

# Economic Monitor

## エコポイント縮小に向けて加速する薄型テレビ販売

JEITAによると9月の薄型テレビ出荷台数は前年比91%の218.5万台に達した。200万台の大台を超えるのはエコポイント付与と年末商戦が重なった2009年12月(239.6万台)、年度末の新生活需要に加えエコポイント対象製品の変更による駆け込み需要が生じた2010年3月(221.8万台)に続いて3度目である。9月は1年の中で特にテレビ販売が盛り上がる月でないため、この出荷増加はエコポイント需要と判断できる。当社試算の季節調整値で見ると、9月の販売台数は年率2,562万台に達し、今年3月の2,420万台を大きく上回り、過去最高を記録した。12月以降のエコポイント付与縮小が政府から発表されたことで、10月以降の商戦が更なる盛り上がりを見せていると報じられており、10・11月と出荷台数は高水準が続くと見込まれる。

四半期で見ると、7~9月期の薄型テレビ出荷台数は前期比21.4%増加の年率2,208万台に達した。家計調査で見ると、テレビ購入の支出は名目消費支出の0.7%(8月までの直近1年累計にて算出)を占めるため、2割増加は消費支出を0.14%Pt押し上げる<sup>1</sup>。7~9月期は他に、エコカー補助金終了に伴う自動車販売急増、10月からのたばこ値上げ前の駆け込み需要、猛暑需要などもあり、個人消費は大幅な増加が見込まれる<sup>2</sup>。昨日の貿易統計に基づく、7~9月期の純輸出のGDP成長率に対する前期比寄与度はゼロ(0~0.1%Pt)と、4~6月期の0.3%Ptから縮小が予想されるが、個人消費の急拡大により7~9月期のGDP成長率は年率4%を超える可能性がある。一方、10~12月期は、前述の通り薄型テレビの購入こそ堅調な推移が続くと見込まれるものの、上述の ~ の押し上げ要因は剥落するため、個人消費は大幅減少が避けられず、それに伴いGDP成長率も水面下に沈むだろう。

なお、薄型テレビ販売は12月以降に縮小が予想されるが、足元の出荷台数はエコポイント開始前の平均的な出荷台数である年率1,110万台の2倍にまで達している。エコポイント開始前の水準に戻るだけでも極めて大きな落ち込みになる点には、今後の景気動向を考える上で十分な注意を払う必要がある。

### 薄型テレビ出荷台数(百万台、年率、季調値)

