

米国 マインドは小幅改善（07年12月CB消費者信頼感指数）

発表日：2007年12月27日（木）

～前月から改善も個人消費の緩やかな減速を示唆～

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）

- 12月の消費者信頼感指数（CBベース）は88.6と前月の87.8から0.8ポイント上昇し市場予想の86.5を上回った。現状指数が前月比▲7.4ポイントとなったが、期待指数が同+6.4ポイント上昇した。景気、雇用の先行きに対する悲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改善した。期待ではサブプライム対策の公表やFedの利下げ、緊急の流動性供給の実施によって景気の先行きに対する悲観的な見方が後退したと考えられる。
- もっとも、11、12月の消費者信頼感指数はハリケーン「カトリーナ」、「リタ」襲来後の2005年10月に記録した85.2以来の水準まで低下しており、個人消費の鈍化が示唆されている。加えて、エネルギー・食品価格の上昇によって一部の所得層での実質購買力が低下しているため、値下げ販売などによる実質購買力の押し上げが必要な状況が続いている。
- 12月の消費者マインド調査はまちまちの内容となっている。ミシガン大消費者センチメントは12月に75.5（11月76.1）、週次の消費者信頼感指数（ABC/ワシントンポスト紙）が12月平均で▲20.0（11月平均値▲19.2）と小幅した。しかし、同時期（12月第1～3週平均）のチェーンストア小売売上高（週間ベース）は11月対比+0.6%（11月前月比▲0.1%）と増加しており、消費者マインドが悪化するなかで値下げ販売によって消費は底堅く推移している。

消費者信頼感 (Consumer Confidence)										ミシガン大学消費マインド		
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		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			
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	99.5	85.0	121.2	25.6	22.4	15.7	11.9	5.3	3.0	83.4	74.1	97.9
07/10	95.2	80.0	118.0	24.1	22.8	14.0	13.9	6.6	2.7	80.9	70.1	97.6
07/11	87.8	69.1	115.7	23.3	21.4	12.4	16.6	4.8	2.6	76.1	66.2	91.5
07/12	88.6	75.5	108.3	22.7	23.5	13.8	14.1	6.1	2.5	75.5	65.6	91.0

(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。

(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。

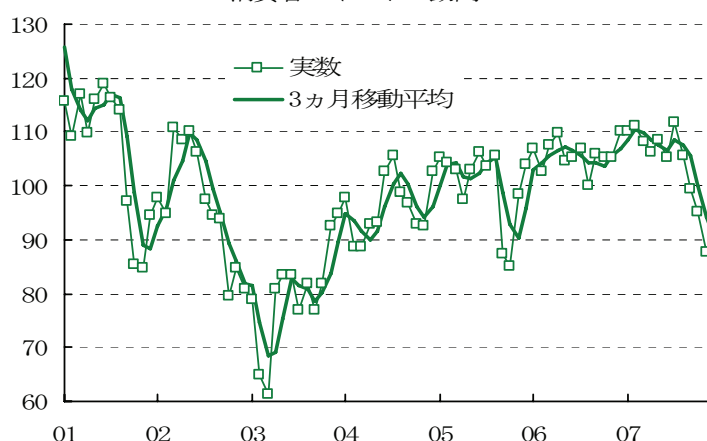
88.6と前月から0.8ポイント上昇し市場予想を上回った

07年12月の消費者信頼感指数（CBベース）は88.6と市場予想の86.5への低下に反し前月の87.8（速報の87.3から上方改定）から0.8ポイント上昇した。内訳では、現状指数が前月比▲7.4ポイントとなったが、期待指数が同+6.4ポイント上昇した。現状判断では景気に対する見方が悲観に転じ、雇用に対する悲観的な見方も強まった。一方、期

待では景気、雇用に対する悲観的な見方が弱まった。このように景気、雇用の先行きに対する悲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改善した。期待はサブプライム対策の公表やF e dの利下げ、流動性供給の実施等を背景に景気の先行きに対する悲観的な見方が後退したと考えられる。

もともと、11、12月の消費者信頼感指数はハリケーン「カトリーナ」、「リタ」襲来後の2005年10月に記録した85.2以来の水準まで低下しており、個人消費の鈍化が示唆されている。加えて、エネルギー・食品価格の上昇によって一部の所得層での実質購買力が低下しているため、値下げ販売などによる実質購買力の押し上げが必要な状況が続いている。

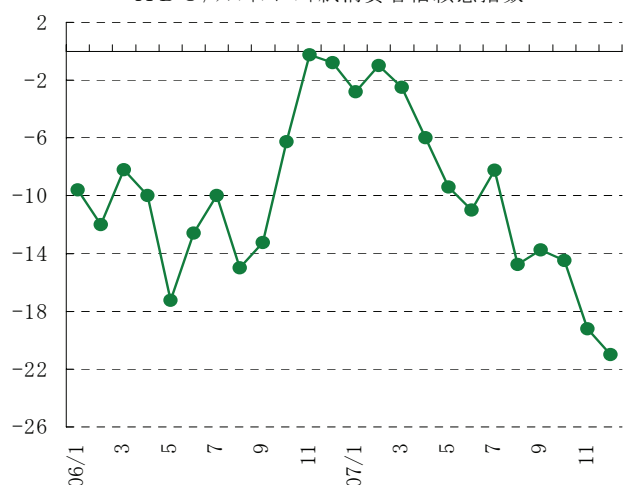
消費者マインドの動向



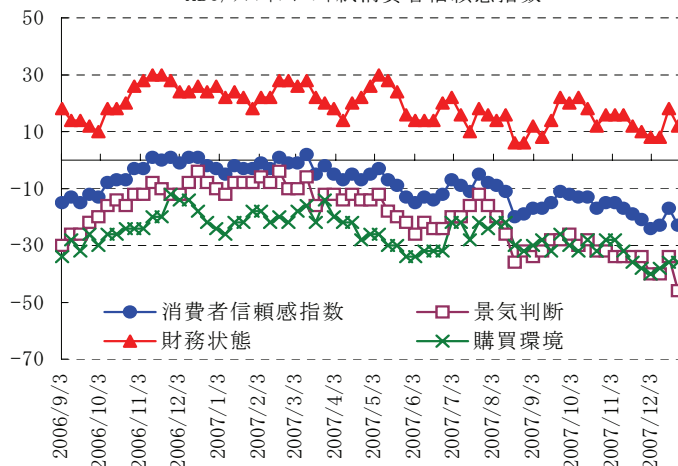
12月は消費者マインドがまちまちとなる中消費は底堅く推移

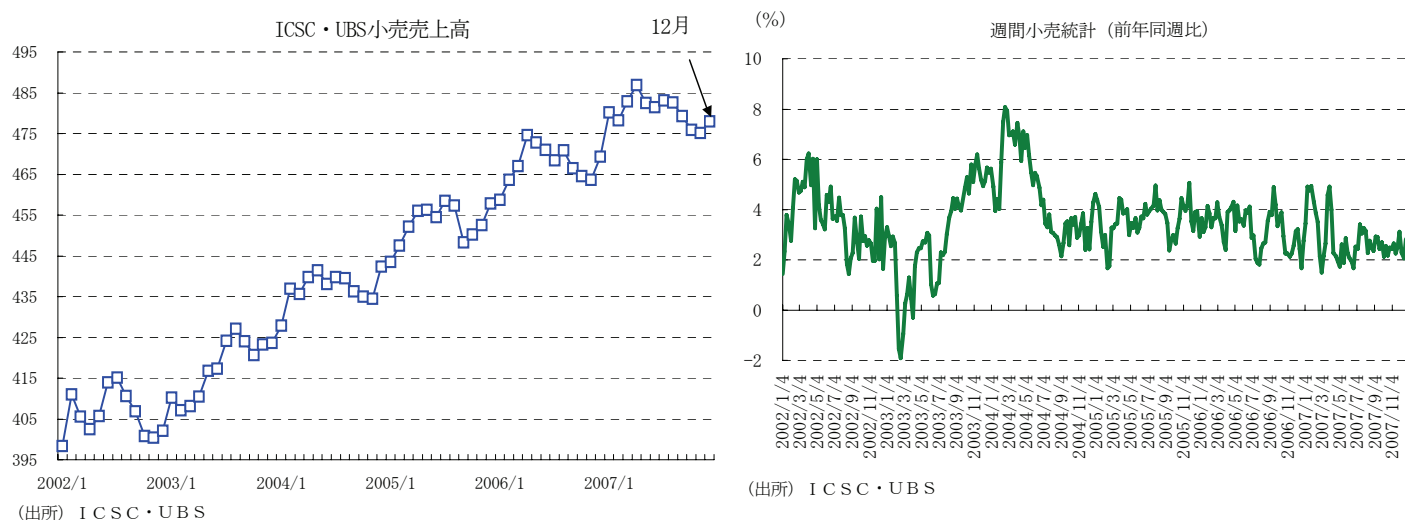
12月の消費者マインド調査はまちまちの内容となっている。ミシガン大消費者センチメントは12月に75.5（11月76.1）、週次の消費者信頼感指数（ABC/ワシントンポスト紙）が11月平均で▲20.0（11月平均値▲19.2）と小幅した。しかし、同時期（12月第1～3週平均）のチェーンストア小売売上高（週間ベース）は11月対比+0.6%（11月前月比▲0.1%）と増加しており、消費者マインドが悪化するなか値下げ販売等によって消費は底堅く推移している。

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

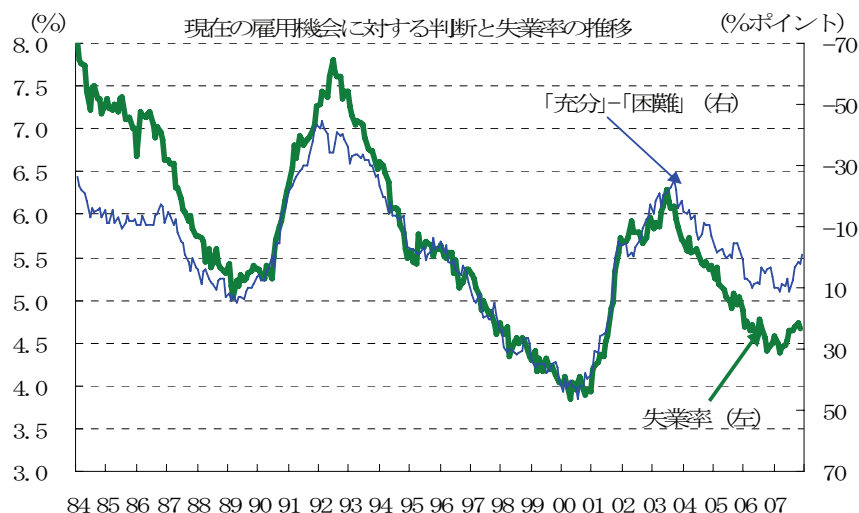




現状の「景気」がプラス幅を縮小し、「雇用」は05年11月以来のマイナス

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」がプラス幅を縮小し「雇用」はマイナスに転じた。現在の景気に対する楽観的な見方が弱まった（現在の景気に対する判断の「良い」－「悪い」が+0.3と前月の+3.6からプラス幅を縮小した）。さらに、現在の雇用環境に対する見方は悲観的となった（現在の雇用機会に対する判断の「充分」－「困難」が▲0.8と2005年11月以来のマイナスとなった）。

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、失業率の緩やかな上昇を示唆している。



期待では「景気」、「雇用」のマイナス幅が縮小し、「所得」のプラス幅は前月と変わらず

期待指数の構成項目では、「景気」、「雇用」がマイナス幅を縮小したうえ、「所得」のプラス幅は変わらずとなった。期待指数では、景気の先行きに対する悲観的な見方が後退した（6ヵ月後の景気に対する見方の「良くなる」－「悪くなる」が▲0.3と前月の▲4.2からマイナス幅が縮小した）。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▲8.7と前月の▲12.2からマイナス幅が縮小した）。6ヵ月後の収入については「増加する」－「減少する」が+8.5と前月と変わらずとなり先行きの所得に対する楽観的な見方が維持された。

購入計画では自動車 上昇も住宅が低下

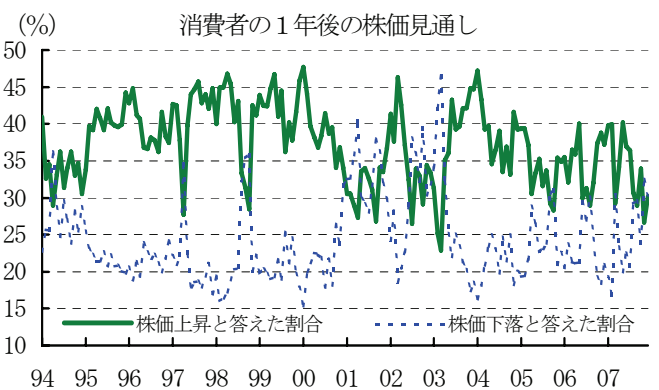
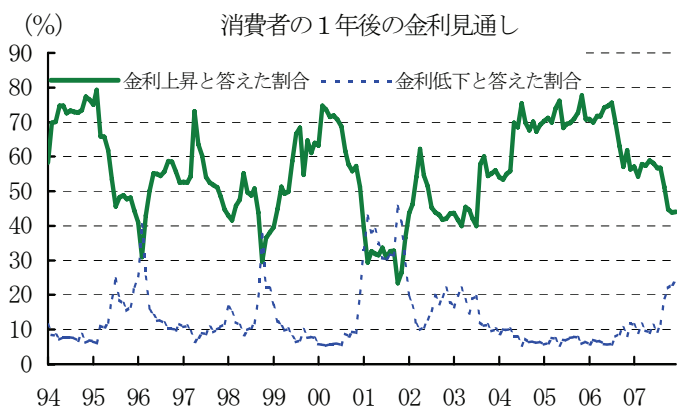
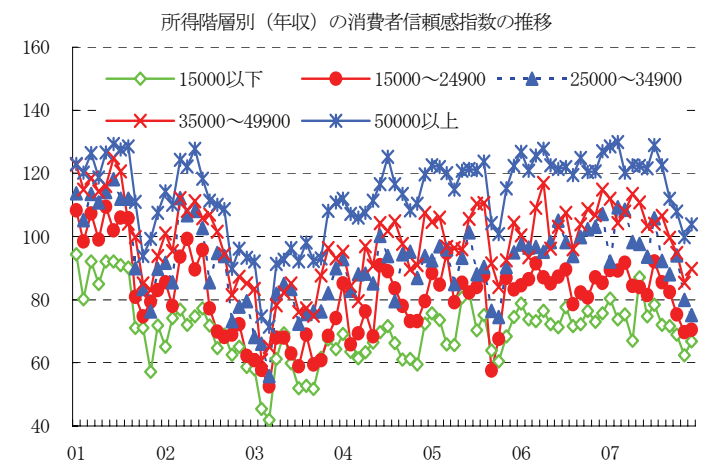
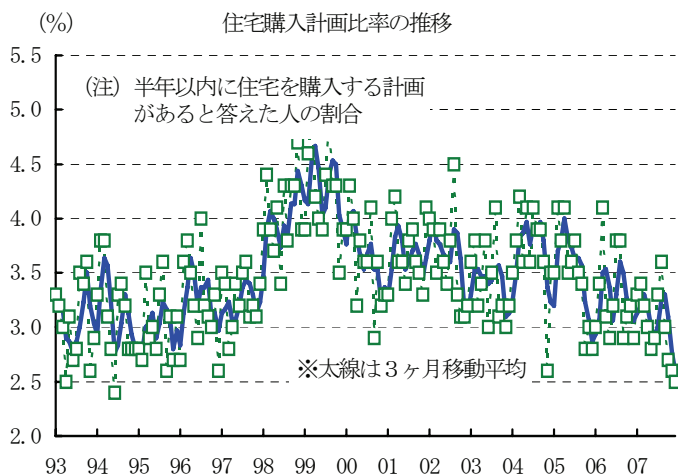
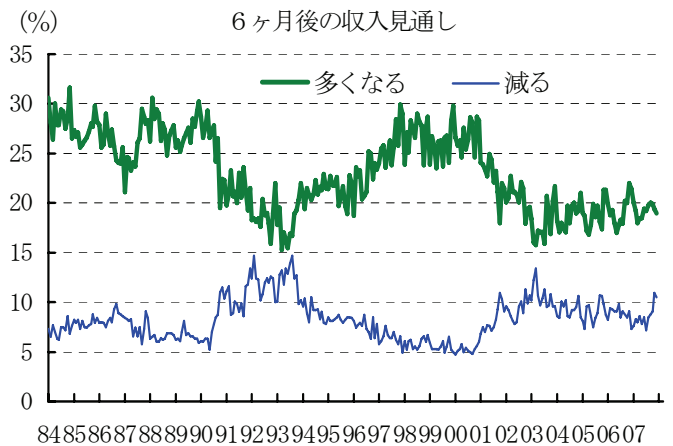
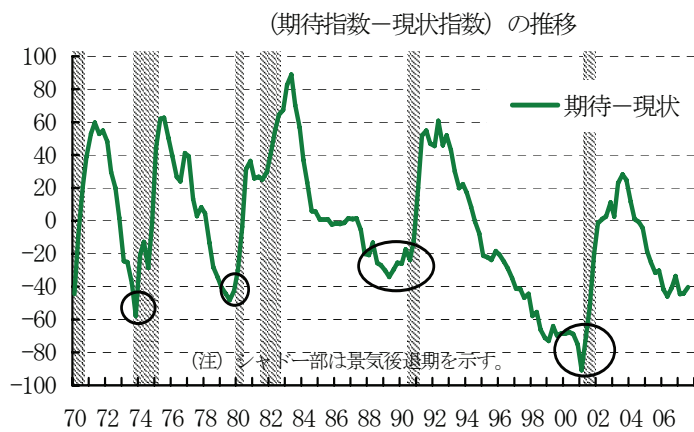
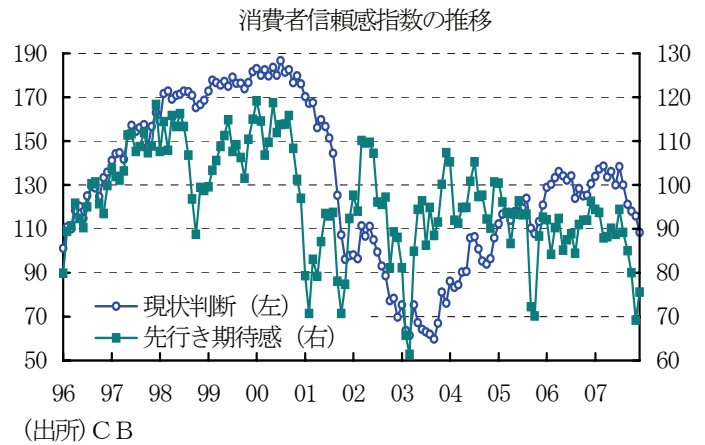
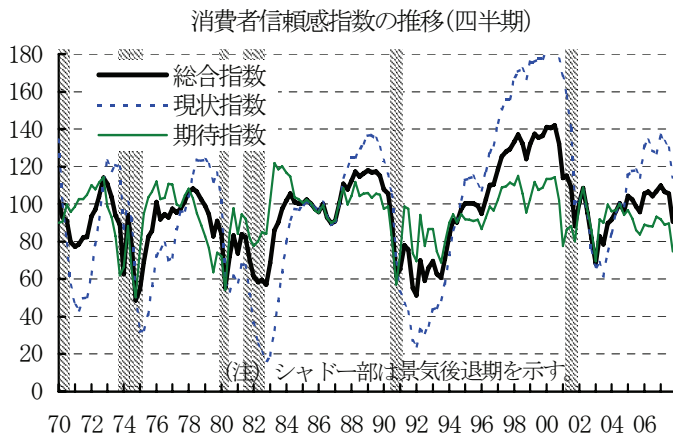
消費者信頼感指数の構成項目ではないが同時に調査が行われた「6ヵ月以内の購入計画」の結果をみると、「自動車購入計画」は前月から上昇したが、新車購入計画が低位で推移しており新車販売を押し上げるには積極的なインセンティブが必要な状況に変化はない。「住宅購入計画」は低下し、住宅購入需要の一段の低下を示唆。一方、「家電購入計画」は前月から低下したが高い水準を維持していることから、電化製品など耐久財消費の拡大が示唆されている。

株価に対して悲観的な 見方が弱まった

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悲観的な見方が後退したことや足下で主要株価指数が底堅く推移していることを受け、株価の先行きに対して悲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▲0.1と前月の▲5.8から改善）。このため、目先個人の資金が株式投信等から流出し易い状況が改善することを示している。

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・原油価格の高止まりを背景にインフレ見通しが5.6%（前月5.7%）と上昇しており、消費者のインフレ期待が一段と高まっている。



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。