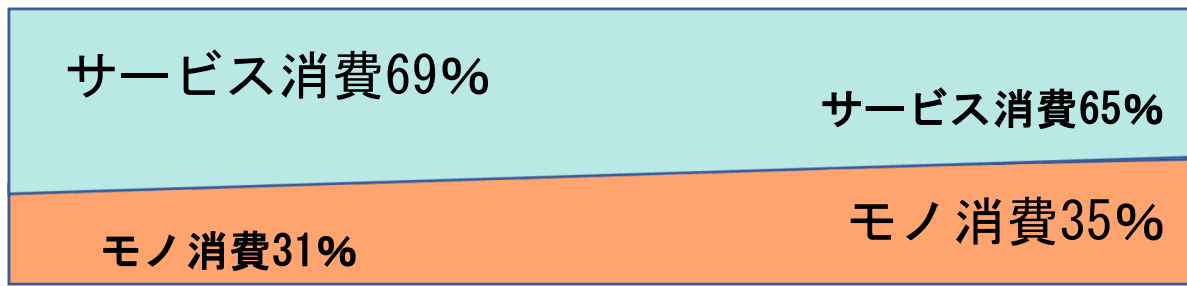


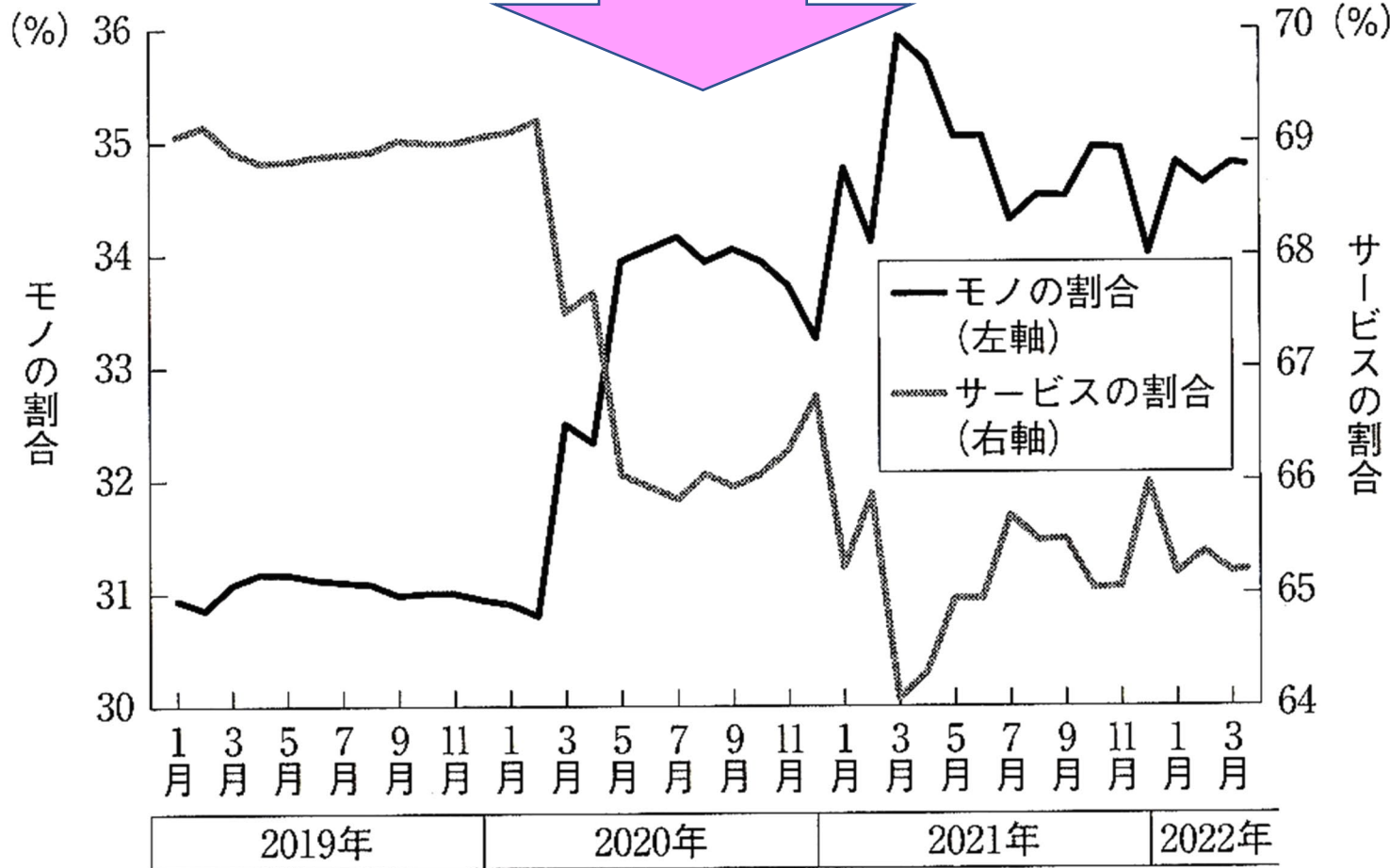
【図表3】

「米国消費に占めるモノとサービスの割合」



モノ消費＋サービス消費＝100%

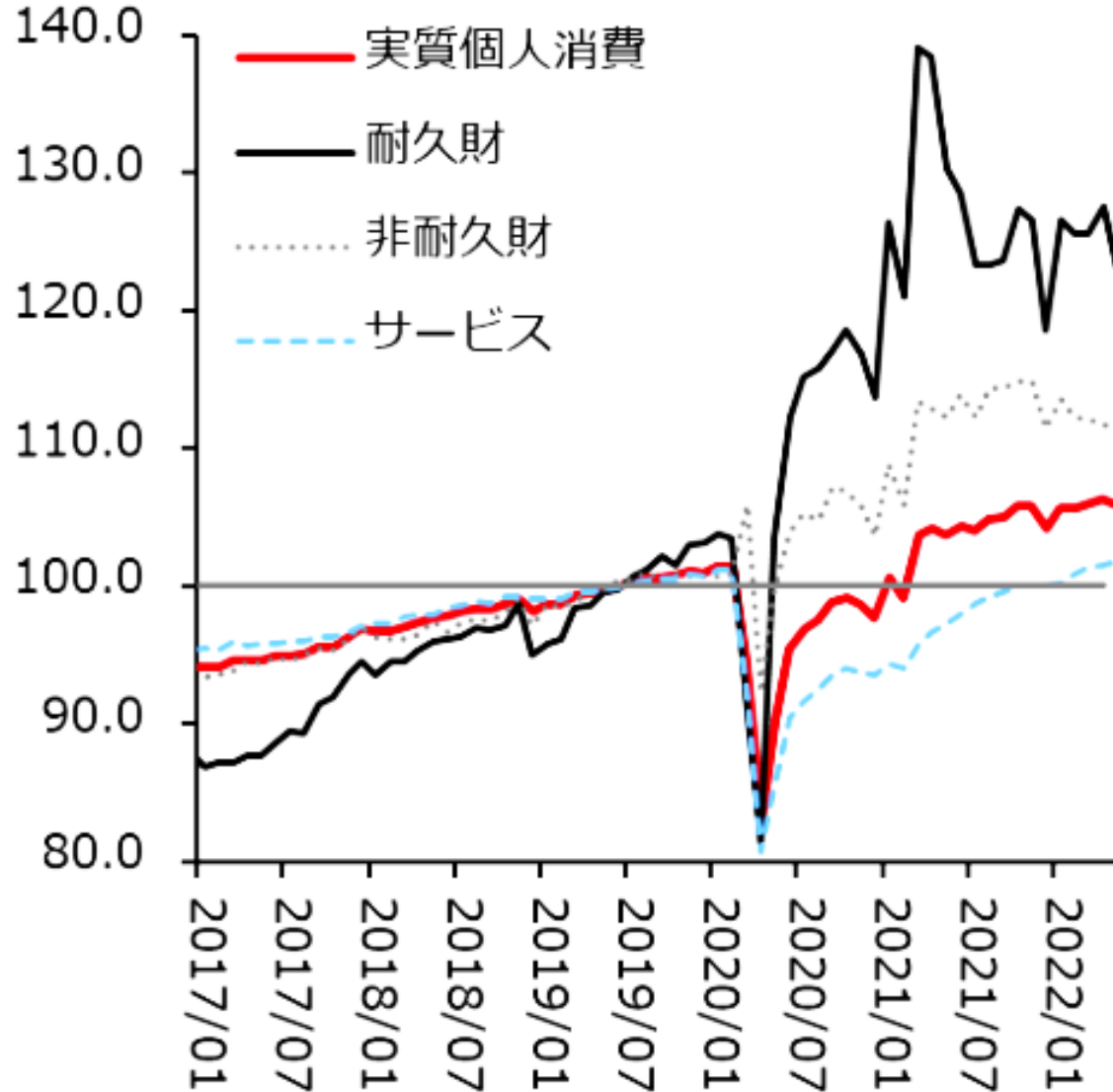
2か月ごとの推移を、モノ消費33%サービス消費67%を中心線として、表示



- 【図表3】では、左縦軸にモノ消費の割合を、右縦軸にサービス消費の割合を表記します。
- この表記により、コロナのパンデミックから半年後に、サービス消費とモノ消費の立ち位置が逆転していることが分かります。つまり、モノ消費は31%⇒35%へ、△4%。サービス消費は69%⇒65%へ、▼4%。
- 個人消費合計は約14兆ドル。よって4%は0.56兆ドル。日本円で約73兆円。

「世界インフレの謎」125Pより引用

(2019年平均=100)



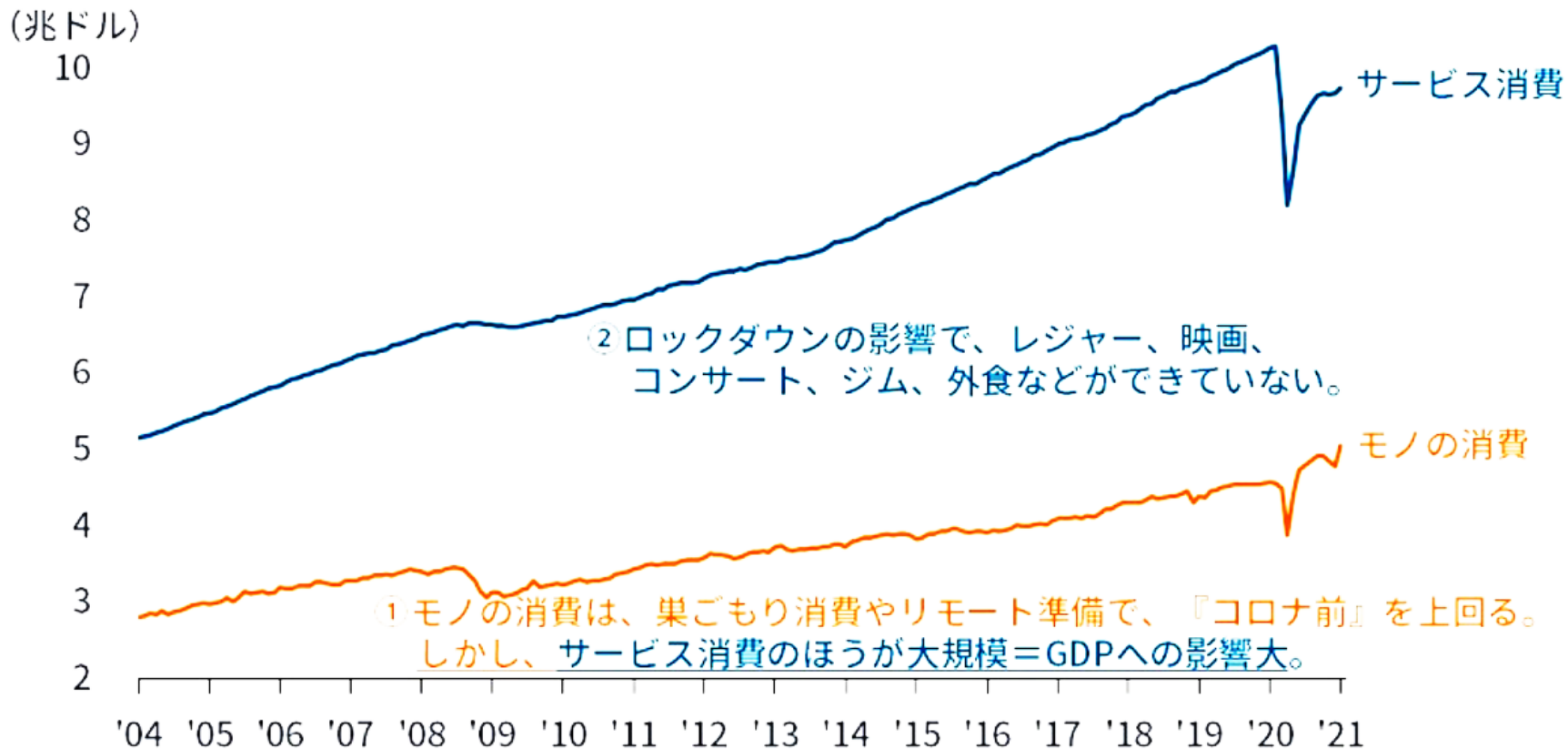
- 「補足資料①」は、コロナのパンデミックから半年後、サービス消費がGDPの伸びと平行に推移しているのに対し、耐久財（家電、自電車、自動車、PC等）が急激に伸びていることを示しています。
- 非耐久財は飲料、食品、化粧品、電球などの消耗品を指します。
- パンデミックの影響により、サービス消費が減少し耐久財が伸びた例として、パンデミックに対する恐怖心から、スポーツ・ジムを退会し、自電車を購入し体を鍛えたケースが挙げられます。

【図表3】
の
〔補足資料3—①〕

マネックス証券「マネクリ」より。
出所：米商務省より丸紅経済研究所作成

【図表3】の〔補足資料3-②〕

米国の個人消費支出（年率換算値）



フィデリティー投信H/Pより。
出所：米経済分析局（BEA）セントルイス連銀。
データ期間2004年1月～2021年1月

- サービス消費とモノ消費を、金額で示したのが、〔補足資料②〕です。
- 〔補足資料②〕からは、コロナから半年後に、サービス消費とモノ消費の割合の増加トレンドが逆転したことが臆気に分かります。
- このトレンドを明確にグラフで示したのが【図表3】です。「世界インフレの謎」の分析のすごさです。