

おおさか

経済の動き

平成26(2014)年 1～3月版

No. 486

大阪府商工労働部
(大阪産業経済リサーチセンター)

目 次

大阪経済の情勢	2
経済情勢トピックス	4
消費増税の影響	
Windows XP サポート期間終了について	
大阪府景気動向指数 (C I ・ D I) の動き	10
大阪府景気観測調査 (平成 26 年 1 ~ 3 月期)	12
最近の消費動向 (個別ヒアリング)	26
中小企業の動き (業種別景気動向調査)	28
中小企業の動き (平成 26 年 1 ~ 3 月期)	
婦人服製造業 ベアリング製造業 食品卸売業 産業機械器具卸売業	
平成 24 年度調査研究の紹介	38
地域産業を牽引する中小企業の現状と課題	
大阪経済指標	42

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

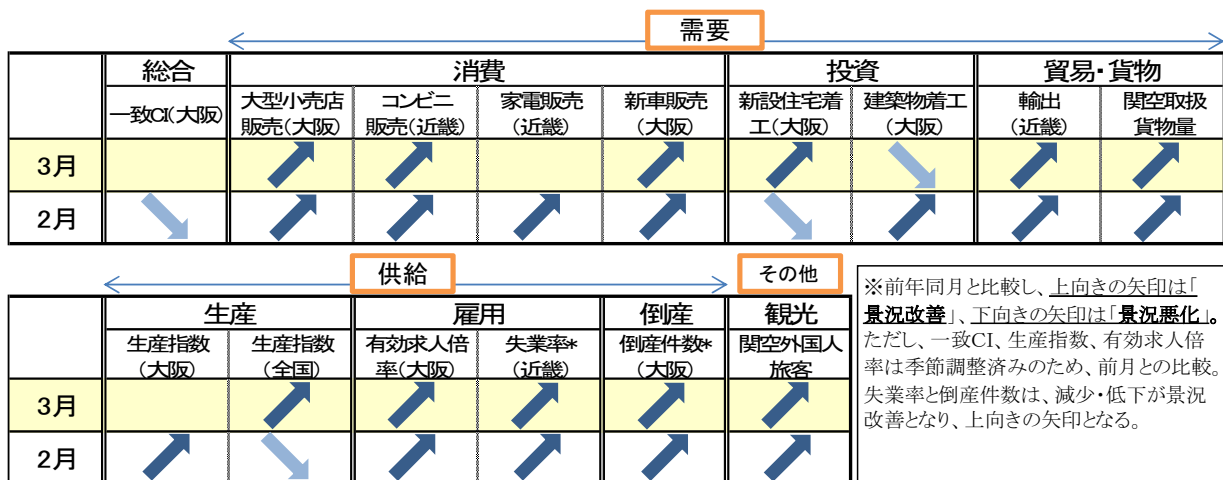
大阪経済の情勢（平成 26 年 3 月指標を中心に）

「大阪経済は、緩やかに回復している」

需要面では、個人消費は緩やかに回復しており、消費税率引き上げ前の駆け込み需要もみられている。大型小売店販売額、コンビニ販売額、家電販売額、新車販売台数はすべて増加した。家計消費支出(近畿)は増加。投資は増加の動きに一服感がみられる。住宅投資は増加、非居住用建設投資は減少した。公共投資は増加。輸出は横ばいとなっている。輸出額は13ヶ月連続で増加したが、伸び率は鈍化。主要国向けではアジア(含む中国)、EUで増加。輸入額は15ヶ月連続の増加。取扱貨物量は、関空、大阪港ともに増加。

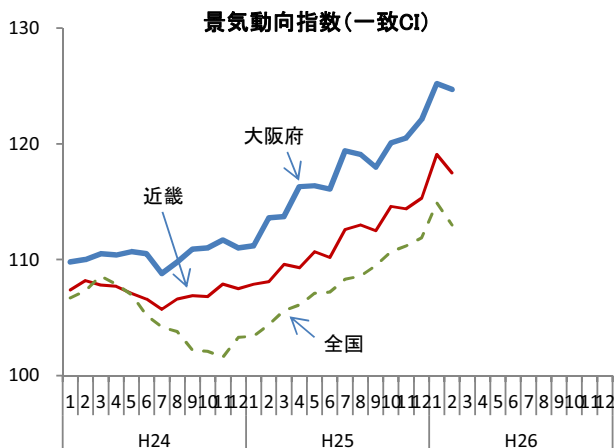
供給面では、生産動向は持ち直している。大阪府(2月)は、生産、出荷ともに上昇。近畿の生産(2月)は低下、全国の生産(3月)は上昇。雇用は着実に改善している。所定外労働時間は増加し、近畿の失業率は改善。有効求人倍率、新規求人倍率ともに上昇。倒産は、件数、負債金額ともに改善。

先行きでは、景気動向指数(先行)は低下。今後は、消費税率引き上げ後の反動減、海外経済の動向等に引き続き注意が必要。



●景気動向指数(CI)

大阪府(2月)は一致CI、先行CIはともに低下。大阪府(一致CI)では、主に「輸入通関額」、「大口電力使用量」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」 ※H22=100

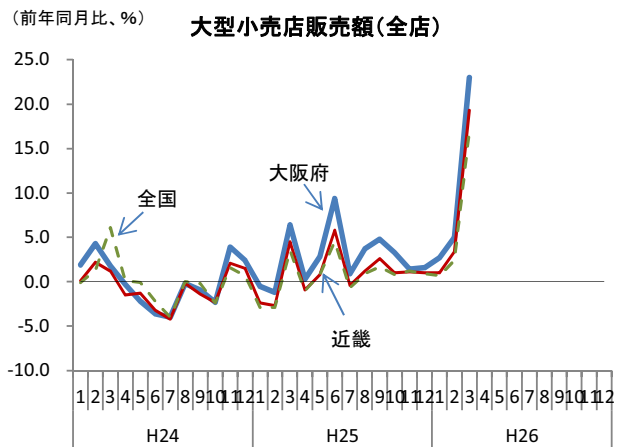
一致CIの個別系列の寄与度* (大阪府、2月速報)

百貨店売場面積当たり販売額	大阪税関管内輸入額	製造工業生産指数	生産財出荷指数	関西大口電力使用量(合計)	有効求人倍率	所定外労働時間指数(製造業)
▲0.13	▲0.86	0.65	0.51	▲0.71	0.05	▲0.01

※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

個人消費は緩やかに回復しており、消費税率引き上げ前の駆け込み需要もみられている。大型小売店販売額、コンビニ販売額、家電販売額、新車販売台数はすべて増加。



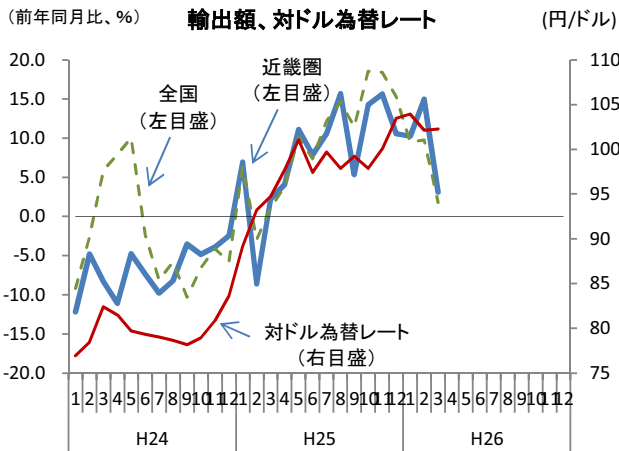
(資料) 近畿経済産業局「大型小売店販売状況」

業態別の増減(大阪府、全店、前年同月比(%))、3月速報)

大型小売店 合計		23.0
うち	百貨店	31.8
	スーパー	13.5

●貿易・貨物

輸出は横ばいとなっている。輸出額は13ヶ月連続で増加したが、伸び率は鈍化。主要国向けではアジア（含む中国）、EUで増加。輸入額は15ヶ月連続の増加。取扱貨物量は、関空、大阪港ともに増加。



(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/月中平均。

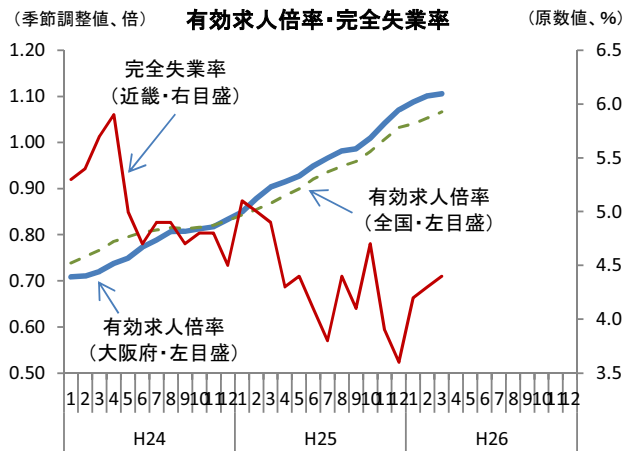
主要地域(国)別の増減(近畿、前年同月比(%))、3月速報

アジア(含む中国)	3.6	13ヶ月連続の増加
中国	▲1.2	13ヶ月ぶりの減少
EU	0.8	10ヶ月連続の増加
アメリカ	▲0.4	15ヶ月ぶりの減少

(資料)大阪税関「近畿圏貿易概況・速報」

●雇用

雇用は着実に改善している。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、新規求人倍率はともに上昇。



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

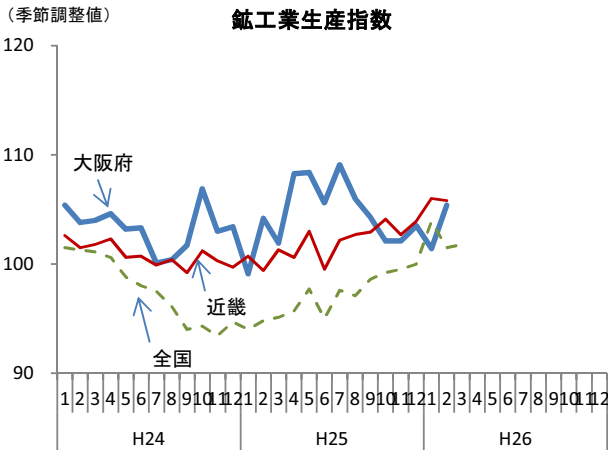
新規求人数の主要産業別増減(大阪府、前年同月比(%))、3月

建設業	16.6
製造業	19.3
卸売業、小売業	▲3.4
宿泊業、飲食サービス業	▲29.2
医療、福祉	3.8

(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(2月)は、生産、出荷ともに上昇。近畿の生産(2月)は低下、全国(3月)は上昇。在庫循環は意図せざる在庫減局面。



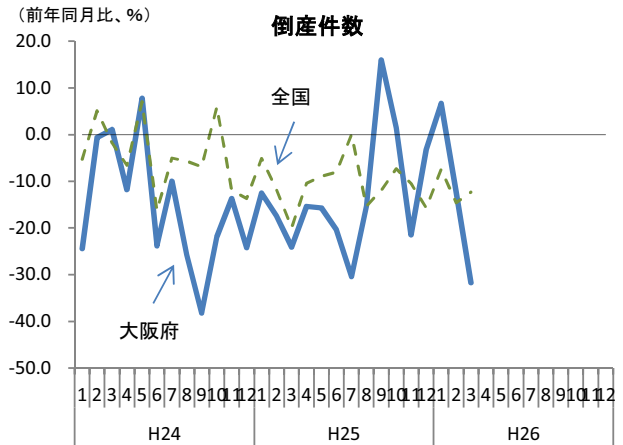
(資料)大阪府統計課「大阪の工業動向」、近畿経済産業局「鉱工業生産動向」、経済産業省「鉱工業指数」 ※大阪府は製造工業指数、H22=100

産業別の主な変動(大阪府、前月比(%))、寄与度順、2月速報

上昇	電子部品・デバイス (6.4)：液晶素子 化学 (5.0)：合成アセトン、フェノール プラスチック製品 (10.4)：プラスチック製容器(中空成形)、プラスチック製フィルム・シート
低下	金属製品 (▲14.3)：橋りょう、飲料用アルミニウム缶 電気製品 (▲6.8)：開閉制御装置、アーク溶接機 石油・石炭製品 (▲1.5)：ジェット燃料油、B・C重油

●倒産

倒産は、件数、負債金額ともに改善。



(資料)東京商工リサーチ「倒産月報」

主な倒産(大阪府、3月)

業種	負債額(百万円)
ボーリング場経営ほか	4,815
廃油リサイクル処理	600
とび・土工工事	490

経済情勢トピックス

《消費増税の影響 —1～3月の駆け込み需要を中心に—》

2014年4月に消費税率が5%から8%へと17年ぶりに引き上げが行われました¹。

1～3月の駆け込み需要では、耐久財の需要が大きく、比較的長期間にわたってみられたのに対し、日用品等の需要は消費税率引き上げ前の短期間に集中しました。4月以降の駆け込み需要の反動減は、確かにみられるものの、概ね想定内との声が多くなっています。また、消費税率引き上げ分については、概ね販売価格への適正な転嫁が行われたものと思われま

す。今後の見通しでは、消費税率引き上げによって2014年4～6月期はマイナス成長となるものの、7～9月期以降は再びプラス成長に復帰するという予想が大勢を占めています。

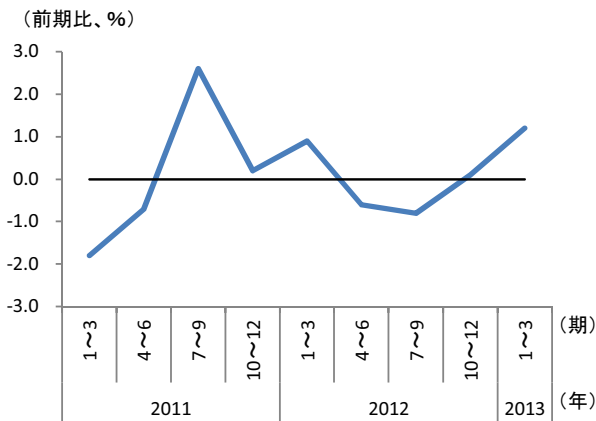
ます。1997年当時と比べると今回2014年の駆け込み需要の特徴では、耐久財の駆け込みが大きかったこと、サービス消費の駆け込み需要が小さかったことが挙げられます。

駆け込み需要の動向について、全国のデータを元に、品目別にみていきます(図表3)。自動車や家電といった耐久財では、2013年末頃から前年比の伸び率が上昇していますが、百貨店売上高やスーパーの飲食料品といった半耐久財、非耐久財における売上の前年比は、消費税率引き上げ前の3月に急増したという特徴があります。このことから、耐久財の駆け込み需要は比較的長い期間においてみられたのに対し、半耐久財、非耐久財の駆け込み需要は消費税率引き上げ前の比較的短い期間に集中したことがわかります²。

1 消費税率引き上げ前の駆け込み需要

全国の2014年1～3月の実質GDP成長率(図表1)では、前期比+1.5%(年率+5.1%)と非常に高い伸びとなりました。その要因では、民間最終需要の寄与度が+1.8と大きく寄与しました。

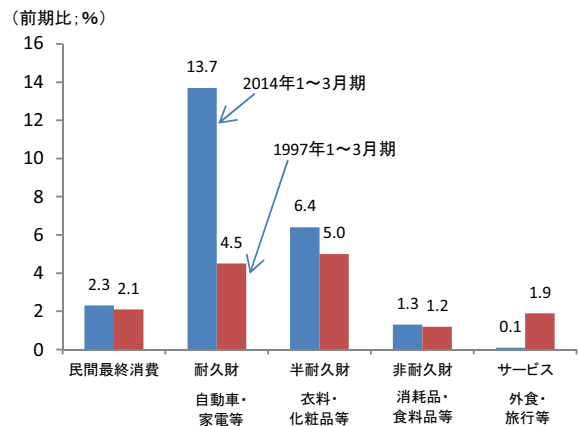
図表1 全国の実質GDP成長率



(出所) 内閣府「四半期別GDP速報」

民間最終需要の内訳では(図表2)、自動車・家電等の耐久財の成長率が前期比+13.7%と大きく、衣料・化粧品等の半耐久財、消耗品・食料品等の非耐久財の需要は小さく、外食・旅行等のサービスの前期比は横ばいとなってい

図表2 形態別にみた個人消費の伸び率



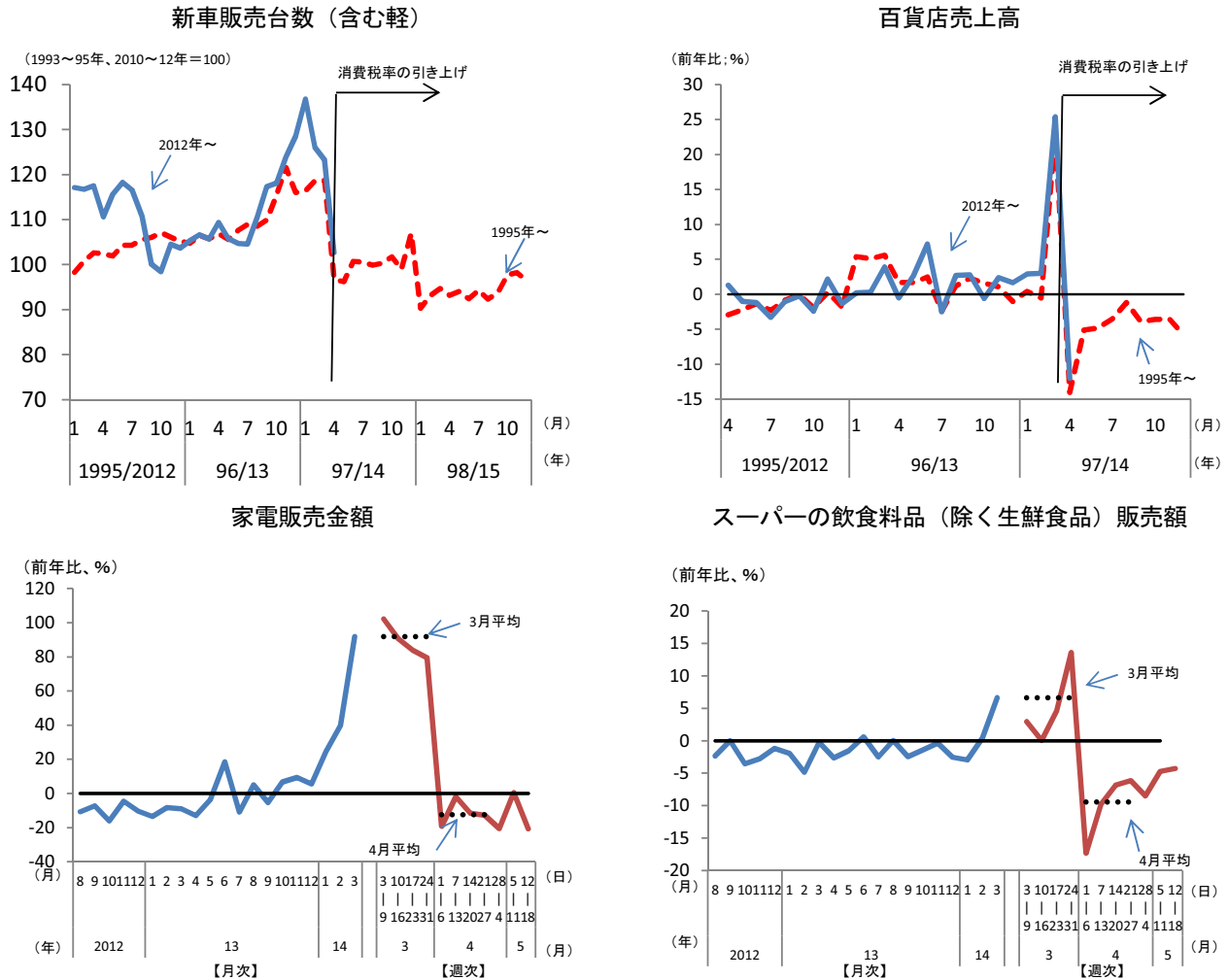
(出所) 内閣府「月例経済報告等に関する関係閣僚会議資料」

駆け込み需要ではどのようなものが購入されたのでしょうか。家計の消費動向から駆け込み需要の状況についてみてみます。図表4は全国の3月の実質消費支出において前年比伸び率の寄与度が大きい品目を中心に抜き出したものですが、電気冷蔵庫、電気掃除機、エアコンといった「家庭用耐久財」、ベッドなどの「寝具類」、単価が下がってまとめ買いがしやすくなった「化粧品」や「日用雑貨」、米、調味料、飲料、酒といった「一定期間保存可能な食料品」、消費税率引き上げ前の購入であれば引き上げ後も

¹ 本稿は、5月26日までに得られた情報を元に執筆している。また特に断りのない限り、全国のデータを用いて説明している。

² 2月において関東地方を中心に大雪の影響から手控えられていた消費が、3月になって顕在化したことよって、3月の消費額が大きくなった可能性もある。

図表3 消費税率引き上げ後の消費動向



（出所）内閣府「消費税率引上げ後の消費動向等について」

（注）家電販売金額は、全国の有力家電量販店におけるテレビ、エアコン、冷蔵庫、パソコン、携帯電話の5品目の合計。税抜き価格ベース。

サービスが利用できる「鉄道定期券」、環境税の増税と合わせてダブルで増税となった「ガソリン」など、様々な品目にわたって駆け込み需要がみられました³。

図表4 駆け込み需要がみられた主な品目
（2014年3月；二人以上世帯；実質増減率、%）

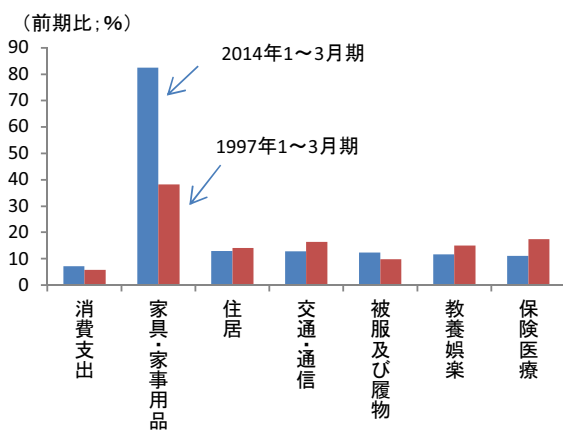
○食料		○被服及び履物	
米	18.5	洋服	8.8
○住居		下着類	35.6
設備修繕・維持	24.7	○保険医療	
○家具・家事用品		眼鏡	87.3
炊事用電気器具	117.0	○交通	
電気冷蔵庫	361.7	鉄道通学定期券	298.9
電気掃除機	337.0	鉄道通勤定期券	25.4
電気洗濯機	176.8	自動車購入	15.8
エアコン	401.0	ガソリン	10.4
○寝具類		○教養娯楽	
ベッド	503.8	パソコン	113.3
布団	140.3		

（出所）総務省統計局「家計調査」

³ 駆け込み需要について、スーパーのPOSデータを用いて比較したところ、関西と関東における商品分類別の動向では、大きな違いは見受けられなかった。ただし、関西と関東の「消費意識の違い」として、JRの定期券販売額についてJR西日本は前年比+190.5%とJR東日本の同+178.1%よりも10ポイント近く高いことが指摘されている（流通経済研究所「食品スーパーにおける駆け込み需要のPOS分析」5/19公表）。

1997年との比較では(図表5)、3月の支出において、「家事・家具用品」が前回は前年比38.3%であったのに対して、今回は82.5%と伸び率が大きかったこと、その他の品目については、ほぼ前回並みの伸び率となったことが特徴として挙げられます。「家具・家事用品」が前回1997年よりも大きくなった理由として、所得環境の好転や、これまで我慢していた買い替え需要(ペントアップ需要)の他に、ネットショッピングの浸透といった要因も考えられます⁴。

図表5 消費支出における主要品目別の実質増減率



(出所) 総務省統計局「家計調査」

先ほど、半耐久財・非耐久財について、駆け込み需要は3月を中心に起こったことを説明しました。駆け込み需要が顕著にみられた品目について購入時期をみると(図表6)、食料品やガソリンといった品目では消費税率引き上げ前の直前期に多く購入されたことがわかります⁵。

また、全国のスーパー300店の消費者の動向をまとめた日経POSによると、消費税率引き上げ前の3/24～30では、1～2月の週平均に比べ、1店舗1日あたりの来客数は

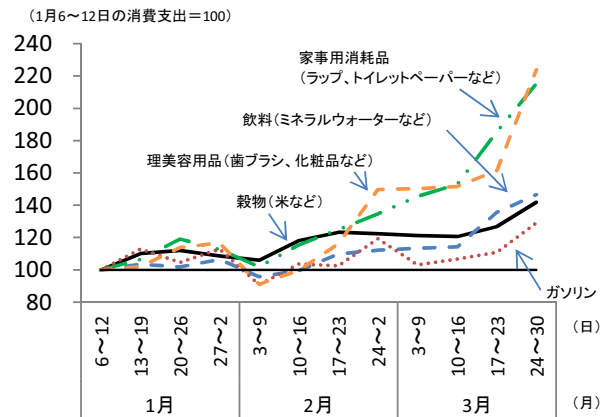
⁴ 日本経済研究センター「第158回四半期予測」(5/16公表)、内閣府「2014年1～3月期の個人消費の動向と先行きの留意点」(5/23公表)参照。

事実、物流関係では、ネット通販などの注文が集中したため、3月末の配送に支障をきたしたことがあったとのことである(日経4/1)。

⁵ 日経新聞の消費者調査(3/30～4/1; ネット調査; 20代～60代の男女2,800人回答)では、食料品・日用品を中心に駆け込み需要を行ったが、食料品・日用品の購入量では、「1ヶ月程度」が27.9%、「2ヶ月程度」が23.0%、「3ヶ月程度」が25.1%と、買いだめの影響が出る期間は比較的短期間だろうということを指摘している(日経新聞4/5)

5.4%増加、1人あたりの購入金額も15.2%増、1店舗1日あたりの販売金額は21.3%増となったとのことで、3月末の駆け込み需要は、かなり大きかったことが指摘されます。

図表6 週次支出の推移(全国)



(出所) 総務省統計局「家計調査」

2 4月以降の駆け込み需要の反動減

4月以降の売上状況では(図表3)、4月に入ってから駆け込み需要の反動減がみられており、前年比で大きく売上等が減少しています。しかし、新車販売台数や百貨店売上高のように、4月の落ち込み幅が3月の状況と比較して、比較的小幅にとどまっていることや、家電販売金額やスーパーの飲料品のように、駆け込み需要の反動減が日時が経過するに従って小さくなってきていることから、駆け込み需要の反動減は、概ね想定内に収まっているとの声が多く聞かれます。これには、駆け込み需要の反動減を見越した企業努力⁶に加え、特定の品目においては特殊要因⁷が影響していると思われます。

3 物価上昇と企業の価格転嫁

大阪市の消費者物価指数(生鮮食品を除く総合)では、3月は前年比+1.6%、4月速報は同+3.2%と、品目によっては転嫁状況にばらつきは存在していますが、経済全体でみると消費税率引き上げ分の価格転嫁は概ね順調になされたと思われます⁸。

⁶ 4月の在阪百貨店では、クーポン券の配布、集客イベントの実施、初夏物衣料の前倒し販売といった対応がみられ、駆け込み需要の反動減の緩和に貢献したとのことである(各社新聞記事より)。

⁷ 具体的には、軽自動車を中心とした受注残や、window XPのサポート終了期限(4/9)によるパソコンの買い替え需要が下支えしていると考えられる。

⁸ 消費者物価指数を構成する品目では、電気代など経過措置対象の品目や、家賃や保険料など消費税の課税対象

価格転嫁の状況では、経済産業省が4月末に実施した書面調査（全国：回答数9,425事業者）によると、転嫁状況について、事業間取引では79.0%、消費者向け取引では69.3%の事業者が「全て転嫁できている」と回答しました。転嫁できた理由では、事業間取引・消費者向け取引のどちらにおいても消費税に対する理解が定着しているためという回答が多くなっています。また、「全く転嫁できていない」と回答した事業者は、事業間取引では3.8%、消費者向け取引では5.0%でした。

これらのことより、今回の消費税引き上げでは、消費税分を価格転嫁できている企業が多く存在しています⁹。過去の状況を思い出してみると、1997年当時の消費税対策では「便乗値上げの禁止」が強く言われていましたが、今回の消費税対策では「円滑かつ適正な転嫁」が強く言われていたという違いがその背景にあると思います。

4 今後の見通し

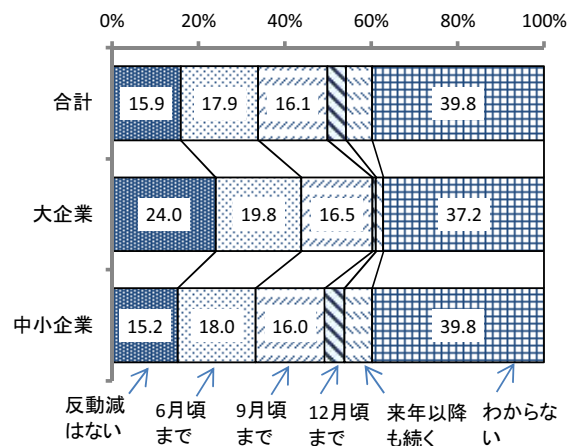
エコノミストの予測を集計したESPフォーキャスト（5月調査）におけるコンセンサスでは、消費税引き上げの影響は一時的で、4～6月期の実質GDP成長率は前期比年率▲3.8%と1～3月期の同+5.1%から急落するものの、7～9月期には同+2.25%と再びプラスとなるという予想となっています。

また、2014年1～3月期の大阪府内の企業に対するアンケート結果（図表7）では、規模別にみると駆け込み需要の反動減の期間は違いがあるものの、概ね6月頃までに終わるとの回答が多くなっています。

4月以降の駆け込み需要の反動減は、それなりにみられているものの概ね想定内で、今後回復する見込みであるとまとめられます。しかし重要なのは、落ち込みの幅よりも、消費税引き上げ後も景気は回復基調を維持するのかということであるため、今後の推移について注目していく必要があります。

（佐野 浩）

図表7 駆け込み需要の反動減の期間



（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」

ではない品目も含まれている。そのため、消費税引き上げ分がフルに転嫁されたとすると、4月は1.8%上昇すると計算される（日本総合研究所「関西の景気動向」）。これを考慮すると、概ね3月と同様の上昇分となっている。

⁹ 消費税引き上げ分の価格転嫁は概ね順調にいつているとの声が多い一方、2013年前半に進展した円安等によって原材料価格の高騰等については、価格転嫁はまず無理との声が多いため、中小企業の経営状況については楽観視できない。

経済情勢トピックス《Windows XP サポート期間終了について》

Windows XP のサポート期間が終了したが、少なからぬ府内中小企業が依然として XP を利用しており、当面使用し続ける意向である。

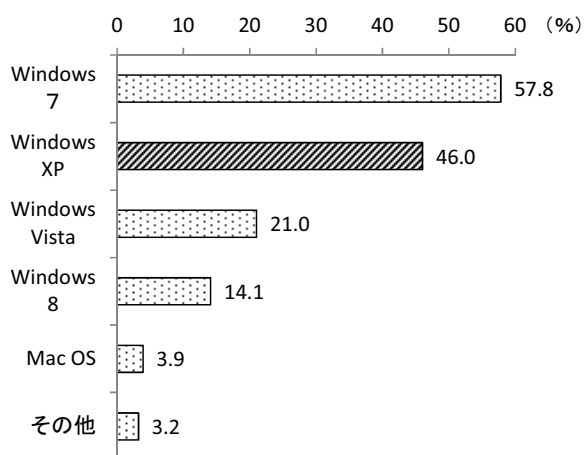
サポート終了は、消費税引き上げと相まって、パソコンの買い替えや受発注システム等への更新投資が実施され、関連産業への特需となっている。

1. Windows XP の利用状況と今後の対応

パソコンの基本ソフトである Windows XP のサポートが平成 26 年 4 月 9 日に終了した。継続的な利用については、セキュリティ上の問題が懸念されて、Windows XP から他の OS（搭載のパソコン）への切替が進んでいるが¹、中小企業においては依然として Windows XP を利用する企業も多い。

大阪信用金庫が平成 26 年 3 月上旬に実施した調査によると²、府内中小企業の半数近くが Windows XP を利用している（図表 1）。

図表 1 使用する OS（基本ソフト）



（出所）大阪信用金庫「景気動向調査（特別調査）Windows XP サポート期間終了にともなう影響について」平成 26 年 3 月

http://www.osaka-shinkin.co.jp/pdf/report/20140320_tokubetsu.pdf

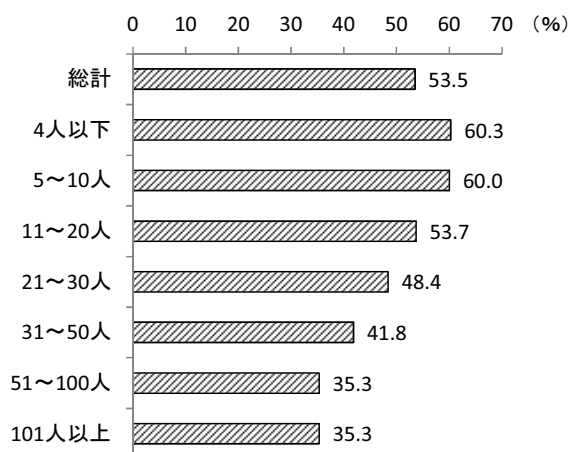
¹ IDC Japan の推計によると、国内法人市場における Windows XP 搭載 PC 稼働台数は、2013 年 12 月末において 617 万台となり法人市場の 17.1% に当たるが、2014 年 6 月末には 241 万台（同 6.6%）にまで縮小すると見込んでいる。

<http://www.idcjapan.co.jp/Press/Current/20140407Apr.html>

² 大阪信用金庫の取引先（大阪府内および尼崎市）に対して実施。回答企業数は 1,277 社。

XP を利用する企業の半数以上が、「当分このまま XP を使う」と回答しており、特に 10 人以下の零細企業では 6 割に達している（図表 2）。

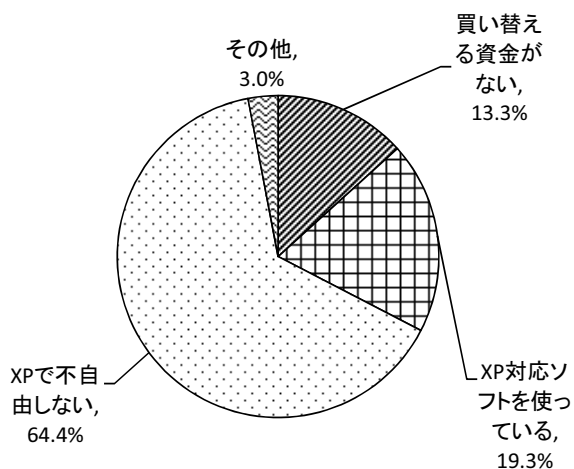
図表 2 XP をこのまま使う企業の割合（従業者規模別）



（出所）図表 1 に同じ。

当分 XP を使用する理由としては、「XP 対応ソフトを使っている」という割合は 19.3% で、多くの企業は「XP で不自由しない」からと回答している（図表 3）。同金庫では、「コンピュータウイルスへの感染や破壊からデータを守るためにも、早急な対策の実施が求められる」としている。

図表 3 XP を使用する理由



（出所）図表 1 に同じ。

2. 府内企業の事例

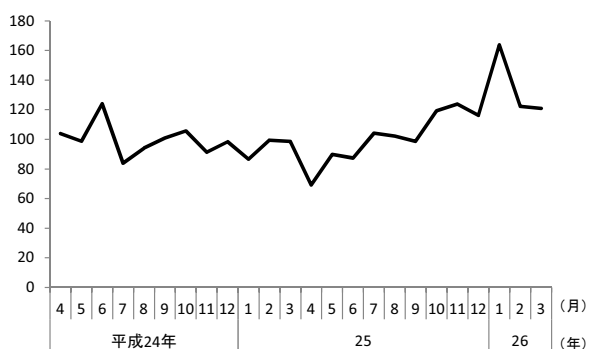
大阪産業経済リサーチセンターが平成26年3月から4月にかけて実施した府内企業へのインタビュー調査では、Windows XPのサポート期間終了を見据えて、25年度にWindows 7搭載のパソコンに入れ替えたという企業が散見された。消費税率上げと時期がほぼ重なったことから、これを機に受発注システムを見直すといった企業も少なくないことから、IT関連投資が活発となっている。

一方、26年4月時点では入替途上という企業や、既存受発注システムの契約期限が27年であることから、新たな受発注システムの導入をそのタイミングで行い、当面はXPを使うとする企業もある。

3. 経済・産業への影響

このようなIT関連投資の活況により、パソコンの国内出荷台数は25年の春から持ち直している(図表4)。秋以降には盛り上がりを見せ、26年1月には、消費税率上げへの対応と相まって急増した。そうした動きは、システム関連投資にもみられ、受注ソフトウェアの売上げも25年後半から増加基調にある(図表5)。

図表4 パソコンの国内出荷台数



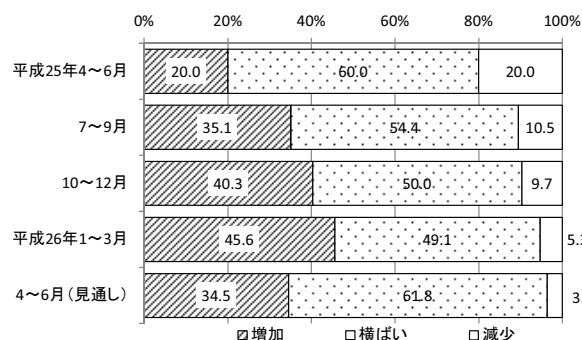
(出所) 一般社団法人電子情報技術産業協会「パーソナルコンピュータ国内出荷実績」

(注) 前年同月を100とする指数。

こうした需要は、卸売業や小売業などの関連業界の景況を下支えしている。例えば、事務用機械器具卸売業では、「Windows XPのサポート終了に伴うPCの法人買い替え需要」を景況感が良い判断理由として挙げている(株式会社帝国データバンク「TDB景気動向調査(全国)2014年3月」)。近畿地域の家電販売額についても、25年12月以降、パソコン(本体)の販売額は前年同月比で2桁の伸び率を示しており、26年3月には消費税率引き上げ前の駆け込み需要と相まって114.0%増と大幅な伸び率となった(近畿経

済産業局「近畿経済の動向」)。

図表5 受注ソフトウェアの売上げ増減割合



(出所) 一般社団法人情報サービス産業協会「情報サービス業売上の将来見通し/雇用判断」

4. おわりに

Windows XPのサポート期間が終了したが、少なからぬ府内中小企業が依然としてXPを利用している。そうした企業は、資金的な問題というよりも、危機意識の薄さから対応が進んでいないようであるが、コンピュータウイルスへの感染等の危険があることから、早急な対応が求められる。

サポート終了は、消費税率引き上げと相まって、パソコンの買い替えや受発注システム等への更新投資への契機となり、関連産業への特需となった。そうした特需は、4月以降、減少していくとみられるものの、現在でもWindows XPを利用している企業が少なくないことから、緩やかに持続するとみられる。

(町田 光弘)

大阪府景気動向指数（CI・DI）の動き

1. 総括表

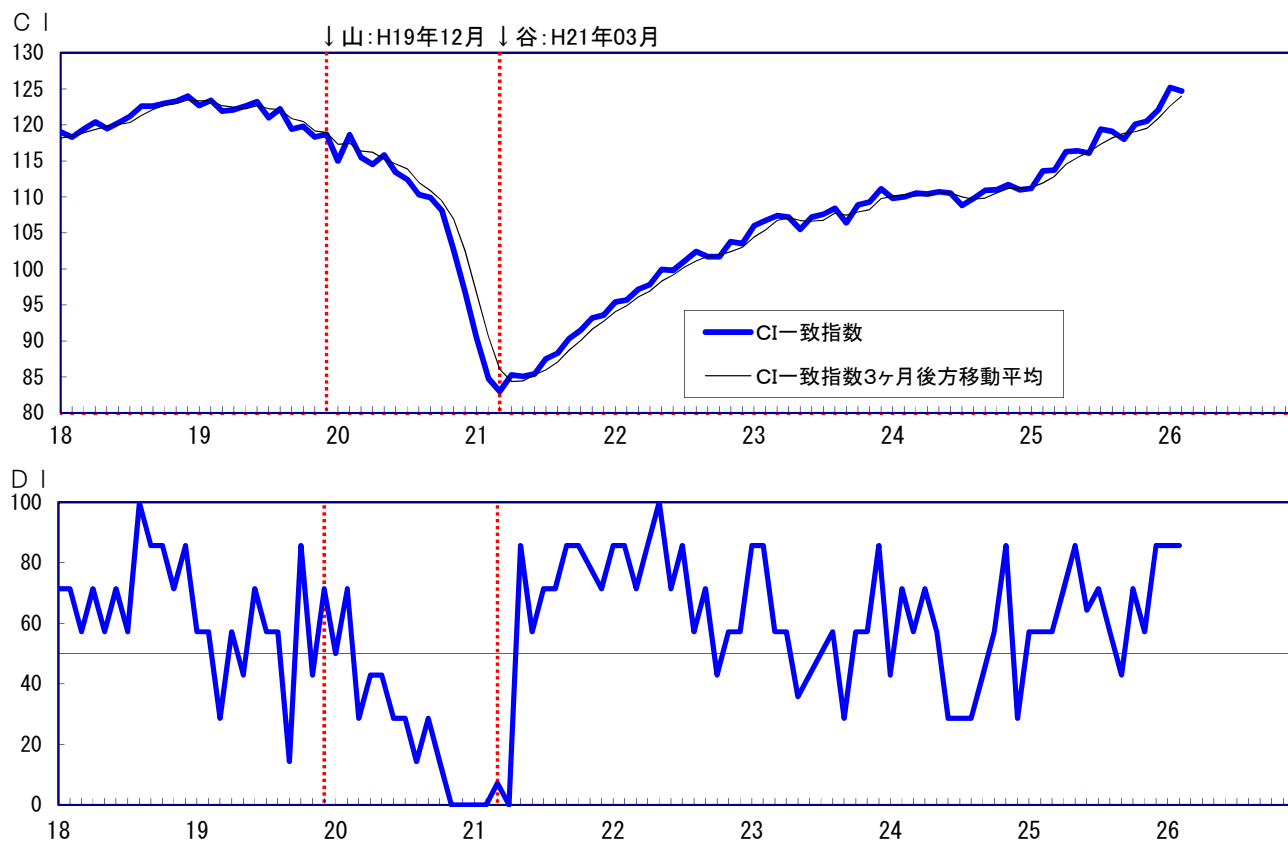
			25年												26年	
			1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
CI	先行	大阪府	123.2	128.9	128.3	130.2	136.5	137.9	139.4	139.0	138.8	139.2	141.8	145.3	142.3	P140.3
		近畿	104.5	106.8	107.4	107.6	109.5	109.2	108.2	108.9	109.0	109.5	111.1	110.3	109.0	P107.9
		全国	103.0	105.0	106.4	107.8	110.2	108.0	108.6	108.2	110.3	110.6	112.0	112.3	113.3	108.7
	一致	大阪府	111.2	113.6	113.7	116.3	116.4	116.1	119.4	119.1	118.0	120.1	120.5	122.1	125.2	P124.7
		近畿	107.9	108.1	109.6	109.3	110.7	110.2	112.6	113.0	112.5	114.6	114.4	115.3	119.1	P117.5
		全国	103.4	104.4	105.5	106.0	107.0	107.1	108.3	108.5	109.4	110.6	111.1	111.8	114.8	112.9
	遅行	大阪府	126.0	124.4	124.5	127.6	130.5	129.0	134.8	133.8	134.1	136.1	136.4	137.6	139.3	P145.8
		近畿	109.1	108.4	108.0	111.3	113.0	114.6	114.7	115.9	115.9	117.4	117.9	119.2	120.0	P120.4
		全国	108.3	108.0	109.6	109.9	110.9	111.5	112.1	112.5	112.7	112.4	113.6	114.5	116.1	117.0
DI	先行	大阪府	57.1	100.0	57.1	57.1	71.4	85.7	85.7	85.7	57.1	57.1	78.6	71.4	57.1	P42.9
		近畿	77.8	100.0	77.8	66.7	77.8	77.8	66.7	44.4	55.6	55.6	77.8	66.7	44.4	P33.3
		全国	59.1	81.8	90.9	90.9	100.0	63.6	72.7	45.5	90.9	81.8	81.8	81.8	80.0	30.0
	一致	大阪府	57.1	57.1	57.1	71.4	85.7	64.3	71.4	57.1	42.9	71.4	57.1	85.7	85.7	P85.7
		近畿	71.4	42.9	71.4	57.1	85.7	57.1	85.7	57.1	71.4	71.4	64.3	85.7	100.0	P85.7
		全国	72.7	81.8	81.8	81.8	90.9	54.5	81.8	63.6	90.9	90.9	90.9	90.9	100.0	80.0
	遅行	大阪府	42.9	57.1	50.0	64.3	71.4	57.1	71.4	42.9	57.1	35.7	57.1	28.6	64.3	P85.7
		近畿	20.0	20.0	40.0	50.0	80.0	80.0	30.0	70.0	70.0	80.0	60.0	70.0	50.0	P87.5
		全国	50.0	50.0	66.7	66.7	66.7	66.7	50.0	50.0	50.0	66.7	50.0	66.7	100.0	70.0

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

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

・DI(ディフュージョン・インデックス)は、CIと同様の景気に敏感な指標を用い、3ヶ月前の数値と比較して、先行、一致、遅行の別に、いくつかの指標が上昇しているかを調べたものである。

2. 大阪府景気動向指数の動き（一致指数）



3. 大阪府 C I 個別系列の寄与度

		25年												26年		
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
先行指数	一致指数レンド成分(先行)	-0.09	-0.12	-0.08	-0.02	-0.07	-0.06	0.00	0.02	0.00	0.06	0.17	0.33	0.53	0.63	
	L1 建設財生産指数	0.01	2.26	1.56	-0.47	0.12	-0.58	-0.10	1.49	-1.85	-1.95	-0.20	0.50	0.08	-2.68	
	L2 生産財在庫率指数	R	-0.49	1.19	-1.61	1.25	0.34	-0.92	2.31	-0.82	-0.65	-0.36	0.92	0.06	-0.09	0.24
	L3 新規求人倍率		0.59	2.06	0.36	-1.14	0.56	2.69	-1.90	-0.27	1.30	0.65	0.02	1.88	-0.47	1.15
	L4 新設住宅着工戸数		0.64	0.47	-1.99	1.30	2.70	-1.77	-0.40	-0.59	1.86	-0.61	0.22	-0.19	-1.14	-2.15
	L5 日経商品指数(全国)	*	0.04	-0.12	-0.14	0.33	2.46	0.34	0.88	0.83	-0.44	1.27	-0.19	0.04	-1.63	-0.40
	L6 企業倒産件数	R	0.13	-0.69	0.73	-0.09	-0.53	0.90	0.61	-1.09	-0.44	0.13	0.48	-0.28	-0.83	0.67
L7 景気観測調査(業況D)	※	0.60	0.59	0.57	0.76	0.76	0.76	0.11	0.07	0.03	1.20	1.15	1.10	0.58	0.53	
一致指数	C1 百貨店売場面積当たり販売額	*	0.13	-0.08	0.34	-0.40	0.24	0.59	-0.48	0.57	0.06	-0.07	0.00	0.19	0.16	-0.13
	C2 大阪税関管内輸入通関額		0.33	-0.03	0.13	0.11	-0.02	-0.08	0.68	-0.02	0.13	0.48	-0.12	0.27	1.13	-0.86
	C3 製造工業生産指数		-0.55	0.93	-0.41	0.98	0.02	-0.50	0.63	-0.56	-0.31	-0.31	0.00	0.27	-0.42	0.65
	C4 生産財出荷指数		-0.31	0.37	-0.71	0.77	0.20	-0.41	1.27	-0.73	-0.47	0.03	0.70	0.06	-0.36	0.51
	C5 関西大口電力使用量(合計)		-0.13	-0.11	0.29	-0.04	-0.11	-0.09	0.54	0.09	-0.84	1.00	-0.36	-0.18	0.99	-0.71
	C6 有効求人倍率		0.50	0.73	0.49	0.26	0.48	0.46	0.45	0.20	0.18	0.40	0.62	0.60	0.33	0.05
	C7 所定外労働時間指数(製造業)		0.24	0.55	-0.02	0.94	-0.74	-0.22	0.18	0.16	0.17	0.49	-0.40	0.38	1.24	-0.01
遅行指数	一致指数レンド成分(遅行)		-0.09	-0.12	-0.07	-0.02	-0.07	-0.05	0.00	0.02	0.00	0.05	0.16	0.32	0.51	0.64
	Lg1 製造工業在庫指数		0.20	-0.08	-1.09	0.70	-0.02	0.37	0.27	-1.24	0.66	0.14	-1.28	0.60	-0.63	0.79
	Lg2 常用雇用指数(産業計)	*	-2.19	-0.77	0.07	2.32	-1.24	0.05	0.70	0.49	0.67	-0.41	0.27	0.73	-0.24	0.73
	Lg3 雇用保険受給者実人員	R	-0.08	0.41	0.02	0.52	0.12	0.56	0.28	0.33	0.36	0.54	0.25	0.57	0.78	1.33
	Lg4 大阪市消費者物価指数	*	0.04	-0.35	0.47	0.06	2.58	0.46	0.91	0.48	0.05	1.36	0.43	0.40	-0.04	0.87
	Lg5 大阪市実質家計消費支出	*	0.67	-0.84	1.01	0.03	0.99	-1.42	1.26	-1.21	-0.68	0.75	0.22	-1.01	1.19	1.20
	Lg6 近畿信用金庫貸出約定平均金利	*	0.71	-0.37	-0.54	0.06	-0.32	-0.14	0.04	0.03	-0.82	-0.23	-0.14	-0.05	-0.56	0.52
Lg7 法人事業税調定額		-0.18	0.54	0.20	-0.56	0.83	-1.29	2.29	0.09	0.09	-0.16	0.30	-0.29	0.68	0.44	

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

4. 大阪府 D I 個別系列の変化方向表

		25年												26年		
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
先行系列	L1 建設財生産指数	-	+	+	+	+	-	-	+	-	-	-	-	+	-	
	L2 生産財在庫率指数	R	-	+	-	-	-	+	+	+	+	0	+	+	+	
	L3 新規求人倍率		+	+	+	+	-	+	+	+	-	+	+	+	+	
	L4 新設住宅着工戸数		+	+	-	-	+	+	-	+	+	+	-	-	-	
	L5 日経商品指数(全国)	*	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+	-	-	
	L6 企業倒産件数	R	-	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	+	-	-
	L7 景気観測調査(業況D)	※	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
一致系列	拡張系列数	4.0	7.0	4.0	4.0	5.0	6.0	6.0	6.0	4.0	4.0	5.5	5.0	4.0	3.0	
	採用系列数	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
	D-先行指数	57.1	100.0	57.1	57.1	71.4	85.7	85.7	85.7	57.1	57.1	78.6	71.4	57.1	42.9	
	C1 百貨店売場面積当たり販売額	*	+	-	+	+	+	-	-	-	+	-	+	+	+	
	C2 大阪税関管内輸入通関額		+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	-	
	C3 製造工業生産指数		-	+	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	+	
	C4 生産財出荷指数		-	-	-	-	+	+	-	-	-	+	+	+	+	
遅行系列	C5 関西大口電力使用量(合計)		+	-	-	+	+	-	+	+	-	+	+	+	+	
	C6 有効求人倍率		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	C7 所定外労働時間指数(製造業)		-	+	+	+	+	0	-	+	+	+	+	+	+	
	拡張系列数	4.0	4.0	4.0	5.0	6.0	4.5	5.0	4.0	3.0	5.0	4.0	6.0	6.0	6.0	
	採用系列数	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
	D-一致指数	57.1	57.1	57.1	71.4	85.7	64.3	71.4	57.1	42.9	71.4	57.1	85.7	85.7	85.7	
	Lg1 製造工業在庫指数		-	+	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	+	
Lg2 常用雇用指数(産業計)	*	-	-	-	+	+	+	-	+	+	0	-	0	+		
Lg3 雇用保険受給者実人員	R	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
Lg4 大阪市消費者物価指数	*	-	-	0	0	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
Lg5 大阪市実質家計消費支出	*	+	-	+	+	+	+	-	-	-	-	-	+	+		
Lg6 近畿信用金庫貸出約定平均金利	*	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Lg7 法人事業税調定額		-	+	+	+	+	-	+	-	+	-	+	+	+		
拡張系列数	3.0	4.0	3.5	4.5	5.0	4.0	5.0	3.0	4.0	2.5	4.0	2.0	4.5	6.0		
採用系列数	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7		
D-遅行指数	42.9	57.1	50.0	64.3	71.4	57.1	71.4	42.9	57.1	35.7	57.1	28.6	64.3	85.7		

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

[R]は逆サイクル。[※]は四半期データ、[*]は前年同月比、他はセンサス局法 X-12-ARIMA による季節調整値を採用。
 地域表示のない指標は大阪府分。求人倍率のパートを含む。所定外労働時間指数、常用雇用指数は事業所規模30人以上分。消費者物価指数は生鮮食品を除く総合。

大阪府景気観測調査結果（平成26年1～3月期）

調査結果の概要

商工労働部（大阪産業経済リサーチセンター）では、府内企業を対象として四半期毎に、大阪市と協力して景気観測調査を実施しております。平成26年1～3月期の調査結果の概要は次のとおりです。

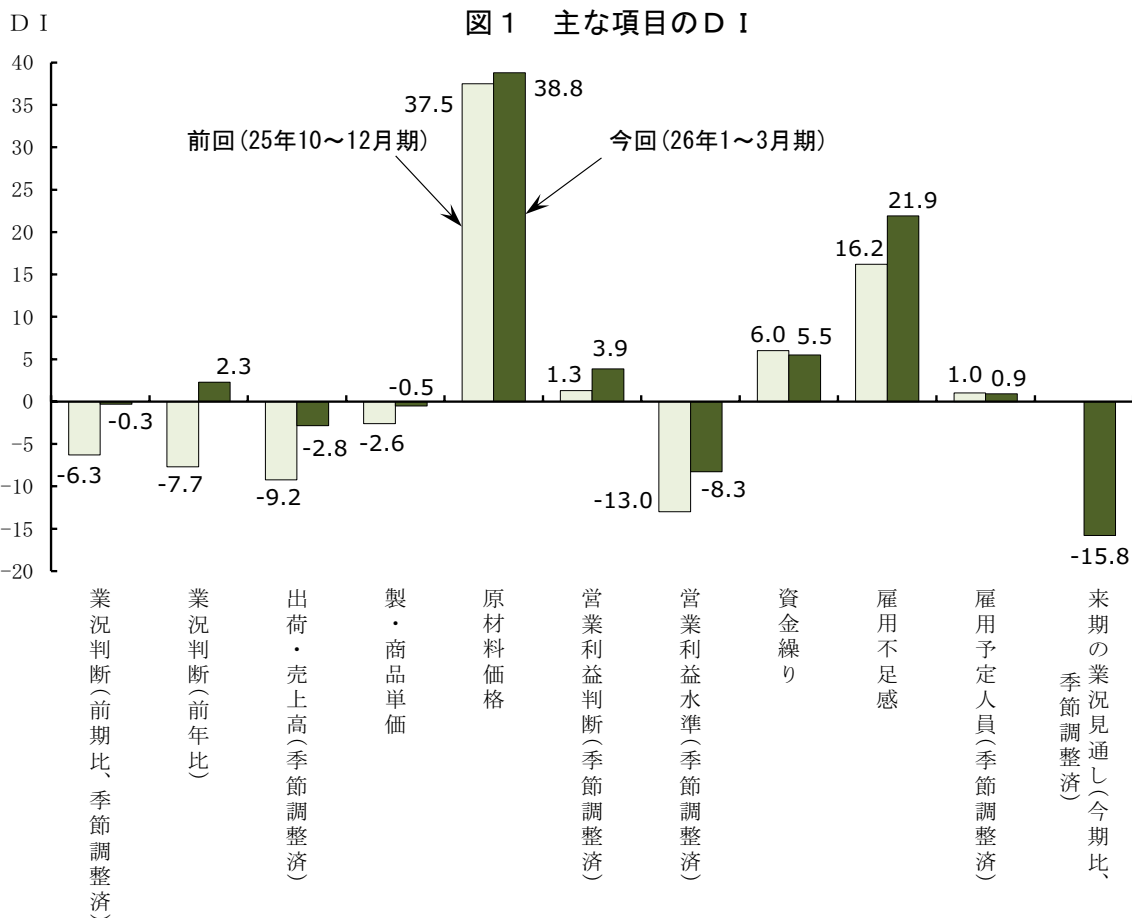
なお、大阪市景気観測調査結果については、大阪市経済戦略局のウェブサイト <http://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000002583.html> をご覧ください。

景気は、緩やかに回復しつつある

業況判断D Iは、内需の回復に加え、消費税率引き上げ前の駆け込み需要で製造業や大企業が大幅に改善したことで、全体では持ち直しから回復に移行している。

個々の指標をみると、出荷・売上高、営業利益水準は製造業・大企業を中心に改善し、営業利益判断も製造業・中小企業の改善で2期連続のプラス水準となるなど、全体の回復基調に貢献した。雇用面では不足感が一層強まるも、来期の雇用は横ばいとなっている。なお、来期の業況は、消費税率引き上げ後の需要の反動減もあり、D Iはマイナス幅が拡大する見通しである。

以上の結果を踏まえ、景気は緩やかに回復しつつある。



[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26年3月上旬
4. 回答企業数 : 1,558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	515	46.0	26.7	11.4	11.2	4.7
非製造業	1,043	62.5	18.7	7.5	6.8	4.4
建設業	163	68.9	16.8	5.0	5.0	4.3
情報通信業	27	20.0	40.0	16.0	16.0	8.0
運輸業	71	41.4	24.3	18.6	11.4	4.3
卸売業	226	51.8	29.3	9.0	7.7	2.3
小売業	194	83.7	9.5	0.5	2.6	3.7
不動産業	60	78.0	11.9	6.8	3.4	0.0
飲食店・宿泊業	68	73.4	12.5	4.7	7.8	1.6
サービス業	234	55.0	16.9	10.4	9.1	8.7
全業種計	1,558	57.0	21.4	8.8	8.3	4.5

規模別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大企業	121	7.9
中小企業	1,410	92.1
不明	27	

地域別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大阪市地域	809	51.9
北大阪地域	151	9.7
東大阪地域	296	19.0
南河内地域	64	4.1
泉州地域	238	15.3

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…製造業や大企業の大幅改善により、DIは水面近くまで上昇

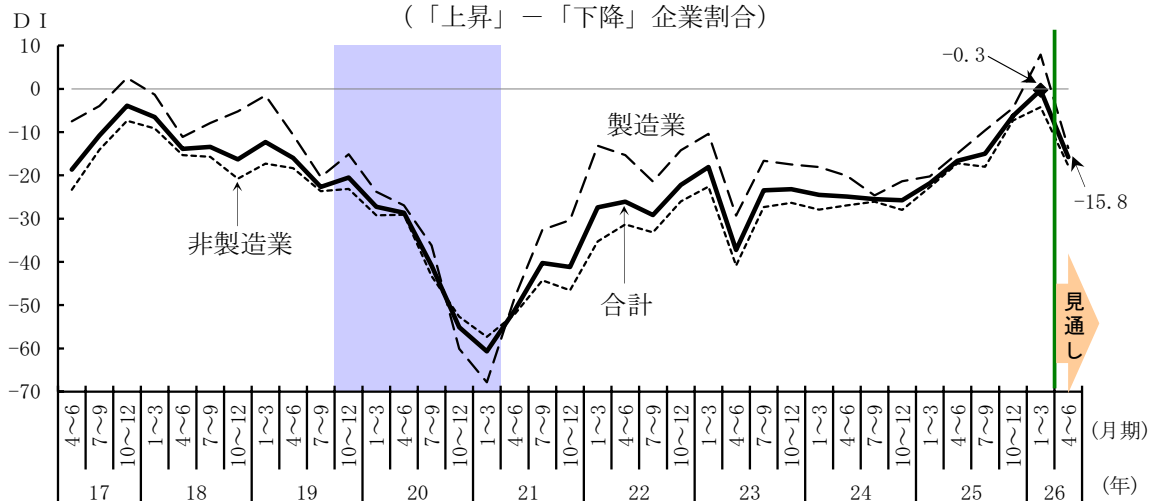
■平成26年1～3月期の業況判断DI（「上昇」－「下降」企業割合；前期比、季節調整済）：
 -0.3

○前回（25年10～12月期）調査比：6.0pt

製造業	12.3pt	非製造業	3.1pt
大企業	12.4pt	中小企業	5.8pt

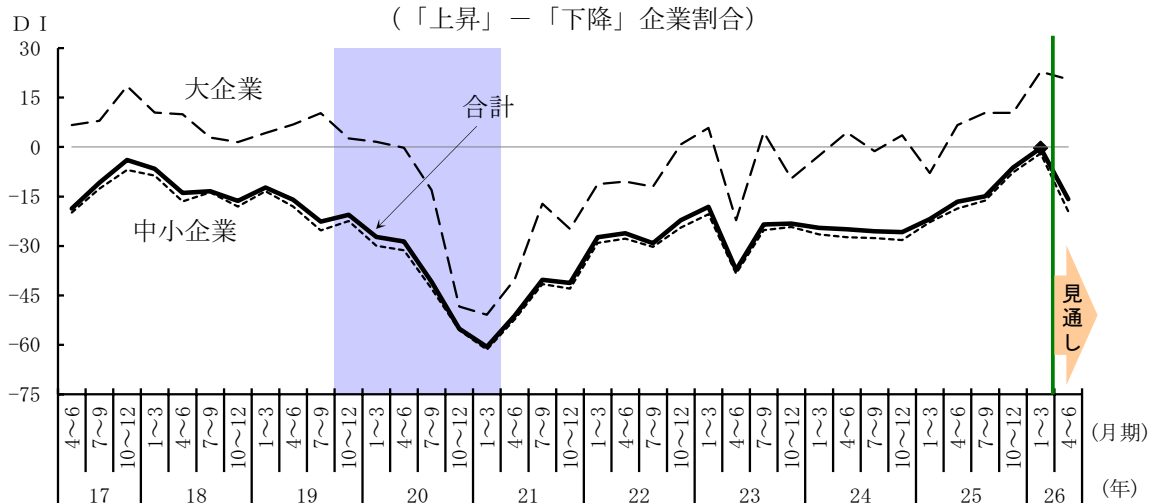
（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

図2 業況判断DIの推移（前期比、季節調整済、製造業・非製造業別）
 （「上昇」－「下降」企業割合）



※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DIの推移（前期比、季節調整済、大企業・中小企業別）
 （「上昇」－「下降」企業割合）



※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、前年同期に比べ大幅に減少。「内需の回復」「原材料価格やコストの下落」「その他」などが増加した。
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）

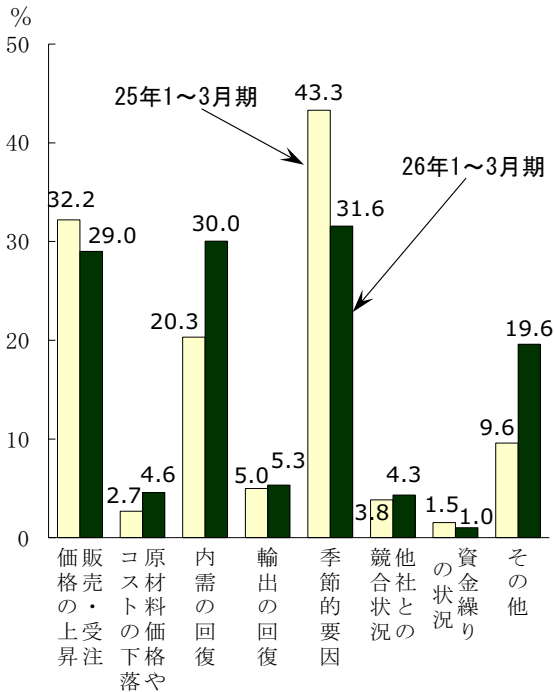
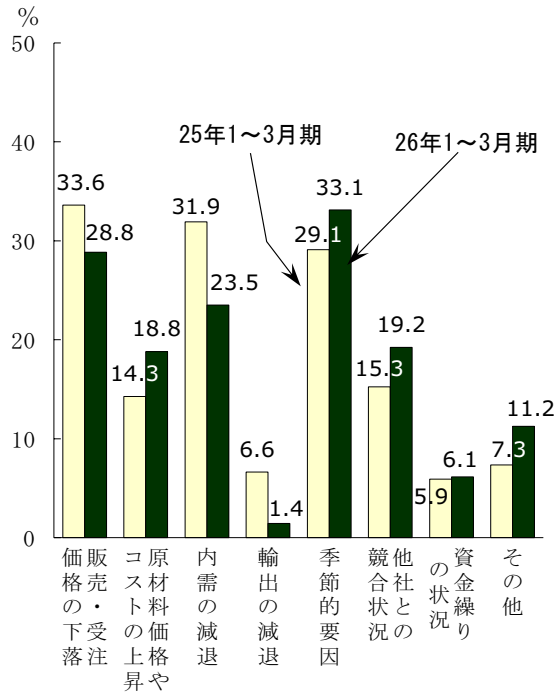


図5 下降となった要因（2つまでの複数回答）



2. 出荷・売上高…製造業と大企業の伸長で、DIは堅調に改善

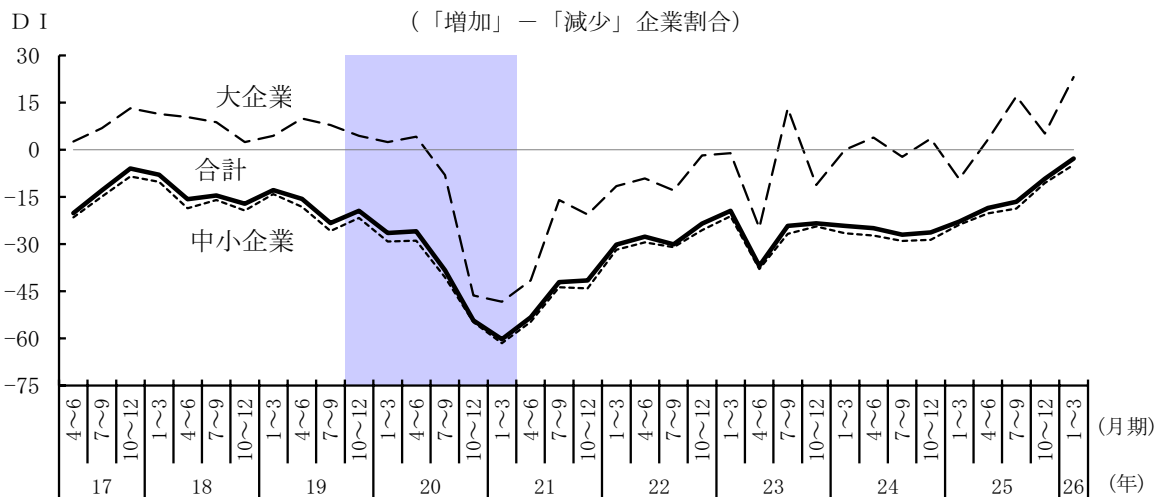
■出荷・売上高DI（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－2.8

○前回調査比：6.4pt

製造業	14.2pt	非製造業	2.6pt
大企業	18.0pt	中小企業	5.8pt

（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

図6 出荷・売上高DIの推移（前期比、季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

3. 製・商品単価及び原材料価格…製造業の牽引で製・商品単価、原材料価格いずれのD Iも上昇が続く

■製・商品単価D I（「上昇」－「下落」企業割合）：－0.5

○前回調査比：2.1pt

製造業	7.5pt	非製造業	▲1.0pt
大企業	1.6pt	中小企業	2.0pt

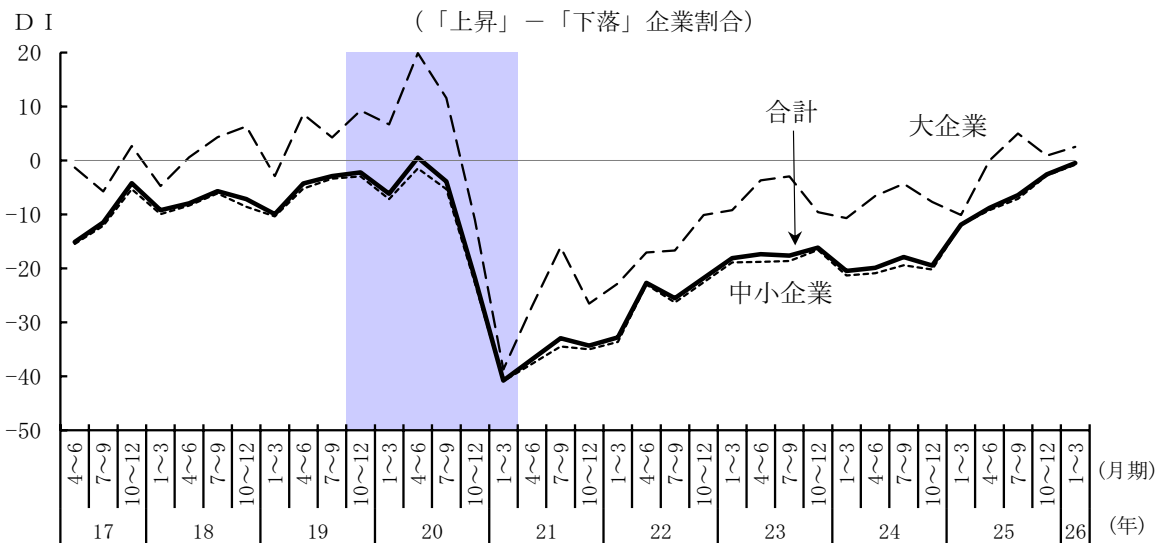
■原材料価格D I（「上昇」－「下落」企業割合）：38.8

○前回調査比：1.3pt

製造業	6.9pt	非製造業	▲1.7pt
大企業	▲6.2pt	中小企業	2.0pt

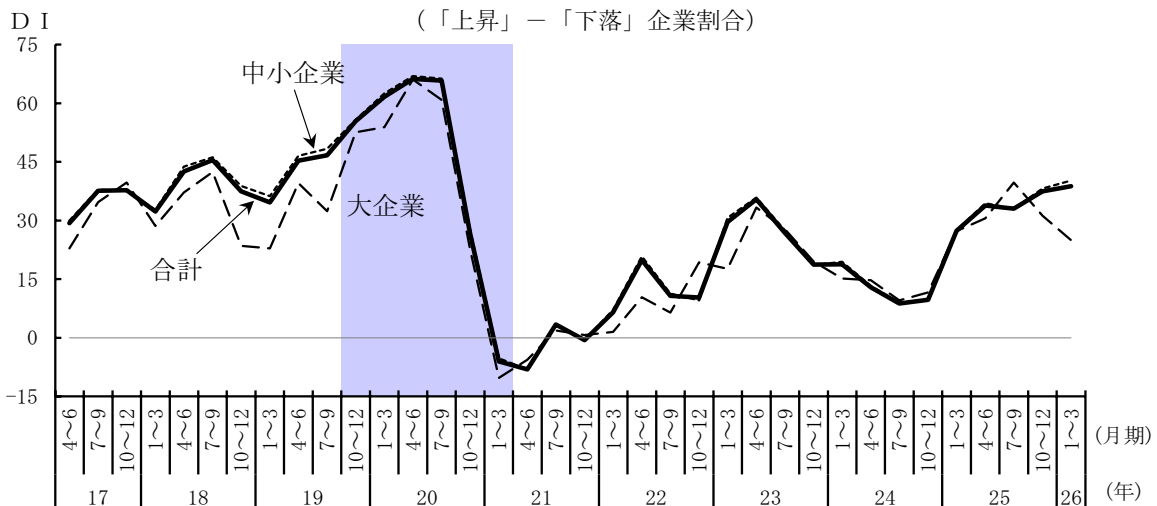
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

図7 製・商品単価D Iの推移（大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

図8 原材料価格D Iの推移（大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

4. 営業利益判断、利益水準…利益判断は製造業・中小企業で改善し、2期連続のプラス

■営業利益判断D I（「黒字」－「赤字」企業割合；季節調整済）：3.9

○前回調査比：2.6pt

製造業	7.5pt	非製造業	▲0.5pt
大企業	▲1.2pt	中小企業	3.2pt

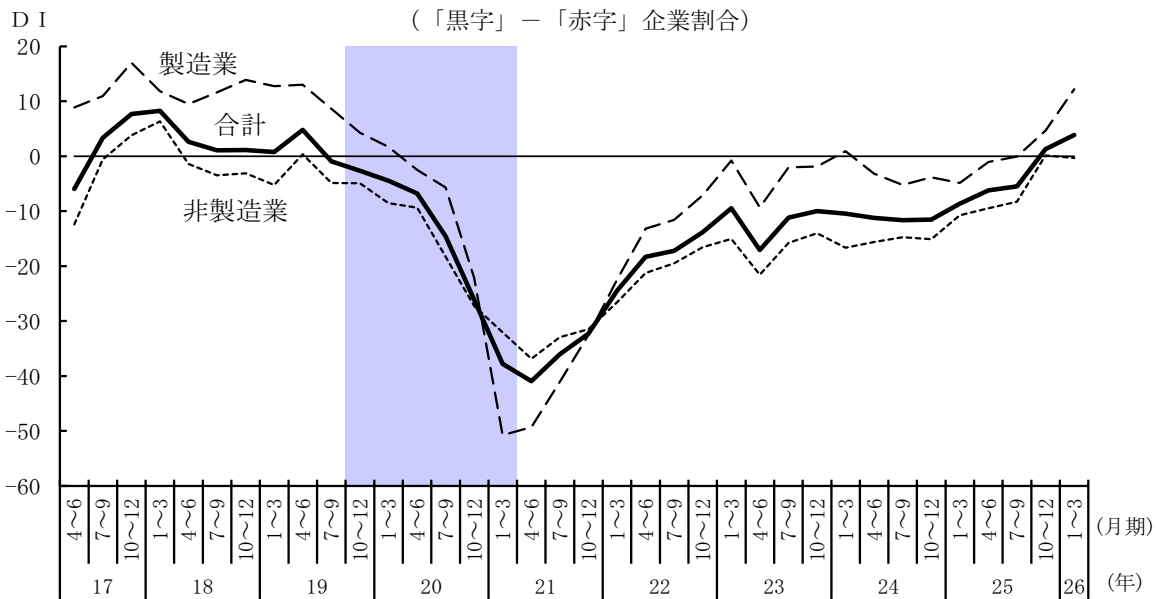
■営業利益水準D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－8.3

○前回調査比：4.7pt

製造業	8.8pt	非製造業	2.3pt
大企業	16.8pt	中小企業	3.7pt

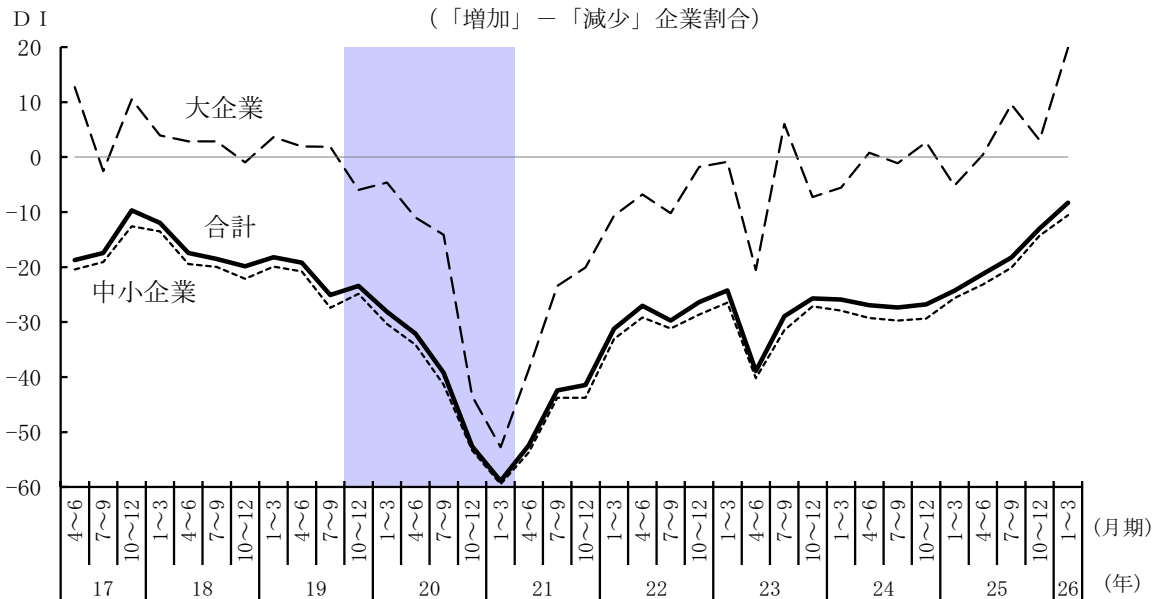
（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

図9 営業利益判断D Iの推移（季節調整済、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…8期連続のプラスも、非製造業は弱含みで推移

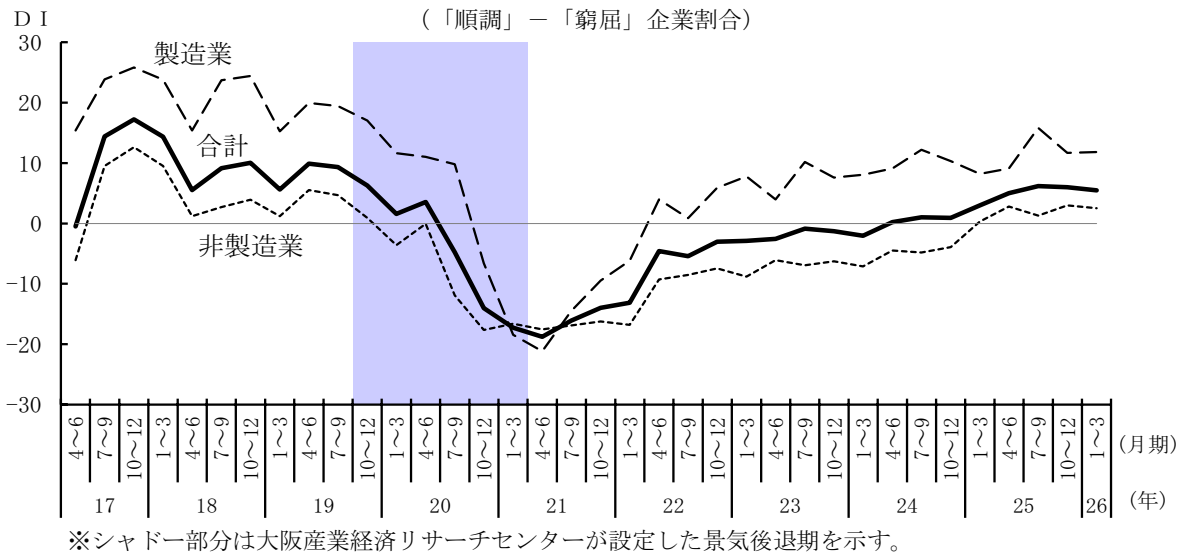
■資金繰りDI（「順調」－「窮屈」企業割合）：5.5

○前回調査比：▲0.5pt

製造業	0.1pt	非製造業	▲0.5pt
大企業	2.2pt	中小企業	0.0pt

（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

図11 資金繰りDIの推移（製造業・非製造業別）



6. 設備投資…前年同期に比べ、横ばい・増加した企業割合が高まるなど、投資意欲に明るさ

■設備投資

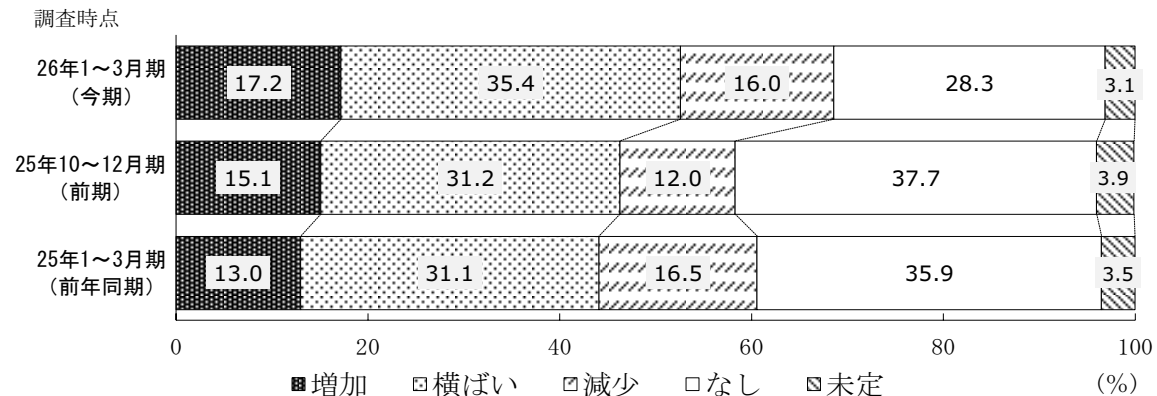
○前回調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
2.1pt	4.2pt	4.0pt	▲9.4pt	▲0.8pt

○前年同期調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
4.2pt	4.3pt	▲0.5pt	▲7.6pt	▲0.4pt

図12 設備投資（前年度実績と今年度見込みとの比較）

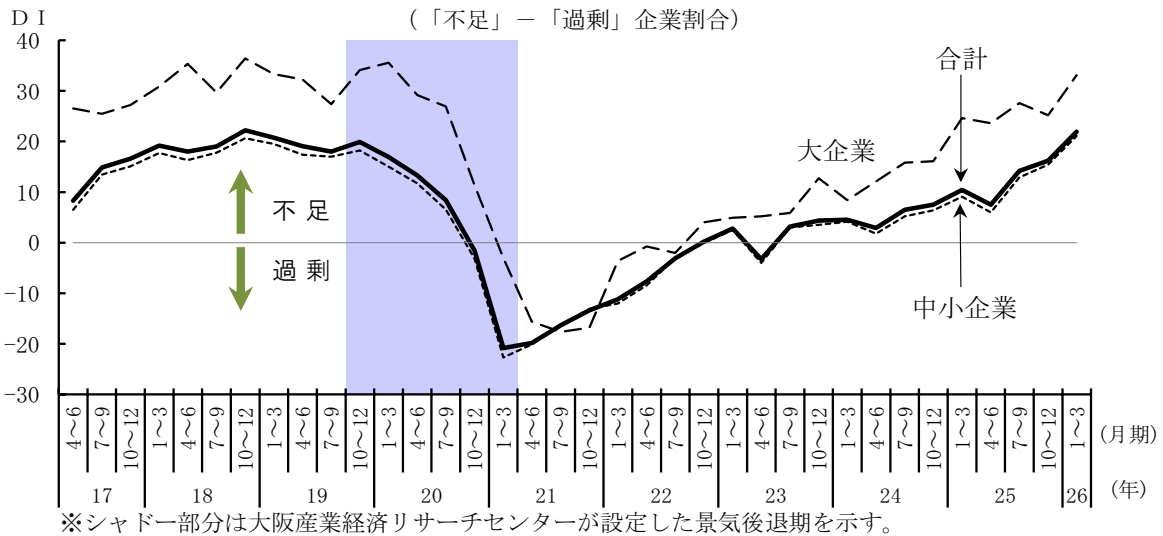


7. 雇用状況、雇用予定人員…規模・業種を問わず不足感が一層強まるも、来期の雇用は横ばい

■26年1～3月期の雇用不足感D I（「不足」－「過剰」企業割合）：21.9

○前回調査比：5.7pt

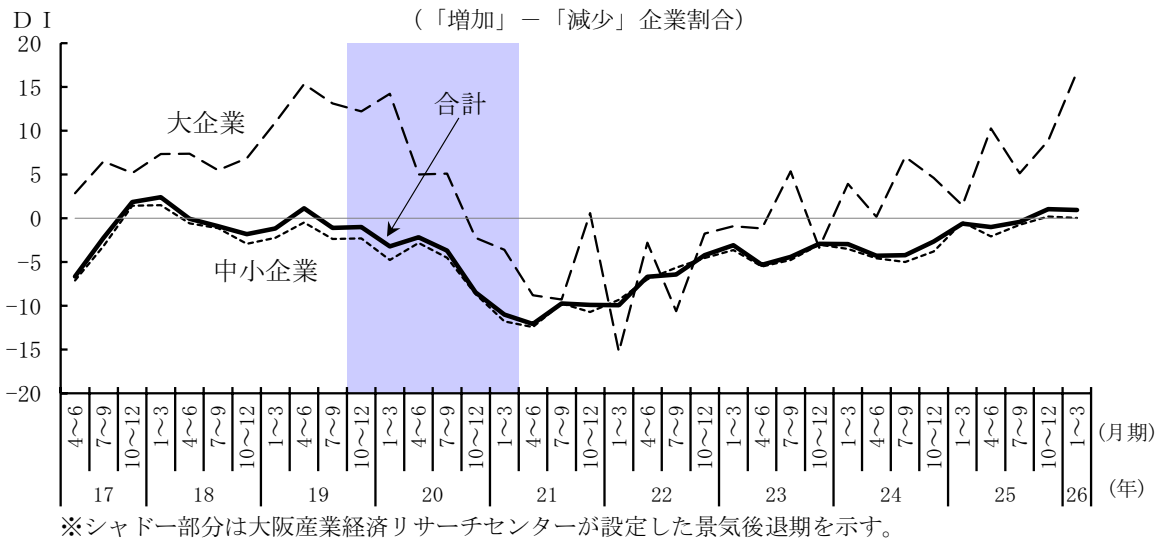
図13 雇用不足感D Iの推移（大企業・中小企業別）



■26年4～6月期の雇用予定人員D I（「増加(予定)」－「減少(予定)」企業割合；季節調整済）：0.9

○前回調査比：▲0.1pt

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…大企業を除き、D Iは2桁の落ち込みとなる見込み（P3図2参照）

■26年4～6月期の業況見通しD I（「上昇」－「下降」企業割合；季節調整済）：-15.8

○今期業況判断（季節調整済）比：15.5pt

製造業	▲21.6pt	非製造業	▲13.6pt
大企業	▲2.3pt	中小企業	▲17.6pt

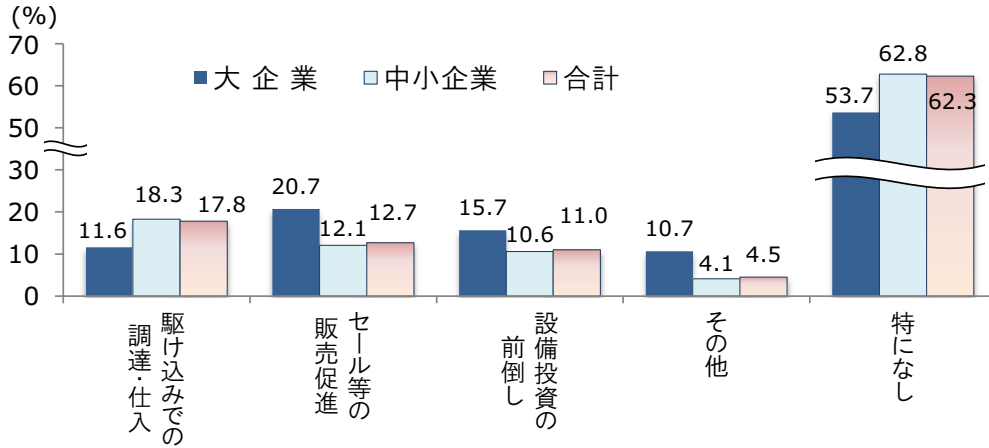
（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

（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。

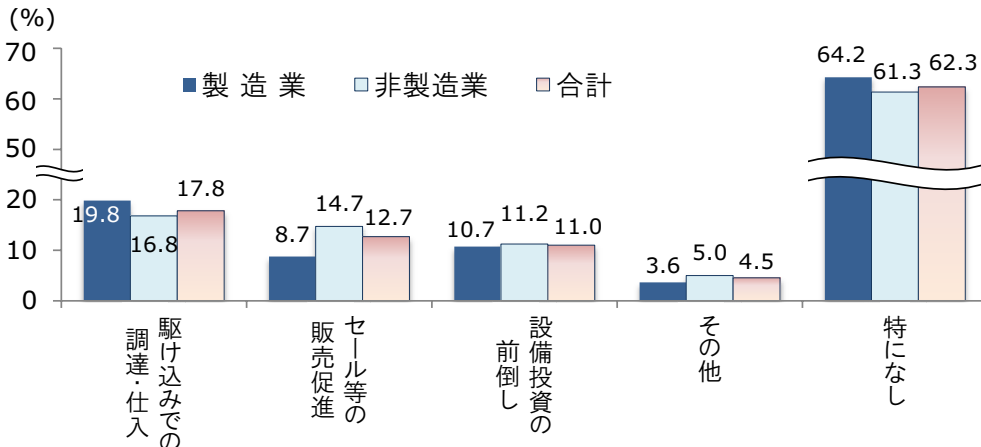
9. 消費税率引き上げ前の、売上増・コスト削減策の取組

全体では、「特になし」が6割を超え、「駆け込みでの調達・仕入」「セール等の販売促進」「設備投資の前倒し」の順に多い。規模別で見ると、大企業は中小企業に比べて「セール等の販売促進」や「設備投資の前倒し」に積極的である。一方、中小企業では「駆け込みでの調達・仕入」が大企業よりも多く、経費や手間の負担が少ない取組が中心である。なお、業種別では、非製造業が製造業に比べて「セール等の販売促進」への取組が多い。

(1) 売上増・コスト削減策（規模別）

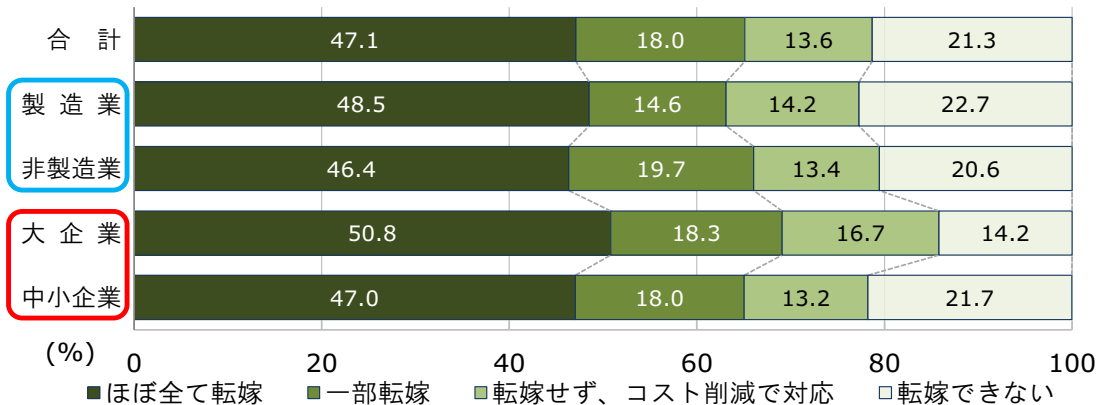


(2) 売上増・コスト削減策（業種別）



10. 消費増税分の価格転嫁について

全体では、「ほぼ全て転嫁」できる企業が5割弱を占めるものの、「転嫁できない」企業も2割を超えている。業種別でもほぼ同じ傾向であるが、非製造業は製造業に比べて「一部転嫁」の割合が約5ポイント上回っている。規模別で見ると、大企業で「ほぼ全て転嫁」できる企業が5割を超える一方、中小企業では「転嫁できない」企業は21.7%と、大企業の14.2%に比べて約8ポイント高い。



11. 駆け込み需要の反動減の期間

全体・業種別・規模別いずれも「分からない」が4割弱を占め、全体では「6月頃まで」「9月頃まで」「反動減はない」の順に多い。業種別にみると、非製造業では「反動減はない」との割合が16.6%と、製造業の14.6%を上回る一方で、「来年以降も続く」も7.0%と製造業の4.1%を上回る。規模別でみると、大企業で「反動減はない」が24.0%を占めるのに対し、中小企業では15.2%と大きな開きがある。

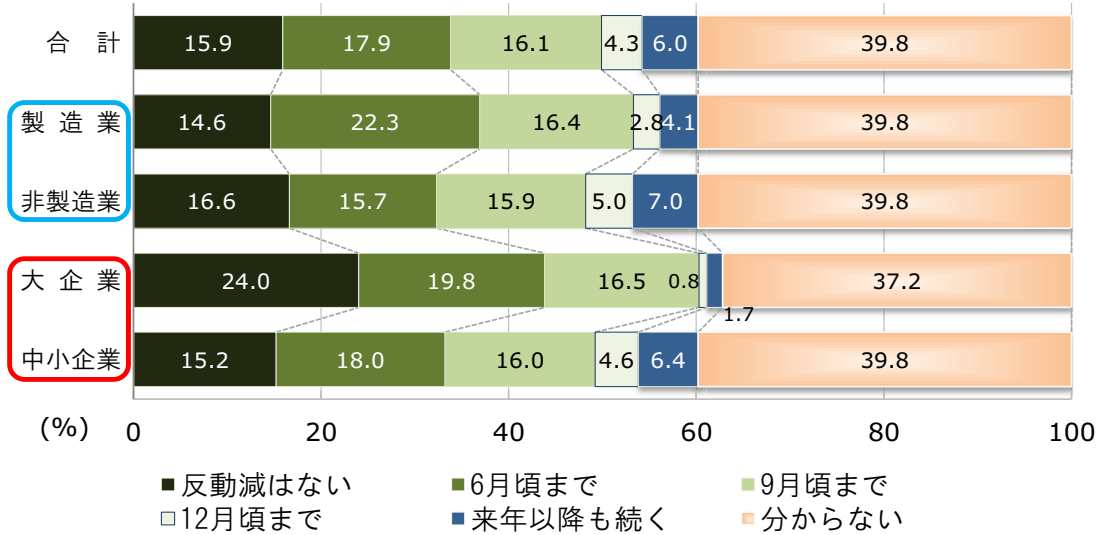


表1 地域別集計表

(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	横ばい	下	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	上	横ばい	下	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	31.1	40.0	28.9	2.2	3.2	-5.3	1.3	30.5	-3.4	38.1	34.7	27.2	10.9	3.3	10.5	19.6	23.8	11.7
非製造業	24.1	39.9	36.1	-12.0	-10.8	-19.6	-6.1	-19.5	-14.9	30.3	37.4	32.3	-2.0	-0.4	-8.6	7.7	-26.8	-6.2
建設業	30.7	42.3	27.0	3.7	-3.3	19.0	28.7	15.4	-15.4	38.2	38.9	22.9	15.3	4.9	38.9	51.9	15.4	-5.3
情報通信業	44.4	44.4	11.1	33.3	38.1	0.0	0.0	-	100.0	46.1	42.3	11.5	34.6	40.0	0.0	0.0	-	100.0
運輸業	19.7	47.9	32.4	-12.7	-20.0	12.5	-23.1	-100.0	7.2	28.2	50.7	21.1	7.1	2.9	25.0	7.7	-100.0	14.3
卸売業	30.1	36.7	33.2	-3.1	2.9	-6.7	-17.4	-100.0	-35.3	42.0	32.7	25.3	16.7	18.2	7.1	27.3	-100.0	0.0
小売業	18.5	32.0	49.5	-31.0	-37.7	-46.2	-17.1	-71.5	-0.1	21.5	32.3	46.3	-24.8	-30.2	-40.0	-9.1	-42.8	-7.2
不動産業	18.3	53.3	28.3	-10.0	-13.5	-20.0	-12.5	0.0	12.5	28.0	47.4	24.5	3.5	-2.8	-25.0	12.5	0.0	37.5
飲食店・宿泊業	10.3	38.2	51.4	-41.1	-44.1	-85.7	-7.7	-20.0	-55.5	15.1	33.3	51.5	-36.4	-35.2	-80.0	-15.4	-60.0	-33.3
サービス業	22.7	41.9	35.4	-12.7	-8.2	-25.9	-7.1	-16.6	-25.1	24.9	38.9	36.2	-11.3	-2.2	-14.8	-23.1	-41.7	-25.8
大企業	37.2	36.4	26.4	10.8	17.3	-66.7	0.0	50.0	11.1	52.1	31.9	15.9	36.2	40.0	0.0	53.0	0.0	0.0
中小企業	25.7	40.2	34.2	-8.5	-9.8	-13.6	-1.8	-1.7	-11.9	31.6	36.9	31.6	0.0	-3.3	-3.0	11.6	-8.5	0.0
合計	26.3	39.9	33.7	-7.4	-7.0	-15.9	-2.3	-1.5	-10.5	32.9	36.5	30.6	2.3	0.5	-3.5	13.7	-9.7	0.4

(2) 上昇・下降となった要因(前期比較の業況判断、2つまでの複数回答)

	上昇となった要因 (%)									下降となった要因 (%)								
	販売・受注価格の上昇	原材料価格やコストの下落	内需の回復	輸出の回復	季節的要因	他社との競争状況	資金繰りの状況	その他	販売・受注価格の下落	原材料価格やコストの上昇	内需の減退	輸出の減退	季節的要因	他社との競争状況	資金繰りの状況	その他		
製造業	24.0	3.9	36.4	10.4	28.6	0.6	0.0	21.4	29.6	19.0	28.9	3.5	38.0	14.1	2.1	7.0		
非製造業	32.2	5.0	25.9	2.1	33.5	6.7	1.7	18.4	28.5	18.7	21.3	0.6	31.1	21.3	7.8	13.0		
建設業	44.9	10.2	24.5	0.0	30.6	10.2	0.0	16.3	42.9	14.3	26.2	2.4	23.8	16.7	7.1	9.5		
情報通信業	16.7	0.0	33.3	0.0	41.7	8.3	0.0	16.7	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3		
運輸業	15.4	0.0	38.5	7.7	7.7	7.7	15.4	15.4	19.0	14.3	9.5	0.0	42.9	19.0	0.0	19.0		
卸売業	38.5	6.2	33.8	4.6	30.8	4.6	3.1	10.8	23.6	25.0	31.9	1.4	41.7	15.3	5.6	1.4		
小売業	33.3	6.1	21.2	0.0	33.3	3.0	0.0	24.2	30.7	13.6	22.7	0.0	26.1	23.9	10.2	13.6		
不動産業	45.5	0.0	9.1	0.0	27.3	9.1	0.0	27.3	42.9	7.1	7.1	0.0	0.0	28.6	0.0	35.7		
飲食店・宿泊業	16.7	0.0	66.7	0.0	50.0	16.7	0.0	16.7	20.0	50.0	20.0	0.0	30.0	13.3	10.0	13.3		
サービス業	18.0	2.0	14.0	2.0	44.0	6.0	0.0	26.0	27.3	13.0	11.7	0.0	35.1	28.6	10.4	18.2		
大企業	18.6	0.0	27.9	9.3	46.5	2.3	0.0	18.6	19.4	16.1	9.7	3.2	58.1	3.2	6.5	9.7		
中小企業	30.3	5.2	30.6	4.9	29.5	4.6	1.2	19.7	29.9	19.2	24.3	1.3	31.9	20.5	5.6	10.9		
合計	29.0	4.6	30.0	5.3	31.6	4.3	1.0	19.6	28.8	18.8	23.5	1.4	33.1	19.2	6.1	11.2		

(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	横ばい	減	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	上	横ばい	下	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	29.0	41.1	30.0	-1.0	-1.4	-7.8	2.1	17.4	-6.7	10.9	77.0	12.1	-1.2	0.9	-7.9	-3.4	13.1	-3.3
非製造業	20.2	44.7	35.1	-14.9	-12.5	-18.2	-8.2	-34.2	-23.5	16.0	67.8	16.3	-0.3	-0.8	-6.4	4.9	-13.1	4.9
建設業	24.1	51.2	24.7	-0.6	-1.6	-4.8	21.4	0.0	-13.2	19.8	65.4	14.8	5.0	0.0	0.0	14.3	0.0	10.5
情報通信業	40.7	44.4	14.8	25.9	33.3	0.0	0.0	-	0.0	11.1	81.5	7.4	3.7	4.7	-25.0	0.0	-	100.0
運輸業	16.9	50.7	32.4	-15.5	-17.1	12.5	-23.1	-100.0	-14.3	11.6	76.8	11.6	0.0	3.1	-12.5	-7.7	-100.0	14.3
卸売業	23.0	47.8	29.2	-6.2	-2.4	13.4	-13.0	-100.0	-47.0	21.4	68.3	10.3	11.1	13.7	-26.7	17.4	0.0	11.8
小売業	16.3	34.7	48.9	-32.6	-36.1	-52.0	-24.2	-85.7	0.0	16.6	57.5	26.0	-9.4	-18.2	-8.3	-6.3	16.7	11.6
不動産業	19.0	51.7	29.3	-10.3	-11.2	-20.0	-14.3	0.0	0.0	16.7	70.4	13.0	3.7	2.9	0.0	0.0	0.0	14.3
飲食店・宿泊業	9.0	38.8	52.2	-43.2	-47.0	-83.3	-7.7	-40.0	-55.6	16.7	66.7	16.7	0.0	-3.1	14.3	23.1	-25.0	-22.2
サービス業	20.2	43.4	36.4	-16.2	-10.6	-11.5	-7.1	-33.3	-46.7	8.9	72.4	18.7	-9.8	-9.9	0.0	-3.8	-33.3	-13.4
大企業	35.5	39.7	24.8	10.7	18.4	-33.3	3.9	0.0	-22.2	9.9	82.6	7.4	2.5	6.9	-16.7	0.0	50.0	-33.3
中小企業	22.3	43.9	33.9	-11.6	-12.3	-15.2	-3.0	-14.7	-17.0	14.5	70.2	15.3	-0.8	-1.3	-7.4	1.5	-3.4	2.7
合計	23.1	43.5	33.4	-10.3	-9.4	-15.6	-3.1	-15.7	-17.1	14.3	70.9	14.8	-0.5	-0.3	-6.8	0.7	-3.2	1.8

(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							構成比 (%)			D I (※季節調整前)				
	上	横ばい	下	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	黒字	取支トントン	赤字	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	48.5	50.3	1.2	47.3	45.2	50.0	49.6	56.5	45.6	35.4	40.3	24.4	11.0	14.1	-10.6	13.8	26.1	4.4
非製造業	39.6	55.0	5.4	34.2	33.7	31.7	36.0	38.5	35.3	27.8	42.4	29.8	-2.0	4.6	-13.5	-6.1	-23.1	-9.5
建設業	44.4	52.5	3.1	41.3	42.0	35.0	40.7	46.2	42.1	28.8	45.0	26.2	2.6	8.1	-4.8	22.2	-8.3	0.0
情報通信業	8.3	91.7	0.0	8.3	11.1	0.0	0.0	-	0.0	44.4	33.3	22.2	22.2	38.1	-50.0	0.0	-	0.0
運輸業	53.0	40.9	6.1	46.9	51.5	25.0	36.4	100.0	53.8	23.2	50.7	26.1	-2.9	-5.9	25.0	-15.4	-100.0	0.0
卸売業	43.9	51.6	4.5	39.4	40.2	60.0	27.3	0.0	31.3	41.3	36.9	21.8	19.5	26.1	-6.7	8.7	-28.6	-7.1
小売業	41.8	52.5	5.6	36.2	29.7	40.9	38.7	83.3	40.7	12.5	44.3	43.2	-30.7	-34.4	-38.5	-34.3	50.0	0.0
不動産業	25.5	66.7	7.8	17.7	12.6	0.0	50.0	0.0	28.6	25.9	60.3	13.8	12.1	19.5	20.0	-28.6	-80.0	-44.5
飲食店・宿泊業	71.2	19.7	9.1	62.1	66.7	66.6	76.9	40.0	33.4	8.8	36.8	54.4	-45.6	-44.1	-57.1	-30.8	-16.6	-9.4
サービス業	22.8	70.7	6.5	16.3	18.7	8.4	12.0	8.4	19.3	32.3	40.2	27.5	4.8	9.8	0.0	11.1	26.1	4.4
大企業	27.5	70.0	2.5	25.0	21.9	16.7	31.2	100.0	33.3	56.2	28.9	14.9	41.3	48.3	0.0	35.3	0.0	22.3
中小企業	44.2	51.8	4.0	40.2	38.8	36.3	45.2	44.1	39.6	28.3	42.9	28.8	-0.5	2.6	-12.3	2.6	-5.1	-5.3
合計	42.7	53.4	3.9	38.8	36.9	36.7	43.0	45.2	39.3	30.3	41.7	28.0	2.3	7.2	-12.8	3.7	-4.8	-4.2

(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 どっちとも 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	22.5	46.3	31.2	-8.7	-9.4	-23.7	-3.5	9.1	-13.5	38.6	34.6	26.8	11.8	12.6	0.0	14.4	13.7	10.1		
非製造業	17.4	48.0	34.6	-17.2	-13.9	-22.5	-12.5	-43.5	-24.3	31.4	39.7	28.9	2.5	11.3	-8.8	-2.7	-34.1	-9.1		
建設業	25.9	48.1	25.9	0.0	4.9	-4.8	25.0	-23.1	0.0	33.7	42.3	23.9	9.8	29.0	4.8	17.9	-38.5	-7.7		
情報通信業	44.4	37.0	18.5	25.9	38.1	-25.0	0.0	-	-7.7	53.8	26.9	19.2	34.6	35.0	25.0	100.0	-	0.0		
運輸業	13.4	52.2	34.3	-20.9	-24.3	0.0	-38.5	-100.0	-17.7	16.9	52.1	31.0	-14.1	-14.3	0.0	-30.8	-100.0	0.0		
卸売業	25.2	47.3	27.5	-2.3	2.4	-13.4	-13.0	-71.4	-14.8	48.4	33.8	17.8	30.6	33.5	13.3	30.5	-100.0	25.0		
小売業	9.6	44.7	45.7	-36.1	-41.6	-52.0	-18.1	0.0	-12.5	19.0	38.1	42.9	-23.9	-22.9	-38.5	-14.7	-42.8	-19.2		
不動産業	7.0	63.2	29.8	-22.8	-22.3	-20.0	-50.0	-80.0	-55.6	26.7	53.3	20.0	6.7	18.9	20.0	-50.0	0.0	0.0		
飲食店・宿泊業	4.5	40.3	55.2	-50.7	-54.6	-57.1	-23.1	-36.4	-50.0	11.8	26.5	61.8	-50.0	-50.0	-42.8	-46.1	-40.0	-66.7		
サービス業	14.5	49.8	35.7	-21.2	-15.9	-11.6	-17.9	9.1	-13.5	32.0	42.9	25.1	6.9	15.7	-7.4	7.1	-16.6	-9.6		
大企業	31.1	47.1	21.8	9.3	11.6	16.6	12.5	0.0	-22.2	66.1	28.9	5.0	61.1	64.4	50.0	58.8	100.0	33.3		
中小企業	18.2	47.4	34.4	-16.2	-15.5	-23.9	-9.3	-24.2	-20.2	31.1	38.9	30.0	1.1	5.4	-7.9	3.3	-21.6	-3.1		
合計	19.1	47.4	33.5	-14.4	-12.6	-22.9	-8.0	-24.6	-20.2	33.7	38.0	28.2	5.5	11.6	-6.7	5.8	-17.5	-1.8		

(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 (%)			なし		未定		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	20.1	34.3	16.8	26.8	2.0	12.6	60.4	27.0	14.4	12.7	5.3	17.0	26.1	14.4			
非製造業	15.7	35.9	15.7	29.1	3.6	8.5	57.3	34.2	25.7	23.7	34.6	35.2	25.7	18.1			
建設業	14.6	37.3	12.7	31.6	3.8	7.3	42.3	50.3	43.0	35.4	28.5	85.7	38.5	33.2			
情報通信業	25.9	59.3	11.1	3.7	0.0	0.0	40.7	59.2	59.2	71.4	25.0	0.0	-	0.0			
運輸業	17.1	47.1	14.3	18.6	2.9	5.7	52.9	41.5	35.8	17.7	75.0	69.2	100.0	21.5			
卸売業	16.5	37.2	10.6	31.7	4.1	8.4	67.4	24.1	15.7	13.0	64.3	17.4	0.0	0.0			
小売業	11.3	26.9	23.1	35.5	3.2	11.6	63.0	25.5	13.9	8.8	24.0	18.2	-16.7	22.2			
不動産業	17.5	43.9	14.0	21.1	3.5	5.3	86.0	8.8	3.5	0.0	20.0	0.0	0.0	14.3			
飲食店・宿泊業	11.9	23.9	14.9	41.8	7.5	6.1	50.8	43.0	36.9	42.5	28.6	15.4	50.0	50.0			
サービス業	18.2	36.4	18.2	24.2	3.0	10.2	51.3	38.5	28.3	37.8	26.9	22.2	25.0	-3.3			
大企業	31.9	43.7	16.0	6.7	1.7	8.3	50.4	41.4	33.1	35.6	0.0	41.2	50.0	11.1			
中小企業	15.9	34.9	16.2	29.7	3.2	10.0	58.9	31.1	21.1	19.1	27.7	25.4	23.7	17.1			
合計	17.2	35.4	16.0	28.3	3.1	9.9	58.3	31.8	21.9	20.7	27.0	26.1	25.8	16.6			

(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	14.4	78.9	6.7	7.7	7.1	-2.7	13.8	4.5	4.5	23.5	41.2	35.3	-11.8	-8.5	-26.4	-9.7	-13.6	-16.8		
非製造業	11.7	80.0	8.3	3.4	5.0	3.6	2.1	-4.9	0.7	21.7	41.3	37.0	-15.3	-12.8	-10.6	-18.8	-37.5	-18.8		
建設業	17.2	77.3	5.5	11.7	11.2	23.8	10.8	15.4	5.1	21.8	44.1	34.2	-12.4	-13.1	-4.7	14.8	-7.7	-35.9		
情報通信業	40.7	51.9	7.4	33.3	28.6	50.0	100.0	-	0.0	25.9	48.1	25.9	0.0	-4.8	0.0	0.0	-	100.0		
運輸業	8.6	84.3	7.1	1.5	8.9	-25.0	0.0	0.0	0.0	21.4	51.4	27.2	-5.8	-20.0	-14.3	7.7	100.0	14.3		
卸売業	14.3	80.3	5.4	8.9	8.3	28.6	0.0	0.0	11.8	28.9	41.2	29.9	-1.0	1.2	-6.7	-17.4	0.0	6.2		
小売業	4.8	86.6	8.6	-3.8	-3.2	-11.5	0.0	-28.6	4.0	11.3	33.3	55.3	-44.0	-37.9	-30.8	-65.7	-83.4	-44.4		
不動産業	1.7	96.6	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15.3	54.2	30.5	-15.2	-21.6	-20.0	-14.3	0.0	12.5		
飲食店・宿泊業	3.0	73.1	23.9	-20.9	-21.2	-28.6	-7.7	-40.0	-22.2	21.2	28.8	50.0	-28.8	-21.9	-71.4	0.0	-80.0	-33.3		
サービス業	13.5	76.1	10.4	3.1	6.9	0.0	0.0	0.0	-6.4	24.8	42.2	33.0	-8.2	-6.8	18.5	-21.5	-50.0	-10.0		
大企業	30.6	62.8	6.6	24.0	26.5	-16.6	11.8	0.0	55.6	37.8	44.5	17.6	20.2	25.9	0.0	11.7	-50.0	11.1		
中小企業	11.2	81.1	7.7	3.5	2.9	4.3	8.1	0.0	0.0	21.0	41.1	37.8	-16.8	-15.9	-14.4	-15.7	-27.1	-19.8		
合計	12.6	79.6	7.8	4.8	5.6	2.0	7.9	-1.6	2.2	22.3	41.3	36.4	-14.1	-11.6	-14.7	-14.1	-29.0	-18.0		

※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) 増税前の売上増・コスト削減策

	駆け込みでの調達・仕入	セール等の販売促進	設備投資の前倒し	その他	特になし
製造業	19.8	8.7	10.7	3.6	64.2
非製造業	16.8	14.7	11.2	5.0	61.3
建設業	19.0	7.0	6.3	5.1	69.6
情報通信業	18.5	7.4	29.6	3.7	51.9
運輸業	7.4	4.4	13.2	2.9	75.0
卸売業	19.5	20.4	10.0	3.6	57.9
小売業	21.7	26.1	7.1	3.3	53.8
不動産業	11.9	5.1	10.2	5.1	69.5
飲食店・宿泊業	17.9	14.9	16.4	7.5	56.7
サービス業	12.2	11.8	14.8	7.9	61.1
大企業	11.6	20.7	15.7	10.7	53.7
中小企業	18.3	12.1	10.6	4.1	62.8
合計	17.8	12.7	11.0	4.5	62.3

(9) 消費増税分に対する価格転嫁

	ほぼ全て転嫁	一部転嫁	転嫁せず、コスト削減で対応	転嫁できない
製造業	48.5	14.6	14.2	22.7
非製造業	46.4	19.7	13.4	20.6
建設業	40.5	22.2	14.6	22.8
情報通信業	66.7	0.0	22.2	11.1
運輸業	52.2	14.9	9.0	23.9
卸売業	61.9	15.1	7.8	15.1
小売業	39.0	27.3	16.0	17.6
不動産業	36.2	20.7	13.8	29.3
飲食店・宿泊業	23.9	26.9	14.9	34.3
サービス業	46.7	17.5	15.3	20.5
大企業	50.8	18.3	16.7	14.2
中小企業	47.0	18.0	13.2	21.7
合計	47.1	18.0	13.6	21.3

(10) 反動減が見込まれる期間（4月以降）

	反動減はない	6月頃まで	9月頃まで	12月頃まで	来年以降も続く	分からない
製造業	14.6	22.3	16.4	2.8	4.1	39.8
非製造業	16.6	15.7	15.9	5.0	7.0	39.8
建設業	14.4	10.0	15.6	5.0	7.5	47.5
情報通信業	33.3	14.8	14.8	0.0	0.0	37.0
運輸業	5.9	20.6	20.6	2.9	7.4	42.6
卸売業	16.7	23.9	17.1	5.9	3.2	33.3
小売業	9.7	18.8	16.1	7.5	9.1	38.7
不動産業	13.8	6.9	15.5	5.2	10.3	48.3
飲食店・宿泊業	11.9	10.4	14.9	4.5	16.4	41.8
サービス業	27.0	11.7	13.9	3.5	5.7	38.3
大企業	24.0	19.8	16.5	0.8	1.7	37.2
中小企業	15.2	18.0	16.0	4.6	6.4	39.8
合計	15.9	17.9	16.1	4.3	6.0	39.8

表2 D1 推移表

		回	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	前回調査との比較	前回調査の見直しとの比較
		平成	21		22		23		24		25		26										
		四半期	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3		
(1) 業況判断	a. 前期比	製造業	-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	-4.4	-7.9	12.3	3.2
		非製造業	-44.2	-46.6	-35.3	-31.3	-33.2	-26.0	-22.6	-40.9	-27.3	-26.4	-27.9	-26.9	-26.1	-28.0	-22.7	-17.2	-18.0	-7.3	-4.2	3.1	▲4.8
		大企業	-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	10.4	22.8	12.4	▲1.6
		中小企業	-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	-7.7	-1.9	5.8	▲2.2
	合計	-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	-6.3	-0.3	6.0	▲2.8	
	b. 前期比	製造業	-29.9	-33.7	-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	3.3	2.2	▲1.1	▲10.3
		非製造業	-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	-1.7	-12.0	▲2.9	▲7.7
		大企業	-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	13.7	10.8	▲2.9	▲7.7
		中小企業	-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	-0.8	-8.5	▲7.4	▲7.4
	合計	-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	0.0	-7.4	2.3	10.0	
	c. 前年同期比	製造業	-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	-24.3	-14.7	-3.1	10.9	14.0	8.1	14.2
		非製造業	-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	-10.1	-2.0	8.1	24.2
大企業		-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	12.0	36.2	24.2	9.4	
中小企業		-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	-9.4	0.0	9.4	14.2	
合計	-64.8	-59.7	-40.1	-24.7	-24.2	-23.9	-20.4	-37.1	-25.7	-26.0	-29.8	-24.0	-27.7	-30.6	-24.7	-21.1	-17.2	-7.7	2.3	10.0	2.6		
(2) 売上高(季調済)	製造業	-34.9	-33.1	-15.7	-18.2	-22.1	-16.4	-10.9	-30.8	-15.4	-11.0	-16.8	-17.4	-20.7	-25.6	-22.2	-15.6	-13.0	-8.1	6.1	14.2	2.6	
	非製造業	-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	-10.1	-7.5	5.8	6.4	
	大企業	-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	5.1	23.1	18.0	5.8	
	中小企業	-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	-10.6	-4.8	5.8	6.4	
合計	-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	-9.2	-2.8	7.5	1.0		
(3) 製・商品単価	製造業	-32.8	-60.5	-27.4	-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	-8.7	-1.2	7.5	1.0	
	非製造業	-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	0.7	-0.3	▲1.0	1.6	
	大企業	-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	0.9	2.5	2.0		
	中小企業	-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	-2.8	-0.8	2.0	1.0	
合計	-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	-2.6	-0.5	2.1	6.9		
(4) 原材料価格	製造業	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	40.4	47.3	6.9	▲1.7	
	非製造業	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	35.9	34.2	▲6.2	2.0	
	大企業	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	31.2	25.0	▲2.2	2.0	
	中小企業	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	38.2	40.2	▲1.3	2.1	
合計	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	37.5	38.8	1.3	7.5		
(5) 営業利益判断(季調済)	製造業	-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	4.7	12.2	7.5	▲1.2	
	非製造業	-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	0.1	-0.3	▲0.5	▲3.2	
	大企業	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	47.0	45.9	▲1.2	▲1.2	
	中小企業	-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	-2.3	0.9	3.2	2.6	
合計	-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	1.3	3.9	2.6	8.8		
(6) 営業利益水準(季調済)	製造業	-41.0	-32.7	-20.6	-10.1	-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	-12.7	-3.9	8.8	2.3	
	非製造業	-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	-12.8	-10.5	16.8	3.7	
	大企業	-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	3.1	19.9	16.8	4.7	
	中小企業	-43.8	-43.7	-33.1	-29.1	-31.2	-28.6	-26.5	-40.2	-31.5	-27.2	-29.9	-29.7	-29.4	-25.7	-23.2	-20.1	-14.3	-10.6	-8.3	4.7		
合計	-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	-13.0	-8.3	0.1	0.1		
(7) 資金繰り	製造業	-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	11.7	11.8	2.2	▲0.5	
	非製造業	-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	3.0	2.5	0.0	2.2	
	大企業	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	58.9	61.1	2.2	0.0	
	中小企業	-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	1.1	1.1	0.0	▲0.5	
合計	-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	6.0	5.5	▲0.5	▲0.5		

※「末期の業況見直し」のゴシック部分は、今期の業況判断との比較となっている。

最近の消費動向（個別ヒアリング）

3月の大型小売店の売上高は、時計や宝飾品などの高額品が好調に推移したのに加え、後半は気温の上昇により春物衣料品が活発になったこと、消費税率引き上げ前の駆け込み需要が顕著になったことなどから、13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3社と宿泊施設1社を対象にヒアリング調査を行った。

大型小売店では、高級既製服、男性用高級時計をはじめ、旅行・ビジネス関連商材などが好調に推移し、後半は化粧品、米、缶詰などの駆け込み需要が本格化した。宿泊施設では、アジア人宿泊客の予約急増や春の卒業旅行の伸長などから、1～3月期の売上高は2桁増となった。

百貨店 A 社

3月の売上高の状況を見ると、消費税率引き上げ前の駆け込み需要の発生と、催事が3月に行われたことも重なり、全体の売上高は久々に2桁増となった。

紳士服：月前半は気温が低めに推移し、ブルゾンやジャケットなど春物商品の伸びが想定に及ばなかったが、後半はトラベル用品やバッグなどの品目で売上高が大幅に増加した。

婦人服：カード会員向け優待セールの効果もあり、月前半はスーツやスカートを中心に増加したが、後半はパンツ、ブラウスといった初夏物商品が想定を下回り苦戦した。

子供服：ベビー・マタニティは前年を大きく上回ったものの、雑貨・玩具が減少したことから、全体の売上高は微増にとどまった。

食料品：食料品は、ワインの駆け込み需要がみられ、和・洋菓子ではホワイトデー・ひなまつり商戦が好調だったが、食料品以外のカテゴリーに比べて小幅の伸びとなった。

化粧品：消費税率の引き上げ前に買い置きする動きが顕著となり、スキンケアを中心にメイキャップ、ボディケアいずれも2桁増と好調に推移した。

宝飾：ジュエリーは、パールなどを中心に大幅に伸長した。時計は、海外高級ブランドの価格改定を控え、高額品を中心に動きが活発であった。

シーズン雑貨：パラソル・傘、帽子などで大きく増

加したものの、マフラーやスカーフなどが不振となったことから、全体の売上高は微減となった。

百貨店 B 社

3月は、消費税率の引き上げを間近に控え、時計・宝飾品、美術品などの高額品、高級既製服ブランド、化粧品、肌着、保存食品など、多くのカテゴリーで売上高は前年を大きく上回った。

紳士服：カジュアル、洋品雑貨、高級既製服、スーツなどが大きく伸長し、全店で2桁の増加となった。

婦人服：後半からミセスを中心に駆け込み需要が活発となり、とりわけラグジュアリーブランドといった高級既製服の増加幅が著しかった。紳士服と同様に、ヤングは全体の中でやや伸び悩み傾向で推移した。ただし、4月以降については他のアイテムよりも減少幅は小さかった。

身の回り品：婦人雑貨のうち、化粧品やアクセサリが大幅に増加し、化粧品では一部ブランドが品切れとなるほどの売れ行きとなった。大阪市内のある店舗では、近年急増する外国人旅行者が化粧品を買い求めたことも、売上高のかさ上げにつながった。

食料品：他のカテゴリーに比べると小幅ではあるが、全店で前年実績を上回った。米、缶詰、酒などの保存食品のまとめ買いが、後半にかけて顕著となった。こうした特需の影響を受けて、菓子、生鮮食品、惣菜なども数%の増加となった。一方、レストラン部門については微減と苦戦した。

美術・宝飾：駆け込み需要を背景に、時計や宝石などではこれまでにない大幅な増加となった。中でも伸長が著しかった時計は、男性用の1点当たりの単価が前年に比べて約6割程度上昇するなど、高額商品の売れ行きが好調であった。

スーパー C 社

3月の販売額は前年を大きく上回った。衣料品は、前半までは天候不順もあり春物商品が低調だったが、後半は肌着など消費税率引き上げ前の駆け込み需要がみられた。食料品は、好調な畜産・水産物や飲料など加工食品の特需が全体を牽引した。住居関連は、大型白物家電や紙製品などで、駆け込み需要が本格化した。

衣料品と食料品の来店客数は減少したが、住居関連の売上高、買い上げ点数、顧客単価は他の2分野

に比べて大きく増加した。

衣料品：前半までは天候不順などにより、紳士スプリングコートや婦人スーツといった春物商品の動きが鈍かった。しかし、後半は紳士半袖シャツ、パンツなど肌着を中心に増税前の駆け込み需要が顕著となったほか、天候に左右されないスーツケースや紳士ビジネスシューズなども好調に推移した。

食料品：畜産物は、和牛の販促が奏功した牛肉を中心に好調であった。水産物は気温の低下もあり、カキやブリといった鍋物商材の需要が多かった。飲料水、ビール、缶詰、バターなどのまとめ買いや、相場高の卵が売上高を牽引した。個別商品では、ハム・ソーセージ、焼き鳥用鶏肉、パッケージスナックなどが減少したが、国産たばこやインスタントコーヒーのほか、凍魚・加工品などが増加した。

住居関連：増税前の駆け込み需要が本格化し、前半は昨年末から好調だった洗濯機や冷蔵庫などの大型白物家電のほか、調理家電、電動自転車といった高額品が伸長した。後半は化粧品、おむつ・トイレットペーパー等の紙製品などを中心に全体を押し上げた。その他の商品では、マットレス、フライパンなどが増加したが、空気清浄機、鼻炎薬、ファンシー文具などが減少した。

旅館 D 社

売上高：大阪市内にある旅館業D社の1～3月期の売上高は、円安やASEAN諸国のビザ発給要件の緩和などを背景に、主にアジアからの外国人宿泊客の予約が2月以降堅調だったことから、前年同期比3割強の増加となった。3月に限れば、高卒・大卒生の卒業旅行が大きく伸長し、客単価は低下したものの1部屋当たりの宿泊者数が増えたため、売上高は約4割増加した。

収益動向：1～3月期は、消費税率引き上げ前の特需はみられなかったが、外国人客によるインターネット予約が殺到した。そこで、現在の従業員規模で対応できるよう、国内客の予約が少ない平日は外国人客を中心に、土日は国内客を中心に受け入れている。経費の増大が抑えられた一方で、売上高が損益分岐点を大幅に上回ったことから、当期の収益は前年同期比で倍増となった。

独自の取組：旅行の口コミサイトの書き込みを通じて新規顧客は増えているが、チェックイン・アウトなどの基本情報が誤って伝播し、本来対応していないサービスを要求されることもある。多言語対応を通じてこうした誤解を解消するとともに、近年急増するイスラム圏旅行者など、居住国による観光特性を把握するための情報収集にも注力している。

大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		25年			26年		
		10月	11月	12月	1月	2月	3月
大型小売店計	販売額(全店ベース)	139,697	151,859	196,058	150,867	131,136	178,278
	(前年同月比、全店ベース)	3.3	1.4	1.6	2.7	5.0	23.0
	(前年同月比、既存店ベース)	2.0	0.4	0.2	1.2	3.5	21.3
うち百貨店	販売額	70,278	80,223	107,061	80,032	66,496	98,991
	(前年同月比、全店ベース)	5.7	1.8	3.3	4.6	6.5	31.8
	(前年同月比、既存店ベース)	5.7	1.8	3.3	4.6	6.5	31.8
うちスーパー	販売額	69,419	71,636	88,997	70,834	64,640	79,287
	(前年同月比、全店ベース)	1.0	1.0	▲0.3	0.7	3.5	13.5
	(前年同月比、既存店ベース)	▲1.5	▲1.2	▲3.4	▲2.4	0.5	10.1
コンビニエンスストア販売(近畿)	販売額	122,976	118,922	126,912	115,335	108,964	127,288
	(前年同月比、全店ベース)	5.3	6.0	5.8	6.2	7.6	8.8
	(前年同月比、既存店ベース)	0.4	1.1	0.9	0.4	2.1	3.8
乗用車新車販売	台数	18,339	19,037	18,586	21,461	25,426	31,700
	(前年同月比)	17.7	12.6	21.4	27.3	18.9	18.2
家電販売(近畿)	(前年同月比)	3.3	6.1	▲1.2	11.0	34.4	68.6

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

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

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

【家電販売額】近畿経済産業局「近畿経済の動向」。

中小企業の動き（平成 26 年 1～3 月期／業種別景気動向調査）

1. 中小企業の業況

「第 135 回中小企業景況調査」（中小企業庁・独立行政法人中小企業基盤整備機構）によると、26 年 1～3 月期の全国の中小企業の業況は、「緩やかに改善している」と判断されている。大阪府の中小企業の業況は、全産業では、全国及び近畿を上回る水準で好転し、製造業はプラスに転じ、その水準も全国及び近畿よりも高かった。また、非製造業も好転しているが、製造業に比べると改善幅は小さかった。

上記の業況判断 D I の推移を受けて、家具・装備品やパルプ・紙・紙加工品といった製造業、サービス業（対事業所サービス業）、情報通信・広告業を除いて、業況判断が好転した業種が多かったが、その一方で、需要

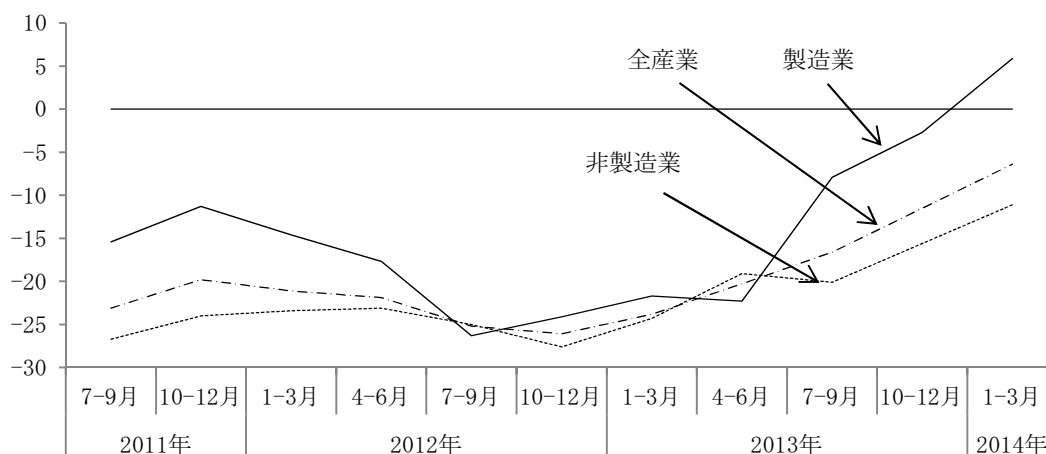
の停滞、原材料価格や仕入単価の上昇などのコスト要因が、全業種に共通する経営上の問題点としてみられた。

表 1 1～3 月期の中小企業の業況判断 D I

	業況判断 D I（前期比）		
	全国	近畿	大阪府
全産業	▲11.1 (2.7)	▲7.2 (5.8)	▲6.4 (5.1)
製造業	2.6 (4.1)	2.9 (8.0)	5.9 (8.6)
非製造業	▲14.0 (2.1)	▲11.1 (4.9)	▲11.1 (4.5)

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

図 大阪府の中小企業の業況判断 D I の推移



資料：近畿経済産業局調査課「第 135 回中小企業景況調査 - 近畿版 -（平成 26 年 1-3 月期）」。

表 2 経営上の問題点（問題点 1 位に挙げた企業割合）

	上段：今期直面している経営上の問題点（1 位～3 位）／下段：（％）		
	製造業	需要の停滞 21.3	原材料価格の上昇 18.6
建設業	材料価格の上昇 19.8	官公需要の停滞 14.1	請負単価の低下・上昇難 13.8
卸売業	需要の停滞 29.7	仕入単価の上昇 15.3	販売単価の低下・上昇難 11.9
小売業	大型店・中型店の進出による競争激化 22.9	購買力の他地域への流出 17.4	需要の停滞 15.7
サービス業	利用者ニーズの変化への対応 20.6	需要の停滞 17.9	新規参入業者の増加 8.9

資料：上図に同じ。

2. 業種別景気動向調査にみる中小企業の景況

	婦人服製造業	ベアリング製造業	食品卸売業	産業機械器具卸売業
業種・業界の特徴	婦人服専門店や百貨店対象のミセス向けのボリュームペタやペタ等を取り扱う企業が多い。	全世界の生産額の約3分の1を日本企業が占め、大阪は事業所数、従業員数で全国一位の位置にある。	江戸時代以来の、大坂三大市場を中核とする「天下の台所」の歴史的背景を有する。	年間商品販売額は東京都に次いで2位で、大阪市西区の立売堀や東大坂市の機械器具卸団地内に多く立地。
概況	縮小傾向が続いていた需要は、25年は一部下げ止まりや回復の動きがみられたが、水準は高くはなく、26年に入ってから、消費増税の駆け込み需要の影響は限定的であった。SPA(製造小売)の展開やネット通販等の独自の取組により、景況感は二極化している。	受注、販売額は、23年以降の円安やアベノミクス効果により、自動車産業を中心に増加している。消費増税に伴う駆け込み需要もみられる。単価の切り下げと収益確保の課題に直面する中小企業の中には、多品種少量の製品生産に取り組むところもみられる。	大型店出店や消費者の節約志向で、スーパーマーケットやコンビニエンスストアのプライベート商品の開発が進み、価格値下げや取引量の減少などの直接的な影響がみられる。消費増税による駆け込み需要は一部の商材に集中し、時期も限定的であった一方、国産小麦等の高級食パンなど、一部の高級品に動きがみられた。	販売額は、25年10～12月期に下げ止まり、1～3月期は、自動車関連、航空機や船舶、米国向けのシェールガス関連の需要が堅調で、前年同期比で4.9%増となった。また、年度内予算執行に伴う工具等の駆け込み発注や消費税引上げ前の駆け込み需要があったため、売上高が急増した企業もみられた。4月以降も底堅く推移すると考える企業がみられた。
売上高、売上単価	低価格志向が強いが、一部の企業では、新規販売先開拓や高付加価値品販売などで横ばいや微増であった。為替相場の変動に伴うコスト上昇がみられ、採算面は悪化している。	自動車産業を中心とする景気回復で売上げは増加しているが、単価の値下げ要求が強く収益面は厳しい。	節約志向が続く、大型店、CVS、ドラッグストアとの競争が激化し、売上げ、単価とも厳しい。	売上高がリーマンショック前の8～9割の水準に戻った企業が多いが、価格競争が厳しく、単価は低下傾向に転じた。4月以降も底堅く推移すると考える企業がみられた。
原材料・仕入価格	低価格志向が強いが、一部の企業では、新規販売先開拓や高付加価値品販売などで横ばいや微増であった。為替相場の変動に伴うコスト上昇がみられ、採算面は悪化している。	円安により、製品原材料が値上がりしている。	大雪等で生鮮品等の価格が上昇し、円安傾向で仕入コストが上昇。	売上げ、単価とも厳しい。
設備投資	—	増設に慎重だが、受注先の仕様に応じた検査機器等の新設のほか、研磨機の更新などの動きがみられる。	マイクロソフトXPPのサポート終了に伴い、受発注システムや事務用のパソコン等の投資がみられた。	マイクロソフトXPPのサポート終了に伴い、新たな受発注システム向けのパソコンの投資がみられた。
雇用、賃金	市場環境が厳しいため、採用増の動きはみられず、パートやアルバイトを正社員化する例がみられる。	技術や技能の継承が課題となっており、一定の雇用がみられる。しかし、賃金アップには慎重な企業が多い。	採用増よりも、定年退職者による欠員補充や、繁忙期に事務員を生産要員に代替する等が中心である。	従業員数の5～8%程度の新規採用を行う企業が多い。給与は、定期昇給は実施するが、ベースアップが困難とする企業がみられた。
資金繰り	—	悪化したとの声はあまり聞かれなかった。	—	—
消費税増税の影響	駆け込み需要の影響は一部の高額品やフオーマル等にとどまった。増税後の買い控えも懸念される。	OEM向け供給を中心に、駆け込み需要がみられた。	駆け込み需要は、高価格品のほか、酒類、米、調味料、インスタント麺、菓子類等の常温保存商材が中心。	駆け込み需要がみられ、前年同月比で5～60%増、平均で2割程度増加した企業が多かった。
今後の見通し、その他	取引関係では、中国からの輸入が高水準であるものの、人件費の上昇や労働者の確保面から、他国との取引を新たに模索する動きがみられる。	省エネ型薄型冷蔵庫の扉、パソコンのモニター、携帯電話等の生活関連用品向けのベアリングやセラミックやプラスチックなどの新素材の製品開発が景況感の向上にとって課題。	業界では、景気の動向に加えて、食品表示問題といった取引先等の外部環境の動きが景況に大きな影響を及ぼすと考えられている。	4月以降も一定の国内需要が見込めるほか、景況感の向上に向けて、自社企画製品の開発・販売や海外での販売に取り組む企業がみられる。

婦人服製造業

婦人服業界は、長らく需要縮小傾向が続いていたが、25年は一部下げ止まりや回復の動きがみられた。ただし、依然としてその水準は高くはなく、26年に入っても、消費増税の駆け込み需要の影響は限定的となる一方で、為替相場の変動などからコストが上昇しており、採算面の悪化が課題となっている。

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

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

業界の概要

婦人服製造業界は、自ら商品を企画、生産し、小売店等に卸売するアパレルメーカーと、縫製等の加工のみを請け負う下請製造業に大きく分けられる。一般的に、アパレルメーカーは、自社で商品企画を行ない、生地や裏地、ボタンなどを商社や問屋などから仕入れ、自社工場や外注活用により、裁断-縫製-プレス-検品等の工程を経て生産した製品を、百貨店や量販店、専門店等へ販売していた。しかし、昨今は、製造をすべて外部企業に委託する形で事業を運営している企業が増えてきている。アパレルメーカーにおいても、自社ブランド商品として販売するメーカーと自社企画商品を相手先ブランドとして販売するODMメーカーに大きく分かれている。

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

大阪の特徴

婦人服は、ターゲットとする顧客層からヤング、キャリア、ミセス、シニア (シルバー) 等に区分でき、価格・品質面では普及品から高級品までをボリューム、ボリュームベター、ベター、プレタ等に区分できる。大阪では、婦人服専門店や百貨店を対象としたミセスもので、ボリュームベターやベター等を取り扱う企業が多い。これらの企業は、高度成長期以降の婦人既製服の普及やファッション化の進展による婦人服業界の拡大に伴い発展してきたが、バブル期以降の国内市場

の成熟化の進展などから、業界規模は年々縮小している。

平成24年における大阪の織物製成人女子・少女服製造業は、事業所数で77、従業者数で1,069人、製造品出荷額等で86億円となっており、5年前と比べ、事業所は約6割、従業者数は約6割、製造品出荷額等は約3割程度に縮小しており、全国シェアも低下している

(経済産業省『平成24年工業統計表 (産業編)』、大阪府統計課『平成24年大阪の工業』)。品目別で都道府県の金額ベースのシェアをみると、大阪府は織物製成人女子・少女オーバー・レインコートが全国4位、ニット製成人女子・少女用セーター・カーディガン・ベスト類は全国2位の地位にある (経済産業省『平成24年工業統計表 (品目編)』従業者4人以上)。

売上げは比較的堅調

婦人服業界の全体的な動向は、市場の低価格志向が依然として強いが、新規開拓などで販売数量を確保したり、一部高付加価値商品の販売を伸ばすなどして、売上げは横ばいを確保する企業が多く、微増程度とする企業もみられた。また、26年は天候に大きく左右されており、2月は降雪で厳しく、気温の上昇が遅れたことから春夏物は立ち上がりが遅れていたが、3月後半の気温の高まり等で動きがみられた。消費増税の影響については、駆け込み需要の影響は、一部高額品やフォーマルなどを中心に動きがあったが、普及品についてはほとんど影響がなかった。また、ファッション衣料については、現在、既に消費者はある程度の衣服を持っているため、リサイクル等消費環境を改善するような取組もみられるが、物流やコスト等の問題もあり、本格的な動きとまでにはなっていない。

商品については、ファストファッションに代表される低価格商品が依然として堅調である一方で、デザインや素材にこだわった高級品にも動きがみられ、市場は二極化の傾向が強まっている。

販路別にみると、百貨店では、25年、26年は高級品を中心に堅調な動きがみられた。一方で、大阪市内では百貨店の新規出店や改装増床などの動きが続いているが、業界企業への影響はあまり聞かれなかった。

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

専門店においては、顧客に新たな価値提供を行っている一部店舗では堅調に推移しているが、全般的には既存顧客の高齢化や店舗の後継者問題などもあり、従来の品揃え型専門小売店は事業規模の縮小や店舗の閉鎖が進んでいる。

また、近年ネット通販について、専業だけでなく、アパレルや卸小売業者の参入も増えており、現状では、まだ主要販路とはなっていないが、売上げ規模は拡大している。スマートフォンやタブレット端末の普及等もあり、特に若年者を中心に一つの流通形態として定

着しつつある。

国内生産は二極化

生産は現状、海外生産が中心になっており、国際問題のリスクやコスト上昇などの課題などはあるものの、国内の生産能力の問題もあり生産を国内に移す動きは限定的で、本格的な回復には時間がかかるとの意見も聞かれた。

そのような環境下にあつて、国内への受注内容は、海外では対応が困難な短納期や高い加工技術の必要なものなどが中心で、かつ価格的な要求も厳しいため、それに対応できる企業は限定的となっている。ただし、受注対応できる企業では、コスト対応や量産に向けた設備投資を積極的に行う動きもみられる。

一方で、それらへの対応が困難な企業では、受注の確保に苦慮しており、後継者難などの要因もあつて、国内生産業者の減少は続いている。

収益は厳しい

消費者の購買行動は二極化しており、独自の明確なブランドを訴求している高級品に動きがみられるものの、ファストファッションに代表される低価格品の動きも活発で、基本的には市場のコスト要求は厳しい状態が続いている。一方で、海外の現地労働者の賃金上昇や、為替の変動により輸入製品や素材の価格が大幅に上昇するなど、コスト上昇が進む中で、採算面は一層厳しい状態となっている。

そのため、原価上昇に伴う単価引き上げなどの対応を進めるとともに、輸入国の変更や、製品の加工度を下げるなどコスト低減への動きもみられる。ただし、市場環境の変化が急激に進む中で早急な対応は難しく、採算は厳しいとの意見が多かった。

雇用環境は変わらず厳しい

市場環境は依然として厳しい状況にある中で、各社とも社内体制の拡大に向けての採用増の動きはあまりみられない。ただし、従来から定期採用を行っている企業はその動きを継続させており、また一部ではパートやアルバイトなどの正社員化などで、優秀な社員の囲い込みなどを行う企業もある。

一方で、業界組合の実施している新入社員研修への参加状況はやや減少しており、各社の採用状況については厳しいのではとの意見も聞かれた。

輸入は中国を中心に高レベル

婦人服の輸入高を女子用及び乳幼児用衣類の動向からみると、数量では21年、金額では22年以降は一貫して増加している。一方で、最大の輸入相手国である中国の輸入先に占めるシェアは高いレベルを維持しており、24年では、数量81.3%、金額75.6%となっている(財務省貿易統計)。ただし、数量では19年以降、金額でも23年以降そのシェアが低下しており、中国からの輸入に頭打ち感も出てきている。これについては、

中国国内の件費の高騰などによるコスト上昇に加え、現地での多様な雇用機会の増加から繊維産業における労働者確保が困難となってきていること、さらにカントリーリスクなどが主な要因と考えられる。

そのため、ベトナムやタイ、インドネシア、マレーシア、インド等の新たな生産拠点の開拓を進める動きもみられるが、現地のインフラの整備の遅れや、生地、副資材、周辺加工業者の不足等の問題、さらに地理的要因から納期が長期化するなどの課題もあり、伸びはみられるものの、現在も中国との取引が中心である状態には変わりはない。

今後の見通し

全体として明確な市場回復とはいえないまでも、一部高額品にも動きが見られるなど市場環境に明るさもみられるが、確実にコストは上昇しており、消費者の低価格志向も根強く、さらに消費増税後の買い控えの可能性もあり、将来についての不透明感が強まっている。

そのような中で、消費者の志向の多様化もますます進んでおり、トレンドや市場ニーズに適切に対応した新たな商品の開発や、WEB活用、異業種コラボレーションなどによる新たな販路開拓など、独自の事業スタイルの構築に向けて、各社は取組を進めている。ただし、全般的には、今後も競争環境は厳しくなるとの意見が多かった。

(小野 顕弘)

大阪の織物製成人女子・少女服製造業の推移

	事業所数 (箇所)	従業者数 (人)	製造品出荷額等 (百万円)
平成19年	140(4.7)	1,813(3.8)	26,711(9.5)
20年	130(4.7)	1,374(3.2)	17,379(7.1)
21年	109(4.6)	1,146(3.0)	9,917(5.0)
22年	96(4.4)	1,036(2.9)	7,919(4.3)
23年	109(2.4)	1,107(2.8)	9,330(4.3)
24年	77(3.9)	1,069(3.2)	8,642(4.7)

資料：経済産業省『工業統計表(産業編)』、大阪府統計課『大阪の工業』各年版
 (注) 1 4人以上事業所 ()内は対全国シェアの%。
 2 23年数値は「平成24年経済センサス 活動調査結果(製造業)」に基づく。

品目別出荷数量・金額に占める大阪のシェア(平成24年)

	数量 (点)	金額 (百万円)	都道府県別順位 (金額)
織物製成人女子・少女用ワンピース・スーツ上衣	228,916(5.3)	1,284(5.6)	7位
織物製成人女子・少女用スカート・ズボン	166,856(1.3)	419(1.4)	13位
織物製成人女子・少女用ブラウス	14,076(4.6)	372(6.0)	6位
織物製成人女子・少女用オーバー・レインコート	14,800(6.0)	153(7.6)	4位
ニット製成人女子・少女用セーター・カーディガン・ベスト類	423,329(23.5)	7,076(16.4)	2位

資料：経済産業省『工業統計表(品目編)』
 (注) 1 従業者4人以上事業所 ()内は対全国シェアの%。
 2 成人女子・少女用ワンピース・スーツ上衣は、ブレザー、ジャンパー等を含む。
 3 織物製成人女子・少女用ブラウスの数量単位はダース。
 4 ニット製成人女子・少女用セーター・カーディガン・ベスト類の数量単位はダース。

女子用及び乳幼児用衣類の輸入高の推移

	数量 (ダース)	うち中国 (ダース)	中国の シェア (%)	金額 (百万円)	うち中国 (百万円)	中国の シェア (%)
平成20年	47,722	43,733	91.6	645,109	531,741	82.4
21年	49,128	44,500	90.6	573,602	476,680	83.1
22年	49,927	44,555	89.2	574,548	477,698	83.1
23年	51,799	44,978	86.8	624,176	507,174	81.3
24年	52,451	44,211	84.3	643,231	507,037	78.8
25年	53,935	43,853	81.3	767,424	580,268	75.6

資料：財務省貿易統計

ベアリング製造業

平成20年9月のリーマンショックで21年と22年は受注、販売額ともに大きく減少していたが、23年以降、回復傾向がみられ、25年は円安による自動車産業の輸出伸長などもあり、受注、販売額がやや増加している。26年4月からの消費税増税を前にした、駆け込み需要が見られ受注が増加している。

製品と業界の概要

ベアリングとは、回転している部分の摩擦を減らし運動を滑らかにする部品のことで、軸受とも呼ばれる。ベアリングには、大きく分けて、転がり軸受と滑り軸受の2種類がある。滑り軸受は、一般的には軸を面で支持し、その面と軸とが相対的に滑り運動するもので、滑り面に流体があれば摩擦は微小となり、荷重変動の大きい大型船舶のエンジンなどに使用されている。滑り軸受は、ユーザーが内製していることが多いため、ここでは、転がり軸受を中心にみていく。

転がり軸受は、胴体の形状によって玉軸受ところ軸受に大別される。一般に玉軸受は、摩擦抵抗と回転時の軸触れが小さいため、高速、高精度、低トルク及び振動を必要とする用途に適している。ころ軸受は、大きな負荷容量をもっているため、重荷重又は衝撃荷重がわかり、超寿命を求められる箇所により適している。

ベアリングは、洗濯機などの身近な製品から宇宙ロケットなどの最先端のものまであらゆるものに使用され、製品の大きさは数ミリから10メートル以上まで幅広く、製品の種類は約2万種ある。自動車産業などで使用されるような大量生産品向けと、工作機械等の比較的ベアリングの使用量の少ない産業向けの多様で小ロットの製品がある。

ベアリングの全生産量のうち約80%が前者(大量生産品)に向けられ、自動車、モーター、農業機械等に使用されているが、これらは、品種数では全体の約10%に過ぎず、後者の多様な小ロット製品は、生産量では全体の約20%を占めるに過ぎないが、品種数では全体の約90%になる。

日本のベアリングメーカーは、1970年代に国内の他の産業に先駆けて、海外現地生産を始めた産業の1つで、特に1985年以降、海外投資が急速に拡大している。

日本企業の国内外におけるベアリングの生産額は、約8千億円で、世界のベアリングの生産額は、およそ2兆数千億円である。世界における日本企業の生産額のシェアは、およそ3分の1である。

大阪の地位

24年における、大阪府の玉軸受・ころ軸受製造業(従

業者4人以上)は、事業所数107(対全国比25.6%)従業員数7,306人(同18.1%)製造品出荷額等2,379億円(同18.1%)である(経済産業省『工業統計表(産業編)』大阪府統計課『大阪の工業』)。

大阪は事業所数、従業員数など、全国で一位となっている。府内では堺市、和泉市、八尾市など大阪の南部に集中している。

緩やかな景気回復により受注は上向き

25年からの円安や、アベノミクス効果もあり緩やかな景気回復により、自動車産業を中心に受注が増加している。各社とも景気は上向きつつあるが、中小メーカーでは、受注先からの製品単価の値下げ要求や円安による製品原材料の値上げなど経営を圧迫する要因もあり、売上げが伸びる一方、利益率の低下に苦しんでいる企業も多い。

業界の構造は、完成品メーカーを頂点とした一次下請企業(大手企業)、二次、三次の下請企業で構成されており、特に自動車産業に関しては大手2社(一次下請)が90%を超えて受注している。OEM向け供給は、消費税の駆け込み需要もあり伸びているが、単価切り下げ要求も強く、厳しい経営環境となっている。

そのため、大手企業では対応が困難な多品種少量のベアリング生産に対応しうる工場の再編や、生活関連用品での新しいベアリング製品の開発、セラミック、プラスチックベアリングの開発による、高品質、高価格で付加価値の高い製品開発、販売など経営努力をしている企業も多く見られる。

現在の景況改善を牽引しているのは主に自動車産業向けであるが、日常的な生活用品向けの需要の伸びも期待され、例えば、省エネ型薄型冷蔵庫の扉、パソコンのモーター、携帯電話などに使われる、小サイズのベアリングが、現下の景況感の高まりに寄与している。

海外展開、海外輸出は厳しい環境

自動車や家電メーカーが海外へ工場移転を行い、海外生産が増加している状況で、中小メーカーは外国企業との競争が激化しているが、海外への展開は大手企業に限定されており、中小メーカーは海外進出において人材確保や資金難といった課題があり、海外企業と品質面での格差が縮小していることから、量産品では海外企業に受注を取られているケースも見受けられる。

海外へ進出したが、不良品の発生や従業員の賃金高騰、雇用契約の変更などにより、撤退を余儀なくされた企業もあり、中小メーカーにとって海外進出は厳しい環境となっている。

海外輸出を専門としている企業は、25年以降の円安に伴って採算が大きく改善しており、経営環境の改善に繋がっている。製品輸出をドル建てから円建てにして、為

替リスクを発生させない契約としている企業もある。

設備投資は検査機器中心に推移

自動車用ベアリングの生産では、自動車メーカーが発注先に対して、自社の仕様に応じた生産ラインを整備することを求めるので、それに対応した投資をせざるを得ない。しかし、新ラインの設置には2～3千万円かかり回収が出来にくいいため、旧ラインのオーバーホールで対応し、増設には慎重な企業も多い。研磨機、検査機器の更新は、新製品への対応や、検査精度の高度化のため、一定実施されている。設備機器の新設、更新に国の補助金を効果的に利用している企業もあるが、中小企業にとって行政への申請は、情報や知識の不足や人材難などで難しく、支援の充実を求める企業も多い。

雇用・賃金、資金繰り

優秀な人材に対する需要は高く、インターンシップ制度を活用し、工業高校や高専からの採用を目指している企業や、毎年数名採用し、技術、技能の継承に取り組んでいる企業も見られる。賃金はリーマンショックによる不況で下がったが、業績が回復してきたことを反映し、過去に減給した給与の回復に取り組んでいる企業が多い。しかし、中小メーカーでは、消費税アップによる自動車

や家電製品などの売れ行きが低下することによる、製品の減産を予測する企業もあり、賃金アップに慎重な企業も見受けられる。

消費税、円安、電気・ガス料金値上げの影響

消費税のアップは、製品単価に転嫁できるとの企業が多いが、電気、ガス料金の値上げは製品単価に転嫁できない。このため、ピーク時の節電対応の強化やLED電球への切り替えを行っているが、円安による原材料の値上げもあり、利益率の低下に苦しんでいる企業も多い。

今後の見通し

大手メーカーのOEMは一定規模の発注量の増加が見込まれるが、製品単価切り下げの要求も厳しく、利益の低下に苦しんでいる。各社ともに自動車産業とともに、新しい産業分野での製品開拓が必要で、生活用品分野への進出、多品種少量生産の確保、ニッチな分野への更なる進出、セラミックやプラスチックなどの新しい素材による新製品の創出などの対応が求められている。そのために、新技術、新製品を生み出す研究開発の推進や優秀な人材確保が急務となっている。

(江原 均)

表1 玉軸受・ころ軸受製造業の事業所数、従業者数、製造品出荷額等の推移

調査年	事業所数		従業者数 (人)		製造品出荷額等 (百万円)	
	全国	大阪府	全国	大阪府	全国	大阪府
平成20年	457	121	41,874	7,874	1,335,437	235,652
21	405	110	37,298	7,104	899,572	167,664
22	399	103	39,832	6,953	1,145,663	186,846
23	415	101	40,125	7,676	1,287,823	211,292
24	418	107	40,405	7,306	1,315,413	237,853

資料：経済産業省「工業統計調査（産業編）」

注：従業者4人以上の事業所。調査年平成23年は、「経済センサス-活動調査結果（製造業）」の数値。

表2 軸受の生産実績の推移（全国及び近畿）

調査年	全国			近畿	
	数量 (千個)	重量 (トン)	金額 (百万円)	数量 (千個)	
平成20年	3,200,985	-	751,184	-	-
21	2,044,721	(-36.1)	490,431	(-34.7)	-
22	3,027,966	(48.1)	679,066	(38.5)	446,509
23	3,039,163	(0.4)	722,838	(6.4)	455,887
24	2,899,418	(-4.6)	680,597	(-5.8)	409,843
25	2,840,145	(-2.0)	654,273	(-3.9)	413,818
26年1月	243,367	(15.5)	56,904	(20.3)	-
2月	244,070	(12.0)	57,174	(15.7)	-

資料：経済産業省「機械統計年報」「生産動態統計月報」、近畿経済産業局「主要製品生産実績」（玉軸受、ころ軸受、軸受ユニット）
注：（ ）内は前年比あるいは前年同期比（単位：%）、近畿の最新データは25年12月分まで。

食品卸売業

スーパーマーケットの市内中心部への出店やプライベートブランド（以下、PB）の商品開発により、地域小売店向け需要が金額・数量とも減少傾向にある。円安や燃料高も加わり、収益性は低下している。大雪の影響により、生鮮品の価格上昇や品薄状態が続いたほか、物流網の混乱も一部みられた。消費増税による駆け込み需要はあったものの、一部商材に集中し、時期も限定的であった。設備投資については、消費増税とマイクロソフトXPのサポート終了の時期が重なったため、受発注システムや事務用パソコンを入れ替える企業が見られた。今後の見通しについては、新興国の人口増加により、小麦等の輸入穀物は価格が高止まりしており、仕入コストの上昇は避けられないことから、販売価格に転嫁できない企業を中心に先行きを不安視している。

業界の概要

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

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

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

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

「商社」とは、海外取引を行う総合商社、専門商社及び輸入業者をいう。

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

大阪の地位

大阪は、江戸時代から堂島米市場・天満青果市場・雑候場（ごこば）魚市場の大坂三大市場を中心に「天下の台所」といわれ、全国の食品流通を支えてきた。米穀、砂糖、油、茶、みかん等の商品作物をはじめ、生魚や塩干物、鰹節、昆布等が全国から集まり、製粉、

製糖、佃煮等の食品加工業が盛んとなった。大阪市中心卸売市場本場をはじめ、大阪府内の食品卸売業にはこうした歴史的背景をもつ業者がみられる。

経済産業省『平成24年 経済センサス活動調査』によると、「飲食料品卸売業」は全国で55,949事業所ある。従業者数については589,611人、年間商品販売額は670,563億円となっている。

一方、大阪府内の事業所数は、3,715事業所（全国比6.6%）、従業者数46,683人（同7.9%）、年間商品販売額68,482億円（同10.2%）である。

全国、大阪府ともに、事業所数や従業者数、年間商品販売額は大幅な減少傾向が続いている。

PB商品開発の影響大きい

消費者の節約志向を受け、スーパーマーケットやコンビニエンスストアのPB商品開発が相次いでいる。冷凍食品や健康食品、カップ麺、菓子類等の大幅値下げと品揃えを充実させるドラッグストア等の出店も相次ぎ、得意先である地域小売店は苦戦が続いている。競合激化により、価格競争を余儀なくされており、仕入コストの上昇局面においても、販売単価を引き上げられない要因となっている。また、PB商品の開発は卸売業者の中抜きを意味するため、取引量の減少など直接的な影響を受ける企業もみられる。

消費マインドに変化の兆し

長引く景気低迷と個人所得の減少により、家計の節約志向が継続していたが、ここきて、一部の高額品に動きがみられる。例えば、国産小麦等の素材にこだわった高級食パンが人気になるなど高級品の開発や品揃えに力を入れる企業も始めている。

収益は低下

厳冬により、1～2月は消費者の外出機会が減り、販売数量が減少した。大雪の影響により、野菜や果物を中心に一部商材に品薄感があつたほか、交通網が混乱したことで、全国展開している企業や山間部に工場をもつ企業等では配送などに影響を受けた。

輸入食品でも、円安傾向により仕入コストが上昇している。中国やインドといった新興国の人口増加により、世界の食糧需要の伸びが大きく、穀物相場はここ数年、高値を維持している。原油や石炭（カナダ等）といった貨物車向け燃料の高騰もあつて、穀物の物流コストは世界的に上昇しており、仕入コストが下がらない一因になっている。

消費増税の影響は限定的

消費増税の駆け込み需要は3月下旬の10日間に集中し、売上高が前年同月比で160%伸びた企業もみられた。

品目別では、ビールやワインといった酒類、米や調味料、インスタント麺、菓子類といった商材が大きく伸びた。税率アップの影響が大きい高価格帯の商材や、常温でも保存が利く商材を中心に、まとめ買いする傾向がみられた。

反動については、店売りも行う卸では客数の減少があるものの、生鮮食品等の必需品の販売量には、あまり大きな影響が出ていない。一方、業務向け中心の卸売業では、増税後も価格転嫁できない小売店や外食店が多いため、販売先の体力勝負との声も聞かれ、将来的に影響が出るとの見方もある。

設備投資は増加

4月からの消費増税のタイミングに、マイクロソフトXPのサポート終了が重なり、これを機に受発注システムや事務用のパソコンへの投資が活発となった。中小企業ではXPを搭載したパソコンを複数台所有しているケースが多いが、セキュリティ向上と操作性の

継続を考えて、ウインドウズ7に入れ替える企業もみられた。

雇用は依然低調

雇用については、定年退職による欠員補充が中心である。自社工場をもつ企業では、生産ラインに地元高校生を定期的に採用しているケースもあるが、そうした企業でも繁忙期は、事務員を生産要員に代替する等して採用数を減らす努力をしている。

今後の見通し

食料品業界を取り巻く外部環境は年々厳しさを増している。ホテルの食品表示問題等の取引先等の外部環境の変化が経営リスクに繋がりがねず、業界関係者でも先行きが見通せない状態が続いている。政府のTPP交渉等も予断を許さない状態が続いている。

一方で、泉州地域の卸団地では、JR阪和線の高架工事が行われており、これまで渋滞の原因であった踏切がなくなるため、交通アクセスの向上が期待されている。駅前である立地の良さを生かして、地域や行政と連携しながら新たなビジネスチャンスをつかみたいとの前向きな声も聞かれた。

(工藤 松太嘉)

表1 飲食料品卸売業の事業所数、従業者数、年間商品販売数

(単位：事業所数、人、百万円)

	大阪府			全国		
	事業所数	従業者数	年間商品販売額	事業所数	従業者数	年間商品販売額
平成 6年	7,213	83,031	10,909,281	96,224	1,017,921	104,335,285
9年	6,425	76,087	10,406,989	87,437	930,190	97,847,794
11年	6,873	83,778	10,358,553	94,376	1,020,123	99,731,705
14年	6,215	78,443	8,757,848	83,595	918,242	84,273,701
16年	5,954	70,795	7,423,961	84,539	887,159	88,389,838
19年	5,106	62,531	7,295,847	76,058	820,011	75,649,023
24年	3,715	46,883	6,848,186	55,949	589,611	67,056,316

資料：経済産業省『平成24年経済センサス活動調査』、『商業統計表(産業編)』、大阪府『大阪の商業』

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

産業機械器具卸売業

弱含みで推移していた販売額は、25年10～12月期に底を打ち、増加に転じた。26年1～3月期は消費税率引上げ前の駆け込み需要と相まって前年同期比で2割程度の増加率となった企業が散見される。

4月以降は、反動減による減少が懸念されたものの、減少率は小幅であり、中には前年同月比で増加を続けている企業もみられ、需要は底堅く推移するものとみられる。

業界の概要

産業機械器具卸売業は、産業機械器具を仕入れ、小売業や他の卸売業、産業用使用者に販売する産業である。

業界団体としては、全国各地にある機械工具を中心として取扱う企業等の団体が集まった全日本機械工具商連合会がある。大阪府で加盟しているのは、大阪機械器具卸商協同組合であるが、業界における取扱商品が多様化したことにより、「機械工具商」から「機械器具卸商」に改められている。大阪機械器具卸商協同組合の取扱い品目としては、切削工具、測定機器、工作機械等11の分野が示されている。そうした品目の中には、日本標準産業分類上の「産業機械器具」には分類されない商品もみられ、業界加盟企業の実態と公的統計の産業区分とは必ずしも一致しない。

機械器具・工具は、用途、材質、寸法等によって様々な製品が存在する。こうした商品を幅広く扱い、年間販売額が1,000億円を超える大手企業がある一方で、各専門分野に特化した商品を取り扱う小規模企業や地域ユーザーに密着した零細企業が多数存在している。

流通経路は、一次卸商が、メーカー等から仕入れた商品を二次卸商（直需店、小売店）に販売し、そこからユーザーとなる工場等へ販売される経路が代表的であるが、一次卸商がユーザーに直接販売する場合や、通常は二次卸商となっている直需店が、特定の商品についてはメーカーの代理店として直接仕入れるなど多様である。

商品の配送は、自社の営業マンが行うこともあるが、專業者に外注したり、宅配便を使って配送したりしている。

大阪の地位と特徴

大阪府内「産業機械器具卸売業」は、2,659事業所（「産業機械器具卸売業 内格付不能」事業所を除く）で、従業者数は30,181人、年間商品販売額は2兆7,389

億円であり、全国に占める割合は、それぞれ10.2%、11.8%、13.5%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（卸売業、小売業に関する集計）』、全数）。

大阪府の年間商品販売額は、東京都に次ぐ全国第2位であり、以下、愛知県、神奈川県、福岡県が続いている。府内では、大阪市西区の立売堀界隈に集中的に立地し、東大阪市本庄西にある機械器具卸団地内にも多く立地している。

販売は回復傾向

経済産業省「商業動態統計調査」から全国の「一般機械器具卸売業」（日本標準産業分類12回改定で「産業機械器具卸売業」へと変更される前の名称）の販売額をみると、リーマンショック後に大きく落ち込んだ販売額は、その後も弱含みで推移したが、25年10～12月期には下げ止まり、26年1～3月期には前年同期比5.3%増となった。

府内企業への聞き取り調査では、リーマンショック後に売上げが3割減から半減といった具合に大きく落ち込んだが、その後は回復に向かった。25年には設備投資が低調で売上げが、再び減少したという企業がみられるものの、現時点では、リーマン前の8～9割の水準に戻った企業が多く、リーマンショック前を上回る水準となった企業もみられる。

需要分野や販売地域では、自動車関連が好調で中部地域での販売が伸びている。航空機や船舶、米国向けのシェールガス関連の需要も堅調である。電気機械関連の需要が多かった近畿は、他地域と比べて伸び悩んでいる。

消費税率引上げの駆け込み需要もあり増収増益

年度末となる1～3月期は、ユーザーによる年度内予算執行に伴い工具等を駆け込み発注するため繁忙となるが、26年は1～3月期は、消費税率引上げ前の駆け込み需要があったことから売上げが急増する企業がみられた。3月の売上げの前年同月比増加率は、少ない所で5%増、多い所で60%増とばらついているが、2割程度の増加率の企業が多いとみられる。

仕入単価は横ばいであるが、価格競争が激しくなっていることから、販売単価は低下傾向にあり、粗利益率は低下しているという。駆け込み需要等もあり販売数量が伸びていることから、粗利益率の低下を補って利益額は横ばい、若しくは増益となっている。

消費税率引上げ分の転嫁はできている。

インターネット販売への対応は様々

インターネット販売については、自社のサイトで

っている企業があるが、小口の新規取引には手間がかかることや売掛金回収の問題があることから実施するつもりはないという企業も多い。

インターネット販売業者との関係は、そのサイトに出店し売上げを伸ばしている企業、そうした業者へ卸売をしている企業があるが、その一方で、インターネット業者と競合している企業もあり、様々である。

雇用は一部に積極的な企業がみられる

雇用については、従業者数の5～8%程度に当たる新規採用を継続的に行なっている企業が多い。これは、従業員構成に歪みが生じないための配慮であり、企業規模としては概ね横ばいである。そうした中で、インターネットを使った受注で売上げを伸ばしている企業では、従業者数の15%程度にあたる新規採用を行い、企業規模を拡大している企業がみられる。

給与については、人材確保の観点から定期昇給は実施しているものの、粗利が増えないので、ベースアップは困難という声が聞かれる。

情報化への更新投資

Windows XP のサポートが26年4月に終了することから、25年度にWindows 7搭載のパソコンに入れ替えたという企業が散見される。一方、26年4月時点で入替途上という企業や、新たな受発注システムの導入を27年に行うための準備を進めているため、当面はXPを使うとする企業もある。

物流関連の設備投資は、災害に備えて、25年度に中部や九州に物流センターを設置したといった大阪府外での投資事例はみられる。

自社商品の開発・販売と海外展開の動き

ユーザーとなる工場が海外生産拠点を移し市場が縮小するとともに、競争の激化により利益率が低下している。こうした状況に対して、自社企画製品を国内や海外の製造子会社・関連会社で製造し、販売することで利益率を引き上げている一次卸がみられる。こうした企業では自社製品の販売を増やすために、直需店の営業活動に同行し商品説明を行うなどの取組を行っている。

また、大手企業では、アメリカやアジアに販売拠点を設け販売しており、海外での販売が増加している。中小企業の中にも、アジアの日系企業向けへの販売を手がける企業がみられる。

今後の見通し

1～3月期の販売増加額のうち、どこまでが駆け込

み需要によるものであったかの判断は難しいが、4月に入ってから販売は、前年同月比で5%減といった減少幅で留まる企業が多いようである。中には、3月よりは減少したが、前年同月比では15%増を見込む企業もみられる。個々の企業の取り組みによって売上げを伸ばしている面もあるが、3月の伸びと比べて4月の落ち込みは概ね小さいようである。また、見積りの依頼が少なくなく、大型の案件も散見されることから、国内需要は4月以降も底堅く推移していくとみられる。

(町田 光弘)

表1 産業機械器具卸売業（平成24年）

(単位：事業所、人、百万円、%)

	大阪府	全国	大阪府の 全国シェア
事業所数	2,659	26,134	10.2
従業者数	30,181	255,455	11.8
年間商品販売額	2,738,876	20,249,574	13.5

資料：総務省「平成24年経済センサス活動調査（産業別集計：卸売業、小売業に関する集計）」

(注)「産業機械器具卸売業 内格付不能」事業所を除く数値。

表2 一般機械器具卸売業販売額の推移（全国）

(単位：10億円、%)

年 月	販売額	前年比
平成20年	24,425	-3.0
21	15,834	-35.2
22	13,613	-14.0
23	13,686	0.5
24	12,403	-9.4
25	12,014	-3.1
25年 1～3月	3,076	-6.1
4～6月	2,799	-5.4
7～9月	3,112	-1.2
10～12月	3,027	0.3
26年 1～3月	3,239	5.3

資料：経済産業省「商業動態統計調査」

(注) 商業動態統計調査(商業販売)は、商業統計調査を母集団とした標本調査であるため、2～3年毎に実施する商業統計調査結果が公表された時点で、過去にさかのぼって業種別販売額を商業統計調査の結果に合わせるように数値の改訂(水準修正)を行っている。

地域産業を牽引する中小企業の現状と課題
 ～課題を克服し躍進したブレイクスルー企業の特性～（資料 No. 133）

大阪産業経済リサーチセンター

中小企業には、独自技術の開発や画期的なビジネスモデルの導入、ニッチ市場への参入などによって、一般的な中小企業の殻を破ることに成功したブレイクスルー企業（Break Through 企業、以下 BT 企業）が存在する。こうした BT 企業は、一般的な中小企業に比べ業績が優れているだけでなく、域外需要の獲得や雇用機会の創出などにより地域産業を牽引する企業が多いと考えられる。そのため地域産業の振興策を検討する際には、その鍵を握る BT 企業の実情を踏まえ、その役割が存分に発揮される環境を整備することが望まれる。

当センターではこうした問題意識に基づき、BT 企業の経営実態を把握するとともに、直面する経営課題、求められる支援策について明らかにすることを目的として本調査を実施し、その結果を『地域産業を牽引する中小企業の現状と課題～課題を克服し躍進したブレイクスルー企業の特性～』（資料 No.133）としてとりまとめた。以下に、その概要を紹介する。

◆BT 企業の特性分析（一般的な中小企業との比較分析結果）

地域産業政策を検討するにあたり、その鍵を握る BT 企業の特性を把握するため、アンケート調査結果を用いて一般的な中小企業と比較分析した。

【アンケート調査の概要】

調査対象：大阪に本社を有しており、大企業から 20%以上の出資を受けていない企業、また 100%子会社でない企業で、業種は製造業および情報通信業、専門サービス業、学術・開発研究機関等の対事業所サービス業といったサービス業。

調査時期：平成 25 年 12 月

有効発送数：3,906 社 有効回収数：887 社（有効回答率 22.7%）

【特性 1】地域内の需要拡大や雇用機会の創出など地域産業を牽引する企業が多い

販売、仕入、外注の取引先地域を大阪府内と府外に分けてみると、販売では BT 企業は一般企業よりも府外の割合が多いが、仕入や外注では一般企業との大きな差はない。このことから BT 企業には、地域外の需要を地域内に持ち込む需要搬入企業が多いと考えられる（図表 1）。

図表 1 事業別の事業エリア

		製造業				サービス業					
		府外中心 企業数	府内中心 構成比	府内中心 企業数	府内中心 構成比	検定 結果	府外中心 企業数	府内中心 構成比	府内中心 企業数	府内中心 構成比	検定 結果
販売	BT企業	219	68.0	103	32.0	***	40	53.3	35	46.7	*
	一般企業	132	54.5	110	45.5		30	38.5	48	61.5	
仕入	BT企業	104	34.2	200	65.8	n.s.	22	35.5	40	64.5	n.s.
	一般企業	66	27.2	177	72.8		16	25.0	48	75.0	
外注	BT企業	67	24.5	206	75.5	n.s.	21	31.8	45	68.2	n.s.
	一般企業	45	21.6	163	78.4		17	25.8	49	74.2	

n.s.:非有意, * : p<0.1, ** : p<0.05, *** : p<0.01

※本調査では統計的な有意差の有無を検定しており、その結果を有意確率欄に示している。

業績を比較すると BT 企業は、売上高経常利益率や売上高の伸びが高く、雇用の伸びも高い企業が多い。このことから BT 企業は就業の機会をより多く生み出し、地域内の付加価値の創造や納税面でも貢献度が高い企業が多いと考えられる（図表 2）。

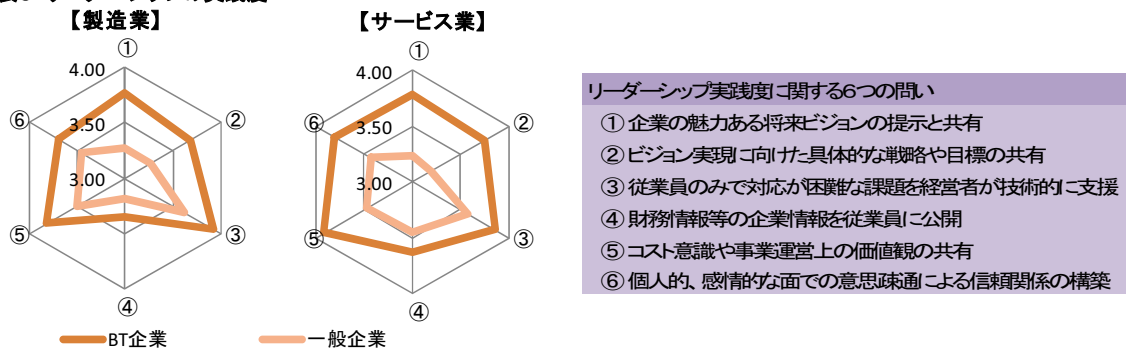
図表2 収益性等の業績の比較結果

項目	区分	製造業			サービス業		
		企業数	平均値	検定結果	企業数	平均値	検定結果
売上高経常利益率(過去3期平均)(%)	BT企業	331	6.35	***	77	7.67	*
	一般企業	257	4.53		73	4.71	
売上高伸び率(10年間)(%)	BT企業	329	70.64	***	73	237.61	**
	一般企業	283	3.24		79	79.37	
従業者数伸び率(%)	BT企業	344	35.24	***	75	212.28	*
	一般企業	269	2.61		79	58.15	

【特性 2】 変革への対応に適したリーダーシップを発揮する経営者が多い

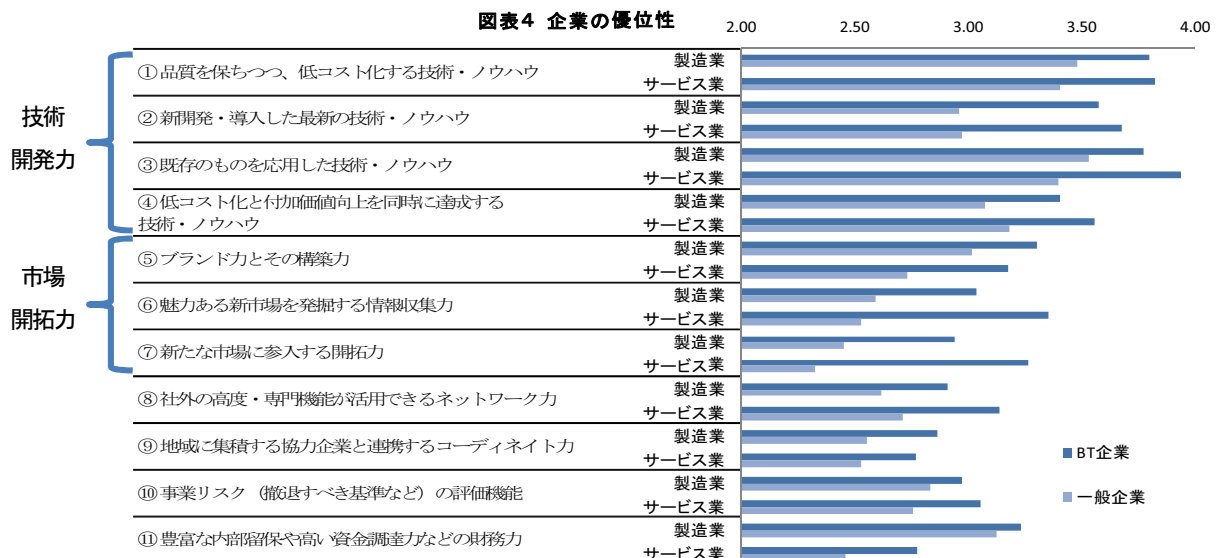
経営者によるリーダーシップの実践度についての 6 つの問い全てにおいて、BT 企業は一般企業を上回っていた（図表 3）。この結果から、BT 企業には、変化する経営環境に対し、自社のビジョンやそれを実現するための戦略を構築し、それらを明確に打ち出すことで従業員と共有するといった全社が一体となった経営が可能となるような強いリーダーシップを発揮している経営者が多いと考えられる。

図表3 リーダーシップの実践度



【特性 3】 技術開発力や市場開拓力を強みとする企業が多い

BT 企業は、一般企業よりも幅広い分野で強みを有しており、特に新技術の開発や既存技術の改良などの「技術開発力」と新市場に参入する「市場開拓力」を強みとする企業が多い（図表 4）。



【特性4】多様な経営課題に積極的に取組む企業が多い

BT企業は、一般企業に幅広い分野の経営課題に取組む企業が多い（図表5）。全体としては既存市場での事業拡大に取組む企業が多いが、BT企業では新市場参入への取組みも高い。そのほか人材育成や資金調達、外部連携先の確保、さらには事業買収による事業拡大や海外展開など様々な面においてBT企業は一般企業よりも取組む意向を示す企業が多い。

図表5 経営課題

経営課題	製造業		サービス業		
	+	-	+	-	
1. 既存取引先との取引拡大			10. 研究開発・新事業のための資金確保	+	+
2. 既存市場における新たな取引先の開拓	+		11. 外部の技術開発・研究連携先の確保	+	
3. 参入企業の少ないニッチ市場の探索・参入	+		12. 外部の販売連携先の確保	+	+
4. 既に一般に知られている市場への新規参入	+	+	13. 外部の生産連携先の確保		
5. 経営を補佐する人材の確保・育成	+		14. 企画・デザイン連携先の確保	+	
6. 専門・技術人材の確保・育成	+	+	15. 企業の知名度の向上	+	+
7. 営業・事業企画人材の確保・育成		+	16. 他社事業の買収による事業拡大	+	+
8. 一般人材の確保・育成		-	17. 自社事業の売却		-
9. 通常の運転資金や設備維持の資金の確保			18. 海外での事業展開の拡充	+	

※BT企業で取組みが多い項目は「+」、少ない項目は「-」で、空欄は顕著な差がなかった項目。

【特性5】国や自治体を実施する支援策の活用意欲が高い企業が多い

一般企業よりも国や地方自治体が進める地域活性化に関する政策や事業に対する関心や参加意向が高い企業が多い（図表6）。

図表6 活用した支援策

	経営課題	製造業		サービス業	
		企業全体の回答割合	BT企業の特異性	企業全体の回答割合	BT企業の特異性
資金関連	1. 信用保証協会保証付き融資	26.7%		58.2%	
	2. 災害等の緊急時における資金融資	14.1%		14.5%	-
	3. 研究開発や新事業のための資金融資	18.8%	+	23.0%	+
	4. 設備投資に伴う低利子融資	40.9%		18.8%	
	5. 低利子等の有利な設備貸与	15.2%		10.3%	
	6. 設備投資等に伴う減税	40.6%		21.8%	
人材関連	7. 経営者補佐人材の紹介・育成	30.3%	+	29.1%	
	8. 販路開拓人材の紹介・育成	38.3%		33.9%	
	9. 高度技術・ノウハウ人材の紹介・育成	44.1%		49.1%	+
	10. 会計、労務、法務人材の紹介・育成	10.6%		7.9%	
	11. 定型業務型人材の紹介・育成	13.6%		9.1%	
外部連携	12. 大学等基礎・応用研究の連携・相談	22.3%	+	15.2%	
	13. 公設試験研究所などの連携・相談	26.6%		9.7%	
	14. 企画・デザイン等の連携・相談	15.6%		26.1%	
	15. 知的財産権に関する連携・相談	14.7%	+	19.4%	
交流・情報提供	16. 販売・調達先との出会いの場	40.8%		55.2%	
	17. 事業買収の相手先・仲介者の紹介	7.0%		8.5%	
	18. 多様な分野の企業・経営者との交流	18.4%	+	27.9%	
	19. 有望市場・分野に関する情報提供	31.1%		32.7%	
海外展開	20. 海外での販路開拓に関する相談	20.0%		15.8%	
	21. 海外への拠点集出に関する相談	9.5%		11.5%	
	22. 海外での人材確保に関する相談	8.3%	+	7.3%	

※BT企業で活用意欲が高い項目は「+」、低い項目は「-」で、空欄は顕著な差がなかった項目。

製造業では、一般企業も含め全体的に活用意向が高かった支援策は、資金面で設備投資に伴う低利融資や減税、人材面で高度技術・ノウハウ人材や販路開拓人材、そのほかでは販売・調達先との出会いの場の創出であった。BT企業で特に活用意向の高い支援策は、研究開発や新事業の資金融資支援や、経営者を補佐する人材の育成確保、さらに大学との連携や、知的財産権に関する支援、多様な分野の経営者との交流の場など、幅広い分野でみられた。サービス業全体では、信用保証協会の保証付き融資や販売・調達先との出会いの場、有望市場・分野に関する情報提供、多様な分野の経営者との交流の場などについての支援を求める企業が多かった。BT企業では、研究開発や新事業の資金支援と高度技術・ノウハウ人材についての支援に期待する企業が多い。

◆ BT企業の事例分析

BT企業についての理解を深めるために事例分析を実施し、事業革新のきっかけや成功の要因などを確認した。それぞれ取組み内容は異なるが経営者がリーダーシップを発揮していることや顧客価値の最大化を目指していることなど共通点もみられた。

【事例1】 『世界一の結束力が最大の武器！』 株式会社ノダ（代表取締役野田隆昌、従業員50人）

廃業が相次ぐなど厳しい経営環境が強いられる抜き型業界において、同社は顧客満足度向上を迫ることで事業を拡大しており、近年は海外進出も果たしている。この躍進を支えるのは開発・設計から生産、営業に至るまでの各担当者が一体となり顧客に対応できる結束力にある。取引先からも驚かれるという同社の結束力は、経営ビジョン戦略、決算情報までを従業員に知らしめる社内の情報公開体制と、社長以下、全員で参加できるイベントなどを通じた個人レベルの人的関係の構築体制などによって培われている。

【事例2】 『次世代人材を育成』 株式会社アルヴィオン（代表取締役平岡一郎、従業員90人）

ゲーム業界は家庭用ゲーム機からスマートフォンへと移行・拡大しており、各社とも新たな事業モデルへの移行が求められている。そのなか同社は、受託開発中心のデベロッパーから自社ブランドを持つパブリッシャーへの移行を実現した。それを可能としたのは、同社の人材育成体制にある。同社では従来から家庭用から携帯・スマートフォン用など多様なゲーム機に対応したゲーム開発に取り組んできたため、自社内に多様な技術・ノウハウを蓄積することができた。また開発中のソフトウェアを課題とした独自の次世代人材育成体制を構築することで、即戦力人材の獲得が可能であることも同社の強みとなっている。

◆ 政策の実践に向けた今後の検討課題

本調査において、BT企業の多くは地域産業活性化の鍵を握る企業であることが明らかとなった。加えてBT企業は多様な経営課題に取り組む一方で、行政等が提供する支援策の活用意欲が高いこともわかった。こうした結果を踏まえると、今後の地域産業振興策を検討においては、BT企業の実情を踏まえ、その活動の促進に適した政策の実践が望まれる。具体的には、第一にBT企業が取り組む経営課題に応じた支援策を立案実施するとともにそれをBT企業に知らしめ、利用を促進することが考えられる。また第二として地域内のBT企業を増やすため、現在のBT企業をベンチマークとして、新たにブレイクスルーを実現する企業を創出していく政策の実践が重要となる。

本調査の結果は、当センターのウェブサイトでご覧いただけます。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。

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	百貨店	スーパー		
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	
億円	%	億円	億円	億円	%	億円	億円	億円	%	億円	%		
22年	16,739	▲4.0	8,058	8,681	195,791	▲2.1	68,418	127,373	12,104	1.3	81,136	1.7	
23	16,977	1.4	8,362	8,615	195,933	▲0.9	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	3.5	94,772	4.0	
25	17,439	2.7	8,895	8,544	197,774	0.6	67,195	130,579	14,268	4.2	98,724	4.2	
25年	1	1,469	▲0.5	765	704	16,873	▲2.9	5,907	10,966	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	0.8	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	1,323	4.8	646	677	15,059	1.7	4,811	10,248	1,191	3.9	8,280	3.8
	10	1,397	3.3	703	694	15,911	0.8	5,303	10,608	1,230	5.3	8,426	4.6
	11	1,519	1.4	802	716	16,963	1.2	6,108	10,855	1,189	6.0	8,198	5.9
	12	1,961	1.6	1,071	890	21,399	0.9	7,824	13,575	1,269	5.8	8,763	4.9
26年	1	1,509	2.7	800	708	17,117	0.7	6,049	11,068	1,153	6.2	7,946	5.4
	2	1,311	5.0	665	646	14,690	2.4	4,785	9,905	1,090	7.6	7,468	6.2
	3	P 1,783	P 23.0	P 990	P 793	P 19,562	P 17.0	P 7,362	P 12,200	P 1,273	P 8.9	P 8,723	P 7.6

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	前年比	総数	前年比	総額	名目 前年比	総額	名目 前年比	実額	賃金指数		実質	前年比	
	台	%	台	%	円	%	円	%	円	22年=100	%	22年=100	%	
22年(平均)	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	
25	231,525	▲0.0	4,562,283	▲0.2	296,239	▲1.8	319,170	1.7	374,611	95.2	▲1.4	95.4	▲1.8	
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	305,043	77.6	▲1.1	77.2	▲2.4
	10	18,339	17.7	354,497	18.4	285,180	▲5.3	316,555	0.4	313,082	79.6	▲1.1	78.9	▲2.6
	11	19,037	12.6	378,596	16.7	285,610	▲0.8	300,994	0.3	309,114	78.6	▲1.5	77.9	▲3.2
	12	18,586	21.4	359,214	26.5	278,672	▲19.8	358,468	▲0.3	704,159	179.0	▲1.4	177.4	▲3.4
26年	1	21,461	27.3	433,616	30.6	313,500	2.0	325,804	1.5	301,355	76.6	▲0.5	76.2	▲2.2
	2	25,426	18.9	490,511	18.8	306,811	24.6	294,509	▲1.4	302,281	76.9	▲0.1	76.5	▲2.3
	3	31,700	18.2	665,985	16.7	317,767	▲0.3	384,680	9.6					

(一社)日本自動車販売協会連合会、
(一社)全国軽自動車協会連合会
※普通、小型、軽の合計

総務省統計局「家計調査」
※二人以上世帯のうち勤労者世帯
※年平均

大阪府総務課「大阪の賃金、労働時間及び雇用の動き」
※従業者規模30人以上、前年比は指数より計算、
※年平均

Ⅱ 投 資

	全建築物着工床面積								新設住宅着工戸数			
	大阪府				全国				大阪府		全国	
	合計		非居住用		合計		非居住用		合計		合計	
	千平方 米	前年 比 %	千平方 米	前年 比 %	千平方 米	前年 比 %	千平方 米	前年 比 %	戸	前年 比 %	戸	前年 比 %
22年	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
25	9,053	15.7	3,451	29.6	145,590	9.8	55,947	30.5	69,335	12.5	980,025	11.0
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	5,902	18.4	84,801	12.4
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
10	751	▲0.0	222	▲14.5	13,196	8.2	4,818	6.0	7,027	19.4	90,226	7.1
11	684	20.4	162	▲24.8	13,065	13.9	4,579	11.5	6,119	46.2	91,475	14.1
12	727	19.2	275	13.0	12,637	10.0	4,491	▲1.1	5,998	30.9	89,578	18.0
26年												
1	597	▲18.9	173	▲41.0	12,050	16.7	4,657	19.7	5,567	4.8	77,843	12.3
2	487	▲18.7	179	20.3	10,476	▲2.2	4,169	▲3.6	3,925	▲26.4	69,689	1.0
3	705	▲15.7	258	▲42.0	10,691	▲6.2	4,399	▲6.4	5,429	13.1	69,411	▲2.9

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 %
22年	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
25	256,041	7.9	93,232	5.8	4,387	15.8	141,490	12.8
25年								
1	18,313	▲25.3	6,663	▲10.2	147	▲12.9	6,039	6.6
2	18,479	▲15.5	6,945	▲9.9	309	4.8	6,708	▲4.8
3	23,618	11.3	7,931	6.1	287	▲18.7	12,338	▲11.7
4	20,267	▲4.2	7,233	▲5.7	533	20.2	15,991	28.6
5	22,696	17.7	7,992	12.2	506	7.1	10,842	24.8
6	19,443	2.9	7,774	7.7	467	0.2	13,868	21.7
7	20,291	5.6	7,772	5.8	398	17.0	15,725	29.4
8	21,203	26.7	8,193	12.7	266	19.8	12,267	7.9
9	23,999	30.2	8,021	13.0	356	38.7	15,235	29.3
10	22,896	24.7	8,072	14.7	347	6.4	14,205	3.5
11	21,573	8.4	8,826	20.8	315	23.1	9,413	4.9
12	20,902	15.4	7,441	3.3	458	140.4	8,860	7.4
26年								
1	23,543	28.6	8,435	26.6	229	56.5	7,776	28.7
2	22,164	19.9	7,696	10.8	222	▲27.8	6,959	3.7
3					339	18.2	14,568	18.0

内閣府「機械受注統計調査」

西日本建設業保証(株)

西日本建設業保証(株)、東
日本建設業保証(株)、
北館建設業信用保証(株)

※3社の合計分

Ⅲ 生 産

	鉱工業生産動向													
	大阪府(製造工業)							近畿(鉱工業)						
	生産指数			出荷指数		在庫指数		生産指数			出荷指数		在庫指数	
	22年=100	前月比	前年比	22年=100	前月比	22年=100	前月比	22年=100	前月比	22年=100	前月比	22年=100	前月比	
22年	100.0	...	9.2	100.0	...	100.0	...	100.0	...	100.0	...	100.6	...	
23	108.7	...	8.7	99.4	...	105.7	...	102.4	...	103.0	...	111.8	...	
24	103.7	...	▲4.6	97.7	...	105.9	...	101.5	...	101.4	...	112.2	...	
25	104.6	...	0.9	96.0	...	103.7	...	101.9	...	101.1	...	116.1	...	
25年	1	99.1	▲4.2	▲5.0	95.2	▲0.5	105.7	0.3	100.7	1.0	100.6	1.5	111.7	0.1
	2	104.2	5.1	▲3.2	97.1	2.0	105.4	▲0.3	99.4	▲1.3	101.0	0.4	111.2	▲0.4
	3	101.9	▲2.2	▲3.1	93.9	▲3.3	102.9	▲2.4	101.3	1.9	100.1	▲0.9	111.7	0.4
	4	108.3	6.3	4.7	95.8	2.0	104.2	1.3	100.6	▲0.7	100.3	0.2	112.0	0.3
	5	108.4	0.1	5.0	97.0	1.3	104.0	▲0.2	103.0	2.4	101.9	1.6	110.9	▲1.0
	6	105.6	▲2.6	1.0	94.8	▲2.3	104.6	0.6	99.5	▲3.4	99.2	▲2.6	110.9	0.0
	7	109.1	3.3	10.2	99.5	5.0	105.0	0.4	102.2	2.7	102.2	3.0	113.2	2.1
	8	106.0	▲2.8	4.5	96.5	▲3.0	102.4	▲2.5	102.7	0.5	101.1	▲1.1	111.7	▲1.3
	9	104.3	▲1.6	2.2	94.7	▲1.9	103.5	1.1	102.9	0.2	100.6	▲0.5	112.6	0.8
	10	102.1	▲2.1	▲4.5	94.2	▲0.5	103.6	0.1	104.1	1.2	101.8	1.2	114.1	1.3
	11	102.1	0.0	▲2.0	97.2	3.2	100.9	▲2.6	102.7	▲1.3	102.8	1.0	112.7	▲1.2
	12	103.5	1.4	1.3	96.6	▲0.6	101.8	0.9	103.9	1.2	103.1	0.3	115.5	2.5
26年	1	101.4	▲2.0	2.3	96.8	0.2	100.4	▲1.4	106.0	2.0	107.2	4.0	115.5	0.0
	2	P 105.4	P 3.9	P 1.2	P 97.4	P 0.6	P 101.6	P 1.2	105.8	▲0.2	107.0	▲0.2	115.0	▲0.4
	3													

大阪府統計課「大阪の工業動向」

※指数は季節調整値、前月比は季節調整値、前年比は原数値との比較。

近畿経済産業局「鉱工業生産動向」

※指数は季節調整値、前月比は季節調整値との比較。

※在庫指数の年数値は、期末値。

	鉱工業生産動向							電力需要実績				
	全国(鉱工業)							関西電力(大口電力)				
	生産指数			出荷指数		在庫指数		合計		製鉄業		
	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	
22年	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	
25	97.0	...	▲0.8	96.9	...	105.7	...	43,660	▲2.6	34,702	▲3.1	
25年	1	94.0	▲0.7	▲6.4	95.6	0.4	109.4	▲0.9	3,464	▲4.9	2,710	▲6.5
	2	94.8	0.9	▲10.0	97.1	1.6	107.9	▲1.4	3,358	▲7.7	2,675	▲8.3
	3	95.1	0.3	▲7.0	96.8	▲0.3	107.2	▲0.6	3,638	▲3.9	2,916	▲4.3
	4	95.7	0.6	▲3.2	95.7	▲1.1	107.1	▲0.1	3,543	▲5.1	2,845	▲5.8
	5	97.7	2.1	▲1.0	96.4	0.7	107.5	0.4	3,614	▲3.9	2,876	▲4.8
	6	95.0	▲2.8	▲4.7	94.5	▲2.0	107.6	0.1	3,737	▲3.8	2,982	▲5.0
	7	97.6	2.7	1.9	96.0	1.6	108.4	0.7	3,995	0.8	3,173	0.6
	8	97.1	▲0.5	▲0.6	96.1	0.1	107.6	▲0.7	3,784	▲1.5	2,956	▲1.9
	9	98.6	1.5	5.3	97.7	1.7	107.5	▲0.1	3,673	▲2.8	2,924	▲2.8
	10	99.2	0.6	5.4	99.0	1.3	107.2	▲0.3	3,788	1.9	3,031	2.1
	11	99.5	0.3	4.8	99.1	0.1	105.7	▲1.4	3,543	▲0.4	2,836	▲0.3
	12	100.0	0.5	7.2	99.3	0.2	105.5	▲0.2	3,524	▲0.3	2,778	0.2
26年	1	103.9	3.9	10.6	104.4	5.1	105.1	▲0.4	3,570	3.1	2,829	4.4
	2	101.5	▲2.3	7.0	103.4	▲1.0	104.2	▲0.9	3,407	1.5	2,733	2.2
	3	P 101.8	P 0.3	P 7.0	P 102.2	P ▲1.2	P 106.1	P 1.8	3,633	▲0.1	2,908	▲0.3

経済産業省「鉱工業指数」

※指数は季節調整値、前月比は季節調整値、前年比は原数値との比較。

※在庫指数の年数値は、期末値。

関西電力「営業概況」

IV 雇 用

	求人数(季節調整値)				求職者数(季節調整値)				求人倍率(季節調整値)				
	大阪府								大阪府		全国		
	有効		新規		有効		新規		有効	新規	有効	新規	
	人	前年比%	人	前年比%	人	前年比%	人	前年比%					
22年平均	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	
25	171,603	15.1	64,010	12.8	179,993	▲6.7	41,163	▲7.6	0.95	1.56	0.93	1.46	
25年	1	161,610	16.7	60,606	14.7	190,271	▲2.7	43,761	▲4.9	0.85	1.38	0.84	1.35
	2	165,060	18.4	63,847	18.9	187,870	▲4.3	42,837	▲5.8	0.88	1.49	0.85	1.36
	3	167,752	19.6	64,930	21.6	185,730	▲4.6	42,881	▲4.0	0.90	1.51	0.87	1.39
	4	168,587	18.1	61,671	13.0	184,323	▲4.8	42,404	▲5.6	0.91	1.45	0.88	1.39
	5	170,676	17.7	62,152	10.1	184,149	▲4.8	41,923	▲5.7	0.93	1.48	0.90	1.42
	6	171,806	15.3	65,303	16.1	181,080	▲6.1	39,926	▲8.2	0.95	1.64	0.92	1.48
	7	171,900	13.8	63,692	12.1	178,002	▲7.2	40,963	▲5.3	0.97	1.55	0.94	1.46
	8	172,982	13.3	62,287	7.8	176,131	▲7.0	40,530	▲6.7	0.98	1.54	0.95	1.48
	9	174,403	13.0	65,286	14.0	176,813	▲7.5	40,533	▲8.8	0.99	1.61	0.96	1.51
	10	175,535	13.1	64,359	11.2	173,872	▲9.0	39,091	▲9.7	1.01	1.65	0.98	1.57
	11	178,660	14.4	64,385	10.4	171,536	▲10.3	38,818	▲9.6	1.04	1.66	1.01	1.55
	12	180,628	13.8	66,510	13.8	168,697	▲11.5	37,817	▲12.9	1.07	1.76	1.03	1.61
26年	1	183,433	13.5	68,000	12.2	168,668	▲11.4	38,780	▲11.4	1.09	1.75	1.04	1.63
	2	184,310	11.7	70,596	10.6	167,414	▲10.9	38,745	▲9.6	1.10	1.82	1.05	1.67
	3	181,845	8.4	68,261	5.1	164,508	▲11.4	36,996	▲13.7	1.11	1.85	1.07	1.66

厚生労働省「一般職業紹介状況」
※パートを含む。

厚生労働省「一般職業紹介状況」
※パートを含む。

	完全失業率					雇用保険			労働時間指数					
	近畿		全国			大阪府			大阪府					
	実数		実数		実数	初回受給者数	前年比%	総実労働時間(産業計)			所定外労働時間(製造業)			
	(原数値)	前年差	(原数値)	前年差	(季節値)			実数	指数	前年比%	実数	指数	前年比%	
22年平均	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	
25	4.4	▲0.7	4.0	▲0.3	...	8,779	▲6.8	146.4	98.5	▲1.0	13.7	101.7	1.7	
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	144.9	97.5	▲0.1	13.7	101.5	4.6
	10	4.7	▲0.1	4.0	▲0.1	4.0	8,398	▲10.4	148.9	100.2	0.6	14.3	105.9	5.9
	11	3.9	▲0.9	3.8	▲0.2	4.0	8,328	▲11.1	150.8	101.5	▲1.1	14.6	108.1	7.3
	12	3.6	▲0.9	3.4	▲0.6	3.7	6,838	▲12.7	146.3	98.5	0.9	14.8	109.6	13.8
26年	1	4.2	▲0.9	3.7	▲0.5	3.7	7,041	▲14.5	137.5	92.5	1.4	14.1	104.4	21.5
	2	4.3	▲0.7	3.6	▲0.6	3.6	7,803	▲16.4	144.3	97.1	1.6	16.1	119.3	16.7
	3	4.4	▲0.5	3.8	▲0.5	3.6	6,527	▲14.5						

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	
22年	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	
25	146,374	7.8	152,542	12.7	697,742	9.5	812,425	14.9	103.46	97.90	
25年	1	9,865	7.0	12,237	6.3	47,986	6.3	64,317	7.1	89.18	94.65
	2	10,545	▲8.6	10,788	12.7	52,833	▲2.9	60,566	11.8	93.21	95.30
	3	13,113	2.2	12,184	2.4	62,702	1.1	66,271	5.4	94.75	93.12
	4	12,091	4.1	12,872	10.0	57,758	3.8	66,531	9.4	97.71	92.02
	5	12,166	11.1	12,594	8.2	57,652	10.1	67,565	10.0	101.08	94.72
	6	12,700	7.9	11,516	7.2	60,586	7.4	62,391	11.7	97.43	95.79
	7	12,428	10.6	13,660	19.9	59,585	12.2	69,910	19.7	99.71	104.55
	8	12,569	15.7	12,498	11.4	57,821	14.6	67,535	16.2	97.87	106.55
	9	12,544	5.3	12,887	15.9	59,710	11.4	69,142	16.7	99.24	106.31
	10	12,847	14.3	13,970	23.9	61,030	18.6	72,034	26.3	97.85	100.50
	11	12,423	15.6	13,483	12.2	58,988	18.4	71,999	21.2	100.03	93.81
	12	13,084	10.6	13,854	22.6	61,092	15.3	74,163	24.8	103.46	97.90
26年	1	10,877	10.3	15,496	26.6	52,524	9.5	80,474	25.1	103.94	95.00
	2	12,125	15.0	P 11,597	P 7.5	57,993	9.8	P 66,018	P 9.0	102.13	100.70
	3	P 13,519	P 3.1	P 14,625	P 20.0	P 63,826	P 1.8	P 78,289	P 18.1	102.27	100.57

大阪税関「近畿圏貿易概況」

財務省「貿易統計」

日本銀行「時系列統計」
IMF「Primary Commodity Prices」
※東京インターバンク相場、スポット、中心相場、月平均
※年月末値 ※年月末値

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				総合		生鮮食品を除く総合	総合		生鮮食品を除く総合		
	22年=100	前月比	前年比	22年=100	前月比	前年比	22年=100	22年=100	前月比	前年比	22年=100	
22年平均	100.0	...	▲0.1	100.0	...	▲2.1	100.0	100.0	...	▲0.7	100.0	
23	101.5	...	1.5	99.5	...	▲0.5	99.6	99.7	...	▲0.3	99.8	
24	100.6	...	▲0.9	99.5	...	0.0	99.5	99.7	...	0.0	99.7	
25	101.9	...	1.3	99.8	...	0.2	99.9	100.0	...	0.1	100.1	
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	101.6	0.1	0.6	99.6	0.6	▲0.2	100.0	99.8	0.1	▲0.3	100.0
	6	101.6	0.0	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	102.6	0.2	2.2	100.4	0.3	1.0	100.4	100.6	0.3	1.0	100.5
	10	102.5	▲0.1	2.5	100.7	0.3	1.2	100.8	100.7	0.1	1.1	100.7
	11	102.5	0.0	2.6	100.7	0.0	1.5	100.7	100.8	0.1	1.6	100.7
	12	102.8	0.3	2.5	100.8	0.1	1.7	100.5	100.9	0.1	1.6	100.6
26年	1	102.9	0.1	2.4	100.4	▲0.4	1.4	100.2	100.7	▲0.2	1.4	100.4
	2	102.8	▲0.1	1.8	100.4	0.0	1.8	100.3	100.7	0.0	1.5	100.5
	3	102.8	0.0	1.7	100.6	0.2	1.8	100.6	101.0	0.3	1.6	100.8

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	前年比	金額	前年比	
	件数	前年比	負債金額	件数	前年比	負債金額					
件	%	百万円	件	%	百万円	件	%	百万円	%		
22年	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	▲ 15.6	539,937	12,124	▲ 4.7	3,834,563	355	▲ 21.6	1,441	▲ 31.2	
25	1,461	▲ 14.6	210,701	10,855	▲ 10.4	2,782,347	287	▲ 19.2	737	▲ 48.9	
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
	10	130	1.5	14,421	959	▲ 7.3	155,345	22	▲ 37.1	87	▲ 25.5
	11	113	▲ 21.5	11,392	862	▲ 10.5	137,884	22	▲ 31.3	50	▲ 50.4
	12	121	▲ 3.2	17,443	750	▲ 15.7	134,377	19	▲ 20.8	21	▲ 64.6
26年	1	127	6.7	13,326	864	▲ 7.4	315,149	15	▲ 31.8	24	▲ 73.4
	2	108	▲ 12.1	10,506	782	▲ 14.6	116,195	22	10.0	104	210.8
	3	88	▲ 31.7	10,288	814	▲ 12.3	116,997	16	▲ 44.8	18	▲ 78.3

(株)東京商工リサーチ「倒産月報」
※負債総額 千万円以上。

(一社)全国銀行協会「全国手形交換高・不渡手形表
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	%	%	%	
22年末	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	
25	1,215,137	2.6	733,741	2.6	6,418,269	4.3	4,491,346	3.5	1.347	1.646	1.972	
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	1,205,025	2.3	730,774	0.6	6,378,525	4.2	4,448,275	3.2	1.365	1.674	2.002
	10	1,198,932	2.5	724,172	0.8	6,313,915	4.2	4,413,483	3.3	1.364	1.663	1.993
	11	1,204,218	2.9	728,725	1.3	6,360,724	4.5	4,441,727	3.8	1.356	1.654	1.985
	12	1,215,137	2.6	733,741	1.0	6,418,269	4.3	4,491,346	3.5	1.347	1.646	1.972
26年	1	1,206,162	2.5	730,995	1.4	6,388,567	4.2	4,469,222	3.4	1.341	1.643	1.968
	2	1,206,790	2.0	730,727	1.4	6,395,623	3.8	4,469,745	3.0	1.330	1.635	1.962
	3											

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。



大阪府

商工労働部商工労働総務課
大阪産業経済リサーチセンター

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

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

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