

U.S. Indicators

発表日: 2024 年 8 月 28 日(水)

米国 8 月消費者信頼は労働需給の更なる緩和示唆

～景気の底堅さを示すも労働市場の鈍化を示唆～

第一生命経済研究所 経済調査部

主任エコノミスト 桂畑 誠治 (Tel: 050-5474-7493)

24 年 8 月の C B 消費者信頼感指数は、103.3（前月 101.9：改定前 100.3）と前月比+1.4 ポイント上昇し、市場予想中央値の 100.8（筆者予想 100.8）を上回った。現状指数が 134.4（前月 133.1：改定前 133.6）と前月比+1.3 ポイント上昇したほか、期待指数が 82.5（前月 81.1：改定前 78.2）と同+1.4 ポイント上昇した。

C B 消費者信頼感指数は、8 月に景気が底堅さを維持しているものの、労働需給が一段と緩和していることを示唆した。一方、将来に関して、消費者が雇用の先行きに対する悲観的な見方を弱めたほか、景気、収入増への期待を強めた。全体としては、個人消費の緩やかな拡大基調の持続を示している。

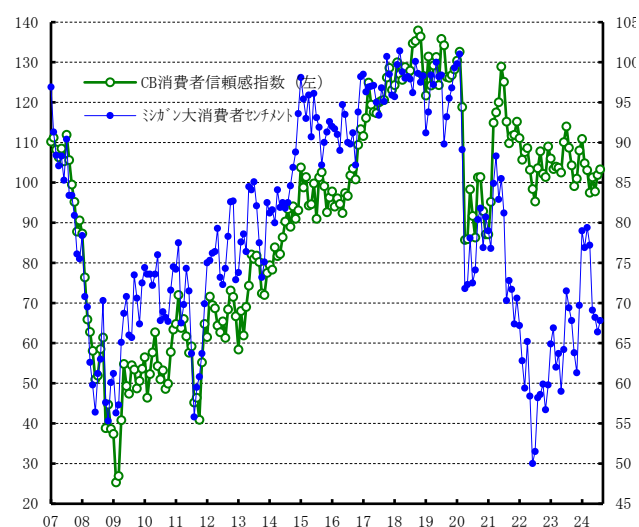
現状指数の構成項目では、「雇用」がプラス幅を縮小したが、「景気」がプラス幅を拡大した。現在の雇用機会に対する判断（「充分」－「困難」）は+16.4（前月+18.1：速報+18.1）とプラス幅を縮小しており、現在の労働市場に対する楽観的な見方が弱まった。一方、現在の景気に対する判断（「良い」－「悪い」）が+3.1（前月+0.5：速報+0.5）とプラス幅を拡大し、現在の景気に対する楽観的な見方を強めた。

期待指数の構成項目では、「景気」がプラスに転じたほか、「雇用」がマイナス幅を縮小し、「収入」がプラス幅を拡大した。6 ヶ月後の景気に対する見方（「良くなる」－「悪くなる」）は、+2.8（前月▲1.9：速報▲1.9）とプラスに転じ、景気の先行きに対して楽観的となった。また、6 ヶ月後の雇用に対する見方（「多くなる」－「少なくなる」）は▲1.4（前月▲2.2：速報▲2.2）とマイナス幅を縮小し、雇用の先行きに対する悲観的な見方を弱めた。さらに、6 ヶ月後の収入に対する見方（「増加する」－「減少する」）は、+4.2（前月+4.0：速報+4.0）とプラス幅を拡大し、収入に対する楽観的な見方を強めた。

消費者信頼感（Consumer Confidence）

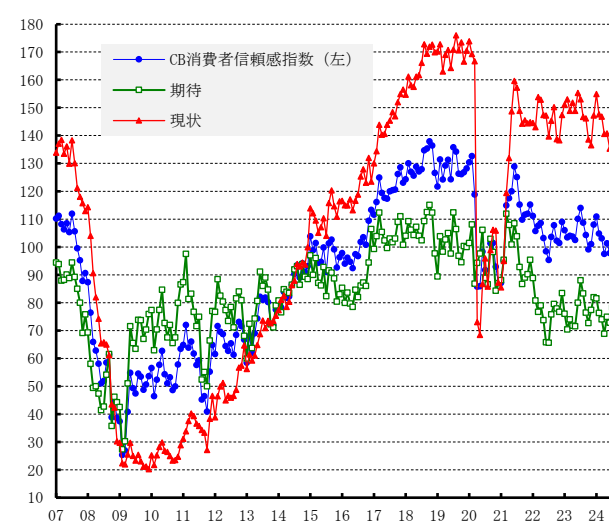
	消費者信頼感指数									ミシガン大学消費マインド [※]		
					雇用判断		半年後の景況感		半年以内の購入計画		期待	現状
	期待指数	現状指数	充分	困難	良くなる	悪くなる	自動車	住宅				
23/08	108.7	83.3	146.7	39.9	13.2	17.5	17.3	12.3	6.1	69.4	65.4	75.5
23/09	104.3	76.4	146.2	39.7	14.2	15.3	18.7	11.7	5.5	67.8	65.7	71.1
23/10	99.1	72.7	138.6	37.9	14.1	15.5	20.9	10.3	5.0	63.8	59.3	70.6
23/11	101.0	77.4	136.5	38.6	15.6	17.2	20.1	10.7	5.0	61.3	56.8	68.3
23/12	108.0	81.9	147.2	40.4	13.1	18.7	17.8	11.9	5.3	69.7	67.4	73.3
24/01	110.9	81.5	154.9	42.7	11.0	16.7	16.0	10.7	4.8	79.0	77.1	81.9
24/02	104.8	76.3	147.6	42.8	12.7	14.0	16.9	10.8	4.6	76.9	75.2	79.4
24/03	103.1	74.0	146.8	41.7	12.2	14.3	18.5	11.4	5.2	79.4	77.4	82.5
24/04	97.5	68.8	140.6	38.4	15.5	13.4	19.1	11.5	5.2	77.2	76.0	79.0
24/05	101.3	74.9	140.8	37.0	14.3	13.7	16.9	12.2	5.2	69.1	68.8	69.6
24/06	97.8	72.8	135.3	35.5	15.7	13.2	17.6	11.1	5.1	68.2	69.6	65.9
24/07	101.9	78.2	133.6	34.1	16.0	14.8	16.7	10.5	4.2	66.4	68.8	62.7
24/08	103.3	82.5	134.4	32.8	16.4	18.4	15.6	11.0	4.1	67.8	72.1	60.9

(図表) 消費者マインドの動向(月次)



(出所) C B、ミシガン大学

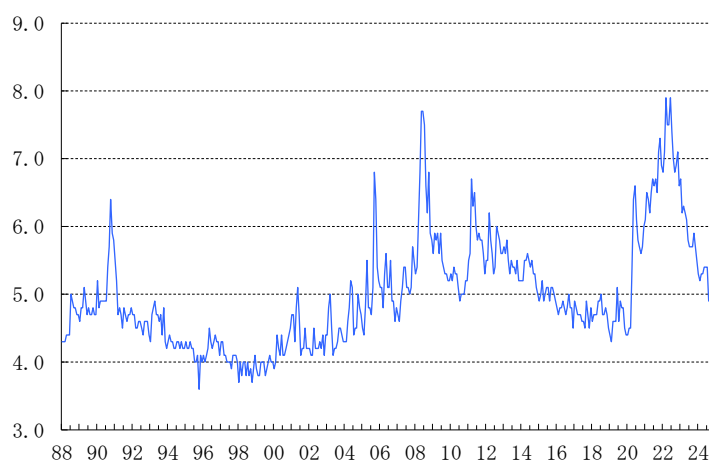
(図表) 消費者マインドの動向(月次)



(出所) C B

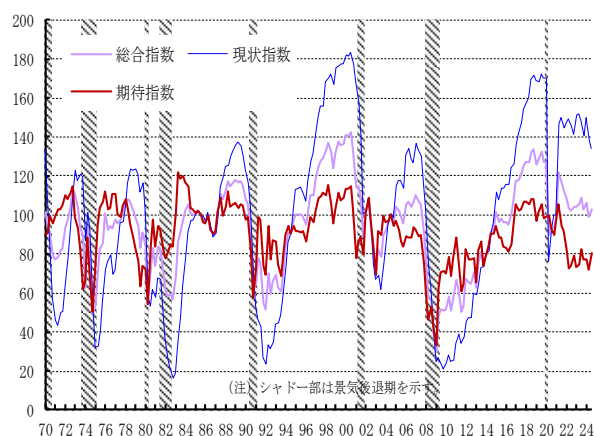
インフレに関しては、1年先のインフレ見通しが4.9%（前月5.4%）と依然高い上昇が予想されているものの低下傾向を辿っており、インフレ期待の低下を示唆している。

(%)
12ヵ月後のインフレ見通し

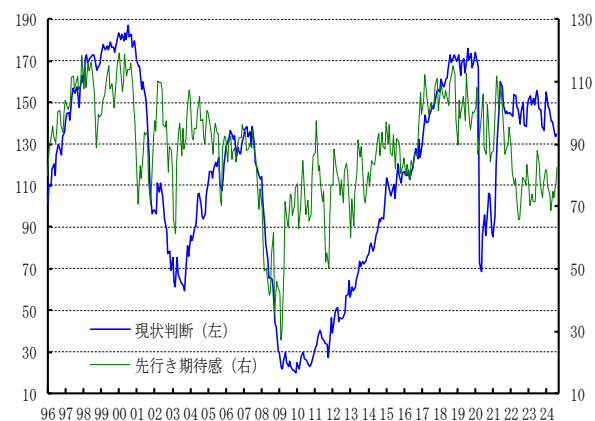


今後のC B消費者信頼感調査では、利下げ期待の高まりを受けた市場金利の低下や、景気の先行きに対する楽観的な見方等が、期待指数の上昇に繋がる可能性が高い。一方、これまでの利上げや中堅銀行の破綻を受けた信用状況の引き締め、コスト増加等による景気の減速、労働需給の一段の緩和を背景に、現状指数が低下すると見込まれる。この結果、C B消費者信頼感指数は100程度で推移し、個人消費の緩やかな拡大の一因になると予想される。

消費者信頼感指数の推移(四半期)



消費者信頼感指数の推移



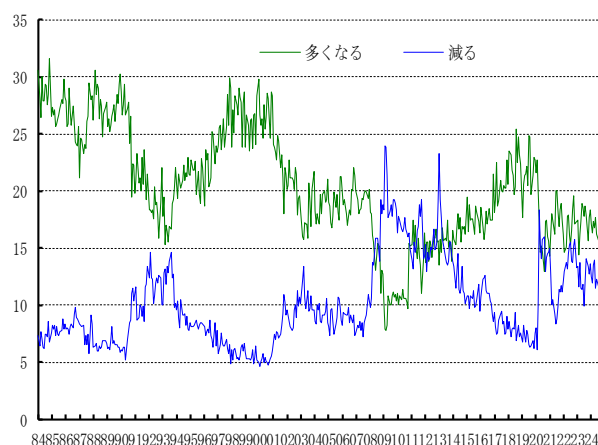
(出所) CB

(期待指数－現状指数) の推移



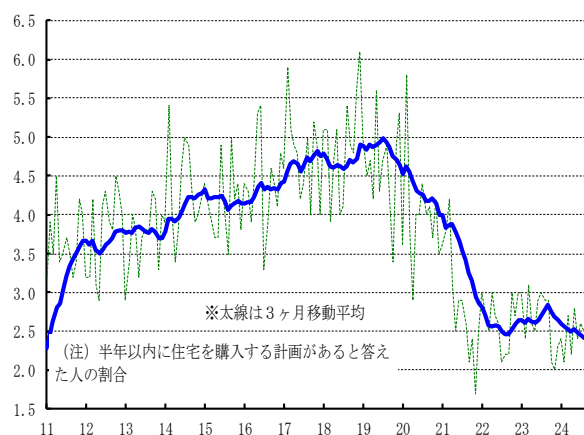
(%)

6ヶ月後の収入見通し



(%)

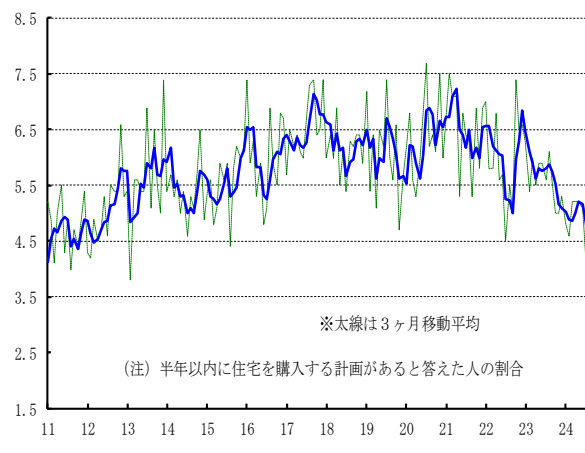
新車購入計画比率の推移



(出所) CB

(%)

住宅購入計画比率の推移



(出所) CB

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見通しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命保険ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。

