

米国 伸び悩む所得の奪い合い（09年7月小売売上高）

発表日：2009年8月13日（木）

～自動車買い替え促進策によって自動車販売が増加したものの、その他の売上は下ぶれ～

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

○7月の小売・飲食サービス売上高は、前月比▲0.1%（前月同+0.8%）と市場予想の同+0.8%の増加に反し減少した（5、6月合計+0.2%上方修正）。自動車の買い替え促進策により自動車販売の拡大ペースは加速した。さらに、気温の変化等により衣料、飲食店、薬局の売上が小幅増加した。一方、価格が下落したガソリンや、家具、食品、スポーツ用品・本の販売がマイナスに転じたことに加えて、前月にアップルの新製品発売やデジタル放送への移行で販売が下支えされた家電などが反動により減少幅を拡大した。

○変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は、前月比▲0.6%（前月同+0.5%）と市場予想の同+0.1%の増加に反し大幅に減少しており、足下の小売売上高に力強さはない。雇用情勢の急速な悪化、所得の伸び悩み、資産の減少、信用コストの高まりが続く中、自動車買い替え促進策によって自動車の販売が増加したものの、自動車以外の販売が減少した。

○小売売上高の基調を示すコア小売売上高（自動車・ガソリン・建材を除く小売・飲食サービス売上高）は前月比▲0.2%（前月同0.0%）と減少した。7月は、4～6月期比年率▲1.2%とマイナス幅を縮小したが下落している。また、4～6月期のコア小売売上高は前期比年率▲3.0%（1～3月期同+2.0%）と速報値から下方修正されており、4～6月期の実質個人消費は前期比年率▲1.2%から小幅下方修正が予想される。

○3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率で消費のモメンタムをみると、変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は▲0.7%（前月▲1.5%）とマイナス幅を縮小した。このナンバーはガソリン価格変動の影響を受けるため、小売売上高の基調を示すコア小売売上高（自動車・ガソリン・建材を除く小売・飲食サービス売上高）をみると、▲3.3%（前月▲3.0%）とマイナス幅を拡大しており、消費のモメンタムは失速したままだ。

○今後に関しては、雇用環境の悪化による所得の伸び悩み、住宅など資産価格の下落、消費者マインドの低迷、消費者ローン等での銀行の融資姿勢厳格化による信用逼迫・借入れコストの上昇が消費を抑制する要因になるとみられる。一方で、自動車買い替え促進策の予算増額（合計30億ドル）、値引きなどによって8月の自動車販売が急増するとみられ、7～9月期の実質個人消費は前期比年率でプラスに転じると予想される。ただし、自動車の買い替え促進策の財源は限られており、予算を増額したうえで支援額の減額など激変緩和措置が取られなければ、予算の終了時点、あるいは買い替え促進策が終了する11月1日以降、個人消費は失速するリスクがある。個人消費の鈍い拡大は、米国景気の回復ペースを緩やかなものにとどめる一因となり、日本、欧州、アジア、中南米諸国など米貿易相手国の成長を抑制させる可能性がある。

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

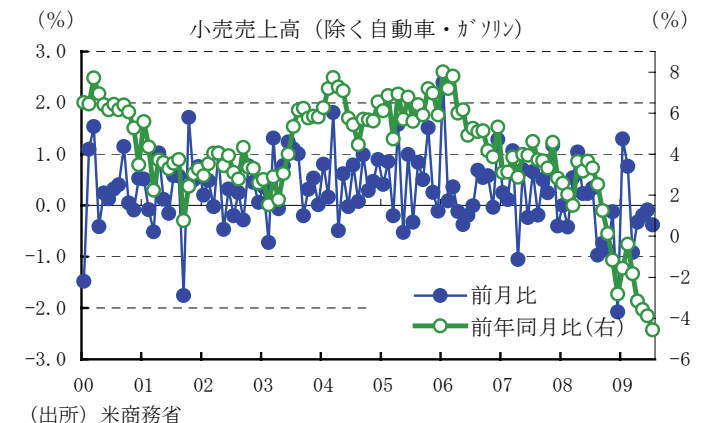
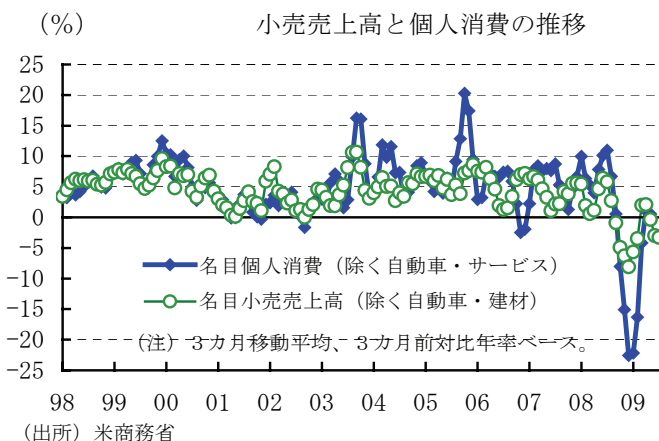
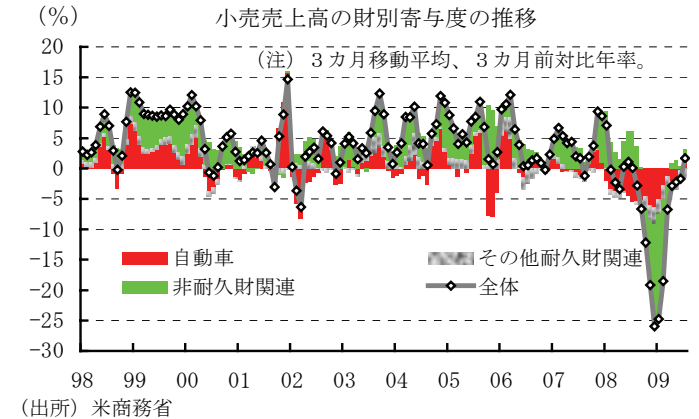
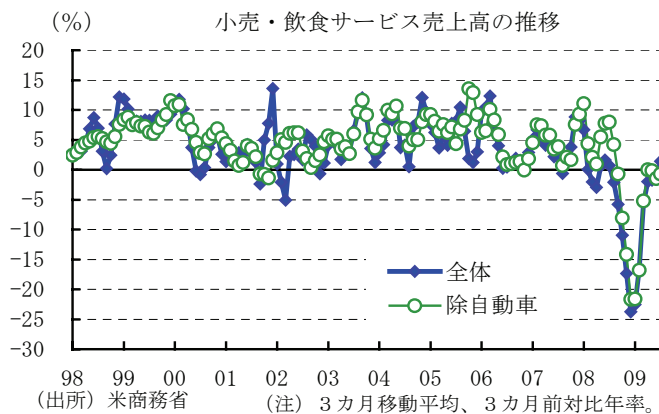
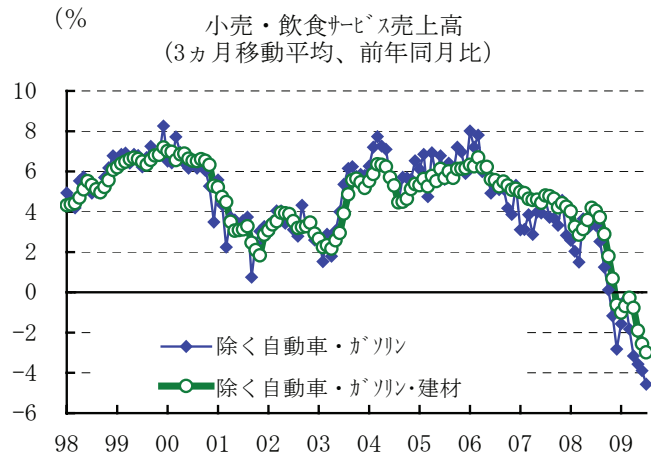
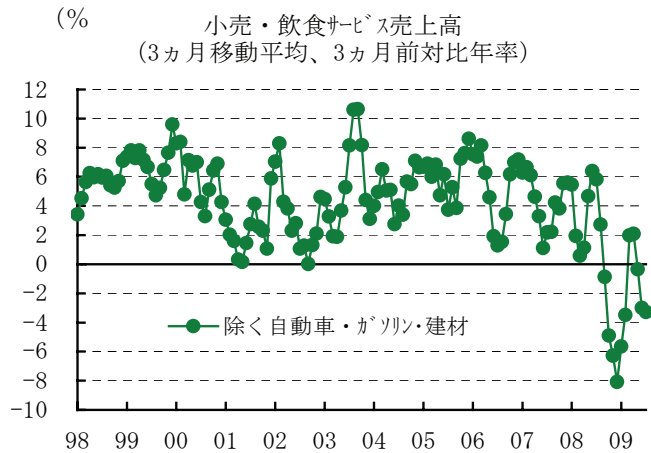
	小売・飲食サービス売上高			耐久財関連 (*1)				非耐久財関連 (*2)		
			除く車		自動車	家具	家電		衣料品	ガソリン
08/12	▲3.2	(▲10.6)	▲3.5	▲2.5	▲2.0	▲1.4	▲7.1	▲4.0	▲4.5	▲15.3
09/01	+1.7	(▲9.1)	+1.4	+1.9	+2.7	▲1.0	+7.9	+1.5	+4.6	+2.9
09/02	+0.4	(▲8.0)	+1.1	▲1.7	▲2.7	+0.1	+1.0	+1.3	+2.9	+3.9
09/03	▲1.2	(▲9.5)	▲1.1	▲2.3	▲2.1	▲2.2	▲8.5	▲0.7	▲3.2	▲2.4
09/04	▲0.3	(▲10.0)	▲0.3	▲0.3	+0.2	▲0.5	▲0.8	▲0.3	▲0.7	▲0.6
09/05	+0.5	(▲9.8)	+0.2	+0.8	+1.5	▲0.5	▲1.6	+0.3	+0.3	+4.3
09/06	+0.8	(▲8.9)	+0.5	+0.9	+1.9	▲0.0	▲0.2	+0.9	▲1.5	+6.3
09/07	▲0.1	(▲8.3)	▲0.6	+0.7	+2.4	▲0.9	▲1.4	▲0.5	+0.6	▲2.1

(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。



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。