

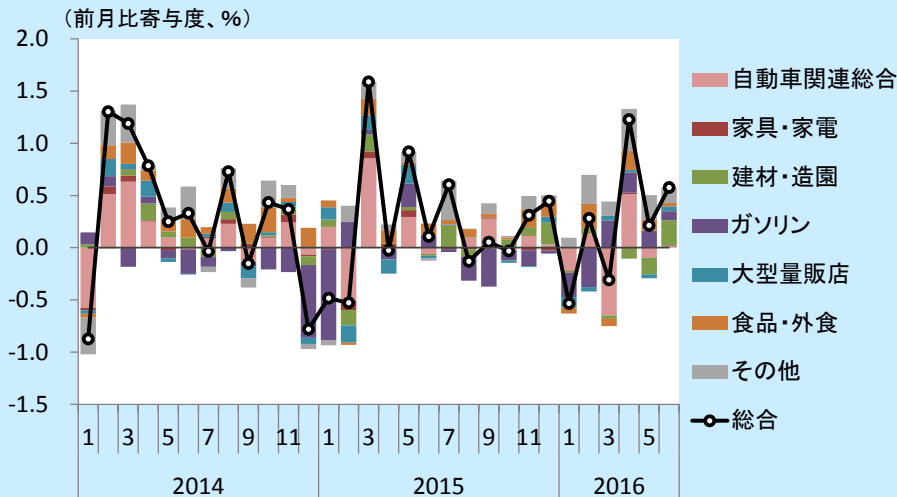
米国：小売売上高（2016年6月）

—消費は拡大基調を維持—

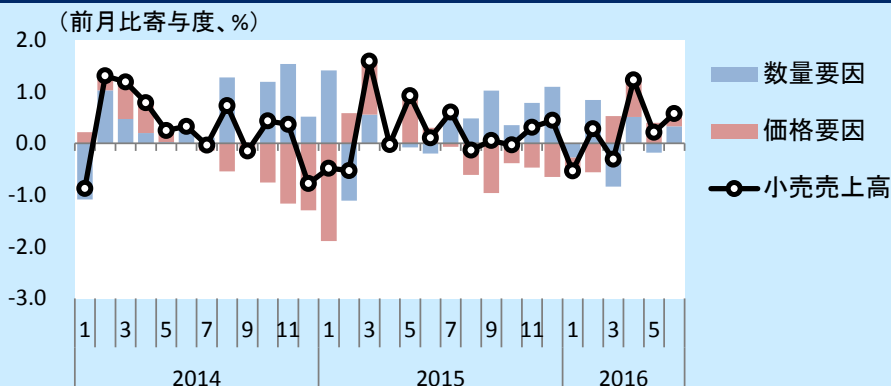
MRI Daily Economic Points

July 20, 2016

図表1 小売売上高 項目別 寄与度



図表2 小売売上高の要因分解



注：消費者物価指数(財価格)を用いて価格要因と数量要因に小売売上高の伸びを分解。

資料：米国商務省、米国労働省

評価ポイント

今回の結果

- 16年6月の米小売売上高(7/15日公表)は、前月比+0.6%と、3ヶ月連続で増加。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+0.5%と、8ヶ月連続の増加となった。
- 内訳をみると、主要13品目のうち11品目が前月から増加した。前月減少幅が大きかった建材・造園(前月比+3.9%)が大幅に増加。全体の伸びを押し上げた。また、スポーツ・趣味用品(同+0.8%)、健康医療(同+0.7%)、食品飲料(同+0.5%)が増加したほか、ネットショッピングなどの増加を背景に、通信販売(同+1.1%)が高い伸びを続けている。一方、衣料(同▲1.0%)、外食(同▲0.3%)は減少した。
- ガソリン(同+1.2%)も、ガソリン価格の上昇により、4ヶ月連続で増加。
注)小売売上高は名目値で公表されるため、価格の上昇は売上高の増加につながる。

基調判断と今後の流れ

- 小売売上高は高い伸びを維持している。16年4-6月期は前期(1-3月期)に比べ、+1.4%の伸びとなった。ここ数ヶ月は、①価格の上昇が小売売上高を押し上げており、②販売量は15年半ばに比べれば緩やかにとどまっているものの、消費は底堅く推移している。
- 先行きの消費は、緩やかな拡大基調を維持すると見込む。①原油安や雇用・所得環境の回復により、実質可処分所得は堅調な伸びを維持しているほか、②住宅価格や株価の上昇が消費を下支えている。消費者を取り巻く環境は比較的良好である。
- ただし、企業利益の減少などにより、ここ数ヶ月は雇用者数の増加ペースがやや鈍化している。また、英国のEU離脱の影響を受け、消費者のマインド(米ミシガン大学消費者信頼感指数)も7月はやや悪化した。今後、雇用市場や消費者マインドの回復ペースがさらに悪化すれば、消費も鈍化しかねない点は気がかりだ。