

# U.S. Indicators

発表日: 2020年11月18日(水)

## 米国 減速もヘッドラインほど弱くない(10月小売売上高)

～コア小売りは7-9月期の急激な増加の後も拡大基調維持～

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)

10月の小売売上高は、前月比+0.3%（9月同+1.6%）と減速し、市場予想中央値（ブルームバーグ集計）の前月比+0.5%を下回った。しかし、8、9月合計で0.5%上方修正されており、実態はヘッドラインが示すよりも堅調。6月にコロナ危機前の水準を上回った後も拡大を続け、10月は前年同月比+5.7%の増加となった。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+0.2%（9月同+1.2%）と減速し、市場予想中央値（前月比+0.6%）を下回ったが、8、9月合計で0.7%上方修正されており、実態は市場想定を上回っている。7月にコロナ危機前のピーク水準を上回り、その後も拡大を続け、10月に前年同月比+4.4%上昇した。

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+0.1%（前月同+1.2%）と減速したものの、8、9月合計で0.8%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いる。また、10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+26.7%（9月+61.6%）と鈍化しているが、堅調な拡大モメンタムを維持している。四半期でも、10月は7-9月期比年率+6.5%と7-9月に前期比年率+61.6%（4-6月期同▲26.4%）と急増した後にもかかわらず、拡大基調を維持しており、反動減を回避しながら巡航速度にシフトしつつある。

10月小売売上高（主要13業態）は、前月比で5業態が増加し、8業態が減少した。10月に大規模セールを開催した効果で無店舗小売、家電が増加に転じたほか、選挙後の暴動対策、ハリケーン襲来への備え、修繕などの需要拡大で建設資材店が加速した。一方、前月の高い伸びの反動でスポーツ用品・本・趣味用品、衣料品が減少したほか、家具、飲食店、薬局、百貨店など一般小売、その他小売、食品・飲料が減少に転じた。また、自動車・同部品、ガソリンスタンドは前月の高い伸びの反動で鈍化した。

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

	除外			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	除く車	自動車	家具	家電	
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	+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	+1.6	(+5.9)	+1.2	+2.0	+2.9	+0.6	▲1.1	+1.2	+13.6	+2.0	
20/10	+0.3	(+5.7)	+0.2	+0.5	+0.4	▲0.4	+1.2	+0.2	▲4.2	+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。

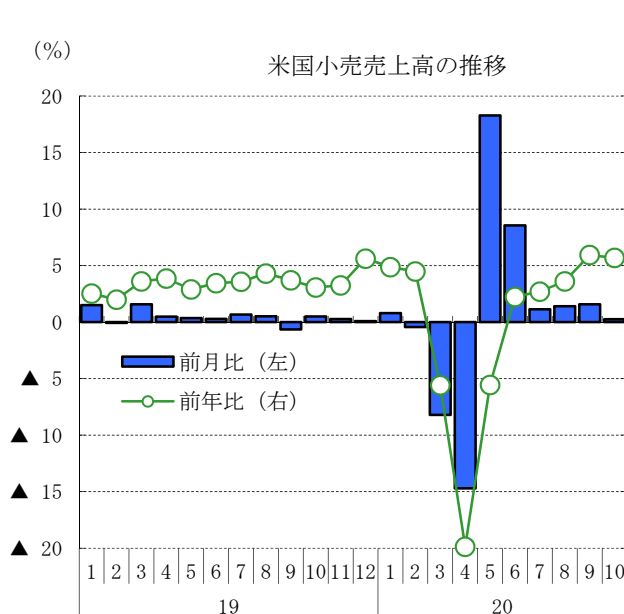


10月小売売上高（前月比+0.25%）の主要13業態の前月比寄与度をみると、押し上げ寄与となった業態では、大きい順に、無店舗小売+0.49%（9月▲0.27%）、自動車・同部品+0.08%（同+0.60%）、建設資材+0.06%（同+0.03%）、ガソリンスタンド+0.03%（同+0.13%）、家電+0.02%（同▲0.02%）の5業態となった。一方、押し下げ寄与となったのは、衣料品▲0.15%（9月+0.50%）、百貨店を含む一般小売▲0.12%（同+0.19%）、スポーツ用品・本・趣味用品▲0.06%（同+0.11%）、食品・飲料▲0.03%（同+0.02%）、その他小売り▲0.02%（同+0.02%）、家具▲0.01%（同+0.01%）、薬局▲0.01%（同+0.08%）、飲食店▲0.01%（同+0.24%）の8業態に増加した。

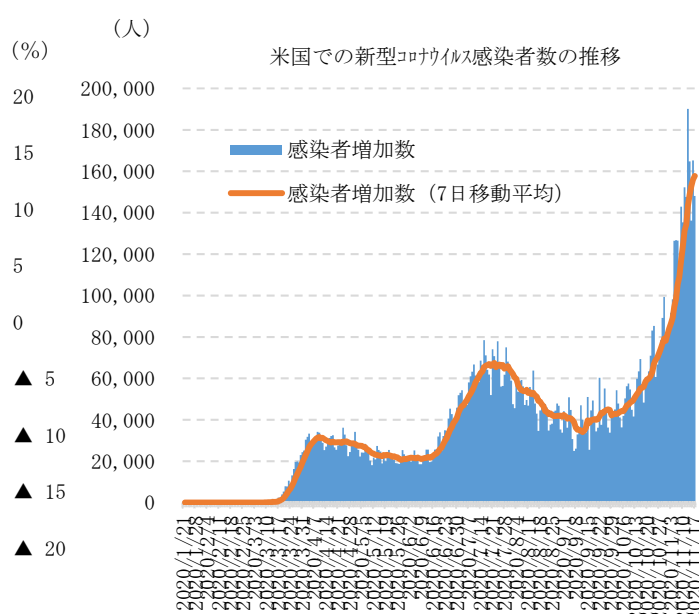
前年比では、9業態（9月9業態）が増加した。無店舗小売、建設資材店、スポーツ用品・本・趣味用品、食品・飲料、自動車・同部品は二桁の上昇となったほか、家具、百貨店を含む一般小売、も高い伸びとなった。また、薬局、その他小売も小幅ながら増加した。

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のが、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、労働市場の改善が続いていること、企業が販促を強化したこと等を背景に、小売売上高は急激に回復した。夏の新型コロナウイルスの感染拡大時期でも、経済活動再開による人の移動の増加、所得の増加、株高などを背景に小売売上高は拡大を続けた。

11月にはマスクの不着用、ソーシャルディスタンス不徹底などによって、新型コロナウイルスの新規の感染が高い伸びを続けており、一部の州・郡などではソーシャルディスタンスを考慮した対策の維持・強化せざるを得ず、小売売上高は緩やかなペースの拡大にとどまると予想される。



(出所) 米商務省



(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。