

U.S. Indicators

マクロ経済指標レポート

米国 個人消費は堅調さ維持 (05年11月小売売上高)

発表日: 05年12月13日(火)

~ガソリン価格の下落によるガソリンスタンドの売上減少が自動車を除く小売売上高を押し下げ~ (No. UI - 161)

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: seiji@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		
04/11	+0.0	(+7.5)	+0.7	1.4	2.3	0.2	+0.8	+1.0	0.5	+2.8
04/12	+1.1	(+8.9)	+0.5	+2.5	+3.2	+1.1	0.8	+0.0	0.2	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	+1.7	(+10.3)	+0.5	+3.7	+5.7	+0.4	+0.5	+0.7	1.0	+4.3
05/08	1.8	(+8.2)	+1.2	7.2	11.7	+1.5	+0.4	+1.4	+0.7	+4.5
05/09	+0.3	(+6.6)	+1.3	1.5	3.4	+1.1	+1.2	+1.3	0.1	+4.8
05/10	+0.3	(+6.0)	+0.8	0.4	1.3	1.1	+0.6	+0.7	+2.6	0.6
05/11	+0.3	(+6.3)	0.3	+2.0	+2.6	0.3	+0.5	0.9	+0.2	5.9

(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・建材関連の売上の合計。

*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。

自動車を除く小売 売上高は同 0.3% と市場予想を下回 った

05年11月の小売・飲食サービス売上高は、自動車販売の増加によって前月比+0.3%と3ヵ月連続の増加となった。市場予想である同+0.4%を下回ったものの、9、10月で合計0.4%ポイント上方改定されており、実体は予想よりも強いといえる。

変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は、ガソリン販売の大幅減少によって前月比 0.3%と1年7ヵ月ぶりに減少した。9、10月で合計0.2%ポイント下方改定されたもとの、市場予想の同 0.1%を下回っていることから、予想よりもかなり弱い結果となった。一方、価格変動の影響を受けやすいガソリン販売を除く小売・飲食サービス売上高(自動車・ガソリン販売を除く小売・飲食サービス売上高)は、前月比+0.5%(前年同月比+7.6%)と前月(10月同+1.0%)の高い伸びの後もかかわらず、プラス基調を保っており小売売上高は堅調さを維持していると判断される。

基調を示す3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率でも、変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は+11.3%(10月+12.9%)と高い伸びとなっている。また、自動車・ガソリン販売を除く小売・飲食サービス売上高が11月に+8.9%と加速した。11月には、エネルギー価格の下落によってガソリン販売が減少したものの、雇用、所得の拡大が持続するなか、ガソリン以外の小売売上高が押し上げられた。

非耐久財が減少に転 じたものの、耐久財 が増加に転じた

財別の動向をみると、非耐久財関連では薬局が増加に転じ、ハリケーン被害からの復興により飲食店、飲食料品店、建設資材店が好調を維持した。一方、百貨店等一般小売が大きく減速した。また、10月に気温が例年並みに低下したことにより季節物衣料販売

が急増した反動と11月の気温が例年よりも高かった影響で衣料品販売店が前月比+0.2%と減速した。さらに、スポーツ用品・書籍・趣味用品店が前月比同 0.6%、通信販売が同 0.2%、その他小売が同 0.9%と減少に転じた。ガソリンスタンドは価格の下落と需要の減退によって前月比 5.9%とマイナス幅が拡大したことから、非耐久財は前月比 0.9% (同+1.4%) と17ヵ月ぶりの減少となった。

他方、耐久財販売では家具の減少幅が縮小し、家電販売が増加基調を維持した。自動車部門では、ビッグスリーによる一般購入者に対する社員割引適用の終了によって大幅に減少した10月の反動や新しい販促の導入効果により自動車販売が前月比+2.6% (10月同 1.3%) と増加に転じたことから、耐久財は同+2.0%と4ヵ月ぶりの増加となった。

GDP 算出ベースの自動車等を除く消費の基調は10~12月期に加速

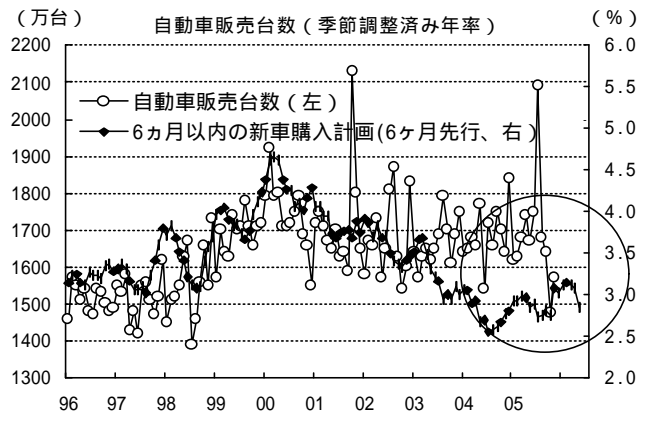
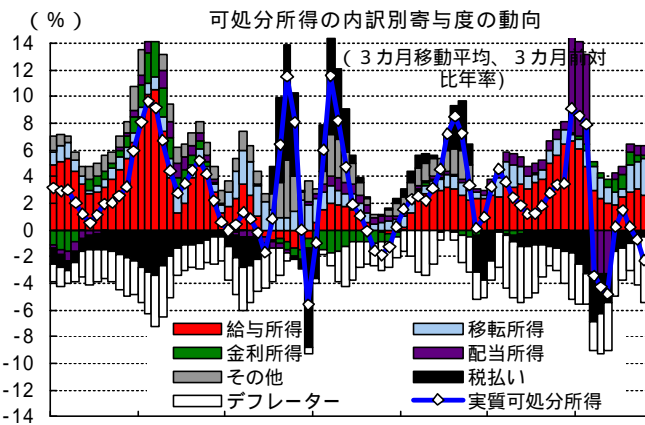
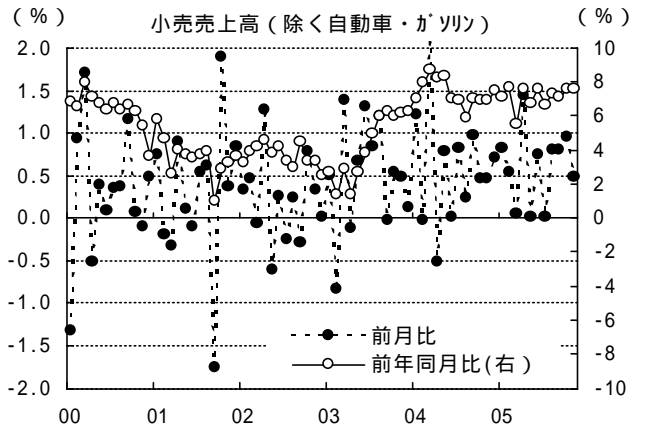
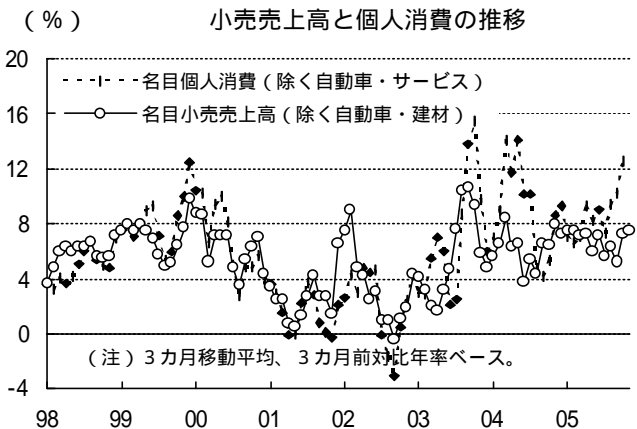
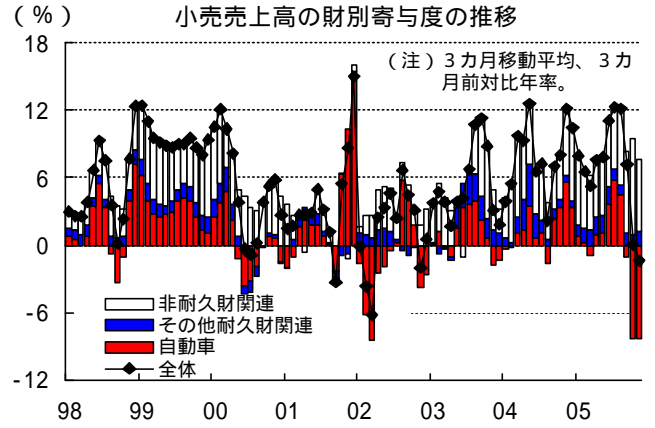
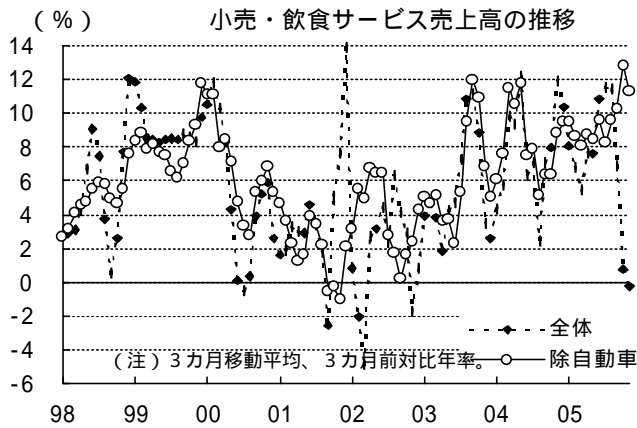
GDPベースの個人消費算出に使われる小売・飲食サービス売上高(除く自動車・ガソリン・建材)は、11月に前月比+0.3%(10月同+0.8%)と減速したものの、10、11月平均では7~9月期対比年率+6.9%と7~9月期の前期比年率+5.2%から加速した。一方で、10、11月平均の自動車販売台数は季節調整済み年率1523万台と7~9月期の同1803万台から大幅に減少しており、10~12月期の個人消費は7~9月期から大幅に減速する公算が大きい。

2006年1~3月期は個人消費の再加速が見込まれる

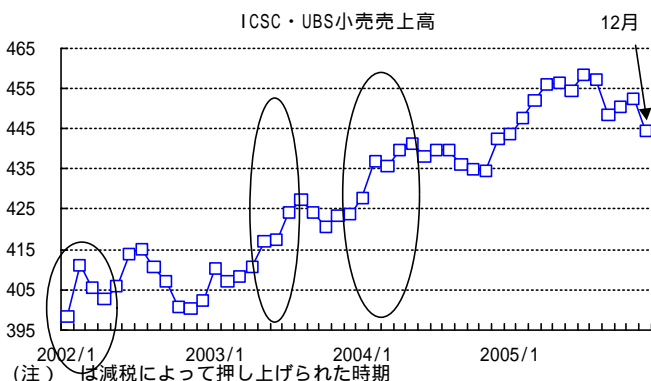
12月入り後の個人消費は、消費者マインドが改善している一方、エネルギー価格が上昇に転じていること等によって、週間小売売上高は12月2週で11月対比+1.8%と11月の前月比+0.5%から減少している。

今後、エネルギー価格の高止まりにもかかわらず、雇用・所得の拡大、株・住宅等の資産残高の増加、マインドの大幅な改善によって、個人消費の堅調さが維持されるとみられる。さらに、ビッグスリーが11月初に約1000ドルのインセンティブ拡大を行ったことに加えて、11月14日には新しい大型販促を開始したことから12月の自動車販売は11月よりも増加するとみられる。

四半期では10~12月期の自動車販売は、販促によって大きく押し上げられた7~9月期の反動で減少が避けられないことから、10~12月期の実質個人消費は前期比年率+1%台の伸びに鈍化すると予想される。しかし、2006年1~3月期の実質個人消費は、クリスマス商戦後のクリアランスセールやクリスマスプレゼントで受け取った商品券による年末年始の販売増加によって、前期比年率+4%程度への加速が見込まれる。

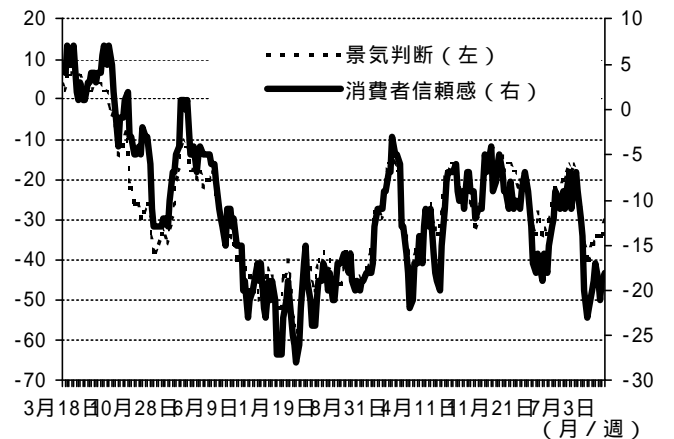


(出所) 米商務省



(出所) ICSC・UBS

A B C / ワシントンポスト週次消費者信頼感指数構成項目の推



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。