

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28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

- 平成28年夏季ボーナスの受取見込額は、「増える」とする割合が低下する一方、「変わらない」「減る」とする割合が上昇する動きが見られた。「増える」とする割合は、平成26年、平成27年と2年続けて20%を超えていたものの、平成28年は平成25年の水準程度まで低下した。
- 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、前年に引き続き最も高かった。
- ボーナスの使い道は、「買物」とする割合が大きく上昇している。しかし、消費予定項目（複数回答）は、項目により前年比増減にばらつきがあり、慎重に消費対象を選択していることがうかがえる。

2. 暮らし向きについて

- 「今後1年間の暮らし向き」は「変わらない」とする回答が全体の約4分の3を占めた。
- 「今後1年間の収入見込」も「変わらない」とする回答が全体の約4分の3を占めた。前年と比べ「増加する」とする割合が低下し、「減少する」とする割合が上昇している。

3. 「インターネットショッピング」について

- 最近1年間にインターネットショッピング（ネットショッピング）を利用した人は67.1%と全体の3分の2を超えた。
- ネットショッピングの利用頻度は「2～3ヵ月に1回程度」、利用金額（1ヵ月当たり平均）は「5,000円以上10,000円未満」が、ともに最も回答数が多かった。
- ネットショッピングを利用しない人の理由として最も回答数が多かったのは、「商品を見て購入したい」であった。

<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28年5月2日～5月17日
- (3) 回 答 者 501人（回答率：65.5%）
 - ① 回答者の性別 男性：60.3% 女性：39.7%
 - ② 既婚・未婚別 既婚：72.9% 未婚：27.1%
 - 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	18.2%	20.6%	34.1%	27.1%	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 ネットショッピングについて

はじめに

県内経済は、生産活動の弱さが続いていることに加え、復興需要に頭打ち感が出始めている。しかし、雇用環境は引き続き高水準であり、賃上げの動きも底堅く、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28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0.5%と2年ぶりに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) 受取見込額の増減

① 全体

平成28年の受取見込額は「増える」が14.4%（前年比△8.1%）、「変わらない」が65.6%（同+7.9%）、「減る」が11.6%（同+1.0%）となり、「増える」とする割合が低下する一方、「変わらない」、「減る」とする割合が上昇する結果となった。

「増える」は、平成25年の15.8%から上昇し、平成26年に23.1%、平成27年に22.5%と2年続けて20%を超えていたものの、平成28年は平成25年の水準程度まで低下した（図表1-1）。

② 地域別

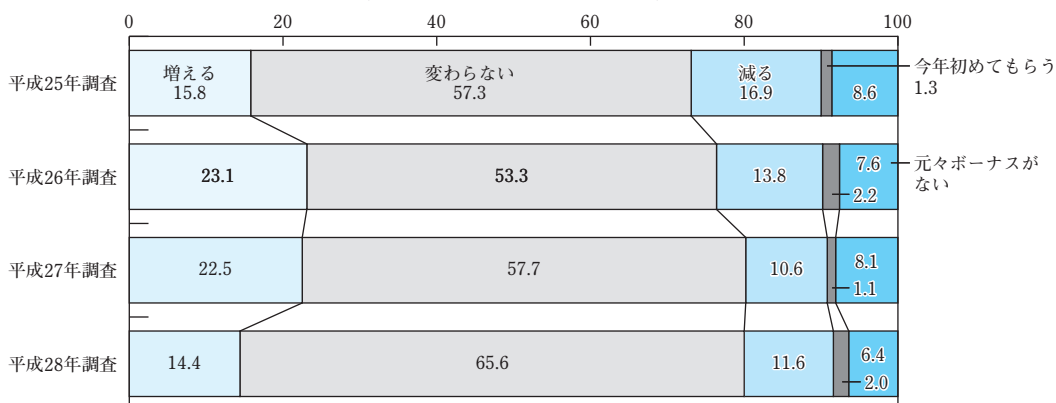
地域別にみると、「増える」とする割合は全地域で低下している。「県北」「県中」「県南」は「変わらない」とする割合が上昇し、「減る」とする割合が低下した。「会津」「相双・いわき」では「変わらない」とする割合が低下し、「減る」とする割合が上昇した。

「増える」とする割合が最も高いのは「相双・いわき」16.5%（同△3.9%）、次いで「県中」14.2%（同△7.9%）、最も低いのは「県南」8.3%（同△23.2%）であった。「減る」とする割合が最も高いのは「会津」20.7%（同+11.9%）、最も低いのは「県南」8.3%（同△1.0%）であった（図表1-2）。

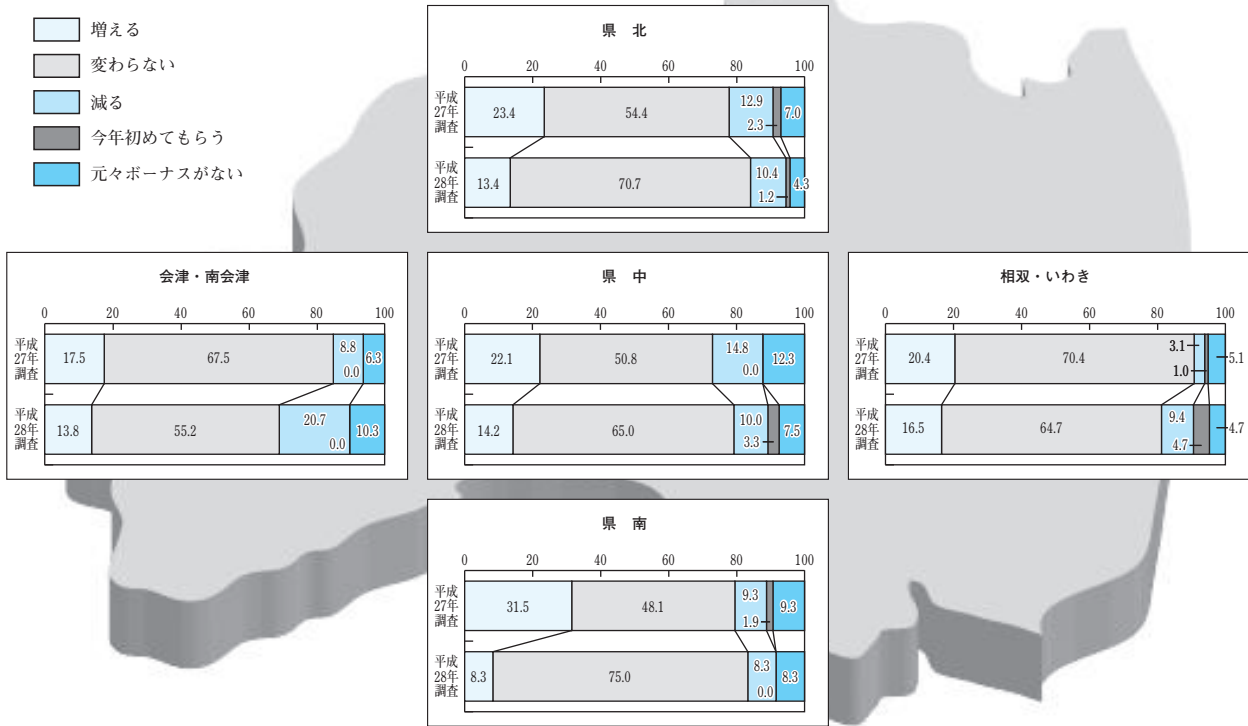
地域の区分

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

図表1-1 ボーナス受取見込額（全体：平成25年～平成28年）（単位：%）



図表1-2 ボーナス受取見込額の対前年比（地域別：県内居住者のみ）（単位：％）

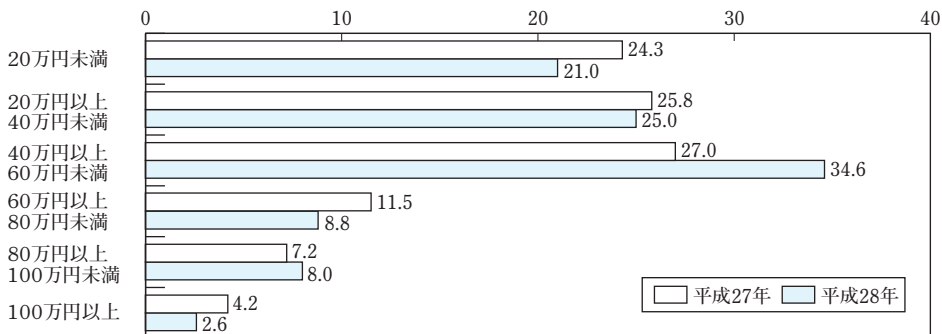


図表2 ボーナス受取見込額の増減（単位：％）

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	22.0	22.0	7.5	15.3	15.0	30.0	15.9	6.3	7.8	13.6	14.4
変わらない	58.0	67.8	76.6	56.5	66.1	50.0	65.9	71.9	66.7	64.8	65.6
減る	8.0	5.1	13.1	20.0	12.6	7.5	4.5	10.9	15.7	10.1	11.6
今年初めてもらう	10.0	0.0	0.0	0.0	1.7	7.5	4.5	0.0	0.0	2.5	2.0
元々ボーナスがない	2.0	5.1	2.8	8.2	4.7	5.0	9.1	10.9	9.8	9.0	6.4
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：％）



③ 男女別

「増える」とする割合は、男性が15.0%（同△13.0㊦）と低下したが、女性は13.6%（同+0.2㊦）とわずかに上昇した。一方、「減る」とする割合は、男性が12.6%（同+0.4㊦）、女性も「減る」が10.1%（同+2.1㊦）となり、ともに上昇した（図表2）。

④ 年齢階層別

「増える」とする割合は、男性の全年代で低下した。女性では「40歳代」を除く各年代で「増える」とする割合が上昇した。

一方、「減る」とする割合は、男性の「30歳代」、女性の「30歳代」を除く各年代で上昇した。

「減る」とする割合が最も高いのは男性が「50歳以上」20.0%（同+0.6㊦）、女性も「50歳以上」15.7%（同+5.7㊦）であった（図表2）。

(2) 一人当たりの受取見込額

一人当たりの受取見込額を見ると、「40万円以上60万円未満」が34.6%（前年比+7.6㊦）と、前年に引き続き最も高い割合となった。次いで「20万円以上40万円未満」が25.0%（同△0.8㊦）、「20万円未満（ボーナス無しを含む）」が21.0%（同△3.3㊦）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、「買物」が69.9%（前年比+33.8㊦）と最も高い割合となった。次いで、「レジャー費」65.0%（同△1.0㊦）、「貯蓄」51.7%（同△3.2㊦）の順となった。「買物」の割合が大きく上昇している。身の回り品や耐久消費財の購入などに対する前向きな姿勢がうかがえる（図表4、5）。

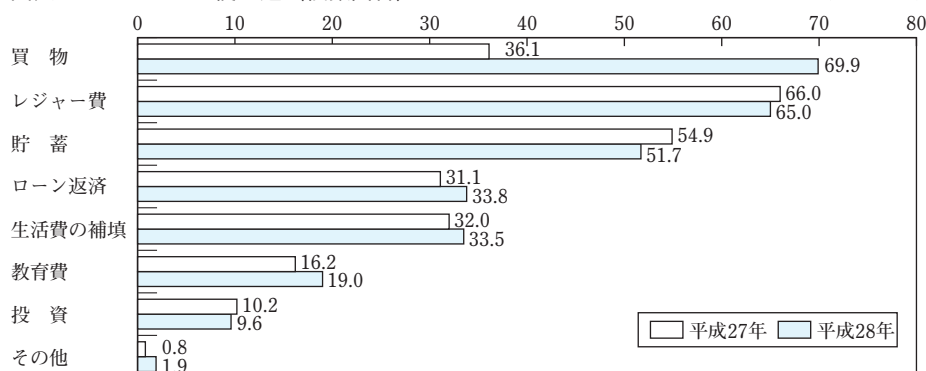
図表4 ボーナスの使い道（複数回答）

(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	
買 物	76.0	67.9	62.5	67.9	67.4	83.8	77.5	75.4	60.9	73.9	69.9
レジャー費	74.0	78.6	61.5	53.8	64.9	70.3	70.0	63.2	58.7	65.0	65.0
貯 蓄	50.0	60.7	45.2	41.0	47.9	75.7	60.0	54.4	45.7	57.8	51.7
ローン返済	24.0	28.6	55.8	46.2	42.4	10.8	17.5	28.1	19.6	20.0	33.8
生活費の補填	16.0	25.0	47.1	41.0	35.8	21.6	25.0	28.1	43.5	30.0	33.5
教育費	2.0	5.4	35.6	28.2	21.9	2.7	10.0	28.1	10.9	14.4	19.0
投 資	6.0	10.7	7.7	7.7	8.0	8.1	20.0	10.5	10.9	12.2	9.6
そ の 他	2.0	1.8	1.0	1.3	1.4	2.7	5.0	1.8	2.2	2.8	1.9

図表5 ボーナスの使い道（複数回答）

(単位：%)



② 男女別

男性と女性に違いがみられた項目をみると、「ローンの返済」で男性が42.4%（同+3.0ポイント）、女性が20.0%（同+3.8ポイント）と、男性が女性を22.4ポイント上回っている。「買物」は男性67.4%（同+36.0ポイント）、女性73.9%（同+29.4ポイント）と、女性が男性を6.5ポイント上回っている。また「貯蓄」も男性47.9%（同△3.2ポイント）、女性57.8%（同△4.0ポイント）と女性が男性を9.9ポイント上回っている。女性は男性よりもボーナスの使い道の自由度が高いことがうかがえる（図表4）。

③ 年齢階層別

子供の進学や住宅購入など出費が重なる「40歳代」「50歳以上」では「生活費の補填」、「ローンの返済」、「教育費」とする回答が多かった（図表4）。

(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38.9%（前年比△2.6

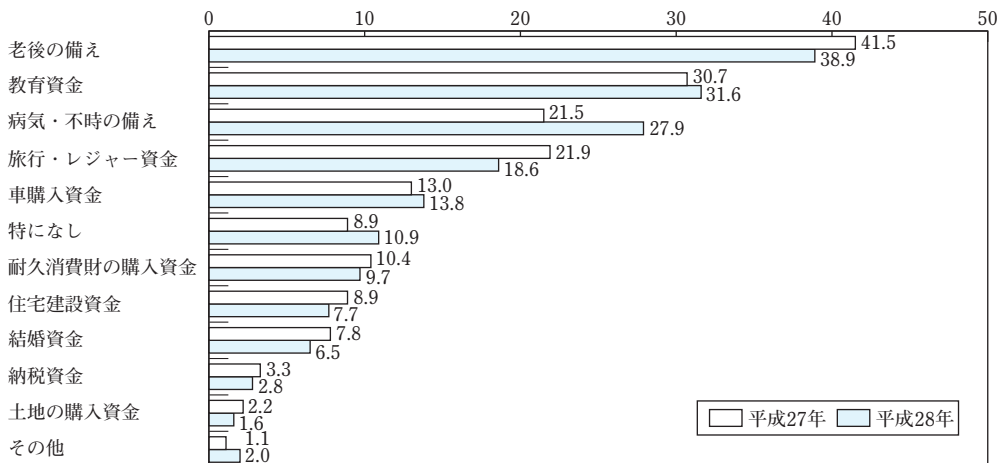
図表6 貯蓄・投資の目的（複数回答）

（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	11.5	13.9	34.0	71.4	34.0	37.9	43.5	29.0	85.0	45.6	38.9
教 育 資 金	3.8	41.7	53.2	20.0	33.3	24.1	34.8	48.4	0.0	29.1	31.6
病 気 ・ 不 時 の 備 え	23.1	22.2	23.4	31.4	25.0	31.0	30.4	25.8	45.0	32.0	27.9
旅 行 ・ レジャー資金	26.9	11.1	14.9	14.3	16.0	20.7	39.1	19.4	10.0	22.3	18.6
車 購 入 資 金	19.2	22.2	12.8	11.4	16.0	3.4	8.7	16.1	15.0	10.7	13.8
特 に な し	19.2	19.4	8.5	5.7	12.5	13.8	4.3	9.7	5.0	8.7	10.9
耐 久 消 費 財 の 購 入 資 金	15.4	13.9	6.4	11.4	11.1	6.9	4.3	9.7	10.0	7.8	9.7
住 宅 建 設 資 金	15.4	16.7	8.5	0.0	9.7	3.4	4.3	6.5	5.0	4.9	7.7
結 婚 資 金	7.7	8.3	2.1	0.0	4.2	27.6	8.7	0.0	0.0	9.7	6.5
納 税 資 金	0.0	8.3	2.1	2.9	3.5	3.4	4.3	0.0	0.0	1.9	2.8
土 地 の 購 入 資 金	3.8	5.6	2.1	0.0	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6
そ の 他	3.8	2.8	0.0	2.9	2.1	6.9	0.0	0.0	0.0	1.9	2.0

図表7 貯蓄・投資の目的（複数回答）

（単位：％）



型)、「教育資金」が31.6% (同+0.9%)、次いで「病気・不時の備え」が27.9% (同+6.4%) であった(図表6、7)。

B. 男女別

男性は「老後の備え」が回答割合で最も高く34.0% (同△2.0%)、次いで「教育資金」が33.3% (同△3.3%) であった。一方、女性は「老後の備え」が45.6% (同△4.4%) と最も高く、次いで「病気・不時の備え」が32.0% (同+5.6%) であった(図表6)。

C. 年齢階層別

「老後の備え」は、「50歳以上」で男性が71.4% (同+2.5%)、女性が85.0% (同+14.6%) と他年代と比べ回答割合が大きい。また、「病気・不時の備え」も同様に「50歳以上」が他年代と比べ

回答割合が大きい。「老後」が現実となってきたことがうかがえる(図表6)。

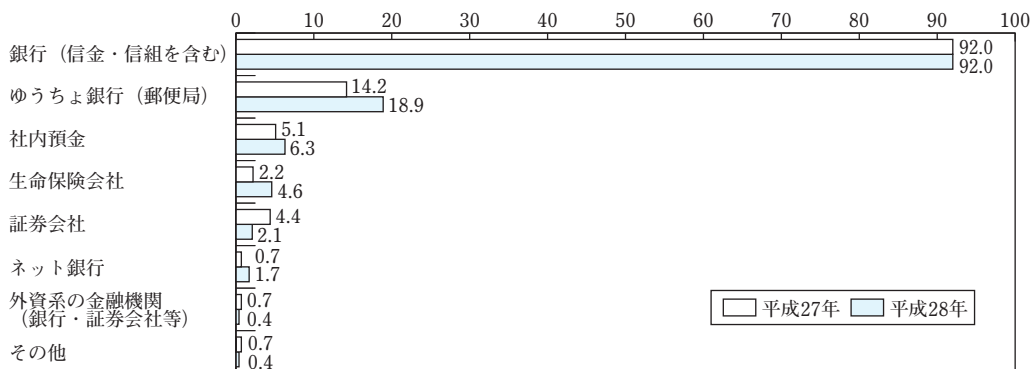
② 預け先・預け入れ商品 (複数回答)

貯蓄・投資利用機関は、「銀行(信金・信組を含む)」が92.0% (前年比±0%) と最も高く、次いで、「ゆうちょ銀行(郵便局)」18.9% (同+4.7%) であった(図表8)。

預け入れ商品は、「普通預金・通常貯金」69.2% (同+4.2%) が最も高く、次いで「定期預金・定額貯金」43.3% (同+0.6%) であった。「投資信託」が12.1% (同△2.5%) と続くが、依然として「普通預金・通常貯金」など利便性、安全性の高い商品が選ばれていることがわかる(図表9)。

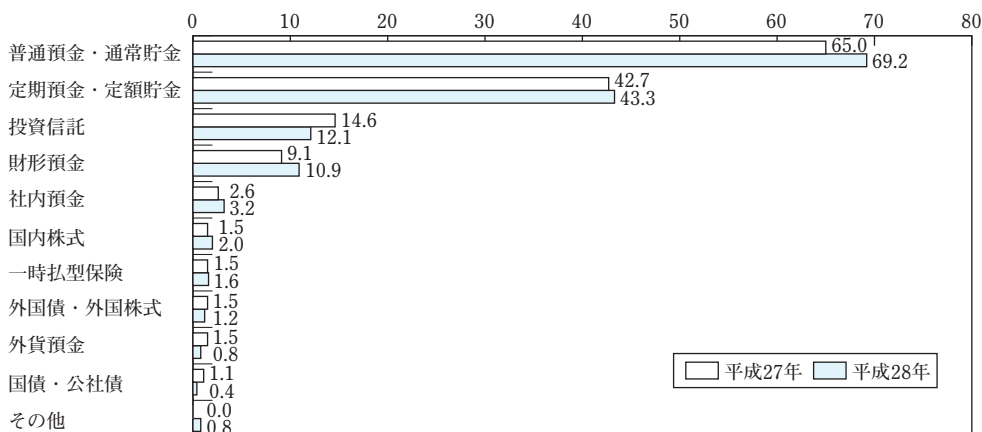
図表8 貯蓄・投資利用機関 (複数回答)

(単位: %)



図表9 預け入れ商品 (複数回答)

(単位: %)



(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」42.8%（前年比+1.4%）が最も高い。2位の「県外旅行」31.2%（同+3.7%）、4位の「県内旅行」23.7%（+3.7%）は双方とも前年比増加した。一方、3位の「婦人用衣類」26.5%（同△2.1%）、5位の「紳士用衣類」21.2%（同△4.7%）は、前年比低下した。消費予定項目（複数回答）は、項目により前年比増減にばらつきがあり、慎重に消費対象を選択していることがうかがえる（図表10、11）。

B. 男女別

男性は「外食」41.7%（同△2.6%）、「県外旅行」29.5%（同+5.4%）、「紳士用衣類」28.0%（同△6.8%）の順であった。女性は「外食」44.6%（同+8.2%）、「婦人用衣類」44.6%（同△2.9%）が同率となり、次いで「県外旅行」33.7%（同+0.4%）の順であった（図表10）。

C. 年齢階層別

ほかの年代に比べ高い割合を示したのが、「29歳以下」の「県外旅行」で男性43.8%（同+18.8%）、女性が42.9%（同△0.4%）であった（図表10）。

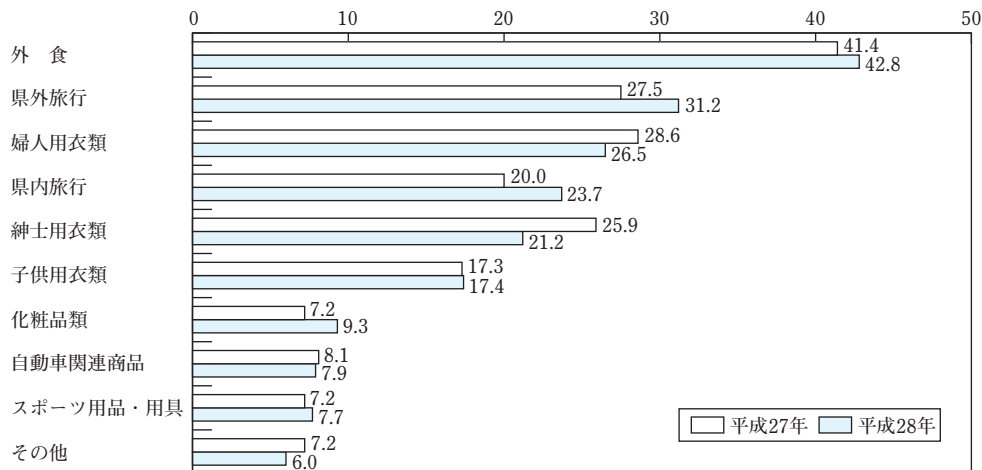
図表10 消費予定項目上位10（複数回答）

（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	35.4	50.0	46.7	33.3	41.7	42.9	42.1	52.8	37.5	44.6	42.8
2 県 外 旅 行	43.8	35.2	24.4	22.2	29.5	42.9	36.8	32.1	25.0	33.7	31.2
3 婦 人 用 衣 類	2.1	9.3	16.7	26.4	15.2	54.3	47.4	39.6	40.0	44.6	26.5
4 県 内 旅 行	22.9	35.2	14.4	27.8	23.9	28.6	15.8	24.5	25.0	23.5	23.7
5 紳 士 用 衣 類	25.0	24.1	25.6	36.1	28.0	5.7	5.3	18.9	7.5	10.2	21.2
6 子 供 用 衣 類	4.2	20.4	27.8	8.3	16.7	14.3	18.4	30.2	7.5	18.7	17.4
7 化 粧 品 類	2.1	0.0	1.1	0.0	0.8	42.9	28.9	11.3	15.0	22.9	9.3
8 自 動 車 関 連 商 品	2.1	11.1	13.3	12.5	10.6	2.9	2.6	3.8	5.0	3.6	7.9
9 スポーツ用品・用具	14.6	7.4	6.7	12.5	9.8	0.0	5.3	7.5	2.5	4.2	7.7
10 そ の 他	2.1	0.0	8.9	12.5	6.8	5.7	5.3	1.9	7.5	4.8	6.0

図表11 消費予定項目上位10（複数回答）

（単位：％）



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53.6%（前年比+0.8%）と最も高く、次いで、「県内」40.8%（同+2.3%）、「海外」5.6%（同△3.1%）となった。国内旅行に関心が高まっていることが見受けられる（図表12-1）。

「日数」は、「2日」の53.2%（同+0.8%）が最も高く、次いで、「3日」23.9%（同+2.3%）、「日帰り」11.0%（同△0.1%）の順となった（図表12-2）。

「予算」は、「10万円未満」が72.8%（同+0.2

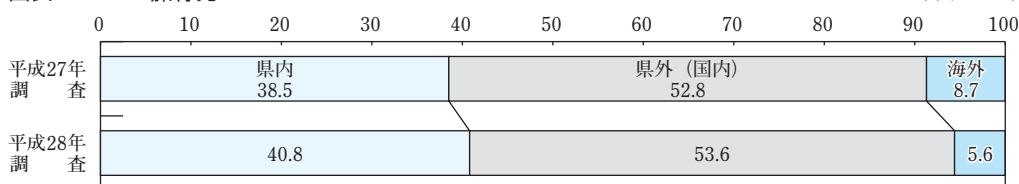
%）と最も高く、次いで、「10万円以上20万円未満」17.5%（同+4.0%）、「20万円以上30万円未満」5.5%（同△2.2%）となった。「10万円未満」が大勢を占めており、お金を掛けずに近場で楽しみたいとの考えが根強いことがわかる（図表12-3）。

(6) ローン返済について（複数回答）

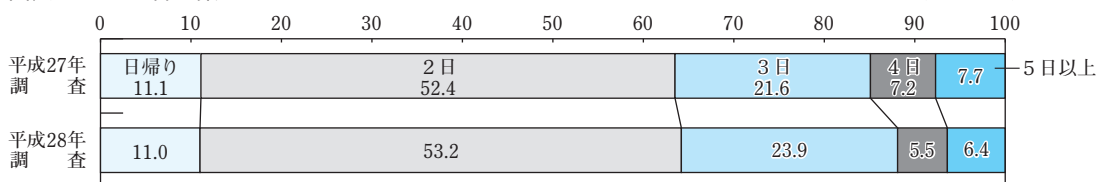
① 全体

「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68.8%（前年比△1.9%）と最も高く、次いで「自動車ローン」31.8%

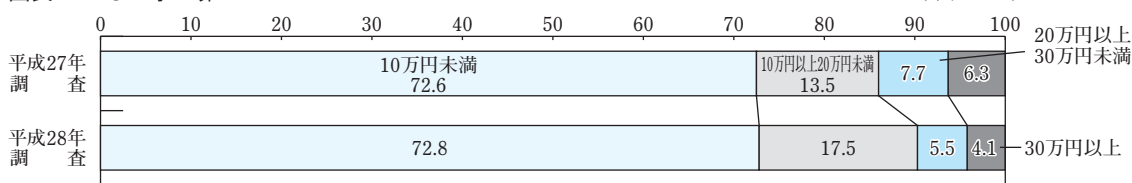
図表12-1 旅行先



図表12-2 日数



図表12-3 予算



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	16.7	31.3	89.7	85.7	73.6	0.0	14.3	75.0	66.7	52.8	68.8
自動車ローン	75.0	81.3	10.3	22.9	29.8	50.0	57.1	37.5	22.2	38.9	31.8
クレジット会社・消費者金融会社のローン	16.7	6.3	3.4	0.0	4.1	75.0	14.3	6.3	33.3	22.2	8.3
教育ローン	0.0	0.0	5.2	20.0	8.3	25.0	0.0	6.3	0.0	5.6	7.6
カードローン	0.0	6.3	5.2	5.7	5.0	0.0	14.3	18.8	22.2	16.7	7.6
その他のローン	25.0	0.0	0.0	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9

(同+1.1ポイント)となった(図表13、14)。

② 男女別

「住宅ローン」の割合は、男性73.6%(同△0.4ポイント)、女性52.8%(同△2.8ポイント)と家計への負担が大きいことがうかがえる。「自動車ローン」の割合は、女性が前年比大きく上昇し38.9%(同+13.0ポイント)であった(図表13)。

③ 年齢階層別

「住宅ローン」の割合は「40歳代」、「自動車ローン」の割合は、「30歳代」が、他年代と比べ高い数値となった。「自動車ローン」は「30歳代」で、男性81.3%(同+38.4ポイント)、女性57.1%(同+57.1ポイント)と前年と比べ上昇している(図表13)。

「変わらない」80.8%(同+0.3ポイント)、「悪くなった」12.8%(同△0.8ポイント)となった(図表15、16)。

(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6.6%(前年比+0.9ポイント)、「変わらない」が76.4%(同△2.8ポイント)、「悪くなる」が17.0%(同+1.9ポイント)となった。今回の調査では「悪くなる」とする割合は「良くなる」とする割合を10.4ポイント上回っている。

男性は「悪くなる」が17.9%(前年比+3.0ポイント)と上昇した。一方、女性は「良くなる」が6.5%(同+3.5ポイント)と上昇したものの男性同様、前向きに捉える人は少数であった(図表17、18)。

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

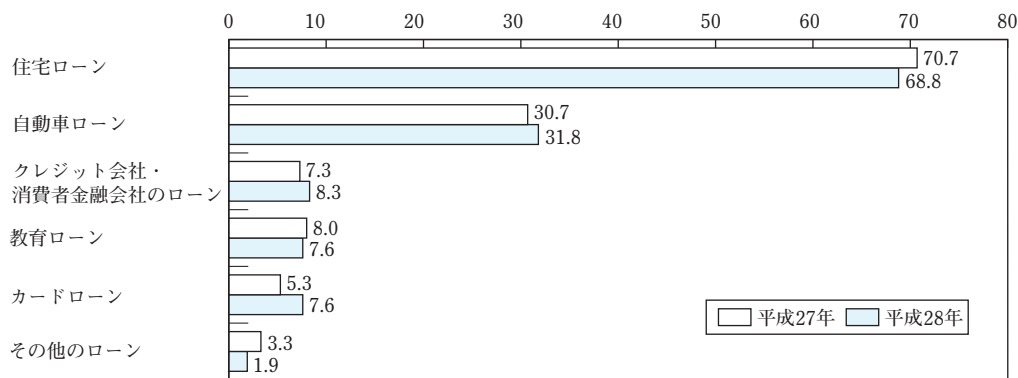
現在の暮らし向きについては、暮らし向きが1年前と比べ「良くなった」6.4%(前年比+0.5ポイント)、「増加する」が9.8%(前年比△2.7ポイント)、「変わらない」が76.2%(同+1.1ポイント)、「減少する」が14.0%(同+1.5ポイント)となった。

(3) 今後1年間の収入見込について

今後の収入見込は、「増加する」が9.8%(前年比△2.7ポイント)、「変わらない」が76.2%(同+1.1ポイント)、「減少する」が14.0%(同+1.5ポイント)となった。

特に、男性の40歳代、50歳代をみると、「増加

図表14 ローン返済(複数回答)



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	9.8	8.5	2.8	8.2	6.6	10.0	6.8	3.1	5.9	6.0	6.4
変わらない	86.3	84.7	81.3	72.9	80.5	85.0	79.5	79.7	82.4	81.4	80.8
悪くなった	3.9	6.8	15.9	18.8	12.9	5.0	13.6	17.2	11.8	12.6	12.8
全体	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

する」は40歳代3.7%（同△7.5ポイント）、50歳代4.7%（同△6.0ポイント）と前年と比べ低下している一方、「減少する」は40歳代15.0%（同+4.7ポイント）、50歳代31.8%（同+7.5ポイント）と上昇しており、収入見込を厳しく見ていることが見受けられる（図表19、20）。

(4) 今後1年間の消費支出について

今後の消費支出見込は、「増やす予定」が7.4%（前年比△1.3ポイント）、「変わらない」が63.5%（同△0.3ポイント）、「減らす予定」が29.1%（同+1.6ポイント）となった。

(3)の「今後1年間の収入見込」において「減少する」とした割合14.0%と比べて、消費支出を「減らす予定」とした割合は29.1%と上回っており、収入の減少見込よりも消費を抑えようという

節約志向がみられる（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7.4%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54.1%（前年比△0.2ポイント）と最も高く5割を超えている。「耐久消費財の購入」が13.5%（同+7.0ポイント）、「住宅新築（購入）予定」が8.1%（同+8.1ポイント）と高価格帯の消費動向に動きが見られる（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29.1%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」45.0%（前年比+1.0ポイント）が最も高く、次いで「将来に対する先行き不安」31.4%（同△9.0ポイント）、「教育費の増加」24.3%

図表16 現在の暮らし向き (単位：%)

	0	20	40	60	80	100
平成25年調査	6.5	良くなった	82.7	変わらない	悪くなった	10.8
平成26年調査	7.1		79.1			13.8
平成27年調査	5.9		80.5			13.6
平成28年調査	6.4		80.8			12.8

図表18 今後1年間の暮らし向き (単位：%)

	0	20	40	60	80	100
平成25年調査	8.3	良くなる	75.3	変わらない	悪くなる	16.3
平成26年調査	5.1		75.1			19.8
平成27年調査	5.7		79.2			15.1
平成28年調査	6.6		76.4			17.0

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	9.8	8.5	1.9	9.4	6.6	15.0	9.1	0.0	5.9	6.5	6.6
変 わ ら な い	84.3	78.0	78.5	64.7	75.5	80.0	72.7	79.7	78.4	77.9	76.4
悪 く な る	5.9	13.6	19.6	25.9	17.9	5.0	18.2	20.3	15.7	15.6	17.0
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	21.6	20.3	3.7	4.7	10.3	20.0	4.5	7.8	5.9	9.0	9.8
変 わ ら な い	74.5	71.2	81.3	63.5	73.2	75.0	88.6	84.4	74.5	80.9	76.2
減 少 す る	3.9	8.5	15.0	31.8	16.6	5.0	6.8	7.8	19.6	10.1	14.0
全 体	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(同△9.0%)となった(図表24、25)。

B. 男女別

男性の上位3位の順位は全体と同じであった。女性は、昨年4位であった「貯蓄を増やす(老後の生活資金)」24.2%(同+5.7%)が3位であった(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」51.6%(同△6.0%)、女性は「40歳以上」66.7%(同+11.1%)が最も高い割合となった。

「将来に対する先行き不安」については、男性

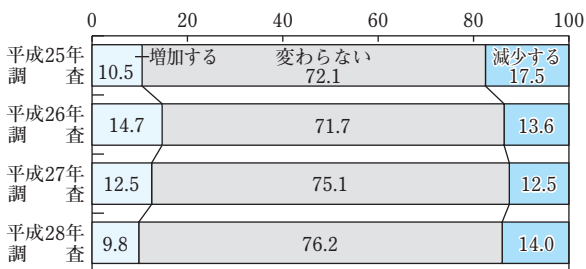
が「40歳代」41.7%(同+5.0%)、女性は「30歳代」45.5%(同△17.0%)が他の年代に比べ割合が高い結果となった(図表24)。

③ 消費支出を減らすために抑える項目(複数回答)

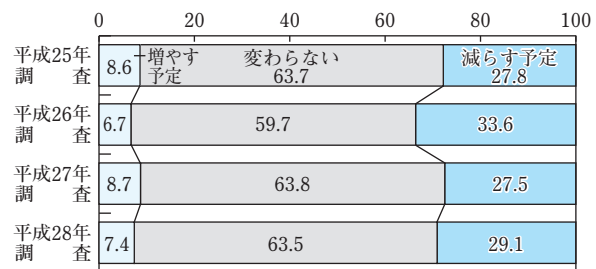
A. 全 体

「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、「食費(外食を除く)」46.9%(前年比+2.1%)が最も高く、次いで「衣料品」45.5%(同△4.2%)、「外食費」44.8%(同△4.9%)であった。回答者割合の上昇が大きかった項目は、「水道・光熱費」24.1%(同+5.5%)、「通信費(携帯等)」15.2%(同+4.9%)であった

図表20 今後1年間の収入見込 (単位：%)



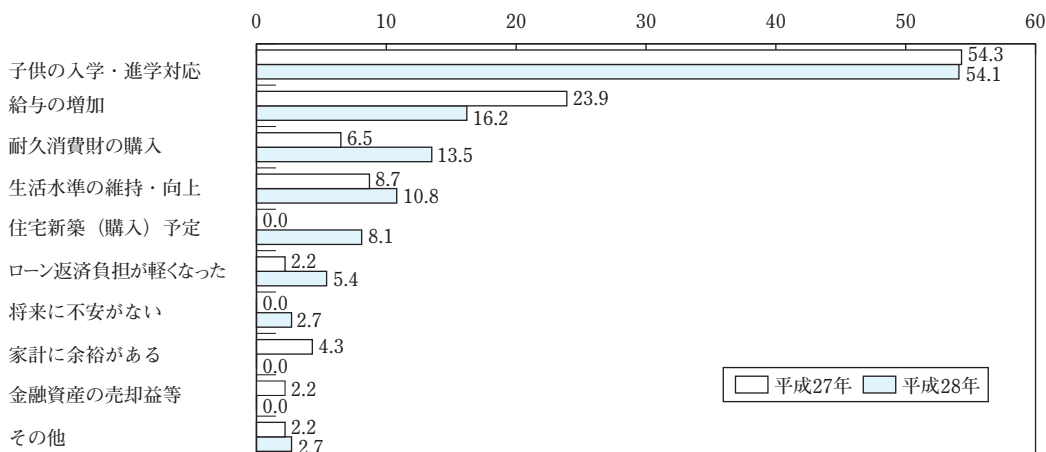
図表22 今後1年間の消費支出 (単位：%)



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	5.9	8.5	12.1	0.0	7.0	2.5	11.4	12.5	3.9	8.0	7.4
変 わ ら な い	74.5	69.5	62.6	61.2	65.6	67.5	61.4	54.7	60.8	60.3	63.5
減 ら す 予 定	19.6	22.0	25.2	38.8	27.5	30.0	27.3	32.8	35.3	31.7	29.1
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23 消費支出を増やす理由(複数回答) (単位：%)



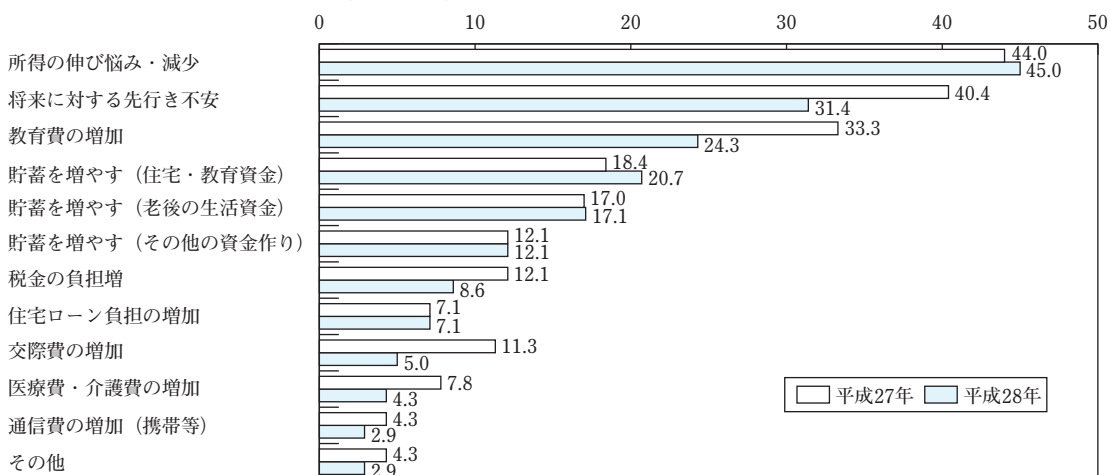
図表24 消費支出を減らす理由（複数回答）

（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	46.2	45.8	51.6	46.2	16.7	18.2	66.7	50.0	43.5	45.0
将来に対する先行き不安	40.0	15.4	41.7	32.3	33.3	16.7	45.5	28.6	27.8	29.0	31.4
教育費の増加	0.0	23.1	58.3	16.1	28.2	0.0	36.4	33.3	5.6	19.4	24.3
貯蓄を増やす(住宅・教育資金)	40.0	38.5	12.5	19.4	23.1	58.3	27.3	4.8	0.0	17.7	20.7
貯蓄を増やす(老後の生活資金)	0.0	15.4	0.0	22.6	11.5	16.7	36.4	9.5	38.9	24.2	17.1
貯蓄を増やす(その他の資金作り)	20.0	7.7	8.3	6.5	9.0	41.7	9.1	9.5	11.1	16.1	12.1
税金の負担増	0.0	15.4	4.2	6.5	6.4	33.3	0.0	14.3	0.0	11.3	8.6
住宅ローン負担の増加	0.0	15.4	16.7	3.2	9.0	0.0	18.2	4.8	0.0	4.8	7.1
交際費の増加	0.0	0.0	0.0	6.5	2.6	8.3	18.2	4.8	5.6	8.1	5.0
医療費・介護費の増加	0.0	0.0	4.2	9.7	5.1	0.0	0.0	4.8	5.6	3.2	4.3
通信費の増加（携帯等）	0.0	7.7	4.2	0.0	2.6	8.3	0.0	4.8	0.0	3.2	2.9
その他	0.0	0.0	0.0	3.2	1.3	0.0	0.0	4.8	11.1	4.8	2.9

図表25 消費支出を減らす理由（複数回答）

（単位：％）

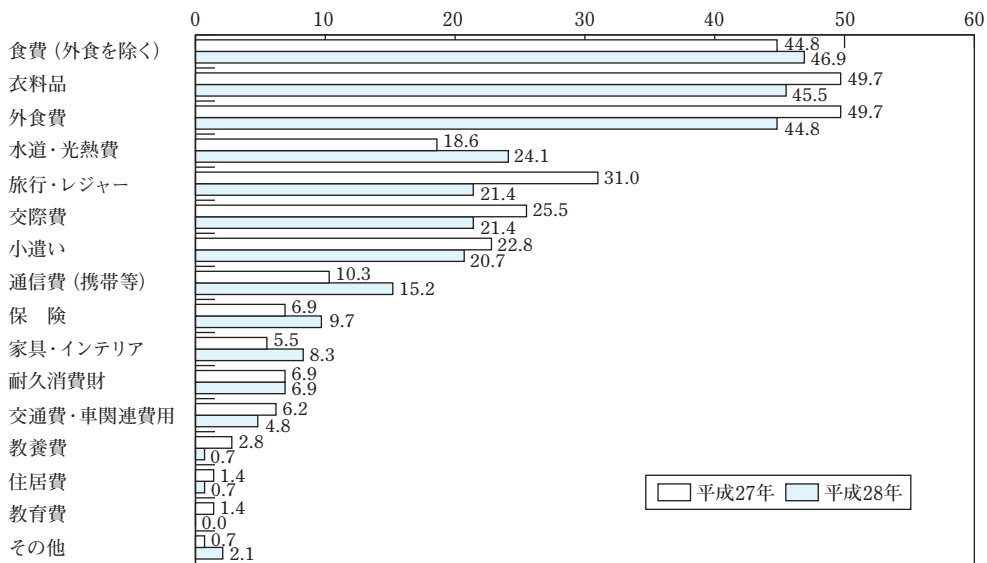


図表26 消費支出を減らすために抑える項目（複数回答）

（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	
食費（外食を除く）	70.0	38.5	51.9	36.4	45.8	41.7	50.0	61.9	35.3	48.4	46.9
衣 料 品	20.0	38.5	25.9	45.5	34.9	58.3	75.0	47.6	64.7	59.7	45.5
外 食 費	50.0	53.8	37.0	45.5	44.6	33.3	75.0	52.4	23.5	45.2	44.8
水道・光熱費	30.0	7.7	22.2	24.2	21.7	8.3	33.3	33.3	29.4	27.4	24.1
旅行・レジャー	20.0	7.7	22.2	9.1	14.5	50.0	33.3	28.6	17.6	30.6	21.4
交 際 費	20.0	7.7	44.4	18.2	25.3	25.0	25.0	14.3	5.9	16.1	21.4
小 遣 い	20.0	38.5	18.5	18.2	21.7	8.3	25.0	9.5	35.3	19.4	20.7
通 信 費（携帯等）	10.0	15.4	18.5	18.2	16.9	16.7	25.0	14.3	0.0	12.9	15.2
保 険	10.0	7.7	3.7	21.2	12.0	8.3	0.0	4.8	11.8	6.5	9.7
家具・インテリア	0.0	0.0	0.0	9.1	3.6	8.3	33.3	0.0	23.5	14.5	8.3
耐 久 消 費 財	10.0	0.0	7.4	12.1	8.4	0.0	8.3	4.8	5.9	4.8	6.9
交通費・車関連費用	0.0	7.7	3.7	0.0	2.4	16.7	8.3	9.5	0.0	8.1	4.8
教 養 費	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9	1.6	0.7
住 居 費	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0	1.6	0.7
教 育 費	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
そ の 他	0.0	7.7	0.0	3.0	2.4	0.0	8.3	0.0	0.0	1.6	2.1

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：％）



（図表26、27）。

B. 男女別

男性の上位3位の順位は「食費（外食を除く）」、「外食費」、「衣料品」と衣食に関する項目が上位となった。一方、女性の1位は「衣料品」であった（図表26）。

C. 年齢階層別

レジャーや嗜好品など切り詰めしやすいところは既に支出を減らしており、今後は、衣食など生活必需品にも踏み込み切り詰めていこうと、年代を問わず考えていることがうかがえる（図表26）。

3. 「インターネットショッピング」に関する調査結果について

インターネットの全国普及率は平成26年末で82.8%（総務省「平成26年通信利用動向調査」）であった。10年前と比べ16.8ポイント上昇している。この普及拡大に伴い、インターネットショッピング（ネットショッピング）の利用が拡大している。消費行動の変化として、地元経済でも無視できない存在となっている。

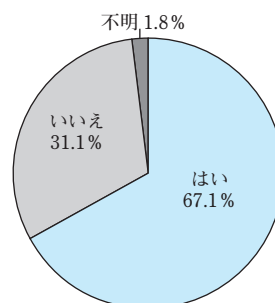
そこで今回は、県民に対しネットショッピング利用状況および意識調査を行った。

(1) 「ネットショッピングの利用」について

最近1年間でネットショッピングの利用があったか質問したところ、「はい」が67.1%、「いいえ」が31.1%、「不明」が1.8%であった。3分の2を超える人が利用していることがわかる（図表28）。

以下の(2)「ネットショッピングの利用頻度」から(5)「ネットショッピングを利用する理由（複数回答）」までは、「はい」と回答した人に、(6)「ネットショッピングを利用しない理由（複数回答）」は、「いいえ」と回答した人に質問した。

図表28 ネットショッピングの利用（最近1年以内）



(2) 「ネットショッピングの利用頻度」について

ネットショッピングを利用する中心層は「2～3ヵ月に1回程度」36.7%と「月に1～2回」32.8%であり、全体の3分の2を占める。

一方、月に3回以上利用する人は合計12.0%と

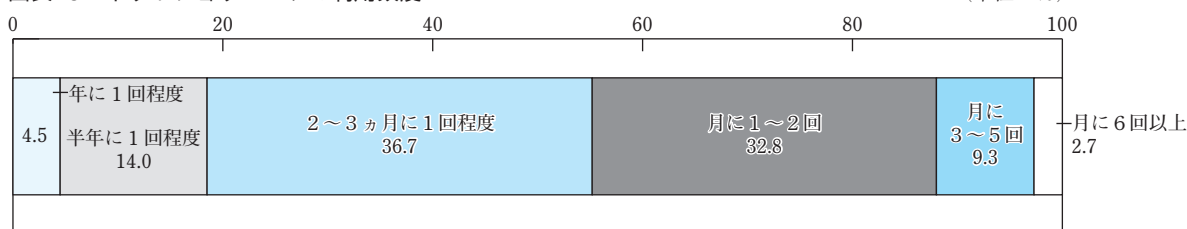
1割を超えており、日常生活での利用が進んでいることがうかがえる（図表29）。

(3) 「ネットショッピングで利用する金額（1ヵ月当たり平均）」について

中心層は「5,000円以上10,000円未満」56.1%で

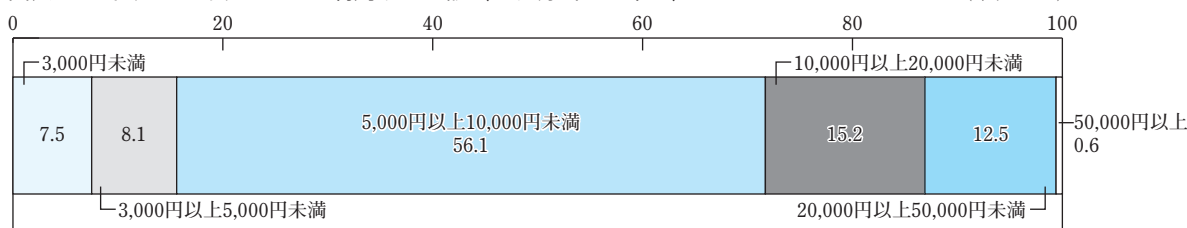
図表29 ネットショッピングの利用頻度

(単位：%)



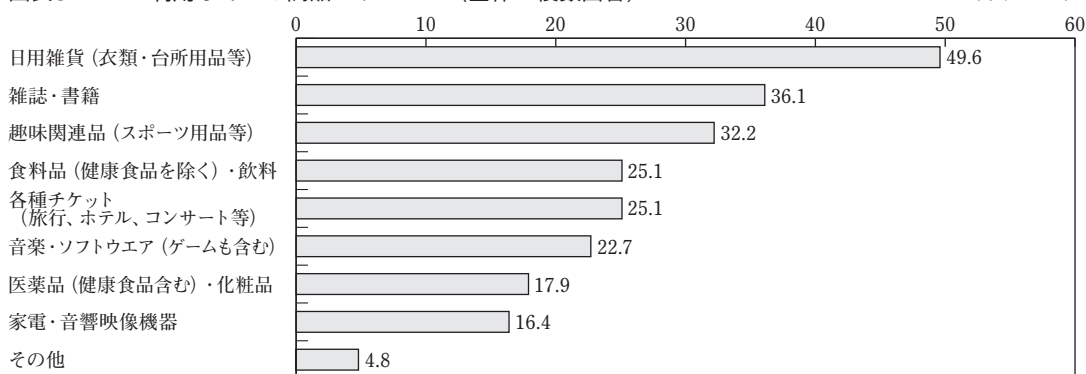
図表30 ネットショッピングで利用する金額（1ヵ月当たり平均）

(単位：%)



図表31-1 利用している商品・サービス（全体：複数回答）

(単位：%)



図表31-2 利用している商品・サービス（男女別：複数回答）

(単位：%)

商品・サービス	男性 (%)	女性 (%)
日用雑貨（衣類・台所用品等）	39.6	62.9
雑誌・書籍	35.4	37.1
趣味関連品（スポーツ用品等）	39.1	23.1
食料品（健康食品を除く）・飲料	22.4	28.7
各種チケット（旅行、ホテル、コンサート等）	21.9	29.4
音楽・ソフトウェア（ゲームも含む）	22.4	23.1
家電・音響映像機器	18.8	13.3
医薬品（健康食品含む）・化粧品	11.5	26.6
その他	5.2	4.2

あり半数以上を占めた。次いで「10,000円以上20,000円未満」15.2%、「20,000円以上50,000円未満」12.5%と続き、比較的高額な商品・サービスの利用が多いことが見受けられる。なお、各価格帯の中間価格を設定し、算出した全体の1人当たり平均利用価格は11,613円であった（図表30）。

(4) 「利用している商品・サービス（複数回答）」について

「日用雑貨（衣類・台所用品等）」が49.6%と、約半数の回答があった。次いで「雑誌・書籍」36.1%、「趣味関連品（スポーツ用品等）」32.2%となった（図表31-1）。

「日用雑貨（衣類・台所用品等）」は女性が62.9%と男性39.6%を23.3%上回っており、女性の利用が多いことがわかる（図表31-2）。

(5) 「ネットショッピングを利用する理由（複数回答）」について

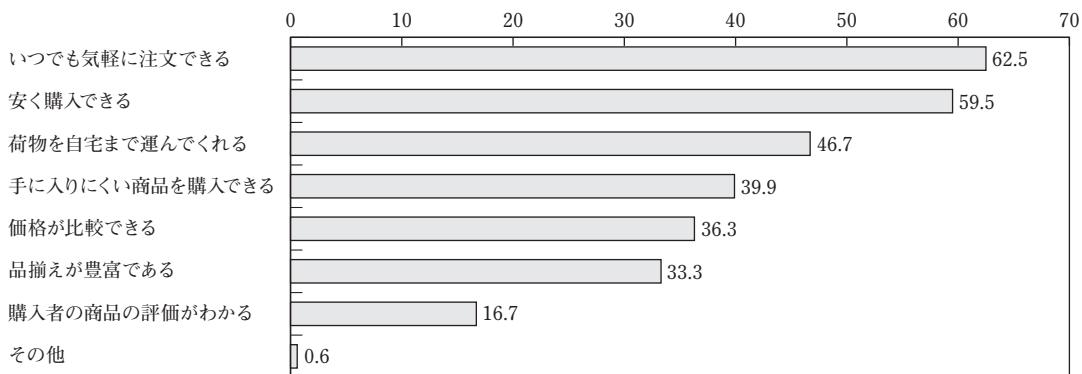
最も多かった回答は「いつでも気軽に注文できる」62.5%、次いで「安く購入できる」59.5%であった。双方約6割の回答があった（図表32）。

(6) 「ネットショッピングを利用しない理由（複数回答）」について

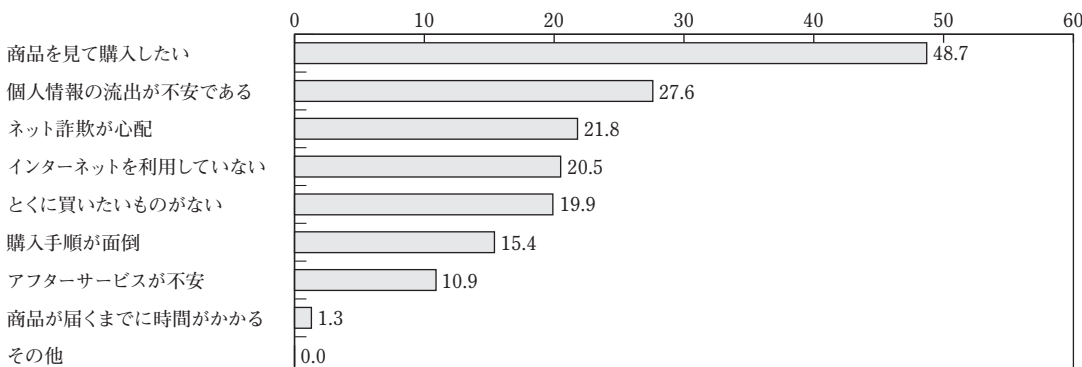
最も多かった回答は「商品を見て購入したい」48.7%であった。ネットショッピングでは、商品は手元に届くまで確認できず不安があるものと推察される。

次いで「個人情報の流出が不安である」27.6%、「ネット詐欺が心配」21.8%であった。インターネット上のセキュリティと犯罪に対する心配がネットショッピング利用の妨げになっている状況が見受けられる（図表33）。

図表32 ネットショッピングを利用する理由（複数回答）（単位：%）



図表33 ネットショッピングを利用しない理由（複数回答）（単位：%）



(7) 「ネットショッピング」に対する自由意見

「ネットショッピング」に対し自由意見をご記入いただいたところ様々な意見が寄せられた。

ネットショッピングを利用している回答者からは、「交通費をかけず全国からいろいろなものが購入できる」「購入者の感想がわかる」という好意的な意見が出された。一方、「クレジットカードの登録は心配」「送料を無料にするため、つい無駄なものまで購入してしまう」など利用に際しての不安な面についても意見が出された。また、

「一般小売店で確認してからネットショッピングで購入する。小売店には申し訳ない」などの意見もあった。

利用していない回答者からは、「実物がイメージと違う不安がある」「情報流出を含め信用していない」などの意見が出された。

寄せられた意見は次の通り。誌面の関係上、一部抜粋してご紹介します（コメントの趣旨が変わらない範囲で一部編集しています）。

○「ネットショッピングを利用する」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	29歳以下	商品の送料が無料ではない場合、店頭で購入するよりも割高になるときがある。また、その送料を無料にするため、つい無駄なものまで購入してしまう。
県北	女性	29歳以下	遠方の店に出向かなくても、自宅に届けてくれるのが便利。欲しいタイミングで購入できるのも良い。
県北	女性	29歳以下	気軽に注文できるので利用しています。
県北	男性	40歳代	定期的に決まったものを買うには大変便利なシステムであると思っている。一方、サイズや色合いの確認が必要なもの等、現物を確認することが必須である場合、一般小売店で確認してからネットショッピングで購入することがある。小売店には申し訳ない気持ちになる。
県北	女性	40歳代	商品目的ごとに利用するサイトを決めています。ポイント還元、タイムセール等、有効に活用しています。その為近隣のスーパー等を利用する機会はほとんど無くなりました。地域活性化に貢献できないことは残念です。
県北	女性	40歳代	気軽に利用していますが、有名なネットショップ以外は慎重に選ぶようにしています。ネットの品物は安心・安全となれば、もっと利用したい。クレジットカードの登録は心配です。また、最近はパスワード等の設定が大変で、ネットショッピングがかえって面倒なときもあります。
県中	女性	29歳以下	ポイントがたまるので利用している。
県中	女性	30歳代	気の向いた時に気軽に利用できるのが便利。個人的にはネットオークションは利用しない。
県中	男性	40歳代	商品の実物は販売店で見て価格の安いネットショップで買います。不良品の交換対応も可能ですし、実際に購入者の感想がわかるのは良い点です。
県中	女性	40歳代	ゆっくり買物をしている時間がないので、自由な時間に買物が出来て便利です。
県中	女性	40歳代	ネットショップは、交通費をかけず全国から色々なものが購入できるので便利です。街中を探して歩くより効率的だと思う。
県中	男性	50歳以上	ネットセキュリティは信用出来ない。クレジットカードをなるべく使わないようにしている。

居住地	性別	年 齢	自 由 意 見
県 中	男性	50歳以上	価格の比較ができて安く購入できる事が最大の利点。
県 中	女性	50歳以上	「アマゾン」や「楽天」などの信頼できるネットショップを利用しています。
県 南	男性	29歳以下	便利だが使いすぎが心配です。
会津・南会津	男性	29歳以下	立地条件の良し悪しに関係なく、豊富な商品を見比べながら選べるのが魅力だと思います。
会津・南会津	男性	50歳以上	本体金額が安いものは、送料の有無を気にしている。
会津・南会津	男性	50歳以上	ネットショッピングは益々広がると思いますが、信用できる良質なネットショップで買物がしたい。
会津・南会津	女性	50歳以上	遠くまで買物に出かけることが難しく、非常に助かっている。実際に目で見て、手に取って確認できないが、便利さを優先させている。
会津・南会津	女性	50歳以上	近所に商店がない為大変便利です。
会津・南会津	女性	50歳以上	1度だけ利用したが発送先が海外（中国）で届くまで1ヵ月近くかかった。とても雑な商品で早々に破損してしまった。それ以来ネットショッピングを利用していない。便利だが日本製でないものも多く、信用できない。
いわき	女性	50歳以上	安い価格で購入したいとネットショッピングを利用しています。ただセキュリティはどのようにすれば最善なのかよくわかりません。信頼のおける有名なネットショップでの購入や専用のクレジットカードによる支払などを行っています。

○「ネットショッピングを利用していない」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	29歳以下	実物がイメージと違う不安がある。
県 北	女性	40歳代	情報流出等含め信用していない。
会津・南会津	男性	50歳以上	インターネットが不得意である。

さいごに

平成28年の「ボーナス受取見込額」は、「変わらない」が全体の約4分の3を占めている。一方で「増える」とする割合が低下し、平成25年の水準を下回った。県民の収入増加に対する期待感の後退ではないのか懸念されるところである。

「今後1年間の暮らし向き」は、「変わらない」

が大勢であり、当面現状維持が続くと考えられる。

県内経済は、復興需要の継続による下支えにより底堅く推移している。企業収益の回復や人手不足を背景とした賃上げが進むことが、ボーナスの増額など収入の増加に繋がり、消費拡大に結び付くか、注目していきたい。

(担当：安藤雅和)