

# Yahoo!リサーチ 調査データダウンロードサイト

**YAHOO!** Value Insight  
JAPAN

[会社概要](#) | [パスワード変更](#)

GO

## 定例調査(景況感) :「暮らしに関するアンケート」2006年4月～2009年3月の結果

著者名:データエクスプローリング 出口慎二

配信日:2009年9月30日

ここでは3年にわたる月次のインターネットリサーチの回答から、特に「景況感」について、その結果を、内閣府の消費動向調査と比較して見てみたい。

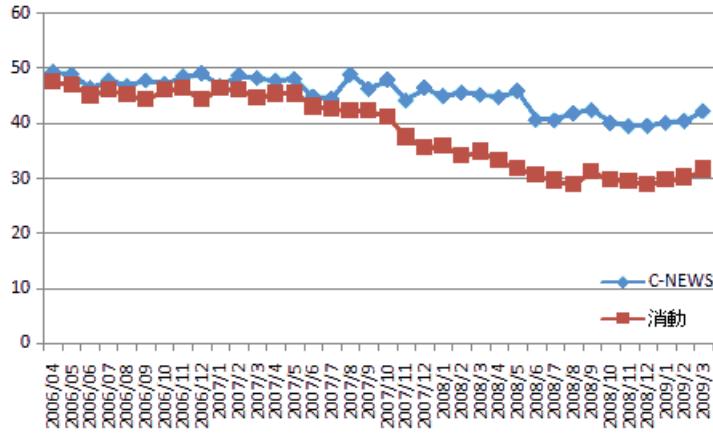
調査の実施期間は2006年4月～2009年3月の毎月「15日」より前の一番近い水曜日からおよそ4日間。日本国内在住の30歳以上男女のインターネットユーザー400名の回答を集計した。

※総回収数や調査期間は調査回により若干の変動がある。

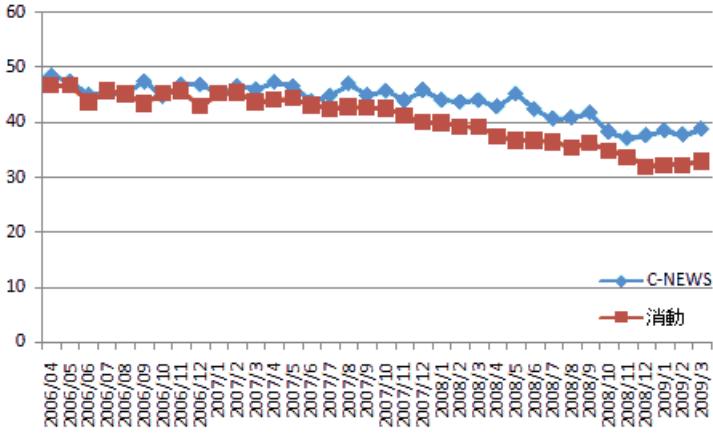
※内閣府「消費動向調査」について、くわしくは内閣府サイトを参照されたい。[:消費動向調査](#)

では以下、景況感を訪ねる質問について、全36回すべての回答を見てみよう。結果は図1～図5のとおり。図1～4が各意識指標で、図5がそれらの算術平均である消費者態度指数となっている。

### 図1. 消費者意識指標:暮らし向き



### 図2. 消費者意識指標:収入の増え方



### 図3. 消費者意識指標:雇用環境

**調査データ&レポートの引用**

**メールマガジン登録**

タイトル ▾

---

**カテゴリー別**

- 食品・飲料・飲食・外食
- トイレタリー・生活用品
- 美容・健康
- ファッション
- 住宅・不動産
- クルマ・バイク・交通
- 家電・デジタル機器
- インターネット・通信・携帯電話
- エンタテイメント
- レジャー・スポーツ・旅行
- ショッピング・流通
- マネー
- ビジネス
- メディア
- 社会・教育
- 家族・恋愛・結婚
- エコ・環境
- 季節イベント
- トレンド・流行・時事
- その他

---

素材ランキング

ブランドランキング

新商品

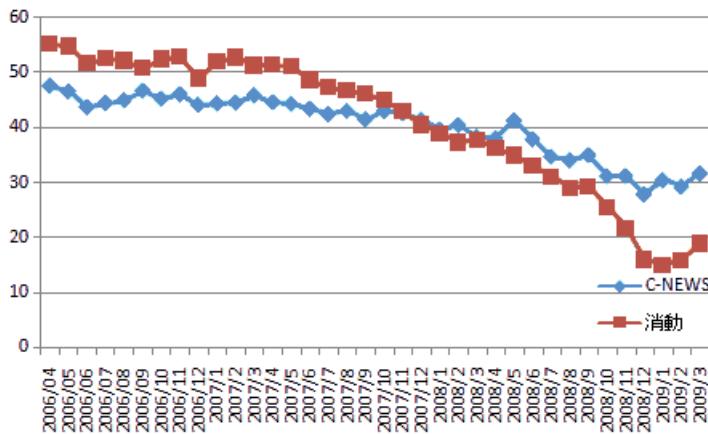


図4. 消費者意識指標:耐久消費財の買い時判断

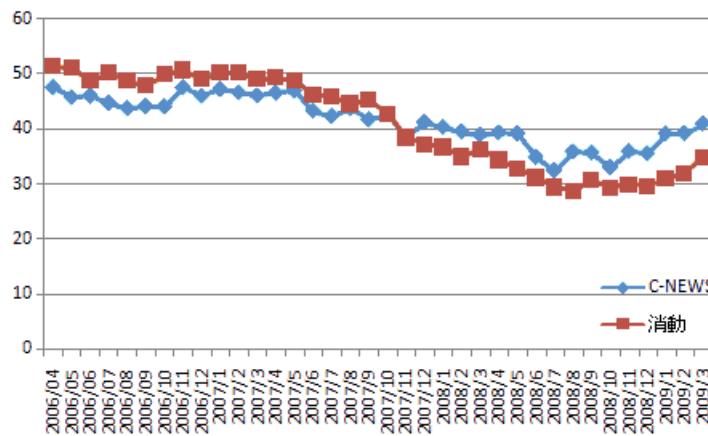
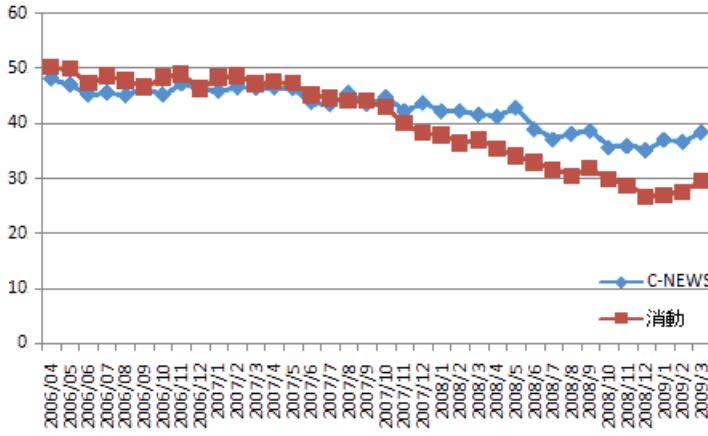


図5. 消費者態度指数



まず、いずれの図を見ても、消費動向調査の線とYahoo!リサーチの調査結果の線には乖離がある。また、消費動向調査の方が、Yahoo!リサーチの結果に比べて、調査期間内の値の変動の幅(最大値と最小値の幅)が大きい。これはおもに、2007年後半以降2008年末にかけて見られ、とくに「雇用環境」(図3)で顕著である。

しかし、こうした程度の差はあっても、この時期、いずれの数値とも下降傾向にある点は、おおむね両調査に共通している。

また、2009年に入ったころから見られる、徐々に数値が回復する(値が大きくなる)様子は、いずれの図においても、消費動向調査とYahoo!リサーチ調査で同じような時期に見られている。

以上を見ると、消費動向調査(全国の世帯を一般世帯、単身世帯ごとに無作為3段抽出して訪問留置調査)とYahoo!リサーチ(自社パネルの国内30歳以上男女から単純無作為抽出して

無料集計・レポート作成ソフト  
**MYCROSS G3**  
●ダウンロードはこちらから

dl.yahoo-vi.co.jp  
cybertrust  
secured site  
クリックして検証▶  
2010-05-29 16:39 JST

当社はプライバシーマークを取得しています。当社の個人情報保護方針は、[こちら](#)から。

Powered by GETA  
当サイトは情報処理振興事業協会が実施した独創的情報技術育成事業の研究成果である「汎用連想計算エンジン(GETA)」を利用しています。

インターネットリサーチ)の結果は、単発で比較して同じような結果を期待することは危険であるが、ある程度継続的に調査を行い結果の推移を見ていくのであれば、両者の結果には対応があると言えるのではないだろうか。

以上より、方法を一定にして継続して調査を実施していくと、その結果の推移は、おそらくは測定したい現実を反映しているのではないかと期待される。

※同様の比較については、途中回まであるが右記でも報告しているので適宜参照されたい。:  
RQIレポート:Vol.10 消費動向調査との比較(2006年度)(ヤフー・バリュー・インサイト)、あるいは、[出口\(2005\)](#)。

## 調査概要

調査実施日:2006年4月～2009年3月の毎月「15日」より前の一番近い水曜日からおよそ4日間

調査対象:日本国内在住の30歳以上男女のインターネットユーザー

集計回答数:400名(割付なし)

(>>こちらから調査画面をご覧になります)

▶ 調査結果の引用・転載についてはこちらをご覧ください。

このページのトップへ

---

© 2010 Yahoo Japan Value Insight Corporation