

# 経済・金融 フラッシュ

## 【6月米小売売上高】 消費の強さは維持されている

経済研究部 研究員 高山 武士

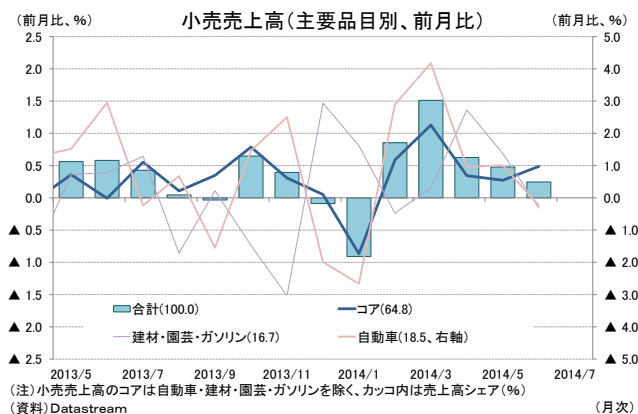
TEL:03-3512-1824 E-mail: takayama@nli-research.co.jp

### 1. 結果の概要: 予想は下回ったが基調はほぼ予想通り

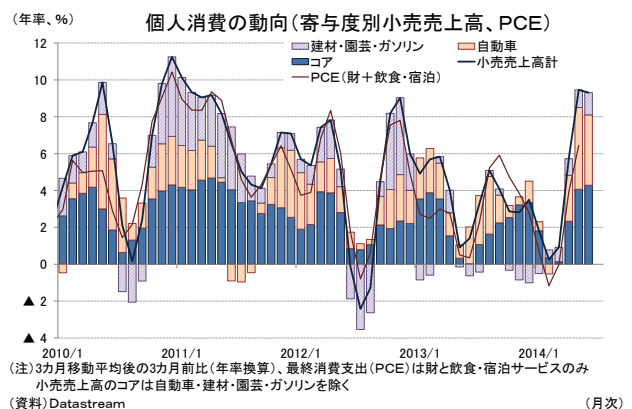
7月15日、米国商務省が6月の小売売上高を公表した<sup>1</sup>。結果は前月比+0.2%となり、前月改定値(+0.5%)から低下、市場予想の+0.6%(Bloomberg集計の中央値)も下回った(図表1)。

ただし、前月分(5月)が前月比で+0.3%から+0.5%に上方修正され、前々月分(4月)も同+0.5%から+0.6%に上方修正されている。4-6月を合計して見れば小売上の強さはほぼ予想通りだったと言える。3カ月移動平均の前期比年率で見ると+9.6%(前月:同+9.8%)と寒波からの反動増が鮮明となっており、消費の強さは維持されていることが分かる(図表2)。

(図表1)



(図表2)



### 2. 結果の詳細: 自動車と建材・園芸はマイナスが目立つが、多くは堅調

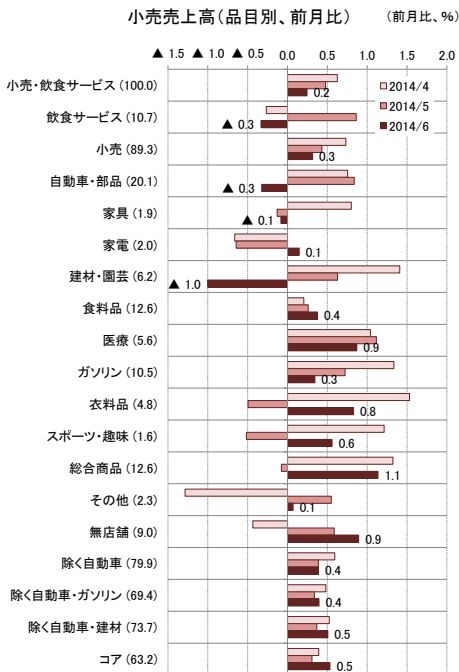
6月の小売売上高を品目別(販売業態別)に見ると(図表3)、前月比では自動車関連が▲0.3%となり、前月(同+0.8%)からマイナスに転じていることが目立つ。また、建材・園芸も▲1.0%(前月:+0.6%)と大幅なマイナスとなった。一方で、総合商品の+1.1%(前月:▲0.1%)や医療の+0.9%(前月:+1.1%)、無店舗販売の+0.9%(前月:+0.6%)など高い伸び率を記録している品目も多く、自動車・建材・園芸・ガソリンを除くコア売上高は前月比+0.5%(前月:+0.3%)と伸びが加速した。なお、コア売上高は前月分が▲0.1%から+0.3%と上方修正されている。

一方、基調をつかみやすい前年同月比で見ると(図表4)、前月比でマイナスに転じた自動車関連も+6.4%(前月:+9.6%)となり、減速したものの比較的高い伸び率を維持できていることが分か

<sup>1</sup> 本稿では、特に断りがない限り季節調整済の数値を使用し、また単に小売売上高と言った場合、飲食サービスを含むものを指す。

る。また医療も+7.9%（前月：+7.0%）と足もとで伸びの加速が続いている。

(図表 3)



(図表 4)

品目	2013/8	2013/9	2013/10	2013/11	2013/12	2014/1	2014/2	2014/3	2014/4	2014/5	2014/6	シェア
小売・飲食サービス計	4.4	3.2	3.9	3.9	3.4	1.8	1.6	4.1	4.7	4.6	4.3	100.0
飲食サービス	2.1	2.0	4.1	4.6	2.6	1.4	3.1	4.6	3.8	5.5	5.6	10.7
小売	4.7	3.3	3.9	3.8	3.5	1.8	1.5	4.0	4.8	4.5	4.1	89.3
自動車・部品	11.0	6.5	10.2	10.7	6.8	3.9	5.0	10.7	10.3	9.6	6.4	20.1
家具	4.2	5.2	9.1	7.0	0.2	▲2.0	2.3	5.1	6.2	4.8	2.6	1.9
家電	2.4	2.5	7.2	2.0	▲4.1	▲1.4	0.0	6.3	2.1	1.7	1.3	2.0
建材・園芸	8.7	5.5	4.6	3.5	2.6	2.6	1.0	5.4	4.5	3.8	3.7	6.2
食料品	3.2	3.0	2.3	2.3	4.0	3.3	1.9	2.0	3.3	2.5	2.5	12.6
医療	2.5	5.1	5.6	4.7	4.6	3.0	4.5	5.5	6.3	7.0	7.9	5.6
ガソリン	▲1.9	▲3.4	▲6.6	▲5.3	0.0	0.3	▲5.1	▲3.5	0.4	1.4	0.6	10.5
衣料品	3.0	1.2	4.5	2.4	2.3	▲0.4	0.6	1.8	2.0	1.9	2.9	4.8
スポーツ・趣味	1.1	3.3	4.8	7.4	2.4	▲10.4	▲5.9	▲4.0	▲0.7	▲2.2	▲2.0	1.6
総合商品	0.6	0.9	0.9	1.3	0.5	▲0.4	▲0.6	0.8	2.9	2.0	3.4	12.6
その他	6.0	7.1	6.3	4.8	1.4	1.9	1.4	2.1	0.6	▲0.2	1.4	2.3
無店舗	8.9	7.2	7.4	5.8	9.0	4.3	5.5	7.6	6.8	7.5	8.1	9.0
除く自動車	2.9	2.4	2.5	2.3	2.7	1.3	0.8	2.5	3.4	3.4	3.7	79.9
除く自動車・ガソリン	3.7	3.4	4.1	3.5	3.1	1.4	1.8	3.5	3.8	3.7	4.2	69.4
除く自動車・建材	2.4	2.2	2.4	2.2	2.7	1.2	0.8	2.3	3.3	3.4	3.7	73.7
コア	3.2	3.2	4.0	3.6	3.1	1.3	1.9	3.3	3.8	3.7	4.3	63.2

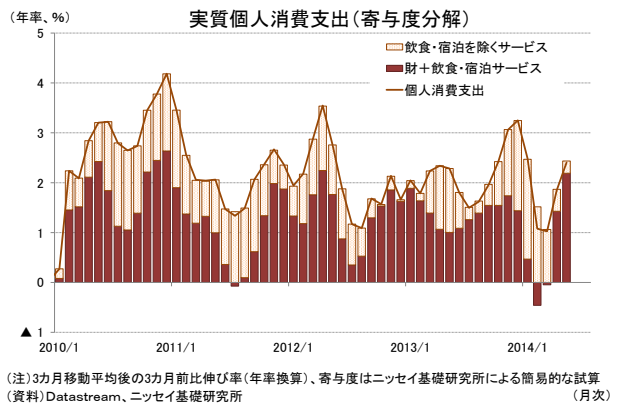
(注) 各項目ごとに網掛けが濃いほど、良好な結果(=伸び率が高い)ことを表す(濃淡は過去3年分のデータから計算)。  
小売売上高のコアは自動車・建材・園芸・ガソリンを除く。  
(資料) Datastreamよりニッセイ基礎研究所作成

6月の小売売上高は、堅調な消費が再確認できた結果だったと言える。コアの売上高が前年同月比で4%台まで回復していることは、その裏付けと言える。一方で、コアには含まれないがシェアの大きい自動車関連の伸び率が、前月比で見るとマイナスに転じている。前年同月比では高めの伸び率を示しており、自動車関連の消費自体は好調と評価できるが、売上高の水準が高くなっているため、今後は、前月対比で見た伸び率が伸び悩む可能性もある。

また、消費全体の動向を見ると、サービス消費に関して、6月下旬に公表された1-3月期のGDP(3次改定値)において医療サービスへの支出が速報段階で推計されていた以上に低迷していたことが判明した。サービス消費については、これまで想定していたよりも伸びが鈍くなる懸念も生じている。

足もとではコアの小売売上高に代表されるように、消費の基調自体は堅調であると想定されることから、自動車やサービス消費の伸び率がやや低迷しても、消費全体が低迷しているわけではない。ただし、消費は米国経済の原動力であるだけに、消費全体の伸び率がどの程度まで高まるのか(例えば、実質で3%付近の成長を安定的に達成できるのか)になど、その強さに対する注目度は高まってきていると言えるだろう(図表5)。

(図表 5)



(お願い) 本誌記載のデータは各種の情報源から入手・加工したものであり、その正確性と安全性を保証するものではありません。また、本誌は情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、いかなる契約の締結や解約を勧誘するものではありません。