

U.S. Indicators

米国 暖冬による衣料品の減少もあり下振れ(15年12月小売売上高)

発表日：2016年1月15日(金)

～基調はやや鈍化しているが底堅く推移～

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	
15/06	▲0.0	(+1.8)	+0.4	▲1.1	▲1.6	▲1.0	+0.9	+0.5	▲0.9	+1.2
15/07	+0.8	(+2.6)	+0.6	+1.7	+1.5	+0.9	▲1.3	+0.3	+0.3	▲1.0
15/08	+0.0	(+2.0)	▲0.1	▲0.0	+0.3	▲0.1	+0.5	▲0.1	▲0.1	▲2.2
15/09	▲0.1	(+2.2)	▲0.5	+1.0	+1.4	+1.2	+0.8	▲0.7	▲0.6	▲4.8
15/10	+0.0	(+1.6)	+0.1	▲0.0	▲0.3	+0.9	▲1.3	▲0.1	▲0.9	▲1.1
15/11	+0.4	(+1.6)	+0.3	+0.3	+0.5	+0.1	▲0.6	+0.3	+1.4	▲1.3
15/12	▲0.1	(+2.2)	▲0.1	+0.2	+0.0	+0.9	▲0.2	▲0.5	▲0.9	▲1.1

(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。

12月小売・飲食サービス売上高は前月比▲0.1%、コア小売売上高は同▲0.1%に失速

15年12月の小売・飲食サービス売上高は、前月比▲0.1% (前月同+0.4%)と失速し市場予想中央値と一致したが、10、11月合計で0.1%上方修正されており、実態は市場予想より強い。家具、建設資材、スポーツ用品・本・趣味用品が加速したうえ、家電、ガソリンスタンドが減少幅を縮小した。また、薬局、通信販売は伸び率を維持した。一方で、食品・飲料、衣料品、その他小売が減少に転じたほか、百貨店など一般小売が減少幅を拡大した。さらに、自動車・同部品、飲食店は鈍化した。

一方、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▲0.1% (前月同+0.3%)と市場予想の同+0.2%に反して失速した(10、11月合計で0.1%下方修正)。食品・飲料、衣料品、その他小売が減少に転じたほか、百貨店など一般小売が減少幅を拡大した。さらに、飲食店は鈍化した。

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▲0.1% (前月同+0.6%)と失速した。食品・飲料、衣料品、その他小売が減少に転じたほか、百貨店など一般小売が減少幅を拡大した。さらに、飲食店は鈍化した。

12月のコア小売売上高はマイナスに転じたものの、前月の高い伸びの反動や暖冬による衣料品販売の減少による影響が大きく、雇用・所得の拡大基調、マインドの安定等からコア小売売上高の基調の変化を示すものではないと判断される。

12月の小売・飲食サービス売上高では百貨店を含む一般小売が最大の押し下げ

12月小売売上高の前月比(▲0.11%)の寄与度をみると、プラス寄与の業態では、飲食店がともに+0.10%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+0.05%、通信販売が+0.03%、家具が+0.02%、スポーツ用品・本・趣味用品が+0.02%、薬局が+0.01%と続いた。一方、マイナス寄与の業態では、百貨店を含む一般小売が▲0.12%と最大の押し下げ寄与となり、次いでガソリンスタンドが▲

0.09%、その他小売りが▲0.05%、食品・飲料が▲0.04%、衣料品が▲0.04%となった。なお、自動車・同部品、家電が0.00%。

**コア小売売上高は、3
ヵ月移動平均・3ヵ月
前対比年率+2.6%と
鈍化も底堅さ維持**

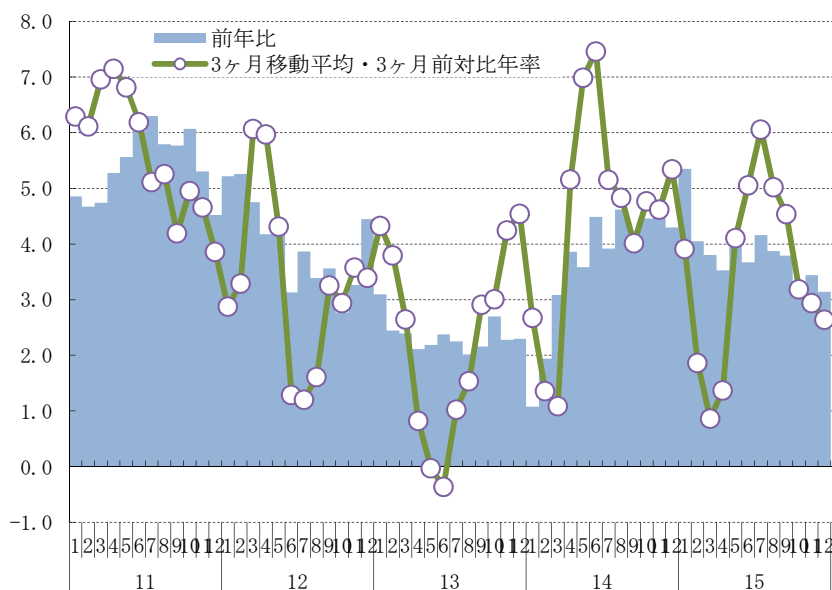
小売売上高のモメンタム（3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率）をみると、変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は、価格下落に伴うガソリン売上の減少等により▲0.2%（前月▲0.5%）とマイナス圏にとどまった。一方、小売売上高の基調を示すコア小売売上高（自動車・ガソリン・建設資材を除く小売・飲食サービス売上高）は、+2.6%（前月+2.9%）と鈍化したが、通信販売、飲食店などの高い伸びを背景に小幅なものとなった。

**10-12月期の個人消費
は鈍化した見込み**

四半期では、10-12月期のサービス消費は、医療、住宅関連等の支出の増加によって、安定した拡大ペースを維持したようだ。一方、10-12月期のコア小売（平均）は前期比年率+2.6%と7-9月期の同+4.5%から鈍化した。以上より、10-12月期の実質個人消費は、前期比年率+2.0%の伸びが予想され、7-9月期同+3.0%から鈍化する公算が大きい。

個人消費は15年半ばの高い伸びから鈍化しているが、雇用・所得の緩やかな拡大、マインドの安定・改善、借入基準の緩和、良好な金融情勢など家計取り巻く環境の改善を背景に拡大基調を維持すると予想される。

(%) (図表) 米国コア小売売上高の推移



(出所) 米商務省

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。