

米国

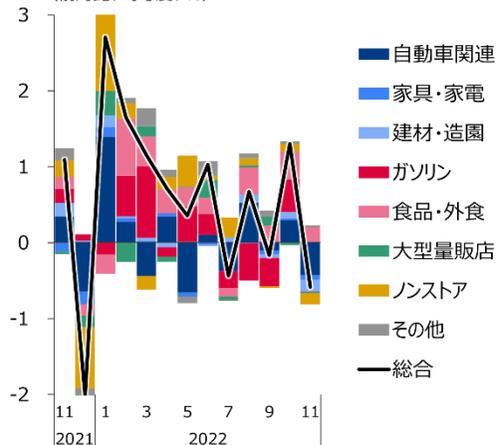
小売売上高 (2022年11月)

21年12月以来の大幅減、景気悪化懸念が需要を抑制

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 小売在庫売上比率

(在庫/売上、倍)



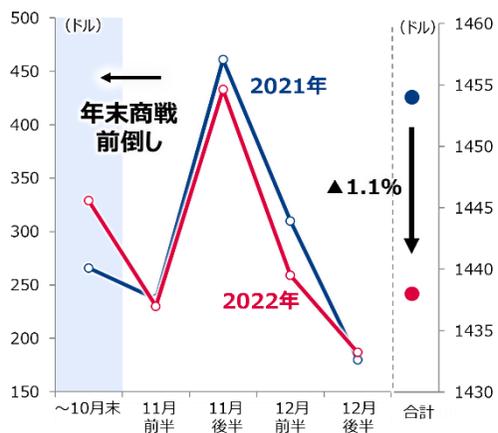
注：破線は18-19年の平均。  
出所：米国商務省より三菱総合研究所作成

評価ポイント

今回の結果

- 22年11月の小売売上高は前月比▲0.6%と前月（同+1.3%）からマイナスに転じ、21年12月（同▲2.0%）以来の大幅な落ち込みとなった（図表1）。変動の激しい自動車を除いたコア小売売上高も同▲0.2%と前月（同+1.2%）から減少した。
- 内訳をみると、価格の下落を受けてガソリン（同▲0.1%）が減少したほか、中古車やトラックの価格低下を背景に自動車関連（同▲2.3%）が大幅減となり、全体を押し下げた。加えて、国民の約半数が1~2年後にかけて実質所得減少を見込んでおり（図表4）、景気悪化懸念の高まりによって百貨店（同▲2.9%）、家具・家電（同▲2.2%）などの裁量的支出も落ち込んだ。
- 22年10月の小売業の在庫売上比率（=在庫÷売上）は1.22倍と前月（1.24倍）から低下した（図表2）。自動車関連（2.07倍）や家具・家電（1.58倍）は18-19年平均水準まで続落しており、企業が需要の落ち込みを警戒し、在庫積み上げペースを緩めていることが示唆された。

3 年末商戦の支出計画



注：合計は右軸。  
出所：Deloitte「2022 Deloitte holiday retail survey」より三菱総合研究所作成

4 消費者の実質所得の見通しとストライキ件数



注：実質所得減少と回答した割合は、「1-2年後、収入が物価を下回る」と回答した消費者の割合。  
出所：ミシガン大学、コーネル大学より三菱総合研究所作成

基調判断と今後の流れ

- 11月の小売売上は大幅に減少した。①物価上昇ペース鈍化による名目値の下振れ、②年末商戦セールの前倒し傾向など、一時的な押し下げ要因に加え、景気悪化懸念の高まりが需要を抑制し、伸びは徐々に鈍化している。
- ②について、年末商戦の支出計画をみると、10月末までの支出は21年比で増加している一方、11月後半・12月前半は大きく減少している（図表3）。また、22年の年末商戦全体の支出額は21年比で▲1.1%の減少が見込まれている。
- 先行きの個人消費の伸びは横ばい圏内を見込む。A) 金融引き締め継続、B) 景気悪化懸念の高まり、が所得・資産、マインドの両面で逆風となるからだ。
- 実際、実質所得減少を見込む消費者の割合は約半数に上り、所得環境の悪化を背景に、賃上げを求めたストライキは足もとで約50件/月発生している（図表4）。実質所得の減少が続いた場合、消費は一層下押しされる恐れがある。