

U.S. Indicators

発表日:2021年8月18日(水)

米国 7月小売売上の実態は市場想定より強いが減速

～7-9月期の個人消費は大幅に減速する見込み～

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:03-5221-5001)

21年7月の小売・飲食サービス売上高は、前月比▲1.1%（6月同+0.7%）と市場予想中央値（ブルームバーグ集計）の前月比▲0.3%を下回った（5、6月合計0.4%上方修正）。一方、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▲0.4%（6月同+1.6%）と市場予想中央値の前月比+0.2%に反して減少したものの、5、6月合計で0.8%上方修正されたことを考慮すると実態は市場想定よりも強い内容。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▲0.6%（6月同+1.5%）と減少に転じたが、5、6月で合計0.6%上方修正されており、これを考慮すると実態は横ばいと予想の減少を回避できたといえよう。以上のように、7月の小売統計は、半導体不足による自動車販売の落ち込みが足を引っ張り下振れたものの、雇用・所得環境の改善や資産の増加、行動制限の緩和等を背景に拡大基調を維持しており、ヘッドラインの数字が示すほど弱くないと判断される。

もともと、7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+16.6%（6月+25.7%）と大幅なプラスを維持しているが、鈍化している。また、7月のコア小売売上高は4-6月期比年率+1.5%と4-6月期の前期比年率+25.7%から大幅に鈍化しており、7-9月期の個人消費の減速を示している。要因としては、給付金など経済支援策による押し上げ効果や、経済活動再開に伴う押し上げ効果が弱まっていることが挙げられる。

7月小売売上高（主要13業態）では、前月比で5業態（6月9業態）が拡大した一方、8業態（6月4業態）が縮小した。ガソリンスタンド、その他小売、飲食店は鈍化したが高い伸びを維持した。一方、食品・飲料、衣料品、百貨店など一般小売、無店舗小売が減少に転じたほか、自動車・同部品、スポーツ用品・本・趣味用品が減少幅を拡大し、家具、建設資材店が減少を続けた。また、家電、薬局が大幅に鈍化した。

7月小売売上高（前月比▲1.12%）の主要13業態の前月比寄与度をみると、押し上げ寄与の業態は、大きい順に飲食店（+0.20%、6月+0.27%）、ガソリンスタンド（+0.19%、同+0.28%）、その他小売り（+0.08%、同+0.09%）、薬局（+0.01%、同+0.23%）、家電（0.00%、同+0.06%）となった。一方、押し下げ寄与の大きい順に自動車・同部品（▲0.81%、6月▲0.46%）、無店舗小売（▲0.42%、同+0.03%）、衣料品（同▲0.11%、+0.16%）、食品・飲料（▲0.09%、同+0.10%）、建設資材（▲0.08%、同▲0.09%）、スポーツ用品・本・趣味用品（▲0.03%、同▲0.03%）、家具（▲0.01%、同▲0.04%）、百貨店を含む一般小売（▲0.01%、同+0.19%）と続いた。

今後の小売売上高は、ワクチン接種の進展による人の移動の活発化、雇用・所得環境の改善等を背景に拡大を続けるものの、経済支援策の効果や行動制限の緩和効果の弱まりによって、巡航速度で拡大す



ると予想される。

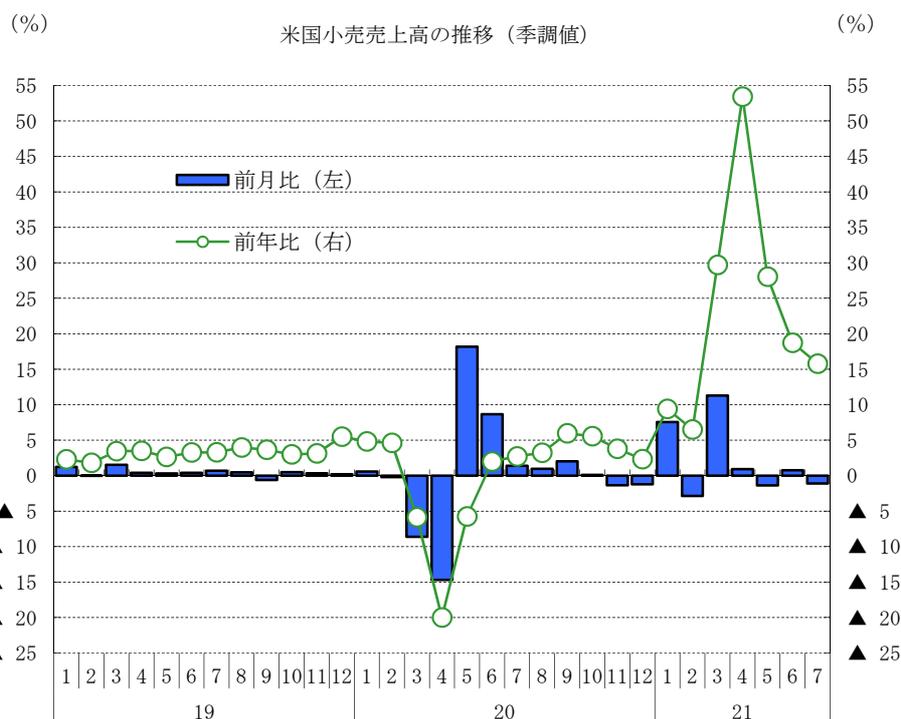
小売・飲食サービス売上高 (Retail and Food Services Sales)

			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		
20/03	▲8.6	(▲5.9)	▲4.3	▲19.9	▲26.0	▲21.3	▲16.9	+1.9	▲49.1	▲16.7
20/04	▲14.7	(▲20.0)	▲15.1	▲13.7	▲12.6	▲49.4	▲42.5	▲12.0	▲75.3	▲24.6
20/05	+18.2	(▲5.8)	+12.2	+37.4	+48.0	+76.7	+21.1	+8.9	+196.0	+13.3
20/06	+8.7	(+2.0)	+8.4	+9.8	+9.5	+37.5	+40.5	+5.6	+106.8	+15.8
20/07	+1.4	(+2.7)	+2.0	▲0.2	▲0.9	+2.3	+16.3	+1.9	+3.8	+5.0
20/08	+1.0	(+3.2)	+1.1	+1.1	+0.6	+4.6	+0.1	+0.2	+3.1	+1.4
20/09	+2.0	(+6.0)	+1.6	+2.6	+3.8	+0.3	▲1.4	+1.7	+15.2	+1.4
20/10	+0.1	(+5.6)	+0.1	+0.1	▲0.1	+0.2	+3.3	+0.2	▲3.0	+0.5
20/11	▲1.4	(+3.8)	▲1.2	▲1.3	▲1.8	▲1.5	▲3.7	▲1.0	▲5.6	▲1.9
20/12	▲1.2	(+2.3)	▲2.1	+1.1	+2.0	▲0.8	▲5.8	▲1.8	+2.5	+7.2
21/01	+7.6	(+9.4)	+8.3	+6.6	+4.9	+13.9	+16.6	+7.7	+6.3	+4.6
21/02	▲2.9	(+6.5)	▲2.7	▲4.1	▲3.6	▲5.2	▲5.8	▲2.5	▲5.5	+3.2
21/03	+11.3	(+29.7)	+9.8	+15.8	+17.0	+8.2	+17.6	+8.5	+23.9	+10.1
21/04	+0.9	(+53.4)	▲0.1	+2.4	+4.4	+1.1	+1.3	▲0.7	▲1.4	▲1.4
21/05	▲1.4	(+28.0)	▲0.4	▲4.6	▲4.6	▲2.1	▲2.6	▲0.6	+3.8	+1.8
21/06	+0.7	(+18.7)	+1.6	▲1.7	▲2.2	▲2.2	+4.5	+1.8	+3.7	+3.6
21/07	▲1.1	(+15.8)	▲0.4	▲3.0	▲3.9	▲0.6	+0.3	▲0.7	▲2.6	+2.4

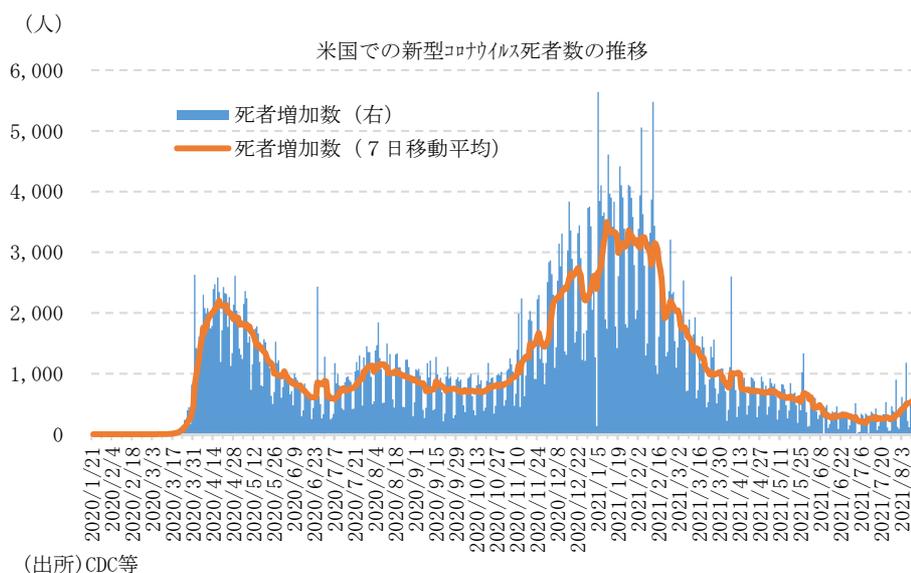
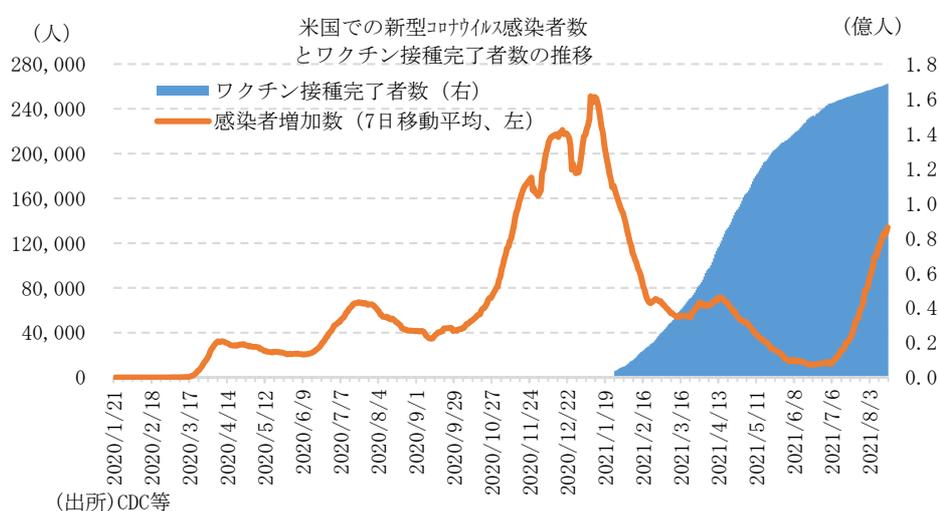
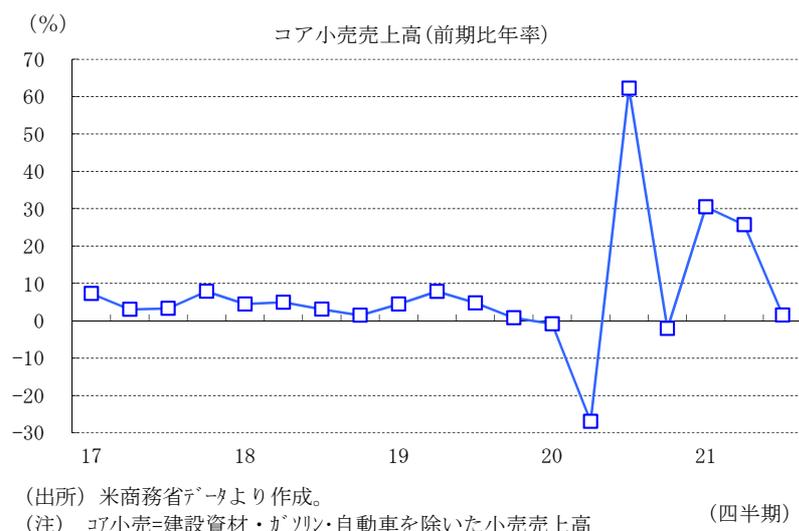
(注) 数字は季調済前月比。但し、() 内は前年同月比 (未季調)。

*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



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。

