

経済・金融 フラッシュ

【8月米小売売上高】 個人消費への不透明感は和らぐ

経済研究部 研究員 高山 武士

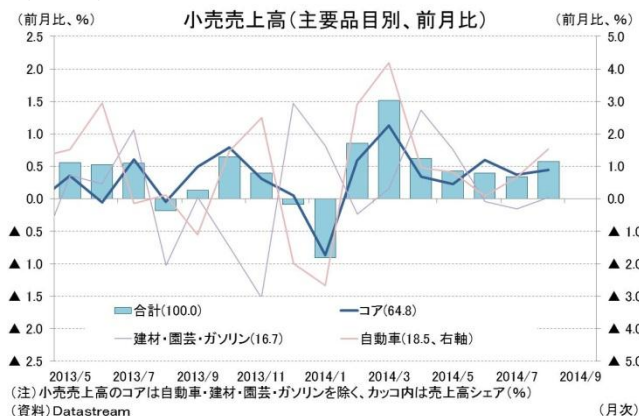
TEL:03-3512-1824 E-mail: takayama@nli-research.co.jp

1. 結果の概要: 不透明感が和らぐ

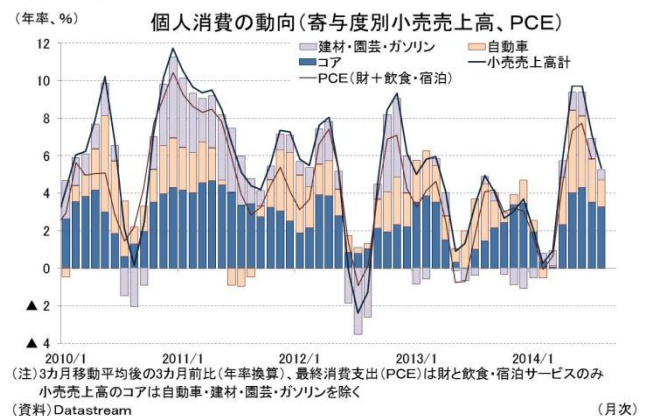
9月12日、米国商務省が8月の小売売上高を公表した¹。結果は前月比+0.6%となり、前月改定値(同+0.3%)から加速、市場予想の+0.6%(Bloomberg集計の中央値)と同じとなった(図表1)。また前月分(7月)が速報値の前月比+0.0%から上方修正され同+0.3%に、前々月分(6月)も速報値の前月比+0.2%から同+0.4%に上方修正されている。3カ月移動平均の前期比年率では+5.4%(前月:同+7.1%)であった(図表2)。

8月の小売売上高は前月から加速、さらに前月・前々月も上方修正された。前月に公表された7月の速報値は冴えない結果であったが、今回は米国の順調な経済成長シナリオに沿った内容となり、ひとまず消費の腰折れ懸念は後退したと言える。

(図表1)



(図表2)



2. 結果の詳細: 多くの品目が好調

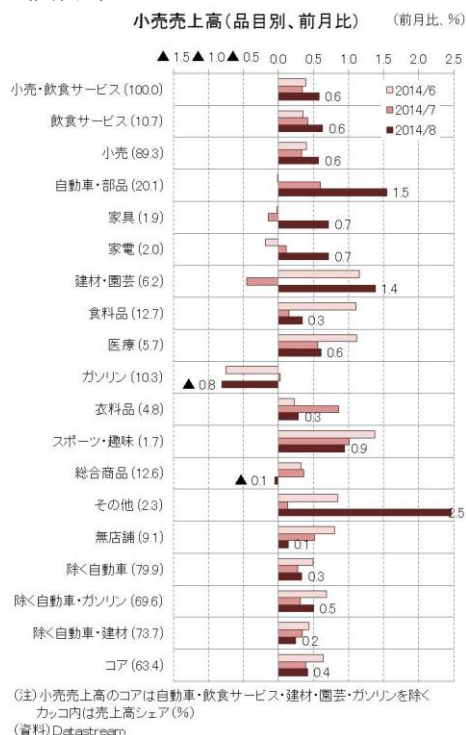
8月の小売売上高を品目別(販売業態別)に見ると(図表3)、前月比ではシェアの大きい「自動車・部品」が+1.5%となり、前月(同+0.6%)から大きく加速、全体の伸びを牽引した。その他、「家具」「家電」「建材・園芸」「食料品」「医療」「その他」といった品目(販売業態)も伸び率を高めた。一方、「ガソリン」「衣料品」「総合商品」「スポーツ・趣味」「無店舗」は減速したものの、「ガソリン」の前月比▲0.8%(前月:同+0.0%)と「総合商品」の前月比▲0.1%(前月:同+0.4%)を除けばプラスの伸び率を維持しており、総じて見れば好調な結果と言えるだろう。

¹ 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も飲食サービスを含んだ、(統計として公表されている)小売売上高全体を指すこととする。

自動車・建材・園芸・ガソリンを除くコア売上高で見ると前月比+0.4%（前月：同+0.4%）と横ばいであったが、前月分が速報値の前月比+0.1%から改定値の同+0.4%に上方修正されている。

基調をつかみやすい前年同月比で見ると（図表4）、高めの伸び率を続けている「自動車・部品」が前年同月比+8.9%（前月：同+7.3%）と加速、同じく「医療」も前年同月比+8.1%（前月：同+7.6%）と高めの伸び率を維持している。また、マイナスが続いていた「スポーツ・趣味」が前年同月比+4.8%（前月：同▲0.9%）とプラスに転じた。その結果、小売売上全体でも前年同月比+5.0%（前月：同+4.2%）と伸び率が高まった。

（図表3）



（図表4）

小売売上高(品目別、前年同月比) (前年同月比、%)

	2013/10	2013/11	2013/12	2014/1	2014/2	2014/3	2014/4	2014/5	2014/6	2014/7	2014/8	シェア
小売・飲食サービス計	3.9	3.9	3.4	1.8	1.6	4.1	4.7	4.6	4.4	4.2	5.0	100.0
飲食サービス	4.1	4.6	2.6	1.4	3.1	4.6	3.8	5.7	6.8	6.6	7.1	10.7
小売	3.9	3.8	3.5	1.8	1.5	4.0	4.8	4.4	4.1	3.9	4.8	89.3
自動車・部品	10.2	10.7	6.8	3.9	5.0	10.7	10.3	9.4	6.6	7.3	8.9	20.1
家具	9.1	7.0	0.2	▲2.0	2.3	5.1	6.2	4.5	2.3	2.6	3.0	1.9
家電	7.2	2.0	▲4.1	▲1.4	0.0	6.3	2.1	1.5	0.8	1.0	1.7	2.0
建材・園芸	4.6	3.5	2.6	2.6	1.0	5.4	4.5	4.5	7.2	3.8	6.7	6.2
食料品	2.3	2.3	4.0	3.3	1.9	2.0	3.3	2.6	3.4	3.2	3.6	12.7
医療	5.6	4.7	4.6	3.0	4.5	5.5	6.3	7.1	8.3	7.6	8.1	5.7
ガソリン	▲6.6	▲5.3	0.0	0.3	▲5.1	▲3.5	0.4	1.1	▲0.9	▲0.9	▲0.8	10.3
衣料品	4.5	2.4	2.3	▲0.4	0.6	1.8	2.0	1.8	1.9	2.0	3.2	4.8
スポーツ・趣味	4.8	7.4	2.4	▲10.4	▲5.9	▲4.0	▲0.7	▲2.2	▲1.0	▲0.9	4.8	1.7
総合商品	0.9	1.3	0.5	▲0.4	▲0.6	0.8	2.9	1.6	2.1	2.1	1.9	12.6
その他	6.3	4.8	1.4	1.9	1.4	2.1	0.6	▲0.1	2.7	3.0	3.4	2.3
無店舗	7.4	5.8	9.0	4.3	5.5	7.6	6.8	7.4	8.0	7.0	7.1	9.1
除く自動車	2.5	2.3	2.7	1.3	0.8	2.5	3.4	3.4	3.9	3.4	4.1	79.9
除く自動車・ガソリン	4.1	3.5	3.1	1.4	1.8	3.5	3.8	3.8	4.6	4.1	4.8	69.6
除く自動車・建材	2.4	2.2	2.7	1.2	0.8	2.3	3.3	3.3	3.6	3.4	3.8	73.7
コア	4.0	3.6	3.1	1.3	1.9	3.3	3.8	3.7	4.4	4.2	4.6	63.4

(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

8月の小売売上高は伸びが加速する品目が目立ち、小売売上全体は前年同月比で+5.0%まで回復、コア売上高も前年同月比で4%台後半まで加速した。財消費は安定した伸びを示し、個人消費が腰折れする懸念はひとまず後退したと言える。ただし、小売売上高以外の個人消費関係の統計を見ると、足もとでサービス消費の低迷が目立っている（図表5）。また、財消費でも自動車販売台数などはすでに金融危機前の水準に達しているため、一層の伸び率加速に期待しにくくなっている。家計の所得環境の面でも、実質賃金が伸び悩んでおり、購買力上昇の兆しは今のところ見られない。

今回の結果は、米国の順調な経済成長シナリオに沿った内容であり好感される。ただし、持続的な消費の伸びに対する懸念材料が払拭されている訳ではなく、引き続き個人消費の動向は注目と言える。特に、今後は足もとで低迷しているサービス消費の動向が重要となるだろう。

（図表5）

