

Economic Indicators

定例経済指標レポート

指標名:消費動向調査(2008年3月)

発表日2008年4月18日(金)

～半年ぶりに改善も、消費者マインドは依然低水準～

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 柵山 順子

TEL : 03-5221-4548

※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			
07年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
3月	36.7	0.6	▲10.1	34.4	0.7	▲9.5	38.7	▲0.2	▲4.2	37.6	0.6	▲13.8	36.2	1.4	▲12.7

(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							
			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	
06年6月	46.7	▲1.0	44.3	▲0.8	43.0	▲0.5	50.6	▲2.0	48.5	▲1.3
9月	45.9	▲0.8	43.4	▲0.9	42.5	▲0.5	50.6	0.0	47.9	▲0.6
12月	46.9	1.0	44.4	1.0	42.8	0.3	50.7	0.1	49.2	1.3
07年3月	46.6	▲0.3	43.9	▲0.5	43.0	0.2	51.0	0.3	48.7	▲0.5
6月	44.6	▲2.0	41.9	▲2.0	41.9	▲1.1	48.1	▲2.9	46.1	▲2.6
9月	43.8	▲0.8	42.0	0.1	42.0	0.1	46.3	▲1.8	45.8	▲0.3
12月	38.8	▲5.0	35.5	▲6.5	40.2	▲1.8	41.8	▲4.5	37.1	▲8.7
08年3月	36.5	▲2.3	34.4	▲1.1	38.8	▲1.4	37.2	▲4.6	36.0	▲1.1

(出所)内閣府「消費動向調査」

○消費者態度指数は36.7と昨年9月以来の改善

3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0.6ポイント改善し36.7となった。昨年9月以来、6ヶ月ぶりの改善である。景気ウォッチャー調査で2月、3月と家計動向関連、雇用関連が改善したこととも整合的であり、ほぼ1年続いた消費者マインドの急低下に一旦歯止めがかかった可能性もある。もっとも、改善したとは言え、これまでの急激な悪化からすれば改善幅は小幅なものに留まっており、消費者マインドがかなりの低水準にあることに変わりはない。

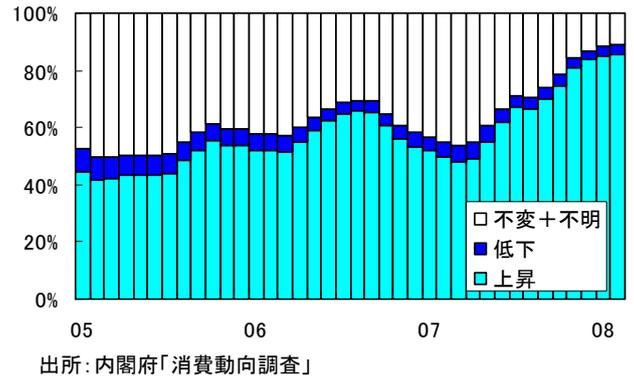
項目別にみると、「収入の増え方」で悪化が続いたものの、「暮らし向き」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の3項目が改善した。改善幅が大きかったのは「耐久消費財の買い時判断」(前月差+1.4ポイント)であるが、それでも前月の悪化分を取り戻すには至っていない。

先行きについても、景気の減速に加えて、エネルギー・原材料価格の上昇が企業収益を圧迫する状況が続くとみられるため、雇用所得環境の回復は限定的なものになると予想されること、小麦製品や乳製品といった生活必需品などの物価上昇が続いていることなどを考えると、消費者マインドが改善に転じることは期待しにくい。1-3月期の消費は、うるう年にも助けられて高めの伸びとなる可能性が高まっているが、基調としては、消費は緩やかな増加に留まると予想される。

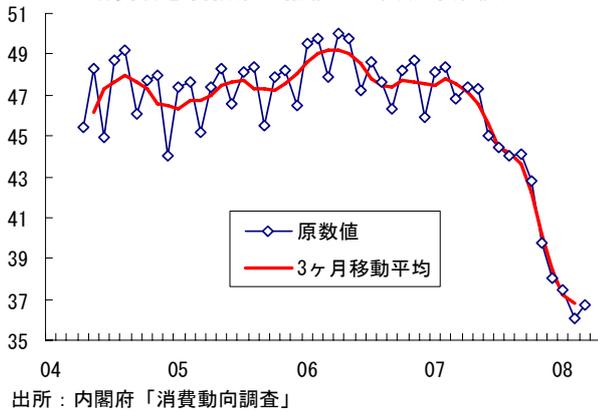
○ 1年後の物価見通しは 85.7%の世帯が上昇を見込む

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85.7%と、2月の86.5%から小幅低下したものの、高い水準が続いた。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おり、多くの世帯で物価上昇が意識されている。4月以降もビールなどの飲料品、チーズなどの乳製品、パンなどの小麦製品、電気・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。

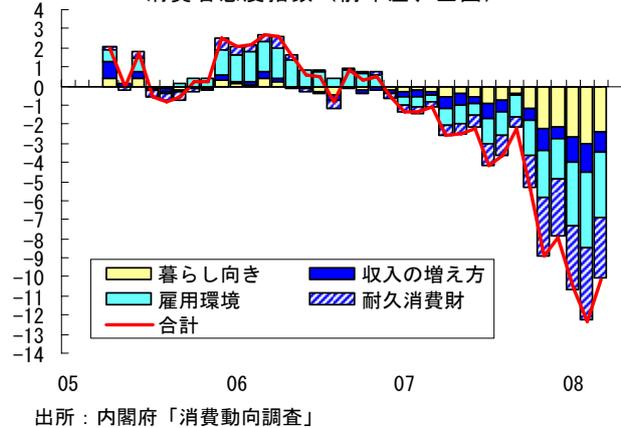
消費者が予想する1年後の物価見通し
(中心移動3ヶ月平均)



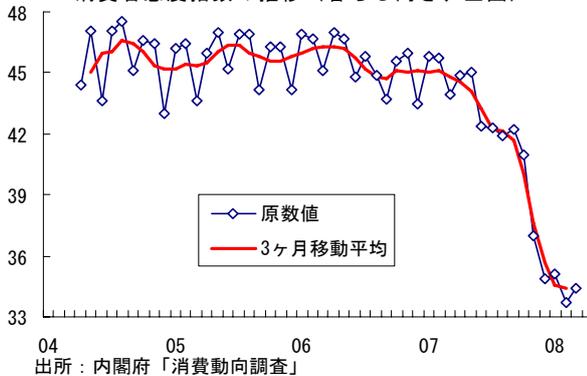
消費者態度指数の推移 (全国、原数値)



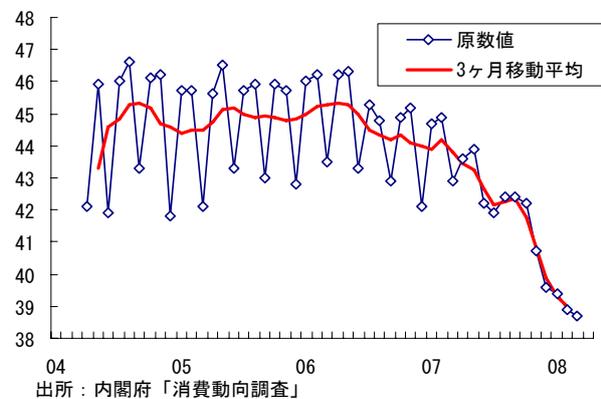
消費者態度指数 (前年差、全国)



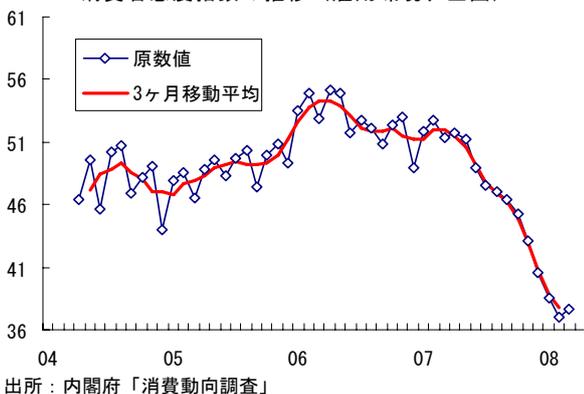
消費者態度指数の推移 (暮らし向き、全国)



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)

