

Macro Review

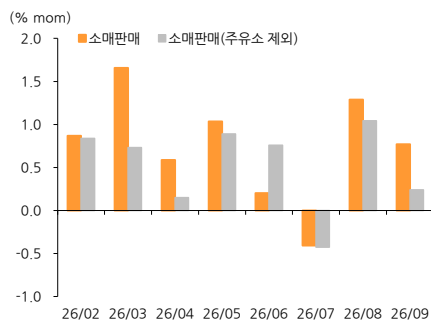
9월 미국 소매판매: 반등보다는 양호하게 유지



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

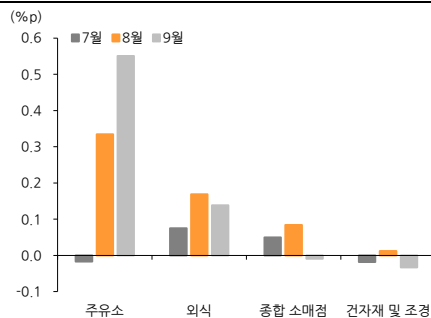
[주요 데이터 및 차트]

9월 소매판매 전월대비 0.8% 증가



자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

주유소와 외식 서비스 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 소비는 양호할 전망입니다. 주유소를 제외한 소비가 늘었고, 일부 내구재와 외식 지출 또한 이어졌기 때문입니다. 다만 핵심 소비 둔화와 약한 심리를 고려하면 당장 탄력적인 반등을 기대하기는 어렵습니다.

소매판매 예상치 상회

9월 미국 소매판매는 전월대비 0.8%(전년동월대비 6.3%) 증가하면서 예상치 상회. 주유소(+6.4%) 판매가 크게 늘어났고, 외식(+1.1%) 판매 또한 양호했기 때문. 헬스케어(+0.7%)와 가전(+0.6%) 판매도 증가세 지속. 주유소를 제외한 소매판매는 전월대비 0.2% 증가

소비 급랭도, 재가속도 제한적

소비가 크게 약해지지는 않을 것. 주유소를 제외한 소매판매 증가세는 둔화됐지만, 가구·가전 등 일부 내구재와 외식 지출이 이어지고 있어 가계의 소비 의향이 위축됐다고 보기 어려움. 매튜 셰이 전미소매협회(NRF) 회장 또한 신학기 쇼핑 시즌 이후에도 소비자들이 지출을 이어가고 있다고 평가

다만 탄력적인 회복보다는 양호한 흐름 유지 전망. 통제 그룹(Control-group) 소매판매 증가 폭이 미미해 소비 모멘텀이 유의미하게 개선됐다고 판단하기는 어려움. 가계는 유류비 상승에 따른 예산 제약 속에서 필수소비 중심의 지출을 이어가고 있으며, 소매업체들도 판촉과 합리적인 가격 책정에 주력하고 있음. 고유가 여파가 이어지면 소비자들의 선별적인 구매 패턴도 지속될 것. 소비심리도 오랜 기간 약해지고 있어 당분간 소비는 재가속하기보다 무난한 수준을 유지할 가능성이 높음

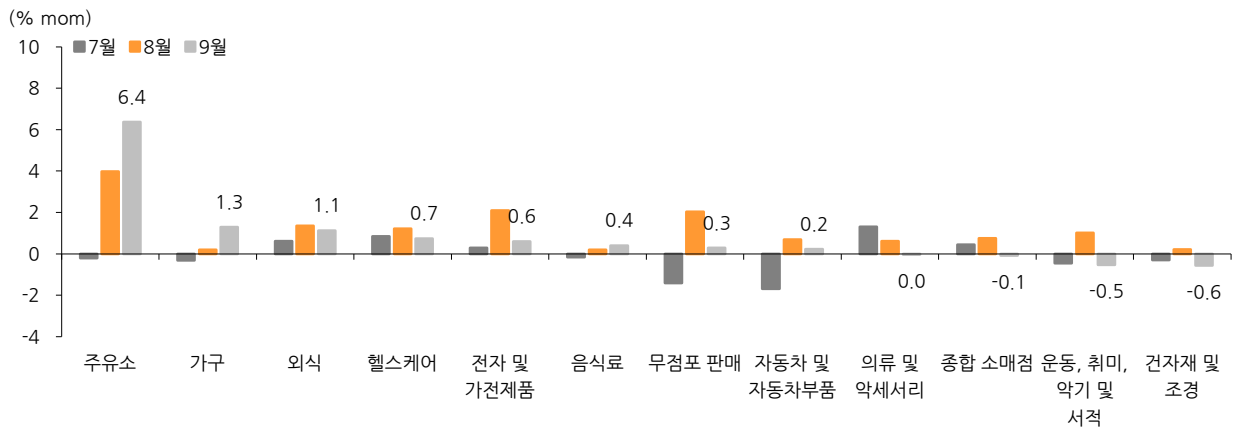
[표1] 미국 소매판매 전월대비 및 전년동월대비 증감률

(%)	전월대비					전년동월대비				
	5월	6월	7월	8월	9월	5월	6월	7월	8월	9월
소매판매	1.0	0.2	-0.4	1.3	0.8(▽)	6.7	5.9	4.5	5.6	6.3(△)
(자동차 제외)	1.0	-0.3	-0.1	1.4	0.9(▽)	7.2	5.9	5.2	6.3	7.2(△)
(주유소 제외)	0.9	0.8	-0.4	1.0	0.2(▽)	5.1	4.9	3.5	4.3	4.5(△)
(자동차 및 주유소 제외)	0.8	0.4	-0.1	1.1	0.2(▽)	5.2	4.6	3.9	4.8	5.0(△)
(외식 제외)	1.0	0.1	-0.5	1.3	0.7(▽)	7.1	6.2	4.4	5.5	6.2(△)
자동차 및 자동차부품	1.3	2.2	-1.7	0.7	0.2(▽)	4.7	6.1	1.8	2.3	2.5(△)
가구	1.9	-0.7	-0.3	0.2	1.3(△)	0.5	-0.8	-3.3	-0.4	4.9(△)
전자 및 가전제품	-0.3	0.1	0.3	2.1	0.6(▽)	6.8	6.7	5.2	8.3	9.4(△)
건자재 및 조경	-0.2	1.2	-0.3	0.2	-0.6(▽)	5.0	5.2	5.6	5.4	4.5(▽)
음식료	0.2	-0.2	-0.2	0.2	0.4(△)	2.3	1.0	0.6	0.3	0.9(△)
헬스케어	0.9	0.0	0.8	1.2	0.7(▽)	-1.2	-2.2	-2.3	-0.8	-1.2(▽)
주유소	2.5	-5.5	-0.2	4.0	6.4(△)	26.9	18.5	17.4	21.0	28.1(△)
의류 및 악세서리	1.1	-0.6	1.3	0.6	0.0(▽)	6.2	4.1	4.2	4.3	5.0(△)
운동, 취미, 악기 및 서적	0.5	0.4	-0.5	1.0	-0.5(▽)	11.1	12.0	9.0	9.5	9.6(△)
종합 소매점	0.4	0.1	0.4	0.8	-0.1(▽)	4.9	3.4	3.6	4.6	4.2(▽)
무점포 판매	1.3	0.7	-1.4	2.0	0.3(▽)	9.5	9.8	6.6	7.8	8.2(△)
외식	0.9	0.6	0.6	1.4	1.1(▽)	4.2	4.3	5.2	5.8	7.0(△)

주: 이전치 대비 상승(△), 하락(▽), 보합(-)

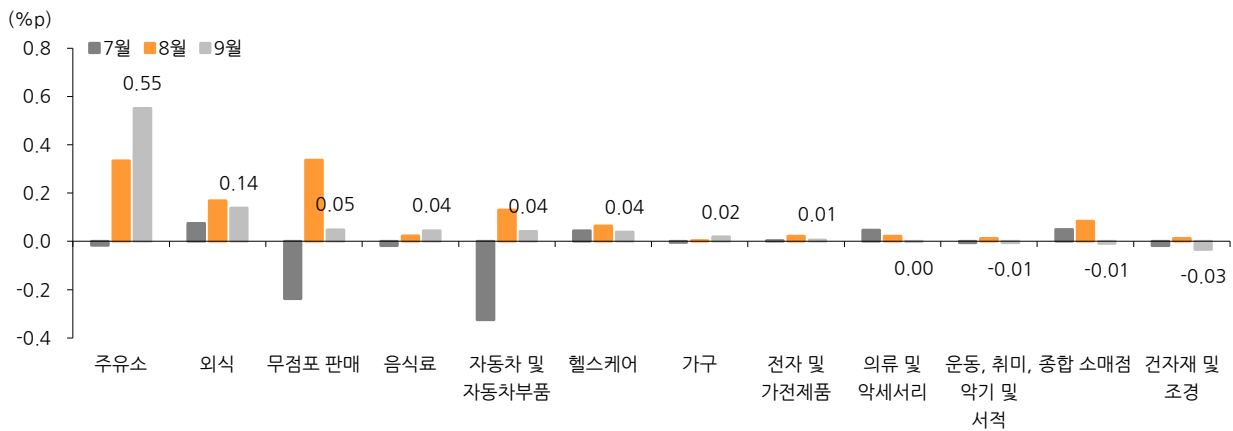
자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림1] 전월대비 증감률: 주유소와 가구, 외식 서비스 판매 증가



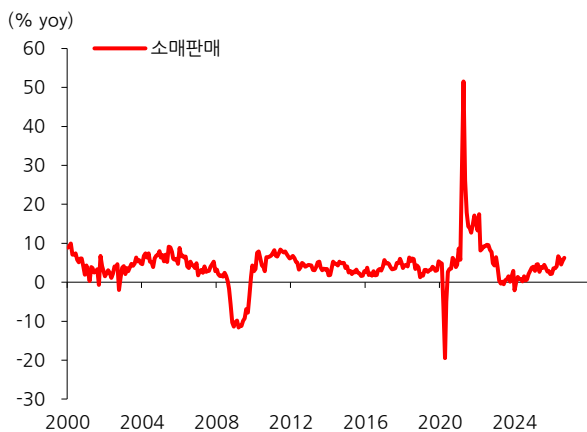
자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림2] 전월대비 증감률 기여도: 주유소와 외식 서비스 판매 기여도 상위 vs. 종합 소매점과 전자재 판매 기여도 하위



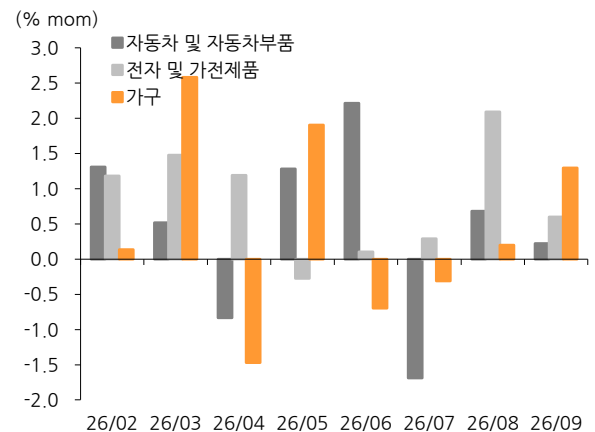
자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림3] 소매판매 전년동월대비 증가율 상승



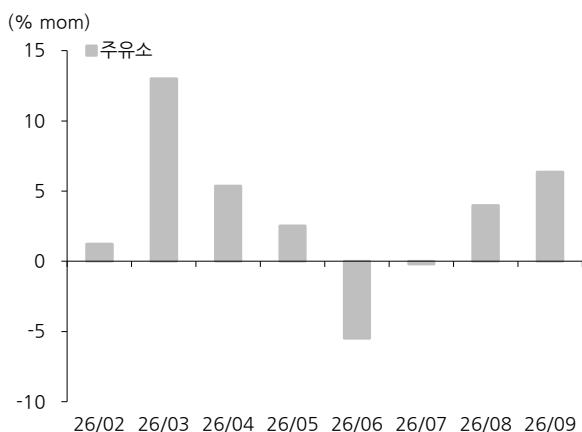
자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림4] 내구재 수요 전반적으로 양호



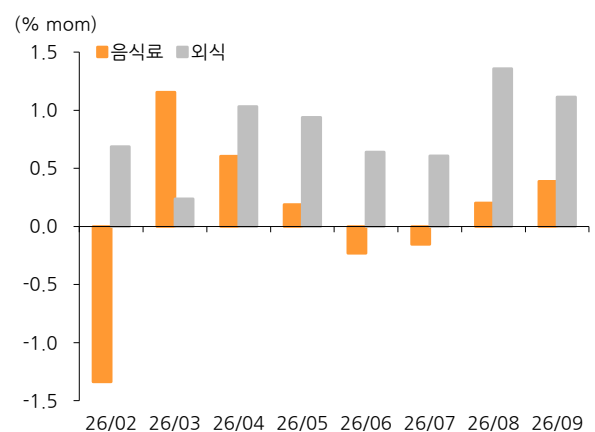
자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림5] 주유소 판매 증가 폭 확대



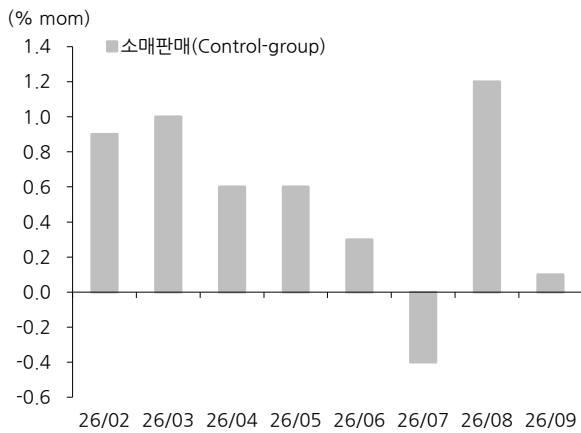
자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림6] 외식 서비스 판매 8개월 연속 증가



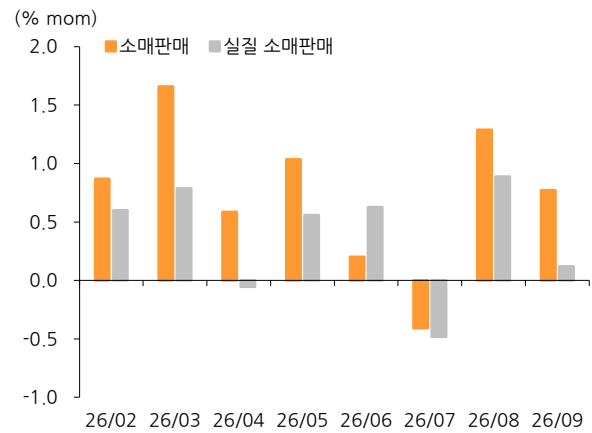
자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림7] 핵심 상품 판매 전월대비 0.1% 증가



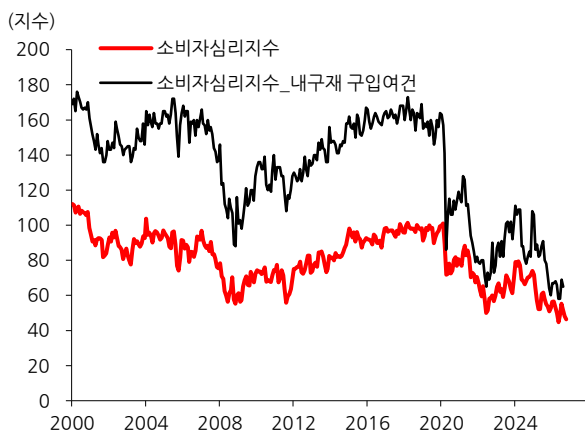
주: GDP와 PCE 상품 지출 계산 투입 품목 선별. 자동차, 건자재, 주유소, 외식 제외
 자료: U.S. Census Bureau, 한화투자증권 리서치센터

[그림8] 실질 소매판매도 증가세는 유지



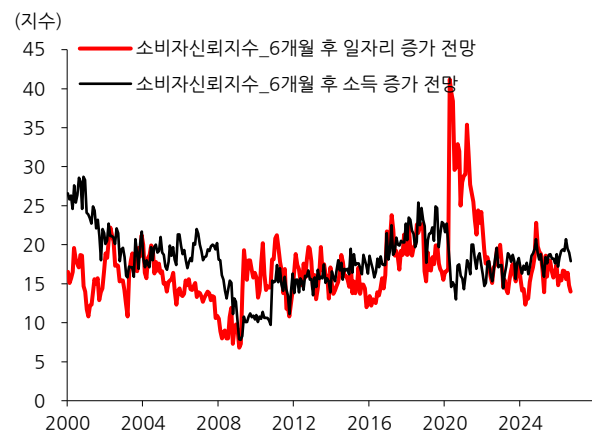
자료: U.S. Census Bureau, FRB of St. Louis, 한화투자증권 리서치센터

[그림9] 소비심리 부진 지속



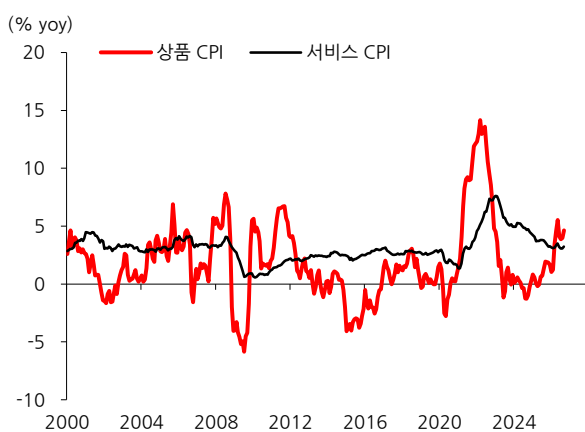
자료: University of Michigan, 한화투자증권 리서치센터

[그림10] 고용과 소득에 대한 우려도 이어지는 중



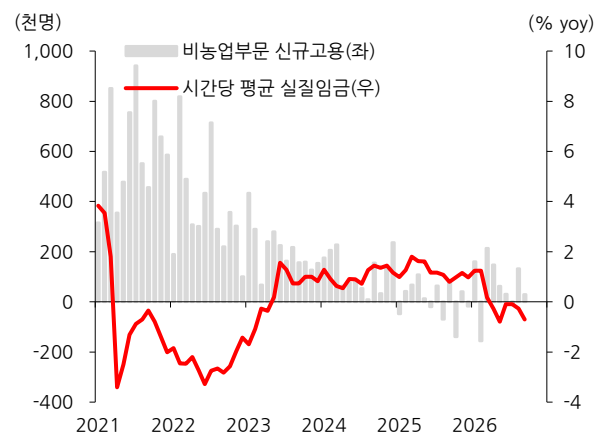
자료: The Conference Board, 한화투자증권 리서치센터

[그림11] 고유가 여파로 상품 물가 부담 확대



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

[그림12] 실질임금 하락 압력 강화



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