

U.S. Indicators

米国 ヘッドラインが下振れたものの堅調さ維持 (14年5月小売売上高)

発表日：2014年6月12日(木)

～コア小売の拡大モメンタムは一段と強まった～

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

5月小売・飲食サービス売上高は前月比+0.3%と減速

14年5月の小売・飲食サービス売上高は、厳冬による下振れからの持ち直しで3月に大幅な増加となった反動等を背景に、前月比+0.3%（4月同+0.5%）と減速した。市場予想中央値の同+0.6%を下回ったものの、3、4月合計で+0.4%上方改定されており、これを考慮すれば市場予想よりも若干強い結果。

内訳を見ると、増加に転じた業態は、その他小売、通信販売。自動車・同部品は加速した。一方で、食品・飲料、薬局、衣料品、スポーツ用品・本・趣味用品、百貨店など一般小売は減少に転じた。また、家電、飲食店が減少幅を縮小したが、マイナスにとどまった。さらに、家具、建設資材、ガソリンスタンドは鈍化した。

5月は、悪天候の影響が弱まり3月に高い伸びとなった影響の残存で、抑制されたと考えられる。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、小売売上高の増加ペースは維持され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、小売売上高は増加基調を維持する公算が大きい。

自動車・同部品が5月の小売・飲食サービス売上高を最も押し上げ

5月小売売上高の前月比（+0.34%）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+0.28%と最大の押し上げとなった。寄与度の大きい順に、建設資材が+0.07%、通信販売が+0.05%、ガソリンスタンドが+0.04%、その他小売りが同+0.04%、家具が+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▲0.07%と押し下げ寄与が最も大きく、次いで衣料品が▲0.03%、飲食店が▲0.02%、食品・飲料が▲0.01%、薬局が▲0.01%、家電が▲0.01%と続いた。また、スポーツ用品・本・趣味用品は0.00%となった。

5月コア小売売上高は前月比▲0.1%と失速

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+0.1%（4月同+0.4%）と、市場予想の同+0.4%を下回ったものの、3、4月合計で+0.3%上方修正されたことを考慮すると、予想どおりの結果。

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▲0.1%（4月同+0.2%）と失速した（3、4月合計で0.1%上方修正）。悪天候の弱まりで3月に急増した影響の残存によって減少したが、雇用・所得、金融環境、消費者マインドなどの改善傾向を背景に、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	
13/07	+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)	+0.9	+3.4	+3.9	+2.3	+2.7	+0.6	+1.5	▲1.0
14/04	+0.5	(+4.6)	+0.4	+1.0	+0.9	+1.6	▲0.7	+0.4	+1.2	+0.9
14/05	+0.3	(+4.3)	+0.1	+1.1	+1.4	+0.5	▲0.3	+0.0	▲0.6	+0.4

(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。

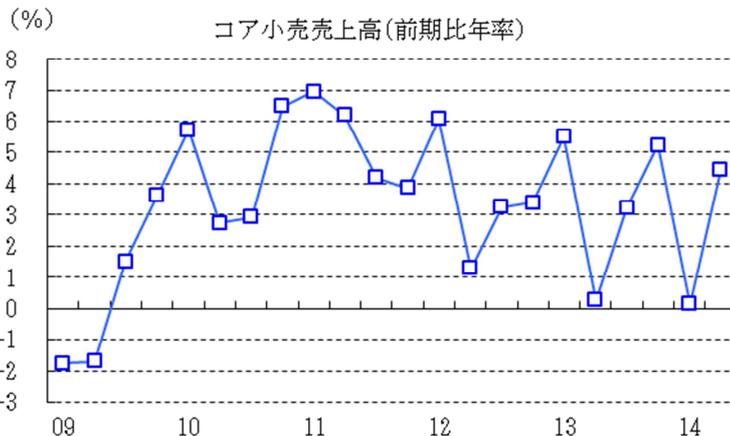
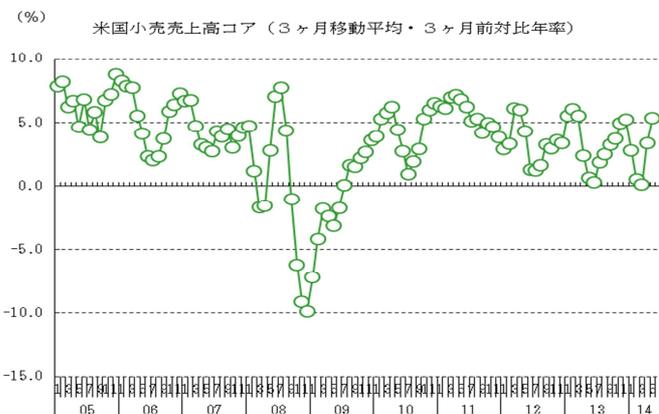
コア小売売上高は悪天候の影響で3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率+5.3%と加速

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、家具、家電等の増加により+5.5%(前月+3.9%)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+5.3%(前月+3.3%)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を背景に、小売売上高の拡大モメンタムは、緩やかなペース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+2%台後半の伸びとなる公算

四半期での消費動向については、4、5月のコア小売売上高が1-3月期比年率+4.5%と1-3月期の前期比年率+0.1%から加速したほか(下記右図)、4、5月の自動車販売台数は1-3月期比年率+20.4%(1-3月期前期比年率+0.1%)と増加ペースを速めた。

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に転じると予想される。同様に自動車販売も高水準を維持しよう。一方で、1-3月期に高い伸びとなったエネルギー消費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+2%台後半の伸びとなる公算が大きい(1-3月期はサービス消費の下方修正により同+3.1%から同+2.3%程度に下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。