

U.S. Indicators

マクロ経済指標レポート

米国 個人消費の堅調さを確認 (05年8月小売売上高)

発表日：05年9月14日(水)

～エネルギー価格の上昇が続くなか好調を維持～

(No. UI-102)

第一生命経済研究所 経済調査部

桂畑 誠治(かつらはた せいじ)

(03-5221-5001 : sei@dlri.dai-ichi-life.co.jp)

小売・飲食サービス売上高 (Retail and Food Services Sales)

	小売・飲食サービス売上高			耐久財関連 (*1)				非耐久財関連 (*2)		
		除く車		自動車	家具	家電		衣料品	ガソリン	
04/08	+0.2	(+5.1)	+0.1	+0.4	+0.5	▲1.9	▲0.2	+0.1	▲0.4	▲1.0
04/09	+1.5	(+7.6)	+1.1	+2.1	+2.9	+0.0	+1.1	+1.1	+1.0	+1.9
04/10	+0.9	(+8.6)	+1.2	▲0.2	▲0.3	+0.8	▲0.3	+1.6	+2.6	+5.9
04/11	+0.0	(+7.3)	+0.4	▲0.6	▲1.2	▲0.5	+1.0	+0.5	▲0.9	+1.1
04/12	+1.3	(+8.9)	+0.4	+3.1	+4.2	+1.0	▲0.9	+0.0	▲0.1	▲1.4
05/01	+0.1	(+8.0)	+0.9	▲1.4	▲2.6	+0.2	+2.2	+1.0	+1.9	+1.1
05/02	+0.7	(+8.0)	+0.7	+0.4	+0.6	+0.7	+2.2	+0.7	+2.0	+1.7
05/03	+0.3	(+6.0)	+0.3	+0.8	+0.5	▲0.1	▲0.1	+0.2	▲2.1	+2.0
05/04	+1.8	(+9.1)	+1.6	+2.0	+2.5	+0.4	▲0.1	+1.6	+2.9	+2.5
05/05	▲0.3	(+6.3)	+0.0	▲0.9	▲1.5	▲0.1	+0.2	+0.0	▲0.8	+0.1
05/06	+1.9	(+9.8)	+1.0	+3.3	+4.8	+2.3	+0.1	+1.2	+1.0	+3.0
05/07	+1.8	(+10.4)	+0.5	+4.0	+6.3	+0.0	+0.4	+0.6	▲0.9	+4.0
05/08	▲2.1	(+7.9)	+1.0	▲7.6	▲12.0	+0.9	+0.3	+1.3	+0.0	+4.4

(出所) 商務省 (Department of Commerce)

(注) 数字は季調済前月比。但し、() 内は前年同月比 (未季調)。

*1: 耐久財関連は、自動車・家具・家電・建材関連の売上合計。

*2: 非耐久財関連は、小売売上高の合計から、耐久財関連を除いたもの。

全体で前月比▲2.1%も、除く自動車は同+1.0%と市場予想を上回った

8月の小売・飲食サービス売上高は、前月比▲2.1%と減少幅が市場予想である同▲1.4%を上回った(6、7月は+0.2%ポイント上方改定された)。販促効果の減退により自動車販売が減少したため全体が押し下げられた。

変動の大きい自動車を除く小売売上高は、前月比+1.0%と高い伸びとなった。市場予想の同+0.5%を上回り、さらに6、7月合計で0.3%ポイント上方改定されていることから、予想対比かなり強めの結果といえる。家具、家電、ガソリン店での売上げが伸びた。

価格変動の影響を受け易いガソリン販売を除く小売売上高は、前月比+0.5%(前年同月比+7.0%)と7月の同+0.0%から加速した。気温が例年よりも高かったため秋物衣料が低迷したものの、住宅販売の好調を背景に家具、家電が増加したことでプラス幅が拡大した。

基調を示す3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率で、変動の大きい自動車を除く小売売上高は+9.1%(7月+8.2%)と一段と加速した。また、自動車・ガソリン販売を除く小売売上高は、8月に+5.8%と高い伸びを続けており、エネルギー価格上昇の影響を受けながらも雇用・所得の拡大に伴い個人消費は堅調に推移している。

耐久財が減少したものの、非耐久財の拡大ペース加速

財別の動向をみると、非耐久財関連では薬局、飲食料品店、スポーツ用品・書籍・趣味用品店、その他小売の拡大が続いた。特に、ガソリンスタンドは価格の上昇と需要の

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。

拡大によって前月比+4.4%と8ヵ月連続で上昇した。加えて、建設資材店、百貨店等一般小売、通信販売が増加に転じた。また、飲食店、衣料品販売店が前月比横ばいにとどまった。この結果、非耐久財は前月比+1.3% (同+0.6%) と加速した。

他方、耐久財販売では家具、家電販売の増加ペースが加速した。一方、自動車部門では、ビッグスリーが一般購入者に対する社員割引の適用期間を延長したものの効果が剥落したことで自動車販売が前月比▲12.0%と急減し、耐久財は同▲7.6%と大幅減少となった。

7～9月期の実質個人消費は加速の公算

GDPベースの個人消費算出に使われる小売・飲食サービス売上高(除く自動車・ガソリン・建材)は、8月に前月比+0.5%(7月同+0.0%)と加速した。また、7、8月平均で4～6月期対比年率+3.3%と4～6月期の前期比年率+7.2%から鈍化している。一方で、7、8月の自動車販売台数は季節調整済み年率1885万台と4～6月期の同1720万台(前期比+4.7%)から増加しており、7～9月期の実質個人消費は4～6月期の同+3.3%から同+4.0%前後に加速が見込まれる。

年後半の個人消費も堅調が見込まれる

9月入り後の個人消費は、ハリケーンの襲来によるエネルギー価格の急騰や例年よりも気温の高い日が続いているため停滞感がでている。しかし、エネルギー価格の上昇に歯止めがかかっていることに加え、雇用・所得の拡大、資産残高の増加が続いていることから、マインドの低下にもかかわらず消費は底堅く推移するとみられる。さらに、ハリケーン被災者の納税時期の延長、ハリケーン被害地区の避難民への1世帯当たり2000ドルの支給等の被災者に対しても所得を下支えする政策がとられている。また、寄付金等による援助物資の購入、冠水したニューオーリンズ以外の日用品、修理道具の購入が消費を下支えしよう。

個人消費はエネルギー価格の高止まりの影響を一時的に受けるものの、自動車部門での販促による押し上げによって7～9月期に前期比年率+4%前後まで加速しよう。その後も、雇用・所得の持続的な拡大によって前期比年率+3%台の伸びが続くと予想される。

