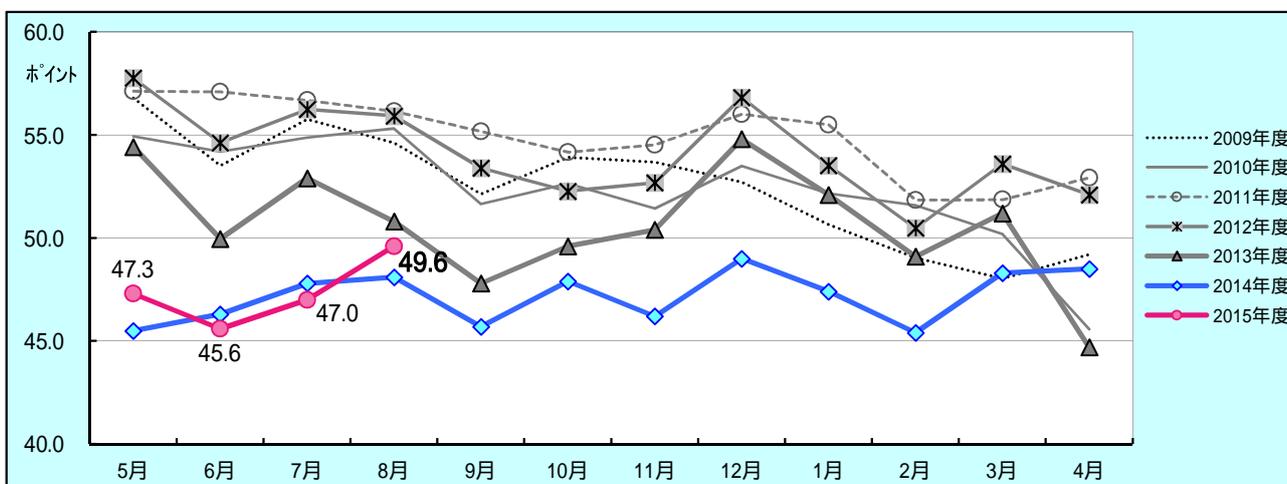


岡山生活者意識調査

8月の岡山県民の消費意向得点は49.6ポイント と3か月ぶりに前年クリア。 20代、女性会社員の消費意欲アップがけん引。

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。



消費意向得点は前月、前々月と前年度割れをみせ盛り上がりを欠きましたが、8月度は前年比、前月比共に増加し、49.6ポイントとここ1年半弱の間で最高値を示しました。年代的には4か月間順調に伸びてきた50代以上層が落ち込む一方で、他の年代層が一律に増加しており、とりわけ20代の伸びが著しいことが特徴となっています。また職業別では女性会社員が58.9ポイントと驚異的な上昇度で他を圧して消費意欲を見せていることも今月の特徴となっています。

しかし、暮らしシーン別注力度の観点からみると、前年に比べ注力度が伸びているのは「子供の教育(70.4p 72.8p)」、「貯蓄(62.8p 63.4p)」、「大きな値の張る耐久消費財(28.6p 29.1p)」の3分野にとどまり、他の分野は前年水準には達していません。7月末時点ではボーナスも出たこともあり、長らく辛抱してきた耐久財の買い替えや、夏休み突入の子供に対する教育関係へ注力度が高まったと考えられます。また、前月からは「食費・外食(48.0p 51.0p)」、「観光・行楽(50.3p 55.3p)」なども大きく高まっていますが前年水準には届いておらず、この2分野の増加は夏特有の季節変動要因によるものとみられます。

では夏の需要期において、その景気回復は実際どの程度の回復感もたれているのでしょうか。景気回復を実感している人は563名中31名(5.5%)で、前月度の5.6%とほとんど変化はみられません。実感者の年代的な特徴は前月度大幅に減少した50代以上が再び多くなっており、代わって40代が減少している点にあります。全体の年代構成からみても、景気回復実感者を指摘する層は40、50代の層に特化していることが特徴です。

景気回復実感者の割合はここ3か月間は5～6%で停滞していますが、それが景気後退をさせているものでないことは、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。今回のリテンション者は17名と前月に比べ2名減少しているものの、リテンション率は3.0%と昨年同月ほどの落ち込みではありません。景気回復実感者およびリテンションが大きな落ち込みもなく前月度とほぼ同じ水準で推移しているため、今のところ安定した回復基調を示しているといえるでしょう。

例年9月度の消費意向度は必ず季節変動要因として落ち込むわけですが、今年はどこまでで止まることができるか、景気回復実感者、リテンション率の動向がどう向上するかが本格的な景気回復のポイントとなるでしょう。

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										
2009年度	52.5	-	52.2	-	52.8	-	56.3	-	52.3	-	47.9	-	53.4	-
2010年度	52.3	0.2	49.6	2.6	55.1	2.3	51.8	4.5	53.7	1.4	51.5	3.6	52.3	1.1
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	47.8	5.1	45.2	5.8	49.1	4.7	50.9	4.7	51.7	4.0	46.6	4.4	43.4	6.7
7月	48.1	2.7	45.5	4.0	49.4	2.2	50.7	1.3	49.2	3.5	48.7	0.7	45.1	4.3
8月	45.7	2.1	45.1	1.4	46.0	2.6	50.1	2.6	44.6	5.4	45.9	0.0	45.4	2.3
9月	47.9	1.7	45.0	4.4	49.3	0.4	54.9	1.0	48.3	2.6	46.5	0.8	46.9	2.2
10月	46.2	4.2	43.0	7.4	47.8	2.6	49.4	0.6	48.9	1.9	45.8	5.0	42.3	7.8
11月	49.0	5.8	44.9	8.2	51.1	4.5	53.6	7.2	50.5	6.2	49.0	4.5	45.7	5.0
12月	47.4	4.7	44.7	5.3	48.8	4.3	54.3	1.3	48.4	6.1	45.9	5.2	46.0	2.2
2015年1月	45.4	3.7	43.6	4.4	46.2	3.5	48.4	5.2	46.1	3.1	45.6	5.2	43.2	1.4
2月	48.3	2.9	45.6	2.4	49.6	3.2	54.3	0.2	49.1	4.6	49.0	2.0	44.5	2.1
3月	48.5	3.8	45.9	3.7	49.7	3.8	51.1	0.4	52.2	6.0	46.7	3.7	45.3	3.3
4月	47.3	1.8	45.9	2.4	48.1	1.6	50.9	2.1	48.5	1.8	47.3	2.0	44.9	3.4
5月	45.6	0.7	45.1	0.7	45.9	0.6	46.9	8.2	47.2	1.1	44.7	1.5	44.6	1.5
6月	47.0	0.8	44.4	0.8	48.3	0.8	50.1	0.8	46.9	4.8	46.1	0.5	47.5	4.1
7月	49.6	1.5	45.9	0.4	51.4	2.0	54.1	3.4	51.8	2.6	50.3	1.6	44.8	0.3
8月														
9月														
10月														
11月														
12月														
2016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
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	72.5	0.2	47.9	3.2	56.9	0.1	59.1	1.0	77.4	2.7	30.0	5.6	66.2	0.8
3月	71.6	0.6	50.6	2.8	55.9	0.0	61.9	0.5	75.9	1.0	29.0	1.5	65.6	0.2
4月	72.4	0.5	52.0	3.5	55.4	0.7	59.0	1.5	75.3	1.0	26.9	0.6	64.4	*
5月	69.3	0.6	47.1	0.1	53.3	1.3	59.6	0.1	75.9	0.8	27.3	0.4	65.4	0.5
6月	71.6	0.3	48.0	0.8	52.9	3.1	58.7	0.2	76.7	1.4	28.2	0.5	68.2	4.7
7月	72.1	1.4	51.0	1.3	53.1	2.6	56.7	1.6	75.2	1.1	29.1	0.5	63.4	0.6
8月														
9月														
10月														
11月														
12月														
2016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						
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	49.0	7.9	44.3	-	51.0	-	51.8	-	36.1	-	72.1	-	226	
3月	48.8	7.3	43.4	-	52.6	-	50.4	-	37.7	-	73.5	-	223	
4月	49.1	1.3	44.3	0.7	53.7	0.5	49.3	2.7	36.9	2.0	71.6	2.3	219	
5月	45.2	3.2	41.3	4.0	45.0	3.5	49.4	2.1	36.4	4.1	72.5	2.5	236	
6月	47.9	2.4	42.7	2.8	50.3	2.9	50.7	1.6	33.1	5.0	71.2	2.8	225	
7月	50.6	1.2	45.6	0.9	55.3	1.1	50.8	1.6	34.5	3.4	72.8	2.4	234	
8月														
9月														
10月														
11月														
12月														
2016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。

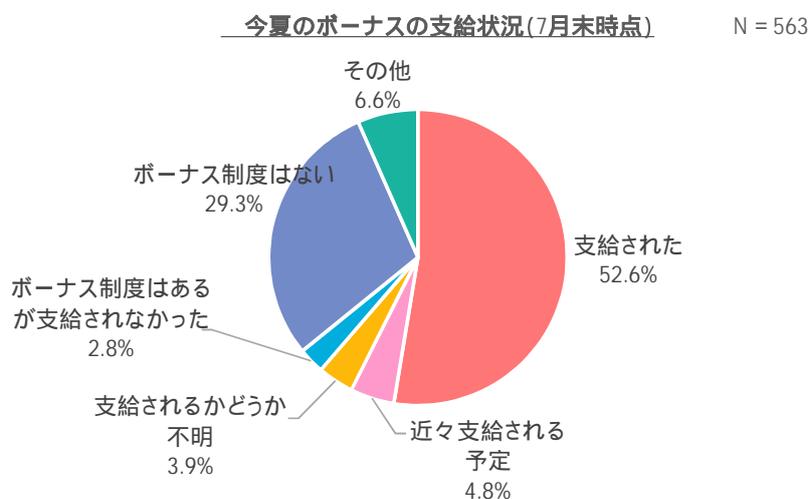
景気回復実感者の推移

景気回復を実感していますか？

	2014年								2015年						
	6月末	7月末	8月末	9月末	10月末	11月末	12月末	1月末	2月末	3月末	4月末	5月末	6月末	7月末	
回復実感者数	37	25	31	23	17	17	22	22	22	26	22	35	30	31	
実感者率	6.3%	4.9%	5.8%	4.0%	3.3%	3.3%	4.2%	4.0%	4.2%	4.8%	4.2%	6.2%	5.6%	5.5%	
リテンション者数	19	13	13	16	9	10	10	12	12	14	13	14	19	17	
リテンション率	3.2%	2.5%	2.4%	2.8%	1.7%	1.9%	1.9%	2.2%	2.3%	2.6%	2.5%	2.5%	3.6%	3.0%	

【特別調査】 夏の商品別消費動向

今回も前月に引き続き、夏季所定外収入（ボーナス）による消費意向の具体的使途を調査しました。調査時点は夏のボーナス支給時期がほぼ終わったとみられる7月末です。調査時点で支給された人は52.6%、予定の人4.8%と合わせて57.4%の人が「この夏にボーナスがあった人」ということとなります。また、ボーナス制度の有無に関わらず「支給されなかった人」は32.1%、「分からない」もしくは「その他」の人は10.5%です。

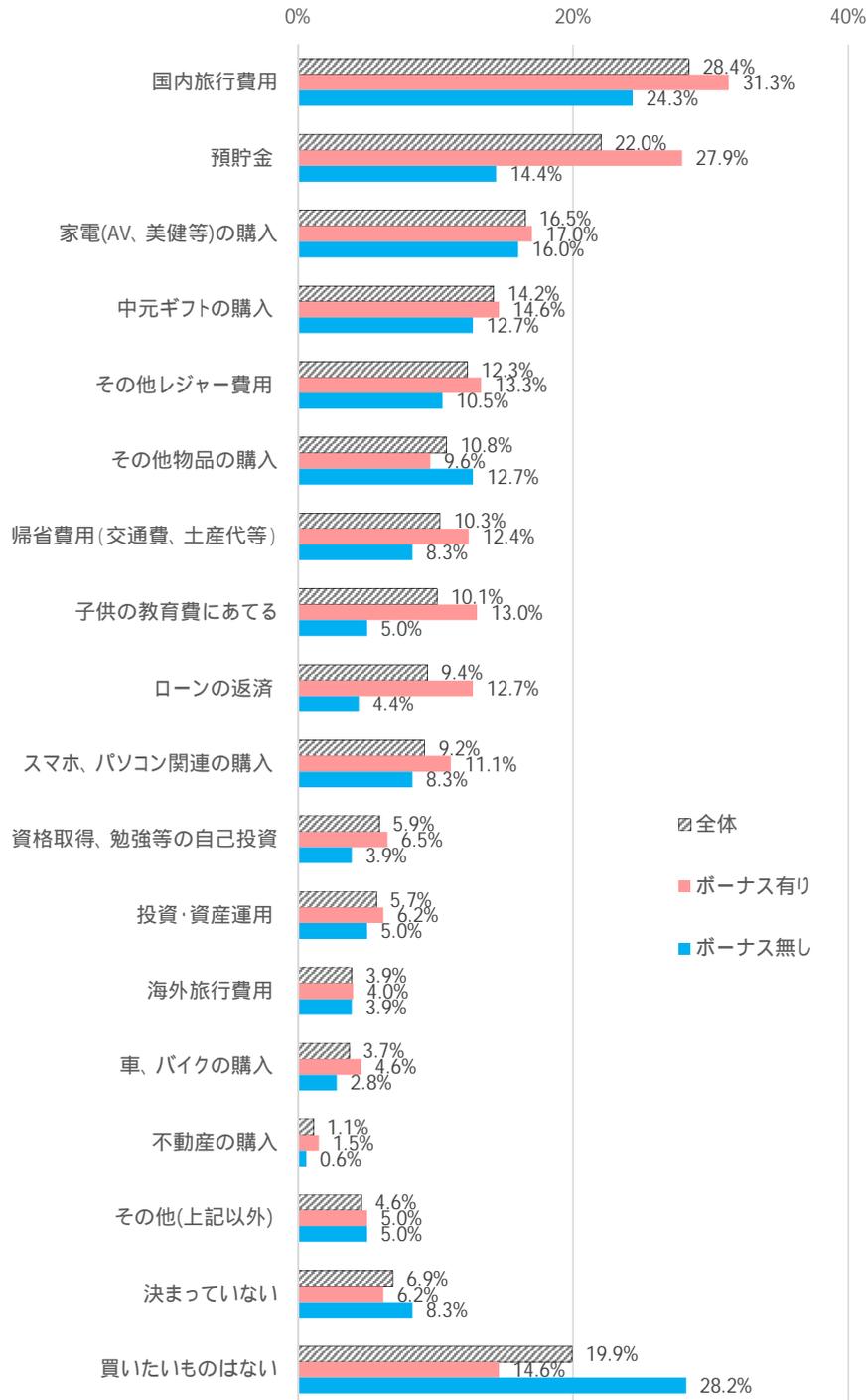


この夏買いたいもしくは使いたいと思っている商品・サービスの第1位は「国内旅行(28.4%)」です。この意向はボーナスがあった人に強く、ボーナスが無かった人と大きな開きをみせています。

2位は「預貯金(22.0%)」ですが、これもボーナスがあった層には強く作用しています。

続いて「家電等(16.5%)」「中元ギフト(14.2%)」、これらはボーナスの有無には関係なく差はみられません。中元は季節要因から当然ですが、家電等の耐久財への消費意向がまあ強く強い点に注目されます。以下、「その他レジャー費用(12.3%)」「その他物品購入費(10.8%)」「帰省費用(10.3%)」「子供の教育費(10.1%)」「ローンの返済(9.4%)」などが10%前後で続きます。このうちボーナスの支給有無で消費意向が大きく異なるのは「子供の教育費」と「ローン返済」であることが分かります。

この夏買いたいもの・使いたいもの



調査概要 調査時期 : 2015年7月24日(金)～2015年7月31日(金)

調査対象 : 岡山県在住の男女563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32.0%、女性68.0% 20代8.9%、30代30.0%、40代34.3%、50代以上26.8%
岡山市52.6%、倉敷市22.7%、その他の市町村24.7%

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1-3-7 県土連ビル1F

電話 086-225-8181

<http://www.vis-a-vis.co.jp/data/contact/index.php>