

米国 消費者マインドは小幅改善にとどまり過去最悪水準付近で推移 (09年3月CB消費者信頼感指数)

発表日:2009年3月31日(火)

～収入見通しは78年の調査データ公表以降で最悪水準を更新～

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

○3月の消費者信頼感指数は26.0(前月25.3)と0.7ポイント上昇にとどまり市場予想の28.0を下回った。先行き指数は相次いだ景気・金融・住宅対策の発表を受け改善したものの、足元の景気・雇用情勢の急激な悪化によって現状指数が悪化した。3月は前月の過去最低水準とあまり変わらない低水準にとどまっており、消費の下ブレを示すが、税負担の軽減、失業保険手当の拡充などによって1～3月期の実質個人消費は前期比では拡大に転じるとみられる。

今後、景気刺激策、金融・住宅対策の実施に伴い先行きの景気回復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情勢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は過去最低水準にとどまり、個人消費の拡大ペースを抑制すると予想される。

○内訳では現状指数が前月比▲0.8ポイント低下したが、期待指数が同+1.6ポイント上昇した。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、3月の調査期間に公表された2月の雇用関連の経済指標が悪化するなど経済・雇用情勢の低迷がより深刻化したこと、ガソリン価格が上昇したことなどを背景に悪化したとみられる。一方、金融機関の業績改善期待が高まったこと、「官民投資プログラム」の詳細が公表されことで株価が大幅に上昇し、景気・雇用の先行きに対する悲観的な見方が若干弱まったため、期待指数は小幅上昇した。

○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▲44.3と前月の▲43.5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▲44.1と前月の▲42.3からマイナス幅を拡大】。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、3月の失業率は8.6%と急上昇をすると予想される。

○期待指数の構成項目では、「収入」のマイナス幅が拡大したが、「雇用」、「景気」のマイナス幅が縮小し、期待指数全体は小幅上昇した。内訳をみると、先行きの収入については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▲16.4と前月の▲16.1からマイナス幅を拡大し過去最悪となった】。一方、雇用の先行きに対する悲観的な見方は弱まった【6ヵ月後の雇用に対する見方の「多くなる」-「少なくなる」が▲35.5と前月の▲40.2からマイナス幅を縮小した】。加えて、景気の先行きに対する悲観的な見方も弱まった【6ヵ月後の景気に対する見方の「良くなる」-「悪くなる」が▲30.0と前月の▲32.2からマイナス幅を小幅ながら縮小した】。

○インフレに関する調査では、ガソリン価格の再上昇や医療費負担の増加もあり引き続き消費者は物価上昇を懸念している。3月のインフレ見通しは5.9%(前月5.9%)と高止まりしている。

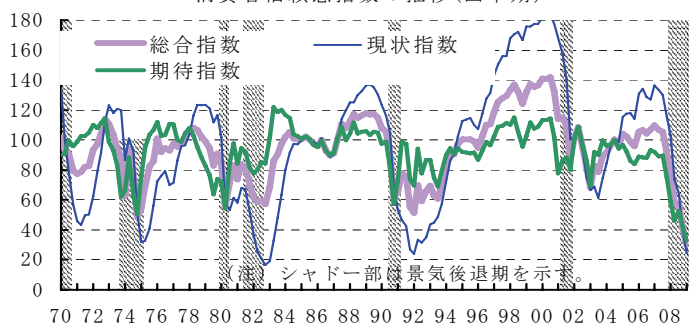
消費者信頼感 (Consumer Confidence)

	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		
08/06	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	25.3	27.3	22.3	4.6	46.9	8.5	40.7	4.7	2.3	56.3	50.5	65.5
09/03	26.0	28.9	21.5	4.6	48.7	9.1	39.1	3.9	2.0	56.6	53.0	62.3

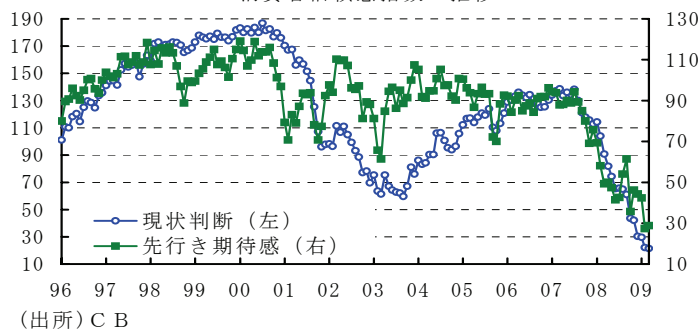
(出所) The Conference Board, University of Michigan

(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。

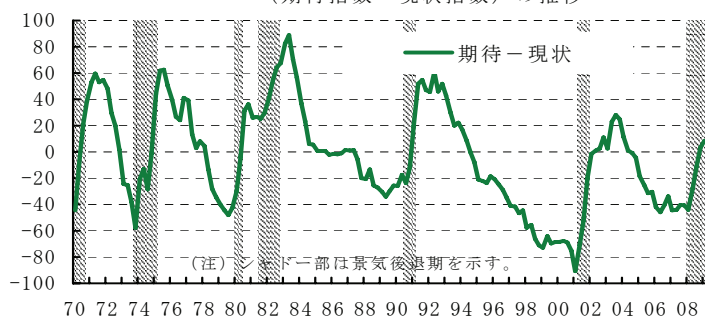
消費者信頼感指数の推移 (四半期)



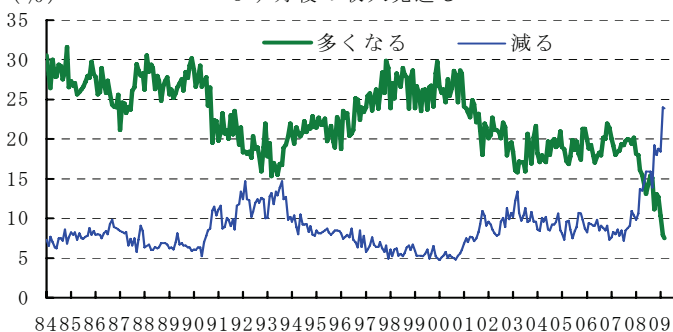
消費者信頼感指数の推移



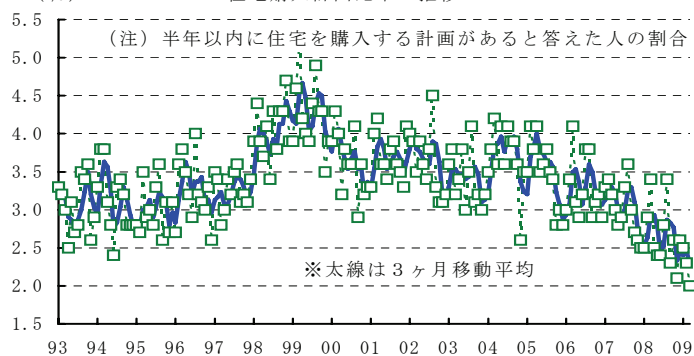
(期待指数-現状指数)の推移



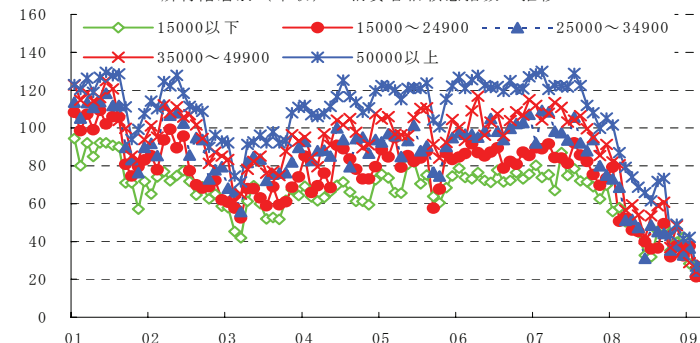
6ヶ月後の収入見通し



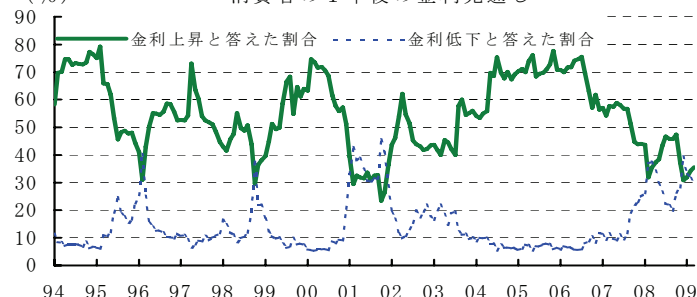
(%) 住宅購入計画比率の推移



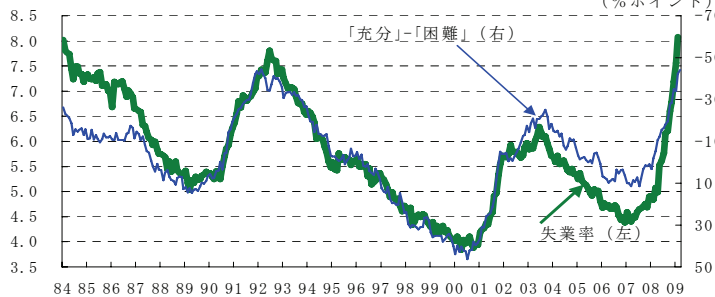
所得階層別 (年収) の消費者信頼感指数の推移



(%) 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。