

U.S. Indicators

発表日: 2023年12月15日(金)

米国 11月小売売上高は市場予想に反して底堅い

～4Qの個人消費は緩やかに減速～

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)

23年11月の小売・飲食サービス売上高は、前月比+0.3%（10月同▲+0.9%）と市場予想中央値（ブルームバーグ集計）の同▲0.1%（筆者予想同▲0.1%）に反して増加した（9、10月合計0.2%下方修正）。価格下落によってガソリンスタンドが落ち込んだ一方、需要の強い飲食店、無店舗販売、自動車販売等が拡大し、全体を押し上げた。

自動車を除く小売・飲食サービス売上高は、前月比+0.2%（10月同▲0.0%）と市場予想中央値の同▲0.1%（筆者予想同0.0%）に反して増加した（9、10月合計+0.1%下方修正）。さらに、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+0.4%（10月同+0.2%）と加速し、市場予想中央値の同+0.2%を上回った。11月小売統計は全般的に市場予想を上回り、小売売上の底堅さを示した。

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、前月比で11月に+0.6%（10月同+0.1%）と大幅に加速した（9、10月合計0.2%下方修正）。四半期では、10-12月期（10、11月平均）に前期比年率+4.4%と、7-9月期（前期比年率+7.2%）の大幅増加の後にもかかわらず比較的高い伸びを保ち、堅調さを維持した。また、3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率で、11月に+6.4%（10月+6.1%）と高い伸びとなり、拡大モメンタムが強まった。

10-12月期の実質個人消費は、実質給与所得の増加ペース鈍化、消費者マインドの低下等により、7-9月期の前期比年率+3.6%から、同+2%程度に緩やかに減速すると予想される。財需要が鈍化する一方、人出の増加などによるサービス需要の拡大が個人消費を下支えする見込み。

11月の業態別の前月比での動向では、主要13業態のうち5業態（10月8業態）が縮小した一方、8業態（10月5業態）が拡大した。前月からの変化をみると、家電、その他小売が減少に転じたほか、建設資材、ガソリンスタンドが減少幅を拡大した。また、百貨店など一般小売が減少を続けた。一方、自動車・同部品、家具、衣料品、スポーツ用品・本・趣味用品、無店舗小売が増加に転じたうえ、食品・飲料、飲食店が加速した。さらに、薬局が鈍化したものの高い伸びとなった。

11月小売売上高（前月比+0.28%、10月同▲0.22%）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、大きい順にガソリンスタンド（▲0.22%、10月▲0.09%）、その他小売り（▲0.04%、同+0.02%）、建設資材（▲0.02%、同▲0.01%）、百貨店を含む一般小売（▲0.02%、同▲0.03%）、家電（▲0.01%、同+0.01%）となった。

一方、押し上げ寄与の業態は、大きい順に、飲食店（+0.22%、10月+0.07%）、無店舗小売（+0.17%、同▲0.04%）、自動車・同部品（+0.10%、同▲0.20%）、薬局（+0.05%、同+0.09%）、食

品・飲料（+0.02%、同+0.01%）、スポーツ用品・本・趣味用品（+0.02%、同0.00%）、衣料品（+0.02%、同0.00%）、家具（+0.01%、同▲0.03%）と続いた。

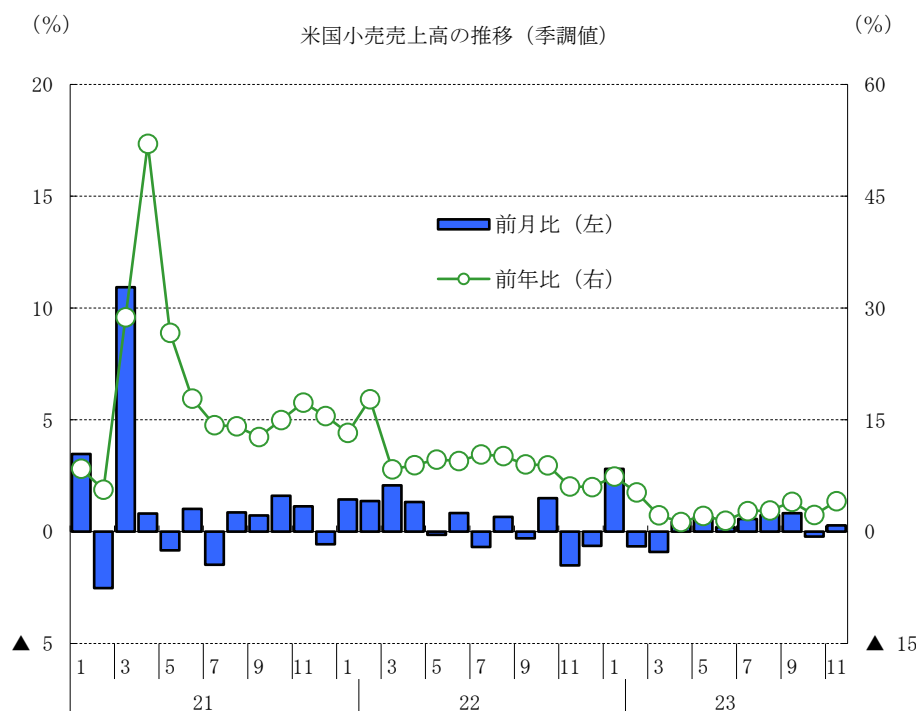
小売・飲食サービス売上高（Retail and Food Services Sales）

			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		
22/11	▲1.5	(+6.1)	▲1.3	▲2.9	▲2.2	▲4.2	▲10.4	▲1.0	▲0.9	▲1.6
22/12	▲0.6	(+6.0)	▲0.3	▲1.3	▲1.9	▲1.8	▲1.0	▲0.5	▲0.3	▲5.7
23/01	+2.8	(+7.4)	+1.9	+5.7	+6.8	+10.2	+12.4	+1.0	+3.5	▲0.4
23/02	▲0.7	(+5.3)	▲0.5	▲1.1	▲1.1	▲6.5	▲0.2	▲0.1	▲2.5	▲1.8
23/03	▲0.9	(+2.2)	▲0.8	▲1.8	▲1.3	▲2.5	▲0.5	▲0.7	▲1.3	▲0.9
23/04	+0.4	(+1.3)	+0.3	+0.4	+0.9	▲2.2	▲0.9	+0.4	+0.1	▲1.0
23/05	+0.7	(+2.1)	+0.4	+1.5	+1.7	▲0.8	+1.5	+0.1	+0.2	▲2.9
23/06	+0.2	(+1.5)	+0.1	+0.2	+0.5	+1.6	+0.3	+0.1	+0.2	▲0.6
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	▲0.2	(+2.2)	▲0.0	▲0.9	▲1.1	▲2.2	+1.1	▲0.1	▲0.1	▲1.2
23/11	+0.3	(+4.1)	+0.2	+0.3	+0.5	+0.9	▲1.1	▲0.0	+0.6	▲2.9

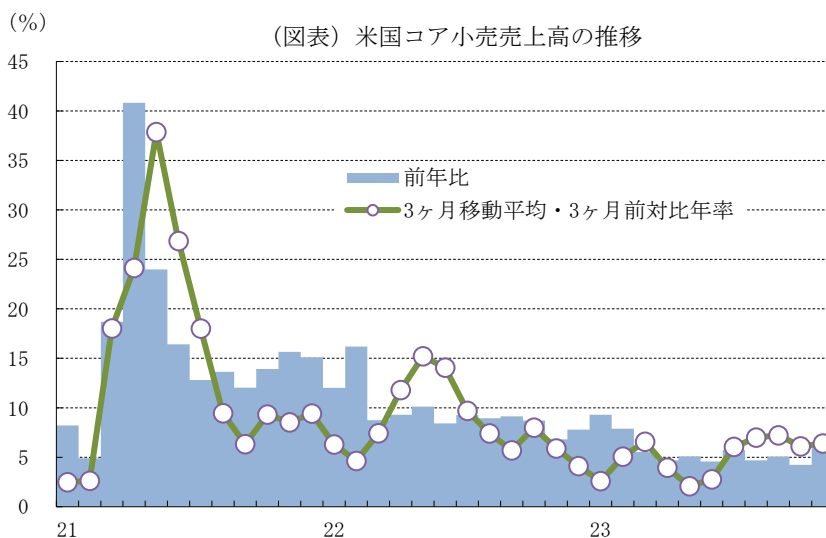
(注) 数字は季調済前月比。但し、() 内は前年同月比（未季調）。

*1: 耐久財関連は、自動車・家具・家電・建材関連の売上の合計。

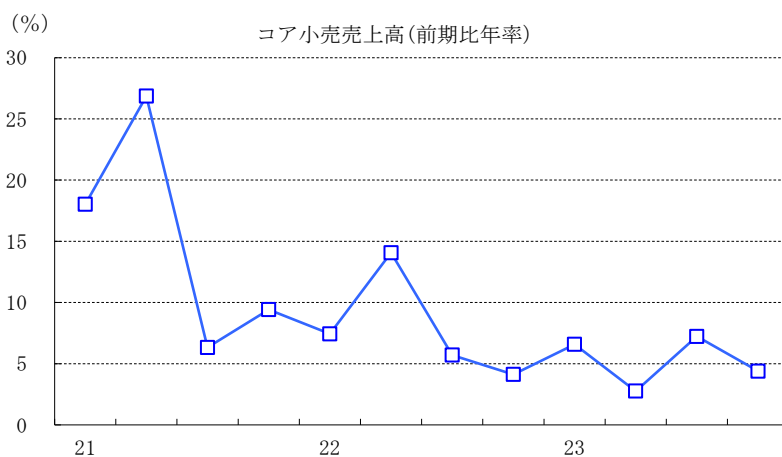
*2: 非耐久財関連は、小売売上高の合計から、耐久財関連を除いたもの。



(出所) 米商務省



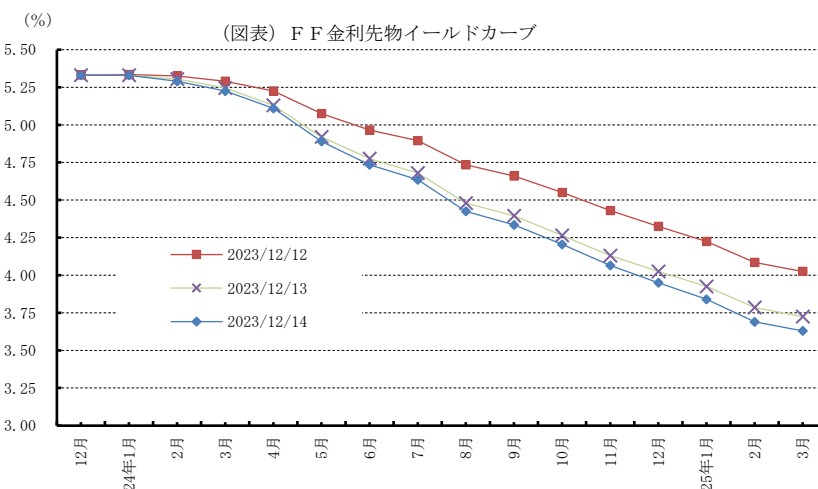
(出所) 米商務省

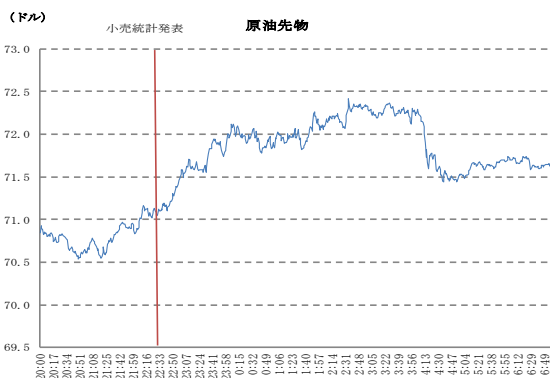
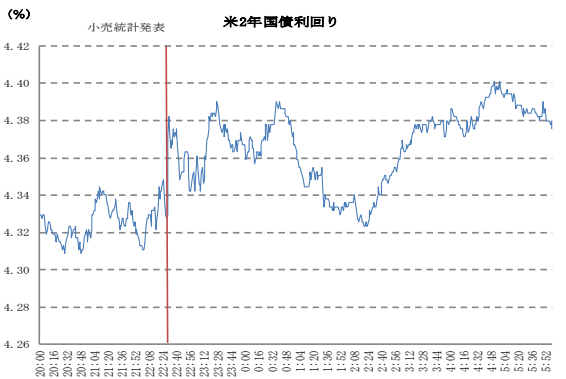
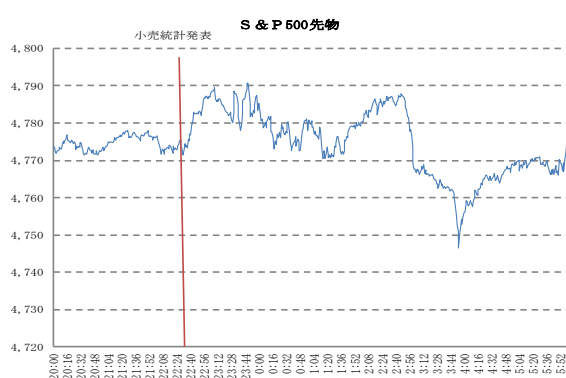
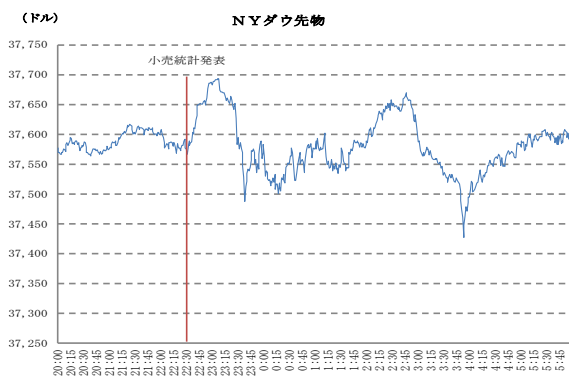
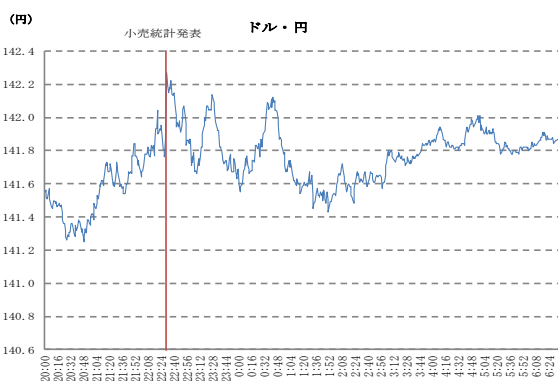


(出所) 米商務省データより作成。

(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。

