

テーマ：新車販売台数（2014年3月）

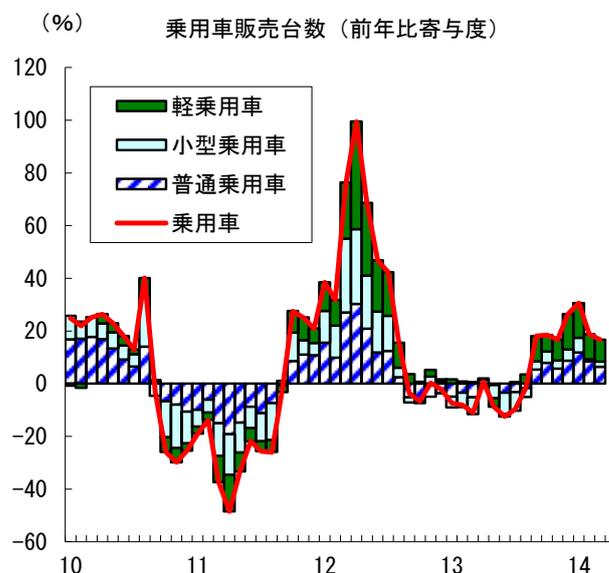
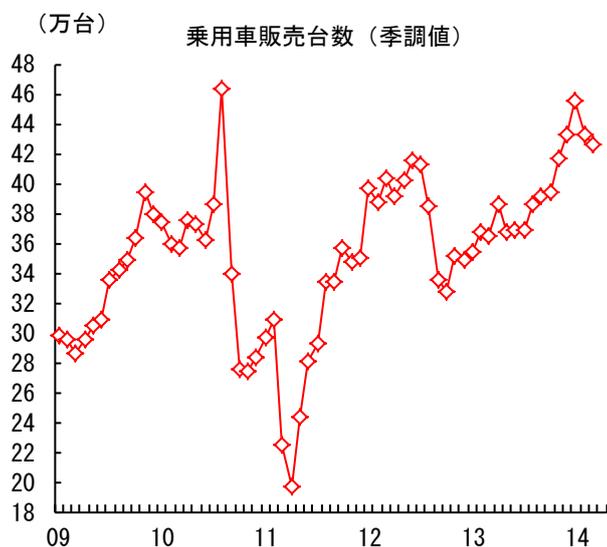
発表日：2014年4月1日（火）

～駆け込み需要はピークアウト。4月は大幅減が必至。～

第一生命経済研究所 経済調査部

主席エコノミスト 新家 義貴

TEL:03-5221-4528



（出所）日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会

（注）季節調整は第一生命経済研究所

○4月の大幅減は不可避。5月以降の戻り度合いが焦点

3月の乗用車販売台数（普通・小型乗用車販売台数と軽乗用車販売台数の合計）は前年比+16.7%（2月：同+18.8%）と、2ヶ月連続で増加幅が縮小した。また、季節調整値（筆者試算。以下同様。）でも前月比▲1.6%と、2月の同▲5.0%に続いての減少となっている。駆け込み需要は1月がピークだったようだ。

人気車種は登録までに時間がかかるため、増税間際の購入では、消費税率引き上げ前の税率適用が間に合わない。そのため、他の財と異なり、自動車では駆け込み需要が早期にピークをつけやすい。これは97年の前回増税時でも見られた傾向であり、違和感はない。

なお、ピークアウトしたとはいえ、3月も水準としては高い。政府は14年度からの自動車取得税率引き下げやエコカー減税の拡充など、駆け込みとその反動による極端なアップダウンを均すための策をとってはいたが、それにもかかわらず、今回も大きな駆け込み需要が発生した。駆け込みの規模としては、前回増税（97年）より若干大きい程度といったところだろう。

ちなみに、97年4月の乗用車販売台数は季節調整済み前月比で▲22.8%だった。今回も4月の落ち込みが極めて大きいものになることは避けられない。

問題はその先だ。97年5月以降の販売台数は、前月比でプラスには転じたものの戻りが非常に弱い状態が続き、駆け込みによる需要先食いの影響が長く尾を引いた。特別減税の終了や社会保障負担の増加、金融不安による消費者マインドの急低下など、消費税率引き上げの他にも様々な悪材料が存在した97年と比べると、

今回の消費を取り巻く環境はマシと言えるが、果たしてどうなるか。

○自動車以外の消費での駆け込みが加速

14年2、3月は前月比マイナスだったものの、1月までの貯金が大きく、1-3月期の乗用車販売台数は前期比+5.7%となった。引き続き高い伸びであり、1-3月期も自動車購入の増加は個人消費の押し上げ材料になった模様だ。もっとも、13年10-12月期の前期比+8.4%と比べれば増加幅は縮小しており、押し上げ寄与は10-12月期から若干小さくなるだろう。自動車に関しては、駆け込みによる押し上げ効果は13年10-12月期がピークだったようだ。

14年1-3月期には、駆け込みの主役は自動車から他の財・サービスに移る。家電では年明け以降販売が急増していることに加え、増税直前の3月には日用品などでも駆け込み購入が加速したとみられる。駆け込み購入が広がりを見せることで、1-3月期の個人消費は10-12月期から大幅に加速する可能性が高い。