

U.S. Indicators

米国 天候とイースター要因で下ぶれたが小売は堅調さ維持（14年4月小売売上高）

発表日：2014年5月13日（火）

～コア小売の拡大モメンタムが強まった～

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

03-5221-5001

4月小売・飲食サービス売上高は前月比+0.1%と減速

14年4月の小売・飲食サービス売上高は、3月に大幅な増加となった反動等によって、前月比+0.1%（3月同+1.5%）と減速し、市場予想中央値の同+0.4%を下回った。ただし、2、3月合計で+0.6%上方改定されており、これを考慮すると市場予想よりも強い結果といえよう。

内訳を見ると、増加に転じた業態は、ガソリンスタンド、スポーツ用品・本・趣味用品。また、食品・飲料、衣料品が加速した。一方で、家具、家電、その他小売、通信販売、飲食店が減少に転じた。さらに、自動車・同部品、建設資材、薬局、百貨店など一般小売は鈍化した。

4月は悪天候の影響が弱まったことで前月に高い伸びとなった反動によって鈍化した。また、今年はイースターが昨年よりも遅く4月20日（昨年3月31日）だったため、悪天候要因がない場合でも季節調整後の数値が3月に押し上げられ、4月は押し下げられている。これが悪天候に伴う3月上振れ、4月下振れの動きをより強めたと考えられる。以上を考慮すると、雇用・所得の増加、借入基準の緩和など家計を取り巻く環境の改善を背景に、小売売上高は増加ペースを維持していると判断される。今後、家計を取り巻く環境の改善が続くと予想され、小売売上高は増加ペースを再び速める公算が大きい。

自動車・同部品が4月の小売・飲食サービス売上高を最も押し上げ

4月小売売上高の前月比（+0.09%）の寄与度をみると、マイナス寄与の業態では、飲食店が▲0.10%と押し下げ寄与が最も大きく、通信販売が▲0.08%、家電が▲0.05%、その他小売りが同▲0.05%、家具が▲0.01%と続いた。一方、プラス寄与となった業態では、自動車・同部品が+0.11%と最大の押し上げとなった。そしてガソリンスタンドが+0.08%、衣料品が+0.06%、食品・飲料が+0.04%、薬局が+0.03%、建設資材が+0.02%、百貨店を含む一般小売が+0.02%、スポーツ用品・本・趣味用品が+0.01%と続いた。

4月コア小売売上高は前月比▲0.2%と失速も2、3月が上方改定

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+0.0%（3月同+1.0%）と、市場予想の同+0.6%を下回った（2、3月合計で+0.4%上方修正）。

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%（3月同+1.4%）と失速した。ただし、2、3月合計で0.6%と大幅に上方修正された。また、上述のように悪天候の影響の弱まりで3月に急増した反動のほか、イースターの時期が昨年よりも遅いことで、天候による変動の動きを増幅させており、4月のコア小売の減少は一時的と判断される。

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				
13/05	+0.6	(+4.3)	+0.3	+1.7	+2.0	+1.0	▲1.4	+0.3	▲0.7	▲0.4
13/06	+0.5	(+5.9)	+0.1	+1.3	+2.2	+1.8	+0.3	+0.3	+0.0	+0.9
13/07	+0.4	(+5.6)	+0.6	+0.0	▲0.3	▲0.6	▲0.3	+0.5	+0.9	+0.4
13/08	+0.0	(+4.4)	▲0.1	+0.4	+0.7	+0.6	+0.4	▲0.2	▲0.7	▲1.2
13/09	▲0.0	(+3.2)	+0.3	▲0.9	▲1.5	+0.6	+0.6	+0.3	▲1.0	+0.3
13/10	+0.6	(+3.9)	+0.4	+1.0	+1.5	+1.5	+2.7	+0.3	+2.1	▲0.3
13/11	+0.4	(+3.9)	▲0.1	+1.6	+2.5	▲0.1	▲2.2	▲0.4	▲1.1	▲2.7
13/12	▲0.1	(+3.4)	+0.3	▲1.7	▲1.8	▲2.3	▲4.7	+0.9	+0.5	+2.5
14/01	▲0.9	(+1.8)	▲0.5	▲1.4	▲2.5	▲1.0	+2.4	▲0.7	▲1.1	+0.8
14/02	+0.9	(+1.6)	+0.4	+1.8	+2.6	+1.0	+1.1	+0.4	▲0.2	▲0.2
14/03	+1.5	(+4.1)	+1.0	+2.8	+3.6	+1.7	+2.2	+0.8	+1.1	▲1.0
14/04	+0.1	(+4.0)	▲0.0	+0.2	+0.6	▲0.6	▲2.3	+0.2	+1.2	+0.8

(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。

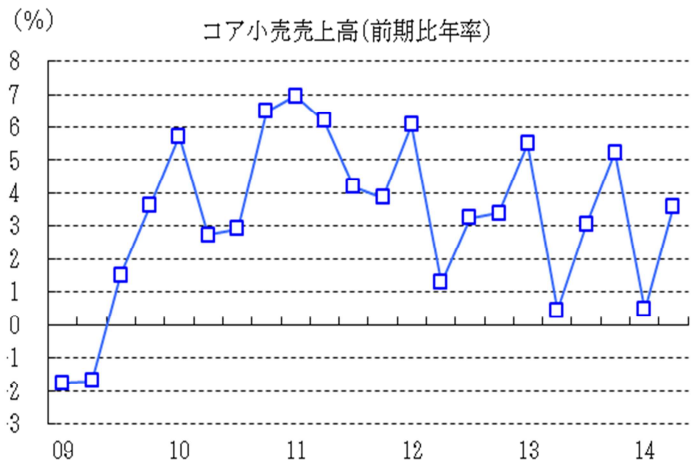
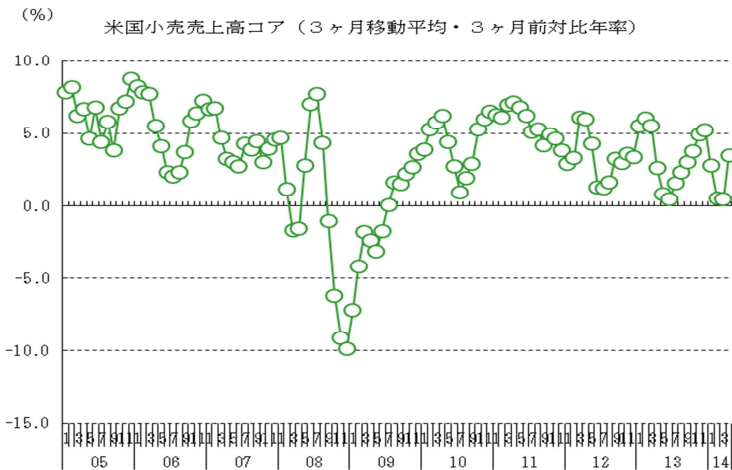
コア小売売上高は悪天候の影響で3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率+3.5%と加速

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) をみると、変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は、家電、一般小売等の増加により+3.6% (前月+1.2%) と加速した。また、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・建設資材を除く小売・飲食サービス売上高) は、悪天候の影響が薄れたことで+3.5% (前月+0.5%) と強まった (下記左図)。雇用・所得の緩やかな増加傾向、借入環境の改善傾向などが続いていることから、小売売上高の拡大モメンタムは、緩やかな増加トレンドを維持すると見込まれる。

14年4-6月期の実質個人消費は前期比年率+3%の伸びを維持する公算

四半期での消費動向については、4月のコア小売売上高が1-3月期比年率+3.6%と1-3月期の前期比年率+0.5%から加速したほか (下記右図)、4月の自動車販売台数が1-3月期比年率+10.4% (1-3月期前期比年率+0.1%) と増加ペースを速めた。

5、6月のコア小売は、雇用・所得の増加、株高、借入環境の改善、消費者マインドの上昇等を背景に増加すると予想される。一方で、1-3月期に高い伸びとなったエネルギー消費、医療費支出の増加ペースが減速するとみられることから、14年4-6月期の実質個人消費は前期比年率+3%台前半の伸びとなる公算が大きい (1-3月期同+3.0%、上方改定される見込み)。



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。