

Economic Indicators

定例経済指標レポート

指標名:消費動向調査(2011年8月)
 ~消費者マインドにやや頭打ち感~

発表日2011年9月9日(金)

第一生命経済研究所 経済調査部
 担当 エコノミスト 小杉 晃子
 TEL : 03-5221-4548

	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		前月差		前月差		前月差		前月差
10年1月	40.1	1.4	40.4	1.9	38.5	1.8	35.1	1.6	46.4	0.4
2月	40.6	0.5	41.4	1.0	39.2	0.7	35.4	0.3	46.5	0.1
3月	41.3	0.7	41.6	0.2	39.9	0.7	36.9	1.5	46.9	0.4
4月	41.8	0.5	42.2	0.6	40.5	0.6	37.9	1.0	46.6	▲0.3
5月	41.9	0.1	42.7	0.5	40.7	0.2	38.8	0.9	45.5	▲1.1
6月	42.5	0.6	43.3	0.6	41.3	0.6	39.5	0.7	45.9	0.4
7月	42.4	▲0.1	42.9	▲0.4	41.1	▲0.2	39.9	0.4	45.7	▲0.2
8月	41.9	▲0.5	42.8	▲0.1	41.2	0.1	38.9	▲1.0	44.6	▲1.1
9月	41.0	▲0.9	42.0	▲0.8	40.7	▲0.5	37.7	▲1.2	43.5	▲1.1
10月	40.9	▲0.1	41.8	▲0.2	40.8	0.1	38.0	0.3	43.0	▲0.5
11月	40.9	0.0	41.9	0.1	40.9	0.1	38.0	0.0	42.8	▲0.2
12月	41.2	0.3	42.4	0.5	41.3	0.4	38.6	0.6	42.4	▲0.4
11年1月	41.6	0.4	43.1	0.7	41.4	0.1	39.7	1.1	42.2	▲0.2
2月	41.2	▲0.4	42.0	▲1.1	40.9	▲0.5	39.2	▲0.5	42.6	0.4
3月	38.6	▲2.6	38.7	▲3.3	39.8	▲1.1	37.0	▲2.2	38.8	▲3.8
4月	33.1	▲5.5	34.8	▲3.9	37.0	▲2.8	27.6	▲9.4	32.9	▲5.9
5月	34.2	1.1	36.4	1.6	37.2	0.2	27.8	0.2	35.5	2.6
6月	35.3	1.1	37.5	1.1	37.4	0.2	29.6	1.8	36.8	1.3
7月	37.0	1.7	38.8	1.3	38.0	0.6	31.9	2.3	39.2	2.4
8月	37.0	0.0	38.9	0.1	38.7	0.7	31.8	▲0.1	38.7	▲0.5

(出所)内閣府「消費動向調査」
 (注)季節調整値

○消費者態度指数は37.0と7月から横ばい

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37.0と7月から横ばいとなった。震災後の5月以降は、自粛ムードの緩和や雇用不安の和らぎなどから、消費者マインドの持ち直しが続いてきた。もっとも、ここにきて、①海外経済の減速や円高の進行によって先行きの景気減速懸念が高まりつつあること、②地デジ、節電特需の反動・剥落、③株安の持続、などが消費者心理の改善に歯止めをかけている可能性がある。

項目別にみると、今月は「暮らし向き」、「収入の増え方」が上昇したものの、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の2項目が低下した。

「耐久消費財の買い時判断」は前月差▲0.5ptと4ヶ月ぶりに低下しており、マインドが足踏みする大きな要因となっている。8月は、7月のアナログ放送終了に伴うテレビの駆け込み需要の反動減や省エネ家電などの節電需要の剥落がマインドの低下に大きく影響したと考えられる。また、供給制約の緩和に伴う自動車の改善モメンタムの鈍化などもマインド低下の一因となっている可能性がある。

そのほか、今回は「雇用環境」も前月差▲0.1ptと4ヶ月ぶりに低下した。海外経済の減速や円高の進行

による先行きの景気減速懸念の高まりなどにより、慎重な採用姿勢がみられていることなどが下押し要因となっていると思われる。

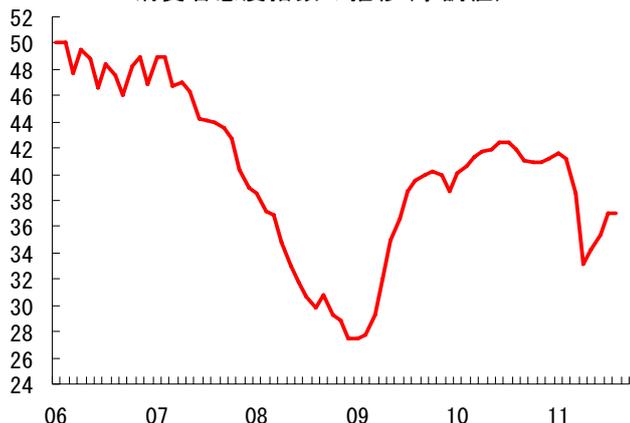
○7-9月期の個人消費は前期比プラスが見込まれるが、10-12月期はマイナスに転じる可能性も

本日発表された4-6月期GDP(2次速報)の個人消費は前期比横ばいとなった。7-9月期の個人消費は、①サプライチェーンの復旧に伴う供給制約の緩和、②消費者マインドの持ち直し、③地デジ移行を前にしたテレビの駆け込み需要や節電需要、④被災地における復旧消費の顕在化、などを背景として、前期比プラスになると予想される。だが、10-12月期も改善が続くかどうかは疑問が残る。今回の結果が示す通り、足もとの消費者マインドにはやや頭打ち感がみられている。今後も地デジや節電特需の反動・剥落を受けたマインドの低下が続くと見込まれることに加え、供給制約による自動車の押し上げ効果も徐々に弱まってくる可能性が高いこと、株価も軟調な推移が続いていること、などを踏まえると、10-12月期の個人消費はマイナスに転じる可能性も否定できないだろう。

○物価上昇を意識する世帯は減少

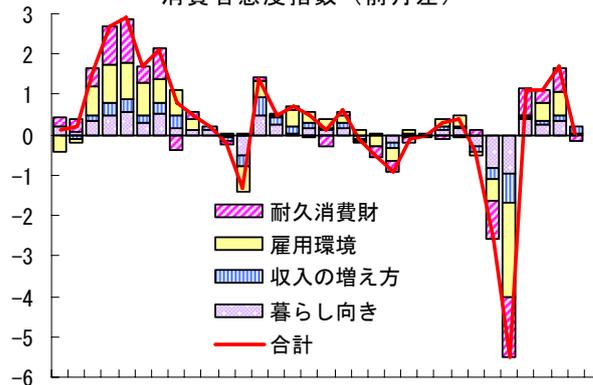
一般世帯の1年後の物価に対する見通しをみると、「上昇する」と回答した世帯の割合は全体の70.5%と7月(70.9%)から低下した一方で、「低下する」と答えた世帯の割合は全体の6.6%と7月(6.1%)から上昇した。依然として「上昇する」との回答比率は高水準にあるものの、世界経済の減速を背景とした原油価格上昇の一服や円高の進行などが消費者の期待物価上昇率を押し下げる要因となっているとみられる。

消費者態度指数の推移(季調値)



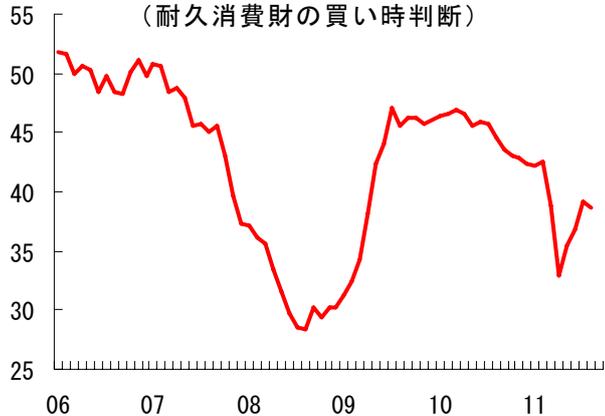
(出所)内閣府「消費動向調査」

消費者態度指数(前月差)



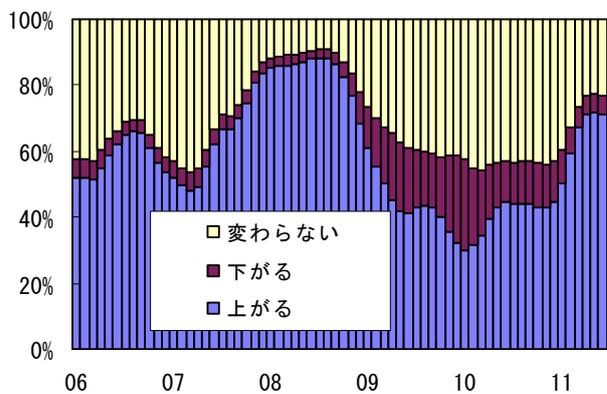
(出所)内閣府「消費動向調査」

消費者態度指数の推移
(耐久消費財の買い時判断)



(出所)内閣府「消費動向調査」

消費者が予想する1年後の物価見通し
(3ヵ月移動平均)



(出所)内閣府「消費動向調査」

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。