

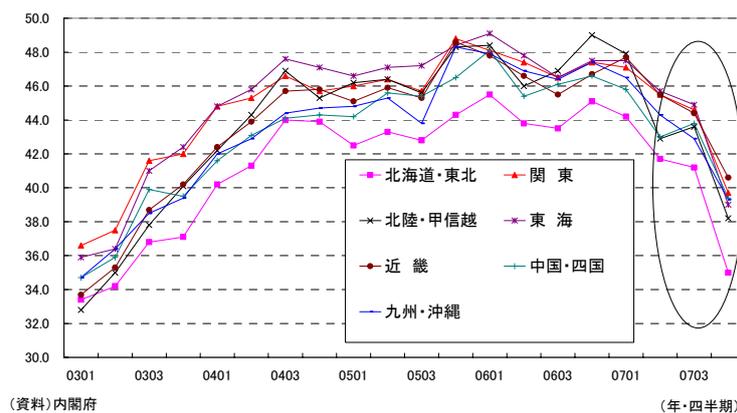
# Weekly エコノミスト・レター

ニッセイ基礎研究所 経済調査部門

## 地域経済動向～ 全国的に悪化する消費者マインド

1. 2月の「地域経済動向」（内閣府）は、東北、北関東、北陸の3地域の景況判断を前回調査（2007年11月時点）よりも下方修正した。判断を上方修正した地域はなく、足元の地域景気は減速感が強まっている。
2. 内閣府の消費者態度指数（季節調整値）は、2006年12月以降、4期連続で低下している。2007年後半にかけて、全国的に、企業の景況感と、家計の消費者マインドの悪化傾向が鮮明になってきている。
3. 賃金の伸び悩み、制度改正による負担増が、家計の可処分所得を押し下げていることに加え、最近の急激な物価上昇も、消費者マインド悪化の原因のひとつとなっていると考えられる。
4. 消費者マインドが全国的に悪化していることから、消費が低迷する可能性も高まっていると考えられる。米国経済の急減速による輸出の鈍化により、企業部門の低迷が予想されるなかで、消費も落ち込むようであれば、日本経済の景気後退局面入りが、ますます現実味を帯びてくることになるだろう。

地域別の消費者態度指数の推移



研究員 篠原 哲（しのはら さとし） (03)3512-1838 shino@nli-research.co.jp

ニッセイ基礎研究所 〒102-0073 東京都千代田区九段北4-1-7 3F TEL: (03)3512-1884  
 ホームページアドレス: <http://www.nli-research.co.jp/>

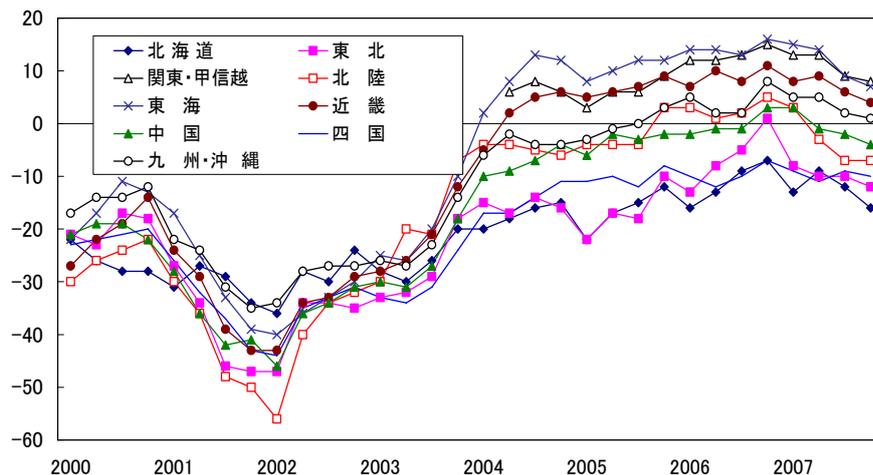
## ＜地域経済動向～ 全国的に悪化する消費者マインド＞

### ● 足元では地域経済の減速感が強まる

2月27日に公表された、内閣府の「地域経済動向」は、東北、北関東、北陸の3地域の景況判断を前回調査（2007年11月時点）よりも下方修正した。判断を上方修正した地域はなく、足元の地域経済は、減速感が強まっている。

日本銀行の12月短観では、全国ベースにおける、全産業・全規模の業況判断DIは2と、前回調査（9月）の4より▲2ポイント低下しており、企業の景況感が悪化していることが確認された。地域別でも、北陸の業況判断DI（全産業・全規模）が前回から横ばいとなった以外は、全ての地域で、DIが前回よりも低下しており、全国的に企業の景況感が悪化している。改正建築基準法の施行や、原油高による影響などが、各地の景況感の悪化に寄与したと考えられる<sup>1</sup>。

(DI) 地域別短観による業況判断DIの推移(全産業)



(資料) 日本銀行「さくらレポート」等より作成

(注1) 調査対象の見直しなどにより、2003年12月調査と2006年12月調査の時点で、データに断層がある。

(注2) 関東甲信越は2004年6月調査以降のデータ

(年)

12月短観では、相対的にDIの水準が高い、関東、東海、近畿の大都市圏も、9月調査に引き続きDIが低下したことは注意すべきポイントだ。関東、東海、近畿の各地域は、12月調査でもDIの水準自体はプラスであり、景況感が「良い」とする企業の割合が「悪い」とする企業を上回っているため、他の地域に比べて相対的に景気の回復力は強いと考えられる。しかし、足元の経済情勢は、サブプライムローン問題を発端にした米国経済の減速により、急速に不透明感が強まっている。これまで景気回復を牽引してきた大都市圏でも、企業の景況感が悪化していることは、景気の先行きを考えるうえでの懸念材料と言える。

<sup>1</sup> 内閣府の「地域経済動向」と日本銀行の「日銀短観」の地域区分が異なる点には注意する必要がある。それぞれの地域区分は本稿末に掲載した。

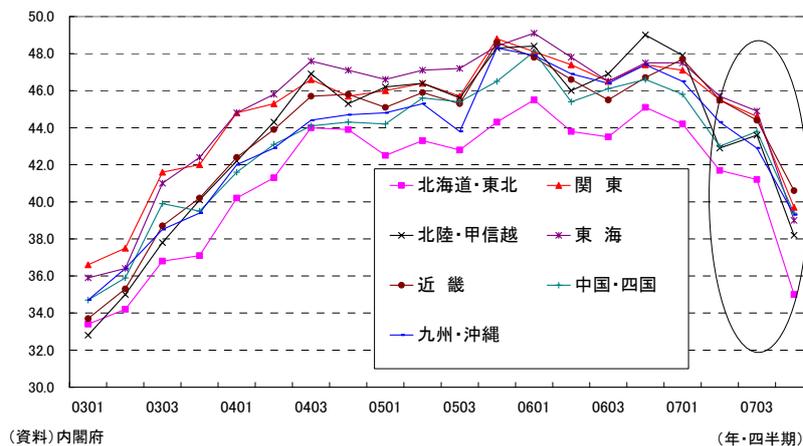
## ● 全国的に悪化する消費者マインド

企業の景況感は全国的に悪化しているが、マインドが悪化しているのは企業部門だけではない。消費者の購買意欲（消費者マインド）を表す、内閣府の消費者態度指数（季節調整値）は、2006年12月以降、4期連続で低下しており、2007年12月は前期差▲5.0ポイントの大幅な低下となった。

消費者態度指数（季調値）を地域別<sup>2</sup>に見ると、短観同様に、消費者マインドも全国的に悪化傾向にある。なかでも北海道・東北（12月：35.0）と、北陸・甲信越（38.2）は、指数の水準が相対的に低く、他地域よりも消費者マインドが低迷していると考えられる。関東、東海、近畿などの大都市圏については、相対的に指数の水準が高いものの、これらの地域でも指数が大きく低下していることに変わりはない。

2007年後半以降、全国的に、企業の景況感と、家計の消費者マインドの悪化傾向が鮮明になっている。

地域別の消費者態度指数(季節調整値)の推移



(2007年後半から減少した可処分所得)

以下では、最近の消費者マインドが悪化している要因について考えてみたい。

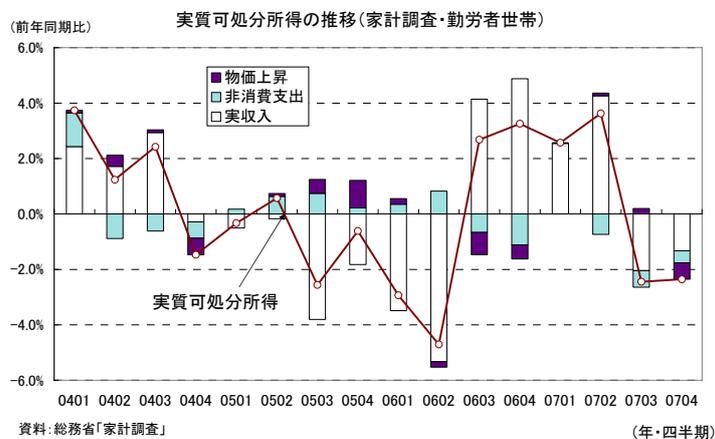
消費者マインドが悪化している理由のひとつとして、家計の所得環境が悪化していることが挙げられる。一人当たり賃金が、前年比でマイナスとなる状況が続くなか、定率減税の廃止や、国と地方の税源移譲による住民税の負担増が2007年後半に表面化していることなども、最近の可処分所得を下押しする要因となっている。

これに加えて、原油価格の高騰を受けて、足元の物価が上昇していることも家計にとってはマイナスの要因だ。全国の消費者物価指数（生鮮除き）は、10月以降、前年同月比でプラスに転じており、12月には同0.8%まで急激に上昇率を拡大させている。このような物価上昇は、消費者の購買意欲を冷やすだけでなく、家計の所得を実質的に減少させることにもなる。

<sup>2</sup> 短観の地域区分と、消費者態度指数の地域区分が異なる点には注意する必要がある。それぞれの地域区分は本稿末に掲載した。

家計調査によると、勤労者世帯（二人以上世帯）の実質可処分所得は、2007年7-9月期から前年比で減少に転じており、7-9、10-12月期ともに前年同期比▲2.4%の減少となっている。どちらの期も、世帯の収入を示す「実収入」と、税・社会保障負担を示す「非消費支出」は、可処分所得に対してマイナスの寄与となっている。物価については、7-9月期の消費者物価上昇率（注：帰属家賃除きの総合<sup>3</sup>）は前年同期比▲0.2%であったため、実質可処分所得の伸びを押し上げる方向に働いたが、10-12月は同0.6%と上昇したため、逆に実質可処分所得を押し下げることになった。

賃金の伸び悩み、制度改正による負担増が、家計の可処分所得を押し下げていることに加え、最近の急激な物価上昇も、消費者マインド悪化の原因のひとつとなっていると考えられる。



#### (地域別の可処分所得の動向)

地域別の名目可処分所得（家計調査・勤労者世帯（二人以上世帯））の伸びを見ると、2007年後半から、全国的に可処分所得の伸びが鈍化している傾向が分かる。10-12月期の名目可処分所得については、北海道（前年同期比：▲7.0%）、東北（同：▲6.7%）、北陸（同：▲8.8%）の減少幅が、他の地域よりも相対的に大きい。これらの地域は、12月の消費者態度指数（季節調整値）の水準が他地域よりも低く、相対的に消費者マインドが低迷していると考えられる地域でもある<sup>4</sup>。

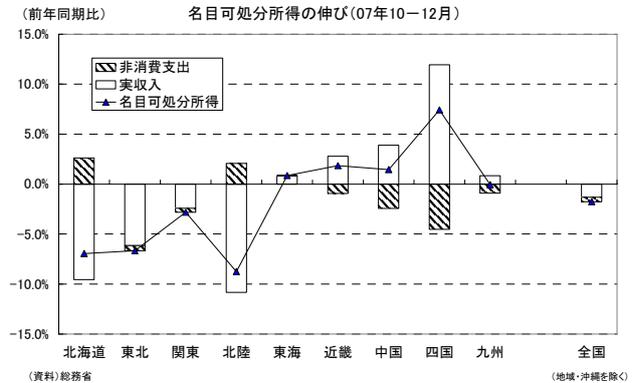
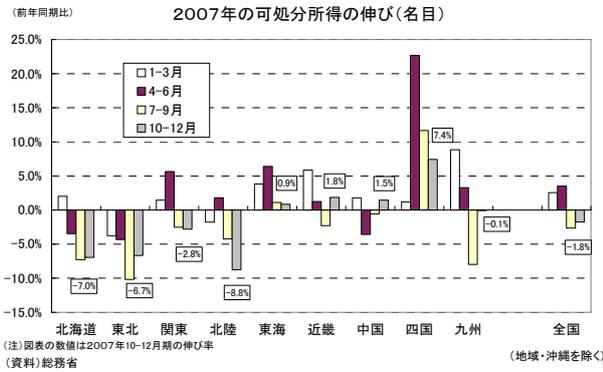
10-12月期における、可処分所得の前年比の内訳を見てみると、北海道、東北、北陸は実収入が前年よりも大きく減少している。これらの地域の可処分所得が減少した最大の要因は、収入の減少にあることが分かる。

サンプルが少ない、地域別の家計調査のデータを用いていることには注意する必要があるが、ここからは、2007年後半から、全国的に、可処分所得が悪化していることが示唆される。なかでも北海道、東北、北陸は収入の減少により、相対的に可処分所得の減少幅が大きく、このことが、

<sup>3</sup> ここでの物価上昇率には、家計調査の実収入、可処分所得、消費支出を実質化する際に用いられる「帰属家賃除きの総合」を用いた。

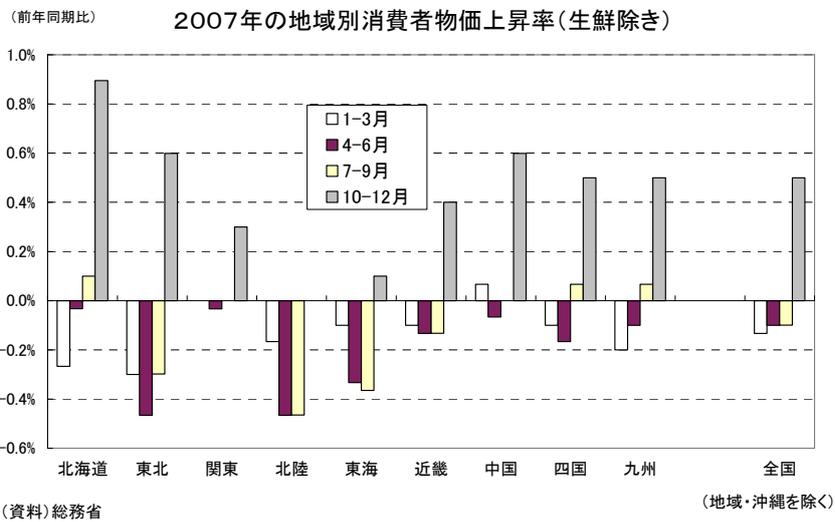
<sup>4</sup> 内閣府の地域区分と、総務省の地域区分が一致しない点には注意する必要がある

消費者マインド悪化の一因となっている可能性があるだろう。



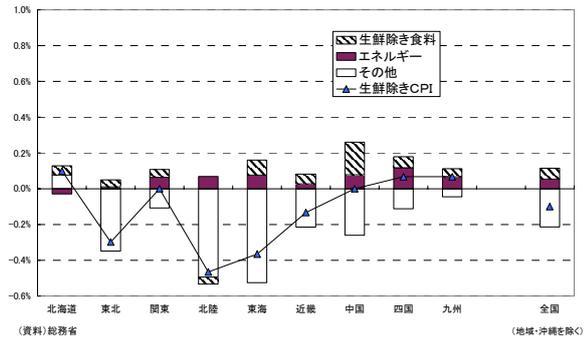
(実質可処分所得を押し下げる物価上昇)

もうひとつ、地域の消費者マインドの動向に影響を与えると考えられるものが、足元の物価の上昇だ。2007年1-3月期からの消費者物価指数(生鮮除き)の前年同期比を、地域別に比較してみると、全地域において、10-12月期にはCPIの上昇幅が拡大している。なかでも北海道(前年同期比: +0.9%)、東北(同: +0.6%)、中国(同: +0.6%)は、全国(同: +0.5%)と比較して上昇率が高い。

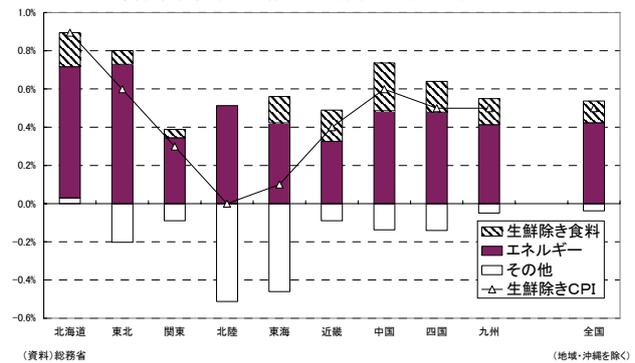


7-9月期と10-12月期の消費者物価指数(生鮮除き)の前年同月比の内訳を見てみると、10-12月期は、原油・原材料価格の上昇の影響により、電気代、ガス代、ガソリンなどの「エネルギー」が、物価を押し上げていることが分かる。特に、北海道や東北といった寒冷地は、エネルギーの寄与度が大きく、原油高による物価上昇の影響が、他地域よりも大きく現れている。このことが、これらの地域の消費者マインドを、一段と低下させる要因となっていると考えられる。

(前年同期比) 消費者物価指数(生鮮除き)上昇率の比較(07年7-9月)



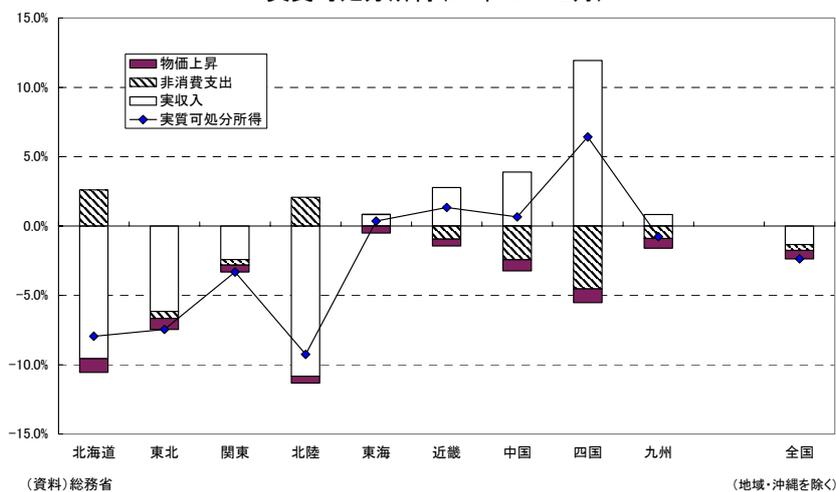
(前年同期比) 消費者物価指数(生鮮除き)上昇率の比較(07年10-12月)



物価上昇は、消費者の購買意欲を冷やすだけでなく、家計の所得を実質的に減少させる。賃金の伸び悩み、制度改正による負担増に加え、物価が上昇していることが、消費者マインドを悪化させる一因となっていると考えられる。

消費者マインドが全国的に悪化していることから、消費が低迷する可能性も高まっていると考えられる。2007年の実質GDP成長率2.1%に対する民間最終消費の寄与度は0.8%であり、改正建築基準法の施行などにより、住宅投資が低迷するなか、消費の底堅い伸びが成長を下支えしてきた。しかし、米国経済の急減速による輸出の鈍化により、企業部門の低迷が予想されるなかで、消費も落ち込むようであれば、日本経済の景気後退局面入りが、ますます現実味を帯びてくることになろう。

(前年同期比) 実質可処分所得(07年10-12月)



(参考:統計ごとの地域区分一覧)

地域経済動向における地域区分

地域名	都道府県					
北海道	北海道					
東北	宮城 新潟	青森	秋田	岩手	山形	福島
北陸	石川	富山	福井			
北関東	山梨	群馬	茨城	栃木	長野	
南関東	東京	神奈川	千葉	埼玉		
東海	愛知	静岡	岐阜	三重		
近畿	大阪	京都	滋賀	和歌山	兵庫	奈良
中国	広島	岡山	鳥取	島根	山口	
四国	香川	徳島	愛媛	高知		
九州	福岡 宮崎	佐賀	大分	長崎	熊本	鹿児島
沖縄	沖縄					

(資料)内閣府

日銀短観における地域区分

地域名	都道府県					
北海道	北海道					
東北	宮城	青森	秋田	岩手	山形	福島
北陸	石川	富山	福井			
関東・甲信越	東京 群馬	千葉 神奈川	埼玉 新潟	茨城	栃木	長野
東海	愛知	静岡	岐阜	三重		
近畿	大阪	京都	滋賀	和歌山	兵庫	奈良
中国	広島	岡山	鳥取	島根	山口	
四国	香川	徳島	愛媛	高知		
九州・沖縄	福岡 宮崎	佐賀	大分	長崎	熊本	鹿児島

(資料)日本銀行

消費者態度指数における地域区分

地域名	都道府県					
北海道・東北	北海道	宮城	青森	秋田	岩手	山形
	福島					
北陸・甲信越	石川	富山	福井	新潟	山梨	長野
関東	東京	千葉	埼玉	茨城	栃木	群馬
	神奈川					
東海	愛知	静岡	岐阜	三重		
近畿	大阪	京都	滋賀	和歌山	兵庫	奈良
中国・四国	広島	岡山	鳥取	島根	山口	高知
	香川	徳島	愛媛			
九州・沖縄	福岡	佐賀	大分	長崎	熊本	宮崎
	鹿児島	沖縄				

(資料)内閣府

家計調査・消費者物価指数における地域区分

地域名	都道府県					
北海道	北海道					
東北	宮城	青森	秋田	岩手	山形	福島
北陸	石川	富山	福井	新潟		
関東	東京	千葉	埼玉	茨城	栃木	
	群馬	神奈川	山梨	長野		
東海	愛知	静岡	岐阜	三重		
近畿	大阪	京都	滋賀	和歌山	兵庫	奈良
中国	広島	岡山	鳥取	島根	山口	
四国	香川	徳島	愛媛	高知		
九州	福岡	佐賀	大分	長崎	熊本	鹿児島
	宮崎					
沖縄	沖縄					

(資料)総務省

(お願い)本誌記載のデータは各種の情報源から入手・加工したものであり、その正確性と安全性を保証するものではありません。また、本誌は情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、いかなる契約の締結や解約を勧誘するものではありません。

(Copyright ニッセイ基礎研究所 禁転載)