

米国 雇用・景気への懸念によりマインド低下 (07年9月CB消費者信頼感指数)

発表日: 2007年9月25日 (火)

～依然高い水準を維持しており消費への影響は限定的～

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)

- 9月の消費者信頼感指数(CBベース)は99.8と前月の105.6(速報の105.0から上方改定)から5.8ポイント低下し市場予想の104.3を下回った。9月7日に公表された8月分¹の非農業部門雇用者数が前月から減少したことが大きく影響したと考えられる。加えて、FRBの大幅な利下げも景気の見方を悪化させた可能性がある。前月から²の下落幅が大きく消費を一時的に抑制する可能性があるものの、水準は高く大幅な減速を示唆していない。
- 9月の各種消費者マインド調査は前月から悪化したものが多かったが水準は低くない。ミシガン大消費者センチメントは9月に83.8(8月83.4)と小幅改善した一方、週次の消費者信頼感指数(ABC/ワットソプ紙)が9月平均で▲16.0(8月平均値▲14.8)と悪化した。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9月第1～3週平均で8月対比▲0.4%(8月前月比▲0.1%)と小幅減少しているが、例年よりも高い気温によって秋物衣料が不振となっている影響を考慮すれば、消費者マインドが低下しているなかで、底堅く推移していると判断される。
- 市場予想を下回ったが、同時刻に公表された中古住宅販売が予想を上回ったことで、主要株価指数、対円でドル(対ユーロでは下落)、債券利回りが上昇した。

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	
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	105.6	89.2	130.1	27.5	19.7	15.0	10.2	6.3	3.6	83.4	73.7	98.4
07/09	99.8	85.2	121.7	25.7	22.1	15.6	11.8	5.2	2.7	83.8	74.4	98.3

(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、全体に占める割合を指す。

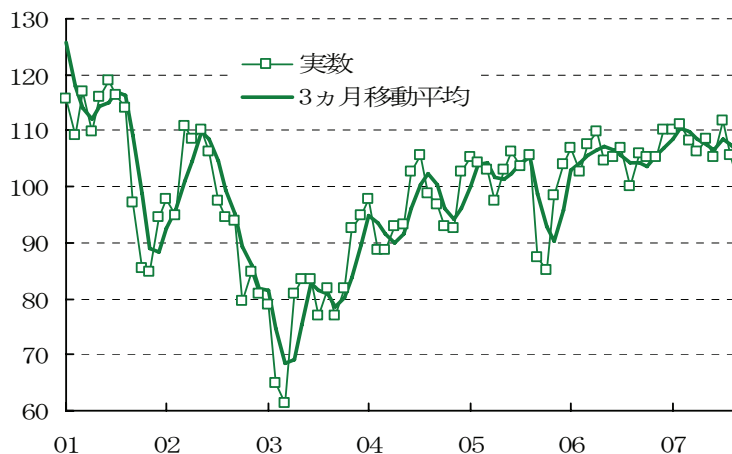
99.8と前月から5.8ポイント低下し市場予想を下回った

07年9月の消費者信頼感指数(CBベース)は99.8と前月の105.6(速報の105.0から上方改定)から5.8ポイント低下し市場予想の104.3を下回った。9月7日に公表された8月分¹の非農業部門雇用者数が前月から減少したことが大きく影響したと考えられる。加えて、FRBの大幅な利下げも景気の見方を悪化させた可能性がある。前月から²の下落幅が大きく消費を一時的に抑制する可能性があるが水準は高く大幅な減速を示唆していない。

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。

景気、雇用に対する楽観的な見方の弱まり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▲8.4ポイント、期待指数が同▲4.0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うえに、期待では景気、雇用に対する見方が低下した。

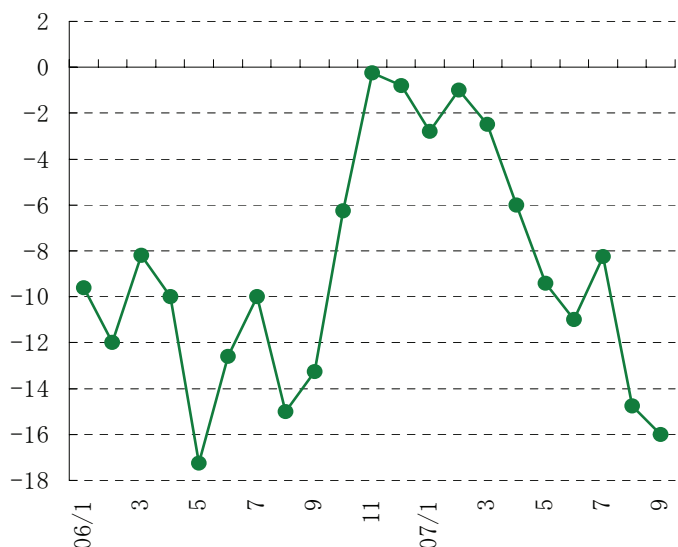
消費者マインドの動向



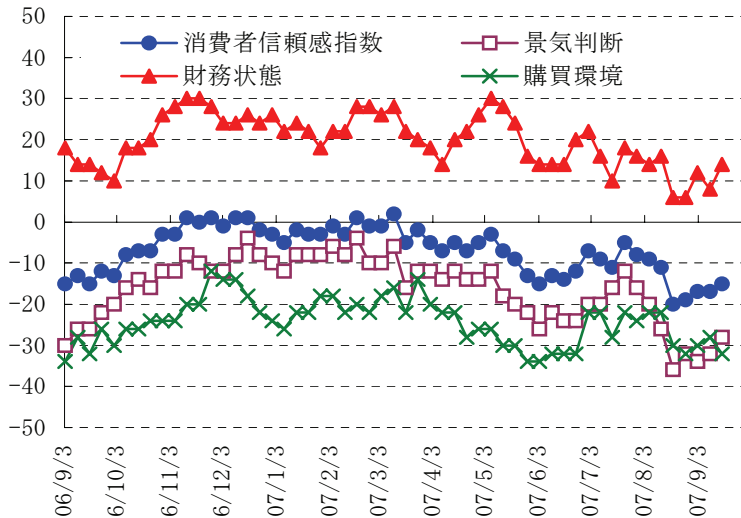
9月のチェーンストア売上は天候要因も加わり伸び悩み

9月の各種消費者マインド調査は前月から悪化したものが多かったが水準は低い。ミシガン大消費者センチメントは9月に83.8（8月83.4）と改善した一方、週次の消費者信頼感指数（ABC/ワシントンポスト紙）が9月平均で▲16.0（8月平均値▲14.8）と悪化した。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9月第1～3週平均で8月対比▲0.4%（8月前月比▲0.1%）と小幅減少しているが、例年よりも高い気温によって秋物衣料が不振となっている影響を考慮すれば、消費者マインドが低下しているなかで、底堅く推移していると判断される。

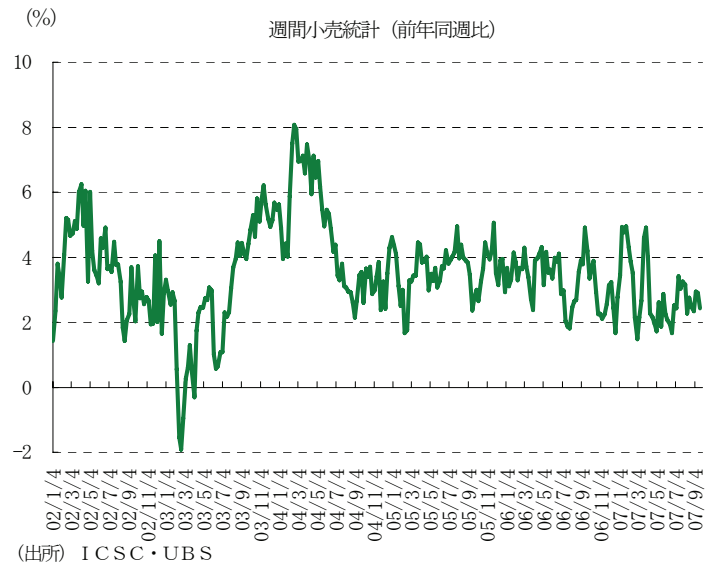
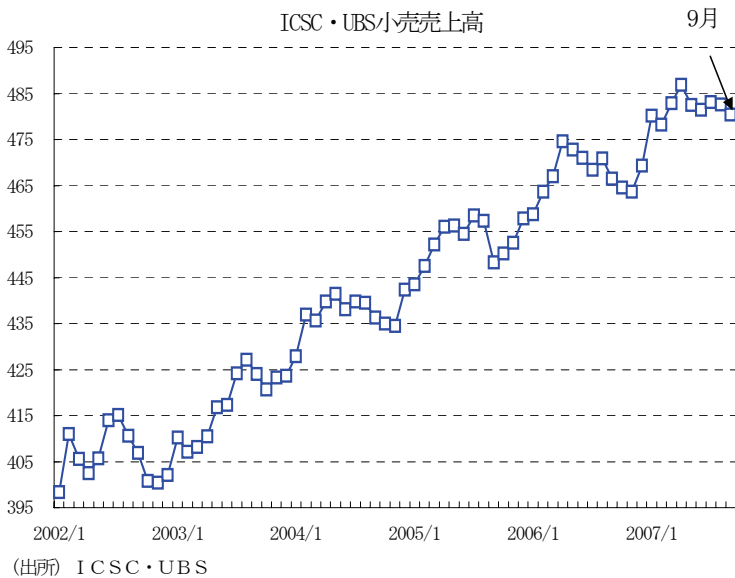
ABC/ワシントンポスト紙消費者信頼感指数



ABC/ワシントンポスト紙消費者信頼感指数



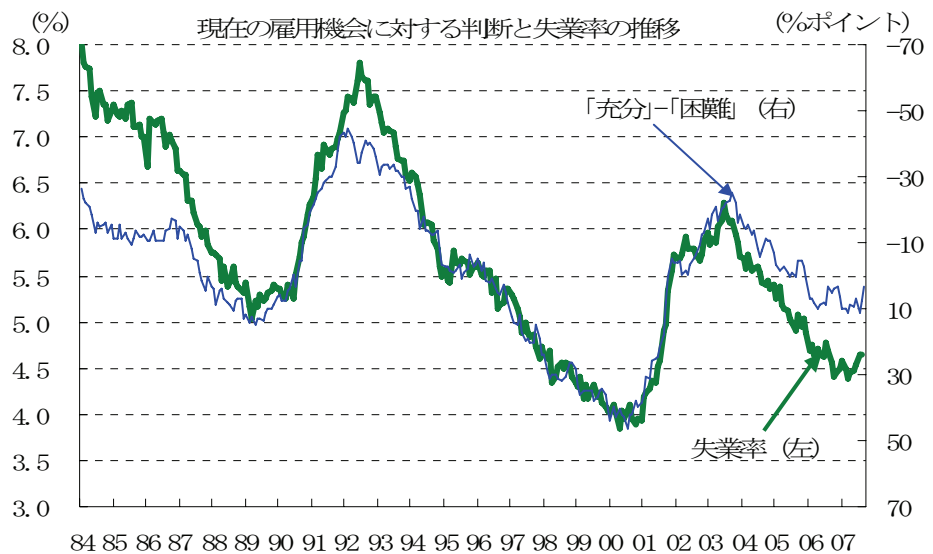
本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。



**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+7.8と前月の+9.9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+3.6と前月の+7.8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」）は小幅低下しており、失業率の小幅上昇を示唆している。



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「所得」のプラス幅が拡大したが「景気」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、「所得」のプラス幅が拡大した一方、「景気」のプラス幅が縮小し、さらに「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+3.8と前月の+4.8からプラス幅縮小）。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▲5.4と前月の▲2.3からマイナス幅が拡大した）。一方、6ヵ月後の収入については「増加する」-「減少する」が+11.8と前月の+11.3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。

購入計画では住宅、自動車は低下

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」は再び低下した。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。「住宅購入計画」は再び低下し、住宅購入需要の低下を示唆。一方、「家電購入計画」は前月と変わらず高い水準を維持したことから、電化製品など耐久財消費の拡大ペースも現状程度のペースを維持することが示唆されている。

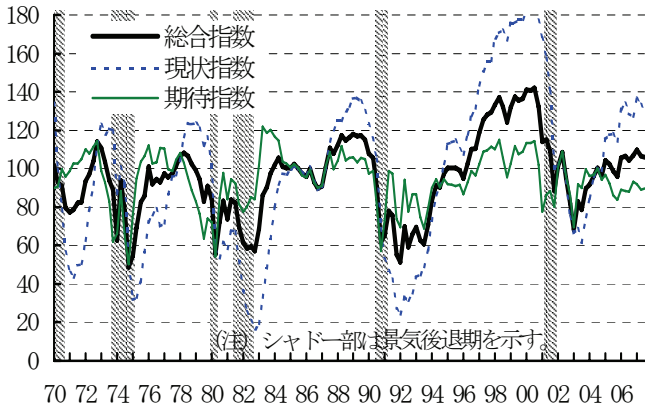
株価に対する悲観的な見方が強まる

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、株価の先行きに悲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3月以来のマイナス：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。

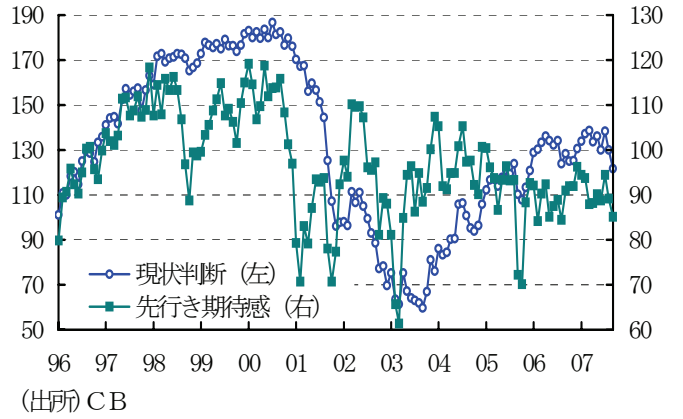
インフレ見通しは高い水準で推移

インフレに関する調査では、ガソリン価格の高止まりを背景にインフレ見通しが5.0%（前月5.1%）と依然高い水準にとどまり、消費者のインフレ期待は高い水準で推移している。

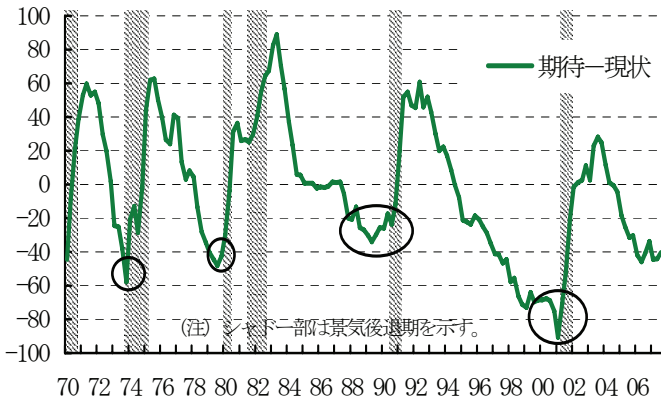
消費者信頼感指数の推移(四半期)



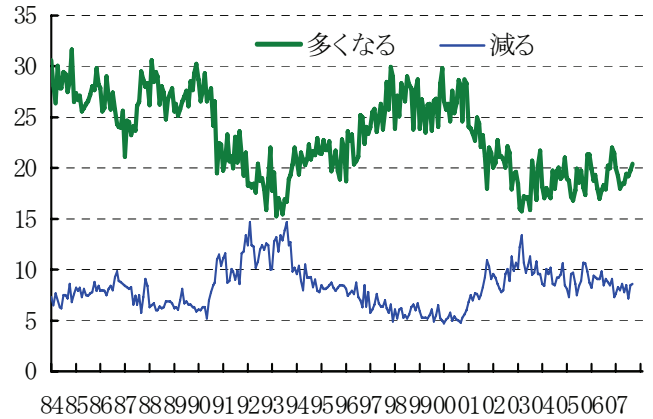
消費者信頼感指数の推移



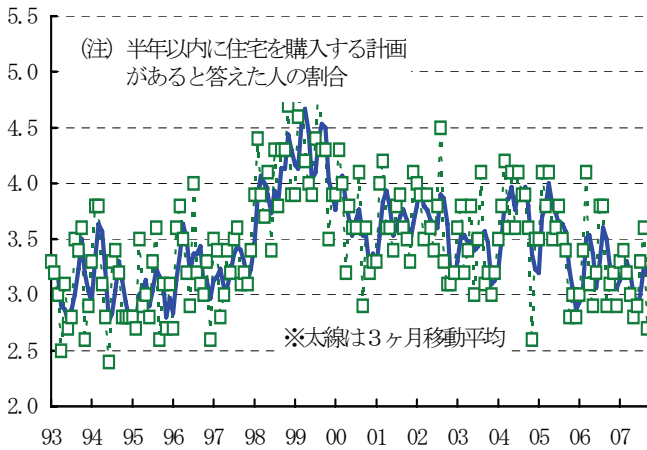
(期待指数-現状指数)の推移



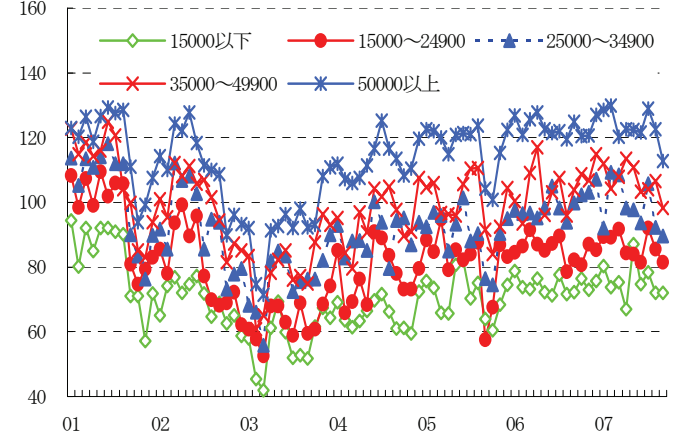
(%) 6ヶ月後の収入見通し



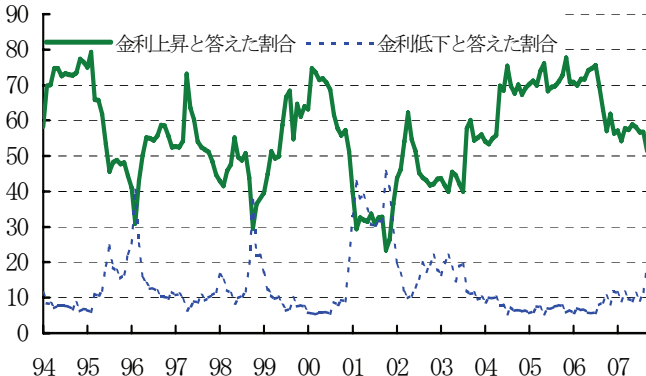
(%) 住宅購入計画比率の推移



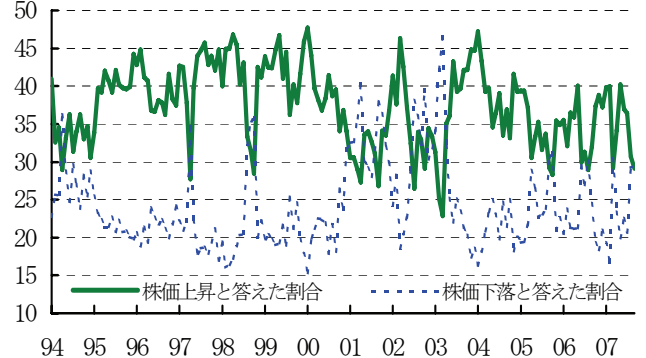
所得階層別(年収)の消費者信頼感指数の推移



(%) 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。