

指標名:消費動向調査(2013年12月)

発表日:2014年1月17日(金)

~マインドは軟調に推移~

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

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	前月差	前月差	
2012年7月	36.1		36.3		35.4		34.1		38.5	
8月	37.3	1.2	37.1	0.8	36.2	0.8	35.5	1.4	40.3	1.8
9月	37.0	▲0.3	36.8	▲0.3	36.4	0.2	35.4	▲0.1	39.5	▲0.8
10月	37.1	0.1	37.0	0.2	36.8	0.4	35.1	▲0.3	39.3	▲0.2
11月	36.8	▲0.3	36.5	▲0.5	37.0	0.2	34.8	▲0.3	39.0	▲0.3
12月	37.7	0.9	37.6	1.1	37.5	0.5	36.7	1.9	39.1	0.1
2013年1月	42.6	4.9	41.2	3.6	39.6	2.1	46.5	9.8	42.9	3.8
2月	42.3	▲0.3	39.9	▲1.3	39.9	0.3	47.0	0.5	42.5	▲0.4
3月	43.1	0.8	40.6	0.7	40.2	0.3	48.8	1.8	42.9	0.4
4月	44.5	1.4	42.0	1.4	41.5	1.3	49.0	0.2	45.4	2.5
5月	45.7	1.2	43.5	1.5	42.2	0.7	50.2	1.2	46.7	1.3
6月	44.3	▲1.4	42.4	▲1.1	41.6	▲0.6	47.6	▲2.6	45.5	▲1.2
7月	43.6	▲0.7	41.6	▲0.8	41.0	▲0.6	47.7	0.1	44.0	▲1.5
8月	43.0	▲0.6	40.7	▲0.9	40.2	▲0.8	46.9	▲0.8	44.3	0.3
9月	45.4	2.4	42.4	1.7	40.6	0.4	51.7	4.8	47.0	2.7
10月	41.2	▲4.2	37.7	▲4.7	37.7	▲2.9	46.3	▲5.4	43.2	▲3.8
11月	42.5	1.3	39.3	1.6	39.6	1.9	48.1	1.8	43.1	▲0.1
12月	41.3	▲1.2	37.8	▲1.5	39.0	▲0.6	48.2	0.1	40.0	▲3.1

(出所)内閣府「消費動向調査」

(注)季節調整値。郵送調査の値。

## ○軟調な推移が続く

2013年12月の消費動向調査(調査基準日:12月15日)によれば、消費者マインドを示す消費者態度指数(一般世帯、季節調整値)は前月差▲1.2ptと低下した。基調としても、昨年5月をピークに軟調な推移が続いている。

内訳をみると、「雇用環境」(前月差+0.1pt)は小幅上昇したものの、「耐久消費財の買い時判断」(同▲3.1pt)、「暮らし向き」(同▲1.5pt)、「収入の増え方」(同▲0.6pt)が低下した。基調をみると、「雇用環境」こそ横ばい圏での推移を保っているものの、その他については軟調に推移している。特に、「耐久財の買い時判断」がピーク時に比べて大きく低下していることが目立つ。このような現象は、前回1997年4月の消費税増税の際にもみられ、増税を前に消費者の不安感が増している可能性が指摘できる。また、エネルギーや食料品の価格上昇も消費者の購買力低下(懸念)となってマインド全体に悪影響を与えているものとみられる。なお、消費者態度指数の構成項目に含まれない「資産価値の増え方」は、前月差▲0.5ptと低下した。こちらも、株高を背景に昨年前半に急上昇した後は横ばい圏内での推移が続いている。

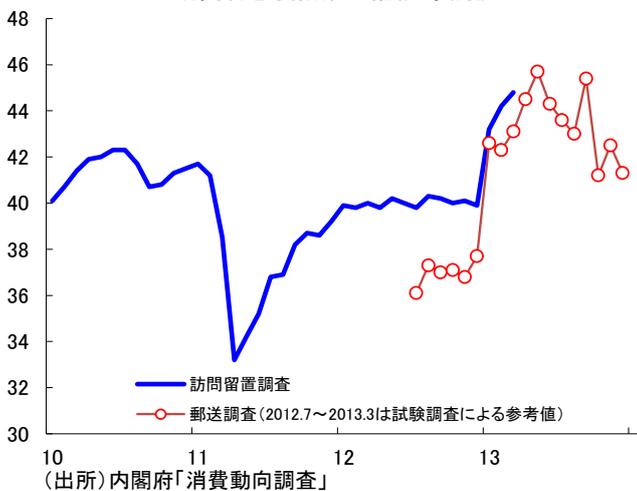
同時に調査を行っている家計の1年後の物価見通し(一般世帯)をみると、「上昇する」と回答した世帯割合は、前月差▲0.8%ptと低下した。単月では前月に引き続き低下したものの、物価上昇を見込む世帯の割合は88.4%と引き続き高水準であり、消費者の物価上昇期待は強い。

## ○増税後の消費者マインドは？

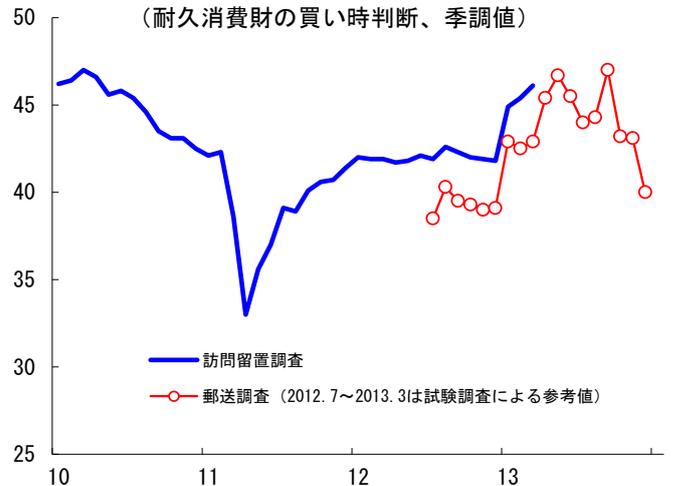
このように、足元の消費者マインドは昨年5月をピークに軟調な推移が続いている。懸念されるのは個人消費への影響だ。14年3月までは駆け込み需要により個人消費は高い伸びが見込まれるものの、問題はその後である。

前回1997年4月の消費税増税を振り返ると、増税後は消費者マインドの低下が個人消費の低迷に繋がってしまった。しかし、当時の消費者マインドの萎縮は、消費税増税の影響というよりは、アジア通貨危機や大手金融機関の破綻に伴う景気の先行き不透明感が大きな要因であったと思われる。一方、今回は、欧州債務問題など金融市場の混乱を招くようなリスクは後退していることに加え、国内企業の財務状況も良好である。消費者マインドに大きな影響を与える株価についても、日米金融政策の方向性の違いから円安が進みやすい状況にあることが支えとなろう。また、14年夏季ボーナスの増加もマインドに好影響を与える可能性が高い。増税後に消費者マインドが崩れて個人消費が減少基調となる事態は避けられるとみている。

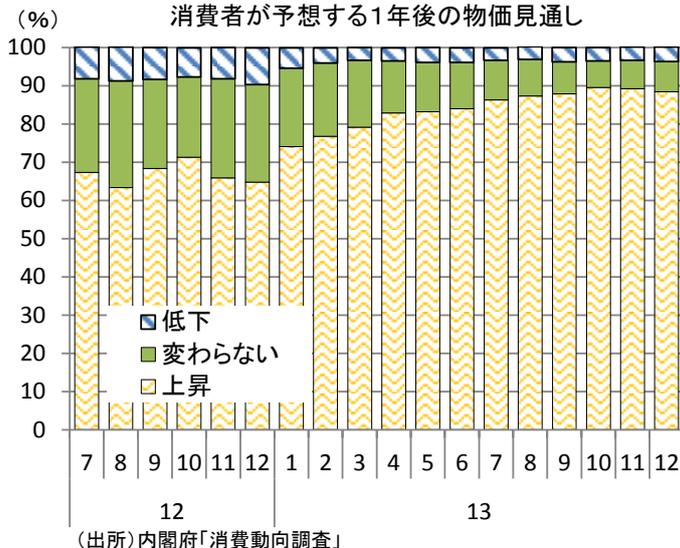
消費者態度指数の推移(季調値)



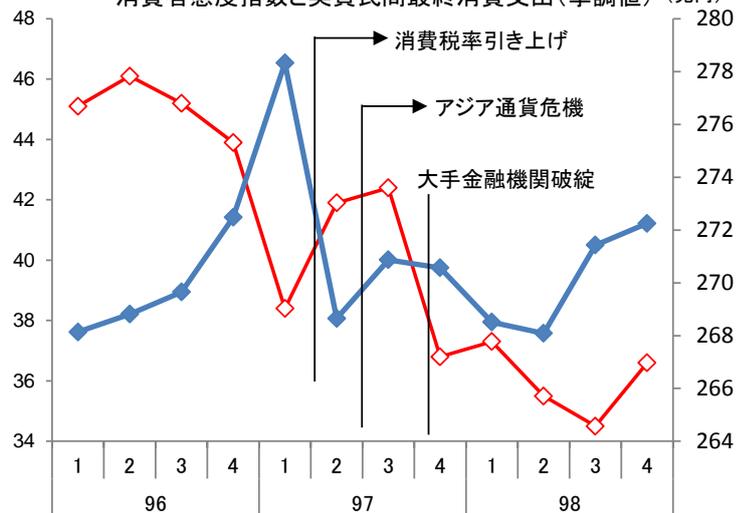
消費者意識指標の推移  
(耐久消費財の買い時判断、季調値)



消費者が予想する1年後の物価見通し



消費者態度指数と実質民間最終消費支出(季調値)(兆円)



(出所)内閣府「国民経済計算」、「消費動向調査」

(注1)実質民間最終消費支出は年換算値

(注2)消費者態度指数は訪問留置調査