

U.S. Indicators

マクロ経済指標レポート

米国 マインドは消費の安定拡大を示す水準まで上昇(06年1月CB消費者信頼感指数)

発表日:06年1月31日(火)

~先行きに対する期待が低下も現況の改善で吸収~

(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 : 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		
05/01	105.1	100.4	21.0	24.3	22.0	7.8	7.2	3.5	95.5	85.7	110.9	
05/02	104.4	96.1	21.1	22.4	17.9	7.8	7.2	4.1	94.1	84.4	109.2	
05/03	103.0	93.7	21.8	23.8	19.3	8.2	5.7	3.8	92.6	82.8	108.0	
05/04	97.5	86.7	20.4	22.9	17.7	9.9	5.8	4.1	87.7	77.0	104.4	
05/05	103.1	93.4	22.9	24.1	19.0	9.5	7.8	3.5	86.9	75.3	104.9	
05/06	106.2	96.4	22.5	22.5	19.5	9.0	6.6	3.6	96.0	85.0	113.2	
05/07	103.6	93.2	22.9	23.8	17.9	9.5	7.6	3.8	96.5	85.5	113.5	
05/08	105.5	93.3	23.6	23.1	18.7	10.0	6.2	3.5	89.1	76.9	108.2	
05/09	87.5	72.3	20.7	25.0	15.4	19.6	5.8	3.4	76.9	63.3	98.1	
05/10	85.2	70.1	20.7	25.3	14.1	18.5	6.4	2.8	74.2	63.2	91.2	
05/11	98.3	88.4	21.1	23.6	19.0	11.5	5.0	3.0	81.6	69.6	100.2	
05/12	103.8	92.6	23.3	22.5	18.4	9.1	6.1	2.8	91.5	80.2	109.1	
06/01	106.3	91.5	26.9	20.3	17.7	10.5	6.6	2.8	93.4	81.5	112.0	

(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。

106.3 と前月比2.5 ポイント上昇し市場 予想を上回った

06年1月の消費者信頼感指数(CBベース)は、106.3と12月の103.8(速報の103.6から上方改定)から2.5ポイント上昇した。マインドは、消費の堅調持続を示唆する水準まで上昇した。期待指数が同1.1ポイント低下したものの現状指数が前月比+7.7ポイント上昇したことから、消費者信頼感指数は市場予想の105.0を上回った。期待指数は、原油価格の急騰を背景に、景気の先行きに対する見方が悪化したことから下落した。現状指数はガソリン等エネルギー価格のピークからの下落、景気・雇用の堅調を示す経済指標の発表などによって、景気、雇用に対する楽観的な見方が強まったため上昇した。

1月の小売売上高は 12月の高い伸びの後 にもかかわらず拡大基 調維持

1月のマインド調査期間の消費動向をみると、週間ベースの小売売上高は1月第1~3週平均で12月対比+0.2%と12月の前月比+1.2%から鈍化しているものの、プラス基調を維持している。天然ガス、ヒーティングオイル等の価格がピークから下落していることに加え、販売価格引き下げ、商品券の使用増加等を背景に販売が拡大している。一方、1月の自動車販売は12月の高い水準からは鈍化した模様であるが昨年水準を上回った可能性がある。このように、1月の個人消費は雇用・所得の拡大が続くなかマインドの改善もあり、総じて堅調さを維持していると判断される。

期待の「景気」、「所得」 が悪化も、現状の「景 気」、「雇用」、期待の「雇 用」が改善

現状・期待判断それぞれ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+9.8と前月の+9.5からプラス幅拡大)、現在の雇用環境に対する見方が楽観的になった(現在の雇用機会に対する判断の「充分」-「困難」が+6.6と前月の+0.6%からプラス幅を大きく拡大した)。

期待指数では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」-「少なくなる」が1.9と前月の3.3からマイナス幅が縮小)。一方、景気の先行きに対する楽観的な見方が弱まった(6ヵ月後の景気に対する見方の「良くなる」-「悪くなる」が+7.2と前月の+9.3からプラス幅が縮小)。加えて、6ヵ月後の収入については「増加する」-「減少する」が+11.4と前月の+12.6からプラス幅が縮小しており、先行きの所得に対する楽観的な見方が弱まった。

購入計画は家電消費の堅調を示唆

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」が前月と変わらずとなっており住宅購入需要の鈍化が示された。一方、「家電購入計画」は前月から上昇し高い水準を維持していることから、2006年4～6月期にかけて住宅関連の耐久財消費は堅調に推移すると見込まれる。加えて、「自動車購入計画」が前月から上昇したものの水準が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状況に変化はない。自動車販売は、設備稼働率維持のため価格の引き下げによって底堅く推移すると予想される。

株価の見通しは改善

景気の先行きに対して楽観的になったこと等によって、株価に対する楽観的な見方が強まった(株価に対する見方である「上昇する」-「下落する」のプラス幅が拡大)、目先個人資金の投信等への流入が拡大する可能性が高い。

インフレに関する調査では、CPIコアの安定等を受けインフレ見通しが5.1と9月の6.4をピークに低下しており、消費者のインフレ期待が徐々に後退している。

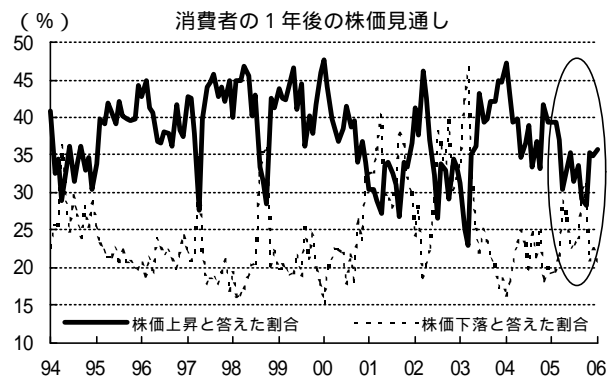
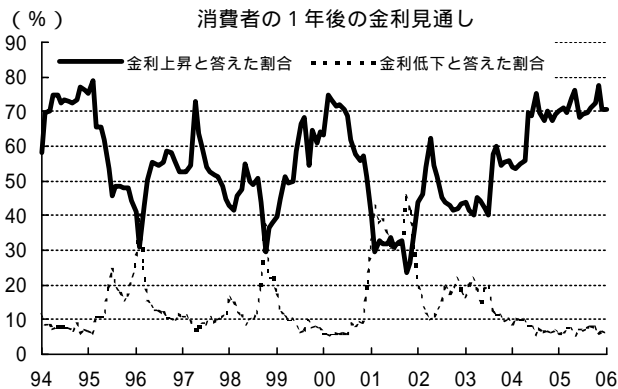
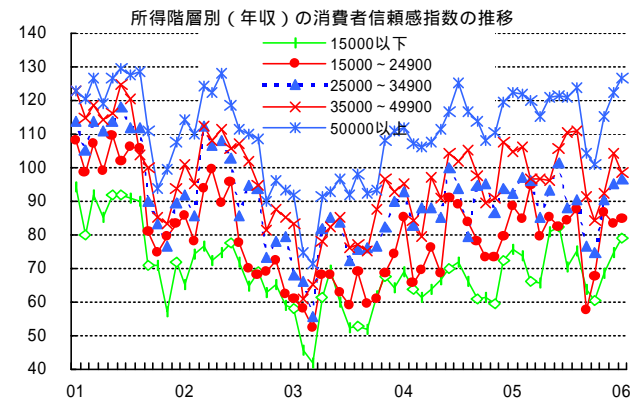
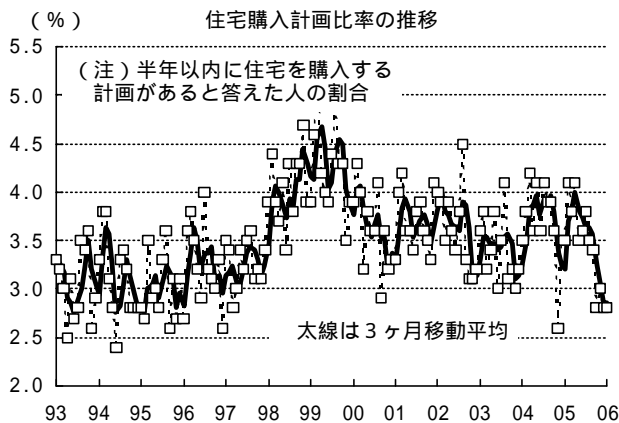
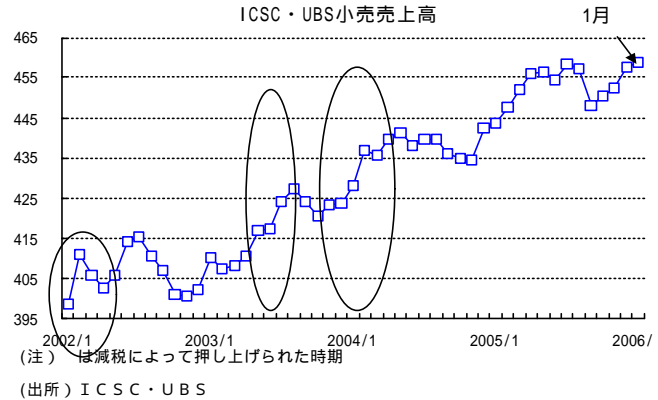
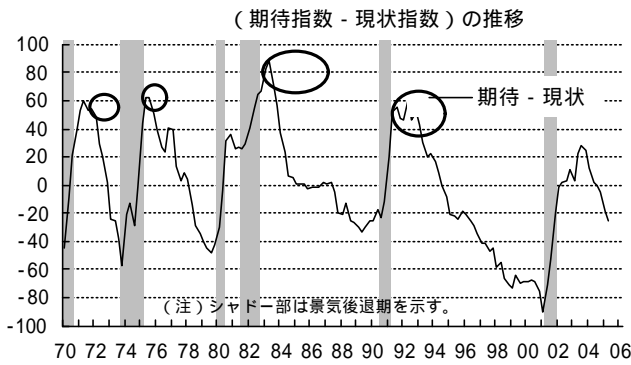
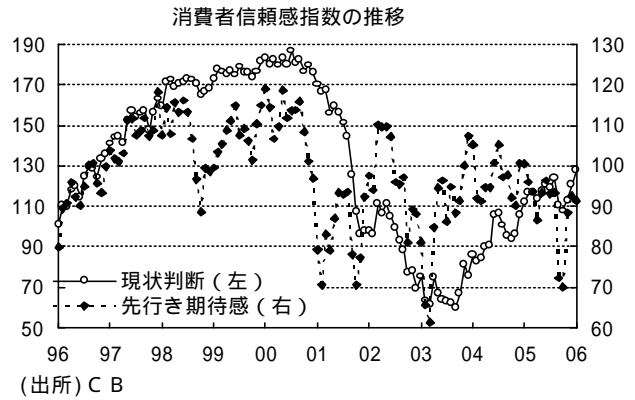
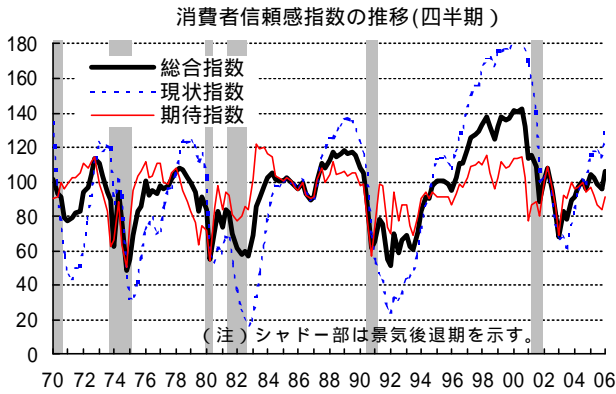
消費者マインドは、目先現状水準で安定的に推移

マインドに影響を与えるエネルギーに関しては、ガソリン価格は、需要期が終わったこと、石油の精製能力が大幅に低下しているが順調に精製施設の再開が続いていること、ガソリンに対する環境規制や輸入船籍規制を緩和したこと、加えてIEA加盟各国が原油・石油製品備蓄を放出したことからガソリンの供給が世界的に増加しており、目先ガソリン価格の上昇は緩やかなものにとどまろう。一方、原油価格はイランの核燃料技術研究再開、ナイジェリアの政情不安等によって供給懸念が高まりWTIで1バレル=68ドル台まで上昇している。今後、OPECに増産余地がない中で、イランからの輸出が中止されれば、原油価格が上昇を続ける可能性が高い。このため、イランは国連がイランの収入の大半を占める原油輸出を禁止するような経済制裁をできないと判断し、強行に核燃料技術の研究を続けるとみられ、原油価格は最高値を更新する可能性がある。また、ヒーティングオイルや天然ガスは、米北東部の気温が平年よりも高い状態が持続することで急騰は避けられるものの、ロシア、欧州での寒波によって需要が拡大する中で米北東部の気温が平年並みに戻れば上昇に転じ高止まりする可能性がある。

エネルギー価格が高止まりすれば、実際に景気に与える影響が小さいにも関わらず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、一部の企業ではコスト削減のため、レイオフや採用の抑制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、2006年1～3月期の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採用拡大が示唆されていることから、米国全体では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12月にか

けて改善し、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、消費者マインドは現状水準で安定的に推移すると見込まれる。

以上のような消費を取巻く環境のもと、06年1~3月期の個人消費は05年10~12月期の前期比年率+1.1%から同+4%台後半に加速する公算が大きい。



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。