

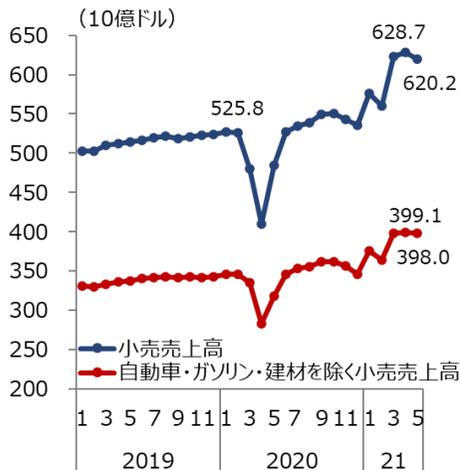
## 米国

小売売上高（2021年5月）

## 消費は引き続き好調、モノ消費からサービス消費への回帰も

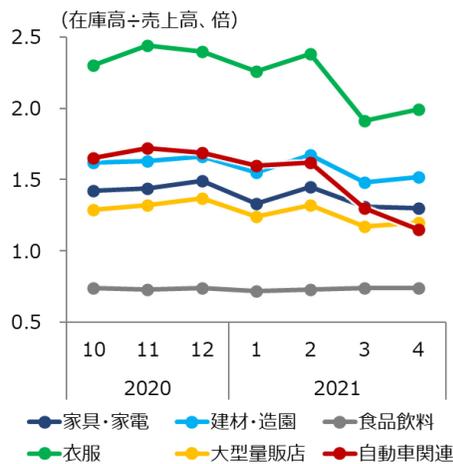
政策・経済センター  
田中嵩大  
03-6858-2717

## 1 小売売上高（金額）



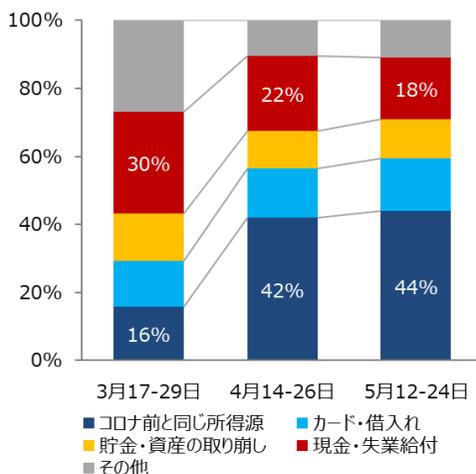
出所：米国商務省

## 2 小売売上高・在庫比率



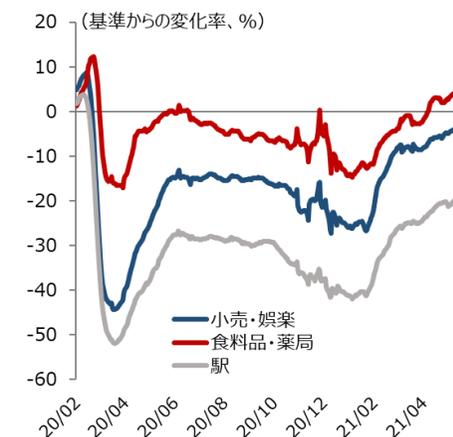
出所：米国商務省

## 3 家計の消費財源



出所：米国国勢調査局“Household Pulse Survey”

## 4 外出行動の抑制度



注：後方14日移動平均。直近は6月12日。

出所：Google「COVID-19 Community Mobility Reports」

## 評価ポイント

## 今回の結果

- 21年5月の米國小売売上高（6/15公表）は、前月比▲1.3%と、前月から減少したものの、コロナ危機前（19年12月）と比べると+18.4%と大きく増加した状態が続いている。
- 基調を示すコア小売売上高（自動車・ガソリン・建材を除く小売売上高）は同▲0.3%だった（図表1）。コロナ危機前比では+16.0%となった。
- 内訳をみると、衣服（同+3.0%）や外食（同+1.8%）、健康・パーソナルケア（同+1.8%）などで売上が増加した。これにより、外食はコロナ前を上回り過去最高となっている。一方で、建材・造園（同▲5.7%）、その他小売（同▲5.0%）や自動車関連（同▲3.7%）などでは売上が減少した。
- 同日に発表された21年4月の小売売上高・在庫比率は、半導体不足による減産により、自動車関連で過去最低の1.15倍となった（図表2）。

## 基調判断と今後の流れ

- 米国の個人消費は引き続き堅調に推移している。
- 小売売上高が前月から減少した背景には、①現金給付等による3,4月の一時的な消費押し上げ効果の剥落（図表3）、②小売売上高には表れにくいサービス消費へと消費先が移行しつつあること、などが考えられる。
- ②について、2回のワクチン接種を終えた人は18歳以上人口の約5割と、一般的な集団免疫の基準（人口7～9割程度）には至っていないものの、小売・娯楽でもコロナ危機前近くまで外出行動が回復してきている（図表4）。外食売上が過去最高となっているほか、航空旅客数やホテル予約数も回復傾向にあり、サービス業におけるペントアップ需要が顕在化しつつある。
- 先行きも、経済効果剥落による調整は見られるものの、行動抑制のさらなる緩和やサービス業でのペントアップ需要、雇用環境の改善等により、年央にかけて引き続き個人消費は堅調に推移すると見込む。