

U.S. Indicators

発表日: 2020 年 12 月 18 日(金)

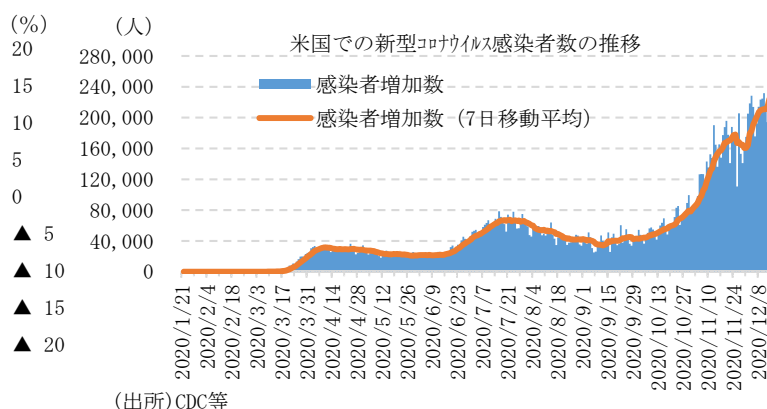
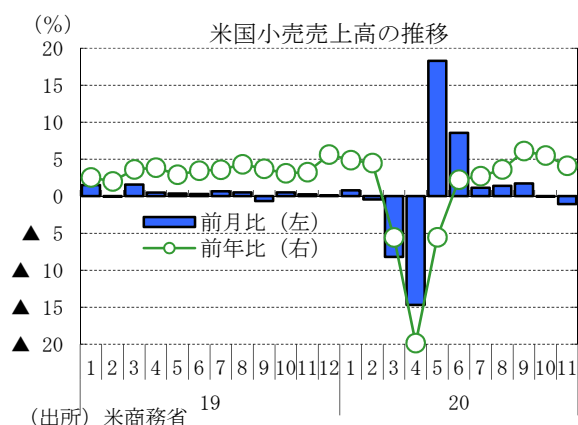
米国 感染拡大、年末商戦前倒しで 11 月の小売減少

～10-12 月期のコア小売は7-9月期の急激な増加後に鈍化～

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)

11 月の小売・飲食サービス売上高は、前月比▲1.1%（10 月同▲0.1%）とマイナス幅を拡大し、市場予想中央値（ブルームバーグ集計）の前月比▲0.3%を下回ったうえ、9、10 月合計で 0.3%下方修正された。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▲0.9%（10 月同▲0.1%）と市場予想中央値の前月比+0.1%に反して、マイナス幅を拡大した（9、10 月合計で 0.1%下方修正）。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▲1.0%（前月同▲0.1%）とマイナス幅を拡大した（9、10 月合計 0.1%下方修正）。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 10 月以降に新型コロナウイルスの感染拡大ペースが加速したことで、行動制限の強化や、自粛の動きが強まったほか、年末商戦の前倒しの影響によって、前月比で減少した。

コア小売売上高は、3 カ月移動平均・3 カ月前対比年率で+9.9%（10 月+26.9%）と拡大モメンタムを維持しているが、大幅に鈍化した。四半期でみても、10、11 月平均で 7-9 月期比年率+2.8%と 7-9 月に前期比年率+62.0%（4-6 月期同▲26.4%）と急増した影響もあり、鈍化した。



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

			除く車	耐久財関連 (*1)	自動車	家具	家電	非耐久財関連 (*2)	衣料品	ガソリン
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	+1.7	(+6.1)	+1.4	+2.1	+3.1	+0.1	▲2.0	+1.4	+15.4	+1.8
20/10	▲0.1	(+5.5)	▲0.1	+0.1	+0.0	+0.2	+1.1	▲0.1	▲3.4	▲0.2
20/11	▲1.1	(+4.1)	▲0.9	▲1.1	▲1.7	▲1.1	▲3.5	▲0.6	▲6.8	▲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。

11 月小売売上高（主要 13 業態）は、前月比で 3 業態が増加し、10 業態が減少した。食品・飲料が買いだめで増加に転じたほか、建設資材店が加速した。また、無店舗小売が 10 月の大規模セールの反動で鈍化したものの拡大した。一方、自動車・同部品、家具、家電、その他小売が減少に転じたほか、ガソリンスタンド、衣料品、飲食店が減少幅を拡大した。薬局、スポーツ用品・本・趣味用品、百貨店など一般小売が減少を続けた。

11 月小売売上高（前月比▲1.08%）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は、大きい順に食品・飲料+0.20%（10 月▲0.09%）、建設資材+0.08%（同+0.01%）、無店舗小売+0.03%（同+0.39%）の 3 業態にとどまった。一方、押し下げ寄与となった業態は、飲食店▲0.39%（10 月▲0.05%）、自動車・同部品▲0.34%（同 0.00%）、衣料品▲0.23%（同▲0.12%）、ガソリンスタンド▲0.15%（同▲0.01%）、百貨店を含む一般小売▲0.11%（同▲0.13%）、家電▲0.05%（同+0.02%）、薬局▲0.04%（同▲0.04%）、家具▲0.02%（同 0.00%）、スポーツ用品・本・趣味用品▲0.01%（同▲0.01%）、その他小売り▲0.01%（同 0.00%）の 10 業態に増加した

前年比の状況をみると、小売・飲食サービス売上高は+2.5%、変動の大きい自動車を除く小売・飲食サービス売上高は+2.4%、コア小売は+4.7%と増加し、7 業態（10 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・趣味用品は二桁の上昇となったほか、食品・飲料も高い伸びとなった。また、自動車・同部品家具、薬局、百貨店を含む一般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。しかし、10、11 月の新型コロナウイルスの感染拡大などにより、前月比で減少に転じた。12 月も感染者数、死者数は過去最悪を更新し続けており、1 月にかけて一部の州・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、21 年初にかけて小売売上高は前月比で減少を続け、前年比では鈍化傾向を辿ると予想される。

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。

