

世界の景況感：インドの景況感は世界最高

日本人の景況感は引き続き回復基調

こうした中で、日本人は「貯蓄」と「休暇/旅行」に対する消費意欲が高い

2006年9月4日：世界最大の市場調査会社であるエーシーニールセン(日本本社：港区六本木、代表取締役社長：マンゴ・ギルクリスト)は、2006年5月末から6月初めに世界40カ国の消費者2万1780人に対し、景況感に関する意識調査を実施しました。この調査は6ヶ月ごとにインターネットで、経済・雇用状況などの景況感、消費意欲やお金の使途希望、世事での関心事・懸念材料などの消費者心理を追跡しています。

インドは好景気に後押しされて、景況感は最高

世界の景況感は、半年前の2005年11月とほぼ同じであることがわかりました。景況感指数*の世界平均は前回と同様で98ポイントとなりました。昨年に引き続き、景況感が一番高い国はインドで、インドの景況感指数は、前回よりも1ポイント下がりはしましたが、世界平均を大きく上回る131ポイントを示しました。インドの消費者は前向きに、自国の経済状況を捉えていて、この先の経済状況も上向き傾向が続くと感じています。インドに続いて、スカンジナビア地方のノルウェー(130)とデンマーク(127)が続きます。指数が一番低かったのは韓国の54ポイントで、前回よりも8ポイントもダウンしています。

*エーシーニールセンが開発した「景況感指標」で、今後12ヶ月の雇用機会や家計の見通しと消費願望に基づき計算
 (非常に良い:200ポイント、良い:133.3ポイント、あまり良くない:66.6ポイント、0:悪い)

日本人の景況感は徐々にではあるが回復傾向

世界と比べてしまうと、日本の景況感は依然低調ではあります。しかし、景況感指数は前回の指標76ポイントから3ポイント上昇し、79ポイントと回復傾向がみられました。消費者自身の経済状況についても、25%が前向きな回答をしています。また自身の経済状況を考えた場合、欲しいものや必要なものを買うなら今だと思っている人は、25%でした。

今後1年間で、あなたの経済状況はどのようになるとお考えですか。		今後1年間で、雇用状況はどのようになるとお考えですか。	
とても良くなる	4% (+1%)	とても良くなる	2% (+0%)
良くなる	21% (+3%)	良くなる	35% (+4%)
あまり変わらない	59% (+0%)	あまり変わらない	55% (-2%)
悪くなる	16% (-4%)	悪くなる	8% (-2%)

生活費以外の余分なお金の有無

世界全体で、生活費以外の余分なお金はないと回答した消費者は世界で13%、景況感指標の最も低かった韓国では、世界平均を上回る15%という数字が出ました。日本では8%となっています。

日本では、休暇/旅行に対する消費意欲が上昇

世界全体では、生活費以外のお金の使途希望として、貯金(40%)、休暇/旅行(34%)、家の外での遊び(33%)をあげています。

世界平均の順位と同じく、日本でも貯金(51%)、そして休暇/旅行(47%)、家の外での遊び(30%)との回答が得られました。特に休暇や旅行にお金を使う人の割合が、前回の調査時よりも6%も上昇しており、世界平均を13%も上回っています。

日本	2006/5 (世界平均)	2005/11	2005/5
貯金	51% (40%)	50%	44%
休暇/旅行	47% (34%)	41%	28%
家の外での遊び	30% (33%)	28%	20%
新しい服	30% (31%)	23%	13%
株式投資/投資信託	26% (16%)	25%	19%

世界の関心事は経済状況、健康、そして雇用状況

今後 6 ヶ月の懸念と関心事は経済状況(47%)、健康(37%)、そして雇用状況(31%)であるとの回答が得られました。最も大きな懸念事項として経済をあげているのは、アジア太平洋地域(28%)と北アメリカ(27%)でした。最大の懸念事項、2 番目の懸念事項としている両地域での消費者の総計は、半数以上で、大変高い関心が寄せられているのがわかりました。特に、タイ、マレーシア、インドネシアでは70%以上の方が経済状況を懸念項目としてあげています。日本では、健康(43%)、経済(41%)、雇用(30%)の順で、健康に関心を寄せている人の割合がやや高くなっています。また犯罪(22%)に対する懸念が世界平均よりも8%も上回っていました。