

U.S. Indicators

発表日:2022年11月21日(月)

米国 個人消費の堅調持続を示す（10月小売売上高）

～自動車、飲食、無店舗、食品が小売売上を押し上げ～

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(Tel:050-5474-7493)

22年10月の小売・飲食サービス売上高は、前月比+1.3%（9月同0.0%）と市場予想中央値（ブルームバーグ集計）の前月比+1.0%を上回った（8、9月合計0.3%上方修正）。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+1.3%（9月同+0.1%）と市場予想中央値の前月比+0.5%を大幅に上回ったうえ、8、9月合計で0.3%上方修正された。さらに、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+0.9%（9月同+0.7%）と高い伸びとなったほか、8、9月合計で0.6%上方改定された。

10月のコア小売売上高は、ロシアのウクライナ侵略戦争によるエネルギー・食品価格の上昇、金利の急騰、サービス消費へのシフトなどの動きが続くなかで、高い伸びとなった。3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率で10月に+8.2%（9月+7.7%）と高い伸びを保っており、小売売上高の拡大モメンタムは依然強いと判断される。要因としては、実質給与所得の増加傾向、人の移動の活発化等を背景とした需要の強さや価格上昇が挙げられる。

前月比で主要13業態のうち3態（9月5業態）が縮小した一方、9業態（9月7業態）が拡大した。前月からの変化をみると、家電、百貨店など一般小売が減少に転じたほか、スポーツ用品・本・趣味用品が減少を続けた。また、衣料品が横ばいとなった。一方、自動車・同部品、家具、建設資材、ガソリンスタンドが増加に転じたうえ、食品・飲料、無店舗小売、飲食店が加速した。また、薬局、その他小売が鈍化したものの高い伸びとなった。

10月小売売上高（前月比：+1.27%）の主要13業態の前月比寄与度をみると、押し下げ寄与の業態は、百貨店を含む一般小売（▲0.02%、9月+0.08%）のみ。一方、押し上げ寄与の業態は、大きい順にガソリンスタンド（+0.38%、9月▲0.33%）、自動車・同部品（+0.25%、同▲0.06%）、飲食店（+0.21%、同+0.11%）、無店舗小売（+0.19%、同+0.10%）、食品・飲料（+0.17%、同+0.08%）、建設資材（+0.07%、同▲0.01%）、家具（+0.02%、同▲0.02%）、薬局（+0.02%、同+0.04%）、その他小売り（+0.01%、同+0.01%）と続いた。なお、家電（0.00%、同0.00%）、スポーツ用品・本・趣味用品（0.00%、同▲0.01%）、衣料品（0.00%、同+0.04%）はゼロ%寄与となった。

小売の基調を示すコア小売売上高は、10月に7-9月期比年率+6.5%と7-9月が前期比年率+7.7%と速報の同+6.5%から大幅に上方修正されたにもかかわらず、高い伸びを維持した。雇用の拡大、実質給与所得の増加傾向、ワクチン接種の進展等を背景に、個人消費の堅調持続を示している。

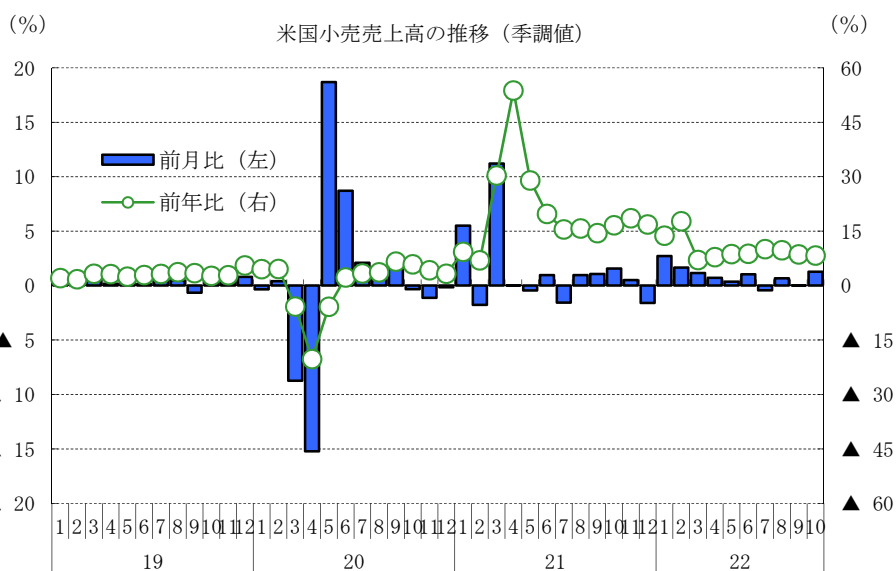
小売・飲食サービス売上高 (Retail and Food Services Sales)

| | | 除く車 | 耐久財関連 (*1) | | | | 非耐久財関連 (*2) | | | |
|-------|------|---------|------------|------|------|------|-------------|------|------|-------|
| | | | 自動車 | 家具 | 家電 | 衣料品 | ガソリン | | | |
| 21/10 | +1.6 | (+16.6) | +1.6 | +1.7 | +1.6 | +0.9 | +3.7 | +1.8 | +1.4 | +5.1 |
| 21/11 | +0.5 | (+18.6) | +0.5 | +0.2 | +0.5 | ▲0.3 | ▲13.8 | +0.6 | +0.7 | +1.5 |
| 21/12 | ▲1.6 | (+16.8) | ▲1.4 | ▲1.8 | ▲2.3 | ▲6.7 | ▲0.0 | ▲1.4 | ▲2.8 | +1.3 |
| 22/01 | +2.7 | (+13.7) | +1.6 | +5.9 | +7.3 | +6.9 | +0.5 | +2.3 | +0.4 | ▲1.8 |
| 22/02 | +1.7 | (+17.7) | +1.7 | +1.2 | +1.4 | +0.9 | +3.5 | +0.9 | +1.3 | +6.3 |
| 22/03 | +1.2 | (+7.1) | +2.0 | ▲1.3 | ▲2.2 | ▲0.0 | +2.1 | +2.1 | +2.7 | +10.7 |
| 22/04 | +0.7 | (+7.8) | +0.5 | +1.2 | +1.8 | +1.5 | +1.6 | +0.1 | +0.0 | ▲1.3 |
| 22/05 | +0.4 | (+8.7) | +1.3 | ▲2.4 | ▲3.4 | ▲1.1 | ▲2.6 | +1.6 | ▲1.4 | +5.0 |
| 22/06 | +1.0 | (+8.8) | +1.1 | +0.2 | +0.6 | ▲1.2 | ▲0.5 | +1.5 | +0.7 | +2.7 |
| 22/07 | ▲0.4 | (+10.0) | ▲0.1 | ▲1.1 | ▲2.0 | +0.1 | ▲0.3 | ▲0.0 | ▲0.4 | ▲2.2 |
| 22/08 | +0.7 | (+9.7) | +0.2 | +2.3 | +2.9 | +0.6 | ▲2.0 | ▲0.4 | +1.0 | ▲5.0 |
| 22/09 | +0.0 | (+8.6) | +0.1 | ▲0.3 | ▲0.3 | ▲0.9 | +0.0 | ▲0.0 | +1.0 | ▲3.7 |
| 22/10 | +1.3 | (+8.3) | +1.3 | +1.2 | +1.3 | +1.1 | ▲0.3 | +1.2 | ▲0.0 | +4.1 |

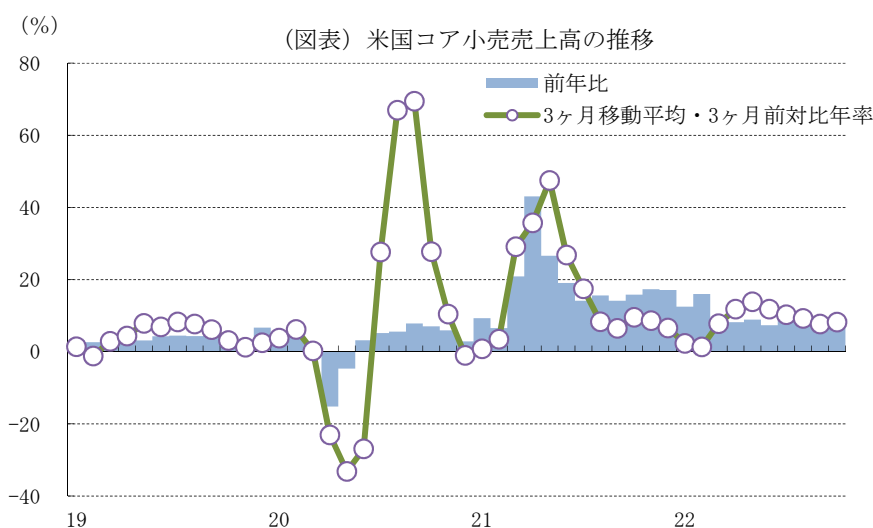
(注) 数字は季調済前月比。但し、()内は前年同月比(未季調)。

*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。

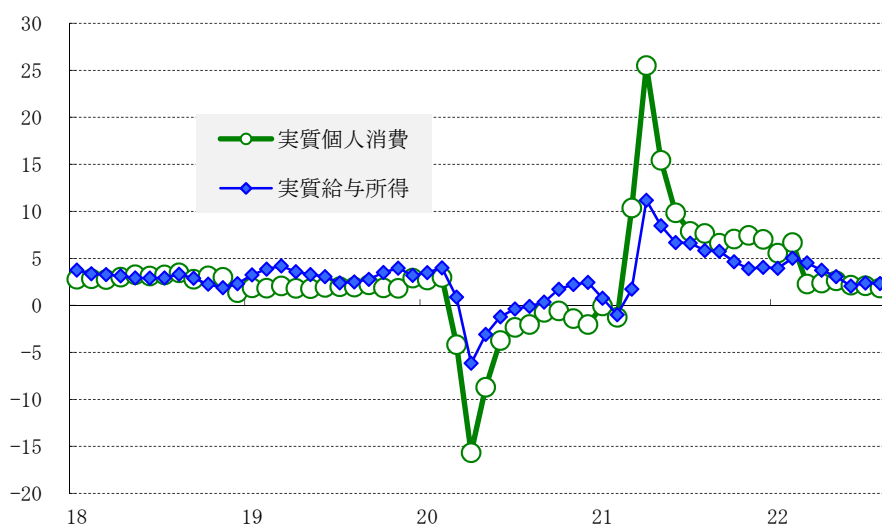


(出所) 米商務省



(出所) 米商務省

(%) (図表) 実質個人消費と実質給与所得の推移 (前年同月比)



(出所) 米商務省

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、第一生命保険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。