

先行き懸念が和らぎ改善した消費者心理

—景況感は持ち直し、物価上昇懸念は急速に弱まる—

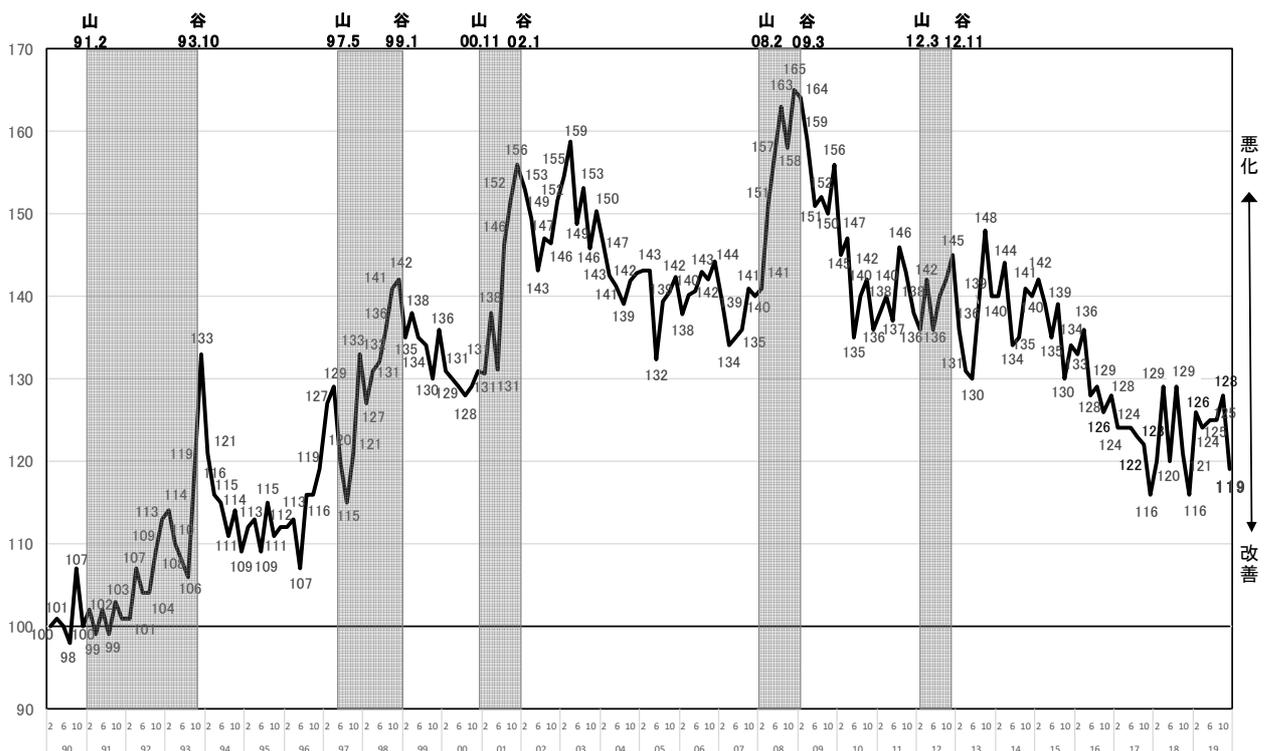
消費者による今後1年間の見通し判断を調査したCSI(12月調査)によれば、

前回10月はおよそ2人に1人が[悪化]を見通し、後退をみせていた景況感が改善となり、景況見通し指数も大きく上昇、持ち直している。また、物価[上昇]見通しは3調査連続の減少、6月までの上昇懸念は急速に弱まっている。他方で、失業[不安]見通しは3調査ぶりのマイナス、反対に[不安なし]側はプラス、先行き不安はやや緩和している。さらに、収入の先行きも[増加]がプラス、[減少]はマイナスとなって改善が認められる。その結果、消費者心理は先行き懸念が和らいで、10月からかなり回復している。

《概況》

消費者の景気、雇用、収入、物価等に対する見通しの変化を反映した消費者心理の指標である生活不安度指数は、12月は119となってこの1年では最も低く、前回10月の128からかなり改善が示されている。また、同指数が120を下回るのは18年12月(116)以来1年ぶりだが、これと比べると僅かだが悪い(高い)水準である。

図表 生活不安度指数の推移



- **生活不安度指数**のもととなる**今後1年間の暮らし向きの見通し**は、**[良くなる]9.1%、[変わらない]56.8%、[悪くなる]22.3%**であった。前回10月調査と比べると、**[良くなる]**は僅かに増加、2調査ぶりのプラスである。他方、**[悪くなる]**は減少、6調査ぶりのマイナスで、この1年で最も低い水準である。また、**[変わらない]**は僅かに増加、2調査連続のプラスとなっている。暮らし向きの見通しは、**[良くなる][悪くなる]**の両側で改善を示している。
- **先行きの景況感**は、**[良くなる]7.9%、[変わらない]33.1%、[悪くなる]43.1%**となった。10月と比べて、**[良くなる]**は微増、2調査ぶりのプラスである。他方、**[悪くなる]**はかなり減少、この1年では4月に次ぐ低い水準である。また **[変わらない]**は僅かに増加して、ほぼ3人に1人を占める。消費者の景況感、悪化の弱まりからやや持ち直しがうかがえる。この回答割合を指数化した**景気見通し指数は46**となり、前回10月の32から上昇、2調査ぶりのプラスで、大きく改善している。

雇用(失業不安)の先行き見通しでは、**[不安]と答えた人は53.4%、[不安なし]と答えた人は41.5%**であった。10月と比べると、**[不安]**は減少、6月以来3調査ぶりのマイナスで、この1年で最も低くなった。他方で、反対側の**[不安なし]**は僅かに増加し、8月以来で40%を上回った。

収入の先行き見通しをみると、**[増える]人は14.2%、[変わらない]人は50.7%、[減る]人は23.5%**であった。10月と比べると、**[増える]**は僅かにプラス、8月以来2調査ぶりの拡大となった。これに対して、反対の**[減る]**はマイナスで、この1年で最も低くなっている。また、**[変わらない]**は僅かにプラス、4月以来で2人に1人を上回った。

物価の先行き見通しでは、**[上昇]は57.3%、[変わらない]は26.9%、[下落]は1.8%**であった。10月と比べて、**[上昇]**はかなり減少、3調査連続のマイナスで、17年2月以来2年10ヶ月ぶりで60%を下回る水準である。一方、**[下落]**は微減、3調査ぶりで2%を下回った。また、**[変わらない]**は3調査連続で増加し、18年8月以来で20%を上回り、4人に1人余りを占める。6月には4人に3人が**[上昇]**を見通し、物価の上昇圧力が高まっていたが、8月以降は連続して減少、急速に弱まっている。
- **今後1年間が商品等を購入するのに『良い時』か『悪い時』か**について尋ねた**12月の購買態度指数**は、10月と比べて、「**不動産**」(78→84)は5調査ぶりのプラス、「**自動車**」(79→87)と「**耐久財**」(86→96)は7調査ぶりのプラスといずれも改善。全ての指数が前年同月比ではマイナス状態にある。

【有効回収数等】

	有効回収票	調査期間
2019年12月調査 (18歳～79歳)	1,151	11月29日～12月11日