

U.S. Indicators

発表日:2021年3月17日(水)

米国 2月小売売上高は反動減も拡大基調変わらず

～消費を取り巻く環境は良好～

第一生命経済研究所 調査研究本部 経済調査部
主任エコノミスト 桂畑 誠治(Tel:03-5221-5001)

21年2月の小売・飲食サービス売上高は、前月比▲3.0%（1月同+7.6%）と減少に転じ、市場予想中央値（ブルームバーグ集計）の前月比▲0.5%を大幅に下回ったものの、12、1月合計で2.0%上方修正されており、実態はヘッドラインが示すほど悪くない。また、変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は、前月比▲2.7%（1月同+8.3%）と市場予想中央値の前月比+0.1%に反して減少したが、12、1月合計で2.1%上方修正された。さらに、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▲3.3%（前月同+8.8%）と減少に転じたものの、12、1月合計で2.2%と大幅に上方修正された。2月のコア小売売上高は、3ヵ月移動平均・3ヵ月前対比年率で+1.5%（1月▲1.3%）とプラスに転じ、1、2月平均では10-12月期比年率+18.1%と10-12月期の前期比年率▲3.3%から大幅なプラスに転じており、21年入り後の個人消費が急激に勢いを増したことを示している。

2月の小売売上高は、1月急増の反動や寒波といった一時的な要因によって下振れたが、過去の数値の上方修正を考慮すれば、想定範囲内の落ち込みといえよう。消費を取り巻く環境をみると、労働市場の改善傾向、所得の増加、消費者マインドの安定しており、小売、消費の拡大傾向に変化はみられないと判断される。

2月小売売上高（主要13業態）は、前月比で1業態（1月13業態）の拡大にとどまり、11業態が縮小した（1月0業態）。ガソリンスタンドは鈍化したが、拡大を続けた。一方、その他小売、家具、家電、建設資材店、自動車・同部品、薬局、衣料品、スポーツ用品・本・趣味用品、百貨店など一般小売、無店舗小売、飲食店が減少に転じたほか、食品・飲料は横ばいとなった。

2月小売売上高（前月比▲3.01%）の主要13業態の前月比寄与度をみると、押し上げ寄与となったのは、ガソリンスタンドに限られた（+0.27%、1月同+0.41%）。一方、押し下げ寄与の大きい順に、自動車・同部品（▲0.87%、1月+1.05%）、無店舗小売（▲0.83%、同+2.66%）、百貨店を含む一般小売（▲0.61%、同+1.19%）、飲食店（▲0.24%、同+0.87%）、建設資材（▲0.21%、同+0.34%）、衣料品（▲0.10%、同+0.21%）、スポーツ用品・本・趣味用品（▲0.10%、同+0.15%）、薬局（▲0.08%、同+0.13%）、家具（▲0.07%、同+0.26%）、その他小売り（▲0.07%、同+0.01%）、家電（▲0.03%、同+0.23%）と前月のゼロ業態から11業態に増加した。なお、食品・飲料は0.00%（同+0.30%）。

今後に関して、1人当たり1400ドルの給付金、失業保険給付の上乗せ・対象拡大の期間延長など家計所得支援を含む1.9兆ドル規模の経済支援が3月11日に成立したほか、新型コロナウイルスの感染者数の増加ペースが1月をピークに鈍化傾向を辿っていること、ワクチン接種が進んでいることを背景に多くの州・郡などで規制緩和が進むとみられ、年前半の小売売上高は堅調に推移すると予想される。

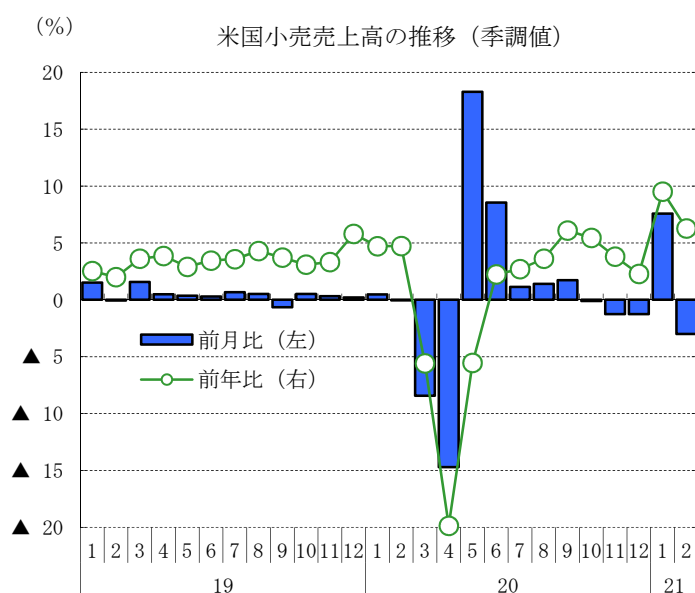
小売・飲食サービス売上高 (Retail and Food Services Sales)

			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		
20/02	▲0.1	(+4.7)	▲0.2	+0.7	+0.6	▲0.5	▲0.8	▲0.4	▲1.7	▲3.3
20/03	▲8.4	(▲5.6)	▲3.9	▲20.2	▲26.4	▲21.9	▲17.1	+2.3	▲48.7	▲16.3
20/04	▲14.7	(▲19.9)	▲15.2	▲13.5	▲12.2	▲48.9	▲43.4	▲12.3	▲73.5	▲24.5
20/05	+18.3	(▲5.6)	+12.3	+37.9	+48.3	+77.1	+24.6	+9.0	+180.1	+12.0
20/06	+8.6	(+2.2)	+8.4	+9.4	+9.0	+39.0	+38.5	+5.6	+99.7	+15.0
20/07	+1.1	(+2.7)	+1.6	+0.1	▲0.6	+2.1	+19.4	+1.2	+2.7	+4.5
20/08	+1.4	(+3.6)	+1.5	+1.4	+1.1	+2.4	+0.1	+0.9	+2.8	+0.8
20/09	+1.7	(+6.1)	+1.4	+2.1	+3.1	+0.1	▲2.0	+1.4	+15.4	+1.8
20/10	▲0.1	(+5.4)	▲0.2	+0.1	+0.1	▲0.2	+1.6	▲0.2	▲3.6	+0.0
20/11	▲1.3	(+3.8)	▲1.2	▲1.1	▲1.6	▲1.7	▲5.7	▲0.9	▲6.1	▲1.7
20/12	▲1.3	(+2.3)	▲2.1	+0.8	+1.8	▲0.7	▲6.8	▲1.7	+2.5	+7.5
21/01	+7.6	(+9.5)	+8.3	+5.9	+5.0	+12.9	+16.7	+8.2	+6.0	+5.9
21/02	▲3.0	(+6.3)	▲2.7	▲3.8	▲4.2	▲3.8	▲1.9	▲2.7	▲2.8	+3.6

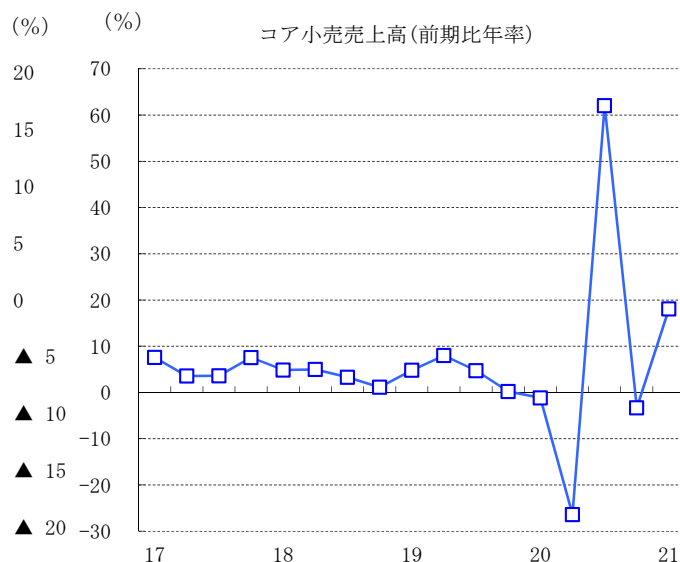
(注) 数字は季調済前月比。但し、()内は前年同月比(未季調)。

*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。

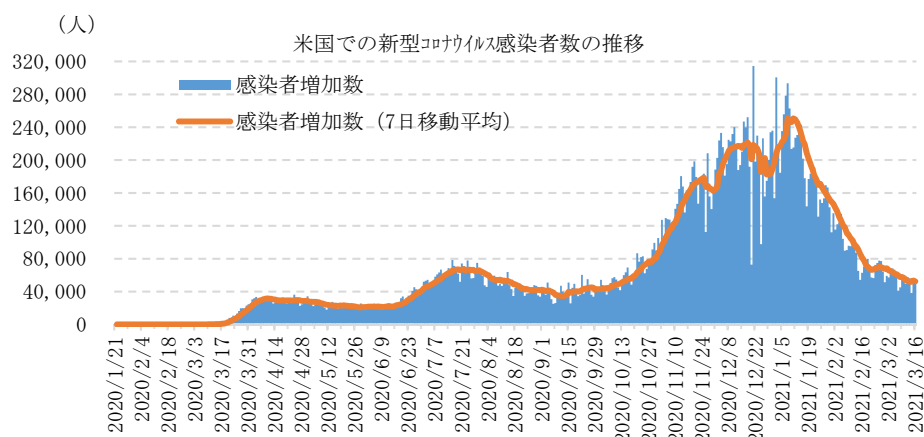


(出所) 米商務省



(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)



(出所) CDC等

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。

