

# U.S. Indicators

米国 増加に転じるも若干期待はずれ（15年3月小売売上高）

発表日：2015年4月14日（火）

～コア小売の拡大モメンタムはさらに鈍化～

第一生命経済研究所 経済調査部

桂畑 誠治

03-5221-5001

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
14/03	+1.5	(+4.5)	+1.0	+2.9	+3.6	+1.1	+2.4	+0.7	+1.5	▲1.6
14/04	+0.2	(+4.7)	+0.1	+0.6	+0.5	+1.0	▲1.2	+0.1	+1.5	+0.0
14/05	+0.4	(+4.6)	+0.4	+0.6	+0.7	▲0.4	▲0.8	+0.2	▲0.6	+0.5
14/06	+0.4	(+4.4)	+0.5	+0.2	▲0.0	▲0.0	▲0.2	+0.5	+0.2	▲0.8
14/07	+0.3	(+4.1)	+0.2	+0.3	+0.7	▲0.5	+1.1	+0.2	+0.6	▲0.0
14/08	+0.6	(+5.0)	+0.3	+1.5	+1.8	+1.6	+0.5	+0.1	+0.4	▲1.5
14/09	▲0.1	(+4.6)	+0.1	▲0.2	▲0.7	▲0.5	+5.2	▲0.2	▲1.3	▲0.8
14/10	+0.3	(+4.3)	+0.2	+0.4	+0.7	+1.3	▲2.1	+0.1	+0.9	▲2.2
14/11	+0.4	(+4.7)	+0.2	+1.3	+1.4	▲0.2	▲0.3	▲0.1	+2.1	▲3.2
14/12	▲0.9	(+3.3)	▲0.8	▲1.0	▲1.1	+1.9	▲2.4	▲1.2	▲1.3	▲7.5
15/01	▲0.8	(+3.6)	▲1.2	+0.8	+0.7	▲0.5	+0.1	▲1.8	▲1.0	▲10.1
15/02	▲0.5	(+1.9)	▲0.0	▲1.9	▲2.1	▲1.2	▲1.2	+0.2	+0.0	+2.3
15/03	+0.9	(+1.3)	+0.4	+2.3	+2.7	+1.4	▲0.5	+0.1	+1.2	▲0.6

（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。

**3月小売・飲食サービス売上高は前月比+0.9%** 15年3月の小売・飲食サービス売上高は、自動車、家具などの増加により、前月比+0.9%（2月同▲0.5%）と4ヵ月ぶりに増加したが、市場予想中央値の同+1.1%を下回った（1、2月合計で0.1%上方修正）。

**また、3月コア小売売上高は前月比+0.4%と3ヵ月ぶりの増加** 内訳を見ると、ガソリン価格の上昇にもかかわらずガソリンスタンドが減少に転じたほか、冬の嵐の襲来を受けた2月の買いだめの反動で食品・飲料、通信販売が減少に転じ、スポーツ用品・本・趣味用品が鈍化した。一方で、自動車・同部品、家具、建設資材、薬局、衣料品、百貨店など一般小売、その他小売が増加に転じたほか、飲食店が加速した。また、家電は減少幅を縮小した。

変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は、建設資材やコア小売の増加を背景に、前月比+0.4%（前月同▲0.0%）と4ヵ月ぶりの増加となった。ただし、市場予想中央値の同+0.7%を下回った（12、1月合計で0.2%上方修正）。

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+0.4%（前月同▲0.2%）と3ヵ月ぶりに増加したものの、1、2月合計で0.2%下方修正された。家具、薬局、衣料品、百貨店など一般小売、その他小売が増加に転じた。

以上のように、3月の小売売上高は、天候の改善等により持ち直したものの、期待より若干弱い内容。また、コア小売売上高は、天候の改善により増加したが、高い伸びとなった後の調整が続くなかで、小幅な伸びにとどまった。ただし、雇用・所得の拡大、借入基準の緩和、良好な金融情勢など家計を取り巻く環境の改善が継続しているほか、消費者マインドが上昇したことを背景に、コア小売売上高の拡大基調は維持されよう。

**3月の小売・飲食サービス売上高では自動車・同部品が最大の押し上げ**

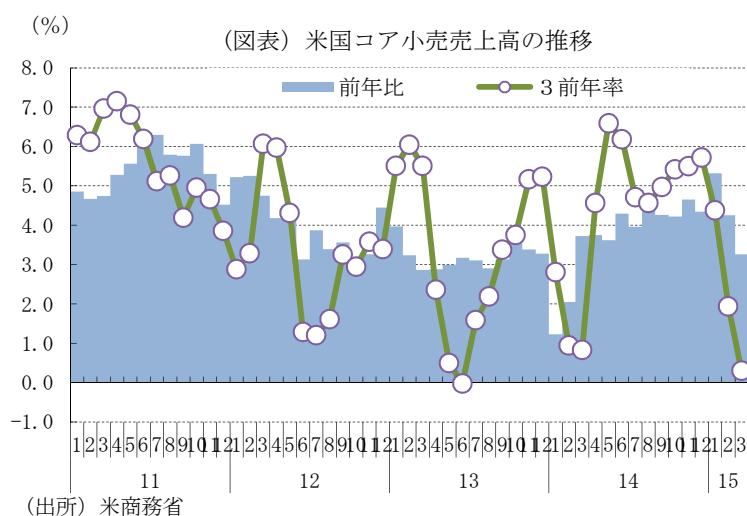
3月小売売上高の前月比(+0.86%)の寄与度をみると、プラス寄与となった業態では、自動車・同部品が+0.57%と最大の押し上げ寄与となった。他では寄与度の大きい順に、建設資材が+0.13%、飲食店が+0.08%、百貨店を含む一般小売が+0.07%、衣料品が+0.06%、その他小売りが+0.04%、家具が+0.03%、薬局が+0.02%。なお、スポーツ用品・本・趣味用品、通信販売は+0.00%。

一方、マイナス寄与の業態では、食品・飲料が▲0.06%と押し下げ寄与が最も大きくなり、ガソリンスタンドが▲0.05%、家電が▲0.01%と続いた。

**コア小売売上高は、3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率+0.3%と鈍化**

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、1月までのガソリン価格下落や2月にかけた悪天候等の影響により▲6.1%(前月▲5.6%)とマイナス幅を拡大した。

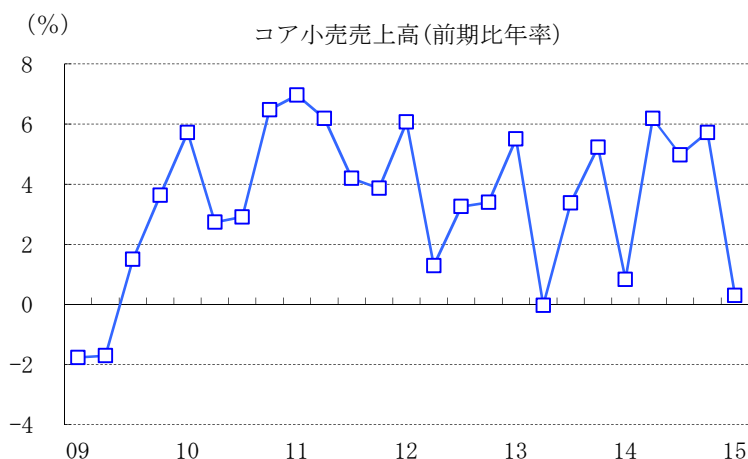
一方、小売売上高の基調を示すコア小売売上高(自動車・ガソリン・建設資材を除く小売・飲食サービス売上高)は、昨年後半の高い伸びの反動に加えて、2月にかけた悪天候の影響により+0.3%(前月+1.9%)と鈍化した。



**15年1-3月期の実質個人消費は前期比年率+1.9%に減速する公算**

四半期では、1-3月期のサービス消費は気温の低下などによるエネルギー支出の増加や医療費支出の拡大傾向等を背景に緩やかに拡大すると予想される。一方で、1-3月期のコア小売売上高が前期比年率+0.3%と10-12月期の前期比年率+5.7%から減速した。また、自動車販売台数も鈍化した。

以上から、1-3月期の実質個人消費は、前期比年率+1.9%に減速する公算が大きい(10-12月期同+4.4%)。



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。