

「消費についてのアンケート調査」集計結果

～震災をきっかけに「足るを知る」、消費生活に満足を感じる人が半数超～

岡山経済研究所では、岡山県民の消費の実態・意識を探る目的で、半年毎に「消費についてのアンケート調査」を実施しております。本アンケート調査では、収入の増減および今後の見通し、消費の実態・満足度、今後の購入予定商品等のほか、今回は「節電」に関する意識についても尋ねております。

<今回調査のポイント>

消費生活の実感は2006年8月期以来5年ぶりに満足派(54.3%)が不満派(45.7%)を上回る
 最近の収入は半年前と「変わらない」が半数を占めるも、今後は若干の改善見通し
 最近の消費支出は3期連続で「増加」超ながら前を下回る
 節電について、電力不足が解消されても取組む人は6割超

・調査概要

1. 調査期間 2011年8月9日～8月10日
2. 調査対象 岡山県内在住の20歳以上の男女(学生を除く)
3. 調査方法 インターネット調査(調査会社登録モニター)
4. 有効回答数 512

・回答者の属性(単位:人、()は%)

1. 性別

総数	男性	女性
(100.0)	(50.0)	(50.0)
512	256	256

2. 未既婚の別

総数	未婚	既婚
(100.0)	(38.5)	(61.5)
512	197	315

3. 年齢別

総数	20歳代	30歳代	40歳代	50歳以上
(100.0)	(25.0)	(25.0)	(25.0)	(25.0)
512	128	128	128	128

4. 職業別

総数	会社員	公務員	自営業	パート・アルバイト	専業主婦	その他
(100.0)	(41.0)	(5.1)	(7.6)	(12.3)	(19.3)	(14.6)
512	210	26	39	63	99	75

5. 世帯年収別

総数	200万円未満	200万～400万円未満	400万～600万円未満	600万～800万円未満	800万～1,000万円未満	1,000万円以上	わからない
(100.0)	(7.2)	(24.2)	(25.6)	(17.4)	(6.1)	(5.7)	(13.9)
512	37	124	131	89	31	29	71

注：四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある

・ 調査結果

1. 現在の消費生活の実感

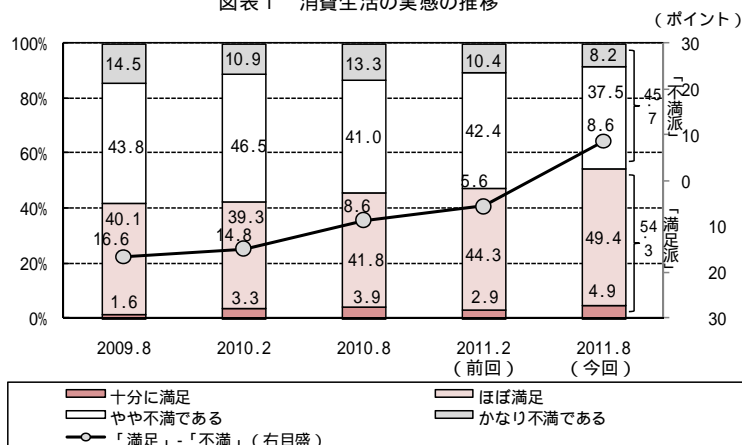
～ 5年ぶりに満足派が不満派を上回る～

現在の消費生活の実感は「ほぼ満足」が49.4%と最も多くなった。満足（十分に満足＋ほぼ満足）・不満（やや不満＋かなり不満）に大別すると、満足派は54.3%、不満派は45.7%で、満足派が不満派を上回った。「満足」－「不満」は8.6ポイントと前回より14.2ポイント改善した。「満足」超は調査方法をネットアンケートに変更してから初めてで、店頭アンケートを含めれば2006年8月期（5.2ポイント）以来5年ぶり、06年2月期の9.0ポイントに次ぐ水準となった。東日本大震災をきっかけに、自らの消費生活を見直し、「足るを知る」べきといった自戒を込めたマインドに変化したと思われる（図表1）。

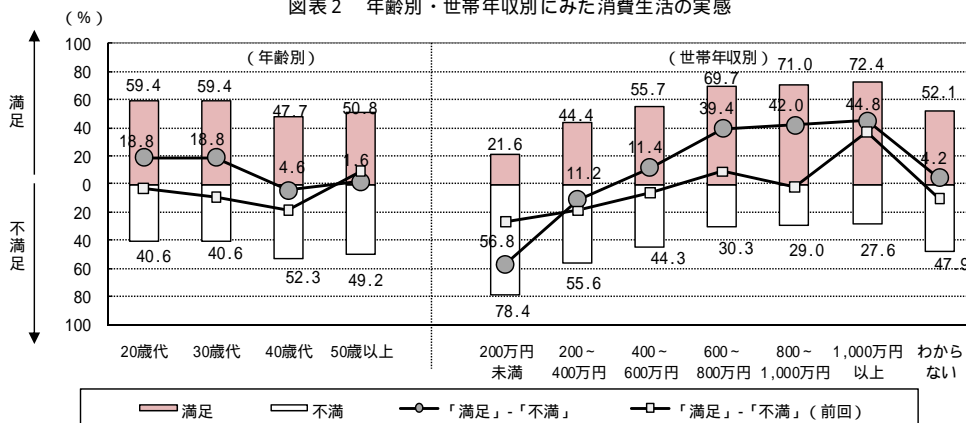
属性別にみると、年齢別では40歳代が「不満」超となったが、他は「満足」超となった。世帯年収別では、400万円未満は「不満」超となったが、他は「満足」超となった。特に、800万円以上は満足派が7割以上を占め多い。一方、200万円未満は不満派が約8割を占めた（図表2）。

また、前回と比較すると、年齢別では50歳以上、世帯年収別では200万円未満で「満足派」が減少し「不満派」が増加したが、他の層は「満足派」が増加、「不満派」が減少した。

図表1 消費生活の実感の推移



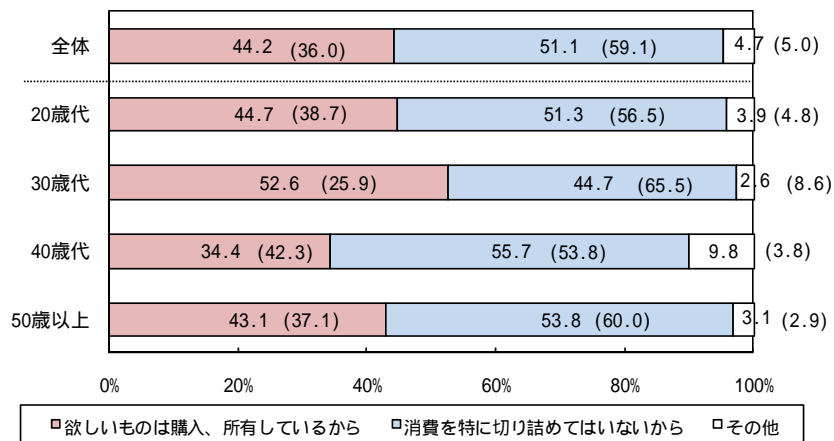
図表2 年齢別・世帯年収別にみた消費生活の実感



満足派の満足理由としては、前回と同様に「消費を特に切り詰めてはいない」(51.1%)、「欲しいものは購入、所有している」(44.2%)の順に多かった。前回(各59.1%、36.0%)と比べて「消費を特に切り詰めてはいない」は8.0ポイント減少し、「欲しいものは購入、所有している」は8.2ポイント増加した。

年齢別では、30歳代を除き「消費を特に切り詰めてはいない」が最多となった。自由記入欄でも「特に困っていないから」といった声が全体的に多かった。また、「震災などで自分よりも苦労している方が多いから」と被災者を慮る声もあった(図表3)。

図表3 満足の理由(年齢別)

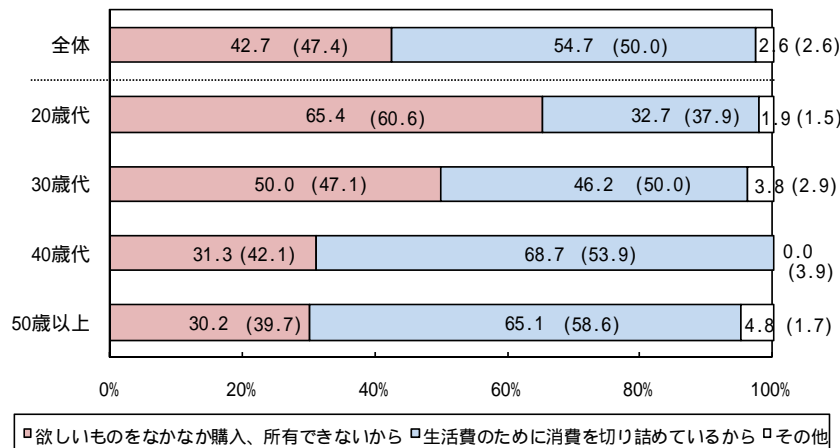


注：()内は前回

不満派の不満理由としては、前回と同様に「生活費のために消費を切り詰めている」(54.7%)、「欲しいものをなかなか購入、所有できない」(42.7%)の順となった。前回(各50.0%、47.4%)と比べると、「生活費のために消費を切り詰めている」は4.7ポイント増加し、「欲しいものをなかなか購入、所有できない」は4.7ポイント減少した。

年齢別では、30歳代以下は「欲しいものをなかなか購入、所有できない」が過半数を占めた。40歳以上は「生活費のために消費を切り詰めている」が6割以上を占め、年齢による意識の違いがみられた(図表4)。

図表4 不満の理由(年齢別)



注：()内は前回

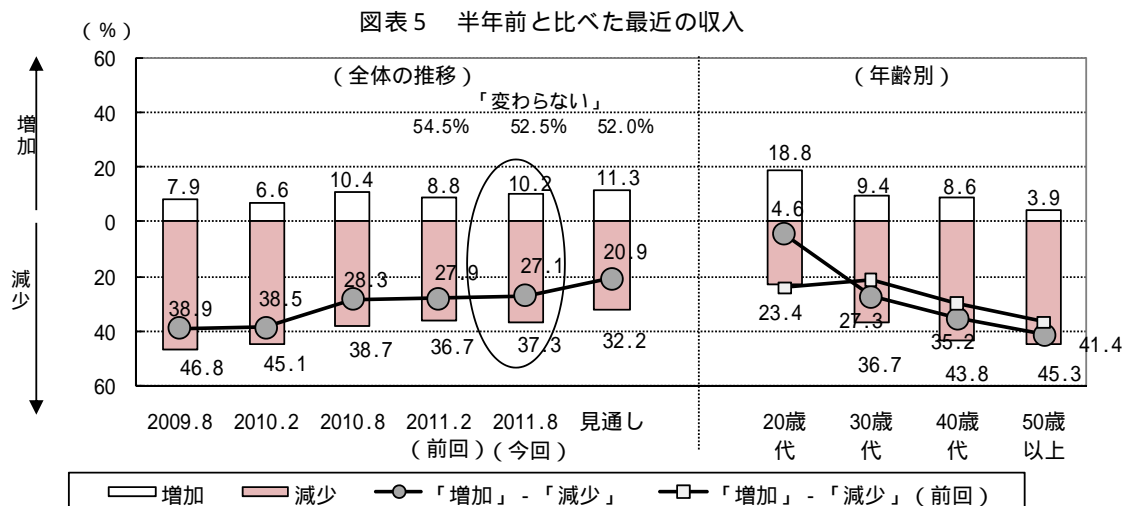
2. 最近の収入の動向と今後の見通し

～半年前と「変わらない」が半数を占めるも、今後は若干の改善見通し～

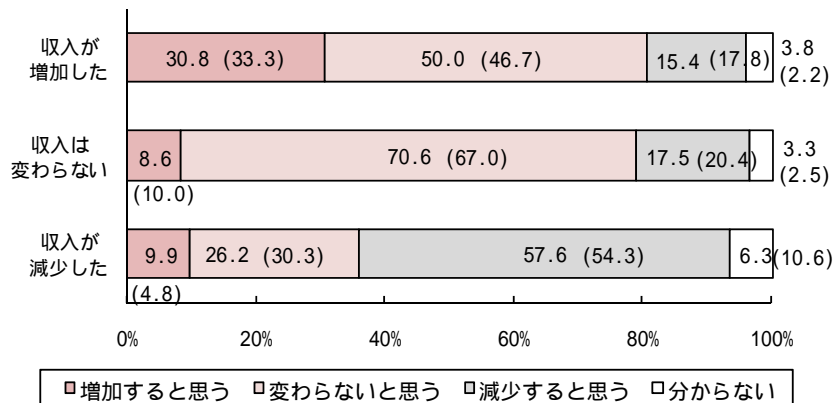
半年前と比べた最近の収入は、「変わらない」(52.5%)とする人が半数を占めた。「減少した」(37.3%)は前回比0.6ポイント増加し、「増加した」(10.2%)も同1.4ポイント増加。依然、「減少した」が「増加した」を上回っている。

年齢別にみても「減少した」が「増加した」を大幅に上回っており、特に40歳以上は「減少した」が4割以上を占めた。年齢が高くなるほど「減少」超幅が大きい(図表5)。

今後の見通しでは、「変わらない」と見込む人が半数を占め、「減少する」(32.2%)が「増加する」(11.3%)を上回っている。「減少」超幅は縮小しており、収入は改善が見込まれている。また、最近の収入の増減別にみると、収入が「増加した」人と「変わらない」人では、今後の収入見通しが「変わらない」が最多となっているが、「減少した」人では今後の収入も「減少する」見通しの人の方が半数を超えており、前回同様、収入が「減少した」人は今後の所得環境を控えめにみている(図表6)。



図表6 最近の収入の増減別にみた今後の収入見通し



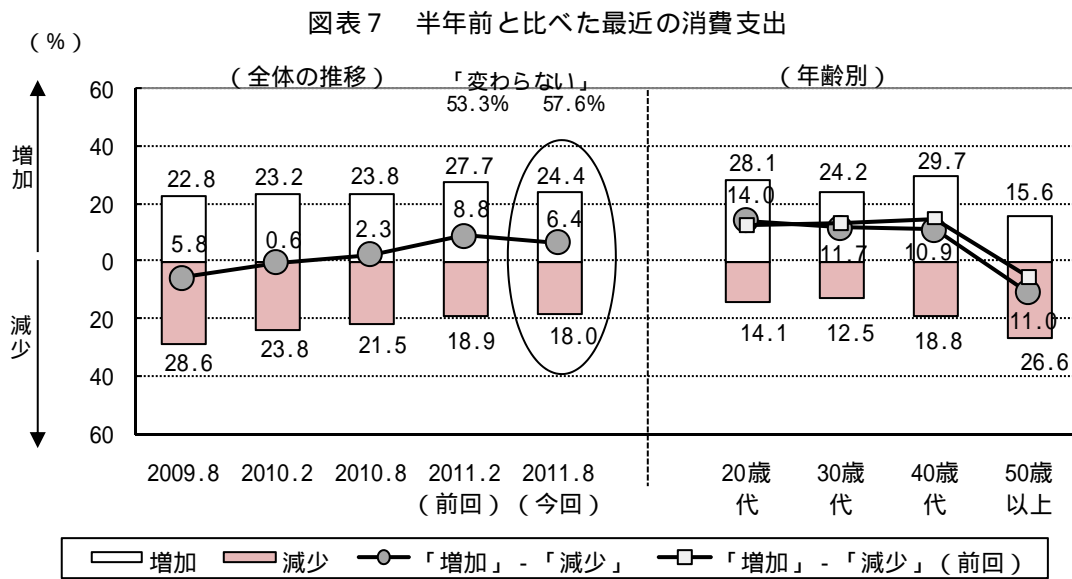
注：()内は前回

3. 半年前と比べた最近の消費支出

～3期連続で「増加」超ながら前回を下回る～

半年前と比べた最近の消費支出は「変わらない」が57.6%を占め最多となった。「増加した」(24.4%)は前回比3.3ポイント減少し、「減少した」(18.0%)は同0.9ポイント減少したため、「増加」-「減少」は6.4ポイントの「増加」超となり、3期連続でプラスとなったものの、前回(8.8)から低下した。

年齢別にみると、20歳代から40歳代では「増加」超となったが、50歳以上は「減少」超となった(図表7)。

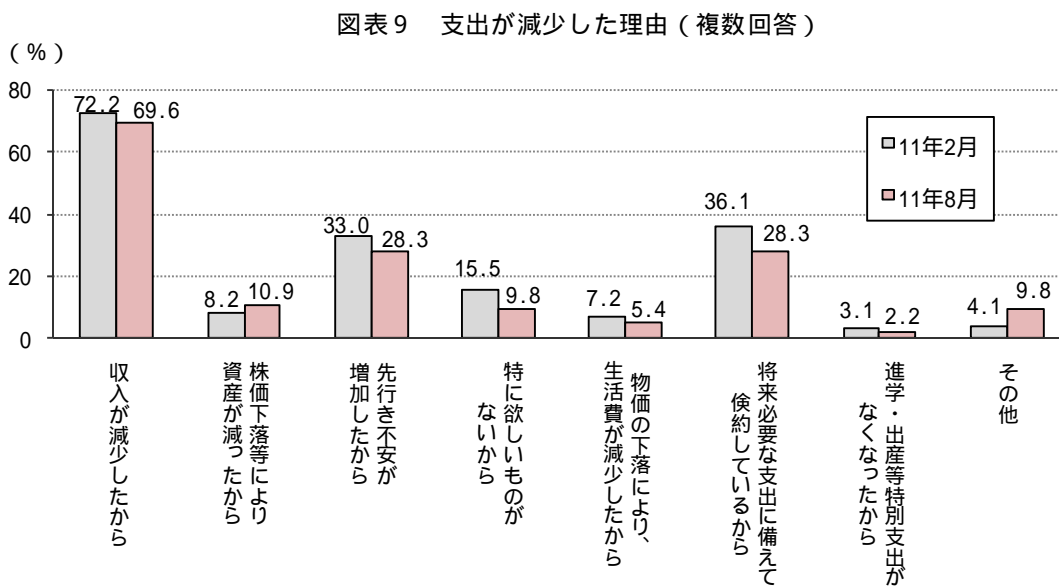
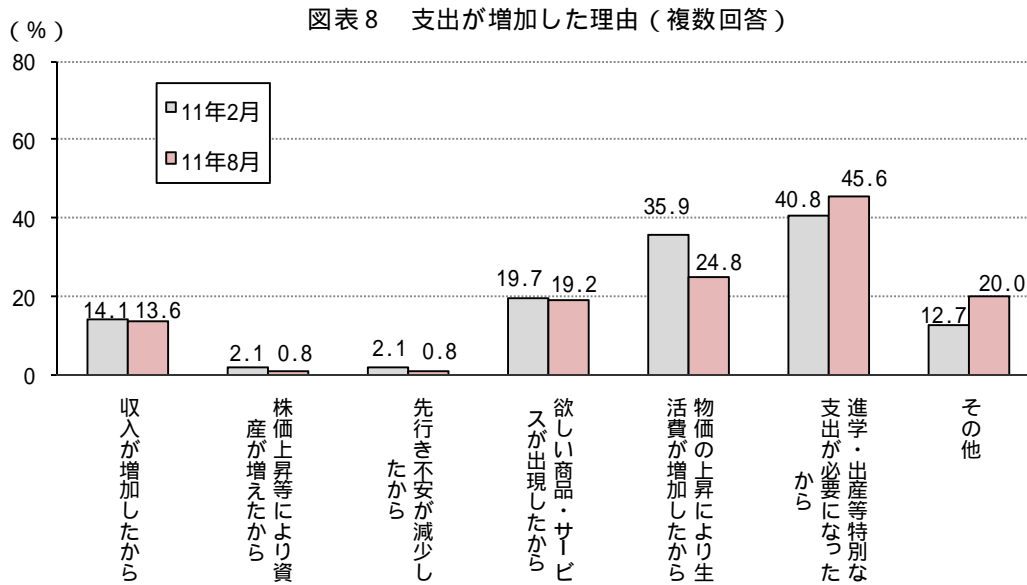


消費支出が増加した人の理由としては、「進学・出産等特別な支出が必要になった」(45.6%)が最多となり、次いで、「物価の上昇により生活費が増加した」(24.8%)、「欲しい商品・サービスが出現した」(19.2%)となった。前回と比べると、「進学・出産等特別な支出が必要になった」のみ(「その他」除く)が増加(4.8ポイント)し、他は減少した(図表8)。

自由回答では医療費や子どもの教育費の増加、リフォームや家電製品の買い替えによる支出増などがみられた。

消費支出が減少した人の理由としては、「収入減少」(69.6%)が特に多く、次いで「将来必要な支出に備えて儉約」、「先行き不安が増加」(各28.3%)が多かった。前回と比べると、「株価下落等により資産が減った」のみ(「その他」除く)が増加(2.7ポイント)し、他は減少している(図表9)。また、30歳代は「先行き不安が増加」が68.8%と最も高く、「収入減少」が最も高い他の年齢層と異なった。

自由回答では世帯人数の減少や独り暮らしの解消などを理由とする減少があった。



4. 消費支出が増加・減少した費目

～ 選択的な支出費目を中心に、支出は抑制意識が継続～

図表10の16費目についてそれぞれの支出の増減状況を見ると、最近、消費支出が「増加した」が「減少した」を上回り「増加」超となったのは9費目、逆に「減少した」が「増加した」を上回り「減少」超となったのは7費目となった。費目を生活上必要な支出9費目と、選択的な支出7費目に分けてみると、「増加」超となる費目は生活上必要な支出で多く、「減少」超となる費目は選択的な支出で多かった。

生活上必要な支出費目は「お中元・冠婚葬祭等交際費」(3.1ポイント)を除き、いずれも「増加」超となった。「増加」超幅は、「車等の維持費、交通費」(19.1ポイント)が最も大きく、また、前回と比べると「日用雑貨費」(2.0ポイント)以外の項目は縮小した。

選択的な支出費目では、前回同様、「携帯電話、インターネット等通信費」(5.3ポイント)以外はすべて「減少」超となった。依然として「外食費など飲食費」(19.5ポイント)、「身の回り品費」(17.0ポイント)の「減少」超幅が大きかった。

総じてみれば、選択的な支出費目を抑えようとの意識は根強いうえ、生活上必要な費目でも抑制気味と、消費者は引き続き全般的に支出を抑えようとの意識が強い。

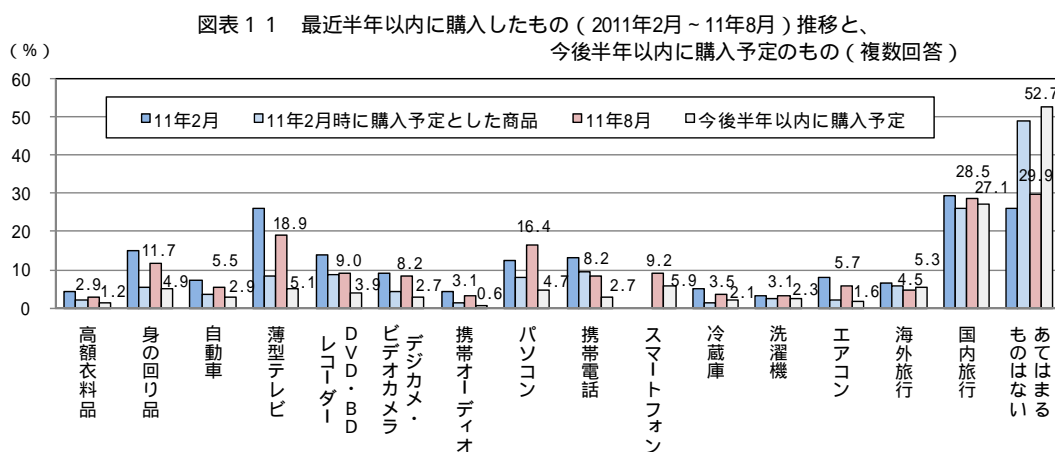


5. 最近半年以内に購入したもの

～「国内旅行」、「薄型テレビ」、「パソコン」が上位～

最近半年以内に購入（又は実施、以下同じ）したのものとしては、「国内旅行」、「薄型テレビ」、「パソコン」の順に多かった。上位2つは前回と同じである（図表11）。

今後半年以内に購入を予定している商品では、「国内旅行」、「スマートフォン」、「海外旅行」の順に多かった。「国内旅行」は年齢に関係なく予定している人が最も多い。「スマートフォン」は30歳以下で購入を検討する人が多い。これまで多かった「薄型テレビ」は、地上波デジタル放送への対応が山を越えたため、購入する人は減少する見込みであるが、40歳代で2番目、50歳以上で3番目に多くなっており、2台目、3台目の購入が進むと予想される（図表12）。



今回調査より「スマートフォン」追加

図表12 今後半年以内に購入（又は実施）予定のもの（年齢別）

	1位	2位	3位
20歳代	国内旅行 (28.1%)	スマートフォン (8.6%)	DVDレコーダー・ブルーレイディスクレコーダー (7.0%)
30歳代	国内旅行 (24.2%)	スマートフォン (9.4%)	パソコン (7.8%)
40歳代	国内旅行 (25.8%)	薄型テレビ (4.7%)	海外旅行 (3.9%)
50歳以上	国内旅行 (30.5%)	身の回り品 (7.0%)	薄型テレビ (6.3%)

注：「あてはまるものはない」を除く

6. 「節電」に関する意識調査

～ 電力不足が解消されても節電に取り組む人が 6 割超 ～

3月に発生した東日本大震災以後、電力不足の懸念などから「節電」への取り組みが注目されている。節電意識が高まり、様々な節電グッズが登場するなど、生活面、消費面においても節電がキーワードになっている。そこで、岡山県内の消費者の節電意識や行動の状況などについて尋ねた。

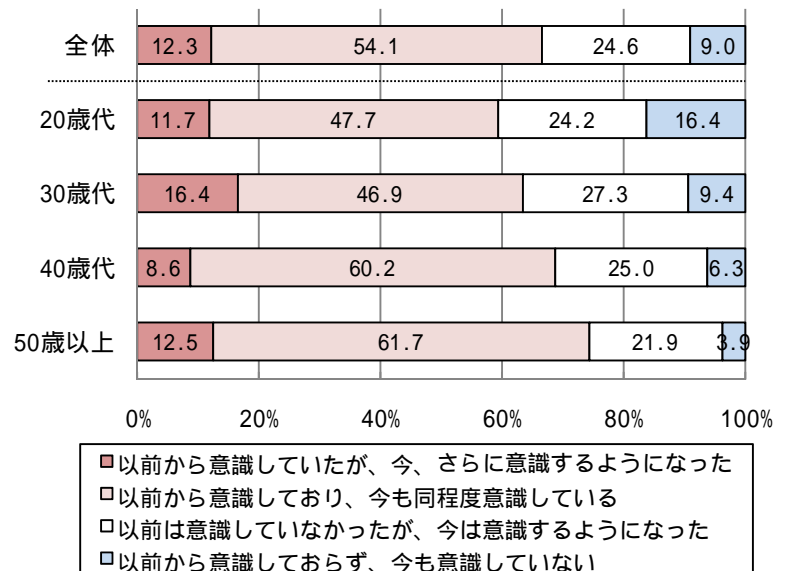
(1) 東日本大震災後の「節電」意識の変化

～ 「以前から意識しており、今も同程度意識している」が約半数を占める ～

東日本大震災により節電意識に変化があったかを尋ねたところ、「以前から意識しており、今も同程度意識している」(54.1%)が最も多かった。次いで「以前は意識していなかったが、今は意識するようになった」(24.6%)が続き、新たに節電を意識するようになった人が2割以上みられる。「以前から意識していたが、今、さらに意識するようになった」(12.3%)とさらに意識を強めた人も1割以上いた。

全体をみれば、現在、節電を意識している人は約9割いる。しかし、年齢別にみると、30歳以上では9割以上が節電意識を持っているのに対し、20歳代では1割以上が節電の意識がないといった違いがみられた(図表13)。

図表13 年齢別にみた「節電」意識



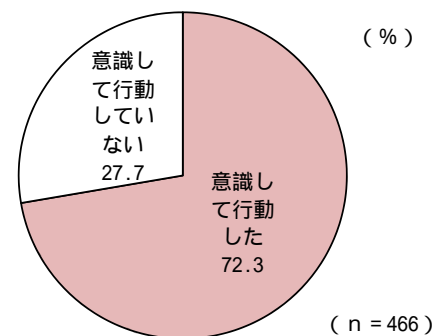
(2) 「節電」に関連した行動の有無

～ 生活習慣を見直すが多い～

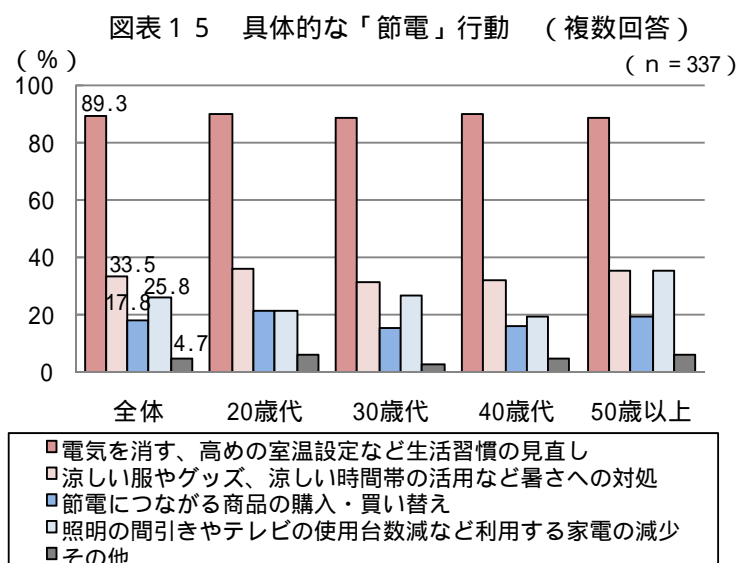
節電を意識している人に、震災後、節電を意識して行動したかを尋ねたところ、「意識して行動した」(72.3%)が4分の3を占め、「意識して行動していない」(27.7%)を上回った(図表14)。

「行動した」人の具体的な行動をみると、「生活習慣の見直し」(89.3%)が最も多く、身近なところから節電に

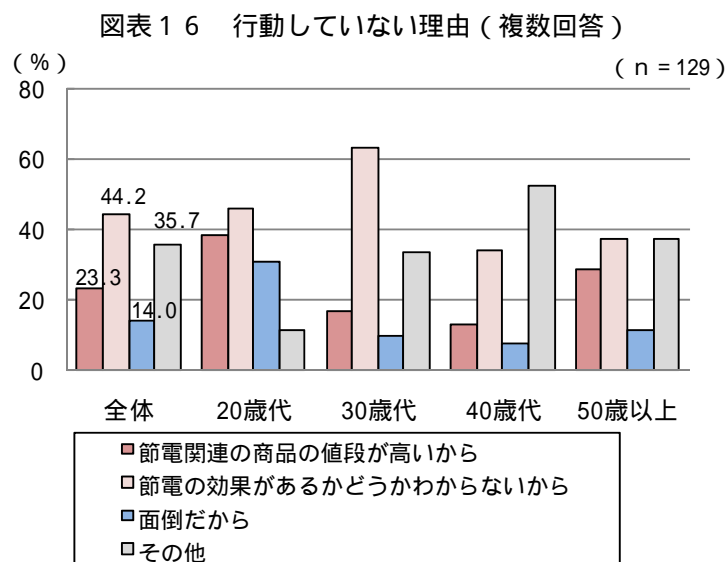
図表14 「節電」行動の有無



取り組む人が多かった。次いで、「暑さへの対処」(33.5%)、「利用する家電の減少」(25.8%)の順に多かった(図表15)。



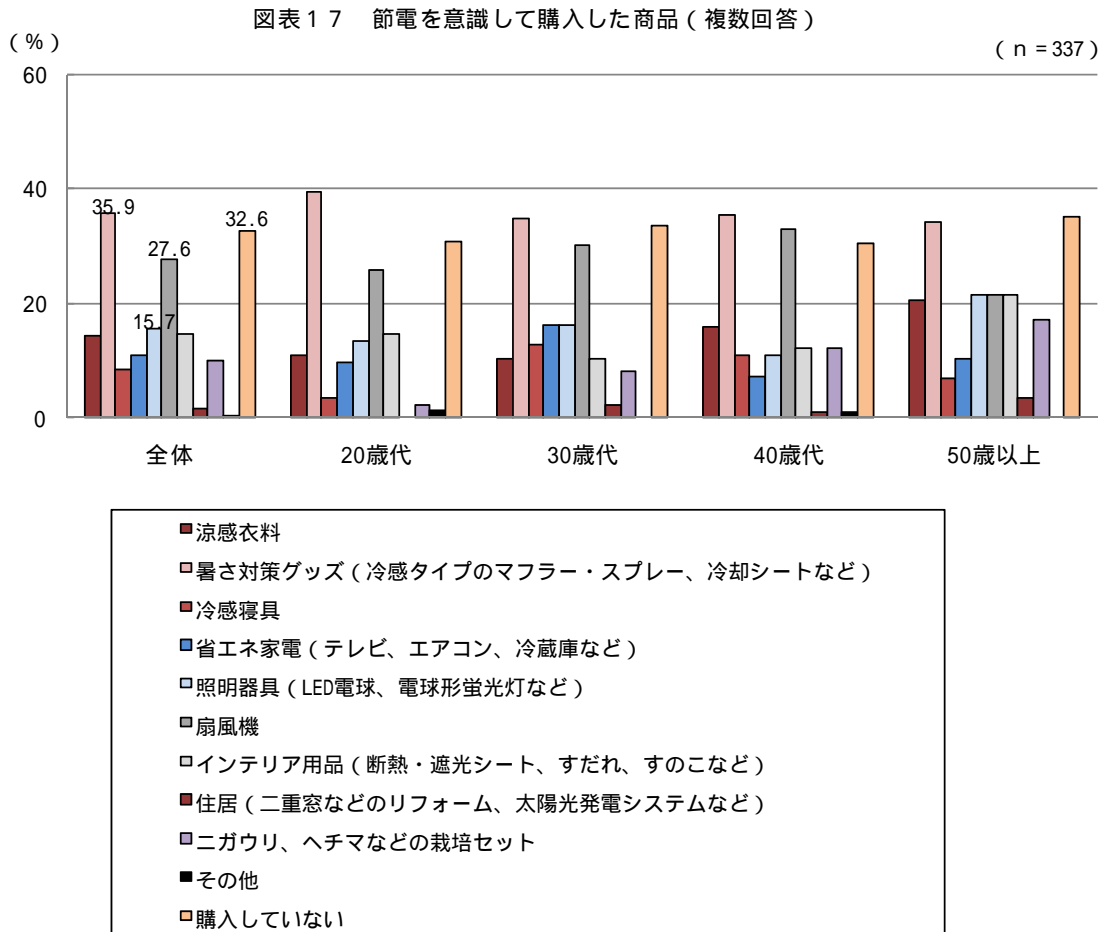
一方、「行動していない」人の理由は、「節電の効果があるかどうか分からない」(44.2%)が最も多く、次いで「その他」(35.7%)が多かった。「その他」は、震災前から節約し節電が習慣になっている人が8割を占めた(図表16)。



年齢別にみると、30歳以上は、「節電の効果があるかどうか分からない」、「その他」が多かったが、20歳代は「節電関連の商品の値段が高い」、「面倒」との回答も多かった。

節電を意識している人に、節電を意識して購入した商品を探ねたところ、「暑さ対策グッズ」(35.9%)が最も多く、次いで、「扇風機」(27.6%)、「照明器具」(15.7%)が続いた。年齢別でも「暑さ対策グッズ」は最も多かった。「涼感衣料」(14.5%)は40歳以上で

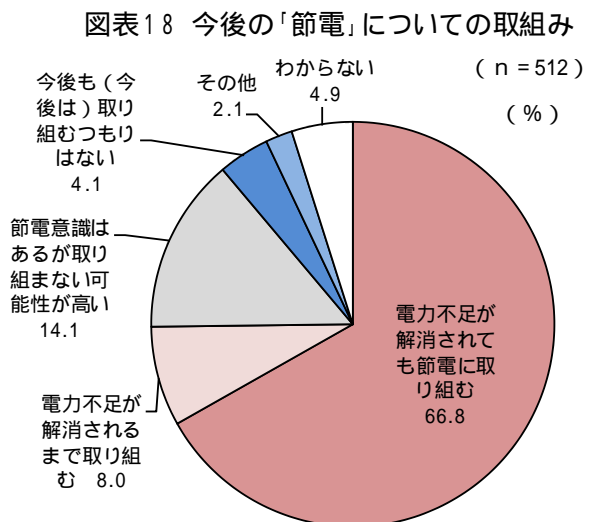
多かった。一方、商品を「購入していない」(32.6%)も多く、50歳以上では最も多い項目となった(図表17)。



(3) 今後の「節電」への取組み
 ~ 今後も節電に取り組む人が6割超 ~

今後の「節電」にかかる取組みについては、「電力不足が解消されても節電に取り組む」(66.8%)が最も多く、続いて「節電意識はあるが、取り組まない可能性が高い」(14.1%)、「電力不足が解消されるまで取り組む」(8.0%)が続いた(図表18)。

電力等の問題に関わらず、今後も自主的に節電に取り組む人が多くみられるが、節電意識がありながら節電をやめたり、取り組まないと見込む人も2



割以上いる。

まとめ

以上、調査結果を概観したが、震災の影響や景気の持ち直しなどから消費生活の実感としては満足派が半数超となり、不満派を上回った。実感は上向き基調が続いている。

収入は「減少した」人が「増加した」人を上回っているが、「減少」超幅は前回より縮小。このような中、消費支出は3期連続で「増加」超となったが、その理由をみると必要に迫られた支出で割合が多かった。ただ、費目別にみれば「国内旅行」に出かけた人が多いことから、家計を見直しながら楽しむ機会を確保するなどのやり繰りしている姿が想像される。今後の消費は、「足るを知る」という意識の広がりから、引き続き不要不急の支出を引き締める姿勢は変わらないとみられるが、収入の改善見込みや景気の回復などから緩やかに持ち直すとみられる。