

おおさか

経済の動き

平成25(2013)年 7~9月版

No. 484

大阪府商工労働部
(大阪産業経済リサーチセンター)

お お さ か 経 済 の 動 き

平成 25 (2013) 年 7 ～ 9 月版 N o . 484

目 次

大阪経済の情勢	2
経済情勢トピックス	4
消費税率変更による影響	
大阪府景気動向指数 (C I ・ D I) の動き	7
大阪府景気観測調査 (平成 25 年 7 ～ 9 月期)	10
最近の消費動向 (個別ヒアリング)	24
中小企業の動き (業種別景気動向調査)	26
プラスチック製品製造業 建築金物製造業 タクシー業	
洋菓子小売業 ゴルフ練習場	
平成 24 年度調査研究の紹介	36
大阪府内サービス産業における人材確保・育成・活用に関する調査	
大阪経済指標	40

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

大阪経済の情勢（平成 25 年 9 月指標を中心に）

「大阪経済は、着実に持ち直している」

需要面では、個人消費は持ち直している。大型小売店販売額、コンビニ販売額、家電販売額、新車販売、すべてで増加。投資では、住宅投資、非居住用建設投資はともに増加し、設備投資は持ち直しの動きがみられる。輸出は持ち直し傾向にある。輸出額は7ヶ月連続で増加し、主要国向けではすべての地域で増加。

供給面では、生産動向は持ち直している。大阪府(8月)は、生産、出荷はともに低下。近畿の生産(8月)は上昇、全国の生産(9月)は上昇。雇用は持ち直している。所定外労働時間は増加し、近畿の失業率は改善。有効求人倍率は横ばい、新規求人倍率は上昇。倒産は、件数・負債金額ともに悪化。

先行きについては、景気動向指数(先行)は低下。今後は、海外経済や、原材料価格・消費者物価の動向について、引き続き注意が必要。

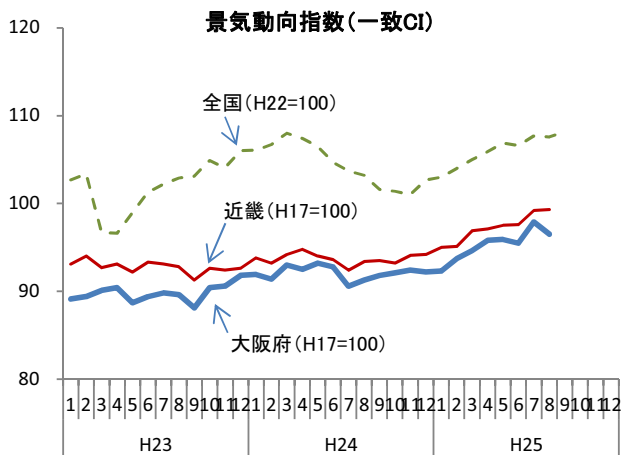
		需要							
		消費				投資		貿易・貨物	
総合		大型小売店販売(大阪)	コンビニ販売(近畿)	家電販売(近畿)	新車販売(大阪)	新設住宅着工(大阪)	建築物着工(大阪)	輸出(近畿)	関空取扱貨物量
9月		▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
8月		▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲

		供給				その他	
		生産		雇用		倒産	観光
一致CI(大阪)		生産(大阪)	生産(全国)	有効求人倍率(大阪)	失業率(近畿)	倒産件数(大阪)	関空外国人旅客
9月		▲	▲	▲	▲	▲	▲
8月		▲	▲	▲	▲	▲	▲

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

景気動向指数(CI)

大阪府(8月)は一致CI、先行CIともに低下。大阪府(一致CI)では、主に「生産財出荷指数」が低下に寄与。



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

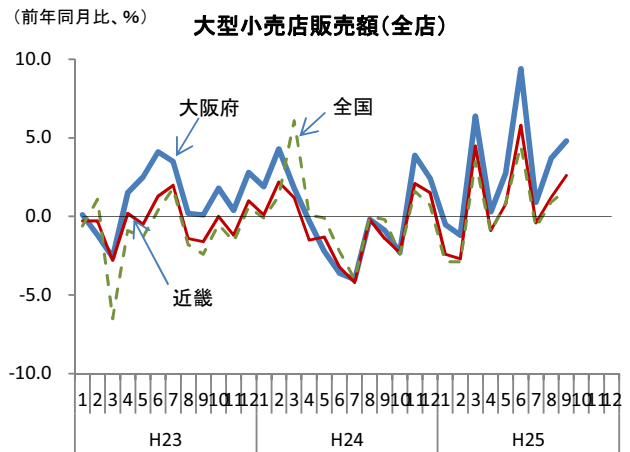
一致CIの個別系列の寄与度※（大阪府、8月速報）

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)
0.45	▲0.27	▲0.52	▲0.79	▲0.53	0.16	0.13

※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

個人消費は持ち直している。大型小売店販売額、コンビニ販売額、家電販売額、新車販売、すべてで増加。



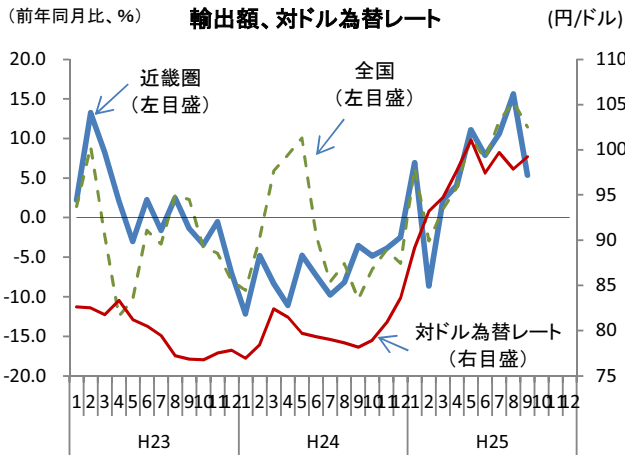
(資料) 近畿経済産業局「大型小売店販売状況」

(参考)大阪府内大型小売店へのヒアリングより(9月)

9月は、ファッション関連の定価品の動きが鈍く軒並み苦戦した。中旬までは気温が低く、秋物の衣料品が活発に動いたが、後半は気温の上昇や台風の到来などもあり、夏のバーゲン品を除いてやや失速した。一方、時計、ブライダル関連の宝石、バッグなどの高額品が引き続き好調で、富裕層の購買力の高さがうかがえる。宿泊施設では、円安基調などを追い風に外国人観光客の増加が著しく、7~9月期は宿泊人数が3割増の企業もみられた。

貿易・貨物

輸出は持ち直し傾向にある。輸出額は7ヶ月連続で増加し、主要国向けではすべての地域で増加。輸入額は9ヶ月連続の増加。取扱貨物量は、関空は減少し、大阪港は増加。



(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。

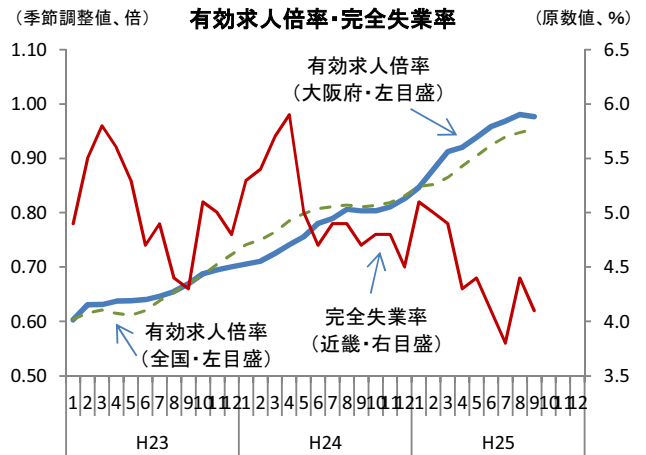
主要地域(国)別の増減(近畿、前年同月比(%))、9月速報

アジア(含む中国)	6.0	7ヶ月連続の増加
中国	10.4	7ヶ月連続の増加
EU	4.1	4ヶ月ぶりの増加
アメリカ	1.5	9ヶ月連続の増加

(資料)大阪税関「近畿圏貿易概況・速報」

雇用

雇用は持ち直している。所定外労働時間は増加し、近畿の失業率は改善。有効求人倍率は横ばい、新規求人倍率は上昇。



(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。

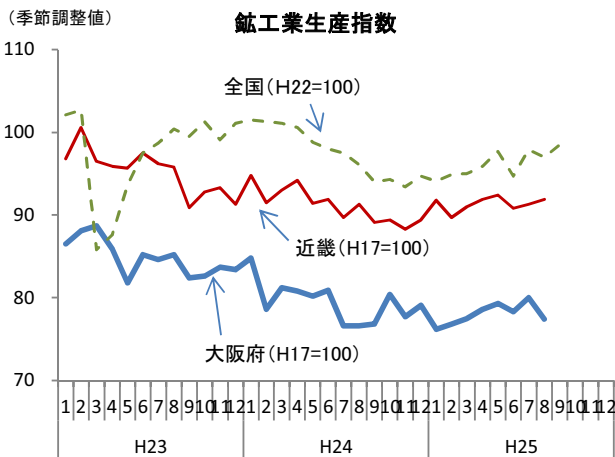
新規求人数の主要産業別の増減(大阪府、前年同月比(%))、9月

建設業	27.2
製造業	8.1
卸売業、小売業	13.1
宿泊業、飲食サービス業	34.6
医療、福祉	6.4

(資料)大阪労働局「求人・求職状況速報」

生産

生産動向は持ち直している。大阪府(8月)は、生産、出荷はともに低下。近畿の生産(8月)は上昇、全国の生産(9月)は上昇。在庫循環は在庫調整・在庫減らし局面。



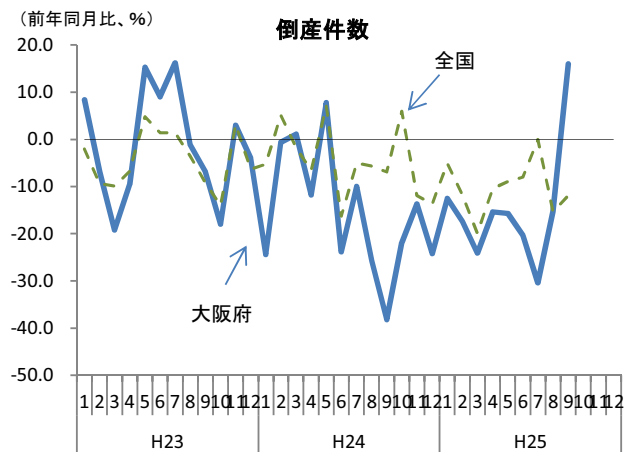
(資料)大阪府統計課「大阪の工業動向」、近畿経済産業局「鉱工業生産動向」、経済産業省「鉱工業指数」 ※大阪府は製造工業指数

産業別の主な変動(大阪府、前月比(%))、寄与度順、8月速報

上昇	金属製品 (7.5) : 橋りょう、飲料用アルミニウム缶 電子部品・デバイス (7.8) : 液晶素子 鉄鋼 (3.4) : 普通鋼冷延広幅帯鋼、亜鉛めっき鋼板
低下	化学 (▲12.3) : ポリプロピレン、酸化エチレン 一般機械 (▲2.3) : フラットパネル・ディスプレイ製造装置、ブルドーザー 電気機械 (▲3.8) : 蛍光灯器具

倒産

倒産は、件数・負債金額ともに悪化。



(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)
看護師向け衣料ほか販売	13,431
商業印刷ほか	10,000
家庭用品・ガーデニング用品卸	4,000
射出成形品・省力化装置製造	1,300

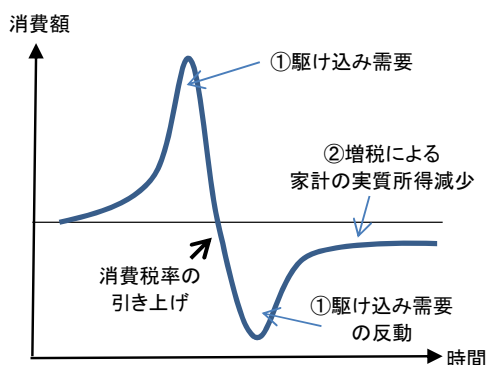
経済情勢トピックス 《消費税率変更による影響》

10月に消費税率の8%への引き上げが決定されましたが、その影響は少なからず存在すると思われます。主な影響では、「税率引き上げの前後に発生する駆け込み需要と反動減」と、「物価上昇に伴って実質可処分所得が減少することによる需要減」があります。それらの影響によって、「増税により景気回復が腰折れしないか」といった懸念があるために、今後の経済状況を注視する必要があります。

1. 消費税率の引き上げが消費に与える影響

消費税率の引き上げが消費に与える影響では、①「税率の引き上げ前後に発生する駆け込み需要と反動減」という異時点間での代替効果と、②「物価上昇に伴って実質可処分所得が減少することによる需要減」という所得効果の2つの影響が考えられます(図表1)。①の影響は、税率が変化する前後の期間をならせば、景気に対しての影響は概ね中立的であると考えられますが、②の影響はその大きさが予測できないことが大きな問題です。それらの影響が合わさった結果、消費の低迷によって景気の腰折れ懸念があるために、経済対策の必要性につながっています。

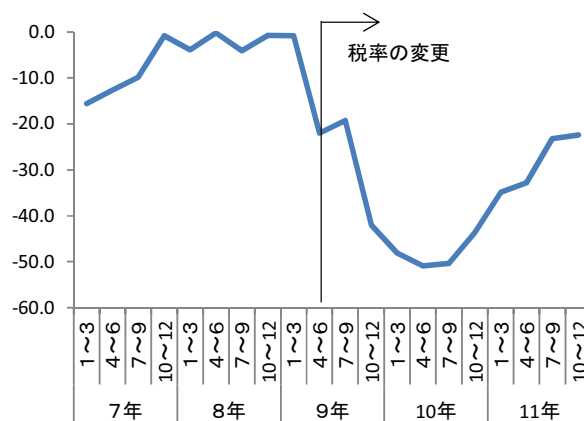
図表1 消費税率の引き上げによる影響



今回の消費税率の引き上げの影響を考えるために、前回の平成9年の消費税率の引き上げの影響を考えてみます。前回は、消費税率の引き上げだけでなく、アジア通貨危機の発生や大手金融機関の破綻といった国内金融システム不安も景気に大きな影響を及ぼしたため、消費税率の引き上げによって景気後退が始まったとは必ずしもいえない状況です。例えば、大阪府内企業の景況感(図表2)をみると、企業の景況感は、7年から順調に持ち直してきましたが、消費税率の引き上げ時(9年4~6月期)に大きく減少しました。その後7~9月期には一旦下げ止まったものの、アジア通貨危機や国内金融システム不安等の影響

もあり、再度10~12月期には過去最大の下げ幅を記録し¹、景気後退が深刻化しました。

図表2 業況判断DI(全産業; 季調済)



(出所) 大阪産業経済リサーチセンター「大阪府景気観測調査」

前回の消費増税の影響について、日本銀行では以下のような論点整理を行っています²。①の「税率の引き上げ前後に発生する駆け込み需要の発生とその反動」は、家計部門で主に発生したこと、財の消費や住宅投資が増減の中心で、個人消費の駆け込み需要とその反動は消費税率の引き上げ前後2四半期に集中したこと、住宅投資ではその影響が前後1年程度持続したとまとめています。②の「物価上昇に伴う実質所得の減少の影響」では、元年と9年のいずれの増税時にもその影響を明確には読み取れなかったとしています。

2. 家計・企業に与える影響

消費税率の引き上げが家計・企業に与える影響について、具体的に3点ほど考察したいと思います。

2.1 駆け込み需要とその反動減

消費税率の引き上げ前後で発生する駆け込み需要と反動減は、衣料品(特にブランド品)、テレビなどの教養娯楽耐久財、外食、レジャーなど、購入頻度が「半年に1回以下」の商品(消費額の2~3割)で、その影響が大きくなると見込まれます。

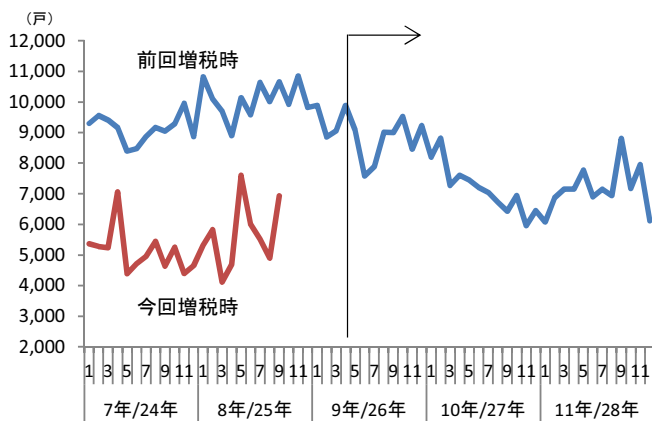
¹ 業況判断DI(全産業)の下げ幅では、9年10~12月期が1番大きく、9年4~6月期が2番目である。以下、13年1~3月期(ITバブルの崩壊や大阪の上場企業の倒産等)、23年4~6月期(東日本大震災の影響)となっている。

² 日本銀行「経済・物価情勢の展望」2012年10月31日, pp.51-52。

消費者に対するアンケート調査を見ると、日経MJの調査³（10/4日経MJ）では、消費税率の引き上げまでに買っておきたいものとして、「家電製品」や「自動車・バイクなどの乗り物」が上位に上がり、その駆け込み消費を行うために「外食」や「食品・飲料、酒類」の支出を削ると回答しています。電通の試算では、今回の駆け込み需要は平成9年の増税時と比べて1.7倍にも上ると試算しています（11/20日経MJ）。特に、「住宅・リフォーム」「ファッション衣料」「情報家電」への支出が大きく伸びるだけではなく、消費者の節約志向が強まり、増税直前に日用品や食品のまとめ買いが本格化するとみえています。

消費の駆け込み需要は、消費税率が引き上がる直前に主に発生しますが、住宅投資についてはそれよりも先行して発生すると考えられます。それについて、大阪府の新設住宅着工戸数の動きをみると（図表3）、平成9年の増税前までは増加基調で推移していましたが、消費税率の変更以降、減少基調で推移し、平成10年いっぱいまでそれが続きました。一方、最近の動きでは、25年9月までに契約を行うと消費税率が5%のままで済むことにより、住宅着工では駆け込み需要が発生しているといわれているため、今後の動きが注目される状況にあります。

図表3 大阪府の新設住宅着工戸数（季節調整値）



（出所）国土交通省「住宅着工統計調査」⁴

2.2 家計の負担増

消費税率の引き上げによって、家計の負担が増えることによる可処分所得の減少があります。家計の負担増では、第一生命経済研究所によると、夫婦と子供2人、年収500～

550万円の世帯で、年間約7万4千円の負担増になると試算しています（図表4）。

このように、消費税率の上昇による家計の負担増や可処分所得の減少によって、消費が低迷することが懸念されます。加えて、消費税は低所得者にとっては負担割合が大きく生活に直結するために、その影響も懸念されるところで

図表4 消費税率の引き上げによる家計の負担増
（4人家族で働き手が1人のケース；年間）

年収 （万円）	負担増 （円）	年収 （万円）	負担増 （円）
～250	55,349	650～700	96,464
250～300	53,739	700～750	94,993
300～350	57,890	750～800	90,953
350～400	57,418	800～900	99,819
400～450	64,999	900～1000	101,664
450～500	69,112	1000～1250	114,118
500～550	73,691	1250～1500	120,535
550～600	72,908	1500～	162,083
600～650	88,388		

（出所）第一生命経済研究所試算（10/2日経）

2.3 消費税の価格転嫁の問題

中小企業にとっては、消費税率の引き上げによる売上低迷だけではなく、「増税分の価格転嫁がスムーズに行えるのか」という問題も大きな問題です。図表5は、消費税率の引き上げの影響について、大阪の中小企業に対して行った各種調査をまとめたものです。どの調査結果でも「消費税率の引き上げ分を全額転嫁できない」と考えている企業の割合が一定以上存在し、消費税の価格転嫁が問題視されています。

ちなみに、前回9年の消費税率の変更の際に、府内企業について消費税率上昇分の転嫁状況について質問した調査では（図表6）、概ね消費税の引き上げ分「全てを転嫁する」と回答する企業が多いものの、小売業や飲食業では「一部を転嫁」あるいは「転嫁せず」といった回答割合が多くなっています。「全てを転嫁」している企業においては値引きや売上の減少等の懸念が伺われ、「一部転嫁」「転嫁していない」企業では、特に住宅や貴金属などの高額商品を扱っている企業において、税額が大きくなることから転嫁に慎重になっているようだともまとめています。

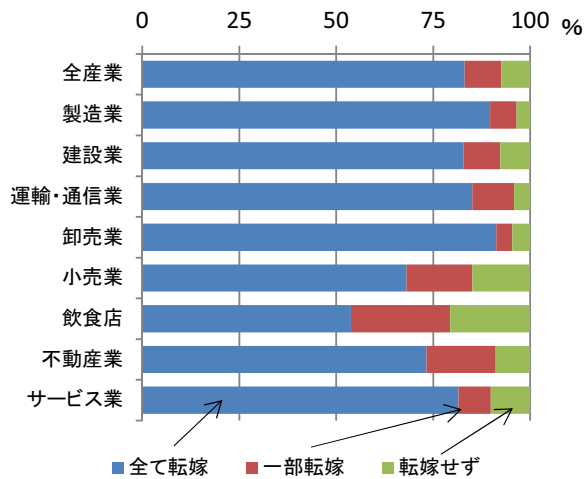
³ 9月20日～24日に、インターネットを通じて実施し、全国の20代以上の男女500名から回答を得た。

⁴ 季節調整値は筆者試算。前回増税時と今回増税時では、住宅着工戸数の水準（数値）には違いがあることに注意が必要である。

図表5 消費税率の引き上げが大阪の企業に与える影響

<p>●大阪府中小企業家同友会(9/25)</p> <p>会員企業へ8月下旬から9月中旬に実施。有効回答数564社。</p> <p>消費税率の引き上げの悪影響について「ある」と「少しある」を合わせて58.1%。「増税分を価格に転嫁できないかもしれない」「増税分を値引きするような大手企業のセールスにつきあわされるかもしれない」といった不安が強い。</p>
<p>●大阪信用金庫(9/25)</p> <p>大阪府内と尼崎市内の取引先企業に対し8/27～9/9実施。有効回答数1,352社。</p> <p>消費税率の引き上げに「反対」「どちらか」と「反対」を合わせて64.6%。「容認」「どちらか」と「容認」は35.4%とどまる。</p>
<p>●大阪東信用金庫(9/20)</p> <p>大阪東部の製造業中心とした取引先企業に対し9/2～9/6実施。有効回答数907社。</p> <p>消費税率の引き上げへの対応策(複数回答)では、「販売価格への転嫁交渉」が47.9%、次いで「経費の削減」が37.6%と、増税による負担増を経営努力で吸収せざるを得ないのが実情。33.0%の企業が「仕入価格や仕入先の見直し」を上げ、実施された場合、納入先による増税分の値下げ圧力や仕入先選別の動きが強まり、経営環境は厳しさを増すことが予想される。</p>
<p>●帝国データバンク(9/18)</p> <p>近畿地区の企業に対し8/20～8/31実施。有効回答数1,851社。</p> <p>消費税率の引き上げで自社業績への「悪影響」を懸念する近畿地区企業は52.9%で、特に「小売」では7割を超える。ただし、税率の引き上げへの対応策では「特に対策を打つ予定はない」との回答も2.7%。具体的な対策では「基幹システムの改修」、「経過措置の把握」と続き、経理・システム面や取引先との取り決め、商品・サービス関連の対策が中心。</p>

図表6 消費税率の引き上げ分の転嫁状況(平成9年)



(出所) 大阪府立産業開発研究所「おおさか経済の動き」、1997年5月号⁵

3. 経済見通し

今回の消費税率の引き上げの影響は、どのように試算されているのでしょうか。民間調査機関の予測(10/2日経)を平均すると、全国の実質経済成長率は、25年度の2.8%に対して、26年度は経済対策なしの場合で0%台前半、

⁵ 大阪府景気観測調査において、9年1～3月期に消費税率の引き上げ分の転嫁状況等の調査を行った。

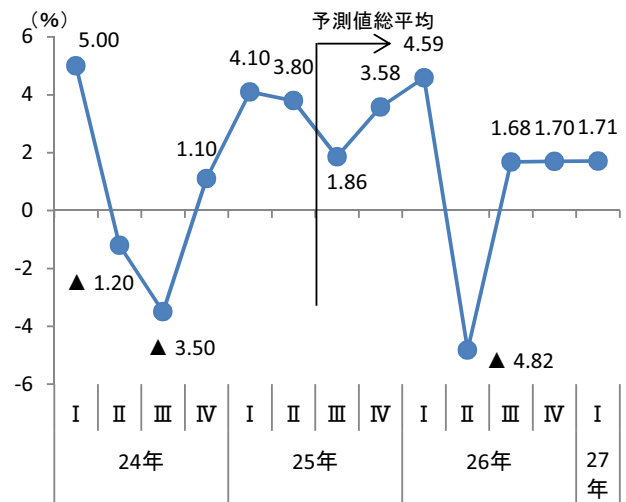
5兆円の経済対策ありの場合で0.9%程度と予測されています。

四半期ごとの予測⁶では(図表7)、税率変更前の26年1～3月期では駆け込み需要等により前期比年率で4.6%まで高まり、その後の26年4～6月期には▲4.8%と大幅にマイナスに落ち込むとしています。しかし、7～9月期には、駆け込み需要・反動減の影響が小さくなることや、政府の経済対策等により、前期比プラスへと復帰し、その後もプラスで推移すると予想しています。

関西経済における影響⁷では、全国と同様であると考えられ、実質経済成長率は、13年度2.8%→14年度(経済対策なし)0%と予測されています。

まとめると、いずれの予測においても、消費税率の引き上げの影響は一時的にはあるものの、各種経済対策の効果や海外経済の緩やかな回復による輸出の増加等を背景として景気は持ち直し、景気後退は招かないとみています。

図表7 全国の実質経済成長率予測(前期比年率)



(出所) 日本経済研究センター「ESPフォーキャスト」(11/12)

4. まとめ

消費税率の引き上げは、社会保障制度の維持するためには必要ですが、消費税率の引き上げによって、実質所得の減少等により消費が低迷し、景気回復が腰折れしないかが懸念されます。そうならないためにも、今後の所得の上昇が期待されます。

(佐野 浩)

⁶ 日本経済研究センター「ESPフォーキャスト」(11/12)

⁷ アジア太平洋研究所「関西エコノミックインサイト」(8/30)

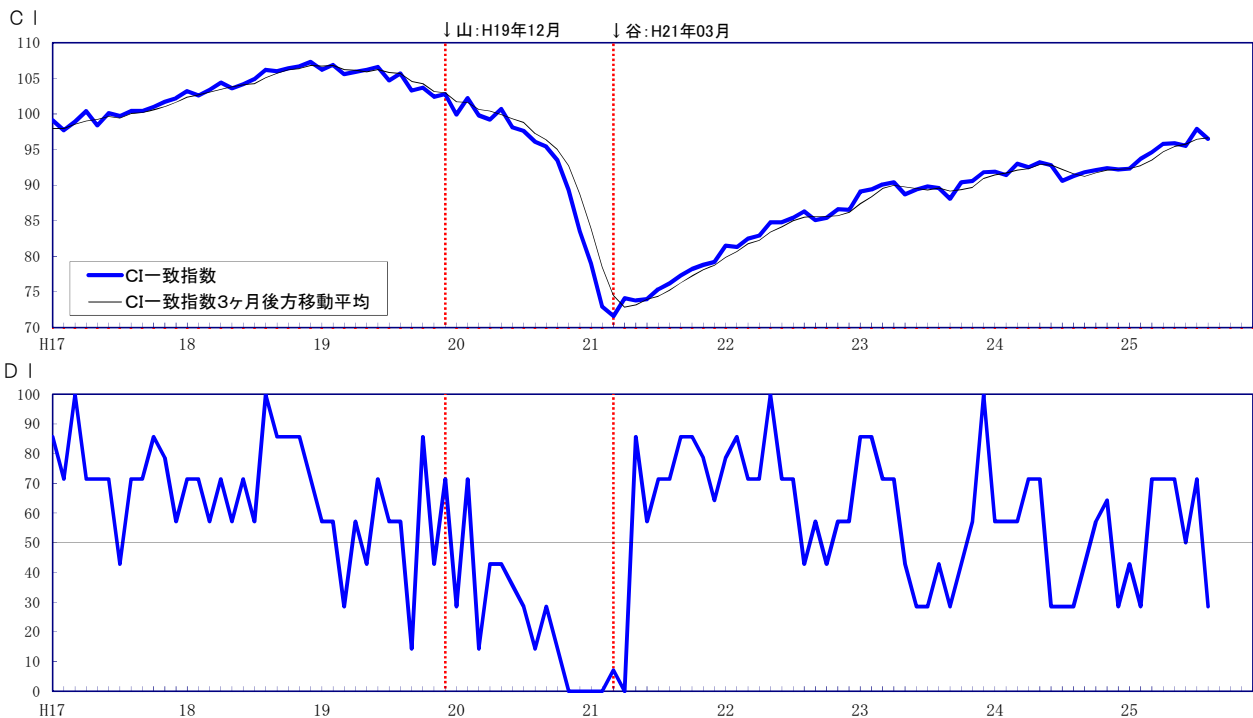
大阪府景気動向指数（C I・D I）の動き

1. 総括表

	C I									D I								
	先行指数			一致指数			遅行指数			先行指数			一致指数			遅行指数		
	大阪府	近畿	全国	大阪府	近畿	全国	大阪府	近畿	全国	大阪府	近畿	全国	大阪府	近畿	全国	大阪府	近畿	全国
H24年4月	92.5	91.4	104.3	92.5	94.8	107.4	96.5	97.2	107.3	42.9	44.4	72.7	71.4	42.9	63.6	50.0	60.0	75.0
5月	89.7	90.4	103.7	93.2	94.0	106.5	95.3	96.0	107.8	28.6	33.3	36.4	71.4	42.9	45.5	42.9	20.0	58.3
6月	91.5	90.9	102.4	92.8	93.6	104.7	98.5	97.5	107.9	42.9	33.3	36.4	28.6	28.6	9.1	57.1	40.0	33.3
7月	91.2	89.8	101.4	90.6	92.4	103.7	99.3	97.7	107.3	28.6	22.2	36.4	28.6	21.4	9.1	57.1	50.0	33.3
8月	92.9	91.0	101.2	91.3	93.4	103.2	100.1	98.4	107.5	57.1	55.6	27.3	28.6	28.6	9.1	85.7	60.0	33.3
9月	94.1	90.1	100.2	91.8	93.5	101.6	102.3	98.9	106.9	28.6	33.3	36.4	42.9	42.9	13.6	57.1	50.0	33.3
10月	97.3	89.9	100.3	92.1	93.2	101.4	100.9	97.7	108.1	85.7	66.7	31.8	57.1	64.3	31.8	57.1	40.0	83.3
11月	96.2	92.0	99.9	92.4	94.1	101.0	99.4	99.0	107.7	57.1	66.7	36.4	64.3	50.0	27.3	42.9	60.0	50.0
12月	97.2	93.7	100.9	92.2	94.2	102.7	99.2	98.5	108.6	57.1	88.9	81.8	28.6	71.4	81.8	35.7	30.0	83.3
H24年1月	99.2	95.2	103.4	92.3	95.0	103.0	96.2	97.6	108.1	85.7	83.3	68.2	42.9	71.4	72.7	28.6	20.0	50.0
2月	102.2	98.4	105.7	93.7	95.1	104.0	95.6	96.7	108.1	85.7	100.0	90.9	28.6	57.1	81.8	42.9	20.0	50.0
3月	101.5	98.2	106.6	94.6	96.9	105.0	96.4	96.0	109.9	57.1	66.7	90.9	71.4	85.7	81.8	35.7	0.0	66.7
4月	102.0	98.4	107.9	95.8	97.1	105.9	98.1	98.3	110.1	50.0	66.7	81.8	71.4	85.7	81.8	64.3	50.0	66.7
5月	107.0	98.9	110.4	95.9	97.5	106.9	102.3	101.1	111.3	57.1	44.4	90.9	71.4	71.4	90.9	71.4	80.0	66.7
6月	108.6	98.7	107.3	95.5	97.6	106.6	100.5	103.3	112.0	85.7	55.6	54.5	50.0	28.6	54.5	57.1	80.0	66.7
7月	109.5	96.7	107.9	97.9	99.2	107.7	104.7	103.1	113.1	100.0	55.6	70.0	71.4	57.1	80.0	71.4	50.0	60.0
8月	P107.6	P97.6	106.8	P96.5	P99.3	107.6	P104.5	P104.5	114.4	P71.4	P44.4	30.0	P28.6	P57.1	40.0	P42.9	P70.0	60.0

(注) C I は、大阪府・近畿は2005(平成17)年=100、全国は2010(平成22)年=100。Pは速報値。
 当センターのホームページでは、景気動向指数を毎月公表している (<http://www.pref.osaka.jp/aid/sangyou/index.html>)。ホームページには、D I 個別系列の変化方向表や先行指数のグラフなど、詳しい内容を掲載している。

2. 大阪府景気動向指数の動き（一致指数）



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

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

大阪府景気観測調査結果（平成25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、府内企業を対象に四半期毎に景気観測調査を実施しています。7～9月期の調査結果の概要は次のとおりです。

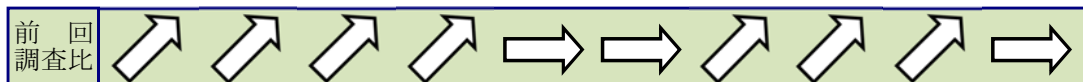
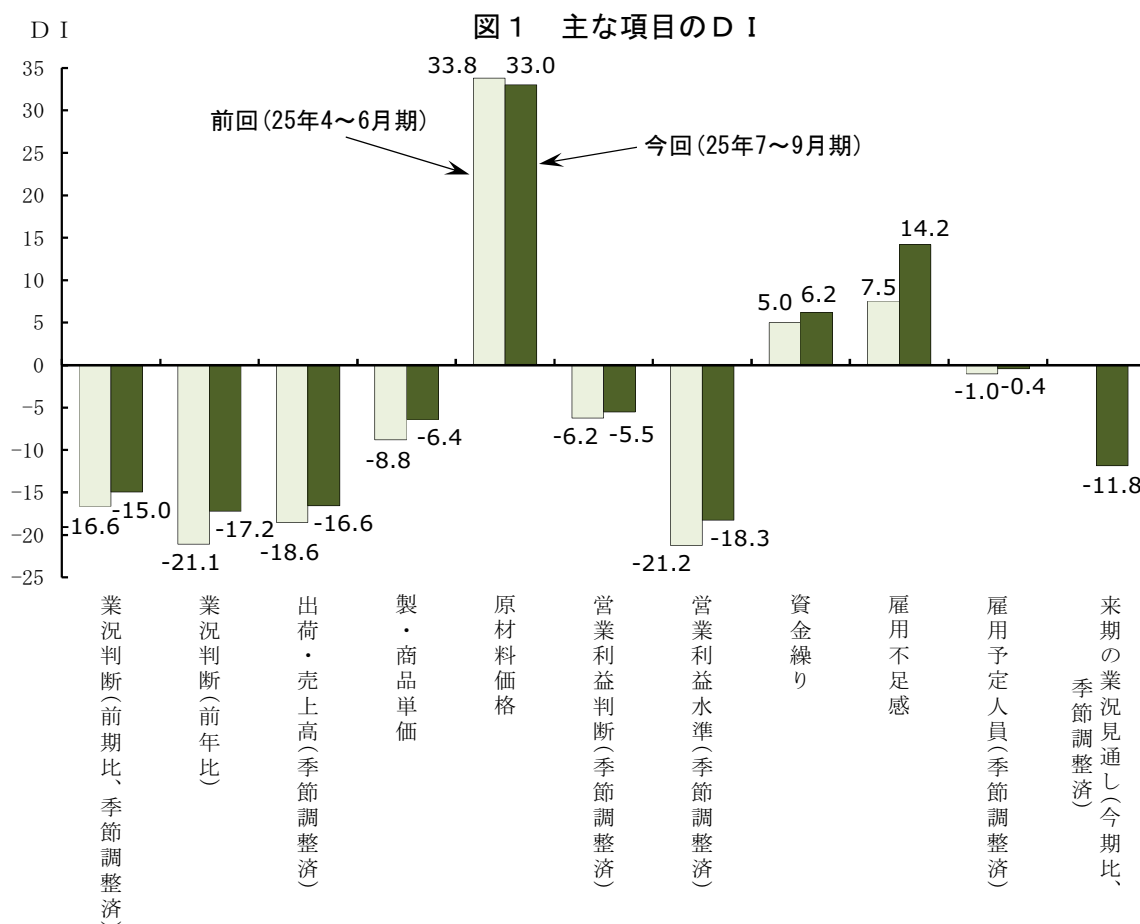
なお、大阪市景気観測調査結果については、大阪市経済戦略局のウェブサイト <http://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000002583.html> をご覧ください。

景気は、持ち直し基調にある

業況判断D Iは、非製造業が横ばいで推移したものの、製造業を中心に改善がみられ、全体の持ち直しに寄与している。

個々の指標をみると、出荷・売上高、営業利益判断・利益水準は大企業を中心に持ち直し傾向が強まっている。一方、大企業の原材料価格D Iが急激に上昇したが、製・商品単価D Iも相応に上昇し、営業利益も順調であることから、一定の価格転嫁が行われていると考えられる。また、内需及び輸出の回復の兆しも現れ始めている。なお、雇用面では不足感は強まるも、来期の雇用改善は横ばいとなった。

以上の結果を踏まえ、景気は原材料価格の高止まりなど一部に不安要因はあるものの、持ち直し基調にある。



[調査の方法]

1. 調査対象 : 府内の民営事業所
(農林漁業、鉱業、電気・ガス・熱供給業、金融・保険業及びサービス業の一部を除く。)
2. 調査方法 : 郵送自記式アンケート調査
3. 調査時期 : 平成25年9月上旬
4. 回答企業数 : 1,653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	562	41.6	27.3	13.2	11.4	6.5
非製造業	1,091	63.1	16.7	8.7	6.8	4.7
建設業	175	70.9	13.4	6.4	4.7	4.7
情報通信業	33	25.0	34.4	18.8	21.9	0.0
運輸業	69	34.3	22.4	20.9	16.4	6.0
卸売業	248	54.9	23.0	10.7	8.6	2.9
小売業	211	78.7	12.1	2.4	2.4	4.3
不動産業	62	86.9	8.2	4.9	0.0	0.0
飲食店・宿泊業	60	72.4	12.1	5.2	5.2	5.2
サービス業	233	56.6	15.9	11.1	8.0	8.4
全業種計	1,653	55.7	20.3	10.2	8.4	5.3

規模別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大企業	141	8.7
中小企業	1,479	91.3
不明	33	

地域別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大阪市地域	866	52.4
北大阪地域	188	11.4
東大阪地域	320	19.4
南河内地域	66	4.0
泉州地域	213	12.9

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

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

[調査結果]

1. 企業景況判断…製造業を中心に、D I は改善が続く

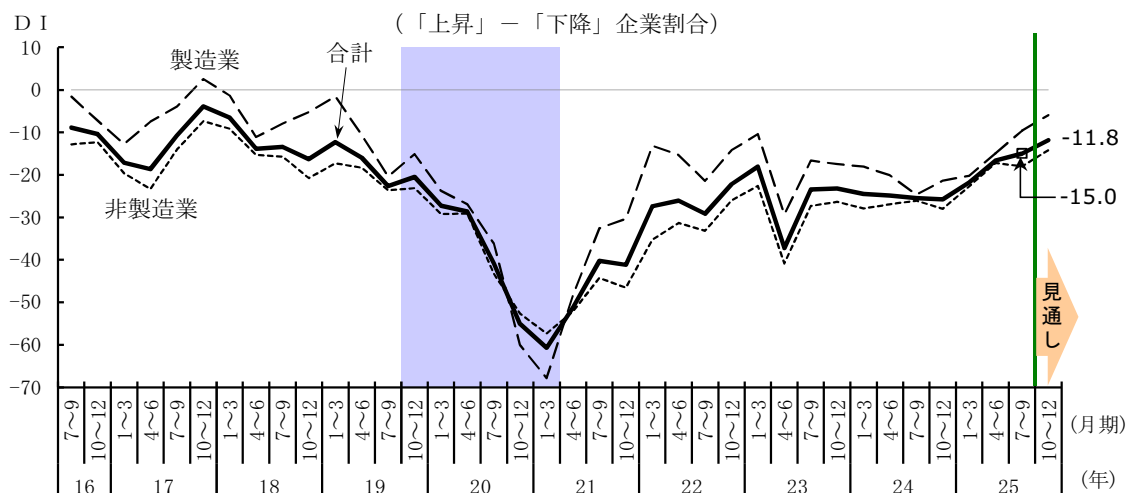
■平成25年7～9月期の業況判断D I（「上昇」－「下降」企業割合；前期比、季節調整済）
： -15.0

○前回（25年4～6月期）調査比：1.7pt

製造業	5.4pt	非製造業	▲0.8pt
大企業	3.7pt	中小企業	2.4pt

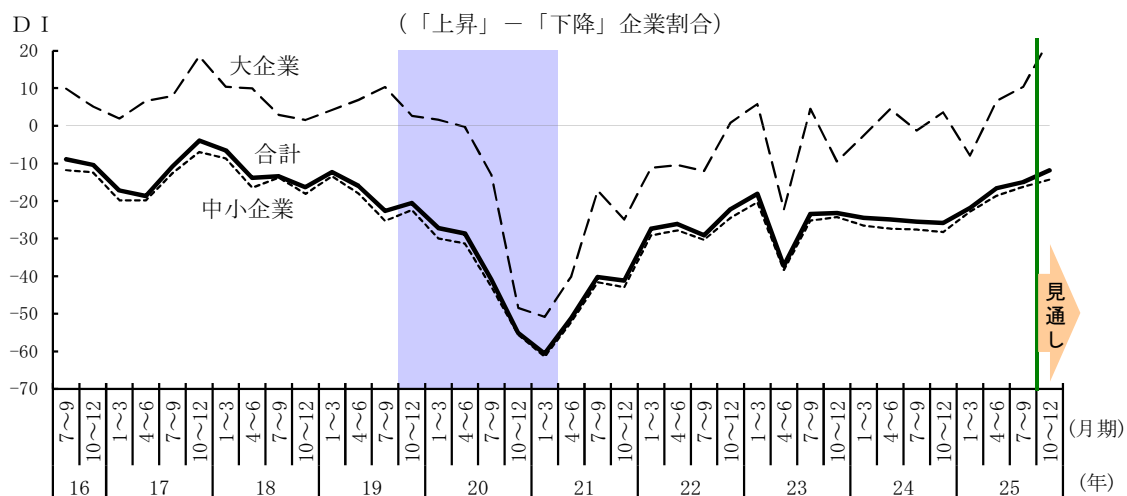
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

図2 業況判断D I の推移（前期比、季節調整済、製造業・非製造業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

図3 業況判断D I の推移（前期比、季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

■業況判断（前期比）の前年同期調査比

上昇要因	「季節的要因」が最も多いが、前年同期よりも減少した。「内需の回復」「輸出の回復」などは増加した。
下降要因	「内需の減退」「輸出の減退」などが減少し、「原材料価格やコストの上昇」「他社との競合状況」などが増加した。

図4 上昇となった要因（2つまでの複数回答）

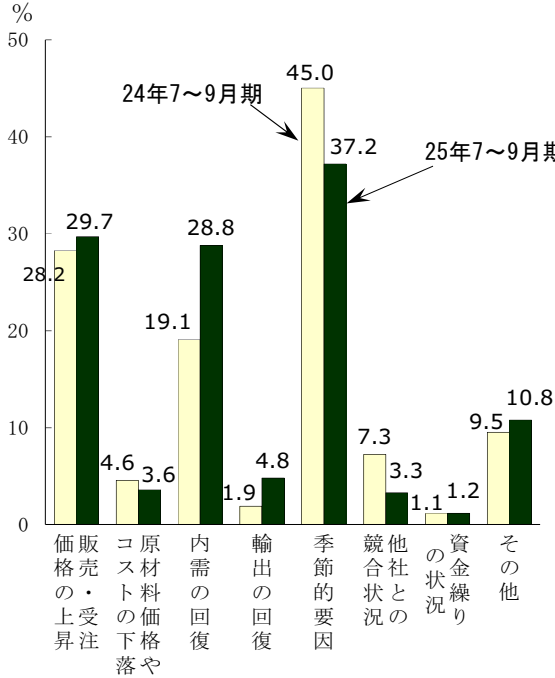
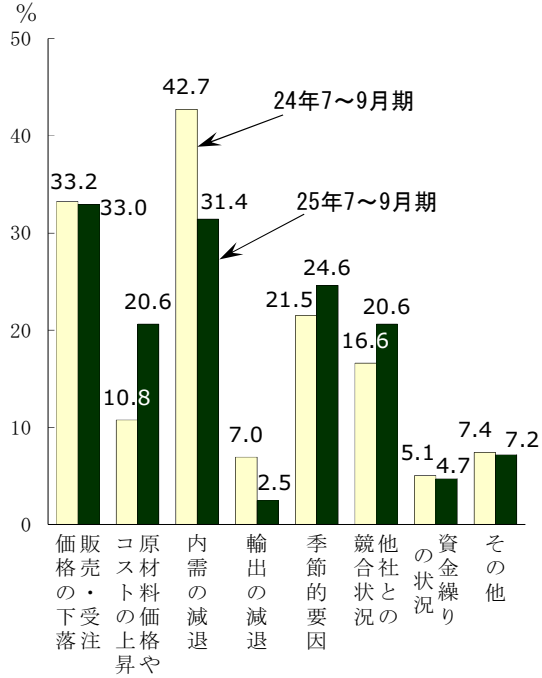


図5 下降となった要因（2つまでの複数回答）



2. 出荷・売上高…前期と同様に、大企業で大幅に改善がみられる

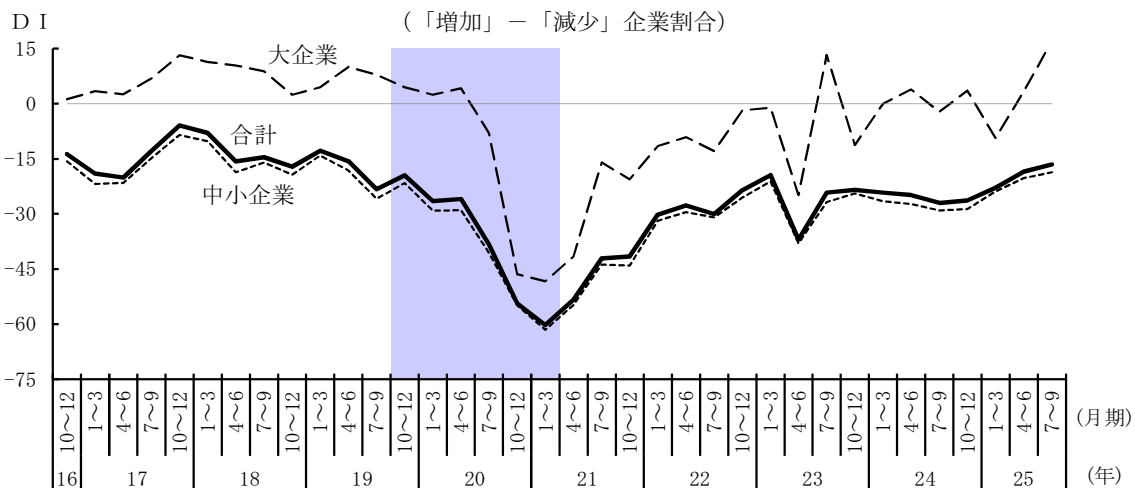
■出荷・売上高D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－16.6

○前回調査比：2.0pt

製造業	2.6pt	非製造業	1.2pt
大企業	13.8pt	中小企業	1.6pt

（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…原材料価格は大企業で上昇したが、製・商品単価も上昇しプラスに転じる

■製・商品単価D I（「上昇」－「下落」企業割合）：－6.4

○前回調査比：2.4pt

製造業	1.1pt	非製造業	3.2pt
大企業	5.0pt	中小企業	2.1pt

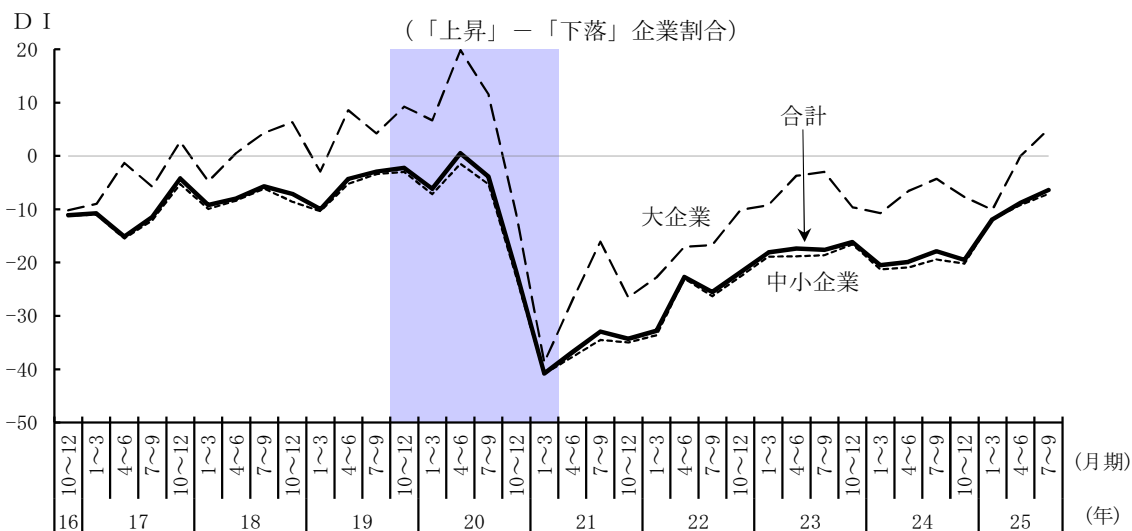
■原材料価格D I（「上昇」－「下落」企業割合）：33.0

○前回調査比：▲0.8pt

製造業	▲3.9pt	非製造業	1.1pt
大企業	9.1pt	中小企業	▲1.4pt

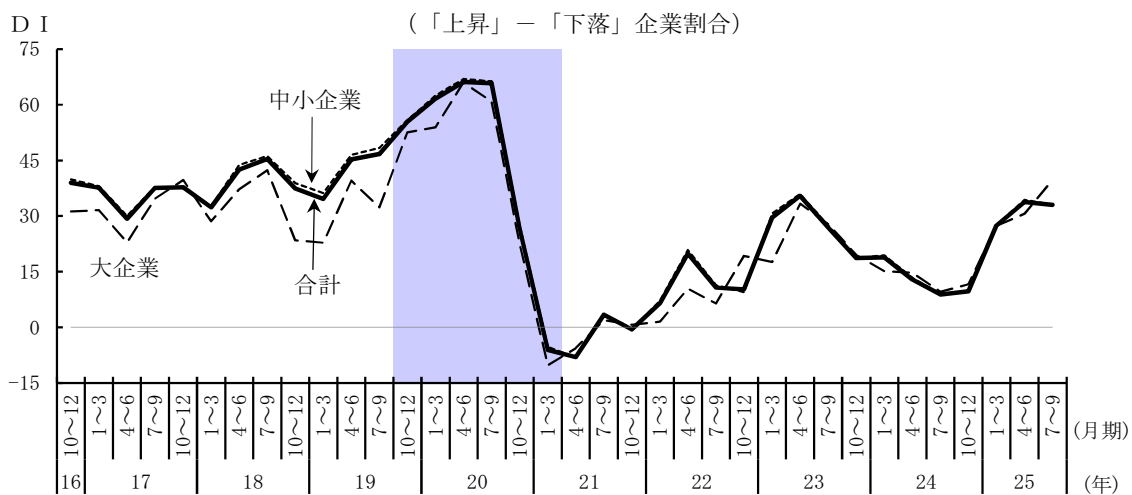
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

図7 製・商品単価D Iの推移（前期比、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（前期比、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・水準ともに、大企業のD Iが上昇

■営業利益判断D I（「黒字」－「赤字」企業割合；季節調整済）：－5.5

○前回調査比：0.7pt

製造業	1.0pt	非製造業	1.2pt
大企業	12.5pt	中小企業	▲0.2pt

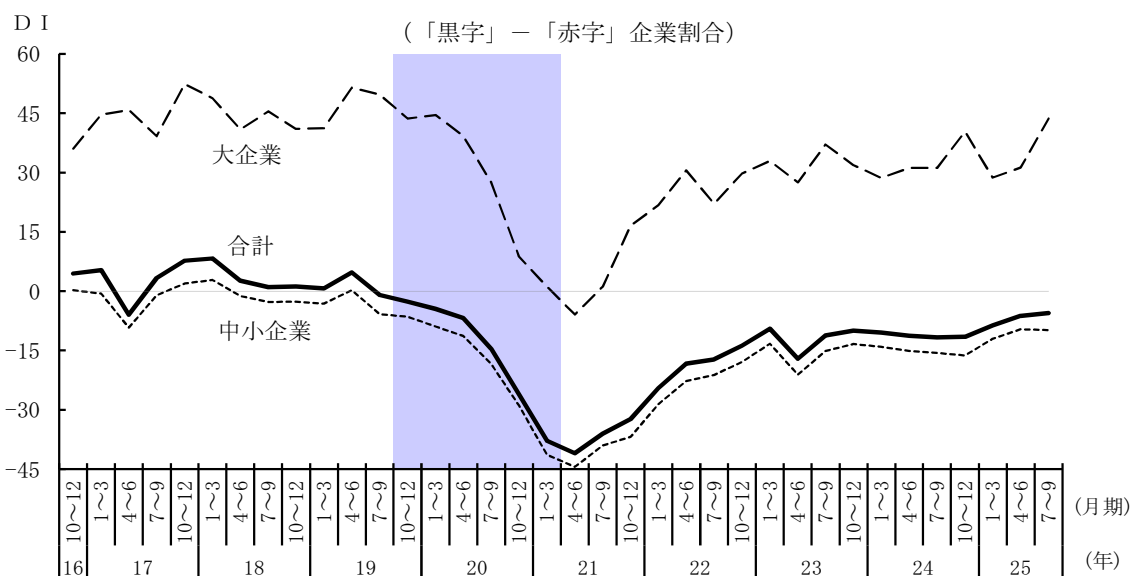
■営業利益水準D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－18.3

○前回調査比：3.0pt

製造業	2.7pt	非製造業	1.7pt
大企業	9.1pt	中小企業	3.1pt

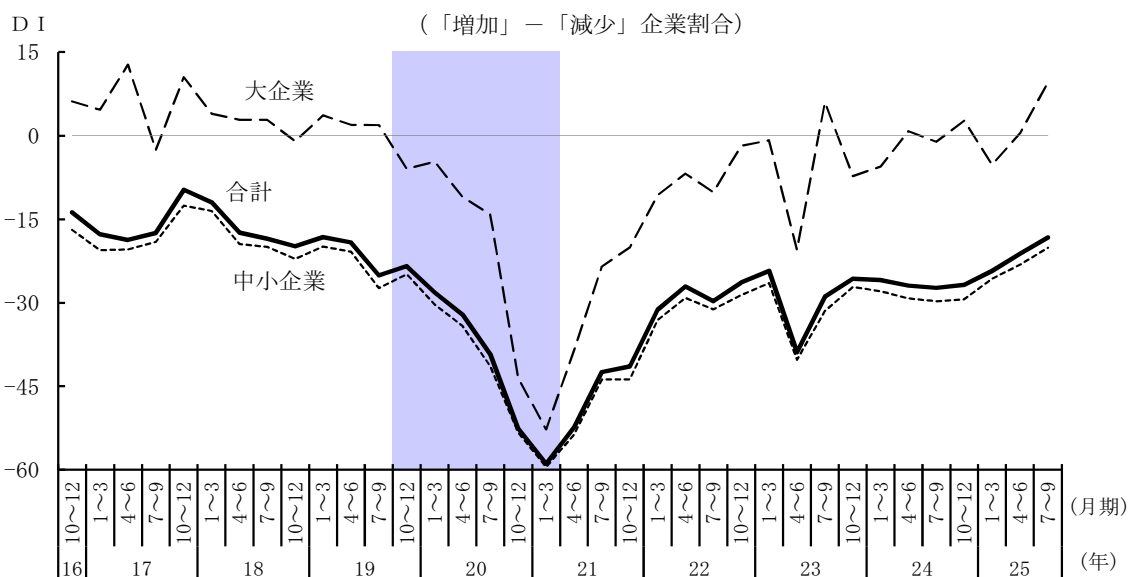
（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

図9 営業利益判断D Iの推移（季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

図10 営業利益水準D Iの推移（前期比、季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

5. 資金繰り…非製造業以外で改善がみられ、全体では6期連続のプラスに

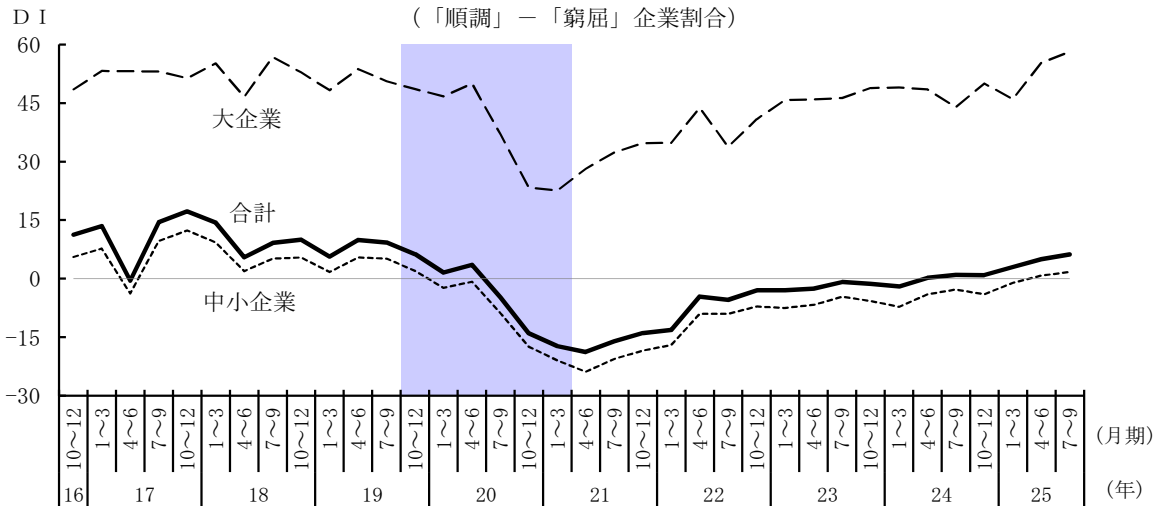
■資金繰りD I（「順調」－「窮屈」企業割合）：6.2

○前回調査比：1.2pt

製造業	6.7pt	非製造業	▲1.5pt
大企業	2.8pt	中小企業	0.9pt

（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

図11 資金繰りD Iの推移（大企業・中小企業別）



6. 設備投資…前年同期に比べて、投資意欲が高まりつつある

■設備投資

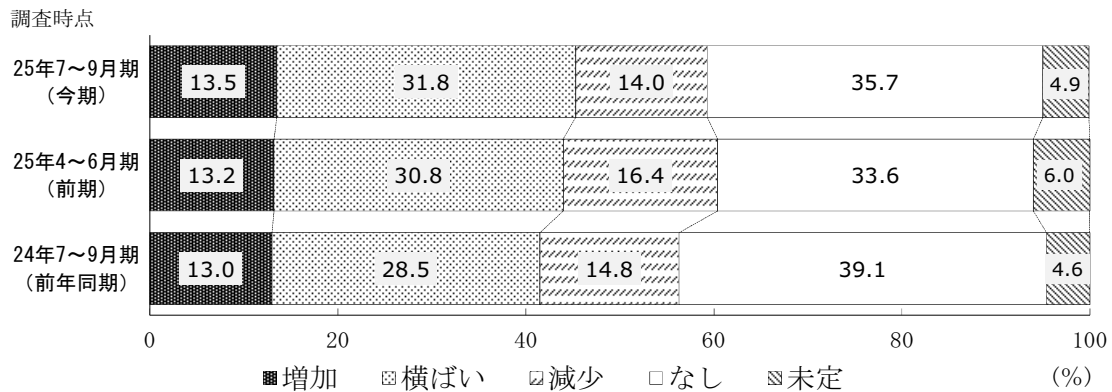
○前回調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
0.3pt	1.0pt	▲2.4pt	2.1pt	▲1.1pt

○前年同期調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
0.5pt	3.3pt	▲0.8pt	▲3.4pt	0.3pt

図12 設備投資（前年度実績と今年度見込みとの比較）

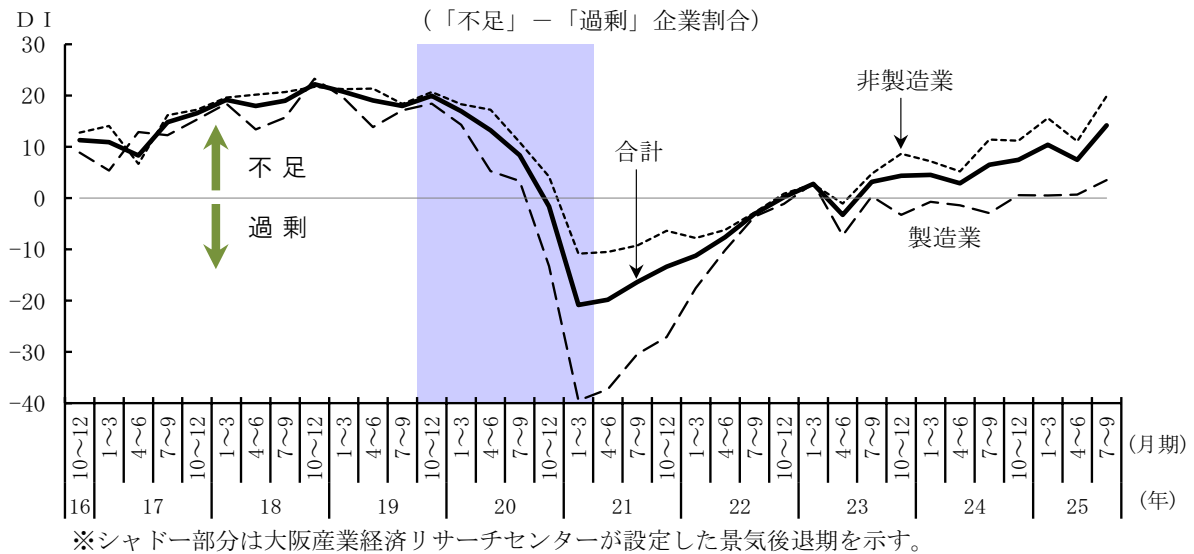


7. 雇用状況、雇用予定人員…雇用不足感は強まるも、雇用予定人員は大企業で足踏み

■25年7～9月期の雇用不足感D I（「不足」－「過剰」企業割合）：14.2

○前回調査比：6.7pt

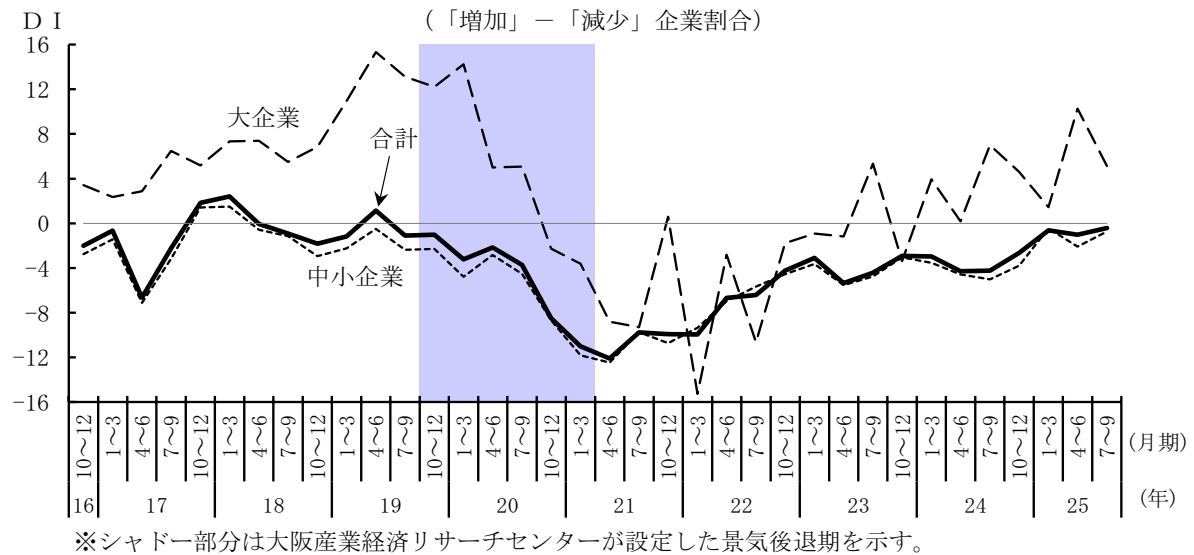
図13 雇用不足感D Iの推移（製造業・非製造業別）



■25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）：-0.4

○前回調査比：0.6pt

図14 雇用予定人員D Iの推移（季節調整済、大企業・中小企業別）



8. 来期の業況見通し…大企業を中心に、いずれも改善が見込まれる（P3図2参照）

■25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）：-11.8

○今期業況判断（季節調整済）比：3.1pt

製造業	3.7pt	非製造業	3.8pt
大企業	12.7pt	中小企業	2.0pt

（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

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

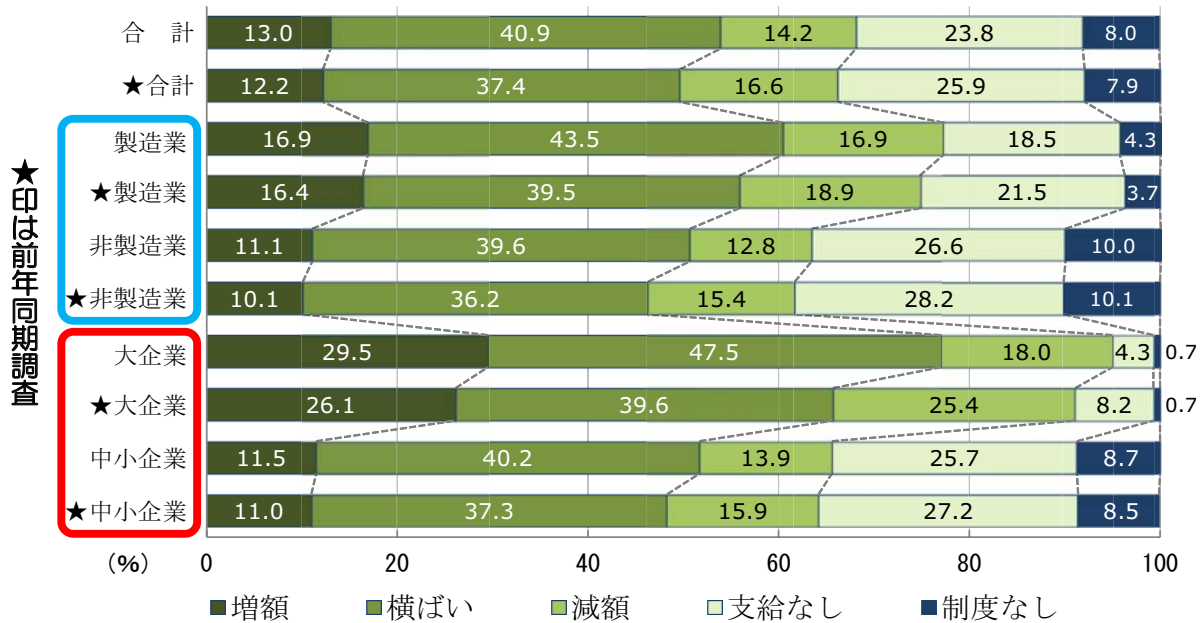
9. 特設項目

(1) 今年の賞与について

■夏季賞与の実績

全体では「横ばい」が最も多い。前年同期に比べて「横ばい」が上昇し、「減額」「支給なし」が低下している。業種別でみると、非製造業よりも製造業で支給率が高く、製造業では前年同期に比べ「減額」や「支給なし」の割合が低下している。

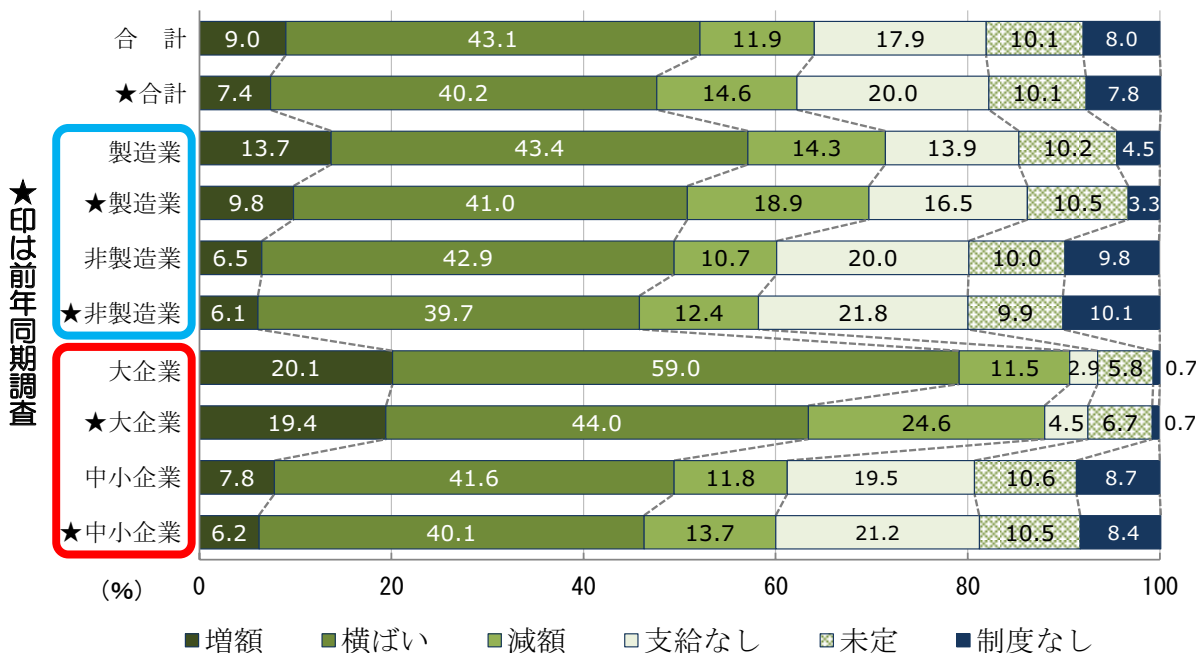
一方、規模別で「増額」及び「横ばい」の割合をみると、大企業の77.0%に対して、中小企業は51.7%と25ポイント以上の開きがある。



■冬季賞与の見込み

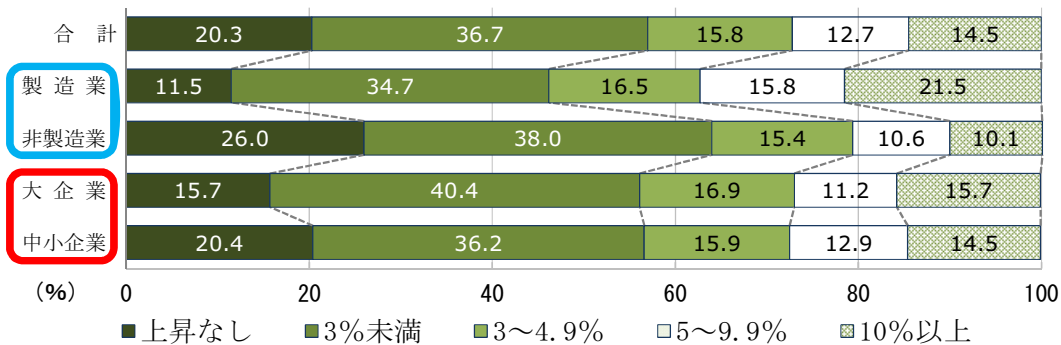
全体では、夏季賞与と同じような傾向である。業種別でみると、製造業は前年同期に比べて「増額」が3.9ポイント上昇したのに対し、非製造業では0.4ポイントの上昇にとどまっている。

規模別でみると、大企業は1年前と比べて「減額」が13.1ポイント低下し、「横ばい」が15ポイント上昇した。他方、中小企業は「増額」が1.6ポイント上昇するなど、1年前よりも改善はみられるが、そのペースは緩やかである。

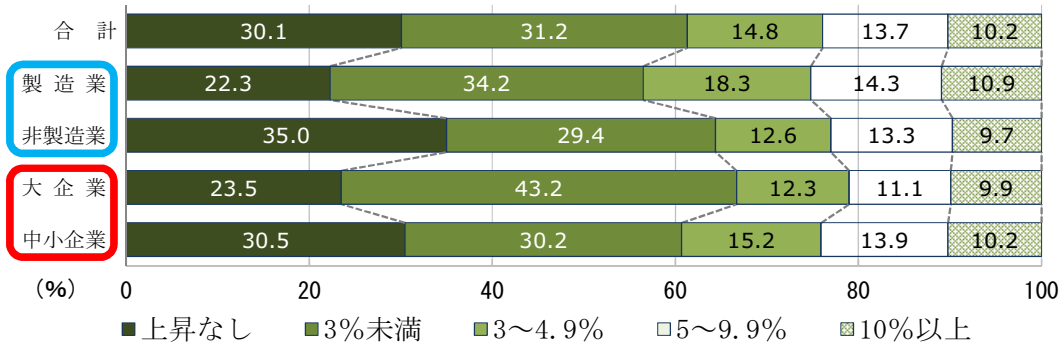


(2) 電気料金・原材料価格の上昇について

■生産・販売コスト全体に占める、電気料金上昇分の割合をみると、全体では0%（上昇なし）～3%未満が6割弱を占めている。業種別でみると、「上昇なし」との回答は製造業の11.5%に対して、非製造業では26.0%である。一方、「10%以上」と回答した製造業が2割超に及び、非製造業よりも電気料金上昇の影響を受けている。なお、規模別では業種間ほどの違いはみられない。



■生産・販売コスト全体に占める、原材料価格の上昇分の割合をみると、全体では0%～3%未満が6割を超えている。業種別でみると、「上昇なし」との回答は製造業の22.3%に対して、非製造業は35.0%である。規模別では、中小企業で「上昇なし」の回答が大企業を上回ったが、「3%未満」の上昇は大企業が中小企業を上回った。



■電気料金の値上げや原材料価格の上昇への対応策として、「電気・原材料の使用量削減」や「その他のコスト削減」などに取り組む企業が多い。なかには、仕入先の見直しや仕入価格の引下げ要請、販売価格への転嫁など、より踏み込んだ対応策もみられる。なお、大企業では中小企業に比べて、品質や量を見直した新商品・サービスの投入に積極的である。

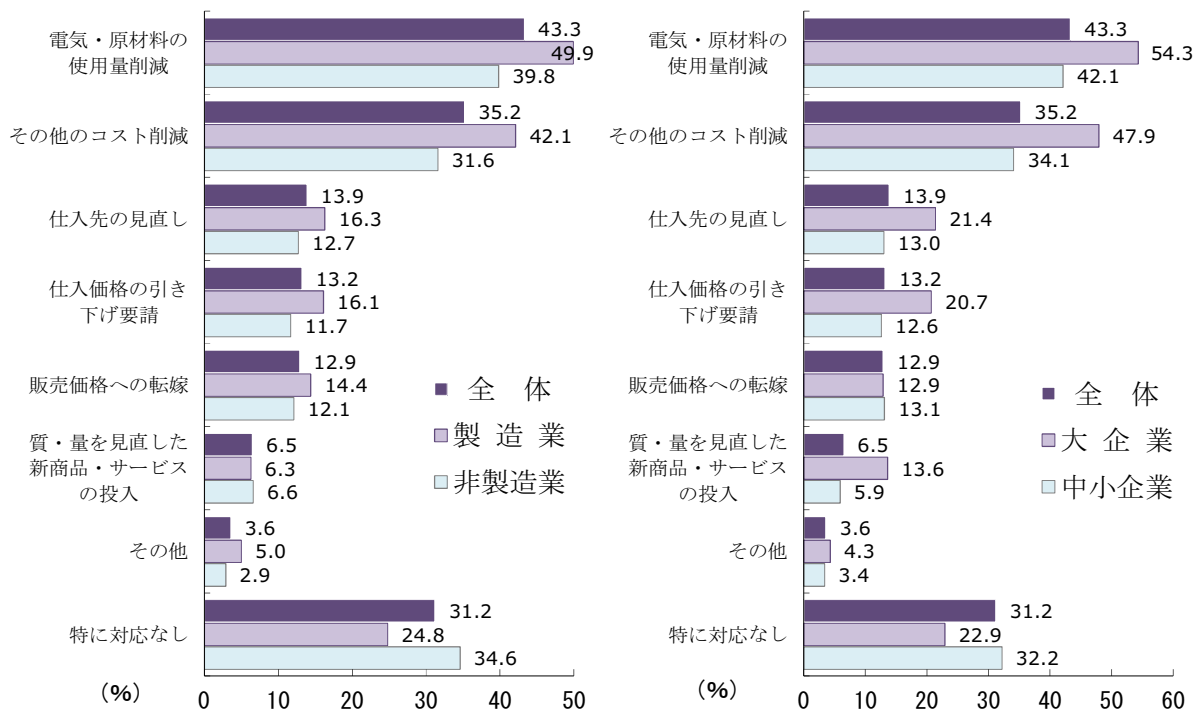


表1 地域別集計表

(1) 業況判断

	前期比較										前年同期比較									
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I						
	上 昇	横ばい	下 降	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	上 昇	横ばい	下 降	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州		
製造業	23.5	43.8	32.7	-9.3	-10.5	-12.7	-10.6	14.3	-6.8	23.7	38.0	38.4	-14.7	-17.6	-14.4	-15.1	25.0	-15.1		
非製造業	19.8	44.7	35.5	-15.7	-13.9	-19.5	-20.6	-17.7	-13.6	20.4	40.4	39.1	-18.7	-15.6	-26.7	-20.0	-11.9	-25.8		
建設業	23.5	49.1	27.5	-4.0	-2.8	-7.4	-13.7	6.3	0.0	24.1	40.0	35.9	-11.8	-10.0	-19.2	-14.8	18.7	-22.6		
情報通信業	33.3	45.5	21.2	12.1	13.9	0.0	100.0	-	-100.0	25.8	45.2	29.0	-3.2	-7.4	100.0	0.0	-	-100.0		
運輸業	20.2	53.6	26.0	-5.8	-17.2	-28.6	-7.2	-	38.5	19.1	55.9	25.0	-5.9	-14.3	14.3	-7.7	-	7.7		
卸売業	25.4	45.2	29.5	-4.1	-4.7	-0.1	8.4	0.0	-18.7	25.2	42.0	32.8	-7.6	-6.0	-46.7	0.0	100.0	-6.7		
小売業	11.9	35.1	53.1	-41.2	-44.0	-45.7	-41.0	-30.0	-25.0	11.6	35.7	52.8	-41.2	-40.2	-59.4	-38.9	-44.4	-20.0		
不動産業	9.7	53.2	37.1	-27.4	-27.8	-28.6	-44.5	0.0	-12.5	13.6	57.6	28.8	-15.2	-11.4	-28.6	-28.6	0.0	-12.5		
飲食店・宿泊業	18.4	30.0	51.6	-33.2	-31.0	-55.5	0.0	-50.0	-57.2	15.5	34.5	50.0	-34.5	-25.9	-33.3	-9.1	-100.0	-71.4		
サービス業	19.3	48.5	32.2	-12.9	-6.2	3.3	-33.3	-33.4	-27.5	23.3	34.8	41.8	-18.5	-14.3	-3.5	-25.0	-10.0	-48.3		
大企業	34.8	46.1	19.1	15.7	22.2	-16.6	5.5	0.0	0.0	42.0	36.2	21.7	20.3	24.4	8.4	11.8	100.0	-20.0		
中小企業	19.8	44.4	35.7	-15.9	-17.5	-17.6	-16.5	-4.9	-10.8	19.7	40.0	40.2	-20.5	-21.9	-24.3	-18.8	1.7	-21.9		
合計	21.1	44.4	34.6	-13.5	-12.9	-17.5	-15.6	-7.6	-10.8	21.6	39.6	38.8	-17.2	-16.2	-23.1	-17.5	0.0	-21.5		

(2) 上昇・下降となった要因 (前期比較の業況判断、2つまでの複数回答)

	上昇となった要因 (%)								下降となった要因 (%)							
	販売・受注価格の上昇	原材料価格やコストの下落	内需の回復	輸出の回復	季節的要因	他社との競合状況	資金繰りの状況	その他	販売・受注価格の下落	原材料価格やコストの上昇	内需の減退	輸出の減退	季節的要因	他社との競合状況	資金繰りの状況	その他
製造業	28.3	2.4	36.2	11.0	29.1	1.6	0.8	11.8	37.0	26.6	37.0	4.6	22.5	9.2	1.7	8.1
非製造業	30.6	4.4	24.3	1.0	42.2	4.4	1.5	10.2	31.0	17.7	28.7	1.4	25.6	26.2	6.2	6.8
建設業	32.4	2.7	21.6	0.0	35.1	2.7	2.7	10.8	50.0	13.0	19.6	0.0	8.7	43.5	15.2	4.3
情報通信業	27.3	0.0	27.3	0.0	45.5	0.0	0.0	18.2	42.9	0.0	28.6	0.0	28.6	14.3	0.0	0.0
運輸業	21.4	14.3	21.4	0.0	42.9	0.0	0.0	7.1	17.6	35.3	47.1	5.9	17.6	11.8	0.0	11.8
卸売業	30.6	4.8	30.6	3.2	41.9	4.8	1.6	8.1	22.4	19.4	53.7	4.5	23.9	11.9	0.0	0.0
小売業	45.8	4.2	12.5	0.0	41.7	8.3	4.2	8.3	34.3	20.0	29.5	0.0	29.5	28.6	4.8	2.9
不動産業	16.7	0.0	50.0	0.0	33.3	16.7	0.0	0.0	26.3	5.3	26.3	0.0	26.3	21.1	10.5	10.5
飲食店・宿泊業	10.0	10.0	20.0	0.0	80.0	0.0	0.0	10.0	22.2	25.9	7.4	0.0	29.6	29.6	14.8	14.8
サービス業	31.0	2.4	21.4	0.0	40.5	4.8	0.0	14.3	28.4	13.4	13.4	1.5	32.8	29.9	6.0	16.4
大企業	22.9	4.2	35.4	0.0	39.6	6.2	0.0	16.7	44.4	14.8	18.5	3.7	18.5	22.2	3.7	14.8
中小企業	30.7	3.6	27.9	5.4	37.1	2.9	1.4	10.0	32.4	20.8	32.2	2.5	25.6	21.0	4.5	6.4
合計	29.7	3.6	28.8	4.8	37.2	3.3	1.2	10.8	33.0	20.6	31.4	2.5	24.6	20.6	4.7	7.2

(3) 出荷・売上高、製・商品単価 (サービス・請負価格)

	出荷・売上高										製・商品単価									
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I						
	増 加	横ばい	減 少	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	上 昇	横ばい	下 落	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州		
製造業	19.9	48.1	32.0	-12.1	-14.7	-14.5	-8.2	-4.8	-12.7	5.0	80.9	14.1	-9.1	-9.7	-1.8	-10.0	-19.0	-8.0		
非製造業	16.7	50.3	33.0	-16.3	-13.2	-24.4	-20.5	-22.7	-15.4	10.9	73.4	15.7	-4.8	-3.3	-12.6	0.0	-12.2	-7.7		
建設業	19.1	50.9	30.1	-11.0	-5.6	-23.1	-25.0	0.0	-6.4	8.2	73.1	18.7	-10.5	-7.0	-15.4	-14.8	-6.3	-12.9		
情報通信業	27.3	45.5	27.3	0.0	0.0	0.0	100.0	-	-100.0	3.0	93.9	3.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-	0.0		
運輸業	20.6	63.2	16.2	4.4	-11.8	-14.3	14.3	-	46.2	4.7	82.8	12.5	-7.8	-11.8	-14.3	0.0	-	0.0		
卸売業	24.0	48.4	27.6	-3.6	-4.7	12.6	4.3	0.0	-18.7	18.3	73.0	8.7	9.6	9.1	-7.1	4.5	0.0	37.5		
小売業	8.5	44.1	47.4	-38.9	-37.4	-48.5	-38.5	-40.0	-30.0	15.9	64.1	20.0	-4.1	-11.1	-6.0	16.7	25.0	-15.8		
不動産業	6.5	62.9	30.6	-24.1	-22.2	-42.9	-33.3	0.0	-12.5	5.8	82.7	11.5	-5.7	-6.4	-14.3	0.0	0.0	0.0		
飲食店・宿泊業	12.1	44.8	43.1	-31.0	-14.3	-66.7	-18.2	-100.0	-42.8	11.1	75.9	13.0	-1.9	16.0	-11.1	0.0	-100.0	-14.3		
サービス業	15.9	52.7	31.4	-15.5	-10.2	-3.5	-29.0	-25.0	-33.3	4.8	73.6	21.6	-16.8	-14.7	-20.7	-10.0	-25.0	-25.9		
大企業	36.9	47.5	15.6	21.3	27.9	-16.7	16.7	0.0	0.0	12.9	79.1	7.9	5.0	9.8	8.4	-11.1	-50.0	-20.0		
中小企業	16.1	49.9	34.0	-17.9	-18.8	-22.3	-15.7	-14.7	-14.4	8.6	75.7	15.7	-7.1	-6.9	-10.3	-4.5	-12.1	-7.6		
合計	17.8	49.6	32.6	-14.8	-13.6	-21.5	-14.3	-17.0	-14.3	8.8	76.0	15.2	-6.4	-5.1	-9.4	-5.2	-14.5	-7.8		

(4) 原材料価格 (仕入価格等)、営業利益判断

	原材料価格										営業利益判断									
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I (※季節調整前)						
	上 昇	横ばい	下 落	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	黒 字	収支トントン	赤 字	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州		
製造業	40.8	56.9	2.3	38.5	37.8	47.3	35.7	38.1	39.8	27.2	43.8	29.0	-1.8	-0.4	-7.2	-3.2	4.8	-1.1		
非製造業	34.6	60.7	4.6	30.0	26.9	28.5	38.1	21.0	40.9	22.5	46.5	31.0	-8.5	-3.4	-17.4	-11.9	-22.7	-14.8		
建設業	30.4	64.9	4.7	25.7	24.3	15.4	42.9	18.8	25.8	16.8	53.2	30.1	-13.3	-11.2	-11.5	-20.7	0.0	-20.0		
情報通信業	3.2	96.8	0.0	3.2	3.7	0.0	0.0	-	0.0	39.4	36.4	24.2	15.2	20.7	0.0	0.0	-	-100.0		
運輸業	54.0	42.9	3.2	50.8	43.8	57.1	53.8	-	63.6	18.8	52.2	29.0	-10.2	-17.2	-42.9	-14.3	-	30.8		
卸売業	41.8	56.9	1.3	40.5	39.1	35.8	33.3	0.0	75.0	31.9	49.2	19.0	12.9	15.7	-6.2	16.7	0.0	-6.3		
小売業	34.0	60.2	5.8	28.2	22.4	32.3	31.4	66.7	27.8	9.6	42.3	48.1	-38.5	-39.6	-31.5	-39.5	-40.0	-42.1		
不動産業	17.0	74.5	8.5	8.5	0.0	14.3	25.0	0.0	33.3	20.0	56.7	23.3	-3.3	8.6	-42.9	0.0	0.0	-25.0		
飲食店・宿泊業	61.4	33.3	5.3	56.1	61.6	55.6	72.7	-25.0	57.1	16.9	40.7	42.4	-25.5	-21.4	-33.3	-18.2	-50.0	-28.6		
サービス業	25.9	66.5	7.5	18.4	12.5	22.2	30.0	8.3	34.8	29.3	41.0	29.7	-0.4	1.6	3.4	6.1	-33.4	-7.4		
大企業	39.7	60.3	0.0	39.7	37.4	33.3	50.0	50.0	60.0	59.6	25.5	14.9	44.7	47.1	25.0	38.9	50.0	60.0		
中小企業	36.9	59.2	3.9	33.0	29.6	34.5	36.6	26.6	40.8	20.7	47.7	31.6	-10.9	-9.1	-18.3	-10.5	-13.1	-11.5		
合計	36.8	59.4	3.8	33.0	29.9	34.2	36.9	26.6	40.4	24.1	45.6	30.3	-6.2	-2.5	-14.4	-7.5	-13.8	-9.1		

(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	16.3	51.9	31.8	-15.5	-17.1	-11.3	-17.4	-14.3	-10.2	40.3	35.2	24.5	15.8	21.5	7.4	12.0	14.3	12.5		
非製造業	14.1	53.0	32.9	-18.8	-16.0	-19.2	-27.4	-26.2	-18.5	30.6	40.0	29.3	1.3	10.2	-7.7	-8.3	-35.5	-8.0		
建設業	14.1	58.2	27.6	-13.5	-8.6	-11.6	-25.0	-12.5	-16.7	29.5	42.2	28.3	1.2	18.1	4.0	-6.9	-43.8	-9.7		
情報通信業	27.3	51.5	21.2	6.1	3.4	50.0	100.0	-	-100.0	48.5	33.3	18.2	30.3	31.1	0.0	100.0	-	0.0		
運輸業	13.2	55.9	30.9	-17.7	-32.4	-28.6	-21.5	-	30.8	17.4	52.2	30.4	-13.0	-5.7	-42.9	-35.7	-	7.7		
卸売業	19.3	56.0	24.7	-5.4	-3.7	0.0	-8.4	0.0	-25.0	44.9	40.0	15.1	29.8	31.9	25.0	41.7	-100.0	0.0		
小売業	8.7	43.0	48.3	-39.6	-41.1	-40.0	-42.1	-37.5	-26.3	17.1	39.0	43.8	-26.7	-24.3	-31.5	-36.8	-30.0	-10.0		
不動産業	7.0	64.9	28.1	-21.1	-21.2	-42.9	-33.3	100.0	0.0	26.7	56.7	16.7	10.0	17.6	0.0	0.0	0.0	0.0		
飲食店・宿泊業	13.8	39.7	46.6	-32.8	-35.7	-25.0	-18.2	-50.0	-42.8	8.6	34.5	56.9	-48.3	-39.2	-44.4	-60.0	-75.0	-57.1		
サービス業	13.8	54.7	31.6	-17.8	-11.2	-6.7	-34.4	-41.7	-30.8	36.7	33.6	29.7	7.0	11.0	10.3	9.4	-16.6	-6.9		
大企業	33.1	48.9	18.0	15.1	19.4	8.3	5.9	0.0	-20.0	64.5	29.1	6.4	58.1	61.6	25.0	61.1	100.0	40.0		
中小企業	13.2	53.3	33.6	-20.4	-21.0	-18.6	-23.7	-20.3	-14.7	31.3	39.1	29.6	1.7	7.6	-5.9	-1.4	-22.6	-2.0		
合計	14.9	52.6	32.5	-17.6	-16.3	-16.9	-22.4	-22.2	-15.0	33.9	38.4	27.7	6.2	13.3	-3.2	1.9	-19.7	0.5		

(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	16.0	32.2	15.4	32.4	4.0	16.7	63.0	20.2	3.5	2.1	-1.9	1.3	-4.8	16.1	
非製造業	12.3	31.7	13.3	37.4	5.4	10.0	60.2	29.9	19.9	18.3	24.5	27.0	20.4	13.5	
建設業	9.5	33.3	10.7	41.7	4.8	7.5	55.8	36.6	29.1	31.9	26.9	48.3	26.7	6.7	
情報通信業	21.2	51.5	15.2	12.1	0.0	3.0	51.5	45.5	42.5	41.4	50.0	0.0	-	100.0	
運輸業	13.0	39.1	17.4	23.2	7.2	4.4	58.8	36.8	32.4	23.5	28.6	50.1	-	38.5	
卸売業	13.1	27.0	11.0	43.0	5.9	15.0	64.6	20.3	5.3	4.1	18.7	12.5	0.0	-6.7	
小売業	10.3	26.5	13.7	44.6	4.9	12.8	65.0	22.2	9.4	2.9	14.8	19.4	10.0	15.9	
不動産業	16.4	36.1	8.2	36.1	3.3	10.0	80.0	10.0	0.0	-2.9	42.9	-12.5	-50.0	0.0	
飲食店・宿泊業	12.5	25.0	12.5	41.1	8.9	1.8	50.9	47.4	45.6	48.1	55.6	30.0	50.0	42.9	
サービス業	12.5	35.3	17.4	29.0	5.8	8.5	52.9	38.5	30.0	37.2	20.6	26.7	25.0	11.5	
大企業	26.8	45.7	14.5	10.1	2.9	8.5	55.3	36.1	27.6	27.8	-16.6	50.0	100.0	20.0	
中小企業	12.3	30.5	14.0	38.1	5.0	12.7	61.7	25.6	12.9	11.6	19.7	12.2	9.8	13.7	
合計	13.5	31.8	14.0	35.7	4.9	12.3	61.1	26.5	14.2	13.8	16.8	13.9	12.3	14.6	

(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	7.9	84.3	7.7	0.2	0.4	-7.4	-1.3	4.7	5.7	29.1	41.2	29.8	-0.7	-5.3	0.0	-4.0	4.8	14.9		
非製造業	6.4	84.3	9.3	-2.9	-1.3	-4.6	-8.4	-6.7	-0.9	23.2	45.4	31.4	-8.2	-7.8	-10.0	-8.3	-20.9	-4.0		
建設業	6.9	82.7	10.4	-3.5	1.4	0.0	-10.8	-12.5	-6.5	27.2	39.6	33.2	-6.0	-10.0	0.0	-3.5	-20.0	3.4		
情報通信業	12.1	78.8	9.1	3.0	0.0	50.0	0.0	-	0.0	18.7	50.0	31.3	-12.6	-10.7	-50.0	100.0	-	-100.0		
運輸業	4.4	85.3	10.3	-5.9	-3.0	0.0	-14.3	-	-7.7	20.2	55.1	24.6	-4.4	-11.4	-28.6	-7.1	-	30.8		
卸売業	6.1	86.5	7.3	-1.2	-2.6	6.3	0.0	0.0	6.7	32.4	45.2	22.4	10.0	10.2	12.5	4.2	0.0	12.4		
小売業	4.8	84.1	11.1	-6.3	-5.6	-5.9	-10.8	-10.0	0.0	17.1	42.6	40.2	-23.1	-24.2	-44.2	-13.5	-30.0	5.0		
不動産業	0.0	94.9	5.1	-5.1	-2.9	0.0	-25.0	0.0	0.0	13.1	50.8	36.0	-22.9	-11.4	-28.6	-55.6	0.0	-37.5		
飲食店・宿泊業	3.5	86.0	10.5	-7.0	0.0	-33.3	-10.0	0.0	0.0	19.6	41.1	39.3	-19.7	-15.4	-33.3	0.0	-33.3	-42.9		
サービス業	9.8	80.9	9.3	0.5	3.2	-10.3	-3.0	0.0	4.0	21.0	48.5	30.5	-9.5	-15.0	28.6	-9.1	-16.7	-20.7		
大企業	16.3	70.2	13.5	2.8	7.7	-41.7	-5.6	50.0	20.0	37.4	48.9	13.6	23.8	20.6	25.0	33.3	0.0	60.0		
中小企業	5.9	85.9	8.2	-2.3	-1.9	-2.9	-4.8	-4.9	1.5	24.0	43.7	32.2	-8.2	-10.6	-10.2	-8.0	-10.0	2.5		
合計	6.9	84.3	8.8	-1.9	-0.8	-5.4	-4.9	-3.0	1.9	25.2	44.0	30.8	-5.6	-7.0	-7.1	-6.1	-12.5	3.8		

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

(8) 今年の賞与の実績と見込み

	25年夏季の実績					25年冬季の見込み					
	増額	横ばい	減額	支給なし	制度なし	増額	横ばい	減額	支給なし	未定	制度なし
製造業	16.9	43.5	16.9	18.5	4.3	13.7	43.4	14.3	13.9	10.2	4.5
非製造業	11.1	39.6	12.8	26.6	10.0	6.5	42.9	10.7	20.0	10.0	9.8
建設業	12.7	37.3	9.6	31.9	8.4	5.6	41.4	7.4	25.3	13.6	6.8
情報通信業	18.2	36.4	27.3	18.2	0.0	9.1	39.4	30.3	9.1	12.1	0.0
運輸業	3.0	59.7	13.4	20.9	3.0	2.9	54.4	16.2	16.2	7.4	2.9
卸売業	16.8	47.9	16.0	15.5	3.8	8.9	54.7	14.8	9.7	8.1	3.8
小売業	5.5	31.7	12.1	37.2	13.6	4.6	30.1	9.7	32.7	9.7	13.3
不動産業	3.3	54.1	6.6	19.7	16.4	5.0	56.7	5.0	10.0	6.7	16.7
飲食店・宿泊業	5.8	19.2	15.4	40.4	19.2	7.7	23.1	7.7	36.5	5.8	19.2
サービス業	13.5	34.5	11.2	26.5	14.3	7.2	40.7	7.2	17.6	12.2	14.9
大企業	29.5	47.5	18.0	4.3	0.7	20.1	59.0	11.5	2.9	5.8	0.7
中小企業	11.5	40.2	13.9	25.7	8.7	7.8	41.6	11.8	19.5	10.6	8.7
全体	13.0	40.9	14.2	23.8	8.0	9.0	43.1	11.9	17.9	10.1	8.0

(9) 電気料金や原材料価格の上昇分が生産・販売コストに占める割合

	電気料金					原材料価格				
	上昇なし	3%未満	3~4.9%	5~9.9%	10%以上	上昇なし	3%未満	3~4.9%	5~9.9%	10%以上
製造業	11.5	34.7	16.5	15.8	21.5	22.3	34.2	18.3	14.3	10.9
非製造業	26.0	38.0	15.4	10.6	10.1	35.0	29.4	12.6	13.3	9.7
建設業	33.6	42.0	10.9	9.2	4.2	33.9	34.7	15.7	9.9	5.8
情報通信業	40.0	40.0	4.0	0.0	16.0	66.7	28.6	0.0	0.0	4.8
運輸業	17.9	46.2	17.9	10.3	7.7	11.9	28.6	14.3	28.6	16.7
卸売業	23.8	42.7	16.1	11.2	6.3	27.0	26.4	17.0	15.1	14.5
小売業	25.3	31.3	20.0	12.7	10.7	39.1	25.4	10.9	13.0	11.6
不動産業	23.7	36.8	10.5	13.2	15.8	50.0	30.0	6.7	6.7	6.7
飲食店・宿泊業	5.1	43.6	28.2	12.8	10.3	13.3	46.7	15.6	22.2	2.2
サービス業	28.2	33.7	12.9	9.8	15.3	45.5	26.9	9.0	10.9	7.7
大企業	15.7	40.4	16.9	11.2	15.7	23.5	43.2	12.3	11.1	9.9
中小企業	20.4	36.2	15.9	12.9	14.5	30.5	30.2	15.2	13.9	10.2
全体	20.3	36.7	15.8	12.7	14.5	30.1	31.2	14.8	13.7	10.2

(10) 電気料金や原材料価格の上昇への対応策

	電気料金値上げ・原材料価格上昇への対応							
	電気・原材料の使用量削減	仕入価格の引き下げ要請	仕入先の見直し	その他のコスト削減	販売価格への転嫁	質・量を見直した新商品・サービスの投入	その他	特に対応なし
製造業	49.9	16.1	16.3	42.1	14.4	6.3	5.0	24.8
非製造業	39.8	11.7	12.7	31.6	12.1	6.6	2.9	34.6
建設業	29.3	15.9	11.6	28.7	7.3	3.7	3.0	45.1
情報通信業	54.5	15.2	6.1	36.4	3.0	6.1	6.1	21.2
運輸業	31.7	6.3	4.8	25.4	1.6	0.0	3.2	49.2
卸売業	39.0	14.4	12.3	32.6	28.4	8.5	1.3	28.0
小売業	49.2	13.2	12.2	32.5	12.2	5.6	3.6	33.0
不動産業	35.7	3.6	12.5	26.8	7.1	0.0	5.4	41.1
飲食店・宿泊業	46.6	6.9	25.9	43.1	8.6	19.0	3.4	24.1
サービス業	39.5	9.0	14.3	30.9	4.9	8.1	2.7	34.1
大企業	54.3	20.7	21.4	47.9	12.9	13.6	4.3	22.9
中小企業	42.1	12.6	13.0	34.1	13.1	5.9	3.4	32.2
全体	43.3	13.2	13.9	35.2	12.9	6.5	3.6	31.2

表2 DI推移表

		回	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	前回	前回調査	
		平成	21				22				23				24				25			調査と	の見直し	
		四半期	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	の比較	との比較	
(1) 業況判断	a. 前期比	製造業	-67.8	-48.2	-32.6	-30.3	-13.1	-15.3	-21.4	-14.2	-10.4	-29.3	-16.6	-17.5	-18.1	-20.1	-24.6	-21.3	-20.3	-14.9	-9.6	5.4	0.3	
		非製造業	-57.3	-52.1	-44.2	-46.6	-35.3	-31.3	-33.2	-26.0	-22.6	-40.9	-27.3	-26.4	-27.9	-26.9	-24.6	-28.0	-22.7	-17.2	-18.0	▲ 0.8	▲ 6.2	
		大企業	-50.8	-40.1	-17.2	-24.9	-11.2	-10.5	-12.0	0.8	5.8	-22.2	4.5	9.5	-2.6	4.4	-1.3	3.6	-7.9	6.7	10.4	3.7	▲ 5.0	▲ 3.5
		中小企業	-61.4	-52.3	-41.6	-43.0	-29.1	-27.8	-30.3	-24.5	-20.3	-38.4	-25.2	-24.3	-26.5	-27.4	-27.6	-28.2	-22.8	-18.7	-16.3	2.4	▲ 3.5	▲ 3.3
	合計	-60.7	-51.2	-40.3	-41.2	-27.4	-26.1	-29.2	-22.2	-18.1	-37.2	-23.4	-23.2	-24.5	-24.9	-25.5	-25.8	-21.8	-16.6	-15.0	1.7	▲ 3.5	▲ 3.5	
	b. 前期比	製造業	-75.4	-50.5	-29.9	-23.7	-20.2	-17.0	-19.3	-8.1	-16.6	-31.0	-15.4	-11.0	-23.7	-22.1	-24.0	-14.2	-25.7	-17.3	-9.3	8.0	6.0	8.6
		非製造業	-65.4	-52.0	-41.5	-41.4	-43.5	-31.1	-30.3	-21.0	-30.7	-40.6	-24.6	-21.2	-35.8	-26.9	-23.6	-22.6	-30.5	-17.3	-15.7	1.6	1.0	8.0
		大企業	-60.4	-39.6	-10.5	-22.8	-20.9	-9.2	-5.6	2.7	-4.2	-20.0	10.2	-7.1	-13.3	7.1	4.4	6.2	-19.2	9.8	15.7	5.9	5.9	8.0
		中小企業	-69.3	-52.7	-40.0	-36.5	-36.8	-27.9	-28.9	-18.3	-27.6	-38.6	-24.1	-18.0	-33.3	-27.9	-26.9	-21.6	-29.4	-19.3	-15.9	3.4	3.4	8.0
	合計	-68.9	-51.5	-37.7	-35.5	-35.5	-26.1	-26.7	-16.8	-25.8	-37.3	-21.4	-17.6	-31.8	-25.3	-23.8	-19.8	-28.9	-17.2	-13.5	3.7	3.7	8.0	
	c. 前年同期比	製造業	-81.0	-79.5	-76.8	-60.5	-27.4	-8.8	-8.1	-9.0	-3.7	-27.3	-21.6	-18.7	-20.5	-18.9	-26.1	-26.9	-24.9	-24.3	-14.7	9.6	9.6	9.6
		非製造業	-68.5	-65.8	-58.8	-59.3	-46.7	-33.4	-32.2	-31.2	-29.5	-42.4	-27.9	-30.0	-34.4	-26.6	-28.6	-32.7	-24.6	-19.6	-18.7	0.9	0.9	9.6
大企業		-63.3	-59.8	-58.7	-45.9	-16.8	-4.0	-11.5	-2.8	7.2	-11.3	3.8	-3.3	-9.6	15.7	-3.0	-2.4	-9.4	10.9	20.3	9.4	9.4	9.6	
中小企業		-73.4	-71.6	-65.2	-61.0	-41.7	-26.5	-25.2	-26.0	-22.6	-39.2	-28.1	-27.6	-31.1	-27.2	-30.6	-33.2	-25.9	-23.8	-20.5	3.3	3.3	9.6	
合計	-72.8	-70.5	-64.8	-59.7	-40.1	-24.7	-24.2	-23.9	-20.4	-37.1	-25.7	-26.0	-29.8	-24.0	-27.7	-30.2	-24.7	-21.1	-17.2	3.9	3.9	9.6		
(2) 売上高(季調済)	製造業	-65.0	-50.5	-34.9	-33.1	-15.7	-18.2	-22.1	-16.4	-10.9	-30.8	-18.7	-16.8	-17.4	-20.7	-25.6	-22.2	-22.8	-15.6	-13.0	2.6	2.6	2.6	
	非製造業	-57.9	-54.5	-45.7	-46.0	-37.9	-32.4	-34.0	-27.2	-24.3	-39.9	-27.2	-27.4	-27.8	-26.7	-27.6	-28.6	-23.1	-19.7	-18.5	1.2	1.2	2.6	
	大企業	-48.3	-41.6	-16.0	-20.6	-11.6	-9.2	-12.9	-1.8	-1.1	-24.9	13.2	-11.2	0.0	3.8	-2.2	3.5	-9.3	3.2	17.0	13.8	1.2	1.2	
	中小企業	-61.5	-54.7	-43.8	-44.1	-31.8	-29.5	-31.0	-25.6	-21.2	-38.0	-26.8	-24.4	-26.6	-27.3	-29.0	-28.7	-23.9	-20.3	-18.7	1.6	1.6		
合計	-60.2	-53.3	-42.1	-41.6	-30.2	-27.7	-30.1	-23.5	-19.5	-37.0	-24.2	-23.4	-24.2	-24.9	-27.0	-26.3	-22.9	-18.6	-16.6	2.0	2.0			
(3) 製・商品単価	製造業	-37.6	-38.1	-32.8	-30.2	-29.8	-19.2	-19.7	-15.9	-14.4	-16.2	-15.3	-12.2	-16.4	-18.3	-17.3	-19.7	-15.5	-10.2	-9.1	1.1	1.1		
	非製造業	-42.5	-36.2	-33.0	-36.4	-34.4	-24.6	-28.4	-24.7	-20.2	-18.0	-18.9	-18.4	-22.6	-20.8	-18.2	-19.5	-10.0	-8.0	-4.8	3.2	3.2		
	大企業	-38.8	-27.0	-16.1	-26.5	-22.8	-17.1	-16.7	-10.1	-9.2	-3.7	-3.0	-9.6	-10.7	-6.6	-4.3	-7.7	-10.1	0.0	5.0	5.0	5.0		
	中小企業	-40.9	-37.7	-34.5	-35.0	-33.6	-23.0	-26.3	-22.6	-18.9	-18.8	-18.6	-16.6	-21.3	-20.9	-19.4	-20.2	-11.9	-9.2	-7.1	2.1	2.1		
合計	-40.8	-36.8	-32.9	-34.3	-32.8	-22.7	-25.5	-21.8	-18.1	-17.4	-17.6	-16.2	-20.5	-19.9	-17.9	-19.5	-11.9	-8.8	-6.4	2.4	2.4			
(4) 原材料価格	製造業	-9.0	-13.3	7.0	6.2	13.3	32.7	22.1	18.6	40.8	48.9	38.5	26.5	22.6	17.3	8.8	9.1	34.2	42.4	38.5	▲ 3.9	▲ 3.9		
	非製造業	-4.4	-5.1	1.5	-4.3	2.6	12.3	4.7	5.8	23.0	27.6	20.1	14.0	16.8	10.5	8.8	10.1	23.6	28.9	30.0	1.1	1.1		
	大企業	-10.3	-5.6	1.9	0.7	1.5	10.4	6.5	19.3	17.6	33.3	27.8	19.5	15.2	14.7	9.6	11.6	27.3	30.6	39.7	9.1	9.1		
	中小企業	-5.2	-8.1	3.5	-0.6	7.2	20.9	11.3	9.5	30.7	35.9	27.5	18.6	19.4	13.3	9.0	9.7	27.5	34.4	33.0	▲ 1.4	▲ 1.4		
合計	-6.1	-8.0	3.4	-0.6	6.5	19.9	10.7	10.3	29.6	35.5	26.9	18.7	18.8	12.9	8.8	9.7	27.4	33.8	33.0	▲ 0.8	▲ 0.8			
(5) 営業利益判断(季調済)	製造業	-50.8	-49.3	-41.0	-32.6	-22.4	-13.2	-11.6	-7.1	-0.8	-9.3	-2.0	-1.9	0.9	-3.2	-5.3	-3.8	-4.9	-1.0	-0.1	1.0	1.0		
	非製造業	-32.1	-36.9	-32.9	-31.5	-26.6	-21.3	-19.5	-16.5	-15.0	-21.6	-15.8	-14.0	-16.7	-15.6	-14.8	-15.1	-10.8	-9.5	-8.3	1.2	1.2		
	大企業	1.2	-5.9	1.2	16.6	21.8	30.5	22.1	29.8	33.0	27.5	37.1	31.9	28.7	31.2	31.2	40.3	28.7	31.2	43.7	12.5	12.5		
	中小企業	-41.4	-44.4	-39.0	-36.8	-28.6	-22.7	-21.2	-17.9	-13.3	-21.1	-15.1	-13.4	-14.1	-15.1	-15.6	-16.3	-12.1	-9.6	-9.8	▲ 0.2	▲ 0.2		
合計	-37.8	-41.0	-36.0	-32.3	-24.5	-18.3	-17.2	-13.8	-9.5	-17.1	-11.2	-10.0	-10.5	-11.2	-11.7	-11.5	-8.6	-6.2	-5.5	0.7	0.7			
(6) 営業利益水準(季調済)	製造業	-66.8	-51.1	-41.2	-32.7	-20.6	-20.1	-23.2	-21.2	-22.1	-33.3	-23.3	-21.4	-19.4	-22.7	-26.1	-23.0	-25.0	-18.4	-15.6	2.7	2.7		
	非製造業	-55.4	-52.8	-42.5	-45.7	-37.6	-30.4	-32.5	-28.8	-26.2	-41.5	-31.9	-28.1	-29.7	-28.5	-28.2	-28.7	-24.2	-22.1	-20.4	1.7	1.7		
	大企業	-52.7	-38.6	-23.4	-20.1	-10.7	-6.8	-10.2	-1.8	-0.9	-20.5	6.0	-7.3	-5.6	0.8	-1.1	2.7	-5.2	0.4	9.5	9.1	9.1		
	中小企業	-59.5	-53.7	-43.8	-43.7	-33.1	-29.1	-31.2	-28.6	-26.5	-40.2	-31.5	-27.2	-27.9	-29.2	-29.7	-29.4	-25.7	-23.2	-20.1	3.1	3.1		
合計	-58.9	-52.4	-42.4	-41.4	-31.2	-27.1	-29.7	-26.4	-24.2	-38.9	-28.9	-25.7	-25.9	-26.9	-27.3	-26.8	-24.3	-21.2	-18.3	3.0	3.0			
(7) 資金繰り	製造業	-18.5	-21.1	-14.5	-9.4	-6.2	4.0	0.9	5.9	7.8	4.0	10.2	7.6	8.1	9.1	12.2	10.3	8.2	9.1	15.8	6.7	6.7		
	非製造業	-16.6	-17.5	-16.9	-16.2	-16.8	-9.3	-8.5	-7.4	-8.8	-6.1	-6.9	-6.3	-7.1	-4.5	-4.8	-3.9	0.3	2.8	1.3	▲ 1.5	▲ 1.5		
	大企業	22.6	28.1	32.4	34.7	34.8	43.8	33.8	40.8	45.8	45.9	46.3	48.8	49.0	48.5	43.9	50.0	46.0	55.3	58.1	2.8	2.8		
	中小企業	-20.9	-23.9	-20.6	-18.4	-17.0	-9.0	-9.0	-7.1	-7.5	-6.7	-4.6	-5.7	-7.2	-4.0	-2.8	-4.0	-1.1	0.8	1.7	0.9	0.9		
合計	-17.3	-18.8	-16.1	-14.0	-13.1	-4.6	-5.4	-3.0	-2.9	-2.6	-0.9	-1.3	-2.0	0.2	1.0	0.9	3.0	5.0	6.2	1.2	1.2			
(8) 雇用状況(雇用不足感)	製造業	-39.5	-37.3	-30.4	-27.1	-17.6	-10.2	-3.6	-1.1	2.9	-7.3	0.4	-3.3	-0.7	-1.4	-2.9	0.6	0.5	0.7	3.5	2.8	2.8		
	非製造業	-10.8	-10.5	-9.3	-6.4	-7.8	-6.2	-2.8	0.9	2.7	-1.1	4.8	8.6	7.2	5.2	11.4	11.2	15.6	11.1	19.9	8.8	8.8		
	大企業	-3.0	-15.6	-17.6	-16.8	-3.6	-0.8	-2.0	4.0	4.9	5.2	5.9	12.7	8.4	12.1	15.8	16.1	24.6	23.6	27.6	4.0	4.0		
	中小企業	-22.7	-20.1	-16.2	-13.1	-12.0	-8.4	-3.0	-0.1	2.5	-4.0	3.0	3.5	4.2	1.8	5.2	6.4	9.1	6.0	12.9	6.9	6.9		
	合計	-20.8	-19.8	-16.4	-13.4	-11.2	-7.6	-3.1	0.2	2.8	-3.3	3.2	4.3	4.5	2.9	6.5	7.5	10.4	7.5	14.2	6.7	6.7		
	(9) 雇用予定(季調済)	製造業	-13.5	-13.8	-9.9	-9.1	-8.6	-4.4	-3.0	-0.2	1.1	-1.5	-1.8	1.2	0.4	-3.7	-2.1	-2.4	2.1	0.2	1.9	1.7	1.7	
		非製造業	-9.4	-11.4	-9.8	-10.3	-10.6	-7.9	-8.1	-6.3	-5.5	-7.4	-5.8	-5.4	-4.8	-4.4	-5.3	-3.0	-2.1	-1.4	-1.6	▲ 0.1	▲ 0.1	
		大企業	-3.6	-8.8	-9.3	0.6	-15.3	-2.8	-10.6	-1.8	-0.9													

最近の消費動向（個別ヒアリング）

9月の大型小売店の売上高は、台風など天候不順の影響はあったが、秋物衣料品に動きがみられたことなどから、7か月連続で前年同月を上回った。

大阪産業経済リサーチセンターでは、消費動向を把握するため、大型小売店、宿泊施設、土産物店の計5社を対象にヒアリング調査を行った。

大型小売店では、夏物のバーゲン品や一部秋物商品が好調となるも、猛暑や台風などで衣料品は苦戦した。宿泊施設では、円安の影響で欧州や東南アジアからの予約が増えているが、日本人に比べ客単価は低い。土産店では、7～9月期の外国人客の売上高は堅調に推移し、その集客強化に努めている。

百貨店 A 社

9月の売上げ状況を見ると、催事は堅調だったが、定価のファッション関連の動きが芳しくなく、全体の売上高は減少した。

紳士服：バーゲン品は商品を確保できたこともあり、前年実績を上回ったが、靴、バッグ、パンツ、セーターなど多くの定価商品は苦戦した。

婦人服：スカートなど一部動きはみられるが、前年同月に実施した販促の反動から月後半の落ち込みが大きく、売上高は前年実績を下回った。

子供服：バーゲン品は前年を上回ったが、ベビー・マタニティなど定価商品の動きは鈍い。

食料品：和菓子や新規テナントは好調も、大型ブランドの菓子店は不振となった。月末からのおせち料理の予約は、気候要因で伸び悩んだ昨年に比べて大幅に増加したほか、一昨年と比べても堅調に推移している。

婦人靴：ブーツのうちショートの動きはよいが、ハーフ及びロングの売上げは大きく減少した。また、主力商品のブラックパンプスの売上げも充分確保できていない。

シーズン雑貨：月後半の気温上昇などもあり、スカート、マフラーといった秋物商品の出足が鈍く、全体では減少した。

百貨店 B 社

9月は、猛暑日が続いたことや中旬の台風到来などもあり、厳しい商戦が続いたが、時計や宝石などの高額品が好調に推移して後半盛り返した。

紳士服：カジュアルシャツ、ニット、チェック柄の

アウターなどが好調だったが、ジャケットやスーツの秋ものの動きが鈍く、全体の売上げは微増となった。

婦人服：残暑を見越して期間を延ばした夏物セールが奏功し、バッグや革小物・宝石などの特選品も堅調に推移した。一方、ミセスではニットやパンツの動きは好調だが、物価の上昇もありやや買い控えムードがみられる。また、ヤングファッションも苦戦が続いた。

食料品：惣菜や菓子などの買い回り客が増加した。敬老の日関連のカステラやヘルシー弁当などの動きが良かった。しかし全体では、オーバーストア状態に加え、競合他社との物産展の開催重複などから、来店客数が分散し苦戦した。

高額品：時計が堅調に売上げを伸ばし、ある有名海外ブランドは前年に比べて倍増している。宝石は、婚約・結婚などのブライダル関連が順調に推移し、有名特選品ブランドの人気の高い。また、中国人の高額品購入も増えている。

スーパー C 社

9月の販売額は前年同月比で微減となった。中旬までは平年よりも気温が低く、衣料品では秋物商品が活発に動いた。食料品では、農産・畜産物、純鮮魚の相場高で単価が上昇するも、米や涼味関連の不振などもあり横ばいとなった。住居関連では、鍋など季節商品の動きが鈍く、前年を下回った。

顧客単価は上記3分野とも増加、買い上げ点数は住居関連で増加したが、来店客数はいずれも前年を下回った。

衣料品：気温上昇などから後半はやや失速したが、敬老の日関連の紳士長袖シャツ、婦人ブラウスといった秋物商品や、スパッツ、レギンスが堅調に推移した。加えて、天候や気温に左右されない婦人パンプス・紳士ビジネスシューズ、ランドセルなどが全体を牽引し、衣料品全体の売上高は増加した。

食料品：相場高が続く農産・畜産に加え、サンマなど純鮮魚の相場も上昇したが、その売上高は前年並み～弱含みとなった。乳製品や新製品を投入した冷凍食品が好調となるも、アイスなどの涼味商材や前年の相場高が反転した米が不振となった。個別商品では、キャベツ、漬魚、リキユール類、鶏肉切り身などが増加したが、焼鳥、鰻、オレンジ類、スポーツ飲料などが減少した。

住居関連：分割金利・手数料無料が奏功したエアコンや冷蔵庫などの季節大型家電、電動自転車、TVゲームなどが好調だったが、炊飯ジャーや掃除機といった小物家電、殺虫剤、フェイスメイクなどの動きが鈍く、全体的に苦戦した。その他の商品では、押入れ収納、マットレスなどが増加したが、タオルケット、ステンレスボトルなどが減少した。

旅館 D 社

宿泊人数：外国の個人旅行者を受け入れている和風旅館D社では、7～9月期の外国人客は花見の時期よりも減少するものの、円安基調を追い風に前年同期比で30%増加した。海外の宿泊予約サイトなどを通じて、オーストラリア、イタリア、フランス、スペインなどからの利用が多いが、最近ではタイやシンガポールからの予約も増えている。

客単価：土日祝日の利用が多い日本人団体客は1泊2食が主流だが、平日の宿泊が中心の外国人客は館内で夕食をとることは少なく、朝食利用も2割程度と低い。このため、両者の客単価は2倍以上の開きがある。7～9月期の外国人客単価は前年同期比横ばいであるが、関西観光の起点として当館で1週間滞在する外国人もいる。

独自の取組：土日祝日に比べて稼働率が低い平日に客を呼び込むことが、D社の当面の課題である。そこで、外国人向けに手頃な価格のしゃぶしゃぶ、天ぷら、すき焼メニューの提供や安宿予約サイトへの登録のほか、日帰りバスツアーなど団体客向けの昼食メニューや宴会メニューの充実などにも努めている。一方、公衆無線LANサービス（Wi-Fi）

の接続環境の改善を求める外国人客も多く、その対応が急務となっている。

土産店 E 社

売上高：ミナミを中心に土産物店を展開するE社では、猛暑に加え、東京ディズニーリゾート30周年や富士山の世界遺産登録による来阪者の減少、阿倍野やキタの集客力の向上などから、7～9月期の全売上高は前年同期比で8%減少した。ただし、外国人客は台湾、韓国、中国、東南アジアからの集客で底堅く推移した。

客単価：5～6年前から消費者の財布の紐が堅くなる中で、来店客への挨拶などサービスを充実し、買い上げ点数を増やすことで客単価の上昇を図り、客単価はこの3～4年横ばいが続いている。日本人の客単価は約1,800円であるが、外国人客は約3,000円と開きがある。なお、外国人客間の金額差はほとんどないが、個人のリピーター客が多い台湾や韓国では、嗜好が日本人に近づいている。E社では客単価を上げるべく、品揃えの見直しやここでしか買えない商品価値の発信強化に努めている。

独自の取組：現在、近隣の語学学校の留学生を外国語スタッフとしてアルバイト採用し、インターネットやフェイスブックでは台湾や香港向けに繁体字の情報発信も行っている。今後は、外国人向けまち歩きツアーなど、体験型観光コンテンツの開発がキーワードになると考えており、外国人客を増やすためのアイデアを具体的なビジネスモデルに構築できる人材の確保が必要であるという。

大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		25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)	133,477	137,844	145,480	155,205	135,191	132,311
	(前年同月比、全店ベース)	0.3	2.8	9.4	0.9	3.7	4.8
	(前年同月比、既存店ベース)	▲0.3	1.8	8.0	▲0.1	2.5	3.5
うち百貨店	販売額	66,538	68,063	72,816	82,684	63,131	64,596
	(前年同月比、全店ベース)	3.7	6.0	15.5	2.4	8.3	8.6
	(前年同月比、既存店ベース)	3.7	6.0	15.5	2.4	8.3	8.6
うちスーパー	販売額	66,940	69,781	72,663	72,521	72,060	67,716
	(前年同月比、全店ベース)	▲2.9	▲0.1	3.9	▲0.8	▲0.0	1.5
	(前年同月比、既存店ベース)	▲4.1	▲2.0	1.2	▲3.0	▲2.3	▲1.1
コンビニエンスストア販売(近畿)	販売額	112,856	119,024	119,912	130,482	129,755	119,146
	(前年同月比、全店ベース)	2.0	4.0	6.5	5.0	3.8	3.9
	(前年同月比、既存店ベース)	▲2.4	▲0.8	1.2	▲0.0	▲1.4	▲1.0
乗用車新車販売	台数	16,191	15,931	19,521	19,873	16,135	22,849
	(前年同月比)	8.5	▲3.9	▲8.3	▲9.2	▲0.9	12.8
家電販売(近畿)	(前年同月比)	▲8.6	▲0.5	12.6	▲13.8	4.4	—

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

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

【乗用車新車販売台数】(社)日本自動車販売協会連合会、(社)全国軽自動車協会連合会。

【家電販売額】近畿経済産業局「近畿経済の動向」。

中小企業の動き（業種別景気動向調査）

プラスチック製品製造業

生産は、回復しつつあるが、原料価格や電気代など製造コストの上昇を製品価格に転嫁できず、収益は悪化している。

厳しい経営状況の下で、自社製品の開発、受注先への提案、3Dプリンタの導入などにより、活路を見出そうとする動きがみられる。

業界の概要

プラスチック製品は、各種成形機により、プラスチックを成形した製品である。用途は、機械器具等の部品、日用雑貨、容器、建設材料、包装資材など多岐にわたる。

製法は、プラスチックの原料を加熱溶解し、圧力を掛けて金型内に流し込み、冷却することにより成形したものを取り出す射出成形が最も一般的である。複雑な形状や精密さが必要な製品を短時間で安価に大量生産できるため、様々な製品がこの製法で作られる。

大阪の地位と特徴

大阪府内「プラスチック製品製造業（別掲を除く）」は、2,568事業所で、従業者数は32,481人、製造品出荷額等で7,331億円であり、全国に占める割合は、それぞれ12.7%、7.8%、6.6%である（総務省『平成24年経済センサス活動調査産業横断的集計（製造業）』、全数）。

大阪府の製造品出荷額等は、愛知県に次ぐ全国第2位であり、以下、埼玉県、神奈川県、滋賀県と続いている。府内では、プラスチック製品製造業は、大阪市生野区を中心とした大阪市東部から東大阪市、八尾市に多く立地している。

大阪府では、全国と比べて、電気機械器具用製品や日用雑貨・食卓用品、容器などの出荷割合が高く、輸送機械器具用製品の割合が低いことが特徴である。本稿では、機械部品の景気動向を中心にみていく。

生産は回復しつつある

全国の販売動向をみると、プラスチック製品の販売金額は、東日本大震災の影響を乗り越え24年には増加していたが、年末から再び減少に転じ、25年1～3月期は前年同期比6%減となった（表1）。特に、機械部品は減少幅が大きく、輸送機械用部品、電気通信用部品を問わず2桁の減少となった。しかし、4～6月期以降、減少幅は縮小し、7～9月期は増加に転じた。

ただし、機械部品の中でも電気通信用部品は減少が続いている。

24年7～9月期以降マイナスが続いていた所定外労働時間D I（増加割合－減少割合）は25年7～9月期にプラスに転じた（表2）。生産・売上高D I（増加割合－減少割合）についても、25年1～3月期を底に改善傾向にあるものの、7～9月期においてもマイナス値を示しており、景況の回復については企業間でバラツキがみられる。

府内企業への聞き取り調査では、家電部品の7～9月期における生産量は対前年同期比で5%増だが、受注単価の低下により販売額では横ばいという。他の企業でも、農機具部品製造、食品加工機械部品加工の受注も横ばいである。一方で、センサー、ポンプ、半導体製造装置などの成形部品について3%減という企業もある。これに対して、自動車部品、医療機器、住宅設備といった分野の受注は増加している。

生産コスト上昇により減益

生産コストについては、原材料のペレットなどの価格は、円安と原油高により大幅に上昇している。

さらに、電気料金の値上げがコスト増加要因となっている。プラスチック成形では、原料を溶解させる熱源などで電気使用量が多い。大阪府内の従業者30人以上の製造業事業所において電力使用額が生産額に占める割合は、製造業平均が1.2%であるのに対して、プラスチック製品製造業は2.0%になっている（大阪府統計課『平成24年経済センサス - 活動調査 産業別集計（製造業）』）。

それに加えて、府内事業所における当業界のパート・アルバイト比率は29.2%と、製造業平均の21.2%よりも高く、最低賃金の上昇もコスト上昇要因になる。

このように、生産コストは上昇しているものの、それを製品価格に転嫁できないばかりか、1～2%低下、5%低下といった具合に下落している企業が多い。このため、収益は悪化している企業が多いが、売上げが伸びている企業の中には生産性の向上とあいまって増益という企業も一部にみられる。

受注先に小ロット生産について簡易なカセットタイプの金型の利用を提案することによって、製品単価の低下を食い止めようとする動きが見られる。この方式は、金型の製品形状に関わる部分のみを交換し、成形機に金型を取付けるための部分など共用できるパーツに関しては共用する仕組みである。それによって、

受注先は金型製作の工期短縮や材料節約により金型代を削減できるというメリットがある。また、成形業者にとっても、受注先から預かる金型の保管スペースを少なくできるというメリットもある。

一部で資金繰り悪化による倒産

資金繰りは、聞き取り調査を行なった範囲では、特に問題は生じていない。小規模企業でも財務状況が良好な企業に対しては金融機関側から借入れを増やして欲しいといった要望があるという。

その一方で、受注の減少が続く一方で、25年3月に金融円滑化法の終了から半年近く経過する中で、資金ショートに陥り倒産する企業が散見されるようになっている。

雇用は持ち直しの兆し

雇用については、今年度は採用が全くない、採用の場合でも退職者補充のための中途採用という企業が多いが、来年度には、技能継承のために新規採用を実施したいという企業がみられた。

賃上げについては、小規模企業では、そうしたゆとりはないとのことであり、中堅規模の企業でも、一律の賃上げということではなく、意欲と実績に応じたきめ細かな登用・降格制度の下で賃金体系を見直すとのことである。

3Dプリンタなど設備投資に動き

設備投資は、中堅規模の企業では、成形機の更新や

検査システムの導入などを定期的に行っているが、25年度は24年度並みの実績見込みである。小規模企業の中には、従来とは異なる素材を扱える成形機や、プラスチックの加工のためにマシニングセンタを導入するなどの動きがみられる。

業界では以前より積層造形技術を保有する企業がみられたが、近年は、いわゆる3Dプリンタを導入している企業も散見される。機械部品を成形する小規模企業では、3Dプリンタの導入を予定している企業が少なからずみられる。ただし、導入の狙いは、あくまでも商談を迅速に進める道具としての活用であり、自社が手がける成形部品の代替的な生産方法とは考えていない。

今後の見通し

受注は、25年の1～3月期を底に回復しつつあり、今後緩やかな回復が期待される状況である。ただし、原材料価格は高止まりしたままであり、電気代等含めて生産コストは上昇しているにも関わらず製品価格に転嫁できる状況には至っていない。小規模企業を中心として、収益的には厳しい状況が続くとみられる。

こうした中で、自社製品の開発、受注先への提案、3Dプリンタの導入などにより、活路を見出そうとする動きがみられる。

(町田 光弘)

表1 プラスチック製品販売金額の推移(全国)

(単位: 百万円、%)

	総合計		機械部品		輸送機械用部品		電気通信用部品 (照明用品を含む)		その他の部品	
	販売金額	増加率	販売金額	増加率	販売金額	増加率	販売金額	増加率	販売金額	増加率
平成21年	3,668,769	-17.8	1,067,011	-25.6	679,519	-26.3	283,220	-24.8	104,272	-22.7
22年	4,059,647	10.7	1,271,343	19.1	818,832	20.5	320,030	13.0	132,481	27.1
23年	3,922,357	-3.4	1,145,188	-9.9	741,300	-9.5	281,648	-12.0	122,240	-7.7
24年	4,145,405	5.7	1,267,827	10.7	877,429	18.4	265,479	-5.7	124,919	2.2
25年 1～3月	968,425	-6.0	294,442	-14.1	207,206	-14.3	58,997	-12.9	28,239	-15.3
4～6月	1,029,480	-2.0	297,734	-6.5	206,473	-5.6	61,308	-8.7	29,953	-7.9
7～9月	1,060,565	2.7	314,840	1.6	223,190	4.8	60,543	-9.2	31,107	2.8

資料: 経済産業省『プラスチック製品統計』

(注) 常用従業者40人以上の事業所。増加率は、対前年(同期)比。

表2 自社業況に関するDI(前年同期比)

	生産・売上高	製品単価	採算	所定外 労働時間	製品在庫	材料原料 単価	総合判断
平成24年 1～3月	-0.4	-21.3	-20.7	-1.4	-4.3	48.5	-18.5
4～6月	3.3	-18.5	-6.6	7.0	-1.6	47.7	-3.7
7～9月	-12.8	-24.9	-21.0	-5.2	-3.8	28.9	-19.0
10～12月	-28.9	-26.2	-29.7	-19.1	-13.3	21.9	-32.4
25年 1～3月	-37.4	-24.3	-39.7	-15.8	-12.4	53.3	-40.9
4～6月	-24.2	-23.2	-34.7	-8.8	-10.8	62.3	-35.1
7～9月	-4.2	-18.0	-27.8	3.1	-2.8	60.2	-25.4

資料: 全日本プラスチック製品工業連合会『会員景況感調査報告(全国版)』

(注) DIは、「増加(上昇、好転)割合」-「減少(下落、悪化)割合」

建築金物製造業

需要面で大きな影響を与える建築着工は、リーマン・ショックの影響により平成21年に大幅な減少を記録し、新設住宅は100万戸を割り込んだ。22年以降、増加傾向に転じたものの、受注金額は横ばいか若干の減少傾向が続いている業者が多い。

東日本大震災の影響については、発生の23年3月以後の数ヶ月は一部では仮設住宅向けの需要増加がみられたものの一時的なものであり、復興に向けての本格的な需要増加はまだ発生していない。また、26年4月からの消費税率上昇前の駆け込み需要により、受注が増加している業者も見受けられる。

こうした厳しい状況のもと、高齢者対応製品や防犯機能を強化した製品、太陽光発電システム向け製品の展開、物流施設の整備などにより、収益の確保を図っている。

業界の概要

建築金物は、建築物及びその付属物に使用される金物の総称である。品目としては、錠前（ドアロック）、蝶番（丁番）、ドアクローザー（ドアチェック）、フロアヒンジなどの建具金物やレールなどの窓用金物、手すりなどが典型である。広義としてはインテリア金物など様々な品目が含まれる。

建築金物の需要は、住宅やビルなどの建築着工により大きく影響を受ける。ただし、建築金物は施工の最終段階で取り付けられる製品が多く、受注動向は建築着工から半年程度遅れるといわれている。

建築金物メーカーの多くは自社ブランドを持っており、プレス加工、切削、組立などの生産工程を自社内で行い、メッキなどの工程では外注を利用する業者が多い。また、錠前、蝶番など、特定製品群の生産に特化している業者が多い。

販路は、代理店や特約店といった卸売業者に販売し、そこから建築業者や住宅メーカー、サッシメーカーに納入するというのが一般的である。25年3月に期限を迎えた中小企業金融円滑化法の影響により、経営体制のせい弱な卸売業者の倒産などが発生しており、金融機関からの借り換えが行えた卸売業者においても今後の経営環境次第では、資金繰りが悪化する可能性があり、今後の販売先が減少することを懸念する業者もある。

また、DIY（ドゥ イット ユアセルフ）市場の伸長に伴って、ホームセンター業界などの量販店への直接販売や、インターネット販売による消費者への直接販売を行うメーカーも増加している。

大阪の地位

23年における大阪府内の事業所数は、「錠、かぎ」が22、「建築用金物」が140である。製造品出荷額はそれぞれ50億円、463億円で、あわせて513億円である。

全国に占めるシェアは、事業所数では、「錠、かぎ」が14.3%（全国第1位）、「建築用金物」が24.0%（全国第1位）で、製造品出荷額では、それぞれ7.5%（三重県、埼玉県に次いで全国第3位）、27.6%（全国第1位）である（経済産業省『平成23年工業統計表（品目編）』、従業者4人以上）。「錠、かぎ」と「建築用金物」の製造品出荷額の合計では全国シェア21.9%（全国第1位）となっている。14年と比較すると、「錠、かぎ」と「建築用金物」の全国シェアは、事業所数が3.2ポイント、製造品出荷額が2.8ポイント低下している。

府内における集積地は、大阪市生野区、平野区、東住吉区などの大阪市内の南東部から東大阪市、八尾市にかけての一带である。

受注金額は横ばいから微減のところが多い

建築着工は、21年にはリーマン・ショックの影響を受けて前年比3割近い減少となった。その後、22年以降は増加傾向に転じたものの新設住宅は100万戸を割り込んでいる。

また、23年3月に発生した東日本大震災の影響については、発生直後の数ヶ月には一部では仮設住宅等向けの受注増加がみられたものの、本格的な復興需要による受注増加はまだ発生していない。

26年4月からの消費税率上昇前の駆け込み需要については、25年初秋の段階において、受注金額が増加しているという業者も見受けられる。

受注数量は、横ばいからやや増加で推移しているものの、コストダウン要請などによって既存製品単価の低下傾向が続いている業者が多い。製品の単価低下に対して、多くの業者では高齢化社会という視点からのバリアフリー対応の新製品や防犯意識の高まりに対応した防犯機能を高めた新製品などを投入し、受注金額の下支えに努めている。また、単価が低下した製品などについては、海外への生産委託や、海外での工場設立とそこからの輸入により対応している業者もみられる。

円安などの影響を受け収益は悪化

24年後半からの円安傾向により、ステンレスや鋼材をはじめ各種材料調達価格が上昇している。

加えて、電気料金値上げがあり、製造原価が上昇している業者が多い。

これに対して、経費の増加分をすべて製品価格に転嫁することは難しいこと、また、製造工程の合理化などによる経費削減の余地は少なくなっていること、海

外からの輸入についても円安で価格上昇していることなどから、収益の悪化した業者が多い。

物流面などで設備投資に動き

設備投資は更新投資程度という状況であるが、一部には、大型で重量物である建築金物の取扱いを止める物流業者も現われており、この影響を受けて、需要地に近い地域への生産や物流拠点を増設する動きがみられる。こうした経営環境の変化に対応する動きは、業績に影響するものと考えられることから、投資能力のある業者とそうでない業者の業績の格差が大きくなる可能性がある。

雇用は横ばい

現状は、従業員数の過剰感、不足感とも感じている業者は少ない。ただ、全社の従業員数は変えないものの、マーケティングや営業、開発部門の従業員数を増加させるなど、重点部門の拡充を図っている業者も多い。また、新規卒業者採用を再開し、従業員の高齢化傾向に歯止めをかけることとした業者もある。その一方で、雇用しても早期退職する若年層が多く、退職者の再雇用で従業員を確保している業者もある。

海外への取り組みは様々

中国などの海外での工場設立を行うなどにより、海外からの仕入れを増加するという業者がある一方、現状、中国へ生産委託しているが、中国の人件費上昇や、政治的不安定の可能性などから、東南アジア地域での

委託先開拓や、日本国内への生産回帰などを検討している業者もみられる。

また、貿易部を設立し、東南アジア、中近東や中南米といった海外市場開拓を図る業者もみられる。

新製品開発においては外部との連携が増加

新製品開発については、ポリカーボネートメーカーの協力を得た軽量な引き戸の開発、電機・電子メーカーと提携した電子カードキーの開発など、他業種との連携がみられる。また、マンションのリフォーム市場への対応として、営業やインターネットを活用して使用者の声を聞くことで、使い勝手のよいサイクルスタンドの開発を行う業者もみられ、外部との連携で、新製品開発に取り組む業者が増加している。

今後の見通し

リーマン・ショックにより、経営体質のぜい弱な業者の廃業などによる退出が多くみられた。また、新規参入も少なく、競争については、当面は現在の状況が継続すると考えられる。

需要については、現状では、建築着工の大幅な増加による受注拡大は期待しにくいという業者が多い。

短期的には、26年の消費税上昇による減少が懸念される一方、中長期的には、東日本大震災の復興需要の本格化、32年の東京オリンピック開催に伴う需要増加に期待する業者もみられる。

(木村 和彦)

図表1 建築金物の出荷額（大阪府）

	錠、かぎ (百万円)	建築用金物 (百万円)	合計 (百万円)	伸び率 (%)	全国シェア (%)
平成14年	11,040	52,979	64,019	-6.9	24.7
15	13,648	51,441	65,089	1.7	25.5
16	13,753	51,176	64,929	-0.2	25.0
17	13,872	49,646	63,518	-2.2	23.0
18	13,890	50,010	63,900	0.6	23.1
19	12,345	47,289	59,634	-6.7	21.4
20	12,509	41,086	53,595	-10.1	20.2
21	3,560	40,861	44,421	-17.1	20.3
22	3,124	39,697	42,821	-3.6	20.0
23	5,020	46,314	51,334	19.9	21.9

資料：経済産業省『工業統計表（品目編）』

（注）従業員4人以上の事業所。

図表2 建築着工の推移（全国）

	全建築物		新設住宅	
	床面積 (千㎡)	伸び率 (%)	戸数 (戸)	伸び率 (%)
平成14年	172,344	-4.8	1,151,016	-1.9
15	173,096	0.4	1,160,083	0.8
16	181,505	4.9	1,189,049	2.5
17	186,058	2.5	1,236,175	4.0
18	188,875	1.5	1,290,391	4.4
19	160,991	-14.8	1,060,741	-17.8
20	157,411	-2.2	1,093,519	3.1
21	115,486	-26.6	788,410	-27.9
22	121,455	5.2	813,126	3.1
23	126,509	4.2	834,117	2.6
24	132,609	4.8	882,797	5.8

資料：国土交通省『建築着工統計調査』

タクシー業

営業収入は長短期とも減少趨勢だが、1日1車当たり営業収入は、タクシー適正化・活性化法（平成21年）の減車効果により、22年度以降は微増している。景気低迷期の需要減が現在も続き、景況が十分に回復しない中で、営業収入の増加は限定的との見方が大半で、法人より個人の需要開拓に注力する業者が多い。

新たな需要開拓に向けた取組では、接客水準の向上、スマートフォン配車による利便性の向上、病院送迎や買物支援サービスなどの近距離輸送にきめ細かく対応することにより、若者、高齢者、地域住民などの潜在的な需要を引き出す努力をしている業者が多い。

業界概要

タクシー業は、道路運送法の「一般乗用旅客自動車運送業（一個の契約により乗車定員10人以下の自動車を貸し切って旅客を運送する事業）」に該当し、営業形態によりタクシーとハイヤーに分類される。タクシーが、流し、無線、車庫（営業所）待ちであるのに対し、より高品質なサービスを提供するハイヤーは車庫（営業所）待ちに限定され、車両数では圧倒的にタクシーが多い（97%／一般社団法人大阪タクシー協会資料）。

業者は、法人等と個人に分類でき、法人等は未経験者や転職者を含む複数名を雇用するが、個人タクシーの乗務員は、法人等で10年以上の運転経歴を持ち、年齢、法令順守の状況、資金計画等の審査基準を満たした者でなければならず、新規許可または譲渡譲受によって業者になることができる。

事業経営及び運賃は、国土交通大臣の許可を受ける必要があり、運賃の基本は、ブロック別の自動認可運賃に基づく距離制である。大阪地区の初乗運賃（中型車）は、法人車両の88%が、平成9年4月に実施された自動認可運賃640～660円（2.0km）を採用しているが、500円までのさらに低い運賃を採用する業者もあり、多様な運賃設定は、大阪のタクシー業界の特徴である。このほか、時間距離併用制、時間制、定額制のほか、各種の割引や割増の運賃がある。なお、ハイヤーの運賃体系は、タクシーとは別建てである。

大正元年に誕生したタクシーは、24年に100周年を迎え、公共交通機関として生活に密着している。現在、緊急通報支援、買物等の同行・代行、運転代行などのサービスを付加するケースのほか、「福祉」、「介護」、「子育て」、「観光」、「ジャンボ」、「お手伝い」などを標榜するタクシーがみられ、タクシーの種類やサービスの内容は多様化している。

規制が業況に大きく影響

業界では、道路運送法に基づく総量規制・需給調整（ボトルキャップ規制）が行われてきたが、14年2月

の規制緩和（改正道路運送法施行）後は、事業参入や増車が免許・認可制から許可制に移行した。車両や車庫等のリースによる営業も可能となり、運賃規制も弾力化され、業者や車両が増加し過当競争を招いた。このため、21年に「特定地域における一般乗用旅客自動車運送事業の適正化及び活性化に関する特別措置法（タクシー適正化・活性化法）」が制定・施行され、供給過剰地域の協議会が、事業経営の活性化、運転者の労働環境の改善などの事業再構築、適正車両数への減車等に取り組むことが規定された。21年度以降の実働率（車の稼働状況）と実車率（走行距離のうち旅客を乗せて走行した割合）は、減車効果で上昇しているが、ピーク時より各々10%程度低い水準にとどまっている。

現状は、過当競争の影響が改善されつつあるとはいえ、運転者の労働条件や所得の改善に向けて、自民、公明、民主の3党が、タクシー適正化・活性化法等改正案で合意し、今後、減車を含む供給削減を義務化する見直しが進められているような状況である。

大阪の地位

24年3月末の業者数は、法人等1,107（対全国比7.5%）、個人（1人1車制）3,747（対全国比9.2%）で、法人等の車両数は16,549（対全国比8.0%）である（人口50万人以上の都市を含む営業区域の最低車両数は10両で、大阪市域は10両以上、その他は5両以上）。全体では、業者4,854（対全国比8.8%）、車両数20,296（8.2%）で、法人等が、業者総数の23%、車両総数の82%を占める（国土交通省）。規制緩和後の15年度以降、法人業者と車両数ともに増えたが、21年度のタクシー適正化・活性化法施行以降は、業者が増える一方、車両数は減少している。個人タクシーは8年のピークから約25%減少している。

大都市圏に集中する業界であるため、業者数、車両数とも東京都の占有率が最も高く、それぞれ全国の31%、21%を占め、大阪府は二番目の地位にある。

景気動向は全般的に低迷

大阪府内の法人タクシーの需要動向を示す総実車キロ（旅客を乗せて走行した距離）は、長期的に減少傾向を示し、タクシー適正化・活性化法が施行された21年度以降は、景気低迷と減車の影響で大きく減少している。24年度の実績は、大阪府下3億5,500万km、大阪市域（大阪、堺、東大阪、八尾の各市）2億9,600万kmで、3年度に比べると約半減し、需要全体は大きく減少している。近年の実車率（実車キロ／走行キロ）は、輸送効率の良否の目安である50%を下回る41～42%にとどまり、需給バランスは良いとはいえない。

営業収入のピークは、3年度の2,136億円で、20年度の1,435億円から21年度に1,298億円に大きく減少した後、24年度は1,207億円となっている。平均客単価は1,000～2,500円程度と低下している。輸送人員は、営

業収入ほどの落ち込みではないが、21年度以降は、それまでの1億3千万人超から1億1～2千万人規模に減少している。このように、景気動向を示す数値は長短期とも減少趨勢にあるが、規制緩和後に業者が増加し撤退する業者は少ないため、過当競争の環境下で、各社の営業収入は減少している。ただし、1日1車当たり営業収入は、タクシー適正化・活性化法の減車効果により、3万円弱の低水準にとどまるものの、22年度以降わずかながら増加している。

直近の7～9月期には、好転の兆しがみられ、酷暑による利用者増や大手企業のハイヤーの予約増もみられたが、全般的な動きには至らず、限定的である。

大阪府内の個人タクシーの動向についても法人と同様の傾向であるが、実車率、1日1車当たり営業収入は、法人等よりやや低い水準で推移している。

収益や運転者の確保が課題

課題は、第一に、減車効果により1日1車当たり営業収入が増加しているとはいえ、総体的な需要の伸び悩みと過当競争の傾向が続いているため、各社とも収益を確保することである。また、燃料（液化石油ガス＝LPG）費の高止まりや恒常的に行われる車両代替に伴う投資等の負担も決して小さくはない。このため、投資では車両代替を長期化し、6年もしくは60万km程度まで見合わせるケースが増えている。

第二に、運転者の高齢化と人材確保の困難性である。24年度末の運転者の平均年齢は、14年度の規制緩和後に比べると約5歳上昇し、法人等で60歳、個人タクシーで65歳となり（公益財団法人大阪タクシーセンター資料）、中長期的には運転者の不足が懸念される。しかし、運転者の賃金は歩合給が中心で、24年の年間賃金推計額279万円（厚生労働省「賃金構造基本統計調査」）が、全産業の年間賃金推計額542万円を下回るため、生活基盤の確立において十分とはいえず、若年層を含む人材の確保は困難である。さらに、景気回復期には求職者が減る傾向がみられるため、待遇水準の向上を図りたい業者にとって、今後、良質な運転者を確保することが困難になることも考えられる。

業況の向上に向けた取組

業況の改善は、景気回復に遅行する特徴がみられるため、景気回復を背景とする従来の利用客の回帰・維持に加え、新たな利用客を開拓する必要がある。各業者は、利用客層を広げるため、安全性、利便性、環境配慮などの付加価値を高める取組に着手している。

安全性では、アルコール検知器、ドライブレコーダー、防犯仕切り板、防犯ガラス、緊急通報システムの導入などが定着してきている。また、大阪独自の取組として、運転者の運転資質や健康面の質の確保・向上に努め、65歳以上の運転者に年1回の適齢適性診断等を受講させる業者を認定する「タクシー運転者のクオリティアップと高齢者対策」が8月5日より実施され

ている（大阪府タクシー特定地域合同協議会）。このほか、ISO9001（品質）やISO39001（道路交通安全）のマネジメントシステムを認証取得する業者もいる。

利便性では、AVM（車両位置等自動表示）システム（GPS含む）やGPS配車システム、スマートフォンで予約・配車できるシステム、電子マネー決済などを導入する業者がある。中長期的な視点では、東京五輪開催時の外国人観光客に対する接客サービスの向上に向けて、英語、韓国語、中国語の講習会に運転者を派遣したり、複数の業者で協同組合を設立するケースもみられる。

環境配慮では、LPG（液化天然ガス）車が主流である中、ハイブリッドカーも一部にみられる。ただし、電気自動車は走行距離面の限界が課題となっている。

今後の見通し

市場が縮小する現状において、8%への消費税増税に伴う運賃の改定には慎重な業者が多く、業界でも価格転嫁するかどうかは定まっていない。

業界各社の多くは、増税等もあり需要全体の大きな伸びを期待しにくいと考えており、減車による適正化に加え活性化に取り組み始めている。例えば、少子高齢社会における、高齢者等の病院送迎や若者を含む家用車非所有者などの比較的短距離の移動における利用者増に期待をつなぎ、法人より個人需要の取り込みに注力する業者が多い。そのため、安全で良質な接遇を提供し、既存の利用客の維持に加えて、新規利用客の獲得に取り組むことが大きな流れになっている。

（天野 敏昭）

大阪府内のタクシー事業者数及び車両数

（各年度3月末日現在）

	法人等		個人 1人1車制	車両数 合計
	事業者数	車両数		
平成 3年度	161	15,283	5,025	20,308
21	226(957)	19,465	4,061	23,526
22	215(994)	17,342	3,912	21,254
23	213(1,033)	17,220	3,768	20,988
24	209(1,107)	16,549	3,747	20,296

資料：国土交通省近畿運輸局

（注1）平成3年度は、福祉タクシー、ハイヤー及び寝台自動車を含む。

（注2）平成23年度の法人の事業者数には、ハイヤー専業事業者2社を含む。

（注3）平成23～24年度の法人の車両数には、福祉タクシー、ハイヤー及び寝台自動車を含む。

（注4）平成21～24年度の事業者数（内）は、福祉・寝台限定の事業者を含む。

大阪府内の法人タクシーの輸送実績

（単位：%、百万円、円）

	実働率	実車率	総営業収入	1日1車当たり 営業収入
平成 8年度	85.2	48.5	202,490	43,237
21	73.7	40.8	129,793	26,256
22	75.6	41.5	125,319	26,691
23	77.9	42.0	123,088	27,586
24	76.4	42.4	120,667	27,886

資料：国土交通省近畿運輸局

（注）ハイヤーを除く一般タクシー。

洋菓子小売業（製造小売）

洋菓子小売業（製造小売）は、リーマンショックによる景気後退で売上が減少したものの、その後回復しつつある。

大阪では、近年の百貨店や商業施設の相次ぐ新装や売り場面積の拡大などにより、販売店が増加しているが、少子高齢化の影響などにより需要が増加しない中で、顧客獲得競争が一層厳しくなっている。特に、個人業者は、営業地域の人口減少や大手企業、全国チェーン店等との競争が激化し、厳しい経営環境となっている。

業界の概要

洋菓子製造・小売業には、専業メーカーとして商品を専ら自社以外の流通経路で販売する量産菓子メーカーと、専ら直営店などの自社の流通経路で販売する洋菓子製造小売業者がある。ここでとりあげる業者は、自社工場（工房）や協力工場で製造し、直営店舗や百貨店店舗で一般消費者を対象に販売する業者が中心であるが、一部、ホテルや他の洋菓子店に卸売する業者も含まれる。

洋菓子製造は、第二次大戦後、砂糖の統制撤廃により大量生産が可能となり、高度経済成長を経た昭和40～50年代に急成長した。

洋菓子製造技術者（パティシエ）は、業界の養成学校や民間の製菓学校などで技術を学び、店舗等で3年程度修業を積んだ後、ホテルや大型店でさらに修業を重ね、10年程度で独立することがこれまでのキャリアパスであった。近年は、新規開業の設備投資等の費用が大きく、競争環境の激化などもあるため、独立志向のある人材は減っている。

洋菓子の中心商品である洋生菓子は、鮮度が重視される「ナマモノ」で、製造小売を主とする小規模な洋菓子店が大半を占める。近年、大手チェーン店等が、工場等から店舗への効率的な配送や店舗での冷蔵技術の向上により、大量生産・販売が可能となり、小規模事業者は減少傾向にある。

大阪の地位と特徴

大阪は戦前から砂糖の輸入と問屋が多く、砂糖の入手が容易であったことから老舗も多い。「大阪へのこだわり」を経営理念に掲げる業者も多く、「大阪もん」の商品開発に取り組む業者もみられる。

24年経済センサス（活動調査）では、24年の菓子小

売業（製造小売）の事業所数は1,168、従業者数は7,390人で、それぞれ全国の5.3%、6.5%を占め、19年までの商業統計表と単純に比較できないが、いずれも減少傾向にあると考えられる。最近では、ターミナル周辺の百貨店や商業施設の新装改装が相次ぎ、新商品の販売や顧客サービスの向上など、同業他社間の生き残りをかけた競争が激化している。

また、家計調査年報では、24年の大阪市の洋菓子に対する二人以上世帯の1世帯当たり年間の支出金額は18,645円で、近年は増加傾向で推移している。

業界の景気動向は一進一退

業界団体では、洋菓子の売れ行きは、景気動向全般の動きより1年程度遅れて現れるとし、今年6～7月になって前年比2%程度のプラスとなり、水準は低いものの改善の兆しが見られるようになったとみている。

しかし、8～9月に入って酷暑などの気候の影響により、売上高が横ばいという業者や、前年比で10%程度減少した業者がみられるなど、改善の兆しに一服感がみられる。また、企業の贈答需要、ホテルの宴会需要などが多い業者は、法人の経費削減の動きが継続しており、昨年度対比で売上高が2～3%程度減少している。

ただし、各業者の業績は、商品の競争力に加えて、規模、取引先、店舗の立地環境や店構え、オーナーの人柄などに大きく影響される。例えば、地域に密着した店舗で、小学生でも買える単価設定や購入品の飲食コーナーを併設するなどの工夫をしている業者では、売上げが伸びている。

洋生菓子の平均販売単価については、少子高齢化に伴う世帯人員の減少などで、販売個数が2～4個程度と少なく、1,000円前後から2,000円以内と、従来に比べると100～200円程度減少している。

近年、プリン、シュークリーム、パウンドケーキなどの定番商品では、大手メーカーは産地限定商品を出すなど商品の個別化を図っており、競合が激化している。また、若年男性など新たな消費者層が台頭しつつあるが、これらの需要は、製造工程や配送技術の向上や保冷技術の進歩で、生洋菓子の販売を拡充するなど充実が図られているコンビニスイーツに流れており、当業界の需要拡大にはつながっていない。

収益確保が課題

洋菓子の原材料は、小麦粉、牛乳、生クリーム、卵、砂糖のほか、世界相場で価格変動の比較的激しいチョコレート、ナッツなどの海外輸入品が多い。最近の円

安や生産国での価格高騰などもあり、原材料全般が3%程度値上がりし、商品価格に占める原価率が40%を超える商品もあることから、利益確保が厳しい業者もいる。また、商品価格の1割程度占める包材や保冷剤も3~8%程度値上がりしているが、現状は価格への転嫁は困難で、収益を圧迫している。このため、業者によっては、商品サイズの変更や、米粉などの国産原材料を使用するところもあるが、原材料が品質を左右することから、大きな見直しは困難な状況である。

原材料費の高騰は価格転嫁できないとする業者が多いが、消費税増税分の小売価格へ転嫁するか判断を決めかねている。洋菓子は嗜好品との認識から、価格転嫁後も需要は大きく減少しないと考える業者がある一方、消費者の購買意欲の減少を危惧して価格転嫁は困難とする業者も多い。百貨店販売商品では価格転嫁が行われる可能性が高い。

こうした状況の下で、高齢者や女性などの健康志向を求めるニーズに応え、乳脂肪の使用を減らしたり、豆腐などの素材活用を試みたりする業者もいる。このほか、生ケーキは、計画生産していても一定のロスを避けられないため、収益確保に向けて、進物用の焼き菓子の需要開拓に取り組む業者もいる。

設備投資は堅調

洋菓子製造設備は、耐用年数が概ね10年で、更新需要はあるが収益が伸びないため、必要最低限の更新に留まっている。新規出店には2~3千万円程度、オープンや冷蔵庫などの更新需要では600~1,000万円程度を要するため、慎重な姿勢がみられるが、製菓技術の進化に伴い、新型の製菓機械であるチョコレートの温度調節やガナッシュを混ぜる機械(攪拌機やミキサー)などには、品質の安定化や効率的な製造に向けて、積極的に投資する業者もいる。

店舗については、消費者が求める「清潔で明るい店舗」や「コーヒー」が飲める喫茶の併設などに対応し、積極的に改装する業者も多い。

人材確保は厳しい

パティシエは、店舗を渡り歩いて技術を高めていくことが多く、早朝からの勤務など若者にとってきつい労働条件もあり、入社後5年以内で退職する従業員も少なくない。このため、毎年一定数のパティシエを採用しているが、製菓学校や業界の学校への入学者が減少するなど、今後雇用確保が厳しくなることが想定される。また、各業者の人的な余裕が少ないため、組合等が実施する講習会やコンテストへの参加者数は減少し、技術水準の向上が困難な状況となっている。こうしたことから、人材育成や労働環境の整備など、業界挙げての対策が必要となっている。

一方、販売店員は、ほとんどがパートで移り変わりが激しく、年間を通じて募集している事業所も多い。

今後の見通し

景気の回復が本格化すれば、業況が改善し、秋以降のハロウィーン、クリスマス、ヴァレンタインなどの季節行事が、業況回復の追い風になる可能性がある。しかし、大手メーカーやコンビニエンスストアとの競合により、業者によって二極化の傾向が進むと想定される。

こうした状況に対して、顧客満足度を向上させる商品開発や接客サービスの向上を図ることを目指している。そのため、優秀なパティシエを育成し、品質面での安全性の追求や自然食材の使用、低カロリーで健康に配慮した新たな商品を開発するなど、商品のコスト低減を図りつつ新たな商品群と新たな需要層を開拓し、収益の向上を図ることがこれからの課題である。

(江原 均)

菓子小売業(製造小売)の事業所数、従業者数、年間商品販売額の推移
(単位:人、百万円)

	大阪府			全国		
	事業所数	従業者数	年間商品販売額	事業所数	従業者数	年間商品販売額
平成 6年	1,887	7,857	52,073	32,417	134,872	886,169
9	1,989	9,188	60,695	32,107	137,270	897,596
14	1,890	11,702	61,919	32,202	158,303	857,611
19	1,700	10,473	55,182	30,201	157,266	843,242
24	1,168	7,390	-	21,950	113,787	-

資料:経済産業省『商業統計表 第2巻 産業編(都道府県表)』、総務省統計局『平成24年経済センサス-活動調査』

洋菓子の1世帯当たり年間支出金額の推移
(単位:円、前年比%)

	大阪市		全国	
	金額	前年比	金額	前年比
平成19年	18,407	(4.7)	17,662	(1.7)
20	18,644	(1.3)	18,055	(2.2)
21	17,178	(▲7.9)	18,445	(2.2)
22	15,723	(▲8.5)	18,225	(▲1.2)
23	17,627	(12.1)	17,914	(▲1.7)
24	18,645	(5.8)	17,910	(0.0)

資料:総務省統計局統計調査部『家計調査年報 家計収支編』

(注)二人以上世帯の1世帯当たりの支出金額。品目は、カステラ、ケーキ、ゼリー、プリン、他の洋生菓子の合計。

ゴルフ練習場

ゴルファーの数は、ここ 30 年間で最も多かったバブル期以降、ゴルフブームによって増加した年もあるが、減少傾向が続いている。ゴルフ練習場の数も減少しており、各練習場の利用者数は概ね右肩下がりの状況にある。

今夏の業績も、昨夏に比べてやや減少したとする練習場が多い。猛暑の影響から、主たる利用層である高齢者の来場者数が減少したことや、1人当たりの球数が減ったことなどが原因とされる。貸球単価も値上げのできない状況が続いている。国内景気は上向きになりつつあるものの、今のところ業績への影響はみられない。

利用者が高齢化する一方で、若年層の取り込みが進んでおらず、今後も利用者数の減少が懸念されている。

業界概要

ゴルフ練習場は、一般的に来場者が賃借したゴルフボールを打席で打ち、ゴルフの練習をする施設で、「日本標準産業分類」上では「生活関連サービス業、娯楽業」に分類される。単独で設置されているもののほか、ゴルフ場内に併設されたもの、アスレチックジムなどのスポーツ施設やショッピング施設などとの複合的な施設がある。

レッスンを主たる目的とする練習場、いわゆるゴルフスクールは「スポーツ・健康教授業」とされ、「教育、学習支援業」に分類されるため、ゴルフ練習場とは分類上で異なる。都心を中心にみられる、ビルの貸室などでのレッスンを主体となっている練習場は、これに分類される。

ゴルファーの数は、ここ20年間で半分程度に減少している上、利用者の高齢化、レジャーやスポーツの多様化などによって事業の先行きが不透明なこともあり、閉鎖するゴルフ練習場が散見される。練習場は、面積が広く、平地であることから、駐車場やマンション、商業施設などへの転用がしやすいことも廃業に拍車をかけている。

一方で、屋外の練習場を始めるには、土地や設備への投資が多額で、国内人口が減少する中、ゴルファー人口の増加が今後も望みにくいことから、新設はほとんどみられない。こうしたことから、国内の練習場の数は、平成13年調査で3,271であったが、24年には2,726と、統計方法が異なるため単純に比較できないものの、減少しているとみられる。

大阪の地位

大阪府内のゴルフ練習場は、平成24年調査で111

あり、21年調査に比べて8の増加がみられ、全国とは異なる傾向を示している（総務省『経済センサス』）。この間、屋外練習場の新設もあったが、増加したほとんどは屋内練習場とみられる。

都道府県別の練習場の数では、東京都が最も多く193あり、愛知県の180と続き、大阪府は全国で7番目、シェアでは4.1%となっている。ちなみに、近畿では兵庫県が127で最も多い。

業績はやや低下

屋外練習場の商圏は、練習場の規模や設備などによって異なるものの、基本的なサービスや料金に練習場間で大差がないことから、業界では概ね5km程度と言われている。ただし、24時間営業といった限られた練習場で提供されるサービスを求めて、この商圏範囲を超えて来場する利用者がある。

業績は、商圏内の立地環境、近隣の競合の有無に影響される。周辺で高層マンションの建設が相次いだことで顧客層の拡大につながった練習場、近隣の練習場の改装で利用者数が一時的に減少したところがある。こうした周辺環境によって業績に違いはみられるものの、業界全体として、ここ30年間で最も利用者数が多かったバブル期以降は、減少する傾向にある。ただし、ゴルフブームなどで一時的に増加した時期もあった。最近では、2000年代に入って、男女の若手プロゴルファーが活躍したことから利用者数が増加した。しかし、このブームが落ち着いてきた上に、さらにリーマンショック、東日本大震災を経て利用者数は減少した。

今年度の業績も、昨年度に比べて売上高が微減したとする練習場が多くみられた。業界全体で顕著にみられるのは、高齢化による利用者数の減少であり、業績の悪化につながっている。近年、20、30歳代の若年層でゴルフを始める人が少なく、練習場のほとんどで、中高年齢者が主たる利用者となっている。

今夏の売上高も昨夏に比べ減少した。猛暑によって高齢者が練習場に来る回数を減らしたり、球数を減らしたりした影響が大きいと答える練習場があった。

練習場の利用が減っている他の理由として、ゴルフ場の利用料金の値下げをあげたところもある。平日の利用者を増やそうとゴルフ場がプレイ料金を格安にしたことから、練習場へ行く頻度を減らし、ラウンドしながら練習する人がいるためである。

貸球単価も値上げできない状況が続いている。階数によって貸球単価を変えている練習場では、単価の最も安い階には打席を待つ人がいる一方で、単価の高い階では空き打席が目立っている。また、時間帯によって貸球単価を変えている練習場では、安い単価の時間帯に利用が集中している。単価の安さが利用者を引き

付ける要素になっている。

国内景気は上向きになりつつあるものの、今のところ来場者数や1人当たりの球数に目立った変化はみられないとしていた。

過度な節約には取り組まず

売上が伸びない中で、利益を確保するには費用の削減が欠かせない。街中にある練習場では固定資産税も大きい。練習場に共通して費用構成の中で大きな割合を占めているのは人件費である。人件費の削減のため、入場料の徴収をやめたり、受付や支払のシステムを導入したりしてフロント業務を軽減している。また、正社員を配置するのは管理業務など最小限にとどめ、フロントや場内清掃など多くの業務をパート・アルバイトで対応するようにしている。パート・アルバイトの採用にあたっては、顧客への細かな配慮のできる人を選ぶなど、接客サービスの低下につながらないように配慮している。

値上がりする電気料金に対しては、最も消費量の大きいグラウンド照明の照度を下げることが節電につながるものの、球筋が見えにくくなることから、過度の節電は難しい。太陽光発電やLED照明を導入しているところもあるが、LED照明は夜間営業の時間が短い練習場では、費用に比べ効果が小さいことから少数にとどまっている。

球や打席の芝などの消耗品についても、安価なものや取替えまでの期間を延ばすといった節約には積極的に取り組んでいない。固定的な利用者もいるが、いくつかの練習場の中から選ぶ利用者もおり、節約が満足度を下げ、利用者数の減少につながることを懸念しているためである。そのため、事務所やスタッフの控え室など、スタッフだけが利用するところで節約し、利用者にかかわるところでは過度な節約を控えている。

迫る大規模改修の時期

ネットや球、打席の芝などの消耗品の交換は数年毎に、また十数年毎に球の循環や配球システムなどの各種装置やフェアウェイ面の張替えを、それより長期に照明、打席、クラブハウスや鉄塔などの構造物の大規模改修をしなくてはならず、これらが組み合わさり、

毎年のように何らかの投資が必要になる。これらに保守や修理の費用も加わり、設備にかかわる資金負担は大きい。

中でも、大規模改修に際しては、多額の投資を要するため、長期的な事業動向をもとに投資判断をする必要がある。バブル期の頃に多く新設された練習場が、大規模改修の時期にさしかかっている。クラブハウスの老朽化は利用者、中でも女性や若年者の客離れを起す恐れが、またネットや鉄塔の老朽化は周辺地域に迷惑をかける恐れがある。事業の先行きに不透明さがある中で、事業継続も含め難しい投資の判断に迫られている。

今後の見通し

体力的な限界を迎えつつある団塊世代の利用者数の減少が懸念される一方で、利用者数の年齢構成の中で割合の低い20、30歳代の若年者層の取り込みが進まず、今後も利用者数の減少が続く恐れがあることに危機感を抱く練習場が多い。

これまでゴルフをしたことのない若年層を対象に、クラブの無料貸与だけでなく、グローブやシューズも無料貸与にするところが出てきている。さらに、用具を無料貸与して、低価格のゴルフスクールを開催する取組もある。また、小学生などのジュニア層を対象にしたスクールを開催している。

これらの層以外の利用者開拓として、子育てを終えた頃の女性を対象にした初心者向けゴルフスクールを開催している練習場もある。

しかし、こうした取組は、個々の練習場での地道な取組にとどまり、業界全体の利用者数を増やすほどの目立った効果は生じていない。ゴルファー数の拡大は、練習場業界だけでなく、ゴルフ場、用品メーカー、卸・小売などゴルフ関連の業界が取り組むべき喫緊の課題となっている。

2016年のリオデジャネイロのオリンピックでは、ゴルフが正式種目となり、その次のオリンピックは東京での開催と、ゴルファーを増やす好機が訪れている。業界の垣根を越えた取組が望まれている。

(廣岡 昭彦)

ゴルフ練習場の事業所数及び従業者数の推移

(単位：人、%)

	全国				大阪府						
	事業所数		従業者数		事業所数			従業者数			
	事業所数	対前年増減	従業者数	対前年増減	事業所数	対前年増減	全国シェア	従業者数	対前年増減	全国シェア	
平成13年	3,271	-12.9	33,552	-15.7	117	-29.1	3.6	1,993	-27.6	5.9	
16	2,999	-8.3	30,458	-9.2	109	-6.8	3.6	1,903	-4.5	6.2	
18	2,832	-5.6	29,910	-1.8	96	-11.9	3.4	1,593	-16.3	5.3	
21	2,798		31,324		103		3.7	1,665		5.3	
24	2,726	-2.6	31,235	-0.3	111	7.8	4.1	1,927	15.7	6.2	

資料：総務省「事業所・企業統計」「経済センサス」

(注)「事業所・企業統計」と「経済センサス」は調査手法が異なるため、18年と21年の差数は全ての増減を示すものではない。

大阪府内サービス産業における人材確保・育成・活用に関する調査（資料 No. 131）

大阪産業経済リサーチセンター

大阪経済は、長く続いた停滞状況から、徐々に持ち直しの傾向がみられるようになってきている。それに伴い、失業率も改善傾向にあるが、依然、働く意思を持ちながら就業できない人々も多い。そうした人々への就業支援は、行政にとって喫緊の課題となっていることに変わりはない。

一方で、従業している人にとっては、働くことを通じ、生き甲斐を感じることでできるキャリア形成、労働環境を育むことが重要となっている。これは、従業者の労働生産性、創造性を高め、企業経営にとっても競争力の強化につながると考えられるからである。

当センターでは、昨年度、大阪産業において最も大きな雇用の受け皿となっているサービス産業を対象とし、アンケート調査に加え、人事担当者等へのインタビュー調査によって、人材の採用、育成、活用の実態を明らかにし、サービス産業でのさらなる雇用促進につなげることを目的に、『大阪府内サービス産業における人材確保・育成・活用に関する調査報告書』（資料No.131）として取りまとめた。

ここでは、調査結果のポイントについて紹介する。

サービス産業は府内の雇用にとって重要な産業

府内産業から1年に生み出される付加価値の中で、サービス産業（第3次産業の内、電気・ガス・水道業、卸・小売業を除く）は、半分以上を占めている。

また、雇用においては、大阪府内の民営事業所で働く465万人の内、卸売業、小売業には22.9%、製造業には16.1%が働いているのに対して、サービス産業には31.8%の人々が働いている。

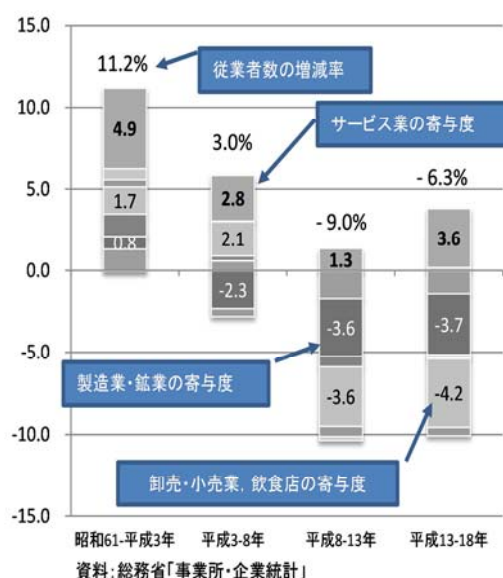
全国的にみると、サービス産業の従業者は、大阪府をはじめ、東京都、神奈川県、愛知県など、大都市を抱える都道府県に多く、サービス産業は都市に集積する産業といえる。とりわけ大阪府は、全国のサービス産業における従業者数の都道府県別シェアでは、東京都に次ぐ高位にある。大阪府内のサービス産業は、雇用の受け皿として全国的にみても大きい。

これまでもサービス産業は、雇用の受け皿として重要な役割を担ってきた。図表1は、大阪府内の事業所における従業者数の増減率と、その増減率を産業別に分解した寄与度をグラフにしたものである。サービス業の寄与度は、棒グラフの上層に位置している。

たとえば、昭和61年に比べ平成3年では、大阪府内の従業者数が11.2%増加した。この増加した11.2%の産業別内訳は、サービス業の寄与度¹が4.9%ポイントと最も高く、次いで卸売・小売業、飲食店の1.7%ポイントとなっている。バブル景気後の景気が停滞していた平成8年から13年にかけては、ほとんどの業種で従業者数が減少していたのに対して、サービス業では1.3%ポイント増加している。サービス業は、昭和61年以降、従業者数の増加率が全体として鈍化、平成8年以降では減少に転じる中でも、雇用に寄与してきたことが、図表1からわかる。

ただし、サービス産業の中には、他の産業に比べ全従業者数に占める非正規雇用者数の割合が高く、また入職率、離職率が高い業種がみられ、雇用の状況としては好ましいとはいえない状況もみられる。

図表1 従業員の増減率と寄与度



	昭和61-平成3年	平成3-8年	平成8-13年	平成13-18年
サービス業	4.9	2.8	1.3	3.6
不動産業	0.7	0.0	-0.2	0.2
金融・保険業	0.4	-0.5	-0.6	-0.5
卸売・小売業、飲食店	1.7	2.1	-3.6	-4.2
運輸・通信業	1.4	0.3	-0.6	-0.2
電気・ガス・熱供給・水道業	0.0	0.0	0.0	-0.1
製造業・鉱業	0.8	-2.3	-3.6	-3.7
建設業	1.3	0.6	-1.7	-1.4
農林漁業	0.0	0.0	0.0	0.0
増減率	11.2	3.0	-9.0	-6.3

(注) サービス業は、平成14年3月改定以前の「日本標準産業分類」(総務省)での「L サービス業」。

サービス品質で競争優位に立つにはサービスの「魅せる化」

現下の経営環境に対する認識をアンケート調査で質問したところ、「競争の激化」とする回答が最も多く、また重視する経営戦略として、「品質による競争優位の確立」「優秀な人材の確保」「社内重視の人材育成」をあげる企業が多数を占めていた。同業他社との厳しい競争にさらされながら、人材に依存した戦略で優位に立とうとするようすが強くうかがえた。

ところで、サービスには、『無形性』『不均一性』『生産と消費の同時性・不可分性』『消滅性』の4つの特性があるとされる²⁾。『無形性』とは、提供されるサービスに物理的な実態がないこと、『不均一性』とは、サービスの質が技能などにより左右されること、『生産と消費の同時性・不可分性』とは、生産と消費が同一時に同一空間でなされ保管できないこと、さらに、そのことから必要に応じて何度も同じサービスを受けなければならない『消滅性』が生じるのである。

こうしたサービスの特性を鑑みれば、安定した品質でサービスを提供するのは難しい上、品質を評価することも難しく、人材によって提供されるサービス品質によって、競争を優位に導くことが容易でないことは想像できる。

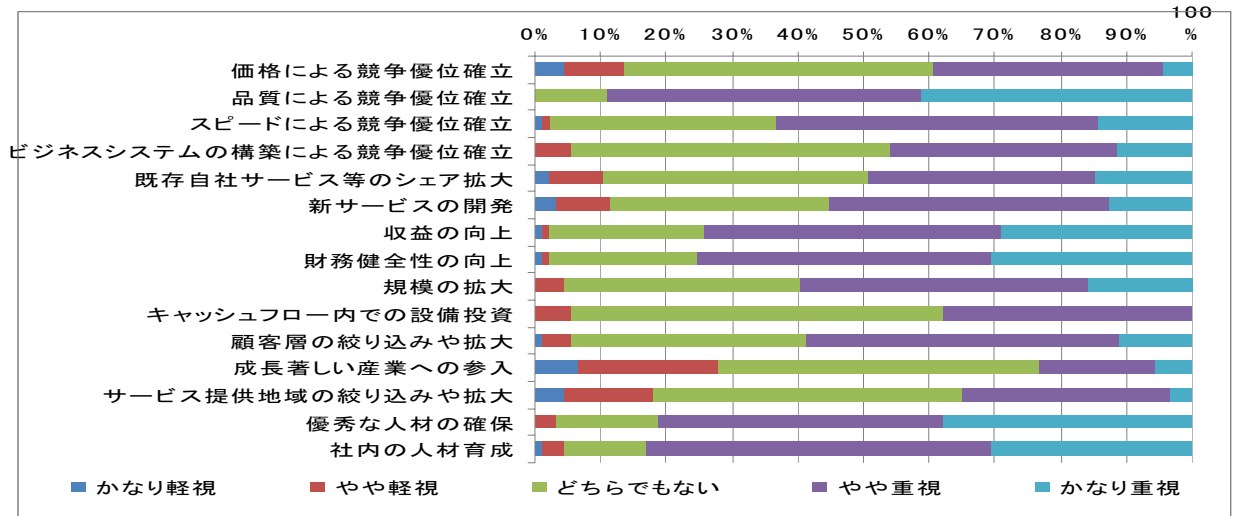
これらサービスの特性を踏まえて、サービス品質を強みとして業績拡大を図るには、従業員だけでなく顧客に対しても、サービスの内容を見えるようにしていく必要がある。その手段としてあげられるのが「知的資産経営報告書」である。

「知的資産報告書」は、人材、技術、組織力、顧客とのネットワーク、ブランド等の目に見えないものの、企業の競争力の源泉となる資産(「知的資産」)を見えるようにしてまとめたものである。

これら資産を「見える化」することで、従業員への人材育成に役立ち、サービス品質の安定が図れる。さらに、人材も含め「見える化」した資産を経営戦略で効果的に活用するなどして、企業の魅力を向上させる「魅せる化」することによって、金融機関や取引先との関係を良好にできる他、優秀な人材の誘引にも効果が期待できる。

見えづらい資産を「見える化」し、効果的な活用によって「魅せる化」することで、企業・産業が成長すれば、サービス産業はより大きな雇用の担い手になることが考えられる。

図表2 経営戦略の重視度



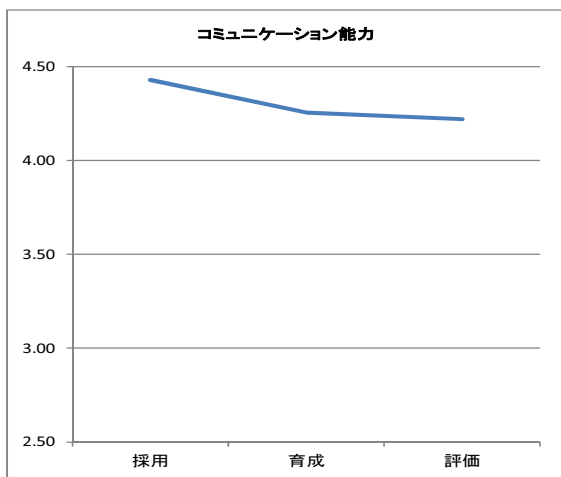
従業員の採用、育成、評価において重視するのはコミュニケーション能力

実際のサービスの担い手となる人材、とりわけ事業を特徴づける中核的な人材の採用、育成、評価にあたっては、「コミュニケーション能力」を重視する傾向が、アンケート調査から明らかになった。ここでいう中核的な人材とは、サービス提供に携わり、サービスの品質を決定づける職種、調査では『基幹的職種³』とした人材のことである。

企業が求める「コミュニケーション能力」とは、「情報や意識の共有」「意思疎通」「共感」「相互理解」等を促す能力を含んでいる。組織の目的や方向性を確認し、それらに即した貢献を従業員個々がしていくには、個々が持つノウハウや知識、経験を共有化していく必要がある。さらに、人と人が接するサービス産業において、お客様との「情報や意識の共有」「意思疎通」「共感」「相互理解」等によって、満足度の高いサービスの提供につながる。すなわち、コミュニケーション能力を向上することは、サービス品質の向上に直結するのである。

従業員や求職者は、こうしたサービス産業におけるコミュニケーション能力の意味、意義を自覚しつつ、能力の向上に努めなければならない。もちろん、職業観の醸成とともに、学校教育から産業界への円滑な移行 (School to Work) 実現に不可欠な要素として、企業のみならず、学校や家庭においてもコミュニケーション能力の醸成に腐心する必要がある。

図表3 基幹的職種人材の採用・育成・評価における重視ポイントーコミュニケーション能力



※採用・・・「1 選考のポイントではない」

「3 どちらでもない」

「5 大きな選考ポイント」

育成・・・「1 全く育成を考えていない」

「3 どちらでもない」

「5 積極的に育成を考えている」

評価・・・「1 全く重視していない」

「3 どちらでもない」

「5 かなり重視する」

とした5段階評価の平均値。

(左図は情報通信業の場合)

長期安定雇用を実現するキャリアパス形成にむけて

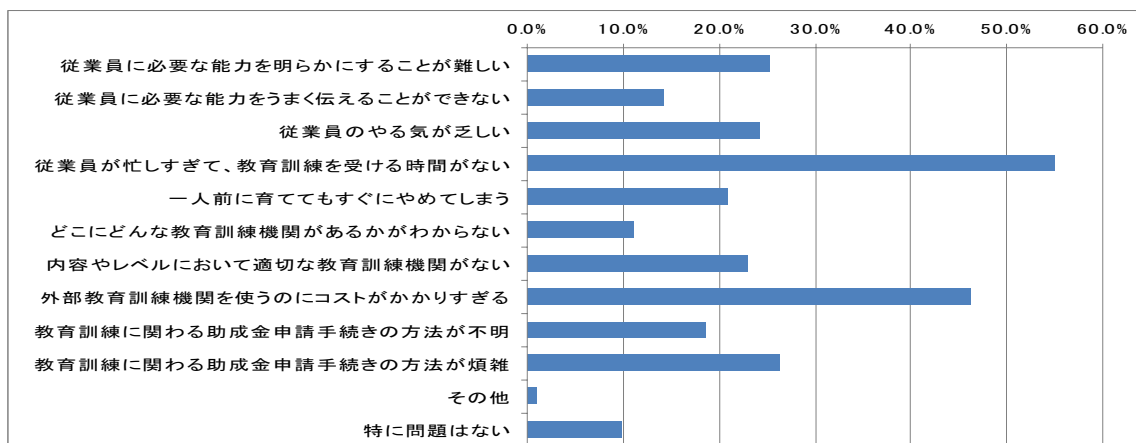
サービス品質と密接にかかわるスキルを向上させる効果的な方法として、アンケート調査では、「一つの勤め先で長期にわたって働き続ける」に回答が多く集まった。これを裏付けるように人材に関する考え方や方針を質問した回答には、「定年までの雇用が前提」「業績悪化の場合でも雇用は維持」といった長期安定的な雇用を肯定する回答が多くみられた。

一方で、教育訓練の問題点・課題に関する質問に対して、全ての調査業種で「時間がない」「コストがかかる」とする回答が多く、スキルの向上は従業員の自主性に任せている企業の多いことがうかがえた。

このような人材育成の現状では、専門技能・知識を向上しようとする従業員の意欲に対し、企業は十分に応えることができず、従業員は企業を去るか、キャリアパスの変更を強いられかねない。これは企業にとって、高い向上心を持つ人材の能力を失う、あるいは引き出せずに大きな損失となる。

企業としては、キャリアに対する多様なニーズに対応できるようにする必要があるが、1つの企業での対応には限界がある。他の会社が変わっても同じ仕事を続けたい、これまでとは異なる環境で経験を積みたいといったニーズには応えきれない。今後、特に都市部において経済のサービス化が進展し、一層の雇用の受け皿として拡大していく可能性を鑑みれば、こうした同一職能に対するキャリア形成のニーズにも対応していくことを考えなければならない。それには、業界、行政もサービス産業の従事者のキャリアパスをサポートしていく仕組みを整備する必要があるが生じてこよう。

図表4 基幹的職種の従業員に対する教育訓練の問題点・課題



※ 図表2から図表4では「情報通信業」の結果を紹介したが、調査報告書では、調査した下記の6業種それぞれについて分析、報告している。

《アンケート調査の概要》

調査対象：大阪府内に所在し、常用雇用者数10人以上で、かつ100人未満または資本金5,000万円未満
業種：「情報通信業」「学術研究、専門・技術サービス業」「生活関連サービス業、娯楽業」「教育、学習支援業」「医療、福祉」「サービス業（他に分類されないもの）」

調査時期：平成24年10月

有効発送数：1,793社 有効回収数：473社（有効回答率26.4%）

本調査の結果は、当センターのウェブサイトで全文をご覧いただけます。また、大阪府府政情報センターでは、報告書の閲覧および購入することができます。

1 データを構成している1つの要素の増減が、データ全体の伸び率をどのくらい変化させたかを示すもの。

2 井上達彦 真木圭亮[2010]「ビジネスエンカウタを支えるビジネスシステム」『早稲田商学 第428号』

3 (独)労働政策研究・研修機構[2010]「中小企業における人材育成・能力開発」では、基幹的職種を「各企業で行っているサービスの提供において、中心的役割を担っており、最も人数が多い職種」としている。

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 %	
21年	17,441	▲ 8.5	8,628	8,813	197,758	▲ 5.6	71,772	125,986	11,945	1.4	79,809	0.5	
22	16,739	▲ 4.0	8,058	8,681	195,791	▲ 1.0	68,418	127,373	12,104	1.3	81,136	1.7	
23	16,977	1.4	8,362	8,615	195,933	0.1	66,606	129,327	13,029	7.6	87,747	8.1	
24	16,987	0.1	8,417	8,570	195,916	0.0	66,389	129,527	13,691	5.1	94,772	8.0	
24年	7	1,538	▲ 4.0	807	731	17,123	▲ 4.0	6,209	10,914	1,242	2.6	8,604	4.9
	8	1,304	▲ 0.2	583	721	15,568	▲ 0.0	4,545	11,023	1,249	4.0	8,672	7.1
	9	1,262	▲ 0.9	595	667	14,700	▲ 0.2	4,693	10,007	1,146	4.5	7,975	6.7
	10	1,352	▲ 2.3	665	687	15,672	▲ 2.4	5,349	10,323	1,168	4.1	8,057	6.2
	11	1,497	3.9	788	709	16,630	1.6	5,985	10,645	1,122	4.1	7,741	5.8
	12	1,929	2.4	1,036	893	21,048	0.7	7,719	13,329	1,199	4.5	8,354	7.0
25年	1	1,469	▲ 0.5	765	704	16,872	▲ 2.9	5,907	10,965	1,086	4.2	7,542	4.2
	2	1,249	▲ 1.2	624	624	14,239	▲ 2.9	4,669	9,570	1,013	▲ 1.7	7,033	▲ 0.7
	3	1,450	6.4	751	699	16,598	3.5	5,888	10,710	1,169	4.8	8,108	5.1
	4	1,335	0.3	665	669	15,508	▲ 1.0	5,154	10,354	1,129	2.0	7,789	2.5
	5	1,378	2.8	681	698	15,889	0.9	5,252	10,637	1,190	4.0	8,252	4.2
	6	1,455	9.4	728	727	16,385	4.5	5,586	10,799	1,199	6.5	8,272	5.8
	7	1,552	0.9	827	725	17,127	▲ 0.7	6,041	11,086	1,305	5.0	9,014	4.8
	8	1,352	3.7	631	721	15,823	0.9	4,653	11,170	1,298	3.8	9,047	4.3
	9	P 1,323	P 4.8	P 646	P 677	P 15,060	P 1.7	P 4,812	P 10,248	P 1,191	P 3.9	P 8,280	P 3.8

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

	新車販売台数				勤労者世帯消費支出				常用雇用労働者現金給与総額					
	大阪府		全国		大阪市		全国		大阪府					
	総数		総数		総額		総額		実額	賃金指数				
	台	前年比 %	台	前年比 %	円	名目前年比 %	円	名目前年比 %		名目	前年比 %	実質	前年比 %	
21年	205,103	▲ 8.7	3,923,740	▲ 7.2	301,285	▲ 0.2	319,060	▲ 1.8	395,029	100.1	▲ 3.6	98.9	▲ 3.0	
22	219,466	7.0	4,209,268	7.3	275,292	▲ 8.6	318,315	▲ 0.2	397,445	100.0	▲ 0.1	100.0	1.1	
23	184,217	▲ 16.1	3,524,788	▲ 16.3	286,474	4.1	308,838	▲ 3.0	393,040	98.2	▲ 1.7	98.8	▲ 1.2	
24	231,575	25.7	4,572,332	29.7	301,758	5.3	313,874	1.6	379,993	96.6	▲ 1.6	97.1	▲ 1.7	
24年	7	21,882	39.9	445,239	42.3	302,300	6.3	312,592	1.0	446,401	113.5	0.4	114.5	0.4
	8	16,287	9.5	315,790	15.6	300,870	6.1	310,643	0.5	307,532	78.2	0.8	78.8	0.9
	9	20,253	▲ 6.6	377,737	▲ 3.7	335,672	16.7	299,821	0.3	308,672	78.5	▲ 1.8	79.1	▲ 1.4
	10	15,586	▲ 5.8	299,334	▲ 6.7	301,018	2.8	315,161	0.3	316,443	80.5	0.1	81.0	0.9
	11	16,908	▲ 0.3	324,422	0.2	287,856	5.2	300,181	1.7	313,797	79.8	▲ 0.6	80.5	▲ 0.2
	12	15,308	▲ 0.9	284,046	▲ 2.0	347,387	▲ 9.4	359,482	2.1	714,169	181.6	▲ 6.0	183.6	▲ 5.4
25年	1	16,859	▲ 7.2	332,066	▲ 7.4	307,304	3.7	321,065	3.8	302,878	77.0	▲ 1.3	77.9	▲ 0.5
	2	21,391	▲ 8.9	412,889	▲ 8.1	246,209	▲ 13.8	298,682	2.0	302,775	77.0	▲ 2.0	78.3	▲ 0.8
	3	26,813	▲ 13.3	570,691	▲ 11.0	318,761	6.2	350,957	6.5	319,227	81.2	▲ 0.9	82.4	0.6
	4	16,191	8.5	308,556	0.7	324,018	7.0	340,423	0.4	323,254	82.2	▲ 0.6	83.1	0.6
	5	15,931	▲ 3.9	308,436	▲ 8.7	341,767	27.7	307,926	1.1	306,314	77.9	▲ 1.5	78.2	▲ 1.4
	6	19,521	▲ 8.3	378,706	▲ 12.5	266,846	▲ 9.0	296,512	1.2	560,827	142.6	▲ 2.6	143.2	▲ 2.7
	7	19,873	▲ 9.2	401,937	▲ 9.7	350,742	16.0	310,387	▲ 0.7	440,669	112.0	▲ 1.3	112.1	▲ 2.1
	8	16,135	▲ 0.9	310,691	▲ 1.6	280,121	▲ 6.9	312,622	0.6	305,745	77.7	▲ 0.6	77.5	▲ 1.6
	9	22,849	12.8	446,004	18.1	269,634	▲ 19.7	315,443	5.2					

(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」
※二人以上世帯のうち勤労者世帯

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

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 %	
21年計	7,477	▲ 26.4	2,675	▲ 28.6	115,486	▲ 26.6	36,644	▲ 33.2	54,444	▲ 28.7	788,410	▲ 27.9	
22	8,076	8.0	3,181	18.9	121,455	5.2	37,653	2.8	54,619	0.3	813,126	3.1	
23	7,942	▲ 1.7	2,886	▲ 9.3	126,509	4.2	39,987	6.2	58,427	7.0	834,117	2.6	
24	7,823	▲ 1.5	2,662	▲ 7.8	132,609	4.8	42,857	7.2	61,617	5.5	882,797	5.8	
24年	7	681	▲ 19.9	251	▲ 7.0	11,419	▲ 7.0	4,208	▲ 3.0	4,983	▲ 20.2	75,421	▲ 9.6
	8	640	▲ 0.4	163	▲ 33.3	11,706	▲ 5.1	4,447	▲ 0.6	5,607	19.6	77,500	▲ 5.5
	9	626	6.7	262	58.2	11,674	19.8	4,700	33.6	4,483	▲ 4.7	74,176	15.5
	10	752	15.9	260	56.0	12,195	17.7	4,545	15.0	5,885	5.3	84,251	25.2
	11	568	▲ 20.7	215	▲ 19.5	11,472	7.8	4,107	7.3	4,186	▲ 16.9	80,145	10.3
	12	610	0.8	243	3.0	11,490	13.1	4,540	21.7	4,581	1.6	75,944	10.0
25年	1	736	19.9	293	57.6	10,326	4.4	3,890	0.2	5,312	0.5	69,289	5.0
	2	599	3.7	149	▲ 20.6	10,712	9.4	4,324	23.2	5,336	10.6	68,969	3.0
	3	836	8.4	444	72.1	11,396	15.0	4,701	27.9	4,802	▲ 21.4	71,456	7.3
	4	650	▲ 28.7	255	6.3	10,363	▲ 5.4	5,050	25.9	4,985	▲ 33.3	77,894	5.8
	5	738	40.2	236	17.4	12,157	13.6	4,614	14.3	6,560	72.1	79,751	14.5
	6	661	21.5	201	2.9	12,769	11.9	4,854	7.3	5,586	27.4	83,704	15.3
	7	982	44.2	462	84.1	12,890	12.9	4,853	15.3	5,560	11.6	84,459	12.0
	8	844	32.0	448	174.3	12,604	7.7	4,612	3.7	5,069	▲ 9.6	84,343	8.8
	9	843	34.6	304	15.9	13,474	15.4	5,162	9.8	6,639	48.1	88,539	19.4

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 %	
21年	190,844	▲ 32.1	77,119	▲ 27.2	5,448	21.1	127,121	9.7	
22	232,184	21.7	82,555	7.0	4,121	▲ 24.4	113,625	▲ 10.6	
23	247,874	6.8	88,961	7.8	3,690	▲ 10.5	109,755	▲ 3.4	
24	237,337	▲ 4.3	88,134	▲ 0.9	3,788	2.7	125,423	14.3	
24年	7	19,212	3.1	7,345	▲ 1.9	34,030	14.0	1,214,881	26.5
	8	16,732	▲ 18.2	7,273	▲ 1.0	22,183	▲ 9.9	1,136,766	19.2
	9	18,438	▲ 7.3	7,098	▲ 4.0	25,637	▲ 19.4	1,177,520	▲ 1.9
	10	18,365	▲ 6.7	7,038	▲ 5.0	32,599	28.4	1,372,061	28.2
	11	19,898	▲ 9.2	7,303	▲ 3.5	25,585	4.4	897,245	6.2
	12	18,116	▲ 12.1	7,205	▲ 1.2	19,059	36.1	824,348	15.5
25年	1	18,313	▲ 25.3	6,663	▲ 10.2	14,652	▲ 12.9	603,856	6.6
	2	18,479	▲ 15.5	6,945	▲ 9.9	30,858	4.8	670,771	▲ 4.8
	3	23,618	11.3	7,931	6.1	28,667	▲ 18.7	1,233,755	▲ 11.7
	4	20,267	▲ 4.2	7,233	▲ 5.7	53,251	20.2	1,599,116	28.6
	5	22,696	17.7	7,992	12.2	50,554	7.1	1,084,153	24.8
	6	19,443	2.9	7,774	7.7	46,741	0.2	1,386,763	21.7
	7	20,291	5.6	7,772	5.8	39,832	17.0	1,572,492	29.4
	8	21,203	26.7	8,193	12.7	26,582	19.8	1,226,711	7.9
	9					35,576	38.7	1,523,526	29.3

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)、
北陸建設業信用保証(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	
	17年=100	前月比	前年比	17年=100	前月比	17年=100	前月比	17年=100	前月比	17年=100	前月比	17年=100	前月比	
21年	76.9	...	▲19.2	77.8	...	93.4	...	84.8	...	84.7	...	93.0	...	
22	83.0	...	7.9	84.7	...	87.3	...	93.4	...	94.3	...	91.5	...	
23	84.7	...	2.4	89.5	...	91.4	...	95.0	...	97.0	...	101.8	...	
24	79.9	...	▲5.7	79.4	...	91.8	...	91.7	...	91.8	...	101.1	...	
24年	7	76.6	▲5.3	▲8.4	76.5	▲3.2	93.4	▲2.0	89.7	▲2.4	88.6	▲3.9	104.0	▲1.4
	8	76.6	0.0	▲10.1	75.7	▲1.0	93.7	0.3	91.3	1.8	90.8	2.5	104.3	0.3
	9	76.8	0.3	▲7.3	78.3	3.4	93.6	▲0.1	89.1	▲2.4	89.7	▲1.2	105.8	1.4
	10	80.4	4.7	▲0.5	77.5	▲1.0	91.8	▲1.9	89.4	0.3	89.1	▲0.7	104.5	▲1.2
	11	77.7	▲3.4	▲5.6	78.4	1.2	89.2	▲2.8	88.3	▲1.2	89.2	0.1	101.6	▲2.8
	12	79.1	1.8	▲6.2	77.8	▲0.8	90.1	1.0	89.4	1.2	90.3	1.2	100.9	▲0.7
25年	1	76.2	▲3.7	▲9.1	77.2	▲0.8	88.1	▲2.2	91.8	2.7	91.5	1.3	101.1	0.2
	2	76.8	0.8	▲8.1	77.0	▲0.3	87.4	▲0.8	89.7	▲2.3	90.7	▲0.9	99.4	▲1.7
	3	77.5	0.9	▲5.6	75.1	▲2.5	88.1	0.8	91.0	1.4	91.0	0.3	100.6	1.2
	4	78.6	1.4	▲1.6	76.5	1.9	88.9	0.9	91.9	1.0	92.3	1.4	101.9	1.3
	5	79.3	0.9	▲1.0	78.5	2.6	91.2	2.6	92.4	0.5	92.1	▲0.2	101.0	▲0.9
	6	78.3	▲1.3	▲4.2	74.3	▲5.4	89.9	▲1.4	90.8	▲1.7	90.8	▲1.4	100.9	▲0.1
	7	80.0	2.2	5.6	77.1	3.8	90.3	0.4	91.3	0.6	91.3	0.6	104.3	3.4
	8	P 77.4	P ▲3.3	P 0.0	P 73.9	P ▲4.2	P 90.1	P ▲0.2	91.9	0.7	91.3	0.0	104.6	0.3
	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。

	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	百万kWh	前年比	百万kWh	前年比	
21年	86.5	...	▲21.9	86.6	...	100.5	...	41,328	▲12.6	32,085	▲15.3	
22	100.0	...	15.6	100.0	...	102.9	...	46,643	12.9	37,421	16.6	
23	97.2	...	▲2.8	96.3	...	105.0	...	47,223	1.2	38,146	1.9	
24	97.8	...	0.6	97.5	...	110.5	...	44,836	▲5.1	35,805	▲6.1	
24年	7	97.5	▲0.5	0.1	95.5	▲2.0	111.8	1.5	3,962	▲5.9	3,153	▲6.7
	8	96.1	▲1.4	▲4.1	95.4	▲0.1	112.2	0.4	3,841	▲6.3	3,014	▲7.7
	9	94.0	▲2.2	▲7.6	93.0	▲2.5	112.2	0.0	3,778	▲5.3	3,008	▲6.7
	10	94.3	0.3	▲4.7	93.3	0.3	112.2	0.0	3,719	▲5.7	2,970	▲7.0
	11	93.4	▲1.0	▲5.5	91.8	▲1.6	111.8	▲0.4	3,558	▲6.5	2,844	▲8.0
	12	94.7	1.4	▲7.6	95.2	3.7	110.4	▲1.3	3,533	▲6.6	2,773	▲8.6
25年	1	94.1	▲0.6	▲6.0	96.3	1.2	108.6	▲1.6	3,464	▲4.9	2,710	▲6.5
	2	94.9	0.9	▲10.1	98.0	1.8	107.3	▲1.2	3,358	▲7.7	2,675	▲8.3
	3	95.0	0.1	▲7.2	97.2	▲0.8	106.6	▲0.7	3,638	▲3.9	2,916	▲4.3
	4	95.9	0.9	▲3.4	95.8	▲1.4	107.4	0.8	3,543	▲5.1	2,845	▲5.8
	5	97.7	1.9	▲1.1	96.8	1.0	107.0	▲0.4	3,614	▲3.9	2,876	▲4.8
	6	94.7	▲3.1	▲4.6	93.7	▲3.2	107.0	0.0	3,737	▲3.8	2,982	▲5.0
	7	97.9	3.4	1.8	95.6	2.0	108.7	1.6	3,995	0.8	3,173	0.6
	8	97.0	▲0.9	▲0.4	95.5	▲0.1	108.5	▲0.2	3,784	▲1.5	2,956	▲1.9
	9	P 98.5	P 1.5	P 5.4	P 97.0	P 1.6	P 108.3	P ▲0.2	3,673	▲2.8	2,924	▲2.8

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。

※在庫指数の年計は、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	前年比%	人	前年比%	人	前年比%	人	前年比%					
21年平均	101,667	▲27.9	39,643	▲23.6	199,631	32.5	48,664	25.2	0.51	0.81	0.47	0.79	
22	108,540	6.8	43,560	9.9	209,882	5.1	50,262	3.3	0.52	0.87	0.52	0.89	
23	130,948	20.6	50,465	15.9	200,905	▲4.3	48,451	▲3.6	0.65	1.04	0.65	1.05	
24	149,139	13.9	56,729	12.4	192,904	▲4.0	44,556	▲8.0	0.77	1.27	0.80	1.28	
24年	7	150,875	16.2	56,725	11.0	191,175	▲4.8	43,181	▲11.6	0.79	1.31	0.81	1.29
	8	152,470	16.2	57,755	13.5	189,117	▲5.6	43,470	▲10.6	0.81	1.33	0.81	1.31
	9	153,733	15.9	57,421	12.9	191,387	▲3.5	45,004	▲1.7	0.80	1.28	0.81	1.28
	10	153,622	13.1	57,321	8.3	191,257	▲3.2	43,068	▲10.1	0.80	1.33	0.81	1.31
	11	155,460	14.0	57,662	10.2	191,714	▲2.3	42,839	▲8.8	0.81	1.35	0.82	1.33
	12	157,813	14.8	58,374	10.3	191,040	▲2.7	42,924	▲7.8	0.83	1.36	0.83	1.35
25年	1	161,540	16.9	60,611	14.1	190,721	▲2.6	44,169	▲4.1	0.85	1.37	0.85	1.33
	2	165,042	18.3	64,181	18.5	187,646	▲4.4	42,700	▲6.0	0.88	1.50	0.85	1.35
	3	169,282	19.9	65,645	22.1	185,494	▲4.7	43,148	▲3.8	0.91	1.52	0.86	1.39
	4	168,986	18.0	61,276	12.0	183,642	▲5.0	42,359	▲5.8	0.92	1.45	0.89	1.40
	5	172,973	18.3	62,064	10.8	184,316	▲4.7	41,940	▲5.5	0.94	1.48	0.90	1.42
	6	173,327	15.4	65,816	16.1	180,917	▲6.0	39,490	▲8.5	0.96	1.67	0.92	1.49
	7	171,624	13.8	63,392	11.8	177,193	▲7.3	40,902	▲5.3	0.97	1.55	0.94	1.46
	8	172,285	13.0	61,999	7.3	175,688	▲7.1	40,518	▲6.8	0.98	1.53	0.95	1.47
	9	173,169	12.6	65,593	14.2	177,239	▲7.4	41,011	▲8.9	0.98	1.60	0.95	1.50

厚生労働省「一般職業紹介状況」
※パートを含む。

厚生労働省「一般職業紹介状況」
※パートを含む。

	完全失業率					雇用保険		労働時間指数						
	近畿		全国			大阪府		大阪府						
	実数		実数			実数		総実労働時間(産業合計)			所定外労働時間(製造業)			
	(原数値)	前年差	(原数値)	前年差	(季調値)	初回受給者数	前年比	実数	指数	前年比	実数	指数	前年比	
21年平均	5.7	1.2	5.1	1.1	...	12,627	31.6	147.0	98.8	▲2.9	11.4	85.9	▲25.3	
22	5.9	0.2	5.1	0.0	...	10,421	▲17.5	148.6	100.0	1.1	12.9	100.0	16.5	
23	5.0	▲0.9	4.6	▲0.5	...	9,735	▲6.6	148.3	99.7	▲0.3	12.7	100.5	0.5	
24	5.1	0.1	4.3	▲0.3	...	9,417	▲3.3	147.8	99.5	▲0.2	13.5	100.0	▲0.5	
24年	7	4.9	0.0	4.4	▲0.3	4.3	9,205	0.1	149.4	100.5	▲0.8	12.8	94.8	▲4.4
	8	4.9	0.5	4.2	▲0.3	4.2	11,416	▲2.7	145.8	98.1	▲0.7	11.8	87.4	▲5.2
	9	4.7	0.4	4.2	0.0	4.3	8,146	▲14.2	145.0	97.6	▲2.8	13.1	97.0	3.2
	10	4.8	▲0.3	4.1	▲0.3	4.2	9,376	9.2	148.0	99.6	0.0	13.5	100.0	0.2
	11	4.8	▲0.2	4.0	▲0.3	4.2	9,371	▲7.8	152.4	102.6	0.1	13.6	100.7	▲7.4
	12	4.5	▲0.3	4.0	▲0.2	4.3	7,832	▲10.5	145.1	97.6	▲3.4	13.0	96.3	▲17.2
25年	1	5.1	▲0.2	4.2	▲0.3	4.2	8,232	10.3	135.5	91.2	▲1.7	11.6	85.9	▲12.2
	2	5.0	▲0.4	4.2	▲0.2	4.3	9,331	▲11.5	142.1	95.6	▲5.1	13.8	102.2	▲6.8
	3	4.9	▲0.8	4.3	▲0.4	4.1	7,636	▲3.3	142.8	96.1	▲5.0	14.3	105.9	▲5.4
	4	4.3	▲1.6	4.4	▲0.4	4.1	7,828	▲3.8	151.5	102.0	▲0.3	15.3	113.3	8.5
	5	4.4	▲0.6	4.2	▲0.3	4.1	13,814	▲7.1	145.9	98.2	0.1	13.3	98.5	▲0.8
	6	4.1	▲0.6	3.9	▲0.5	3.9	7,925	▲9.4	149.8	100.8	▲2.1	13.3	98.5	▲2.2
	7	3.8	▲1.1	3.9	▲0.5	3.8	9,437	2.5	151.2	101.7	1.2	13.2	97.8	3.2
	8	4.4	▲0.5	4.1	▲0.1	4.1	9,812	▲14.1	146.4	98.5	0.4	12.5	92.6	5.9
	9	4.1	▲0.6	3.9	▲0.3	4.0	7,770	▲4.6						

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」
※従業員規模30人以上、前年比は指数より計算。

V 貿易

	輸出入通関額								対米ドル 円相場	原油価格 (WTI)	
	近畿圏				全国						
	輸出		輸入		輸出		輸入				
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比			
	億円	%	億円	%	億円	%	億円	%	円	ドル/バレル	
21年	120,313	▲27.3	98,413	▲28.1	541,706	▲33.1	514,994	▲34.8	89.55	74.49	
22	144,220	19.9	114,272	16.1	673,996	24.4	607,650	18.0	83.41	89.22	
23	145,649	1.0	132,392	15.9	655,465	▲2.7	681,112	12.1	77.85	98.61	
24	135,756	▲6.8	135,387	2.3	637,476	▲2.7	706,886	3.8	83.64	88.19	
24年	7	11,236	▲9.8	11,391	▲1.2	53,122	▲8.1	58,408	2.3	79.02	87.89
	8	10,867	▲8.2	11,218	▲0.8	50,444	▲5.8	58,128	▲5.2	78.66	94.11
	9	11,908	▲3.5	11,118	1.1	53,579	▲10.3	59,261	4.2	78.17	94.61
	10	11,243	▲4.8	11,273	0.2	51,480	▲6.5	57,042	▲1.5	78.97	89.52
	11	10,743	▲3.9	12,012	2.8	49,832	▲4.1	59,402	0.9	80.87	86.69
	12	11,835	▲2.5	11,299	▲0.1	52,985	▲5.8	59,443	1.9	83.64	88.19
25年	1	9,862	6.9	12,204	6.0	47,986	6.3	64,321	7.1	89.18	94.65
	2	10,540	▲8.7	10,787	12.6	52,831	▲2.9	60,645	12.0	93.21	95.30
	3	13,111	2.2	12,179	2.4	62,710	1.1	66,379	5.6	94.75	93.12
	4	12,090	4.1	12,880	10.1	57,766	3.8	66,615	9.5	97.71	92.02
	5	12,164	11.1	12,601	8.3	57,667	10.1	67,648	10.1	101.08	94.72
	6	12,701	7.9	11,521	7.2	60,610	7.4	62,428	11.8	97.43	95.79
	7	12,430	10.6	13,654	19.9	59,605	12.2	69,900	19.7	99.71	104.55
	8	12,567	15.7	P 12,482	P 11.3	57,829	14.6	P 67,458	P 16.0	97.87	106.55
	9	P 12,547	P 5.4	P 12,866	P 15.7	P 59,721	P 11.5	P 69,043	P 16.5	99.24	106.31

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」
※東京センターバンク相場、スポット、中心相場、月中平均
※年月は年末値 ※年月は年末値

VI 物価

	企業物価指数			消費者物価指数								
	全国			大阪市				全国				
	国内企業物価指数	前月比	前年比	総合	前月比	前年比	生鮮食品を除く総合	総合	前月比	前年比	生鮮食品を除く総合	
	22年=100	%	%	22年=100	%	%	22年=100	22年=100	%	%	22年=100	
21年	100.1	...	▲5.3	102.0	...	▲0.9	102.5	100.7	...	▲1.4	100.8	
22	100.0	...	▲0.1	100.0	...	▲2.0	100.0	100.0	...	▲0.7	100.0	
23	101.5	...	1.5	99.5	...	▲0.5	99.6	99.7	...	▲0.3	99.7	
24	100.5	...	▲1.1	99.5	...	0.0	99.5	99.7	...	0.0	99.7	
24年	7	99.9	▲0.5	▲2.3	99.2	▲0.3	▲0.1	99.4	99.3	▲0.3	▲0.4	99.5
	8	100.1	0.2	▲2.0	99.3	0.1	▲0.1	99.5	99.4	0.1	▲0.5	99.6
	9	100.4	0.3	▲1.5	99.4	0.1	▲0.3	99.6	99.6	0.2	▲0.3	99.8
	10	100.0	▲0.4	▲1.1	99.5	0.1	▲0.6	99.7	99.6	0.0	▲0.4	99.8
	11	99.9	▲0.1	▲1.1	99.2	▲0.3	▲0.4	99.5	99.2	▲0.4	▲0.2	99.5
	12	100.3	0.4	▲0.7	99.1	▲0.1	▲0.5	99.2	99.3	0.1	▲0.1	99.4
25年	1	100.5	0.2	▲0.4	99.0	▲0.1	▲0.7	98.9	99.3	0.0	▲0.3	99.1
	2	101.0	0.5	▲0.1	98.6	▲0.4	▲1.1	98.8	99.2	▲0.1	▲0.6	99.2
	3	101.1	0.1	▲0.5	98.8	0.2	▲1.2	99.1	99.4	0.2	▲0.9	99.5
	4	101.5	0.4	0.1	99.0	0.2	▲1.1	99.4	99.7	0.3	▲0.7	99.8
	5	101.5	0.0	0.5	99.6	0.6	▲0.2	100.0	99.8	0.1	▲0.3	100.0
	6	101.6	0.1	1.2	99.7	0.1	0.2	100.0	99.8	0.0	0.2	100.0
	7	102.2	0.6	2.3	99.9	0.2	0.7	100.1	100.0	0.2	0.7	100.1
	8	102.4	0.2	2.3	100.1	0.2	0.8	100.3	100.3	0.3	0.9	100.4
	9	102.7	0.3	2.3	100.4	0.3	1.0	100.4	100.6	0.3	1.0	100.5

日本銀行「企業物価指数」

大阪府統計課「大阪市消費者物価指数」

総務省統計局「消費者物価指数」

Ⅶ 取引停止処分・倒産

	企業倒産						銀行取引停止処分				
	大阪府			全国			大阪				
	全産業			全産業			件数		金額		
	件数	前年比	負債金額	件数	前年比	負債金額	件数	前年比	金額	前年比	
件	%	百万円	件	%	百万円	件	%	百万円	%		
21年	2,375	10.6	867,208	15,480	▲ 1.1	6,930,074	787	▲ 9.6	5,488	45.5	
22	2,073	▲ 12.7	629,222	13,321	▲ 13.9	7,160,773	511	▲ 35.1	1,789	▲ 67.4	
23	2,029	▲ 2.1	295,310	12,734	▲ 4.4	3,592,920	453	▲ 11.4	2,093	17.0	
24	1,711	▲ 15.7	539,937	12,124	▲ 4.7	3,834,563	355	▲ 21.6	1,441	▲ 31.2	
24年	7	161	▲ 10.0	351,297	1,026	▲ 5.0	724,100	34	▲ 5.6	99	▲ 23.3
	8	124	▲ 25.7	12,824	967	▲ 5.7	216,634	32	▲ 13.5	62	▲ 27.9
	9	100	▲ 38.2	7,907	931	▲ 6.9	174,626	24	▲ 38.5	185	16.4
	10	128	▲ 21.9	17,624	1,035	6.0	239,354	35	▲ 5.4	117	53.9
	11	144	▲ 13.7	29,763	964	▲ 11.9	263,836	32	▲ 11.1	100	▲ 63.6
	12	125	▲ 24.2	13,394	890	▲ 13.7	208,346	24	▲ 48.9	59	▲ 92.0
25年	1	119	▲ 12.5	14,600	934	▲ 5.1	224,615	22	▲ 12.0	90	▲ 71.0
	2	123	▲ 17.4	7,710	916	▲ 11.7	171,971	20	▲ 4.8	34	▲ 28.5
	3	129	▲ 24.1	12,500	929	▲ 19.9	159,110	29	▲ 25.6	83	▲ 28.1
	4	126	▲ 15.4	16,602	899	▲ 10.4	685,987	33	▲ 10.8	95	▲ 36.5
	5	150	▲ 15.7	11,211	1,045	▲ 8.9	173,330	31	3.3	115	▲ 5.7
	6	117	▲ 20.4	10,796	897	▲ 8.0	383,704	20	▲ 9.1	39	▲ 46.5
	7	112	▲ 30.4	9,494	1,025	0.0	199,563	28	▲ 17.6	50	▲ 49.2
	8	105	▲ 15.3	45,510	819	▲ 15.3	166,259	22	▲ 31.3	41	▲ 33.5
	9	116	16.0	39,022	820	▲ 11.9	190,202	19	▲ 20.8	32	▲ 82.6

(株)東京商工リサーチ「倒産月報」
※負債総額1千万円以上。

(一社)全国銀行協会「全国手形交換高・不渡手形実数・取引停止処分数調」

Ⅷ 金融

	金融機関残高推移								貸出約定平均金利			
	近畿				全国				近畿			
	預金		貸出金		預金		貸出金		地方銀行	第二地銀	信用金庫	
	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比	%	%	%	
21年末	1,119,064	2.0	740,082	2.2	5,709,912	2.2	4,285,679	▲ 1.9	1.754	2.155	2.316	
22	1,140,022	1.9	725,425	1.5	5,796,794	1.5	4,204,178	▲ 1.9	1.672	2.006	2.216	
23	1,160,299	1.8	719,286	3.5	5,998,260	3.5	4,258,582	1.3	1.572	1.911	2.143	
24	1,184,331	2.1	726,464	2.6	6,151,781	2.6	4,338,238	1.9	1.474	1.773	2.084	
24年	7	1,168,106	1.1	716,347	0.2	6,056,816	2.4	4,250,351	1.3	1.521	1.827	2.099
	8	1,168,046	1.4	715,321	0.4	6,045,642	2.1	4,245,835	1.5	1.513	1.810	2.092
	9	1,178,486	2.2	726,344	1.2	6,119,535	2.7	4,309,755	1.6	1.493	1.798	2.102
	10	1,170,050	1.6	718,113	1.0	6,057,734	2.2	4,272,334	1.6	1.495	1.791	2.100
	11	1,170,594	1.5	719,645	1.1	6,087,899	1.7	4,280,357	1.7	1.493	1.784	2.095
	12	1,184,331	2.1	726,464	1.0	6,151,781	2.6	4,338,238	1.9	1.474	1.773	2.084
25年	1	1,177,308	2.1	721,044	1.1	6,130,988	2.5	4,320,554	2.3	1.472	1.766	2.094
	2	1,183,059	2.3	720,737	1.1	6,161,913	2.9	4,340,836	2.4	1.465	1.763	2.077
	3	1,206,050	2.7	732,493	0.8	6,330,045	3.2	4,414,711	2.6	1.429	1.739	2.050
	4	1,204,258	2.6	720,356	0.6	6,322,727	3.8	4,362,492	2.5	1.432	1.729	2.046
	5	1,206,420	3.0	720,433	0.9	6,344,566	4.1	4,364,937	3.0	1.422	1.720	2.036
	6	1,214,726	3.2	723,421	0.9	6,370,142	4.2	4,398,859	3.1	1.401	1.710	2.022
	7	1,195,857	2.4	721,487	0.7	6,311,558	4.2	4,398,030	3.5	1.391	1.702	2.018
	8	1,199,867	2.7	722,868	1.1	6,306,340	4.3	4,405,210	3.8	1.382	1.691	2.011
	9											

近畿財務局「管内金融概況」

日本銀行「時系列統計」

近畿財務局「管内金融概況」

※在店舗ベース。都銀+地銀+第二地銀+信用金庫の合計。

※都銀+地銀+第二地銀+信託銀行+長期信用銀行の合計。



商工労働部商工労働総務課
大阪産業経済リサーチセンター

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

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

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