

## ●モンゴル

### 消費者信頼感指数 (CCI)

モンゴルの2021年第3四半期の消費者信頼感指数 (CCI) は81であり、前年同期より7ポイント低く、前期と同水準である。

消費者の現在のビジネスおよび労働市場の状況に対する評価から計算された現況指数は、前期の61から76に大幅に上昇した。一方、ビジネス、収入、および労働市場の状況に対する消費者の短期的な見通しを示す予想指数は、前期の83から81までわずかに減少した。

第3四半期には、現在の経済状況に対する消費者の評価は改善したが、6か月間の経済の見通しは第2四半期よりも悲観的になった。モンゴルでの COVID-19 の最近の急速な感染拡大は、消費者の期待を弱めている。

### 現在の経済状況

消費者の経済状況に対する評価は向上した。消費者の5.5%はビジネスの状態は「良好」とであると答え、前期を2.8ポイン

ト上回った。消費者の57.8%はビジネス状況が「悪い」と答え、前期を8.3ポイント下回った。労働市場に対する消費者の評価は改善された。消費者の24.8%が「就職機会が豊富」と回答し、前期より1.7ポイント上昇した。35.8%が「職に就くのが難しい」と答えており、前期より9.4ポイント低くなっている。

### 今後6カ月の予測

近い将来の消費者の期待はまちまちである。消費者の14.2%は近い将来のビジネス状況が良好になると考えており、これは前期より4.4ポイント低下した。22.4%は近い将来のビジネス状況が悪化すると考えており、前期より8.6ポイント低下した。消費者の13.5%は就職の可能性が改善すると考えており、前期より0.9ポイント低下した。16.2%は悪化すると考えており、前期より12.9ポイント低下した。消費者の15.2%は収益が増加すると考えており、これは前期より5.3ポイント減少している。13.9%は収益が減少すると考えており、前期より3.5ポイント減少している。

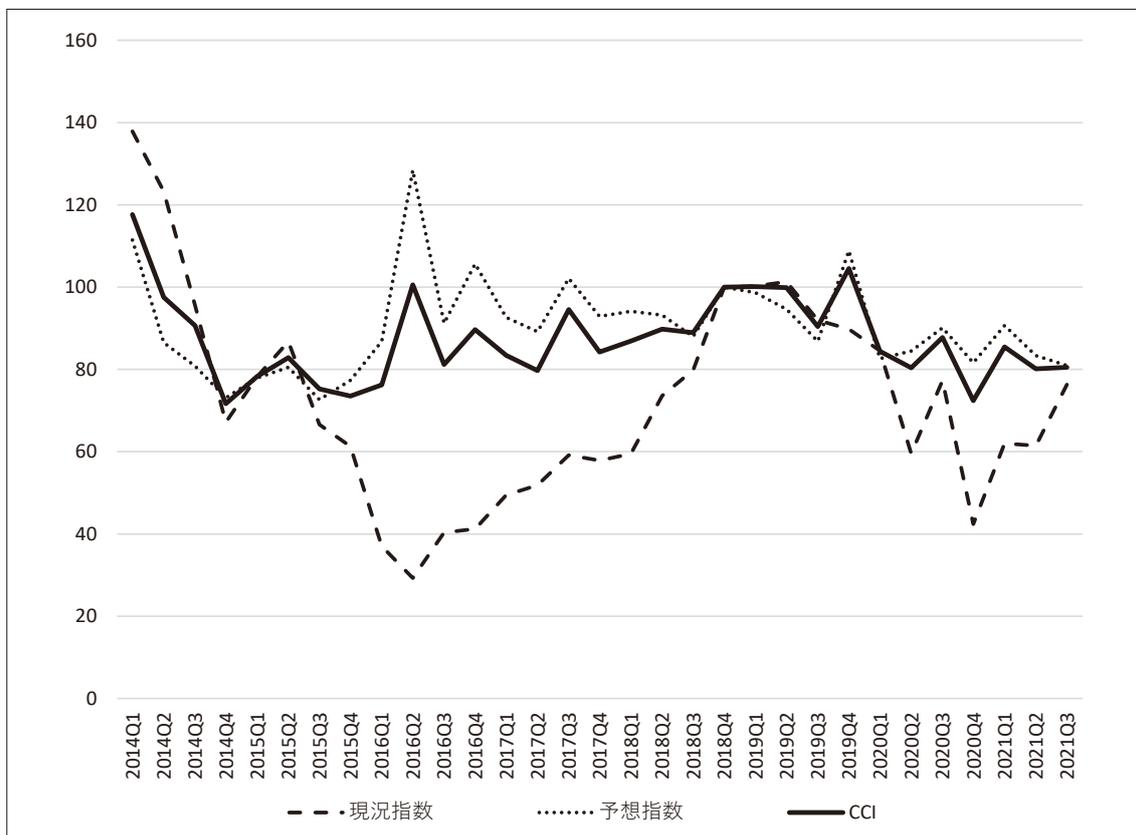
2021年の第3四半期には、耐久消費財の需要は2020年の平均レベルと比較して大幅に減少した。この減少は主に、観光、自動車、不動産の需要減少によるものだった。次の6か月で、消費者の10.3%が車の購入を計画し、5.3%が不動産の購入を計画し、10.9%が大型家電製品の購入を計画している。消費者のわずか1.6%が旅行を計画している。

2021年の第3四半期の時点で、今後6カ月のインフレ率は8%と予想されている。これは前年同期の2倍で、前期からは2.2ポイント減少した。来年のインフレ率は9.9%になると予想され、前年同期比2.2ポイント上昇している。

ウランバートルの予想インフレ率は農村地域と大差ない。ウランバートルの消費者は、今後6カ月のインフレ率が7.9%になると予想しており、地方の消費者は8.2%になると予想している。翌年の予想インフレ率は、ウランバートルで9.7%、農村部で10%である。

調査参加者の38.5%が米ドルの為替レートの上昇を予想しており、それは前年

図 消費者信頼感指数 (CCI) (2018年基準)



度から4.1ポイント低い。今後6か月間で1ドル=2944 トゥグルグの為替レートを予想して。2021年第3四半期の実際の米ドルの為替レートと比較すると、予想為替レートは約95トゥグルグ高くなっている。

住宅価格予想指数は、来年の住宅価格変動に対する消費者の認識に基づい

て算出されている。2021年の第3四半期には、回答者の52.0%が住宅価格の上昇を予想しており、指数は前期と同じ1.8である。

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  
ハトチュルン・アルタンツェツェゲ  
モンゴル国立大学モンゴル日本人材開発センター所長  
ツェンドダワー・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・ソヨルマー