

U.S. Indicators

発表日:2023 年 4 月 14 日(金)

米国 3 月小売ヘッドラインの下振れは消費の弱さを示さず

～給与所得増加、良好な労働市場を支えに、コア小売は拡大モメンタムをさらに強めた～

第一生命経済研究所 経済調査部

主任エコノミスト 桂畑 誠治(Tel:050-5474-7493)

23 年 3 月の小売・飲食サービス売上高は、前月比▲1.0%（2 月同▲0.2%）と減少幅を拡大し、市場予想中央値（ブルームバーグ集計）の同▲0.5%を下回った（1、2 月に合計 0.1%上方修正）。1 月急増の反動やガソリンの大幅減で下振れた。また、変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は、前月比▲0.8%（2 月同+0.0%）と減少に転じ、市場予想中央値の同▲0.4%を下回った。

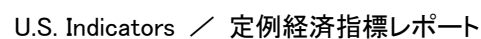
一方、小売売上高の基調を判断するうえで重要なコア小売売上高（自動車・ガソリン・建材を除く小売・飲食サービス売上高）は、前月比▲0.2%（2 月同+0.1%）と減少に転じたが、1、2 月合計で 0.2%上方改定された。3 月のコア小売売上高は、温暖な天候等によって 1 月に急増したうえ、2 月も拡大した反動で、小幅減少した。しかし、3 ヶ月移動平均・3 ヶ月前対比年率で、3 月に+11.4%（2 月+7.4%：速報の+7.1%から上方修正）と加速、小売売上高は拡大モメンタムをより強めている。また、1－3 月期のコア小売売上高は、前期比年率+11.4%と 10－12 月期の前期比年率+3.5%から大幅に加速した。雇用の拡大、実質給与所得の増加傾向、人の移動の活発化が続いたなかで、暖冬効果が加わり、1－3 月期の小売売上高は力強さを増した。

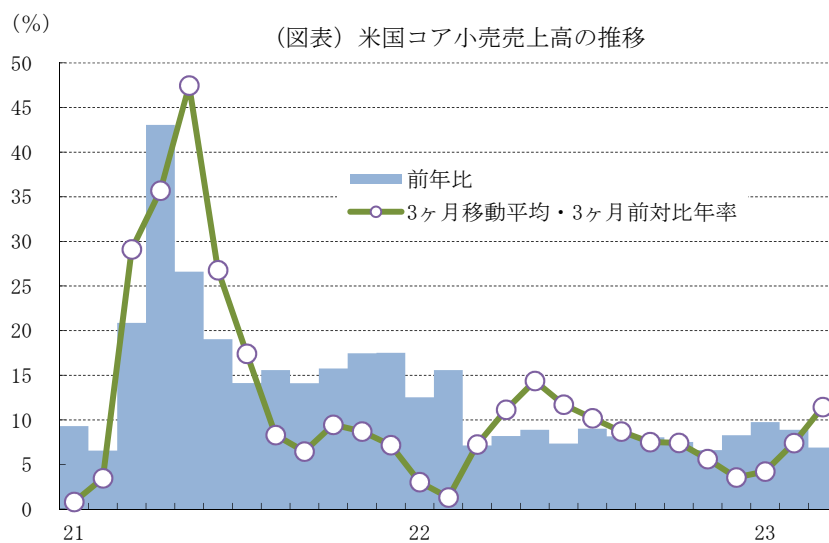
3 月の業態別の動向では、前月比で主要 13 業態のうち 5 業態（2 月 5 業態）が拡大した一方、8 業態（2 月 7 業態）が縮小した。前月からの変化をみると、スポーツ用品・本・趣味用品、その他小売、飲食店が増加に転じたほか、無店舗小売が高い伸びを維持した。一方、建設資材、食品・飲料、ガソリンスタンド、百貨店など一般小売が減少に転じたうえ、自動車・同部品、家具、家電、衣料品が減少を続けた。また、薬局が鈍化した。

3 月小売売上高（前月比▲0.99%、2 月同▲0.21%）の主要 13 業態の前月比寄与度をみると、押し上げ寄与の業態は、大きい順に無店舗小売（+0.31%、同+0.21%）、飲食店（+0.02%、同▲0.21%）、薬局（+0.01%、同+0.05%）、その他小売り（+0.01%、同▲0.05%）と続いた。また、スポーツ用品・本・趣味用品（0.00%、同▲0.01%）はゼロ寄与となった。一方、押し下げ寄与の業態は、大きい順にガソリンスタンド（▲0.44%、2 月同 0.00%）、自動車・同部品（▲0.31%、同▲0.24%）、百貨店を含む一般小売（▲0.31%、同+0.09%）、建設資材（▲0.13%、同+0.01%）、衣料品（▲0.06%、同▲0.08%）、家具（▲0.02%、同▲0.05%）、家電（▲0.02%、同▲0.02%）、食品・飲料（▲0.01%、同+0.09%）と続いた。

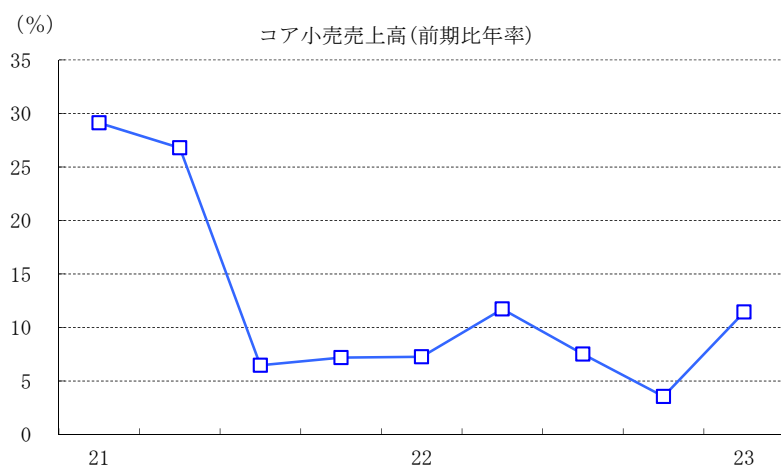


*2: 非耐久財関連は、小売売上高の合計から、耐久財関連を除いたもの。





(出所) 米商務省



(出所) 米商務省データより作成。

(注) コア小売=建設資材・ガソリン・自動車を除いた小売売上高

(四半期)

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命保険ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。

