

米国 悪天候によって予想を下ぶれたが小売売上高は堅調さ維持

(11年2月ミシガン大消費者センチ、11年1月小売売上高)

発表日：2011年2月15日(火)

～1-3月期の実質個人消費は前期比年率+3%台に小幅鈍化～

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

03-5221-5001

1月の小売・飲食サービス売上高は前月比+0.3%と鈍化した。2月のミシガン大消費者センチメントは前月比改善

1月の小売・飲食サービス売上高は、悪天候等により前月比+0.3%（前月同+0.5%）と鈍化し市場予想を下回った（市場予想中間値同+0.6%、筆者予想同+0.7%）。さらに、11、12月合計で0.1%下方修正された。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+0.3%（前月同+0.3%）と市場予想を下回ったうえ、11、12月合計で0.3%下方修正された（市場予想中間値同+0.6%、筆者予想同+0.4%）。小売売上高の基調を示すコア小売売上高（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+0.5%（前月同▲0.1%）と増加に転じたが、11、12月合計で0.4%下方修正された影響が大きい。

1月の小売・飲食サービス売上高は、大幅な値下げ販売、所得増加、株高等を映じて拡大基調を維持したものの、悪天候により下ぶれた。業態別では、家電、食品・飲料、百貨店等一般小売が増加に転じ、衣料品が減少幅を縮小した。一方で、家具、建設資材が減少に転じ、自動車、薬局、ガソリン販売、通信販売が鈍化した。さらに、スポーツ用品・本・趣味用品、飲食が減少幅を拡大した。財別でみると、耐久財販売は自動車が鈍化し、家具が減少幅を拡大したが、家電が増加に転じたため拡大した。一方、非耐久財は11月に高い伸びとなったこともあり減少した。

2月のミシガン大消費者センチメントは、75.1と改善したが依然として低い水準にとどまっている。期待指数が小幅低下したものの、株高、失業率の低下を背景に現状指数が改善した。引き続き消費者マインドが低い水準で推移しているため消費の拡大ペースは抑制されているが、所得の増加に見合う形で消費は拡大しており、1～3月期の小売売上高は所得税など減税による所得の押し上げによって、堅調さを維持すると見込まれる。

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	
10/06	▲0.3	(+5.2)	▲0.0	▲1.2	▲1.6	▲1.0	+0.7	+0.1	▲0.1	▲2.4
10/07	+0.5	(+5.6)	+0.3	+1.0	+1.4	+0.9	+0.0	+0.3	▲0.2	+1.8
10/08	+0.9	(+4.2)	+1.0	+0.4	+0.2	+0.4	▲1.0	+1.1	+0.3	+1.6
10/09	+0.9	(+7.7)	+0.8	+1.5	+1.6	+0.0	+1.3	+0.8	▲0.2	+1.7
10/10	+1.6	(+7.9)	+0.8	+4.0	+5.4	▲0.9	▲1.1	+0.7	+1.3	+1.4
10/11	+0.8	(+7.4)	+0.9	▲2.2	+0.3	+0.3	▲1.3	+2.3	+1.6	+4.1
10/12	+0.5	(+7.6)	+0.3	+1.0	+1.5	▲0.0	▲0.9	+0.4	▲1.4	+1.8
11/01	+0.3	(+7.8)	+0.3	+2.3	+0.5	▲0.3	+0.3	▲0.4	▲0.3	+1.4

(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。

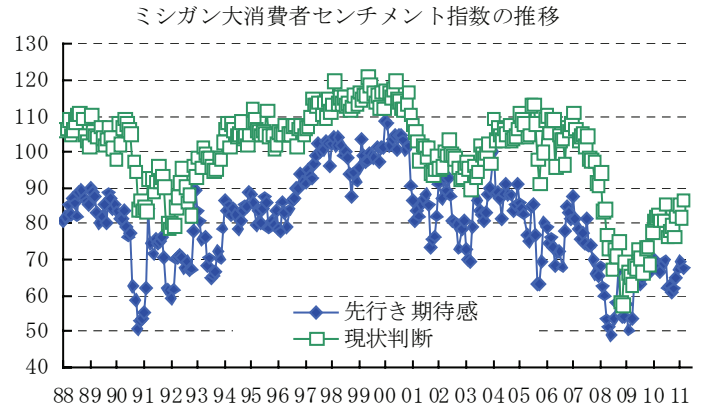
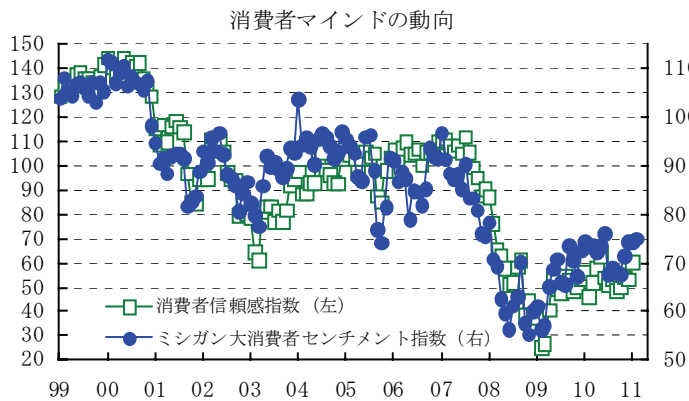
本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。

消費者信頼感 (Consumer Confidence)

	消費者信頼感指数									ミシガン大学消費マインド		
				雇用判断		半年後の景況感		半年以内の購入計画			期待	現状
		期待指数	現状指数	充分	困難	良くなる	悪くなる	自動車	住宅			
10/07	51.0	67.5	26.4	4.4	45.1	15.8	15.3	4.7	1.9	67.8	62.3	76.5
10/08	53.2	72.0	24.9	4.0	45.5	16.9	13.4	4.7	2.1	68.9	62.9	78.3
10/09	48.6	65.5	23.3	3.8	45.8	15.0	16.6	5.0	2.0	68.2	60.9	79.6
10/10	49.9	67.5	23.5	3.5	46.3	15.8	14.4	5.2	2.2	67.7	61.9	76.6
10/11	54.3	73.6	25.4	4.3	46.3	16.4	12.4	5.6	1.7	71.6	64.8	82.1
10/12	53.3	72.3	24.9	4.2	46.0	16.8	11.8	4.6	1.9	74.5	67.5	85.3
11/01	60.6	80.3	31.0	5.2	43.4	19.0	11.3	5.1	2.2	74.2	69.3	81.8
11/02										75.1	67.6	86.8

(出所) The Conference Board, University of Michigan

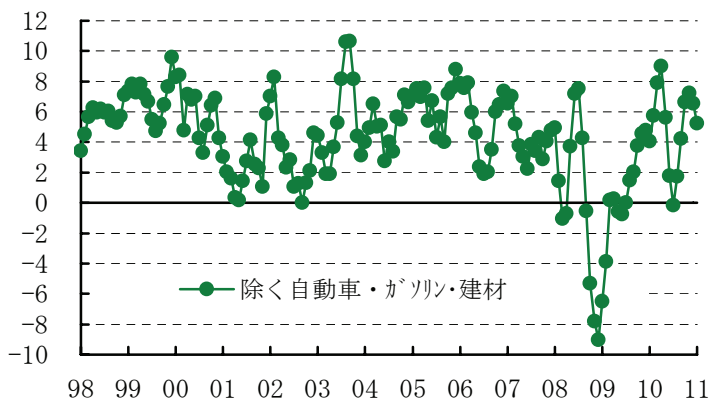
(注) 「雇用判断」、「半年後の景況感」、「購入計画」の単位は%で、全体に占める割合を指す。



コア小売売上高は3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率+5.2%と高い伸びを維持

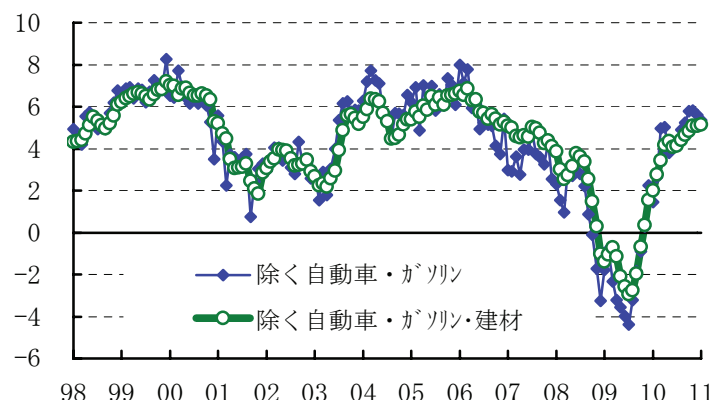
小売売上高のモメンタム（3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率）では、変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は+8.3%（前月+10.0%）とプラス幅を拡大した。このナンバーはガソリン価格上昇の影響を受けるため、小売売上高の基調を示すコア小売売上高（自動車・ガソリン・建材を除く小売・飲食サービス売上高）をみると、+5.2%（前月+6.6%）と高い伸びを維持しており、小売売上高のモメンタムは勢いを保っている。小売売上高は失業率の高止まり、悪天候の影響を受けながらも、雇用者所得の増加、減税や失業保険の給付などによる所得の押し上げ、株高、マインドの最悪水準からの改善、企業の販促等によって、堅調さを保っている。

(%) (図表) 米国：小売・飲食サービス売上高
(3ヵ月移動平均、3ヵ月前対比年率)



(出所) 米商務省

(%) 小売・飲食サービス売上高
(3ヵ月移動平均、前年同月比)



(出所) 米商務省

1～3月期の実質個人消費は前期比年率＋3%台と堅調さを維持する見込み

1月のコア小売売上高は、10～12月期比年率＋2.5%と10～12月期の前期比年率＋6.6%から鈍化した。さらに、1月の自動車販売台数は10～12月期比年率＋9.1%（10～12月期前期比年率＋28.6%）と鈍化した。1～3月期の実質個人消費は前期比年率で＋3.0%台（10～12月期同＋4.4%：下方修正される見込み）に鈍化するものの、悪天候要因の剥落による2、3月の再加速を背景に堅調さを維持する公算が大きい。

実質個人消費は2011年初に減税効果で拡大ペース加速

消費動向に関しては、失業率の高止まり、銀行の消費者ローン向け融資基準の厳格化による信用逼迫・借入れコストの上昇等が抑制要因となるものの、減税による可処分所得の拡大、雇用者所得の増加、値下げ販売、株価の上昇が押し上げ要因となり2011年1～3月期の実質個人消費は前期比年率で＋3%台を維持すると予想される。その後も、雇用・所得の緩やかな拡大を映じて2011年の個人消費は前期比年率＋2～＋3%程度で拡大を続けると見込まれる。