

Economic Indicators

定例経済指標レポート

指標名:消費動向調査(2010年3月)
～消費者マインドの改善が続く～

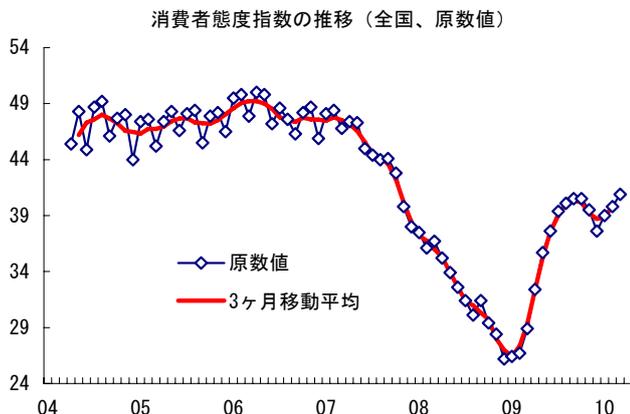
発表日2010年4月19日(月)

第一生命経済研究所 経済調査部
担当 エコノミスト 岩田 陽之助
TEL : 03-5221-4525

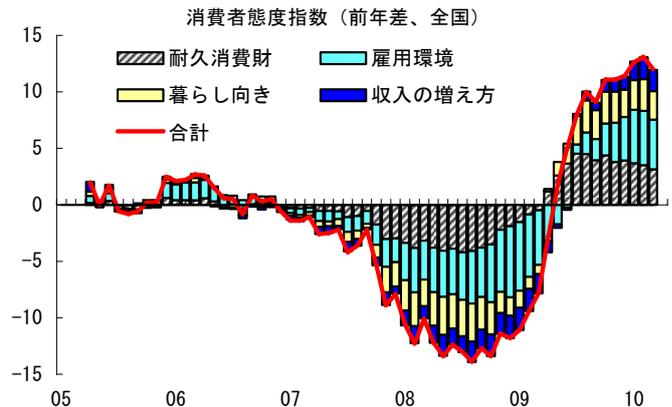
※原数値、月次

	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	
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
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
3月	40.9	1.1	12.0	41.2	0.5	10.1	39.5	0.7	7.5	35.9	1.7	17.6	46.8	1.4	12.6

(出所)内閣府「消費動向調査」



(出所)内閣府「消費動向調査」



(出所)内閣府「消費動向調査」

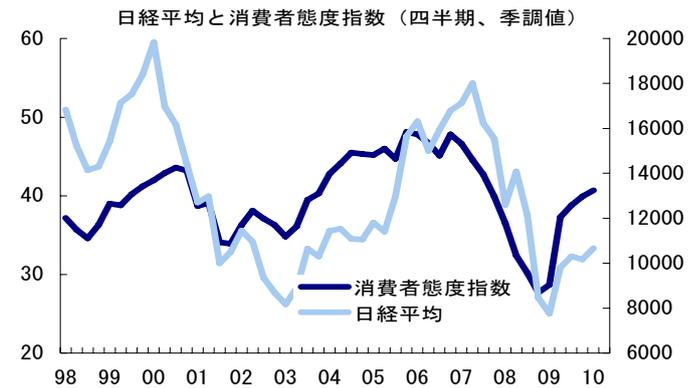
○消費者マインドは3ヶ月連続の改善

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、40.9(前月差+1.1pt)と3ヶ月連続で改善した。四半期の季節調整値を見ても、40.7(前期差+0.8pt)となっており、消費者マインドの改善傾向が確認出来る。項目別にみても、今月は「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。昨年末には、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一時的に大きく落ち込んだ消費者マインドであるが、足元では再び持ち直している。

このように消費者のマインドが改善している背景としては、主に以下の2点が影響を与えていると考えられる。まず、09年4-6月期以降続く景気回復が、雇用・所得環境にも波及しつつあることが挙げられる。所定外給与の増加や新規求人倍率の下げ止まりからも見られるように、雇用・所得環境は最悪期を脱してお

り、消費者の失職や収入減少への懸念は和らぎつつあると考えられる。今回の調査結果を見ても、「収入の増え方」、「雇用環境」はそれぞれ3ヶ月連続で回復した。

このように家計のフローの収入が持ち直すのと同時に、家計のストックも回復傾向にあると考えられる。昨年11月に9000円台半ばだった日経平均も、足元では1万1000円付近まで回復している。このような株価上昇による家計の金融資産増加も消費者のマインド改善に寄与しているだろう（右図参照）。特に、資産蓄積の進んでいる高齢者世帯や富裕層において、こういった効果は大きいと思われる。



(出所)内閣府「消費動向調査」、日本経済新聞社「日本経済新聞」

○旅行やサービスなどの支出も持ち直しつつある

消費動向調査では、四半期に一度、旅行の実績・予定およびサービス等の支出予定について調査している。3月の調査結果を見ると、国内旅行・実績は前期差+4.1%ptと上昇しており、予定も同+0.9%ptと増加が見込まれている。また、サービス等の支出予定を見ても、6項目全てにおいてDIが改善した。本日発表された百貨店販売統計においても、「衣料品や高額品が動き始めている」とのコメントが見られており、株価の上昇などによってマインドが改善傾向にあることや、長引く節約生活への疲れから、余暇や不要不急の品目においても徐々に消費意欲が上向きつつある可能性がある。

○個人消費が牽引役となることは期待したい

このように消費者のマインドは持ち直しているが、先行き個人消費が景気回復を牽引していくような姿は想定しづらい。春闘で示された通り、依然として企業の人件費削減意欲は強く、厳しい雇用・所得環境は今後も続くと思われる。雇用・所得環境の回復が緩やかなペースに止まる中では、個人消費にも大きな期待は抱きづらい。

また、今後は経済対策効果が徐々に弱まってくる可能性がある。乗用車販売などの統計を見ても、足元では頭打ち感が出始めており、エコカー減税の効果が減衰しつつあることを感じさせる。また、自動車と並び消費を牽引してきた家電についても、先行きは販売が鈍化する可能性がある。エコポイントの対象変更による駆け込み需要から、3月の家電販売は好調のようであるが、4月以降は逆に反動減が出ると思われる。このように、ここまで消費を牽引してきた経済対策効果も、先行きは追加的な押し上げ効果が弱まってくると考えられる。

以上の通り、個人消費の先行きを見通すに当たっては、懸念要因も多い。マインドの改善が続いていることに加え、4月以降に各種家計支援政策がスタートするといったプラス要因もあるが、厳しい雇用・所得環境が続くと思われることや対策効果が徐々に減衰していくと予想されることを考えれば、個人消費の回復ペースは緩慢なものに止まる公算が大きい。

○物価下落を意識する世帯は依然高水準

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32.4%と3ヶ月連続で増加した一方、「低下する」と回答した世帯の割合は全体の19.3%と3ヶ月連続で低下した。景気回復が徐々に鮮明化していることや、ガソリン価格の上昇など商品市況の上昇によって、消費者の先行きの物価を見る態度にも変化が見られ始めている。

もっとも、水準を見ると物価下落を見込む世帯の割合は依然多く、先行きについても需給要因によるデフ

レ圧力が続くとみられることから、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る。

このように販売価格の低下を意識する世帯が多い中では、企業も安易な値上げには踏み切りがたい。足元で、資源価格の上昇などによって企業の仕入れ価格は上昇傾向にあるが、消費者の値下げへの期待感が強い中で販売価格への転嫁が進まず、企業収益の圧迫要因となる可能性があることには注意が必要だ。

消費者が予想する1年後の物価見通し
(中心3ヵ月移動平均)

