

米国における現地情報

2021年8月18日

EZGlobal123 代表取締役社長

村井清美

【コロナ新規感染者の約99%を占めるデルタ株対策と消費者生活への影響】

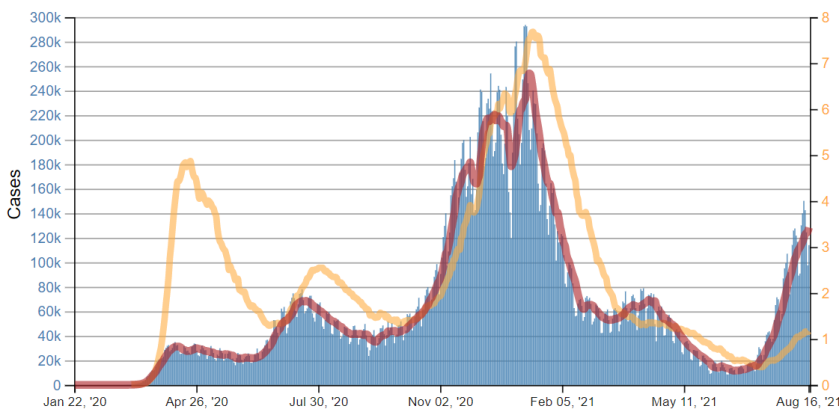
7月の米国現地情報では、ワクチン接種が進み新規感染者数が大幅に減少したため、日常生活が戻ったかのような錯覚さえするとレポートした。その後、新型コロナウイルス変異株、感染力の強いデルタ株の台頭により、瞬間に新規感染者数、入院者数、死亡者数は増加。ワクチン接種率が低い地域での増加が著しい。そんな中、米国疾病予防管理センター(CDC)、医療の専門家などが、メディアを通じてデルタ株へのワクチン接種の高い有効性と、感染した場合でも比較的軽症で済むなど、ワクチン接種の呼びかけを引き続きおこなっている。

[8月18日付けのUSA Today紙](#)は、米国保健社会福祉省が、年齢に関係なくファイザー社またはモデルナ社のワクチンを接種したすべてのアメリカ人が、2回目の接種を受けてから8ヶ月後にコロナワクチンのブースター注射(3度目の接種)が必要になると発表した。FDA(米国食品医薬品局)の承認が得られれば、早ければ9月20日にも追加接種を行う準備ができていているという。また、同紙は、CDCが昨日、デルタ株が米国での感染者の98.8%以上を占めていると発表したと報道している。

先週から今週にかけて、米国経済と消費者を知るために重要な3つの統計が発表された。第1は7月のセンサス局(国勢調査局)による米國小売の動向。第2が労働統計局の消費者物価指数などインフレーションの推移。第3がミシガン大学の米国経済に対する消費者心理指数(コンシューマーセンチメント)。デルタ株の台頭を消費者がどのように受け止めているか、また、インフレと経済刺激策の終息の影響がどのように3つの統計に表れているかレポートする。

増加している小児の新規感染者数

下記のチャートは、米国疾病予防管理センター(CDC)の8月16日時点のデータである。CDCに報告された1日あたりのコロナ新規感染者数を青で、7日間の移動平均(過去7日間の1日あたりの平均の推移を示したものを赤で、黄色は100,000人あたりの7日間の累積死亡率の推移を示している。CDCの8月13日の週間レポートによると、7日間の移動平均は、



2021年1月10日に観測されたピーク(254,023)と比較して65.0%低く、2021年6月19日に観測された最低値(11,619)と比較して882.8%高くなっている。

この数週間でワクチン接種が認可されていない、小児の感染者と入院者の増加が目立つ。また、新型コロナウイルスに感染した子どもの中には、稀ではあるが重篤な疾患であるMIS-C (Multisystem Inflammatory Syndrome in Children: 心臓、肺、腎臓、脳、皮膚、目、胃腸など、さまざまな部位に炎症が生じる疾患)を発症することがあり、

2021年7月30日現在、CDCは、4,400人

以上の小児が米国内でコロナに関連したMIS-Cと診断されたと報告している。夏休みが終わり今週より小中高校では新年度が始まることも多い。テキサス州では州知事命令により、マスク着用を義務化できないため、ワクチン接種年齢に達していない学童をかかえる学校関係者はその対応に頭を悩ませている。

¹ 3つの領域に焦点をあてた調査。1) 消費者が自分の財政状況の見通しをどのように見ているか、2) 短期的には一般経済の見通しをどのように見ているか、そして3) 長期的には経済の見通しをどのように見ているか。

7月の米國小売売上高:前月比1.1%減

米国では小売売上高は経済全体の健全性を測る指標として注目されている。商務省が発表した7月の小売売上高(店舗、レストラン、オンラインでの購入額を示す)は、6月に比べて1.1%減少。サプライチェーンの問題で在庫が限られている自動車を除くと0.4%の減少となった。ダウ・ジョーンズが予想した0.3%減少を大幅に下回る結果となった。原因はデルタ株への懸念が活動を鈍らせ、政府による刺激策がなくなったため、7月の買い物客が減少したことによる。それに加えて、アメリカ人は7月も引き続き消費をサービス業(旅行・娯楽・レクリエーションなど)にシフトさせたからだと考えられる。それらのサービス業は小売売上高には含まれない。前月比3.9%減少した自動車を中心に、衣料品・スポーツ用品・家具などが減少。オンラインショップの売上を代表する無店舗販売店の売上は前月比3.1%減少。一方、レストラン・バーの売上は1.7%増加した。

7月のコア消費者物価指数(CPI)²:前月比0.3%上昇

8月11日に7月の消費者物価指数(CPI)が米国労働省より発表された。7月の過去12ヶ月間でみると、全品目の指数は季節調整前で5.4%上昇。6月の数値と同じで、2008年8月以来の最大の上昇率に匹敵する。前月比で0.5%上昇。だが、変動が激しいエネルギーと食品を除いた、いわゆるコアCPIもしくはインフレ率は前月比0.3%の上昇にとどまり、6月の0.9%上昇を大きく下回った。また、コアCPIの昨年1年間の上昇率は4.3%で、6月の4.5%からやや減速している。春に急激な価格上昇が見られた一部の分野でインフレ率が大幅に低下した。4月から6月にかけて、アメリカ人が休暇を取るために急速に上昇した中古車およびトラックの価格は、前月に10%以上上昇した後、7月にはわずか0.2%の上昇にとどまった。7月の消費者物価は、旅行やレストランに対する需要の高まりにより上昇したが、エコノミストが当初予想していたほどの上昇ではなかった。

8月の消費者心理指数(速報値):70.2は2011年以来の低水準³

ミシガン大学が発表した8月の消費者心理指数(速報値)は70.2にまで落ち込んだ。これは7月の81.2から13%以上の低下であり、パンデミック時に最も低かった2020年4月の71.8を下回り、2011年以来の低水準となる。この劇的な落ち込みは、新型コロナの変異株、デルタ株が全米で急速に広まり、一部の州や市がマスク着用義務やその他の健康上の制限を復活させているために、ワクチン接種でコロナパンデミックに収束の希望がでてきた先行きが再び不透明になったためだと考えられている。

ミシガン大学消費者調査部のチーフエコノミストであるリチャード・カーティン氏は、そのニュースリリースで「過去半世紀にわたり消費者心理指数は6回の調査だけでしか大きな低下を記録しておらず、いずれも経済の急激なマイナスの変化に関係している。そのうち、前月比で大きく変動したのは、パンデミックが発生した2020年4月と、金融危機が発生した2008年10月だったと述べている」と発表した。

² 全品目から価格変動の激しいエネルギーと食品を除いたもの。エコノミストはコアCPIは石油や食品の価格変動の影響を受けないため、より信頼性の高い指標であると考えている。

³ 消費者心理指数は数値が低い方が、消費者の家計や経済状況に対して「悪い」と感じている。