

Economic Indicators

定例経済指標レポート

指標名:消費動向調査(2009年7月)
～消費者マインドの改善が続く～

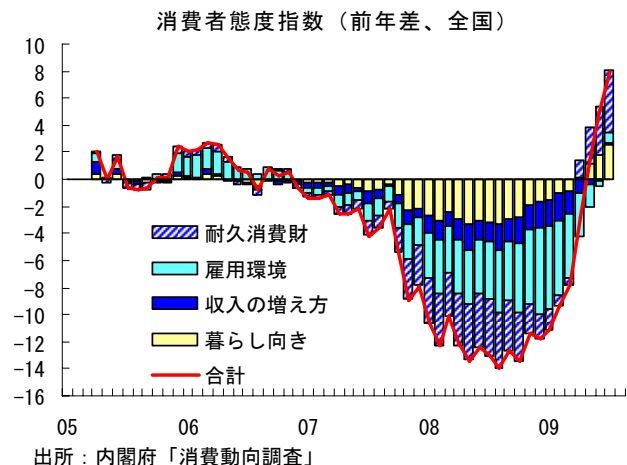
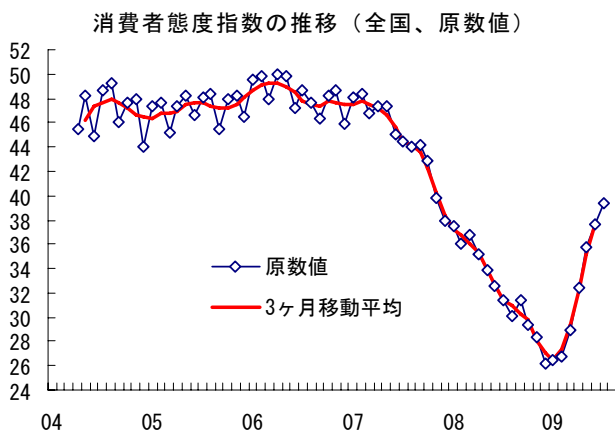
発表日2009年8月11日(火)

第一生命経済研究所 経済調査部
担当 エコノミスト 中本 泰輔
TEL : 03-5221-4789

※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			
08年7月	31.4	▲ 1.2	▲ 13.0	29.3	▲ 1.0	▲ 13.0	36.3	▲ 0.2	▲ 5.6	30.7	▲ 2.1	▲ 16.8	29.2	▲ 1.7	▲ 16.8
8月	30.1	▲ 1.3	▲ 13.9	28.5	▲ 0.8	▲ 13.4	35.0	▲ 1.3	▲ 7.4	28.4	▲ 2.3	▲ 18.6	28.3	▲ 0.9	▲ 16.4
9月	31.4	▲ 1.3	▲ 12.7	30.6	▲ 2.1	▲ 11.6	35.8	▲ 0.8	▲ 6.6	28.9	▲ 0.5	▲ 17.5	30.3	▲ 2.0	▲ 15.2
10月	29.4	▲ 2.0	▲ 13.4	29.6	▲ 1.0	▲ 11.4	34.5	▲ 1.3	▲ 7.7	24.8	▲ 4.1	▲ 20.5	28.8	▲ 1.5	▲ 14.0
11月	28.4	▲ 1.0	▲ 11.4	29.4	▲ 0.2	▲ 7.6	33.4	▲ 1.1	▲ 7.3	21.1	▲ 3.7	▲ 22.0	29.6	▲ 0.8	▲ 8.8
12月	26.2	▲ 2.2	▲ 11.8	28.5	▲ 0.9	▲ 6.4	31.5	▲ 1.9	▲ 8.1	15.4	▲ 5.7	▲ 25.2	29.4	▲ 0.2	▲ 7.6
09年1月	26.4	▲ 0.2	▲ 11.1	29.2	▲ 0.7	▲ 5.9	31.4	▲ 0.1	▲ 8.0	14.2	▲ 1.2	▲ 24.4	30.6	▲ 1.2	▲ 6.1
2月	26.7	▲ 0.3	▲ 9.4	29.4	▲ 0.2	▲ 4.3	31.1	▲ 0.3	▲ 7.8	14.9	▲ 0.7	▲ 22.1	31.4	▲ 0.8	▲ 3.4
3月	28.9	▲ 2.2	▲ 7.8	31.1	▲ 1.7	▲ 3.3	32.0	▲ 0.9	▲ 6.7	18.3	▲ 3.4	▲ 19.3	34.2	▲ 2.8	▲ 2.0
4月	32.4	▲ 3.5	▲ 2.8	33.8	▲ 2.7	▲ 0.8	33.4	▲ 1.4	▲ 4.1	23.3	▲ 5.0	▲ 12.7	39.0	▲ 4.8	▲ 4.8
5月	35.7	▲ 3.3	▲ 1.8	36.3	▲ 2.5	▲ 4.8	35.3	▲ 1.9	▲ 1.3	28.0	▲ 4.7	▲ 6.9	43.1	▲ 4.1	▲ 10.4
6月	37.6	▲ 1.9	▲ 5.0	37.4	▲ 1.1	▲ 7.1	35.8	▲ 0.5	▲ 0.7	31.7	▲ 3.7	▲ 1.1	45.5	▲ 2.4	▲ 14.6
7月	39.4	▲ 1.8	▲ 8.0	39.4	▲ 2.0	▲ 10.1	37.0	▲ 1.2	▲ 0.7	34.0	▲ 2.3	▲ 3.3	47.3	▲ 1.8	▲ 18.1

(出所) 内閣府「消費動向調査」



○ 消費者マインドは7ヶ月連続で改善

7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、39.4(前月差+1.8ポイント)と7ヶ月連続での改善となり、07年12月(38.0)以来の水準にまで上昇した。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項目がそろって改善しており、消費者マインドは依然として改善傾向にある。

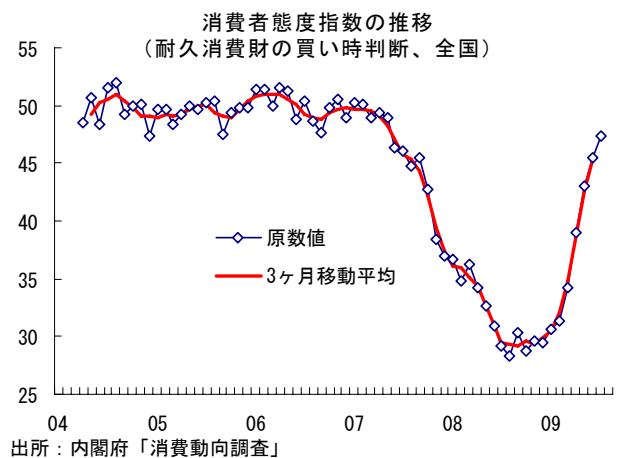
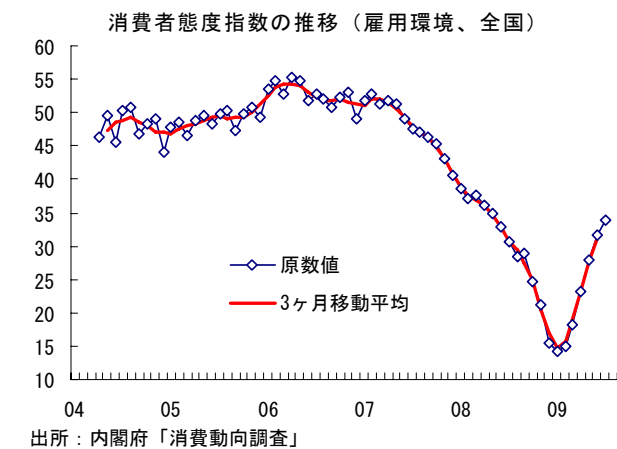
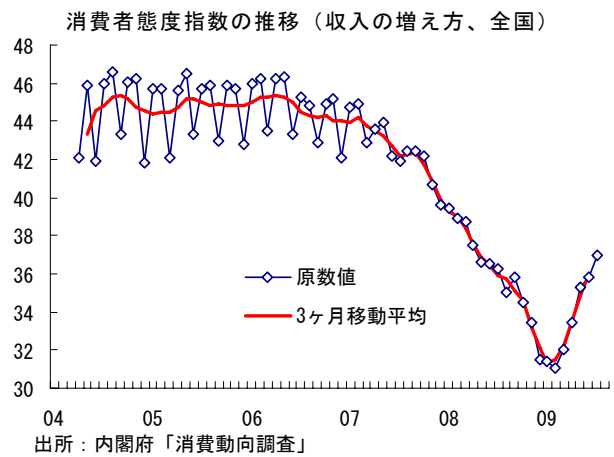
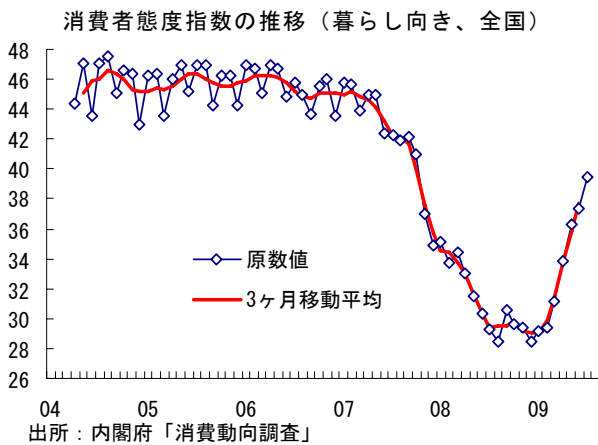
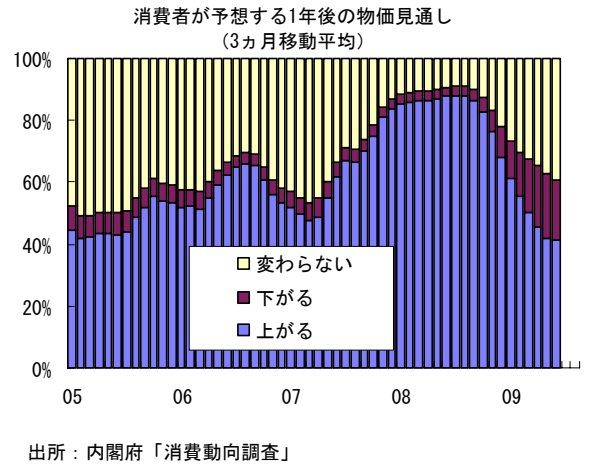
マインド改善の背景としては、①経済対策効果、②株価の上昇、③物価の落ち着きなどがあげられる。①については、エコポイント制度の効果で薄型テレビの販売が好調であることや、エコカー減税の効果により新車販売台数が持ち直したことなど、経済対策効果によって個人消費の押し上げに寄与している様子がうかがえる。②については、株価の上昇が消費者に景気の回復を意識させる役割を果たしたと考えられる。③についても、昨年に比べて石油製品や食料品価格が落ち着いていることが実質購買力の押し上げにつながって

いる。

4-6月期GDPの個人消費は経済対策効果やマインドの改善などによって、前期比でプラスとなったとみられるが、先行きについては慎重にみる必要がある。雇用や賃金の大幅悪化が続いていることがマインドの改善を鈍らせる可能性があることに加え、経済対策による追加的な押し上げ効果は今後弱まってくる。実際、7月の景気ウォッチャー調査の家計動向関連の現状、先行き判断DIは天候不順の影響もあって前月差マイナスに転じた。現時点では、先行きの個人消費について過度に期待することは避けるべきであろう。

○ 原油価格の上昇は個人消費のリスク要因

一般世帯の1年後の物価に対する見通しについて、「上昇する」と回答した世帯の割合から「低下する」と回答した世帯の割合を引いた値は7月に24.5%ポイントとなり、5月をボトムに2ヶ月連続で上昇している。原油価格は世界経済の持ち直しを受けて春以降上昇しており、ガソリンをはじめとする石油製品も緩やかに上昇している。雇用・所得環境が今後も悪化すると見込まれるなかで、ガソリンなどの身近な商品の値上げを通じて物価の上昇が意識される場合、消費者の生活防衛意識を高めることとなり、個人消費の抑制要因となることには十分に注意が必要である。



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。