

# U.S. Indicators

## 米国 前月比で減少も一時的 (14年12月小売売上高)

発表日：2015年1月14日(水)

～コア小売の拡大モメンタムは堅調さを維持～

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
14/01	▲1.3	(+1.8)	▲0.9	▲1.9	▲2.9	▲0.8	+1.4	▲1.1	▲1.1	▲0.6
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	+0.6	(+4.7)	+0.6	+0.8	+0.8	+0.8	▲0.7	+0.7	+1.5	+1.3
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)	+0.1	+1.4	+1.6	+0.2	+0.1	▲0.1	+2.2	▲3.0
14/12	▲0.9	(+3.2)	▲1.0	▲0.9	▲0.7	+0.8	▲1.6	▲1.3	▲0.3	▲6.5

(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。

### 12月小売・飲食サービス売上高は前月比▲0.9%と失速

14年12月の小売・飲食サービス売上高は、ガソリン、自動車、家電、衣料品などの減少を背景に、前月比▲0.9% (11月同+0.4%)と失速、市場予想中央値(同▲0.1%)を大幅に下回った。さらに、10、11月合計で0.5%下方修正されたことを考慮すると、市場の見方よりもかなり悪い内容。

内訳を見ると、飲食店、家具、薬局が増加ペースを速めたほか、食品・飲料が前月と同様のペースを維持した。一方、自動車・同部品、家電、建設資材、衣料品、スポーツ用品・本・趣味用品、百貨店など一般小売、通信販売が減少に転じたうえ、ガソリンスタンド、その他小売が減少幅を拡大した。

12月の小売売上高は、以下のような一時的な要因によって、マイナスに転じた。11月に販促の強化で自動車、気温の低下により衣料品、修繕需要で建材が加速した反動に加えて、価格下落によるガソリン販売の落ち込みが大きくなった。

雇用・所得情勢の緩やかな改善、借入基準の緩和、ガソリン価格の下落による購買力の押し上げ、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、消費者マインドも安定していることを背景に、小売売上高は堅調さを維持していると判断される。

### 12月の小売・飲食サービス売上高ではガソリンスタンドが最大の押し下げ

12月小売売上高の前月比(▲0.94%)の寄与度をみると、プラス寄与となった業態では、飲食店が+0.09%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、食品・飲料が+0.04%、薬局が+0.03%、家具が+0.01%と続いた。一方、マイナス寄与の業態では、ガソリンスタンドが▲0.58%と押し下げ寄与が最も大きくなり、自動車・同部品が▲0.14%、建設資材が▲0.12%、百貨店を含む一般小売が▲0.11%、その他小

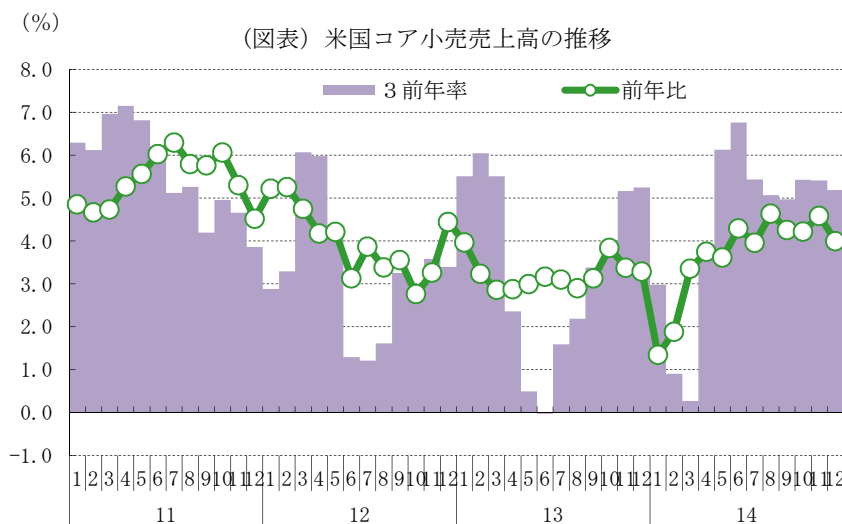
売りが▲0.04%、通信販売が▲0.03%、家電が▲0.03%、衣料品が▲0.02%と続いた。  
 (スポーツ用品・本・趣味用品は+0.00%)。

**12月コア小売売上高は  
前月比▲0.2%と減少**

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▲1.0% (11月同+0.1%) と、市場予想中央値 (同+0.0%) を大幅に下回ったうえ、10、11月合計で0.6%下方修正された。また、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▲0.2% (11月同+0.5%) とマイナスに転じた (10、11月合計で0.2%下方修正)。

**コア小売売上高は、3  
ヵ月移動平均・3ヵ月  
前対比年率+5.2%と  
高い伸び**

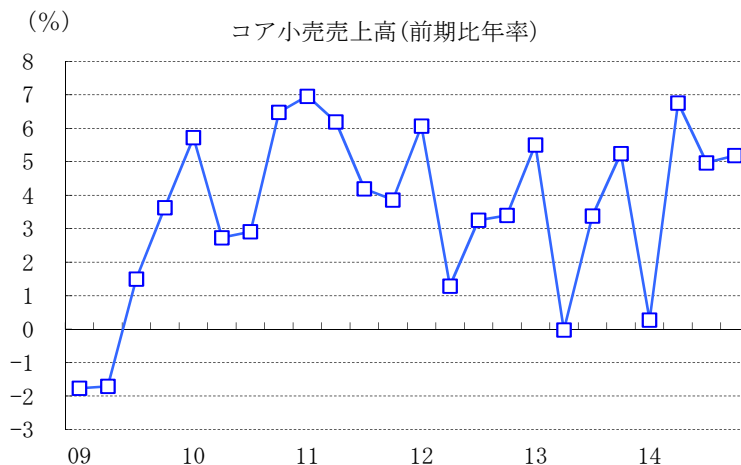
小売売上高のモメンタム (3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率) をみると、変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は、ガソリン価格下落の影響等により+0.5% (前月+2.2%) と減速した。一方、小売売上高の基調を示すコア小売売上高 (自動車・ガソリン・建設資材を除く小売・飲食サービス売上高) は、10、11月の電気、衣料品、薬局等の拡大により高い伸びとなったこと等を背景に+5.2% (前月+5.4%) と高い伸びを維持している。



(出所) 米商務省

**14年10-12月期の実  
質個人消費は前期比年  
率+4%程度の伸びと  
なる公算**

四半期では、10-12月期のコア小売売上高が前期比年率+5.2%と7-9月期の前期比年率+5.0%から加速した。さらに、10-12月期のサービス消費は緩やかに拡大していること等を勘案すると、10-12月期の実質個人消費は前期比年率+4%程度に加速する公算が大きい (7-9月期同+3.2%)。



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。