

米国 深刻化する景気後退を背景に消費者マインドは過去最低水準を更新 (09年2月CB消費者信頼感指数)

発表日: 2009年2月24日(火)

～景気・雇用・収入見通しは78年の調査データ公表以降で最悪～

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

○2月の消費者信頼感指数は25.0(前月37.4)と12.4ポイント低下し過去最低水準を更新、市場予想の35.0を大幅に下回った。足元での景気・雇用情勢の急激な悪化によって現状・先行き指数ともに悪化した。この水準、悪化ペースは1～3月期の実質個人消費が前期比年率▲4%程度の減少を続けていることを示唆している。

今後、所得減税などの実施に伴い景気刺激策への期待が高まり期待指数の改善に繋がる可能性があるものの、深刻化する景気後退や一段と悪化する雇用環境を背景に現状指数の悪化が続こう。このため、2009年前半の消費者マインドが過去最低水準にとどまり、個人消費は低迷を続けると予想される。

○内訳では現状指数が前月比▲8.5ポイント低下し、期待指数が同▲15.0ポイント低下した。現状判断では、雇用、景気への悲観的な見方が強まった。現状に関しては、2月の調査期間に公表された1月の経済指標が軒並み悪化するなど経済・雇用情勢の低迷がより深刻化したこと、エネルギー価格が上昇に転じたことなどを背景に悪化したとみられる。一方、景気刺激策の成立が遅れたこと、金融安定化計画などの実効性に疑問を持った報道が多くされたことなどによって、景気・雇用・収入の先行きに対する悲観的な見方が強まり、期待指数の大幅低下となった模様である。

○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▲44.3と前月の▲41.4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▲43.4と前月の▲34.0からマイナス幅を大幅に拡大】。現在の雇用機会に対する判断(「充分」-「困難」)は失業率と同じ方向に動く傾向があり、2月の失業率は7.9%程度に上昇すると予想される。

○期待指数の構成項目では、「雇用」、「景気」、「収入」のマイナス幅が拡大し全体を大幅に悪化させた。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▲40.2と前月の▲27.8からマイナス幅を拡大、詳細データが公表されている78年以降で最大のマイナス幅となった】。また、景気の先行きに対する悲観的な見方は強まった【6ヵ月後の景気に対する見方の「良くなる」-「悪くなる」が▲31.8と前月の▲18.3からマイナス幅を拡大し過去最悪】。加えて、先行きの収入についても悲観的な見方が強まった【6ヵ月後の収入が「増加する」-「減少する」が▲16.2と前月の▲8.1からマイナス幅を拡大し過去最悪となった】。

○インフレに関する調査では、ガソリン価格の再上昇もあり引き続き消費者は物価上昇を懸念している。インフレ見通しは5.9%(前月5.6%)と上昇した。

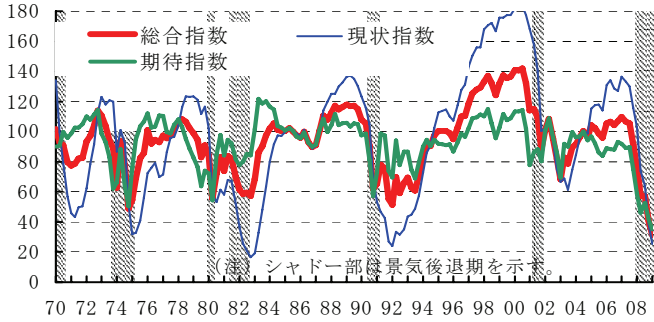
消費者信頼感 (Consumer Confidence)

	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	
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	44.7	46.2	42.3	8.7	37.1	11.5	28.3	3.8	2.1	55.3	53.9	57.5
08/12	38.6	44.2	30.2	6.5	41.5	13.4	32.9	4.8	2.6	60.1	54.0	69.5
09/01	37.4	42.5	29.7	7.1	41.1	12.8	31.1	5.3	2.5	61.2	57.8	66.5
09/02	25.0	27.5	21.2	4.4	47.8	8.7	40.5	4.7	2.3	56.2	49.1	67.1

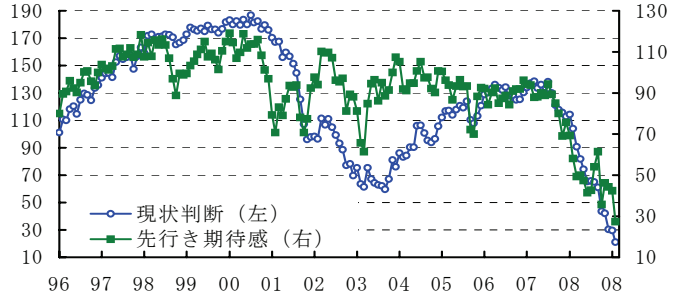
(出所) The Conference Board, University of Michigan

(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。

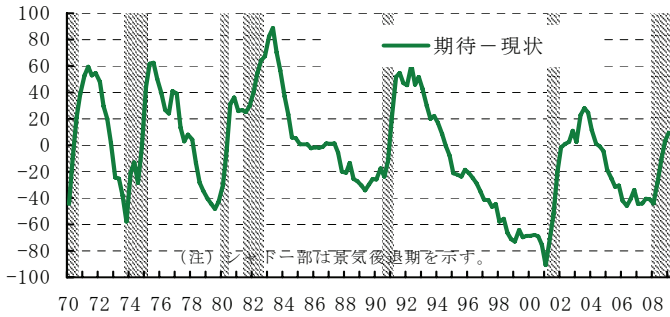
消費者信頼感指数の推移 (四半期)



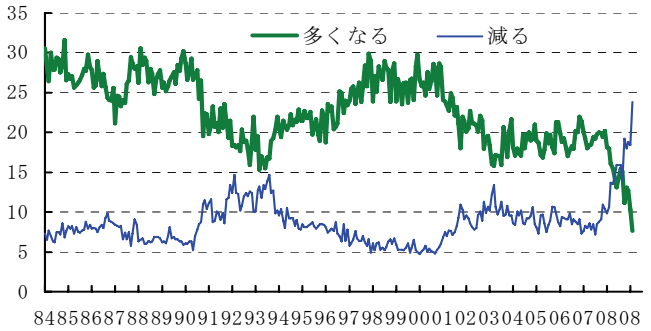
消費者信頼感指数の推移



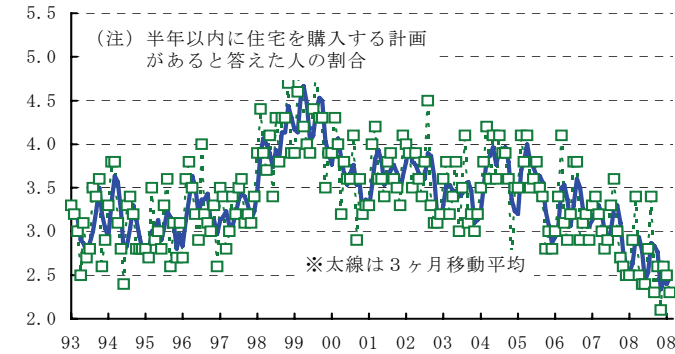
(期待指数-現状指数)の推移



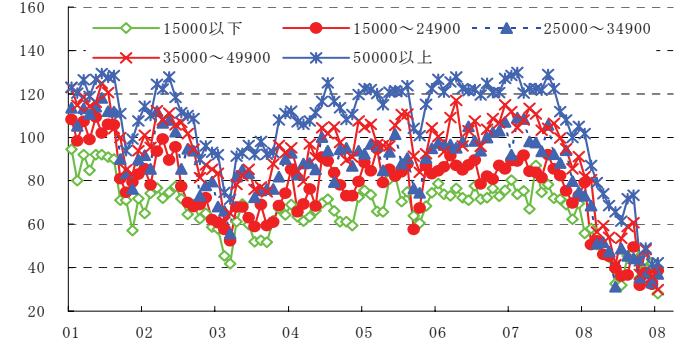
(%) 6ヶ月後の収入見通し



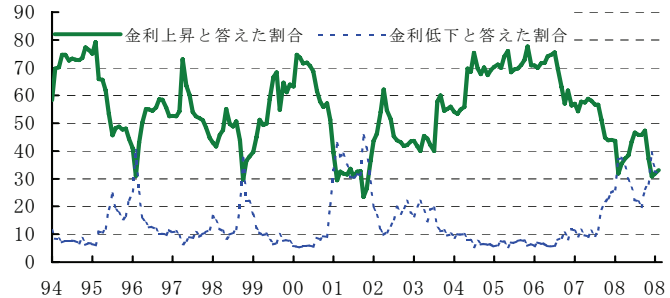
(%) 住宅購入計画比率の推移



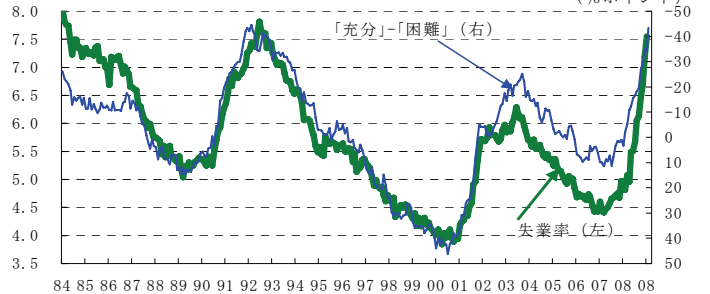
所得階層別(年収)の消費者信頼感指数の推移



(%) 消費者の1年後の金利見通し



(%) 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。