

# Economic Indicators

定例経済指標レポート

指標名:消費動向調査(2008年6月)

発表日2008年7月11日(金)

～大幅悪化が続く消費者マインド～

第一生命経済研究所 経済調査部  
 担当 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	前月差	前年差		
07年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
4月	35.2	▲1.5	▲12.2	33.0	▲1.4	▲11.9	37.5	▲1.2	▲6.1	36.0	▲1.6	▲15.7	34.2	▲2.0	▲15.2
5月	33.9	▲1.3	▲13.4	31.5	▲1.5	▲13.5	36.6	▲0.9	▲7.3	34.9	▲1.1	▲16.3	32.7	▲1.5	▲16.3
6月	32.6	▲1.3	▲12.4	30.3	▲1.2	▲12.1	36.5	▲0.1	▲5.7	32.8	▲2.1	▲16.2	30.9	▲1.8	▲15.5

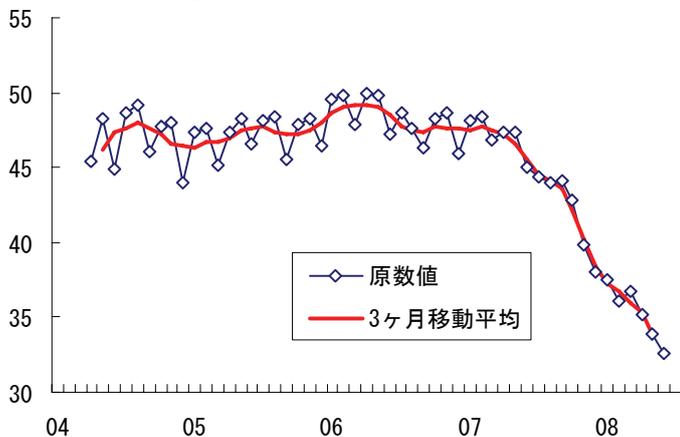
(出所) 内閣府「消費動向調査」

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3月	47.7	0.1	45.1	▲0.1	43.5	▲0.1	52.6	1.3	49.8	▲0.4
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
6月	32.3	▲4.2	29.9	▲4.5	36.2	▲2.6	32.2	▲5.0	30.7	▲5.3

(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 (四半期、季調値)



出所: 内閣府「消費動向調査」

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。

## ○ マインド悪化に歯止めかからず

6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32.6と、前月から▲1.3ポイント悪化した。四半期（季節調整値）ベースでも3月調査対比急低下しており、統計開始以来過去最低となった。項目別にみても、「収入の増え方」、「暮らし向き」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目がそろって低下している。消費者マインドの悪化傾向に歯止めがかかる気配はない。

食料品や石油製品といった生活必需品価格の上昇がマインドを押し下げる構図が続いている。一般世帯の1年後の物価見通しでは、「上昇する」と回答した世帯の割合は全体の87.2%にのぼる。比率自体は前月の87.1%からほとんど変わっていないが、その中身をみると、高い物価上昇率を見込む家計の割合が増えている。物価が「上昇する」と答えた世帯のなかで、上昇率が「2%未満」と答えた世帯は10.9%と少なく、比率も低下傾向にある一方、「5%以上」と答える世帯の割合は増加を続けており、6月には38.7%（5月33.5%）に達している。価格上昇が生活に身近な品目に集中していることや、値上げ報道の過熱などを理由として、消費者の感じている物価上昇率は実際の物価上昇率を上回っていることが確認できる。この結果、消費者はマインドを萎縮させ、生活防衛行動に走っている。

また、2008年7-9月期のサービス等の支出予定を占めずサービス支出DIが大きく悪化していることにも注意が必要である。「自己啓発費」、「スポーツ活動費」、「コンサート等入場料」、「遊園地等娯楽費」、「レストラン等外食費」、「家事代行サービス」の6項目すべてが悪化しており、悪化幅もかなり大きい。4-6月期の個人消費はかなり低調な結果に終わったとみられるが、7-9月期についても消費が抑制される可能性が高いことが示唆されている。足元で上昇を続けている消費者物価は7-9月期に伸びをさらに高めるとみられるが、このことが引き続き消費の下押し要因になるだろう。

