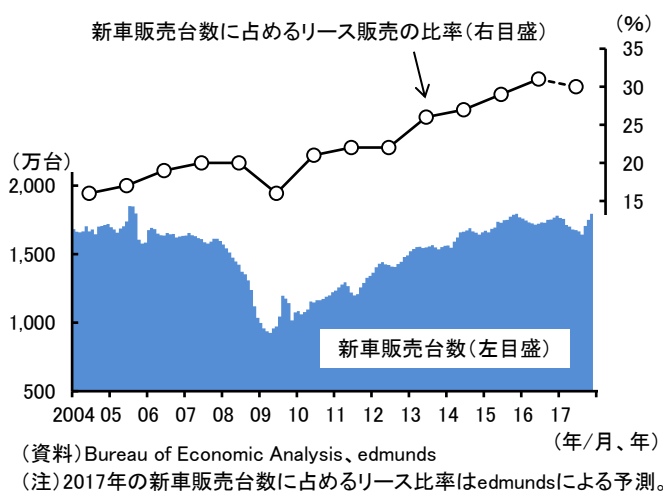


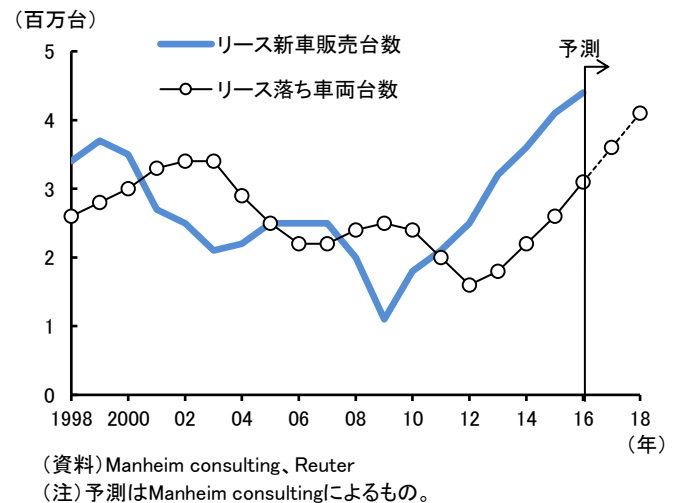
米国の自動車価格の下押し要因となるリース販売

- (1) 米国の自動車販売は、金融危機以降、消費者の購買力低下により大きく減少したものの、その後、雇用・所得環境の改善を受けて、危機前の水準まで回復（図表1）。なかでも、フルローンと比較し、返済負担が軽いリース販売の増加が新車販売を牽引。
- (2) リース車両の販売増加を受けて、中古車市場では、平均3年程度のリース期間を終えたリース落ち車両の流入が加速（図表2）。足許のリース新車販売台数の増勢を勘案すると、当面の間、リース落ち車両の中古車市場への流入拡大が続く見通し。
- (3) リース落ち車両の大量流入による中古車在庫の増加を映じて、2016年ごろから中古車価格が大きく下落（図表3）。2017年入り後には、中古車価格に引きずられて新車価格も下落。中古車在庫の増加による需給緩和が、ペントアップ需要の一巡と相俟って、自動車全体の価格下押しに作用。リース販売の増加は、一時的に自動車市場を下支えするものの、価格下落を通じて自動車関連産業の収益を圧迫する恐れ。
- (4) こうした動きは、マクロ経済にも一定の影響。新車販売の低迷を通じて自動車生産の抑制に作用するほか、2016年半ば以降、中古車価格の下落が消費者物価を前年比で▲0.1%ポイント押し下げ。リース落ち車両の流入増は今後も続くため、当面は中古車価格の下落が消費者物価の抑制要因として働く見通し（図表4）。

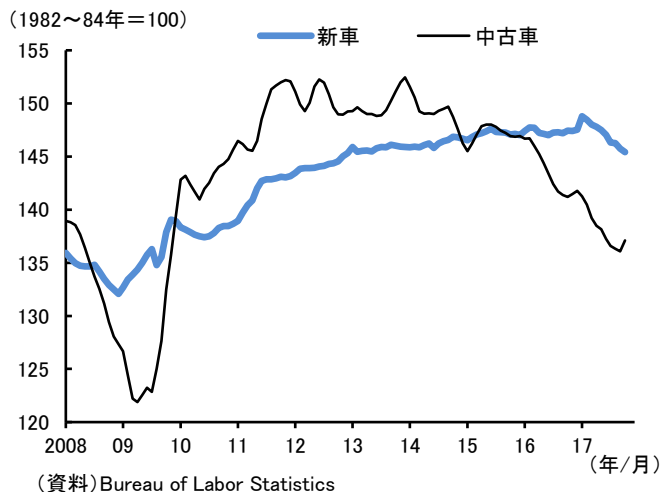
（図表1）自動車販売とリース販売



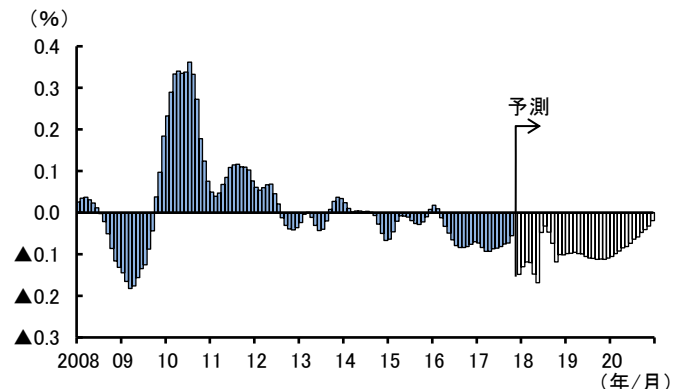
（図表2）リース落ち車両の見通し



（図表3）自動車価格の推移



（図表4）中古車価格の消費者物価への寄与度(前年比)



【ご照会先】 調査部 研究員 長野弘和 (nagano.hirokazu@jri.co.jp , 03-6833-9478)