

Economic Monitor

所 長 三輪裕範 03-3497-3675 miwa-y@itochu.co.jp
主任研究員 丸山義正 03-3497-6284 maruyama-yo@itochu.co.jp

米国の9月小売りは底堅いも、10月以降は財政問題が重石に

9月小売は6か月ぶりの減少も、自動車販売の歪みを勘案すれば、堅調。7～9月期で見ても増勢が加速。但し、10月以降は財政問題による下押しが及ぶため、先行きは弱含む可能性が大。

9月小売は自動車を除けば堅調

米国の9月の小売・飲食サービス売上高（以下、小売売上高）は前月比▲0.1%（8月0.2%）と6ヶ月ぶりの減少に転じた。但し、これは、レイバー・デーが9月2日となった関係で自動車販売が8月に集中して計上され、9月は▲2.2%（8月0.7%）と落ち込んだ影響が大きい。自動車に加え建設資材とガソリンスタンド売上高も除いたコア売上高で見ると、小売売上高は8月0.2%から9月0.5%へ伸びが加速した。財政問題に対する懸念から消費者マインドは9月から弱含んでいたが¹、実際の消費行動という観点において9月時点はまだ持ちこたえていたと判断できる。品目別に見ると、家具や電気製品などが好調だった。

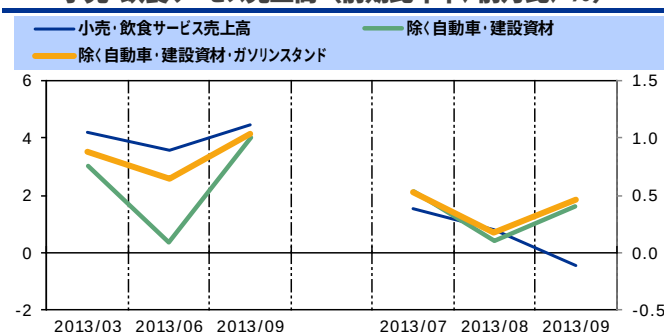
10月以降は財政問題が懸念材料

しかし、10月1～16日に連邦政府機関閉鎖（Government Shutdown）が生じるなど、財政問題がこじれたため、10月に消費者マインドは急低下している。そのため、10月の小売売上高は再び減速する可能性が高く、先行きを楽観視はできない。年末に控えるクリスマス商戦は小売業の業績を大きく左右するため、消費者マインドの動向には、引き続き注意が必要である。

7～9月期の財消費は堅調も、サービス消費が足を引っ張る

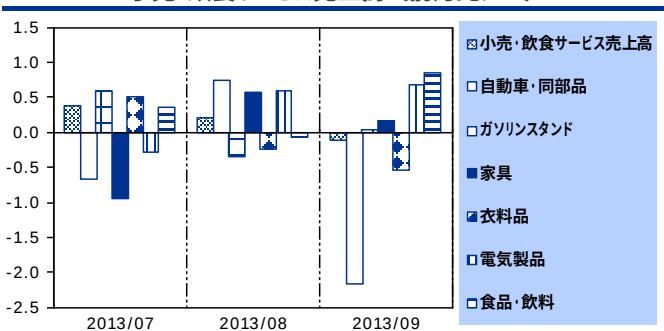
7～9月期で見ると、小売売上高は前期比年率4.5%（4～6月期3.6%）に伸びを高めた。インフレ変動の影響を受けにくいコア売上高で見ても4.1%（4～6月期2.6%）と堅調であり、7～9月期の財消費は底堅く推移したと判断できる。9月の小売売上高を押し下げた自動車販売も、7～9月期では6.1%（4～6月期14.0%）と増加している。但し、GDP統計ベースの個人消費については、サービス消費の低迷が響き、4～6月期の前期比年率1.8%が、7～9月期に1.6%へ小幅減速すると見込まれる。

小売・飲食サービス売上高（前期比年率、前月比、%）



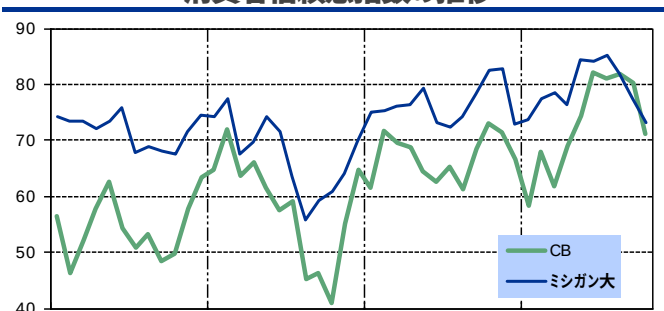
(出所) Department of Commerce

小売・飲食サービス売上高（前月比、%）



(出所) Department of Commerce

消費者信頼感指数の推移



(出所) The Conference Board, Thomson Reuters

¹ ミシガン大消費者マインド指数は8月82.1、9月77.5、10月73.2、またカンファレンスボード指数は8月81.8、9月80.2、10月71.2である。