

●モンゴル

消費者信頼感指数(CCI)は、モンゴルの消費者が経済の全体的な状態と彼らの財務状況について感じる楽観的な度合いを測定する。人々の支出と貯蓄活動は、収入と収入の安定性についてどの程度自信を持っているかにかかっている。経済が拡大するにつれて消費者の信頼が高まると、消費者はより多くの購入を行うことになる。ただし、経済が縮小するにつれて消費者の信頼が低くなると、消費者は支出を削減し節約する。したがってCCIは、総需要の予想される変化に関する貴重な情報を提供できる。モンゴル国立大学の国立調査コンサルティングセンター(NRCC)とモンゴル日本人材開発センターは、全国を代表するサンプルの1000人を超える個人を対象に、四半期ごとにCCI調査を実施している。CCIには2つのコンポーネントがある。現在の状況インデックス(CSI)と期待インデックス(EI)である。

2019年の第2四半期に、モンゴルのCCIは前年同期から6.7ポイント増加し、84.2に達した。就業可能性の改善によるCSIの大幅な増加が、この成長に貢献した。

EIは昨年の98.0のレベルで安定した。近い将来の雇用の可能性についての消費者の楽観的な見方は18.2ポイント増加した。しかし、近い将来のビジネス状況と収入についての消費者の楽観的な見方は、それぞれ13.5ポイントと4.4ポイント減少した。

消費者の財務状況に前向きな変化があった。回答者の16.2%が昨年、財務状況

が改善したと報告したのに対し、29.8%は財務状況が悪化したと報告した。「改善」を報告した回答者の割合は3.1ポイント増加し、「劣化」を報告した回答者の割合は2.0ポイント増加した。

耐久財の購入に関する不確実性は急激に増加している。消費者の18.6%が耐久財を購入するのに適切な時期であると感じたが、消費者の12.4%はタイミングを間違えていると感じた。耐久財を購入するのに適切な時期であると答えた回答者の割合は8.8ポイント減少した。「わからない」という回答の割合は急激に増加した。この不確実性の増加により、耐久財の需要は今後6カ月で安定するだろう。2019年第2四半期現在、総消費者の43.5%が観光を計画しており、19%が主要な家電製品、家具を購入する計画を立て、9.4%が不動産を購入する計画を立て、16%が自動車を購入する計画を立てている。これらの数値は2018年の同時期と比較して安定している。

CCI分析のもう1つの重要な部分は、消費者価格、為替レート、住宅価格、金利などの予想である。2019年第2四半期現在、年間インフレ率は8.1%であり、2018年の水準から0.9ポイント高くなっている。予想インフレ率は5.2%で、2018年第2四半期の予想水準から2.2ポイント高くなっている。2019年第2四半期では、来年の予想インフレ率は5.1%と推定されている。ウランバートルでは来年の予想インフレ率は5.5%であり、農村部の予想インフレ率より0.7ポイント高い。

次の6カ月の平均予想為替レートは2698.5トゥグルグ/ドルであった。2019年第2

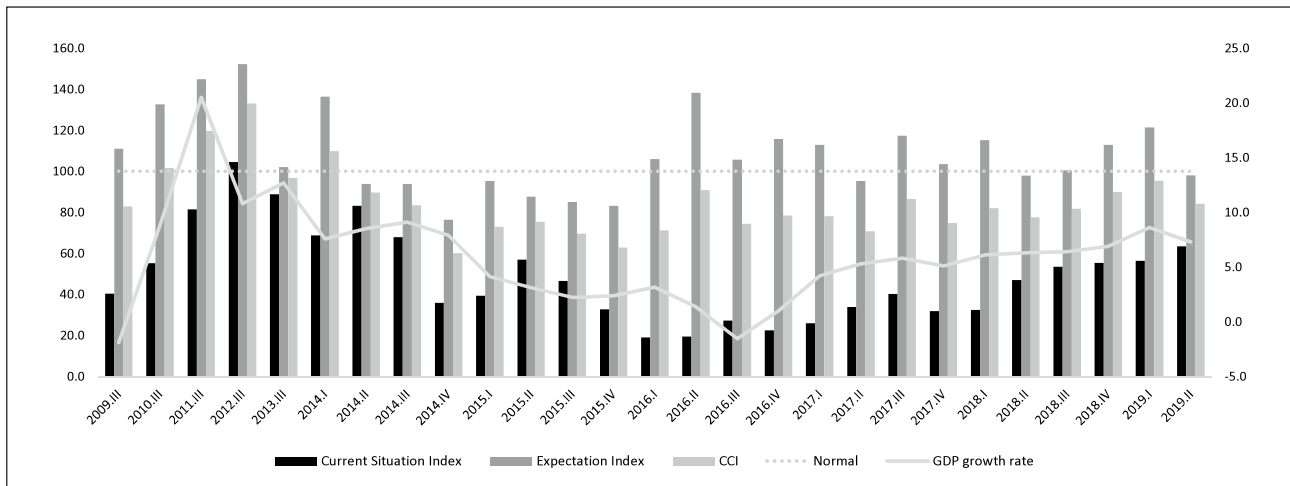
四半期の実際の為替レート(2654.5 トゥグルグ/ドル)と比較すると、予想されるレートは約44トゥグルグ高くなっている。2019年の第2四半期の為替レートの高い予想によって、外貨預金を好む消費者の割合もわずかに増加し18.3%に達した。

住宅価格予想指標は、来年の住宅価格の変化に対する消費者の認識に基づいて計算される。消費者が、住宅価格が安定することを予想する場合、この指標は1をとる。消費者が住宅価格の上昇を予想する場合、指数は1より大きく、消費者が価格の低下を予想する場合、指数は1より小さくなる。2014年の第4四半期以降、消費者は価格の下落を期待していた。ただし、2018年の第3四半期のインデックスは1.16だった。2019年第2四半期のインデックスは1.1で、価格上昇の予想を示している。

2019年の第2四半期には、安定した金利の予想が36.1%となり、消費者の間で優勢になった。「金利の上昇」という回答は15.1%と最小だった。消費者の22.1%は、来年には金利が低下すると回答した。来年の「金利の変化についてわからない」という回答は26.7%だった。

国立調査コンサルティングセンター (NRCC) 所長・モンゴル国立大学経済学部准教授
バトチュルン・アルタンツェツェゲ
モンゴル日本人材開発センター所長
ツェンドグワール・ダワードルジ
NRCC 研究員・モンゴル国立大学経済学部 准教授
バトベヘン・ソヨルマー

(図) 消費者信頼感指数(CCI)



(出所) GDPデータは国家統計局