

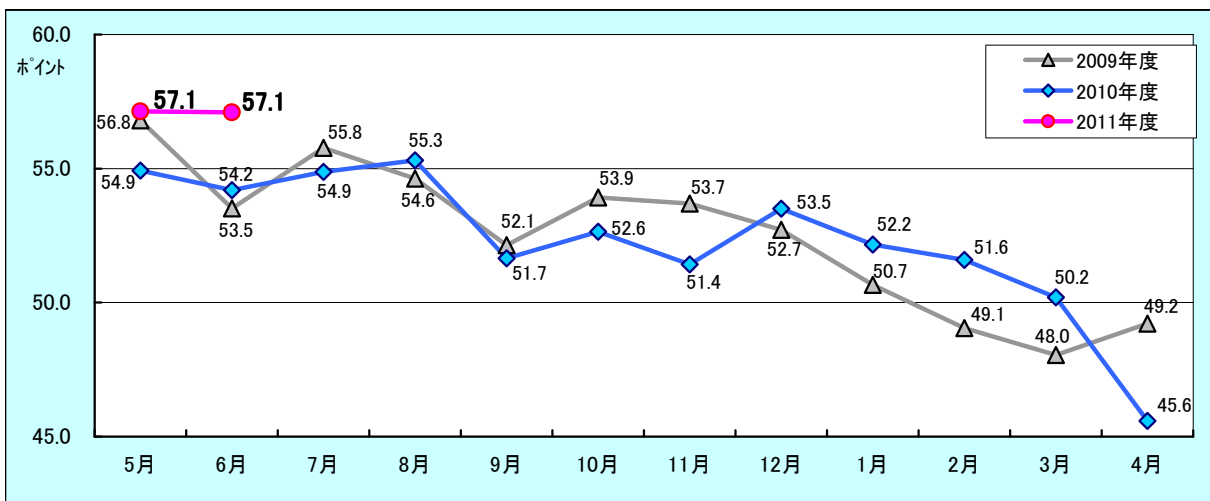
東日本大震災により被害を受けられた皆様に、心よりお見舞い申し上げます。
一日も早い復旧と、皆様のご健康を心からお祈り申し上げます。

岡山生活者意識調査

6月の岡山県民の消費意向得点は57.1ポイント[※]

消費意向は衰えず。
生活者の景況感は震災前水準に。

※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。



次月の消費意向得点は前月からの増減はなく、前年同月比2.9ポイント増加の57.1ポイントとなりました。調査開始以来の最高ポイントは、今月も維持されました。男女共に高く、年代別では20代、30代の若い世代の意向が若干高くなっています。

暮らし向きの予測を見ると、「今後の景気」見通しは震災前水準にまで回復し、「今後の雇用」見通しは、4ヶ月連続して前年同月を上回りました。「消費(家計)支出の引き締め」具合は、前月からやや引き締めへ転じたものの、まだまだ緩んだ状態です。一方、「今後の世帯収入」の見通しは、震災月に大きく落ち込んで以降、3ヶ月連続して前年同月を下回っており、最低水準を横這いに推移したままとなっています。収入への期待だけが改善していません。内閣府発表の5月の消費動向調査では、基調判断は据え置かれ、前月の「悪化している」から「依然として厳しい」との表現に修正されています。

暮らしシーン別の注力度をみると、2ヶ月連続して増加しているのは「食費・外食」「学び・教養」「健康管理」の3項目、前年同月を上回っているのは「食費・外食」「趣味・遊び」「健康管理」の3項目です。中元時期なども相まって、被災地産の農産物や社会貢献度の高い商品への関心が高まったり、地産地消を再認識するなど、『食』に注目するようになってきているのではないかと考えられます。またそれらは、“食による健康管理”といった意識にもつながっているのかもしれない。

暮らし全般については、「住んでいる地域」への満足度は依然高く、前年同月を11.4ポイント上回っています。これまで以上に注目されている新エネルギーについては、岡山県は全国有数のメガソーラー先進県であり、農業用水路を活用した小水力発電、木質バイオマスの利活用も進んでいます。自然に恵まれているがゆえの負の問題もありますが、自然と新技術が融合した暮らしを送っているということも、満足度を高める一因になっているのではないのでしょうか。

調査概要

調査時期：2011年5月25日(水)～2011年5月31日(火)

調査対象：岡山県在住の男女268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

回答者プロフィール：◎男性50.0%、女性50.0%

◎PCユーザー50.0%、Mobileユーザー50.0%

◎20代24.6%、30代24.6%、40代24.6%、50代以上26.1%

◎岡山市37.3%、倉敷市23.9%、その他県内38.8%

◎家計を共にしている子供がいる54.1%、いない45.9%

◎住宅ローンがある34.7%、ない65.3%

1. 消費意向得点の推移

男女共に2ヶ月連続して前年同月を上回りました。男性は前月からは0.2ポイント減少したものの、前年同月を4.2ポイント上回り、54.9ポイントとなりました。女性は前月の過去最高値を0.1ポイント更新し、59.3ポイントとなりました。

年代別でみると、30代、40代が前月から増加し、それぞれ調査開始以来最も高い結果となりました。また、50代以上を除く全ての年代が前年同月を上回っています。50代以上はやや前年同月を下回りましたが、調査開始以来、他年代に比べ増減幅が小さく、安定しています。

●次月のあなたの消費意欲は何点ぐらいになりそうですか？

調査時期	男性		女性		20代		30代		40代		50代以上	
		前年 同月差		前年 同月差		前年 同月差		前年 同月差		前年 同月差		前年 同月差
2009年4月	57.0	—	56.6	—	57.2	—	56.8	—	53.7	—	59.3	—
5月	52.7	—	54.3	—	60.7	—	52.4	—	48.6	—	52.6	—
6月	55.3	—	56.2	—	60.8	—	53.2	—	51.1	—	58.0	—
7月	52.5	—	56.7	—	58.8	—	52.9	—	51.6	—	55.0	—
8月	51.3	—	53.0	—	56.8	—	51.7	—	46.3	—	53.6	—
9月	53.7	—	54.1	—	55.7	—	56.5	—	49.7	—	54.0	—
10月	54.7	—	52.7	—	56.7	—	52.6	—	50.9	—	54.5	—
11月	52.9	—	52.5	—	58.7	—	53.3	—	46.0	—	52.3	—
12月	51.5	—	49.9	—	53.8	—	53.2	—	44.3	—	51.0	—
2010年1月	49.5	—	48.7	—	53.8	—	47.5	—	44.3	—	50.3	—
2月	47.2	—	48.9	—	50.4	—	47.7	—	43.2	—	50.4	—
3月	48.4	—	50.0	—	51.8	—	49.9	—	45.6	—	49.6	—
4月	52.5	▲ 4.5	57.4	0.8	53.3	▲ 3.9	57.7	0.9	55.0	1.2	53.7	▲ 5.7
5月	50.8	▲ 2.0	57.9	3.6	52.8	▲ 7.9	56.5	4.2	50.9	2.3	56.6	4.0
6月	53.3	▲ 2.1	56.8	0.5	52.5	▲ 8.3	58.4	5.2	52.8	1.8	55.8	▲ 2.2
7月	52.6	0.0	58.2	1.5	55.8	▲ 3.0	59.2	6.3	53.7	2.1	52.8	▲ 2.3
8月	49.3	▲ 2.0	54.1	1.1	51.0	▲ 5.8	52.8	1.1	50.3	4.1	52.4	▲ 1.3
9月	51.0	▲ 2.7	54.3	0.2	52.3	▲ 3.4	54.4	▲ 2.1	51.0	1.3	52.8	▲ 1.1
10月	48.5	▲ 6.2	54.4	1.7	49.3	▲ 7.4	53.2	0.5	53.1	2.2	50.1	▲ 4.4
11月	51.6	▲ 1.3	55.5	3.0	53.4	▲ 5.3	53.2	▲ 0.2	54.9	8.9	52.7	0.4
12月	49.2	▲ 2.3	55.2	5.4	52.3	▲ 1.5	55.0	1.8	49.1	4.8	52.2	1.3
2011年1月	47.9	▲ 1.5	55.3	6.6	49.0	▲ 4.9	50.7	3.2	53.5	9.2	53.4	3.2
2月	46.9	▲ 0.3	53.5	4.6	53.2	2.8	47.3	▲ 0.4	51.6	8.3	48.8	▲ 1.7
3月	42.3	▲ 6.1	48.9	▲ 1.1	46.5	▲ 5.3	46.5	▲ 3.4	42.7	▲ 2.9	46.7	▲ 2.9
4月	55.1	2.6	59.2	1.8	58.6	5.3	59.6	1.9	54.6	▲ 0.4	55.8	2.1
5月	54.9	4.2	59.3	1.4	57.8	5.0	60.0	3.5	55.6	4.7	55.7	▲ 0.9

2. 暮らしシーン別の注力度

前回は、全項目が前月比増となりましたが、引き続き増加したのは10項目中3項目(「食費・外食」「学び・教養」「健康管理)」でした。また、前年同月を上回ったのも3項目(「食費・外食」「趣味・遊び」「健康管理)」でした。

「健康管理」は毎調査一番高い注力事項となっていますが、今回はとりわけ高く、生活者の健康に対する意識の強さを改めて感じます。

「食費・外食」は2009年6月に次ぐ高い数値で、「健康管理」に注力するならば、必然的に食事や食材への関心も高くなるのかもしれませんが。また、外食も含めた消費による被災地支援、地産地消、CSR度の高い商品への関心も高まっていると考えられます。

●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？

調査時期	家族との生活		食費・外食		人づきあい		仕事		趣味・遊び	
		前年 同月差		前年 同月差		前年 同月差		前年 同月差		前年 同月差
2009年4月	79.4	—	48.6	—	62.6	—	76.4	—	63.2	—
5月	75.9	—	44.9	—	58.1	—	73.8	—	63.2	—
6月	78.2	—	47.7	—	59.5	—	70.9	—	62.7	—
7月	73.6	—	45.8	—	58.6	—	72.9	—	60.9	—
8月	73.1	—	41.7	—	55.6	—	70.4	—	59.5	—
9月	74.7	—	45.3	—	56.2	—	72.0	—	58.5	—
10月	74.7	—	42.4	—	55.7	—	70.0	—	57.9	—
11月	73.8	—	45.6	—	53.9	—	71.1	—	55.9	—
12月	72.1	—	43.3	—	56.0	—	74.1	—	55.3	—
2010年1月	72.7	—	41.4	—	54.1	—	72.9	—	52.0	—
2月	71.2	—	42.2	—	55.6	—	70.3	—	53.7	—
3月	71.2	—	42.3	—	54.0	—	71.8	—	53.4	—
4月	77.2	▲ 2.2	45.3	▲ 3.3	60.7	▲ 1.9	74.1	▲ 2.3	63.5	0.4
5月	76.3	0.4	44.5	▲ 0.4	58.3	0.2	74.4	0.6	60.4	▲ 2.8
6月	75.5	▲ 2.7	45.2	▲ 2.5	55.9	▲ 3.6	71.9	1.0	59.6	▲ 3.1
7月	74.9	1.4	43.3	▲ 2.5	54.6	▲ 4.0	72.5	▲ 0.3	59.5	▲ 1.5
8月	71.4	▲ 1.8	42.0	0.4	54.0	▲ 1.6	72.4	2.0	53.4	▲ 6.2
9月	73.3	▲ 1.4	43.3	▲ 2.0	55.3	▲ 0.9	72.3	0.3	55.7	▲ 2.8
10月	72.8	▲ 1.9	43.5	1.1	52.6	▲ 3.1	71.8	1.7	55.4	▲ 2.5
11月	72.8	▲ 1.0	44.3	▲ 1.2	55.3	1.4	70.3	▲ 0.8	55.3	▲ 0.6
12月	72.2	0.1	42.3	▲ 1.0	54.9	▲ 1.1	73.0	▲ 1.1	53.3	▲ 2.1
2011年1月	73.4	0.7	42.7	1.3	54.6	0.5	71.7	▲ 1.1	54.2	2.1
2月	72.4	1.2	41.0	▲ 1.2	55.1	▲ 0.5	73.0	2.7	52.4	▲ 1.3
3月	71.1	▲ 0.1	40.2	▲ 2.1	52.4	▲ 1.6	71.8	0.1	50.2	▲ 3.2
4月	75.1	▲ 2.1	45.3	0.0	60.0	▲ 0.7	76.1	2.0	61.4	▲ 2.1
5月	74.6	▲ 1.8	45.9	1.4	57.9	▲ 0.4	73.4	▲ 1.1	60.5	0.1
調査時期	余暇・レジャー		学び・教養		健康管理		大きな値の張る耐久消費財		貯蓄	
		前年 同月差		前年 同月差		前年 同月差		前年 同月差		前年 同月差
2009年4月	59.0	—	64.5	—	85.8	—	40.5	—	77.6	—
5月	59.1	—	62.2	—	81.2	—	39.4	—	77.4	—
6月	58.7	—	58.8	—	81.8	—	37.2	—	77.5	—
7月	56.2	—	61.5	—	82.3	—	35.6	—	73.3	—
8月	54.9	—	60.7	—	80.3	—	32.6	—	73.7	—
9月	55.1	—	61.3	—	80.1	—	36.9	—	74.0	—
10月	57.1	—	61.8	—	82.2	—	32.3	—	72.9	—
11月	53.3	—	57.2	—	79.8	—	32.2	—	74.3	—
12月	50.4	—	60.3	—	81.2	—	30.9	—	74.9	—
2010年1月	49.1	—	59.6	—	81.5	—	29.4	—	73.7	—
2月	51.7	—	61.3	—	80.6	—	30.3	—	74.7	—
3月	50.3	—	63.6	—	80.2	—	29.8	—	73.5	—
4月	59.9	0.9	67.2	2.8	85.8	0.0	40.4	▲ 0.1	75.4	▲ 2.2
5月	55.1	▲ 3.9	66.1	3.9	81.2	0.0	35.0	▲ 4.5	74.5	▲ 2.9
6月	57.0	▲ 1.7	65.7	6.9	81.2	▲ 0.6	37.7	0.4	71.1	▲ 6.4
7月	55.4	▲ 0.8	66.9	5.4	82.7	0.3	35.7	0.0	71.5	▲ 1.8
8月	49.4	▲ 5.5	63.1	2.4	81.3	1.1	34.7	2.1	70.7	▲ 3.1
9月	52.7	▲ 2.4	64.3	3.0	80.3	0.2	31.2	▲ 5.6	70.2	▲ 3.8
10月	51.0	▲ 6.2	63.4	1.6	82.3	0.1	29.5	▲ 2.8	70.2	▲ 2.7
11月	53.1	▲ 0.2	65.3	8.1	81.0	1.3	32.2	▲ 0.1	69.6	▲ 4.7
12月	54.1	3.7	65.3	5.1	81.8	0.6	31.3	0.4	73.0	▲ 1.8
2011年1月	51.1	2.0	64.5	5.0	80.6	▲ 0.8	29.8	0.4	71.3	▲ 2.4
2月	51.6	▲ 0.0	64.5	3.3	81.3	0.7	30.4	0.1	70.9	▲ 3.8
3月	48.0	▲ 2.3	62.8	▲ 0.8	81.2	1.0	27.4	▲ 2.4	70.6	▲ 2.9
4月	56.9	▲ 3.0	65.8	▲ 1.4	83.4	▲ 2.4	36.3	▲ 4.2	75.6	0.2
5月	55.0	▲ 0.1	65.9	▲ 0.3	84.1	2.9	33.3	▲ 1.7	73.1	▲ 1.4

3. 暮らし向きの予測

「今後の景気」見通しは、前月差6.6ポイント増、前年同月差8.6ポイント減で、2ヶ月連続して前月から大きく増加し、震災前の水準まで戻りました。ただ、震災前時点も景況感は悪かったため、前年同月差については大きく下回っている状況です。

「今後の雇用」見通しは、前月差3.3ポイント増、前年同月差1.3ポイント増でした。4ヶ月連続して前年同月を上回っており、雇用不安は和らいでいるようです。

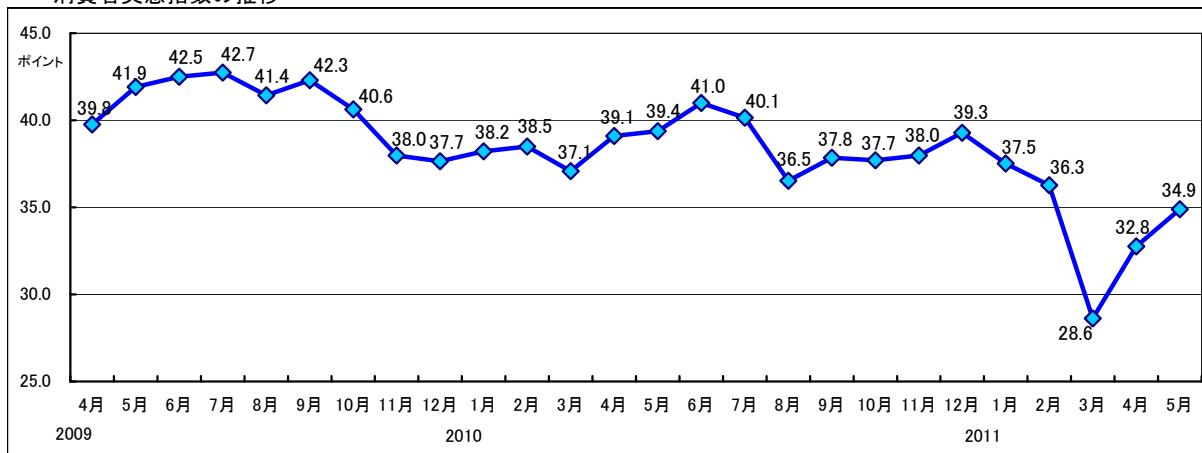
「今後の世帯収入」の見通しは、前月差0.1ポイント減、前年同月差2.5ポイント減で、3ヶ月連続して前年を下回っています。この3ヶ月間は、2009年11月期に次ぐ過去最低水準の域にとどまっており、収入への期待は大変低い状態となっています。

「消費(家計)支出の引き締め」は前月差1.4ポイント減、前年同月差0.8ポイント増で、やや引き締めに転じたものの、まだまだ緩んだ状態といえます。

●今後の変化をどう感じていますか？

調査時期	消費者実態指数		消費者意識指数									
			今後の景気		今後の雇用		今後の世帯収入		消費(家計)支出の引き締め		物価について	
	前年同月差	前年同月差	前年同月差	前年同月差	前年同月差	前年同月差	前年同月差	前年同月差	前年同月差	前年同月差	前年同月差	
2009年4月	39.8	—	47.9	—	34.9	—	33.4	—	30.9	—	51.8	—
5月	41.9	—	53.2	—	38.4	—	34.8	—	31.5	—	51.7	—
6月	42.5	—	55.4	—	39.2	—	35.3	—	32.3	—	50.3	—
7月	42.7	—	55.3	—	41.2	—	35.5	—	31.9	—	49.9	—
8月	41.4	—	54.1	—	39.8	—	36.4	—	32.5	—	44.4	—
9月	42.3	—	55.4	—	39.3	—	37.4	—	31.9	—	47.6	—
10月	40.6	—	49.9	—	40.4	—	35.7	—	29.5	—	47.8	—
11月	38.0	—	38.0	—	37.1	—	30.9	—	28.3	—	55.7	—
12月	37.7	—	39.0	—	39.3	—	32.9	—	27.7	—	49.5	—
2010年1月	38.2	—	40.7	—	37.8	—	33.9	—	28.1	—	50.7	—
2月	38.5	—	41.8	—	38.3	—	33.5	—	27.8	—	51.0	—
3月	37.1	—	40.8	—	33.9	—	33.0	—	29.3	—	48.4	—
4月	39.1	▲0.7	49.5	1.7	32.6	▲2.3	35.2	1.8	32.1	1.2	45.9	▲5.9
5月	39.4	▲2.5	44.5	▲8.7	36.4	▲2.1	34.7	▲0.0	33.0	1.4	48.3	▲3.4
6月	41.0	▲1.5	50.6	▲4.8	38.5	▲0.6	35.5	0.2	32.2	▲0.1	48.3	▲2.0
7月	40.1	▲2.6	46.5	▲8.8	37.0	▲4.2	36.0	0.5	33.7	1.8	47.5	▲2.4
8月	36.5	▲4.9	35.3	▲18.9	37.6	▲2.2	33.3	▲3.1	31.0	▲1.6	45.6	1.2
9月	37.8	▲4.5	39.6	▲15.8	39.0	▲0.3	34.8	▲2.6	30.9	▲1.1	45.0	▲2.6
10月	37.7	▲2.9	38.7	▲11.2	37.7	▲2.7	34.7	▲1.0	31.6	2.1	46.0	▲1.8
11月	38.0	0.0	39.1	1.1	38.1	1.0	34.7	3.8	32.9	4.7	45.4	▲10.3
12月	39.3	1.6	40.1	1.2	38.5	▲0.8	36.3	3.4	33.8	6.2	47.8	▲1.7
2011年1月	37.5	▲0.7	40.0	▲0.6	37.4	▲0.4	35.1	1.2	34.1	5.9	41.0	▲9.7
2月	36.3	▲2.2	37.3	▲4.6	39.6	1.3	36.3	2.8	32.3	4.5	36.0	▲15.0
3月	28.6	▲8.5	19.6	▲21.2	35.9	2.0	31.2	▲1.9	29.0	▲0.3	27.4	▲21.0
4月	32.8	▲6.3	29.3	▲20.3	34.4	1.8	32.4	▲2.7	35.1	3.0	32.7	▲13.2
5月	34.9	▲4.5	35.9	▲8.6	37.7	1.3	32.3	▲2.5	33.7	0.8	34.9	▲13.4

消費者実態指数の推移



※消費者実態指数 (内閣府「消費動向調査」を参考に作成)

・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を算出。・これら5項目の消費者意識指数を単純平均し、消費者実態指数として算出。

※表、図及びデータ編の値は、四捨五入による集計上の誤差が生じることがあります。

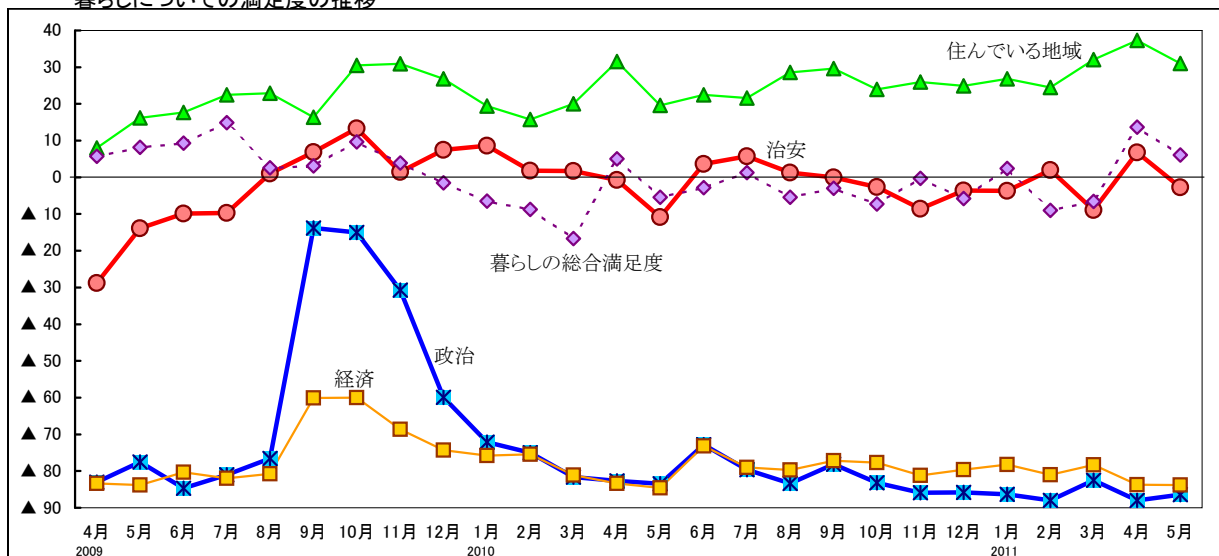
4. 暮らしについての満足度

●現在の満足度はどのくらいですか？

調査時期	政治				経済				治安			
	満足である(%)	不満である(%)	満足-不満	前年同月差	満足である(%)	不満である(%)	満足-不満	前年同月差	満足である(%)	不満である(%)	満足-不満	前年同月差
2009年4月	2.8	85.8	▲83.0	—	3.8	87.2	▲83.4	—	24.1	52.9	▲28.8	—
5月	2.9	80.4	▲77.5	—	1.4	85.2	▲83.8	—	31.1	45.0	▲13.9	—
6月	1.0	85.7	▲84.7	—	3.0	83.3	▲80.3	—	32.5	42.4	▲9.9	—
7月	2.6	83.6	▲81.0	—	2.1	84.1	▲82.0	—	28.7	38.4	▲9.7	—
8月	4.2	80.8	▲76.6	—	3.6	84.4	▲80.8	—	34.9	33.9	1.0	—
9月	21.8	35.6	▲13.8	—	3.2	63.3	▲60.1	—	37.8	30.9	6.9	—
10月	23.0	38.0	▲15.0	—	4.2	64.2	▲60.0	—	38.5	25.2	13.3	—
11月	21.7	52.4	▲30.7	—	5.4	74.0	▲68.6	—	37.2	35.7	1.5	—
12月	10.7	70.6	▲59.9	—	3.7	78.0	▲74.3	—	36.4	28.9	7.5	—
2010年1月	4.8	76.9	▲72.1	—	4.8	80.6	▲75.8	—	40.3	31.7	8.6	—
2月	5.4	80.4	▲75.0	—	6.0	81.4	▲75.4	—	35.6	33.8	1.8	—
3月	2.8	84.4	▲81.6	—	2.8	83.9	▲81.1	—	33.9	32.2	1.7	—
4月	4.6	87.3	▲82.7	0.3	3.9	87.3	▲83.4	0.0	33.9	34.6	▲0.7	28.1
5月	4.2	87.7	▲83.5	▲6.0	1.9	86.5	▲84.6	▲0.8	29.2	40.0	▲10.8	3.1
6月	7.5	80.3	▲72.8	11.9	4.7	77.9	▲73.2	7.1	37.8	34.2	3.6	13.5
7月	3.7	83.3	▲79.6	1.4	3.2	82.2	▲79.0	3.0	37.4	31.7	5.7	15.4
8月	2.9	86.3	▲83.4	▲6.8	3.3	83.0	▲79.7	1.1	35.7	34.4	1.3	0.3
9月	2.5	80.6	▲78.1	▲64.3	2.1	79.3	▲77.2	▲17.1	33.8	33.8	0.0	▲6.9
10月	2.6	85.8	▲83.2	▲68.2	3.4	81.1	▲77.7	▲17.7	36.0	38.6	▲2.6	▲15.9
11月	2.2	88.1	▲85.9	▲55.2	2.1	83.3	▲81.2	▲12.6	31.6	40.2	▲8.6	▲10.1
12月	1.7	87.5	▲85.8	▲25.9	3.5	83.1	▲79.6	▲5.3	32.6	36.2	▲3.6	▲11.1
2011年1月	1.4	87.7	▲86.3	▲14.2	2.8	81.0	▲78.2	▲2.4	32.7	36.4	▲3.7	▲12.3
2月	2.0	90.0	▲88.0	▲13.0	1.5	82.5	▲81.0	▲5.6	34.5	32.5	2.0	0.2
3月	1.9	84.4	▲82.5	▲0.9	2.8	81.1	▲78.3	2.8	29.8	38.7	▲8.9	▲10.6
4月	2.3	90.3	▲88.0	▲5.3	2.2	85.9	▲83.7	▲0.3	38.1	31.3	6.8	7.5
5月	2.0	88.4	▲86.4	▲2.9	1.9	85.7	▲83.8	0.8	34.1	36.8	▲2.7	8.1

調査時期	住んでいる地域				暮らしの総合満足度			
	満足である(%)	不満である(%)	満足-不満	前年同月差	満足である(%)	不満である(%)	満足-不満	前年同月差
2009年4月	41.5	33.5	8.0	—	42.9	37.2	5.7	—
5月	45.4	29.2	16.2	—	43.1	34.9	8.2	—
6月	47.3	29.6	17.7	—	42.8	33.5	9.3	—
7月	51.3	28.8	22.5	—	42.1	27.2	14.9	—
8月	51.6	28.7	22.9	—	34.9	32.3	2.6	—
9月	47.3	30.9	16.4	—	36.1	33.0	3.1	—
10月	52.9	22.4	30.5	—	38.5	28.8	9.7	—
11月	55.2	24.3	30.9	—	36.8	32.9	3.9	—
12月	48.7	21.9	26.8	—	33.2	34.7	▲1.5	—
2010年1月	50.0	30.6	19.4	—	33.3	39.8	▲6.5	—
2月	44.3	28.5	15.8	—	30.6	39.3	▲8.7	—
3月	43.3	23.3	20.0	—	26.1	42.8	▲16.7	—
4月	52.7	21.2	31.5	23.5	38.9	33.9	5.0	▲0.7
5月	44.6	25.0	19.6	3.4	31.9	37.3	▲5.4	▲13.6
6月	47.3	24.8	22.5	4.8	34.6	37.4	▲2.8	▲12.1
7月	47.6	26.0	21.6	▲0.9	37.0	35.7	1.3	▲13.6
8月	50.2	21.6	28.6	5.7	33.2	38.6	▲5.4	▲8.0
9月	50.2	20.6	29.6	13.2	32.9	35.9	▲3.0	▲6.1
10月	48.5	24.5	24.0	▲6.5	32.6	39.9	▲7.3	▲17.0
11月	48.7	22.7	26.0	▲4.9	33.8	34.1	▲0.3	▲4.2
12月	50.4	25.5	24.9	▲1.9	33.5	39.3	▲5.8	▲4.3
2011年1月	47.7	20.9	26.8	7.4	33.7	31.3	2.4	8.9
2月	49.5	25.0	24.5	8.7	29.0	38.0	▲9.0	▲0.3
3月	52.9	20.8	32.1	12.1	30.6	37.2	▲6.6	10.1
4月	58.2	20.9	37.3	5.8	45.1	31.4	13.7	8.7
5月	54.7	23.7	31.0	11.4	38.7	32.6	6.1	11.5

暮らしについての満足度の推移



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
〒700-0824 岡山市北区内山下1-3-1 電話 086-225-8181
「岡山トレンドウォッチャー」(<http://www.vis-a-vis.co.jp/>)