

## テーマ：消費動向調査（2007年2月）

発表日：2007年3月12日（月）

～消費者マインドは横ばい～

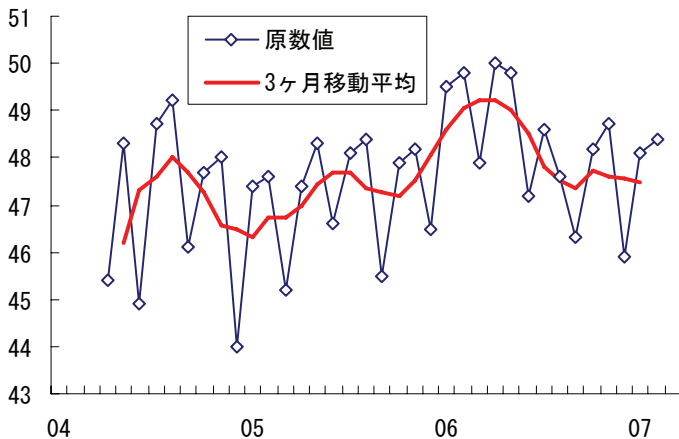
第一生命経済研究所 経済調査部  
 担当 副主任エコノミスト 新家 義貴  
 TEL：03-5221-4528

※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											
				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	
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
07年1月	48.1	2.2	▲1.4	45.8	2.3	▲1.1	44.7	2.6	▲1.3	51.8	2.8	▲1.7	50.2	1.3	▲1.2
2月	48.4	0.3	▲1.4	45.7	▲0.1	▲1.0	44.9	0.2	▲1.3	52.7	0.9	▲2.2	50.1	▲0.1	▲1.3

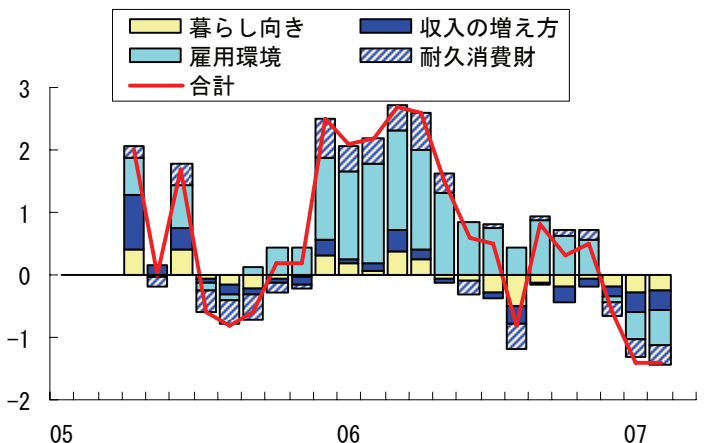
(出所) 内閣府「消費動向調査」

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（前年差、全国）



出所：内閣府「消費動向調査」

### ○ 消費者マインドは横ばい圏内で推移

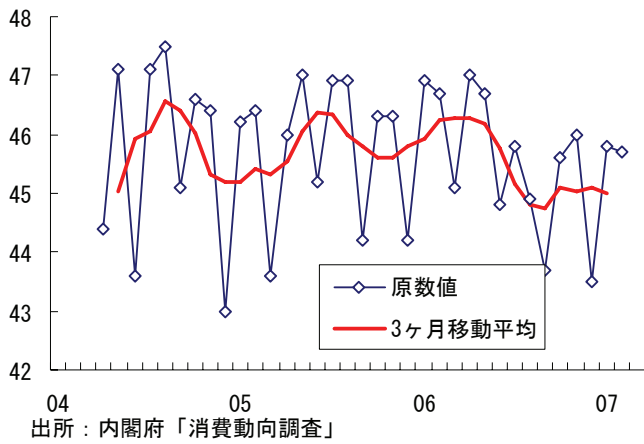
2月の消費動向調査によると、消費マインドを表す消費者態度指数（全国、一般世帯）は48.4と前月から+0.3ポイント改善した（月次・原数値）。調査方法の違いなどを均し、基調をみるために3ヶ月移動平均ベースでみると、ほぼ前月と同水準である。消費者マインドは、昨年春から夏にかけて株安や原油高の影響によって弱含んだ後、秋口以降から足元にかけてほぼ横ばい圏内で推移している。なお、2月の消費動向調査の調査時点は2月15日なので、月末以降の株安の影響は反映されていないことには注意しておく必要がある。

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い。結果として、個人消費は、基調としてみれば所得の

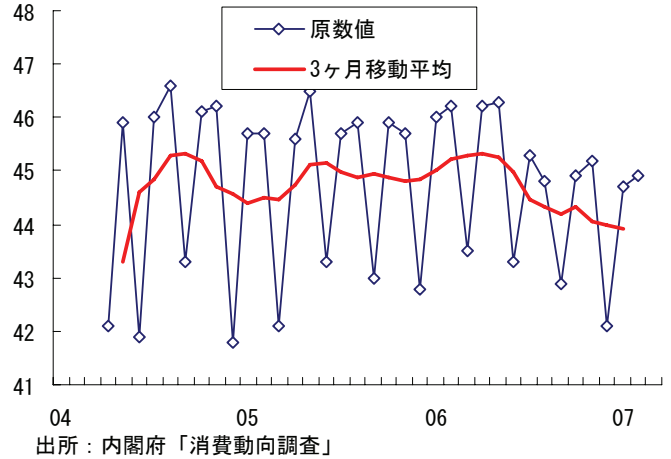
改善に見合った程度の緩やかな改善となる可能性が高いと思われる。

物価の見通しに関する調査については「上昇する」が50.4%と前月（51.3%）から減少、「低下する」は4.8%と前月（4.6%）から増加した。この結果、「上昇する」から「低下する」を引いた値は45.6%（前月46.7%）となった。先行き物価の上昇を見込む家計は多いが、その割合は昨年8月の66.8%をピークに足元で減少を続けている。これは、石油製品価格の下落やその他製品の上昇圧力の弱さを背景とした物価の低迷を反映したものとみられる。

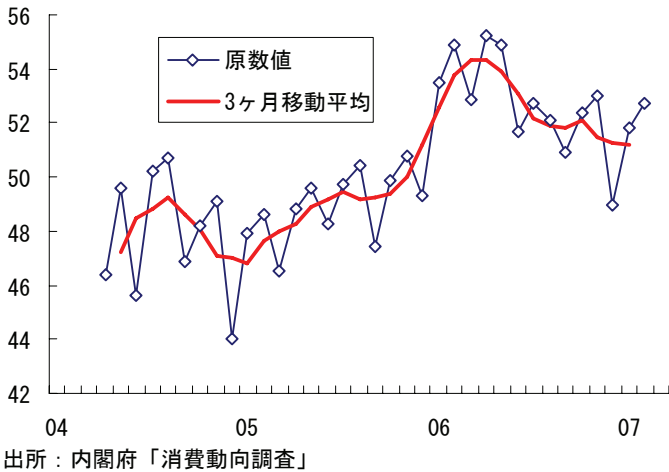
消費者態度指数の推移（暮らし向き、全国）



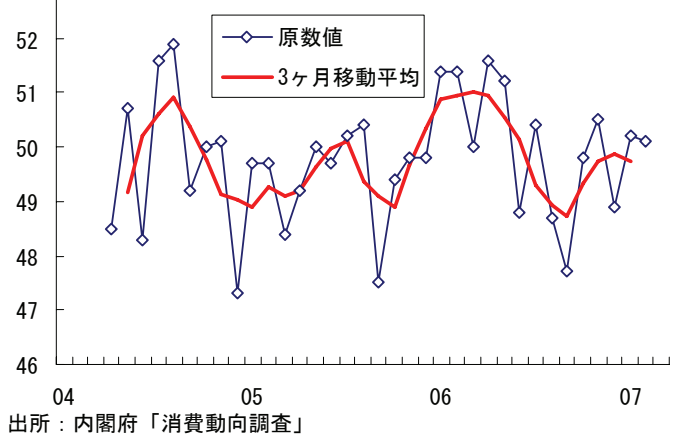
消費者態度指数の推移（収入の増え方、全国）



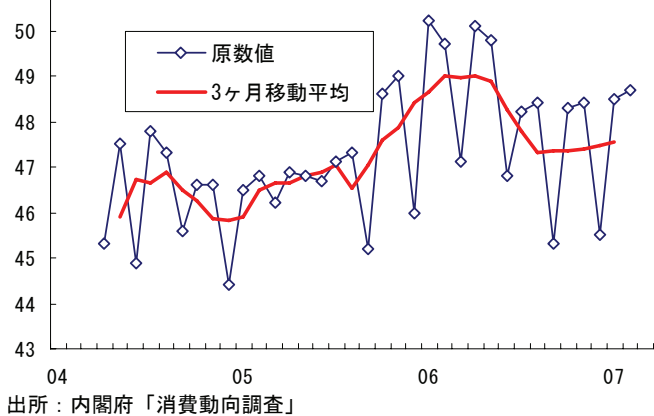
消費者態度指数の推移（雇用環境、全国）



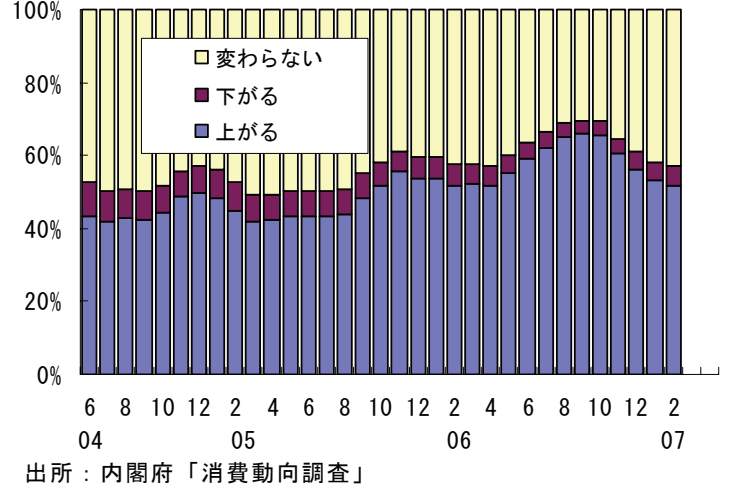
消費者態度指数の推移  
（耐久消費財の買い時判断、全国）



消費者態度指数の推移  
（資産価値の増え方、全国）



消費者が予想する1年後の物価見通し  
（3ヵ月移動平均）



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。