

U.S. Indicators

米国 耐久財中心に勢い鈍化（14年7月小売売上高）

発表日：2014年8月13日（水）

～コア小売の拡大モメンタムはピークアウトも堅調さ維持～

第一生命経済研究所 経済調査部

桂畑 誠治

03-5221-5001

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			
13/10	+0.6	(+3.9)	+1.0	+1.5	+2.7	+0.3	▲0.3			
13/11	+0.4	(+3.9)	+1.6	+2.5	▲2.2	▲0.4	▲2.7			
13/12	▲0.1	(+3.4)	▲1.7	▲1.8	▲4.7	+0.9	+2.5			
14/01	▲0.9	(+1.8)	▲1.4	▲2.5	+2.4	▲0.7	+0.8			
14/02	+0.9	(+1.6)	+1.8	+2.6	+1.1	+0.4	▲0.2			
14/03	+1.5	(+4.1)	+3.4	+3.9	+2.7	+0.6	▲1.0			
14/04	+0.6	(+4.7)	+0.8	+0.8	▲0.7	+0.7	+1.3			
14/05	+0.4	(+4.6)	+0.6	+0.7	▲0.4	▲0.8	+0.5			
14/06	+0.2	(+4.3)	▲0.0	▲0.3	▲0.2	+0.4	▲0.8			
14/07	+0.0	(+3.7)	▲0.1	▲0.2	▲0.1	+0.1	+0.1			

(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。

7月小売・飲食サービス売上高は前月比+0.0%と減速

14年7月の小売・飲食サービス売上高は、自動車、家具など耐久財や百貨店の減少を背景に、前月比+0.0%（6月同+0.2%）と減速し市場予想中央値の同+0.2%を下回った（5、6月合計で0.1%下方改定）。

内訳を見ると、ガソリンスタンドが増加に転じたほか、衣料品は増加ペースを速めた。また、その他小売、飲食店は前月と同じペースで拡大した。一方で、建設資材、食品・飲料、薬局、スポーツ用品・本・趣味用品は拡大ペースを鈍化した。百貨店など一般小売、通信販売は減少に転じた。さらに、自動車・同部品、家電、家具は減少を続けた。

7月の小売売上高では、自動車、家具、家電などの耐久財のほか、百貨店の落ち込みが続いたことで、全体の伸びが抑制された。3月にかけて高い伸びとなった反動で耐久財が前月比で減少しているが、足下での住宅販売の持ち直しのほか、雇用・所得の増加、借入基準の緩和、良好な金融環境など家計を取り巻く環境の改善の継続を背景に、小売売上高は増加傾向を維持する公算が大きい。

7月の小売・飲食サービス売上高では食品・飲料が最も押し上げた一方で、百貨店が最大の押し下げ

7月小売売上高の前月比（+0.04%）の寄与度をみると、プラス寄与となった業態では、食品・飲料が+0.04%と最大の押し上げ寄与となった。寄与度の大きい順に、薬局が+0.02%、衣料品が+0.02%、その他小売りが+0.02%、飲食店が+0.02%、建設資材が+0.01%、ガソリンスタンドが+0.01%と続いた。

一方、マイナス寄与の業態では、百貨店を含む一般小売が▲0.06%と押し下げ寄与が最も大きくなった。自動車・同部品が▲0.04%、通信販売が▲0.01%と続いた。なお、家具、家電、スポーツ用品・本・趣味用品は0.00%。

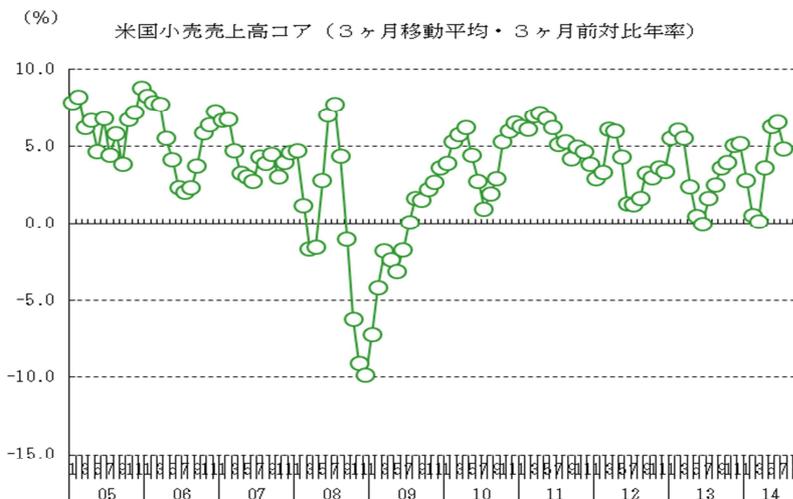
7月コア小売売上高は前月比+0.1%と減速

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+0.1%（6月同+0.4%）と減速し、市場予想の同+0.4%を下回った。

また、小売売上高の基調を判断するうえで重要なコア小売売上高（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+0.1%（6月同+0.5%）と減速したうえ、5、6月合計で0.1%下方修正された。

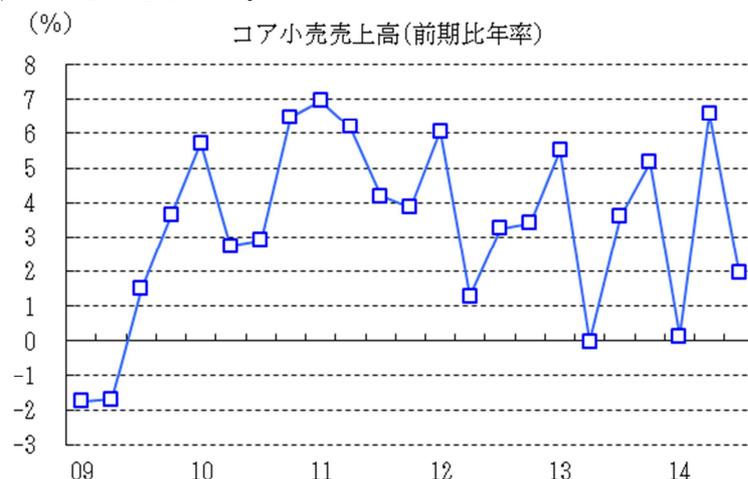
コア小売売上高は悪天候による落ち込みの反動が弱まり、3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率+4.8%と鈍化

小売売上高のモメンタム（3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率）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、建設資材、ガソリン等の増加効果が弱まり+5.5%（前月+7.1%）と減速した。また、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・建設資材を除く小売・飲食サービス売上高）は、悪天候後の需要拡大による押し上げ効果が弱まったことで+4.8%（前月+6.6%）と小幅鈍化した（下記左図）。ただし、伸び率は高く、堅調さを維持している。



14年7-9月期の実質個人消費は前期比年率+2%程度の伸びとなる公算

7-9月期の実質個人消費動向をみると、コア小売売上高が7月に4-6月期比年率+2.0%と4-6月期の前期比年率+6.6%から減速した（下記右図）。8、9月は、コア小売売上高が小幅増加するとみられるほか、融資基準の緩和や購入計画等から自動車販売は現状の水準を維持すると予想されること、サービス消費が緩やかに拡大すると考えられること等を背景に、7-9月期の実質個人消費は前期比年率+2%程度の伸びとなる公算が大きい（4-6月期は同+2.5%）。このように、個人消費は緩やかなペースで拡大を続けると予想される。



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。