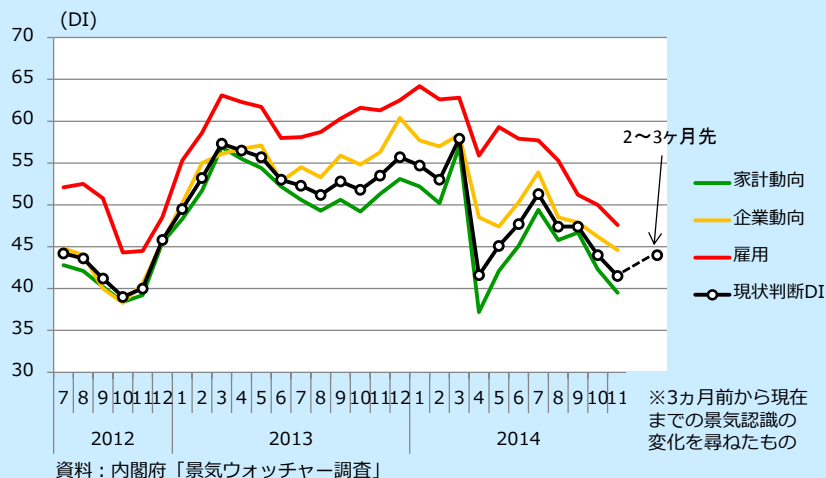


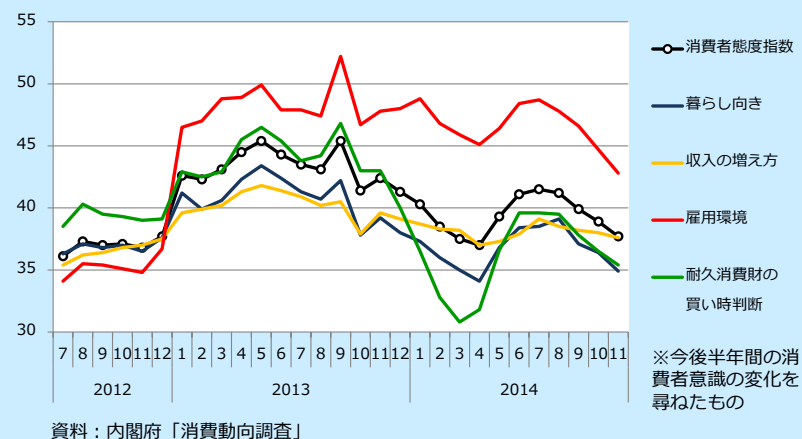
日本：マインド関連指標（2014年11月）

MRI Daily Economic Points
December 11, 2014

景気ウォッチャー調査



消費動向調査



評価ポイント

景気ウォッチャー調査

- 11月の景気の現状判断DI(3カ月前からの景気認識の変化)は、41.5と2ヶ月連続で低下し、12年11月以来の低水準となった。
- 内訳をみると、家計動向、企業動向、雇用のいずれのDIも悪化した。家計動向は、小売や住宅関連の悪化が響き▲2.8p低下。39.5と2年ぶりに40を下回った。企業動向DIは非製造業を中心に▲1.6p低下。雇用DIも▲2.4p低下し、横ばいを示す50を下回った。
- 地域別では、北海道が▲7.6pと低下幅が最も大きく、11月の電気料金値上げが企業や家計の景況感を悪化させた可能性がある。
- 景気判断に対する理由をみると、悪化理由として、円安による原材料費の高騰のほか、家計関連では、節約志向の強まり(単価や購入量の抑制)や高額品市場の不振(ブランド品やレジャーへの支出抑制)などが多く挙げられている。一方、改善理由としては、外国人観光客の増加が全国各地で指摘されている。
- 景気の先行き判断DI(2〜3ヶ月前までの変化)は44.0と、景気判断の分かれ目となる50を3ヶ月連続で下回った。

消費動向調査

- 11月の消費者態度指数(今後半年間の消費者意識の変化)は、37.7と前月から▲1.2pt低下し、4ヶ月連続の低下となった。
- 同指数を構成する消費者意識指標は、暮らし向き・収入の増え方・雇用環境・耐久消費財の買い時判断の4項目すべてが低下した。

基調判断と今後の流れ

- 消費者マインドは、夏場の天候不順の影響が剥落してもなお悪化を続けている。消費税引上げや円安進行による物価上昇に加え、GDPに代表される各種経済指標の悪化が消費者マインドを冷え込ませている可能性が高い。
- 消費者マインドの先行きは、原油価格の下落による物価上昇圧力の低下や、所得・雇用環境の改善などがプラスに働くとみられるが、その回復ペースは極めて緩やかにとどまるであろう。