



WIN

Worldwide
Independent Network
Of Market Research

(9月9日公表)

WIN 危機インデックス・調査レポート

(第3回時系列・国際比較調査)

金融・経済危機についての グローバル・バロメーター

2009年9月

NR (株)日本リサーチセンター

(ギャラップ・インターナショナル メンバー)

1. 調査結果の要約

金融・経済危機によって、人々は心理的な影響を受けている

第3回危機インデックス調査結果は、人々が経済的な影響を受けているばかりでなく、心理的な影響もを受けていることを示している。今回の調査はWIN (Worldwide Independent Network of Market Research の略称) 加盟メンバーによって、6月中旬～7月下旬の期間に22ヶ国で実施され、合計21,088人から回答を得た(前回調査は今年の2月下旬～3月下旬の期間に、25ヶ国で実施され、合計20,325人から回答を得た)。調査結果の要約は以下の通り。

1. 経済的な危機は、人々の健康にも影響を与えている

今回の調査結果では、全体の54%の人々が「金融・経済危機」の影響によって、次の4つの症状の「少なくとも1つは経験した」と回答している。

- うつ状態: 18%
- 睡眠不足／不眠症: 26%
- 心配／不安: 40%
- ストレス: 40% (回答は複数回答可)

国別にみると、日本(62%)、ロシア(56%)、レバノン(79%)、米国(74%)、メキシコ(76%)では多くの人々が、上記4つの症状の「少なくとも1つは経験した」と回答しており、人々の健康への影響が大きい国に分類される。反対に、オランダ(24%)、オーストリア(22%)、イタリア(25%)、スペイン(36%)、ブラジル(47%)は、この比率が比較的低く、人々の健康への影響は少ない国に分類される。

2. 金融・経済状況については、悲観的な見方が減少している

今回の調査結果では、人々は自国の金融・経済状況について、緩やかではあるが信頼を回復しており、今後の経済状況についても、悲観的な見方が減少していることを示している。

- 全体の45%(前回35%)の人々が「今後3ヶ月間には、自国の経済は現在と変わらない」と回答、19%(前回16%)が「良くなる」と回答、31%(前回43%)が「悪くなる」と回答している。
- 上記の結果からみると、今後3ヶ月間の経済状況については「悲観的な見方」が大幅に減少している。
- 国別にみた場合、調査が実施された22ヶ国中の20ヶ国において「悲観的な見方」が減少している。
- 「金融・経済危機に対する株式市場の安定性」の評価(10点満点評価の平均点)は前回調査の3.7から今回調査では4.3に上昇しているが、「政府の対応」(前回4.8→今回4.9)、「銀行の安定性」(前回5.1→今回5.3)についての評価は前回と同じレベルにとどまっている。

3. 前回調査と同じく、約半数の人々が家計支出を切り詰めている

全体の54%(11支出項目の平均)の人々が、主に「衣料品／履物／アクセサリ購入費」「外食／映画・演劇鑑賞などの娯楽費」「家具や家電製品の購入費」などの家計支出を切り詰めていると回答しており、前回調査とほぼ同じレベル。

4. ブラジル、カナダ、インドは金融・経済危機に対して、適切に対処している

ブラジル、カナダ、インドの3ヶ国は「経済見通しについてのスコア」が全体平均以上（楽観的を意味する）で、「家計支出の切り詰めスコア」「健康への心理的影響スコア」は全体平均以下（楽観的を意味する）の国々である。一方、フランス、日本、メキシコ、アルゼンチン、アイスランドの5ヶ国はこれらの3つの指標に対するスコアが、いずれも「全体平均より悲観的」なスコアとなっている。

右の図は、どの国が3指標について「相対的に楽観的かどうか」（すなわち、経済見通しが平均スコア以上か、家計支出の切り詰めが平均スコア以下か、健康への影響が平均スコア以下か）を示している。

(1) 経済見通しは楽観的、家計支出の切り詰めは小さい、健康への心理的影響も小さい国々(3指標のすべてに楽観的な国々):

Brazil, Canada and India

(2) 経済見通しは楽観的、家計支出の切り詰めは小さい、健康への心理的影響は大きい国々:

China and Russia

(3) 経済見通しは楽観的、家計支出の切り詰めは大きい、健康への心理的影響は小さい国々:

Australia

(4) 経済見通しは楽観的、家計支出の切り詰めは大きい、健康への心理的影響は大きい国々:

Saudi Arabia, Lebanon, Korea, and the USA

(5) 経済見通しは悲観的、家計支出の切り詰めは小さい、健康への心理的影響は小さい国々:

Austria, Netherlands, Spain, and Switzerland

(6) 経済見通しは悲観的、家計支出の切り詰めは大きい、健康への心理的影響は小さい国々:

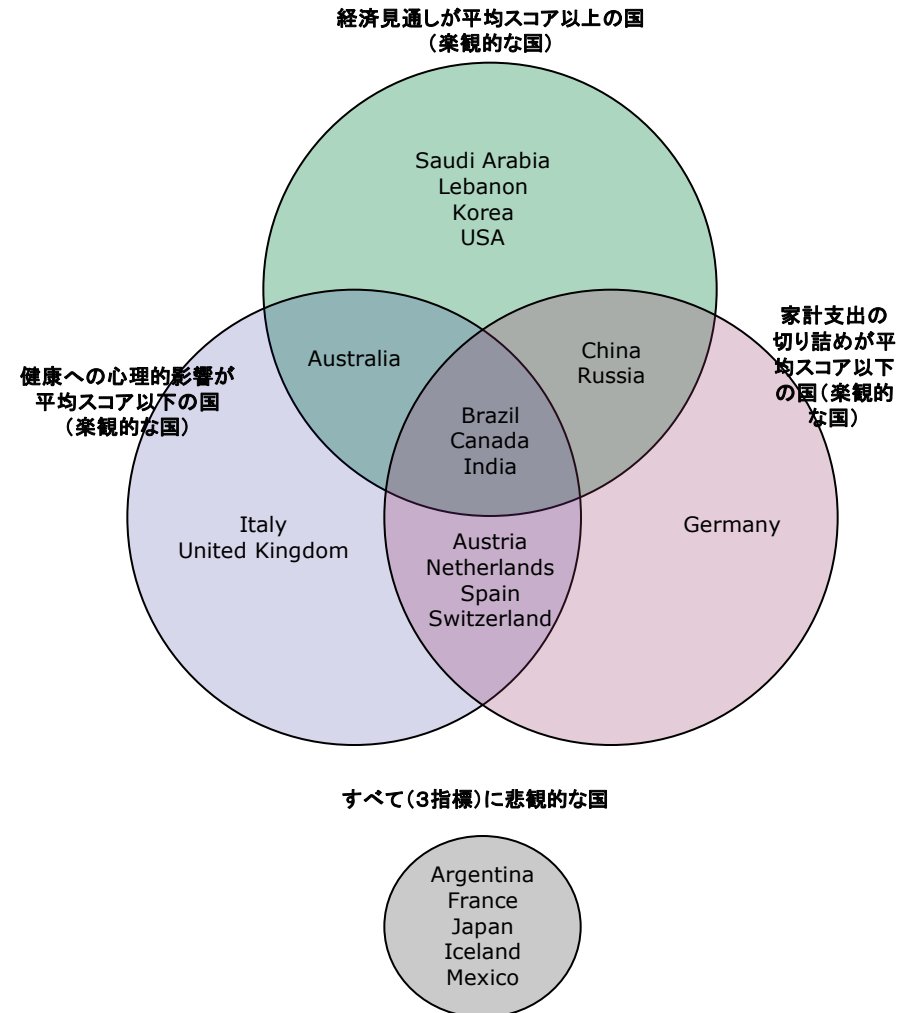
Italy and the United Kingdom

(7) 経済見通しは悲観的、家計支出の切り詰めは小さい、健康への心理的影響は大きい国々:

Germany

(8) 経済見通しは悲観的、家計支出の切り詰めは大きい、健康への心理的影響も大きい国々(3指標のすべてに悲観的な国々):

France, Japan, Mexico, Argentina and Iceland



2.調査目的および調査概要

- WIN (Worldwide Independent Network of Market Research の略称)は今年の6月中旬～7月下旬の期間に、世界の22ヶ国において21,088人に対して、「第3回WIN危機インデックス調査」を実施しました。この調査の目的は、各国における金融・経済危機に対する人々の意見や態度の変化を3ヶ月毎に把握することにあります。今回の調査対象国(22ヶ国)には、前回と同様にG8各国やBRICsといった、世界経済において中心的役割を演じている国々が含まれています。
- 国別の調査概要(調査会社、調査方法、有効サンプル数、調査時期は下表のとおりです(アルファベット順))

調査対象国	調査会社	調査方法	有効サンプル数	調査時期
Argentina	IBOPE Inteligencia Argentina	電話調査	500	7月10日 - 19日
Australia	Colmar Brunton	インターネット調査	1105	6月18日 - 29日
Austria	Gallup Austria	電話調査	500	6月22日 - 7月2日
Brazil	IBOPE Inteligencia	面接調査	2002	7月18日 - 22日
Canada	Leger Marketing	インターネット調査	1000	7月7日 - 8日
China	CRC - Cass Research Center	面接調査	1080	7月1日 - 15日
France	BVA	インターネット調査	1257	7月1日 - 6日
Germany	Leyhausen	インターネット調査	1000	7月5日 - 20日
Iceland	Capacent	インターネット(パネル)調査	774	7月17日 - 25日
India	MaRS	面接調査	1054	7月3日 - 5日
Italy	Doxa	電話調査	967	6月29日 - 7月1日
Japan	NRC - Nippon Research Center	インターネット(パネル)調査	1028	6月23日 - 25日
Korea	Gallup Korea	面接調査	1501	6月15日 - 7月2日
Lebanon	PARC	面接調査	400	7月25日 - 31日
Mexico	IBOPE Inteligencia Mexico	電話調査	504	7月3日 - 17日
Netherlands	Marketresponse	電話調査	500	7月13日 - 18日
Russia	Romir	電話調査	1000	6月18日 - 23日
Saudi Arabia	PARC	面接調査	402	7月25日 - 30日
Spain	Instituto DYM	電話調査	1000	6月22日 - 7月15日
Switzerland	ISOPUBLIC	電話調査	500	7月2日 - 4日
UK	ICM Research	インターネット調査	2014	7月24日 - 26日
USA	TRI-G	インターネット調査	1000	6月22日 - 26日

- 調査結果の集計に際しては、各国別に各サンプルに、その国の性別・年齢グループ別の人口数の要因を反映させたウェイト付け集計を実施している。

3.経済状況についての見通し (1) 今回調査結果

問1. 今後3ヶ月間に、あなたの国の経済は現在よりも良くなると思うか、悪くなると思うか、それとも変わらないと思うか

- 今後3ヶ月間の経済見通しについては、全体の約半数の人々(45%)が「変わらない」と回答、次いで「悪くなる」(31%)、「良くなる」(19%)の順となっている。
- 悲観的な見方が特に強い国(「悪くなる」の回答比率が高い国)はアイスランド(71%)、ドイツ(46%)、アルゼンチン(41%)、スイス(40%)、英国(40%)といった国々であり、欧州諸国に多い。
- 反対に、楽観的な見方が悲観的な見方を上回る国は、サウジアラビア、ブラジル、中国、インドの4ヶ国のみであり、中東産油国とBRICs(ロシアを除く)の国々で構成されている。
- 日本の場合、「変わらない」(53%)、「悪くなる」(28%)、「良くなる」(13%)となっており、悲観的な見方が楽観的な見方をかなり上回っている。

「良くなる」比率の高い順↓	良くなる (%)	変わらない	悪くなる	わからない / 無回答
Saudi Arabia	52	34	10	4
Lebanon	31	33	31	5
Brazil	29	53	15	3
China	29	42	27	2
India	22	45	16	16
Korea	22	46	27	5
USA	22	43	30	5
Australia	21	52	22	5
Russia	21	53	23	3
Canada	19	53	20	8
Italy	17	49	31	3
Netherlands	14	52	31	3
Mexico	14	51	32	3
Japan	13	53	28	6
Austria	12	51	33	4
Argentina	11	45	41	3
Germany	11	39	46	4
Spain	11	47	37	4
Switzerland	11	47	40	2
UK	11	44	40	5
France	8	46	39	7
Iceland	4	22	71	3
Total	19	45	31	5
BRICs	25	48	20	7
G8	15	48	32	5

3.経済状況についての見通し (2) 1月および3月調査との比較

(「悪くなる」比率の時系列比較)

- 全体(17ヶ国)で見ると、悲観的な見方が1月調査(48%)と3月調査(43%)では約半数を占めていたが、7月調査では33%に大幅に減少している。
- 国別にみても、7月調査では3月調査に比べて、22ヶ国中の20ヶ国で「悲観的な見方」は減少しており、人々の景気見通しについては最悪期を脱したものと思われる。
- 悲観的な見方が大幅に減少した国としては、日本(-32%)、カナダ(-32%)、オーストラリア(-30%)、英国(-27%)、フランス(-24%)、スペイン(-24%)、オーストリア(-23%)が挙げられる。

「7月調査-3月調査」比率の高い順↓	1月調査 悪くなる	3月調査 悪くなる	7月調査 悪くなる	7月調査- 3月調査
Iceland	67	56	71	15
Brazil	19	14	15	1
China	26	29	27	-2
Netherlands	43	42	31	-11
Germany	68	61	46	-15
USA	46	46	30	-16
India	14	33	16	-17
Switzerland	51	57	40	-17
Korea	70	44	27	-17
Russia	38	41	23	-18
Italy	54	50	31	-19
Austria	52	56	33	-23
Spain	51	61	37	-24
France	66	63	39	-24
UK	78	67	40	-27
Canada	61	52	20	-32
Japan	70	60	28	-32
* Australia	NA	52	22	-30
* Mexico	NA	47	32	-15
* Argentina	NA	53	41	-12
* Lebanon	NA	38	31	-7
* Saudi Arabia	NA	12	10	-2
Total (17ヶ国)	48	43	33	-10
BRICs	24	29	20	-9
G8	60	55	32	-23

• 7月調査Total(22ヶ国合計)の「悪くなる」比率は、前頁の数表に示されているように31%である。この図表のTotalの数字は、1月調査および3月調査結果との比較を示すために、これらの調査にも参加した17ヶ国だけの数字である。

4.収入についての見通し (1)今回調査結果

問2.今後1年間のあなたの世帯収入は、過去1年間に比べて増えると思うか、減ると思うか、それとも変わらないと思うか

- 全体(22ヶ国)では約半数(48%)の人々が「世帯年収は変わらない」と回答、「増える」(25%)、「減る」(23%)がそれぞれ1/4を占めており、収入見通しについては経済見通しほどは悲観的でない。
- 収入見通しについて楽観的な見通しの強い国は、BRICs (36%)やサウジアラビア(50%)、メキシコ(35%)といった産油国の国々である。
- 今回の金融危機の発生源になった米国において、楽観的な見方(33%)が悲観的な見方(16%)を大きく上回っていることは注目に値する。
- 反対に、悲観的な見方が強い国はアイスランド(59%)、日本(49%)、フランス(33%)である。

「増える」比率 の高い順 ↓	増える(%)	変わらない	減る	わからない ／無回答
Saudi Arabia	50	34	11	5
Brazil	37	47	13	4
China	36	42	20	2
Russia	36	33	24	7
Mexico	35	40	22	3
India	34	37	22	8
USA	33	45	16	6
Canada	32	46	14	7
Lebanon	29	43	20	8
Australia	26	54	16	4
UK	22	48	23	6
Switzerland	22	55	20	2
Argentina	21	46	29	3
Korea	20	49	27	4
France	20	43	33	4
Germany	19	55	21	5
Netherlands	19	64	14	2
Austria	15	68	14	4
Spain	14	62	19	5
Italy	10	69	18	2
Japan	8	37	49	5
Iceland	7	31	59	3
Total	25	48	23	4
BRICs	36	40	20	6
G8	23	47	25	5

4. 収入についての見通し (2) 1月および3月調査との比較

(「悪くなる」比率の時系列比較)

- 全体(17ヶ国)でみると、今後1年間の収入見通しについて、悲観的な見方は1月調査以降ほとんど変化はない(1月:25%、3月:24%、7月:24%)。
- 1月調査以降、一貫して悲観的な見方が強い国はアイスランド、(1月:50%、3月:55%、7月:59%)、日本(1月:45%、3月:49%、7月:49%)、フランス(1月:32%、3月:33%、7月:33%)である。
- 一方、3月調査に比べて悲観的な見方が大きく減少した国は、ロシア(-19%)、中国(-15%)、オランダ(-9%)といった国々である。

	1月調査 悪くなる	3月調査 悪くなる	7月調査 悪くなる	7月調査 -3月調査
Brazil	4	5	13	8
India	12	16	22	6
Iceland	50	55	59	4
UK	25	19	23	4
Japan	45	49	49	0
France	32	33	33	0
Spain	23	19	19	0
Korea	53	28	27	-1
Austria	11	17	14	-3
Germany	18	24	21	-3
Switzerland	19	23	20	-3
Italy	22	21	18	-3
USA	18	20	16	-4
Canada	16	20	14	-6
Netherlands	22	23	14	-9
China	20	35	20	-15
Russia	28	43	24	-19
* Lebanon	NA	29	20	-9
* Argentina	NA	34	29	-5
* Mexico	NA	25	22	-3
* Australia	NA	18	16	-2
* Saudi Arabia	NA	11	11	0
Total(17ヶ国)	25	24	24	0
BRICs	16	25	20	-5
G8	25	29	25	-4

*7月調査Total(22ヶ国合計)の「悪くなる」比率は、前頁の数表に示されているように23%である。この数表のTotalの数字は、1月調査および3月調査結果との比較を示すために、これらの調査にも参加した17ヶ国のみ数字である。

5.不動産市場について (1) 今回調査結果

問3. 一般的に考えて、現在は住宅を購入するのにふさわしい時期と思うか、思わないか

- 全体(22ヶ国)では40%の人々が、「住宅を購入するのに、ふさわしくない時期」と回答し、「ふさわしい時期と思う」(30%)を上回っている。
- 国別にみると、悲観的な見方が特に強い国はレバノン(80%)、スペイン(65%)、アルゼンチン(64%)、メキシコ(63%)、サウジアラビア(62%)であり、「ふさわしくない時期」と回答した人が6割以上を占める。
- 反対に、楽観的な見方が強い国はスイス(58%)、オーストラリア(50%)、米国(49%)、オランダ(47%)であり、これらの国々では「ふさわしい時期」と回答した人が5割前後を占めている。
- 日本の場合、悲観的な見方(43%)が楽観的な見方(14%)を大きく上回っている。

「ふさわしい時期」比率の高い順 ↓	ふさわしい時期(%)	どちらともいえない	ふさわしくない時期	わからない／無回答
Switzerland	58	9	26	7
Australia	50	30	16	4
USA	49	30	16	5
Netherlands	47	9	36	8
Canada	44	32	16	8
Austria	40	8	42	10
Germany	36	37	27	0
Brazil	34	11	52	3
UK	33	35	22	10
Russia	29	36	31	4
France	28	36	27	9
China	25	57	16	2
Saudi Arabia	25	11	62	2
Korea	24	30	30	16
Spain	24	7	65	4
Mexico	23	12	63	2
Italy	22	15	59	4
India	21	42	24	13
Iceland	15	27	53	5
Lebanon	15	4	80	1
Japan	14	32	43	11
Argentina	11	22	64	3
Total	30	24	40	6
BRICs	27	36	31	6
G8	32	32	30	6

5.不動産市場について (2)1月および3月調査との比較

(「ふさわしくない時期」比率の時系列比較)

- 全体(17ヶ国)で見ると、「不動産市場についての見通し」は悲観的な見方が、着実に減少しているが(1月:43%、3月:41%、7月:34%)、特に3月以降の悲観的な見方の減少が大きい。
- 悲観的な見方が大きく減少した国は、オランダ(-29%)、インド(-20%)、中国(-17%)、ロシア(-15%)、ブラジル(-8%)、米国(-6%)である。その他に、イタリア(-4%)、カナダ(-3%)、日本(-2%)においても、悲観的な見方は減少傾向にある。

(%)	1月調査 ふさわしくない時期	3月調査 ふさわしくない時期	7月調査 ふさわしくない時期	7月調査 - 3月調査
Spain	61	56	65	9
Austria	40	38	42	4
Switzerland	25	23	26	3
UK	39	20	22	2
Iceland	66	52	53	1
Germany	30	27	27	0
Korea	39	30	30	0
France	37	27	27	0
Japan	49	45	43	-2
Canada	26	19	16	-3
Italy	65	63	59	-4
USA	27	22	16	-6
Brazil	55	60	52	-8
Russia	47	46	31	-15
China	36	33	16	-17
India	26	44	24	-20
Netherlands	63	65	36	-29
* Argentina	NA	77	64	-13
* Mexico	NA	62	63	1
* Australia	NA	13	16	3
* Saudi Arabia	NA	44	62	18
* Lebanon	NA	62	80	18
Total(17ヶ国)	43	41	34	-7
BRICs	41	46	31	-15
G8	40	34	30	-4

* 7月調査Total(22ヶ国合計)の「ふさわしくない時期」比率は、前頁の数表に示されているように40%である。この数表のTotalの数字は、1月調査および3月調査結果との比較を示すために、これらの調査にも参加した17ヶ国だけの数字である。

6.金融危機対応についての、政府への信頼度

問4.世界的な金融危機に対する、あなたの国の政府の対応については、どの程度信頼しているか

- 金融危機に対する自国政府の対応についての評価(10点満点評価の平均点)をみると、全体(17ヶ国)では前回調査から変化はない(3月:4.8、7月:4.8)。
- BRICsを構成する4ヶ国の内、中国、インド、ブラジルは金融危機発生直後の1月調査時点から今回調査まで連続して、政府への高い信頼性を示している。一方、ロシアは、3月調査時点までは全体平均を下回る低い評価にとどまっていたが、今回では全体平均を上回る評価に上昇している。
- 日本は、1月調査(3.0)、3月調査(2.9)、7月調査(3.3)ともに、調査国中で最低の評価(7月調査では英国と同点)となっており、政府(3時点とも麻生内閣)の経済・金融政策への信頼度の低さを反映していると思われる。

7月調査・平均点 の高い順 ↓	1月調査 平均点	3月調査 平均点	7月調査 平均点
China	7.0	6.7	7.2
India	6.6	5.5	6.3
Brazil	6.7	6.4	6.1
Netherlands	6.3	6.2	5.7
Switzerland	5.9	5.4	5.4
Russia	4.9	4.7	5.2
Austria	4.6	4.7	4.9
Italy	4.7	4.6	4.9
USA	6.3	4.8	4.7
Canada	4.8	4.5	4.6
France	4.6	4.0	4.3
Korea	NA	3.9	4.3
Germany	4.0	4.6	4.2
Iceland	4.4	4.6	4.0
Spain	4.7	4.0	3.8
UK	4.5	3.4	3.3
Japan	3.0	2.9	3.3
* Saudi Arabia	NA	8.0	6.4
* Australia	NA	5.5	5.7
* Mexico	NA	5.3	5.0
* Argentina	NA	3.9	4.0
* Lebanon	NA	3.7	3.5
Total (17ヶ国)*	5.2	4.8	4.8
BRICs	6.3	5.8	6.2
G8	4.6	4.2	4.3

* 上記数表のTotal の数字は、1月調査および3月調査結果との比較を示すために、これらの調査にも参加した17ヶ国(1月調査は韓国がNAのため16ヶ国)のみの数字である。

7.金融危機に対する銀行の安定度

問5.世界的な金融危機に対する、あなたの国の銀行の安定度はどの程度でしょうか

- 金融危機に対する自国銀行の安定度についての評価(10点満点評価の平均点)をみると、全体(17ヶ国)では1月調査(5.3)、3月調査(5.1)に対して今回(7月)調査の評価(5.2)は同レベル。
- 自国の銀行の安定度について評価が高い国(平均点6.0以上)の国は中国(7.1)、カナダ(6.4)、インド(6.3)、オランダ(6.0)であり、これらの国々は3月調査時点でも高い評価を受けている。
- 日本の場合、銀行の安定度に対する評価は1月調査(4.6)、3月調査(4.5)、今回調査(4.7)で変化は少ないが、いずれも全体(17ヶ国)平均以下の評価である。

7月調査・平均点 の高い順 ↓	1月調査 平均点	3月調査 平均点	7月調査 平均点
China	6.6	7.0	7.1
Canada	6.3	6.1	6.4
India	5.4	6.6	6.3
Netherlands	6.4	6.4	6.0
Korea	5.3	5.2	5.9
Brazil	6.1	5.9	5.8
Russia	4.4	4.4	5.5
Austria	4.9	4.7	5.2
Italy	5.1	4.9	5.1
USA	5.4	4.5	5.1
France	5.1	4.7	5.0
Switzerland	5.1	4.8	4.9
Japan	4.6	4.5	4.7
Iceland	4.6	4.7	4.2
Germany	4.0	4.3	4.0
Spain	5.4	4.7	3.8
UK	4.2	3.3	3.3
* Lebanon	NA	6.8	7.2
* Saudi Arabia	NA	7.0	6.1
* Australia	NA	5.8	5.8
* Mexico	NA	5.1	5.2
* Argentina	NA	4.5	4.5
Total(17ヶ国)	5.3	5.1	5.2
BRICs	6.0	5.9	6.2
G8	4.9	4.6	4.9

* 上記数表のTotalの数字は、1月調査および3月調査結果との比較を示すために、これらの調査にも参加した17ヶ国のみの数字である。

8.金融危機に対する株式市場の安定度

問6.世界的な金融危機に対する、あなたの国の株式市場の安定度はどの程度でしょうか

- 金融危機に対する自国株式市場の安定度の評価(10点満点評価の平均点)を全体(17ヶ国)で見ると、今回調査(4.2)では3月調査(3.7)に比べて著しい上昇をみせており、また1月調査(4.0)をも上回っている。
- 自国株式市場の安定度に対する評価は、ブラジル、サウジアラビア、スペイン、アイスランドを除くすべての国で、前回調査に比べて上昇している。
- 日本の場合、1月調査(3.5)、3月調査(3.4)と全体平均を大きく下回る評価であったが、今回調査(4.1)では全体平均レベルまで評価は上昇している。これは3月以降、回復基調にある日本の株式市場の現状を反映していると思われる。

7月調査・平均点 の高い順 ↓	1月調査 平均点	3月調査 平均点	7月調査 平均点
India	5.5	4.2	5.6
Brazil	5.7	5.5	5.4
Netherlands	4.7	4.7	5.0
China	3.8	4.1	4.6
Russia	4.1	3.9	4.5
USA	4.3	3.7	4.4
Korea	3.9	3.6	4.4
Italy	3.9	4.0	4.3
Japan	3.5	3.4	4.1
Canada	3.5	3.4	4.0
Switzerland	4.1	3.4	3.9
France	3.5	3.4	3.8
Austria	3.0	3.1	3.8
Germany	3.4	3.5	3.7
UK	3.2	2.7	3.4
Spain	4.1	3.5	3.2
Iceland	3.5	3.4	3.1
* Lebanon	NA	4.1	5.4
* Mexico	NA	5.0	5.2
* Australia	NA	4.0	4.6
* Argentina	NA	4.1	4.2
* Saudi Arabia	NA	5.8	4.1
Total(17ヶ国)	4.0	3.7	4.2
BRICs	4.8	4.4	5.0
G8	3.7	3.5	4.0

* 上記数表のTotal の数字は、1月調査、3月調査結果との比較を示すために、これらの調査にも参加した17ヶ国のみ数字である。

9.金融危機の発生以後、切り詰めている家計支出項目（1）今回調査結果

問7.世界的な金融・経済危機の発生以後、あなたが切り詰めている家計支出項目は何ですか
(11の支出項目について、それぞれ回答)

- 調査されたすべての国(21ヶ国)で、多くの人々が「家計支出を切り詰めている」と回答している。
- 全体(21ヶ国)でみて、「家計支出を切り詰めている」と回答した比率が特に高い支出項目は、「衣料品／履物／アクセサリ購入費」(54%)、「外食・映画・演劇鑑賞などの娯楽費」(51%)、「家具や家電製品の購入費」(49%)、「休日や休暇の旅行費用」(48%)、「食料品や日用雑貨品の購入費」(45%)であり、いずれも4割を超えている。
- 日本の場合(米国も同様)、多くの支出項目について、全体(21ヶ国)平均を上回る人々が「支出を切り詰めている」と回答している。

	衣料品／履物／アクセサリ購入費	外食／映画・演劇鑑賞などの娯楽費	家具や家電製品の購入費	休日や休暇の旅行費用	食料品や日用雑貨品の購入費	住居や部屋の改装／修繕費	交通・通勤費	(家族の)携帯電話利用料金	保健医療費	衛星TVやケーブルTVの利用料金	家庭でのインターネット接続・利用料金
Argentina	68	67	68	57	63	59	44	39	23	23	21
Australia	58	56	50	47	52	42	31	32	23	12	13
Austria	35	28	27	32	38	22	32	22	9	9	14
Brazil	54	43	50	44	40	41	29	47	21	11	14
Canada	51	54	44	43	36	33	30	22	14	17	10
China	38	43	41	47	28	36	24	21	21	12	13
France	64	66	62	55	53	52	46	35	22	27	15
Germany	46	49	46	43	44	33	30	34	19	11	17
Iceland	70	68	74	74	62	41	43	36	23	26	11
India	40	51	48	50	23	41	39	37	15	21	18
Italy	66	57	47	54	47	35	23	44	19	23	20
Japan	71	56	60	57	58	43	53	36	27	16	14
Lebanon	58	51	45	34	46	45	50	33	21	11	15
Mexico	80	68	68	67	75	64	57	64	34	34	31
Netherlands	28	22	24	19	29	13	12	10	1	5	5
Russia	58	55	59	51	32	56	27	23	21	10	9
Saudi Arabia	43	45	50	52	44	45	34	36	18	27	30
Spain	54	55	37	48	38	38	18	40	11	7	12
Switzerland	32	25	25	24	28	14	15	20	11	6	8
UK	57	52	48	44	53	43	34	32	20	17	15
USA	68	68	62	65	58	52	50	28	28	27	15
Total	54	51	49	48	45	40	34	33	19	17	15
BRICs	47	48	49	48	31	44	29	32	19	13	14
G8	60	57	53	52	48	43	37	32	21	18	14

* 韓国の質問紙には、この質問は含まれていない。したがって、Total の数字には韓国は含まれていない。

- その中でも、回答比率が特に高い支出項目は、「衣料品／履物／アクセサリ購入費」(71%)、「家具や家電製品の購入費」(60%)、「食料品や日用雑貨品の購入費」(58%)、「休日や休暇の旅行費用」(57%)、「外食／映画・演劇鑑賞などの娯楽費」(56%)、「交通・通勤費」(53%)などは5割を超えており、個人消費の冷え込みが厳しいことを反映していると思われる。

9. 金融危機の発生以後、切り詰めている家計支出項目

(2) 3月調査との比較(10支出項目について)

- 全体で見ると、前回調査(3月実施)と同じく、10支出項目のすべての項目について、多くの人々が「支出を切り詰めている」と回答している。
- また、「切り詰めている」の回答比率の高い支出項目の上位3項目は前回調査と同じく、今回調査においても「衣料品／履物／アクセサリ購入費」「外食／映画・演劇鑑賞などの娯楽費」「家具や家電製品の購入費」となっており、反対に回答比率の低い項目は「家庭でのインターネット接続・利用料金」「衛星TVやケーブルTVの利用料金」となっている。

「切り詰めている」回答比率の時系列比較(10支出項目別)

	3月調査 全体(%)	7月調査 全体(%)	「7月調査」－ 「3月調査」
衣料品／履物／ アクセサリ購入 費	52	54	2
外食／映画・演劇 鑑賞などの娯楽 費	48	51	3
家具や家電製品 の購入費	48	49	1
休日や休暇の 旅行費用	45	48	3
食料品や日用雑 貨品の購入費	42	45	3
住居や部屋の改 装／修繕費	39	40	1
交通・通勤費	31	34	3
(家族の)携帯電 話利用料金	31	33	2
衛星TVやケーブ ルTVの利用料金	14	17	3
家庭でのインター ネット接続・利用 料金	14	15	1

10. 金融危機による健康への心理的影響 (1) 4つの症状について

問8. 今回の金融・経済危機によって、あなたは次にあげるような症状を経験されましたか(4つの症状について、それぞれ回答)

- 調査結果をみると、今回の金融・経済危機は調査した22ヶ国のすべての国において、多くの人々に対して、健康への大きな心理的影響を与えている。
- 全体(22ヶ国)でみると、「ストレスを経験」、「心配／不安を経験」と回答した人がそれぞれ40%に達しており、「睡眠不足／不眠症を経験」(26%)、「うつ状態を経験」(18%)と回答した人もそれぞれ2割前後を占めている。
- 日本の場合、「心配／不安を経験」(59%)、「ストレスを経験」(46%)と回答した人が全体平均を大きく上回っており、今回の金融・経済危機は、国民への経済的な影響だけでなく、健康への心理的な影響も大きいことがわかる。

	ストレスを経験した(%)	心配／不安を経験した(%)	睡眠不足／不眠症を経験した(%)	うつ状態を経験した(%)
Mexico	69	49	48	35
Korea	69	50	21	14
Lebanon	67	69	60	43
USA	67	57	46	32
China	57	36	34	15
Japan	46	59	25	10
Saudi Arabia	45	54	37	24
Iceland	45	49	19	38
Argentina	42	39	30	20
Australia	39	37	29	18
UK	38	40	32	20
France	36	49	22	7
India	35	20	22	31
Canada	35	31	24	15
Brazil	35	35	22	11
Switzerland	33	38	16	5
Italy	26	23	18	10
Germany	25	54	17	10
Spain	25	22	21	9
Russia	24	41	10	17
Austria	19	6	6	3
Netherlands	12	22	7	3
Total	40	40	26	18
G8	37	44	24	15
BRICs	38	33	22	18

10. 金融危機による健康への心理的影響 (2) 症状の経験有無

- 問8で、具体的な症状として質問した4つの症状の「どれか1つは経験した」と回答した人は全体の半数を超え(54%)、「どれも経験していない」は4割(39%)、「わからない／無回答」は1割(7%)となっている。
- 「4つの症状のどれか1つは経験した」の回答比率の高い国はレバノン(79%)、メキシコ(76%)、米国(74%)、韓国(72%)であり、いずれも7割を超えている。日本(62%)も、全体平均(54%)を大きく上回っており、健康への心理的な影響が大きい国に分類される。
- 米国は、経済的な見通しについては楽観的な意見が多いグループ(国)に分類されたが、健康への心理的な影響については「心理的影響の大きいグループ(国)」に分類される。

(%)	4つの症状はどれも経験していない	4つの症状のどれか1つは経験した	わからない／無回答
Japan	15	62	23
Russia	18	56	26
Lebanon	20	79	1
USA	23	74	3
Mexico	24	76	0
India	24	47	29
Korea	26	72	2
Germany	29	56	15
China	31	66	3
Iceland	32	63	5
Saudi Arabia	32	67	1
Argentina	36	60	4
France	36	57	7
Canada	47	43	10
Australia	47	46	7
UK	48	49	3
Switzerland	51	49	0
Brazil	53	47	0
Spain	60	36	4
Italy	61	35	4
Austria	72	22	6
Netherlands	75	24	1
Total	39	54	7

参考資料: 金融危機の発生以後、切り詰めている家計支出項目

(1) 日本の調査結果の詳細

7月調査結果

支出項目	切り詰めている(%)	切り詰めてはいない	該当しない	わからない／無回答
(家族の)携帯電話利用料金	36	57	4	3
家族でのインターネット接続・利用料金	14	81	2	3
衛星TVやケーブルTVの利用料金	16	40	41	3
食料品や日用雑貨品の購入費	58	39	1	2
交通・通勤費	53	42	3	2
衣料品／履物／アクセサリー購入費	71	25	2	2
住居や部屋の改装・修繕費	43	22	31	4
家具や家電製品の購入費	60	27	10	3
休日や休暇の旅行費用	57	33	9	1
外食／映画・演劇鑑賞などの娯楽費	56	36	6	2
保健医療費	27	66	4	3
Total	45	43	10	2

「切り詰めている」回答比率の時系列比較(支出項目別)

支出項目	3月調査(%)	7月調査(%)	「7月調査—3月調査」
衛星TVやケーブルTVの利用料金	13	16	3
家具や家電製品の購入費	58	60	2
(家族の)携帯電話利用料金	35	36	1
家族でのインターネット接続・利用料金	13	14	1
交通・通勤費	52	53	1
衣料品／履物／アクセサリー購入費	70	71	1
食料品や日用雑貨品の購入費	58	58	0
住居や部屋の改装／修繕費	43	43	0
休日や休暇の旅行費用	57	57	0
外食／映画・演劇鑑賞などの娯楽費	58	56	-2
保健医療費	NA	27	NA
Total	46	45	-1

参考資料: 金融危機の発生以後、切り詰めている家計支出項目

(2) 米国の調査結果の詳細

7月調査結果

支出項目	切り詰めている(%)	切り詰めてはいない	該当しない	わからない／無回答
(家族の)携帯電話利用料金	28	61	9	2
家族でのインターネット接続・利用料金	15	80	3	2
衛星TVやケーブルTVの利用料金	27	64	9	0
食料品や日用雑貨品の購入費	58	40	2	0
交通・通勤費	50	43	6	1
衣料品／履物／アクセサリー購入費	68	28	2	2
住居や部屋の改装・修繕費	52	31	15	2
家具や家電製品の購入費	62	24	13	1
休日や休暇の旅行費用	65	27	7	1
外食／映画・演劇鑑賞などの娯楽費	68	27	3	2
保健医療費	28	65	4	3
Total	47	45	7	1

「切り詰めている」回答比率の時系列比較(支出項目別)

支出項目	3月調査(%)	7月調査(%)	「7月調査-3月調査」
休日や休暇の旅行費用	42	65	23
衛星TVやケーブルTVの利用料金	22	27	5
(家族の)携帯電話利用料金	26	28	2
家族でのインターネット接続・利用料金	13	15	2
家具や家電製品の購入費	60	62	2
住居や部屋の改装／修繕費	52	52	0
外食／映画・演劇鑑賞などの娯楽費	69	68	-1
交通・通勤費	52	50	-2
衣料費／履物／アクセサリー購入費	70	68	-2
食料品や日用雑貨品の購入費	61	58	-3
保健医療費	NA	28	NA
Total	47	47	0



WIN

Worldwide
Independent Network
Of Market Research

「Worldwide Independent Network of Market Research」について

WINは、世界の主要国における独立系調査会社（特定資本系列の世界的な調査会社グループに所属していない）のネットワークであり、さまざまなクライアントの国際的な調査ニーズに対して、調査の専門家集団として共同で、高い品質のサービスを提供することを目的として、2007年に結成されました。本部はモントリオール（カナダ）にあり、世界の21ヶ国で代表メンバーを持っています。

WINは、さまざまなクライアントの国際的な調査ニーズや特定地域での調査ニーズに対して、柔軟性と迅速性をもって対応します。WINは加盟しているすべてのメンバーが、クライアントの調査ニーズに対して最適なサービスを提供できるように、お互いにサポートしています。

WINの日本メンバー紹介

株式会社 日本リサーチセンター（ギャラップ・インターナショナル メンバー）

代表取締役社長 鈴木稲博

東京都中央区日本橋本町2-7-1

NOF日本橋本町ビル 3F

Tel: 03-6667-3400（代表）

<http://www.nrc.co.jp/>

このレポートに対するお問い合わせは下記担当者までお願いします。

世論調査研究所（ナレッジライブラリー） 西村喜代司

Tel: 03-6667-3124

E-mail: nisimura@nrc.co.jp