

# U.S. Indicators

マクロ経済指標レポート

## 米国 先行き不透明感の払拭で消費者マインド大幅改善(05年11月CB消費者信頼感)

発表日: 05年11月29日(火)

~ 景気の先行きに対する見方が楽観的に ~

(No. UI - 155)

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 : [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		
04/11	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	104.4	96.1	116.8	21.1	22.4	17.9	7.8	7.2	4.1	94.1	84.4	109.2
05/03	103.0	93.7	117.0	21.8	23.8	19.3	8.2	5.7	3.8	92.6	82.8	108.0
05/04	97.5	86.7	113.8	20.4	22.9	17.7	9.9	5.8	4.1	87.7	77.0	104.4
05/05	103.1	93.4	117.8	22.9	24.1	19.0	9.5	7.8	3.5	86.9	75.3	104.9
05/06	106.2	96.4	120.8	22.5	22.5	19.5	9.0	6.6	3.6	96.0	85.0	113.2
05/07	103.6	93.2	119.3	22.9	23.8	17.9	9.5	7.6	3.8	96.5	85.5	113.5
05/08	105.5	93.3	123.8	23.6	23.1	18.7	10.0	6.2	3.5	89.1	76.9	108.2
05/09	87.5	72.3	110.4	20.7	25.0	15.4	19.6	5.8	3.4	76.9	63.3	98.1
05/10	85.2	70.1	107.8	20.7	25.3	14.1	18.5	6.4	2.8	74.2	63.2	91.2
05/11	98.9	88.8	114.0	20.8	23.2	18.8	11.7	4.9	3.1	81.6	69.6	100.2

(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。

### 98.9 と前月比13.7ポイント上昇し市場予想を大幅に上回った

11月の消費者信頼感指数(CBベース)は、98.9と10月の85.2(速報の85.0から上方改定)から13.7ポイント上昇した。現状指数が前月比+6.2ポイント、期待指数が同+18.7ポイント上昇したため、消費者信頼感指数は市場予想の90.2を大幅に上回った。ガソリン等エネルギー価格の下落によって、景気に対する楽観的な見方が強まり、雇用に対する悲観的な見方が弱まったため現状指数が上昇した。期待指数は、原油価格の下落やインフレの落ち着きを背景に、景気、雇用の先行きに対する見方が改善したことから大幅に上昇した。また、所得階層別をみると、全所得階層で前月から改善した。

### 11月の小売売上高は堅調

週間ベースの小売売上高は、11月第1~3週平均で10月対比+1.2%と10月の前月比+0.4%から加速している。エネルギー価格の下落に加え、積極的な値下げを実施したことによって販売が増加した。一方で、11月の自動車販売は米ビッグスリーによる従業員割引の一般購入者への適用終了の影響が残存したことによって10月から小幅増加にとどまると予想される。

### 現状の「景気」、「雇用」、期待の「景気」、「所得」、「雇用」の全項目が改善

現状、期待判断の変化要因に関しては、現状判断では現在の景気に対する楽観的な見方が強まり(現在の景気に対する見方の「良い」-「悪い」が+8.2と前月の+4.9からプラス幅拡大)、現在の雇用環境に対する悲観的な見方が弱まった(現在の雇用機会に対する判断の「充分」-「困難」が2.4%と前月の4.6%からマイナス幅縮小)。

期待指数でも景気の先行きに対する見方が楽観的に転じた(6ヵ月後の景気に対する見方の「良くなる」-「悪くなる」が+7.1と前月の4.4からプラスに転じた)。加えて、雇用の先行きに対する悲観的な見方が弱まった(6ヵ月後の雇用に対する見方の

「多くなる」-「少くなる」が 3.5と前月の 11.7からマイナス幅が縮小)。6ヵ月後の収入については「増加する」-「減少する」が+11.5と前月の+6.8からプラス幅が拡大しており、先行きの所得に対する楽観的な見方が強まった。

### **購入計画は家電の堅調を示唆**

同時に実施された関連調査である「6ヵ月以内の購入計画」の前月からの変化をみると、「住宅購入計画」が前月から上昇しており住宅市場は堅調さを維持しているとみられる。また、「家電購入計画」が上昇し高い水準を維持していることから、10~12月期までの住宅関連の耐久財消費は堅調に推移すると見込まれる。一方、「自動車購入計画」が前月から低下し水準も低いことから自動車販売を押し上げるには積極的なインセンティブが必要なことを示唆している。このような状況のもと、GMが車種によっては従業員向け割引以上の値引きとなる販促を11月中旬から年内の期間実施しており、12月の自動車販売は持ち直しが期待できよう。

景気の先行きに対して楽観的になったこと等によって、株価に対する見方である「上昇する」-「下落する」がプラスに転じており、当面個人資金の投信等への流入が持続する可能性が高い。

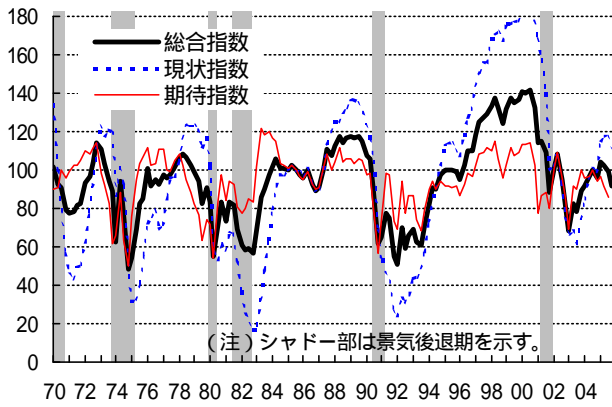
インフレに関する調査では、CPIコアの安定、エネルギー価格の下落等を受けインフレ見通しが5.4と9月の6.4をピークに低下しているものの小幅低下にとどまっており、消費者のインフレ期待が強い状態ある。

### **マインドは改善傾向を辿る公算**

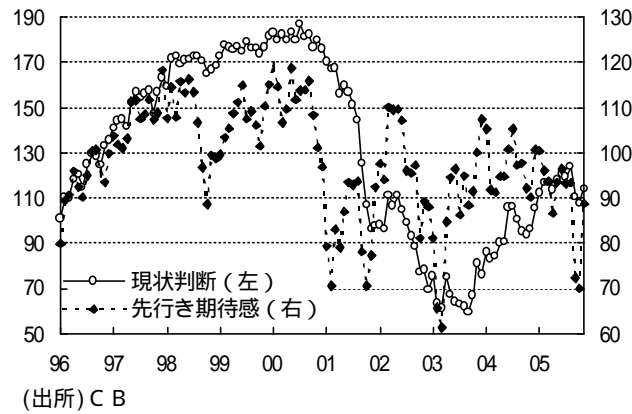
足下で下落し消費者マインドを改善させたエネルギー価格に関しては、米北東部の気温が例年よりも暖かい日が多いこと、メキシコ湾の製油所の精製施設の再開が緩やかながらも続くこととみられること、加えてIEA加盟各国による原油・石油製品備蓄の放出した分の積み増しを当面行わないと見られることから、エネルギー価格の急騰は避けられよう。

また、マインドに大きな影響を与える雇用環境をみると、投入コストの上昇が続く中、企業はコスト削減のため、雇用の削減を続けると予想される。一方で、雇用に先行する景気が2003年4~6月期から2005年7~9月期まで平均して潜在成長率を上回るペースで拡大したこと、10~12月期のマンパワー社による新規雇用計画調査や経営者団体の景況調査における雇用計画などでは採用拡大が示唆されていることから、企業の採用意欲は強い状態にある。さらに、雇用の大部分を占める中小企業の景況感が改善し、雇用計画は高い水準を維持している。これらのことから、雇用者数が前期比+0.3%~+0.5%のトレンドを維持すると予想されるため、消費者マインドは改善傾向を辿ると見込まれる。

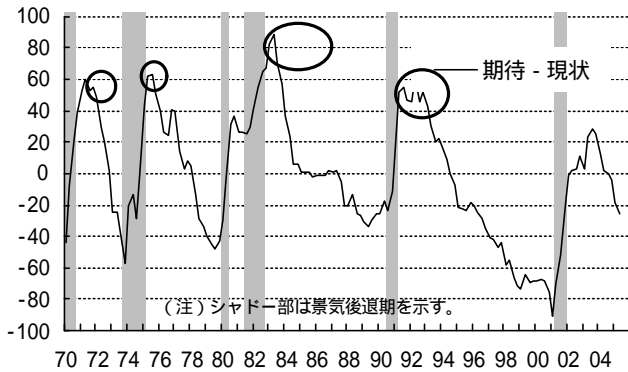
消費者信頼感指数の推移(四半期)



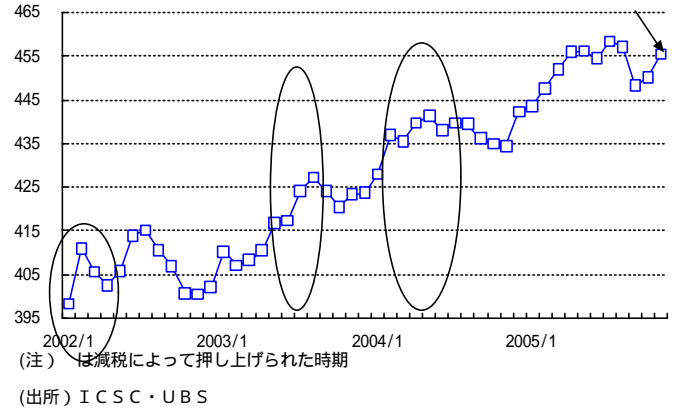
消費者信頼感指数の推移



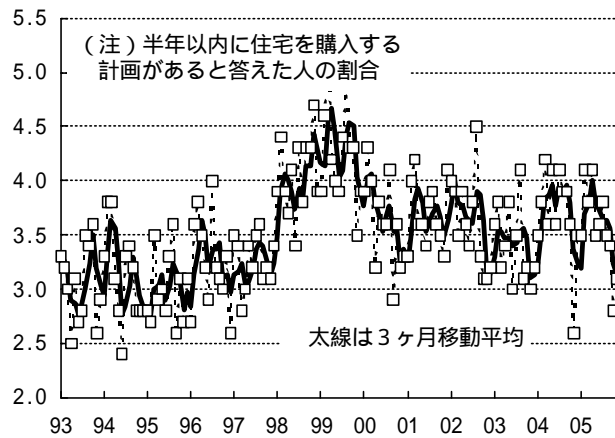
(期待指数 - 現状指数)の推移



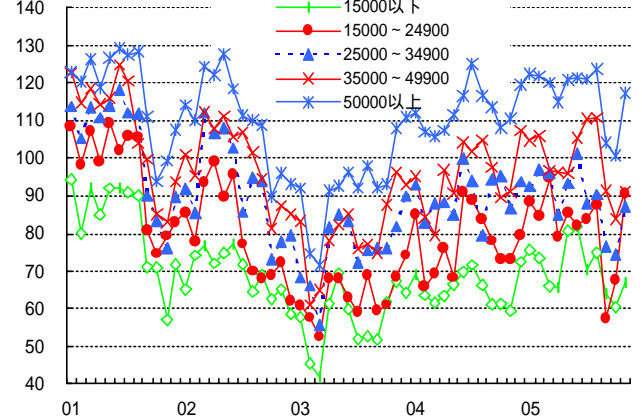
ICSC・UBS小売売上高



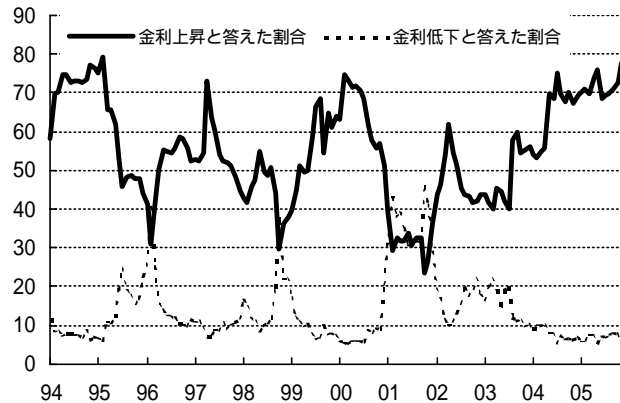
(%) 住宅購入計画比率の推移



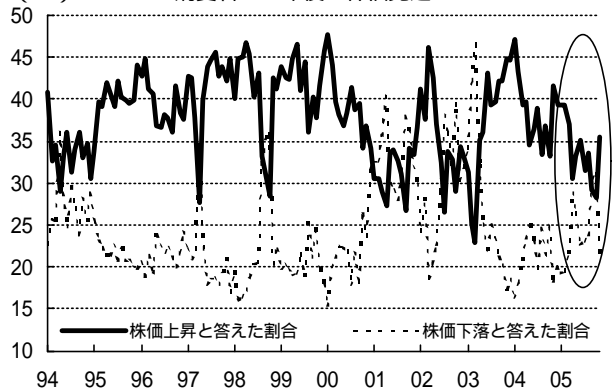
所得階層別(年収)の消費者信頼感指数の推移



(%) 消費者の1年後の金利見通し



(%) 消費者の1年後の株価見通し



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。