

## 米国 実体経済の堅調を映じてマインド上昇 (07年7月CB消費者信頼感指数)

発表日: 2007年7月31日(火)

～上昇幅が大きく、水準も高く消費の再加速を示唆～

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 : [seiji@dlri.dai-ichi-life.co.jp](mailto:seiji@dlri.dai-ichi-life.co.jp))

- 7月の消費者信頼感指数は112.6と2001年6月の114.0以来ほぼ6年ぶりの高い水準となった。前月の105.3(速報の103.9から上方改定)から7.3ポイント上昇し市場予想の105.0を上回った。上昇幅、水準ともに消費の加速を示しており、4～6月期に減速した個人消費の再加速を示唆している。所得の低い層でもマインドが改善していることから、サブプライム問題の個人消費への影響は限定的な状況が続いている。
- 7月分の統計は、調査時期の関係で足下の株下落の影響を受けていないため、8月分が公表されるときに小幅下方修正されると考えられる。しかし、現状のファンダメンタルズが良好なため小幅の改定にとどまると予想される。
- 7月の各種消費者マインド調査は消費の再加速を示唆している。ミシガン大消費者センチメントは7月に90.4(6月85.3)、週次の消費者信頼感指数(ABC/ワットソプス紙)が7月平均▲8.3(6月平均値▲11.0)とともに上昇し水準も高い。同時期の消費動向では、チェーンストア小売売上高が7月第1～3週平均で6月対比+0.2%(6月前月比▲0.2%)と増加に転じている。このように、7月は消費者マインドが改善する中で個人消費が再加速している。
- 市場予想を大幅に上回ったことから、同統計公表直後は、主要株価、債権利回りは上昇し、ドルは買われた。しかし、住宅金融大手が資産の整理に追い込まれるとの見方から主要株価指数、債券利回りは下落し、ドルは売られた。

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				
06/10	105.1	91.9	125.1	25.6	21.8	18.5	10.0	6.2	3.1	93.6	84.8	107.3
06/11	105.3	91.9	125.4	25.7	22.1	16.0	8.5	5.2	3.2	92.1	83.2	106.0
06/12	110.0	96.3	130.5	27.6	21.3	16.7	7.8	5.4	2.9	91.7	81.2	108.1
07/01	110.2	94.4	133.9	29.6	19.7	16.3	8.0	6.3	3.3	96.9	87.6	111.3
07/02	111.2	93.8	137.1	27.8	17.9	15.9	8.2	5.5	3.4	91.3	81.5	106.7
07/03	108.2	87.9	138.5	30.3	18.9	14.5	9.8	5.4	3.2	88.4	78.7	103.5
07/04	106.3	88.2	133.5	29.0	20.3	13.8	9.7	6.2	3.0	87.1	75.9	104.6
07/05	108.5	90.1	136.1	29.1	19.7	15.3	10.2	5.9	2.8	88.3	77.6	105.1
07/06	105.3	88.8	129.9	27.6	20.5	16.2	10.8	6.0	2.9	85.3	74.7	101.9
07/07	112.6	94.8	139.2	30.5	18.4	15.4	8.0	7.2	3.1	90.4	81.5	104.5

(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。

**112.6と前月から** 07年7月の消費者信頼感指数(CBベース)は112.6と2001年6月の114.0以来ほぼ6  
**7.3ポイント上昇し** 年ぶりの高い水準となった。前月の105.3(速報の103.9から上方改定)から7.3ポイン  
**市場予想を上回った** ト上昇し市場予想の105.0を上回った。上昇幅、水準ともに消費の加速を示しており、

4～6月期に減速した個人消費の適度な加速を示唆している。

ガソリン価格の小幅低下、良好な雇用環境、景気の先行きに対する楽観的な見方の強まり等を背景に消費者信頼感指数は前月から大幅に上昇した。7月分の統計は、調査時期の関係で足下の株下落の影響を受けていないため、8月分が公表されるときに小幅下方修正されると考えられる。しかし、現状のファンダメンタルズが良好なため小幅の改定にとどまると予想される。

内訳では、現状指数が前月比+9.3ポイント、期待指数が同+6.0ポイント上昇した。現状では景気・雇用に対する楽観的な見方が強まった。期待では景気、雇用、所得に対する見方が上昇した。

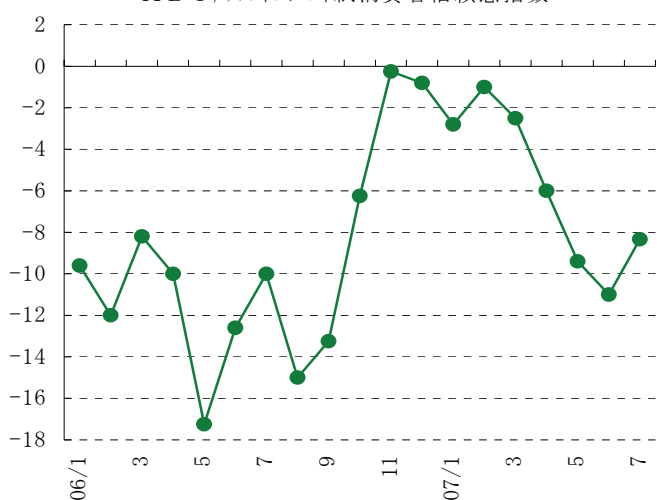
### 所得の低い層のマインドも安定

所得階層別にみると、株価の上昇や先行きの株式市場に対する楽観的な見方を背景に株を多く保有している所得水準の高い層でマインドは上昇した。加えて、ガソリン価格の小幅低下もありサブプライム問題の影響を受けやすい所得層のマインドも改善したことによって7月の消費者マインドは大幅に上昇した。マインドの水準は依然高く個人消費の堅調持続を示唆していることから、現時点ではサブプライム問題の消費者マインド、個人消費への影響は限定的なものにとどまっていると判断される。

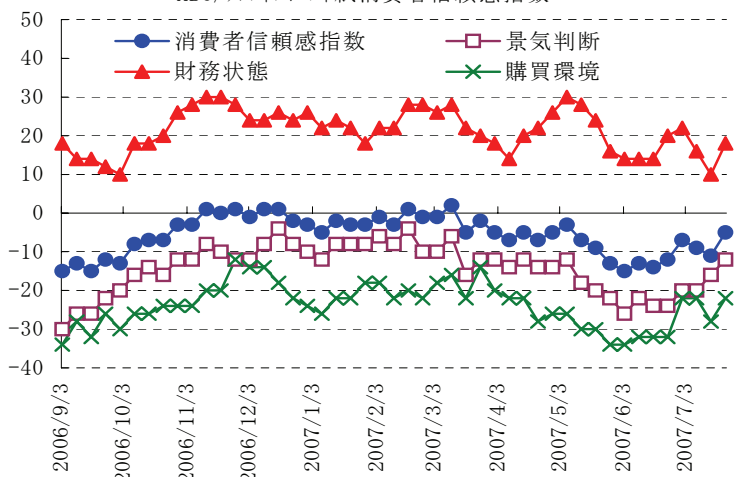
### 7月の個人消費は小幅加速

7月の各種消費者マインド調査は消費の再加速を示唆している。ミシガン大消費者センチメントは7月に90.4（6月85.3）、週次の消費者信頼感指数（ABC/ワシントンポスト紙）が7月平均で▲8.3（6月平均値▲11.0）とともに上昇し水準も高い。同時期の消費動向では、チェーンストア小売売上高（週間ベース）が7月第1～3週平均で6月対比+0.2%（6月前月比▲0.2%）と増加に転じている。このように、7月の消費者マインドが改善する中で個人消費は再加速している。

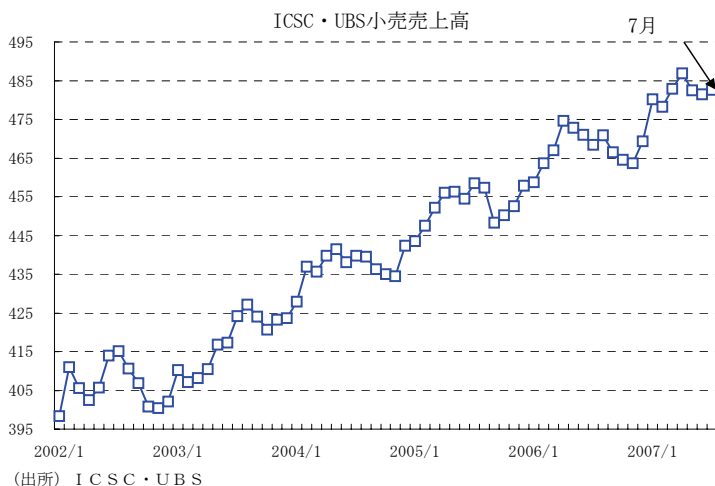
ABC/ワシントンポスト紙消費者信頼感指数



ABC/ワシントンポスト紙消費者信頼感指数



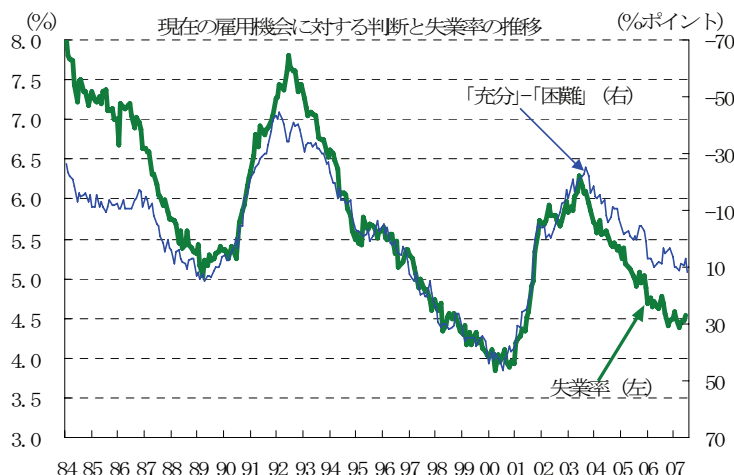
本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。



### 現状の「景気」、「雇用」 はともにプラス幅拡大

消費者信頼感指数は、現状指数と期待指数で構成されている。それぞれの詳細をみると、現状指数の構成項目である「景気」、「雇用」はともにプラス幅を拡大した。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判断の「良い」-「悪い」が+13.7と前月の+11.2からプラス幅を拡大した）、現在の雇用環境に対する楽観的な見方が強まった（現在の雇用機会に対する判断の「充分」-「困難」が+12.1と前月の+7.1からプラス幅拡大）。

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」はプラス幅を再び拡大しており、失業率の低位安定を示唆している。



### 期待では「景気」、「所得」のプラス幅が拡大し、「雇用」のマイナス幅は縮小した

期待指数の構成項目では、「景気」、「所得」のプラス幅が拡大し、「雇用」のマイナス幅が縮小した。期待指数では、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+7.4と前月の+5.4からプラス

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。

幅を拡大した)。6ヵ月後の収入については「増加する」－「減少する」が+11.6と前月の+10.9からプラス幅を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。さらに、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▲1.0と前月の▲3.0からマイナス幅が縮小した)。

### **購入計画は中古住宅購入意欲の改善、家電購入の堅調持続を示唆**

消費者信頼感指数の構成項目ではないが同時に調査が行われた「6ヵ月以内の購入計画」の結果をみると、「自動車購入計画」は前月から急上昇したが中古車の購入計画によるものである。このため、新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。「住宅購入計画」は中古住宅の購入計画が上昇し前月から小幅上昇したが、新築の計画が依然低い水準にとどまっており全体として住宅購入需要の弱さを示唆している。一方、「家電購入計画」は高い水準を維持していることから、電化製品など耐久財消費の底堅い展開を示唆している。

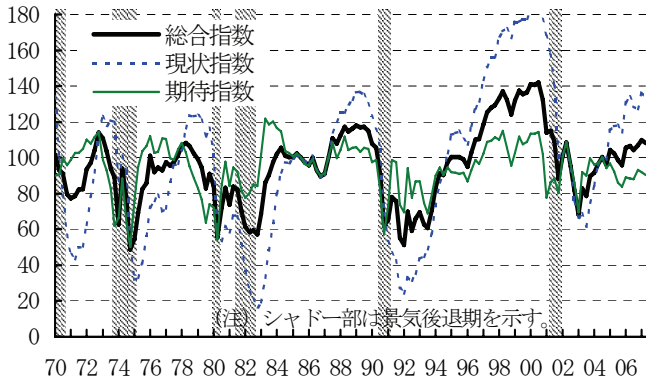
### **株価に対する楽観的な見方を維持**

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の強まりもあり、株価の先行き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」がプラスに転じた：グラフ参照)。このため、目先個人の資金が株式投信等に流入し易いことを示している。

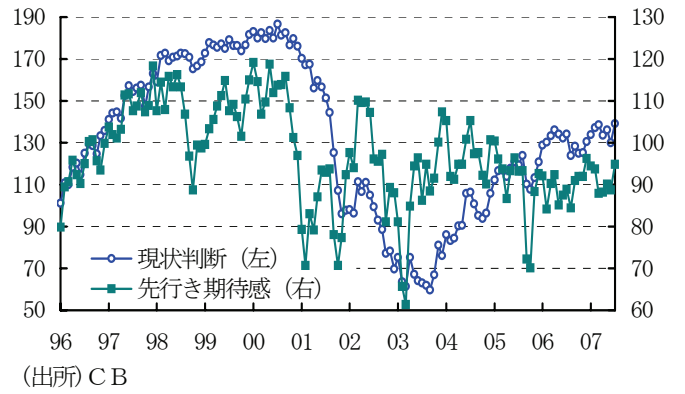
### **インフレ見通しは高い水準で推移**

インフレに関する調査では、ガソリン価格の小幅低下でインフレ見通しが5.1%(前月5.4%)と低下したが依然高い水準にとどまっており、消費者のインフレ期待は高い水準で推移している。

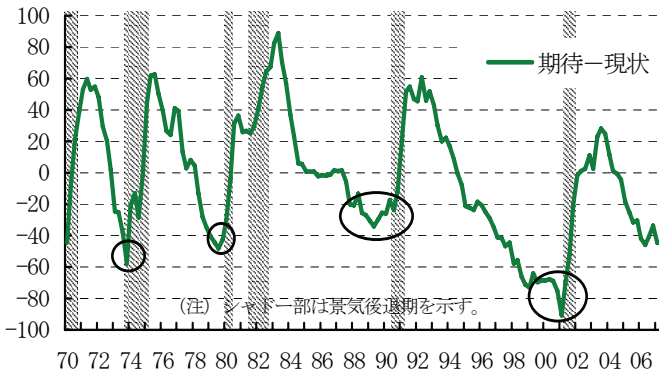
消費者信頼感指数の推移(四半期)



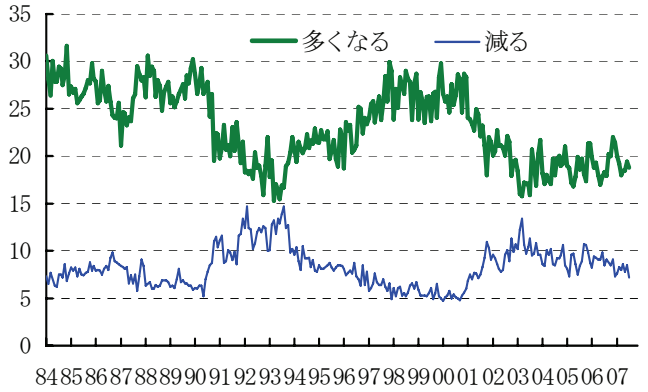
消費者信頼感指数の推移



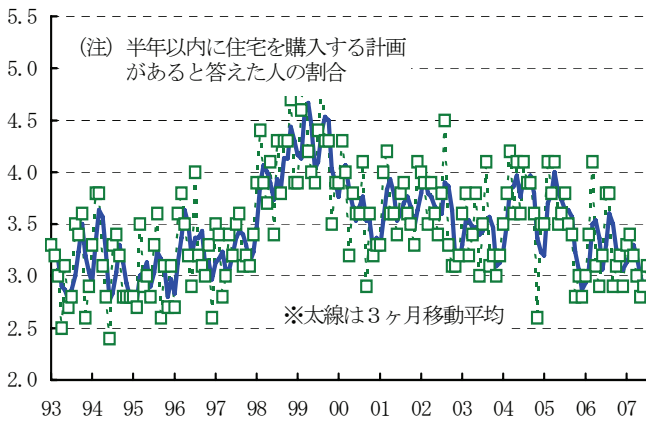
(期待指数-現状指数)の推移



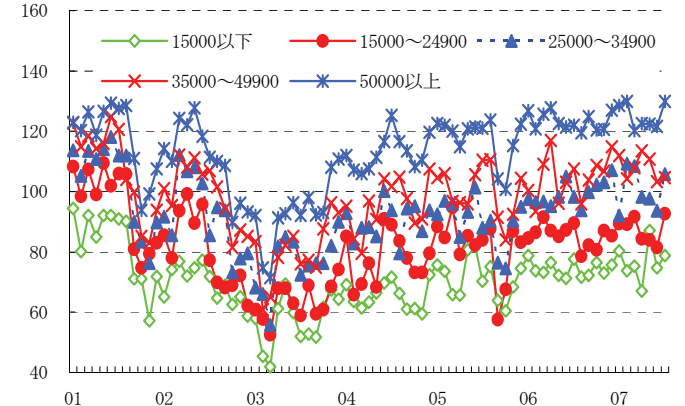
(%) 6ヶ月後の収入見通し



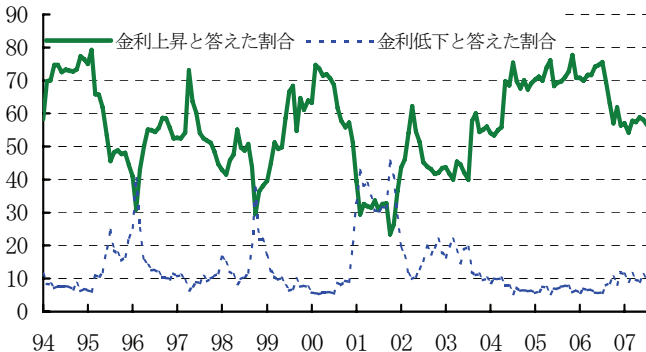
(%) 住宅購入計画比率の推移



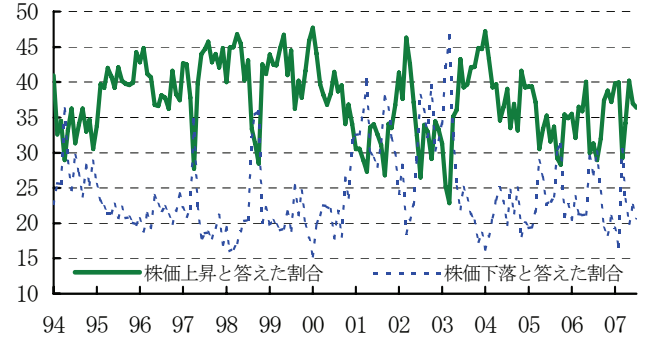
所得階層別(年収)の消費者信頼感指数の推移



(%) 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。