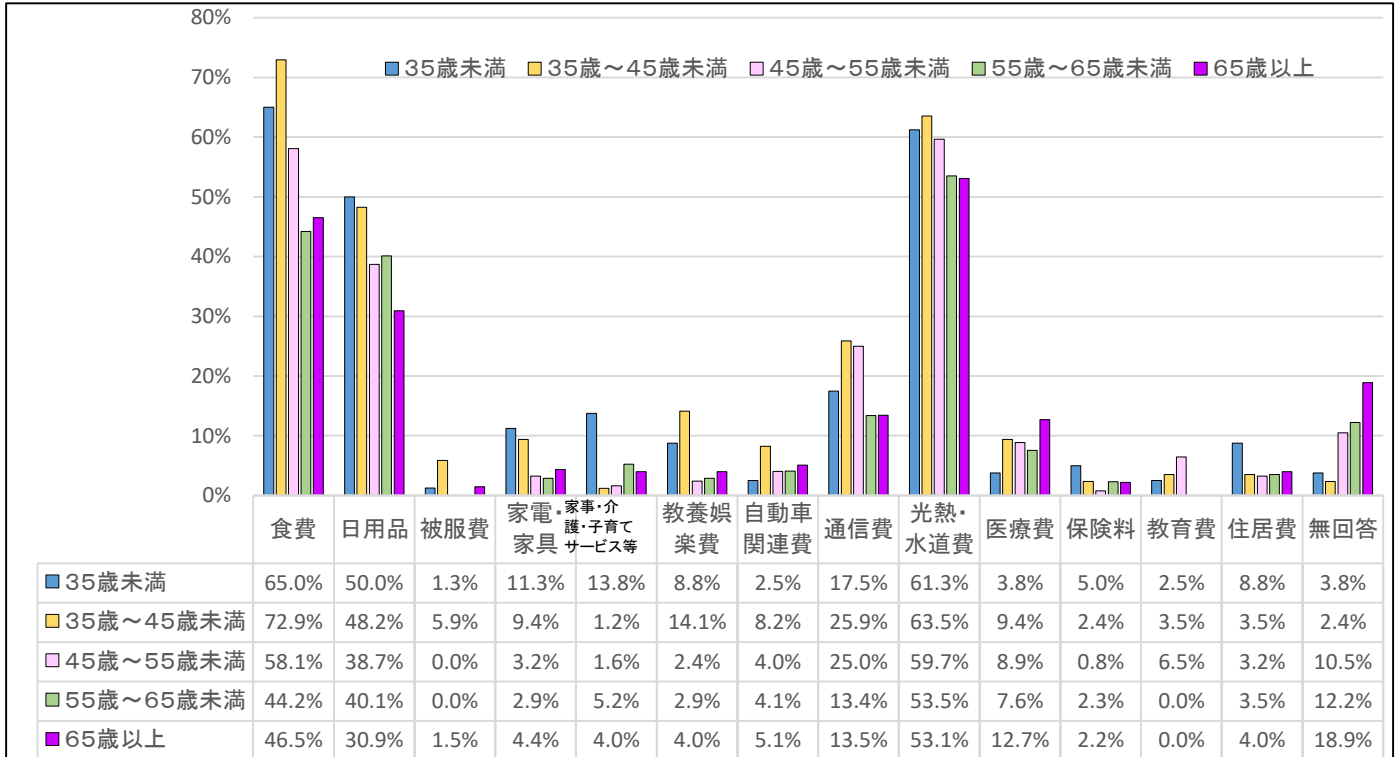
	地域の行事参加	地域づくり街づくり参加
35歳未満	25.2	18.2
35～45歳未満	49.6	36.5
45歳～55歳未満	59.2	42.3
55歳～65歳未満	60.9	46.8
65歳以上	65.6	52.3
全体	62.8	43.6

全然～あまり当てはまらない⇒0～40点 どちらでもない⇒41～60点 まあまあ当てはまる⇒61～80点 大いに当てはまる⇒81～100点

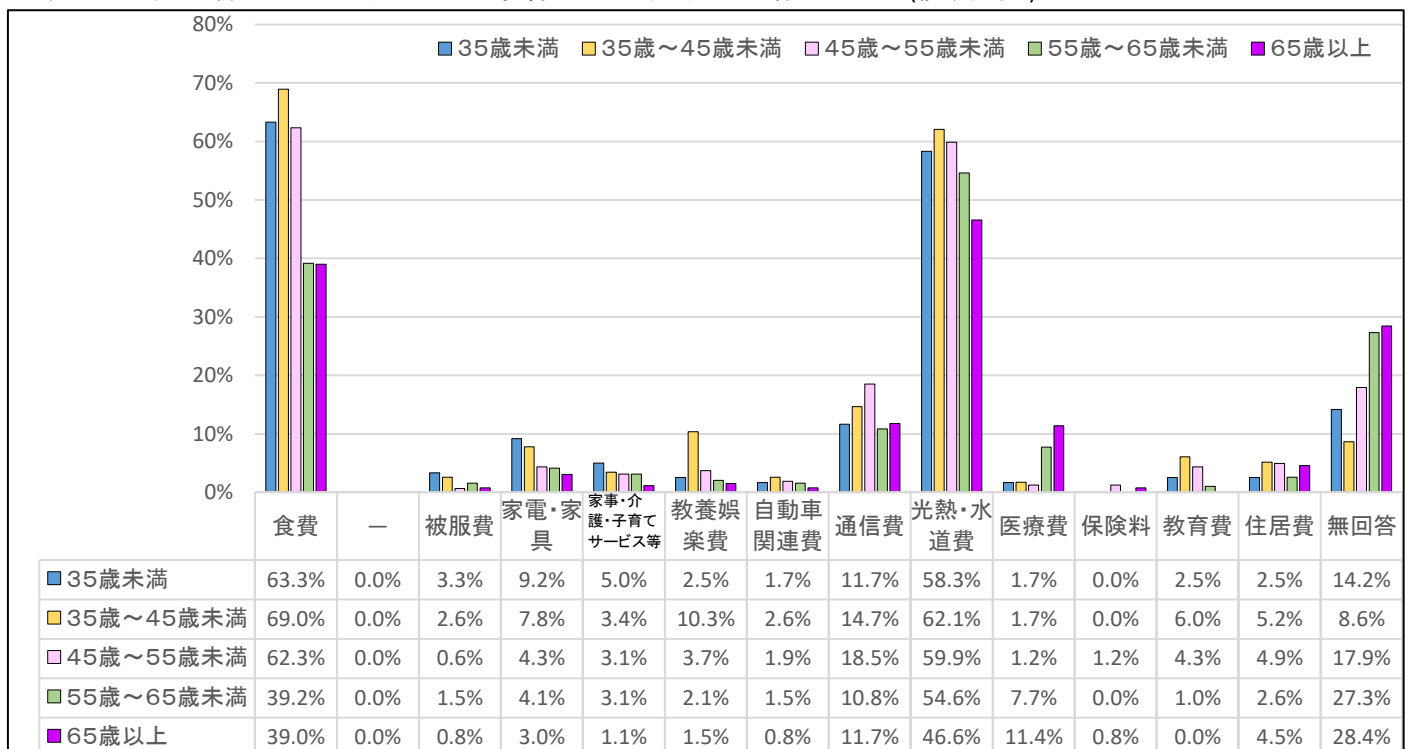
光熱費と食費が増加 生活の変化は既存の行動の増減が主

新型コロナウイルスの感染が拡大してから現在までの生活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、多くの方が『食費』『光熱・水道費』『日用品』を挙げています。『食費』に関しては、休園・休校やリモートワークのため、自宅での昼食やおやつが思わぬ出費になったという意見が目立ちました。また、旅行や外出ができないぶん食事で贅沢した、という趣旨の意見も散見されました。2021年の春(1年前)と比較すると、『無回答』=増えた支出はないの割合が減っているほか全体に数値が増えています。原油価格の上昇・物価高騰の影響を指摘する声が多く寄せられていることから、消費者は、1年前よりも支出が増えていると感じていることが分かります。(図表17, 18)。「生活の変化」では、全体で『テレビの視聴時間が増えた』『健康に対する意識が高まった』『ネット動画の視聴が増えた』『ネットショッピングが増えた』を挙げる人が多かったのですが、数値には年代による差があります。また、それらは以前からある生活の一部や意識であり、『料理の宅配サービス』や『新しい趣味』のような、新しく始まるような変化は少ないこともわかりました。(図表19)。

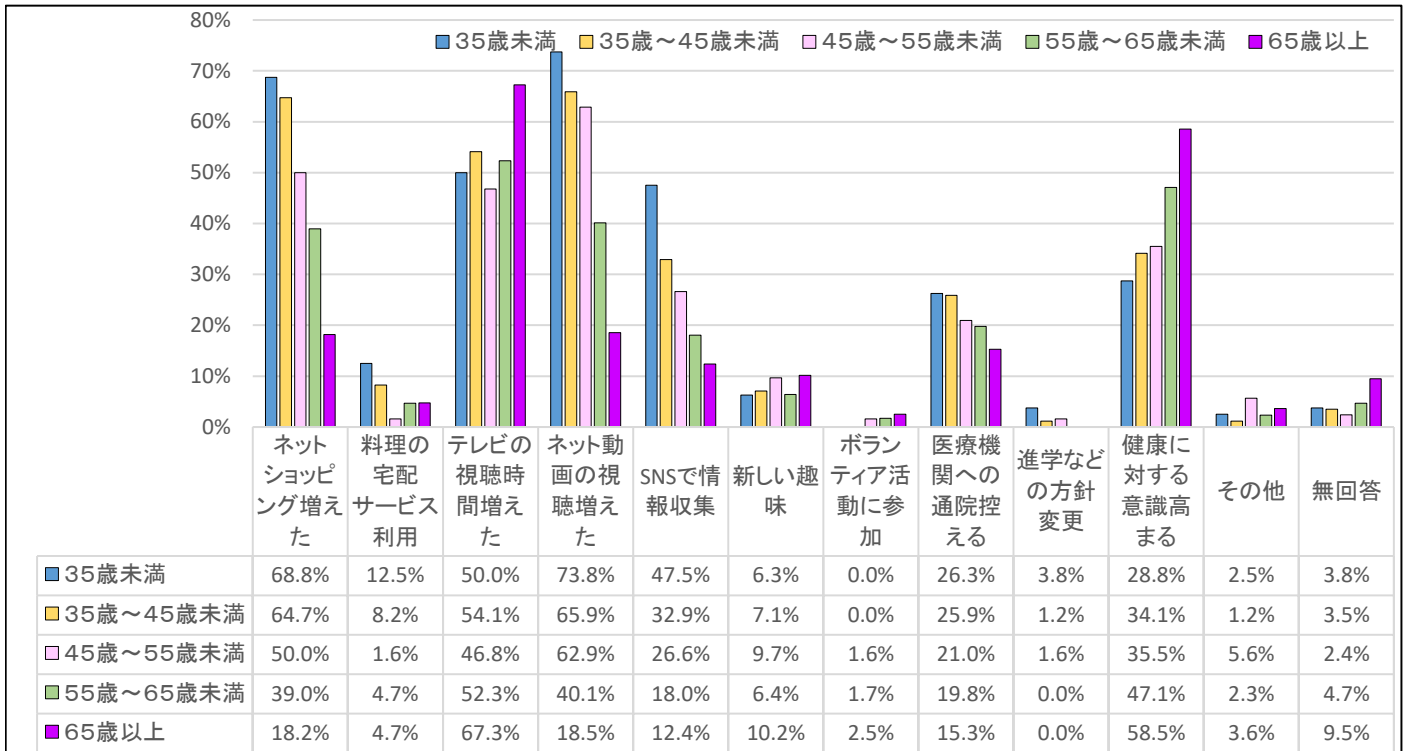
図表17 22年春 新型コロナウイルスによる影響でどのような支出が増えましたか(複数回答)



図表18 21年春 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(複数回答)



図表19 生活の変化(複数回答)

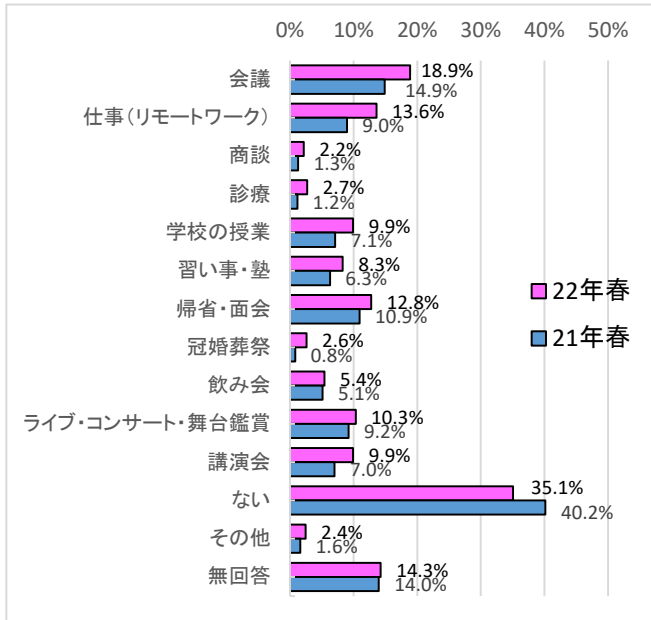


オンライン〇〇は「代替」としての評価にとどまる

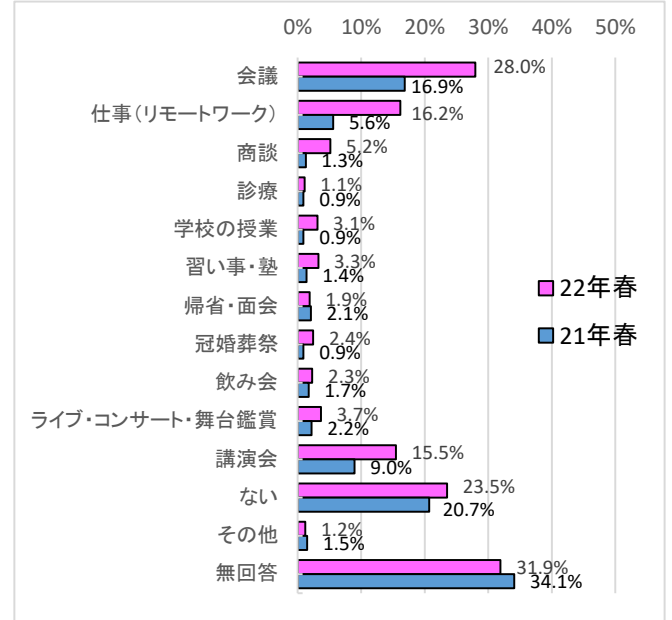
オンラインによるサービスややり取りについて聞きました。オンラインに切り替えたり利用したことのあるオンラインサービス等は、『ない』が約35%で1番多く、実際に経験したものでは『会議』『仕事』『帰省・面会』が上位となりました(図表20)。オンラインで実施してみたの感想は、『概ね問題なかった』が67.1%でしたが、『不満』(21.9%)の割合が『満足』の割合(8.7%)を上回っています(図表21)。

1年前と比較すると、各項目のオンラインでの実施は少しずつ増えており(図表20)、『会議』『仕事』『講演会』は今後もオンラインで充分だと思う人も増えました(図表25)。各項目ごとの評価(図表23, 24)も含めてまとめると、個人的な思い入れに大きく左右されないこと:『会議』『仕事』『講演会』はオンラインで行うことに大きな支障はないが、嗜好や価値観が個人によって違う『冠婚葬祭』や『帰省・面会』、趣味:『ライブ・コンサート・舞台鑑賞』は、実開催・対面実施の代替としての評価にとどまっているといえます。

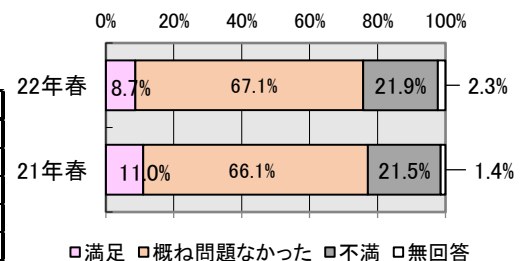
図表20 【1年前との比較】 オンラインに切り替えて行ったり、利用したことのあるサービス(複数回答)



図表25 【1年前との比較】 今後もオンラインで充分だと思うもの(複数回答)



図表21 【1年前との比較】 オンラインで実施してみていかがでしたか



図表23 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	7.9%	74.3%	17.1%	0.7%
仕事(リモートワーク)	14.9%	64.4%	20.8%	0.0%
商談	14.3%	64.3%	21.4%	0.0%
診療	0.0%	89.5%	10.5%	0.0%
学校の授業	5.5%	74.0%	20.5%	0.0%
習い事・塾	8.2%	67.2%	23.0%	1.6%
帰省・面会	8.5%	66.0%	24.5%	1.1%
冠婚葬祭	0.0%	61.1%	27.8%	11.1%
飲み会	12.5%	62.5%	25.0%	0.0%
ライブ・コンサート・舞台鑑賞	6.8%	67.1%	26.0%	0.0%
講演会	13.7%	69.9%	16.4%	0.0%
その他	33.3%	38.9%	11.1%	16.7%

図表22 不満の理由(複数回答)

不満の理由	割合
味気なくつまらない	45.3%
意思の疎通が困難だった	43.0%
音声や画像が悪かった	40.7%
アプリや周辺機器の扱いが難しかった	30.2%
効率が悪い	19.8%
かかった費用に見合う効果や満足が得られない	15.1%
その他	9.3%
無回答	3.5%

図表24 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	その他	1	診療	1	冠婚葬祭
2	仕事(リモートワーク)	2	会議	2	ライブ・コンサート・舞台鑑賞
3	商談	3	学校の授業	3	飲み会
4	講演会	4	講演会	4	帰省・面会
5	飲み会	5	習い事・塾	5	習い事・塾
6	帰省・面会	6	ライブ・コンサート・舞台鑑賞	6	商談
7	習い事・塾	7	帰省・面会	7	仕事(リモートワーク)
8	会議	8	仕事(リモートワーク)	8	学校の授業
9	ライブ・コンサート・舞台鑑賞	9	商談	9	会議
10	学校の授業	10	飲み会	10	講演会
11	診療	11	冠婚葬祭	11	その他
12	冠婚葬祭	12	その他	12	診療