

令和5年度ネットリサーチ「生活意識」に関する調査結果報告書

■結果のポイント

- ・ 暮らし向きの満足度については、【満足】が50.3%となっている。
- ・ 暮らし向きの変化については、「変わらない」が45.0%で最も高い。一方で、【苦しくなった】が40.1%となっている。
- ・ 「暮らし向きが苦しくなった」と回答した方に、苦しくなった理由について聞いたところ、「物価が上昇したため」が70.1%と最も高くなっている。

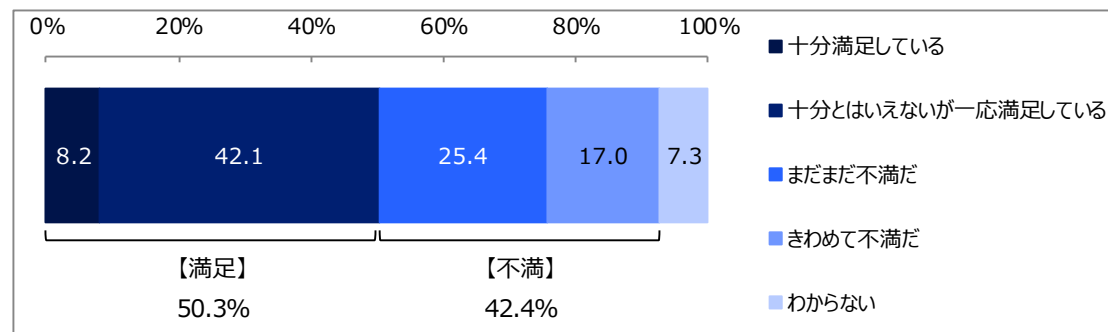
■調査結果の概要

1 暮らし向きの満足度

- ◇ 「十分満足している」(8.2%)と「十分とはいえないが一応満足している」(42.1%)を合わせた【満足】が50.3%、「まだまだ不満だ」(25.4%)と「きわめて不満だ」(17.0%)を合わせた【不満】が42.4%となっている。

Q1.あなたは、現在の暮らし向き（家計の状態）についてどの程度満足していますか。次の中からあてはまるものを1つ選んでください。

	%	n
全体	100.0	1000
十分満足している	8.2	82
十分とはいえないが一応満足している	42.1	421
まだまだ不満だ	25.4	254
きわめて不満だ	17.0	170
わからない	7.3	73



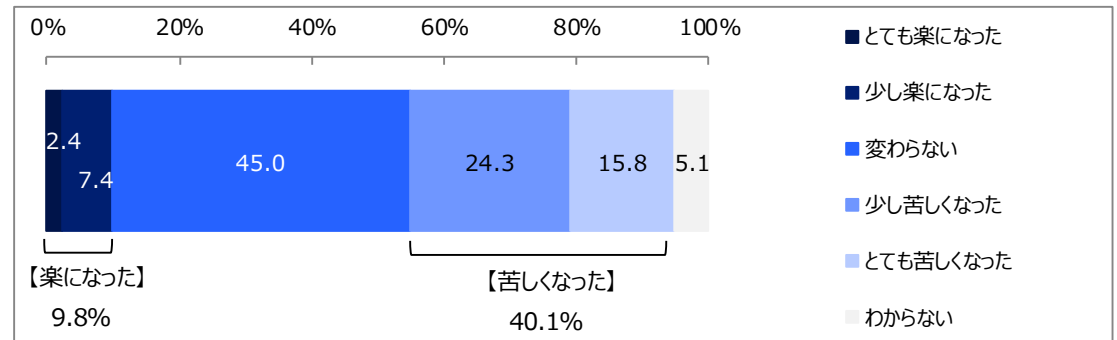
2 暮らし向きの変化

◇ 「変わらない」が45.0%で最も高い。

◇ 「少し苦しくなった」(24.3%)と「とても苦しくなった」(15.8%)を合わせた【苦しくなった】が40.1%となっている。

Q2.暮らし向き(家計の状態)は、昨年の今ごろに比べて楽になりましたか。それとも苦しくなりましたか。次の中からあてはまるものを1つ選んでください。

	%	n
全体	100.0	1000
とても楽になった	2.4	24
少し楽になった	7.4	74
変わらない	45.0	450
少し苦しくなった	24.3	243
とても苦しくなった	15.8	158
わからない	5.1	51



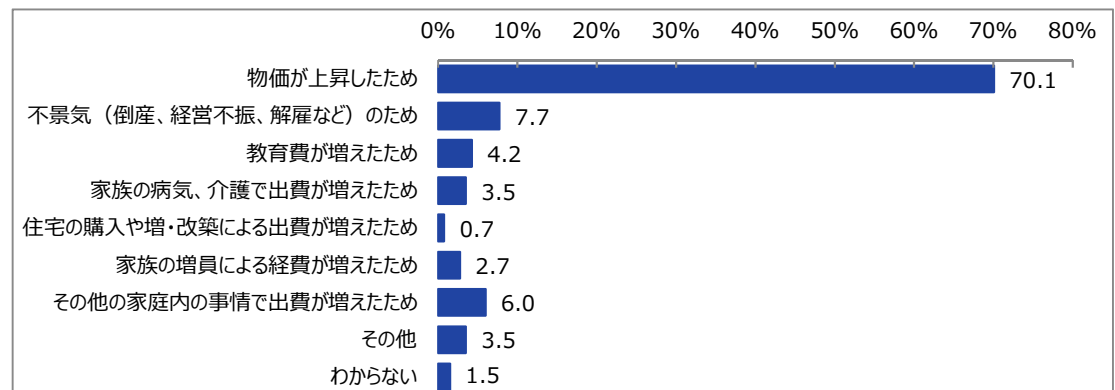
3 暮らし向きが苦しくなった理由

◇ 「物価が上昇したため」が70.1%で最も高い。

(Q2で「少し苦しくなった」「とても苦しくなった」と回答された方へ)

Q3.苦しくなったのは、主にどのようなことからですか。次の中から、最も大きな原因を1つ選んでください。

	%	n
全体	100.0	401
物価が上昇したため	70.1	281
不景気(倒産、経営不振、解雇など)のため	7.7	31
教育費(授業料、習い事や塾の費用、学生の子どもへの仕送りなど)が増えたため	4.2	17
家族の病気、介護で出費が増えたため	3.5	14
住宅の購入や増・改築による出費が増えたため	0.7	3
家族の増員による経費が増えたため	2.7	11
その他の家庭内の事情で出費が増えたため	6.0	24
その他	3.5	14
わからない	1.5	6



■調査の目的

県民の生活意識や県政に対する県民の関心、要望などをとらえ、県行政の推進を図るうえで必要な基礎的資料を得るために調査を行う。

■実施概要

・実施期間：令和5年11月24日～12月4日

・サンプル数：茨城県常住人口調査（令和5年4月1日現在）に基づく性別・年代・居住地（5地域）の割合で割り付けた18歳以上の県民1,000サンプル

回答者数（人）

		県北	県央	鹿行	県南	県西	計
全体		114	245	94	359	188	1,000
性別	男性	59	125	50	185	99	518
	女性	55	120	44	174	89	482
年代別	18～29歳	18	41	16	68	33	176
	30歳代	17	42	16	62	30	167
	40歳代	23	55	21	83	41	223
	50歳代	28	57	21	79	42	227
	60歳代	28	50	20	67	42	207

県北：日立市、常陸太田市、高萩市、北茨城市、常陸大宮市、久慈郡

県央：水戸市、笠間市、ひたちなか市、那珂市、小美玉市、東茨城郡、那珂郡

鹿行：鹿嶋市、潮来市、神栖市、行方市、鉾田市

県南：土浦市、石岡市、龍ヶ崎市、取手市、牛久市、つくば市、守谷市、稲敷市、かすみがうら市、つくばみらい市、稲敷郡、北相馬郡

県西：古河市、結城市、下妻市、常総市、筑西市、坂東市、桜川市、結城郡、猿島郡

(注)

1. 「ネットリサーチ」の回答者は、民間調査会社のインターネットリサーチモニターであり、無作為抽出された調査対象者ではない。
2. 割合を百分率で表示する場合は、小数点第2位を四捨五入した。四捨五入の結果、個々の比率の合計と全体を示す数値とが一致しないことがある。
3. 図表中の表記の語句は、短縮・簡略化している場合がある。