

Economic Indicators

定例経済指標レポート

指標名:消費動向調査(2009年8月)
～消費者マインドの改善が続く～

発表日2009年9月11日(金)

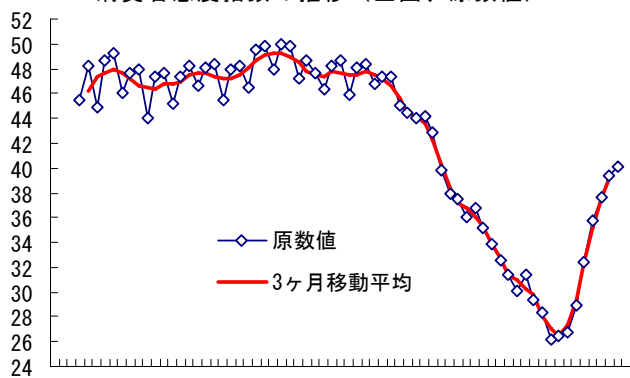
第一生命経済研究所 経済調査部
担当 エコノミスト 中本 泰輔
TEL : 03-5221-4789

※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	
08年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
8月	40.1	0.7	10.0	39.9	0.5	11.4	38.1	1.1	3.1	36.0	2.0	7.6	46.3	▲ 1.0	18.0

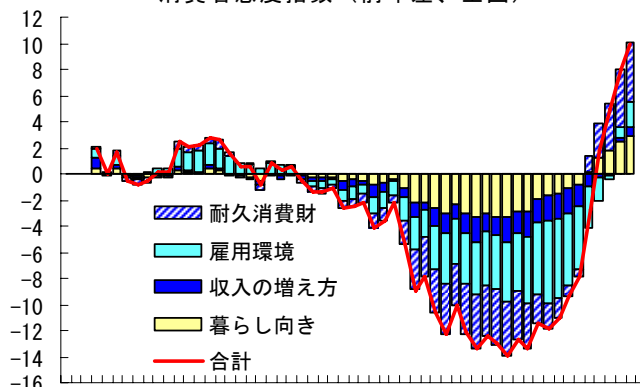
(出所) 内閣府「消費動向調査」

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8ヶ月連続で改善

8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、40.1(前月差+0.7ポイント)と8ヶ月連続での改善となり、水準でみても07年10月(42.8)以来の40台へと回復した。項目別にみると、「収入の増え方」、「暮らし向き」、「雇用環境」は引き続き改善したものの、「耐久消費財の買い時判断」は8ヶ月ぶりに悪化した。「耐久財の買い時判断」については、エコカー減税・補助金やエコポイントの付与による押上げが一巡した可能性はあるものの、水準が依然として高いこと、乗用車や薄型テレビの販売は依然として好調さを維持していることなどから考えると、購買意欲の減退を示唆するものではないと思われる。消費者マインドは依然として改善傾向にあると考えられよう。

マインド改善の背景としては、①景気の回復、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、経済対策による押し上げや外需の持ち直しを背景として景気回復が明確となったことが消費者マ

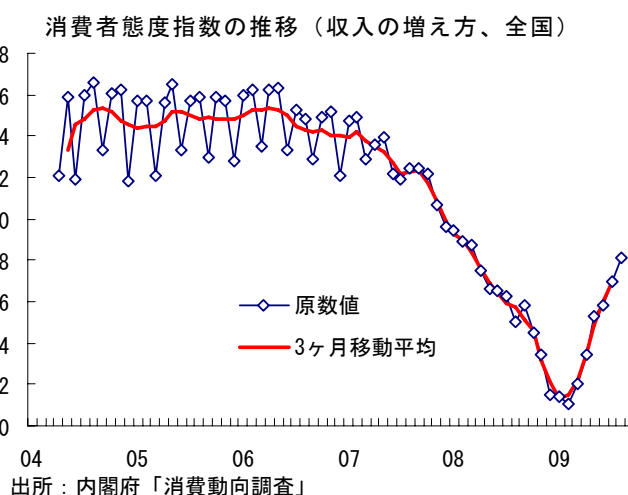
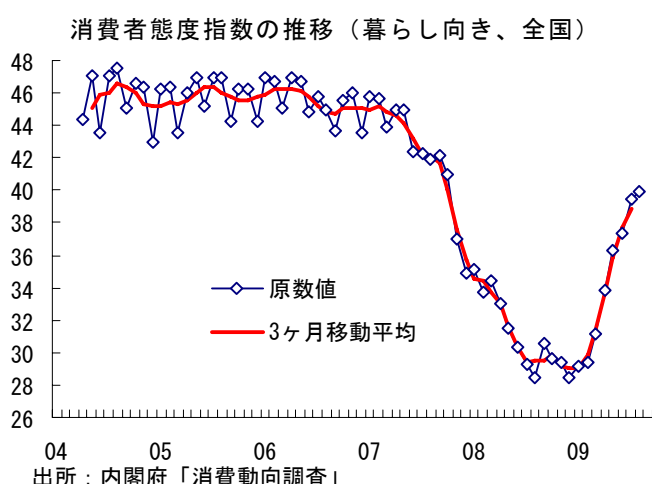
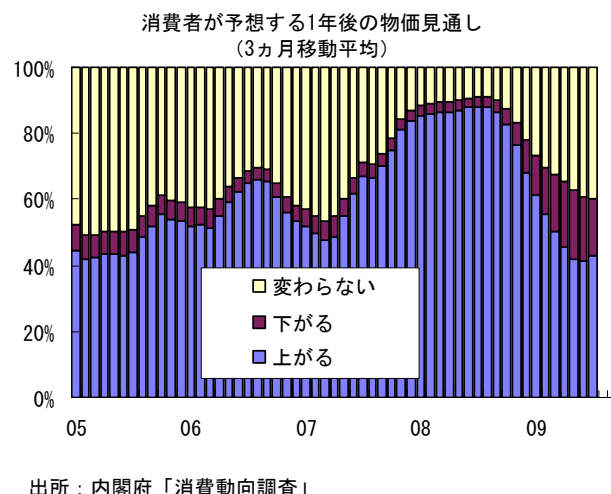
インドに好影響をもたらしていると考えられる。②についても、株価の上昇が消費者に景気の回復を意識させる役割を果たしたと考えられる。③についても、昨年に比べて石油製品や食料品価格が落ち着いていることが実質購買力の押し上げにつながっている。

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が、先行きについては慎重にみる必要がある。雇用・所得環境が引き続き悪化していくことに加え、経済対策による追加的な押し上げ効果が今後弱まってくることにより、消費者マインドを悪化させるリスクがあることがその理由である。ただし、民主党のマニフェストには、子供手当の支給をはじめとして家計への所得移転を伴う政策が多く盛り込まれている。これらの政策への期待が、今後の消費者マインドの下支えになる可能性も考えられるだろう。先行きの消費者マインドの動向に注目したい。

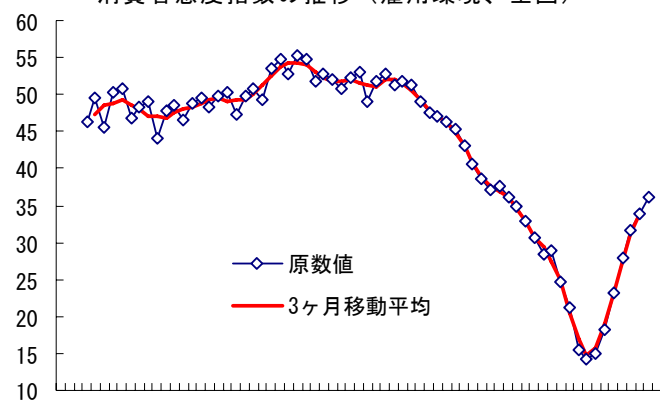
○ 原油価格の上昇は個人消費のリスク要因

一般世帯の1年後の物価に対する見通しをみると、「上昇する」と回答した世帯の割合は全体の45.5%と7月(41.7%)から上昇した一方で、「低下する」と答えた世帯の割合は全体の15.5%と7月(17.2%)から低下した。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。

なお、民主党は暫定税率の撤廃や高速道路の無料化など、物価の下落に繋がる政策を打ち出している。また、10月に輸入小麦の政府売り渡し価格が20%程度引き下げられる見込みであり、麺類や菓子などにも値下げが波及していくと見込まれる。これらが消費者に意識され始めた場合、「物価の低下」を意識する世帯の増加に繋がる可能性もあるだろう。

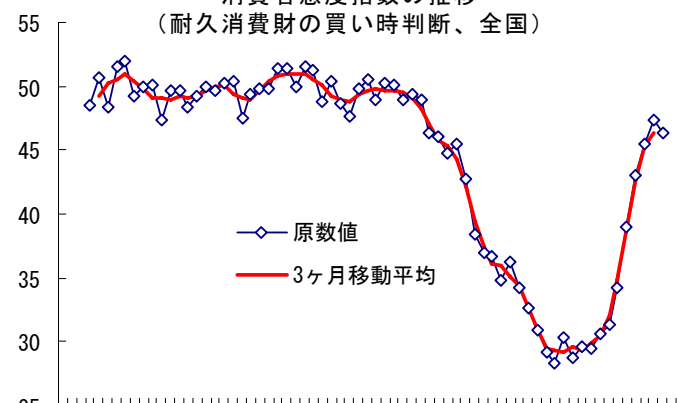


消費者態度指数の推移（雇用環境、全国）



出所：内閣府「消費動向調査」

消費者態度指数の推移
（耐久消費財の買い時判断、全国）



出所：内閣府「消費動向調査」