

## 岡山生活者意識調査

**前月から2.3ポイント増加、  
7月の岡山県民の消費意向得点は55.8ポイント**

消費意向得点は、調査対象者に次月の消費意向を最大100満点で表してもらったものです。

**ボーナス支給と夏休みレジャーを前に  
消費意向は小幅ながら上昇。  
今後の景気見通しは明るさを持続中。  
「良くなる + やや良くなる」と答えた人は40.4%。**

ビザビグループの調査研究部門である岡山情報文化研究所では、岡山の消費者動向を把握するため、様々なリサーチを行っております。この4月よりスタートした『岡山生活者意識調査』第3回目の結果がまとまりましたのでご報告いたします。弊社HP上にも掲載いたしますのでご参照下さい。

次月の消費意向得点は前月から2.3ポイント増加し、55.8ポイントとなりました。岡山県内企業・事業所のボーナス支給は7月が最も多く、また、夏休みに向けてのレジャー計画などと相まって、消費意向は小幅ながら上昇しました。

生活者が予測する『今後の景気』は、「良くなる」6.9%（前月比2.1%増）、「やや良くなる」33.5%（前月比1.9%減）、「変化はない」38.9%（前月比5.9%増）、「やや悪くなる」15.8%（前月比5.7%減）、「悪くなる」4.9%（前月比0.4%減）と、マイナス回答が3ヶ月連続して減少しており、岡山の生活者の景気見通しは良い方向へ向かっています。

また、『今後の雇用』『今後の世帯収入』『消費（家計）支出の引き締め状況』のいずれの質問においても、この3ヶ月間を通し、マイナス回答の減少傾向がみられます。これら見通しの良さが安心感を与えているのか、『仕事に対する注力度』では、「注力していきたい」「やや注力していきたい」は毎月減少し、不況の緊張感が和らいできている様子がうかがわれます。

『政治への満足度』は、「不満である」「やや不満である」が合わせて85.7%に上っています。「満足している」は3ヶ月連続して0.0%を示し、「やや満足している」は前月2.9%から1.0%にまで下がりました。国の各種景気対策に対し一旦は満足度は上がりましたが、衆院選や岡山市長選など、メディアから提供される政治情報が増加している状況下では、政治を見る目が厳しくなっているのでしょうか。

生活者の景気見通しは明るいものの、個人消費の動きは弱いものとなっており、消費への慎重さはまだ残っています。習慣化された慎重さは別の価値観を生み出しているとも考えられ、慎重さが全く消えることはないのかもしれませんが。

**調査概要**

調査時期：2009年6月25日（木）～7月1日（水）

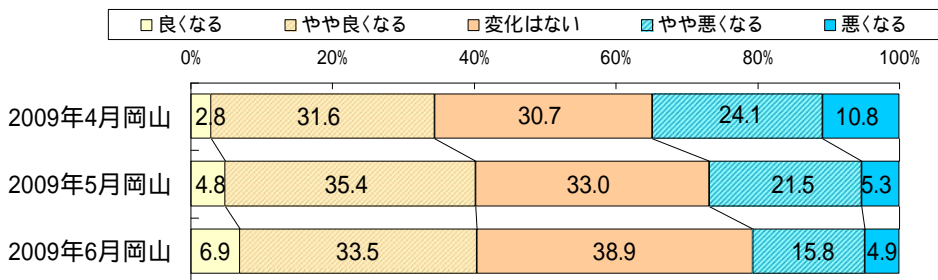
調査対象：岡山県在住の男女212名（株式会社ビザビリレーションズのメルマガ会員からモニターを抽出）

調査方法：インターネット調査

お知らせ・・・消費意向得点について、過去2回のレポートでは、「4月末調査実施 4月の消費意向得点」としてまいりましたが、今回より「4月末調査実施 5月の消費意向得点」と修正いたしました。

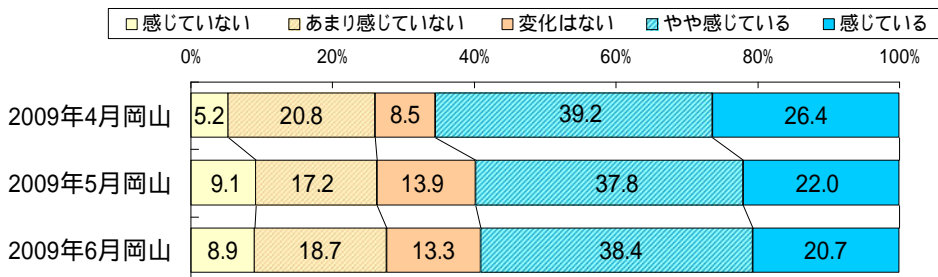
# 消費者実態指数 42.5ポイント (前月比 + 0.58ポイント)

## 今後の景気について、あなたはどうかと思いますか？



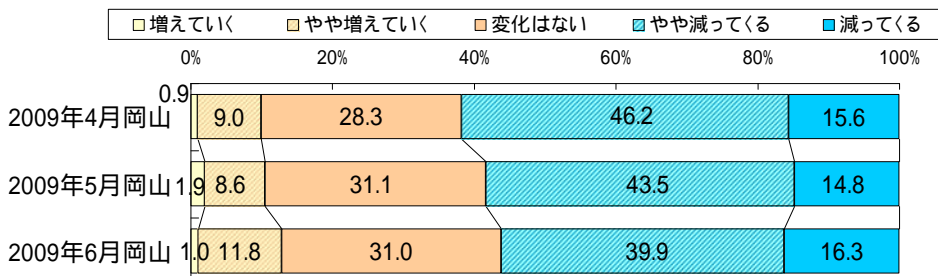
55.4  
(+ 2.2)

## ご自身や家族の今後の雇用に対し、不安を感じていますか？



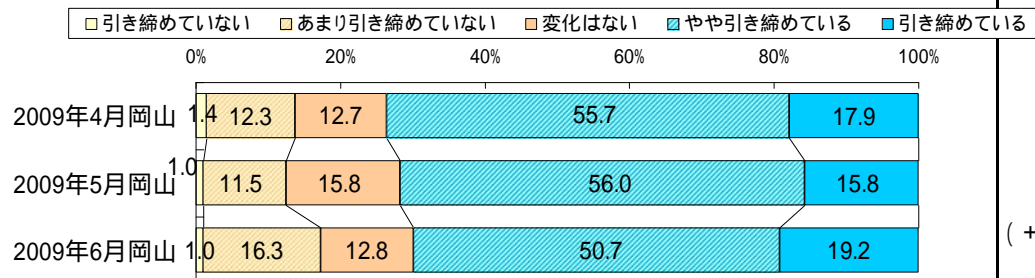
39.2  
(+ 0.8)

## あなたの今後の世帯収入は、どうかと思いますか？



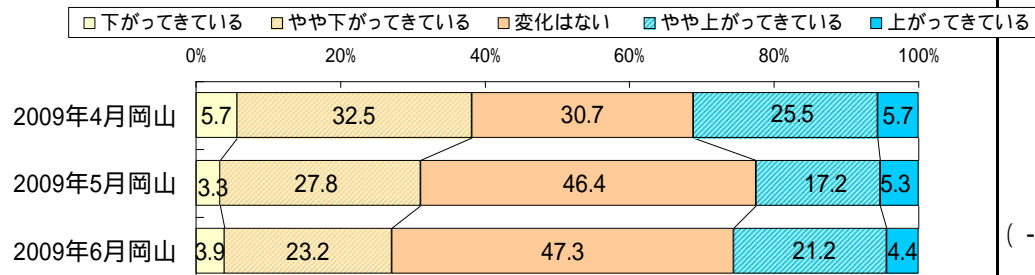
35.3  
(+ 0.6)

## ご自身や家族の消費(家計)支出を、引き締めていますか？



32.3  
(+ 0.8)

## 物価について、どう感じていますか？



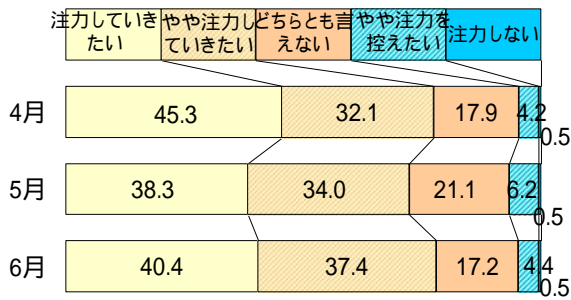
50.3  
(- 1.4)

消費者意識指数

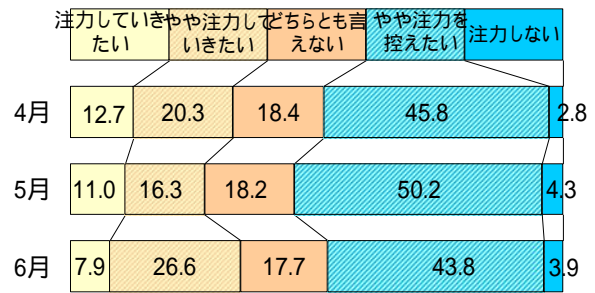
消費者実態指数 (内閣府「消費動向調査」を参考に作成)  
 ・暮らし向き予測5項目(景気、雇用、世帯収入、支出、物価)に關し、5段階評価のそれぞれを、「良くなる」(+1)、「やや良くなる」(+0.75)、「変わらない」(+0.50)、「やや悪くなる」(+0.25)、「悪くなる」(0)として点数化し、この点数に各回答区分の構成比(%)を乗じ、その結果を合計して、各項目ごとに消費者意識指標を算出。・これら5項目の消費者意識指標を単純平均し、消費者実態指数として算出。

次月、どのくらい力を入れていきたい(時間やお金や手間などをかけたい)ですか？

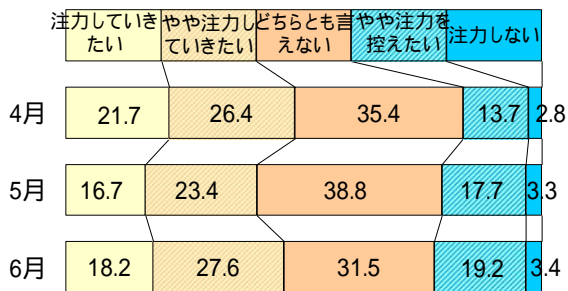
家族との生活



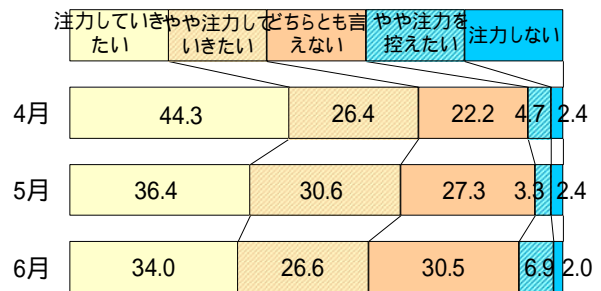
食費・外食



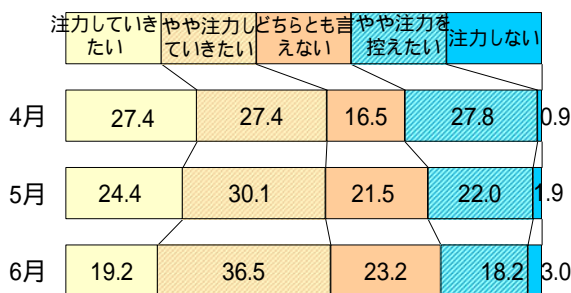
人づきあい



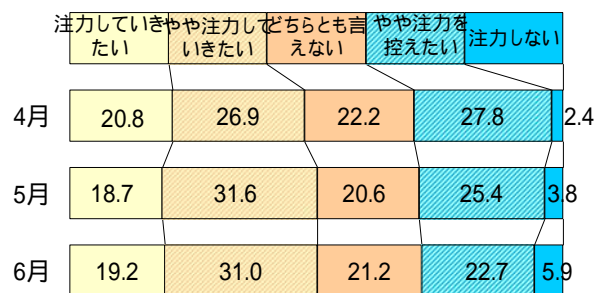
仕事



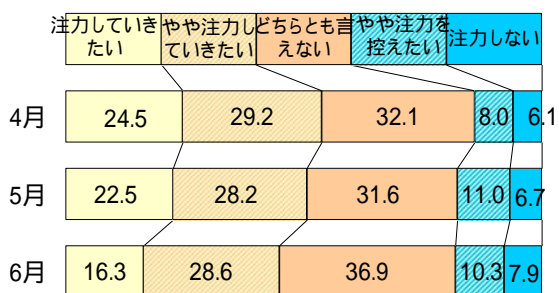
趣味・遊び



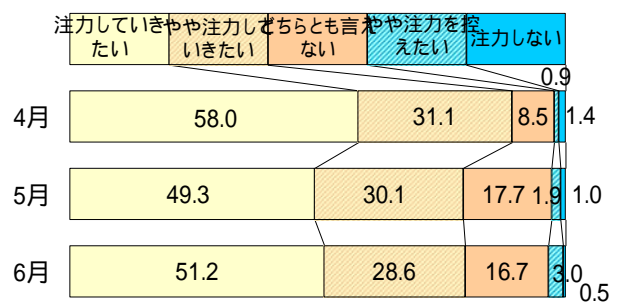
余暇・レジャー



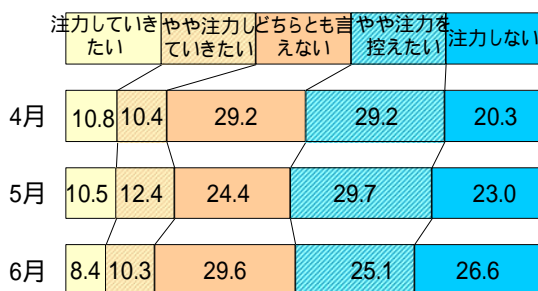
学び・教養など



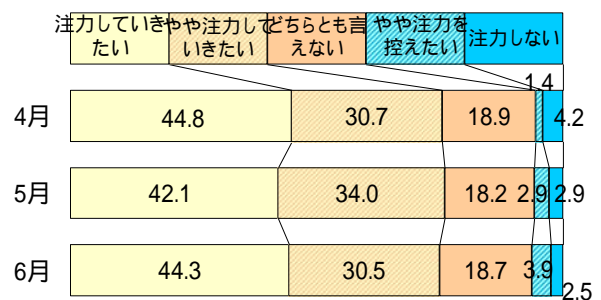
健康管理



大きな値の張る耐久消費財

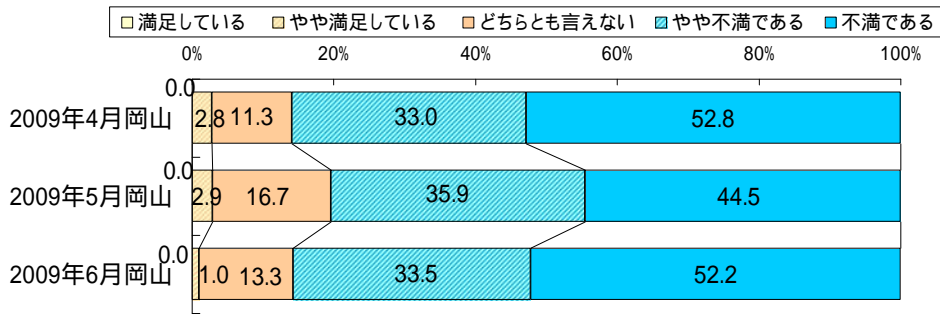


貯蓄

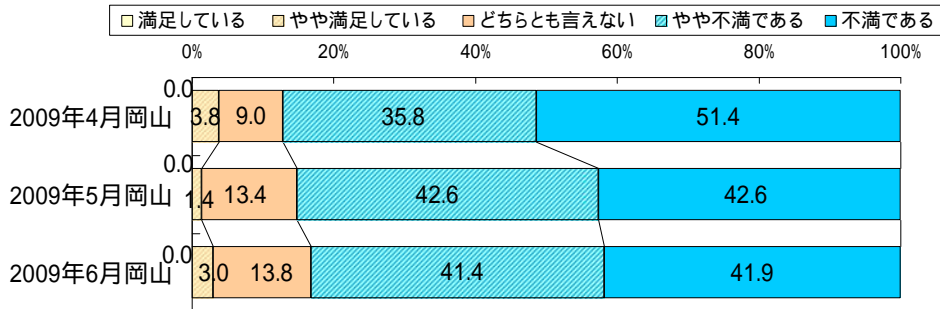


## 現在の満足度はどのくらいですか？

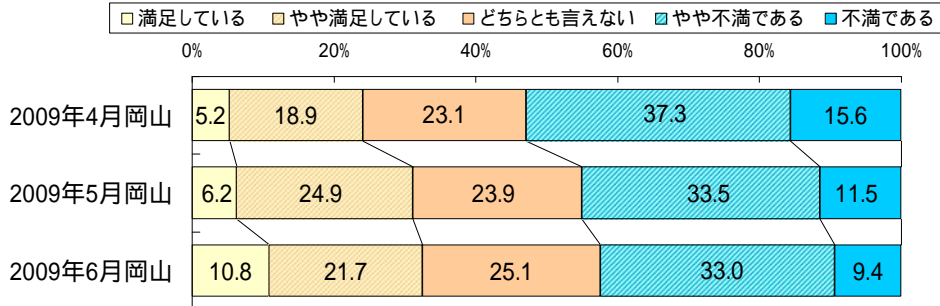
### 政治



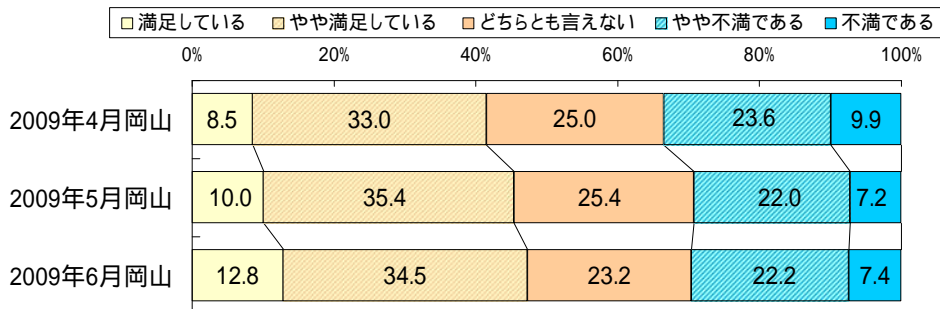
### 経済



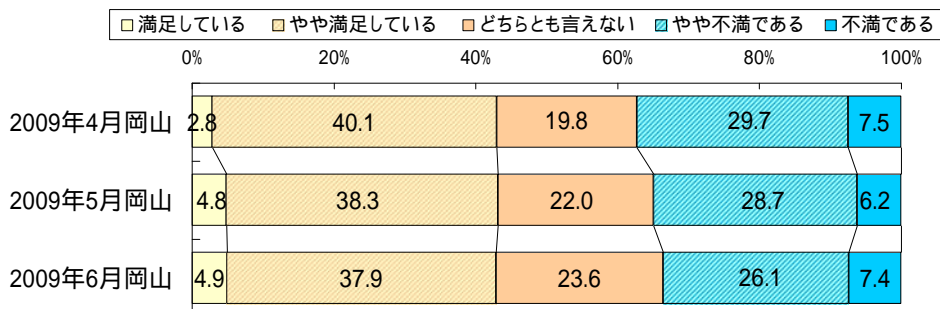
### 治安



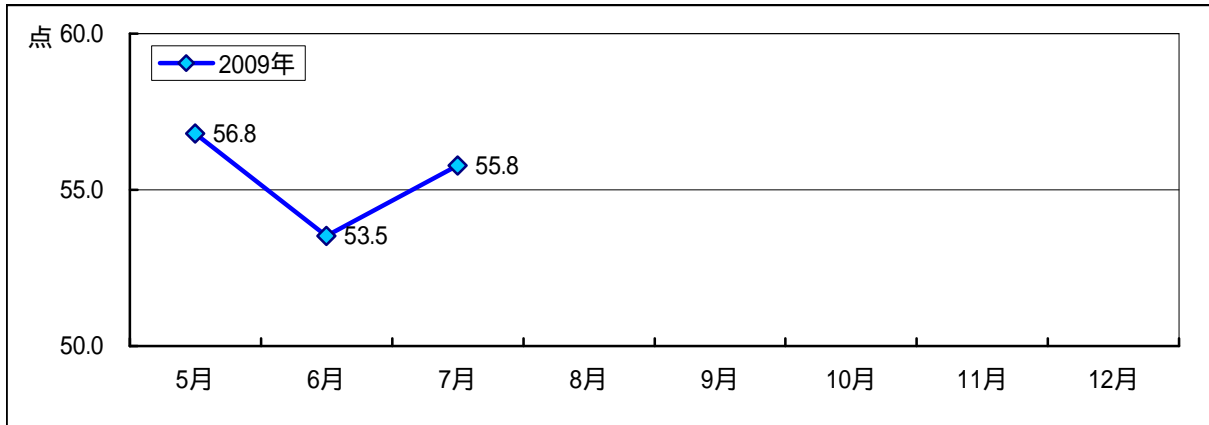
### あなたの住んでいる地域



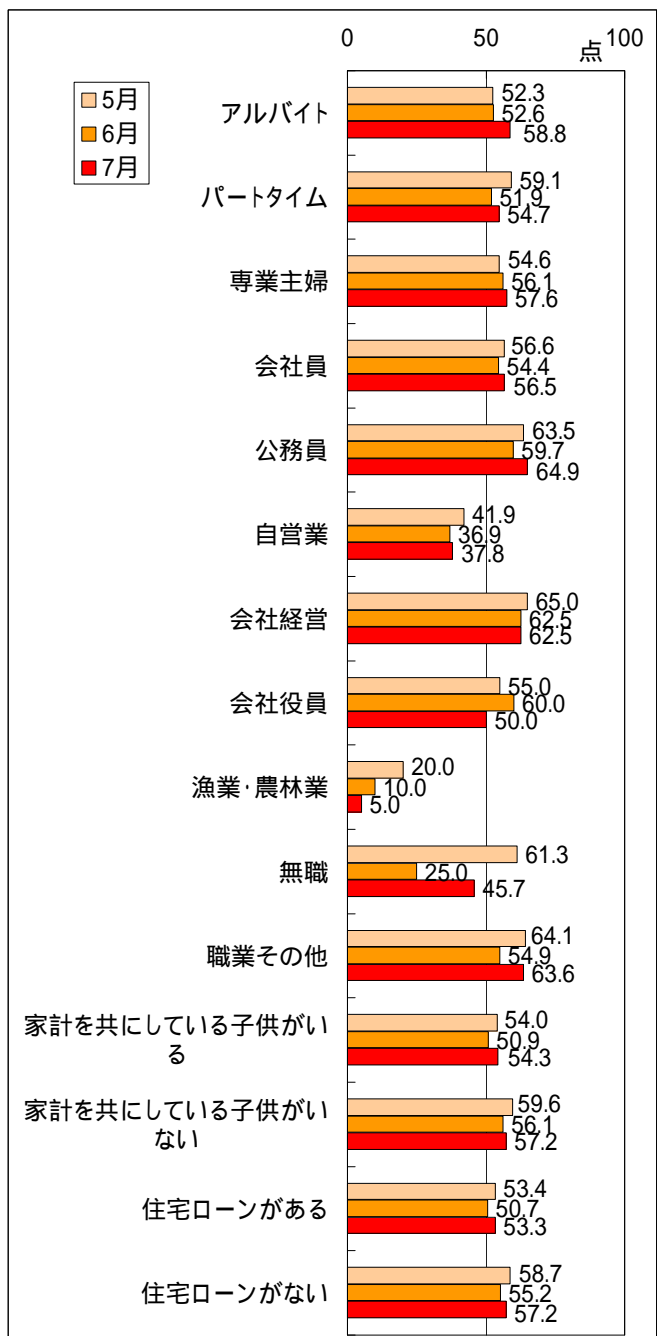
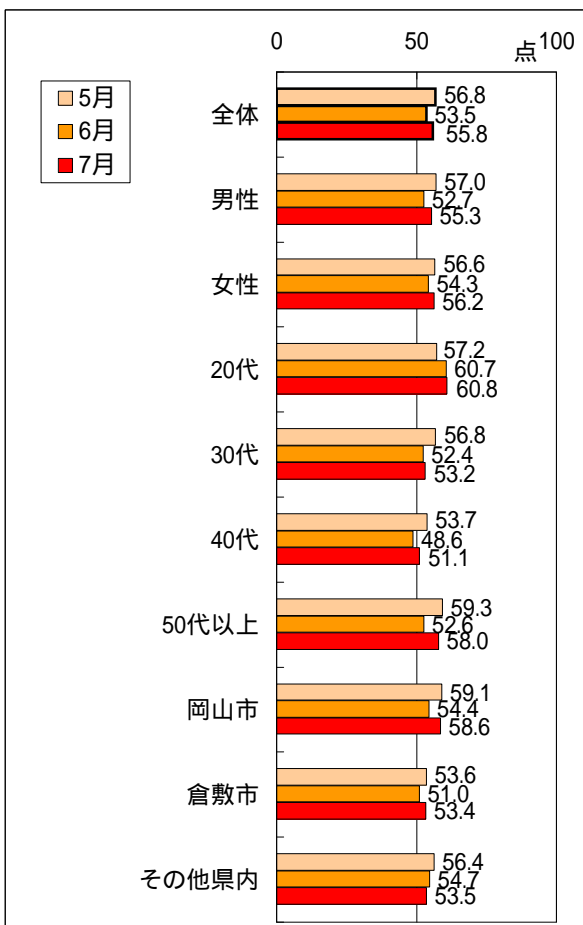
### 暮らしの総合満足度



次月のあなたの消費意向は何点ぐらいになりそうですか？



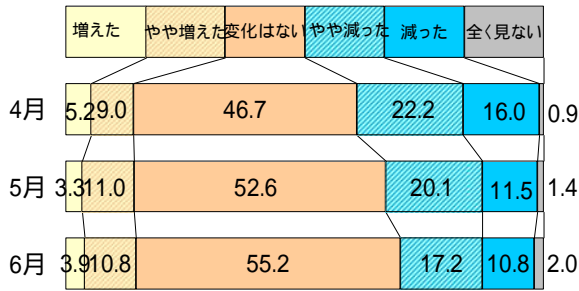
消費意向得点は、調査対象者に次月の消費意向を最大100満点で表してもらったものです。



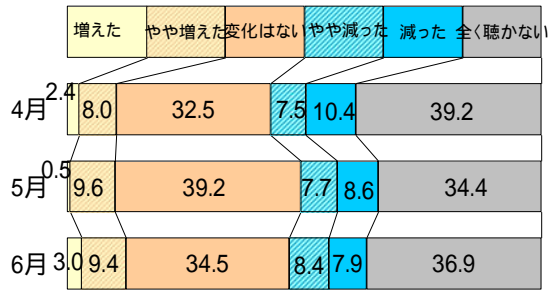
消費意向得点について、過去2回のレポートでは、「4月末調査実施 4月の消費意向得点」としてまいりましたが、今回より「4月末調査実施 5月の消費意向得点」と修正いたしました。

各メディアの接触時間は、前月より変化しましたか？

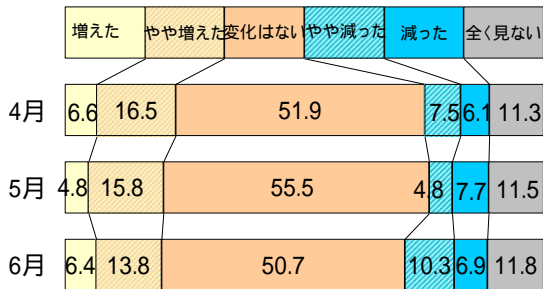
テレビの視聴時間



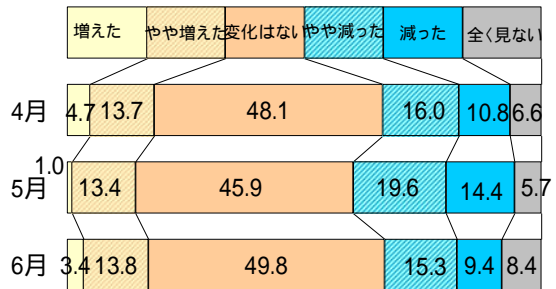
ラジオの聴取時間



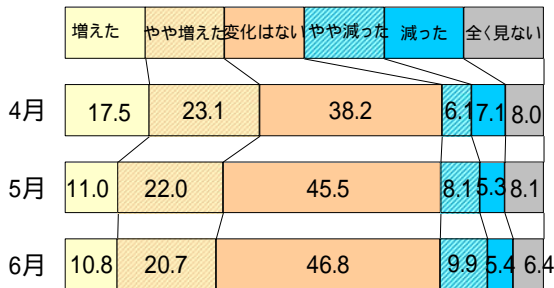
新聞の閲覧時間



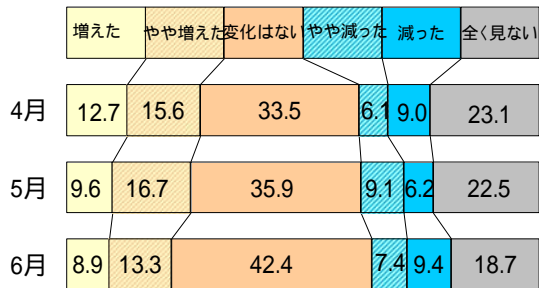
雑誌の閲覧時間



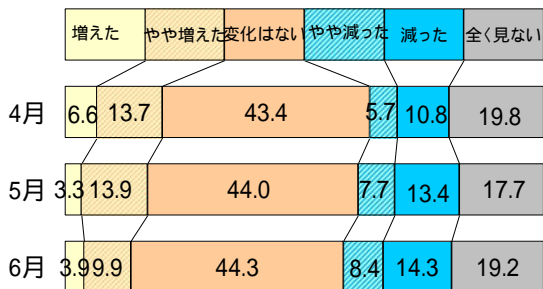
パソコンでのインターネット利用時間



携帯電話でのインターネット利用時間



フリーペーパーの活用状況



【回答者プロフィール】

男性50.0%、女性50.0%      20代24.5%、30代23.6%、40代25.0%、50代以上26.9%  
 岡山市44.3%、倉敷市28.3%、その他県内27.4%

本件に関するお問い合わせ

協同組合 岡山情報文化研究所 / 神田、原内      電話 086-225-8181  
 「トレンドウォッチャー」(<http://www.vis-a-vis.co.jp/home/>)