

U.S. Indicators

米国 概ね予想通りも勢い鈍化(16年9月小売売上高)

発表日：2016年10月14日(金)

～7-9月期の実質個人消費は前期比年率+2.6%と安定した伸びを維持する見込み～

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			
16/01	▲0.5	(+2.8)	▲0.4	▲0.8	▲1.1	▲0.5	+0.5	▲0.3	▲0.0	▲3.1
16/02	+0.3	(+3.6)	+0.2	+0.6	+0.7	+0.4	▲0.1	▲0.2	+0.6	▲5.2
16/03	▲0.3	(+1.7)	+0.4	▲2.2	▲3.1	▲0.1	+0.4	+0.7	▲1.0	+3.7
16/04	+1.2	(+3.0)	+0.9	+1.4	+2.6	+0.5	+0.1	+1.3	+0.2	+2.7
16/05	+0.2	(+2.2)	+0.3	▲0.7	▲0.3	+0.8	+0.2	+0.5	+0.4	+1.7
16/06	+0.7	(+2.8)	+0.8	+1.1	+0.5	+1.1	▲0.4	+0.6	+0.2	+2.2
16/07	+0.1	(+2.4)	▲0.4	+1.2	+2.0	▲1.1	▲0.2	▲0.4	▲0.1	▲2.2
16/08	▲0.2	(+2.1)	▲0.2	▲0.4	▲0.3	▲0.5	+0.4	▲0.3	+0.5	▲1.4
16/09	+0.6	(+2.7)	+0.5	+1.0	+1.1	+1.0	▲0.9	+0.4	+0.0	+2.4

(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。

9月の小売・飲食サービス売上高は、前月比+0.6%と増加に転じた

16年9月の小売・飲食サービス売上高(速報値、季節調整値)は、前月比+0.6%(前月同▲0.2%)と増加に転じ、市場予想中央値と一致したが、7、8月合計で0.1%上方修正されたことを考慮すると、実態は市場予想よりやや強い。内訳をみると、家電、薬局が減少に転じたうえ、株価の調整もあり百貨店など一般小売が減少を続けた。また、食品・飲料、衣料品が鈍化した。一方、増加に転じた業種は多い。インセンティブなどの拡大で自動車・同部品、住宅部門の堅調により家具や建設資材、ガソリン価格の上昇を受けガソリンスタンド、2カ月連続の大幅な落ち込みの反動によってスポーツ用品・本・趣味用品、需要の強いその他小売や通信販売が増加に転じた。また、好調を維持している飲食店は加速した。

9月の小売売上高は、雇用・所得の増加のほか、消費者マインドの安定、借入の容易さ等、小売を取り巻く環境が良好だったことに加えて、8月の悪天候の反動もあり、高い伸びとなった。

9月の小売・飲食サービス売上高では自動車・同部品が最大の押し上げ

9月小売売上高の前月比(+0.62%)の寄与度をみると、マイナス寄与の業態では、百貨店を含む一般小売が▲0.05%、薬局が▲0.03%、家電が▲0.02%となった。一方で、プラス寄与の業態では、自動車・同部品が+0.22%と最大の押し上げ寄与となった。他では寄与度の大きい順に、ガソリンスタンドが+0.18%、飲食店が+0.10%、建設資材が+0.09%、その他小売りが+0.04%、通信販売が+0.03%、スポーツ用品・本・趣味用品が+0.02%、家具が+0.02%、食品・飲料が+0.01%と続いた。なお、衣料品は0.00%。

9月のコア小売売上高は同+0.2%に加速

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+0.5%(前月同▲0.2%)と市場予想通りとなったが、7、8月合計で0.1%下方改定されたことを考慮す

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。

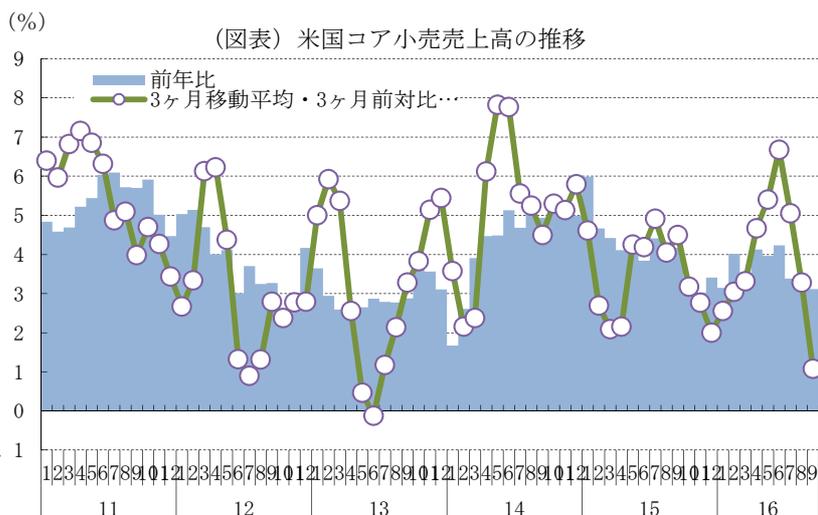
れば、実態は市場予想よりも若干弱い。家具、建設資材、ガソリンスタンド、スポーツ用品・本・趣味用品、その他小売、通信販売が増加に転じたほか、飲食店が加速し、全体を押し上げた。小売売上高の基調を判断するうえで重要なコア小売売上高（自動車・ガソリン・建材を除く小売・飲食サービス売上高）は、前月比+0.2%（前月同0.0%）と加速した。家具、スポーツ用品・本・趣味用品、その他小売、通信販売が増加に転じたほか、飲食店が加速した。

**コア小売売上高は、3
ヵ月移動平均・3ヵ月
前対比年率+1.1%と
鈍化**

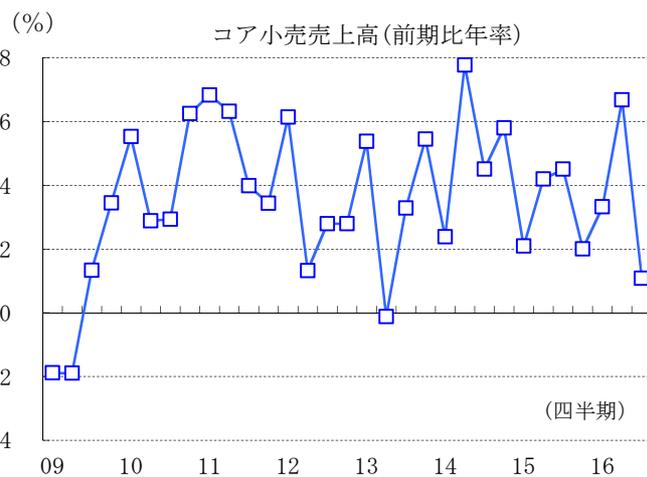
小売売上高のモメンタム（3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率）をみると、小売売上高の基調を示すコア小売売上高（自動車・ガソリン・建設資材を除く小売・飲食サービス売上高）は、+1.1%（前月+3.3%）と鈍化しており、コア小売売上高のモメンタムは弱まっている。

**7-9月期の実質個人
消費は前期比年率+
2.6%と安定的な増加ペ
ースに**

7-9月期の個人消費については、7-9月期のコア小売売上高が前期比年率+1.1%（4-6月期同+6.7%）と減速した一方で、サービス消費は電力消費の拡大や余暇サービス関連支出の増加傾向等を背景に、拡大すると想定される。以上より、7-9月期の実質個人消費は前期比年率+2.6%と4-6月期の同+4.3%から減速するものの、安定的な増加ペースを維持する公算が大きい。

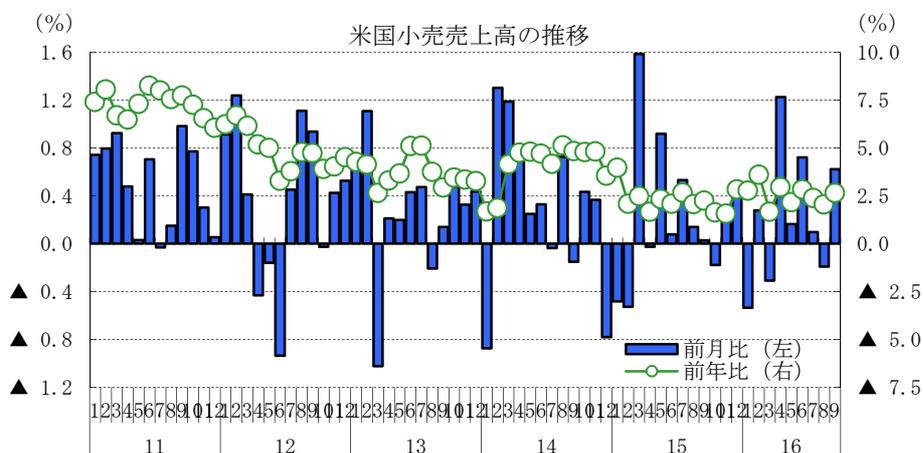


(出所) 米商務省



(出所) 米商務省データより作成。

(注) コア小売=建設資材・ガソリン・自動車を除いた小売売上高



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。