

おおさか

# 経済の動き

平成28(2016)年 7～9月版

No. 496

# お お さ か 経 済 の 動 き

平成 28 (2016) 年 7 ～ 9 月版 N o . 496

---

## 目 次

---

大阪経済の情勢 .....	2
経済情勢トピックス .....	4
足元の近畿圏の貿易動向	
大阪府景気動向指数 (C I ・ D I) の動き .....	6
大阪府景気観測調査 (平成 28 年 7 ～ 9 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
中小企業の動き (平成 28 年 7 ～ 9 月期)	
化粧品製造業    ばね製造業    組込みソフトウェア業	
旅行業	
平成 27 年度調査研究の紹介 .....	34
小規模製造業の課題と公的支援策の活用に関する調査	
若年女性の雇用・育成・定着に関する調査から	
基盤産業の立地が地域経済に与える影響に関する調査研究	
平成 28 年度登録研究の紹介 .....	40
DMO は地方創生の救世主となるか	
大阪経済指標 .....	42

---

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.lg.jp/aid/sangyou/index.html>

# 大阪経済の情勢 (平成28年9月指標を中心に)

## 「大阪経済は、回復の動きに足踏みがみられる」

**需要面**では、個人消費は、回復の動きに一服感がみられる。百貨店・スーパー販売額、家電販売額(8月)は減少、コンビニ販売額、新車販売台数は増加した。家計消費支出(近畿)は減少。投資は、持ち直している。住宅投資は減少、非居住用建設投資は増加。公共投資は増加。輸出は、弱い動きとなっている。輸出額は減少。主要国向けでは、すべての地域向けで減少。輸入額は減少。

**供給面**では、生産動向は、弱い動きとなっている。大阪府(8月)は、生産、出荷はともに上昇。近畿の生産(8月)は上昇、全国の生産(9月)は横ばい。企業倒産では、件数は悪化、負債金額は改善。雇用は、改善している。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横ばい。所定外労働時間(8月)は上昇。

**先行き**では、所得環境の改善状況、海外経済の動向等に引き続き注意が必要。

		需要							
総合		消費				投資		貿易・観光	
一致CI(大阪)		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)	関空外国人旅客
9月		↓	↑		↑	↓	↑	↓	↑
8月	↑	↓	↑	↓	↑	↓	↓	↓	↑

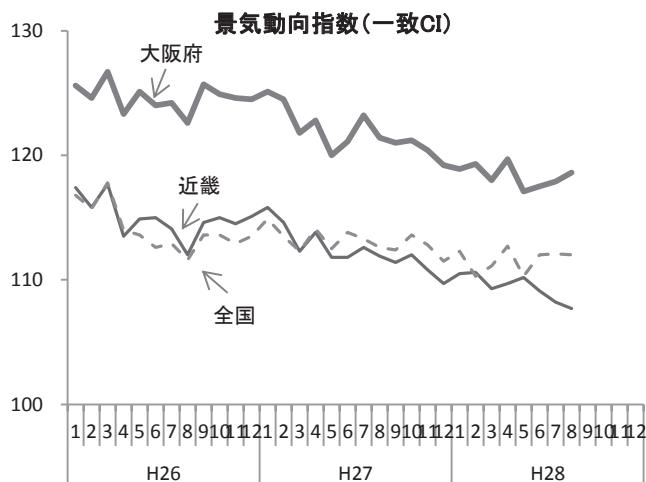
  

		供給				
		生産		倒産	雇用	
		生産指数(大阪)	生産指数(全国)	倒産件数*(大阪)	有効求人倍率(大阪)	失業率*(近畿)
9月			→	↓	→	↑
8月	↑	↑	↑	→	→	↑

※前年同月と比較し、上向き矢印は「景況改善」、下向き矢印は「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、上向き矢印となる。

### ●景気動向指数(CI)

大阪府(8月)では、一致Cは上昇I、先行CIは低下。大阪府(一致CI)では、主に「大阪税関管内輸入通関額」、「製造工業生産指数」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」 ※H22=100

#### 一致CIの個別系列の寄与度\* (大阪府、8月速報)

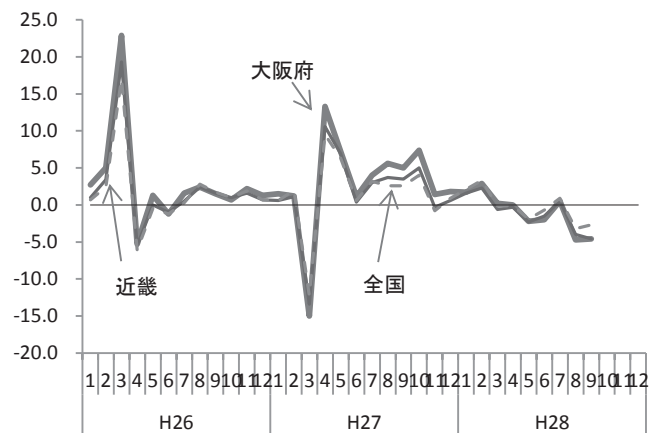
百貨店売場面積当たり販売額	大阪税関管内輸入額	製造工業生産指数	生産財出荷指数	関西大口電力使用量(合計)	有効求人倍率	所定外労働時間指数(製造業)
▲0.68	0.74	0.73	0.22	▲0.05	▲0.35	0.12

※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、回復の動きに一服感がみられる。百貨店・スーパー販売額、家電販売額(8月)は減少、コンビニ販売額、新車販売台数は増加した。

(前年同月比、%) 百貨店・スーパー販売額(全店ベース)



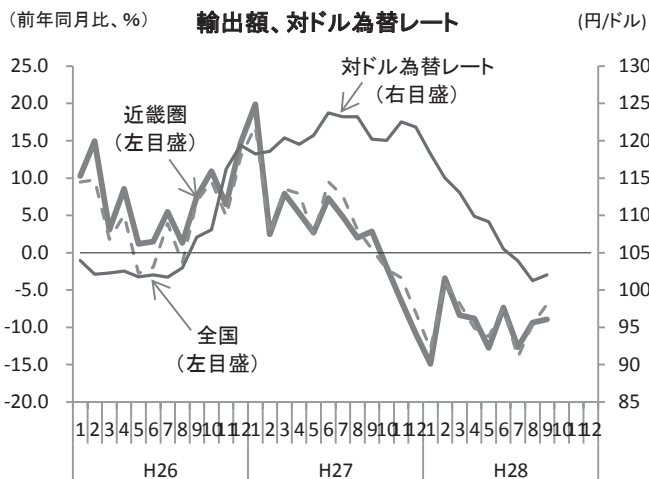
(資料) 近畿経済産業局「大型小売店販売状況」

#### 業態別の増減(大阪府、全店、前年同月比(%))、9月速報

大型小売店 合計		▲4.6
うち	百貨店	▲7.6
	スーパー	▲1.6

## ●貿易

輸出は、弱い動きとなっている。輸出額は減少。主要国向けでは、すべての地域向けで減少。輸入額は減少。



(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。

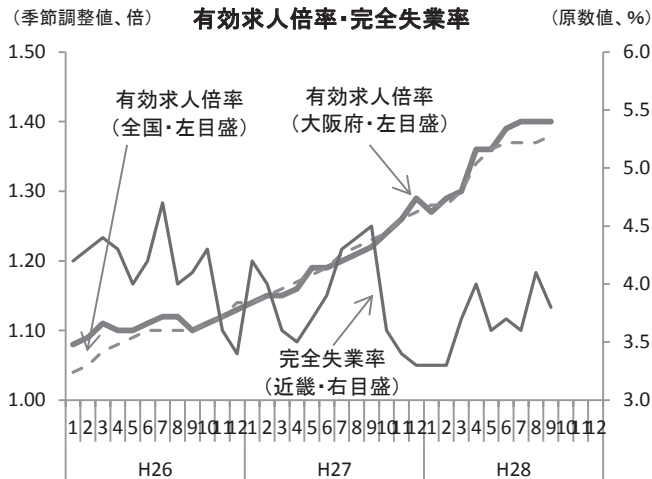
主要地域(国)別の増減(近畿、前年同月比(%))、9月速報)

アジア(含む中国)	▲7.1	11ヶ月連続の減少
中国	▲9.6	7ヶ月連続の減少
EU	▲3.4	12ヶ月連続の減少
アメリカ	▲13.1	11ヶ月連続の減少

(資料)大阪税関「近畿圏貿易概況・速報」

## ●雇用

雇用は、改善している。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横ばい。所定外労働時間(8月)は上昇。



(資料)厚生労働省「一般職業紹介状況」、総務省統計局「労働力調査」 ※近畿の完全失業率は原数値。

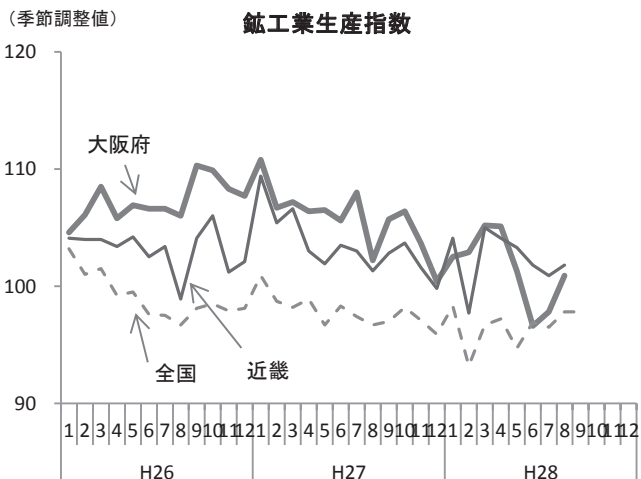
新規求人数の主要産業別増減(大阪府、前年同月比(%))、9月)

産業計	12.3
建設業	7.3
製造業	8.6
卸売業、小売業	8.4
宿泊業、飲食サービス業	18.8
医療、福祉	17.5

(資料)大阪労働局「求人・求職状況速報」

## ●生産

生産動向は、弱い動きとなっている。大阪府(8月)では、生産、出荷はともに上昇。近畿の生産(8月)は上昇、全国の前産(9月)は横ばい。



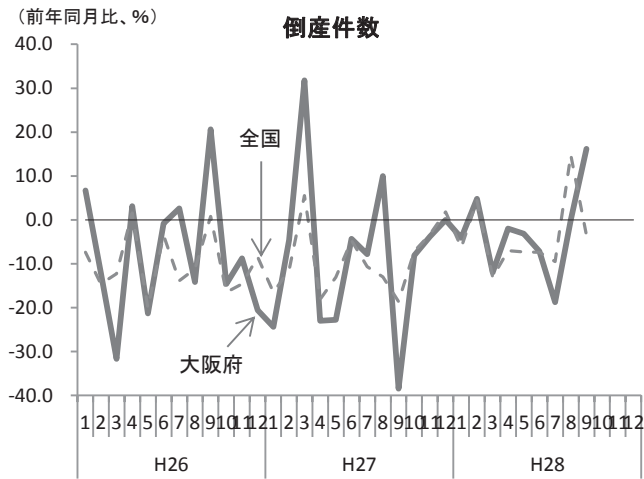
(資料)大阪府統計課「大阪の工業動向」、近畿経済産業局「鉄工業生産動向」、経済産業省「鉄工業指数」 ※大阪府は製造工業指数、H22=100

産業別の主な変動(大阪府、前月比(%))、寄与度順、8月速報)

上昇	電子部品・デバイス(65.1): 液晶素子 化学(4.1): 合成アセトン、化粧品 プラスチック製品(4.3): プラスチック製容器(中空成形)、プラスチック製フィルム・シート
低下	金属製品(▲16.8): 橋りょう、飲料用アルミニウム缶 電気機械(▲14.0): セパレート形エアコン、電気計器 窯業・土石製品(▲10.1): 無アルカリガラス基板、板ガラス

## ●倒産

企業倒産では、件数は悪化、負債金額は改善。



(資料)東京商工リサーチ「倒産月報」

主な倒産(大阪府、9月)

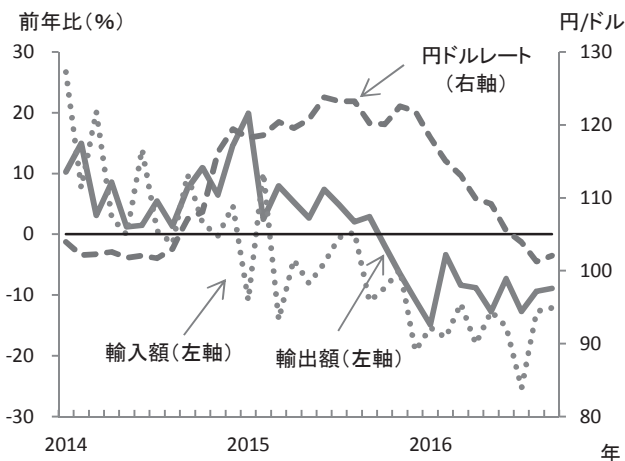
業種	負債額(百万円)
不動産売買、仲介賃貸ほか	1,100
スーパーマーケット経営	469
靴企画卸	400

# 経済情勢トピックス 《足元の近畿圏の貿易動向》

近畿圏の輸出額の足元の動きでは、前年同月比で見ると減少基調で推移しており、低迷が続いている。しかし、実質輸出で見ると、アジア NIES、ASEAN 等への輸出が堅調なことから、全体として下げ止まりから持ち直しの動きがみられ、輸出は今後増加していくことが期待される。

景気の回復においては、消費などの内需だけではなく、貿易などの外需も重要である。しかし、近畿における最近の貿易動向について、前年同月比で見ると、2016年9月のデータでは、輸出額は2015年10月から12ヶ月連続の減少と、ふるわない状況が続いている（図表1）。輸出額が不振な要因としては、中国をはじめとした海外景気の失速感だけではなく、2016年に入って円高が進んだことも影響している（図表1）。

図表1 近畿圏の貿易額の推移（前年比）

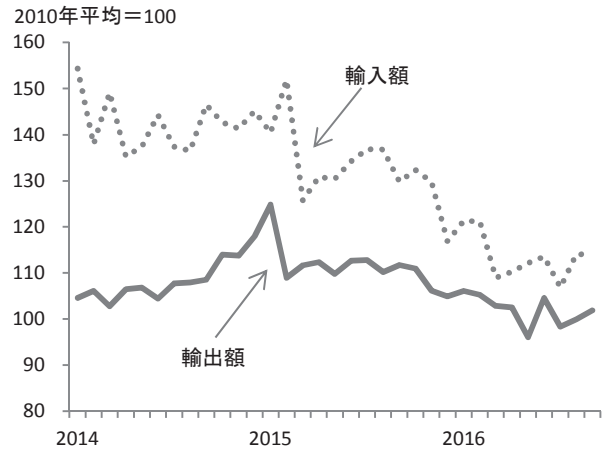


（出所）大阪税関「貿易統計」、日本銀行「時系列統計」

その一方で、中国経済は最悪期を脱するなど、海外景気の持ち直しの動きがみられるため、輸出額の足元の動きでは低迷から脱したのではないかとの見方もある。輸出額の足元の動きを検証すべく、近畿圏の貿易額について季節調整を行い、2010年平均を100としたグラフを作成した（図表2）。図表2の輸出額の季節調整値をみると、概ね図表1と同じ動きをしているものの、直近の動きには違いがみられる。輸出額の推移では、中国の春節による影響によって大きく変動している部分はあるものの、2015年の半ばまでは増加基調で推移していた。2015年後半では、輸出額は緩やかに低下していたが、2016年の半ば頃から底打ちして、増加に転じており、持ち直しの兆しがみられる

ようになっている<sup>1</sup>。

図表2 近畿圏の貿易額の推移（季節調整値）



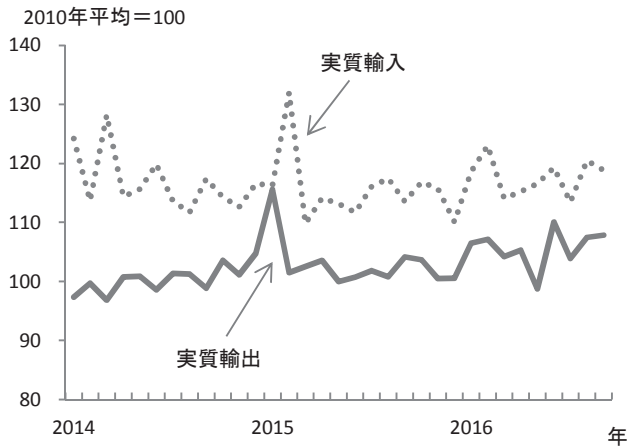
（出所）大阪税関「貿易統計」より試算

しかし、輸出額は円高ドル安といった為替要因など物価変動によっても金額が変動してしまう面もあるため、足元の貿易額が持ち直してきたのかの検証には、違った指標からもアプローチする必要がある。そのため、物価変動を考慮すべく、近畿圏の貿易額について実質輸出入を推計した（図表3）<sup>2</sup>。実質輸出の足元の動きでは、2014年から最近まで、変動がありながらも上昇基調で推移しており、足元では、それ以前と比較して増加傾向が強まっていることがわかる。

<sup>1</sup> 全国の輸出額の季節調整値では、2015年前半までは増加基調で推移しているのは同じだが、それ以降、足元まで低下基調で推移しており、近畿と全国では動きが異なっている。

<sup>2</sup> 近畿圏の実質輸出入は、日銀大阪支店が作成公表しているが、図表3では地域別での分析を行う都合上、筆者が試算したものを掲載した。試算方法は、日銀大阪支店が行っている方法に準じて行っているが、データの入手の都合上、2000年以降のデータを用いて試算しているなど、作成方法が若干異なっている。そのため、日銀大阪支店が公表しているものとは数値は異なることに注意が必要である。ただし、日銀大阪支店が公表しているデータと、今回試算したものとは、概ねトレンドは一致している。

図表3 近畿圏の実質輸出入の推移（試算）



（出所）大阪税関「貿易統計」、日本銀行「企業物価指数」より試算。季節調整値。

それでは、実質輸出が上昇基調で推移しているのはどのような要因によるものだろうか。それを分析すべく、先の実質輸出について、地域別の動向を推計したのが図表4である。図表4は、月次でデータ入手が可能な6地域（アメリカ、EU、アジア、中国、アジアNIES、ASEAN）の推移について試算を行ったものである<sup>3</sup>。図表4をみると、2015年はアメリカ、EU、アジアともに横ばい圏で推移していたが、2016年ではアメリカは若干水準を低下させているのに対し、EUやアジアは上昇している。アジアの内訳をみると、中国は、2015年前半は低迷していたが、2015年後半以降では変動しながらも上昇基調で推移している。アジアNIES、ASEANともに2015年は横ばいで推移していたが、2016年は上昇基調で推移しており、足元の動きではアジアNIESとASEANの動きが全体を牽引している<sup>4</sup>。

また、上昇に寄与している品目では、アジアをみると、半導体等電子部品などの「電気機器」や科学光学機器などの「はん用・生産用・業務用機器」などとなっている。

以上のことをまとめると、近畿圏における足元の貿易動向では、前年同月比でみると減少傾向が続いているために、全体としては低迷しているようにみえるが、季節調整値や実質輸出入を考慮すると、2015年は確かに低迷していたが、2016年になってから、特に最近数ヶ月の動きをみる

<sup>3</sup> 地域別の実質輸出入では、データ入手の都合上、2010年以降の試算となっている。

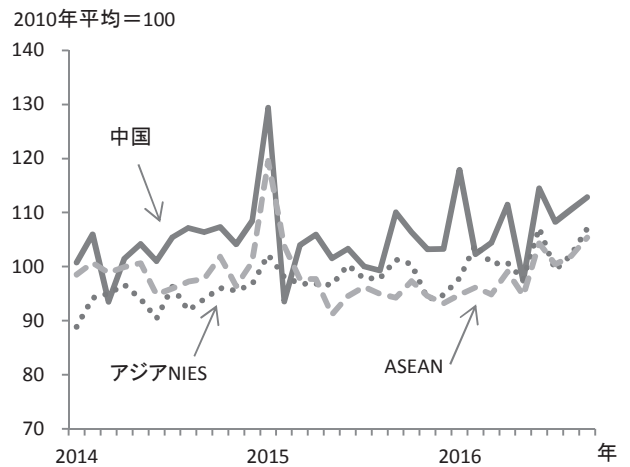
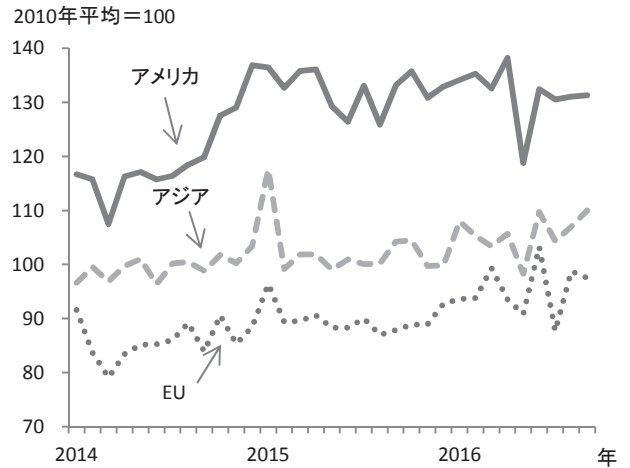
<sup>4</sup> 全国の実質輸出の動きでも、近畿圏の動きと概ね一致し、2015年前半に一旦低下したものの、それ以降上昇基調で推移しており、足元の上昇要因でもアジアNIES、ASEAN<sup>4</sup>の動きが寄与している。

と、上昇基調で推移しており、輸出においては持ち直しの動きがみられることがわかる。

そして、今後この動きが、前年同月比でも観察されることが期待される<sup>5</sup>。ただし、海外経済はまだ不透明感が残るために、この持ち直しの動きが本格的な回復へとつながるかどうかが、今後の動向が注目される。

（佐野 浩）

図表4 近畿圏の地域別の実質輸出の推移



（出所）大阪税関「貿易統計」、日本銀行「企業物価指数」より試算<sup>6</sup>。季節調整値。

<sup>5</sup> 前年同月比は手軽に計算ができる半面、前年の状況に左右されることや、前年同月比で上昇・低下が反転するのは時間がかかるというデメリットがある。

<sup>6</sup> 紙面の関係上、ここでは地域別の実質輸出のみを掲載。2015年の近畿圏における名目輸出額の地域別シェアは以下の通り：アメリカ（13.7）、EU（9.9）、アジア（67.0）、中国（23.4）、アジアNIES（28.1）、ASEAN（16.4）。全国との違いでは、近畿圏はアメリカのシェアが低く、中国などアジアのシェアが大きいのが特徴である。

# 大阪府景気動向指数（CI・DI）の動き

## 1. 総括表

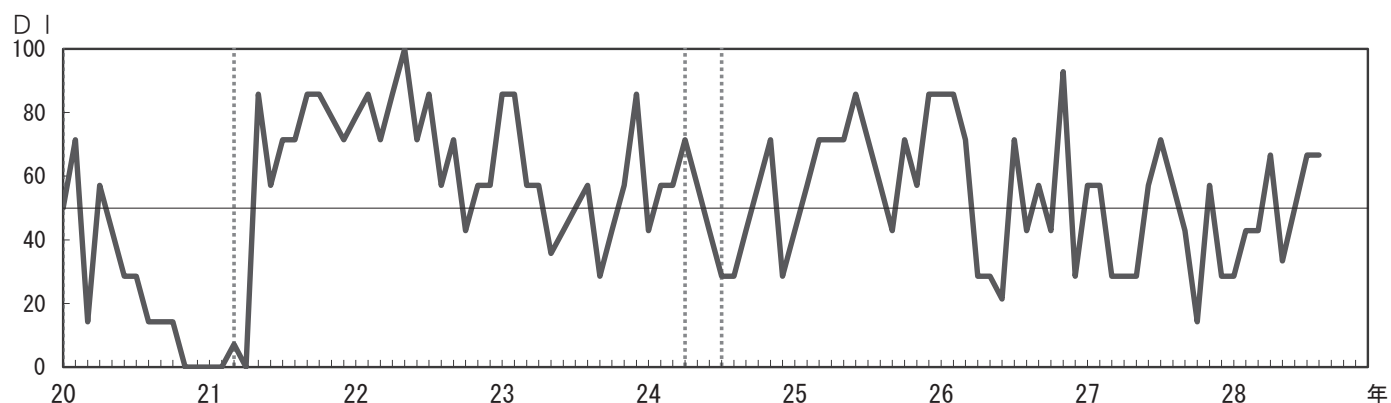
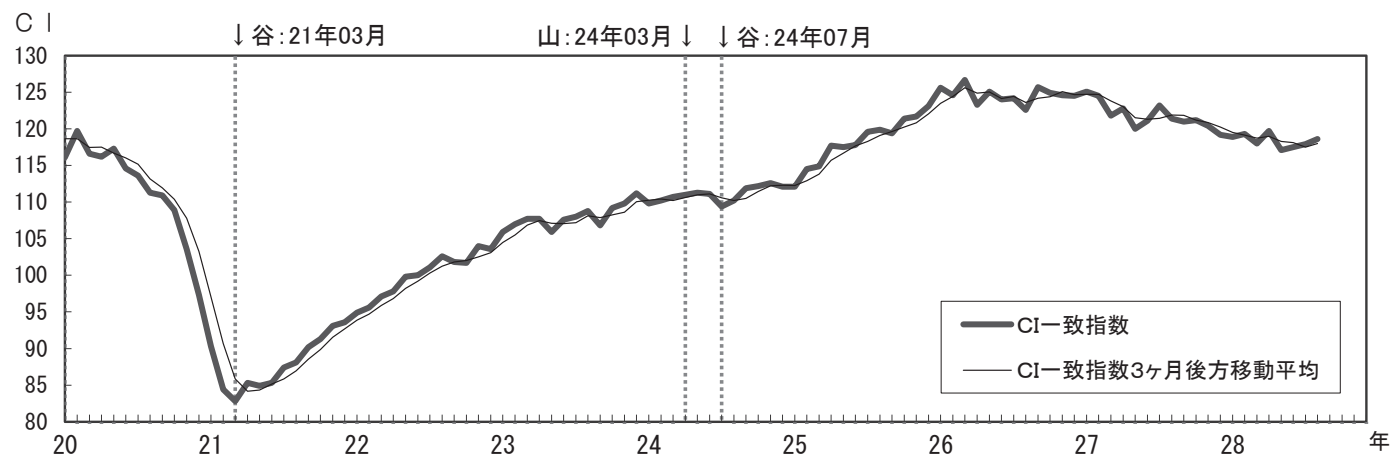
		27年						28年								
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	
CI	先行	大阪府	121.7	118.7	121.9	121.7	119.1	120.2	121.7	118.8	124.7	122.5	119.8	113.8	117.0	P114.5
		近畿	100.6	100.5	100.7	101.7	100.7	101.3	101.4	99.5	100.1	101.5	100.3	98.5	100.8	P99.2
		全国	104.5	103.4	101.4	102.2	101.5	100.4	100.3	99.0	99.1	100.0	99.8	100.6	100.0	100.9
	一致	大阪府	123.2	121.4	121.0	121.2	120.4	119.2	118.9	119.3	118.0	119.7	117.1	117.5	117.9	P118.6
		近畿	112.6	111.9	111.4	112.0	110.8	109.7	110.5	110.6	109.3	109.7	110.2	109.1	108.2	P107.7
		全国	113.3	112.6	112.4	113.6	112.8	111.5	112.3	110.3	111.1	112.7	110.3	112.0	112.1	112.0
	遅行	大阪府	144.5	144.4	142.6	144.2	144.1	148.4	142.0	144.4	138.9	138.5	138.3	137.1	135.7	P133.3
		近畿	111.7	110.4	109.3	110.7	112.4	113.8	112.9	113.3	115.3	112.3	112.7	109.5	110.2	P108.1
		全国	114.9	114.5	114.6	114.9	114.8	114.9	114.2	113.7	114.1	114.6	112.7	113.8	113.0	113.0
DI	先行	大阪府	50.0	50.0	57.1	42.9	57.1	14.3	42.9	50.0	71.4	57.1	71.4	14.3	57.1	P28.6
		近畿	22.2	38.9	38.9	83.3	44.4	50.0	22.2	27.8	44.4	66.7	66.7	33.3	55.6	P33.3
		全国	36.4	45.5	18.2	45.5	27.3	36.4	45.5	36.4	40.9	54.5	63.6	77.3	45.0	40.0
	一致	大阪府	71.4	57.1	42.9	14.3	57.1	28.6	28.6	42.9	42.9	66.7	33.3	50.0	66.7	P66.7
		近畿	35.7	42.9	42.9	42.9	42.9	14.3	42.9	57.1	57.1	58.3	66.7	50.0	33.3	P16.7
		全国	20.0	55.0	30.0	65.0	60.0	30.0	30.0	20.0	40.0	40.0	50.0	65.0	33.3	88.9
	遅行	大阪府	66.7	58.3	33.3	50.0	50.0	91.7	50.0	58.3	25.0	66.7	50.0	58.3	33.3	P41.7
		近畿	25.0	25.0	0.0	50.0	50.0	75.0	50.0	50.0	75.0	50.0	50.0	0.0	50.0	P25.0
		全国	50.0	44.4	33.3	33.3	44.4	55.6	44.4	44.4	66.7	55.6	33.3	38.9	18.8	50.0

(注)・CIは、大阪府・近畿・全国ともに2010(平成22)年=100。Pは速報値。

・CI(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等を合成して、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、数値が大きいほど景気が力強いことを表している。

・DI(ディフュージョン・インデックス)は、CI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、いくつかの指標が上昇しているかを調べたものである。

## 2. 大阪府景気動向指数の動き（一致指数）



### 3. 大阪府 C I 個別系列の寄与度

		27年						28年								
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	
先行指数	一致指数トレンド成分(先行)		0.18	0.14	0.14	0.15	0.07	0.06	0.02	0.02	-0.03	-0.02	-0.02	-0.04	-0.05	-0.02
	L1 建設財生産指数		2.40	-2.78	2.02	0.65	-2.38	0.73	2.45	-2.65	3.53	-1.44	-2.47	-2.92	2.85	-2.52
	L2 生産財在庫率指数	R	-0.05	-0.75	0.39	-0.16	0.36	-0.21	-0.73	-0.38	1.86	-0.90	0.18	0.24	0.50	0.03
	L3 新規求人倍率		-0.49	0.24	-0.12	-0.29	1.45	0.04	0.04	0.41	-1.47	1.15	-0.15	-1.20	-1.50	1.45
	L4 新設住宅着工戸数		-2.32	1.09	-0.19	0.33	-1.03	0.55	-0.86	1.81	-0.42	0.48	-0.14	-0.72	0.74	-1.66
	L5 日経商品指数(全国)	*	-0.73	-1.12	-0.54	0.15	-0.63	0.47	0.54	-0.44	1.09	0.26	0.07	-0.07	0.97	1.13
	L6 企業倒産件数	R	-0.02	-0.49	0.81	-0.46	0.15	-0.07	0.33	-1.44	1.64	-0.88	0.72	-0.45	0.08	-0.50
L7 景気観測調査(業況DI)	※	0.71	0.68	0.66	-0.56	-0.54	-0.51	-0.26	-0.25	-0.24	-0.87	-0.87	-0.86	-0.42	-0.38	
一致指数	C1 百貨店売場面積当たり販売額	*	0.32	-0.21	-0.18	0.35	-0.81	0.15	-0.04	0.30	-0.39	-0.19	-0.20	-0.09	0.53	-0.68
	C2 大阪税関管内輸入通関額		0.28	0.07	-0.31	0.08	-0.27	-0.74	0.46	-0.08	-0.97	0.37	0.25	-0.03	-0.62	0.74
	C3 製造工業生産指数		0.46	-0.96	0.59	0.13	-0.52	-0.65	0.42	0.08	0.44	-0.02	-0.85	-0.84	0.30	0.73
	C4 生産財出荷指数		0.12	-0.42	0.16	-0.28	0.16	-0.53	0.17	-0.35	0.38	0.03	0.00	-0.13	0.17	0.22
	C5 関西大口電力使用量(合計)		0.15	-0.49	-0.16	0.01	0.36	-0.31	0.14	0.30	-0.90	-0.05	-0.05	-0.05	-0.05	-0.05
	C6 有効求人倍率		-0.03	-0.02	-0.03	0.22	0.22	0.46	-0.76	0.23	-0.02	1.13	-0.34	0.51	-0.07	-0.35
	C7 所定外労働時間指数(製造業)		0.84	0.22	-0.52	-0.29	0.09	0.36	-0.69	-0.01	0.17	0.37	-1.40	1.06	0.10	0.12
遅行指数	一致指数トレンド成分(遅行)		0.21	0.16	0.17	0.17	0.08	0.07	0.03	0.03	-0.03	-0.02	-0.03	-0.04	-0.05	-0.03
	Lg1 製造工業在庫指数		1.12	0.06	0.71	0.58	0.68	-0.52	0.10	-1.70	-0.97	-0.15	-0.56	-0.56	-1.81	-0.38
	Lg2 常用雇用指数(産業計)	*	-0.72	-0.71	-0.41	-0.13	-0.41	0.18	-0.65	-0.06	0.46	0.71	-0.37	-0.64	0.14	0.16
	Lg3 雇用保険受給者実人員	R	0.14	-0.55	-0.55	-0.07	-0.33	0.68	-1.47	1.67	-0.02	0.08	1.17	0.47	-0.19	-0.59
	Lg4 大阪市消費者物価指数	*	-1.33	0.89	-0.78	-0.18	0.96	1.49	-1.30	-0.67	-1.19	-2.70	0.02	-1.06	0.57	-1.50
	Lg5 大阪市実質家計消費支出	*	0.51	-0.55	-1.07	1.55	-1.49	0.50	-1.13	1.02	-0.97	1.31	-0.17	-0.43	0.53	-0.39
	Lg6 近畿信用金庫貸出約定平均金利	*														
Lg7 法人事業税調定額		0.42	0.57	0.16	-0.32	0.39	1.83	-1.90	2.09	-2.80	0.38	-0.22	1.03	-0.58	0.35	

(注)・[R]は逆サイクル。[※]は四半期データ、[\*]は前年同月比、他はセンサス局法 X-12-ARIMA による季節調整値を採用。

・地域表示のない指標は大阪府分。新規求人倍率、有効求人倍率はパートを含む。所定外労働時間指数、常用雇用指数は事業所規模30人以上分。消費者物価指数は生鮮食品を除く総合。

・寄与度の内、一致指数トレンド成分は、先行指数、遅行指数それぞれにおける一致指数トレンド成分の寄与度を示しているのであり、先行指数寄与度における一致指数トレンド成分と、遅行指数寄与度における一致指数トレンド成分は、異なる。

### 4. 大阪府 D I 個別系列の変化方向表

		27年						28年							
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
先行系列	L1 建設財生産指数		-	-	+	-	+	-	+	+	+	-	-	-	-
	L2 生産財在庫率指数	R	+	+	-	-	+	-	-	-	+	+	+	-	+
	L3 新規求人倍率		0	0	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-
	L4 新設住宅着工戸数		+	+	-	+	-	-	-	+	+	+	+	-	+
	L5 日経商品指数(全国)	*	-	-	-	-	-	-	-	0	+	+	+	-	+
	L6 企業倒産件数	R	-	-	+	+	+	-	+	-	+	-	+	-	+
	L7 景気観測調査(業況DI)	※	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
拡張系列数			3.5	3.5	4.0	3.0	4.0	1.0	3.0	3.5	5.0	4.0	5.0	1.0	4.0
採用系列数			7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
DI先行指数			50.0	50.0	57.1	42.9	57.1	14.3	42.9	50.0	71.4	57.1	71.4	14.3	57.1
一致系列	C1 百貨店売場面積当たり販売額	*	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	+
	C2 大阪税関管内輸入通関額		+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
	C3 製造工業生産指数		+	+	+	-	+	-	-	-	+	+	-	-	-
	C4 生産財出荷指数		+	+	-	-	+	-	-	-	+	+	+	-	+
	C5 関西大口電力使用量(合計)		-	-	-	-	+	-	+	+	-	-	-	-	+
	C6 有効求人倍率		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	C7 所定外労働時間指数(製造業)		+	+	+	-	-	+	-	-	-	+	-	+	+
拡張系列数			5.0	4.0	3.0	1.0	4.0	2.0	2.0	3.0	3.0	4.0	2.0	3.0	4.0
採用系列数			7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6
DI一致指数			71.4	57.1	42.9	14.3	57.1	28.6	28.6	42.9	42.9	66.7	33.3	50.0	66.7
遅行系列	Lg1 製造工業在庫指数		+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-
	Lg2 常用雇用指数(産業計)	*	-	-	-	-	-	0	-	-	0	+	+	0	-
	Lg3 雇用保険受給者実人員	R	+	-	-	-	-	+	-	+	+	+	+	+	+
	Lg4 大阪市消費者物価指数	*	-	0	-	+	+	+	+	0	-	-	-	-	-
	Lg5 大阪市実質家計消費支出	*	+	+	-	-	-	+	-	+	-	+	+	+	-
	Lg6 近畿信用金庫貸出約定平均金利	*													
	Lg7 法人事業税調定額		+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+	+
拡張系列数			4.0	3.5	2.0	3.0	3.0	5.5	3.0	3.5	1.5	4.0	3.0	3.5	2.0
採用系列数			6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
DI遅行指数			66.7	58.3	33.3	50.0	50.0	91.7	50.0	58.3	25.0	66.7	50.0	58.3	33.3

(注) DIの指標には、景気に先行して動く先行系列、ほぼ一致して動く一致系列、遅行して動く遅行系列の3つの系列がある。3ヶ月前の数値と比較して、増加した指標には+、保ち合いには0、減少には-をつけている。

[R]は逆サイクル。[※]は四半期データ、[\*]は前年同月比、他はセンサス局法 X-12-ARIMA による季節調整値を採用。

地域表示のない指標は大阪府分。求人倍率はパートを含む。所定外労働時間指数、常用雇用指数は事業所規模30人以上分。消費者物価指数は生鮮食品を除く総合。



# 大阪府景気観測調査結果（平成28年7～9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、府内企業を対象として四半期毎に、大阪市と協力して景気観測調査を実施しております。平成28年7～9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。

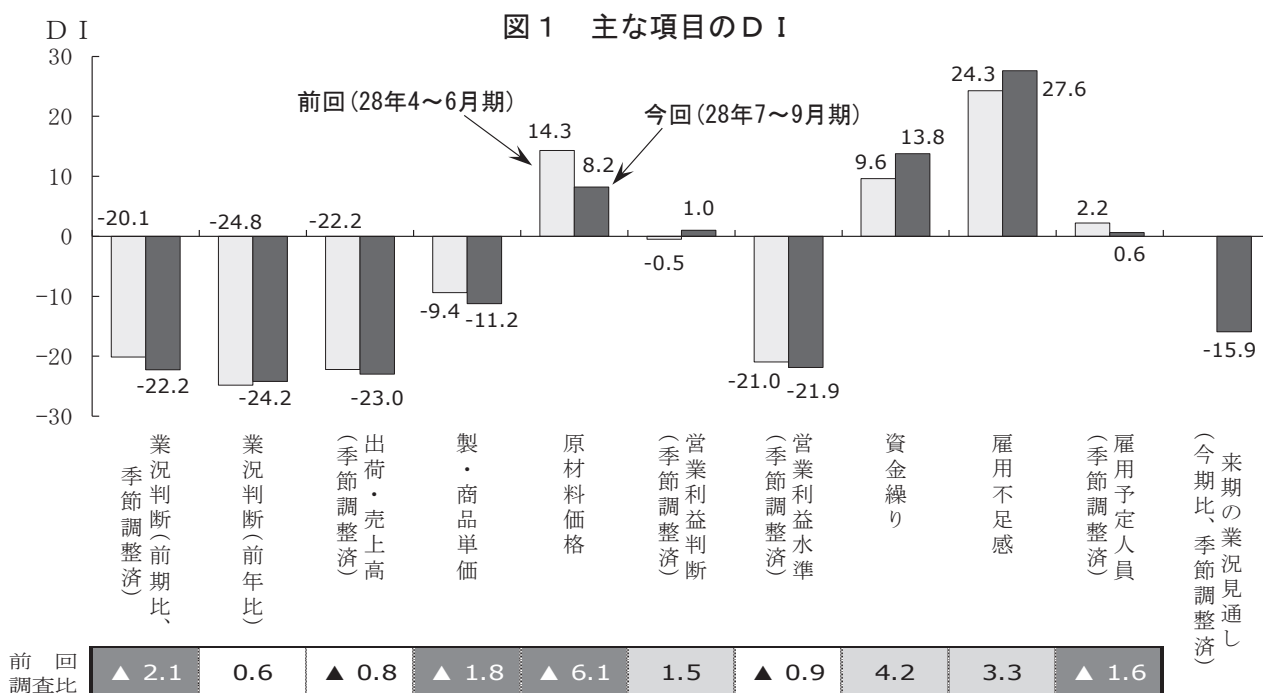
### 景気は、足踏みの状態が続いている

今期の業況判断D Iは中小企業で悪化し、4期連続で低下した。

個々の指標（図1）をみると、営業利益判断D Iが2期ぶりにプラス水準となり、資金繰りD Iも上昇したが、製・商品単価D Iや原材料価格D Iが下落し、営業利益水準も4期連続で下落するなど、弱含みの状態にある。雇用は、中小企業で不足感が強まったが、来期は雇用増がやや弱まる見込みである。なお、来期の業況は、製造業を中心に改善する見通しである。

### Topic：中小企業の人材確保は厳しい

27年度に採用活動を行った企業が、当初の想定どおり人材を確保できたかについては、新卒正社員では「ほぼ確保」、中途正社員では「一部を確保」、非正社員では「一部を確保」できたとする回答が、それぞれ最も多い。規模別でみると、大企業が新卒正社員をほぼ確保できたとする割合は、中小企業の約2倍と格差が著しい。一方、中小企業が上記3形態の人材を「まったく確保できない」割合が、大企業よりもはるかに大きく、中小企業の人材確保の難しさがうかがえる（17頁参照）。



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28年9月上旬
4. 回答企業数 : 1,676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	542	46.2	27.6	10.6	10.6	5.0
非製造業	1,134	68.6	13.3	6.7	6.6	4.7
建設業	187	76.6	10.9	4.3	4.3	3.8
情報通信業	34	42.4	24.2	15.2	12.1	6.1
運輸業	65	43.8	20.3	14.1	18.8	3.1
卸売業	274	60.3	21.3	8.1	6.6	3.7
小売業	214	80.5	9.0	2.4	3.3	4.8
不動産業	60	88.3	6.7	5.0	0.0	0.0
飲食店・宿泊業	71	81.7	4.2	2.8	7.0	4.2
サービス業	229	62.3	10.8	9.4	9.0	8.5
全業種計	1,676	61.3	18.0	8.0	7.9	4.8

## 規模別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大企業	137	8.3
中小企業	1,519	91.7
不明	20	

## 地域別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大阪市地域	872	52.0
北大阪地域	179	10.7
東大阪地域	308	18.4
南河内地域	82	4.9
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。季節調整は年度毎に行なっており、翌年度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。
6. 本調査では、D Iの前回(又は前年同期)調査比が±1ポイント未満の変動は「横ばい」としている。

[調査結果]

1. 企業業況判断…中小企業でD Iが悪化し、4期連続の下落

■平成28年7～9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）：  
 -22.2

○前回（28年4～6月期）調査比：▲2.1pt

製造業	▲2.1pt	非製造業	▲3.1pt
大企業	0.2pt	中小企業	▲3.1pt

（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）

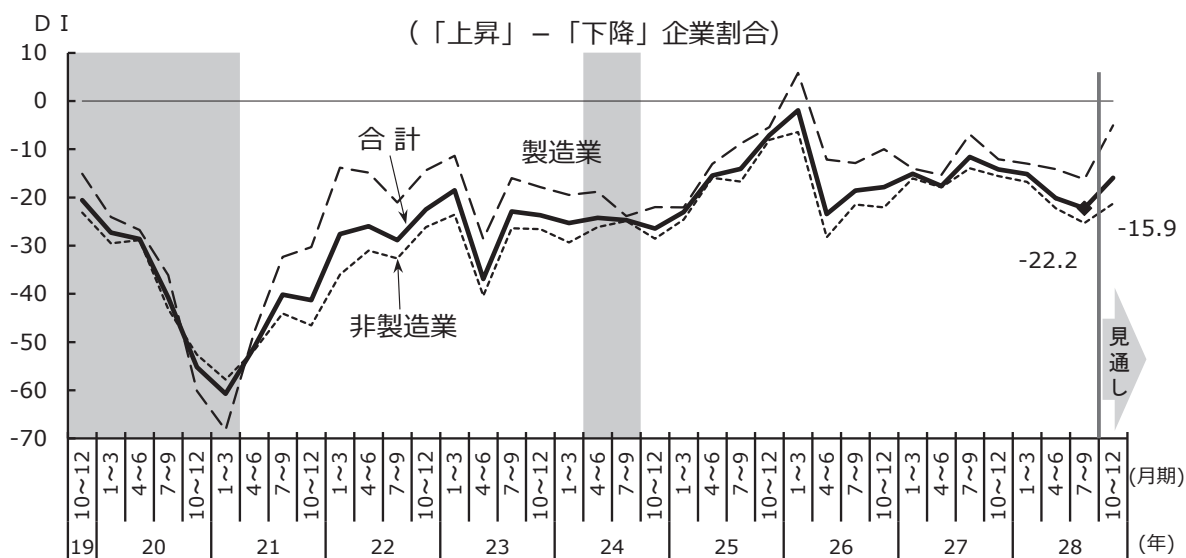
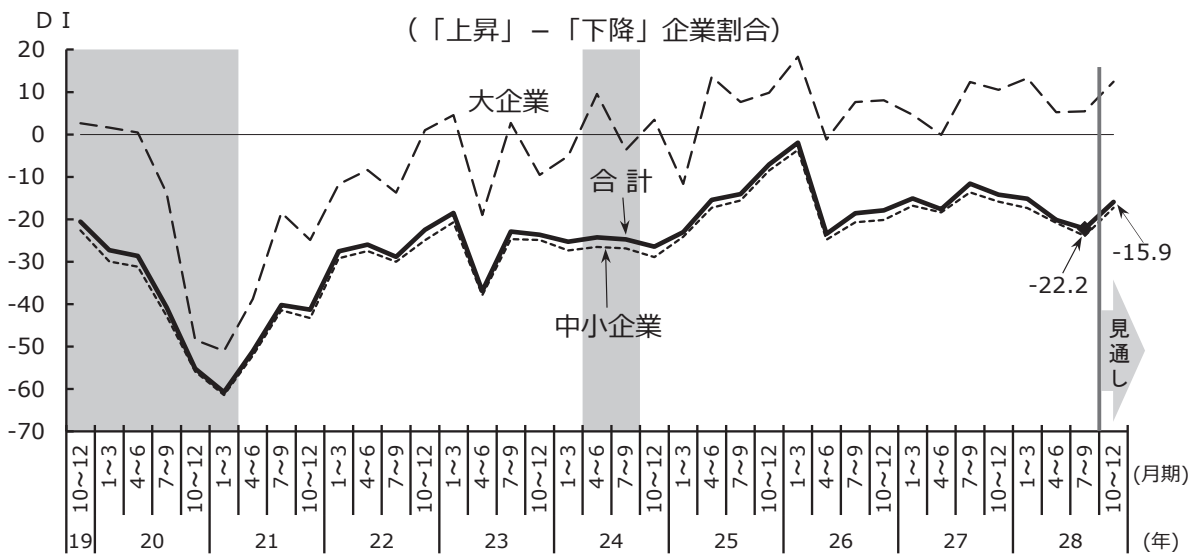


図3 業況判断D Iの推移（前期比、季節調整済、大企業・中小企業別）



■業況判断（前期比）の前年同期調査比

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

図4 上昇となった要因（2つまでの複数回答）

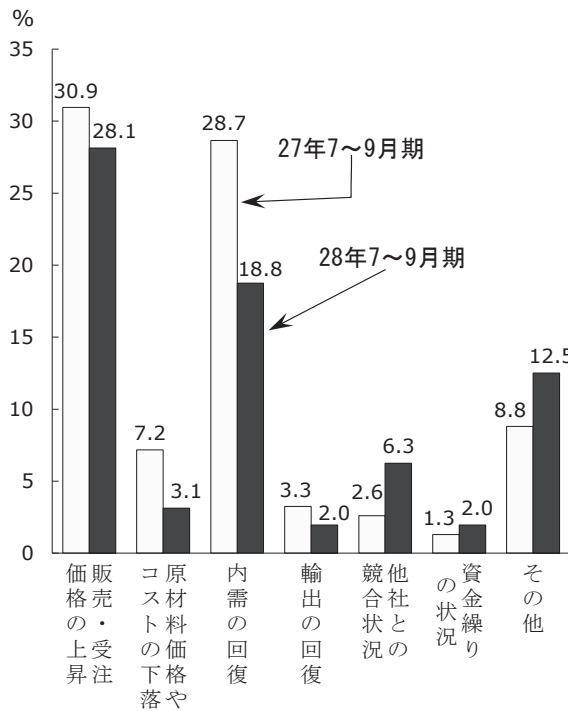
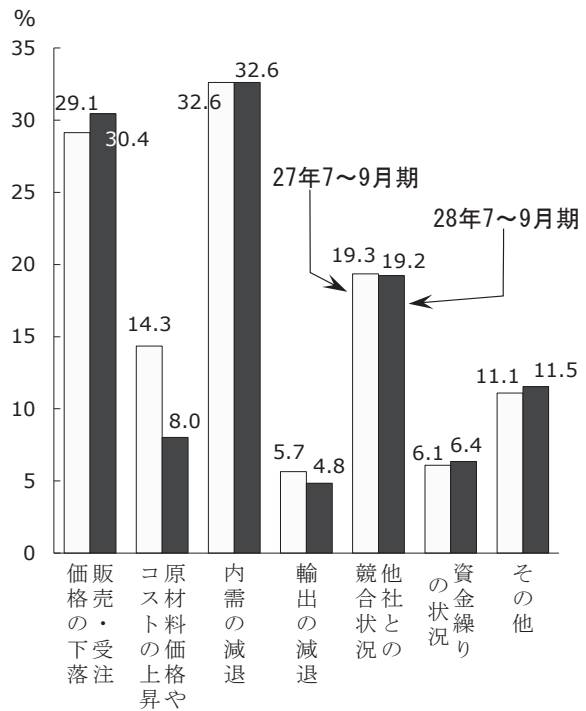


図5 下降となった要因（2つまでの複数回答）



2. 出荷・売上高…D Iは4期連続でマイナス幅が拡大

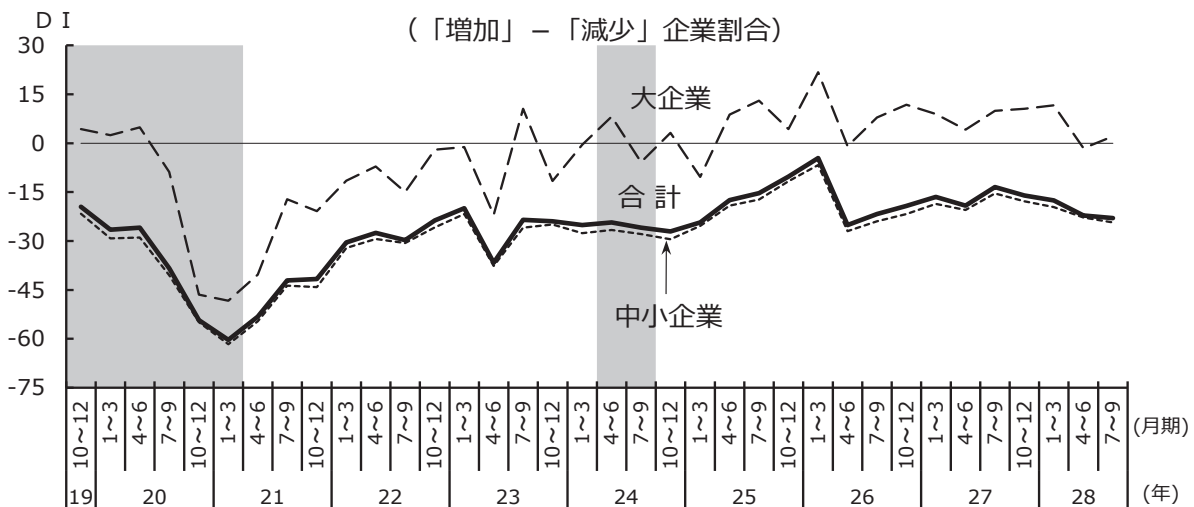
■出荷・売上高D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－23.0

○前回調査比：▲0.8pt

製造業	▲0.3pt	非製造業	▲1.6pt
大企業	3.7pt	中小企業	▲1.5pt

(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

図6 出荷・売上高D Iの推移（前期比、季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

3. 製・商品単価及び原材料価格…製・商品単価は再びマイナス幅が拡大、原材料価格は原油相場の弱含みなどもあり、D Iは再び下落

■製・商品単価D I（「上昇」-「下落」企業割合）：-11.2

○前回調査比：▲1.8pt

製造業	▲1.4pt	非製造業	▲2.1pt
大企業	▲1.6pt	中小企業	▲1.9pt

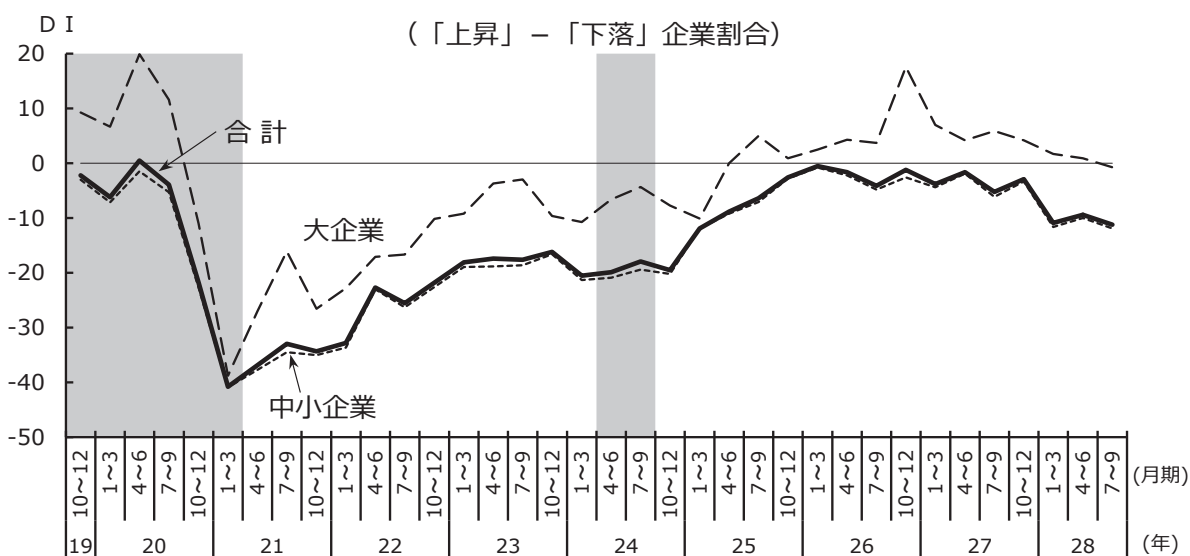
■原材料価格D I（「上昇」-「下落」企業割合）：8.2

○前回調査比：▲6.1pt

製造業	▲4.8pt	非製造業	▲6.8pt
大企業	▲0.1pt	中小企業	▲6.2pt

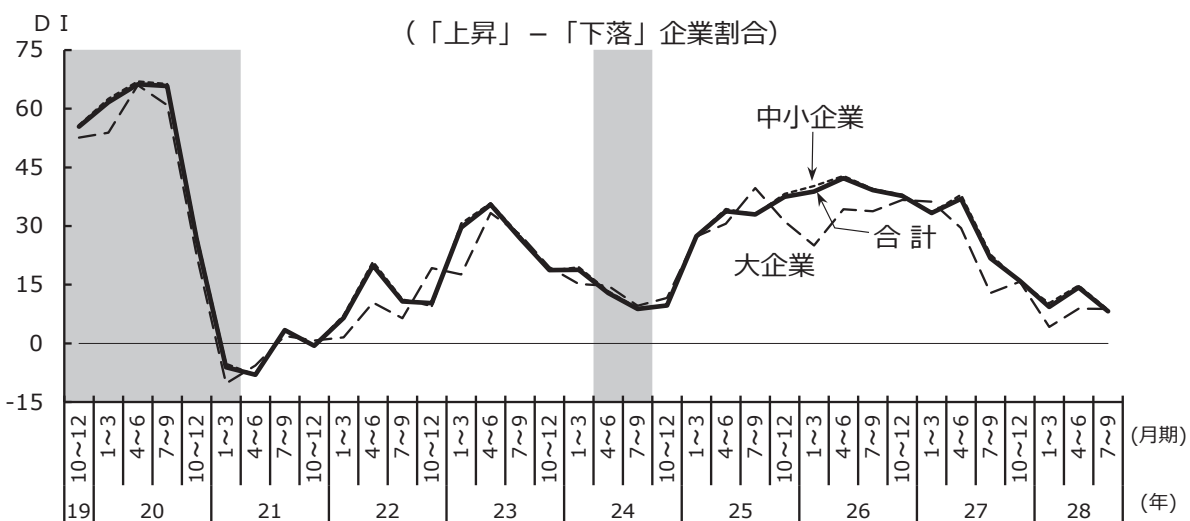
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

図7 製・商品単価D Iの推移（大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

図8 原材料価格D Iの推移（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。

4. 営業利益判断、利益水準…利益判断は2期ぶりのプラス水準、利益水準は中小企業のD I が下落

■営業利益判断D I（「黒字」－「赤字」企業割合；季節調整済）：1.0

○前回調査比：1.5pt

製造業	3.0pt	非製造業	0.8pt
大企業	▲4.1pt	中小企業	1.5pt

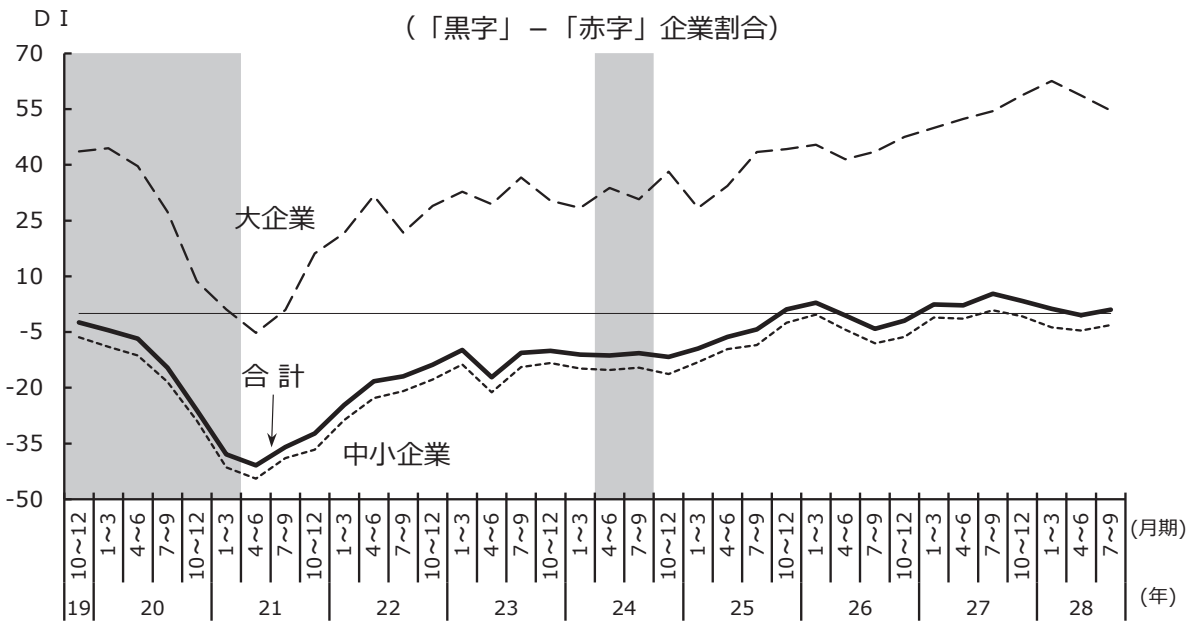
■営業利益水準D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－21.9

○前回調査比：▲0.9pt

製造業	▲0.5pt	非製造業	▲2.0pt
大企業	5.5pt	中小企業	▲1.7pt

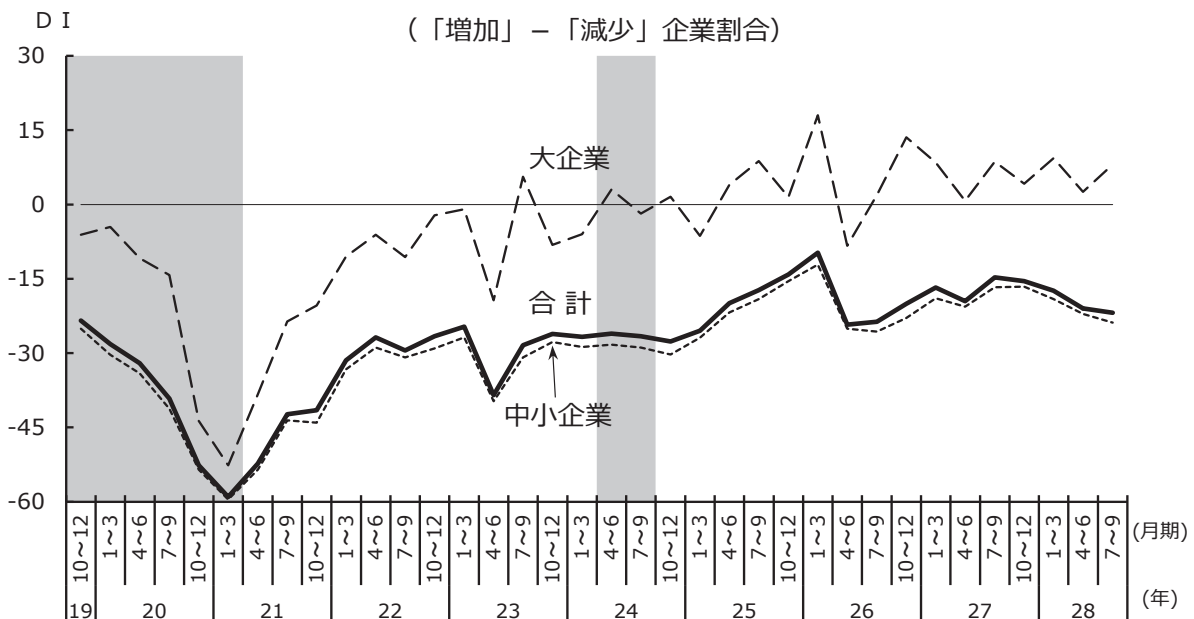
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

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…D I は3期ぶりにプラス幅が拡大

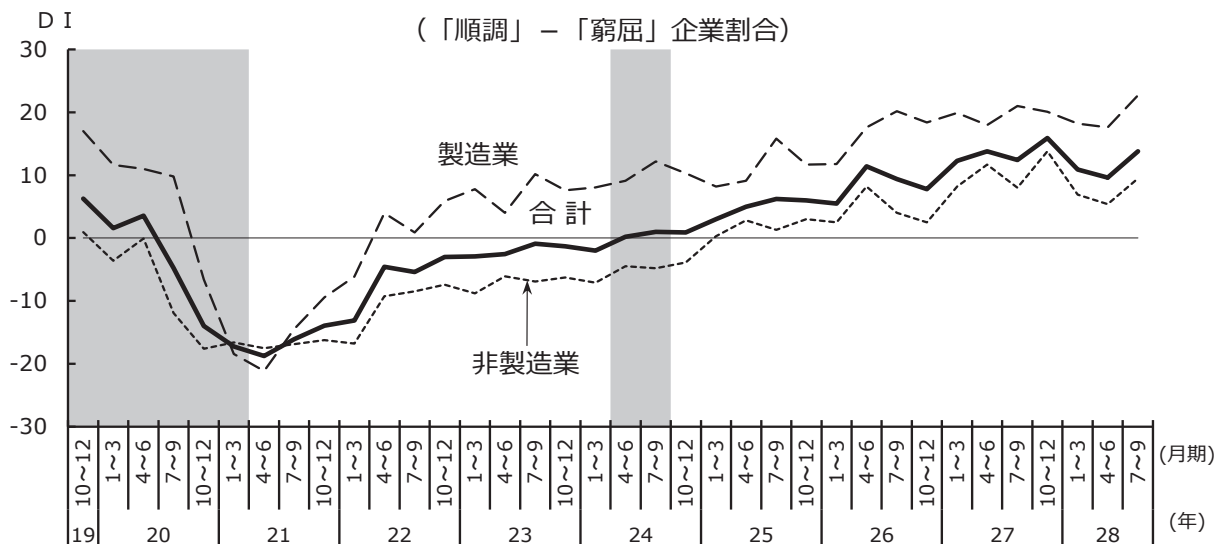
■資金繰りD I（「順調」－「窮屈」企業割合）：13.8

○前回調査比：▲4.2pt

製造業	5.1pt	非製造業	4.1pt
大企業	4.9pt	中小企業	3.5pt

(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

図11 資金繰りD Iの推移（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。

## 6. 設備投資…前期に比べて「増加」「横ばい」が増加し、やや前向きな動きがみられる

■設備投資

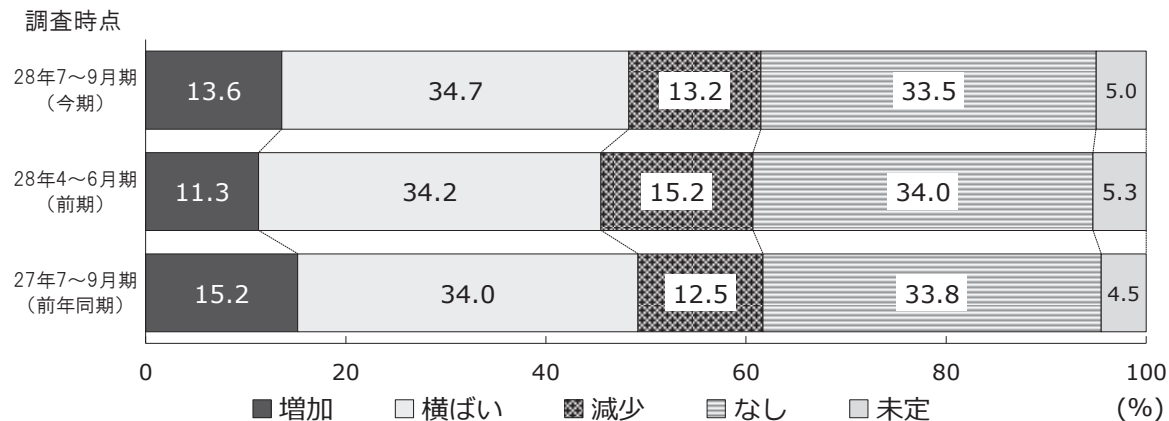
○前回調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
2.3pt	0.5pt	▲2.0pt	▲0.5pt	▲0.3pt

○前年同期調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
▲1.6pt	0.7pt	0.7pt	▲0.3pt	0.5pt

図12 設備投資（前年度実績と今年度見込みとの比較）



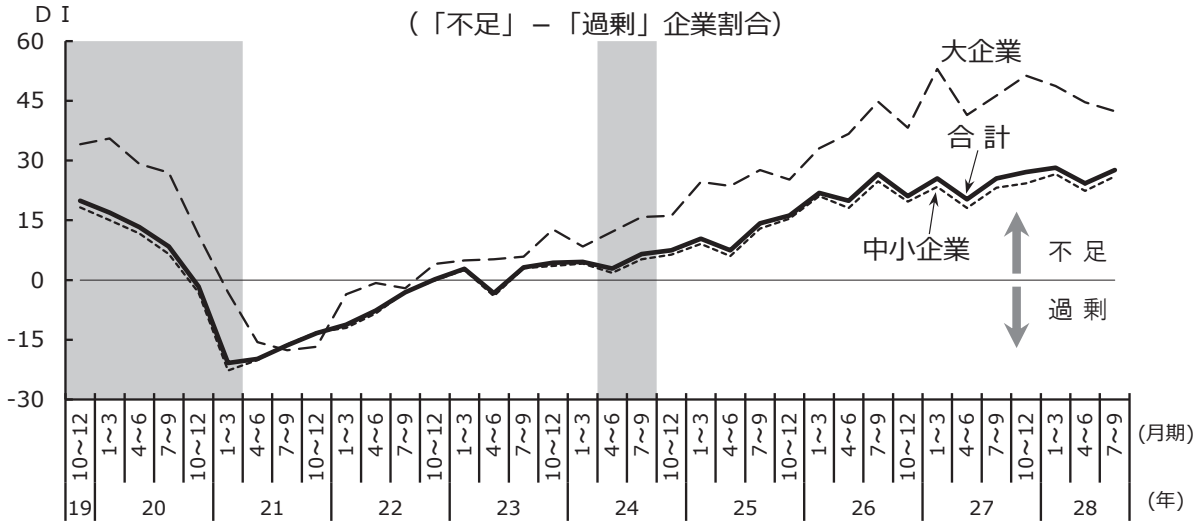
(注) 四捨五入により、合計が100.0%にならない場合がある。

7. 雇用状況、雇用予定人員…不足感は強いが、来期の予定は2期ぶりにD Iが下落

■28年7～9月期の雇用不足感D I（「不足」－「過剰」企業割合）：27.6

○前回調査比：3.3pt

図13 雇用不足感D Iの推移（大企業・中小企業別）

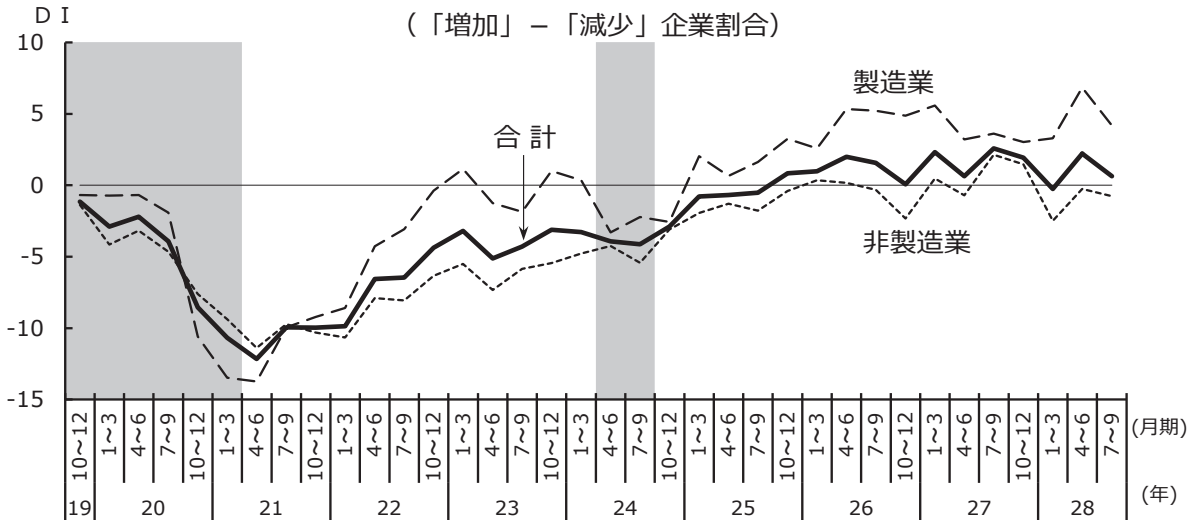


※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

■28年10～12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）：0.6

○前回調査比：▲1.6pt

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）



※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。

8. 来期の業況見通し…製造業を中心に改善する見通し（P10図2参照）

■28年10～12月期の業況見通しD I（「上昇」－「下降」企業割合；季節調整済）：-15.9

○今期業況判断（季節調整済）比：6.3pt

製造業	11.2pt	非製造業	4.0pt
大企業	7.0pt	中小企業	6.6pt

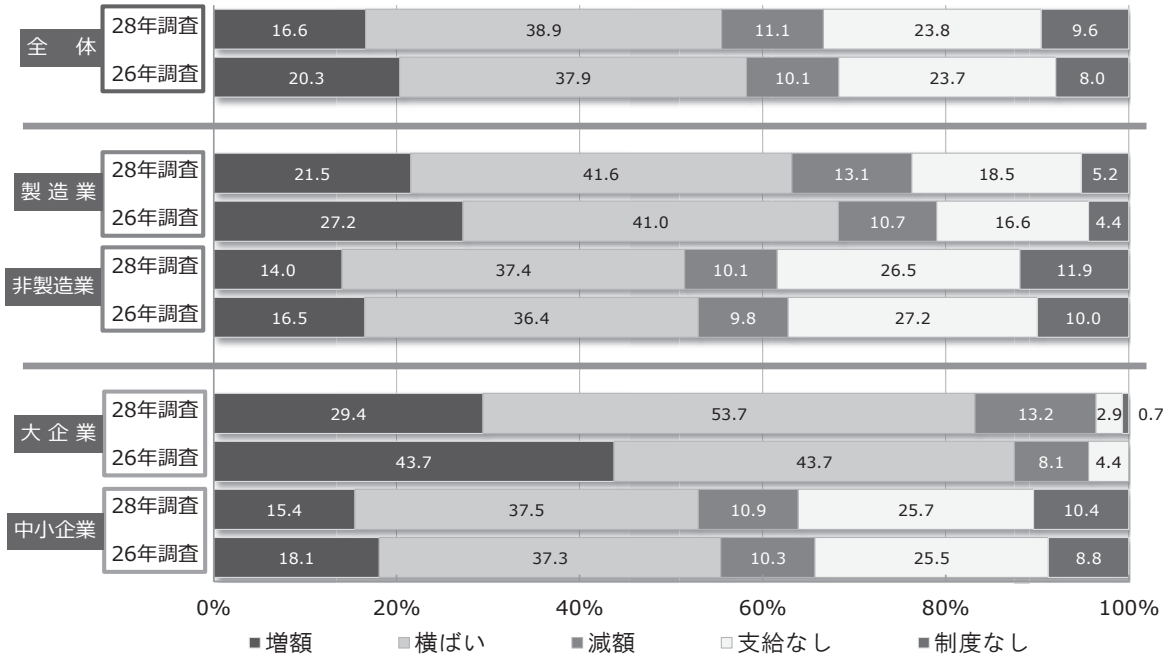
（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す



## 9. 今年の賞与について…26年調査に比べて「増額」が低下

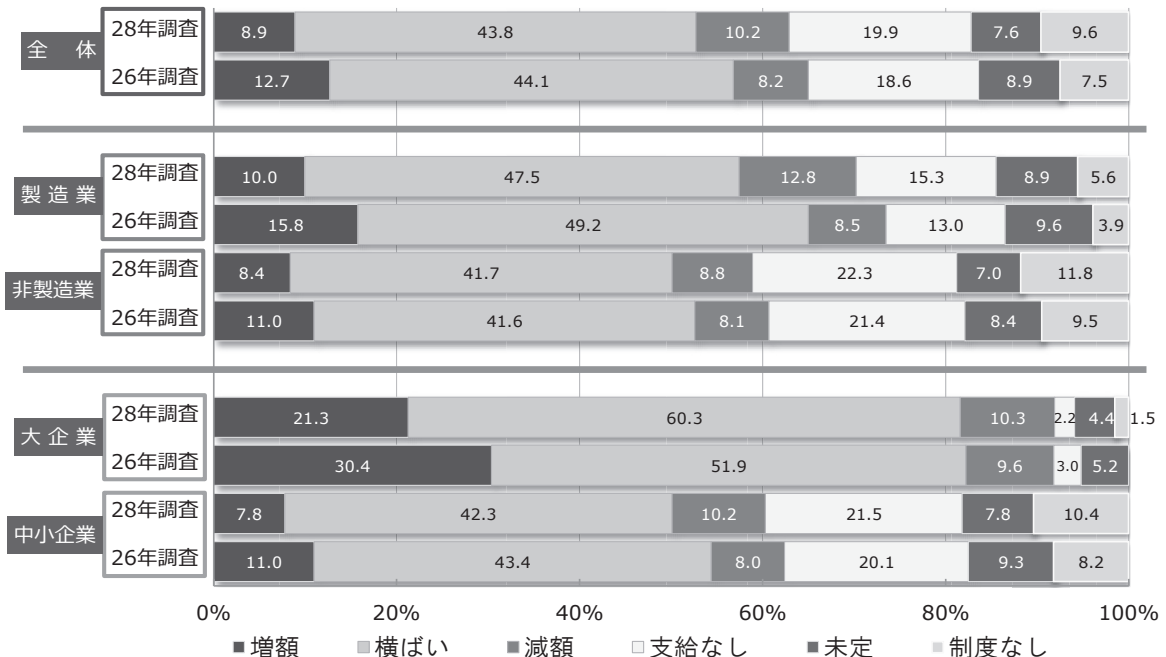
### (1) 夏季賞与の実績

全体では、26年調査の回答と比べて「横ばい」「減額」がやや上昇する一方で、「増額」が3.7ポイント低下した。業種別で見ると、製造業では26年の回答と比べて「増額」の割合が約6ポイント低下し、「減額」が2.4ポイント上昇している。一方、非製造業では「増額」が2.5ポイント低下した。規模別で見ると、大企業では26年の回答に比べて「増額」が約14ポイント低下するとともに、「減額」が5ポイント上昇したが、中小企業では「増額」が3ポイント弱の低下にとどまった。前期（28年4～6月期）調査において、28年春の平均賃上げ率（見通し）が前年度実績を下回るなど、その勢いに陰りがみられたように、夏の賞与についても大企業を中心に伸びが鈍化している。



### (2) 冬季賞与の見込み

全体では、26年調査の回答と比べて「減額」「支給なし」などが上昇する一方で、「増額」が3.8ポイント低下した。業種別で見ると、製造業では夏季賞与と同じく、26年の回答と比べて「増額」の割合が5.8ポイント低下し、「減額」が4.3ポイント上昇している。なお、非製造業では「増額」が2.6ポイント低下した。規模別で見ると、大企業では「増額」が21.3%と、中小企業の7.8%に比べて3倍近い開きがある。大企業では26年の回答に比べて、「増額」が9.1ポイント低下するとともに、「横ばい」が8.4ポイント上昇した。一方、中小企業では「増額」が3.2ポイント低下し、「減額」が2.2ポイント上昇した。

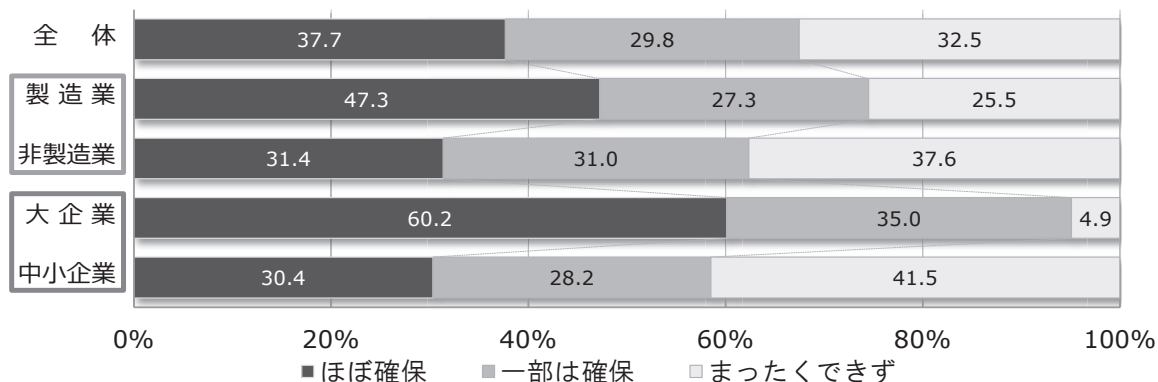


## 10. 27年度の採用結果について…中小企業の人材確保は厳しい

### (1) 新卒正社員の採用状況

採用活動を行った企業全体では、新卒正社員を当初の想定どおり「ほぼ確保」できたとする回答が4割弱と最も多いものの、「まったくできず」も3割超となっている。業種別でみると、製造業は5割近くが「ほぼ確保」できたとする一方で、非製造業は「まったくできず」との回答が約4割を占める。

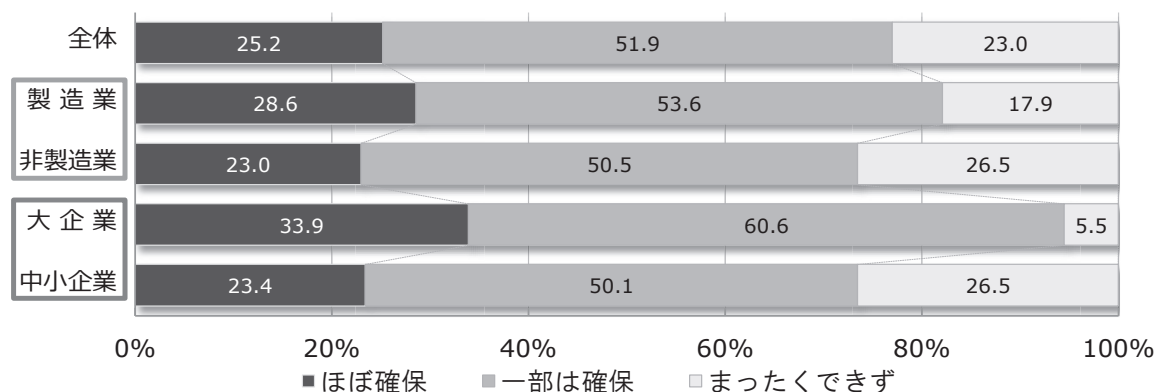
規模別でみると、大企業は約6割が「ほぼ確保」できているが、中小企業は3割ほどにとどまり、両者には大きな開きがみられる。



### (2) 中途正社員の採用状況

採用活動を行った企業全体では、中途正社員を当初の想定に対して「一部は確保」できたとする回答が5割を超えている。業種別でみると、「ほぼ確保」できたとする割合は製造業が非製造業を上回るものの、両者に大きな開きはなく、「一部は確保」できたとの回答が過半数を占める。

規模別でみると、「まったくできず」とする割合が、中小企業では大企業の5倍近くに及んでいる。

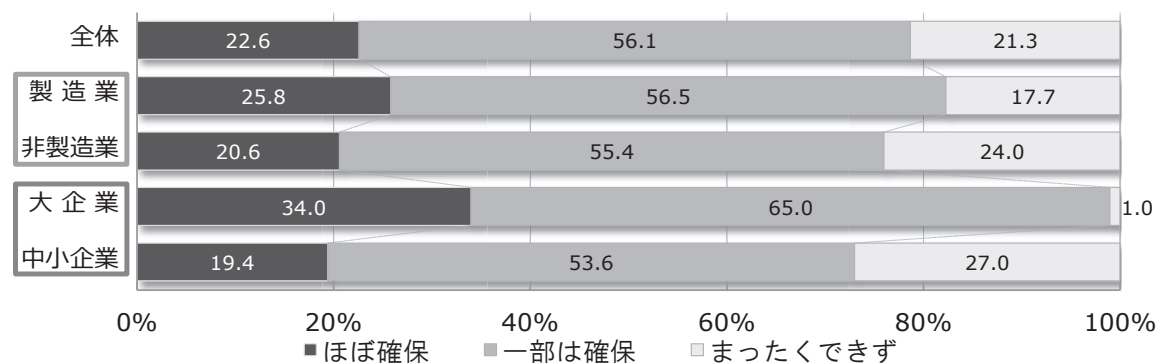


### (3) 非正社員の採用状況

採用活動を行った企業全体では、非正社員を当初の想定に対して「一部は確保」できたとする回答が56%を占めている。業種別でみると、中途正社員の採用状況と同じく、製造・非製造業ともに想定した人数の「一部は確保」できたとする割合が最も多い。

規模別でみると、中小企業では「まったくできず」とする割合が、「ほぼ確保」を上回っている。

このように、中小企業では新卒者はもとより、あらゆる雇用形態の人材確保がままならないことがうかがえる。





(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	横ばい	減少	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	順調	どちらともいえない	窮屈	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州		
製造業	14.5	52.6	32.9	-18.4	-16.2	-10.0	-24.2	-9.0	-22.1	42.2	38.3	19.5	22.7	26.8	19.5	18.8	15.2	23.0		
非製造業	11.3	53.5	35.2	-23.9	-23.9	-24.7	-22.7	-30.6	-22.0	36.4	36.7	26.9	9.5	15.6	5.1	-2.0	-18.3	8.9		
建設業	14.8	56.0	29.1	-14.3	-10.8	-6.5	0.0	-50.0	-21.6	37.8	37.8	24.3	13.5	32.4	6.4	-8.4	-37.5	17.5		
情報通信業	18.8	56.2	25.0	-6.2	3.7	-100.0	0.0	-	-100.0	44.1	35.3	20.6	23.5	31.0	0.0	0.0	-	-100.0		
運輸業	9.4	67.2	23.4	-14.0	-13.8	12.5	-18.8	0.0	-33.3	38.5	32.3	29.2	9.3	3.4	25.0	12.4	-50.0	20.0		
卸売業	11.4	56.6	32.0	-20.6	-22.3	-26.3	0.0	-66.7	-17.6	50.2	29.2	20.7	29.5	33.2	26.3	29.7	-66.7	5.9		
小売業	6.6	45.8	47.6	-41.0	-41.6	-46.9	-35.0	-33.3	-43.4	23.1	42.3	34.6	-11.5	-9.9	-20.0	-7.9	0.0	-16.6		
不動産業	13.8	56.9	29.3	-15.5	-8.1	-40.0	-57.1	-100.0	12.5	41.7	45.0	13.3	28.4	36.9	-20.0	14.3	0.0	33.3		
飲食店・宿泊業	11.8	47.1	41.2	-29.4	-37.2	-7.1	-55.6	-50.0	0.0	15.5	38.0	46.5	-31.0	-27.0	-14.3	-88.9	-50.0	-11.1		
サービス業	11.7	51.6	36.8	-25.1	-29.1	-29.6	-31.0	0.0	-12.9	34.5	38.5	27.0	7.5	2.5	25.9	-3.1	6.2	23.4		
大企業	27.4	60.7	11.9	15.5	12.5	0.0	47.0	16.7	0.0	72.3	23.4	4.4	67.9	69.3	60.0	58.8	66.7	83.3		
中小企業	11.1	52.9	36.0	-24.9	-25.5	-22.6	-27.0	-24.0	-21.9	35.4	38.4	26.1	9.3	12.8	4.9	5.3	-10.7	12.5		
合計	12.4	53.2	34.4	-22.0	-21.8	-21.3	-23.4	-21.9	-22.1	38.3	37.2	24.5	13.8	18.6	8.5	8.2	-4.9	14.2		

(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	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	17.2	37.8	13.9	25.8	5.2	9.8	56.0	34.1	24.3	28.0	29.2	20.2	15.1	22.7	
非製造業	11.7	32.7	13.4	37.5	4.8	6.5	57.6	35.8	29.3	26.6	38.9	39.2	27.0	21.4	
建設業	11.4	33.2	13.0	37.0	5.4	2.7	51.1	46.2	43.5	38.9	58.1	54.1	37.5	35.9	
情報通信業	5.9	47.1	20.6	26.5	0.0	2.9	38.2	58.8	55.9	62.0	50.0	0.0	-	0.0	
運輸業	20.0	35.4	16.9	24.6	3.1	4.6	44.6	50.7	46.1	31.0	75.0	62.5	100.0	30.0	
卸売業	12.6	27.5	10.4	43.5	5.9	10.4	66.2	23.4	13.0	11.8	15.8	23.1	-33.3	18.8	
小売業	6.3	25.7	18.0	47.1	2.9	11.0	59.8	29.1	18.1	20.7	22.2	22.2	22.2	0.0	
不動産業	6.9	46.6	8.6	27.6	10.3	3.3	80.0	16.6	13.3	7.8	40.0	14.3	0.0	22.2	
飲食店・宿泊業	23.5	27.9	13.2	30.9	4.4	1.4	52.9	45.7	44.3	50.0	42.9	33.3	0.0	44.4	
サービス業	11.7	39.9	12.1	31.8	4.5	4.6	52.8	42.6	38.0	40.0	36.0	58.1	26.7	16.7	
大企業	24.4	51.9	12.6	9.6	1.5	5.8	46.0	48.2	42.4	44.9	60.0	29.4	33.3	16.6	
中小企業	12.6	33.1	13.3	35.6	5.3	7.8	58.3	33.8	26.0	24.8	35.0	29.1	21.3	21.9	
合計	13.6	34.7	13.2	33.5	5.0	7.6	57.1	35.2	27.6	27.2	36.6	29.6	22.2	21.9	

(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	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	9.7	83.6	6.7	3.0	6.6	-4.9	3.3	3.0	-3.4	28.2	44.1	27.7	0.5	3.2	4.9	3.4	-21.2	-4.5		
非製造業	7.9	82.5	9.6	-1.7	0.0	-3.0	-1.3	-10.5	-5.6	18.6	45.4	36.0	-17.4	-15.1	-21.4	-13.8	-31.2	-21.9		
建設業	10.3	77.7	12.0	-1.7	5.5	0.0	-4.1	-12.6	-10.0	19.7	41.8	38.4	-18.7	-8.1	-23.4	-13.6	-50.0	-25.0		
情報通信業	5.9	88.2	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	-	0.0	30.3	45.5	24.2	6.1	10.6	-100.0	50.0	-	0.0		
運輸業	6.2	76.9	16.9	-10.7	-3.5	-25.0	-12.6	-100.0	0.0	20.0	53.8	26.1	-6.1	-13.9	-25.0	12.6	50.0	-10.0		
卸売業	10.7	83.0	6.3	4.4	4.4	10.5	14.8	0.0	-18.8	18.6	53.4	27.9	-9.3	-11.3	-5.3	7.7	-66.6	-5.9		
小売業	2.5	90.0	7.5	-5.0	-6.1	3.6	-2.9	-22.2	-6.7	15.9	36.5	47.6	-31.7	-26.0	-43.8	-34.1	-11.1	-41.5		
不動産業	6.7	88.3	5.0	1.7	5.2	0.0	-14.3	0.0	0.0	12.0	62.1	25.9	-13.9	-5.5	-40.0	-42.9	-100.0	0.0		
飲食店・宿泊業	10.1	73.9	15.9	-5.8	-2.9	-21.5	-11.1	0.0	11.1	22.4	23.9	53.7	-31.3	-25.7	-15.4	-37.5	-100.0	-55.6		
サービス業	7.8	80.8	11.4	-3.6	-6.0	-8.0	0.0	6.7	0.0	18.6	46.9	34.5	-15.9	-23.4	3.7	-12.1	-13.3	-9.8		
大企業	16.1	75.2	8.8	7.3	7.1	20.0	5.9	0.0	0.0	30.9	52.9	16.2	14.7	15.3	20.0	17.7	-16.7	20.0		
中小企業	7.8	83.6	8.5	-0.7	1.2	-4.9	1.1	-5.3	-4.5	21.1	44.7	34.2	-13.1	-12.9	-16.0	-6.0	-27.0	-15.4		
合計	8.5	82.9	8.7	-0.2	1.8	-3.4	1.0	-4.9	-4.7	21.7	45.0	33.3	-11.6	-10.5	-15.3	-5.4	-27.2	-15.4		

(8) 特設項目：今年の賞与について (昨年との比較)

	28年夏季賞与の実績				
	増額	横ばい	減額	支給なし	制度なし
製造業	21.5	41.6	13.1	18.5	5.2
非製造業	14.0	37.4	10.1	26.5	11.9
建設業	20.9	34.1	5.5	29.1	10.4
情報通信業	14.7	50.0	20.6	14.7	0.0
運輸業	9.2	56.9	6.2	21.5	6.2
卸売業	17.4	44.4	14.8	17.8	5.6
小売業	8.4	26.6	12.3	35.0	17.7
不動産業	9.1	50.9	5.5	18.2	16.4
飲食店・宿泊業	9.0	16.4	4.5	47.8	22.4
サービス業	13.6	36.7	8.6	26.2	14.9
大企業	29.4	53.7	13.2	2.9	0.7
中小企業	15.4	37.5	10.9	25.7	10.4
全体	16.6	38.9	11.1	23.8	9.6

	28年冬季賞与の見込み					
	増額	横ばい	減額	支給なし	未定	制度なし
製造業	10.0	47.5	12.8	15.3	8.9	5.6
非製造業	8.4	41.7	8.8	22.3	7.0	11.8
建設業	12.1	41.2	3.8	22.5	11.0	9.3
情報通信業	5.9	61.8	5.9	11.8	14.7	0.0
運輸業	6.2	59.4	6.2	20.3	4.7	3.1
卸売業	9.4	49.4	11.6	15.0	8.6	6.0
小売業	5.5	28.4	11.4	30.3	6.0	18.4
不動産業	9.4	52.8	5.7	17.0	0.0	15.1
飲食店・宿泊業	9.1	19.7	6.1	40.9	1.5	22.7
サービス業	7.3	40.4	10.1	21.6	5.5	15.1
大企業	21.3	60.3	10.3	2.2	4.4	1.5
中小企業	7.8	42.3	10.2	21.5	7.8	10.4
全体	8.9	43.8	10.2	19.9	7.6	9.6

(9) 特設項目：27年度の採用活動結果について(※)採用活動を行った企業のみ再集計

	新卒正社員の採用活動結果				新卒正社員(※)		
	ほぼ確保	一部は確保	まったくできず	そもそも採用なし	ほぼ確保	一部は確保	まったくできず
製造業	15.4	8.9	8.3	67.5	47.3	27.3	25.5
非製造業	7.8	7.7	9.4	75.1	31.4	31.0	37.6
建設業	8.7	8.1	18.5	64.7	24.6	23.0	52.5
情報通信業	23.5	23.5	14.7	38.2	38.1	38.1	23.8
運輸業	4.9	4.9	13.1	77.0	21.4	21.4	57.1
卸売業	9.6	8.4	4.0	78.0	43.6	38.2	18.2
小売業	5.3	5.9	4.8	84.0	33.3	36.7	30.0
不動産業	3.6	0.0	3.6	92.9	50.0	0.0	50.0
飲食店・宿泊業	3.3	8.2	13.1	75.4	13.3	33.3	53.3
サービス業	7.9	8.4	10.7	72.9	29.3	31.0	39.7
大企業	45.9	26.7	3.7	23.7	60.2	35.0	4.9
中小企業	6.9	6.4	9.4	77.3	30.4	28.2	41.5
合計	10.3	8.2	8.9	72.6	37.7	29.8	32.5

	中途正社員の採用活動結果				中途正社員(※)		
	ほぼ確保	一部は確保	まったくできず	そもそも採用なし	ほぼ確保	一部は確保	まったくできず
製造業	13.9	26.1	8.7	51.4	28.6	53.6	17.9
非製造業	8.8	19.2	10.1	61.9	23.0	50.5	26.5
建設業	7.4	22.3	16.0	54.3	16.2	48.8	35.0
情報通信業	6.1	24.2	18.2	51.5	12.5	50.0	37.5
運輸業	16.1	29.0	16.1	38.7	26.3	47.4	26.3
卸売業	14.7	19.7	5.0	60.6	37.3	50.0	12.7
小売業	3.7	12.7	5.8	77.8	16.7	57.1	26.2
不動産業	12.3	8.8	5.3	73.7	46.7	33.3	20.0
飲食店・宿泊業	1.6	14.8	11.5	72.1	5.9	52.9	41.2
サービス業	6.5	22.3	13.0	58.1	15.6	53.3	31.1
大企業	27.6	49.3	4.5	18.7	33.9	60.6	5.5
中小企業	8.9	19.0	10.1	62.1	23.4	50.1	26.5
合計	10.5	21.6	9.6	58.4	25.2	51.9	23.0

	非正社員の採用活動結果				非正社員(※)		
	ほぼ確保	一部は確保	まったくできず	そもそも採用なし	ほぼ確保	一部は確保	まったくできず
製造業	9.4	20.6	6.5	63.5	25.8	56.5	17.7
非製造業	5.7	15.2	6.6	72.5	20.6	55.4	24.0
建設業	3.4	8.6	9.8	78.2	15.8	39.5	44.7
情報通信業	12.5	18.8	6.2	62.5	33.3	50.0	16.7
運輸業	1.6	29.0	9.7	59.7	4.0	72.0	24.0
卸売業	9.9	12.3	2.8	75.0	39.7	49.2	11.1
小売業	4.3	13.8	3.7	78.2	19.5	63.4	17.1
不動産業	5.3	7.0	7.0	80.7	27.3	36.4	36.4
飲食店・宿泊業	1.6	19.0	12.7	66.7	4.8	57.1	38.1
サービス業	5.1	21.9	8.4	64.7	14.5	61.8	23.7
大企業	26.1	50.0	0.7	23.1	34.0	65.0	1.0
中小企業	5.1	14.0	7.0	74.0	19.4	53.6	27.0
合計	6.9	17.1	6.5	69.5	22.6	56.1	21.3

※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。  
 ※南河内の情報通信業は対象企業数なし。



## 最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）

28年7～9月期の百貨店・スーパーの合計売上高は、既存店では全ての月で前年を下回った。百貨店では、衣料品不振の長期化に加え、4月に中国で関税引き上げと取締り強化が開始されて以降は、高額品の販売が伸び悩み、多くの店舗で外国人旅行者への売上が前年同月比で10～30%程のマイナスとなっている。スーパーでは、需要が伸びない中での新規出店が加速しており、競合の激化から既存店での売上を維持することが難しい状況となっている。

家電販売額は対前年同月比で概ね弱い動きが続いているが、新車販売台数は2ヶ月連続のプラスとなり、普通車を中心に回復の兆しを見せている。

実質賃金指数（全国、事業所規模5人以上）は、物価の低迷などにより8ヶ月連続プラスで推移しているが、消費の拡大にはつながっていない。

### 月別概況

**7月：**（平年差）平均気温+0.6℃、降水量-58.0%

7月は降水量が少なく、好天及び気温高が続いたため、肌着などの夏物衣料やパラソルやサンダルなどの服飾雑貨、アイスクリームなどが売上を伸ばした。土日も2日多く、家電や衣料品の売上を押し上げた。

百貨店では、7月1日にクリアランスが一斉にスタートし、婦人靴やハンドバッグ、紳士服などを中心に好調に推移したが、外国人旅行者への売上高減少が響き、売上は前年同月を下回った。

スーパーでは、タマネギやスイカなどが好調に推移し、当日が土曜日となった土用の丑の日商戦でウナギも売上を伸ばした。好天の影響で肌着や水着などの夏物衣料も売上を伸ばし、家電では洗濯機や冷蔵庫などが牽引したため、全店・既存店ともにプラスとなった。

**8月：**（平年差）平均気温+0.7℃、降水量+77.7%

8月は残暑が厳しく、雨が多く、休日も1日少なかったため客足を遠ざけた。特にお盆明け以降に展開された秋物商材の売上が振るわず、百貨店・スーパーともに前年同月を下回る結果となった。

百貨店では、お盆明け頃から秋物衣料への切り替えが本格化するが、残暑が厳しく出鼻をくじかれる形となった。客足も乏しく、大きなマイナスとなった。

スーパーでは、台風の影響で価格が高騰したタマネギやトマトは伸長した。残暑の影響で飲料やアイスなどは好調に推移したが、秋物衣料に加え、刺身、鮮魚などのナマモノは売上を落とし、前年を下回った。

**9月：**（平年差）平均気温+0.8℃、降水量+14.2%

9月も台風を含めて降雨日が多く、かつ全日最高気温が30℃を超える残暑となり、客足に大きく響いた。

百貨店では、8月から続く残暑で秋物衣料が動かず、衣料品が2ヶ月連続で2桁台のマイナスとなった。外国人旅行者への売上が大幅に減少する中、国内富裕層への売上も一服し、客単価が伸びず苦戦した。

スーパーにおいても、比較的単価の高い秋物衣料が大幅に苦戦したほか、白菜、鶏肉、練物といった鍋商材やおでん商材は伸び悩んだ。一方で、飲料、アイス、夏物寝具、エアコン、扇風機などが伸長した。

### 百貨店 A 社

9月の売上高の状況は、降雨日の増加が客足を遠ざけたことに加え、残暑の影響でニットやコート、ブーツ、ジャケットなど単価の高い秋物衣料の動きが鈍く、売上は前年を下回った。

**紳士服：**残暑や休日減の影響でジャケット、コート、セーター、スーツ、靴などは伸びを欠いた。バッグや革小物は比較的健闘したものの、売上は前年同月比でマイナスとなった。

**婦人服：**コート、セーター、ドレス（ワンピース含む）などの単価の高い秋物衣料が伸び悩み苦戦した。高価格帯の商品では財布・革小物やハンドバッグなどで外国人旅行者への売上減少の影響が見られた。

**子供服：**休日減や台風の影響で前年を下回った。ただし、外国人旅行者への売上は比較的堅調に推移しており、ベビー向け商品や、国内ブランドが好まれている。

**宝飾・時計：**時計は、外国人旅行者への売上が大幅に減少しており、株安や景気の先行き不安などを背景に、国内富裕層への売上においても減速の傾向が見られる。

**服飾雑貨：**降雨日数が増加した影響で、雨傘は好調に推移した。また、残暑の影響で秋物のブーツは伸び悩んだが、化粧品では夏物のUVケア・美白関連商材が伸長し、カテゴリー計で前年を上回った。

**食料品：**季節のサンマ、鮭、マツタケなどが、不漁や東北・北海道などの産地を台風が直撃した影響などで品薄になった生鮮食品が伸び悩み、カテゴリー計でも前年を下回った。

### 百貨店 B 社

9月の売上高は前年同月を下回る結果となった。時計等の高額品を中心に外国人旅行者への売上が減少したことに加えて、台風、降雨日数増、休日減などが重なり客足が遠のいた影響が大きい。

**紳士服**：若者向けのファッションや、ビジネス関連商材を中心に伸び悩んだ。催事に関しては好評を博したが、カテゴリー計では前年同月を下回った。

**婦人服**：高価格帯の商材では比較的健闘したが、残暑の影響が、若者向けのファッションなど中価格帯の商材を中心に顕著にみられ、秋物衣料は大幅に苦戦した。

**子供服**：休日減や台風などで客数が減少した影響が大きく、子供服ブランドの外国人旅行者への売上も一服したことから、売上は前年同月比でマイナスとなった。

**宝飾・時計**：時計を中心に、高価格帯の商品を扱う海外ブランドなどで外国人旅行者への売上が大幅に縮小しており、前年同月を下回った。

**服飾雑貨**：婦人靴やハンドバッグでは苦戦も見られたが、化粧品は外国人旅行者への売上も好調が続いており、国内顧客への売上も堅調であったことから、売上を牽引した。

**食料品**：シルバーウィークが3連休（前年は5連休）になった影響で、帰省みやげ需要の減少などから菓子は売上を落とした。パンやサンドイッチが好評な惣菜・ベーカリーに加えて生鮮食品は売上を伸ばしたが、カテゴリー計ではマイナスとなった。

スーパーC社の9月の売上高は前年同月を下回る結果となった。天候不順の影響で衣料や住居関連を中心に客数が減少した影響が大きい。

**衣料品**：9月は例年なら秋冬物の肌着が売れ始める時期だが、残暑の影響で伸び悩んだ。紳士婦人ともに単価の高い秋物衣料が苦戦したことで前年同月を下回った。一方で、スポーツシューズは売上を伸ばしており、五輪効果があったものと思われる。

**食料品**：農産畜産では月前半まで相場高が続いていたタマネギや販促を強化した梨などが売上を牽引した。反面、残暑の影響で鍋用の白菜や鶏肉、すき焼き用牛肉などは不調となった。水産では、高気温からウナギは好調となったが、水揚げ不振となったサンマは伸びを欠いた。他の部門でも気温の影響が大きく、飲料、アイスなどが伸長し、カップ麺や練物は伸びなかった。

**住居関連**：残暑の影響で扇風機やエアコン、水筒、殺虫剤、夏物寝具、タオルなどが軒並み伸長し、毛布や羽毛布団、防虫剤の売上は大幅に減少した。自転車や扇風機などで高単価品に動きがあったため、客単価は前年を上回ったが、それ以上に客数の減少が大きく、カテゴリー計では前年を下回った。（中井章太）

大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		28年	28年	28年	28年	28年	28年
		4月	5月	6月	7月	8月	9月
大型小売店計	販売額(全店ベース)	140,058	143,256	139,379	161,352	136,468	131,771
	(前年同月比、全店ベース)	▲ 1.5	▲ 2.2	▲ 2.0	0.5	▲ 4.7	▲ 4.6
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 1.9	▲ 4.0	▲ 3.9	▲ 0.9	▲ 6.1	▲ 5.9
うち百貨店	販売額	69,350	70,257	68,470	86,272	63,539	63,847
	(前年同月比、全店ベース)	▲ 3.6	▲ 5.1	▲ 5.8	▲ 1.6	▲ 7.1	▲ 7.6
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 3.6	▲ 5.1	▲ 5.8	▲ 1.6	▲ 7.1	▲ 7.6
うちスーパー	販売額	70,708	72,999	70,908	75,080	72,929	67,923
	(前年同月比、全店ベース)	3.7	0.8	1.9	3.1	▲ 2.5	▲ 1.6
	(前年同月比、既存店ベース)	▲ 0.1	▲ 2.8	▲ 1.9	0.1	▲ 5.2	▲ 4.2
コンビニエンス・ストア	販売額(全店ベース)	137,025	141,421	139,916	154,672	152,728	141,941
	販売額及び店舗増減(近畿)	5.9	3.3	4.4	5.1	3.9	5.3
	店舗数(前年同月比)	4.0	4.2	4.2	3.9	3.9	4.2
乗用車新車販売	台数	14,469	15,016	17,808	17,668	15,186	21,363
	(前年同月比)	5.6	3.8	▲ 5.1	▲ 5.0	4.8	4.8
家電販売(近畿)	(前年同月比)	▲ 1.4	▲ 5.5	2.6	6.8	▲ 17.0	0.8

資料：【大型小売店販売額】近畿経済産業局「百貨店・スーパー販売状況」。

【コンビニエンス・ストア販売額】経済産業省「商業動態統計」。

【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（平成28年7～9月期／業種別景気動向調査）

## 1. 中小企業の景況

「中小企業景況調査」（中小企業庁・独立行政法人中小企業基盤整備機構）によると、大阪府の全業種の中小企業の業況判断D Iは-19.8（前期差0.2ポイント減）で、近畿よりも1.2ポイント低く、全国より1.6ポイント低い。製造業は-18.5（前期差7.8ポイント減）で、D Iの水準は、近畿よりも2.5ポイント低く、全国より2.9ポイント低い。非製造業は-20.6（前期差2.5）で、D Iの水準は、近畿よりも1.0ポイント低く、全国より1.6ポイント低い。

今期の全国の業況判断D Iは、全業種で3期ぶりに上昇し、「中小企業の業況は、一部業種に足踏みが見られるものの、持ち直しの動きを示している」と基調判断が高まった。しかし、近畿は、3期連続でマイナス幅が拡大し、「中小企業の業況は、持ち直し基調の中にも、弱い動きがみられる」と、前期の判断で据え置かれている。

近畿の各業種の業況判断のうち、製造業でプラスの水準にあるのは、化学のみで、前期差でみると、化学、鉄鋼・非鉄金属、金属製品、機械器具、その他の製造業の5業種が上昇し、食料品、繊維工業、木材・木製品、家具・装備

品、パルプ・紙・紙加工品、印刷、窯業・土石製品、電気・情報通信機械・電子部品、輸送用機械器具の9業種が低下した。非製造業でプラスの水準にある業種はなく、前期差でみると、建設業、卸売業、（対事業所サービス業と情報通信・広告業を除く）サービス業で上昇し、小売業で低下した。

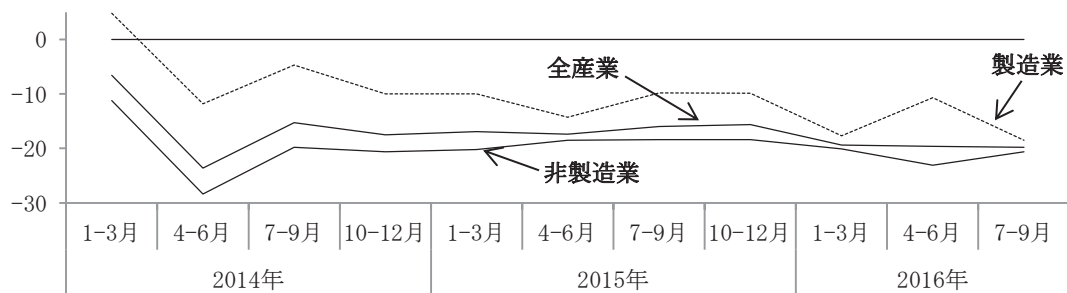
経営上の問題点は、全業種に共通して「需要の停滞」がみられたほか、製造業では「生産設備の不足・老朽化」、建設業やサービス業では「人材確保難」、小売業やサービス業では「競争の激化」や利用者及び消費者の「ニーズの変化への対応」が大きな課題となっている。

表1 7～9月期の中小企業の業況判断D I

	業況判断D I（前期差）		
	全国	近畿	大阪府
全産業	-18.2 (1.3)	-18.6 (▲0.5)	-19.8 (▲0.2)
製造業	-15.6 (1.3)	-16.0 (▲5.5)	-18.5 (▲7.8)
非製造業	-19.0 (1.4)	-19.6 (1.4)	-20.6 (2.5)

出所：中小企業庁・独立行政法人中小企業基盤整備機構。  
（注）D Iは、「好転」企業割合から「悪化」企業割合を差し引いた値。

図 大阪府の中小企業の業況判断D Iの推移



資料：中小企業庁・独立行政法人中小企業基盤整備機構「第145回中小企業景況調査（2016年7-9月期）」。

表2 近畿における経営上の問題点（問題点1位に挙げた企業割合）

	上段：今期直面している経営上の問題点（1位～3位）／下段：（%）		
	製造業	需要の停滞 29.9 (26.6)	製品ニーズの変化への対応 14.5 (13.8)
建設業	官公需要の停滞 20.8 (23.0)	民間需要の停滞 18.1 (15.8)	従業員の確保難 11.6 (11.0)
卸売業	需要の停滞 38.1 (42.3)	販売単価の低下・上昇難 12.7 (7.7)	メーカーの進出による競争激化 8.1 (—)
小売業	需要の停滞 18.0 (17.0)	大・中型店の進出による競争激化 17.9 (19.4)	消費者ニーズの変化への対応 17.4 (14.6)
サービス業	利用者ニーズの変化への対応 21.9 (22.9)	需要の停滞 16.4 (18.0)	従業員の確保難 10.7 (8.9)

資料：上図に同じ。下段（ ）内は前期の数値。

2. 業種別景気動向調査にみる28年7～9月期の大阪府内の中小企業の景況

	化粧品製造業	ばね製造業	組込みソフトウェア業	旅行業
業種・業界の特徴	平成26年の事業所数は65、従業員数は4,894人、製造品出荷額等は1,452億円で、全国に占める割合は、それぞれ14.3%、14.9%、10.3%である。	平成26年の事業所数は75、従業員数は1,186人、製造品出荷額等は170億8,959万円で、全国に占める割合は、それぞれ13.7%、5.9%、3.4%である。	平成24年の事業所数は82、従業員数は2,910人で、全国に占める割合は、それぞれ11.1%、8.7%で、事業所数は全国で3番目、従業員は全国で2番目に多い。	平成24年の事業所数は82、従業員数は2,910人で、全国に占める割合は、それぞれ11.1%、8.7%で、事業所数は全国で3番目、従業員は全国で2番目に多い。
概況	堅調に推移してきたが、インバウンド需要が弱まってきたこと等により28年夏には一服感がみられた。ただし、受託生産が増加するOEMメーカーなどで、売上げが好調な企業がある。	40万トン前後の生産量で推移し、大きな伸びは見られない。受注単価は横ばい傾向にあるが、一方で、原材料費の上昇により、コストが増大しているため、収益面は楽観を許さない。	家電製品開発から自動車関連や医療機器の産業分野に推移し、需要が堅調である。しかし、企業経営の健全性は、二極化傾向にあり、M&Aが急速に進むなど業界再編中である。	国内旅行の取扱高は平成24年以降3年連続で増加している。海外旅行は、28年を境に円高に反転したが、前年にフランスなどでのテロの頻発が影響し、欧州を中心に低調が続いている
売上高、売上単価	販売は、数量・金額とも緩やかな増加基調にある。25年以降の円安や26年10月からの消費税の免税対象品目の拡大等も影響している。	受注単価は、多くの企業で横ばいとなっている。生産面では、自動車、建設機械、産業機械向けのばねが低調であった。	受注が堅調な企業とそうでない企業、堅調な分野とそうでない分野という二極化傾向が進む状況がみられた。	貸切バスを除き、商品価格は比較的安定している。燃油サーチャージは徴収されていないが、海外旅行需要を喚起するほどではない。
原材料・仕入価格	一部の原材料は円高で仕入価格が下がったが、多くは仕入先で変動が吸収される場合が多く、安定した仕入価格となっている。	鋼材価格は下降傾向にあるものの、メッキ加工等の外注加工費の増加や、人件費の負担が大きくなり、収支トントン企業の多い。	「受託開発」と「派遣契約」の報酬差はなくなりつつあるが、ソフトウェア開発ニーズの高まりで、開発等の時間が増えている。	国内旅行の取扱高は、熊本地震や北海道・東北などの台風被害の影響で、前年同期比で微減となった。海外旅行は欧州が減少している。
設備投資	ほぼ横ばいの企業が多いが、海外需要や受託業務の増加、他社からの工場取得などを背景に、増産に向け積極的な企業も少なくない。	受注の先の見通しがないため、生産設備の更新投資が中心だが、ものづくり補助金を原資に、投資を行うケースが複数みられた。	必要となる開発用のPCや検査機器について、更新投資をそれほど必要としないため、設備投資はそれほど行われていない。	大手旅行会社で店舗移転に伴う大規模な投資がみられるものの、中小企業では発券システムのリース契約更新程度にとどまっている。
雇用、賃金	採用に苦勞し、派遣労働や短時間勤務者を受け入れるなどの現状がみられる。労働力確保の観点からパートや正社員の給与も上げる企業が少ない。	人材の採用が難しく雇用延長等で対応する動きがみられた。技能伝承と技能工育成に向けた採用意欲はある。賃金等の水準は、好転している。	人材は総じて不足し、30歳代未満の技術者を集めにくい声が聞かれた。業界に対する「新3K」のイメージ、経験と知識や応用力を求められる点が課題になっている。	規模によって雇用状況が異なり、大手企業では毎年一定数の採用を行うのに対し、中小では社長自らが添乗員として現場に赴くこともあり、常に不足状態といえる。
資金繰り	輸出は増加基調で、香港、中華人民共和国、台湾、大韓民国といった東アジア向けが上位を占め、輸入は、欧米諸国からが多い。	燃費不正問題の影響は、生産量が計画予定に到達しない状況や、受注が4ヶ月停止したケースがみられた。	受注減の分野で窮屈である。	—
為替相場の影響、その他の影響など	国内人口減少の下で、中国や東南アジアなどの海外市場を獲得することや、健康食品など関連分野への進出を検討する企業が多い。	需要の回復が見通せないため、強みを活かした技術開発や新分野への進出など、独自の展望に基づく事業展開が重要になっている。	大手自動車燃費不正問題の直接的な影響は少ない。	地方創生事業の一環で、営業面の人脈や地域の観光素材を活かし、定住人口の増大や持続的な発展に向けた商品提案が行われている。
今後の見通し、その他	—	—	自動車関連や医療機器は受注を見込める分野として注目され、新規参入が進み、M&Aなどによる展開が加速すると考えられている。	29年1月から、宿泊料金1万円以上では100～300円の宿泊税が課税されるため、今後の動向と宿泊需要への影響を注視している。

## 化粧品製造業

化粧品の販売は、インバウンドや輸出増加による需要の上乗せにより堅調に推移してきたが、インバウンド需要が弱まってきたこと等により 28 年夏には一服感がみられる。ただし、商品によって売上げが好調な企業があり、そうしたブランドメーカーや他業種から参入した企業からの受託生産の増加により、好調を維持するOEMメーカーもみられる。

### 製品の概要

化粧品は、「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」の第二条第三項で、「人の身体を清潔にし、美化し、魅力を増し、容貌を変え、又は皮膚若しくは毛髪を健やかに保つために、身体に塗擦、散布その他これらに類似する方法で使用されることが目的とされている物で、人体に対する作用が緩和なものをいう」と定義されている。

経済産業省『化学工業統計年報』によると、洗顔クリーム・フォーム、化粧水、美容液などの「皮膚用化粧品」が販売金額の 46.9%と最も多くを占め、シャンプー、ヘアトリートメント、染毛料などの「頭髪用化粧品」(27.1%)、ファンデーション、口紅などの「仕上用化粧品」(20.1%)と続く(平成 27 年)。

化粧品の出荷は、入学・就職前の 3 月や夏の紫外線対策に向けて需要が高まる 6 月、年末年始向けの 12 月に増えるといった季節性がある。

### 業界の概要

化粧品は、製造業の許可を受けた者でなければ、業として、化粧品の製造をしてはならないとされ、市場へ販売するためには製造販売業の許可が必要である。業態としては、自ら企画開発・製造して販売まで自社で一貫して行う「製造販売業」、自社工場を持たずに、自社ブランド製品を製造委託して市場へ販売する「ファブレス型製造販売業」、企画開発や製造は行うが自社ブランドで市場へ販売せずに製造販売業者へ引渡す「OEM (ODM) 型製造業」等がみられる。

主に化粧品を製造する企業について規模構造をみると、大企業と中小企業が市場を二分する並存型業種である。化粧品製造業では、小規模企業の出荷額が全規模の出荷額に占める割合はわずか 2.3%で、製造業全体の 4.8%よりも小さく、一方、50~299 人規模は 39.8%と製造業全体の 21.7%より大きな割合である。化粧品製造業では中小企業の中でも比較的規模の大きい企業が中心となっている(表 1)。

化粧品の流通経路は、大手メーカーによる独自の流通経路である系列の化粧品専門店、百貨店、量販店、ドラッグストアなどの薬局・薬店といった店舗販売、訪問販売、通信販売、美容室向けの業務用ルートなど

多様である。このうち、訪問販売の割合は、共働き世帯の増加等により低下してきた。また、ドラッグストアや通信販売の台頭などにより化粧品専門店の割合も低下している。平成 26 年の業態別販売割合では、薬局・薬店が 28.3%と最も多く、通信販売(17.3%)、量販店(14.8%)、化粧品店(13.5%)、訪問販売(12.6%)、百貨店(6.9%)と推定されている(週刊粧業出版局編『2016 cosmetics in japan 日本の化粧品総覧』)。

### 大阪の地位と特徴

化粧品製造業は、大阪府、東京都、埼玉県、神奈川県など消費地となる大都市に立地する事業所が多い。経済産業省「工業統計表(産業細分類別統計表)」によると、大阪府内の「化粧品・歯磨・その他の化粧用調整品製造業」は、65 事業所で、従業者数は 4,894 人、製造品出荷額等は 1,452 億円で(従業者 4 人以上の統計、平成 26 年)、全国に占める割合は、それぞれ 14.3%、14.9%、10.3%である。

### 堅調に推移した販売が夏には一服感

化粧品の販売は、近年、数量・金額ともに緩やかな増加基調にある。平成 26 年 1~3 月期には消費税率引き上げ前の駆け込み需要により大幅に増加する一方で(金額で 17.0%増)、同 4~6 月期の反動減はあまりみられなかった(同 1.5%減)ことから、26 年は大幅に増加した(表 2)。25 年以降の円安に加え、26 年 10 月から消費税の免税対象品目の拡大といった制度的要因が、外国人観光客による購買を促し、販売金額の増加に寄与したとみられる。

販売額は、その後も堅調に推移したが、28 年の夏には一服感がみられるようになった。これは、販売額を上乗せしていたインバウンド需要が弱まってきたことに加え、台風や長雨の影響により消費が低調であったことも一部商品の売れ行きに影響したとみられる。

### 個々の企業では業態により景況感異なる

府内企業の聞き取り調査からは、インバウンド需要については、SNS で評判になった商品の売上げが急増する動きが 26 年秋頃から活発になったという声が聞かれる。一方で、有名ブランドではないものの海外消費者好みの仕様で免税店向け商品の生産を受託して好調な売上げをあげていた企業では、27 年末頃からそうした受注が激減したという。

また、訪問販売ルートの売上げは、長期的に減少傾向が続いているが、そうした業態の中でも、新商品の販売やサロン等の展開によって売上げを回復させている企業もあるという。

食品メーカーなど他分野からの参入企業からの委託生産の受注や、インバウンド需要が依然好調なブランドメーカーが自社生産能力を超える分の発注を受けることにより受注を大きく伸ばしているOEM企業もみられる。

## 輸出は増加基調

平成 27 年の化粧品の輸出額は 2,078 億円、輸入額は 2,381 億円である。輸出は、香港、中華人民共和国、台湾、大韓民国といった東アジア向けが上位を占める。一方、輸入は、フランス、アメリカ合衆国といった欧米諸国からが多いが、欧米資本がタイで生産した化粧品が輸入されることなどから、東アジアからの輸入も少なくない。

ある企業では、4～5年前から進めていた中国メーカーへの輸出の商談が、25年頃からの円安の追い風を受けて成立し、27年の売上増加に大きく貢献した。

別のOEM企業でも、受注先が東南アジア等へ輸出するための受注が増加している。

## 採算は概ね堅調

価格弾力性が高い商品ではないため、販売単価は、比較的安定している。ただし、近年売上げが伸びてきた高額品の販売が、足元では陰りがみられるという声や、1,000円以下の低価格商品の販売価格がさらに低下し、平均単価は低下しているという声も聞かれる。

一方、原材料価格は、一部の原油や為替レートに連動する原材料については円高で仕入価格が下がってきたが、多くの原材料は仕入先で変動が吸収される場合が多く、安定した仕入価格となっている。

販売仕入価格ともに安定しているため、収益は、売上げの増加により増益という企業がある一方で、27年度に特需があった企業ではその反動で減益となっている。一部の企業では、売上げが横ばいの中でも、商品カタログや看板による広告宣伝を減らしたり、容器生産に用いる金型を共通化したりすることにより経費節減し、増益としている。

## 設備投資は一部で積極的

設備投資は、情報化投資で通常よりも若干多めの投資という企業がある程度で、ほぼ横ばいという企業が多い。

その一方で、海外需要や受託業務の増加を見込み、新たな機械を導入し増産に備える企業や、他社から工場を取得するなど、増産体制を整える積極的な企業も少なくない。

## 採用意欲は強いが雇用拡大は難しい

OEMが好調な企業では、ここ数年で、1～2割労働力を増やしたという企業が複数みられた。こうした企業を含め、採用には苦労している。応募者が減っており、応募があっても希望の人材の採用は難しい。このため、人材派遣会社からの派遣労働で凌いだり、短時間勤務者を受け入れるなどの対応を余儀なくされたりすることが生じており、効率的な生産の障害になっている。

また、最低賃金の上昇により、パートの時給は引上

げているが、労働力確保の観点からパートだけでなく、正社員の給与も引上げる企業が少なくない。

人手不足は、容器の仕入先でも深刻で、納期遅れが出たことにより生産に支障をきたすといったことも生じた。

## 受注環境変化と今後の取組み

訪問販売による自社ブランド品を販売してきたメーカーでは、訪問販売による売上げの減少を、通信販売や他のブランドメーカーから生産受託することによって補う動きがみられる。

自社ブランドメーカーのみならず、OEMメーカーでも製品開発力を高め、市場や受注先に訴えていくことや製品の安全性、環境への配慮を強調することを心掛けている。こうしたことから、米国で問題になったマイクロビーズ（肌の汚れや古い角質を除去する目的等で洗顔料などの化粧品に添加される数ミクロン～数百ミクロンのプラスチック。スクラブ剤）等について、代替財への変更等の対応を行っている。

## 今後の見通し

インバウンド需要は一時的なものとの認識が一般的であるが、中国や東南アジアでの需要そのものは増大することが期待できる。国内人口減少の下で、海外市場獲得することや、健康食品など関連分野への進出を検討する企業が多い。

(町田 光弘)

表1 化粧品・歯磨・その他の化粧用調整品製造業の規模構造（平成26年）

(単位:社、億円、%)

	企業数			製造品出荷額等		
		構成比	(参考) 製造業計		構成比	(参考) 製造業計
4～19人	153	39.3	67.9	269	2.3	4.8
20～49人	106	27.2	19.1	648	5.6	6.7
50～299人	113	29.0	11.3	4,583	39.8	21.7
300人以上	17	4.4	1.7	6,024	52.3	66.8
合計	389	100.0	100.0	11,524	100.0	100.0

資料：資料：経済産業省「工業統計表（企業統計編）」

表2 化粧品販売（生産）の推移

(単位:百万個、億円、%)

	全国				大阪府 生産金額
	販売数量		販売金額		
平成24年	2,714	0.8	14,048	0.0	1,219
25	2,739	0.9	14,270	1.6	1,172
26	2,907	6.2	14,881	4.3	1,440
27	2,915	0.3	15,070	1.3	1,602
平成28年 1～3月	700	0.9	3,647	1.2	293
4～6月	737	0.1	3,731	0.9	339
7～8月	496	0.2	2,510	-2.1	261

資料：経済産業省「化学工業統計」

(注) 企業（委託先企業を含む）全体の従事者が30名以上の企業。金額等の右欄は、前年（同期）増加率。

## ばね製造業

生産量は、40万トン前後で推移しており大きな伸びは見られない。受注単価は横ばい傾向にあるが、一方で、原材料費の上昇により、コストが増大しているため、収益面は楽観を許さない。

設備投資は低調であるが、雇用面には明るさがみられる。今後については、各社は技術力を高め、新分野に進出するなど、戦略に基づいた事業展開を意図している。

### 製品の特徴と業界概要

ばねは、金属、ゴム、プラスチック等の材料が持っている弾性を、有効に利用できる形に作られたもので、力を受けて変形した後、その力が除かれた時に元の形に戻る性質を有する機械要素を総称するものである。

ばねは、その形状から、コイルばね（つる巻き状に巻いたばね）、板ばね、トーションバー（ねじりを利用する棒状のばね）、線ばねなどに分類される。

ばねは、幾つかの機能を有することから、その用途は多様である。荷重に対してたわむ性質を利用して、ばね秤の質量の表示に用いられったり、自動車のクラッチにおいてペダルの踏力の調整をはかったりするのに用いられる。また、エネルギーを蓄積する機能を活用し、時計や玩具のぜんまいとしてエネルギーを蓄えた後、それが放出される力を利用して、それらを動かすのに使用されている。さらに、振動や衝撃を緩和する機能の活用によって、振動が建物や外の機械に伝わるのを少なくしたり、車両の懸架ばねのように路面から伝わる衝撃を緩和したりするのに用いられる。

今回取り上げる金属ばねは、製造方法から熱間成形ばねと冷間成形ばねに分類される。熱間成形ばねは、素材を高温に加熱し赤熱された状態で成形されたばねであり、大型のばねに利用される。工程に大型設備を必要とすることから、比較的大規模な企業によって製造され、製品のほとんどが自動車向けである。一方、冷間成形ばねは、素材を常温で成形するばねであり、小型のばねのほとんどはこの方法で成形される。主として中小規模の企業によって製造され、電気・電子機器をはじめ幅広い分野で利用されている。

### 大阪の特徴

26年における大阪府のばね製造業（金属製スプリング製造業）は、事業所数75、従業者数1,186人、製造品出荷額等170億8,959万円である（経済産業省『工業統計表（産業細分類別統計表）』、従業者4人以上）。全国に占めるシェアはそれぞれ13.7%（全国第2位）、5.9%（同第4位）、3.4%（同第9位）であり、大阪府では、小規模な事業所が多いことが特徴である。

大阪府内事業所の需要先は家電製品向けだけでなく、産業機械向け、自動車向けなど幅広い。

### 生産は大きくは伸びず

全国のばねの生産は、23年3月に発生した東日本大震災の影響により、対前年を下回った。その後は、一進一退の生産の状況となっており、大口の需要家である自動車業界の影響によるものではないか、という声があった。

ただ、生産量としては、40万トン前後の生産量で推移している。国内生産が回復しない理由として、需要家の海外移転に伴い、国内のばね需要が伸びないこと、そしてばねの製造業者自身も海外生産を推進した結果という声が聞かれた。

7～9月期の状況についての企業ヒアリングでは、自動車向けのバネは、輸出先相手国の事情で需要が減少しているケースがみられ、建設機械や産業機械向けのばねも低調であると聞かれた。

### 収益面は楽観できない

受注単価は減少気味としている声もあったが、多くの企業では横ばいとなっている。鋼材価格は下降傾向にあるという声が多く聞かれたものの、メッキ加工等外注加工費のコストがアップしている企業や、人件費の負担が大きくなっている企業がみられた。そのため、収益面は楽観できない状況にあり、実際、収支トントンとしている企業が複数存在していた。

このようなことから、各社では様々なコスト削減策を実施することで収益の確保を図っている。電力の自由化の下でより安価なエネルギー調達を目指しているケースや、輸送コストを見直すべく複数の運送業者から見積もりをもらい、より安価な配送を実施している企業が見られた。

## 設備投資は限定的

大阪府内にある生産部門を他県に移すために新工場建設という大型投資事例も見られたが、ほとんどは、生産設備に関しても更新投資が中心となっており、限定的である。これは、設備投資をしても、受注が増えるという見通しがないためである。実際、企業ヒアリングでも、生産余力はまだあるとしている企業が多く見られた。

積極的でない設備投資に関しては、減価償却費程度で行うとしている企業や、借入をしてまで投資するという雰囲気ではないとする回答があった。ただ、今夏は、いわゆるものづくり補助金を原資に、設備投資を行っているケースが複数みられた。

## 明るさが見られる雇用状況

収益面の制約から今夏の賞与を支給していないとする企業もあったが、多くの企業では支払ったとする声が聞かれた他、年3度の支給を検討している事例もあり、賃金等の状況は好転している。

採用面では、いわゆる大企業が採用を増加させていることから、人材は採用しにくいとの声が聞かれた。そのため、過剰感解消による人員調整をしている事例は見られず、むしろ不足感を解消するべく、雇用延長等で対応している動きがあった。

現在の生産状況からみて、人員を過剰に抱えているケースもあったが、これは、退職者の増加を見越して、技能伝承を円滑に進めるための準備に伴うものであり、意図した過剰である。このように技能工育成のために企業側に雇用意欲はあり、雇用状況としては、明るい状況にある。

## 部品供給からみた三菱自動車問題

いわゆる燃費不正の影響があったとする企業も見られた。売上額全体に占める関連自動車部品製造業へのばねの出荷額が大きいいため、金額的には大きなダメージがないものの、生産量が計画した予定分に現在も到達していないとしている企業や、現在は受注が再開しているものの、4ヶ月停止していたケースもあった。

ただ、当面の生産量よりも、今後の自動車業界の動きについての関心の方が大きい。つまり、どこで、どの自動車が生産され、その際に自社の部品が採用され

るのかという点で動向が注視されていた。

## 今後の見通し

ばね需要量がリーマンショック前の水準にまで戻るかわからないとする見通しが多く聞かれた。そのため、各社にとって、自社の強みを活かした技術開発や新分野への進出など、独自の展望に基づいて企業活動を展開することが重要になっている。

例えば、航空宇宙産業における品質マネジメント規格であるJISQ9100認証取得することで、航空機分野への参入を計画しているケースがあり、試作開発を実施している。また、鉄道部品等インフラ関連、また医療分野といった開発案件の受注に力をいれるという企業もあった。

他の企業は、取引先に部品の改善提案をすることで自社の得意分野のばねに切り替えを促すことで受注の獲得を目指すケースや、同業者の不得意分野を当社が生産して供給することで、仲間取引を活発化させる事例もあった。

また、1個から5個程度という微量品の生産体制を伸ばしていく上において、特殊鋼材の在庫を自社リスクで抱え、顧客からの要求に即応できる体制を整えることで変化に対応しているものもあった。

このように、各社は生き残りを模索して様々な対応を行っている。

(山本 桂宏)

## ばね生産の推移(全国)

	重量 (t)		金額 (百万円)	
		前年同月比 (%)		前年同月比 (%)
平成23年	406,745	-6.6	300,138	-7.0
24年	428,210	5.3	310,793	3.6
25年	414,864	-3.1	301,874	-2.9
26年	430,756	3.8	308,152	2.1
27年	420,420	-2.4	311,352	1.0
28年1月	32,248	-4.7	23,945	-3.7
2月	32,679	-7.9	24,886	-5.7
3月	36,823	-1.9	26,876	-2.9
4月	34,136	-4.0	24,062	-9.0
5月	29,587	-3.7	22,538	-1.5
6月	35,541	-4.7	26,012	-4.2
7月	35,690	-8.0	25,526	-9.1

経済産業省『生産動態統計年報 鉄鋼・非鉄金属・金属製品統計編』

(注) 従業者30名以上の事業所

## 組込みソフトウェア業

長らく大阪の組込みソフトウェア業が貢献するのは家電製品開発分野で、仕事量が一定数底堅く推移してきたが、円高などによる生産拠点の海外シフトにより、ソフトウェア開発の需要が家電産業分野から自動車関連産業分野、または医療機器産業分野へと推移している。今期は、自動車、医療機器産業分野で需要が堅調である。

しかし、企業経営の健全性は、二極化傾向にあり、M&Aが急速に進むなど業界再編中である。

### 業界概要

ソフトウェアの分類として、特定のユーザーの依頼による業務や管理を目的とした専用ソフトウェアである「受託ソフトウェア」、自動車や家電製品、携帯電話など専用機器に組み込まれる「組込みソフトウェア」、また、一般消費者が生活等で使用する「パッケージ・ソフトウェア」、最後に、「ゲーム・ソフトウェア」と4分類される（日本標準産業分類、経済センサス）。

組込みソフトウェアは、自動車の電装化や無人運転などの高度機能化、または機械装置のIoT (Internet of Things) 化に伴うシステム開発など世の中のインフラ設備、機械装置、モビリティ、携帯電話など組込み機器にインストールされたソフトウェアであり、稼働の信頼性、リアルタイム性など高度な要求を実現する複雑なプログラムを有するソフトウェアである。

経営形態としては、資本系列や創業の経緯により、情報機器メーカーから独立した「メーカー系」、システムユーザーの情報システム部門が独立した「ユーザー系」、そしてどちらにも属さない「独立系」に大別されるが、近年M&Aによる淘汰が進む。

平成11年3月19日公布の「ものづくり基盤技術振興基本法」において、「ものづくり基盤産業」に製造業などと並んで、ソフトウェア業が含まれることが政令で定められた。なかでも、組込みソフトウェアに係る技術は、18年4月26日公布の「中小企業のものづくり基盤技術の高度化に関する法律」で、「特定ものづくり基盤技術」として、金型技術、成形加工技術などと同様に指定され様々な支援がなされる。

本稿では、組込みソフトウェア業に限定して、調査結果をまとめる。

### 大阪の地位

24年度調査による大阪府内の組込みソフトウェア業の事業所数は82で、全国第1位の東京都(159)、第2位の神奈川県(91)に次いで全国第3位である(総務省『平成24年経済センサス活動調査 事業所に関する集計 産業横断的集計』)。対全国比は11.1%で

ある。

従業者数は2,910人(対全国比8.7%)となっており、神奈川県(25.0%)に次いで第2位(21.5%)と国内有数の集積地である。

### 受注、収益確保は二極化へ

自動車関連の表示ディスプレイの多機能化、電装化、衝突回避システム制御の高機能化、医療機器の高機能化などを実現するために組込みソフトウェアの開発ニーズは高まっている。ソフトウェアの開発ボリュームは、制御が複雑になるほど、そのソフトウェアの書き込み行数規模、開発工数、検証試験に資する時間は飛躍的に増加している。

「堅調な分野でソフト開発を受託できている企業では収益確保は万全であるが、受注獲得が進んでいない企業では総じて財務面が厳しい状況が続くなど、収益面では二極化傾向が進んでいる(大手受託開発企業専務)」との意見があった。

また、「仕事量で地域格差が生じていて、関西での通信機器や携帯電話関連の組込みソフト関連の開発案件は関東地域と比べて、近年減少傾向にある(派遣企業社長)」といった声など、関東圏への案件の集中化が強まっているとみられる。

そのため、7~9月期の受注については、受注が堅調な企業とそうでない企業、堅調な分野とそれ以外といった具合に二極化傾向が強まる状況がみられた。

### 悪い分野では資金繰りに苦慮

受注量が減少している分野では、固定費の比率が売上高に対して高まる結果、当該期間での運転資金など資金繰りが「窮屈」となっている。かつては、社内に案件を持ち帰って開発する「受託開発形態」と技術者をクライアント先に常駐させる、派遣法に基づく「派遣契約形態」とでは、派遣契約形態の方が時間チャージで計算された報酬を月次で請求できることから、資金繰り面に優れるとされたが、現在では大きな差はなくなりつつある。理由として、取引の多段階性がM&Aなどにより解消しつつあること、メーカーお抱えのソフトウェア開発専業子会社が解散し減っていること、個別企業の取引信用力向上によって、前受け金を得て仕事を着手し、また請求期間を短縮できるようになっていることなどが挙げられよう。

7~9期の資金繰りについては、二極化の影響を受けて受注量が減少している分野では、局所的には資金繰りに苦慮する状況がみられた。

### 設備投資はそれほど行われていない

組込みソフトウェアを開発するには、開発用のPCが必要だが、頻繁な更新投資をそれほど必要としていない。開発言語としてC++などベーシックなものを使用することが多いからである。また、電気回路のテス

トのための、テスターなど検査機器については、初期投資以降頻繁な更新をさほど必要としていない。

今期について、設備投資はそれほど行われていない。

### 人手は不足

総じて不足している。特に 30 歳代未満の技術者が集めにくい（派遣企業社長）、また 1 割程度不足している（大手受託開発企業専務）とのことであった。労働力人口が減少している中、現代の若者にとっては、ソフトウェア業界は「新 3K（きつい、きたない、きびしい）」とのネガティブなイメージが広がっていて、求職の選択肢に入りにくいことが背景にある。

また、組み込み技術で一人前になるには、ソフト開発だけでなく、機械や装置の原理や仕組みに関する知識が必要であり、経験と知識、応用力が問われるため熟練者が即戦力として優位である。時間をかけて「人材」を育成する必要がある、経営力と人材育成システムを有する企業がこれから人手不足を乗り越えていくであろう。特に、派遣主体の企業では、人材育成のノウハウ面に乏しいことが多く、経営力向上が図りにくいことが多いようである。

### 大手家電企業の影響、大手自動車燃費不正での影響

大手家電企業の経営統合などによる影響は、そこをメインの顧客としていた企業では、「先行きが見えず、開発案件も見直されている」ようで、新たな受注先を開拓するために他分野他企業への営業強化に注力している。しかし、同業界では開発セクションの海外移転が進み、受注案件を獲得するには、時間とコストが必

要で、経営難となっている企業にとっては、資金繰りなど課題が山積する。

一方、大手自動車燃費不正問題では、直接的な影響は少ないようである。組み込みソフトウェアが多用され始めている車載ディスプレイなどを開発するのは専門メーカーであり、自動車メーカーはそこから特注品を購入するのでほとんどの企業には影響は少ない。また、当該企業から受注している専門メーカーでも 1 社の影響は他社分でカバーするため、直接大きな影響はでないものとみられる。

### 今後の動き

組み込みソフトウェア業に関しては、さらに業界再編が進むといわれている。事業承継に係るもの、競争力強化のために技術・営業補完に係るものなど、将来の自社が業界内でどのポジションを得るのかを睨む戦略思考での動きが加速する。

産業分野では自動車関連分野、医療機器分野がしばらく安定的な受注を見込めるものとして注目され、新規参入が進むが、業界での商習慣、法律への対応、クローズな開発環境と受発注の仕組みなどにより容易に営業展開ができるものでない。そのため、先に示すように M&A などによる展開が加速する。

また、Google によって開発された「Go（プログラミング言語）」など新たなプラットフォーム言語への対応で競争優位が決まるなど技術者は常に新たな開発環境への対応、ノウハウ習得といった切磋琢磨を求められる。

（松下 隆）

表 主要都府県のソフトウェア業（平成 24 年）

	産業細分類	総数(経営組織)		対全国比	
		事業所数	従業者数(人)	事業所数割合(%)	従業者数割合(%)
大阪府	391 ソフトウェア業	2,688	72,952	10.4%	9.3%
	3911 受託開発ソフトウェア業	1,180	40,712	10.2%	10.0%
	<b>3912 組み込みソフトウェア業</b>	<b>82</b>	<b>2,910</b>	<b>11.1%</b>	<b>8.7%</b>
東京都	391 ソフトウェア業	8,036	383,859	31.2%	49.0%
	3911 受託開発ソフトウェア業	3,199	194,998	27.8%	48.0%
	<b>3912 組み込みソフトウェア業</b>	<b>159</b>	<b>7,193</b>	<b>21.5%</b>	<b>21.5%</b>
神奈川県	391 ソフトウェア業	2,079	83,462	8.1%	10.7%
	3911 受託開発ソフトウェア業	925	41,448	8.0%	10.2%
	<b>3912 組み込みソフトウェア業</b>	<b>91</b>	<b>8,392</b>	<b>12.3%</b>	<b>25.0%</b>
愛知県	391 ソフトウェア業	1,567	40,159	6.1%	5.1%
	3911 受託開発ソフトウェア業	684	19,452	5.9%	4.8%
	<b>3912 組み込みソフトウェア業</b>	<b>71</b>	<b>6,203</b>	<b>9.6%</b>	<b>18.5%</b>
福岡県	391 ソフトウェア業	1,152	24,502	4.5%	3.1%
	3911 受託開発ソフトウェア業	529	14,386	4.6%	3.5%
	<b>3912 組み込みソフトウェア業</b>	<b>29</b>	<b>774</b>	<b>3.9%</b>	<b>2.3%</b>
全国	391 ソフトウェア業	25,753	782,910	100.0%	100.0%
	3911 受託開発ソフトウェア業	11,517	405,882	100.0%	100.0%
	<b>3912 組み込みソフトウェア業</b>	<b>738</b>	<b>33,501</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

資料：総務省『平成 24 年経済センサスー活動調査 事業所に関する集計 産業横断的集計』



## 旅 行 業

経済政策への期待や、テーマパークの周年行事、有名神社の遷宮行事などもあり、国内旅行の取扱高は平成24年以降3年連続で増加している。海外旅行は、28年に入り円高に反転したが、前年にフランスなどでのテロの頻発が影響し、欧州を中心に低調が続く。

異業種からの参入もみられる中、食農ビジネスへの展開など、異業種連携による新領域の確立が必須になると思われる。

### 業界概要

報酬を得て旅行業務を取り扱う旅行業等は、旅行業法に基づく登録制で、業務範囲の違いにより第1種から第3種の旅行業と旅行業者代理業の4つに分類される。第1種から第3種の旅行業は、海外・国内の受注型企画旅行（オーダーメイド旅行）や手配旅行の契約（従来の「代理・媒介・取次」）、及び他社の募集型企画旅行（パッケージ旅行）の代理販売（代売）を行うことができる。また、第1種は、海外・国内の募集型企画旅行を、第2種は国内の募集型企画旅行を扱うことができる。さらに、旅行業者代理業は、特定1社の契約旅行業者の代理として委託された旅行業務を行う。

なお、旅行業法の規制緩和により、19年には第3種旅行業者が業務範囲の限定など一定の条件下で募集型企画旅行を実施することが認められたほか、25年には限定された区域内での受注型・募集型企画旅行、及び手配旅行の取り扱いができる「地域限定旅行業」が創設された。

### 大阪の地位と特徴

全国の旅行業者数は、バブル経済の崩壊などから7年をピークに微減傾向が続いていたが、28年4月現在で第1種708社、第2種2,827社、第3種5,668社、旅行業者代理業779社、地域限定118社を合わせて10,100社と、3年ぶりに1万社を超えた。その要因には、OTA（Online Travel Agent）と呼ばれる、インターネット上のみで取引を行う旅行会社の台頭が挙げられる。

大阪府では、第1種48社、第2種177社、第3種565社、旅行業者代理業73社が立地し、対全国比はそれぞれ、6.8%、6.3%、10.0%、9.4%となっている。事業者数では、東京都（2,405社）に次いで全国第2位の866社であるが、対全国比では上述のように第3種が最も高く、中小零細事業者の集積が厚いという特徴がある。一方、東京都の対全国比をみると、第1種が58.1%と圧倒的に高く、大手旅行会社の過半数が立地している。

### 国内は好調も海外は苦戦

ここ数年間の総取扱額を部門別にみると、概ね全体の6割を超える国内旅行については、24年は東日本大震災後の旅行自粛ムードや風評被害も薄れ、アベノミクスなど経済政策への期待に伴う株価の上昇や、LCC（低費用航空会社）の運航開始、急激な円安による

国内旅行への回帰などを背景に、プラスに転じた。25年は、東京ディズニーリゾート30周年のほか、伊勢神宮の式年遷宮や出雲大社の平成の大遷宮といったイベントが目白押しとなり、前年比18.3%増となった。その後も、26年のユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）の一部エリアの新規開業・リニューアルや東海道新幹線開業50周年、27年の北陸新幹線開業なども相次ぎ、3年連続のプラスと好調である。

一方、海外旅行については24年秋以降の急激な円安の進行に加え、韓国元大統領の竹島上陸による日韓関係の悪化や韓流ブームの冷え込み、尖閣諸島国有化に伴う日中関係の悪化などを反映し、25年は一転して2桁の減少となった。さらに、27年はシャルリエブド襲撃事件をはじめ、日本人に人気のあるフランス、トルコなどでテロが頻発したことから、フランスやドイツなどの西欧を避ける傾向にある。代わって、ハワイ、シンガポール・マレーシア・台湾などのアジアや、海外よりも近場でリゾート気分が味わえる沖縄の人気の高いものの、海外旅行全体としては低調である。

ところで、訪日外国人旅行（インバウンド）の動きをみると、24年に政治的関係の悪化から、中国や韓国からの旅行者が一時的に減少した。だがその後は、国内LCC3社の運航開始を含む航空路線の拡大、円高基調から急激な円安への反転、クルーズ船の寄港増加、ASEAN諸国に対するビザ発給要件の緩和（又は免除）などが追い風となり、中国、韓国、台湾、香港からの旅行者を中心に、著しい伸びを示した。なお、27年の訪日外国人客数は、前年比47.1%増の1,974万人と、日本人の海外旅行者数を45年ぶりに上回った。

### 直近の需要は天候や日並びの悪さもあり弱含み

中小旅行会社を中心の（一社）全国旅行業協会（ANTA）によると、28年7～9月期の国内旅行の取扱高は、前年同期比で微減となった。減少した要因として、熊本地震や北海道・東北などでの台風被害の影響が大きかったとみている。こうした中、政府が予算を投入した「九州ふっこう割（九州観光支援旅行券）」は、補助率の高さもあって人気を博している。ある中小企業では、そのあおりを受けて大阪方面のツアーの動きがやや鈍いとのことであった。

中小旅行会社は、地域の町会・自治会、老人会・婦人会、PTA、企業の労働組合や親睦会といった団体が主な顧客であることが多く、長年の取引関係が構築されていることから、好不況による取扱高の変動は少ない。とはいえ、顧客の高齢化が進み、世代交代を機に取引を解消される場合もあるため、ある程度の新規顧客の開拓が必要となる。

大手旅行会社では、企業により明暗が分かれた。ある企業では、海外や九州からの変更先である沖縄、また北陸新幹線でアクセスが改善して注目された上高地などは活況であったが、災害や天候要因の影響が長引く九州や北海道、サミット前のPR不足で盛り上がり

に欠けた伊勢志摩、インバウンドの急増で宿泊施設の混雑と高料金が常態化した大阪で苦戦したことから、7～9月期の売上高は5%の減少となった。他の企業では、北海道や沖縄などでシルバーウィーク（SW）が飛び石連休となったことによる反動減や、リオデジャネイロオリンピック及び参院選による出控えなどのマイナス要因がみられた。一方で、27年の火山活動で敬遠された箱根・河口湖方面の回復や、新幹線開業で観光客の受け入れ態勢が整い盛り上がりを見せた北陸の健闘で、7～9月期は6%増となっている。

海外旅行については、28年に入り円高基調が続くものの、ヨーロッパを中心にテロが頻発したことや、SWの日並みの悪さなどが足を引っ張り、7～9月期は軒並み2桁の減少となっている。ただし、東アジア（韓国、台湾等）、東南アジア（シンガポール、マレーシア等）、ミクロネシア、南欧（イタリア、スペイン等）、中欧（チェコ、ハンガリー等）などは治安も安定しており、人気の高い目的地となっている。

インバウンドは、出発国の旅行会社と契約するため、国内旅行会社との金銭契約はほとんどないが、7～9月期は1～2割の増加で推移している。かつてのゴールデンルートから、最近では鳥取や島根、高知といった今まで訪れたことのない場所への観光が増えている。

#### 海外旅行に注力するも奏功せず

商品価格は比較的安定しているが、26年4月1日から新運賃・料金制度が適用された貸切バスでは、料金上昇に伴い、幼稚園や小学校などの団体旅行でバスの利用を鉄道に切り替える動きもある。他方、海外旅行では原油価格の下落で燃油サーチャージが28年4月以降徴収されていないが、海外旅行需要を喚起する好材料にはなっていないようである。

当業界の収益率は企業間の格差が大きいが、7～9月期は概ね下落傾向にある。中には、顧客の心理的なハードルを下げよう（＝予約しやすくする）と、今夏の海外旅行商品の最少催行人数を引き下げたが奏功せず、収益を悪化させた例もあった。

#### 設備投資は消極的

大手旅行会社では、店舗移転に伴う大規模な投資がみられるものの、中小企業ではせいぜい発券システムのリース契約更新程度のものである。なお、個人事業主が多い中小旅行会社では、高齢化による事業承継の際に旅行業登録を個人から法人に引き継ぐことが現行法上できない。そのため、法人として改めて登録申請するという費用負担が後継者に発生する。

#### 女性の雇用環境改善に取り組む動きも

雇用は規模によって状況が異なる。中小では常に不足状態にあり、社長自らが添乗員として現場に赴くこともある。他方、大手では毎年一定数の採用を行う企業が多い。なお、当業界は不況時に男性の応募が多くなり、好況時には減少するといわれる。しかし、近年は積極的に女性を採用し、女性のための制度や仕組み

をより活用しやすくすることで、女性が働き続けられる環境づくりに取り組んでいる企業もある。

#### 地方創生が新たな事業の1つに

大手では地方創生事業の一環として、各支店に配置された開発担当者が営業で培った人脈や地域の観光素材を活かし、交流・定住人口の増大や持続的な発展を意識した商品提案を行っている。また、ふるさと納税ポータルサイトの運営、山陰・瀬戸内のDMO（地域活性化のためのマネジメント組織）への専門人材の出向、大阪市・大阪府が共同実施する「芸術文化魅力育成プロジェクト」への事業提案など、地域活性化をテーマに他産業や地方自治体との連携が進められている。

#### 今後の見通し

大阪府では、29年1月から宿泊料金が1万円以上のホテル・旅館の宿泊者に対して、100～300円の宿泊税を課税することが決まった。宿泊需要にどのような影響を与えるかは未知数であるが、業界では旅行費用の上昇を懸念しつつ、今後の動向を注視するようである。

このほか、介護施設の運営会社など、異業種からの参入も始まっている。10年先を見越した取組が必要だとの声もあるように、従来の旅行商品の販売だけでは市場が縮小することは避けられない。リピーターの利用が期待できるクルーズ船の商品化や、研修・招待旅行・国際会議などのMICEに派生する観光も、もちろん有望な分野ではあるが、同時にそれら以外の領域も視野に入れる必要がある。大手では、MICEそのものの運営を担うことや、食農ビジネスへの展開をみせる先駆的な動きもあり、今後の経営において異業種連携による新領域の確立が必須になると思われる。

（山本 敏也）

#### 主要都府県の旅行業者数

	第1種	第2種	第3種	地域限定	代理業	計
東京都	411	391	1,483	3	117	2,405
大阪府	48	177	565	3	73	866
愛知県	34	123	288	3	40	488
埼玉県	3	134	252	1	11	401
千葉県	3	98	245	2	11	359
全国計	708	2,827	5,668	118	779	10,100

資料：（一社）日本旅行業協会『数字が語る旅行業2016』

（注）2016年4月1日現在。

#### 旅行業者取扱額の推移（兆円、%）

年	国内旅行		海外旅行	
	取扱額	前年比	取扱額	前年比
平成22	3.80	4.4	2.75	9.6
23	3.01	▲ 20.8	2.49	▲ 9.5
24	3.11	3.3	2.70	8.4
25	3.68	18.3	2.21	▲ 18.1
26	3.75	1.9	2.23	0.9

資料：（一社）日本旅行業協会『数字が語る旅行業2016』

小規模製造業の課題と公的支援策の活用に関する調査 (資料 2015-2)

大阪産業経済リサーチセンター

■はじめに

大阪府には約 30 万の中小企業がありますが、その 85%超、約 26 万に及ぶのが小規模企業です (小規模企業は、従業員数 20 人以下の事業者。ただし、商業又はサービス業は 5 人以下)。小規模企業は、地域経済や雇用だけでなく、地域社会にとっても重要な役割を果たしています。

しかし、小規模製造業は、情報化・グローバル化の下で、特に厳しい経営環境が続く、中大規模製造業と比べても著しく減少しています。

近年、小規模企業関連 3 法が制定されるなど、国における支援の動きも進んでいますが、大阪府においても、小規模企業を含めた中小企業振興策を展開していく上で、小規模企業の現状を明らかにしていく必要があります。

そこで、大阪府の小規模製造業の現状と課題及び公的支援策の活用状況について、本報告書 (資料 2015-2) をとりまとめました。

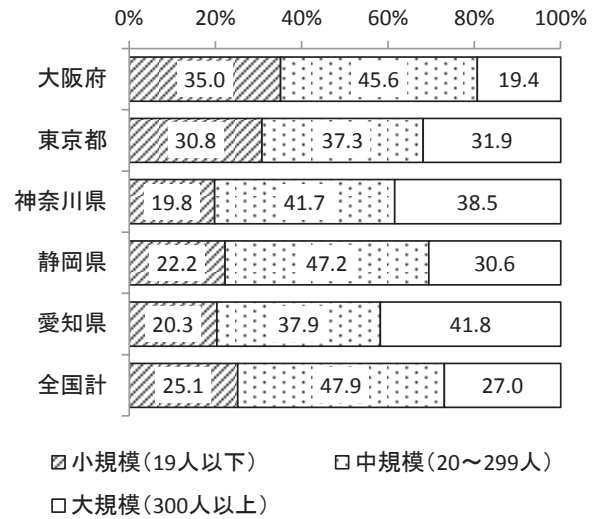
■小規模企業の現状と課題

大阪府の製造業では、小規模製造企業が 86.3%を占め、東京都 (84.9%) や愛知県 (85.4%) などの主要府県よりも高い割合を占めています。

大阪府内において常用雇用者規模 19 人以下の小規模な製造業の事業所で働いている従業者は 23 万人で、府内事業所で働く従業者 65 万人の 35.0%に達します (図 1)。神奈川、静岡、愛知といった工業県では、小規模事業所で働く従業者は約 2 割であるのと比べると、大阪府での割合の高さが際立ち、雇用面で小規模事業所が果たす役割が大きいことが示されています。

しかし、近年の大阪府内製造業の事業所数をみると、1983 年の 7 万 9 千事業所をピークに減少が続く、2011 年には 3 万 6 千事業所とピーク時の半分以下となっています (図 2)。従業者数 19 人以下の小規模事業所と 20 人以上の中大規模事業所に分けてみると、小規模事業所の減少率は 56.0%減と中大規模事業所の 41.4%減を大きく上回る減少率です。小規模事業所の存立が極めて厳しかったことを示しています。

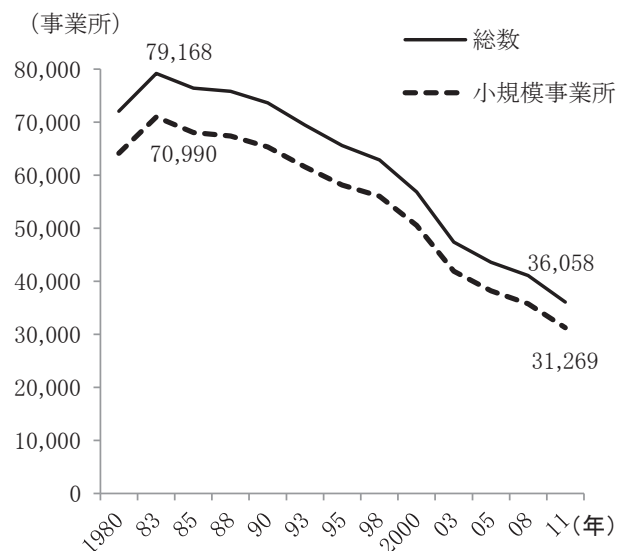
図 1 従業者数の常用雇用者規模別構成比 (2014 年)



資料：総務省「平成 26 年経済センサス基礎調査」企業等に関する集計

(注) 個人と会社企業の合計。常用雇用者規模区分は、事業所ベースで、統計上の区切りに従っている。

図 2 大阪府内製造業事業所数の推移



資料：大阪府統計課「大阪の工業」

(注) 小規模事業所は、従業者数 19 人以下の事業所。2011 年は 2012 年 2 月現在の数値。

## ■小規模企業支援策の活用状況

このような厳しい状況にあるにもかかわらず、当センターが2013年に、府内製造業の会社企業に対して行ったアンケート調査結果では、最近10年間で公的な支援を「全く利用したことがない」企業割合は26.6%で、4社に1社の中小企業が、中小企業施策を全く利用していません。特に、従業員1～9人の零細企業では「全く利用したことがない」との回答は38.2%に達します。

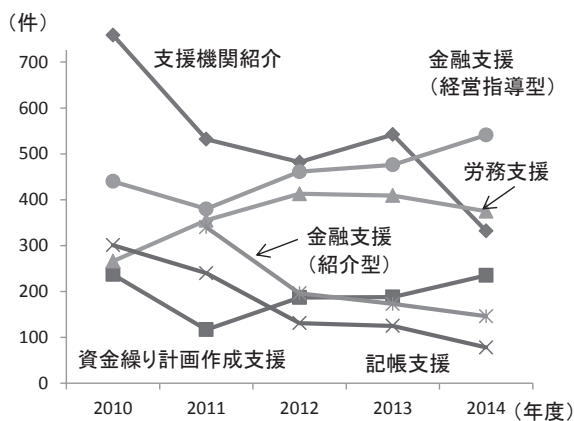
公的支援策を利用できなかった理由としては「情報収集が十分でなかった」という要因が挙げられています。小規模企業は、業主も製造現場で作業に携わっていたり、1人で受注・営業活動を行っていたりする場合も多いため、情報を収集するゆとりがない企業が多いということです。

そうした中で、公的支援に関する情報の入手先としては「商工会議所・商工会」が、いずれの規模層においても最も高い割合となっています。小規模企業に政策を届けるには、こうした機関の活用が有力です。

商工会等が実施する事業の中で、経営相談支援事業は、経営指導員が小規模事業者に対して、経営課題の整理・課題解決に向けて支援施策や支援機関の活用の提案・記帳支援・金融支援・事業計画作成支援などを実施しています。

2010年度から2014年度までの推移をみると、事務的な手続きが中心となる定型型支援の「記帳支援」「支援機関紹介」の減少する一方で、「金融支援（経営指導型）」「資金繰り計画作成」は増加傾向にあり（図3）、高度な支援に移行していることが伺えます。ただし、定型型支援は全体としてやや減少しています。

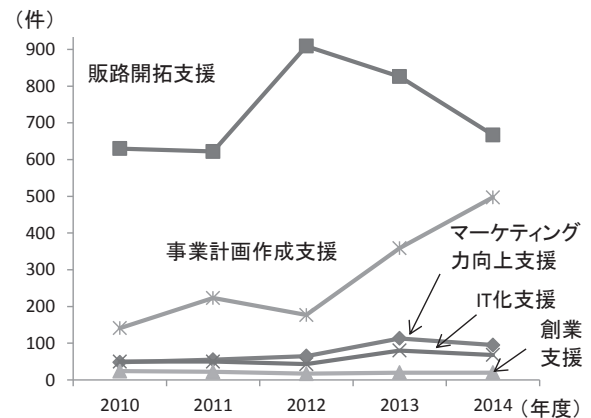
図3 定型型支援の推移（大阪府内製造業）



資料：大阪府経営支援課資料より作成。

これに対して、多様な解決策の検討が求められる戦略型支援は、全体としても増加傾向が続いています。2012年度までの増加に大きく寄与したのは「販路開拓」です（図4）。2013年度以降は、「販路開拓」が減少に転じましたが、「事業計画作成支援」が増加し、これが大きく寄与したことにより「戦略型支援」は増加を続けました。「事業計画作成支援」については、国のものづくり補助金や小規模事業者持続化補助金を獲得する上で、事業者が「事業計画」を作成する必要が生じ、そのために支援メニューを活用したことが影響しているとみられます。

図4 戦略型支援の推移（大阪府内製造業）



資料：大阪府経営支援課資料より作成。

## ■おわりに

製造業は、地域経済の成長にとって重要な産業です。大阪府では、小規模製造業が高い割合を占め、雇用面でも大きな役割を果たしていますが、小規模企業、その中でも特に零細企業については、厳しい経営状況にあります。それに関わらず、公的支援施策の活用があまり進んでいません。

こうした状況の下では、公的支援による経営改善をまず身近に感じられることが重要です。中小企業施策一般についてハードルが高いと感じる零細企業には、身近な存在である商工会・商工会議所等の経営指導員とともに、経営課題の整理や課題解決に向けた経営相談支援事業を利用することからはじめ、経営革新等さらに高度な事業を活用し、経営改善をしていくことが重要です。

この報告書は、当センターのウェブサイトで全文をご覧ください。  
<http://www.pref.osaka.lg.jp/attach/1949/00051733/2015-2.pdf>

若年女性の雇用・育成・定着に関する調査から  
- 仕事や職業の枠を超える汎用的な働く力に着目して - (資料 No. 150)

大阪産業経済リサーチセンター

■はじめに

現在、一億総活躍社会の実現や女性活躍推進法の施行(2016年4月)を受け、多様な若年女性(概ね34歳以下を想定)が働き続けられる社会づくりが求められています。しかし、若年女性の就業観は多様で、仕事、職場環境、自身の能力、対人関係などに不安を持ち、初職を3年程度で離職するケースも多いです。さらに、離職後、就労やスキル(汎用性が高いと考えられる仕事上の技能や能力)に対する不安が大きくなる実態もみられます(大阪大学・大阪府商工労働部[2015]『若年女性の就業意識等に関する調査結果報告書-女性が輝く社会の実現に向けて』)。

大阪府は、上記の現状を踏まえて、2015年度に2,000社の企業を対象に、若年女性従業員の雇用・育成・定着の現状、仕事上の技能や能力に対する企業の認識などに関するアンケート調査※を実施し、『若年女性の雇用・育成・定着に関する調査報告書』にとりまとめました。本稿では、その調査結果の一部をご紹介します(報告書は枠内のURLから閲覧可能)。

※『若年女性の雇用・育成・定着に関する企業アンケート調査』を実施。大阪府内の全業種の国内常用雇用者数50人以上の単一または複数事業所企業2,000社(無作為抽出)を対象に調査票を配布し、242社が回答(有効回答率12.1%)。  
[http://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/sr1\\_3.html](http://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/sr1_3.html)

■女性の活躍推進に対する意識・取組

女性活躍推進法の施行(2016年4月)を受けて、企業の具体的な対応が求められていますが、女性の活躍を推進する体制や部署等を整備済みの企業は18.6%で、整備を検討している企業29.9%を含めると48.5%の企業が整備する意向を有しています。また、女性の活躍を推進する計画や方針等を策定済みの企業は13.4%で、策定を検討している企業35.1%を含めると48.6%の企業が、策定する意向を有しています。現状は、体制・部署等の整備がやや先行しているといえ、今後、体制・部署等の整備とあわせて、計画や方針等を策定し、ソフト面の取組を積極的に進め、活躍の実効性を高める必要があります。

■若年女性の雇用に対する意識・現状

若年女性従業員に不足の傾向(量的及び質的の両側面)

がみられる企業は、資本金規模が1千万円以下/サービス業/創業年2000年以降/経営状況が厳しい/若年女性の採用方針が中途採用中心、などの特性を持つ企業です。また全般的に、企業は、若年女性従業員について、量的な側面に対して質的な側面の充足の程度を高める余地があると認識しています。この認識に関連するとも考えられますが、約8割の企業が、正社員で長期雇用の採用方針を有し、非正規よりも正規の社員を増やす見通しです。製造、建設、運輸、情報通信などの業種では、非正社員を減らし、正社員を増やす見通しです。さらに、7割の企業に女性管理職が在職し、約3割の企業が、今後5年間で女性管理職を増やす意向を有し、創業年の新しい企業は登用に積極的で、2000年以降に創業した企業の47.5%が、女性管理職の登用を増加させる見通しです。

上記のように、企業は、若年女性従業員の基幹化を志向しているといえます。この志向の背景といえるかもしれませんが、企業は、若年女性の就労意欲と労働生産性が若年男性従業員よりも高いと認識しており、就労意欲が高いと認識する企業の割合は、若年女性55.9%に対し若年男性50.4%と5.5ポイントの差、労働生産性が高いと認識する企業の割合は、若年女性38.8%に対し若年男性31.6%というように7.2ポイントの差がみられます。女性従業員が収益の向上に直接寄与すると考える割合は55.6%で、サービス業で直接寄与すると考える割合が高く(67.8%)、若年女性従業員の能力向上に積極的に取り組む企業ほど、若年女性が収益の向上に直接寄与すると考える傾向がみられます。

■若年従業員の仕事や企業への貢献と働く力

「はじめに」でご紹介した実態を受けて、大阪府は、『新たな人材育成プログラム開発事業(「しごと力※」開発プロジェクト)』を推進し、仕事や職業の枠を超えて活用できる汎用的な力を習得する人材育成プログラムの開発に取り組んでいます。ここでは、若年従業員の仕事や企業に対する貢献と働く力(「しごと力」)に対する企業の認識をみていきます。

企業は、26歳以降に仕事や企業への貢献度が高くなり、36歳以上でさらに上昇すると認識しています。勤続期間

が3～5年未満より長いほど貢献度が高くなり、既就業者（転職入職者・中途採用者）の貢献度が相対的に高いとの認識がみられます。

また、女性の働く力（「しごと力」）が相対的に高いと認識する結果がみられ、その中で、若年女性従業員に不足している働く力は、総括的には主体的な判断や行動、目標設定などだと考えられます（表1）。また、若年男女間で企業の認識差がみられるしごと力の区分は、女性では、セルフコントロールと気づき力で、男性よりも低いとの認識がみられます（表2）。

※「しごと力」は、「自律力（自律性を持って行動をおこす力）」と「思考力（主体性を持って論理的に物事を考えられる力）」によって構成され、「社会的コミュニケーション力」（6要素）が基底となって、自律力（3区分12の要素で構成）と思考力（4区分18要素で構成）が相互に連動してスパイラルアップされ、仕事に必要な能力が高められることを想定しています。詳細は、下記のウェブサイトをご参照ください。  
<https://www.e-innov.co.jp/watashi.kagayaku/?m=pc&a=top.view>

### ■若年女性従業員の能力向上の取組状況

若年女性従業員の能力向上の取組は、取り組んでいる28.2%、内容を検討している12.9%、取り組む必要性を感じていない21.5%で、やや限定的といえます。回答企業の半数以上が、「能力給や成果給の実施」「賃金の引上げ」などの労働条件の改善、「男女や雇用形態間の待

遇差の解消」「OJTによる人材育成・教育訓練」「責任ある仕事への配置・分担」など雇用の質を高める取組を実践しています。4割前後の企業が、「目標に基づく定期的な指導や管理」「自己啓発の支援」「長期的な人材育成あるいは本人の希望を踏まえた配置や異動」「事業所内・事業所間での異なる仕事・職種への配置転換」など、キャリアの高度化に向けた取組を実践しています。これらより実施率が低いのは、「Off-JTの機会の提供や利用」「ワークライフバランスの取組」「専門的人材や管理的人材の育成・教育」などとなっています。

### ■おわりに

若年女性従業員の働く力は男性よりも相対的に高いとみられており、就業継続の可能性に対する疑念や固定観念を払拭し、潜在的な能力を開拓し向上する余地があります。そのため、女性の活躍に向けた体制や部署等の整備に加え、具体的な計画や方針等の策定にも取り組み、中長期的な観点から若年女性の働く場と働く力を広げ高める必要があるといえます。その一前提になるのは、汎用的な技能・能力の習得・向上だと考えられますが、今後、企業での実務的な経験と組み合わせたりワークショップ等を通じて、働く力の向上に継続的に取り組むことが有効だと考えられます。

表1 仕事や企業への貢献度が低い若年従業員の働く力に対する企業の認識

若年従業員の働く力の現状認識 (全要素のうち該当する割合の高い16要素)	※選択率 (%)	
	女性	男性
困難な課題・状況への対処を判断できない（ハーディネス）	56.0	54.5
マニュアルに載っていない事象に的確に対応できない（応用力）	51.2	45.9
貢献できる事を見つけ、自らの仕事を作り出していけない（当事者力）	45.4	45.9
先を予測して業務手順を組み立てられない（段取り・順序力）	44.0	55.0
情報を正確に伝達できない（説明力）	43.5	50.0
自分を奮い立たせる到達点（目標）を自ら設定できない（目標設定力）	43.0	44.1
相手、状況、雰囲気等に応じた言葉を選択できない（言葉選択力）	42.0	47.3
部分にとらわれず、広い視野で物事の判断ができない（大局観）	42.0	43.2
相手の本心をつかみとれない（質問力）	39.6	41.4
周囲の状況を把握（洞察）できない（洞察力）	38.6	39.1
相手の要求を察したり、現状から将来を予測できない（推測力）	38.2	41.4
周囲の状況を分析できない（分析力）	37.7	40.0
相手に自分の思いを伝えられない（自己表現力）	36.7	41.8
自ら情報を収集・理解し、組み合わせる意見を表明できない（情報収集力・応用）	36.7	39.5
自分の感情の波をコントロールできない（自己理解力）	35.3	25.5
できる事をすぐにやれない（即時対応力）	34.3	42.3

※「しごと力（社会的コミュニケーション力・自律力・思考力）」の全要素のうち、仕事や企業への貢献度が相対的に低いと考える若年従業員の男女それぞれを想定してもらい、当該従業員に当てはまる項目を選択した割合。

表2 男女間で企業の認識差がみられる「しごと力」の要素

<p><b>習得不十分と認識する割合が男性の方が高い要素</b></p> <p>《社会的コミュニケーション力》「相手、状況、雰囲気等に応じた言葉を選択できない（言葉選択力）」「情報を正確に伝達できない（説明力）」「相手に自分の思いを伝えられない（自己表現力）」／《ストレス耐性》「仕事の過大な負荷、進捗遅れ、失敗等から早く立ち直れない（レジリエンス）」「自分でストレス解消法を見つけられない（リラクセス力）」／《ビジネス行動力》「できる事をすぐにやれない（即時対応力）」「目標達成に向けた小さな前進を続けられない（実行力）」「より良い結果を出せるよう、振り返り修正ができない（反省・検証・修正力）」／《ビジネス感覚》「先を予測して業務手順を組み立てられない（段取り・順序力）」</p>
<p><b>習得不十分と認識する割合が女性の方が高い要素</b></p> <p>《セルフコントロール》「自分の感情の波をコントロールできない（自己理解力）」</p> <p>《気づき力》「マニュアルに載っていない事象に的確に対応できない（応用力）」</p>

基盤産業の立地が地域経済に与える影響に関する調査研究

～大阪府内市区町村における分析～ (資料 No. 153)

大阪産業経済リサーチセンター

■はじめに

大阪の地域経済にとって、地域を牽引する基盤産業の立地は重要です。基盤産業が衰退すると、地域経済にとっては大きなダメージとなります。本調査では、地域ごとの基盤産業集積の特徴を明らかにするとともに、「基盤産業は地域の経済成長にプラスである」という仮説を検証しました。

■経済基盤モデルと基盤産業

地域の経済成長は、経済基盤モデルというモデルで説明できます。経済基盤モデルが説く「基盤産業」とは、輸移出品等によって地域の外部から需要を稼ぐ産業です。

基盤産業は、地域における産業の相対的な集積度を表す「修正特化係数」を計算することで割り出せます。つまり、地域において強みのある産業が基盤産業ということになります。また、「基盤乗数」とは、基盤産業の成長がどの程度地域の経済成長に影響を与えるかを表す数値です。通常、基盤乗数は1を超え、基盤産業は、乗数値の倍数だけ地域の経済成長に乗数効果を持ち、基盤産業の成長が地域の経済成長につながるようになります。

■地域における基盤産業の集積

大阪府内市区町村における基盤産業を割り出した結果として、地域によって基盤産業の集積傾向が異なることが分かりました。

大阪府内地域における産業集積の特徴をみるため、修正特化係数を用いた因子分析と、因子分析を基にしたクラスター分析を行いました。因子分析によって、地域ごとの産業集積のいくつかの特徴を割り出せます。また、クラスター分析では、因子分析によって分かった産業集積の特徴を基に、階層的な樹形図を作り出し、大阪の地域を似通った特徴を持つグループごとに分類することができます。

因子分析の結果、大阪府内地域における産業集積の要因は7つ特定されました(図表1)。さらに、因子分析を基にしたクラスター分析を行った結果、大阪府内地域は、12グループの産業集積クラスターに

分けられました(図表2)。

クラスターの①②は「機械・金属・鉄鋼関連製造、物品賃貸、物流」と「航空運輸、運輸付帯サービス」の特徴が目立ちます。①は大阪湾岸地域が多く、②は北摂および北河内の一部、あるいは南方の泉南・泉北・南河内の一部につらなります。

③は「機械・金属・鉄鋼関連製造、物品賃貸、物流」「繊維・木材・家具製造」の特徴があります。堺市の一部に広がるほかは郊外部にみられます。

④は「対ビジネス関連サービス、卸(都心型)」の得点が高く、大阪の都心部地域が含まれています。「農林業、飲料、窯業、宿泊」も特徴で、都心部に宿泊の集積もみられるためだと考えられます。

⑤は「農林業、飲料、窯業、宿泊」が圧倒的に高く、「繊維・木材・家具製造」も特徴です。能勢町だけ該当し郊外型立地といえます。

⑥は「電気関連製造・研究機関」がかなり高く、「農林業、飲料、窯業、宿泊」が高い得点です。当該産業が集積する島本町だけ該当します。

⑦は「電気関連製造・研究機関」「繊維・木材・家具製造」が高く、門真市と忠岡町が該当します。

⑧は「繊維・木材・家具製造」「航空運輸、運輸付帯サービス」が高く、関西国際空港に関連した施設が集まる田尻町のみ該当します。

⑨は「航空運輸、運輸付帯サービス」「パルプ・紙・プラ製造、貨物運送」が高く、堺市の一部、泉南・泉北・南河内の一部が含まれます。

⑩は「パルプ・紙・プラ製造、貨物運送」がかなり高く、「農林業、飲料、窯業、宿泊」も高い得点です。該当するのは千早赤阪村です。

⑪は「パルプ・紙・プラ製造、貨物運送」「電気関連製造・研究機関」が高く、中河内を中心とする製造業の一大集積地である東大阪市、八尾市などが含まれます。

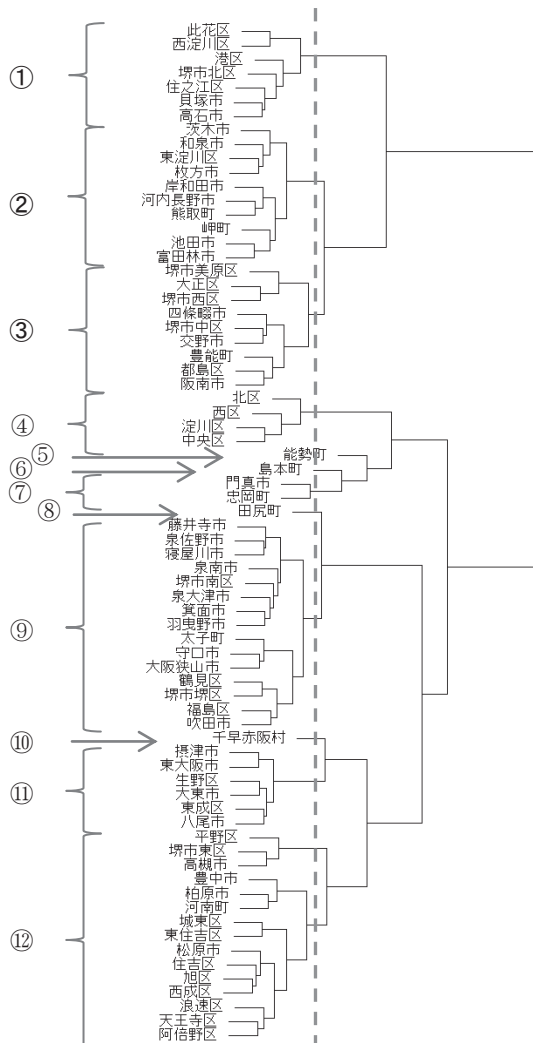
⑫は「農林業、飲料、窯業、宿泊」「繊維・木材・家具製造」が高く、主には大阪市の南東、大阪府の中心部に位置します。

図表1 クラスター別の因子得点の平均値

	第1因子 「対ビジネス 関連サービ ス、卸(都心 型)」	第2因子 「機械・金属・ 鉄鋼関連製 造、物品賃 貸、物流」	第3因子 「農林業、飲 料、蒸業、宿 泊」	第4因子 「電気関連製 造・研究機 関」	第5因子 「パルプ・紙・ プラ製造、貨 物運送」	第6因子 「航空運輸 運輸附帯 サービス」	第7因子 「繊維・木材・ 家具製造」
①	-0.02	<b>1.83</b>	-0.27	-0.02	-0.58	<b>1.65</b>	-0.29
②	-0.54	<b>0.26</b>	-0.07	-0.18	-0.78	<b>0.24</b>	-0.43
③	-0.51	<b>1.41</b>	-0.07	-0.34	-0.60	-0.91	<b>0.37</b>
④	<b>3.42</b>	-0.01	<b>0.23</b>	-0.16	-0.43	-0.27	0.00
⑤	-0.10	-0.80	<b>6.41</b>	-1.00	0.12	-0.73	<b>0.36</b>
⑥	-0.24	-0.69	<b>1.26</b>	<b>5.61</b>	-1.82	0.42	-0.77
⑦	0.32	-0.19	-1.18	<b>3.48</b>	0.81	1.13	<b>2.65</b>
⑧	-0.45	-0.68	0.01	-0.65	0.03	<b>2.48</b>	<b>2.54</b>
⑨	0.17	-0.76	-0.15	0.02	<b>0.65</b>	<b>0.86</b>	-0.17
⑩	-0.19	-0.25	<b>1.85</b>	-0.28	<b>4.80</b>	0.22	0.48
⑪	-0.17	0.46	-0.53	<b>0.52</b>	<b>1.41</b>	-0.63	-0.36
⑫	-0.41	-0.69	<b>0.19</b>	-0.29	-0.02	-1.60	<b>0.06</b>

(注) 得点が高いほど、グループにおける特徴が強い。

図表2 クラスター分析による大阪府内市区町村の産業集積の特徴グループング



(注) 階層的な樹形図を点線で縦に切ること、12のグループに分けられる。

### ■回帰モデルによる分析

次に、地域別基盤産業の従業者数データを用いて基盤乗数を推定しました。「基盤乗数」は、回帰分析によって推定できます。推定された基盤乗数は2弱の値が得られました。地域の経済成長を、従業者数の増加と置き換えますと、基盤産業の従業者数が増加すると、その乗数倍だけ全産業の従業者数が増加します。すなわち、基盤産業は乗数倍だけ地域の経済成長にプラスに影響するといえます。逆に、基盤産業の従業者数が減少することで、基盤乗数倍だけ地域の従業者数が減少することになり、基盤産業の衰退が地域経済の衰退につながります。

### ■まとめ

基盤産業は地域経済を牽引する産業です。基盤産業の多くが製造業である地域において、地域経済を牽引する製造業が衰退をしてしまうと、すなわち地域経済の衰退につながるということになります。地域における基盤産業を適切に認識し、こうした産業の誘致や継続的な立地をはかっていくことが地域経済政策上大切であるといえます。



## DMOは地方創生の救世主となるか

大阪産業経済リサーチセンター 山本 敏也

### ■はじめに

政府はアベノミクス第 2 弾の柱として「地方創生」を掲げ、観光地経営の観点から観光地域づくりを行う「日本版 DMO」を確立するための仕組みを創設しました。

あまりまだ聞き慣れない言葉ですが、地域経済の活性化への期待が高い DMO とは、いったいどのような仕組みなのでしょう。

### ■ローカル・アベノミクスと地方創生

第二次安倍内閣の経済政策、いわゆるアベノミクスは、株価や経済成長率、輸出企業などの業績、雇用に一定の改善効果をもたらしました。ところが、その効果は大企業や都市部に限られ、人口減少の進行、東京一極集中の加速、経済活動（消費、所得、雇用、投資等）の低迷にあえぐ地域への恩恵は少ない、との不満が高まってきました。

そこで政府は、これら諸問題の解決によって経済成長の底上げを図ろうと、アベノミクス第 2 弾となる「ローカル・アベノミクス」を打ち出し、その大きな柱として 2014 年に「地方創生」を掲げました。さらに、観光庁は観光地経営の観点から観光地域づくりを行う、舵取り役としての「日本版 DMO」を確立すべく、翌 15 年に DMO の候補法人の登録制度を創設しました。観光庁の審査をクリアした登録法人は、関係省庁が連携する支援チームを通じて、組織づくりのノウハウや人材・資金面といった多岐にわたる支援を受けられるようになります。

### ■わが国における DMO の歩み

さて、上で述べた DMO とは、Destination Management/Marketing Organization の略称です。定義については後述しますが、ここではごくおおまかに「地域の稼ぐ力を引出し、観光地域づくりを実現するための戦略を策定する組織」としておきます。

欧州では、湾岸戦争（1991 年）などの影響で観光が踊り場の状態にあった 95 年頃、DMO の概念が急速に普及しました。その結果、DMO は国・州・地域レベルのインバウンド（訪日外国人）観光振興に大きな役割を果たしたといわれています。

一方、わが国のインバウンド観光をみると、小泉総理大臣（当時）が「観光立国宣言」をした 2003 年頃までは、観光が国家的に重要な政策課題として扱われていません

でした。むしろ、経常収支の改善すなわち、対米貿易黒字の縮小策としてアウトバウンド（日本人の海外旅行）に重点が置かれ、国内の観光需要は専ら日本人客だけを想定していました。そのため、地域の観光振興は「行政」と、行政の補助金の交付先である「観光協会」、旅行会社や鉄道会社、ホテル・旅館などの「観光事業者」が中心となる構造が長らく続いていたのです。

観光立国が宣言されてようやく、インバウンド観光振興にも目が向けられるようになり、日本でも DMO の研究や議論が始まっていきました。その背景には、わが国の観光マーケティング環境の変化に伴って、先述した従来型の観光振興に、以下のような課題が見えてきたことがあります。

#### ◇ 行政主導の着地型観光のジレンマ

行政やそこからの補助金・受託金などの依存度が高い観光協会では、ただ観光情報を提供するという考え方が支配的でした。言い換えれば、これまではそれほど必要とされなかったとはいえ、観光地のマネジメントやマーケティングに対する意識が乏しかったのです。

また、自治体は行政区を越えて活動することが難しいため、観光客の行動範囲との間にギャップが生じます。これでは、「顧客志向」を追求することができません。さらに、自治体職員が原則数年おきに異動する人事制度は、「活動が持続しない」「プロが育ちにくい」「責任の所在が不明確な」仕組みであることも確かです。

要するに、行政主導で着地型観光に取り組むと、さまざまな制約の壁に阻まれてしまうのです。

#### ◇ 外国人観光客の誘致・受入体制の強化

人口減少社会の到来に加え、近年の観光スタイルが団体旅行から個人旅行にシフトするなかで、政府の成長戦略の 1 つであるインバウンド市場の拡大が、着実に成果を上げつつあります。したがって、これからの着地型観光はターゲットを日本人だけに限定せず、幅広くインバウンドを受け入れることが必須になるでしょう。

つまり、日本人の団体客を受け入れていた「古き良き時代」の考え方はもはや通用しなくなり、抜本的な発想の転換が避けられなくなっています。

#### ◇ マーケティング、プロモーションの見直し・強化

残念ながら、多くの自治体において統計データの把握が十分ではありません。入込み客数ばかりに固執するあ

まり、観光消費額を捉えていないのです。これは、観光振興によって地域の経済（＝お金）を動かすという意識が希薄であることの裏返しでもあります。

観光消費額のような統計データに基づく、戦略的なマーケティングがなければ、ただやみくもにプロモーションをしたところで成果は生まれません。地域に外部からの観光客を受け入れる環境整備ができていないのに、ゆるキャラやB級グルメといった一過性のイベントに依存する昨今の風潮を、厳しく批判する専門家もいます。

## ■日本版DMOの定義

DMOという言葉がわれわれの耳目に触れるようになったのは、為替が円安に転換し、インバウンドの数が急増し始めたわずか数年前からです。そのため、識者によるDMOの定義も千差万別で、表1が示すように黎明期の混沌とした様相を呈しています。これを一言で説明するのは、そう簡単ではありません。

概念としては幾分、未成熟な感じが否めないのですが、すでに観光地であるかとはかく、それぞれの定義を比べてみると「地域・観光地」「経営（マネジメント）」「マーケティング」「ブランディング（ブランドづくり）」「司令塔・舵取り役」「一本化・一体的・総合的」「地域（観光）資源」などの共通する言葉が散見されます。

表1 日本版DMOの定義

機関・研究者	捉え方
Travel vision	地域全体の観光マネジメントを一本化する、着地型観光のプラットフォーム組織
第1回地域しごと創生会議資料	マーケティングとブランディングを武器に観光地経営の司令塔となるような組織
まち・ひと・しごと創生基本方針2016	様々な地域資源を組み合わせさせた観光地の一体的なブランドづくり、ウェブ・SNS等を活用した情報発信・プロモーション、効果的なマーケティング、戦略策定等について、地域が主体となって行う観光地域づくりの推進主体
観光庁	「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、関係者と協同しながら、地域の観光振興の実現に向けた戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人
JTB総合研究所	観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人
日本観光振興協会	観光地のマーケティング&プロモーションやブランディングのほか、クオリティコントロール、安全管理、資源管理などを担う機関
大社 充 (NPO法人グローバルキャンパス理事長)	行政、観光協会、観光業界だけでなく、農業、漁業などの異業種や、観光と関係のなかった住民を含む、分野横断型の取り組み体制（＝地域づくりの総合的な推進組織）
高橋一夫 (近畿大学経営学部)	地方自治体と民間事業者による観光ビジネスの共同体で、観光地経営を担うための機能と高い専門性を有し、観光行政との役割分担による権限と責任を明確にしたプロフェッショナルな組織

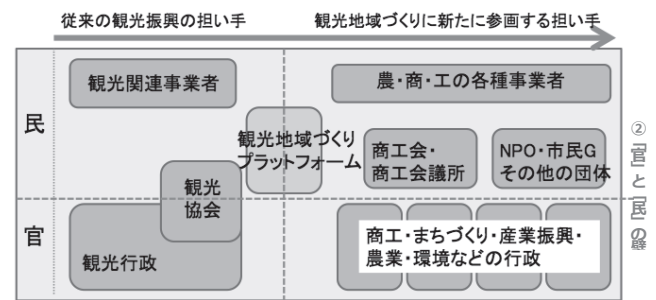
資料：各種資料から著作作成

ところで、地域の観光振興を考える場合、これまでは図1のように、①「観光事業者」と「観光に直接関係のない市民や観光以外の事業者」との間、ならびに②「官」と「民」の間に大きな壁がありました。しかし、新しい観光地域づくりの推進母体としてのDMOは、これらの壁を取り払い、地域のあらゆる利害関係者との合意形成

を行いながら、地域の活性化を推進する役割が求められます。

このような、観光振興の担い手の拡大を念頭に置いて、改めてDMOを定義すると、「域外の需要を取り込んで地域を活性化させるために、地元の知恵・資源、外部の専門性（マーケッター等）を活かしながら、データの収集・分析やブランド構築、商品開発、プロモーションといった地域マーケティングとマネジメントを、地域観光のワンストップ窓口として行う組織」と表現できます。

図1 日本版DMOと地域の関係



①「観光事業者」と「これまで観光に直接関係のなかった市民や各種事業者」との壁

資料：観光地域づくりプラットフォーム推進機構より著作作成

## ■日本版DMOの課題

日本版DMOの政策的な位置づけが緒に就いたばかりで、学問的な検証が十分に行われていないこともあり、成功事例の評価は難しいといわれます。一方で、候補法人の登録状況を見ると、DMOの普及に向けた課題が徐々に浮かび上がっています。

例えば、交付金や補助金を受けるための組織づくりが先行し、地域経営戦略の策定が後回しになっているケースです。とりわけ、先にも指摘したように、PR活動の基礎となるはずのマーケティング機能が脆弱です。地域の具体的な将来像を描いた上で、①地域内外の人材・ノウハウの取り込み、②データの収集・分析、③ブランド力の向上、④プロモーションを優先すべきです。

なお、(一社)札幌・北海道コンテンツ戦略機構では、企業の価値と社会的価値を同時に実現することが、DMOの役割と捉えています。これはまさにCSV（Creating Shared Value：共通価値の創造）の発想です。ただし、これまでマネジメントやマーケティングの意識が低かった地域観光に、大企業でさえ導入が難しいとされるCSVの概念を導入するのは、一足飛びの挑戦にはかなりません。

したがって、にわかにはその領域へ向かおうとせず、じっくりと地域の合意形成を図りながら、地域のあるべき姿の議論を深め、その実現に必要な仕組みを構築してほしいものです。

# 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		
	億円	前年比%	億円	億円	億円	前年比%	億円	億円	億円	前年比%	億円	前年比%	
24年	16,987	0.1	8,417	8,570	195,916	0.0	66,389	129,527	13,691	5.1	94,772	8.0	
25	17,439	2.7	8,895	8,544	197,774	0.6	67,195	130,579	14,268	4.2	98,724	4.2	
26	17,949	2.9	9,276	8,673	201,973	1.7	68,274	133,699	15,226	6.7	104,232	5.6	
27	18,171	2.4	9,390	8,780	200,491	1.3	68,258	132,233	16,158	6.1	109,957	5.5	
27年	7	1,605	4.0	877	728	17,057	3.2	6,191	10,867	1,472	6.0	10,032	5.3
	8	1,432	5.6	684	748	16,056	2.6	4,832	11,225	1,470	6.9	9,961	5.5
	9	1,381	5.0	691	690	15,114	2.6	4,941	10,173	1,348	5.2	9,189	5.1
	10	1,480	7.4	758	722	16,072	4.0	5,496	10,576	1,403	5.9	9,484	6.1
	11	1,541	1.4	823	718	16,491	▲ 0.8	5,992	10,499	1,320	4.4	8,990	4.2
	12	1,980	1.8	1,103	877	20,925	0.9	7,826	13,099	1,425	5.4	9,718	5.1
28年	1	1,524	1.7	791	733	16,913	2.1	5,869	11,044	1,299	5.2	8,849	4.8
	2	1,337	2.9	671	666	14,886	3.3	4,912	9,974	1,245	8.3	8,453	7.6
	3	1,486	0.3	774	712	16,463	▲ 0.2	5,831	10,633	1,392	4.4	9,371	3.5
	4	1,401	0.0	694	707	15,456	▲ 0.1	5,012	10,443	1,370	5.9	9,190	4.5
	5	1,433	▲ 2.2	703	730	15,978	▲ 1.9	5,125	10,854	1,414	3.3	9,593	2.6
	6	1,394	▲ 2.0	685	709	15,675	▲ 0.7	5,183	10,492	1,399	4.4	9,436	3.8
	7	1,614	0.5	863	751	17,210	0.9	6,165	11,045	1,547	5.1	10,416	3.8
	8	1,365	▲ 4.7	635	729	15,541	▲ 3.2	4,529	11,012	1,527	3.9	10,295	3.4
	9	P 1,318	P ▲ 4.6	P 638	P 679	P 14,705	P ▲ 2.7	P 4,684	P 10,021	P 1,419	P 5.3	P 9,552	P 4.0

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				家計消費支出				常用雇用労働者現金給与総額					
	大阪府		全国		大阪府		全国		大阪府					
	総数		総数		総額		総額		実額		賃金指数		実質	
	台	前年比%	台	前年比%	円	名目前年比%	円	名目前年比%	円	22年=100	前年比%	円	22年=100	前年比%
24年(平均)	231,575	25.7	4,572,332	29.7	276,646	4.8	286,169	1.1	379,993	96.5	▲ 1.7	97.0	▲ 1.8	
25	231,525	▲ 0.0	4,562,283	▲ 0.2	272,813	▲ 1.4	290,454	1.5	374,611	94.9	▲ 1.7	95.1	▲ 2.0	
26	236,158	2.0	4,699,591	3.0	267,169	▲ 2.1	291,194	0.3	382,055	96.5	1.7	94.1	▲ 1.1	
27	213,729	▲ 9.5	4,215,895	▲ 10.3	260,187	▲ 2.6	287,374	0.3	379,577	96.4	▲ 0.1	92.8	▲ 1.4	
27年	7	18,595	▲ 3.6	355,892	▲ 9.1	250,855	▲ 1.7	280,471	0.1	455,314	115.8	▲ 0.8	111.6	▲ 1.3
	8	14,487	▲ 2.0	271,386	▲ 3.5	285,650	0.8	291,156	3.2	304,895	77.5	▲ 0.4	74.4	▲ 1.1
	9	20,375	▲ 10.5	399,760	▲ 7.4	244,401	▲ 10.6	274,309	▲ 0.3	312,702	79.5	1.9	76.3	1.6
	10	16,730	▲ 2.5	315,192	▲ 4.0	261,595	▲ 1.3	282,401	▲ 2.1	310,557	79.0	▲ 2.6	75.7	▲ 3.4
	11	16,577	▲ 3.5	314,053	▲ 7.6	231,491	▲ 15.3	273,268	▲ 2.5	310,648	79.0	▲ 0.9	75.9	▲ 1.7
	12	15,600	▲ 9.5	307,859	▲ 14.6	282,869	▲ 3.3	318,254	▲ 4.2	731,166	185.9	1.4	178.8	0.5
28年	1	16,880	▲ 2.3	328,994	▲ 4.4	232,571	▲ 11.9	280,973	▲ 3.1	301,608	76.7	▲ 0.5	74.0	▲ 1.1
	2	19,423	▲ 5.8	382,116	▲ 7.5	232,040	▲ 3.4	269,774	1.6	304,638	77.5	0.4	74.5	▲ 0.7
	3	25,481	▲ 4.0	532,468	▲ 9.3	236,139	▲ 19.9	300,889	▲ 5.3	333,807	84.9	1.2	81.6	0.6
	4	14,469	5.6	269,251	2.2	236,857	▲ 12.0	298,520	▲ 0.7	327,327	83.2	0.5	79.9	0.4
	5	15,016	3.8	275,505	▲ 1.4	231,984	▲ 9.2	281,827	▲ 1.6	309,987	78.8	0.4	75.7	0.5
	6	17,808	▲ 5.1	344,324	▲ 5.6	230,420	▲ 4.7	261,452	▲ 2.7	563,066	143.2	1.7	138.2	2.1
	7	17,668	▲ 5.0	348,163	▲ 2.2	259,232	3.3	278,067	▲ 0.9	458,296	116.5	0.6	112.6	0.9
	8	15,186	4.8	279,374	2.9	254,841	▲ 10.8	276,338	▲ 5.1	305,777	77.7	0.3	75.1	0.9
	9	21,363	4.8	396,905	▲ 0.7	283,919	16.2	267,119	▲ 2.6					

(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  
※普通、小型、軽の合計

総務省統計局「家計調査」  
※二人以上世帯  
※年平均

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。  
※年平均

## 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		非居住用		合計		非居住用		合計		合計		
	千平方メートル	前年比	千平方メートル	前年比	千平方メートル	前年比	千平方メートル	前年比	戸	前年比	戸	前年比	
24年	7,823	▲ 1.5	2,662	▲ 7.8	132,609	4.8	42,857	7.2	61,617	5.5	882,797	5.8	
25	9,053	15.7	3,451	29.6	145,590	9.8	55,947	30.5	69,335	12.5	980,025	11.0	
26	8,423	▲ 7.0	3,473	0.7	134,021	▲ 7.9	53,890	▲ 3.7	64,528	▲ 6.9	892,261	▲ 9.0	
27	7,894	▲ 6.3	3,244	▲ 6.6	129,624	▲ 3.3	50,695	▲ 5.9	64,204	▲ 0.5	909,299	1.9	
27年	7	614	▲ 14.0	276	▲ 30.7	11,583	2.9	4,774	0.9	4,358	4.0	78,263	7.4
	8	802	12.5	395	40.0	11,012	▲ 2.6	4,178	▲ 7.6	6,163	8.5	80,255	8.8
	9	679	16.4	222	14.8	10,745	▲ 1.2	4,027	▲ 2.0	5,975	9.8	77,872	2.6
	10	848	20.0	349	9.7	10,913	▲ 11.8	4,252	▲ 22.1	6,780	35.2	77,153	▲ 2.5
	11	686	▲ 8.1	315	29.0	10,737	▲ 1.4	3,803	▲ 6.8	5,231	▲ 13.0	79,697	1.7
	12	613	12.0	163	4.4	10,286	▲ 0.1	3,962	6.7	5,856	4.5	75,452	▲ 1.3
28年	1	585	10.8	243	33.4	9,245	▲ 5.3	3,460	▲ 11.1	4,731	▲ 3.0	67,815	0.2
	2	663	50.4	267	91.4	10,228	▲ 2.0	4,013	▲ 12.0	5,746	45.1	72,831	7.8
	3	689	13.9	234	7.8	10,495	7.2	4,019	12.7	6,338	19.9	75,744	8.4
	4	684	▲ 11.9	228	▲ 49.8	10,845	▲ 6.6	3,858	▲ 22.0	6,513	45.0	82,398	9.0
	5	1,084	111.0	673	172.1	12,006	13.9	5,051	19.0	5,705	47.0	78,728	9.8
	6	817	3.7	351	23.5	12,041	▲ 1.4	4,679	4.2	6,341	▲ 13.7	85,953	▲ 2.5
	7	711	15.8	263	▲ 4.7	11,071	▲ 4.4	3,862	▲ 19.1	6,102	40.0	85,208	8.9
	8	603	▲ 24.8	167	▲ 57.7	11,877	7.9	4,877	16.7	5,581	▲ 9.4	82,242	2.5
	9	656	▲ 3.4	312	40.3	11,765	9.5	4,463	10.8	5,041	▲ 15.6	85,622	10.0

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		船舶・電力を 除く民需		総額		総額		
	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比	
24年	237,337	▲ 4.3	88,134	▲ 0.9	3,788	2.7	125,423	14.3	
25	256,041	7.9	93,232	5.8	4,387	15.8	141,490	12.8	
26	278,919	8.9	96,920	4.0	5,070	15.6	147,940	4.6	
27	286,066	2.6	100,891	4.1	4,995	▲ 1.5	139,365	▲ 5.8	
27年	7	24,637	12.0	8,155	3.5	459	▲ 24.0	14,632	▲ 10.0
	8	21,335	▲ 3.7	7,916	▲ 0.9	335	▲ 24.8	11,132	▲ 1.2
	9	23,004	▲ 0.7	8,384	2.4	372	▲ 1.9	12,461	▲ 10.8
	10	27,337	21.9	8,918	12.6	293	▲ 44.8	12,530	▲ 4.7
	11	22,260	4.6	8,050	0.2	271	▲ 4.1	8,720	3.3
	12	22,567	▲ 0.1	8,130	▲ 3.5	322	12.8	8,086	▲ 9.5
28年	1	20,586	▲ 15.6	9,347	10.3	232	35.2	6,535	▲ 2.5
	2	22,442	▲ 8.3	8,487	0.7	162	6.7	6,968	▲ 2.1
	3	25,993	6.8	8,951	5.6	462	34.9	13,395	5.0
	4	22,672	▲ 7.0	7,963	▲ 8.9	1,058	3.2	20,301	10.5
	5	20,064	▲ 13.2	7,850	▲ 12.7	490	22.2	11,453	1.4
	6	22,098	▲ 9.0	8,498	1.1	567	▲ 33.4	15,278	▲ 1.8
	7	21,489	▲ 12.8	8,919	9.4	941	105.0	13,618	▲ 6.9
	8	20,619	▲ 3.4	8,725	10.2	473	41.0	12,473	12.0
	9					409	9.9	14,716	18.0

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)

※3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		
		22年=100	前月比	前年比	22年=100	前月比	22年=100	前月比	22年=100	前月比	22年=100	前月比	22年=100	前月比
24年	103.7	…	▲ 4.6	97.7	…	105.9	…	101.5	…	101.4	…	112.2	…	
25	105.3	…	▲ 1.5	96.0	…	103.3	…	100.0	…	100.0	…	115.7	…	
26	107.3	…	▲ 1.9	97.3	…	102.3	…	103.1	…	102.4	…	117.4	…	
27	105.9	…	▲ 1.3	96.3	…	109.5	…	103.2	…	101.1	…	119.1	…	
27年	7	108.0	2.3	2.3	97.3	2.5	109.3	1.9	103.0	▲ 0.5	100.8	0.0	118.0	0.3
	8	102.2	▲ 5.4	▲ 3.9	94.5	▲ 2.9	109.6	0.3	101.3	▲ 1.7	99.6	▲ 1.2	118.3	0.3
	9	105.7	3.4	▲ 4.5	96.5	2.1	111.0	1.3	102.8	1.5	101.1	1.5	118.0	▲ 0.3
	10	106.4	0.7	▲ 3.4	95.9	▲ 0.6	112.2	1.1	103.7	0.9	101.1	0.0	117.8	▲ 0.2
	11	103.7	▲ 2.5	▲ 3.1	95.2	▲ 0.7	113.6	1.2	101.6	▲ 2.0	98.8	▲ 2.3	118.3	0.4
	12	100.4	▲ 3.2	▲ 7.5	92.7	▲ 2.6	113.0	▲ 0.5	99.8	▲ 1.8	98.2	▲ 0.6	117.9	▲ 0.3
28年	1	102.5	2.1	▲ 8.8	97.3	5.0	113.4	0.4	104.1	4.3	100.7	2.5	117.9	0.0
	2	102.9	0.4	▲ 1.2	95.1	▲ 2.3	108.9	▲ 4.0	97.7	▲ 6.1	95.8	▲ 4.9	118.6	0.6
	3	105.2	2.2	▲ 1.6	97.2	2.2	107.4	▲ 1.4	105.0	7.5	101.5	5.9	119.2	0.5
	4	105.1	▲ 0.1	▲ 2.6	97.7	0.5	107.2	▲ 0.2	104.1	▲ 0.9	101.8	0.3	120.2	0.8
	5	101.3	▲ 3.6	▲ 3.6	96.2	▲ 1.5	106.3	▲ 0.8	103.3	▲ 0.8	101.2	▲ 0.6	121.9	1.4
	6	96.6	▲ 4.6	▲ 8.5	93.0	▲ 3.3	105.4	▲ 0.8	101.8	▲ 1.5	99.7	▲ 1.5	121.7	▲ 0.2
	7	97.8	1.2	▲ 12.0	95.3	2.5	102.4	▲ 2.8	100.9	▲ 0.9	100.7	1.0	119.6	▲ 1.7
	8	P 100.9	P 3.2	P 0.4	P 95.8	P 0.5	P 101.7	P ▲ 0.7	101.8	0.9	99.7	▲ 1.0	120.6	0.8
	9													

大阪府統計課「大阪の工業動向」

※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。

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との比較。

※在庫指数の年数値は、期末値。

		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		
		22年=100	前月比	前年比	22年=100	前月比	22年=100	前月比	前年比	前年比	前年比	
24年	97.8	…	0.6	97.5	…	110.5	…	44,836	▲ 5.1	35,805	▲ 6.1	
25	97.0	…	▲ 0.8	96.9	…	105.7	…	43,660	▲ 2.6	34,702	▲ 3.1	
26	99.0	…	2.1	98.2	…	112.3	…	42,975	▲ 1.6	34,175	▲ 1.5	
27	97.8	…	▲ 1.2	96.9	…	112.3	…	41,040	▲ 4.5	32,369	▲ 5.3	
27年	7	97.4	▲ 0.9	▲ 0.6	96.2	▲ 0.6	113.2	▲ 0.6	3,723	▲ 3.5	2,930	▲ 4.1
	8	96.7	▲ 0.7	▲ 0.9	96.4	0.2	113.4	0.2	3,503	▲ 2.9	2,709	▲ 3.6
	9	97.0	0.3	▲ 1.2	96.1	▲ 0.3	113.3	▲ 0.1	3,378	▲ 5.1	2,662	▲ 5.9
	10	98.2	1.2	▲ 1.6	98.6	2.6	111.9	▲ 1.2	3,419	▲ 5.9	2,706	▲ 6.7
	11	97.1	▲ 1.1	1.4	96.2	▲ 2.4	112.3	0.4	3,283	▲ 3.8	2,601	▲ 4.3
	12	95.9	▲ 1.2	▲ 2.1	94.9	▲ 1.4	112.7	0.4	3,246	▲ 5.8	2,532	▲ 6.2
28年	1	98.3	2.5	▲ 4.2	96.8	2.0	112.4	▲ 0.3	3,239	▲ 5.3	2,529	▲ 5.5
	2	93.2	▲ 5.2	▲ 1.2	92.8	▲ 4.1	112.2	▲ 0.2	3,160	▲ 3.1	2,494	▲ 3.7
	3	96.7	3.8	0.2	94.5	1.8	115.4	2.9	3,280	▲ 6.8	2,585	▲ 7.5
	4	97.2	0.5	▲ 3.3	96.0	1.6	113.4	▲ 1.7				
	5	94.7	▲ 2.6	▲ 0.4	93.5	▲ 2.6	113.9	0.4				
	6	96.9	2.3	▲ 1.5	95.1	1.7	113.9	0.0				
	7	96.5	▲ 0.4	▲ 4.2	95.8	0.7	111.2	▲ 2.4				
	8	97.8	1.3	4.5	94.7	▲ 1.1	111.5	0.3				
	9	P 97.8	P 0.0	P 0.9	P 95.7	P 1.1	P 111.0	P ▲ 0.4				

経済産業省「鉱工業指数」

※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。

※在庫指数の年数値は、期末値。

関西電力「営業概況」

# 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	前月比 %	人	前月比 %	人	前月比 %	人	前月比 %	倍	倍	倍	倍	
24年平均	149,139	13.9	56,729	12.4	192,904	▲ 4.0	44,556	▲ 8.0	0.77	1.27	0.80	1.28	
25	171,603	15.1	64,010	12.8	179,993	▲ 6.7	41,163	▲ 7.6	0.95	1.56	0.93	1.46	
26	180,786	5.4	65,749	2.7	163,339	▲ 9.3	37,633	▲ 8.6	1.11	1.75	1.09	1.66	
27	185,035	2.4	66,669	1.4	154,481	▲ 5.4	35,425	▲ 5.9	1.20	1.88	1.20	1.80	
27年	7	183,987	0.6	65,699	▲ 0.4	153,297	▲ 0.1	35,392	0.3	1.20	1.86	1.21	1.82
	8	186,905	1.6	67,457	2.7	153,949	0.4	35,652	0.7	1.21	1.89	1.22	1.84
	9	187,359	0.2	65,239	▲ 3.3	153,068	▲ 0.6	34,365	▲ 3.6	1.22	1.90	1.23	1.83
	10	189,721	1.3	68,853	5.5	153,267	0.1	36,323	5.7	1.24	1.90	1.24	1.86
	11	192,880	1.7	70,433	2.3	153,175	▲ 0.1	34,952	▲ 3.8	1.26	2.02	1.26	1.90
	12	197,326	2.3	70,827	0.6	153,214	0.0	34,709	▲ 0.7	1.29	2.04	1.27	1.90
28年	1	191,840	▲ 2.8	68,138	▲ 3.8	150,600	▲ 1.7	33,088	▲ 4.7	1.27	2.06	1.28	2.07
	2	194,682	1.5	73,418	7.7	150,663	0.0	34,905	5.5	1.29	2.10	1.28	1.92
	3	193,032	▲ 0.8	65,143	▲ 11.3	148,291	▲ 1.6	32,739	▲ 6.2	1.30	1.99	1.30	1.90
	4	196,501	1.8	70,542	8.3	144,796	▲ 2.4	31,977	▲ 2.3	1.36	2.21	1.34	2.06
	5	195,154	▲ 0.7	72,795	3.2	143,159	▲ 1.1	32,830	2.7	1.36	2.22	1.36	2.09
	6	197,714	1.3	71,492	▲ 1.8	142,371	▲ 0.6	32,979	0.5	1.39	2.17	1.37	2.01
	7	200,880	1.6	70,802	▲ 1.0	143,370	0.7	33,764	2.4	1.40	2.10	1.37	2.01
	8	201,291	0.2	72,477	2.4	144,147	0.5	32,977	▲ 2.3	1.40	2.20	1.37	2.02
	9	201,964	0.3	69,875	▲ 3.6	143,783	▲ 0.3	31,728	▲ 3.8	1.40	2.20	1.38	2.09

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		所定外労働時間						
	近畿		全国			大阪府		大阪府						
	実数		実数		実数	初回受給		産業計			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	%		
24年平均	5.1	0.1	4.3	▲ 0.3	...	9,417	▲ 3.3	11.9	105.2	▲ 0.6	13.5	101.3	0.8	
25	4.4	▲ 0.7	4.0	▲ 0.3	...	8,779	▲ 6.8	11.8	105.0	▲ 0.2	13.7	106.0	4.6	
26	4.1	▲ 0.3	3.6	▲ 0.4	...	7,991	▲ 9.0	12.6	113.2	7.8	14.4	114.3	7.8	
27	3.9	▲ 0.2	3.4	▲ 0.2	...	7,618	▲ 4.7	12.5	109.8	▲ 3.0	15.0	111.0	▲ 2.9	
27年	7	4.3	▲ 0.4	3.4	▲ 0.4	3.3	8,300	▲ 4.9	12.3	107.9	▲ 5.0	15.5	114.8	3.9
	8	4.4	0.4	3.4	▲ 0.1	3.4	8,482	▲ 4.7	11.6	101.8	▲ 1.1	14.6	108.1	9.4
	9	4.5	0.4	3.4	▲ 0.1	3.4	7,655	▲ 3.4	12.2	107.0	▲ 2.0	15.3	113.3	0.7
	10	3.6	▲ 0.7	3.1	▲ 0.4	3.2	7,307	▲ 9.2	12.3	107.9	▲ 6.0	15.0	111.1	▲ 0.1
	11	3.4	▲ 0.2	3.2	▲ 0.1	3.3	7,774	8.2	12.9	113.2	0.1	15.7	116.3	0.0
	12	3.3	▲ 0.1	3.1	▲ 0.1	3.3	6,004	▲ 9.0	13.0	114.0	▲ 4.7	16.1	119.3	4.6
28年	1	3.3	▲ 0.9	3.2	▲ 0.3	3.2	6,462	▲ 2.9	12.2	107.0	▲ 1.7	13.6	100.7	▲ 0.8
	2	3.3	▲ 0.7	3.2	▲ 0.3	3.3	6,911	▲ 4.1	12.6	110.5	0.0	15.6	115.6	2.0
	3	3.7	0.1	3.3	▲ 0.2	3.2	6,411	▲ 7.2	13.1	114.9	▲ 0.8	15.8	117.0	3.9
	4	4.0	0.5	3.4	▲ 0.2	3.2	6,388	▲ 8.4	14.0	122.8	6.9	16.2	120.0	5.2
	5	3.6	▲ 0.1	3.2	▲ 0.2	3.2	9,372	▲ 10.8	12.3	107.9	▲ 0.8	13.7	101.5	1.5
	6	3.7	▲ 0.2	3.1	▲ 0.3	3.1	7,097	▲ 7.3	12.4	108.8	1.7	15.0	111.1	2.8
	7	3.6	▲ 0.7	3.0	▲ 0.4	3.0	6,294	▲ 24.2	11.9	104.4	▲ 3.2	15.2	112.6	▲ 1.9
	8	4.1	▲ 0.3	3.2	▲ 0.2	3.1	8,672	2.2	11.7	102.6	0.8	14.2	105.2	▲ 2.7
	9	3.8	▲ 0.7	3.0	▲ 0.4	3.0	6,972	▲ 8.9						

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。

# 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				
	億円	前年比 %	億円	前年比 %	億円	前年比 %	億円	前年比 %			
24年	135,756	▲ 6.8	135,387	2.3	637,476	▲ 2.7	706,886	3.8	83.64	88.19	
25	146,374	7.8	152,542	12.7	697,742	9.5	812,425	14.9	103.46	97.90	
26	156,657	7.0	163,078	6.9	730,930	4.8	859,091	5.7	119.4	59.10	
27	160,697	2.6	151,881	▲ 6.9	756,139	3.4	784,055	▲ 8.7	121.84	37.24	
27年	7	13,742	4.8	13,664	▲ 0.5	66,629	7.6	69,243	▲ 3.3	123.23	51.16
	8	12,994	2.0	12,338	0.3	58,802	3.1	64,477	▲ 3.2	123.23	42.86
	9	13,871	2.9	12,592	▲ 11.1	64,133	0.5	65,346	▲ 11.0	120.22	45.48
	10	13,981	▲ 1.9	12,980	▲ 8.8	65,413	▲ 2.2	64,365	▲ 13.4	120.06	46.20
	11	12,370	▲ 6.5	12,663	▲ 5.8	59,787	▲ 3.4	63,662	▲ 10.2	122.54	42.65
	12	13,386	▲ 10.8	11,721	▲ 19.2	63,378	▲ 8.0	61,989	▲ 18.0	121.84	37.24
28年	1	11,100	▲ 14.9	11,684	▲ 15.4	53,514	▲ 12.9	59,991	▲ 17.8	118.25	31.70
	2	11,999	▲ 3.4	10,613	▲ 17.0	57,037	▲ 4.0	54,638	▲ 14.2	115.02	30.35
	3	13,371	▲ 8.4	11,153	▲ 11.4	64,568	▲ 6.8	57,077	▲ 14.9	113.07	37.77
	4	12,610	▲ 8.8	10,386	▲ 18.1	58,891	▲ 10.1	50,685	▲ 23.3	109.88	40.96
	5	11,029	▲ 12.8	10,102	▲ 12.7	50,918	▲ 11.3	51,347	▲ 13.7	109.15	46.85
	6	12,818	▲ 7.3	10,591	▲ 15.2	60,258	▲ 7.4	53,351	▲ 18.7	105.49	48.75
	7	11,999	▲ 12.7	10,204	▲ 25.3	57,292	▲ 14.0	52,188	▲ 24.6	103.90	44.89
	8	11,778	▲ 9.4	P 10,771	P ▲ 12.7	53,166	▲ 9.6	P 53,358	P ▲ 17.2	101.27	44.75
	9	P 12,633	P ▲ 8.9	P 11,067	P ▲ 12.1	P 59,684	P ▲ 6.9	P 54,701	P ▲ 16.3	102.04	45.17

大阪税関「近畿圏貿易概況」

財務省「貿易統計」

日本銀行「時系列統計」  
IMF「Primary Commodity Prices」  
※東京インターバンク相場、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			総合			生鮮食品を			総合			生鮮食品を			
	物価指数	前月比	前年比	22年=100	前月比	前年比	除く総合	前月比	前年比	22年=100	前月比	前年比	除く総合	前月比	前年比	
24年平均	100.6	...	▲ 0.9	99.5	...	0.0	99.5	...	0.0	99.7	...	0.0	99.7	...	▲ 0.1	
25	101.9	...	1.3	99.8	...	0.2	99.9	...	0.4	100.0	...	0.4	100.1	...	0.4	
26	105.1	...	3.1	102.2	...	2.4	102.2	...	2.3	102.8	...	2.7	102.7	...	2.6	
27	102.8	...	▲ 2.2	103.3	...	1.0	103.1	...	0.8	103.6	...	0.8	103.2	...	0.5	
27年	7	103.2	▲ 0.4	▲ 3.2	99.9	▲ 0.1	0.5	99.9	▲ 0.1	0.2	100.1	▲ 0.2	0.2	100.1	▲ 0.1	0.0
	8	102.5	▲ 0.7	▲ 3.8	100.2	0.3	0.7	100.1	0.1	0.3	100.2	0.1	0.2	100.1	0.0	▲ 0.1
	9	102.1	▲ 0.4	▲ 4.0	100.3	0.1	0.2	100.1	0.0	0.2	100.3	0.1	0.0	100.1	0.0	▲ 0.1
	10	101.4	▲ 0.7	▲ 3.8	100.4	0.1	0.8	100.2	0.1	0.3	100.2	0.0	0.3	100.1	0.1	▲ 0.1
	11	101.3	▲ 0.1	▲ 3.7	100.2	▲ 0.3	0.8	100.3	0.1	0.5	99.9	▲ 0.4	0.3	100.1	0.0	0.1
	12	100.9	▲ 0.4	▲ 3.6	100.1	▲ 0.1	0.8	100.3	▲ 0.1	0.7	99.8	0.0	0.2	100.0	▲ 0.1	0.1
28年	1	99.9	▲ 1.0	▲ 3.3	100.0	▲ 0.1	0.6	99.9	▲ 0.4	0.4	99.5	▲ 0.3	▲ 0.1	99.5	▲ 0.6	▲ 0.1
	2	99.6	▲ 0.3	▲ 3.5	100.1	0.1	0.8	99.9	0.1	0.5	99.6	0.1	0.2	99.4	▲ 0.1	0.0
	3	99.5	▲ 0.1	▲ 3.9	100.2	0.1	0.6	100.0	0.1	0.2	99.7	0.1	0.0	99.5	0.1	▲ 0.3
	4	99.1	▲ 0.4	▲ 4.3	100.0	▲ 0.2	▲ 0.1	99.9	▲ 0.2	▲ 0.3	99.9	0.2	▲ 0.3	99.8	0.3	▲ 0.4
	5	99.2	0.1	▲ 4.4	100.1	0.1	▲ 0.2	99.9	0.0	▲ 0.3	100.0	0.1	▲ 0.5	99.9	0.0	▲ 0.4
	6	99.1	▲ 0.1	▲ 4.3	99.7	▲ 0.4	▲ 0.4	99.6	▲ 0.3	▲ 0.5	99.9	▲ 0.1	▲ 0.4	99.8	0.0	▲ 0.4
	7	99.1	0.0	▲ 4.0	99.6	▲ 0.1	▲ 0.3	99.5	▲ 0.1	▲ 0.4	99.6	▲ 0.2	▲ 0.4	99.6	▲ 0.2	▲ 0.5
	8	98.8	▲ 0.3	▲ 3.6	99.6	0.0	▲ 0.6	99.4	▲ 0.1	▲ 0.6	99.7	0.0	▲ 0.5	99.6	0.0	▲ 0.5
	9	98.8	0.0	▲ 3.2	99.5	▲ 0.1	▲ 0.8	99.4	0.0	▲ 0.7	99.8	0.2	▲ 0.5	99.6	0.0	▲ 0.5

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		前年比	
	件数	前年比	負債金額	件数	前年比	負債金額		件	前年比		百万円
	件	%	百万円	件	%	百万円		%		%	
24年	1,711	▲ 15.6	539,937	12,124	▲ 4.7	3,834,563	355	▲ 21.6	1,441	▲ 31.2	
25	1,461	▲ 14.6	210,701	10,855	▲ 10.4	2,782,347	287	▲ 19.2	737	▲ 48.9	
26	1,342	▲ 8.1	164,247	9,731	▲ 10.3	1,874,065	243	▲ 15.3	1,089	47.8	
27	1,205	▲ 10.2	118,809	8,812	▲ 9.4	2,112,382	184	▲ 24.3	827	▲ 24.0	
27年	7	106	▲ 7.8	9,201	787	▲ 10.7	120,068	20	42.9	54	▲ 37.2
	8	99	10.0	4,468	632	▲ 13.0	97,896	14	▲ 30.0	26	▲ 81.1
	9	86	▲ 38.5	10,101	673	▲ 18.6	270,898	13	▲ 48.0	148	179.5
	10	102	▲ 8.1	14,791	742	▲ 7.2	106,241	14	▲ 44.0	58	▲ 62.6
	11	99	▲ 3.8	4,486	711	▲ 3.3	141,650	9	▲ 35.7	12	▲ 54.0
	12	96	0.0	5,785	699	1.8	385,353	13	▲ 18.8	128	123.1
28年	1	92	▲ 4.1	20,768	675	▲ 6.3	126,927	13	▲ 27.8	35	▲ 50.3
	2	108	4.8	8,694	723	4.4	163,516	17	0.0	33	▲ 75.4
	3	102	▲ 12.0	38,777	746	▲ 13.1	175,899	17	0.0	38	▲ 35.9
	4	98	▲ 2.0	7,894	695	▲ 7.0	103,344	14	▲ 6.7	70	169.5
	5	88	▲ 3.2	9,361	671	▲ 7.3	115,852	12	▲ 36.8	22	▲ 30.6
	6	103	▲ 7.2	9,849	763	▲ 7.4	108,227	13	▲ 13.3	46	▲ 42.0
	7	86	▲ 18.8	8,370	712	▲ 9.5	124,019	10	▲ 50.0	9	▲ 83.8
	8	99	0.0	19,352	726	14.8	126,049	14	0.0	39	46.4
	9	100	16.2	8,813	649	▲ 3.5	85,063	14	7.7	76	▲ 48.8

(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」





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 大阪府咲洲庁舎 24 階  
TEL 06(6210)9937 / FAX 06(6210)9940

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

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