消費税率引上げ後の消費動向等について(9月第2週)

平成26年9月19日 内閣府

自動車・家電販売の動向

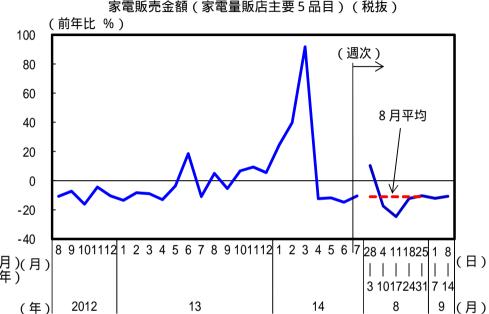
自動車販売(含軽、登録ベース)は、8月は前年比でマイナスとなった。

〔1993~95年、2010~12年=100) 新車販売台数(含軽) 消費税率引上げ 前月比 前年比 130 2.6% 7月 1.7% 8月 9.5% 0.1% 120 2012年~ 110 1995年~ 100 90 10 12(月)(月) 10 10 97/14 98/15 1995/2012 96/13 (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。

自動車販売台数(除軽、登録ベース)は、9月第2週 は前年比でマイナスとなった。昨年に新型車が好調だった ことや、駆け込み需要が徐々に出始めていたこと等が要因 と考えられるが、月末まで慎重にみていく必要がある。今 後は、10月以降に予定されている新型車投入の効果に期待 したい。 【業界団体 A】

軽自動車販売台数(届出ベース)は、<u>8月は、昨年が非常に高かったこともあって、前年比でマイナスとなった</u>9月は各社とも決算商戦に向けて力を入れているので、その効果に期待したい。 【業界団体B】

主要5品目の家電販売は、9月第2週は、前年比マイナスとなった。



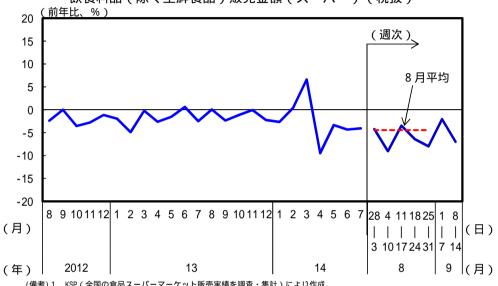
(備考) GfKジャパン (全国の有力家電量販店販売実績を調査・集計)により作成。テレビ、エアコン、 冷蔵庫、パソコン、携帯電話の5品目の合計。

9月第2週は、前年比マイナスとなった。iPhone6の 販売を前にiPhone5sの在庫処分が一部で実施され、携帯 電話の販売が伸びた。なお、iPhone6の影響は、販売開始 となる19日以降から計上される。その他の品目の販売に ついては大きな動きはなく、4 Kテレビや布団専用ク リーナー等、高機能・高額品に対する需要が引き続きみ られた。 【市場アナリスト】

飲食料品・百貨店・サービス販売の動向

スーパーの売上は、9月第2週は、前年比マイナスとなっ た。

飲食料品(除く生鮮食品)販売金額(スーパー)(税抜)



- (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。
 - 4.7月第4週は、祝日の影響を取り除くため、7月14日~27日の2週間の前年比を算出している。 また、直近のデータは、速報値。

9月第2週の売上は前年比で微増。精肉、野菜が売上に プラスに寄与した。チラシを通じた販促やカット野菜の販売な ど、当社の販売戦略が奏功しているとみている。

【食品スーパーA】

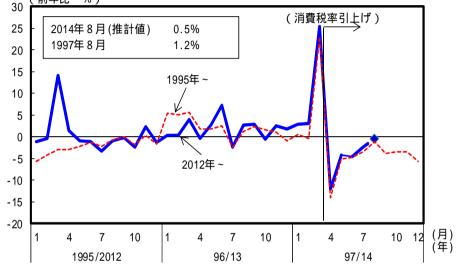
サービス消費は、旅行については、7月はほぼ前年比プラスと なった。外食は、天候要因に左右されているものの、底堅く推移。

予約状況については、8月から大きな変化はみられない。 国内については、テーマパークの人気等を背景に、秋の行楽 シーズン、年末にかけて順調な出足となっている。

【旅行会社A】

大手百貨店の9月第2週の売上前年比は、総じて前年並 みとなった。





(備考)日本百貨店協会により作成。8月の値は内閣府による推計値。

9月第2週の売上前年比はマイナス。食料品や婦人服 などの減少が寄与している。来店客数が減少したことが影 響しているのかもしれない。一方、高額品はお客様の動き も強くなっているとみている。 【百貨店A】

9月第2週の売上前年比はプラス。低気温により秋 冬物が好調なことから、衣料品関係の売上前年比のプラス 幅が大きい。しかし、昨年同時期は残暑が厳しく秋物が売 れなかったので、前年比が強めに出ている可能性も考えら れる。なお、高額品は、前年比プラスで推移している。

【百貨店B】