

# U.S. Indicators

マクロ経済指標レポート

## 米国 プッシュの一般・予算教書がマインドを悪化させた可能性(05年2月ミシガン大消費者センチ)

発表日：05年2月18日(金)

～マインドは過度に楽観・悲観的でなく消費の安定を示唆～

(No. UI - 174)

第一生命経済研究所 経済調査部

桂畑 誠治(かつらはた せいじ)

(03-5221-5001,4518 : [seiji@lri.dai-ichi-life.co.jp](mailto:seiji@lri.dai-ichi-life.co.jp))

## 消費者信頼感 (Consumer Confidence)

	消費者信頼感指数		消費者信頼感 (Consumer Confidence)						ミシガン大学消費マインド		
	期待指数	現状指数	雇用判断		半年後の景況感		半年以内の購入計画		期待	現状	
			充分	困難	良くなる	悪くなる	自動車	住宅			
04/01	97.7	105.3	14.9	29.7	27.0	6.9	6.7	3.5	103.8	100.1	109.5
04/02	88.5	91.9	14.5	28.9	19.5	9.6	7.2	3.8	94.4	88.5	103.6
04/03	88.5	91.3	14.7	29.9	19.5	9.7	5.4	4.2	95.8	88.8	106.8
04/04	93.0	94.8	15.6	28.0	20.8	9.3	6.6	3.6	94.2	87.3	105.0
04/05	93.1	94.8	16.6	30.3	22.8	10.1	6.4	4.1	90.2	81.6	103.6
04/06	102.8	100.8	18.3	26.2	23.5	9.1	6.4	3.6	95.6	88.5	106.7
04/07	105.7	105.3	19.7	25.7	23.0	7.1	6.8	4.1	96.7	91.2	105.2
04/08	98.7	97.3	18.4	26.0	20.2	8.8	6.5	3.9	95.9	88.2	107.9
04/09	96.7	97.7	16.6	28.0	21.6	9.4	6.3	3.9	94.2	88.0	103.7
04/10	92.9	92.2	17.4	27.9	20.7	10.5	7.6	3.6	91.7	83.8	104.0
04/11	92.6	90.2	17.1	28.0	20.3	11.4	4.6	2.6	92.8	85.2	104.7
04/12	102.7	100.7	19.4	26.4	22.4	7.7	6.6	3.5	97.1	90.9	106.7
05/01	103.4	98.4	20.7	24.7	21.1	8.0	6.9	3.1	95.5	85.7	110.9
05/02									94.2	83.4	110.9

(出所) The Conference Board, University of Michigan

(注) 「雇用判断」、「半年後の景況感」、「購入計画」の単位は%で、全体に占める割合を指す。

### 前月から1.3ポイント低下

2月のミシガン大学消費者センチメント指数(速報値)は、94.2と前月から1.3ポイント低下した。市場予想は前月と同水準が見込まれていたが下落した。現状指数が前月と変わらずとなったものの、期待指数は2.3ポイント低下した。もっとも、マインドの水準は過度に楽観・悲観的でなく変動率も小さく、消費安定を示唆する水準である。

現状・期待が変化した要因をみると、現状判断はガソリン価格が上昇したものの、雇用情勢の改善によって前月と同水準になったと考えられる。一方、期待指数は株価が持ち直したが、原油価格の上昇を受け景気の先行きに対する楽観的な見方が弱まったこと等を背景に低下したと考えられる。また、プッシュ政権が一般・予算教書で年金の一部民営化など米国民のなかで意見が大きく分かれている政策を改めて示したことも悪影響を与えた可能性がある。

### 2月上旬から中旬にかけての各種消費者マインド調査は小幅低下した

2月の他の消費者マインド調査をみても、TIPP景気楽観指数(1月31日～2月5日調査)が56.2から54.8に、ABC/マネーマガジン消費者信頼感指数は1月の平均の9.6から2月第1、2週に10へ、2月のIpsos消費者態度指数は79.1(1月92.5)と全て前月から低下している。

このように、各種のマインド調査では消費者マインドの低下が報告されているが、どのマインド調査も変動幅や水準は個人消費の急変を示唆するようなものではない。マインド調査期間と同時期の消費動向を示す統計をみると、週間小売売上高は2月第1週、第2週と連続で前週の水準を上回っている。また、1月平均値対比でも+0.5%

と1月の前月比+0.3%から加速しており、個人消費は堅調に推移している。

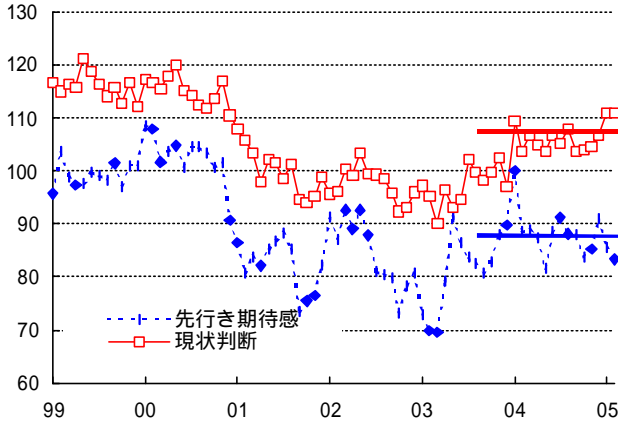
**今後消費者マインドは  
現状水準で安定推移す  
る公算**

今後のマインドを取巻く環境をみると、原油価格は在庫が少ない状況のもと、目先米国北東部の気温が平年を下回るとの予報等を受け再び上昇している。米国の気温の変化は不透明なうえ、イラク選挙後もテロが起きるなどイラク情勢もまた不透明である。このため、原油の供給情勢に対する見方の変化によってエネルギー価格が上昇を続ければ、実際に景気に与える影響が小さくとも景気の先行きに対する不安感が強まりマインドを悪化させる可能性がある。

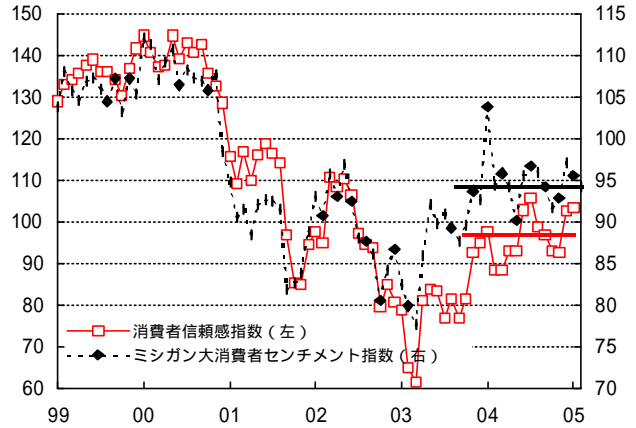
しかし、マインドに与える影響の大きい雇用情勢を考えると、雇用に先行する景気は2003年4～6月期から2004年10～12月期にかけて潜在成長率を上回るペースで拡大している。このような環境のもと、マンパワー社による新規雇用計画調査のなかの1～3月期の雇用計画を示す指数(季節調整済み)が前期から上昇し高い水準を維持するなど、企業の採用意欲は強い状態にある。加えて、雇用環境の改善による賃金上昇や持続的な福利厚生費の増加が見込まれることから、今後も可処分所得は緩やかな増加傾向を辿る可能性が高い。

以上のことを勘案すると、消費者マインドは基本的には現在の水準で安定的に推移し、個人消費に悪影響を与えるリスクは乏しいとみられる。

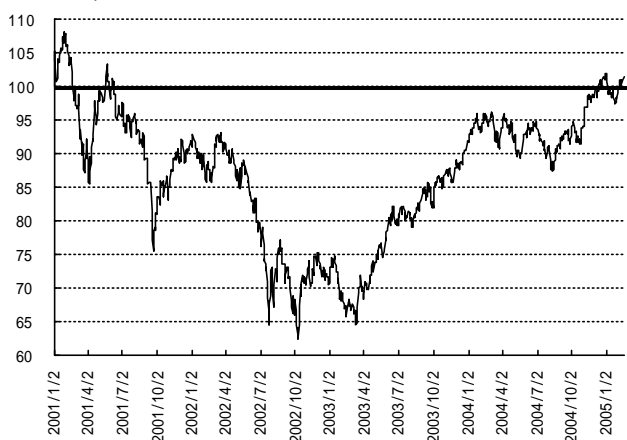
ミシガン大消費者センチメント指数の推移



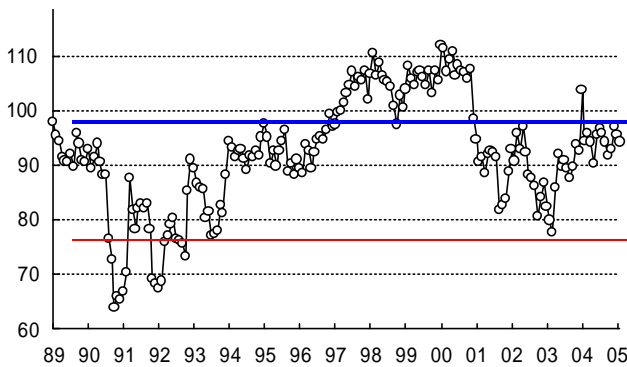
消費者マインドの動向



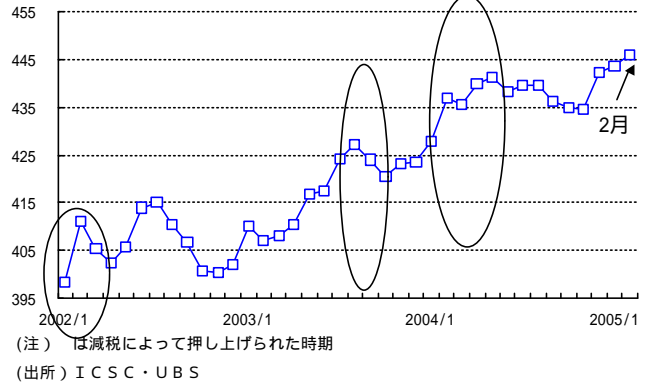
(01年1月2日=100) カルサー-5000の推移(2001年1月2日～2005年2月17日)



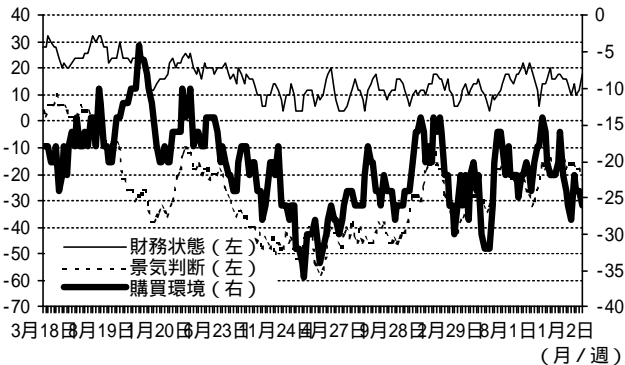
A B C / マネーマガジン週次消費者信頼感指数構成項目の推移



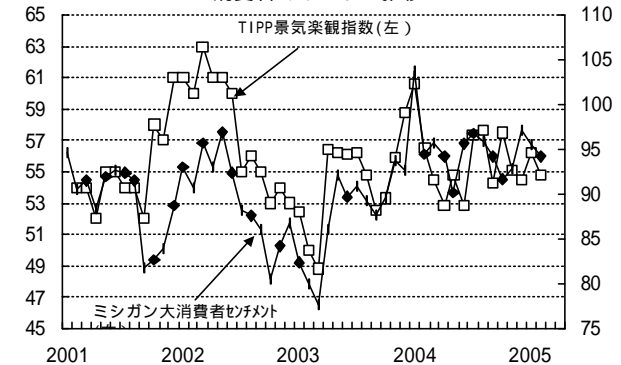
ICSC・UBS小売売上高



A B C / マネーマガジン週次消費者信頼感指数構成項目の推移



消費者マインドの推移



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。