

米国 金融市場混乱のマインドへの影響は限定的 (07年8月CB消費者信頼感指数)

発表日: 2007年8月28日 (火)

～下落幅が大きかったが前月に急上昇した分の低下であり水準も高い～

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)

- 8月の消費者信頼感指数(CBベース)は105.0と市場予想の104.0を上回り、高い水準を維持した。前月の111.9(速報の112.6から下方改定)から6.9ポイント低下したが、前月上昇した分と同程度だったこと、株の大幅な下落など最も市場が混乱していたときの調査であることから、金融市場混乱のマインドへの影響は8月はそれほど大きなものではなかったといえよう。
- 8月の各種消費者マインド調査は株価が大幅に下落した時を含む調査で軒並み前月から低下したが水準は高い。ミシガン大消費者センチメントは8月に83.3(7月90.4)、週次の消費者信頼感指数(ABC/Wall Street Journal)が8月平均で▲13.3(7月平均値▲8.3)とともに低下した。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8月第1～3週平均で7月対比▲0.2%(7月前月比+0.3%)と小幅減少にとどまっているように、8月は消費者マインドが低下した中個人消費は底堅く推移している。
- 市場予想を上回ったが前月から低下したことで、景気に対する悲観的な見方が強まり、主要株価指数、ドルが下落し、債券利回りが低下した。

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				
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	111.9	94.4	138.3	30.0	18.7	15.1	8.2	7.3	3.3	90.4	81.5	104.5		
07/08	105.0	88.2	130.3	27.5	19.7	15.0	10.6	6.1	3.5	83.3	74.1	97.7		

(出所) The Conference Board, University of Michigan

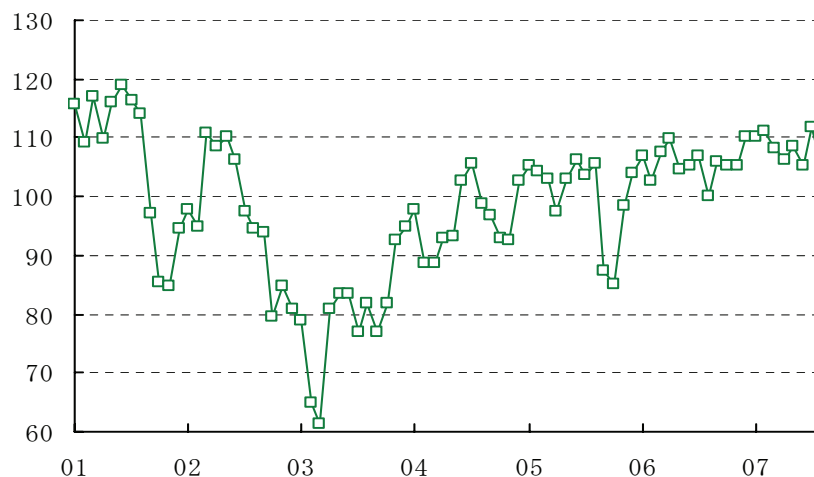
(注) 「雇用判断」、「半年後の景況感」、「購入計画」の単位は%で、全体に占める割合を指す。

105.0と前月から
6.9ポイント低下し
たが市場予想を上回
った

07年8月の消費者信頼感指数(CBベース)は105.0と市場予想の104.0を上回り高い水準を維持した(下記グラフ参照)。前月の111.9(速報の112.6から下方改定)から6.9ポイント低下したが、前月上昇した分と同程度だったこと、株の大幅な下落など最も市場が混乱していたときの調査であることから、金融市場混乱のマインドへの影響は8月はそれほど大きなものではなかったといえよう。8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、9月分が公表されるときに小幅上方修正されると考えられる。

先行きの景気、雇用に対する悲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低下した。内訳では、現状指数が前月比▲8.0ポイント、期待指数が同▲6.2ポイント低下した。現状では景気・雇用に対する楽観的な見方が弱まった。期待では景気、雇用、所得に対する見方が低下した。

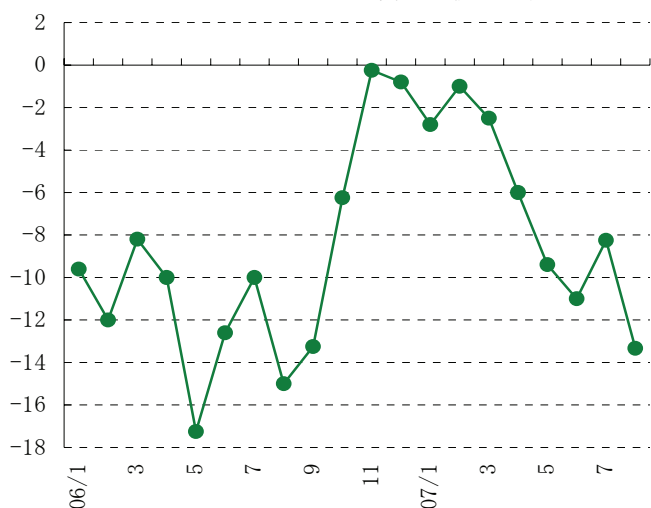
消費者マインドの動向



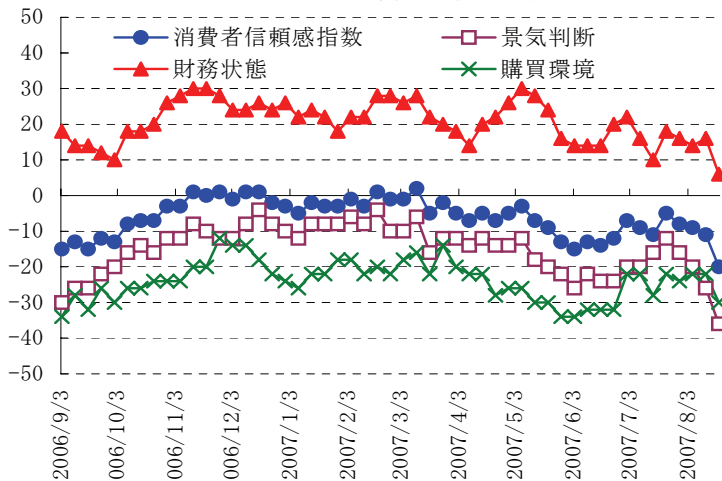
8月のチェーンストア売上は底堅さ維持

8月の各種消費者マインド調査は株価が大幅に下落した時を含む調査で軒並み前月から低下したが水準は高い。ミシガン大消費者センチメントは8月に83.3（7月90.4）、週次の消費者信頼感指数（ABC/ワットソ[®] 紙紙）が8月平均で▲13.3（7月平均値▲8.3）とともに低下した。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8月第1～3週平均で7月対比▲0.2%（7月前月比+0.3%）と小幅減少にとどまっているように、8月は消費者マインドが低下した中個人消費は底堅く推移している。

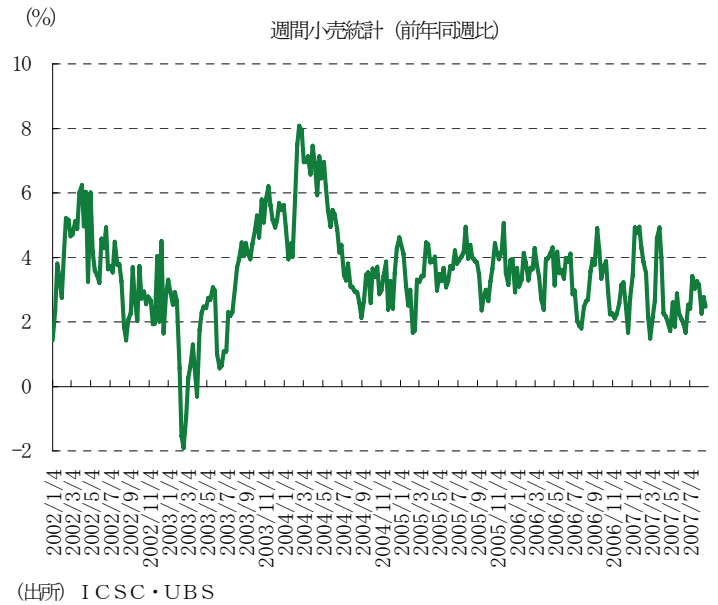
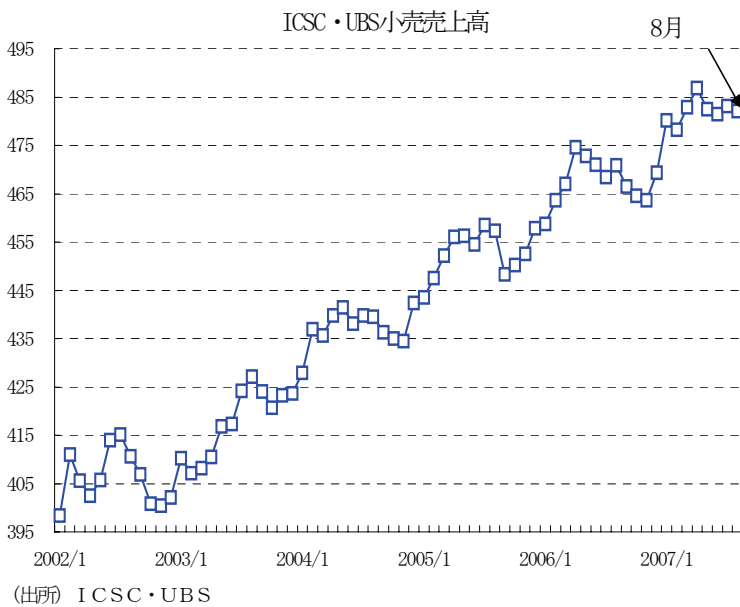
ABC/ワットソ[®] 紙紙消費者信頼感指数



ABC/ワットソ[®] 紙紙消費者信頼感指数



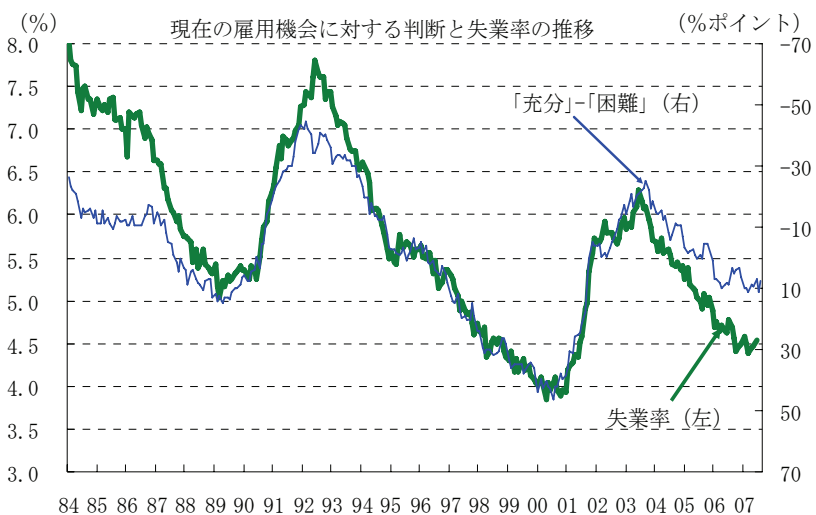
本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。



**現状の「景気」、「雇用」
はともにプラス幅縮小**

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+10.1と前月の+13.8からプラス幅を縮小した）、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+7.8と前月の+11.3からプラス幅を縮小した）。

なお、現在の雇用機会に対する判断である（「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である（「充分」-「困難」）は+10前後で推移しており、失業率の低位安定を示唆している。



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。

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

期待指数の構成項目では、「景気」、「所得」のプラス幅が縮小し、「雇用」のマイナス幅が拡大した。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+4.4と前月の+6.9からプラス幅縮小）。6ヵ月後の収入については「増加する」－「減少する」が+10.3と前月の+12.0からプラス幅を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。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▲1.1からマイナス幅が拡大した）。

購入計画では住宅購入計画が改善！

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」は前月急上昇した中古車の購入計画が再び低下したため全体も低下した。新車購入計画は低位で推移しており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。「家電購入計画」は高い水準ながら前月から低下していることから、電化製品など耐久財消費の拡大ペース鈍化を示唆している。一方、「住宅購入計画」は新築住宅の購入計画が上昇したこともあり前月から小幅上昇し、住宅購入需要の下げ止まりが示唆されている。

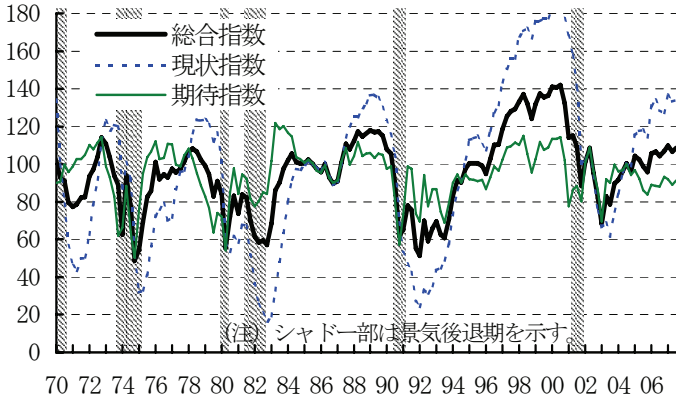
株価に対する楽観的な見方が激減

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弱まりもあり、株価の先行きに対する楽観的な見方が弱まった（株価に対する見方である「上昇する」－「下落する」がほぼゼロ：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難く流出し易いことを示している。

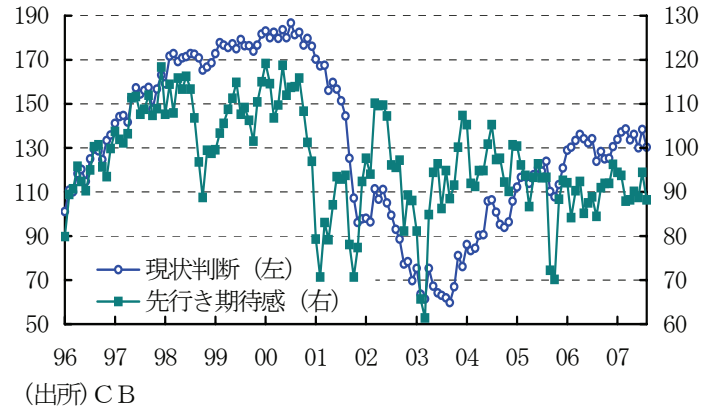
インフレ見通しは高い水準で推移

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5.1%）と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。

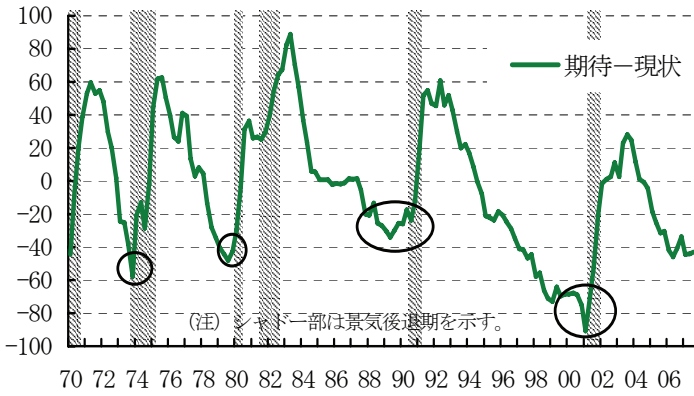
消費者信頼感指数の推移(四半期)



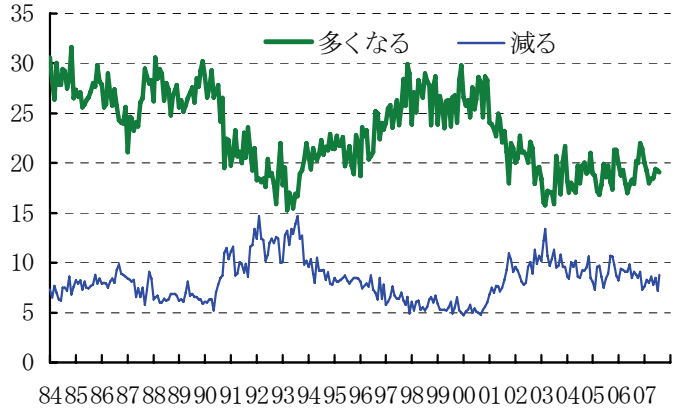
消費者信頼感指数の推移



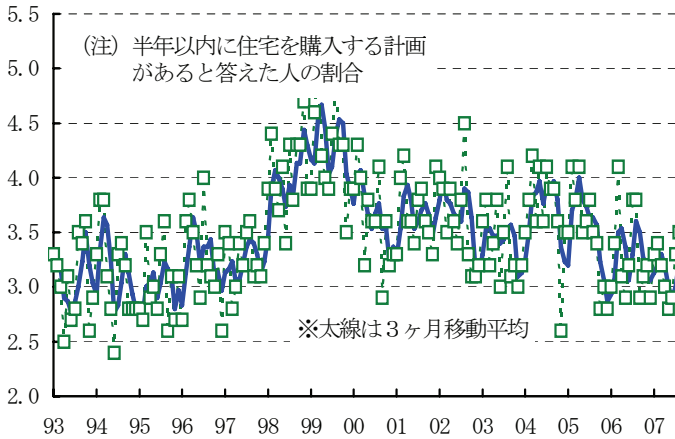
(期待指数-現状指数)の推移



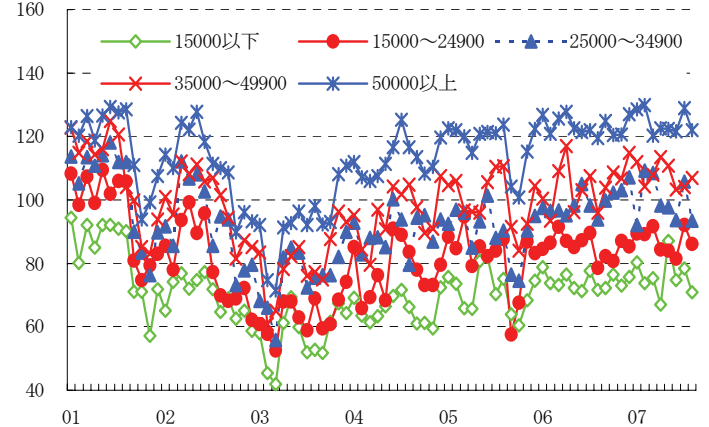
(%) 6ヶ月後の収入見通し



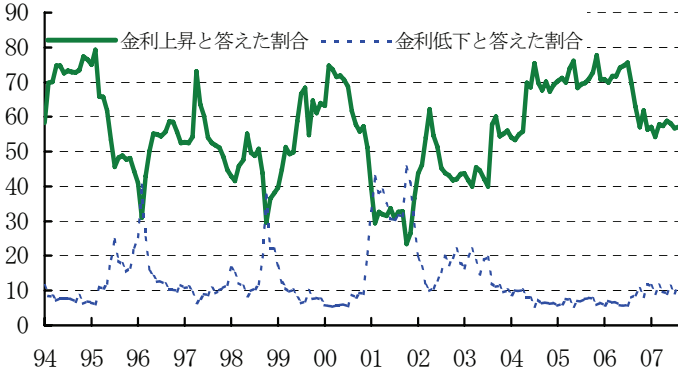
(%) 住宅購入計画比率の推移



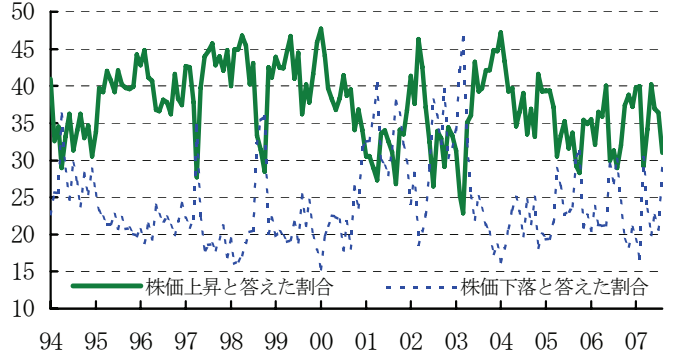
所得階層別(年収)の消費者信頼感指数の推移



(%) 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。