

調査

県内の夏のボーナス動向と暮らし向きについて

～「平成27年夏季ボーナス及び暮らし向き」アンケート調査から～

<要 旨>

1. 夏季ボーナスについて

- 今年の夏のボーナスについては、受取額が「変わらない」とする回答が最も多い。前回と比べ「増える」、「減る」とする割合が低下し「変わらない」とする割合が上昇する動きが見られた。
- 一人当たりの受取見込額は「40万円以上60万円未満」とする割合が全体の27%を占め、前年に引き続き最も高かった。
- ボーナスの使い道については、外食、旅行などの「レジャー費」の割合が上昇し、支出に前向きな傾向が見られる一方、「買物」が低下するなど、節約志向も見られた。

2. 暮らし向きについて

- 「今後1年間の暮らし向き」については、「変わらない」とする回答が全体の約8割となった。前年と比べ「悪くなる」の割合が低下しており、今後1年間は現在よりも暮らし向きは悪化しないと考える人が前年と比べ増加していることがうかがえる。
- 「今後1年間の収入見込み」については、「変わらない」とする割合が前年比上昇しており、現状維持と考える人が前年と比べ増加していることがうかがえる。

3. 「福島県産の食品」について

- 福島県産の食品を「積極的に購入している」、「気にせず購入している」と回答した人は全体の8割を超えた。
- 「購入を控える」とする割合は15.1%と、平成25年調査の26.3%と比べ、11.2ポイント低下している。

<アンケート調査要領>

(1) 調査場所及び対象者

福島県内の会社員・官公庁職員等 765人

(2) 調査実施期間 平成27年5月8日～5月19日

(3) 回 答 者 530人（回答率：69.3%）

- ① 回答者の性別 男性：62.1% 女性：37.9%
- ② 既婚・未婚別 既婚：75.7% 未婚：24.3%
- ③ 年齢別構成

年 齢	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	計
構 成 比	15.8%	22.1%	31.3%	30.8%	100.0%

(4) アンケート内容

- ① 今年の夏のボーナスについて
- ② 暮らし向きについて
- ③ 福島県産の食品について

はじめに

県内経済は、生産活動の持ち直しに加え、復興需要による公共投資などが引き続き堅調に推移している。また、賃上げの動きも見られ、消費も堅調に推移しているなど、全体では持ち直しの動きが続いている。

当研究所で実施した平成27年の県内の夏季ボーナス支給額推計では、民間・官公庁あわせた総支給額で前年比+4.0%と2年連続で増加が見込まれる結果となった。

このような状況の下で、定例のアンケートを実施し、県内給与所得者のボーナスの使い道や暮ら

し向きなどを調査した。

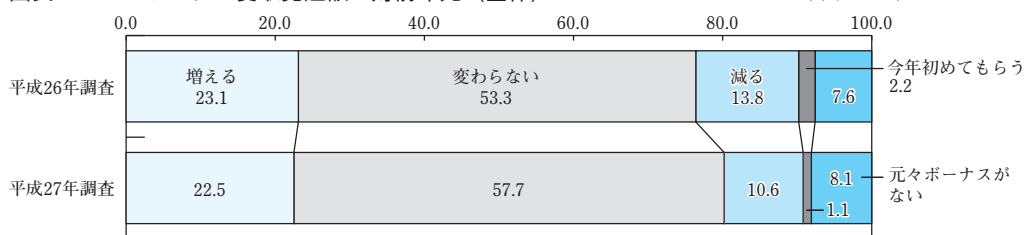
1. 夏季ボーナスアンケート調査結果について

(1) 受取見込み額の増減

① 全体

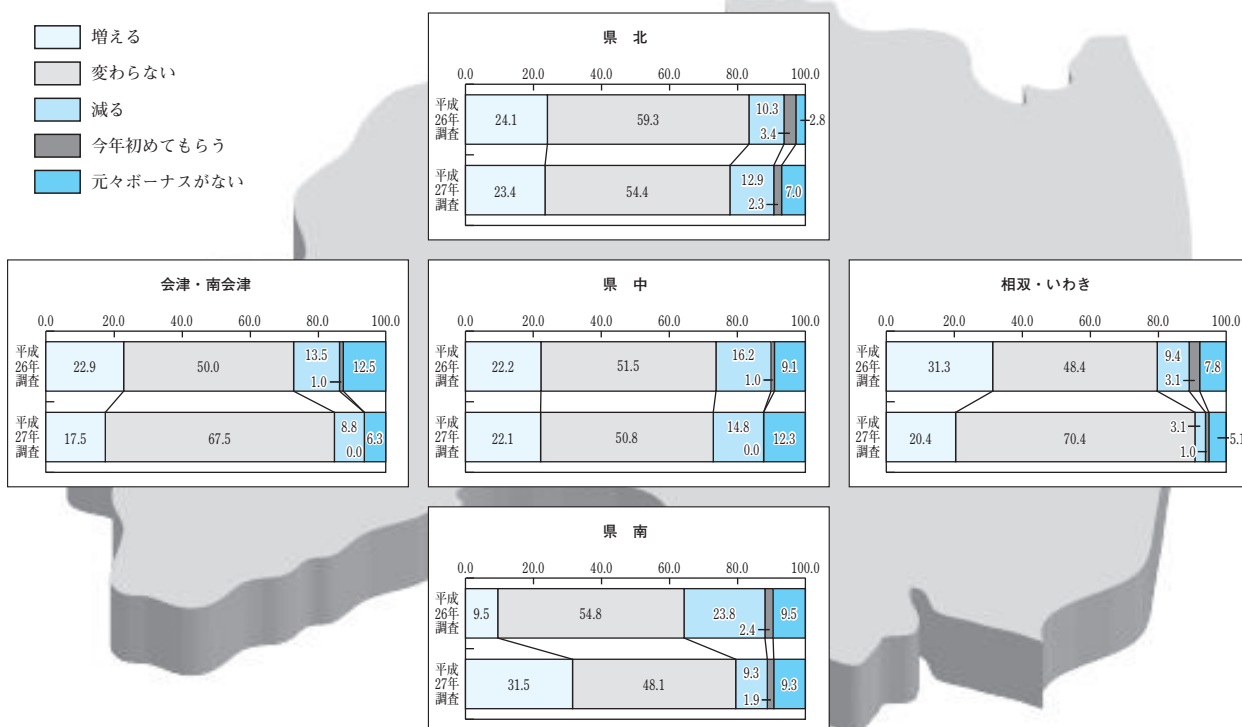
受取見込み額は「増える」が22.5%（前年比△0.6%）、「変わらない」が57.7%（同+4.4%）、「減る」が10.6%（同△3.2%）となり、「増える」「減る」とする割合が低下する一方、「変わらない」とする割合が上昇する結果となった（図表1-1）。

図表1-1 ボーナス受取見込み額の対前年比（全体）



図表1-2 ボーナス受取見込み額の対前年比（地域別：県内居住者のみ）

(単位：%)



② 地域別

地域別にみると、「増える」とする割合が最も高いのは「県南」31.5%（同+22.0^{ポイント}）、次いで「県北」23.4%（同△0.7^{ポイント}）、最も低いのは「会津・南会津」17.5%（同△5.4^{ポイント}）であった。「減る」とする割合が最も高いのは「県中」14.8%（同△1.4^{ポイント}）、次いで「県北」12.9%（同+2.6^{ポイント}）、最も低いのは「相双・いわき」3.1%（同△6.3^{ポイント}）であった（図表1-2）。

地域の区分

県 北	福島市、二本松市、伊達市、本宮市、伊達郡、安達郡
県 中	郡山市、須賀川市、田村市、岩瀬郡、石川郡、田村郡
県 南	白河市、西白河郡、東白川郡
会 津	会津若松市、喜多方市、耶麻郡、河沼郡、大沼郡
南会津	南会津郡
相 双	相馬市、南相馬市、双葉郡、相馬郡
いわき	いわき市

③ 男女別

「増える」とする割合は、男性が28.0%（同+3.1^{ポイント}）と上昇したが、女性は13.4%（同△5.6^{ポイント}）と低下した。一方、「減る」とする割合は、男性が12.2%（同△0.9^{ポイント}）、女性も8.0%（同△7.3^{ポイント}）となり、男性、女性とも低下した（図表2）。

④ 年齢階層別

「増える」とする割合は、男性は「40歳代」を除く各年代で上昇した。女性は「40歳代」のみ上昇した。「増える」とする割合は、各年代とも女性よりも男性が高くなっている。

一方、「減る」とする割合は、男性は「40歳代」のみ上昇した。女性は「30歳代」のみ上昇した。「減る」とする割合が最も高いのは、男性が50歳以上で19.4%（同△1.1^{ポイント}）、女性が「30歳代」で、12.8%（同+12.8^{ポイント}）となっている（図表2）。

図表2 ボーナス受取見込額の対前年比

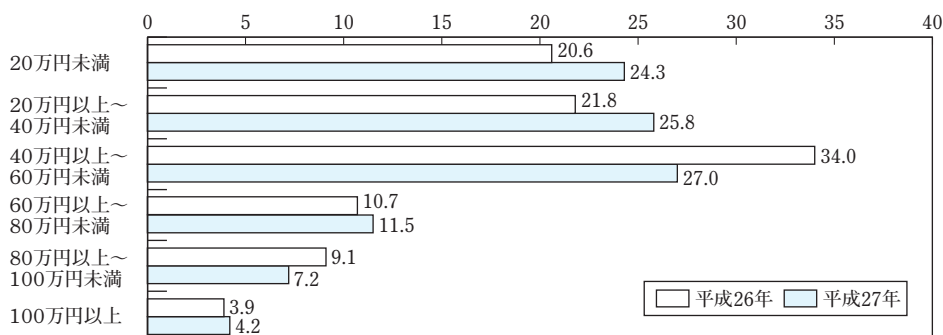
（単位：％）

項 目	男 性					女 性					全 体
	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	
増 える	49.0	35.7	21.5	19.4	28.0	25.7	14.9	15.3	3.3	13.4	22.5
変 わ ら な い	38.8	52.9	63.6	54.4	54.7	57.1	63.8	61.0	66.7	62.7	57.7
減 る	6.1	8.6	10.3	19.4	12.2	0.0	12.8	6.8	10.0	8.0	10.6
今年初めてもらう	4.1	1.4	0.0	0.0	0.9	5.7	0.0	1.7	0.0	1.5	1.1
元々ボーナスがない	2.0	1.4	4.7	6.8	4.3	11.4	8.5	15.3	20.0	14.4	8.1
合 計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

※ は各項目で最も割合の高い年齢層を示す。以後の表についても同様。

図表3 1人あたり受取見込額

（単位：％）



(2) 一人当たり受取見込額

一人当たり受取見込額を見ると、「40万円以上60万円未満」が27.0%（前年比△7.0%）と、前年比減少したものの、最も高い割合となった。次いで「20万円以上40万円未満」が25.8%（同+4.0%）、ボーナス無しを含む「20万円未満」が24.3%（同+3.7%）となった（図表3）。

(3) ボーナスの使い道について（複数回答）

① 全 体

ボーナスの使い道上位3位までを見ると、「レジャー費」が66.0%（前年比+25.3%）と最も高い割合となった。次いで、「貯蓄」54.9%（同△5.1%）、「買物」36.1%（同△13.4%）の順となった。外食、旅行などの「レジャー費」の割合の上昇幅が大きく、平成22年以降最も高い割合を占めていた「貯蓄」を今回は上回った。一方、「買物」が低下しているなど、節約志向も見られた。また

「貯蓄」の割合が前年比低下するなか、「投資」の割合が10.2%（同+5.7%）と前年比上昇した（図表4、5）。

② 男女別

男女ともに1位、2位は「レジャー費」、「貯蓄」の順となった。「レジャー費」が男性64.8%（同+24.5%）、女性68.2%（同+26.7%）、「貯蓄」が男性51.1%（同△6.2%）、女性61.8%（同△5.1%）であった。3位は男性が「ローン返済」39.4%（同△6.3%）、女性が「買物」44.5%（同△11.4%）であった（図表4）。

③ 年齢階層別

「レジャー費」の割合は各年代とも前年比上昇しているが、特に「30歳代」、「50歳以上」の上昇幅が大きくなっている。

「40歳代」「50歳以上」では前年に引き続き「生活費の補填」、「ローン返済」、「教育費」などに多くの回答が寄せられた（図表4）。

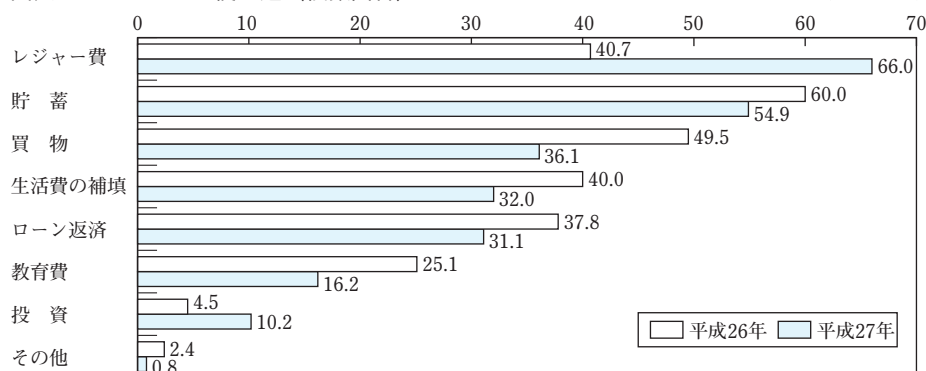
図表4 ボーナスの使い道（複数回答）

（単位：％）

項 目	男 性					女 性					全 体
	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	
レジャー費	75.0	75.4	64.7	52.1	64.8	71.0	76.7	64.7	62.5	68.2	66.0
貯蓄	60.4	60.9	45.1	45.8	51.1	83.9	55.8	58.8	56.3	61.8	54.9
買物	43.8	37.7	26.5	26.0	31.4	51.6	58.1	43.1	29.2	44.5	36.1
生活費の補填	35.4	29.0	38.2	32.3	34.0	12.9	32.6	25.5	37.5	28.3	32.0
ローン返済	27.1	30.4	46.1	44.8	39.4	12.9	9.3	31.4	8.3	16.2	31.1
教育費	0.0	7.2	20.6	25.0	15.9	0.0	18.6	21.6	20.8	16.8	16.2
投資	6.3	8.7	8.8	13.5	9.8	12.9	14.0	9.8	8.3	11.0	10.2
その他	0.0	0.0	0.0	1.0	0.3	3.2	2.3	2.0	0.0	1.7	0.8

図表5 ボーナスの使い道（複数回答）

（単位：％）



(4) 貯蓄・投資について

① 貯蓄・投資の目的（複数回答）

A. 全 体

「貯蓄・投資」に回答があった中で、その目的

を見ると、「老後の備え」が41.5%（前年比+1.3
 点）、「教育資金」が30.7%（同△3.6点）、次いで
 「旅行・レジャー資金」が21.9%（同△6.8点）と
 なった（図表6、7）。

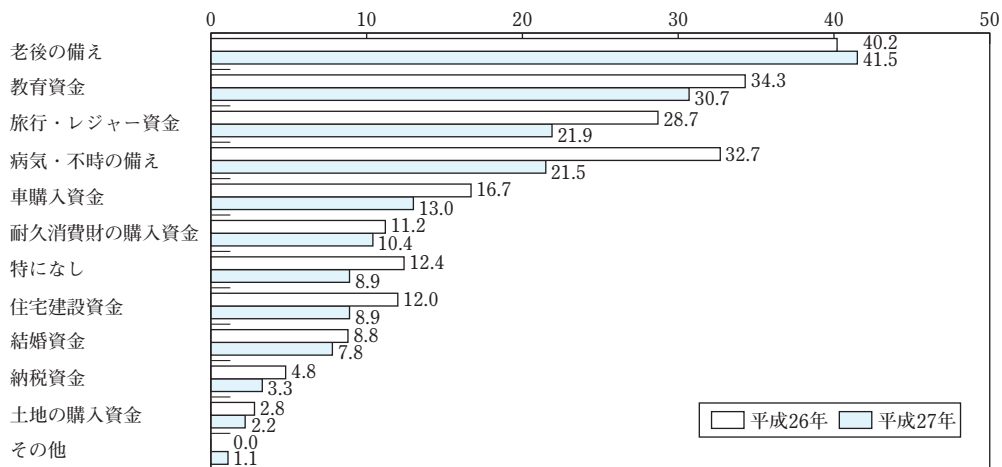
図表6 貯蓄・投資の目的（複数回答）

（単位：％）

項 目	男 性					女 性					全 体
	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	
老 後 の 備 え	14.3	24.4	28.0	68.9	36.0	20.0	45.8	60.0	70.4	50.0	41.5
教 育 資 金	17.9	41.5	52.0	26.7	36.6	4.0	37.5	36.7	7.4	21.7	30.7
旅 行 ・ レ ジ ャ ー 資 金	28.6	19.5	14.0	13.3	17.7	36.0	29.2	20.0	29.6	28.3	21.9
病 気 ・ 不 時 の 備 え	3.6	26.8	18.0	20.0	18.3	28.0	33.3	23.3	22.2	26.4	21.5
車 購 入 資 金	10.7	24.4	8.0	15.6	14.6	12.0	16.7	10.0	3.7	10.4	13.0
耐 久 消 費 財 の 購 入 資 金	17.9	22.0	6.0	6.7	12.2	8.0	8.3	6.7	7.4	7.5	10.4
特 に な し	17.9	12.2	12.0	0.0	9.8	8.0	12.5	6.7	3.7	7.5	8.9
住 宅 建 設 資 金	3.6	14.6	12.0	11.1	11.0	8.0	0.0	6.7	7.4	5.7	8.9
結 婚 資 金	21.4	9.8	0.0	2.2	6.7	32.0	8.3	0.0	0.0	9.4	7.8
納 税 資 金	10.7	2.4	6.0	2.2	4.9	0.0	0.0	0.0	3.7	0.9	3.3
土 地 の 購 入 資 金	0.0	2.4	4.0	4.4	3.0	0.0	0.0	3.3	0.0	0.9	2.2
そ の 他	0.0	0.0	4.0	0.0	1.2	0.0	0.0	0.0	3.7	0.9	1.1

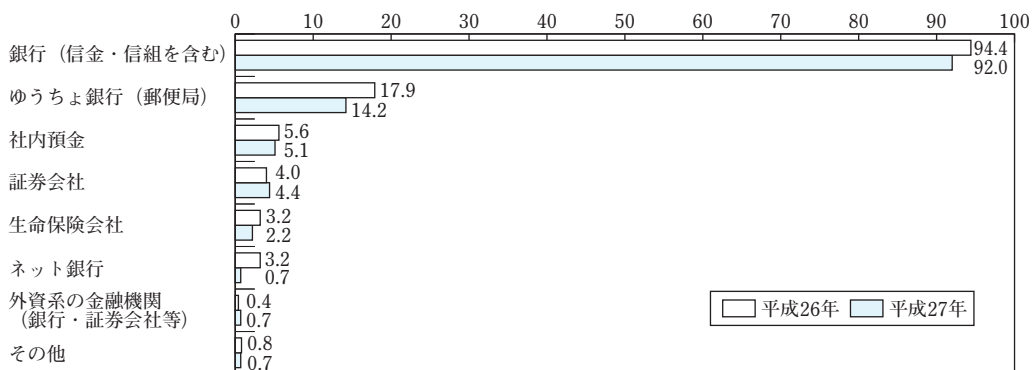
図表7 貯蓄・投資の目的（複数回答）

（単位：％）



図表8 貯蓄・投資利用機関（複数回答）

（単位：％）



B. 男女別

男性は前年に引き続き「教育資金」が36.6%（同△3.6㊦）と最も高い割合となり、次いで「老後の備え」が36.0%（同△6.0㊦）となった。

一方、女性は「老後の備え」が50.0%（同+13.6㊦）と1位となっており、男性の同項目と比べ14.0㊦上回る結果となった（図表6）。

C. 年齢階層別

「老後の備え」では、女性「30歳代」が45.8%（同+10.5㊦）、「40歳代」が60.0%（±0㊦）となり、同世代の男性「30歳代」24.4%（同△15.1㊦）、「40歳代」28.0%（同△12.0㊦）と比較すると、早くから将来の老後資金に備えていることがうかがえる（図表6）。

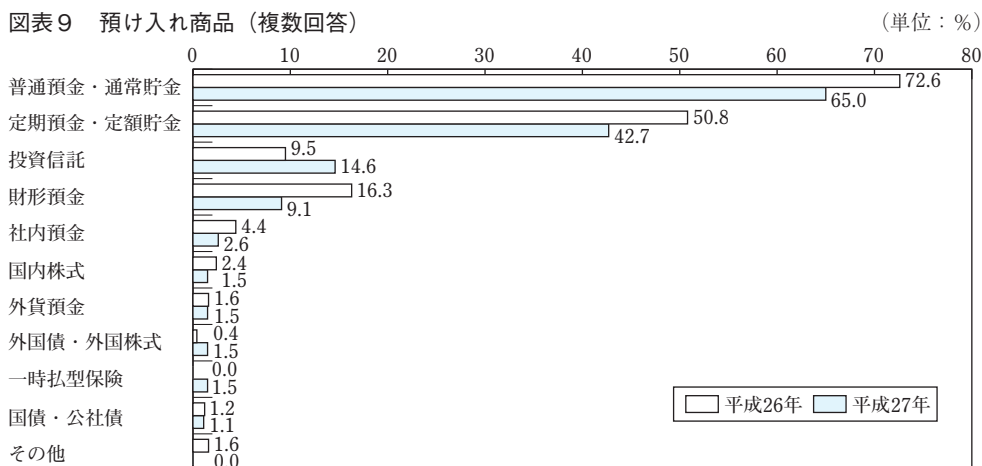
② 預け先・預け入れ商品（複数回答）

貯蓄・投資利用機関は、「銀行（信金・信組を含む）」が92.0%（前年比△2.4㊦）と最も高く、次いで、「ゆうちょ銀行（郵便局）」14.2%（同△3.7㊦）となり、前年と比べて大きな変化は見られなかった（図表8）。

預け入れ商品は、「普通預金・通常貯金」65.0%（同△7.6㊦）が最も高く、次いで「定期預金・定額貯金」42.7%（同△8.1㊦）となった。

「投資信託」は、14.6%（同+5.1㊦）と前年比順位を上げ、「財形預金」9.1%（同△7.2㊦）を上回り3番目となった（図表9）。

図表9 預け入れ商品（複数回答）



図表10 消費予定項目上位10（複数回答）

(単位：%)

項目	男性					女性					全体
	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合計	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合計	
1 外食	54.5	53.1	46.7	29.3	44.3	23.3	42.5	38.3	37.8	36.4	41.4
2 婦人用衣類	4.5	17.2	15.2	28.0	17.7	66.7	47.5	40.4	42.2	47.5	28.6
3 県外旅行	25.0	17.2	23.9	29.3	24.1	43.3	30.0	38.3	24.4	33.3	27.5
4 紳士用衣類	45.5	32.8	27.2	39.0	34.8	0.0	10.0	10.6	17.8	10.5	25.9
5 県内旅行	20.5	21.9	22.8	14.6	19.9	33.3	22.5	12.8	17.8	20.4	20.0
6 子供用衣類	9.1	26.6	25.0	11.0	18.8	0.0	27.5	19.1	8.9	14.8	17.3
7 自動車関連商品	13.6	12.5	10.9	4.9	9.9	3.3	5.0	8.5	2.2	4.9	8.1
8 化粧品類	2.3	0.0	0.0	3.7	1.4	23.3	17.5	8.5	22.2	17.3	7.2
8 スポーツ用品・用具	15.9	9.4	7.6	6.1	8.9	0.0	7.5	6.4	2.2	4.3	7.2
8 その他	2.3	1.6	7.6	8.5	5.7	0.0	12.5	8.5	15.6	9.9	7.2

(5) 消費動向について

① ボーナスの消費支出予定項目（複数回答）

A. 全 体

ボーナスの消費支出予定項目は、「外食」41.4%（前年比△10.3ポイント）が最も高くなった。次いで、衣料品の割合が前年に引き続き高く、2位に「婦人用衣類」28.6%（同△9.2ポイント）、4位に「紳士用衣類」25.9%（同△8.7ポイント）、6位に「子供用衣類」17.3%（同△9.2ポイント）が入った。

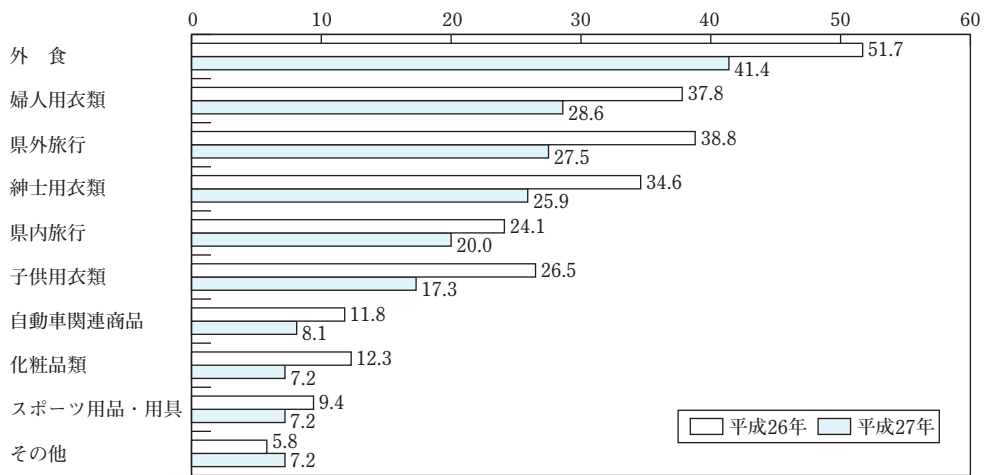
複数回答の質問内容に対し、回答数が前年と比べ全体的に減少しており、消費に対し慎重に吟味し消費支出項目を絞っている傾向が見られる（図表10、11）。

B. 男女別

男性は「外食」44.3%（同△8.8ポイント）、「紳士用衣類」34.8%（同△6.3ポイント）、「県外旅行」24.1%（同△14.4ポイント）の順となった。女性は「婦人用衣類」47.5%（同△22.3ポイント）、「外食」36.4%（同△11.7ポイント）、

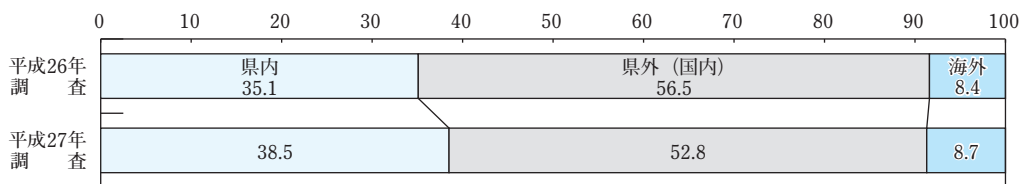
図表11 消費予定項目上位10（複数回答）

（単位：％）



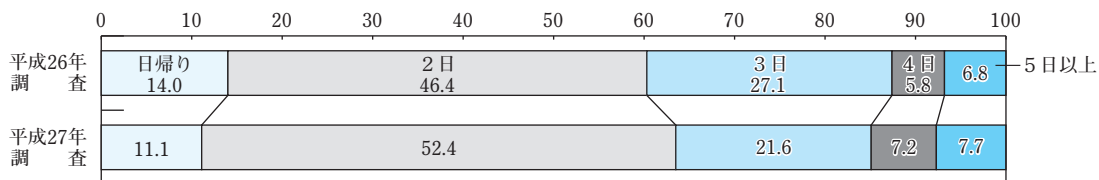
図表12-1 旅行先

（単位：％）



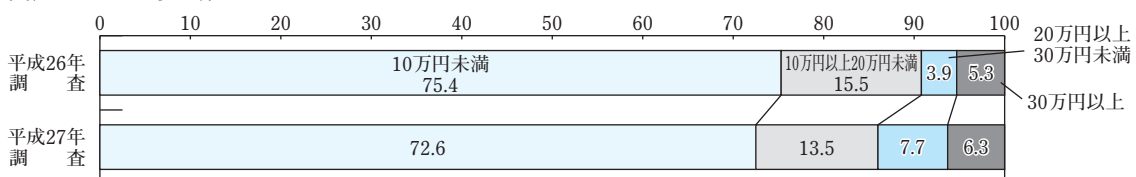
図表12-2 日数

（単位：％）



図表12-3 予算

（単位：％）



「県外旅行」33.3%（同△6.3㊦）の順となった（図表10）。

C. 年齢階層別

「県外旅行」、「県内旅行」とともに、「29歳以下」がほかの年代に比べ総じて高い割合を示した（図表10）。

② 旅行について

旅行に出かけると回答した人の「旅行先」としては、「県外（国内）」が52.8%（前年比△3.7㊦）と最も高く、次いで「県内」38.5%（同+3.4㊦）、「海外」8.7%（同+0.3㊦）となった（図表12-1）。

旅行の「日数」は、「2日」の52.4%（同+6.0㊦）が最も高く、次いで、「3日」21.6%（同△5.5㊦）、「日帰り」11.1%（同△2.9㊦）の順となった（図表12-2）。

「予算」は、「10万円未満」が72.6%（同△2.8㊦）と最も高く、次いで、「10万円以上20万円未

満」13.5%（同△2.0㊦）、「20万円以上30万円未満」7.7%（同+3.8㊦）となった（図表12-3）。

(6) ローン返済について（複数回答）

① 全 体

「ローン返済」と回答した人の「ローンの種類」としては、「住宅ローン」が70.7%（前年比△4.6㊦）と最も高く、次いで「自動車ローン」30.7%（同+5.4㊦）となった（図表13、14）。

② 男女別

「住宅ローン」の割合は、男性74.0%（同△3.4㊦）、女性55.6%（同△6.3㊦）と返済負担が家庭の中で依然として大きいことがうかがえる（図表13）。

③ 年齢階層別

「自動車ローン」は前年と比べ、男性の「30代」で42.9%（同+17.9㊦）、女性の「29歳以下」で50.0%（同+16.7㊦）と上昇している（図表13）。

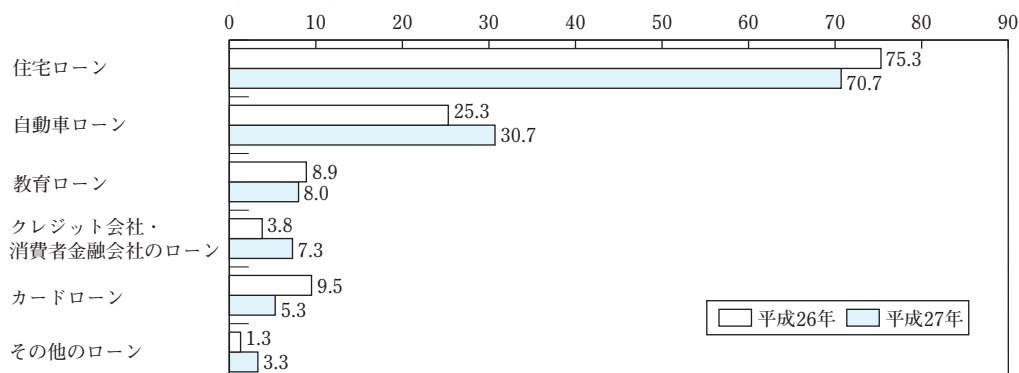
図表13 ローン返済（複数回答）

（単位：%）

項 目	男 性					女 性					全 体
	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	
住 宅 ロ ー ン	23.1	61.9	80.9	88.1	74.0	0.0	66.7	62.5	75.0	55.6	70.7
自 動 車 ロ ー ン	69.2	42.9	25.5	21.4	31.7	50.0	0.0	31.3	0.0	25.9	30.7
教 育 ロ ー ン	15.4	0.0	2.1	16.7	8.1	0.0	0.0	12.5	0.0	7.4	8.0
クレジット会社・消費者 金融会社のローン	0.0	19.0	2.1	2.4	4.9	25.0	0.0	18.8	25.0	18.5	7.3
カ ー ド ロ ー ン	7.7	0.0	4.3	4.8	4.1	0.0	33.3	12.5	0.0	11.1	5.3
そ の 他 の ロ ー ン	7.7	4.8	2.1	0.0	2.4	50.0	0.0	0.0	0.0	7.4	3.3

図表14 ローン返済（複数回答）

（単位：%）



2. 暮らし向きアンケート調査結果について

(1) 現在の暮らし向き

現在の暮らし向きについては、暮らし向きが1年前と比べ「良くなった」5.9%（前年比△1.2%）、「変わらない」80.5%（同+1.4%）、「悪くなった」13.6%（同△0.2%）となった（図表15、16）。

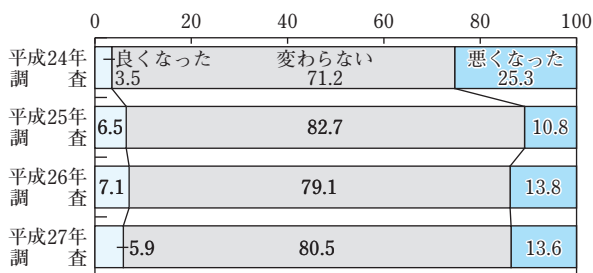
図表15 現在の暮らし向き

（単位：％）

項 目	男 性					女 性					全 体
	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	
良 く な っ た	14.3	5.7	3.7	5.8	6.4	8.6	4.3	3.4	5.1	5.0	5.9
変 わ ら な い	75.5	88.6	81.3	77.7	80.9	85.7	85.1	81.4	71.2	80.0	80.5
悪 く な っ た	10.2	5.7	15.0	16.5	12.8	5.7	10.6	15.3	23.7	15.0	13.6
全 体	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

図表16 現在の暮らし向き

（単位：％）



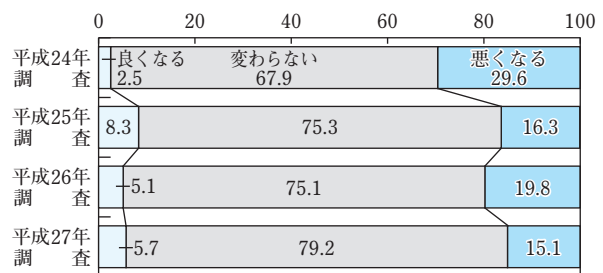
(2) 今後1年間の暮らし向き

今後1年間については、「良くなる」が5.7%（前年比+0.6%）、「変わらない」が79.2%（同+4.1%）、「悪くなる」が15.1%（同△4.7%）となった。

今回の調査では「悪くなる」の割合が低下しており、今後1年間は現在よりも暮らし向きは悪化しないと考える人が前年と比べ増えていることがうかがえる（図表17、18）。

図表18 今後1年間の暮らし向き

（単位：％）



図表17 今後1年間の暮らし向き

（単位：％）

項 目	男 性					女 性					全 体
	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	
良 く な る	14.3	10.0	3.7	5.8	7.3	14.3	0.0	0.0	1.7	3.0	5.7
変 わ ら な い	73.5	81.4	83.2	71.8	77.8	77.1	89.4	88.1	71.7	81.6	79.2
悪 く な る	12.2	8.6	13.1	22.3	14.9	8.6	10.6	11.9	26.7	15.4	15.1
全 体	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

図表19 今後1年間の収入見込

（単位：％）

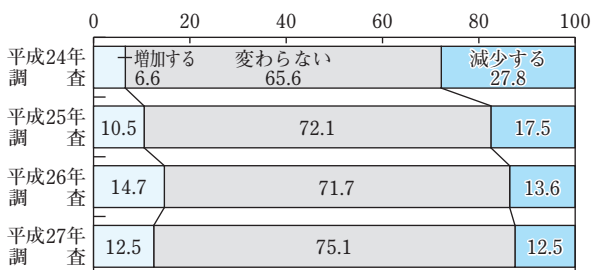
項 目	男 性					女 性					全 体
	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	
増 加 す る	26.5	20.0	11.2	10.7	15.2	17.1	6.4	11.9	0.0	8.0	12.5
変 わ ら な い	71.4	72.9	78.5	65.0	72.0	77.1	89.4	78.0	76.7	80.1	75.1
減 少 す る	2.0	7.1	10.3	24.3	12.8	5.7	4.3	10.2	23.3	11.9	12.5
全 体	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(3) 今後1年間の収入見込みについて

今後1年間の収入見込みは、「増加する」が12.5%（前年比△2.2%）、「変わらない」が75.1%（同+3.4%）、「減少する」が12.5%（同△1.1%）となった。

全体では「変わらない」の割合が前年比上昇しており、現状維持と考える人が前年と比べ増加していることがうかがえる。特に、「変わらない」とした女性の「40歳代」（78.0%）において前年比+16.1%となるなど、前年と比べ大きく上昇している（図表19、20）。

図表20 今後1年間の収入見込 (単位：%)



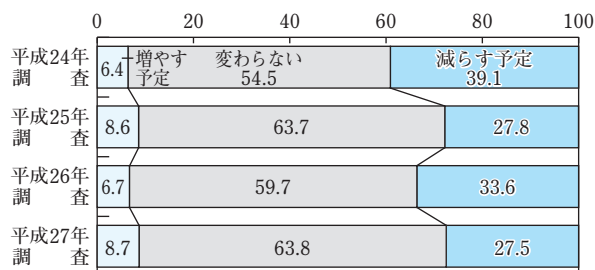
(4) 今後1年間の消費支出について

今後1年間の消費支出見込みは、「増やす予定」が8.7%（前年比+2.0%）、「変わらない」が63.8%（同+4.1%）、「減らす予定」が27.5%（同△6.1%）となった。消費支出を減らそうと考えている人が前年と比べ減少していることがうかがえる（図表21、22）。

① 消費支出を増やす理由（複数回答）

消費支出を「増やす予定」と回答があった8.7%について、その理由の上位を見ると、「子供の入学・進学対応」が54.3%（前年比+1.0%）と最も

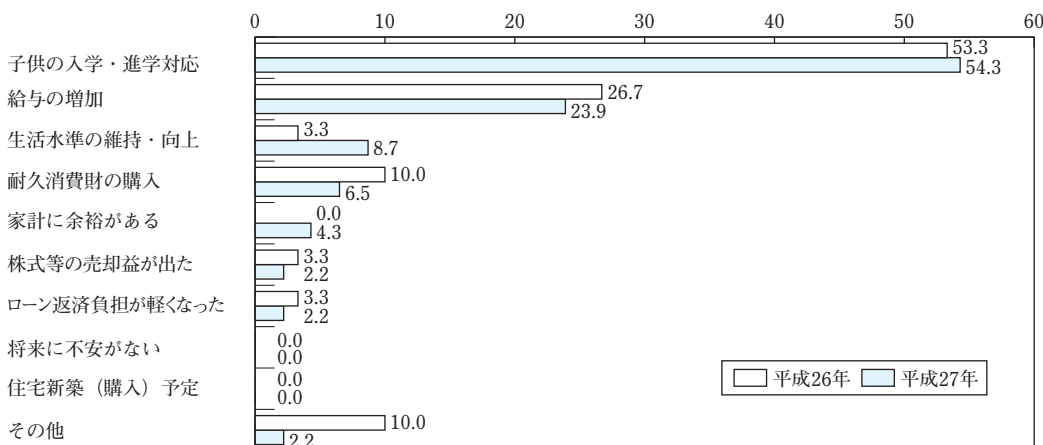
図表22 今後1年間の消費支出 (単位：%)



図表21 今後1年間の消費支出 (単位：%)

項目	男性					女性					全体
	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合計	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合計	
増やす予定	14.3	12.9	7.5	7.8	9.7	8.6	4.3	8.5	6.7	7.0	8.7
変わらない	65.3	65.7	63.6	59.2	62.9	68.6	78.7	59.3	58.3	65.2	63.8
減らす予定	20.4	21.4	29.0	33.0	27.4	22.9	17.0	32.2	35.0	27.9	27.5
全体	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

図表23 消費支出を増やす理由（複数回答） (単位：%)



高く5割を超えている。次いで「給与の増加」が23.9%（同△2.8㊦）、生活水準の維持・向上が8.7%（同+5.4㊦）となっている（図表23）。

② 消費支出を減らす理由（複数回答）

A. 全 体

「消費支出を減らす」と回答があった27.5%について、その理由の上位3位までを見ると、「所得の伸び悩み・減少」44.0%（前年比△5.7㊦）が最も高く、次いで「将来に対する先行き不安」40.4%（同+8.9㊦）、「教育費の増加」33.3%（同△2.3㊦）となった（図表24、25）。

B. 男女別

男性、女性ともに上位3位の順位は全体と同じであった（図表24）。

C. 年齢階層別

「所得の伸び悩み・減少」については男性が「50歳以上」57.6%（同△12.2㊦）、女性も「50歳以上」60.0%（同+24.3㊦）が他の年代に比べ割合が高いという結果となった。

「将来に対する先行き不安」については、男性が「29歳以下」60.0%（同+37.8㊦）、女性が「30歳代」62.5%（同+42.5㊦）が他の年代に比べ割合が高いという結果となった（図表24）。

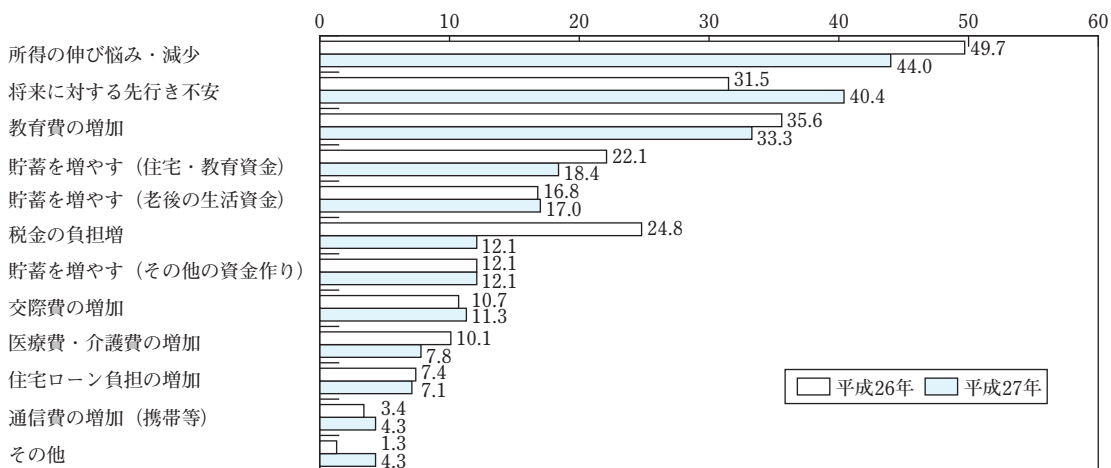
図表24 消費支出を減らす理由（複数回答）

（単位：％）

項 目	男 性					女 性					全 体
	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	
所得の伸び悩み・減少	30.0	35.7	30.0	57.6	41.4	12.5	37.5	55.6	60.0	48.1	44.0
将来に対する先行き不安	60.0	28.6	36.7	42.4	40.2	25.0	62.5	44.4	35.0	40.7	40.4
教育費の増加	20.0	35.7	53.3	18.2	33.3	12.5	12.5	72.2	15.0	33.3	33.3
貯蓄を増やす(住宅・教育資金)	30.0	21.4	30.0	12.1	21.8	12.5	12.5	22.2	5.0	13.0	18.4
貯蓄を増やす(老後の生活資金)	0.0	7.1	3.3	36.4	16.1	0.0	0.0	16.7	35.0	18.5	17.0
税金の負担増	0.0	21.4	3.3	21.2	12.6	0.0	25.0	11.1	10.0	11.1	12.1
貯蓄を増やす(その他の資金作り)	30.0	14.3	3.3	6.1	9.2	50.0	0.0	11.1	15.0	16.7	12.1
交際費の増加	30.0	14.3	3.3	15.2	12.6	12.5	0.0	5.6	15.0	9.3	11.3
医療費・介護費の増加	0.0	7.1	3.3	12.1	6.9	0.0	12.5	11.1	10.0	9.3	7.8
住宅ローン負担の増加	0.0	0.0	10.0	9.1	6.9	0.0	0.0	5.6	15.0	7.4	7.1
通信費の増加(携帯等)	0.0	7.1	3.3	6.1	4.6	0.0	12.5	5.6	0.0	3.7	4.3
そ の 他	10.0	7.1	3.3	3.0	4.6	0.0	12.5	0.0	5.0	3.7	4.3

図表25 消費支出を減らす理由（複数回答）

（単位：％）



③ 消費支出を減らすために抑える項目（複数回答）

A. 全体

「消費支出を減らすために抑える項目」の上位3位までを見ると、「外食費」49.7%（前年比△5.3㊦）と「衣料品」49.7%（同△2.0㊦）が同率で最も高く、次いで「食費（外食を除く）」が44.8%（同△2.2㊦）となり、節約しやすい項目が上位となった（図表26、27）。

B. 男女別

男性は「外食費」の割合が高い。一方、女性は「衣料品」、「食費（外食を除く）」に続き、「外食費」は3番目であった（図表26）。

C. 年齢階層別

衣食に関する上位3項目は、全ての年齢階層で高い割合を占めており、年代を問わず切り詰めやすい部分から節約している状況が見られた（図表26）。

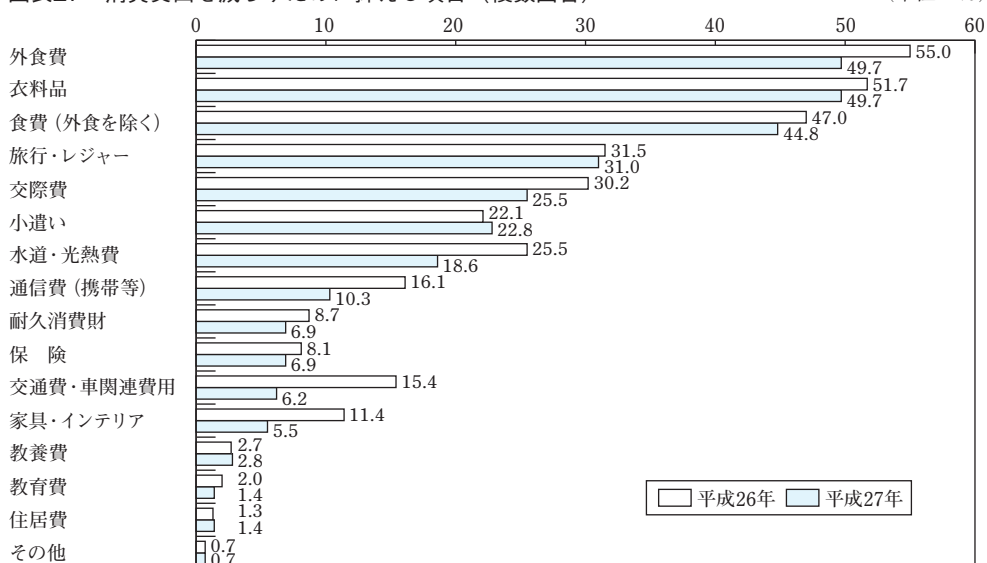
図表26 消費支出を減らすために抑える項目（複数回答）

（単位：％）

項目	男 性					女 性					全 体
	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	29歳以下	30歳代	40歳代	50歳以上	合 計	
外 食 費	60.0	53.3	56.7	52.9	55.1	25.0	37.5	52.6	38.1	41.1	49.7
衣 料 品	40.0	26.7	30.0	52.9	39.3	50.0	75.0	78.9	57.1	66.1	49.7
食費（外食を除く）	40.0	60.0	30.0	35.3	38.2	50.0	75.0	63.2	42.9	55.4	44.8
旅行・レジャー	30.0	40.0	40.0	38.2	38.2	25.0	12.5	31.6	9.5	19.6	31.0
交 際 費	30.0	33.3	30.0	29.4	30.3	12.5	12.5	36.8	4.8	17.9	25.5
小 遣 い	30.0	33.3	13.3	23.5	22.5	12.5	50.0	10.5	28.6	23.2	22.8
水道・光熱費	20.0	20.0	13.3	17.6	16.9	0.0	12.5	21.1	33.3	21.4	18.6
通信費（携帯等）	10.0	13.3	10.0	8.8	10.1	0.0	0.0	21.1	9.5	10.7	10.3
耐久消費財	0.0	0.0	16.7	8.8	9.0	0.0	0.0	5.3	4.8	3.6	6.9
保 険	0.0	0.0	6.7	11.8	6.7	0.0	0.0	10.5	9.5	7.1	6.9
交通費・車関連費用	10.0	6.7	6.7	5.9	6.7	0.0	0.0	5.3	9.5	5.4	6.2
家具・インテリア	10.0	6.7	0.0	11.8	6.7	12.5	0.0	0.0	4.8	3.6	5.5
教 養 費	0.0	6.7	3.3	0.0	2.2	0.0	0.0	0.0	9.5	3.6	2.8
教 育 費	0.0	6.7	3.3	0.0	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4
住 居 費	0.0	0.0	0.0	5.9	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4
そ の 他	0.0	0.0	0.0	2.9	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7

図表27 消費支出を減らすために抑える項目（複数回答）

（単位：％）



3. 「福島県産の食品」に関する調査結果について

福島県産の食品は、米の全量検査等厳格な検査を行っており、安全な食品のみが流通しているが、原発事故による放射能汚染の影響により、福島県産の食品に対する風評被害は続いている。こうしたなか、福島県民の県産食品購入に対する意識を調査した。

(1) 食品を購入する際に注意している点

(複数回答)

食品を購入する際に注意する点は、「値段」が67.7%、「鮮度」が57.9%、品質（味）が46.2%、「産地」が38.7%、「放射線検査の測定値」が15.8%という結果となった（図表28）。

(2) 福島県産の食品の購入について

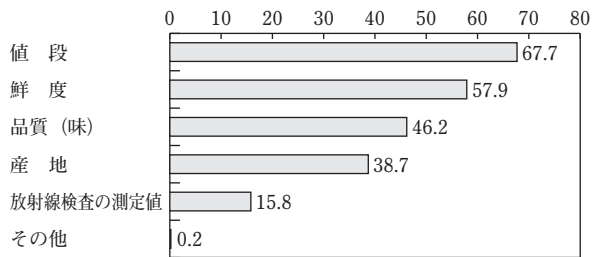
平成25年に当研究所にて福島県産の食品についてアンケート調査を行っており、今回の結果と比較した。

今回の調査では、福島県産の食品について、「積極的に購入している」が9.2%（平成25年調査比△2.2割）、「気にせず購入している」が74.2%（同+13.2割）、「購入を控えている」が15.1%（同△11.2割）となった。福島県全体で、福島県産の食品を購入している人の割合は、前回調査では72.4%であったが、今回調査では83.4%という結果となった。

平成25年調査に比べ「購入を控えている」とする割合が低下しており、原発事故から4年以上経過し、福島県産の食品の購入を控えていた人の不安が和らいでいることがうかがえる（図表29-1）。

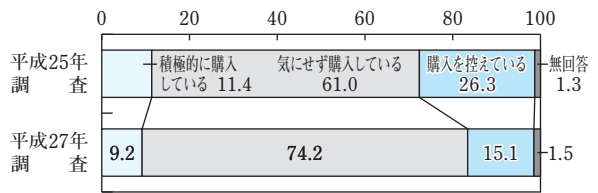
地域別では、「会津・南会津」の購入割合が最も高く「積極的に購入している」、「気にせず購入

図表28 食品を購入する際に注意している点（複数回答）
(単位：%)



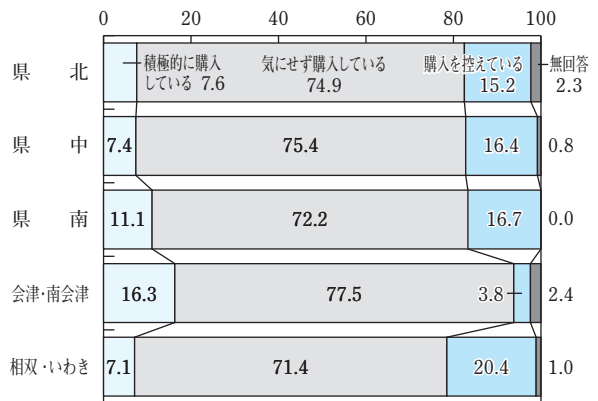
図表29-1 福島県産の食品購入について

(単位：%)



図表29-2 福島県産の食品購入について（地域別）

(単位：%)



している」をあわせると93.8%となり、9割以上が福島県産の食品を購入している。

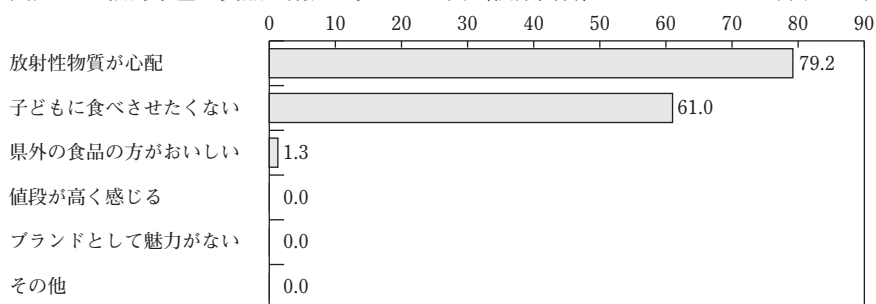
「相双・いわき」は最も購入割合が低い結果となったが、それでも「積極的に購入している」、「気にせず購入している」をあわせ78.5%と、約8割が福島県産の食品を購入している（図表29-2）。

(3) 福島県産の食品の購入を控える理由

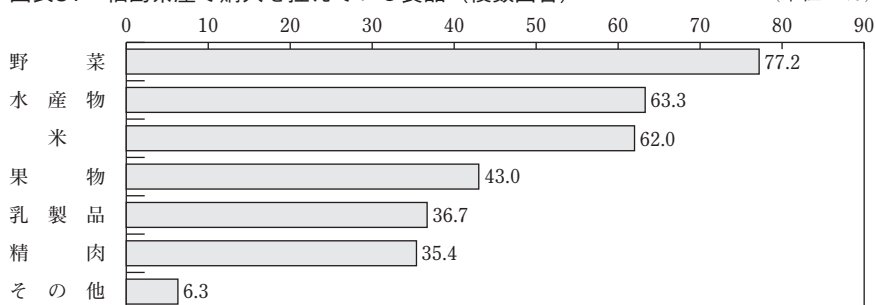
(複数回答)

(2)で「購入を控えている」と回答した15.1%に福島県産の食品の購入を控える理由について調査

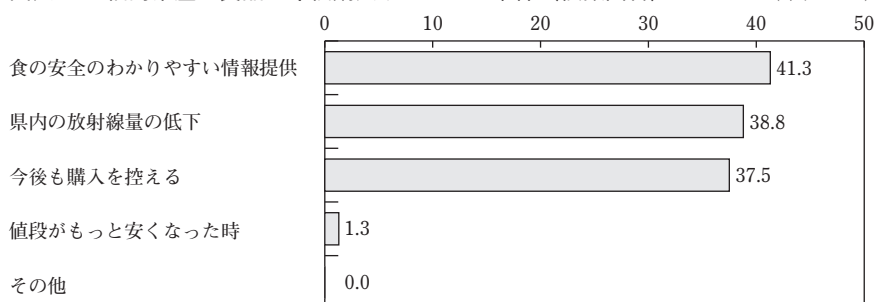
図表30 福島県産の食品の購入を控える理由（複数回答）（単位：％）



図表31 福島県産で購入を控えている食品（複数回答）（単位：％）



図表32 福島県産の食品を今後購入するための条件（複数回答）（単位：％）



した。

「放射性物質が心配」が79.2%と最も高く、次いで「子どもに食べさせたくない」が61.0%となった。福島県産の食品の購入を控える理由は、放射性物質による健康への不安にあることがうかがえる（図表30）。

(4) 福島県産で購入を控えている食品

（複数回答）

(2)で「購入を控えている」と回答した人に、福島県産で購入を控えている食品について尋ねたところ、「野菜」が回答者の77.2%と最も高い割合

となり、次いで「水産物」63.3%、「米」62.0%となっている（図表31）。

(5) 福島県産の食品を今後購入するための条件（複数回答）

(2)で「購入を控えている」と回答した人に、どのような状況になれば、福島県産の食品を購入するかを尋ねたところ、「食の安全のわかりやすい情報提供」が41.3%、次いで「県内の放射線量の低下」が38.8%、「今後も購入を控える」が37.5%となった（図表32）。

(6) 福島県産の食品に対する自由意見

福島県産の食品に対し自由意見をご記入いただいたところ、それぞれの立場から意見が数多く出された。

福島県産の食品を購入していると回答した人たちは、県産食品の検査体制に対する信頼が高く、もっと県外へ安全面をアピールすべきであるとい

う意見が多くみられた。

一方、購入を控えると回答した人たちは、福島県産の食品を支援したいという気持ちはあるものの、「食品に少しでも放射性物質が含まれているのでは」などの不安があり、県産食品の購入を控えてしまうという意見が多くみられた。

寄せられた主な意見は次の通り。

○「積極的に購入している」と回答した方の主な意見

居住地	性別	年齢	自由意見
県北	男性	30歳代	県産食品についていろいろと言う人がいますが、いろいろな面で県産品より安全と思われない食品は市場に出回っています。もっと安全性を積極的にアピールすべきでは？
県中	女性	40歳代	流通している食品は、検査済みのため安心して購入している。今後も継続して購入する予定です。
県中	男性	50歳以上	我が家は農家なので積極的に県産の食品を選んではほしいと思います。
県南	男性	50歳以上	検査をしていることにより、他県産より安全であると思います。また、味も美味しく積極的に購入していきます。
会津・南会津	男性	50歳以上	福島県産米全袋の放射性物質を検査しているので、皮肉なことに“世界一安全な米”と言える。不安を払しょくするための正しい情報を積極的に発信してほしい。
会津・南会津	男性	50歳以上	ブランドの確立をすべき。ブランド化により安全安心の定着と価格の安定ができると思う。ナンバーワンを目指すことも必要だと思う。
会津・南会津	女性	50歳以上	県産の野菜・果物は品質も良く、美味で自慢しているくらいです。もっと、消費拡大するよう働きかけが必要だと思います。
いわき	女性	50歳以上	安全な事をもっとアピールしても良いのでは？

○「気にせず購入している」と回答した方の主な意見

居住地	性別	年齢	自由意見
県北	男性	29歳以下	福島県産品は万全の検査をパスした上で出荷されており、ある意味一番安全な食品と考えております。子どもにも特に気にせず県産の米、野菜等を食べさせています。
県北	女性	40歳代	農業の6次産業化などにより、以前よりも魅力的な商品が増え、良いことだと思います。今後、積極的に購入するなど県全体のイメージアップにつながるよう協力したいと思います。
県北	女性	40歳代	福島県産の食材を使った名物料理等があれば良いと思う（いか人參的なもの）。
県北	女性	50歳以上	購入するだけでなく、栽培している米や野菜などを食べている。大変おいしいです。
県北	男性	50歳以上	放射能による風評が少なくなれば、福島県産の食品の売れ行きは回復すると思います。
県北	男性	50歳以上	県産品の安全性について地道にPRしていくしかないと思う。合わせて県内での消費拡大に向け、飲食店や学校給食で積極的に県産品を取り入れる努力がもっと必要と感じる。
県中	男性	29歳以下	放射線量を気にする方は多いと思うが、気にしていると分かっているからこそ、しっかり検査しているはずなので逆に安心できる。
県中	女性	40歳代	県産食品の方が放射性物質検査を行い販売していると思うので割と気にせず購入している。もっと検査済であることを明確に表示して販売したらいいと思う。
県中	女性	40歳代	気にはするがあまり気にしすぎると食べるものが無くなってしまう。福島県内に住んでいる限り仕方がない……。
県中	女性	40歳代	安全だと分かっているけど、まだ県外の友人などへの贈り物としてはためらいます。
県中	男性	50歳以上	食の安全性、品質等もっと積極的にPRする必要がある。

居住地	性別	年齢	自由意見
県中	女性	50歳以上	福島県産については日本国内でいちばん検査に厳しく安全性の高いものと考えております。
県中	男性	50歳以上	県民は安全性が確認されたものしか販売されていないと感じているので、さほど不安なく購入しているが、県外の方にはまだ不信感を持っている人が多いと思います。今まで以上に安全性をアピールしてほしいと思います。
会津・南会津	女性	50歳以上	大人と子供の対応は違って当然だと思います。
相双	男性	29歳以下	海外における風評被害の現状が気になります。
いわき	男性	40歳代	放射線量による風評被害を払拭するには、地元の我々が積極的に食品など購入すべきである。
いわき	女性	50歳以上	水産物だけはどうしても放射性物質が気になってしまい、購入に迷うこともあります。

○「購入を控えている」と回答した方の主な意見

居住地	性別	年齢	自由意見
県北	女性	40歳代	福島県産とひとくくりにするのはアンケートに答えづらいです。浜通り、会津、中通りと分けたらまた違う結果が出るような気がします。
県北	女性	40歳代	とても難しいです。「がんばろう福島」の気持ちはあるのですが……。しっかり判断しなければいけないと思います。
県中	男性	30歳代	実家が農家なので県産食品を購入したいが、子どものことを考えると購入を控えてしまう。福島県近隣、特に茨城県、栃木県産も控えている。
県中	男性	30歳代	「福島県産の食品を食べて50年後や次の世代にも全く健康に影響なく生活できます」といった根拠があれば食べます。食品の消費は難しいですが、違う形で地域に貢献していきたいと考えています。
県南	女性	30歳代	山菜、果物等は食べないように気を付けている。放射線量の検査も全品（果物1つ1つ）検査していないので、100個のうち1個でも放射線量が高いのでは？と心配。
県南	女性	50歳以上	汚染水の流出が止まらないかぎり水産物は心配です。地元の鮮度の良い野菜・果物を食べさせたいですが、基準値内でも毎日のこととなるとやはり購入を控えてしまいます。しかしストレスになってしまわないようにとは思っています。
いわき	男性	50歳以上	本当は福島県民が地元の食品を消費するのが当たり前ですが、つい子どもの食事となれば別の問題になってしまいます。米は一袋ずつ検査しているので、せめて米だけでも消費したいと思う。
いわき	男性	50歳以上	地産地消が進まなければ県外への販売も広がらないと理解しているものの、子供がいると敬遠してしまっています。

さいごに

今回の調査で、県内の「ボーナス受取見込額」「今後1年間の収入見込み」は、前年と比べ「変わらない」と答えた人の割合が上昇した。地域によって差はあるものの、収入面については、当面現状維持が続くと考えている人が増えていることがうかがえる。

県内経済は、復興需要が続いていく中、公共投資の増加や生産持ち直しの動きがみられるなど全体では回復の途上にある。今後は企業収益環境の

改善や人手不足を背景とした賃上げに基づく、ボーナスを含めた収入増により個人消費回復の動きが広がることを期待される。

「福島県産の食品」については、平成25年の調査に比べ「購入を控える」とする割合が低下していることから、県産食品に対する県民の不安感が和らいでいることがうかがえる。今後は、県産食品の安全性をさらに全国にPRするなど、県産食品の消費拡大につなげていくことを期待したい。

(担当：安藤)