

# Economic Indicators

定例経済指標レポート

指標名:消費動向調査(2011年9月)  
~2ヶ月振りの上昇~

発表日2011年10月11日(火)

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
9月	38.6	1.6	39.9	1.0	39.6	0.9	34.7	2.9	40.1	1.4

(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2ヶ月振りの上昇

9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)は前月差+1.6ptと2ヶ月振りの上昇となった。内訳をみても4項目すべてが上昇しており、消費者マインドの持ち直しが確認できる。もっとも、上昇したとはいえ、震災直後の落ち込みからすれば上昇幅は小幅なものに留まっており、依然として震災前の水準を下回っている。

項目別にみると、特に今月は「雇用環境」が前月差+2.9ptと大きく改善している。生産活動の回復に伴う求人増加などを受けて、消費者の失職への懸念が和らいだことがマインド改善に寄与したと考えられる。

また、「耐久財の買い時判断」も前月差+1.4ptとプラスに寄与している。地デジ移行に伴う薄型テレビの駆け込み需要の反動減や節電需要の剥落などの影響の一巡がマインドの改善につながった可能性がある。

## ○旅行支出、サービス支出等も増加の予定

このように、消費者マインドは持ち直していることに加え、ここに来て、旅行や外出など、「不要不急」の

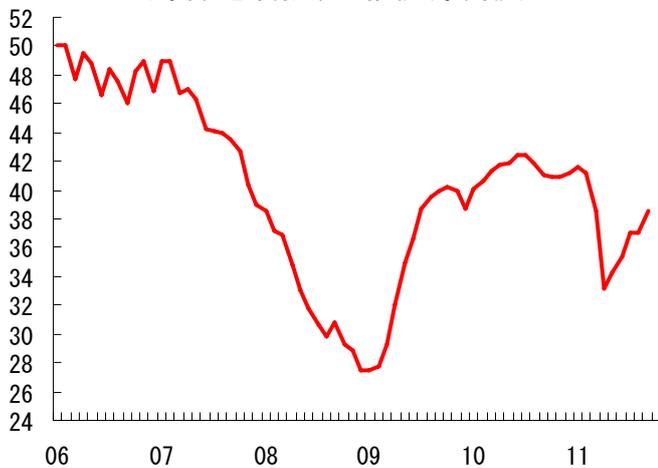
出費を手控える動きも弱まりつつある。消費動向調査では、四半期に一度、旅行の実績・予定およびサービス等の支出計画について調査している。今回の調査結果では、7－9月期の国内旅行の実績が全世帯の33.3%と、過去最低水準を記録した4－6月期の28.7%から4.6pt増加した。海外旅行の割合も増加しており、今後の予定も国内・海外ともに増加が見込まれている。また、サービス等の支出D Iをみても、10－12月期の支出予定は6項目すべてでD Iが上昇している。

**○先行き、足もとの海外経済減速や円高などの影響に注意が必要**

このように、震災後に冷え込んでいた消費者マインドは、依然低水準ながら持ち直し傾向にある。

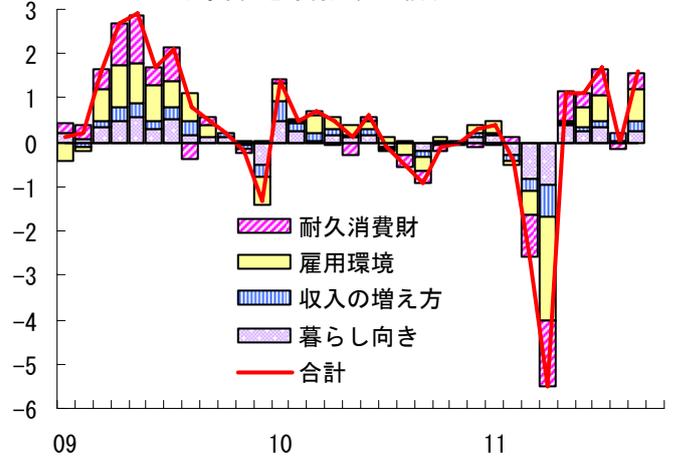
もともと、本日発表された9月の景気ウォッチャー調査では、現状判断D I、先行き判断D Iともに低下となるなど、足もとで景気の持ち直しペースは明確に鈍化している。海外景気の減速懸念の強まりや円高の持続などの影響によって、今後、雇用・所得環境が悪化すれば、消費者心理が冷え込む可能性があることには注意が必要だ。

消費者態度指数の推移(季調値)



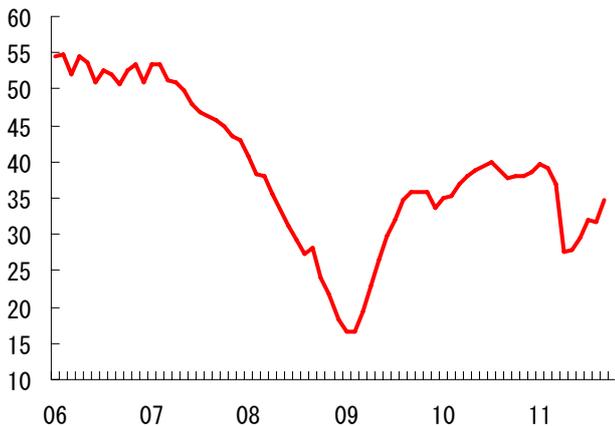
(出所)内閣府「消費動向調査」

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(雇用環境)



(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」

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。