



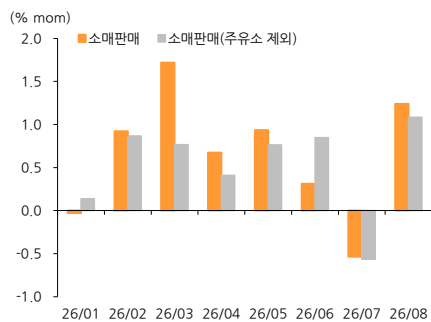
Macro Review

8월 미국 소매판매: 소비의 하방 경직성 확인

▶ Economist 최규호 choi.gh@hanwha.com 02-3772-7720

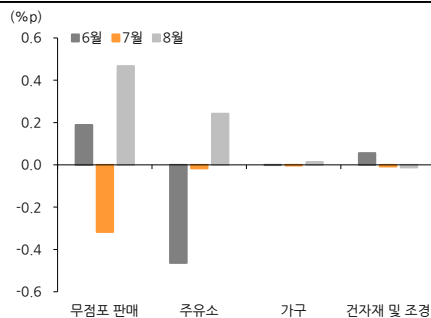
[주요 데이터 및 차트]

8월 소매판매 전월대비 1.2% 증가



자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

무점포와 주유소 판매 기여도 상위



자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[Compliance Notice]

이 자료는 투자자의 증권투자를 돕기 위해 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로서 저작권이 당사에 있으며 불법 복제 및 배포를 금합니다. 이 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터가 신뢰할 만한 자료나 정보출처로부터 얻은 것이지만, 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다. 따라서 이 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과와 관련된 법적 책임소재에 대한 증빙으로 사용될 수 없습니다.

미국 소비 위축 가능성은 높지 않습니다. 실질 소매판매가 늘었고 가계 구매력도 양호하기 때문입니다. 다만 소비자들의 구매 성향과 여전히 약한 소비심리를 고려하면 본격적인 회복에는 시간이 필요합니다.

소매판매 예상치 상회

8월 미국 소매판매는 전월대비 1.2%(전년동월대비 6.0%) 증가. 주유소(+3.1%)와 무점포(+2.6%) 판매가 반등했기 때문. 건자재(-0.2%)를 제외하면 전반적인 내구재 수요가 양호했고, 외식(+1.2%) 판매도 증가 폭 확대. 주유소를 제외한 소매판매는 전월대비 1.1% 늘어나며 올해 가장 높은 증가율을 기록

덜어낸 소비 우려

소비 위축 가능성은 높지 않음. 금번 지표는 국제유가 상승이나 신학기 수요가 반영됐다는 점을 감안해도 강했음. 통제 그룹(Control-group) 소매판매가 전월대비 1.4% 증가했고, 실질 소매판매도 0.8% 늘었음. 2/4분기 가계 순자산이 역대 최고 수준인 약 185.7조 달러에 다다르며 양호한 가계 구매력을 보여주고 있고, 근래 기업들의 해고가 급격하게 늘지도 않았기 때문에 소비가 가파르게 꺾이지는 않을 것

다만 탄력적인 소비 반등을 기대하기도 어려움. 소비심리가 계속해서 약해지고 있는 데다, 지정학적 우려에 따른 고유가 문제도 간접적으로 소비에 영향을 주고 있음. 대형 유통업체들도 소비자들 이 가격에 민감하게 반응하며 불황형 소비에 가까운 경향성을 보여주고 있다고 언급. 재량소비보다는 필수소비, 그리고 할인품목 중심으로 지출을 늘리고 있다는 의미. 소비 침체 가능성은 낮지만, 소비가 본격적으로 회복되기까지는 조금 더 시간이 필요해 보임

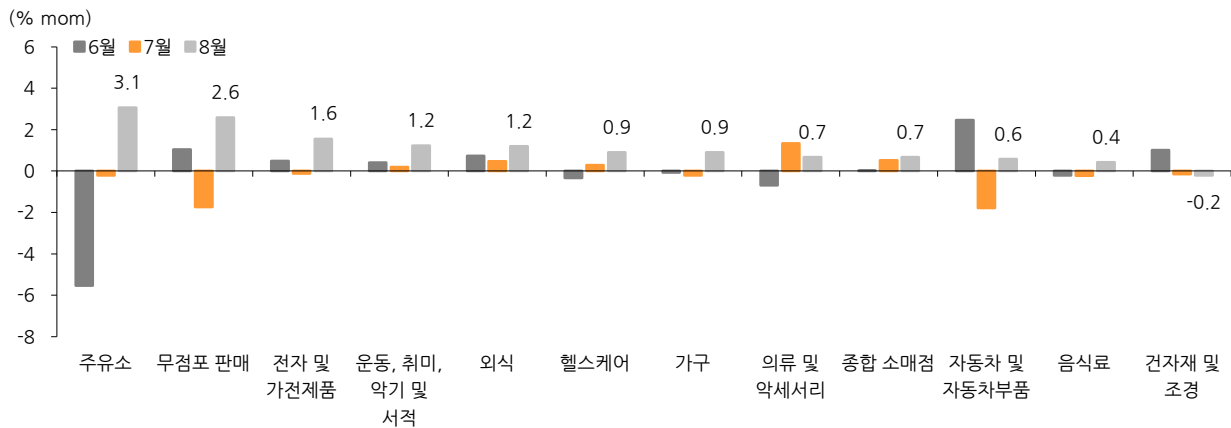
[표1] 미국 소매판매 전월대비 및 전년동월대비 증감률

(%)	전월대비					전년동월대비				
	4월	5월	6월	7월	8월	4월	5월	6월	7월	8월
소매판매	0.7	0.9	0.3	-0.5	1.2(△)	5.1	7.2	6.8	5.0	6.0(△)
(자동차 제외)	0.9	0.9	-0.2	-0.2	1.4(△)	6.6	7.8	6.9	5.8	6.9(△)
(주유소 제외)	0.4	0.8	0.8	-0.6	1.1(△)	3.7	5.7	5.9	4.1	4.9(△)
(자동차 및 주유소 제외)	0.6	0.7	0.4	-0.3	1.2(△)	5.1	6.0	5.7	4.7	5.6(△)
(외식 제외)	0.6	0.9	0.2	-0.7	1.2(△)	5.4	7.6	7.2	5.0	6.0(△)
자동차 및 자동차부품	-0.4	1.0	2.5	-1.8	0.6(△)	-1.3	4.6	6.4	1.9	2.1(△)
가구	-1.2	1.6	-0.1	-0.2	0.9(△)	-3.2	-0.1	-0.1	-2.7	1.9(△)
전자 및 가전제품	1.6	-0.6	0.5	-0.1	1.6(△)	8.1	6.8	7.5	5.5	7.8(△)
건자재 및 조경	0.1	0.2	1.0	-0.1	-0.2(▽)	2.8	5.7	5.3	6.0	5.1(▽)
음식료	0.6	0.2	-0.2	-0.2	0.4(△)	1.2	2.2	1.0	0.5	0.5(-)
헬스케어	-0.2	0.7	-0.3	0.3	0.9(△)	2.3	3.1	1.1	0.4	1.9(△)
주유소	3.7	2.8	-5.5	-0.2	3.1(△)	22.6	27.6	19.4	17.1	21.0(△)
의류 및 악세서리	-0.5	1.0	-0.7	1.3	0.7(▽)	5.7	6.4	4.3	4.5	4.3(▽)
운동, 취미, 악기 및 서적	2.6	0.1	0.4	0.2	1.2(△)	13.4	11.9	12.5	10.0	10.7(△)
종합 소매점	0.0	0.4	0.0	0.5	0.7(△)	3.4	3.9	3.5	3.7	4.5(△)
무점포 판매	1.5	0.5	1.0	-1.7	2.6(△)	11.4	11.2	12.5	8.3	9.9(△)
외식	1.0	1.3	0.7	0.5	1.2(△)	3.2	4.7	4.7	5.2	5.8(△)

주: 이전치 대비 상승(△), 하락(▽), 보합(-)

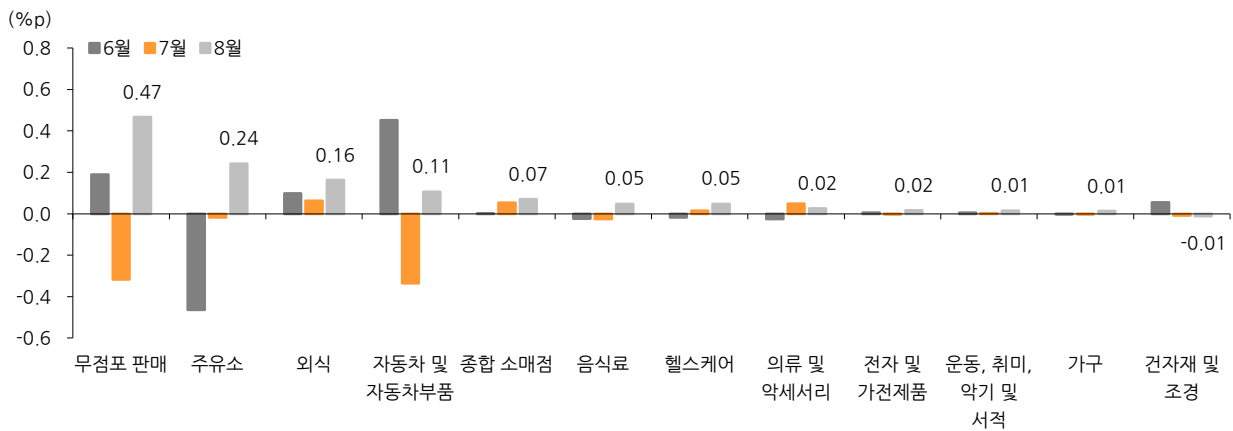
자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림1] 전월대비 증감률: 주유소와 무점포, 가전 판매 반등



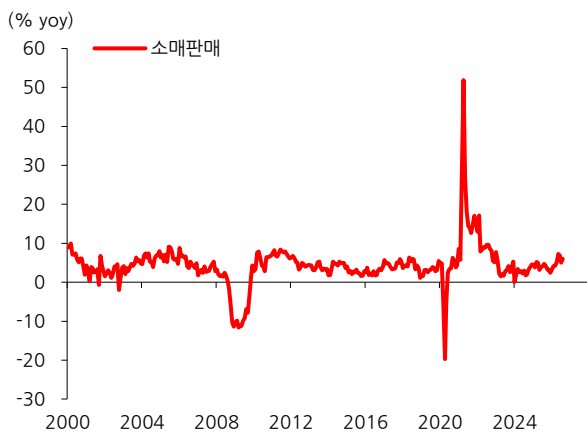
자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림2] 전월대비 증감을 기여도: 무점포와 주유소 판매 기여도 상위 vs. 가구와 전자재 판매 기여도 하위



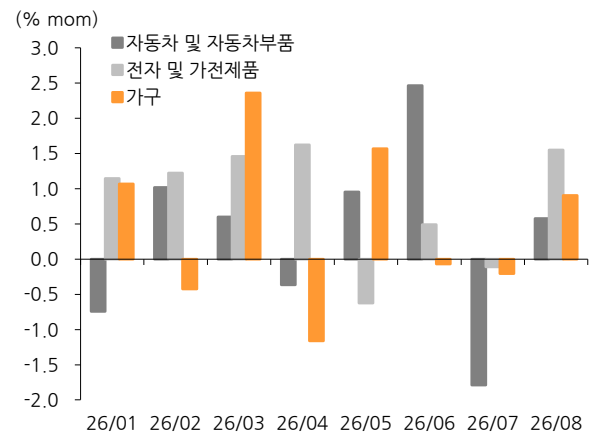
자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림3] 소매판매 전년동월대비 증가율 상승



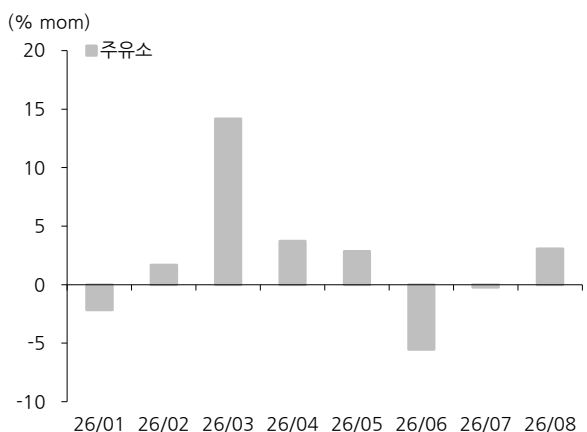
자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림4] 내구재 수요 전반적으로 개선



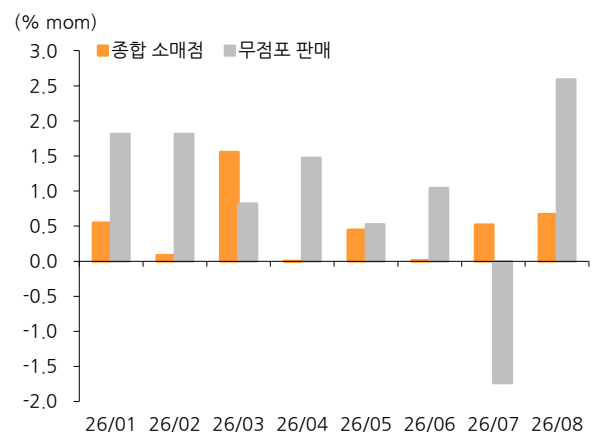
자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림5] 주유소 판매가 다시 늘어났고



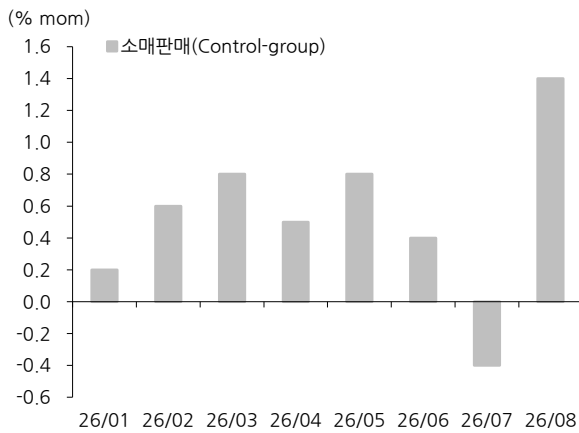
자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림6] 무점포 판매는 18개월 만에 가장 크게 증가



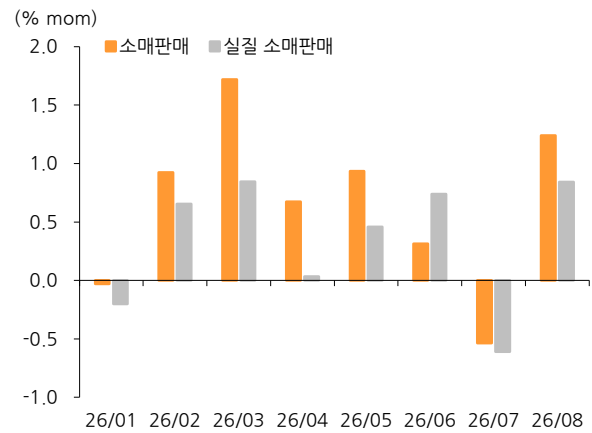
자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림7] 핵심 상품 판매 전월대비 1.4% 증가



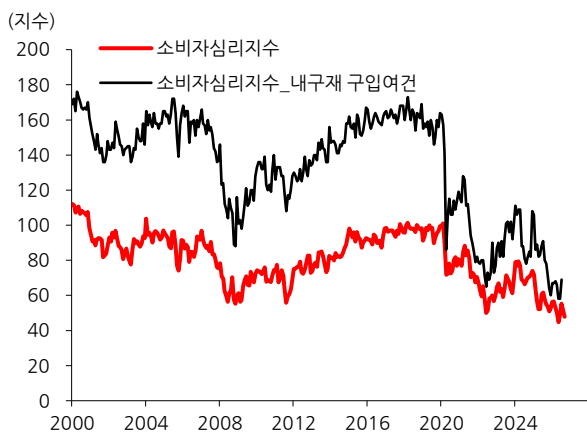
주: GDP와 PCE 상품 지출 계산 투입 품목 선별. 자동차, 건자재, 주유소, 외식 제외
 자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림8] 물가 부담을 반영한 실질 소매판매도 반등



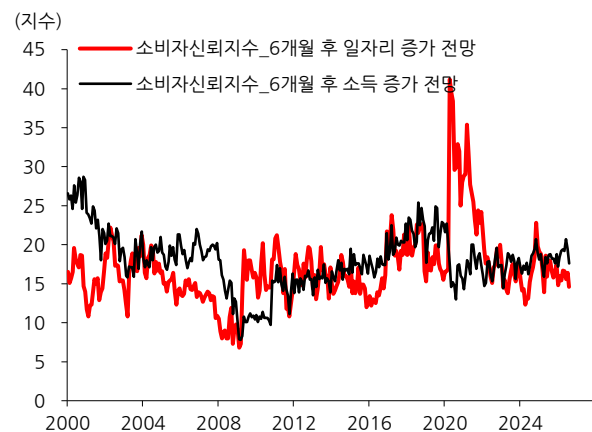
자료: U.S. Census Bureau, FRB of St. Louis, 한화투자증권 리서치센터

[그림9] 소비심리 회복 지연



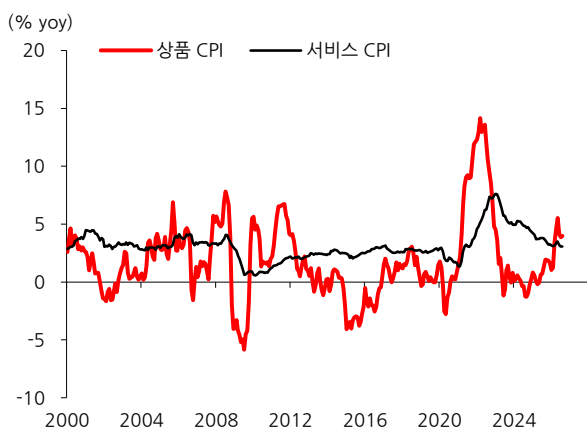
자료: University of Michigan, 한화투자증권 리서치센터

[그림10] 고용과 소득에 대한 우려도 다소 확대



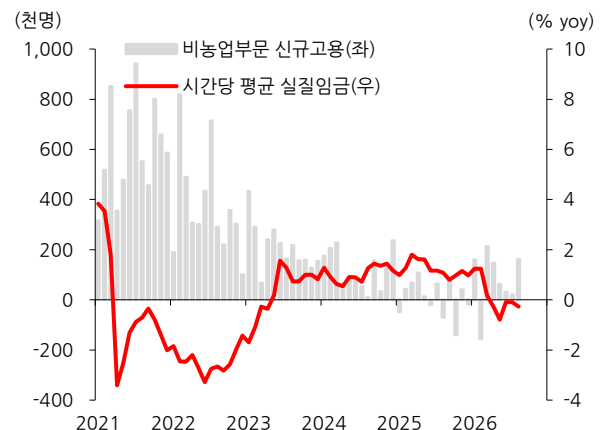
자료: The Conference Board, 한화투자증권 리서치센터

[그림11] 국제유가 상승을 반영해 상품 물가 소폭 반등



자료: U.S. Bureau of Labor Statistics, 한화투자증권 리서치센터

[그림12] 실질임금은 하락 압력



자료: U.S. Bureau of Labor Statistics, 한화투자증권 리서치센터