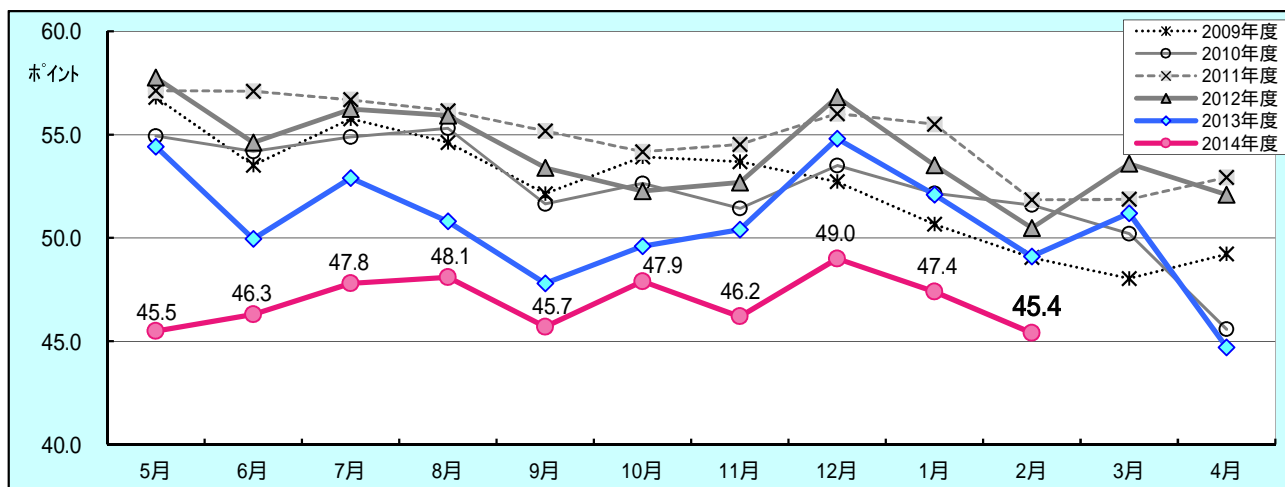


岡山生活者意識調査

2月の岡山県民の消費意向得点は**45.4ポイント**と最低水準に。一方、非就業層では消費意向がアップ。

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。



1月度に引き続き、消費意向の減退傾向はさらに強まり、2月度は45.4ポイントと今期最低水準にまで落ち込んでいます。日銀や政府筋の発表している「個人消費は基調として 底堅く推移」という見解とはややズレてきている感があります。

男女別、年代別いずれにおいても一斉に消費意向得点は下降しています。これまで高水準を保ってきた「女性46.2p(前月差-2.6p)」や「20代48.4p(同-5.9p)」、あるいは「女性会社員48.3p(同-8.3p)」などのけん引役のダウンが顕著になっています。しかし一方で消費意向を高めている層も見られます。「専業主婦44.5p(前月差+0.5p)」や「無職47.2p(同+2.1p)」などのいわゆる非就業層で前向きさが見られ、今回の特徴となっています。

暮らしシーン別注力度の観点からみると、前年を上回っているのは「健康管理(77.0p 77.3p)」、「仕事(59.1p 59.5p)」、「貯蓄(65.8p 66.3p)」で、特に「貯蓄」が3か月連続で注力度を高めてきている点に注目できます。消費意向の減退はシーズ的な要因のみでなく、生活防衛色もかなり強まっていることが大きく関与していると判断されます。

こうした生活防衛色の強まりを裏付けるものとして、実際の景気回復の実感状況をみてみます。1月末時点で景気回復を実感している人はモニター546名中22名(4.0%)と、前月度と同数という結果となりました。実感者がさらに増えてくれば景気回復も本格化すると判断できますが、实体经济は底堅いとはいえ未だ足踏み状態であり、個人消費への回復にはまだ時間がかかりそうといってもよいでしょう。

このことは2か月連続で回復実感を抱いている人(リテンション)の動きをみるとわかります。今回はリテンション者が12名に増加しているものの、リテンション率がやっと2%台にのったところです。今後の安定した景気回復感がみられるかどうかは、このリテンション率が3%、4%と着実に上昇していくかどうかにかかっています。

景気回復実感者22名の特徴は、まず消費意向得点が59.7p(当月全体45.4p、前月56.2p)とかなり高い水準であることが指摘できます。今回は男性50代以上が多く、さらに暮らしシーン別注力度では「仕事75.0p(全体59.5p)」、「食費・外食61.4p(同46.4p)」、「大きな値の張る耐久消費財40.9p(同27.7p)」、「地域活動47.7p(同34.7p)」といった分野で景気回復が実感できていない層を大きく引き離しています。

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	71.3	0.6	48.8	1.8	56.0	0.7	58.9	1.4	75.3	0.4	27.7	3.3	63.5	2.4
7月	73.5	0.1	52.3	0.4	55.7	1.1	58.3	1.6	76.3	1.2	28.6	2.8	62.8	2.2
8月	69.9	1.3	48.5	0.9	54.9	0.9	59.5	0.2	74.4	1.2	28.4	3.3	64.9	0.1
9月	72.1	1.2	46.6	3.3	54.2	2.6	59.8	0.5	77.5	3.4	28.5	1.4	64.7	1.7
10月	70.7	1.3	48.3	2.0	54.0	4.2	58.8	1.4	75.0	0.6	27.8	4.4	62.7	3.2
11月	71.9	2.7	51.0	2.8	55.5	4.4	60.4	0.2	76.4	0.3	28.5	7.3	63.8	1.9
12月	72.5	0.8	50.3	2.1	55.3	3.5	58.9	1.2	77.8	0.1	27.9	7.4	65.3	1.1
2015年1月	69.9	0.7	46.4	2.9	53.3	2.0	59.5	0.4	77.3	0.3	27.7	6.1	66.3	0.5
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、キャブ等を含む

「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	50.3	6.9	45.5	-	53.2	-	52.3	-	38.1	-	68.4	-	245
7月	51.8	6.3	46.5	-	56.4	-	52.4	-	37.9	-	70.4	-	207
8月	47.7	8.4	43.4	-	49.4	-	50.4	-	39.4	-	68.4	-	221
9月	49.0	7.5	43.9	-	51.4	-	51.6	-	38.0	-	70.2	-	247
10月	48.0	8.1	42.4	-	50.5	-	51.1	-	36.9	-	69.9	-	212
11月	45.5	11.3	41.1	-	47.3	-	48.1	-	35.8	-	68.2	-	218
12月	46.1	10.1	42.3	-	46.4	-	49.6	-	34.9	-	70.1	-	216
2015年1月	45.0	9.5	40.3	-	44.1	-	50.5	-	34.7	-	71.6	-	238
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。

景気回復実感者の推移

景気回復を実感していますか？

	2014年												2015年
	1月末	2月末	3月末	4月末	5月末	6月末	7月末	8月末	9月末	10月末	11月末	12月末	1月末
回復実感者数	40	33	38	26	41	37	25	31	23	17	17	22	22
実感者率	7.2%	5.9%	7.0%	4.8%	7.0%	6.3%	4.9%	5.8%	4.0%	3.3%	3.3%	4.2%	4.0%
リテンション者数	17	17	16	11	16	19	13	13	16	9	10	10	12
リテンション率	3.1%	3.0%	3.0%	2.0%	2.7%	3.2%	2.5%	2.4%	2.8%	1.7%	1.9%	1.9%	2.2%

調査概要 調査時期：2015年1月24日(土)～2015年1月30日(金)
 調査対象：岡山県在住の男女546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32.2%、女性67.8% 20代9.5%、30代32.8%、40代31.5%、50代以上26.2%
 岡山市52.2%、倉敷市22.9%、その他の市町村24.9%

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>