

Economic Indicators

定例経済指標レポート

指標名:消費動向調査(2008年2月)

発表日2008年3月12日(水)

～5ヶ月連続で低下、消費マインドの悪化に歯止めがかからない状況～

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 長谷山 則昭

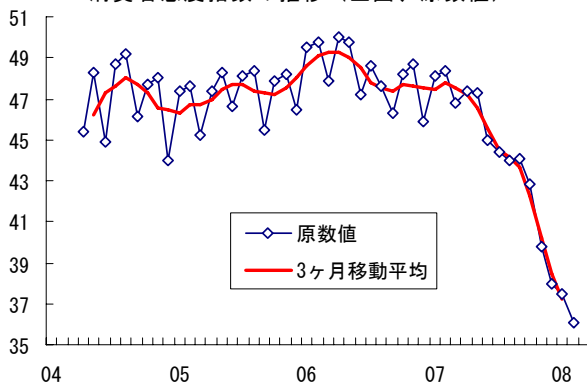
TEL : 03-5221-4525

※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	前月差	前年差	前月差	前年差		
07年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	
3月	46.8	▲1.6	▲1.1	43.9	▲1.8	▲1.2	42.9	▲2.0	▲0.6	51.4	▲1.3	▲1.5	48.9	▲1.2	▲1.1	
4月	47.4	0.6	▲2.6	44.9	1.0	▲2.1	43.6	0.7	▲2.6	51.7	0.3	▲3.5	49.4	0.5	▲2.2	
5月	47.3	▲0.1	▲2.5	45.0	0.1	▲1.7	43.9	0.3	▲2.4	51.2	▲0.5	▲3.7	49.0	▲0.4	▲2.2	
6月	45.0	▲2.3	▲2.2	42.4	▲2.6	▲2.4	42.2	▲1.7	▲1.1	49.0	▲2.2	▲2.7	46.4	▲2.6	▲2.4	
7月	44.4	▲0.6	▲4.2	42.3	▲0.1	▲3.5	41.9	▲0.3	▲3.4	47.5	▲1.5	▲5.2	46.0	▲0.4	▲4.4	
8月	44.0	▲0.4	▲3.6	41.9	▲0.4	▲3.0	42.4	0.5	▲2.4	47.0	▲0.5	▲5.1	44.7	▲1.3	▲4.0	
9月	44.1	0.1	▲2.2	42.2	0.3	▲1.5	42.4	0.0	▲0.5	46.4	▲0.6	▲4.5	45.5	0.8	▲2.2	
10月	42.8	▲1.3	▲5.4	41.0	▲1.2	▲4.6	42.2	▲0.2	▲2.7	45.3	▲1.1	▲7.1	42.8	▲2.7	▲7.0	
11月	39.8	▲3.0	▲8.9	37.0	▲4.0	▲9.0	40.7	▲1.5	▲4.5	43.1	▲2.2	▲9.9	38.4	▲4.4	▲12.1	
12月	38.0	▲1.8	▲7.9	34.9	▲2.1	▲8.6	39.6	▲1.1	▲2.5	40.6	▲2.5	▲8.4	37.0	▲1.4	▲11.9	
08年1月	37.5	▲0.5	▲10.6	35.1	0.2	▲10.7	39.4	▲0.2	▲5.3	38.6	▲2.0	▲13.2	36.7	▲0.3	▲13.5	
2月	36.1	▲1.4	▲12.3	33.7	▲1.4	▲12.0	38.9	▲0.5	▲6.0	37.0	▲1.6	▲15.7	34.8	▲1.9	▲15.3	

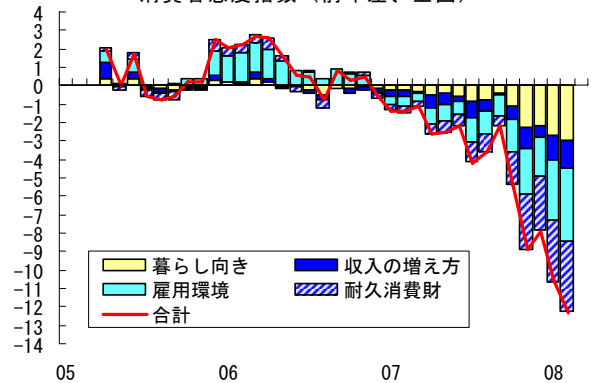
(出所) 内閣府「消費動向調査」

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)



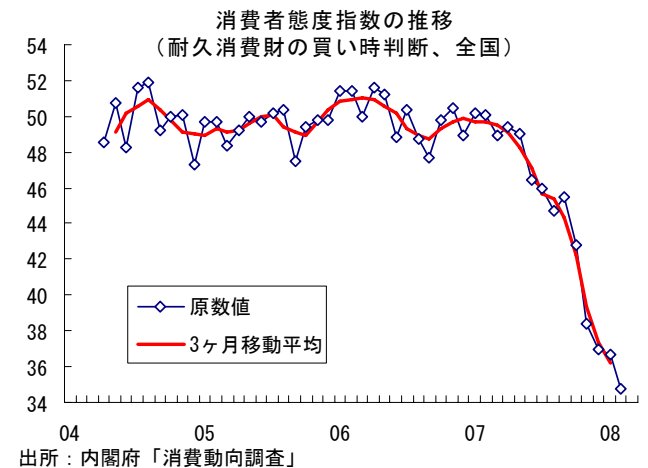
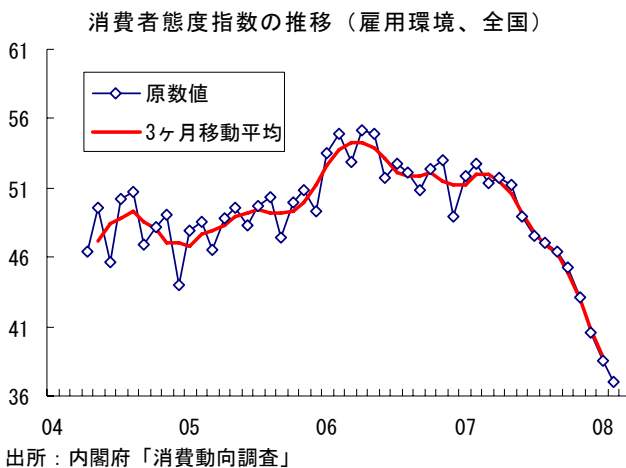
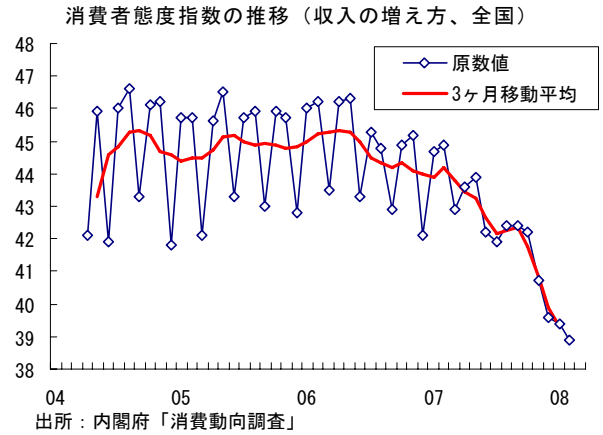
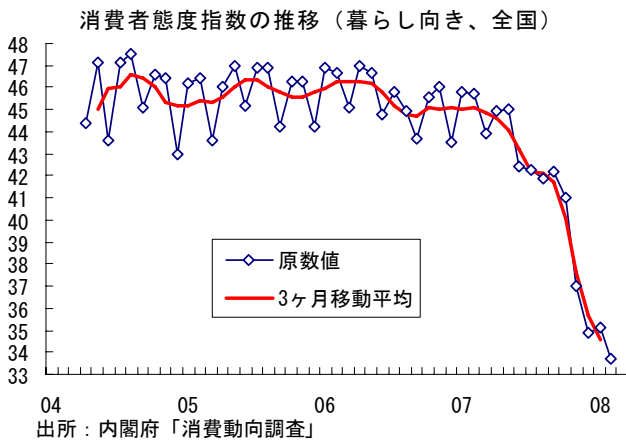
出所: 内閣府「消費動向調査」

○消費者態度指数は36.1と5ヶ月連続で低下し、消費マインドはさらに悪化

2月の消費動向調査によると、消費者マインドを示す消費者態度指数(全国、一般)は前月から1.4ポイント低下し36.1となった。5ヶ月連続での低下であり、悪化傾向に歯止めがかからない状況が続いた。3月10日に公表された2月景気ウォッチャー調査の家計動向関連DIでは小幅ながらも前月対比で上昇したことから消費者態度指数も改善する可能性が考えられたが、結果は良くなかった。消費マインドの悪化の割に個人消費はこれまで底堅く推移してきたものの、消費マインドに下げ止まりがみられないことを考えると個人消費が急減速するリスクは排除できない。

消費者態度指数を項目別にみると、「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4項目すべてで低下した。特に大きく低下した項目としては「耐久消費財の買い時判断」(前月差▲1.9ポイント)が挙げられる。耐久消費財に対する購買意欲が大きく減退していることは先行きの同分野の消費に対する大きな不安材料である。もっとも、足元までの耐久財消費はマインドが示唆するように落ち込んでいるわけではない。実際、10-12月期のGDP統計をみると実質耐久財消費は前年比+8.5%、前期比+2.4%と堅調に推移しており、自動車販売統計においても前年を上回っている。足元ではマ

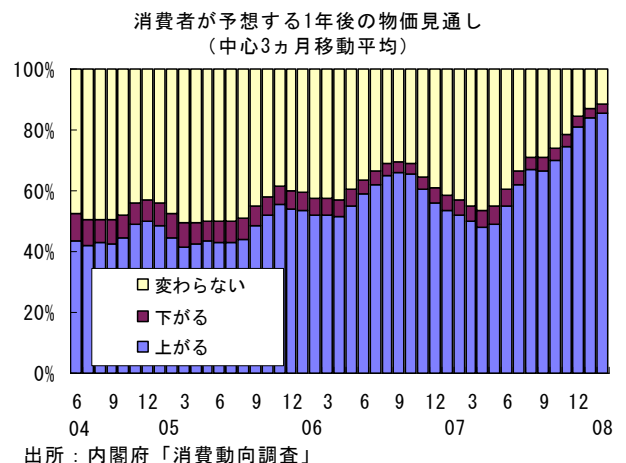
インドと消費の相関がそれほど高くないことには留意が必要であろう。また、「雇用環境」（同▲1.6ポイント）や「暮らし向き」（同▲1.4ポイント）なども悪化した。エネルギー・原材料価格の上昇によって企業収益が圧迫されていることや景気の減速などから労働需給の改善が一服していること、生活必需品などの物価上昇が続いていることなどが背景にあると考えられる。



○ 1年後の物価見通しは86.5%の世帯が見込む

一般世帯の1年後の物価に関する見通しをみると、「上昇する」と回答した世帯は全体の86.5%と1月の84.9%からさらに上昇した。石油製品価格の高止まりに加えてパンや菓子類などの食料品、電気料金など生活関連の多くの財、サービスで価格が上昇しているため、多くの世帯で物価上昇が意識されている。

3月以降もビールなどの飲料品、チーズやパスタ、醤油、アイスクリームなどの食料品、電気代、ガス代など様々な財、サービスで値上げが行われる見込みである。先行きも物価上昇を見込む世帯割合は高水準で推移しよう。



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。