



**WIN**

Worldwide  
Independent Network  
Of Market Research

(11月19日公表)

# WIN 消費者信頼感指数・調査レポート

世界金融危機についてのグローバル・バロメーター  
(第4回時系列・国際比較調査)

2009年11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)

(この資料は財務省記者会、経済産業省記者会に配布させていただきました。)

## 1. 調査結果の要約

### 消費者の経済見通しは楽観的な見方が増加、家計支出の切り詰めはやや減少し、景況感は改善

昨年秋の世界金融危機の発生以降、第4回となる今回調査結果では、前回調査時点と比較して、世界の人々の経済の見通しに対する楽観的な見方が増加し、家計支出の切り詰めは減少しており、明るい将来への兆しを感じられる。世界の多くの地域や国々、特に中東、北米、アジア・太平洋の国々は景気回復への道を歩みつつある。

第4回となる今回の調査はWIN (Worldwide Independent Network of Market Researchの略称)加盟メンバーによって、9月中旬～10月下旬の期間に24ヶ国によって実施され、合計23,659人から回答を得た(前回の第3回調査は今年の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)。

この調査では人々の世界金融危機に対する3つのタイプの反応について調査・分析している。最初のタイプは「認知レベル」、すなわち、経済の見通しに対する反応であり、次のタイプは「行動レベル」、すなわち、家計支出の実態の変化であり、最後のタイプは「健康への心理的影響レベル」、すなわち、景気後退の影響による心理的な症状に対する態度である。

#### 1. 経済見通しについては、楽観的な見方が増加—日本では、政府の金融危機対策への信頼度も上昇(認知レベル)

今回の調査結果では、今後3ヶ月間の経済見通しについては、調査した24ヶ国中の12ヶ国において、「楽観的な見方」が「悲観的な見方」を上回っている。

- 第1回調査(昨年12月実施)時点と比較すると、「楽観的な見方」(13%→21%)は9ポイント増加し、反対に「悲観的な見方」(47%→27%)は20ポイント減少している。
- 地域別にみると、中東地域が最も楽観的であり、「楽観的な見方」(32%)が「悲観的な見方」(14%)を18ポイントも上回っている。
- 日本の場合、第1回調査と比較すると、「楽観的な見方」(2%→9%)が7ポイント上昇し、「悲観的な見方」(70%→34%)が36ポイント減少している。また、「金融危機に対する自国政府の対応評価(10点満点の平均点)」においては、前回調査では英国と共に最低評価(3.3)であったが、今回調査では4.5に上昇しており、鳩山新政権への国民の期待が反映されていると推測される。

#### 2. 家計支出については、多くの消費者が依然として支出を切り詰めているが、その比率はやや減少(行動レベル)

過去3ヶ月間の家計支出については、前回調査(今年7月実施)時点と比較すると、「支出を切り詰めている」消費者はやや減少している。

- 家計支出については、多くの消費者が依然として、「支出を切り詰めている」と回答しているが、前回調査時点と比較するとその比率はやや減少している。
- 全体で見ると、「支出を切り詰めている」消費者の比率は、「保健医療費」を除くすべての支出項目について、前回調査時点と比較して減少している。
- 日本の場合、前回調査時点と比較すると、すべての支出項目で「切り詰めている」回答比率は減少している。特に、「家具や家電製品の購入費」(60%→39%)は大きく減少しており、エコポイントや政府の補正予算実施による消費刺激策の効果が現れていると思われる。

#### 3. 世界金融危機は、人々の健康にも影響を与えている(健康への心理的影響レベル)

全体の53%の人々(日本:56%)が世界金融危機の影響によって、過去3ヶ月間に次の4つの症状の内、「少なくとも1つは経験した」と回答している。

- 「うつ状態」を経験した比率:全体の17%(日本:10%)
- 「睡眠不足/不眠症」を経験した比率:全体の26%(日本:23%)
- 「心配/不安」を経験した比率:全体の38%(日本:54%)
- 「ストレス」を経験した比率:39%(日本:43%)

#### 4. 各国のポジショニング(グループ分類)

オーストラリア、オーストリア、ブラジル、カナダ、クウェートの5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)のグループに分類される。このグループに分類された国は前回の3ヶ国から5ヶ国に増加している。反対に、アルゼンチン、ブルガリア、フランス、アイスランド、メキシコ、ルーマニアの6ヶ国はこれら3つの指標に対するスコアが、いずれも「全体平均よりも悲観的なスコア」のグループに分類される(日本は前回調査ではこのグループに分類されていた)。

右の図は、どの国が3指標のそれぞれに「相対的に楽観的かどうか」、すなわち、「経済見通し」、「家計支出の切り詰め」、「健康への心理的影響」について楽観的かどうか、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のグループ:

オーストラリア、オーストリア、ブラジル、カナダ、クウェート

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

中国、インド、ロシア、アラブ首長国連邦

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

該当する国はない

(4) 経済見通しは楽観的、しかし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のグループ:

サウジアラビア、韓国、米国

(5) 経済見通しは悲観的、しかし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のグループ:

オランダ、スペイン、スイス

(6) 経済見通しは悲観的、家計支出の切り詰めも大きい、しかし健康への心理的影響は小さい国のグループ:

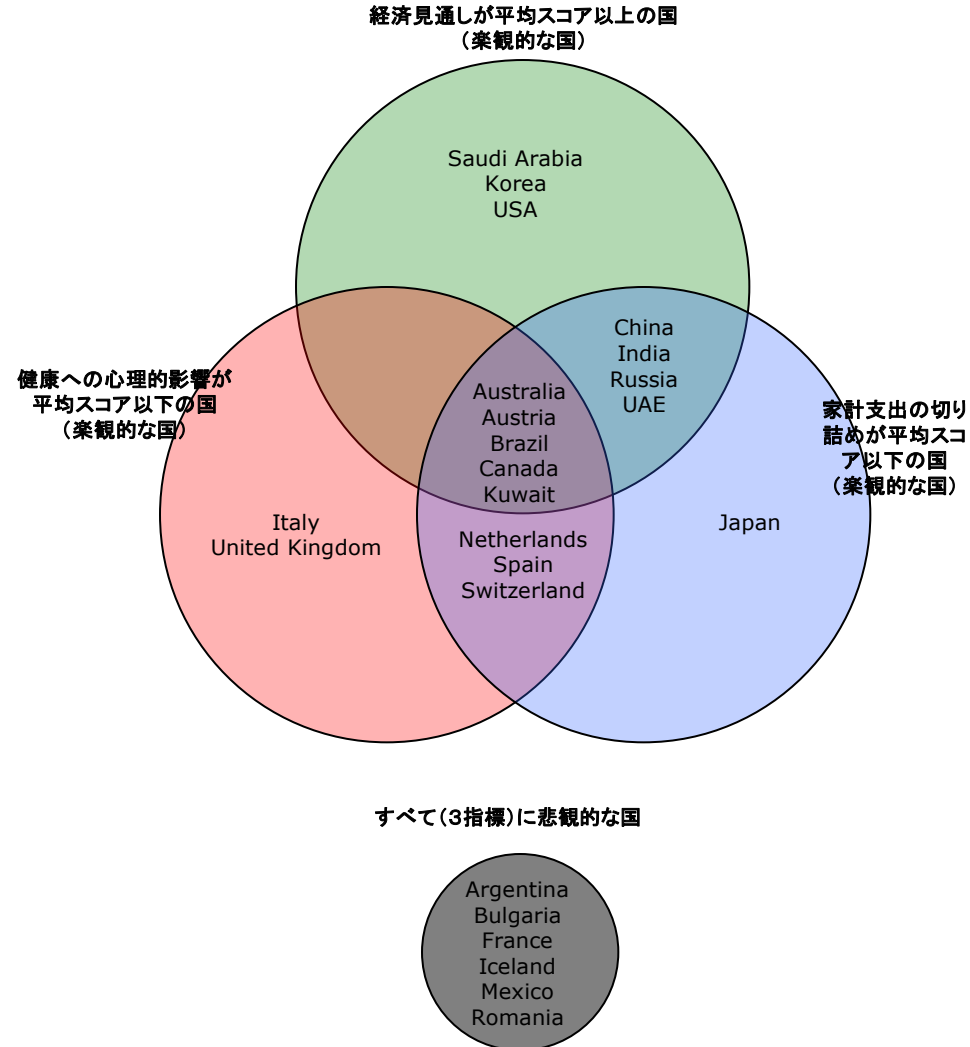
イタリア、英国

(7) 経済見通しは悲観的、しかし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のグループ:

日本

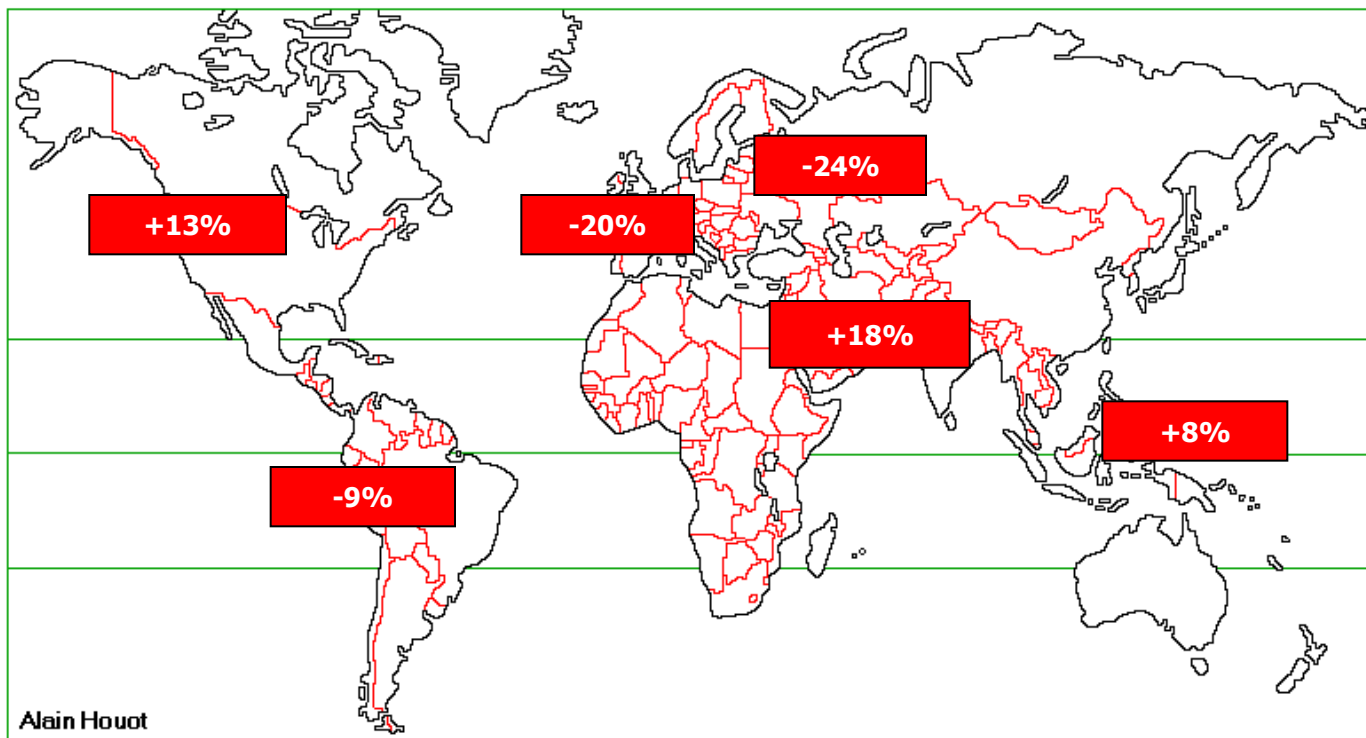
(8) 経済見通しは悲観的、家計支出の切り詰めは大きい、健康への心理的影響も大きい国のグループ:

アルゼンチン、ブルガリア、フランス、アイスランド、メキシコ、ルーマニア



## 5. 地域別の経済見通し: 中東、北米、アジア・太平洋は楽観的であるが、ヨーロッパ、中南米では未だ悲観的な意見が強い

結論としては、地域別にみると、中東が最も経済見通しは楽観的で、北米、アジア・太平洋地域が中東に続く。東ヨーロッパ、西ヨーロッパ、中南米は未だ悲観的な見通しが強く、経済危機からの回復にはもう少し時間がかかるものと推測される。



\* 地図上の数字は、P6およびP7の間1(今後3ヶ月間の自国の経済に対する見通し)における、「良くなる回答比率」-「悪くなる回答比率」を示す。

## 2.調査目的および調査概要

- 今回で第4回となる「WIN危機インデックス調査(消費者信頼感指数調査)」は WIN (Worldwide Independent Network of Market Researchの略称) によって、今年の9月中旬～10月下旬の期間に24ヶ国において実施され、合計23,659人から回答を得ました。この調査の目的は、各国における金融・経済危機に対する消費者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。なお、この報告書において、調査結果を示すいくつかの図表は、調査対象国の24ヶ国を以下のような地域に分類して表示しています。アジア・太平洋：オーストラリア、中国、インド、日本、韓国；北米：カナダ、米国；中南米：アルゼンチン、ブラジル、メキシコ；西ヨーロッパ：オーストリア、フランス、アイスランド、イタリア、オランダ、スペイン、スイス、英国；東ヨーロッパ：ブルガリア、ルーマニア、ロシア；中東：クウェート、サウジアラビア、アラブ首長国連邦。
- 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	502	10月10日～21日
Australia	Colmar Brunton	インターネット調査	1004	9月17日～10月14日
Austria	Gallup Austria	電話調査	500	9月28日～10月11日
Brazil	IBOPE Inteligencia	面接調査	2002	10月15日～20日
Bulgaria	Balkan British Social Surveys	面接調査	1001	10月1日～8日
Canada	Leger Marketing	インターネット調査	1530	10月3日～14日
China	CRC - Cass Research Center	面接調査	600	9月21日～27日
France	BVA	インターネット調査	1242	10月6日～10月12日
Iceland	Capacent	インターネット・パネル調査	770	9月30日～10月7日
India	MaRS	面接調査	858	9月23日～10月3日
Italy	Doxa	電話調査	969	10月1日～4日
Japan	NRC - Nippon Research Center	インターネット・パネル調査	1017	10月13日～15日
Korea	Gallup Korea	面接調査	1502	9月11日～30日
Kuwait	PARC	面接調査	802	9月10日～30日
Mexico	IBOPE Inteligencia Mexico	電話調査	502	9月11日～30日
Netherlands	Marketresponse	電話調査	501	9月15日～21日
Romania	Balkan British Social Surveys	面接調査	1093	10月5日～12日
Russia	Romir	電話調査	500	9月25日～10月2日
Saudi Arabia	PARC	面接調査	1220	9月10日～30日
Spain	Instituto DYM	面接調査	989	9月18日～10月7日
Switzerland	ISOPUBLIC	電話調査	501	9月30日～10月2日
UAE	PARC	電話調査	1002	9月10日～30日
UK	ICM Research	インターネット調査	2052	10月30日～11月1日
USA	TRIG	インターネット調査	1000	10月14日～19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

- 調査した24ヶ国の内、12ヶ国で楽観的な見方(良くなる)が悲観的な見方(悪くなる)を上回っている。
- 楽観的な見方が悲観的な見方を大きく上回る国は、アラブ首長国連邦(+25ポイント)、オーストラリア(+25ポイント)、ブラジル(+20ポイント)、カナダ(+19ポイント)である。
- 悲観的な見方が特に強い国はアイスランド(59%)、ルーマニア(59%)、メキシコ(47%)で、5割前後に達している。
- 日本の場合、悲観的な見方(34%)が楽観的な見方(9%)を大きく上回っている。

	良くなる (%)	変わらない	悪くなる	わからない / 無回答
UAE	36	38	11	15
Australia	34	52	9	5
China	33	46	18	3
Brazil	31	55	11	3
Canada	31	50	12	7
Saudi Arabia	31	44	15	10
India	30	41	17	12
Korea	30	49	17	5
USA	30	40	24	6
Kuwait	29	42	15	15
Russia	25	47	23	6
Austria	23	59	16	2
Switzerland	23	46	27	4
Argentina	19	45	33	3
Italy	19	47	32	2
UK	16	51	28	6
France	12	39	44	5
Mexico	12	37	47	4
Netherlands	12	53	33	2
Bulgaria	10	36	32	21
Spain	10	47	39	4
Japan	9	51	34	6
Iceland	7	30	59	3
Romania	7	24	59	10
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>45</b>	<b>27</b>	<b>7</b>

### 3.経済状況についての見通し

#### (2) 今回調査結果の地域別比較、および全体の時系列比較(第1回～第4回調査)

- 今回調査結果を地域別にみると、楽観的な見方が悲観的な見方を最も大きく上回っている地域は中東(+18ポイント)である。
- 反対に、悲観的な見方が楽観的な見方を最も大きく上回っている地域は東ヨーロッパ(+24ポイント)であり、西ヨーロッパ(+20ポイント)が続いている。

今回調査の地域別比較

	良くなる(%)	変わらない	悪くなる	わからない/ 無回答
Middle East	32	41	14	13
North America	31	45	18	6
Asia-Pacific	27	48	19	6
Latin America	21	46	30	3
Western Europe	15	47	35	3
Eastern Europe	14	36	38	12

- 全体ベースで時系列変化をみると、楽観的な見方(良くなるの比率)は、今回調査では第1回調査(昨年12月実施)と比較して8ポイント上昇している。
- 反対に、悲観的な見方(悪くなるの比率)は、今回調査では第1回調査と比較して20ポイント低下している。

全体の時系列比較(第1回～第4回調査)

	良くなる(%)	変わらない	悪くなる	わからない/ 無回答
Total (2008年12月)	13	34	47	6
Total (2009年3月)	12	34	48	5
Total (2009年7月)	17	47	32	5
Total (2009年10月)	21	47	27	5
(2009年10月)-(2008年12月)	8	13	-20	-1

\*上記の「全体の時系列比較」における数字(比率)は、第1回～第4回までのすべての調査に参加した16ヶ国だけの数字(比率)である。今回調査の全体(24ヶ国)の数字(比率)は6頁に表示されている。



## 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

	増える(%)	変わらない	減る	わからない ／無回答
<b>Kuwait</b>	40	42	7	11
<b>Russia</b>	36	38	17	10
<b>USA</b>	36	46	13	5
<b>Brazil</b>	35	52	10	3
<b>Canada</b>	34	46	15	5
<b>China</b>	34	39	24	3
<b>India</b>	32	35	26	7
<b>Mexico</b>	31	39	25	4
<b>Argentina</b>	29	40	25	6
<b>Australia</b>	28	56	10	5
<b>Saudi Arabia</b>	27	49	16	8
<b>Romania</b>	26	42	20	11
<b>Korea</b>	25	49	23	3
<b>UK</b>	25	53	17	5
<b>Austria</b>	23	66	8	4
<b>France</b>	20	46	29	5
<b>UAE</b>	19	57	11	12
<b>Spain</b>	17	57	21	5
<b>Italy</b>	15	66	16	2
<b>Netherlands</b>	14	60	24	2
<b>Bulgaria</b>	12	53	23	12
<b>Switzerland</b>	12	60	18	10
<b>Iceland</b>	10	36	52	3
<b>Japan</b>	9	37	48	6
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>49</b>	<b>21</b>	<b>6</b>

- 全体(24ヶ国)では半数(49%)の人々が「世帯年収は変わらない」と回答、また「増える」(25%)が「減る(21%)」を上回っており、収入見通しは楽観的な見方の方がやや強い。
- 国別にみると、楽観的な見方が悲観的な見方を大きく上回る国は、クウェート(+33ポイント)、ブラジル(+25ポイント)、米国(+23ポイント)である。
- 反対に、悲観的な見方が楽観的な見方を大きく上回る国は、アイスランド(+42ポイント)、日本(+39ポイント)である。
- BRICs諸国(ブラジル、ロシア、インド、中国)は、いずれも収入見通しについては楽観的な見方(増えるの比率)が多く、それぞれ35%、36%、32%、34%を占めている。



## 4. 収入についての見通し

### (2) 今回調査結果の地域別比較、および全体の時系列比較(第1回～第4回調査)

- 今回調査結果を地域別にみると、楽観的な見方が悲観的な見方を大きく上回っている地域は北米(+21ポイント)と中東(+18ポイント)である。
- 反対に、悲観的な見方が楽観的な見方を上回っている地域は西ヨーロッパ(+6ポイント)のみである。

今回調査の地域別比較

	増える(%)	変わらない	減る	わからない／無回答
North America	35	46	14	5
Latin America	32	44	20	5
Middle East	29	49	11	11
Asia-Pacific	26	43	26	5
Eastern Europe	25	44	20	11
Western Europe	17	55	23	5

- 全体ベースで、収入の見通しについての時系列変化をみると、第1回調査から今回調査まで変化はほとんどみられない。
- 今回調査と第1回調査を比較すると、「増える」(-1ポイント)、「変わらない」(+4ポイント)、「減る」(-2ポイント)となっており、いずれも数ポイントの変化に過ぎない。

全体の時系列比較(第1回～第4回)

	増える(%)	変わらない	減る	わからない／無回答
Total (2008年12月)	26	43	25	6
Total (2009年3月)	22	46	27	5
Total (2009年7月)	23	49	24	4
Total (2009年10月)	25	47	23	6
(2009年10月)-(2008年12月)	-1	4	-2	0

\* 上記の「全体の時系列比較」における数字(比率)は、第1回～第4回調査のすべての調査に参加した16ヶ国だけの数字(比率)である。今回調査の全体(24ヶ国)の数字(比率)は8頁に表示されている。

## 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(24ヶ国)では、「ふさわしくない時期」(35%)が最も多いが、「ふさわしい時期」(28%)、「どちらともいえない」(28%)も大きな差が無く続いており、消費者の意見は割れている。
- 国別にみると、楽観的な見方(ふさわしい時期の比率)が悲観的な見方(ふさわしくない時期の比率)を大きく上回る国は、米国(+32ポイント)、オーストラリア(+28ポイント)、ブラジル(+26ポイント)である。
- 悲観的な見方が特に強い国は、メキシコ(64%)、アルゼンチン(60%)、スペイン(56%)であり、いずれも過半数を占める。
- 日本の場合、悲観的な見方(42%)が楽観的な見方(18%)を上回っている。

	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
USA	49	29	17	5
Austria	45	15	32	8
Australia	44	35	16	6
Switzerland	44	19	22	14
Netherlands	42	9	42	7
Canada	39	35	16	10
Brazil	36	50	10	4
UK	36	37	18	9
Spain	33	7	56	4
Italy	29	18	52	2
France	26	39	26	9
Bulgaria	24	22	36	18
Russia	24	37	34	4
Korea	22	39	27	13
Argentina	21	14	60	4
China	20	47	32	2
India	20	40	24	15
Mexico	20	13	64	3
Saudi Arabia	19	32	38	11
Japan	18	32	42	8
Romania	17	21	45	18
Iceland	15	31	49	5
UAE	15	31	41	13
Kuwait	9	30	47	14
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>35</b>	<b>9</b>

## 5.不動産市場について

### (2) 今回調査結果の地域別比較、および全体の時系列比較(第1回～第4回)

- 今回調査結果を地域別にみると、楽観的な見方が(ふさわしい時期の比率)が悲観的な見方(ふさわしくない時期の比率)を上回るのは北米(+26ポイント)のみである。
- 北米以外の地域ではいずれも悲観的な見方が楽観的な見方を上回っているが、その差が最も大きい地域は中東(+28ポイント)である。

今回調査の地域別比較

	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
North America	44	32	16	8
Western Europe	34	22	37	7
Latin America	26	26	45	4
Asia-Pacific	25	39	28	9
Eastern Europe	22	27	38	13
Middle East	14	31	42	13

- 全体ベースで時系列変化をみると、消費者の不動産市場についての見方はこの1年間で着実に改善の方向にある。
- すなわち、楽観的な見方は今回調査では第1回調査(昨年12月実施)と比較して6ポイント上昇している。
- 反対に、悲観的な見方は今回調査では第1回調査と比較して13ポイント低下している。

全体の時系列比較(第1回～第4回)

	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
Total (2008年12月)	25	24	44	7
Total (2009年3月)	27	25	40	8
Total (2009年7月)	32	26	35	7
Total (2009年10月)	31	30	31	7
(2009年10月)-(2008年12月)	6	7	-13	0

\* 上記の「全体の時系列比較」における数字(比率)は、第1回～第4回調査のすべての調査に参加した16ヶ国だけの数字(比率)である。今回調査の全体(24ヶ国)の数字(比率)は10頁に表示されている。

## 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、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評価(10点満点の平均点)を全体でみると、今回調査では前回調査(7月調査)の4.8から5.1に上昇している。
- 今回調査結果を国別にみると、政府への信頼度が特に高い国はアラブ首長国連邦(7.4)、サウジアラビア(7.1)、中国(6.9)である。反対に、信頼度が特に低い国はルーマニア(3.0)、英国(3.6)、スペイン(3.8)である。
- 地域別にみると、政府への信頼度が最も高い地域は中東(6.9)であり、反対に最も低い国は東ヨーロッパと西ヨーロッパ(共に4.5)となっている。
- 日本の場合、前回調査(7月調査)では英国と共に最低評価(3.3)であったが、今回調査では4.5に上昇しており、鳩山新政権に対する消費者の期待が反映されていると推測される。

今回調査の地域別比較

	10点満点評価の平均点
Middle East	6.9
Asia-Pacific	5.5
Latin America	5.0
North America	4.9
Western Europe	4.5
Eastern Europe	4.5

10点満点評価の平均点  
今回調査結果  
( )内は前回調査結果

UAE	7.4(NA)
Saudi Arabia	7.1(6.4)
China	6.9(7.2)
Kuwait	6.2(NA)
Brazil	6.1(6.1)
Australia	6.0(5.7)
Switzerland	6.0(5.4)
India	5.4(6.3)
Bulgaria	5.3(NA)
Netherlands	5.2(5.7)
Russia	5.1(5.2)
Canada	5.0(4.6)
Korea	4.9(4.3)
Italy	4.7(4.9)
Mexico	4.7(5.0)
USA	4.7(4.7)
Japan	4.5(3.3)
Austria	4.4(NA)
France	4.4(4.3)
Argentina	4.3(4.0)
Iceland	4.0(4.0)
Spain	3.8(3.8)
UK	3.6(3.3)
Romania	3.0(NA)
<b>Total</b>	<b>5.1(4.8)</b>

## 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)を全体で見ると、今回調査では前回調査(7月調査)の5.2から5.5に上昇している。
- 今回調査結果を国別にみると、銀行の安定度について評価が高い国(平均点6.5以上)は中国(6.9)、サウジアラビア(6.8)、カナダ(6.7)、アラブ首長国連邦(6.6)である。反対に、評価が低い国(平均点4.5以下)はルーマニア(3.8)、スペイン(4.0)、英国(4.1)、アイスランド(4.0)である。
- 地域別にみると、銀行への安定度について評価が最も高い地域は中東(6.6)であり、反対に最も低い地域は西ヨーロッパ(4.8)である。
- 日本の場合、今回調査(5.0)では前回調査(4.7)からやや上昇しているが、全体平均と比較すると依然やや低評価。

#### 今回調査の地域別比較

	10点満点評価の平均点
Middle East	6.6
Asia-Pacific	6.2
North America	6.0
Latin America	5.4
Eastern Europe	5.0
Western Europe	4.8

	10点満点評価の平均点 今回調査結果 ( )内は前回調査結果
China	6.9(7.1)
Saudi Arabia	6.8(6.1)
Canada	6.7(6.4)
UAE	6.6(NA)
Australia	6.4(5.8)
Kuwait	6.3(NA)
Korea	6.2(5.9)
India	6.1(6.3)
Switzerland	5.8(4.9)
Brazil	5.7(5.8)
Netherlands	5.7(6.0)
Russia	5.6(5.5)
Bulgaria	5.4(NA)
USA	5.3(5.1)
Argentina	5.2(4.5)
Mexico	5.2(5.2)
France	5.0(5.0)
Japan	5.0(4.7)
Italy	4.9(5.1)
Austria	4.8(5.2)
Iceland	4.3(4.2)
UK	4.1(3.3)
Spain	4.0(3.8)
Romania	3.8(NA)
<b>Total</b>	<b>5.5(5.2)</b>

## 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評価(10点満点評価の平均点)を全体で見ると、今回調査(4.5)では前回調査(4.2)と比較してやや上昇している。
- 今回調査結果を国別で見ると、株式市場の安定度について比較的评价が高い国(平均点5.5以上)はアラブ首長国連邦(5.7)、ブラジル(5.5)である。反対に、評価が低い国(平均点3.5以下)はルーマニア(3.3)、アイスランド(3.3)である。
- 地域別にみると、株式市場の安定度について評価が最も高い地域は中東(5.2)であり、反対に最も低い地域は西ヨーロッパと東ヨーロッパ(共に4.1)である。
- 日本の場合、今回調査(4.2)では前回調査(4.1)とほぼ同レベルの評価となっている。

今回調査の地域別比較

	10点満点評価の平均点
Middle East	5.2
Latin America	5.1
North America	4.6
Asia-Pacific	4.5
Eastern Europe	4.1
Western Europe	4.1

	10点満点評価の平均点 今回調査結果 ( )内は前回調査結果
UAE	5.7(NA)
Brazil	5.5(5.4)
Saudi Arabia	5.3(4.1)
India	5.2(5.6)
Netherlands	5.1(5.0)
Switzerland	5.0(3.9)
Australia	4.9(4.6)
Mexico	4.9(5.2)
Argentina	4.8(4.2)
Bulgaria	4.8(NA)
Korea	4.7(4.4)
USA	4.7(4.4)
Canada	4.5(4.0)
Kuwait	4.4(NA)
Russia	4.4(4.5)
Italy	4.2(4.3)
Japan	4.2(4.1)
France	4.0(3.8)
Austria	3.8(3.0)
China	3.7(4.6)
Spain	3.7(3.2)
UK	3.7(3.4)
Iceland	3.3(3.1)
Romania	3.3(NA)
Germany	NA(3.7)
Lebanon	NA(5.4)
<b>Total</b>	<b>4.5(4.2)</b>

## 9.切り詰めている家計支出項目 (1) 今回調査結果

問7.金融危機発生以前に比べて、過去3ヶ月間にあなたが切り詰めた家計支出項目は何か (11の支出項目について、それぞれ回答)

- 調査した23ヶ国の内、19ヶ国において、全支出項目(11項目)に対する平均回答比率(切り詰めているの平均回答比率)が30%以上を占めている。
- 国別にみて、全支出項目に対する平均回答比率が特に高い国はメキシコ(59%)、アイスランド(47%)、米国(46%)、アルゼンチン(46%)、ルーマニア(45%)である。反対に平均回答比率が低い国はオーストリア(19%)、スイス(20%)、クウェート(21%)である。
- 日本の場合、全支出項目に対する平均回答比率は36%で、全体平均(34%)とほぼ同レベルである。

	衣料品／履物／アクセサリー購入費(%)	外食／映画・演劇鑑賞等の娯楽費	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／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	国別平均回答率
Argentina	61	61	63	56	66	56	33	39	25	22	19	46
Australia	52	54	46	45	49	37	31	28	22	11	10	35
Austria	29	27	24	26	27	16	27	15	6	7	9	19
Brazil	57	44	52	42	38	45	29	45	21	11	15	36
Bulgaria	68	54	63	52	55	63	39	37	29	10	6	43
Canada	53	57	43	45	40	30	29	27	18	20	12	34
China	35	41	39	45	30	36	30	26	24	19	18	31
France	60	60	56	53	51	50	43	35	23	26	16	43
Iceland	70	66	72	74	59	40	47	34	22	25	13	47
India	52	40	35	48	33	35	47	35	13	20	12	34
Italy	65	58	46	52	46	34	18	45	18	23	19	39
Japan	63	52	39	48	53	28	45	28	20	9	9	36
Kuwait	27	27	28	32	23	21	13	23	8	12	16	21
Mexico	77	69	66	67	78	66	63	58	49	32	29	59
Netherlands	30	30	24	21	37	14	13	11	3	4	4	17
Romania	66	51	67	51	63	60	29	48	34	17	12	45
Russia	38	52	48	46	23	40	21	22	21	7	7	30
Saudi Arabia	48	45	50	55	43	48	45	52	31	24	23	42
Spain	52	53	36	45	40	35	18	40	7	7	10	31
Switzerland	28	27	26	28	27	17	14	22	11	7	8	20
UAE	42	40	48	43	27	40	24	28	12	15	14	30
UK	57	52	48	45	53	44	32	29	18	16	13	37
USA	67	66	58	60	59	50	47	28	27	28	14	46
支出項目別平均回答率	50	47	45	45	43	38	31	31	19	15	13	34

\* 韓国の質問紙には、この質問は前回調査、今回調査共に含まれていない。したがって、この数表のTotalの数字(比率)は韓国を除いている。

- 全体(23ヶ国)でみて、「支出を切り詰めている」の回答比率が特に高い支出項目は「衣料品／履物／アクセサリー購入費」(50%)、「外食／映画・演劇鑑賞などの娯楽費」(47%)、「家具や家電製品の購入費」(45%)、「休日や休暇の旅行費用」(45%)、「食料品や日用雑貨品の購入費」(43%)であり、いずれも4割を超えている。



## 9.切り詰めている家計支出項目 (2) 全体の時系列比較(前回調査との比較)

- 23ヶ国全体でみると、11支出項目の内の10項目で、前回調査(7月調査)と比較すると回答比率(切り詰めるの回答比率)がやや減少しており、消費回復への兆しが感じられる。
- 「支出を切り詰めている」の回答比率の特に高い項目、および低い項目は、前回調査と今回調査では変化はみられない。
- 今回調査結果を地域別にみると、「支出を切り詰めている」の平均回答比率が最も低い地域はアジア・太平洋(27%)であり、反対に最も高い地域は中南米(47%)となっている。

(参考)今回調査の地域別比較

	国別平均回答率(%)
Latin America	47
North America	40
Eastern Europe	39
Western Europe	32
Middle East	31
Asia-Pacific	27

	7月調査 全体(%)	10月調査 全体(%)	10月調査－ 7月調査
衣料品／履物／アクセ サリー購入費	54	50	-4
外食／映画・演劇鑑賞 などの娯楽費	51	47	-4
家具や家電製品の 購入費	49	45	-4
休日や休暇の旅行 費用	48	45	-3
交通・通勤費	34	31	-3
食料品や日用雑貨品の 購入費	45	43	-2
住居や部屋の改装／ 修繕費	40	38	-2
(家族の)携帯電話 利用料金	33	31	-2
衛星TV／ケーブルTV の利用料金	17	15	-2
家庭でのインターネット 接続・利用料金	15	13	-2
保健医療費	19	19	0

## 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・経済危機が影響となって、あなたは次にあげるような症状を過去3ヶ月間に経験されましたか(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24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。
- 過去3ヶ月間に経験した症状を全体でみると、「ストレスを経験」(39%)、「心配／不安を経験」(38%)と回答した人がそれぞれ4割を占めており、「睡眠不足／不眠症を経験」(26%)、「うつ状態を経験」(17%)も、それぞれ2割前後を占めている。
- 国別に経験した症状をみると、メキシコ(73%)、米国(63%)では「ストレスを経験」した人が特に多い。
- 日本の場合、「心配／不安を経験」(54%)、「ストレスを経験」(43%)の回答比率が全体平均を上回っており、今回の経済・金融危機は国民に対して経済的な影響だけでなく、健康への大きな心理的影響も与えていることを示している。

	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	73	52	44	37
USA	63	52	48	30
Korea	56	35	16	11
China	55	37	34	21
Argentina	53	58	39	23
Romania	51	14	40	14
Iceland	43	48	21	42
Japan	43	54	23	10
Canada	42	37	31	18
UK	42	42	39	22
Australia	39	36	31	19
Brazil	38	37	27	10
France	38	50	25	9
India	38	28	22	19
UAE	37	38	18	14
Bulgaria	34	65	33	15
Switzerland	31	33	23	6
Russia	29	41	12	20
Saudi Arabia	28	46	30	21
Italy	27	24	20	9
Spain	26	20	16	9
Kuwait	22	38	11	14
Austria	14	7	8	3
Netherlands	11	19	7	2
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>38</b>	<b>26</b>	<b>17</b>

## 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

### 「過去3ヶ月間に、4つの症状の内少なくとも1つは経験した」比率比較

- 問8で具体的な症状として質問した4つの症状の内、「少なくとも1つは経験した」(53%)と回答した人は全体の半数を超えており、「どの症状も経験していない」(39%)は4割、「わからない/無回答」(7%)は1割弱である。
- 国別にみると、「少なくとも1つは経験した」人の比率が特に高いのはメキシコ(79%)、アルゼンチン(72%)、米国(70%)である。反対に、「どの症状も経験していない」比率の高いのはオランダ(77%)、オーストリア(73%)である。
- この章の結論として、世界の人々の経済に対する見通しは楽観的な見方が増しつつあるが、健康への心理的な影響は依然として大きいと思われる。

#### (参考) 今回調査の地域別比較

	4つの症状の内、 1つは経験した	どの症状も経験し ていない	わからない/ 無回答
Latin America	67	32	1
Eastern Europe	62	25	13
North America	60	35	6
Asia-Pacific	57	32	11
Middle East	56	34	11
Western Europe	41	56	4

	4つの症状の内、 1つは経験した (%)	どの症状も経験 していない	わからない/ 無回答
Mexico	79	19	1
Argentina	72	28	0
USA	70	26	4
Bulgaria	67	29	3
Saudi Arabia	66	25	9
China	65	32	3
Iceland	61	33	6
India	60	23	17
Romania	60	25	14
Korea	58	40	2
Russia	57	20	23
Japan	56	18	27
France	56	38	7
UAE	55	36	9
UK	55	42	2
Brazil	50	50	1
Canada	49	43	8
Australia	47	45	8
Kuwait	46	40	14
Switzerland	44	55	1
Italy	35	63	2
Spain	33	65	2
Netherlands	22	77	1
Austria	18	73	9
<b>Total</b>	<b>53%</b>	<b>39%</b>	<b>7%</b>

**(参考資料)切り詰めている家計支出項目 (1)日本の調査結果の詳細**  
**問7.金融危機発生以前に比べて、過去3ヶ月間にあなたが切り詰めた家計支出項目は何か**  
**(11の支出項目について、それぞれ回答)**

今回調査結果(10月調査)

支出項目	切り詰めている(%)	切り詰めていない	該当しない	わからない／無回答
衣料品／履物／アクセサリー購入費	63	31	4	2
食料品や日用雑貨品の購入費	53	43	1	2
外食／映画・演劇鑑賞等の娯楽費	52	38	9	1
休日や休暇の旅行費用	48	36	15	1
交通・通勤費	45	50	3	2
家具や家電製品の購入費	39	33	27	2
(家族の)携帯電話利用料金	28	63	6	3
住居や部屋の改装／修繕費	28	25	45	2
保健・医療費	20	69	9	3
家庭でのインターネット接続・利用料金	9	86	3	2
衛星TV／ケーブルTVの利用料金	9	45	44	2
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>47</b>	<b>15</b>	<b>2</b>

「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	前回調査(7月調査)	今回調査(10月調査)	今回調査－前回調査
外食／映画・演劇鑑賞等の娯楽費	56	52	-4
家庭でのインターネット接続・利用料金	14	9	-5
食料品や日用雑貨品の購入費	58	53	-5
衛星TV／ケーブルTVの利用料金	16	9	-7
保健・医療費	27	20	-7
(家族の)携帯電話利用料金	36	28	-8
交通・通勤費	53	45	-8
衣料品／履物／アクセサリー購入費	71	63	-8
休日や休暇の旅行費用	57	48	-9
住居や部屋の改装／修繕費	43	28	-15
家具や家電製品の購入費	60	39	-21
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>36</b>	<b>-9</b>

**(参考資料)切り詰めている家計支出項目 (2)米国の調査結果の詳細**  
**問7.金融危機発生以前に比べて、過去3ヶ月間にあなたが切り詰めた家計支出項目は何か**  
**(11の支出項目について、それぞれ回答)**

今回調査結果(10月調査)

支出項目	切り詰めている(%)	切り詰めていない	該当しない	わからない／無回答
衣料品／履物／アクセサリー購入費	67	29	3	1
外食／映画・演劇鑑賞等の娯楽費	66	29	3	1
休日や休暇の旅行費用	60	29	10	2
食料品や日用雑貨品の購入費	59	39	1	1
家具や家電製品の購入費	58	26	15	2
住居や部屋の改装／修繕費	50	34	14	2
交通・通勤費	47	46	6	1
(家族の)携帯電話利用料金	28	61	10	1
衛星TV／ケーブルTVの利用料金	28	62	9	1
保健・医療費	27	66	6	2
家庭でのインターネット接続・利用料金	14	80	5	1
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	<b>7</b>	<b>1</b>

「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	前回調査(7月調査)	今回調査(10月調査)	今回調査－前回調査
衛星TV／ケーブルTVの利用料金	27	28	1
食料品や日用雑貨品の購入費	58	59	1
(家族の)携帯電話利用料金	28	28	0
家庭でのインターネット接続・利用料金	15	14	-1
衣料品／履物／アクセサリー購入費	68	67	-1
保健・医療費	28	27	-1
住居や部屋の改装／修繕費	52	50	-2
外食／映画・演劇等の娯楽費	68	66	-2
交通・通勤費	50	47	-3
家具や家電製品の購入費	62	58	-4
休日や休暇の旅行費用	65	60	-5
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>46</b>	<b>-1</b>



# 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、クライアントの国際的なさまざま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、クライアントのさまざまな調査ニーズに対して最適なサービスが出来るように、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](mailto:nisimura@nrc.co.jp)