

家計最終消費支出(名目ベース)の動向

家計消費の減少傾向が顕著に

民間最終消費支出のほとんどを占める家計最終消費支出は、雇用者報酬と歩調を合わせて近年減少を続けている(第18図)。

費目別の支出額をみると、必要不可欠である「住居・光熱水道」や最近ではインフラとなりつつある「通信」等の項目への支出を優先させ、それ以外の項目の支出を減らしている傾向がみえる。

以下では、各費目への支出動向をみて、家計消費の詳細をみていく。

費目別の動き

第19図をみると「住居・光熱水道(持家の帰属家賃を除く)」は長期に渡りほぼ同じ支出額で推移している。

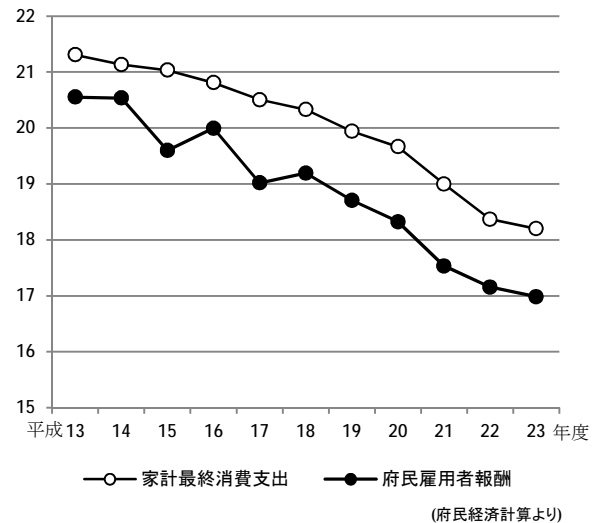
しかし、「食料・非アルコール飲料」、「交通」、「娯楽・レジャー・文化」、「外食・宿泊」の4費目について、全て減少傾向となっている。

外食やレジャー等への費用を抑え、食費も極力小さくする等、家計消費が減少傾向になっていることがみてとれる。

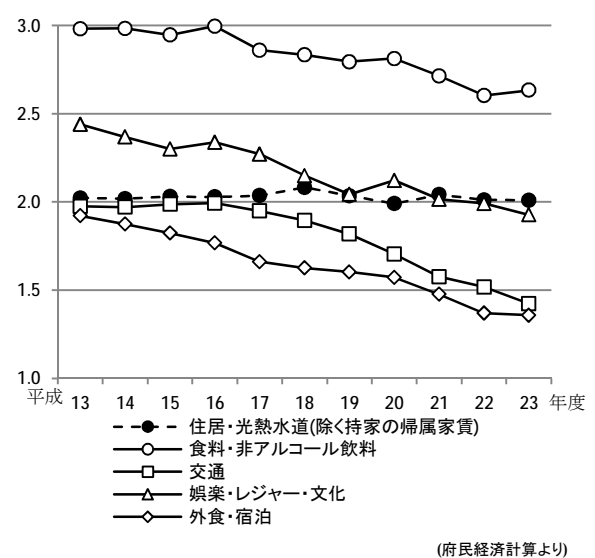
また「交通」の項目に目を向けてみると、平成18年度以降に支出額が減っていることがみてとれる。

これは、大都市圏で公共交通機関が発達している地域でのライフスタイルの変化で、自動車を持たない世帯が増加していることによっているものと考えられる(第20図)。自家用車を持たないことで、自動車の購入及び維持費用が減少していることが、「交通」における支出額の減少の一因であろう。

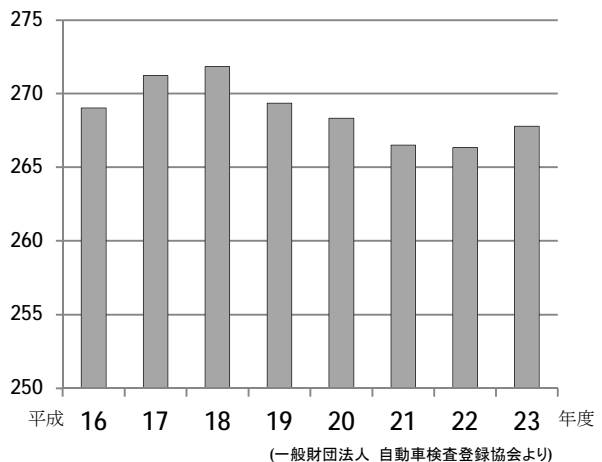
(兆円) 第18図 家計最終消費支出と府民雇用者報酬額



(兆円) 第19図 住居・光熱水道、食料・非アルコール飲料、交通、娯楽・レジャー・文化、外食・宿泊 各支出額

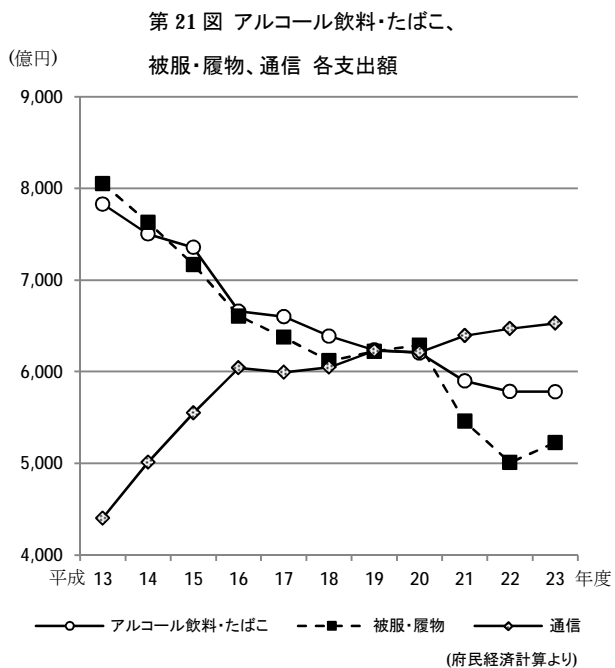


(万台) 第20図 大阪府内 自家用車の保有台数



アルコール飲料・たばこ、被服・履物も減少傾向が続いている(第21図)。被服・履物はファストファッションの定着で、かける費用が低くなってきていることも原因と考えられる。

通信は、携帯電話が生活必需品となった上に、近年はスマートフォンへの移行が進んでいるため、通信量の増大とともに通信費用が上昇し、支出額が増加しているものと考えられる。

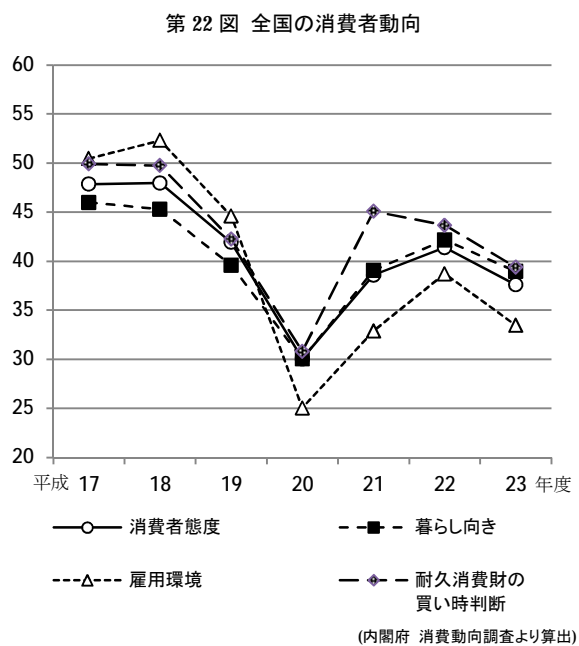


消費者心理

内閣府の消費動向調査から平成17年度以降の消費者心理をみる(第22図)。これらの指数は、消費者による今後半年間の見通しを示し、今後半年間について100に近いほど良くなる、0に近いほど悪くなると判断しているものである。

特に平成20年度に起きたリーマン・ショックの影響は大きく、消費者心理は大きく悪化した。

その後、平成21~22年度にかけて若干回復基調ではあったが、平成23年度には再び生活環境が悪化したと判断し、消費を抑える傾向にある。



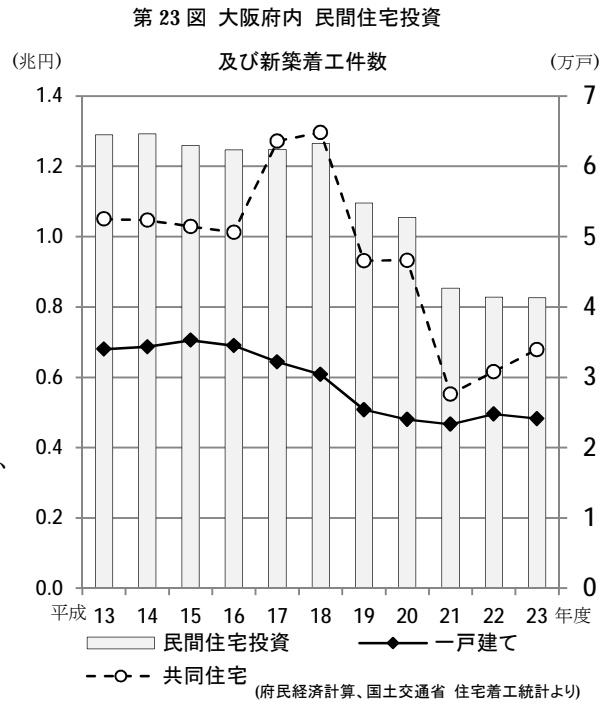
総固定資本形成(名目ベース)の動向

投資額は低調が続く

大阪府の民間住宅投資及び新築着工件数(第23図)をみると、民間住宅投資額は減少が続いている。特に平成19年度と平成21年度に大きく減少している。

この住宅投資は、大阪府内の新規住宅着工件数に沿った動きをしている。

平成17年度及び平成18年度には共同住宅(マンション、アパート等)が大きく伸びをみせるが、平成19年度には元の水準に戻り、平成21年度にはリーマン・ショックの影響から大きく落ち込むこととなった。それ以降は低調が続いている。



民間設備投資(第24図)についても、平成20年のリーマン・ショックが大きく影響し、それ以降低調が続いている。

さらに、企業の剰余金はどのような目的に使用されているかをみる。全国非金融法人の資産(第25図)では、投資(その他投資(固定))に相当があまり増えておらず、現金・預金(流動)が若干の増加、株式が大きく増加していることがわかる。

一方、負債では、短期借入金が増加(返済)傾向であることがわかる。

これらのことから、企業の経営マインドとして、投資を手控えていることがうかがえる。

