

特集

2021年暮らし向き調査結果

当研究所では、奈良県内の消費行動を探るため南都銀行 31 か店の来店客を対象に、「暮らし向きアンケート調査」を実施し、その結果を取りまとめました（毎年調査）。

今回の調査結果では、1 年前と比べた暮らし向きDIは前回（2020 年 10 月調査）に比べ 0.1 ポイントの上昇で、大きな変化はありませんでしたが、1 年前と比べた消費支出は「出費がかさなった」「物価が高くなった」等により増加（消費支出DIは 4.9 ポイント上昇）しました。今後 1 年間については、暮らし向きが良くなる（暮らし向きDIが 7.3 ポイント上昇）との改善傾向も見られますが、消費支出DIは 39.3 ポイント低下する見通しで、節約志向がうかがえる結果となりました。

《要 約》

①暮らし向き動向

1 年前の前回（2020 年）と比べた現在の暮らし向きDI[※]は△21.2 で、前回よりも 0.1 ポイント上昇。一方、今後 1 年間の暮らし向きDIは、△13.9 と現在より 7.3 ポイント上昇し、前回調査（7.9 ポイント低下）に比べ改善しており、依然として暮らし向き感は悪いものの、改善している。

※DI（Diffusion Index）とは、アンケート結果の分散程度を指数化したもので、質問に対して「プラス（良い、増加等）」、「中立（変わらない）」、「マイナス（悪い、減少等）」の 3 つの選択肢を用意して、「プラス」と回答した割合から「マイナス」と回答した割合を差し引きした指数をいう。

②消費支出動向と増減理由等（複数回答）

現在の消費支出DIは 8.5 となり、前年比 4.9 ポイント上昇。

消費支出の増加理由は「出費がかさなった」が最多で、次いで「物価が高くなった」となった。支出が増加した項目は「飲食料品」が最も多く、次いで「教育」となった。消費支出の減少理由は「その他（コロナの影響等で外出の機会が減った等）」が最多で、次いで「節約した」の順。支出が減少した項目は「交際費」が最多で、次いで「衣料品」の順になった。

今後 1 年間の消費支出DIは△30.8 と現在よりも 39.3 ポイント低下の見通し。消費支出を減らそうと思う理由は「年金や介護費用など老後の生活が不安」が最多となった。年代別では 50 代、60 歳以上が「年金や介護費用など老後の生活が不安」、40 代は「年金や介護費用など老後の生活が不安」と「世帯収入が減った」、30 代は「世帯収入が減った」、29 歳以下では「その他（子育て教育費のための貯蓄等）」が、それぞれ最多であった。

③貯蓄目的（複数回答）

今後 1 年間の貯蓄DIは 26.0 で、前年比 2.9 ポイント上昇した。貯蓄目的は「老後の備え」が最多で、預け入れ商品では「普通預金・通常貯金」が最多。

④今後 1 年間に購入・支出予定の品目（複数回答）

1 位は「国内旅行」、2 位は「教育・自己啓発費」であった。前回と比べて、購入・支出予定が増加したのは、「国内旅行」（前年比+3.1 ポイント）、続いて「太陽光発電・蓄電池」（前年比+1.0 ポイント）、「教育・自己啓発費」「冷暖房器具・エアコン」（同+0.9 ポイント）であった。一方、減少したのは「冷蔵庫」（同△2.0 ポイント）、続いて「紳士物衣料」「家具、インテリア用品」（同△1.8 ポイント）であった。

⑤サービス・レジャー等に関する支出（複数回答）

1 年前と比べたサービス・レジャー等に関する支出DIが最も高いのは「補助教育費」で、最も低いのが「二泊以上の旅行（海外旅行含む）」。「今後 1 年間に支出を増やそうと考えているのは「一泊旅行」が最多で、次いで「外食費」となった。

⑥「新型コロナウイルス感染症」の感染リスクを抑えるための接触感染を避ける取組み

キャッシュレス決済やネットショッピングを利用した購入額が増加した割合はそれぞれ 47.5%、47.6%で、接触感染を防止するための積極的活用がうかがえた。

1. 暮らし向き動向

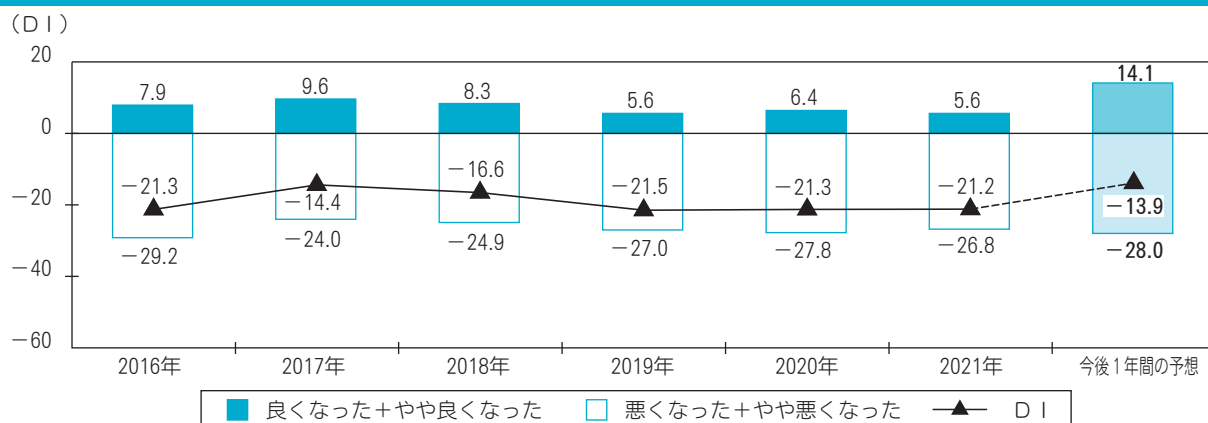
<現在（2021年）>

1年前（2020年）と比べた全体の暮らし向き動向をみると、暮らし向きDIは△21.2となり、2020年の前回調査（△21.3）とほぼ同様の回答であった。前回調査では2021年の暮らし向きDIを△29.2（20年の暮らし向きDI比7.9ポイント低下）と予想していたが、暮らし向きは悪いもの

の予想に比べ改善した。

年代別にみると、前回調査に比べ暮らし向きDIが上昇したのは、50代（前年比+7.4ポイント）、60歳以上（同+4.6ポイント）、40代（同+2.9ポイント）であった。そのほかの年代は大きく低下し、29歳以下（同△25.8ポイント）、30代（同△18.6ポイント）であった。

暮らし向きDI（1年前に比べ）（n=697）



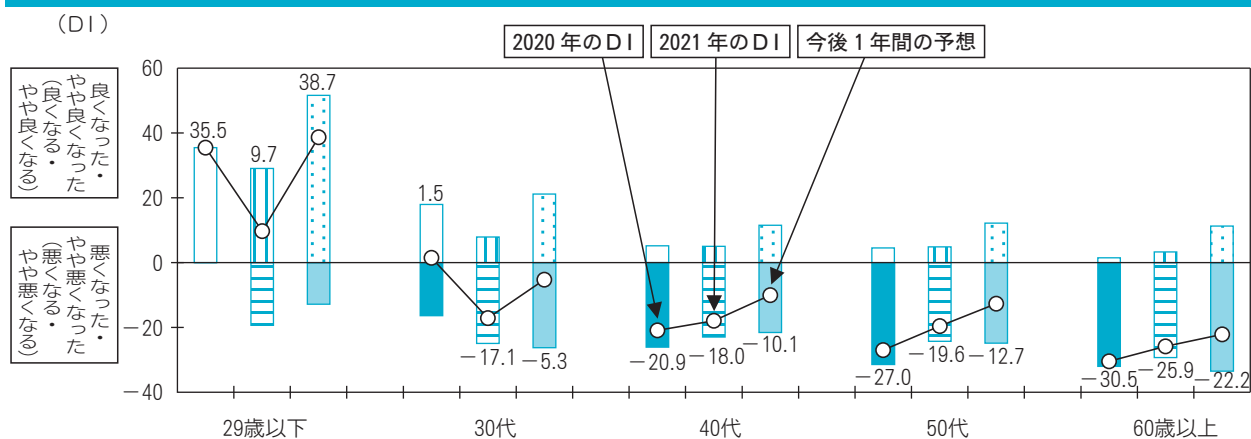
<今後1年間（2022年）>

今後1年間の暮らし向き予想については、全体の暮らし向きDIが△13.9と現在より7.3ポイント上昇した。今後1年間について、暮らし向き感

は悪いものの、前回調査では7.9ポイント低下したことに比べ改善している。

年代別にみると、全ての年代で上昇を予想して

年代別暮らし向きDI（n=697）



2. 消費支出動向

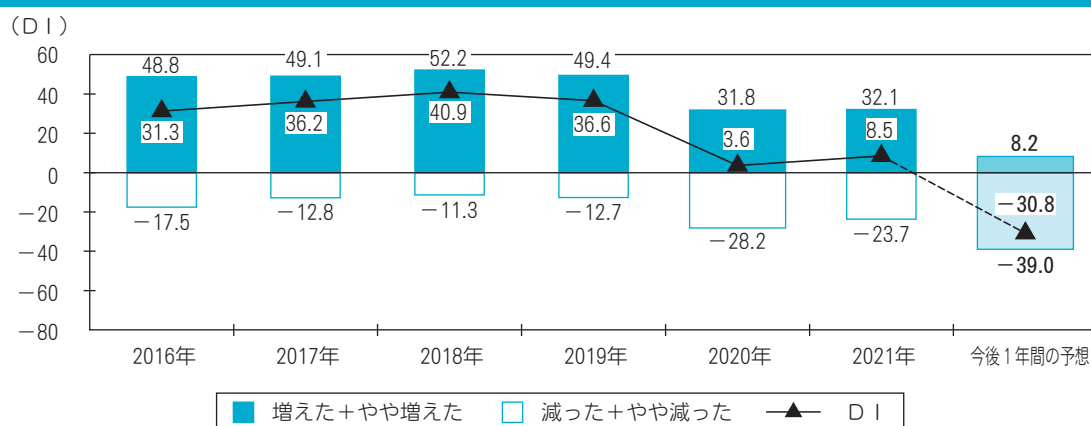
<現在（2021年）>

1年前（2020年）と比べて消費支出が「増えた」「やや増えた」と答えた人の割合は32.1%、「減った」「やや減った」は23.7%となり、全体の消費支出DIは8.5で、前回（3.6）より4.9ポイント

上昇した。

前回との変化を年代別に見ると29歳以下（前年比△16.1ポイント）と40代（同△2.9ポイント）は低下したが、50代（同+12.9ポイント）、30代（同+9.6ポイント）、60歳以上（同+5.9ポイント）では上昇した。

消費支出DI（1年前に比べ）（n=697）



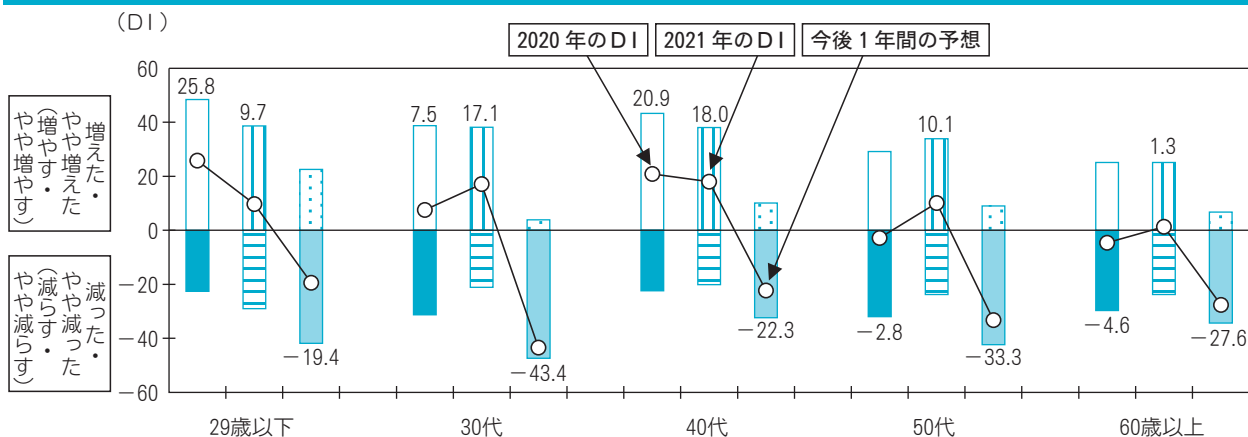
<今後1年間（2022年）>

今後1年間の消費支出DIの予想は△30.8となり、現在よりも39.3ポイント低下する見通しとなった。今後の消費支出を、今よりも「減らす」「やや減らす」の割合は、39.0%と拡大した。今後1年間の消費支出DIは、すべての年代で「減らす」「やや減らす」と予想しており、年代別で

は30代（△43.4）が最も低かった。

現在と今後1年間のDI比較は、低下幅の大きい順に、30代（現在比△60.5ポイント）、50代（同△43.4ポイント）、40代（同△40.3ポイント）、29歳以下（同△29.0ポイント）、60歳以上（同△28.9ポイント）であった。

年代別消費支出DI（1年前に比べ）（n=697）



3. 消費支出の増減理由等

(1) 消費支出の増加理由および増加項目

1年前（2020年）と比べた消費支出が「増えた」「やや増えた」と答えた224人を対象に、その理由をたずねた。回答は、「出費がかさなった」が75.9%で最も多く、次いで「物価が高くなった」(23.2%)であった（図表不掲載）。

支出が増加した項目（複数回答）は「飲食料品」(53.6%)が最も多く、続いて「教育」(26.3%)、「住居（家賃・光熱費等）」(24.1%)の順となった。1年前と比較すると、ウイズコロナの段階に入り、「衣料品」が5.0ポイント低下し、逆に「交際費」は4.8ポイント上昇した。

年代別に最も支出が増加した項目を見ると、29歳以下(66.7%)、30代(55.2%)、50代(54.7%)、60歳以上(51.7%)、が「飲食料品」で、40代(56.6%)は「教育費」であった。（図表不掲載）。

(2) 消費支出の減少理由および減少項目

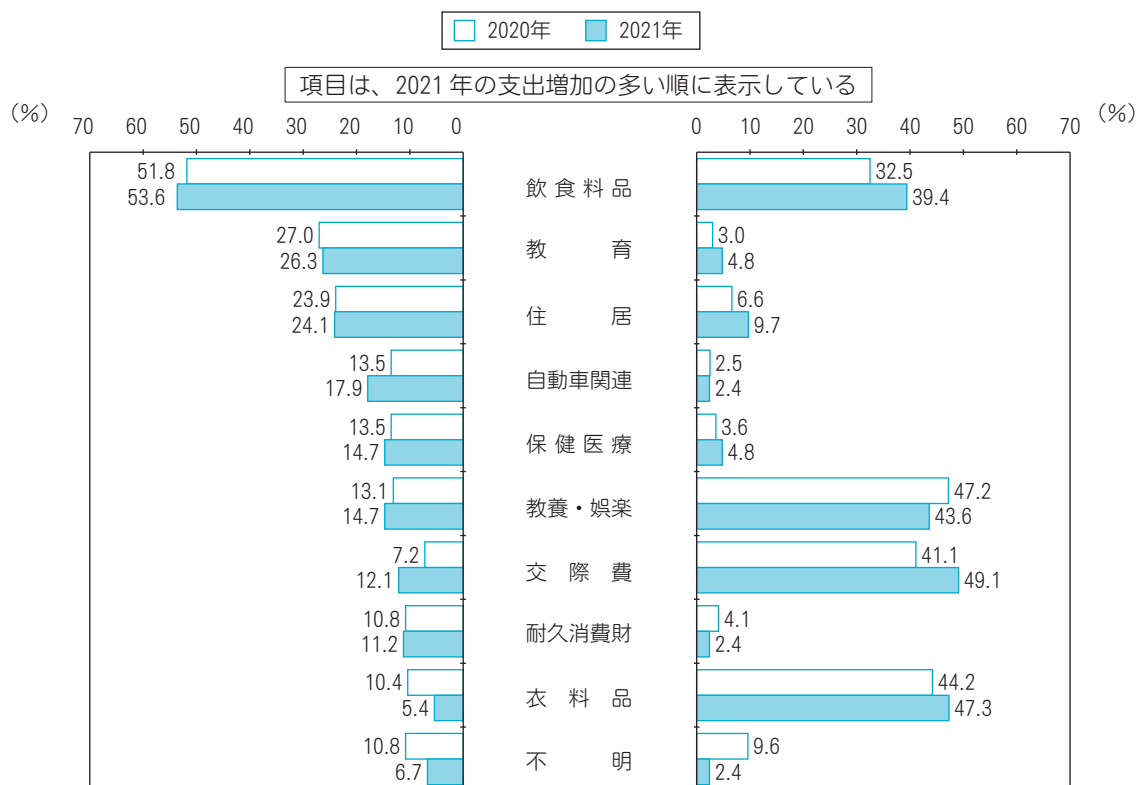
1年前（2020年）と比べた消費支出が「減った」「やや減った」と答えた165人を対象に、その理由をたずねた結果、「その他」(42.4%)が最も多く、次いで「節約した」(41.2%)となった（図表不掲載）。その他の自由回答欄では「コロナの影響等で外出の機会が減った」とする回答が多く見受けられた。

支出が減少した項目（複数回答）は「交際費」(49.1%)が最も多く、続いて「衣料品」(47.3%)の順となった。新型コロナウイルス感染症の影響により、1年前と比較して「交際費」が8.0ポイント、「飲食料品」は6.9ポイント減少幅が拡大した。

年代別に最も支出が減少した項目を見てみると、29歳以下(44.4%)と30代(62.5%)は「交際費」、40代(46.4%)は「教養・娯楽」、50代(51.1%)は「飲食料品」、60歳以上(64.9%)は「衣料品」であった（図表不掲載）。

支出が増加した項目（複数回答）(n=224)

支出が減少した項目（複数回答）(n=165)

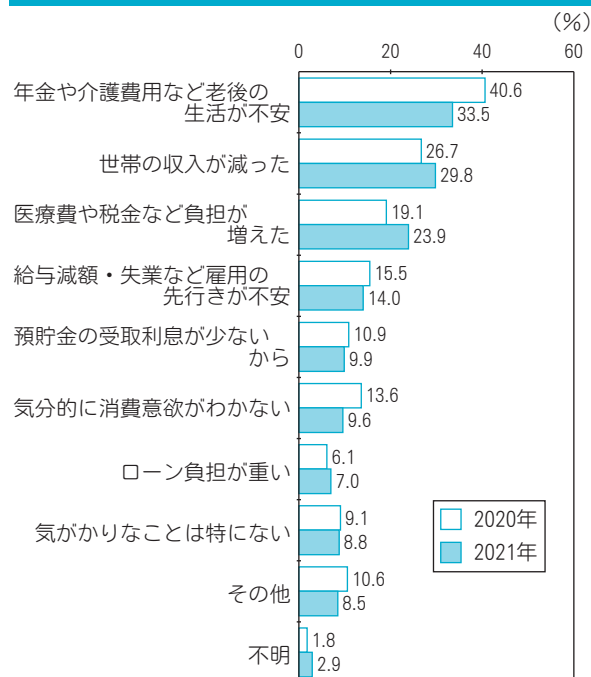


4. 今後1年間に消費支出を減らそうと思う理由（複数回答）

今後1年間の消費支出について「減らす」「やや減らす」と答えた272人を対象に、その理由をたずねた。その結果最も多かったのが「年金や介護費用など老後の生活が不安」（33.5％）で、以下「世帯の収入が減った」（29.8％）、「医療費や税金など負担が増えた」（23.9％）、「給与減額・失業など雇用の先行きが不安」（14.0％）と続いた。前回も「減らす」理由のトップであった「年金や介護費用など老後の生活が不安」は今回7.2ポイント低下した。

年代別にみた「支出を減らそうと思う」理由で最も多い項目は、50代（36.3％）、60歳以上（40.2％）では「年金や介護費用など老後の生活が不安」で、40代は「年金や介護費用など老後の生活が不安」（22.2％）と「世帯の収入が減った」（22.2％）、30代（33.3％）は「世帯の収入が減った」、29歳以下（30.8％）では、「その他」であった。

消費支出を減らそうと思う理由（複数回答）（n=272）



年代別消費支出を減らそうと思う理由（複数回答）（n=272）

理 由	29 歳以下		30 代		40 代		50 代		60 歳以上	
	今回 (2021年)	前回 (2020年)	今回 (2021年)	前回 (2020年)	今回 (2021年)	前回 (2020年)	今回 (2021年)	前回 (2020年)	今回 (2021年)	前回 (2020年)
年金や介護費用など老後の生活が不安	15.4	20.0	27.8	30.8	22.2	32.7	36.3	37.1	40.2	52.6
世帯の収入が減った	7.7	13.3	33.3	15.4	22.2	18.4	28.8	29.2	36.6	34.1
医療費や税金など負担が増えた	15.4	6.7	13.9	11.5	15.6	20.4	20.0	12.4	34.1	27.4
給与減額・失業など雇用の先行きが不安	23.1	6.7	16.7	23.1	8.9	22.4	15.0	20.2	12.2	10.4
預貯金の受取利息が少ないから	23.1	13.3	8.3	11.5	11.1	6.1	7.5	5.6	11.0	17.0
気分的に消費意欲がわからない	7.7	6.7	16.7	0.0	6.7	10.2	5.0	14.6	14.6	17.0
ローン負担が重い	15.4	6.7	19.4	19.2	2.2	4.1	5.0	5.6	4.9	2.2
気がかりなことは特にない	0.0	40.0	5.6	11.5	13.3	14.3	12.5	4.5	6.1	6.7
その他	30.8	13.3	2.8	11.5	13.3	16.3	10.0	14.6	2.4	5.2
不 明	0.0	0.0	0.0	3.8	6.7	2.0	1.3	2.2	4.9	0.0

（注）合計および各年代において、■ 1 番多い理由、■ 2 番目に多い理由、■ 3 番目に多い理由。

5. 貯蓄目的（複数回答）

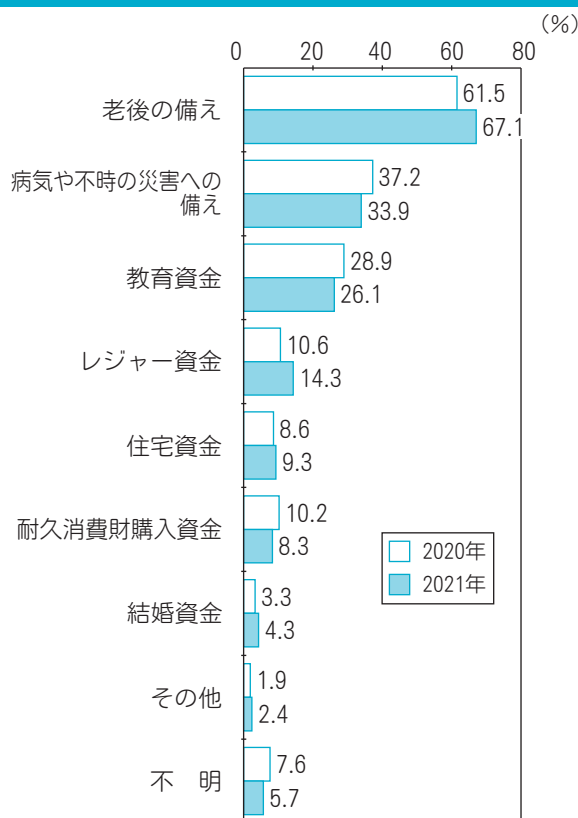
<全 体>

今後1年間の貯蓄は「増やす」「やや増やす」（38.7%）が前回よりも2.9ポイント上昇、「減らす」「やや減らす」（12.8%）は0.1ポイント低下、貯蓄DIは26.0で、前年比3.0ポイント上昇した。

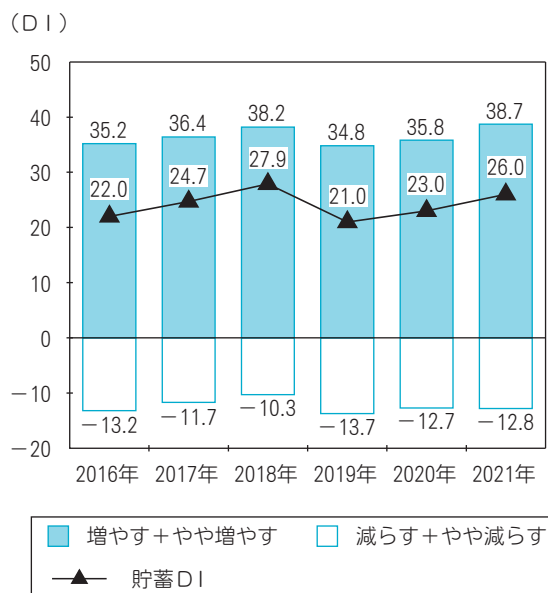
貯蓄の目的では、「老後の備え」（67.1%）が最も多く、次は「病気や不時の災害への備え」（33.9%）、「教育資金」（26.1%）が続いた。年代別にみると、29歳以下（38.7%）、40代（64.7%）、50代（74.1%）、60歳以上（72.4%）は「老後の備え」、30代（56.6%）は「教育資金」との回答が最も多かった（図表不掲載）。

今後、貯蓄をする場合に考えている商品の内訳については、多い順に「普通預金・通常貯金」（51.2%）、「定期預金・定額貯金」（40.9%）、「投資信託」（29.6%）で、前回よりも投資目的の商品である「投資信託」が13.4ポイント、「国内株式」が4.2ポイントそれぞれ上昇した。

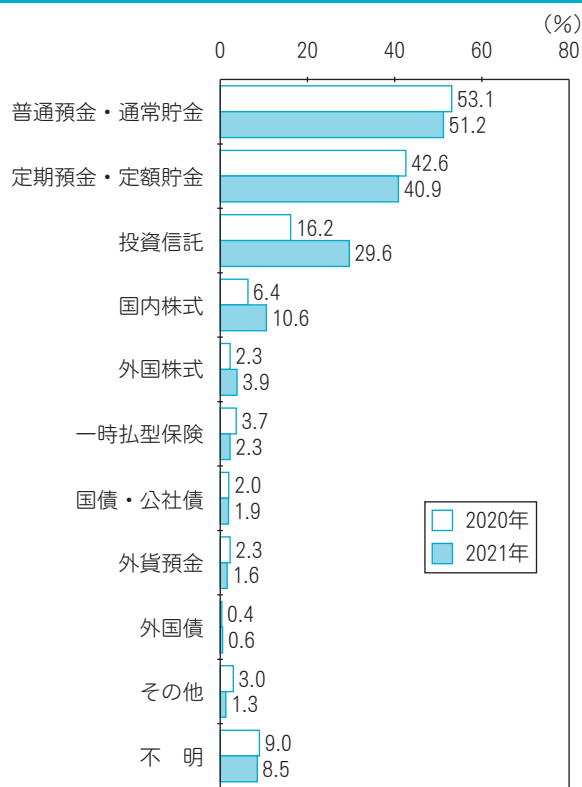
貯蓄の目的（複数回答）（n=697）



今後1年間の貯蓄DI（n=697）



今後貯蓄をする場合に考えている商品の内訳（複数回答）（n=697）



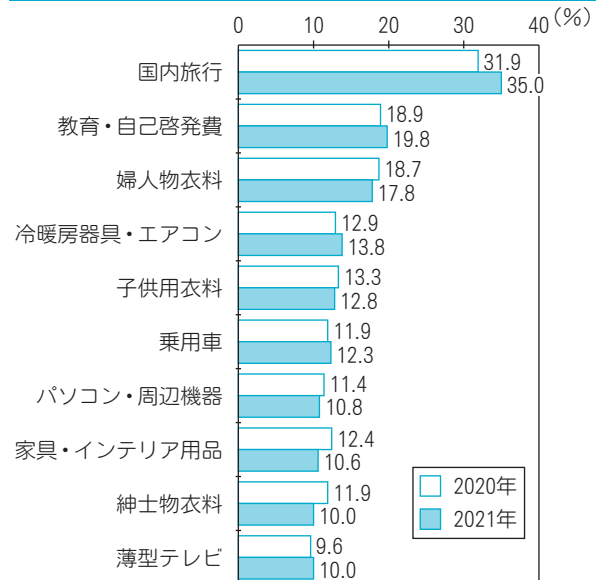
6. 今後1年間に購入・支出予定の品目（複数回答）

今後1年間に購入・支出予定の品目で最も多いのは「国内旅行」（35.0％）で、続いて「教育・自己啓発費」（19.8％）、「婦人物衣料」（17.8％）となった。前回よりも購入・支出予定が最も増えたのは「国内旅行」（前年比+3.1ポイント）、続いて「太陽光発電・蓄電池」（前年比+1.0ポイント）、「教育・自己啓発費」「冷暖房器具・エアコン」（同+0.9ポイント）であった。

一方、前回よりも購入・支出予定が最も減少したのは「冷蔵庫」（同△2.0ポイント）、続いて「紳士物衣料」「家具・インテリア用品」（同△1.8ポイント）であった。

年代別に、購入・支出予定の最も多い品目を見ると29歳以下（51.6％）と50代（30.7％）、60歳以上（40.2％）は「国内旅行」、30代（32.9％）、40代（38.1％）は「教育・自己啓発費」であった。

今後1年間に購入・支出予定の品目
（複数回答）（上位10品目）（n=697）



今後1年間に購入・支出予定の品目（複数回答）（n=697）

購入予定の品目		合 計		年 代 別									
				29歳以下		30代		40代		50代		60歳以上	
		今回 (2021年)	前回 (2020年)	今回 (2021年)	前回 (2020年)	今回 (2021年)	前回 (2020年)	今回 (2021年)	前回 (2020年)	今回 (2021年)	前回 (2020年)	今回 (2021年)	前回 (2020年)
耐久消費財	冷暖房器具・エアコン	13.8	12.9	19.4	16.1	10.5	11.9	7.2	15.7	11.6	9.6	19.7	15.1
	乗 用 車	12.3	11.9	16.1	19.4	22.4	11.9	10.1	11.9	14.3	15.7	9.2	8.9
	パソコン・周辺機器	10.8	11.4	6.5	12.9	11.8	9.0	14.4	11.9	10.6	14.0	8.8	10.0
	薄 型 テ レ ビ	10.0	9.6	19.4	9.7	11.8	10.4	9.4	10.4	6.9	8.4	11.7	10.0
	冷 蔵 庫	8.6	10.6	6.5	12.9	6.6	7.5	5.0	11.2	7.9	11.2	9.6	10.4
	洗 濯 機	8.6	10.2	9.7	6.5	13.2	7.5	5.0	12.7	7.9	12.4	9.6	8.9
	DVD・ブルーレイレコーダー	3.6	2.9	12.9	3.2	3.9	6.0	4.3	3.7	1.6	2.2	2.9	2.3
	太陽光発電・蓄電池	1.3	0.3	3.2	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0	2.5	0.8
	デジタルカメラ・ビデオカメラ	0.7	0.9	0.0	0.0	1.3	3.0	0.7	2.2	0.5	0.0	0.8	0.4
衣料品・サービス	国 内 旅 行	35.0	31.9	51.6	54.8	30.3	31.3	33.1	32.1	30.7	27.5	40.2	32.0
	教育・自己啓発費	19.8	18.9	19.4	9.7	32.9	34.3	38.1	37.3	19.6	21.3	6.3	6.6
	婦 人 物 衣 料	17.8	18.7	16.1	32.3	28.9	17.9	21.6	23.9	13.8	20.2	15.9	14.7
	子 供 用 衣 料	12.8	13.3	12.9	22.6	35.5	44.8	30.9	25.4	4.8	9.6	2.1	1.5
	家具・インテリア用品	10.6	12.4	22.6	38.7	14.5	13.4	11.5	13.4	10.1	14.0	8.8	7.3
	紳 士 物 衣 料	10.0	11.9	6.5	9.7	18.4	13.4	18.0	15.7	9.5	14.0	4.6	8.5
	靴・ハンドバック	9.5	8.9	12.9	16.1	13.2	9.0	12.9	10.4	7.4	7.9	7.5	8.1
	スポーツ、レジャー用品	7.5	7.2	9.7	12.9	5.3	11.9	10.8	10.4	4.2	7.9	9.2	3.9
	海 外 旅 行	6.6	6.4	16.1	3.2	9.2	11.9	1.4	5.2	5.3	3.9	9.2	7.7

（注）合計および各年代において、■ 1番多い理由、■ 2番目に多い理由、■ 3番目に多い理由。

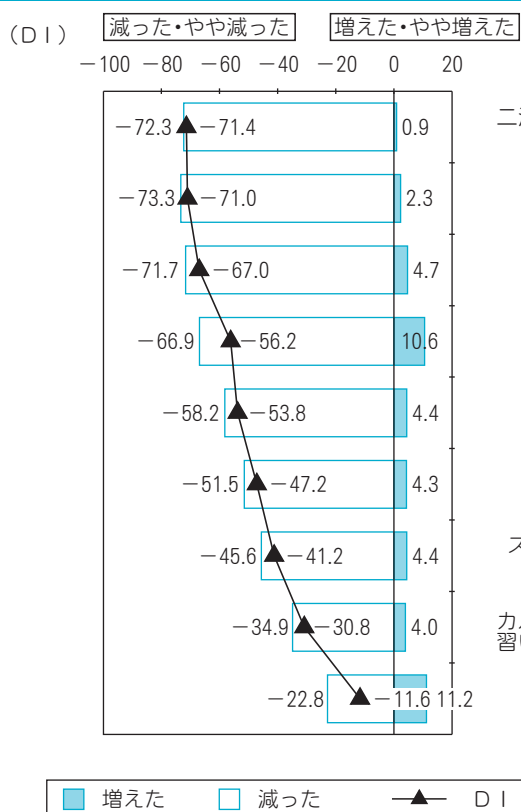
7. サービス・レジャー等に関する支出

<現在（2021年）>

1年前（2020年）と比べたサービス・レジャー等に関する支出DI（以下サービス等支出DIという）について、最も高いのは「補助教育費」（△11.6）、最も低いのは「二泊以上の旅行（海外旅行含む）」（△71.4）、続いて「一泊旅行」（△71.0）となった。

サービス等支出DIが前回と比べて上昇した支出は、「教養娯楽費」（前年比+6.3ポイント）が最も多く、次いで「その他娯楽（遊園地、エステティック、宝くじ、ゲーム等）」（同+5.2ポイント）であった。一方、低下したのは「一泊旅行」（同△6.5ポイント）が最も多く、次いで「二泊以上の旅行（海外旅行含む）」（同△4.5ポイント）であった（図表不掲載）。

1年前と比べた支出（n=697）



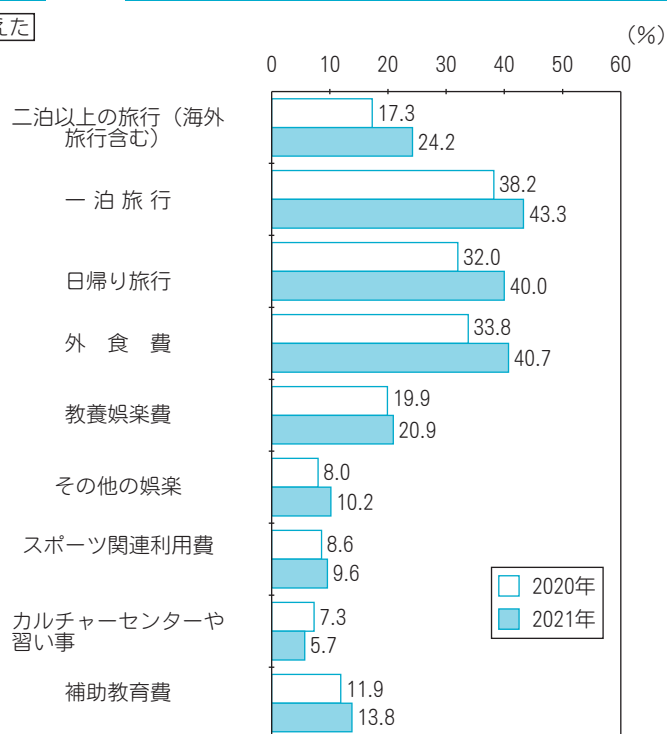
<今後1年間（2022年）>

今後1年間に、サービス・レジャー等の支出で増やそうと考えているもの（複数回答）は、「一泊旅行」（43.3%）が最も多く、「外食費」（40.7%）、「日帰り旅行」（40.0%）が続いた。

「二泊以上の旅行（海外旅行含む）」（△71.4）は、1年前（2020年）と比べたサービス等支出DIのうち最も低かったが、今後1年間にサービス・レジャー等の支出で増やそうと考えている回答は24.2%に止まり、「一泊旅行」に比べ回復状況は十分でなかった。

年代別に見ると、29歳以下は「外食費」（58.1%）、30代（48.7%）、40代（42.4%）、50代（38.6%）、60歳以上（49.0%）は「一泊旅行」がそれぞれ最も多かった。（図表不掲載）。

今後1年間に支出を増やそうと考えているもの（複数回答）（n=697）



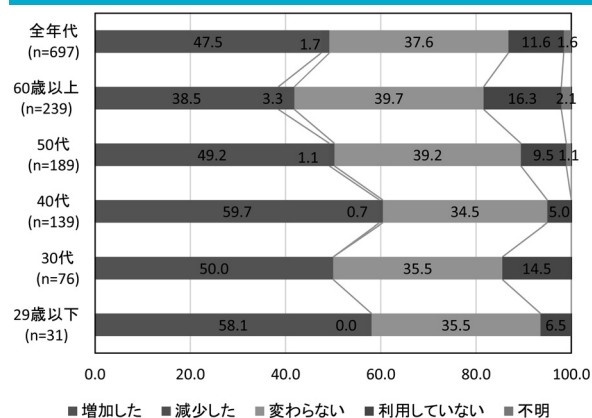
8. 令和2年3月からの「新型コロナウイルス感染症」の感染リスクを抑えるための接触感染を避ける取組み

(1) 店舗等の対面販売において、感染拡大前と比較したキャッシュレス決済の購入額の増減について

全世代の回答は、「増加した」47.5%、「変わらない」37.6%、「利用していない」11.6%、「減少した」1.7%の順であった。感染リスクを抑えるため、対面による接触感染を避ける方法として、約半数の人がキャッシュレス決済の利用を増加させていることから、キャッシュレス決済が選好されたと考えられる。

一方、「利用していない」は11.6%と低かった。年代別に見ると、60歳以上において、「利用していない」(39.7%)が「増加した」(38.5%)に比べ高かった。他の年代では、「利用していない」は約1割前後で、「増加した」は約半数を占め、その差は約35ポイント以上であった。

キャッシュレス決済の増減の年代別回答

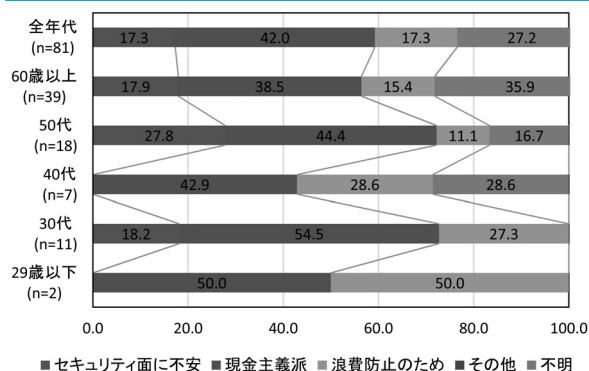


「利用していない」理由を尋ねたところ、「現金主義派」が42.0%、「浪費防止のため」・「セキュリティ面に不安」がそれぞれ17.3%であった。いずれの年代も「現金主義派」が最も多く、「セキュリティ面に不安」は比較的少なかったものの、

50代(27.8%)、30代(18.2%)、60歳以上(17.9%)が、「利用していない」理由に挙げていた。

年代別に最も多かった回答は、30代(35.5%)、50代(44.4%)、60歳以上(38.5%)が「現金主義派」であった。キャッシュレス決済には、「現金主義派」や「浪費防止のため」等、消費に対する個々人の考えや主義があるため、今後も継続して増加していくとは言えない状況であった(なお、サンプル数が10未満の回答数である、29歳以下の世代についてのコメントは省略)。

キャッシュレス決済を利用していない理由



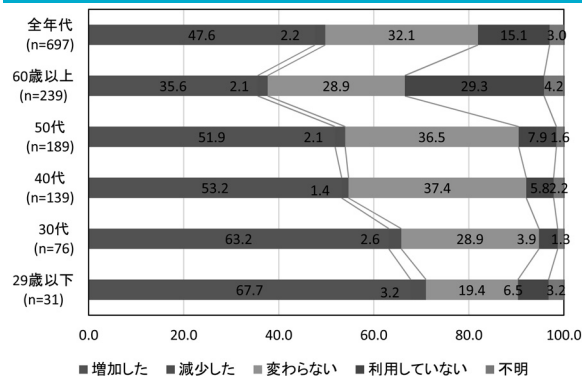
(2) 感染拡大前と比較したネットショッピングの購入額の増減について

回答は、「増加した」47.6%、「変わらない」32.1%、「利用していない」15.1%、「減少した」2.2%であった。キャッシュレス決済と同様、非対面購入への切り替えは進んでおり、「利用していない」人を除いた約8割以上の人が利用していることから、ネットショッピングがほぼ全世代に浸透している事が分かった。

また、年代別に、「増加した」と回答した割合を多い順に見ると、29歳以下(67.7%)、30代(63.2%)、40代(53.2%)、50代(51.9%)、60歳以上(35.6%)で、若い年代ほど「増加した」割合は高い傾向にあった。「利用していない」は、60歳以上を除いた各年代では1割以下であった

が、60 歳以上（29.3%）は突出して高かった。

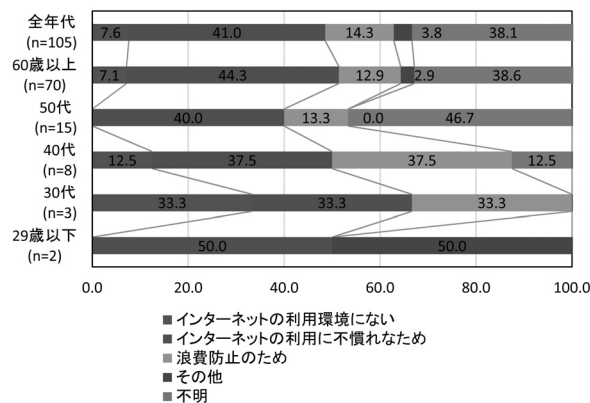
ネットショッピング購入額の増減の年代別回答



「利用していない」理由は、「インターネットの利用に不慣れなため」41.0%、「浪費防止のため」14.3%、「インターネットの利用環境にない」7.6%であった。「利用していない」理由のうち、「インターネットの利用環境にない」は約1割を下回ることから、インターネットの利用環境は各世代において整備されていることが分かった（なお、サンプル数が10未満の回答数である、29歳以下、30代、40代の世代についてのコメントは省略）。年代別回答では、「インターネットの利用に不慣れなため」が、50代（40.0%）、60歳以上（44.3%）であり、非常に高い割合の「利用していない」理由であった。また、「インターネットの利用環境にない」との回答は、60歳以上では7.1%であった。「浪費防止のため」は、50代（13.3%）、60歳以上（12.9%）で、相対的に回答割合は低かった。

既にインターネットの利用環境についての整備は進んでおり、今後はインターネット利用の不慣れが解消されることも期待される。しかし、ネットショッピングを利用しない理由として、一般的に決済手段のセキュリティ面の不安やネットショッピング事業者の信頼性への懸念等が根強く残っており、必ずしもネットショッピングの利用が進むとは限らない。

ネットショッピングを利用していない理由



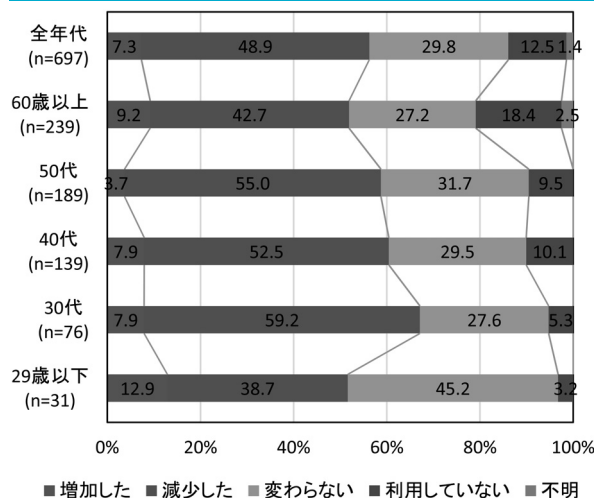
（3）感染拡大前と比較した利用頻度等

①ランチ（外食）

感染拡大前と比較したランチ（外食）の利用頻度は、「減少した」との回答が48.9%で、感染予防のため大きく減少した。

ランチ（外食）の利用頻度が「変わらない」との回答について年代別に見ると、29歳以下を除いた年代は約3割であったが、29歳以下だけが高く、45.2%であった。29歳以下の年代では、「変わらない」が「減少した」（38.7%）を上回り、利用は減少しているものの、行動を変えていない人がそれ以上に多い状況であった。

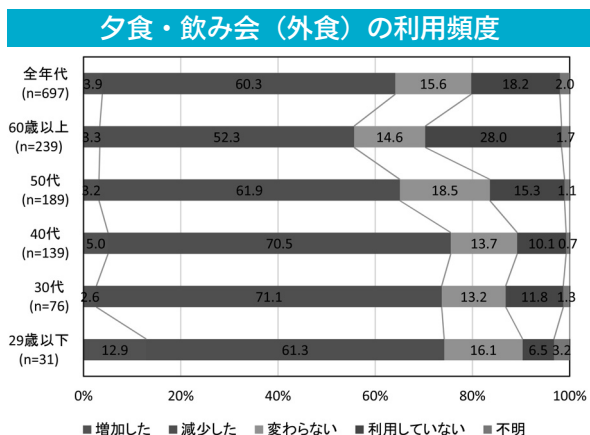
ランチ（外食）の利用頻度



②夕食・飲み会（外食）

感染拡大前と比較した夕食・飲み会（外食）の利用頻度は、「減少した」との回答が60.3%であった。夕食・飲み会（外食）の「減少した」割合は、感染予防のためランチ（外食）の「減少した」（48.9%）を上回っていた。

夕食・飲み会（外食）の利用頻度について年代別に見ると、29歳以下は「減少した」回答が61.3%と最も高いものの、「増加した」も12.9%あった。また、60歳以上では、「利用していない」との回答が28.0%と比較的高く、「減少した」は52.3%に止まった。

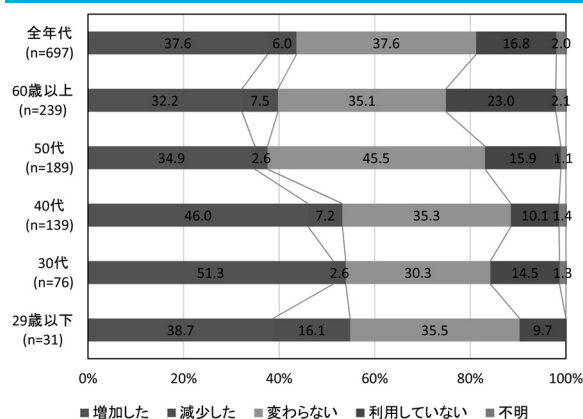


③持ち帰り弁当等

持ち帰り弁当等の購入頻度は「増加した」が37.6%になり、「変わらない」と同率になった。

年代別に見ると、29歳以下の「増加した」回答が38.7%と最も高いものの、「減少した」も16.1%と高かった。他の年代で最も多かった回答は、30代（51.3%）、40代（46.0%）が「増加した」で、50代（45.5%）、60歳以上（35.1%）が「変わらない」であった。

持ち帰り弁当等の購入頻度

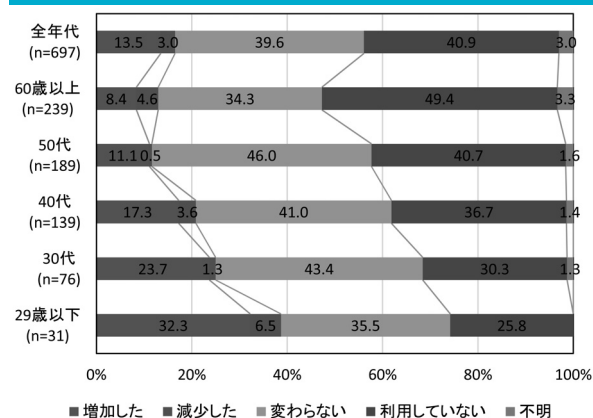


④出前

出前については、「増加した」が13.5%に止まり、「利用していない」が40.9%と高かった。

年代別に見ると、29歳以下と30代の「増加した」割合が比較的高く、それぞれ32.3%と23.7%であった。最も多かった回答は、29歳以下（35.5%）、30代（43.4%）、40代（41.0%）、50代（46.0%）が「変わらない」で、60歳以上（49.4%）が「利用していない」であった。

出前の利用頻度



（中原嘉寛）

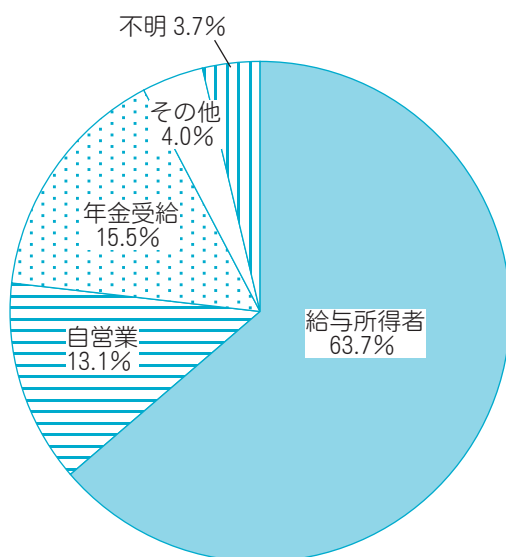
【調 査 要 領】

- (1) 調査場所…… 次に掲げる奈良県内の南都銀行店舗 31 家店
 本店営業部、南、西大寺、西ノ京、平城、学園前、富雄、生駒、東生駒、郡山、筒井、天理、天理南、桜井、榛原、大淀、高田、高田北、馬見、香芝、真美ヶ丘、新庄、御所、橿原、神宮前、王寺、西大和、平群、法隆寺、田原本、五条
- (2) 調査日…… 2021 年 10 月初旬
- (3) 調査方法…… 上記店頭において無記名で記入
- (4) 調査対象者数 700 人
 うち有効回答者数 697 人
 有効回答率 99.6 %
- (5) 調査対象者の属性

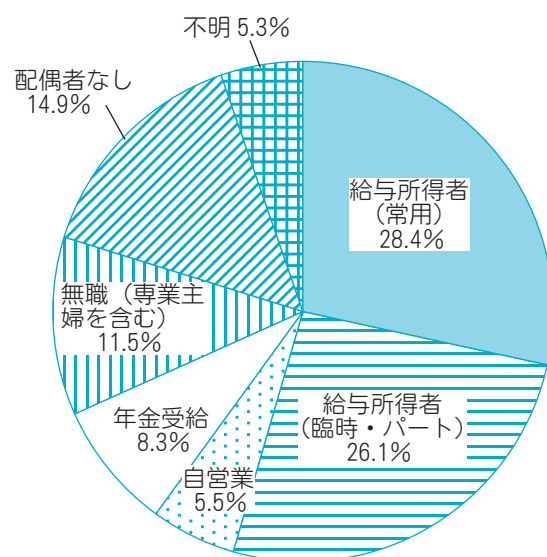
(上段：人、下段：%)

職 業	29歳以下	30 代	40 代	50 代	60歳以上	年齢不明	全 体
給与所得者	29 6.5	68 15.3	110 24.8	148 33.3	87 19.6	2 0.5	444 100.0
自 営 業	2 2.2	3 3.3	20 22.0	30 33.0	34 37.4	2 2.2	91 100.0
年 金 受 給	0 0.0	1 0.9	0 0.0	3 2.8	100 92.6	4 3.7	108 100.0
そ の 他	0 0.0	1 3.6	4 14.3	7 25.0	15 53.6	1 3.6	28 100.0
不 明	0 0.0	3 11.5	5 19.2	1 3.8	3 11.5	14 23.8	26 100.0
合 計	31 4.4	76 10.9	139 19.9	189 27.1	239 34.3	23 3.3	697 100.0

世帯主の職業



世帯主の配偶者の状況



2020 年 12 月号に掲載した「2020 年暮らし向き調査結果」における年代別の記載および各図表について、世帯主の年齢により区分すべきところ、アンケート回答者の年齢により区分していたことが判明しました。本特集「2021 年暮らし向き調査結果」は前年のデータを世帯主の年齢区分に訂正し、時系列に比較分析しております。