

米国

キーワードで読む消費市場

前ジェトロ海外調査部北米課 桜内 政大

投手の好不調は、利き腕側の膝についた汚れを見れば分かるという。マウンドの土が膝にこすれるくらいに重心を低くした投球姿勢であれば、力強い球が繰り出されているという証拠だからだ。物事にはその良しあしを判断する勘所がある。これを米経済に当てはめれば、GDPの7割を占める個人消費。そこに明確な力強さを示す「印」が表れているか――。

可もなく不可もなく

1960年以降、個人消費支出額が前年比を下回った年は金融危機に見舞われた2009年のみである。景気の波に応じて強弱はあるものの、消費は一貫して経済の主力エンジンとして成長をけん引してきた。

12年も例外ではない。史上最高の11兆1,195億ドルを記録した。ただ、前年比3.6%増の伸びには減速感が漂った。93年以降の20年では、前年比伸び率は平均4.9%増。11年は5.0%増だった。消費動向を見る上で重要な小売売上高にも、同様の傾向が見られる。12年の前年比伸び率は5.0%増と悪くはないが、11年に記録した8.0%増の勢いはない。

とはいえ、ごく最近では、消費者の財布のひもが緩む兆候を示す調査結果もある。「自由になるお金を、以前よりも多く使うようになった」というのだ。ギャラップ調査によると、12年12月において、日常的な家計費や住宅・自動車関連支出を除いた、1日当たりの裁量的支出額は83ドル。過去3年の同月は70ドル台だったが、4年ぶりに80ドル台に回復したという。

所得や資産価値など、消費の増減を左右する要因とその現状を整理してみる(表)。可処分所得は緩やかに伸び、消費の源泉となる資産を見れば株価は上昇。住宅市場は長く暗いトンネルの先に光明が見え始めた。雇用情勢もようやく回復基調が鮮明に。ただ、ガソリ

ン高や増税などの不安要素は残る――といった具合にいわば、可もなく不可もなくといった消費の現状を裏付ける説明が並ぶ。膝に汚れのない並の投手なら、打ち込まれているはず。だが、そこはチーム米国経済の大黒柱たる個人消費。力強さを示す「印」がはっきりと見えなくても、最低限の下支え役を担い、ゲームを壊すことはない。

今後の推移は、ここに挙げた要因の動き次第だ。所得が増え、資産価値が上昇し、雇用情勢が落ち着き、さらに「財政の崖」に代表される経済の先行きの不透明さが一定程度解消されつつある中で、個人消費はそ

表 消費の増減を左右する要因と現状

要因		現状
所得	可処分所得	12年の国民1人当たり名目可処分所得額は前年比2.6%増の3万7,962ドルとなった。前年比の伸びは過去20年の平均3.7%増、また11年の伸び3.0%増も下回り、緩やかな伸びにとどまった
	株式市場	ダウ工業株平均は13年2月1日、史上最高を記録した07年10月以来はじめて1万4,000ドル台に乗せた
資産価値	住宅市場	ケース・シラー住宅価格指数・主要20都市平均の最新値(12年11月)は、住宅バブル全盛の06年7月のピーク比で依然29.4%低い水準にある。ただ、12年6月以降6カ月連続で前年比プラスと改善しており、指数を発表するスタンダード・アンド・プアーズは「住宅市場は明確に回復している」と報告している
	雇用情勢	13年1月は前月比15.7万人増。07年12月～09年6月の景気後退期間では874万人の雇用が失われ、その後の創出数は551万人と、景気後退前の水準にはまだ及ばないが、12年は月平均で失業率改善の分岐点とされる10万人台半ばを上回る18万人超の雇用が生み出された
負担増要因	失業率	失業率(季節調整済み)は政権発足後の09年10月に10.0%を記録した後、徐々に低下し、13年1月には7.9%になる
	ガソリン価格	レギュラーガソリンの全米平均価格は13年2月第1週に3ドル54セント。1990年代は1ドル台前半だったのが、11年以降は3～4ドルの間で推移している。歴史的に見て依然高水準にある。自動車社会、米国では実質的な増税に等しい
負担増要因	増税	13年1月から社会保障税の軽減税率が終了し、税率(個人負担分)は4.2%から6.2%に2ポイント引き上げられた。非営利調査機関のタックス・ポリシー・センターは、所得4万～5万ドルの世帯で年579ドルの負担増になると試算する

資料:商務省、労働省、エネルギー省、各種報道などを基に筆者作成

の勢いをさらに増してくる。

オバマ印の消費市場に期待

今後も含めて期待の持てる消費市場分野は何か。これを判断する上での手掛かりが、オバマ政権の政策の基調である。これにちなんでキーワードを思い浮かべると、活気ある消費市場にたどり着く。以下のような、いわばオバマ印に期待が持てそうだ。

第1に自動車市場。政権発足直後、公的資金を投じて支えた自動車業界は販売が増えており好調だ。新車販売台数は、09年に前年比2割以上減の1,043万台に落ち込んで以降回復し、12年には1,449万台となった。13年1月までは3カ月連続で年換算1,500万台超に上る。車種別では12年に前年比26.8%増となった小型車に勢いがある（全体の伸びは13.4%増）。ガソリン高が続く中、燃費の優れた小型車の需要増は自然の流れといえる。一方、10年以降販売台数上位10車種の1位はフォード、2位はゼネラル・モーターズ（GM）の大型ピックアップが占めている。乗用車から小型トラックまで、生活の用途に応じて多様な需要が存在する米自動車市場の懐の広さは健在だ。

第2にヒスパニック市場。政権2期目の重要政策に掲げられる移民制度改革。ここで主役となるヒスパニック層は、11年時点の5,205万人（人口比16.7%）から45年には1億326万人（26.5%）と約2倍に達する見込みだ（センサス局予測）。市場調査会社エクスペリアンは、書籍や映画などのコンテンツ販売サイトのグーグル・プレイやアップルストア、玩具のレゴやトイザラスへのネットのアクセス件数が、一般ユーザーに比べて多いとの調査結果を示す。スペイン語表記の充実度が呼び水になっているとみられ、拡大するヒスパニック層の消費を取り込む企業の取り組みは一層加速していくだろう。

第3にEコマースとモバイル消費市場。オバマ政権は選挙戦のみならず、政策説明の場でもネットをフル活用した初の政権といってよいだろう。消費の場でのネット利用は当然として、さらにモバイル、ソーシャルなど、多様なチャンネルが消費と結びつく。小売売上高に占めるEコマースは12年第3四半期に570億ドルと、小売り全体の5.2%に上る。また、携帯端末向けプラットフォーム開発事業者のアプセラレーター

などは、12年12月、以下のとおりアンケート結果を発表している。それによると、端末開発者の3分の2が、13年にはモバイル決済の浸透により、クレジットカードよりもモバイル端末を使った消費が多くなると信じているという。カード社会の印象が強い米国で、にわかに信じがたい予測だが、これはかつて「非日常」だった消費活動の電子化、モバイル化が、いまや「日常」へ変わってきたことを映し出す事例の一つといえよう。

浪費から賢い消費へ

オバマ大統領は、2期目終了までに新規の製造業雇用を100万人分創出する公約を打ち出すなど、雇用拡大策の一環で、国内での製造業の復興に注力する。ただ、「メイド・イン・USA」は雇用拡大などの政策的な掛け声にとどまらず、今後、消費者からの支持獲得にも有効なキーワードになるかもしれない。ボストン・コンサルティング・グループは12年11月、国内消費者の約3分の2が「メイド・イン・USA」製品には多めの支出をするつもりと答えたアンケート結果を発表。無駄なものは買わないが、商品に価値を見いだせば支出をいとわない消費者が増えている。

また、一般世帯よりも支出が多いLGBT^注市場も無視できない対象になりそうだ。オバマ大統領は12年5月、現職大統領として初めて同性婚への支持を表明し、2期目の就任演説でも同性愛者の権利を訴えた。このLGBTを市場と捉えると興味深い特徴がある。米国民人口の7%（1,630万人）を占めるとされるLGBTについて、マーケティング調査会社ニールセンは、全米平均よりも年間16%多く買い物に出掛け、1回当たりの支出額は平均50ドル（一般46ドル）だと報告した（13年1月）。つまりLGBT層は年間消費額が平均よりも高いというわけだ。その他、ペットショップや家電用品店、健康食品店、ネットショップの利用が多いなどの特徴がある。気前の良い買い物好きのLGBT層は、小売店の販売戦略上、無視できない対象になり得る。

小型車、マイノリティー、電子取引——。こうして見るとあらためて、オバマ印には都会的、リベラルな風合いが多いことを感じる。膝に印のない投手が今後どうゲームを組み立てるのか、注目が集まる。



注：レズビアン、ゲイ、バイセクシュアル、トランスジェンダー（性転換者）を指す。本誌2012年10月号エリアレポート「米国」（p.60～）参照。