

今、いちばん気になる統計は？

消費者態度指数

消費者態度指数は、日本の消費者の景況感を示す経済統計である。消費者の景況感は財布の紐の緩み具合を示すと考えられるため、個人消費の動向を探る統計の一つといえる。

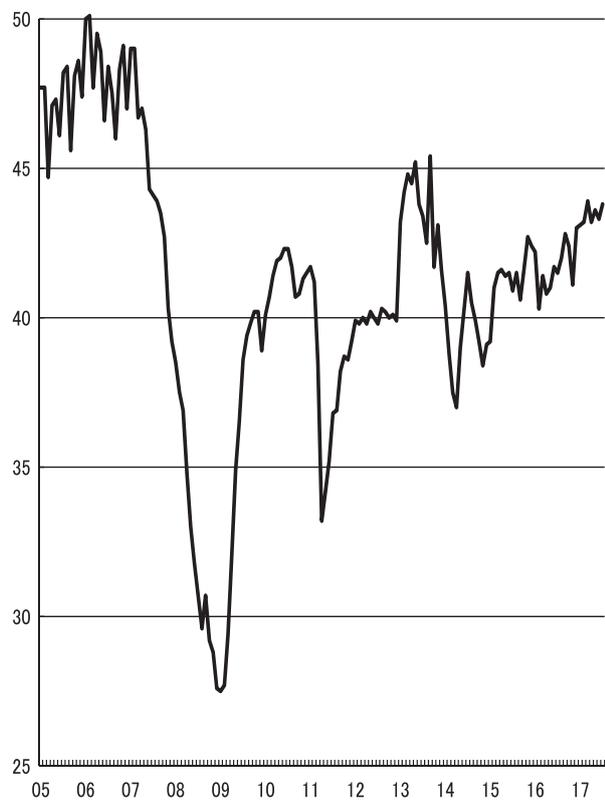
消費増税後回復が遅れていた個人消費が、このところ回復感を強めていると言われている。消費水準は、ようやく増税前の2013年の水準を取り戻した。一方で、消費を左右する最も重要な要素である賃金の伸びは、ボーナスも含めて小幅にとどまっている。

財布の中身の増え方が限定的なものにとどまっている以上、消費を左右するものは財布の紐の緩み具合だ。消費の回復傾向が維持されるかどうかは、消費者の景況感に左右される度合いが大きくなると考えられる。

景況感を左右する要因は、①雇用・所得環境、②株などの資産価格動向、③政治や治安など身の回りの環境などが挙げられる。8月に発足した新内閣に対する支持も、消費を左右しよう。

(経済調査部 巖峰 義清)

資料 消費者態度指数の推移



(出所)内閣府

編集後記

日本経済は2016年1-3月期から6期連続で潜在成長率を上回る成長を実現しており雇用状況、企業収益をみればリーマンショック前の2007年レベルを軽々と超えてきている。まだまだ多くの人が「景気良いですねえ～」と挨拶を交わす状況にはほど遠いものの、様々なデータを見れば間違いなく景気は拡大していると言える状況だ。

そんなファンダメンタルズを受けて株、為替といったマーケットは不規則な動きの少ない穏やかな動き、所謂ボラティリティーが小さい状況が続いている。ボラティリティーが小さいということは一般的には悪い話ではない。多くの参加者が色々考えた結果、今の水準が適正と判断しているわけで市場はファンダメンタルズの鏡だとすれば市場が安定していることは喜ぶべきことだろう。

しかしボラティリティーが長く安定しているというのは少なく、低下と上昇を繰り返してきたのが歴史的事実。つまり低下の後には変動率が高まることが予想されるのだ。もちろん変動率が高まるというだけであって上に行くのか下に行くのかはわからない。そんなボラティリティーの習性から今のマーケットは危険だ、リーマンショック前2007年の動きと似ている、金融緩和の長期化で参加者が楽観的になりすぎている、と警鐘を鳴らす意見も多い。

一方、過去は過去、サブプライムローンのようなバブルも発生してないし問題ない、IoT、AI、半導体のスーパーサイクル、つまり新しい時代の幕が開いたのだ、This Time is Different…近々答えは出るのだろうか。(H.S)

○第一生命経済研レポートに関するご意見・ご要望は、keizai@dlri.dai-ichi-life.co.jpまでお寄せ下さい。

○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。見直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。