

# U.S. Indicators

発表日: 2024年3月14日(木)

## 米国 24年2月の小売売上の回復力は鈍く

～2月のコア小売売上高の拡大モメンタムは急激に弱まった～

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 (Tel: 050-5474-7493)

24年2月の小売・飲食サービス売上高は、前月比+0.6%（前月同▲1.1%）と増加に転じたが、市場予想中央値（ブルームバーグ集計）の同+0.8%（筆者予想同+0.7%）を下回ったうえ、12、1月に合計で0.6%下方修正された。12月の強さが誇張されていたほか、1月の悪天候による下振れが過少評価されていたことで、12月、1月ともに下方修正されたにもかかわらず、2月の小売売上高はガソリン価格の再上昇やマインドの低下等によって、鈍い回復にとどまった。

業態別の前月比での動向では、主要13業態のうち4業態（前月9業態）の縮小にとどまり、8業態（前月4業態）が拡大した。前月からの変化をみると、家具が減少に転じたうえ、衣料品、無店舗小売、薬局が減少を続けた。また、家電が鈍化した。一方、自動車・同部品、建設資材、食品・飲料、ガソリンスタンド、百貨店など一般小売、飲食店が増加に転じたほか、その他小売が加速した。さらに、スポーツ用品・本・趣味用品は前月のマイナスから変わらずとなった。

また、自動車を除く小売・飲食サービス売上高は、前月比+0.3%（前月同▲0.8%）と市場予想中央値の同+0.5%（筆者予想同+0.4%）を下回ったうえ、12、1月合計で0.5%下方修正された。

さらに、GDPの算出に使用される自動車・ガソリン・建材・飲食店を除く小売・飲食サービス売上高は、前月比0.0%（前月同▲0.3%）と横ばいにとどまり、市場予想中央値の同+0.4%（筆者予想同+0.3%）を下回った。

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+0.1%（前月同▲0.4%）と増加に転じた。しかし、12、1月が合計で0.6%下方修正されたこともあり、3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率で+0.6%（前月+2.8%）と大幅に低下しており、拡大モメンタムが急激に弱まった。また、四半期では、1-3月期（1、2月平均）に前期比年率▲0.7%と10-12月期の同+4.2%（改定同+4.8%）から失速し、個人消費の大幅な減速を示した。

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

	除外			耐久財関連 (*1)				非耐久財関連 (*2)		
	前月比	前年同月比	除く車	自動車	家具	家電	衣料品	ガソリン		
23/07	+0.6	(+2.8)	+0.8	▲0.3	▲0.3	▲1.6	▲1.0	+0.9	+1.2	+0.3
23/08	+0.7	(+2.8)	+0.8	+0.3	+0.3	▲1.5	+1.4	+1.0	+1.0	+6.7
23/09	+0.8	(+4.0)	+0.8	+0.7	+1.1	▲0.3	+0.1	+0.7	▲1.2	+1.0
23/10	▲0.3	(+2.2)	▲0.1	▲0.7	▲1.0	▲2.2	+0.6	▲0.1	▲0.1	▲1.7
23/11	▲0.0	(+3.6)	▲0.1	▲0.2	+0.3	+2.7	▲5.2	▲0.3	+1.2	▲3.7
23/12	+0.1	(+5.0)	+0.1	+0.2	+0.2	▲2.2	+0.2	+0.2	+1.4	▲0.8
24/01	▲1.1	(+0.0)	▲0.8	▲2.2	▲2.1	+0.2	+2.8	▲0.5	▲0.8	▲1.4
24/02	+0.6	(+1.5)	+0.3	+1.6	+1.6	▲1.1	+1.5	+0.2	▲0.5	+0.9

(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。