

U.S. Indicators

米国 自動車やガソリンの減少により下振れ(18年2月小売売上高)

公表日：2018年3月14日(水)

～コア小売の拡大モメンタムは復旧・復興需要の反動や税還付の遅れで鈍化～

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		
17/02	▲0.2	(+4.9)	+0.0	▲0.4	▲1.1	+0.8	▲1.5	▲0.1	▲2.5	+0.4
17/03	▲0.0	(+4.8)	+0.3	▲0.8	▲1.1	+1.2	+3.1	+0.4	+1.8	▲0.2
17/04	+0.3	(+4.5)	+0.3	+0.4	+0.5	▲0.5	+1.8	+0.4	+0.2	▲0.5
17/05	+0.0	(+4.2)	▲0.2	+0.7	+1.1	+1.0	▲1.5	▲0.4	▲0.0	▲3.1
17/06	▲0.1	(+3.0)	▲0.2	+0.4	+0.4	+0.5	▲1.2	▲0.4	+0.7	▲1.4
17/07	+0.5	(+3.7)	+0.5	+0.4	+0.3	▲0.5	▲1.6	+0.6	+0.3	▲0.5
17/08	▲0.1	(+3.5)	+0.5	▲1.2	▲2.0	+0.5	+0.7	+0.5	▲0.4	+3.4
17/09	+2.0	(+5.0)	+1.3	+4.0	+4.8	+0.9	+1.4	+1.4	+0.5	+6.0
17/10	+0.7	(+5.0)	+0.5	+1.1	+1.4	+2.0	+1.4	+0.5	+0.9	+0.2
17/11	+0.8	(+5.9)	+1.2	▲0.6	▲1.0	+0.5	+1.2	+1.6	+0.6	+3.4
17/12	▲0.1	(+5.1)	▲0.0	▲0.1	▲0.2	▲1.2	▲1.7	▲0.2	▲1.1	+0.1
18/01	▲0.1	(+3.9)	+0.1	▲0.9	▲0.9	▲0.3	+1.1	+0.3	+0.9	+1.9
18/02	▲0.1	(+4.0)	+0.2	▲0.3	▲0.9	▲0.8	▲0.1	▲0.0	+0.4	▲1.2

(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。

2月の小売・飲食サービス売上高は、前月比▲0.1%と3ヵ月連続の減少

18年2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▲0.1%(前月同▲0.1%)と市場予想中央値の同+0.3%に反して、3ヵ月連続の減少となった(12、1月合計で0.1%p上方改定)。ただし、ガソリン価格の下落による売上減のほか、復旧・復興需要などによって昨年末にかけて高い伸びとなった反動、税還付の遅れを背景とした落ち込みであり、基調の変化を示すものではない。雇用・所得環境が良好なもと、資産効果等を背景に、小売売上高は拡大基調を維持していると判断される。

内訳をみると、建設資材、スポーツ用品・本・趣味用品、通信販売が増加に転じたうえ、飲食店が加速した。一方、家電、ガソリンスタンド、百貨店など一般小売が減少に転じたほか、家具、薬局が減少幅を拡大した。また、自動車・同部品、食品・飲料が減少を続けた。さらに、衣料品、その他小売が鈍化した。

2月の小売・飲食サービス売上高では、自動車、ガソリンスタンドが大幅な押し下げ要因

2月の小売売上高の前月比(▲0.07%)の寄与度をみると、プラス寄与の業態では、通信販売が+0.12%、建設資材が+0.12%と最大の押し上げ寄与となった。スポーツ用品・本・趣味用品が+0.03%、衣料品が+0.02%、飲食店が+0.02%と続いた。一方、マイナス寄与の業態は、自動車・同部品が▲0.19%、ガソリンスタンドが▲0.10%、百貨店を含む一般小売が▲0.05%、薬局が▲0.02%、家具が▲0.02%、食品・飲料が▲0.01%となった。なお、家電、その他小売りは0.00%。

2月の自動車を除く小売売上高は前月比+0.2%と加速

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+0.2%(前月同0.1%)と加速したものの、市場予想中央値の同+0.4%を下回ったうえ、12、1月合計で0.1%p下方改定された。建設資材、スポーツ用品・本・趣味用品、通信販売が増加

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。

に転じたうえ、飲食店が加速した。一方、家電、ガソリンスタンド、百貨店など一般小売が減少に転じたほか、家具、薬局が減少幅を拡大した。また、食品・飲料が減少を続けた。さらに、衣料品、その他小売が鈍化した。

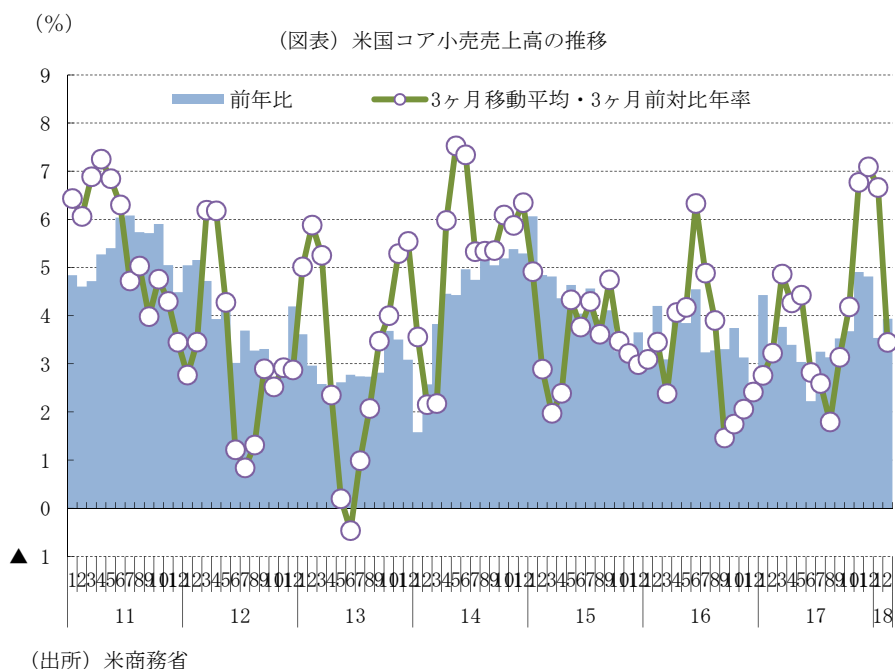
2月のコア小売売上高は前月比で+0.1%と加速も、3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率で+3.4%に鈍化

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+0.0%）と小幅加速したが、12、1月合計で0.1%p下方改定された。スポーツ用品・本・趣味用品、通信販売が増加に転じたうえ、飲食店が加速した。

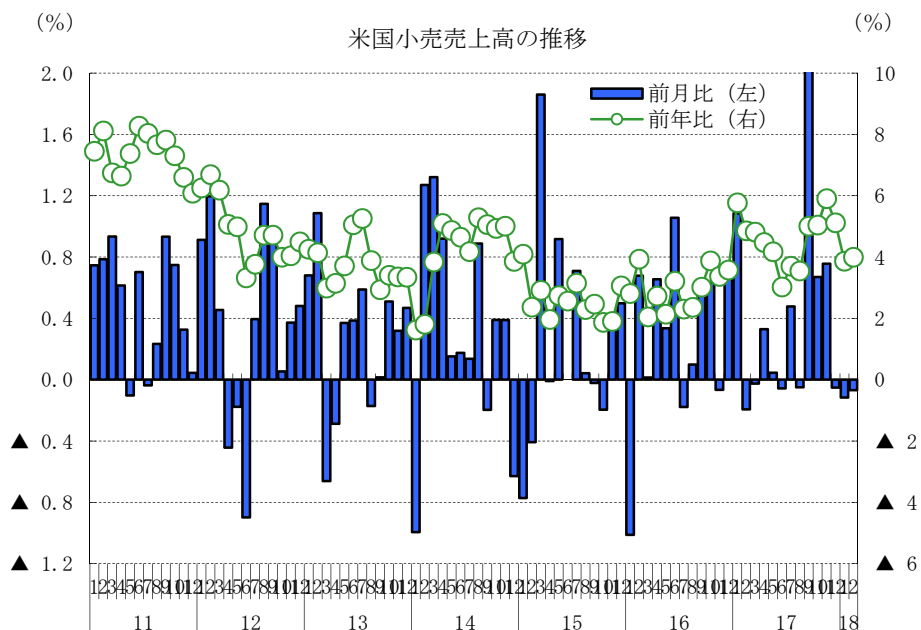
3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率で+3.4%（前月+6.7%）と鈍化した。全米での雇用・所得の増加傾向、株等の資産価格の上昇、消費者マインドの安定など、消費を取り巻く環境は良好な状態を続けた。このような中、復旧・復興需要などによって押し上げられた反動や税還付の遅れ等により、小売の基調を示すコア小売売上高の拡大モメンタムは弱まった。

1、2月のコア小売は+1.4%と前期の前期比年率+7.1%の反動等により鈍化

四半期でみると、1、2月のコア小売売上高（平均）は10-12月期対比年率+1.4%と10-12月期の前期比年率+7.1%から大幅に鈍化した。前期の大幅な伸びの後にもかかわらず拡大基調を維持した。また、3月は、良好な雇用環境の継続、エネルギー価格の落ち着き、減税の開始等もあり、コア小売売上高は拡大すると見込まれる。以上より、1-3月期の実質個人消費は前期比年率+2%程度（10-12月期同+3.8%）に減速するものの、緩やかに拡大すると予想される。



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。



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。