

**テーマ：11月消費動向調査**

発表日：2005年12月12日（月）

～消費マインドは2ヶ月連続で前年対比改善～

(No. J-186)

第一生命経済研究所 経済調査部  
 担当 副主任エコノミスト 長谷山 則昭  
 TEL：03-5221-4525

**(要旨)**

- 11月の消費者態度指数（全国、一般世帯）は、48.2と前月差0.3ポイント上昇した。前年差でみた消費者態度指数（全国、一般世帯）は2ヶ月連続で改善し、引き続き高水準で安定的に推移した。
- 内訳をみると、「雇用環境」が雇用者数の増加、有効求人倍率の改善などを反映して90年9月以来の水準となる50.8（前年差+1.7ポイント）と大幅に上昇したことが目立つ。一方、その他の3項目は低下した。石油製品価格の高止まりや公的負担増が「暮らし向き」、「収入の増え方」の改善を抑制したと考えられるが、ボーナスを含めた一人当たり賃金の回復傾向を勘案すれば、先行きも悪化傾向を辿る公算は小さいと思われる。
- 05年冬のボーナスは増加が見込まれるなど、景気回復の恩恵が家計にも波及してくることが考えられる。企業の採用意欲も高まっており、来年の春闘でも賃上げ回答が増える可能性が高まっていることを踏まえれば、消費者マインドは先行きも底堅く推移する可能性が高いと思われる。

|        | 消費者態度指数<br>(全国・一般世帯) |      |      | 消費者意識指標 |      |      |        |      |      |      |      |      |             |      |      |
|--------|----------------------|------|------|---------|------|------|--------|------|------|------|------|------|-------------|------|------|
|        |                      |      | 前年差  | 暮らし向き   |      |      | 収入の増え方 |      |      | 雇用環境 |      |      | 耐久消費財の買い時判断 |      |      |
|        | 前月差                  | 前年差  |      | 前月差     | 前年差  | 前月差  | 前年差    | 前月差  | 前年差  | 前月差  | 前年差  | 前月差  | 前年差         |      |      |
| 04年11月 | 48.0                 | 0.3  | —    | 46.4    | ▲0.2 | —    | 46.2   | 0.1  | —    | 49.1 | 0.9  | —    | 50.1        | 0.1  | —    |
| 12月    | 44.0                 | ▲4.0 | 4.8  | 43.0    | ▲3.4 | 3.8  | 41.8   | ▲4.4 | 5.2  | 44.0 | ▲5.1 | 8.1  | 47.3        | ▲2.8 | 2.4  |
| 05年1月  | 47.4                 | 3.4  | —    | 46.2    | 3.2  | —    | 45.7   | 3.9  | —    | 47.9 | 3.9  | —    | 49.7        | 2.4  | —    |
| 2月     | 47.6                 | 0.2  | —    | 46.4    | 0.2  | —    | 45.7   | 0.0  | —    | 48.6 | 0.7  | —    | 49.7        | 0.0  | —    |
| 3月     | 45.2                 | ▲2.4 | 2.5  | 43.6    | ▲2.8 | 1.2  | 42.1   | ▲3.6 | 2.0  | 46.5 | ▲2.1 | 5.2  | 48.4        | ▲1.3 | 1.3  |
| 4月     | 47.4                 | 2.2  | 2.0  | 46.0    | 2.4  | 1.6  | 45.6   | 3.5  | 3.5  | 48.8 | 2.3  | 2.4  | 49.2        | 0.8  | 0.7  |
| 5月     | 48.3                 | 0.9  | 0.0  | 47.0    | 1.0  | ▲0.1 | 46.5   | 0.9  | 0.6  | 49.6 | 0.8  | 0.0  | 50.0        | 0.8  | ▲0.7 |
| 6月     | 46.6                 | ▲1.7 | 1.7  | 45.2    | ▲1.8 | 1.6  | 43.3   | ▲3.2 | 1.4  | 48.3 | ▲1.3 | 2.7  | 49.7        | ▲0.3 | 1.4  |
| 7月     | 48.1                 | 1.5  | ▲0.6 | 46.9    | 1.7  | ▲0.2 | 45.7   | 2.4  | ▲0.3 | 49.7 | 1.4  | ▲0.5 | 50.2        | 0.5  | ▲1.4 |
| 8月     | 48.4                 | 0.3  | ▲0.8 | 46.9    | 0.0  | ▲0.6 | 45.9   | 0.2  | ▲0.7 | 50.4 | 0.7  | ▲0.3 | 50.4        | 0.2  | ▲1.5 |
| 9月     | 45.5                 | ▲2.9 | ▲0.6 | 44.2    | ▲2.7 | ▲0.9 | 43.0   | ▲2.9 | ▲0.3 | 47.4 | ▲3.0 | 0.5  | 47.5        | ▲2.9 | ▲1.7 |
| 10月    | 47.9                 | 2.4  | 0.2  | 46.3    | 2.1  | ▲0.3 | 45.9   | 2.9  | ▲0.2 | 49.9 | 2.5  | 1.7  | 49.4        | 1.9  | ▲0.6 |
| 11月    | 48.2                 | 0.3  | 0.2  | 46.3    | 0.0  | ▲0.1 | 45.7   | ▲0.2 | ▲0.5 | 50.8 | 0.9  | 1.7  | 49.8        | 0.4  | ▲0.3 |

(出所) 内閣府「消費動向調査」

※原数値

**○消費マインドは2ヶ月連続で改善**

11月の消費動向調査が本日発表となったが、消費マインドを表す消費者態度指数（全国、一般世帯）は、48.2と前月差0.3ポイント上昇した。また、東京都の一般世帯に関しても49.4と前月差0.3ポイントと上昇した。前年差では全国の一般世帯が0.2ポイントの上昇、東京都の一般世帯は1.0ポイントの上昇となった。

前年差でみた消費者態度指数（全国、一般世帯）は2ヶ月連続で改善し、消費者態度指数は、引き続き高水準で安定的に推移した。

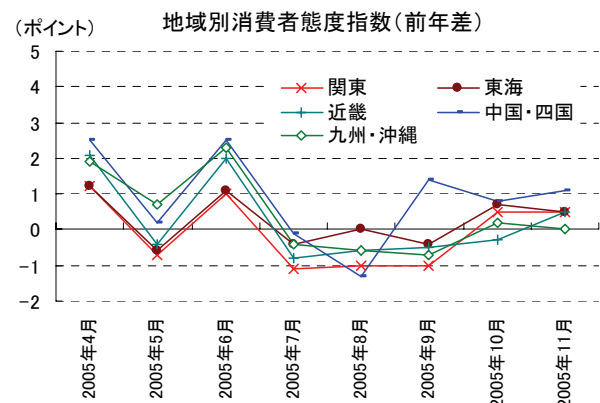
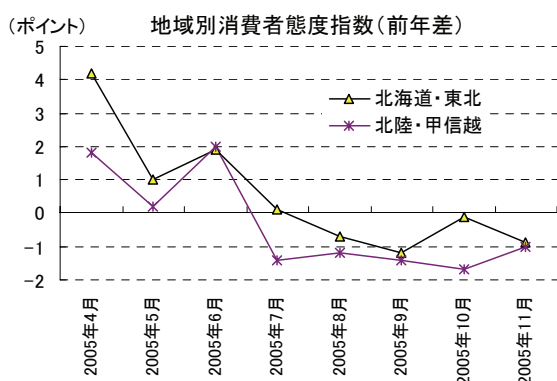
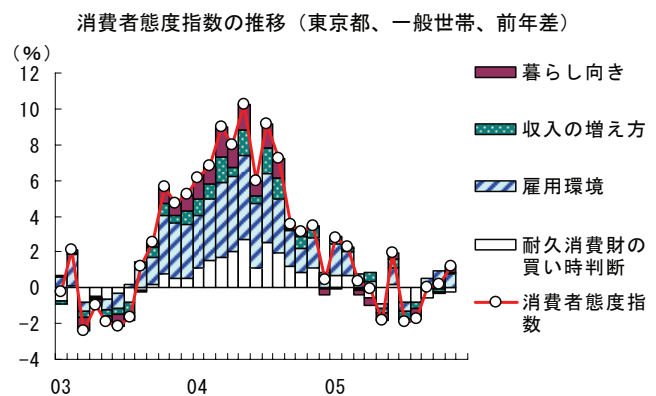
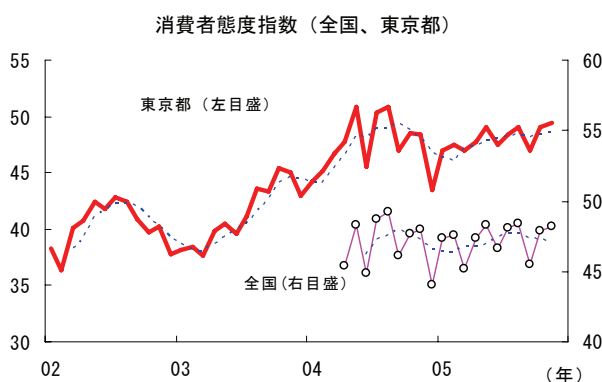
**○雇用環境の改善が全体の消費マインドを押し上げ**

消費者態度指数（全国、一般世帯）の内訳をみると、「雇用環境」の改善が目立つ。景気回復による雇用者数の増加、有効求人倍率の改善などを反映して、90年9月以来の水準となる50.8（前年差+1.7ポイント）と大幅に上昇した。ただし、「雇用環境」が3ヶ月連続で改善している一方、「暮らし向き」、

「収入の増え方」、「耐久消費財の買い時判断」は5ヶ月連続で悪化しており、項目によってばらつきが見られる。

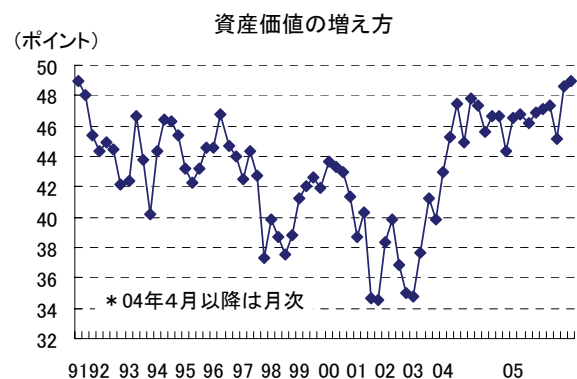
「耐久消費財の買い時判断」に関しては、前年にアテネオリンピックがあったことによる反動減による低下であり、足元ではその影響が剥落してきていることから、悲観的に考える必要はないだろう。

また、「暮らし向き」や「収入の増え方」についても、先行きも低下していく公算は小さいと思われる。一人当たり賃金が増加傾向を辿っており、05年冬のボーナスも増加が見込まれることから12月には改善する可能性も考えられよう。もっとも、「暮らし向き」、「収入の増え方」の改善を抑制している要因には、石油製品価格の上昇が家計の購入意欲を低下させたこと、公的負担の増加による可処分所得の減少懸念などが挙げられる。石油製品価格の上昇は、特に冬場の灯油消費量が多い「北海道・東北」、「北陸・甲信越」地方で、マインドを抑制したようだ。石油製品価格は高止まりすると見られることから、大きく改善していくことも、しばらく見込み難いだろう。



## ○見通しが明るくなってきた「資産価値の増え方」

消費者態度指数には含まれてはいないが、同じく消費マインドの参考指標として「資産価値の増え方」も消費動向調査では公表している。「資産価値の増え方」をみると、前年差+2.4ポイントと、2ヶ月連続で大幅な改善となった。この「資産価値の増え方」は所有している株式・土地などの資産価値が今後半年間に増えるかどうかを調査したものであるが、足元で堅調に推移している株価や都市部で下げ止まってきている地価の動向を反映して改善してき



ている。資産価値の見通しが明るくなってきており、これは消費マインドに対して改善方向に働くと考えられよう。

### ○景気回復の恩恵は家計にも波及してきており、消費者マインドは先行きも底堅く推移

石油製品価格の高止まりや定率減税が06年から縮小されることなどの公的負担の増加が消費マインドの改善を抑制している点には注意が必要であるが、株価が堅調に推移しており、雇用・所得の改善も持続していることから消費者の購買意欲は安定的に推移している。先行きについても、05年冬のボーナスは増加が見込まれるなど、景気回復の恩恵が家計にも波及してくると考えられよう。企業の採用意欲も高まっており、来年の春闘でも賃上げ回答が増える可能性が高まっていることを踏まえれば、消費者マインドは底堅く推移する可能性が高いと思われる。