

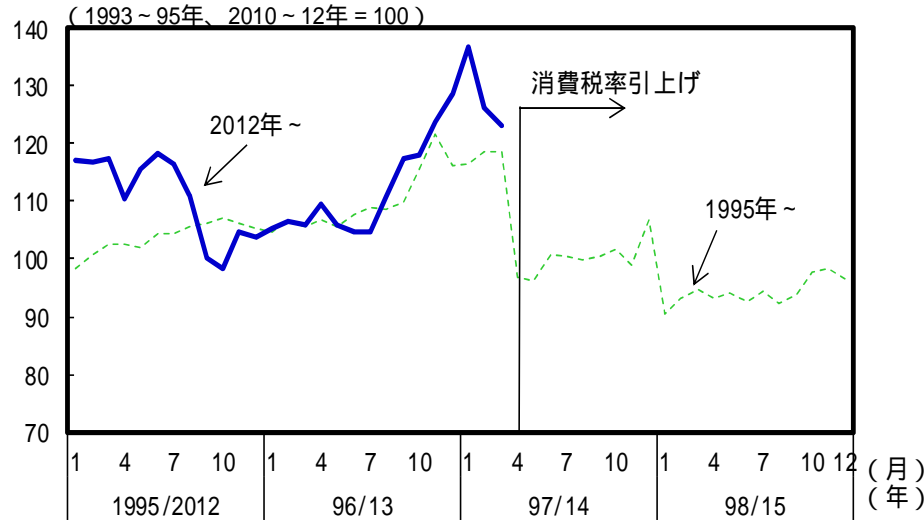
消費税率引上げ後の消費動向等 について(4月第2週)

平成26年4月18日
内閣府

自動車・家電販売の動向

自動車販売は、反動減により弱い動きとなっているとみられるが、一方で人気車種の受注残の下支えも。

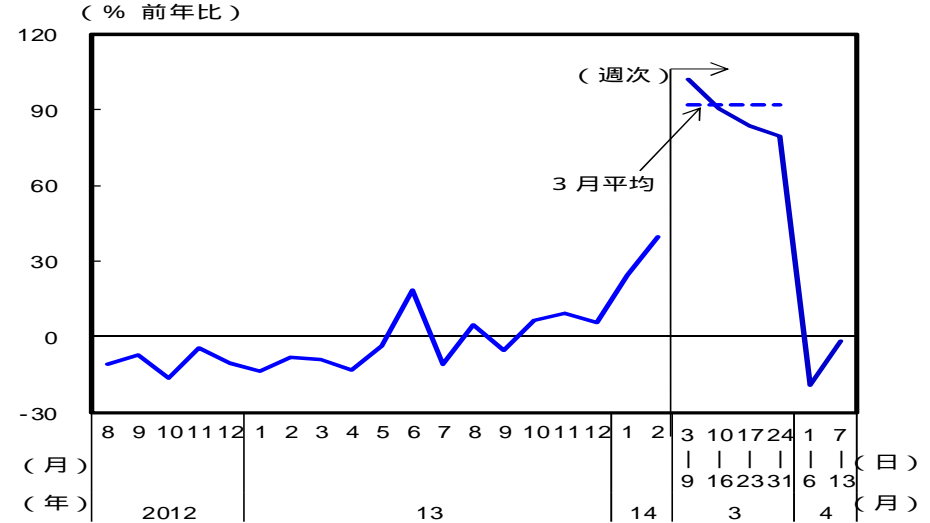
新車販売台数（含軽）（1997年頃との比較）



(備考) 1. 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会により作成。
2. 内閣府による季節調整値を指数化したもの。

主要5品目の家電販売は、パソコンの増加により第2週はマイナス幅が縮小したものの、その他品目の動向をみると、駆け込み需要の反動減により、前年比で弱い動きが続いている。

家電販売金額（家電量販店主要5品目）（税抜き）



(備考) 1. GfKジャパン（全国の有力家電量販店販売実績を調査・集計）により内閣府作成。
2. テレビ、エアコン、冷蔵庫、パソコン、携帯電話の5品目の合計。税抜き価格ベース。
3. 主要5品目の販売状況の集計値であるため、2014年3月までは、前年比が高めに出る傾向があった。
4. 2014年4月第1週は、駆け込み需要が大きく現れやすい3月31日が月曜に当たったため、その影響を除いて前年比を算出している。

販売台数（除く軽自動車）について、前年比で下落幅が若干縮小しているものの、反動減の状況が変わったとはみていない。新型車の押し上げ効果が出てくるのは5月以降になる可能性があり、今後、数週間は大きな動きはないと見込んでいる。

【業界団体 A】

軽自動車については、現時点では台数ベースで約2割減。人気車種の受注残が、当面の下支え要素となっている可能性がある。例えば、5~6か月納車待ちの状況の車種もある。

【業界団体 B】

XPサポート切れの影響もあり、パソコンが大きく伸びたことにより、第2週は第1週より増加。4月に入ってから動きは、想定内となっている。エアコンについては、あまり売れない時期なので、データとしては振れやすい。なお、パソコンの販売と共にIT関連も売れている。

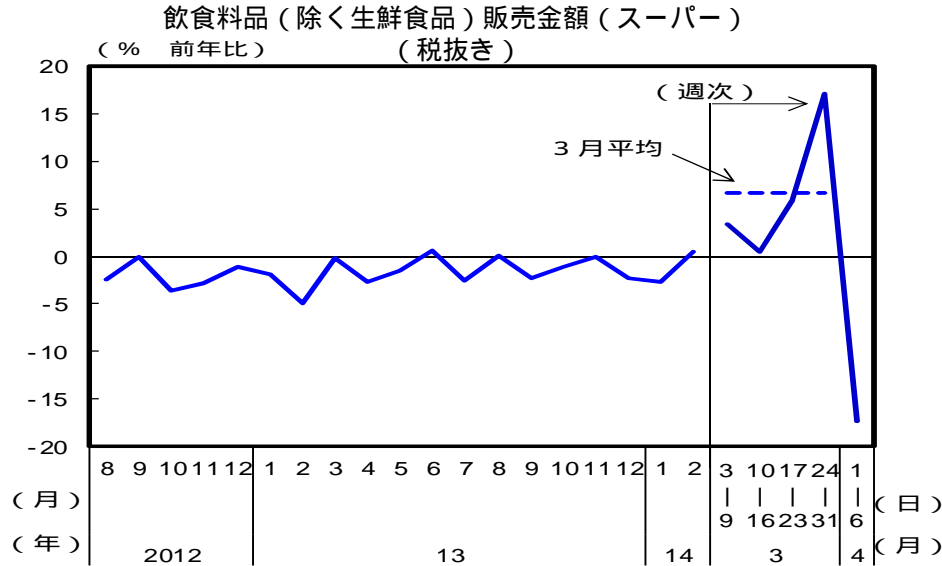
【市場アナリスト】

4月第2週は客数が10~15%程度の減少となったが、先週より若干の改善がみられ、現時点では想定より反動減の影響が少ないとみている。単価もあまり落ちておらず、消費者の購買意欲が強いという印象。

【家電量販店】

その他消費・住宅販売の動向

飲食料品は、駆け込み需要の反動減により、4月第1週は保存がきくものを中心に弱い動きとなり、前年比約17%減。第2週には復調もみられるとの声も。



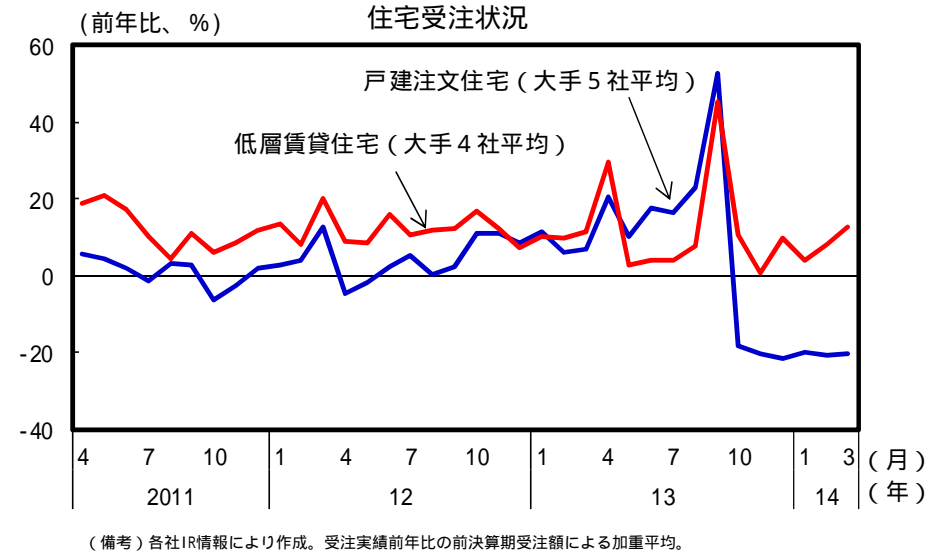
先週大きく減少していた加工食品やお米の下落幅が縮小し、生鮮食品が販売をけん引するなかで、売上全体が前年比約2%増加に転じた。
【食品スーパー】

サービス消費は、旅行は、駆け込み需要の反動減もあり4月には減少も、夏にかけて持ち直す可能性。外食は、第2週も底堅く推移。

新メニューの拡充などの対策を行った結果、4月第2週時点で客数・客単価とも好調に推移。
【外食チェーンA】

先週と比べて大きな変化は無く、前年比プラスで推移している。
【外食チェーンB】

先行指標である受注をみると、駆け込み需要の反動減もあって、戸建注文住宅で前年比減少。



住宅ローン減税の拡充などもあり、受注の落ち込みが続くとは見ていない。戸建注文住宅、賃貸住宅ともに、展示会などの来場者も多く、消費者の関心は高い。時間をかけて検討するケースが多く、受注が伸びていないところ。きっかけがあれば、受注につながるだろう。

【大手住宅メーカーA】

戸建注文住宅の受注は、昨年10月以降、前年比で大幅なマイナスが続いている。住宅ローン減税の拡充等の負担軽減策は、中所得層でそれほど効果がない。4 - 6月期の落ち込みは予想していたが、7 - 9月期に持ち直すという展望も持てない。

【大手住宅メーカーB】