

---

目 次

---

経済の動き .....	2
大阪経済・5月のポイント	
国内経済・5月のポイント	
大阪府景気動向指数（C I ・ D I）の動き .....	5
大阪府及び近畿地区景気動向指数における採用系列の見直しについて .....	8
大阪府D I 及び近畿地区D I による景気基準日付の設定について .....	12
大阪府景気観測調査（平成24年1～3月期） .....	14
調査結果の概要	
最近の消費動向（個別ヒアリング） .....	28
中小企業の動き .....	30
ニット製品製造業      鉄鋼シャースリット業      歯車製造業      金型製造業	
食品卸売業              段ボール箱製造業              ディ스플레이業	
平成23年度調査研究の紹介 .....	42
中小企業金融の現状と課題に関する調査報告書	
大阪におけるものづくりネットワーク	
ーネットワーク形成・成長のポイントとライフサイクルー	
大阪経済指標 .....	48

---

商工労働総務課（大阪産業経済リサーチセンター）ホームページアドレス  
<http://www.pref.osaka.jp/aid/sangyou/index.html>

# 経済の動き

## 大阪経済・5月のポイント

大阪経済の動向をみると、需要面では、家電販売額、輸出額（近畿）、大型小売店販売額が減少したが、新車販売台数、住宅建設は増加した。

産業活動面では、生産指数は前月比、前年同月比ともに低下した。雇用面では、有効求人倍率が前月比で上昇し、完全失業率（近畿）は前年同月比で低下した。一方倒産件数は増加した。

このように、新車販売や住宅建設が増加、雇用も改善するなど、景気は持ち直しの動きが続いているが、生産指数が低下し、個人消費や輸出が減少、倒産が増加するなど、その動きが弱まっている。

## 需要面の動き

### 大型小売店販売額は2か月ぶりの減少

大阪府の大型小売店（百貨店＋スーパー）販売額（既存店ベース）を前年同月比で見ると、2月1.3%増、3月1.2%減となり、2か月ぶりの減少となった。商品別では、家具・家電・家庭用品、その他の商品、身の回り品などが減少した。

近畿のコンビニエンス・ストア販売額（既存店ベース）を前年同月比で見ると、2月3.5%増、3月0.7%減となった。

### 家電販売は減少、新車販売台数は増加

近畿の家電製品販売額を前年同月比で見ると、1月7.9%減、2月21.5%減となった。商品別では、照明器具、電気暖房機、石油暖房機などが増加したが、テレビ、DVD、オーディオなどが減少した。

大阪府の新車販売台数（普通＋小型＋軽）を前年同月比で見ると、2月30.3%増、3月62.1%増となり、6か月連続で増加した。車種別では、普通車、小型車、軽自動車ともそれぞれ増加した。

### 住宅建設は3か月連続で増加

大阪府の新設住宅着工戸数を前年同月比で見ると、2月9.3%増、3月8.0%増と3か月連続で増加した。利用関係別では、持家は減少したが、貸家、分譲はいずれも増加した。

## 生産と雇用の動き

### 生産指数は前月比、前年同月比ともに低下

2月の大阪府の製造工業生産指数（速報、季節調整済、平成17年＝100）は80.8で、前月比は4.7%低下、前年同月比（原指数）は5.4%低下。業種別では、金属製品工業、一般機械工業などが低下し、電気機械工業、化学工業などが上昇した。

### 求人倍率は上昇、失業率は低下

大阪府の有効求人倍率（季節調整値）は、2月0.71倍、3月0.73倍と0.02ポイント上昇した。一方、3月の近畿の完全失業率（原数値）は5.7%で、前年同月比で0.1ポイント低下。

## 貿易の動き

### 近畿圏の輸出は7か月連続で減少

近畿圏の輸出通関額を前年同月比で見ると、2月4.8%減、3月8.3%減と、7か月連続で減少した。品目別では、鉱物性燃料、自動車、金属加工機械などが増加したが、半導体等電子部品、映像機器、荷役機械などが減少した。

地域別では、アジアNIEs向け、EU向け、アメリカ向けは減少した。

近畿圏の輸入通関額を前年同月比で見ると、2月6.6%増、3月1.2%増と、27か月連続で増加した。品目別では、音響・映像機器（含部品）などが減少したものの、原油及び粗油、天然ガス及び製造ガス、石炭、通信機などが増加した。

地域別では、ASEANは増加したが、アジアNIEs、アメリカは減少した。

## 倒産の動き

### 倒産件数は4か月ぶりの増加

大阪府の企業倒産（負債総額1,000万円以上、東京商工リサーチ調べ）の件数と前年同月比をみると、2月149件、0.6%減、3月170件、1.1%増となった。業種別では、建設業（46件）、学術研究、専門・技術サービス業（13件）、飲食業（12件）、金属製品製造業（10件）などが多かった。

## ■ 大阪の経済指標の変化方向

	大型小売店 販売額	コンビニ 販売額	家電販売	新車販売	新設住宅 着工	公共工事 請負金額
24年5月 時点	↘	↘	↘	↗	↗	↘
24年4月 時点	↗	↗	↘	↗	↗	↗

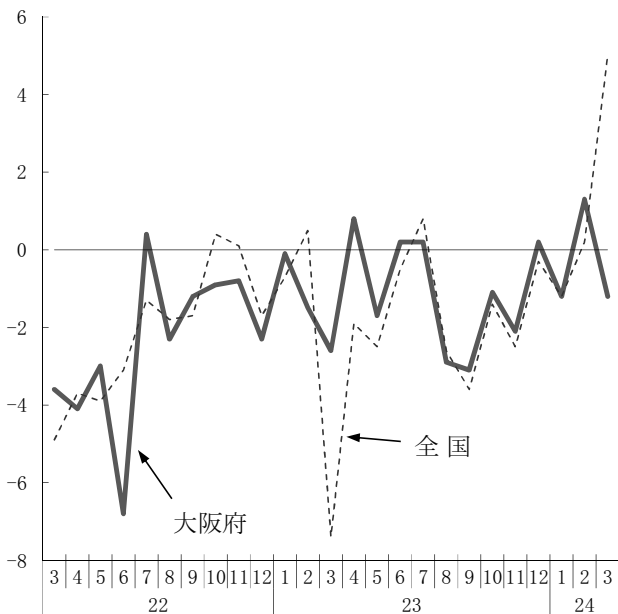
  

	生産指数 (前月比)	有効求人倍 率(前月比)	完全失業率	所定外 労働時間	輸出	倒産件数
24年5月 時点	↘	↗	↗	↗	↘	↘
24年4月 時点	↗	↗	↗	↗	↘	↗

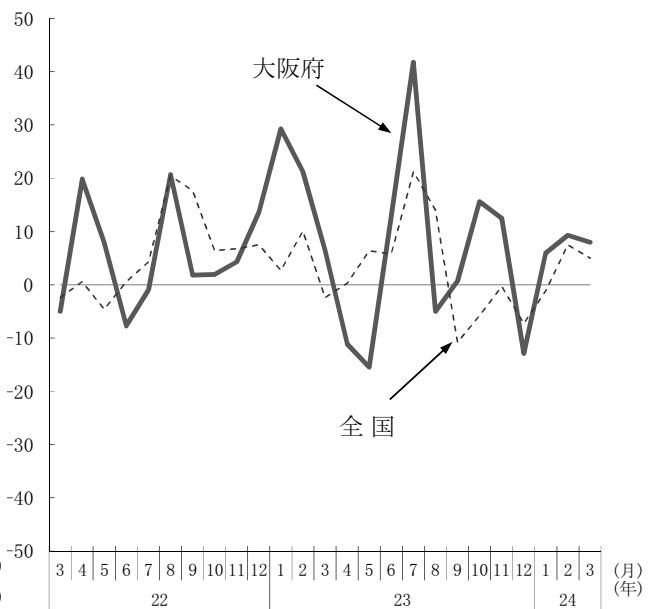
(注) ↘ : 景況が悪化したもの  
↗ : 景況が改善したもの

(注) 24年5月時点とは、5月初旬に公表されている最新データによるものである。変化方向は前年同月との比較。ただし、生産指数と有効求人倍率は前月との比較。完全失業率、倒産件数は、低下、減少が景況改善となる。

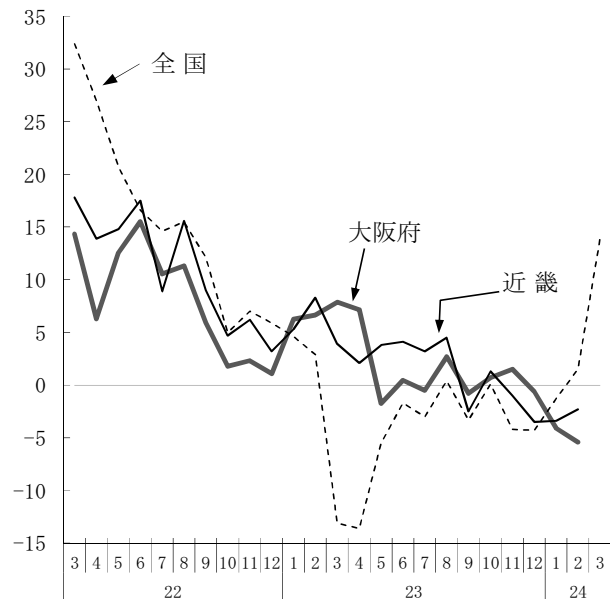
(%) 大型小売店販売額の推移(前年同月比)



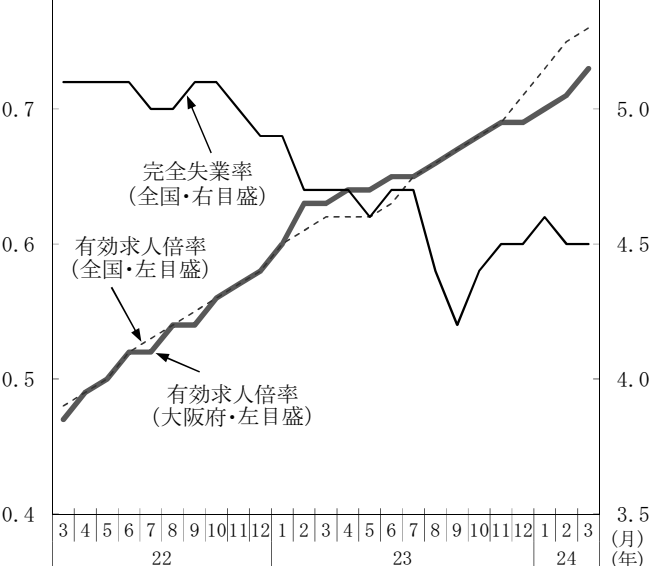
(%) 新設住宅着工戸数の推移(前年同月比)



(%) 鉱工業生産指数の推移(前年同月比)



(%) 有効求人倍率・完全失業率の推移(季節調整値)



## 国内経済・5月のポイント

内閣府が4月に発表した月例経済報告によると、「景気は、東日本大震災の影響により依然として厳しい状況にあるなかで、緩やかに持ち直している。」と、6か月連続で基調判断を据え置いた。先行きについては、「各種の政策効果などを背景に、景気の持ち直し傾向が確かなものとなることが期待される。ただし、欧州政府債務危機や原油高の影響、これらを背景とした海外景気の下振れ等によって、我が国の景気が下押しされるリスクが存在する。また、電力供給の制約や原子力災害の影響、さらには、デフレの影響、雇用情勢の悪化懸念が依然残っていることにも注意が必要である」と、原油価格の変動や海外経済の減速、雇用情勢などに対する警戒感を示している。

なお、同府が発表した2月の景気動向指数(CI、確報、平成17年=100)は、先行指数が96.0、一致指数は95.2となった。

(景気動向指数の考え方については、P5参照)

## 需要面の動き

### 大型小売店販売額は2か月連続の増加

全国の大型小売店(百貨店+スーパー)販売額(既存店ベース)を前年同月比で見ると、2月0.2%増、3月5.0%増となり、2か月連続で増加した。商品別では、身の回り品、食堂・喫茶、衣料品などが増加した。

コンビニエンス・ストア販売額(既存店ベース)を前年同月比で見ると、2月4.4%増、3月0.3%増となった。

### 家電販売は減少、新車販売台数は増加

全国の家電製品販売額を前年同月比で見ると、1月11.6%減、2月20.8%減となった。商品別では、照明器具、電気暖房機、石油暖房機などが増加したが、テレビ、DVD、オーディオなどが減少した。

全国の新車販売台数(普通+小型+軽)を前年同月比で見ると、2月31.7%増、3月76.3%増となり、6か月連続で増加した。

### 住宅建設は2か月連続で増加

全国の新設住宅着工戸数を前年同月比で見ると、2月7.5%増、3月5.0%増と2か月連続で増加した。利用関係別では、貸家と分譲が増加したが、持家が減少した。

## 生産と雇用の動き

### 生産指数は前月比、前年同月比ともに上昇

3月の全国の実業生産指数(速報、季節調整済、平成17年=100)は95.3で、前月比は1.0%上昇、前年同月比(原指数)は13.9%上昇した。業種別の前月比では、輸送機械工業、情報通信機械工業、窯業・土石製品工業等が上昇した。

### 求人倍率は前月より上昇

全国の有効求人倍率(季節調整値)は、2月0.75倍、3月0.76倍と0.01ポイント上昇した。一方、3月の完全失業率(季節調整済)は4.5%で、前月と同率であった。

## 貿易の動き

### 輸出は6か月ぶりに増加

全国の輸出通関額を前年同月比で見ると、2月2.7%減、3月5.9%増と、6か月ぶりに増加した。品目別では、自動車、自動車の部分品、建設用・鉱山用機械などが増加した。

地域別では、アメリカ向けが5か月連続で増加、EU向け、中国向けがそれぞれ6か月連続で減少した。

全国の輸入通関額を前年同月比で見ると、2月9.2%増、3月10.6%増と、27か月連続で増加した。品目別では、原油及び粗油、液化天然ガス、航空機類などが増加した。

地域別では、EUからの輸入が12か月連続で、アメリカからの輸入も3か月連続で、ともに増加し、中国からの輸入が2か月ぶりに増加した。

## 倒産の動き

### 倒産件数は2か月ぶりの減少

全国の企業倒産の件数と前年同月比をみると、2月1,038件、5.1%増、3月1,161件、1.8%減となった。業種別では、建設業(292件)、飲食業(74件)、学術研究、専門・技術サービス業(60件)、他のサービス業(51件)、情報サービス・制作業(50件)などが多かった。

資本金別では、1千万円以上5千万円未満が505件で、全体の43.5%を占めた。

# 大阪府景気動向指数（C I・D I）の動き

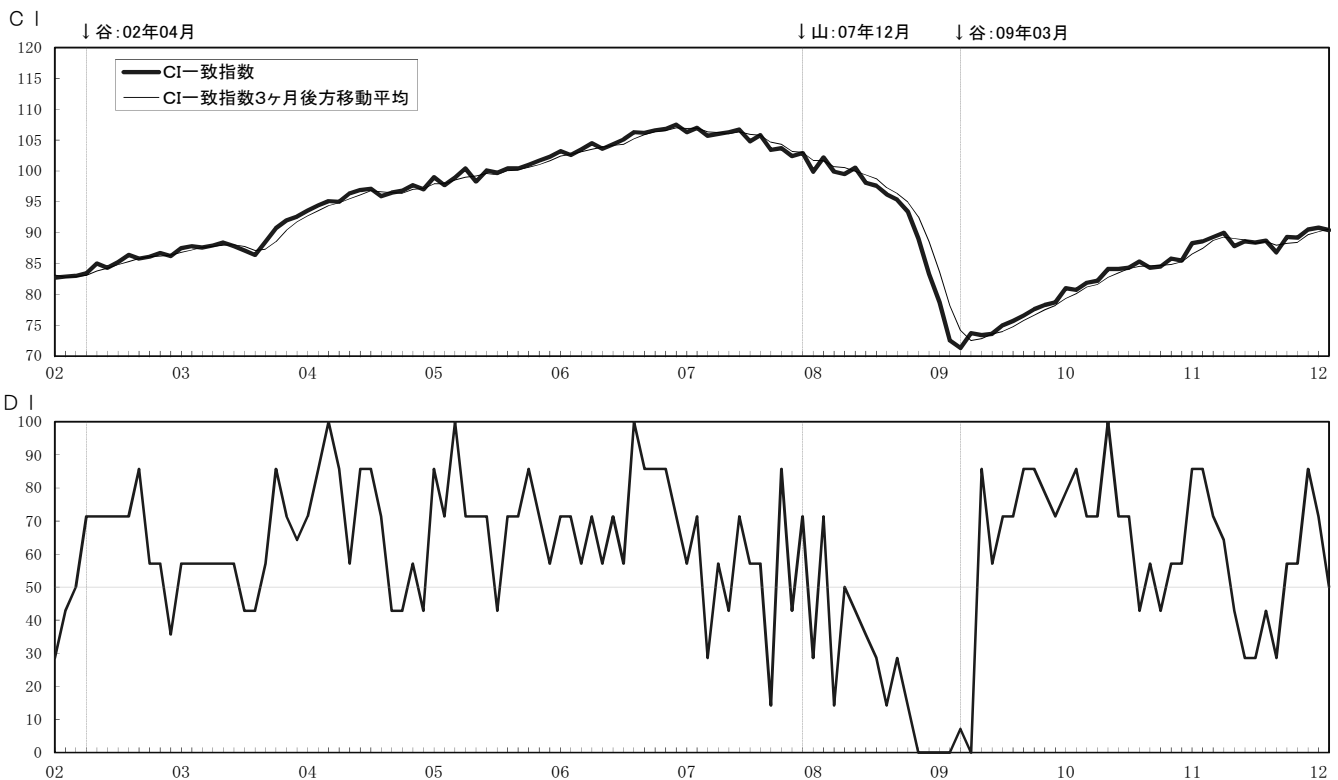
## 1. 総括表

	C I						D I					
	先行指数			一致指数			先行指数			一致指数		
	大阪府	近畿	全国	大阪府	近畿	全国	大阪府	近畿	全国	大阪府	近畿	全国
2010年12月	85.7	93.5	92.3	85.5	89.4	92.3	85.7	66.7	72.7	57.1	64.3	72.7
2011年1月	88.5	94.2	93.2	88.3	92.4	92.7	100.0	77.8	86.4	85.7	100.0	81.8
2月	92.4	95.0	94.8	88.6	93.3	93.5	100.0	66.7	81.8	85.7	85.7	63.6
3月	89.7	92.7	92.2	89.3	92.4	87.5	71.4	55.6	45.5	71.4	85.7	9.1
4月	86.3	87.4	90.3	90.0	92.3	87.8	28.6	11.1	27.3	64.3	42.9	9.1
5月	83.4	87.4	91.8	87.8	92.1	90.0	0.0	0.0	18.2	42.9	42.9	9.1
6月	82.9	89.1	93.4	88.6	92.9	92.2	14.3	44.4	27.3	28.6	64.3	86.4
7月	85.3	91.0	95.1	88.4	92.4	92.7	57.1	88.9	72.7	28.6	57.1	100.0
8月	87.3	90.7	94.6	88.7	91.7	92.8	85.7	77.8	72.7	42.9	42.9	90.9
9月	85.4	89.9	93.3	86.8	90.5	92.4	42.9	55.6	36.4	28.6	28.6	31.8
10月	88.7	91.5	93.3	89.3	92.1	93.3	42.9	55.6	45.5	57.1	35.7	54.5
11月	86.4	91.3	93.3	89.2	91.6	92.4	42.9	55.6	54.5	57.1	42.9	45.5
12月	85.2	92.3	93.4	90.5	92.1	94.5	42.9	77.8	45.5	85.7	71.4	81.8
2012年1月	90.6	95.1	94.6	90.8	93.7	94.2	57.1	77.8	80.0	71.4	42.9	60.0
2月	P90.0	P93.8	96.1	P90.4	P93.8	95.2	P57.1	P77.8	90.0	P50.0	P71.4	80.0

(注) C Iは、2005(平成17)年=100。Pは速報値。

当センターのホームページでは、景気動向指数を毎月公表している (<http://www.pref.osaka.jp/aid/sangyou/index.html>)。ホームページには、D I個別系列の変化方向表や先行指数のグラフなど、詳しい内容を掲載している。

## 2. 大阪府景気動向指数の動き（一致指数）



(注) C I (コンポジット・インデックス) は、経済活動を表す主要な経済指標の中から景気に敏感に反応する指標を選択し、先行、一致、遅行の別に、それらの指標の対前月伸び率を合成して1本の数値にしたものである。数値の見方は、生産指数などと同様で、大きいほど景気が力強いことを表している。

D I (ディフュージョン・インデックス) は、C Iと同様の景気に敏感な指標を用い、3ヶ月前の数値と比較して、先行、一致、遅行の別に、いくつの指標が上昇しているかを調べたものである。数値が50%ラインを上から下に切れば「景気の山」、下から上に切れば「景気の谷」となる。

### 3. 大阪府C I個別系列の寄与度

年 月	先行指数寄与度							一致指数寄与度							運行指数寄与度								
	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	Lg1	Lg2	Lg3	Lg4	Lg5	Lg6	Lg7		
	一致指数トレンド成分(先行)	建設財生産指数	生産財在庫率指数	新規求人倍率	新設住宅着工戸数	日経商品指数(全国)	企業倒産件数	景気観測調査(業況D I)	百貨店売場面積当たり販売額	大阪税関管内輸入通関額	製造工業生産指数	生産財出荷指数	関西大口電力使用量(合計)	有効求人倍率	所定外労働時間指数(製造業)	一致指数トレンド成分(運行)	製造工業在庫指数	常用雇用指数(産業計)	雇用保険受給者実人員	大阪市消費者物価指数	大阪市実質家計消費支出	近畿信用金庫貸出約定平均金利	法人事業税調定額
									*								*	R	*	*	*		
2010年	0.05	0.17	-1.13	0.46	0.09	1.12	-0.23	1.24	-0.01	0.30	0.02	-0.46	-0.19	0.27	-0.14	-0.06	0.39	0.59	-0.48	0.12	0.47	-0.02	
2月	-0.06	-0.68	0.94	0.47	0.63	1.04	-0.32	1.25	0.06	-0.28	-0.06	0.42	0.39	0.27	0.40	-0.06	-0.83	0.36	-1.27	0.07	0.21	0.39	
3月	-0.07	1.57	-0.11	0.25	0.26	0.43	0.12	0.24	-0.01	0.62	-0.43	-0.45	0.12	0.44	0.00	-0.07	-0.66	0.29	-0.19	-0.10	0.06	-0.18	
4月	-0.03	0.94	0.15	-0.10	0.03	0.43	0.87	0.24	0.10	0.06	0.67	0.32	0.36	0.27	0.05	-0.03	0.29	0.65	0.61	0.07	0.06	0.22	
5月	-0.07	0.43	-0.14	0.52	-0.75	-1.27	-0.14	0.24	-0.74	0.03	0.18	-0.02	-0.04	0.45	0.22	-0.07	0.42	0.33	0.33	-0.68	0.35	0.15	
6月	-0.05	-1.18	-0.35	0.26	0.27	-0.45	0.22	-0.27	0.86	-0.40	-0.21	-0.34	0.09	0.11	0.08	-0.06	-0.39	0.41	0.60	0.31	0.05	-0.19	
7月	-0.07	0.68	0.22	0.48	0.48	-0.89	-0.59	-0.25	-0.53	0.17	0.01	0.28	0.46	0.45	-0.07	0.29	0.13	0.46	-0.75	-0.31	0.00	-0.25	
8月	-0.08	-0.28	-0.99	-0.22	-0.11	0.80	-0.03	-0.23	0.00	0.02	-0.48	-0.63	-0.02	0.11	-0.02	-0.08	0.04	0.08	0.62	0.28	-0.04	0.06	
9月	-0.09	0.22	0.58	1.07	-0.13	0.27	-0.68	0.61	0.10	0.03	0.02	0.04	-0.25	0.45	-0.16	-0.09	0.08	0.16	1.16	0.12	0.00	0.15	
10月	-0.07	0.99	0.36	0.13	0.07	0.30	0.82	0.62	0.41	0.27	-0.15	0.22	-0.06	0.28	0.36	-0.07	-0.04	0.13	0.89	-0.14	-0.05	0.30	
11月	-0.09	-1.08	0.93	0.15	0.51	0.39	-0.24	0.64	-0.04	-0.16	-0.12	0.23	0.02	0.29	-0.52	-0.09	-0.45	0.26	-0.80	0.60	0.26	0.27	
12月	-0.06	0.57	0.35	0.54	0.21	0.78	-0.12	0.51	0.06	0.38	0.84	0.26	0.77	0.47	0.01	-0.06	0.56	0.27	1.77	-0.63	-0.05	-0.35	
2011年	-0.06	1.21	0.31	1.20	-0.33	0.62	0.47	0.52	0.01	-0.13	0.37	0.31	-0.42	0.66	-0.48	-0.06	0.28	0.40	1.19	0.65	0.06	0.35	
1月	-0.05	-0.60	-1.51	-1.04	0.12	-0.60	0.49	0.51	-0.20	0.79	0.10	-0.53	0.15	0.13	0.25	-0.05	1.01	-0.63	0.91	-0.13	0.01	-0.40	
2月	-0.05	-0.66	0.57	0.54	-0.53	-0.96	-0.64	-1.63	0.30	-0.27	-0.28	0.55	-0.15	0.32	0.18	-0.05	0.50	-0.32	0.30	-0.06	0.12	0.45	
3月	-0.06	-1.10	-1.04	0.54	-0.22	0.59	-0.19	-1.51	-0.26	0.02	-0.74	-0.67	-0.42	0.14	-0.21	-0.07	0.10	0.30	1.25	-0.12	0.02	-0.15	
4月	-0.07	0.12	0.07	-0.09	0.63	0.12	-0.02	-1.19	-0.06	-0.12	0.49	0.24	-0.07	0.32	-0.03	-0.08	0.88	-0.17	-0.30	0.61	0.14	-0.22	
5月	-0.08	0.08	-0.73	0.63	1.18	0.08	-0.11	1.28	-0.11	0.33	-0.20	0.13	-0.28	0.14	-0.17	-0.09	0.56	0.20	0.64	0.15	0.03	-0.78	
6月	-0.11	0.74	1.02	0.28	-1.14	-0.49	0.42	1.29	-0.04	-0.34	0.14	0.27	-0.01	0.32	-0.05	-0.13	0.17	-0.47	0.32	-0.08	0.03	1.27	
7月	-0.15	-1.42	-1.37	0.65	0.07	-1.04	0.08	1.27	-0.14	0.18	-0.70	-0.88	-0.23	0.32	-0.41	-0.17	0.48	0.32	0.31	0.40	0.16	0.08	
8月	-0.11	1.76	1.36	0.14	0.46	-0.23	0.04	-0.07	0.22	0.23	0.24	0.62	0.12	0.32	0.74	-0.10	-0.10	0.16	-0.01	-0.91	0.11	0.02	
9月	-0.12	-0.21	-1.17	0.28	-0.04	-0.64	-0.36	-0.07	-0.12	-0.01	-0.05	-0.66	0.24	0.32	0.19	-0.14	-1.14	0.64	-0.64	0.29	0.11	0.23	
10月	-0.11	-0.89	0.92	0.42	-0.59	-0.95	0.08	-0.07	0.15	-0.06	-0.27	0.33	0.05	0.15	0.88	-0.12	-0.09	-0.64	0.63	0.28	0.18	-0.04	
11月	-0.11	1.12	1.70	0.27	1.13	0.16	1.22	-0.03	-0.04	0.01	0.50	0.47	-0.62	0.33	-0.31	-0.13	-1.00	-0.35	0.57	-0.33	0.01	0.47	
12月	-0.14	-1.24	0.71	1.07	-0.20	-0.30	-0.56	-0.02	0.11	-0.51	-0.53	0.23	-0.07	0.38	-0.02	-0.15	0.25	-1.16	-0.03	0.02	0.08	-0.04	

(注) 1. [R]は逆サイクル。[\*]は四半期データ、[\*]は前年同月比、他はセンサス局法 X-12-ARIMA による季節調整値を採用。  
 2. 地域表示のない指標は大阪府分。新規求人倍率、有効求人倍率はパートを含む。所定外労働時間指数、常用雇用指数は事業所規模30人以上分。消費者物価指数は生鮮食品を除く総合。  
 3. 寄与度の内、一致指数トレンド成分は、先行指数、運行指数それぞれにおける一致指数トレンド成分の寄与度を示しているのものとあり、先行指数寄与度における一致指数トレンド成分と、運行指数寄与度における一致指数トレンド成分は、異なる。

#### 4. 大阪府 D I 個別系列の変化方向表

年 月	先 行 系 列							一 致 系 列							遅 行 系 列												
	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	Lg1	Lg2	Lg3	Lg4	Lg5	Lg6	Lg7	採用系列数	拡張系列数	採用系列数	拡張系列数	採用系列数	拡張系列数
	建設財生産指数	生産財在庫率指数	新規求人倍率	新設住宅着工戸数	日経商品指数(全国)	企業倒産件数	景気観測調査(業況DI)	百貨店売場面積当たり販売額	大阪税関管内輸入通関額	製造工業生産指数	生産財出荷指数	関西大口電力使用量(合計)	有効求人倍率	所定外労働時間指数(製造業)	製造工業在庫指数	常用雇用指数(産業計)	雇用保険受給者実人員	大阪市消費者物価指数	大阪市実質家計消費支出	近畿信用金庫貸出約定平均金利	法人事業税調定額						
2010年	2月	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	3月	-	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	-	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	4月	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	5月	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	6月	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	7月	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	8月	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	9月	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	10月	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	11月	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	12月	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
2011年	1月	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	2月	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	3月	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	4月	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	5月	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	6月	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	7月	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	8月	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	9月	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	10月	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	11月	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	12月	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
2012年	1月	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	2月	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	

(注) 1. DIの指標には、景気に先行して動く先行系列、ほぼ一致して動く一致系列、遅行して動く遅行系列の3つの系列がある。3ヶ月前の数値と比較して、増加した指標には十、係数には一、減少には一をつけている。  
 2. [R]は逆サイクル。[※]は四半期データ。[※]は逆サイクル。他はセンサス局法 X-12-ARIMA による季節調整値を採用。  
 3. 地域表示のない指標は大阪府分。求人倍率はパートを含む。所定外労働時間指数、常用雇用指数は事業所規模30人以上分。消費者物価指数は生鮮食品を除く総合。  
 4. Pは速報値。

# 大阪府及び近畿地区景気動向指数における採用系列の見直しについて

平成 24 年 5 月

大阪府商工労働部（大阪産業経済リサーチセンター）

当センターでは、景気循環を明らかにし、景気の現状把握と将来予測を目的として、景気に敏感な指標の動きを統合した、大阪府及び近畿地区の景気動向指数を作成・公表しています。

しかし作成開始以降、経済構造が変化していく中で、景気循環への対応が不明瞭となった指標が見られるようになりました。そのため、よりの確かつ迅速な景気動向を把握することを目的として、採用系列について見直しを行い、以下のとおりに改定しました。

## 1. 改定の目的

○経済構造の変化を意識したデータの入れ替え

経済的ウェイトが低下しているデータ、地域におけるウェイトが低下しているデータの変更。

○景気動向指数自体のパフォーマンスの向上

先行性、遅効性の明確化。

○地域区分の適合性

大阪府ではできる限り大阪府のデータを使用し、近畿地区ではできる限り近畿地区のデータを使用。

○内閣府の CI の新算出方法<sup>1</sup>への移行（内閣府と CI の算出方法を一致させる）

新算出方法への移行には、長期データで、不規則変動等が少ないデータを選択する必要がある。

## 2. 改定の内容

採用系列の改定の内容は、図表 1-1、1-2（大阪府）、図表 2-1、2-2（近畿地区）のとおりです。採用する系列の数は、大阪府では先行 7 系列（不変）、一致 7 系列（1 増）、遅行 7 系列（1 増）、近畿地区では先行 9 系列（不変）、一致 7 系列（不変）、遅行 5 系列（2 減）となりました。

DI の算出期間では、大阪府では 1981 年 4 月以降から、近畿地区では 1978 年 4 月からとなります。ただし、CI については、内閣府の CI 計算方式の変更（外れ値処理方法の変更）に合わせた結果、CI の算出開始期間について、大阪府では 1991 年 1 月以降から、近畿地区では 1988 年 1 月以降からと変更になりました。

今回の採用系列の改定による CI の変更は、図表 3-1、3-2、3-3（以上、大阪府）、図表 4-1、4-2、4-3（以上、近畿地区）のとおりです。CI のパフォーマンスを比較すると、景気の山谷の上下動が変更前よりも大きくなりましたが、これは主に CI の算出方法の変更によるものであり、特に 2007 年～2009 年における CI 各指数の落ち込みが明確になっております。また、大阪府の CI では、先行・遅行ともに若干不規則変動が大きくなったデメリットは見受けられるものの、先行性・遅行性がそれぞれ明確となり、近畿地区の CI では、先行性・遅行性がそれぞれ明確となりました。

## 3. 改定の時期

新しい景気動向指数による公表は、平成 24 年 4 月公表分から開始します。なお今回の改定に伴い、各指数は過去に遡って変更しております。

<sup>1</sup> 内閣府の CI の新算出方法については、内閣府経済社会総合研究所 HP の「景気動向指数の利用の手引き」参照。  
<http://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/di/di3.html#2>



図表 1-1 採用系列新旧対照表 (大阪府)

	改定前	変更	改定後
先行	建設財生産指数 (逆) 生産財在庫率指数 新規求人倍率 所定外労働時間 (30 人、産業計) (逆) 雇用保険初回受給者数 法人事業税調定額 (四) 中小企業総合景況D I  (以上 7 系列)	→一致へ →削除 →遅行へ →削除 →新規 →新規 →新規 →新規	建設財生産指数 (逆) 生産財在庫率指数 新規求人倍率  新設住宅着工戸数 日経商品指数 42 種 (前) (逆) 企業倒産件数 (四) 景気観測調査 (業況判断D I、合計) (以上 7 系列)
一致	百貨店売場面積当たり販売額 (前) 大阪税関管内輸入通関額 製造工業生産指数 生産財出荷指数 関西電力大口電力使用量 (製造業) 有効求人倍率  (以上 6 系列)	→変更  →先行より	百貨店売場面積当たり販売額 (前) 大阪税関管内輸入通関額 製造工業生産指数 生産財出荷指数 関西電力大口電力使用量 (合計) 有効求人倍率 所定外労働時間指数 (30 人、製造業) (以上 7 系列)
遅行	全国機械受注額 製造工業在庫指数 常用雇用指数 (30 人、産業計) (前) (逆) 雇用保険受給者実人員 大阪市消費者物価指数 (総合) (前) 第二地銀貸出約定平均金利 (前)  (以上 6 系列)	→削除  →変更 →変更 →先行より →新規	製造工業在庫指数 常用雇用指数 (30 人、産業計) (前) (逆) 雇用保険受給者実人員 大阪市消費者物価指数 (生鮮食品を除く総合) (前) 信用金庫貸出約定平均金利 (前) 法人事業税調定額 大阪市実質家計消費支出 (2 人以上勤労者世帯、総合) (以上 7 系列)

※ (逆) は逆サイクル、(四) は四半期データ。

(前) は前年同月比で計算した系列であり、記載のないものは X-12ARIMA を用いた季節調整値を利用。

図表 1-2 採用系列の変更理由 (大阪府)

	変更	理由
先行	削除 所定外労働時間数 雇用保険初回受給者数 法人事業税調定額 中小企業総合景況D I	最近ではパフォーマンスの一致性が強い ため不規則変動が多く、先行性が低下しているため データの動きや定義からも、遅行系列の方がふさわしいため データが作成されなくなったため
	追加 新設住宅着工戸数 日経商品指数 42 種 企業倒産件数 景気観測調査	データが先行性を有するため 全国データではあるが、データの先行性が強い ためデータが先行性を有するため データの先行性が強い
一致	変更 関西電力大口電力使用量	データの対象範囲の拡大のため (製造業→合計)
	追加 所定外労働時間指数	データの先行性が強い
遅行	削除 全国機械受注額	パフォーマンスが低下していることに加え、全国データであるため
	変更 消費者物価指数 貸出約定平均金利	不規則変動の影響を少なくし、景気循環の明確にするため 第二地銀のウェイトが小さいため (第二地銀→信用金庫)
	追加 法人事業税調定額 実質家計消費支出	データの遅効性が強い ためデータが遅効性を有するため

図表 2-1 採用系列新旧対応表 (近畿地区)

	現行系列	変更	変更後
先行	(逆) 鉱工業在庫率指数 (逆) 鉱工業用生産財在庫指数 大阪府入職率 大阪府所定外労働時間 新規求人数 非住宅建築着工床面積 乗用車新車販売台数 (逆) 企業倒産件数 (逆) 不渡手形発生率 (前)  (以上 9 系列)	→変更 →削除 →削除  →削除  →削除 →新規 →新規 →新規 →新規	(逆) 鉱工業在庫率指数 (逆) 鉱工業在庫指数  新規求人数  乗用車新車販売台数 (逆) 企業倒産件数  (四) 消費者態度指数 (四) 中小企業景況調査 (業況D I、合計) 日経商品指数 42 種 (全国) (前) 新設住宅着工戸数 (以上 9 系列)
一致	鉱工業生産指数 鉱工業出荷指数 関西電力大口電力使用量 (製造業) 有効求人倍率 百貨店売場面積当たり売上高 (前) 輸入通関額 (大阪税関管内+神戸港) 大阪ガス商工業用消費量  (以上 7 系列)	→変更   →変更     →新規	鉱工業生産指数 鉱工業出荷指数 関西電力大口電力使用量 (合計) 有効求人倍率 百貨店売場面積当たり販売額 (前) 輸入通関額 (大阪税関管内+神戸港) 大阪ガス商工業用消費量  (以上 7 系列)
遅行	第二地銀貸出約定平均金利 (前) 資本財出荷指数 大阪府法人事業税調定額 大阪国税局管内租税印紙収入額 大阪市場コールレート (前) 大阪証券取引所国債利回り (前) (逆) 雇用保険初回受給者数  (以上 7 系列)	→変更  →削除 →削除 →削除 →削除  →新規  →新規	地方銀行貸出約定平均金利 (前) 資本財出荷指数      (逆) 雇用保険初回受給者数 消費者物価指数 (前) (生鮮食品を除く総合、近畿) (逆) (四) 完全失業率 (近畿)  (以上 5 系列)

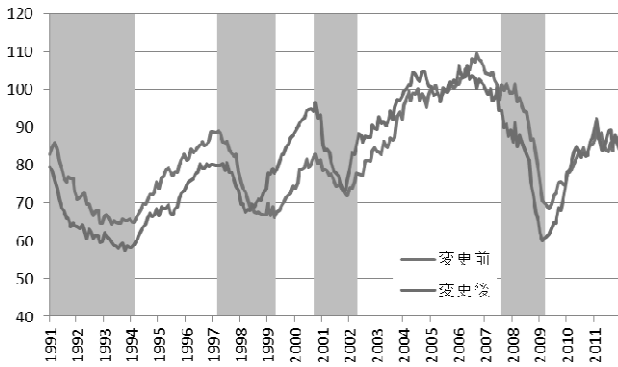
※ (逆) は逆サイクル、(四) は四半期データ。

(前) は前年同月比で計算した系列であり、記載のないものは X-12ARIMA を用いた季節調整値を利用。

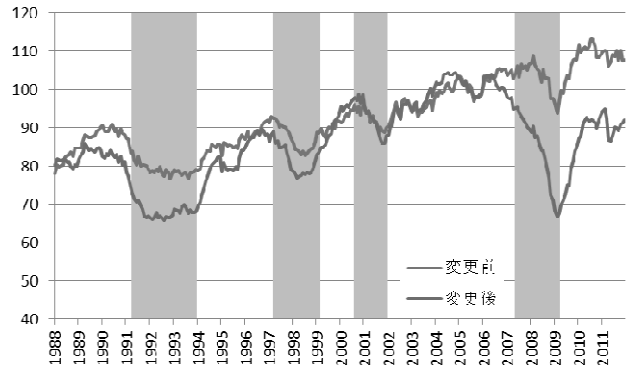
図表 2-2 採用系列の変更理由 (近畿地区)

	変更	理由
先行	削除 大阪府入職率 大阪府所定外労働時間 非住宅建築着工床面積 不渡手形発生率	パフォーマンスが良くないことや、大阪府のデータでもあるため パフォーマンスが良くないことや、大阪府のデータでもあるため 指数の定義が不明瞭となっているため 不規則変動が多いことに加え、手形取引額自体が減少しているため
	変更 鉱工業用生産財在庫指数	データの対象範囲の拡大のため (鉱工業用生産財→鉱工業)
	追加 消費者態度指数 中小企業景況調査 日経商品指数 42 種 新設住宅着工戸数	データの先行性が強い データの先行性が強い 全国データではあるが、データの先行性が強い データが先行性を有するため
一致	変更 関西電力大口電力使用量 百貨店売場面積当たり売上高	データの対象範囲の拡大のため (製造業→合計) データの対象範囲の拡大のため (データ出所の変更)
遅行	削除 大阪府法人事業税調定額 租税印紙収入額 大阪市場コールレート 大阪証券取引所国債利回り	大阪府のデータであり、近畿全体を反映しないため データ自体が公表されなくなったため 不規則変動が大きく、CI の動きが不明瞭となるため 不規則変動が大きく、CI の計算が不明瞭となるため
	変更 貸出約定平均金利	第二地銀のウェイトが小さいため (第二地銀→地方銀行)
	追加 消費者物価指数 完全失業率	データが遅効性を有するため データが遅効性を有するため

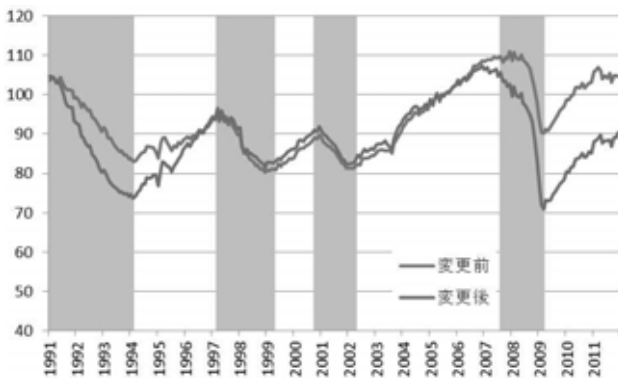
図表 3-1 先行指数 (大阪)



図表 4-1 先行指数 (近畿地区)



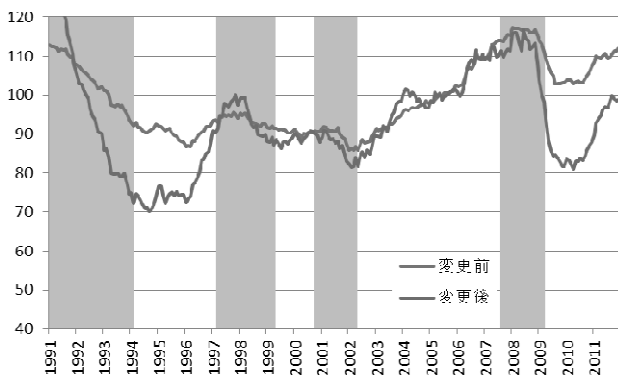
図表 3-2 一致指数 (大阪)



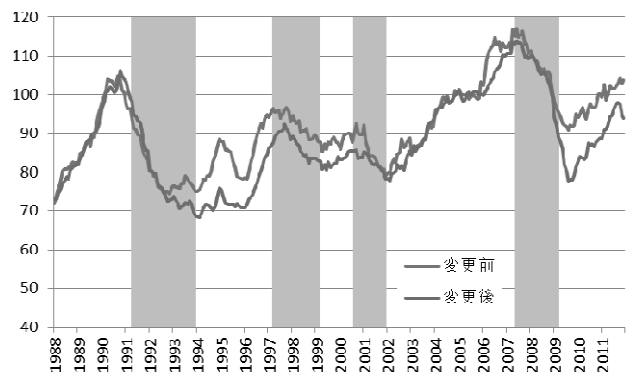
図表 4-2 一致指数 (近畿地区)



図表 3-3 遅行指数 (大阪)



図表 4-3 遅行指数 (近畿地区)



※シャド一部分は、大阪府・近畿地区それぞれの景気後退期を示す。

「変更前」は旧採用系列・旧計算方式でのグラフであり、「変更後」は新採用系列・新計算方式のグラフである。

# 大阪府D I 及び近畿地区D I による景気基準日付の設定について

平成 24 年 5 月

大阪府商工労働部（大阪産業経済リサーチセンター）

## 1. 大阪府及び近畿地区の第 14 循環の景気基準日付を確定

当センターでは、景気循環の局面判断や各循環における経済状況の比較等のため、景気基準日付（景気の転換点）を設定しています。これまで、第 14 循環の景気基準日付について、大阪府の景気の山は平成 19 年 8 月、景気の谷は 21 年 3 月、近畿地区の景気の山は平成 19 年 5 月、景気の谷は 21 年 2 月と暫定的に設定してきました（平成 21 年 10 月、22 年 7 月に設定・公表）。

このほど、これら暫定的に設定してきた景気基準日付について、大阪府D I（ディフュージョン・インデックス）・近畿地区D I を中心に再度検討した結果、大阪府の景気の山を「19 年 12 月」、景気の谷を「21 年 3 月」（図表 1）、近畿地区の景気の山を「20 年 2 月」、景気の谷を「21 年 3 月」（図表 2）と確定いたしました。

第 14 循環の景気の山について、大阪府では全国よりも 2 ヶ月早く、近畿地区では全国と同時、景気の谷について、大阪府・近畿地区ともに全国と同時となりました（図表 3）。第 14 循環の期間については、大阪府では 83 ヶ月（拡張期間 68 ヶ月、後退期間 15 ヶ月）、近畿地区では 87 ヶ月（拡張期間 74 ヶ月、後退期間 13 ヶ月）となり、大阪府では作成以来第 11 循環に次いで 2 番目に長い期間、近畿地区では作成以来最長の期間となりました。

図表 1 大阪府D I による景気基準日付一覧

	谷	山	谷	拡張	後退	全循環
第 11 循環	昭和 62 年 1 月	平成 2 年 12 月	平成 6 年 2 月	47 ヶ月	38 ヶ月	85 ヶ月
12	平成 6 年 2 月	9 年 3 月	11 年 4 月	37 ヶ月	25 ヶ月	62 ヶ月
13	11 年 4 月	12 年 10 月	14 年 4 月	18 ヶ月	18 ヶ月	36 ヶ月
14	14 年 4 月	<b>19 年 12 月</b>	<b>21 年 3 月</b>	68 ヶ月	15 ヶ月	83 ヶ月

図表 2 近畿地区D I による景気基準日付一覧

	谷	山	谷	拡張	後退	全循環
第 11 循環	昭和 61 年 12 月	平成 3 年 4 月	平成 5 年 12 月	52 ヶ月	32 ヶ月	84 ヶ月
12	平成 5 年 12 月	9 年 5 月	11 年 2 月	41 ヶ月	21 ヶ月	62 ヶ月
13	11 年 2 月	12 年 8 月	13 年 12 月	18 ヶ月	16 ヶ月	34 ヶ月
14	13 年 12 月	<b>20 年 2 月</b>	<b>21 年 3 月</b>	74 ヶ月	13 ヶ月	87 ヶ月

## 2. 景気基準日付の設定方法と基本的な考え方

景気動向指数（一致系列）の各採用系列から、月々の不規則な変動を除去するために、統計的手法を用いて個別系列の山谷を設定し、谷から山に至る期間をすべてプラス、山から谷に至る期間をすべてマイナスとして、ヒストリカルD Iを作成します。ヒストリカルD Iが50%を下回る（＝過半数の系列がマイナスとなる）直前の月を景気の山の候補に、50%を上回る直前の月を景気の谷の候補とします。これらの候補について、国や他府県の景気の山の設定状況、他の景気指標の動きと大きな乖離がないか等を確認し、暫定的に景気基準日付を設定します。その後、採用系列の入れ替えや季節調整替え等の影響も踏まえて、再度検討して確定させます。

今回、景気基準日付を暫定的に設定してから、一定の期間が経過したため、各採用系列からヒストリカルD Iを作成して検証を行い（大阪府：図表4、近畿地区：図表5）、景気基準日付を確定させました。

図表3 大阪府、近畿地区、全国の景気の子谷の比較

	大阪府			近畿地区		全国
		対近畿	対全国		対全国	
谷	平成6年2月	2ヶ月遅	4ヶ月遅	平成5年12月	2ヶ月早	平成5年10月
山	9年3月	同時	2ヶ月早	9年3月	2ヶ月早	9年5月
谷	11年4月	2ヶ月遅	3ヶ月遅	11年2月	1ヶ月遅	11年1月
山	12年10月	2ヶ月遅	1ヶ月早	12年8月	3ヶ月早	12年11月
谷	14年4月	4ヶ月遅	3ヶ月遅	13年12月	1ヶ月早	14年1月
山	<b>19年12月</b>	<b>2ヶ月早</b>	<b>2ヶ月早</b>	<b>20年2月</b>	<b>同時</b>	20年2月
谷	<b>21年3月</b>	<b>同時</b>	<b>同時</b>	<b>21年3月</b>	<b>同時</b>	21年3月

図表4 ヒストリカルD I（大阪府）

	平成19年						平成20年												平成21年					
	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6
C1 百貨店売場面積当り販売額	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+
C2 大阪府管内輸入通関額	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	+	+	+	+
C3 製造工業生産指数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+
C4 生産財出荷指数	-	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+
C5 関西電力大口電力使用量(合計)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+
C6 有効求人倍率	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
C7 所定外労働時間指数(製造業)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
+	4	5	5	5	5	4	3	3	3	2	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0	2	5	5	5
-	3	2	2	2	2	3	4	4	4	5	5	6	6	6	7	7	7	7	7	5	2	2	2	
ヒストリカルD I	57.1	71.4	71.4	71.4	71.4	57.1	42.9	42.9	42.9	28.6	28.6	14.3	14.3	14.3	14.3	0	0	0	0	0	28.6	71.4	71.4	71.4
						山															谷			

図表5 ヒストリカルD I（近畿地区）

	平成19年						平成20年												平成21年					
	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6
KC1 鋳工業生産指数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+
KC2 鋳工業出荷指数	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+
KC3 関西電力大口電力使用量(合計)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+
KC4 有効求人倍率	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KC5 百貨店売場面積当り販売額	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KC6 輸入通関額(大阪府・神戸港)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+
KC7 大阪ガス工業用ガス消費量	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
+	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	4	4	4
-	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	6	7	7	7	7	7	7	7	7	4	3	3	3
ヒストリカルD I	57.1	57.1	57.1	57.1	57.1	57.1	57.1	57.1	28.6	28.6	28.6	14.3	0	0	0	0	0	0	0	0	42.9	57.1	57.1	57.1
						山															谷			

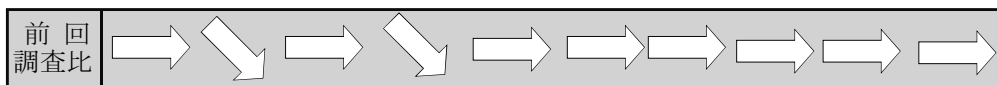
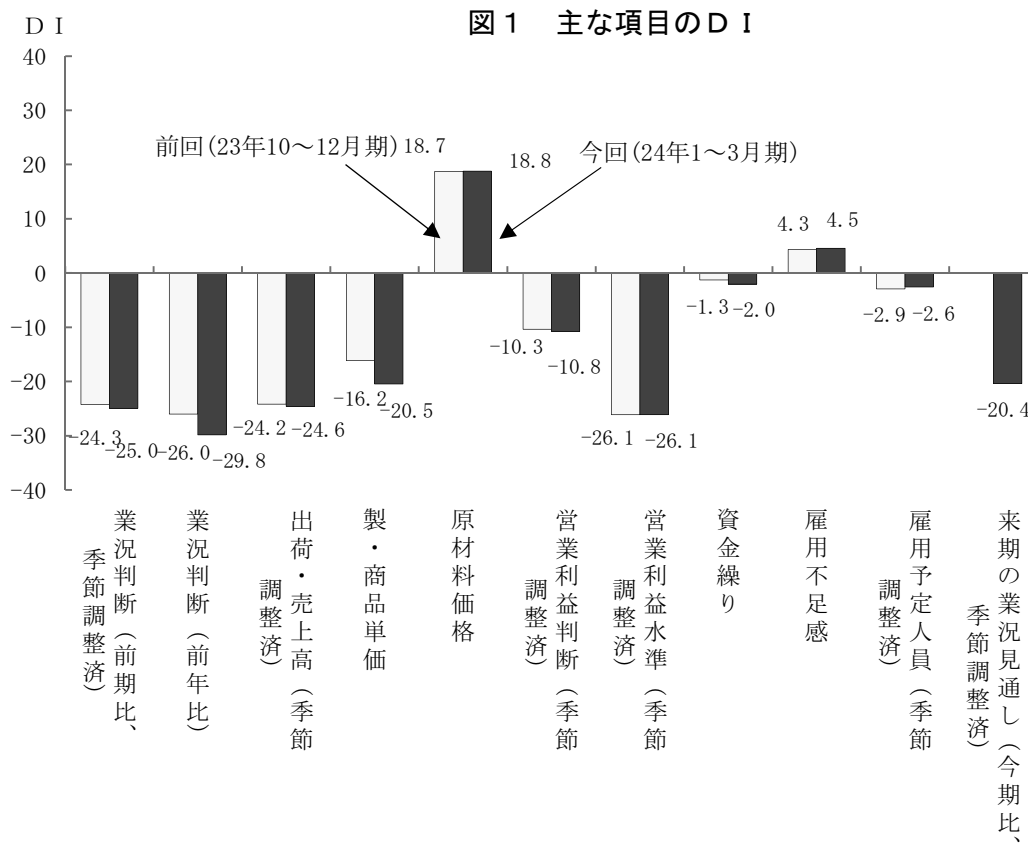
# 大阪府景気観測調査結果（平成24年1～3月期）

## 調査結果の概要

商工労働部（大阪産業経済リサーチセンター）では、府内企業を対象に四半期毎に景気観測調査を実施しています。1～3月期の調査結果の概要は次のとおりです。  
 なお、大阪市景気観測調査結果については、大阪市経済局のウェブサイト <http://www.city.osaka.lg.jp/keizaikyoku/page/0000002583.html> をご覧ください。

**景気は持ち直しの動きが弱まっているが、来期は持ち直す見通し**

業況判断D Iは、大企業を除き、業種・規模別とも前期から横ばいで推移したが、来期の業況判断D Iは、大企業が大きな改善を見込むなど、業種・規模別とも持ち直す見通しである。  
 個々の指標では、非製造業で原材料価格が上昇する傾向がみられる一方、製・商品単価が下落し、今後、収益面への影響が懸念される。このほか、前期に比べると、営業利益判断及び水準、資金繰り、雇用、設備投資の各指標は、概ね横ばいで推移している。  
 こうした現状をみると、景気は、中長期的には震災や円高等の影響から持ち直しつつあるものの、その動きは弱まっている。



## [調査の方法]

1. 調査対象 : 府内の民営事業所  
(農林漁業、鉱業、電気・ガス・熱供給業、金融・保険業及びサービス業の一部を除く。)
2. 調査方法 : 郵送自記式アンケート調査
3. 調査時期 : 平成24年3月上旬
4. 回答企業数 : 1,651社

## 業種別回答企業数内訳

	業種別 企業数 (社)	従業者規模構成比 (%)				
		19人以下	20～49人	50～99人	100～ 299人	300人以上
製造業	545	43.4	28.0	13.2	9.8	5.6
非製造業	1,106	62.9	17.2	8.9	6.7	4.3
建設業	165	68.8	15.6	6.9	3.8	5.0
情報通信業	31	41.9	29.0	19.4	6.5	3.2
運輸業	64	42.4	25.4	16.9	10.2	5.1
卸売業	269	54.5	22.8	12.7	7.8	2.2
小売業	199	78.9	10.3	3.1	3.1	4.6
不動産業	53	82.7	11.5	1.9	3.8	0.0
飲食店・宿泊業	67	74.2	12.1	4.5	7.6	1.5
サービス業	258	56.3	16.5	9.8	9.8	7.5
全業種計	1,651	56.4	20.8	10.3	7.8	4.7

## 規模別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大企業	143	8.8
中小企業	1,480	91.2
不明	28	

## 地域別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大阪市地域	867	52.5
北大阪地域	176	10.7
東大阪地域	312	18.9
南河内地域	68	4.1
泉州地域	228	13.8

1. 構成比(%)は、無回答を除いた有効回答企業数をもとに算出している。
2. 従業者数300人以上の企業を大企業とする。ただし、卸売業、サービス業は100人以上、小売業、飲食店・宿泊業は50人以上を大企業とする。
3. 本調査は平成2年に開始し、4年7～9月期以降は四半期ごとに実施している。
4. 23年1～3月期以降、出荷・売上高、営業利益判断・水準、雇用予定人員D Iについて、季節調整値を用いている。季節調整は年初に行っており、翌年に遡及改訂される場合がある。
5. 季節調整値を用いていることや、規模不明の企業の存在などにより、内訳と合計が一致しない場合がある。

D Iは「上昇又は増加等の企業割合(%)」から「下降又は減少等の企業割合(%)」を差し引いたもので、プラスは上昇・増加・黒字基調・順調等の企業割合が上回り、マイナスは下降・減少・赤字基調・窮屈等の企業割合が上回ったことを示す。

[調査結果]

1. 企業景況判断 … 大企業を除き、業種別、規模別とも横ばいで推移

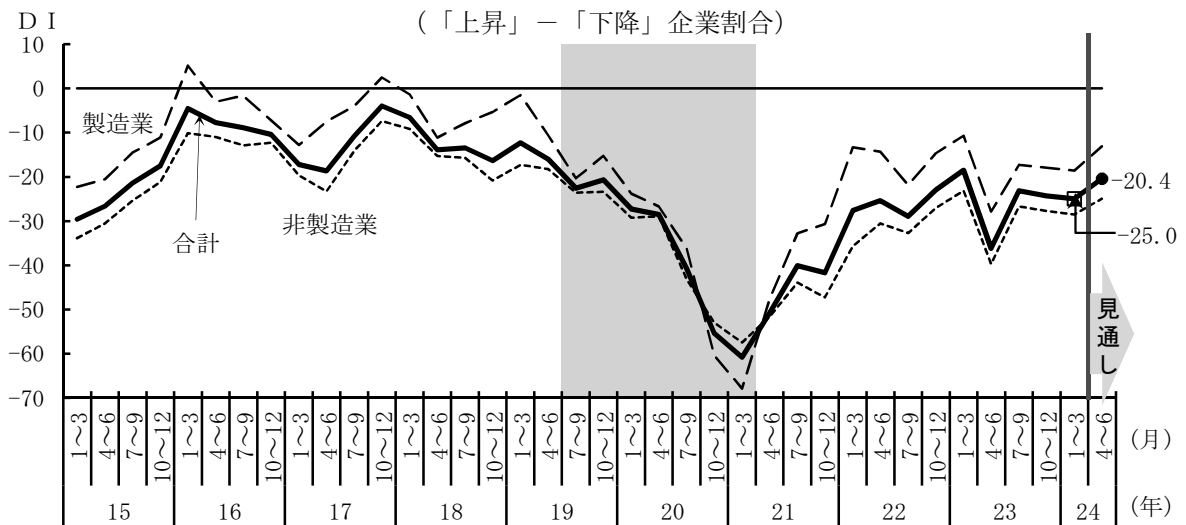
■平成24年1～3月期の業況判断D I（「上昇」－「下降」企業割合；前期比、季節調整済）  
： -25.0

○前回（23年10～12月期）調査比：▲0.7pt

製造業	▲0.6pt	非製造業	▲0.8pt
大企業	2.2pt	中小企業	▲0.8pt

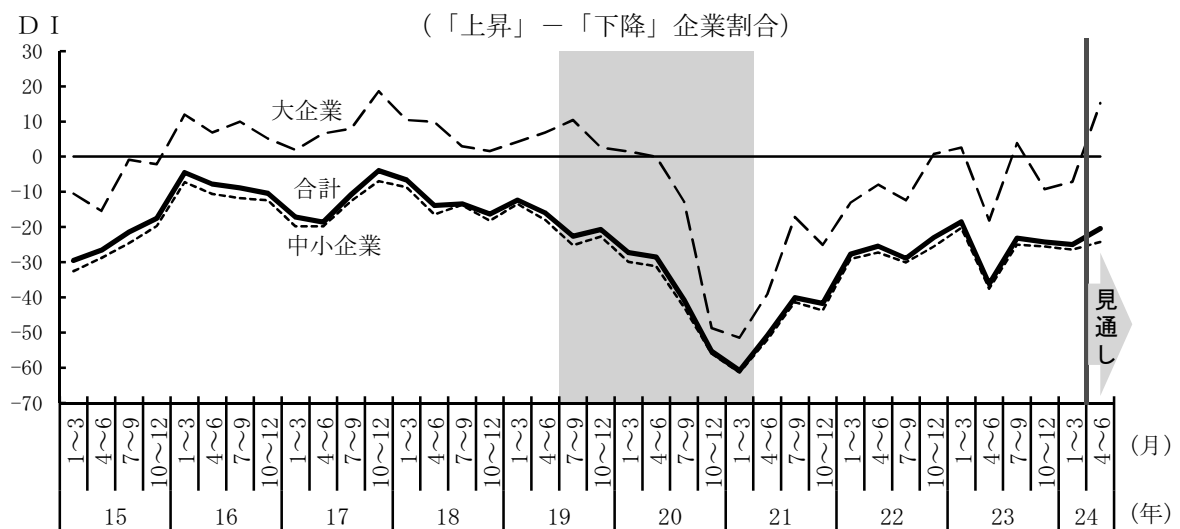
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

図2 業況判断D Iの推移（前期比、季節調整済、製造業・非製造業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

図3 業況判断D Iの推移（前期比、季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。



■業況判断（前期比）の前年同期調査比

上昇要因	「季節的要因」が最も多く、前年同期よりも増加。「販売・受注価格の上昇」「内需の回復」「輸出の回復」「資金繰りの状況」は減少し、特に「内需の回復」の減少幅が大きい。
下降要因	「季節的要因」「輸出の減退」が増加し、「内需の減退」「販売・受注価格の下落」「原材料価格やコストの上昇」「他社との競合状況」は減少。

(注) 23年4～6月期の調査より、それまでの「輸入品の増減」にかえて「その他」を新設。

図4 上昇となった要因（2つまでの複数回答）

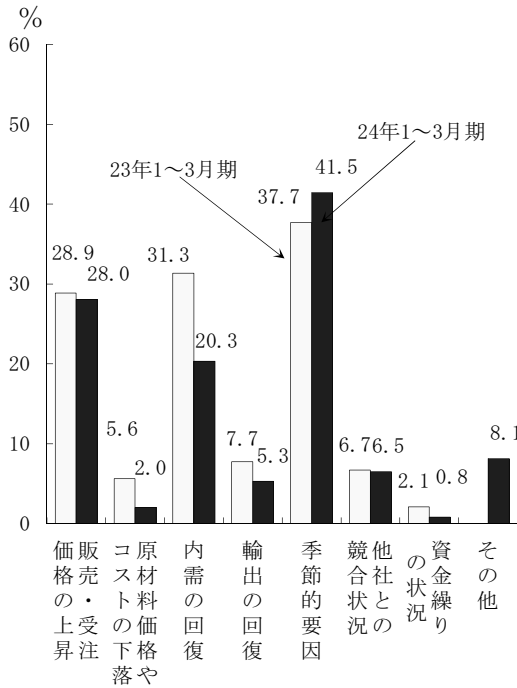
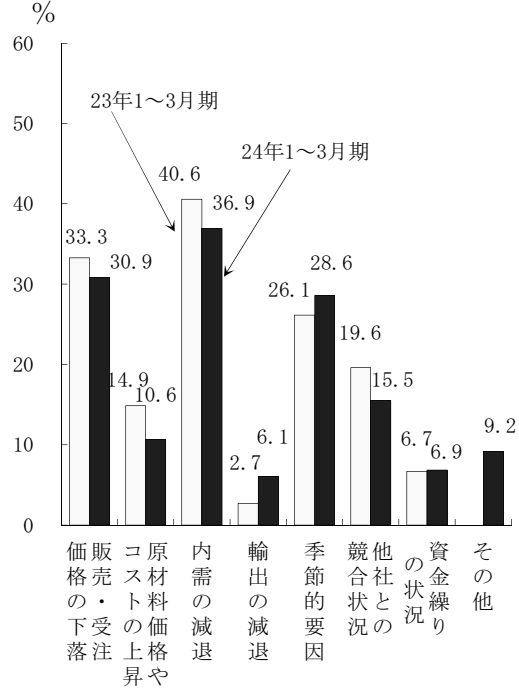


図5 下降となった要因（2つまでの複数回答）



2. 出荷・売上高 … マイナス幅はほぼ横ばいで、大企業では改善の兆しがみえる

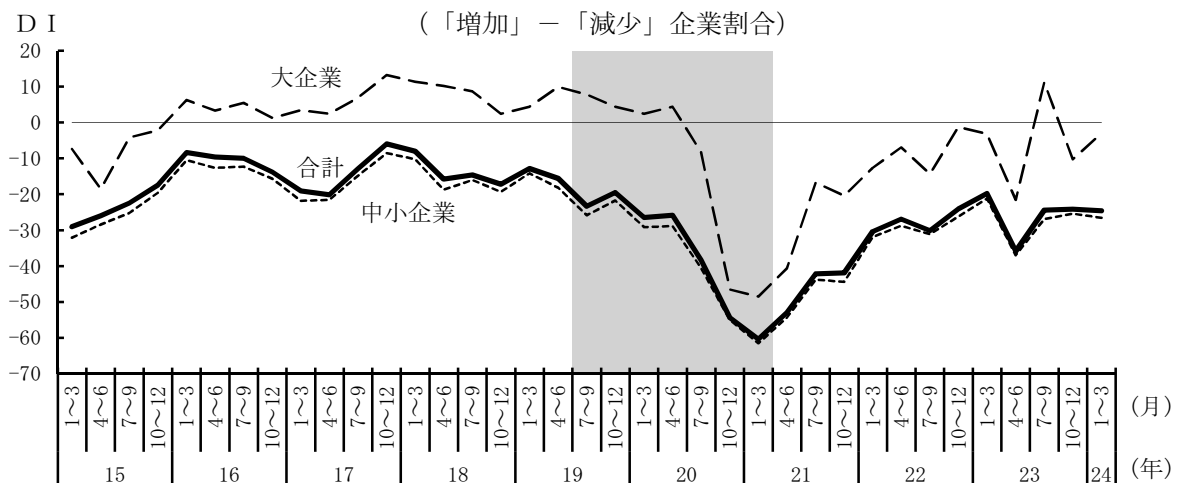
■出荷・売上高D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－24.6

○前回調査比：▲0.4pt

製造業	▲1.8pt	非製造業	▲0.1pt
大企業	7.3pt	中小企業	▲1.2pt

(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

図6 出荷・売上高D Iの推移（前期比、季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

### 3. 製・商品単価及び原材料価格 … 製商品単価は下落。非製造業で原材料価格が上昇

■製・商品単価D I (「上昇」-「下落」企業割合) : -20.5

○前回調査比 : ▲4.3pt

製造業	▲4.3pt	非製造業	▲4.2pt
大企業	▲1.1pt	中小企業	▲4.7pt

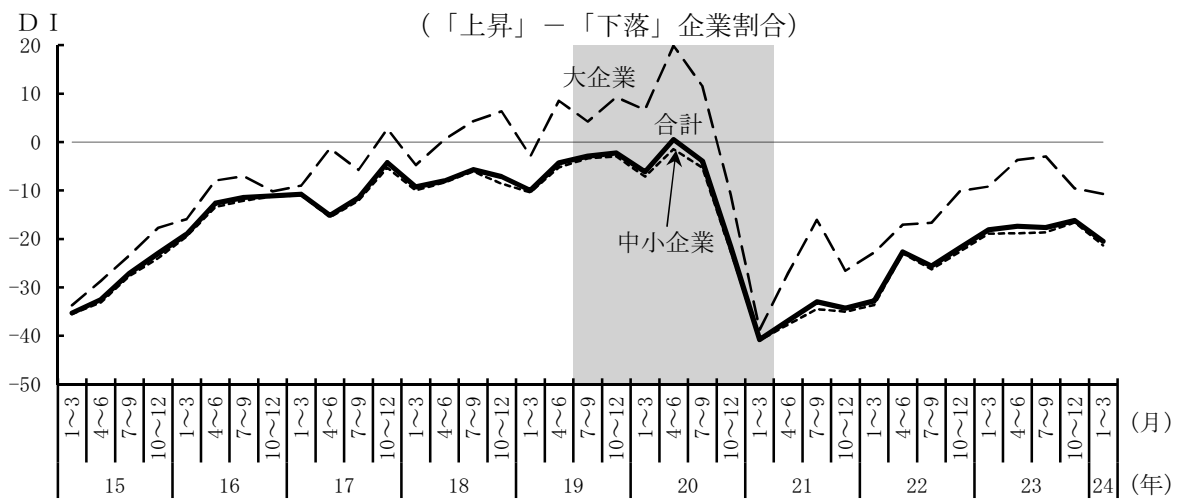
■原材料価格D I (「上昇」-「下落」企業割合) : 18.8

○前回調査比 : 0.1pt

製造業	▲3.9pt	非製造業	2.7pt
大企業	▲4.4pt	中小企業	0.8pt

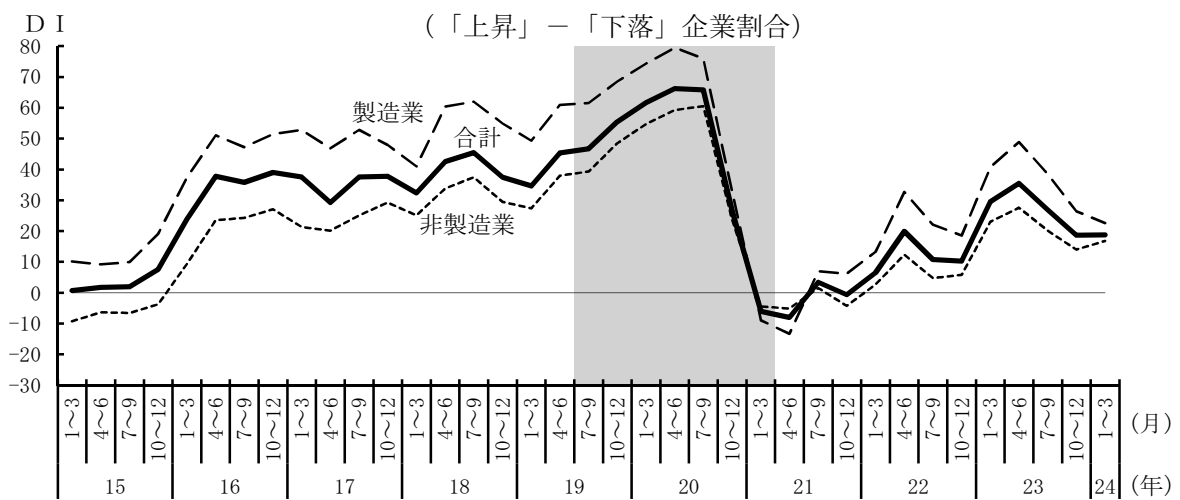
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

図7 製・商品単価D Iの推移 (大企業・中小企業別)



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

図8 原材料価格D Iの推移 (製造業・非製造業別)



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

#### 4. 営業利益判断、利益水準 … 横ばいで推移するも、大企業、非製造業ではマイナス幅が拡大

■営業利益判断D I（「黒字」－「赤字」企業割合；季節調整済）：－10.8

○前回調査比：▲0.4pt

製造業	2.3pt	非製造業	▲1.9pt
大企業	▲6.3pt	中小企業	▲0.2pt

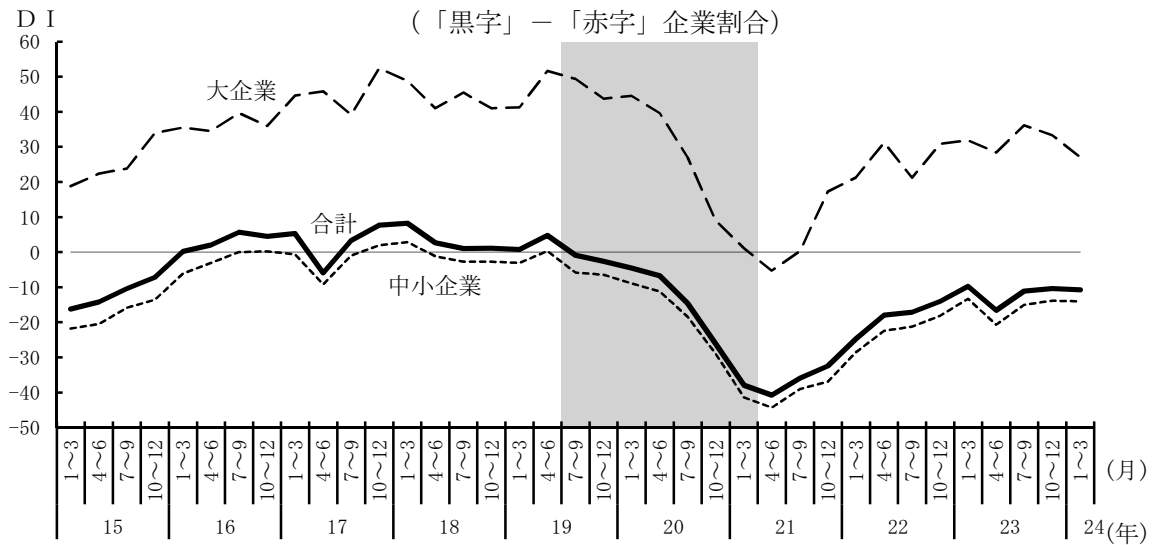
■営業利益水準D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－26.1

○前回調査比：0.0pt

製造業	1.5pt	非製造業	▲1.4pt
大企業	▲1.3pt	中小企業	0.0pt

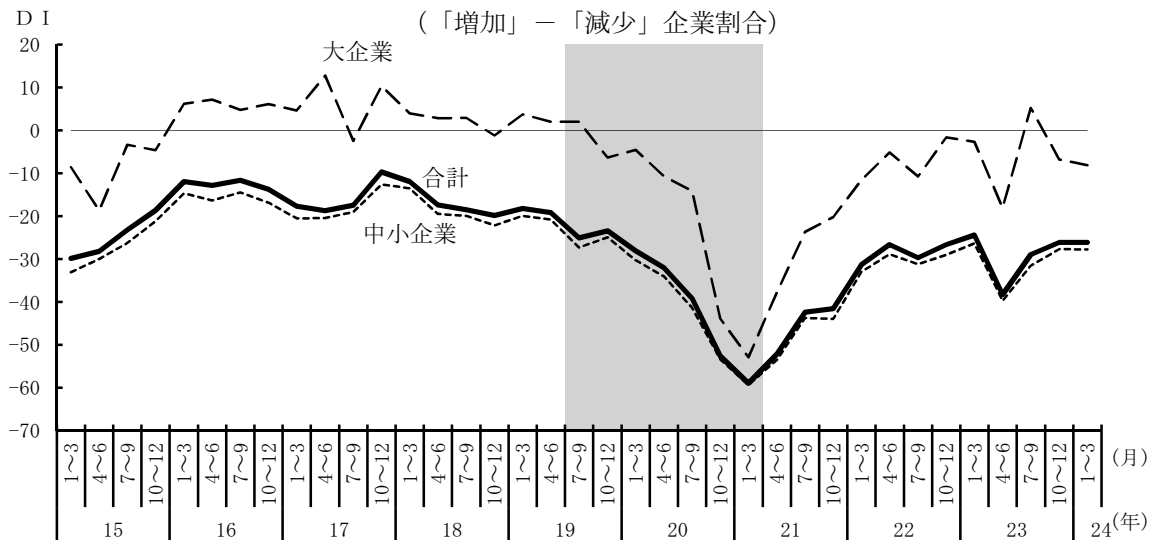
（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

図9 営業利益判断D Iの推移（季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

図10 営業利益水準D Iの推移（前期比、季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

## 5. 資金繰り … 製造業と大企業はほぼ横ばい

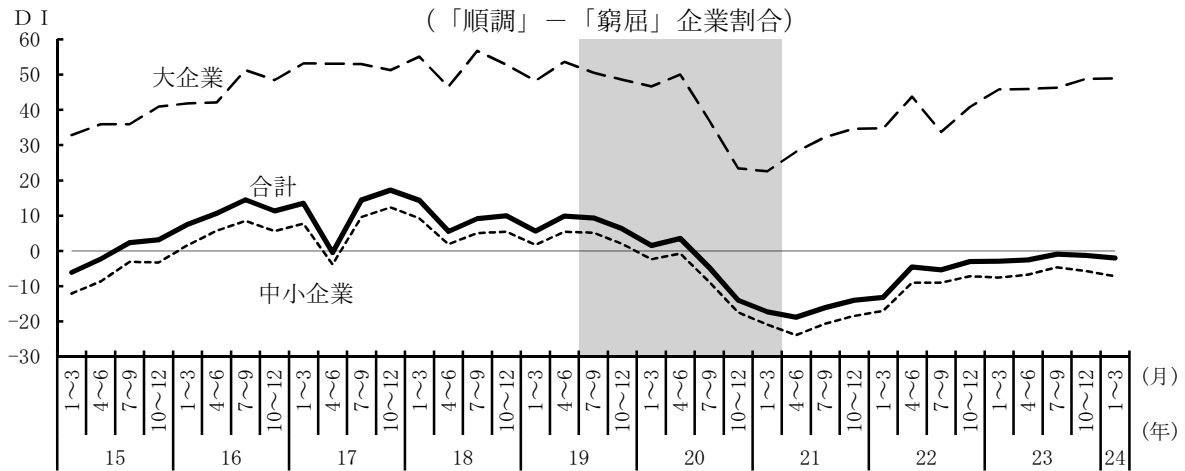
■資金繰り D I (「順調」－「窮屈」企業割合) : -2.0

○前回調査比 : ▲0.7pt

製造業	0.5pt	非製造業	▲0.8pt
大企業	0.1pt	中小企業	▲1.5pt

(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

図11 資金繰り D I の推移 (大企業・中小企業別)



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

## 6. 設備投資 … 依然、慎重な姿勢がみられ、投資を抑制する姿勢が強まっている

■設備投資

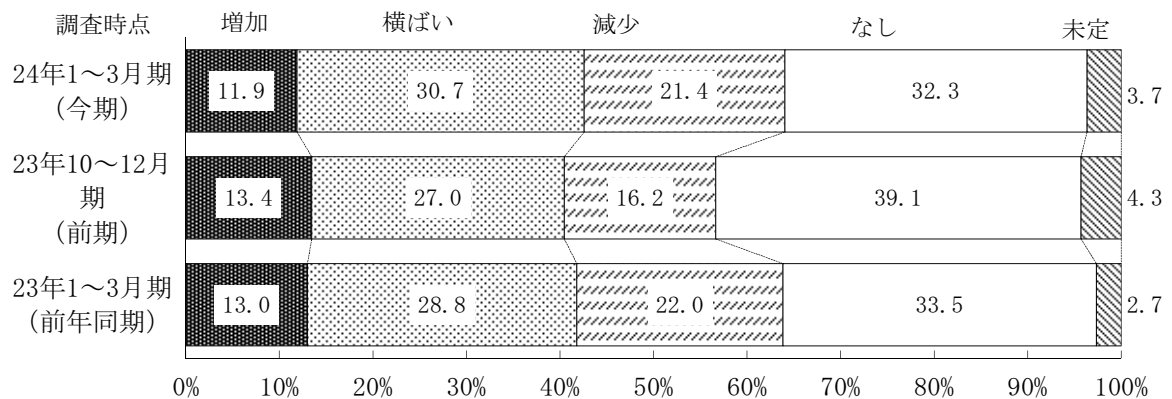
○前回調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
▲1.6pt	3.7pt	5.3pt	▲6.8pt	▲0.6pt

○前年同期調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
▲1.1pt	1.9pt	▲0.6pt	▲1.2pt	1.0pt

図12 設備投資 (前年度実績と今年度見込みとの比較)





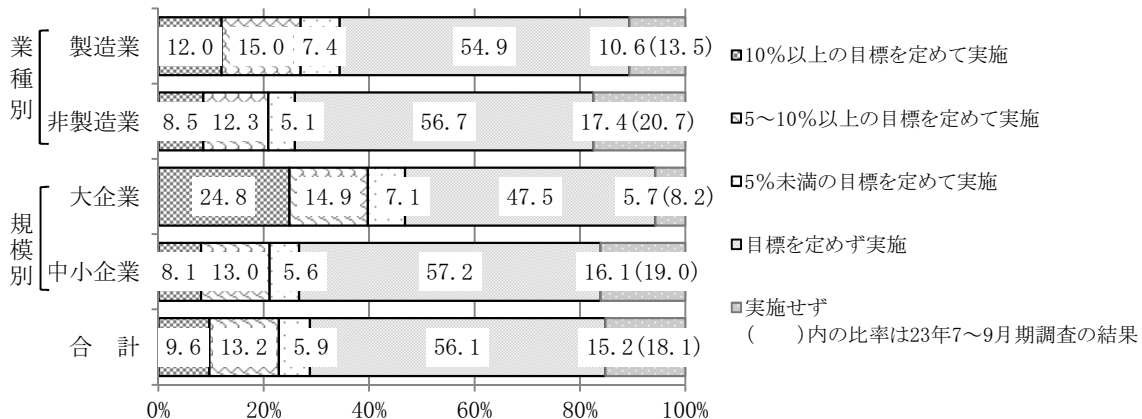
## 9. 節電要請への今冬および今夏の対応について

### (1) 節電要請への今冬の対応

#### ■昨夏よりも節電を実施する企業が増え、約1割の企業が「10%以上」の節電に取り組む

23年7～9月期（昨夏）に比べ、節電を実施しない企業の割合は、業種別、規模別とも、概ね3%前後減っており、節電に取り組まない企業は全体では15.2%にとどまる。業種、規模別では、大企業や製造業が節電に取り組む割合が相対的に高く、具体的な節電目標を定めて取り組む割合も高い。目標は「5～10%未満」（13.2%）が最多で、次いで「10%以上」（9.6%）が多い。特に、大企業の4分の1が「10%以上」の目標を定めて取り組んでいる。その一方で、具体的な節電目標を定めていない企業も5～6割程度存在する。

なお、節電を実施しない割合が相対的に高いのは、運輸や不動産の各業種で、節電目標を定めず実施する割合が高いのは、情報通信、卸売、飲食店・宿泊の各業種である。



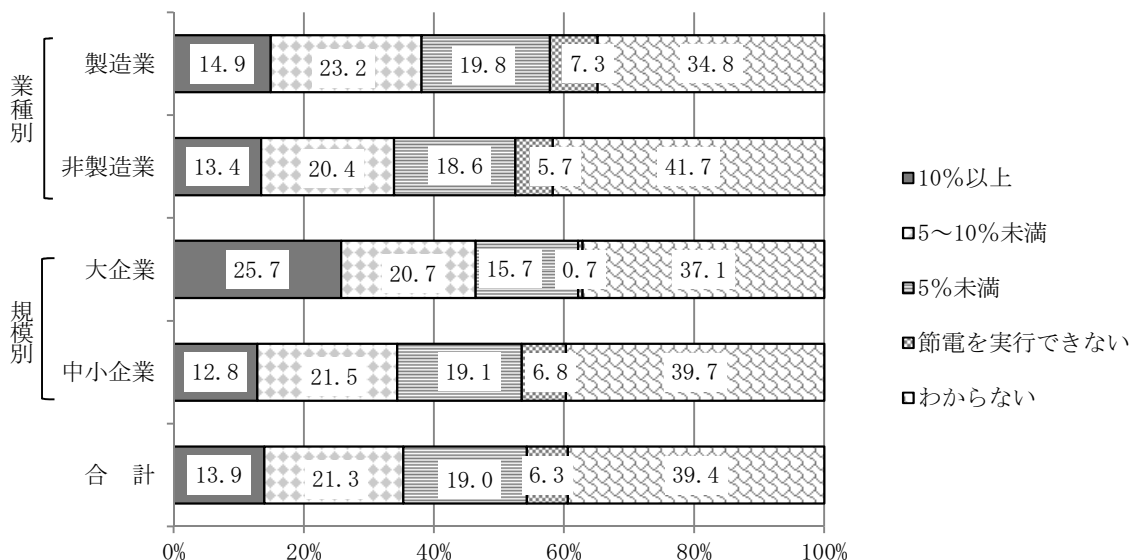
### (2) 今夏の電力需給ギャップが25%といわれる中、節電可能な範囲

（ピーク時間帯とされる13～16時での通常使用の場合との比較）

#### ■今夏の節電目標は「5～10%未満」が最多だが、14%の企業が「10%以上」の節電が可能と判断

今夏の節電の実施については、「節電を実行できない」との回答は、大企業では0.7%と低く、そのほか業種・規模別では6～7%程度にとどまる。また、「わからない」とする企業は全体の4割で、業種・規模別では、製造業や大企業の割合が相対的に低い。4割の企業は具体的な節電目標を掲げていないか、電力供給の状況次第では、節電を実施しないことも考えられる。

一方、節電目標は「5～10%未満」が最も多く（21.3%）、次いで「5%未満」（19.0%）が多い。今夏において具体的な目標を掲げて節電を実施する企業では、今冬以上の目標を定めて実施する企業が業種、規模を問わず多い。「10%以上」の目標を掲げる企業は全体の13.9%（今冬9.6%）となり、小売、情報通信、運輸、建設の各業種の削減率は、今冬よりも大幅増となっている。



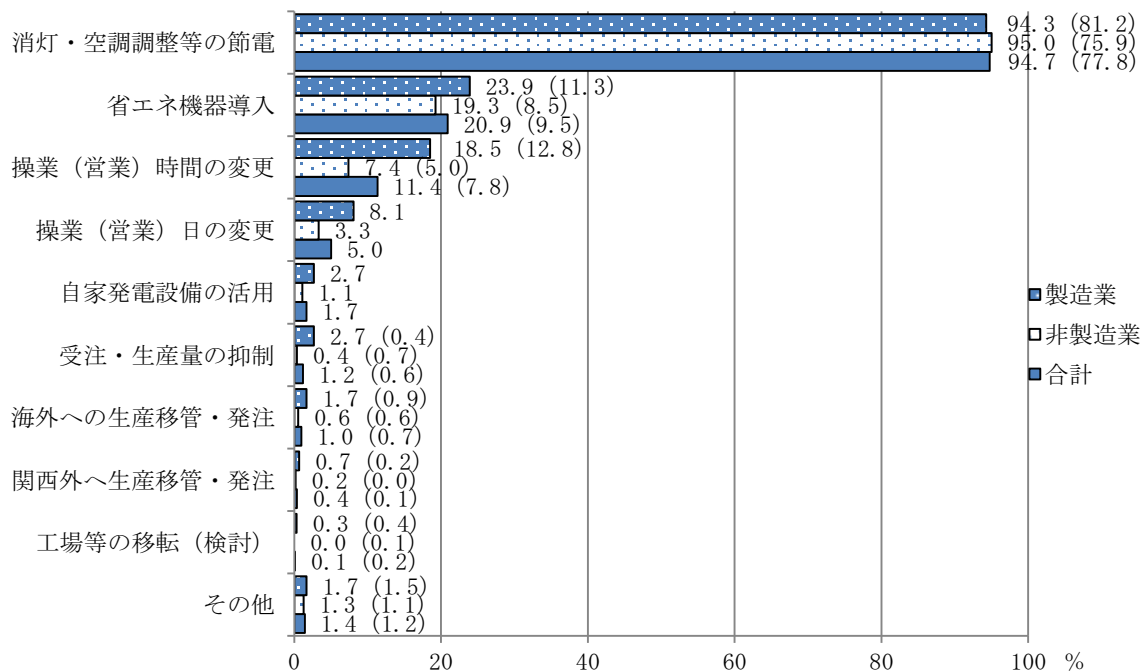
### (3) 今夏の節電に向けて検討しなければならない具体的な対応方法

※あてはまるもの3つ以内の複数回答。

#### ■業種別では、業種を問わず「消灯・空調調整等の節電」を検討する企業が9割以上と最も多い

業種を問わず、「消灯・空調調整等の節電」を検討する企業が9割以上と最も多い。このほか、「省エネ機器導入」、「操業（営業）時間の変更」、「操業（営業）日の変更」が主な対策で、製造業では非製造業よりも実施を検討する割合がやや高い。また、これらの対策は、23年7～9月期の調査時点よりも実施を検討する割合が高い。海外や関西外への生産移管・発注及び工場等の移転を検討する企業は少ない。

《業種別》※（ ）内の比率は、23年7～9月期の調査での数値



#### ■昨夏に比べて、具体的な対応策を検討する中小企業が増えている

規模を問わず、「消灯・空調調整等の節電」を検討する企業が9割以上と最も多い。特に、23年7～9月期の調査に比べて、中小企業において具体的な対応策を検討する割合が高まっていることが特徴である。このほか、大企業では「省エネ機器」や自家発電設備の導入・活用を検討する割合が相対的に高い。また、関西外や海外への生産移管・発注及び工場等の移転を検討する企業は少ないが、大企業では、「受注・生産量の抑制」を検討する企業が、前回の調査よりもわずかながら増えている。

《規模別》※（ ）内の比率は、23年7～9月期の調査での数値

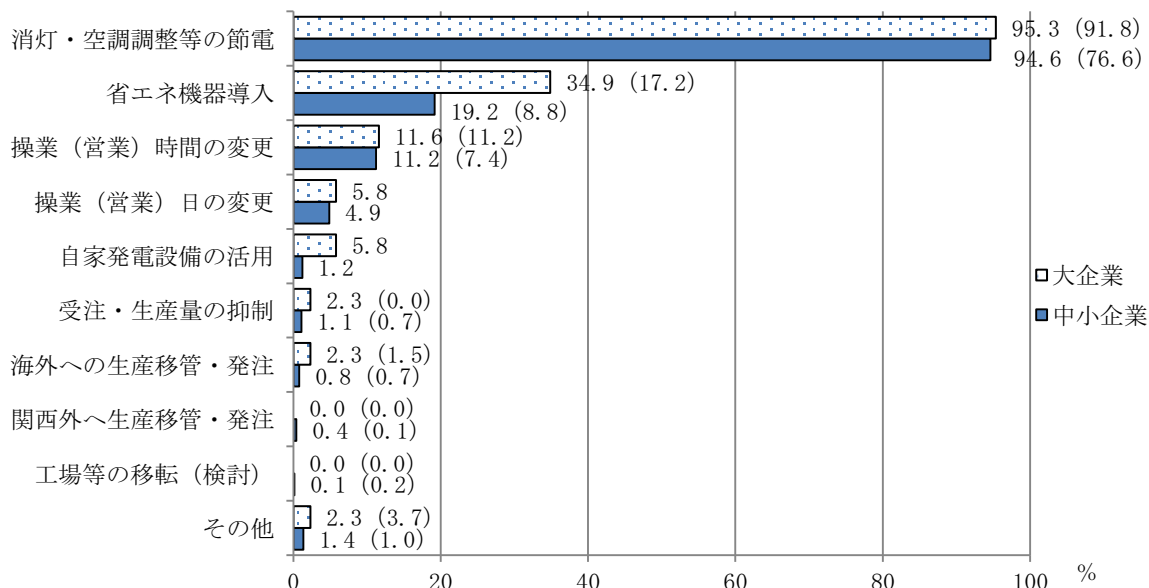


表1 地域別集計表

(1) 業況判断

	前期比較										前年同期比較							
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I				
	上昇	横ばい	下降	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	上昇	横ばい	下降	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	19.4	37.4	43.1	-23.7	-15.6	-32.6	-31.7	-28.0	-22.9	21.8	35.8	42.3	-20.5	-14.4	-41.3	-27.4	-17.4	-12.5
非製造業	13.6	37.1	49.4	-35.8	-33.7	-37.7	-32.4	-48.8	-42.8	14.9	35.8	49.3	-34.4	-31.3	-41.6	-30.5	-34.9	-45.7
建設業	21.2	40.0	38.8	-17.6	-10.5	-18.2	-5.3	-43.8	-28.1	17.4	35.4	47.2	-29.8	-20.3	-38.1	-21.1	-31.3	-51.6
情報通信業	22.6	54.8	22.6	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	29.0	35.5	35.5	-6.5	-3.7	-50.0	0.0	-	-
運輸業	4.7	40.6	54.7	-50.0	-48.6	-16.7	-62.5	-100.0	-58.3	14.5	35.5	50.0	-35.5	-36.1	-16.7	-12.5	0.0	-63.6
卸売業	18.6	37.2	44.2	-25.7	-22.3	-33.3	-30.0	-50.0	-43.5	19.9	40.2	39.8	-19.9	-18.1	-27.8	-10.0	0.0	-40.9
小売業	6.5	28.6	64.8	-58.3	-68.1	-64.0	-39.5	-62.5	-48.3	9.8	30.1	60.1	-50.3	-52.7	-62.5	-45.2	-37.5	-42.9
不動産業	7.5	50.9	41.5	-34.0	-45.2	-33.3	-14.3	100.0	-25.0	11.5	34.6	53.8	-42.3	-53.3	-33.3	-42.9	100.0	-25.0
飲食店・宿泊業	6.0	31.3	62.7	-56.7	-63.6	-58.3	-46.2	-50.0	-42.9	9.7	30.6	59.7	-50.0	-40.0	-41.7	-66.7	-100.0	-66.7
サービス業	13.2	37.2	49.6	-36.4	-33.1	-33.3	-33.3	-53.8	-50.0	12.4	37.3	50.2	-37.8	-39.4	-41.7	-19.4	-46.2	-40.6
大企業	25.9	35.0	39.2	-13.3	-12.0	-33.3	-16.7	33.3	-10.0	27.9	34.6	37.5	-9.6	-8.2	-54.5	13.3	-33.3	0.0
中小企業	14.7	37.4	48.0	-33.3	-30.6	-36.6	-33.6	-42.9	-37.1	16.5	35.9	47.6	-31.1	-28.6	-40.8	-31.0	-26.2	-34.3
合計	15.5	37.2	47.3	-31.8	-29.1	-36.4	-32.1	-41.2	-35.5	17.2	35.8	47.0	-29.8	-26.9	-41.5	-28.9	-28.8	-33.5

(2) 上昇・下降となった要因 (前期比較の業況判断、2つまでの複数回答)

	上昇となった要因 (%)								下降となった要因 (%)							
	販売・受注価格の上昇	原材料価格やコストの下落	内需の回復	輸出の回復	季節的要因	他社との競争状況	資金繰りの状況	その他	販売・受注価格の下落	原材料価格やコストの上昇	内需の減退	輸出の減退	季節的要因	他社との競争状況	資金繰りの状況	その他
製造業	31.7	0.0	25.7	8.9	33.7	5.9	1.0	9.9	31.3	13.7	43.2	12.3	27.8	9.3	5.7	6.6
非製造業	25.5	3.4	16.6	2.8	46.9	6.9	0.7	6.9	30.7	9.3	34.2	3.3	28.9	18.3	7.4	10.3
建設業	42.4	3.0	9.1	0.0	48.5	6.1	0.0	0.0	50.0	7.8	21.9	1.6	18.8	25.0	7.8	7.8
情報通信業	14.3	0.0	28.6	0.0	57.1	0.0	0.0	14.3	57.1	0.0	14.3	0.0	14.3	28.6	14.3	0.0
運輸業	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	25.0	15.6	50.0	12.5	31.3	9.4	12.5	3.1
卸売業	24.5	6.1	20.4	6.1	36.7	10.2	0.0	12.2	27.1	7.6	44.9	10.2	30.5	13.6	5.1	4.2
小売業	27.3	9.1	27.3	0.0	27.3	9.1	0.0	9.1	34.2	8.3	36.7	0.0	30.8	17.5	7.5	9.2
不動産業	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	30.0	0.0	40.0	0.0	20.0	15.0	5.0	10.0
飲食店・宿泊業	0.0	0.0	25.0	0.0	50.0	0.0	0.0	25.0	27.8	33.3	25.0	0.0	25.0	22.2	5.6	11.1
サービス業	17.6	0.0	11.8	0.0	64.7	2.9	2.9	2.9	21.2	5.9	26.3	0.0	33.9	21.2	8.5	21.2
大企業	25.7	0.0	17.1	2.9	45.7	8.6	0.0	8.6	30.4	16.1	26.8	5.4	48.2	12.5	3.6	5.4
中小企業	28.2	2.4	21.1	5.7	40.7	6.2	1.0	8.1	31.2	10.3	38.2	6.2	27.3	15.9	6.7	8.8
合計	28.0	2.0	20.3	5.3	41.5	6.5	0.8	8.1	30.9	10.6	36.9	6.1	28.6	15.5	6.9	9.2

(3) 出荷・売上高、製・商品単価 (サービス・請負価格)

	出荷・売上高										製・商品単価							
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I				
	増加	横ばい	減少	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	上昇	横ばい	下落	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	18.3	39.0	42.7	-24.4	-16.2	-32.6	-32.5	-36.0	-22.0	6.1	71.4	22.5	-16.4	-14.8	-30.4	-17.5	-36.0	-4.9
非製造業	11.2	42.0	46.8	-35.7	-33.0	-35.2	-34.0	-46.5	-46.2	4.2	68.9	26.8	-22.6	-19.0	-23.0	-27.1	-29.3	-31.9
建設業	18.3	44.5	37.2	-18.9	-12.0	-9.1	-15.8	-31.3	-37.5	5.5	62.8	31.7	-26.2	-18.4	-18.2	0.0	-50.0	-53.1
情報通信業	22.6	58.1	19.4	3.2	0.0	50.0	0.0	-	-	6.5	71.0	22.6	-16.1	-11.1	-50.0	-50.0	-	-
運輸業	4.7	45.3	50.0	-45.3	-48.6	-16.7	-50.0	0.0	-50.0	3.3	75.0	21.7	-18.3	-16.7	-16.7	0.0	-27.3	
卸売業	16.5	41.0	42.5	-25.9	-22.7	-27.8	-35.0	-50.0	-43.5	5.7	73.9	20.5	-14.8	-10.8	-16.7	-26.3	-50.0	-36.4
小売業	3.0	36.9	60.1	-57.1	-61.3	-64.0	-46.5	-75.0	-48.3	4.4	64.5	31.1	-26.8	-28.4	-26.1	-38.5	14.3	-15.4
不動産業	3.9	58.8	37.3	-33.3	-46.7	-33.3	-14.3	100.0	-14.3	2.0	68.0	30.0	-28.0	-25.0	-16.7	-57.1	0.0	-25.0
飲食店・宿泊業	3.0	41.8	55.2	-52.2	-57.6	-41.7	-46.2	-50.0	-57.1	4.8	73.0	22.2	-17.5	-30.0	-8.3	0.0	0.0	-14.3
サービス業	11.2	39.2	49.6	-38.4	-34.1	-40.5	-25.0	-61.5	-57.6	2.0	68.4	29.5	-27.5	-24.1	-32.4	-33.3	-33.3	-28.1
大企業	24.6	38.7	36.6	-12.0	-8.0	-16.7	-23.5	0.0	-30.0	2.9	83.6	13.6	-10.7	-10.2	-16.7	-5.9	0.0	-20.0
中小企業	12.6	41.2	46.2	-33.6	-30.7	-35.8	-34.4	-42.9	-38.1	5.1	68.5	26.4	-21.3	-18.3	-26.1	-23.2	-33.9	-22.0
合計	13.5	41.0	45.5	-31.9	-28.7	-34.5	-33.2	-42.6	-37.3	4.9	69.8	25.4	-20.5	-17.9	-25.0	-21.7	-31.8	-21.8

(4) 原材料価格 (仕入価格等)、営業利益判断

	原材料価格										営業利益判断							
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I (※季節調整前)				
	上昇	横ばい	下落	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	黒字	収支トントン	赤字	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	28.3	65.9	5.7	22.6	29.6	17.4	14.6	16.7	24.1	29.7	40.1	30.2	-0.6	4.9	-8.7	-7.2	-12.0	6.0
非製造業	24.4	68.0	7.6	16.8	17.2	20.3	12.4	9.8	18.2	20.4	40.6	39.0	-18.6	-13.2	-23.4	-26.1	-26.2	-28.9
建設業	17.6	73.9	8.5	9.1	10.5	22.7	5.3	0.0	3.1	15.9	50.6	33.5	-17.7	-2.7	-13.6	-36.8	-37.5	-34.4
情報通信業	7.7	84.6	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-	19.4	41.9	38.7	-19.4	-18.5	-50.0	0.0	-	-
運輸業	42.6	49.2	8.2	34.4	28.6	33.3	57.1	0.0	41.7	12.7	41.3	46.0	-33.3	-21.6	-50.0	-71.4	-100.0	-33.3
卸売業	24.0	66.4	9.5	14.5	17.8	12.5	-10.5	0.0	8.7	32.5	40.7	26.9	5.6	8.7	5.6	-5.0	0.0	-13.6
小売業	25.7	68.4	5.8	19.9	17.9	22.7	20.0	28.6	21.7	10.4	35.2	54.4	-44.0	-50.0	-39.1	-35.9	-25.0	-44.8
不動産業	8.5	78.7	12.8	-4.3	-3.8	-16.7	0.0	0.0	0.0	20.0	52.0	28.0	-8.0	0.0	-16.7	0.0	0.0	-42.9
飲食店・宿泊業	54.0	39.7	6.3	47.6	63.3	45.5	15.4	50.0	42.9	10.4	31.3	58.2	-47.8	-54.5	-50.0	-61.5	50.0	-14.3
サービス業	20.7	74.2	5.2	15.5	12.5	18.2	14.3	8.3	28.6	23.1	37.8	39.0	-15.9	-16.2	-20.5	-3.2	-25.0	-18.2
大企業	18.9	77.3	3.8	15.2	14.3	18.2	11.8	33.3	20.0	49.0	26.6	24.5	24.5	29.0	-25.0	38.9	66.7	0.0
中小企業	26.5	66.4	7.1	19.4	21.9	19.7	13.9	11.5	20.5	21.2	41.6	37.2	-15.9	-13.0	-19.4	-19.4	-23.8	-16.7
合計	25.8	67.2	7.0	18.8	20.6	19.5	13.7	12.3	20.5	23.5	40.4	36.1	-12.6	-8.5	-19.5	-15.8	-20.9	-16.0



(5) 営業利益水準、資金繰り

	営業利益水準										資金繰り									
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I						
	増 加	横ばい	減 少	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	順 調 <small>どちらとも いえない</small>	窮 屈	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州			
製造業	15.9	44.5	39.6	-23.6	-21.4	-30.4	-27.9	-25.0	-16.9	35.4	37.2	27.3	8.1	13.8	-6.5	6.0	4.0	6.0		
非製造業	9.9	43.4	46.7	-36.8	-34.7	-35.2	-37.7	-50.0	-42.9	26.3	40.4	33.4	-7.1	0.0	-18.0	-15.6	-23.3	-15.5		
建設業	13.9	49.4	36.7	-22.8	-9.7	-28.6	-22.2	-40.0	-40.6	24.8	37.0	38.2	-13.3	-5.3	-36.4	-5.3	-25.0	-15.6		
情報通信業	19.4	45.2	35.5	-16.1	-14.8	-50.0	0.0	-	-	35.5	35.5	29.0	6.5	14.8	0.0	-100.0	-	-		
運輸業	3.2	49.2	47.6	-44.4	-45.9	0.0	-57.1	-100.0	-50.0	23.3	45.0	31.7	-8.3	0.0	16.7	-57.1	-100.0	-8.3		
卸売業	14.3	47.7	38.0	-23.7	-23.6	-5.6	-25.0	-50.0	-34.8	41.0	39.6	19.4	21.6	22.0	33.3	25.0	-50.0	13.0		
小売業	4.2	31.2	64.6	-60.3	-66.3	-68.2	-50.0	-62.5	-48.1	11.9	43.8	44.3	-32.5	-30.8	-41.7	-28.6	-12.5	-41.4		
不動産業	4.1	55.1	40.8	-36.7	-44.8	-33.3	-42.9	100.0	-16.7	26.9	48.1	25.0	1.9	13.3	-33.3	14.3	-100.0	-12.5		
飲食店・宿泊業	1.5	44.8	53.7	-52.2	-63.6	-41.7	-46.2	0.0	-42.9	6.1	39.4	54.5	-48.5	-48.5	-50.0	-61.5	50.0	-50.0		
サービス業	10.9	39.9	49.2	-38.3	-34.6	-36.8	-32.3	-69.2	-48.5	27.3	39.0	33.7	-6.4	-3.7	-10.5	-3.2	-23.1	-9.4		
大企業	22.3	39.6	38.1	-15.8	-16.7	-16.7	-11.1	33.3	-30.0	60.8	27.3	11.9	49.0	51.0	0.0	61.1	100.0	50.0		
中小企業	10.9	44.3	44.7	-33.8	-32.5	-35.4	-34.3	-43.5	-33.7	26.2	40.5	33.4	-7.2	-2.6	-17.5	-8.3	-19.0	-10.4		
合 計	11.9	43.8	44.3	-32.4	-31.3	-33.9	-32.3	-40.9	-33.2	29.3	39.3	31.3	-2.0	3.6	-14.9	-3.9	-13.2	-7.6		

(6) 設備投資、雇用状況

	設備投資 (前年度実績比)					雇用状況									
	構成比 (%)					構成比 (%)					D I				
	増 加	横ばい	減 少	な し	未 定	過 剰	充 足	不 足	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	
製造業	16.8	31.3	19.6	29.2	3.2	18.4	63.9	17.7	-0.7	3.2	0.0	-4.8	-8.0	-1.2	
非製造業	9.5	30.4	22.4	33.9	3.9	14.5	63.8	21.7	7.2	9.7	3.9	1.5	-7.3	8.6	
建設業	6.8	32.1	22.2	35.2	3.7	11.6	65.9	22.6	11.0	9.3	27.3	10.5	6.3	6.3	
情報通信業	16.1	38.7	9.7	29.0	6.5	6.5	41.9	51.6	45.2	40.7	50.0	100.0	-	-	
運輸業	4.8	35.5	38.7	19.4	1.6	13.1	60.7	26.2	13.1	17.6	0.0	0.0	0.0	16.7	
卸売業	12.6	33.2	11.8	39.7	2.7	13.9	70.4	15.7	1.9	1.5	5.6	-10.0	0.0	13.0	
小売業	8.7	25.0	26.0	37.2	3.1	20.7	59.8	19.6	-1.1	-3.4	-4.3	-2.7	-12.5	14.8	
不動産業	12.0	30.0	24.0	28.0	6.0	9.6	76.9	13.5	3.8	6.7	16.7	-14.3	0.0	0.0	
飲食店・宿泊業	6.1	25.8	19.7	39.4	9.1	11.1	74.6	14.3	3.2	21.2	-41.7	10.0	-100.0	16.7	
サービス業	9.2	29.7	28.5	28.1	4.4	15.8	56.3	27.9	12.1	20.7	5.3	3.2	-9.1	0.0	
大企業	23.9	39.9	21.7	10.9	3.6	14.7	62.2	23.1	8.4	15.0	0.0	0.0	-66.7	-10.0	
中小企業	10.9	30.0	21.3	34.1	3.7	15.9	64.0	20.1	4.2	6.9	3.1	-1.8	-4.8	5.8	
合 計	11.9	30.7	21.4	32.3	3.7	15.8	63.8	20.3	4.5	8.0	2.9	-2.0	-7.6	5.0	

(7) 雇用予定人員、来期の業況見通し

	雇用予定人員										来期の業況見通し									
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I (※季節調整前)						
	増 加	横ばい	減 少	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	上 昇	横ばい	下 降	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州		
製造業	13.5	78.1	8.3	5.2	12.2	-6.5	-2.4	4.2	8.5	22.5	41.5	35.9	-13.4	-11.3	-31.1	-21.6	-12.0	6.0		
非製造業	9.1	80.1	10.8	-1.7	-0.5	3.1	-3.6	-9.5	-7.1	18.5	39.5	42.1	-23.6	-19.2	-21.4	-30.1	-30.2	-36.4		
建設業	9.1	78.7	12.2	-3.0	4.0	9.1	-15.8	-12.5	-15.6	11.7	40.7	47.5	-35.8	-34.7	-33.3	-38.9	-25.0	-43.8		
情報通信業	12.9	77.4	9.7	3.2	3.7	0.0	0.0	-	-	22.6	48.4	29.0	-6.5	-11.1	0.0	50.0	-	-		
運輸業	6.6	80.3	13.1	-6.6	-8.8	16.7	12.5	-100.0	-16.7	14.5	48.4	37.1	-22.6	-22.9	16.7	-25.0	0.0	-41.7		
卸売業	13.8	79.1	7.1	6.7	7.8	16.7	10.0	-50.0	-8.7	29.0	40.5	30.5	-1.5	3.0	-11.8	-5.0	-100.0	-21.7		
小売業	2.2	81.2	16.7	-14.5	-23.6	-4.2	-10.3	12.5	-7.7	17.9	32.1	50.0	-32.1	-32.6	-28.0	-26.2	-25.0	-44.8		
不動産業	3.8	90.4	5.8	-1.9	-3.3	16.7	0.0	-100.0	0.0	7.8	45.1	47.1	-39.2	-43.3	-16.7	-57.1	100.0	-42.9		
飲食店・宿泊業	1.5	86.4	12.1	-10.6	-9.1	-16.7	-7.7	-50.0	0.0	10.8	38.5	50.8	-40.0	-34.4	-16.7	-61.5	-100.0	-50.0		
サービス業	12.4	77.9	9.6	2.8	3.7	0.0	0.0	8.3	3.0	16.9	39.2	43.9	-27.1	-26.1	-24.3	-33.3	-30.8	-26.5		
大企業	23.1	66.4	10.5	12.6	16.0	-8.3	0.0	0.0	30.0	35.0	42.9	22.1	12.9	18.4	8.3	-17.6	-33.3	30.0		
中小企業	9.5	80.9	9.6	-0.1	1.8	1.3	-3.1	-4.8	-2.4	18.6	40.0	41.4	-22.8	-21.2	-26.3	-25.9	-20.6	-22.2		
合 計	10.6	79.5	10.0	0.6	2.8	0.6	-2.9	-4.5	-1.4	19.8	40.2	40.0	-20.2	-17.2	-24.0	-25.6	-23.5	-20.8		

(8) 特設項目：節電要請への今冬および今夏の対応について

	関西電力による今冬の10%以上の節電要請への対応状況										
	構成比 (%)										
	10%以上の目標を定めて実施	5~10%以上の目標を定めて実施	5%未満の目標を定めて実施	目標を定めず実施	実施せず						
製造業	12.0	15.0	7.4	54.9	10.6						
非製造業	8.5	12.3	5.1	56.7	17.4						
建設業	9.6	14.6	3.2	56.1	16.6						
情報通信業	16.1	6.5	6.5	64.5	6.5						
運輸業	8.5	13.6	5.1	50.8	22.0						
卸売業	5.4	8.8	5.8	61.5	18.5						
小売業	8.4	15.2	9.4	52.9	14.1						
不動産業	12.0	16.0	6.0	36.0	30.0						
飲食店・宿泊業	4.7	14.1	1.6	65.6	14.1						
サービス業	10.4	11.6	2.8	57.2	18.0						
大企業	24.8	14.9	7.1	47.5	5.7						
中小企業	8.1	13.0	5.6	57.2	16.1						
合計	9.6	13.2	5.9	56.1	15.2						
	今夏の電力需給ギャップが25%といわれる中で、節電可能な範囲(ピーク時間帯とされる13~16時での通常使用の場合との比較)										
	構成比 (%)										
	25%以上	20~25%未満	15~20%未満	10~15%未満	5~10%未満	5%未満	節電を実行できない	わからない			
製造業	0.4	1.7	2.8	10.0	23.2	19.8	7.3	34.8			
非製造業	1.0	1.4	3.5	7.5	20.4	18.6	5.7	41.7			
建設業	1.3	1.9	5.1	7.6	20.4	21.0	5.7	36.9			
情報通信業	3.2	6.5	0.0	6.5	22.6	22.6	3.2	35.5			
運輸業	1.7	0.0	3.4	11.9	15.3	18.6	1.7	47.5			
卸売業	0.4	1.1	2.3	5.4	21.5	19.9	6.1	43.3			
小売業	1.6	1.6	5.2	9.4	21.4	13.0	6.3	41.7			
不動産業	0.0	2.0	2.0	6.0	22.0	16.0	14.0	38.0			
飲食店・宿泊業	1.6	3.2	3.2	3.2	19.4	22.6	8.1	38.7			
サービス業	0.8	0.4	3.2	8.8	19.6	19.2	4.0	44.0			
大企業	0.7	2.1	4.3	18.6	20.7	15.7	0.7	37.1			
中小企業	0.8	1.5	3.1	7.4	21.5	19.1	6.8	39.7			
合計	0.8	1.5	3.3	8.3	21.3	19.0	6.3	39.4			
	上記の節電に向けて検討しなければならない具体的な対応方法(3つ以内)										
	構成比 (%)										
	消灯・空調調整等の節電	省エネ機器導入	自家発電設備の活用	操業(営業)時間の変更	操業(営業)日の変更	関西外へ生産移管・発注	海外への生産移管・発注	工場等の移転(検討)	受注・生産量の抑制	その他	
製造業	94.3	23.9	2.7	18.5	8.1	0.7	1.7	0.3	2.7	1.7	
非製造業	95.0	19.3	1.1	7.4	3.3	0.2	0.6	0.0	0.4	1.3	
建設業	92.0	13.6	3.4	4.5	2.3	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	
情報通信業	94.7	10.5	0.0	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
運輸業	100.0	14.3	3.6	7.1	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
卸売業	95.3	18.0	0.8	7.8	3.9	0.8	1.6	0.0	0.0	0.8	
小売業	94.7	26.3	0.0	8.4	3.2	0.0	0.0	0.0	1.1	4.2	
不動産業	100.0	20.8	0.0	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
飲食店・宿泊業	87.9	30.3	3.0	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
サービス業	96.8	18.4	0.0	9.6	5.6	0.0	0.0	0.0	0.8	1.6	
大企業	95.3	34.9	5.8	11.6	5.8	0.0	2.3	0.0	2.3	2.3	
中小企業	94.6	19.2	1.2	11.2	4.9	0.4	0.8	0.1	1.1	1.4	
合計	94.7	20.9	1.7	11.4	5.0	0.4	1.0	0.1	1.2	1.4	

※複数回答の設問項目での構成比 (%) とは、有効回答者数に占める有効回答数のシェアにあたる。

表2 D I 推移表

		回	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	前回調査との比較	前回調査の見通しとの比較	
		平成	19	20	20	20	20	21	21	21	21	22	22	22	22	23	23	23	23	24	24	24	
		四半期	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	24	24	
(1) 業況判断	a. 前期比	製造業	-15.3	-23.8	-26.7	-36.2	-60.4	-67.9	-47.7	-32.7	-30.7	-13.3	-14.3	-21.9	-14.7	-10.7	-27.9	-17.3	-17.9	-18.5	▲ 0.6	▲ 4.5	
		非製造業	-23.4	-29.3	-28.9	-43.1	-53.0	-57.5	-51.7	-43.9	-47.2	-35.6	-30.6	-32.7	-27.0	-23.1	-39.7	-26.7	-27.7	-28.5	▲ 0.8	▲ 7.5	
		大企業	2.6	1.5	-0.1	-12.8	-48.7	-51.5	-39.1	-17.2	-25.1	-13.0	-8.0	-12.4	0.8	2.6	-18.2	3.8	-9.3	-7.1	2.2	▲ 18.0	▲ 6.0
		中小企業	-22.7	-29.9	-31.1	-42.8	-56.0	-61.4	-52.0	-41.4	-43.7	-29.0	-27.2	-30.1	-25.5	-20.2	-37.6	-25.0	-25.5	-26.4	▲ 0.8	▲ 6.0	
	合計	-20.7	-27.3	-28.5	-40.7	-55.4	-60.8	-50.8	-40.1	-41.7	-27.7	-25.4	-28.9	-23.0	-18.5	-36.2	-23.2	-24.3	-25.0	▲ 0.7	▲ 6.8		
	b. 前期前	製造業	-5.9	-31.9	-30.1	-33.4	-52.5	-75.4	-50.5	-29.9	-23.7	-20.2	-17.0	-19.3	-8.1	-16.6	-31.0	-15.4	-11.0	-23.7	▲ 12.7	▲ 14.6	
		非製造業	-16.6	-37.1	-29.8	-40.6	-47.0	-65.4	-52.0	-41.5	-41.4	-35.5	-31.1	-30.3	-21.0	-30.7	-40.6	-24.6	-21.2	-35.8	▲ 6.2	▲ 15.3	
		大企業	6.8	-8.4	-0.6	-6.0	-45.9	-60.4	-39.6	-10.5	-22.8	-20.9	-9.2	-5.6	2.7	-4.2	-20.0	10.2	-7.1	-13.3	▲ 14.2	▲ 14.2	
		中小企業	-14.5	-37.8	-32.4	-41.3	-48.6	-69.3	-52.7	-40.0	-36.5	-36.8	-28.0	-28.9	-18.3	-27.6	-38.6	-24.1	-18.0	-33.3	▲ 6.2	▲ 15.3	
	合計	-13.1	-35.4	-29.9	-38.2	-48.8	-68.9	-51.5	-37.7	-35.5	-35.5	-26.2	-26.7	-16.8	-25.8	-37.3	-21.4	-17.6	-31.8	▲ 4.2	▲ 14.2		
	c. 前年	製造業	-17.2	-29.6	-30.7	-38.1	-64.3	-81.0	-79.5	-76.8	-60.5	-27.4	-8.8	-8.1	-9.0	-3.7	-27.3	-21.6	-18.7	-20.5	▲ 1.8	▲ 4.4	
		非製造業	-25.5	-34.0	-33.8	-44.8	-62.8	-68.5	-65.8	-58.8	-59.3	-46.7	-33.4	-32.2	-31.2	-29.5	-42.4	-27.9	-30.0	-34.4	▲ 4.4	▲ 4.4	
大企業		2.4	-5.6	-9.1	-18.0	-58.9	-63.3	-59.8	-58.7	-45.9	-16.8	-4.0	-11.5	-2.8	7.2	-11.3	3.8	-3.3	-9.6	▲ 6.3	▲ 3.5		
中小企業		-24.9	-34.8	-34.7	-44.9	-63.2	-73.4	-71.6	-65.2	-61.0	-41.7	-26.5	-25.2	-26.0	-22.6	-39.2	-28.1	-27.6	-31.1	▲ 3.5	▲ 3.5		
合計	-22.8	-32.5	-32.8	-42.6	-63.3	-72.8	-70.5	-64.8	-59.7	-40.1	-24.7	-24.2	-23.9	-20.4	-37.1	-25.7	-26.0	-29.8	▲ 3.8	▲ 3.8			
(2) 売上高(季調済)	製造業	-14.1	-23.2	-22.6	-33.0	-57.8	-65.1	-49.9	-35.0	-33.3	-16.2	-17.0	-22.6	-16.7	-11.8	-28.9	-19.5	-16.9	-18.7	▲ 1.8	▲ 1.8		
	非製造業	-22.4	-28.4	-27.1	-40.9	-52.7	-58.3	-53.9	-45.6	-46.3	-38.5	-31.4	-33.9	-27.8	-25.0	-38.7	-26.9	-28.3	-28.5	▲ 0.1	▲ 0.1		
	大企業	4.4	2.4	4.4	-8.2	-46.5	-48.5	-40.6	-16.8	-20.4	-12.6	-6.9	-14.4	-1.2	-3.1	-21.5	11.2	-10.2	-3.0	7.3	▲ 1.2	▲ 1.2	
	中小企業	-21.7	-29.9	-28.9	-40.5	-55.0	-61.6	-54.4	-34.8	-44.4	-31.9	-28.0	-31.1	-26.2	-21.2	-37.0	-26.9	-25.4	-26.6	▲ 1.2	▲ 1.2		
合計	-19.5	-26.5	-25.8	-38.3	-54.4	-60.3	-53.0	-42.2	-41.9	-30.4	-26.9	-30.2	-24.0	-19.8	-35.8	-24.4	-24.2	-24.6	▲ 0.4	▲ 0.4			
(3) 製・商品単価	製造業	-0.3	-3.5	3.1	0.5	-21.1	-37.6	-38.1	-32.8	-30.2	-29.8	-19.2	-19.7	-15.9	-14.4	-16.2	-15.3	-12.2	-16.4	▲ 4.3	▲ 4.3		
	非製造業	-3.2	-7.5	-0.8	-6.1	-22.1	-42.5	-36.2	-33.0	-36.4	-34.4	-24.6	-28.4	-24.7	-20.2	-18.0	-18.9	-18.4	-22.6	▲ 4.2	▲ 4.2		
	大企業	9.2	6.7	19.9	11.6	-11.0	-38.8	-27.0	-16.1	-26.5	-22.8	-17.1	-16.7	-10.1	-9.2	-3.7	-3.0	-9.6	-10.7	▲ 1.1	▲ 1.1		
	中小企業	-3.0	-7.1	-1.5	-5.3	-22.7	-40.9	-37.7	-34.5	-35.0	-33.6	-23.0	-26.3	-22.6	-18.9	-18.8	-18.0	-16.6	-21.3	▲ 4.7	▲ 4.7		
合計	-2.2	-6.2	0.5	-3.9	-21.8	-40.8	-36.8	-32.9	-34.3	-32.8	-22.7	-25.5	-21.8	-18.1	-17.4	-17.6	-16.2	-20.5	▲ 4.3	▲ 4.3			
(4) 原材料価格	製造業	68.5	74.3	79.6	76.0	32.8	-9.0	-13.3	7.0	6.2	13.3	32.7	22.1	18.6	40.8	48.9	38.5	26.5	22.6	▲ 3.9	▲ 3.9		
	非製造業	48.5	54.7	59.2	60.5	23.5	-4.4	-5.1	1.5	-4.3	2.6	12.3	4.7	5.8	23.0	27.6	20.1	14.0	16.8	2.7	2.7		
	大企業	52.6	53.9	66.0	60.9	22.6	-10.3	-5.6	1.9	0.7	1.5	10.4	6.5	19.3	17.6	33.3	27.8	19.5	15.2	▲ 4.4	▲ 4.4		
	中小企業	55.8	62.5	66.9	66.3	27.6	-5.2	-8.1	3.5	-0.6	7.2	20.9	11.3	9.5	30.7	35.9	27.5	18.6	19.4	0.8	0.8		
合計	55.4	61.6	66.2	65.8	26.7	-6.1	-8.0	3.4	-0.6	6.5	19.9	10.7	10.3	29.6	35.5	26.9	18.7	18.8	0.1	0.1			
(5) 営業利益判断(季調済)	製造業	4.3	1.6	-2.5	-5.8	-22.1	-50.8	-49.2	-41.3	-32.4	-22.5	-13.0	-12.0	-6.9	-0.9	-9.1	-2.4	-1.6	-0.7	2.3	2.3		
	非製造業	-5.0	-8.5	-9.4	-18.3	-27.3	-32.1	-36.8	-32.8	-31.7	-26.6	-21.1	-19.3	-16.9	-15.0	-21.3	-15.5	-14.7	-16.6	▲ 1.9	▲ 1.9		
	大企業	43.7	44.6	39.7	27.0	9.0	1.1	-5.3	0.3	17.3	21.2	31.2	21.2	30.8	31.9	28.4	36.2	33.4	27.1	▲ 6.3	▲ 6.3		
	中小企業	-6.5	-8.9	-11.2	-18.5	-29.0	-41.4	-44.3	-39.0	-36.9	-28.6	-22.4	-21.2	-18.1	-13.3	-20.7	-15.1	-13.9	-14.1	▲ 0.2	▲ 0.2		
合計	-2.7	-4.5	-6.7	-14.5	-26.2	-37.9	-40.8	-36.0	-32.4	-24.7	-18.0	-17.1	-14.0	-9.8	-16.6	-11.1	-10.3	-10.8	▲ 0.4	▲ 0.4			
(6) 営業利益水準(季調済)	製造業	-21.5	-26.7	-28.6	-36.0	-55.1	-66.7	-50.9	-41.4	-32.7	-20.5	-19.8	-23.7	-21.2	-22.1	-32.8	-23.8	-21.1	-19.7	1.5	1.5		
	非製造業	-24.5	-29.5	-33.7	-40.3	-51.5	-55.7	-52.6	-42.3	-46.0	-38.0	-29.8	-32.4	-29.2	-26.6	-40.7	-31.7	-28.8	-30.2	▲ 1.4	▲ 1.4		
	大企業	-6.3	-4.6	-10.7	-14.1	-43.9	-53.0	-37.8	-23.6	-20.3	-11.6	-5.1	-10.7	-1.7	-2.7	-18.1	5.3	-6.8	-8.1	▲ 1.3	▲ 1.3		
	中小企業	-24.9	-30.3	-34.1	-41.4	-53.4	-59.4	-53.6	-43.8	-44.0	-33.0	-28.9	-31.2	-29.0	-26.3	-39.8	-31.6	-27.7	-27.8	▲ 0.0	▲ 0.0		
合計	-23.4	-28.2	-32.0	-39.2	-52.7	-59.0	-52.2	-42.4	-41.6	-31.4	-26.7	-29.7	-26.7	-24.5	-38.3	-28.9	-26.1	-26.1	0.0	0.0			
(7) 資金繰り	製造業	17.0	11.6	11.0	9.8	-6.6	-18.5	-21.1	-14.5	-9.4	-6.2	4.0	0.9	5.9	7.8	4.0	10.2	7.6	8.1	0.5	0.5		
	非製造業	0.9	-3.6	-0.1	-11.9	-17.6	-16.6	-17.5	-16.9	-16.2	-16.8	-9.3	-8.5	-7.4	-8.8	-6.1	-6.9	-6.3	-7.1	▲ 0.8	▲ 0.8		
	大企業	48.6	46.7	50.0	36.9	23.4	22.6	28.1	32.4	34.7	34.8	43.8	33.8	40.8	45.8	45.9	46.3	48.8	49.0	0.1	0.1		
	中小企業	2.0	-2.3	-0.8	-8.9	-17.4	-20.9	-23.9	-20.6	-18.4	-17.0	-9.0	-9.0	-7.1	-7.5	-6.7	-4.6	-5.7	-7.2	▲ 1.5	▲ 1.5		
合計	6.3	1.6	3.6	-4.8	-14.0	-17.3	-18.8	-16.1	-14.0	-13.1	-4.6	-5.4	-3.0	-2.9	-2.6	-0.9	-1.3	-2.0	▲ 0.7	▲ 0.7			
(8) 雇用状況	平成	19	20	20	20	21	21	21	21	22	22	22	22	23	23	23	23	24	24	24	24	24	
	四半期	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	24	24	24	
	製造業	18.4	14.3	5.3	3.3	-13.3	-39.5	-37.3	-30.4	-27.1	-17.6	-10.2	-3.6	-1.1	2.9	-7.3	0.4	-3.3	-0.7	2.5	2.5		
	非製造業	20.7	18.3	17.2	10.9	4.2	-10.8	-10.5	-9.3	-6.4	-7.8	-6.2	-2.8	0.9	2.7	-1.1	4.8	8.6	7.2	▲ 1.4	▲ 1.4		
	大企業	34.1	35.5	29.2	26.9	11.3	-3.0	-15.6	-17.6	-16.8	-3.6	-0.8	-2.0	4.0	4.9	5.2	5.9	12.7	8.4	▲ 4.3	▲ 4.3		
	中小企業	18.2	15.0	11.7	6.5	-3.2	-22.0	-20.1	-16.2	-13.1	-12.0	-8.4	-3.0	-0.1	2.5	-4.0	3.0	3.5	4.2	0.6	0.6		
	合計	19.9	16.9	13.3	8.4	-1.6	-20.8	-19.8	-16.4	-13.4	-11.2	-7.6	-3.1	0.2	2.8	-3.3	3.2	4.3	4.5	0.2	0.2		
	製造業	-0.7	-0.6	-0.7	-2.1	-10.6	-13.1	-14.0	-10.1	-9.2	-8.0	-4.8	-3.3	-0.3	1.9	-2.0	-2.1	1.1	1.3	0.2	0.2		
	非製造業	-1.4	-4.1	-3.1	-4.8	-7.6	-9.4	-11.2	-9.9	-10.3	-10.6	-7.7	-8.2	-6.3	-5.5	-7.2	-6.0	-5.4	-4.8	0.6	0.6		
	大企業	12.5	13.8	5.2	5.1	-1.9	-4.4	-8.5	-9.0	1.0	-16.7	-2.2	-10.2	-1.2									

## 最近の消費動向（個別ヒアリング）

個人消費は、気温の上昇や昨年の大震災による消費自粛の反動から、商品の動きが活発となったものの、スーパーにおいて震災特需の反動減などもあり、3月の大型小売店の売上高は前年同月比で微減となった。

大阪産業経済リサーチセンターでは、消費動向を把握するため、百貨店3社、スーパー1社を対象にヒアリング調査を行った。

百貨店では、大震災による消費自粛の反動に加え、ひなまつりやホワイトデーなどの季節催事が盛り上がったことから、衣・食関連の季節商材が好調であった。スーパーでは、衣料品で消費自粛の反動増がみられたものの、水、米などの備蓄型食品、電池、ガスボンベといった品目で、震災特需の反動により前年を大きく下回った。

### 百貨店A社

3月の売上げ状況をみると、全体的に気温が上昇したことや、昨年の大震災による消費自粛の反動などからファッション関連消費の動きが活発となり、売上高は前年同月比で微減となった。

**紳士服**：ラグジュアリーブランドや顧客向けのイベントが奏功したほか、カジュアルシャツ、ワイシャツなど多くのアイテムが好調で、全体でも増加した。

**婦人服**：デニム素材のアイテムは好調ながら、主力のジャケット、雑貨、カットソーなどが苦戦し、売上高は前年同月比で減少した。一方、ラグジュアリーのブラウスやドレスなど衣料品は、前年同月比で増加した。

**子供服**：マタニティ・ベビー、子供靴などが前年を下回ったが、ランドセルが前年を大きく上回ったこともあり、全体では増加した。

**食料品**：昨年の大震災による祝い事自粛の反動からギフト商品の動きが良く、ホワイトデー商戦も新ブランドのスイーツなどが好調だったが、惣菜や生鮮食品などが落ち込み、全体では減少した。

**化粧品**：美白商品、ファンデーション、メイキャップで軒並み前年を下回り、全体でも前年を下回った。

**シーズン雑貨**：パラソルはギフト需要で好調なスタートであったが、帽子やネックウェアが振るわず、全体の売上高は減少した。

**家具**：個人の来店客で動きが良く、売上高は前年同月比で増加した。

### 百貨店B社

3月の販売状況をみると、昨年の大震災後の買い控えによる反動や、前年に比べ土曜日が1日多かったこと、ホワイトデー商戦や人気の催事が盛り上がったことなどから、前年同月で増加した。

**紳士服**：カジュアルシャツやスーツが好調だったほか、ジャケットの打ち出しも奏功して、全体では前年同月を上回った。

**婦人服**：ワンピース、ブラウス、雑貨といった春物ファッション関連商品の人気が高く、売上高は前年同月比で増加となった。

**子供服**：マタニティ・ベビーが減少したが、幼児向け春物商材やランドセルが堅調に推移し、売上高は微減にとどまった。

**食料品**：前年同月にギフト需要が落ち込んだ反動から、洋菓子・和菓子ともに活発な動きとなった。また、ホワイトデー商戦は、価格がやや高めで家族向けの商材が大きく伸びた。

**化粧品**：ボディーケアやメイキャップは堅調に推移するも、ファンデーションなどで新商品への切り換えが遅く、全体では減少となった。

**寝装品**：前年同月に大口の注文があった反動から、前年同月比で大幅減となった。

**シーズン雑貨**：UVカットや日焼け対策の帽子が好調で、ネックウェアもアレンジ方法の提案が受け、全体の売上高は大幅に増加した。

### 百貨店C社

3月の売上げは、前年の震災による消費自粛や、前月の低気温による春物商材のピークのずれ込み、株価の改善に伴う特選品の好調などから、前年同月で大幅増となった。

**紳士服**：気温の高まりもあって、ジャケットやパンツなど春物カジュアル関連のほか、ネクタイやワイシャツなどのビジネスウェア、スポーツウェアなどが好調となり、全体では前年を大きく上回った。

**婦人服**：淡いパステル調やマリン調の春物商材の動きが活発で、ワンピース、スカート、ニット、ブラ

ウスなど多くのアイテムが好調に推移した。また、海外の特選ブランドの動きが良かったこともあり、近畿の主要店舗の売上高が大きく増加した。

**子供服**：ファッション関連に加え、お弁当箱などのランチ用品が好調であった。テナントとの相乗効果で来店客数を増やし、売上高の増加につなげた店舗もみられた。

**食料品**：改装工事を行った一部の店舗において、売上高は減少したものの、菓子、惣菜、生鮮食品などが好調に推移し、全体では前年を上回った。

**雑貨等**：店舗によりばらつきはみられるが、前年の消費自粛の反動などから旅行用品が好調だったほか、化粧品でも前年を上回った。宝飾については、服と同様に高級ブランドの時計が前年同月を大きく上回った。

### スーパーA社

3月の販売状況を見ると、前年同月比で微減となった。衣料品では平年に比べて気温が低かったことから、春物商品の動きは鈍かったが、昨年の消費自粛ムードの反動もあり、売上は増加した。食料品では、相場高が続く農産物は増加するも豚・鶏肉が振るわず、住居関連では液晶テレビの不振に加え、電池など震災特需の反動減が大きく、それぞれ前年を下回った。

来店客数は、衣料品でのみ増加したが、買い上げ点数は衣料品、食料品、住居関連すべてで前年を下回り、顧客単価は住居関連で微減となった。

**衣料品**：上旬の靴・服飾バーゲンにより、高価格帯

のスポーツシューズやレインシューズ、輸入バッグなどが好調であった。また、昨年の消費自粛ムードの解消に伴う卒業・入学式関連の婦人フォーマルや、長引く円高傾向を背景としたトラベル関連商品の動きが良かったことから、全体の売上高は増加した。ただし、ソックスや長袖Tシャツなど紳士の肌着類や、婦人の帽子やスポーツリュック、ホームウェア全般などは不調であった。

**食料品**：昨年の震災特需の反動から、加工食品の中でも水、インスタント食品、米、カップ麺、缶詰など備蓄型食品の落ち込みが大きい。牛肉は回復傾向にある一方で、豚・鶏肉は苦戦した。季節催事は、ホワイトデーが前年を若干下回ったものの、ひなまつり商戦ではちらしずしの動きが良く、前年並みとなった。個別商品では、ローストビーフ等、カキ、ノンアルコール飲料、カットサラダ、トマトなどが増加したが、水、米飯、カツオ、たまねぎ、ラーメン・冷麺などが減少した。

**住居関連**：食料品と同様に、震災特需の反動から電池、ガスボンベ、ラジオ、ペーパー関連（トイレットペーパー、ティッシュペーパー等）、防災用品が大幅に減少した。また、液晶テレビは引き続き不調であるものの、しだいに落ち込み幅が縮小しつつある。昨年、新商品の投入が控えられていた化粧品では、新商品や限定品が好調に推移し、前年並みの実績となった。個別商品では、フライパン、男性化粧品、天井照明、枕、包丁・まな板などが増加したが、電池等、液晶テレビ、安全フック、クッション、生理用品などが減少した。

## 大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		23年		24年			
		10月	11月	12月	1月	2月	3月
大型小売店計	販売額(全店ベース)	138,416	144,143	188,462	147,687	126,329	136,265
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 1.1	▲ 2.1	0.2	▲ 1.2	1.3	▲ 1.2
うち百貨店	販売額	67,829	73,816	101,322	73,842	60,383	68,573
	(前年同月比、既存店ベース)	1.3	0.1	2.4	0.8	2.7	1.0
うちスーパー	販売額	70,587	70,328	87,140	73,845	65,946	67,692
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 3.3	▲ 4.3	▲ 2.3	▲ 3.0	0.1	▲ 3.4
コンビニエンスストア販売(近畿)	販売額	112,169	107,772	114,713	104,213	102,971	111,602
	(前年同月比、既存店ベース)	12.8	6.5	3.0	0.5	3.5	▲ 0.7
	(前年同月比、全店ベース)	15.3	9.4	6.5	4.1	7.9	2.3
乗用車新車販売	台数	16,546	16,957	15,454	18,162	23,469	30,924
	(前年同月比)	21.2	22.4	19.9	36.4	30.3	62.1
家電販売(近畿)	(前年同月比)	▲ 44.1	▲ 63.3	▲ 1.7	▲ 7.9	▲ 21.5	…

資料：【大型小売店販売額】近畿経済産業局「管内大型小売店販売状況」。前年同月比は店舗開業調整の値。

【コンビニエンスストア販売額】近畿経済産業局「管内大型小売店販売状況」(参考資料)。

【乗用車新車販売台数】(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。

【家電販売額】近畿経済産業局「近畿経済の動向」。

# 中小企業の動き

## ニット製品製造業

近年、低調な状態が続いている中、23年は東日本大震災の影響も比較的軽微で、全体的には堅調に推移していた。ただし、24年に入って再び停滞気味となっている。そのような環境下であって、積極的に新規採用を行う動きは限定的で、従業員の高齢化や後継者不足などの原因から廃業する動きもみられる。今後については、市場の成熟化が進んでいることもあり、新たなニーズへの対応力、提案力が重要なポイントになるとの話が多かった。

### 業界の概要

ニットとは、編物のことを意味し、編立方式の違いにより、縦糸を左右の糸に絡ませループを縦方向に形成する経（たて）編と一本の糸で横方向にループを形成する緯（よこ）編に分類される。さらに緯編は、円運動により編目を形成する丸編と往復運動による横編に分類される。それぞれの代表的な衣類製品は、経編がランジェリー等、横編がセーター類等、丸編が肌着、Tシャツ、トレーナー等となっており、他に産業資材としての用途もある。主な生産工程は、糸仕入→生地編立→縫製（リンキング）→仕上・加工→検査→出荷となっている。また、横編は、一着丸ごと編み立てる無縫製編機も普及している。

ニット製品業界は、編立業者、縫製業者、一貫生産メーカーに大きく分けられ、一貫生産メーカーであるニットメーカーやアパレルメーカーと問屋、商社などが商品企画開発を行い、社内加工と専門加工業者への委託で生産を行う形態が中心となっている。販売ルートは、問屋を通じて小売店に販売されるルートとニットメーカーなどが通信販売業者や量販店、SPA（Speciality Store Retailer of Private Label Apparel 製造小売業）業者向けに直接販売するルートがあり、近年後者の占める割合が増加している。

### 大阪の特徴

大阪では、丸編ニット産業が明治時代から産地を形成しており、肌着や靴下などを生産していたが、戦後のカジュアル化の進展に伴い、府内南部地域を中心に横編ニット産業も発展した。

平成22年における大阪のニット製品製造業は、事業所数でニット生地製造業34、ニット製外衣・シャツ製造業186、ニット製下着製造業27であり、従業者数は同351人、1,778人、460人、製造品出荷額等は同49億5,700万円、278億2,200万円、230億400万円とな

っている。それぞれの規模は、11年前に比べると、大幅に縮小しているが、全国比率は逆に増加しているものもある（経済産業省『平成22年工業統計表（産業編）』従業者4人以上、大阪府統計課『平成22年大阪の工業』従業者4人以上）。

大阪府のシェアは、横編ニット生地、ニット製アウターシャツ類、ニット製肌着、ニット製ブリーフ・ショーツ類、ニット製スリッパ・ペチコート類では全国1位、ニット製成人男子・少年用及び女子・少女用セーター・カーディガン・ベスト類が2位の地位を占めており、全国有数のニット産地であるといえる（経済産業省『平成22年工業統計表（品目編）』従業者4人以上）。

### 受注は比較的堅調

ニット業界は、ここ数年市場規模の縮小基調が続いていたが、平成23年は前年比で横ばいから増加で推移した企業が多く、比較的堅調な動きとなっていた。しかし、その受注水準は高くはなく、さらに24年に入って、寒さが長引いたことから、春夏物の動きが悪くなるなど、受注に一服感がみられる。

一方で、東日本大震災に関しては、当時既に春夏物の発注を受けていたこともあり、直接的にマイナスの影響を受けた企業は少なかったが、取引先の展示会中止や延期、さらに節電に伴う関東を中心とする小売店舗の営業時間の短縮などによる影響は聞かれた。また代替受注については、一部で発注があったとの話はあったが、能力面や取引条件面などから全面的に対応することは難しく、大幅に受注増となる企業はみられなかった。

商品別では、セーターやカーディガンなどの横編商材については、比較的堅調で、特に23年秋冬物はレディースのガウンやカーディガンなどの羽織物が堅調との話があった。また、これら商品は従来からデザイン面が重視される分野であるが、最近の傾向としてイージーケアなどの機能性を求める声も増えている。

丸編商材は、肌着関係は、速乾や発熱、防臭・抗菌などの機能面で特徴を有する商品が近年堅調に推移しているが、カットソーは厳しいとの声が多かった。

また、流通別では、国内市場の景況の不調が続いており、高価格帯中心の百貨店向け商品は全般に不調となっている。一方で、値ごろ感があり、デザインなどに特徴のある小売店向けの商品では比較的堅調なものもみられた。また、近年、衣料分野においてはWEBや冊子を使った通販等のダイレクトマーケティングが堅調との話も聞かれた。

## 国内生産は二極化

ニット市場は、近年輸入品のシェアが高く、国内生産は厳しい状況が続いている。また、アパレルや問屋、商社などにおける、発注ロットの小口化や発注時期の遅延化の動きも継続している。

そのため、既存取引先からの受注の減少分を新規開拓で補おうとする動きが多く、新規提案や短納期対応などで受注増を実現している企業もあるが、概して新規受注はロットが小さく、十分な受注量を確保できている企業は限られている。

一方で、編立業者や縫製事業者など専門加工業者の廃業の動きも続いており、生産の外注比率の高い業者においては、そのことが受注活動の制限になるとの話も聞かれた。

## 設備投資は低迷

当面の受注量が減少しており、また将来の受注増加の見込みも立てにくい状況にあることから、設備投資を実施する企業は限られている。

ただし、外注先の減少に対して、社内製造能力の強化で対応しようとする企業においては、更新投資や増設投資など積極的に設備投資を進める例もみられた。

## 収益、資金繰りは厳しい

近年の発注ロットの小口化や受注総量の減少などから生産性向上への取組が難しい中で、取引先の低価格要求も継続していることから、収益の厳しい企業が多かった。さらに、綿や羊毛、原油など各種原材料の価格も高いレベルにあり、利益確保に苦慮する企業もみられた。

しかしそのような中でも、円高を活用した原材料調達コストの低減や業務効率の向上によるコスト体質の改善、自社ブランド事業への進出による高付加価値化などで、収益体質の改善に取り組む企業もみられた。

## 雇用環境は依然として厳しい

近年、厳しい状況が続いているため、積極的に新規採用に取り組む企業は限られている。また実際に採用意欲があっても、縫製経験のある人材が少なく、十分な応募がないとの話も聞かれた。そのため、結果的に従業員の高齢化が進展している企業が多く、特に縫製などの専門加工業者においては、技術伝承が困難となり、廃業に至る例もみられる。

また、従業員の高齢化などから、縫製加工において海外技術研修生を活用している企業もみられるが、その数も減少しているとの話が聞かれた。

## 輸入は増加傾向に頭打ち

ニット製品の輸入高を、メリヤス編み及びビクロセ編み衣類の動向からみると、13年以降増加傾向が続いており、23年は過去最高となった。最大輸入相手国である中国のシェアも年々増加傾向にあり、23年には、輸入額の中で85.2%に達している（財務省貿易統計）。ただし、20年秋以降の世界不況の影響もあり、現状は輸入の増加傾向にも頭打ち感が出てきているとの声が聞かれた。

一方で、昨今、価格面だけでなく、手加工など国内では対応出来ない加工への対応で中国や韓国の業者を活用する動きもあり、小ロット短納期対応の国内業者と使い分ける企業が増えている。

## 今後の見通し

これまでのアパレルなどの発注量の減少傾向が続いていることから流通在庫が減少していること、またカジュアル化の一層の進展などの要因もあり、今後は一定の受注増加が期待される状況にはある。ただし、消費者の低価格志向や買い控え傾向も依然として強いことから、慎重な見通しの企業が多かった。

一方で、自社ブランド事業や新たな開発商品提案など独自の取組で成功している企業では、一定の業績回復を見込む企業もあり、将来見通しは各社により差がみられた。（小野 顕弘）

	事業所 (箇所)	従業者数		製造品出荷額等			
		全社 (%)	(人)	(百万円)	全社 (%)		
ニット生地製造業	平成11年	85	11.3	794	8.2	12,976	6.5
	16年	40	8.6	686	10.1	21,885	15.0
	21年	40	10.6	537	9.6	14,156	12.8
	22年	34	9.5	351	6.5	4,957	4.7
ニット製外衣・シャツ製造業	平成11年	628	13.5	5,980	8.4	91,392	14.4
	16年	316	12.6	2,935	7.4	46,126	14.1
	21年	201	18.1	1,922	12.2	31,217	24.3
	22年	186	18.2	1,778	11.7	27,822	24.0
ニット製下着製造業	平成11年	132	16.4	1,899	9.9	47,984	24.2
	16年	55	13.2	737	7.9	17,990	19.5
	21年	31	11.7	514	8.2	20,963	30.5
	22年	27	11.3	460	8.2	23,004	36.6

資料：経済産業省『工業統計表（産業編）』、大阪府統計課『大阪の工業』各年版  
（注）従業者4人以上の事業所

	数量 (%)	金額 (%)	都道府県 別順位 (金額ベース)
縮丸編ニット生地	11.9	10.4	3位
合成繊維丸編ニット生地	3.7	4.3	5位
たて編ニット生地	0.1	1.2	5位
横編ニット生地	12.8	16.0	1位
ニット製アウターシャツ類	27.6	21.3	1位
ニット製成人男子・少年用セーター・カーディガン・ベスト類	16.7	17.4	2位
ニット製成人女子・少女用セーター・カーディガン・ベスト類	24.7	17.0	2位
ニット製スポーツ上衣	3.7	3.7	5位
ニット製スポーツ用ズボン・スカート	5.5	5.3	4位
ニット製肌着	30.9	39.3	1位
ニット製ブリーフ・ショーツ類	27.9	27.0	1位
ニット製スリッパ・ベチコート類	53.0	46.3	1位

資料：経済産業省「工業統計（品目編）」  
（注）従業者4人以上の事業所

	金額 (百万円)	うち中国 (百万円)	中国のシェア (%)
平成13年	939,960	736,263	78.3
18年	1,206,943	1,043,864	86.5
23年	1,212,205	1,032,654	85.2

資料：財務省貿易統計

(※) 対象品目は「80705 メリヤス編み及びビクロセ編み衣類」

## 鉄鋼シャースリット業

売上高は、平成 22 年に持ち直した後、ほぼ横ばいで推移している。

需要分野のうち、建設関連は高層ビル等の大型建築向け鉄骨需要が一段落し、弱含みとなった。また、機械部品関連のうち、建設機械向けは安定した推移が続いているが、産業機械向けは円高が進行する中、輸出減少の影響を受け、23 年後半は弱含みとなった。

販売及び受注価格の値下げ要請が強まっているが、切断量・出荷量はほぼ横ばいにとどまっており、収益は厳しい状況が続いた。

円高が定着する中、建設用の鉄骨、機械部品とも一部の部材や部品で海外から調達される例がみられる。

### 業界概要

当業界は、他から受入れた鋼板（シート状）又は鋼帯（コイル状）を、必要とされるサイズや形状に切断（溶断を含む）加工する。

加工対象は板厚によって、厚板（厚さ 6 ミリ以上）、中板（同 3 ミリ以上 6 ミリ未満）、薄板（同 3 ミリ未満）に分けられる。また、厚板と中板は、あわせて厚中板（あちゅういた）とよばれる。

厚中板を扱う企業は厚板シャースリット業とよばれ、ガス溶断機、プラズマ溶断機、レーザー溶断機、シャースリット機（機械刃物による直線切断）の設備によって切断加工する。

コイル状の薄板や中板を扱う企業はコイルセンターとよばれ、レベラー（コイルの巻き癖を矯正）、スリッター（切断）が主な加工設備である。

需要分野は、厚中板では、鉄骨・橋梁等の建設関連、建設機械、産業機械、造船等である。薄板や中板は、電気機械器具（弱電、重電）、産業機械、建設機械、自動車、建材、鋼製家具等、幅広い用途がある。

各鋼板とも、大阪地区の場合、自動車向けは少なく、また、造船向けでは、船体に使われる大形鋼板ではなく、内部の機関部品等になる鋼板が中心である。

販売先及び受注先は、建設関連は鉄骨・橋梁メーカー（ファブリケーター）であり、機械関連では、組立及び部品メーカーである。

対象となる鋼板は、「店売り」の場合、自ら仕入れて在庫し、ユーザーの注文に応じて、切断等の加工を行い、販売する。その際、鉄鋼卸売企業との連携もみられる。また、「ひも付き」は、建設機械部品向けや高層建築向け等の一部の大口取引でみられ、鉄鋼メーカーとユーザーが直接契約した鋼板を支給され、賃加工

を行う。賃加工については、「ひも付き」以外にも鉄鋼卸売企業、機械メーカー等から受託する例はみられる。このように、当業界は鉄鋼流通と金属加工の双方の機能を合わせてもっている。

なお、鋼板については、近年、コスト削減要請が一層強まる中、建設関連、機械関連とも、用途によっては、輸入鋼材（韓国製等）の扱いを求められる例もみられる。

22 年における大阪府内の鉄鋼シャースリット業の事業所数は 239、従業者数は 4,397 人、製造品出荷額等は 2,637 億 500 万円で、対全国比はそれぞれ 17.1%、15.1%、13.6%である（大阪府統計課『大阪の工業』、経済産業省『工業統計表（産業編）』、従業者 4 人以上の事業所）。鉄鋼切断品（溶断を含む）を府県別にみると、大阪府は事業所数では全国第 1 位、出荷額では愛知県に次いで同 2 位である（22 年、経済産業省『工業統計表（品目編）』、従業者 4 人以上の事業所）。

### 売上高は持ち直した後、横ばい

厚中板の切断量、薄板の出荷量とも、21 年に前年比で大きく落ち込んだが、22 年はその反動で持ち直した。23 年は 4 月、5 月に東日本大震災の影響で一服したが、その後、回復し、年間では前年比でほぼ横ばいとなった。24 年に入ってから、全体として業況にかげりがみられている。

需要分野別にみると、厚板が主に使用される建設関連は、関西地区では高層ビル等の大型建築向けの鉄骨需要が一段落したこと、橋梁向けも保全工事（橋脚部の耐震補強等）以外は低調であることから、弱含みで推移した。また、中・低層のビル、マンション等の中小物件は底堅いが、鉄筋コンクリート等が使用されるため、当業界への発注は少ない。

なお、鉄骨・橋梁メーカーにおいては、施工段階のコスト削減のために自ら切断加工も行う場合があることに加え、一部鉄骨を海外調達する動きがあることも、当業界の需要が伸びない一因になっているといわれる。

厚中板、薄板ともに使用される機械関連のうち、産業機械向けは 22 年より回復傾向に向かったが、23 年夏以降、円高による輸出減少の影響を受けて弱含みとなった。ただし、建設機械向けは円高下でも輸出が堅調であったこともあり、安定して推移した。

厚板が多く使用される造船向けは、新規成約が減少しているが、工期が長く受注残があるため、23 年は堅調に推移した。

震災復興関連の需要をみると、23 年春期に薄板（建材用）で被災地の仮設住宅向けや、関東地域での補修工事関連の受注がみられ、また、24 年 2 月現在では、



土木作業向けの広幅の厚板（地盤に凸凹がある場合、建設重機等の下に敷く）の出荷といった例がみられる。

#### 収益は引き続き厳しい

鋼材仕入価格は20年～21年に高騰したが、その後、若干、低下し、ここ1、2年はほぼ横ばいで推移している。

一方、販売及び受注価格は値下げ要請が厳しい。建設関連では、建設業者及び鉄骨・橋梁メーカーの低い工事受注単価のしわ寄せや、同業者間の受注獲得競争によって、販売又は受注価格の弱含み傾向が続いている。

建設機械、産業機械関連では、機械メーカーとの受注契約更新に際しての相見積もりに、外国（韓国等）の企業が参加し、受注を獲得する例がみられる等、部材、部品の海外調達が増えており、一層の受注価格引下げが求められている。

また、材料を支給されて加工賃を受け取る場合においても、前出のような受注状況の中、受注価格は弱含みである。

以上のように価格面では引き続き厳しく、また、23年は切断量や出荷量がほぼ横ばいにとどまったため、収益は厳しい状況が続いた。

#### 設備投資や雇用は一部で動き

切断（溶断）加工設備について、厚板はガス（LPG、酸素、水素）、薄板はレーザー、その中間はプラズマが基本である。ただし、近年はレーザーでも最大板厚25ミリまで可能な機種があること、ユーザーが求める板厚が概して薄くなる傾向があること、CAD/CAMによる無人運転も可能であることから、レーザー溶断機の更新に力を入れる企業が多い。

コイルセンターでは、在庫機能、流通加工機能、配送機能の一層の向上が求められる中、設備の維持補修に際して、加工効率を高めるためのラインの改造が行われている。このほか、堺市に本社工場がある企業では、近隣の大手鉄鋼メーカーの工場跡地に新たに工場を増設した例がみられる。

雇用面をみると、各社とも21年、22年は新規採用を抑制したが、23年春より採用を増やしており、従業者数は横ばい又は微増となっている。

このほか、臨時工等を正社員に格上げし、正社員数が増加した例もみられた。

#### 二次加工や部品化に力を入れる

ユーザーにおけるコスト削減や生産効率向上の要請に応じて、二次加工等の付加価値をつけることに力を入れる企業は多い。こうした取組は同業者間の受注価格引下げ競争を回避し、自社の強みを示すうえでも

重要となっている。

建設関連では、単純な切断や穴あけ等は鉄骨・橋梁メーカーが自ら行うこともできるため、開先（かいさき：溶接する母材間の接合面の溝）の成形、歩留まりの悪い形状への切断加工、特殊な曲げ等、熟練と手間が必要な加工が行われる。さらに、受注後の設計変更等による修正に対してもきめ細かな対応が行われている。

また、機械部品関連の場合、ユーザーの設計図面に基づいて、厚中板ではより精密で複雑な切断（溶断）加工を、また、薄板では納入先の生産ラインに直結できるような打抜き加工等を、それぞれ行うことによって、自らを部品メーカーとしても位置づけるといった取組がみられる。なお、これら取組に際しては協力工場の活用も広く行われている。

#### 今後の見通し

建設関連は、大阪地区では都心部の大型建築向けの鉄骨需要が終息に向かいつつあり、需要の先細りが懸念される。建設関連の発注企業は関西地区に本拠を置く大手の建設企業、鉄骨・橋梁メーカー等であるが、これら企業は関東地域及び震災被災地域での受注にも力を入れており、今後、これら企業の動きが注目される。

建設機械関連は、堅調な海外需要に一服感もうかがえるものの、概ね安定した推移が予想される。円高基調の中、一部の部品が海外調達される動きもあるが、厳しい品質精度や納期に対する要請から国内調達される部品も少なくはなく、落ち込みは少ないとみられる。

（松岡 信明）

#### 厚中板の切断量の推移全国

（単位：千トン、％）

	切板の出荷	賃加工	切断量
平成20年	2,227( 3.5)	358(- 3.4)	2,585( 2.5)
21年	1,483(-33.4)	313(-12.8)	1,796(-30.5)
22年	1,517( 2.3)	517( 65.5)	2,035( 13.3)
23年	1,508(- 0.6)	535( 3.4)	2,043( 0.4)

資料：全国厚板シャリング工業組合

（注）組合員は厚中板を扱う。

（ ）内は前年比。

#### コイルセンター出荷量の推移

（単位：千トン、％）

	関 西	全 国
平成20年	4,032(- 8.0)	18,021(- 2.7)
21年	2,847(-29.4)	12,553(-30.3)
22年	3,562( 25.1)	15,286( 21.8)
23年	3,521(- 1.2)	14,749(- 3.5)

資料：全国コイルセンター工業組合

（注）組合員はコイル状の薄板や中板を扱う。

（ ）内は前年比。

## 歯車製造業

生産は、平成 22 年以降、東日本大震災後の一時的な減少を除き増加基調にある。24 年に入っても、工作機械や自動車向けなどの生産の増加が続いている。ただし、引き合いは、23 年の秋をピークに減っている企業がみられ、今後、世界経済の減速や、エコカー補助金の終了などによる受注への影響が懸念される。

### 業界の概要

歯車は、規則正しく配置された歯を噛み合わせながら、回転や動力を伝達する装置である。歯車を組み合わせることにより、回転の速度や方向を変えたり、動力を分割したりすることができる。

歯車は、平行な軸間で動力を伝える「円筒歯車」、交わる軸間に動力を伝える「かさ歯車」、交わらず、かつ平行でない軸間で動力を伝える「食い違い歯車」に分かれる。

歯車の大きさは、時計用の直径 1 ミリメートル以下の小さなものから、製鉄所などで用いられる 10 メートルに及ぶ大きなものまで幅広い。

主な製造工程は、鋼材などの材料の切断、ブランク加工（旋盤等加工により輪郭形状を作る）、歯切り（歯切り盤による切削加工）、熱処理（焼入れ）、研削（砥石を回転させ所定の形状・寸法に加工）などである。熱処理工程は、自社内に設備を持たずに外注する場合が多く、旋盤・研削加工などは内製するとともに、外注されることも多い。

### 主な用途

社団法人日本歯車工業会によると、平成 22 年における歯車と歯車装置の需要先は、自動車産業向けが 1,081 億円と最も多く、以下、産業機械向け（453 億円）、農業機械向け（168 億円）、建設機械向け（152 億円）、家電・OA 機器・情報機器向け（86 億円）、工作機械向け（70 億円）となっている。

大阪府では、全国と比べて自動車産業向けの歯車を製造する企業が少なく、電気機械関連の受注が多かった。近年では、家電メーカーの生産拠点が海外へと移転する中で、電気機械関連の受注は少なくなり、各種産業機械や建設機械、工作機械など多様な用途向けの歯車を手がける企業が多い。歯車を組み込んだ自動車部品を製造する大手メーカーや、自動車部品の試作関連の受注がある企業も立地している。

### 大阪の地位と立地

平成 22 年に大阪府内で歯車（プラスチック製を含

む）製造する事業所は 47 箇所あり、製造品出荷額等は約 186 億円である（表 1）。全国に占める割合は、それぞれ 16.7%、19.3%である（経済産業省『工業統計表（品目編）』、従業者 4 人以上）。大阪府は、事業所数、製造品出荷額等ともに全国第 1 位であり、製造品出荷額等は、以下、愛知県、兵庫県、神奈川県と続いているとみられる。

府内では、西淀川区を中心とした大阪市と東大阪市に多く立地している。

### 生産は回復基調が続く

歯車の生産動向を経済産業省『機械統計』からみると、生産はリーマンショックにより落ち込んだものの、22 年以降増加基調にある（表 2）。23 年 4～6 月期は、東日本大震災により一時的に落ち込んだが、7～9 月期以降、前年同期比で 2 桁増が続いている。生産量は、リーマンショック前の水準には達していないものの、金額ベースでは、23 年には 19 年を上回っている。

府内の歯車製造企業への聞き取り調査からも、22 年頃から生産が回復している企業が多い。工作機械用歯車の製造企業では、22 年後半から受注が急増し、リーマンショック前の水準に近づいている。最近ではスマートフォン製造用機械向けの歯車の受注もみられる。自動車関連についても、23 年末からのエコカー補助金の復活を追い風に受注が増えている。産業機械や建設機械に用いられる大型の歯車については、受注動向は景気変動の波から遅れる傾向にあるが、そうした受注についても 23 年から持ち直している。

一方、各種産業機械やモーターなどに用いられる歯車を製造する企業の中には、受注額が前年同期よりも 1 割程度減少しているというケースもみられる。

### 輸出は増加傾向

歯車や歯車装置の輸出は、増加傾向が続いており、府内企業においてもアジアに進出した日系自動車メーカー向けに歯車の輸出が増加している。受注先の各種製品に組み込まれた形での輸出も多い。

歯車単体及び歯車装置は、輸出が輸入を大きく上回っている。歯車の製造には、多くの高額な設備を必要とし、設備や生産経験の蓄積があるわが国では、韓国や中国と比べて高い競争力を有するとの評価がある。歯切り加工の精度が高いことから、韓国から小型歯車の加工のみを受託する企業もある。

その一方で、韓国や中国では新鋭設備が導入され、日本人技術者 O B からの技術指導も受けているため、現地企業では品質の向上が著しく、現地日系企業にも採用されているとの評価もある。現状では、供給能力

に比べて、現地需要が旺盛なので、日本への輸出は少ないものの、品質の向上を反映して中国や韓国からの輸入が増えている。

### 収益は改善

受注単価は、横ばいで推移している。一方、主な原材料である鋼材は受注先から支給される場合と自社で調達する場合があるが、自社調達の場合でも製品価格に反映されることが多い。短納期の受注が増えて、休日出勤や残業での対応が増えていることからコスト上昇要因となっているものの、生産量が増えていることから、収益は黒字基調である。

### 設備投資は横ばい

資金需要が乏しいなかで、金融機関からの貸付の申し出が多く、資金繰りに問題はない。

設備投資は、手控える企業がある一方で、効率化のための投資を増やした企業もみられた。

### 雇用は二極化

規模が比較的大きい企業では、23年に退職者よりも多い新卒採用や中途採用を実施し、24年4月にも前年よりも多い新卒採用を実施しており、従業員数が増えている企業もみられる。この企業では、従業員の平均年齢が30歳代前半にまで低下している。一方で、中堅規模の企業でも最近3年間で10数名従業員を減らしたというケースもみられる。

規模が比較的小さい企業では高齢者を活用することを心がけ、採用も退職者の補充程度の中途採用に留め、従業員の平均年齢が50歳ぐらいという企業もある。一方、団塊の世代が現場から去っていくのに備えて、新卒を2名採用したという企業もみられる。

### 東日本大震災の影響と節電対応

震災による直接的な影響は、受注頻度の低い受注先が被災したという企業がみられた程度である。復興需要は、今のところ少ないが、一部に建設現場で使われるエレベータ用歯車などの受注がみられた。

昨夏の節電については、自動車産業を主な受注先とする企業では、木曜金曜の操業を土曜日曜に振り替えた。また、夜間操業や休日操業を実施し、電力消費の多い平日の日中の稼働率を抑えるなどの協力により、ピーク時20%の節電を達成したとする企業もみられた。一方で、24時間操業の途中で機械を止めることは難しく、日中の特定の時間に節電することは困難との声も聞かれた。また、多くの企業では、冷房を下げすぎないようにするなどの取組をしたが、製造現場では機械の稼働に伴う発熱のために、空調の節電には限界があ

るとの声もある。

冬の節電は、消灯・空調面の節電を行なう程度で、特に実施しなかったとする企業が多かった。

### 今後の見通し

自動車関連の受注は、エコカー補助金の追い風を受けて受注が当面堅調に推移するとみられるが、エコカー補助金の交付が終了するとみられる秋頃における反動減が予想されている。産業機械向けについては、現状では前年同期比で受注増加が続いているが、引き合いは23年の秋をピークに減っているという企業もみられる。今後、欧州債務危機や、新興国を始めとした海外経済の減速などの受注への影響が懸念される。

(町田 光弘)

表1 歯車の出荷金額と産出事業所数（平成22年）

	金額(百万円)	産出事業所数
大阪	18,626	47
愛知	14,815	28
兵庫	10,908	12
神奈川	8,400	23
埼玉	7,260	31
静岡	6,310	9
千葉	3,281	5
広島	3,123	8
栃木	2,786	6
福岡	2,278	10
全国計	96,426	282

資料: 経済産業省『工業統計表(品目編)』

(注) 従業者4人以上の事業所。

表2 歯車の生産と前年(同期)比の推移

	数量		金額	
	(千個)	(%)	(百万円)	(%)
平成19年	150,532	5.8	115,198	13.5
20	143,007	-5.0	115,913	0.6
21	90,240	-36.9	79,549	-31.4
22	114,752	27.2	104,540	31.4
23	126,497	10.2	115,292	10.3
23年1~3月	30,137	11.0	27,434	8.2
4~6月	27,103	-2.0	23,668	-5.5
7~9月	34,077	17.1	31,411	19.6
10~12月	35,178	14.1	32,779	17.6
24年1月	10,860	9.8	10,418	15.9
2月	11,693	7.2	11,185	12.2

資料: 経済産業省『機械統計』

(注) 従業者50人以上の事業所。

円高や震災後の電力問題などを要因として生産の海外移転が進み、国内市場は縮小傾向にある。国内のみで事業を展開する企業では、大幅な需要の落ち込みに直面し、リストラなどのコスト削減策に取り組む企業も見られる。一方、これまで海外市場への参入はごく一部の企業に限られていたが、海外市場を視野に入れた取組も増えている。新興国企業との価格競争や原材料価格の上昇など、既存の金型事業における収益性は厳しい状況が続いている。

今後の見通しが不透明な中、多くの事業者は研究開発や設備、人材育成などの投資に躊躇している。しかし、一部の事業者では、現状を打開するため、リスクを負担しつつ、新技術の開発や金型製作以外の事業など高い収益性が期待できる新事業に取り組んでいる。

### 業界の概要

金型とは、金属、プラスチック、ガラスなどの素材を加熱、加圧し、同一形状の工業部品や製品を大量に成形加工するために利用される金属製の型の総称である。主な用途は、加工する素材や加工方法に応じて、プレス用、プラスチック用、鍛造用、ダイカスト用、ゴム用、ガラス用、粉末冶金用に大別され、プレス用とプラスチック用で生産額全体の7割を占めている（経済産業省『工業統計表(品目編)』従業員4人以上）。

金型は、成形する部品・製品の仕様に基づき設計・製作されるため、海外では部品・製品の生産者による内製が一般的であるが、系列取引による分業体制が根強い日本では、金型専門家による生産割合が高いという特徴がある。

近年は円高等により生産の海外移転が進む一方で、韓国や台湾、中国などの新興国の金型工業が低価格を売りにシェアを伸ばすなど、グローバルな競争環境は厳しさを増している。こうしたなか、プレス用金型の日本のトップ企業がタイ企業に買収され、その後、政府主導により2番手、3番手の企業が統合するなど、業界構造は大きく変貌している。

### 大阪の地位

専門者が多い我が国の金型工業では、取引先との密接な関係を重視する傾向にあるため、大口ユーザーである家電、自動車メーカーが多数立地する大都市圏に集積が形成されてきた。大阪府は愛知県、静岡県に並び、日本を代表する金型工業の集積地である。平成22年の大阪府の金型工業は、事業所数525、従業者数

6,621人、製造品出荷額等857億円で、それぞれ全国の12.2%、8.6%、8.2%を占めている（大阪府統計課『平成22年大阪の工業』、経済産業省『平成22年工業統計表(産業編)』従業者4人以上）。

品目別では、全国と同様にプレス用とプラスチック用の割合が高いが、大阪はプラスチック用の割合が高いことが特徴である（経済産業省『平成22年工業統計表(品目編)』従業者4人以上）。

### 国内と国外で受注量の格差が拡大

国内の金型需要は、リーマンショック後に大きく落ち込んだが、その後、回復の兆しがみられていた。しかし進展する円高や震災後の電力不足などを契機に、大手企業における生産の海外移転が進んでいる分野では、国内需要は減少している。特に自動車や電気製品関連ではこうした傾向が強く、高精度、高品質、短納期などの要求水準の高いものを除き、多くの需要が海外に移っているとみられる。

また昨年は震災後の代替生産やタイの洪水による影響から特需が発生するとの見方もあったが、実際の受注に繋がることは少なかったようである。自動車用プレス金型メーカーでは、タイの洪水後、取引先から被害状況の確認が済み次第発注するので体制を整えるように依頼があったが、実際には水没した金型を再利用したため、新たな発注には繋がらなかった。むしろ取引先の新製品の企画の中止や延期が相次いで起こり、新規発注の機会が失われた。

一方、アジアなどの新興国を中心に海外では製品市場の拡大に伴い、金型需要も拡大していることから、海外に足場を持つ一部の金型事業者では、事業拡大の機会が増えている。しかしこうした海外市場でシェアを伸ばしているのは韓国や台湾、中国などの競合国の事業者であり、現地でも厳しい価格競争を強いられている。

### 受注単価の低下と原材料価格の上昇が収益を圧迫

経済産業省「機械統計」によると、21年に受注量、受注額とともに前年比で3割近く減少した。22年には、受注量は28.5%増と回復したが、受注額は0.3%減とさらに減少しており、各社が受注単価の低い仕事を受けている様子がうかがえる。下請的慣習が強い業界であることから、仕事が減少する中、新興国企業の価格水準をベースとした取引先からの値引き要請に応じる企業が多いことなどが要因と考えられる。

またタングステンなどの原材料価格が上昇しているが、販売価格に転嫁できている企業は少ない。

このように現状では仕事量を一定確保しつつも、受

注単価の減少と原材料の調達価格の上昇により、収益性が悪化している事業者が増えていると考えられる。

### 雇用や設備投資は先送り

収益性が悪化するなか、今後の見通しも不透明であることから雇用や設備投資を控える事業所が多くみられた。雇用面では、従業員の4割を削減するなど大規模なリストラを実施する事業者もみられるなど厳しい状況にある。その一方で、同業者の廃業も増えていることもあり、これらの企業に勤務していた高い技能を持つ熟練者の獲得機会が増えている。このため新卒採用を控え、中途採用に切り替えている事業者もいた。

設備投資についても、投入資金の回収の目処が立たないため、投資に踏み切れない事業者が多くみられた。しかし、新興国企業との比較などにより年々厳しくなる取引先の要求に応じるには、最新設備の導入や技術開発の必要性が高くなっている。こうした認識を持つ一部の企業では、生き残りのために必須との考えから、設備や研究開発を継続的に実施しており、設備投資を実施できていない事業者との格差が今後拡大すると思われる。

### 事業者の新たな取組

国内市場の縮小と海外市場の拡大が進むなか、これまで国内のみで事業を展開してきた事業者においても、海外を視野に入れた取組が増えている。しかし業界には経営資源の乏しい小規模な事業者が多く、リスクの大きい拠点進出までを具体的に検討するケースは少ない。ヒアリングにおいても、技能者の出張で対応できる保守メンテナンスサービスや現地人材の育成指導など、比較的风险の少ない方法による海外進出を試行する事業者が多くみられた。

一方、国内、海外の市場を問わず、既存の金型事業では価格競争が一層厳しくなり、収益性向上を目指すことは難しい。そのため収益性向上を目指した新事業に取り組む事業者が増えている。プラスチック用金型メーカーでは、製品の装飾材である繊維等と樹脂を一体成形する加飾技術を開発し、スマートフォンやゲーム機の樹脂ケースなどの用途で需要を広げつつある。またガラス用金型メーカーでは、装飾ガラスの世界的ブランドと提携し、ガラス装飾品用の金型技術を開発している。いずれも既存技術を応用した技術開発により付加価値の高い市場に参入する取組である。

また近年、金型工業では取引先の厳しい要請に応え

るため、3DCAD/CAMによる設計や最新式のNC工作機械による生産など高精度高品質な設計・生産ノウハウを蓄積してきたが、こうしたノウハウそのものを商品として、設計から生産に至るまでの品質管理や合理化のノウハウをソフトウェア化し販売するコンテンツビジネスに参入する企業も現れている。

### 今後の見通し

小規模な事業者の多い日本の金型工業は、これまで長期継続的な系列取引と階層的分業体制のなかで、取引先の要望に応じ技術力を磨くことで需要を確保してきた。しかし取引先の生産拠点の海外移転などにより、こうした取引構造は大きな変換期を迎えており、この動きは今後も進展していくとみられている。こうした環境変化に対応するためには、海外を視野に入れた新たな事業展開や、独自技術の開発によるニッチ市場の開拓、さらには金型制作以外の新事業の開発など、各社が自立的に事業開発や営業活動を積極的に行うことが必要と思われる。

(越村 惣次郎)

主要府県別金型出荷額（平成22年）

(単位：百万円、%)

府県名	プレス用	プラスチック用	その他	合計	対全国比
愛知	51,889	55,911	54,414	162,214	15.3
大阪	21,659	34,255	31,008	86,922	8.2
静岡	43,264	18,805	19,727	81,796	7.7
神奈川	40,411	23,893	13,158	77,462	7.3
岐阜	15,046	21,045	11,592	47,683	4.5
長野	17,443	16,667	11,517	45,627	4.3
埼玉	8,558	16,329	19,588	44,475	4.2
群馬	20,856	13,249	5,298	39,403	3.7
東京	4,802	17,037	12,825	34,664	3.3
新潟	8,387	18,349	7,174	33,910	3.2
兵庫	12,417	8,185	12,687	33,289	3.1
全国計	357,865	371,680	333,185	1,062,730	100.0

資料：経済産業省『工業統計表（品目編）』従業者4人以上の事業所

金型の受注数量と受注金額の推移（全国）

	数量(組)		金額(百万円)	
		前年比		前年比
平成17年	833,468	(▲2.3)	439,274	(6.6)
18年	813,276	(▲2.4)	487,955	(11.1)
19年	748,219	(▲8.0)	480,421	(▲1.5)
20年	745,814	(▲0.3)	448,298	(▲6.7)
21年	547,205	(▲26.6)	315,921	(▲29.5)
22年	703,291	(28.5)	314,851	(▲0.3)
23年	733,858	(4.3)	315,480	(0.2)

資料：経済産業省『機械統計』

## 食品卸売業

天候不順や東日本大震災の影響もあり、食料品の取扱高は金額、数量ともに減少傾向にある。消費者の「食の安全・安心」への関心が高まり、食品の産地表示や鮮度、調理の簡便性等が重要視されている。消費者の節約志向が強まっているため、収益の確保は厳しくなっているが、仕入先の見直しや小売部門の強化、廃棄ロスの縮小等に対応している。生鮮品の鮮度保持のための設備投資等に意欲はあるものの、大規模投資には慎重姿勢の企業が多い。雇用も欠員補充が中心だが、インターネット等により、自社の取組や取扱食品の情報発信に力を入れる企業が増えている。

### 業界の概要

食品卸売業とは、農林水産省の定義によれば、「卸売市場の卸売業者・仲卸業者、商社及びその他の食品卸売業」（農林水産省「平成15年食品流通構造調査（青果物調査）結果の概要」より引用）をいう。

「卸売市場」の種類として、①中央卸売市場、②地方卸売市場、③その他市場に分類している。

「卸売業者」は、卸売市場内において、生鮮食品等を継続的かつ計画的に集荷し、仲卸業者又は売買参加者に販売する。

「仲卸業者」は、卸売市場内に店舗をもち、卸売業者から買い受けた食品を仕分け、調整して小売商、大口需要者等に販売する。

「商社」とは、海外取引を行う総合商社、専門商社及び輸入業者をいう。

「その他の食品卸売業」とは、食材卸問屋、場外問屋及び食品問屋など卸売市場以外で食品を卸売する事業所をいう。

高度成長時、青果物や水産物といった生鮮食料品の消費需要が大きく変化する中で、昭和46年に現在の卸売市場法制定により、卸売市場の計画的整備が行われ、我が国の生鮮食料品の流通構造は形成されてきた。

卸売市場がもつ価格発見機能は生鮮食料品の価格形成の中心的役割を果たしている。従来はせり中心に価格決定されていたが、近年、大型化した出荷者や量販店の希望を踏まえた生鮮食料品の価格設定等が増加し、従来のせり中心の取引形態から変化している。

流通面では、量販店等が産地と契約して卸売市場を通さない直接仕入や、輸入野菜の増加、インターネット通販の普及、加工処理された食材の増加等により、我が国の食品流通は構造変化を起しつつある。

### 大阪の地位

経済産業省『平成19年 商業統計表（産業編）』によると、「飲食料品卸売業」の事業所数は全国で76,058事業所ある。従業者数については820,011人、年間商品販売額は75兆6,490億円となっている。

一方、大阪府内の事業所数は、5,106事業所（全国比6.7%）、従業者数62,531人（同7.6%）、年間商品販売額7兆2,958億円（同9.6%）である。

全国、大阪府ともに、時系列でみると市場規模は縮小傾向にある。

### 販売は減少

平成23年度の青果、水産物の取扱高は数量、金額ともに前年度比で減少した。これは、人口減少による市場縮小や個人所得の減少、少子高齢化、世帯構成の変化等の要因があげられる。

また、23年3月の東日本大震災以降、消費者の節約志向が更に強まり、夏季や冬季の天候不順の影響で不作になる青果物もあった。生鮮三品（青果・精肉・鮮魚）や米穀については、産地表示に敏感な消費者が増加し、西日本や海外からの仕入割合を高めるといった例がみられる。

一方、ホテルや外食産業向けの業務卸では、消費者の内食志向の影響を受け、昨年並みの売上げにとどまる例もみられる。時間帯別では、昼間よりも夜間営業の飲食店が苦戦しており、酒類の売上げが減少傾向という企業もあった。この冬は寒い日が続いたことやイ

ンフルエンザの流行等もあり、得意先の来店客数が減ったことを一因にあげる企業もあった。

商店街やロードサイドに立地する青果店や飲食店を得意先とする企業では、倒産や廃業による顧客の減少傾向に歯止めがかからない例がある一方で、卸売団地内で一般客への販売を行う企業では、周辺の駅前再開発やマンション建設で需要が伸び、卸売販売額と小売販売額の比率が逆転する例もある。なお、得意先の顧客層が高齢化、単身世帯化している傾向があり、発注ロットの小口化や個別包装等のニーズが高まっている。

### 収益は悪化

各社の競争は激しさを増しており、収益は厳しい状態が続いている。国内マーケットの縮小による取引量の減少に伴い、大手企業では、他社との合併や子会社の吸収等の業界再編が進んでいる。こうした中、物流センターの集約化や他社からの物流業務の受託、サプライチェーンの見直しや再構築、不採算取引からの撤退、自社PB商品の企画開発等により、収益構造の改善に努めている例がみられる。

また、卸売部門の不振を補うために、川下である小売分野へ進出する例や、インターネット販売や通信販売、弁当等の宅配サービスを展開する例もみられる。

### 設備投資は慎重

外食産業を中心に、野菜や果物の鮮度保持するために最適な温度で保管・輸送する定温物流へのニーズが高まっており、食材の廃棄ロスを削減するために卸売業者は温度管理のできる設備投資が重要となっている。一般消費者への小売りに進出した企業でも、冷蔵・冷凍ショーケースや付帯設備に大規模な投資が必要となるため、食品卸売業は固定費の割合が高い業界と言われている。このため、電気料金等の節約効果が高い設備であっても買い替えには慎重となる企業が多い。

### 雇用は限定的

雇用については、欠員の補充を行う程度で、限定的である。小売部門の強化を図る企業では、女性のパー

トタイムの割合が増えている例もある。全体としても、得意先の減少や取扱量の減少により、先行きを不安視する経営者が多く、非正規従業員の割合を高めている。

### 求められる情報発信力

消費者の「食の安全・安心」への関心が高まり、食品の原料から製造・加工、流通・保管、販売までの過程を追跡するシステムであるトレーサビリティが重要視されるようになった。加えて、放射性物質の自主検査結果をホームページで公表する企業や、アンテナショップを開店して売れ筋商品や新商品情報を得意先にフィードバックするケースもある。大学や学会、薬剤師、栄養士等と提携して、第三者によるエビデンス（証拠）を自社製品に付与する企業もある。インターネットでは、こうした情報を直接、消費者に届けられるため、電子商取引に改めて注目する流通業者が増えている。

### 今後の見通し

景気や個人所得の回復が遅れていることや、税金や社会保障の不安もあり、消費者の節約志向は継続すると思われる。わが国のTPP（環太平洋経済連携協定）への対応も含め、食品業界の景気の先行きは不透明とする企業が多い。ここ数年取り組んできた国産ブランドや地産地消への取組については、消費者の安価な輸入品へのシフト傾向もみられるため、まずは消費者の食品への不安を払拭することが優先課題とみている。

(工藤 松太嘉)

### 飲食料品卸売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額

(単位：事業所数、人、百万円)

	大阪府			全国		
	事業所数	従業者数	年間商品販売額	事業所数	従業者数	年間商品販売額
平成 6年度	7,213	83,031	10,909,281	96,224	1,017,921	104,335,285
9年度	6,425	76,087	10,406,989	87,437	930,190	97,847,794
11年度	6,873	83,778	10,358,553	94,376	1,020,123	99,731,705
14年度	6,215	78,443	8,757,848	83,595	918,242	84,273,701
16年度	5,954	70,795	7,423,961	84,539	887,159	86,389,838
19年度	5,106	62,531	7,295,847	76,058	820,011	75,649,023

資料：経済産業省『商業統計表（産業編）』、大阪府『大阪の商業』

(注)平成16年度までは「農畜産物・水産物卸売業」と「食料・飲料卸売業」の合計値。

## 段ボール箱製造業

生産高は、22年に回復したものの、23年は震災、円高等の影響でほぼ横ばいにとどまった。

収益は、段ボール原紙価格が上昇する一方、価格転嫁は難しく、厳しい状況となっている。

### 業界概要

段ボール箱は、段ボールシートに印刷、型抜き、糊付け等を行って製造される。段ボール原紙は、パルプを表面に使うぐらいで、殆どを再生利用（95%程度）の古紙等で生産されており、古紙の回収システムが出来上がっている。

生産形態をみると、一部の大企業では、段ボール原紙、シート、箱を一貫して生産する例がみられるが、一般には、段ボール原紙を購入してシートを製造するシートメーカーと、シートを購入して箱を製造する箱専門メーカーに分けられる。シートメーカーは中堅・大企業が多く、箱専門メーカーは中小企業が多い。大手企業は中国シフトをほぼ終えているが、中国など海外からの輸入はない。

ほとんどのシートメーカーは自ら箱も製造しているが（シート面積ベースでは段ボール箱の7割弱はシートメーカーが生産）、これらの箱は量産品向け、大ロット品向けが多い。一方、箱専門メーカーは主に中小企業向けに多品種小ロットの箱を扱う。なお、箱専門メーカーの中には、自社で設計を行い、シートメーカーに箱生産を委託する製造卸売業の業態もみられる。

また、再生利用が永年続き、段ボール紙の製造時に薬品処理を行うことから、段ボール紙に有害物質の蓄積などが懸念され、有害物質を除外するよう食料品等の需要家からの強い要求もあり、業界全体で安心、安全な段ボールの製造へ取組が進んでいる。

平成22年における大阪府内の段ボール箱製造業の事業所数は233、従業者数は3,967人、製造品出荷額等は1,001億3,300万円で、対全国比はそれぞれ10.7%、7.6%、6.5%であり、段ボールシート製造業の事業所数は11、従業者数は319人、製造品出荷額等は95億8,600万円で、対全国比はそれぞれ11.3%、10.0%、8.8%である（大阪府統計課『大阪の工業』、経済産業省『工業統計表（産業編）』）

### 生産はほぼ横ばい

段ボールシートの全国生産高は、20年、21年は前年比で減少したものの、22年に入って持ち直した。23年の生産量は、東北、関東の企業が東日本大震災

の影響を受け、関西、西日本への生産シフトがあり、前年比で全国は0.6%増、近畿で2.7%増となった（経済産業省『紙・印刷・プラスチック・ゴム製品統計月報』、全国段ボール工業組合連合会）。

このほか、23年はドルが80円～76円と急激な円高となり、大型段ボール箱の需要先である、弱電メーカーを中心に海外への工場移転が急速に進み、製造業向けの需要が減少し、さらに、タイの大洪水による生産ストップは部品等のタイへの輸出がストップする影響で、受注減が生じた。薬品業界も大阪から工場移転が進んでおり、需要先の減少は深刻な問題となっている。

### 収益は厳しい

原紙メーカーは、原油高騰や国内での古紙回収費用の上昇などの要因で、原紙のキロ当たり価格を6円値上げした。当業界では、注文企業に対し値上げ分を転嫁しにくい事情もあり、このほか、需要減による過当競争が起きているなどにより、各企業の収益は悪化している。また、その結果、資金繰りに苦しんでいる企業が多い。

### 設備投資は低調

設備投資は、主要設備の更新は一段落しており、投資は殆どない状況であるが、段ボール印刷の基準が医薬品や食料品向けなどは厳しく、印刷機械の更新は一定程度行われている。また、設備の稼働には多くの電力が必要で、23年夏の節電要請は各社とも操業時間の変更などで対応した。しかし、受注先へ短時間で納入しなければならない場合も多く、製紙会社は自家発電設備を有しているが、段ボール箱生産工場は有しておらず、電力確保が要望として強い。

### 今後の見通し

業界は、木枠箱、発泡スチロール箱などから、段ボール箱への切り替えで需要を大きく伸ばしてきたが、次の大きな切り替えるものが見出せていない。東日本大震災の復興需要も今後出てくると思われるが、国内製造業の海外移転の増加などにより、国内生産の大幅な増加が見込めないこともあり、厳しい状況が続いている。（江原 均）

### 段ボール原紙、シートの生産高の推移(全国)

	段ボール原紙(t)	段ボールシート(千㎡)
平成20年	9,219,039 (-2.2)	13,560,695 (-2.9)
21年	8,212,298 (-10.9)	12,625,937 (-6.9)
22年	8,647,486 ( 5.3)	13,062,446 ( 3.5)
23年	8,810,979 ( 1.9)	13,141,850 ( 0.6)

資料: 経済産業省『紙・印刷・プラスチック・ゴム製品統計』

(注) 従業者10人以上の事業所。

( )内は前年比、前年同期比。



## ディスプレイ業

東日本大震災後、展示会やイベントなどの開催は自粛され、一時は受注がほとんどない状況になったが、年度末を迎えた現在は受注が増えている。

しかし、景気回復の歩みが遅く、先行きが見えない中、企業の広告宣伝費が増えず、発注件数、金額ともに減少している。さらに、イベントや施設の開催地にかかわらず、本社や営業本部が集積する東京から発注される傾向が増している。

こうしたことから、大阪での受注獲得競争は激しさを増しており、中長期的にも業況好転の兆しがみえにくくなっている。

### 業界概要

ディスプレイ業は、「店舗、博覧会々場、催事などの展示会に係る調査、企画、設計、展示、構成、製作、施工監理を一貫して請負い、これら施設の内装、外装、展示装置、機械設備（音響、映像等）などを総合的に構成演出する業務」（日本標準産業分類）と定義されている。簡単にいえば、空間の演出を企画し、それを実体化することで、依頼者の情報伝達を助ける業務である。

ディスプレイ業界には、演出の企画から造作、施工、運営、撤去など一貫して請負う専門業者の他、実体化に携わるデザイン、音響、映像、印刷、紙加工、屋外広告、レンタルなど特定分野を請負う業者があり、業容、業態は幅広い。

全国的な調査は、『平成15年特定サービス産業実態調査 ディスプレイ業界編』（経済産業省）を最後に調査されておらず、業界全体の企業数や市場規模などの現況について、公的機関が公表するデータによる統計的な概観はできない。

ちなみに、(社)日本ディスプレイ業団体連合会傘下の団体の会員数<sup>\*1</sup>は、全国で659(24年4月27日現在、以下も同じ)、大阪府(大阪ディスプレイ協同組合)には82(全国比12.4%)、また東京都(東京ディスプレイ協同組合)には186(同28.2%)が加入している。業務内容の性質上、ディスプレイ業界にかかわる企業の集積度は、大都市で高い。

### 受注量は年度末で増加するも、好転は期待薄

東日本大震災の発生で、展示会やイベントの自粛が相次ぎ、一時は発注がほぼなくなる時期もあったが、年度末を迎えて、販売促進イベントなどでは、受注が増える状況がみられる。

しかしこうした受注の動きに対しては、消費意識の高揚を図るため、今後も受注量が増えるとみる企業がある一方で、景気が回復しない限り、一時的な増加にとどまるとみる企業もある。後者の見方が相対的には多く、受注状況の好転に対する期待は薄い。

商業施設関連では、相次ぐ百貨店の改修や昨年の大阪駅の再開などによって受注件数は増加したが、

現在は一段落している。消費が低迷する中で、集客力の向上を図ろうと店舗を改装する動きはみられるものの、改装額が抑えられており、受注状況の回復への確かな足取りを感じられるまでに至っていない。

### 厳しさを増す中小企業の受注環境

受注状況が改善しない中で、新たな取引先を獲得しようと、小規模のイベントや商業施設の改装にも規模の大きな企業が動いており、中小規模企業の受注環境は厳しさを増している。

### 若手の人材育成が課題

受注の先行きに不安があることから、採用は、退職者の補充にとどまっている企業が多い。補充についても、受注件数が減少している中で、非正規雇用により雇用の弾力化を図る企業が増えている。正規で雇用する場合でも、社内で人材育成するほどの余裕がなく、経験を重視し即戦力となる人材を雇用しており、従業者の高齢化を止められない状況にある。

企画やデザインの重要性が高まっている中で、次世代を担う若手の育成が業界の課題となっている。

### 中国進出

上海万博以降、中国に進出する企業がみられる。

日本のディスプレイ業の企画力と品質は、世界的にみても高い水準にあり、競争力は高い。

ただ、現地企業からの受注獲得は現状では少なく、現地でのイベントや展示会、商業施設を出店する日本企業からの受注が主となっている。

### 今後の見通し

景気回復の遅れから、企業の広告宣伝費の増額が見込めない上、リーマンショックの際に広告宣伝費が見直されたことによって、大阪府内で開催される展示会やイベントは、開催規模を縮小したり、他の関連イベントと併催したりすることで数が減った。さらに、本社や営業本部などが企画から施工までを一括発注する例が増え、それらが集積する東京での発注が増えたことから、東京の業者が一括受注して、開催地の大阪の業者に施工を発注する形態が増えている。こうした状況から、受注件数、単価ともに減少しており、中長期的にもこの状況が続くとみられている。

1つの発注を複数の企業で取り合うことが当たり前となる中で、発注業者による選定は厳しさを増していく。価格への適応力はもとより、他社との違いを発揮できる独創力と企画力、それに実体化する際の高い品質力が求められる。

保有する技術やノウハウ、人材などの経営資源を精査して、価格への適応力と他社との違いを明確にした専門性を高めるのと併せて、企業間ネットワークを強化し、他社の資源を活用し、顧客からの多様なニーズに独創性と高品質で対応できる体制づくりが必要となろう。(廣岡 昭彦)

<sup>\*1</sup> 本店、支店それぞれで加入している場合もあり、企業数とは一致しない。

# 中小企業金融の現状と課題に関する調査報告書 (資料 No. 128)

大阪産業経済リサーチセンター

## はじめに

大阪府は主として保証協会を通じた制度融資によって、中小企業者への円滑な資金供与を支援しているが、利用は専ら「緊急経営対策資金」を柱としたセーフティネット系である。そこで「緊急経営対策資金」利用企業へのアンケートを通じ、利用企業の財務状況、制度利用に至る経緯及びその効果を把握し、金融面におけるセーフティネットのあり方を検討した。

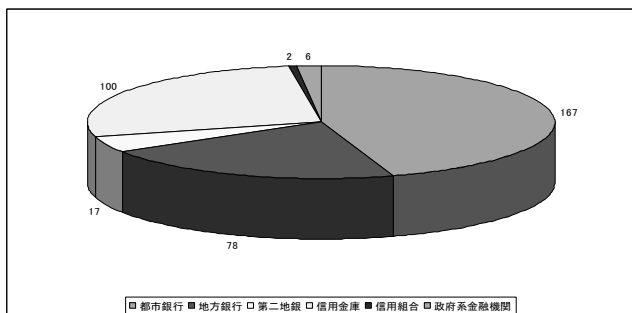
他方、「地域活性化」を図るためには域内での成長企業のさらなる輩出が不可欠であり、そのためには金融機関の「企業成長力に対する目利き」が欠かせないが、この目利きを課題に挙げる金融機関も多い。そこで中堅企業(資本金 1 億円以上)に対しアンケートを行い、非財務的情報項目に関する金融機関の認識や評価の現状を把握し、地域密着型金融のあり方を検討した。

本稿では上記を併せ、府に求められる中小企業金融の方向性について述べる。なお、詳細については、当センターが発行する『中小企業金融の現状と課題に関する調査報告書』(資料 No. 128)を参照されたい。

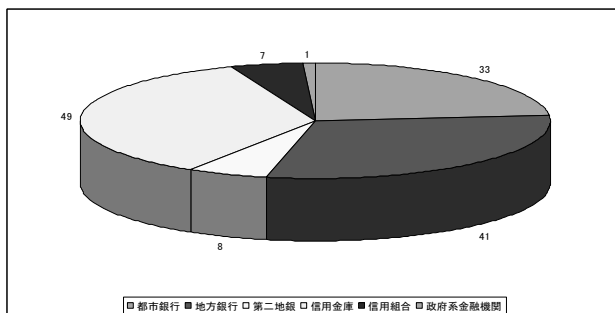
## 制度融資利用に関する調査

メインバンクについて、法人は約 45%が都市銀行、個人では約 35%が信用金庫、約 30%が地方銀行となった(図表 1 及び 2)。そのメインバンクに対しては、法人・個人とも「安定的な資金提供」「経営危機時の金融支援」に期待が集まった(図表 3)。

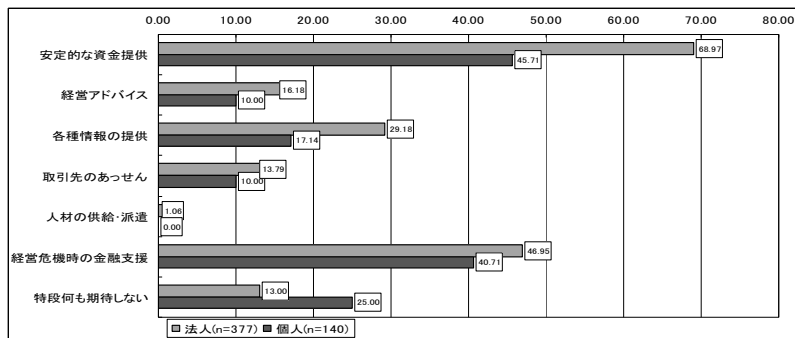
図表 1 メインバンクの業態(法人)



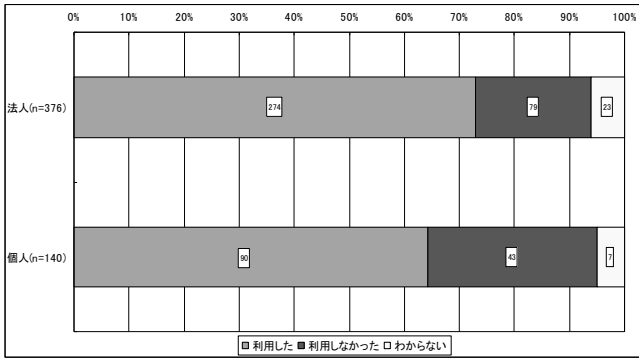
図表 2 メインバンクの業態(個人)



図表 3 メインバンクに期待すること(複数回答、各選択肢を選択した割合を%で表示)

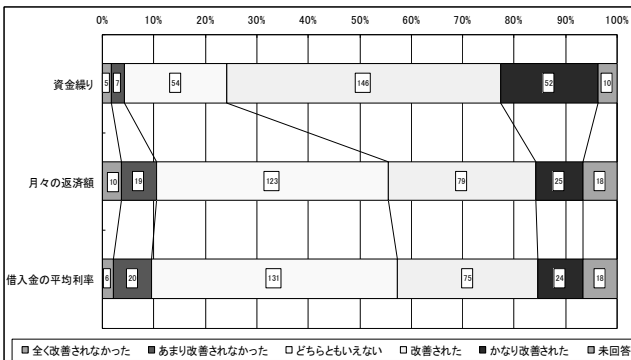


図表 4 緊急経営対策資金融資利用有無

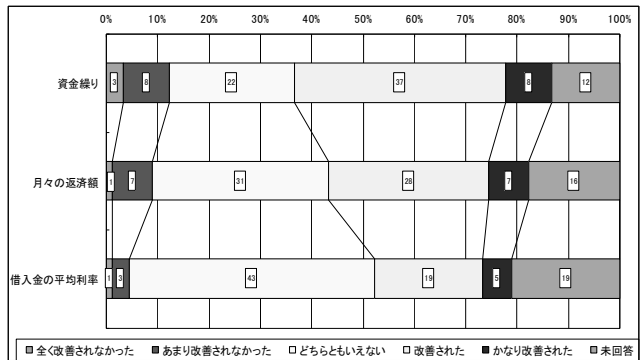


「緊急経営対策資金融資」については、法人の7割強、個人の6割強が「緊急経営対策資金融資を利用」と回答し(図表4)、資金繰りについては法人の8割弱、個人の6割強が、月々の返済額についても法人の4割強、個人の5割弱が「改善された」と回答(図表5及び6)、緊急経営対策資金は多くの企業にとって一定の効果があった。その一方で「特に資金を必要としていなかったが、借り入れた」ケースも見受けられた(図表7及び8)。

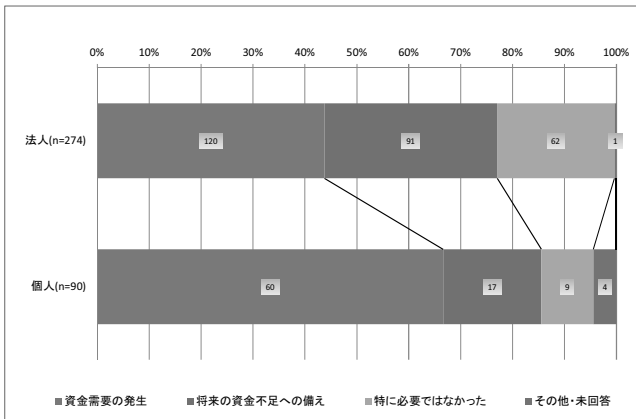
図表 5 緊急経営対策資金融資による改善(法人)



図表 6 緊急経営対策資金融資による改善(個人)

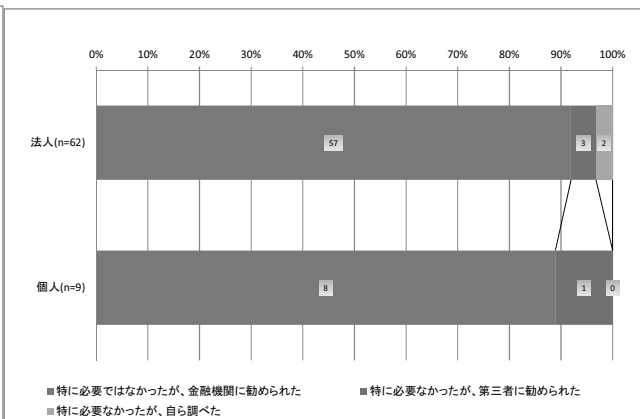


図表 7 緊急経営対策資金融資申込理由



図表 8 緊急経営対策資金融資申込経緯

(「特に必要なかった」のみ)



非財務情報項目に関する調査

「業績との関連性は高いが金融機関に考慮されていない」とする程度(情報ギャップ)、ならびに「業績との関連性は高いが金融機関に理解されていない」とする程度(企業・金融機関間ギャップ)は「従業員の参加意識」「従業員の教育訓練」といった従業員関連、「顧客の満足度/忠誠度」でギャップが大きかった。一方、「金融機関に理解はされているが融資の可否決定に際し考慮されていない」とする程度(金

融機関内部ギャップ)については「研究開発投資」「マーケット・シェア」「後継者選抜方針」でギャップの存在が確認できた(図表9)。

図表9 非財務情報項目におけるギャップ一覧

	業績との関連性 平均値(A)	金融機関の理解 度平均値(B)	金融機関の考慮 度平均値(C)	情報のGAP (A-C)	企業・金融機関 間のGAP (A-B)	金融機関内部の GAP (B-C)	ウエイト付けた 企業・金融機関 間GAP順位 A*(A-B)	ウエイト付けた 金融機関内部 GAP順位 A*(B-C)
経営者の能力	4.234	3.956	3.880	0.354	0.278	0.076	9	5
従業員の満足度	3.804	3.081	3.000	0.804	0.723	0.081	5	6
従業員の教育訓練	3.865	2.956	2.894	0.971	0.910	0.062	2	7
従業員の参加意識	3.914	2.940	2.894	1.020	0.973	0.046	3	9
従業員の離職率	3.221	2.881	2.809	0.412	0.341	0.071	11	8
経営戦略	4.179	3.719	3.712	0.466	0.460	0.006	6	13
製品・商品・サービスに関する品質保証システム	3.912	3.172	3.152	0.761	0.741	0.020	4	11
経営者の後継者育成や後継者選抜の方針	3.522	3.269	3.174	0.347	0.253	0.094	12	4
研究開発投資	3.263	3.068	2.955	0.308	0.195	0.113	13	2
マーケット・シェア	3.691	3.373	3.267	0.423	0.318	0.106	10	1
市場の成長率/成長の機会	3.862	3.459	3.447	0.415	0.404	0.012	7	12
顧客の満足度/忠誠度	4.167	3.157	3.182	0.985	1.010	-0.025	1	14
企業ブランド/製品・商品ブランド	3.754	3.371	3.282	0.471	0.382	0.089	8	3
ビジネス上の企業/事業提携	3.225	3.060	3.015	0.209	0.164	0.045	14	10

### 求められる中小企業金融の姿

これらから、各当事者が取り組むべき課題を列举すると、中小企業が取り組むべき課題として「財務に関する経営者資質の向上」「非財務情報の適正開示」「金融機関・支援機関の有効活用」の3点、金融機関が取り組むべき課題として「企業状況に合致した商品・サービスの提供」「非財務情報評価システムの構築」の2点、そして行政などの支援機関が取り組むべき課題として「企業や金融機関の取組の後押し」が挙げられる。

緊急経営対策資金は多くの企業の金融円滑化に一定の効果があつたことは前述した。しかし、緊急経営対策資金はあくまで緊急時の一時的な措置である。緊急経営対策資金を、中小企業は単なる「目先の資金支援」として捉えるのではなく、借入依存度体質をどのようなビジョンを持って立て直し、セーフティネットに依存しない経営体制を構築していくのかを主体的に考え実践していく必要がある。また、金融機関も緊急経営対策資金に代表されるセーフティネット系の融資を単なる「リスクレスな融資商品」と捉えるのではなく、モニタリング等の接触機会を通じ、企業の成長機会を見出し、支援する必要がある。一時的措置が終了した後の、より質の高い中小企業金融のあり方を、金融機関、企業のみならず、中小企業金融に関わる関係者全ての努力の下で模索する時期にきていると言えよう。

地域密着型金融の本質は、金融機関と顧客企業との長期的な取引関係、質の高いコミュニケーションを通じて、相互の理解・信頼関係を高め、それぞれの健全性・収益性を向上させていくことにある。成果の現出には長期間を有する。各当事者の挑戦に期待したい。

報告書冊子(資料No. 128)は、大阪府府政情報センターにおいて閲覧に供するとともに、一冊250円で販売も行っています。また、この報告書及び当センターが実施した調査結果は、当センターのウェブサイトでご覧いただけます。

大阪府府政情報センター <http://www.pref.osaka.jp/johokokai/jigyo3/kankobutu.html>

大阪産業経済リサーチセンター <http://www.pref.osaka.jp/aid/sangyou/index.html>

# 大阪におけるものづくりネットワーク (資料 No. 125)

## —ネットワーク形成・成長のポイントとライフサイクル—

大阪産業経済リサーチセンター

### (はじめに)

経済のグローバル化の進展や人口減少・少子高齢化等によって、国内では経済構造の変化が進行し、取引構造の変質が、今までよりも加速化しつつある。厳しい経済環境の中で、ものづくり中小企業においては、自らの技術を磨き、付加価値の高い分野で自立的な事業展開を行っていく必要性が増してきている。しかし、優れた技術を開発・事業化まで結び付けていくことにはリスクが高く、自力のみでは困難な場合が多い。そのため、自ら注力する部分を見極め、企業・大学・公設試験研究機関等のパートナーと双方向で効果的に交流・連携しながら、多様な技術力を迅速に展開していくことにより、企業価値を向上させるようなネットワークを構築することが考えられる。すなわち、現在の厳しい経済環境下の生き残る方策の一つとして、多種多様なネットワークを構築していくことが求められているのである。その際に考えるべきこととしては、有効なネットワークをどのように構築したらいいかということであり、本報告書ではそのような問題意識をもとに、ネットワークにおける形成・成長の要因や各参加企業がネットワークから成果を得るメカニズム、及びネットワークのライフサイクルといったトピックスについて調査分析を行ない、とりまとめた。

### (ネットワーク運営側と参加企業側におけるネットワーク形成のポイントを整理)

ネットワークを形成・成長させるためのポイントを、ネットワーク運営側と参加企業側の観点から、構築面・運用面にそれぞれを分けて整理した(図表1)。

図表1 ネットワーク形成・成長のポイント

	ネットワーク側	参加企業側
構築面	<b>ネットワークのメンバー構成</b> メンバーの数、メンバーの多様性、一定の地理的広がり  <b>目的・理念の共有</b> メンバー間での目的・理念等の共有	<b>自社・他社の特徴の把握</b> 自社・他社の強みが生かせるか、連携によって機能等を補完できるか  <b>ネットワークとの方向性の一致</b> 自社の事業内容・方向性とネットワークの目的・方向性の一致
運用面	<b>活動を円滑に進める仕組みづくり</b> 具体的な取組課題、コミットメントを働きかける人の存在、活動のルール化  <b>外部とのネットワークの構築</b> ネットワークを介して外部とつながる	<b>自らのコミットメント</b> ネットワークに対する積極的なコミットメント  <b>ネットワークの使い分け</b> 用途に応じていくつかのネットワークを使い分ける

ネットワーク運営側からみた構築面でのポイントでは、適正な規模から構成すること、多様性のあるメンバー構成にすること、一定の地理的広がりを持つこと、メンバー間で目的・理念を共有できるようにすることである。運用面では、具体的な取組課題を設定し、活動のルール化などの仕組みづ

くりが重要であるとともに、参加企業のコミットメントを働きかけるリーダーシップやそれをサポートする事務局の存在もポイントである。さらに、マスコミや研究機関など外部とのネットワークとの関係性の構築も重要である。

ネットワーク参加企業側からみた有効なネットワークの構築面でのポイントは、自社及び連携相手となる企業の特徴を把握することや、参加企業の経営方針とネットワークの方向性が一致することである。運用面でのポイントとなるのは、ネットワーク活動への積極的なコミットメントであり、企業は目的に応じてネットワークを使い分けることである。

このように、運営側・参加企業側といったプレーヤーによって、あるいは構築面・運用面といった形態によって、重要となるポイントを分けて考察したことにより、ネットワーク形成・成長のポイントを詳細に分析することができた。

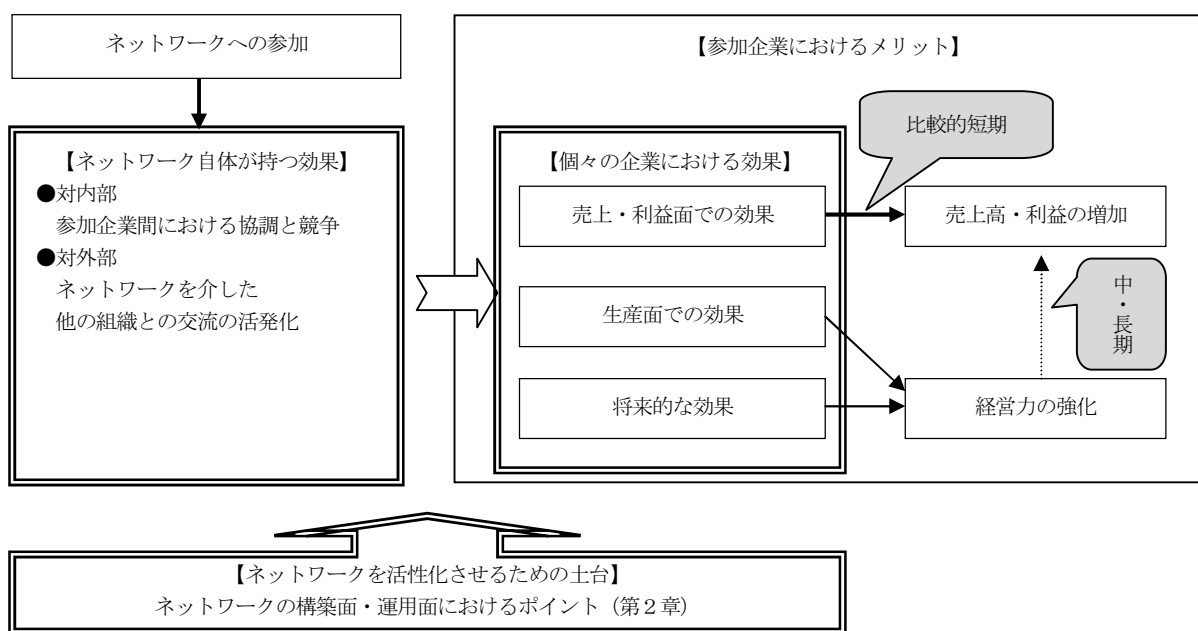
**(企業は、ネットワークに参加することによって、売上・利益面、生産面、将来的な効果を実感)**

有効なネットワークを形成し、成長させるためのポイントでは参加企業の関わり方が重要であるということを見てきた。しかし、個々の企業の関わり方の問題として、ネットワークに参加することにより、参加企業がどんなメリットを受けているのかについては、今までよくわからなかった。

ネットワークに参加することによる企業のメリットでは、ヒアリング調査を踏まえると、3点にまとめられる(図表2)。評判による取引先の増加や、共同開発等によるコストの削減といった「売上・利益面での効果」、困難な活動に社員が取り組む中で技術等を身につけるといった「生産面での効果」、情報収集や他社の動向を身近で見ることにより自社に足りないものを自覚するといったベンチマーク効果や、ネットワーク活動から自社の今後の方向性を模索するといった「将来的な効果」である。ただし、それらの効果はネットワークに参加すると自動的に入手できるものではなく、参加企業自らのコミットメントといった、第2章で考察したようなネットワーク形成・成長のポイントを踏まえる必要がある。

また、ネットワークへの参加が参加企業のメリットに結びつくプロセスでは、ネットワークへの参加が、先の3つの効果に結びついたとしても、企業の売上・利益の増加に貢献するには時間がかかることがあるため、必ずしもネットワークへの参加の効果を短期的な売上・利益の増加だけでは計れないことを示した。

図表2 ネットワークへの参加の成果について



**(ネットワークの各ステージに働く要因を見極めた支援が必要)**

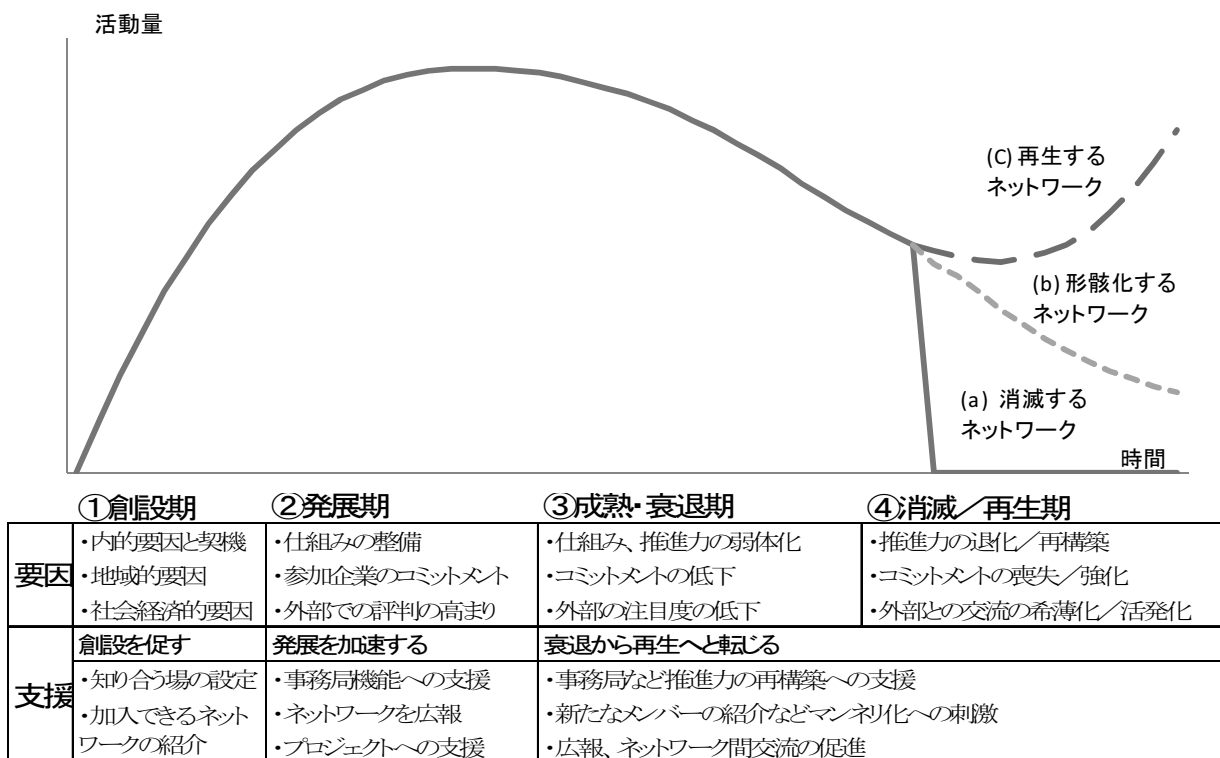
ネットワークには「創設期」「発展期」「成熟・衰退期」「消滅／再生期」というライフサイクルがあり、各ステージにおいて働く要因が異なるため、各ステージに見合った行政的な支援が考える必要がある(図表3)。

ネットワークの創設は、域内の産業集積を背景として、母体となる中小企業団体等がきっかけを与えることが多い。域内に多数の企業が立地しながらも、ネットワークがあまり創設されていない地域では、行政が企業同士の知り合う場を作り、ネットワークが生まれる土壌を作り出す余地がある。

ネットワークの発展には、仕組みの整備や、参加企業のコミットメントの深まり、外部からの評判が関わっており、ネットワークの活動の活発化との好循環を生み出していくことが重要である。行政は、成功するネットワークのポイントを参考に体制作りにも協力したり、広報に努めたりすることなどが有意義である。

ネットワークは、時の経過の中で、幹事企業や事務局といったネットワークの推進力が弱体化したり、活動のマンネリ化等による参加企業のコミットメントが低下したりする。また、マスコミ等への露出等が減少し、注目度が低下する。ネットワーク活動が衰退している原因を見極め、どのような形で再生させるのかを検討する必要がある。推進力の弱体化といった仕組みの再構築への支援、マンネリ化を防ぐために新たなメンバーの候補を紹介すること、他のネットワークと交流できるように仲介することなどが考えられる。

図表3 ネットワークのライフサイクルと各段階における要因と支援策



報告書冊子(資料 No. 125)は、大阪府府政情報センターにおいて閲覧に供するとともに、一冊260円で販売も行なっています。また、この報告書及び当センターが実施した調査結果は、当センターのウェブサイトでご覧いただけます。

大阪府府政情報センター <http://www.pref.osaka.jp/johokokai/jigyos3/kankobutu.html>

大阪産業経済リサーチセンター <http://www.pref.osaka.jp/aid/sangyou/index.html>

# 大阪経済指標

(凡例) Pは速報値。  
年計(平均)及び前年同月比は、  
特にことわりのない限り、原数値  
(指数)を採用。

## I 消費・流通

	百貨店売上高				大型小売店販売額(1)						
	大阪		全国		大阪府				全国		
	総額		総額		合計		百貨店	スーパー	合計		
	百万円	前年比%	百万円	前年比%	百万円	前年比%	百万円	百万円	百万円	前年比%	
20年計	932,632	-4.1	7,381,364	-4.3	1,906,383	-2.6	996,753	909,630	20,951,100	-2.5	
21	824,412	-10.4	6,584,112	-10.1	1,744,120	-8.2	862,771	881,349	19,775,777	-7.0	
22	773,817	-3.2	6,292,122	-3.1	1,673,909	-2.9	805,830	868,079	19,579,063	-2.6	
23	801,361	0.6	6,152,566	-2.0	1,697,660	-1.1	836,204	861,457	19,593,279	-1.8	
23年 1	67,880	-0.7	554,181	-1.1	144,919	-0.1	70,313	74,606	1,740,404	-0.7	
2	54,385	-0.4	433,257	0.7	121,063	-1.5	56,643	64,419	1,447,791	0.5	
3	62,770	-3.2	462,471	-14.7	133,848	-2.6	65,878	67,970	1,511,698	-7.4	
4	61,045	4.7	475,022	-1.5	133,487	0.8	63,776	69,711	1,564,576	-1.9	
5	64,204	0.6	482,072	-2.4	137,073	-1.7	66,911	70,162	1,577,406	-2.5	
6	62,231	2.1	492,724	0.3	137,941	0.2	65,711	72,231	1,603,261	-0.5	
7	81,966	1.0	600,663	-0.1	160,217	0.2	84,423	75,794	1,784,281	0.8	
8	56,849	-0.1	425,899	-1.7	130,712	-2.9	59,334	71,379	1,557,387	-2.6	
9	57,567	-1.3	436,978	-2.4	127,379	-3.1	60,248	67,131	1,472,824	-3.6	
10	64,764	1.1	510,962	-0.5	138,416	-1.1	67,829	70,587	1,605,685	-1.4	
11	70,185	0.4	546,500	-1.9	144,143	-2.1	73,816	70,328	1,636,997	-2.5	
12	97,515	2.1	731,836	0.8	188,462	0.2	101,322	87,140	2,090,969	-0.3	
24年 1	71,241	0.5	552,672	-1.1	147,687	-1.2	73,842	73,845	1,738,254	-1.2	
2	57,827	2.2	433,108	-0.4	126,329	1.3	60,383	65,946	1,465,948	0.2	
3	65,529	0.1	527,389	14.1	P136,265	-1.2	P68,753	P67,692	P1,602,826	5.0	

日本百貨店協会

経済産業省 (1) 前年同月比の店舗数調整

## II 家計

	勤労者世帯収入支出(2)							常用雇用労働者現金給与総額(1)				
	全国							大阪府				
	実収入		可処分所得	消費支出		平均消費性向	実額	賃金指数				
	実質前年比	円		実質前年比	円			名目	前年比	実質	前年比	
円	%	円	%	円	%	円	22年=100	%	22年=100	%		
20年平均	533,302	-0.4	441,928	-1.4	323,914	-1.3	73.3	403,084	103.9	-0.8	102.0	-1.6
21	518,595	-1.3	428,101	-1.6	318,853	-0.1	74.5	395,029	100.1	-3.6	98.9	-3.0
22	521,056	1.3	430,282	1.3	318,211	0.6	74.0	397,445	100.0	-0.1	100.0	1.1
23	509,941	-1.8	420,356	-2.0	308,512	-2.7	73.4	393,040	98.2	-1.7	98.8	-1.2
23年 1	420,210	-2.8	350,758	-2.8	318,404	0.1	90.8	313,812	78.7	-3.0	79.4	-1.9
2	470,438	2.0	397,087	2.4	283,927	0.4	71.5	315,989	79.2	-0.9	79.8	0.0
3	420,230	-3.9	349,919	-3.0	313,248	-10.7	89.5	331,031	82.9	-2.9	83.4	-2.3
4	454,393	-3.9	375,235	-1.9	324,643	-1.6	86.5	328,965	82.4	-1.7	82.9	-0.8
5	413,420	-1.7	310,743	-3.0	300,953	-0.4	96.8	314,813	78.8	-1.4	79.2	-0.6
6	685,380	-6.3	560,104	-6.3	285,570	-3.8	51.0	609,792	152.4	-3.3	153.5	-2.7
7	573,142	1.5	470,161	1.0	309,001	-2.7	65.7	452,634	113.1	-0.6	114.0	-0.3
8	463,197	-1.8	381,119	-2.1	308,724	-5.1	81.0	310,817	77.6	-2.5	78.1	-2.4
9	422,749	-0.6	347,412	-1.3	298,469	-3.0	85.9	320,007	79.9	-3.6	80.2	-3.3
10	479,199	-2.9	402,246	-3.9	313,159	-2.0	77.9	322,344	80.4	-0.9	80.3	-0.9
11	424,309	-0.9	350,742	-1.1	295,072	-4.1	84.1	322,183	80.3	-0.8	80.7	-0.1
12	892,620	-0.3	748,750	-1.3	350,971	0.7	46.9	774,950	193.1	-0.3	194.1	-0.1
24年 1	431,261	2.4	356,227	1.4	309,347	-3.0	86.8	306,875	78.0	-0.9	78.3	-1.4
2	484,261	2.5	406,055	1.9	292,967	2.8	72.1	309,154	78.6	-0.8	78.9	-1.1
3	442,163	4.5	365,594	3.8	330,207	4.7	90.3					

総務省

(2) 二人以上の世帯のうち勤労者世帯(農林漁家世帯を除く)

府統計課

(1) 従業者規模30人以上



### Ⅲ 投 資

		建 築 着 工							
		大 阪 府				全 国			
		全建築物		新設住宅		全建築物		新設住宅	
		千平方米	前年比 %	戸	前年比 %	千平方米	前年比 %	戸	前年比 %
20年計		10,153	-2.8	76,328	-2.5	157,411	-2.2	1,093,519	3.1
21		7,477	-26.4	54,444	-28.7	115,486	-26.6	788,410	-27.9
22		8,076	8.0	54,619	0.3	121,455	5.2	813,126	3.1
23		7,942	-1.7	58,427	7.0	126,509	4.2	834,117	2.6
23年	1	742	-21.9	4,990	29.3	9,733	8.5	66,709	2.7
	2	562	-6.1	4,414	21.2	8,985	4.0	62,252	10.1
	3	927	-23.6	5,653	6.4	10,087	-2.7	63,419	-2.4
	4	578	-13.0	4,357	-11.1	10,855	9.6	66,757	0.3
	5	478	-7.6	3,698	-15.5	10,019	8.2	63,726	6.4
	6	604	9.9	4,546	12.9	11,313	7.9	72,687	5.8
	7	851	51.9	6,241	41.8	12,274	14.7	83,398	21.2
	8	642	-2.2	4,688	-5.0	12,337	15.3	81,986	14.0
	9	587	-7.5	4,704	0.7	9,741	-13.6	64,206	-10.8
	10	648	-1.3	5,590	15.6	10,364	-2.2	67,273	-5.8
	11	716	46.9	5,038	12.5	10,645	3.6	72,635	-0.3
	12	605	3.3	4,508	-12.9	10,157	-1.2	69,069	-7.3
24年	1	614	-17.3	5,288	6.0	9,895	1.7	65,984	-1.1
	2	578	2.8	4,826	9.3	9,788	8.9	66,928	7.5
	3	772	-16.8	6,106	8.0	9,906	-1.8	66,597	5.0

国土交通省

		公共工事請負金額(1)				機 械 受 注 額			
		大 阪 府		全 国		全国(280社)			
		総 額		総 額		総 額		船舶・電力を 除く民需	
		億円	前年比 %	億円	前年比 %	億円	前年比 %	億円	前年比 %
20年計		4,499	1.7	115,901	-2.8	281,017	-5.4	105,965	-5.2
21		5,448	21.1	127,121	9.7	190,844	-32.0	77,119	-27.2
22		4,121	-24.4	113,625	-10.6	232,184	21.7	82,555	7.0
23		3,690	-10.5	109,756	-3.4	247,874	6.8	88,961	7.8
23年	1	238	-18.4	5,218	-9.9	18,428	31.8	5,597	5.6
	2	148	-42.4	6,034	4.2	21,975	33.6	6,543	11.5
	3	456	-26.1	12,942	-3.5	32,035	4.9	11,390	9.1
	4	594	-7.8	11,797	-11.2	17,711	3.7	6,590	-0.2
	5	372	16.8	6,355	-14.1	17,141	14.7	6,356	10.5
	6	379	-4.6	9,984	-3.4	22,432	10.4	8,905	17.9
	7	298	-6.3	9,597	-15.9	16,581	-5.9	6,589	4.0
	8	246	4.7	9,536	3.5	18,770	-3.3	6,815	2.1
	9	318	5.7	12,009	3.3	24,644	0.7	9,718	9.8
	10	254	0.9	10,702	3.2	16,622	-6.8	6,158	1.5
	11	245	9.1	8,447	6.8	18,578	11.0	6,607	12.5
	12	140	-46.9	7,134	0.6	22,956	0.8	7,693	6.3
24年	1	168	-29.3	5,661	8.5	20,237	9.8	5,915	5.7
	2	294	99.0	7,049	16.8	19,930	-9.3	7,127	8.9
	3	353	-22.5	13,978	8.0				

西日本建設業保証(株) 東日本建設業保証(株)、 内閣府  
(1)の年計は年度計。 北海道建設業信用保証(株)

# IV 生 産

鋳工業生産動向(1)											
大阪府製造工業(1)								近畿地区鋳工業			
	生産指数			出荷指数		在庫指数		生産指数		出荷指数	
	17年=100	前月比	前年比	同左	前月比	同左	前月比	17年=100	前月比	同左	前月比
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
20年平均	95.2	...	-3.8	96.7	...	100.5	...	102.0	...	102.3	...
21	76.9	...	-19.2	77.8	...	93.4	...	84.8	...	84.7	...
22	83.0	...	7.9	84.7	...	87.3	...	93.4	...	94.3	...
23	85.0	...	2.4	90.1	...	91.8	...	95.7	...	97.3	...
23年											
1	87.7	9.4	6.3	88.3	4.3	86.4	1.5	97.6	4.5	97.4	2.5
2	89.9	2.5	6.6	97.9	10.9	87.0	0.7	101.7	4.2	102.2	4.9
3	90.5	0.7	7.9	101.4	3.6	89.5	2.9	96.6	-5.0	98.4	-3.7
4	87.7	-3.1	7.2	90.9	-10.4	90.7	1.3	95.8	-0.8	95.8	-2.6
5	82.6	-5.8	-1.8	87.8	-3.4	90.9	0.2	96.7	0.9	96.5	0.7
6	86.5	4.7	0.5	93.5	6.5	93.1	2.4	99.7	3.1	102.8	6.5
7	85.3	-1.4	-0.5	94.4	1.0	94.5	1.5	97.7	-2.0	101.0	-1.8
8	86.1	0.9	2.7	93.1	-1.4	94.9	0.4	97.1	-0.6	98.4	-2.6
9	81.1	-5.8	-0.8	88.5	-4.9	96.1	1.3	91.1	-6.2	94.5	-4.0
10	82.4	1.6	0.7	90.0	1.7	95.8	-0.3	93.6	2.7	96.4	2.0
11	82.1	-0.4	1.5	78.7	-12.6	91.8	-4.2	92.3	-1.4	92.8	-3.7
12	80.6	-1.8	-0.6	78.6	-0.1	91.5	-0.3	91.2	-1.2	93.0	0.2
24年											
1	84.8	5.2	-4.1	82.3	4.7	88.9	-2.8	95.0	4.2	94.6	1.7
2	P80.8	-4.7	-5.4	P81.3	-1.2	P89.3	0.4	93.1	-2.0	93.7	-1.0
3											

府統計課

近畿経済産業局

(1)月の指数、前月比は季節調整済。前年比は原数値との比較。

鋳工業生産動向(1)										電力需要実績(2)	
近畿地区鋳工業		全国鋳工業						関西電力			
	在庫指数	前月比	生産指数		出荷指数		在庫指数		合計	製造業	前年比
			17年=100	%	同左	%	同左	%			
	17年=100	%	17年=100	%	同左	%	同左	%	百万KWH		%
20年平均(計)	100.9	...	103.8	...	104.3	...	109.0	...	47,288	37,864	2.6
21	93.0	...	81.1	...	82.1	...	93.1	...	41,328	32,085	-15.3
22	91.5	...	94.4	...	95.8	...	96.6	...	46,643	37,421	16.6
23	101.7	...	92.2	...	92.4	...	100.3	...	47,225	38,146	1.9
23年											
1	94.2	4.6	97.4	1.2	96.8	-0.3	101.1	4.6	3,852	3,076	9.9
2	95.9	1.8	98.5	1.1	98.6	1.9	102.0	0.9	3,684	2,988	8.7
3	96.6	0.7	82.5	-16.2	84.3	-14.5	98.1	-3.8	4,011	3,273	7.8
4	99.7	3.2	84.5	2.4	83.1	-1.4	98.9	0.8	3,833	3,120	5.4
5	101.0	1.3	89.4	5.8	87.5	5.3	104.0	5.2	3,904	3,157	1.9
6	100.6	-0.4	92.8	3.8	93.8	7.2	101.1	-2.8	4,114	3,341	1.4
7	100.6	0.0	93.8	1.1	94.4	0.6	101.1	0.0	4,209	3,380	-0.5
8	102.4	1.8	94.6	0.9	94.7	0.3	102.8	1.7	4,100	3,267	-1.4
9	101.6	-0.8	92.8	-1.9	93.9	-0.8	102.9	0.1	3,989	3,223	-3.4
10	101.3	-0.3	94.5	1.8	94.8	1.0	103.8	0.9	3,943	3,195	-2.1
11	100.9	-0.4	92.9	-1.7	93.0	-1.9	103.3	-0.5	3,804	3,092	-0.7
12	100.1	-0.8	95.0	2.3	96.1	3.3	101.5	-1.7	3,782	3,034	-0.8
24年											
1	100.4	0.3	95.9	0.9	95.0	-1.1	103.6	2.1	3,644	2,897	-5.8
2	100.6	0.2	94.4	-1.6	95.3	0.3	103.1	-0.5	3,638	2,918	-2.3
3			P95.3	1.0	P95.2	-0.1	P107.5	4.3	3,785	3,046	-6.9

近畿経済産業局 経済産業省

関西電力 (2)大口電力

(1)月の指数、前月比は季節調整済。前年比は原数値との比較。

# V 雇 用

	求 人 数(1)				求 職 者 数(1)				求 人 倍 率(2)				
	大 阪 府								大 阪 府		全 国		
	有 効		新 規		有 効		新 規		有 効	新 規	有 効	新 規	
	人	前年比	人	前年比	人	前年比	人	前年比					
								倍		倍			
20年平均	141,094	-25.1	51,880	-23.9	150,662	0.7	38,856	3.2	0.94	1.34	0.88	1.25	
21	101,667	-27.9	39,643	-23.6	199,631	32.5	48,664	25.2	0.51	0.81	0.47	0.79	
22	108,540	6.8	43,560	9.9	209,882	5.1	50,262	3.3	0.52	0.87	0.52	0.89	
23	130,948	20.6	50,465	15.9	200,905	-4.3	48,451	-3.6	0.65	1.04	0.65	1.05	
23年	1	122,842	27.6	53,734	21.9	185,756	-3.7	51,092	-3.2	0.60	0.98	0.60	1.00
	2	129,873	31.4	51,506	30.6	191,274	-4.2	49,773	0.1	0.63	1.06	0.61	1.01
	3	137,572	28.6	51,191	15.5	208,952	-3.5	57,562	-2.5	0.63	0.97	0.62	0.96
	4	129,762	24.0	48,524	13.9	220,877	-4.3	62,804	-4.0	0.64	1.00	0.62	0.97
	5	122,679	23.0	45,657	22.0	218,240	-3.6	50,282	1.8	0.64	1.03	0.62	1.01
	6	124,693	20.3	48,980	13.8	215,576	-3.6	51,560	-2.9	0.65	1.01	0.63	1.02
	7	124,763	19.1	50,344	12.8	206,444	-4.3	44,555	-6.6	0.65	1.05	0.65	1.07
	8	130,777	18.9	51,673	18.3	204,158	-3.2	47,097	0.8	0.66	1.06	0.66	1.07
	9	135,961	16.8	52,747	13.0	197,641	-4.8	45,203	-9.9	0.67	1.10	0.67	1.11
	10	141,430	16.0	56,085	9.4	197,083	-5.0	47,650	-3.5	0.68	1.10	0.68	1.12
	11	140,548	14.1	51,769	11.3	189,392	-6.0	41,289	-6.6	0.69	1.11	0.69	1.16
	12	130,476	12.4	43,366	11.1	175,462	-5.4	32,542	-8.6	0.69	1.13	0.71	1.18
24年	1	136,750	17.8	58,116	8.2	176,945	-4.6	48,686	-4.7	0.70	1.14	0.73	1.20
	2	143,723	10.7	57,037	10.7	185,034	-3.3	47,060	-5.5	0.71	1.21	0.75	1.27
	3	P148,762	8.1	P55,306	8.0	P197,841	-5.3	P49,931	-13.3	P0.73	P1.21	0.76	1.19

大阪労働局 (1)パートを含む。

大阪労働局 厚生労働省

(2)パートを含む。月の数値は季節調整値。

	失 業 率					雇 用 保 険		労 働 時 間 指 数				
	近 畿		全 国			大 阪 府		大 阪 府		大 阪 府		
	実数		実数		実数	初回受給		総実労働		所定外労働		
	(原数値)	前年比	(原数値)	前年比	(季調値)	者数	前年比	産業計	前年比	製造業	前年比	
					人	%	22年=100	%	22年=100	%		
20年平均(計)	4.5	0.1	4.0	0.1	...	9,593	-1.6	101.8	0.0	115.0	-1.0	
21	5.7	1.2	5.1	1.1	...	12,627	31.6	98.8	-2.9	85.9	-25.3	
22	5.9	0.2	5.1	0.0	...	10,421	-17.5	100.0	1.1	100.0	16.5	
23	5.0	-0.9	4.6	-0.5	...	9,735	-6.6	99.7	-0.3	100.5	0.5	
23年	1	4.9	-1.1	4.8	-0.1	4.9	7,272	-11.8	92.7	-0.4	90.1	7.3
	2	5.5	-0.4	4.6	-0.4	4.7	9,528	-8.0	98.0	0.2	98.2	3.5
	3	5.8	0.0	4.9	-0.4	4.7	9,071	-8.6	99.6	-0.7	104.6	1.9
	4	5.6	-0.1	5.0	-0.4	4.7	9,916	-12.7	104.0	-1.2	106.4	4.1
	5	5.3	-0.5	4.7	-0.5	4.6	13,064	-3.4	94.2	-0.9	97.2	1.0
	6	4.7	-1.2	4.7	-0.5	4.7	10,046	-4.4	104.0	0.0	99.7	-1.3
	7	4.9	-1.1	4.7	-0.3	4.7	9,193	-13.5	101.3	-2.6	99.2	-3.6
	8	4.4	-1.8	4.5	-0.6	4.4	11,736	1.6	98.8	0.2	92.2	-5.5
	9	4.3	-1.8	4.2	-0.9	4.2	9,490	-5.6	100.4	-0.3	94.0	-9.0
	10	5.1	-1.0	4.4	-0.6	4.4	8,587	-5.5	99.6	0.4	99.8	-0.6
	11	5.0	-1.1	4.3	-0.5	4.5	10,165	-2.4	102.5	0.8	108.8	-1.8
	12	4.8	-0.4	4.2	-0.4	4.5	8,753	-6.9	101.0	0.6	116.3	11.9
24年	1	5.3	0.4	4.5	-0.3	4.6	7,464	2.6	92.8	0.1	97.8	8.5
	2	5.4	-0.1	4.4	-0.2	4.5	10,544	10.7	100.7	2.8	109.6	11.6
	3	5.7	-0.1	4.7	-0.2	4.5	7,894	-13.0				

総務省

大阪労働局

府統計課

(1)従業者規模30人以上

## VI 貿易

	輸出入通関額								対米ドル 円相場(1)	
	近畿圏				全国					
	輸出		輸入		輸出		輸入		各年・月末値	
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比			
億円	%	億円	%	億円	%	億円	%	円		
20年計	165,532	-0.7	136,838	4.8	810,181	-3.5	789,548	8.0	90.75	
21	120,313	-27.3	98,413	-28.1	541,706	-33.1	514,994	-34.8	92.06	
22	144,220	19.9	114,272	16.1	673,996	24.4	607,650	18.0	81.45	
23	145,649	1.0	132,392	15.9	655,465	-2.7	681,112	12.1	77.72	
23年	1	10,504	2.2	10,187	12.5	49,701	1.4	54,673	12.5	82.05
	2	12,124	13.3	8,975	7.2	55,890	9.0	49,520	10.3	81.70
	3	13,990	8.3	11,748	24.7	58,585	-2.4	56,876	12.2	83.13
	4	13,064	2.1	11,416	12.5	51,566	-12.4	56,344	9.2	82.06
	5	11,499	-3.0	10,968	16.4	47,593	-10.3	56,200	12.4	80.85
	6	12,701	2.2	11,014	11.9	57,746	-1.6	57,102	9.9	80.72
	7	12,453	-1.6	11,530	19.7	57,818	-3.3	57,120	9.9	77.55
	8	11,837	2.5	11,313	15.9	53,557	2.8	61,331	19.2	76.59
	9	12,343	-1.4	10,998	15.7	59,738	2.3	56,850	12.2	76.63
	10	11,815	-3.4	11,251	22.4	55,069	-3.8	57,899	17.9	79.20
	11	11,183	-0.5	11,686	16.7	51,962	-4.5	58,874	11.5	78.05
	12	12,137	-7.0	11,307	14.2	56,239	-8.0	58,322	8.2	77.72
24年	1	9,221	-12.2	11,476	12.6	45,105	-9.2	59,919	9.6	76.36
	2	11,540	-4.8	9,574	6.7	54,384	-2.7	54,130	9.3	80.65
	3	12,830	-8.3	11,891	1.2	62,037	5.9	62,883	10.6	82.15

大阪税関

財務省

日本銀行

(1)東京イターバンク

月末中心値

## VII 物価

	企業物価指数			消費者物価指数								
	全国			大阪市				全国				
	国内企業			総合		生鮮食品を 除く総合		総合		生鮮食品を 除く総合		
	物価指数	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比	
17年=100		%	22年=100		%			22年=100		%	22年=100	
20年平均	108.7	...	4.5	102.9	...	0.7	103.2	102.1	...	1.4	102.3	
21	103.0	...	-5.2	102.1	...	-0.7	102.5	100.7	...	-1.4	101.0	
22	102.8	...	-0.1	100.0	...	-2.1	100.0	100.0	...	-0.7	100.0	
23	105.0	...	2.0	99.5	...	-0.5	99.6	99.7	...	-0.3	99.8	
23年	1	104.0	0.6	1.6	99.2	-0.4	-1.3	99.2	99.5	-0.1	-0.6	99.4
	2	104.1	0.1	1.7	99.3	0.1	-0.8	99.2	99.5	0.0	-0.5	99.4
	3	104.7	0.6	2.0	99.4	0.1	-0.7	99.5	99.8	0.3	-0.5	99.7
	4	105.7	1.0	2.6	99.4	0.0	-0.9	99.5	99.9	0.1	-0.4	100.0
	5	105.5	-0.2	2.2	99.6	0.2	-0.6	99.8	99.9	0.0	-0.4	100.1
	6	105.5	0.0	2.5	99.4	-0.2	-0.6	99.5	99.7	-0.2	-0.4	99.8
	7	105.7	0.2	2.8	99.3	-0.1	-0.2	99.4	99.7	0.0	0.2	99.8
	8	105.5	-0.2	2.6	99.4	0.1	-0.1	99.5	99.9	0.1	0.2	99.9
	9	105.3	-0.2	2.4	99.7	0.3	-0.3	99.7	99.9	0.0	0.0	99.9
	10	104.6	-0.7	1.6	100.1	0.5	0.0	99.9	100.0	0.1	-0.2	99.8
	11	104.6	0.0	1.6	99.6	-0.6	-0.5	99.8	99.4	-0.6	-0.5	99.6
	12	104.5	0.1	1.1	99.6	0.0	-0.1	99.7	99.4	0.0	-0.2	99.6
24年	1	104.5	0.0	0.5	99.7	0.1	0.5	99.4	99.6	0.2	0.1	99.3
	2	104.7	0.2	0.6	99.7	0.0	0.4	99.4	99.8	0.2	0.3	99.5
	3	105.2	0.5	0.5	100.0	0.3	0.6	99.6	100.3	0.5	0.5	100.0

日本銀行

府統計課

総務省

## Ⅷ 取引停止処分・倒産

	倒産(1)						銀行取引停止処分				
	大阪府			全国			大阪				
	全産業			全産業			件数		金額		
	件数	前年比	負債金額	件数	前年比	負債金額	件数	前年比	金額	前年比	
	件	%	百万円	件	%	百万円	件	%	百万円	%	
20年計	2,148	4.3	687,786	15,646	11.0	12,291,953	871	3.9	3,773	24.1	
21	2,375	10.6	867,208	15,480	-1.1	6,930,074	787	-9.6	5,488	45.5	
22	2,073	-12.7	629,222	13,321	-13.9	7,160,773	511	-35.1	1,789	-67.4	
23	2,029	-2.1	295,310	12,734	-4.4	3,592,920	453	-11.4	2,093	17.0	
23年	1	180	8.4	42,838	1,041	-2.0	236,397	37	-15.9	118	-18.6
	2	150	-6.8	26,387	987	-9.4	410,188	29	-31.0	67	-39.6
	3	168	-19.2	14,098	1,183	-9.9	270,244	31	-35.4	95	-53.0
	4	169	-9.6	26,460	1,076	-6.7	279,567	41	-14.6	54	-78.6
	5	165	15.3	16,362	1,071	4.8	252,674	43	4.9	138	-13.8
	6	193	9.0	15,564	1,165	1.4	216,353	40	-9.1	160	29.0
	7	179	16.2	14,754	1,081	1.4	220,912	36	-2.7	129	26.5
	8	167	-1.1	18,232	1,026	-3.5	794,045	37	-15.9	86	-52.0
	9	162	-6.8	25,110	1,001	-9.1	212,312	39	25.8	159	-17.6
	10	164	-18.0	14,864	976	-14.0	155,883	37	-22.9	76	-42.9
	11	167	3.0	31,464	1,095	3.2	187,675	36	-5.3	275	252.6
	12	165	-4.0	49,177	1,032	-6.3	356,670	47	2.2	737	570.0
24年	1	136	-24.4	19,488	985	-5.3	349,355	25	-32.4	312	164.4
	2	149	-0.6	13,745	1,038	5.1	631,263	21	-27.6	47	-29.9
	3	170	1.1	18,951	1,161	-1.8	333,931	39	25.8	116	22.1

東京商工リサーチ (1)負債総額千万円以上

大阪手形交換所

## Ⅸ 金融

	金融機関残高推移								基準割引率及び基準貸付利率(公定歩合)	
	近畿(2)(3)				全国(4)					
	預金		貸出金		預金		貸出金		利率	実施日
	前年比		前年比		前年比		前年比			
	億円	%	億円	%	億円	%	億円	%		
20年 末	1,097,118	0.5	746,339	2.9	5,587,141	2.1	4,368,485	4.6	0.30	12月19日
21	1,119,064	2.0	740,082	-0.8	5,709,912	2.2	4,285,679	-1.9	0.30	
22	1,140,022	1.9	725,425	-2.0	5,796,794	1.5	4,204,178	-1.9	0.30	
23	1,160,299	1.8	719,286	-0.8	5,998,260	3.5	4,258,582	1.3	0.30	
23年	1	1,134,651	1.4	721,019	-1.9	5,786,660	1.7	4,180,774	-1.8	0.30
	2	1,139,743	1.6	720,560	-1.9	5,828,912	2.0	4,186,167	-1.6	0.30
	3	1,157,303	2.3	728,812	-1.4	5,993,426	2.9	4,251,518	-0.6	0.30
	4	1,163,048	2.4	717,857	-1.6	5,975,581	2.8	4,207,212	-0.4	0.30
	5	1,158,155	1.9	712,833	-2.0	5,982,063	2.6	4,196,749	-0.2	0.30
	6	1,160,475	2.1	712,434	-1.8	5,973,902	2.3	4,190,608	-0.7	0.30
	7	1,155,330	2.0	715,147	-1.6	5,912,047	2.4	4,195,802	-0.3	0.30
	8	1,152,218	2.0	712,482	-1.4	5,920,976	2.4	4,182,176	-0.3	0.30
	9	1,153,485	1.9	717,730	-1.4	5,959,515	2.5	4,240,646	0.2	0.30
	10	1,151,677	1.9	711,331	-1.5	5,928,143	2.8	4,206,827	0.3	0.30
	11	1,153,052	1.8	711,888	-1.0	5,984,997	3.3	4,207,705	0.8	0.30
	12	1,160,299	1.8	719,286	-0.8	5,998,260	3.5	4,258,582	1.3	0.30
24年	1	1,153,265	1.6	713,164	-1.1	5,980,493	3.3	4,223,596	1.0	0.30
	2	1,155,985	1.4	712,895	-1.1	5,990,451	2.8	4,237,396	1.2	0.30
	3								0.30	

近畿銀行 (2)右店舗ベース

日本銀行 (4)都銀+地銀+第二地銀+信託銀行+長期信用銀行

(3)都銀+地銀+第二地銀+信用金庫