

# U.S. Indicators

発表日: 2025年1月17日(金)

## 米国 ヘッドライン下振れも堅調な12月小売売上高

～実質個人消費は堅調さを維持し10-12月期も経済成長を牽引～

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12月の小売・飲食サービス売上高は、前月比+0.4%（前月同+0.8%）と鈍化し、市場予想中央値（ブルームバーグ集計）の同+0.6%（筆者予想同+0.5%）を下回ったが、10、11月合計で0.2%上方修正されたことを考慮すると概ね市場想定通りの内容といえよう。また、ヘッドラインの数字が鈍化したものの、消費動向の実態をより示すコア小売売上などは加速しており、小売売上は堅調さを維持している。

主要13業態のうち、縮小が3業態（前月5業態）に減少し、拡大は10業態（前月7業態）と増加した。薬局、飲食店が減少に転じたほか、建設資材が減少幅を拡大した。また、自動車・同部品、家電、無店舗小売が鈍化した。一方、食品・飲料、衣料品、スポーツ用品・本・趣味用品、一般小売、その他小売が増加に転じたうえ、ガソリンスタンド、家具が加速した。

12月小売・飲食サービス売上高（前月比+0.45%、前月同+0.77%）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、大きい順に、建設資材（▲0.11%、同▲0.05%）、飲食店（▲0.04%、同+0.01%）、薬局（▲0.01%、同+0.01%）となった。また、家電（0.00%、同+0.01%）はゼロ寄与にとどまった。一方、押し上げ寄与の業態は、大きい順に、自動車・同部品（+0.13%、同+0.61%）、ガソリンスタンド（+0.11%、同+0.01%）、その他小売り（+0.09%、同▲0.08%）、食品・飲料（+0.09%、同▲0.03%）、衣料品（+0.06%、同▲0.03%）、家具（+0.04%、同+0.02%）、百貨店を含む一般小売（+0.04%、同0.00%）、無店舗小売（+0.03%、同+0.29%）、スポーツ用品・本・趣味用品（+0.03%、同0.00%）と続いた。

他の分類では、自動車を除く小売・飲食サービス売上高が前月比+0.4%（前月同+0.2%）と市場予想中央値の同+0.5%（筆者予想同+0.4%）を下回った。一方、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（コントロール・グループ）は、前月比+0.7%（前月同+0.4%）と市場予想中央値の+0.4%を上回った。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+0.5%（前月同+0.3%）と加速した（10、11月合計0.2%上方修正）。コア小売売上高は、3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率で+5.6%（前月+6.4%）とプラス幅を縮小したが高い伸びを維持したほか、10-12月期で前期比年率+5.6%と7-9月期の同+5.8%に続き、高い伸びとなった。

10-12月期の実質個人消費は、7-9月期にハリケーン襲来や港湾ストへの備えで需要が押し上げられた反動のほか、政策への懸念、先行き不安、節約志向の強まりなどの影響を受けたものの、実質給与所得の増加、マインドの改善、企業の販促、資産効果等によって支えられ、前期比年率+3.0%（7-9月期同+3.7%）と堅調さを維持し、経済成長を牽引したと予想される。



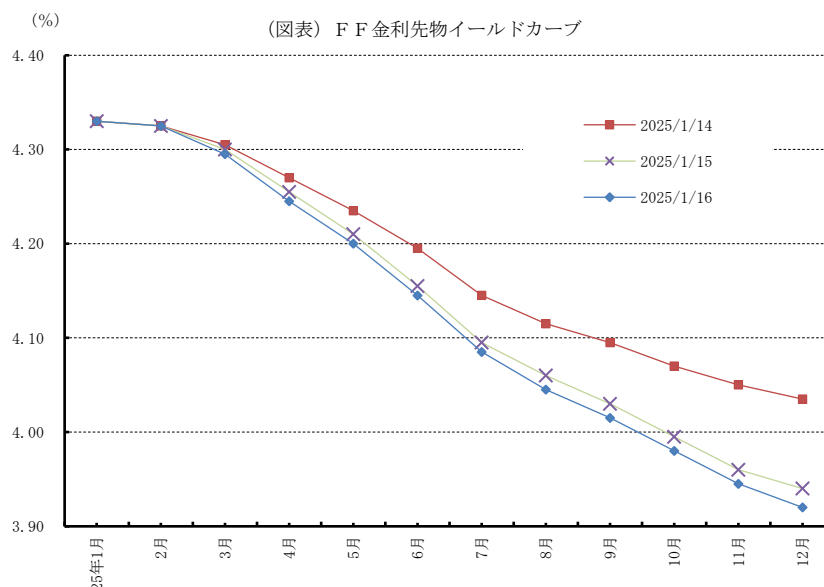
## 小売・飲食サービス売上高 (Retail and Food Services Sales)

			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		
24/01	▲0.9	(+0.3)	▲0.9	▲1.3	▲0.9	+2.4	+3.8	▲0.6	▲0.6	▲1.3
24/02	+0.7	(+2.1)	+0.3	+2.0	+2.2	▲2.2	+2.9	+0.2	▲0.0	+1.9
24/03	+0.5	(+3.6)	+0.6	▲0.4	▲0.1	▲2.1	▲2.6	+1.0	▲2.4	+0.8
24/04	▲0.2	(+2.8)	+0.1	▲0.4	▲1.0	+1.8	+2.6	▲0.2	+2.3	+1.6
24/05	+0.2	(+2.6)	+0.0	+0.8	+1.1	+0.9	+1.6	+0.0	+1.3	▲2.2
24/06	▲0.3	(+2.0)	+0.5	▲2.2	▲3.6	+0.6	▲1.5	+0.5	+0.1	▲2.1
24/07	+1.2	(+2.9)	+0.5	+3.3	+4.4	+1.5	+0.1	+0.4	+0.2	+0.5
24/08	▲0.1	(+2.0)	▲0.1	▲0.3	▲0.3	▲0.1	▲2.4	▲0.2	▲0.9	▲0.9
24/09	+0.9	(+2.0)	+1.0	+0.6	+0.6	+1.1	▲2.9	+1.1	+0.8	▲1.4
24/10	+0.6	(+3.0)	+0.2	+1.6	+2.2	+0.6	+3.0	+0.0	+1.1	+0.2
24/11	+0.8	(+4.1)	+0.2	+2.1	+3.1	+1.3	+0.9	+0.3	▲0.8	+0.2
24/12	+0.4	(+3.9)	+0.4	+0.2	+0.7	+2.3	+0.4	+0.7	+1.5	+1.5

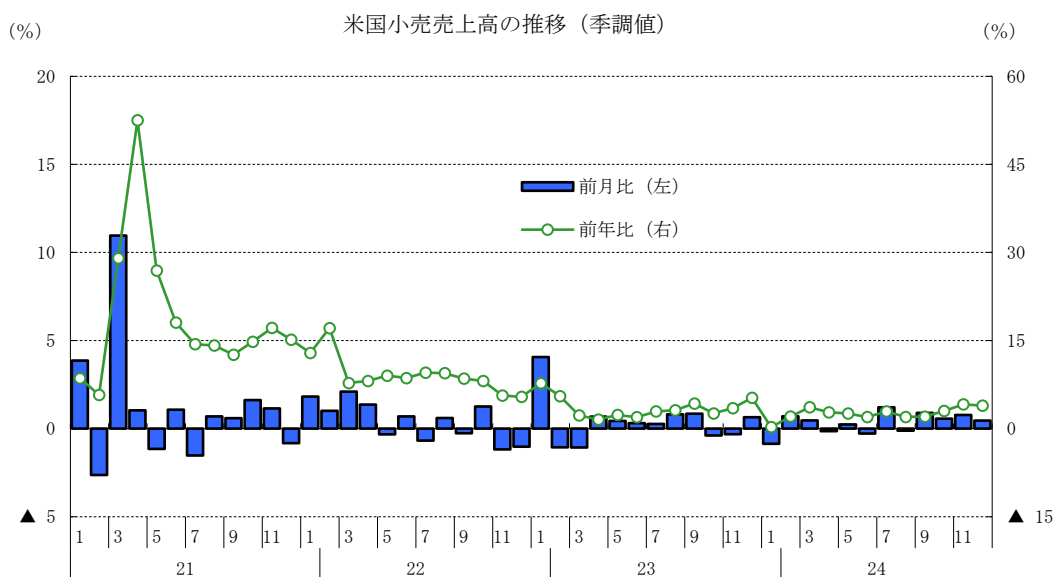
(注) 数字は季調済前月比。但し、( )内は前年同月比(未季調)。

\*1:耐久財関連は、自動車・家具・家電・建材関連の売上合計。

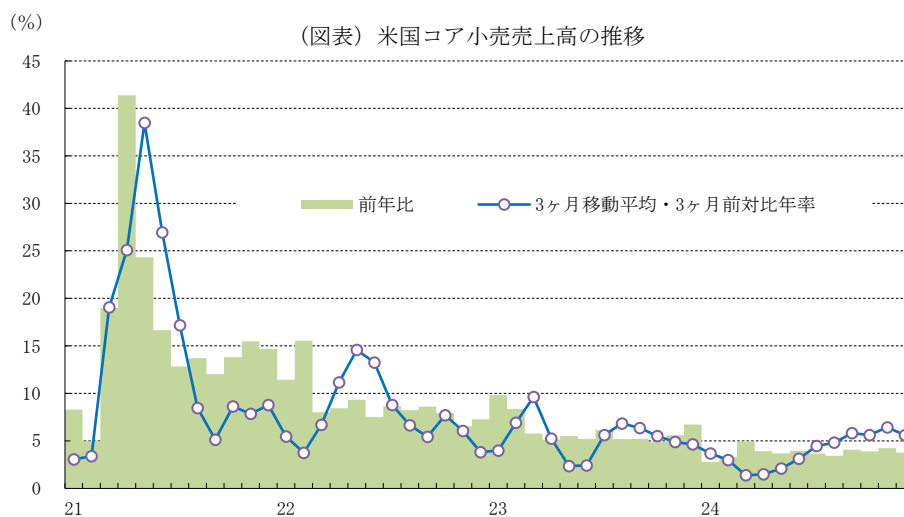
\*2:非耐久財関連は、小売売上高の合計から、耐久財関連を除いたもの。



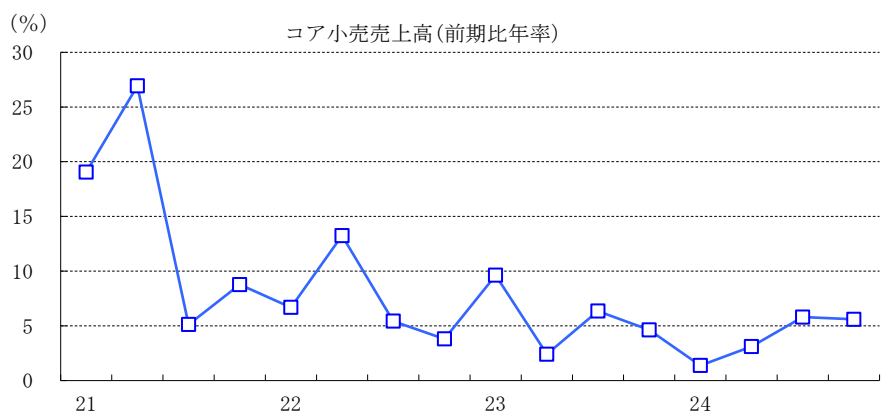
(出所) Bloombergより第一生命経済研究所作成



(出所) 米商務省



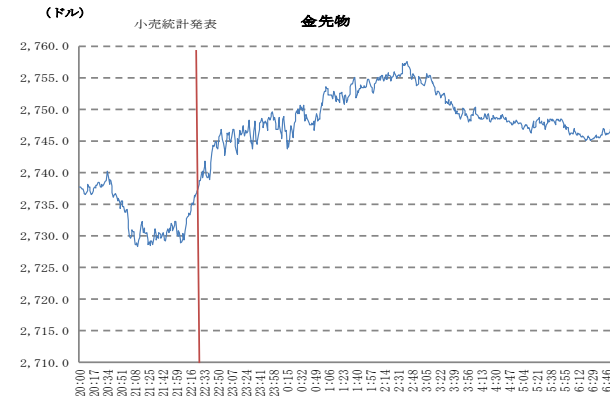
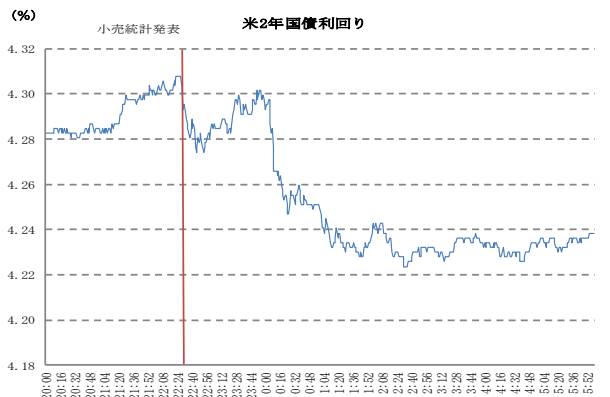
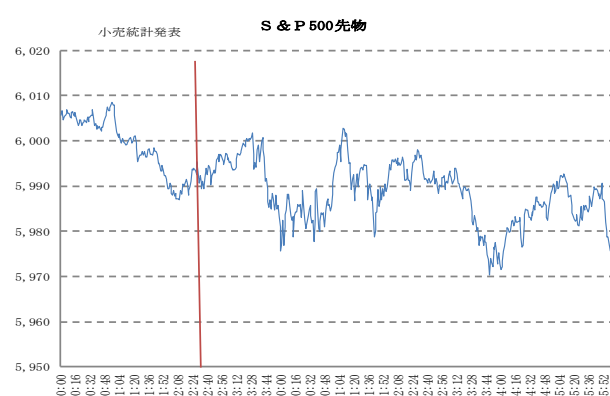
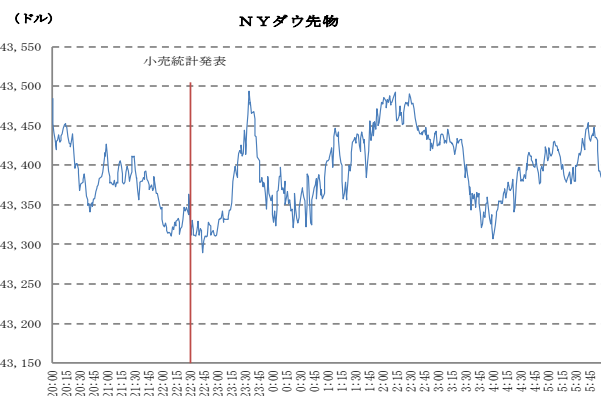
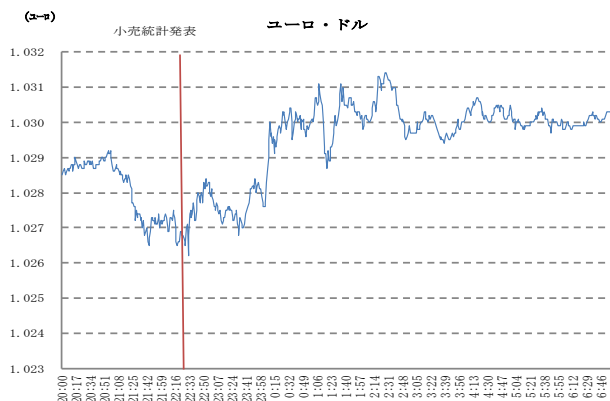
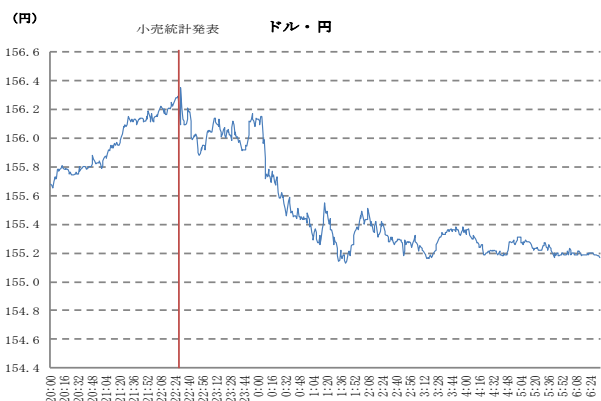
(出所) 米商務省



(出所) 米商務省データより作成。

(注) コア小売=建設資材・ガソリン・自動車を除いた小売売上高

(四半期)



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。見通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。