

令和5年度第3回  
大阪府・大阪市経済動向報告会  
2023年11月9日(木)

# 最近の大阪経済の動向

大阪府 商工労働部

大阪産業経済リサーチセンター

山本 敏也

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

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

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

# ◆ 景気全体の動き

## 景気動向指数 (2019年8月～2023年7月 [速報値])

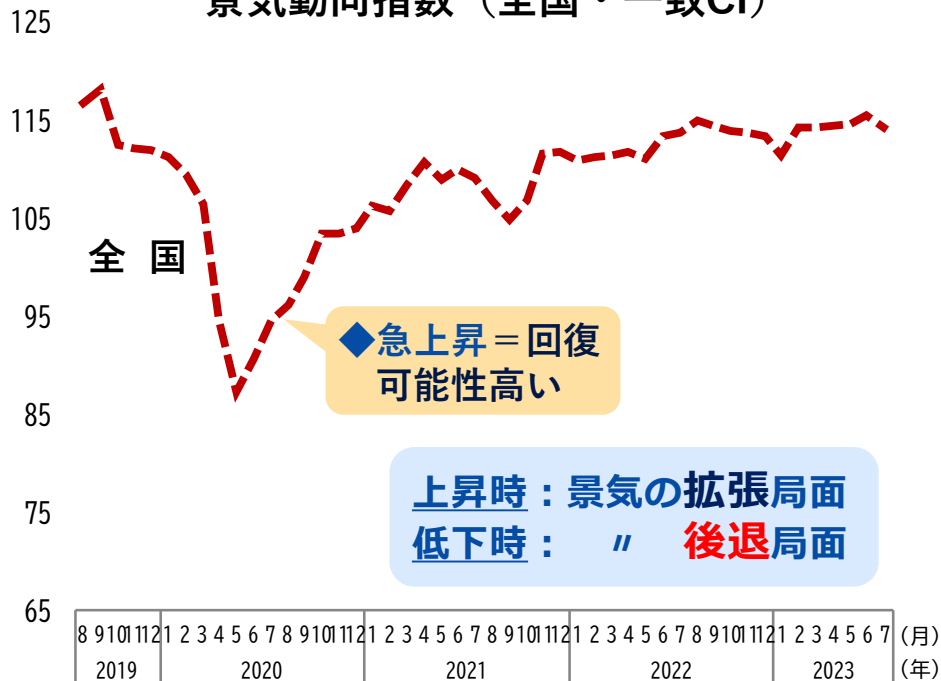
※CI (コンジットインデックス)

景気動向を反映すると考えられる複数の統計指標の変化量を合成したものの

### 景気動向指数 (大阪府・一致CI)



### 景気動向指数 (全国・一致CI)



【データ出所】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」

注) 2015年 = 100。

# (1) 企業の景況感

## 「景気観測調査(2023年7～9月期)」

- 調査時期：2023年8月下旬～9月中旬
- 回答企業数：1,864社  
(大企業5.7%、中小企業94.3% / 製造業28.5%、非製造業71.5%)

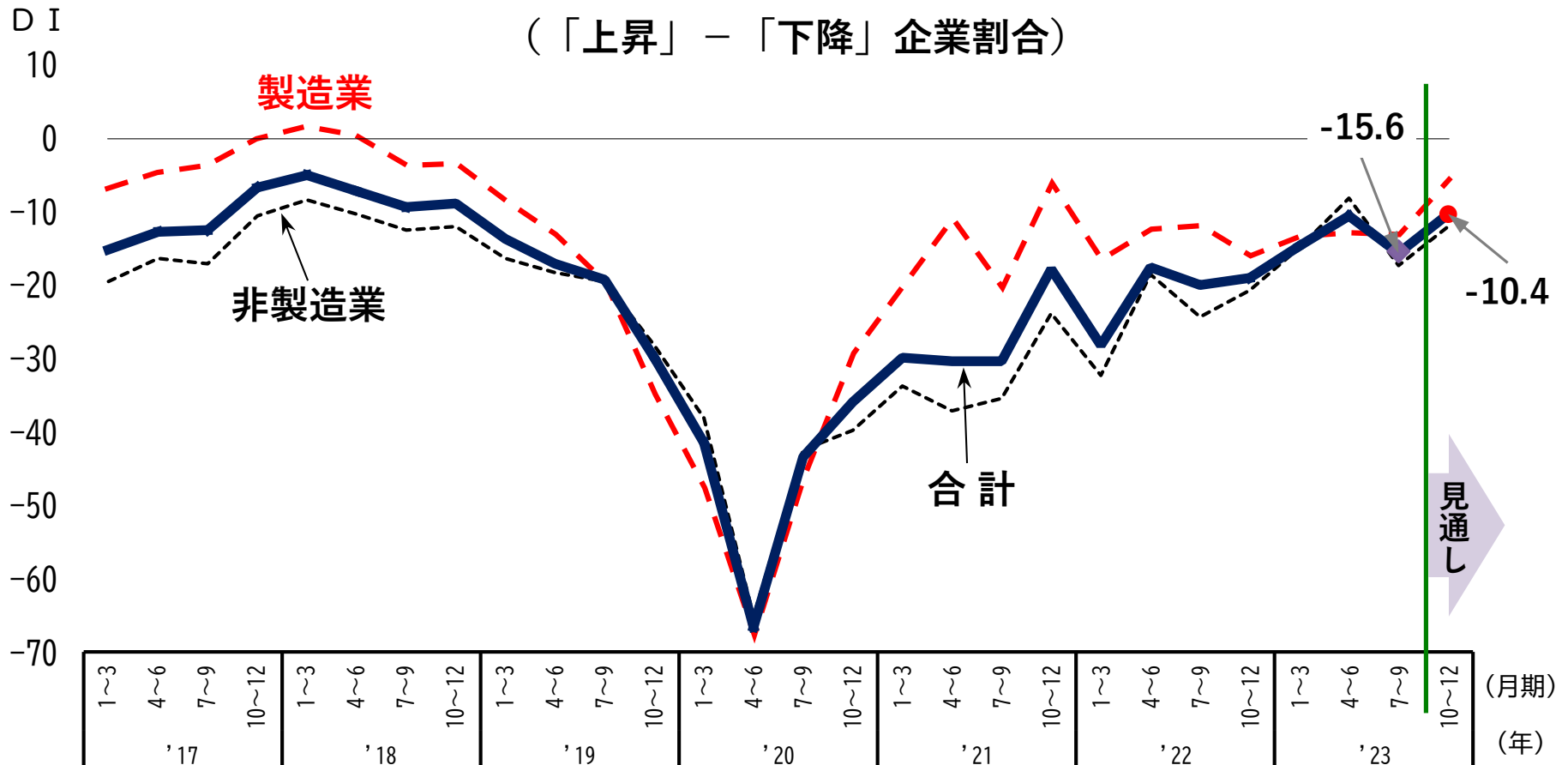


景気は、やや一服感がみられるものの、持ち直している

- ・ 企業【業況判断】(DI)：4 四半期ぶりの悪化
- ・ 【出荷・売上高】(DI)：4 四半期ぶりの悪化 (大企業で2ケタの落ち込み)
- ・ 【営業利益水準】(DI)：6 四半期ぶりの悪化
- ・ 【設備投資】(DI)：3 四半期ぶりの改善
- ・ 来期【業況判断】(DI)：改善の見通し

# (1) 企業の景況感・景気観測調査

## 業況判断DI (前期比・業種別、季節調整済)

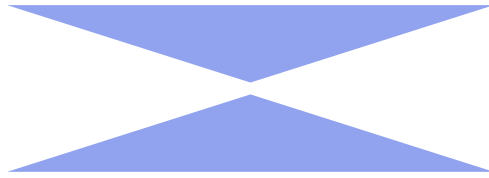


【データ出所】 「大阪府景気観測調査 (大阪産業経済リサーチセンター)」。

## (2) 需要サイド：輸出・投資・消費

### ● 外需は、5か月連続の減少

- ・半導体等電子部品、鉱物性燃料などが減少
- ・米国、EUは増加、中国、ASEANなどは減少

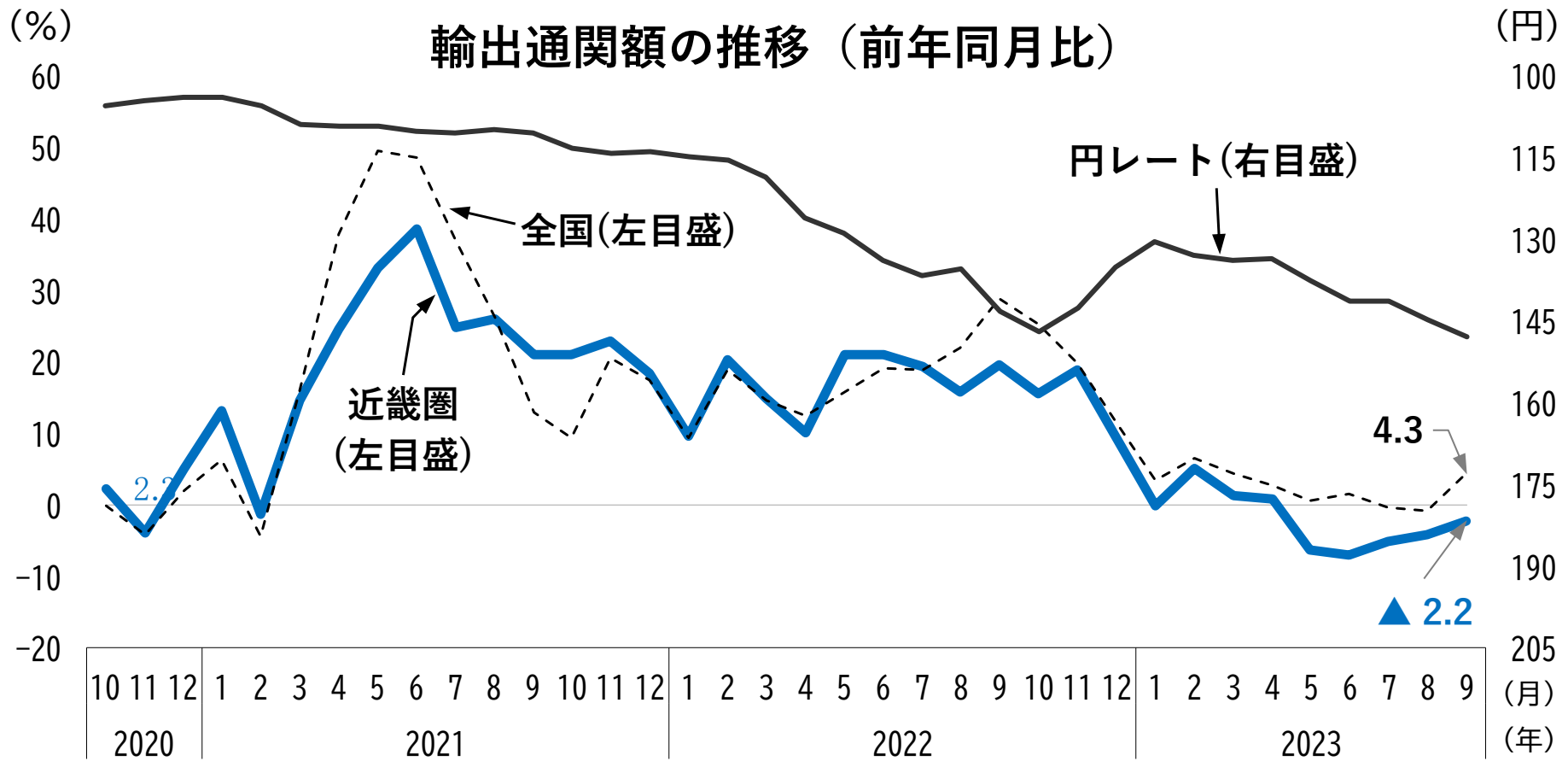


### ● 内需は、おしなべて好調

- ・投資：投資意欲は堅調、住宅建設も4か月ぶりの増加
- ・消費：百貨店・スーパー販売は増加、家電販売も増加、新車販売も増加

## (2) 需要サイド：輸出の動き

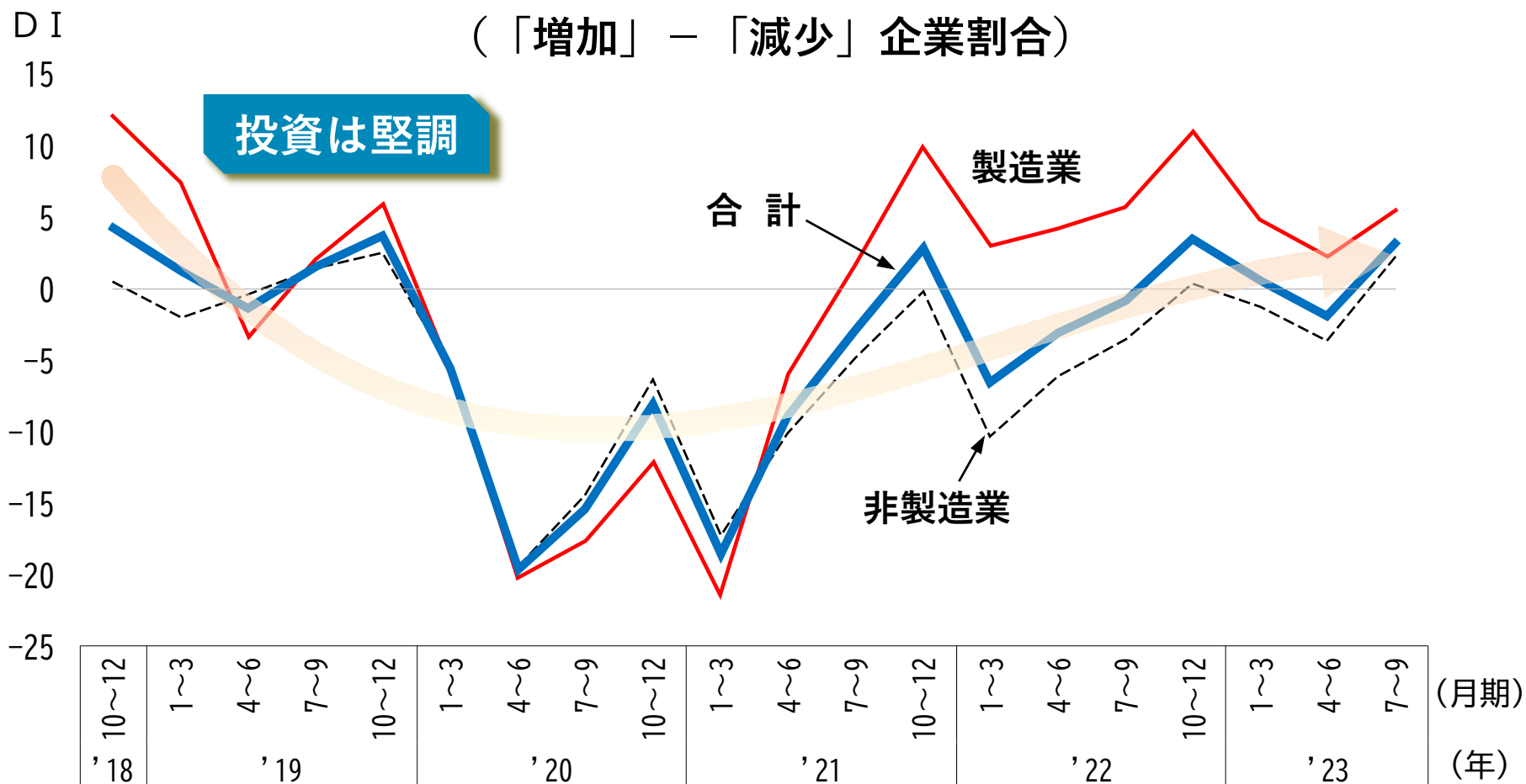
### 輸出通関額 (2020年10月～2023年9月 [近畿、全国])



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

# (2) 需要サイド：設備投資の動き・景気観測調査

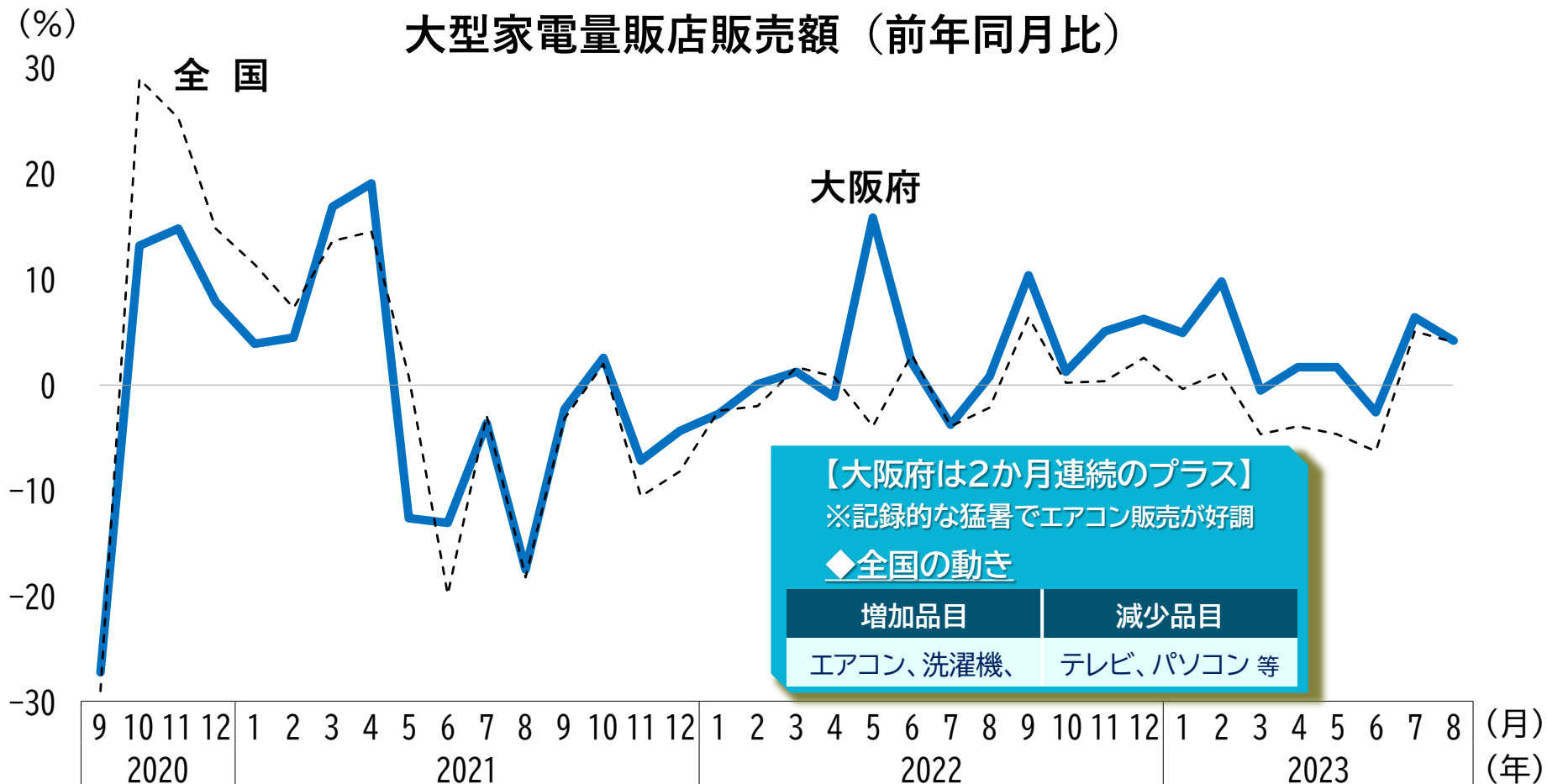
## 設備投資DI (業種別)



【データ出所】「大阪府景気観測調査 (大阪産業経済リサーチセンター)」。

## (2) 需要サイド：消費の動き

### 大型家電量販店販売額（2020年9月～2023年8月）

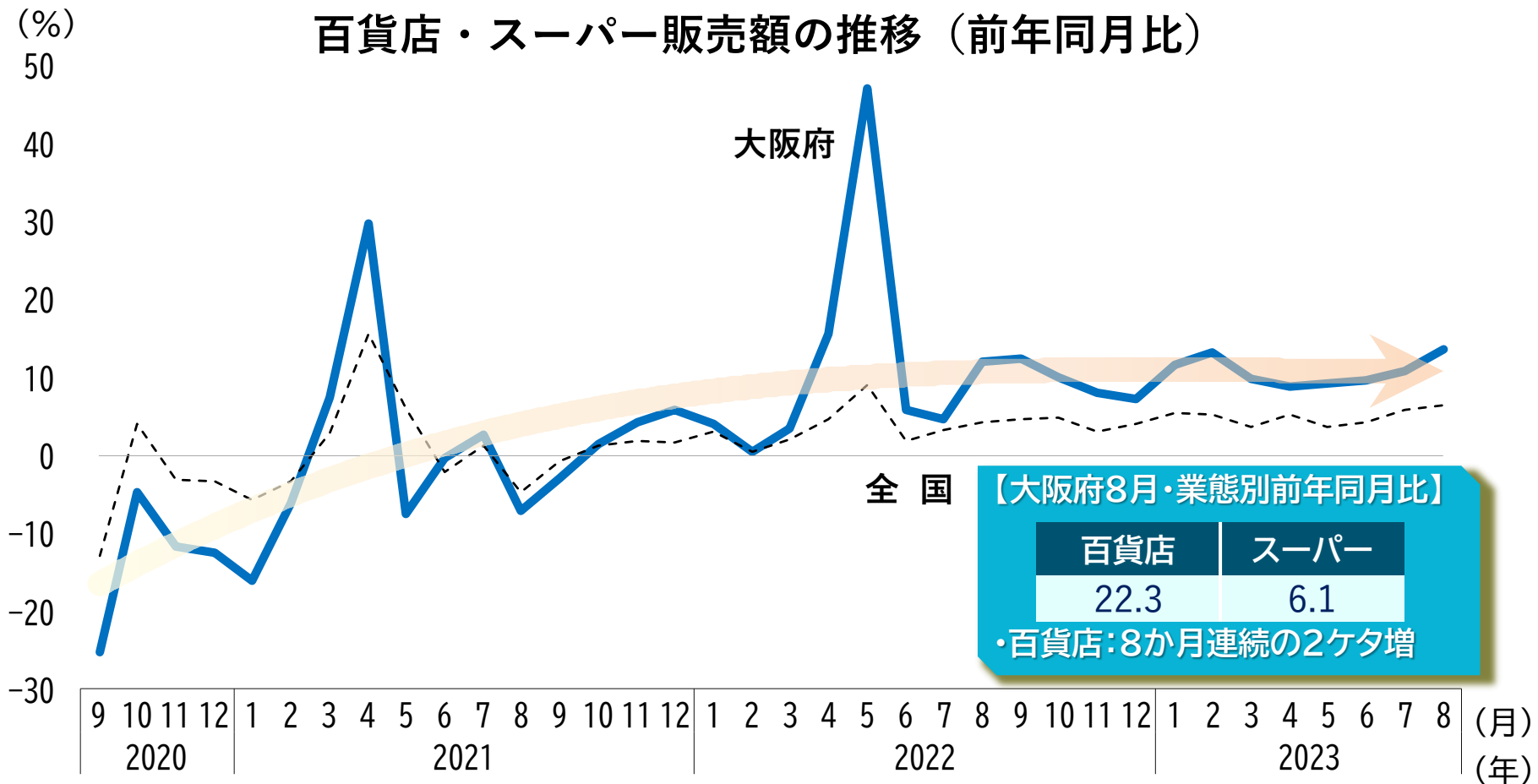


【データ出所】 経済産業省『商業動態統計』。



## (2) 需要サイド：消費の動き

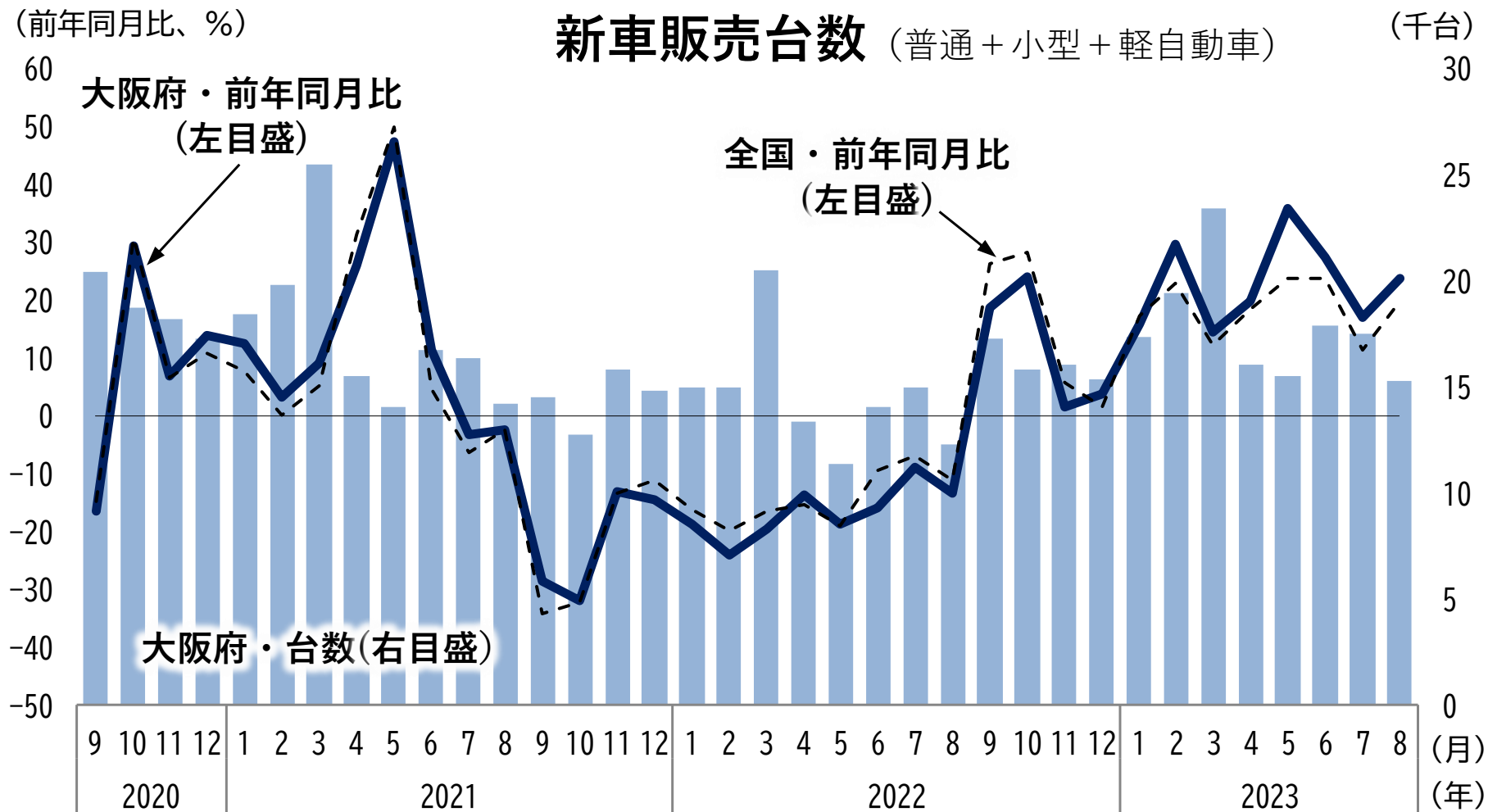
### 百貨店・スーパー販売額（2020年9月～2023年8月速報値）



【データ出所】近畿経済産業局『大型小売店販売状況（近畿地域）』。

## (2) 需要サイド：消費の動き

### 新車販売台数 (2020年9月～2023年8月速報値)



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

## (3) 供給サイド：生産・企業経営

### ● 生産は動きが弱く、原材料は高止まりか

- ・ 生産指数：前月比(↘)、前年同月比(原指数：2か月ぶりの↘)
- ・ 原材料価格(DI)：4 四半期ぶりの横ばい
- ・ 製／商品単価(DI)：2 四半期連続の横ばい
- ・ 営業利益(DI)：利益水準は6 四半期ぶりの悪化

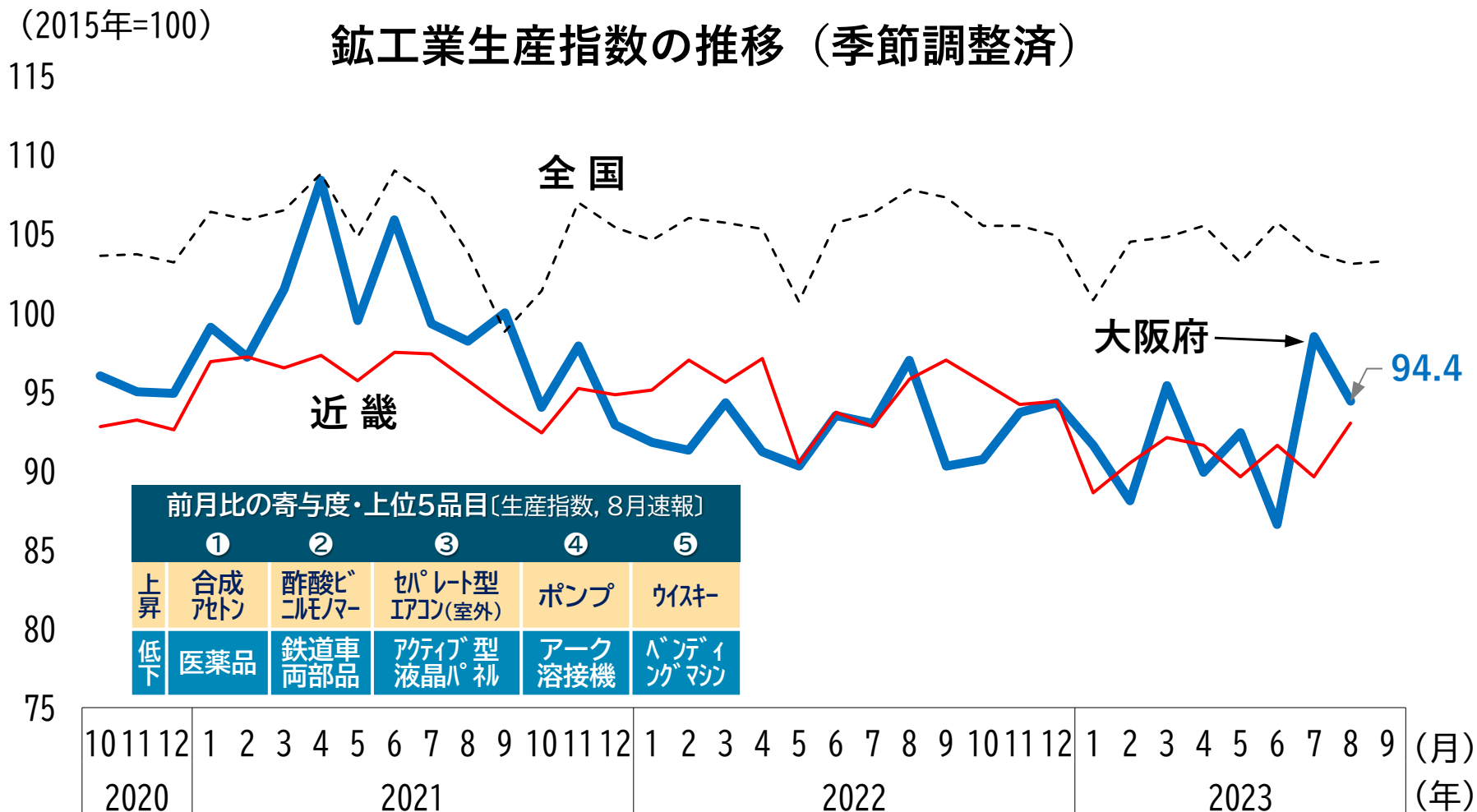


### ● 雇用は不足感が強いが、失業率は悪化

- ・ 雇用(DI)：不足感が続くも、来期は3四半期ぶりの悪化
- ・ 有効求人倍率：前月比(↘)、近畿の失業率：前年同月差が悪化

# (3) 供給サイド：生産の動き

## 鋳工業生産指数 (2020年10月～2023年9月)



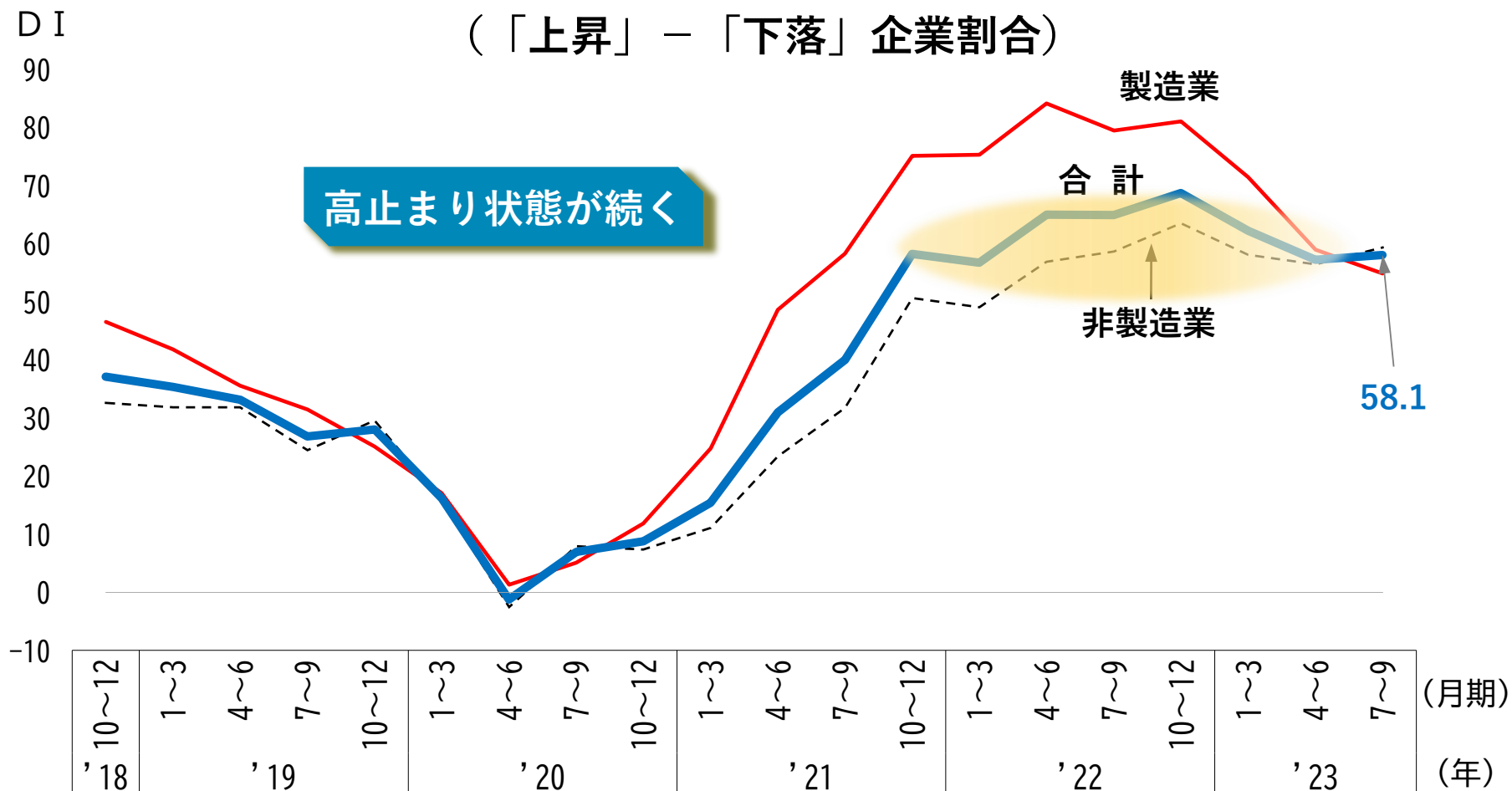
【データ出所】 経済産業省『鋳工業指数』、近畿経済産業局『鋳工業生産動向』、大阪府統計課『大阪の工業動向』。大阪府、近畿は2015年=100。全国は2020年=100。

# (3) 供給サイド：企業経営の状況・景気観測調査

## 原材料価格DI (規模別、前期比)

(「上昇」 - 「下落」 企業割合)

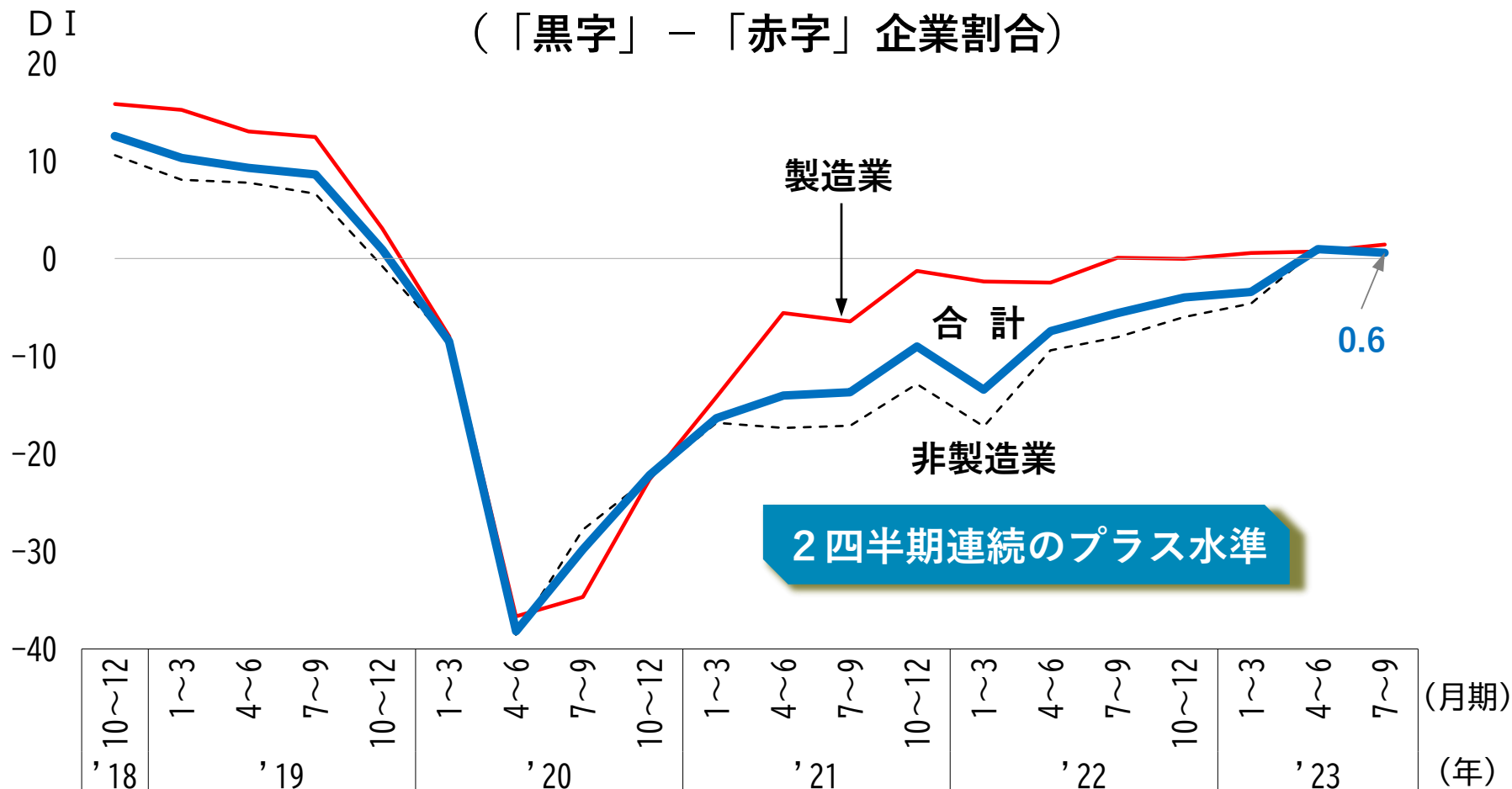
高止まり状態が続く



【データ出所】「大阪府景気観測調査 (大阪産業経済リサーチセンター)」。

# (3) 供給サイド：企業経営の状況・景気観測調査

## 営業利益判断DI (規模別、前期比、季節調整値)

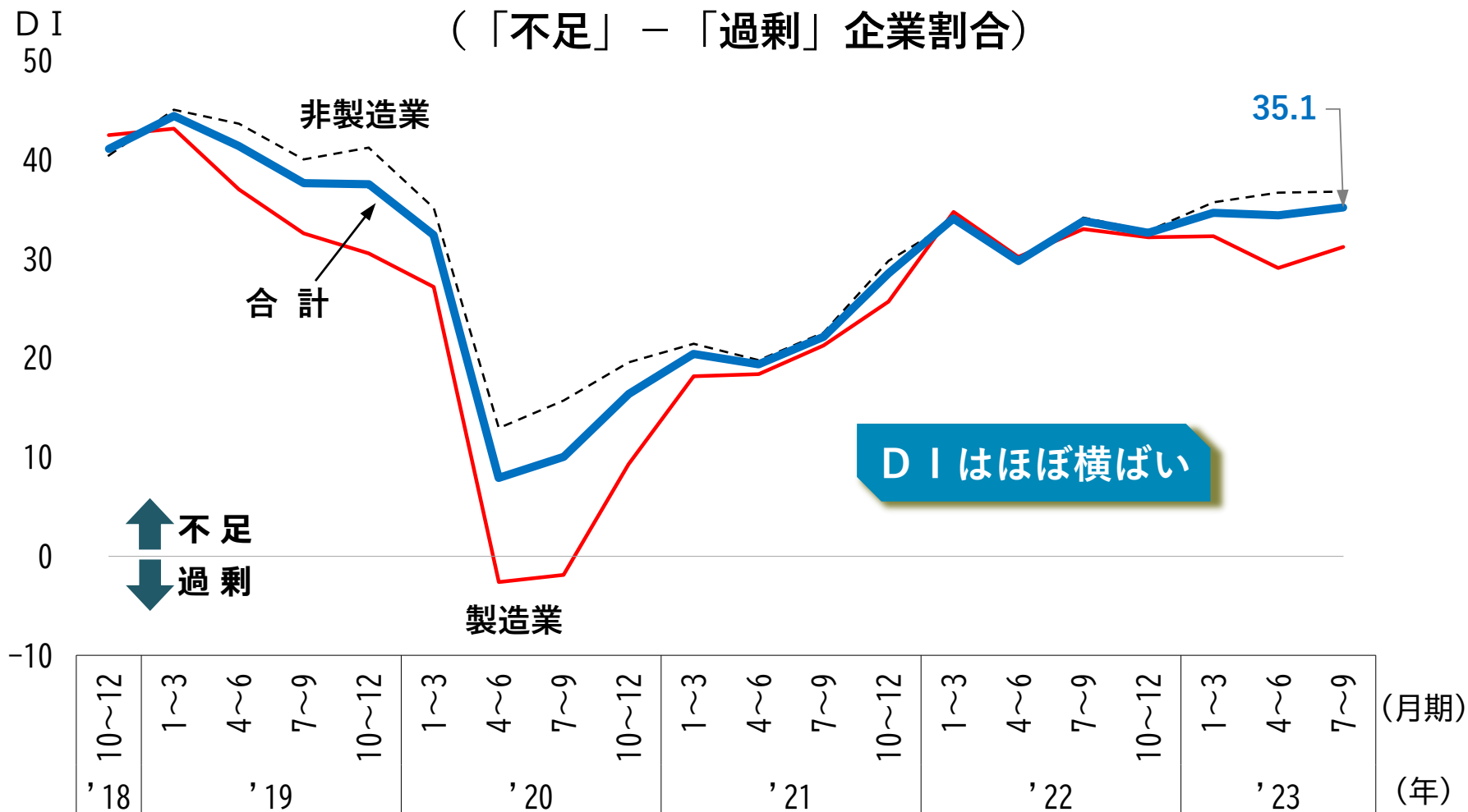


【データ出所】「大阪府景気観測調査（大阪産業経済リサーチセンター）」。

# (3) 供給サイド：企業経営の状況・景気観測調査

## 雇用不足感DI (業種別)

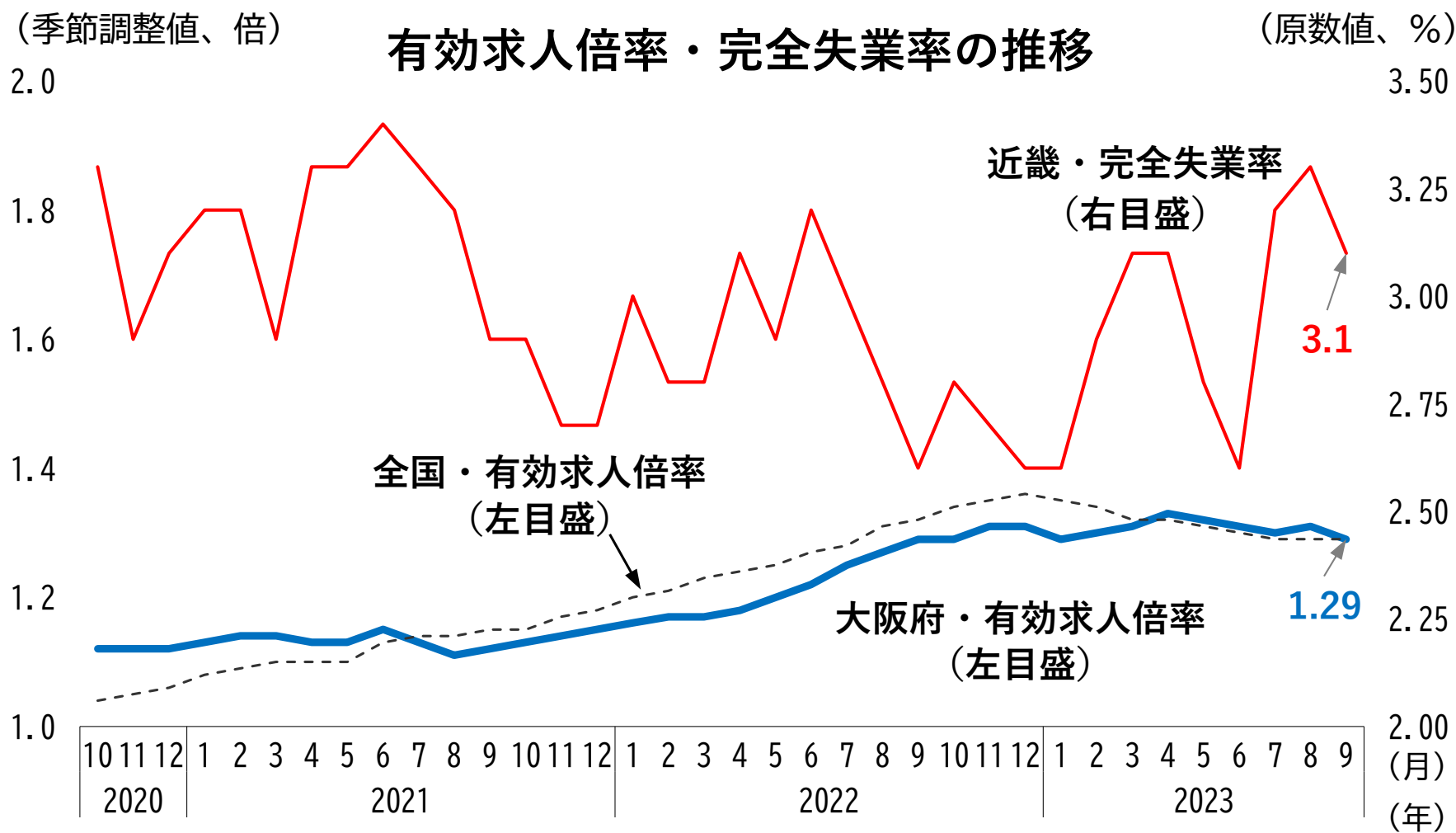
(「不足」 - 「過剰」 企業割合)



【データ出所】「大阪府景気観測調査 (大阪産業経済リサーチセンター)」。

# (3) 供給サイド：企業経営の状況

## 有効求人倍率・完全失業率 (2020年10月～2023年9月)



【データ出所】厚生労働省「一般職業紹介状況」、総務省「労働力調査」。



# ポストコロナ社会の 余暇と働き方

# サードプレイス(third place : TP)とは？

**定義** 家庭(1<sup>st</sup> place)でも職場(2<sup>nd</sup> place)でもない第三の居場所

## 憩い／社交・交流／くつろぎ

- R. オルデンバーグが提唱(1989年)
  - ◆ 一個人としてくつろげるTPのあり方が、「都市の魅力」を左右
- 8つの特徴と具体例
  - ◆ 中立の領域にある、人を平等にする、会話が主な活動、遊び心のある雰囲気、など
  - ◆ 英国のパブ、フランスのカフェ、居酒屋、スポーツジム、書店など

地域の重要な場所

## サードプレイスの課題

- 非場所(ノンプレイス)の扱い
  - ◆ チェーンの飲食店、SC、コンビニ = 地域性・独自性のない、モノを消費するだけの場所
  - ◆ TPか否かは顧客の使い方次第
- バーチャル空間の評価
  - ◆ インターネット空間にTP？

現状とのズレ？

# 2軸によるサードプレイスの類型

## 下半分 「地元志向」のサードプレイス

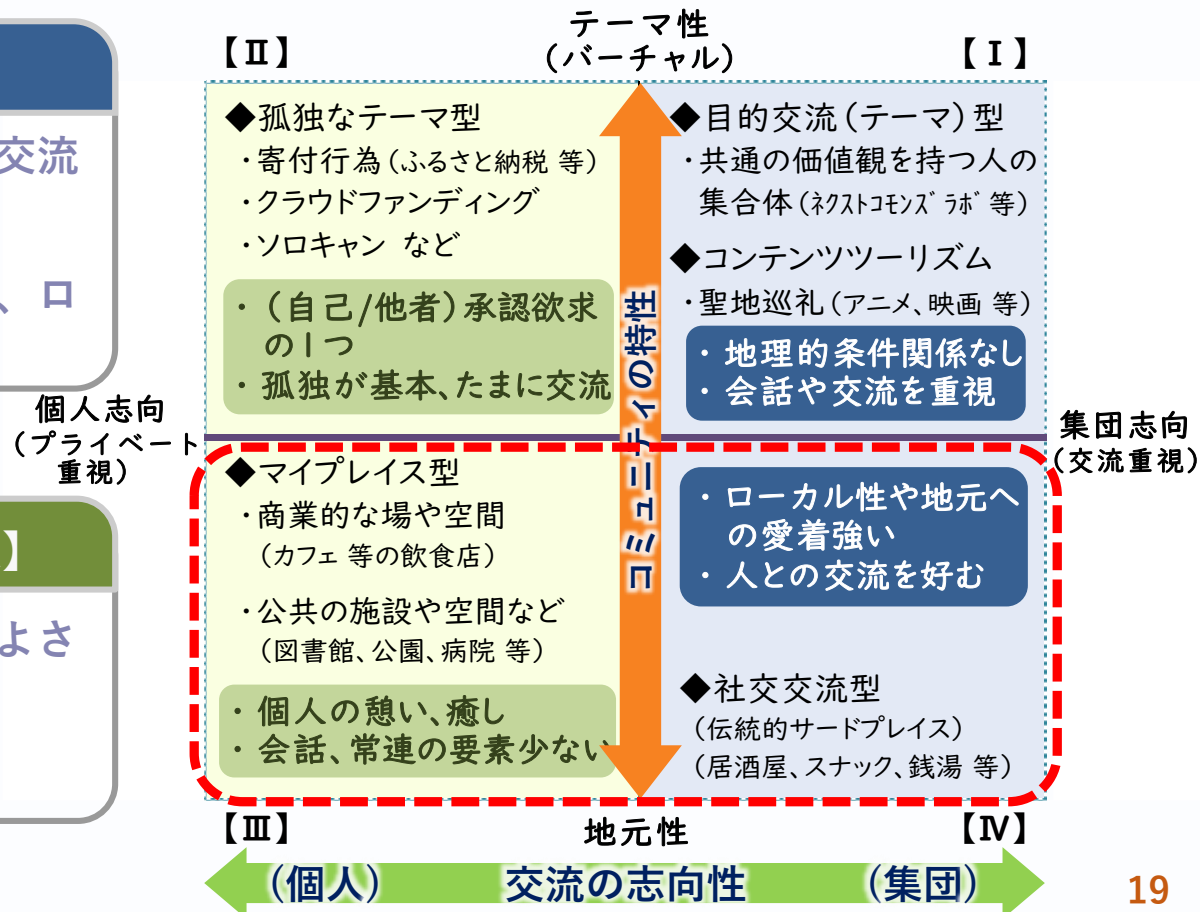
### 社交交流型【第Ⅳ象限】

- ・ 地元根ざし多様な人と対等に交流できる場
- ・ 交流による居心地の良さを求め、ローカル性や地元への愛着強い

### マイプレイス型【第Ⅲ象限】

- ・ プライベート重視、一人の心地よさを追求(学生、ノマドワーカー)
- ・ カフェ、図書館、公園 など

### 【類型図】



# 2軸によるサードプレイスの類型

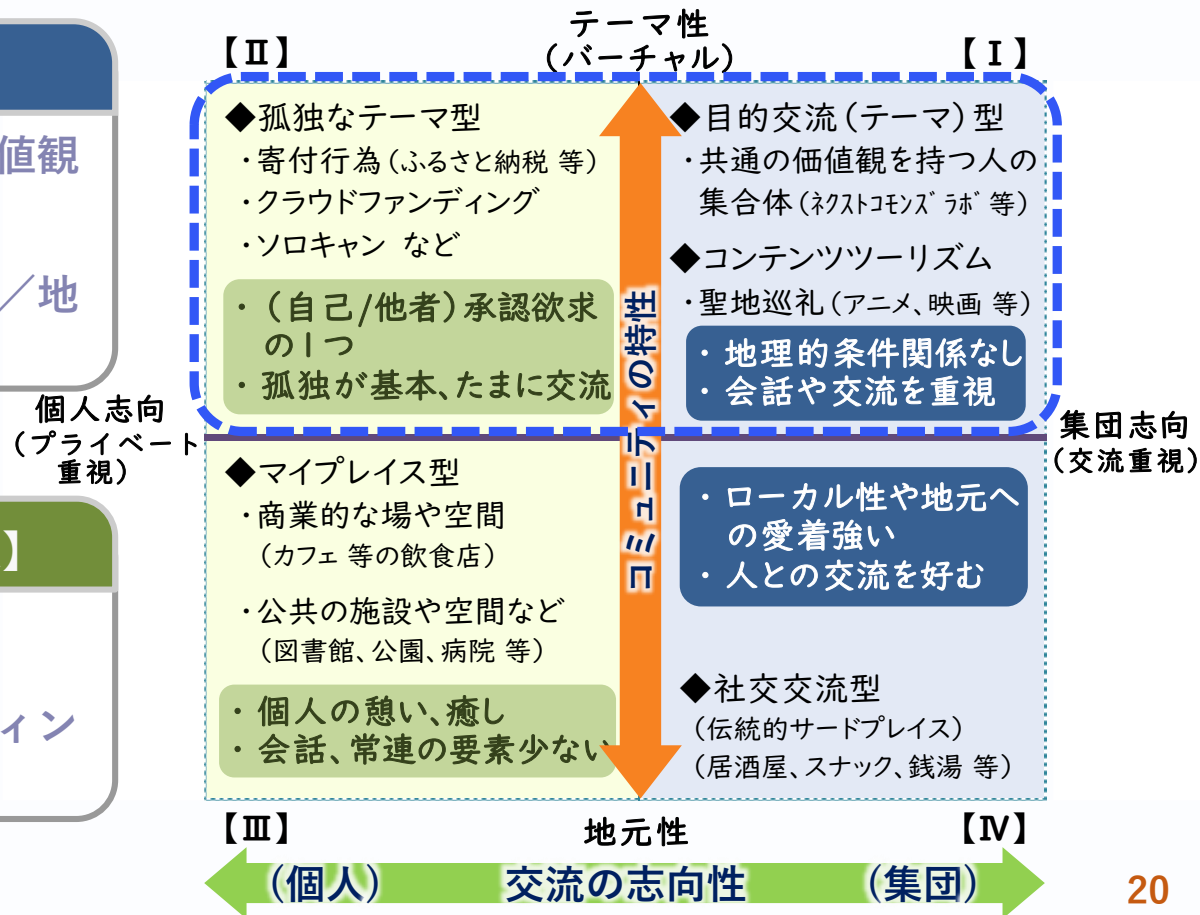
## 上半分 「テーマ志向」のサードプレイス

### 目的交流型【第Ⅰ象限】

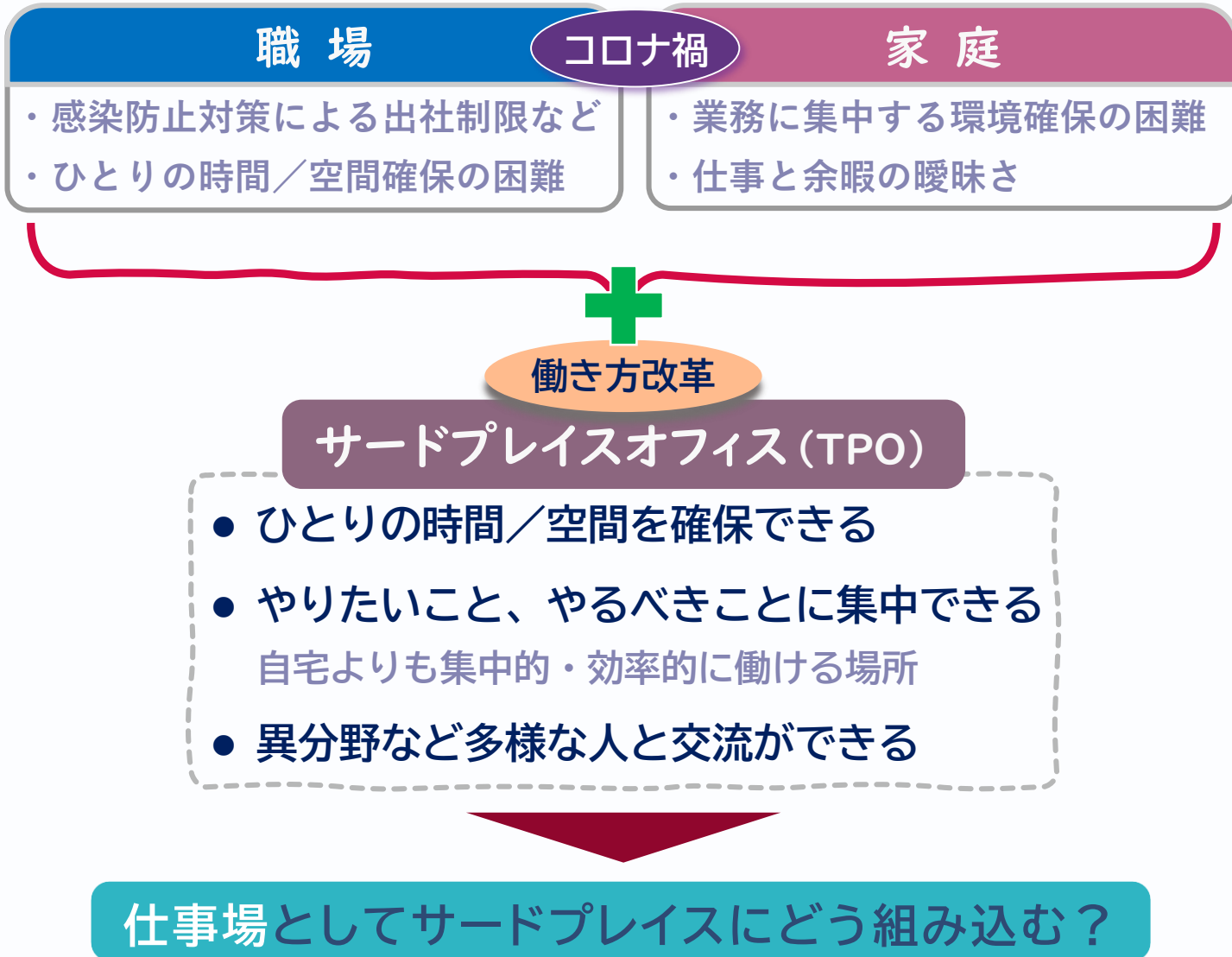
- ・ 会話や交流を重視し、共通の価値観や目的を優先する社交場
- ・ コンテンツツーリズム：テーマ／地域コミュニティを融合

### 孤独なテーマ型【第Ⅱ象限】

- ・ 孤独が基本、たまに交流
- ・ ソロキャン、クラウドファンディングなど



# コロナ禍によるサードプレイスの変質



# サードプレイスキューブ(TPC)

## 新たな評価軸の必要性

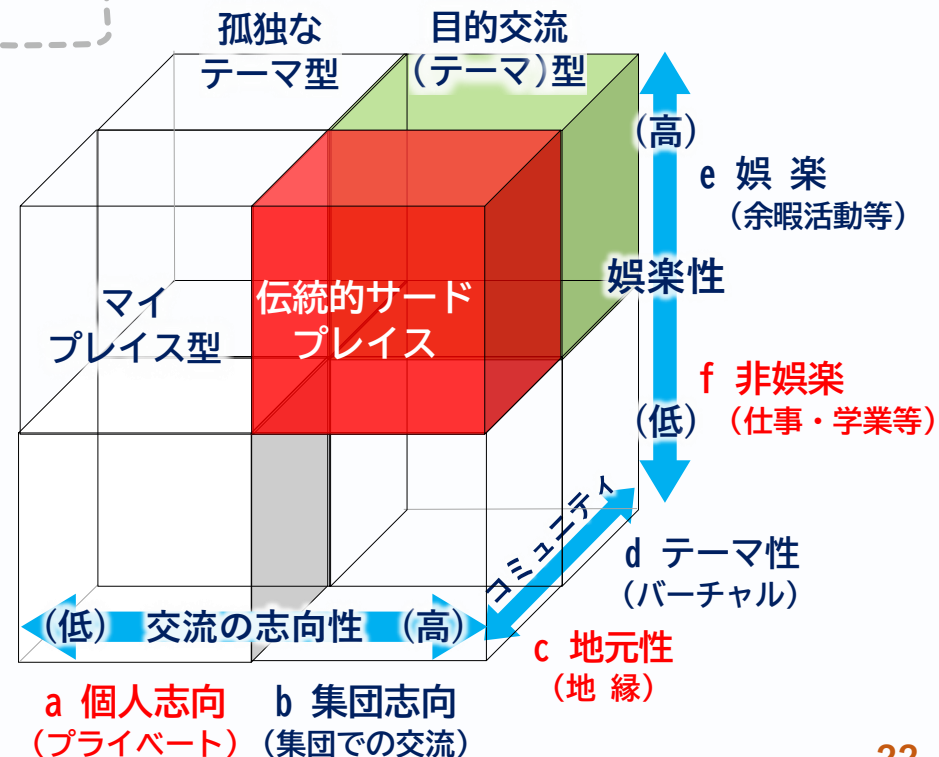
- オルデンバーグ：娯楽・余暇を前提に議論
- 娯楽との境目が曖昧な仕事形態の台頭

娯楽性の有無で  
曖昧な領域を包含

## 非娯楽型サードプレイス

- 先の4種類：TPC上半分に集約
- 下半分でサードプレイスオフィスを説明

## 【サードプレイスキューブ】



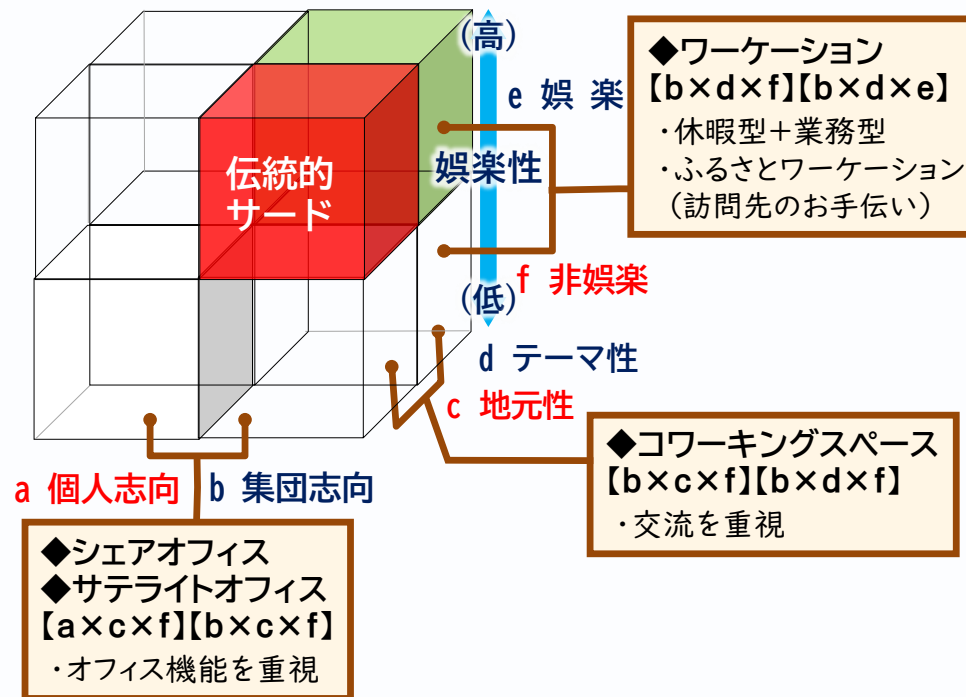
# サードプレイスオフィスの類型

## サードプレイスオフィス

- シェアオフィス
  - ・フリーアドレスで空間・設備を共有
  - ・個室とオープンスペースを備える
- サテライトオフィス
  - ・営業の移動時間・通勤時間短縮
  - ・個室とオープンスペースを備える
- コワーキングスペース
  - ・カフェ、バー、シェアキッチンが併設
  - ・利用目的が明確(起業、出張等)
- ワークेशन
  - ・職場/家以外で仕事、かつ自分時間を過ごす
  - ・都市と地方で交流、困りごと解決の例も

→ 関係人口増加、地域活性化の新たな芽？

## 【サードプレイスオフィスの類型】



# サードプレイスの類型で分かったこと

## 1 伝統的なサードプレイスは健在

## 2 サードプレイスの概念が多方面へ拡張

- 個人志向、テーマ(バーチャル)性、非娯楽(仕事場)の台頭が著しい

## 3 新しい領域と伝統的TPの関係

- アニメ聖地巡礼は伝統的TPと共通点
  - ◆ 平等性、遊び心が地域の魅力に
- ワークेशनがソーシャルキャピタル醸成
  - ◆ ネットワーク、信頼、互酬性

地域のWell-being

地域活性化の推進

サードプレイスの議論と実践の積み重ね



1. Wavy #5  
Saison

2. Vavy  
Farmhouse Ale

3. MEANI!  
Coffee Porter

4. Rudder #7  
American IPA

ご清聴ありがとうございました