

BrushUP学び『景気に関する意識調査』
2009年の景気はどうなる？ カラーセラピストによる診断付調査結果
2009年の景気、約40%が『グレー色』
 ～『貯蓄の年』と答えた人は、全体の65.5%～

株式会社パセリ(本社:東京都千代田区 代表取締役:鈴木稔)は、多様な資格、学習ニーズに応える資格取得・スクール・通信教育情報サイト<BrushUP学び (http://www.brush-up.jp)>を運営しております。本サイトでは、67,000件以上の資格講座情報の中から、無料で資料請求ができたり、最新の資格試験事情を発信しております。
 本ニュースレターでは、最近の資格講座の流行や、資格試験受験状況など、資格試験の現状をお伝えしていきます。

2009年の景気は「グレー色」。会社員の41%、専業主婦の45%、フリーターの39%、学生の29%が、2009年の景気の色を「グレー」と答えました。雲行きが怪しい、先の見えない景気の動向に、世の中の人たちの多くが、2009年も明るい景気は見込めないと感じているようです。

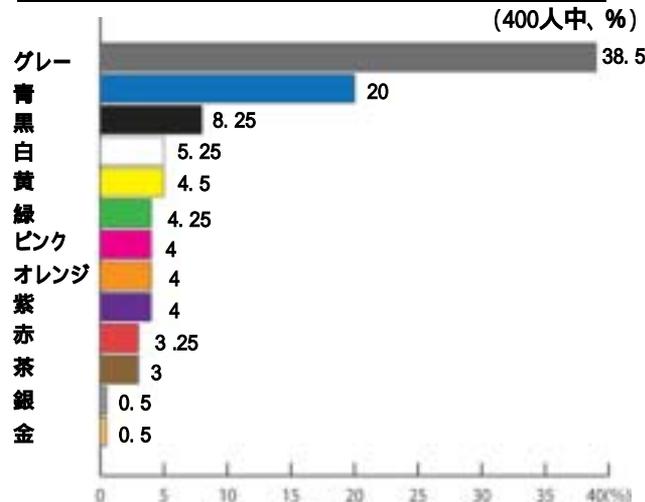
この『景気に関する意識調査』は、2009年の景気を予測してもらい、また2009年どのような一年にしたいのかをリサーチするために、株式会社パセリが「会社員」「専業主婦」「フリーター」「学生」計400人の10代～50代の男女を対象に、11月26日から11月30日までインターネットにて実施したものです。

2009年も晴れ間の見えない景気動向

2009年の景気に対する世論調査を計るために、全国の「会社員」「専業主婦」「フリーター」「学生」10代～50代の男女400人に対し、2009年の景気を「色」でお答えいただきました。「あなたの2009年の景気を色で例えると何色ですか?」という質問に対しての集計結果が、右の表になります。

調査の結果、「会社員」「専業主婦」「フリーター」「学生」共に、『グレー』が一番多く、次いで『ブルー』『ブラック』と、“曇り”“寒い”“暗い”というイメージカラーが並びました。また『黄色』『ピンク』『オレンジ』といった“明るい”イメージカラーは、全体の約4～5%と低い数字を示し、2009年の景気に対する落胆的な気持ちを表す結果となりました。

あなたの2009年の景色を色で例えると何色ですか？

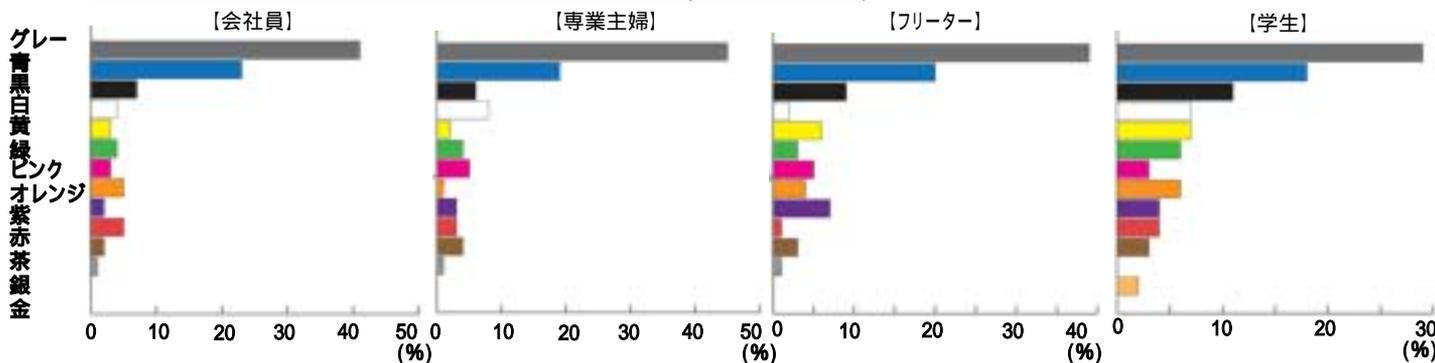


身別調査結果

色	会社員 (100人)	専業主婦 (100人)	フリーター (100人)	学生 (100人)	計: 400人
1 グレー	41	45	39	29	154
2 青	23	19	20	18	80
3 黒	7	6	9	11	33
4 白	4	8	2	7	21
5 黄	3	2	6	7	18
6 緑	4	4	3	6	17
7 ピンク	3	5	5	3	16
7 オレンジ	5	1	4	6	16
7 紫	2	3	7	4	16
10 赤	5	3	1	4	13
11 茶	2	4	3	3	12
12 銀	1	0	1	0	2
12 金	0	0	0	2	2

身分別詳細

あなたの2009年の景色を色で例えると何色ですか？(各100人中、%)



【考察】色の持つ印象とは？～カラーセラピストに聞く “グレー等を選ぶのは、先行き不安の表れ”～

「グレー」(断トツ)「青」「黒」色で表す人が多い

【分析】

これらの色を選ぶということは、多くの方が2009年の景気に先行きの不透明さや、不安を感じていると言えます。またこのような時期には、派手な冒険は避け、堅実な生き方を選びたいという思想が表れています。

【理由】

グレー・・・可もなく不可もなく、という印象の色です。また、自己主張が少ない、あるいはできない状況を表します。目立ったことをするのではなく、無難でいることが一番、という心理の表れです。

青・・・誠実さ、真面目さを表す色です。冒険はせず、堅実に生きることが一番だという思想を表します。またこの色を選ぶ時は、意識が外の社会や他人にではなく、自分自身の内面に向かいがちであることを示します。

黒・・・秘密や、孤独を表す色です。自分の弱さをあまり人に知られたくない、本心を隠したい、という状況のときによく表れます。その裏側には、自信のなさや将来への不安といった気持ちが隠されています。

「銀」を選ぶ人がどの層も一番少ない。

【分析】

銀色は精神面での豊かさや直感を表します。この色を選ぶ人が少ない背景には、一時ブームとなった「スピリチュアル」「目に見えない世界」に対する興味が薄らぎ、もっと現実的な生き方をしたい、地に足をつけたいという願望の表れといえます。

【理由】

銀・・・精神性、スピリチュアリティ、直感を象徴します。

社会人経験のない学生のみ、「金」色を選んでいる。

【分析】

この色を選ぶということは、将来に希望や豊かさ、成功を望んでいることがうかがえます。社会人経験や、就職活動の経験がない学生にとって、景気の悪さはいまひとつ実感にくいもの。むしろ「円高やウォン安によって、海外旅行にお得に行ける」という意味では、ありがたい状況かもしれません。

【理由】

金・・・「お金」のイメージに直結する色です。豊かさやビジネス上での成功を示しますが、反面「お金さえあればなんとでもなる」という傲慢さにつながる場合もあります。

景気に関しては、なかなか明るい見通しの立たない時期ではありますが。そんなときこそ、ファッションの一部に赤やピンク、オレンジなど明るく鮮やかな色を取り入れることをおすすめします。これらの色は私たちに前向きさやエネルギー、活動力を与えてくれるので、停滞している世の中に、前進する力やぬくもりを与えてくれるはずです。

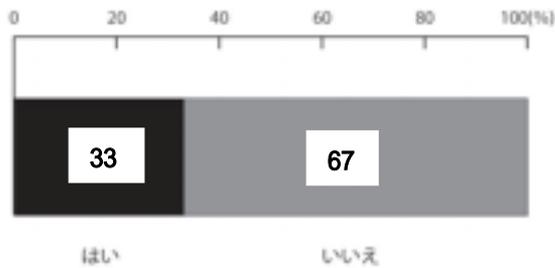
(カラーセラピスト 山本アキコ)

山本アキコ

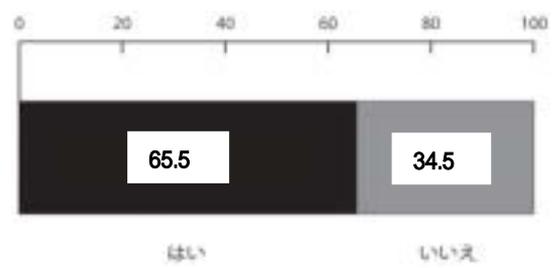
フリーランスのライターとして活躍する傍ら、趣味で学び続けていたカラーの知識を生かし、都内でのカラーセラピーサロン運営や、イベントの主宰、セミナー講師、コラム執筆などに従事。ユニークなパーソナリティと斬新な企画が口コミで話題となり、マスコミに多数紹介される。

2008年春、千葉県我孫子市の自宅にサロン「ミリオンカラー」をオープン。ライターとして多忙な活動を続けながら、サロンの個人カウンセリングや、養成講座での指導を行っている。

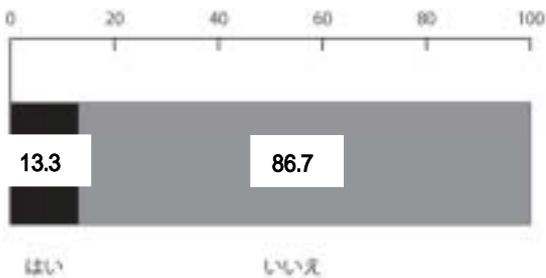
【2009年、転職(就職)を考えていますか?】



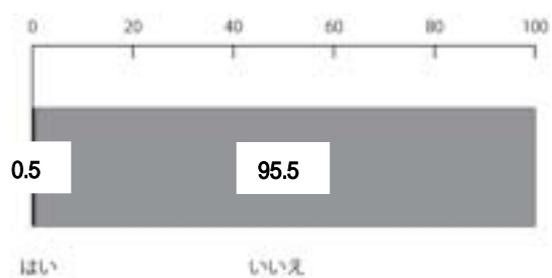
【2009年は貯蓄の年ですか?】



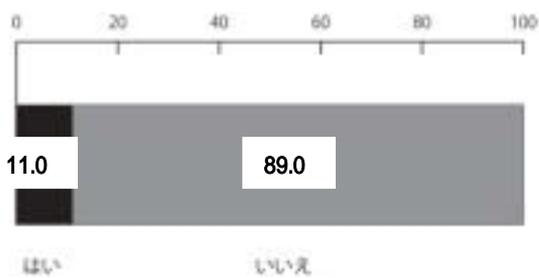
【2009年、海外へショッピングに行く予定ですか?】



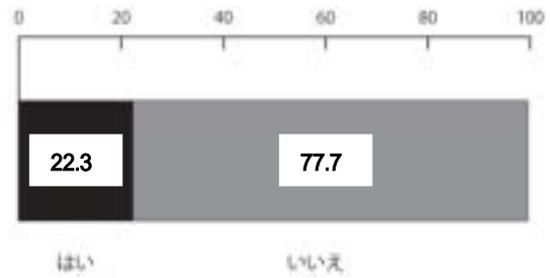
【2009年、分譲マンションを購入予定ですか?】



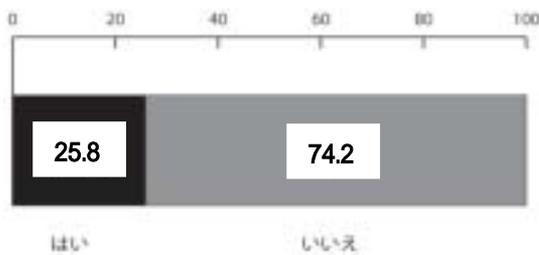
【2009年、車を買う(乗り換える)予定ですか?】



【2009年、投資を考えている?】



【2009年、ボーナスに期待していますか?】



【2009年、ボーナスを何に使う予定ですか?】

(複数回答)

- | | |
|----------------|--------------------|
| 1. 貯金 : 55.5 % | 2. ボーナスなし : 27.3 % |
| 3. 旅行 : 18.5 % | 4. ローン : 17.3 % |
| 4. 洋服 : 17.3 % | 6. 食事 : 16.3 % |
| 7. 家電 : 14.8 % | 7. 車 : 5.8 % |
| 8. その他 : 5.5 % | 9. 住宅 : 2.5 % |
| 10. 募金 : 0.5 % | |

< 『景気に関する意識調査』 概要 >

調査方法 : インターネット調査
 調査対象 : 全国に在住で以下の条件にあてはまる方
 ・20歳～59歳の会社員(給与所得者)
 ・20歳～59歳の専業主婦
 ・20歳～59歳のフリーター(アルバイト)
 ・18歳～24歳の学生(大学生・大学院生・専門学校生)
 調査依頼数 : 2330サンプル
 有効調査数 : 400サンプル
 実施機関 : 2008年11月28日～2008年11月29日

報道関係者様へのお願い

本リリース内容の転載にあたりましては、「株式会社パセリ調べ」という表記をお使い頂けますよう、お願い申し上げます。

調査自体はインターネット調査会社を利用して行っております

「BrushUP学び」は、資格取得を通してあなたの「オリジナルな幸せ」を応援します!

1998年5月からスタートした、自分を磨く資格・スクール情報サイト「BrushUP学び」。まったく新しい観点からマーケットを作り上げ、現在では月間500万PV(ページビュー)を誇り、「学び」ならパセリと広く認識されています。

< 会社概要 >

社名 株式会社パセリ
 設立 1998年2月
 代表取締役 鈴木 稔
 本社所在地 東京都千代田区麹町4-1-5 麹町志村ビル9F
 事業内容 WEBサイト運営事業・ソリューション事業

運営サイト: BrushUP学び(www.brush-up.jp)・BrushUP学び モバイル版(mobile.brush-up.jp)・Nailweb(ネイルウェブ) (www.nailweb.jp)
 Nailweb モバイル版(mobile.nailweb.jp)・BrushUP医療事務(www.iryoujimu.net)・きれいのタマゴ(www.kiretama.net)
 保育士.net(www.e-hoikushi.net)・【習】(www.narau.net)・ジョブあんどマナビ(www.jam5.co.jp)