

## U.S. Indicators

マクロ経済指標レポート

米国 エネルギー価格上昇と社会保障改革がマインドの改善を阻む(05年3月ミシガン大消費者センチ)

発表日：05年3月18日(金)

～マインドの水準・変化率は過度に楽観・悲観的でなく消費の安定を示唆～

(No. UI - 191)

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@dlri.dai-ichi-life.co.jp](mailto:seiji@dlri.dai-ichi-life.co.jp))

## 消費者信頼感 (Consumer Confidence)

	消費者信頼感指数		雇用判断		半年後の景況感		半年以内の購入計画		ミシガン大学消費マインド			
	期待指数	現状指数	充分	困難	良くなる	悪くなる	自動車	住宅	期待	現状		
04/02	88.5	91.9	83.3	14.5	28.9	19.5	9.6	7.2	3.8	94.4	88.5	103.6
04/03	88.5	91.3	84.4	14.7	29.9	19.5	9.7	5.4	4.2	95.8	88.8	106.8
04/04	93.0	94.8	90.4	15.6	28.0	20.8	9.3	6.6	3.6	94.2	87.3	105.0
04/05	93.1	94.8	90.5	16.6	30.3	22.8	10.1	6.4	4.1	90.2	81.6	103.6
04/06	102.8	100.8	105.9	18.3	26.2	23.5	9.1	6.4	3.6	95.6	88.5	106.7
04/07	105.7	105.3	106.4	19.7	25.7	23.0	7.1	6.8	4.1	96.7	91.2	105.2
04/08	98.7	97.3	100.7	18.4	26.0	20.2	8.8	6.5	3.9	95.9	88.2	107.9
04/09	96.7	97.7	95.3	16.6	28.0	21.6	9.4	6.3	3.9	94.2	88.0	103.7
04/10	92.9	92.2	94.0	17.4	27.9	20.7	10.5	7.6	3.6	91.7	83.8	104.0
04/11	92.6	90.2	96.3	17.1	28.0	20.3	11.4	4.6	2.6	92.8	85.2	104.7
04/12	102.7	100.7	105.7	19.4	26.4	22.4	7.7	6.6	3.5	97.1	90.9	106.7
05/01	105.1	100.4	112.1	21.0	24.3	22.0	7.8	7.2	3.5	95.5	85.7	110.9
05/02	104.0	95.7	116.4	20.9	22.6	17.8	7.8	7.2	3.3	94.1	84.4	109.2
05/03										92.9	83.6	107.3

(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1.2ポイント低下

2005年3月のミシガン大学消費者センチメント指数(速報値)は、929と前月から12ポイント低下した。市場予想の前月からの改善に反し下落した。現状指数が19ポイント低下し、期待指数は08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、現状判断は雇用情勢の改善が続くものの、ガソリン価格の上昇によって低下したと考えられる。一方、期待指数は株価の軟調な展開、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、米国民の反対が強まっている社会保障制度改革に関する演説をブッシュ政権が繰り返し行ったことも悪影響を与えた可能性が高い。

## 3月上旬から中旬にかけての各種消費者マインド調査はまちまちの内容

3月の他の消費者マインド調査をみても、TIPP景気楽観指数(2月28日～3月5日調査)が54.8から53.0に低下した一方、ABC/マネーマガジン消費者信頼感指数は2月の平均の10.0から3月第1、2週に7.5に改善、3月のIpsos消費者態度指数は842と2月の791から上昇した。

このように、各種の消費者マインド調査はまちまちの動きとなった。ただし、どの消費者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(3月上旬から中旬)の消費動向を示す統計をみると、週間小売売上高は3月第1週に前週の高い伸びの反動で減少したが、第2週には再びプラスに転じている。また、2月平均値対比でも+1.0%と2月の前月比+0.9%から加速しており、個人消費は堅調に推移している。

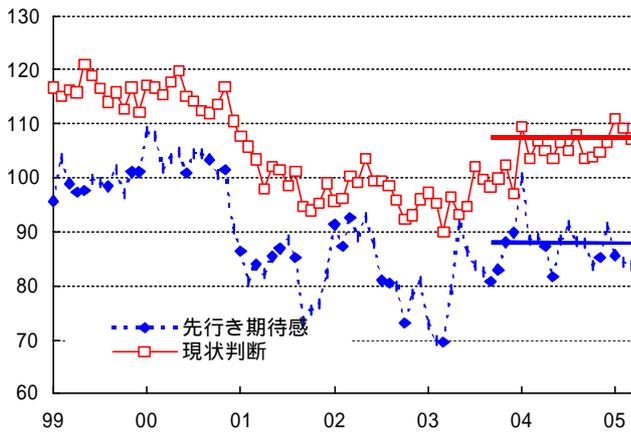
**今後消費者マインドは  
現状水準で安定推移する  
公算**

今後のマインドを取巻く環境をみると、米国でのドライブシーズンを前に在庫水準が低いことなど世界的な原油需要の拡大に供給力が追いついていないとの見方が強まったため足下でWTIは最高値を更新している。今後も世界的な景気の拡大ペース加速に伴う供給不足懸念や、過剰な流動性を背景にエネルギー価格の上昇が持続する可能性が高い。エネルギー価格の上昇が続けば、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今後もマインドを悪化させる可能性がある。

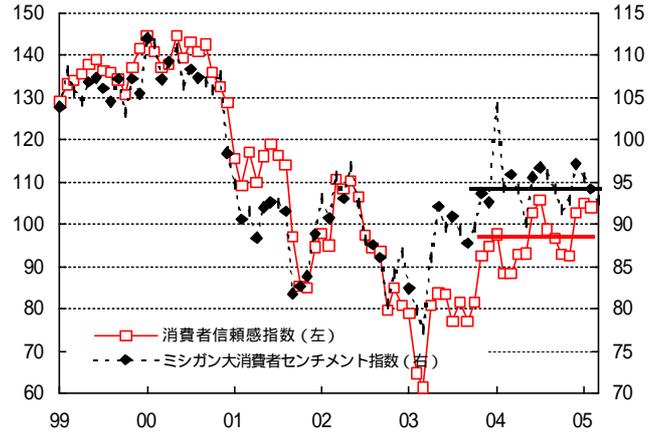
しかし、マインドに与える影響の大きい雇用情勢を考えると、雇用に先行する景気は2003年4～6月期から2005年1～3月期にかけて潜在成長率を上回るペースで拡大しているとみられる。このような環境のもと、マンパワー社による新規雇用計画調査のなかの4～6月期の雇用計画を示す指数(季節調整済み)が前期と変わらず高い水準を維持するなど、企業の採用意欲は強い状態にある。加えて、雇用環境の改善による賃金上昇や持続的な福利厚生費の増加が見込まれることから、今後も可処分所得は緩やかな増加傾向を辿る可能性が高い。

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



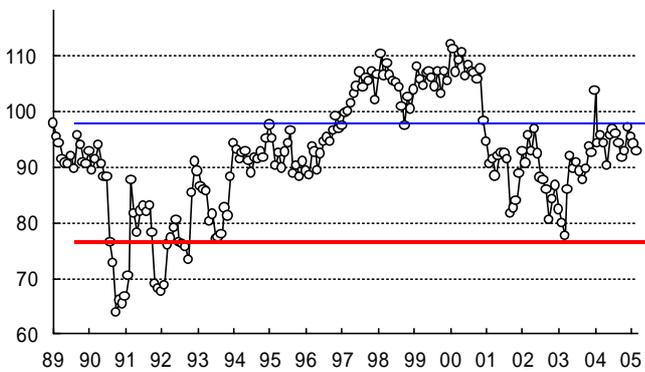
消費者マインドの動向



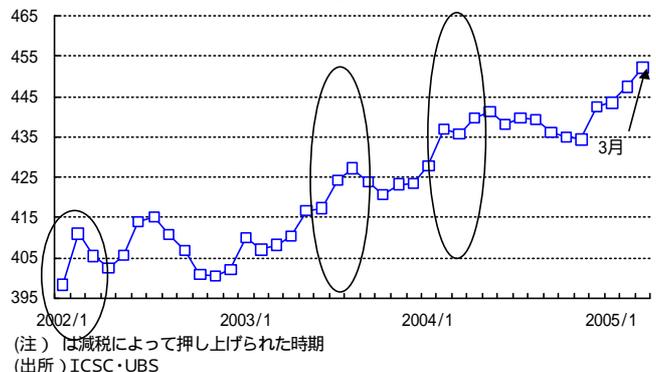
01年1月 2日=100 ウィルシャー-5000の推移(2001年1月2日～2005年3月17日)



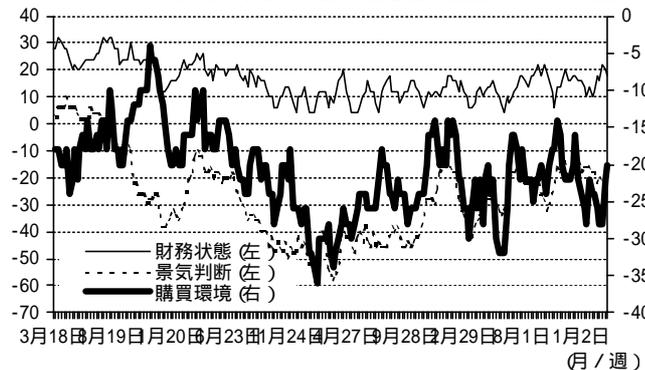
ABC/ワシントンポスト週次消費者信頼感指数構成項目の推移



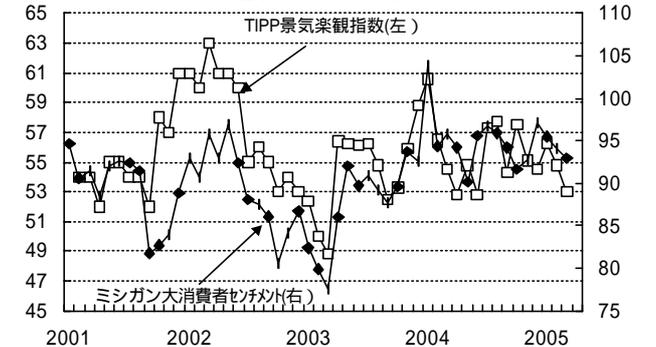
ICSC・UBS小売売上高



ABC/ワシントンポスト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。