

おおさか

経済の動き

平成27(2015)年 1～3月版

No. 490

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 27 (2015) 年 1 ~ 3 月版 No. 490

目 次

大阪経済の情勢	2
経済情勢トピックス	4
府内中小企業における賃上げの状況 資本金 100 億円以上の大阪本社企業の推移	
大阪府景気動向指数 (C I ・ D I) の動き	12
大阪府 D I 及び近畿地区 D I による景気基準日付の設定について	
大阪府景気観測調査 (平成 27 年 1 ~ 3 月期)	16
最近の消費動向 (個別ヒアリング)	30
中小企業の動き (業種別景気動向調査)	32
中小企業の動き (平成 27 年 1 ~ 3 月期) 菓子 (製造) 婦人服製造業 食品卸売業 オートオークション	
平成 26 年度調査研究の紹介	42
大阪のものづくり企業において 3 D プリンタはどの程度活用されているのか? 関西・大阪の繊維産業の活性化に向けてー産業実態と支援方策についてー 大阪の地域ブランド戦略のあり方	
大阪経済指標	48

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>

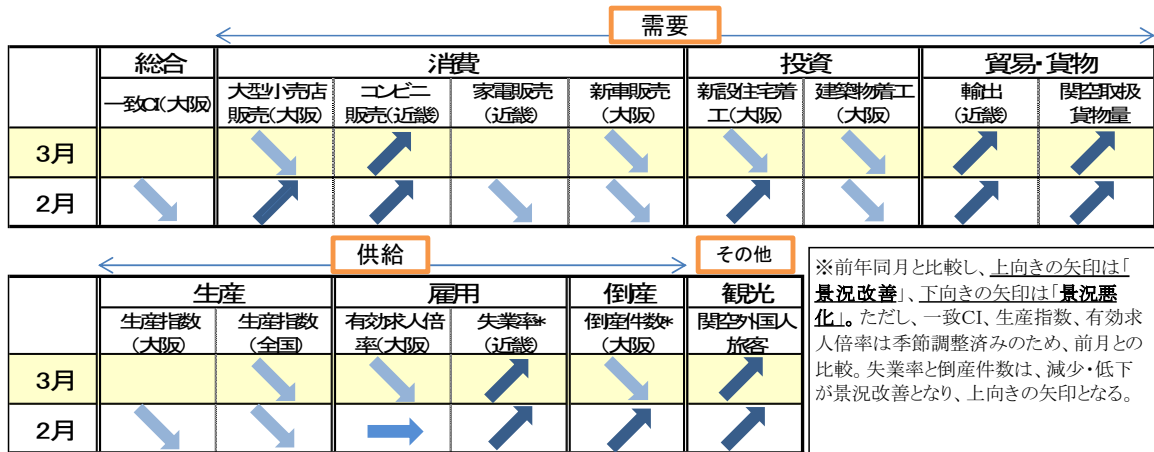
大阪経済の情勢（平成27年3月指標を中心に）

「大阪経済は、一部に弱さが残るものの、 緩やかな回復基調が続いている」

需要面では、個人消費は、一部に弱さがみられるものの、緩やかに回復している。大型小売店販売額、家電販売額（2月）、新車販売台数は減少したが、コンビニ販売額は増加した。家計消費支出（近畿）は減少。投資は、このところ弱い動きとなっている。住宅投資、非居住用建設投資はともに減少した。公共投資は増加。輸出は、緩やかに改善している。輸出額は25ヶ月連続で増加。主要国向けでは、すべての地域向けで増加。輸入額は2ヶ月ぶりの減少。取扱貨物量は、閑空で増加。

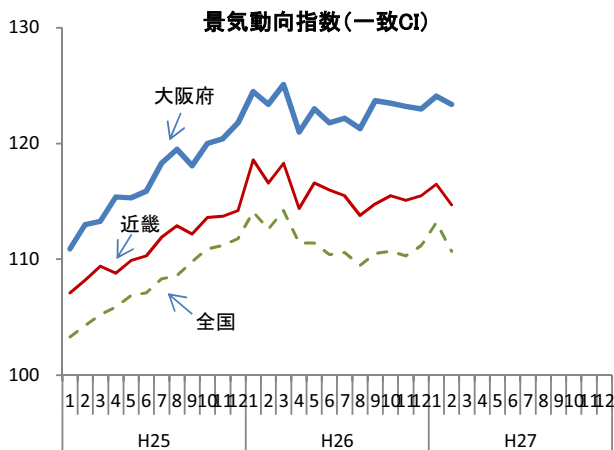
供給面では、生産動向は、持ち直しの動きがみられる。大阪府（2月）は、生産、出荷はともに低下。近畿の生産（2月）は低下、全国の生産（3月）は低下。在庫循環は意図せざる在庫増局面。雇用は、改善している。近畿の失業率は改善、所定外労働時間（2月）は減少。有効求人倍率は低下、新規求人倍率は上昇。倒産では、件数、負債金額はともに悪化。

先行きでは、景気動向指数（先行）は低下。今後は、所得環境の改善状況、海外経済の動向等に引き続き注意が必要。



●景気動向指数(CI)

大阪府(2月)では、一致CI、先行CIはともに低下。大阪府(一致CI)では、主に「関西大口電力使用量」、「製造工業生産指数」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」 ※H22=100

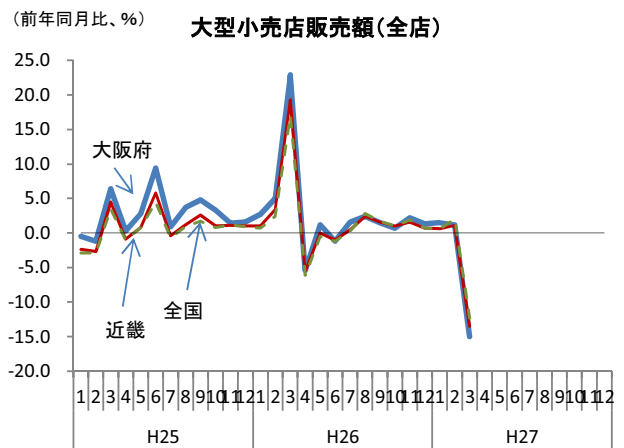
一致CIの個別系列の寄与度※（大阪府、2月速報）

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)
0.44	0.80	▲0.51	▲0.06	▲1.06	▲0.34	0.04

※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、一部に弱さがみられるものの、緩やかに回復している。大型小売店販売額、家電販売額（2月）、新車販売台数は減少したが、コンビニ販売額は増加した。



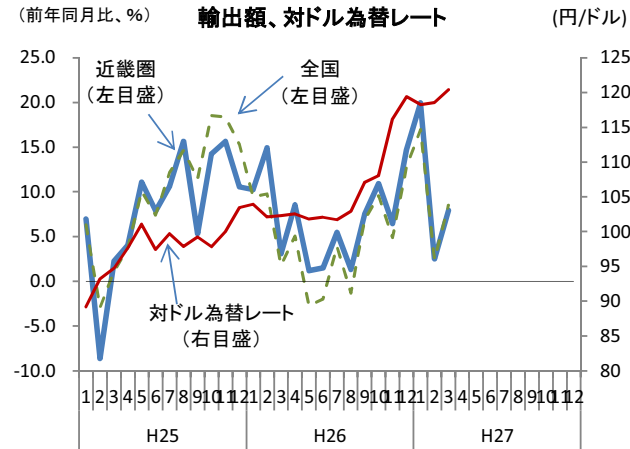
(資料)近畿経済産業局「大型小売店販売状況」

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		▲15.0
うち	百貨店	▲20.5
	スーパー	▲8.2

●貿易・貨物

輸出は、緩やかに改善している。輸出額は 25 ヶ月連続で増加。主要国向けでは、すべての地域向けで増加。輸入額は 2 ヶ月ぶりの減少。取扱貨物量は、閑空で増加。



(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。

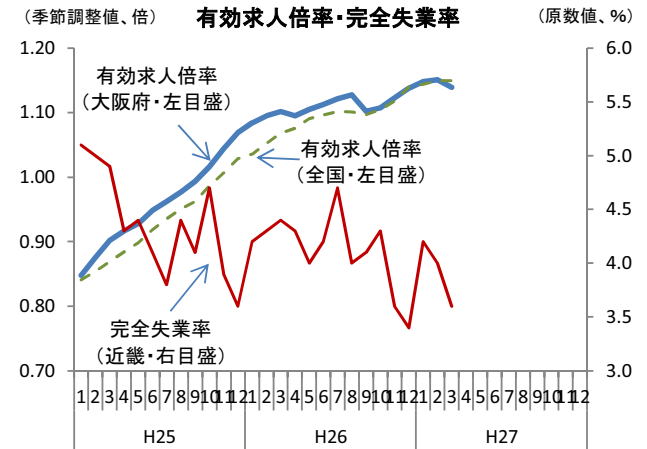
主要地域(国)別の増減(近畿、前年同月比(%))、3月速報

アジア(含む中国)	7.2	7ヶ月連続の増加
中国	13.1	2ヶ月ぶりの増加
EU	10.8	6ヶ月連続の増加
アメリカ	33.8	10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、改善している。近畿の失業率は改善、所定外労働時間(2月)は減少。有効求人倍率は低下、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。

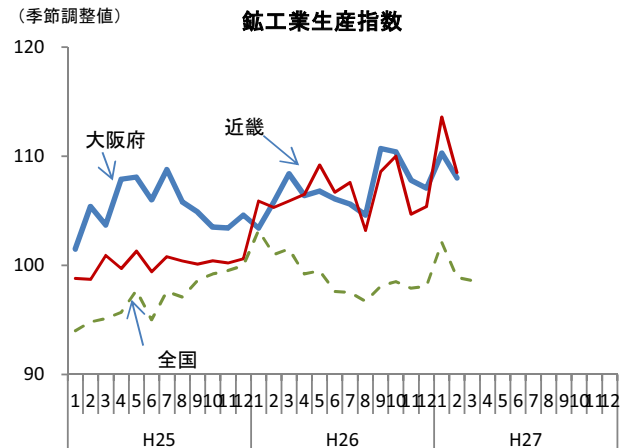
新規求人数の主要産業別増減(大阪府、前年同月比(%))、3月

建設業	▲8.9
製造業	1.3
卸売業、小売業	2.6
宿泊業、飲食サービス業	▲4.8
医療、福祉	15.4

(資料) 大阪労働局「求人・求職状況速報」

●生産

生産動向は、持ち直しの動きがみられる。大阪府(2月)は、生産、出荷はともに低下。近畿の生産(2月)は低下、全国の生産(3月)は低下。在庫循環は意図せざる在庫増局面。



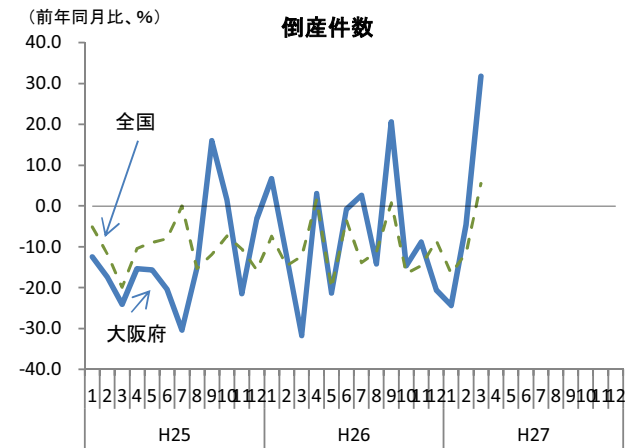
(資料) 大阪府統計課「大阪の工業動向」、近畿経済産業局「鉱工業生産動向」、経済産業省「鉱工業指数」 ※大阪府は製造工業指数、H22=100

産業別の主な変動(大阪府、前月比(%))、寄与度順、2月速報

上昇	その他(7.8)：平板印刷(オフセット印刷)、ステンレス製魔法瓶 電子部品・デバイス(3.1)：液晶素子 プラスチック製品(2.4)：プラスチック製電気通信用部品、プラスチック製日用品・雑貨
低下	はん用・生産用・業務用機械(▲8.7)：専用機、フラットパネル・ディスプレイ製造装置 化学(▲5.7)：化粧品、合成アセトン 電気機械(▲8.2)：アーク溶接機、開閉制御装置

●倒産

倒産では、件数、負債金額はともに悪化。



(資料) 東京商工リサーチ「倒産月報」

主な倒産(大阪府、3月)

業種	負債額(百万円)
不動産賃貸、医療機器販売	14,365
酒類卸	1,750

経済情勢トピックス 《府内中小企業における賃上げの状況》

賃上げの動きは、景気回復の下で、大企業のみならず、府内中小企業にも広がりつつある。ただし、賃上げを実施する企業の割合は、小零細企業においては極めて低く、26年との比較においても足踏みの状況にある。また、赤字でも労働力確保の観点から賃上げせざるを得ない企業も少なくない。

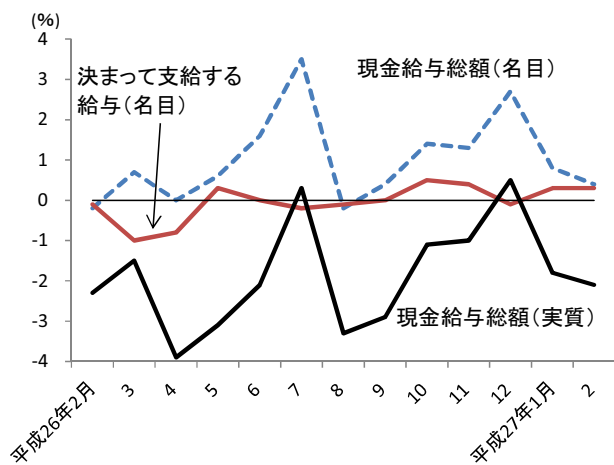
1. はじめに

大阪経済は、一部に弱さが残るものの、緩やかな回復基調が続いている。今後、景気の持続的な回復に向けた、消費の拡大には所得の増加を伴う必要がある。

大阪府の賃金指数の動きをみると、現金給与総額（名目）は26年以降増加基調にあるものの、決まって支給する給与（名目）では、ほぼ横ばいで推移しており、給与の増加は一時金等の特別給与によるものである（図表1）。また、実質でみると、ほとんどの月でマイナスである。

このように、26年度においては、恒常的な収入の増加となっていなかったが、27年度は、どのように推移するであろうか。日本経済団体連合会の2015年春季労使交渉・大手企業業種別回答状況〔了承・妥結含〕（加重平均、2015年4月16日）をみると、賃上げ率は総平均8,502円（2.59%）で、26年の7,643円（2.34%）を上回っており、27年における賃金増加を期待できそうな状況である。本稿では、主に大阪府内中小企業における27年の賃上げ状況についてみていく。

図表1 大阪府における賃金指数の増加率



(注) 平成22年を100とする指数の対前年同月比。

資料：大阪府統計課「大阪の賃金、労働時間及び雇用の動き」

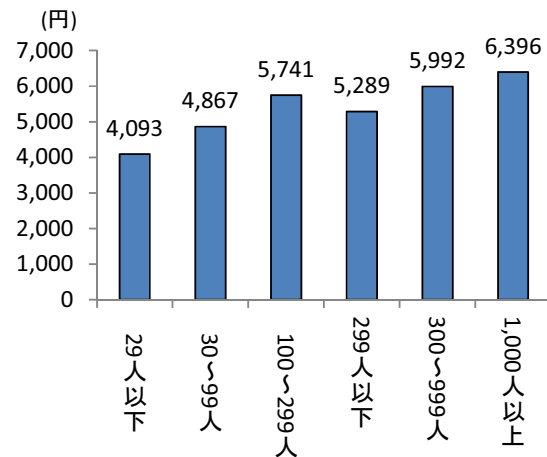
2. 賃上げ状況

(1) 中小企業を含めた賃上げが進む

大阪府内における賃上げ状況について、集計された金額の統計をみると、27年の平均妥結額は5,828円で26年の5,765円よりも、63円増加している（大阪府総合労働事務所）。

従業員規模が大きいほど平均妥結額は高いものの、299人以下でも5,289円と、中小企業でも賃上げが進んでいる（図表2）。

図表2 春季賃上げ要求平均妥結額（規模別）



資料：大阪府総合労働事務所「平成27年春季賃上げ要求・回答状況（速報第2報）」

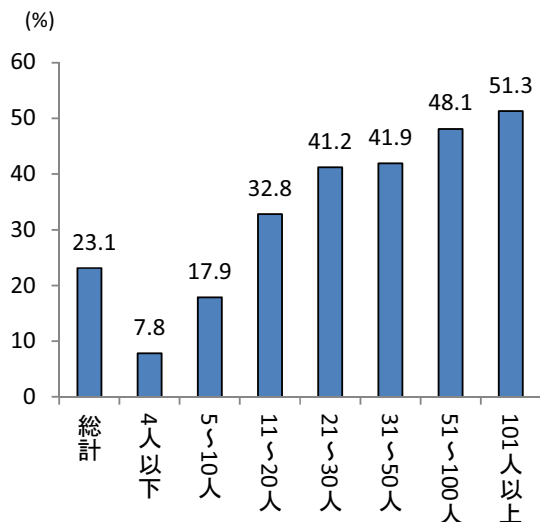
(2) 小零細企業には賃上げが浸透していない

しかしながら、調査対象の過半数を従業員数10人以下の企業が占める大阪信用金庫、大阪シティ信用金庫の調査では、賃上げ実施企業は2割強に留まる。

大阪信用金庫の調査によると、従業員数51人以上の企業では、半数程度が賃上げを実施しているが、規模が小さくなるほど実施割合は低下し、特に、10人以下の零細企業では、賃上げ実施割合が著しく低い（図表3）。

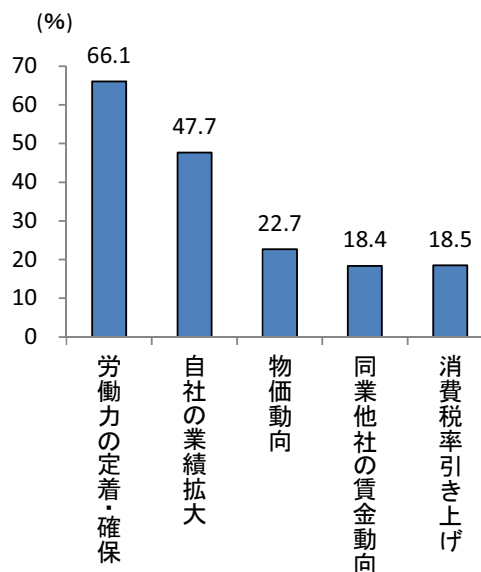
また、大阪シティ信用金庫の調査では、賃上げ実施企業の割合が26年の27.6%から27年の25.4%へと減少した。規模別にみると、10～19人規模、50人以上規模では賃上げ実施割合が高まっており、回答数の54.5%を占める10人未満の企業が全体を引き下げたことがわかる（図表4）。中小企業の中でも、小零細企業には賃上げが、必ずしも浸透していない状況がうかがえる。

図表3 規模別賃上げ実施企業割合



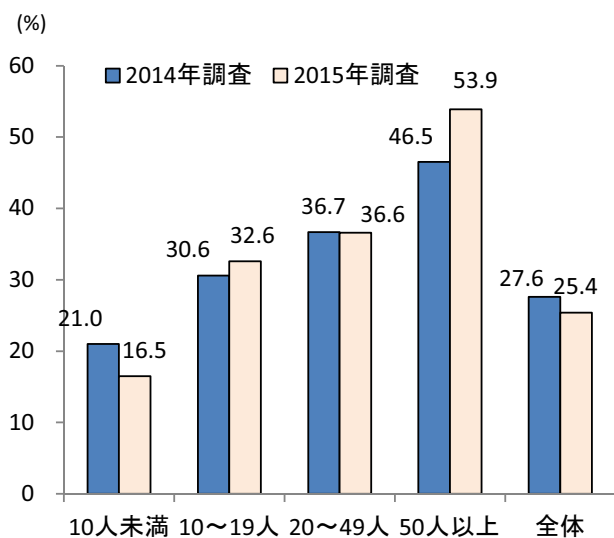
資料：大阪信用金庫「第163回景気動向調査」

図表5 賃上げの理由（近畿、複数回答）



資料：帝国データバンク大阪支社「近畿地区企業の2015年度の賃金動向に関する意識調査」

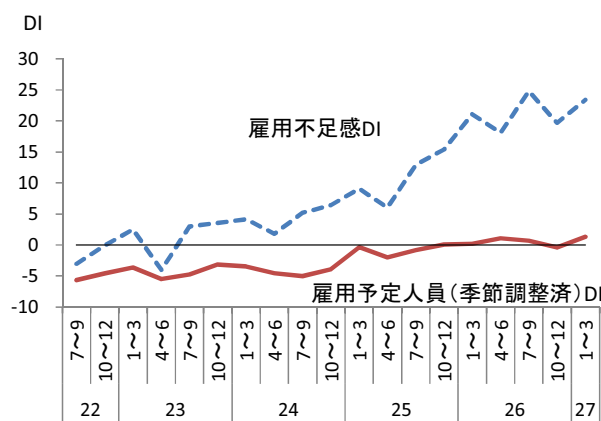
図表4 賃上げ実施企業割合の変化



資料：大阪シティ信用金庫「中小企業における2015年の賃上げ状況」

人材確保のための賃上げが実施される背景としては、雇用不足感が強まっていることが挙げられる（図表6）。

図表6 大阪府内中小企業の雇用動向DI



(注) 雇用不足感DI=雇用不足企業割合-雇用過剰企業割合
雇用予定人員DI=雇用増加企業割合-雇用減少企業割合
資料：大阪産業経済リサーチセンター「大阪府景気観測調査」

3. 賃上げの理由

(1) 賃上げの主な理由は人材確保

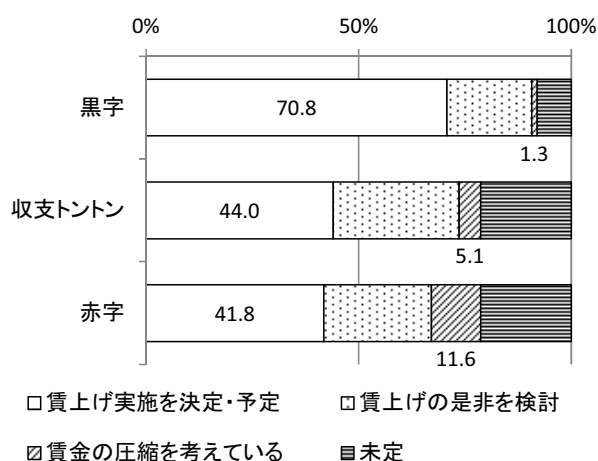
帝国データバンクの調査では、賃上げの理由は、「労働力の定着・確保」が最も多く、「自社の業績拡大」がそれに次ぐ（図表5）。「労働力の定着・確保」を理由とする割合は、25年度に57.4%、26年度に53.9%であったが、27年度は66.1%に高まっており、人材確保のための賃上げの重要性がいっそう高まっていることが示されている。

リーマンショック後の景気後退期に人員削減をした企業が多く、昨今の景気回復による生産・販売の下で、25年以降、雇用不足感が急激に強まってきた。このため、人材の確保・定着を図るために賃上げを意識せざるを得ない状況である。

(2) 赤字企業でも賃上げせざるを得ない場合も

そうした企業の中には、業績が悪くとも賃上げせざるを得ないというケースも少なくない。採算別に賃上げ動向をみると、黒字企業の70.8%が「賃上げ実施を決定・予定」と賃上げ割合は高いが、赤字企業においても、「賃金の圧縮を考えている」企業は11.6%に過ぎず、41.8%は賃上げ実施を決定・予定している(図表7)。赤字企業といえども、人材の確保・定着のために賃上げをせざるを得ない場合も少なくない。

図表7 賃上げと採算水準(全国)

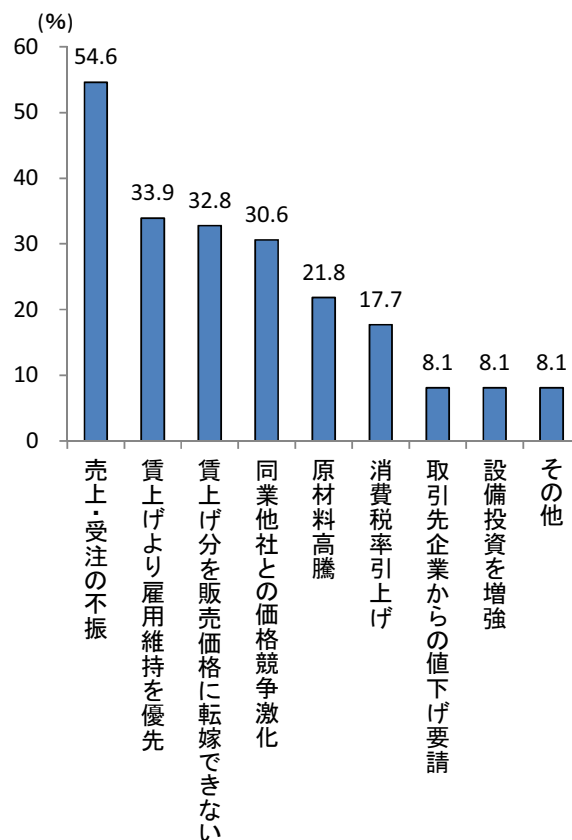


資料：中小企業家同友会「同友会景況調査 2015年1~3月期 オプション調査」

(3) 賃上げしないのは業績不振による

一方、賃上げをしない理由は「売上・受注の不振」を筆頭に、「賃上げより雇用維持を優先」といった切実な状況による理由のほか、市況が好転しないことによって「賃上げ分を販売価格に転嫁できない」「同業他社との価格競争激化」、そして「原材料高騰」といった理由も挙げられている(図表8)。これに対して、労働に並ぶ生産要素である設備に関して「設備投資を増強」という理由で賃上げが難しいという理由は少ない。

図表8 賃上げが難しい理由(全国、複数回答)



資料：中小企業家同友会「同友会景況調査 2015年1~3月期 オプション調査」

5. おわりに

上場企業では、賃上げの動きが続いており、26年よりも上げ幅が大きくなっている。こうした動きは中小企業にも広がりつつあるものの、小零細企業では、賃上げを行う企業は少なく、賃上げの動きは足踏みの状況にある。

中小企業の中には、赤字でも労働力確保の観点から賃上げせざるを得ない企業も少なくないものの、業況が厳しい小零細企業では、そうしたゆとりがなく、賃上げが難しいのが実情である。賃上げの裾野が広がっていくためには、小零細企業においても業況が改善していくことが期待される。

(町田 光弘)

参考表 1 2015 年の賃上げ調査について(大阪府)

大阪府総合労働事務所 (4/17)
平成 27 年春季賃上げ要求・回答状況(速報第 2 報) 4 月 9 日にまとめた府内の春季賃上げ要求・回答・妥結状況の 1 組合当たり単純平均(787 組合)
平均妥結額は 27 年に 5,828 円で、26 年の 5,765 円よりも増加。規模別には、1,000 人以上は 6,396 円、300~999 人は 5,992 円、299 人以下は 5,289 円。業種別には、製造業 6,149 円、非製造業 5,179 円。
大阪商工会議所 (4/27)
中小企業の経営課題と賃金動向に関するアンケート調査 大阪商工会議所会員の中小企業 371 社(回答率 12.8%)。4/6~4/17 に実施。
27 年度の賃金改定方針は、「引き上げた/引き上げる予定」が 61.5%。業種別には、製造業が 60.2%、非製造業が 62.1%。 引き上げ方法は、「定期昇給の実施」が 50.9%、「ベースアップの実施」が 25.5%。 引き上げの理由(複数回答)は、「人材の定着やモチベーション向上のため」が 81.6%、「業績が改善している(または見込まれるため)」が 36.4%。
大阪信用金庫 (3/31)
第 163 回景気動向調査 当金庫取引先 1,786 社(大阪府内、尼崎市:回答率 71.7%)。10 人以下の企業が 58.9%。調査時点 2 月下旬。
賃上げ「実施予定」が 23.1%で、26 年調査(18.5%)よりも上昇。 業種別では、製造業が 31.0%、卸売業 28.5%の一方で、小売業は 10.0%。従業員規模が大きくなるほど「実施予定」の企業が増加傾向。
大阪シティ信用金庫 (4/2)
中小企業における 2015 年の賃上げ状況 当金庫取引先 1,170 社(大阪府内:回答率 98.7%)。10 人以下の企業が 54.5%。調査時点は 3 月 2~6 日。
「賃上げ実施」は 25.4%で、26 年に比べ 2.2 ポイント減少したが、「賃下げ実施」は 2.1%で、同 0.3 ポイント減少。平均賃上げ率は 2.77%で 26 年より 0.21 ポイント低い。 賃上げ実施の主な理由は「業績が向上したため」が 63.9%と最多。賃上げしない理由は「景気の先行きが不透明なため」が 63.5%。

(出所) 各機関におけるウェブサイト公表資料より。

参考表 2 2015 年の賃上げ調査について(近畿、全国)

帝国データバンク大阪支社 (近畿: 2/27)
近畿地区企業の 2015 年度の賃金動向に関する意識調査 1,789 社(回答率 45.1%)。調査期間 1/19~1/30。 賃金改善を見込む企業が 50.3%で、26 年を 1.3 ポイント上回り、過去最高の数値。中小企業の 51.1%が賃金改善の意思があるとし、大企業の 47.0%を上回る。 賃金改善の理由(複数回答)のトップは「労働力の定着・確保」66.1%で、「自社の業績拡大」が 47.7%。賃金改善がない企業の理由(複数回答)のトップは「自社の業績低迷」66.0%で、「同業他社の賃金動向」は 19.0%。
中小企業家同友会 (全国: 4/8)
同友会景況調査 2015 年 1~3 月期オプション調査 会員企業 1,055 社。 賃上げ決定・予定企業は 57.8%。100 人以上が 68.1%で、5 人未満が 25%。1~3 月期に赤字となった企業でも 41.8%が賃上げを決定・予定。
連合 (全国: 4/16)
2015 年春季生活闘争 第 4 回回答集計結果について 組合員。4/14 の 10 時時点。 定昇相当分込み賃上げ計 6,670 円(昨年同一組同比 711 円増)。300 人以上が 6,838 円。300 人未満が 4,928 円。
日本経済団体連合会 (全国: 4/16)
2015 年春季労使交渉・大手企業業種別回答状況[了承・妥結含](加重集計)[第 1 回集計] 東証一部上場、従業員 500 人以上、主要 21 業種大手 249 社。 回答・妥結額は 8,502 円でアップ率 2.59%で、26 年の 7,643 円(2.34%)を上回る。製造業平均 8,630 円(2.64%)、非製造業平均 7,937 円(2.35%)。
財務省 (全国: 4/22)
財務局調査による『賃金の動向』について 各財務局が継続的にヒアリングを実施している企業等 1,372 社。調査期間 3 月中旬~4 月中旬。 賃上げを行う企業の割合は 92.6%。年々その割合は上昇。規模別でみると、賃上げを行う企業の割合は、中堅・中小企業で増加している。ベアを行う企業は全国が 47.1%で、近畿は 47.9%。

(出所) 各機関におけるウェブサイト公表資料より。

経済情勢トピックス《資本金100億円以上の大阪本社企業の推移》

大阪府内における資本金100億円以上の大企業の本社機能の流出は、2009～2014年にかけても、大阪単独本社から複数本社企業へ、複数本社企業から元大阪本社企業へとという形態で継続している。

流出件数は、M&Aや事業再編が2000年代よりも落ち着いたことにより減少しているものの、新たに資本金100億円以上の企業へと成長する企業が減っていることにより、府内の資本金100億円以上の企業数は合計では減少した。

1. はじめに

人口減少社会への移行により「消滅自治体」の発生さえ懸念される状況の下、政府は、地域活性化や中長期ビジョンを策定する新組織として「まち・ひと・しごと創生本部」を発足させた。その中で、地方における企業の拠点強化を促進する特例措置が創設された。これは、地方拠点の強化・拡充を行う企業に対する税制等の支援措置を行うものであり、支援対象地域は、東京圏、中部圏中心部、近畿圏中心部を除く地域である。地方にある企業の本社機能等の強化を支援する「拡充型」と、本社機能を東京23区から地方へ移転した企業を支援する「移転型」があり、移転の場合、拡充型よりも支援措置が手厚くなされる。大企業の本社機能の東京一極集中は激しく、これを是正することを通じて地方経済を活性化する試みである。

ところで、本社部門の立地は、地域経済に以下のような機能をもたらすと考えられる。

- (1) 本社スタッフ等の「雇用創出」機能
- (2) 本社機能に付随する情報システム構築サービス等の地元企業への発注などの「域内産業への波及」効果
- (3) 本社管理部門などのサービスを工場や営業所など支所が立地する地域へ提供する「移出」部門としての機能
- (4) 本社が意思決定を行う機能を有することからビジネスチャンスが創出される場となることによる「新たな事業機会の創出」機能
- (5) 法人二税や従業者の住民税などの「税収の涵養」

こうしたことから、本社機能が集積することは、地域経済の発展にとって、きわめて重要である。

大阪府では、高度経済成長期以降に巨大企業の本社機能が東京都など府外へ流出することが問題視されてきた。そのため、本社機能の実態と移転状況を明らかにするための

調査を2003年度に実施し、今後に向けた対応について検討した¹。同調査では、大阪府における本社立地の推移について、東洋経済新報社『会社四季報』を用いて、資本金100億円以上の企業を対象に、5年ごとの変化を調査、分析するとともに、そうした企業等64社に対してヒアリング調査を実施した。さらに、大阪府・京都府・兵庫県内の資本金100億円に満たない上場・店頭公開企業を含めた企業に対して、アンケート調査を実施し、本社機能の地域的な配置状況と移転の実態について調査した。その結果、企業規模拡大に伴い、広報・IR（Investor Relations：投資家向け情報提供）、国際関連、経営企画などの本社機能が東京都へシフトしていく傾向にあり、複数本社制の採用企業での本社機能の集約や企業合併を契機とした東京への一元化が進んでいることを明らかにした。

その後は、5年ごとに『会社四季報』を用いて、資本金100億円以上の大阪本社企業の移動状況を調べ、『なにわの経済データ』等²で報告してきた。

本稿では、近年における大阪府からの本社機能移転の状況について、『会社四季報』（2015年新春版）を用いて2009～2104年の変化について調べた結果を中心に報告する³。

2. 資本金100億円超の法人は東京一極集中が強まる

国税庁統計によると、わが国において、資本金100億円超の普通法人は2013年度現在で1,119法人ある。その6割が東京都に立地しており、巨大企業の本社が東京一極集中の状況にある。1990年度以降の推移をみると、2000年代に東京都への集中度が高まっている（図1）。特に、2000年代後半の集中が顕著であり、2013年度にかけても高止まりしている。一方で、大阪府のシェアは低下したものの、2010年度から2013年度については下げ止まっている。このように、資本金100億円超の普通法人は、東京都に集中しており、近年、その傾向が強まる一方で、大阪府の相対

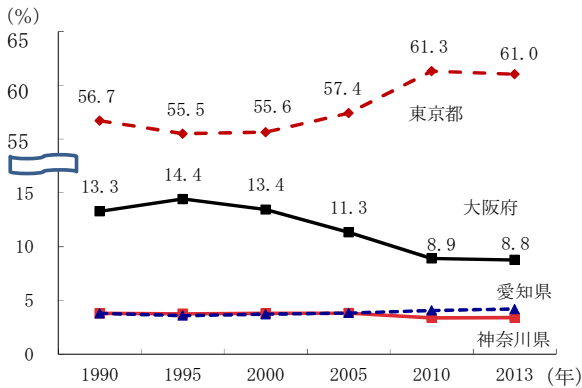
¹ 大阪府立産業開発研究所（2004）『大阪における企業の本社機能—企業の本社機能に関するアンケート調査結果報告書』平成16年3月。

² 大阪産業経済リサーチセンター『なにわの経済データ 統計でみる大阪経済』各年度版。大阪産業経済リサーチセンター（2011）『大阪の経済成長と産業構造』平成23年3月、pp.38-40、76-79。町田光弘（2012）「本社機能の地域的分布」『産開研論集』第24号、平成24年3月、pp.33-40。

³ 国内における本社移転だけでなく、国外への本社機能の移転も続いている。特に、シンガポールへ事業部門や本社機能に移転する企業が2010年以降、相次いでいるとされ、HOYAがCEOオフィスを移転した事例などが紹介されている（『日本経済新聞』2015年4月15日）。

的な地位低下が続いているが、こうした変化が、域内企業の成長や衰退によってもたらされたのか、府県を越えた移転によってもたらされたものであるかは不明である⁴。

図1 資本金100億円超の普通法人数



(出所) 国税庁『国税庁統計年報』及びウェブサイト。

(注) 2010年度以前は、「100億円以上」。

帝国データバンクでは、2005年から2014年の10年間に東京都から本店所在地の転出が判明した企業や東京都への転入が判明した企業について集計している⁵。それによると、他の道府県から東京都へ転入した企業は5,674件、東京都から他道府県へ流出した企業は7,773件と転出企業が上回り、2,099社の転出超過となっている⁶。東京都へは企業の流入がある一方で流出も多く、このことにより企業移転により企業集積の一極集中が生じているとは言い難い⁷。しかし、規模別にみると、年商100億円以上の企業の転入は341社であり、転出の267社を上回っており、

⁴ 本社移転の決定要因の最近の研究結果としては、松浦寿幸「日本企業の本社部門の立地について—本社移転の決定要因と生産性による選別」公益社団法人日本経済研究センター研究本部『日本経済研究』第72号(2015年3月)がある。経済産業省『企業活動基本調査』から作成したパネルデータを用いて、東京へ移転する企業も多いが、東京から転出する企業も少なくないことや、同業他社の本社集積や熟練労働者の集積などが、本社立地要因として重要であることを示している。

⁵ 帝国データバンク「特別企画：東京都・本社移転企業調査」2015年4月7日

<http://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/p150404.pdf>

⁶ 同期間における東京都から(へ)の転出入先は、ともに神奈川県、埼玉県、千葉県順に多く、近隣県との行き来が多いが、4番目にはともに大阪府が位置している。ただし、大阪府からの転入が659社であるのに対して、大阪府への転出は287社で、大阪府から東京都へと流出する企業の方が多い。

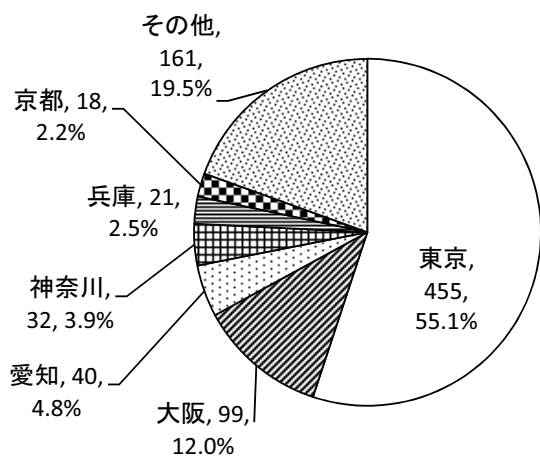
⁷ 2002年から2012年にかけての都道府県をまたがる転出入に関して、東京都の転出企業超過数2,891社、大阪府は同1,154社であった(帝国データバンク大阪支社(2012)「特別企画：大阪府 本社『転入転出企業』の実態調査」2012年3月28日)。
http://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/s120303_58.pdf

規模の大きな企業は東京都への流入の方が多いたことが示されている。同調査では、大阪府からの規模別の転出入状況は示されていないが、規模の大きな企業については転出が転入を上回るとみられる⁸。

3. 資本金100億円以上の上場企業は大都市に集中

次に、具体的な企業名が明らかな『会社四季報』から、資本金100億円以上の上場企業の本社立地状況をみていこう。『会社四季報』は、全国の上場企業の「本社(本店)(本部)」として、「実質上の本社所在地」を掲載している。資本金100億円以上の企業は826社あるが、その本社所在地がいずれの府県かをみると、455社(55.1%)が東京都に立地している(図2)。『国税庁統計年報』における2013年の集中度よりは若干低いものの、過半数の企業が東京に集中している。次いで多いのが大阪府で99社(12.0%)、愛知県40社(4.8%)となっている。京浜、中京、京阪神の6都府県で8割を超える集中度となっており、資本金100億円以上の上場企業の本社は、大都市圏中心部に集中している。

図2 資本金100億円以上の上場企業の本社立地別分布



(出所) 東洋経済新報社「会社四季報」2015年各第1集より作成。

一方で、地方では資本金100億円以上の企業は、地方銀行など1,2社のみというケースも少なくない。このため、各府県の動向をみても本社機能の流出が大きな問題とは認識されにくい。これに対して、大阪府内には、資本金

⁸ 2002年~2011年までの10年間の大阪府から転出した企業の売上高合計は14兆683億円、転入してきた企業の売上高合計3兆4,500億円を10兆6,183億円も上回っている(帝国データバンク大阪支社(2012))とされることから、東京都と異なり、規模の大きな企業は転出の方が多いとみられる。

100億円以上の多様な業種の企業が多数集積しているため、府外流出が目立つとも言える。

4. 大阪本社企業数の減少は緩やかに続く

『会社四季報』を5年ごとに調べ、大阪府内に本社を置く企業を大阪本社企業として、その推移を図3に示した。ここで、本社（本店、本部）としての記載が大阪府内のみであれば「第Ⅰ分類：単独本社企業」、複数ある場合には、他府県本社所在地の上に記載されている所在地が大阪府内であれば「第Ⅱ分類：複数本社企業[主]」、他府県本社所在地の下に記載されている所在地が大阪府内であれば「第Ⅲ分類：複数本社企業[従]」としている。また、過去の調査時点で大阪府内に本社を置いていたことが確認でき、現在は他府県にのみ本社を置いていた企業を「第Ⅳ分類：元大阪本社企業」とした。

資本金100億円以上の大阪本社企業数（第Ⅰ～Ⅲ分類）は1999年が最多で、2000年頃をピークに減少に転じている。その一方で、元大阪本社企業数が増加しており、大阪府から他府県への本社移転が継続していることがわかる。

このように、2009～2014年にかけても、大阪単独本社から複数本社企業へ、複数本社企業から元大阪本社企業へという本社機能の「流出」は継続している。

大和ハウス工業は、2013年の4月1日付で東京支社を東京本社に格上げし、大阪本社との2本社制にした。日本経済新聞によると、登記上の本社は引き続き大阪とし、組織変更や社員の異動、機能の移管はない。東京に比べ人員や売り上げ規模で大きな開きがある他地域の支社との違いを対外的に示すことで、首都圏での営業をやりやすくすることが複数本社制にする理由とされる（『日本経済新聞』2013年2月16日）。

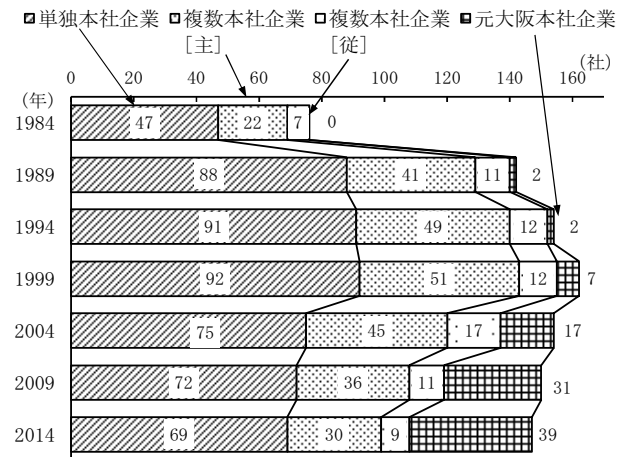
また、大日本住友製薬も、2013年7月1日より東京支社を東京本社に改称し、東西両本社制を敷くことにした。同社は、2013年7月に「本社組織および開発本部を中心に、グローバル戦略に関わる部門の東京へのシフトをさらに進めることにし（略）、本社組織の多くが東京に所在することとなるため、大阪・東京の両拠点を本社とする「東西両本社制」を敷く」ことにした。「東西両本社制に移行することにより、意思決定プロセスの効率化、業務執行のスピードアップおよび情報収集力の強化を図るとともに、さらなるグローバル化の進展に確実に対応できる体制とし、より一層の経営効率を追求」するとしている⁹（同社

⁹ 大日本住友製薬は、「大阪本社より約110人多い約550人が東京支社に勤務。事業戦略部や海外営業部などグローバル戦略を担う部門約60人を東京に移す」と報じられた（『産経新聞』2013

によるニュースリリース「東西両本社制への移行に関するお知らせ」2013年7月1日）。

このように、首都圏の市場規模の大きさやグローバル化への対応といった高度経済成長期以降から継続している理由により現在も本社機能の流出が続いている。

図3 大阪府における資本金100億円以上の企業の本社数の推移



（出所）東洋経済新報社「会社四季報」1985、1990、1995、2000、2005、2010、2015年各第1集より作成。

（注）第Ⅰ分類（単独本社企業）＝大阪にのみ本社を置く企業。第Ⅱ分類（複数本社企業[主]）＝複数本社制を採用し、大阪に主たる本社を置く企業。第Ⅲ分類（複数本社企業[従]）＝複数本社制を採用し、他府県に主たる本社を置く企業。第Ⅳ分類（元大阪本社企業）＝昭和59年以降のいずれかの調査時点で大阪に本社を置いていたが、現在は置いていない企業。

非上場の相互会社及び、上記調査年以外に大阪本社の記載があったが各調査年には大阪本社の記載がなかった企業は過去に遡って対象外としたため、大阪産業経済リサーチセンター『2014年度版 なにわの経済データ』以前に掲載された社数とは一致しない。

一方、複数本社制を導入している企業が、東京単独本社へと移行する事例も続いている。大林組は2010年4月に東京本社を本社および東京本店に組織改正、本店を大阪本店に改称、7月には登記上の本店所在地を大阪市から東京都港区に変更した。旭化成も、東京（千代田区）・大阪（大阪市：本店）の2ヶ所に分かれている本社機能を2014年10月1日付で東京に集約し、定款上の本店所在地を大阪市北区中之島から東京都千代田区に変更した。

年7月2日）。

複数本社制を導入した企業では、東京での事業活動の比重が大きくなると、「登記上の本社」も移転するなどして「大阪本社企業」から離脱していくといった事例が現在も続いている。

4. 大阪本社企業の流出は減少するも成長企業も減少

図3は、各時点でのストックとしての企業数を示すものであり、どのような流入等の結果として、企業数が減少しているのかは示されていない。そこで、各期間における本社移動状況をみると、1999～2004年にかけて、本社機能の大阪府からの「流出」が急増し、2004～2009年にかけても高い水準にあった。しかし、2009～2014年にかけての「流出」件数は大きく減少した。また、「対象外」の件数も、2009～2014年にかけて大きく減少した。

1999～2009年にかけて「流出」や「対象外」が多かったのは、M&Aが盛んに行われたからである。この時期、大阪本社企業と府外本社企業が合併し、府外に本社を置くことによる、大阪府内の本社機能「流出」が多く見られた。

例えば、UFJホールディングス（大阪府）と三菱東京フィナンシャルグループ（東京都）の合併による三菱UFJフィナンシャルグループ（東京都）、大丸（大阪府）と松坂屋（愛知県）との合併によるJ.フロントリテイリング（東京都）、藤沢製菓（大阪府）と山之内製菓（東京都）の合併によりできたアステラス製菓（東京都）などがある。

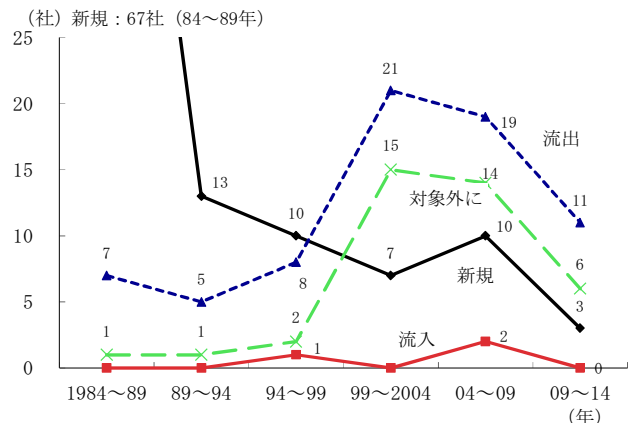
また、「対象外」になるケースとしては、大阪府内企業を買収されて上場廃止になったり、大阪府内本社企業同士が合併して企業数が減るケースが多かった。前者の事例としては、GEによる三洋電機クレジットの買収による上場廃止、住友商事による住商リースの子会社化による上場廃止など、後者の事例としては池田銀行と泉州銀行の合併、阪急電鉄と阪神電気鉄道との合併などの事例がみられた。

2009～2014年にかけても、住友信託銀行と中央三井トラスト・ホールディングスとの合併や、住友金属と新日本製鉄の合併に伴う本社機能の流出がみられた。また、イズミヤがエイチ・ツー・オーリテイリングと経営統合したことにより上場廃止となったり、三洋電機、パナソニック電工がパナソニックにより子会社化にされたことで上場廃止となったりしたことにより「対象外」になるケースがみられた。しかし、全体としてみれば、本社の「流出」や「対象外」になる件数は減少した。

一方で、2004～2009年にかけて持ち直していた「新規」

の件数が2009～2014年にかけて減少した。このことが、流出件数が減ったにもかかわらず、資本金100億円以上の大阪本社企業が減少した要因とも言える。すなわち、2004～2009年にかけては、ダスキン、共英製鋼、岩井証券といった企業の上場があり、大阪ソーダ、沢井製薬、ラウンドワン、ロイヤルホテル、住友倉庫、住金物産が増資により資本金100億円以上となるなど「新規」件数が増加した。しかし、2009～2014年にかけては、そうしたケースが3社（アンジェスMG、Paltac、因幡電機産業）に留まり、広がりを持たなかったのである。

図4 各期間における本社移動状況



(出所) 図2と同じ。

(注) 「新規」は、設立、増資等により新たに資本金100億円以上になった企業。「流入」は、分類の段階がIV(II、III)からI(II、III)の方向へ向った企業。「流出」は、分類の段階がI(II、III)からIV(II、III)の方向へ向った企業。「対象外」は、減資や倒産により集計の対象外となった企業。

5. おわりに

資本金100億円以上の大企業の本社機能の立地は、地域経済において極めて大きな影響を及ぼすものであるが、その立地は東京都に集中している。その傾向は、企業合併等によって2000年代以降に強まった。その一方で、大阪府では、そうした大企業の本社機能の府外への流出が続いている。2010年以降では、そうした流出の勢いがやや弱まったものの、新たに資本金100億円以上の企業へと成長する企業も減少している。本社機能流出の抑制と並んで、域内企業の成長を加速させることが地域経済の発展にとって重要である。

(町田 光弘)

大阪府景気動向指数（C I・D I）の動き

1. 総括表

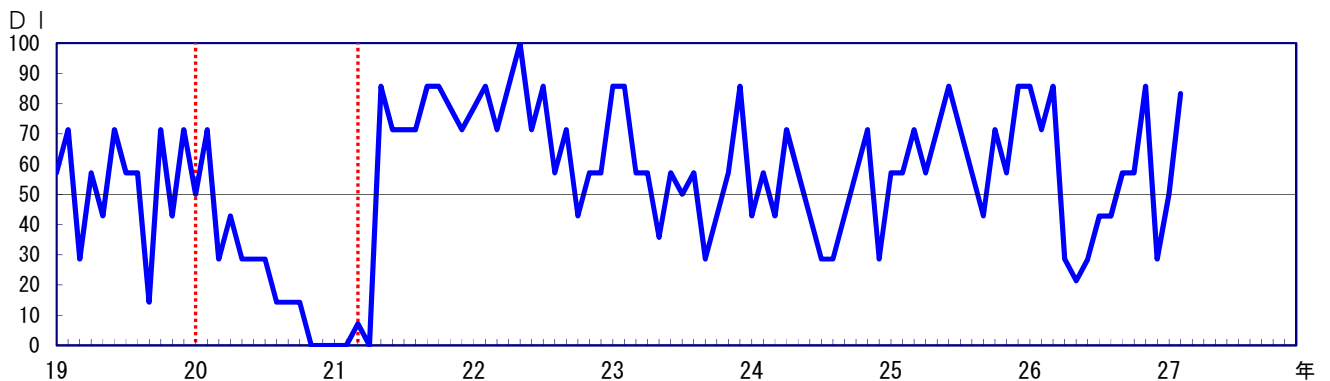
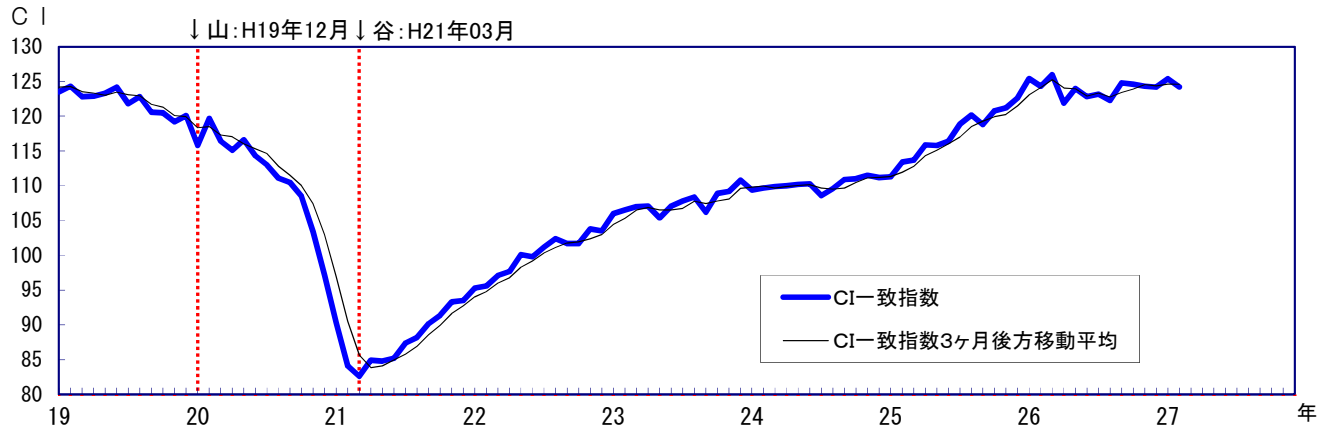
			26年												27年	
			1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
C	先行	大阪府	140.2	136.4	141.6	134.0	132.5	132.8	127.7	127.3	128.7	126.5	125.3	123.4	125.2	P121.7
		近畿	107.4	107.1	108.5	103.2	101.3	101.0	99.1	100.3	100.0	100.6	100.5	100.2	100.9	P99.6
		全国	112.0	108.1	107.0	105.7	104.0	104.6	105.4	104.7	105.8	104.1	103.9	105.1	104.9	104.7
	一致	大阪府	124.5	123.4	125.1	121.0	123.0	121.8	122.2	121.3	123.7	123.5	123.2	123.0	124.1	P123.4
		近畿	118.6	116.6	118.3	114.4	116.6	116.0	115.5	113.8	114.8	115.5	115.1	115.5	116.5	P114.7
		全国	114.2	112.7	114.3	111.5	111.5	110.5	110.7	109.6	110.6	110.8	110.4	111.3	113.3	110.7
	遅行	大阪府	138.9	144.6	143.3	147.0	149.8	149.0	147.9	149.6	150.8	148.5	150.2	151.7	151.2	P150.2
		近畿	120.2	120.8	122.2	123.1	120.7	121.7	121.7	119.5	120.2	120.9	120.1	120.9	121.0	P119.6
		全国	116.8	117.7	119.7	118.7	118.9	119.5	119.8	120.1	120.0	120.2	121.2	120.8	121.1	121.5
D	先行	大阪府	57.1	42.9	42.9	28.6	42.9	35.7	71.4	42.9	42.9	85.7	71.4	57.1	57.1	P57.1
		近畿	44.4	44.4	66.7	38.9	33.3	33.3	33.3	44.4	33.3	55.6	38.9	55.6	77.8	P55.6
		全国	81.8	31.8	9.1	18.2	18.2	27.3	45.5	54.5	45.5	36.4	36.4	36.4	60.0	60.0
	一致	大阪府	85.7	71.4	85.7	28.6	21.4	28.6	42.9	42.9	57.1	57.1	85.7	28.6	50.0	P83.3
		近畿	85.7	71.4	100.0	28.6	28.6	28.6	57.1	42.9	64.3	57.1	100.0	57.1	71.4	P71.4
		全国	100.0	72.7	77.3	18.2	13.6	9.1	45.5	27.3	68.2	72.7	63.6	54.5	80.0	70.0
	遅行	大阪府	64.3	85.7	71.4	71.4	71.4	85.7	28.6	71.4	57.1	78.6	71.4	71.4	66.7	P50.0
		近畿	60.0	70.0	100.0	80.0	40.0	60.0	40.0	60.0	40.0	80.0	80.0	40.0	75.0	P75.0
		全国	83.3	75.0	83.3	33.3	41.7	25.0	66.7	66.7	41.7	33.3	58.3	58.3	60.0	40.0

(注)・C Iは、大阪府・近畿・全国とも2010(平成22)年=100。Pは季報値。

・C I(コンポジット・インデックス)は、経済各種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、それらの指標の前月伸び率等を合成して、1本の数値にしたものである。数値の見方は、生産指数など同様で、数値が大きいほど景気が強いことを表している。

・D I(デフュージョン・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ったものである。

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

		26年												27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)		0.53	0.64	0.70	0.53	0.56	0.53	0.46	0.41	0.43	0.39	0.36	0.32	0.30	0.30
	L1 建設生産指数		0.96	-3.44	1.43	0.97	2.15	0.21	-2.62	-1.55	2.45	-3.06	-1.88	-1.02	2.61	-1.02
	L2 生産現存在庫指数	R	0.18	-0.43	-0.43	-0.47	-0.67	-0.49	1.67	-0.91	1.43	0.54	-0.85	-0.67	0.63	0.44
	L3 新規求人倍率		-0.27	0.96	-0.12	-3.05	0.30	1.69	-2.50	0.27	-0.68	-0.31	0.27	1.37	0.61	-1.83
	L4 新設住宅着工数		-0.69	-1.99	1.59	1.23	-0.81	0.50	-2.49	1.82	-0.31	-1.15	1.77	-0.38	-0.97	-0.92
	L5 日経商品指数(全国)	*	-1.59	-0.39	-0.89	-0.33	-1.02	0.77	-0.34	-1.16	-0.57	-0.63	-0.43	-2.10	-1.50	0.28
	L6 企業倒産件数	R	-0.37	0.47	2.58	-3.16	1.27	-0.54	-0.07	-0.02	-2.05	2.17	-0.32	0.71	-0.04	-0.95
L7 景気観測調査(業況)	※	0.40	0.37	0.34	-3.24	-3.28	-2.35	0.75	0.74	0.76	-0.11	-0.11	-0.12	0.20	0.23	
一致指数	C1 百貨店売場面積当り販売額	*	0.15	-0.12	1.32	-1.58	1.01	0.03	0.39	0.46	0.08	-0.21	0.30	-0.08	0.00	0.39
	C2 大阪税関管内輸入通関額		0.97	-1.00	0.91	-1.31	0.60	0.50	-0.05	-0.13	0.74	-0.24	0.14	0.15	-0.39	0.70
	C3 製造工業生産指数		-0.24	0.47	0.49	-0.39	0.07	-0.14	-0.10	-0.20	1.10	-0.06	-0.50	-0.14	0.60	-0.44
	C4 生産現出荷指数		-0.17	0.22	0.19	-0.64	-0.03	-0.39	0.23	-0.01	1.25	0.11	-0.32	-0.21	0.52	-0.05
	C5 関西大口電力使用量(合計)		0.95	-0.82	-0.13	-0.22	0.07	-0.61	-0.06	-0.54	-0.18	0.59	0.00	0.03	0.51	-0.92
	C6 有効求人倍率		0.08	0.31	-0.23	-0.48	0.00	-0.01	-0.02	-0.03	-1.02	-0.02	-0.03	0.22	-0.04	-0.29
	C7 所定外労働時間指数(製造業)		1.01	-0.14	-0.81	0.51	0.34	-0.57	0.05	-0.43	0.47	-0.28	0.10	-0.06	-0.03	-0.57
遅行指数	一致指数レンド成分(遅行)		0.52	0.65	0.73	0.55	0.62	0.59	0.53	0.48	0.51	0.46	0.42	0.39	0.37	0.36
	Lg1 製造工業在庫指数		-0.41	0.80	0.48	-0.31	1.73	-0.75	-0.98	0.34	1.06	-0.63	0.58	1.44	0.83	-0.22
	Lg2 常用雇用指数(産業計)	*	-0.24	0.74	-0.71	0.26	3.19	0.70	0.66	-0.14	0.09	0.30	0.50	-0.30	0.31	1.13
	Lg3 雇用保険受給者実人員	R	0.32	0.72	0.15	0.67	-1.15	-0.15	-0.23	-0.49	-0.28	0.00	0.57	-0.36	-0.59	0.73
	Lg4 大阪市消費者物価指数	*	-0.06	0.86	-0.08	2.91	-1.19	-0.73	-0.28	-1.25	-0.27	-2.28	0.25	-0.74	-0.90	-0.32
	Lg5 大阪市実質家計消費支出	*	1.18	1.18	-1.39	-0.57	-0.66	1.32	-1.68	1.99	0.13	-0.56	-0.34	0.90	-0.73	-0.92
	Lg6 近畿圏信用金庫貸出約定平均金利	*	-0.58	0.54	-0.10	0.01	0.22	0.30	-0.26	-0.04	0.07	-0.05	-0.05	0.17		
Lg7 法人事業税額定額		0.47	0.21	-0.38	0.27	0.03	-1.99	1.13	0.88	-0.14	0.49	-0.20	0.01	0.29	-1.78	

(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。
 ・地域表示のみ、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従業員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

		26年												27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 建設生産指数		+	-	-	-	+	+	+	-	+	+	+	-	-	+
	L2 生産現存在庫指数	R	+	+	-	-	-	-	+	+	+	+	+	-	-	+
	L3 新規求人倍率		+	+	+	-	-	0	+	+	-	+	+	+	+	+
	L4 新設住宅着工数		-	-	-	+	+	+	-	-	-	+	+	+	+	-
	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)	※	+	+	+	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+
一致系列	拡張系列数		4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	2.5	5.0	3.0	3.0	6.0	5.0	4.0	4.0	4.0
	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	42.9	42.9	28.6	42.9	35.7	71.4	42.9	42.9	85.7	71.4	57.1	57.1	57.1
	C1 百貨店売場面積当り販売額	*	+	+	+	-	-	-	+	+	+	+	+	-	+	+
C2 大阪税関管内輸入通関額		+	-	+	-	-	-	+	+	+	+	+	-	-	+	
C3 製造工業生産指数		-	+	+	+	+	-	-	-	+	+	+	-	-	+	
C4 生産現出荷指数		+	+	+	-	-	-	-	-	+	+	+	-	0	+	
C5 関西大口電力使用量(合計)		+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	
C6 有効求人倍率		+	+	+	+	0	+	+	+	-	-	-	+	+	+	
C7 所定外労働時間指数(製造業)		+	+	-	-	-	+	-	-	+	-	+	-	-	-	
遅行系列	拡張系列数		6.0	5.0	6.0	2.0	1.5	2.0	3.0	3.0	5.0	4.0	6.0	2.0	3.5	5.0
	採用系列数		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	D遅行指数		85.7	71.4	85.7	28.6	21.4	28.6	42.9	42.9	71.4	57.1	85.7	28.6	50.0	71.4
	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	*	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	
Lg5 大阪市実質家計消費支出	*	+	+	+	-	-	+	-	+	+	+	-	-	-	-	
Lg6 近畿圏信用金庫貸出約定平均金利	*	-	-	-	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-	-	
Lg7 法人事業税額定額		+	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	-	
一致系列	拡張系列数		4.5	6.0	5.0	5.0	5.0	6.0	2.0	5.0	4.0	5.5	5.0	5.0	4.0	3.0
	採用系列数		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6
	D遅行指数		64.3	85.7	71.4	71.4	71.4	85.7	28.6	71.4	57.1	78.6	71.4	71.4	66.7	50.0

(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-を付ける。
 [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。
 地域表示のみ、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従業員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D I 及び近畿地区D I による景気基準日付の設定について

1. 大阪府及び近畿地区の第 15 循環の景気基準日付を暫定設定

大阪府では、景気循環の局面判断や各循環における経済状況の比較等のため、景気基準日付（景気の転換点）を設定しています。第 15 循環の景気基準日付について、大阪府D I（ディフュージョン・インデックス）・近畿地区D I を中心に検討した結果、大阪府の景気の山を「平成 24 年 3 月」、景気の谷を「平成 24 年 7 月」（図表 1）、近畿地区の景気の山を「平成 24 年 2 月」、景気の谷を「平成 24 年 9 月」（図表 2）とそれぞれ暫定的に設定いたしました。

その結果、第 15 循環の期間について、大阪府では拡張 36 ヶ月・後退 4 ヶ月の計 40 ヶ月、近畿地区では拡張 35 ヶ月・後退 7 ヶ月の計 42 ヶ月となりました（全国は拡張 37 ヶ月・後退 7 ヶ月の計 44 ヶ月）。

第 15 循環の景気基準日付について全国と比較すると、大阪府では、景気の山は 1 ヶ月早、景気の谷は 4 ヶ月早、近畿地区では、景気の山は 2 ヶ月早、景気の谷は 2 ヶ月早となりました（図表 3）。

図表 1 大阪府D I による景気基準日付一覧

	谷	山	谷	拡張	後退	全循環
第 12 循環	平成 6 年 2 月	9 年 3 月	11 年 4 月	37 ヶ月	25 ヶ月	62 ヶ月
13	11 年 4 月	12 年 10 月	14 年 4 月	18 ヶ月	18 ヶ月	36 ヶ月
14	14 年 4 月	19 年 12 月	21 年 3 月	68 ヶ月	15 ヶ月	83 ヶ月
15	21 年 3 月	(暫定) 24 年 3 月	(暫定) 24 年 7 月	36 ヶ月	4 ヶ月	40 ヶ月

図表 2 近畿地区D I による景気基準日付一覧

	谷	山	谷	拡張	後退	全循環
第 12 循環	平成 5 年 12 月	9 年 5 月	11 年 2 月	41 ヶ月	21 ヶ月	62 ヶ月
13	11 年 2 月	12 年 8 月	13 年 12 月	18 ヶ月	16 ヶ月	34 ヶ月
14	13 年 12 月	20 年 2 月	21 年 3 月	74 ヶ月	13 ヶ月	87 ヶ月
15	21 年 3 月	(暫定) 24 年 2 月	(暫定) 24 年 9 月	35 ヶ月	7 ヶ月	42 ヶ月

図表 3 大阪府、近畿地区、全国の景気基準日付の比較

	大阪府		近畿地区		全国	
		対近畿	対全国	対全国		
山	12 年 10 月	2 ヶ月遅	1 ヶ月早	12 年 8 月	3 ヶ月早	12 年 11 月
谷	14 年 4 月	4 ヶ月遅	3 ヶ月遅	13 年 12 月	1 ヶ月早	14 年 1 月
山	19 年 12 月	2 ヶ月早	2 ヶ月早	20 年 2 月	同時	20 年 2 月
谷	21 年 3 月	同時	同時	21 年 3 月	同時	21 年 3 月
山	24 年 3 月	1 ヶ月遅	1 ヶ月早	24 年 2 月	2 ヶ月早	24 年 4 月
谷	24 年 7 月	2 ヶ月早	4 ヶ月早	24 年 9 月	2 ヶ月早	24 年 11 月

2. 景気基準日付の設定方法と基本的な考え方

景気動向指数（一致系列）の各採用系列から、月々の不規則な変動を除去するために、統計的手法を用いて個別系列の山谷を設定します。個別系列の山谷において、谷から山に至る期間すべてをプラス、山から谷に至る期間すべてをマイナスとして、ヒストリカルD Iを作成します。このヒストリカルD Iが50%を下回る（＝過半数の系列がマイナスとなる）直前の月を景気の山、50%を上回る（＝過半数の系列がプラスとなる）直前の月を景気の谷の候補とします。これらの候補について、国や他府県の景気動向の山谷の設定状況、他の景気指標の動きと大きな乖離がないか等を確認してから、暫定的に景気基準日付を設定します。

大阪府のヒストリカルD I（図表4）では、平成24年4月～7月まで50%を下回っており、後退期間が幾分短いものの、他の景気指標や全国の景気基準日付の設定状況もあわせて考慮した結果、景気の山を「24年3月」、景気の谷を「24年7月」として暫定的に設定いたしました。

近畿地区のヒストリカルD I（図表5）では、ヒストリカルD Iが50%を下回る期間が2回ありますが、23年6月～9月は、後退期間が短いこと、東日本大震災による一時的なものの可能性が高いこと、ヒストリカルD Iがプラスとなっている構成項目が23年と24年で変化していること等を踏まえ、他の景気指標や全国の景気基準日付の設定状況もあわせて考慮した結果、景気の山を「24年2月」、景気の谷を「24年9月」として暫定的に設定いたしました。

なお今回設定した景気基準日付は、採用系列の入れ替えや季節調整替え等の影響も踏まえて、再度検討して確定作業を行います。

図表4 ヒストリカルD I（大阪府）

	平成22年(2010年)												平成23年(2011年)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
百貨店等数値増減率(別院売値)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	+	+	+
大阪府県管内輸入消費額	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
製造工業生産増減率	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
生産財出荷増減率	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
大口電力使用量(全産業)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
有効求人倍率	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
所定外労働時間増減率(製造業)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
-	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2
HDI	85.7	100.0	100.0	85.7	85.7	85.7	85.7	85.7	85.7	85.7	85.7	85.7	85.7	71.4	71.4	71.4	71.4	57.1	71.4	71.4	71.4	57.1	71.4	71.4
	平成24年(2012年)												平成25年(2013年)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
百貨店等数値増減率(別院売値)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
大阪府県管内輸入消費額	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
製造工業生産増減率	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
生産財出荷増減率	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
大口電力使用量(全産業)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
有効求人倍率	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
所定外労働時間増減率(製造業)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
-	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2
HDI	57.1	57.1	57.1	42.9	42.9	42.9	42.9	57.1	57.1	57.1	57.1	57.1	71.4	71.4	85.7	85.7	85.7	85.7	85.7	71.4	71.4	71.4	71.4	71.4

図表5 ヒストリカルD I（近畿地区）

	平成22年(2010年)												平成23年(2011年)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
鉱工業生産増減率	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
鉱工業出荷増減率	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
大口電力使用量(合計)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
有効求人倍率	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
百貨店等数値増減率(別院売値)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-
輸入消費額(大阪府県+神戸港)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
大阪ガス商工業用ガス消費量	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4
-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3
HDI	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	85.7	71.4	71.4	57.1	57.1	42.9	42.9	42.9	57.1	57.1	57.1
	平成24年(2012年)												平成25年(2013年)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
鉱工業生産増減率	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
鉱工業出荷増減率	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
大口電力使用量(合計)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
有効求人倍率	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
百貨店等数値増減率(別院売値)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-
輸入消費額(大阪府県+神戸港)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
大阪ガス商工業用ガス消費量	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-
+	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	7	7	7	7	6	5	5	5	5	5
-	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	0	0	0	0	1	2	2	2	2	2
HDI	57.1	57.1	42.9	42.9	42.9	42.9	42.9	42.9	57.1	57.1	57.1	57.1	57.1	71.4	100.0	100.0	100.0	100.0	85.7	71.4	71.4	71.4	71.4	71.4

大阪府景気観測調査結果（平成27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27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、足踏みを脱して緩やかな回復基調にある

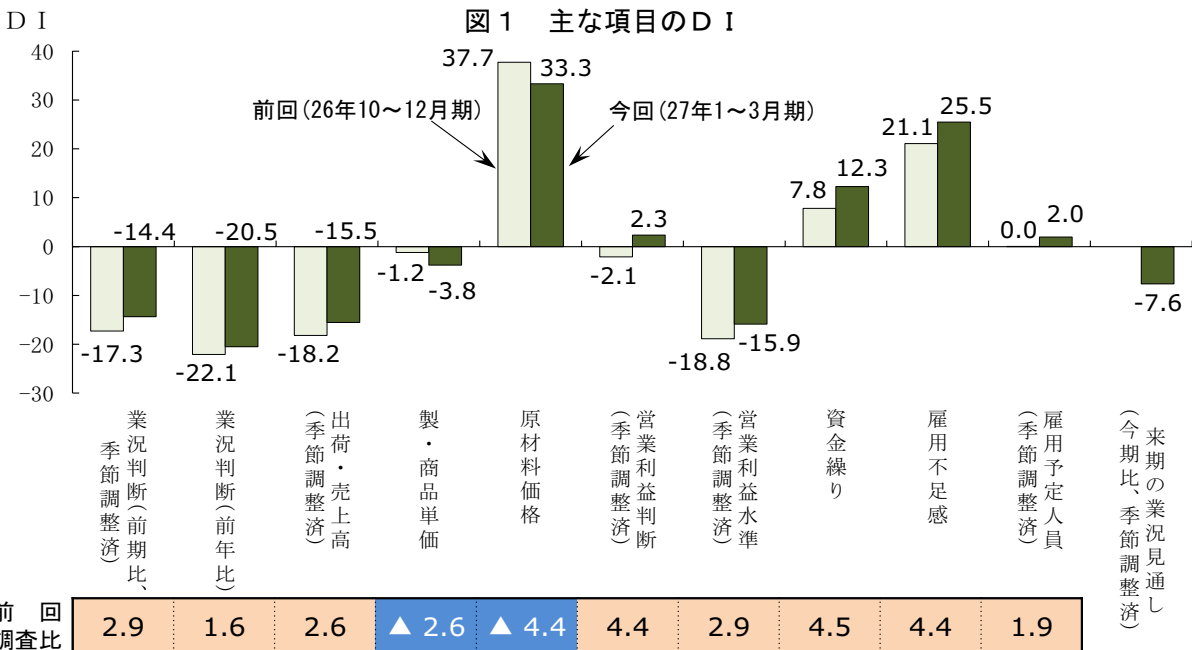
今期の業況判断 D I は非製造業や中小企業で改善し、全産業でも改善幅が拡大するなど、景気は緩やかな回復基調に戻りつつある。

個々の指標（図1）をみると、製・商品単価は大企業の落ち込みから2期ぶりの下落となったが、出荷・売上高、営業利益水準は非製造業や中小企業を中心に改善し、設備投資意欲や資金繰りの改善など、緩やかながら回復基調がみられる。雇用面では、大企業で不足感が強まり、雇用予定も2期ぶりに拡大した。なお、来期の業況は、大企業や製造業を中心に D I は改善する見通しである。

Topic : 採用活動は大企業が先行し、中小企業にも拡大

26年度の採用実績は、雇用不足感の強まりもあり、一昨年調査に比べて大企業で活発になった。また、大企業には及ばないものの、中小企業でも採用の動きが広がりつつある。

27年度の採用予定をみると、大企業は前年度の好調を持続する見通しであり、中小企業も前年度を上回る活発な採用予定となっている（24頁参照）。



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

[調査の方法]

1. 調査対象 : 府内の民営事業所
(農林漁業、鉱業、電気・ガス・熱供給業、金融・保険業及びサービス業の一部を除く。)
2. 調査方法 : 郵送自記式アンケート調査
3. 調査時期 : 平成27年3月上旬
4. 回答企業数 : 1,553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	539	43.2	27.4	14.5	10.5	4.3
非製造業	1,014	63.9	17.0	7.3	6.2	5.5
建設業	160	73.0	15.1	3.8	3.1	5.0
情報通信業	28	46.4	25.0	10.7	10.7	7.1
運輸業	65	38.1	33.3	12.7	11.1	4.8
卸売業	238	56.0	24.8	9.4	6.0	3.8
小売業	181	79.7	9.6	2.8	2.8	5.1
不動産業	61	79.7	10.2	6.8	3.4	0.0
飲食店・宿泊業	58	75.0	12.5	3.6	3.6	5.4
サービス業	223	55.8	13.4	10.1	11.1	9.7
全業種計	1,553	56.7	20.7	9.8	7.7	5.1

規模別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大企業	130	8.5
中小企業	1,395	91.5
不明	28	

地域別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大阪市地域	817	52.6
北大阪地域	165	10.6
東大阪地域	274	17.6
南河内地域	72	4.6
泉州地域	225	14.5

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。
6. 本調査では、D Iの前回(又は前年同期)調査比が±1ポイント未満の変動は「横ばい」としている。

[調査結果]

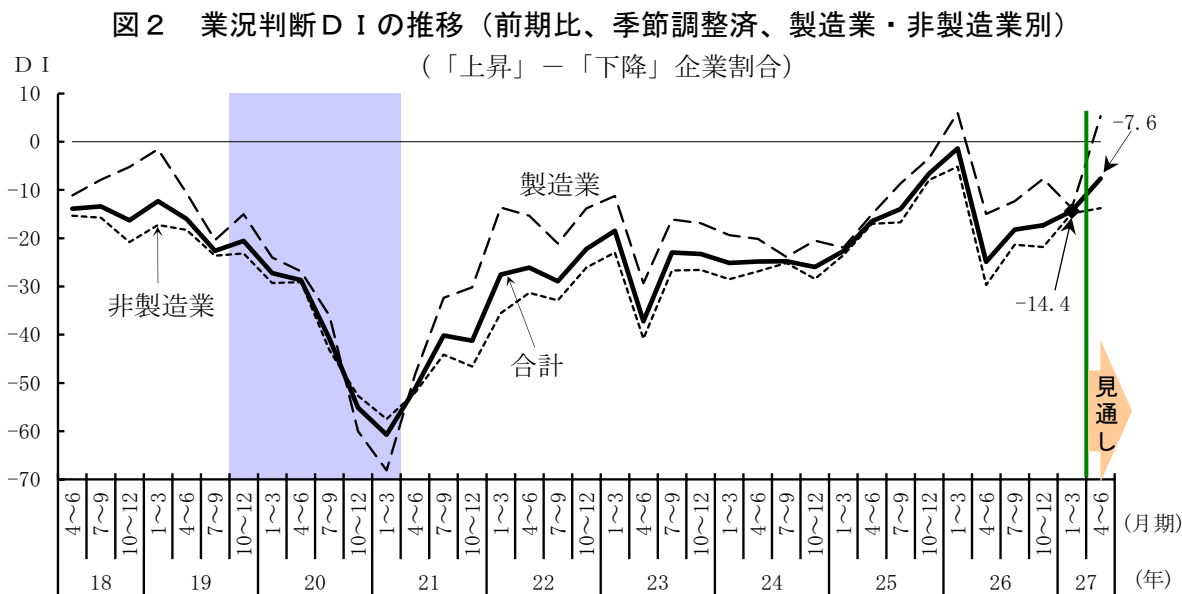
1. 企業景況判断…D Iは緩やかながら、改善幅が拡大

■平成27年1～3月期の業況判断D I（「上昇」－「下降」企業割合；前期比、季節調整済）：
 -14.4

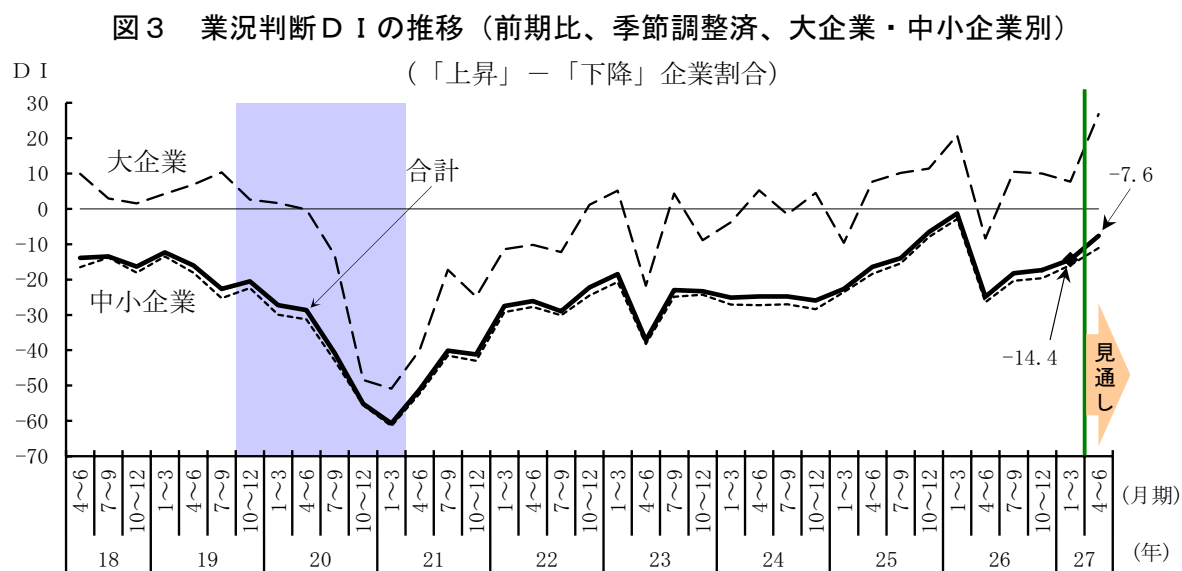
○前回（26年10～12月期）調査比：2.9pt

製造業	▲6.0pt	非製造業	6.9pt
大企業	▲2.3pt	中小企業	3.6pt

(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す



※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。



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

図4 上昇となった要因（2つまでの複数回答）

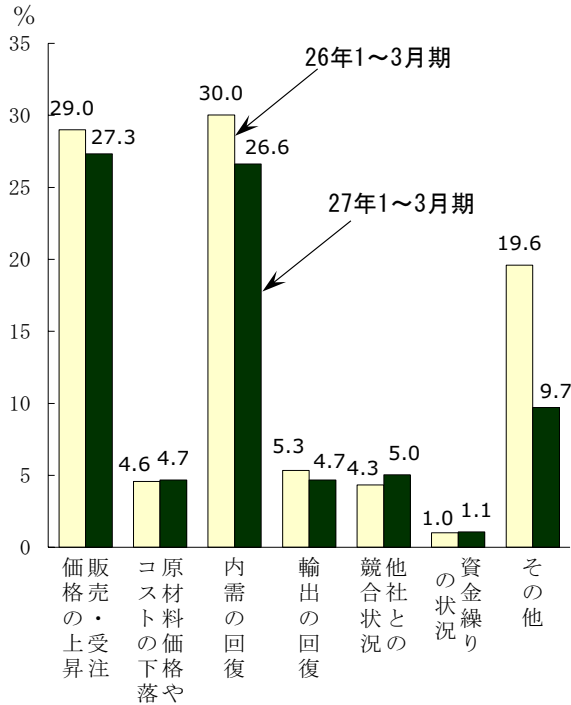
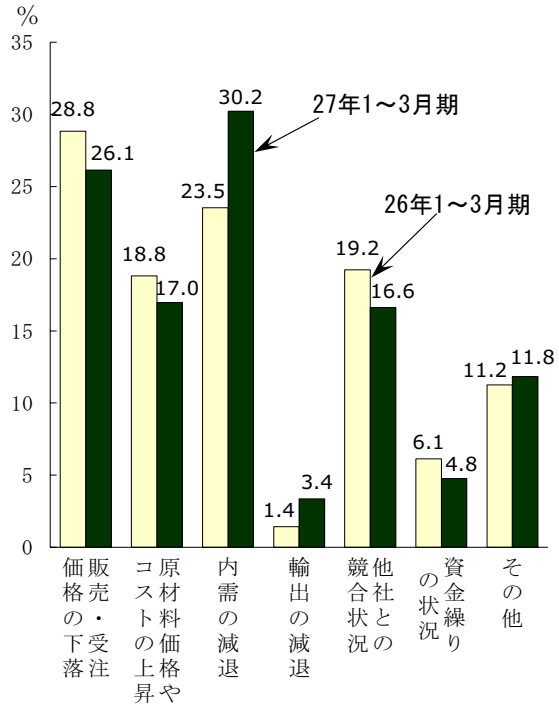


図5 下降となった要因（2つまでの複数回答）



2. 出荷・売上高…D Iは非製造業・中小企業を中心に改善し、3期連続の上昇

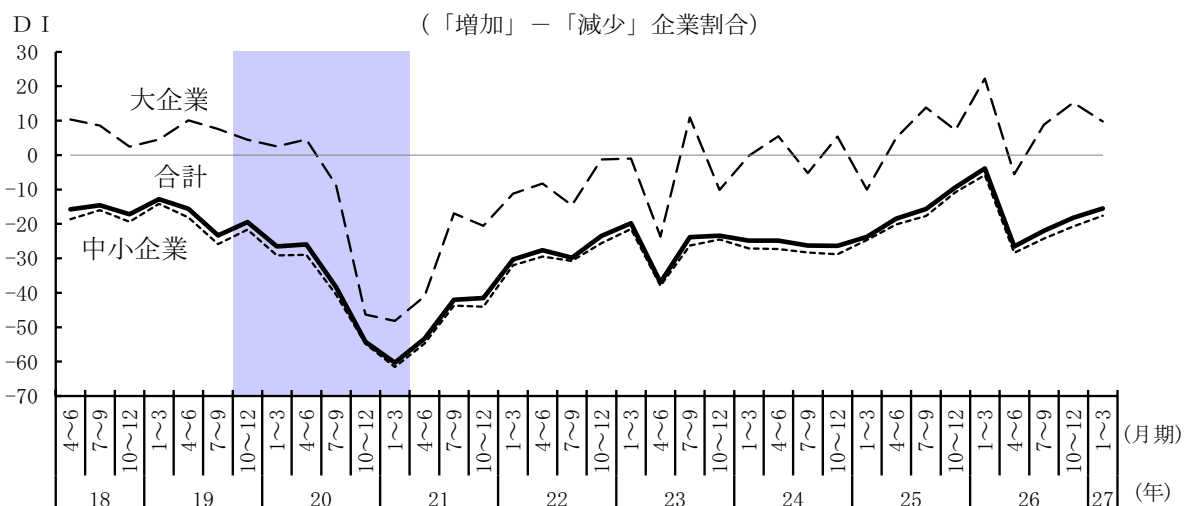
■出荷・売上高D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－15.5

○前回調査比：2.6pt

製造業	▲2.4pt	非製造業	4.4pt
大企業	▲5.4pt	中小企業	3.1pt

（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

図6 出荷・売上高D Iの推移（前期比、季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

3. 製・商品単価及び原材料価格…製・商品単価は大企業の落ち込みで、D Iは2期ぶりの下落、
原材料価格は原油価格の下落などから、落ち着いた動き

■製・商品単価D I（「上昇」－「下落」企業割合）：－3.8

○前回調査比：▲2.6pt

製造業	0.0pt	非製造業	▲4.0pt
大企業	▲10.6pt	中小企業	▲1.8pt

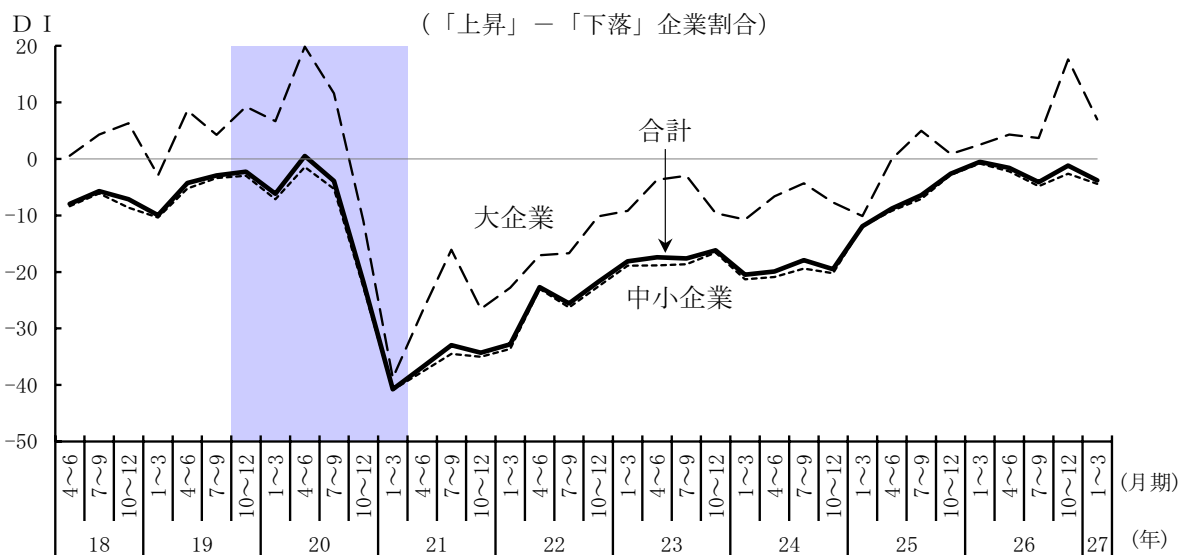
■原材料価格D I（「上昇」－「下落」企業割合）：33.3

○前回調査比：▲4.4pt

製造業	▲7.6pt	非製造業	▲2.7pt
大企業	▲0.5pt	中小企業	▲4.6pt

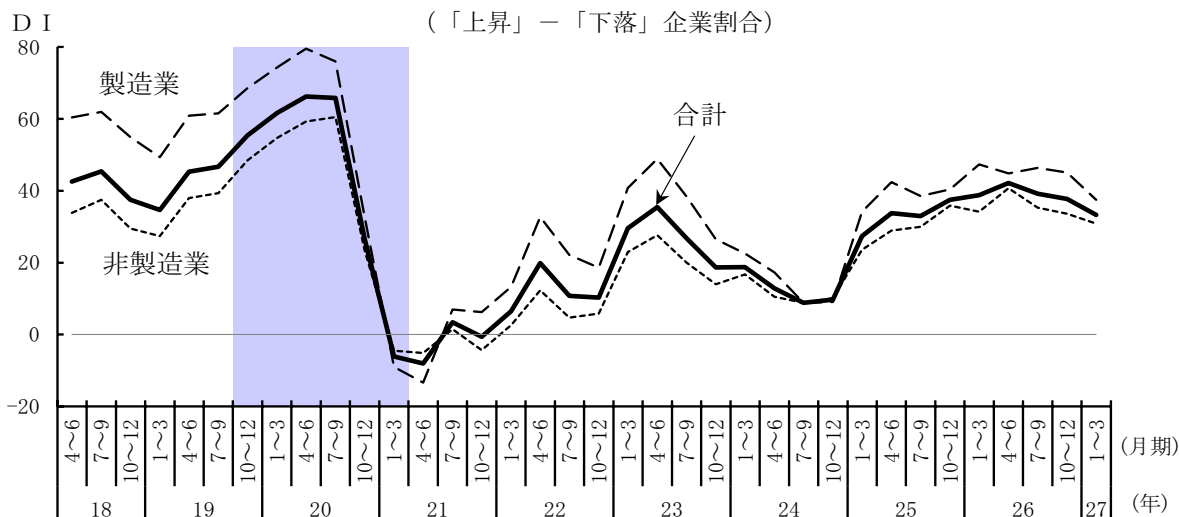
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

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（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。

4. 営業利益判断、利益水準…利益判断は4期ぶりのプラス、利益水準は非製造業・中小企業の牽引で3期連続の改善

■営業利益判断D I（「黒字」－「赤字」企業割合；季節調整済）：2.3

○前回調査比：4.4pt

製造業	4.3pt	非製造業	4.6pt
大企業	2.5pt	中小企業	5.7pt

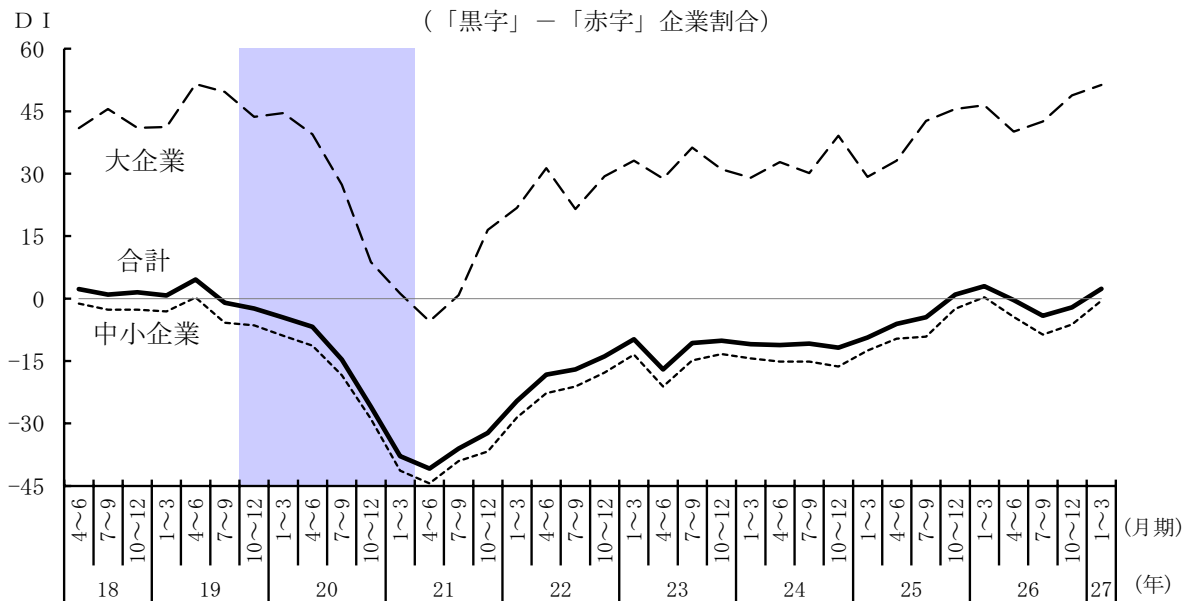
■営業利益水準D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：-15.9

○前回調査比：2.9pt

製造業	▲0.3pt	非製造業	4.2pt
大企業	▲7.8pt	中小企業	3.8pt

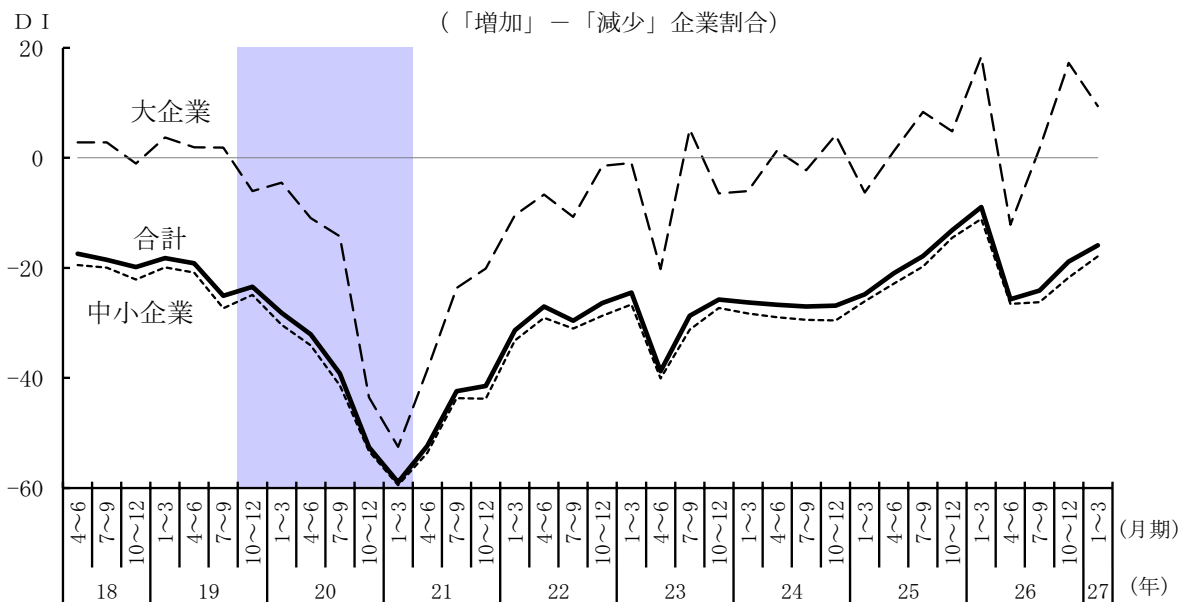
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

図9 営業利益判断D Iの推移（季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

図10 営業利益水準D Iの推移（前期比、季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

5. 資金繰り…D I は3期ぶりにプラス幅が拡大

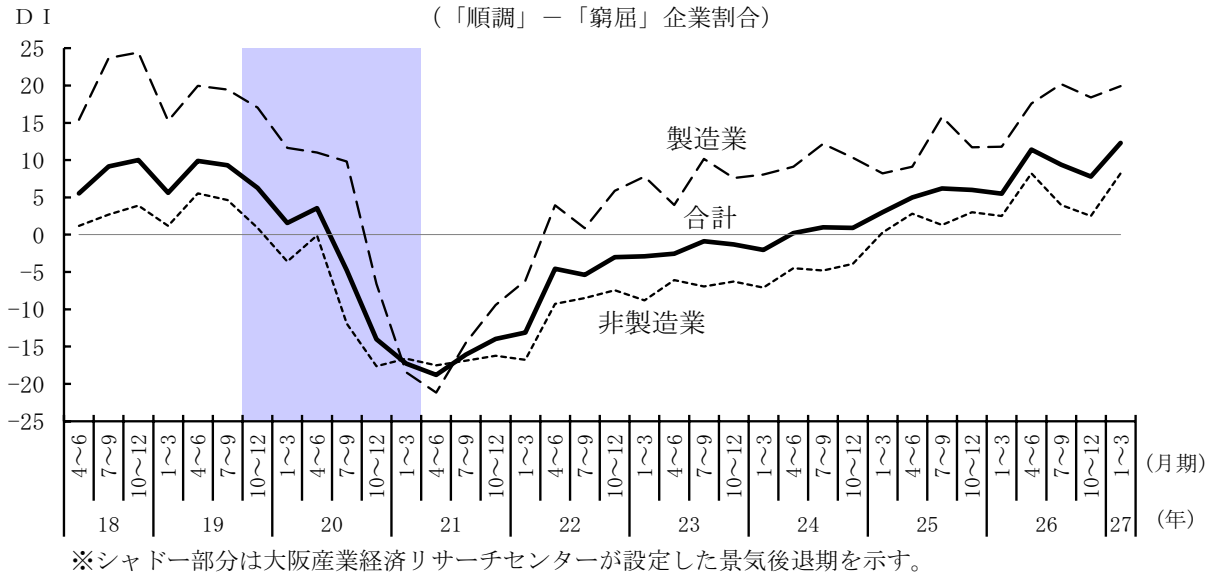
■資金繰りD I（「順調」－「窮屈」企業割合）：12.3

○前回調査比：4.5pt

製造業	1.5pt	非製造業	5.7pt
大企業	4.3pt	中小企業	4.9pt

(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（製造業・非製造業別）



6. 設備投資…前期に比べて投資なしの割合が低下し、前年同期並みの水準に

■設備投資

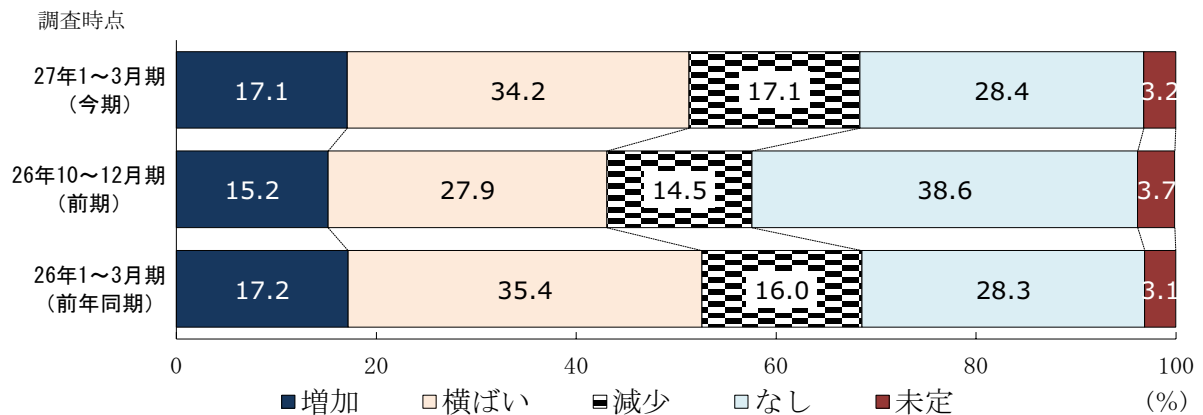
○前回調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
1.9pt	6.3pt	2.6pt	▲10.2pt	▲0.5pt

○前年同期調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
▲0.1pt	▲1.2pt	1.1pt	0.1pt	0.1pt

図12 設備投資（前年度実績と今年度見込みとの比較）



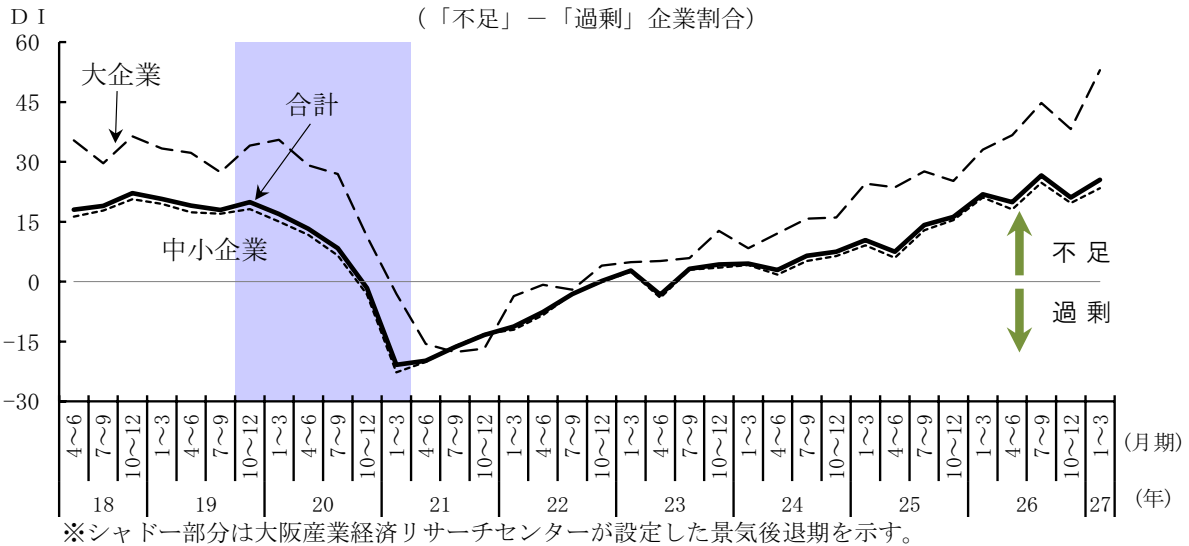
(注) 四捨五入により、合計が100.0%にならない場合がある。

7. 雇用状況、雇用予定人員…大企業で不足感が強く、来期の雇用予定も増加が減少を上回る割合が拡大

■27年1～3月期の雇用不足感D I（「不足」－「過剰」企業割合）：25.5

○前回調査比：4.4pt

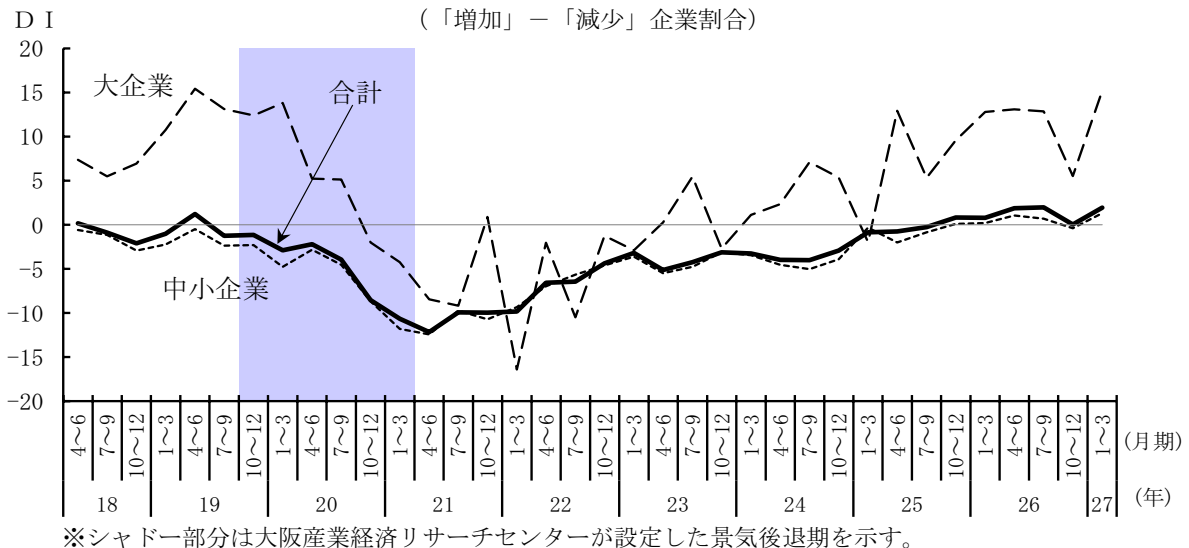
図13 雇用不足感D Iの推移（大企業・中小企業別）



■27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）：2.0

○前回調査比：1.9pt

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…製造業・大企業を中心に改善する見通し（P18図2参照）

■27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）：-7.6

○今期業況判断（季節調整済）比：6.7pt

製造業	19.0pt	非製造業	1.1pt
大企業	19.1pt	中小企業	4.9pt

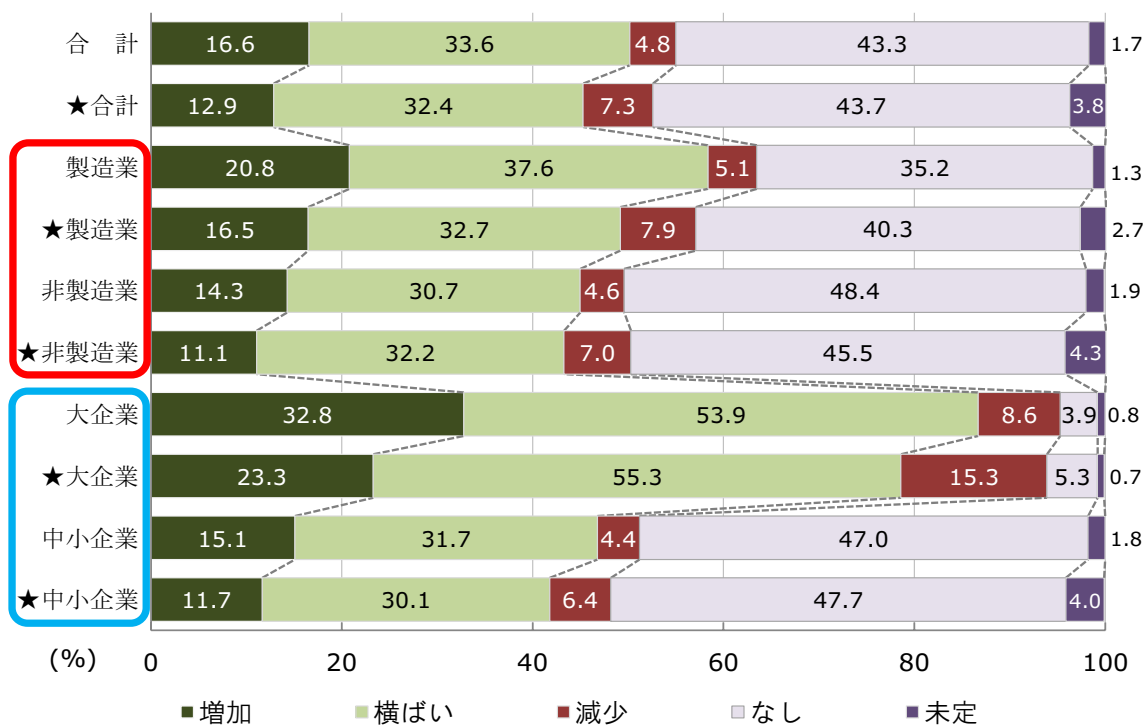
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

9. 26年度の採用実績および27年度の採用予定

(1) 26年度の採用実績 (25年度実績比) (注：★は24年度調査の回答割合)

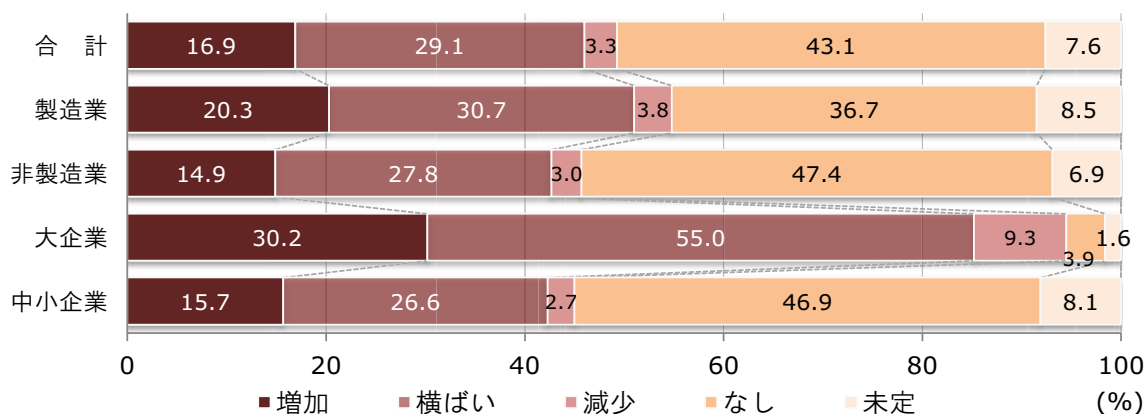
全体では、採用実績のない企業が4割超となっている。一昨年調査に比べて「増加」が3.7ポイント上昇し、「減少」が2.5ポイント低下している。業種別では、一昨年調査に比べ製造業で「増加」「横ばい」が上昇し、「なし」が低下した。非製造業では「増加」が3.2ポイント上昇した一方で、「なし」も2.9ポイント上昇した。

規模別でみると、大企業では一昨年調査に比べて「増加」が9.5ポイント上昇、「減少」が6.7ポイント低下したのに対して、中小企業ではそれぞれ、3.4ポイントの上昇と2.0ポイントの低下にとどまっている。



(2) 27年度の採用予定 (26年度実績比)

27年度の採用予定は、全体では予定がないとの企業が4割超となっている。大企業は前年度の好調を持続する見通しで、中小企業も雇用の不足感が強まりつつあることから、前年度を上回る活発な採用予定となっている。

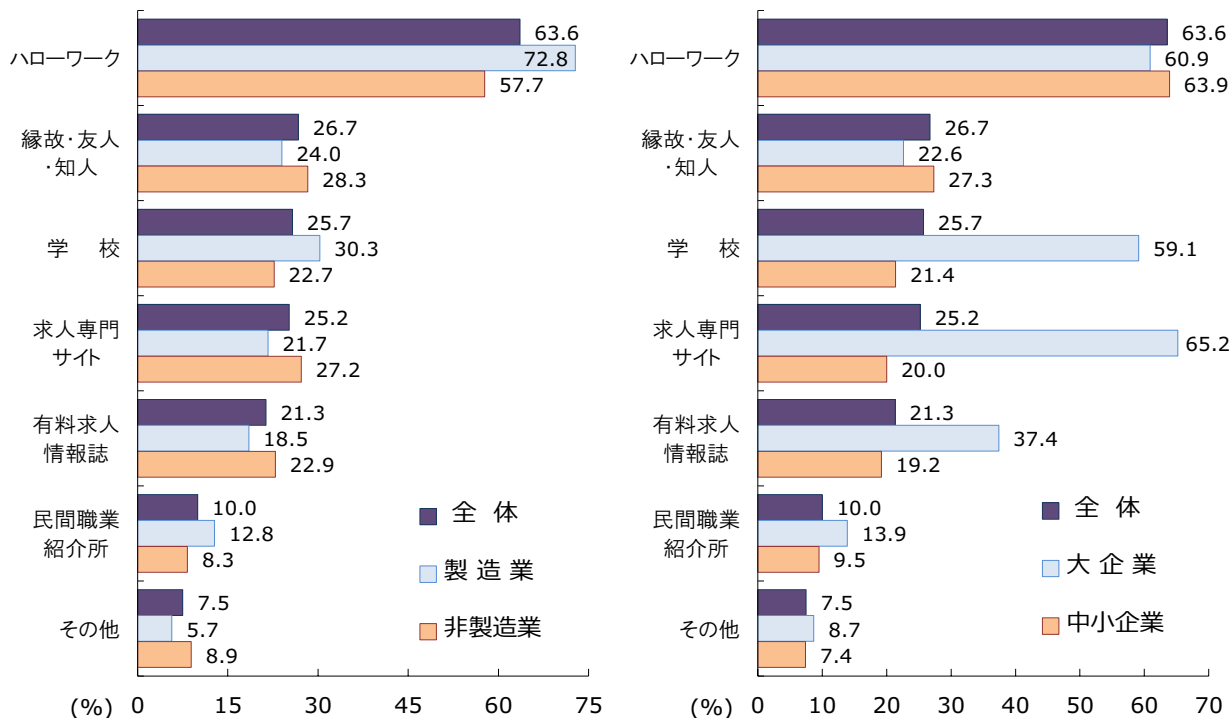


10. 採用時に活用する機関について

(1) 現在、活用しているもの

現在、採用時に活用している機関については、全体では「ハローワーク」が63.6%と最も多く、「縁故・友人・知人」「学校」「求人専門サイト」などの順に多い。業種別では、「ハローワーク」「学校」「民間職業紹介所」において、製造業が非製造業を上回っている。

規模別で比較すると、「求人専門サイト」「学校」「有料求人情報誌」で大企業が中小企業を大幅に上回っている。



(2) 今後、最も重視するもの

今後、最も重視する機関等については、全体では「ハローワーク」が4割弱を占め、「学校」「縁故・友人・知人」「求人専門サイト」などの順に多い。業種別では、「ハローワーク」を重視する企業は製造業で45%であるのに対して、非製造業では35%にとどまる。

一方、規模別で比較すると、今後「ハローワーク」を重視する企業は中小企業で4割超と、大企業よりも2倍以上多い。その反面、大企業では「学校」を重視するとの割合が35%と、中小企業の13%を大きく引き離し、「求人専門サイト」も同様の傾向を示している。

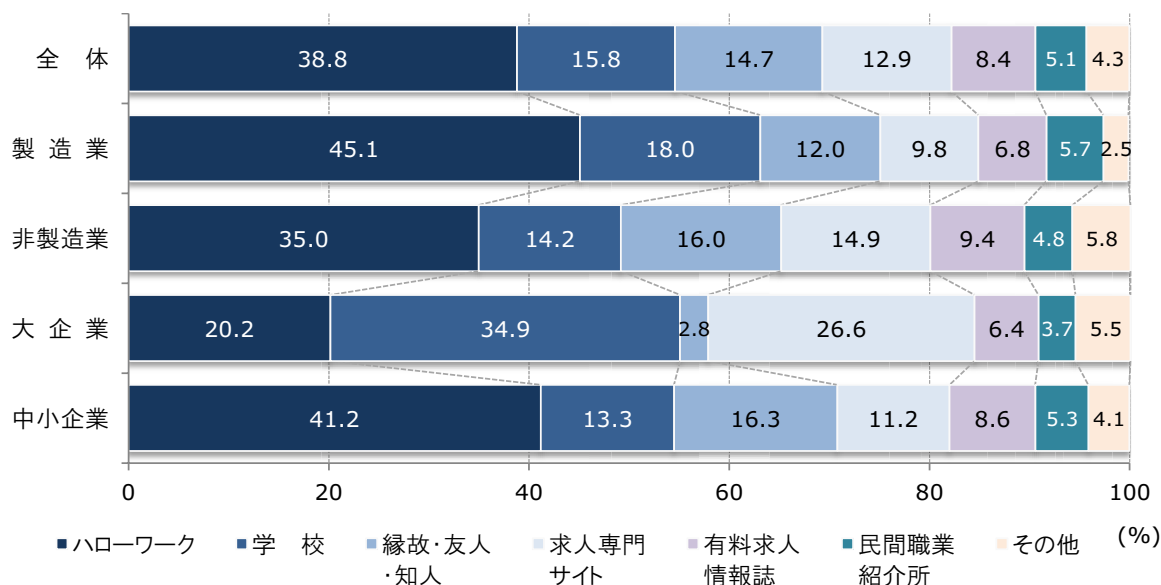


表1 地域別集計表

(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	19.9	42.7	37.4	-17.5	-8.8	-25.0	-19.8	-38.7	-25.6	20.0	41.0	39.1	-19.1	-12.3	-15.6	-20.4	-40.0	-28.0
非製造業	20.0	38.6	41.5	-21.5	-16.4	-43.6	-18.7	-39.0	-22.2	20.1	38.6	41.3	-21.2	-18.1	-32.7	-14.7	-35.0	-27.0
建設業	26.2	41.9	31.9	-5.7	3.3	-42.9	4.0	-19.9	0.0	24.0	41.6	34.4	-10.4	1.6	-52.3	4.2	-33.3	-5.6
情報通信業	17.9	57.1	25.0	-7.1	-4.0	-50.0	0.0	-	-	17.9	42.9	39.2	-21.3	-24.0	0.0	0.0	-	-
運輸業	13.8	49.2	37.0	-23.2	-17.8	-33.3	-30.8	-50.0	-15.4	25.0	46.9	28.1	-3.1	-7.1	-22.2	8.3	50.0	0.0
卸売業	20.5	37.4	42.0	-21.5	-20.4	-38.9	0.0	0.0	-46.6	19.8	39.2	41.0	-21.2	-21.0	0.0	-14.2	-33.3	-53.3
小売業	15.5	28.2	56.3	-40.8	-34.7	-67.9	-34.5	-85.8	-28.0	14.9	28.7	56.3	-41.4	-31.0	-57.1	-38.0	-49.9	-62.5
不動産業	21.3	49.2	29.5	-8.2	-5.4	0.0	-36.4	-	16.7	13.6	55.9	30.5	-16.9	-18.9	-16.7	-36.4	-	40.0
飲食店・宿泊業	18.9	32.8	48.3	-29.4	-25.8	-25.0	0.0	-66.6	-55.5	32.8	20.7	46.5	-13.7	-12.9	-12.5	42.8	-66.7	-44.4
サービス業	20.1	39.0	40.8	-20.7	-10.6	-41.7	-30.8	-36.4	-33.3	18.9	40.8	40.3	-21.4	-16.8	-27.3	-24.0	-36.4	-28.6
大企業	29.2	39.2	31.5	-2.3	2.0	-55.5	-9.1	-50.0	22.2	36.5	31.0	32.5	4.0	11.4	-22.2	-40.0	50.0	-12.5
中小企業	19.1	40.4	40.5	-21.4	-16.4	-35.5	-19.4	-38.3	-25.0	18.8	40.4	40.8	-22.0	-19.8	-26.2	-16.2	-38.8	-27.6
合計	19.9	40.0	40.1	-20.2	-14.3	-38.2	-19.3	-38.8	-23.6	20.1	39.4	40.6	-20.5	-16.5	-27.9	-17.7	-37.1	-27.4

(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	他社との競合状況	資金繰り状況	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	資金繰り状況	その他
製造業	23.2	6.1	30.3	10.1	37.4	5.1	2.0	7.1	25.9	18.1	40.9	5.7	32.6	9.8	3.1	7.3
非製造業	29.3	3.8	25.0	2.2	40.2	4.9	0.5	10.9	26.9	16.3	24.0	2.1	27.6	20.2	5.7	15.0
建設業	29.7	0.0	21.6	0.0	48.6	2.7	2.7	8.1	30.6	6.1	32.7	2.0	18.4	20.4	6.1	16.3
情報通信業	25.0	0.0	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	57.1	14.3	28.6	0.0	14.3	28.6	0.0	14.3
運輸業	44.4	11.1	33.3	0.0	22.2	0.0	0.0	11.1	19.0	19.0	28.6	4.8	38.1	19.0	4.8	19.0
卸売業	30.6	8.2	34.7	6.1	32.7	6.1	0.0	6.1	28.1	21.9	29.2	3.1	36.5	16.7	2.1	3.1
小売業	40.9	0.0	18.2	0.0	45.5	9.1	0.0	4.5	31.2	16.1	24.7	1.1	22.6	18.3	10.8	15.1
不動産業	30.8	0.0	15.4	7.7	38.5	0.0	0.0	23.1	20.0	0.0	33.0	0.0	6.7	33.3	6.7	33.3
飲食店・宿泊業	30.0	10.0	20.0	0.0	30.0	10.0	0.0	20.0	9.1	40.9	18.2	4.5	27.3	9.1	4.5	22.7
サービス業	17.5	2.5	20.0	0.0	47.5	5.0	0.0	17.5	23.8	11.9	10.7	1.2	31.0	26.2	4.8	21.4
大企業	30.3	0.0	27.3	3.0	42.4	3.0	0.0	6.1	12.5	12.5	40.0	2.5	35.0	17.5	0.0	10.0
中小企業	26.9	5.3	26.5	4.9	39.2	5.3	1.2	10.2	27.2	17.3	29.5	3.4	29.3	16.5	5.1	12.0
合計	27.3	4.7	26.6	4.7	39.6	5.0	1.1	9.7	26.1	17.0	30.2	3.4	29.7	16.6	4.8	11.8

(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	17.3	47.5	35.2	-17.9	-13.1	-22.9	-17.3	-32.3	-23.3	8.1	81.4	10.5	-2.4	1.8	-8.5	-5.8	-6.7	-3.3
非製造業	16.3	43.4	40.2	-23.9	-19.7	-42.6	-22.2	-36.6	-24.0	14.6	66.2	19.1	-4.5	-1.2	-14.1	0.8	-26.8	-8.6
建設業	22.6	47.8	29.6	-7.0	3.2	-38.1	0.0	-20.0	-5.4	15.0	62.5	22.5	-7.5	-8.1	-19.1	4.0	-13.4	-5.4
情報通信業	10.7	64.3	25.0	-14.3	-12.0	-50.0	0.0	-	-	3.6	78.6	17.9	-14.3	-12.0	-50.0	0.0	-	-
運輸業	10.9	51.6	37.5	-26.6	-28.6	-25.0	-30.8	0.0	-23.1	9.7	80.6	9.7	0.0	11.1	-25.0	-7.7	0.0	0.0
卸売業	17.6	40.3	42.0	-24.4	-22.7	-38.9	-4.8	0.0	-60.0	19.6	66.8	13.6	6.0	10.1	-16.6	9.5	-33.3	-13.4
小売業	14.4	28.9	56.7	-42.3	-35.1	-64.3	-41.4	-85.7	-32.0	19.5	54.6	25.9	-6.4	-6.9	-21.5	14.2	-28.6	-4.2
不動産業	10.2	62.7	27.1	-16.9	-20.0	0.0	-36.4	-	16.6	13.7	66.7	19.6	-5.9	-10.0	14.3	-33.3	-	40.0
飲食店・宿泊業	17.2	31.0	51.7	-34.5	-32.2	-25.0	-14.3	-66.7	-55.6	22.4	51.0	26.5	-4.1	7.4	0.0	14.3	-100.0	-33.3
サービス業	15.6	48.6	35.8	-20.2	-12.2	-47.9	-28.0	-36.4	-21.4	6.4	75.2	18.3	-11.9	-9.9	-4.4	-12.5	-27.3	-20.7
大企業	26.2	46.2	27.7	-1.5	3.0	-33.3	-36.4	-50.0	33.3	15.5	76.0	8.5	7.0	11.2	0.0	0.0	50.0	-33.3
中小企業	15.8	45.1	39.0	-23.2	-20.5	-35.4	-18.8	-32.4	-25.8	12.1	71.4	16.5	-4.4	-1.6	-12.8	-2.9	-17.9	-4.8
合計	16.7	44.8	38.5	-21.8	-17.8	-36.9	-19.6	-34.7	-23.8	12.3	71.6	16.1	-3.8	-0.4	-12.6	-2.6	-18.3	-6.4

(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 引 支 ト ン	赤字	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉 州
製造業	41.2	55.0	3.7	37.5	41.0	36.1	32.1	33.3	38.9	32.7	43.6	23.7	9.0	9.2	6.3	3.6	32.2	10.0
非製造業	37.9	55.1	7.0	30.9	30.2	34.6	29.7	25.0	33.0	28.0	42.2	29.8	-1.8	8.0	-21.8	-15.4	-24.4	-7.5
建設業	43.4	50.9	5.7	37.7	38.7	38.1	50.0	20.0	35.1	27.0	47.8	25.2	1.8	8.1	4.7	-12.5	0.0	0.0
情報通信業	12.0	84.0	4.0	8.0	4.6	50.0	0.0	-	-	46.4	35.7	17.9	28.5	32.0	0.0	0.0	-	-
運輸業	23.3	53.3	23.3	0.0	0.0	33.3	-23.1	-50.0	16.6	21.9	51.6	26.6	-4.7	0.0	-33.3	-15.4	-50.0	23.1
卸売業	42.7	52.2	5.2	37.5	38.0	17.7	42.8	0.0	53.3	33.2	43.3	23.5	9.7	15.5	-5.5	-9.5	0.0	-13.4
小売業	45.7	45.1	9.3	36.4	37.8	30.8	38.5	33.3	36.4	18.0	35.4	46.6	-28.6	-18.9	-46.4	-17.8	-71.4	-44.0
不動産業	24.4	68.9	6.7	17.7	8.0	28.6	33.3	-	25.0	37.7	45.9	16.4	21.3	32.4	0.0	-18.2	-	50.0
飲食店・宿泊業	66.0	26.4	7.5	58.5	55.2	71.4	57.1	100.0	42.8	24.6	38.6	36.8	-12.2	6.5	-42.9	-14.3	-33.3	-44.5
サービス業	24.9	71.1	4.0	20.9	19.7	38.1	5.0	27.3	22.2	28.9	40.4	30.7	-1.8	7.0	-26.1	-20.0	-27.3	3.4
大企業	38.6	59.1	2.4	36.2	38.5	33.3	18.2	100.0	22.2	62.5	21.1	16.4	46.1	53.0	11.1	20.0	-50.0	55.6
中小企業	39.2	55.0	5.8	33.4	32.9	35.4	31.4	30.3	36.7	26.9	45.0	28.1	-1.2	2.9	-12.7	-5.2	1.5	-2.3
合計	39.1	55.1	5.8	33.3	33.5	35.1	31.0	28.6	35.6	29.6	42.7	27.7	1.9	8.4	-13.5	-5.5	0.0	-0.5

(5) 営業利益水準、資金繰り

	営業利益水準										資金繰り							
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I				
	増加	横ばい	減少	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	順調	どちらともいえない	窮屈	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	16.5	50.0	33.5	-17.0	-15.6	-27.7	-13.2	-19.4	-20.0	39.5	41.0	19.6	19.9	22.0	25.0	11.4	41.9	17.8
非製造業	15.3	46.0	38.7	-23.4	-19.0	-36.9	-24.8	-37.5	-25.5	36.1	36.0	27.9	8.2	16.5	-10.5	-5.3	-15.0	8.5
建設業	20.6	49.0	30.3	-9.7	5.0	-40.0	-8.3	-26.7	-11.1	39.0	37.7	23.3	15.7	27.9	0.0	-8.0	0.0	27.0
情報通信業	19.2	50.0	30.8	-11.6	-13.0	0.0	0.0	-	-	46.4	35.7	17.9	28.5	32.0	0.0	0.0	-	-
運輸業	6.3	61.9	31.7	-25.4	-22.2	-25.0	-46.1	0.0	-15.4	30.2	42.9	27.0	3.2	7.4	0.0	-23.1	-50.0	30.8
卸売業	14.3	48.9	36.8	-22.5	-22.8	-17.7	-23.9	0.0	-26.7	50.2	32.9	16.9	33.3	33.9	44.4	33.4	0.0	20.0
小売業	12.9	32.2	55.0	-42.1	-36.8	-59.3	-24.2	-83.3	-54.5	21.7	33.1	45.1	-23.4	-13.5	-42.8	-24.2	-14.3	-40.9
不動産業	18.6	52.5	28.8	-10.2	-2.8	-28.6	-40.0	-	16.6	34.4	50.8	14.8	19.6	24.3	14.3	9.1	-	16.6
飲食店・宿泊業	14.0	49.1	36.8	-22.8	-22.6	-14.3	14.3	-33.3	-55.6	19.6	35.7	44.6	-25.0	-12.9	-28.6	-42.8	-50.0	-44.5
サービス業	16.1	43.8	40.1	-24.0	-16.8	-39.2	-37.5	-45.5	-25.0	35.3	34.4	30.3	5.0	11.5	-29.2	0.0	-27.2	21.5
大企業	29.9	40.9	29.1	0.8	4.1	-22.3	-20.0	-50.0	22.2	71.5	23.1	5.4	66.1	69.7	44.5	27.3	100.0	88.9
中小企業	14.3	48.4	37.2	-22.9	-21.1	-33.1	-17.9	-29.8	-24.9	34.2	39.3	26.5	7.7	10.9	-0.7	3.1	5.9	9.0
合計	15.7	47.4	36.9	-21.2	-18.0	-34.1	-18.9	-29.5	-23.3	37.3	37.7	25.0	12.3	18.1	0.0	3.3	9.8	12.3

(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 (%)					D I									
	増加	横ばい	減少	なし	未定	過剰	充足	不足	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	
製造業	21.7	36.6	16.2	23.2	2.3	10.1	56.1	33.9	23.8	27.1	39.5	15.7	19.3	21.1	
非製造業	14.4	32.7	17.6	31.7	3.7	8.2	57.0	34.8	26.6	25.1	30.4	32.0	21.9	25.0	
建設業	17.1	34.8	11.4	33.5	3.2	8.3	48.1	43.7	35.4	33.3	33.4	48.0	40.0	29.7	
情報通信業	11.1	59.3	7.4	18.5	3.7	0.0	39.3	60.7	60.7	60.0	50.0	100.0	-	-	
運輸業	12.3	40.0	23.1	23.1	1.5	7.7	58.5	33.8	26.1	14.4	22.2	38.5	50.0	38.5	
卸売業	12.0	35.6	14.2	35.2	3.0	10.7	67.7	21.8	11.1	8.3	23.6	28.6	-33.3	13.3	
小売業	13.5	17.4	21.3	42.7	5.1	8.8	64.1	27.0	18.2	19.7	24.9	21.5	-14.3	9.5	
不動産業	8.5	47.5	20.3	16.9	6.8	6.8	67.8	25.4	18.6	20.0	57.1	-9.1	-	16.7	
飲食店・宿泊業	23.6	23.6	23.6	25.5	3.6	1.9	56.6	41.5	39.6	39.2	28.6	28.6	33.3	62.5	
サービス業	15.9	33.2	20.0	27.3	3.6	8.3	45.1	46.5	38.2	42.6	33.4	44.0	27.3	21.5	
大企業	28.9	42.2	17.2	10.9	0.8	3.1	40.8	56.1	53.0	45.5	88.9	81.8	100.0	55.5	
中小企業	16.0	33.5	17.1	30.0	3.4	9.1	58.4	32.5	23.4	22.9	30.5	23.2	19.0	21.9	
合計	17.1	34.2	17.1	28.4	3.2	8.9	56.6	34.4	25.5	25.7	33.1	23.6	20.9	23.5	

(7) 雇用予定人員、来期の業況見通し

	雇用予定人員										来期の業況見通し								
	構成比 (%)					D I (※季節調整前)					構成比 (%)				D I (※季節調整前)				
	増加	横ばい	減少	なし	未定	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
製造業	17.0	76.4	6.5	10.5	12.8	-6.3	12.9	19.4	6.7	30.2	45.2	24.6	5.6	4.4	23.8	0.0	12.9	5.6	
非製造業	12.6	78.3	9.1	3.5	3.5	2.7	7.7	-5.0	2.3	22.8	42.8	34.4	-11.6	-9.7	-15.7	-7.0	-32.5	-14.3	
建設業	12.0	77.2	10.8	1.2	0.0	4.8	12.0	6.7	-8.1	19.0	45.6	35.4	-16.4	-16.4	-42.8	8.0	-57.2	-2.7	
情報通信業	35.7	46.4	17.9	17.8	16.0	0.0	100.0	-	-	29.6	44.4	25.9	3.7	12.5	-50.0	-100.0	-	-	
運輸業	6.2	87.7	6.2	0.0	-3.5	0.0	7.7	-50.0	7.7	20.0	64.6	15.4	4.6	3.7	0.0	-7.7	-50.0	30.8	
卸売業	13.1	81.9	5.1	8.0	5.0	27.7	14.3	0.0	13.3	26.6	48.5	24.9	1.7	-0.6	27.7	10.5	-33.3	-6.7	
小売業	7.1	82.1	10.7	-3.6	-1.2	-14.8	3.7	0.0	-9.5	20.4	33.9	45.8	-25.4	-20.2	-42.9	-14.2	-14.3	-40.0	
不動産業	8.3	83.3	8.3	0.0	5.6	0.0	-18.2	-	0.0	19.7	44.3	36.1	-16.4	-21.6	0.0	-27.3	-	16.6	
飲食店・宿泊業	9.4	77.4	13.2	-3.8	-3.4	-16.7	0.0	0.0	0.0	32.8	25.5	41.8	-9.0	3.3	14.3	0.0	-66.6	-62.5	
サービス業	17.4	72.5	10.1	7.3	6.2	8.4	12.0	-18.2	17.8	22.0	39.3	38.8	-16.8	-18.6	-8.7	-15.4	0.0	-23.4	
大企業	35.7	55.0	9.3	26.4	23.5	22.2	45.5	100.0	22.2	45.8	34.1	20.2	25.6	27.3	33.3	-10.0	100.0	22.2	
中小企業	12.3	79.9	7.8	4.5	3.9	-0.6	9.9	4.4	3.3	23.6	44.9	31.5	-7.9	-10.0	-4.0	-2.8	-16.4	-7.1	
合計	14.1	77.7	8.2	5.9	6.1	0.0	10.4	5.6	4.1	25.4	43.7	31.0	-5.6	-5.8	-4.4	-3.3	-12.7	-6.2	

(8) 26年度の採用実績と27年度の採用予定

	26年度の採用実績					27年度の採用予定				
	増加	横ばい	減少	なし	未定	増加	横ばい	減少	なし	未定
製造業	20.8	37.6	5.1	35.2	1.3	20.3	30.7	3.8	36.7	8.5
非製造業	14.3	30.7	4.6	48.4	1.9	14.9	27.8	3.0	47.4	6.9
建設業	14.5	30.2	3.8	47.8	3.8	20.8	23.9	2.5	42.8	10.1
情報通信業	18.5	48.1	7.4	25.9	0.0	33.3	44.4	0.0	11.1	11.1
運輸業	12.5	56.2	6.2	23.4	1.6	14.1	45.3	4.7	26.6	9.4
卸売業	21.8	28.2	3.0	45.7	1.3	17.1	25.2	2.6	47.4	7.7
小売業	7.4	22.2	4.0	65.3	1.1	5.7	22.7	1.1	65.9	4.5
不動産業	10.3	17.2	3.4	69.0	0.0	13.6	15.3	0.0	66.1	5.1
飲食店・宿泊業	3.6	34.5	9.1	47.3	5.5	10.9	32.7	3.6	47.3	5.5
サービス業	15.6	33.5	6.0	43.1	1.8	15.0	32.3	5.9	41.4	5.5
大企業	32.8	53.9	8.6	3.9	0.8	30.2	55.0	9.3	3.9	1.6
中小企業	15.1	31.7	4.4	47.0	1.8	15.7	26.6	2.7	46.9	8.1
全体	16.6	33.6	4.8	43.3	1.7	16.9	29.1	3.3	43.1	7.6

(9) 従業者を採用する際に活用している機関等

	現在、採用時に活用している機関等（複数回答）						
	学校	ハローワーク	縁故・友人・知人	求人専門サイト	有料求人情報誌	民間職業紹介所	その他
製造業	30.3	72.8	24.0	21.7	18.5	12.8	5.7
非製造業	22.7	57.7	28.3	27.2	22.9	8.3	8.9
建設業	24.8	55.2	39.0	22.9	9.5	4.8	7.6
情報通信業	59.1	63.6	13.6	31.8	22.7	0.0	9.1
運輸業	10.2	73.5	34.7	18.4	26.5	2.0	2.0
卸売業	23.2	64.9	19.2	31.1	16.6	12.6	5.3
小売業	20.7	47.1	34.5	25.3	29.9	5.7	16.1
不動産業	3.3	46.7	20.0	13.3	23.3	13.3	13.3
飲食店・宿泊業	20.0	37.1	42.9	31.4	40.0	8.6	17.1
サービス業	25.3	59.3	24.7	31.3	29.3	10.0	8.7
大企業	59.1	60.9	22.6	65.2	37.4	13.9	8.7
中小企業	21.4	63.9	27.3	20.0	19.2	9.5	7.4
全体	25.7	63.6	26.7	25.2	21.3	10.0	7.5

	今後最も重視する機関等						
	学校	ハローワーク	縁故・友人・知人	求人専門サイト	有料求人情報誌	民間職業紹介所	その他
製造業	18.0	45.1	12.0	9.8	6.8	5.7	2.5
非製造業	14.2	35.0	16.0	14.9	9.4	4.8	5.8
建設業	19.8	29.7	22.8	13.9	5.0	2.0	6.9
情報通信業	36.4	27.3	4.5	18.2	4.5	4.5	4.5
運輸業	9.8	51.2	14.6	7.3	14.6	0.0	2.4
卸売業	10.3	46.5	9.7	14.2	8.4	7.1	3.9
小売業	14.1	16.5	28.2	20.0	8.2	3.5	9.4
不動産業	3.0	39.4	18.2	9.1	6.1	12.1	12.1
飲食店・宿泊業	12.5	12.5	31.2	12.5	21.9	0.0	9.4
サービス業	15.3	38.0	8.8	16.8	11.7	5.8	3.6
大企業	34.9	20.2	2.8	26.6	6.4	3.7	5.5
中小企業	13.3	41.2	16.3	11.2	8.6	5.3	4.1
全体	15.8	38.8	14.7	12.9	8.4	5.1	4.3

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

表2 DI推移表

	回	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	前回調査との比較	前回調査の見通しとの比較		
		平成	22			23			24			25			26			27						
		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	-21.1	-13.9	-11.2	-29.3	-16.1	-16.9	-19.3	-20.2	-23.9	-20.5	-21.9	-15.0	-8.6	-3.4	6.0	-15.0	-12.3	-7.7	-13.7	▲6.0	▲8.2	
		非製造業	-32.9	-26.1	-23.0	-40.8	-26.7	-26.6	-28.5	-26.9	-25.1	-28.4	-23.5	-17.0	-16.7	-7.9	-5.2	-29.7	-21.4	-21.8	-14.9	▲6.9	0.5	
		大企業	-12.2	1.2	5.2	-21.7	4.3	-8.9	-3.8	5.3	-1.5	4.5	-9.6	7.7	10.2	11.4	20.8	-8.4	10.5	10.0	7.7	▲2.3	1.4	
		中小企業	-30.1	-24.5	-20.7	-38.3	-24.8	-24.3	-27.1	-27.2	-27.0	-28.4	-23.6	-18.4	-15.4	-8.0	-2.9	-26.4	-20.4	-19.6	-15.9	▲3.6	▲3.0	
		合計	-28.9	-22.2	-18.4	-37.2	-23.0	-23.3	-25.1	-24.8	-24.8	-26.0	-22.7	-16.4	-13.9	-6.6	-1.3	-24.9	-18.2	-17.3	-14.4	▲2.9	▲2.7	
	b. 前期比	製造業	-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	-17.3	-12.9	-1.0	-17.5	▲16.5		
		非製造業	-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	-30.1	-20.6	-15.4	-21.5	▲6.1		
		大企業	-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	-6.4	16.3	12.2	-2.3	▲14.5		
		中小企業	-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	-27.4	-21.1	-12.3	-21.4	▲9.1		
		合計	-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	-25.8	-18.0	-10.6	-20.2	▲9.6		
	c. 前年同期比	製造業	-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	-3.1	10.9	-8.9	-12.2	-14.6	-19.1	▲4.5		
		非製造業	-32.2	-31.2	-29.5	-42.4	-27.9	-30.0	-34.4	-26.6	-28.6	-32.7	-24.9	-19.6	-18.7	-10.1	-2.0	-23.6	-22.3	-25.8	-21.2	▲4.6		
		大企業	-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	10.2	18.9	12.0	4.0	▲8.0		
		中小企業	-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	-20.8	-22.0	-24.7	-22.0	▲2.7		
		合計	-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	-18.6	-18.8	-22.1	-20.5	▲1.6		
(2) 売上高(季調済)	製造業	-21.6	-16.0	-12.0	-30.9	-18.0	-16.0	-19.0	-20.8	-24.5	-21.2	-24.9	-15.7	-11.6	-7.0	3.7	-17.4	-14.4	-11.0	-13.5	▲2.4			
	非製造業	-33.5	-27.3	-24.8	-39.9	-26.4	-27.6	-28.5	-26.6	-26.6	-29.0	-23.9	-19.4	-17.4	-10.7	-8.3	-30.9	-25.6	-21.9	-17.4	▲4.4			
	大企業	-14.6	-1.2	-1.0	-23.7	11.0	-10.1	-0.2	5.5	-5.2	5.4	-10.0	5.1	13.8	7.2	22.3	-5.6	8.8	15.2	9.8	▲5.4			
	中小企業	-30.7	-25.6	-21.5	-38.0	-26.3	-24.5	-27.1	-27.3	-28.3	-28.8	-24.7	-20.1	-17.7	-10.8	-5.8	-28.4	-24.3	-20.7	-17.6	▲3.1			
	合計	-29.8	-23.5	-19.8	-36.9	-23.8	-23.4	-24.8	-24.9	-26.3	-26.4	-23.7	-18.4	-15.7	-9.4	-3.8	-26.5	-22.0	-18.2	-15.5	▲2.6			
(3) 製・商品単価	製造業	-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	-5.9	-2.5	-2.4	-2.4	0.0			
	非製造業	-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	0.6	-5.0	-0.5	-4.5	▲4.0			
	大企業	-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	4.3	3.7	17.6	7.0	▲10.6			
	中小企業	-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	-2.2	-4.8	-2.6	-4.4	▲1.8			
	合計	-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	-1.6	-4.1	-1.2	-3.8	▲2.6			
(4) 原材料価格	製造業	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	44.8	46.4	45.1	37.5	▲7.6			
	非製造業	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	40.7	33.3	33.6	30.9	▲2.7			
	大企業	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	34.3	33.8	36.7	36.2	▲0.5			
	中小企業	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	42.8	39.5	38.0	33.4	▲4.6			
	合計	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	42.2	39.2	37.7	33.3	▲4.4			
(5) 営業利益判断(季調済)	製造業	-11.4	-6.9	-1.1	-9.6	-1.6	-1.6	0.5	-3.5	-4.7	-3.5	-5.5	-1.4	0.6	5.0	11.5	10.8	5.1	5.2	9.5	4.3			
	非製造業	-19.0	-16.8	-15.4	-21.4	-15.3	-14.4	-16.9	-15.5	-14.4	-15.5	-11.1	-9.0	-7.9	-0.4	-0.6	-6.7	-9.8	-1.1	-0.5	4.6			
	大企業	21.5	29.3	33.1	28.8	36.2	31.0	29.0	32.8	30.1	39.1	29.2	33.1	42.7	45.5	46.4	40.1	42.5	48.8	51.3	2.5			
	中小企業	-21.1	-17.8	-13.4	-21.1	-14.8	-13.4	-14.4	-15.2	-15.1	-16.4	-12.5	-9.7	-9.2	-2.4	0.3	-4.4	-8.7	-6.2	-0.5	5.7			
	合計	-17.0	-13.9	-9.8	-17.0	-10.7	-10.2	-11.0	-11.2	-10.9	-11.8	-9.4	-6.1	-4.5	0.9	3.0	-0.4	-4.1	-2.1	2.3	4.4			
(6) 営業利益水準(季調済)	製造業	-23.0	-21.0	-22.5	-33.3	-23.0	-21.0	-20.0	-22.8	-25.8	-22.4	-25.8	-18.6	-15.2	-12.1	-4.7	-16.3	-19.7	-12.6	-12.9	▲0.3			
	非製造業	-32.3	-28.9	-26.4	-41.4	-31.5	-28.3	-30.0	-28.3	-27.6	-29.2	-24.7	-21.8	-19.7	-13.4	-11.1	-30.4	-27.1	-21.7	-17.5	4.2			
	大企業	-10.7	-1.4	-0.9	-20.2	5.2	-6.5	-6.0	1.3	-2.3	4.1	-6.3	1.2	8.3	4.8	18.4	-12.2	1.7	17.3	9.4	▲7.8			
	中小企業	-31.0	-28.7	-26.7	-40.1	-31.2	-27.3	-28.3	-29.0	-29.4	-29.6	-26.1	-22.8	-19.7	-14.5	-11.1	-26.6	-26.2	-21.7	-17.9	3.8			
	合計	-29.6	-26.4	-24.5	-38.8	-28.7	-25.7	-26.3	-26.7	-27.0	-26.9	-24.8	-21.0	-17.8	-13.1	-8.9	-25.7	-24.1	-18.8	-15.9	2.9			
(7) 資金繰り	製造業	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	17.6	20.2	18.4	19.9	1.5			
	非製造業	-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	8.2	4.0	2.5	8.2	5.7			
	大企業	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	57.9	64.5	61.8	66.1	4.3			
	中小企業	-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	6.8	4.6	2.8	7.7	4.9			
	合計	-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	11.4	9.4	7.8	12.3	4.5			
(8) 雇用状況(雇用不足感)	製造業	-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	8.8	14.4	20.6	24.2	18.7	23.8	5.1			
	非製造業	-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	20.2	25.7	19.9	27.9	23.2	26.6	4.3			
	大企業	-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	25.2	33.1	36.7	44.8	38.2	53.0	14.8			
	中小企業	-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	15.4	21.1	18.1	24.8	19.7	23.4	3.7			
	合計	-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	16.2	21.9	19.9	26.6	21.1	25.5	4.4			
	(9) 雇用予定人員(季調済)	製造業	-3.1	-0.4	1.2	-1.4	-1.9	1.0	0.5	-3.5	-2.2	-2.6	2.3	0.4	1.7	3.2	2.8	5.1	5.3	4.7	5.8	1.1		
		非製造業	-8.0	-6.3	-5.6	-7.4	-5.7	-5.4	-4.9	-4.4	-5.2	-3.1	-2.1	-1.4	-1.4	-0.4	0.1	0.0	0.1	-2.3	0.2	2.4		
		大企業	-10.5	-1.2	-2.9	0.3	5.5	-2.7	1.1	2.3	7.1	5.4	-2.0	12.9	5.3	9.6	12.8	13.1	12.9	5.5	15.2	9.7		
		中小企業	-5.7	-4.6	-3.6	-5.5	-4.8	-3.1	-3.5	-4.5	-5.0	-3.9	-0.3	-2.0	-0.8	0.1	0.2	1.1	0.7	-0.4	1.3	1.7		
		合計	-6.4	-4.4	-3.2	-5.1	-4.3	-3.1	-3.3	-4.0	-4.0	-2.9	-0.9	-0.7	-0.3	0.8	0.8	1.9	2.0	0.0	2.0	1.9		
	(10) 設備投資	製造業	増加	17.4	18.2	19.1	15.2	16.2	16.9	16.8	19.3	19.0	19.2	16.0	14.8	16.0	19.4	20.1	21.4	20.8	21.5	21.7	0.2	
			横ばい	24.9	27.3	30.4	27.2	28.5	29.7	31.3	30.1	28.3	27.9	28.5	30.2	32.2	30.4	34.3	34.5	35.2	25.5	36.6	10.1	
			減少	19.1	17.6	20.5	16.4	17.6	13.9	19.6	15.4	16.1	15.2	17.1	18.3	15.4	13.8	16.8	11.9	14.2	16.3	16.2	0.9	
			なし	34.6	33.5	28.7	34.0	32.7	35.8	29.2	29.8	32.7	34.4	35.2	31.3	32.4	33.8	26.8	27.2	26.3	33.5	23.2	▲10.3	
			未定	4.0	3.4	1.3	7.2	5.1	3.7	3.2	5.3	3.8	3.3	3.2	5.3	4.0	2.6	2.0	5.0	3.5	3.2	2.3		

最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）

27年1～3月期の大型小売店の売上高は、前年同期に消費増税前の駆け込み需要があった影響が大きかったものの、株高の恩恵を受けた富裕層の消費に加え、2月には百貨店の外国人旅行者への販売額が過去最高を更新するなど旺盛な外需の下支えがあったため、マイナスは小幅に留まった。ただし、総務省「家計調査」によると、2人以上の世帯の実質家計消費は1月は▲5.1%、2月は▲2.9%、3月は▲10.6%であり、食品以外を扱う総合スーパーや家電販売、新車販売では苦戦が続くなど、消費にはまだ弱さも見られる。

月別概況

1月：(平年差)平均気温+0.1℃、降水量+104.8%

1月は前年の消費増税前の駆け込み需要の影響が本格化し始め、エアコン・冷蔵庫・洗濯機・パソコンなどの家電や家具は対前年比で大幅に売上を落とした。一方、昨年より降水量が多かったため、雨傘やレインコートが伸長した。

百貨店では、年初の福袋が好調な滑り出しとなった。クリアランスでは、クリアランス対象の値引き品かどうかに拘らず、定額品を多く購入する傾向が見られた。

スーパーでは、白菜やキャベツといった主力野菜の相場安の影響が続いたが、好調の畜産品に加え、エビ、カニ、カキといった水産品が堅調に推移した。また、朝食の新しい定番となったフルーツグラノーラは長期的に売上を伸ばしている。

2月：(平年差)平均気温+0.6℃、降水量▲58.7%

2月は前年の消費増税前の駆け込み需要の影響がさらに膨らみ、大型家電に加えスーツやジュエリー、米やタバコなども前年同月比で落ち込んだ。

百貨店では、春節（中華圏の旧正月）の影響で「爆買い」とも呼ばれる旺盛な外需が社会現象ともなった。外国人旅行者への販売額は全国で過去最高を更新し、府内百貨店でも前年同月比2～4倍に増加した。品目では高級婦人服、ハンドバッグ、化粧品、腕時計、子供服などが大幅に売上を伸ばした。

スーパーでは、畜産品や豆類、カットフルーツが好調となった反面、白菜・キャベツ・大根といった主力野菜やみかんが低調に推移した。NHKの連続ドラマの影響でウィスキーは好調が続いた。

3月：(平年差)平均気温+0.8℃、降水量+67.5%

3月は休日が昨年より2日少なく、前年の消費増税前の駆け込み需要がピークの月（参考：26年3月の対前年同月比※全店：百貨店+31.8%、スーパー+13.5%）、であったため、百貨店、スーパーともに対前年同月比

では大幅に売上を落とした。

百貨店では、スーパーと比較してもジュエリーや腕時計などの高額品の駆け込み需要が前年にあった影響が大きく、前年同月比では全ての店舗で2桁のマイナスとなった。ただし、外国人旅行者への売上が極めて好調な影響もあり、前々年との比較では売り上げを伸ばした店舗が多かった。

スーパーでは米、調味料、飲料、酒、タバコ、ハム・ソーセージなどで昨年の消費増税前の駆け込み需要の影響が見られた。とりわけ、食品以外に衣料や家具・家電も扱う店舗では売上を大幅に落とした。

百貨店A社

3月の売上高の状況を見ると、子供服や食料品が好調に推移したが、前年の駆け込み需要が非常に大きく、売上は2桁のマイナスとなった。（前々年の25年3月との比較では大幅な増加）

紳士服：スプリングコートとTシャツなどの春ファッションは打ち出しが奏功し、好調に推移したが、駆け込み需要の大きかった紳士靴、バッグ、革小物などの洋品雑貨は前年実績を大きく割り込んだ。

婦人服：紳士服と同様にスプリングコートが好調なほか、ドレスやビジネスにも使えるフォーマルなジャケットが堅調に推移した。

子供服：イベントや限定品の打ち出しが奏功し、春の衣料が好調に推移した。外国人旅行者には日本製の子供服や子供靴、ベビー用品が売上を伸ばした。

宝飾・時計：前年の駆け込み需要が最も大きかったカテゴリーであり、ジュエリー、時計ともに前年比では大幅な落ち込みとなった。ただし、時計については前々年比で好調な売上となっている。

服飾雑貨：ホワイトデー商戦でハンカチが伸張した。百貨店で購入できる商品の中ではお手頃な価格で、ブランドロゴが入るハンカチは外国人旅行者にも人気のおみやげの1つとなっている。ハンドバッグや革小物、靴に関しては昨年の駆け込み需要の影響が比較的大きく、一部苦戦した。

食料品：嗜好品や健康食品は前年の駆け込み需要の影響が見られたが、ホワイトデー商戦において期間限定品や女性向けの打ち出し（自家需要や友達同士での贈答需要）が成功し、洋菓子などの売上増加につながったこともあり、カテゴリー全体で前年を上回った。

百貨店 B 社

3月は、ジュエリーや高級ブランド品が健闘したが、前年に駆け込み需要があった影響が大きく、前年比では大幅なマイナスとなった。(前々年比では過半数の店舗でプラスとなった)

紳士服：前年に駆け込み需要があった影響は大きいですが、カジュアルやスポーツファッションは健闘し、スポーツファッションは前年を上回る店舗もあった。

婦人服：特選婦人服などで外国人旅行者への販売による下支えがあったが、それ以上に昨年の上昇が大きい、全ての品目で大幅な減少となった。

子供服：外国人旅行者による恩恵が特に大きく、府内の店舗では前年を上回るほどの好調となった。

食料品：北海道展などの催事が非常に盛況で一部店舗では保存食品が前年を大幅に上回るほどの好調となった。生鮮食品、惣菜、レストランにおいても外国人旅行者による賑わいで売上増加につながった。

宝飾・時計：ジュエリーや時計が前々比同月比で大幅に伸長するなど、健闘した。株高による資産効果の影響もあり、高額品は堅調に推移している。

電器店チェーン C 社

売上高：全国に多数の加盟店を持つC社では、3月には前年同月比で半減に近い落ち込みとなった。ただし、前々年の25年3月に比べれば10%の増加になっており、前年は消費増税前の駆け込み需要の影響に加え、例年は実施していない増税前セールを行っており、客単価が倍増していたといった特殊事情を考慮すれば好調な結果といえる。

C社では本部で一括して商品の仕入を行うことで、量販店にも劣らない価格訴求力を実現している。また、高齢化の進展によって、身近な所に店舗があり、電球1個の取替え等でも家に来てくれるなど小回りが利き、アフターフォローが充実している「まちの電器店」へのニーズが高まっていることが好調の背景にある。3月には、引越し需要で冷蔵庫や洗濯機等の大型白物家電、エアコンなどに動きが見られた。

収益：顧客の動向としては、平成25年以降の景気の回復の影響などを受けて、「とにかく安く」から「少し高くても、良いものを買って長く使う」傾向が強まっており、1点あたりの単価も前年比で10%ほど上昇している。またC社では収益性の高いリフォーム事業の拡大を意欲的に進めている。リフォームの受注は容易ではないが、顧客の9割が常連客であり、顧客と密な信頼関係を構築しているC社(加盟店)ならではの取組で、現在では売上構成の20~25%がリフォーム事業とのものである。

独自の取組：加盟店に対して、全店にタブレットを無償でレンタルしており、発注や出先の個人宅などでの商談(商品の閲覧)が円滑に進むよう機能している。さらに、本部が発行しているカタログに掲載されている商品が品切れでであった場合、少ロットの追加仕入になれば、一括して仕入れた場合に比べて費用がかさむことになるが、その場合の差額費用を本部が負担することで、各加盟店は在庫を気にせず、安心して営業に専念できるシステムを構築している。また、店主の高齢化や後継者不足も各加盟店が抱える悩みであるが、専門学校の卒業生とのマッチングなど対応を進めている。

大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		26年			27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)	140,725	155,287	198,693	153,126	132,672	151,387
	(前年同月比、全店ベース)	0.7	2.3	1.3	1.5	1.2	▲15.0
	(前年同月比、既存店ベース)	0.1	1.9	1.1	1.3	1.0	▲15.5
うち百貨店	販売額	70,554	82,322	108,986	81,173	67,002	78,666
	(前年同月比、全店ベース)	0.4	2.6	1.8	1.4	0.8	▲20.5
	(前年同月比、既存店ベース)	0.4	2.6	1.8	1.4	0.8	▲20.5
うちスーパー	販売額	70,171	72,965	89,707	71,954	65,669	72,721
	(前年同月比、全店ベース)	1.1	1.9	0.8	1.6	1.6	▲8.2
	(前年同月比、既存店ベース)	▲0.2	1.1	0.2	1.2	1.3	▲9.1
コンビニ・ストア販売(近畿)	販売額	132,554	126,470	135,130	123,439	114,887	133,222
	(前年同月比、全店ベース)	7.8	6.3	6.5	7.0	5.4	4.7
	(前年同月比、既存店ベース)	1.8	0.5	0.7	1.2	0.1	▲0.8
乗用車新車販売	台数	17,153	17,184	17,234	17,270	20,612	26,554
	(前年同月比)	▲6.5	▲9.7	▲7.3	▲19.5	▲18.9	▲16.2
家電販売(近畿)	(前年同月比)	▲11.0	▲4.5	▲12.3	▲18.9	▲26.5	▲44.1

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」。前年同月比は前年同月比を100とした値。
 【コンビニ・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27年1～3月期／業種別景気動向調査）

1. 中小企業の景況

「中小企業景況調査」（中小企業庁・独立行政法人中小企業基盤整備機構）によると、大阪府の業況判断DIは、全産業で前期よりマイナス幅が0.8縮小した。全国及び近畿に比べ、全産業、製造業のマイナス幅が小さく、前期差は、いずれもプラス1未満とほぼ横ばいで推移した。

上記の推移を受けて、今期の全国及び近畿の中小企業の業況は、「持ち直しの動きを示しているものの、一部業種に足踏みが見られる」と判断されている。近畿の各業種の業況判断は、家具・装備品、パルプ・紙・紙加工品、情報通信・広告業などがマイナスからプラスの水準に転じた一方、マイナス幅が拡大したのは、木材・木製品（前期差▲31.7）、鉄鋼・非鉄金属（▲8.6）、その他製造業（▲9.7）など製造業に多く、足踏みが見られるのは、繊維工業（今期▲21.9）、印

刷（▲19.7）、金属製品（▲15.3）、輸送用機械器具（▲14.2）、建設業（▲17.5）、小売業（▲27.3）、対個人サービス業（▲26.1）である。

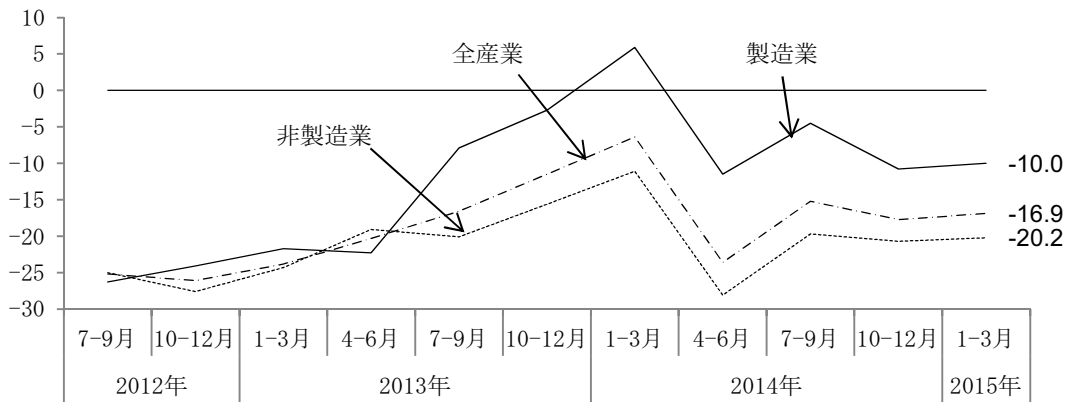
経営上の問題点は、前期に続いて、需要の停滞、原材料価格や仕入単価の上昇などが、全業種に共通してみられた。

表1 1～3月期の中小企業の業況判断DI

	業況判断DI（前期差）		
	全国	近畿	大阪府
全産業	-17.8 (1.6)	-17.1 (1.3)	-16.9 (0.8)
製造業	-14.1 (0.3)	-13.9 (▲1.4)	-10.0 (0.8)
非製造業	-19.3 (1.7)	-18.6 (1.9)	-20.2 (0.5)

出所：中小企業庁・独立行政法人中小企業基盤整備機構。
（注）DI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DIの推移



資料：近畿経済産業局調査課「第139回中小企業景況調査 - 近畿版 -（平成27年1～3月期）」。

表2 近畿における経営上の問題点（問題点1位に挙げた企業割合）

	上段：今期直面している経営上の問題点（1位～3位）／下段：（％）		
	製造業	需要の停滞 24.7 (24.0)	原材料価格の上昇 17.5 (17.9)
建設業	官公需要の停滞 15.0 (15.3)	民間需要の停滞 15.0 (14.9)	材料価格の上昇 12.6 (19.7)
卸売業	需要の停滞 33.2 (32.7)	仕入単価の上昇 21.3 (16.6)	販売単価の低下・上昇難 13.4 (9.8)
小売業	需要の停滞 19.7 (19.1)	大型店・中型店の進出による競争の激化 17.9 (19.1)	購買力の他地域への流出 16.0 (14.9)
サービス業	利用者ニーズの変化への対応 20.7 (19.4)	需要の停滞 19.2 (19.4)	材料等仕入単価の上昇 8.6 (10.9)

資料：上図に同じ。下段（ ）内は前期の数値。

2. 業種別景気動向調査にみる27年1～3月期の中小企業の景況

	菓子（製造）	婦人服製造業	食品卸売業	オートオートクシヨン
業種・業界の特徴	大阪府の25年の事業所数は225、従業員数は8,543人、製造品出荷額等は135,554百万円で、チョコレート等の出荷額のシェアは全国で1位となる16.4%、菓子小売業（製造小売）の年間販売額の割合は全国の9.8%を占め、高いシェアを維持している。	大阪府の25年の事業所数は72、従業員数は1,054人、製造品出荷額は90億円、従業員数を除き全国シェアも低下している。しかし、品目別出荷額の都道府県別シェアは上位を占め、現在も国内では主要産地の地位を維持している。	大阪府の24年の事業所数は、3,715（全国比6.6%）、従業員数46,683人（同7.9%）、年間商品販売額68,482億円（同10.2%）で、全国、大阪府ともに、事業所数や従業員数、年間商品販売額は大幅な減少傾向が続いている。	27年4月現在、全国に127会場あり、大阪府内に9会場が立地している。大阪府の出品台数や成約台数のシェアは8%程度で推移し、大阪府内の会場は、平均出品台数が数百台から数千台程度である（全国は数百台から1万台超と規模の差がみられる）。
概況	景気の回復を受けて、需要は概ね横ばいで推移している。消費増税の影響はみられたが、訪日外国人や法人贈答の需要、輸出増の影響、ポリアエノールなどの健康効果への注目の高まりが、需要増に寄与している。	26年3月までは、高額品を中心に消費増税前の駆け込み需要がみられたが、増税後は一転低調となり、27年においても、明確な回復とはいえない状態が続いている。	天候不順や産地の供給量減少、円安等により国内外の食料品の価格相場は上昇している。しかし、消費者の節約志向は根強く、販売価格に転嫁できず収益性が低下している企業が多い。	軽自動車税の税額上昇、エコカー減税改定等、駆け込み需要要因はあったが、消費税率引上げ直前の前年同期ほどの盛り上がりはなく、出品台数は微減となった。オートオートクシヨンを介さない取引が増加している。
売上高、売上単価	消費増税によって消費は低迷したが、需要増で小売額は前年比微増で推移した。ただし、コスト高で収益面はやや厳しい状況で推移した。	高級品需要の低迷、ヤング市場のヒット商品の少なさがみられる一方、健康志向の高まりを受けてスポーツ関連商品は好調に推移している。	販売量は前年並みで推移し、仕入価格の上昇分を価格に転嫁できた企業は売上高が増加した。業務用は、小売店や外食店の減少の影響がある。	駆け込み需要の反動減、買い替えサイクルの長期化などにより、1～3月期は前年同期を下回ったが、前々年同期と比べると微増となった。
原材料・仕入価格	26年秋以降の円安による原材料価格の高騰、家畜の輸入飼料高騰による間接的な影響など、輸入原材料、国内産原材料とも価格が高騰した。	円安の進行による原料価格の上昇、エネルギーコストの上昇など、全面的にコスト上昇が急激に進み、採算は一層厳しい状態となっている。	仕入価格の上昇が続く、例えば、青果や水産物は、天候不順や海水温の上昇による漁獲量の減少等で供給量が減少したり、価格が上昇している。	1～3月期の平均出品台数の前年同期比は5～10%減が多く（府内合計値は前年同期比3.8%減）、前々年同期より10%以上増加の企業も多い。
設備投資	国内市場の縮小、経営者の高齢化や後継者問題などで消極的だが、他社との差別化で積極的な企業もある。	社内の高齢化への対応などを背景に、採用環境は改善の兆しがみられる一方、一部の企業では採用後の退職率が高まっているところもある。	電力を要する設備が多く、節電効果の高いLED照明やオープンケース等の設備投資に積極的な企業が多い。	機械化、多レーン化、他会場との連携等の情報化機器の更新・機能強化、会場の改善・改装等が行われている。
雇用、賃金	後継者問題があるが、正規社員の採用は比較的順調に行われ、職人の高齢化が進む工場では、若手への技術継承が進められている。	職率が高まっているところもある。	製造職の正社員・パートとも、条件にあった人材を確保するのが難しく、商品配達ドライバーも高齢化し、人材確保が課題となっている。	人手を要する出品車の評価や会場内の移動等では外注活用の動きがみられ、人員数は、横ばいか減少傾向というところが多い。
資金繰り	輸入の増加とともに、円安や日本食ブームの影響もあり、輸出も増加しており、大口受注のケースもある。	輸入は、中国のシェアが、人件費の高騰などで低下しているものの、依然として高水準で取引されている。	消費者の節約・低価格志向を受け、顧客の来店頻度や買物点数の増加、話題性ある商品の開発が課題である。	収入の減少に加え、電気料金の値上げ等の影響もあり、利益面でも減少とするとところが多い。
為替相場の影響、その他の影響など	日本の食文化への注目の高まりによる外需の伸び、和洋菓子の折衷による新しい顧客層の開拓、原材料へのこだわりなどの動きがみられる。	将来の不透明感が強まり、回復は今年後半半から来年度になると目されている。ネット通販や消費者直販の動きが強まり、競争激化が懸念される。	インターネット事業者の食料品販売への参入等、今後の競争環境はますます激しくなると考えられ、市場外流通の増加への対応が課題である。	オートオートクシヨンを介さない取引や消費税負担のない個人間取引の拡大が懸念され、他会場との連携や会員サービスの強化等がみられる。
今後の見通し、その他				

菓子（製造）

菓子の平成 26 年の業況は小売金額ベース（全国）で微増となった。26 年 4 月の消費増税による消費の低迷こそあったものの、緩やかな景気の回復から法人贈答需要が回復の兆しを見せているほか、夏場の気温が涼しかったこと、輸出や外国人旅行者など好調な外需の影響などがみられた。ただし、半製品や OEM 生産が中心の中小製造業や製造小売では原材料などのコスト高で厳しい収益状況が続いている。

業界概要

菓子製造業界は、専業メーカーとして完成品または半製品（チョコレートのみなど）を自社以外の流通経路で販売する菓子製造と、同一事業所で商品を製造・販売する製造小売の大きく 2 つ業態があり、両方を兼ねることもある。菓子の種類も飴菓子（飴類、グミなど）、チョコレート、チューインガム、せんべい（小麦粉製）、ビスケット（ビスケット、クッキーなど）、米菓（あられ、うるち米製のせんべい）、和生菓子（ようかん、まんじゅうなど）、洋生菓子（ケーキ、カステラなど）、スナック菓子（ポテト系、コーン系など）、油菓子（かりんとうなど）、その他菓子（おこし、玩菓、砂糖漬菓子など）と多岐にわたる。大阪の菓子製造業界では、製造品種グループ別に組合が組織されており、それを束ねる団体として大阪府菓子工業組合があり、組合員企業は 725 社（平成 26 年度期末）を数える。

25 年の大阪府内の菓子製造業（従業者 4 人以上）の事業所数は 225 事業所、従業者数は 8,543 人、製造品出荷額等は 135,554 百万円である（経済産業省『平成 25 年工業統計』）。ただし、地域に密着した製造小売の形態をとる従業員 4 人未満の小規模企業も多く、取扱商品の出荷額の割合によって、食品やパンなど菓子以外の業種に分類されている例もあるため、実際の事業所数は統計よりかなり多いとみられる。

大阪の特徴

江戸時代には長崎に來航した唐船やオランダ船によって輸入された砂糖や、薩摩藩、高松藩など西国で生産された国産砂糖が糸荷廻船などで「天下の台所」たる大阪に集められ、唐菓種問屋や砂糖荒物仲買仲間の手を経て江戸や京都をはじめ全国に流通していた歴史背景があり、良質の砂糖を筆頭に米や餡もいち早く入手可能であった大阪でも菓子文化が発展した。

菓子の品種的には、おこし、村雨、玩菓、米菓のあられなどに大阪の特徴がみられ、飴菓子、チョコレート菓子などについても全国的に有名な企業がある。

全国で大阪府の占める製造出荷額等の割合は、生菓

子で 3.6%、ビスケット類・干菓子で 2.2%、米菓で 1.9%、その他のパン・菓子で 6.6%である（表参照）。工場の府外移転などにより出荷額等のシェアは低下傾向にあるが、その他の菓子のうちチョコレートのシェアが 16.4%と、全国 1 位となっている。

また、菓子小売業（製造小売）の年間販売額の割合は 9.8%で高いシェアを維持している（総務省『平成 24 年経済センサスー活動調査』）。

業界を取り巻く構造の変化

コンビニエンスストアの店舗数が直近 10 年間に全国で 1 万店舗増える一方で、量販店の超大型化が続く下で、中小・中堅の製造業にとっては主な販売先である中小菓子小売業の淘汰が進むとともに、製造小売にとっては直接の競合先となるなど、マイナスの影響が大きい。また、小売の超大型化によって相対的に苦しい状況になった卸問屋では老舗を含めて廃業が加速しているため、卸問屋が一括して受注し、OEM 生産を中小の製造に割り振るといったことも難しくなってきた。

大手量販店などの菓子売場は、多くの場合がブランド力と供給力のある大手菓子メーカーによって占められているが、菓子業界は有名な企業であっても中小・中堅企業であることが多く、量販店からの引き合いもみられる。中小・中堅の製造業にとって、量販店を販売先に持つことは売上の大幅な増加が見込める反面、厳しい取引条件にも耐えねばならず、供給量を確保するために従来の取引を大幅に減らさなければ対応できないケースも多い。さらに、プライベートブランド商品としての販売である場合は、量販店との取引の終了が倒産に直結するなど、経営者にとってチャンスであると同時に大きなリスクも伴うため、業界からは慎重な声も多く聞かれる。

業況は微増

菓子は小売市場規模で 3 兆円産業と言われており、需要は概ね横ばいで推移している。全日本菓子協会の推計によると 26 年は小売金額ベースで 3 兆 2522 億円（全国）と対前年比 2.4%の増加となった。消費増税による消費の冷え込みの影響こそ若干あったものの、26 年は夏場が涼しく（猛暑の年は「夏枯れ」と呼ばれ、飲料やアイスキャンディーの需要は増えるが、菓子業界全体の売上は落ち込む）、日本食ブームや円安による訪日外国人の大幅増加でみやげ需要の増加があった。製造小売における法人贈答需要に関しては、緩やかな景気の回復の影響を受けて、25 年頃から回復の兆しを見せてはいるが、本社部門の府外流出で贈答先が減少しており、かつての活気は取り戻せていない。

菓子類別ではチョコレートがカカオ豆に含まれるポ

リフェノールの健康効果が注目され、ブームになったことにより非常に好調なほか、高齢化に伴い米菓も堅調に推移している。一方でチューインガムはフルーツ系を中心に若者の消費が減り苦戦が続く。これは若者の数が減っていることに加えて、若者の車離れやガソリン価格の高止まりによる、「運転中需要の減少」やスマホの台頭などによる「暇つぶし需要の減少」などが要因と言われる。

輸出・輸入はともに増加

日本税関協会によると、輸入は21年以降、6年連続で増加しており、チョコレートやビスケット・クッキー及びクラッカー類、キャンディーなどが主である。金額は年間で587億円ほどであり、既に馴染み深い菓子もあるが、色や香料が強いなど日本人の味覚に合っていないものも多く、品種も限られるため、国内製品との競合はそれほど激しくない。

輸出品は年間で212億円規模と輸入に比べても少額にはなるが、円安や日本食ブームの追い風もあり、26年には対前年比で32.6%も増加している。府内企業においても海外の大手量販店などからの販売・出店依頼や、海外のメディアで商品が紹介されることで人気に火が付き、大口の輸出受注につながるケースなども少なくなく、今後の動向が注目される。

コスト高により収益は厳しい

菓子の主要な原材料のうち砂糖は約60～70%、小麦は約80%、カカオ豆やバニラはほぼ100%と輸入品の割合が高く、26年秋以降の円安による原材料価格の高騰で収益に対するマイナスの影響が非常に大きい。

また、国内で生産している卵やバターといった畜産品においても家畜の輸入飼料高騰により間接的に影響を受けているほか、輸入原材料高騰に引きずられる形で国内産原材料も高騰するため、国内産の原材料に拘っている企業や店舗においても、原材料価格の高騰の影響は決して小さくない。23年以降の光熱費の高騰や、昨今の人手不足によるパート・アルバイトを中心とした人件費の高騰なども相まって、コスト管理が非常に難しく、減益や赤字となる企業が増えている。

設備投資、雇用は横ばい

人口減少社会で、国内市場の縮小感から設備投資をためらう声も多く、経営者の高齢化や後継者問題も業界が抱える課題の一つである。そのため、跡継ぎを育てず、近い将来の廃業を前提に償却済みの設備で細々と事業を続ける小規模事業者は少なくない。

一方で、業界で生き残り成長するためには、独自の設備で商品力を高めて他社との差別化を図っていかねばならないのは菓子業界も同様である。OEM生産が中心の中小・中堅の企業でも、どこでも生産できる商品だけでは容易に価格競争に巻き込まれてしまう。このため、自社でしか作れない・対応できない商品の開発に対する意欲から設備投資に対する需要は一定存在し、国（平成26年度補正予算）が大阪府中小企業団体中央会に委託実施している『ものづくり・商業・サービス革新補助金』などに対するニーズは高い。

雇用に関しては、パート・アルバイトの採用は厳しいながらも、正規社員の採用は比較的順調に行われている。製造現場の職人も高齢化が進んでおり、工場で量産される菓子であっても職人の技術が必要なものに関しては若手への継承が目下進められている。ただし、小規模事業所では後継者問題がみられる。

今後の見通しは「健康」「外需」などに活路

健康志向の高まりから、今後も「体に良いお菓子」の需要は伸びると考えられている。また、和菓子でもチョコレートを取り入れるなど、既存の概念に囚われずに新しい商品を積極的に開発し続け、国内にも新しい顧客層（高齢者中心から若い女性への広がりなど）の開拓を続けている企業や、国産原材料へのこだわりや地域貢献など独自の経営哲学を商品開発や店舗運営に反映させている企業は規模に関わらず成功しているといった声も聞かれた。

現在、世界的に日本の食文化への注目が高まっており、輸出や海外出店、訪日外国人旅行者への販売など外需には今後も伸び代が期待されている。「安心安全・品質・日本らしさ」を維持しつつ、外国人にもヒットする商品開発にも期待がかかる。（中井 章太）

表 大阪の菓子製造業の事業所数、製造出荷額、全国シェア（4名以上の事業所、出荷額等の単位：百万円）

業種	生菓子			ビスケット類・干菓子			米菓			その他のパン・菓子			合計		
	事業所	出荷額等	シェア	事業所	出荷額等	シェア	事業所	出荷額等	シェア	事業所	出荷額等	シェア	事業所	出荷額等	シェア
平成21年	103	33,246	3.2%	38	9,011	2.0%	31	6,815	2.1%	73	84,530	6.6%	245	133,602	4.3%
22年	105	35,859	3.4%	36	6,734	1.5%	28	6,333	1.9%	70	84,527	6.6%	239	133,453	4.3%
23年	103	34,023	3.5%	36	11,095	3.0%	24	5,806	1.9%	86	88,749	7.6%	249	139,676	5.0%
24年	106	39,309	3.7%	34	8,579	2.2%	25	6,856	2.1%	66	89,149	7.3%	231	143,893	4.8%
25年	105	38,289	3.6%	36	8,627	2.2%	21	6,558	1.9%	63	82,080	6.6%	225	135,554	4.5%

（資料）経済産業省『工業統計調査』

※その他のパン・菓子製造業には餡菓子、砂糖菓子、チョコレート類、チューインガムなどが含まれる。

婦人服製造業

婦人服業界は、平成 26 年 4 月の消費増税後の落ち込みからの回復に手間取っており、27 年に入っても全般に低調な状態が続いている。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依然高いレベルで継続しているが、主力の中国では人件費の上昇や労働者確保に苦慮する企業も多く、他のアジア諸国との取引を模索する動きもみられる。

そのような中で、SPAの展開や直販・ネット通販、独自の価値訴求等、業界各社それぞれの取組で、業績の維持向上を目指している。

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、自社で商品を企画し、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るが、昨今は、製造をすべて商社など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。そのため、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製造販売する ODM (Original Design Manufacturing) 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のため、多品種少量生産となり、在庫リスクを伴いやすい。そのためこれまで、製品流通に多数の企業が介在することで、リスク分散を図ってきたが、市場の多様化や成熟化の進展に伴い、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) 事業が広がっている。また、小売事業者がオリジナル商品事業に進出したり、下請製造業者が自社企画商品事業に取り組む等の動きも増えており、これまでの製造、卸、小売の業態区分はあいまいになっている。

大阪の特徴

平成 25 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 72、従業者数で 1,054 人、製造品出荷額等で 90 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 8 割、製造品出荷額等は約 5 割程度に縮小し、従業者数を除き全国シェアも低下している (経済産業省『平成 25 年工業統計表 (産業編)』4 人以上全事業所、大阪府統計課『平成 25 年大阪の工業』4 人以上全事業所)。品目別で金額ベースの都道府県別のシェアをみると、大阪府はニット製成人女子・少女用セーター・カーディガン・ベスト類は全国 2 位、織物製成人女子・少女用ブラウスは 3 位、織

物製成人女子・少女用ワンピース・スーツ上衣は 4 位、織物製成人女子・少女用オーバー・レインコートは 5 位などとなっており、現在も国内では主要産地の地位を維持している (経済産業省『平成 25 年工業統計表 (品目編)』従業者 4 人以上)。

売上げは厳しい状況が続く

婦人服業界は、平成 26 年 4 月の消費増税に関連して、同年 3 月までは、高額品を中心に消費増税前の駆け込み需要があり、全般に堅調な動きとなっていた。しかし、増税後は一転低調となり、27 年においても明確な回復とはいえない状態が続いている。高級品については、駆け込み需要の反動で定番品に落ち込みが見られることや、富裕層の購買がファッション商材以外に流れている傾向もあり、総じて良いとはいえない状況が続いている。低価格志向の強いヤング市場においては、比較的堅調な企業もみられるが、明確なヒット商品が少なく、競争は依然として厳しい。また、平成 27 年に入ってから、冬のセールが盛り上がり欠け、2 月後半の中国の春節などによる海外旅行者の増加により、一部ブランド商品や日本製商品に動きがみられたものの、本格的な回復とはいえないとの話があった。

商品別では、ファストファッションに代表される低価格商品は依然として堅調となる一方で、オリジナリティのあるデザインや素材にこだわった高級品にも動きがみられる。また、健康志向の高まりを反映して、ジョギングやウォーキングなどのスポーツ関連商品が好調に推移している。

販路別にみると、百貨店向けは、富裕層を中心に比較的堅調な動きがみられ、特に平成 27 年に入って、海外旅行者向けのインバウンド需要が堅調で、売上げを伸ばす企業もみられた。

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ライフスタイル提案に成功した店舗向けでは、好調な場合もあるが、基本的には大型専門店などとの競争が継続しており、特に量販店向けは厳しい状況が続いている。

専門店においては、顧客への新たな価値提案に成功している一部店舗向けでは堅調に推移しているものの、全般的には既存顧客の高齢化や店舗経営者の後継者問題などもあり、事業規模の縮小や店舗の閉鎖が進んでおり、厳しい状況が続いている。

また、近年ネット通販については、スマートフォンやタブレット端末の普及等もあり、若年者を中心の一つの流通形態として定着しつつあるが、専業だけでなく、アパレルや卸小売業者の参入も増えてきており、競争は激化している。

国内生産は二極化

生産は現状、海外生産が中心となっているが、国際問題のリスクや人件費・為替によるコストの上昇などから、一部に国内へ生産を移す動きがみられ、縫製やニット製造などを中心に国内製造業者の生産余力はなくなりつつある。しかし、国内製造業者の増産対応への動きは慎重で、海外研修生の人数が減少しているな

どの要因もあり、一部納期遅れなども発生しているとの話があった。

一方で、国内への受注内容は、海外では対応が困難な短納期や小ロット、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ことから、それに対応できる企業は限定的となっている。そのため、それらへの対応が可能な企業には受注が集中している一方で、対応が困難な企業では、設備の老朽化や後継者難などの要因もあって、国内生産業者の減少は続いている。また、付属や素材調達に関しても、単価の上昇に加え、事業者の減少、さらに各業者の保有在庫量の減少などもあり、タイムリーな調達が難しくなっているなどの声も聞かれた。

収益は厳しい

現状では、物価の上昇などもあり、一般消費者が実質所得の上昇を実感できる状況にはなく、基本的には市場のコスト要求の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、円安の進行による輸入製品や原料の価格の上昇、さらにエネルギーコストの上昇など、全面的にコスト上昇が進む中で、採算は一層厳しい状態となっている。

そのため、原価上昇に伴う受注単価の切り上げなどの対応が検討されているが、市場環境が厳しいため、商品切り替えのタイミングなどでなければ実施が難しいとの話があった。それに対して、より人件費の安価な地域への調達先変更や早期発注による閑散期活用などで、コスト対策を進める動きはあるものの、コスト上昇が急激で、対応に苦慮している企業が多い。

雇用は復調又は改善

市場環境は依然として厳しい状況にあるが、社内の高齢化への対応から、一部で採用を開始する企業もあり、従来から定期採用を行っている企業もその動きを継続させていることから、雇用は改善の兆しがみられる。また、業界組合の実施している新入社員研修への参加状況もやや増加傾向にあるとの話があった。しかし、一部企業では、業界の将来性や従業員の世代間格差の問題、若年者の気質の変化などから、採用するものの、採用後の退職率が高まっているとの話も聞かれた。外国人技能実習生についても、従来中心であった中国から参加が減少し、ベトナムなど他国からの受け入れも行っているが、総数としては減少しており、必要人材の確保に苦慮しているとの意見があった。

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、金額とも平成25年までは増加してきたが、26年は減少に転じた。国別では、最大の輸入相手国である中国の輸入額は高いレベルを維持しているものの、そのシェアは低下してきており、数量、金額とも80%を割り込むなど、頭打ち感が出ている。これについては、中国国内の人件費の高騰などによるコスト上昇とともに、現地労働者の確保が困難となってきたこと、さらに大ロット受注を優先することで、小ロット対応を求める国内向け製品の受注が難しくな

っていることなどが要因と考えられる。

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。しかし、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、作業者の技術レベルの問題、また地理的要因から納期が長期化することなどもあり、依然として中国の優位性は高く、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

消費者の低価格志向は根強く、全体として厳しい市況が続いている中で、確実に生産コストは上昇していることから、将来については不透明感が強まっている。また、景気回復による国内労働者の賃金アップなどに期待があるものの、その効果が繊維産業への需要に波及するまでには時間がかかることが多いため、回復は早くとも今年後半、一般的には来年度になるのではとの話が開かれた。

そのため、多くの企業では新たな収益モデルを求めて、ネット通販や消費者直販を目指す動きが強まっているが、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。また、近年気候の変化が急激で、春や秋の季節商品の販売期間が短くなっており、また夏や冬の機能性素材にも出尽くし感があるなど、従来とは異なる商品サイクルやオリジナリティのある商品展開などの対応が求められていることから、これら環境対応で、企業間格差はさらに広がりつつある。

(小野 顕弘)

大阪の繊維製成人女子・少女服製造業の推移

	事業所数 (箇所)	従業員数 (人)	製品出荷額等 (百万円)
平成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)
25年	72(4.0)	1,054(3.4)	9,095(5.3)

資料：経済産業省『工業統計表(産業編)』、大阪府経済課『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 活動加算結果(製造業)」に基づく。

品目別出荷数量・金額を占める大阪のシェア(平成25年)

	数量 (点)	金額 (百万円)	都道府県別順位 (金額)
繊維製成人女子・少女用ワンピース・スーツ上衣	308,805(8.5)	1,632(8.0)	4位
繊維製成人女子・少女用スカート・ズボン	138,147(1.2)	332(1.2)	13位
繊維製成人女子・少女用ブラウス	21,524(6.8)	489(7.0)	3位
繊維製成人女子・少女用オーバー・レインコート	15,843(5.2)	130(5.9)	5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	353,378(21.4)	7,432(17.6)	2位

資料：経済産業省『工業統計表(品目編)』

(注) 1 従業員4人以上の事業所 () 内は対全国シェアの%

2 成人女子・少女用ワンピース・スーツ上衣は、ブレザー、ジャンパー等を含む

3 繊維製成人女子・少女用ブラウスの数値は別モデル

4 ニット製成人女子・少女用セーター・カーディガン・ベスト類の数値は別モデル

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
26年	49,051	37,786	77.0	738,655	525,773	71.2

資料：財務省貿易統計

食品卸売業

天候不順や産地の供給量減少、円安等により国内外の食料品の価格相場は上昇している。しかし、消費者の節約志向は根強く、販売価格に転嫁できず収益性が低下している企業が多い。冷蔵・冷凍設備をもつ卸売業の多くは、電気料金の値上げの影響も大きく受けている。大手各社は業務提携や販売営業体制の見直し、拠点の集約等により、競争力の強化を進めている。このため、中小卸売業の一部でも製造や小売といった他部門のウエイトを高めて、収益力の向上を急いでいる。設備投資については、LED 照明などの節電効果が見込まれる設備投資には前向きである。雇用は欠員補充が中心だが、前年に比べ、人材が集まりにくい傾向にある。

業界の概要

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

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

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

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

「商社」とは、海外取引を行う総合商社、専門商社及び輸入業者をいう。

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

大阪の地位

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

こうした歴史的背景をもつ業者がみられる。

経済産業省『平成 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。

販売は前年並み

販売量は前年並みで推移している。販売価格に仕入価格の上昇分を転嫁できた企業は売上高が増加している。業務用については、得意先である地域小売店や外食店が減少し、苦戦が続いている。外国人観光客の増加等により、ホテルの稼働率の向上等の情報は得意先から聞かれるが、必ずしも受注増加には繋がっていないとの声があった。食の安全安心の関心の高まりや少子高齢化による飲酒人口の減少等により、外食機会や酒類消費量が減っており、外食店、居酒屋等からの受注は減少している。

消費増税の影響

消費増税の影響については、食料品は生活必需品であるため、大きな変動はみられないとのことである。しかし、消費者の節約・低価格志向は根強いいため、販売価格は下がる傾向にある。このため、百貨店や食品スーパーでは消費者の来店頻度を高めるため、物産市等の催事に力を入れており、期間限定や店舗限定といった話題性を提供できる商品に一部動きがみられる。

ただし、酒類については、昨年の増税前の駆け込み需要がなくなったため、販売量が減少した商品もみられる。消費税の内税・外税表示の切り替えが消費者の節約・低価格志向に影響しているとの声も聞かれた。

仕入価格が上昇し、収益性は厳しい

食料メーカーの値上げが相次ぎ、仕入価格の上昇が続いている。また、卸売市場等から調達する青果や水産物においても、大雨や日照不足等の天候不順、海水温の上昇による漁獲量の減少等により供給量が減少したり、価格が上昇している。大豆や食用油、乳製品等の食材においても産地の供給量の減少や円安、中国等の新興国の需要増加等によって国内外の相場が高騰している。こうした仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁

できない企業の多くは収益性が悪化している。販売力のある大手スーパーやコンビニエンスストアでは、仕入価格の抑制の動きが鮮明で、プライベート商品の品揃えを強化して、中間業者を省き、流通コストを下げる動きが活発化している。

電気料金の値上げの影響大きい

食料品卸売業は、商品を保管する冷蔵庫や冷凍庫を始め、電力を必要とする設備が多い。また、オープンケースや冷房設備を有する卸小売業者でも電力料金の値上げの影響は大きい。

このため、節電効果の高いLED照明やオープンケース等の設備投資には積極的な企業が多い。

条件に合う人材の確保が難しくなりつつある

雇用は欠員補充が中心だが、人材が集まりにくい傾向にあり、製造部門の強化を図る企業では、製造職の正社員・パートともに求人を定期的に行っているが、前年に比べ、条件にあった人材を確保するのが難しくなっている。商品を配達するドライバーについても高齢化しているため、人材確保が課題となっている。食材によっては、非常に重い商品（例：粉袋25kg）もあり、高齢者や女性が従事しやすくするためにも解決すべき課題との声もあった。

来店頻度を高める話題性のある商品の開発

得意先は消費者の節約・低価格志向を受けて、顧客の来店頻度や買物点数の増加に力を入れている。このため、卸売業には、来店頻度を高めるための話題性が求められており、店舗限定や期間限定といった独自性

を提供できる商品の開発やリテールサポートサービスに力を入れている。海外の人気ショップや人気商品のトレンドを研究し、商品開発している企業もある。イベント会場に出展する屋台向け商品に人気が出ている。

大きな変革期を迎えた食品流通

ここ数年、大手食品卸売業や商社、スーパーマーケット、コンビニエンスストア間の業務提携や資本参加が相次ぎ、食品流通は大きな変革期を迎えている。また、消費者の購買行動においてもコンビニ決済や大手スーパー発行のカード決済など新しい購買方法が浸透している。このため、ある卸小売業では、金融機関と提携して銀行ATMを店舗に設置する等して消費者の利便性を高める努力をしている。また、ある製造卸売業では、配送を自社便にし、配送スタッフの商品知識を高めることで、こだわりの強い小売業者への情報提供機能を強化する事例もある。

今後の見通し

今後の見通しとしては、スマートフォンやインターネットの普及にあわせて、大手インターネット事業者が食料品販売に参入する等、今後の競争環境はますます激しくなると考えられ、食料品卸売業として新たな布石を打つ必要があるとの声があった。卸売市場においても市場外流通の増加が課題となっている。健康食品の卸売業では、消費者庁の機能性食品表示ガイドラインについてセミナー等に参加して情報収集を進めている。

(工藤 松太嘉)

表 飲食料品卸売業の事業所数、従業者数、年間商品販売数

(単位：事業所数、人、百万円)

	大阪府			全国		
	事業所数	従業者数	年間商品販売額	事業所数	従業者数	年間商品販売額
平成 6年	7,213	83,031	10,909,281	96,224	1,017,921	104,335,285
9年	6,425	76,087	10,406,989	87,437	930,190	97,847,794
11年	6,873	83,778	10,358,553	94,376	1,020,123	99,731,705
14年	6,215	78,443	8,757,848	83,595	918,242	84,273,701
16年	5,954	70,795	7,423,961	84,539	887,159	86,389,838
19年	5,106	62,531	7,295,847	76,058	820,011	75,649,023
24年	3,715	46,683	6,848,186	55,949	589,611	67,056,316

資料：経済産業省『平成24年経済センサスー活動調査』、『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。

オートオークション

27年4月からの軽自動車の税額上昇、エコカー減税改定等、駆け込み需要要因はあったが、消費増税直前であった前年同期ほどの盛り上がりはなく、出品台数は微減となった。

オートオークションを介さない取引が増加傾向にあること、情報機器や会場に継続的投資が必要なことから、営業力、資金力の差異による二極化が進むものと思われる。

業界の概要

オートオークションとは、古物営業法に基づき古物市場主の許可を得た企業が運営する中古自動車のオークションのことである。インターネットのオークションサイト運営には、古物競りあわせ業者の届出が必要となる。

かつて、中古自動車は、新車販売業者が下取りや買取りしたものを中古自動車販売業者が相対取引で仕入れる形態であったが、品揃えの豊富さや公平性・信頼性の担保という点からオークションでの取引が発展してきた。日本最初のオートオークションは、昭和42年に東京、名古屋、大阪で開催されたもので、現在、中古自動車販売業者の仕入れの7～8割がオートオークション経由と言われている。

出品車の確認方法としては、実際にステージで出品車を動かす方式から、撮影画像をスクリーンに映し出す方式に変わってきている。また、時間短縮のために、一度に複数台を場内のスクリーンに映し、同時にオークションを行う多レーン化が進んでいる。

オークションは、当初、人が取り仕切っていたが、出品台数増加に伴う長時間化やそれに伴うミスが発生、応札者の顔がみえることの弊害等が要因となり、ボタンを押すと価格が上がる機械式が主流となっており、1台あたり20秒前後でオークションが行われている。

また、会場敷地内で出品車の下見ができる現車オークションが中心であるが、インターネットや衛星テレビを介する形態もある。こうした形態の発展に合わせ、現車オークション会場同士の連携が進んでおり、インターネット等を介して他会場のオークションへの参加が可能となっている。

オートオークションは、曜日を定めて毎週1回開催というところが多い。1回あたりの出品台数は、小規模会場では数百台、大規模会場では数千台で、1万台を超える超大規模会場もある。出品車用駐車場のための広大な土地が確保しやすい湾岸地域や車両輸送に便利な幹線道路沿いで立地が多い。

運営企業は、自動車メーカー系の企業（メーカー系）

のほか、JU（社団法人日本中古自動車販売協会連合会）の会員である各都道府県の商工組合を主体とした企業（JU系）、地域の有力中古自動車販売業者や自動車買取業者等が設立した企業（企業系）の3つに分けられる。メーカー系はメーカーの新車販売店が中心の会員構成、メーカーの自動車中心の取扱いで、企業系は市場の大きな大都市中心の立地に対し、JU系では企業系の立地のない県にも多く立地しているなど、各々特徴がある。個別にみると、上場企業や全国展開している企業があるほか、トラックや輸入車、低価格車等、特定分野に特化した企業もみられる。

オートオークションへの参加者は、同法の古物商の許可（許可内容が自身の営業所の外で古物営業を行う「行商する」となっている）を有する業者に限られ、さらに、運営企業により、「常設の営業所を有し、現に営業活動を行っていること」、「車両展示スペースが5台分以上あること」等の条件が課されている。オートオークション創成期には、新車販売業者が出品、中古自動車販売業者が応札という流れが中心であったが、オートオークションの発展に伴い台頭した自動車買取専門業者や中古自動車販売業者も出品するようになってきた。また、オートオークション会場で買い取った自動車を別のオートオークションに出すケースがあるほか、近年では、解体用自動車も取引されている。こうした結果、出品者、落札者共様々な業態の業者が参画している（表1）。

全国での出品台数は、ピーク時には850万台程度になった。その後、リーマンショックにより、台数は落ち込んだが、近年は増加傾向に転じている。

業界団体として現・一般財団法人日本オートオークション協議会が平成13年4月に設立され、評価点ガイドラインや修復歴判定マニュアル等の作成や走行メーターの管理等、諸問題の解決に取り組んでいる。

大阪の地位

同協議会の名簿（27年4月現在）をみると、全国には127会場（衛星テレビやインターネットによるオークション運営企業や入札形式で落札者を決める入札会も含む）があり、大阪府内には9会場が立地している。なお、阪神間の湾岸地区にも多く立地しており、兵庫県神戸市と西宮市に7会場がある。

大阪府の出品台数や成約台数のシェアは8%程度で推移している（表2）。なお、大阪府内の会場は、平均出品台数が数百台か数千台程度であるのに対して、全国では、同1万台超の会場がある一方、同数百台の会場も多く、規模の差異が大きい。

中古自動車の販売・登録台数は前年同期より減少

中古自動車は、その供給源として新車販売の影響を大きく受ける。新車販売の27年1～3月期は、4月からの軽自動車の税額上昇、エコカー減税の改定等、駆

け込み需要を誘発する要因はあったが、消費税率改定直前の前年同期ほどの需要にはならなかった。

中古自動車でも、駆け込み需要の反動減に加え、買換えサイクルの長期化による良質の中古自動車の減少や円安傾向に伴う中古自動車の輸出増加が、価格上昇や国内市場への供給台数の減少を招いていることなどにより、1～3月期は前年同期を下回ったが、前々年同期と比べると、微増となった(表3)。

出品・成約台数減少により、収益は若干悪化

オートオークション運営企業の主な収入源は、出品者からの出品料、及び、成約時の出品者からの成約料と落札者からの落札料である。料金は、希望価格や自動車の状態等により区分されている。なお、車両代金は運営企業を介して支払われているが、運営企業の収支には反映されない。成約率は全国平均で6割強であるが、メーカー系が企業系やJ U系よりも高く、大都市圏が他地域よりも高い傾向にあることから、大阪府内会場では、全国平均よりも高い値で推移している。コスト面では、出品車用駐車場やオートオークションの機械化等の初期投資額が大きく、固定費率は高い。

27年1～3月期の平均出品台数は、前年同期比では5～10%減というところが多い(開催回数数の差異により、府内合計値では同3.8%減)が、前々年同期と比べ10%以上増加のところも多い。中古自動車の登録・販売台数の動きよりも減少幅が小さいのは、前述のように、オートオークションでの購入車の転売や輸向、解体用自動車等も出品されているためである。なお、成約率では、横ばいから微減というところが多い。

収入の減少に加え、電気料金の値上げ等の影響もあり、利益面でも減少とすることが多い。

設備投資は継続的に実施

オートオークションの機械化、多レーン化、他会場との連携等で情報化機器が重要な役割を果たしており、その更新や機能強化が必要なほか、会場の改善・改装等で継続的な投資が続けられている。

外注活用の動きがみられる

人手を要する出品車の評価や会場内での移動等では外注活用の動きがみられ、人員数は、横ばいか減少傾向というところが多い。なお、評価基準の明確化や従業員教育等が進んだことから、評価者の違いによる出品車の評価点のばらつきは、小さくなっている。

今後の見通し

自動車業界は、高齢化に伴う免許返上者の増加や若者の自動車離れ、カーシェアリングの台頭という構造的な需要減少要因に直面している。さらに、自動車買取業者やレンタカー運営業者が直接中古自動車を販売したり、インターネット通販や個人取引仲介サイトなど、オートオークションを介さない取引が増えている。

また、消費税率の上昇に伴い、消費税負担のない個

人間取引が拡大することも懸念されている。

こうしたなか、運営企業では、他会場との連携や会員サービス強化等により、成約率を高め、より良質の出品車を集める動きを強めている。継続的な更新投資が必要なことも含め、営業力や資金力等の差異による会場の二極化が進むものと思われる。

(竹原 康幸)

表1 オートオークション会場の業態別構成比

	(単位: %)	
	出品会員	落札会員
新車販売店	31	5
中古車小売業者	32	51
買取会社	11	1
中古車卸売業者	10	9
輸出事業者	5	27
整備事業者	5	3
解体事業者	1	1
その他	5	3

資料: 一般社団法人日本オートオークション協議会 (2013年)

表2 オートオークションへの出品台数等の推移

	出品台数			成約率	
	全国	大阪府	シェア	全国	大阪府
平成24年度	6,175,051	488,016	7.9	60.7	66.4
うち25年1～3月	1,586,588	131,967	8.3	66.7	71.4
25年度	6,852,899	560,117	8.2	63.9	67.7
うち26年1～3月	1,823,418	150,987	8.3	66.6	69.8
26年度	6,936,748	564,751	8.1	63.4	66.1
うち27年1～3月	1,810,493	145,288	8.0	66.9	70.4

	成約台数			成約率	
	全国	大阪府	シェア	全国	大阪府
平成24年度	3,746,279	324,055	8.7	60.7	66.4
うち25年1～3月	1,057,992	94,280	8.9	66.7	71.4
25年度	4,380,006	378,965	8.7	63.9	67.7
うち26年1～3月	1,213,620	105,425	8.7	66.6	69.8
26年度	4,397,069	373,457	8.5	63.4	66.1
うち27年1～3月	1,211,155	102,294	8.4	66.9	70.4

	開催回数			1回当たり出品台数	
	全国	大阪府	シェア	全国	大阪府
平成24年度	3,560	318	8.9	1,734.6	1,534.6
うち25年1～3月	926	83	9.0	1,713.4	1,590.0
25年度	4,035	344	8.5	1,698.4	1,628.2
うち26年1～3月	1,007	84	8.3	1,810.7	1,797.5
26年度	4,183	348	8.3	1,658.3	1,622.8
うち27年1～3月	1,037	85	8.2	1,745.9	1,709.3

資料: 株式会社プロトコーポレーション調べを集計。

(URL: <http://www.goonews.jp/>)

(注) 全国90会場、大阪府内7会場のデータ。

主催者発表速報値。

表3 普通車、軽自動車の中古自動車登録、販売台数

	(単位: 台)	
	普通車 登録台数	軽自動車 販売台数
平成24年度	3,979,117	2,910,625
うち25年1～3月	1,087,552	865,441
25年度	3,944,883	3,153,370
うち26年1～3月	1,139,605	1,021,620
26年度	3,672,206	3,032,201
うち27年1～3月	1,060,278	965,180

資料: 一般社団法人日本自動車販売協会連合会

一般社団法人全国軽自動車協会連合会

(注) 普通車登録台数は、新規・移転・変更の3業務合算の数値である。合計台数には、乗用車(普通・小型)、貨物車(普通・小型)、バスの他に、「特種用途車・大型特殊車・小型三輪貨物車」が含まれる。

軽自動車販売台数は、新規検査と名義変更の合計である。

大阪のものづくり企業において 3Dプリンタはどの程度活用されているのか？ (資料 No. 138)

大阪産業経済リサーチセンター

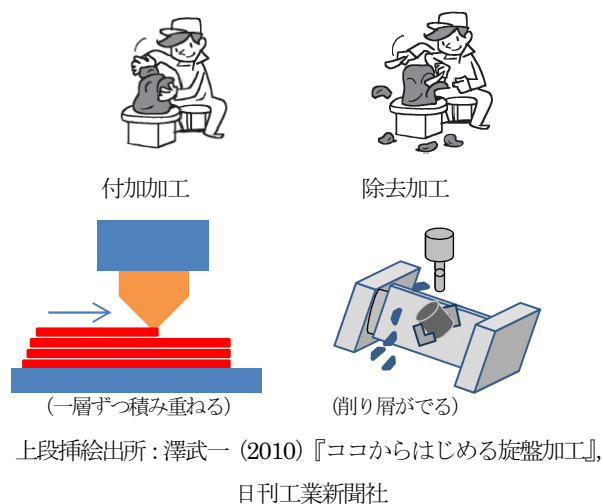
みなさん、「3Dプリンタ」はご存知ですね。いまや工業界の方以外にも子供からお年寄りまでテレビ報道で知っている方は増加する一方で、「立体の造形物を作る魔法の機械」とか、「立体物を作る近未来のすごい機械」、「こんな夢の機械が大手量販店で買えるようになった」といった報道により、一般の方々まで興味の対象が広がったのではないのでしょうか。きっと、一般の方々にとっては工業の世界でベーシックな機械である「マシニングセンタ」よりも「3Dプリンタ」の方が知っているよといった結果になるのかもしれませんがね。

知名度が急速に高まっているこの機械ですが、実際のものづくり現場ではどの程度活用されているのでしょうか。これほど注目されている技術や機械なのですが、ものづくり企業の現場における活用状況を示す数量的なデータが全国各地にも見当たりませんでした。我々自治体や企業支援者が3Dプリンティング技術を振興するかどうか判断するにも、その活用状況を示す基礎的、数量的なデータがないために、実態を正確に分析することができませんでした。そのため、自治体やその他団体が各種企画資料を作成するにも、数量的なデータがないため説得性が上げられないなどの意見が耳に入っていました。そこで、本調査研究において大阪のものづくり企業がどの程度3Dプリンタを活用しているのか、について実態を明らかにすることを目的に、三次元積層造形技術の活用に関する調査企画を行い、昨年度実施いたしました。以下に調査研究で明らかになったことを2点お伝えします。

結果 1. 大阪のものづくり企業における「3Dプリンタの活用度」が明らかに！

調査手法は、経済センサス調査を行うのに整備された企業名簿を総務省から入手し、大阪府内に所在するものづくり企業をランダムサンプリングで選定し、調査票を発送のうえ郵送返信

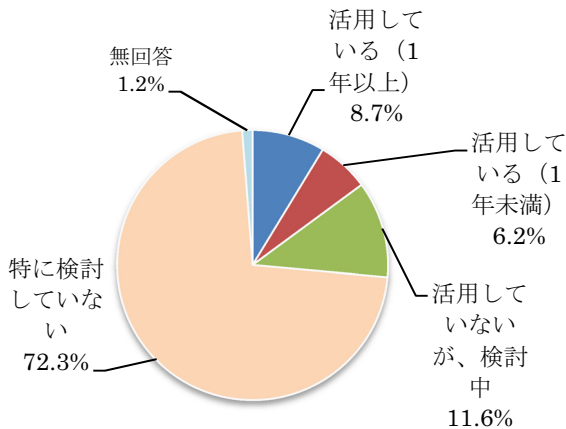
図表 1 付加加工の「3Dプリンタ」と
除去加工の「マシニングセンタ」



する方法で行いました。2,000社への送付により242社からの回答(回答率12.1%)を得て集計分析した結果、「三次元積層造形機を活用している(1年以上)」が242社のうち21社、**8.7%**、「活用している(1年未満)」15社、**6.2%**であることが判りました。この二つの回答企業を合わせて、「活用している」とする企業割合が約**15%**となっています。

調査結果からおおよそ10社に1社強が3Dプリンタを活用している実態がわかりました。私の感覚では先にあげたマシニングセンタはものづくり企業の現場で30%程度活用されているのではないかと思っていますので、本調査結果はそれと比べれば低い結果です。しかし、本格

図表2 3Dプリンタの活用



出所：大阪産業経済リサーチセンター（2015）『三次元積層造形技術の活用に関する調査研究』

的に機械がラインナップされ、技術レベルが使える状況になりだした3Dプリンタ技術の導入期としてはまずまず活用され始めたと考えていいのではないかと考えています。この結果を皆様はどう思われますか。

結果2. 大阪のものづくり企業における「三次元CADの導入状況」が明らかに！

皆様方の企業には、三次元CADは導入されていますか。業種によってすでに導入済みだという企業とこれからだという企業に分けられると思われま。なぜ、この事項を調査したのかは、前掲の3Dプリンタ活用と密接な関係にあるからなのです。

3Dプリンタを使用して三次元の立体模型を造形するには三次元造形データが必要になります。つまり、3Dプリンタの活用には、三次元CADの導入は不可欠なのです。

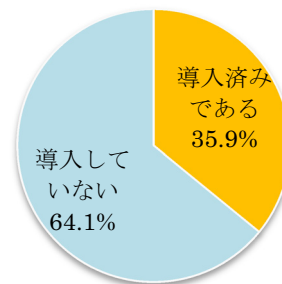
本調査研究により、大阪のものづくり企業での三次元CAD導入率が35.9%という結果が得られました。

これまで実施された他の調査（竹田陽子、青島矢一、延岡健太郎（2004）「3次元CADの普及と製品開発プロセスに及ぼす影響」『技術マネジメント研究』, Vol.4, 横浜国立大学技術マネジメント研究学会, pp. 1-12）では、大企業では2004年時点で三次元CADの導入率がおよ

そ75%と報告されています。この結果と比べると、中小企業の導入実態が約36%というのは十分納得できるレベルではないかと思われます。今後、3Dプリンタの普及に合わせて三次元CADの導入率が増加するのは確実なのではないでしょうか。

こうした3Dプリンタに関する企業動向について、大阪産業経済リサーチセンター（2015）『三次元積層造形技術の活用に関する調査研究』

図表3 三次元CADの導入状況



出所：図表2に同じ

から一部分を抜き出し本稿でとりまとめました。本編には調査研究で明らかにした事項を他にも掲載しています。ぜひ、①研究報告書の購入（府政情報センター）、②各図書館の配架図書での閲覧、③リサーチセンターホームページからダウンロード、いずれかの方法でご覧いただき、企業での意思決定の場面に、企画書作成の場面などにご活用いただきますようお願いいたします。

¹マシニングセンタとは、中ぐり、フライス削り、穴あけなど多種類の加工を連続で行えるNC工作機械で、それぞれの加工に必要な工具を自動で交換できる機能を備える機械です。機械の軸構成によって横形、立て形、門形などがあります。近年では、更に複雑形状の加工を可能にする「5軸制御マシニングセンタ」の普及が進んでいます。（出所：総務省「日本標準商品分類」）

関西・大阪の繊維産業の活性化に向けて —産業実態と支援方策について— (資料 No. 140)

大阪産業経済リサーチセンター

(はじめに)

国内の繊維産業は、かつては輸出品目の上位を占め、リーディング産業として国内の産業発展に寄与しましたが、近年は海外から安価な素材や製品の輸入の増加で、競争力が弱まり、産業規模は縮小を続けています。

しかし一方で、繊維ファッション分野の世界市場では、昨今、国内繊維産業の高度な加工技術を活かした「Made in Japan」の素材や製品が改めて注目を集めており、また国内でも「J ∞ QUALITY」認証制度が開始されるなど、改めて国内繊維産業が復活するチャンスも見込まれる状況となっています。

そこで、大阪産業経済リサーチセンターでは、国内繊維産業の集積地として代表的な関西の繊維産業事業者の実態を把握するとともに、それら産業支援のために各地域で実施されている公的支援施策について分析し、今後の国内繊維産業の活性化に向けた課題や方策などを明らかにすることを目的として、上記調査を実施し、報告書の作成を行いました。以下に、その概要を

紹介します。

(関西は国内繊維工業のトップクラスの集積地)

国内繊維工業の規模について、経済産業省「工業統計」データからみると、第二次世界大戦後順調に規模を拡大し、事業所数、従業員数については 1960 年代にピークを迎えました。その後、頭打ち状態となり、円の変動相場制への移行による輸出の減少などもあって、1980 年代から急激に規模を縮小しています。一方で、製造品出荷額等については、1990 年代まで成長を続けた後に、バブル経済の崩壊を契機に、急激に縮小を続けています。その中で、2012 年の国内都道府県別シェアをみると、事業所数は大阪府が 1 位、愛知県が 2 位、従業員数、製造品出荷額等は愛知県が 1 位、大阪府が 2 位となっており、現在でも大阪府は国内トップクラスの繊維産業の集積地域となっています。また、その他上位 10 位以内には、京都府や福井県、滋賀県、兵庫県など関西の府県が多くあり、岡山県や石川県などを含めて、西日本地域は現在でも国内繊維産業の集積の多い地域といえます(図表)。

図表 2012 年(平成 24 年)繊維工業の都道府県別シェア(従業員数 4 人以上)

	事業所数(単位:箇所)			従業員数(単位:人)			製造品出荷額等(単位:百万円)		
	都道府県	数値	全国シェア	都道府県	数値	全国シェア	都道府県	数値	全国シェア
第1位	大阪	1,342	8.9%	愛知	21,812	7.6%	愛知	456,319	11.6%
第2位	愛知	1,232	8.2%	大阪	18,398	6.4%	大阪	305,368	7.8%
第3位	京都	893	5.9%	福井	15,338	5.4%	岡山	279,427	7.1%
第4位	岐阜	656	4.4%	岡山	14,627	5.1%	福井	238,578	6.1%
第5位	福井	611	4.1%	石川	10,907	3.8%	石川	196,094	5.0%
第6位	東京	598	4.0%	岐阜	10,140	3.5%	滋賀	190,698	4.9%
第7位	岡山	588	3.9%	新潟	10,005	3.5%	愛媛	154,708	3.9%
第8位	石川	571	3.8%	京都	9,902	3.5%	岐阜	152,131	3.9%
第9位	新潟	462	3.1%	愛媛	8,195	2.9%	兵庫	113,746	2.9%
第10位	埼玉	434	2.9%	秋田	8,194	2.9%	京都	109,324	2.8%
	全国	15,010	100.0%	全国	286,148	100.0%	全国	3,922,821	100.0%

出所：経済産業省「工業統計表 産業編」2012(平成 24)年

（繊維工業事業者は自立化を推進）

国内繊維製品の生産工程は、商品企画を行うアパレルや商社などを頂点に、各産地の産元商社、各加工製造業者、より規模の小さな下請製造業者へという取引形態が長らく続いていましたが、生産機能の海外移転の進行などから、国内製造業者への発注量が減少し、国内繊維産業の縮小が続いています。そのような状況の中、国内の製造事業者にはヒアリング調査を行った結果、従来の下請け体質から脱皮し、独自製品の開発や、自主的な取引先開拓を行うことで、経営体質の改善に取り組んでいる企業が多くみられました。また、事業規模の縮小とともに、市場環境や取引先のニーズ変化もあり、より小ロットで、複雑な加工技術を追求することで、他社との差別化を目指す企業が目立ち、一部では最終製品の製造から消費者直販にまで挑戦する企業もありました。販売についても、市場規模が大きく、従来の取引関係などのしがらみのない海外市場を目指す動きもみられ、各社各様に新たな取組を進めていました。

しかし一方で、近年の国内の生産規模の縮小に伴い、各種準備工程や染色加工、縫製事業など国内の生産能力が急激に減少している分野があり、従来の分業体制のまま各産地内で一貫生産していくことが難しくつつあります。そのため、一部企業では廃業する企業の特定工程や廃棄設備を受け入れるなどして、生産体制の維持に努める動きがみられますが、根本的な解決には至っていません。昨今、テキスタイルを中心に「Made in Japan」として評価されている日本の繊維産業の高い技術を活かした製品群がみられますが、設備の老朽化と職人の高齢化の流れの中で、中長期的には生産が難しくなる可能性が高まっています。

（公的支援は新商品開発と販路開拓が中心）

繊維産業は、それぞれの地域において地場産業として一定の地位を占めていますので、各府県においても様々な支援施策を展開されています。一つは新商品開発支援であり、試作開発の資金支援の他、デザイナー等専門家とのマッチングやマーケティング講座の開催など、単なる商品開発で終わるのではなく、市場での販売までを意識した売れる商品作りに対する総合的な支援が実施されて

います。

さらに幅広い支援が行われているのは、販路開拓支援の分野であり、多くの府県は、各種展示会への出展支援の他、地域内製品の認定 PR 制度を有しており、公的機関の高い信用度を活かして、地元企業や商品の認知度向上を進めています。また一部府県では直接商業施設での催事販売を実施したり、通信販売やオークションなど、消費者に直接販売する機会の提供を行っています。また、近年注目を集めている海外市場への進出に対しては、海外セミナーの実施や展示会への出展支援だけでなく、バイヤーの招聘や海外企業でのインターンシップなどまで多様な支援を実施されています。

（おわりに）

上記のように多様な産業支援策が展開されていますが、国内繊維産業の縮小は続いており、このままでは国内での繊維製品の生産が難しくなる可能性も考えられます。そのため、まずは各社の自立化の一層の推進を支援し、産業としての継続を図ることが重要となるでしょう。一方で、市場は成熟化が進み、消費者の商品選択の目もますます厳しくなっていることから、デザイナーやプロデューサーと優れた技術を有する製造事業者とが上手く連携して、完成度の高い商品を作っていくことが重要となります。そのような、トータルの支援を展開することで、成功事例を生み出し、さらに業界への新規参入が増加するような、好循環に結び付けられるかどうか、今後の重要な課題といえます。

また、それら優れた製造技術は、多様な加工が可能な旧型の汎用設備とその能力を引き出す経験豊富な職人が支えていることが多くなっています。しかし、そのような設備はすでに生産が中止されているものが多く、また職人の技能伝承も進んでいないことから、これら体制の維持についても支援の求められるテーマとなっています。

大阪の地域ブランド戦略のあり方 (資料 No. 141)

大阪産業経済リサーチセンター

はじめに

高齢化、人口減少が進むわが国において、地域の再興策が急がれる中、「地域ブランド」は、その有力な対策の一つとしてあげられます。すなわち、地域特有の資源に光を当て、資源間の連携を図り、産業・観光を振興し、地域の魅力を高め、定住人口の増加につなげていくものです。ところが、大阪ではその歴史と文化に培われた多くの地域資源を有しながら、それぞれの知名度は決して高くはありません。また、かつて「天下の台所」、「大大阪」など羨望をもって語られた大阪の都市イメージも、東京一極集中によって自信を失い、「けち」、「こわい」などといった負のイメージが先行しがちです。

そこで、本調査では、主としてものづくりに焦点をあて、大阪の都市ブランド力を向上すべく、2004年～2006年度にわたって産学公民の連携により展開された「大阪ブランド戦略」を振り返りつつ、大阪府の地域ブランド施策である「大阪産(もん)」、「大阪製」、「大阪ミュージアムショップ事業」等について現状把握した上で、府内各地域及び府外の地域ブランド認証制度等の取組事例について、泉州タオル産地、東大阪・堺・東京都墨田区の各地域ブランド事務局、アンテナショップ、専門家のヒアリング調査を元に取りまとめました。また、本調査は大阪府商工労働部と包括連携協定を結んでいる大阪経済大学中小企業・経営研究所との共同調査として実施し、今後の大阪府における地域ブランド戦略に関する施策展開のあり方について検討しました。その概要は、下記のとおりです。

(1) 地域ブランドを保有することにより、競争力の高いものづくりが可能となる。

泉州タオルの事例では、「泉州こだわりタオル」ブランドの立ち上げで「安全・安心・高品質」製品を開発しつつ、産地全体の知名度やブランド力を高めることで、従来の製品や従来の販路も伸ばしていくという、全体波及的な戦略がとられています。

(2) 大阪府の地域ブランド事業は、府内各地の地域ブランド事業にも影響を与える(大阪に対するイメージを向上・維持させる総合的戦略が必要である)。

一言で地域ブランドといっても、その対象となる地域は広狭さまざまです。「大阪ブランド」は、東大阪・堺・岸和田等の個性ある府内各地域の特性を包含する位置づけである以上は、それらの各地域ブランドのイメージと矛盾しないのはもちろん、個々の製品・企業のブランド力をかさ上げして、その発信力を強化する働きを持たなければなりません。

広域になるほど総花的になり個性や印象が薄れてしまうという側面は否定できませんが、多くのエリアに分割された地域ブランドの展開に任せていては、大阪が目指す方向性は拡散してしまい、域外や海外に打って出る際の力強さに欠けることにもつながります。

地域ブランド戦略では、ターゲットとする市場に併せて、市町村、大阪、JAPANといった異なるスケール感の地域ブランドを使い分けることに大きな意味があるといえます。

(3) 大阪府における中小企業の独自ブランド確立のためには、企画開発時点から販路を見据えた長期的な視点を持ち、施策期間終了後も自立的に事業を継続していける仕組みを当初から組み込む必要がある。

支援施策の実施期間が切れた後も、地域の事業者等が自立して取り組んでいける仕組みづくりが必要であり、そのためには人材育成といった観点も重要です。また、地域ブランドイメージの送り手は、製造事業者やブランド事務局だけではなく、流通事業者、業界団体、マスコミ、顧客等、様々な立場から膨大な情報が発信され、それが当該ブランドイメージのかく乱要因ともなっています。信頼性の高い情報の発信によりメディアの注目を呼び、地域ブランドの魅力を正しく伝えることは、行政に求められる役割といえます。

また、これまで、地域住民の視点は必ずしも重視されてこなかったように思われますが、住民に身近に感じられ、地域資源を知り、共感や愛着を持ってもらうことが、強い地域ブランドを育てる基本であるといえます。そのため、住民への情報発信、参画の場づくりも重要です。



図表左：「大阪産（もん）」、右：「大阪製」マーク

調査結果のまとめ

○地場産業製品は、有力な卸・小売のブランド名で販売されるOEM生産形態が多く、作り手の名前が表に出ないことが、その歴史や技術の高さにもかかわらず、一般に産地の知名度が低い要因となっている。

○こうしたものづくり事業者が独自ブランドを持つことは、これまでの卸・小売依存体制からの決別を意味する場合もあるが、本調査からは、従来の卸・小売事業者との協同を可能にする方法があり得ることが示された。

○地域ブランドにおけるネット通販サイトは、それ自体大きな売り上げ実績をあげるまでには至らなくとも、メディアの注目を集め、記事掲載・放送につながる場合も少なくない。また、アンテナショップや催事で直接消費者と触れ合う努力も有効である。

○地域ブランド事業にデザインの視点は欠かせない。それは単なる商品デザインにとどまることなく、市場調査から商品開発、販路開拓、プロモーションに至る総合プロデュース的な役割が求められている。

○大阪府の取り組む地域ブランド事業は、地産地消を越えて、より小さい単位の地域ブランドの発信力を高める存在でなければならない。また、事業者は市町村、大阪、JAPANといった異なるスケールの枠組みを使い分けることが肝要である。

○行政機関の地域ブランド支援事業の限界克服のために、支援事業終了後も事業者が自立して続けていける仕組みが必要である。事業終了後も参加事業者有志で独自のネットワークを構築し、百貨店催事等に定期的に取り組む例もみられている。

※42～47頁でご紹介している3つの調査の結果は、当センターのウェブサイトで全文をご覧ください。
また、大阪府府政情報センター（大阪市中央区大手前2丁目 大阪府庁本館1階）においても閲覧、購入いただけます。

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	
	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%
23年	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	5.1	94,772	8.0
25	17,439	2.7	8,895	8,544	197,774	0.6	67,195	130,579	14,268	4.2	98,724	4.2
26	17,947	2.9	9,276	8,664	201,973	1.7	68,274	133,699	15,226	6.7	104,232	5.6
26年												
1	1,509	2.7	800	708	17,119	0.7	6,051	11,068	1,153	6.2	7,946	5.4
2	1,311	5.0	665	646	14,692	2.4	4,787	9,905	1,090	7.6	7,468	6.2
3	1,782	22.9	990	792	19,565	17.0	7,362	12,202	1,273	8.8	8,723	7.6
4	1,264	▲5.3	619	644	14,681	▲6.1	4,615	10,067	1,184	4.9	8,113	4.2
5	1,396	1.3	699	697	15,932	▲0.5	5,120	10,812	1,275	7.1	8,779	6.4
6	1,437	▲1.2	725	712	16,319	▲1.2	5,404	10,916	1,265	5.5	8,682	4.9
7	1,577	1.6	852	725	17,177	0.3	6,007	11,170	1,388	6.4	9,523	5.7
8	1,384	2.4	644	740	16,266	2.8	4,739	11,527	1,375	6.0	9,444	4.4
9	1,343	1.5	662	680	15,313	1.7	4,886	10,427	1,281	7.5	8,742	5.6
10	1,407	0.7	706	702	16,065	1.0	5,293	10,772	1,326	7.8	8,935	6.0
11	1,552	2.2	823	729	17,286	1.9	6,173	11,114	1,265	6.3	8,628	5.2
12	1,987	1.3	1,090	897	21,558	0.7	7,838	13,720	1,351	6.5	9,249	5.6
27年												
1	1,531	1.5	812	719	17,215	0.6	5,995	11,220	1,234	7.0	8,437	6.2
2	1,327	1.2	670	657	14,986	2.0	4,925	10,061	1,149	5.4	7,852	5.1
3	P 1,514	P ▲15.0	P 787	P 727	P 17,150	P ▲12.3	P 6,025	P 11,126	P 1,332	P 4.7	P 9,054	P 3.8

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

	新車販売台数				家計消費支出				常用雇用労働者現金給与総額				
	大阪府		全国		大阪府		全国		大阪府				
	総数	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	前年比%	22年=100	前年比%
23年(平均)	184,217	▲16.1	3,524,788	▲16.3	264,034	3.0	282,966	▲2.5	393,040	98.2	▲1.7	98.8	▲1.2
24	231,575	25.7	4,572,332	29.7	276,646	4.8	286,169	1.1	379,993	96.5	▲1.7	97.0	▲1.8
25	231,525	▲0.0	4,562,283	▲0.2	272,813	▲1.4	290,454	1.5	374,611	94.9	▲1.7	95.1	▲2.0
26	236,127	2.0	4,663,833	2.2	267,169	▲2.1	291,194	0.3	382,055	96.5	1.7	94.1	▲1.1
26年													
1	21,461	27.3	433,616	30.6	262,391	▲7.6	297,070	2.8	301,355	76.3	▲0.7	75.9	▲2.3
2	25,426	18.9	490,511	18.8	247,927	11.4	266,610	▲0.6	302,281	76.6	▲0.3	76.2	▲2.3
3	31,700	18.2	665,985	16.7	277,898	2.2	345,443	9.3	326,932	82.7	2.1	82.0	▲0.2
4	14,277	▲11.8	292,826	▲5.1	249,828	▲10.5	302,141	▲0.7	325,759	82.4	0.5	80.1	▲3.4
5	15,777	▲1.0	304,370	▲1.3	254,273	▲14.1	271,411	▲3.9	311,874	78.9	1.5	76.3	▲2.2
6	19,107	▲2.1	379,242	0.1	270,843	6.4	272,791	1.3	569,678	144.0	1.3	139.4	▲2.4
7	19,296	▲2.9	391,376	▲2.6	255,215	▲13.7	280,293	▲2.0	461,337	116.7	4.6	113.1	1.3
8	14,788	▲8.3	281,326	▲9.5	283,498	6.6	282,124	▲0.9	307,532	77.8	0.5	75.2	▲2.6
9	22,755	▲0.4	431,823	▲3.2	273,423	5.7	275,226	▲1.9	308,748	78.0	0.9	75.1	▲2.3
10	17,153	▲6.5	328,329	▲7.4	264,915	▲9.5	288,579	▲0.7	321,018	81.1	2.3	78.4	▲0.3
11	17,184	▲9.7	339,831	▲10.2	273,316	▲4.3	280,271	0.3	315,454	79.7	1.8	77.2	▲0.5
12	17,234	▲7.3	360,346	0.3	292,498	9.5	332,363	▲0.6	726,196	183.4	2.9	177.9	0.7
27年													
1	17,270	▲19.5	344,040	▲20.7	264,065	0.6	289,847	▲2.4	303,269	77.1	1.0	74.8	▲1.4
2	20,612	▲18.9	413,192	▲15.8	240,092	▲3.2	265,632	▲0.4	303,568	77.2	0.8	75.0	▲1.6
3	26,554	▲16.2	586,796	▲11.9	294,641	6.0	317,579	▲8.1					

(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「家計消費調査」
※二人以上世帯
※年平均

大阪府「労働者給与調査」
※従業者規模80人以上、前年比は指数で計算。
※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	前年比	合計	前年比	
	千平方 米	%	千平方 米	%	千平方 米	%	千平方 米	%	戸	%	戸	%	
23年	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	
26	8,423	▲7.0	3,473	0.7	134,021	▲7.9	53,890	▲3.7	64,528	▲6.9	892,261	▲9.0	
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
	4	906	39.3	363	42.3	11,750	13.4	4,836	▲4.2	6,802	36.4	75,286	▲3.3
	5	560	▲24.1	190	▲19.5	10,163	▲16.4	4,077	▲11.6	4,804	▲26.8	67,791	▲15.0
	6	1,158	75.3	719	258.2	11,884	▲6.9	5,065	4.4	6,056	8.4	75,757	▲9.5
	7	714	▲27.4	398	▲13.9	11,259	▲12.7	4,732	▲2.5	4,190	▲29.0	72,880	▲14.1
	8	713	▲15.6	282	▲37.1	11,308	▲10.3	4,521	▲2.0	5,678	12.0	73,771	▲12.5
	9	583	▲30.8	194	▲36.4	10,878	▲19.3	4,181	▲19.0	5,444	▲18.0	75,882	▲14.3
	10	707	▲6.0	319	43.4	12,376	▲6.2	5,460	13.3	5,015	▲28.6	79,171	▲12.3
	11	747	9.1	244	50.7	10,885	▲16.7	4,079	▲10.9	6,013	▲1.7	78,364	▲14.3
	12	548	▲24.7	156	▲43.1	10,300	▲18.5	3,713	▲17.3	5,605	▲6.6	76,416	▲14.7
27年	1	528	▲11.5	182	5.3	9,762	▲19.0	3,892	▲16.4	4,877	▲12.4	67,713	▲13.0
	2	441	▲9.5	140	▲21.9	10,437	▲0.4	4,561	9.4	3,961	0.9	67,552	▲3.1
	3	605	▲14.1	217	▲15.9	9,789	▲8.4	3,567	▲18.9	5,285	▲2.7	69,887	0.7

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、季節調整済)				大阪府		全国		
	総額		船舶電力を 除く		総額	前年比	総額	前年比	
	億円	%	億円	%	億円	%	億円	%	
23年	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	
26	278,919	8.9	96,920	4.0	5,070	15.6	147,940	4.6	
26年	1	23,082	28.9	8,244	24.0	229	56.5	7,776	28.7
	2	22,313	19.9	7,863	11.0	222	▲27.8	6,959	3.7
	3	23,198	▲0.9	9,367	20.1	339	18.2	14,568	18.0
	4	31,260	54.0	8,513	15.7	574	7.7	17,583	9.9
	5	21,735	▲3.3	6,853	▲12.3	488	▲3.5	13,126	21.0
	6	25,451	30.7	7,458	▲3.6	689	47.4	15,855	14.3
	7	22,013	6.1	7,717	▲0.6	604	51.7	16,273	3.4
	8	21,527	1.5	8,078	▲1.0	446	67.8	11,276	▲8.0
	9	23,246	▲2.9	8,316	3.0	379	6.6	13,984	▲8.2
	10	22,563	▲1.4	7,780	▲4.5	531	52.9	13,161	▲7.3
	11	20,222	▲6.1	7,880	▲9.2	282	▲10.3	8,437	▲10.3
	12	21,960	2.9	8,536	12.0	285	▲37.7	8,944	0.9
27年	1	25,084	8.7	8,389	1.8	171	▲25.3	6,708	▲13.7
	2	24,745	10.9	8,356	6.3	152	▲31.6	7,122	2.3
	3					342	0.9	12,755	▲12.4

内閣府機械受注額調査

西日本建設業協会(株)

西日本建設業協会(株)、東
日本建設業協会(株)、
北海道建設業協会(株)

※社の合計分

Ⅲ 生 産

	鉱工業生産動向													
	大阪府(製造工業)							近畿(鉱工業)						
	生産指数			出荷指数		右轉指数		生産指数			出荷指数		右轉指数	
	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
23年	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	105.3	..	1.5	96.0	..	103.3	..	100.0	..	100.0	..	115.7	..	
26	106.9	..	1.5	97.0	..	102.9	..	106.4	..	103.9	..	117.7	..	
26年	1	103.4	▲1.1	1.9	97.1	1.0	100.6	▲1.0	105.9	5.3	107.5	5.7	114.9	0.4
	2	105.8	2.3	0.4	97.0	▲0.1	101.8	1.2	105.3	▲0.6	106.3	▲1.1	114.5	▲0.3
	3	108.4	2.5	4.5	97.0	0.0	102.5	0.7	105.9	0.6	106.7	0.4	112.8	▲1.5
	4	106.4	▲1.8	▲1.4	95.5	▲1.5	101.8	▲0.7	106.5	0.6	102.4	▲4.0	114.9	1.9
	5	106.8	0.4	▲2.3	96.2	0.7	104.7	2.8	109.2	2.5	102.8	0.4	117.5	2.3
	6	106.1	▲0.7	1.4	96.0	▲0.2	103.3	▲1.3	106.7	▲2.3	102.9	0.1	117.6	0.1
	7	105.6	▲0.5	▲2.9	95.7	▲0.3	101.5	▲1.7	107.6	0.8	101.6	▲1.3	120.4	2.4
	8	104.6	▲0.9	▲2.3	94.8	▲0.9	102.0	0.5	103.2	▲4.1	99.2	▲2.4	119.8	▲0.5
	9	110.7	5.8	6.8	101.5	7.1	103.8	1.8	108.6	5.2	106.5	7.4	120.0	0.2
	10	110.4	▲0.3	6.6	99.7	▲1.8	102.7	▲1.1	110.0	1.3	107.7	1.1	117.6	▲2.0
	11	107.8	▲2.4	1.5	97.2	▲2.5	103.7	1.0	104.7	▲4.8	102.1	▲5.2	117.7	0.1
	12	107.1	▲0.6	3.6	97.2	0.0	106.2	2.4	105.4	0.7	102.9	0.8	117.1	▲0.5
27年	1	110.3	3.0	5.4	101.9	4.8	107.5	1.2	113.6	7.8	110.4	7.3	117.1	0.0
	2	P108.0	P▲2.1	P2.1	P99.9	P▲2.0	P107.2	P▲0.3	108.5	▲4.5	106.4	▲3.6	118.1	0.9
	3													

大阪府統計情報 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 近畿の工業動向

※指数は季節調整値、前月比は季節調整値との比較

※右轉指数の年数値は、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		右轉指数		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	
23年	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	
26	98.9	..	2.0	98.4	..	111.9	..	42,975	▲1.6	34,175	▲1.5	
26年	1	103.2	3.2	10.7	102.8	3.5	105.8	0.3	3,570	3.1	2,829	4.4
	2	101.0	▲2.1	7.0	100.7	▲2.0	105.6	▲0.2	3,407	1.5	2,733	2.2
	3	101.5	0.5	7.4	101.5	0.8	106.8	1.1	3,633	▲0.1	2,908	▲0.3
	4	99.2	▲2.3	3.7	97.7	▲3.7	106.7	▲0.1	3,541	▲0.1	2,854	0.3
	5	99.5	0.3	1.0	97.3	▲0.4	108.7	1.9	3,615	0.0	2,893	0.6
	6	97.6	▲1.9	3.2	96.4	▲0.9	110.1	1.3	3,688	▲1.3	2,948	▲1.1
	7	97.5	▲0.1	▲0.5	96.9	0.5	110.7	0.5	3,860	▲3.4	3,054	▲3.8
	8	96.7	▲0.8	▲3.0	94.9	▲2.1	111.7	0.9	3,609	▲4.6	2,811	▲4.9
	9	98.1	1.4	1.0	97.9	3.2	111.3	▲0.4	3,560	▲3.1	2,830	▲3.2
	10	98.5	0.4	▲0.5	98.0	0.1	111.2	▲0.1	3,633	▲4.1	2,899	▲4.4
	11	97.9	▲0.6	▲3.7	97.3	▲0.7	112.4	1.1	3,412	▲3.7	2,718	▲4.2
	12	98.1	0.2	▲0.1	97.1	▲0.2	112.3	▲0.1	3,447	▲2.2	2,698	▲2.9
27年	1	102.1	4.1	▲2.6	102.4	5.5	111.8	▲0.4	3,420	▲4.2	2,677	▲5.4
	2	98.9	▲3.1	▲2.0	97.9	▲4.4	113.0	1.1	3,261	▲4.3	2,589	▲5.3
	3	P98.6	P▲0.3	P▲1.2	P97.6	P▲0.3	P113.3	P0.3	3,518	▲3.2	2,794	▲3.9

経済産業省 鉱工業生産指数

※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

※右轉指数の年数値は、期末値

関西電力 営業概況

IV 雇 用

	求人数(季節調整値)				求職者数(季節調整値)				求人倍率(季節調整値)				
	大阪府								大阪府		全国		
	有効		新規		有効		新規		有効	新規	有効	新規	
	人	前月比 %	人	前月比 %	人	前月比 %	人	前月比 %					
23年平均	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	
26	180,786	5.4	65,749	2.7	163,339	▲9.3	37,633	▲8.6	1.11	1.75	1.09	1.66	
26年	1	182,390	0.9	67,449	1.1	168,221	▲0.5	38,680	1.1	1.08	1.74	1.04	1.63
	2	183,061	0.4	69,535	3.1	167,173	▲0.6	38,668	▲0.0	1.10	1.80	1.05	1.63
	3	181,682	▲0.8	67,399	▲3.1	164,909	▲1.4	37,268	▲3.6	1.10	1.81	1.07	1.64
	4	181,110	▲0.3	66,084	▲2.0	165,424	0.3	39,420	5.8	1.09	1.68	1.08	1.64
	5	182,207	0.6	65,577	▲0.8	164,905	▲0.3	38,365	▲2.7	1.10	1.71	1.09	1.64
	6	182,900	0.4	68,458	4.4	164,404	▲0.3	37,794	▲1.5	1.11	1.81	1.10	1.65
	7	182,144	▲0.4	63,674	▲7.0	162,436	▲1.2	37,372	▲1.1	1.12	1.70	1.10	1.66
	8	182,922	0.4	65,435	2.8	162,240	▲0.1	37,828	1.2	1.13	1.73	1.10	1.65
	9	178,222	▲2.6	63,803	▲2.5	161,715	▲0.3	37,275	▲1.5	1.10	1.71	1.10	1.68
	10	178,087	▲0.1	62,341	▲2.3	160,817	▲0.6	36,399	▲2.4	1.11	1.71	1.10	1.69
	11	179,670	0.9	65,172	4.5	160,026	▲0.5	37,389	2.7	1.12	1.74	1.12	1.69
	12	180,015	0.2	66,700	2.3	158,231	▲1.1	36,368	▲2.7	1.14	1.83	1.14	1.77
27年	1	180,590	0.3	67,374	1.0	157,276	▲0.6	35,843	▲1.4	1.15	1.88	1.14	1.77
	2	182,833	1.2	67,231	▲0.2	158,875	1.0	37,396	4.3	1.15	1.80	1.15	1.63
	3	178,323	▲2.5	61,568	▲8.4	156,526	▲1.5	33,710	▲9.9	1.14	1.83	1.15	1.72

厚生労働省「一般職業紹介状況」

※「」を含む。

厚生労働省「一般職業紹介状況」

※「」を含む。

	完全失業率					雇用関係			所定外労働時間					
	近畿		全国			大阪府			大阪府					
	実数		実数		実数	初回受給		産業計			製造業			
	(原数値)	前年差	(原数値)	前年差	(季節調値)	者数	前年比	実数	指数	前年比	実数	指数	前年比	
23年平均	5.0	▲0.9	4.6	▲0.5	...	9,735	▲6.6	11.2	105.8	5.7	12.7	100.5	0.5	
24	5.1	0.1	4.3	▲0.3	...	9,417	▲3.3	11.9	105.2	▲0.6	13.5	101.3	0.8	
25	4.4	▲0.7	4.0	▲0.3	...	8,779	▲6.8	11.8	105.0	▲0.2	13.7	106.0	4.6	
26	4.1	▲0.3	3.6	▲0.4	...	7,991	▲9.0	12.6	113.2	7.8	14.4	114.3	7.8	
26年	1	4.2	▲0.9	3.7	▲0.5	3.7	7,041	▲14.5	12.3	110.3	11.1	14.1	110.5	25.0
	2	4.3	▲0.7	3.6	▲0.6	3.6	7,803	▲16.4	12.3	110.4	11.1	16.1	126.5	20.0
	3	4.4	▲0.5	3.8	▲0.5	3.6	6,527	▲14.5	12.9	115.9	8.6	14.8	116.5	6.4
	4	4.3	0.0	3.9	▲0.5	3.6	6,887	▲12.0	13.4	120.4	8.4	15.7	123.9	5.5
	5	4.0	▲0.4	3.6	▲0.6	3.6	12,818	▲7.2	13.0	117.0	9.4	14.9	117.9	15.2
	6	4.2	0.1	3.7	▲0.2	3.7	7,433	▲6.2	12.4	111.7	9.9	14.2	112.6	9.7
	7	4.7	0.9	3.8	▲0.1	3.7	8,726	▲7.5	12.6	113.6	10.7	13.9	110.5	8.2
	8	4.0	▲0.4	3.5	▲0.6	3.5	8,902	▲9.3	11.4	102.9	4.8	12.4	98.8	2.0
	9	4.1	0.0	3.5	▲0.4	3.6	7,921	1.9	12.1	109.2	5.3	14.1	112.5	5.7
	10	4.3	▲0.4	3.5	▲0.5	3.5	8,043	▲4.2	12.7	114.8	5.2	13.9	111.2	▲0.1
	11	3.6	▲0.3	3.3	▲0.5	3.5	7,188	▲13.7	12.5	113.1	3.6	14.5	116.3	2.1
	12	3.4	▲0.2	3.2	▲0.2	3.4	6,600	▲3.5	13.2	119.6	6.9	14.2	114.1	▲1.4
27年	1	4.2	0.0	3.5	▲0.2	3.6	6,652	▲5.5	12.4	108.8	▲1.4	13.7	101.5	▲8.1
	2	4.0	▲0.3	3.5	▲0.1	3.5	7,203	▲7.7	12.6	110.5	0.1	15.3	113.3	▲10.4
	3	3.6	▲0.8	3.5	▲0.3	3.4	6,911	5.9						

総務省統計局「労働力調査」

大阪労働局「労働市場月報」 大阪府労働関係「大阪の賃金、労働時間及び雇用の動き」

※企業者規模30人以上、前年比は指数の計算。

V 貿易

	輸出入通関額								対米ドル 円相場	原価指数 (WTI)	
	近畿圏				全国						
	輸出		輸入		輸出		輸入				
	億円	前年比 %	億円	前年比 %	億円	前年比 %	億円	前年比 %			
23年	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	
26	156,657	7.0	163,078	6.9	730,930	4.8	859,091	5.7	119.40	59.10	
26年	1	10,877	10.3	15,502	26.7	52,519	9.4	80,470	25.1	103.94	95.00
	2	12,121	14.9	11,613	7.6	57,992	9.8	66,053	9.1	102.13	100.70
	3	13,519	3.1	14,646	20.2	63,833	1.8	78,334	18.2	102.27	100.57
	4	13,127	8.6	13,231	2.8	60,672	5.0	68,927	3.6	102.56	102.18
	5	12,311	1.2	12,585	▲0.1	56,060	▲2.8	65,232	▲3.5	101.79	102.00
	6	12,888	1.5	13,124	14.0	59,400	▲2.0	67,741	8.6	102.05	105.24
	7	13,108	5.5	13,739	0.6	61,919	3.9	71,585	2.4	101.72	102.99
	8	12,736	1.3	12,301	▲1.6	57,048	▲1.3	66,580	▲1.4	102.96	96.38
	9	13,485	7.5	14,157	9.9	63,821	6.9	73,441	6.2	107.09	93.35
	10	14,252	10.9	14,228	1.8	66,873	9.6	74,291	3.1	108.06	84.40
	11	13,226	6.5	13,448	▲0.3	61,875	4.9	70,863	▲1.6	116.22	75.70
	12	15,007	14.7	14,505	4.7	68,918	12.8	75,574	1.9	119.40	59.10
27年	1	13,048	20.0	13,808	▲10.9	61,434	17.0	73,172	▲9.1	118.24	47.60
	2	12,424	2.5	P 12,788	P 10.1	59,414	2.5	P 63,665	P ▲3.6	118.57	50.72
	3	P 14,592	P 7.9	P 12,560	P ▲14.2	P 69,274	P 8.5	P 66,981	P ▲14.5	120.39	47.78

大阪府関近畿圏貿易概況

財務省貿易統計

日本銀行時系 IMF Primary
 列帳付 Commodity
 ※東京センター Prices]
 バック相場 ス
 ポ小、中心相
 場 月平均
 ※前3年末値 ※前3年末値

VI 物価

	企業物価指数						消費者物価指数									
	全国			大阪市						全国						
	国内企業			総合			生鮮食品を 除総合			総合			生鮮食品を 除総合			
	物価指数	前月比	前年比	物価指数	前月比	前年比	物価指数	前月比	前年比	物価指数	前月比	前年比	物価指数	前月比	前年比	
23年平均	101.5	...	1.5	99.5	...	▲0.5	99.6	...	▲0.4	99.7	...	▲0.3	99.8	...	▲0.3	
24	100.6	...	▲0.9	99.5	...	0.0	99.5	...	0.0	99.7	...	0.0	99.7	...	▲0.1	
25	101.9	...	1.3	99.8	...	0.2	99.8	...	0.4	100	...	0.4	100.1	...	0.4	
26	105.1	...	3.1	102.2	...	2.4	102.2	...	2.3	102.8	...	2.7	102.7	...	2.6	
26年	1	103.0	0.2	2.5	100.4	▲0.4	1.4	100.2	▲0.3	1.3	100.7	▲0.2	1.4	100.4	▲0.2	1.3
	2	102.8	▲0.2	1.8	100.4	0.0	1.8	100.3	0.1	1.5	100.7	0.0	1.5	100.5	0.1	1.3
	3	102.8	0.0	1.7	100.6	0.2	1.8	100.6	0.3	1.5	101.0	0.3	1.6	100.8	0.3	1.3
	4	105.8	2.9	4.2	102.4	1.8	3.4	102.5	1.9	3.1	103.1	2.1	3.4	103.0	2.2	3.2
	5	106.1	0.3	4.4	102.9	0.5	3.3	102.9	0.4	2.9	103.5	0.4	3.7	103.4	0.4	3.4
	6	106.2	0.1	4.5	102.8	▲0.1	3.1	102.8	▲0.1	2.8	103.4	▲0.1	3.6	103.4	0.0	3.4
	7	106.6	0.4	4.4	102.7	▲0.1	2.8	102.9	0.1	2.8	103.4	0.0	3.4	103.5	0.1	3.4
	8	106.5	▲0.1	4.0	102.8	0.1	2.7	102.9	0.0	2.6	103.6	0.2	3.3	103.5	0.0	3.1
	9	106.4	▲0.1	3.6	103.3	0.5	2.9	103.0	0.1	2.6	103.9	0.3	3.3	103.5	0.0	3.0
	10	105.5	▲0.8	2.9	103.0	▲0.3	2.3	103.0	0.0	2.2	103.6	▲0.3	2.9	103.6	0.1	2.9
	11	105.2	▲0.3	2.6	102.7	▲0.3	2.0	103.0	0.0	2.3	103.2	▲0.4	2.4	103.4	▲0.2	2.7
	12	104.7	▲0.5	1.8	102.6	▲0.1	1.8	102.7	▲0.3	2.2	103.3	0.1	2.4	103.2	▲0.2	2.6
27年	1	103.3	▲1.3	0.3	102.6	0.0	2.2	102.3	▲0.4	2.1	103.1	▲0.2	2.4	102.6	▲0.6	2.2
	2	103.2	▲0.1	0.4	102.5	▲0.1	2.1	102.4	0.1	2.1	102.9	▲0.2	2.2	102.5	▲0.1	2.0
	3	103.5	0.3	0.7	102.9	0.4	2.3	102.8	0.4	2.2	103.3	0.4	2.3	103.0	0.5	2.2

日本銀行企業物価指数

大阪府統計課 大阪府消費者物価指数

財務省統計局 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
23年	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	
26	1,342	▲8.1	164,247	9,731	▲10.3	1,874,065	243	▲15.3	1,089	47.8	
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
	4	130	3.1	8,687	914	1.6	141,007	20	▲39.4	58	▲38.3
	5	118	▲21.3	12,281	834	▲20.1	172,641	31	0.0	211	83.6
	6	116	▲0.8	17,804	865	▲3.5	192,037	25	25.0	156	304.2
	7	115	2.6	12,374	882	▲13.9	129,492	14	▲50.0	86	70.8
	8	90	▲14.2	27,139	727	▲11.2	135,764	20	▲9.1	140	240.5
	9	140	20.6	17,213	827	0.8	136,799	25	31.6	53	63.9
	10	111	▲14.6	9,957	800	▲16.5	124,113	25	13.6	155	78.0
	11	103	▲8.8	8,284	736	▲14.6	115,477	14	▲36.4	25	▲49.5
	12	96	▲20.6	16,388	686	▲8.5	178,314	16	▲15.8	58	175.3
27年	1	96	▲24.4	6,301	721	▲16.5	168,070	18	20.0	71	194.6
	2	103	▲4.6	12,949	692	▲11.5	151,180	17	▲22.7	134	28.6
	3	116	31.8	22,295	859	5.5	223,631	17	6.3	60	231.2

(株)東京商工リサーチ「倒産月報」
※負債総額千万元以上

(一社)全国銀行協会「全国邦交交換高不渡邦実
数・取引停止処分数調査」

Ⅷ 金融

	金融機関貸出高倍率								貸出総定平均金利			
	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	%	%	%	
23年末	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	
26	1,242,092	2.2	746,601	1.8	6,619,353	3.1	4,611,476	2.7	1.251	1.548	1.874	
26年	1	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
	2	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
	3	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
	4	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
	5	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
	6	1,226,324	1.7	740,175	1.0	6,538,561	3.3	4,532,400	2.7	1.315	1.618	1.936
	7	1,228,207	2.0	738,089	2.5	6,519,388	3.1	4,486,099	2.8	1.314	1.613	1.932
	8	1,224,376	1.5	739,932	2.7	6,509,202	2.6	4,491,457	2.9	1.305	1.600	1.926
	9	1,227,652	1.1	739,462	2.2	6,540,877	2.7	4,504,749	2.4	1.297	1.602	1.918
	10	
	11	
	12	1,225,267	1.7	743,588	1.8	6,546,217	2.6	4,549,079	2.3	1.274	1.575	1.897
27年	1	
	2	
	3	

近畿銀行務司「管内金融概況」

日本銀行「時系列統計」

近畿銀行務司「管内金融概況」

※右端補正→ 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 大阪府咲洲庁舎 24 階
TEL 06(6210)9937 / FAX 06(6210)9940

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

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

平成 27 年 6 月発行