



経営発達支援計画事業
消費者需要動向調査
報 告 書



平成 30 年度

多賀城・七ヶ浜商工会

【目 次】

I. 調査概要	2
II. 調査結果報告	
1. 回答者の属性	
(1) 回答者の居住地	3
(2) 消費生活の中心者の年代	3
(3) 世帯主からみた同居している家族構成	4
(4) 同居している世帯員数	5
2. 地域内消費者のライフスタイルと消費意向	
(1) 節約志向と消費意向	6
(2) 価格と品質の重視度	7
(3) 情報収集と消費意向	8
(4) 消費行動	9
3. 消今後の消費意識・動向	10
4. 1ヶ月の消費金額の割合	11
「調査票」	12

I. 調査概要

1. 調査目的 : 多賀城市・七ヶ浜町の事業者にとって近隣の商圈となる地域を選択し、そこの生活者の消費意識、消費行動について調査し、消費者ニーズを探り今後の施策検討及び地域小規模事業者へ提供する基礎資料とすることを目的としている。
2. 調査対象者 : 多賀城市を中心とする周辺市町の生活者全般のうち、世帯内における消費の中心者。
特に、性・年代、職業別等の割り付けは行わない有意抽出。

多賀城市、七ヶ浜町、仙台市、塩釜市、利府市、その他。
3. 調査数 : 有効回収票数 76 票
4. 調査方法 : 商工会関係者及び、多賀城市内の消費生活関連事業を営む任意の事業者に委託し生活者へのアンケートを依頼・回収。
訪問留置・郵送調査併用。
5. 調査期間 : 平成 30 年 11 月（1 ヶ月間）
6. 調査項目 : ①. 回答者属性
②. ライフスタイルと消費意向
③. 今後の消費意識・動向
④. 1 ヶ月の消費金額の割合
7. その他 : ①. 集計結果にあたっては、回収数を母数（標本内標本）とし地域全体の代表性を表すものではない。
②. 集計時の構成比は小数点以下 2 位を四捨五入しているため合計が必ずしも 100%にはならない（99.9～100.1）場合があるが、表記は 100.0%としている。
③. 報告書作成においては、集計・分析方針を受けて有用と判断されるものを採択し掲載することとする。

II. 調査結果報告

1. 回答者の属性

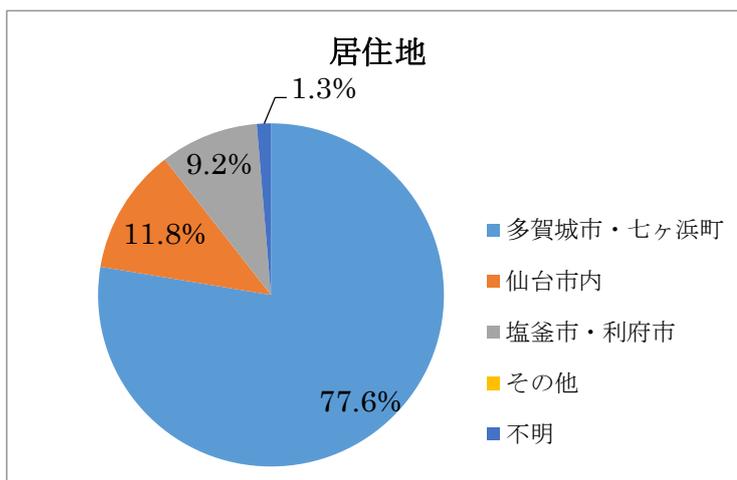
本調査で得られた有効回答票数 76 票の属性ごとの結果は以下の通りである。

(1) 回答者の居住地

調査協力頂いた居住地別では、多賀城市・七ヶ浜が多数を占め全体の 77.6%。

【図表 1-1】

	合計	多賀城市・七ヶ浜町	仙台市内	塩釜市・利府市	その他	不明
調査数	76	59	9	7	0	1
	100.0%	77.6%	11.8%	9.2%	0.0%	1.3%



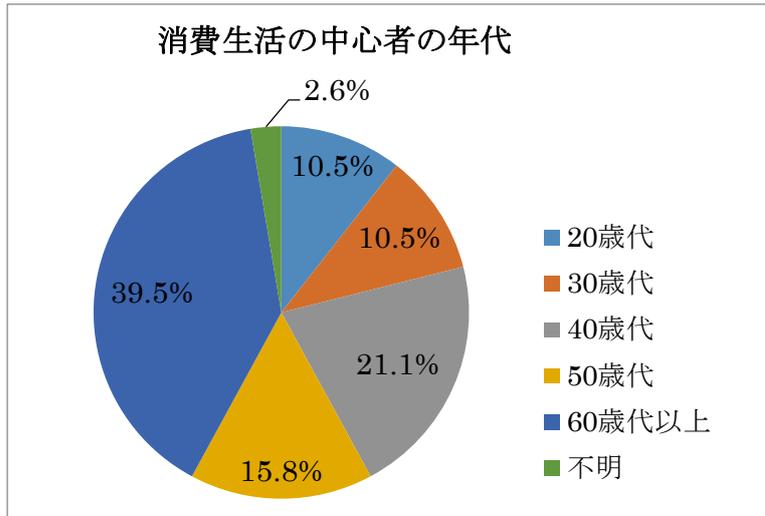
(2) 消費生活の中心者の年代

今回の調査では、消費生活の中心者（買い物をするときの意思決定者）を対象としていることから女性の回答者が多く、合計では 77.9% を占める。

【図表 1-2】

	合計	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代以上	不明
調査数	76	8	8	16	12	30	2
	100.0%	10.5%	10.5%	21.1%	15.8%	39.5%	2.6%

【図表 1-2 続き】

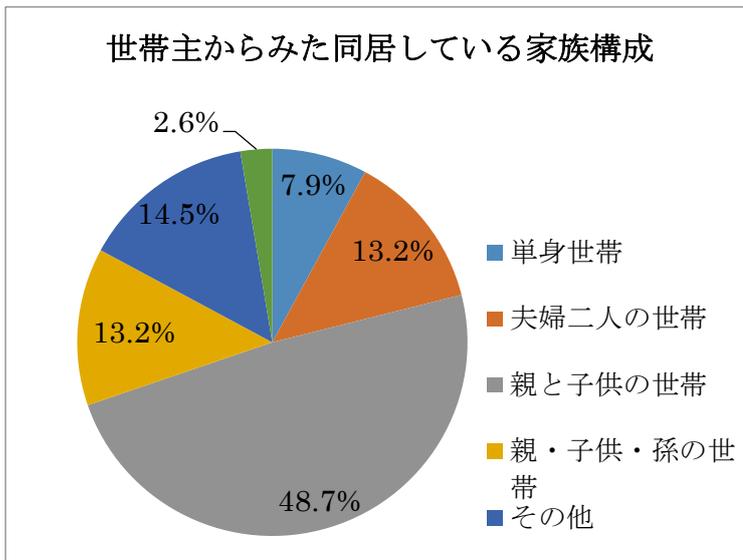


(3) 世帯主からみた同居している家族構成

同居している家族構成では、親と子供の世帯が約半数の 48.7% を占めた。

【図表 1-3】

	合計	単身世帯	夫婦二人の世帯	親と子供の世帯	親・子供・孫の世帯	その他	不明
調査数	76	6	10	37	10	11	2
	100.0%	7.9%	13.2%	48.7%	13.2%	14.5%	2.6%

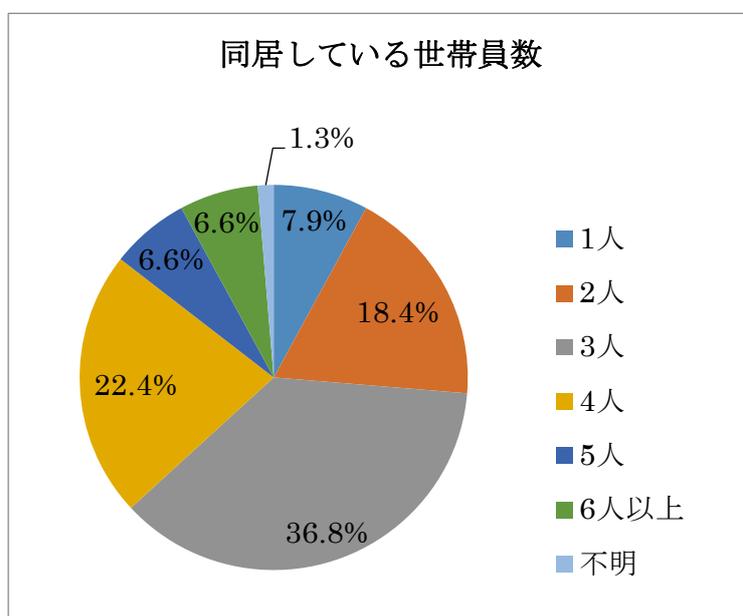


(4) 同居している世帯員数

同居している世帯員数は、3人が最多で36.8%、次いで、4人22.4%、2人18.4%となった。概ね、世帯員数2人～4人が回答者の中心とみられる。

【図表 1-4】

	合計	1人	2人	3人	4人	5人	6人以上	不明
調査数	76	6	14	28	17	5	5	1
	100.0%	7.9%	18.4%	36.8%	22.4%	6.6%	6.6%	1.3%



2. 地域内消費者のライフスタイルと消費意向

地域内消費者のライフスタイルと消費意識を把握し、マーケティング対策の基礎資料とすることを狙いとしている設問である。

選択肢は、概ね対比できる内容について二項択一とし、それぞれどちらの考えに近いかを年代別、家族構成別で分析している。

また、主な設問の意図については以下の通りである。

- (1) 節約志向と消費意向
- (2) 価格と品質の重視度
- (3) 情報収集と消費意向
- (4) 消費行動

(1) 節約志向と消費意向

普段の消費に関して、常に節約を旨とするか、欲しい物があれば高額でも購入するかとの比較である。考え方としては、節約は一般的に心掛けるところであるが、高額品を購入する場合の抵抗感がどの程度あるかをみるための設問である。

結果をみると、年代別、家族構成別の両面からみても高額品でも欲しい物は購入するといった傾向が表れており、消費マインドは比較的高いものと窺える。

【図表 2-1-1】年代別

	合計	A:常に節約志向で無駄な消費はしないようにしている	B:普段は節約しているが欲しい物がある時は多少高額でも思い切って買う	不明
調査数	76 100.0%	23 30.3%	49 64.5%	4 5.3%
20歳代	8 100.0%	1 12.5%	5 62.5%	2 25.0%
30歳代	8 100.0%	3 37.5%	4 50.0%	1 12.5%
40歳代	16 100.0%	4 25.0%	12 75.0%	0 0.0%
50歳代	12 100.0%	2 16.7%	9 75.0%	1 8.3%
60歳代以上	30 100.0%	11 36.7%	19 63.3%	0 0.0%
不明	2 100.0%	2 100.0%	0 0.0%	0 0.0%

【図表 2-1-2】家族構成別

	合計	A常に節約志向で無駄な消費はしないようにしている	B普段は節約しているが欲しい物がある時は多少高額でも思い切って買う	不明
調査数	76 100.0%	23 30.3%	49 64.5%	4 5.3%
単身世帯	6 100.0%	1 16.7%	5 83.3%	0 0.0%
夫婦二人の世帯	10 100.0%	3 30.0%	7 70.0%	0 0.0%
親と子供の世帯	37 100.0%	13 35.1%	23 62.2%	1 2.7%
親・子供・孫の世帯	10 100.0%	2 20.0%	6 60.0%	2 20.0%
その他	11 100.0%	3 27.3%	8 72.7%	0 0.0%
不明	2 100.0%	1 50.0%	0 0.0%	1 50.0%

(2) 価格と品質の重視度

消費において価格重視か品質重視かの比較をみるための設問である。

結果をみると、年代別では、30歳代以下は価格重視の傾向がみられ、40歳代以上では品質重視の傾向がみられる。また、家族構成別では、全体的に品質重視の傾向となっている。

消費性向の違いが影響するところもあるが、相対的には品質重視の傾向が高いものと窺える。

【図表 2-2-1】年代別

	合計	A: 常にお買い得品を探して 買い物をしている	B: 多少価格が高くとも品質を 重視して買い物をしている	不明
調査数	76	27	45	4
	100.0%	35.5%	59.2%	5.3%
20歳代	8	4	2	2
	100.0%	50.0%	25.0%	25.0%
30歳代	8	4	3	1
	100.0%	50.0%	37.5%	12.5%
40歳代	16	5	11	0
	100.0%	31.3%	68.8%	0.0%
50歳代	12	2	9	1
	100.0%	16.7%	75.0%	8.3%
60歳代以上	30	11	19	0
	100.0%	36.7%	63.3%	0.0%
不明	2	1	1	0
	100.0%	50.0%	50.0%	0.0%

【図表 2-2-2】家族構成別

	合計	A: 常にお買い得品を探して 買い物をしている	B: 多少価格が高くとも品質を 重視して買い物をしている	不明
調査数	76	27	45	4
	100.0%	35.5%	59.2%	5.3%
単身世帯	6	3	3	0
	100.0%	50.0%	50.0%	0.0%
夫婦二人の世帯	10	3	7	0
	100.0%	30.0%	70.0%	0.0%
親と子供の世帯	37	14	22	1
	100.0%	37.8%	59.5%	2.7%
親・子供・孫の世帯	10	2	6	2
	100.0%	20.0%	60.0%	20.0%
その他	11	5	6	0
	100.0%	45.5%	54.5%	0.0%
不明	2	0	1	1
	100.0%	0.0%	50.0%	50.0%

(3) 情報収集と消費意向

普段の消費に関して、事前の情報収集を重視するか、現場の状況をみて消費判断をするかとの比較である。考え方としては、今日の消費の在り方についてどの程度の変化がみられるかを探る設問である。

結果をみると、年代別では、20歳代は情報収集が優先され、30歳代、40歳代では情報収集する層と現場をみて判断する層とがおおよそ半々、そして50歳代以上では現場で判断するとの傾向がみられた。また、家族構成別では、全体的に現場の状況をみて消費判断をする傾向が高く見られた。特に、単身世帯はその傾向が強いようである。

【図表 2-3-1】年代別

	合計	A: 事前にチラシやCM、口コミなどで情報を集めてから買い物をする	B: 事前に多少の情報は集めるが、それよりも商品・サービスの内容をみて買い物をする	不明
調査数	76	28	44	4
	100.0%	36.8%	57.9%	5.3%
20歳代	8	5	1	2
	100.0%	62.5%	12.5%	25.0%
30歳代	8	3	4	1
	100.0%	37.5%	50.0%	12.5%
40歳代	16	8	8	0
	100.0%	50.0%	50.0%	0.0%
50歳代	12	1	10	1
	100.0%	8.3%	83.3%	8.3%
60歳代以上	30	10	20	0
	100.0%	33.3%	66.7%	0.0%
不明	2	1	1	0
	100.0%	50.0%	50.0%	0.0%

【図表 2-3-2】家族構成別

	合計	A: 事前にチラシやCM、口コミなどで情報を集めてから買い物をする	B: 事前に多少の情報は集めるが、それよりも商品・サービスの内容をみて買い物をする	不明
調査数	76	28	44	4
	100.0%	36.8%	57.9%	5.3%
単身世帯	6	1	5	0
	100.0%	16.7%	83.3%	0.0%
夫婦二人の世帯	10	4	6	0
	100.0%	40.0%	60.0%	0.0%
親と子供の世帯	37	14	22	1
	100.0%	37.8%	59.5%	2.7%
親・子供・孫の世帯	10	3	5	2
	100.0%	30.0%	50.0%	20.0%
その他	11	6	5	0
	100.0%	54.5%	45.5%	0.0%
不明	2	0	1	1
	100.0%	0.0%	50.0%	50.0%

(4) 消費行動

近年の流通事情の変化を鑑み、消費行動について比較している設問である。

結果をみると、年代別では、20歳代と60歳代以上にそれぞれ異なった傾向がみられ、20歳代はインターネット、通信販売による消費が増えており、60歳代以上では、従来通りお店での消費が中心となっている。その他の年代では特徴的な傾向はみられない。また、家族構成別では、単身世帯、夫婦二人の世帯において、インターネット、通信販売による消費が増えている。

【図表 2-4-1】年代別

	合計	A: 最近インターネット・通信販売による消費が増えた	B: 従来通りお店での消費が中心である	不明
調査数	76	31	40	5
	100.0%	40.8%	52.6%	6.6%
20歳代	8	5	1	2
	100.0%	62.5%	12.5%	25.0%
30歳代	8	3	4	1
	100.0%	37.5%	50.0%	12.5%
40歳代	16	7	9	0
	100.0%	43.8%	56.3%	0.0%
50歳代	12	7	4	1
	100.0%	58.3%	33.3%	8.3%
60歳代以上	30	8	21	1
	100.0%	26.7%	70.0%	3.3%
不明	2	1	1	0
	100.0%	50.0%	50.0%	0.0%

【図表 2-4-2】家族構成別

	合計	A: 最近インターネット・通信販売による消費が増えた	B: 従来通りお店での消費が中心である	不明
調査数	76	31	40	5
	100.0%	40.8%	52.6%	6.6%
単身世帯	6	3	3	0
	100.0%	50.0%	50.0%	0.0%
夫婦二人の世帯	10	6	4	0
	100.0%	60.0%	40.0%	0.0%
親と子供の世帯	37	14	22	1
	100.0%	37.8%	59.5%	2.7%
親・子供・孫の世帯	10	2	6	2
	100.0%	20.0%	60.0%	20.0%
その他	11	6	4	1
	100.0%	54.5%	36.4%	9.1%
不明	2	0	1	1
	100.0%	0.0%	50.0%	50.0%

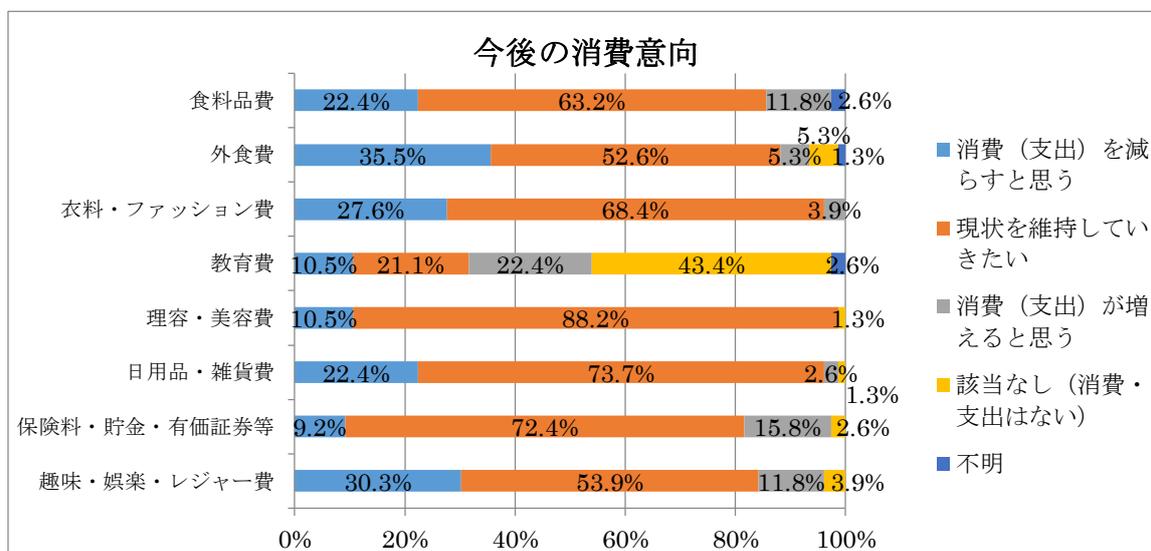
3. 今後の消費意識・動向

主な消費生活の動向について、以下の8品目について今後の消費意識をまとめた表が【表3】である。

おおよその品目で、現状を維持していきたいという回答が多くを占めているが、外食費や趣味・娯楽・レジャー費については今後支出を減らすといった意識もみられる。また、教育費については子供がいる世帯が該当するが、今後支出が増えるとの意識が相対的には高かった。なお、今回の調査対象者の中では、教育費は該当しないとの回答も半数近くあった。

【図表3】

	合計	減消費 らすと 思う	い現 状況を 維持し て	増消費 えると 思う	い費該 当なし は消	不明
食料品費	76	17	48	9	0	2
	100.0%	22.4%	63.2%	11.8%	0.0%	2.6%
外食費	76	27	40	4	4	1
	100.0%	35.5%	52.6%	5.3%	5.3%	1.3%
衣料・ファッション費	76	21	52	3	0	0
	100.0%	27.6%	68.4%	3.9%	0.0%	0.0%
教育費	76	8	16	17	33	2
	100.0%	10.5%	21.1%	22.4%	43.4%	2.6%
理容・美容費	76	8	67	0	1	0
	100.0%	10.5%	88.2%	0.0%	1.3%	0.0%
日用品・雑貨費	76	17	56	2	1	0
	100.0%	22.4%	73.7%	2.6%	1.3%	0.0%
保険料・貯金・有価証券等	76	7	55	12	2	0
	100.0%	9.2%	72.4%	15.8%	2.6%	0.0%
趣味・娯楽・レジャー費	76	23	41	9	3	0
	100.0%	30.3%	53.9%	11.8%	3.9%	0.0%



4. 1ヶ月の消費金額の割合

【図表 4-1】は、①～⑨の項目について、それぞれ1ヶ月にどの程度の割合で消費しているかを伺い、その平均値を算出したものである。【図表 4-2】の世帯年収と併せて消費事情を参照。

結果をみると、①食料品の割合が最も高く31.6%、次いで、⑦保険料・貯金・レジャー費13.0%、⑥日用品・雑貨費10.5%等となった。

また、今回の調査対象者のおおよその世帯年収は、300～500万円未満が50%と最も多く、300万円未満と合わせると世帯収入500万円未満の世帯が約60%になる。

そこで、エンゲル係数をみてみると40.2%になり、全国と比較（2017年25.5%）すると高めの傾向が見られた。

（※エンゲル係数＝収入における食費の割合。ここでは①食料品費+②外食費。）

（※全国のエンゲル係数（総世帯統計：総務省家計調査）＝2017年25.5%、2016年25.7%、2015年25.0%等 年々エンゲル係数は高くなってきている。）

【図表 4-1】 1ヶ月の消費金額の割合

費 目	平均値
①. 食料品費	31.6%
②. 外食費	8.6%
③. 衣料・ファッション費	8.9%
④. 教育費※	4.5%
⑤. 理容・美容費	5.3%
⑥. 日用品・雑貨費	10.5%
⑦. 保険料・貯金・有価証券等	13.0%
⑧. 趣味・娯楽・レジャー費	8.0%
⑨. その他	9.5%
①～⑨の合計	100%

※④教育費は子供がいる世帯が対象。

【図表 4-2】 世帯年収

合計	300万円未満	300万円～499万円	500万円～699万円	700万円～899万円	900万円～1,099万円	1,100万円～1,499万円	1,500万円以上	不明
76	7	38	13	7	4	4	3	
100.0%	9.2%	50.0%	17.1%	9.2%	5.3%	5.3%	3.9%	

以上

質問5. お宅様では、以下の項目の今後の消費（支出）についてどのようにお考えですか。

①～⑧の品目ごと、それぞれに1つ○をつけてください。

全ての項目で1つずつ○をつけて下さい

消費（支出）意向 消費（支出）品目	減らすと思う	現状を維持して いきたい	消費（支出）が 増えると思う	該当なし（消 費・支出はない）
	回 答 欄			※
①. 食料品	1	2	3	4
②. 外食費	1	2	3	4
③. 衣料・ファッション費	1	2	3	4
④. 教育費	1	2	3	4
⑤. 理容・美容費	1	2	3	4
⑥. 日用品・雑貨費	1	2	3	4
⑦. 保険料・貯金・有価証券等	1	2	3	4
⑧. 趣味・娯楽・レジャー費	1	2	3	4

質問6. お宅様では、以下の項目の1ヶ月の収入に対する消費割合は、おおよそどのくらいでしょうか。①～⑨の項目の合計が100%になるようご記入ください。

費 目	回答欄 (%)	記入例
①. 食料品費	%	31%
②. 外食費	%	10%
③. 衣料・ファッション費	%	14%
④. 教育費	%	13%
⑤. 理容・美容費	%	6%
⑥. 日用品・雑貨費	%	12%
⑦. 保険料・貯金・有価証券等	%	9%
⑧. 趣味・娯楽・レジャー費	%	3%
⑨. その他	%	2%
①～⑨の合計	100%	100%

※該当しない項目には「0」をご記入ください。

質問7. 誠に恐縮ですが、お宅様のおおよその世帯年収をお知らせください。（1つに○）

1. 300万円未満 2. 300～500万円未満 3. 500～700万円未満
4. 700～1000万円未満 5. 1000～1500万円未満 6. 1500万円以上