

Economic Indicators

定例経済指標レポート

指標名:消費動向調査(2010年4月)

発表日2010年5月18日(火)

～消費を取り巻く環境は徐々に改善～

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

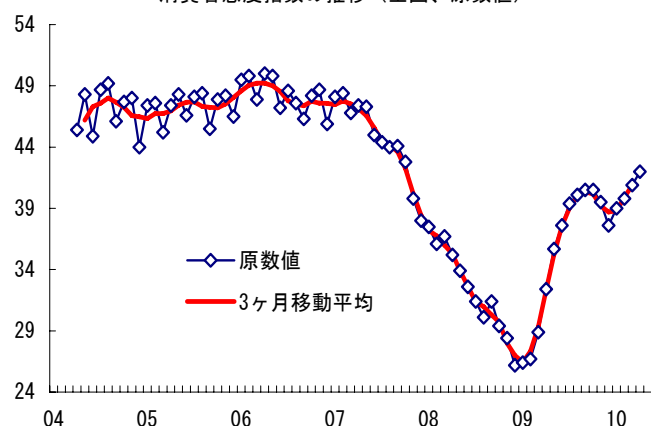
T E L : 03-5221-4525

※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
4月	42.0	1.1	9.6	42.4	1.2	8.6	40.4	0.9	7.0	38.3	2.4	15.0	47.0	0.2	8.0

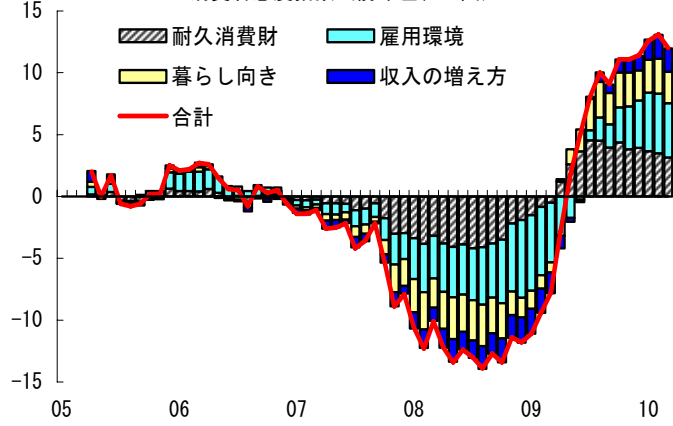
(出所)内閣府「消費動向調査」

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4ヶ月連続の改善

4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、42.0(前月差+1.1pt)となった。4ヶ月連続での改善となっており、消費者マインドの持ち直しが続いている。4月の景気ウォッチャー調査なども概ね良好な結果を示しており、個人消費を取り巻く環境の改善は続いているようだ。

項目別にみると、今月も「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。特に、今月は「雇用環境」が前月差+2.4%と大きく改善している。4月の景気ウォッチャー調査でも、非正規中心ではあるが徐々に求人が出始めていることを示唆するコメント

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。

が確認されており、消費者の失職や収入減少への懸念が和らいだことがマインド改善につながっていると考えられる。また、こういった雇用・所得環境の持ち直しに加え、4月は株価の水準が回復していたことなどもマインド改善に寄与していると思われる。

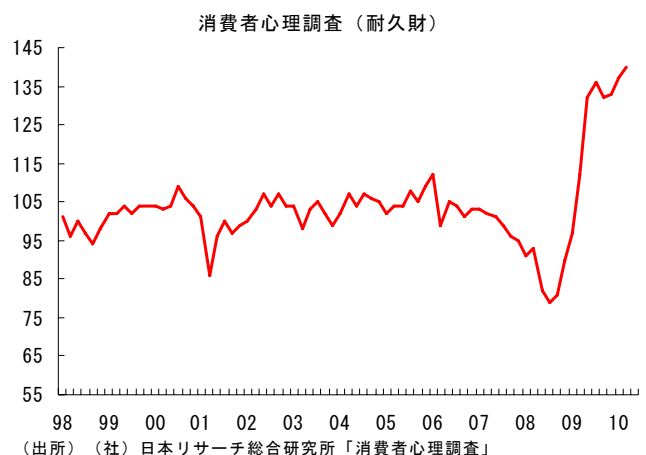
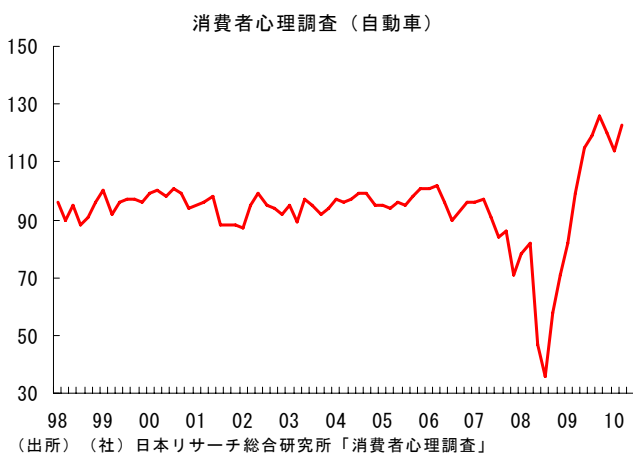
○エコカーは減速し、家電販売は増加傾向を維持する公算

その他注目される点としては、耐久消費財の買い時判断が増加傾向を維持していることが挙げられる。4月の耐久消費財の買い時判断は、前月差+0.2ptと5ヶ月連続での改善となった。一時期に比して頭打ち感が出ているものの、緩やかな増加傾向を維持している背景としてはどのようなことが考えられるだろうか。消費者が耐久消費財に抱く態度は、個人消費を牽引する経済対策効果の帰趨を判断する上で重要となるため注目される。

エコカー減税、エコポイント制度に対して消費者はそれぞれどのように捉えているのだろうか。消費動向調査においては、耐久財の具体的な中身が分からないため、(社)日本リサーチ総合研究所の「消費者心理調査」4月調査を見ると、自動車購買態度指数が頭打ち状態にある一方で、家電などが主に含まれる耐久財購買態度指数では上昇傾向が続いていることが示された(下掲資料参照)。

自動車については、乗用車販売などの統計を見ても、実際に頭打ち感が出始めており、エコカー減税の効果は次第に減衰しつつあることを感じさせる。購入がある程度進んだ中、追加的な押し上げ効果は弱まりつつあり、先行きも自動車販売は減速することが予想される。一方、耐久財購買態度について上昇が続いている背景としては、①薄型テレビの普及率がいまだ70%程度に止まっていること、②地上波デジタル放送への切り替えが来年度に迫っていることなどが考えられよう。

このように、耐久消費財の買い時判断が増加傾向を維持している背景としては、薄型テレビなどの販売拡大余地が大きいことが背景にあると思われる。エコポイントの対象変更によって3月に駆け込み需要が発生したため、4月以降は反動減が避けられないが、反動減の影響が一巡した後は再び家電販売が増加する可能性がある。



○消費者の物価に対する見方も変化

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39.2%と4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16.3%と4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。

物価関連の統計を確認しても、デフレ圧力が限界的に緩和していることを示唆するものが多い。大幅な需

給ギャップが残存するため、物価下落圧力には根強いものがあるが、その方向性には徐々に変化が見えつつある。

