

米国における現地情報

2023年3月17日

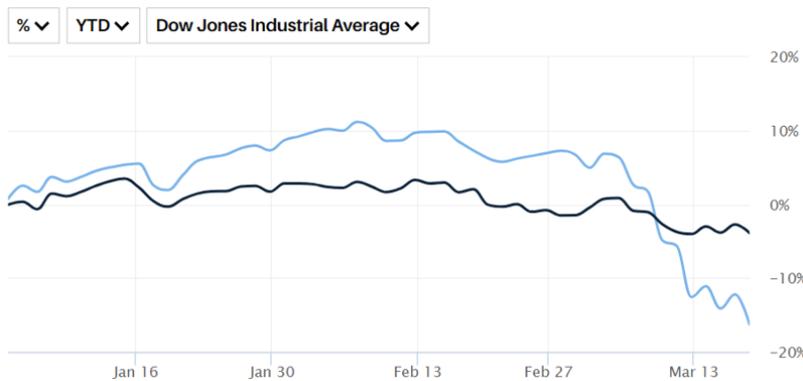
EZGlobal123 代表取締役社長

村井清美

**[金融セクターの混乱と消費者心理の行方]**

3月10日に全米16位のシリコンバレー銀行が破綻した。シリコンバレー銀行はその土地柄、スタートアップ企業にとって特別な銀行だった。「シリコンバレー銀行が設立された1983年当時、銀行業界はスタートアップ企業、特に収益が不足している企業について十分に理解していなかった。この銀行は、スタートアップ企業がすぐに収益を上げられるわけではないことを理解して、そのビジネスモデルに基づいてリスクを管理しながら、融資を構成した。そして顧客をベンチャーキャピタル、法律事務所、会計会社の広範なネットワークに結び付けた。一方、同銀行から融資を受けようとするスタートアップの創業者は、株式の約半分を担保に入れる必要があった。また、主な戦略は、ベンチャーキャピタルを通じて資金提供された事業から預金を集めることであった。その後、銀行業務やベンチャーキャピタリストへの融資にまで拡大し、同行はスタートアップ企業の段階から成熟企業に成長した後も顧客として維持できるようにした。」([ウィキペディア](#))

シリコンバレー銀行の破綻の理由に関して、3月16日のニューヨークタイムズ紙は「長く続いた低金利時代からインフレにより金利上昇へ移行したことで大きくかかわっている。低金利時代に安全とされていた米国債や長期国債への投資が、政策金利が上昇したため債券の価値が下がり、大きな損につながった。また、金利の上昇でスタートアップ企業が低金利での資金調達に困り、銀行の現金を引き出さざるをえない状況が生じたこと。」と説明する。



また、CNBC<sup>1</sup>は、この突然のシリコンバレー銀行の破綻に怯えたニューヨークのシグネチャー銀行の顧客が100億ドル以上の預金を引き出したことが、同行の米国史上3番目に大きな銀行倒産につながったと報道した。

左のチャート(Barron's 出典)は、ダウ平均株価(黒線)とダウ米国銀行指数(青線)<sup>2</sup>の年初から3月17日までの推移を比較したものである。3月17日の終値でダウ米国銀行指数は年初より16.36%、1年前より31.23%下落した。一方のダウ平均株価は年初より3.88%、1年前より7.59%下

落となっており、ダウ銀行指数の下落率が大きいのがわかる。金融セクターの混乱で、連邦準備制度理事会(FRB)<sup>3</sup>は政策金利の利上げ幅やスピードなど大変難しい局面を迎えている。

**経済指標 1 : 2月のコア消費者物価指数 (CPI)<sup>4</sup>:前月比0.5%増加**

3月14日に[米国労働省が発表した2月の全品目の消費者物価指数 \(年間インフレ率\)](#)は、過去12か月で6.0%、前月比0.4%の増加となった。年間のインフレ率は、パンデミック時代のピークである9%以上から、ゆっくりと低下している。インフレは2021年初頭、需給の不均衡により上昇し始めた。現在は、労働力に対する強い需要が主な要因となっている。また、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、コア消費者物価指数は年率5.5%、前月比0.5%の増加と

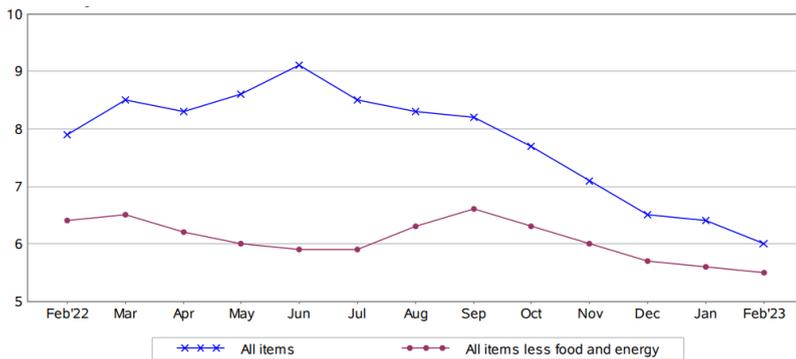
<sup>1</sup> ケーブルビジネスニュース会社。

<sup>2</sup> Dow Jones U.S. Banks Index は、銀行部門の米国企業のパフォーマンスを測定するように設計されている。

<sup>3</sup> 米国の中央銀行である連邦準備制度の中核機関。

<sup>4</sup> 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のぞいたもの。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。

なった。次のチャートは米国労働省のレポートからで、消費者物価指数の過去12か月のインフレ率(%)の推移である。全



品目の年間インフレ率を青線で、エネルギーと食品を除いたコア品目の年間インフレ率を赤線で示している。全品目の12か月ベースのインフレ率は2021年9月以来最小となり、コアのインフレ率も2021年12月以来最小値となった。全消費の約3分の1を占める、家賃などを含む住居関連費用<sup>5</sup>が全品目の値上がりの70%以上を占めている。2月は前月比0.8%上昇し、過去12か月で8.1%の上昇となった。

### 経済指標2:3月の消費者心理指数<sup>6</sup> (速報値): 63.4 (2月は67.0)

下記の表は3月17日にミシガン大学が発表した消費者心理指数の速報値である。消費者心理は4か月ぶりに悪化し、2月を約5%下回ったものの、前年同月比では約7%の上昇を維持した。

消費者心理指数	2023年3月	2023年2月	2022年3月	前月比(%)	前年比(%)
— 全般	63.4	67.0	59.4	-5.4%	+6.7%
— 現在の経済状況に対して	66.4	70.7	67.2	-6.1%	-1.2%
— 将来の経済の見通しに対して	61.5	64.7	54.3	-4.9%	+13.3%

出典: [Consumer Sentiment Index](#)

消費者心理指数調査のディレクターである Joanne Hsu氏は、報告書の中で、「この3月の速報発表の調査はシリコンバレー銀行が破綻した時点で約85%が終了しており、消費者心理の低下はすでに本格化していたと考えられる。消費者心理の悪化は、低所得者、低学歴者、若年層、および株式を保有している約3分の1の消費者層に集中している。消費者心理指数のすべての構成要素が、物価の高止まりを主因として、ほぼ均等に悪化している。また、先週始まった金融不安も市場心理の下降へと導いている。1年先のインフレ予想は、2月の4.1%から3.8%へと低下し、2021年4月以来の低い値となったが、パンデミック前の2年間に見られた2.3~3.0%の範囲を大きく上回る水準のままである。長期的なインフレ予想は2.8%に低下し、過去20か月間で2度目となる2.9~3.1%の狭いレンジを下回った。だが、パンデミック前の2年間に見られた2.2~2.6%の範囲に比べ、依然として高い水準にある。金融セクターの混乱が続き、FRBの政策対応が不透明なため、インフレ予想は今後数か月間、不安定であると推定される。」と述べている。

### 経済指標 3 : 2月の小売売上高<sup>7</sup>:前月比0.4%減、前年同月比5.4%増

3月15日、[商務省が発表した2月の小売・飲食産業売上高](#)は、前月比0.4%減となった。2月の全品目の消費者物価指数が前月比0.4%の上昇したことを考慮すると、実質小売売上高は0.8%減少したことになる。前月比が大きく減少したのは、デパート(-4%)、家具とホームストア(-2.5%)、および自動車ディーラー(-1.8%)であった。小売業のみの売上高は、1月より0.1%減、前年同月比で4.0%増であった。無店舗販売(Eコマース)は前月比1.6%増、前年同月比8.5%増。飲食産業は前月比2.2%減、前年同月比15.3%の増加となった。2023年は低所得者層および中所得者層の世帯は支出をより抑制し、所得水準の高い世帯は依然として支出を続けることが予想され、K字型<sup>8</sup>の消費者支出パターンが見られる可能性が高い。

<sup>5</sup> 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全てのコストであり、消費者物価指数の約3分の1を占める。

<sup>6</sup> 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。

<sup>7</sup> 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。

<sup>8</sup> 本来K字型の経済の意味は、景気後退からの回復に関して、経済の一部が力強い成長を遂げる一方で、他の部分は引き続き衰退するパターンで、ちょうどアルファベットのKのように、上下に分散する様のことである。