

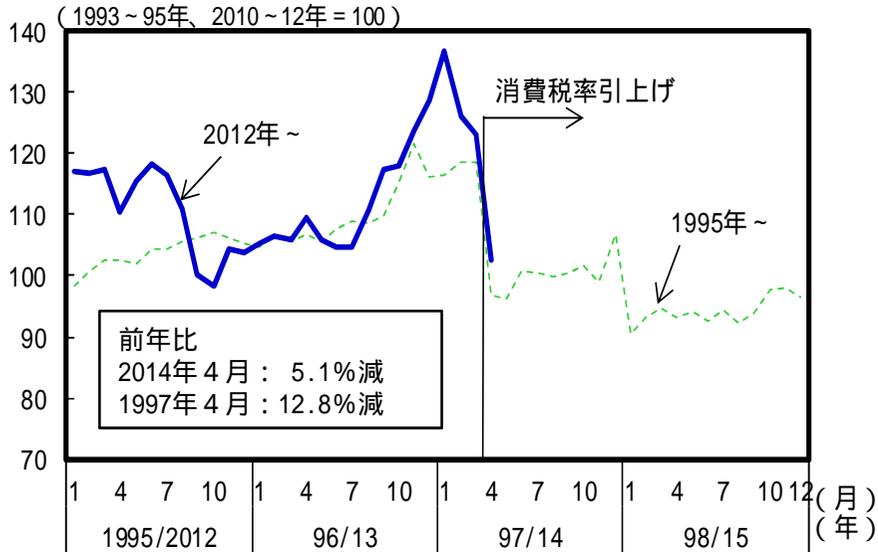
# 消費税率引上げ後の消費動向等 について(4月第4週)

平成26年5月2日  
内閣府

# 自動車・家電販売の動向

自動車販売は、受注残の下支えもあって、4月は前年比で約5%減にとどまった。ただし、足下の受注は弱いので、先行きは慎重にみる必要がある。

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。

4月の登録ベースの販売台数（除く軽自動車）は、駆け込み需要の反動により落ち込んだが、週を追うごとに改善している。ただし、3月までに納車が間に合わなかった分が後ずれした影響が相当程度あるとみられるため、需要が戻ってきているかどうかは判断できない。

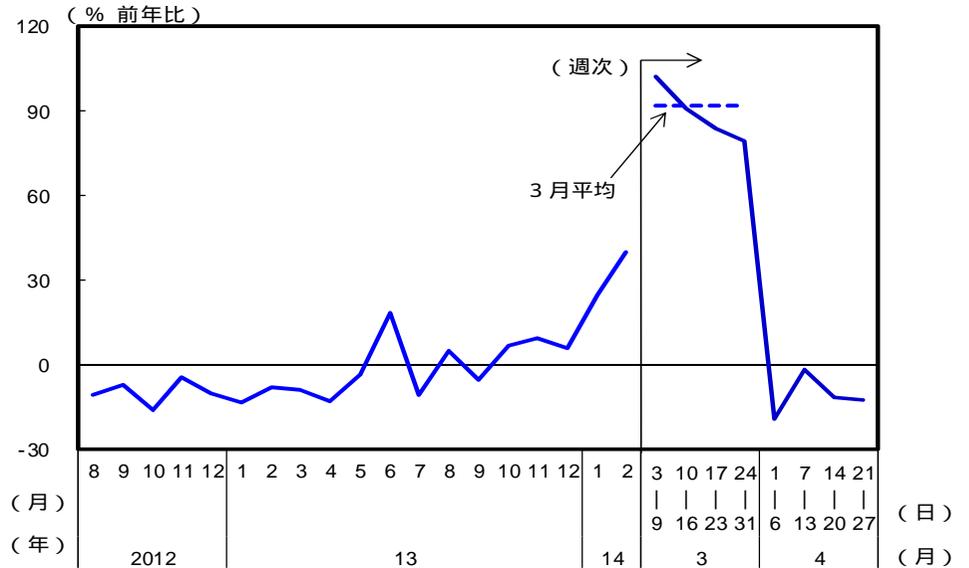
【業界団体A】

4月の軽自動車の販売台数は、届出ベースで前年比プラスとなった。ただし、受注残が多いメーカーとそうでないメーカーで明暗が分かれている。【業界団体B】

4月以降の新車需要を反映する受注台数は、前年比で2~3割減の企業が多い。【報道】

主要5品目の家電販売については、第4週は前年比で約13%減となり、第3週とほぼ変わらず。

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日が月曜に当たるため、その影響を除いて前年比を算出している。

パソコンの伸び率が縮小したものの、他の4品目がやや改善したことから、5品目計で見ると、前週とほぼ変わらず。5品目以外を含む全カテゴリーでは、第3週、第4週ともに前年比約2割弱程度。【市場アナリスト】

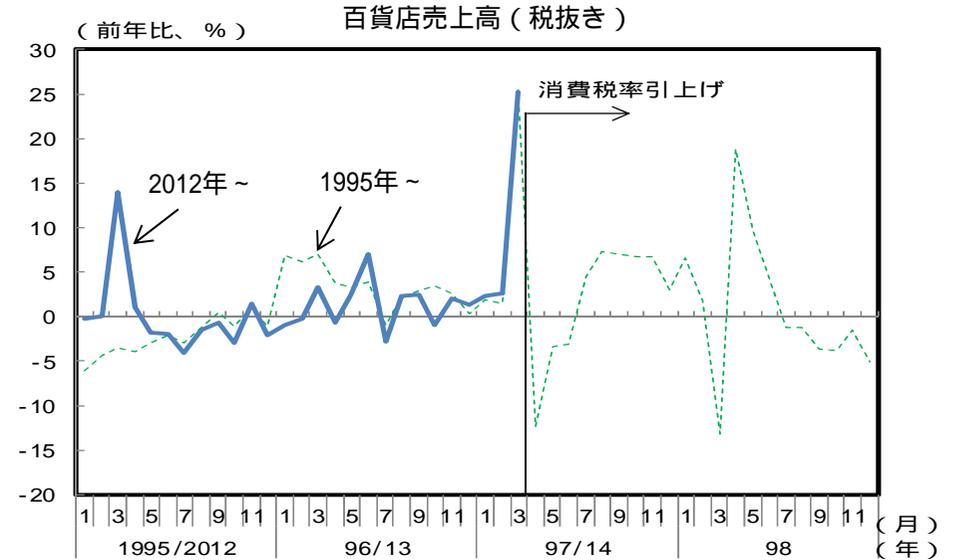
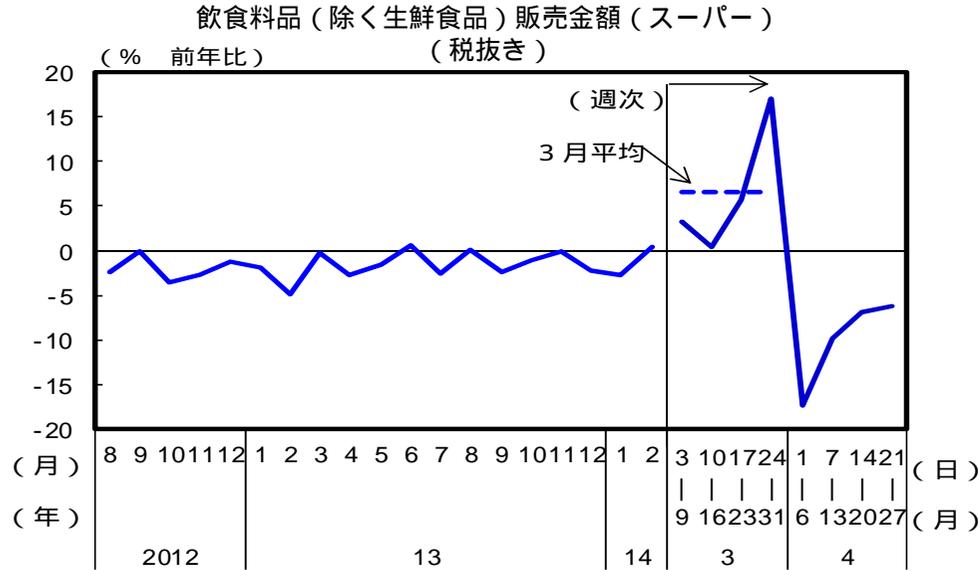
4月第4週の売上の前年比は、第3週と同じくらい減少している。4月第4週終了時点では想定より反動減の影響が少ないとみている。なお、来客者数は前年並みとなっている。

【家電量販店】

# 飲食料品・百貨店・サービス販売の動向

飲食料品については、第4週は前年比で約6%減となり、第3週とほぼ変わらず。

百貨店販売は、高額品を中心に弱い動きとなっているとみられる。週を追うごとにマイナス幅は縮小してきているとの声も。



(備考) 1. KSP (全国の食品スーパーマーケット販売実績を調査・集計) により作成。  
2. 加工食品、飲料・酒類、菓子類の3品目の合計。税抜き価格ベース。  
3. 既存店ベースのため、前年比が低めに出る傾向がある。  
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日が月曜に当たるため、その影響を除いて前年比を算出している。  
5. 4月21~27日のデータは、速報値。

(備考) 日本百貨店協会資料により作成。全店ベース。

先週と特に状況は変わっていないが、売上は徐々に戻ってきている。【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、5月以降持ち直す可能性。外食は、第4週も底堅く推移。

新メニューを中心に売上は前年比プラスであり、来客数減少などの影響もみられない。【外食チェーンA】

第4週に入っても売上は前年比プラスで推移しており、消費税率引上げによる節約傾向などの情報も入っていない。【外食チェーンB】

婦人服飾は週を追うごとに改善がみられる。ただし、呉服や寝具などの駆け込みが大きかった商品群の回復の動きは鈍い。【百貨店A】

売上は週を追うごとに、徐々に改善。衣料品は数%ポイントずつ週を追って改善しており、都心部の店舗の第4週は前年並みまで回復している。ただし、宝飾や時計などの高額品は、若干の改善傾向にあるものの、依然として大きく落ち込んでいる。【百貨店B】