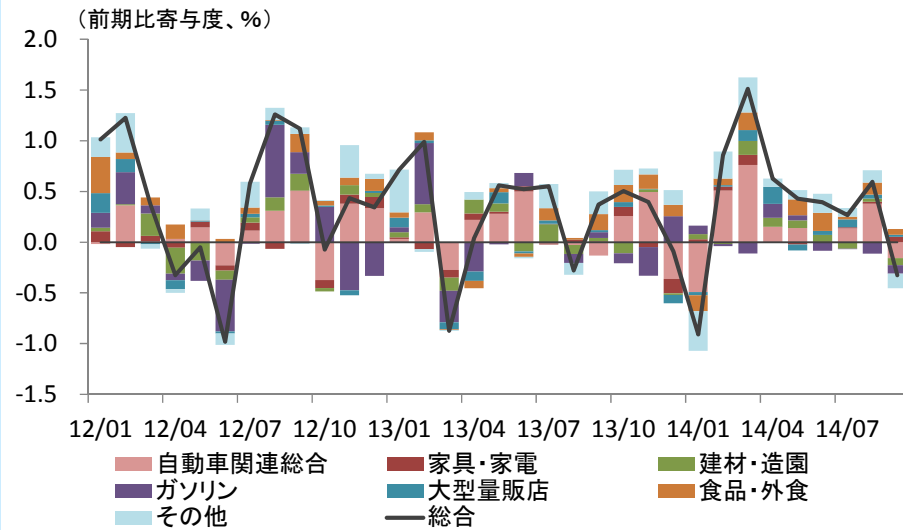


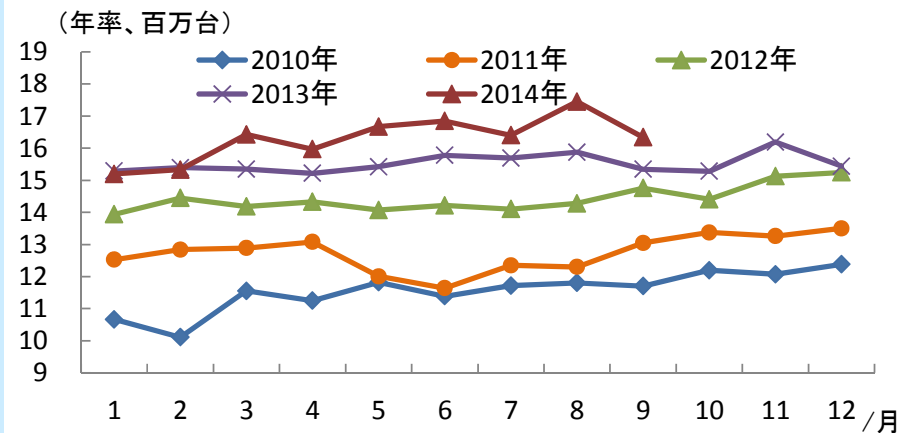
米国：小売売上高（2014年9月）

MRI Daily Economic Points
October 17, 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

- 9月の米小売売上高(10/15日公表)は、前月比▲0.3%と、寒波の影響をうけた14年1月以来、8ヶ月ぶりの減少となった。
- 9月は幅広い品目で減少となった。内訳をみると、家電(同+3.4%)、外食(同+0.6%)などが増加した一方、衣服(同▲1.2%)、建材・造園(同▲1.1%)、ネット通販(同▲1.1%)、家具(同▲0.8%)、自動車・同部品(同▲0.8%)などが減少した。
- 自動車の販売動向を新車販売統計(10/1日公表)でみると、9月の販売台数は、年率1,634万台と前月(同1,745万台)から減少したものの、13年中の平均販売台数(同1,552台)を上回る水準で推移している。

基調判断と今後の流れ

- 米個人消費は増加基調を辿ってきたが、9月の小売売上高は前月から減少した。5月以降、住宅価格が前月比で下落しているほか、9月半ば以降、株価も急激に下落している。こうした資産価値の減少が家計の消費行動をやや抑制し始めた可能性がある。
- 消費者のマインドを示す消費者信頼感指数(9月30日公表)も、9月は5ヶ月ぶりに前月から低下した。
- 先行きの個人消費は、雇用市場の回復から所得環境の改善が続いていることから、増加基調を維持するとみられる。
- ただし、下振れリスクも幾分高まっている。第一に、QE3終了を控え、株価の下落が続けば、消費者マインドの悪化や逆の資産効果を通じて、消費の伸びが鈍化しかねない。第二に、金融政策の正常化の過程で長期金利が急激に上昇した場合、耐久財を中心に消費に下押し圧力がかかる恐れがある。