

テーマ：消費動向調査（2006年3月）

発表日：2006年4月17日（月）

～個人消費を取り巻く環境は良好～

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 新家 義貴
 TEL：03-5221-4528

	消費者態度指数 (全国・一般世帯)			消費者意識指標											
			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			
05年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
12月	46.5	▲1.7	2.5	44.2	▲2.1	1.2	42.8	▲2.9	1.0	49.3	▲1.5	5.3	49.8	0.0	2.5
06年1月	49.5	3.0	2.1	46.9	2.7	0.7	46.0	3.2	0.3	53.5	4.2	5.6	51.4	1.6	1.7
2月	49.8	0.3	2.2	46.7	▲0.2	0.3	46.2	0.2	0.5	54.9	1.4	6.3	51.4	0.0	1.7
3月	47.9	▲1.9	2.7	45.1	▲1.6	1.5	43.5	▲2.7	1.4	52.9	▲2.0	6.4	50.0	▲1.4	1.6

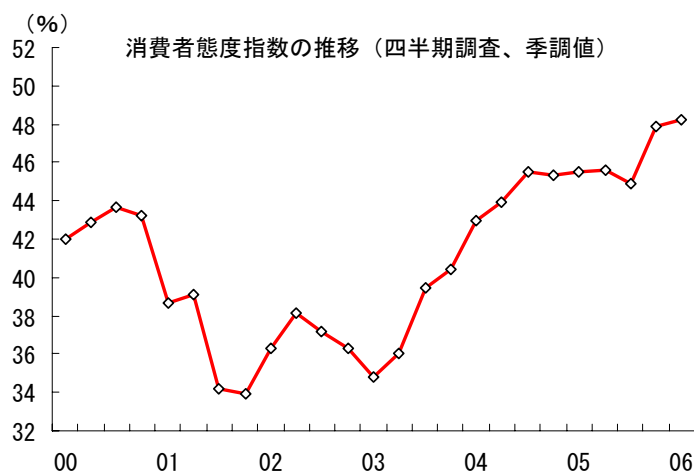
(出所) 内閣府「消費動向調査」

※原数値、月次

	消費者態度指数(全国、一般世帯)				
	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	
04年3月	43.0	42.8	40.2	42.0	47.3
6月	43.9	42.8	41.2	43.3	47.7
9月	45.5	44.3	42.8	46.0	48.8
12月	45.3	44.2	43.0	46.6	48.0
05年3月	45.5	44.0	42.3	47.2	48.7
6月	45.6	44.4	42.6	46.1	49.1
9月	44.9	43.3	42.4	46.3	47.1
12月	47.9	45.5	43.9	52.1	50.6
06年3月	48.2	45.5	43.7	53.7	50.3

(出所) 内閣府「消費動向調査」

※季節調整値、四半期



(出所) 内閣府「消費動向調査」

(年)

○消費マインドの改善傾向が持続

3月の消費動向調査によると、消費マインドを表す消費者態度指数（全国、一般世帯）は47.9（前月差▲1.9ポイント）となった。もっとも、原数値ベースの消費者態度指数では3の倍数の月は指数が低下しやすいという季節性を持つため、この値をそのまま受け取ることは適当ではない。そこで前年差をみると+2.7と、前月の+2.2からプラス幅が拡大していることが確認できる。また、季節調整値（四半期）をみても48.2と、2005年12月調査において大幅に改善した後にもかかわらず2期連続での改善となっている。全体として、消費マインドの改善傾向が続いていることを確認させる内容だったといえる。

消費者態度指数の内訳をみると、特に改善が際立っているのが「雇用環境」だ。失業率や有効求人倍率の改善、新卒採用の増加など、このところ企業の採用意欲の強さを示すニュースには事欠かないが、こうした状況が家計の雇用環境に対する不安感を減じさせているということだろう。先行きについても、株価

の大幅な下落といった事態でも想定しない限り、消費者マインドの緩やかな改善傾向が続く可能性が高そうだ。

このように、雇用者報酬の緩やかな増加傾向が続いていることに加え、消費者マインドが改善傾向にあることが消費を下支えしている。個人消費を取り巻く環境は引き続き良好だ。

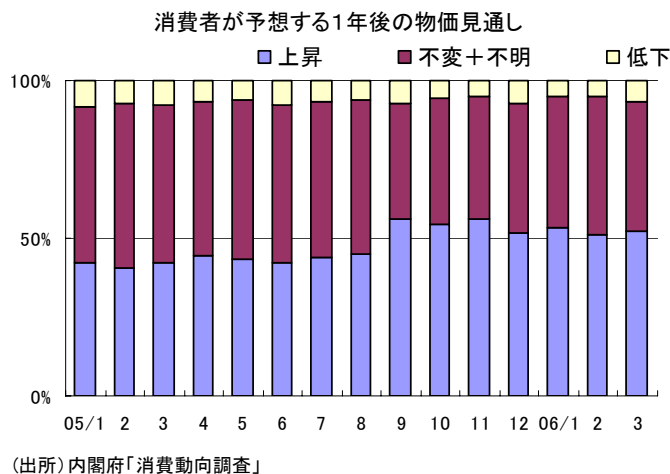
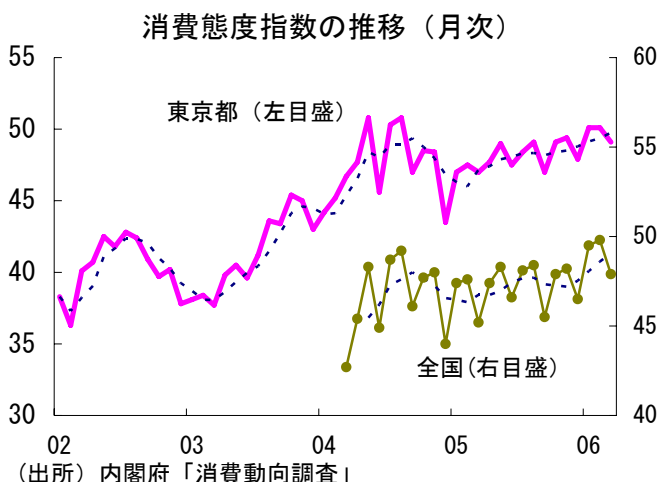
○ 1-3月期の個人消費は鈍化も、均してみれば堅調な推移が続く

足元の個人消費の動向を確認してみよう。1、2月の個人消費は全般的に不冴えな結果に終わった。特に需要側の統計である家計調査は、サンプル要因と考えられる落ち込みもあってかなり低調だ。供給側統計は家計調査に比べれば健闘はしているが、05年10-12月期からは伸びが鈍化していることには変わりない。GDPベースでみると、昨年10-12月期の実質個人消費は前期比+0.9%と非常に高い伸びとなっていたが、この反動が若干出ている模様である。このため、1-3月期の個人消費は前期と比べて伸びが大きく鈍化することは避けられないだろう。

もっとも3月に関しては既に持ち直しの兆しがみられている。春物商戦が好調だったことを受けて東京都百貨店売上高が前年比+1.4%と再びプラスに転じるなど良好な結果だったことや、景気ウォッチャー（家計部門）が大幅に改善したことなどから判断すれば、3月の個人消費はある程度底堅く推移した模様だ。年初にみられた消費の鈍化はあくまで前期の高い伸びからの反動といった面が強そうだ。均してみれば堅調な推移が続いているという判断が妥当と思われる。前述の通り個人消費を取り巻く諸環境が良好であることも、こうした見方をサポートする。

○ 家計の物価見通しはプラス方向へ

消費動向調査では、家計の物価見通しについても調査が行われている。これによると、消費者が予想する1年後の物価見通し（一般世帯、原数値）のうち、物価が「上昇する」とみる世帯の割合は52.1%と5割を超えており、「低下する」の6.5%を大きく上回る状態が続いている。原油価格上昇がかなり影響していることや、「変わらない」と予想する世帯の割合も32.7%とかなり高いことなどもあるため、家計がこの先、物価の持続的な上昇を見通しているとまで言うのは言い過ぎだろう。だが少なくとも、足元で家計のデフレ期待が解消されてきていることは確かなようだ。



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。