

おおさか

# 経済の動き

平成25(2013)年 1～3月版

No. 482

大阪府商工労働部  
(大阪産業経済リサーチセンター)

# お お さ か 経 済 の 動 き

平成 25 (2013) 年 1 ~ 3 月版 N o . 482

---

## 目 次

---

大阪経済の情勢（平成 25 年 3 月指標を中心に） .....	2
大阪府景気動向指数（C I ・ D I）の動き .....	5
大阪府景気観測調査（平成 25 年 1 ~ 3 月期） .....	8
最近の消費動向（個別ヒアリング） .....	22
中小企業の動き（業種別景気動向調査） .....	24
綿・スフ織物業            婦人服製造業            石けん製造業	
ねじ製造業                食品卸売業                家電小売業	
平成 24 年度調査研究の紹介 .....	36
医薬品・医療機器産業実態調査報告書 —大阪府のライフサイエンス産業の活性化に向けて—	
大阪の素形材関連企業の現状と方向性	
大阪経済指標 .....	44

---

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>

# 大阪経済の情勢 (平成 25 年 3 月指標を中心に)

## 「大阪経済は、持ち直しの動きがみられる」

需要面では、個人消費は下げ止まっている。家電販売、新車販売は減少したが、大型小売店販売、コンビニ販売は増加。投資は、住宅投資は減少、非居住用建設投資は増加し、総じて民間の投資は横ばいの動き。輸出は 2 ヶ月ぶりに増加し、主要国向けではすべての地域で増加。海外経済は徐々に持ち直している。

供給面では、生産動向は持ち直しの動きがみられる。大阪府(2月)は出荷が低下したが、生産が増加。近畿の生産(3月、鉱工業)は上昇、全国の生産(同)は上昇。雇用は緩やかに持ち直している。所定外労働時間は減少したが、近畿の失業率は改善、有効求人倍率、新規求人倍率はともに上昇。倒産は件数、負債金額ともに減少。

先行きについては、景気動向指数(先行)は上昇。今後は、海外経済は徐々に持ち直しているものの、引き続き注意が必要。

		需要							
		消費				投資		貿易・貨物	
	総合	大型小売店販売(大阪)	コンビニ販売(近畿)	家電販売(近畿)	新車販売(大阪)	新設住宅着工(大阪)	建築物着工(大阪)	輸出(近畿)	関空取扱貨物量
3月		▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
2月	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲

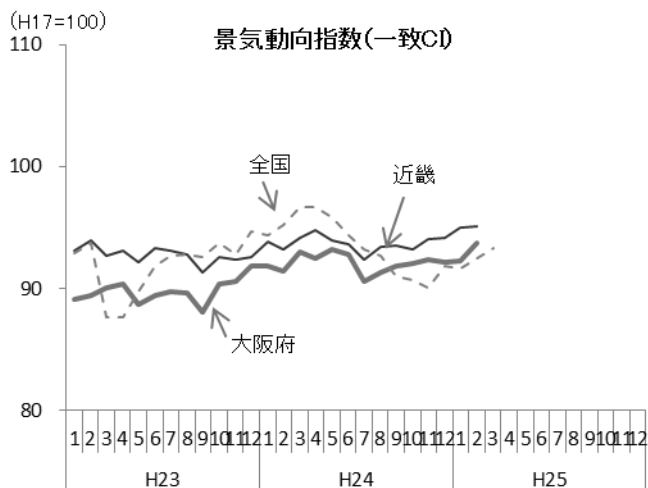
  

		供給				その他	
		生産		雇用		倒産	観光
	生産(大阪)	生産(全国)	有効求人倍率(大阪)	失業率(近畿)	倒産件数(大阪)	関空外国人旅客	
3月	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
2月	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲

※前年同月と比較し、上向き、下向きの矢印は景況改善、下向きの矢印は景況悪化。ただし、一致CI、生産指数、有効求人倍率は季節調整済みのため、前月との比較。失業率と倒産件数は、減少、低下が景況改善となり、上向き、下向きの矢印となる。

### 景気動向指数(CI)

大阪府(2月)は一致、先行ともに上昇。主に有効求人倍率、所定外労働時間指数が上昇に寄与。



(資料)大阪産業経済リサーチセンター「景気動向指数」、内閣府「景気動向指数」

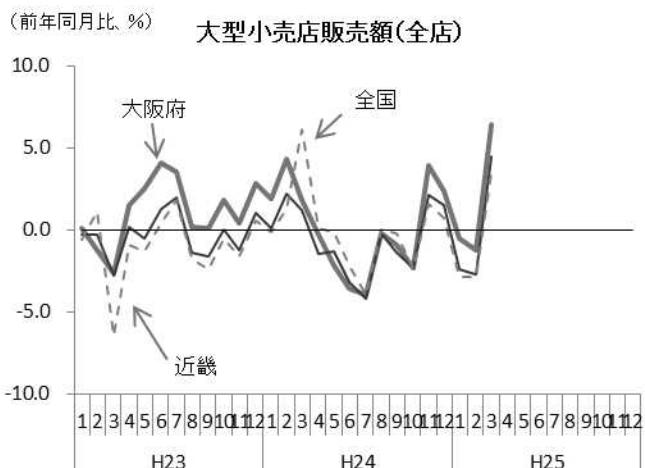
一致CIの個別系列の寄与度\*(大阪府、2月速報)

百貨店売場面積当たり販売額	大阪税関管内輸入額	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)
▲0.07	▲0.14	0.13	0.07	0.13	0.59	0.64

※CIの変化が、個別系列からどの程度もたらされたのかを示した数値。

### 個人消費

個人消費は下げ止まっている。家電販売、新車販売は減少したが、大型小売店販売、コンビニ販売は増加。家計消費支出は増加。



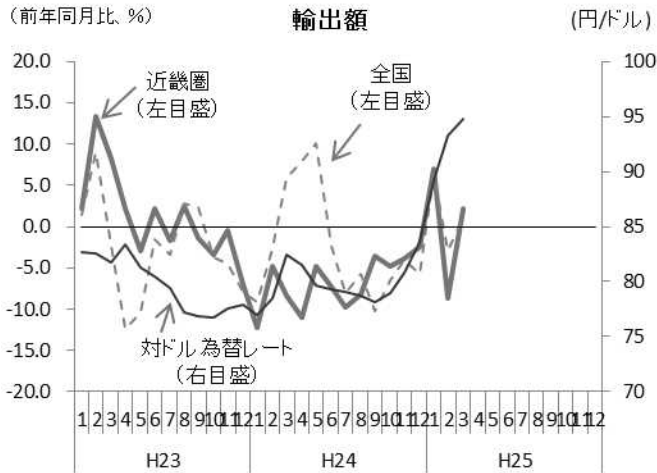
(資料)近畿経済産業局「大型小売店販売状況」

(参考)大阪府内大型小売店へのヒアリングより

3月は気温が高めに推移したことや、円安に伴う海外高級既製服ブランドの値上げを目前にした駆け込み需要、株価の上昇などもあり、春物のカジュアルジャケット、コート、パンツのほか、時計・宝飾、バッグなど高額商品の動きが活発であった。また、あさりなど旬の水産物、花見向け惣菜、花粉症及びPM2.5対策用の空気清浄機なども堅調に推移した。

## 貿易・貨物

輸出は2ヶ月ぶりに増加し、主要国向けではすべての地域で増加。海外経済は徐々に持ち直している。輸入は、3ヶ月連続の増加。取扱貨物量は、関空、大阪港ともに減少。



(資料)大阪税関「貿易統計」、日本銀行「時系列統計」 ※対ドル為替レートは、東京インターバンク相場、ドル・円、スポット、中心相場/月中平均。

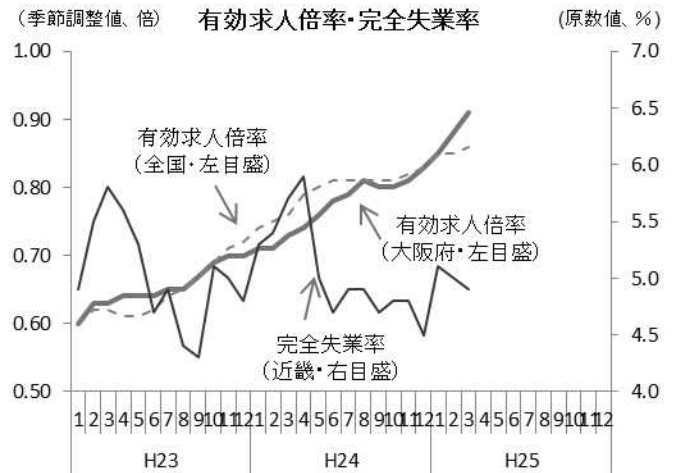
主要地域(国)別の増減(近畿、前年同月比(%))、3月速報

アジア(含む中国)	0.3	2ヶ月ぶりの増加
中国	0.4	2ヶ月ぶりの増加
EU	0.2	20ヶ月ぶりの増加
アメリカ	12.9	3ヶ月連続の増加

(資料)大阪税関「近畿圏貿易概況・速報」

## 雇用

雇用は緩やかに持ち直している。所定外労働時間は減少したが、近畿の失業率は改善、有効求人倍率、新規求人倍率はともに上昇。



(資料)厚生労働省「職業安定業務統計」、総務省統計局「労働力調査」 ※近畿の完全失業率は原数値。

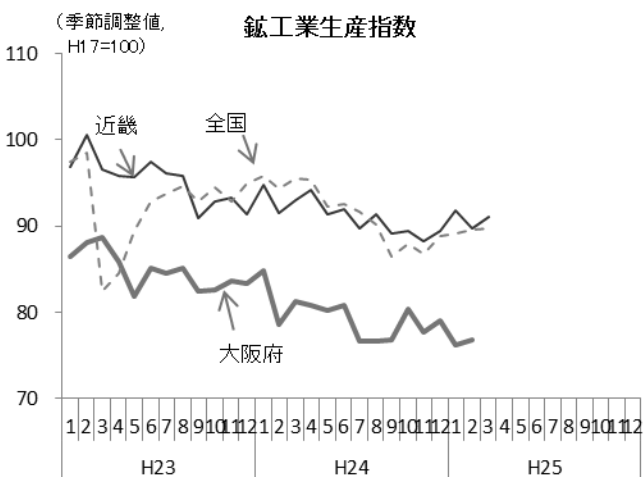
新規求人数の主要産業別の増減(大阪府、前年同月比(%))、3月

建設業	7.9
製造業	▲4.3
卸売業、小売業	22.8
宿泊業、飲食サービス業	98.2
医療、福祉	19.9

(資料)大阪労働局「求人・求職状況速報」

## 生産

生産動向は持ち直しの動きがみられる。大阪府(2月)は出荷が低下したが、生産は増加。近畿の生産(3月、鉱工業)は上昇、全国の生産(同)は上昇。在庫循環は在庫調整・在庫減らし局面。



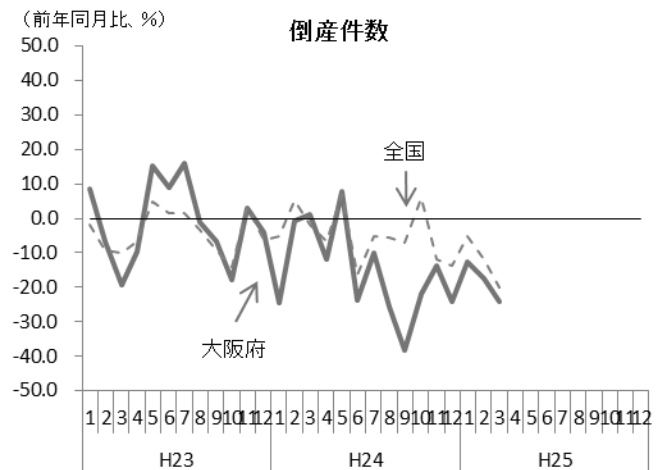
(資料)大阪府統計課「大阪の工業動向」、近畿経済産業局「鉱工業生産動向」、経済産業省「鉱工業指数」 ※大阪府は製造工業指数

産業別の主な変動(大阪府、前年同月比(%))、2月速報

上昇	電子部品・デバイス (33.4) : 液晶素子 化学 (2.1) : 化粧品、フルオロカーボン
低下	一般機械 (▲2.2) : 一般用バルブコック、プラスチック用金型 石油・石炭製品 (▲6.4) : ガソリン

## 倒産

倒産は件数、負債金額ともに減少し、改善。



(資料)東京商工リサーチ「倒産月報」

主な倒産(大阪府、3月)

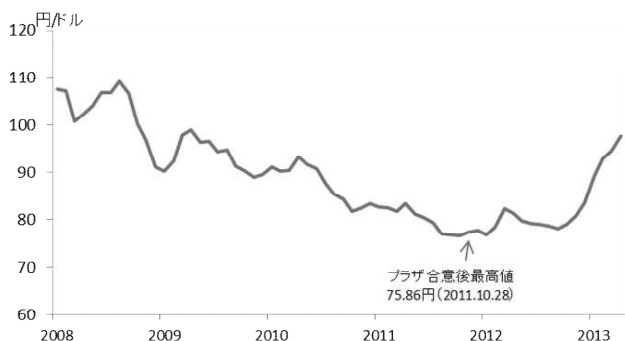
業種	負債額(百万円)
信用保証、経営コンサル	2,000
戸建分譲	1,034
鍍金加工	800

## 経済情勢ピックアップ＜円高是正の影響は？＞

円高是正・円安が経済に与える影響は、メリットも大きいものの、デメリットも一定存在する。全体ではメリットの方が大きいと考えられるが、今後の動きが注目される。

◆為替相場は、昨年後半以降、超円高から円高是正・円安<sup>1</sup>へと大きく変動しています(図表1)。2012年9月末では1ドル=78.17円<sup>2</sup>であった水準は、その後急激に円安方向へと向かい、5月10日には17時現在の終値で1ドル=100円を超え、現在(5月下旬)でも100円を超える水準で推移しています。2012年9月末の為替レート(1ドル=78.17円)と2012年4月末(1ドル=97.74円)とを比較すると、6ヶ月で25%も円安方向へ変動するという急激な変化が起きました。このような円高是正・円安は、経済に対してどのような影響を与えるのでしょうか。

図表1 為替レートの推移



(出所) 日本銀行

◆円高是正・円安によるメリットでは、輸出の増加と貿易収支の改善、企業収益の改善が考えられます。

円高是正・円安により、輸出価格に影響を与え、輸出額が増加するという影響が考えられます。しかし、貿易収支に与える影響はというと、そう簡単には説明できません(図表2)。経済学的には、短期的には輸出数量よりも輸入価格上昇の効果が大きいために、一時的に貿易赤字は悪化し、その後、時間が経つにつれて黒字に向かうということ(Jカーブ効果)が存在すると言われています。

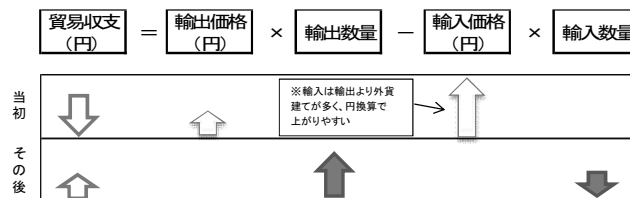
副次的な効果では、今まで、国内から海外へと生産拠点を移転させる動きから、国内生産へと回帰する動きや、為替相場の変動により、海外での日本製品の価格は、他国と変わらないまでに競争力が回復したという状況が見られます。

<sup>1</sup> 同じ為替レートの円安方向への変動に対して、「円高是正」「円安」という2つの表現がよく用いられているが、現在の為替レートが、想定為替レートと比較してどのような水準にあるかによって使い分けられている感がある。現在の円安傾向の為替レートが、想定為替レートに近づいているという印象であれば「円高是正」、現在の為替レートが想定為替レート以上であれば「円安」という表現が適切であろう。現在の為替レートはどちらの状況にも当てはまると考えられるため、本稿では両方の言葉を併記した。

<sup>2</sup> 為替レートは、東京インターバンク市場、スポットレート、17時現在。以下、月次の為替レートは同様。

企業業績に与える影響では、上場メーカーへの調査において<sup>3</sup>、円高是正・円安により上場メーカーの収益は大幅に好転したため、2013年3月期(第3四半期)において為替差益を計上した企業は全体の51.4%(214社)と、前年同期と比較して大幅に増加した結果となりました。

図表2 円高是正・円安の貿易収支への影響



(出所) 内閣府「経常収支の黒字縮小の要因と最近の円安の影響」マンスリートピックス(2013.4.12)

◆円高是正・円安によるデメリットでは、輸入原材料・原油価格の上昇が考えられます。

輸入原材料の上昇の影響は、輸入物価指数にも現れ始めていることや、原油価格の上昇を受けて電気料金等が値上げとなるといった影響がすでに現れています。

このような輸入原材料・原油価格の上昇の影響は、大企業よりも中小企業の方が大きな影響を受けると言われています。大阪商工会議所の調査<sup>4</sup>では、円高是正による当面の経営への影響では、「プラスの面の影響が大きい」が2割台半ば(26.6%)であったのに対し、「マイナスの面の影響が大きい」が4割近く(37.7%)であることや、資本金3億円以下の企業では「マイナスの面の影響が大きい」の方が「プラスの面の影響が大きい」を上回っているが、資本金3億円超の企業では、「プラスの面の影響が大きい」の方が「マイナスの面の影響が大きい」を上回っている結果となっています。

◆円高是正・円安のメリット・デメリットについて、日本全体の効果を見ると、内閣府の試算<sup>5</sup>では10%の円安により実質GDPを1年目には0.19%上昇させるという試算結果を公表しており、現在のような円高是正・円安の効果はプラスの面が大きいと言えると思います。

しかし、今回の円高是正・円安の効果が、原材料の高騰というマイナスの効果だけではなく、企業収益の改善を通じて、賃金・所得の上昇や、国内での設備投資の拡大へといったプラスの効果へとつながるのかどうか、今後の動きが注目されます。

(佐野 浩)

<sup>3</sup> 東京商工リサーチ「東証1部・2部上場メーカー416社 2013年3月期第3四半期「為替差損益」調査」(2013.3.11)

<sup>4</sup> 大阪商工会議所「円高是正が当面の企業経営に及ぼす影響に関する調査」(2013.5.22)。ただ、大阪市信用金庫「中小企業における円安の影響等について」(2013.5.15)では、回答企業(1305社)の83.1%が円安傾向を「歓迎する」と回答し、中小企業では現在の円高傾向を歓迎している企業が多い結果となっている。これは、回答企業の属性(業種構成)等により、円高是正・円安の評価が異なるためだと思われる。

<sup>5</sup> 内閣府「月例経済報告等に関する関係閣僚会議資料」(25年1月)

# 大阪府景気動向指数（C I・D I）の動き

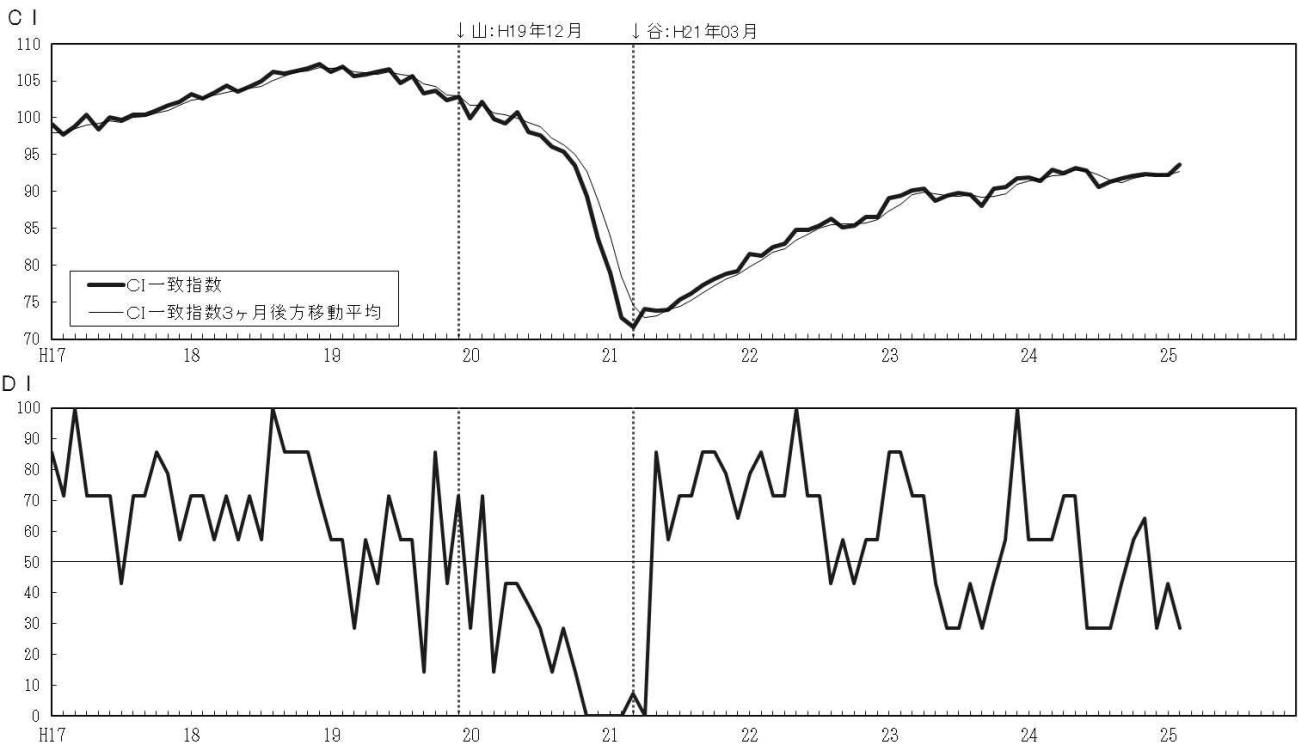
## 1. 総括表

	C I									D I								
	先行指数			一致指数			遅行指数			先行指数			一致指数			遅行指数		
	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	大阪府	近畿	全国	大阪府	近畿	全国
H23年9月	85.2	88.7	93.1	88.1	91.3	92.6	92.9	99.5	84.1	42.9	55.6	36.4	28.6	14.3	40.9	71.4	80.0	66.7
10月	87.3	89.9	93.1	90.4	92.6	93.7	92.5	99.2	82.9	28.6	55.6	45.5	42.9	35.7	54.5	71.4	40.0	58.3
11月	86.7	89.5	93.2	90.6	92.4	92.8	92.8	97.2	84.2	28.6	33.3	54.5	57.1	42.9	45.5	57.1	20.0	75.0
12月	85.7	90.1	93.3	91.8	92.6	94.6	93.1	96.5	85.3	50.0	66.7	36.4	100.0	71.4	81.8	64.3	40.0	33.3
24年1月	90.3	91.5	94.4	91.9	93.8	94.3	94.6	97.8	84.5	71.4	66.7	72.7	57.1	42.9	63.6	85.7	40.0	33.3
2月	89.0	91.0	96.1	91.4	93.2	95.1	93.9	96.8	86.0	42.9	66.7	90.9	57.1	42.9	72.7	57.1	40.0	50.0
3月	91.0	91.3	96.0	93.0	94.2	96.6	94.7	96.8	86.1	71.4	66.7	90.9	57.1	85.7	90.9	64.3	60.0	83.3
4月	92.4	91.6	95.2	92.5	94.8	96.6	96.5	97.2	86.2	57.1	44.4	63.6	71.4	42.9	81.8	50.0	60.0	75.0
5月	89.8	90.5	94.9	93.2	94.0	95.7	95.3	96.0	86.7	42.9	33.3	27.3	71.4	42.9	54.5	42.9	20.0	58.3
6月	91.8	91.0	93.6	92.8	93.6	94.4	98.5	97.5	86.6	57.1	33.3	36.4	28.6	28.6	27.3	57.1	40.0	33.3
7月	91.4	89.9	92.6	90.6	92.4	93.2	99.3	97.7	86.1	28.6	22.2	36.4	28.6	21.4	18.2	57.1	50.0	33.3
8月	92.9	91.0	92.9	91.3	93.4	92.6	100.1	98.4	86.2	57.1	55.6	27.3	28.6	28.6	9.1	85.7	60.0	33.3
9月	93.9	90.2	91.6	91.8	93.5	91.0	102.3	98.9	85.4	28.6	33.3	36.4	42.9	42.9	13.6	57.1	50.0	33.3
10月	96.9	89.9	92.1	92.1	93.2	90.6	100.9	97.7	86.5	85.7	55.6	40.9	57.1	64.3	22.7	57.1	40.0	50.0
11月	95.5	92.0	91.7	92.4	94.1	90.1	99.4	99.0	86.1	57.1	55.6	54.5	64.3	50.0	18.2	42.9	60.0	33.3
12月	96.4	93.6	92.8	92.2	94.2	91.9	99.2	98.5	86.6	57.1	77.8	81.8	28.6	71.4	63.6	35.7	30.0	66.7
25年1月	98.5	95.1	95.0	92.3	95.0	91.6	96.2	97.6	85.9	85.7	83.3	65.0	42.9	71.4	80.0	28.6	20.0	40.0
2月	P101.5	P98.3	97.5	P93.7	P95.1	92.1	P95.6	P96.7	84.6	P85.7	P100.0	100.0	P28.6	P57.1	80.0	P42.9	P20.0	50.0

(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れば「景気の山」、下から上に切れれば「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			*	R	※	*								*	R	*	*	*		
H23年	1月	0.50	-0.03	0.66	0.02	0.76	-0.19	0.56	0.06	0.38	0.83	0.18	0.92	0.29	-0.04	0.70	0.35	0.12	1.67	-0.58	-0.05	-0.57	
	2月	0.72	0.26	0.92	-0.23	0.60	0.51	0.56	0.01	-0.11	0.27	0.26	-0.46	0.65	-0.38	0.33	0.36	0.78	1.13	0.60	0.06	0.35	
	3月	-0.04	-0.99	-1.02	0.07	-0.56	0.63	0.55	-0.21	0.74	0.10	-0.37	0.10	0.13	0.21	0.51	-0.77	-0.12	0.86	-0.12	0.01	-0.41	
	4月	-0.04	0.04	0.79	-0.72	-0.91	-0.78	-1.78	0.31	-0.25	-0.30	0.18	-0.16	0.32	0.30	0.36	-0.18	-0.57	0.29	-0.05	0.13	0.59	
	5月	-0.04	-0.51	0.66	0.19	0.58	-0.11	-1.43	-0.27	0.05	-0.72	-0.32	-0.40	0.14	-0.19	0.14	0.26	0.85	1.18	-0.11	0.02	-0.21	
	6月	-0.05	-0.11	-0.58	0.63	0.12	-0.13	-1.40	-0.06	-0.03	0.52	0.09	0.00	0.14	-0.01	0.69	-0.33	-0.13	-0.28	0.57	0.15	-0.22	
	7月	-0.05	-0.63	0.88	1.09	0.08	0.01	1.40	-0.12	0.43	-0.10	0.09	-0.17	0.32	-0.07	0.53	-0.77	0.19	0.60	0.14	0.03	-0.76	
	8月	-0.09	0.84	0.15	-1.19	-0.46	0.34	1.42	-0.04	-0.43	0.11	0.18	-0.05	0.14	-0.05	0.31	0.57	0.03	0.30	-0.07	0.04	1.37	
	9月	-0.13	-1.47	0.89	0.30	-1.22	-0.09	1.38	-0.14	0.10	-0.48	-0.77	-0.31	0.49	-0.47	0.28	-0.62	0.17	0.29	0.37	0.17	-0.31	
	10月	-0.09	0.76	0.01	0.23	-0.21	0.08	-0.08	0.23	0.29	0.04	0.39	0.16	0.50	0.76	-0.59	0.30	0.14	-0.01	-0.83	0.12	0.56	
	11月	-0.10	-0.79	0.28	0.24	-0.60	-0.06	-0.08	-0.12	-0.11	0.20	-0.46	0.14	0.32	0.16	-0.24	0.62	-0.05	-0.61	0.27	0.12	0.31	
	12月	-0.09	0.45	0.54	-0.68	-0.91	-0.02	-0.08	0.15	0.01	-0.05	0.16	-0.08	0.15	0.94	0.11	-0.73	-0.07	0.60	0.26	0.20	0.04	
24年	1月	1.02	1.34	0.27	0.83	0.16	1.09	-0.03	-0.04	0.00	0.26	0.32	-0.37	0.32	-0.43	-1.05	1.97	0.31	0.59	-0.31	0.01	0.05	
	2月	-1.60	1.05	0.67	-0.08	-0.27	-0.83	-0.03	0.09	-0.41	-0.53	0.33	-0.11	0.14	-0.04	-0.10	-0.43	-0.23	-0.02	0.02	0.08	0.04	
	3月	-0.07	0.75	0.30	0.00	-0.09	0.16	-0.02	0.06	0.59	0.50	0.35	-0.12	0.51	-0.24	-0.08	1.27	0.10	-0.34	-0.40	0.14	0.16	
	4月	-0.10	0.69	-1.22	0.41	-0.36	0.30	0.20	-0.06	0.07	-0.07	-0.61	0.53	0.32	-0.68	1.33	-0.56	0.02	0.92	0.33	0.02	-0.17	
	5月	-0.10	-0.23	0.49	0.67	-1.82	-1.06	0.19	0.16	-0.07	-0.11	0.40	-0.47	0.51	0.28	0.31	1.03	-0.90	-1.74	-0.10	0.17	0.15	
	6月	-0.12	0.57	-1.07	0.80	-0.06	1.27	0.18	0.00	-0.18	0.14	-0.46	-0.29	0.51	-0.16	0.81	0.27	1.52	0.62	0.52	0.04	-0.50	
	7月	-0.14	0.05	-0.08	0.12	0.24	0.09	-0.16	-0.04	0.02	-0.82	-0.65	-0.39	0.31	-0.62	-0.72	0.76	0.07	-0.02	-0.44	0.11	1.24	
	8月	-0.16	-1.13	0.53	0.39	0.44	0.86	-0.17	0.18	0.07	0.01	0.23	-0.10	0.48	-0.16	0.13	0.14	-0.07	-0.02	0.00	0.04	0.73	
	9月	-0.11	-0.66	-0.58	-0.82	1.25	0.65	-0.18	0.04	0.20	0.05	-0.32	0.16	-0.07	0.44	-0.12	1.15	0.30	-0.37	0.44	0.60	0.26	
	10月	-0.15	2.16	0.50	0.76	-0.42	-0.31	-0.19	-0.22	-0.41	0.64	0.07	-0.29	0.10	0.41	-0.16	0.70	-0.07	-0.34	-0.55	0.22	-0.28	
	11月	-0.14	-1.87	0.98	0.33	-0.91	-0.77	-0.18	0.38	0.54	-0.38	0.08	0.09	0.26	-0.66	-1.01	-0.36	0.35	-0.33	0.10	0.01	-0.09	
	12月	-0.17	-0.82	-0.05	0.17	1.12	0.53	-0.18	-0.35	-0.13	0.28	-0.23	-0.01	0.43	-0.20	0.42	0.47	0.11	-0.64	-0.57	0.00	0.11	
25年	1月	-0.14	0.39	0.14	0.68	0.03	0.24	0.56	0.10	0.29	-0.41	-0.34	-0.11	0.41	0.17	-0.73	-1.88	-1.01	0.03	0.52	0.53	-0.32	
	2月	-0.18	0.41	0.82	1.91	-0.09	-0.86	0.55	-0.07	-0.14	0.13	0.07	0.13	0.59	0.64	-0.17	-0.20	-0.58	-0.27	-0.66	-0.27	0.83	

(注) 1. [R]は逆サイクル。[※]は四半期データ、[\*]は前年同月比、[※]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、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ものであり、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。





# 大阪府景気観測調査結果（平成25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。

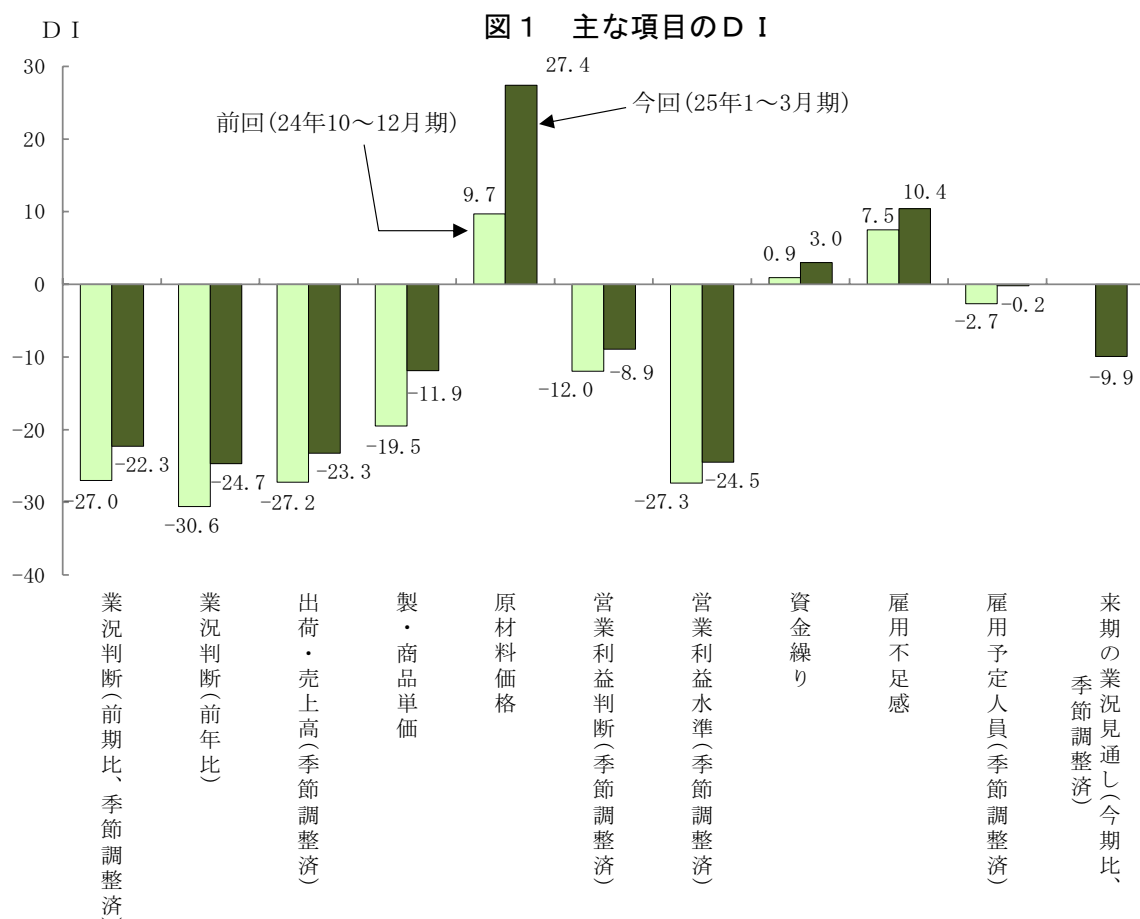
なお、大阪市景気観測調査結果については、大阪市経済戦略局のウェブサイト <http://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000002583.html> をご覧ください。

### 景気は、足踏みから持ち直しへ

業況判断D Iは、大企業でマイナスに転じたが、非製造業と中小企業で改善し、全体では持ち直しの動きとなった。

個々の指標をみると、24年末から急速に進んだ円高修正や株高を背景に、企業及び消費者の心理が改善したこともあり、出荷・売上高、営業利益判断・利益水準、資金繰りは非製造業と中小企業が牽引役となって、持ち直し傾向を示した。ただし、製・商品単価D Iに比べて、原材料価格D Iの上昇幅がより大きいことから、調達コストの上昇分を価格に転嫁しきれていない可能性がある。なお、雇用面では不足感が増しており、雇用予定人員も前期と同様に増加傾向が続いている。

以上の結果を踏まえ、景気は足踏み状態から持ち直しているとみられる。



## [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25年3月上旬
4. 回答企業数 : 1,675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	564	44.5	28.7	12.0	9.4	5.4
非製造業	1,111	63.5	17.2	8.0	7.1	4.3
建設業	158	72.2	15.2	3.8	4.4	4.4
情報通信業	28	32.1	32.1	17.9	10.7	7.1
運輸業	62	35.0	28.3	16.7	13.3	6.7
卸売業	265	56.1	25.4	8.0	7.6	3.0
小売業	226	75.6	10.0	5.0	4.5	5.0
不動産業	63	83.9	8.1	6.5	1.6	0.0
飲食店・宿泊業	60	73.2	8.9	8.9	7.1	1.8
サービス業	249	58.0	16.0	10.3	9.9	5.8
全業種計	1,675	57.1	21.1	9.3	7.9	4.7

### 規模別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大企業	151	9.2
中小企業	1,492	90.8
不明	32	

### 地域別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大阪市地域	872	52.1
北大阪地域	176	10.5
東大阪地域	322	19.2
南河内地域	70	4.2
泉州地域	235	14.0

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…大企業のD Iはマイナスに転じるも、非製造業・中小企業で改善

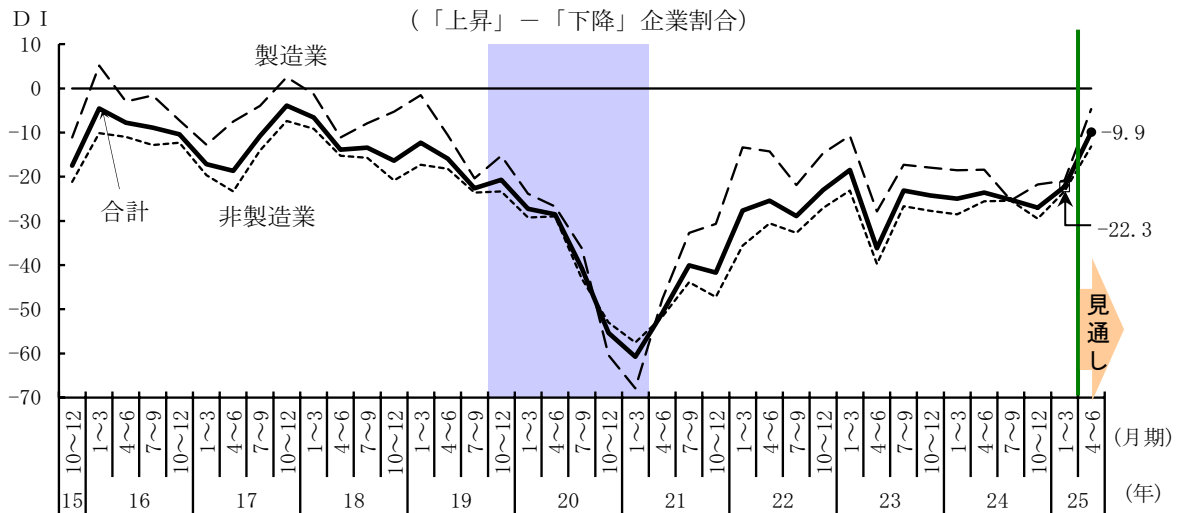
■平成25年1～3月期の業況判断D I（「上昇」－「下降」企業割合；前期比、季節調整済）  
： -22.3

○前回（24年10～12月期）調査比：4.7pt

製造業	0.9pt	非製造業	6.2pt
大企業	▲17.3pt	中小企業	6.9pt

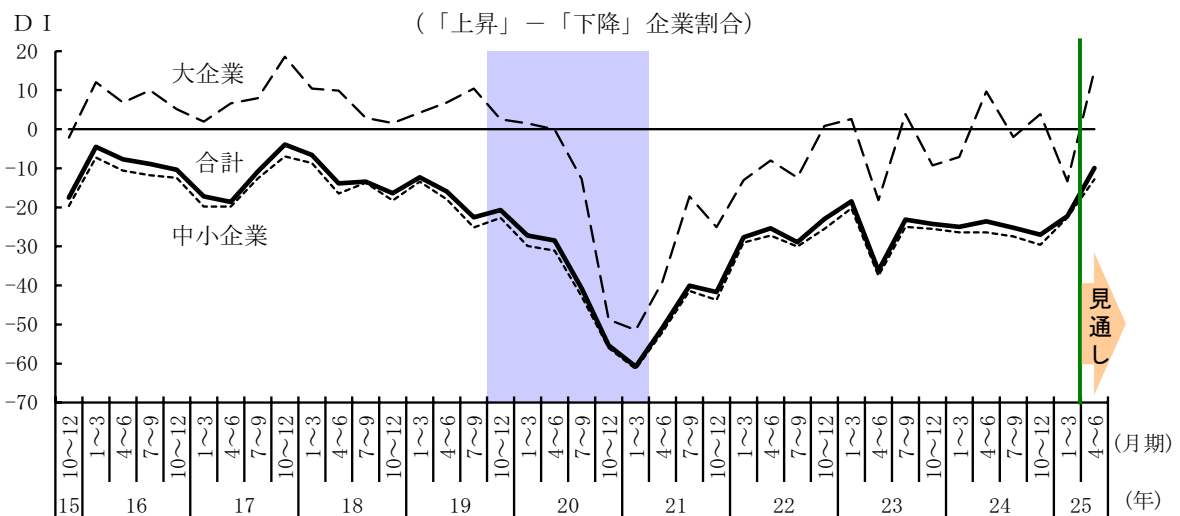
（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

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した。「他社との競合状況」は減少したが、「販売・受注価格の上昇」などは増加した。
下降要因	「内需の減退」が減少し、「原材料価格やコストの上昇」「販売・受注価格の下落」などが減少した。

図4 上昇となった要因（2つまでの複数回答）

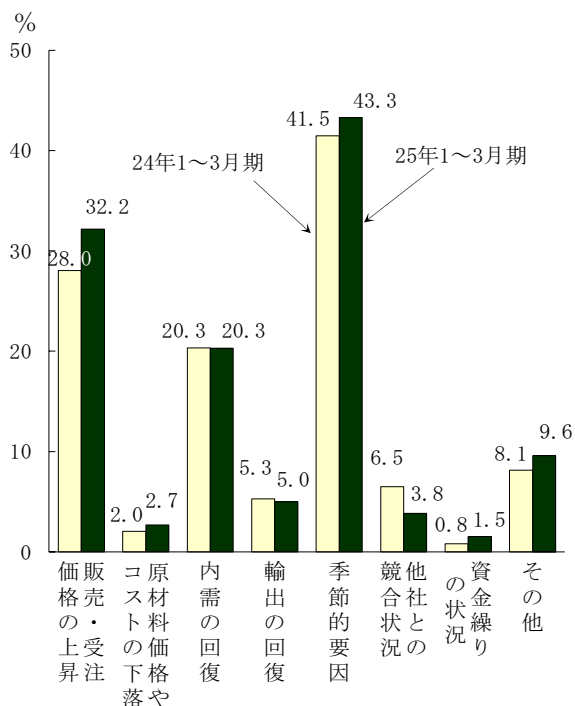
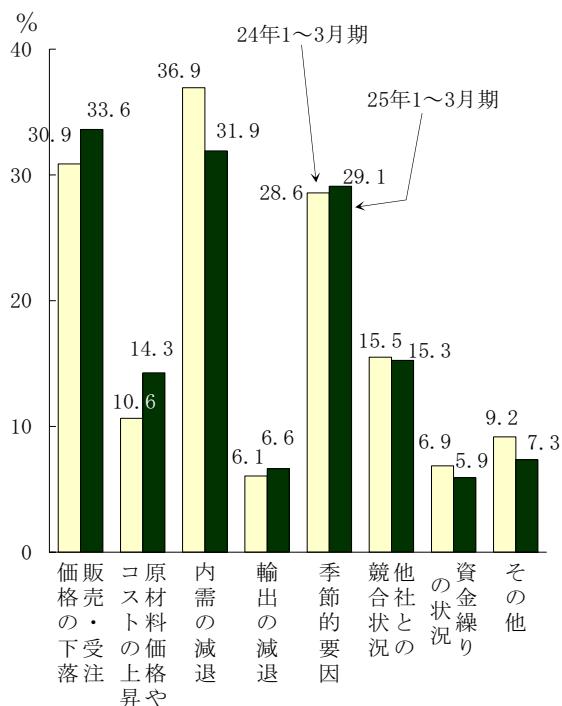


図5 下降となった要因（2つまでの複数回答）



2. 出荷・売上高…非製造業と中小企業で改善し、全体のマイナス幅が縮小

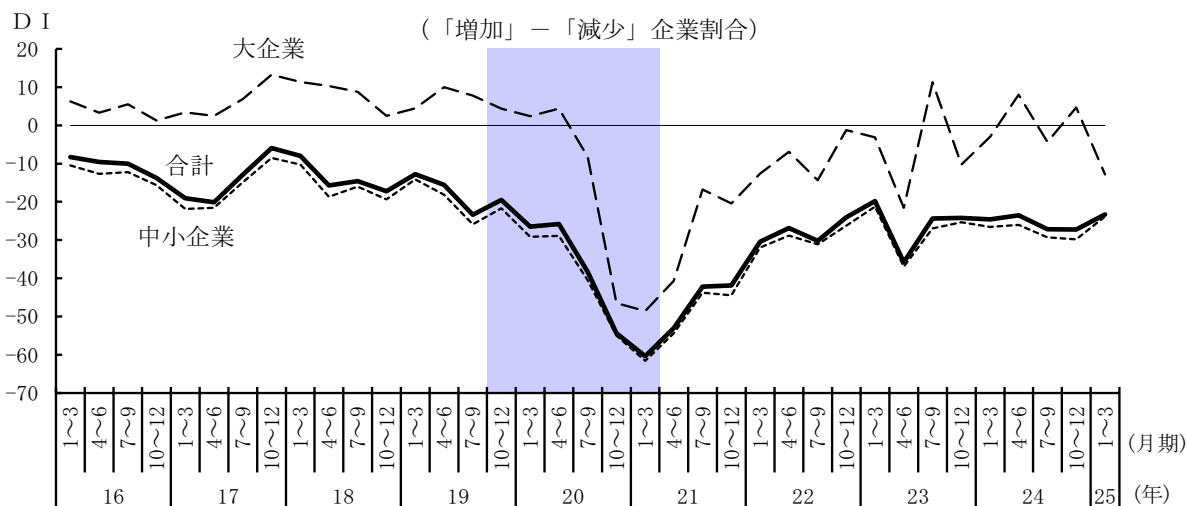
■出荷・売上高DI（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－23.3

○前回調査比：4.0pt

製造業	▲1.9pt	非製造業	6.0pt
大企業	▲17.6pt	中小企業	6.0pt

(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

図6 出荷・売上高DI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…原材料の調達コストは上昇傾向が強まる

■製・商品単価D I（「上昇」－「下落」企業割合）：－11.9

○前回調査比：7.6pt

製造業	4.2pt	非製造業	9.5pt
大企業	▲2.4pt	中小企業	8.3pt

■原材料価格D I（「上昇」－「下落」企業割合）：27.4

○前回調査比：17.7pt

製造業	25.1pt	非製造業	13.5pt
大企業	15.7pt	中小企業	17.8pt

(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（製造業・非製造業別）

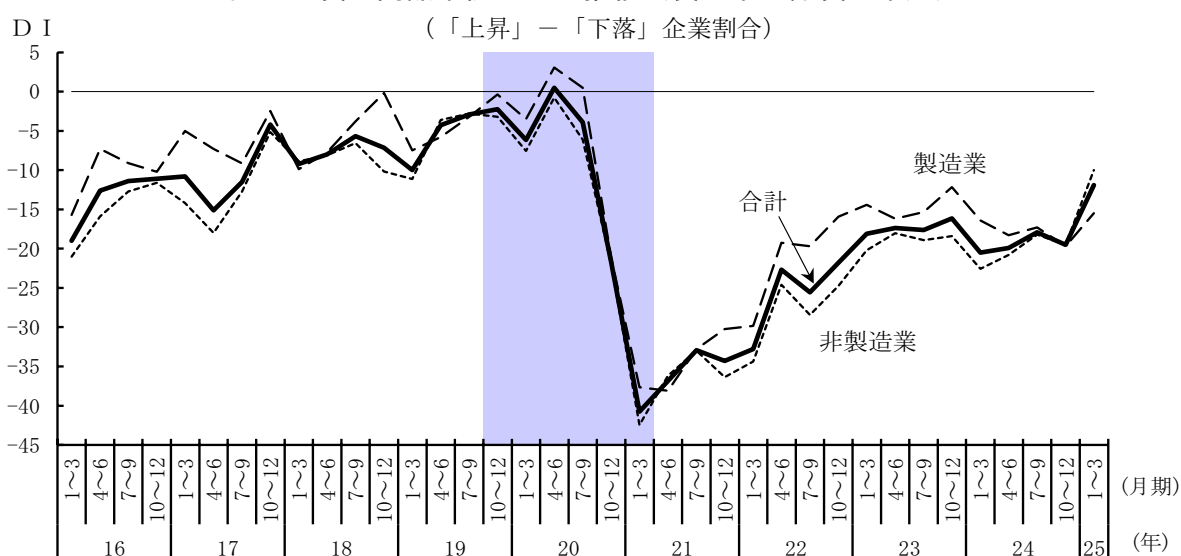
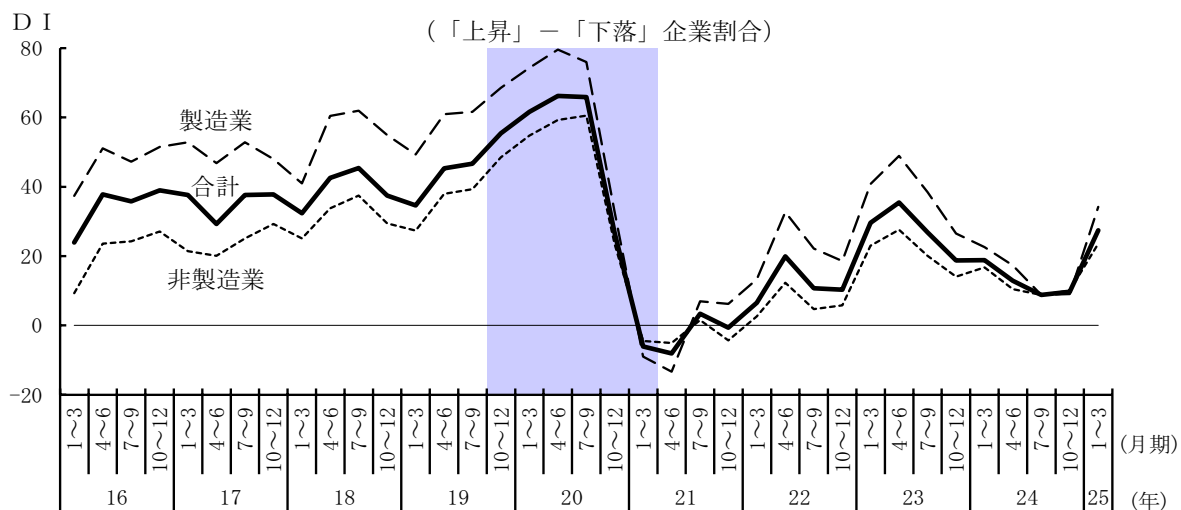


図8 原材料価格D Iの推移（製造業・非製造業別）



#### 4. 営業利益判断、利益水準…非製造業と中小企業の改善を受けて、減少幅は縮小

■営業利益判断D I（「黒字」－「赤字」企業割合；季節調整済）：－8.9

○前回調査比：3.0pt

製造業	▲1.6pt	非製造業	5.3pt
大企業	▲15.2pt	中小企業	4.9pt

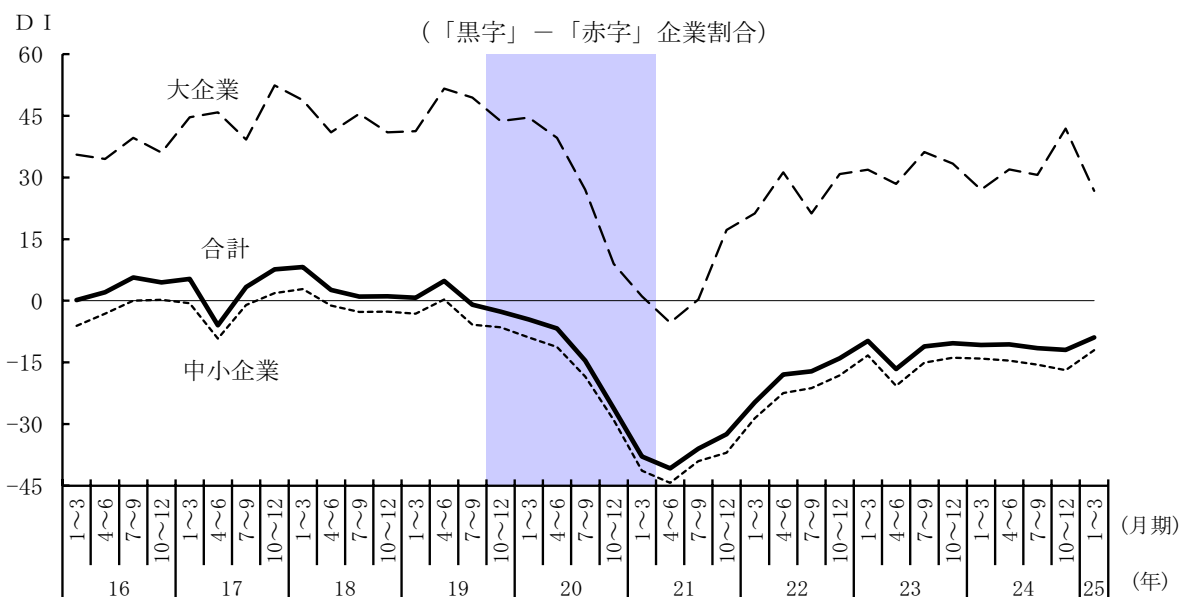
■営業利益水準D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－24.5

○前回調査比：2.9pt

製造業	▲2.8pt	非製造業	5.0pt
大企業	▲11.6pt	中小企業	4.6pt

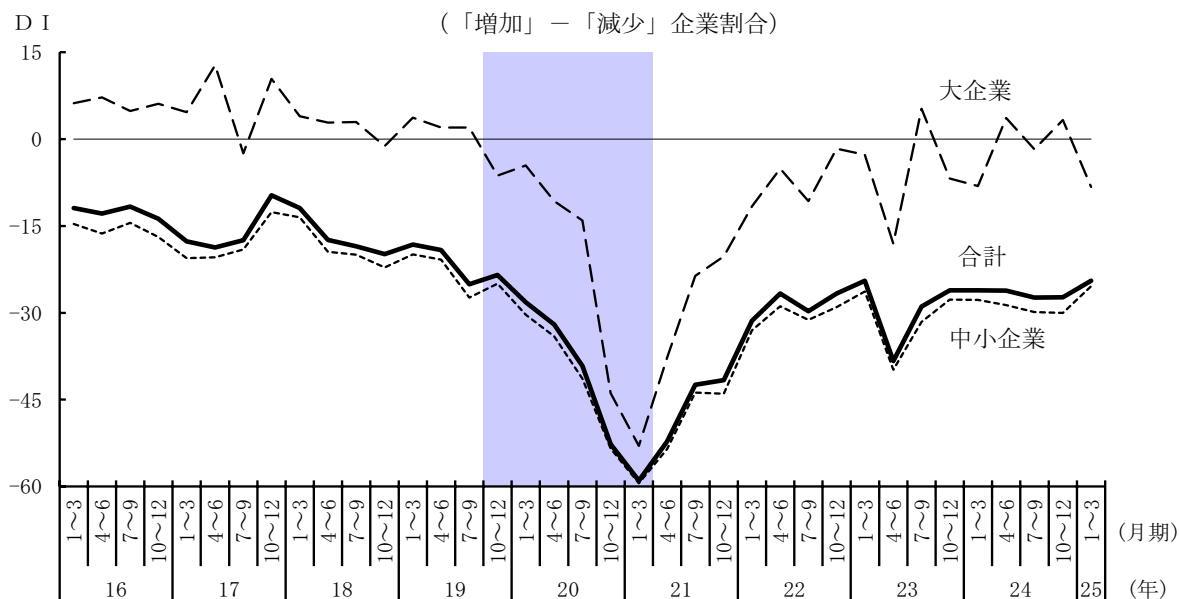
（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

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…非製造業、中小企業で改善し、全体でも4期連続のプラスに

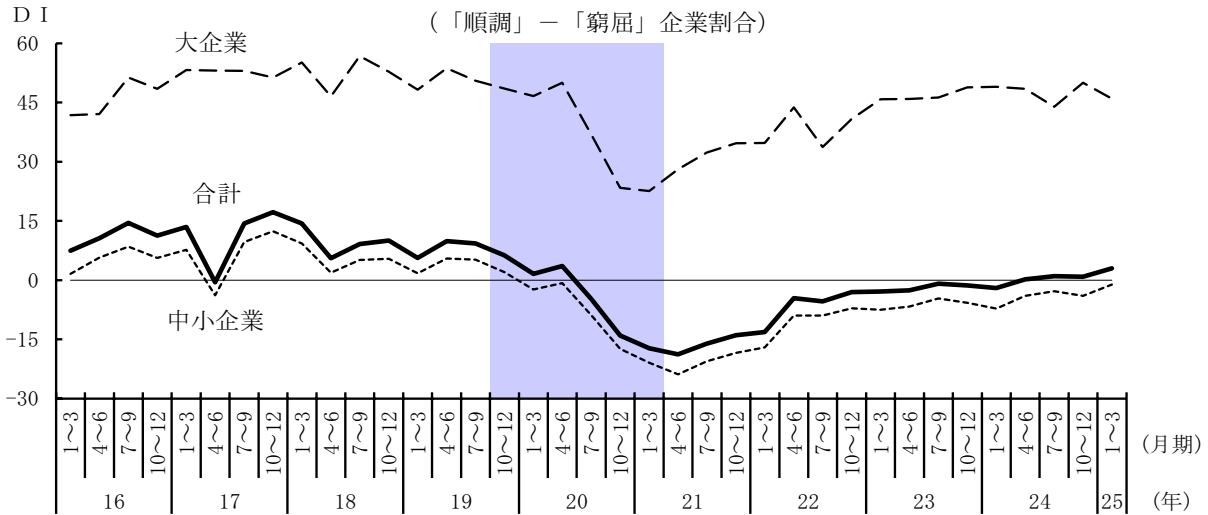
■資金繰りDI（「順調」－「窮屈」企業割合）：3.0

○前回調査比：2.1pt

製造業	▲2.1pt	非製造業	4.2pt
大企業	▲4.0pt	中小企業	2.9pt

（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

図11 資金繰りDI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…前期に比べて減少した企業割合が高まるなど、慎重な姿勢が続く

■設備投資

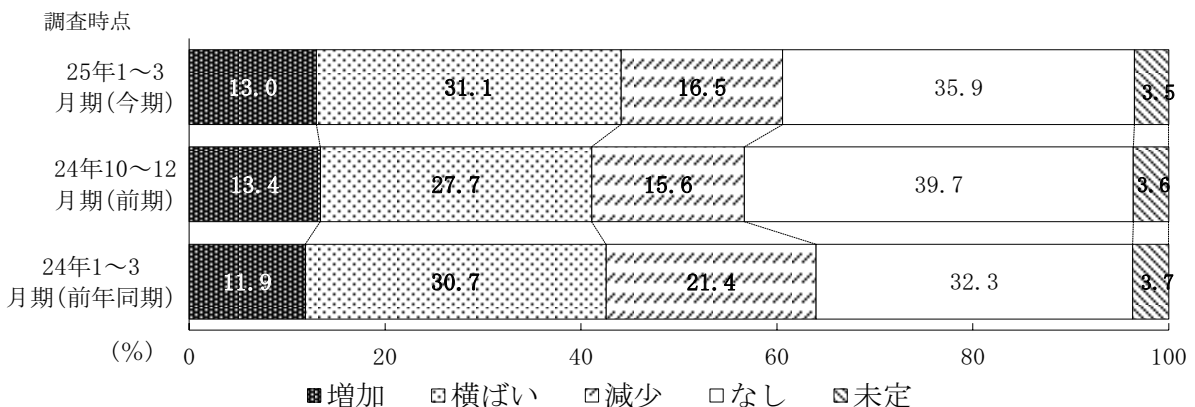
○前回調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
▲0.4pt	3.4pt	0.9pt	▲3.8pt	▲0.1pt

○前年同期調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
1.1pt	0.4pt	▲4.9pt	3.6pt	▲0.2pt

図12 設備投資（前年度実績と今年度見込みとの比較）

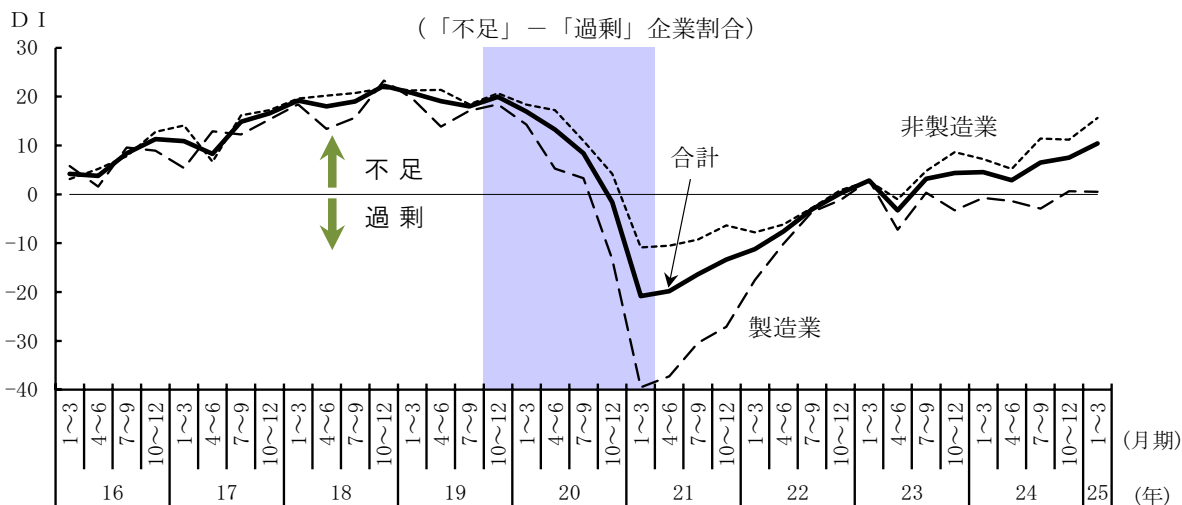


## 7. 雇用状況、雇用予定人員…雇用不足感が増し、雇用予定人員は改善

■25年1～3月期の雇用不足感D I（「不足」－「過剰」企業割合）：10.4

○前回調査比：2.9pt

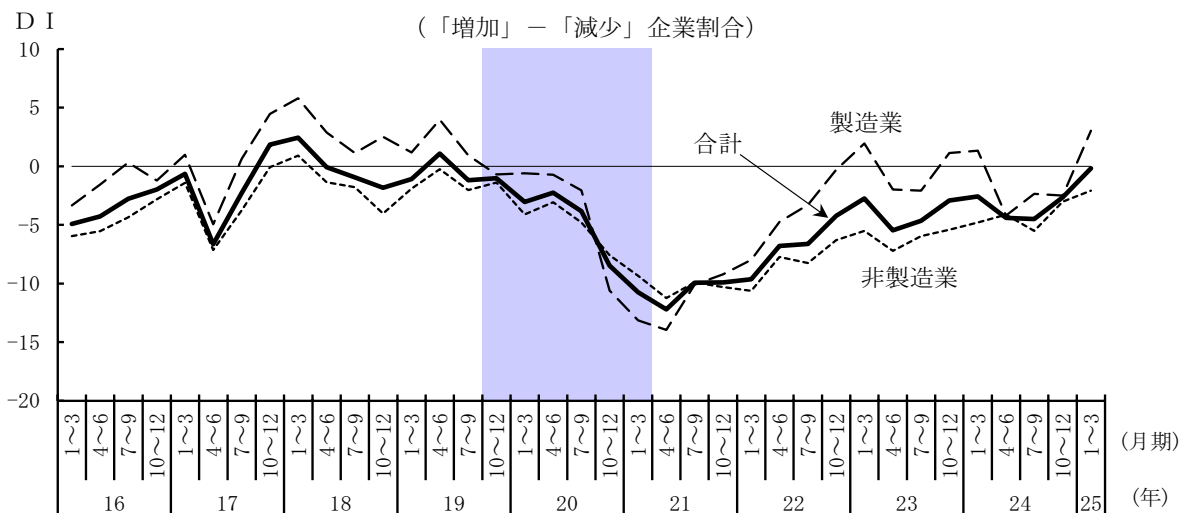
図13 雇用不足感D Iの推移（製造業・非製造業別）



■25年4～6月期の雇用予定人員D I（「増加(予定)」－「減少(予定)」企業割合；季節調整済）：-0.2

○前回調査比：2.5pt

図14 雇用予定人員D Iの推移（季節調整済、製造業・非製造業別）



## 8. 来期の業況見通し…業種・規模を問わず大きく改善する見通し（P3図2参照）

■25年4～6月期の業況見通しD I（「上昇」－「下降」企業割合；季節調整済）：-9.9

○今期業況判断（季節調整済）比：12.4pt

製造業	16.2pt	非製造業	10.2pt
大企業	28.5pt	中小企業	9.8pt

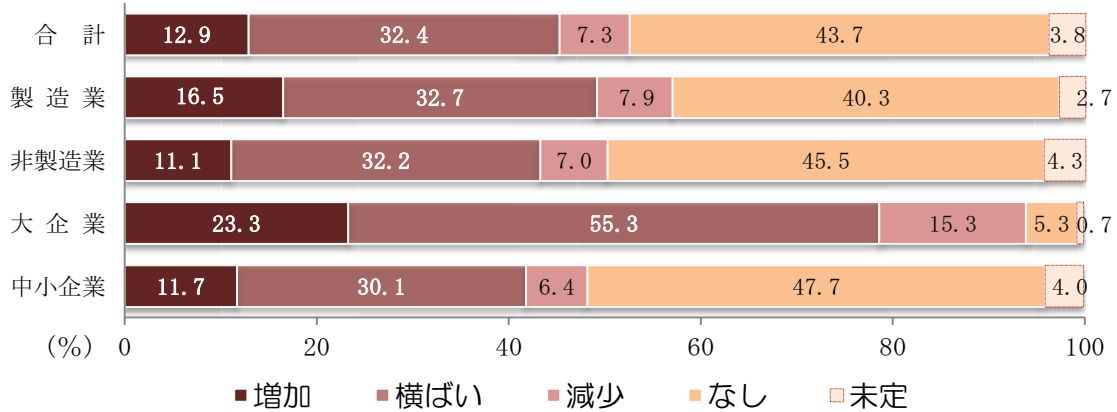
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

(注) 四捨五入により、少数点以下の数字がD I 推移表と一致しない場合がある。

## 9. 24年度の採用実績について

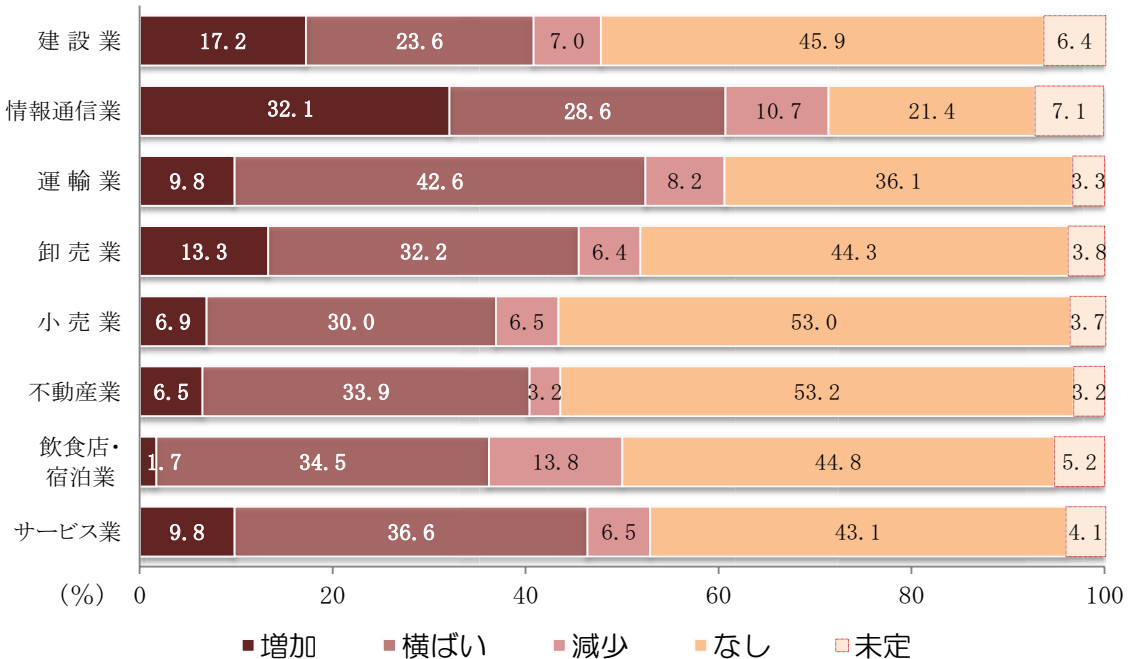
### (1) 24年度の採用実績（23年度実績比）

■全体では、採用実績のない企業が4割超となっている。業種別で比較すると、採用を増やした企業は製造業が非製造業を上回り、採用がない企業は非製造業が他方を上回った。一方、規模別では、採用が「増加」または「横ばい」だったとする企業は大企業で8割弱を占め、中小企業の4割強を大きく引き離している。



### (2) 24年度の採用実績（23年度実績比・非製造業）

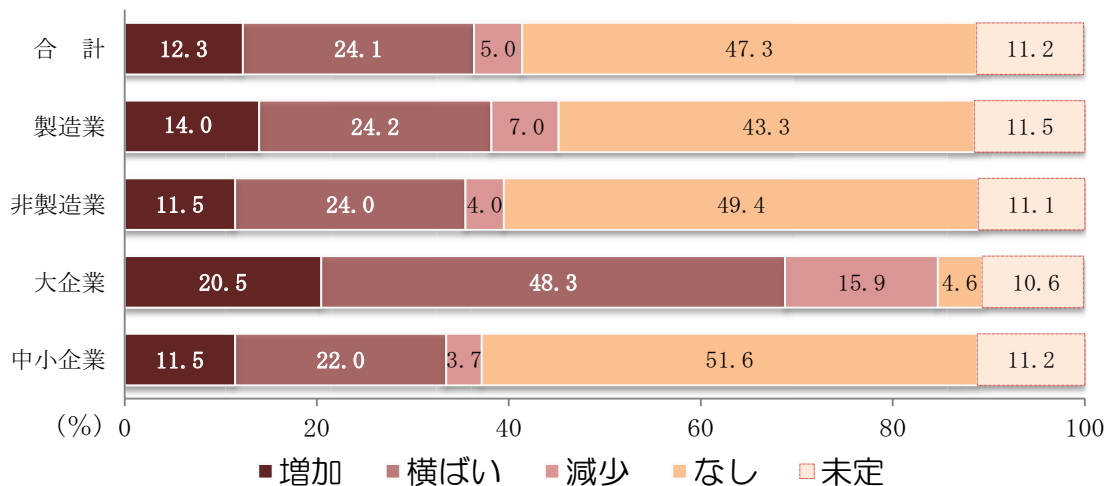
■非製造業を細かくみると、「増加」と「横ばい」合わせた回答割合が多いのは、情報通信業、運輸業、サービス業、卸売業などとなっている。また、8業種のうち飲食店・宿泊業では「減少」の割合が、不動産業では「なし」の割合が最も高い。



## 10. 25年度の採用予定について

### (1) 25年度の採用予定（24年度実績比）

■全体では、採用予定がないとする企業が半数近くを占めている。業種別で比較すると、採用予定がない企業は非製造業が製造業をやや上回った。規模別でみると、採用が「増加」または「横ばい」の予定である企業は大企業で7割弱を占めるのに対して、中小企業では3割超にとどまり、採用予定なしが過半数に及んでいる。



### (2) 25年度の採用予定（24年度実績比・非製造業）

■非製造業を細かくみると、「増加」と「横ばい」合わせた回答割合が多いのは、情報通信業、サービス業、運輸業、不動産業などとなっている。また、採用予定がない企業は小売業、不動産業、卸売業、飲食店・宿泊業などで多い。

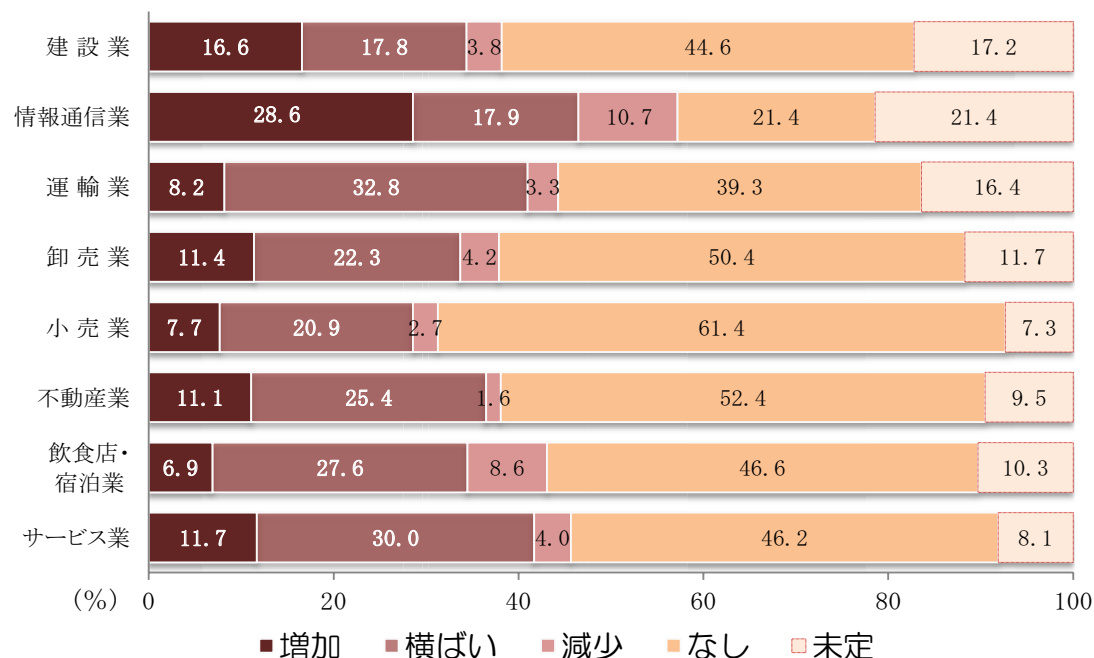


表1 地域別集計表

(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	19.1	36.0	44.8	-25.7	-21.3	-37.7	-24.5	-29.2	-30.8	19.0	37.1	43.9	-24.9	-24.0	-25.5	-29.0	0.0	-26.4					
非製造業	15.4	38.7	45.9	-30.5	-30.0	-35.7	-29.6	-19.6	-33.4	17.3	40.7	41.9	-24.6	-26.1	-21.7	-21.2	-14.0	-27.1					
建設業	21.5	38.6	39.9	-18.4	-16.6	-15.0	-32.0	6.2	-25.7	20.5	38.4	41.1	-20.6	-26.3	-25.0	-20.0	6.6	-19.9					
情報通信業	42.9	42.9	14.3	28.6	24.0	50.0	100.0	-	-	34.6	42.3	23.0	11.6	8.7	0.0	100.0	-	-					
運輸業	8.1	45.2	46.8	-38.7	-53.3	14.3	-44.4	-50.0	-28.6	13.1	47.5	39.3	-26.2	-40.1	14.3	-66.6	-50.0	15.4					
卸売業	16.3	37.0	46.8	-30.5	-30.5	-52.9	-11.1	0.0	-44.4	19.4	40.5	40.1	-20.7	-22.3	-29.3	0.0	33.3	-33.3					
小売業	7.9	29.2	62.9	-55.0	-54.3	-60.0	-51.2	-71.4	-53.8	12.5	36.6	50.9	-38.4	-42.6	-18.5	-23.7	-66.6	-57.7					
不動産業	20.7	50.8	28.6	-7.9	-11.0	-37.5	20.0	50.0	-14.3	15.9	52.4	31.8	-15.9	-25.0	-12.5	0.0	50.0	-14.3					
飲食店・宿泊業	10.0	31.7	58.3	-48.3	-53.2	-20.0	-30.0	-66.6	-60.0	14.5	30.9	54.6	-40.1	-32.3	-60.0	-55.6	-50.0	-37.5					
サービス業	16.1	45.8	38.2	-22.1	-18.0	-35.4	-29.5	-23.1	-17.1	17.9	43.4	38.7	-20.8	-18.7	-23.5	-23.5	-23.1	-22.6					
大企業	18.6	43.7	37.8	-19.2	-11.2	-25.0	-42.1	-100.0	-41.7	24.4	41.9	33.8	-9.4	-11.5	16.7	-5.3	-100.0	-16.7					
中小企業	16.7	37.3	46.1	-29.4	-29.3	-37.3	-25.0	-20.5	-31.9	17.5	39.1	43.4	-25.9	-26.8	-26.2	-26.7	-6.1	-27.5					
合計	16.7	37.8	45.6	-28.9	-27.6	-36.4	-27.0	-22.9	-32.2	17.9	39.5	42.6	-24.7	-25.6	-22.8	-25.1	-8.9	-26.8					

(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 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	29.7	1.0	19.8	9.9	44.6	5.0	1.0	8.9	38.9	12.6	39.3	12.6	26.8	9.2	4.2	4.2
非製造業	33.8	3.8	20.6	1.9	42.5	3.1	1.9	10.0	30.9	15.1	28.1	3.6	30.3	18.3	6.8	9.0
建設業	36.4	3.0	15.2	0.0	42.4	6.1	0.0	12.1	46.7	10.0	31.7	3.3	16.7	26.7	10.0	1.7
情報通信業	25.0	0.0	8.3	0.0	41.7	0.0	0.0	25.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
運輸業	0.0	0.0	60.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	27.6	31.0	17.2	10.3	31.0	6.9	0.0	3.4
卸売業	47.6	7.1	21.4	4.8	33.3	2.4	0.0	4.8	30.5	23.7	41.5	8.5	31.4	9.3	1.7	5.1
小売業	28.6	0.0	14.3	0.0	64.3	0.0	7.1	14.3	31.2	12.0	25.6	0.0	36.0	21.6	6.4	5.6
不動産業	16.7	0.0	41.7	0.0	8.3	8.3	0.0	25.0	23.5	5.9	17.6	0.0	23.5	23.5	5.9	29.4
飲食店・宿泊業	33.3	16.7	33.3	0.0	33.3	0.0	16.7	16.7	10.3	27.6	27.6	0.0	37.9	10.3	17.2	10.3
サービス業	30.6	2.8	16.7	2.8	58.3	2.8	2.8	2.8	27.6	3.4	18.4	2.3	29.9	26.4	9.2	21.8
大企業	29.6	0.0	18.5	3.7	44.4	0.0	3.7	18.5	19.6	5.4	25.0	8.9	51.8	23.2	0.0	8.9
中小企業	32.3	3.0	20.7	5.2	43.1	4.3	1.3	8.6	34.9	14.9	32.7	6.4	27.0	14.6	6.3	7.2
合計	32.2	2.7	20.3	5.0	43.3	3.8	1.5	9.6	33.6	14.3	31.9	6.6	29.1	15.3	5.9	7.3

(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	16.3	37.7	46.0	-29.7	-27.8	-39.6	-28.2	-25.0	-32.3	3.9	76.7	19.4	-15.5	-17.2	-26.4	-13.7	-12.5	-8.5					
非製造業	13.3	42.8	44.0	-30.7	-29.0	-29.7	-35.3	-30.4	-34.0	9.8	70.4	19.8	-10.0	-6.7	-16.1	-13.0	-21.7	-13.0					
建設業	19.1	42.0	38.9	-19.8	-12.1	-15.8	-36.0	0.0	-35.5	8.3	67.3	24.4	-16.1	-15.4	-10.5	-20.0	-6.3	-22.6					
情報通信業	35.7	53.6	10.7	25.0	24.0	0.0	100.0	-	-	7.1	85.7	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	-	-					
運輸業	6.6	47.5	45.9	-39.3	-40.0	14.3	-75.0	-100.0	-35.7	4.9	80.3	14.8	-9.9	-13.8	14.3	-22.2	-50.0	0.0					
卸売業	14.0	42.3	43.8	-29.8	-29.0	-52.9	-25.9	0.0	-27.7	17.7	70.0	12.3	5.4	8.6	-12.5	-3.7	0.0	0.0					
小売業	7.7	36.0	56.3	-48.6	-50.4	-43.4	-45.2	-85.7	-42.3	11.3	63.4	25.4	-14.1	-9.0	-32.1	-9.8	-57.1	-11.6					
不動産業	19.7	55.7	24.6	-4.9	-8.6	-25.0	10.0	50.0	0.0	5.1	78.0	16.9	-11.8	-14.7	-12.5	0.0	0.0	-14.3					
飲食店・宿泊業	10.7	28.6	60.7	-50.0	-50.0	-20.0	-44.5	-66.7	-66.7	11.1	61.1	27.8	-16.7	-20.7	0.0	-22.2	0.0	-12.5					
サービス業	12.0	47.5	40.5	-28.5	-26.5	-27.2	-35.3	-38.4	-26.5	3.3	74.9	21.8	-18.5	-17.8	-18.2	-18.2	-30.8	-17.1					
大企業	17.3	44.0	38.7	-21.4	-17.9	-25.0	-15.7	-100.0	-50.0	6.7	76.5	16.8	-10.1	-1.0	-50.0	-15.8	-100.0	-33.3					
中小企業	14.2	40.9	44.9	-30.7	-29.3	-33.4	-32.0	-26.5	-32.6	8.0	72.1	19.9	-11.9	-10.6	-17.3	-12.6	-16.1	-10.1					
合計	14.3	41.0	44.7	-30.4	-28.7	-32.7	-31.7	-28.5	-33.3	7.8	72.5	19.7	-11.9	-9.5	-19.3	-13.4	-18.6	-11.2					

(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							構成比 (%)			D I (※季節調整前)									
	上	昇	横ばい	下	降	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	37.1	60.1	2.9	34.2	33.7	28.3	29.7	54.2	41.5	27.0	39.9	33.1	-6.1	-4.8	-17.0	-5.6	-8.3	-3.2					
非製造業	29.5	64.6	5.9	23.6	24.6	22.0	22.1	11.3	26.5	20.7	46.0	33.3	-12.6	-7.8	-22.1	-15.4	-15.2	-22.0					
建設業	26.0	68.2	5.8	20.2	28.1	36.8	4.0	6.3	13.3	14.1	57.1	28.8	-14.7	-7.5	-21.1	-16.7	-12.4	-25.8					
情報通信業	20.0	80.0	0.0	20.0	22.7	0.0	0.0	-	-	46.4	35.7	17.9	28.5	24.0	50.0	100.0	-	-					
運輸業	60.7	35.7	3.6	57.1	44.5	50.0	87.5	100.0	61.5	12.9	48.4	38.7	-25.8	-23.3	-14.3	-44.4	-100.0	-14.3					
卸売業	41.3	55.2	3.5	37.8	36.1	35.3	41.7	33.3	55.6	30.2	44.2	25.7	4.5	10.0	-11.8	-7.4	33.4	-27.8					
小売業	27.1	65.0	7.9	19.2	20.9	20.7	14.3	0.0	20.9	10.3	44.8	44.8	-34.5	-35.3	-40.0	-24.4	-28.6	-42.3					
不動産業	10.7	78.6	10.7	0.0	0.0	-25.0	28.6	50.0	-20.0	25.4	52.4	22.2	3.2	8.4	-25.0	10.0	50.0	-14.3					
飲食店・宿泊業	33.9	57.1	8.9	25.0	24.1	40.0	22.2	-33.3	40.0	11.7	30.0	58.3	-46.6	-46.9	-40.0	-40.0	0.0	-70.0					
サービス業	17.4	76.3	6.2	11.2	9.5	12.6	12.9	7.7	15.7	24.1	44.9	31.0	-6.9	-7.7	-14.7	-5.9	-23.1	8.6					
大企業	29.4	68.5	2.1	27.3	26.5	16.7	37.5	-100.0	41.7	46.3	31.5	22.1	24.2	30.5	-25.0	36.8	0.0	0.0					
中小企業	32.5	62.5	5.0	27.5	27.4	24.4	25.8	27.2	32.4	20.5	45.3	34.1	-13.6	-11.5	-21.3	-13.7	-11.8	-15.6					
合計	32.2	63.0	4.8	27.4	27.0	24.0	26.2	26.4	32.8	22.8	43.9	33.2	-10.4	-7.0	-20.6	-10.4	-12.9	-14.5					

## (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	ど ち ら も い え な い	窮 屈	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	14.5	41.7	43.9	-29.4	-25.4	-38.5	-30.8	-12.5	-35.9	35.0	38.2	26.8	8.2	16.7	-1.9	4.4	-12.5	5.4
非製造業	11.4	46.2	42.5	-31.1	-30.2	-28.9	-34.0	-22.2	-36.8	29.4	41.5	29.1	0.3	8.4	-11.8	-5.1	-29.6	-10.3
建設業	12.6	48.3	39.1	-26.5	-19.0	-33.3	-39.1	0.0	-41.9	25.8	47.1	27.1	-1.3	15.1	0.0	0.0	-31.2	-22.5
情報通信業	35.7	46.4	17.9	17.8	12.0	50.0	100.0	-	-	44.4	37.0	18.5	25.9	25.0	0.0	100.0	-	-
運輸業	8.3	40.0	51.7	-43.4	-51.7	14.3	-55.6	-100.0	-38.5	14.5	54.8	30.6	-16.1	-3.3	-28.6	-33.3	-100.0	-14.3
卸売業	13.0	46.6	40.5	-27.5	-25.4	-47.0	-25.9	33.4	-44.4	46.6	32.6	20.8	25.8	27.5	5.9	33.3	0.0	16.7
小売業	5.0	37.4	57.5	-52.5	-55.1	-40.0	-52.5	-85.7	-46.2	18.3	40.8	40.8	-22.5	-18.2	-38.0	-16.7	-71.4	-20.0
不動産業	13.3	60.0	26.7	-13.4	-17.7	-37.5	0.0	100.0	-14.3	32.3	51.6	16.1	16.2	16.7	12.5	11.1	50.0	14.3
飲食店・宿泊業	3.4	41.4	55.2	-51.8	-56.7	-40.0	-40.0	-33.3	-60.0	6.9	46.6	46.6	-39.7	-28.1	-40.0	-60.0	0.0	-66.7
サービス業	14.0	51.7	34.3	-20.3	-20.8	-17.7	-20.6	-33.3	-16.2	29.8	41.6	28.6	1.2	5.5	-3.1	-8.8	-15.4	6.3
大企業	18.2	48.0	33.8	-15.6	-11.6	-16.6	-26.3	0.0	-33.3	55.3	35.3	9.3	46.0	50.0	8.3	52.6	0.0	41.6
中小企業	11.9	44.9	43.2	-31.3	-30.3	-32.9	-32.2	-17.9	-36.3	29.0	40.9	30.1	-1.1	5.5	-10.3	-3.7	-22.7	-6.5
合 計	12.4	44.7	42.9	-30.5	-28.9	-31.8	-32.4	-18.9	-36.4	31.3	40.4	28.3	3.0	10.6	-8.7	-0.3	-23.5	-3.9

## (6) 設備投資、雇用状況

	設備投資 (前年度実績比)					雇用状況 (雇用不足感)								
	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	16.0	28.5	17.1	35.2	3.2	17.5	64.5	18.0	0.5	7.4	-7.5	-5.6	0.0	-1.0
非製造業	11.5	32.4	16.2	36.3	3.6	11.2	62.0	26.8	15.6	14.8	16.3	19.0	15.5	15.6
建設業	10.9	37.2	12.8	34.6	4.5	9.6	60.3	30.1	20.5	24.3	38.9	24.0	12.6	3.2
情報通信業	21.4	46.4	3.6	28.6	0.0	3.6	42.9	53.5	49.9	52.0	50.0	0.0	-	-
運輸業	8.1	33.9	17.7	38.7	1.6	6.7	51.7	41.7	35.0	13.8	71.4	55.5	50.0	46.1
卸売業	11.1	29.8	13.7	42.4	3.1	13.4	67.6	19.1	5.7	4.6	6.3	3.7	0.0	22.2
小売業	7.8	28.1	22.6	38.2	3.2	12.0	64.9	23.1	11.1	9.0	3.7	22.5	-28.6	22.7
不動産業	14.5	37.1	12.9	32.3	3.2	17.7	74.2	8.1	-9.6	-5.5	0.0	-33.3	0.0	-14.3
飲食店・宿泊業	18.6	16.9	18.6	33.9	11.9	14.9	57.4	27.8	12.9	16.7	-20.0	20.0	50.0	0.0
サービス業	12.7	36.5	16.8	31.1	2.9	8.6	57.0	34.4	25.8	29.4	15.2	28.1	38.5	16.2
大企業	26.7	38.0	21.3	12.0	2.0	9.2	57.0	33.8	24.6	31.8	-33.4	21.1	100.0	16.6
中小企業	11.7	30.6	15.7	38.5	3.5	13.7	63.5	22.8	9.1	9.7	13.0	5.9	9.1	8.2
合 計	13.0	31.1	16.5	35.9	3.5	13.4	62.8	23.8	10.4	12.9	9.0	6.3	10.3	8.5

## (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	15.9	75.3	8.8	7.1	9.7	0.0	10.5	8.7	-1.1	26.7	41.8	31.6	-4.9	-1.4	-1.9	-13.2	12.5	-5.4
非製造業	10.6	79.9	9.5	1.1	1.2	2.6	0.6	2.3	-0.7	23.9	40.7	35.4	-11.5	-10.6	-7.4	-8.8	-11.2	-22.2
建設業	16.0	76.3	7.7	8.3	10.6	27.8	4.0	12.5	-6.5	22.2	36.3	41.4	-19.2	-29.2	-5.0	4.0	31.3	-51.6
情報通信業	32.1	53.6	14.3	17.8	16.0	50.0	0.0	-	-	25.0	42.9	32.2	-7.2	-4.0	0.0	-100.0	-	-
運輸業	5.0	90.0	5.0	0.0	0.0	-14.3	0.0	0.0	7.7	24.6	52.5	23.0	1.6	3.5	-14.3	-11.1	50.0	7.2
卸売業	11.5	82.3	6.2	5.3	6.1	6.3	7.4	0.0	-5.6	29.4	40.5	30.2	-0.8	-0.1	-23.5	0.0	-66.6	22.2
小売業	4.8	84.1	11.1	-6.3	-10.7	-7.4	-2.5	0.0	9.1	19.9	36.0	44.1	-24.2	-22.1	-23.4	-19.5	-57.2	-34.7
不動産業	6.5	83.9	9.7	-3.2	2.8	-12.5	-11.1	0.0	-14.3	25.4	47.6	27.0	-1.6	-13.8	12.5	40.0	100.0	-42.9
飲食店・宿泊業	9.3	75.9	14.8	-5.5	-10.0	0.0	0.0	50.0	-14.3	17.0	35.6	47.4	-30.4	-21.9	20.0	-40.0	-50.0	-70.0
サービス業	11.2	76.3	12.5	-1.3	-1.6	0.0	0.0	-15.4	3.3	23.6	44.3	32.1	-8.5	-8.3	6.0	-14.7	-46.2	-2.9
大企業	22.5	64.2	13.2	9.3	10.3	-16.7	10.5	0.0	25.0	36.0	41.3	22.7	13.3	15.1	8.4	0.0	-100.0	33.4
中小企業	11.5	80.0	8.5	3.0	3.0	3.9	6.2	6.1	-2.9	23.9	41.2	34.9	-11.0	-10.4	-7.5	-11.3	0.1	-18.0
合 計	12.4	78.3	9.3	3.1	3.4	1.7	5.8	4.5	-0.9	24.8	41.1	34.2	-9.4	-8.3	-5.7	-11.0	-2.8	-15.5

※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。



## (8) 24年度の採用実績

	24年度の採用実績 (23年度実績比)				
	増加	横ばい	減少	なし	未定
製造業	16.5	32.7	7.9	40.3	2.7
非製造業	11.1	32.2	7.0	45.5	4.3
建設業	17.2	23.6	7.0	45.9	6.4
情報通信業	32.1	28.6	10.7	21.4	7.1
運輸業	9.8	42.6	8.2	36.1	3.3
卸売業	13.3	32.2	6.4	44.3	3.8
小売業	6.9	30.0	6.5	53.0	3.7
不動産業	6.5	33.9	3.2	53.2	3.2
飲食店・宿泊業	1.7	34.5	13.8	44.8	5.2
サービス業	9.8	36.6	6.5	43.1	4.1
大企業	23.3	55.3	15.3	5.3	0.7
中小企業	11.7	30.1	6.4	47.7	4.0
全体	12.9	32.4	7.3	43.7	3.8

## (9) 25年度の採用予定

	25年度の採用予定 (24年度実績比)				
	増加	横ばい	減少	なし	未定
製造業	14.0	24.2	7.0	43.3	11.5
非製造業	11.5	24.0	4.0	49.4	11.1
建設業	16.6	17.8	3.8	44.6	17.2
情報通信業	28.6	17.9	10.7	21.4	21.4
運輸業	8.2	32.8	3.3	39.3	16.4
卸売業	11.4	22.3	4.2	50.4	11.7
小売業	7.7	20.9	2.7	61.4	7.3
不動産業	11.1	25.4	1.6	52.4	9.5
飲食店・宿泊業	6.9	27.6	8.6	46.6	10.3
サービス業	11.7	30.0	4.0	46.2	8.1
大企業	20.5	48.3	15.9	4.6	10.6
中小企業	11.5	22.0	3.7	51.6	11.2
全体	12.3	24.1	5.0	47.3	11.2

表2 D I推移表

		回	20		21		22		23		24		25		前回調査との比較	前回調査の見通しの比較									
		平成	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								
(1) 業況判断	前期比	a. 季調済	製造業	-36.2	-60.4	-67.9	-47.7	-32.7	-30.7	-13.3	-14.3	-21.9	-14.7	-10.7	-37.9	-17.3	-17.9	-18.5	-18.4	-25.4	-21.8	-20.9	0.9	▲ 4.3	
		非製造業	-43.1	-53.0	-57.5	-51.7	-43.9	-47.2	-35.6	-30.6	-32.7	-27.0	-23.1	-27.7	-26.7	-27.7	-28.5	-25.5	-25.4	-29.5	-23.4	-23.4	6.2	▲ 3.5	
		大企業	-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	9.7	-2.0	3.9	-13.4	▲ 17.3	▲ 28.7		
		中小企業	-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	-26.4	-27.4	-29.6	-22.7	-22.7	6.9	3.9	
	合計	-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	-23.6	-25.2	-27.0	-22.3	-22.3	4.7	0.8		
	b. 季調前	製造業	-33.4	-52.5	-57.4	-47.7	-32.7	-30.7	-17.0	-19.3	-8.1	-16.6	-31.0	-15.4	-11.0	-23.7	-22.1	-24.0	-14.2	-25.7	▲ 11.5	▲ 7.9			
	非製造業	-40.6	-47.0	-65.4	-52.0	-41.5	-41.4	-43.5	-31.1	-30.3	-21.0	-30.7	-40.6	-24.6	-21.2	-35.8	-26.9	-23.6	-22.6	-30.5	▲ 25.4	▲ 7.8			
	大企業	-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	7.1	4.4	6.2	-19.2	▲ 25.4	▲ 7.8			
	中小企業	-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	-27.9	-26.9	-21.6	-29.4	▲ 7.8	▲ 9.1			
	合計	-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	-25.3	-23.8	-19.8	-28.9	▲ 9.1	▲ 7.0			
	c. 同期比	製造業	-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	-18.9	-26.1	-26.9	-24.9	2.0	2.0		
	非製造業	-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	-26.6	-28.6	-32.7	-24.6	8.1	8.1			
大企業	-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	15.7	-3.0	-2.4	-9.4	▲ 7.0	▲ 7.0				
中小企業	-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	-27.2	-30.6	-33.2	-25.9	7.3	7.3				
合計	-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	-24.0	-27.7	-30.6	-24.7	5.9	5.9				
(2) 売上高(季調済)	製造業	-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	-18.4	-26.5	-22.4	-24.3	▲ 1.9	▲ 1.9			
	非製造業	-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	-25.3	-27.3	-29.8	-23.7	6.0	6.0			
	大企業	-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	8.0	-4.3	4.7	-12.9	▲ 17.6	▲ 17.6			
	中小企業	-40.5	-55.0	-61.6	-54.4	-43.8	-44.4	-31.9	-28.8	-31.1	-26.2	-21.2	-37.0	-26.9	-25.4	-26.6	-26.0	-29.3	-29.8	-23.8	6.0	6.0			
合計	-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	-23.5	-27.2	-27.2	-23.3	4.0	4.0				
(3) 製・商品単価	製造業	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	-18.3	-17.3	-19.7	-15.5	4.2	4.2			
	非製造業	-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	-20.8	-18.2	-19.5	-10.0	9.5	9.5			
	大企業	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	-6.6	-4.3	-7.7	-10.1	▲ 2.4	▲ 2.4			
	中小企業	-5.3	-22.7	-40.9	-37.7	-34.5	-35.0	-33.6	-23.0	-26.3	-22.6	-18.9	-18.8	-18.6	-16.6	-21.3	-20.9	-19.4	-20.2	-11.9	8.3	8.3			
合計	-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	-19.9	-17.9	-19.5	-11.9	7.6	7.6				
(4) 原材料価格	製造業	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	17.3	8.8	9.1	34.2	25.1	25.1			
	非製造業	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	10.5	8.8	10.1	23.6	13.5	13.5			
	大企業	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	14.7	9.6	11.6	27.3	15.7	15.7			
	中小企業	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	13.3	9.0	9.7	27.5	17.8	17.8			
合計	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	12.9	8.8	9.7	27.4	17.7	17.7				
(5) 営業利益判断(季調済)	製造業	-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	-2.9	-5.7	-3.5	-5.1	▲ 1.6	▲ 1.6			
	非製造業	-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	-15.3	-14.5	-16.0	-10.7	5.3	5.3			
	大企業	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	31.9	30.6	41.9	26.8	▲ 15.2	▲ 15.2			
	中小企業	-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	-14.6	-15.6	-16.9	-12.0	4.9	4.9			
合計	-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	-11.6	-12.0	-8.9	3.0	3.0					
(6) 営業利益水準(季調済)	製造業	-36.0	-55.1	-66.7	-50.9	-41.4	-32.7	-20.5	-19.8	-23.7	-21.1	-22.1	-32.8	-23.8	-21.1	-19.7	-22.1	-26.6	-22.7	-25.5	▲ 2.8	▲ 2.8			
	非製造業	-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	-27.5	-28.0	-29.6	-24.7	5.0	5.0			
	大企業	-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	3.6	-1.8	3.3	-8.3	▲ 11.6	▲ 11.6			
	中小企業	-41.4	-53.4	-59.4	-53.6	-43.8	-44.0	-33.0	-28.9	-31.1	-22.0	-26.3	-39.8	-31.6	-27.7	-27.8	-28.7	-29.9	-30.0	-25.4	4.6	4.6			
合計	-39.2	-52.7	-59.0	-52.2	-42.4	-41.6	-33.4	-26.7	-29.7	-26.7	-24.5	-38.3	-28.9	-26.1	-26.2	-27.4	-27.3	-24.5	2.9	2.9					
(7) 資金繰り	製造業	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	9.1	12.2	10.3	8.2	▲ 2.1	▲ 2.1			
	非製造業	-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	-4.5	-4.8	-3.9	0.3	4.2	4.2			
	大企業	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	48.5	43.9	50.0	46.0	▲ 4.0	▲ 4.0			
	中小企業	-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	-4.0	-2.8	-4.0	-1.1	2.9	2.9			
合計	-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	0.2	1.0	0.9	3.0	2.1	2.1				
(8) 雇用状況(雇用不足感)	回	平成	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	前回調査との比較	前回調査の見通しの比較		
	前半期	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	4~6	7~9	10~12	1~3					
	製造業	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	-1.4	-2.9	0.6	0.5	▲ 0.1	▲ 0.1			
	非製造業	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	5.2	11.4	11.2	15.6	4.4	4.4			
	大企業	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	12.1	15.8	16.1	24.6	8.5	8.5			
	中小企業	6.5	-3.2	-22.7	-20.1	-16.2	-13.1	-12.0	-8.4	-3.0	-0.1	2.5	-4.0	3.0	3.5	4.2	1.8	5.2	6.4	9.1	2.7	2.7			
	合計	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	2.9	6.							

## 最近の消費動向（個別ヒアリング）

3月の大型小売店の売上高は、気温の上昇に伴い春物商材が堅調に推移したことや、一部店舗の増床・リニューアル効果などもあり、3か月ぶりに前年同月を上回った。

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、大型小売店3社と飲食店1社を対象にヒアリング調査を行った。

大型小売店では、ホワイトデー商戦や農産物などで苦戦したが、ジャケット、パンツ、婦人のスプリングコートなどカジュアルを中心に動きが良く、海外高級ブランドのバッグのほか、時計・宝飾などの高額品も好調だった。飲食店では、好天やテレビ放映などが奏功し、前年の売上げを上回る企業もあった。

### 百貨店A社

3月の売上げ状況をみると、カジュアル系婦人服、ブルゾンなど紳士服、高額な宝飾品などの動きは良かったが、主力の季節商材の動きが鈍く、売上高は前年を下回った。

**紳士服**：スーツやブルゾンなどの動きは良かったが、バッグなどのトラベル関連や、靴、革小物といった雑貨で苦戦し、全体では微減となった。

**婦人服**：ドレス、スカートなどの動きが鈍かったものの、スプリングコート、今年流行のパンツ、ジーンズなどが好調で、売上げは小幅の減少にとどまった。

**子供服**：土日における来店客数の減少もあり、雑貨・玩具以外の品目が伸び悩み、全体の売上げは減少した。

**食料品**：来店客数の減少もあり、ひな祭り・ホワイトデー商戦ともに前年を下回った。生鮮食品、和菓子、洋菓子・パンなど多くの品目で不振となり、全体の売上げも減少した。

**化粧品**：ボディーケアでは大量購入がみられた。

**バッグ**：例年、春物バッグの買い換え需要がみられるが、平場（自主企画の売り場）・インショップ（ブランドごとに区切った販売形式）とも苦戦した。

**宝飾品**：パールの動きが好調で、時計も海外・国産ともに高額品が伸びている。

### 百貨店B社

3月は、気温が平年よりも高く推移したことに加

え、円安に伴う海外高級既製服ブランドの値上げを目前にした駆け込み需要、株価の上昇などもあり、府内店舗の売上げは前年並みや増加となった。

**紳士服**：春物を中心に、シャツ、ジャケットといったカジュアル系が好調で、大阪市内のある店舗では2桁増となった。ただし、スーツやシューズなどのビジネス関連商品は伸び悩んだ。

**婦人服**：海外の高級既製服ブランドの値上げを目前にした駆け込み需要が発生しており、宝飾、バッグ・財布などの革雑貨で前年を大きく上回った。月前半は、春色のスプリングコートやヤングに人気のパンツの売れ行きが良く、後半もパンツや初夏らしい色合いのニットが好調だった。

**子供服**：洋品部門では、平日は孫へのプレゼントを買い求める祖父母の、土日は家族連れでの来店がみられ、全体の売上げは増加した。また、ゲームやアニメのキャラクターグッズが小学校の低学年で人気となっている。

**食料品**：平年より桜の開花が早く、花見用の弁当や惣菜が好調に推移したが、競争激化もあり全体の売上げは前年実績を下回った。なお、最近のバレンタインでは、女性の友人同士で贈り合う「友チョコ」が需要の主流になっていることから、ホワイトデー商戦はバレンタインからの波及が少なく苦戦した。

**雑貨等**：株価上昇の影響もあり、腕時計や特選食器など海外高級ブランドを中心に動きが活発になっている。婦人靴では、今年の流行色に合わせたパンプスのほか、好天の影響からウォーキングシューズが好調であった。

### スーパーC社

3月の販売額は前年同月比で微減となった。平年に比べて気温が高く、衣料品では春物商品が活発に動いた。住居関連でも、空気清浄機などが好調で、衣料品とともに売上げは増加した。一方、食料品では、飲料など好調要因もみられたが、水産の一部や昨年の相場高騰の反動を受けた農産物が苦戦したこともあり、前年を下回った。

来店客数は、衣料品でのみ増加したが、買い上げ点数はいずれも前年並み、顧客単価は衣料品と住居関連で微増となった。

**衣料品**：紳士のカジュアルパンツ、シャツ類、服飾・ネクタイ、カットソーなど、春物商品が堅調に推移

した。また、花粉の飛散量予測に基づき、花粉症対策関連の商材を早めに打ち出したことから、アウトター、帽子、サングラスなどが大幅に伸びた。一方、卒業・入学式関連の婦人フォーマルはやや苦戦した。

**食料品**：あさり、ホタルイカといった水産の旬物、ひな祭り・花見向け惣菜、カット野菜・カットサラダ、飲料・アイス、単価が上昇傾向にある米などが好調だったが、魚卵、塩鮭等のほか、昨年の相場高騰の反動から単価安となった農産物が苦戦した。個別商品では、ローストビーフ等、唐揚げ、チルド半製品、造り素材、ドレッシングなどが増加したが、焼鳥・照り焼き、特殊豚、キャベツ、塩鮭・加工品などが減少した。

**住居関連**：花粉やPM2.5（直径2.5μm以下の微小粒子状物質）の飛散に伴い、空気清浄機やマスクが大幅に伸びたほか、鼻炎薬・目薬、保湿ティッシュなども好調だった。また、気温上昇に伴い、制汗剤や防虫剤の動きも良かった。その他の商品では、4000以上冷蔵庫、ダウンケット、ステンレスボトルなどが増加したが、防災用品、BOX家具、カードゲーム、レコーダー、カイロなどが減少した。

### 飲食店D社

**売上高**：郊外型和食レストランであるD社の3月の売上高は、天候に恵まれたことや日曜日が1日多かったこと、下旬にテレビ番組でメニューが取り上げられたこともあり、前年実績を上回った。また、繁忙期に閑静な関係なく作業のスピードを変えないことで、機会損失の回避に努めている。繁忙期や週末営業が活

況を呈したことで、平成24年の郊外和食部門は増収増益となった。

**来店客数**：3月は、テレビCMや折込みチラシといった定例の販促活動以上に、先述のテレビ放映の効果が大きく現れ、前年同月比で数%の増加となった。また、週末の10%割引特典サービスが受けられるモバイル会員の登録者数も各店舗で増加しており、高い固定客率につながっている。なお、店舗には個室が数部屋備わっており、卒業・入学関連や送別会などの宴会需要が好調で、予約は前年に比べて1割ほど増加した。

**客単価**：前年同月比で横ばいとなった。平日のランチタイムは定食が多いことから、単価はやや低いが、ディナータイムは季節を問わず人気の高いしゃぶしゃぶの食べ放題が中心となり、単価は安定する。なお、一日の平均客単価は1,200円程度である。円安基調による食材調達コストの上昇は今のところないが、今後の課題になることは避けられないとみている。

**独自の取組**：和食はメニューに季節感を取り入れることが重要といわれる。D社は繰り返し来店してもらえる店をめざし、値頃感を維持しつつ旬の食材を用いたメニューを2か月の期間限定で4品ずつ投入して、他社と競合しない事業ドメインの確立を図っている。一方で、景気回復の外食産業への波及は、賃金上昇や雇用確保の改善など、個人消費が上向くまで望めないとみている。

## 大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		24年	25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)	135,227	149,715	192,893	146,889	124,855	144,986
	(前年同月比、全店ベース)	▲2.3	3.9	2.4	▲0.5	▲1.2	6.4
	(前年同月比、既存店ベース)	▲2.4	3.8	2.6	▲0.4	▲0.6	5.6
うち百貨店	販売額	66,484	78,822	103,625	76,533	62,409	75,131
	(前年同月比、全店ベース)	▲2.0	6.8	2.3	3.6	3.4	9.6
	(前年同月比、既存店ベース)	▲1.0	7.8	3.9	5.1	6.2	9.6
うちスーパー	販売額	68,743	70,894	89,268	70,355	62,446	69,855
	(前年同月比、全店ベース)	▲2.6	0.8	2.4	▲4.7	▲5.3	3.2
	(前年同月比、既存店ベース)	▲3.7	▲0.4	1.1	▲5.9	▲6.8	1.5
コンビニエンスストア販売(近畿)	販売額	116,810	112,174	119,921	108,564	101,263	116,947
	(前年同月比、全店ベース)	2.5	2.5	2.9	4.2	▲1.7	4.8
	(前年同月比、既存店ベース)	▲1.6	▲1.9	▲1.6	▲0.6	▲5.0	0.2
乗用車新車販売	台数	15,586	16,908	15,308	16,859	21,391	26,813
	(前年同月比)	▲5.8	▲0.3	▲0.9	▲7.2	▲8.9	▲13.3
家電販売(近畿)	(前年同月比)	▲15.4	▲8.4	▲5.0	▲12.3	▲5.3	▲3.2

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」。前年同月比は店舗調整済の値。

【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（業種別景気動向調査）

## 綿・スフ織物業

24年は厳しい受注状況だったが、25年に入り回復基調にある業者が散見されるなど、足下に明るさが出てきている。

収益は、円安の進行によって原材料費が上昇しているものの、国内の繊維製品の価格は、デフレから脱却しておらず、現状での転嫁は難しく、さらに電気料金の値上げで、採算の悪化が懸念されている。

今後については、中国での人件費の値上がりに加え、円安の進行で、中国産の織布との価格差が縮まり、日本国内への生産回帰が期待される。しかし、大ロットを機織できる国内の織布業者は限られることや、中国での一貫生産が定着していることから、多くは期待できないとみる業者もあり、先行きに不透明さが残る。

### 業界の概要

綿・スフ織物は、綿、スフ（Staple Fiberの略：短繊維）、合成繊維の紡績糸を素材とする織物を指す。代表的な織組織として、平織、綾織、朱子織があり、これらは三原織組織といわれる。平織した織物には、金巾、ポプリン、綾織にはデニム、朱子織にはブロードなどがある。

織布業者は、織機の幅で小幅と広幅に大きく分かれている。幅の区分は、経済産業省生産動態統計では、織上がりで20インチ（50.8cm）未満を小幅、それ以上のものを広幅としているが、和服用の反物幅である36cmを基準として小幅、それ以上の幅のものを広幅とするものもあり、厳密な区分はない。小幅と広幅では用途が異なり、小幅は、浴衣や手ぬぐい、ガーゼ、広幅は、衣服、寝装品、インテリア、産業資材（テープ類の基布、テント・シート等）などとなっている。

生産形態には、賃織と糸買布売がある。前者は、発注者から支給された糸を機織し、織工賃を受け取る。後者は、商社や卸、紡績メーカーなどから受注し、原糸を購入して、機織し、生機（織り上がりの白生地）を販売する。賃織、糸買布売のいずれも生機での出荷となるが、後工程である晒や染色をして加工反で販売したり、ストールなどの製品を作って販売したりする業者も少ないながらみられる。

大阪府内では、堺市以南の地域に多くが立地し、地域の北部には小幅、南部には広幅の業者が集積している。他に、東大阪市など河内地域にも産業資材や柔道着などの織布業者が立地する。

府内の事業所数は平成22年で67、従業者数は873人、製造品出荷額等は182億7,643万円、全国のシェアは、それぞれ16.0%、15.9%、21.3%となっている（従業者数4人以上、経済産業省『工業統計表（細分類）』）。

中国などの海外で機織する量が増え、生機の国内発注量は減少しているのに加え、織布業者の経営者の高齢化が進んでいることから、産地の集積度は低下し続けている。こうした状況は他産地も同様で、国内産地はどこも厳しい状況に置かれている。

### 受注は回復の兆し

小幅織物の受注状況は、リーマンショックで落ち込んだものの、回復基調にある。手ぬぐいや浴衣などの需要回復より、織布業者の廃業や倒産による供給減を回復要因としてあげる声が聞かれた。

衣料や寝具向けの広幅織物では、昨年、受注の確保がままならず、雇用調整助成金によって雇用を維持し、急場をしのいだ業者があるなど厳しい状況がみられたが、今年に入ってフル生産の状態が続く業者があるなど、回復の兆しが見え始めている。

もともと、衣料向けの受注状況は、中国の織布業者の受注状況に大きく影響を受けている。大ロットを受注できる織布業者は国内に数少なくなり、中国の機織への依存度が高くなっているからである。中国の織布業者は、日本からの受注に比べ品質要求に厳しくなく、ロットの大きい欧米からの発注を優先して受ける傾向がみられるという。24年は、債務問題によって消費が冷え込んだ欧州からの発注が減少したため、生産能力に余剰ができた中国の織布業者が、日本からの発注を取り込み、日本の織布業者の受注が減少したとみられている。中国の人件費が上昇していることに加え、円安の進行で国内機織への回帰が期待されている。

産業資材向けでは、受注の確保がままならないといった厳しい状況がみられ、他の用途に比べ回復感が弱い。しかし、日中関係によって低調となっていた自動車メーカーなどの中国生産が回復してきたことや、卸、川下メーカーで高水準にあった在庫がはけてきたことで、秋口頃から上向くことを期待する声が聞かれる。

このように回復への期待が高まりつつあるものの、織布業者間の回復への歩調は揃っていないわけではない。特長のある織物を織ったり、積極的に卸や商社へ営業を仕掛けたりする織布業者では足早な回復がみられる。

### 原材料費の上昇で採算性の先行は悪化懸念

小幅織物は、国内需要が主で、輸入品や他産地との競合が緩やかであり、受注の回復に伴って収益性も改善傾向にある。一方、広幅織物は、中国など海外や国内他産地との競合が激しく、受注が回復しても、競合によって一旦引き下げた価格を引き上げることは難しく、収益の改善には至っていない。

原材料費は上昇基調にある。綿糸価格は、綿花価格が上昇している上に、円安の進行で、本年初めから値上がりしている。為替相場が安定していないことから、綿糸価格は落ち着く先がみえず、糸買布売の業者の原材料費を押し上げることになる。

また、円安の進行は、晒しや染めなどの後工程で使用する化学製品の価格を押し上げ、外注費の増加が懸念されており、後工程まで行う業者の収益を圧迫する可能性がある。

さらに、4月からの電気料金の値上げは、賃織業者も含め全ての織布業者の負担を増すことになる。電力費の負担は、燃料費調整制度による上乘せもあるため、今後の為替と原油価格の動向しだいでは、一層の負担増を招く。

電気料金の値上がりについては、電力会社ごとで値上がり幅や時期が異なるため、そのまま織工賃や販売価格に転嫁すると、他産地に対する価格競争力が低下してしまいかねない。また、依然、デフレ状態が続いており、繊維製品の市場価格は上がらず、転嫁するのはそもそも難しい状況にある。

しかし、円安の状態が続けば、輸入品の価格を押し上げ、原材料費の増加分を価格転嫁できる可能性が高まる。ただ、輸入品の値上がりは、最終製品の値上がりにつながり、消費を冷え込ませる可能性もある。

#### 業者数減少に落ち着き

業者数は、リーマンショックで受注が冷え込み、経営者の高齢化もあって急減した。受注状況に回復の兆しがあることで、倒産や廃業による業者数の減少は落ち着きを見せている。しかし、受注の長期的な見通しには悲観的で、しかも、後継者のいない高齢の経営者が多いことから、廃業者数の増加が懸念されている。

1日の作業時間を短くし、日曜日や土曜日の作業を止めるなどして、余暇時間を増やすことで事業承継した事例など、数は少ないながらも事業承継した業者がみられる。

#### 高齢化が進む新規雇用には消極的

学卒者を定期的に採用するところもあるが、新規雇用には消極的なところが多い。事業の先行きが不透明な中、雇用を維持することに不安があるためである。比較的規模が大きく業績が好調な業者でも、新規に雇用をせず、最長3年間の外国人研修生を受け入れることで、仕事をこなしている。小規模業者では、経営者も含めて従業員が高齢化しているところが多く、それらのところでは、退職者が生じても補充せず、受注を減らすことで対応しているという。

#### 設備増設、更新の動きはみられない

受注が一足早く回復し、フル稼働しているところでも設備を増設して対応する動きはみられない。受注に山谷の変化があり、かつその差が激しかったことや、後継者がいないことなどから、受注が増えても増設に踏み切れないばかりか、更新にも踏み切れないところがある。そうしたところの中には、中古設備を購入して、補修部品として利用し、耐用年数を大幅に超えて現有設備を使い続けているところが見られる。

#### 今後の見通し

短期的に注目されるのは、為替の動向である。円安進行によるコストの押し上げは即時的で、織工賃や販売価格への転嫁は遅行的であることから、急激な円安の進行は業績を圧迫する。また、円安の極端な進行によって、輸入品の価格を上昇させ消費を冷え込ませたり、海外の織布業者が受注価格を引き下げたりすることが懸念されている。

小幅織物の動向に関しては、国内需要が逡減していくとみられており、国内の供給能力によって、個々の業者の受注状況が影響されると考えられる。

広幅織物に関しては、生産量の多い中国の織布業者の動向に今後も影響される。人件費の上昇と円安の進行で、中国での機織に対する価格競争力は高まったものの、大ロットで機織できる日本国内の業者は限られている。また、糸の調達から機織、染色、縫製の一連の工程を海外に発注する卸や商社では、一部、あるいは全ての工程を国内に回帰するとは考えにくい。今後、高品質や短納期、ロットが比較的小さい織布を中心に、一定量が国内に回帰するとみられるが、それによるものより、昨年の受注量が減少したように、中国の織布業者を取り巻く受注環境の変化による影響の方が大きいと考えられる。

(廣岡 昭彦)

#### 綿・スフ織物の生産量推移

	綿織物		ビスコーススフ織物		合成繊維短繊維		綿スフ計	
	【千㎡】	対前年・月比【%】	【千㎡】	対前年・月比【%】	【千㎡】	対前年・月比【%】	【千㎡】	対前年・月比【%】
平成20年	340,032	-11.1	76,811	-6.3	255,621	-7.5	672,464	-9.2
21年	229,655	-32.5	63,218	-17.7	192,548	-24.7	485,422	-27.8
22年	129,295	-43.7	56,912	-10.0	159,283	-17.3	345,490	-28.8
23年	128,034	-1.0	61,026	7.2	176,640	10.9	365,700	5.8
24年	122,713	-4.2	48,512	-20.5	128,570	-27.2	299,795	-18.0
10月	11,079	10.1	4,162	-2.5	12,451	-0.2	27,692	3.3
11月	10,784	-2.7	4,200	0.9	12,884	3.5	27,868	0.6
12月	10,124	-6.1	4,154	-1.1	12,257	-4.9	26,535	-4.8
25年1月	8,969	-11.4	3,396	-18.2	11,991	-2.2	24,356	-8.2
2月	10,164	13.3	4,507	32.7	12,939	7.9	27,610	13.4

資料：経済産業省「繊維・生活用品統計」「生産動態統計」

(注) 見直し等によって、平成22年以前の数値と不連続が生じているため、22年以前の数値に該当品目の接続係数を乗じて補正している。

#### 全国・大阪府の綿・スフ織物業の推移

	大阪府									全国		
	事業所			従業者数			製造品出荷額			事業所数 【所】	従業者数 【人】	製造品出荷額 【万円】
	数	対前年比 【%】	全国シェア 【%】	数	対前年比 【%】	全国シェア 【%】	額	対前年比 【%】	全国シェア 【%】			
平成8年	101	-12.9	16.6	1,160	-10.2	14.2	1,910,442	-7.9	13.8	609	8,155	13,888,189
19年	94	-6.9	16.9	1,231	6.1	15.2	2,518,123	31.8	16.8	553	8,116	15,012,117
20年	96	2.1	16.0	1,090	-11.5	13.0	2,430,074	-3.5	16.1	600	8,407	15,071,339
21年	66	-31.3	13.9	877	-19.5	13.4	1,783,195	-26.6	17.4	476	6,538	10,233,184
22年	67	1.5	16.0	873	-0.5	15.9	1,827,643	2.5	21.3	418	5,485	8,596,950

資料：経済産業省「工業統計表」編

(注) 従業者数1人以上。



## 婦人服製造業

婦人服業界は、従来からの需要縮小傾向に一服感が見られ、25年に入っても、秋冬物・春夏物が堅調に推移しているが、依然としてその水準は低い。市場の低価格志向も根強く、コスト上昇傾向のある中で、採算面の悪化が課題となっている。

また、中国を中心とする海外からの輸入は高いレベルで継続しているが、中国では人件費の上昇や労働者確保に苦慮する企業も多く、他国との取引を模索する動きもみられる。

一方で、SPAの展開やネット通販、独自の価値訴求等、それぞれの取組で業績の維持向上を目指している企業もあり、業界の二極化傾向は強まっている。

### 業界の概要

婦人服製造業界は、自ら商品を企画、生産し、小売店等に卸売するアパレルメーカーと、縫製等の加工のみを請け負う下請製造業に大きく分けられる。一般的に、アパレルメーカーは、自社で商品企画を行ない、生地や裏地、ボタンなどを商社や問屋などから仕入れ、自社工場もしくは外注活用により、裁断－縫製－プレス－検品等の工程を経て生産した製品を、百貨店や量販店、専門店等へ販売している。昨今、アパレルメーカーにおいては、自社ブランド商品として販売するメーカーだけではなく、自社企画商品を相手先ブランドとして企画、生産、販売するODM (Original Design Manufacturing) やOEM (Original Equipment Manufacturing) を手がけるメーカーがみられる。

婦人服は、ファッション商品としての性格が強く、流行の変化への対応が求められるため、多品種少量生産となり、在庫リスクを伴いやすい。そのためこれまで、製品流通に多数の企業が介在し、リスクの分散を図ってきたが、近年における市場の多様化や成熟化の進展に伴い、実需や市場ニーズ情報への対応が求められる中で、大手アパレル企業を中心に、企画から生産・販売までを一貫して行うSPA (Speciality store retailer of Private label Apparel、製造小売業) 事業が実施されている。また、小売事業者がオリジナル商品事業に進出したり、下請製造業者が自社企画商品事業に取り組む等の動きも増えており、これまでの製造、卸、小売の業態区分はあいまいになっている。

### 大阪の特徴

婦人服は、ターゲットとする顧客層からヤング、キャリア、ミセス、シニア (シルバー) 等に区分でき、価格・品質面では普及品から高級品までをボリューム、ボリュームベター、ベター、プレタ等に区分できる。

大阪では、婦人服専門店や百貨店を対象としたミセスもので、ボリュームベターやベター等を取り扱う企業が多い。これらの企業の多くは、高度成長期以降の婦人既製服の普及やファッション化の進展による婦人服業界の拡大に伴い発展してきたが、バブル期以降の国内市場の成熟化の進展などから、業界規模は年々縮小している。

平成22年における大阪の織物製成人女子・少女服製造業は、事業所数で96、従業者数で1,036人、製造品出荷額等で約80億円となっており、5年前と比べ、事業所、従業者数は約5割、製造品出荷額等は3割程度に縮小しており、全国シェアも低下している (経済産業省『平成22年工業統計表 (産業編)』全事業所、大阪府統計課『平成22年大阪の工業』全事業所)。品目別に都道府県のシェアをみると、大阪府は織物製成人女子・少女用オーバー・レインコート、ニット製成人女子・少女用セーター・カーディガン・ベスト類は金額で全国2位の地位にある (経済産業省『平成22年工業統計表 (品目編)』従業者4人以上)。

### 売上げは厳しいが一部に動き

婦人服業界の全体的な動向は、市場の低価格志向が依然として強く、各社の売上げについては厳しい状況が続いている。そのような中で、平成24年は比較的堅調で、25年に入っても、厳冬であったことから秋冬物に動きがみられ、春夏物も立ち上がりは遅れたものの動きはみられる。しかし、売上げの水準はまだ低く、総じて市況は回復といえる状況にはない。

商品については、ファストファッションに代表される低価格商品が堅調となる一方で、24年末からデザインや素材にこだわった高級品にも動きがみられる。また、キャリア向けの商品の動きは依然として鈍いものの、雑貨商品などは売上げに伸びがみられるなど、市場動向には差がみられる。

販路別にみると、百貨店では、24年は1年間を通じて横ばい基調で推移し、24年の冬から高級品を中心に動きがみられた。一方で、大阪市内では百貨店の新規出店や改装増床などの動きが続いているが、業界企業への影響はあまり聞かれなかった。

量販店・SC (ショッピングセンター) では、駅ビルやファッションビル等でブランド価値の訴求に成功し、業績が好調な店舗もあるが、基本的には大型専門店などとの競争が継続しており、特に量販店の状況は厳しい。

専門店においては、既存顧客の高齢化や店舗の後継者問題などもあり、従来の品揃型専門小売店は事業規模の縮小や店舗の閉鎖が進んでいる。ただし、一定の固定客を有している店舗では、高額でも新たな価値提

案ができれば販売は可能との話は聞かれた。

また、近年ネット通販などに取り組む企業が増えており、現状はまだ主要販路とまではなっていないが、売上げの伸びのみられる企業は多く、一つの流通形態として定着してきている。

### 国内生産は二極化

生産は現状、中国をはじめとする海外生産が中心になっており、政治リスクやコスト上昇などの課題はあるものの、すでに一定の生産体制が確立されており、生産を国内に移す動きは限定的となっている。

そのような中で、国内の生産業者への発注内容は、海外では対応が困難な短納期や高い加工技術の必要なものなどが中心で、かつ価格要求も厳しいため、それに対応できる企業には受注が集中している一方で、対応が困難な企業の受注量は減少しており、国内生産業者の減少は続いている。

### 収益は厳しい

消費者の購買行動は二極化しており、独自性の明確なブランド商品などの高級品に動きがみられるものの、ファストファッションに代表される低価格品の普及が進む中で、市場のコスト要求は全般に厳しい状態が続いている。一方で、海外の現地労働者の賃金上昇や為替の変動による輸入価格の上昇などもあり、コスト上昇が進む中で、採算面は一層厳しい状態となっている。

そのため、輸入国の変更や、コスト要求の厳しいOEM事業から自社ブランド事業への変更、取引先の再構築を行うなどの動きもみられるが、市場環境の変化が急激に進む中で早急な対応は難しく、当面は採算割れも覚悟しているとの意見も聞かれた。

### 雇用環境はやや改善

市場環境は依然として厳しい状況にある中で、各社とも社内体制の拡大に向けて採用数を増やす動きはみられない。ただし、団塊の世代の大量退職に対する補充という形での採用の動きはみられ、また従来から定期採用を行っている企業もその動きは継続させていることから、近年の雇用環境はやや改善傾向にある。

そのため、業界組合の実施している新入社員研修への応募状況も近年は増加しているとの話が聞かれた。

### 輸入は中国を中心に高レベルにある

婦人服の輸入高を女子用及び乳幼児用衣類の動向からみると、数量では21年、金額では22年以降は一貫して増加している。一方で、最大の輸入相手国である中国の輸入先に占めるシェアは高いレベルにあり、24年では、数量84.3%、金額78.8%に達している(財務省貿易統計)。ただし、数量では19年以降、金額でも23年以降そのシェアが低下しており、中国からの輸入に頭打ち感が出てきている。これについては、中国国

内の人件費の高騰などによるコスト上昇に加え、現地での労働者確保が困難となってきていることなども要因と考えられる。

そのため、ベトナムやタイ、インドネシア、マレーシア、インド等の新たな生産拠点の開拓を進める動きもみられるが、現地のインフラの整備や周辺加工業者の不足等の問題もあり、現在も中国との取引が中心であることには変わりはない。

### 今後の見通し

この冬は気温が低かったこともあり、秋冬物は比較的堅調ではあったが、消費者の低価格志向は続いており、さらに、国内の電力料金の値上げなどのコスト上昇の傾向があることから、将来に向けて不安を口にする企業は多かった。

一方で、株価の上昇に伴い、高額商品にも動きがみられるようになり、今年中の市場活性化に向けて期待するとの意見もあった。

そのような中で、市場ニーズに適切に対応した商品の開発提供、WEBの活用をはじめとした新たな販路開拓、社内体制の見直しによるコスト体質の改善等、経営改善に着実に取組を進めている企業は業績につながっており、市場の変化に積極的に対応していくことが一層重要となってきている。

(小野 顕弘)

大阪の織物製成人女子・少女服製造業の推移

	事業所数 (箇所)	従業者数 (人)	製造品出荷額等 (百万円)
平成17年	202(5.7)	2,062(3.8)	27,021(9.1)
18年	153(4.9)	1,742(3.5)	21,922(7.9)
19年	140(4.7)	1,813(3.8)	26,711(9.5)
20年	130(4.7)	1,374(3.2)	17,379(7.1)
21年	109(4.6)	1,146(3.0)	9,917(5.0)
22年	96(4.4)	1,036(2.9)	7,979(4.3)

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) 4人以上事業所。( )内は対全国シェアの%。

品目別出荷数量・金額に占める大阪のシェア(平成22年)

	数量 (点)	金額 (百万円)	都道府県 別順位
織物製成人女子・少女用ワンピース・スーツ上衣	193,545(5.0)	1,034(4.8)	7位
織物製成人女子・少女用スカート・ズボン	322,766(2.6)	896(3.2)	8位
織物製成人女子・少女用ブラウス	40,058(9.4)	934(9.9)	4位
織物製成人女子・少女用オーバー・レインコート	23,705(6.6)	229(9.0)	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	396,631(24.7)	6,904(17.0)	2位

資料：経済産業省『工業統計表(品目編)』

- (注) 1 従業者4人以上の事業所。( )内は対全国シェアの%。  
2 成人女子・少女用ワンピース・スーツ上衣には、ブレザー、ジャンパー等を含む。  
3 ニット製成人女子・少女用セーター・カーディガン・ベスト類の数量単位はダース。

女子用及び乳幼児用衣類の輸入高の推移

	数量 (ダース)	うち中国 (ダース)	中国の シェア (%)	金額 (百万円)	うち中国 (百万円)	中国の シェア (%)
平成19年	48,391	44,570	92.1	692,457	565,266	81.6
20年	47,722	43,733	91.6	645,109	531,741	82.4
21年	49,128	44,500	90.6	573,602	476,680	83.1
22年	49,927	44,555	89.2	574,548	477,698	83.1
23年	51,799	44,978	86.8	624,176	507,174	81.3
24年	52,449	44,209	84.3	642,892	506,765	78.8

資料：財務省貿易統計

## 石けん製造業

24年の前半は、23年の東日本大震災以降低迷した生産、出荷、消費の反動により、販売数量及び金額が増加した。しかし、後半は失速し年間では前年並みの水準で推移した。12月以降、円高修正により原材料の輸入価格は高まり、多くの企業では収益の悪化を懸念している。

### 業界概要

石けん製造業界は、化粧石けんと洗濯用石けん（粉末）でメーカーが異なり、化粧石けんは中小メーカー、洗濯用石けんは大企業メーカーというような棲み分けがあり、中小メーカーが主体の日本石けん洗剤工業組合と大手メーカーが主体の日本石鹸洗剤工業会の2団体が全国組織として設立されている。

石けんは、牛脂、豚脂、ヤシ油、パーム油等の植物性天然油脂を主原料にして、カセイソーダ液で沸騰させて（けん化）製造されるが、洗剤および身体洗浄剤（シャンプー、ボディシャンプー等）は、高級アルコールやアルキルベンゼン等の石油系及び天然系の界面活性剤を使用して製造され、大規模な製造設備が必要になるため大企業が多くなっている。固形石けんは、量産効果が比較的小さいのに対し、洗剤等の業界は大手5社が全生産量の8割以上を占有し寡占化している。

石けん業界は、洗剤ほど寡占化は進んでおらず、中小メーカーが主体となっており、大手メーカーの一部は、化粧石けんの製造から撤退している。大手メーカーや百貨店は、自社ブランド製品の生産を中小メーカーに委託しており、スーパーや生協などもPBブランド商品として中小メーカーに生産を委託している。

身体用洗浄を用途とする化粧石けんや洗浄剤は、肌を傷めない成分とするため薬事法の規制があり、厚生労働省の化粧品製造業許可が必要で、定期的に検査が実施され、安全性が確認されている。一方、洗濯用洗剤は、経済産業省の管轄となっている。

### 大阪の地位

日本において石けん製造は明治初期に始まり、その後、海外からの技術を吸収しながら各地で製造工場が作られ、明治10年頃には輸出産業に発展した。大阪の石けん製造業は、明治初期から大阪港や神戸港を通じて東南アジアから石けん製造原料を輸入することができ、大阪が大消費地でもあることから、全国の中心的

な位置を占める産業として発展してきた。

大阪における石けん・合成洗剤製造業界は、事業所数42、製造品出荷額等979億6,300万円で、全国に占める地位は、ともに14.2%となっている。（経済産業省『工業統計表（細分類）』、大阪府統計課平成22年大阪の工業、従業者数4人以上）。大阪の石けん、洗剤業界は、固形石けん専門メーカーや手作り石けん専門メーカー、液体洗浄剤と石けん製造を行っているメーカーがあるが、全体としては石けん製造が主流である。

### 需要は弱含み

需要面では、23年の東日本大震災発生時に、一部のメーカーの生産、出荷が滞ったことや、関東、東北で消費が低迷したことへの反動がみられ、24年の前半は、販売数量、金額が増加したものの、後半は失速した。平成24年の全国の石けん（浴用・固形／手洗用・液体／その他）の生産数量、販売数量、出荷金額は、それぞれ10万9,854トン、13万7,373トン、591億6,700万円で、前年比はそれぞれ6～8%減となっている。

石けんの需要が弱含みである背景は、長引く消費低迷、冷夏や厳冬の気温の影響、若者などの消費志向の変化、社会の変化に伴う盆、暮れ、冠婚葬祭時の贈答品需要の減少などである。また、石けん等の日用品は、スーパーや全国展開の薬局チェーン等の特売品としても販売されており、大手メーカー間の価格競争も激しく、末端小売価格は不安定となっている。長引く消費不況による価格下落の影響もあり、下請け製造単価は低下しており、中小メーカーの収益を圧迫している。

このため、これまで、一個の価格が通常の5倍以上するような、固形石けんの高付加価値化に活路を求め、身体からの脱臭や健康維持を図る新商品が開発され、売り上げ急増と高収益をもたらす状況がみられ、販売方法もスーパー、百貨店、薬局などの店頭販売からネット販売への展開がみられた。21年、22年には年間1千万個のヒット商品がうまれるなど、業界全体で生産量の増加、販売額が増加する状況をもたらし、特需（茶などの抗菌、香りなどの成分入り石けん需要）がみられた。しかし、22年春に原料の小麦成分に起因する肌へのアレルギー問題が発生した影響もあり、23年春の自主回収以降、製造原料からアレルギーを発症する成分が除外されたものの、企業のなかには、15%以上と大幅に売り上げが減少し回復に至っていないところもある。上記の需要動向を受け、24年の固形石けんの生産数量、販売数量、出荷金額は、前年比13～14%減と



なっている。

これに対し、洗顔・ボディ用身体洗浄剤は、若者の消費嗜好の変化やゴルフ場などの共同浴場での消費の拡大を受けて、販売数量・出荷金額共に増加しており、24年の生産数量は前年比4.6%減であったものの、販売数量と出荷金額は、それぞれ3.7%増、16.6%増であった。

#### 原材料の値上がりにより収益は悪化

24年12月以降の円高修正は、原材料の輸入価格の引き上げにつながり、製造原価を圧迫する要因となり、原価の上昇分を価格に転嫁しにくい日用品であることから、収益は悪化している。

このため、上記の状況に対し、一個売りから3P商品でのパック販売の方法による、販売量の増加などで対応していく意向を有する企業もある。また、大手メーカーでは生産を停止するところがあり、中小メーカーへの発注が見受けられるものの、製造単価切り下げの要請も強く、企業業績の向上にまでつなげていない。

#### 設備投資と雇用・金融状況は現状維持

設備投資は、製造ラインなどへの投資は一巡しており、今後も投資は少ないと考えられる。雇用面では、生産量が伸びていないため、新規採用は少ない。定年延長の影響もあり、今後の新規採用は厳しい状況となっている。

金融面では、中小企業金融円滑化法が25年3月で終了したが、日用品の生産にかかわる業界であるため、急激に販売が落ち込むことは考えにくく、現状では資金繰りは特に問題となっていない。

#### 海外展開は苦戦

製造された商品は殆ど国内で消費され、海外への輸

出は少ないが、大手企業では24年秋頃まで続いた円高に対応して海外での生産へ移行しており、国内製造の空洞化が進みつつある。中小メーカーが海外に工場を移転することは、資金力、消費地への配送コストなどから難しいが、中国や台湾などの海外で生産を行っている企業もある。しかし、不良品が多数出たり、製造ラインの維持、税制度の違いなどの課題も多く、苦戦している企業も見受けられる。

海外からの輸入品では、高級石けんや大手量販店などのPB商品が入ってきている。日本人に合う香りやデザイン、嗜好性で国内メーカーの優位性もあり、大きく影響を受ける状況ではないが、最近の若者のファッション性を重視した購入傾向や、低価格での販売などに警戒する動きも出ている。

#### 今後の見通し

24年夏の電力不足に対しては、製造工場の夜および土、日での稼働などで対応したが、電力料金の値上げは、円安による原料輸入高騰と同様に製造原価上昇につながる。しかし、それを製品単価へ転嫁することは厳しい状況もあり、中小メーカーの経営圧迫の要因となる。また、今後、消費税増税が実施されると、商品価格への転嫁が消費低迷のため厳しく、企業収益をより圧迫することにもつながりかねないため、一層経営が厳しくなることが予想されている。

上記の厳しい経営環境の見通しに対し、石けんの専業メーカーでは、固形石けんと液体石けんを組み合わせるなど、新商品開発を展開しているが、高付加価値商品開発が、今後の企業業績を左右することとなるので、企画、商品開発、製造の各部門での人材育成と採用など、効率的な人的投資が重要な課題となっている。

(江原 均)

石けん、洗顔・ボディ用身体洗浄剤の生産数量、販売数量、出荷金額の推移（全国）

	石けん（浴用・固形／手洗用・液体／その他）			洗顔・ボディ用身体洗浄剤		
	生産数量 (t)	販売数量 (t)	出荷金額 (百万円)	生産数量 (t)	販売数量 (t)	出荷金額 (百万円)
平成 19年	113,693	132,166	57,794	105,608	111,147	49,699
20年	109,554	133,508	59,415	101,110	107,462	48,941
21年	131,726	152,971	70,974	98,761	104,157	45,483
22年	118,153	139,133	61,210	103,718	107,910	45,218
23年	118,464	144,240	64,130	110,159	108,529	52,457
24年	109,854	137,373	59,167	105,111	112,494	61,172
25年 1月	8,235	8,877	3,667	6,547	5,924	3,401
2月	8,632	10,512	4,413	8,897	8,301	4,568

資料：経済産業省『化学工業統計（主要製品統計表）、化学工業統計年報』。

注：調査対象は、従事者10名以上の事業所。

## ねじ製造業

主な用途である自動車向けは、内需が24年央まで堅調であり、その後は減少したが、外需は引続き強含みで推移した。住宅建築・ビル等の建設向けは、底堅く推移した。また、電気機器向けのうち、太陽光発電の機器及び建物等への設置向けねじの受注が、24年夏以降増加している。

原材料価格等は上昇傾向にあるが、コスト上昇分の受注・販売価格への転嫁をある程度は認めてもらえるようになっている例もあり、収益は厳しいながら改善している。

### 業界概要

ねじは、ボルト、ナット、リベット、座金（ワッシャ）、木ねじ、小ねじ（ビス）、押しねじ等の品種があり、各品種について、様々な形状、サイズ、材質がある。さらに、汎用品（標準品、規格品）の他に、受注先の仕様による特注品も多い。

用途は、住宅建築・ビル等の建設、自動車をはじめとする輸送機械、産業機械、建設機械、電気機器等、幅広い。これらのうち、大口ユーザーは自動車であり、規模の大きい企業では、受注先に近い中部、関東、九州にも工場や営業拠点を設置している例がみられる。また、中小企業では、上記企業の協力工場となったり、商社経由で自動車向けを扱う企業が多い。なお、電気機器のうち、家電関連は白物家電の国内生産が減り、デジタル家電が増える中、扱い割合は以前ほど高くない。

各社は自社の専門分野に特化して生産しているが、その一方、受注先が求めるねじは多種多様である。このため、不足の品種・品目を補完するために、製造業者間相互のOEM生産や、協力工場の活用が広く行われている。また、ねじの取引においては、ねじ専門商社や、卸売機能をもつねじ製造業者の果たす役割が大きい。例えば、大口の需要先である自動車メーカーや電気機器メーカーでは、部品や資材の調達、納期管理を商社に委託するのが一般的であり、このため、特注品であってもねじ製造業者の取引相手はこれら商社となる例が多い。

平成22年における大阪府内のねじ製造業の事業所数は440、従業者数は6,799人、製造品出荷額等は1,490億円、対全国比はそれぞれ、29.2%、19.6%、18.0%で、全国第1位の生産地である（経済産業省『工業統計表（産業細分類別表）』、従業者4人以上の事業所）。

大阪地域における業界団体としては、社団法人日本ねじ工業協会関西支部、関西ねじ協同組合（以上、製造業の団体）、大阪鋳螺卸商協同組合（卸売業の団体）がある。製造業の団体と卸売業の団体の双方に加入している企業が少なからずみられ、生産機能と卸売機能をともに保有する企業が多いことを反映している。

工場立地について、府内では東大阪地域が多いが、製造業者の営業拠点やねじ専門商社は、大阪市内、とくに西区の九条や立売堀での立地が多い。

### 生産は24年央以降、やや減少

生産高の推移をみると、23年は震災の影響で春期に一時的に減少したが、夏以降、回復に向かった。24年に入ってもこの動きは続いたが、年央以降、やや減少した。

用途別にみると、自動車向けは、国内ではエコカー補助金の効果で24年央まで堅調であり、その後、減少したが、海外の日系工場向けの輸出は引続き強含みで推移した。

住宅建築、ビル等の建設向けでは、新設工事に動きがみられることや、既存の建物・構造物についても、耐震・補修工事、リフォーム工事が順調で、全体として底堅く推移した。

建設機械、産業機械向けは、24年央以降、一服の動きがみられたが、総じて強含みで推移した。

電気機器向けのうち、デジタル家電関連は弱含みであるが、もともとねじはあまり使用されないため、各社の扱い割合は高くなく、目立った変化はみられていない。こうした中で、24年夏以降、受注が増加しているのが、太陽光発電の機器及び建物や架台への設置向けのねじである。住宅用に加えて、企業によるメガソーラー（大規模太陽光発電所）事業への参入増加の影響も大きい。需要の急増により各メーカーは増産しているが、品不足から輸入される例もみられる。

### 輸出入とも増加

輸出高（重量ベース）は22年に前年比で大きく増加した後、23年は一服し、微減となった。24年は微増に転じ、25年に入ってもこの傾向が続いている。

輸出されるねじは海外の日系自動車部品工場向けや、建築・建設向けが多い。海外の日系工場では部品の現地調達に力を入れているが、ねじの品種・品目数の多さや、特注品も少なくないことから、進出した日本のねじメーカーの現地生産品だけでは対応できず、日本からの輸出が必要な製品も多いようである。

輸入高（重量ベース）は、22年に前年比で大きく増加した。23、24年も増加基調が続いたが、流通在庫の

調整から、伸び率は縮小し、微増で推移している。

輸入されるねじはナット類や建築・建設関連の汎用ボルトが多いが、近年は品質向上により、機械類向けも増えている。

なお、24年末以降、円高修正が進んでいるが、既契約分があるため、貿易高への影響は25年後半とみられる。

#### 収益は厳しいながら改善へ

原材料の線材価格は22年に値上げされた後、やや低下したが、その水準は引き続き高い。25年に入って、2月にはステンレス線が値上げされ、4月以降、鉄線が値上げされる予定である。このほか、伸線加工、熱処理、メッキ等の外注費も強含みとなっている。

受注・販売価格の引上げは、引き続き厳しいが、25年に入ってコスト上昇分の転嫁をある程度は認めもらえるようになったという例もみられ、収益は厳しいながら改善しつつある。

#### 設備投資は維持・補修が多いが一部で動き

主要設備は、ボルトの場合、圧造機（線材からねじ頭部や軸を成形）や転造機（金型によってねじ山を加工）、ナットの場合、ナットフォーマ（圧造及びねじ山加工）である。各社とも老朽化機械を順次、新鋭機に入替えたり、既存機械のオーバーホールを継続して行うという例が多い。こうした中、生産の回復を見込み、新たに機械を増設する例や、金型や工具類を新規発注する例もみられる。また、品質、納期に対する管理要請が厳しい取引先をもつ企業では、不良品を発生させない生産管理システムの充実に取り組むとともに、自動選別機等、検査設備の導入に力を入れる例もみられる。このほか、海外投資に関して、23～24年には台湾に新工場を設立する例がみられた。

従業者数は横ばいで、欠員補充が中心という企業が多い。規模の大きい企業では、定期採用が行われているが、ここ数年、採用人数が増え、全体として従業者数が微増となっている例や、年齢構成では、若年層の割合が高まっている例がみられる。

#### ユーザーニーズへの対応と技術研究

ユーザーがねじに求めるニーズとして、耐食性、耐衝撃性、強度、締付性、緩み止め、軽量等があげられる。これらに対して、業界では、表面処理加工、熱処理加工、圧造・転造等における技術研究が積み重ねられてきた。

最近の動きをみると、表面処理加工については、ねじの表面へのカーボンナノチューブによる被膜処理加工（薄膜で、防食性、締付性、耐久性等に優れる）、熱

処理加工では、合金鋼素材への熱処理加工による主に建設用の高強度ボルト（少ないボルト数での締結が可能で、組立作業が効率化）といった例がみられる。圧造・転造技術については、試作段階ではあるが、金属ガラス製ボルトを冷間転造加工により量産する技術の開発といった例がみられる。同製品は高強度、耐食性により精密機器、医療機器等への応用が可能といわれ、開発企業は大阪府の24年度「知財顕彰事業」でグランプリを受賞した。

#### 今後の見通し

大口ユーザーである自動車向けは一時的に減少の動きがみられたが、基調は内外需とも強含みであり、また、住宅建築やビル等の建設向けも底堅い推移が見込まれている。このほか、太陽光発電関連（機器及び建物等への設置向け）が引き続き堅調であり、全体として25年の生産高は前年比で増加を見込む企業が多い。

以上のように生産高の増加が見込まれる一方で、原材料価格の上昇、事業用電力料金の値上げ等によるコスト上昇が懸念される。こうした中、現在は一部に止まっている受注・販売価格への転嫁が、今後、広がっていくことが期待されている。

なお、輸入は円高修正が今後、さらに進めば、輸入品と国内生産品の価格差が縮小するため、ねじ専門商社では海外調達の見直しを行う場合もあるとみられる。

（松岡 信明）

ねじ生産高の前年比伸び率推移（推計）  
（単位：％）

	重量ベース	金額ベース
平成21年	-30.7	-30.0
22年	29.0	28.8
23年	-3.7	-1.4
24年	7.0	8.2

資料：社団法人 日本ねじ工業協会

（注）同協会による推計値。

#### 鉄鋼製ねじ輸出入高の推移

（単位：トン、％）

	輸 出	輸 入
平成21年	233,906 (-22.3)	160,401 (-25.5)
22年	325,108 (39.0)	203,788 (27.0)
23年	320,107 (-1.5)	226,382 (11.1)
24年	339,045 (5.9)	234,195 (3.5)
25年1～2月	50,670 (1.3)	40,570 (8.7)

資料：財務省『貿易統計』

（注）統計品別表の品目コードは「7318」。

（ ）内は前年比、前年同期比。



## 食品卸売業

平成 24 年冬から寒波が続き、青果を中心に価格が高騰したものの、消費者の節約意識が依然として強いため、売上高は金額・数量とも前年比で減少している。即食・簡便志向の高い商品へ買物ニーズのシフトがみられ、プライベートブランド商品等の品揃えを充実させている。世界的に生産国が不作であることや新興国の需要の増大、円安、原油高騰等の様々な要因によって価格は上昇局面にあり、各社とも厳しい経営環境が続いている。

### 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。

### 大阪の地位

大阪は、江戸時代から堂島米市場・天満青果市場・雑候場（ざこば）魚市場の大坂三大市場を中心に「天下の台所」といわれ、全国の食品流通を支えてきた。米穀、砂糖、油、茶、みかん等の商品作物をはじめ、生魚や塩干物、鰹節、昆布等が全国から集まり、製粉、製糖、佃煮等の食品加工業が盛んとなった。大阪市中央卸売市場本場をはじめ、大阪府内の食品卸売業にはこうした歴史的背景をもつ業者がみられる。

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」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、時系列で見ると市場規模は縮小傾向にある。

### 家計の節約志向続く

長引く景気低迷と個人所得の減少により、家計の節約志向が強まっており、販売量の減少や販売価格の低下がみられる。

厳冬により、青果を中心に価格相場が高騰したが、販売数量が前年比で減少している。例えば、カット野菜や量り売り、個売り等にシフトして、消費者はトータルの買物金額を抑制する傾向にある。また、気温が低い日が続いたことで、来店客数が減少した小売店が増えた。このため、売上高は金額・数量とも前年比で減少した企業が目立つ。

輸入食品でも、温暖化の影響で世界的に作物の不作が続いており、小麦等の相場価格は上昇傾向にある。加えて中国やインドといった新興国の需要が拡大しており、穀物相場はここ数年、高値を維持している。

販売先別では、スーパーマーケット等の量販店はプライベートブランド食品の取扱品目を拡大している。従来の低価格志向に加えて、調理する時間や手間の短縮に対応した商品が増加する傾向にある。即座に食べられる食品や簡単に調理できる商品の売上げが伸びており、鮮魚等は苦戦している。一方で、弁当や惣菜が堅調である。

また、業務向けの主要顧客である外食産業は不振が続いている。長年取引のあった寿司店やうなぎ店等の飲食店の閉店がみられるほか、来店客数の減少を補うため、割引クーポン券等を発行する顧客も多く、原材料の高騰を販売価格に転嫁できない。比較的売上げが伸びているベーカリーやカフェ等は、新規出店がある一方で、既存店の閉店も目立つ。

### 円安等により収益は悪化

国内の寒波や世界的な作物の不作等に加えて、円安が重なり、販売価格に転嫁できない業務向けを中心に

収益は悪化している。原油高による輸送コストの増加等により間接費も上昇傾向にある。

### 商品開発は活発

調理の省力化ニーズが高まり、即食可能な食品が堅調となっている。また、食料品のプライベートブランド食品の品揃えが大手食品スーパーを中心に拡大している影響で、中小スーパーでも、プライベートブランド食品の品揃えが豊富な食料品卸売業に仕入先を変更するケースもみられる。一方で、自社工場を有する食品卸売業では、食品スーパーのバックヤードで調理・加工する中食（惣菜・弁当分野）向けの商品に力を入れる企業もみられる。業務用では、出店数が伸びているセルフ式うどん店やカフェ向けの食材を自社工場商品開発し、首都圏を中心に全国へ出荷する企業もみられる。

また、泉州地方の水なすはブランド品として全国的に知名度が上がり、中元シーズンの贈答用として年々出荷数が伸びている。産地の企業では、ぬか漬けの状態ですのまま出荷する等により、贈答用として商品の付加価値の向上に努めている。

### 設備投資は低調

全体的には需要が低調であるため、設備投資には消極的である。その中でも、顧客管理やWEBによる情報発信には比較的関心が高い。小麦粉やコーヒー豆等の業務向け食品では、ユーザーの好みやこだわりが強いいため、それらに対応した商品在庫や顧客管理に力を入れている。また、インターネットの普及に伴い、食の安全安心の情報発信や産地情報、家族や子供向けの食育情報の発信に取り組んでいる。一般消費者も購買できる卸売市場では、地元農家と提携して、生鮮三品や

生花の直売所を併設するケースもある。一部の自社工場を持つ企業では、社内に厨房設備を設置し、得意先のオーナーや職人を招いて講習会を開き、自社商品をアピールする等の試みもみられる。

### 雇用は欠員補充が中心

雇用については、定年退職による自然減が多いが、積極的に補充していない企業が多い。また、退職後も企業に留まって勤務するケースも増えており、採用数の増加は少ない。採用する場合は中途採用が多く、経験者等の即戦力を優先する企業が多い。

また、経営者が高齢化しており、代替わりや後継者問題を抱えている企業が多い。特に少人数で卸売業専門の企業は後継者問題に直面している。

### 消費税増税によるコスト増加を懸念

消費税の増税については、増税による消費者の買い控え懸念に加えて、課税方法の設定変更等による事務作業量の増大等の間接的な影響を懸念している。

### 今後の見通し

政府が製粉業者に売り渡す輸入小麦の価格が平成25年4月から9.7%引き上げられたが、実質的な値上げの影響が出るのは7月頃とみている。オーストラリア等の小麦の生産国がエルニーニョの影響により、毎年のように不作になっており、為替が安定したとしても、今後も価格の高騰は続くともみている。また、砂糖やバター、マーガリン等の食材も全般に上昇しており、最終価格に反映せざるを得ない状況にある。

一方、勤労世帯の個人所得の減少や円安、増税といった先行きを懸念する声が多い。少子高齢化による需要の減退も年々大きくなっており、依然として厳しい経営環境が続くとみている。

(工藤 松太嘉)

## 飲食料品卸売業の事業所数、従業者数、年間商品販売数

(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	7,213	83,031	10,909,281	96,224	1,017,921	104,335,285
9年	6,425	76,087	10,406,989	87,437	930,190	97,847,794
11年	6,873	83,778	10,358,553	94,376	1,020,123	99,731,705
14年	6,215	78,443	8,757,848	83,595	918,242	84,273,701
16年	5,954	70,795	7,423,961	84,539	887,159	86,389,838
19年	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。

## 家電小売業

テレビのデジタル放送化やエコポイントに伴う特需の反動減で、収益は厳しいところが多い。こうしたなか、「情報」、「節電」、「健康」に関連した商品が新たな販売の柱となり、スマートフォン、LED照明機器、太陽光発電機器、空気清浄機等が売れている。

今後の見通しでは、インターネット経由での商品販売増加の影響が大きい家電量販店の更なる再編の声もある。地域電器店では、家電商品に限らず、家の困り事全般を対象としたきめ細かな対応に活路を見出そうとしているところが多い。

### 業界概要

家電小売の業態は、メーカーの系列店を中心とした地域電器店、家電量販店（パソコン量販店含む）、その他非家電専門店（カメラ量販店、電設資材・住設資材店、ホームセンター等）に大別される。売上高シェアで見ると、家電量販店が5割強、カメラ量販店が1割強、地域電器店が1割弱などとなっている。テレビ、インターネット等を利用した通信販売の構成比は1割弱とされる（株式会社リック『平成23年度我が国の情報化社会における基盤整備事業（家電流通実態に関する調査研究）報告書』）。なお、以前は、家電量販店は地域別に棲み分けがなされていたが、一部家電量販店やカメラ量販店の全国展開等を契機として、業界の再編が進んでいる。家電売場を自社運営していた百貨店や総合スーパーなどでは、販売から撤退、あるいは、家電量販店をテナントとして誘致する動きがみられるなど、構成比は低下している。

### 大阪の地位

大阪府内の事業所数は2,836、従業員数16,949人、年間商品販売額は6,944億円であり、それぞれ全国の6.4%、7.3%、8.9%を占めている（経済産業省『平成19年商業統計表産業編都道府県表』電気機械器具小売業（中古品を除く）と電気事務機械器具小売業（中古品を除く）の合計値）。

なお、大阪府内の従業員規模別事業所数では、従業員数9人以下の事業所数は2,536と全体の89.4%を占めているが、9人と比較すると、事業所数は3割強減少している。一方、同30人以上の事業所は105、構成比は3.7%であるが、9年との比較では1.7倍に増加している。

### 特需の反動により、収益は厳しい

21年5月から23年3月末まで、地球温暖化対策の

推進、経済活性化、地上デジタル放送対応テレビ普及を目的として、一定の省エネ基準をクリアしたエアコン、冷蔵庫、地上デジタル放送対応テレビの購入に対して、商品券などに交換できるエコポイントが発行されていた。さらに、23年7月のテレビ放送の地上波のデジタル放送への移行を受け、デジタル放送対応テレビへの買換えが一気に進み、それまで年間1,000万台程度で推移していた国内のテレビの販売台数は22年には2,500万台を超えた。23年8月以降は、この反動からテレビの販売台数は激減しており、24年の販売台数は800万台強にとどまったとされ、また、商品単価もかなり下落、市場は急激に縮小している。ヒアリングにおいても、テレビの特需前と後の比較では、テレビの売上高は6～7割減との声がかかれた。

こうした動きを、22～24年の全国の消費支出の面からみたものが表1、近畿の家電販売額の24年4月以降の前年同月比の推移をみたものが表2である。テレビでは、特需の終わった23年8月以降が比較対象となる24年8月以降でも、前年同月比は大幅なマイナスが続いている。こうした状況を踏まえ、特需は3～4年分の需要の先食いであったとの声もある。

従来、テレビは単価が高く、買換え時には、レコーダー等の関連商品も一緒に売れることが多いことから収益の大きな柱となっていたため、反動減が小売業者に与える影響は大きい。高付加価値商品として期待の高い3D（立体映像）テレビや高解像度の4Kテレビは、価格が高いこと、ソフトが十分でないことから、反動減を補うには至っておらず、小売事業者は従来品での2、3台目需要の掘り起こしに努めている。

さらに、インターネット上で最安値を表示するサイトが小売業者に与える影響も大きくなっており、収益はさらに厳しくなっている。

### 「情報」、「節電」、「健康」が新たな柱に

こうしたなか、「情報」、「節電」、「健康」が新たな収益源となってきている。

携帯電話では、従来型の携帯電話からスマートフォンと呼ばれる高機能携帯電話への買換えが進んでいる。このため、家電量販店では、かつてはテレビが占めていた入口付近の売場をスマートフォンやその関連商品売場に代えている。

また、23年の東日本大震災を契機とする電力不足以降、節電に取り組む動きが強まっており、LED照明機器、省エネ型のエアコンや冷蔵庫等の需要が高まっている。このほか、24年7月からの再生可能エネルギーの固定価格買取制度開始を受け、住宅用太陽光発電機



器の設置の動きも増えている。こうした商品の購入者は、お金を持っており、かつ、環境等社会への意識も高い団塊の世代が中心とのことである。

さらに、健康面では、高付加価値の理美容機器や調理家電等に動きがみられるのに加え、大気中の「PM 2.5」（粒径 2.5 マイクロメートル以下の微小粒子状物質。肺の奥深くまで入りやすく、長期的に一定濃度以上吸引すると、呼吸器疾患、循環器系疾患などの影響が懸念される）増加の報道に伴って、2月以降、空気清浄機の需要が高まっている。

こうした新たな需要でテレビ販売の落込みをカバーできたとする小売事業者もあるが、売上が前年同期を下回ったところが多い。

### リフォームなど取扱分野拡大の動き

地域電器店においては、メーカーが系列店を選別する動きが強まっている。このため、全メーカーの商品仕入れ、最新技術・商品の情報提供や販促資料や販促情報の提供等を行う組合を活用したり、フランチャイズに加盟する地域電器店が増えている。このほか、家電量販店やインターネット販売では手薄となりがちなきめ細かな対応をアピールする、住宅に関する総合的な対応ができるよう、リフォームや住宅設備など取扱分野の幅を広げる、ガスや水道の工事業者と連携した組織を作り、他地域電器店から業務を受託するなどの動きがみられる。

家電量販店においても、太陽光発電機器と合わせてリフォームに注力するところが多い。

### 円安の影響はこれから

家電製品は海外生産品が多いが、ヒアリング時点では、円安の影響はないとのことであった。ただし、急激な円安をメーカーだけでは吸収できず、今後、新モデル導入時に、実質的な値上げになるとの見方が強い。

### 今後の見通し

26年4月に予定されている消費税率上昇に関して

は、駆け込み需要は直前まで起こらないとの見方があるが、顧客密着型の地域電器店では、これから1年かけて買換えを促していくところが多い。また、電力供給状況によっては、節電型商品への関心が更に高まることが想定されるので、積極的に対応したいとの声もきかれた。

家電量販店で商品を見てインターネット上で購入するという「ショールーミング現象」の動きなど、消費者の低価格志向が更に強まっていることから、価格競争力のあるインターネット経由の販売構成比が現在よりも高まっていくとみられる。こうした影響を大きく受けている家電量販店では、実演販売、即日配達等のサービス強化に努めているが、更なるスケールメリットを得るために買収・連携の動きが強まり、現在7社と言われる大手量販店が、数年先には3、4社に集約されるとの声がある。一方では、寡占状態の弊害を危惧する声もきかれた。

地域電器店では、特需に翻弄されないよう、消費者の生活全般への対応力を高めていくとの声があるほか、今後の店主の高齢化や廃業の動きに対して店舗を引き継げる仕組みが必要との声もきかれた。

(竹原 康幸)

表1 1世帯当たりの家電製品の支出金額の推移  
(全国、二人以上の世帯)

(単位：円、%)

	家電製品	テレビ	照明器具
平成22年	90,365	30,168	904
(対22年比)	100.0	100.0	100.0
平成23年	67,253	12,989	1,460
(対22年比)	-25.6	-56.9	61.5
平成24年	55,934	3,825	2,364
(対22年比)	-38.1	-87.3	161.5

資料：総務省『家計調査報告（家計収支編）』

(注) 「家電製品」は、電子レンジ、炊事用電気器具、電気冷蔵庫、電気掃除機、電気洗濯機、エアコンディショナ、ストーブ・温風ヒーター、他の冷暖房用器具、照明器具、移動電話、テレビ、携帯型音楽・映像用機器、ビデオデッキ、パーソナルコンピュータ、カメラ、ビデオカメラ、テレビゲーム機、ゲームソフト等、理美容用電気器具の合計値。

表2 近畿の家電販売額の推移（前年同月比）

(単位：%)

	合計	テレビ	ビデオカメラ	DVD	携帯電話	冷蔵庫	洗濯機	調理家電	理美容健康器具	照明器具	エアコン	空気清浄機等
平成24年4月	-15.1	-51.7	-17.0	-54.8	37.7	12.8	4.1	-11.5	-10.8	71.1	11.1	-12.5
5月	-28.4	-69.1	-19.2	-67.0	44.1	-7.7	-9.7	-15.0	-8.7	64.7	-11.8	-40.1
6月	-40.0	-81.1	-19.7	-74.8	-0.7	-17.5	-9.2	-7.8	-6.9	53.7	-35.7	-39.1
7月	-29.6	-83.5	-17.2	-80.2	11.9	2.5	2.7	-5.6	-2.6	50.7	26.4	15.9
8月	-6.7	-49.5	-16.2	-50.9	58.7	15.3	13.2	0.9	-0.6	27.4	19.4	-4.9
9月	-5.0	-29.7	-20.1	-34.7	66.6	9.2	10.5	1.9	3.2	32.4	5.3	-18.9
10月	-15.5	-35.5	-35.0	-44.6	27.6	-6.8	-3.4	-6.1	-9.5	-1.9	-11.9	-8.2
11月	-8.7	-33.9	-31.7	-45.3	78.1	-1.8	-1.4	-3.4	-11.0	-2.5	5.1	8.0
12月	-5.0	-27.7	-7.6	-41.7	30.0	8.5	10.4	-1.2	-4.5	1.6	10.1	3.4
25年1月	-12.3	-27.0	-6.2	-35.6	10.7	1.5	-0.1	-11.9	-7.4	-5.9	-5.8	-34.9

資料：近畿経済産業局『近畿経済の動向』

(注) 合計には、上記商品のほか、オーディオ、電話・FAX、パソコン（本体）、デジタルカメラ、掃除機、扇風機（4～10月）、石油暖房機（11～1月）、電気暖房機（11～1月）が含まれる。

## 大阪府のライフサイエンス産業の活性化に向けて (資料 No. 129)

—医薬品・医療機器産業実態調査報告書—

大阪産業経済リサーチセンター

## (はじめに)

近年、国内市場の成長が停滞する中で、アジア諸国の産業の成長等もあり、経営環境はますます厳しくなっており、日本では現在のリーディング産業である自動車や家電、電子機器等に続く、新たな成長産業として、ライフサイエンス産業が注目を集めている。

大阪府では、2008 年以降、府内の産学官で構成する「大阪バイオ戦略推進会議」において、オール大阪のアクションプログラムである「大阪バイオ戦略」を作成し、国際バイオ都市大阪の実現を目指して取組を進めてきている。また、2011 年 12 月には、大阪府を含む関西 6 自治体（京都府、大阪府、兵庫県、京都市、大阪市、神戸市）で共同申請した「関西イノベーション国際戦略総合特区」が国の指定を受け、ライフサイエンス分野、特に「医薬品」、「医療機器」、「先端医療技術（再生医療等）」、「先制医療（病気予防）」をターゲットとして、産業の活性化を推進している。

一方で、ライフサイエンス産業は、人命や健康に直結する産業であることから、法規制がなされており、一般的に企業の参入は難しいといわれているなど、産業の活性化には課題も見受けられる。そこで、当センターでは、大阪府内のライフサイエンス産業の実態を把握するとともに、中でも産業としての裾野が広く、中小企業にも参入の可能性の高い分野である医療機器産業を対象として、業界企業の経営行動を分析し、『大阪府のライフサイエンス産業の活性化に向けて—医薬品・医療機器産業実態調査報告書—』（資料 No. 129）として取りまとめた。本稿では、その調査結果を紹介する。

## (大阪府の医薬品・医療機器産業の地位)

大阪府のライフサイエンス産業の実態について、統計データからみると、**図表 1**のとおり、「医薬品製剤(医薬部外品製剤を含む)」では、出荷金額 7,020 億 1,800 万円と全国 1 位の地位を占めている。一方で、「医療用機械器具、同装置」は、同 135 億 900 万円となっており、「医薬品製剤(医薬部外品製剤を含む)」と比較すると金額が小さく、地位も 12 位で、むしろ、静岡県、東京都、山梨県など関東地域の企業のシェアが高くなっている。

図表 1 医薬品・医療機器の都道府県別出荷金額

医薬品製剤 (医薬部外品製剤を含む)				医療用機械器具、同装置			
順位	都道府県名	出荷金額 (百万円)	産出 事業所数	順位	都道府県名	出荷金額 (百万円)	産出 事業所数
1	大阪	702,018	53	1	静岡	79,974	12
2	埼玉	673,616	37	2	東京	50,525	66
3	滋賀	529,563	26	3	山梨	49,902	6
4	兵庫	471,184	38	4	福島	41,257	6
5	静岡	392,370	24	5	長野	23,957	27
6	栃木	360,508	14	6	埼玉	22,788	46
7	愛知	330,260	20	7	愛知	19,907	10
8	徳島	275,738	13	8	兵庫	19,107	15
9	岐阜	227,175	19	9	群馬	17,684	12
10	山口	222,524	10	10	栃木	16,286	13
				11	茨城	13,685	17
				12	大阪	13,509	20

出所：経済産業省「平成 22 年工業統計表品目編」従業者 4 人以上の事業所

## (アンケート調査の概要)

今回の調査では、医療用機器・用品の製造事業を営む事業所を対象にアンケート調査を行い、医療機器産業の経営行動についての実態を分析した。調査対象は、「平成 21 年経済センサス基礎調査事業所名簿」から、全国の「医療用機械器具・医療用品製造業」に属する企業を抽出した。実施時期は平

成 24 年 7 月～8 月。有効発送数 1,886 社、有効回答数 210 社（有効回答率 11.1%）。

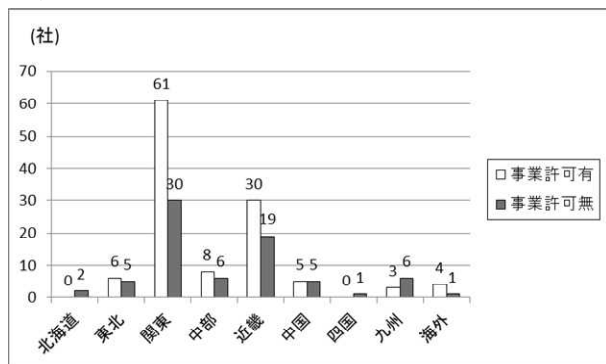
一方で、医療用機器・用品については、基本的に薬事法による法規制がなされているが、製品によっては法規制の対象外となるものも存在し、それら取り扱い製品の違いで事業への取組方法は異なることが考えられる。そこで、以下の分析では、事業許可の有無を軸として、分析を進めた。

### （産業立地は関東地域が中心）

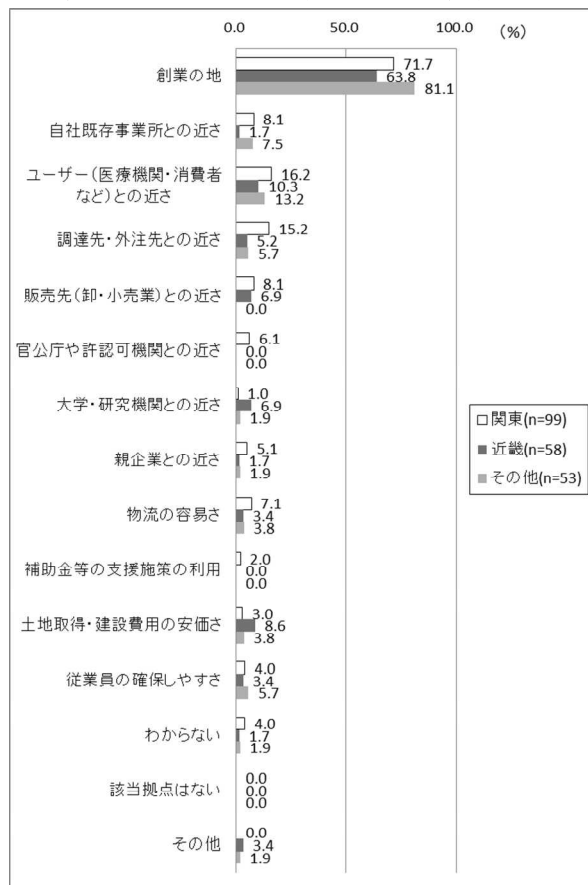
今回のアンケート回答から、立地地域について分析したものが**図表 2**である。ここからみると、関東地域、近畿地域という、都市部への立地が多くなっている。中でも関東地域は事業許可を有する企業が多く立地しており、この点はその他の地域との相違点となっている。

本社の立地地域の選定理由についてまとめたものが**図表 3**であるが、これをみると「創業の地」との回答が圧倒的に多い。他では「ユーザー（医療機関・消費者など）との近さ」や「調達先・外注先との近さ」、「販売先（卸・小売業）との近さ」との回答もみられるが、それらは関東地域の企業からの回答が多く、「官公庁や許認可機関との近さ」との回答は関東地域の企業の回答しかないことなどから、関東地域への立地は、取引先との近接立地による利便性が影響しているものと考えられる。

**図表 2 地域別・事業許可有無別企業数**



**図表 3 本社立地地域選定理由（複数回答）**



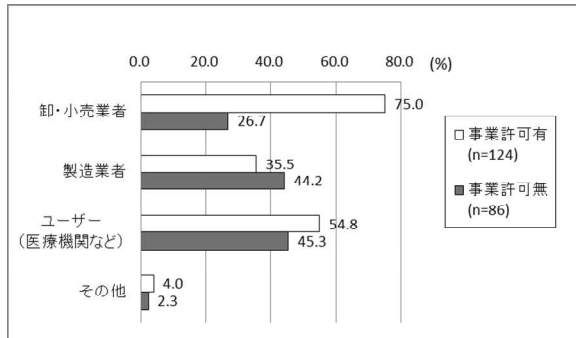
### （事業許可を有する企業は従来型取引が中心）

取引関係について、販売先の業種を**図表 4**にまとめた。これをみると事業許可の有無によって大きく異なっており、事業許可を有する企業は「卸・小売業者」が中心で、「ユーザー（医療機関など）」との取引も多いが、「製造業者」との取引は少ない。一方で、事業許可を有していない企業は、「製造業者」と「ユーザー（医療機関など）」との取引が多く、「卸・小売業者」との取引が少なくなっている。薬事法では販売についても許認可制度があるため、事業許可を有している企業においては取引形態が従来からの「製造業→卸・小売業→ユーザー」という流れが、現在も主流となっている。

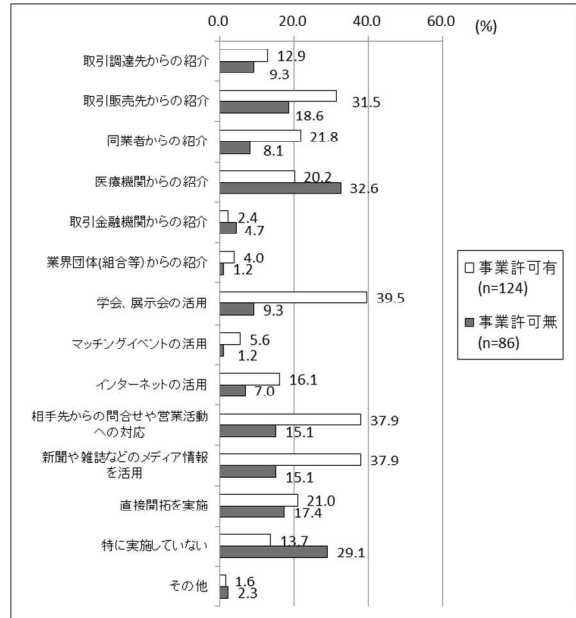


一方で、販売先の開拓方法は**図表5**に示したが、事業許可を有する企業は多様な開拓方法を実施しており、「取引販売先からの紹介」の他、「学会、展示会の活用」や「相手先からの問合せや営業活動への対応」、「新聞や雑誌などのメディア情報を活用」などにも取り組む企業が多い。一方で、事業許可を有していない企業は「医療機関からの紹介」や「取引販売先からの紹介」など関係先からの紹介が中心で、「特に実施していない」企業も多いなど、やや消極的な姿勢がみられる。

**図表4 直接販売・受注先企業の業種(複数回答)**

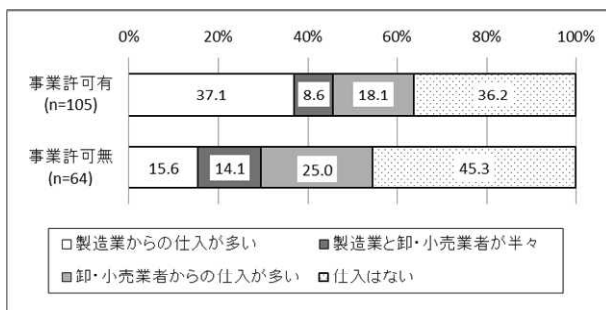


**図表5 販売先の開拓方法(複数回答)**

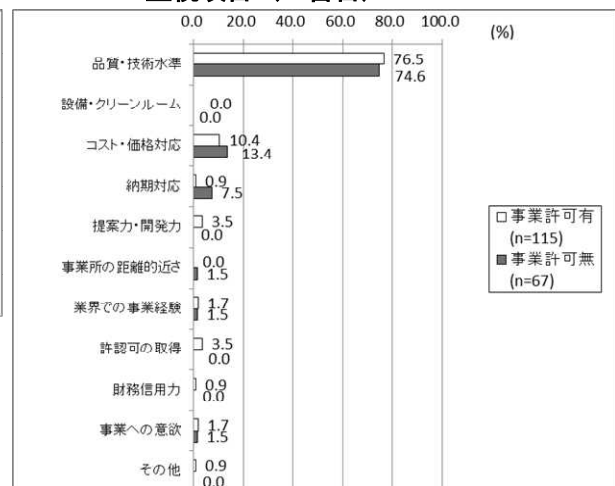


一方で、仕入先の業種についてみると、**図表6**にあるとおり、事業許可を有する企業では「製造業からの仕入れが多い」とする企業が多いが、事業許可の無い企業では「卸・小売業者からの調達が多い」とする企業が多くなっている。調達先の選定基準については、**図表7**に示したが、事業許可有無に関わらず、「品質・技術水準」とする企業が圧倒的に多く、近年多くの業界で価格重視の傾向のみられる中で、製品品質の安定性・安全性の求められる医療用機器・用品事業の特徴が表れている。また、事業許可を有する企業では「許認可の取得」を重視する企業が一部にみられるが、その比率は低く、調達・仕入れに関しては、必ずしも取引に事業許可の取得を求めている訳ではないといえる。

**図表6 仕入先の業種**



**図表7 重要調達先・仕入先の選定時の重視項目(1番目)**

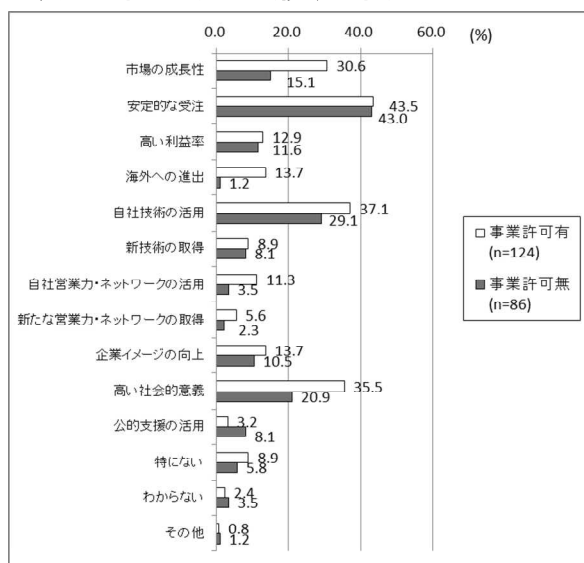


### (事業の魅力は受注の安定性、課題は法対応)

事業の魅力を示したものが図表8であるが、いずれも「安定的な受注」とする企業が最も多く、この点が大変な医療用機器・用品事業の大きな魅力となっている。一方で、「市場の成長性」は、事業許可を有する企業の回答が多いが、事業許可の無い企業の回答は限定的と、評価に差がみられる。

事業の課題については、図表9にまとめた。これをみると、事業許可を有する企業では「薬事法への対応」をあげる企業が圧倒的に多くなっているが、事業許可の無い企業は「製造物責任（PL）への対応」や「低コストへの対応」など課題が分散している。その中で、事業許可の有無に関わらず、「販路の開拓」や「ユーザーニーズの把握」など販売に関する問題や「必要人材の確保」などは医療用機器・用品事業に取り組む上での共通の課題となっている。

図表8 事業の魅力（複数回答）



図表9 事業の課題



### (まとめ)

以上のとおり、医療用機器・用品産業は、価格よりも技術品質への要求が強いなど、参入障壁は認められるものの、取引が比較的安定的であることなどの魅力があることが確認できた。一方で、薬事法への対応は大きな課題となっており、事業許可の有無によって、事業への取組方法については相違点も多いことがわかった。したがって、業界への参入に当たっては、これらの実態について十分理解した上での取組が求められる。

報告書冊子（資料 No. 129）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>

## 大阪の素形材関連企業の現状と方向性 (資料 No. 130)

大阪産業経済リサーチセンター

### (はじめに)

製造業を取り巻く最近の経済環境をみると、リーマンショックを契機とした大きな景気後退の影響、大手企業を中心とした生産の海外シフト、いわゆる六重苦に代表されるような国内での操業環境の悪化といった状況が見受けられる。それに加えて、大手家電メーカーの事業再編や経営不振などの影響もあり、大阪の製造業にとっては大変厳しい状況が続いている。そのような中で、ものづくり中小企業においては、現在の状況と今後の事業展開の方向性についてどのように考えているのかを、日本のものづくりの強みを構成する一要素である素形材関連産業を対象に調査を行い、『大阪の素形材関連企業の現状と方向性』(資料 No. 130) として取りまとめました。

### (調査方法)

大阪府内の素形材関連企業(工業用プラスチック製品製造業、鉄素形材製造業、非鉄金属素形材製造業、金属素形材製品製造業、金属被覆・彫刻業、熱処理業、その他の生産用機械・同部分品製造業)を対象としたアンケート調査を2012年9月下旬～10月上旬実施。

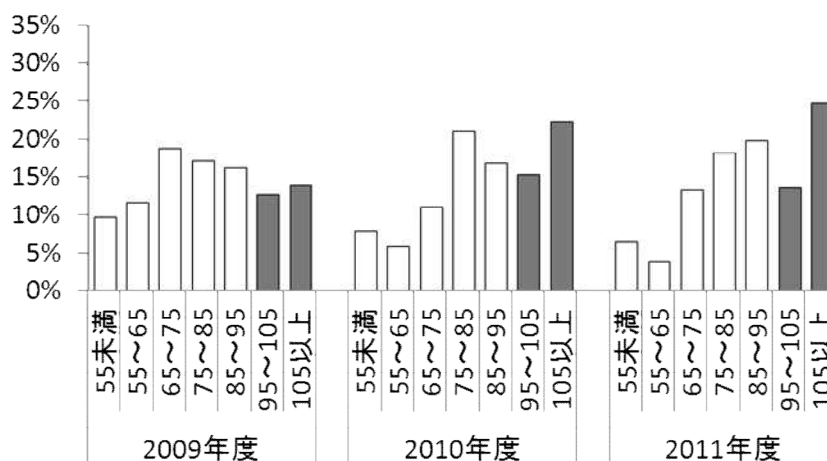
有効発送数 1,076 社、回収数 322 社(回答率 29.9%)

### (企業業績では、業績が良い企業と悪い企業との二極化が進展)

2011年度でも2008年度(リーマンショック前)の売上高の水準には戻っていない企業が多い。その一方で、収益性・成長性が高く、業績が良い企業も一定数存在しており、企業業績においては二極化している状況が見られる(図表1)。その他、回答企業全体から見られた現状と事業の方向性では、

- ・受注単価の下落や短納期化といったQCD(品質・コスト・納期)に関する取引条件は5年前と比較して強まっていると感じている企業が多い。
- ・マーケティング・販売体制が整っていることを自社の強みとして挙げている企業が少ない。
- ・事業展開では、過去は積極的な設備投資や新卒・中途人材の積極採用を、今後は新業種・新業態への進出や、高度人材の育成、海外への進出・海外部門の強化というように、過去と今後では事業展開が大きく異なる。

図表1 2008年度を100としたときの、各年度の売上高の回答比率(回答全体)



また、収益性・成長性が共に高い、高収益高成長企業について、他の企業と比較を行うと、以下のような特徴が見出せる。

**①品質や納期の水準が高い企業が多い**

独自・高度技術も重要であるが、取引の基本条件となる品質や納期の水準も業績を分ける要因であり、積極的な設備投資や人材育成に取り組むことによって、そのような基本的機能の向上に努めている企業が多い。

**②小規模企業や海外拠点を持たない企業でも高業績を得ることが可能**

海外拠点を持たない小規模企業であっても、取引先との信頼関係の構築や新たな要望に応じられる総合的な技術力を示すことができれば、高業績を獲得することが可能である。

**③主要取引先への依存度向上と新規取引先の開拓を同時に達成している企業が多い**

自社の特性を考慮し、顧客と関係性を積極的に持つことによって得られたビジネスチャンスうまく活用することで、既存取引先との取引拡大と新規取引先の獲得を同時に行っている企業が多い。

**④積極的な生産機能向上や製品開発などで顧客の要望に対応**

専門特化した技術・ノウハウを取引先の要望に応じて提供することにより、不得手と感じているマーケティング機能を補完して、取引先との関係を強固にしている企業が多い。

**⑤将来の事業拡大を見込む一方、財務体質の強化を意識**

これまでの積極的な設備投資や人材の確保・育成といったものづくり力を活かして、新分野への進出や新規顧客の獲得を目指している企業が多い。その一方で、今後の方針として財務体質の強化を意識する企業が多く、設備投資や人材採用には慎重な態度を取る企業が多い。

**(現在の経済環境下における、素形材関連企業の企業戦略を類型化し、その特徴を分析)**

ものづくりをとりまく環境が大きく変化する中で、素形材関連企業は現在どのような企業戦略を採用しているのだろうか。このことについて、回答企業の経営資源（強み）を手がかりに、統計的手法によって採用している企業戦略を5つのグループに類型化し、その特徴を分析。ただし、企業戦略（各グループ）と企業業績との関係性は弱く、あくまで個々の企業の事業展開次第という結果となった。

**【サポート型】**：短納期、生産コスト面、量産への対応力、一括受注・ユニット受注への対応力、アフターサービスといった様々な特徴を有し、取引先をサポート。

**【企業事例 4-A】** 日本品質の中国コストを売りに、中国での現地生産をサポート（金属プレス業）

**【企業事例 4-C】** 大企業の協力工場として事業展開を図る（鋳造業）

**【多品種型】**：多品種小ロットの対応力に強み。受注先数は多く、受注の差異の設計等は受注先が決めるが、単価は自社の意向が反映されることが多い。

**【企業事例 4-E】** 様々な製造法を組み合わせる柔軟に対応（鍛造業）

**【試作・相談型】**：試作の依頼や相談が持ち込まれることが多い。その一方、品質・価格・納期に関しては、最近厳しくなっていると感じている。

**【企業事例 4-F】** 受託研究を契機に技術相談が増加（金属熱処理）

**【企業事例 4-G】** 金型設計の部分から参画し、特注金型を提供（金型製作）

**【人材型】**：高い技術、技能を有する人材が強み。最近では、過去の取引実績は考慮されないことや、受注単価の下落、発注量の小ロット化の傾向が強まっていると感じている。

**【企業事例 4-J】** 社内人材を派遣することで積極的に技能を吸収（金型製作）

**【研究開発型】**：特許・ノウハウなどの独自技術、高度な生産設備、研究・技術開発力が優れているのが強み。受注先数は少なく、売上高の1社依存度も高い企業が多い。

**【企業事例 4-K】** 研究開発型企業として熱処理の技術的支援を行う（金属熱処理）

**【企業事例 4-L】** 多様なダイカスト製法設備と解析シミュレーション（ダイカスト業）



**(業種別からの分析からは、業態に応じて事業活動等が大きく異なる)**

現状と方向性について業種間での比較を行うと、それぞれの業態に応じた特徴が見出せる(図表2)。

**成形系：原材料を加工して部分品を製造（プラスチック成形、鋳造、鍛造等）**

- ・機能、性能に関係のない部分での要求の強まりや発注量の小ロット化といった取引条件が厳しくなっていること
- ・メインの受注先が存在しているが、過去の取引条件は考慮されなくなったこともあり、受注先を増やしている企業が多いこと
- ・事業展開として、自社製品の開発、販売を視野に入れていること

**機械系：原材料を加工する治具等を製造（金型製作等）**

- ・メインの受注先が存在し、その受注先への売上比率が比較的高いこと
- ・高い技術、技能を有する人材、製品、技術の顧客提案力、アフターサービスのように、人材を中心とした強みを有していること
- ・事業展開として、過去、今後ともに自社製品の開発、販売を、今後は財務体質の強化を考えている企業が多いこと

**処理系：原材料・部分品に加工処理を行い機能を付与（金属熱処理、メッキ等）**

- ・受注条件では、設計等は受注先が決定するが、価格はある程度自社に決定権があると回答する企業割合が他の業種と比較して多いこと
- ・受注先は多数存在しており、売上高の1社依存度は低いこと

図表2 業種別での事業活動等のまとめ

	企業業績	経営環境	受注先との関係	経営資源	事業展開
共通部分		「取引先の海外移転」、「品質精度要求」「発注頻度の低下・不定期化」「納期の短納期化」の傾向が強まっている。		「製品の品質が高い」「主要取引先との間での信頼関係を挙げざる企業が多い。	(過去) 既存技術・サービスの高度化・改善、新規顧客の開拓、既存取引先との関係強化  (今後) 新規顧客の開拓、既存取引先との関係強化、高度人材の育成
成形系	2009年度は大きく売上高が減少したが、2011年度は2008年度の水準がそれ以上になっている企業が多い。	「機能・性能に関係のない部分での要求」「発注量の小ロット化」「過去の取引実績は考慮されない」の傾向が強まっている。	メインの受注先が存在しているが、受注先を増やしている企業が多い。	「生産コスト面」で優れているとする企業が多い。	(過去) 新規顧客の開拓、自社製品の開発・販売、外注先の確保  (今後) 新規顧客の開拓、自社製品の開発・販売
機械系	落ち込み方やその後の回復程度において企業間格差が大きい。	「機能・性能に関係のない部分での要求」「発注量の小ロット化」の回答割合が小さい。	メインの受注先が存在し、その受注先との売上比率も比較的高い。受注先数は横ばい減少。設計・仕様が受注先が決定する割合が高い。	「高い技術・技能を有する人材」「製品・技術の顧客提案力」「アフターサービス」を挙げる割合が高い。	(過去) 自社製品の開発・販売、積極的な設備投資  (今後) 自社製品の開発・販売、財務体質の強化
処理系	2009年度は売上高が大きく落ち込み、その後順調に回復しているが、それでも2008年度の水準を上回る企業は多くない。	「品質精度要求」「インターネットからの問い合わせが多い」の回答割合が大きい。	受注先は多数存在するとしても売上高の1社依存度は低い。設計・仕様は受注先が決めるが、価格はある程度自社に決定権があると回答が多い。	「短納期」とする企業が多いが、「製品・技術の顧客提案力」が優れていると回答は少ない。	(過去) 外注先の確保  (今後) 外注先の確保

**(小規模企業と大規模企業とでは、海外との関係など、事業活動等において異なった特徴が見られる)**

リーマンショックを契機とした大きな景気後退の影響や、大手企業を中心とした生産の海外シフト等の影響もあり、小規模企業と大規模企業との間で事業活動等が異なると考えられる。そのため、回答企業を小規模企業と大規模企業とに分け、その特徴の比較を行った。

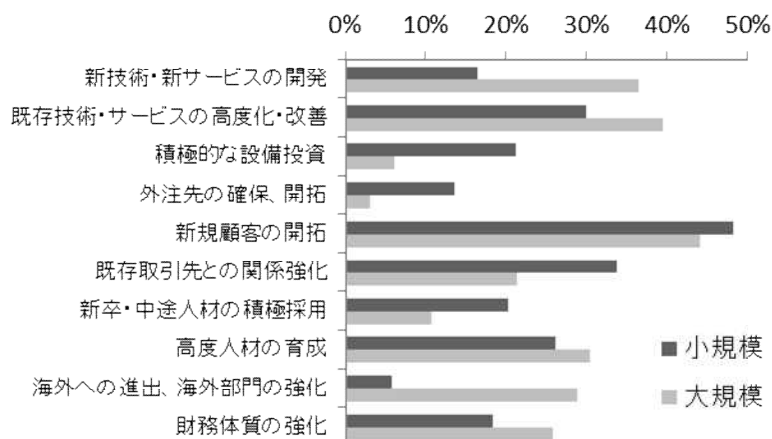
**企業業績**：業績が比較的悪い小規模企業と、業績が比較的良い大規模企業というように、規模間においても二極化が進展している傾向が見られるが、企業間格差も大きい。

**受注関係**：大規模企業は受注先と一緒に設計等を考えることが多く、相談を受けることが多いのに対し、小規模企業では受注先で設計等が決まったものを受注するという形態が多い。

**経営資源（強み）**：大規模企業では技術力や量産対応力といった部分に強みを有しているのに対し、小規模企業では多品種小ロット・短納期など小回りを利かせられる部分に強みを有している企業が多いこと。

**事業展開**：大規模企業は取引先の海外移転等に伴って、海外への展開が無視できなくなっているのに対し、小規模企業ではまだそこまでの状況ではなく、国内での積極的な設備投資等が重要であると考えていること（図表3）。

**図表3 事業展開における優先度が高い項目（今後）**



報告書冊子（資料 No. 130）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230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

	大型小売店販売額								コンビニエンスストア販売額			
	大阪府				全国				近畿		全国	
	合計		百貨店	スーパー	合計		百貨店	スーパー	合計		合計	
	前年比	前年比	前年比	前年比	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	%	億円	億円	億円	%	億円	%
21年	17,441	▲8.5	8,628	8,813	197,758	▲5.6	71,772	125,986	11,945	1.4	79,809	0.5
22	16,739	▲4.0	8,058	8,681	195,791	▲1.0	68,418	127,373	12,104	1.3	81,136	1.7
23	16,977	1.4	8,362	8,615	195,933	0.1	66,606	129,327	13,029	7.6	87,747	8.1
24	16,987	0.1	8,417	8,570	195,916	0.0	66,389	129,527	13,691	5.1	94,772	8.0
24年												
1	1,477	1.9	738	738	17,383	▲0.1	5,974	11,408	1,042	5.7	7,235	9.0
2	1,263	4.3	604	659	14,659	1.3	4,691	9,969	1,030	9.6	7,082	13.0
3	1,363	1.8	686	677	16,032	6.1	5,696	10,337	1,116	3.9	7,715	8.4
4	1,331	▲0.3	642	690	15,664	0.1	5,184	10,480	1,107	10.7	7,598	14.6
5	1,341	▲2.2	642	699	15,755	▲0.1	5,127	10,628	1,144	6.8	7,920	10.1
6	1,330	▲3.6	631	699	15,682	▲2.2	5,218	10,464	1,125	2.1	7,818	5.4
7	1,538	▲4.0	807	731	17,123	▲4.0	6,209	10,914	1,242	2.6	8,604	4.9
8	1,304	▲0.2	583	721	15,568	▲0.0	4,545	11,023	1,249	4.0	8,672	7.1
9	1,262	▲0.9	595	667	14,700	▲0.2	4,693	10,007	1,146	4.5	7,975	6.7
10	1,352	▲2.3	665	687	15,672	▲2.4	5,349	10,323	1,168	4.1	8,057	6.2
11	1,497	3.9	788	709	16,630	1.6	5,985	10,645	1,122	4.1	7,741	5.8
12	1,929	2.4	1,036	893	21,048	0.7	7,719	13,329	1,199	4.5	8,354	7.0
25年												
1	1,469	▲0.5	765	704	16,872	▲2.9	5,907	10,965	1,086	4.2	7,542	4.2
2	1,249	▲1.2	624	624	14,239	▲2.9	4,669	9,570	1,013	▲1.7	7,033	▲0.7
3	P 1,450	P 6.4	P 751	P 699	16,598	3.5	5,888	10,710	P 1,169	P 4.8	8,108	5.1

経済産業省「商業販売統計」、近畿経済産業局「大型小売店販売状況」  
※前年比は全店ベースの数値。

	新車販売台数				勤労者世帯消費支出				常用雇用労働者現金給与総額				
	大阪府		全国		大阪市		全国		大阪府				
	総数		総数		総額		総額		賃金指数				
	前年比	前年比	前年比	前年比	名目前年比	名目前年比	名目前年比	名目前年比	実額	名目	前年比	実質	前年比
	台	%	台	%	円	%	円	%	円	22年=100	%	22年=100	%
21年	205,103	▲8.7	3,923,740	▲7.2	301,285	▲0.2	319,060	▲1.8	395,029	100.1	▲3.6	98.9	▲3.0
22	219,466	7.0	4,209,268	7.3	275,292	▲8.6	318,315	▲0.2	397,445	100.0	▲0.1	100.0	1.1
23	184,217	▲16.1	3,524,788	▲16.3	286,474	4.1	308,838	▲3.0	393,040	98.2	▲1.7	98.8	▲1.2
24	231,575	25.7	4,572,332	29.7	301,758	5.3	313,874	1.6	379,993	96.6	▲1.6	97.1	▲1.7
24年													
1	18,162	36.4	358,685	38.4	296,353	8.0	309,449	▲2.7	306,875	78.0	▲0.9	78.3	▲1.4
2	23,469	30.3	449,285	31.7	285,786	8.6	292,825	3.2	309,154	78.6	▲0.8	78.9	▲1.1
3	30,924	62.1	640,916	76.3	300,264	▲1.4	329,671	5.0	321,986	81.9	▲1.2	81.9	▲1.8
4	14,923	90.7	306,261	99.5	302,850	7.1	339,069	4.4	325,192	82.7	0.4	82.6	▲0.4
5	16,578	67.3	337,976	68.6	267,544	4.0	304,653	1.2	310,943	79.1	0.4	79.3	0.1
6	21,295	42.6	432,641	46.8	293,190	17.4	292,937	2.4	575,996	146.4	▲3.9	147.1	▲4.2
7	21,882	39.9	445,239	42.3	302,300	6.3	312,592	1.0	446,401	113.5	0.4	114.5	0.4
8	16,287	9.5	315,790	15.6	300,870	6.1	310,643	0.5	307,532	78.2	0.8	78.8	0.9
9	20,253	▲6.6	377,737	▲3.7	335,672	16.7	299,821	0.3	308,672	78.5	▲1.8	79.1	▲1.4
10	15,586	▲5.8	299,334	▲6.7	301,018	2.8	315,161	0.3	316,443	80.5	0.1	81.0	0.9
11	16,908	▲0.3	324,422	0.2	287,856	5.2	300,181	1.7	313,797	79.8	▲0.6	80.5	▲0.2
12	15,308	▲0.9	284,046	▲2.0	347,387	▲9.4	359,482	2.1	714,169	181.6	▲6.0	183.6	▲5.4
25年													
1	16,859	▲7.2	332,066	▲7.4	307,304	3.7	321,065	3.8	302,878	77.0	▲1.3	77.9	▲0.5
2	21,391	▲8.9	412,889	▲8.1	246,209	▲13.8	298,682	2.0	302,775	77.0	▲2.0	78.3	▲0.8
3	26,813	▲13.3	570,691	▲11.0	318,761	6.2	350,957	6.5					

(一社)日本自動車販売協会連合会、  
(一社)全国軽自動車協会連合会

総務省統計局「家計調査」  
※二人以上世帯のうち勤労者世帯

大阪府統計課「大阪の賃金、労働時間及び雇用の動き」  
※従業者規模30人以上。前年比は指数より計算。

※普通、小型、軽の合計

## Ⅱ 投 資

	全建築物着工床面積								新設住宅着工戸数			
	大阪府				全国				大阪府		全国	
	合計	前年比	非居住用	前年比	合計	前年比	非居住用	前年比	合計	前年比	合計	前年比
	千平方メートル	%	千平方メートル	%	千平方メートル	%	千平方メートル	%	戸	%	戸	%
21年計	7,477	▲ 26.4	2,675	▲ 28.6	115,486	▲ 26.6	36,644	▲ 33.2	54,444	▲ 28.7	788,410	▲ 27.9
22	8,076	8.0	3,181	18.9	121,455	5.2	37,653	2.8	54,619	0.3	813,126	3.1
23	7,942	▲ 1.7	2,886	▲ 9.3	126,509	4.2	39,987	6.2	58,427	7.0	834,117	2.6
24	7,823	▲ 1.5	2,662	▲ 7.8	132,609	4.8	42,857	7.2	61,617	5.5	882,797	5.8
24年												
1	614	▲ 17.3	186	▲ 40.0	9,895	1.7	3,883	8.3	5,288	6.0	65,984	▲ 1.1
2	578	2.8	187	8.2	9,788	8.9	3,510	11.6	4,826	9.3	66,928	7.5
3	772	▲ 16.8	258	▲ 40.6	9,906	▲ 1.8	3,674	▲ 9.7	6,106	8.0	66,597	5.0
4	912	57.7	240	4.8	10,954	0.9	4,011	▲ 8.0	7,477	71.6	73,647	10.3
5	526	10.2	201	20.0	10,697	6.8	4,036	5.1	3,811	3.1	69,638	9.3
6	544	▲ 10.0	195	▲ 11.9	11,411	0.9	4,523	2.5	4,384	▲ 3.6	72,566	▲ 0.2
7	681	▲ 19.9	251	▲ 7.0	11,419	7.0	4,208	▲ 3.0	4,983	▲ 20.2	75,421	▲ 9.6
8	640	▲ 0.4	163	▲ 33.3	11,706	▲ 5.1	4,447	▲ 0.6	5,607	19.6	77,500	▲ 5.5
9	626	6.7	262	58.2	11,674	19.8	4,700	33.6	4,483	▲ 4.7	74,176	15.5
10	752	15.9	260	56.0	12,195	17.7	4,545	15.0	5,885	5.3	84,251	25.2
11	568	▲ 20.7	215	▲ 19.5	11,472	7.8	4,107	7.3	4,186	▲ 16.9	80,145	10.3
12	610	0.8	243	3.0	11,490	13.1	4,540	21.7	4,581	1.6	75,944	10.0
25年												
1	736	19.9	293	57.6	10,326	4.4	3,890	0.2	5,312	0.5	69,289	5.0
2	599	3.7	149	▲ 20.6	10,712	9.4	4,324	23.2	5,336	10.6	68,969	3.0
3	836	8.4	444	72.1	11,396	15.0	4,701	27.9	4,802	▲ 21.4	71,456	7.3

国土交通省「建築着工統計」

国土交通省「建築着工統計」

	機械受注額				公共工事請負金額			
	全国(280社、季節調整値)				大阪府		全国	
	総額	前年比	船舶・電力を 除く民需	前年比	総額	前年比	総額	前年比
	億円	%	億円	%	億円	%	億円	%
21年	190,844	▲ 32.1	77,119	▲ 27.2	5,448	21.1	127,121	9.7
22	232,184	21.7	82,555	7.0	4,121	▲ 24.4	113,625	▲ 10.6
23	247,874	6.8	88,961	7.8	3,690	▲ 10.5	109,755	▲ 3.4
24	237,337	▲ 4.3	88,134	▲ 0.9	3,788	2.7	125,423	14.3
24年								
1	24,520	8.6	7,416	2.8	168	▲ 29.3	5,661	8.5
2	21,857	▲ 10.1	7,709	6.8	294	99.0	7,049	16.8
3	21,212	7.5	7,477	3.1	353	▲ 22.5	13,978	8.0
4	21,162	7.5	7,668	7.7	443	▲ 25.5	12,431	5.4
5	19,286	▲ 6.7	7,120	▲ 2.6	472	26.7	8,686	36.7
6	18,890	▲ 10.6	7,219	▲ 7.4	466	23.0	11,390	14.1
7	19,212	3.1	7,345	▲ 1.9	340	14.0	12,149	26.6
8	16,732	▲ 18.2	7,273	▲ 1.0	222	▲ 10.0	11,368	19.2
9	18,438	▲ 7.3	7,098	▲ 4.0	256	▲ 19.4	11,775	▲ 1.9
10	18,365	▲ 6.7	7,038	▲ 5.0	326	28.4	13,721	28.2
11	19,898	▲ 9.2	7,303	▲ 3.5	256	4.4	8,972	6.2
12	18,116	▲ 12.1	7,205	▲ 1.2	191	36.2	8,243	15.6
25年								
1	18,313	▲ 25.3	6,663	▲ 10.2	147	▲ 13.0	6,039	6.7
2	18,479	▲ 15.5	6,945	▲ 9.9	309	4.8	6,708	▲ 4.8
3	23,618	11.3	7,931	6.1	287	▲ 18.8	12,338	▲ 11.7

内閣府「機械受注統計調査」

西日本建設業保証(株)

西日本建設業保証(株)、東  
日本建設業保証(株)、  
北海道建設業信用保証(株)

※社の合計分

# Ⅲ 生 産

	鉱工業生産動向													
	大阪府(製造工業)							近畿(鉱工業)						
	生産指数			出荷指数		在庫指数		生産指数			出荷指数		在庫指数	
	17年=100	前月比	前年比	17年=100	前月比	17年=100	前月比	17年=100	前月比	17年=100	前月比	17年=100	前月比	
21年	76.9	...	▲19.2	77.8	...	93.4	...	84.8	...	84.7	...	93.0	...	
22	83.0	...	7.9	84.7	...	87.3	...	93.4	...	94.3	...	91.5	...	
23	84.7	...	2.4	89.5	...	91.4	...	95.0	...	97.0	...	101.8	...	
24	79.9	...	▲5.7	79.4	...	91.8	...	91.7	...	91.8	...	101.1	...	
24年	1	84.8	1.7	▲2.5	83.5	1.5	89.8	▲3.1	94.8	3.8	94.5	1.3	102.0	0.4
	2	78.6	▲7.3	▲5.2	79.2	▲5.1	89.6	▲0.2	91.5	▲3.5	92.0	▲2.6	101.7	▲0.3
	3	81.2	3.3	▲9.5	82.0	3.5	89.2	▲0.4	93.0	1.6	93.8	2.0	105.1	3.3
	4	80.8	▲0.5	▲5.9	81.2	▲1.0	92.5	3.7	94.2	1.3	94.0	0.2	105.6	0.5
	5	80.2	▲0.7	0.6	82.6	1.7	93.2	0.8	91.4	▲3.0	91.9	▲2.2	104.2	▲1.3
	6	80.9	0.9	▲6.1	79.0	▲4.4	95.3	2.3	91.9	0.5	92.2	0.3	105.5	1.2
	7	76.6	▲5.3	▲8.4	76.5	▲3.2	93.4	▲2.0	89.7	▲2.4	88.6	▲3.9	104.0	▲1.4
	8	76.6	0.0	▲10.1	75.7	▲1.0	93.7	0.3	91.3	1.8	90.8	2.5	104.3	0.3
	9	76.8	0.3	▲7.3	78.3	3.4	93.6	▲0.1	89.1	▲2.4	89.7	▲1.2	105.8	1.4
	10	80.4	4.7	▲0.5	77.5	▲1.0	91.8	▲1.9	89.4	0.3	89.1	▲0.7	104.5	▲1.2
	11	77.7	▲3.4	▲5.6	78.4	1.2	89.2	▲2.8	88.3	▲1.2	89.2	0.1	101.6	▲2.8
	12	79.1	1.8	▲6.2	77.8	▲0.8	90.1	1.0	89.4	1.2	90.3	1.2	100.9	▲0.7
25年	1	76.2	▲3.7	▲9.1	77.2	▲0.8	88.1	▲2.2	91.8	2.7	91.5	1.3	101.1	0.2
	2	P 76.8	P 0.8	P ▲8.1	P 77.0	P ▲0.3	P 87.4	P ▲0.8	89.7	▲2.3	90.7	▲0.9	99.4	▲1.7
	3							P 91.1	P 1.6	P 91.1	P 0.4	P 101.1	P 1.7	

大阪府統計課「大阪の工業動向」

近畿経済産業局「鉱工業生産動向」

※指数は季節調整値。前月比は季節調整値、前年比は原数値との比較。

※指数は季節調整値。前月比は季節調整値との比較。

	鉱工業生産動向								電力需要実績			
	全国(鉱工業)								関西電力(大口電力)			
	生産指数			出荷指数		在庫指数			合計		製造業	
	17年=100	前月比	前年比	17年=100	前月比	17年=100	前月比	百万KWH	前年比	百万KWH	前年比	
21年	81.1	...	▲21.9	82.1	...	93.1	...	41,328	▲12.6	32,085	▲15.3	
22	94.4	...	16.4	95.8	...	96.6	...	46,643	12.9	37,421	16.6	
23	92.2	...	▲2.3	92.4	...	100.3	...	47,223	1.2	38,146	1.9	
24	91.9	...	▲0.3	92.5	...	103.8	...	44,836	▲5.1	35,805	▲6.1	
24年	1	95.9	0.9	▲1.6	95.0	▲1.1	103.6	2.1	3,644	▲5.4	2,897	▲5.8
	2	94.4	▲1.6	1.5	95.3	0.3	103.1	▲0.5	3,638	▲1.2	2,918	▲2.3
	3	95.6	1.3	14.2	95.8	0.5	107.5	4.3	3,785	▲5.6	3,046	▲6.9
	4	95.4	▲0.2	12.9	96.4	0.6	109.6	2.0	3,733	▲2.6	3,020	▲3.2
	5	92.2	▲3.4	6.0	95.1	▲1.3	108.8	▲0.7	3,761	▲3.7	3,023	▲4.2
	6	92.6	0.4	▲1.5	94.2	▲0.9	107.5	▲1.2	3,885	▲5.6	3,138	▲6.1
	7	91.7	▲1.0	▲0.8	91.3	▲3.1	110.6	2.9	3,962	▲5.9	3,153	▲6.7
	8	90.2	▲1.6	▲4.6	91.5	0.2	108.8	▲1.6	3,841	▲6.3	3,014	▲7.7
	9	86.5	▲4.1	▲8.1	87.6	▲4.3	107.8	▲0.9	3,778	▲5.3	3,008	▲6.7
	10	87.9	1.6	▲4.5	87.5	▲0.1	107.7	▲0.1	3,719	▲5.7	2,970	▲7.0
	11	86.7	▲1.4	▲5.5	86.8	▲0.8	106.4	▲1.2	3,558	▲6.5	2,844	▲8.0
	12	88.8	2.4	▲7.9	90.3	4.0	105.1	▲1.2	3,533	▲6.6	2,773	▲8.6
25年	1	89.1	0.3	▲5.8	90.0	▲0.3	104.7	▲0.4	3,464	▲4.9	2,710	▲6.5
	2	89.6	0.6	▲10.5	91.3	1.4	102.6	▲2.0	3,358	▲7.7	2,675	▲8.3
	3	90.4	0.9	▲6.7	92.4	1.2	102.8	0.2	3,638	▲3.9	2,916	▲4.3

経済産業省「鉱工業指数」

関西電力「営業概況」

※指数は季節調整値。前月比は季節調整値、前年比は原数値との比較。

# IV 雇 用

	求人数(季節調整値)				求職者数(季節調整値)				求人倍率(季節調整値)				
	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	倍	倍		
21年平均	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	
24	149,139	13.9	56,729	12.4	192,904	▲4.0	44,556	▲8.0	0.77	1.27	0.80	1.28	
24年	1	138,159	11.2	53,101	9.3	195,732	▲5.0	46,059	▲6.1	0.71	1.15	0.74	1.21
	2	139,530	8.3	54,157	3.6	196,216	▲3.9	45,417	▲9.1	0.71	1.19	0.75	1.23
	3	141,202	9.4	53,778	13.1	194,722	▲4.8	44,843	▲9.5	0.73	1.20	0.76	1.23
	4	143,248	10.7	54,732	10.6	193,272	▲4.8	44,953	▲7.9	0.74	1.22	0.79	1.26
	5	146,234	13.8	56,009	11.5	193,381	▲4.0	44,375	▲7.6	0.76	1.26	0.80	1.28
	6	150,217	16.5	56,690	14.7	192,496	▲4.4	43,153	▲13.3	0.78	1.31	0.81	1.29
	7	150,875	16.2	56,725	11.0	191,175	▲4.8	43,181	▲11.6	0.79	1.31	0.81	1.29
	8	152,470	16.2	57,755	13.5	189,117	▲5.6	43,470	▲10.6	0.81	1.33	0.81	1.31
	9	153,733	15.9	57,421	12.9	191,387	▲3.5	45,004	▲1.7	0.80	1.28	0.81	1.28
	10	153,622	13.1	57,321	8.3	191,257	▲3.2	43,068	▲10.1	0.80	1.33	0.81	1.31
	11	155,460	14.0	57,662	10.2	191,714	▲2.3	42,839	▲8.8	0.81	1.35	0.82	1.33
	12	157,813	14.8	58,374	10.3	191,040	▲2.7	42,924	▲7.8	0.83	1.36	0.83	1.35
25年	1	161,540	16.9	60,611	14.1	190,721	▲2.6	44,169	▲4.1	0.85	1.37	0.85	1.33
	2	165,042	18.3	64,181	18.5	187,646	▲4.4	42,700	▲6.0	0.88	1.50	0.85	1.35
	3	169,282	19.9	65,645	22.1	185,494	▲4.7	43,148	▲3.8	0.91	1.52	0.86	1.39

厚生労働省「一般職業紹介状況」  
※パートを含む。

厚生労働省「一般職業紹介状況」  
※パートを含む。

	完全失業率					雇用保険		労働時間指数						
	近畿		全国			大阪府		大阪府						
	実数		実数		実数	初回受給		総実労働時間(産業計)			所定外労働時間(製造業)			
	(原数値)	前年差	(原数値)	前年差		(季調値)	者数	前年比	実数	指数	前年比	実数	指数	前年比
%	ポイント	%	ポイント	%	人	%	時間	22年=100	%	時間	22年=100	%		
21年平均	5.7	1.2	5.1	1.1	...	12,627	31.6	147.0	98.8	▲2.9	11.4	85.9	▲25.3	
22	5.9	0.2	5.1	0.0	...	10,421	▲17.5	148.6	100.0	1.1	12.9	100.0	16.5	
23	5.0	▲0.9	4.6	▲0.5	...	9,735	▲6.6	148.3	99.7	▲0.3	12.7	100.5	0.5	
24	5.1	0.1	4.3	▲0.3	...	9,417	▲3.3	147.8	99.5	▲0.2	13.5	100.0	▲0.5	
24年	1	5.3	0.4	4.5	▲0.3	4.5	7,464	2.6	137.9	92.8	0.1	13.2	97.8	8.5
	2	5.4	▲0.1	4.4	▲0.2	4.5	10,544	10.7	149.7	100.7	2.8	14.8	109.6	11.6
	3	5.7	▲0.1	4.7	▲0.2	4.5	7,894	▲13.0	150.4	101.2	1.6	15.1	111.9	7.0
	4	5.9	0.3	4.8	▲0.2	4.5	8,137	▲17.9	152.0	102.3	▲1.6	14.1	104.4	▲1.9
	5	5.0	▲0.3	4.5	▲0.2	4.4	14,876	13.9	145.8	98.1	4.1	13.4	99.3	2.2
	6	4.7	0.0	4.4	▲0.3	4.3	8,743	▲13.0	153.0	103.0	▲1.0	13.6	100.7	1.0
	7	4.9	0.0	4.4	▲0.3	4.3	9,205	0.1	149.4	100.5	▲0.8	12.8	94.8	▲4.4
	8	4.9	0.5	4.2	▲0.3	4.2	11,416	▲2.7	145.8	98.1	▲0.7	11.8	87.4	▲5.2
	9	4.7	0.4	4.2	0.0	4.3	8,146	▲14.2	145.0	97.6	▲2.8	13.1	97.0	3.2
	10	4.8	▲0.3	4.1	▲0.3	4.2	9,376	9.2	148.0	99.6	0.0	13.5	100.0	0.2
	11	4.8	▲0.2	4.0	▲0.3	4.2	9,371	▲7.8	152.4	102.6	0.1	13.6	100.7	▲7.4
	12	4.5	▲0.3	4.0	▲0.2	4.3	7,832	▲10.5	145.1	97.6	▲3.4	13.0	96.3	▲17.2
25年	1	5.1	▲0.2	4.2	▲0.3	4.2	8,232	10.3	135.5	91.2	▲1.7	11.6	85.9	▲12.2
	2	5.0	▲0.4	4.2	▲0.2	4.3	9,331	▲11.5	142.1	95.6	▲5.1	13.8	102.2	▲6.8
	3	4.9	▲0.8	4.3	▲0.4	4.1	7,636	▲3.3						

総務省統計局「労働力調査」

大阪労働局「労働市場月報」 大阪府統計情報「大阪の賃金、労働時間及び雇用の動き」  
※従業者規模30人以上、前年比は指数より計算。

## V 貿易

	輸出入通関額								対米ドル 円相場	原油価格 (WTI)	
	近畿圏				全国						
	輸出		輸入		輸出		輸入				
	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	ドル/バレル	
21年	120,313	▲ 27.3	98,413	▲ 28.1	541,706	▲ 33.1	514,994	▲ 34.8	89.55	74.49	
22	144,220	19.9	114,272	16.1	673,996	24.4	607,650	18.0	83.41	89.22	
23	145,649	1.0	132,392	15.9	655,465	▲ 2.7	681,112	12.1	77.85	98.61	
24	135,756	▲ 6.8	135,387	2.3	637,476	▲ 2.7	706,886	3.8	83.64	88.19	
24年	1	9,223	▲ 12.2	11,513	13.0	45,137	▲ 9.2	60,043	9.8	76.97	100.15
	2	11,539	▲ 4.8	9,576	6.7	54,426	▲ 2.6	54,167	9.4	78.45	102.26
	3	12,826	▲ 8.3	11,896	1.3	62,034	5.9	62,852	10.5	82.43	106.15
	4	11,616	▲ 11.1	11,703	2.5	55,649	7.9	60,833	8.0	81.49	103.28
	5	10,949	▲ 4.8	11,640	6.1	52,369	10.0	61,448	9.3	79.70	94.51
	6	11,772	▲ 7.3	10,747	▲ 2.4	56,418	▲ 2.3	55,858	▲ 2.2	79.32	82.36
	7	11,236	▲ 9.8	11,391	▲ 1.2	53,122	▲ 8.1	58,408	2.3	79.02	87.89
	8	10,867	▲ 8.2	11,218	▲ 0.8	50,444	▲ 5.8	58,128	▲ 5.2	78.66	94.11
	9	11,908	▲ 3.5	11,118	1.1	53,579	▲ 10.3	59,261	4.2	78.17	94.61
	10	11,243	▲ 4.8	11,273	0.2	51,480	▲ 6.5	57,042	▲ 1.5	78.97	89.52
	11	10,743	▲ 3.9	12,012	2.8	49,832	▲ 4.1	59,402	0.9	80.87	86.69
	12	11,835	▲ 2.5	11,299	▲ 0.1	52,985	▲ 5.8	59,443	1.9	83.64	88.19
25年	1	9,862	6.9	12,204	6.0	47,986	6.3	64,321	7.1	89.18	94.65
	2	10,540	▲ 8.7	10,784	12.6	52,831	▲ 2.9	60,626	11.9	93.21	95.30
	3	13,111	2.2	P 12,174	P 2.3	62,710	1.1	P 66,350	P 5.5	94.75	93.12

大阪府関「近畿圏貿易概況」

財務省「貿易統計」

日本銀行「時系 IMF「Primary  
列統計」 Commodity  
※東京センター Prices」  
バンク相場、ス  
ポット、中心相  
場、月中平均  
※年は年末値 ※年は年末値

## VI 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 物価指数		前年比		総合		生鮮食品 を除く総合		総合		生鮮食品 を除く総合	
	22年=100	%	%	22年=100	%	%	22年=100	22年=100	%	%	22年=100	
21年	100.1	...	▲ 5.3	102.0	...	▲ 0.9	102.5	100.7	...	▲ 1.4	100.8	
22	100.0	...	▲ 0.1	100.0	...	▲ 2.0	100.0	100.0	...	▲ 0.7	100.0	
23	101.5	...	1.5	99.5	...	▲ 0.5	99.6	99.7	...	▲ 0.3	99.7	
24	100.5	...	▲ 1.1	99.5	...	0.0	99.5	99.7	...	0.0	99.7	
24年	1	100.9	▲ 0.1	0.3	99.7	0.1	0.5	99.4	99.6	0.2	0.1	99.3
	2	101.1	0.2	0.4	99.7	0.0	0.4	99.4	99.8	0.2	0.3	99.5
	3	101.6	0.5	0.3	100.0	0.3	0.6	99.6	100.3	0.5	0.5	100.0
	4	101.4	▲ 0.2	▲ 0.7	100.1	0.1	0.7	99.9	100.4	0.1	0.5	100.2
	5	101.0	▲ 0.4	▲ 0.9	99.8	▲ 0.3	0.2	99.6	100.1	▲ 0.3	0.2	100.0
	6	100.4	▲ 0.6	▲ 1.5	99.5	▲ 0.3	0.1	99.5	99.6	▲ 0.5	▲ 0.1	99.6
	7	99.9	▲ 0.5	▲ 2.3	99.2	▲ 0.3	▲ 0.1	99.4	99.3	▲ 0.3	▲ 0.4	99.5
	8	100.1	0.2	▲ 2.0	99.3	0.1	▲ 0.1	99.5	99.4	0.1	▲ 0.5	99.6
	9	100.4	0.3	▲ 1.5	99.4	0.1	▲ 0.3	99.6	99.6	0.2	▲ 0.3	99.8
	10	100.0	▲ 0.4	▲ 1.1	99.5	0.1	▲ 0.6	99.7	99.6	0.0	▲ 0.4	99.8
	11	99.9	▲ 0.1	▲ 1.1	99.2	▲ 0.3	▲ 0.4	99.5	99.2	▲ 0.4	▲ 0.2	99.5
	12	100.3	0.4	▲ 0.7	99.1	▲ 0.1	▲ 0.5	99.2	99.3	0.1	▲ 0.1	99.4
25年	1	100.5	0.2	▲ 0.4	99.0	▲ 0.1	▲ 0.7	98.9	99.3	0.0	▲ 0.3	99.1
	2	101.0	0.5	▲ 0.1	98.6	▲ 0.4	▲ 1.1	98.8	99.2	▲ 0.1	▲ 0.6	99.2
	3	101.1	0.1	▲ 0.5	98.8	0.2	▲ 1.2	99.1	99.4	0.2	▲ 0.9	99.5

日本銀行「企業物価指数」

大阪府統計課「大阪市消費者物価指数」

総務省統計局「消費者物価指数」

## Ⅶ 取引停止処分・倒産

	企業倒産						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	%		
21年	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	
24	1,711	▲ 15.7	539,937	12,124	▲ 4.7	3,834,563	355	▲ 21.6	1,441	▲ 31.2	
24年	1	136	▲ 24.4	19,488	985	▲ 5.4	349,355	25	▲ 32.4	312	164.4
	2	149	▲ 0.7	13,745	1,038	5.2	631,263	21	▲ 27.6	47	▲ 29.9
	3	170	1.2	18,951	1,161	▲ 1.9	333,931	39	25.8	116	22.1
	4	149	▲ 11.8	22,923	1,004	▲ 6.7	228,959	37	▲ 9.8	149	175.9
	5	178	7.9	19,493	1,148	7.2	282,558	30	▲ 30.2	122	▲ 11.6
	6	147	▲ 23.8	12,528	975	▲ 16.3	181,601	22	▲ 45.0	72	▲ 55.0
	7	161	▲ 10.1	351,297	1,026	▲ 5.1	724,100	34	▲ 5.6	99	▲ 23.3
	8	124	▲ 25.7	12,824	967	▲ 5.8	216,634	32	▲ 13.5	62	▲ 27.9
	9	100	▲ 38.3	7,907	931	▲ 7.0	174,626	24	▲ 38.5	185	16.4
	10	128	▲ 22.0	17,624	1,035	6.0	239,354	35	▲ 5.4	117	53.9
	11	144	▲ 13.8	29,763	964	▲ 12.0	263,836	32	▲ 11.1	100	▲ 63.6
	12	125	▲ 24.2	13,394	890	▲ 13.8	208,346	24	▲ 48.9	59	▲ 92.0
25年	1	119	▲ 12.5	14,600	934	▲ 5.2	224,615	22	▲ 12.0	90	▲ 71.0
	2	123	▲ 17.4	7,710	916	▲ 11.8	171,971	20	▲ 4.8	34	▲ 28.5
	3	129	▲ 24.1	12,500	929	▲ 20.0	159,110	29	▲ 25.6	83	▲ 28.1

(株)東京商工リサーチ「倒産月報」  
※負債総額1千万円以上。

(一社)全国銀行協会「全国手形交換高・不渡手形実数・取引停止処分数調」

## Ⅷ 金融

	金融機関残高推移								貸出約定平均金利			
	近畿				全国				近畿			
	預金		貸出金		預金		貸出金		地方銀行	第二地銀	信用金庫	
	億円	前年比%	億円	前年比%	億円	前年比%	億円	前年比%	%	%	%	
21年末	1,119,064	2.0	740,082	2.2	5,709,912	2.2	4,285,679	▲ 1.9	1.754	2.155	2.316	
22	1,140,022	1.9	725,425	1.5	5,796,794	1.5	4,204,178	▲ 1.9	1.672	2.006	2.216	
23	1,160,299	1.8	719,286	3.5	5,998,260	3.5	4,258,582	1.3	1.572	1.911	2.143	
24	1,184,331	2.1	726,464	2.6	6,151,781	2.6	4,338,238	1.9	1.474	1.773	2.084	
24年	1	1,153,265	1.6	713,164	▲ 1.1	5,980,493	3.3	4,223,596	1.0	1.580	1.905	2.140
	2	1,155,985	1.4	712,895	▲ 1.1	5,990,451	2.8	4,237,396	1.2	1.570	1.897	2.133
	3	1,174,455	1.5	726,613	▲ 0.3	6,132,396	2.3	4,302,893	1.2	1.549	1.878	2.119
	4	1,174,203	1.0	716,040	▲ 0.3	6,093,213	2.0	4,255,909	1.2	1.545	1.869	2.115
	5	1,170,736	1.1	714,037	0.2	6,096,273	1.9	4,236,338	0.9	1.536	1.860	2.115
	6	1,177,047	1.4	716,765	0.6	6,110,927	2.3	4,265,677	1.8	1.529	1.839	2.104
	7	1,168,106	1.1	716,347	0.2	6,056,816	2.4	4,250,351	1.3	1.521	1.827	2.099
	8	1,168,046	1.4	715,321	0.4	6,045,642	2.1	4,245,835	1.5	1.513	1.810	2.092
	9	1,178,486	2.2	726,344	1.2	6,119,535	2.7	4,309,755	1.6	1.493	1.798	2.102
	10	1,170,050	1.6	718,113	1.0	6,057,734	2.2	4,272,334	1.6	1.495	1.791	2.100
	11	1,170,594	1.5	719,645	1.1	6,087,899	1.7	4,280,357	1.7	1.493	1.784	2.095
	12	1,184,331	2.1	726,464	1.0	6,151,781	2.6	4,338,238	1.9	1.474	1.773	2.084
25年	1	1,177,308	2.1	721,044	1.1	6,130,988	2.5	4,320,554	2.3	1.472	1.766	2.094
	2	1,183,059	2.3	720,737	1.1	6,161,913	2.9	4,340,836	2.4	1.465	1.763	2.077
	3											

近畿財務局「管内金融概況」  
※在店店舗ベース。都銀+地銀+第二地銀+信用金庫の合計。

日本銀行「時系列統計」  
※都銀+地銀+第二地銀+信託銀行+長期信用銀行の合計。

近畿財務局「管内金融概況」





大阪府

商工労働部商工労働総務課  
大阪産業経済リサーチセンター

〒559-8555 大阪市住之江区南港北 1-14-16 24 階  
TEL 06 (6210) 9937 / FAX 06 (6210) 9940

メールアドレス shorosomu-g06@mbox.pref.osaka.lg.jp

ホームページ <http://www.pref.osaka.jp/aid/sangyou/index.html>