

米国における現地情報

2022年2月16日

EZGlobal123 代表取締役社長

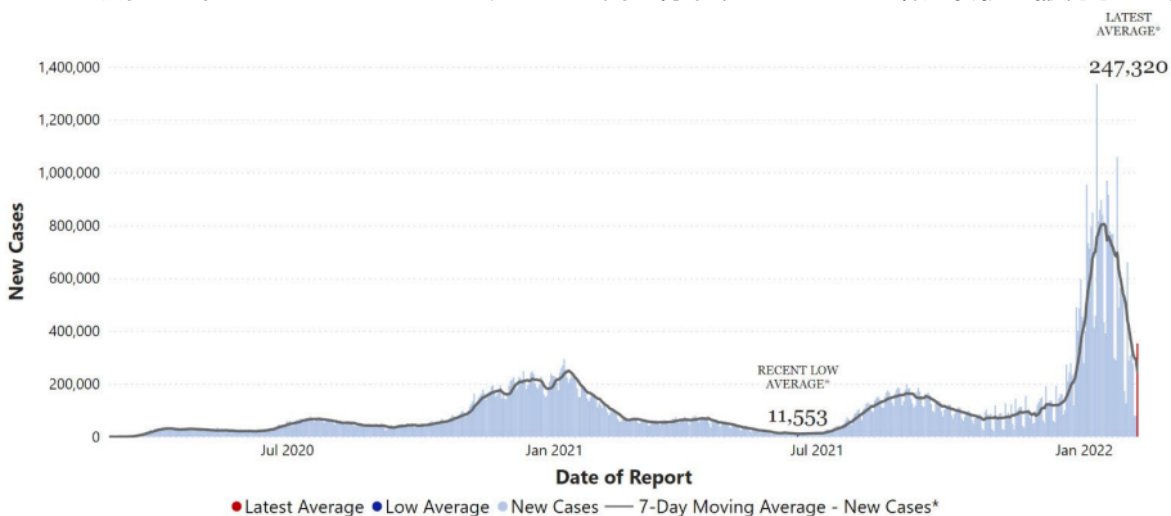
村井清美

【インフレーションの悪化と過去10年で最悪の消費者心理指数】

米国労働省が発表した1月の消費者物価は過去12か月間に予想以上に上昇し、インフレ見通しの悪化を示した。これにより今年度の大幅な利上げの可能性が強まっている。また、この報告を受けて株式市場の先物は下落し、金利に敏感なハイテク株は特に大きな打撃を受けた。国債利回りは大幅に上昇し、指標となる10年債は2019年8月以来の高値となる2%におよんだ。株式市場は年初より下落し、乱高下を繰り返している。2月16日現在、ハイテク株中心のナスダック総合指数は年初より10.8%下げた。ダウ工業株30種平均でも同時期4.5%の下落となっている。それに加えて、ロシア軍の一部撤退のニュースが報道されたが、ロシアとウクライナ情勢に対する懸念が株式市場および消費者心理に影響を与えている。

90万人に達した米国のコロナウイルス感染死者数

2月9日のホワイトハウスによる[プレスブリーフのプレゼンテーション](#)で、コロナウイルスによる米国での死者数が90万人という悲劇的な数字に達したとの報告があった。下記のチャートは米国における新規感染者数の日次推移を青の棒で、7日間移動平均の日次新規感染者数を青の線で、最新の7日間（2022年2月1日から2月7日）の日次新規感染者数を赤の棒で示している。7日間の1日平均患者数は247,320人で、前週（2022年1月25日から1月31日）に比べて44.4%減少した。NBCニュースによれば、過去3週間で約半数の州でマスク着用義務が撤廃された。

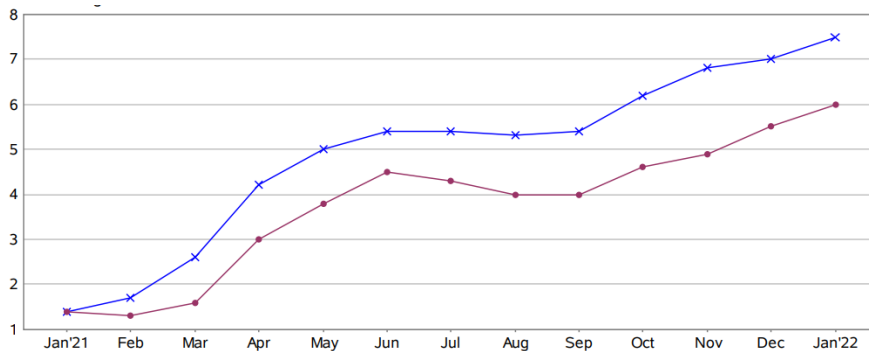


経済指標 1 : 1月のコア消費者物価指数 (CPI)¹: 前月比0.6%上昇

2月10日に米国労働省が発表した1月の消費者物価指数 (全品目) は、前年同月比7.5%の増加となり、1982年2月以来の高水準となった。食料(前月比0.9%増)、エネルギー(前月比0.9%増)、住居(前月比0.3%増)が最も大きく上昇した。食品とエネルギー価格を除いたコア消費者物価指数は、前月比0.6%増、前年同月比6.0%増で、こちらも1982年8月以来の急激な上昇となった。

¹ コア消費者物価指数は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。

下記のチャートは米国労働省の1月の消費者物価指数レポートで、左軸の単位はパーセンテージで、過去12か月の消費者物価指数(全品目)の前年同月と比べた率を青で、コア消費者物価指数(食品とエネルギー価格を除く品目)の率を赤で示している。



また、サプライチェーンの制約により自動車生産が制限されて、現在インフレ上昇の大きな要素となっている中古車価格は、1月に前月比1.5%上昇。1年前からの上昇率は40.5%となった。

購入者の視点から価格変動を測定する消費者物価指数とは異なり、生産者側(売り手)の視点から測定する生産者物価指数(PPI)

は1月に1%、12か月間で9.7%上昇。過去12か月の上昇率としては過去最高をわずかに下回った。PPIは、企業が直面している価格圧力、そしてそれが今後数か月の間に消費者物価の上昇という形で消費者に転嫁される可能性を示すと言われている。

経済指標2:2月の消費者心理指数²(速報値): 61.7

2月10日に発表されたミシガン大学の2月の消費者心理指数は、1月の67.2から低下して61.7となった。1年前よりも19.7%も低くなっている。また、現状の経済状況に関する心理指数は68.5で、1か月前の72から低下し、2021年2月からは20%以上低下している。過去10年で最悪の水準に達した。

この調査の責任者であるリチャード・カーティン氏は、「最近の消費者心理指数の下落は、主にインフレ率の上昇、政府の経済政策に対する信頼の低下、過去10年間で最も悪い長期的な経済見通しが原因で、個人の経済見通しが弱まったことに起因している」と述べている。注目すべき点は、2月の景気後退がすべて所得10万ドル以上(約1千150万円)³の世帯で起こったことである。彼らの消費者心理指数は前月から16.1%、昨年からは27.5%低下した。インフレが家計に与える影響については、半数近くの消費者が今後1年間にインフレ調整後の所得が減少すると予想している。

経済指標3:2月の小売売上高:前月比3.8%上昇

2月16日、商務省が発表した1月の小売売上高は3.8%増で、予想の2.1%を大きく上回り、12月の2.5%減を大きく上回った。ウォール・ストリート・ジャーナル紙が調査したエコノミストの予測では、2.1%の増加だった。小売売上高は個人消費の大きな部分を占め、米国経済の強さを知る手がかりとなる。

政府による景気刺激策効果の2021年3月以来の大幅な小売売上高の上昇をうけて、ホワイトハウスはTwitterを通じて次のような声明を発表した。「1月の小売売上高は3.8%増。これは偶然ではない。POTUS(The President of the United States=アメリカの大統領)はアメリカ人を仕事に復帰させ、コロナウイルスと戦い、サプライチェーンの問題に対処するために具体的な行動を取り、我々の経済がすでに歴史的な成長期を築いていることを継続させることに貢献した。」

一部のエコノミストは、1月の好調な小売業統計から過大な予測をしないよう注意を促している。各主要なメディアは活発な消費者とインフレ率の上昇を反映していると分析している。自動車販売台数を除いた小売の増加率は、前月の2.8%減から3.3%増となった。

オンラインショッピングが最も貢献し、無店舗型小売業は14.5%の増加。家具などは7.2%増、自動車・部品販売店は5.7%増となった。パンデミック時代の景気のバロメーターといわれる飲食店は、オミクロンのまん延でコロナウイルス感染者数が大幅に増加したにもかかわらず、前月比0.9%の減少にとどまった。

² 消費者の意見に基づいて経済の全体的な健全性を統計的に測定したもので、現在の経済状態、短期的な経済状態、長期的な経済成長の見通しなどに対する人々の感情を考慮しており、有用な経済指標として広く認識されている。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。

³ 1ドル=115円換算