

## 第1節

### 需要は回復基調を堅持

#### 1. 個人消費は一部で動きも

平成16年は、勤労者の収入状況に明確な改善傾向がみられない中、百貨店やスーパーの大型小売店販売額は引き続き減少した。コンビニエンス・ストア販売額も全店ベースでは増加したが、既存店ベースでは減少傾向が続いている。

一方で、家電販売が全国よりも好調に推移するなど、いわゆるデジタル家電関連分野において、一部明るい動きがみられた。

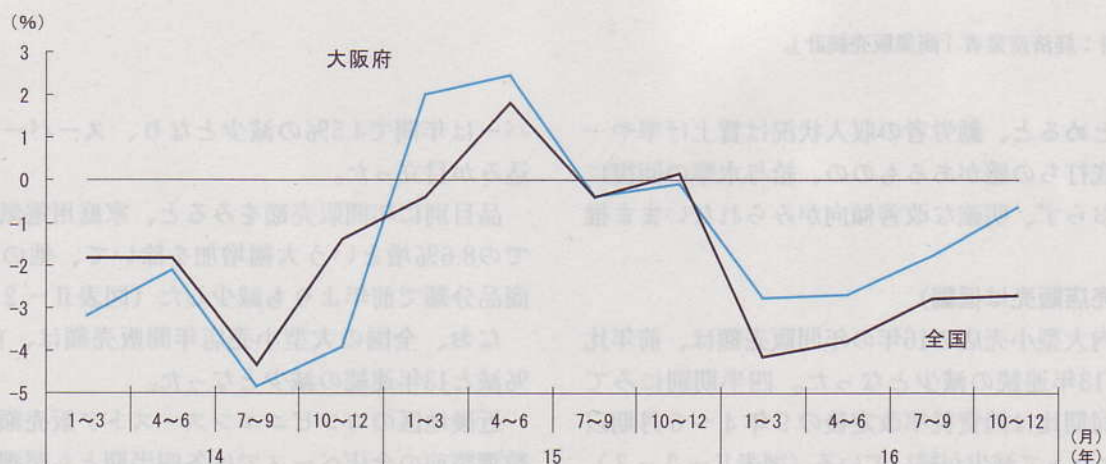
#### (収入状況は明確な改善みられず)

まず勤労者の収入状況についてみると、大阪府における常用労働者の平成16年の月間現金給与総額（名目、事業所規模30人以上）は41万5,649円、前年比0.5%減と、回復の兆しがみられた15年度から一転、減少に転じた。四半期別では、1～3月期2.8%減、4～6月期2.7%減と上半期に減少傾向が顕著で、下半期は7～9月期1.8%減、10～12月期0.6%減と落ち込み幅が縮小して推移した（図表Ⅱ-2-1）。ただし業種別には、建設業、電気・ガス業、製造業、金融・保険業など、年計でみて一部業種では増加している。

なお、全国については16年3.4%減の37万6,735円となり、各期とも大阪府より落ち込みが大きく推移した。

次に府内労働組合の春闘妥結状況を見ると、16年は賃上げ率1.66%、妥結額4,961円で、前年の1.63%、4,840円から上昇に転じ、賃上げ率・妥結額ともに3年ぶりに回復したが、妥結額は2年連続5千円台を下回った（図表Ⅱ-2-2）。このように賃上げ率の低下傾向に歯止めがかかるのと同様に、一時金についても増加傾向がみられる。夏季一時金の支給月数は、2.19か月、妥結額67万9,053円で、増加に転じた前年の2.12か月、66万7,546円をさらに上回った。年末一時金についても支給月数2.31か月、妥結額71万6,411円となり、前年の2.25か月、妥結額70万7,967円を上回り、大手と中堅・中小との格差も縮小傾向がみられた。

図表Ⅱ-2-1 常用労働者現金給与総額の推移（前年同期比）



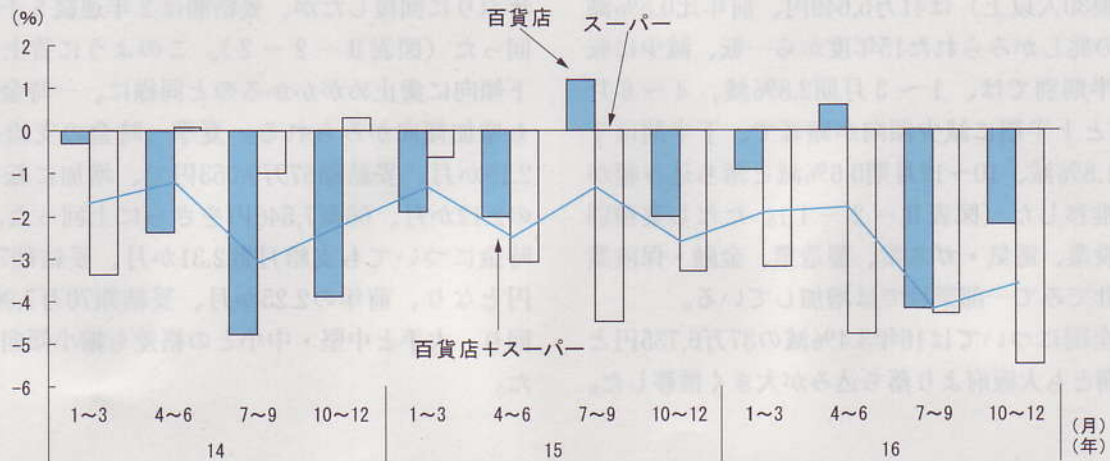
資料：大阪府統計課、厚生労働省「毎月勤労統計調査」。  
 (注) 調査産業計、事業所規模30人以上。

図表Ⅱ-2-2 勤労者収入関連指標の推移（大阪府）



資料：大阪府総合労働事務所調べ。  
 (注) 加重平均。

図表Ⅱ-2-3 大型小売店の業態別販売額の推移（大阪府、前年同期比）



資料：経済産業省「商業販売統計」。

以上まとめると、勤労者の収入状況は賃上げ率や一時金では底打ちの感があるものの、給与水準の回復には至っておらず、明確な改善傾向がみられないまま推移した。

（大型小売店販売は低調）

大阪府内大型小売店の16年の年間販売額は、前年比2.9%減と13年連続の減少となった。四半期別にみても、前年同期比は消費税率改定後の9年4～6月期以降長期にわたって減少が続いている（図表Ⅱ-2-3）。

百貨店およびスーパーの業態別では、百貨店が夏前4～6月期には前年同期比プラスに転じるなど比較的堅調で、年間で1.7%の減少であったのに対し、スー

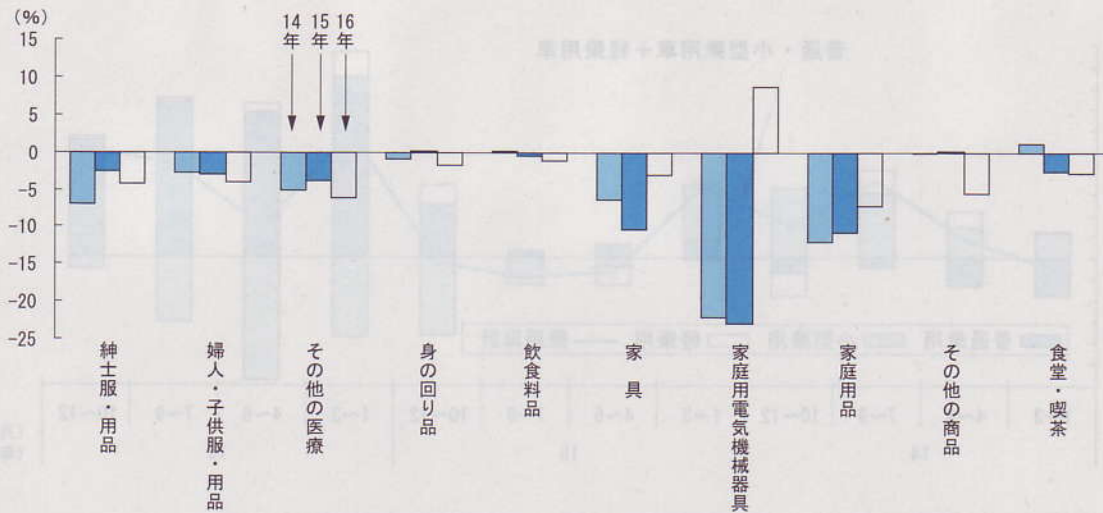
パーは年間で4.5%の減少となり、スーパーでの落ち込みが目立った。

品目別に年間販売額をみると、家庭用電気機械器具での8.6%増という大幅増加を除いて、他のすべての商品分類で前年よりも減少した（図表Ⅱ-2-4）。

なお、全国の大型小売店年間販売額は、前年比3.5%減と13年連続の減少となった。

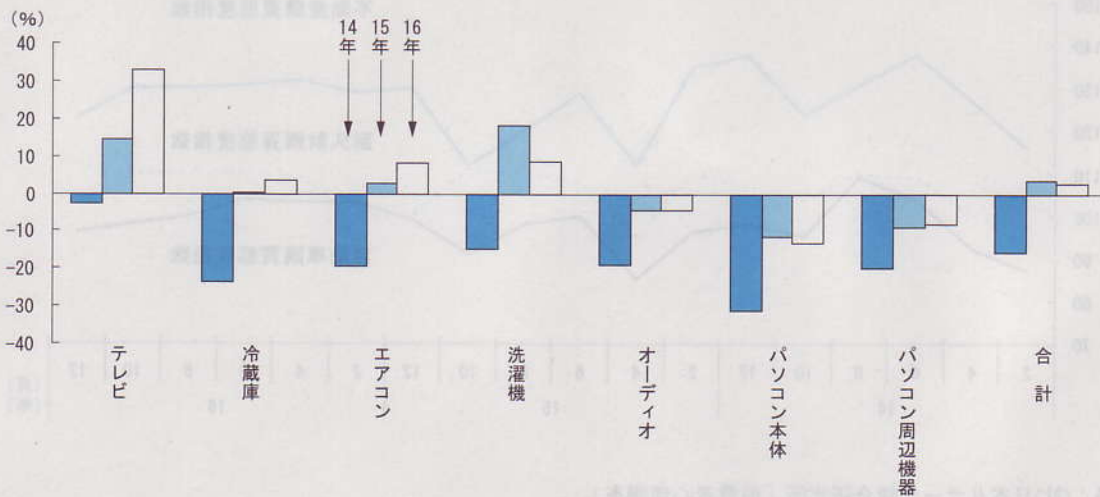
近畿地区のコンビニエンス・ストア販売額は、店舗数調整前の全店ベースでは各四半期とも堅調で、年間でみても16年は前年比2.4%増となったが、店舗数調整後の既存店ベースでは前年比1.5%の減少となった。なお猛暑の影響から7月については前年比で高い伸び

図表Ⅱ-2-4 大型小売店の商品別販売額の推移（大阪府、前年比）



資料：経済産業省「商業販売統計」。

図表Ⅱ-2-5 家電製品の商品別販売額の推移（近畿地区、前年比）



資料：日本電気大型店協会調べ。

を示した。

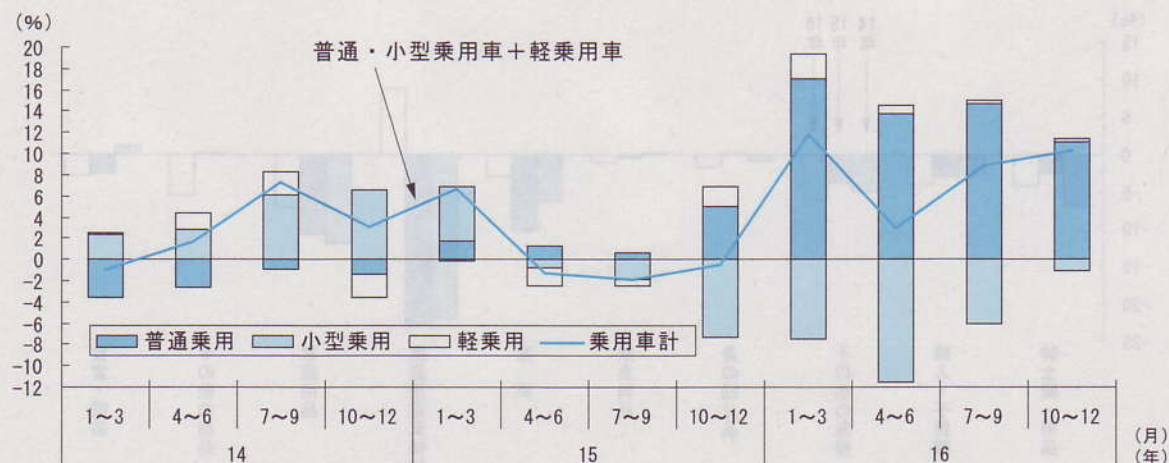
（家電、乗用車は好調）

近畿地区の16年の家電製品販売額は、前年比2.8%増と2年続けての増加となった。これは全国で2.0%減と4年間減少が続いているのと際立った違いである。

近畿の品目ではDVD機器が前年比44.5%増と高い伸びを示したほか、テレビ32.7%増、VTR21.7%増などいわゆるデジタル家電関連で伸び率が高かった（図表Ⅱ-2-5）。テレビについてはアテネオリンピッ

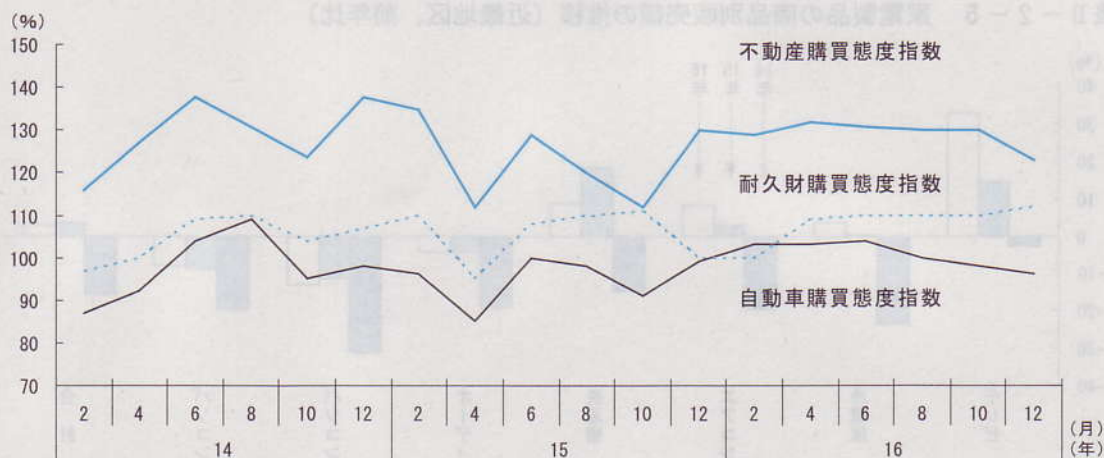
クや地上波デジタル放送の浸透などもあって大型のプラズマテレビや液晶テレビが好調な売れ行きを示した。近畿では高額商品の売れ行きがよかったことが、全国との違いとして挙げられる。テレビは家電販売全体の1割程度のシェア（構成割合）を占め、16年全体の伸び2.8%に対する寄与度でも実に2.7%分にも達した。DVD機器は伸び率こそ高いが、シェアは16年時点でも3.5%とまだまだ小さく、寄与度で見た場合0.3%がDVD機器の伸びによるものであった。

図表Ⅱ-2-6 乗用車新車販売台数の推移（大阪府、前年同期比）



資料：(社)日本自動車販売協会連合会「自動車登録統計情報」、(社)全国軽自動車協会連合会調べ。  
 (注) 棒グラフは内訳別寄与度。

図表Ⅱ-2-7 購買態度に関する消費者心理（関西地区）



資料：(社)日本リサーチ総合研究所「消費者心理調査」。

一方でパソコンと周辺機器については、落ち込み幅は縮小傾向にあるものの依然前年割れの状態が続いた。既に大きな構成比を占める品目となっているため、寄与度で見るとパソコン本体が1.6%分、周辺機器が1.0%分も全体の成長を押し下げる結果となった。

大阪府の16年の乗用車新車販売台数（普通乗用車・小型乗用車+軽乗用車）は、前年比8.8%の増加となった。車種別では、普通乗用車が前年比70.2%の大幅増、小型乗用車が11.7%減、軽乗用車が4.3%増となった。四半期別にみると、各期とも普通乗用車が寄与度にして10%分もの高い伸びで牽引した。この背景として平

成9年消費税率改定前の駆け込み購入時の普通乗用の新車が3回目の車検の時期を迎え、買い替え特需が発生したものとみられる。一方で小型乗用車は各期ともマイナスで推移した。

（消費者心理は安定して推移）

購買態度に関する消費者心理についてみると、関西地区における不動産購買態度指数は、不動産価格の下落を反映して16年も引き続き高い水準で推移した（図表Ⅱ-2-7）。耐久消費財購買態度指数についてはオリンピックが潜在需要を刺激した効果もあって、4月頃から徐々に高まり、そのまま安定して推移した。

これに対して自動車購買態度指数は、上述の買い替え需要を裏付けるように15年秋以降から16年秋までは高まりをみせたが、夏以降はやや弱含んだ。

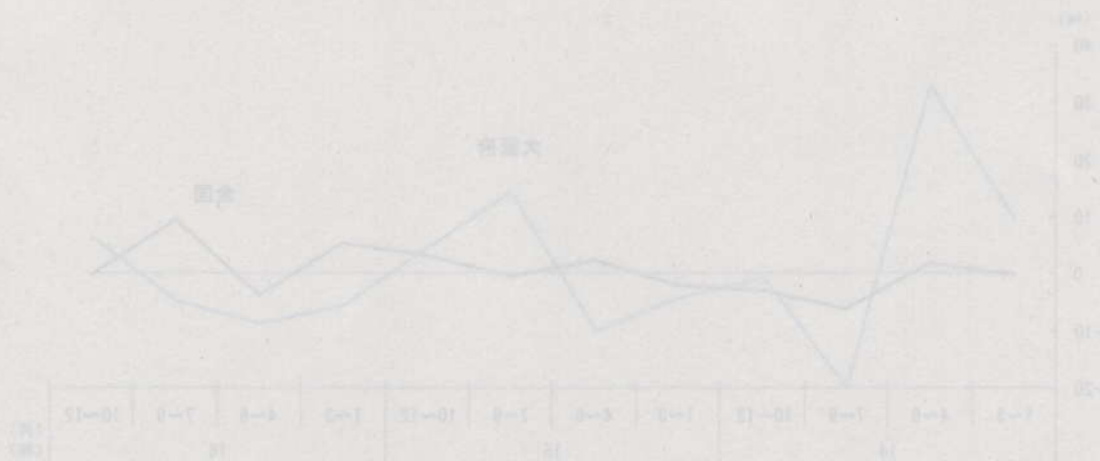
(猛暑の効果)

大阪府立産業開発研究所が行っている百貨店、スーパー、遊園地等を対象とした定期的な聞き取り調査によると、百貨店は、台風の影響による来客数の伸び悩

みや年内の暖冬によるコートなど冬物商品の低迷などもあり、総じて苦戦した。スーパーについても、売上げの減少傾向が続いている。

遊園地等では、猛暑の影響でプールの利用者が増え、ある遊園地の場合7月の利用者数は前年比50%の増加となった。

(出典同半値) 戦後の自動車購買態度指数 8-2-1-1 表



自動車購買態度指数表(単位:ポイント)

## 2. 住宅投資は減少に転じる

平成16年の新設住宅着工戸数は、14、15年の高水準から息切れし、減少に転じた。分譲マンションでは、地価の下落にともなって都心回帰の傾向がみられ、府内全体に占める大阪市内での供給割合が高まっている。

### (新設住宅着工戸数は減少に転じる)

平成16年の大阪府の新設住宅着工戸数は8万5,977戸、前年比3.3%減と、14年、15年の高水準から息切れし、減少に転じた。四半期別に前年同期比をみると、1～3月期5.6%減、4～6月期8.8%減、7～9月期5.0%減と減少が続いた後、10～12月期には6.3%増で推移した(図表Ⅱ-2-8)。

全国については、16年は着工戸数118万9,049戸、前年比2.5%増と2年続けての増加となった。大阪の動向とはやや異なって、ここ20年間で最も低水準であった14年を底に増加基調に転じている。この結果、新設住宅着工戸数に占める大阪府分のシェアは11年以降順に7.1%、7.2%、7.3%、7.7%、7.7%とここ数年高まっていたが、16年は7.2%に低下した。この背景の1つには、首都圏を中心としたパワービルダーと呼ばれる地場業者による低価格一戸建の供給形態の台頭が挙げられる。今後同様の動きが、大阪・近畿圏でもみられるようになる可能性がある。

### (持家が堅調)

16年の大阪府の着工戸数を利用関係別にみると、持家が前年比0.1%増と堅調であった一方、貸家が4.5%減、分譲住宅が4.8%減と減少した(このうち建売一

戸建は1.5%の増加、分譲マンションは9.9%の減少)。

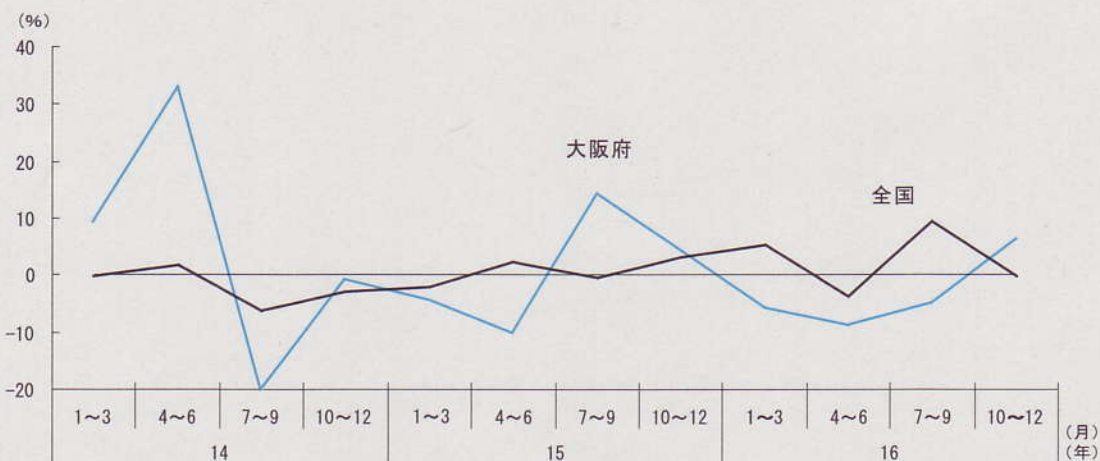
四半期ごとに前年同期比をみると、上下動はあるものの総じて弱含みで推移し、4～6月期は持家、貸家、分譲住宅のいずれも前年の水準を下回った。比較的堅調な持家でも前年を上回ったのは1～3月、7～9月期のみで、他は7～9月期に貸家が、10～12月期に分譲住宅がそれぞれ前年の水準を上回った程度である(図表Ⅱ-2-9)。

### (マンション供給は一服感)

分譲住宅のうち戸数ではマンションが一戸建を若干上回っている(16年構成比52.7%)が、民間調査をもとに主要分譲マンションの動向を詳しくみると、16年の大阪での新規供給戸数は1万8,074戸、前年比6.6%の減少であった。近年どちらかといえば大阪より低調ながらも同様の動きで推移してきた近畿圏ベースでは、16年は一転して1.9%増加している。

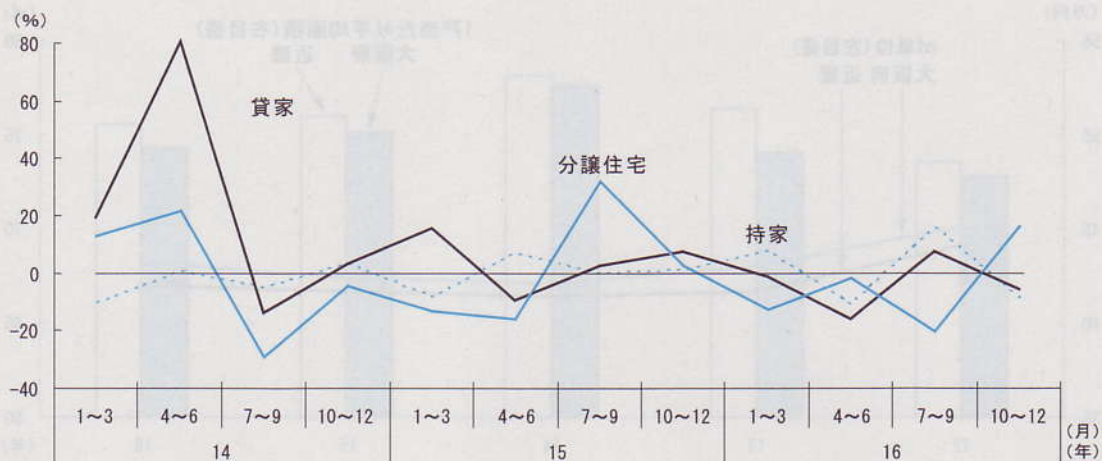
供給戸数を地域別にみると、半数以上を占める大阪市域では3.1%減、北摂では4.5%減、南大阪地域は36.7%減と大幅減少となる一方、東大阪地域では6.6%の増加となった。地域別の特徴として、後述するような地価の下落にともなって、近年都心回帰の傾向がみられ、府内全体に占める大阪市内での供給割合が高まっ

図表Ⅱ-2-8 新設住宅着工戸数の推移(前年同期比)



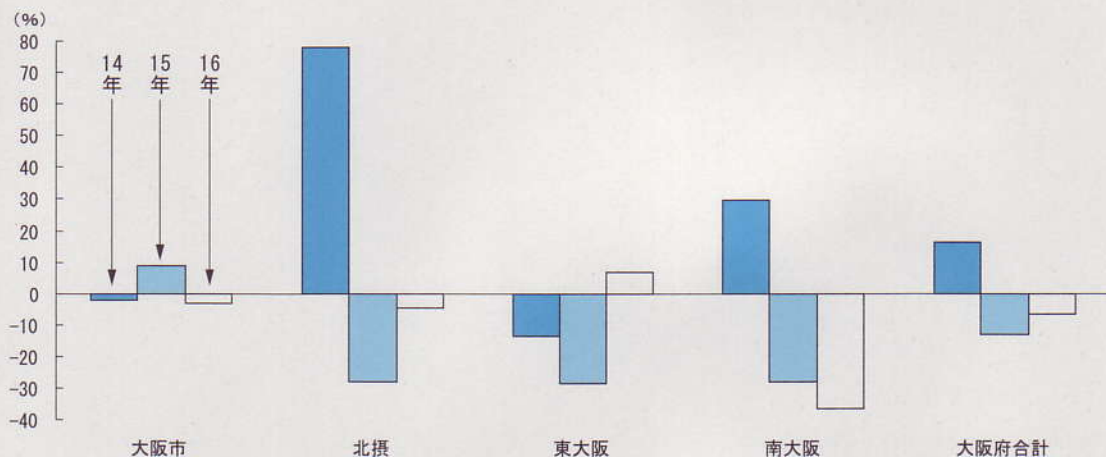
資料：国土交通省「建築着工統計」。

図表Ⅱ-2-9 利用関係別新設住宅着工戸数の推移（大阪府、前年同期比）



資料：国土交通省「建築着工統計」。  
 (注) 給与住宅は僅少のため省略。

図表Ⅱ-2-10 分譲マンション新規供給戸数の推移（前年比）



資料：㈱不動産経済研究所、㈱長谷工コーポレーション『CRI』。

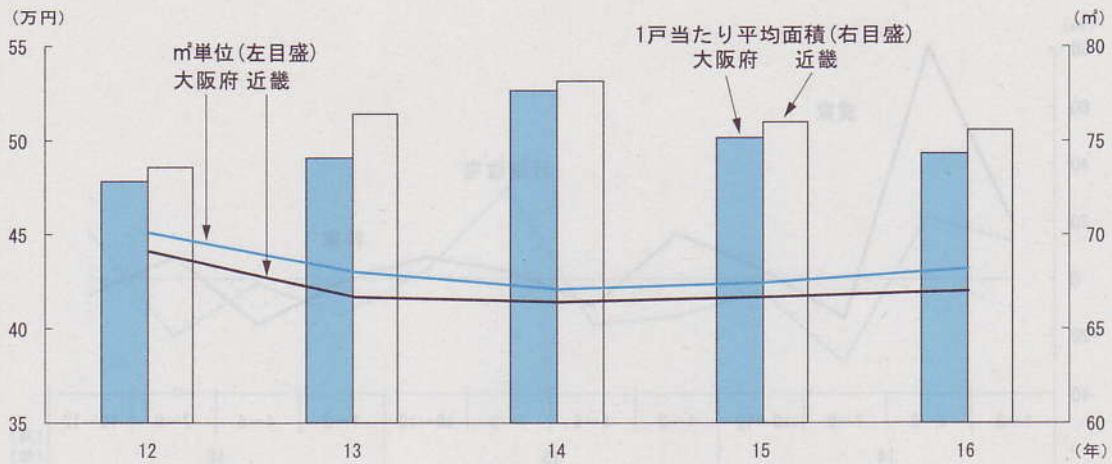
ている。

マンションの物件状況を見ると、大阪府の一戸当たり平均面積は74.34㎡で、前年比1.1%減少した（図表Ⅱ-2-11）。南大阪を除く各地域で減少しており、ここ数年拡大傾向にあった平均面積は15年をピークに減少に転じている。この背景には、近年の都心回帰の傾向で大規模開発に適切な敷地の供給が一段落したことや、単身者や高齢世帯といったこれまでとは違った層をターゲットとしたコンパクトタイプといわれる分譲マンションの商品開発が進んだことなどがあるとみ

られる。

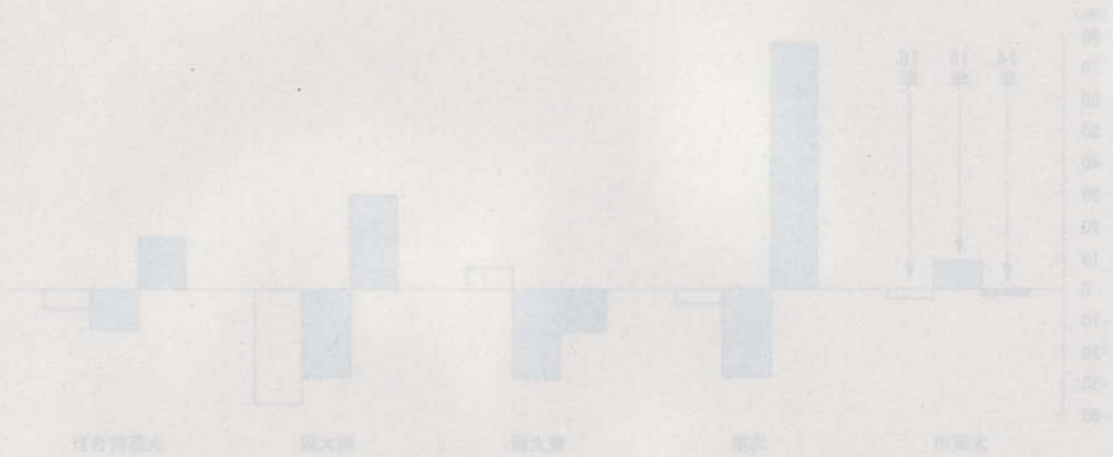
単価については、1㎡当たり分譲価格は43.2万円で、前年比1.9%上昇し、2年続けて面積単価の下落に歯止めがかかったことも特徴である。これについては、やはり新たな需要層の開拓をねらった高付加価値化の動きも影響しているとみられる。ちなみに、大阪府の宅地価格は2～3年頃をピークに低下が続き、16年（7月1日時点地価調査）も前年比（対前年平均変動率）6.6%下落するなど、昭和56年前半の水準にまで低下している。

図表Ⅱ-2-11 分譲マンション1戸当たり平均面積及び㎡単価の推移



資料：(株)長谷工コーポレーション『CRI』。

第2章



資料：(株)長谷工コーポレーション『CRI』。