

新車販売台数

竹光 大士

新車販売台数

乗用車は代表的な耐久消費財であり、売れ行きは消費者マインドに左右されると考えられている。今回は生産動向にも直接影響を与える乗用車(小型・普通乗用車：日本自動車販売協会連合会、軽乗用車：全国軽自動車協会連合会より)の新車販売を取り上げる。

今回と前回の消費税増税時の比較

直近の動きをみてみると、乗用車(含む軽)販売は13年後半から増加傾向が強まり、14年1月(増税3ヶ月前)に駆け込み需要のピークを迎えた(図表1)。また、反動減は前回と比べると、直後は小さいが徐々に大きくなっている。

ここで、乗用車販売台数の長期トレンド(5年移動平均)と販売台数を比較した際の傾向をみてみる。トレンドとの乖離の状況から今回の乗用車(含む軽)の駆け込み需要の規模は前回よりも大きかったと考えられる。前回より駆け込みの規模が大きいという点では、他の耐久財と同じである。

前回の消費税増税時には、今回よりも駆け込みの規模は小さかったにもかかわらず長期トレンドを下振れた状態から本格的に脱却するのに約4年かかった(図表2)。今回は販売台数が前回とほぼ同時期の増税の約1年半前から長期トレンドを上回ったが、駆け込みの規模が大きいだけに増税後、その調整にどれ

だけ時間がかかるのか注目される。

政府の対策と今後の注目点

増税後の乗用車販売(含む軽)の低迷を防ぐために、政府は自動車取得税(軽自動車を除く自家用車)を5%から3%に軽減、エコカー減税を拡充し、エコカー減税基準達成車には自動車取得税、自動車重量税等を軽減または免除している。さらに、自動車取得税は消費税10%引き上げ時には廃止される予定である。一方、軽乗用車は来年4月に増税を控える。近年では、乗用車販売全体の約4割を軽乗用車が占めており、販売台数が大きくブレる可能性があることが懸念される。

自動車製造業は生産波及力が大きい産業であり、今後の行方が注目される。

