

岡山県生活者意識動向調査 21年上半期の総括

**景気の上昇に対する期待感が高く、
今後の世帯収入が僅かに増加傾向にあるものの、
雇用情勢に対する危機感が増し、家計の引き締め感も強く、
個人消費の伸びは、直近では大きく見込めない。**

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』は第6回目を迎え、時系列で岡山県民の意識の推移を俯瞰するに資するものになりつつあります。ここに21年上半期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。

岡山県生活者意識動向調査 21年上半期の総括 概要

世帯収入は僅かに増加傾向にあるものの、雇用への不安もぬぐい去れず、家計の引き締めは強く、個人消費の伸びは直近では見込めない。

健康管理、家族との生活、貯蓄など、生活の注力は内部充実に向けられている。

衆院選後の政治、経済への満足指数が大きく伸びた。政権交代後の経済政策等への期待感が表れている。

岡山的生活者は、治安の満足度、暮している地域の満足度は高く、比較的暮らしやすい地域と感じている。

メディアの接触度は既存のマスメディア(テレビ・新聞)が強く、併せてパソコンでのインターネットの利用が中心となっている。

【調査概要】

調査時期 : 平成21年 4月～9月

調査対象 : 岡山県在住の男女212名(株式会社ビザビ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

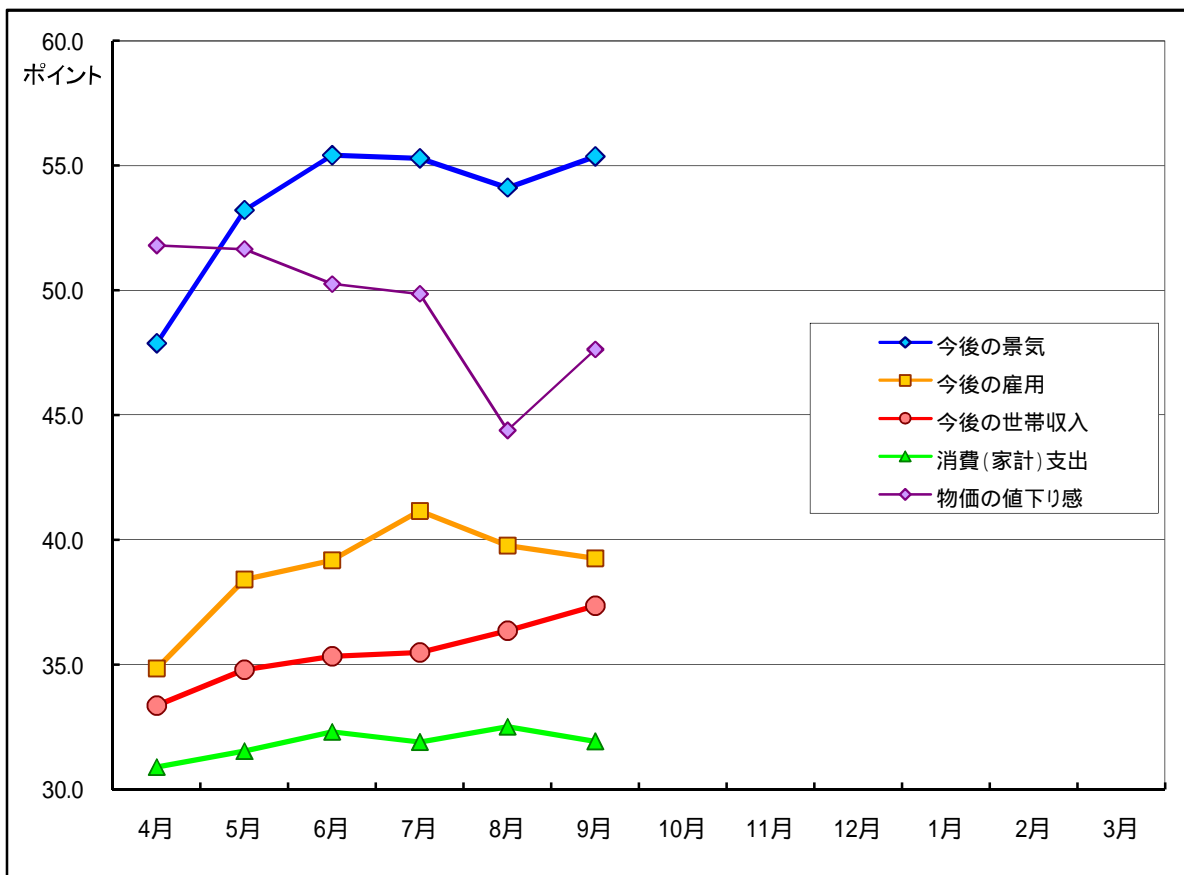
調査機関 : 協同組合岡山情報文化研究所

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 ファックス 086-224-4338
「トレンドウォッチャー」(<http://www.vis-a-vis.co.jp/>)

暮らし向き予測5項目(『景気』、『雇用』、『収入』、『支出』、『物価』)それぞれを指標化した消費者意識指数の推移でみると、今後の景気についての生活者の意識は他項目に比べ比較高ポイントを維持している。物価の値下り感が大きく減少しているが、9月に再び上昇。今後の世帯収入についての意識は、絶対的なポイントは低い上昇傾向にある。雇用に関しては7月を頂点に低下傾向で不安感はぬぐえない。家計支出は最も低いポイントで推移し、引き締め感の強さが表れている。

消費者意識指数の推移



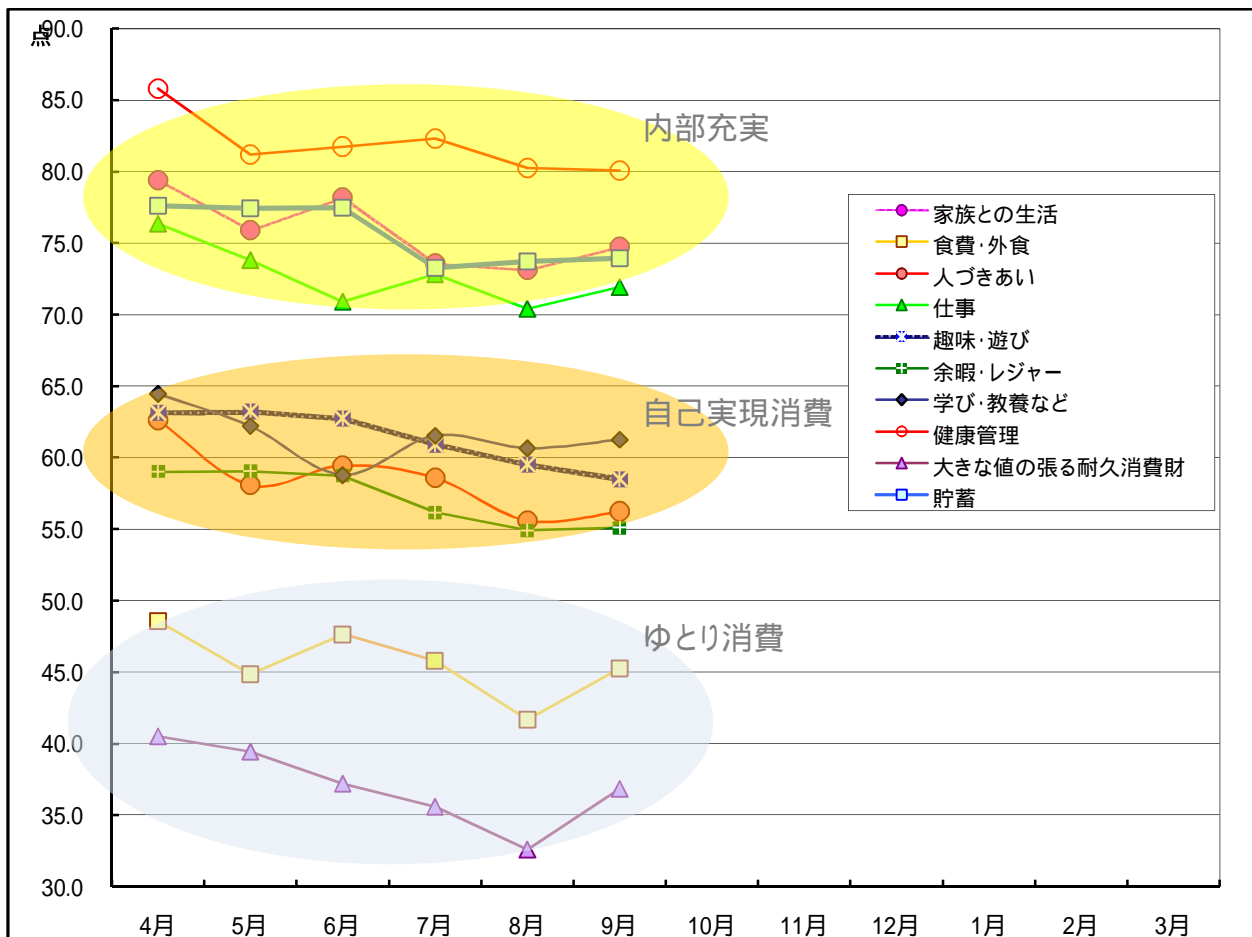
消費者意識指数 (内閣府「消費動向調査」を参考に作成)
 ・暮らし向き予測5項目(景気、雇用、世帯収入、支出、物価)に関し、5段階評価のそれぞれを、「良くなる」(+1)、「やや良くなる」(+0.75)、「変わらない」(+0.50)、「やや悪くなる」(+0.25)、「悪くなる」(0)として点数化し、この点数に各回答区分の構成比(%)を乗じ、その結果を合計して、各項目ごとに消費者意識指数として算出。

景気に対する期待感が高く、
 今後の世帯収入が僅かに増加傾向にあるものの、
 雇用情勢に対する危機感は8月以降増してきており、
 家計支出も低く推移し、引き締め感が強い。
 個人消費の伸びは大きく見込めない。

『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』の10項目について、次月、どのくらい力を入れていきたいか(時間やお金や手間など)を5段階で回答したものを項目ごと、月次で数値化した。

健康管理への注力は常に高く、続いて貯蓄、家族との生活、仕事と続く。食事・外食、大きな値の張る耐久消費財への注力が9月に上昇している。生活の注力項目は、ポイントの高さで、「内部充実」、「自己実現消費」、「ゆとり消費」の3つのクラスターに分けられ、生活における優先順位がはっきりと表れている。

生活項目別注力指数の推移



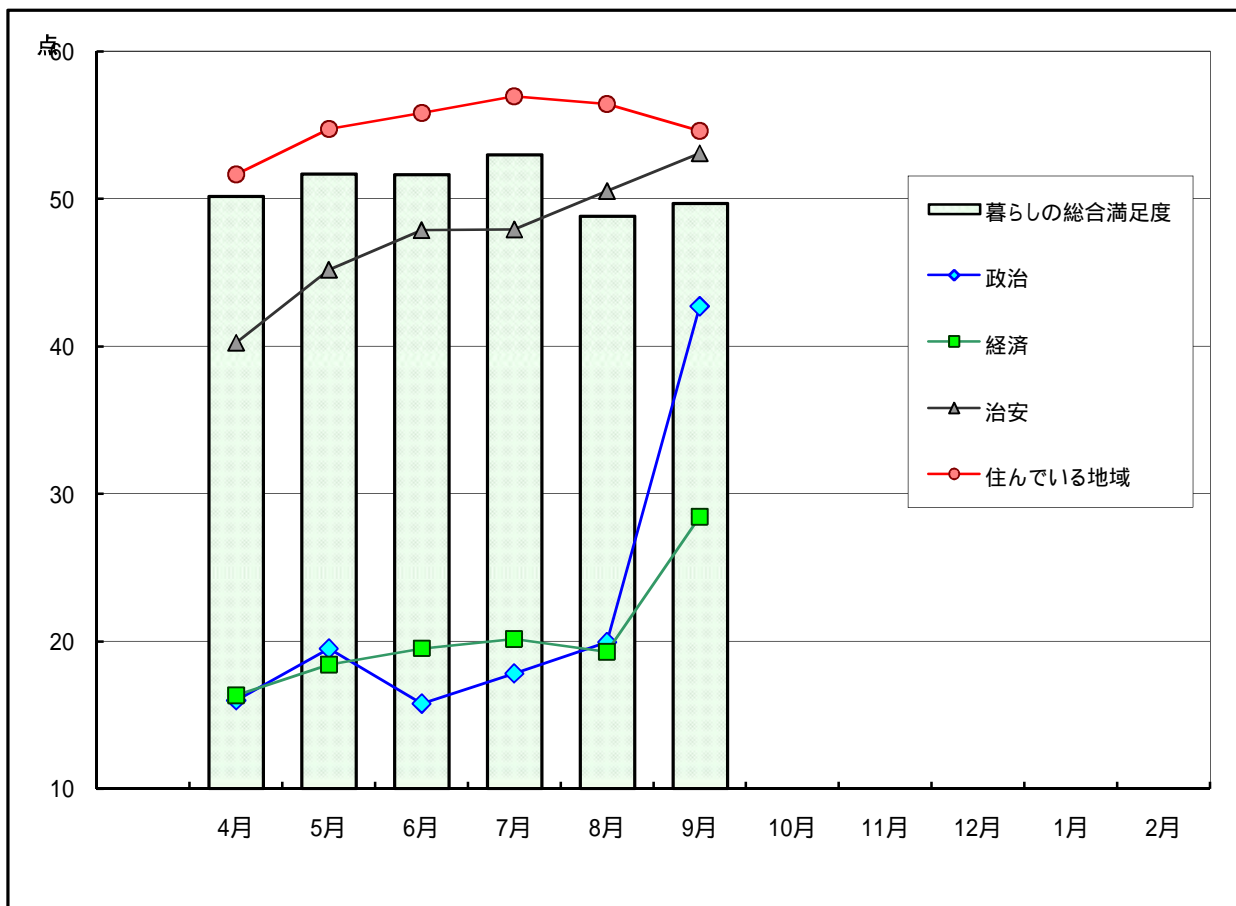
消費者実態指数 (内閣府「消費動向調査」を参考に作成) と同様の算出方法。5段階評価のそれぞれを、「注力していきたい」(+1)、「やや注力していきたい」(+0.75)、「どちらともいえない」(+0.50)、「やや注力を控えたい」(+0.25)、「注力しない」(0)として点数化し、この点数に各回答区分の構成比(%)を乗じ、その結果を合計して、各項目毎の注力指数を算出。

健康管理への注力は常に高く、続いて貯蓄、家族との生活、仕事と、内部充実系への注力が続く。食事・外食への注力は低く、大きな値の張る耐久消費財も低く、生活へのゆとり、余力が少なくなってきた感がある。しかし9月に上昇し、家電製品に対する政府エコポイント、エコカー購入補助金・減税などの施策の結果が表れた感がある。

『政治』、『経済』、『治安』、『住んでいる地域』、『暮らしの総合満足度』の5項目についての満足度を5段階で回答したものを項目ごと、月次で数値化した。

『住んでいる地域』、『治安』の満足指数は高いポイントを維持。衆院選後の9月、『政治』の満足指数が大きく上昇。『経済』への満足指数も、絶対的なポイントはまだ低いが大きく上昇した。『暮らしの総合満足度』は50ポイント前後。『治安』に対しての満足度指数は調査開始時より常に上昇を続けている。

暮らしについての満足度指数の推移

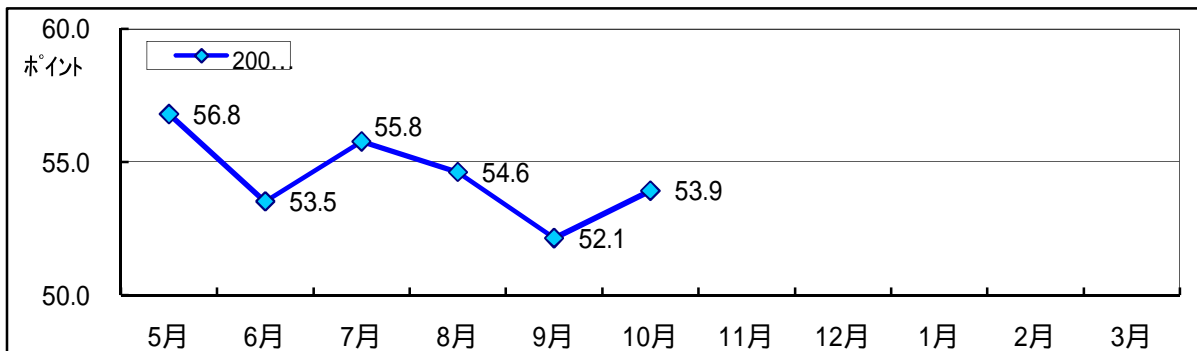


5段階評価のそれぞれを、「満足している」(+1)、「やや満足している」(+0.75)、「どちらともいえない」(+0.50)、「やや不満である」(+0.25)、「不満である」(0)として点数化し、この点数に各回答区分の構成比(%)を乗じ、その結果を合計して、各項目毎の満足度を算出。

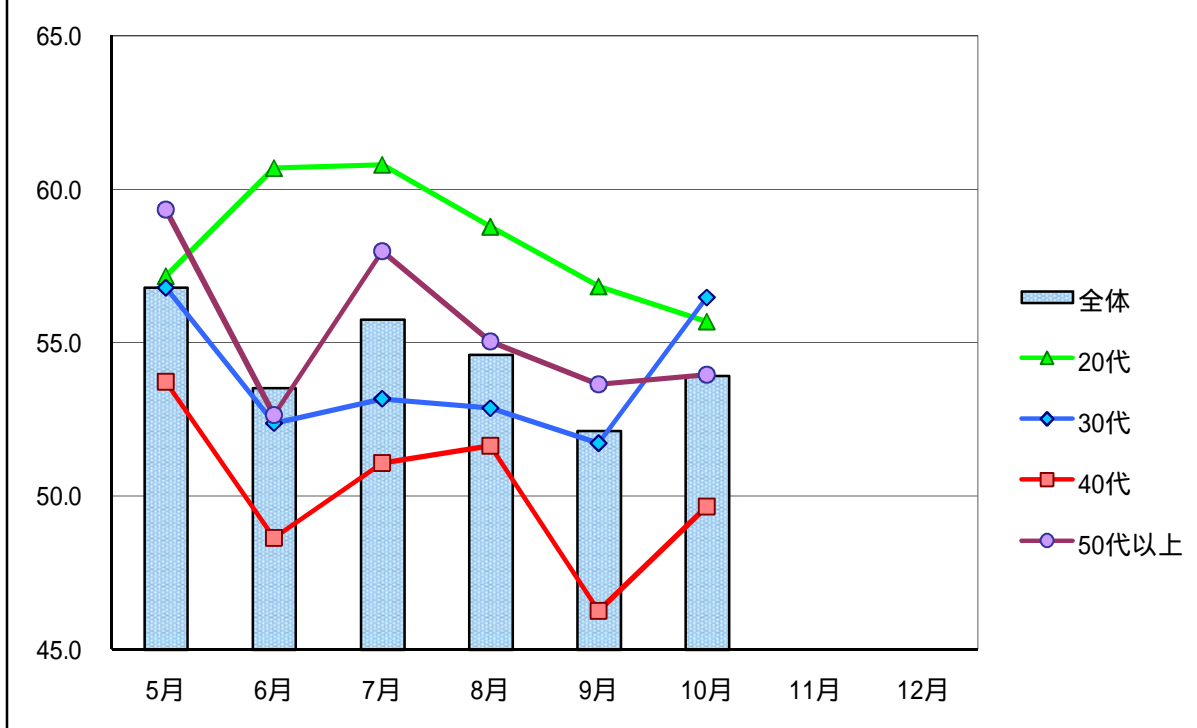
衆院選後、政治への満足指数が大幅に上昇し、経済への期待感も高まったのが、経済への満足度も上昇した。9月に上昇した項目は他指数でもあり、政権の交代に対する期待感等の影響を受けている感は否めない。治安への満足指数は常に上昇し、岡山の地の暮らしやすさを実感する生活者が増えていると思われる。暮らしの総合満足度も50ポイント前後と、経済のポイントの低さと比べ高く、押し並べて暮らしやすい地域とも読み取ることができる。

消費意向得点は、翌月の消費意向を最大100点満点として、点数で回答したものを平均値化したもの。4月の「定額給付金」「高速道路値下げ」等で、一時的に高まった感のある消費意欲は、再びボーナス前の7月に上昇。その後下降が続くが2カ月ぶりに10月度に上昇した。50ポイント強前後の推移が続いている。40代は消費意向が最も低く推移している。

消費意向得点の推移



年齢・子供の有無・住宅ローンの有無別消費意向得点の推移

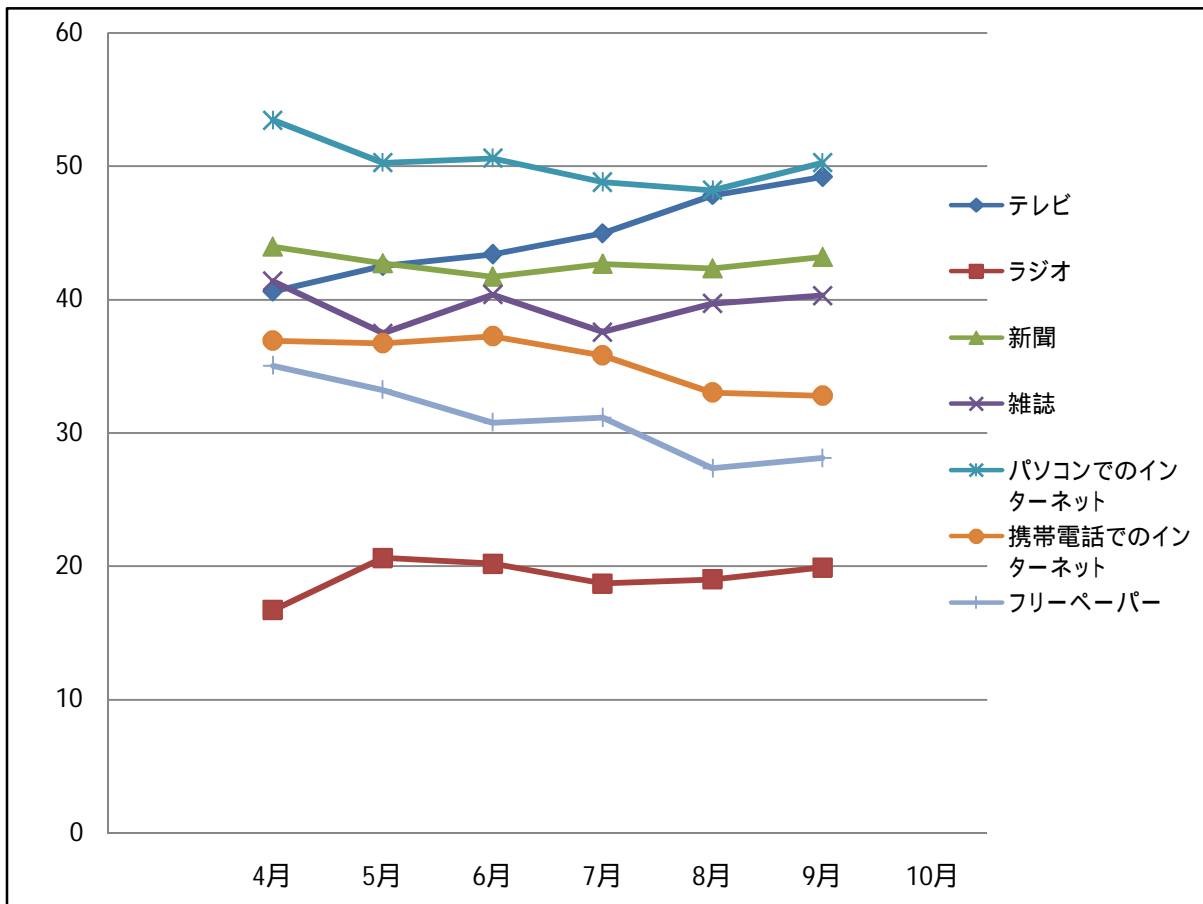


消費意向が10月(9月時点での翌10月に対する消費意向)に上昇。40代は慎重で、活発だった20代に元気がなくなりつつある。30代の消費意向が上昇し、この層が個人消費のけん引役になると思われる。

『新聞』、『テレビ』、『ラジオ』、『雑誌』、『パソコンでのインターネット』、『携帯電話でのインターネット』、『フリーペーパー』の7つのメディアについて接触時間の増減変化を5段階で回答したものを数値化した。

『パソコンでのインターネット』利用が一番ポイントが高く、『テレビ』の視聴時間のポイントは常に上昇している。『新聞』は横ばいだがメディアの中では高ポイントを保っている。『携帯電話でのインターネット』、『フリーペーパー』のポイントの下降幅が大きい。

メディアの接触時間の推移



5段階評価のそれぞれを、「増えた」(+1)、「やや増えた」(+0.75)、「変化はない」(+0.50)、「やや減った」(+0.25)、「減った」(0)、「全く見ない(聴かない)」(-0.25)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、各項目毎の接触時間を数値化。

調査開始の4月から比べると、テレビのポイントが伸びてきており、新聞の閲覧時間の増減も大きくなく、岡山の生活者においては既存のマスメディアの接触時間は増えつつある。携帯電話でのネットの活用時間は徐々に減り、フリーペーパーも4月から比べると7ポイント下降。雑誌は、読者が固定されるためか、大きな変化はない。新聞、テレビといった従来のマスメディアと、パソコンでのインターネットを上手く組み合わせる生活者像がうかがわれる。