

## 米国における現地情報

2024年11月15日  
EZGlobal123 代表取締役社長  
村井清美

### [トランプ政権と今後のアメリカ]

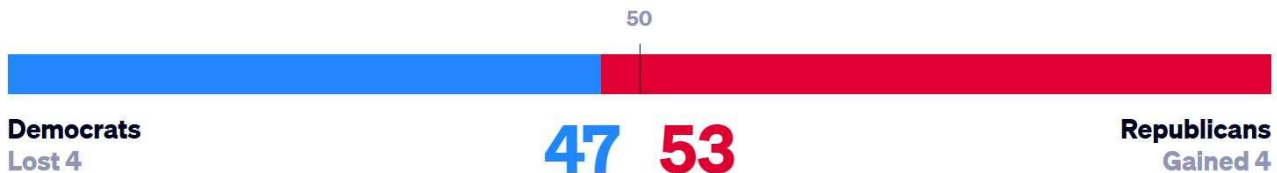
ドナルド・トランプ氏は2016年から2020年まで第45代大統領として、そして2025年1月に第47代大統領として就任する。トランプ氏と同じように任期を4年空けたアメリカ大統領は他に1人しかいない。それが、1884年の選挙後に第22代大統領を、1892年の選挙戦後に第24代大統領を務めたグローバー・クリーブランドである。それほど、稀有なことである。

大統領選挙の結果は、下記の資料が示す通り大統領選挙ばかりか、上院、下院ともに共和党が主導権を握ることとなった。(出典：非営利団体のPBS (Public Broadcasting service))

#### 大統領：



#### 上院：



#### 下院：



### なぜトランプ氏が勝利したのか？

最初にアメリカの大統領選挙の方式について説明する。アメリカ合衆国大統領選挙は勝者総取り方式<sup>1</sup>となっている。各州はそれぞれ民主党と共和党支持の州に分かれる。例えば、ニューヨーク州は歴代民主党が勝利をおさめ、テキサスはその逆で共和党が勝利をおさめているというようにである。だが、全米のうち7州

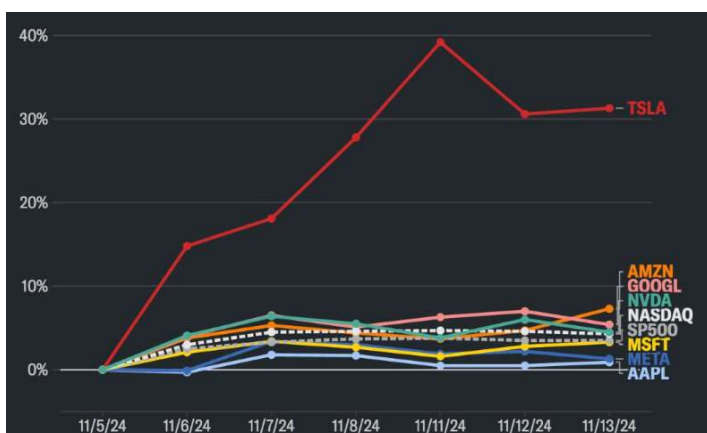
<sup>1</sup> 勝者総取り方式では、選挙区で最多得票を得た陣営が、その選挙区に割り当てられた議席や得点などの全てを獲得する。

はスイングステートとよばれる。スイングステートは共和党と民主党の支持率が拮抗し選挙の度に勝利政党が変動する州を指す。スイングステートでどちらの政党が勝利するかで大統領選挙の結果を左右するといわれている。そのスイングステート7州はノースカロライナ、ジョージア、アリゾナ、ミシガン、ペンシルバニア、ウィスコンシン、ネバダ各州である。世論調査でもそれらスイングステートの結果に重点が置かれている。事前の世論調査では接戦が予測されていた。だが、実際はその勝敗に大きな影響をもつスイングステート7州全てで、トランプ氏が勝利をおさめた。

トランプ氏の勝利が確定した直後から、メディアや有識者がその勝利分析を行っている。ここでは11月8日に非営利団体で公共放送番組の作成をおこなうNPR (かつてのナショナル・パブリック・ラジオ)が発表した9つの考察を紹介する。

1. 大統領選挙の争点となった、経済と移民問題において共和党が有利だった。有権者は経済 (主としてインフレ) に対して苦々しく思っており、パンデミック後米国は他の先進国よりも順調に回復しているにもかかわらず、有権者はその責任をバイデン政権に押し付けた。また、国境を越える不法移民の多さに憤慨しており、同様にバイデン政権の失策だとした。
2. 白人有権者が全有権者に占める割合がここ数十年で初めて上昇し、そしてトランプ氏を支持した。白人有権者は少なくとも1976年以来、すべての大統領選挙で共和党に味方してきた。そして今回の選挙では、全有権者に占める白人有権者の割合が67%から71%に上昇した。
3. トランプ氏は男性有権者に支持された。トランプ氏は今回の選挙でラテン系の46%という驚異的な支持率を獲得した。これは共和党員としては過去最高で、2004年のジョージ・W・ブッシュ前大統領よりも高い。トランプ氏はラテン系男性の過半数を獲得し、カマラ・ハリス氏はラテン系女性の60%を獲得した。
4. ハリス氏は女性の投票率は高かったが、勝利するには十分ではなかった。ハリス氏は女性の過半数を獲得したが、女性の支持率は53%にとどまり、かつてのバイデン氏の57%を下回った。
5. 今回の有権者である男女の投票格差は、アメリカがいつになったら女性を大統領にする準備ができるのかという問題を提起している。この選挙戦では、権力を持つ女性を見る目が男女で異なることが明らかであった。
6. 民主党と共和党への票は大統領、上院、下院で割れた。民主党候補は、多くの下院および上院の選挙でトップ当選を果たしたが、民主党が共和党の波を阻止するには十分ではなかった。
7. トランプ氏が勝利した理由は、ハリス氏が獲得した票数が2020年の大統領選挙でバイデン現大統領が獲得した票数よりもはるかに少なかったからだ。投票率に関して、民主党は読み間違えた。
8. 世論調査がトランプ氏支持を過小評価した。過去3回の大統領選でそうであったように、全米および主要なスイングステートでのトランプ氏支持の過小評価は続いている。
9. 民主党は、今後の方向性について自問自答しなければならないだろう。選挙が終わるたびに、敗北した政党は、どこで失敗したのか、今後勝利するためにはどうすればいいのかを考える時期に入る。民主党に明確な答えを出せていないが、労働者階級の有権者を獲得するのに苦労し続けている。

## 大統領選挙後のマグニフィセント7銘柄の株価の変化



S&P500企業のうちMagnificent Seven (マグニフィセント7銘柄) と呼ばれてる企業を聞いたことがある方も多いと思う。英語のMagnificentは、壮大・崇高などと翻訳される。それらはメタプラットフォーム、アマゾン、アップル、テスラ、アルファベット、マイクロソフト、エヌビディアの7社であり、「独占的/寡占的な地位、価格決定力、恒常的な収益力、AIに資金を供給できるバランスシートなどを持っている。」と言われている。

左の表は11月14日のYahoo!Financeから、トランプ氏を大統領選挙中支持し、資金協力をを行い、当選後トランプ次期大統領に「偉大なるイーロン・マスク<sup>2</sup>」と言わしめた。マスク氏がCEOを務めるテスラ社とマグニフィセン

<sup>2</sup> 宇宙開発企業スペースX社と自動車会社テスラ社での重要な役割で知られる実業家である。その他、ソーシャルメディア・プラットフォーム「X」を運営するX社のオーナーであり、トランプ氏の当選を支援するために数百万ドルを寄付した世界一の富豪である。

ト他6社、ナスダック総合株価指数<sup>3</sup>、S&P 500指数<sup>4</sup>の11月5日を起点とした、株価の変化を示している。テスラ社が他企業と比べて大幅に株価を上昇させているのが目立つ。マスク氏はトランプ新政権の閣僚として、より効率的な政府を目指す役割に指名された。マスク氏と元共和党大統領候補のビベック・ラマスワミ氏は、新たに創設される「政府効率化局」の共同責任者となる。

次に主要な経済指標をもとに、米国の消費者心理、小売産業から消費の強さの度合と消費者行動の変化、インフレ率の推移にともなう消費者の反応をみていく。

### 経済指標1：11月の消費者心理指数<sup>5</sup> (速報値): 73.0 (10月は70.5)

以下の表はミシガン大学が発表した消費者心理指数の11月の速報値である。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「消費者心理指数は、4か月連続で改善し、3.5%上昇して過去6か月で最高となった。現状はほとんど変化しなかったが、将来への期待指数は全ての側面で急上昇し、2021年7月以来の最高値を記録した。所得上昇への見通しが強まったこともあり、家計に対する予想は6%上昇し、短期的な業況判断は9%上昇した。長期的な景況感も、過去約4年間で最も良好な数値に上昇した。景況感も2022年6月の最低値を50%近く上回ったが、依然パンデミック前の水準を下回っている。このリリースのインタビューは月曜日に終了したため、大統領選挙結果に対する反応は含まれていない。

1年先のインフレ予想は先月の2.7%から今月は2.6%へと小幅低下した。現在の予想値は2020年12月以来の低水準で、パンデミック前の2年間に見られた2.3~3.0%の範囲内に収まっている。長期インフレ予想値は先月の3.0%から今月は3.1%へと上昇し、パンデミック前の2年間に見られたレンジに比べ小幅な上昇を維持している。」と報告している。

消費者心理指数	2024年11月	2024年10月	2023年11月	前月比(%)	前年比(%)
ー 全般	73.0	70.5	61.3	+3.5%	+19.1%
ー 現在の経済状況に対して	64.4	64.9	68.3	-0.8%	-5.7%
ー 将来の経済の見通しに対して	78.5	74.1	56.8	+5.9%	+38.2%

(出典：Consumer Sentiment Index<sup>6</sup>)

### 経済指標2：10月の小売売上高<sup>7</sup>:前月比0.4%増、前年同月比2.8%増

11月15日、商務省が発表した10月の小売・飲食産業売上高<sup>8</sup>は、7,189億ドル(約108兆円)<sup>9</sup>と0.4%増加した。これは、前月の堅調な0.8%増よりは少ないものの、堅調な増加であった。健全な小売への消費者支出が経済の安定した成長を牽引していることを示している。

自動車ディーラーの売上が前月比1.6%増加したことが、この増加の大部分を牽引した。家電量販店では2.3%増、レストラン・バーでは0.7%増であった。10月の小売売上高増加の一部は物価上昇を反映したものであったが、それ以上に購入額の増加を示している。

一部のカテゴリー（家具店、衣料品店、ドラッグストアなど）の売上高は減少したが、エコノミストは、この低迷は少なくとも先月のハリケーンの影響によるものだろうと述べた。一方、ホーム&ガーデン小売の売

<sup>3</sup> 米国の新興企業向けの株式市場。ハイテク企業を多く含む。ニューヨーク証券取引所（NYSE）と並んで、世界の代表的な株式市場の一つ。

<sup>4</sup> ユーヨーク証券取引所、NYSE MKT、ナスダックに上場している企業の中から代表的な500社を選出し、その銘柄の株価を基に算出される、時価総額加重平均型株価指数である。(WikiPedia)

<sup>5</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に対する人々の感情を考慮している。この指標は広く認識される有用な経済指標であり、数値が低いほど消費者は家計や経済状況に対して「悪い」と感じているとされる。

<sup>6</sup> <http://www.sca.isr.umich.edu/>

<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。

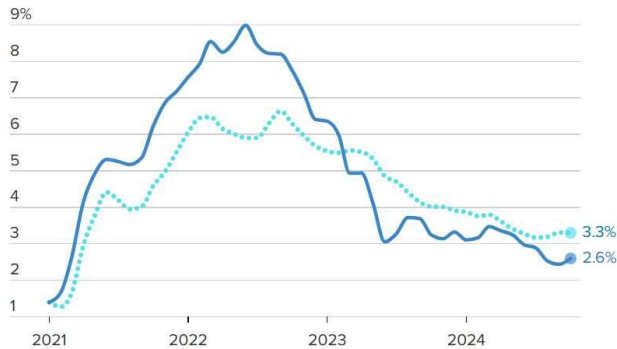
<sup>8</sup> [https://www.census.gov/retail/marts/www/marts\\_current.pdf](https://www.census.gov/retail/marts/www/marts_current.pdf)

<sup>9</sup> \$1US=150円

上高は増加しており、これはハリケーン後の復興活動を反映している。

### 経済指標 3 : 10月のコア消費者物価指数 (CPI)<sup>10</sup>:前月比0.2%増、1年間<sup>11</sup>3.3%増

11月13日に米国労働省が発表した10月の全品目の消費者物価指数 (年間インフレ率)<sup>12</sup>10月の消費者物価指数は前月比0.3%、1年間で2.6%上昇した。食料品とエネルギーを除く全品目の指数、いわゆるコア消費者物価指数は前月比0.2%、1年間で3.3%上昇した。



左のチャートは過去12か月の年間上昇率のトレンドを示している。それぞれ、点線が価格変動の激しい食品やエネルギー指数を除いた年間コアインフレ率、実線が全品目の年間インフレ率のトレンドを示したものである。

10月の消費者物価指数を押し上げたのは、消費の3分の2を占めるシエルター指数<sup>13</sup>が前月比0.4%の上昇となり、前月の全品目上昇率の半分以上を占めた。食料品指数は0.2%上昇し、家庭内食料品指数は0.1%上昇、家庭外食料品指数は0.2%上昇した。エネルギー指数は、9月に1.9%下落した後、月間で変化はなかった。

10月の消費者物価指数の結果を受けて、FRB (連邦準備制度理事会)<sup>14</sup>の次の動きに対する予想に変化はなかった。むしろ、予想通りだったことで、12月のFRBの会合で0.25%の引き下げが行われる可能性がかなり高くなった。これまで、FRBは政策金利を9月18日に4年半ぶりに0.5%引き下げ、11月7日に0.25%引き下げた。12月に政策金利の利下げが行われれば、3度目となる。

### アメリカの年末年始 :

米国小売産業で最大の関心事である2024年のホリデーシーズンセールス予想である。ワシントン発-全米小売業協会 (NRF : National Retail Federation) がプロスパー・インサイト&アナリティクス (Prosper Insights & Analytics) によって実施した最新の消費者調査によると、今年のホリデーに対する消費者支出は、ギフト、食品、装飾品、その他の季節商品にわたって、1人当たり平均902ドルに達し、過去最高を記録する見込みだ。この金額は昨年より一人当たり約25ドル多い。

NRFの産業・消費者インサイト担当副会長のキャサリン・カレン氏は、「アメリカ人にとって冬休みは大切な時間であり、このホリデーシーズンは家族への支出を優先している。感謝祭からクリスマスまでの期間が短くなる<sup>15</sup>にもかかわらず、小売業者は、ホリデーシーズンの買い物客に早めのお買い得品やセールを提供し、今年最も需要の高い商品の在庫を確保することで、消費者のニーズに応える準備をしている。

ホリデー消費の増加は、主に家族へのプレゼントに起因している。買い物客が使う予定の902ドルのうち、約641ドルは家族、友人、同僚などへの贈り物で、昨年の620ドルから増加している。残りの261ドルは、食べ物やお菓子、装飾品、グリーティング・カード、その他のホリデー・アイテムなど、その他の季節用品に使われる。」と報告した。

<sup>10</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。

<sup>11</sup> 過去12か月とその前の12か月を比較した数値の変化率を示す。

<sup>12</sup> <https://www.bls.gov/news.release/pdf/cpi.pdf>

<sup>13</sup> 住居関連はシエ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>14</sup> 米国の中央銀行である連邦準備制度の中枢機関。

<sup>15</sup> 2023年の感謝祭が11月23日だったのに対し、2024年は11月28日である。