

持ち直しは続かず、小幅に後退した消費者心理

—景況感は再び後退、雇用と収入は弱いながらも底堅く推移—

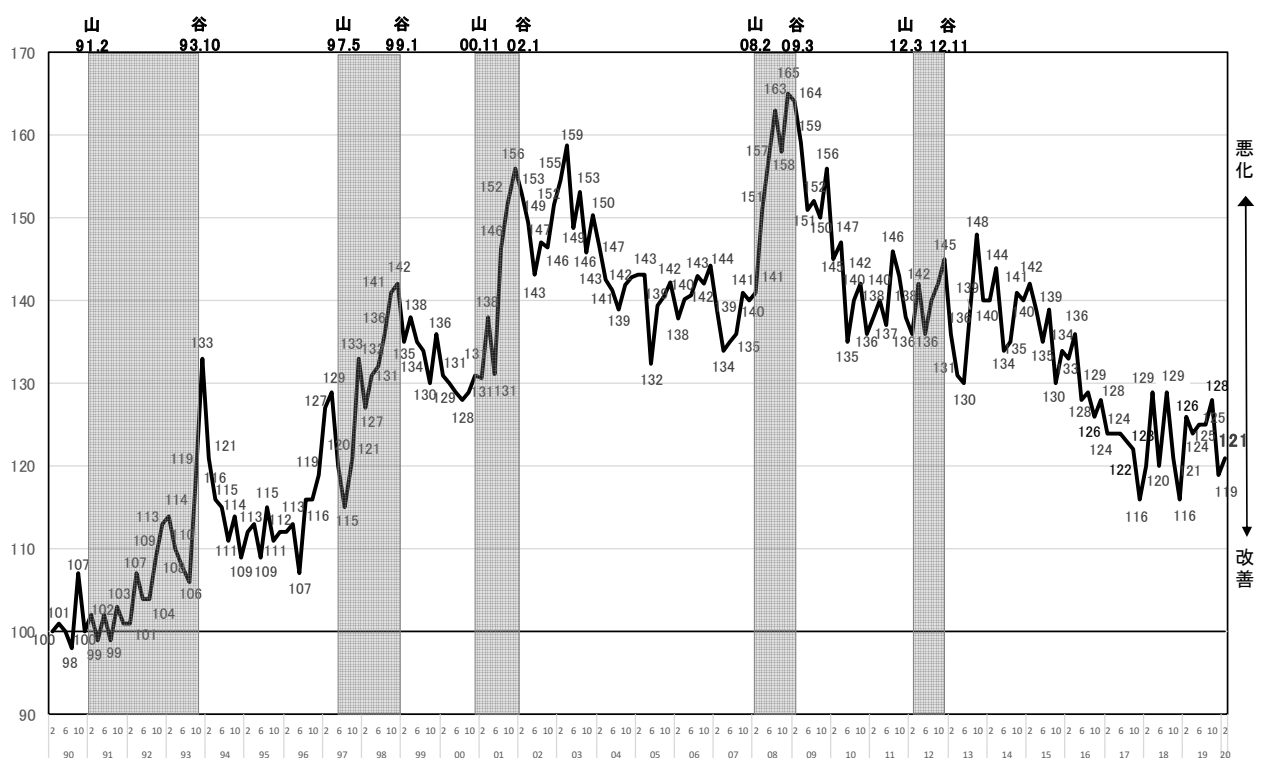
消費者による今後1年間の見通し判断を調査したCSI(2月調査)によれば、

前回12月に[悪化]が弱まることで持ち直していた景況感は、2月は再び悪化に転じ、景気見通し指数もかなり低下、2調査ぶりの後退を示した。物価[上昇]見通しは4調査連続の減少、6月に80%近かった先行き上昇懸念は2調査連続の50%台と薄まっている。他方、失業[不安]は僅かに増加も、[不安なし]はほぼ横ばい、また、収入の先行きは[増加]はほぼ横ばい、[減少]は微増と、雇用・収入ともに弱さはあるも底堅く推移している。消費者心理は持ち直しの動きは続かず、2月は小幅な後退がみられる。

《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、2月は121となっており、前回12月の119から小幅な悪化が示されている。12月は大きく改善、18年12月(116)以来1年ぶりに120を下回っていたが、回復の持続にはつながらない結果となっている。

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]8.9%、[変わらない]57.4%、[悪くなる]24.0%**であった。12月調査と比べると、**[良くなる]**はほぼ横ばい、**[悪くなる]**は僅かに増加、2調査ぶりのプラスである。また、**[変わらない]**は僅かに増加、3調査連続のプラスでこの1年で最も高い。暮らし向きの見通しは緩やかな悪化がみられる。
- **先行きの景況感**は、**[良くなる]8.7%、[変わらない]29.2%、[悪くなる]48.9%**となった。12月と比べて、**[良くなる]**は微増、2調査連続で小幅なプラス、**[悪くなる]**は増加、2調査ぶりのプラス、また**[変わらない]**はやや減少となった。消費者の景況感は、**[悪くなる]**が再び増加に転じ、**[良くなる]**は微増も、全体では後退している。この回答割合を指数化した**景気見通し指数は38**となり、前回12月の46からかなり低下、10月以来2調査ぶりのマイナスとなった。

雇用(失業不安)の先行き見通しでは、**[不安]と答えた人は56.1%、[不安なし]と答えた人は41.3%**であった。12月と比べると、**[不安]**は僅かに増加、2調査ぶりのプラス、反対側の**[不安なし]**はほぼ横ばいである。消費者の失業に対する**[不安]**は小幅に高まっているものの、**[不安なし]**は落ち着いた動きとなっている。

収入の先行き見通しをみると、**[増える]人は13.9%、[変わらない]人は50.8%、[減る]人は25.6%**であった。12月と比べると、**[増える]**はほぼ横ばいも弱含み、**[減る]**は僅かに増加、2調査ぶりのプラスである。また、ほぼ2人に1人を占めた**[変わらない]**はほぼ横ばいであった。

物価の先行き見通しでは、**[上昇]は56.4%、[変わらない]は26.0%、[下落]は2.8%**であった。12月と比べて、**[上昇]**は僅かに減少、4調査連続のマイナス、**[下落]**は微増、8月から増加の続いた**[変わらない]**は僅かに減少である。6月には4人に3人が**[上昇]**を見通し、物価の上昇圧力は高まっていたが、8月以降4調査連続して減少、急速に弱まりがみられる。
- **今後1年間で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**2月の購買態度指数**は、12月と比べて、「**不動産**」(84→82)と「**自動車**」(87→85)は2調査ぶりのマイナス、後退。「**耐久財**」(96→99)は2調査連続のプラスと改善が続く。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
2020年2月調査 (18歳～79歳)	1,151	1月30日～2月11日