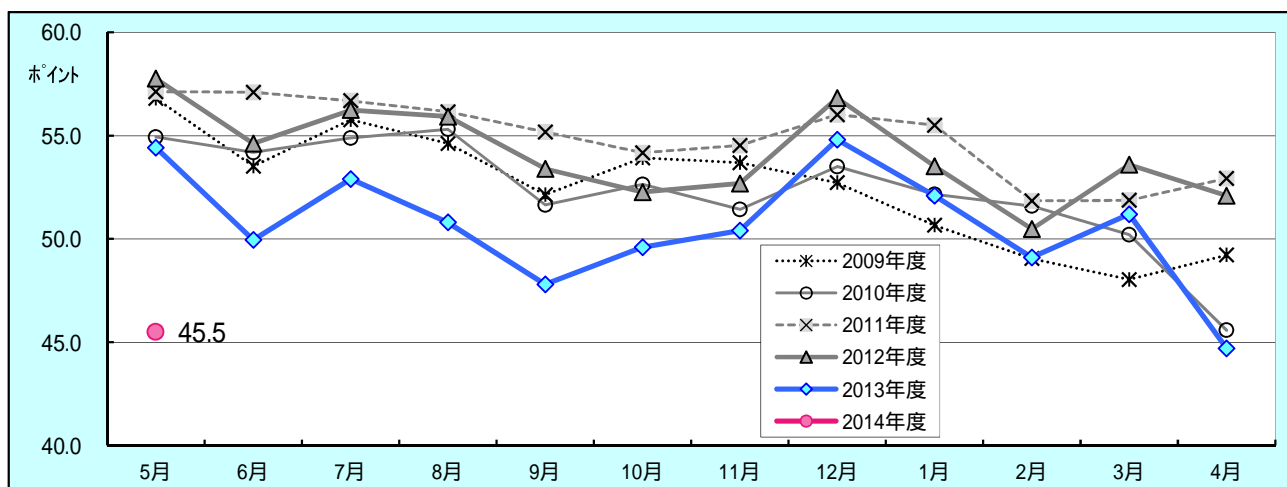


岡山生活者意識調査

5月の岡山県民の消費意向得点は45.5ポイントと微増。男性や中高年層で依然慎重な防衛意識。

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、調査時期が消費税率引上げ後1か月であったこともあり45.5ポイントと、税率引上げ直前の3月末の44.7ポイントからわずか0.8ポイントの増加にとどまりました。前年同月差でもマイナス8.9ポイントと大きく出遅れた年度スタートとなっています。

5月度見通して意向度がまだ伸び悩んでいるのは「男性(43.5p)」「40代(45.3p)」「50代以上(41.5p)」, 職業別でみると「経営・自営・自由業(43.5p)」「専業主婦(44.8p)」が目立つところです。逆に「20代(53.0p)」「女性社員(48.9p)」の消費意向は高い水準を示しています。

暮らしシーン別の注力度の観点からみると、前年同月と比べて唯一増加しているのは「健康管理」のみであり、着実に健康を気遣う意識は高まっています。レジャーについては、今季からの指標変更に伴い直接の比較は困難としても、調査時期がGW真っ只中という事情から、また「大きな値の張る耐久消費財」は消費税率引き上げ前の駆け込み需要の反動もあって、それぞれ大きく減少しています。

今期より暮らしシーン別の注力度を修正・追加しました。修正項目はこれまでの「趣味・遊び」「余暇・レジャー」「学び・教養」分野を、「スポーツ・娯楽(観戦、コンピュータゲーム、キャンプ等を含む)」「レジャー活動」「観光・行楽(宿泊・日帰り旅行、ドライブ等を含む)」「レジャー活動」「趣味・文化(各種趣味創作、映画音楽鑑賞、習い事等)」「レジャー活動」に変更し、新たに「地域活動・ボランティア活動」および「子供の教育(生計を共にする大学(院)生以下の子供について)」の2項目を加えました。

消費税率アップの中で、景気回復はどう捉えられているのでしょうか。3月末の景気回復実感者はモニター540名中38名で7.0%(2月末5.9%)と税率アップ前夜には再び増加しましたが、4月末では538名中26名で4.8%と再び大きく減少しました。やはり消費税率アップ当初月は景気回復感に大きく影響を与えたようです。

26名モニター個人での生活インサイトの特徴をみると、10月末から2か月連続で回復実感を抱いている人は16~17名水準を保っていましたが、4月末では11名と落ち込んでいるのが目立ちます。また今月新たに回復感を抱いた人も5名減って10名となり、年代的には40代の景気回復実感者が大きく後退する一方で50代以上が1名増えています。

暮らしシーン別注力度からみると、回復実感を抱く人は全体平均と比べて「観光・行楽74.0p(全体54.2p)」および「趣味・文化67.3p(同52.0p)」といったレジャー消費、さらに「大きな値の張る耐久消費財44.2p(同26.3p)」の購入に生活力点を置く傾向が高く、景気回復実感者の大型消費への志向はまだまだ強いという特徴をみせています。

1. 消費意向

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	全体		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		前年 同月差
2009年度	52.5	-	52.2	-	52.8	-	56.3	-	52.3	-	47.9	-	53.4	-
2010年4月	54.9	1.9	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	54.2	0.7	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	54.9	0.9	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	55.3	0.7	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	51.7	0.5	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	52.6	1.3	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	51.4	2.3	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	53.5	0.8	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	52.2	1.5	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	51.6	2.5	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	50.2	2.2	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	45.6	3.6	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	57.1	2.2	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	57.1	2.9	54.9	4.2	59.3	1.4	57.8	5.0	60.0	3.5	55.6	4.7	55.7	0.9
6月	56.7	1.8	55.8	2.5	57.6	0.9	59.1	6.6	60.7	2.3	52.5	0.4	55.3	0.5
7月	56.2	0.8	55.7	3.2	56.6	1.6	60.9	5.1	57.8	1.4	54.8	1.1	53.1	0.3
8月	55.2	3.5	54.6	5.3	55.8	1.7	56.4	5.4	59.2	6.5	54.3	4.0	52.3	0.0
9月	54.2	1.5	52.9	1.9	55.4	1.1	55.8	3.5	57.8	3.5	52.5	1.5	51.8	1.0
10月	54.5	3.1	52.2	3.7	56.8	2.5	54.8	5.5	57.8	4.7	52.6	0.5	53.3	3.2
11月	56.0	2.5	52.9	1.3	59.1	3.6	60.5	7.2	57.2	4.0	56.5	1.6	51.4	1.3
12月	55.5	3.3	53.9	4.7	57.2	2.0	55.6	3.3	58.8	3.8	52.6	3.5	55.4	3.1
2012年1月	51.9	0.3	50.4	2.5	53.3	2.0	51.3	2.3	56.5	5.9	50.8	2.7	50.1	3.4
2月	51.9	1.7	51.3	4.5	52.4	1.1	51.6	1.6	55.2	8.0	47.8	3.8	52.4	3.6
3月	52.9	7.4	50.4	8.2	55.4	6.5	54.7	8.2	56.7	10.2	49.2	6.5	51.8	5.1
4月	57.8	0.6	58.0	2.9	57.6	1.6	62.3	3.7	57.3	2.3	57.9	3.4	54.3	1.5
5月	54.6	2.5	53.7	1.2	55.6	3.7	56.7	1.1	56.4	3.6	54.3	1.3	51.5	4.2
6月	56.2	0.4	56.0	0.3	56.5	1.2	60.2	1.0	58.4	2.3	52.6	0.1	54.4	0.9
7月	55.9	0.2	55.0	0.7	56.9	0.3	57.5	3.4	57.8	0.0	53.2	1.5	55.3	2.3
8月	53.4	1.8	53.7	0.9	53.1	2.7	55.8	0.6	53.5	5.8	53.4	0.9	51.5	0.9
9月	52.3	1.9	53.6	0.6	51.0	4.4	53.1	2.7	55.0	2.8	53.2	0.6	48.5	3.3
10月	52.7	1.9	52.5	0.3	52.8	4.0	55.4	0.6	54.1	3.8	50.9	1.7	50.8	2.5
11月	56.8	0.8	57.3	4.4	56.3	2.8	60.8	0.3	60.1	2.9	54.9	1.6	52.1	0.8
12月	53.5	2.0	54.3	0.4	52.7	4.5	58.9	3.3	52.8	5.9	52.5	0.1	50.5	4.8
2013年1月	50.5	1.4	52.5	2.0	48.5	4.8	50.2	1.1	52.5	4.0	50.0	0.8	49.3	0.7
2月	53.6	1.7	53.1	1.8	54.1	1.7	58.2	6.6	52.5	2.7	49.7	1.9	54.1	1.7
3月	52.1	0.8	52.2	1.8	52.0	3.5	54.5	0.2	53.0	3.7	52.1	2.9	49.2	2.6
4月	54.4	3.3	53.6	4.4	55.2	2.3	60.3	2.0	52.2	5.1	53.6	4.3	52.2	2.1
5月	50.0	4.6	47.6	6.1	51.1	4.5	54.1	2.6	50.4	6.0	48.9	5.4	48.8	2.7
6月	52.9	3.3	51.0	5.0	53.8	2.7	55.6	4.6	55.7	2.7	51.0	1.6	50.1	4.3
7月	50.8	5.1	49.5	5.5	51.6	5.3	52.0	5.5	52.7	5.1	49.4	3.8	49.4	5.9
8月	47.8	5.7	46.5	7.2	48.6	4.5	47.5	8.3	50.0	5.8	45.9	7.5	47.7	3.8
9月	49.6	2.7	49.4	4.2	49.7	1.3	53.9	0.8	50.9	4.1	47.3	5.9	49.1	0.6
10月	50.4	2.3	50.4	2.1	50.4	2.4	48.8	6.6	50.8	3.3	50.8	0.1	50.1	0.7
11月	54.8	2.0	53.1	4.2	55.6	0.7	60.8	0.0	56.7	5.6	53.5	1.4	50.7	1.4
12月	52.1	1.4	50.0	4.3	53.1	0.4	55.6	3.3	54.5	1.7	51.1	1.4	48.2	2.3
2014年1月	49.1	1.4	48.0	4.5	49.7	1.2	53.6	3.4	49.2	3.3	50.8	0.8	44.6	4.7
2月	51.2	2.4	48.0	5.1	52.8	1.3	54.5	3.7	53.7	1.2	51.0	1.3	46.6	7.5
3月	44.7	7.4	42.2	10.0	45.9	6.1	51.5	3.0	46.2	6.8	43.0	9.1	42.0	7.2
4月	45.5	8.9	43.5	10.1	46.5	8.7	53.0	7.3	46.7	5.5	45.3	8.3	41.5	10.7
5月														
6月														
7月														
8月														
9月														
10月														
11月														
12月														
2015年1月														
2月														
3月														

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。

2. 暮らしシーン別の注力度

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		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		前年 同月差		前年 同月差
2009年度	74.2	-	44.2	-	56.6	-	72.2	-	81.4	-	33.9	-	74.8	-
2010年度	73.6	0.6	43.1	1.1	55.3	1.3	72.4	0.2	81.7	0.3	32.9	1.0	71.6	3.2
2011年度	73.4	0.2	44.7	1.6	57.8	2.5	72.6	0.2	83.5	1.8	33.4	0.4	73.4	1.8
2012年度	73.5	0.1	52.7	8.0	60.5	2.7	62.4	10.2	75.2	8.3	34.4	1.0	65.0	8.4
2013年度	72.4	1.2	50.7	2.0	57.5	3.0	60.0	2.4	75.6	0.4	32.4	2.0	65.4	0.4
2013年4月	74.1	3.1	51.8	8.6	60.6	3.4	62.9	4.0	74.3	2.7	33.4	5.4	64.1	2.1
5月	71.7	5.3	50.3	5.0	58.4	3.0	60.1	5.6	75.1	0.2	31.2	3.6	66.7	0.6
6月	71.9	3.0	50.6	4.8	56.7	5.6	60.3	4.5	75.7	0.6	31.0	6.7	65.9	1.1
7月	73.6	1.3	51.9	2.4	56.8	4.6	56.7	4.2	75.1	0.2	31.4	4.3	65.0	2.8
8月	71.2	1.9	49.4	1.4	55.8	3.7	59.3	2.1	75.6	2.3	31.7	2.8	65.0	2.6
9月	70.9	1.3	49.9	0.8	56.8	3.8	59.3	3.3	74.1	1.3	29.9	1.9	63.0	2.2
10月	72.0	0.8	50.3	1.7	58.2	0.4	60.2	3.1	75.6	0.1	32.2	3.3	65.9	0.9
11月	74.6	1.2	53.8	0.1	59.9	0.5	60.6	1.0	76.7	1.6	35.8	0.7	65.7	3.8
12月	73.3	1.0	52.4	1.3	58.8	1.9	60.1	0.9	77.9	0.7	35.3	2.2	66.4	2.0
2014年1月	70.6	0.7	49.3	0.2	55.3	3.5	59.1	2.4	77.0	0.6	33.8	2.4	65.8	1.5
2月	72.3	2.1	51.1	1.2	57.0	2.2	60.1	0.8	74.7	1.3	35.6	4.2	65.4	2.2
3月	72.2	0.9	47.8	2.1	55.9	4.6	61.4	0.6	74.9	0.5	27.5	5.9	65.8	4.2
2014年4月	71.9	2.2	48.5	1.8	56.1	4.5	60.5	2.4	76.3	2.0	26.3	7.1	*	*
5月														
6月														
7月														
8月														
9月														
10月														
11月														
12月														
2015年1月														
2月														
3月														
調査時期	レジャー総合		趣味・遊び		余暇・レジャー		学び・教養		2014年度より修正・新設分野					
		前年 同月差		前年 同月差		前年 同月差		前年 同月差						
2009年度	57.9	-	58.0	-	54.6	-	61.0	-	2014年度より修正・新設分野 レジャー分野(修正) 「趣味・遊び」「余暇・レジャー」「学び・教養」 「スポーツ・娯楽」 ...観戦、コンピュータゲーム、キャンブル等を含む 「観光・行楽」 ...宿泊・日帰り旅行、ドライブ等を含む 「趣味・文化」 ...各種趣味創作、映画音楽鑑賞、習い事等 「地域活動」(新設) ...地域活動、ボランティア活動 「子供の教育」(新設) ...生計を共にする大学(院)生以下の子供 がいるモニターに関して(該当標本)					
2010年度	58.1	0.2	56.1	1.9	53.2	1.4	64.9	3.9						
2011年度	58.6	0.5	57.0	0.9	54.0	0.8	64.9	0.0						
2012年度	60.0	1.4	62.8	5.8	59.5	5.5	57.7	7.2						
2013年度	56.9	3.1	58.2	4.6	55.8	3.7	56.6	1.1						
2013年4月	60.0	6.8	61.4	9.5	60.3	6.5	58.2	4.7						
5月	57.8	5.6	59.3	7.6	56.6	6.2	57.4	3.0						
6月	57.2	4.5	58.3	5.9	56.6	5.0	56.7	2.6						
7月	58.1	5.6	59.4	7.1	59.5	6.6	55.5	3.2						
8月	56.1	4.5	57.3	7.3	53.3	7.8	57.8	1.5						
9月	56.5	2.6	57.8	4.0	55.2	2.8	56.4	0.9						
10月	56.1	2.7	57.6	1.0	56.1	2.4	54.5	1.8						
11月	56.8	1.4	58.9	2.5	56.2	1.5	55.4	0.2						
12月	56.2	0.0	57.4	1.5	54.1	0.1	57.2	1.2						
2014年1月	54.5	2.1	55.3	3.1	51.4	2.8	56.8	0.6						
2月	56.9	0.1	58.6	1.3	56.1	0.3	56.1	1.1						
3月	56.1	1.4	56.8	1.7	53.9	2.7	57.5	0.3						
調査時期	レジャー総合		スポーツ・娯楽		観光・行楽		趣味・文化		地域活動		子供の教育			
		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	子供有モ ニター数			
2014年4月	50.4	9.6	45.0	-	54.2	-	52.0	-	38.9	-	69.3	-	221	
5月														
6月														
7月														
8月														
9月														
10月														
11月														
12月														
2015年1月														
2月														
3月														

注力指数

暮らしのシーン10項目に関し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。

【特別調査】 家計の増税対策

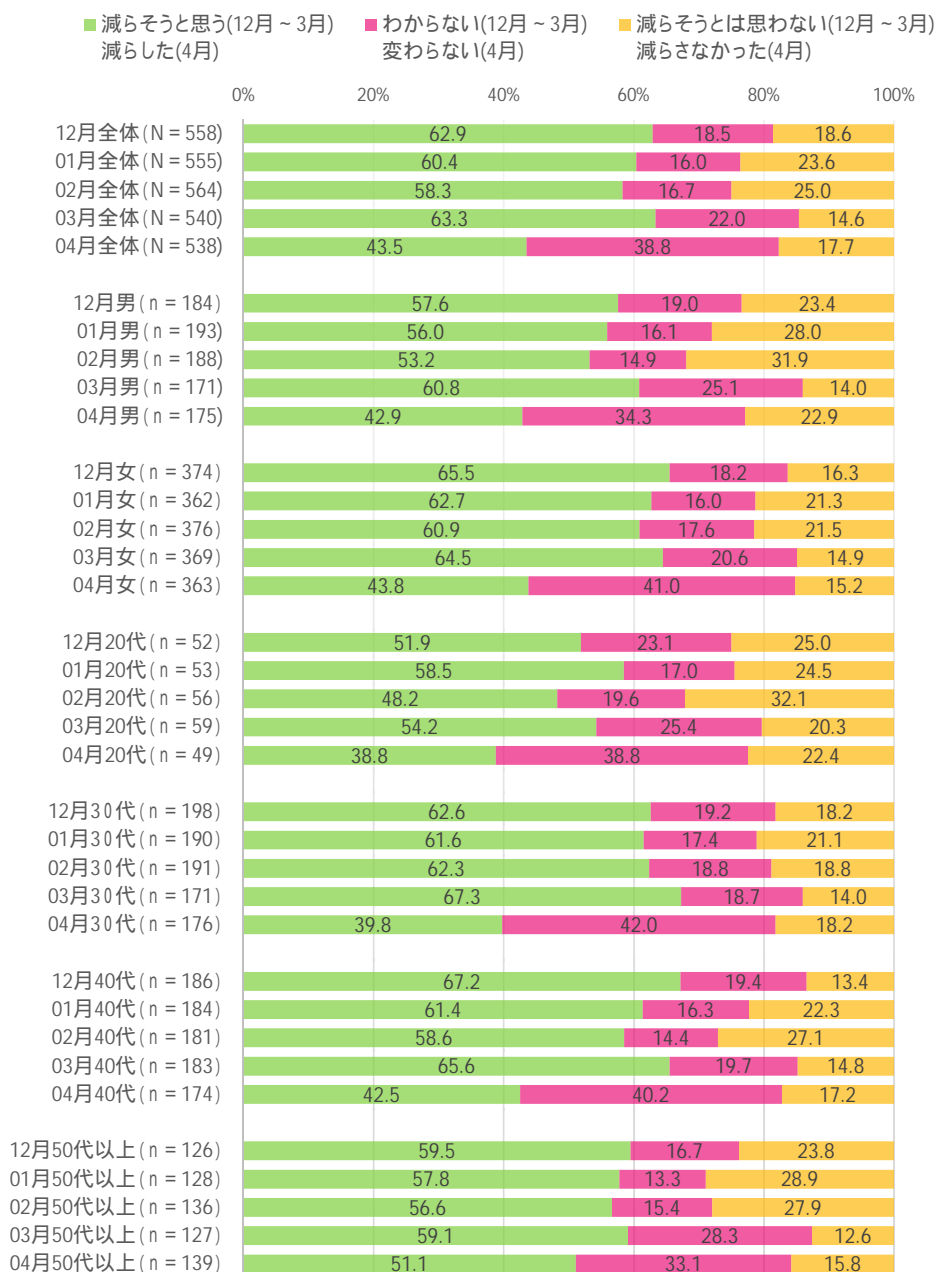
消費税増税に対して、岡山県民家計はどの程度の「支出切り詰め防衛策」を現実に実施したのでしょうか？

興味ある事実は、昨年末時点では63%の人が「支出を減らそう」と考えており、年が明けて2か月間は防衛意識はやや緩み、税率アップ直前の3月末にやや危機感が募りましたが、ふたをあけてみると4月末では実際に「支出を減らした」のは44%と意外にも低い水準にとどまりました。一方、実際「減らさなかった」人は18%と税率アップ直前の3月末に比べ3pも増えています。「減らした - 減らさなかった」の差を支出切り詰め防衛度とすれば、年末は44p、1月37p、2月33p、3月49pでしたが、4月は26pと防衛度は大幅に緩んだことになります。

性別でみた場合、女性も男性も「減らした」人は43%前後で差は見られませんが、切り詰め防衛度においては女性が29pと男性の20pより高い防衛姿勢を保っています。

年代別では、年代が上がるにつれ切り詰め防衛色が強まっており、「減らした」人は20代が39%（防衛度16p）、30代で40%（同22p）、40代で43%（同25p）、50代以上の高齢層での支出減は51%（同35p）と強い支出切り詰め防衛度をみせています。さらに職業別でみると、強い防衛色をみせたのは「パート・アルバイト」であり、「減らした」人は53%、切り詰め防衛度は41pと他を圧した実施率を示していることを指摘できます。

消費税率が引き上げられた4月以降、あなたの家計の支出を、これまでよりも減らしましたか？減らしていませんか？
(3月までは意向)



調査概要 調査時期 : 2014年4月25日(金)～2014年5月1日(木)
調査対象 : 岡山県在住の男女538名
調査方法 : インターネット調査 (自社モニターパネル)
回答者プロフィール : 男性32.5%女性67.5% 20代9.1%、30代32.8%、40代32.3%、50代以上25.8%
岡山市53.9%、倉敷市21.8%、その他の市町村24.3%

この件に関するお問い合わせ先
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
<http://www.vis-a-vis.co.jp/data/contact/index.php>