

どうなる消費増税後の自動車販売

2014.6.2 発行

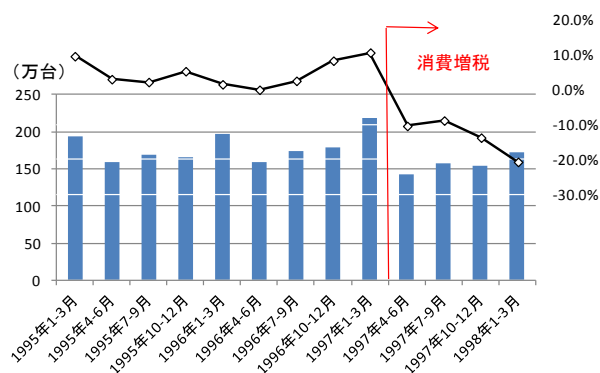
駆け込み需要後の反動警戒

2014年4月から、消費税が増税されました。増税前には、日用品から住宅に至るまで駆け込み需要が発生し、1-3月の消費は好調に推移しました。住宅に次ぐ高額品の自動車にも駆け込み需要が発生しました。リーマンショック以降、2度にわたってエコカー補助金などの需要喚起策が実施された後でしたが、買い替えを先延ばししていた消費者が、消費増税をきっかけに購入したと考えられます。

1997年の教訓

先々の自動車販売を予測するため、前回の消費増税時の自動車販売を振り返ってみます。

(図表 1) 1997 年前後の自動車販売



出所:自動車工業会統計データより明治安田アセットマネジメント作成

図表 1 は、前回消費増税前後の四半期毎の販売動向です。増税前の 1997 年 1-3 月の販売は好調でした。1-3 月の販売台数は約 218 万台で、前年同期比 10.7%の増加でした。4-6 月の販売は当然ながら落ち込み、約 142 万台で、同 10.4%の減少でした。4-6 月の月別の前年同月比推移は、15%、11%、6%の減少でした。結局、国内の自動車販売がプラス転換するまで、22ヶ月を要し、99年1月によりやく 3.2%の増加となりました。

当時は、バブル崩壊に起因する不良債権問題が景気の重石でした。97 年後半には、北海道拓殖銀行、三洋証券の倒産、山一証券廃業と、金融システムに深刻な動揺を与える破綻が相次ぎました。景気方向は現在と違って、明らかに下向きでした。その結果、98 年の自動車販売はその影響を引きずって、年間を通してマイナス推移になりました。

景気方向が違う今回の増税

一方、今回は、2012 年末からの円高是正、金融の量的緩和、東日本大震災からの復興や東京オリンピック準備などのための手厚い公共工事など、いわゆるアベノミクスの政策効果によって、景気は上向きです。心理的效果としては、リーマンショック以来のベースアップも消費者心理を好転させているでしょう。

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。

明治安田アセットマネジメント株式会社

各社の増税対策も、前回増税時よりも用意周到でした。たとえば、人気のある新車を増税前に投入し、受注残を持ったまま、4月を迎え、受注の消化によって落ち込みを小さくしています。ホンダ・フィットやヴェゼル、スズキのハスラーがこれに該当します。

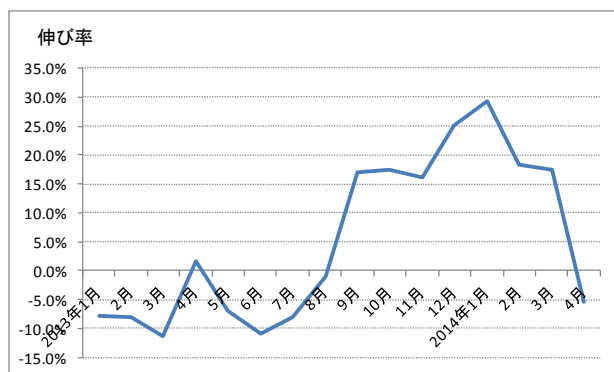
また、人気車種を増税前に発表、販売は増税後にして、受注を数多くとって、落ち込みを小さくとどめようとの試みもみられます。スバル・レヴォーグがそうです。

また、前年は円安効果が大きかったため、収益的余裕があって、増税後の販売減少を補うために販売促進費用を積み増すことも考えられます。

4月は小幅減

今のところ、4月の第一週の受注やディーラー来店者数は前年同月比3割減、第二週目には同2割台の減少と、徐々に落ち込み幅が縮小しているようです。本決算時の自動車各社は、落ち込みはおおむね想定内とのコメントでした。予断は許さないものの、企業側の努力もあって、97年ほどの落ち込みは回避できそうです。

(図表 2) 今回の増税時の自動車販売伸び率



出所:自動車工業会統計データより明治安田アセットマネジメント作成

図表 2 は 2013 年 1 月から、2014 年 4 月までの

自動車の販売台数の伸び率をみたものです。9月頃から前年同月比で2ケタの伸びを記録し、97年時の伸び率よりも高くなっています。2、3月には、増税前の納車ができないため、4月以降の納車を顧客に納得してもらった上で受注したディーラーもあったようです。その結果、4月の販売は5.5%の減少で、97年時の2ケタ減と比べますと、明らかに影響は小さくなっています。

もっとも、各社油断は禁物と考えているようです。受注残を持って4月を迎えた会社も多く、受注残が先細る5月、6月と減少幅が広がる可能性があるからです。5月はゴールデンウィーク影響で販売にも力が入りにくいため、6、7月のボーナス商戦をターゲットに、販売戦略は練られています。いくつかの新車も予定されています。ベースアップやボーナス効果も6月に集中するため、消費者の懐具合にも余裕はありそうです。

自動車販売は景気が投影された株価次第かもしれません。株価に敏感と言われる安倍政権ですので、6月の成長戦略の具体策を期待したいものです。

国内株式運用部調査担当 シニア・リサーチ・アナリスト
(自動車、自動車部品、機械、ゴム担当)
北山 信次

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。