

# U.S. Indicators

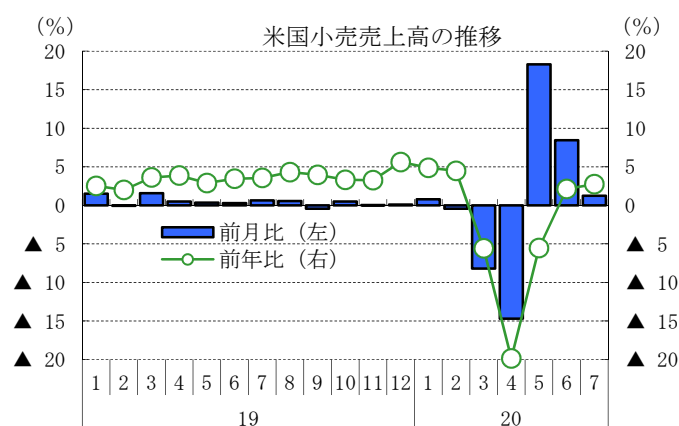
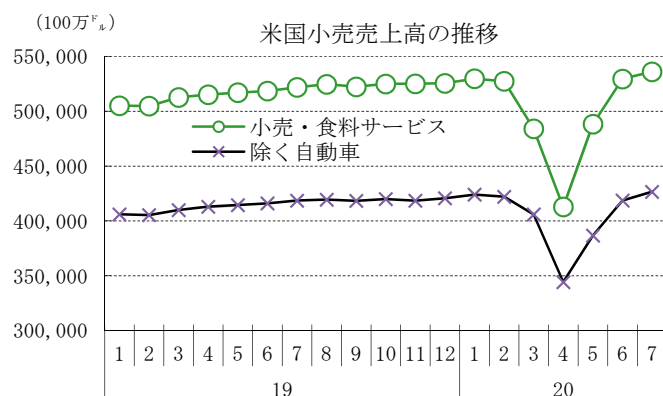
発表日：2020年8月17日(月)

## 米國小売は急回復し7月にコロナ危機前の水準超え

～7-9月期のコア小売売上高は4-6月期の落ち込みを上回る増加に～

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)

7月の小売売上高は、前月比+1.2%と市場予想中央値（ブルームバーグ集計）の前月比+2.1%（6月同+8.4%）を下回ったものの、5、6月合計で1.0%上方修正されており、実態は市場予想よりもやや強い。5月に前月比+18.3%と急回復した後、2カ月連続で鈍化した。コロナ危機前の水準を上回った。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+1.9%と市場予想中央値（前月比+1.3%）を上回ったうえ、5、6月合計で1.2%と大幅に上方修正されており、市場想定よりもかなり強い内容となった。5月に前月比+12.3%、6月同+8.3%と高い伸びが続いたことで鈍化したものの、コロナ危機前のピーク水準を上回った。小売売上は市場想定を上回って回復した。



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+1.9%（前月同+8.5%）と鈍化した。5、6月合計で1.4%上方修正された。6月にコロナ危機前の水準を上回った後も、拡大基調を維持しており、小売売上高は力強さを保っている。また、7月のコア小売売上高は3カ月移動平均・3カ月前対比年率で+24.8%（6月▲26.5%）と拡大モメンタムに転じた。四半期でも7月は4-6月期比年率+54.9%と4-6月期▲26.5%から大幅プラスに転じていることから、7-9月期の個人消費の急回復を示している。

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

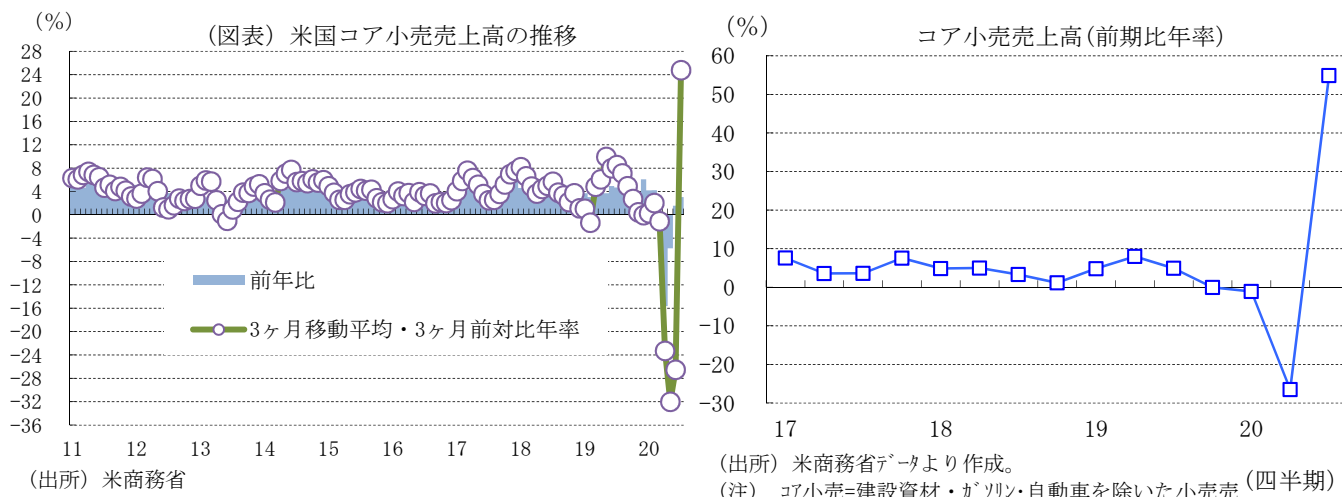
			耐久財関連 (*1)					非耐久財関連 (*2)			
			除く車	自動車	家具	家電	衣料品	ガソリン			
19/09	▲0.4	(+4.0)	▲0.3	▲1.0	▲1.1	+1.2	+0.4	▲0.4	▲0.1	▲0.5	
19/10	+0.5	(+3.3)	+0.4	+0.6	+0.9	▲0.8	▲0.6	+0.6	▲0.4	+1.6	
19/11	+0.0	(+3.3)	▲0.3	+1.1	+1.5	+0.2	▲0.4	▲0.3	▲0.6	+0.6	
19/12	+0.1	(+5.6)	+0.5	▲0.8	▲1.6	▲1.9	+0.5	+0.4	+2.8	+1.2	
20/01	+0.8	(+4.9)	+0.8	+1.5	+0.8	+4.0	+0.8	+0.4	▲0.6	▲0.6	
20/02	▲0.4	(+4.5)	▲0.5	▲0.7	▲0.4	▲0.1	▲1.3	▲0.3	▲1.6	▲2.9	
20/03	▲8.2	(▲5.6)	▲3.8	▲19.6	▲25.9	▲22.1	▲17.6	+2.3	▲48.7	▲16.5	
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	+8.4	(+2.1)	+8.3	+9.3	+9.1	+37.4	+37.6	+5.6	+98.8	+14.8	
20/07	+1.2	(+2.7)	+1.9	▲0.6	▲1.2	+0.0	+22.9	+1.6	+5.7	+6.2	

(注) 数字は季節調整前月比。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。





7月小売上高(主要13業態)の前月比では、4業態が減少した一方、8業態が増加した。スポーツ用品・本・趣味用品、建設資材店、自動車・同部品、百貨店など一般小売が減少した。一方、家電は3カ月連続で二けたの高い伸びとなった。また、5、6月と高い伸びを続けていたガソリンスタンド、その他小売、衣料品、飲食店は反動もあり鈍化した。薬局は緩やかな回復基調を維持した。さらに、無店舗小売、食品・飲料が小幅の増加に転じた。なお、家具は2カ月連続の高い伸びの影響で横ばいとなった。

7月小売上高(前月比+1.24%)の主要13業態での前月比寄与度をみると、押し下げ寄与となったのは、自動車・同部品▲0.25%(6月+1.90%)、建設資材▲0.20%(同+0.06%)、スポーツ用品・本・趣味用品▲0.07%(同+0.43%)、百貨店を含む一般小売▲0.02%(同+0.25%)の4業態。一方、押し上げ寄与となった業態では、大きい順に、飲食店+0.49%(6月+2.52%)、ガソリンスタンド+0.41%(同+0.94%)、家電+0.34%(同+0.46%)、薬局+0.21%(同+0.39%)、衣料品+0.19%(同+3.13%)、その他小売+0.14%(同+0.45%)、無店舗小売+0.11%(同▲0.34%)、食品・飲料+0.03%(同▲0.20%)の9業態となった。家具は0.00%(同+0.69%)。

前年比で7月に売上高の増加した業態は、自動車・同部品、家具、建設資材店、食品・飲料、薬局、スポーツ用品・本・趣味用品、百貨店など一般小売、その他小売、無店舗小売の9業態。

米国では、4月下旬からのロックダウンの段階的な解除を受け、店舗が再開され、外出も増加したため、消費活動は回復し始めた。3、4月に労働市場が急激に悪化したが、給付金や失業保険の上乗せなどの政府支援策によって所得が押し上げられたほか、失業者の大多数は自分自身が一時的な休職と認識しているため新型コロナウイルスの問題が落ち着けば職場復帰できると考えていること、企業が販促を強化したこと等によって、4月下旬以降に小売上高は急激に回復した。拙速なロックダウンの解除やマスクの不着用などによって、6月下旬以降に新型コロナウイルスの感染拡大が加速する中でも、7月にかけて拡大を続けた。今後も、新型コロナウイルスの感染者数が高い伸びを続けるとみられ、ソーシャルディスタンスを考慮した対策の維持・強化を継続せざるを得ず、8月以降の小売上高は緩やかな拡大ペースになると予想される。

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。