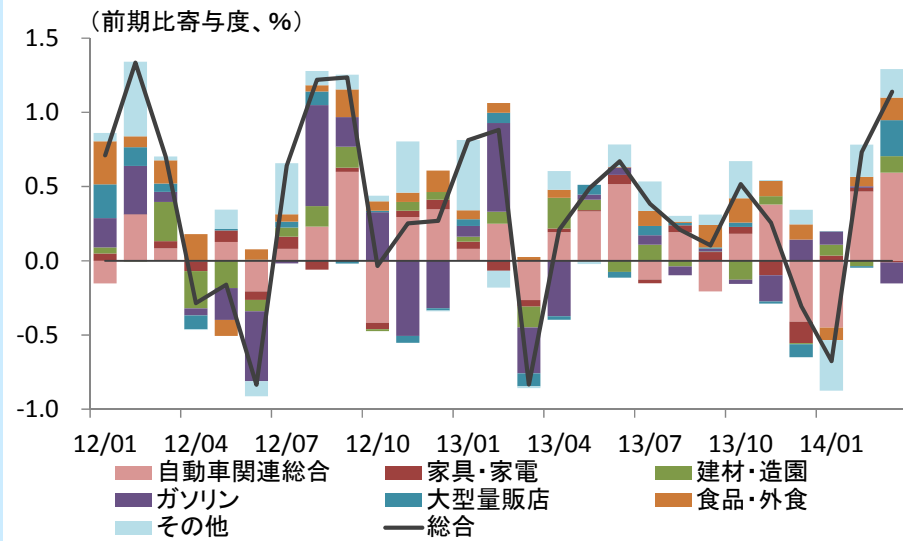


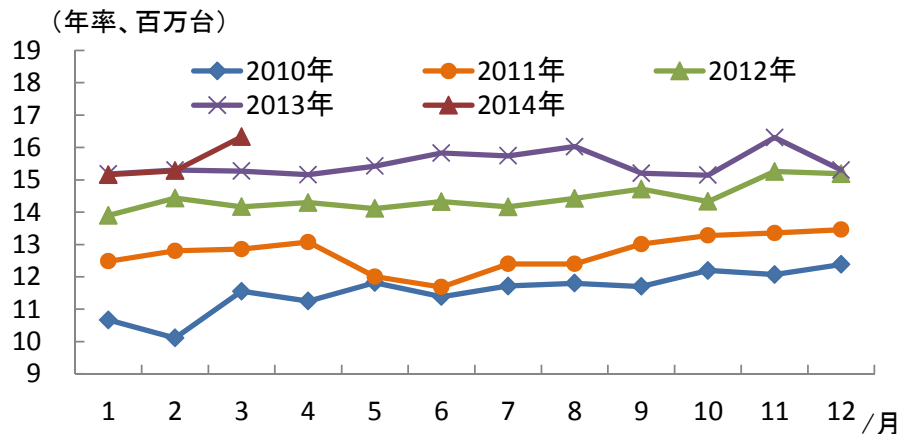
## 米国：小売売上高（2014年3月）

MRI Daily Economic Points  
April 15, 2014

図表1 小売売上高 項目別 寄与度



図表2 新車販売台数(乗用車+小型トラック)



資料：米国商務省

## 評価ポイント

## 今回の結果

- 3月の米小売売上高(4/14日公表)は、前月比+1.1%と前月(同+0.7%)から伸びを高めた。
- 内訳をみると、家電(同▲1.6%)、ガソリン販売(同▲1.3%)が減少した一方、自動車・同部品(同+3.1%)、大型量販店(同+1.9%)、建材・造園(同+1.8%)、無店舗小売(同+1.7%)、外食(同+1.1%)などが増加した。
- 自動車の動向について新車販売統計(4/1日公表)をみると、3月の販売台数は、年率で1,633万台と前月(同1,528万台)から増加した。3月では2006年(同1,641万台)以来の高水準となった。

## 基調判断と今後の流れ

- 米国の個人消費は寒波の到来により、13年12月から14年1月にかけて一時減少していたが、①緩やかな雇用環境の改善に加え、②バランスシート調整の進捗や③住宅価格の上昇による資産効果などを背景に、足もとでは再び増加している。
- 消費者のマインドを示す消費者信頼感指数(3月25日公表)も、財政政策に関する不確実性の後退や寒波の影響の剥落によって足もとでは改善傾向にあり、3月(82.3)は08年1月(87.3)以来の高水準となった。
- 今後も上記の要因を背景として、米国の個人消費は緩やかな増加傾向を続けるとみられる。ただし、量的緩和縮小の進展に伴い長期金利が上昇していく場合には、耐久財消費(自動車、住宅など)への悪影響や消費者マインドの低下を通じて、個人消費に下押し圧力がかかる可能性には留意が必要である。