

消費者のくらし向きに関するアンケート調査結果

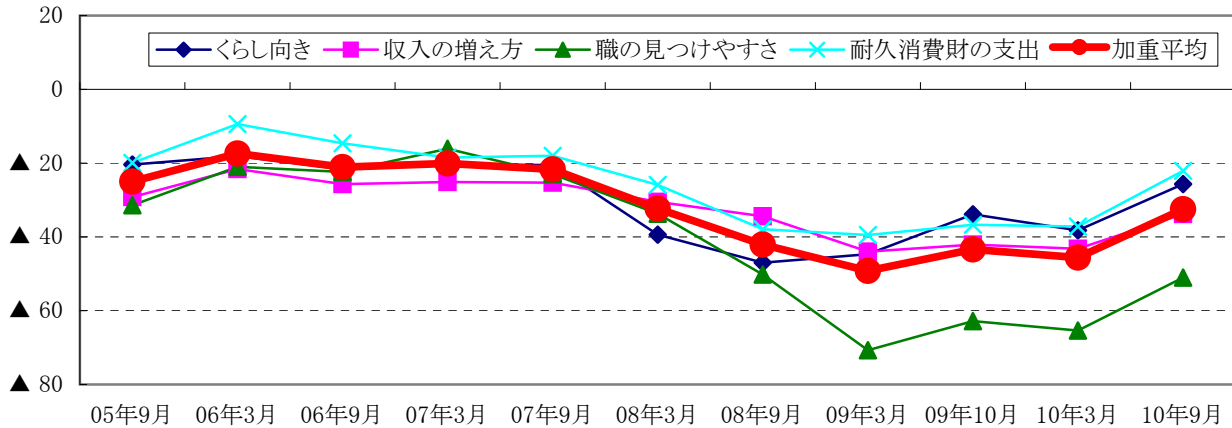
(社)ふくい・くらしの研究所は、毎年2回、4つの項目(くらし向き、収入の増え方、職のを見つけやすさ、耐久消費財の支出)について、直接消費者に5段階評価(良い、やや良い、変わらない、やや悪い、悪い)を聞き、結果を経年で分析し公表しています。

消費者のくらし向きは厳しいが、消費者マインドは回復の兆し

標記調査(2010年9月調査:有効回答数1,063)の結果、福井県の消費者の生活実感は低下に歯止めがかかり、消費者自身が予測する今後の見通し(消費者マインド)も、08年3月の水準へと回復の兆しが見えます(図表1)。ただし、日本経済の見通しは円高等により予断を許さず、消費者を取り巻く経済環境は厳しい状況が続いています。

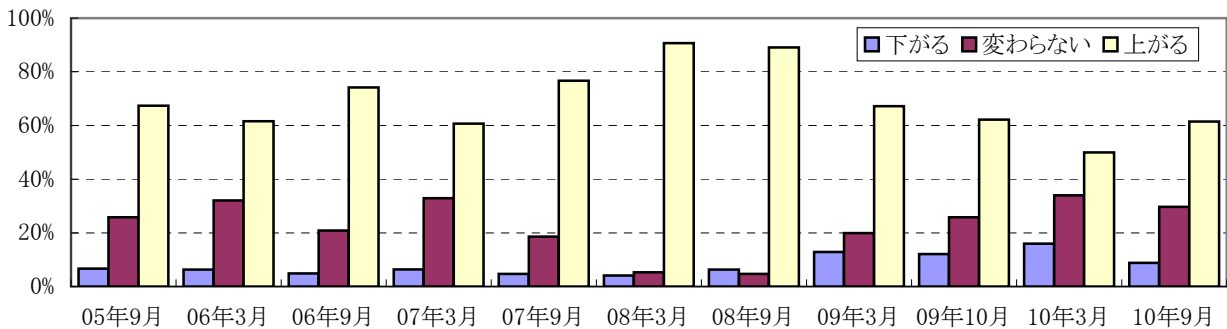
図表1 消費者マインド…今後半年間のくらし向き等(D.I.値)の推移(05年～10年)

※D.I.値…{(良い+やや良い)-(悪い+やや悪い)}÷(変わらないを含めた合計)の比率

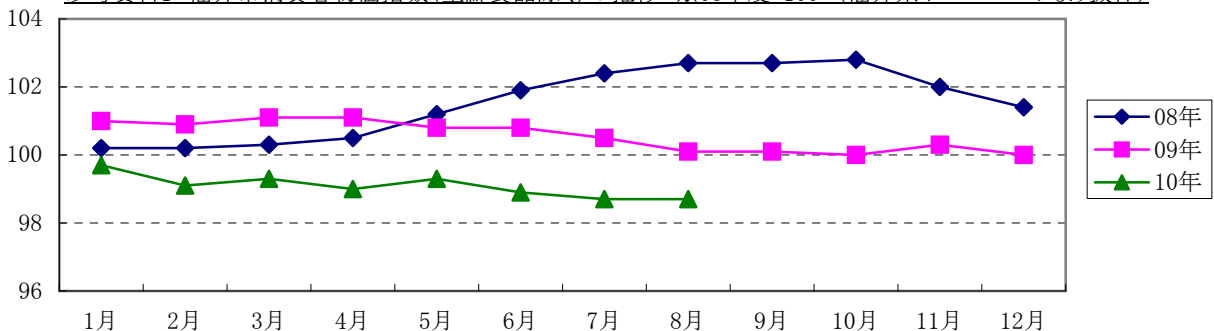


一方で、福井市の消費者物価指数(生鮮食品除く)は、10年8月度が98.7(前年同月比-1.4%)となり、09年5月より16ヶ月連続で前年同月比マイナスと、デフレが継続しています(参考資料1)。ただし、今回の調査結果では、『上がる』の回答比率が増加し、『下がる』『変わらない』が減り、猛暑での農水産物価格上昇の影響も受け、消費者の物価感覚は『上がる』方向にシフトしています(図表2)。

図表2 物価の見通しの推移(05年～10年)



参考資料1 福井市消費者物価指数(生鮮食品除く)の推移 ※05年度=100 (福井県ホームページより抜粋)

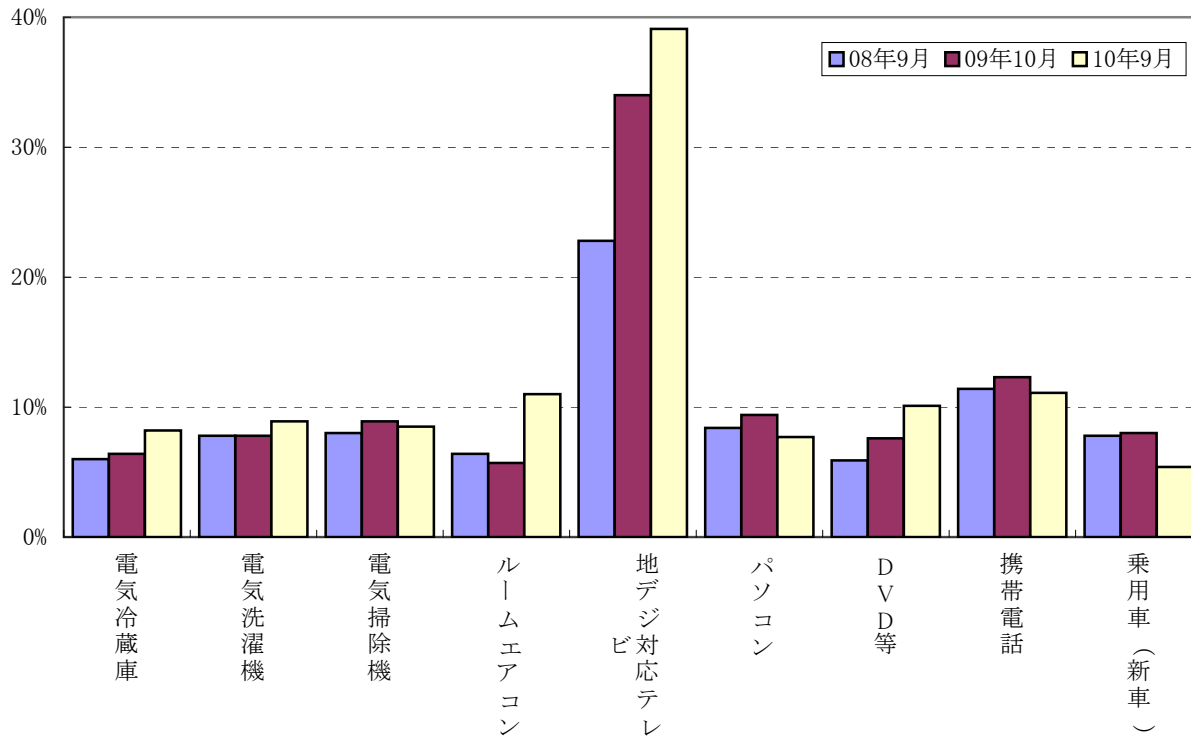


前年と比べ、テレビ・エアコン・DVDの購入意欲が高まり、

お歳暮人気商品はビール、ハム、日本酒、そば

今後半年間の支出予定は、1位:地デジ対応テレビ39.1%(前年34.0%)、2位:携帯電話11.1%(前年12.3%)、3位:ルームエアコン11.0%(前年5.7%)、4位:DVD・ブルーレイ10.1%(前年7.6%)。ただし、携帯電話や乗用車(新車)、パソコンは前年調査時より減少しました(図表3)。

図表3 主な耐久消費財の購入予定の推移(複数回答、08年～10年)



お歳暮予定商品は、前年上位を占めていた、お酒(ビール、日本酒・地酒)、ハム、洗剤、洋菓子詰合せの4種5品目のうち、洋菓子詰合せに替わりそばが第4位に上昇。その他、かに、米、あられ・煎餅が増えています(図表4)。

図表4 主なお歳暮予定商品の推移(08年～10年)

