

U.S. Indicators

米国 自動車用小売を牽引（14年8月小売売上高）

発表日：2014年9月12日（金）

～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)	+0.4	+1.0	+1.5	+1.5	+2.7	+0.3	+2.1	▲0.3
13/11	+0.4	(+3.9)	▲0.1	+1.6	+2.5	▲0.1	▲2.2	▲0.4	▲1.1	▲2.7
13/12	▲0.1	(+3.4)	+0.3	▲1.7	▲1.8	▲2.3	▲4.7	+0.9	+0.5	+2.5
14/01	▲0.9	(+1.8)	▲0.5	▲1.4	▲2.5	▲1.0	+2.4	▲0.7	▲1.1	+0.8
14/02	+0.9	(+1.6)	+0.4	+1.8	+2.6	+1.0	+1.1	+0.4	▲0.2	▲0.2
14/03	+1.5	(+4.1)	+0.9	+3.4	+3.9	+2.3	+2.7	+0.6	+1.5	▲1.0
14/04	+0.6	(+4.7)	+0.6	+0.8	+0.8	+0.8	▲0.7	+0.7	+1.5	+1.3
14/05	+0.4	(+4.6)	+0.4	+0.6	+0.7	▲0.4	▲0.8	+0.2	▲0.6	+0.5
14/06	+0.4	(+4.4)	+0.5	+0.2	▲0.0	▲0.0	▲0.2	+0.5	+0.2	▲0.8
14/07	+0.3	(+4.2)	+0.3	+0.3	+0.6	▲0.1	+0.1	+0.3	+0.9	+0.0
14/08	+0.6	(+5.0)	+0.3	+1.4	+1.5	+0.7	+0.7	+0.1	+0.3	▲0.8

(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。

8月小売・飲食サービス売上高は前月比+0.6%と加速

14年8月の小売・飲食サービス売上高は、自動車、家電、家具など耐久財の増加を背景に、前月比+0.6%（7月同+0.3%）と加速した。市場予想中央値（同+0.6%）と一致したうえ、6、7月合計で0.5%上方改定されており、内容は市場予想以上に良い。

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

8月の小売売上高では、自動車、家具、家電などの耐久財が大幅に増加したことで、全体の伸びが加速した。住宅販売の持ち直しのほか、雇用・所得の増加、消費者マインドの改善、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、小売売上高は増加基調を維持する公算が大きい。

8月の小売・飲食サービス売上高では自動車が最も押し上げ

8月小売売上高の前月比（+0.58%）の寄与度をみると、プラス寄与となった業態では、自動車・同部品が+0.31%と最大の押し上げ寄与となった。寄与度の大きい順に、建設資材が+0.09%、飲食店が+0.07%、その他小売りが+0.06%、食品・飲料が+0.04%、薬局が+0.03%、スポーツ用品・本・趣味用品が+0.02%、家具が+0.01%、家電が+0.01%、衣料品が+0.01%、通信販売が+0.01%と続いた。

一方、マイナス寄与の業態では、ガソリンスタンドが▲0.08%と押し下げ寄与が最も大きくなり、百貨店を含む一般小売が▲0.01%と続いた。

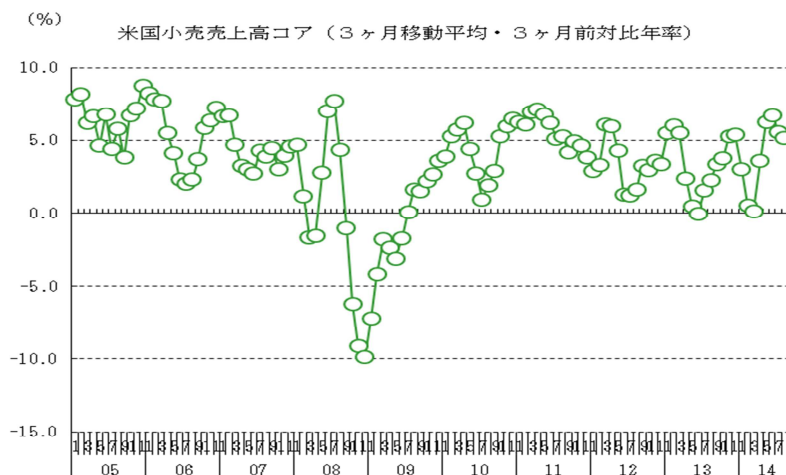
8月コア小売売上高は前月比+0.4%と前月と同率

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+0.3%（7月同+0.3%）と同率の伸びとなり、市場予想中央値（同+0.3%）と一致した。

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+0.4%（7月同+0.4%）と同率となったうえ、6、7月合計で0.4%上方修正された。

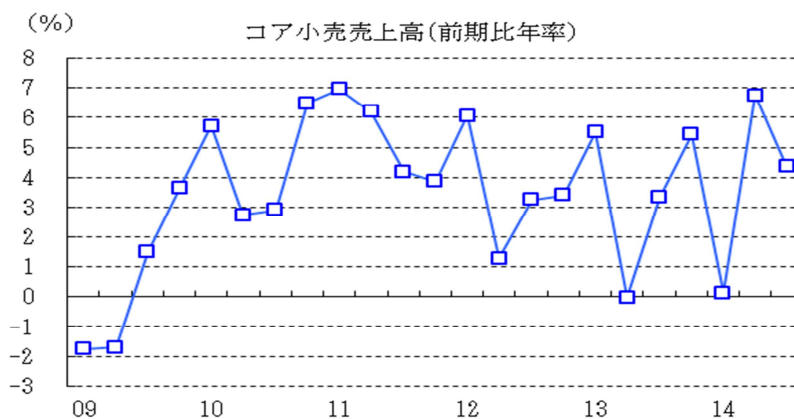
コア小売売上高は、自動車の押し上げにより3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率+5.2%と鈍化にとどまり堅調さ維持

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、建設資材の増加効果の弱まりや、ガソリン価格の下落等により+5.0%（前月+6.1%）と減速した。一方、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、自動車の押し上げ等を背景に+5.2%（前月+5.6%）と小幅鈍化にとどまり、堅調さを維持している（下記左図）。



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では、コア小売売上高が7、8月平均で4-6月期比年率+4.4%と4-6月期の前期比年率+6.8%から減速した（下記右図）。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勘案すると、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月期同+2.5%）。個人消費は緩やかな拡大ペースを維持すると予想される。



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。