

米国における現地情報

2022年10月14日

EZGlobal123 代表取締役社長

村井清美

[中間選挙¹の行方]

アメリカではもともとマスク着用の習慣がない。この10月にコロナパンデミック後はじめて、米国で開催された対面の国際会議に出席した。数千人が世界50カ国以上から参加した。コロナの影響がみられたのは、ごく少数のマスク着用の参加者と各所に設置されていたハンドサニタイザースタンドくらいであった。たまたま日本からの参加者と話す機会もあった。彼らは現在のアメリカがコロナ前と変わらない状態まで回復している状況に驚いている様子であった。

さて、アメリカでは、ここ数か月間はインフレと中間選挙の行方が注目を集めている。連邦準備制度理事会(FRB)²が物価上昇を抑制するために積極的に取り組んでいるにもかかわらず、インフレ率は上昇を続けている。市場は、FRBが11月と12月に0.75%ポイントの連続利上げを実施する可能性があると予想している。

中間選挙のインパクト

アメリカは11月8日に大きな国政選挙がある。大統領任期中のちょうど真ん中に行われるということもあり、「中間選挙」と呼ばれる。バイデン大統領を直接投票する選挙ではないが、議会の大部分が改選される。今回の中間選挙で選出された、上院、下院そして州・地方議会の人々がバイデン大統領の1期目の残りの期間、そして今後数年間のアメリカ国民の生活に大きな影響を与えることになる。

まず中間選挙では、下院のすべての議席(435議席)が選挙で選ばれる。これに対して、上院は少し異なる。上院議員の任期は6年なので、100人いる上院議員のうち約3分の1(35議席)の議席が改選される。それに加えて、39の州・準州知事選挙をはじめ、多数の州で地方選挙が行われる。2020年の国勢調査に伴う「区割り変更」³の影響を受ける最初の選挙となる。

最大の関心はバイデン大統領率いる民主党は議会の主導権を失う可能性があるのか？バイデン大統領は1期目の残りの期間、民主党が支配する議会を保てるのか？それとも、共和党が一つまたは両方の議会を占め、バイデン大統領の議題を阻止する力を獲得するかである。下院において、共和党が下院の過半数を奪還するには、民主党の議席を5議席減らす必要がある。また、上院において共和党は、少なくとも今後2年間、上院の主導権を取り戻すために、民主党の議席を1つ獲得する必要がある。

9月のワシントン・ポストとABCニュースの世論調査によると、バイデン大統領は不人気で、53%のアメリカ人が彼のやっている仕事に不満であることがわかった。また、無党派層の51%が、来年の議会で共和党がバイデン大統領に対するチェック機能を果たすことを望んでいると答えている。また、歴史的に中間選挙でホワイトハウスを保持している政党が議席を失う点である。10月3日のワシントンポストで、オックスフォード大学の大統領史研究者であるローラ・スミス氏は、何十年もの間、「アメリカ人は、現職の大統領に対するちょっとした衝撃を与えるように、中間選挙で分割統治に投票する傾向がある」と指摘する。

同世論調査によれば、選挙の争点になるのは、経済、人工妊娠中絶、インフレ、教育、移民問題、気候変動、犯罪となっている。

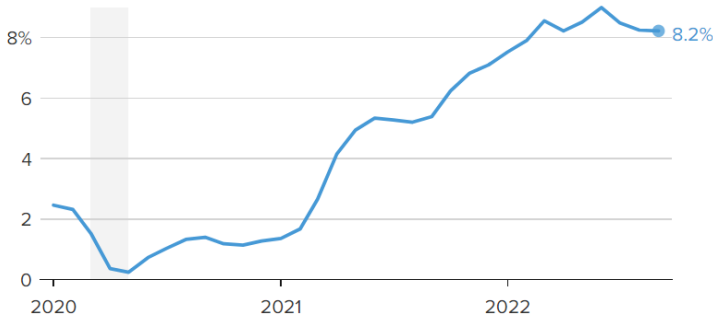
¹ 大統領の4年間の任期の中間点付近でおこなわれる総選挙。

² 米国の中央銀行である連邦準備制度の中核機関。

³ 10年ごとに、新しい国勢調査データに基づいて議会と州議会の選挙区を更新する必要がある。政党や利益団体は、今後10年間、自分たちが優位に立てるような選挙区を作ろうと躍起になり、「区割り変更」ゲリマンダーと呼ばれるこのプロセスは、国の政治情勢を大きく変えることになる。

経済指標 1 : 9月のコア消費者物価指数 (CPI)⁴:前月比0.6%上昇

10月13日に米国労働省が発表した9月の全品目の消費者物価指数は8月に引き続き高い上昇率を示した。食品指数は前月比0.8%増加、前年同月比11.2%増加。食品指数の増加が、ガソリン価格の4.9%下落を含むエネルギー価格の2.1%下落を相殺した。AAA⁵によると、10月にはいってエネルギー価格は上昇傾向にあり、ガソリンスタンドのレギュラー



ガソリン価格は1ヶ月前より20セント近く高くなった。インフレ率⁶は、前月比0.4%、12カ月ベースのいわゆるヘッドラインインフレ率は8.2%上昇した。左のチャートは米国労働省によるヘッドラインインフレ率のトレンドを示している。灰色の帯部分はリセッションとみなされる時期である。

変動の大きい食品とエネルギーを除くコア消費者物価指数は前月比0.6%の増加、前年同月比6.6%の増加。これはCPIの約3分の1を占める住居関連費⁷が前月比0.7%、前年同月比6.6%上昇した影響が大きい。1982年8月以来12カ月ぶりの大幅な上昇と

なった。労働者賃金は再び打撃を受け、前月比0.1%減、インフレ調整後では前年比3%減となった。

経済指標 2 : 10月の消費者心理指数⁸ (速報値): 59.8 (9月は58.6)

下記の表は10月14日にミシガン大学が発表した消費者心理指数の速報値を示したものである。10月初旬の消費者心理は2.0%上昇し59.8となった。これは、前年比16.6%の減少を意味する。

消費者心理指数	2022年10月	2022年9月	2021年10月	前月比(%)	前年比(%)
— 全般	59.8	58.6	71.7	+2.0%	-16.6%
— 現在の経済状況に対して	65.3	59.7	77.7	+9.4%	-16.0%
— 将来の経済の見通しに対して	56.2	58.0	67.9	-3.1%	-17.2%

出典: <http://www.sca.isr.umich.edu/>

消費者心理指数調査のディレクターであるジョアン・シュー氏は、報告書の中で、「耐久消費財の供給制約が緩和され、現在の購買状況が23%改善したにもかかわらず、消費者心理は9月とほぼ同じ1.2指数ポイントの上昇に留まった」と述べている。しかし、将来の経済の見通しに対する期待指数は先月より3.1%低下しており、消費者心理指数の改善は一時的なものとみられる。世界中の物価、経済、金融市場の先行きが依然として不透明であることは、消費者にとって前途多難であることを示している。

経済指標 3 : 9月の小売売上高⁹:前月比横ばい、前年同月比8.2%増

10月13日、[商務省が発表した9月の小売・飲食産業売上高の事前予測](#)は、前月比横ばい、前年同月比8.2%増。人々がインフレと金利の急上昇を背景に、自動車や電子機器・家電製品などの高額商品の購入を控えたためである。小売売上高はインフレ調整されてないので、9月は実質的な支出が後退したことを示す。小売業のみの売上高は、8月より0.1%減、前年同月比より7.8%増。無店舗販売は前月比0.5%増、前年同月比11.6%増となった。飲食産業は前月比0.5%増、前年同月比11.4%増であった。

⁴ 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。

⁵ アメリカン・オートモービル・アソシエーション(トリプルA)

⁶ 消費者物価指数、いわゆるインフレ率は全品目を含む。

⁷ 消費者物価指数では住居関連はシェルターインデックスと呼ばれ、投資やアップグレードを含まない、住居を所有または賃借している世帯が支払うすべてのコストであり、主要な構成要素である。

⁸ 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。

⁹ 米国の小売売上高には小売業と飲食産業の売上高の両方が含まれる。