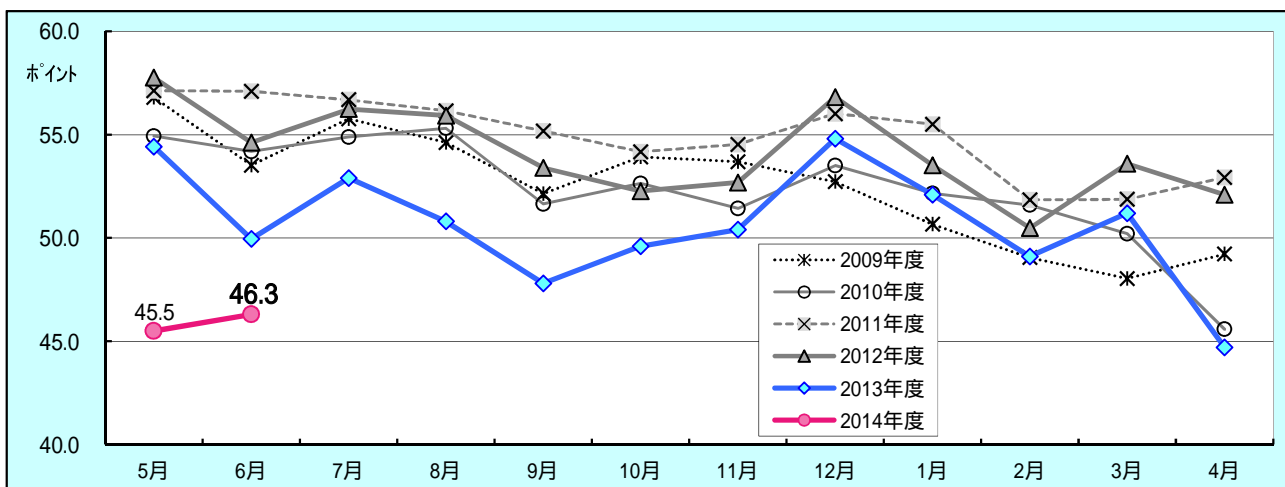


岡山生活者意識調査

6月の岡山県民の消費意向得点は46.3ポイント と堅実に上昇。20代の若者層がけん引役に。

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、安近短が顕著であったGW後、税率引き上げも2か月を経過したこともあり46.3ポイントと、例年の水準にははるか及ばないものの、前月末に比べ0.8ポイントアップしています。例年6月度は前月度に比べ消費意欲は落ちるのですが、今回は逆に上昇を示しているのが特徴的であり、消費意欲は堅調といえそうです。

6月度見通しで意向度が前月に比べ大きく伸びているのは「男性(43.5p 45.8p)」および「20代(53.0p 55.1p)」であり、特に20代では「男性(59.5p)」「女性(54.2p)」共に特化した高い水準を示しています。職業別では「女性社員(49.5p)」が他の層に比べ消費意向得点を大きく高めています。

暮らしシーン別の注力度の観点からみると、6月も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、昨年9月を除き一貫して健康を気遣う意識は高まっています。今季からの指標変更に伴うため直接の比較は困難としてもレジャー3項目と「人づきあい」「食費・外食」「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前年同月に比べて大きく減少しています。

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。4月末時点の景気回復実感者はモニター538名中26名で4.8%と、さすがに税率アップ直後は大きく落ち込みましたが、5月末では586名中41名で7.0%と再び大きく増加しています。増税感は落ち着いており、景気回復感夏場に向けて上昇しそうな気配がみられます。

実感者41名モニター個人での生活インサイトの特徴でみると、10月末から2か月連続で回復実感を抱いている人(リテンション)は16~17名水準を保っており、唯一4月末には一旦落ち込むものの5月には再びリテンションは16名に戻っています。また今月新たに回復感を抱いた人も6名増えて16名となり、年代的には40代の方が復活している点特徴となっています。

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6月度は「仕事76.8p(全体59.7p)」および「食費・外食64.0p(同47.0p)」「人づきあい68.9p(同54.6p)」さらに「趣味・文化65.9p(同51.5p)」に生活力点を置く意向が高くなっています。

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	46.3	3.7	45.8	1.8	46.5	4.6	55.1	1.0	46.1	4.3	46.2	2.7	43.1	5.7
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	69.9	1.8	47.0	3.3	54.6	3.8	59.7	0.4	76.7	1.6	27.7	3.5	65.9	0.8
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	
		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	-
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

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)

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	48.4	9.4	45.3	-	48.5	-	51.5	-	40.5	-	70.0	244
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

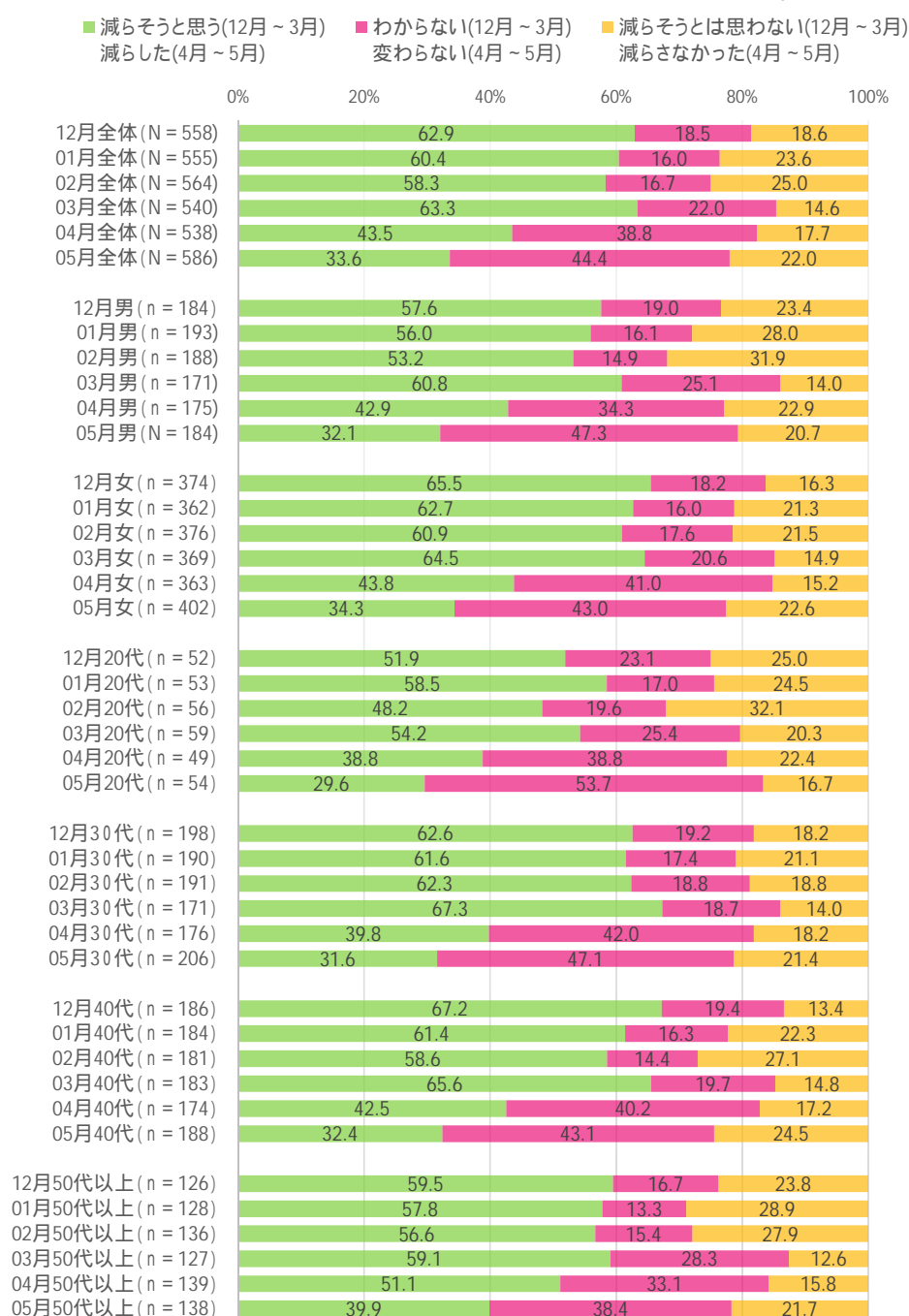
消費税増税に対して、岡山県民家計はどの程度の「支出切り詰め防衛策」を現実に実施したのでしょうか？

鳴り物入りでの消費税率アップは昨年末から税率アップ直前までは60%前後の人が「支出を減らそう」と考えていましたが、いざふたを開けてみると、4月末では実際「支出を減らした」のは44%と意外にも低い水準にとどまり、さらに1か月経過した5月末には34%にまで減っています。一方、5月時点で実際「減らさなかった」人22%と「変わらない」人44%はすでに増税感は薄れているとみられ、「減らした - (減らさなかった + 変わらない)」の差を支出切り詰め防衛度とみれば、税率アップ後は4月で - 13ポイント、5月には - 33ポイントまで薄れてきています。

これを性別でみた場合、3月までは女性に危機感が強かったものが4月以降では男女差が無くなってきています。

年代別では、年代が上がるにつれ切り詰め防衛色は強く、「減らした」人は、20代が30%(防衛度 - 41ポイント)、30代で32%(同 - 37ポイント)、40代で32%(同 - 35ポイント)、50代以上の高齢層での支出減は40%(同 - 20ポイント)とまだ強い支出切り詰め防衛度をみせています。さらに職業別では、「パート・アルバイト」が38%の支出減、切り詰め防衛度は - 24ポイントと、防衛色が根強い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5月23日(金)～2014年5月29日(木)
調査対象 : 岡山県在住の男女586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31.4%女性68.6% 20代9.2%、30代35.2%、40代32.1%、50代以上23.5%
岡山市52.6%、倉敷市23.7%、その他の市町村23.7%

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>