令和3年度 「秋田市内経済動向調査」 報告書_(詳細版)

2021年10月

一般財団法人 秋田経済研究所

目 次

1	調査の概要	• • •	1
2	直近の生活パターンについて		2
3	過ごし方の変化について		4
4	小売・生活関連サービスについて		1
5	家計の支出について		1
6	まとめ		2
7	秋田市内経済動向調査票		2.
(注)図表中の数字は、表示単位未満四捨五入により合計値と一致しない場	易合があ	ある。

1 調査の概要

(1) 調査の目的

管内における「人の動き」、「人気商品・サービス」、「トレンド」、「平均購入額」等を把握し、小規模事業者の支援に活用するため。

(2) 調査の項目

- a 直近の生活パターンについて
- b 過ごし方の変化について
- c 小売・生活関連サービスについて
- d 家計の支出について

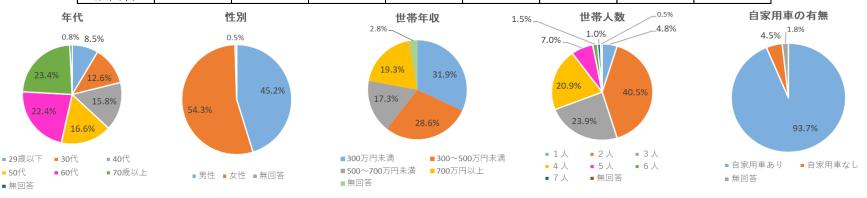
(3) 調査要領

- a 調査対象: 秋田市内に居住する満18歳以上の男女1,000人
- b 抽出方法: 秋田市の選挙人名簿からの層化抽出法
- c 調査方法:郵送による調査票の配布および回収
- d 調査期間:2021年9月11日(土)~10月8日(金)
- e 回答状況:有効回答398人(回答率39.8%)
- f 調查委託機関:一般財団法人 秋田経済研究所

(4) 回答者の内訳

性別および年齢階層

	29歳以下	30代	40代	50代	60代	70歳以上	無回答	合計
合計	34	50	63	66	89	93	3	398
男性	14	21	25	37	38	45	0	180
女性	20	29	38	29	51	48	1	216
無回答	0	0	0	0	0	0	2	2



2 直近の生活パターンについて

(1) 平日(9月8日(水))の生活パターン

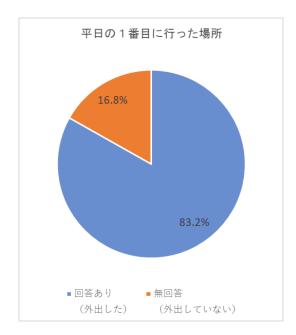
平日に行った場所のうち、全体の上位5か所は図表1のとおり。

全体では、平日に行った場所は「勤務先」、「スーパー」が10%以上であるが、その他は3%未満となっている。

また、平日の1番目に行った場所が「無回答」(外出していないものと推定)の割合は、全体では16.8%であり、このうち70歳以上が36.6%となっている。

図表1 平日に行った場所(1~3番目の合計)の上位5か所

		勤務先	スーパー	学校・幼稚 園・保育園	病院・診療 所・整体院 など	コンビニエ ンスストア
	全体	17. 6	10. 4	2. 9	2. 4	1. 6
年齢	29歳以下	21.6	6.9	8. 8	0.0	0. 0
	30代	26. 7	9. 3	8. 0	0. 7	0. 7
	40代	23. 3	10. 1	2. 6	4. 8	2. 1
	50代	25. 3	10. 1	2. 5	2. 0	3. 0
	60代	13. 1	11. 2	0. 4	2. 6	2. 6
	70歳以上	6. 5	11.8	1. 1	2. 9	0. 4
性別	男性	21.5	5. 9	2. 2	2. 0	2. 4
	女性	14. 4	14.0	3. 5	2. 8	0. 9
年収	300万円未満	10. 2	10. 8	0. 5	2. 9	1. 6
	300~500万円未満	19. 6	10. 2	4. 7	1. 5	1. 5
	500~700万円未満	19.8	11. 6	3. 9	3. 4	1. 0
	700万円以上	26. 0	8. 2	3. 5	2. 2	2. 6



(注)「自宅」と「その他」を除く

(2) 休日(9月12日(日))の生活パターン

休日に行った場所のうち、全体の上位5か所は図表2のとおり。

全体では、休日に行った場所は「スーパー」が10%以上であるが、その他は4%未満となっている。

また、休日の1番目に行った場所が「無回答」(外出していないものと推定)の割合は、全体では25.9%であり、このうち70歳以上が40.9%となっている。

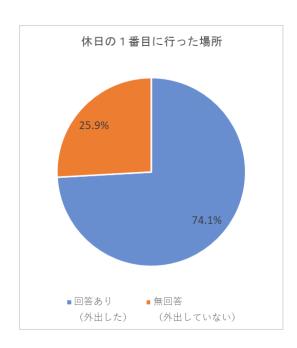
比較できる過去のデータがないためあくまで推察であるが、調査両日ともに、秋田県の新型コロナウイルスに対する感染警戒 レベルが5段階中4とされていた期間にあたるため、外出を必要最小限にとどめていた人が多かった可能性が考えられる。

特に高齢層では、外出自体を控えた人が多かった可能性がある。

図表2 休日に行った場所(1~3番目の合計)の上位5か所

		スーパー		公園・緑 地・海・ 山・川	勤務先	飲食店
	全体	12. 3	3. 7	3. 4	3. 0	2. 9
年齢	29歳以下	11.8	3. 9	2. 0	2.0	4. 9
	30代	15. 3	2.7	4.7	4.7	5. 3
	40代	13. 2	6. 3	3. 7	4. 8	5. 3
	50代	13. 6	4. 5	3. 5	4. 5	3. 0
	60代	12. 7	2. 6	3. 4	2. 2	1. 5
	70歳以上	9. 0	2. 9	2. 9	0. 7	0. 7
性別	男性	9. 6	3. 9	5. 4	3. 3	3. 5
	女性	14. 5	3. 5	1. 7	2. 6	2. 5
年収	300万円未満	12. 3	2. 4	2. 9	2. 4	0. 5
	300~500万円未満	10. 2	3. 5	3. 5	2.3	4. 4
	500~700万円未満	14. 5	6.3	5. 8	5. 3	2. 9
	700万円以上	13. 9	3. 5	2. 2	3.0	5. 2





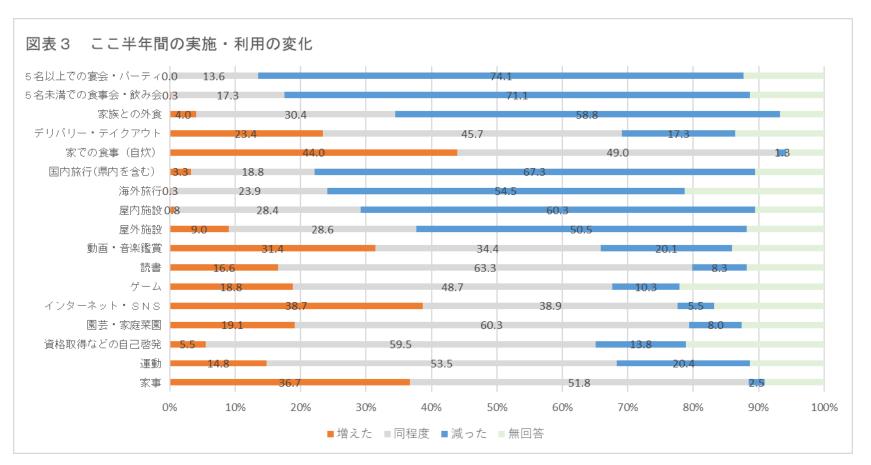
3 過ごし方の変化について

(1) 2020年10月~2021年3月と比較した、ここ半年間の実施・利用の増減

全体の割合は図表3のとおり。

全体では、「増えた」とした割合が高いのは「家での食事(自炊)」(44.0%)、「インターネット・SNS」(38.7%)、「家事」(36.7%)となっている。「減った」とした割合が高いのは「5名以上での宴会・パーティ」(74.1%)、「5名未満での食事会・飲み会」(71.1%)、「国内旅行(県内を含む)」(67.3%)となっている。

年代別では、「デリバリー・テイクアウト」、「動画・音楽鑑賞」、「ゲーム」は50代以下で「増えた」とする割合が高いが、60代以上では「減った」とする割合が高くなっている。



(2) 今後半年間で実施・利用が「増えそうな項目」、「減りそうな項目」(3つ以内)

今後半年間で実施・利用が「増えそうな項目」と「減りそうな項目」のうち、全体の上位5項目は図表4のとおり。

「増えそうな項目」では、「家での食事(自炊)」が全体で23.6%と最も高くなっている。「減りそうな項目」では「5名以上での宴会・パーティ」が全体で38.4%と最も高くなっており、大人数での会食への警戒感は当面残るものと考えられる。

また、「国内旅行(県内を含む)」、「家族との外食」は、「増えそうな項目」および「減りそうな項目」の両方で上位となっている。

図表4以外の項目では、30代以下で「ゲーム」、50代以下で「動画・音楽鑑賞」、「インターネット・SNS」が「増えそうな項目」としている割合が高くなっている。

図表 4 今後半年間で実施・利用が増えそうな項目、減りそうな項目の上位5項目

			± ₁	曽えそうな項目				'n	載りそうな項E		
		家での食事 (自炊)	国内旅行(県 内を含む)	家事	家族との外 食	デリバ リー・テイ クアウト	5名以上で の宴会・ パーティ	国内旅行(県内を含む)	5名未満で の食事会・ 飲み会	海外旅行	家族との外 食
	全体	23. 6	21.6	21. 1	19. 3	17. 6	38. 4	27. 9	23. 4	21. 9	14. 6
年齢	29歳以下	14. 7	20. 6	20. 6	11.8	32. 4	47. 1	47. 1	29. 4	32. 4	20. 6
	30代	28. 0	18. 0	20. 0	6. 0	30.0	54. 0	26. 0	32. 0	20. 0	20. 0
	40代	23. 8	15. 9	14. 3	17. 5	22. 2	41. 3	25. 4	28. 6	22. 2	9. 5
	50代	27. 3	21. 2	19. 7	28. 8	18. 2	48. 5	25. 8	24. 2	28. 8	13. 6
	60代	24. 7	30. 3	28. 1	19. 1	13. 5	32. 6	24. 7	20. 2	18. 0	14. 6
	70歳以上	20. 4	20. 4	21.5	24. 7	6. 5	23. 7	26. 9	14. 0	18. 3	12. 9
性別	男性	18. 9	22. 8	17. 2	23. 3	17. 2	36.7	24. 4	21. 7	22. 2	15. 6
	女性	27. 8	20. 8	24. 5	16. 2	18. 1	40. 3	30. 6	24. 5	21.8	13. 4
年収	300万円未満	29. 1	16. 5	24. 4	17. 3	10. 2	34. 6	28. 3	24. 4	22. 0	18. 1
	300~500万円未満	21. 9	21. 1	25. 4	20. 2	14. 9	35. 1	23. 7	22. 8	19.3	14. 0
	500~700万円未満	31.9	21. 7	17. 4	18.8	31. 9	52. 2	31.9	29. 0	23. 2	10. 1
	700万円以上	10. 4	31. 2	11. 7	22. 1	20. 8	40. 3	27. 3	18. 2	22. 1	11. 7

(3) 5名以上での宴会・パーティを行った場所

5名以上での宴会・パーティを行った場所、許容できる負担金額は図表5のとおり。 全体では、「していない」が63.3%と最も高く、年代別でも全年代で5割超となっている。 また、宴会・パーティを行った場合の場所では、「飲食店」が全体で14.1%と最も高い。

(4) 5名以上での宴会・パーティで許容できる負担金額

全体では、「3,000円~5,000円未満」が50.0%と最も高く、年代別でも全年代で最も高くなっている。 また、男女別の比較では、男女とも「3,000円~5,000円未満」が最も高くなっているが、次に高い項目を見ると、女性は「3,000円未満」に下がる一方、男性は「5,000円~8,000円未満」と上がっている。

図表5 5名以上での宴会・パーティを行った場所、許容できる負担金額(一人当たり)

				í	行った場所	听				許	容できる負担	1金額	
		飲食店	ホテル	屋外	自宅	知人宅	その他	していな い	3,000円未満		5,000円~ 8,000円未満	8,000円~ 10,000円未満	10,000円以上
	全体	14. 1	3.8	1. 3	5. 5	1.8	1. 3	63. 3	17. 8	50.0	18. 1	3. 5	1. 3
年齢	29歳以下	14. 7	5. 9	0.0	0.0	0.0	0.0	73. 5	26. 5	44. 1	17. 6	0.0	2. 9
	30代	16.0	0.0	0.0	14. 0	2. 0	2. 0	64. 0	12. 0	58. 0	26. 0	0.0	2. 0
	40代	14. 3	4. 8	3. 2	6. 3	1.6	1.6	61.9	17. 5	41. 3	27. 0	7. 9	1. 6
	50代	6. 1	4. 5	1. 5	1. 5	1.5	0.0	80. 3	12. 1	59. 1	15. 2	3. 0	3.0
	60代	16. 9	2. 2	1. 1	5. 6	2. 2	3. 4	60. 7	20. 2	50. 6	22. 5	2. 2	0.0
	70歳以上	15. 1	5. 4	1.1	5. 4	2. 2	0.0	52. 7	19. 4	48. 4	6. 5	5. 4	0.0
性別	男性	17. 8	3. 9	1. 1	5. 6	2. 8	0.6	60. 0	13. 9	47. 8	20. 6	3. 9	1. 7
	女性	10.6	3. 7	1.4	5. 6	0. 9	1.9	66. 7	21. 3	52. 3	16. 2	3. 2	0.9
年収	300万円未満	17. 3	2. 4	1.6	5. 5	1.6	0.8	56. 7	25. 2	51. 2	9. 4	1. 6	0.0
	300~500万円未満	15. 8	5. 3	0. 9	5. 3	0.9	3. 5	64. 0	24. 6	49. 1	14. 9	6. 1	0.9
	500~700万円未満	7. 2	5.8	1. 4	7. 2	1.4	0.0	69. 6	5. 8	55. 1	29. 0	0.0	4. 3
	700万円以上	13. 0	2. 6	1. 3	5. 2	2. 6	0.0	67. 5	5. 2	49. 4	28. 6	5. 2	1. 3

(5) 5名未満での食事会・飲み会を行った場所

5名未満での食事会・飲み会を行った場所、許容できる負担金額は図表6のとおり。

全体では、「していない」が40.2%と最も高いが、前項(3)と比較して全年代で「していない」とした割合は低くなっている。

また、年代別では、60代で「飲食店」に行った割合が42.7%と、「していない」の34.8%よりも高くなっている。

(6) 5名未満での食事会・飲み会で許容できる負担金額

全体では、「3,000円~5,000円未満」が43.2%と最も高いが、年代別では70歳以上、世帯年収別では300万円未満で「3,000円未満」が最も高くなっている。

図表6 5名未満での食事会・飲み会を行った場所、許容できる負担金額(一人当たり)

				í	行った場所	听				許	容できる負担	金額	
		飲食店	ホテル	屋外	自宅	知人宅	その他	していな い		3,000円~ 5,000円未満	,	8,000円~ 10,000円未満	10,000円以上
	全体	32. 4	1.0	1.0	12. 8	3. 3	0. 3	40. 2	29. 4	43. 2	14. 1	3. 5	1. 0
年齢	29歳以下	26. 5	0.0	2. 9	23. 5	2. 9	0.0	38. 2	29. 4	38. 2	17. 6	2. 9	2. 9
	30代	30.0	0.0	0.0	16.0	4. 0	0.0	48. 0	18. 0	60. 0	16.0	2. 0	2. 0
	40代	28. 6	0.0	1.6	15. 9	3. 2	0.0	44. 4	23. 8	44. 4	22. 2	3. 2	1. 6
	50代	31.8	0.0	0.0	7. 6	1. 5	0.0	54. 5	24. 2	47. 0	18. 2	4. 5	1. 5
	60代	42. 7	1. 1	2. 2	7. 9	4. 5	0.0	34. 8	36.0	42. 7	12. 4	4. 5	0.0
	70歳以上	29. 0	3. 2	0.0	14. 0	3. 2	1.1	30. 1	36.6	34. 4	5. 4	3. 2	0.0
性別	男性	36.7	1.1	1.1	10.0	3. 9	0.6	37. 8	22. 8	42. 2	18. 3	3. 9	1. 7
	女性	28. 7	0.9	0. 9	15. 3	2. 8	0.0	42. 6	35. 2	44. 4	10. 6	3. 2	0. 5
年収	300万円未満	32. 3	0.8	0.8	13. 4	3. 9	0.8	33. 9	42. 5	37. 0	7. 1	1. 6	0.0
	300~500万円未満	36.0	2. 6	0. 9	15. 8	2. 6	0.0	36.8	32. 5	48. 2	8. 8	4. 4	0. 9
	500~700万円未満	27. 5	0.0	1.4	11. 6	2. 9	0.0	49. 3	15. 9	50. 7	21. 7	4. 3	2. 9
	700万円以上	35. 1	0.0	1. 3	9. 1	2. 6	0.0	45. 5	14. 3	44. 2	27. 3	3. 9	1. 3

(7) 家族との外食で最も多く行った場所

家族との外食で最も多く行った場所、許容できる負担金額は図表7のとおり。

全体では、「飲食店」が68.3%と最も高く、年代別でも全年代で5割超となっている。

年代別では、60代以上で「していない」の割合が他年代に比べて高くなっているが、前項(3)および(5)で「していない」とした60代以上の割合は他年代に比べて低いことから、高齢層はコロナ禍に関わらず、家族との外食機会が少ない可能性が考えられる。

(8) 家族との外食で許容できる負担金額

全体では、「3,000円未満」が55.0%と最も高く、年代別でも全年代で最も高くなっている。

図表7 家族との外食で最も多く行った場所、許容できる負担金額(一人当たり)

				最も多く行	テった場所				許	容できる負担	 !金額	
		飲食店	ホテル	大型商業 施設	屋外	その他	していな い	3,000円未満		,	8,000円~ 10,000円未満	10,000円以上
	全体	68. 3	1.3	4. 3	1.0	2. 0	19. 3	55. 0	27. 6	7. 3	3. 3	1.0
年齢	29歳以下	67. 6	0.0	8.8	0.0	0.0	17. 6	58.8	29. 4	0.0	5. 9	0.0
	30代	84. (0.0	6.0	0.0	0.0	10.0	70. 0	24. 0	4. 0	0.0	0.0
	40代	79. 4	0.0	4. 8	4. 8	0.0	9. 5	50. 8	33. 3	11. 1	1. 6	1. 6
	50代	71. 2	0.0	6.1	1.5	3. 0	16.7	59. 1	24. 2	9. 1	3. 0	3.0
	60代	66. 3	2. 2	0.0	0.0	1. 1	27. 0	46. 1	36.0	10. 1	4. 5	1. 1
	70歳以上	53. 8	3. 2	4. 3	0.0	5. 4	25. 8	54. 8	19. 4	5. 4	4. 3	0.0
性別	男性	67. 2	1. 7	2.8	0.6	3. 9	19.4	53.3	27. 8	6. 7	3. 3	1.7
	女性	69. 4	0.9	5. 6	1.4	0. 5	19. 4	56.9	27. 3	7. 9	3. 2	0. 5
年収	300万円未満	63.8	1. 6	4. 7	0.0	1.6	26. 0	61. 4	23. 6	5. 5	2. 4	0.0
	300~500万円未満	70. 2	0.9	4. 4	0.9	1.8	18. 4	55. 3	31.6	3. 5	4. 4	0.0
	500~700万円未満	73. 9	0.0	4. 3	4. 3	0.0	13. 0	62. 3	18.8	10. 1	2. 9	1.4
	700万円以上	71. 4	1.3	2. 6	0.0	3.9	18. 2	40. 3	35. 1	13. 0	3.9	3.9

(9) 国内旅行で行った場所

国内旅行で行った場所、許容できる負担金額は図表8のとおり。

全体では、「していない」が45.7%と最も高いが、年代別では、30代と50代で5割超となっている。

国内旅行で行った場所では、「秋田県内」が全体で42.7%と最も高く、年代別でも全年代で最も高くなっている。県外にあたる「東北」、「その他」へ行った割合は、50代と60代が他年代に比べ高くなっている。

(10) 国内旅行で許容できる負担金額

全体では、「10,000円~30,000円未満」が52.0%と最も高く、年代別でも全年代で最も高くなっている。

図表8 国内旅行で行った場所、許容できる負担金額(一人当たり)

				行った場所				許容できん	る負担金額	
		秋田市内	秋田県内	東北	その他	していない	10,000円未満	10,000円~ 30,000円未満	30,000円~ 50,000円未満	50,000円以上
	全体	8. 5	42. 7	6. 3	3. 5	45. 7	23. 1	52. 0	13. 1	4. 8
年齢	29歳以下	14. 7	44. 1	8.8	0.0	44. 1	26. 5	47. 1	11.8	8.8
	30代	14. 0	42. 0	0.0	2. 0	54.0	22. 0	50. 0	20. 0	6. 0
	40代	7. 9	42. 9	3. 2	1. 6	47. 6	22. 2	55. 6	12. 7	3. 2
	50代	1. 5	34. 8	6. 1	10. 6	53.0	24. 2	48. 5	16. 7	7. 6
	60代	7. 9	50. 6	11. 2	4. 5	41.6	19. 1	61.8	12. 4	4. 5
	70歳以上	9. 7	41. 9	6.5	1. 1	38. 7	25. 8	47. 3	8. 6	2. 2
性別	男性	10.0	43. 9	7. 2	3. 9	41.7	23. 3	49. 4	13. 9	3. 9
	女性	7. 4	42. 1	5. 6	3. 2	49. 1	23. 1	54. 6	12. 5	5. 6
年収	300万円未満	9. 4	40. 2	3. 1	3. 1	45. 7	30. 7	49. 6	9. 4	1. 6
	300~500万円未満	11. 4	43. 0	8.8	2. 6	46. 5	21. 9	50.0	18. 4	3. 5
	500~700万円未満	5. 8	40. 6	1. 4	5. 8	49.3	20. 3	56.5	11. 6	5. 8
	700万円以上	6. 5	49. 4	13.0	3.9	41.6	14. 3	55.8	14. 3	11. 7

4 小売・生活関連サービスについて

(1) ここ半年間(2021年4月~9月)に一度でも利用した場所・施設等(複数回答)

ここ半年間に一度でも利用した場所・施設等のうち、全体の10%以上が利用した場所・施設等は図表9のとおり。

全体では、日用品の購入等で身近な「コンビニエンスストア」が84.9%と最も高く、次いで「ドラッグストア」(80.9%)、「ホームセンター」(78.9%)、社会的な生活を維持する上で欠かせないと思料される「理髪店・美容室」(78.6%)、「衣料品店」(59.0%)の順となっている。

「ホームセンター」については、住宅関連設備を充実させたいという、コロナ禍における巣ごもり需要の高まりが影響した可能性も考えられる。

年代別では、「ファーストフード店」、「ネット通販」、「公園・遊園地」、「動物園・植物園・水族館」は低い年代の割合が全体よりも高くなっている一方、「鮮魚販売店」、「果物販売店」は高い年代の割合が全体よりも高くなっている。

図表 9 ここ半年間に一度でも利用した場所・施設等のうち、全体の10%以上が利用した場所・施設等

		コンビニ	, , , ,	ホームセ		衣料品店	パン屋	書店	和洋菓子	ファース		酒店			食器・雑
		エンスス	ストア	ンター	美容室				店	トフード	販		園地	ング店	貨店
		トア								店					
	全体	84. 9	80. 9	78. 9	78. 6	59. 0	52. 3	52. 0	50.0	47.7	44. 0	40. 5	39. 2	37. 4	33. 7
年齢	29歳以下	94. 1	88. 2	61.8	91. 2	70.6	47. 1	58.8	52. 9	85. 3	67. 6	29. 4	55. 9	29.4	35. 3
	30代	90. 0	90. 0	78.0	84. 0	64.0	60.0		52. 0	80.0	72. 0	42.0	58. 0	32.0	
	40代	92. 1	88. 9	84. 1	81.0	57. 1	49. 2	58. 7	49. 2	68.3	63.5	49. 2	39.7	44. 4	36. 5
	50代	83. 3	81.8	80.3	68. 2	57. 6	50.0	59. 1	53.0	51. 5	51.5	33. 3	31.8	40.9	30. 3
	60代	84. 3	79.8	82.0	78.7	61.8	60. 7	48. 3	51.7	30.3	31.5	44. 9	34.8	43.8	27. 0
	70歳以上	76. 3	69.9	77.4	76.3	51.6	45. 2	41. 9	43.0	17. 2	15. 1	38.7	32. 3	31.2	28. 0
性別	男性	83. 3	74. 4	79.4	76.7	48. 9	38. 9	49. 4	37. 2	41.1	38. 9	47. 8	41.7	30.0	24. 4
	女性	86. 1	86.6	78. 2	80. 1	67. 1	63. 4	53. 7	60. 2	53. 2	48. 6	34. 3	37.0	44.0	41. 2
年収	300万円未満	78. 7	77. 2	77. 2	70. 9	55. 1	50. 4	47. 2	50. 4	34. 6	24. 4	33. 9	29. 9	30.7	26.8
	300~500万円未満	86.8	80.7	79.8	78. 9	58.8	47. 4	48. 2	46. 5	47. 4	46. 5	37.7	41. 2	28. 9	35. 1
	500~700万円未満	82. 6	84. 1	76.8	81. 2	59.4	58. 0	52. 2	53. 6	65. 2	63.8	42. 0	50.7	42.0	31. 9
	700万円以上	94.8	87. 0	81.8	88. 3	62.3	58. 4	64. 9	49. 4	57. 1	58. 4	54. 5		57. 1	42. 9

														<u>. 里位:%)</u>
		精肉販売 店		温泉・サ ウナ	文具店	鮮魚販売 店	果物販売 店	体育館・ 球場・	動物園・ 植物園・			博物館・ 美術館	図書館	映画館
		<i>,</i> L	/13 HH /LI	, ,		<i>,</i> L			水族館	,L	20.70	X11740		
	全体	32.7	31. 2	30. 2	28. 9	26. 6	24. 9	24. 1	23. 1	18.8	17. 8	17. 6	17. 3	16.6
年齢	29歳以下	23. 5	35. 3	26. 5	14. 7	14.7	20. 6	29. 4	50.0	11.8	17. 6	14. 7	17. 6	35.3
	30代	38. 0	32.0	34.0	34. 0	24. 0	18. 0	32.0	50.0	16.0	10.0	22. 0	26. 0	30.0
	40代	34. 9	54.0	30. 2	30. 2	15.9	15. 9	44. 4	28. 6	17. 5	20.6	17. 5	22. 2	17. 5
	50代	31.8	36.4	28.8	37. 9	28.8	25. 8	18. 2	7. 6	19.7	19.7	16. 7	9. 1	21. 2
	60代	36.0	24. 7	30.3	30. 3	31.5	30. 3	12. 4	16. 9	23. 6	20. 2	16. 9	23.6	9.0
	70歳以上	29. 0	16. 1	31. 2	21. 5	34. 4	30. 1	19.4	11. 8	17. 2	15. 1	17. 2	9. 7	4. 3
性別	男性	26. 7	35. 6	36. 1	27. 8	22.8	21. 7	23. 3	20.0	12. 2	20.0	16. 7	13. 9	14. 4
	女性	38. 0	27. 3	25. 5	29. 2	30.1	27. 8	24. 5	25. 5	24. 1	15.3	18. 1	20. 4	18. 1
年収	300万円未満	27. 6	22. 0	27. 6	22. 8	30.7	27. 6	16. 5	21. 3	16. 5	11.0	17. 3	11.8	12.6
	300~500万円未満	31.6	28. 1	26. 3	28. 9	22. 8	21. 1	21. 1	19.3	14.0	17. 5	14. 9	15.8	
	500~700万円未満	30. 4	42.0	29.0	34.8	23. 2	21. 7	37.7	29. 0	21. 7	18.8	17. 4	29. 0	24. 6
	700万円以上	45. 5	41.6	40.3	33.8	26.0	26. 0	27. 3	27. 3	24. 7	27. 3	20. 8	20.8	20.8

(2) 利用するお店を決める際に重視していること(5つ以内)

利用するお店を決める際に重視していることのうち、全体の上位11項目(上位10番目と11番目は同率)は図表10のとおり。 全体では、「価格・料金が安い」が70.1%と最も高く、次いで「品揃えが豊富である」(68.1%)、「自宅から近い」 (57.5%)、「交通の利便性がよい(無料の駐車場がある)」(52.0%)の順となっており、全体の5割以上が上位4項目を選択している。

男女別の比較では、女性は「割引券・商品券・ポイントなどがある」が男性に比べ10.0ポイント高く、男性は「そこにしかないサービスがある」が女性に比べ10.2ポイント高くなっている。

図表10 利用するお店を決める際に重視していることの上位11項目

		価格・料金 が安い	}	()	性がよい	割引券・商 品券・ポイ ントなどが ある	ビス内容が よい	気や接客態	家族連れで 利用しやす い	大売出し・ セール・ バーゲンな どが開催さ れている	ないサービ	営業時間が 長い
	全体	70. 1	68. 1	57. 5	52. 0	42. 7	36. 2	24. 1	20. 6	17. 3	11. 1	11.1
年齢	29歳以下	58.8	64. 7	61.8	50.0	29. 4	44. 1	35. 3	35. 3	14. 7	5. 9	20. 6
	30代	78. 0	68.0	50.0	48. 0	44. 0	38.0	14. 0	38. 0	18. 0	10.0	8.0
	40代	76. 2	54. 0	61.9	46.0	44. 4	31.7	28. 6	33. 3	14. 3	14. 3	11. 1
	50代	69. 7	71. 2	48. 5	51.5	25. 8	45. 5	33. 3	9. 1	13. 6	18. 2	13. 6
	60代	67. 4	73. 0	59. 6	52.8	50. 6	41.6	16. 9	12. 4	15. 7	11. 2	7. 9
	70歳以上	69. 9	71.0	61.3	57. 0	50. 5	23.7	22. 6	12. 9	24. 7	6. 5	9.7
性別	男性	67. 8	67. 8	52. 2	42. 8	37. 2	35. 0	27. 2	19. 4	13. 9	16.7	11.1
	女性	72. 7	68. 1	61.6	59.3	47. 2	37. 0	21.8	21. 3	20. 4	6. 5	10. 6
年収	300万円未満	78. 7	65. 4	63. 0	52.0	49. 6	27. 6	16.5	16. 5	19.7	4. 7	8.7
	300~500万円未満	66. 7	73. 7	51.8	56. 1	42. 1	35. 1	25. 4	21. 9	18. 4	11. 4	7. 9
	500~700万円未満	68. 1	58. 0	56. 5	42.0	31.9	36.2	27. 5	26. 1	15. 9	17. 4	14. 5
	700万円以上	64. 9	74. 0	58. 4	50. 6	40. 3	51.9	33. 8	20. 8	13. 0	15. 6	15. 6

(3) 今後半年間で利用が「増えそうな場所・施設等」、「減りそうな場所・施設等」(3つ以内)

今後半年間で利用が「増えそうな場所・施設等」の全体の上位11項目(上位10番目と11番目は同率)は図表11、「減りそうな場所・施設等」の上位10項目は図表12のとおり。

「増えそうな場所・施設等」は、「温泉・サウナ」が全体で21.1%と最も高く、「減りそうな場所・施設等」は、「カラオケボックス」が全体で17.8%と最も高くなっている。

また、「温泉・サウナ」、「公園・遊園地」、「映画館」、「動物園・植物園・水族館」、「ファーストフード店」の5項目は、「増えそうな場所・施設等」と「減りそうな場所・施設等」の両方で上位となっている。今後半年間の新型コロナウイルス感染拡大の状況や、それにともなう行動制限などについて、調査時点における予測の違いが、同じ年代や性別でも判断を二分させる原因となった可能性が考えられる。

図表11 今後半年間で利用が増えそうな場所・施設等の上位11項目

(単位:%)

		温泉・サウナ	ドラッグスト	ネット通販	8 '	コンビニエン	公園・遊園地	映画館	図書館			ファースト
			ア		ター	スストア					園・水族館	フード店
	全体	21. 1	20. 6	18.8	18. 6	14. 3	11. 1	9.8	8. 3	7. 3	7. 0	7. 0
年齢	29歳以下	20. 6	26. 5	35. 3	8. 8	14. 7	32. 4	2. 9	0.0	8. 8	14. 7	8.8
	30代	12. 0	28. 0	24. 0	18.0	14. 0	14. 0	10.0	6.0	2. 0	14. 0	6.0
	40代	22. 2	22. 2	22. 2	19.0	14. 3	9. 5	7.9	7.9	11. 1	3. 2	11. 1
	50代	13. 6	21. 2	31.8	27. 3	18. 2	3. 0	16.7	3.0	6. 1	6. 1	10.6
	60代	23. 6	16. 9	11. 2	13. 5	11. 2	7. 9	13. 5	14. 6	5. 6	6. 7	4. 5
	70歳以上	29. 0	16. 1	5. 4	20. 4	15. 1	10. 8	5.4	9.7	9. 7	3. 2	4. 3
性別	男性	28. 9	16. 1	18. 3	22. 8	16. 7	9. 4	7. 2	5.0	6. 7	5. 6	5. 6
	女性	14. 8	24. 1	19. 4	14. 8	12. 5	12. 0	12.0	10.6	7. 9	7. 9	8. 3
年収	300万円未満	27. 6	21. 3	13. 4	22. 0	12. 6	11. 8	5. 5	12. 6	7. 1	3. 1	7. 9
	300~500万円未満	15. 8	21. 1	21. 9	20. 2	13. 2	11. 4	8.8	5.3	7. 0	7. 9	6. 1
	500~700万円未満	17. 4	23. 2	23. 2	15. 9	18. 8	11. 6	14. 5	2. 9	10. 1	14. 5	7. 2
	700万円以上	20. 8	15. 6	20. 8	14. 3	15. 6	6. 5	13.0	10.4	5. 2	5. 2	7. 8

図表12 今後半年間で利用が減りそうな場所・施設の上位10項目

		カラオケボッ	温泉・サウナ			公園・遊園地			ファストフー	衣料品店	スポーツジム
		クス			場・プール			園・水族館	ド店		
	全体	17. 8	12. 1	11. 1	9. 3	9. 0	6.5	6. 5	5. 5	5. 0	4. 8
年齢	29歳以下	38. 2	8.8	20. 6	17. 6	11.8	8.8	5. 9	8. 8	2. 9	8.8
	30代	24. 0	16.0	16.0	10. 0	8.0	8.0	12.0	4. 0	0.0	6.0
	40代	19.0	7. 9	12. 7	4. 8	6.3	6.3	11. 1	4. 8	7. 9	6.3
	50代	13. 6	16.7	10. 6	12. 1	13.6	0.0	7. 6	7. 6	4. 5	4. 5
	60代	14. 6	13. 5	4. 5	10. 1	10. 1	11. 2	2. 2	5. 6	3. 4	1.1
	70歳以上	10.8	9. 7	8. 6	6. 5	6.5	4. 3	4. 3	4. 3	7. 5	5.4
性別	男性	17. 2	10.0	11. 7	8. 9	13. 3	6.7	8.9	4. 4	2. 8	4. 4
	女性	17. 6	13. 9	9. 7	9. 7	5.6	6.0	4. 6	6. 5	6. 5	5. 1
年収	300万円未満	15. 0	9. 4	9. 4	8. 7	7. 9	6.3	2. 4	7. 1	7. 1	7. 1
	300~500万円未満	16. 7	14. 0	8. 8	8. 8	7. 0	9. 6	7.0	3. 5	2. 6	2. 6
	500~700万円未満	21. 7	15. 9	18. 8	7. 2	7. 2	1.4	4. 3	7. 2	1. 4	7. 2
	700万円以上	20. 8	10. 4	9. 1	14. 3	15. 6	6.5	13.0	3. 9	3. 9	1.3

(4) お店を利用する際、どのような媒体から情報を得ているか(複数回答)

お店を利用する際に情報を得る媒体は図表13のとおり。

全体では、「新聞(折込)広告」が53.5%と最も高く、次いで「HP(インターネットでの検索)」が45.7%と続いている。 年代別では、60代以上で「新聞(折込)広告」の割合が高く、50代以下では「HP(インターネットでの検索)」の割合が高くなっている。

また、「SNS」は、30代以下で5割以上、 $40\sim50$ 代で2割以上だが、60代では3.4%、70代では0.0%と、60代以上で活用度が大幅に低くなる。

図表13 お店を利用する際に情報を得る媒体

		新聞(折込) 広告	HP(イン ターネット での検索)	テレビCM	SNS	ラジオ	雑誌	友人・知人 からのロコ ミ	その他
	全体	53. 5	45. 7	31. 4	20. 1	5. 0	18. 1	39. 9	3. 3
年齢	29歳以下	35. 3	73. 5	41. 2	67. 6	0. 0	26. 5	55. 9	0.0
	30代	24. 0	76. 0	28. 0	50. 0	0. 0	22. 0	48. 0	0. 0
	40代	38. 1	57. 1	27. 0	22. 2	4. 8	11. 1	46.0	4. 8
	50代	50. 0	56. 1	31.8	22. 7	6. 1	27. 3	30. 3	1. 5
	60代	65. 2	39.3	31.5	3. 4	4. 5	18.0	38. 2	5. 6
	70歳以上	77. 4	11.8	31. 2	0. 0	8. 6	11.8	34. 4	4. 3
性別	男性	50.0	51.7	29. 4	19. 4	6. 7	18. 3	36. 1	5. 0
	女性	56.0	41.2	32. 4	20. 8	3. 2	18. 1	43. 1	1.9
年収	300万円未満	63.8	24. 4	30. 7	10. 2	8. 7	14. 2	36. 2	3. 9
	300~500万円未満	50. 9	50. 9	26. 3	24. 6	2. 6	15.8	38. 6	1.8
	500~700万円未満	40. 6	52. 2	34. 8	33. 3	4. 3	18.8	46. 4	5. 8
	700万円以上	46.8	71.4	31. 2	19. 5	1. 3	26.0	44. 2	1. 3

(5) 小売・生活関連サービスで許容できる負担金額

小売・生活関連サービスで許容できる負担金額は図表14のとおり。

全体では、「3,000円~5,000円未満」が39.9%と最も高く、次いで「3,000円未満」が30.4%となり、上位2項目で全体の7割以上を占めている。

男女別の比較では、女性は「5,000円~8,000円未満」、「8,000円~10,000円未満」を選択している割合が男性より高く、前項(2)で見られた女性の低価格志向と反する結果となった。これは、前項(1)で女性の8割がここ半年間で利用したとしている「理髪店・美容室」など、一般的に男性と比べ女性の利用単価が高くなるサービスが影響した可能性が考えられる。

図表14 小売・生活関連サービスで許容できる負担金額

					8,000円~ 10,000円未満	10,000円以上
	全体	30. 4	39. 9	11. 8	8. 5	2. 5
年齢	29歳以下	32. 4	38. 2	11.8	11. 8	2. 9
	30代	32. 0	42. 0	12.0	2. 0	4. 0
	40代	30. 2	42. 9	12. 7	7. 9	3. 2
	50代	33. 3	40. 9	9. 1	6. 1	3. 0
	60代	28. 1	39. 3	13. 5	11. 2	1. 1
	70歳以上	29. 0	36. 6	11.8	10. 8	2. 2
性別	男性	28. 3	41.7	10. 6	6. 1	3. 3
	女性	31.9	38. 4	13. 0	10. 6	1.9
年収	300万円未満	36. 2	41.7	6.3	7. 1	0.8
	300~500万円未満	24. 6	43.0	10. 5	12. 3	1.8
	500~700万円未満	40. 6	37. 7	8. 7	2. 9	2. 9
	700万円以上	19. 5	36. 4	24. 7	10. 4	6. 5

(6) よく利用するお店へ行く際の主な交通手段

よく利用するお店へ行く際の主な交通手段は図表15のとおり。 全体では、「自家用車(同乗含む)」が82.9%と最も高くなっている。 年代別では、60代以上で1割程度が「徒歩・自転車」となっている。

図表15 よく利用するお店へ行く際の主な交通手段

		自家用車 (同乗含 む)	徒歩・自転 車	バス	バイク	タクシー	電車	その他
	全体	82. 9	8. 3	1.0	0.3	0.0	0.0	0.0
年齢	29歳以下	88. 2	2. 9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30代	86. 0	4. 0	0. 0	0. 0	0.0	0. 0	0. 0
	40代	88. 9	6. 3	0. 0	1. 6	0.0	0. 0	0. 0
	50代	86. 4	6. 1	1. 5	0.0	0.0	0.0	0.0
	60代	77. 5	11. 2	1. 1	0.0	0.0	0.0	0.0
	70歳以上	77. 4	12. 9	2. 2	0.0	0.0	0.0	0.0
性別	男性	85. 6	4. 4	1. 1	0. 6	0.0	0.0	0.0
	女性	80. 6	11. 6	0. 9	0.0	0.0	0. 0	0.0
年収	300万円未満	78. 7	12. 6	1. 6	0. 0	0.0	0.0	0.0
	300~500万円未満	84. 2	4. 4	0. 9	0. 9	0.0	0. 0	0.0
	500~700万円未満	81. 2	8. 7	1.4	0.0	0.0	0. 0	0.0
	700万円以上	88. 3	7. 8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

(7) 自家用車を利用しない理由

自家用車を利用しない理由は図表16のとおり。

前項(6)で「自家用車(同乗含む)」以外を選択した人の自家用車を利用しない理由は、「自分が車を運転しないから」が全体で39.5%と最も高く、次いで「自家用車以外の方が便利だから」が23.7%、「車がないから」が18.4%、「その他」が18.4%の順となっている。

なお、「その他」の記述欄には、「健康のため」という内容が多かった。

図表16 自家用車を利用しない理由

(単位:%)

		自家用車以 外の方が便 利だから		店の駐車場 が入れにく いから	駐車料金が かかるから	自分が車を 運転しない から	車がないか ら	乗せてくれ る人がいな いから	その他
	全体	23. 7	0.0	0.0	0.0	39. 5	18. 4	0.0	18. 4
年齢	29歳以下	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	30代	50. 0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	40代	80. 0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20. 0
	50代	0. 0	0. 0	0. 0	0.0	40. 0	40.0	0. 0	20. 0
	60代	9. 1	0. 0	0. 0	0. 0	63. 6	9. 1	0. 0	27. 3
	70歳以上	21. 4	0. 0	0. 0	0.0	35. 7	21. 4	0. 0	14. 3
性別	男性	45. 5	0. 0	0. 0	0.0	9. 1	45. 5	0. 0	9. 1
	女性	14. 8	0. 0	0. 0	0.0	51. 9	7. 4	0. 0	22. 2
年収	300万円未満	11. 1	0.0	0.0	0.0	38. 9	27. 8	0.0	22. 2
	300~500万円未満	28. 6	0.0	0.0	0.0	57. 1	0.0	0.0	14. 3
	500~700万円未満	57. 1	0.0	0.0	0.0	28. 6	14. 3	0.0	0.0
	700万円以上	16. 7	0.0	0.0	0.0	33. 3	16.7	0.0	33. 3

(注) 図表15で「自家用車(同乗含む)」以外を選択した38名が回答

5 家計の支出について

(1) 「生活上必要な支出項目」のうち、新型コロナウイルスの感染拡大前(2020年2月以前)と比較して、家計の支出が「増えた項目」と「減った項目」(3つ以内)

「生活上必要な支出項目」のうち、コロナ禍前と比較して家計の支出が「増えた項目」と「減った項目」の全体の上位5項目は図表17のとおり。

「増えた項目」は、「食料品(酒類・外食除く)」が全体で65.6%と最も高く、次いで「水道光熱費」(45.0%)、「家事用消耗品(洗剤、ラップ、ゴミ袋、防虫剤など)」(33.9%)の順となっている。食事を含め家庭内で過ごす時間が多くなったことに起因するものと推測される。

「減った項目」は、「被服費(服、靴など)」が全体で45.5%と最も高く、次いで「交通費(定期代、ガソリン代など)」(32.9%)、「冠婚葬祭」(25.4%)の順となっている。外出機会の減少や出席機会の減少に起因するものと推測される。

また、「交通費(定期代、ガソリン代など)」は「増えた項目」、「減った項目」の両方で上位となっているが、これは外出機会の減少で減ったとする人がいる一方、2020年5月頃からのガソリン価格上昇傾向を受けて増えたとする人もいる可能性などが考えられる。

「減った項目」の上位にある「寝具類」については、市内の主な売り場として想定されるデパートや大型商業施設への外出を控えたことに起因する可能性などが考えられる。

全体として巣ごもり需要の高まりと、外出自粛による影響が見受けられる。

図表17 「生活上必要な支出項目」のうち、コロナ禍前と比較して家計の支出が増えた項目と減った項目の上位5項目

											(辛四. 70)
				増えた項目					減った項目		
		食料品 (酒 類・外食除 く)	水道光熱費	家事用消耗 品(洗剤、 ラップ、ゴ ミ袋、防虫 剤など)	通信費(電話代、携帯代、ネット接続)	交通費(定 期代、ガソ リン代な ど)		交通費(定 期代、ガソ リン代な ど)	冠婚葬祭	医療費	寝具類
	全体	65. 6	45. 0	33. 9	18. 3	8. 5	45. 5	32. 9	25. 4	9. 5	8. 0
年齢	29歳以下	79. 4	44. 1	38. 2	14. 7	5. 9	55. 9	23. 5	32. 4	8.8	5. 9
	30代	66. 0	52. 0	36.0	6. 0	10.0	42.0	42. 0	22.0	18.0	6.0
	40代	69.8	50. 8	46. 0	28. 6	3. 2	36.5	33. 3	27. 0	12. 7	6. 3
	50代	68. 2	57. 6	27. 3	18. 2	9. 1	39.4	31.8	28. 8	10. 6	6. 1
	60代	60. 7	37. 1	36.0	18. 0	11. 2	50. 6	33. 7	28. 1	6.7	11. 2
	70歳以上	60. 2	36. 6	25. 8	20. 4	9. 7	48.4	31. 2	18.3	5.4	9. 7
性別	男性	62. 8	45. 6	26. 7	20. 6	9. 4	37.8	33. 9	26.7	10.0	8. 9
	女性	68. 1	44. 4	39.8	16. 7	7. 9	51.9	31.9	24. 1	9.3	7. 4
年収	300万円未満	63. 8	44. 1	33. 9	18. 1	7. 9	54.3	33. 9	22. 8	8.7	7. 9
	300~500万円未満	67. 5	38. 6	34. 2	20. 2	9. 6	38.6	33. 3	24. 6	9. 6	9. 6
	500~700万円未満	66. 7	53. 6	36. 2	18.8	8. 7	44. 9	30. 4	29. 0	11. 6	7. 2
	700万円以上	63. 6	46.8	31. 2	15. 6	7.8	39.0	33.8	24.7	10.4	6. 5

(2) 「選択的な支出項目」のうち、新型コロナウイルスの感染拡大前(2020年2月以前)と比較して家計の支出が「増えた項目」と「減った項目」(3つ以内)

「選択的な支出項目」のうち、コロナ禍前と比較して家計の支出が「増えた項目」と「減った項目」の全体の上位5項目は図表18のとおり。

「増えた項目」は、「酒類」が全体で36.2%と最も高く、次いで「テイクアウト」が34.4%となった。「減った項目」で最上位となった「外食」の代替需要によるものと推測される。

「減った項目」は、「外食」が全体で53.5%と最も高く、次いで「交際費」(47.2%)、「入場・観覧料金」(22.4%)の順となった。感染予防対策による外出控えが影響したものと推測される。

また、「減った項目」の上位にある「貯蓄・投資」は、コロナ禍による収入減が一部に影響した可能性も考えられる。 全体として巣ごもり需要の高まりと、外出自粛による影響が見受けられる。

図表18 「選択的な支出項目」のうち、コロナ禍前と比較して家計の支出が増えた項目と減った項目の上位5項目

				増えた項目					減った項目		
		酒類	テイクアウ ト		室内装備・ 装飾品(照 明器具、敷 物、カーテ ンなど)	植物	外食		入場・観覧 料金	貯蓄・投資	理美容用品 (石鹸類、 化粧品)
	全体	36. 2	34. 4	18. 6	11.8	10. 6	53. 5	47. 2	22. 4	12. 6	5. 3
年齢	29歳以下	38. 2	50. 0	17. 6	17. 6	8. 8	55. 9	41. 2	17. 6	17. 6	8. 8
	30代	36. 0	56. 0	12. 0	8. 0	4. 0	56.0	54. 0	18.0	14. 0	4. 0
	40代	42. 9	41. 3	15. 9	17. 5	4. 8	52. 4	50.8	28. 6	7. 9	4. 8
	50代	34. 8	42. 4	19. 7	6. 1	9. 1	57. 6	51. 5	19.7	13. 6	3. 0
	60代	38. 2	22. 5	23. 6	9. 0	14. 6	52.8	46. 1	27. 0	10. 1	6. 7
	70歳以上	30. 1	19. 4	18. 3	14. 0	16. 1	49.5	41. 9	20. 4	14. 0	5. 4
性別	男性	42. 2	34. 4	15. 6	8. 3	5. 6	51.1	46. 1	20.0	15. 0	1. 7
	女性	31.0	34. 7	20. 8	14. 4	14. 8	55.6	48. 1	24. 5	10. 6	8. 3
年収	300万円未満	33. 9	22. 0	20. 5	5. 5	18. 1	51.2	41. 7	22. 8	18. 1	6. 3
	300~500万円未満	32. 5	31.6	14. 9	15. 8	10. 5	57.0	40. 4	18. 4	9. 6	6. 1
	500~700万円未満	37.7	55. 1	20. 3	13. 0	5. 8	50.7	52. 2	24. 6	10. 1	5. 8
	700万円以上	42. 9	41. 6	16.9	11.7	3. 9	54. 5	59. 7	27. 3	7.8	2. 6

(3) ここ1年間に購入した「耐久消費財など」(3つ以内)

ここ1年間に購入した「耐久消費財など」のうち、全体の上位10項目は図表19のとおり。

全体では、「スマートフォン」が7.5%と最も高く、次いで「車」が5.4%、「掃除機」が5.3%の順となっている。

年代別では、30代および60代以上で「スマートフォン」が最も高くなっている。

世帯年収別では、年収700万円以上で「かばん類(アクセサリー、腕時計)」が7.8%と高くなっており、秋田市内でも一部高所得者層において、コロナ禍での自粛によるサービス消費減少分が高級品購入に向かう動きがあった可能性が考えられる。

なお、「その他」の記述欄では、「自転車」や「ボイラー」などが見られた。

図表19 ここ1年間に購入した「耐久消費財など」の上位10項目

		スマート フォン	車	掃除機	かばん類 (アクセサ リー、腕時	冷暖房用器 具	その他	炊事用器具	パソコン	洗濯機	家具
					リー、腕時計)						
	全体	7. 5	5. 4	5. 3	4. 9	4.8	3. 6	3. 4	2. 8	2. 8	2. 8
年齢	29歳以下	10.8	3. 9	5. 9	13. 7	2. 9	2. 9	1.0	2. 9	2. 9	5. 9
	30代	10.0	6. 7	3. 3	4. 7	4. 0	1. 3	4. 0	2. 7	2. 0	4. 0
	40代	5. 8	5. 3	5. 3	4. 2	3. 7	6. 3	7. 4	3. 2	2. 1	2. 6
	50代	8. 6	9. 6	6. 6	5. 6	8. 1	1.0	3. 0	4. 0	4. 0	3. 0
	60代	6. 0	3. 7	4. 9	4. 5	3. 4	4. 1	3. 4	3.0	3. 4	1. 1
	70歳以上	7. 2	4. 3	5. 0	2. 2	5. 4	4. 7	1.8	1.4	2. 2	2. 5
性別	男性	6. 7	6. 7	5. 0	4. 1	5. 0	3. 9	3. 5	2. 2	2. 4	3. 0
	女性	8. 3	4. 5	5. 4	5. 6	4. 5	3. 4	3.4	3. 2	3. 1	2. 6
年収	300万円未満	8. 1	2. 9	3. 1	3. 7	4. 2	3. 9	2. 6	0.8	2. 4	1.6
	300~500万円未満	7. 9	6. 4	5. 6	4. 7	5. 0	3. 5	3. 5	3.5	2. 6	3. 2
	500~700万円未満	7. 2	4. 3	6.8	4. 3	5. 3	3. 9	3. 4	1.9	4. 8	2. 4
	700万円以上	5. 6	9. 5	6. 5	7. 8	3. 9	2. 6	4. 8	6. 1	1. 7	4. 8

(4) 今後1年間で購入したいと考えている「耐久消費財など」(3つ以内)

今後1年間で購入したいと考えている「耐久消費財など」のうち、全体の上位10項目は図表20のとおり。 全体では、「スマートフォン」が5.4%と最も高く、次いで「冷蔵庫」が3.9%、「テレビ」が3.5%の順となっている。 世帯年収別では、幅広い層で「スマートフォン」の割合が比較的高く、高い頻度で定期的に買い替えられている可能性が考えられる。

図表20 今後1年間で購入したいと考えている「耐久消費財など」の上位10項目

		スマート フォン	冷蔵庫	テレビ	3	冷暖房用器 具	炊事用器具	掃除機	車	旅行商品	パソコン
	全体	5. 4	3.9	3. 5	3. 4	3. 3	3. 2	2. 9	2. 3	2. 3	2. 0
	29歳以下	7. 8	4. 9	4. 9	2. 9	0.0	2. 9	1.0	3. 9	2. 9	4. 9
	30代	9. 3	2. 7	2. 7	6. 0	2. 0	4. 0	0. 7	2. 7	1.3	1. 3
年齢	40代	5. 8	4. 2	3. 7	2. 6	4. 2	4. 2	3. 2	3. 2	1.6	2. 6
平断	50代	7. 1	8. 1	3. 5	3. 0	3. 5	2. 0	3. 5	3. 5	3. 5	1. 5
	60代	3. 0	3.0	1. 9	2. 2	3. 7	2. 6	3.0	1. 1	3.0	1.9
	70歳以上	3. 6	1.8	5. 0	4. 3	3. 9	3. 6	4. 3	1.4	1.8	1. 4
性別	男性	7. 4	4. 6	4. 3	2. 6	3. 5	2. 8	2. 0	3. 3	1.9	2. 6
1土 か	女性	3. 9	3. 2	2. 9	4. 2	3. 1	3. 5	3.7	1. 5	2.8	1. 5
	300万円未満	4. 2	3. 9	3. 7	4. 2	3. 9	2. 6	3. 9	1. 3	1.6	2. 4
年収	300~500万円未満	5. 0	3. 2	2. 9	2. 6	3. 5	3.8	2.3	2. 9	1.8	1.8
+ 4X	500~700万円未満	6. 3	5. 3	4. 3	2. 4	3. 4	3. 4	1.4	3. 4	2.4	2. 9
	700万円以上	7. 8	3. 5	3. 5	4. 3	2. 2	2. 6	2. 6	1.7	4.8	1. 3

6 まとめ

(1) 調査結果のまとめ

- 「直近の生活パターンについて」では、行った場所として平日は「勤務先」および「スーパー」、休日は「スーパー」が 他の項目と比べて高い割合となっている。また、外出していないものと推定される無回答も多く、新型コロナウイルス感染症 に対する警戒感から外出を生活必需品の調達等必要最小限にとどめていた可能性が考えられる。
- 「過ごし方の変化について」の「ここ半年間の実施・利用の増減」からは、コロナ禍において外出を控えていた一方、家庭内で過ごす時間が多くなっていたものと推測される。

また、「今後半年間で実施・利用が『増えそうな項目』、『減りそうな項目』」では、「減りそうな項目」として「5名以上での宴会・パーティ」が最も高い割合となっており、多人数での会食等への警戒感は当面残るものと考えられる。

○ 「小売・生活関連サービスについて」の「今後半年間で利用が『増えそうな場所・施設等』、『減りそうな場所・施設 等』」では、複数の項目が「増えそうな場所・施設等」および「減りそうな場所・施設等」の両方にあがっており、今後半年 間の新型コロナウイルス感染拡大の状況や、それにともなう行動制限などについての予測の違いが反映された可能性が考えら れる。

また、「お店を利用する際に情報を得ている媒体」として、「SNS」は30代以下では半数超が活用している一方、60代以上ではほとんど活用していない。

○ 「家計の支出について」の新型コロナウイルスの感染拡大前と比較して、家計の支出が「増えた項目」では「食料品」、「水道光熱費」、「家事用消耗品」、「減った項目」では「被服費」、「交通費」、「冠婚葬祭」があげられるなど、コロナ禍における巣ごもり需要の高まりと外出自粛が影響したものと推測される結果が多く見受けられる。

また、「ここ1年間で購入した、または、今後1年間で購入したい『耐久消費財など』」では、幅広い年齢層から「スマートフォン」が最も多くあげられており、情報収集・発信やキャッシュレス決済ツールとして消費者のニーズが高まっているものと考えられる。

(2) 調査結果について

調査結果から、新型コロナウイルスの感染拡大により、市民の生活環境は行動制限を余儀なくされ、日常の過ごし方や消費 行動に変化が生じている。

日常の過ごし方においては、不要不急の外出を控え、「国内旅行」や「外食」などが減り、消費行動においては、自宅での 生活を充実させる「巣ごもり消費」や「ネット通販」の利用などが増えている。

一方、今後半年間で実施・利用が「増えそうな項目」には「国内旅行」や「家族との外食」、今後半年間で利用が「増えそうな場所・施設等」には「温泉・サウナ」、「映画館」、「動物園・植物園・水族館」などのレジャー施設が上位にあがっているが、「減りそうな項目」および「減りそうな場所・施設等」にも同様にあがっており、新型コロナウイルスに対する市民の警戒感は当面残るものと思料される。

秋田市内動向調査票

秋田市内経済動向調査票

(2021年9月実施)

実施主体: 秋田商工会議所 協力: 秋田経済研究所

この調査は、秋田市内の人の動きや消費などの動向を把握するために実施するものです。ご回答の 内容は本目的以外に使用することはございませんので、ご協力くださいますようお願いいたします。

1 はじめに、あなたご自身についてお伺いします。年齢、世帯人数のご記入と、その他項目に ついては該当項目または番号にO印をつけてください。

年齢	()歳	性別	男 • 女	世帯人数 (自分自身を含む)	()人
世帯の年収 ※該当する番号をO で囲んでください	1 300 万円未満 3 500~700 万円未満	2 300~500万 4 700万円以		自家用車	1 2	あり なし

2 直近の生活パターンについてお伺いします。網掛け部分の項目について、該当番号に〇印をつ け、()内については右記の表 1~3 から選択し、番号を記入してください。

|平日||※9月8日(水)の生活パターンについてお答えください。(自宅等から最大3か所まで)

自 宅 等(※外出しなかった場合は、記入不要です)

交通手段(

) ※表3から選択

			1番目に行っ		その場所を訪れた目的	
1	勤務先	2	その他()※表1から選択	() ※表 2 から選択

交通手段(

) ※表3から選択

			2番目に行っ	った場所		その場所を訪れた目的
1	勤務先	2	その他()※表1から選択	()※表2から選択

交通手段 () ※表3から選択

		3番目に行っ	た場所		その場所を訪れた目的
Ī	1 勤務先	2 その他()※表1から選択	() ※表 2 から選択

|休日| ※9 月 12 日(日)の生活パターンについてお答えください。(自宅等から最大3か所まで)

自 宅 等(※外出しなかった場合は、記入不要です)

交通手段(

) ※表3から選択

			1番目に行っ	た場所		その場所を訪れた目的
1	勤務先	2	その他()※表1から選択	() ※表 2 から選択

交通手段(

) ※表3から選択

2番目に行った場所					その場所を訪れた目的
1 勤務先	2 その	也()※表1から選択	() ※表 2 から選択

交通手段(

) ※表3から選択

3番目に行った場所							その場所を訪れた目的
1	勤務先	2	その他()	※表1から選択	()※表 2 から選択

表 1 場所

1 自宅

3 その他の教育施設

(塾・予備校・稽古場・児童クラブなど)

5 福祉施設

(高齢者・障害者・老人ホームなど)

7 美容院・クリーニング

9 劇場・ホールなど

11 事務所·会社·銀行·郵便局·農協

13 問屋·卸売市場

15 デパート・ショッピングセンター

17 その他小売店(コンビニを除く)

19 宿泊施設

21 工場·倉庫

23 研究所·試験所

25 遊園地·動植物園·水族館

27 農林漁業の現場

2 学校·幼稚園·保育園

4 病院・診療所・整体院など

6 温泉·浴場

8 図書館・博物館・美術館

10 公民館・集会所・コミセン

12 官公庁·警察·消防

14 スーパー

16 コンビニエンスストア

18 飲食店

20 娯楽施設

22 交通施設 (駅・バス停・空港など)

24 公園・緑地・海・山・川

26 スポーツ施設

28 その他

表 2 目的

1 仕事

3 買物

5 飲食

7 娯楽・行楽・レクリエーション・スポーツ

9 治療·診察

11 その他私事 (家事・介護など)

13 通学先・通園先へ戻る

2 通学先・通園先への登校

4 習い事

6 交際

8 送迎

10 散歩・ジョギング

12 勤務先へ戻る

14 帰宅

表 3 交通手段

1 徒歩 3 自転車 2 シニアカー (雷動カート) 4 電動アシスト付き自転車

5 原動機付自転車(50cc 以内)

6 自動二輪車 (50cc を超える) 8 タクシー

7 自動車 9 バス

10 電車

11 飛行機·船舶

12 その他

3 過ごし方の変化についてお伺いします。

下記の項目から、2020 年 10 月~2021 年 3 月と比較して、ここ半年間(2021 年 4 月~9 月)の 実施・利用について、1~3 のいずれかに〇印をつけてください。

		1 増えた	2 同程度	3 減った
	① 5名以上での宴会・パーティ			
飲	② 5名未満での食事会・飲み会			
	③ 家族との外食			
食	④ デリバリー・テイクアウト			
	⑤ 家での食事(自炊)			
	⑥ 国内旅行(県内を含む)			
外	⑦ 海外旅行			
出	⑧ 屋内施設			
	⑨ 屋外施設			
	⑩ 動画・音楽鑑賞			
	⑪ 読書			
	① ゲーム			
趣	③ インターネット・SNS			
味	(4) 園芸・家庭菜園			
	⑤ 資格取得などの自己啓発			
	⑥ 運動			
	① 家事			

3-1 上記①~⑪の項目について、今後半年間で実施・利用が「増えそうな項目」、「減りそうな項目」を番号でご記入ください。(3つ以内)

【増えそうな項目) 番号	1	【減りそうな項目】 番号

3-2 「①5 名以上での宴会・パーティ」を行なった場所について、主なものを 1 つだけ選んで 〇印をつけてください。

1	飲食店	2	ホテル	3	屋外	4	自宅	5	知人宅	6	その他
7	していな	い									

3-3 「①5名以上での宴会・パーティ」で、許容できる負担金額(一人当たり)について1つ だけ選んで〇印をつけてください。(「 7 していない」を選んだ方もお答えください)

1 3,000 円未満 2 3,000 円~5,000 円未満 3 5,000 円~8,000 円未満

4 8,000 円~10,000 円未満 5 10,000 円以上

3-4 「②5名未満での食事会・飲み会」を行なった場所について、主なものを1つだけ選んで 〇印をつけてください。

1 飲食店2 ホテル3 屋外4 自宅5 知人宅6 その他7 していない

3-5 「②5名未満での食事会・飲み会」で、許容できる負担金額(一人当たり)について1つ だけ選んで○印をつけてください。(「 7 していない」を選んだ方もお答えください)

1 3,000 円未満 2 3,000 円~5,000 円未満 3 5,000 円~8,000 円未満 4 8,000 円~10,000 円未満 5 10,000 円以上

3-6 「③家族との外食」で、最も多く行った場所について1つだけ選んで〇印をつけてください。

1	飲食店	2	ホテル	3	大型商業施設	4	屋外	5	その他	
6	していな	い								

3-7 「③家族との外食」で、許容できる負担金額(一人当たり)について1つだけ選んで〇印をつけてください。(「 6 していない」を選んだ方もお答えください)

1 3,000 円未満 2 3,000 円~5,000 円未満 3 5,000 円~8,000 円未満 4 8,000 円~10,000 円未満 5 10,000 円以上

3-8 「⑥国内旅行」で行った場所について、〇印をつけてください。(複数回答可)

1 秋田市内 2 秋田県内 3 東北 4 その他 5 していない

3-9 「⑥国内旅行」(宿泊代・飲食代含む)で、許容できる負担金額(一人当たり)について 1つだけ選んで○印をつけてください。(「5 していない」を選んだ方もお答えください)

1 10,000 円未満 2 10,000 円~30,000 円未満 3 30,000 円~50,000 円未満 4 50,000 円以上

4 小売・生活関連サービスについてお伺いします。

ここ半年間(2021年4月~9月)にあなたが一度でも利用した場所・施設等について、表4「場所・施設等」の中から当てはまる番号にすべて〇印をつけてください。(複数回答可)

表 4 場所·施設等	
1 クリーニング店	2 理髪店・美容室
3 温泉・サウナ	4 エステティックサロン
5 マッサージ店	6 ネイルサロン
7 ホームセンター	8 写真店
9 映画館	10 体育館・球場・プール
11 公園·遊園地	12 カラオケボックス
13 図書館	14 博物館・美術館
15 動物園・植物園・水族館	16 書道教室
17 活花・茶道	18 そろばん教室
19 パソコン教室	20 英会話教室
21 スポーツジム	22 書店
23 時計・眼鏡店	24 和洋菓子店
25 食器·雑貨店	26 衣料品店
27 酒店	28 文具店
29 ドラッグストア	30 スポーツ用品店
31 コンビニエンスストア	32 ネット通販
33 ファーストフード店	34 鮮魚販売店
35 生花販売店	36 果物販売店
37 精肉販売店	38 パン屋
39 その他 ()	

4-1 あなたが利用するお店を決める際に、重視していることは何ですか。表 4-1 「重視していること」の中から当てはまる番号をご記入ください。(5 つ以内)

表4-1重視していること1品揃えが豊富である2そこにしかないサービスがある3価格・料金が安い4品質・サービス内容がよい5自宅から近い6交通の利便性がよい(無料の駐車場がある)7家族連れで利用しやすい8営業時間が長い9返品しやすい10宅配サービスを行っている11周辺に目的以外で楽しめる施設やイベントがある12大売出し・セール・バーゲンなどが開催されている13割引券・商品券・ポイントなどがある14お店の雰囲気や接客態度やアフターサービスが良い

【重視していること】

15 その他(

番号

4-2 左記の表 4 「場所・施設等」の中から、今後半年間で利用が「増えそうな場所・施設等」、「減りそうな場所・施設等」を番号でご記入ください。(3 つ以内)

【増えそうな「場	所・施設等」】	【減りそうな「場所・施設等」
番·	号	番号

4-3 お店を利用する際、どのような媒体から情報を得ていますか。当てはまる番号に〇印をつけてください。(複数回答可)

1	新聞(折込)広告	2 HP(インターネットでの検索) 3 テレビ(СМ
4	SNS 5 ラジオ	6 雑誌 7 友人・知人からの口コミ	
8	その他()	

4-4 「小売・生活関連サービス」で、許容できる負担金額(一回当たり)について1つだけ選んで〇印をつけてください。

- 1 3,000 円未満 2 3,000 円~5,000 円未満 3 5,000 円~8,000 円未満 4 8,000 円~10,000 円未満 5 10,000 円以上
- 4-5 あなたがよく利用するお店へ行く際の、主な交通手段についてお聞きします。当てはまる 番号を 1 つだけ選んでO印をつけてください。

1	自家用車(同乗含む)	2	徒歩・自転車	3 バス	4 バイク	5 タクシー
6	電車 7 その他()	

4-6 「4-5」で<u>「1 自家用車(同乗含む)」以外</u>に〇印をつけた方へお尋ねします。自家用車を利用していない理由として、最も当てはまる番号を1つだけ選んで〇印をつけてください。

1 自家用車以外の方が便利だから	2 店に駐車場がないから	
3 店の駐車場が入れにくいから	4 駐車料金がかかるから	
5 自分が車を運転しないから	6 車がないから	
7 乗せてくれる人がいないから	8 その他()

5 家計の支出についてお伺いします。

新型コロナウイルスの感染拡大前(2020年2月以前)と比較して、家計の支出が「増えた項 目」、「減った項目」を、表5「生活上必要な支出項目」の中から番号でご記入ください。 (3つ以内)

表 5 生活上必要な支出項目

1 食料品(酒類・外食除く) 2 住居費(家賃、修繕費等) 3 水道光熱費

キェ 4 %がわれたナルボロ

4 台所用品(茶碗、鍋など) 5 家事用消耗品(洗剤、ラップ、ゴミ袋、防虫剤など)

6 被服費(服、靴など) 7 寝具類

8 医療費

9 交通費(定期代、ガソリン代など)

10 通信費(電話代、携帯代、ネット接続)

11 車両費(自動車保険、自動車ローン、自動車税など)

12 授業料·学費

13 放送受信料

14 冠婚葬祭

15 医療保険料

16 保育費

17 仕送金

18 直接税(所得税、住民税)

19 社会保険料(公的年金、健康保険、介護保険)

増えた項	減った項目				
番号		番号			

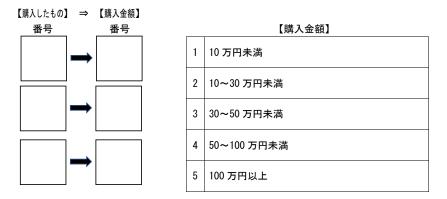
5-1 新型コロナウイルスの感染拡大前(2020年2月以前)と比較して、家計の支出が「増えた 項目」、「減った項目」を、表5-1「選択的な支出項目」の中から番号でご記入ください。 (3つ以内)

10	5一 医扒的な文山項目		
1	酒類	2 外食	3 テイクアウト
4	室内装備・装飾品(照明器具、	敷物、カーテンなど)	5 家事代行サービス
6	学習塾	7 習い事	8 文房具
9	運動用具類	10 玩具	11 ペット用品
12	植物	13 書籍(新聞、雑誌、本)	14 入場・観覧料金
15	理容室・美容室	16 エステ・マッサージ	17 たばこ
18	理美容用品(石鹸類、化粧品)		19 貯蓄・投資
20	寄付金	21 交際費	22 こづかい(使途不明金)

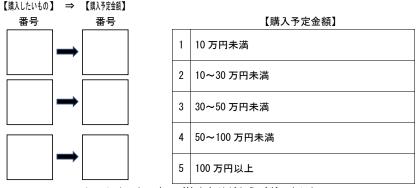
増えた項目					減った項目				
	番号		_	番号					

5-2 表5-2「耐久消費財など」から、ここ1年間に「購入したもの」の番号を選び、また「購 入金額」を番号でご記入ください。(3つ以内)

表	5-2 耐久消費財など					
1	電子レンジ	2	炊事用器具	3	冷蔵庫	
4	掃除機	5	洗濯機	6	冷暖房用器具	
7	家具	8	テレビ	9	車	
10	ビデオレコーダー・プレイヤ	7 —	(DVD)	11	パソコン	
12	スマートフォン	13	タブレット	14	電話機・FAX	
15	カメラ	16	楽器	17	学習用机・椅子	
18	旅行商品	19	かばん類(アクセサリー、	腕時	計)	
20	その他 (①) (2)	(3))



5-3 表5-2「耐久消費財など」から、<u>今後1年間で「購入したいと考えているもの」</u>の番号 を選び、また「購入予定金額」を番号でご記入ください。(3つ以内)



―アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。―