

Economic Indicators

定例経済指標レポート

指標名:消費動向調査(2010年2月)
～2ヶ月連続で改善～

発表日2010年3月15日(月)

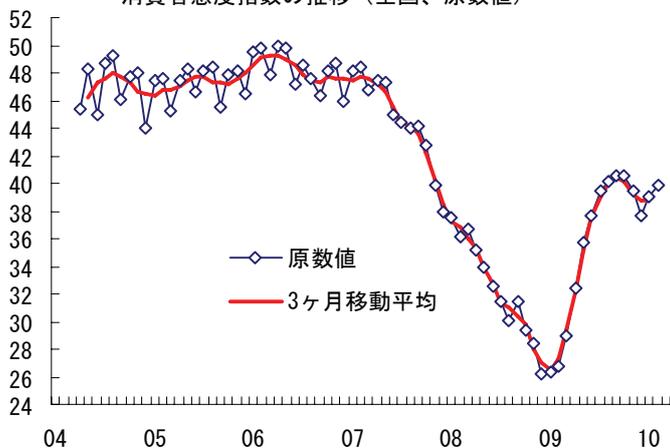
第一生命経済研究所 経済調査部
担当 エコノミスト 中本 泰輔
TEL : 03-5221-4789

※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			
09年 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
9月	40.5	0.4	9.1	40.8	0.9	10.2	38.5	0.4	2.7	36.4	0.4	7.5	46.1	▲ 0.2	15.8
10月	40.5	0.0	11.1	40.9	0.1	11.3	38.7	0.2	4.2	36.1	▲ 0.3	11.3	46.3	0.2	17.5
11月	39.5	▲ 1.0	11.1	40.4	▲ 0.5	11.0	37.7	▲ 1.0	4.3	35.0	▲ 1.1	13.9	44.8	▲ 1.5	15.2
12月	37.6	▲ 1.9	11.4	38.2	▲ 2.2	9.7	36.1	▲ 1.6	4.6	30.8	▲ 4.2	15.4	45.1	0.3	15.7
10年 1月	39.0	1.4	12.6	39.8	1.6	10.6	37.9	1.8	6.5	33.1	2.3	18.9	45.3	0.2	14.7
2月	39.8	0.8	13.1	40.7	0.9	11.3	38.8	0.9	7.7	34.2	1.1	19.3	45.4	0.1	14.0

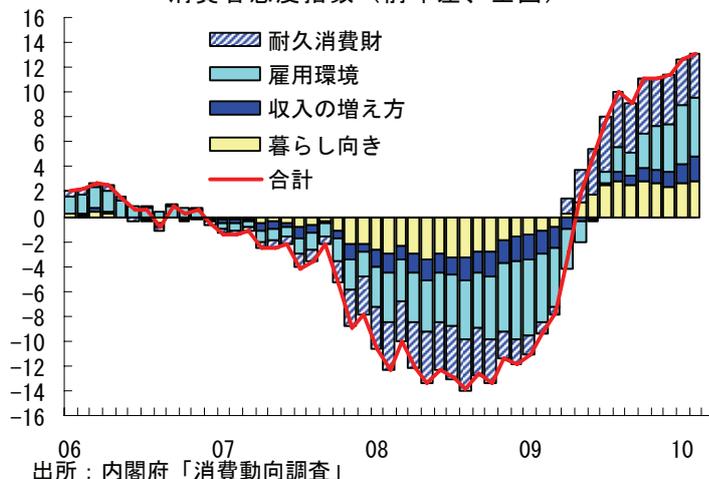
(出所) 内閣府「消費動向調査」

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39.8と2ヶ月連続の改善

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、39.8(前月差+0.8ポイント)と2ヶ月連続で改善し、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た。2月の改善の理由として、①一時期台頭していた「二番底」懸念によって景気の先行き不安が高まっていたが、ここにきて海外景気の持ち直しを背景として、不安感が幾分和らいできている可能性があること、②失業率が緩やかながらも改善するなど、雇用・所得環境も最悪期を脱した感があること、③12月に、急激な円高の進行や株価の下落、政府によるデフレ宣言などの要因が重なったことから消費者マインドが一時的に大きく落ち込んだが、これらの悪材料が一服してきたこと、などが考えられる。消費者マインドが悪化していることが、景気の先行きについての不安材料であっただけに、今月の改善はポジティブに受け取ることができる。

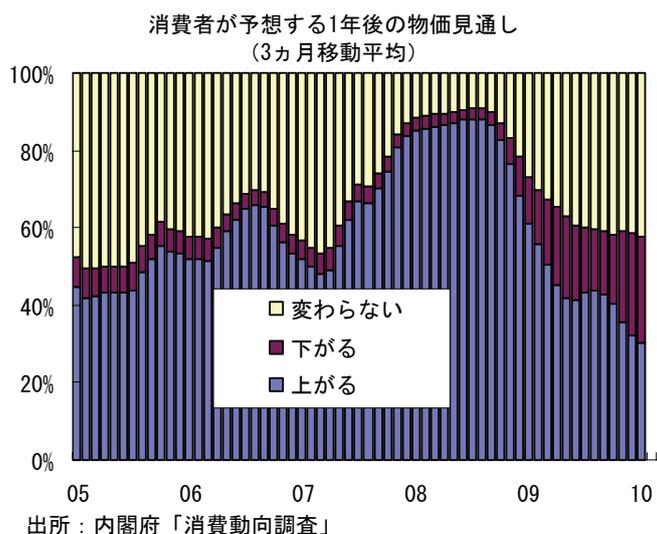
もっとも、消費者マインドを取り巻く環境をみると、①就職難や2010年春の労使交渉において多くの企業が賃金改善要求を見送っていることなどが消費者に雇用・所得環境の厳しさを意識させていること、②円高水準で推移している為替やデフレの継続など先行き不透明感は依然として強いこと、③財政状況の悪化によって将来的な負担増が意識されていること、④エコカー減税・補助金やエコポイント制度の実施による「耐久財の買い時判断」の押し上げ効果が一巡していること、など懸念材料が多い状況に変化はない。先行きは、これらが消費者マインドの重石となっていると考えられることから、力強い改善は望めないだろう。

○ 先行き、個人消費は減速感を強めていくとみられる

09年10-12月期GDP2時速報の個人消費は、引き続き経済対策効果によって耐久財消費が押し上げられたことによって、前期比+0.7%と底堅く推移した。もっとも、これまで個人消費を押し上げてきた経済対策効果であるが、①「耐久消費財の買い時判断」の改善は一巡しており、足元で横ばい圏内での推移が続いていること、②乗用車販売は、1、2月に2ヶ月連続で前年比の増加幅が縮小していることに加え、季節調整値でみると2月は前月比マイナスになるなど、頭打ち感が出始めていること、③家計調査において、教養娯楽用耐久財の前年比伸び率が2ヶ月連続で縮小するなど、エコポイント制度の効果についても一巡感が出ている可能性があることなど、懸念材料も増え始めている。先行きは、さすがに追加的な押し上げ効果は弱まってくるものと思われる。加えて、消費者マインドの明確な改善が見込みがたいことや厳しい雇用・所得環境が続くこと、物価下落期待の高まりが消費者の買い控えを促す可能性があること、などと合わせて考えると、個人消費は減速感を強めていく可能性が高そうだ。

○ 物価下落を意識する世帯は高水準

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31.1%と1月(29.9%)から増加した一方で、「低下する」と回答した世帯の割合は全体の23.5%と1月(27.2%)から低下した。もっとも、政府によるデフレ宣言や、厳しい雇用・所得環境を背景とした消費者の節約・低価格志向の強まりを受け小売段階での値下げが続いていることなどから、物価下落を見込む世帯の割合は依然高水準で推移している。先行きについても、雇用・所得環境の明確な改善は見込み難しく、需給要因によるデフレ圧力が続くこととみられることから、当面物価の下落を見込む世帯の割合は高水準での推移が続くと見込まれよう。



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。