

米国 消費者マインドはクリスマス商戦の不振を示唆(08年11月CB消費者信頼感指数)

発表日:2008年11月27日(木)

～期待の改善も現状の悪化でマインドの改善には時間がかかる公算～

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

○11月の消費者信頼感指数は44.9(前月38.8)と市場予想に反し6.1ポイント上昇した。足元での金融市場の混乱、景気・雇用の悪化によって現状認識が悪化した一方、大統領選挙でのオバマ氏の勝利、エネルギー・食品価格の下落などによって期待が改善し全体を押し上げた。ただし、44.9という水準は個人消費の低迷を示しており、11月27日から始めるクリスマス商戦の不振を示唆している。商戦前の消費動向では11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10月対比▲0.5%(10月前月比▲1.1%)と減少が続いている。

今後、景気対策などにより期待が改善する一方で、景気の悪化度合いが強まることや雇用環境の悪化が続くことで現状判断の悪化が続き、消費者マインドは中期に亘り低い水準にとどまると予想される。

○内訳では現状指数が前月比▲1.3ポイント低下した一方、期待指数が同+11.0ポイント上昇した。現状判断では景気・雇用に対する悲観的な見方が強まった。11月初に公表された9月の失業率が急上昇するなど経済指標が軒並み悪化したこと、金融危機の拡大もあり米経済がリセッション入りしているとの消費者の見方が増加していることなどを背景に悪化したとみられる。一方、期待では原油価格の下落、大統領選挙でのオバマ氏の勝利などによって景気・雇用・所得の先行きに対する悲観的な見方がやや弱まった。

○現状指数の詳細では、現状指数の構成項目である「景気」、「雇用」のマイナス幅が拡大した。現在の景気に対する悲観的な見方が強まったうえ(現在の景気に対する判断の「良い」-「悪い」が▲30.4と前月の▲27.7からマイナス幅拡大)、現在の雇用環境に対する悲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▲28.4と前月の▲27.6からマイナス幅拡大)。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り、11月の結果は11月の失業率(10月6.5%)が6.8%程度に上昇することを示唆している。

○期待指数の構成項目では、「雇用」、「景気」、「所得」がマイナス幅を縮小した。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▲24.1と前月の▲34.2からマイナス幅縮小)。景気の先行きに対する悲観的な見方は弱まった(6ヵ月後の景気に対する見方の「良くなる」-「悪くなる」が▲16.7と前月の▲26.9からマイナス幅を縮小した)。ただし、雇用、景気の先行きに対する悲観的な見方は強いままである。6ヵ月後の収入については「増加する」-「減少する」が▲4.4と前月の▲8.1からマイナス幅を縮小した。

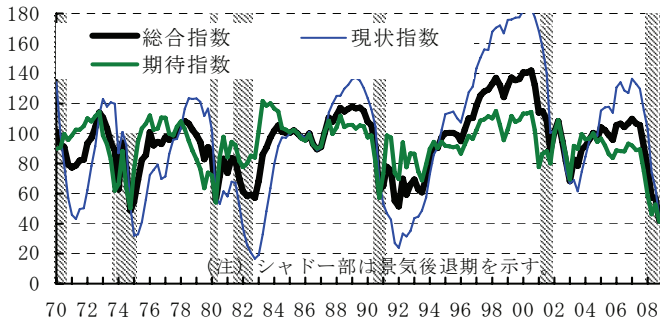
○インフレに関する調査では、引き続き消費者は物価上昇を懸念しているものの、8月以降のガソリン価格・原油価格の急落を背景にインフレ見通しは5.9%(前月6.8%)と低下した。

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	
08/03	65.9	49.4	90.6	19.2	24.5	8.6	26.0	5.4	3.4	69.5	60.1	84.2
08/04	62.8	50.0	81.9	17.1	27.9	10.1	27.4	5.8	2.5	62.6	53.3	77.0
08/05	58.1	47.3	74.2	16.1	28.3	10.6	32.9	5.1	2.4	59.8	51.1	73.3
08/06	51.0	41.4	65.4	14.1	29.7	8.5	33.5	5.1	2.4	56.4	49.2	67.6
08/07	51.9	42.7	65.8	13.6	30.2	9.2	32.4	5.0	2.8	61.2	53.5	73.1
08/08	58.5	54.1	65.0	13.5	31.7	12.0	25.2	5.2	3.4	63.0	57.9	71.0
08/09	61.4	61.5	61.1	12.6	32.2	13.4	21.0	4.9	2.3	70.3	67.2	75.0
08/10	38.8	35.7	43.5	9.0	36.6	9.6	36.5	4.5	2.6	57.6	57.0	58.4
08/11	44.9	46.7	42.2	8.8	37.2	11.4	28.1	3.7	1.9	57.9	55.7	61.4

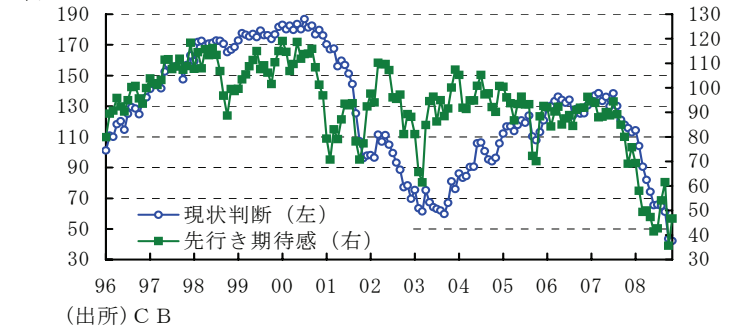
(出所) The Conference Board, University of Michigan

消費者信頼感指数の推移 (四半期)

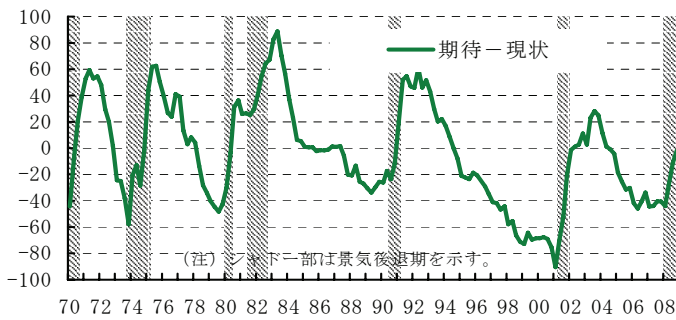


こ占

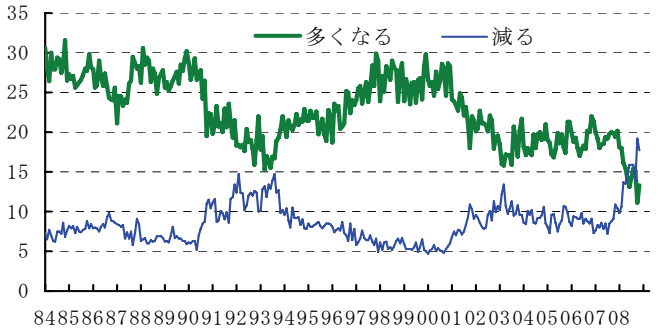
消費者信頼感指数の推移



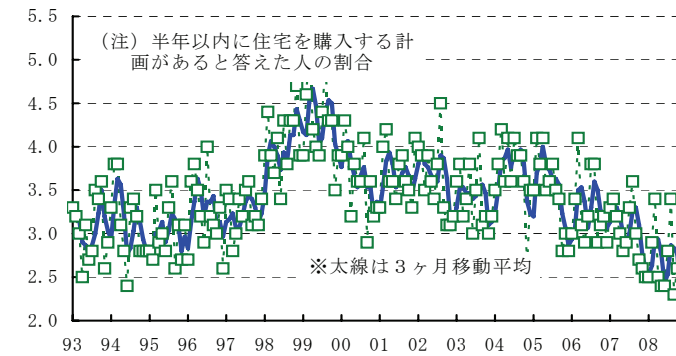
(期待指数－現状指数) の推移



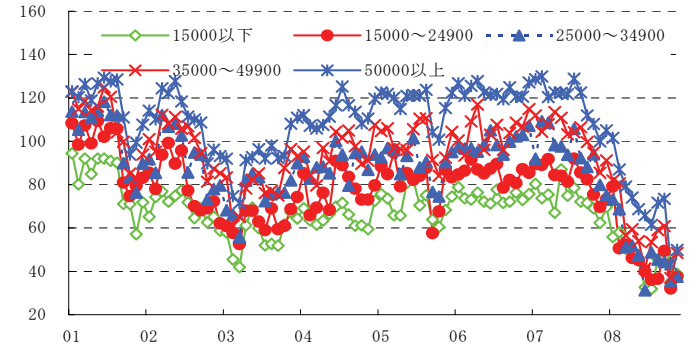
(%) 6ヶ月後の収入見通し



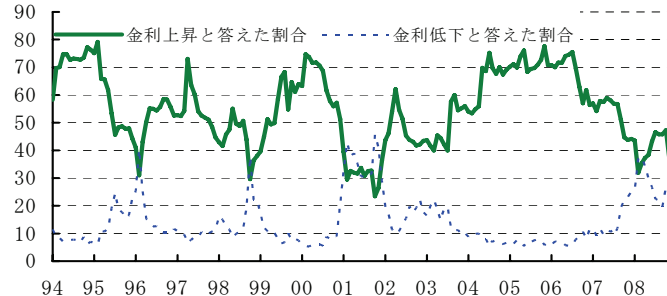
(%) 住宅購入計画比率の推移



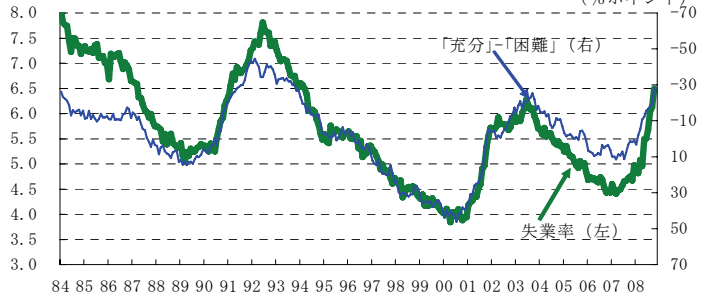
所得階層別 (年収) の消費者信頼感指数の推移



(%) 消費者の1年後の金利見通し



(%) 現在の雇用機会に対する判断と失業率の推移



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。