

米国

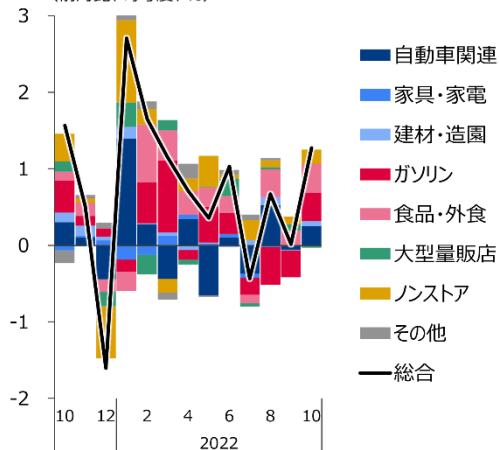
小売売上高（2022年10月）

年末商戦前倒しの影響を除けば、小売売上高は鈍化基調

政策・経済センター
浅井優汰
03-6858-2717

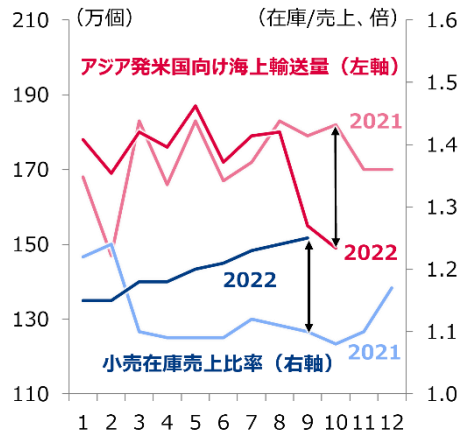
1 小売売上高

(前月比、寄与度、%)



出所：米国商務省より三菱総合研究所作成

2 アジア発米国向けコンテナ輸送量、小売在庫売上比率



注：海上輸送量は20フィートコンテナ換算。横軸は月。

出所：デカルト・データマイン、米国商務省より三菱総合研究所作成

評価ポイント

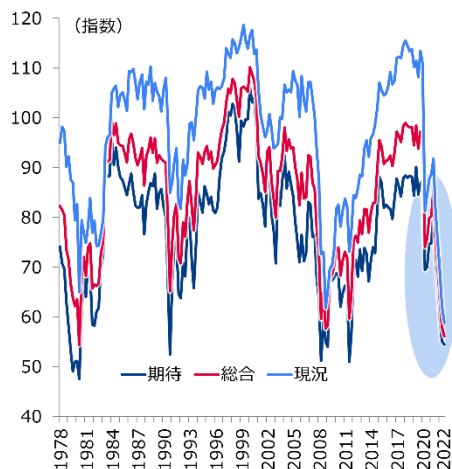
今回の結果

- 22年10月の小売売上高は前月比+1.3%と9月（同0.0%）から伸び幅がプラスに転じた（図表1）。変動の激しい自動車を除いたコア小売売上高も+0.7%と前月（同+0.6%）から伸びを拡大させた。
- 内訳をみると、ガソリン価格の上昇や高インフレによってガソリン（同+4.1%）や食品・外食（同+1.5%）が伸びたほか、年末商戦セールの前倒しにより家具・家電（同+0.6%）などの裁量的支出が全体を押し上げた。一方、需要低迷で大型量販店（同▲0.2%）は先月（同+0.8%）からマイナスに転じた。

基調判断と今後の流れ

- 10月の小売売上は堅調に推移したが、①高インフレによる名目値の上振れ、②小売大手各社が10月に前倒した年末商戦セールなどの一時的要因、を除けば、伸びは徐々に鈍化している。
- 既に、財消費の需要は減速しつつあるとみる。小売の在庫が増加傾向にあり、輸送需要が落ち込んでいる。22年10月のアジア発米国向けコンテナ輸送量は約150万個と前年（約182万個）から▲18%の大幅減となった（図表2）。また、22年9月の小売在庫売上比率（＝在庫÷売上）は1.25倍（前月1.24倍）と5カ月連続で上昇、21年比で上昇基調が続いている。
- 先行きの個人消費の伸びは鈍化するとみる。①高いインフレ率、②FRBの金融引き締め継続、③株安や住宅価格の低下による逆資産効果、の3つの要因が、実質所得・資産の両面で消費の逆風となるからだ。
- 上記3つの要因を背景に、消費者マインドは歴史的低水準で推移している（図表3）。消費者信頼感指数は、総合・現況・期待のいずれも悪化を続けており、22年7-9月期平均の現況指数は過去最低の58.8を記録した。
- 特に高インフレの影響を強く受ける低・中所得層を中心に消費は鈍化するだろう。実際、年末商戦の支出計画をみると、高所得層は前年比で支出拡大が見込まれる一方、低・中間所得層は支出に慎重な姿勢を示している（図表4）。

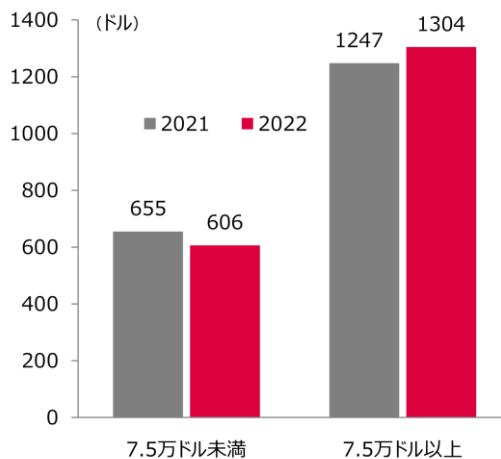
3 消費者マインド



注：四半期平均した値。

出所：ミシガン大学より三菱総合研究所作成

4 年末商戦での支出計画



注：横軸は世帯年収を示す。

出所：全米小売業協会（NRF）より三菱総合研究所作成