

# U.S. Indicators

発表日: 2020年9月17日(木)

## 米国 市場予想を上回る鈍化も回復継続(8月小売)

～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)

8月の小売売上高は、前月比+0.6%（7月同+0.9%）と鈍化し、市場予想中央値（ブルームバーグ集計）の前月比+1.0%を下回った（6、7月合計で0.1%下方修正）。5月に前月比+18.3%と急回復した後、3カ月連続で鈍化したが、コロナ危機前の水準を上回って推移している。

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+0.7%（7月同+1.3%）と減速し、市場予想中央値（前月比+1.0%）を下回ったうえ、6、7月合計で0.5%下方修正されており、市場想定よりもかなり弱い内容となった。5月に急増した後、鈍化傾向を辿っているが、コロナ危機前のピーク水準を上回って推移している。

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%（前月同+1.4%）と鈍化したうえ、6、7月合計で0.4%下方修正された。ただし、5、6月の高い伸びの後の鈍化であるうえ、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と判断される。

また、8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+58.0%（7月+24.2%）と拡大モメンタムを強めた。四半期でも、7、8月平均で4-6月期比年率+54.3%と4-6月期▲26.4%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。

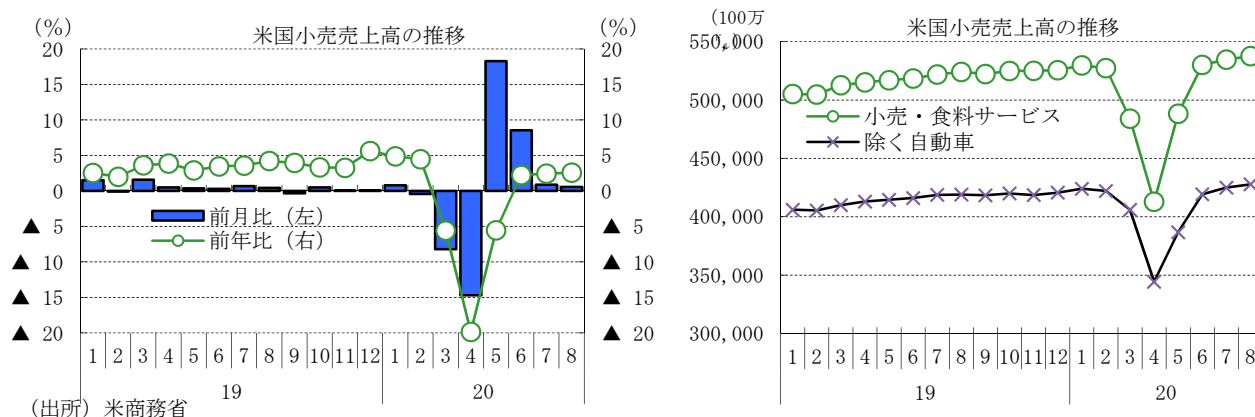
### 小売・飲食サービス売上高 (Retail and Food Services Sales)

			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			
19/08	+0.4	(+4.2)	+0.1	+1.6	+1.9	▲0.3	▲1.7	▲0.0	▲0.6	▲1.4
19/09	▲0.3	(+4.0)	▲0.1	▲0.7	▲1.1	+1.4	+0.5	▲0.3	▲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	+8.6	(+2.2)	+8.4	+9.4	+9.0	+39.0	+38.5	+5.6	+99.7	+15.0
20/07	+0.9	(+2.4)	+1.3	▲0.3	▲1.0	+0.9	+20.7	+1.0	+2.2	+4.4
20/08	+0.6	(+2.6)	+0.7	+0.7	+0.2	+2.1	+0.8	▲0.2	+2.9	+0.4

(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。



8月小売売上高（主要13業態）は、前月比で4業態が減少した一方、7業態が増加した。食品・飲料、スポーツ用品・本・趣味用品、百貨店など一般小売、その他小売が減少した。一方、自動車・同部品、建設資材店が増加に転じたほか、家具、衣料品、飲食店が加速した。また、3カ月連続で二けたの高い伸びを続けた家電など、これまでの高い伸びの反動で薬局、ガソリンスタンドが鈍化したが拡大した。無店舗小売は横ばいにとどまったが、上方改定されることが多い。

8月小売売上高（前月比+0.56%）の主要13業態の前月比寄与度をみると、押し下げ寄与となったのは、食品・飲料▲0.16%（7月+0.07%）、スポーツ用品・本・趣味用品▲0.08%（同▲0.08%）、百貨店を含む一般小売▲0.05%（同▲0.12%）の3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+0.48%（7月+0.40%）、建設資材+0.14%（同▲0.16%）、衣料品+0.10%（同+0.07%）、薬局+0.05%（同+0.26%）、家具+0.04%（同+0.02%）、自動車・同部品+0.03%（同▲0.20%）、ガソリンスタンド+0.03%（同+0.29%）、家電+0.01%（同+0.30%）の8業態となった。なお、その他小売りは0.00%（同+0.07%）、無店舗小売が0.00%（同+0.04%）にとどまった。

前年比では、7業態が増加した。無店舗小売、建設資材店は二桁の上昇となったほか、食品・飲料、スポーツ用品・本・趣味用品も高い伸びとなった。また、薬局、自動車・同部品、家具も小幅ながら増加した。

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、9月以降の小売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。