

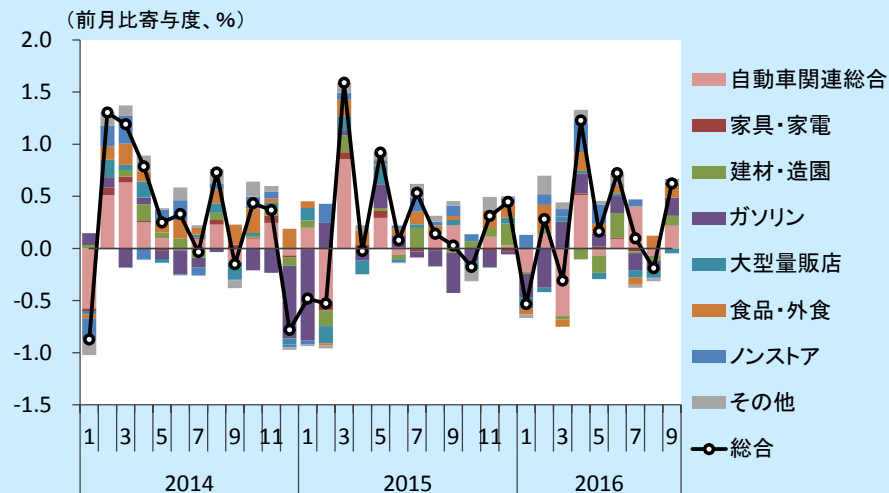
# 米国：小売売上高（2016年9月）

## —消費は拡大基調を維持—

# MRI Daily Economic Points

## October 18, 2016

### 図表1 小売売上高 項目別 寄与度



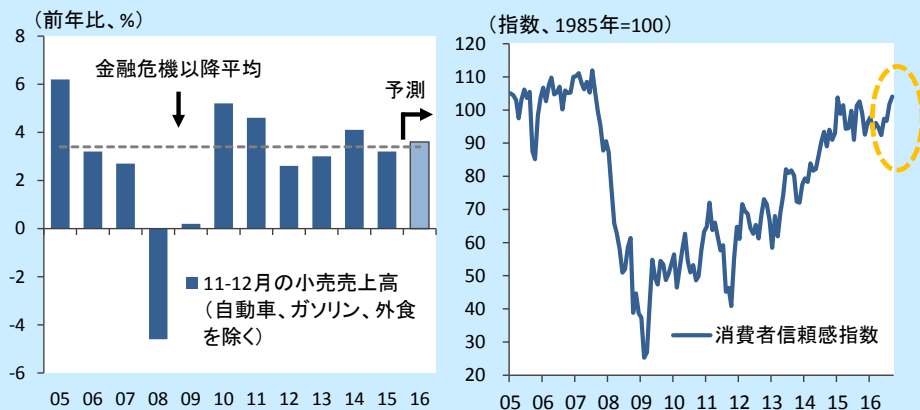
### 評価ポイント

#### 今回の結果

- 16年9月の米小売売上高(10/14日公表)は、前月比+0.6%と2ヶ月ぶりの増加。基調を示す自動車、ガソリン、建材を除くコア小売売上高も、同+0.2%の増加となった。
- 内訳をみると、主要13品目のうち9品目が前月から増加した。建材・造園(同+1.4%)、スポーツ・趣味用品(同+1.4%)、家具(同+1.0%)が3ヶ月ぶりに増加。小売売上高の約2割を占める自動車関連(同+1.1%)が2ヶ月ぶりに増加したほか、ガソリン(同+2.4%)も価格上昇を背景に、全体を押し上げた。一方、家電(同▲0.9%)、大型量販店(同▲0.4%)、衣料品(変化なし)は引き続き弱い動きとなったほか、健康・医療品が8ヶ月ぶりに減少に転じた。
- 全米小売業協会(NRF)は、10/4日に年末商戦の売上高予測(11-12月の小売売上高(自動車、ガソリン、外食を除く))を公表。雇用・賃金の安定した伸びを背景に、16年は前年比+3.6%と金融危機以降の平均(同+3.2%)を若干上回る伸びを予測している(図表2)。

### 図表2 年末商戦の売上高

### 図表3 消費者マインド



資料：米国商務省、全米小売業協会(NRF)、コンファレンス・ボード

#### 基調判断と今後の流れ

- 消費は、拡大基調を維持している。7-9月期の小売売上高は前期比+0.7%と、4-6月期(同+1.5%)に比べて伸びが低下したものの、消費の推移は底堅い。先行きも、①良好な雇用・所得環境や、②消費者マインドの改善(図表3)に支えられ、消費の拡大基調を見込む。
- ただし、①失業率が5%前後にまで低下する中、雇用の拡大ペースは緩やかになるとみられることや、②銀行の自動車ローン向け貸出基準の厳格化に伴い新車販売台数が頭打ちになっていることなどから、先行きの消費の伸び率は15年に比べてやや鈍化する可能性が高い。
- また、今後のリスクとして、ドル高や企業収益の減少が続く中、企業のマインド低下が雇用環境の悪化につながった場合、消費が押し下げられる可能性には注意が必要である。