

U.S.Indicators

米国 ハードライン下振れも小売の基調はしっかり（17年3月小売売上高）

公表日：2017年4月14日（金）

～自動車、ガソリンスタンドが年末にかけて増加した反動で落ち込み～

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
16/03	▲0.3	(+1.7)	+0.5	▲2.0	▲3.1	+0.6	▲1.0	+0.7	▲1.3	+4.1
16/04	+1.3	(+3.0)	+1.0	+1.4	+2.3	+0.1	+0.9	+1.4	+0.1	+3.2
16/05	+0.2	(+2.2)	+0.3	▲0.7	▲0.3	+0.8	+0.2	+0.5	+0.4	+1.7
16/06	+0.7	(+2.8)	+0.8	+1.1	+0.5	+1.1	▲0.4	+0.6	+0.2	+2.2
16/07	+0.1	(+2.4)	▲0.4	+1.2	+2.0	▲1.1	▲0.2	▲0.4	▲0.1	▲2.2
16/08	▲0.0	(+2.2)	▲0.0	▲0.1	+0.0	▲0.3	▲0.0	▲0.1	+0.5	▲1.4
16/09	+1.0	(+3.3)	+0.8	+1.6	+1.9	+2.5	▲2.2	+0.7	+0.2	+3.6
16/10	+0.7	(+4.2)	+0.6	+0.6	+0.8	▲0.6	▲0.2	+0.9	▲0.1	+2.7
16/11	+0.2	(+3.9)	+0.3	▲0.1	▲0.3	▲0.5	▲0.4	+0.1	+0.2	+0.0
16/12	+1.0	(+4.4)	+0.4	+2.4	+3.1	▲0.9	▲1.1	+0.6	+0.2	+3.0
17/01	+0.5	(+5.9)	+1.1	▲0.7	▲1.6	+1.9	+2.2	+1.0	+0.4	+2.1
17/02	▲0.3	(+5.1)	+0.0	▲0.5	▲1.5	+0.2	▲1.9	▲0.1	▲2.7	▲0.3
17/03	▲0.2	(+5.2)	+0.0	▲1.0	▲1.2	▲0.3	+2.6	+0.3	+1.0	▲1.0

（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。

3月の小売・飲食サービス売上高は、前月比▲0.2%と2カ月連続減少

17年3月の小売・飲食サービス売上高（速報値、季節調整値）は、前月比▲0.2%（前月同▲0.3%）と市場予想中央値と一致したものの、1、2月合計で0.5%下方修正されており、実態は市場予想よりも弱い。自動車売上高やガソリンスタンド売上高の大幅な減少により、全体が押し下げられた。

内訳をみると、家電、食品・飲料、衣料品、百貨店など一般小売が増加に転じたほか、その他小売が加速した。また、通信販売は高い伸びを維持した。一方、自動車・同部品は減少幅を縮小したものの大幅な減少となった。家具、建設資材、スポーツ用品・本・趣味用品が減少に転じたうえ、薬局が鈍化した。さらに、ガソリンスタンド、飲食店が減少幅を拡大した。

3月の小売・飲食サービス売上高では食品・飲料が最大の押し上げ、自動車が最大の押し下げ

3月小売売上高の前月比（▲0.22%）の寄与度をみると、プラス寄与の業態では、食品・飲料が+0.07%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、通信販売が+0.06%、家電が+0.05%、衣料品が+0.04%、その他小売りが+0.04%、百貨店を含む一般小売が+0.03%と続いた。一方で、マイナス寄与の業態は、自動車・同部品が▲0.25%、建設資材が▲0.10%、ガソリンスタンドが▲0.07%、飲食店が▲0.07%、家具が▲0.01%、スポーツ用品・本・趣味用品が▲0.01%となった。なお、薬局は0.00%。

3月の自動車を除く小売売上高は前月比+0.0%と変わらず

また、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+0.0%と前月の同+0.0%と2カ月連続ほぼ変わらずとなったものの、市場予想中央値の同+0.1%を下回ったうえ、1、2月合計で0.3%下方改定されており、市場予想よりも弱い内容。

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。

家電、食品・飲料、衣料品、百貨店など一般小売が増加に転じたほか、その他小売が加速した。また、通信販売は高い伸びを維持した。一方、家具、建設資材、スポーツ用品・本・趣味用品が減少に転じたうえ、薬局が鈍化した。また、ガソリンスタンド、飲食店が減少幅を拡大した。

3月のコア小売売上高は、前月比で+0.4%と増加に転じ、3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率で+4.1%と加速し高い伸びを維持

一方で、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%）と増加に転じた（1、2月0.2%下方修正）。家電、食品・飲料、衣料品、百貨店など一般小売が増加に転じたほか、その他小売が加速した。また、通信販売は高い伸びを維持した。

3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率をみると、+4.1%（前月+3.7%）と加速し高い伸びを維持している。コア小売売上高のモメンタムは強まっており、小売売上高の基調はしっかりしていると判断される。また、四半期では、1－3月のコア小売売上高は、前期比年率+4.1%（10－12月期前期比年率+3.6%）と加速している。

3月は、昨年末にかけて増加した反動による自動車、ガソリンの下振れによってヘッドラインの数字が悪かったものの、雇用・所得の増加、株高等の資産価格の上昇、消費者マインドの改善、企業の販促の強化等に支えられ、小売売上高の基調はしっかりしていると判断される。

