

U.S. Indicators

マクロ経済指標レポート

米国 金利上昇持続観測等による期待指数の悪化で予想を下回った

(06年3月シカゴ大消費者センチメント)

06年3月17日(金)

～水準、変化率ともに消費の拡大ペースへの影響は限定的～

(No. UI - 219)

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)										ミシガン大学消費マインド		
	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		期待	現状		
	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					
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	98.3	88.4	113.2	21.1	23.6	19.0	11.5	5.0	3.0	81.6	69.6	100.2	
05/12	103.8	92.6	120.7	23.3	22.5	18.4	9.1	6.1	2.8	91.5	80.2	109.1	
06/01	106.8	92.1	128.8	27.0	20.3	17.9	10.5	6.7	3.0	91.2	78.9	110.3	
06/02	101.7	83.3	129.3	27.3	20.7	16.0	11.1	7.1	3.1	86.7	74.5	105.6	
06/03										86.7	74.2	106.2	

(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。

市場予想を下回った

06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、86.7と前月と変わらずとなり、市場予想の88.0を下回った。ただし、水準、変化率ともに消費の拡大トレンドに大きな影響を与えるものではない。実際、マインド調査期間と同時期(3月第1、2週)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、2週平均で2月対比+1.4%と2月の前月比+1.1%から加速しており、足下の個人消費は堅調さを維持している。

マインドの内訳は、現状指数が106.2と前月比+0.6ポイント改善した一方、期待指数が74.2と前月から0.3ポイントの低下となった。現状・期待が変化した要因をみると、現状判断は雇用・所得の拡大、株価の上昇が押し上げられたと考えられる。一方で、期待指数は、利上げ継続観測等によって景気の先行きに対する楽観的な見方が後退したとみられる。

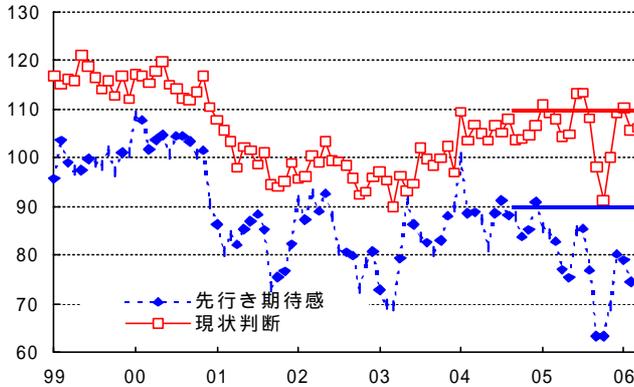
今後もマインドを悪化させる要因があるものの、大幅な悪化は避けられよう

3月の他の消費者マインド調査をみると、ABC/ワットポスト消費者信頼感指数は2月の平均の12.3から3月第1、2週平均で8.5と改善しており、3月の各種マインド調査はまちまちの動きとなっており、全体としては大きく改善も悪化もしていないと判断される。

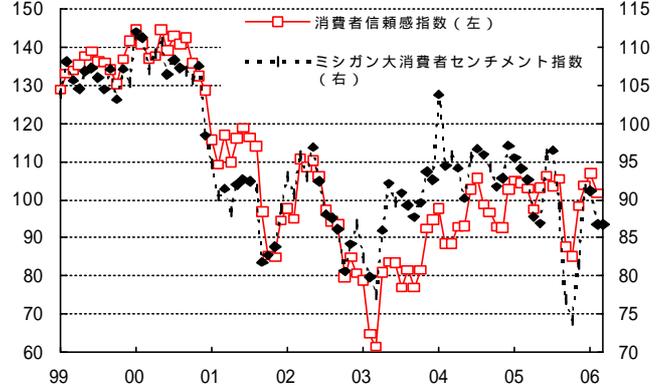
今後も、景気が堅調さを維持する中、金利上昇観測が持続するとみられ、マインドの改善を抑制する要因となろう。また、原油価格は足下で落ち着きを見せているが、今後ガソリン価格の需要期を迎えること、石油精製業者が今後行う設備のメンテナン

スを例年よりも長い期間予定していることから、ガソリン価格が上昇しマインドを悪化させるリスクがある。ただし、雇用・所得環境の改善持続によって大幅な悪化は避けられると予想され、個人消費は前期比年率で+3%前後での拡大が続くと見込まれる。

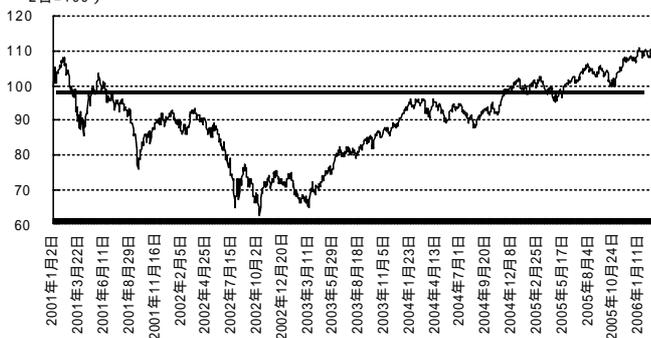
ミシガン大消費者センチメント指数の推移



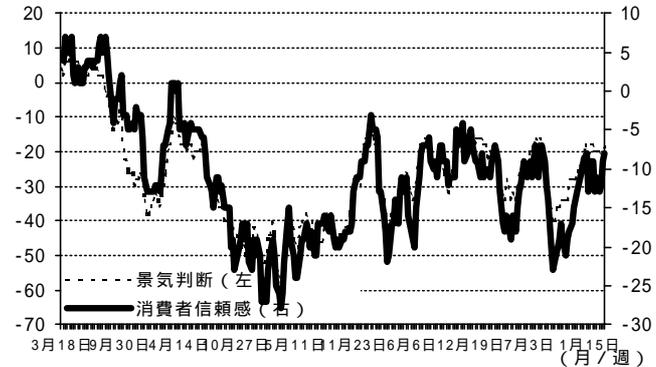
消費者マインドの動向



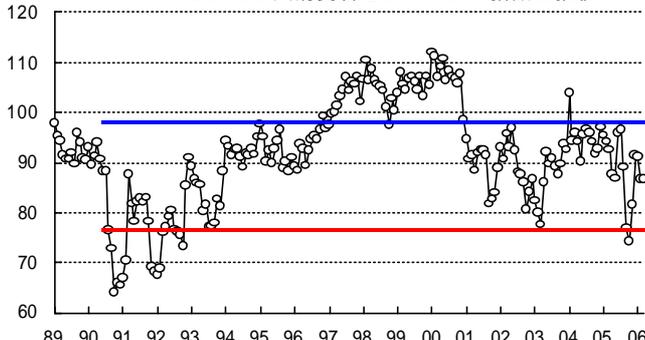
(01年1月2日=100) カイムシャ-5000の推移 (2001年1月2日～2006年3月1日)



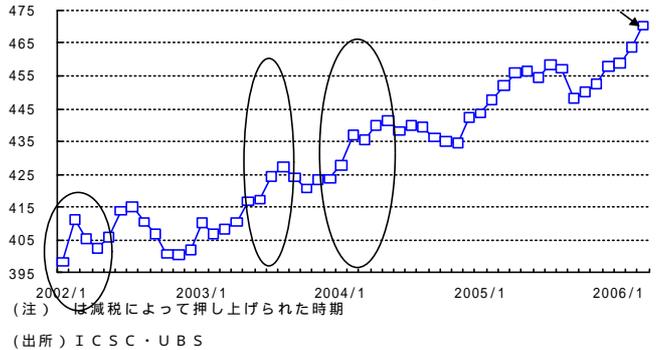
A B C / ワシントンポスト週次消費者信頼感指数構成項目の推移



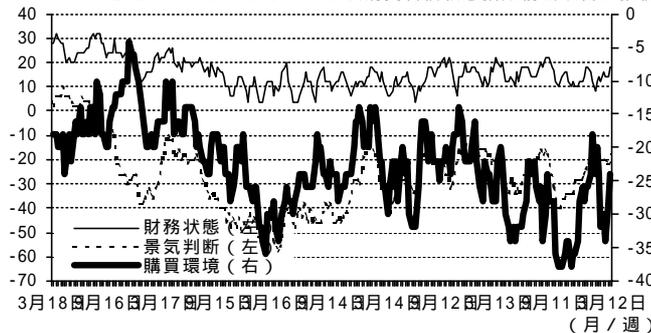
ミシガン大消費者センチメント指数の推移



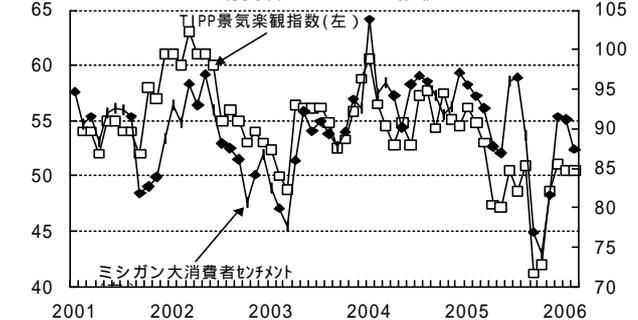
ICSC・UBS小売売上高



A B C / 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。