

2月の米個人消費は一時的に減少

ポイント① 寒波の影響

3月26日に発表された2月の米国個人消費支出は、前月比-1.0%と減少しました。これはテキサス州などが大寒波に見舞われたことの影響が大きかったと見られます。一方、1月は同+3.4%と先月発表時の+2.4%から上方修正されました。図1が示すように、1、2月の個人消費支出の平均水準は昨年10-12月期をかなり上回っています。昨年12月に成立した経済対策によって政府から家計への支給が増えたことによるものと見られます。

昨年3月の経済対策による支給は消費に回らずに大半が貯蓄に滞留しましたが、家計のコロナ禍への対応が進み、今回は消費に回っているようです。

ポイント② 消費者信頼感は改善

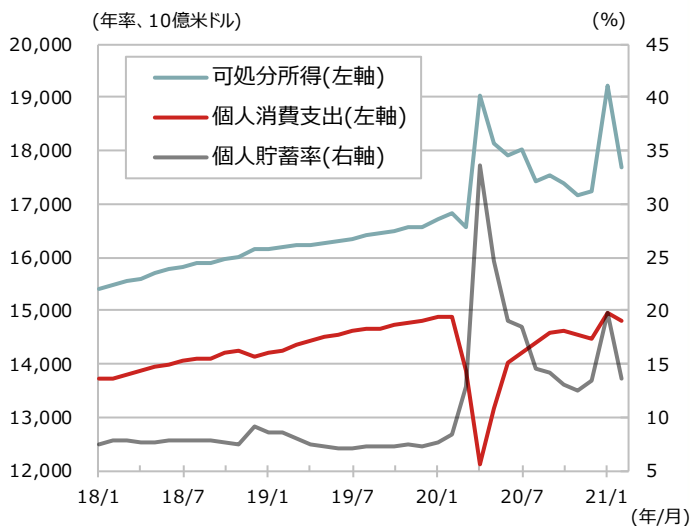
3月には総額1.9兆米ドルの大型追加経済対策が成立し、家計にさらに支給が行なわれています。コロナ禍で低迷していた消費者マインドも、図2が示すように3月にはかなり上向きしました。経済対策に支えられ、新型コロナウイルスのワクチン接種も進んでいることなどから、3月以降の米国の個人消費支出は大きな伸びが期待できそうです。

ポイント③ 3月分の雇用や小売売上注目

個人消費支出は米国のGDP（国内総生産）の約3分の2を占めており、個人消費支出の増大は米国経済全体の成長を加速させるものと見られます。3月分の雇用統計や小売売上高など、米国家計の所得、支出に係る経済指標が堅調な伸びを示せば、1-3月期に留まらず4-6月期についても、景気見通しが上方修正されそうです。ただ、その一方でインフレ期待も高まり、長期金利に上昇圧力がかかる可能性があることには注意が必要です。

図1：米個人可処分所得・消費支出・貯蓄率

期間：2018年1月～2021年2月、月次

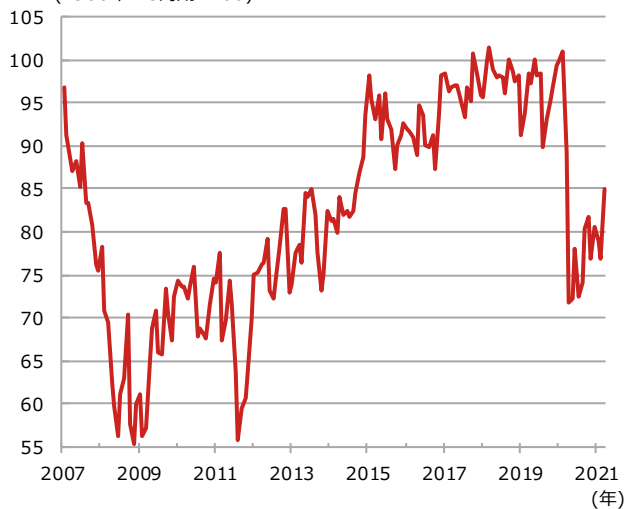


(出所) 米商務省経済分析局サイト
(https://apps.bea.gov/iTable/index_nipa.cfm) より野村アセットマネジメント作成

図2：米ミシガン大学消費者マインド指数

期間：2007年1月～2021年3月、月次

(1966年1-3月期=100)



(出所) Bloombergより野村アセットマネジメント作成

重要
イベント

4月2日 米雇用統計 (3月)
4月13日 米消費者物価指数 (3月)
4月15日 米小売売上高、米鉱工業生産指数 (3月)

当資料は、投資環境に関する参考情報の提供を目的として野村アセットマネジメントが作成したご参考資料です。投資勧誘を目的とした資料ではありません。当資料は市場全般の推奨や証券市場等の動向の上昇または下落を示唆するものではありません。当資料は信頼できると考えられる情報に基づいて作成しておりますが、情報の正確性、完全性を保証するものではありません。当資料に示された意見等は、当資料作成日現在の当社の見解であり、事前の連絡なしに変更される事があります。なお、当資料中のいかなる内容も将来の投資収益を示唆ないし保証するものではありません。投資に関する決定は、お客様ご自身でご判断なさるようお願いいたします。投資信託のお申込みにあたっては、販売会社よりお渡します投資信託説明書（交付目録見書）の内容を必ずご確認のうえ、ご自身でご判断ください。