

テーマ：消費動向調査（2006年9月）

発表日：2006年10月12日（木）

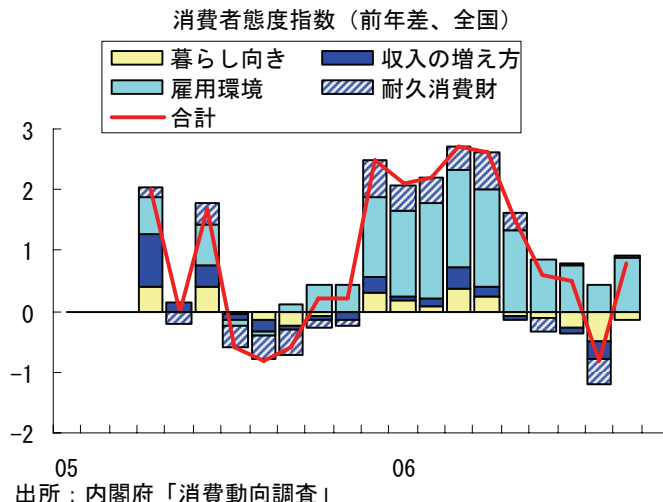
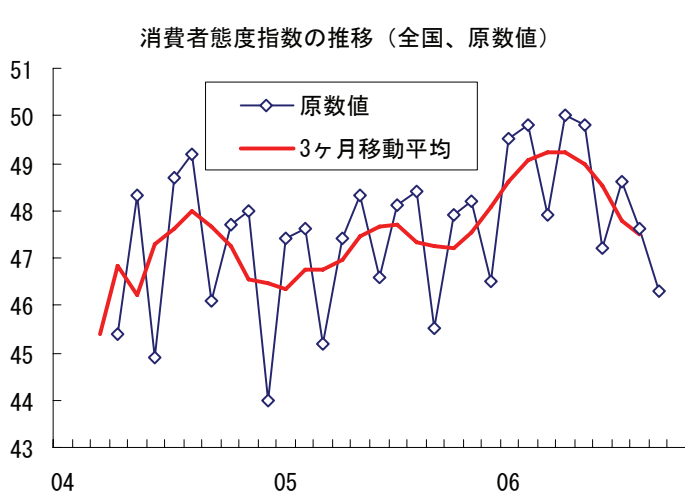
～マインド低下。消費回復の懸念材料～

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 |
| 8月 | 47.6 | ▲1.0 | ▲0.8 | 44.9 | ▲0.9 | ▲2.0 | 44.8 | ▲0.5 | ▲1.1 | 52.1 | ▲0.6 | 1.7 | 48.7 | ▲1.7 | ▲1.7 |
| 9月 | 46.3 | ▲1.3 | 0.8 | 43.7 | ▲1.2 | ▲0.5 | 42.9 | ▲1.9 | ▲0.1 | 50.9 | ▲1.2 | 3.5 | 47.7 | ▲1.0 | 0.2 |

(出所) 内閣府「消費動向調査」

※原数値、月次



出所：内閣府「消費動向調査」

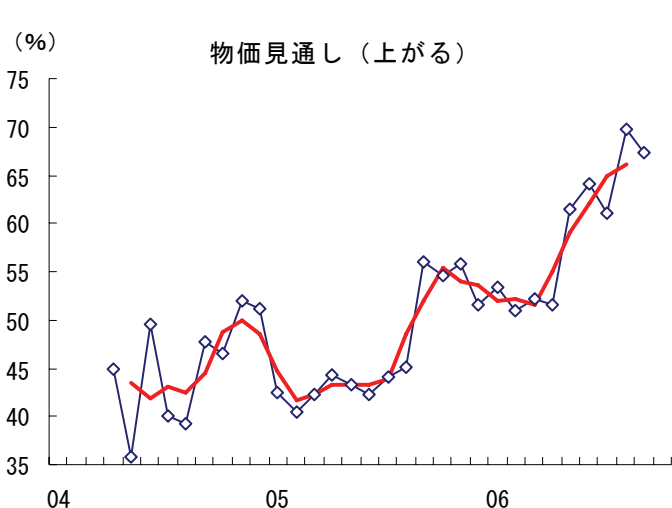
出所：内閣府「消費動向調査」

○ 消費者マインドはこのところやや悪化

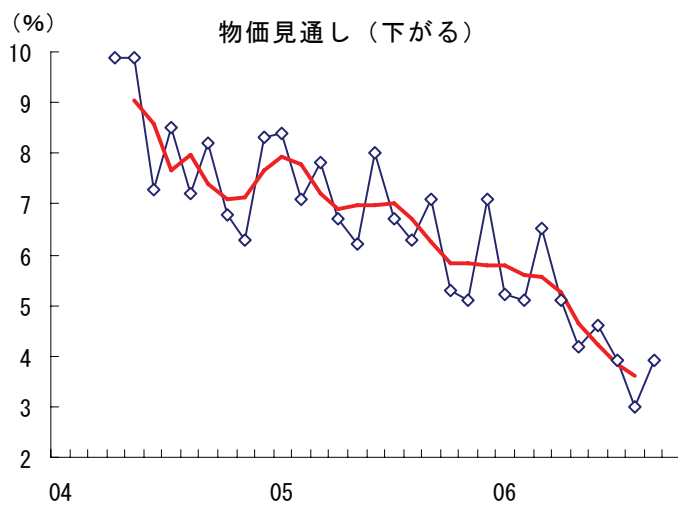
9月の消費動向調査によると、消費マインドを表す消費者態度指数（全国、一般世帯）は46.3と前月から▲1.3ポイント悪化した。内訳をみても、暮らし向き、収入の増え方、雇用環境、耐久消費財の買い時判断の四項目すべてが悪化している。基調を示す3ヶ月移動平均でも低下していることに加え、四半期の季節調整値でも前期差▲0.6ポイントの45.6と2四半期連続で悪化している。全体的に低調な結果であり、消費者マインドはこのところやや悪化していることが示された。

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67.3%と非常に高くなっている。特に5月以降の増加ペースが著しい。通常、デフレ期待が払拭され、物価上昇期待が

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のだが、現在のように家計への景気回復の波及がまだそれほど進んでおらず、将来の所得回復にもそこまで自信が持てていないなかで、生活に身近な存在である石油関連価格や生鮮食品価格が大幅に上昇した場合には、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ことが多いだろう。こうした物価上昇懸念が最近の消費者マインドを押し下げている可能性が高い。この他、輸出の伸び悩みや先行きの在庫調整のリスク等、景気の先行きに対する懸念が報道等でなされるようになってきたことなどが影響した可能性もあるだろう。



出所：内閣府「消費動向調査」



出所：内閣府「消費動向調査」

○ 消費は先行き回復の見込みだが、マインドの動向がリスク要因

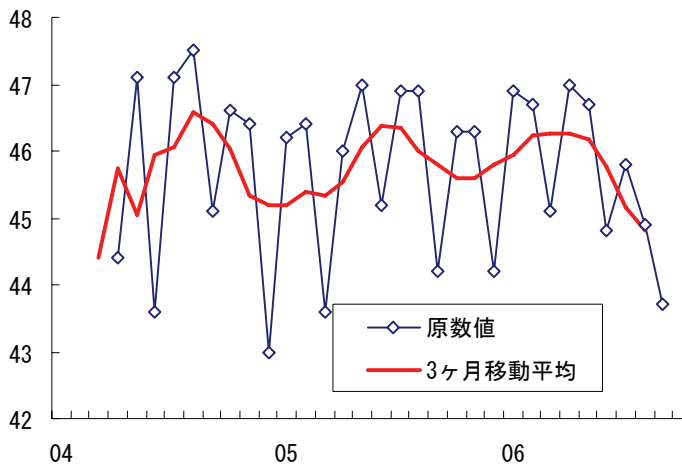
足元の個人消費の動向を確認してみよう。個人消費は、春先から7月頃にかけてあまり振るわなかった。その最大の要因は天候不順だ。例年と比較して降雨量が多く、週末に雨が重なったことが影響して客足が伸び悩んだ結果、季節衣料を中心に売上が低迷していた。しかし、8月に関しては、こうした天候不順要因の剥落から、前月と比べて改善を示す消費関連統計が多かった。また9月に関しても、内閣府の景気ウォッチャー調査や日経産業消費研究所の日経消費予測指数が共に改善していることなどから考えて、ある程度の持ち直しが期待できそうだ。7月の悪化幅が大きかったことや、家計調査においてサンプル要因とみられる下振れがあったことなどから、7-9月期全体でみれば低調な結果が予想されるが、月単位で見れば、個人消費は7月をボトムとして方向としては緩やかに持ち直しに向かっていけると言えるだろう。先行きに関しても、良好な雇用所得環境を背景として個人消費は底堅く推移していくと予想している。

なお、こうした見通しが実現するためには、消費者マインドが今後悪化を続けず、高水準で推移することが必要となる。この意味において消費者マインドの動向は重要だ。そこで、マインドの先行きについて考えると、原油価格や生鮮食品価格は一時期と比較して下落していることに加え、株価についても持ち直しており、これらの要因が消費者のマインドを押し下げる力は徐々に減衰してくる可能性が高いと思われる。また、マインドに大きな影響を与える雇用・所得環境に関しても、基本的には好調さが続く見込みである。こうした点を踏まえ、消費者マインドが先行きも悪化していく可能性は小さいと考えている。

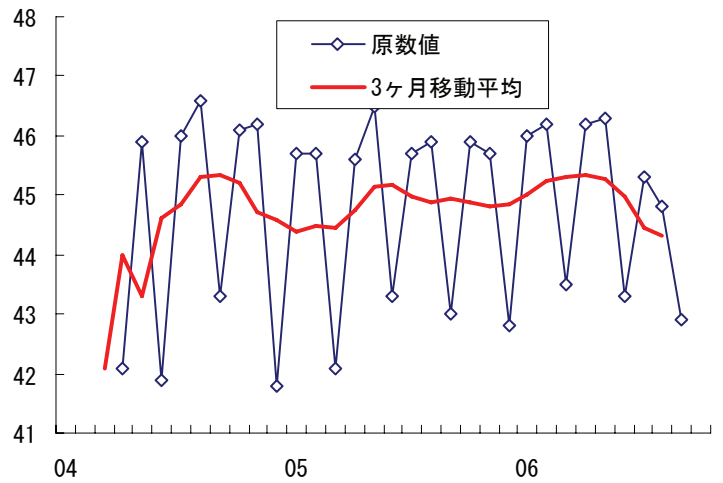
だが、仮にこうした予想が外れ、消費者マインドが悪化を続けるような場合には、消費が底堅さを保てなくなるリスクがある。第一生命経済研究所では、内需が引き続き底堅く推移すること、米国経済の減速やIT部門の在庫調整が深刻化するリスクは小さいことなど等を踏まえ、2006から2007年度にかけて景気

の回復基調が大きく崩れることはないと考えているのだが、リスク要因の一つとして、マインド面から個人消費が抑制され、景気の下支え役を果たせなくなる可能性に注意しておきたい。

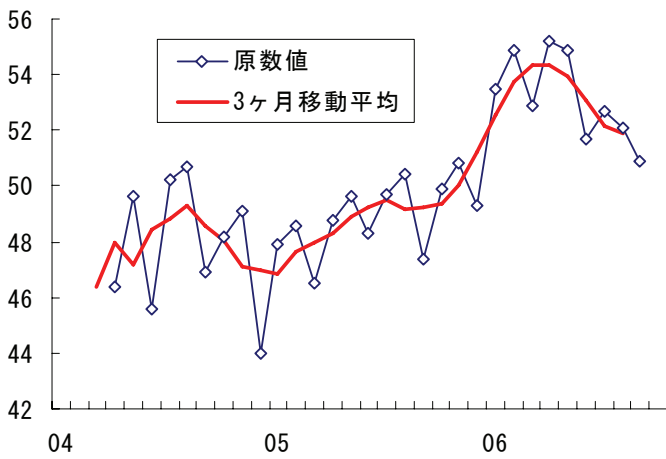
消費者態度指数の推移（暮らし向き、全国）



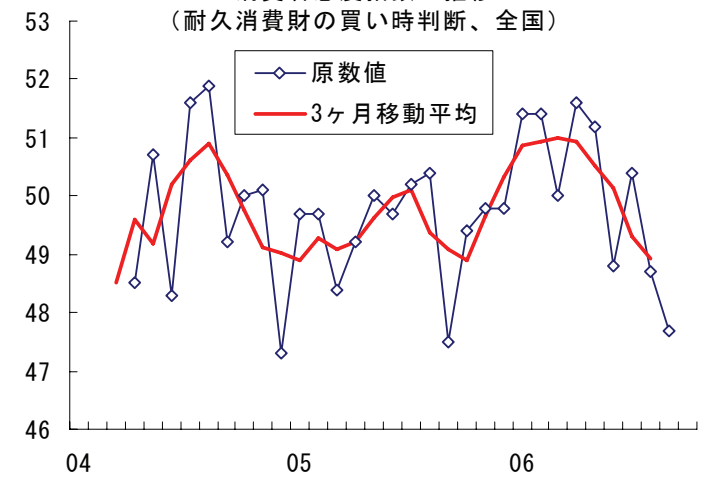
消費者態度指数の推移（収入の増え方、全国）



消費者態度指数の推移（雇用環境、全国）



消費者態度指数の推移（耐久消費財の買い時判断、全国）



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。