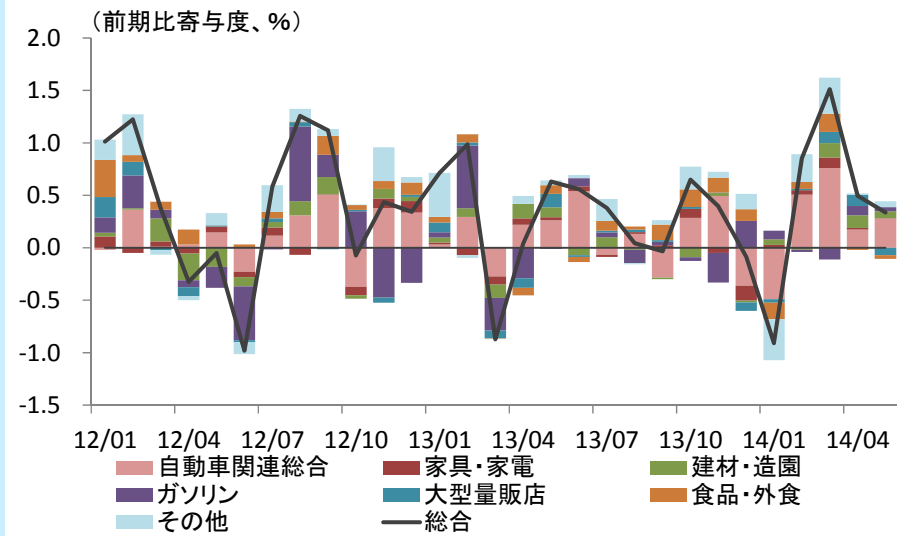


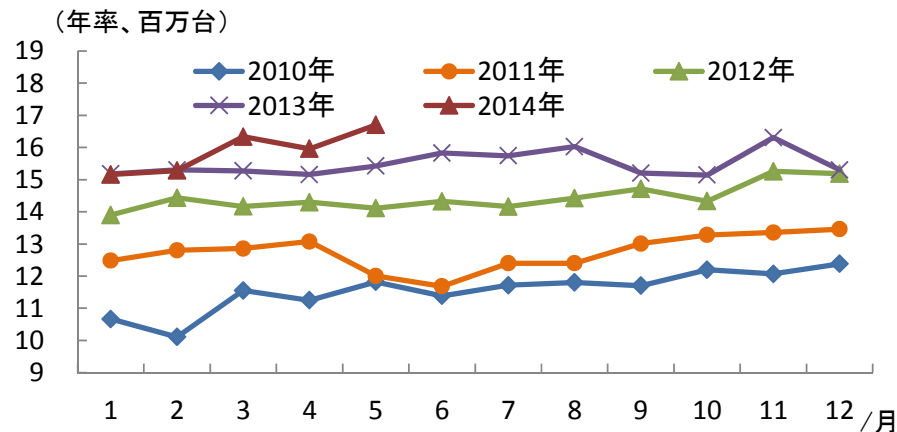
米国：小売売上高（2014年5月）

MRI Daily Economic Points
June 13, 2014

図表1 小売売上高 項目別 寄与度



図表2 新車販売台数(乗用車+小型トラック)



資料：米国商務省

評価ポイント

今回の結果

- 5月の米小売売上高(6/12日公表)は、前月比+0.3%と前月(同+0.5%)からやや伸びが低下したが、4ヶ月連続で増加。
- 内訳をみると、衣服(同▲0.6%)、大型量販店(同▲0.6%)、家電(同▲0.3%)などが減少した一方、自動車・同部品(同+1.4%)、建材・造園(同+1.1%)、無店舗小売(同+0.6%)、家具(同+0.5%)などが増加した。なかでも、自動車需要の増加が全体を押し上げている。
- 自動車の動向について新車販売統計(6/3日公表)をみると、5月の販売台数は、年率で1,670万台と前月(同1,596万台)から増加し、金融危機前の2007年2月(同1,670万台)以来の高水準となった。

基調判断と今後の流れ

- 米国の個人消費は、①バランスシート調整の進捗に加え、②緩やかな雇用環境の改善や、③13年の給与税増税の影響はく落による所得の改善、④株価・住宅価格の上昇による資産効果などを背景に、足もとでは増加傾向を維持している。
- 消費者のマインドを示す消費者信頼感指数(5月27日公表)も、財政政策に関する不確実性の後退から改善傾向にあり、足もとでは2008年1月(87.3)以来の高い水準で推移している。
- 今後も上記の要因を背景として、米国の個人消費は緩やかな増加傾向を続けるとみられる。
- ただし、量的緩和縮小の進展に伴い長期金利が上昇してくる場合には、耐久財消費(自動車、住宅など)の回復を鈍らせかねない。また、量的緩和終了や中間選挙が近づくにつれて政策の不確実性が高まり、消費者マインドの低下を通じて、個人消費に下押し圧力がかかる可能性には留意が必要である。