

日米で1月の新車販売が大幅に増加

1月は、米国と日本で共に、新車販売が急増。2012年は日米での販売増加が自動車メーカーの業績をサポートする可能性あり。米国では、2011年に一人負けだった日本車がシェアを回復。

米国の新車販売は金融危機以来の1,400万台超え

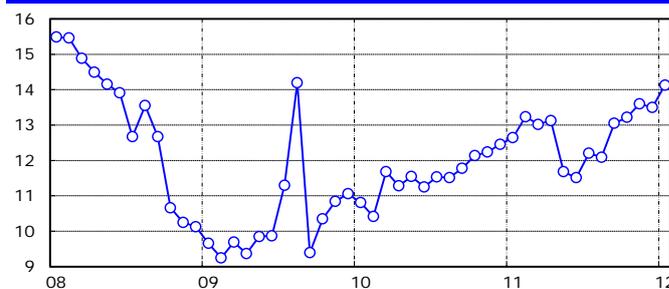
米国の新車販売台数（Autodata ベース）は2012年1月に前月比4.7%と大幅に増加、年率換算で1,418万台の高水準を記録した。1,400万台超えは、販促策（Cash for Clunkers）で急増した2009年8月以来、そうした特殊要因を除けば、実に金融危機前の2008年5月以来である。米国の新車販売は、増勢を明確に強めていると判断できる。車種別内訳では、Autos（乗用車等）が13.9%（12月 2.1%）と急増する一方、Light Trucksは4.0%（12月0.9%）と減少に転じている。2011年はLight Trucksの好調が目立ったが、2011年終盤からAutosが盛り返してきている。

日本車の反攻が始まる

メーカー別に見ると、1月は日本車の回復が顕著である。日本車の販売台数は前月比21.6%（12月1.9%）と急増し（季節調整は当社）、前年比でも11.3%（12月1.9%）と昨年3月以来の二桁増加を示した。水準も年率548万台と、東日本大震災以降で初めて500万台を超えている。12月の販売に悪影響を及ぼしたタイ大洪水によるサプライチェーン寸断の影響が緩和されたほか、日本メーカーによる新モデル投入や積極的な販促策も販売増加に寄与したと考えられる。2011年は日本車の一人負けだったが、失地回復に向けた日本メーカーの反攻が漸く軌道に乗りはじめた模様である。米国市場での日本車のシェアは2011年に35%（2010年38.7%）へ低下したが、2012年1月は38.2%まで回復している。日本からの輸入車種を中心として円高による価格面での不利は否めないが、自然災害による悪材料の解消を受けて、2012年に日本車のシェアは幾分回復する見込みである。

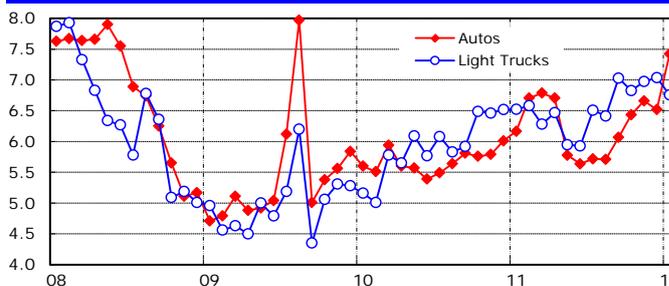
新車市場全体の拡大を受けて、日本メーカーほどではないが、他国メーカーも概して1月は販売増が続いた。G3は前月比5.2%（12月1.9%）、欧州車も10.0%（12月4.2%）と堅調である。但し、2011年後半に急激にプレゼンスを高めた韓国車は12月

米新車販売台数の推移（年率、百万台）



(出所)CEIC Data, Autodata

米新車販売台数の推移：車種別（年率、百万台）



(出所)CEIC Data, Autodata

各国メーカー別販売台数の推移（季調値年率、百万台）



(出所)Bloomberg

0.3%、1月 0.1%と2ヶ月連続で横ばいにとどまり、足元で増勢が一服している模様である。

日本でも補助金効果で新車販売が急増

1月は、日本でも新車販売が急拡大した。日本の1月新車販売台数(含む軽)は前年比36.2%(2011年12月21.3%)と大幅に拡大、当社試算の季節調整値でも前月比15.9%(12月1.7%)と急増している。1月の販売台数は年率566万台と、エコカー補助金の駆け込み適用で膨らんだ2010年8月の626万台以来の高水準を記録している。上述したとおり米国市場の販売増加は基調的な動きと判断されるが、日本については、第4次補正予算で決まったエコカー補助金の再開(適用期間は2011年12月20日~2013年1月31日)が消費者の購入意欲を刺激し、販売増加につながった模様である。前回のエコカー補助金が予算消化により期限を前倒して終了したために(今回、政府は予算を十分に確保しているとはしているが)補助金適用を狙って早期購入に踏み切る消費者が多いと考えられる。但し、正月休みのため通常は販売水準が低い1月に購入が集中した点が、前年比や季節調整値の押し上げに寄与している点には留意が必要である。2月には、減速する可能性が高いだろう。

新型エコカー投入も販売増加に寄与

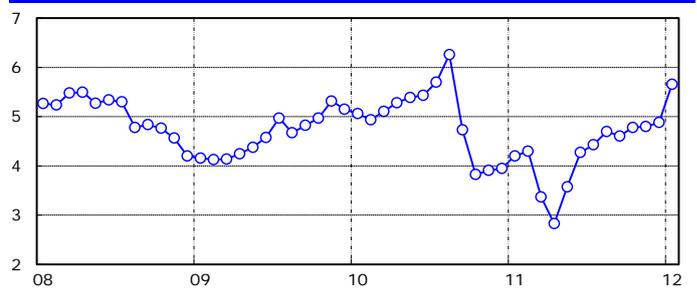
内訳をみると、乗用車が前年比38.4%(12月20.9%)、トラックは23.6%(12月23.2%)と、1月は特に乗用車が好調だった。乗用車の中でも登録車が42.7%(12月23.4%)と特に伸びており、これには昨年末のエコカーでの新モデル投入が寄与したと推測される。なお、軽自動車も、登録車ほどではないが、30.7%(12月16.1%)と堅調に推移した。

また、1月の勢いは乗用車に劣るが、トラック販売が昨年後半以降、堅調に推移している点も注目される。大震災からの復興に向けたトラック需要拡大が背景にある。

日米市場の回復が自動車メーカーの福音に

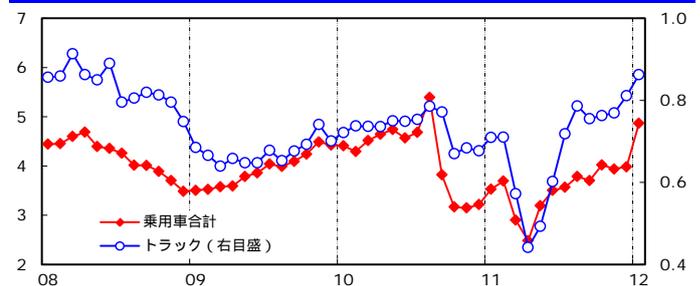
新興市場での新車販売は、総じて拡大を続けているものの、販促策の終了や中央銀行による金融引き締めなどを反映し、増加ペースは昨年に幾分鈍化した。そうした環境下で、先進国である日米の新車販売が増勢を強めることは、自動車メーカーの業績にとって、サポート材料の一つになる。自動車販売の主戦場が新興国へ移っていくという大きな流れは不変だが、2012年については、寧ろ日米の自動車市場の回復が自動車メーカーの業績をサポートする可能性があるだろう。

日本の新車販売合計(年率、百万台)



(出所)自動車販売連合会等

乗用車販売とトラック販売の推移(年率、百万台)



(出所)自動車販売連合会等