

令和4年度第2回  
大阪府・大阪市経済動向報告会  
2022年8月17日(水)

# 最近の大阪経済の動向

大阪府 商工労働部  
大阪産業経済リサーチ&デザインセンター  
山本 敏也

[YamamotoToshiy@mbox.pref.osaka.lg.jp](mailto:YamamotoToshiy@mbox.pref.osaka.lg.jp)

**orcie** 大阪産業経済リサーチセンター  
Osaka Research Center for Industry and the Economy

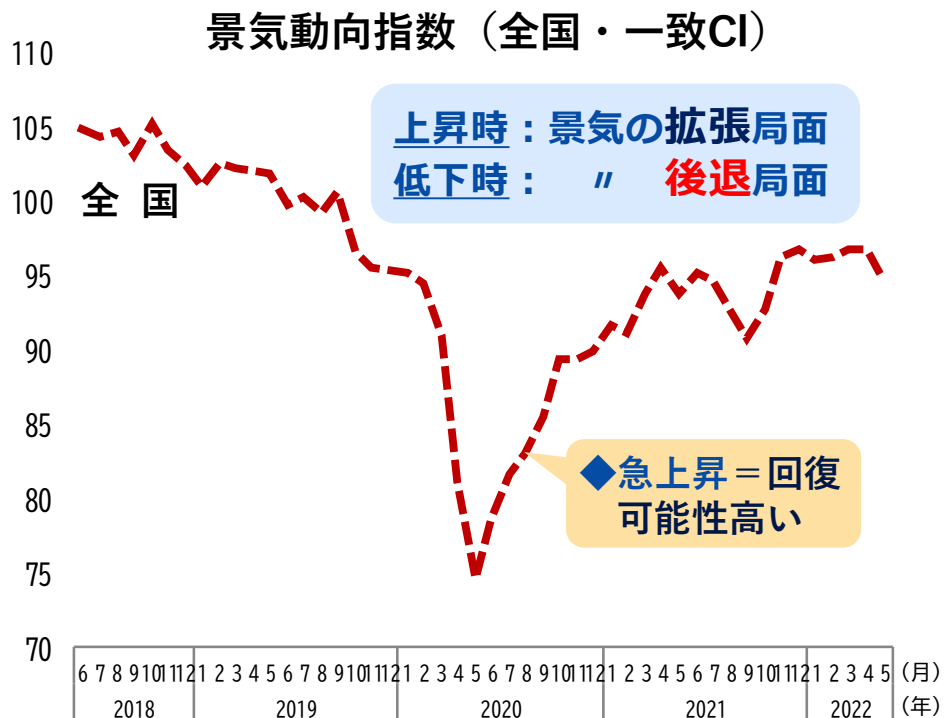
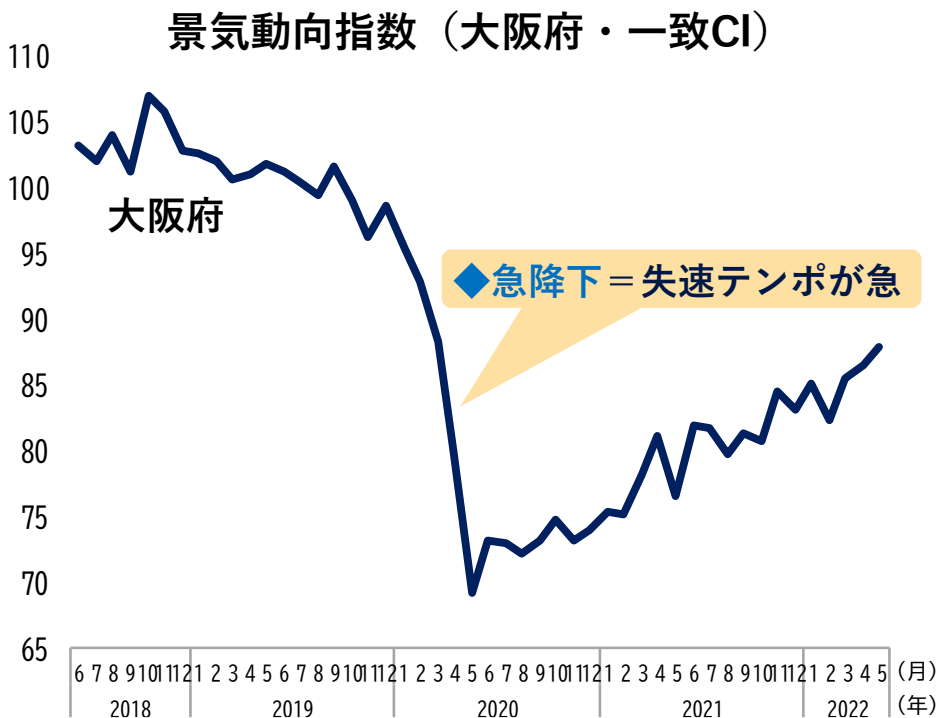
<https://www.pref.osaka.jp/aid/sangyou/index.html>

# ◆ 景気全体の動き

## 景気動向指数 (2018年6月～2022年5月 [速報値])

※ CI (コンポジットインデックス)

景気動向を反映すると考えられる複数の統計指標の変化量を合成したものの



【データ出所】大阪産業経済リサーチ&デザインセンター「景気動向指数」、内閣府「景気動向指数」

注) 2015年 = 100。

# (1) 企業の景況感

## 「景気観測調査(2022年4～6月期)」

- 調査時期：2022年5月下旬～6月中旬
- 回答企業数：1,914社  
(大企業6.1%、中小企業93.9% / 製造業28.9%、非製造業71.1%)

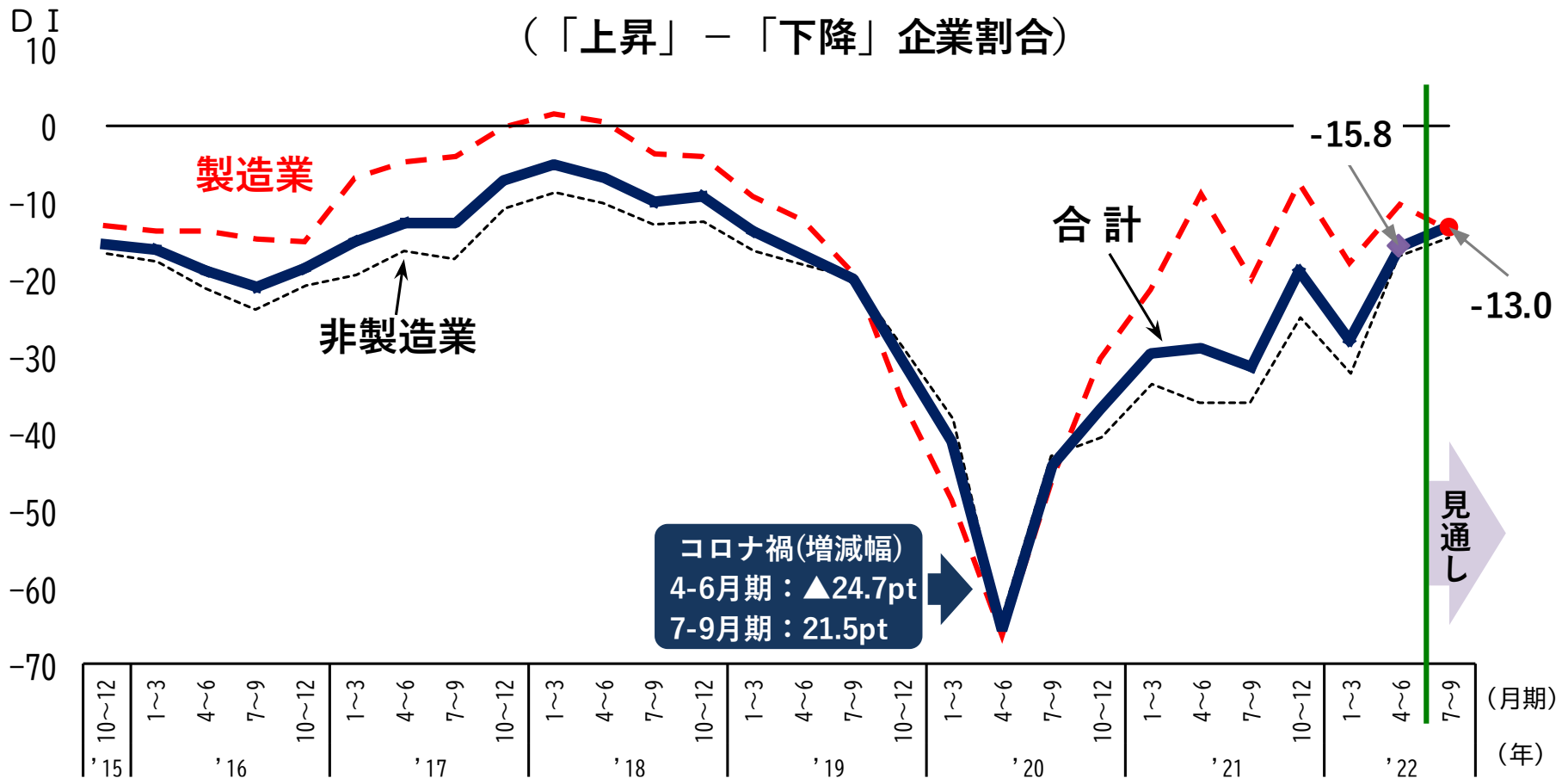


## 景気は、持ち直しの動きがみられる

- ・ 企業【業況判断】：DIは2四半期ぶりの改善 (3月下旬に「まん防」解除)
- ・ 【出荷・売上高】：DIは2四半期ぶりの改善 (非製造業・中小企業の2ケタ改善)
- ・ 【資金繰り】：DIは2四半期ぶりの改善
- ・ 【雇 用 面】：不足感DIは4四半期ぶりにやや改善
- ・ 来期【業況判断】：改善の見通し (今期に続き2四半期連続)

# (1) 企業の景況感・景気観測調査

## 業況判断DI (前期比・業種別、季節調整済)



【データ出所】 「大阪府景気観測調査 (大阪産業経済リサーチ&デザインセンター)」。

## (2) 需要サイド：輸出・投資・消費

### ● 外需は、16か月連続の増加

- ・ 半導体等電子部品、医薬品などが増加
- ・ 中国、EU、米国など全ての地域向けで増加

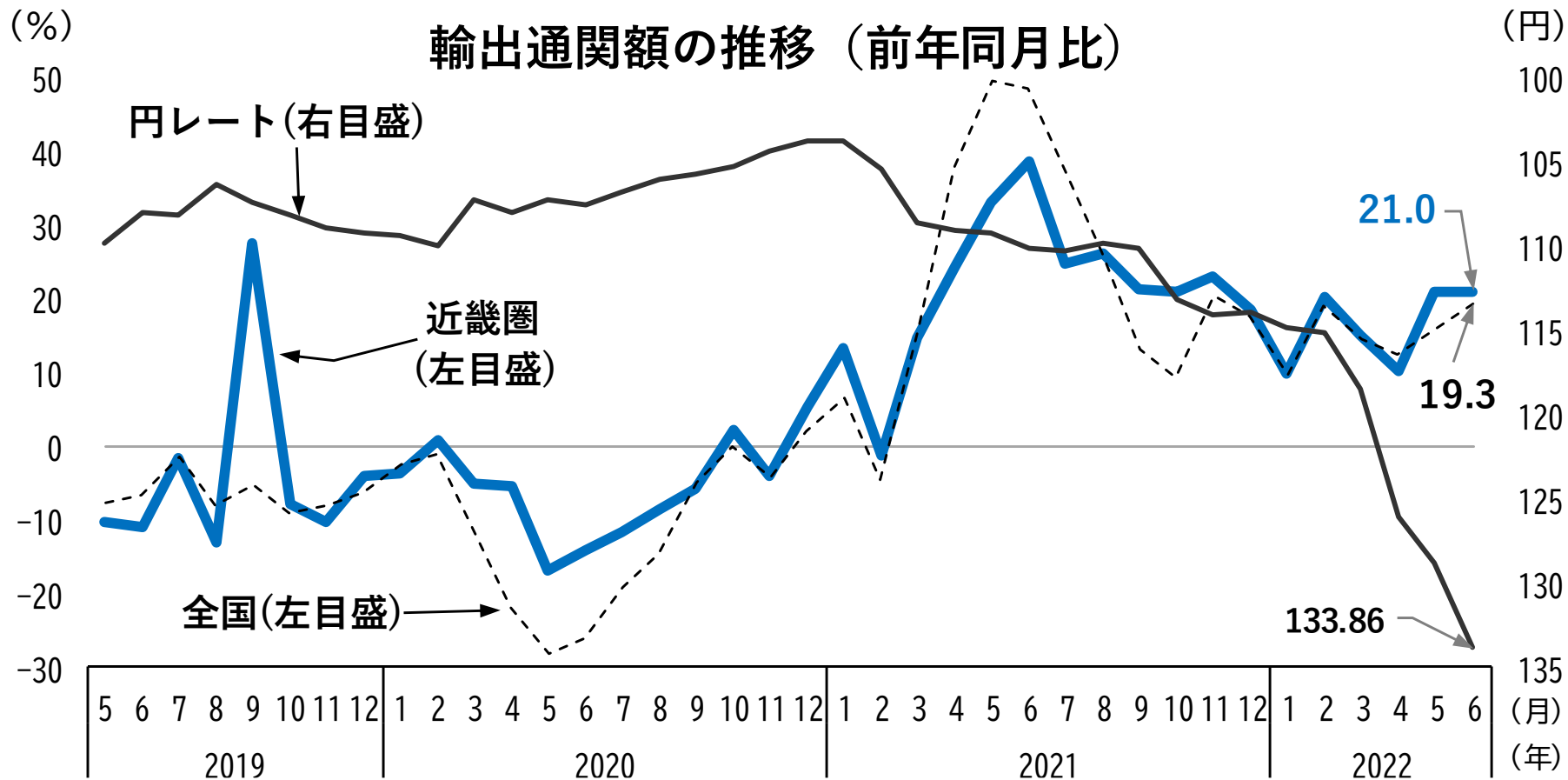
輸出・内需ともにおおむね上向き

### ● 内需は、新車販売以外は好調

- ・ 投資：投資意欲は上向き、住宅建設も3か月ぶりの増加
- ・ 消費：百貨店・スーパー販売は増加、家電販売も増加、  
新車販売は減少

## (2) 需要サイド：輸出の動き

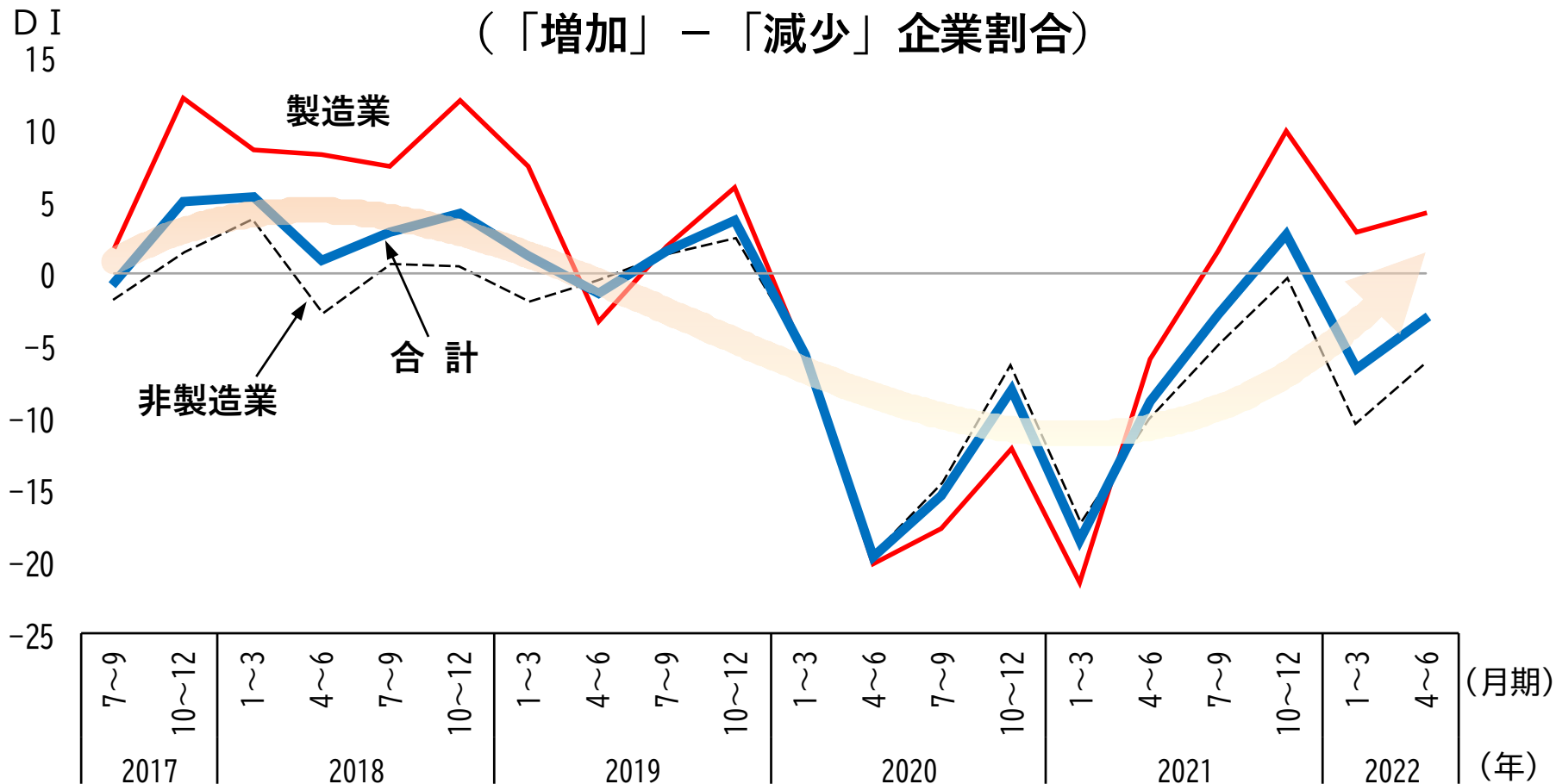
### 輸出通関額 (2019年5月～2022年6月 [近畿、全国])



【データ出所】大阪税関「近畿圏貿易概況」、日本銀行「東京インターバンク相場 (月中平均)」。

## (2) 需要サイド：設備投資の動き・景気観測調査

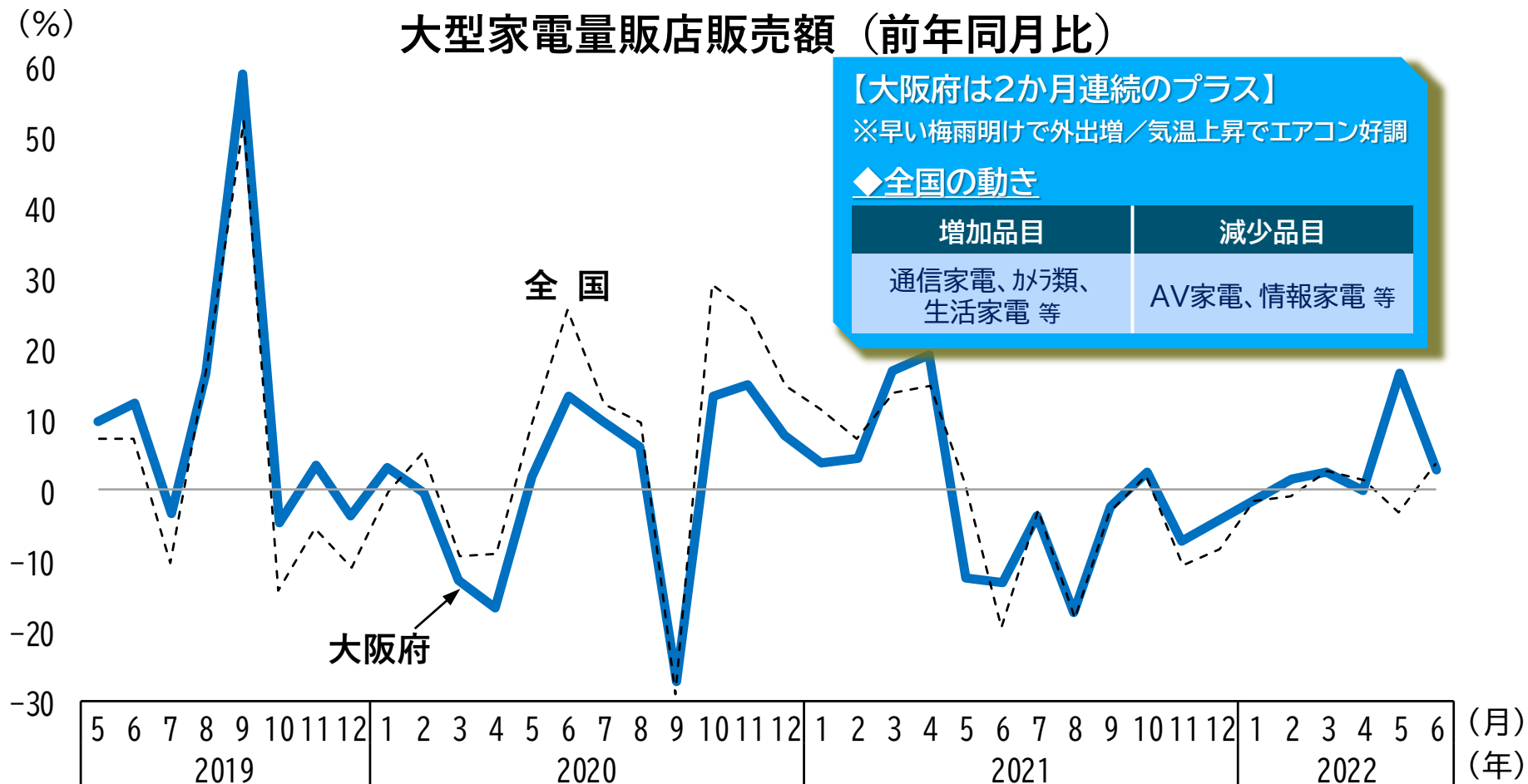
### 設備投資DI (業種別)



【データ出所】「大阪府景気観測調査 (大阪産業経済リサーチ&デザインセンター)」。

## (2) 需要サイド：消費の動き

### 大型家電量販店販売額（2019年5月～2022年6月）

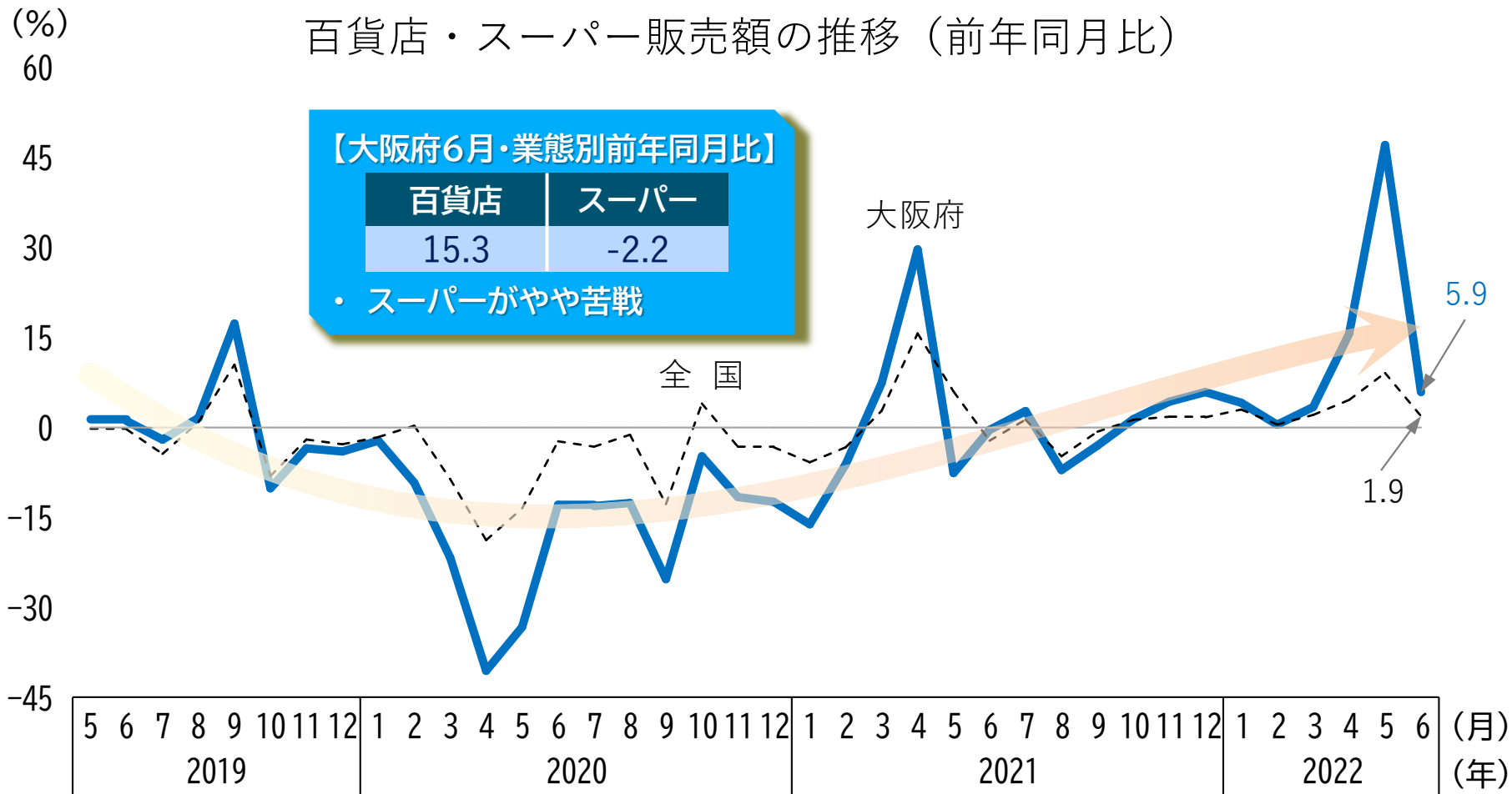


【データ出所】 経済産業省『商業動態統計』。



## (2) 需要サイド：消費の動き

### 百貨店・スーパー販売額（2019年5月～2022年6月速報値）



【データ出所】近畿経済産業局『大型小売店販売状況（近畿地域）』。

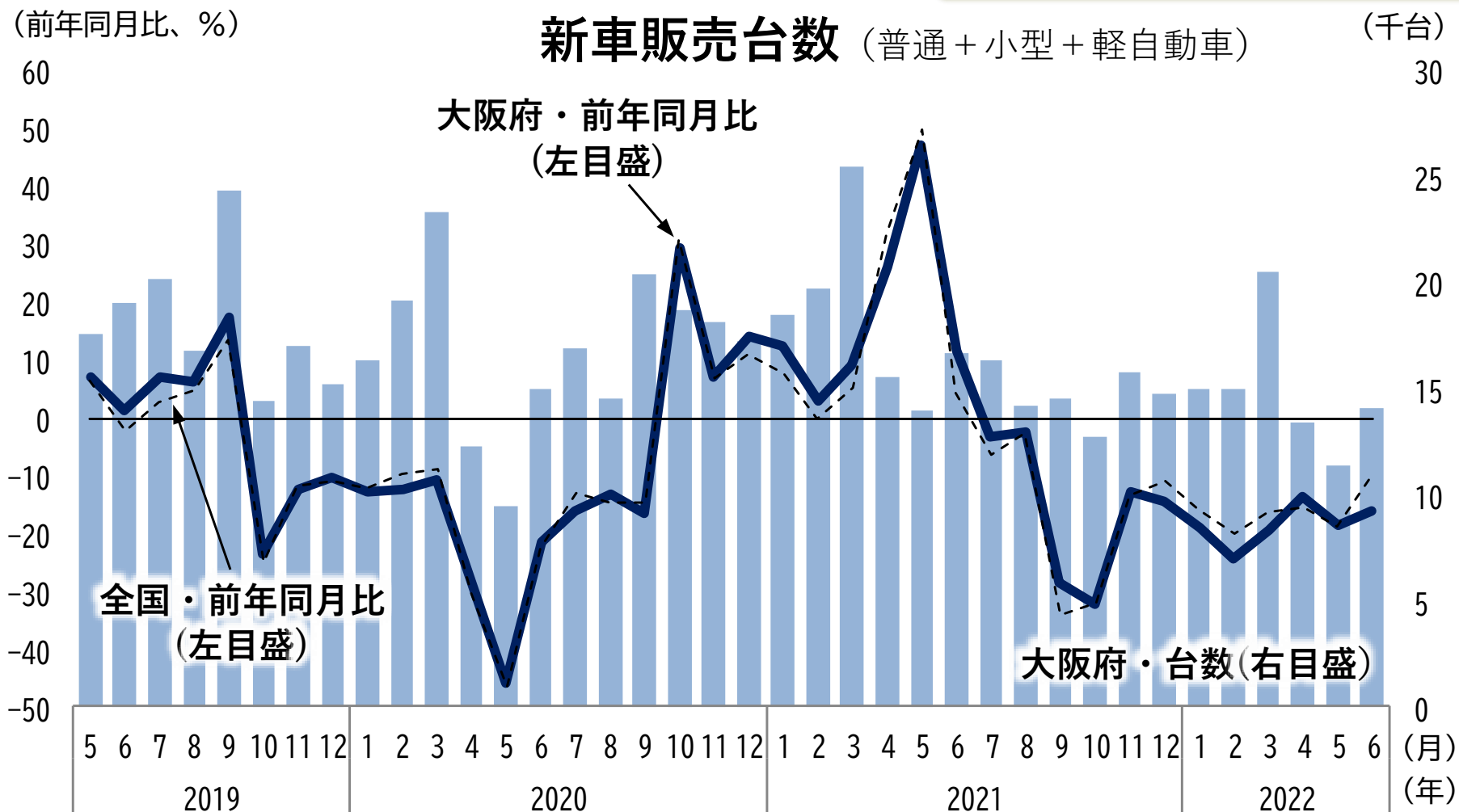
## (2) 需要サイド：消費の動き

【全国6月：生産台数の減少】

● コロナ禍・ウクライナ侵攻等の影響

➔ 半導体・電子部品の製造・流通遅滞  
※回復は年末か

### 新車販売台数 (2019年5月～2022年6月)



【データ出所】 (社) 日本自動車販売協会連合会、(社) 全国軽自動車協会連合会。

## (3) 供給サイド：生産・企業経営

### ● 生産は、弱い動きが続く

- ・ 生産指数：前月比(↘)、前年同月比(原指数：6か月連続↘)
- ・ 原材料価格：D I は 2 四半期ぶり にプラス幅が拡大
- ・ 製／商品単価：D I は 3 四半期連続 のプラス水準
- ・ 営業利益：判断・水準 D I とともに 2 四半期ぶり の改善

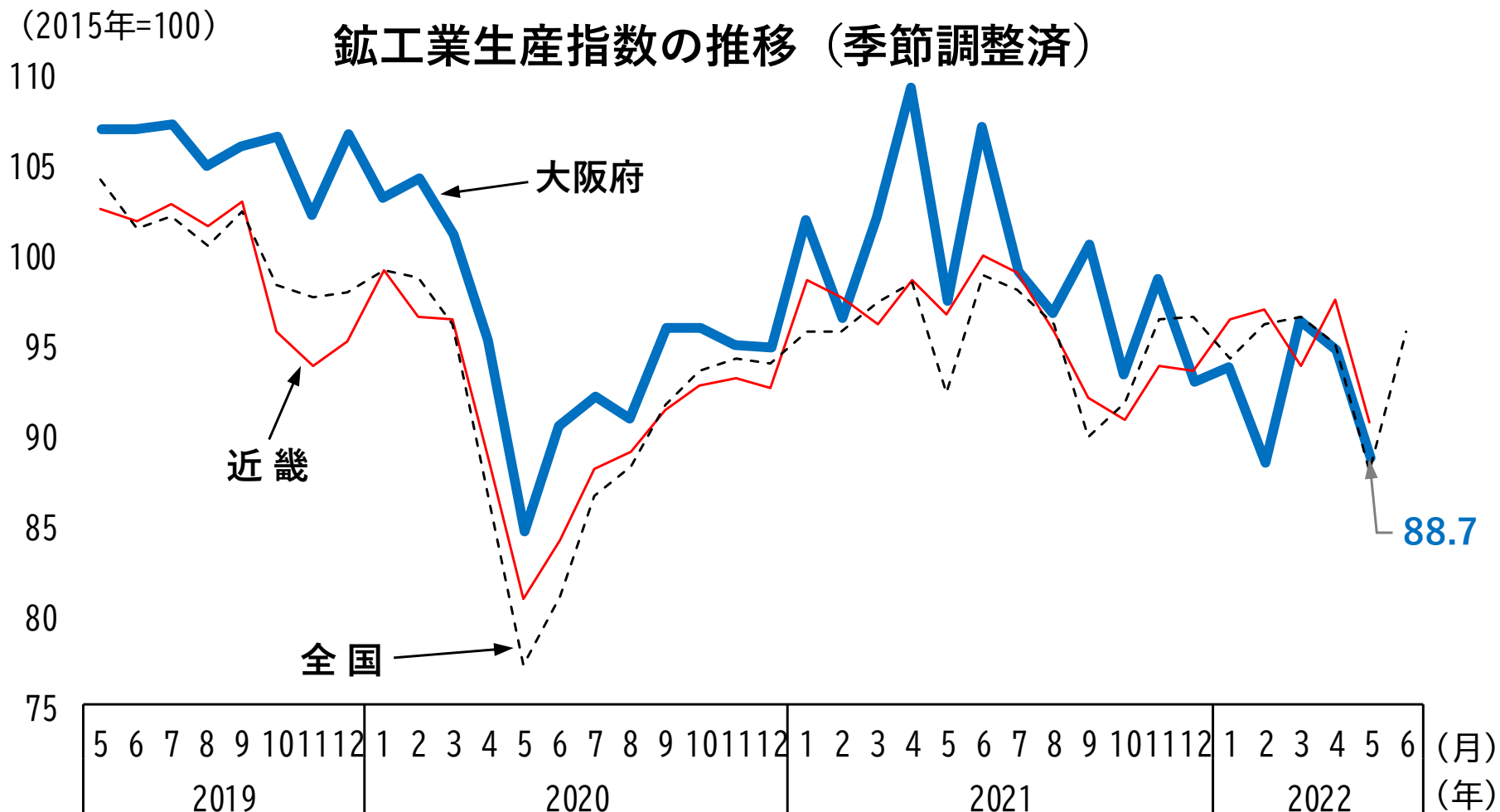


### ● 雇用は不足感が改善、失業率は再び悪化

- ・ 雇用：4 四半期ぶりに不足感が改善、来期も改善
- ・ 有効求人倍率：前月比(↗)、近畿の失業率：前年同月差が悪化

### (3) 供給サイド：生産の動き

#### 鋳工業生産指数 (2019年5月～2022年6月)

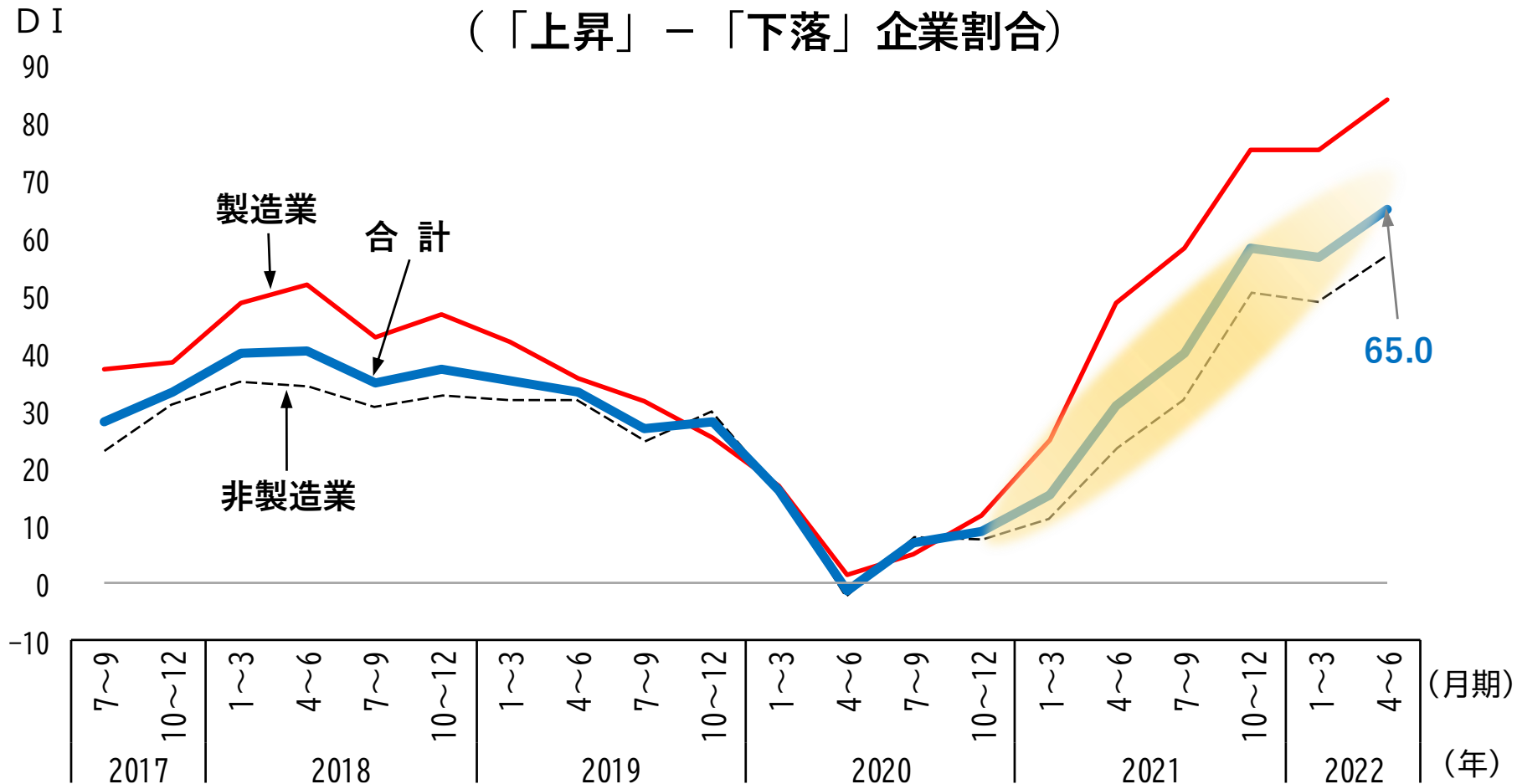


【データ出所】 経済産業省『鋳工業指数』、近畿経済産業局『鋳工業生産動向』、大阪府統計課『大阪の工業動向』。大阪府は2015年=100。

# (3) 供給サイド：企業経営の状況・景気観測調査

## 原材料価格DI (規模別、前期比)

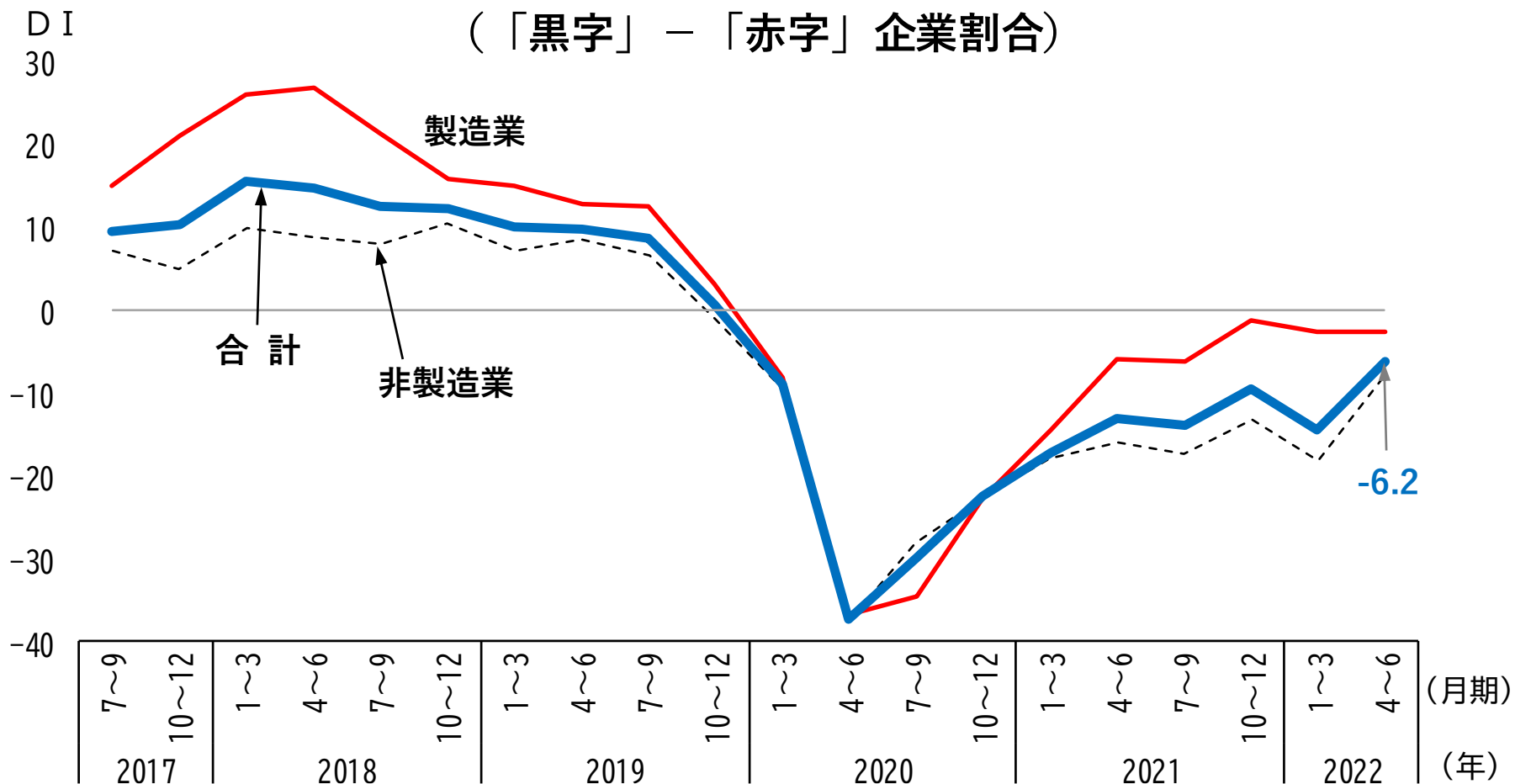
(「上昇」 - 「下落」 企業割合)



【データ出所】「大阪府景気観測調査 (大阪産業経済リサーチセンター)」。

# (3) 供給サイド：企業経営の状況・景気観測調査

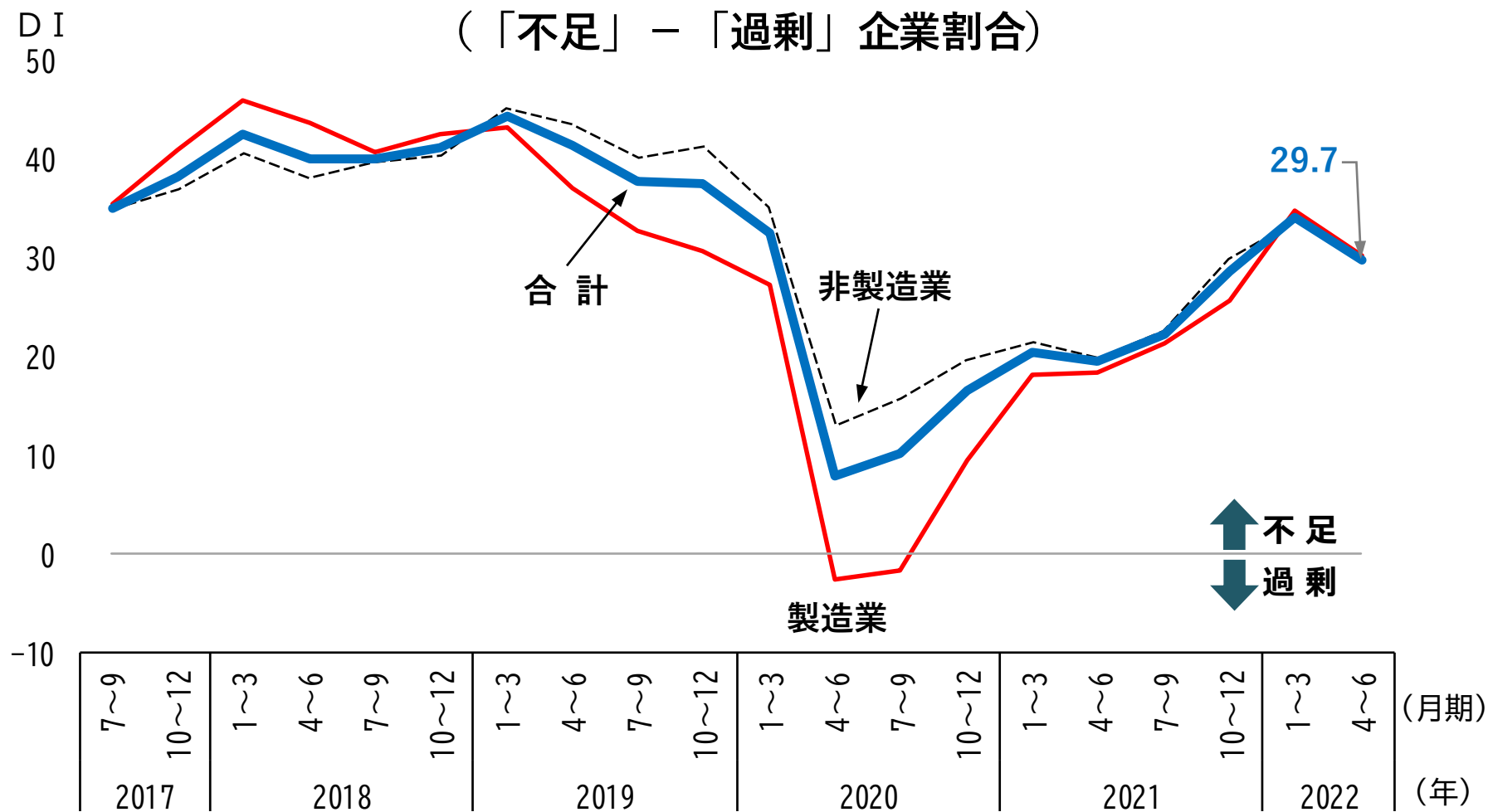
## 営業利益判断DI (規模別、前期比、季節調整値)



【データ出所】「大阪府景気観測調査 (大阪産業経済リサーチセンター)」。

# (3) 供給サイド：企業経営の状況・景気観測調査

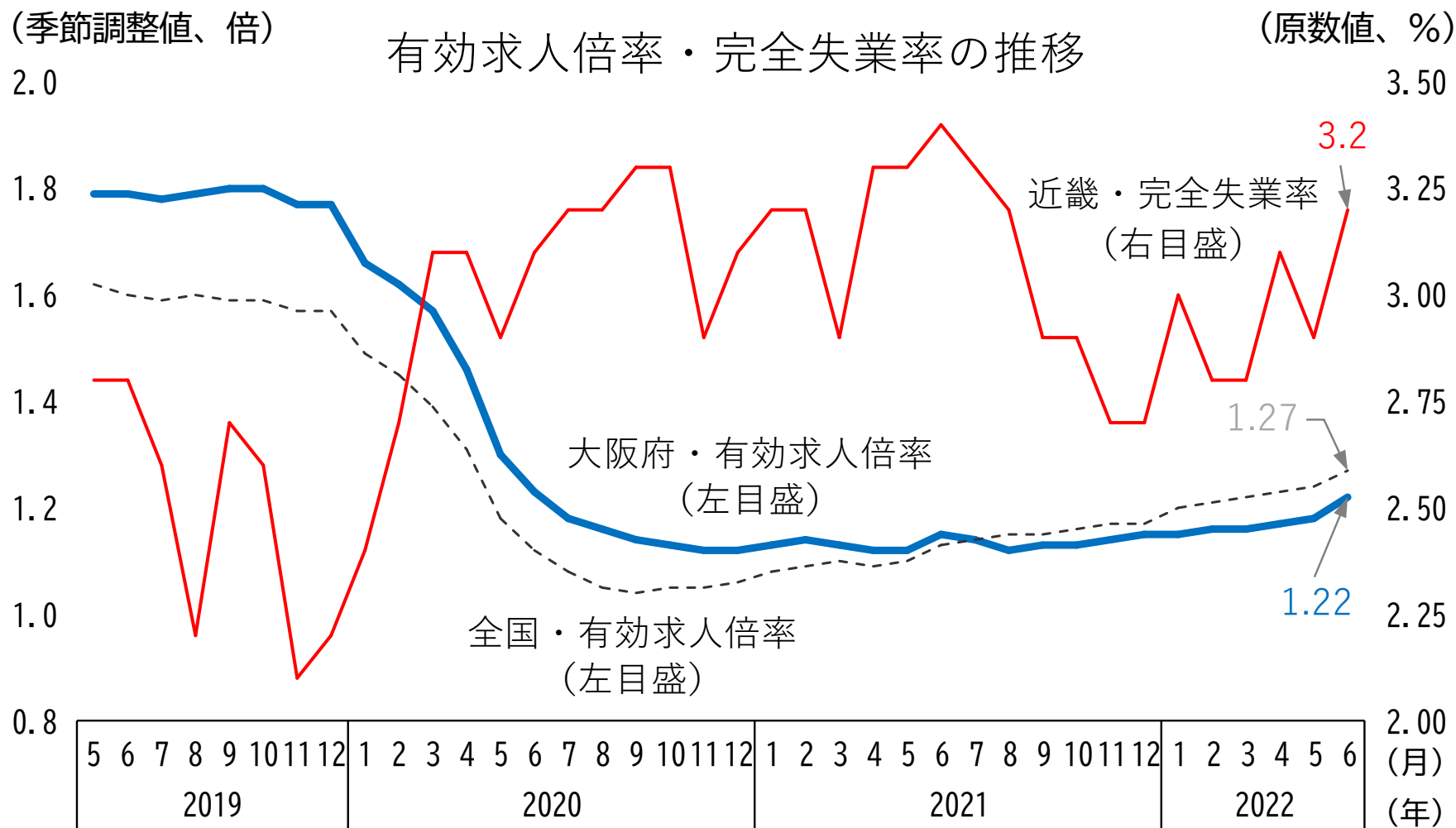
## 雇用不足感DI (業種別)



【データ出所】「大阪府景気観測調査 (大阪産業経済リサーチセンター)」。

# (3) 供給サイド：企業経営の状況

## 有効求人倍率・完全失業率 (2019年5月～2022年6月)



【データ出所】厚生労働省「一般職業紹介状況」、総務省「労働力調査」。



# どうなる？アフターコロナの 大阪(宿泊施設編)

# 1. コロナ禍前後の宿泊業界の動き

## ❖ コロナ禍「前」：インバウンド激増で活況

- ・ 受け皿不足 → 「民泊」登場
- ・ 民泊新法(2018年)の整備が後押し、開業加速化

### 形態

個人の自宅やマンション等の全部又は一部を活用して宿泊サービスを提供すること(法令上の定義なし)

### 営業申請

民泊新法(住宅宿泊事業法) → 届出  
特区民泊 → 認定

- ・ 安価で手軽 ⇔ 利用者増に伴いトラブルも

### ホスト側

備品の破壊・窃盗、部屋汚損、喫煙

### ゲスト側

予約と違う部屋・条件、ホストとの連絡

### 近隣住民

ゴミ出し、騒音、事故(火事等)、事件(殺人、盗撮等)

疑問①「民泊は割に合わない？」

# 1. コロナ禍前後の宿泊業界の動き

## ❖ コロナ禍「後」：国内外の人流の途絶で苦境に

### ・インバウンド中心の施設は大打撃

民泊／ゲスト  
ハウス／カプ  
セルホテル  
(簡易宿所の形態含む)

宿泊専門GH → 撤退／宿泊&飲食GH → 営業時間短縮協力金で延命  
廃業・売却 → 中国資本など新規参入の呼び水？  
業態・業種転換：旅館・ホテル業(事業再構築補助金)、賃貸業  
売り手市場に乗じて異業種から参入も、すぐに撤退

大阪メトロ

民泊参入前に購入したマンションを売却

### ・他業態の施設でも未曾有の事態に

和風旅館

客室の改装(事業再構築補助金)

シティホテル

宴会部門の大幅減、パート・アルバイトの雇い止め

疑問②「インバウンド中心の民泊は、コロナ禍で事業所数が減少？」

## 2. 民泊に対する疑問の検証

### ❖ 疑問①：民泊は割に合わない？

**法規制** 営業日数、自治体の条例・手続き

**諸費用** 初期費用・固定費用

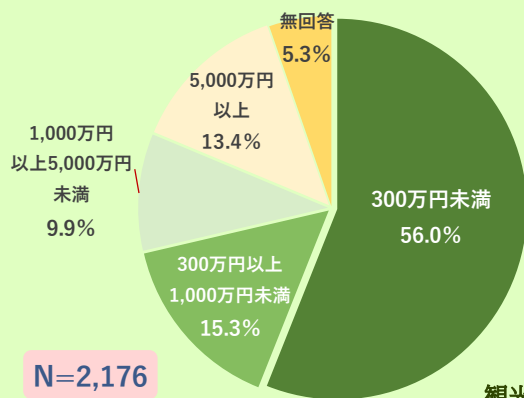
初期費用

- 消防設備
- 家具・家電
- 清掃備品
- リネン類
- Wi-Fi設備

固定費用

- 住宅ローン
- 賃貸料
- 固定資産税
- 修繕積立金
- 保険料 等

開業に要した初期費用〈全国〉



年間平均値 (全国)	固定費 (万円)	利益率 (%)
物件全体	182	15.9
一戸建て	104	18.6
マンション	244	14.9
アパート	195	13.1
長屋	225	10.0
寄宿舍	520	9.0
古民家	89	18.8 =101件
その他	172	15.6

観光庁「住宅宿泊事業の実態調査」2022年3月より作成。

さまざまな制約

結論…「民泊運営はコストがかかる」

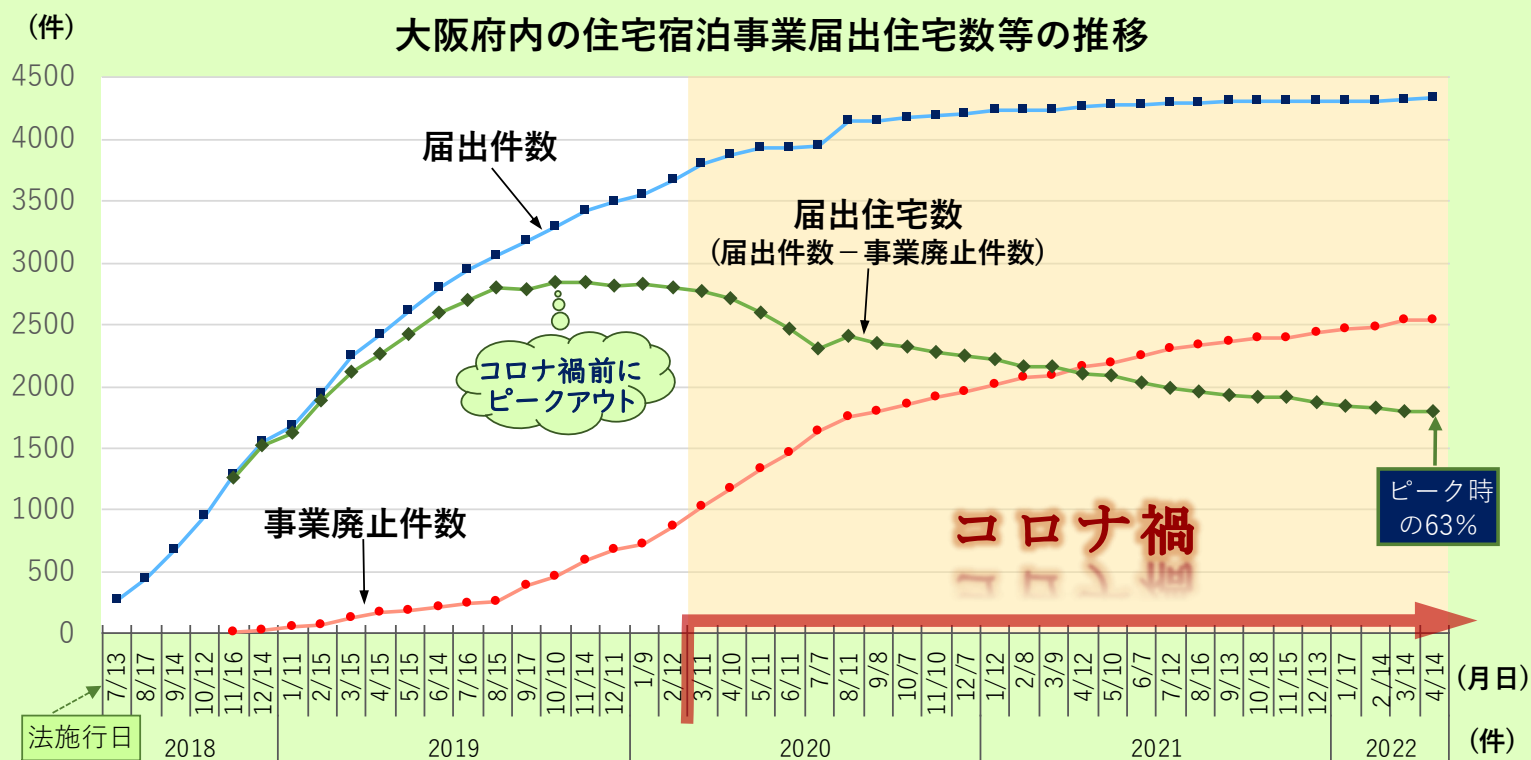
**資金** 初期投資回収の困難

## 2. 民泊に対する疑問の検証

### ❖ 疑問②：コロナ禍で事業所数が減少した？

#### 届出住宅数 届出件数－事業廃止件数

【要因】2019年7月、韓国で「日本製品不買運動」の発生に伴う訪日客の減少  
 → 競争過多で需給バランスが崩壊



結論・・・「コロナ禍前から減少していた」

### 3. コロナ禍収束後の業界の行方

#### ❖ 需給バランスをうかがいながら

- ・ 異常な供給過多での民泊・簡宿・GHの経営は困難

**水際対策の緩和** 需給バランス改善も、当面受け皿不足はなし

**コスト構造の改善** (過度な外注依存の)サイドビジネスでは採算合わず

- ・ 価格競争からの脱却：日本(大阪)を安売りしない

**クオリティで勝負** 価格以外で支持される強みは？

**宿泊機能 +  $\alpha$**  記憶に残る「宿」をめざす  
**= 体験価値** 周辺の地域資源(ユニークベニュー)との連携

地道で小さな取り組みから顧客との信頼を構築し、  
需要の本格的回復まで生き延びる



ご清聴ありがとうございました