

消費者のくらし向きに関するアンケート調査結果（サマリー）

2011年10月21日

公益社団法人 ふくい・くらしの研究所

（公社）ふくい・くらしの研究所は、年2回、4つの項目（くらし向き、収入の増え方、職の見つけやすさ、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。

（公社）ふくい・くらしの研究所は、福井県民生協が母体となった法人で、消費生活の調査・研究や啓発活動を行なっています。

（公社）ふくい・くらしの研究所では、2011年9月に上記「消費者のくらし向きに関するアンケート」調査を実施しました。

～消費者のくらし向きは持ち直し傾向に、消費者マインドも回復の兆候～

標記調査（2011年9月調査：有効回答数1,081）の結果、福井県の消費者の生活実感は持ち直し傾向となっており、消費者自身が予測する今後の見通し（消費マインド）も、回復の兆候がはっきり見えます（図表1、図表2）。

レジャーに振り向ける時間や旅行への意欲もV字回復しており（図表3）、東日本大震災やその後の円高、株価低迷の影響はあまり見られません。ただし、日本は復興途上であり、その財源負担や復興需要をめぐり、今後の日本経済そのものの行方や消費者への負担のあり方（消費税）は不透明となっており、消費者は財布の紐を締め直して見つめていると言えそうです。

福井市の消費者物価指数（生鮮食品を含む総合指数：参考資料1）は、前年比99%前後で推移し変わっていません。一方で、1年後の物価見通しを聞いたところ、回答の平均は3.2%の上昇となっており、前回調査時（11年3月：3.4%）とあまり変わっていません（図表4）。

～テレビの購入意欲が減退も、携帯電話が増加～

耐久消費財購入予定は、1位：携帯電話28.3%、2位：電気掃除機18.1%、3位：ルームエアコン17.3%（無回答を除く比率）。前回調査時と比べると、カラーテレビ（22.9%→14.0%）が減少し、携帯電話（前回13.7%）が増加しました。これは、11年5月に地デジ化されたこと、iPhoneやスマートフォンが相次いで発売されたことによると思われます。また、大震災の影響か、高効率給湯器や太陽光発電システム、エコ住宅の新築やリフォームも増えています（図表5）。

サービス等への支出は、家事代行サービスをはじめ軒並み向上しており、加重平均のD. I. 値は▲37.2（前回調査時は▲43.8）と1年前の水準に回復しています（図表6）。

～お歳暮は親戚中心で、予算等は前年並み～

お歳暮の送り先は、『親戚』（49.2%）や『知人・友人』（14.2%）が多く、『送らない』比率は31.7%（前年30.4%）とや増えています。贈答箇所数は『1～5箇所』が55.1%と多く、前年（55.9%）とあまり変わっていません。金額も『5千円未満』と『5千～1万円』を合わせて54.0%（前年は55.7%）とあまり変わっていません（図表7、図表8、図表9）。

～県民は、冷静に現状を見て今後のエネルギー政策を考えている～

今夏の、各家庭での節電の実施状況は、6割強の方が『昨年より節電した』と答えており、『昨年とあまり変わらなかった』と答えた方の倍の回答率となっています（図表10）。

今後の国のエネルギー政策の在り方については、『原子力の利用を減らし、比重を水力、火力や自然エネルギーに置き不足分は節電すべきだ』が37.8%と最も多くなっています。次いで、『原子力の利用は現状維持とし、残りを水力、火力等をバランスよく組み合わせるべきだ』が24.7%、『原子力や火力の化石燃料利用から脱却し、水力や自然エネルギー中心の発電にするべきだ』が22.0%となっています。県民は、冷静に現状の原子力発電所を見て今後のエネルギー政策を考えていると思われます（図表11）。

また、県のエネルギー政策についての記述式設問では、計379件（総回答数の35.1%）の回答があり、県民の関心の高さを示しています。特に、55～65歳および65歳以上でこの回答率が高く、敦賀・小浜地域でも高くなっています。回答率が高い理由は、次の世代へ引き継ぐ責任感と目の前に立地する現実感だと思われます。また、敦賀・小浜地域では、35歳未満（特に乳幼児のいる方）の方の記述式回答も多く、若い年齢層の、悩んでいる、あるいは熟慮した回答が多くなっています（図表12）。