

## テーマ：消費動向調査（2006年12月）

発表日：2007年1月17日（水）

～マインド改善はやや足踏み～

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

※原数値、月次

	消費者態度指数 (全国・一般世帯)			消費者意識指標											
	前月差	前年差	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	前年差	前月差	前年差	前年差	前月差	前年差	前年差	前月差	前年差	
05年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
10月	48.2	1.9	0.3	45.6	1.9	▲0.7	44.9	2.0	▲1.0	52.4	1.5	2.5	49.8	2.1	0.4
11月	48.7	0.5	0.5	46.0	0.4	▲0.3	45.2	0.3	▲0.5	53.0	0.6	2.2	50.5	0.7	0.7
12月	45.9	▲2.8	▲0.6	43.5	▲2.5	▲0.7	42.1	▲3.1	▲0.7	49.0	▲4.0	▲0.3	48.9	▲1.6	▲0.9

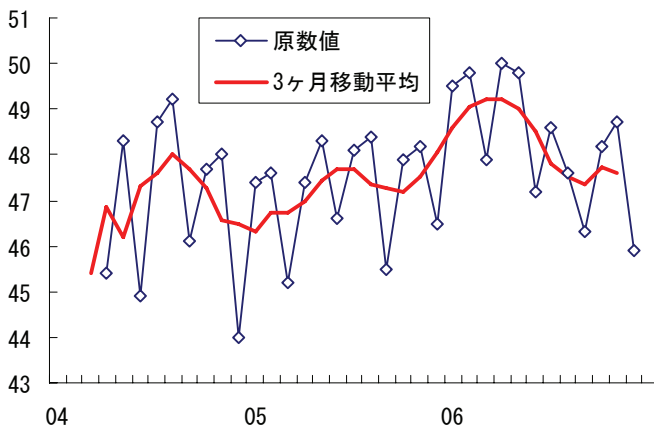
(出所) 内閣府「消費動向調査」

四半期・季節調整値

	消費者態度指数 (全国・一般世帯)			消費者意識指標							
	前期差	前期差	前期差	暮らし向き		収入の増え方		雇用環境		耐久財の買い時判断	
				前期差	前期差	前期差	前期差	前期差	前期差		
05年3月	45.5	0.2	44.0	▲0.2	42.3	▲0.7	47.2	0.6	48.7	0.7	
6月	45.6	0.1	44.4	0.4	42.6	0.3	46.1	▲1.1	49.1	0.4	
9月	44.9	▲0.7	43.3	▲1.1	42.4	▲0.2	46.3	0.2	47.1	▲2.0	
12月	47.9	3.0	45.5	2.2	43.9	1.5	52.1	5.8	50.6	3.5	
06年3月	48.2	0.3	45.5	0.0	43.7	▲0.2	53.7	1.6	50.3	▲0.3	
6月	46.2	▲2.0	44.1	▲1.4	42.6	▲1.1	49.5	▲4.2	48.2	▲2.1	
9月	45.6	▲0.6	42.8	▲1.3	42.3	▲0.3	49.7	0.2	47.3	▲0.9	
12月	47.3	1.7	44.7	1.9	43.2	0.9	51.7	2.0	49.7	2.4	

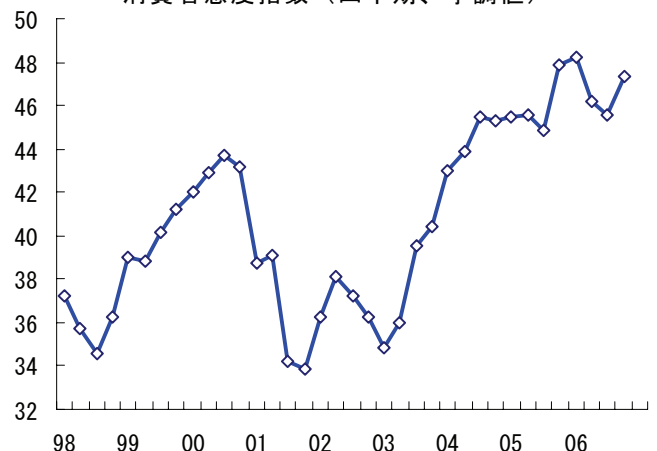
(出所) 内閣府「消費動向調査」

消費者態度指数の推移（全国、原数値）



出所：内閣府「消費動向調査」

消費者態度指数（四半期、季調値）



出所：内閣府「消費動向調査」

## ○ 消費者マインドは2ヶ月連続で改善

12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45.9と前月から▲2.9ポイント低下した（月次・原数値）。原数値ベースの消費者態度指数は調査方法の違いもあって3の倍数月に低下しやすいという季節性を持つが、そのことを考慮してもやや弱めの結果である。基調を示す3ヶ月移動平均でも前月とほぼ同水準にとどまっている。四半期（季節調整値）ベースで見ると、前回（9月）調査から+1.7ポイント改善していることからみて、消費者マインドが昨年夏場の落ち込みから持ち直していることは確かなのだが、その改善の足取りはかなり鈍い。こうしたマインド改善の足踏みは、先日公表された景気ウォッチャー調査（家計部門）からも確認できる。

昨年夏場のように、消費者マインドの低迷が個人消費を押し下げる状況ではないが、かといって、マインドの改善が消費を押し上げるという状況でもなさそうだ。結果として、個人消費は、所得の改善に見合った程度の緩やかな改善が続く可能性が高いと思われる。

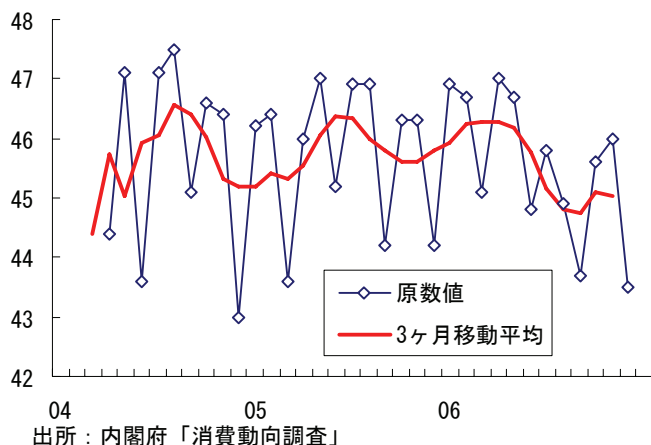
## ○ 10-12月期のGDP個人消費は反動増が見込まれるが・・・

2月15日頃公表される2006年10-12月期のGDPは、高成長が予想されている。2006年7-9月期には前期比▲0.9%とGDPを大きく押し下げた個人消費が反発し、10-12月期には逆に成長を押し上げる要因となることが主因だ。また、設備投資も引き続き堅調に推移すると予想されることに加え、前期の大幅プラス寄与からの反動が懸念されていた外需に関しても今のところまざるまざる動きとなっている。さらに、公共投資の減少幅も縮小が予想されるなど、好材料はそろっている。10-12月期の年率3%成長は十分射程内だ。

もっとも、個人消費の大幅増加については、どの程度が実勢を表しているのか疑問も残る。このところの家計調査はサンプル要因と思われる振れが特に大きいためだ。家計調査はGDPベース個人消費の基礎統計の一つであるため、家計調査の振れはGDPに大きな影響を与える。実際、7-9月期の家計調査は他の消費関連統計に比べて極端に低迷していたが、逆に10、11月は他の統計でみるよりもかなり上振れている。

こうしたことから、GDP統計上では、個人消費は7-9月期に大幅減、10-12月期に大幅増と極端な動きになる可能性が高いが、実際の個人消費は、秋口以降緩やかに持ち直しているといった程度の評価が妥当と思われる。

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）

