

米国 マインドの低下も消費の底固さには影響なし

(06年10月 C B 消費者信頼感指数)

発表日: 06年10月31日 (火)

～期待が改善も現状が悪化～

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		消費者信頼感 (Consumer Confidence)						ミシガン大学消費マインド			
		期待指数	現状指数	雇用判断		半年後の景況感		半年以内の購入計画		期待	現状	
				充分	困難	良くなる	悪くなる	自動車	住宅			
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	109.8	92.3	136.2	29.4	19.7	17.3	9.3	6.8	3.1	87.4	73.4	109.2
06/05	104.7	85.1	134.1	29.1	20.2	16.5	12.9	6.3	2.9	79.1	68.2	96.1
06/06	105.4	87.5	132.2	28.0	20.0	16.8	11.9	5.5	3.2	84.9	72.0	105.0
06/07	107.0	88.9	134.2	28.6	19.6	16.1	10.9	6.9	3.8	84.7	72.5	103.5
06/08	100.2	84.4	123.9	24.5	21.1	16.2	12.9	6.9	3.8	82.0	68.0	103.8
06/09	105.9	91.0	128.3	26.2	20.9	16.5	10.3	6.0	2.9	85.4	78.2	96.6
06/10	105.4	92.6	124.7	25.8	22.0	18.5	9.9	6.2	2.9	93.6	84.8	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、全体を占める割合を指す。

105.4 と前月比 0.5 ポイント低下し市場予想を下回った

10月の消費者信頼感指数 (C B ベース) は、105.4 と前月の105.9 (速報の104.5 から上方改定) から0.5ポイント低下し、市場予想の108.0を下回った。ガソリン、原油が下落したが天然ガス価格の上昇や、雇用の拡大ペース鈍化等を背景に前月から低下したとみられる。ただし、マインドの水準が高く、変化率は小さいことから、足下での個人消費の拡大ペースには影響を与えないと考えられる。

内訳では、現状指数が前月比▲3.6ポイント、期待指数が同+1.6ポイント上昇した。現状指数は、天然ガス価格の上昇、雇用の拡大ペース鈍化を示す経済指標の公表等によって、景気、雇用に対する楽観的な見方が弱まり低下した。期待指数は、原油価格の下落等による見通しの改善によって上昇した。

10月のマインド統計はまちまち

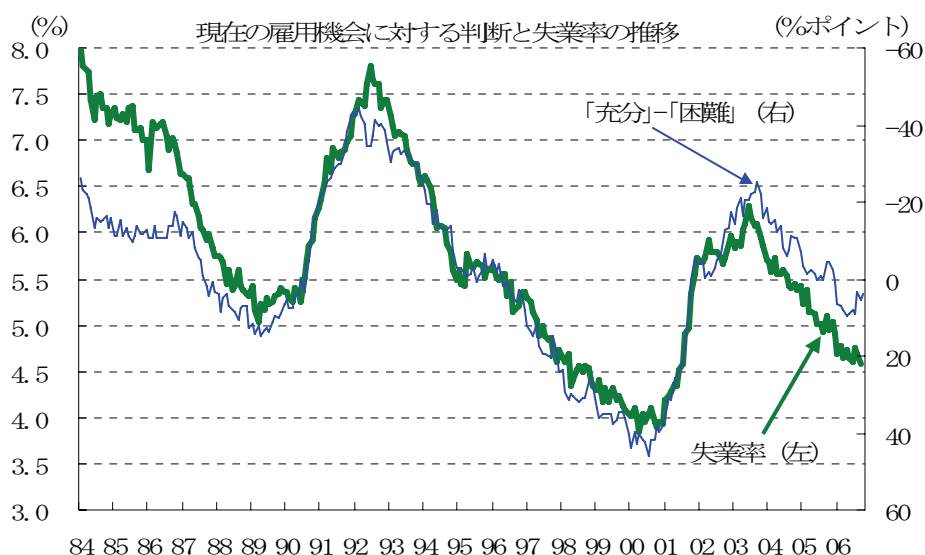
10月の他のマインド調査では消費者マインドの改善が示されている。ミシガン大消費者センチメントは10月に93.6と9月の85.4から上昇した。また、週次消費者信頼感指数 (ABC/ワシントンポスト紙) は10月の平均値が▲7.3と9月平均値の▲13.3から改善している。以上のようなマインドの変化のもと、チェーンストア小売売上高 (週間ベース) は10月第1～4週平均で9月対比▲0.4%と9月の前月比▲0.9%からマイナス幅が縮小している。一方、10月の自動車販売台数は9月の水準を小幅下回っている模様である。このように、10月の消費者マインドは調査によってまちまちであり、個人消費は緩やかに拡大しているとみられる。

現状の「景気」、「雇用」のプラス幅縮小

消費者信頼感指数は現状指数と期待指数から構成されている。それぞれの詳細をみると、現状指数ではその構成項目である「景気」、「雇用」のプラス幅がともに縮小した。現

在の景気に対する楽観的な見方が弱まり（現在の景気に対する判断の「良い」-「悪い」が+11.0と前月の+11.7からプラス幅縮小）、現在の雇用環境に対する楽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+3.8と前月の+5.3からプラス幅縮小）。

なお、現在の雇用機会に対する判断の「充分」-「困難」は、失業率と同じ方向に動く傾向がある。足下で、現在の雇用機会に対する判断の「充分」-「困難」はプラス幅を縮小しており、今後失業率が上昇する可能性が高いことを示唆している。



期待では「景気」、「所得」のプラス幅が拡大した一方、「雇用」のマイナス幅が拡大

期待指数では、「景気」の見方が改善した一方、「所得」、「雇用」の見方が悪化した。景気の先行きに対する楽観的な見方が強まった（6ヵ月後の景気に対する見方の「良くなる」-「悪くなる」が+8.6と前月の+6.2からプラス幅を拡大した）。一方、6ヵ月後の収入については「増加する」-「減少する」が+11.3と前月の+11.4から小幅低下しており、先行きの所得に対する楽観的な見方が弱まった。さらに、雇用の先行きに対する悲観的な見方が強まった（6ヵ月後の雇用に対する見方の「多くなる」-「少なくなる」が▲2.3と前月の▲1.8からマイナス幅が拡大）。

購入計画は前月から小幅上昇

消費者信頼感指数の構成項目ではないが同時に調査が実施された「6ヵ月以内の購入計画」の結果をみると、「自動車購入計画」は前月から上昇したものの低い水準にとどまっている。このため、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生じていないと判断される。さらに、「住宅購入計画」が販売価格の下落期待、金利の低下期待による買い控えを背景に前月に低下した水準から変化しなかった。一方、「家電購入計画」は前月から上昇したうえ高い水準を維持しており、電化製品など耐久財消費の底堅い展開を示唆している。

株価に対する見方が楽観的に

同様に構成項目ではない「株価に対する消費者の見方」に関する調査では、景気の先行きに対する楽観的な見方が強まったことを背景に、株価見通しも楽観的となった（株

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。

価に対する見方である「上昇する」－「下落する」のプラス幅が大幅に拡大した)。これは、目先個人資金が株式投信等に流入する可能性が高いことを示している。

インフレに関する調査では、インフレ見通しが4.9と前月と変わらず高い水準を維持した。足下でも消費者のインフレ期待が高いままである。

個人消費は底固く推移すると予想される

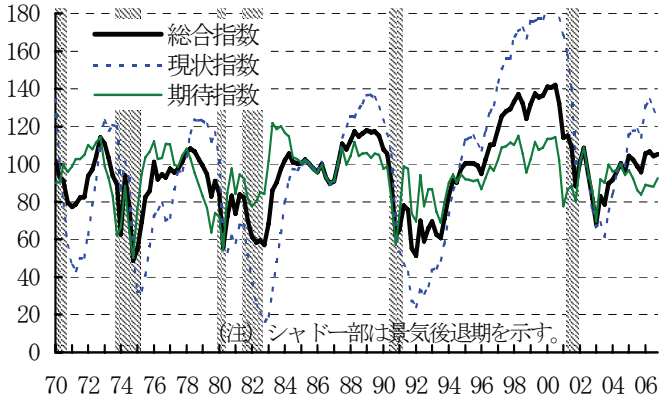
今後の個人消費に関しては、雇用に先行する景気が底固さを維持するなか、2006年10～12月期の新規雇用計画調査や経営者団体の景況調査における雇用計画などは採用拡大を示唆しており、多くの大企業で採用意欲が強いと判断される。また、雇用の大部分を占める中小企業の雇用計画も9月に上昇していることから、2007年1～3月期にかけて雇用者数は前期比+0.3%と緩やかな拡大が予想される。

可処分所得は、雇用の拡大、労働需要の強まりを背景とした賃金の上昇、金利収入の増加によって拡大傾向を辿る可能性が高い。一方で、住宅関連資産からの資金調達動向では、需要の鈍化に併せて住宅価格の伸び率が低下傾向を辿ると予想される。このため、ホーム・エクイティ・ローン等の家計の流動性増加ペースは鈍化が続くと見込まれる。

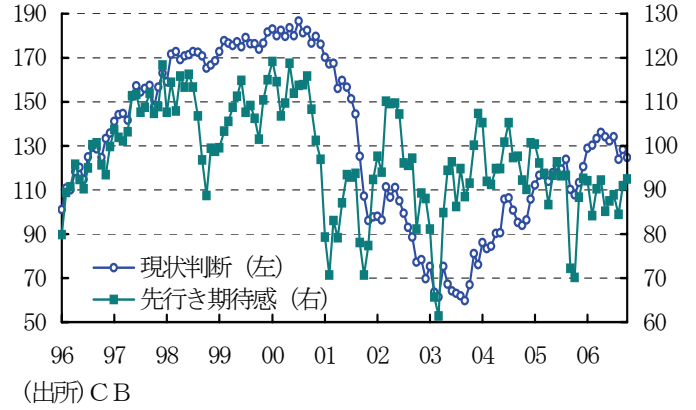
エネルギー価格については、景気減速懸念が高まっていること、ハリケーンの発生が予想を下回ったこと、在庫が増加していることから、足下でWT Iは1バレル=60ドルを下回っている。今後も地政学的なリスクに加えて、需給の逼迫感が残存すること、さらに1バレル=60ドルを下回ればOPECが減産を行うと見込まれることから、WT Iは再び上昇するリスクがある。ただし、米国での暖冬予報もあり上昇は小幅なものにとどまるとみられる。

以上のように、雇用・所得の拡大持続が予想されるものの、住宅部門からの資金調達の縮小や利払い負担の増加などによって年内の個人消費は平均で前期比年率+3%弱の伸びが見込まれる。

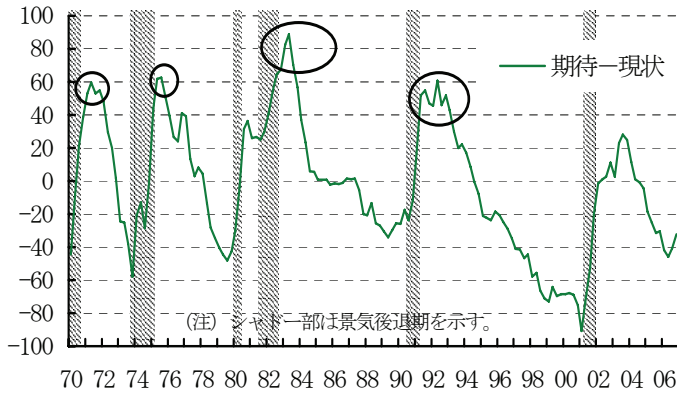
消費者信頼感指数の推移(四半期)



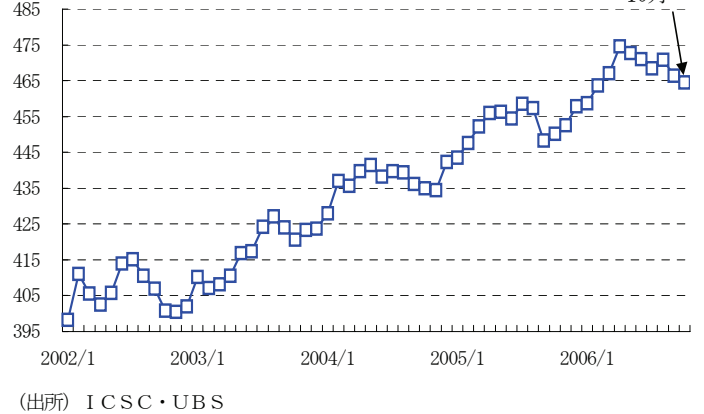
消費者信頼感指数の推移



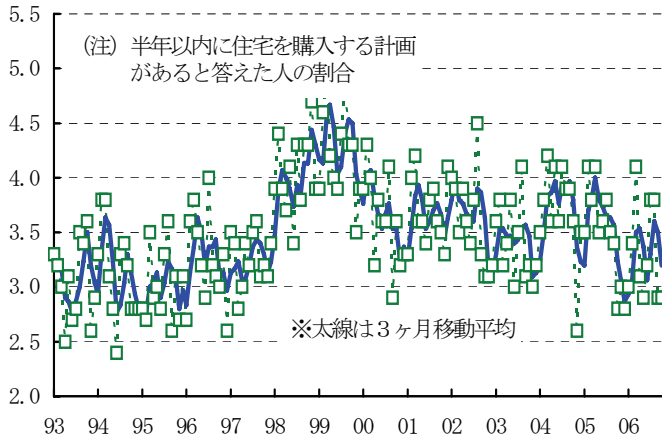
(期待指数-現状指数)の推移



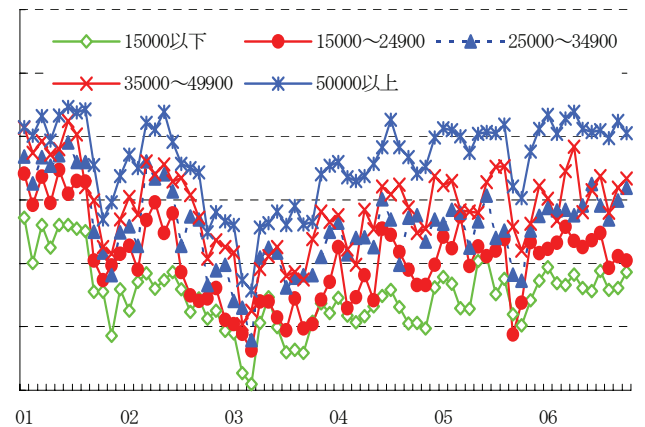
ICSC・UBS小売売上高



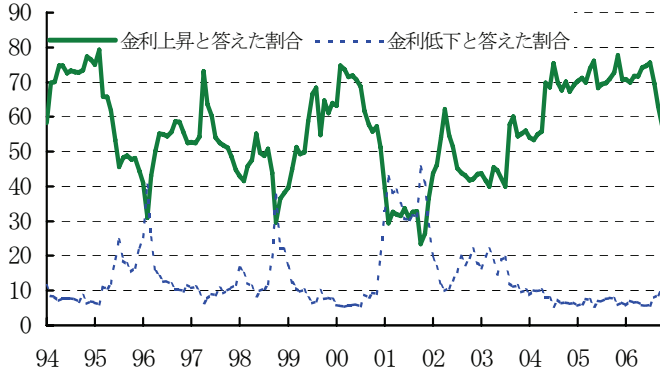
(%) 住宅購入計画比率の推移



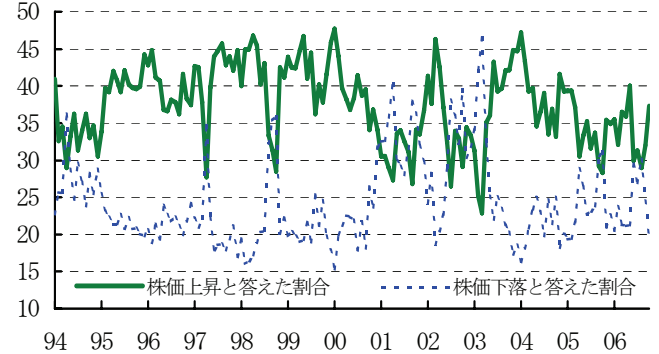
所得階層別(年収)の消費者信頼感指数の推移



(%) 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。