

## 米国 小売販売の堅調持続 (06年3月小売売上高)

発表日：06年4月13日(木)

～良好な雇用・所得環境に加えて、温暖な天候が消費を押し上げ～

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	
05/03	+0.2	(+5.4)	+0.4	▲0.1	▲0.5	▲0.3	▲0.6	+0.4	▲2.4	+3.4
05/04	+1.8	(+8.5)	+1.6	+2.1	+2.5	+1.3	+0.1	+1.6	+3.0	+2.3
05/05	▲0.6	(+5.8)	+0.0	▲1.5	▲2.6	+0.1	▲0.3	+0.0	▲0.9	▲0.2
05/06	+1.3	(+9.4)	+1.0	+1.8	+2.5	+1.7	+0.5	+1.1	+1.3	+2.2
05/07	+2.5	(+9.9)	+0.4	+6.1	+9.7	▲0.0	+0.3	+0.5	▲1.0	+3.5
05/08	▲1.8	(+8.1)	+1.1	▲6.9	▲11.1	+1.2	+0.3	+1.2	+0.5	+4.3
05/09	+0.4	(+6.6)	+1.5	▲1.6	▲3.6	+2.1	+1.1	+1.6	▲0.2	+6.0
05/10	+0.3	(+6.2)	+0.7	▲0.6	▲1.6	▲1.2	+0.7	+0.7	+2.8	▲1.1
05/11	+0.6	(+6.7)	▲0.4	+3.3	+4.7	+0.5	+0.2	▲1.0	▲0.1	▲6.2
05/12	+0.4	(+5.8)	+0.2	+0.6	+1.4	▲0.7	▲1.2	+0.3	▲0.2	▲0.0
06/01	+3.0	(+9.4)	+2.7	+5.2	+4.1	+6.6	+7.1	+1.7	+2.6	+4.5
06/02	▲0.8	(+7.5)	▲0.3	▲2.1	▲2.8	▲2.4	▲3.5	+0.1	▲1.1	▲1.8
06/03	+0.6	(+7.9)	+0.4	+1.2	+1.6	+0.5	▲1.1	+0.3	▲0.0	▲0.1

(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+0.6%と市場予想を上回った

06年3月の小売・飲食サービス売上高は、前月比+0.6%と自動車に加えて家具等の増加によって拡大に転じた。1、2月で合計0.6%ポイント上方改定されたなかで市場予想である同+0.4%を上回っており、市場予想対比かなり強い内容といえよう。

変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は、前月比+0.4%と市場予想の同+0.5%を下回ったものの、1、2月合計で0.2%ポイント上方改定されていることから、概ね市場予想通りの結果といえよう。また、価格変動の影響を受け易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+0.4%と2月の同▲0.1%から増加に転じた。以上のように、3月の小売売上高は、雇用・所得の拡大、マインドの改善、温暖な天候を背景に堅調を維持した。

基調を示す3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率で見ると、変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は+11.1% (2月+7.7%) 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3月に+12.1% (同+10.3%) と高い伸びを維持した。温暖な天候、雇用・所得の拡大持続、住宅価格・株価の上昇によって、1～3月期の小売売上高は堅調に推移している。

## 耐久財、非耐久財ともに増加

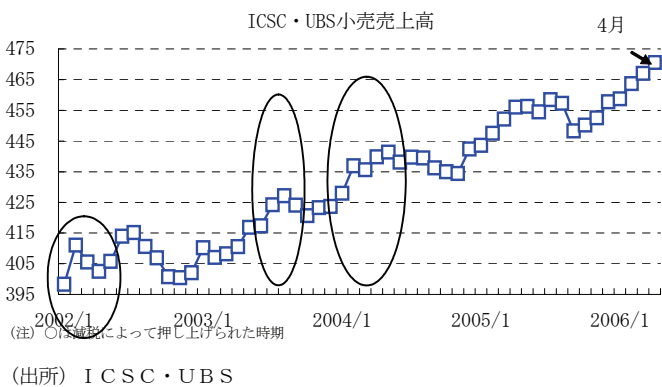
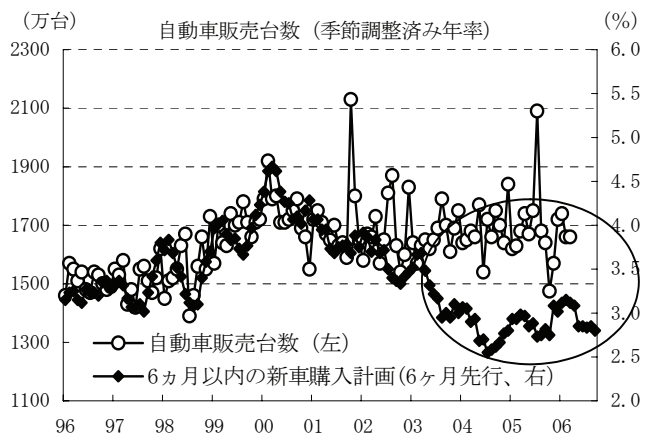
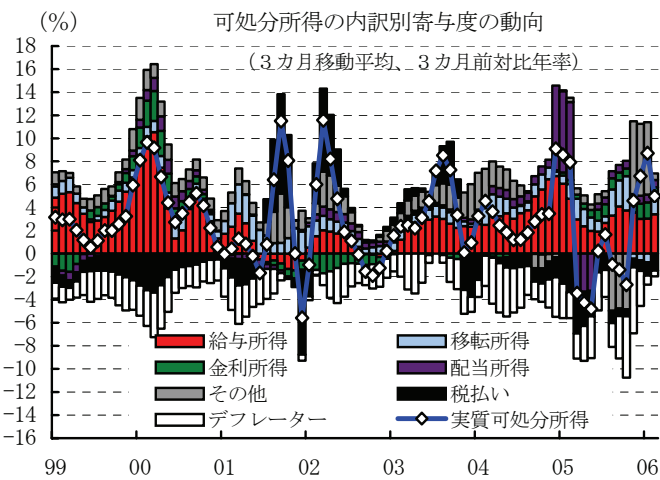
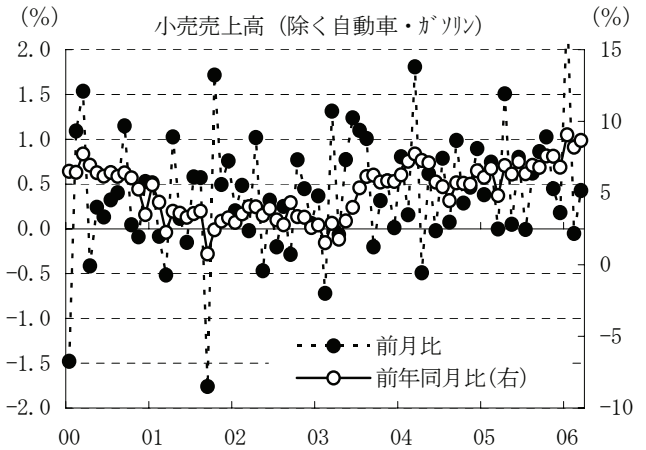
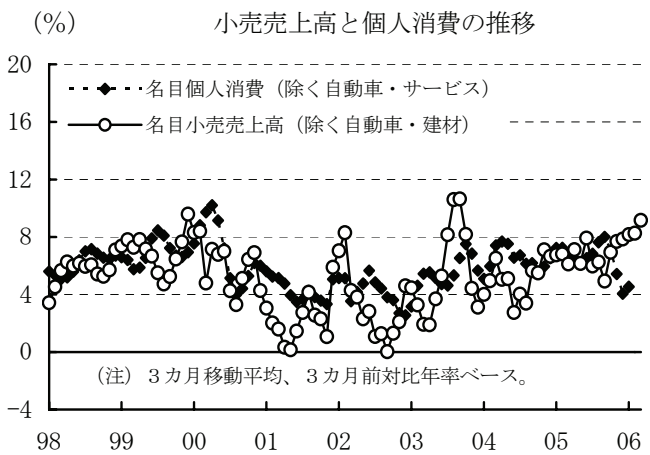
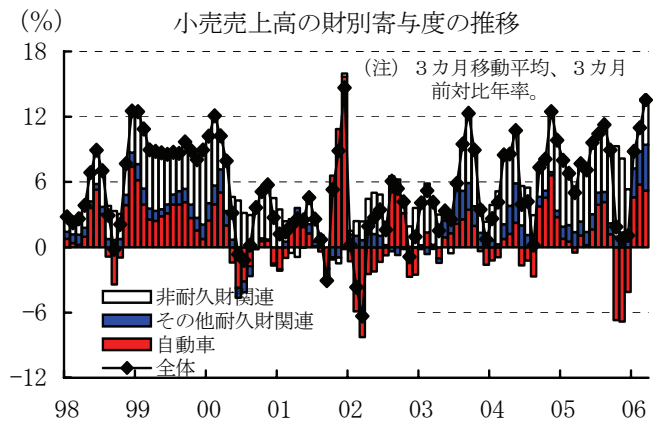
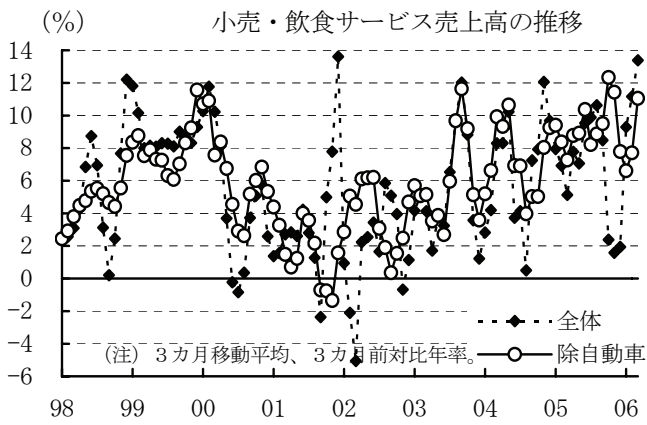
財別の動向をみると、非耐久財関連では通信販売、飲食料品店が減速したものの、建設資材店、薬局が加速した。さらに、スポーツ用品・書籍・趣味用品店、飲食店、百貨店等一般小売、その他小売が増加に転じ、衣料品、ガソリンスタンドがマイナス幅を縮小したことから、非耐久財は前月比+0.3%（2月同+0.1%）と小幅加速した。他方、耐久財販売は自動車販売、家具が増加に転じ、家電販売が減少幅を縮小したことから同+1.2%（同▲2.1%）と拡大に転じた。

## 2006年1～3月期は個人消費の高い伸びが予想される

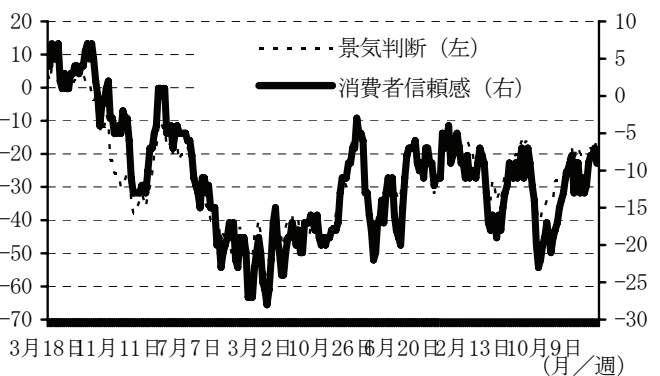
GDPベースの個人消費算出に使われる小売・飲食サービス売上高（除く自動車・ガソリン・建材）は、3月に前月比+0.3%（2月同▲0.1%）と増加した。1～3月期では前期比年率+9.2%と10～12月期の前期比年率+7.9%から加速し高い伸びとなった。加えて、同期の自動車販売台数が季節調整済み年率1687万台と10～12月期の同1588万台から増加した。このため、1～3月期の実質個人消費は同+5%程度と10～12月期の前期比年率+0.9%から加速する公算が大きい。

4月入り後の小売動向は、イースター関連の需要拡大によって4月第1週の小売売上高が3月対比+0.8%と3月の前月比+0.7%から加速するなど、4月前半はイースター関連の需要が小売を押し上げるとみられる。しかし、後半には暖冬効果の剥落、エネルギー価格の上昇によって拡大ペースが鈍化する可能性が高い。

四半期でみると、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+3%程度に鈍化すると予想される。



### ABC/WINTポス週次消費者信頼感指数構成項目の推移



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。