

米国 エネルギー価格や金利の上昇等により消費者マインドは急低下
 (06年5月ミシガン大消費者センチメント)
 06年5月12日(金)
 ~個人消費の拡大ペース鈍化を示唆~

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 : sei.ji@dlri.dai-ichi-life.co.jp)

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		
		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				
05/05	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	102.7	84.2	130.3	27.4	20.2	16.2	10.9	7.1	3.4	86.7	74.5	105.6
06/03	107.5	90.3	133.3	28.3	20.4	17.8	9.8	5.8	4.1	88.9	76.0	109.1
06/04	109.6	91.9	136.2	29.1	19.6	17.1	9.1	6.9	2.7	87.4	73.4	109.2
06/05										79.0	68.0	96.2

(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。

市場予想を大幅に下回る 79.0

06年5月のミシガン大学消費者センチメント指数(速報値)は、79.0と前月から6.4ポイント低下し、市場予想の86.0を大幅に下回った。水準、変化率ともに消費の拡大ペース鈍化を示唆している。マインド調査期間と同時期(5月第1週)の消費動向を示す統計をみると、週間小売売上高が5月第1週で4月対比+0.3%(4月前月比+1.6%)と減速しているように、足下の個人消費は拡大ペースが鈍化している。

マインドの内訳は、現状指数が96.2と前月比▲13.0ポイント悪化し、期待指数が68.0と前月から▲5.4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、株高が続く一方でガソリン価格の上昇によって悪化したと考えられる。期待指数は原油価格の高止まり、金利上昇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。

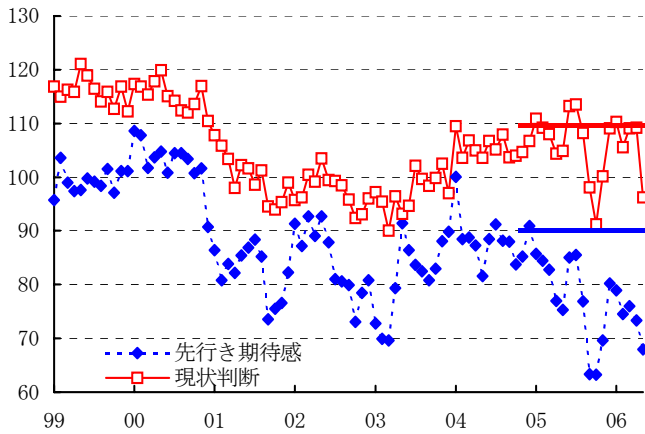
他の調査でもマインドは低下

5月の他の消費者マインド調査をみると、ABC/Wal-Mart消費信頼感指数は4月平均の▲10.0から5月第1週に▲16.0と悪化した。5月TIPP景気楽観指数が46.1と4月の48.6から悪化するなど、各種マインド調査は全て悪化しており5月の消費者マインドが急激に悪化していることが示されている。

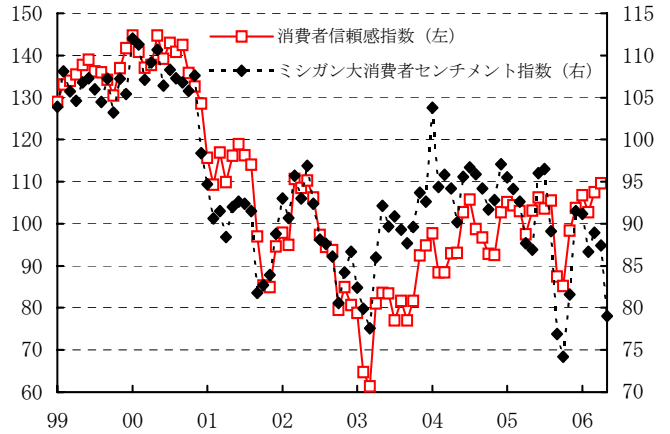
今後も、雇用・所得の拡大、景気が堅調さを維持する一方で、金利の上昇、原油・ガソリン価格の高止まりが続くとみられることから、マインドの改善は緩やかなペースにとどまると予想される。

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。

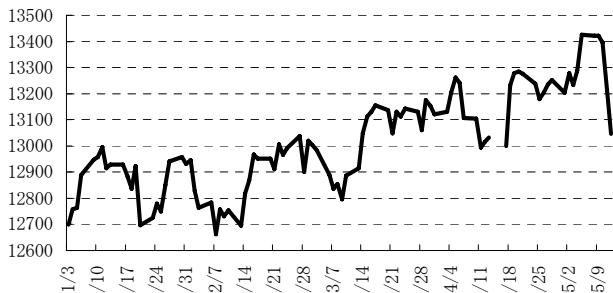
ミシガン大消費者センチメント指数の推移



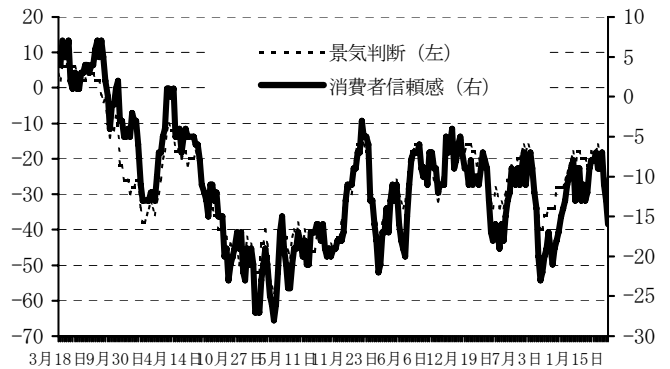
消費者マインドの動向



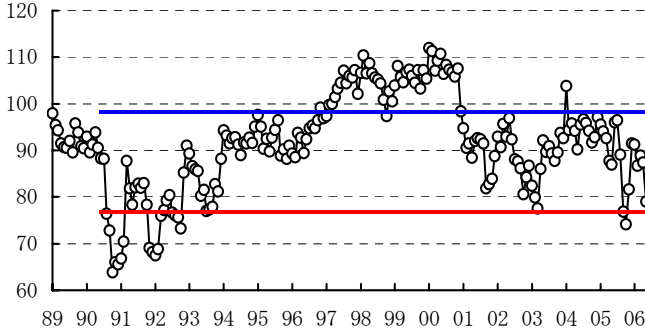
ウィルシャー指数の推移



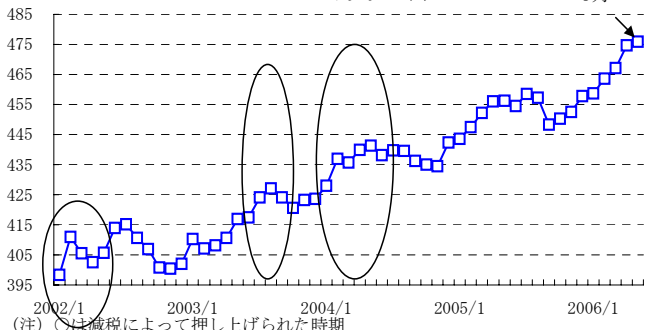
ABC/ワシントンポスト週次消費者信頼感指数構成項目の推移



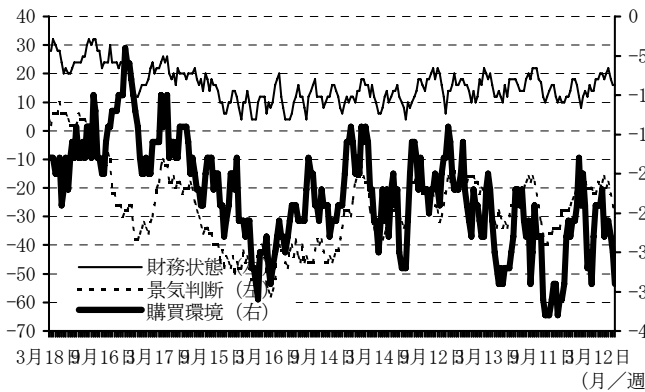
ミシガン大消費者センチメント指数の推移



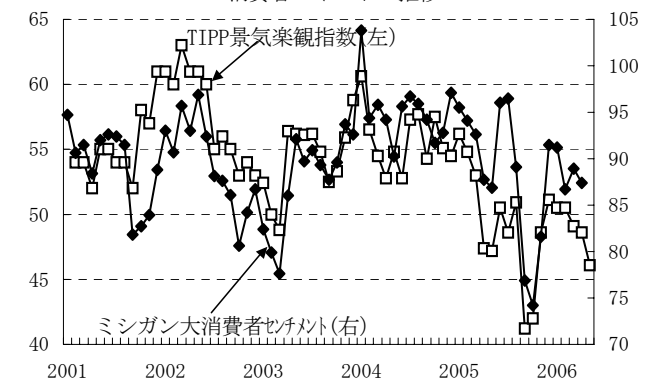
ICSC・UBS小売売上高



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。