

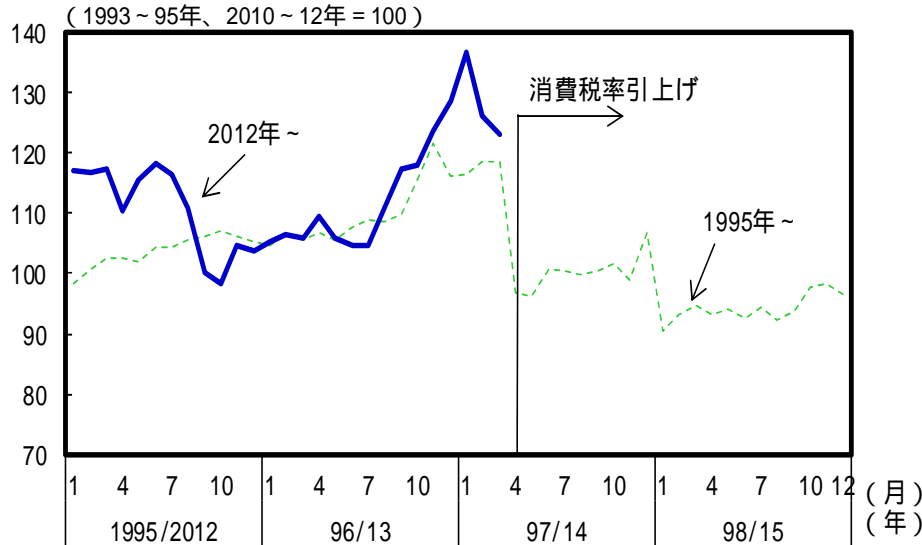
消費税率引上げ後の消費動向等 について(4月第3週)

平成26年4月25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）

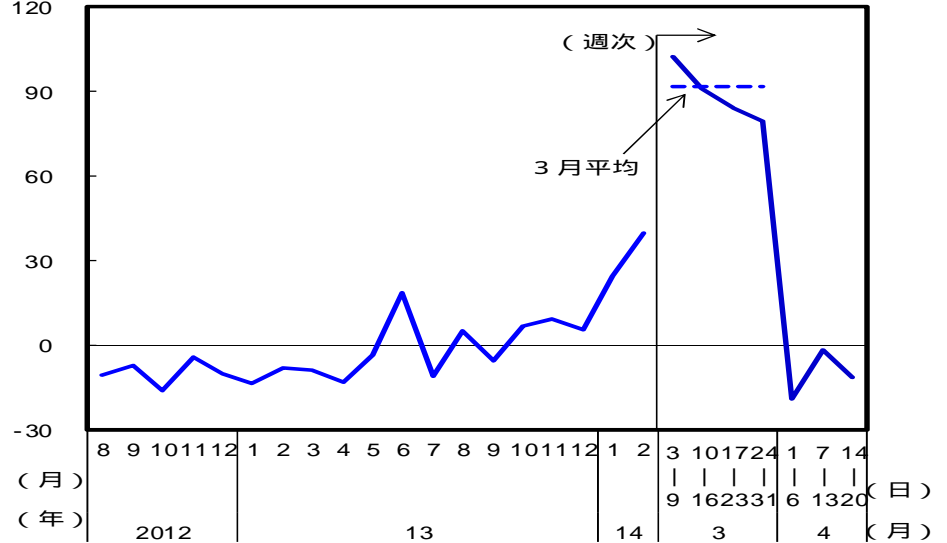


(備考) 1. 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会により作成。
2. 内閣府による季節調整値を指数化したもの。

主要5品目の家電販売は、第3週はパソコンの伸びが鈍化したことから、前年比約12%減とマイナス幅が拡大。パソコン以外の4品目でみると、前年比マイナス幅は前週とほぼ変わらず。

家電販売金額（家電量販店主要5品目）（税抜き）

(% 前年比)



(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、4月第3週は、前年比で下落幅が縮小してきている。新型車効果が出てくるのは5月以降になると見込んでおり、第4週で再度、減少する可能性もあることから、楽観はできない状況。

【業界団体A】

軽自動車について、4月第3週は、台数ベースで減少幅が縮小してきている。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】

パソコンの伸び率が縮小したことにより、5品目計でみると、前週より悪化した。5品目以外を含む全カテゴリーでは、第2週、第3週ともに前年比約2割弱程度となっている。

【市場アナリスト】

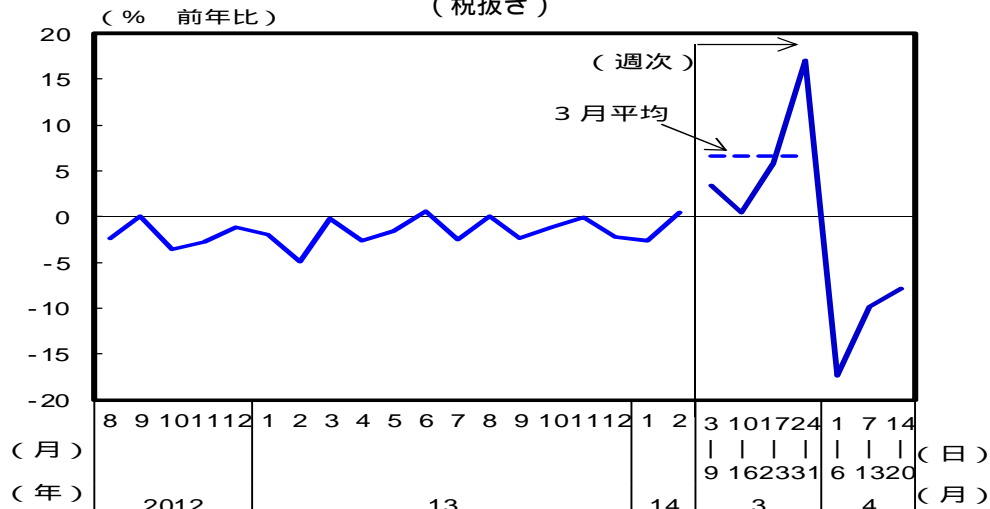
4月第3週の売上の前年比は、第2週と同じくらい減少しているが、週末に限れば、前年並みとなっている。4月第3週終了時点では想定より反動減の影響が少ないとみている。なお、来客者数は前年並みとなっている。

【家電量販店】

飲食料品・百貨店・サービス販売の動向

飲食料品は、4月に入ってから前年比で減少が続いているが、第3週はマイナス幅が縮小（前年比約8%減）。第2週以降、復調もみられるとの声も。

飲食料品（除く生鮮食品）販売金額（スーパー）
（税抜き）



(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14~20日のデータは、速報値。

先週と特に状況は変わっていないが、売上は少しずつ戻ってきている。なお、セールを実施したこともあり、客数は伸びている。

【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3週も底堅く推移。

高額メニューを中心に売上は好調であり、第3週においても、来客数減少などの影響はみられない。

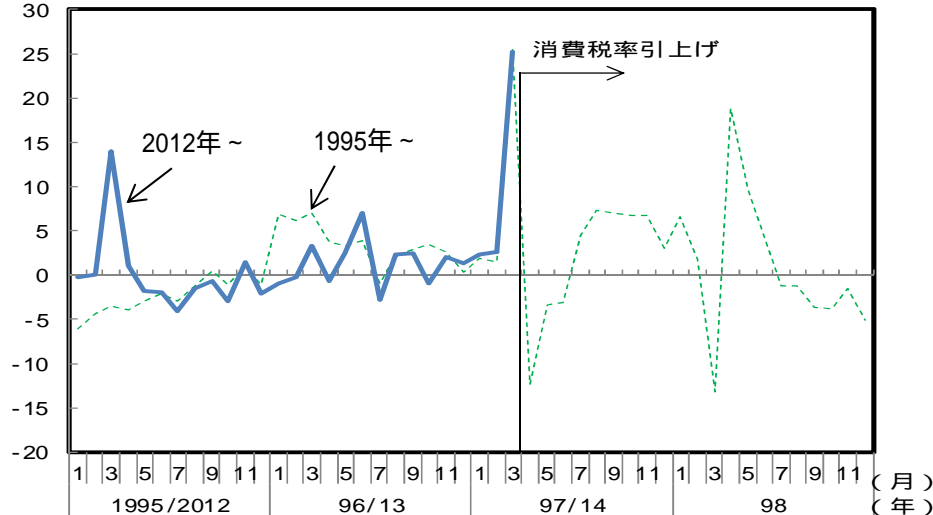
【外食チェーンA】

先週と比べて大きな変化はなく、前年比プラスで推移している。

【外食チェーンB】

百貨店販売は、駆け込み需要の反動により、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。

百貨店売上高（税抜き）
（前年比、%）



(備考) 日本百貨店協会資料により作成。全店ベース。

売上は前年比1割強減となり、徐々に減少幅が縮小。婦人・紳士服飾等に改善の動きあり。

【百貨店A】

4月第3週までをみると、前年比のマイナス幅は、週を追うごとに縮小してきている。高額品のマイナス幅は、縮小してきているものの、他の商品カテゴリーに比べると、マイナス幅が依然大きい。

【百貨店B】

4月第1週から第3週までの売上の合計額の前年比は、第1週と第2週の合計額の前年比と比べて、数%ポイント回復している。

【百貨店C】