

# U.S. Indicators

マクロ経済指標レポート

## 米国 減少も小売販売の基調は依然強い状態持続 (06年2月小売売上高)

発表日：06年3月14日(火)

～1-3月期の個人消費の高い伸びは変わらず～

(No. UI-212)

第一生命経済研究所 経済調査部

桂畑 誠治(かつらはた せいじ)

(03-5221-5001 : [sei-ji@dlri.dai-ichi-life.co.jp](mailto:sei-ji@dlri.dai-ichi-life.co.jp))

### 小売・飲食サービス売上高 (Retail and Food Services Sales)

	小売・飲食サービス売上高			耐久財関連 (*1)				非耐久財関連 (*2)		
			除く車		自動車	家具	家電		衣料品	ガソリン
05/02	+1.1	(+8.1)	+1.0	+1.1	+1.6	+0.1	+3.6	+1.1	+2.9	+2.0
05/03	+0.2	(+6.0)	+0.2	+0.4	▲0.1	▲0.0	▲0.4	+0.2	▲2.4	+2.1
05/04	+1.8	(+9.1)	+1.6	+2.0	+2.5	+0.4	▲0.1	+1.6	+2.9	+2.5
05/05	▲0.3	(+6.3)	+0.0	▲0.9	▲1.5	▲0.1	+0.2	+0.0	▲0.8	+0.1
05/06	+1.9	(+9.8)	+1.0	+3.3	+4.8	+2.3	+0.1	+1.2	+1.0	+3.0
05/07	+1.7	(+10.3)	+0.5	+3.7	+5.7	+0.4	+0.5	+0.7	▲1.0	+4.3
05/08	▲1.8	(+8.2)	+1.2	▲7.2	▲11.7	+1.5	+0.4	+1.4	+0.7	+4.5
05/09	+0.3	(+6.6)	+1.3	▲1.5	▲3.4	+1.1	+1.2	+1.3	▲0.1	+4.8
05/10	+0.2	(+5.9)	+0.7	▲0.8	▲1.8	▲1.3	+0.5	+0.7	+2.7	▲0.5
05/11	+0.9	(+6.8)	▲0.3	+3.9	+5.5	+1.1	+0.4	▲0.9	▲0.0	▲5.8
05/12	+0.3	(+5.7)	+0.1	+0.3	+0.9	▲0.9	▲0.9	+0.3	▲0.4	▲0.7
06/01	+2.9	(+9.4)	+2.6	+5.2	+4.2	+6.5	+4.6	+1.5	+2.4	+4.3
06/02	▲1.3	(+6.7)	▲0.4	▲2.9	▲4.6	▲4.0	▲2.0	▲0.2	▲3.3	▲1.6

(出所) 商務省 (Department of Commerce)

(注) 数字は季調済前月比。但し、( ) 内は前年同月比 (未季調)。

\*1: 耐久財関連は、自動車・家具・家電・建材関連の売上の合計。

\*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。

### 自動車を除く小売売上高は同▲0.4%と市場予想を上回った

06年2月の小売・飲食サービス売上高は、自動車に加えて家具・家電、衣料品、ガソリン等が減少に転じたため前月比▲1.3%と6ヵ月ぶりの減少となった。表面的な下落幅は市場予想である同▲0.8%を上回ったものの、12、1月で合計0.5%ポイント上方改定されており実態は市場予想通りの結果といえよう。

変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は、価格が下落したガソリン販売の縮小、平年よりも温暖だった1月の反動等によって前月比▲0.4%と3ヵ月ぶりの減少となった。もっとも、下落幅は市場予想の同▲0.5%を下回ったうえ、12、1月合計で0.3%ポイント上方改定されていることから、実体は市場予想よりも強かった。また、価格変動の影響を受けやすいガソリン販売を除く小売・飲食サービス売上高 (自動車・ガソリン販売を除く小売・飲食サービス売上高) も、同▲0.3%と1月の同+2.4%から小幅減少にとどまった。

2月の小売売上高は1月の特殊要因の反動がでた。1月には温暖な気温によって、春物衣料、建材の売り上げが急増した。さらに、クリスマスに受け取ったギフトカードが使用されたこと、価格の上昇によってガソリン販売が増加したことによって押し上げられた。2月には気温が平年並みに戻り、ガソリン価格が下落するなど前述の要因が全て剥落したため減少した。このような中、基調を示す3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率でみると、変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は+7.2% (1月+

6.4%)と加速し高い伸びとなった。また、自動車・ガソリン販売を除く小売・飲食サービス売上高も2月に+9.8% (同+9.7%)と高い伸びを維持しており、雇用・所得の拡大持続、住宅価格・株価の上昇によって、小売売上高は好調を維持している。

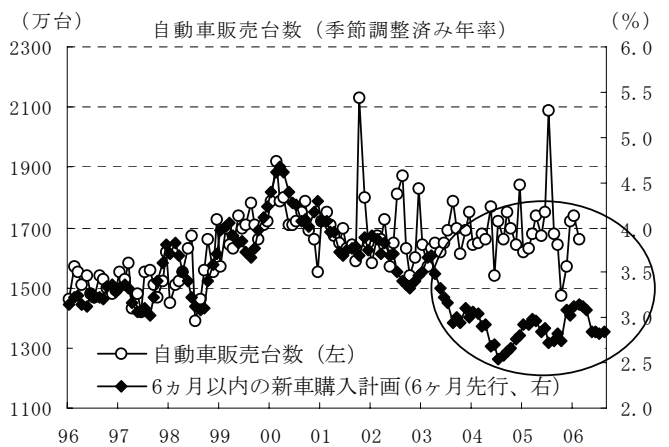
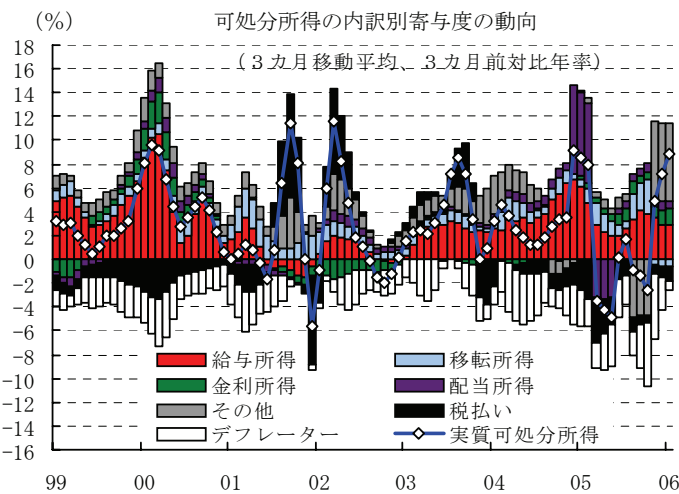
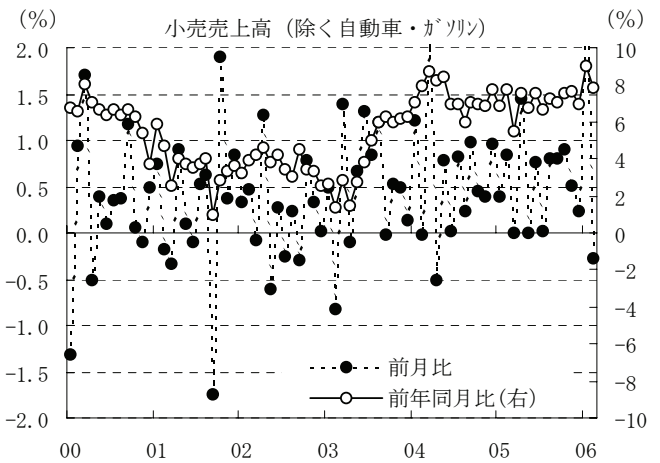
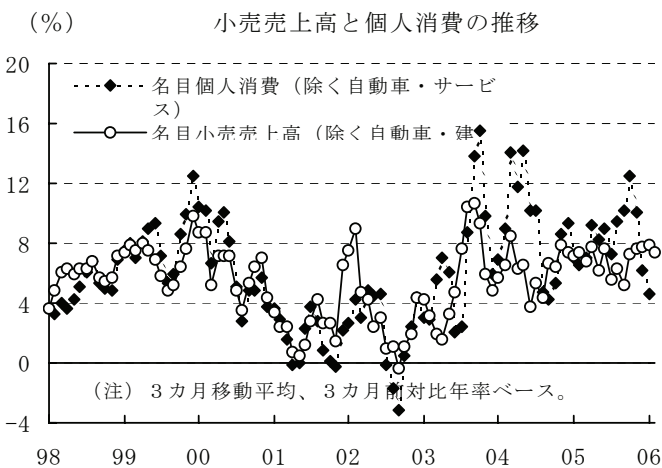
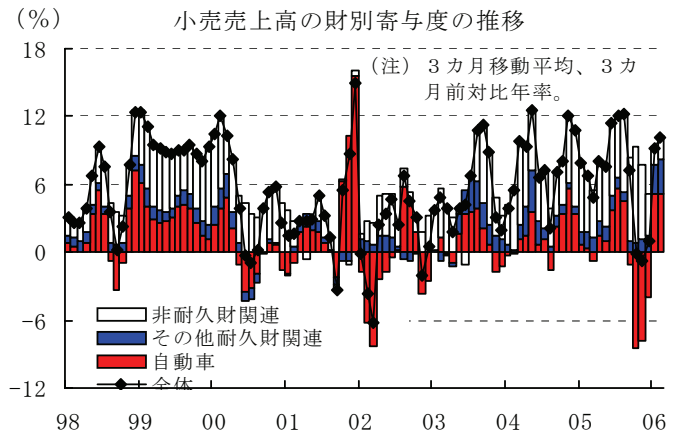
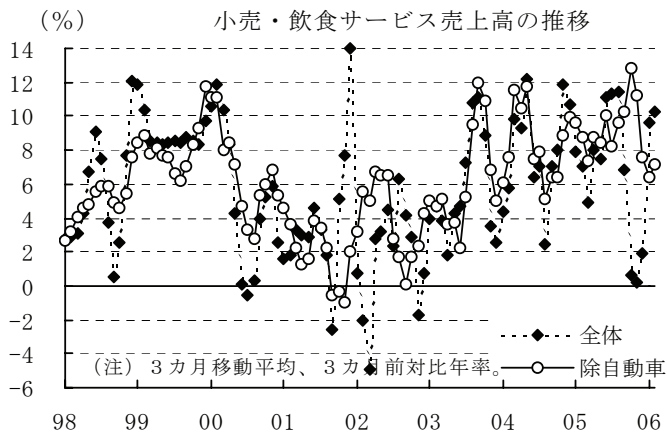
### 耐久財、非耐久財とも減少

財別の動向をみると、非耐久財関連では飲食料品店が加速し、通信販売が増加に転じたものの、スポーツ用品・書籍・趣味用品店、薬局、建設資材店が減速し、百貨店等一般小売、飲食店衣料品、ガソリンスタンドが減少に転じたことから、非耐久財は前月比▲0.2% (1月同+1.5%)と減少した。加えて、耐久財販売は家具、家電販売、自動車販売が減少に転じたことから同▲2.9% (同+5.2%)と4ヵ月ぶりの下落となった。

### 2006年1～3月期は個人消費の高い伸びが予想される

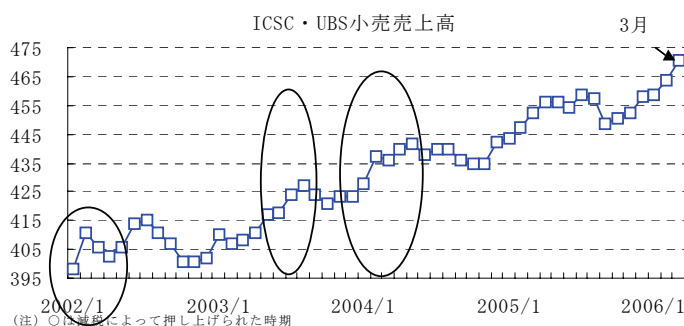
GDPベースの個人消費算出に使われる小売・飲食サービス売上高(除く自動車・ガソリン・建材)は、2月に前月比▲0.5% (1月同+1.7%)と減少した。もっとも、前月が高かった反動であり、1、2月平均では10～12月期対比年率+7.3%と10～12月期の前期比年率+7.7%から小幅鈍化にとどまり高い伸びとなった。加えて、1、2月平均の自動車販売台数が季節調整済み年率1700万台と10～12月期の同1588万台から増加した。

3月入り後も、エネルギー価格の低位安定が続くなか、3月第1、2週の小売売上高は2月対比+1.4%と2月の前月比+1.1%から加速している。今後、エネルギー価格が再上昇する可能性があるものの、雇用・所得の拡大や、株・住宅等の資産残高の増加等によって、目先堅調さを維持するとみられる。このため、2006年1～3月期の個人消費は10～12月期の前期比年率+1.2%から同+5%程度に加速する公算が大きい。その後、4～6月期には雇用・所得の拡大が続くものの、暖冬効果の剥落、エネルギー価格の上昇によって前期比年率+2%台に鈍化すると予想される。



(出所) 米商務省

ABC/WINTPO社週次消費者信頼感指数構成項目の推移



(出所) ICSC・UBS

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。