Economic Indicators

定例経済指標レポート

テーマ：**消費動向調査（2006年７月）**
～ やや足踏みとなっている消費者マインド～

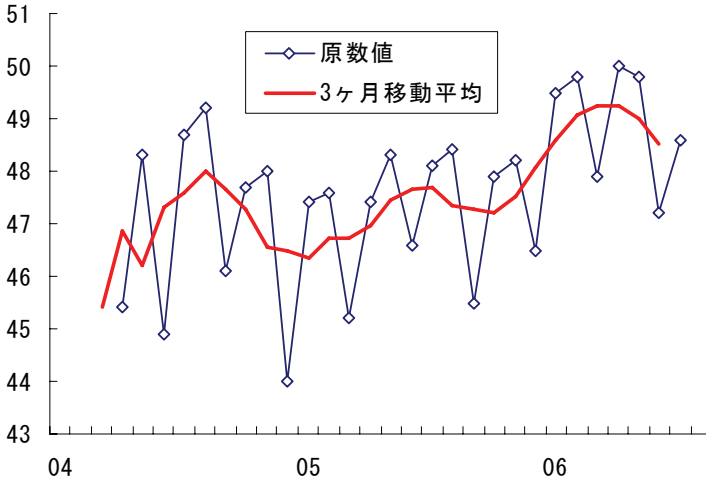
発表日：2006年８月10日（木）

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

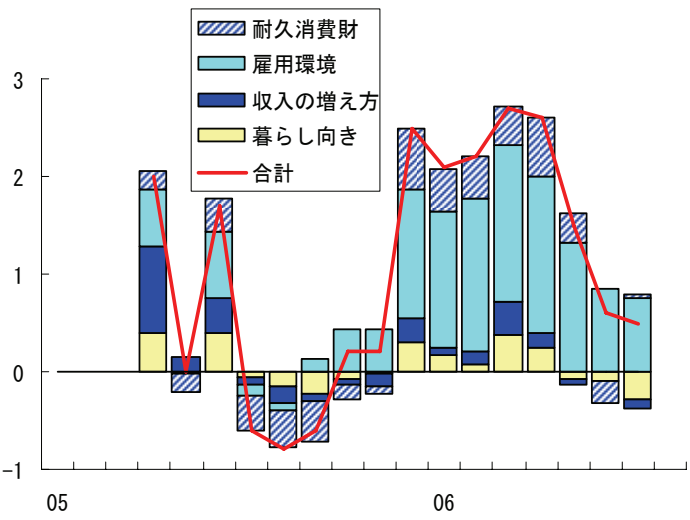
	消費者態度指数（全国・一般世帯）			消費者意識指標												
				暮らし向き			収入の増え方			雇用環境			耐久消費財の買い時判断		
		前月差	前年差		前月差	前年差		前月差	前年差		前月差	前年差		前月差	前年差
05年7月	48.1	1.5	▲ 0.6	46.9	1.7	▲ 0.2	45.7	2.4	▲ 0.3	49.7	1.4	▲ 0.5	50.2	0.5	▲ 1.4
8月	48.4	0.3	▲ 0.8	46.9	0.0	▲ 0.6	45.9	0.2	▲ 0.7	50.4	0.7	▲ 0.3	50.4	0.2	▲ 1.5
9月	45.5	▲ 2.9	▲ 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
4月	50.0	2.1	2.6	47.0	1.9	1.0	46.2	2.7	0.6	55.2	2.3	6.4	51.6	1.6	2.4
5月	49.8	▲ 0.2	1.5	46.7	▲ 0.3	▲ 0.3	46.3	0.1	▲ 0.2	54.9	▲ 0.3	5.3	51.2	▲ 0.4	1.2
6月	47.2	▲ 2.6	0.6	44.8	▲ 1.9	▲ 0.4	43.3	▲ 3.0	0.0	51.7	▲ 3.2	3.4	48.8	▲ 2.4	▲ 0.9
7月	48.6	1.4	0.5	45.8	1.0	▲ 1.1	45.3	2.0	▲ 0.4	52.7	1.0	3.0	50.4	1.6	0.2

（出所）内閣府「消費動向調査」　　※原数値、月次

消費者態度指数の推移（全国、原数値）



消費者態度指数（前年差、全国）



○ 足元で消費者マインドはやや足踏み

７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48.6と前月から＋1.4ポイント改善した。しかし、基調を示す３ヶ月移動平均でみるとやや低下しており、あまり芳しい結果とはいえない。内訳を３ヵ月移動平均でみても、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の四項目すべてで小幅悪化している。

なお、消費者マインドに関する調査は、消費動向調査のほかにも多く存在する。そのため、消費マインドを判断するには、各種マインド調査を総合的に見ていくことが必要になるだろう。まず、日本リサーチ総合研究所の消費者心理調査や内閣府の景気ウォッチャー調査（家計動向関連）では、このところマインドはやや悪化傾向にある。また、電通が公表している電通消費実感調査は、消費マインド指数は４月まで

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。

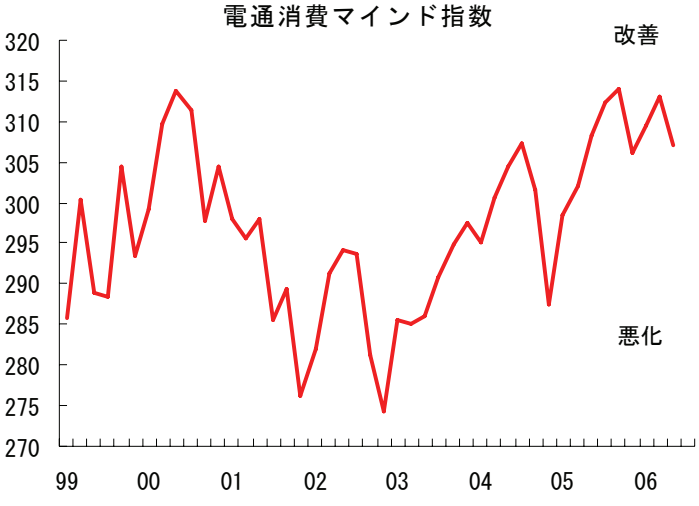
２回連続で改善していたが、６月は比較的大きな悪化となった。また、日経産業消費研究所が作成している日経消費予測指数やゆとりＤＩもこれまで改善が続いていたが、直近の調査では改善が足踏みしているまた、日本銀行が３ヵ月に一度作成している「生活意識に関するアンケート調査」も、６月調査はややマインドの足踏みを示す結果となっていた。

このように、足元ではどの調査においても、このところ消費者マインドの改善傾向が足踏みとなっていることが示されている。だが同時に、マインドの水準が過去と比較してかなりの高水準にあることも、各種調査に共通した特徴として指摘できる。また、足元で低下しているとはいっても、景気ウォッチャー調査を除けば低下の度合いはかなり限定的であり、マインドが悪化傾向にあるとは言い難い。こうした状況からみて、消費者マインドが消費の抑制要因となる可能性は現時点では小さいと判断したい。

なお、ここ２ヵ月ほどのマインドの足踏みには株安が影響している可能性も指摘できる。消費者マインドと株価は高い連動を示す傾向があるため、５月以降の株価下落によって連日、株価の下落報道がなされた結果、景気の先行きに対する不安感が生じ、家計のマインドが慎重化した可能性があるだろう。元々、消費者マインドも、行き過ぎた株価上昇によってやや上振れていた可能性もあるため、多少の調整であれば問題は大きくないと思われる。また、景気ウォッチャー調査についてはやや低下幅が大きいが、これは天候不順によって売れ行きが鈍ったことも影響していると考えられる。

このように、消費者マインドの足元の若干の下振れについては、それほど心配する必要はないと考えている。株価も一時期と比べてかなり落ち着いた動きになっていることもあり、マインドも次第に落ち着いてくると予想される。

明日公表される４－６月期のＱＥでは、個人消費はかなり小幅な伸びにとどまると予想されているが、これは主に天候不順の一時的な下押しによるものであり、消費の基調を表すものではないだろう。消費回復の基盤となる雇用・所得環境は引き続き順調に改善していることから考えて、天候不順の影響が剥落する８月以降には、個人消費は再び回復トレンドに戻ると予想している。



出所：電通「電通消費実感調査」

出所：日本リサーチ総合研究所「消費者心理調査」

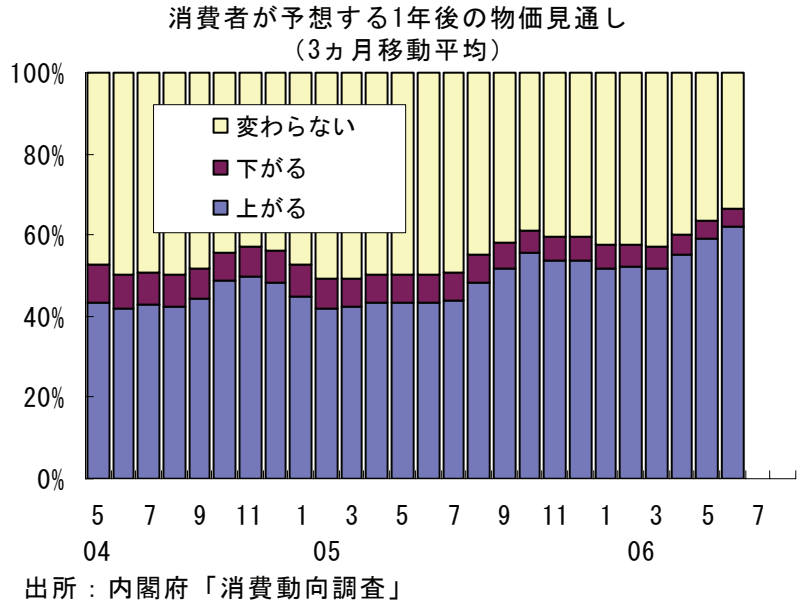
○ 物価上昇を見込む世帯がこのところ増加

リスク要因としては、消費者の物価に対する見方を挙げておきたい。今月の消費動向調査では、物価が上昇するとみる世帯が61.1%を占めており、特にここ３ヵ月間でその割合を増加させている。生活意識に関するアンケート調査や消費者心理調査でも同様の傾向が窺える。通常、デフレ期待が払拭され、物価上

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。

昇期待が醸成されれば、個人消費はプラスの影響を受けると予想される。ただ、現在のように、家計がまだ将来の所得回復にそこまで自信が持てていないなかで原油価格の高騰が続けば、家計は物価の上昇をむしろ購買力の低下要因として認識する可能性がある。また、天候不順によって生鮮食品価格が上昇することで購買力が奪われるリスクもある。

前述の通り、消費者マインドは次第に落ち着き、高水準での推移を続けると筆者は予想している。しかし、仮に上記のような理由で消費者マインドが今後も低下を続けていくような場合には、消費下押し要因となるリスクが生じてくるだろう。いずれにしても、今後の消費者マインドの動向には要注目だ。



出所：内閣府「消費動向調査」

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。