

おおさか

経済の動き

2019(令和元)年 4～6月版

No. 507

お お さ か 経 済 の 動 き

2019（令和元）年 4～6月版 No.507

目 次

大阪経済の情勢	2
大阪府景気動向指数（C I ・ D I）の動き	4
大阪府景気観測調査（2019年4～6月期）	6
最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）	22
中小企業の動き（業種別景気動向調査）	24
中小企業の動き（2019年4～6月期） 化粧品製造業 金型製造業 化学製品卸売業 バー（深夜酒類提供飲食業）	
2018年度調査研究の紹介	34
アジアの活力を取り込む中小企業 - 『おおさか・グローバル・メソッド』の取組み - 大阪府における中小企業の事業承継支援の課題と方向性	
大阪経済指標	38

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

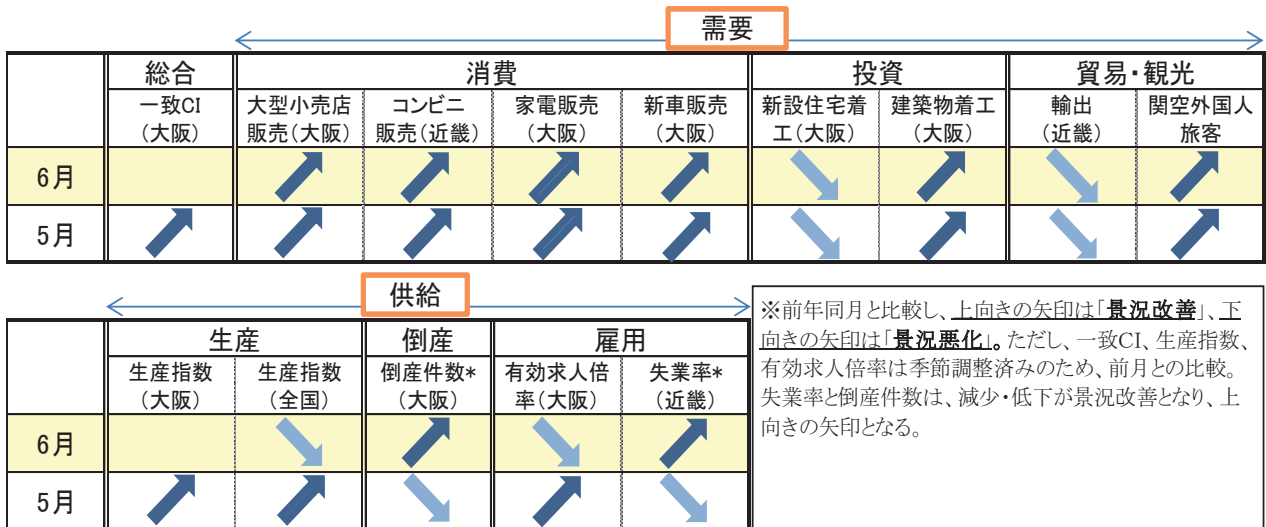
大阪経済の情勢 (2019年6月指標を中心に)

「大阪経済は、一部に弱い動きがみられるが、緩やかに拡大している」

需要面では、個人消費は、持ち直しの動きがみられる。百貨店・スーパー販売額、コンビニ販売額(近畿)、家電販売額、新車販売台数は増加。家計消費支出(近畿;5月)は増加。投資は、持ち直しの動きがみられる。住宅投資は減少、非居住用建設投資は増加。公共投資は減少。輸出は、弱い動きが続く。輸出額は減少。主要国向けでは、すべての地域向けで減少。輸入額は減少。

供給面では、生産動向は、持ち直しの動きがみられる。大阪府(5月)は、生産、出荷はともに上昇。近畿の生産(5月)は上昇、全国の生産(6月)は低下。企業倒産では、件数、負債金額はともに改善。雇用は、改善している。近畿の失業率は改善。有効求人倍率、新規求人倍率はともに低下。所定外労働時間(5月)は減少。

先行きでは、所得環境の改善状況、海外経済の動向等に引き続き注意が必要。



●景気動向指数(CI)

大阪府(5月)では、一致CIは上昇、先行CIは低下。大阪府(一致CI)では、主に「人件費比率(製造業)」が上昇に寄与。



(資料)大阪産業経済リサーチ&デザインセンター「景気動向指数」、内閣府「景気動向指数」 ※2015年=100

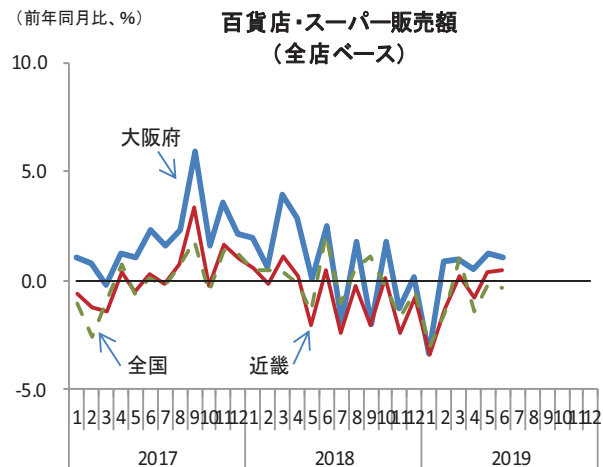
一致CIの個別系列の寄与度* (大阪府、5月速報)

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	人件費比率(製造業)	有効求人倍率	所定外労働時間指数(製造業)
▲0.03	0.21	0.22	0.15	0.47	▲0.04	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、持ち直しの動きがみられる。百貨店・スーパー販売額、コンビニ販売額(近畿)、家電販売額、新車販売台数は増加。家計消費支出(近畿;5月)は増加。



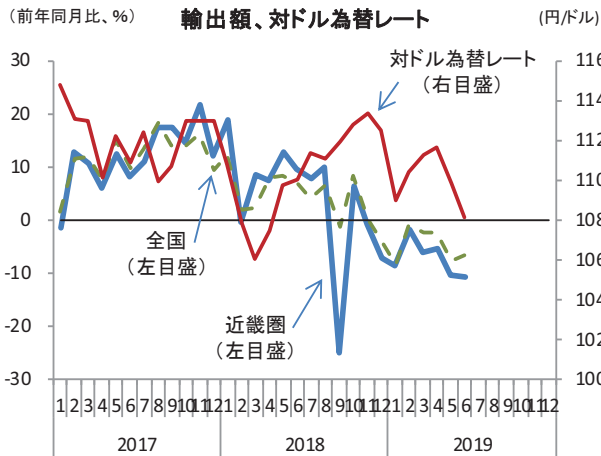
(資料)近畿経済産業局「百貨店・スーパー販売状況」

業態別の増減(大阪府、全店、前年同月比(%))、6月速報

大型小売店 合計		1.1
うち	百貨店	2.4
	スーパー	▲0.3

●貿易

輸出は、弱い動きが続く。輸出額は減少。主要国向けでは、すべての地域向けで減少。輸入額は減少。



(資料)大阪税関「貿易統計」、日本銀行「時系列統計」 ※対ドル為替レートは、東京インターバンク相場、ドル・円、スポット、中心相場/月中平均。

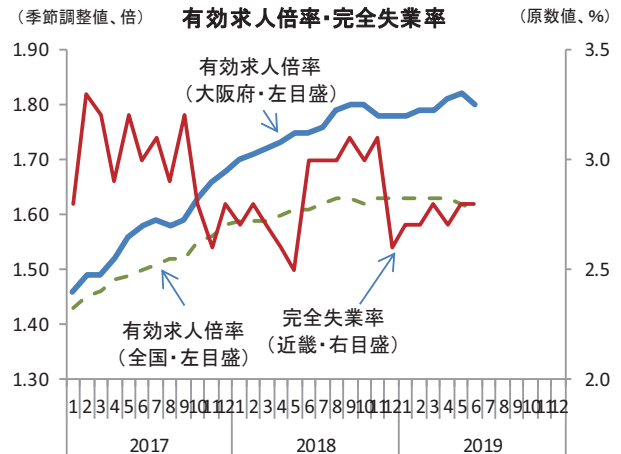
主要地域(国)別の増減(近畿、前年同月比(%))、6月速報

アジア(含む中国)	▲13.4	8ヶ月連続の減少
中国	▲13.8	10ヶ月連続の減少
EU	▲7.2	4ヶ月ぶりの減少
アメリカ	▲5.5	5ヶ月ぶりの減少

(資料)大阪税関「近畿圏貿易概況・速報」

●雇用

雇用は、改善している。近畿の失業率は改善。有効求人倍率、新規求人倍率はともに低下。所定外労働時間(5月)は減少。



(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。

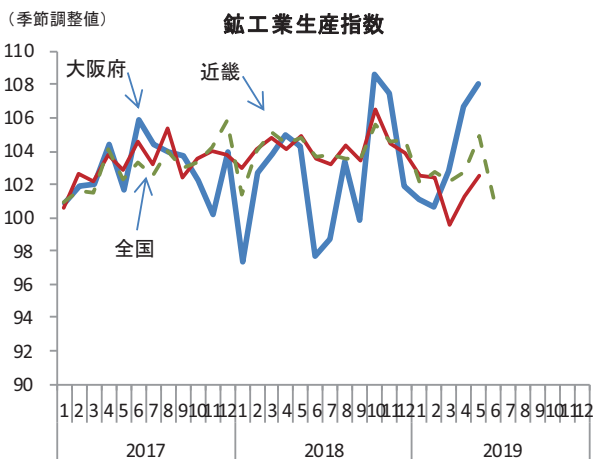
新規求人人数の主要産業別増減(大阪府、前年同月比(%))、6月

産業計	▲3.5
建設業	10.0
製造業	▲6.5
卸売業、小売業	▲7.5
宿泊業、飲食サービス業	1.6
医療、福祉	▲2.2

(資料)大阪労働局「大阪労働市場ニュース」

●生産

生産動向は、持ち直しの動きがみられる。大阪府(5月)では、生産、出荷はともに上昇。近畿の生産(5月)は上昇、全国(6月)は低下。



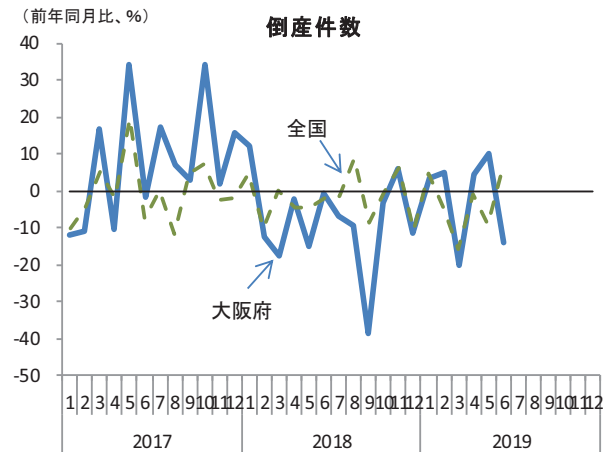
(資料)大阪府統計課「大阪府工業指数」、近畿経済産業局「鉱工業生産動向」、経済産業省「鉱工業指数」 ※大阪府は製造工業指数、2015年=100

産業別の主な変動(大阪府、前月比(%))、寄与度順、5月速報

上昇	輸送機械 (15.8) : 鉄道車両部品、輸送機械用エアコン(除、乗用車用)
	金属製品 (14.2) : 橋りょう、作業工具
	生産用機械 (2.9) : 超硬工具、ショベル系掘削機械
	食料品 (▲6.3) : チョコレート、冷凍調理食品
低下	化学 (▲1.9) : 界面活性剤、アンモニア
	石油・石炭製品 (▲18.8) : ガソリン、軽油

●倒産

企業倒産では、件数、負債金額はともに改善。



(資料)東京商工リサーチ「倒産月報」

主な倒産(大阪府、6月)

業種	負債額(百万円)
砂利ほか卸、産業廃棄物収集運搬業	1,476
婦人服飾雑貨卸	1,380
婦人ニット企画販売	746
船舶用計器類製造	566

大阪府景気動向指数（CI・DI）の動き

1. 総括表

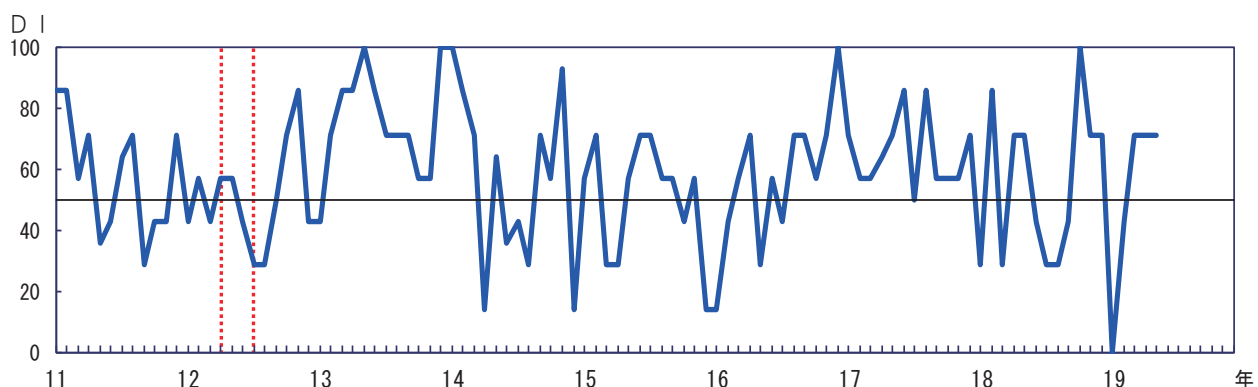
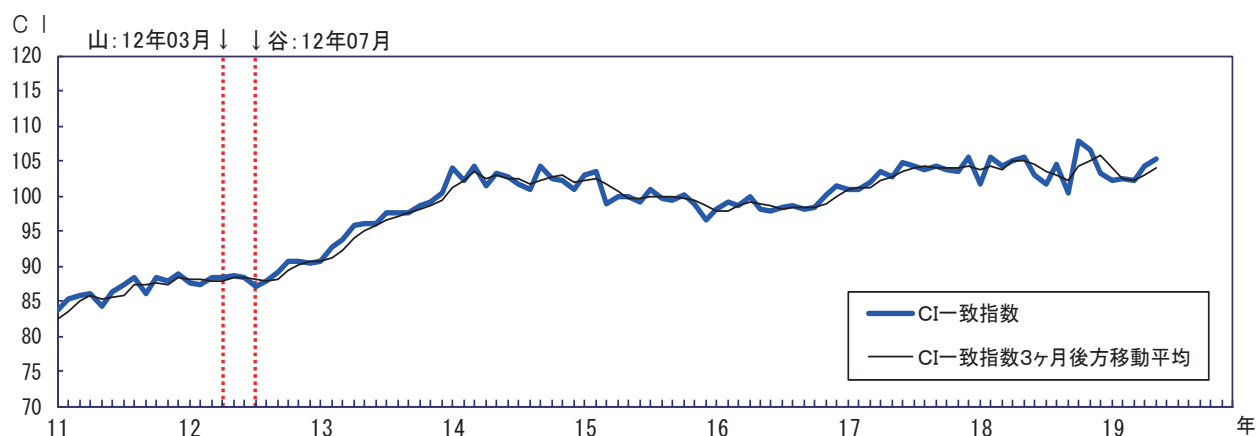
			18年										19年				
			4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	
CI	先行	大阪府	110.1	112.4	108.7	108.1	108.0	109.0	107.6	108.3	104.1	104.7	104.5	100.0	101.6	P100.6	
		近畿	102.4	102.6	102.0	101.9	102.2	102.1	102.1	101.0	100.2	100.2	99.6	96.8	97.0	P97.0	
		全国	101.5	101.6	100.5	99.7	99.6	99.4	99.0	98.2	97.1	96.2	96.8	95.7	95.9	94.9	
	一致	大阪府	105.1	105.6	102.9	101.7	104.6	100.5	107.9	106.6	103.2	102.1	102.5	102.2	104.4	P105.4	
		近畿	104.3	104.5	103.5	102.6	104.0	100.9	106.3	103.8	102.9	100.3	99.7	98.8	100.1	P101.3	
		全国	104.1	103.9	103.5	102.9	102.9	101.8	103.9	102.3	101.3	100.4	101.5	101.1	102.1	103.4	
	遅行	大阪府	99.9	97.4	94.8	94.2	94.1	95.5	96.2	94.2	96.5	98.6	97.2	98.6	98.6	P96.6	
		近畿	105.1	104.7	104.1	101.9	103.3	102.5	104.8	101.7	100.8	101.1	100.7	101.3	100.8	P102.6	
		全国	104.5	105.1	104.9	104.3	104.7	104.1	104.1	104.6	104.1	104.8	104.5	104.6	104.5	104.5	
DI	先行	大阪府	85.7	57.1	57.1	28.6	14.3	57.1	71.4	57.1	42.9	42.9	42.9	50.0	57.1	P14.3	
		近畿	66.7	44.4	61.1	33.3	55.6	55.6	61.1	44.4	33.3	38.9	50.0	38.9	33.3	P33.3	
		全国	63.6	59.1	50.0	13.6	18.2	18.2	27.3	27.3	18.2	18.2	31.8	40.9	60.0	30.0	
	一致	大阪府	71.4	71.4	42.9	28.6	28.6	42.9	100.0	71.4	71.4	0.0	42.9	71.4	71.4	P71.4	
		近畿	85.7	57.1	28.6	28.6	42.9	21.4	100.0	64.3	85.7	0.0	21.4	7.1	42.9	P83.3	
		全国	83.3	77.8	66.7	27.8	33.3	33.3	83.3	61.1	50.0	22.2	27.8	27.8	68.8	75.0	
	遅行	大阪府	100.0	71.4	28.6	42.9	50.0	71.4	57.1	42.9	64.3	78.6	57.1	57.1	35.7	P42.9	
		近畿	50.0	50.0	66.7	16.7	41.7	33.3	83.3	41.7	66.7	50.0	33.3	50.0	41.7	P70.0	
		全国	50.0	66.7	55.6	44.4	38.9	66.7	55.6	50.0	50.0	66.7	66.7	77.8	62.5	62.5	

(注)・CIは、大阪府・近畿・全国ともに2015年=100。Pは速報値。

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

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

2. 大阪府景気動向指数の動き（一致指数）



3. 大阪府 C I 個別系列の寄与度

		18年										19年				
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	
先行 指数	一致指数トレンド成分(先行)		0.06	0.08	0.03	0.00	0.04	-0.05	0.09	0.08	0.01	-0.08	-0.02	-0.07	0.02	-0.01
	L1 投資財生産指数		-1.11	0.80	-1.83	1.08	0.26	-1.26	1.70	1.47	-1.06	0.11	0.44	-0.46	1.49	0.56
	L2 生産財在庫率指数	R	0.83	0.37	0.59	-1.55	0.74	-1.22	1.65	-0.22	-1.59	-0.01	-0.21	-1.08	0.88	0.27
	L3 新規求人倍率		-0.72	0.15	0.89	0.14	-0.58	0.57	-0.56	-1.26	-0.93	1.37	-0.10	-2.51	1.30	-1.55
	L4 新設住宅着工戸数		1.88	1.61	-2.37	0.10	0.18	1.17	-2.03	1.17	-0.39	0.98	-0.70	-0.72	-0.57	1.07
	L5 日経商品指数(全国)		0.63	0.00	-0.48	-0.40	-0.30	0.40	-0.02	-0.72	-0.55	-0.01	0.80	0.17	-0.02	-0.43
	L6 企業倒産件数	R	0.41	-0.35	-0.26	0.31	-0.18	1.70	-2.15	0.19	0.31	-0.77	0.54	1.18	-1.28	-0.71
L7 景気観測調査(業況DI)	※	-0.33	-0.31	-0.28	-0.31	-0.30	-0.29	-0.03	-0.01	0.00	-1.02	-0.99	-0.95	-0.24	-0.26	
一致 指数	C1 百貨店売場面積当たり販売額	*	0.03	-0.53	0.25	-0.82	0.55	-0.89	0.88	-0.42	0.16	-0.58	0.72	-0.16	0.00	-0.03
	C2 大阪税関管内輸入通関額		0.02	0.88	-0.63	0.20	-0.03	-1.33	1.92	0.25	-0.28	-0.27	-0.39	0.10	-0.02	0.21
	C3 製造工業生産指数		0.21	-0.12	-0.77	0.18	0.82	-0.62	1.51	-0.20	-0.90	-0.14	-0.07	0.35	0.66	0.22
	C4 生産財出荷指数		0.72	-0.13	-0.21	-0.86	0.35	-0.47	1.20	0.19	-0.73	-0.06	-0.04	-0.15	0.69	0.15
	C5 人件費比率(製造業)	R	0.10	0.12	-0.83	0.32	0.69	-0.59	1.19	-0.12	-0.96	-0.28	-0.03	0.42	0.40	0.47
	C6 有効求人倍率		-0.07	0.13	-0.27	-0.06	0.33	-0.06	-0.11	-0.68	-0.25	-0.23	-0.03	-0.23	0.17	-0.04
	C7 所定外労働時間指数(製造業)		-0.24	0.24	-0.28	-0.13	0.21	-0.16	0.74	-0.25	-0.43	0.38	0.31	-0.63	0.25	0.04
運行 指数	一致指数トレンド成分(運行)		0.06	0.07	0.03	0.00	0.03	-0.04	0.08	0.07	0.01	-0.07	-0.02	-0.07	0.02	-0.01
	Lg1 製造工業在庫指数		0.02	-0.48	-0.52	-0.26	-0.26	0.81	-1.00	0.94	0.27	0.75	0.25	1.55	0.28	-1.19
	Lg2 常用雇用指数(産業計)	*	0.31	-0.68	-0.66	-0.01	-0.93	0.48	0.00	0.47	0.31	-0.17	-0.33	-0.49	0.32	0.02
	Lg3 雇用保険受給者実人員	R	-0.11	-0.58	0.12	-0.11	0.04	-0.31	0.04	0.12	0.08	-0.44	-0.78	0.29	-1.17	0.31
	Lg4 大阪市消費者物価指数	*	-0.05	-0.34	-0.01	-0.62	0.64	0.32	0.33	-0.92	0.66	0.36	0.36	0.36	-0.58	-0.25
	Lg5 大阪市実質家計消費支出	*	0.84	0.33	-0.15	-0.03	0.19	0.22	0.35	-1.21	0.28	0.62	-0.39	0.61	-0.82	0.31
	Lg6 きまって支給する給与(製造業)		0.20	-0.55	-0.12	-0.62	0.38	0.13	0.67	-1.15	0.86	0.69	0.18	-0.56	1.18	-1.21
Lg7 法人事業税調定額		0.08	-0.28	-1.28	1.09	-0.20	-0.20	0.21	-0.33	-0.13	0.38	-0.67	-0.35	0.78	0.08	

(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。

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

4. 大阪府 D I 個別系列の変化方向表

		18年										19年				
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	
先行 系列	L1 投資財生産指数		+	+	-	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	
	L2 生産財在庫率指数	R	+	-	+	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	
	L3 新規求人倍率		+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	+	0	+	-
	L4 新設住宅着工戸数		+	+	+	-	-	+	-	+	-	+	-	-	-	-
	L5 日経商品指数(全国)		+	+	+	-	-	-	+	-	-	-	+	+	+	-
	L6 企業倒産件数	R	+	-	-	-	-	+	-	-	-	-	+	+	+	-
	L7 景気観測調査(業況DI)	※	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-
拡張系列数		6.0	4.0	4.0	2.0	1.0	4.0	5.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.5	4.0	1.0	
採用系列数		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
DI先行指数		85.7	57.1	57.1	28.6	14.3	57.1	71.4	57.1	42.9	42.9	42.9	50.0	57.1	14.3	
一致 系列	C1 百貨店売場面積当たり販売額	*	-	-	-	-	-	+	-	+	-	+	+	+	-	
	C2 大阪税関管内輸入通関額		-	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	+
	C3 製造工業生産指数		+	+	-	-	-	+	+	+	+	-	-	+	+	+
	C4 生産財出荷指数		+	+	+	-	-	-	+	+	+	-	-	-	+	+
	C5 人件費比率(製造業)	R	+	+	-	-	+	+	+	+	-	-	-	+	+	+
	C6 有効求人倍率		+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	+	+	+	+
	C7 所定外労働時間指数(製造業)		+	-	-	-	-	-	+	+	+	-	+	+	-	-
拡張系列数		5.0	5.0	3.0	2.0	2.0	3.0	7.0	5.0	5.0	0.0	3.0	5.0	5.0	5.0	
採用系列数		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
DI一致指数		71.4	71.4	42.9	28.6	28.6	42.9	100.0	71.4	71.4	0.0	42.9	71.4	71.4	71.4	
運行 系列	Lg1 製造工業在庫指数		+	+	-	-	-	+	-	+	+	+	+	+	+	
	Lg2 常用雇用指数(産業計)	*	+	+	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-	-	
	Lg3 雇用保険受給者実人員	R	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	
	Lg4 大阪市消費者物価指数	*	+	+	-	-	0	+	+	-	0	0	+	+	0	-
	Lg5 大阪市実質家計消費支出	*	+	-	+	+	+	+	+	-	-	-	+	+	-	+
	Lg6 きまって支給する給与(製造業)		+	+	-	-	-	-	+	-	+	+	+	+	+	-
	Lg7 法人事業税調定額		+	+	-	+	+	+	-	-	-	+	-	-	-	+
拡張系列数		7.0	5.0	2.0	3.0	3.5	5.0	4.0	3.0	4.5	5.5	4.0	4.0	2.5	3.0	
採用系列数		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
DI運行指数		100.0	71.4	28.6	42.9	50.0	71.4	57.1	42.9	64.3	78.6	57.1	57.1	35.7	42.9	

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

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

大阪府景気観測調査結果 (2019年4～6月期)

調査結果の概要

商工労働部(大阪産業経済リサーチ&デザインセンター)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。2019年4～6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、踊り場にある

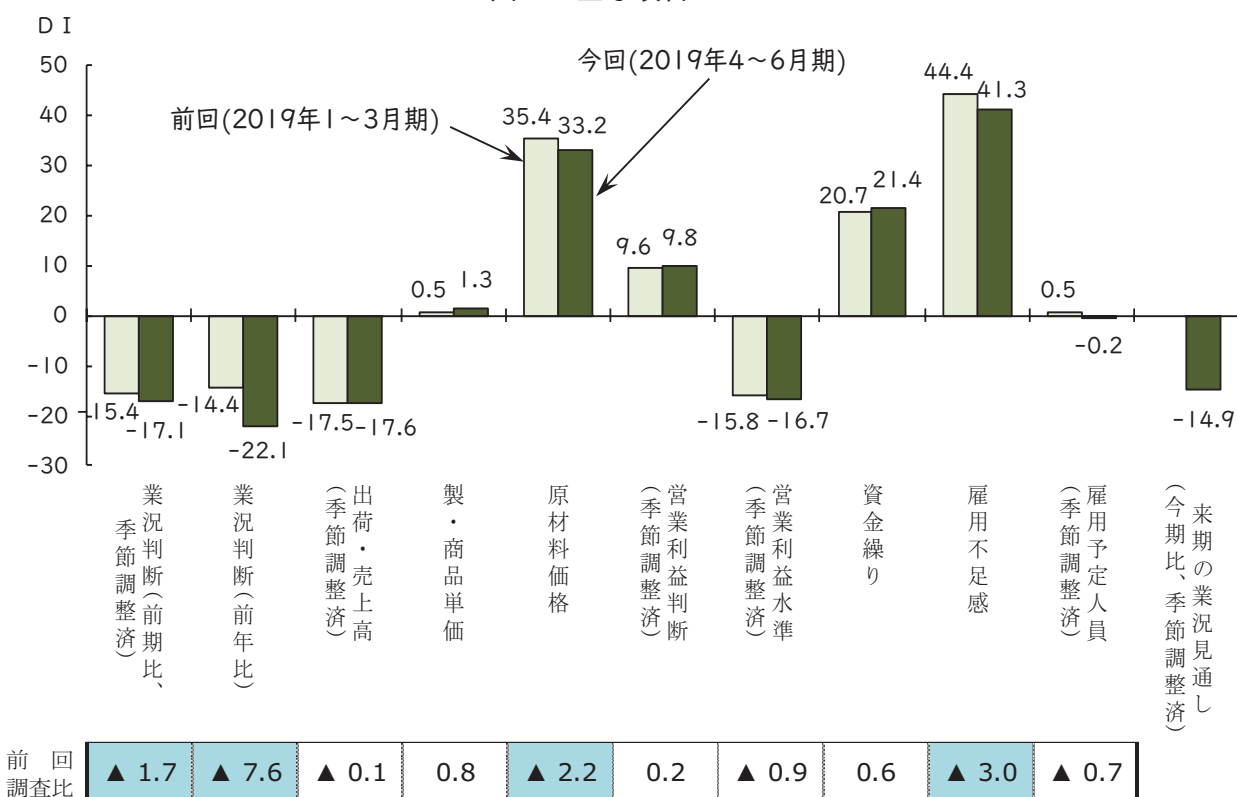
今期の業況判断DIは製造業・非製造業ともに悪化し、全産業では2期連続で低下した。
 個々の指標(図1)をみると、製・商品単価や資金繰りなどは前期に比べてやや改善したが、原材料価格が高水準であることに加え、営業利益水準DIが横ばいで推移し、雇用不足感も前期比で減少するなど、景気は踊り場にある。なお、調査結果によると、来期の業況は全産業では小幅改善の見通しとなったが、米中貿易摩擦など先行きは予断を許さない状況にある。

特設項目：消費税率引き上げへの取組は、前回の増税時よりも低調

消費税率の引き上げに向けた取組については、回答企業全体の66%が特に対策をしていない。対策の内容(3つ以内の複数回答)をみると、「軽減税率への対応」「調達・仕入れの前倒し」「設備投資の前倒し」などが実施されている。前回の増税時の対応と比較すると、調達・仕入れ、販促、設備投資いずれの項目においても、今回の取組はさほど活発ではない。

個人消費と関連が深い小売業と飲食店・宿泊業では、両業種ともに5割以上で対策が取られている。一方、キャッシュレス決済への対応は約2割にとどまっている(16頁参照)。

図1 主な項目のDI



DI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全産業)
2. 調査方法：郵送自記式アンケート調査
3. 調査時期：2019年6月3日～6月17日
4. 回答企業数：1,614社（配布数：6,500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	544	46.5	26.2	12.3	10.6	4.5
非製造業	1,070	66.4	15.7	8.2	5.7	4.0
建設業	176	71.3	14.4	5.2	3.4	5.7
情報通信業	45	48.9	20.0	13.3	13.3	4.4
運輸業	61	41.0	18.0	18.0	18.0	4.9
卸売業	256	56.7	23.4	9.9	7.5	2.4
小売業	185	75.1	12.4	4.9	2.2	5.4
不動産業	73	88.7	7.0	4.2	0.0	0.0
飲食店・宿泊業	58	78.9	12.3	3.5	0.0	5.3
サービス業	216	66.7	13.0	10.2	6.5	3.7
全業種計	1,614	59.7	19.3	9.6	7.3	4.1

規模別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大企業	114	7.1
中小企業	1,485	92.9
不明	15	

地域別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大阪市地域	813	50.4
北大阪地域	173	10.7
東大阪地域	314	19.5
南河内地域	65	4.0
泉州地域	249	15.4

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1990年に開始し、1992年7～9月期以降は四半期ごとに実施している。
4. 2011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DIについて、季節調整値を用いている。なお、年度初めとなる今期は、季節調整による遡及改訂を行った。
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、DI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。

■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」などが増加し、「内需の回復」「販売・受注価格の上昇」「原材料コストの下落」「輸出の回復」などが減少した。
下降要因	「輸出の減退」「内需の減退」などが増加し、「原材料コストの上昇」「他社との競合」などが減少した。

図4 上昇要因（前年同期との比較・中小企業）

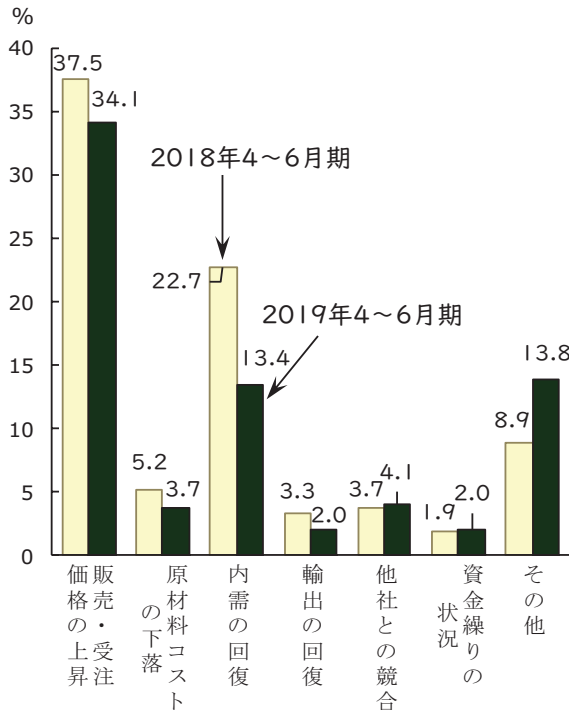
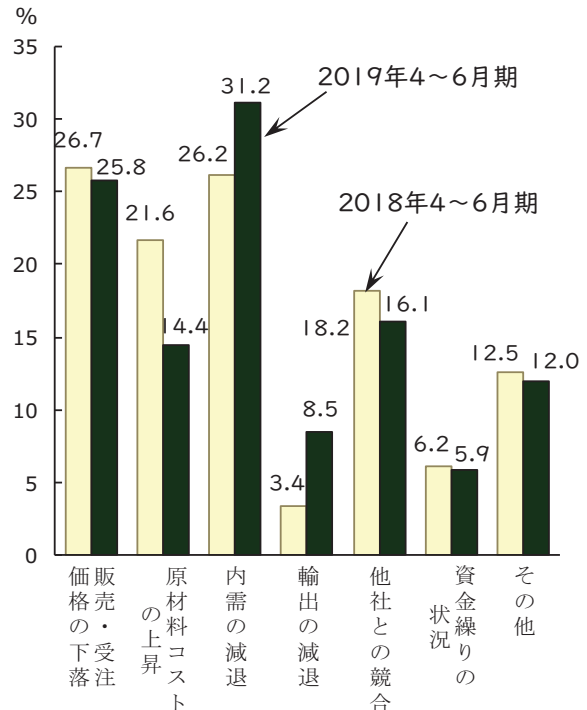


図5 下降要因（前年同期の比較・中小企業）



2. 出荷・売上高…D Iは横ばいで推移

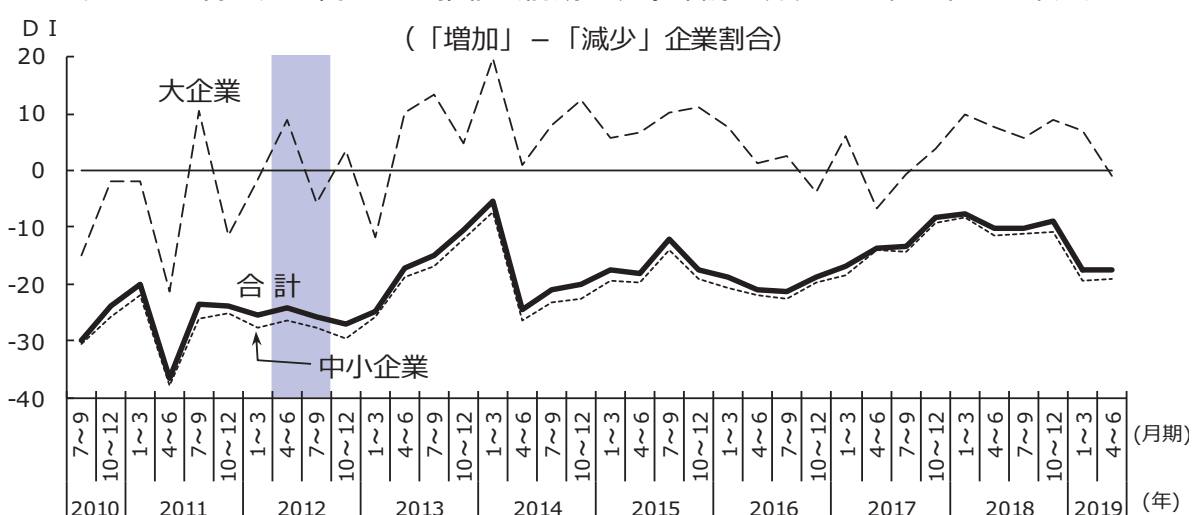
■出荷・売上高D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－17.6

○前回調査比：▲0.1pt

製造業	▲0.2pt	非製造業	▲0.7pt
大企業	▲7.9pt	中小企業	0.3pt

(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&デザイン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D Iは前回調査比で横ばい、原材料価格は製造業や中小企業で下落するも、D Iは高水準

■製・商品単価D I（「上昇」－「下落」企業割合）：1.3

○前回調査比：0.8pt

製造業	▲1.1pt	非製造業	1.9pt
大企業	0.8pt	中小企業	0.9pt

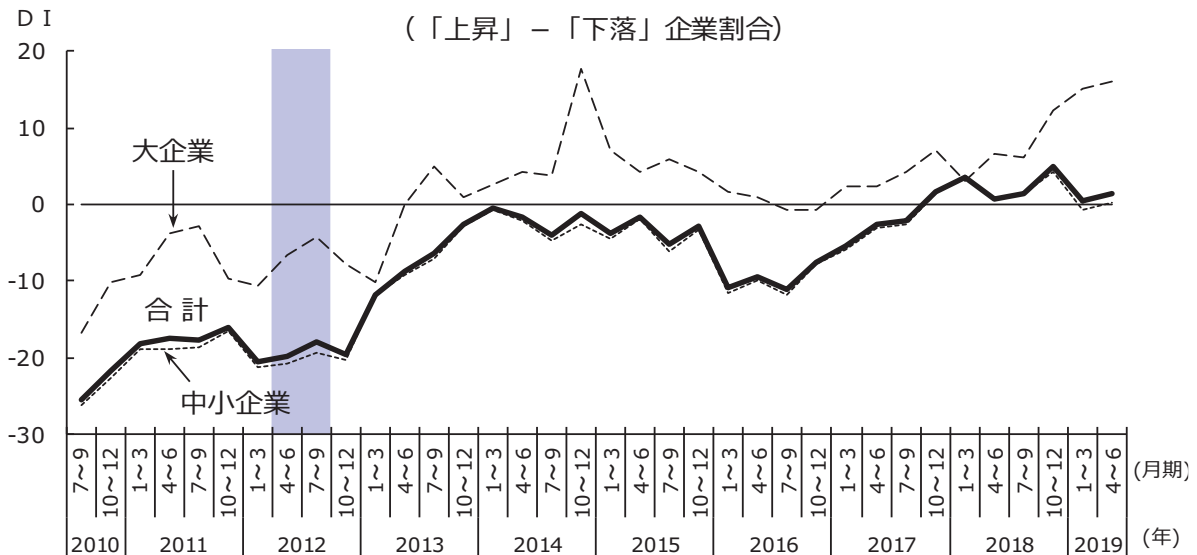
■原材料価格D I（「上昇」－「下落」企業割合）：33.2

○前回調査比：▲2.2pt

製造業	▲6.3pt	非製造業	0.0pt
大企業	4.1pt	中小企業	▲2.6pt

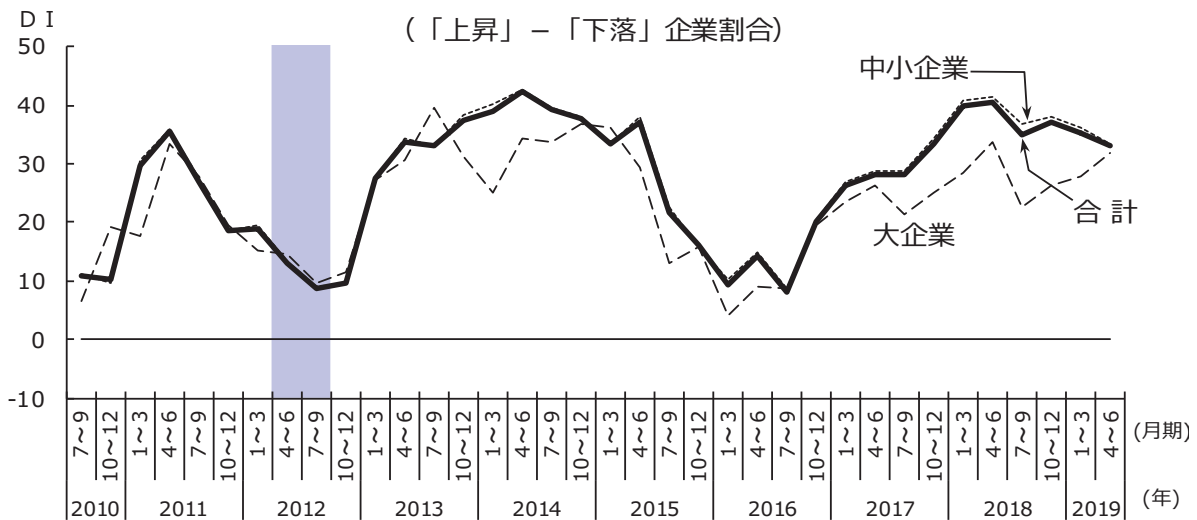
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

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&デザインセンターが設定した景気後退期を示す。

図8 原材料価格D Iの推移（大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチ&デザインセンターが設定した景気後退期を示す。

5. 資金繰り…D Iは大企業で低下したものの、全体では横ばい

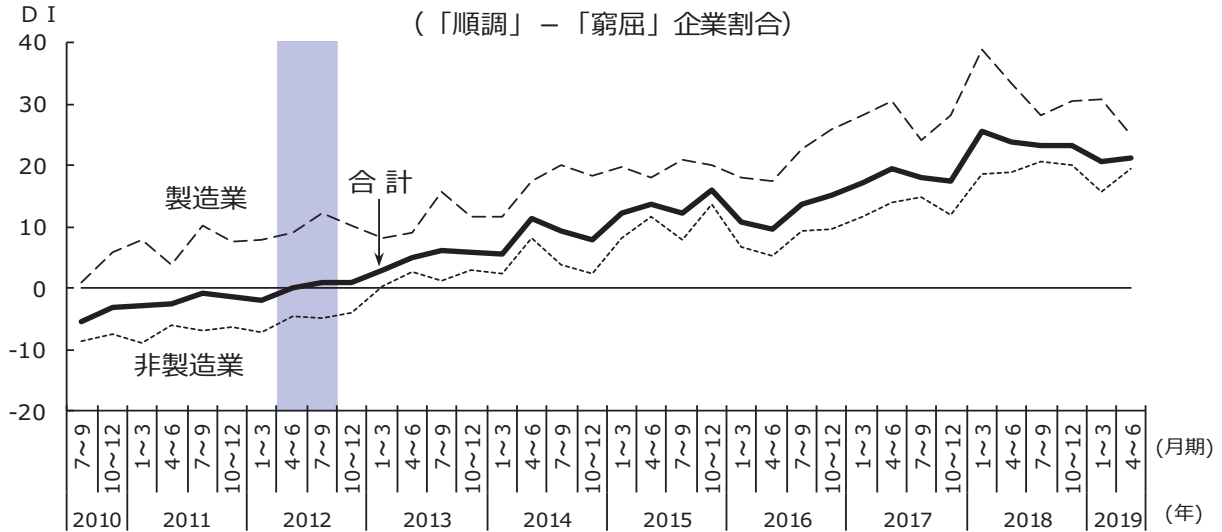
■資金繰りD I（「順調」－「窮屈」企業割合）：21.4

○前回調査比：0.6pt

製造業	▲5.8pt	非製造業	3.9pt
大企業	0.7pt	中小企業	0.9pt

（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

図11 資金繰りD Iの推移（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&デザインセンターが設定した景気後退期を示す。

6. 設備投資…前年同期に比べて「減少」「なし」が増えた

■設備投資

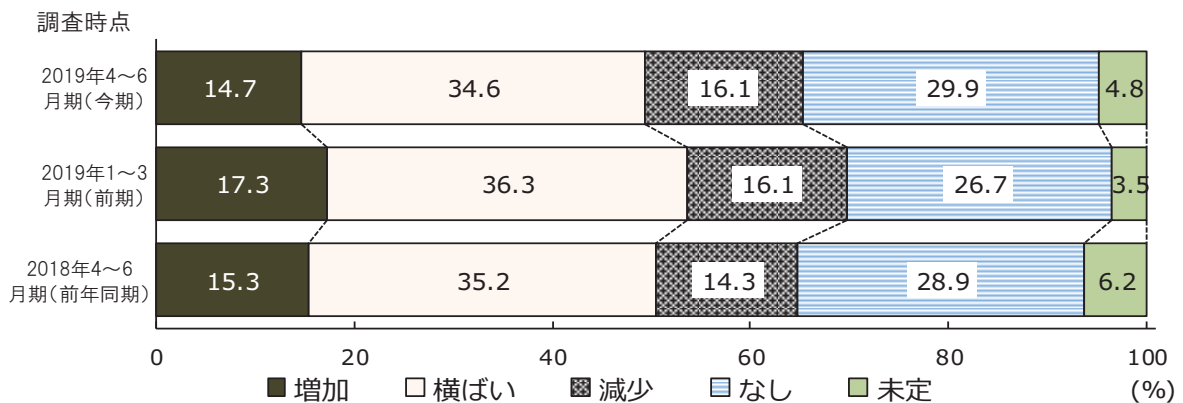
○前回調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
▲2.6pt	▲1.7pt	▲0.0pt	3.1pt	1.2pt

○前年同期調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
▲0.7pt	▲0.6pt	1.7pt	1.0pt	▲1.4pt

図12 設備投資（前年度実績と今年度見込みとの比較）



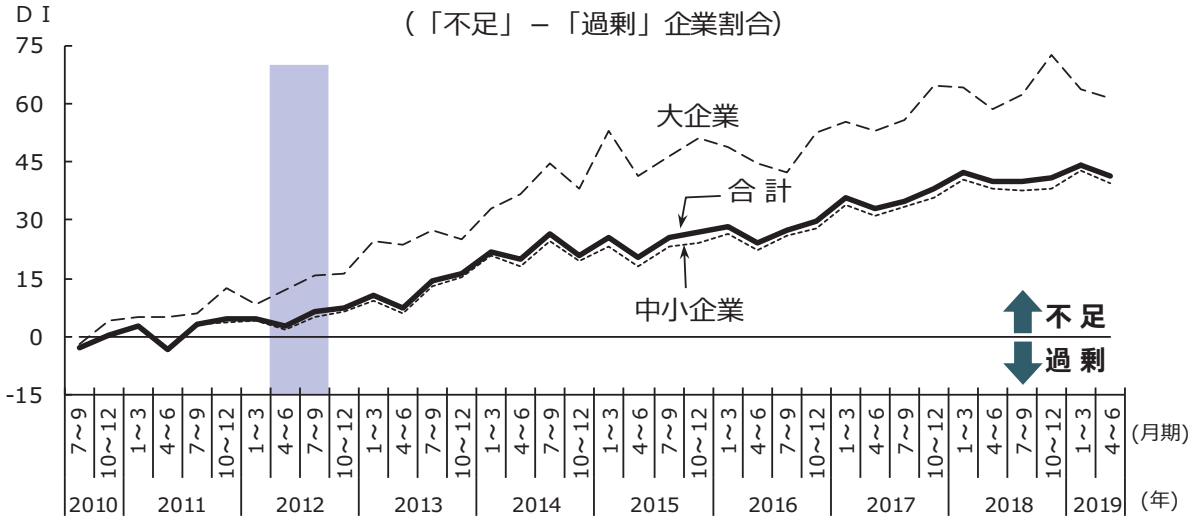
（注）四捨五入により、合計が100.0%にならない場合がある。

7. 雇用状況、雇用予定人員…不足感は緩和し、雇用予定人員D Iが13期ぶりにマイナスとなるなど、一服感がみられる

■2019年4～6月期の雇用不足感D I（「不足」－「過剰」企業割合）：41.3

○前回調査比：▲3.0pt

図13 雇用不足感D Iの推移（大企業・中小企業別）

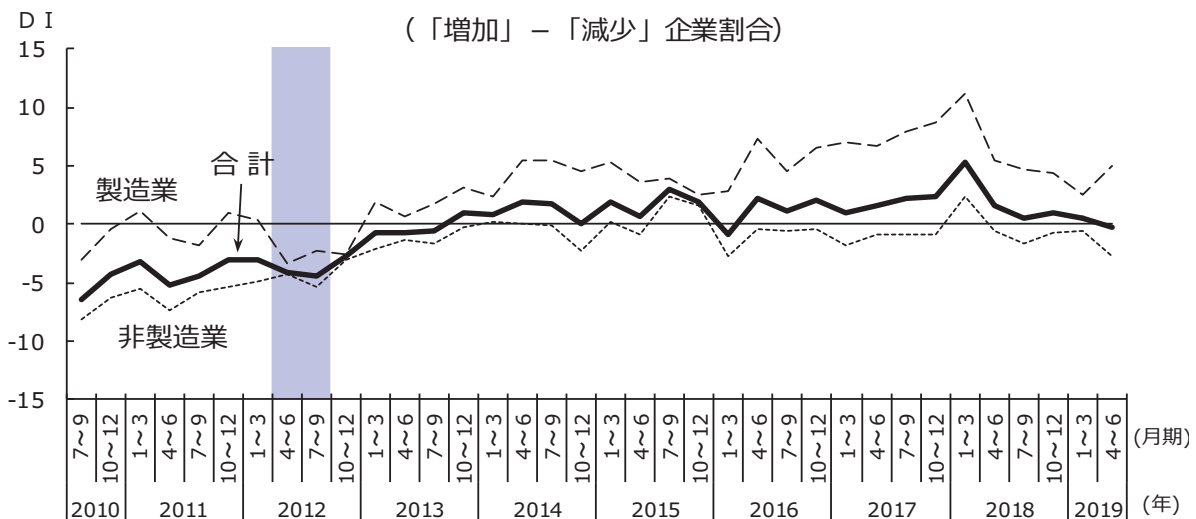


※シャドー部分は大阪産業経済リサーチ&デザインセンターが設定した景気後退期を示す。

■2019年7～9月期の雇用予定人員D I（「増加(予定)」－「減少(予定)」企業割合；季節調整済）：▲0.2

○前回調査比：▲0.7pt

図14 雇用予定人員D Iの推移（季節調整済、製造業・非製造業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチ&デザインセンターが設定した景気後退期を示す。

8. 来期の業況見通し…全体では小幅改善の見通しも、先行きは予断を許さない状況にある（P8図2参照）

■2019年7～9月期の業況見通しD I（「上昇」－「下降」企業割合；季節調整済）：－14.9

○今期業況判断（季節調整済）比：2.2pt

製造業	▲1.1pt	非製造業	3.6pt
大企業	9.0pt	中小企業	1.8pt

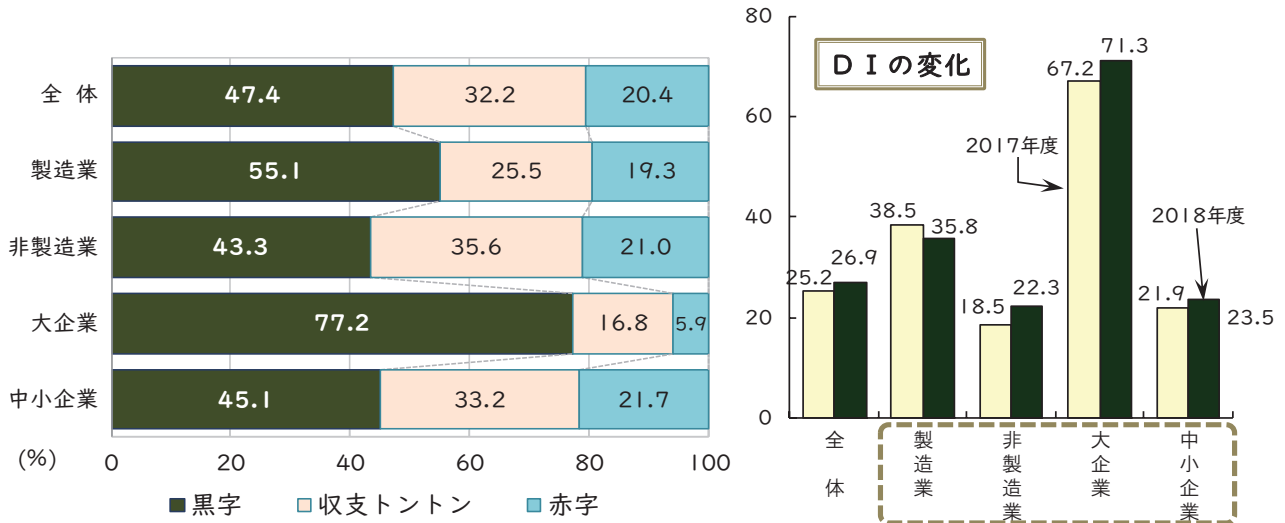
（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

9. 営業利益について

(1) 2018年度の営業利益とD I

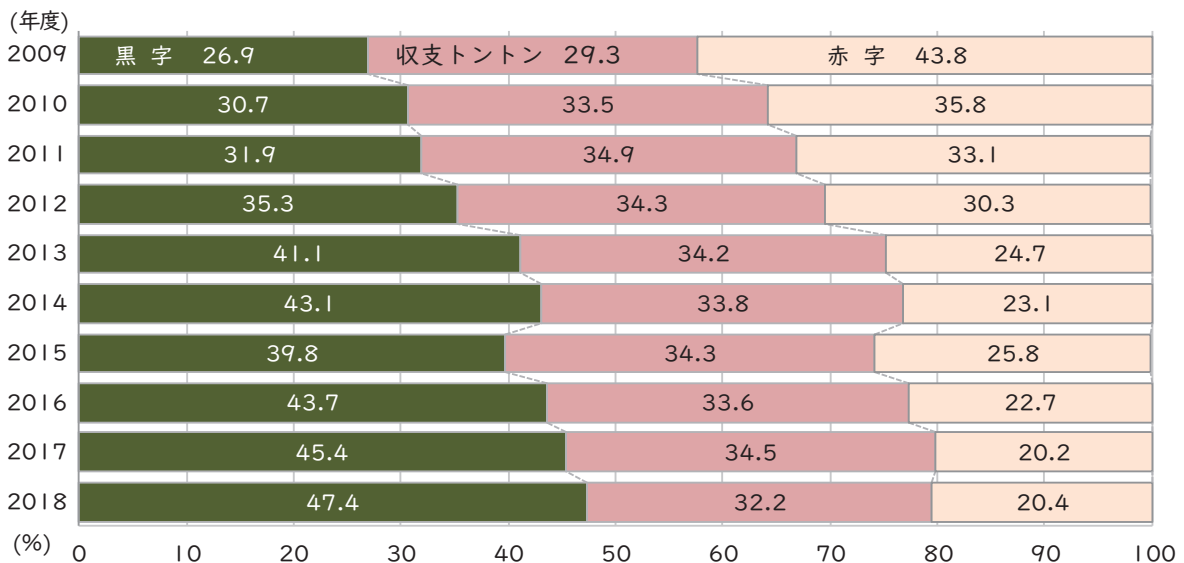
全体では、「黒字」が47%で、「収支トントン」が32%、「赤字」が20%となっている。黒字割合から赤字割合を引いたD Iを業種別でみると、製造業は35.8で2017年度に比べて2.7ポイント低下したが、非製造業のD Iは22.3と2017年度より3.8ポイント上昇した。

規模別でみると、大企業のD Iは71.3で2017年度に比べて4.0ポイント上昇し、中小企業も23.5と2017年度よりも1.5ポイント上昇した。



(2) 時系列の推移

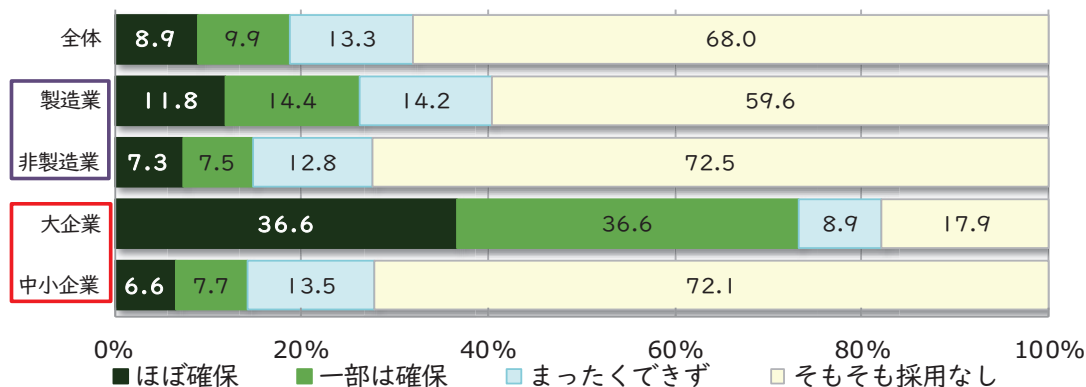
比較可能な2009年度以降の推移をみると、黒字企業の割合は2015年度において消費や生産が低調に推移したことからやや減少したが、この10年間ではおおむね順調に増加した。なお、2018年度は47.4%と過去最高の水準となった。



10. 2018年度の採用活動の結果について

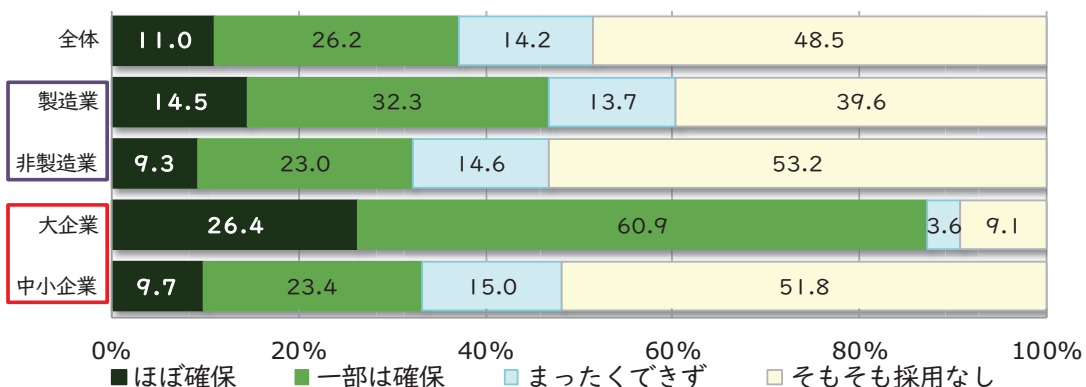
(1) 新卒正社員の採用状況

採用活動を行った企業は全体で32%であり、非製造業よりも製造業、中小企業よりも大企業でより積極的であった。新卒正社員を「ほぼ確保できた」とする回答は、全体では8.9%であるが、規模別でみると大企業（36.6%）は中小企業（6.6%）の5倍以上の開きがある。さらに、「ほぼ確保できた」と「一部は確保」を合わせた割合をみると、中小企業では約14%にとどまるのに対して、大企業では73%超と人材確保において規模間の格差が現れている。



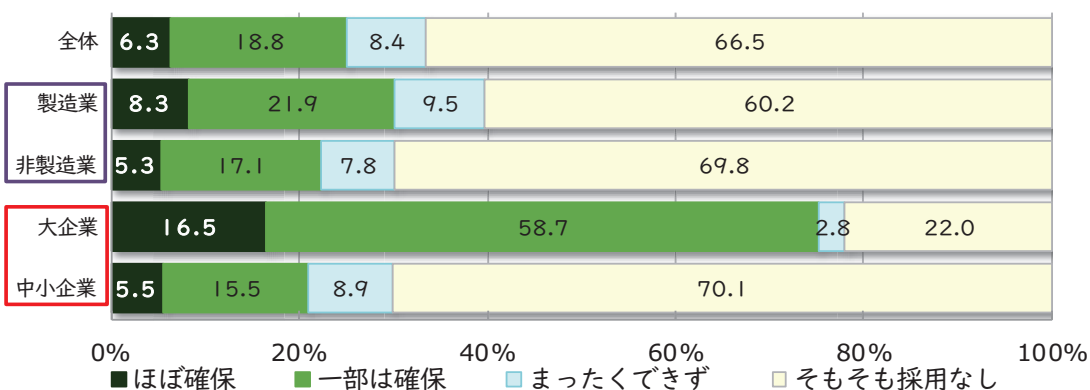
(2) 中途正社員の採用状況

全体では、52%の企業が採用活動を行っている。大企業では、「ほぼ確保」および「一部は確保」できたとする割合が87%を超える一方で、非製造業や中小企業では、採用活動を行った企業の3割が中途正社員の確保をまったくできなかつた。



(3) 非正社員の採用状況

非正社員の採用については、全体の34%が活動を行ったが、ほぼ確保できたのは6.3%にとどまった。業種別でみると、ほぼ確保できたとする割合は製造業が8.3%、非製造業が5.3%となっている。同様に、その割合を規模別でみると、大企業の16.5%に対して中小企業が5.5%と、非正社員においても中小企業の厳しい状況がうかがえる。

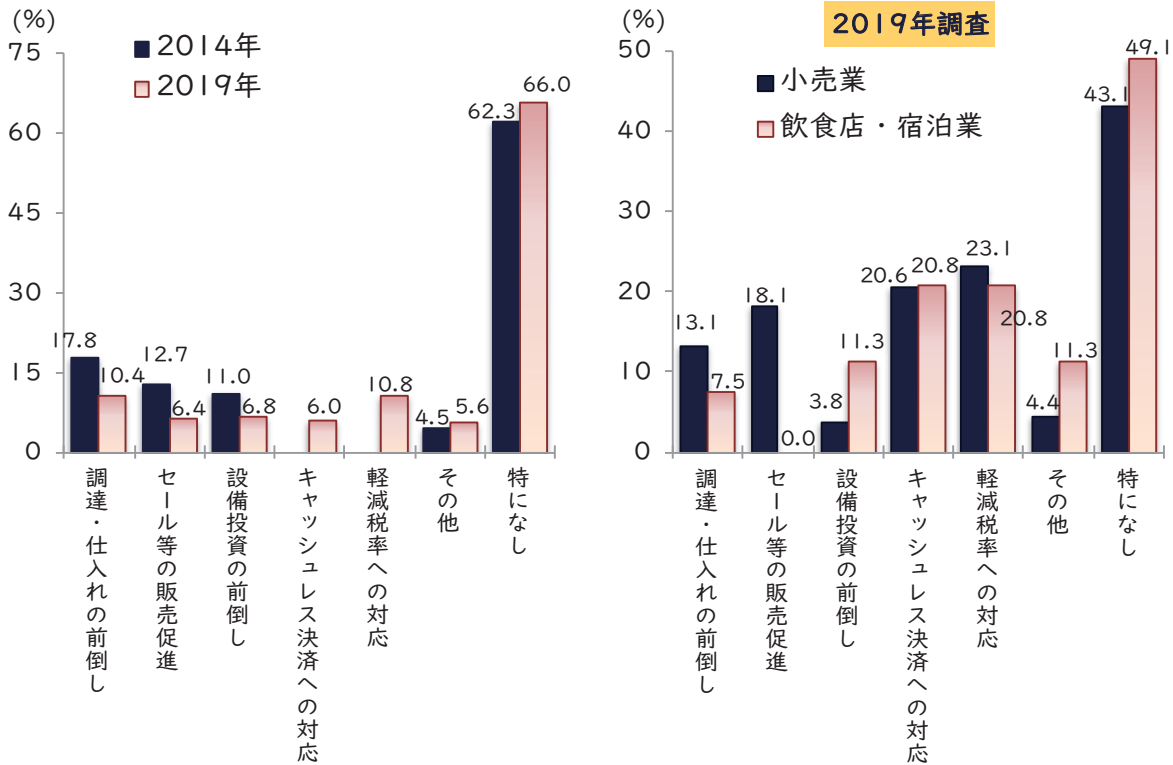


11. 消費税率の引き上げについて

(1) 消費税率の引き上げに向けた対策（3つ以内の複数回答）

消費税率の引き上げに向けた取組については、回答企業全体の66%が特に対策をしていない。対策の内容（3つ以内の複数回答）をみると、「軽減税率への対応」「調達・仕入れの前倒し」「設備投資の前倒し」などが実施されている。前回の増税時の対応と比較すると、調達・仕入れ、販促、設備投資いずれの項目においても、今回の取組はさほど活発ではない。

個人消費と関連が深い小売業と飲食店・宿泊業では、両業種ともに5割以上で対策が取られている。今回の消費税率の引き上げを契機に、政府はキャッシュレス社会の実現にも資するキャッシュレス決済時のポイント還元策を打ち出すものの、同決済への対応は約2割にとどまっている。



注) 前回の増税時(2014年1~3月期)の調査では、キャッシュレス決済と軽減税率の項目はない。

(2) 消費増税分（2%）に対する価格転嫁の予定

消費増税分（2%）に対する価格転嫁の意向をみると、全体では「ほぼ全て転嫁」するとの回答が48.8%を占める一方で、「転嫁できない」が23.4%であった。

業種別でみると、「ほぼ全て転嫁」では製造業が非製造業を8.7ポイント上回ったのに対して、「転嫁せず、コスト削減」では非製造業が製造業を3.1ポイント上回った。規模別でみると、「転嫁できない」では中小企業が大企業を3.1ポイント上回ったものの、「ほぼ全て転嫁」でも中小企業が大企業を2.1ポイント上回るなど、中小企業の間でも対応の明暗が分かれている。

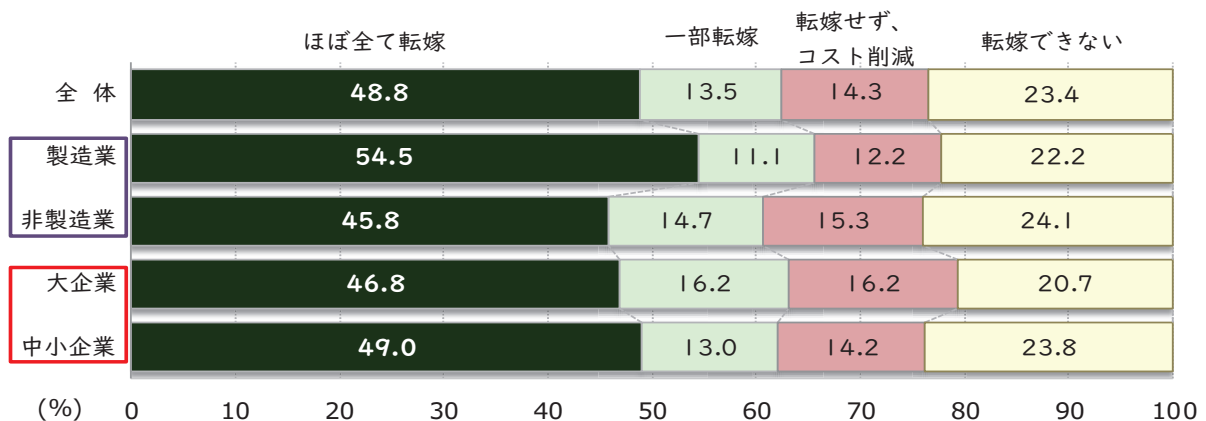


表1 地域別集計表

(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				
	上昇	横ばい	下降	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	上昇	横ばい	下降	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	18.8	41.5	39.7	-21.0	-20.4	-2.1	-23.9	-15.4	-28.6	18.6	39.5	41.9	-23.3	-22.7	-4.3	-22.4	-25.0	-36.0
非製造業	17.3	43.6	39.1	-21.8	-22.8	-22.2	-19.4	-20.5	-20.3	17.7	43.2	39.1	-21.4	-22.7	-14.8	-22.7	-26.3	-19.7
建設業	19.3	44.9	35.8	-16.5	-1.4	-20.8	-22.9	-44.4	-28.9	25.7	43.9	30.4	-4.7	2.9	4.2	-18.2	-22.2	-8.3
情報通信業	24.4	44.4	31.1	-6.7	-5.3	0.0	0.0	0.0	-100.0	32.6	48.8	18.6	14.0	16.7	0.0	0.0	100.0	-100.0
運輸業	13.1	52.5	34.4	-21.3	-20.0	-71.4	-6.7	-100.0	-7.7	18.6	49.2	32.2	-13.6	-4.3	-14.3	-26.7	0.0	-15.4
卸売業	18.4	41.8	39.8	-21.5	-27.3	-4.3	-18.5	0.0	12.5	18.2	37.7	44.1	-25.9	-29.7	-4.3	-26.9	-33.3	-7.7
小売業	13.0	36.8	50.3	-37.3	-32.6	-53.6	-37.9	-62.5	-28.6	10.5	37.6	51.9	-41.4	-41.3	-42.3	-35.7	-87.5	-33.3
不動産業	9.6	61.6	28.8	-19.2	-18.2	-62.5	12.5	-50.0	0.0	7.1	62.9	30.0	-22.9	-26.8	-50.0	0.0	-25.0	0.0
飲食店・宿泊業	20.7	39.7	39.7	-19.0	-34.5	33.3	-37.5	25.0	-9.1	20.0	43.6	36.4	-16.4	-7.4	-50.0	-25.0	-66.7	0.0
サービス業	19.4	43.1	37.5	-18.1	-26.2	3.8	-9.4	33.3	-28.6	16.3	44.5	39.2	-23.0	-31.1	4.2	-16.1	22.2	-33.3
大企業	23.7	43.9	32.5	-8.8	-15.6	16.7	14.3	-33.3	-12.5	22.7	49.1	28.2	-5.5	-8.1	41.7	-23.1	-100.0	12.5
中小企業	17.4	42.6	40.0	-22.6	-23.1	-19.4	-23.2	-17.7	-23.5	17.7	41.3	41.0	-23.2	-24.4	-16.0	-21.7	-22.0	-27.0
合計	17.8	42.9	39.3	-21.5	-22.1	-16.8	-21.7	-18.5	-23.3	18.0	41.9	40.1	-22.1	-22.7	-11.8	-22.5	-25.8	-25.7

(2) 上昇・下降となった要因 (前期比較の業況判断、※2つまでの複数回答)

	上昇となった要因 (%)								下降となった要因 (%)							
	販売・受注価格の上昇	原材料価格やコストの下落	内需の回復	輸出の回復	季節的要因	他社との競争状況	資金繰り状況	その他	販売・受注価格の下落	原材料価格やコストの上昇	内需の減退	輸出の減退	季節的要因	他社との競争状況	資金繰り状況	その他
製造業	31.3	3.1	15.6	5.2	43.8	0.0	1.0	10.4	23.5	16.5	40.5	17.0	28.0	6.0	5.0	8.5
非製造業	34.8	3.4	12.4	1.1	49.4	7.3	2.2	14.0	26.2	12.7	26.5	4.2	29.6	20.9	5.8	13.2
建設業	38.7	6.5	12.9	0.0	32.3	9.7	6.5	16.1	25.5	7.3	23.6	0.0	34.5	21.8	3.6	12.7
情報通信業	36.4	0.0	36.4	0.0	36.4	0.0	0.0	9.1	14.3	0.0	14.3	0.0	50.0	14.3	7.1	21.4
運輸業	75.0	0.0	0.0	0.0	62.5	12.5	0.0	0.0	15.8	10.5	31.6	10.5	31.6	5.3	5.3	21.1
卸売業	37.0	0.0	8.7	2.2	50.0	10.9	0.0	17.4	26.9	11.8	36.6	12.9	33.3	10.8	3.2	8.6
小売業	25.0	0.0	20.8	0.0	66.7	4.2	4.2	8.3	34.9	13.3	27.7	2.4	26.5	26.5	7.2	13.3
不動産業	42.9	14.3	14.3	0.0	28.6	0.0	0.0	14.3	0.0	23.5	29.4	0.0	5.9	47.1	11.8	5.9
飲食店・宿泊業	20.0	20.0	0.0	0.0	70.0	10.0	0.0	0.0	19.0	38.1	9.5	0.0	47.6	14.3	0.0	9.5
サービス業	29.3	2.4	9.8	2.4	51.2	4.9	2.4	19.5	28.9	10.5	19.7	0.0	21.1	27.6	9.2	18.4
大企業	29.6	0.0	11.1	3.7	55.6	11.1	0.0	3.7	17.6	8.8	32.4	11.8	50.0	11.8	0.0	5.9
中小企業	34.1	3.7	13.4	2.0	46.7	4.1	2.0	13.8	25.8	14.4	31.2	8.5	27.5	16.1	5.9	12.0
合計	33.6	3.3	13.5	2.6	47.4	4.7	1.8	12.8	25.3	14.0	31.3	8.7	29.1	15.7	5.5	11.6

(3) 出荷・売上高、製・商品単価 (サービス・請負価格)

	出荷・売上高										製・商品単価							
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I				
	増加	横ばい	減少	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	上昇	横ばい	下落	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	15.9	46.6	37.5	-21.6	-19.9	-6.4	-24.5	-16.7	-30.0	8.1	82.6	9.2	-1.1	1.4	6.4	-0.6	-12.5	-8.8
非製造業	13.2	49.6	37.2	-24.0	-25.0	-29.0	-20.3	-23.1	-20.4	14.5	73.6	11.9	2.6	3.5	5.6	-2.0	2.8	1.3
建設業	14.4	52.3	33.3	-19.0	-17.4	-25.0	-14.7	-22.2	-21.1	15.9	75.3	8.8	7.1	13.6	16.7	-5.9	-12.5	5.3
情報通信業	22.2	55.6	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13.6	84.1	2.3	11.4	8.1	50.0	0.0	0.0	0.0
運輸業	16.4	50.8	32.8	-16.4	-20.0	-57.1	0.0	0.0	-7.7	21.7	71.7	6.7	15.0	24.0	0.0	6.7	0.0	16.7
卸売業	14.2	45.7	40.2	-26.0	-28.0	-18.2	-29.6	-33.3	-6.3	16.6	69.6	13.8	2.8	3.8	0.0	7.4	-66.7	0.0
小売業	10.4	41.0	48.6	-38.3	-33.7	-48.1	-44.8	-62.5	-29.6	16.2	69.3	14.5	1.7	-2.2	3.8	0.0	12.5	12.0
不動産業	5.5	68.5	26.0	-20.5	-22.7	-37.5	0.0	-50.0	0.0	5.9	85.3	8.8	-2.9	-2.4	0.0	-14.3	0.0	0.0
飲食店・宿泊業	10.3	46.6	43.1	-32.8	-41.4	0.0	-37.5	-25.0	-27.3	18.9	67.9	13.2	5.7	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0
サービス業	14.0	52.3	33.6	-19.6	-23.6	-23.1	-6.5	22.2	-26.2	9.4	76.5	14.1	-4.7	-1.9	-7.7	-9.4	22.2	-11.9
大企業	21.1	48.2	30.7	-9.6	-11.7	0.0	14.3	-33.3	-37.5	21.2	73.5	5.3	15.9	10.5	33.3	14.3	66.7	25.0
中小企業	13.7	48.4	37.9	-24.2	-24.8	-24.7	-24.1	-20.0	-23.3	11.6	76.9	11.4	0.2	2.1	3.2	-2.1	-7.0	-3.0
合計	14.1	48.6	37.3	-23.2	-23.6	-22.8	-22.4	-20.6	-23.9	12.3	76.7	11.0	1.3	2.9	5.8	-1.3	-3.3	-2.5

(4) 原材料価格 (仕入価格等)、営業利益判断

	原材料価格										営業利益判断							
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I (※季節調整前)				
	上昇	横ばい	下落	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	黒字	取支トントン	赤字	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	38.7	58.1	3.1	35.6	38.5	36.2	38.5	24.0	26.4	34.7	41.0	24.3	10.4	11.9	17.4	0.6	16.0	18.9
非製造業	36.7	58.4	4.8	31.9	27.3	34.5	40.7	37.8	36.8	31.2	44.9	24.0	7.2	11.2	-1.6	-2.6	5.4	8.9
建設業	47.9	50.3	1.8	46.2	34.8	54.2	55.9	50.0	51.4	36.4	46.2	17.3	19.1	26.1	8.3	-2.9	25.0	31.6
情報通信業	23.1	76.9	0.0	23.1	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	35.6	57.8	6.7	28.9	28.9	25.0	0.0	100.0	0.0
運輸業	50.8	45.8	3.4	47.5	56.0	33.3	42.9	0.0	46.2	31.1	45.9	23.0	8.2	0.0	-14.3	6.7	0.0	38.5
卸売業	36.0	58.4	5.6	30.4	28.8	38.1	33.3	33.3	33.3	41.4	37.9	20.7	20.7	23.0	17.4	14.8	-33.3	18.8
小売業	42.2	54.3	3.5	38.7	32.2	44.0	63.0	12.5	38.5	19.2	41.8	39.0	-19.8	-14.3	-32.1	-28.6	-12.5	-18.5
不動産業	24.6	70.8	4.6	20.0	7.7	42.9	28.6	33.3	44.4	35.2	46.5	18.3	16.9	11.4	0.0	42.9	0.0	44.4
飲食店・宿泊業	49.1	43.9	7.0	42.1	39.3	66.7	25.0	75.0	36.4	17.2	55.2	27.6	-10.3	-13.8	16.7	-25.0	50.0	-27.3
サービス業	22.4	69.2	8.5	13.9	13.1	-3.8	14.8	44.4	20.0	26.3	48.4	25.4	0.9	5.7	0.0	-3.1	-11.1	-4.8
大企業	33.6	64.6	1.8	31.9	22.4	50.0	42.9	66.7	62.5	61.9	24.8	13.3	48.7	53.9	41.7	64.3	-33.3	12.5
中小企業	37.9	57.8	4.4	33.5	31.5	33.3	40.0	30.5	32.8	30.3	44.9	24.8	5.5	6.9	0.6	-3.1	11.9	13.6
合計	37.4	58.3	4.2	33.2	30.5	34.9	39.5	32.3	32.9	32.4	43.6	24.1	8.3	11.4	3.5	-1.0	9.7	12.6

(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	17.3	44.8	37.9	-20.6	-17.6	-8.7	-25.6	-12.0	-27.8	44.1	36.7	19.2	24.9	25.5	34.0	20.8	26.9	25.6
非製造業	12.1	55.2	32.6	-20.5	-19.0	-23.6	-23.0	-21.1	-20.9	41.0	37.5	21.5	19.6	27.0	11.9	9.9	-2.7	12.4
建設業	12.2	57.0	30.8	-18.6	-13.2	-20.8	-20.6	-11.1	-27.0	45.9	41.3	12.8	33.1	56.5	4.2	9.1	25.0	31.6
情報通信業	25.6	58.1	16.3	9.3	5.4	25.0	-	100.0	0.0	44.4	35.6	20.0	24.4	28.9	50.0	-100.0	0.0	-100.0
運輸業	15.0	53.3	31.7	-16.7	-12.5	-42.9	-20.0	0.0	-7.7	41.0	31.1	27.9	13.1	4.0	14.3	20.0	0.0	23.1
卸売業	13.9	56.2	29.9	-15.9	-16.5	-8.7	-22.2	-33.3	-6.3	53.3	32.2	14.5	38.8	45.7	30.4	18.5	0.0	12.5
小売業	7.4	47.7	44.9	-37.5	-34.1	-44.4	-37.0	-50.0	-38.5	29.1	35.2	35.7	-6.6	3.3	-10.7	-17.9	-12.5	-22.2
不動産業	8.6	64.3	27.1	-18.6	-21.4	-37.5	0.0	-50.0	11.1	38.4	42.5	19.2	19.2	15.9	0.0	62.5	-25.0	33.3
飲食店・宿泊業	5.5	56.4	38.2	-32.7	-39.3	-33.3	-12.5	-33.3	-30.0	26.8	39.3	33.9	-7.1	-6.9	16.7	-12.5	0.0	-20.0
サービス業	13.3	55.7	31.0	-17.7	-18.2	-12.5	-23.3	0.0	-19.5	36.4	43.1	20.6	15.8	13.6	23.1	18.8	-11.1	20.5
大企業	20.7	50.5	28.8	-8.1	-10.8	8.3	7.1	0.0	-37.5	74.6	21.1	4.4	70.2	72.7	75.0	85.7	33.3	25.0
中小企業	13.5	51.7	34.8	-21.3	-19.5	-21.8	-25.1	-18.3	-22.8	39.6	38.4	22.0	17.5	21.7	13.1	12.1	8.3	16.8
合計	13.9	51.7	34.4	-20.5	-18.6	-19.5	-24.3	-17.5	-23.5	42.1	37.2	20.7	21.4	26.6	17.9	15.4	9.5	17.3

(6) 雇用状況 (雇用不足感)

	雇用状況 (雇用不足感)								
	構成比 (%)			D I					
	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	6.7	49.7	43.6	37.0	40.0	52.2	33.3	26.9	31.1
非製造業	4.9	46.6	48.5	43.6	44.6	43.5	43.8	45.9	39.1
建設業	2.3	29.3	68.4	66.1	67.1	66.7	78.8	66.7	52.6
情報通信業	0.0	20.0	80.0	80.0	81.6	50.0	100.0	100.0	100.0
運輸業	1.6	37.7	60.7	59.0	56.0	71.4	73.3	0.0	46.2
卸売業	7.1	56.7	36.2	29.1	33.3	21.7	11.5	-33.3	31.3
小売業	6.9	52.9	40.2	33.3	35.6	40.7	20.0	25.0	33.3
不動産業	4.2	80.3	15.5	11.3	16.3	25.0	-12.5	-33.3	11.1
飲食店・宿泊業	3.6	41.8	54.5	50.9	57.1	33.3	42.9	66.7	45.5
サービス業	5.2	41.9	52.9	47.6	49.0	44.0	51.6	88.9	34.1
大企業	1.8	35.1	63.2	61.4	68.8	58.3	28.6	33.3	62.5
中小企業	5.8	48.8	45.4	39.6	40.6	44.6	38.5	38.3	34.9
合計	5.5	47.7	46.8	41.3	43.3	45.9	38.4	38.1	36.2

(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	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	上昇	横ばい	下降	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	11.3	80.0	8.7	2.6	2.7	13.0	0.0	7.7	0.0	18.3	47.6	34.1	-15.9	-16.6	-6.7	-13.9	-23.1	-20.0
非製造業	8.6	80.0	11.5	-2.9	-0.5	-6.4	-4.8	-8.3	-5.8	18.2	47.8	34.0	-15.7	-15.1	-8.7	-17.1	-20.5	-21.4
建設業	11.0	78.6	10.4	0.6	4.3	-4.2	-9.1	12.5	2.6	22.2	53.2	24.6	-2.3	13.2	20.8	-24.2	-22.2	-21.6
情報通信業	11.1	80.0	8.9	2.2	5.3	0.0	0.0	0.0	-100.0	35.6	46.7	17.8	17.8	21.1	0.0	100.0	0.0	-100.0
運輸業	9.8	72.1	18.0	-8.2	-8.0	-14.3	0.0	0.0	-15.4	21.7	50.0	28.3	-6.7	-4.2	-42.9	0.0	0.0	0.0
卸売業	11.4	81.9	6.7	4.7	4.9	0.0	11.1	-33.3	6.3	20.9	47.0	32.0	-11.1	-15.7	26.1	-11.5	0.0	-12.5
小売業	4.5	83.6	11.9	-7.3	-6.8	-3.6	-4.0	-25.0	-10.7	10.9	39.1	50.0	-39.1	-38.0	-39.3	-31.0	-62.5	-44.4
不動産業	5.6	90.3	4.2	1.4	4.5	-12.5	0.0	0.0	0.0	4.2	63.9	31.9	-27.8	-34.9	-37.5	0.0	-50.0	0.0
飲食店・宿泊業	5.5	80.0	14.5	-9.1	-3.4	-33.3	0.0	-33.3	-10.0	20.0	50.9	29.1	-9.1	-3.6	-16.7	-50.0	-25.0	22.2
サービス業	7.6	74.4	18.0	-10.4	-9.5	-8.0	-19.4	0.0	-9.8	17.8	45.3	36.9	-19.2	-22.9	-15.4	-9.4	22.2	-28.6
大企業	22.1	64.6	13.3	8.8	15.8	-16.7	14.3	-33.3	-12.5	28.9	56.1	14.9	14.0	15.6	50.0	-7.1	-33.3	0.0
中小企業	8.5	81.3	10.2	-1.6	-1.2	0.0	-2.8	0.0	-3.0	17.5	47.1	35.5	-18.0	-18.8	-13.3	-15.2	-21.0	-21.5
合計	9.5	80.0	10.5	-1.0	0.4	-1.2	-2.3	-1.6	-3.7	18.2	47.7	34.0	-15.8	-15.5	-8.2	-15.5	-21.5	-20.9

(8) 設備投資の実施状況

	設備投資 (前年度実績比)				
	構成比 (%)				
	増加	横ばい	減少	なし	未定
製造業	16.0	33.5	19.4	26.4	4.7
非製造業	14.0	35.1	14.4	31.6	4.9
建設業	16.4	35.7	11.1	31.6	5.3
情報通信業	13.6	54.5	6.8	18.2	6.8
運輸業	19.7	47.5	21.3	9.8	1.6
卸売業	13.5	31.9	12.0	35.1	7.6
小売業	10.9	31.1	19.1	36.1	2.7
不動産業	11.0	38.4	13.7	34.2	2.7
飲食店・宿泊業	18.2	29.1	16.4	32.7	3.6
サービス業	13.7	34.9	15.1	31.6	4.7
大企業	28.3	44.2	15.0	8.8	3.5
中小企業	13.6	33.6	16.2	31.7	4.9
合計	14.7	34.6	16.1	29.9	4.8

(9) 特設項目：2018年度の営業利益

	2018年度の営業利益		
	黒字	収支トントン	赤字
製造業	55.1	25.5	19.3
非製造業	43.3	35.6	21.0
建設業	55.6	32.5	11.9
情報通信業	55.0	42.5	2.5
運輸業	40.7	38.9	20.4
卸売業	53.3	28.4	18.2
小売業	24.5	42.9	32.5
不動産業	45.3	37.5	17.2
飲食店・宿泊業	31.4	37.3	31.4
サービス業	38.6	37.0	24.3
大企業	77.2	16.8	5.9
中小企業	45.1	33.2	21.7
全体	47.4	32.2	20.4

(10) 特設項目：2018年度の採用活動の結果について (※) 採用活動を行った企業のみ再集計

	新卒正社員				中途正社員				非正社員			
	ほぼ確保	一部は確保	まったくできず	そもそも採用なし	ほぼ確保	一部は確保	まったくできず	そもそも採用なし	ほぼ確保	一部は確保	まったくできず	そもそも採用なし
製造業	11.8	14.4	14.2	59.6	14.5	32.3	13.7	39.6	8.3	21.9	9.5	60.2
非製造業	7.3	7.5	12.8	72.5	9.3	23.0	14.6	53.2	5.3	17.1	7.8	69.8
建設業	10.8	7.4	27.7	54.1	8.5	24.2	24.8	42.5	2.0	14.3	14.3	69.4
情報通信業	24.4	24.4	13.3	37.8	17.8	13.3	26.7	42.2	6.7	15.6	4.4	73.3
運輸業	3.8	7.5	11.3	77.4	8.9	48.2	17.9	25.0	5.8	30.8	9.6	53.8
卸売業	9.8	6.3	10.3	73.7	16.0	27.7	9.7	46.6	7.6	14.7	3.6	74.2
小売業	3.0	7.3	9.1	80.5	4.2	18.5	8.3	69.0	2.4	19.3	6.6	71.7
不動産業	3.0	1.5	0.0	95.5	1.4	13.0	1.4	84.1	1.5	4.5	1.5	92.5
飲食店・宿泊業	2.3	7.0	18.6	72.1	0.0	20.5	13.6	65.9	8.9	28.9	11.1	51.1
サービス業	4.7	7.4	10.5	77.4	9.0	19.0	19.0	52.9	7.6	18.5	10.9	63.0
大企業	36.6	36.6	8.9	17.9	26.4	60.9	3.6	9.1	16.5	58.7	2.8	22.0
中小企業	6.6	7.7	13.5	72.1	9.7	23.4	15.0	51.8	5.5	15.5	8.9	70.1
全体	8.9	9.9	13.3	68.0	11.0	26.2	14.2	48.5	6.3	18.8	8.4	66.5

	新卒正社員 (※)			中途社員 (※)			非正社員 (※)		
	ほぼ確保	一部は確保	まったくできず	ほぼ確保	一部は確保	まったくできず	ほぼ確保	一部は確保	まったくできず
製造業	29.2	35.6	35.1	23.9	53.4	22.6	20.9	55.1	24.0
非製造業	26.5	27.2	46.3	19.8	49.1	31.1	17.4	56.6	26.0
建設業	23.5	16.2	60.3	14.8	42.0	43.2	6.7	46.7	46.7
情報通信業	39.3	39.3	21.4	30.8	23.1	46.2	25.0	58.3	16.7
運輸業	16.7	33.3	50.0	11.9	64.3	23.8	12.5	66.7	20.8
卸売業	37.3	23.7	39.0	29.9	52.0	18.1	29.3	56.9	13.8
小売業	15.6	37.5	46.9	13.5	59.6	26.9	8.5	68.1	23.4
不動産業	66.7	33.3	0.0	9.1	81.8	9.1	20.0	60.0	20.0
飲食店・宿泊業	8.3	25.0	66.7	0.0	60.0	40.0	18.2	59.1	22.7
サービス業	20.9	32.6	46.5	19.1	40.4	40.4	20.6	50.0	29.4
大企業	44.6	44.6	10.9	29.0	67.0	4.0	21.2	75.3	3.5
中小企業	23.6	27.7	48.6	20.2	48.6	31.2	18.3	51.9	29.8
全体	27.7	30.9	41.4	21.5	50.9	27.7	18.9	56.0	25.2

(11-1) 特設項目：消費税率引き上げに向けた対策（※3つ以内の複数回答）

	調達・仕入れ の前倒し	セール等の 販売促進	設備投資 の前倒し	キャッシュ レス決済 への対応	軽減税率 への対応	その他	特になし
製造業	13.5	4.8	7.5	1.7	7.9	4.4	71.3
非製造業	8.8	7.2	6.4	8.4	12.3	6.3	63.1
建設業	10.4	6.3	8.3	1.4	5.6	6.3	72.2
情報通信業	0.0	2.3	4.5	6.8	13.6	4.5	72.7
運輸業	1.7	0.0	8.3	10.0	5.0	5.0	75.0
卸売業	10.8	9.6	7.1	3.3	14.6	4.2	62.1
小売業	13.1	18.1	3.8	20.6	23.1	4.4	43.1
不動産業	4.5	4.5	4.5	0.0	6.0	7.5	77.6
飲食店・宿泊業	7.5	0.0	11.3	20.8	20.8	11.3	49.1
サービス業	7.4	2.1	5.3	9.0	7.4	9.6	67.0
大企業	13.5	17.1	5.4	11.7	26.1	4.5	45.0
中小企業	10.2	5.5	6.9	5.6	9.3	5.7	67.9
全体	10.4	6.4	6.8	6.0	10.8	5.6	66.0

(11-2) 特設項目：消費増税分（2%）に対する価格転嫁の予定

	ほぼ全て転嫁	一部転嫁	転嫁せず、 コスト削減	転嫁できない
製造業	54.5	11.1	12.2	22.2
非製造業	45.8	14.7	15.3	24.1
建設業	43.4	19.1	15.1	22.4
情報通信業	47.7	2.3	15.9	34.1
運輸業	48.3	11.7	18.3	21.7
卸売業	58.8	10.2	17.1	13.9
小売業	40.4	16.3	13.9	29.5
不動産業	35.8	13.4	16.4	34.3
飲食店・宿泊業	34.0	30.2	15.1	20.8
サービス業	41.6	15.7	13.2	29.4
大企業	46.8	16.2	16.2	20.7
中小企業	49.0	13.0	14.2	23.8
全体	48.8	13.5	14.3	23.4

※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 D I 推移表

	回	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	前回調査との比較	前回調査の見通しとの比較				
		平成	2015					2016					2017					2018					2019			
		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	4~6						
(1) 業況判断	a. 前期比	製造業	-10.1	-14.6	-15.3	-5.8	-12.5	-13.8	-14.1	-14.7	-14.0	-7.3	-5.4	-3.9	1.5	0.5	-0.7	-3.7	-1.1	-10.6	-14.1	▲ 3.5	▲ 4.5			
		非製造業	-22.6	-17.1	-17.3	-12.6	-16.8	-17.7	-21.5	-23.5	-20.6	-20.1	-16.7	-16.3	-10.5	-9.3	-10.6	-11.4	-12.2	-17.5	-18.4	▲ 0.9	▲ 2.5			
		大企業	8.5	2.5	1.7	12.2	11.5	10.3	7.1	5.6	-1.7	-1.0	-4.0	-1.4	4.7	4.1	9.4	1.5	2.6	9.6	-0.9	▲ 10.5	▲ 13.3			
		中小企業	-20.6	-17.6	-18.0	-12.3	-16.7	-18.3	-20.3	-22.3	-19.3	-17.1	-13.3	-12.5	-7.2	-6.7	-8.4	-9.2	-9.3	-17.7	-18.5	▲ 0.8	▲ 2.3			
		合計	-18.4	-16.2	-16.8	-10.4	-15.3	-16.4	-19.1	-20.6	-18.2	-15.9	-13.0	-12.0	-6.3	-6.1	-7.3	-8.7	-8.5	-15.4	-17.1	▲ 1.7	▲ 3.1			
		製造業	-1.0	-17.5	-21.1	-6.7	-2.8	-16.4	-20.6	-15.5	-4.0	-9.7	-12.2	-4.7	11.9	-2.0	-7.6	-4.8	9.6	-13.2	-21.0	▲ 7.7				
	b. 前期前	製造業	-15.4	-21.5	-20.1	-13.1	-8.8	-22.0	-24.8	-24.3	-11.9	-24.6	-20.3	-16.9	-1.4	-14.4	-14.0	-12.0	-2.8	-23.0	-21.8	1.2				
		非製造業	12.2	-2.3	-6.6	21.4	15.2	6.6	-2.5	15.2	1.6	-4.0	-13.5	7.8	7.8	2.0	0.8	9.9	5.7	6.6	-8.8	▲ 15.3				
		大企業	-12.3	-21.4	-21.3	-14.0	-7.8	-21.9	-24.1	-24.1	-9.9	-20.8	-17.4	-14.2	2.5	-10.9	-12.5	-11.0	0.7	-21.9	-22.6	▲ 0.6				
		中小企業	-10.6	-20.2	-20.5	-11.0	-6.8	-20.1	-23.4	-21.4	-9.2	-19.7	-17.6	-12.7	3.0	-10.2	-11.8	-9.5	1.1	-19.7	-21.5	▲ 1.8				
		合計	-14.6	-19.1	-15.2	-9.9	-15.2	-12.0	-21.4	-19.3	-16.6	-8.5	-7.4	-1.1	6.4	6.1	-1.9	-1.8	1.1	-11.0	-23.3	▲ 12.4				
		非製造業	-25.8	-21.2	-15.0	-13.8	-14.2	-21.3	-26.6	-26.7	-22.9	-21.9	-18.3	-14.5	-8.8	-12.6	-14.9	-14.6	-8.5	-16.2	-21.4	▲ 5.2				
c. 前同期比	製造業	12.0	4.0	12.9	16.8	22.9	13.4	1.6	1.5	-4.8	5.8	-6.5	7.1	19.3	16.5	9.8	12.6	9.8	6.6	-5.5	▲ 12.1					
	非製造業	-24.7	-22.0	-16.9	-15.2	-17.1	-20.1	-26.2	-26.2	-21.8	-19.4	-14.7	-11.1	-6.0	-7.9	-11.9	-12.0	-6.8	-16.1	-23.2	▲ 7.1					
	大企業	-22.1	-20.5	-15.0	-12.5	-14.6	-18.0	-24.8	-24.2	-20.8	-17.6	-14.6	-9.9	-3.7	-6.4	-10.5	-10.2	-5.5	-14.4	-22.1	▲ 7.6					
	中小企業	-13.2	-15.7	-16.1	-9.8	-15.3	-14.7	-15.7	-16.6	-16.1	-8.6	-6.4	-5.6	1.5	-2.1	-4.4	-4.9	-3.1	-12.9	-13.1	▲ 0.2					
	合計	-23.6	-19.1	-18.4	-13.6	-18.4	-21.2	-23.0	-23.7	-20.0	-20.7	-17.1	-18.0	-13.1	-9.9	-13.0	-13.2	-11.4	-19.3	-20.0	▲ 0.7					
	製造業	12.3	5.7	6.8	10.1	11.2	7.8	1.4	2.5	-4.0	6.2	-6.8	-0.8	3.7	9.9	7.6	5.8	9.0	7.1	-0.8	▲ 7.9					
(2) 売上高(季調済)	非製造業	-22.4	-19.4	-19.8	-14.1	-19.1	-20.5	-21.9	-22.6	-19.7	-18.5	-13.9	-14.1	-9.2	-8.4	-11.4	-11.0	-8.7	-19.3	-19.1	0.3					
	大企業	-19.9	-17.6	-18.2	-12.1	-17.3	-18.9	-20.9	-21.2	-18.7	-16.9	-13.7	-13.5	-8.2	-7.5	-10.1	-10.1	-8.9	-17.5	-17.6	▲ 0.1					
	非製造業	-2.4	-2.4	-2.7	-7.6	-4.6	-11.7	-10.3	-11.7	-9.2	-5.9	-3.7	-1.7	2.6	4.2	0.7	3.3	6.7	0.0	-1.1	▲ 1.1					
	非製造業	-0.5	-4.5	-1.1	-4.0	-1.9	-10.3	-8.9	-11.0	-6.6	-5.4	-2.2	-2.4	1.1	3.2	0.9	0.2	4.0	0.7	2.6	1.9					
	大企業	17.6	7.0	4.2	5.9	4.2	1.7	0.9	-0.7	-0.8	2.4	2.4	4.3	7.1	3.1	6.5	6.2	12.3	15.1	15.9	0.8					
	中小企業	-2.6	-4.4	-1.9	-6.1	-3.3	-11.6	-10.0	-11.9	-7.9	-6.0	-3.1	-2.7	1.3	3.7	0.8	1.3	4.2	-0.7	0.2	0.9					
	合計	-1.2	-3.8	-1.6	-5.2	-2.9	-10.9	-9.4	-11.2	-7.5	-5.5	-2.7	-2.2	1.6	3.5	0.8	1.3	4.8	0.5	1.3	0.8					
	製造業	45.1	37.5	36.5	22.3	9.5	5.4	10.0	5.2	19.6	34.7	35.4	37.3	38.3	48.7	52.0	42.6	46.6	41.8	35.6	▲ 6.3					
	非製造業	33.6	30.9	37.2	21.6	19.5	11.5	16.6	9.8	20.6	21.8	24.3	23.1	30.8	35.1	34.2	30.7	32.6	31.9	31.9	0.0					
	大企業	36.7	36.2	29.5	12.9	15.8	4.2	8.9	8.8	19.4	23.4	26.2	21.2	25.0	28.6	33.6	22.5	26.4	27.7	31.9	4.1					
	中小企業	38.0	33.4	38.0	22.7	15.7	10.3	14.8	8.6	20.5	26.8	28.8	28.7	34.4	40.8	41.4	36.7	37.9	36.2	33.5	▲ 2.6					
	合計	37.7	33.3	37.0	21.8	16.0	9.3	14.3	8.2	20.2	26.2	28.1	28.1	33.4	39.8	40.5	34.9	37.2	35.4	33.2	▲ 2.2					
(5) 営業利益判断(季調済)	製造業	6.2	7.1	5.4	12.6	7.8	7.9	6.4	10.3	10.9	13.3	12.9	15.0	21.8	25.7	26.5	21.0	17.2	14.5	12.7	▲ 1.9					
	非製造業	-5.8	-0.6	0.5	2.1	1.4	-3.4	-3.8	-2.7	-1.2	-0.4	5.3	7.1	5.3	9.3	9.1	8.1	10.9	6.6	8.9	2.3					
	大企業	48.8	48.5	52.4	54.3	61.2	59.9	58.8	54.4	44.0	53.9	49.6	54.8	47.3	58.2	54.8	53.0	53.8	60.3	54.8	▲ 5.5					
	中小企業	-6.4	-1.3	-1.5	1.2	-0.9	-4.0	-4.8	-2.6	-0.5	0.3	4.7	6.1	7.8	12.0	11.8	9.2	9.4	5.2	6.6	1.4					
	合計	-1.8	2.0	2.3	5.5	3.5	0.7	-0.4	1.3	2.9	4.4	7.8	9.3	11.0	15.3	14.8	12.2	13.1	9.6	9.8	0.2					
	製造業	-13.9	-16.4	-16.2	-10.8	-15.4	-14.5	-15.9	-16.5	-15.6	-10.1	-8.3	-7.7	-2.8	-4.8	-5.1	-5.0	-6.5	-11.4	-14.1	▲ 2.6					
(6) 営業利益水準(季調済)	非製造業	-23.6	-18.6	-20.2	-15.1	-16.6	-20.7	-22.5	-22.8	-20.9	-20.7	-17.4	-18.1	-15.7	-11.8	-15.1	-15.1	-12.9	-17.5	-17.9	▲ 0.4					
	大企業	14.1	7.1	3.4	6.6	5.4	7.5	5.2	5.9	-5.3	-0.6	-2.6	1.3	2.7	4.1	5.0	0.8	8.0	8.3	0.3	▲ 8.0					
	中小企業	-23.2	-19.6	-20.6	-15.4	-17.3	-20.0	-21.9	-22.3	-20.0	-18.6	-14.9	-15.4	-12.7	-10.8	-12.6	-11.8	-12.7	-17.8	-17.8	0.0					
	合計	-20.4	-17.5	-19.2	-13.6	-16.1	-18.4	-20.4	-20.6	-18.9	-17.4	-14.5	-14.3	-11.1	-9.7	-11.7	-11.5	-10.7	-15.8	-16.7	▲ 0.9					
	製造業	18.4	19.9	18.0	21.0	20.1	18.2	17.6	22.7	25.8	28.3	30.5	24.1	28.2	38.9	33.4	28.1	30.5	30.7	24.9	▲ 5.8					
	非製造業	2.5	8.2	11.7	8.0	13.8	6.9	5.4	9.5	9.8	11.8	14.1	14.8	12.1	18.6	18.9	20.8	20.1	15.7	19.6	3.9					
(7) 資金繰り	大企業	61.8	66.1	69.4	61.2	66.3	68.9	63.0	67.9	65.6	64.3	61.6	59.7	68.4	68.3	60.3	67.9	70.0	69.5	70.2	0.7					
	中小企業	2.8	7.7	9.7	7.8	12.2	6.1	5.8	9.3	11.0	13.5	16.8	14.8	12.9	22.2	20.7	19.4	19.3	16.6	17.5	0.9					
	合計	7.8	12.3	13.8	12.4	15.9	10.9	9.6	13.8	15.3	17.2	19.6	18.0	17.5	25.5	23.9	23.3	23.4	20.7	21.4	0.6					
	平成	2014	2015					2016					2017					2018					2019			
	四半期	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	4~6						
	(8) 雇用状況(雇用不足感)	製造業	18.7	23.8	16.4	20.7	26.8	20.0	24.3	28.6	33.1	31.7	35.5	40.8	45.9	43.5	40.7	42.5	43.1	37.0	▲ 6.1					
非製造業		22.3	26.6	22.2	28.1	30.3	28.9	26.6	29.3	30.4	36.9	33.7	34.8	36.9	40.6	38.1	39.5	40.4	45.0	43.6	▲ 1.4					
大企業		38.2	53.0	41.4	46.3	51.3	48.7	44.6	42.4	52.4	55.2	53.2	56.0	64.9	64.3	58.7	62.3	72.7	63.9	61.4	▲ 2.5					
中小企業		19.7	23.4	18.1	23.2	24.3	26.6	22.4	26.0	27.8	34.1	31.0	33.3	35.8	40.5	38.3	37.5	38.1	42.9	39.6	▲ 3.4					
合計		21.1	25.5	20.3	25.5	27.1	28.2	24.3	27.6	29.8	35.7	33.0	35.0	38.2	42.4	39.9	39.9	41.0	44.4	41.3	▲ 3.0					
製造業		4.6	5.3	3.6	4.0	2.5	2.9	7.4	4.6	6.5	7.1	6.7	8.0	8.7	11.2	5.6	4.7	4.5	2.6	5.0	2.4					
(9) 雇用予定人員(季調済)	非製造業	-2.2	0.3	-0.9	2.4	1.6	-2.7	0.4	-0.5	-0.4	-1.7	-0.8	-0.9	-0.8	2.5	-0.5	-1.6	-0.7	-0.5	-2.8	▲ 2.3					
	大企業	6.5	14.7	12.5	16.1	15.5	9.2	14.3	9.1	17.8	8.0	7.9	6.6	10.4	11.9	9.3	11.7	2.5	14.7	12.9	▲ 1.8					
	中小企業	-0.3	1.1	-0.1	1.9	1.0	-1.6	1.4	0.5	0.7	0.5	1.4	1.8	1.7	4.6	1.1	-0.3	0.8	-0.7	-0.9	▲ 0.2					
	合計	0.1	1.9	0.7	3.0	1.9	-0.8	2.3	1.2	2.0	1.1	1.7	2.2	2.5	5.4	1.6	0.6	0.9	0.5	-0.2	▲ 0.7					
	製造業	21.5	21.7	18.9	20.2	18.0	19.9	14.6	17.2	18.7	20.9	19.7	18.2	23.6	22.8	22.1	21.2	25.8	22.8	16.0	▲ 6.8					
	非製造業	26.5	36.6	36.5	36.5	35.9	35.2	36.2	37.8	29.9	38.4	32.6	37.0	33.6	38.7	34.7	38.1	33.1	36.9	33.5	▲ 3.4					
(10) 設備投資	製造業	15.3	16.2	13.1	13.5	12.1	19.9	16.5	13.9	15.8	13.9	15.4	16.3	11.4	14.2	13.8	13.8	13.6	15.4	19.4	4.0					
	非製造業	33.5	23.2	26.6	25.4	29.6	22.1	26.4	25.8																	

最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）

2019年4～6月期の百貨店・スーパーの合計売上高は、全ての月で前年同月を上回った。百貨店では、引き続きインバウンドによる消費が好調であった。スーパーは、4月は前年同月の売上高を下回り、5月は8か月振りに前年同月比がプラスとなったものの、6月は再びマイナスに転じた。

乗用車新車販売台数は、3ヶ月連続で前年の売上台数を上回ったが、6月はプラス幅が減少した。

コンビニエンスストア販売額、家電大型専門店販売額、ホームセンター販売額は、それぞれ3ヶ月とも前年同月を上回った。ドラッグストア販売額は、前年12月からマイナスが続いていたが、6月はプラスに転じた。

個人消費は持ち直しの動きがみられる。

月別概況

4月〈平年差〉平均気温 -0.5°C 、降水量 -16.2%

4月は、気温の低さが影響し、季節商品の売上が伸び悩んだ。百貨店では、インバウンドの好調が続き、前年の売上高を上回ったが、スーパーでは下回った。

百貨店・スーパーともに、花見需要により和菓子や総菜等の売れ行きが好調であった。また、令和初日の大安に結婚する人が増え、百貨店では指輪等の高級品に動きが見られた。

5月〈平年差〉平均気温 $+1.3^{\circ}\text{C}$ 、降水量 -39.2%

大型連休で祝日が2日増えたこともあり、百貨店・スーパーともに、前年同月の売上高を上回った。気温が高く推移したため、スーパーでは、熱中症対策（クール対策）の売上が好調であったほか、帰省や母の日用のギフトが好調であった。一方で、ティッシュペーパーは品薄の影響を受けて値上がりしており、売れ行きはよくない。また、冷蔵庫等の家電製品では、増税前の駆け込み需要がみられた。

6月〈平年差〉平均気温 $+0.2^{\circ}\text{C}$ 、降水量 -38.5%

6月は、百貨店は前年同月の売上高を上回ったが、スーパーでは下回った。百貨店では、G20大阪サミットによる交通規制の影響で客数が減少した。また、梅雨入りが平年より19日遅く、降水量が少なかったため、レイングッズは不調であった。一方で、環境省が熱中症予防に日傘を推奨したため、男性用日傘が売れるスーパーもあった。

百貨店A社

6月は、前年の大阪北部地震の発災や、本年開催のG20大阪サミットによる客数減少の影響等で、単純に比較することは難しいが、前年同月の売上高を上回った。なお、インバウンドは引き続き好調であった。

紳士服：トラディショナルなスーツは新商品でも動きがよくなかったが、インターナショナル・ブランドのカジュアル服の好調が続いたことから、売上高は堅調であった。

婦人服：雨が少なかったこともあり、初夏物の楽で涼しげなアイテムが好調となり、全体の売上を牽引した。

子供服：インバウンドの手堅い消費もあり、売上高は前年同月を上回った。これまではベビーやインターナショナルブランドが好調であったが、キッズブランドにも良い影響が出ている。なお、通信販売等では一定の条件を満たす取引について、9月末までの購入であれば、経過措置により8%の税率が適用される。このため、ランドセルは受け渡し時の消費税率が適用される店頭販売よりも、経過措置の対象となるネット販売が好調である。

宝飾・時計：高額商品も堅調であったが、外国人顧客よりも国内顧客の方が売上高の伸び額が大きかった。特に国内顧客は時計が好調であった。

服飾雑貨：季節商品では、サングラスや傘・帽子の売れ行きがよく、スニーカーやサンダルも気温上昇の追い風を受けた。また、女性のハンドバッグも引き続き好調であった。

食料品：6月27日から30日にかけて、G20大阪サミットによる交通規制があったため、客数が2割程度減った影響を受けたものの、売上高は前年同月を少し上回った。

スーパーB社

6月の売上高は、大阪北部地震で災害関連品の売上が伸びた前年を少し下回る結果となった。また、週末にまとめ買いをせず、平日の仕事帰りに購入する量と同程度の量を購入するといった買い方の変化が生じている。

衣料品：梅雨入りが遅れたため、レイングッズは低調であったが、薄手のブラウスや日傘が伸長しており、特にカーブソックス（素足で靴を履いているように見えるようなショート丈の靴下）は5月から好調が続いている。また、男性向けの日傘も売上が伸びたほか、父の日の需要もありリュックサック等のカジュアルバックも伸長した。

食料品：加工食品は前年の反動で低調であったが、気温の上昇を受けアイス等の涼味は好調であった。一方、シラスウナギの漁獲量減少により鰻の価格が高騰しており、苦戦が続いている。また、冷やし焼き芋が伸長しているほか、父の日の需要でウスキーも動いた。

住居関連：増税前の買替需要で、冷蔵庫・洗濯機や浄水器の売上が伸長したが、テレビ等のAV機器は低調であった。ハンディファン（手持ちの小型扇風機）は4月から前年比の売上が伸びており、6月は好天が続いた影響を受け特に好調であった。一方で、リビング用の扇風機は苦戦した。また、国内メーカーが物流費の高騰等を理由に価格を値上げしたティッシュペーパーは、商品の供給が不安定なこともあり低調となった。

自動車販売店 C 社

C 社は南大阪地域を商圏とする、自動車販売店（ディーラー）であり、6月の受注数（販売台数）は、大阪北部地震が発生した前年を上回ったが、消費税増税前の駆け込み需要の影響はほとんど見られなかった。

売れ筋：C 社では、軽自動車が販売台数の約4割を占めている。200万円近い金額で装備の充実した軽自動車もあり、セカンドカーとしてではなくメインカーとして購入する顧客が増えてきている。また、軽自動車以外では、ファミリー層にはミニバン、若年層にはSUVが人気である。

増税の影響：自動車メーカー側は、駆け込み需要を見越した計画を立てていたが、C社では駆け込み需要の影響があまり見られなかった。C社による顧客への聞き取り調査でも、購入のきっかけを増税と回答する人はそれほど多くなかった。増税前の駆け込み需要による受注数の大幅な増加が見られない要因としては、前年9月の台風被害により、その後新車購入の動きがあったことが考えられる。

買い方の変化：最近では、数年後の買取保証額（＝残価）を予め設定し、残価を除いた金額の分割払いが完了すれば、残価を支払い購入するか、新車に乗り換えるか等の選択ができる、「残価設定型クレジット」による購入が増えている。C社では、新車販売数のうち約5割が残価設定型クレジットによる購入であり、3年程度で（1回目の車検時に）新車に乗り換える選択をする顧客が多い。

社会背景と対応：最近では、ニュースで高齢者が関係する事故が相次いで取り上げられ、免許を返納する人が増加している。また、若年層では人口が減少しているなか、カーシェアリングといった乗り方が広まるなど、自動車販売店を取り巻く状況は芳しくない。また、企業としては働き方改革の推進を求められている。このような状況下で、C社は営業日数の短縮や残業時間の削減に取り組みつつ、設備投資による職場環境の改善、IT技術の活用による業務の効率化や顧客サービスの改善を図ることで、顧客満足度や従業員満足度を高め、営業日が減少したなかでも、収益を増加させている。

（松永 有生）

大阪府の消費に関する経済指標

※ Pは速報値を表す （単位：百万円、台、%）

		2019年					
		1月	2月	3月	4月	5月	6月
大型小売店計	販売額(全店ベース)	151,906	136,765	155,863	146,690	146,980	p 147,732
	(前年同月比、全店ベース)	▲3.3	0.9	1.0	0.5	1.3	p 1.1
	(前年同月比、既存店ベース)	▲3.5	0.7	0.8	0.4	1.3	p 1.1
うち百貨店	販売額	79,991	72,191	85,496	77,883	76,334	p 76,876
	(前年同月比、全店ベース)	▲3.3	4.3	2.6	2.5	2.2	p 2.4
	(前年同月比、既存店ベース)	▲3.3	4.3	2.6	2.5	2.2	p 2.4
うちスーパー	販売額	71,916	64,574	70,367	68,806	70,647	p 70,856
	(前年同月比、全店ベース)	▲3.4	▲2.6	▲0.9	▲1.6	0.4	p ▲0.3
	(前年同月比、既存店ベース)	▲3.7	▲3.1	▲1.3	▲1.8	0.3	p ▲0.3
コンビニエンスストア 販売額及び店舗増減	販売額(全店ベース)	65,643	63,096	70,218	69,516	70,415	p 70,825
	(前年同月比、全店販売額)	4.1	7.1	3.2	4.7	4.4	p 2.6
	店舗数(前年同月比)	0.8	0.9	0.5	0.4	0.3	p 0.5
乗用車新車販売	台数	18,807	21,834	26,148	17,346	17,611	19,027
	(前年同月比)	4.8	2.9	▲3.0	8.0	7.2	1.1
家電大型専門店販売額	(前年同月比)	▲0.2	▲0.6	4.0	1.8	6.3	p 8.4
ドラッグストア販売額	(前年同月比)	▲4.3	▲0.6	▲0.4	▲2.3	▲0.2	p 0.9
ホームセンター販売額	(前年同月比)	0.9	4.7	3.4	2.9	9.0	p 1.4

資料：【大型小売店販売額】近畿経済産業局「百貨店・スーパー販売状況」。

【コンビニエンスストア販売額】経済産業省「商業動態統計」。

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

【家電大型専門店販売額】【ドラッグストア販売額】【ホームセンター販売額】経済産業省「商業動態統計」。

中小企業の動き（2019年4～6月期／業種別景気動向調査）

「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、全国における2019年4～6月期の「中小企業の業況は、一部業種に一服感が見られるものの、基調としては、緩やかに改善している」とされ、前期の判断が据え置かれた。

全産業の業況判断DIは-15.5で、前期より0.6ポイント低下し、2期連続の低下となった（図1）。

業種別にみると、製造業は-15.0（前期より0.5ポイント減）となり、4期連続で低下した。非製造業は-15.6（前期より0.6ポイント減）と3期ぶりに低下した。リーマンショックからの回復期である2009年以降、全産業を上回って推移してきた製造業のDIが、2019年に入ってから全産業と同程度のDIで推移している。

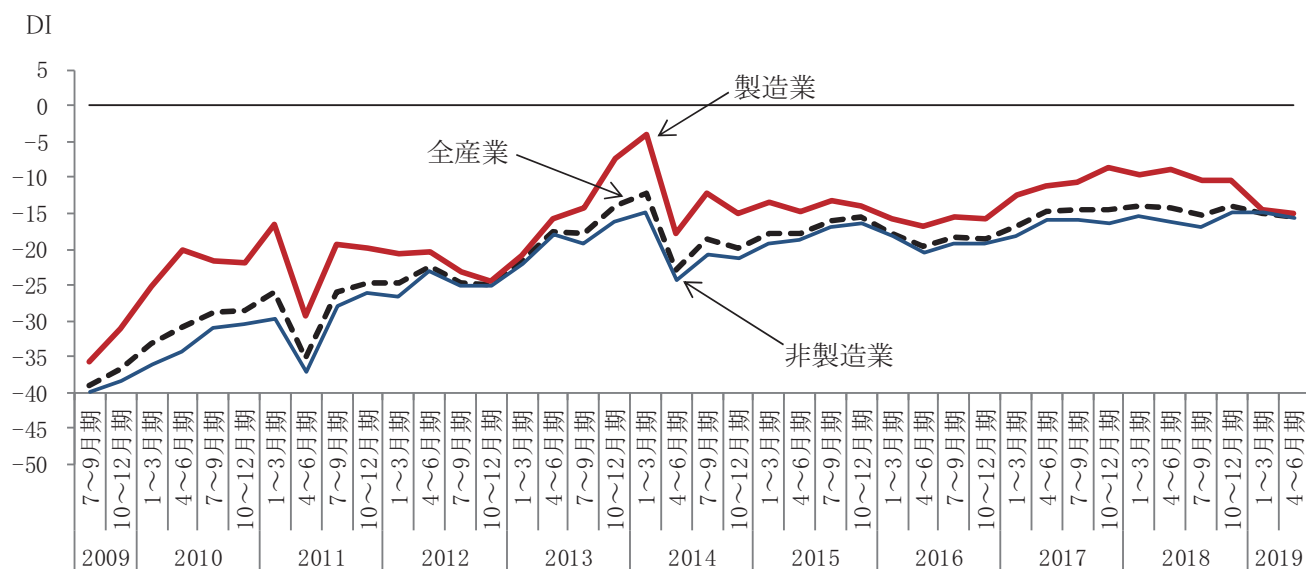
非製造業を業種別にみると、前期にやや低下した

「建設業」のDIが回復基調に戻る一方で、「小売業」のDIは4期ぶりに低下した。前期に落ち込みがみられた「卸売業」のDIは改善するものの、水準は低い。「サービス業」は2期ぶりに低下した。

経営上の問題点は、多くの業種で「需要の停滞」が課題であり、特に、製造業、卸売業では、最も割合が高く、前期よりも割合が高まった（図3）。これに対して、「原材料（材料価格・仕入価格）の上昇」は依然として課題の上位を占めるものの、その割合は製造業と卸売業で低下した。「従業員の確保難」については、製造業と卸売業で割合が低下する一方で、建設業、サービス業では割合が高まった。

全産業の業況判断DIの2019年7～9月期見通しは-15.2で、今期より0.3ポイント増で、ほぼ横ばいの見通しとなった。

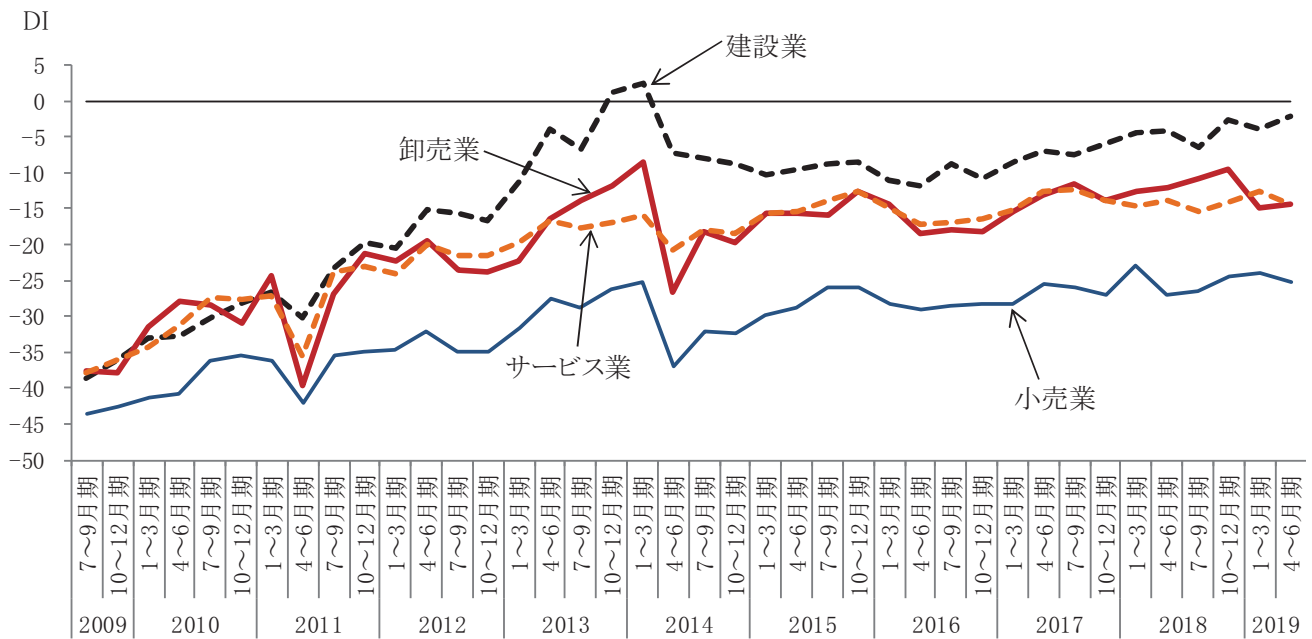
図1 中小企業の業況判断DIの推移



出所：独立行政法人中小企業基盤整備機構「第156回中小企業景況調査（2019年4～6月期）」

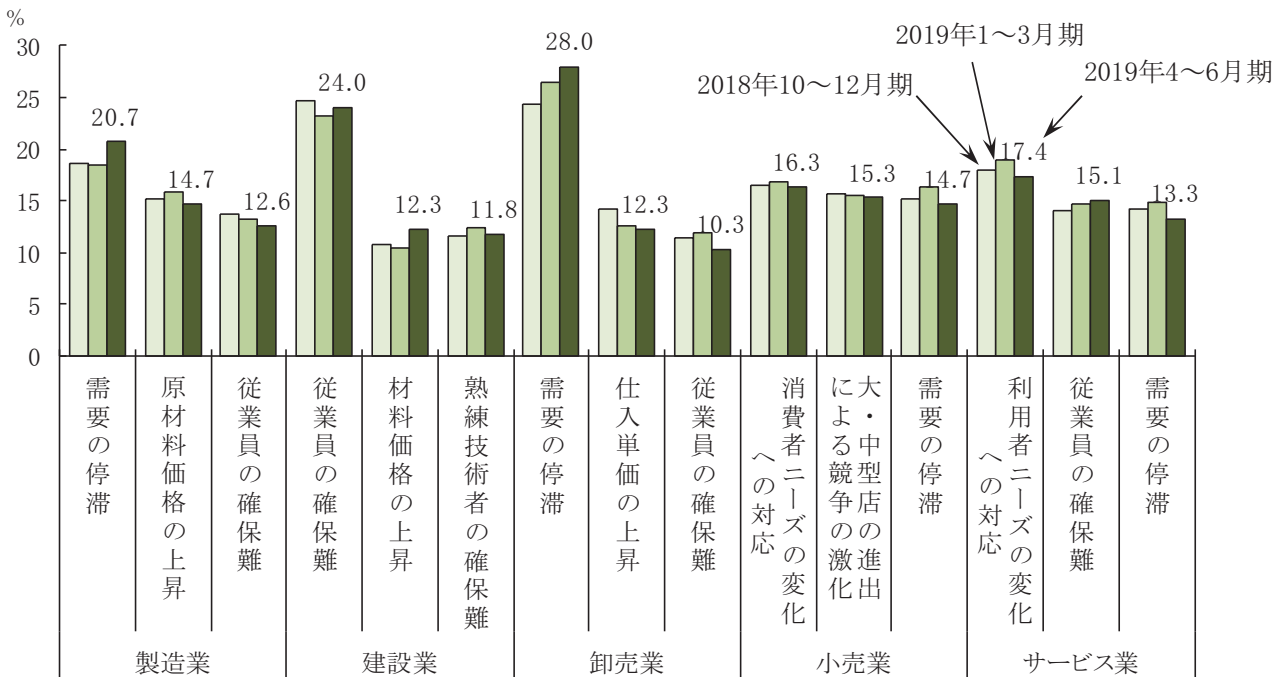
（注）業況判断DIは、「好転」企業割合－「悪化」企業割合。前期比季節調整値。

図2 非製造業の業種別の業況判断DIの動き



出所：独立行政法人中小企業基盤整備機構「第156回中小企業景況調査（2019年4~6月期）」

図3 経営上の問題点（各業種3位まで）の動き



出所：独立行政法人中小企業基盤整備機構「第156回中小企業景況調査（2019年4~6月期）」

化粧品製造業

化粧品の販売は、日本人女性の堅調な需要、加えて、インバウンド向けの販売や輸出増加による需要増が継続している。大阪では製造受託のOEMメーカー、研究開発から引き受けるODMメーカーが集積し、増加する需要に対応した供給体制を強化している。メーカーは、国内需要向けの高額商品の開発などを行うために研究開発の強化や生産性向上、設備増強など実施し、需要に応えていく。

製品の概要

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

経済産業省『化学工業統計年報』の生産数量（2018年）によれば、シャンプー、ヘアトリートメント、染毛料などの「頭髪用化粧品」が61.1%と最多で、次いで、洗顔クリーム・フォーム、化粧水、美容液などの「皮膚用化粧品」が31.5%と大勢を占める。近年5年の生産数量の推移は、41万トンから46万トンへ10%以上伸長している。

化粧品の出荷は、入学・就職前の3月や夏の紫外線対策に向けて需要が高まる6月、年末年始向けの12月に増えるといった季節性があり、需要に合わせた生産体制が敷かれている。

業界の概要

化粧品は、「製造業の許可」、市場へ販売するためには「製造販売業の許可」が必要である。業態としては、自ら企画開発・製造して販売まで自社で一貫して行う「製造販売業」、自社工場を持たずに、自社ブランド製品を製造委託して市場へ販売する「ファブレス型製造販売業」、企画開発や製造は行うが自社ブランドで市場へ販売せずに製造販売業者へ引渡す「OEM:Original Equipment Manufacturing、もしくはODM:Original Design Manufacturing（研究開発も請負）型製造業」等がみられる。

化粧品を製造する企業について規模構造をみると、大企業と中小企業が市場を二分する並存型業種であり、中小企業の中でも比較的規模の大きい企業が業界をけん引している。

化粧品の流通経路は、大手メーカーによる独自の流通経路である系列の化粧品専門店、百貨店、量販店、ドラッグストアなどの薬局・薬店といった店舗販売、

訪問販売、通信販売、美容室向けの業務用ルートなど多様である。このうち、訪問販売の割合は、共働き世帯の増加等により低下してきた。また、ドラッグストアや通信販売の台頭などにより化粧品専門店の割合も低下している。2016年の業態別販売割合では、薬局・薬店が28.8%と最も多く、通信販売（16.6%）、量販店（15.1%）、化粧品店（13.3%）、訪問販売（12.1%）、百貨店（7.6%）と推定され、近年の動きでは薬局・薬店、量販店、百貨店での増加がみてとれる（週刊粧業出版局編『2018 cosmetics in japan 日本の化粧品総覧』）。

大阪の地位と特徴

化粧品製造業は、関東では東京都、埼玉県、神奈川県、静岡県で、関西では大阪府、兵庫県、滋賀県などに立地する事業所が多い。経済産業省「工業統計表（産業細分類別統計表）」によると、大阪府内の「化粧品・歯磨・その他の化粧用調整品製造業」は、64事業所で、従業者数は4,830人、製造品出荷額等は1,980億円（従業者4人以上の統計、2017年）、全国に占める割合は、それぞれ13.5%、12.3%、11.0%である。

販売は堅調である

化粧品の販売は、近年、数量・金額ともに緩やかな増加基調にある。2017年には国内販売数量が30億個を超え（対前年比2.9%増）、販売金額は1兆6,325億円（対前年比7.0%増）となり、2018年にも販売数量、販売金額とも対前年比約4%増となっている。また、大阪府での生産金額では、2016・2017年と落ち込んだものの、2018年に再び増加した（表1）。

本年1-3月、4-5月期での全国での販売数量・金額とも増加基調は変わらず、堅調に推移している。大阪府の生産金額はやや減少傾向もみられるが、組合・企業ヒアリングによれば、生産・販売ともに堅調との見方である。

景況感は総じて堅調

府内企業の聞き取り調査からは、インバウンド需要については、SNSで評判になった商品の売上が急増する動きが2014年秋頃から活発になったという声が聞かれる。また、大手ODMメーカーでは海外進出した現地ブランドへOEM供給することで業況拡大していることもあり、今後は、国内市場で培った技術やノウハウを海外展開させる動きも加速するとみている。

また、訪問販売会社が開発した「しわ改善美容液」は、長年の研究により医薬部外品で効用を訴求できるもの（日本初承認：シワを改善する医薬部外品として2016年7月に初承認された製品）となり、現在も市場をけん引する（2017年1月販売から2018年9月までの累計販売実績は約154万個とみる）。他社も追随し、高額基礎化粧品の売上は堅調である。

食品・包装メーカーなど他分野からOEMを開始したり、また、ファブレス企業として新たなブランドを立ち上げたりするなど市場参入の活発化が続く。国内需要とインバウンド需要への対応のためであり、業界の変化が活発化している。

輸出は増加基調

2017年の化粧品の輸出額は約3,716億円（前年比38.8%増加）、輸入額は約2,462億円（前年比7.4%増加）である（財務省（2017）『化粧品輸出入額対前年地域別比較表』）。輸出は、中国、香港、韓国、台湾の順であり、東アジア向けが上位を占める。一方、輸入は、フランス、アメリカといった欧米諸国からが多いが、欧米資本がタイで生産するなど東アジアからの輸入品も少なくない。

現地需要向けに中国やベトナムでの操業を開始する企業が散見される。

採算は概ね堅調

価格弾力性が高い商品ではないため、販売単価は、比較的安定している。売上が伸びたしわ改善美容液は高額であることから、売上ブームの反動減を懸念したが、底堅く一定市場を形成し、安定した販売となった。後続メーカーも高額品の販売が堅調であり、採算性に優れる利幅の高いものである。

一方、原材料や容器が原料の調達が進み、2年前から不足気味であったが、今年になってほぼ解消した。しかし、供給不安と調達金額のコスト高は継続しているとのことである。

設備投資は一部で積極的

設備投資は、業況が拡大していることを受け、キャパシティの強化などが図られている。特に、ODMメーカーでは新たな製品開発に向けた試験装置、検査装置の導入が進む。

加えて、海外需要に因應するため海外の現地において設備投資をする企業や、他社から工場を取得する企業の動きなどがみられる。

採用意欲は強いが、格差あり

業績堅調な企業では、採用意欲は旺盛である。特に、ODMメーカーでは製品開発を担う研究者の採用希望が強い。ただ、そうした優秀な化学系の研究者は他業界と奪い合いの状況にある。企業では採用率を高めるために、求職者に対して好待遇な雇用条件の提示、働きやすい職場環境の伝達などに工夫をこらし、求職者に選ばれる企業となる取組が求められている。ただ、規模の格差が開きつつあるという。

外部環境、各種規制等への対応

T P P11、日欧経済連携協定、米中貿易摩擦につい

て、ほとんど影響はみられないとのことである。しかし、中国の景気後退、2019年1月施行の「中華人民共和国電子商務法（中国電子取引法）」により爆買いの収束はインバウンド需要や輸出に対して、少なからず影響が出ている。

他方、化粧品の製品化には毒性試験などにおいて動物実験が一部で実施されている。EU経済圏では実験禁止が進んでおり、日本でも対応が求められている。国内では数十社が、動物実験に抛らない原材料のみの使用を表明するが、一方、他では対応に苦慮するとの声がある。

また、近年取沙汰されているマイクロプラスチックによる環境への影響について、本業界では洗顔料をはじめとする化粧品材料に数ミクロンのポリエチレン等が使用されている。そのため、2016年に日本化粧品工業連合会が会員向けに使用の自主規制を要請し、代替材として天然由来のセルロースやコーンスターチ、PLA（生分解性プラスチック）への移行が進む。また、包装容器の脱プラスチック化に関して、技術保有企業への投資を含めて、対応を考えているとの企業がある。

今後の見通し

インバウンド需要は一時的なものとの認識から、安定的・長期的な需要であるとの認識へ変化しつつある。それに呼応した生産体制および設備投資に本腰が入りつつある。現在、「日本製」がインバウンド客から好んで選択購買されていることから、大手企業では生産拠点を日本に戻す動きがみられる。そうなれば、生産設備を有しないメーカーでは、OEM・ODMへ生産委託がさらに進むとみられている。

今後は、新たな価値のある製品開発を行うことで需要を喚起したいという声があるなど見通しは明るい。

（松下 隆）

※前回の調査時期は、2016年7～9月期

表1 化粧品販売（生産）の推移

	全 国				大阪府		
	販売数量 (百万個)	前年比 (%)	販売金額 (億円)	前年比 (%)	生産金額 (億円)	前年比 (%)	全国比 (%)
2016年	2,921	0.2	15,251	1.2	1,558	-2.7	8.9
2017年	3,005	2.9	16,325	7.0	1,356	-13.0	8.8
2018年	3,122	3.9	16,941	3.8	1,427	5.2	8.5
2019年 1～3月	746	3.4	4,121	5.7	355	11.5	8.9
4～5月	535	2.0	2,898	3.2	218	-17.0	8.0

資料：経済産業省「化学工業統計」

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

金型製造業

2017年まで生産は堅調に推移していたが、18年に入って需要にかげりがみられるようになった。現在は当面の受注確保はできているものの、コストの上昇などにより利益が圧迫される中、受注残の減少などから先行きへの不安感もみられる。

こうした中で、受注確保には顧客からの低価格、短納期に加え、高精度、高難度など高度化する技術的要求への対応が一層必要となっており、高性能機械設備の有効活用とともに、将来を見据えた若手人材の確保と育成による能力向上が特に大きな課題となっている。

業界概要

金型とは、材料のもつ塑性や流動性などの性質を利用して、同一形状の工業部品や製品を大量に成形加工するのに利用される型の総称であり、加工する素材や加工方法に応じてプレス用、鍛造用、プラスチック用、鋳造用、ダイカスト用、ゴム用、ガラス用、粉末冶金用に大別される。

18年の金型の生産金額の品目別の割合をみると、「プレス用」39.0%、「プラスチック用」32.6%と、これら両用途向けが多い（経済産業省『2018年生産動態統計年報 機械統計編』従事者30人以上の事業所）。

使用する金型の性能によって、作られる製品の品質、コスト、生産効率などが大きく左右されることから、金型はものづくりの根幹を支える重要な役割を担っており、マザーツールとも呼ばれる。

日本の金型製造業は戦後、特に昭和40年代以降の量産組立型産業の発展に伴って成長してきた。金型製造業は取引先との密接な関係を重視する傾向にあるため、大口ユーザーである自動車メーカーや電気・電子機器メーカーが多数立地する中部、関東、関西地域に集積が形成されてきたが、近年ではグローバル化が進み、国内外の企業との競争が厳しさを増している。

大阪の地位

17年における大阪府の金属用及び非金属用金型・同部分品・附属品製造業は、事業所数390、従業者数5,681人、製造品出荷額等981億8,200万円であり、全国比はそれぞれ10.6%、7.2%、7.1%となっている（経済産業省『2017年工業統計表 地域別統計表 産業別統計表』従業者4人以上の事業所）。

品目別では、全国と同様にプレス用とプラスチック用の割合がともに高いが、大阪は他の主要産地である愛知、静岡、神奈川と異なり、出荷額ではプラスチック用がプレス用を上回っている〔経済産業省『2017年工業統計表 品目別統計表』従業者4人以上の事業所〕。

18年以降需要にかげり

17年までは生産は堅調に推移してきたが、18年に

入って需要にかげりがみられるようになってきた。

ある企業では、リーマンショック前の顧客は3～4社で、一社当たりの売上比率は30%ほどだったが、リーマンショック後は顧客を増やし、景気の波の影響を分散するため、顧客一社当たりの売上比率を下げ、最近では高くても5%ほどとなっている。同社では、17年には断り切れないほどの受注量があったが、18年になって受注量が落ち着いてきた。19年に入っても同様に、自動車向けのほか、センサーなどの産業機器、医療機器向け金型の受注により、1月～7月の売上は前年同期並みという。

電気・電子機器向けの多いある企業でも、18年10月くらいから受注残が減り始め、19年に入って一服感があるという。また別の企業でも、18年までは19年10月の消費増税前の駆け込み需要を見越した増産体制構築に備えた自動車向けの受注が多かったが、19年は自動車メーカーが発注量を絞っており、一服感があるという。

コストの上昇や受注単価の引下げが利益を圧迫

こうした中で、コストが上昇している費目もあり、利益を圧迫している。ある企業では1年前に比べて、放電加工用の銅などの電極材料や工作機械用の刃物の調達価格が5～10%、運送費が運転手不足を背景に、10%以上上がっている。その結果、直近期には増収であったが、増益にはならなかったという。

また別の企業では、自動車、家電、日用雑貨など幅広い分野向けの金型を製造しており、仕事は忙しいが、安定した受注を得ることが難しくなっている。発注側が相見積りでコストの低減を図るため、採算ギリギリの価格で見積りを出さざるをえず、受注単価も下がってきている。そのため、金型と違って手離れの良い金属加工の仕事も増やしているが、利益の確保が難しいという。

設備投資は継続的に実施

顧客からの低価格、短納期要求に加え、技術レベルの要求が高まる中で、保有する機械設備の能力向上が必要となっており、設備投資は継続的に行われている。ある企業では、顧客の求める一層の生産の効率化、加工難度の高い鋼材の成形への対応力を高めるため、大がかりな基礎工事を必要としたものの、金型テスト用の大型機械を導入した。また別の企業では、機械の調整時間や後工程の作業時間を短縮するため、面精度の高い加工のできるマシニングセンターを導入した。

困難な若手の人材確保と育成

採用は即戦力に頼らず、自社の風土に合う人材をじっくり育て上げたいという意向から、新卒採用を重視する企業が多い。こうした中で、若手社員採用の動きは活発化しているが、売り手市場のため、採用に苦戦している企業が多い。ある企業では5年前までは工科高校から新卒採用をしていたが、難しくなってきた

め、大学新卒者の採用に切り替えており、今年はそのづくりに関心のある芸術系学部の新卒者1名を、大阪新卒応援ハローワークを介して採用した。別のある企業では、かけた採用コストに見合う人材が確保できるかを重視しており、採用サイトは利用せず、総務担当役員が大学や高校などに出向いて求人活動を展開している。その結果、今年には大学の技術系学部の新卒者1名を採用した。

ベトナム人技術者が活躍している企業もみられる。ある企業では、将来の現地生産も視野に入れ、社長自らがベトナムに赴いて採用活動を行っている。

人材育成面にも課題がみられる。ある企業では現在40歳代の社員が主力であるが、新卒入社後に一人前の戦力となるには8～10年を要する。特に金型の三次元局面を手仕上げで加工する社内のベテランの技能レベルが、韓国や中国などの海外製金型との競争優位性の源泉であり、技能継承が重要となっている。現在若年層が薄いため、20年後を見据えると、若年層を厚くしていく必要がある。入社後の定着率向上のため、仕事のやりがいを感じさせ、成果を認める人事施策や福利厚生面の充実、従業員満足度の向上に注力している。

別のある企業では、社員数が増えて仕事の分業化が進む中、業務の効率が優先され、多能工化が難しくなっていることや、能力向上には失敗や問題解決の経験が重要であるが、先輩社員が後輩社員に仕事を任せる余裕がなくなっていることが課題となっている。

競争力強化に向けた取組

こうした状況の中で、各社は競争力強化に向けた取組を推進している。ある企業では、顧客満足度の向上を重視しており、顧客からの苦情をゼロにすることを目標に、売上げよりも顧客からの苦情対応を優先している。その理由は、同じ苦情を再び出さない仕組みを作るなど、苦情対応の優劣が次の受注につながるからである。

また、ある企業では、生産現場で起こった問題をその都度設計にフィードバックするとともに、現場の生産能力向上に努めている。中小企業診断士を招いて、現場の生産性を下げている要因を社員全員で出し合っ、その要因をひとつずつ潰して改善を進める勉強会を、社員教育として始めている。

別のある企業では、顧客のメーカーが製造部門を縮小したことに伴って金型に関連する仕事の受注が急増した。しかし、自社内ですべてをこなせない中、ワンストップでこうした受注に対応していくため、外注先などのサプライチェーンの構築に取り組んでいる。また同社では得意の加工技術を活かし、顧客の困りごとを解決するソリューション提案型の企業を目指しており、金型での成形加工上のネックとなっている様々な問題を解決する技術開発に、公設試験研究機関や大学

などとも連携して積極的に取り組んでいる。

今後の見通し

今年10月の消費増税などにより、しばらくは厳しい状況が続くとみられており、受注残が減る中、先行きへの不安感を高める企業もある。

自動車向け金型を製造するある企業では、消費増税後の消費動向を自動車メーカーが見極めるため、19年の下半期から20年にかけては厳しいが、21年になれば再び受注は上向くとみている。電気・電子機器向けが主力のある企業では、今年一杯くらいは、消費税率も上がるので、足踏みが続くが、来年初頭からは東京オリンピック開催による4Kや8Kといった高解像度の映像機器の需要拡大や、第5世代移动通信システム(5G)などにも動きが出て、春頃には景気は回復するのではないかとみている。

また別の企業では、仕事の引合いが少なくなり、受注残が減ってきている中、米中貿易摩擦により、中国での生産が停滞すれば顧客が投資を控えるようになり、さらに状況が悪化するのではないかと懸念している。

(須永 努)

※前回の調査時期は、2014年4～6月期

金属用及び非金属用金型・同部分品・附属品製造業の製造品出荷額等の上位府県の状況(2017年)

	事業所数		従業者数		製造品出荷額等	
	構成比(%)	(人)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	
愛知	583	15.8	14,550	18.5	270,740	19.7
静岡	236	6.4	5,713	7.3	103,383	7.5
大阪	390	10.6	5,681	7.2	98,182	7.1
神奈川	213	5.8	4,940	6.3	94,158	6.9
岐阜	156	4.2	3,475	4.4	63,106	4.6
千葉	64	1.7	2,007	2.6	61,241	4.5
長野	133	3.6	2,649	3.4	56,098	4.1
全国	3,695	100.0	78,675	100.0	1,373,498	100.0

資料：経済産業省『2017年工業統計表 地域別統計表 産業別統計表』

(注) 製造品出荷額等は2016年で500億円以上の府県、従業者4人以上の事業所。

金型の生産金額の推移(全国)

	金額		
	(百万円)	前年比(%)	
2015年	382,100	8.0	
2016年	397,808	4.1	
2017年	420,529	5.7	
2018年	400,570	-4.7	
2017年	1～3月	112,734	4.8
	4～6月	96,608	3.9
	7～9月	110,268	14.1
	10～12月	100,918	0.3
2018年	1～3月	99,054	-12.1
	4～6月	98,718	2.2
	7～9月	99,796	-9.5
	10～12月	103,002	2.1
2019年	1～3月	103,640	4.6
	4月	29,659	-2.4
	5月	30,719	-8.4

資料：経済産業省『生産動態統計年報 機械統計編』『生産動態統計月報』

(注) 従事者30名以上の事業所。

化学製品卸売業

足もとの売上・利益は横ばいかやや増である。塗料、工業薬品・ソーダいずれも安定的な需要が見込まれる分野であるが、カセイソーダはアジア市況の影響を大きく受ける。投資・採用は堅調である。今後については、工業薬品・ソーダ関連では、米中関係や日韓関係への懸念もあり、世界情勢には様子見という姿勢である。一方で、塗料関連では、万博など特需への期待はある。

業界の概要

化学製品卸売業は、日本標準産業分類では、塗料卸売業、プラスチック卸売業、その他の化学製品卸売業に分かれる。その他の化学製品卸売業には、工業薬品卸売業（硫酸、硝酸、塩酸、乳酸、防腐剤、溶剤、にがりなど）、ソーダ卸売業などが含まれる。以下では、主には、塗料卸売業と、工業薬品・ソーダ卸売業を取り上げる。

「第13次業種別審査事典」（株式会社きんざい）によれば、「わが国の化学品商社の歴史は、ドイツ合成染料の取扱いに始まる」。工業薬品・ソーダ卸売業は、元々は、繊維や紙パルプに関連した需要がメインであった。特に、アルカリであるカセイソーダ（水酸化ナトリウム）や酸である硫酸は、産業の米と言われており、製造過程に欠かせない中間財である。

総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」（2016年）によれば、化学製品卸売業の年間商品販売額は約25兆6千億円で、卸売業全体の年間商品販売額の約6.5%を占める。また、経済産業省「工業統計調査」の2016年実績によれば、化学工業の製造品出荷額等（従業者4人以上の事業所）は約27兆2千億円で、製造業全体の約9%を占める。

大阪の地位

2016年における化学製品卸売業の都道府県別事業所数を見ると、全国15,289事業所のうち、16.7%が東京都、13.6%が大阪府、8.8%が愛知県、5.2%が福岡県である（表1）。また、従業者数は、全国では160,964人で、東京都が34.9%、大阪府が17.0%である。年間商品販売額は、全国で約25.6兆円のところ、東京都は約12.9兆円と、全国の約半分を占める。大阪府は約5兆円で対全国比は約2割である。東京都は1事業所あたりの年間販売額が大きいことが分かる。

化学製品卸売業のうち、塗料と工業薬品やソーダなどを扱うその他の化学製品卸売業とに分けてみると、その他の化学製品卸売業の年間商品販売額（全国）が、化学製品卸売業の年間商品販売額に占めるシェアは約6割と多いが、塗料卸売業のそれは約7%と少ない（表2）。大阪府の、その他の化学製品卸売業の年間商品販売額が、化学製品卸売業の年間商品販売額に占めるシェアは55.6%と、東京都の66.7%より低い。一方で、塗料卸売業のそれは、大阪府では5.0%のところ、東京都では2.7%となっている。

1事業所当たりの年間商品販売額は、塗料卸売業で

は、全国平均で約6億円のところ、その他の化学製品卸売業は約20億円と、塗料卸売業の方が小規模な企業が多い。

2016年経済センサス活動調査を用いて、大阪府内の市区別に化学製品卸売業の年間商品販売額を並べると、上位から、大阪市中央区、北区、西区の順であり、都心立地型である。大阪における化学製品卸売業は、創業や設立の年次が古い企業が多く、中には、創業後100年を迎えた企業や、明治の初期に創業した企業もある。大阪の道修町は、医薬品産業の集積地であるが、化学製品卸は、古くは、染料や顔料などを仕入れて、繊維産業に卸していた。大阪に化学製品卸が多いのは、大阪において医薬品や繊維関連の製造が盛んであったことと関連している。

業界全体の動向

塗料、工業薬品・ソーダいずれも安定的な需要が見込まれる分野である。ちなみに、工業薬品とソーダは双方取り扱う企業が大半である。

塗料関連の受注は、住宅やビルなどの建築物、橋梁、道路などから、船舶、自動車、家電、鋼板など工業用にも用いられ、幅広い需要先を持つ。都市再開発やインフラの整備など大きな公共事業があると一時的に需要が増える。また、大規模イベントの開催に伴う建築物向けの需要も一時的に増える。金属などへのメッキ加工を行う表面処理加工向けの製品を扱うケースもある。

一方、工業薬品やソーダは、工場における製造過程で多く用いられる中間原料であり、特にカセイソーダは工場で多く用いられるため、需要は主には工場の稼働率に比例するという。カセイソーダは、塩水の電気分解によって得られる。塩ビの製造過程で生成されることから、塩ビを多く製造する日本において、カセイソーダも多く製造されている。カセイソーダはあらゆる基礎素材製品の製造処理や、排水処理など幅広い用途を持つ。

カセイソーダの海外需要は、主にはボーキサイトからアルミニウムをつくる過程で使われることから、以前まではオーストラリアがメインであったが、近年では中国やインドからの需要も増えている。

また工業薬品関連では、リチウムイオン電池に使う正極材などの需要が増えているため、この恩恵を受けているという。フィルム関連に注目している企業もある。

売上・利益は横ばいかやや増

概ね売上は塗料、工業薬品・ソーダともに横ばい傾向であるが、工業薬品・ソーダ卸売業では仕入れ値の上昇に連動して売上が上昇したケースもある。ただし足もとでは、市況の下落から調整局面に入っており、売上は足踏みという声もある。利益は横ばいかやや増という企業が多い。ただし、特定の需要先を持つ企業では、需要先の事情で売上が下がったケースもある。

5月のゴールデン・ウィークや大阪で開催されたG20などで工場が止まったため、影響があったという声も聞かれたが、あらかじめ販売量は調整されていた

め、影響が無かったというケースも多い。

価格、コスト

塗料関連では、大型案件では単価が下がるという。このため、経営上は小型案件が多数ある方が良い。塗料は石油を原料とするため、原油価格の変動に影響を受ける。このため最近では値上げ基調にある。ただし、ガソリンなどと比べると、急激な価格変更はないという。

工業薬品やソーダ関連のコストも、原油価格変動の影響を受ける。最近では、中国やインドからのカセイソーダの需要が大きく伸びており、国内で製造されたカセイソーダはこれらの国々に優先的に輸出されている状況である。逼迫する需給を受け、国内価格はおよそ2年間で約2倍に上がったという。ただし直近では、インドにおいて、BIS (Bureau of Indian Standard、インドの品質規格) にカセイソーダが加わったことや、中国においては、環境規制の強化に伴う工場の稼働停止や、米中の貿易問題に端を発した米国向け製品に用いる化学製品の需要停滞などがあり、アジア市況は落ち着く傾向にある。このため、仕入れ値の値下げ交渉を行う企業もある。

仕入れ値の変動があっても、マージン率は一定に保ち、価格転嫁するケースが多いが、一部塗料関連では、100%価格転嫁ができず、利益が圧縮されているというケースもある。

投資は堅調

設備投資については、維持・補修を継続的に行う企業や、新規需要獲得のため、新たな精密機器を導入するケースもある。大阪東部の企業では、敷地が手狭なため大型トラックが駐車できないことから、今後の事業運営のために、駐車スペースの拡張工事を行っている。資金繰りは概ね順調であるが、一部で厳しいという話も聞かれた。

採用は堅調

退職に伴う欠員補充などを実施しており、従業員規模は増減無しという企業が多い。規模の小さい企業では、公募が難しいケースもあり、縁故による中途採用などで欠員を補充している。また、正社員として雇用しないと技術が蓄積しないという声も聞かれた。

賃金の支払いについては順調で、ベースアップしたケースもあった。

消費税増税の影響

消費税率引き上げについては、例えば同じ重曹でも、消費税率は、食品向けは8%、入浴剤は10%になることが想定され、販売価格がどうなるか見通せない。塗料も工業薬品・ソーダも、駆け込み需要が見込めるような製品ではないが、塗料関連では、集合住宅からの前倒し需要が見られるという。増税後は買い控え傾向が続くのではないかと、との懸念の声も聞かれた。

世界情勢

米中貿易摩擦によって化学製品の中国向けの輸出が

鈍化しているなど、工業薬品・ソーダ卸売業では米中関係悪化の影響が大きい。半導体の製造工程に用いるフッ化水素が輸出規制となった日韓関係についても懸念材料であるという。TPPの影響はあまり感じないが、TPPで手続きが簡素化されれば有難いという意見があった。インバウンドの効果では、ホテル建設ラッシュによる塗料需要の増加が見られる。また、東南アジアにおける化学製品への需要が高まっているという。

今後の見通し

大阪で開催される万博は、特に塗料関連の卸売業には追い風になると予想される。工業薬品やソーダ関連では、米中関係や日韓関係に関して様子見という感じであるが、需要の趨勢についての懸念は無いという。

(福井 紳也)

表1 化学製品卸売業の事業所数・従業者数・年間商品販売額

都道府県	事業所数		従業者数		年間商品	
	対全国比 (%)	(人)	対全国比 (%)	販売額 (兆円)	対全国比 (%)	
東京都	2,555	16.7	56,109	34.9	12.91	50.4
大阪府	2,076	13.6	27,397	17.0	5.00	19.5
愛知県	1,343	8.8	11,883	7.4	2.01	7.9
福岡県	802	5.2	5,518	3.4	0.72	2.8
全国計	15,289	100.0	160,964	100.0	25.60	100.0

資料：総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」(2016年)

(注) 事業所に関する集計

表2 塗料卸売業・その他の化学製品卸売業の事業所数・従業者数・年間商品販売額

(塗料卸売業)						
都道府県	事業所数		従業者数		年間商品	
	シェア (%)	(人)	シェア (%)	販売額 (兆円)	シェア (%)	
東京都	301	11.8	3,227	5.8	0.34	2.7
大阪府	256	12.3	2,319	8.5	0.25	5.0
愛知県	235	17.5	1,752	14.7	0.18	9.1
福岡県	168	20.9	1,112	20.2	0.12	17.1
全国計	3,125	20.4	3,125	1.9	1.79	7.0

(その他の化学製品卸売業)						
都道府県	事業所数		従業者数		年間商品	
	シェア (%)	(人)	シェア (%)	販売額 (兆円)	シェア (%)	
東京都	1,372	53.7	35,757	63.7	8.61	66.7
大阪府	1,100	53.0	14,327	52.3	2.78	55.6
愛知県	646	48.1	5,580	47.0	0.93	46.0
福岡県	366	45.6	2,694	48.8	0.37	51.9
全国計	7,543	49.3	88,660	55.1	15.36	60.0

資料：総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」(2016年)

(注) シェアとは、それぞれの都道府県ごとの化学製品卸売業に占めるシェアを表す。

バー（深夜酒類提供飲食業）

足元の売上高は横ばいで推移するものの、酒類等の仕入原価が上昇しており、売価への転嫁など対応が十分に採れていない事業者の収益を圧迫している。

かつて市場を支えていた法人の交際費等支出額が減少したことで、個人客へのシフトが進んでいる。そのなか外国人客への対応が業績に大きく影響している。

業界概要

飲食業のうち、主に酒類を提供する事業所は、日本標準産業分類の7661「バー、キャバレー、ナイトクラブ」に分類される。このカテゴリに含まれる店舗の呼称としては、一般的にクラブ、ラウンジ、スナック、バー、ナイトクラブ、キャバレーなどがあり、さらに細分化されたスポーツバー、ワインバー、シガーバーなどがある。これらの事業所は、その事業内容等により営業許可が異なる。接待サービスが伴うクラブ、ラウンジ等は、風俗営業の許可が必要となる。またダンスフロアなどの遊興設備を持つナイトクラブなどは、特定遊興飲食店営業の許可が必要となる。これらのいずれにも該当しない店舗は、一般的にバーと呼ばれるが、午前0時を超えて営業する場合は、深夜酒類提供飲食店営業開始届の提出が必要となる。

本調査では、主に深夜営業を行うバーを対象とする。なお、バーは他の飲食店に比べ小規模、小資本でも出店できるため、小規模な事業者が中心（国税調査によるとバーテンダーの44.5%が経営者となっている）であり、参入退出も多いという特徴があり、その実態を把握しにくい業種である。その一方で、バーは、インバウンド市場の課題として認識されはじめたナイトタイムエコノミー（夜から深夜にかけてのサービス等の経済活動）の充実において、一翼を担う業種である。

大阪の地位と特徴

大阪のバー・キャバレー・ナイトクラブを合わせた事業所数は、5,522事業所であり、従業者数は20,228人（総務所「平成28年経済センサス活動調査」）となっている（図表1）。それぞれの全国に対する構成比は、事業所数は5.8%、従業者数は5.9%である。また2009年から2016年の増減をみると、全国で事業所数は24.6%減、従業者数は27.8%減と、それぞれ減少しているが、大阪ではそれぞれ34.9%減、35.0%減と、いずれも減少幅は全国を上回っている。

一般的にバーの立地特性として、ビジネス街の近くや交通の要所など都心部に集中する傾向がある。府内では大阪市内の北新地及び難波周辺などが代表的な集積地である。なかでも北新地の歴史は古く、元禄元年に町割された「堂島新地」に、役人や商人たちを相手に栄えた遊所地がはじまりとされている。

売上高は全体としては横ばい

食の安全・安心財団の調査によると、バー・キャバレー・ナイトクラブの全国の市場規模は、バブル経済期前後（ピークは1992年の約3兆7千億円）をピークに減少し、その後2012年を底に、近年はやや横ばい傾向にある（図表2）。業界関係者は、こうした市場規模減少の背景に、企業の交際費等の経費減少が大きく影響しているという。国税庁が公表する交際費等支出額

（以下、交際費支出）はピークの1992年には6兆2千億円超であったが、その後の景気の後退や交際費支出に対する税制改革などの要因から、2017年にはおよそ4割減の3兆8千億円となっており、大筋では市場規模の推移と整合する。しかし近年は、交際費支出は回復傾向にあるものの、市場規模は横ばいとなっている。これについて事業者からは、バーの主要顧客が、交際費支出の減少とともに法人客から個人客へとシフトしているため、との意見を聞くことができた。

また足元の業績では、顧客数、売上高ともに横ばいと回答が多い。そのなか近年、個人客の行動に変化を感じるという意見もある。バーの顧客は仕事帰りに来店することが多く、従来は金曜日に来店が集中していた。しかしハッピーマンデー制度導入以降、3連休が増え、旅行など休日の朝から予定を組む人が金曜日の飲酒を控えるようになり、平日との客数の差がなくなったという。同様に今年の長いゴールデンウィークは、売上の足を引っ張ることになったとの声も多い。

一方で、なんばなど外国人旅行者の往来が増えている地域では、それを業績向上に繋げている店舗もみられる。たとえば、外国人にも分かりやすくするため、メニューを英語表記したり、チャージなどの料金システムの説明を徹底したりする店舗もある。さらに外国人客がSNSのロコミで店舗を選択する傾向があることから、動画映えするように、バーテンダーのテクニックをショーアップして見せたり、店舗名が入るように撮影したり、といった工夫をしている。こうして外国人向けに対応することで、大幅に業績を伸ばし、バブル経済期以上の売り上げを達成している事業者もいる。

食品や酒類の原価上昇が収益を圧迫している

公益社団法人全国生活衛生営業センターが公表する2018年の社交業の仕入原価をみると、すべての月で前年同月を上回っていた。相次いだ自然災害による野菜等の価格上昇のほか、主力の酒類でも原価が上昇している。近年、日本製のお酒に対する世界的評価が高まったことで海外需要が急増し、酒類の輸出額が7年連続で過去最高を記録している（国税庁「酒レポート平成31年3月」）。なかでも人気のウイスキーは、仕込みから完成までに数年を要するため品薄状態が続いており、入手困難な商品もでてきている。こうした原価上昇に対して、販売価格を引き上げる事業者もいるが、それができない事業者では、レシピを工夫するなど、材料コスト削減に取り組んでいるが、十分に対応ができず収益を圧迫する要因となっている。

同様に、10月に迫った消費税率引き上げに対しても、価格転嫁できる事業者もいるが、そうでない事業者で対応に苦慮している。例えば、特にコース料金を税込みで切りの良い価格にしている場合、増税分を反映することが難しく、結果、事業者負担となり、収益が圧迫されると予測する事業者もいる。

技能者であるバーテンダー確保が鍵

店の顔となるバーテンダーには、お酒の知識やカクテルを作る技術に加え、客とのコミュニケーション能力が求められる。大阪府では、技能者表彰制度「なにわの名工」においてバーテンダーを職人として表彰している。いわゆるオーセンティックバーなど格式を重んじる店舗では、徒弟制度が残っておりバーテンダーは数年経験を積むと独立していく。そのため一定期間ごとに新たなバーテンダーを採用することが慣例となっている。近年、日本のバーテンダーが世界大会で好成績を収めるなど注目が集まっており、人気の職業ともみられているが、少子化などから数は増えておらず、バーテンダーの確保は1つの課題となっている。

他の飲食店と同様に、バーでも店舗スタッフの人材不足感は強い。立地条件や店の知名度などの条件によっては例外もあるが、多くの事業所では、人材確保のため、給与水準を引き上げるなどの対策を講じている。

商品品揃えのための長期資金が必要

バーテンダーが客の好みに応じた商品を提供するには、人気のお酒や高級酒、知名度は低くとも特徴のあるお酒など豊富な商品ストックが必要となる。しかし高級酒や特徴のあるお酒は、品揃えとして必要となるものの、提供機会が少ないこともあり、資金回収には時間を要する。そのためバー経営では、こうした商品ストックのための長期資金が常に必要となる。

外国人旅行者の対応は地域に大きな差がある

既述のとおり、外国人旅行者が多く訪れる地域では、それを上手く取り込み業績を伸ばす事業者もいるが、小規模事業者が多いバーでは、外国人の受け入れ準備ができていない事業者も少なくない。そのため大阪府からは「多言語メニュー作成支援ウェブサービス」、また金融機関からは、指差しでコミュニケーションできるツールや外国人客をもてなすためのガイドブックなどが配布されている。業界団体でも、インバウンド需要を取り込むため、こうしたツールを活用やセミナーなどにより、各事業者への支援を行っている。

一方、同じ大阪市内でも北新地周辺など、外国人旅行者の往来があまりない地域もある。こうした地域では、外国人旅行者の呼び込みに関心が高まる一方で、地域や店舗の雰囲気が変わってしまうのではないかと懸念する声もあがっている。こうした地域のバーでは、今後の事業展開において重要な局面を迎えているとみられる。

今後の見通し

かつて業界を支えていた企業の交際費支出はやや上昇傾向にあるが、バブル経済期の水準に戻るとは考え難い。そのため各事業者では、法人客ではなく個人客の確保を重視するようになってきた。そのなか近年、増加する外国人旅行者の重要性が高まっている。今後、大阪では2019年にラグビーワールドカップ、2021年ワールドマスターズ、2025年の大阪・関西万博などの国際イベントが予定されており、その間にIR（統合型リゾート）の開業も見込まれている。業界では、こうした国際イベント等により、来阪外国人の多様化や富裕層の増加など、新たな顧客が増えることに期待が高まっている。一部の地域ではこうした将来を見据え、地域の事業者と住民が一体となったまちづくりに取り組む動きもみられる。このように社会の大きな変化のなかで、業界では新たな取組みも始まっている。

(越村 惣次郎)

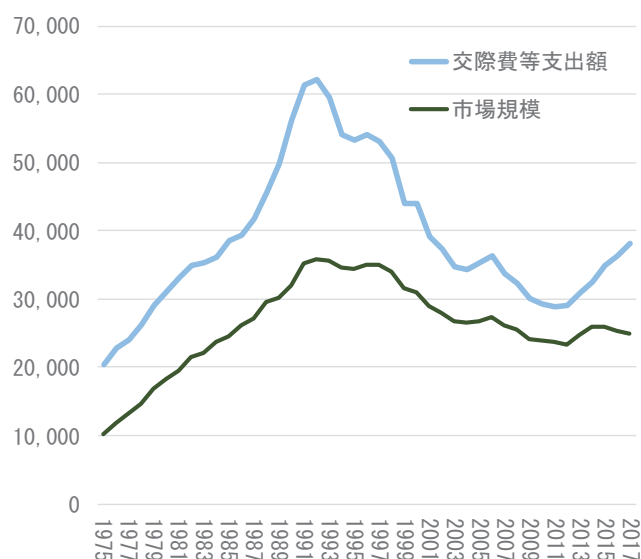
図表1 バー・キャバレー・ナイトクラブの推移

(単位：事業所、人、%)

	大阪				全国			
	事業所数		従業者数		事業所数		従業者数	
	増減	増減	増減	増減	増減	増減	増減	
2009年	8,488	—	31,108	—	126,866	—	476,180	—
2012年	6,614	-22.1	24,859	-20.1	102,003	-19.6	385,502	-19.0
2014年	6,264	-5.3	23,180	-6.8	103,439	1.4	374,687	-2.8
2016年	5,522	-11.8	20,228	-12.7	95,674	-7.5	343,630	-8.3

資料：総務省『経済センサス基礎調査・活動調査』。

図表2 バー・キャバレー・ナイトクラブの市場規模及び交際費等支出額の推移（全国）（単位：億円）



資料：食の安心・安全財団『外食産業市場規模推移』及び、国税庁「会社標本調査」。

アジアの活力を取り込む中小企業 - 『おおさか・グローバル・メソッド』の取組み - (資料 No. 172)

大阪産業経済リサーチ&デザインセンター

1. 中小企業のグローバル化は新たな局面に

今、アジア新興国は、イノベーションや新市場創造の機会が溢れる世界の成長センターとしての存在感を高めています。府内中小企業が、この魅力あるアジア市場に参入するには、従来の系列取引の延長による海外展開ではなく、現地の社会課題やニーズに対応した製品・サービスを提供する案件形成型展開が重要となります。

当センターでは、アジア新興国に向けた府内中小企業の案件形成型展開を推進する新たな支援策を検討するため調査を実施し、その結果を「アジアの活力を取り込む中小企業-『おおさか・グローバル・メソッド』の取組み-」(資料No.172)としてとりまとめました。以下では、その要約を説明していきます。

2. 各章の概要

第1章 魅力的ある市場へと変容するアジア

◆急速に豊かさを増すアジア新興国

成熟期を迎えた日本とは対照的に、成長期にあるアジア各国¹では、人口やGDPは今後も増加が見込まれており、国民の豊かさを示す一人当たりGDP(購買力平価)は、日本を上回るスピードで成長しています(報告書p7、図表1-4)。

◆イノベーションと新市場創造の機会が豊富

経済成長に伴いアジア新興国市場では、中間層など新たな需要層が増加しており、それらが抱える社会課題等が、新たなイノベーション²や新産業の苗床となっています。その影響もあり、急成長するユニコーン企業の創出でも世界の注目を集めています(報告書p14、図表1-10)。こうしたアジア新興国の市場環境は、大阪の中小企業にも新たな事業展開の可能性を予見させるものです。

第2章 中小企業のグローバル化の現状

◆グローバル化に取り組む中小企業はまだわずか

¹調査では、人口や経済成長の状況から中国、インド、タイ、ベトナム、インドネシア、フィリピンを取り上げた。

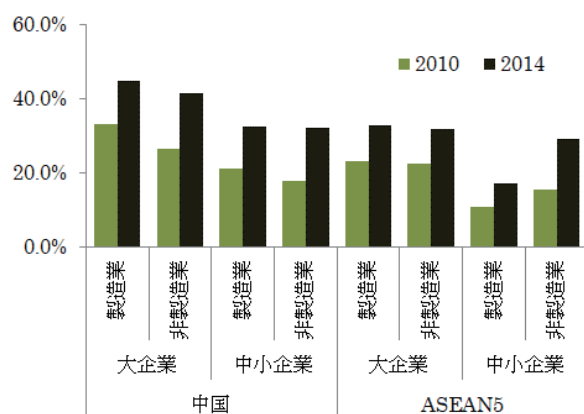
²新興国発のイノベーションが先進国に波及していくリバーイノベーションなども注目されている。

中小企業によるグローバル化の取組みは拡大しているものの、直接投資に取り組む中小企業の割合は全体の0.17%、同様に直接輸出に取り組む割合は3.5%と、一部の企業の取組みに留まっています。

◆現地の取引構造は、日系VCからGVCへ

かつては製造業を中心に中小企業の海外展開は、海外進出した取引先大企業との取引継続を目的とした日系企業間取引(日系バリューチェーン)型の海外展開がその中心でした。しかし近年、アジアでは日系企業間取引は減少し、現地企業などとの取引が中心となるグローバル・バリュー・チェーン(GVC)への移行が進んでいます(図表1)。

図表1 日系企業の現地ローカル市場販売割合



出所：大阪府商工労働部・大阪経済大学中小企業・経営研究所[2016]「海外で経営現地化に取り組む中小企業」。経済産業省「海外事業活動基本調査」の1996年から2014年の個票データより作成。

◆現地需要獲得には、現地課題等に対応した事業を展開する案件形成型が重要

アジアでは日系企業間の取引減少により、現地需要獲得が新たな課題となっており、現地の取引先やパートナー企業の開拓の重要性が高まっています。それには現地ニーズを把握し、それに適した事業計画を立案し、それを関係者等に提案していく、案件形成型の展開が必要となります。

第3章 『おおさか・グローバル・メソッド』の取組み

2018年度、大阪府商工労働部中小企業支援室は、中小企業のグローバル化を支援するための新プロジェクト『おおさか・グローバル・メソッド（以下、OGM）』をスタートしました。

◆OGM連続講座の特長

OGMでは、連続講座を開催しました。その特長は以下の通りです。

① 系列型から案件形成型へ

案件形成型展開へのシフトを重視し、最終目標を、中小企業自らが現地の企業や投資家などに売り込むためピッチ（プレゼンテーション）大会としました。また講座前半ではマインドセットの変化や具体的なマーケットインの方法論について学びました。

② 支援対象企業の掘り起しと絞り込み

講座実施に先立ち、支援対象企業をより理解するため、既存事業の支援先や協力機関からの情報提供を受けた企業や、また国のデータベース等から抽出し、データベースを作成しました。また講座実施中は、企業のグローバル意欲等を把握するなど、支援対象企業の理解を深め、最終回のピッチ候補企業はデータベースより選出しました。

③ 支援ネットワークの構築

府と同じ目線で、中小企業を支援する支援ネットワークを構築するため、企画段階から政府機関、金融機関、民間団体、在阪外国政府などの各機関とコンセプトの共有を図り、協力関係を構築しました。特に、ピッチではJETROや金融機関、さらに総領事館、外国人越境EC事業者、WAOJE（海外拠点有する日本人事業家等の団体）などが参加し、現地の市場や生活環境などの視点から評価しました。

◆OGM連続講座の結果

案件形成型展開には、多様な支援が必要となります。図表2はOGMに参加する専門支援機関の主な機能と中小企業が直面する課題との相関図です。課題①～⑥は中小企業が海外市場参入する際、直面すると考えられるものですが、今回のOGMでは、これらにも対応のできる在阪外国総領事館、外国人事業者などからも協力を得ていました。

図表2 課題と支援機関の主な機能の相関図

	在阪外国政府機関	JETRO、JBIK等	KANSAI INSTITUTE	府内中小企業支援機関	金融機関等	国内外の民間団体・事業所（WAOJE等）	教育機関（エール学園等）	外国人事業者（バイヤー等）
①現地顧客の開拓	○					○		◎
②現地向けの商製品の開発・改良			○	◎	○			
③現地課題・ニーズの発見	○	○			○	◎		◎
④現地パートナーの開拓	○	○			○	◎		
⑤現地の言語・文化、法制度・商習慣、貿易業務等の知識	◎	◎	◎		○	○		
⑥グローバル人材の確保							◎	

出所：講座内資料及び各機関等のホームページより作成。

第4章 新たな支援に向けた提言

最後に、今後の中小企業のグローバル化を支援する政策の企画・運営に向けた提言を提示します。

(1) 支援対象企業データベースの充実

事前に支援対象企業の事業概要や目指す国・地域などを把握することで、限られた支援リソース（人・予算等）においても支援の有効性が高まります。そのため支援対象企業データベースの充実は今後も重要となります。

(2) 海外の現地情報に根付いた支援機能の強化

案件形成型展開で必要となる現地の社会課題などを把握する支援者は限定されます。OGMでは、ピッチ大会に、在阪外国政府機関や外国人事業者なども参加したことで、グローバル視点による評価が可能となりました。さらに国内外に拠点を有する民間事業者の団体からは、事業への助言だけでなく、精神面からも支えるメンターの役割をも期待できました。こうした海外の現地事情に根付いた支援機能を持つ機関及び支援者との関係構築は必須の取組み課題といえるでしょう。

(3) 支援ネットワークの拡充・強化

各機関のネットワークへの参加を促進するには、適切な情報共有と各支援機関固有の目的達成（リターン）が確保できる仕組みづくりが重要となります。さらにネットワークによる成功事例等の成果を積極的に情報発信することで、新たな支援者や企業を呼び込む成功の循環が生まれます。その結果、大阪に中小企業の案件形成型展開を推進する「エコシステム」が形成されると期待されます。

※報告書全文は下記アドレスでご覧になれます。

<http://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/sangyoukeizai.html>

大阪府における中小企業の事業承継支援の課題と方向性 (資料 No. 173)

大阪産業経済リサーチ&デザインセンター

1. はじめに

我が国の中小企業・小規模企業経営者は、年々高齢化が進んでいます。中小企業庁は、70歳を超える経営者は2025年には245万人となり、そのうち約半数の127万人が後継者未定となると試算しています。いまや中小企業・小規模企業の事業承継は、地方経済の活力維持のためには喫緊の課題となっています。

事業承継といっても、親族による承継が主流ではありますが、親族外承継やM&A等、様々な形態があり、それぞれに特有の難しさがあります。本調査は、百者百様の中小企業における事業承継の実態を、先行研究や企業及び支援機関を対象としたヒアリングによって把握し、今後の施策の方向性を検討する基礎資料を作成するために実施しました。その結果は『大阪府における中小企業の事業承継支援の課題と方向性』(資料 No.173)としてまとめました。

2. 調査結果の概要

大阪の経営者の特徴

東京商工リサーチの調査によると、都道府県別の社長の平均年齢は、大阪府が47都道府県中で最も若いという結果でした。経営者の年齢が若いほど、雇用維持拡大や、積極投資、リスクを伴う行動に前向きで、売上高推移の見込みも「増加」とみる割合が高いといった資料もあることから、経営者の平均年齢の若い大阪府は、円滑な事業承継が行われ、この状況を維持することで、より高い成長が期待できると考えられます。

ところで、2016年(中小企業庁が発表した企業数データの最新時点)における、大阪府の企業の倒産比率は全国で最も高く、その一方で休廃業・解散比率は低いという結果になっています。大阪では会社を売ることに強い抵抗を持ち、M&Aを含めた事業承継を先送りする間に機を逸し、倒産という最悪の事態に至ってしまう傾向にあるのではないかという見方もあり、注意が必要です。

「事業承継診断ヒアリングシート」集計・分析結果から

商工会・商工会議所の経営指導員が会員企業に対して、事業承継の現状について「事業承継診断ヒアリングシート」を使用して聞き取りを行った結果から、2018年11月段階での1,329件を集計・分析しました。

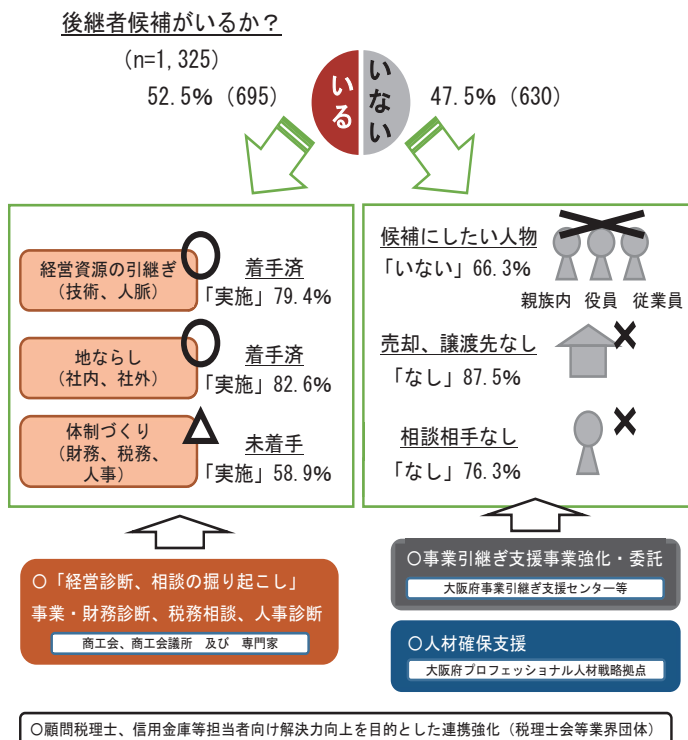
まず、後継者候補の有無については、52.5%が「候補あり」(ただし後継者本人が承諾しているかどうかは不明)と回答しています。

業種別には、「小売業」、「飲食業」、「サービス業」、「運輸業」で「候補あり」とする回答が半数を割っており、「卸売業」がほぼ半数となっています。

「候補あり」の場合、「経営資源の引継ぎ(技術・人脈)」(79.4%)と「地ならし(社内・社外)」(82.6%)の実施率は高いですが、「体制づくり(財務、税務、人事)」(58.9%)は実施率が低い企業が多くなっています。「後継者なし」の場合の事業承継実施状況は、「親族内や役員・従業員等の中で後継者にしたい人物」は「いない」が66.3%、「事業を売却や譲渡などする相手先」は「なし」が87.5%、「事業売却や譲渡について相談先となる専門家」も「なし」が76.3%と、いずれも「なし」が多数を占めています。

この分析結果から、「後継者あり」の企業に対しては、主に財務・税務・人事の専門的な相談事業を、「後継者なし」の企業に対しては、事業引継ぎ支援や人材確保支援に誘導すること、それらと併せて、中小企業にとって身近な税理士業界との連携強化等が有効と思われる(図表1参照)。

図表1 「事業承継ヒアリングシート」集計・分析結果から見た支援施策の方向性



企業ヒアリングの結果から

府内の事業承継を経験した中小企業（一部準備中の企業を含む）を対象とした 56 件のヒアリング結果の要点を示します。

事業承継に当たって困ったことの典型例として、先代の急死で承継までの間に全く準備期間がなく、しかも後継者に必要な情報が伝達されていないことなどの「準備不足」があげられます。そして、株式の移転についても多くの後継者が大変な苦勞をしています。先代と後継者との間で意見・方針が激しく対立する例も少なくありません。

同族外承継には、借入金の個人保証や、株式の買取、親族及び後継者家族の同意等、固有の難しさがあります。M&Aの場合は、そもそも対象となる企業と出会う機会がないことが問題となっています。

事業承継施策に対する要望・意見としては、相談先の入口がわからない、事業承継支援施策があることをもっとよくわかるようにPRを、といった施策全般の周知徹底に関する意見が目立ちました。

これから事業承継に取り組む経営者・後継者へのメッセージとしては、経営者の子供は家業が身近すぎて、その魅力や伸びしろに気づかないという意見がありました。まず自社の強み・弱みを見極め、自社の存在価値を明確にすることが、事業承継への動機づけにつながるという意見もあり、これは重要な指摘とみるべきでしょう。

また、社員との良好な関係を構築し、一緒に考え、一緒に歩むこと、そして信頼できる補佐役の幹部の存在が重要、といった、社員重視の姿勢が強く感じられました。そして、後継者としての覚悟を固める、早めの準備をするといった声も少なくありませんでした。

まとめ

中小企業の事業承継を円滑に進めることは、今後のわが国経済の将来にとって、待ったなしの課題であることが、本調査を通じて改めて確認できました。以下にそのポイントをまとめます。

■後継者不在による企業の消滅が地域経済に与える影響を最小限に食い止めなければならない。

■企業にあっては、現在の事業内容を精査し、不採算事業や遊休資産、負債等の整理を進め、主力事業の磨き直しにより、自社の存在価値を高め、後継者にとって魅力ある企業にしていくことが第一歩といえる。

■支援機関にあっては、事業承継を早めに準備するように、継続的に啓発に努めるとともに、既存施策のPRの徹底、分かりやすい資料の作成等による、施策の周知徹底が求められている。

■事業承継の相談に来ない中小企業が多いのは、一般に中小企業の経営者が製造現場、開発、資金繰り、営業といった経営全般にわたり、一人何役もこなす多忙な毎日を送っているため、相談に行きたくても窓口まで出かけていく時間がないからである。「待ち」の支援の限界を克服し、百者百様の事業承継に対し踏み込んだ支援（プッシュ型支援）が必要となる。

■プッシュ型支援を展開するためには、地域の商工会・商工会議所の経営指導員、金融機関、税理士会等専門家とのネットワークのもと、経営指導員にあっては日常的に企業と接触する機会を活かした掘り起こしを進めるために、情報量や支援のノウハウを高めていく必要がある。

報告書冊子は、大阪府府政情報センターにおいて閲覧・購入いただけます。

●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5階

TEL：06-6944-8371

なお、報告書の内容は、大阪産業経済リサーチ&デザインセンターのウェブサイトからご覧いただけます。

●大阪産業経済リサーチ&デザインセンターのウェブサイト

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

大阪経済指標

(凡例) Pは速報値。
年計(平均)及び前年同月比は、
特にことわりのない限り、原数値
(指数)を採用。

I 消費

	大型小売店販売額								コンビニエンスストア販売額				
	大阪府				全国				近畿		全国		
	合計	百貨店	スーパー		合計	百貨店	スーパー		合計	百貨店	スーパー		
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	
億円	億円	億円	億円	億円	億円	億円	億円	億円	億円	億円	億円	億円	
15年	18,170	2.4	9,390	8,780	200,487	1.3	68,257	132,230	16,156	6.1	109,938	5.5	
16	17,809	▲1.0	9,046	8,763	195,979	▲0.4	65,976	130,002	16,972	5.0	114,456	4.1	
17	18,155	1.9	9,388	8,767	196,025	0.0	65,529	130,497	17,468	2.9	117,451	2.4	
18	P 18,306	P 0.8	P 9,627	P 8,679	P 196,044	P 0.0	P 64,434	P 131,609	P 17,891	P 2.4	P 119,780	P 2.0	
18年	4	1,460	2.9	760	699	15,565	▲0.1	5,005	10,560	1,455	2.9	9,721	2.2
	5	1,450	0.1	747	704	15,664	▲1.4	4,944	10,721	1,480	0.1	9,979	3.3
	6	1,462	2.5	751	711	16,030	2.1	5,331	10,699	1,496	3.7	9,978	2.5
	7	1,608	▲1.9	859	749	17,002	▲1.0	5,617	11,384	1,613	1.3	10,900	1.3
	8	1,421	1.8	695	726	15,751	0.6	4,515	11,236	1,602	1.5	10,745	2.2
	9	1,367	▲2.0	672	695	15,135	1.1	4,600	10,535	1,545	5.7	10,222	4.5
	10	1,501	1.8	791	710	15,862	▲0.2	5,159	10,703	1,496	0.5	9,986	0.0
	11	1,555	▲1.3	851	704	16,437	▲1.7	5,789	10,648	1,458	2.5	9,716	2.0
	12	2,012	0.2	1,149	863	20,825	▲0.5	7,405	13,420	1,583	3.6	10,566	2.8
19年	1	1,519	▲3.3	800	719	16,322	▲3.0	5,380	10,941	1,432	3.5	9,564	2.6
	2	1,368	0.9	722	646	14,345	▲1.5	4,600	9,746	1,362	5.7	9,003	3.8
	3	1,559	1.0	855	704	16,544	1.0	5,619	10,926	1,525	2.3	10,126	1.6
	4	1,467	0.5	779	688	15,354	▲1.4	4,894	10,460	1,513	4.0	9,977	2.6
	5	1,470	1.3	763	706	15,631	▲0.2	4,849	10,783	1,543	4.2	10,258	2.8
	6	P 1,477	P 1.1	P 769	P 709	P 15,977	P ▲0.3	P 5,216	P 10,761	P 1,535	P 2.6	P 10,116	P 1.4

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

	新車販売台数				家計消費支出				常用雇用労働者現金給与総額					
	大阪府		全国		近畿		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	15年=100	%	15年=100	%	
15年(平均)	213,729	▲9.5	4,215,895	▲10.3	286,831	▲1.9	287,373	▲1.3	379,577	100.0	▲0.1	100.0	▲1.4	
16	215,603	0.9	4,146,464	▲1.6	279,114	▲2.7	282,188	▲1.8	380,664	100.3	0.3	100.4	0.3	
17	227,429	5.5	4,386,385	5.8	276,211	▲1.0	283,027	0.3	379,086	99.9	▲0.4	100.1	▲0.3	
18	228,154	0.3	4,391,160	0.1	277,810	0.6	287,315	1.5	379,983	100.1	0.2	99.4	▲0.7	
18年	4	16,055	2.9	305,027	2.6	274,841	▲3.3	294,439	▲0.5	326,955	86.2	2.0	85.8	1.2
	5	16,433	▲0.5	307,721	▲1.5	273,422	▲3.0	281,307	▲0.6	313,214	82.6	3.1	82.1	2.4
	6	18,820	▲7.6	375,366	▲5.3	263,513	2.9	267,641	▲0.4	574,469	151.5	1.3	151.0	0.6
	7	18,854	4.6	368,887	3.3	272,497	0.9	283,387	1.5	453,407	119.6	▲0.3	119.4	▲1.1
	8	15,806	4.3	302,340	4.0	276,613	2.0	292,481	4.3	307,572	81.1	1.5	80.5	0.5
	9	20,789	▲7.6	404,057	▲3.3	261,081	▲0.8	271,273	0.9	311,217	82.1	▲1.6	81.3	▲2.6
	10	18,987	15.6	346,874	11.6	287,982	5.3	290,396	2.7	310,211	81.8	0.0	80.7	▲1.3
	11	19,396	13.4	357,307	7.4	278,246	▲1.1	281,041	1.3	313,890	82.8	2.2	82.0	1.5
	12	16,898	▲2.2	319,670	▲3.2	319,777	3.6	329,271	2.2	713,796	188.2	▲3.0	186.7	▲3.2
19年	1	18,807	4.8	342,477	0.9	290,858	5.7	296,345	2.3	300,264	79.2	0.3	78.3	▲0.1
	2	21,834	2.9	401,376	▲0.1	255,091	▲2.6	271,232	2.1	299,215	78.9	▲0.1	78.0	▲0.5
	3	26,148	▲3.0	532,506	▲5.3	292,986	1.6	309,274	2.7	319,346	84.2	▲4.0	83.1	▲4.8
	4	17,346	8.0	314,950	3.3	283,815	3.3	301,136	2.3	321,837	84.9	▲1.5	83.8	▲2.3
	5	17,611	7.2	327,418	6.4	291,230	6.5	300,901	7.0	308,364	81.3	▲1.6	80.3	▲2.2
	6	19,027	1.1	366,975	▲2.2	260,789	▲1.0	276,882	3.5					

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

総務省統計局「家計調査」
※二人以上世帯
※年平均

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

Ⅱ 投 資

	全建築物着工床面積								新設住宅着工戸数					
	大阪府				全国				大阪府			全国		
	合計		非居住用		合計		非居住用		合計		合計			
	千平方 米	前年 比	千平方 米	前年 比	千平方 米	前年 比	千平方 米	前年 比	戸	前年 比	戸	前年 比		
15年	7,894	▲ 6.3	3,244	▲ 6.6	129,624	▲ 3.3	50,695	▲ 5.9	64,204	▲ 0.5	909,299	1.9		
16	8,348	5.7	3,321	2.4	132,962	2.6	50,753	0.1	69,466	8.2	967,237	6.4		
17	8,249	▲ 1.2	3,334	0.4	134,679	1.3	52,968	4.4	68,963	▲ 0.7	964,641	▲ 0.3		
18	7,787	▲ 5.6	2,512	▲ 24.7	131,147	▲ 2.6	52,432	▲ 1.0	75,659	9.7	942,370	▲ 2.3		
18年	4	658	▲ 7.1	165	▲ 44.3	11,733	▲ 1.2	4,624	0.5	7,327	29.8	84,226	0.3	
	5	817	47.1	201	0.7	10,912	▲ 2.7	4,193	▲ 6.8	8,291	61.8	79,539	1.3	
	6	654	0.5	226	14.0	11,350	▲ 8.2	4,565	▲ 5.0	6,251	2.0	81,275	▲ 7.1	
	7	765	19.8	277	40.0	11,869	2.6	4,958	8.8	6,151	▲ 1.3	82,615	▲ 0.7	
	8	645	▲ 13.1	212	▲ 30.7	10,906	▲ 4.9	4,204	▲ 10.9	6,376	5.9	81,860	1.6	
	9	749	31.1	272	55.1	11,160	▲ 4.2	4,423	▲ 7.3	7,415	33.5	81,903	▲ 1.5	
	10	686	▲ 14.1	268	▲ 30.5	11,604	0.0	4,602	▲ 3.2	5,633	▲ 11.0	83,330	0.3	
	11	602	▲ 24.9	160	▲ 55.3	11,194	▲ 3.4	4,151	▲ 7.0	6,729	9.9	84,213	▲ 0.6	
	12	526	▲ 11.7	160	▲ 41.3	10,878	7.2	4,293	15.3	5,398	22.3	78,364	2.1	
19年	1	798	51.7	321	82.4	9,717	2.6	3,970	1.0	6,380	36.9	67,087	1.1	
	2	648	11.3	235	29.5	9,789	▲ 2.9	3,700	▲ 15.1	5,869	▲ 3.1	71,966	4.2	
	3	631	9.5	164	▲ 22.8	9,966	▲ 0.2	3,334	▲ 19.3	6,120	13.9	76,558	10.0	
	4	720	9.3	341	106.3	11,222	▲ 4.4	4,440	▲ 4.0	5,436	▲ 25.8	79,389	▲ 5.7	
	5	653	▲ 20.1	235	16.8	10,552	▲ 3.3	4,170	▲ 0.5	5,721	▲ 31.0	72,581	▲ 8.7	
	6	637	▲ 2.7	260	15.2	11,812	4.1	4,641	1.7	5,083	▲ 18.7	81,541	0.3	

国土交通省「建築着工統計」

国土交通省「建築着工統計」

	機械受注額				公共工事請負金額				
	全国(280社、季節調整値)				大阪府		全国		
	総額		船舶・電力を 除く民需		総額		総額		
	億円	前月(年)比	億円	前月(年)比	億円	前年比	億円	前年比	
15年平均	286,066	2.6	100,891	4.1	5,000	▲ 1.4	139,365	▲ 5.8	
16	271,907	▲ 4.9	102,600	1.7	5,723	14.5	142,743	2.4	
17	281,159	3.4	101,431	▲ 1.1	4,498	▲ 21.4	143,692	0.7	
18	293,365	4.3	105,091	3.6	4,159	▲ 7.5	139,210	▲ 3.1	
18年	4	24,576	6.3	9,171	11.3	652	▲ 7.2	21,777	5.5
	5	25,379	11.8	9,063	11.3	398	9.2	12,857	3.5
	6	23,352	3.9	8,348	3.5	513	29.8	14,339	▲ 5.6
	7	25,684	6.5	9,128	9.2	532	38.1	12,520	▲ 2.9
	8	25,557	3.4	9,754	13.7	282	▲ 7.5	11,241	▲ 2.2
	9	23,293	▲ 4.5	8,100	▲ 2.6	290	▲ 26.2	12,186	▲ 7.6
	10	26,279	10.6	8,720	2.5	352	▲ 33.5	12,823	9.5
	11	25,826	2.3	8,714	▲ 1.8	300	▲ 23.1	8,189	▲ 5.2
	12	24,259	0.5	8,692	6.2	263	▲ 35.0	8,340	4.6
19年	1	22,342	▲ 11.5	8,223	▲ 5.2	274	56.6	5,853	▲ 4.1
	2	23,558	▲ 2.7	8,367	▲ 5.8	297	149.3	7,390	20.4
	3	22,542	▲ 0.2	8,688	1.2	267	▲ 5.6	13,165	3.7
	4	23,520	▲ 4.3	9,137	▲ 0.4	719	10.4	22,329	2.5
	5	22,119	▲ 12.8	8,429	▲ 7.0	428	7.4	14,204	10.5
	6					465	▲ 9.2	14,479	1.0

内閣府「機械受注統計調査」

西日本建設業保証(株)

西日本建設業保証(株)、東
日本建設業保証(株)、
北海道建設業信用保証(株)

※3社の合計分

Ⅲ 生 産

		鉱工業生産動向														
		大阪府(製造工業)						近畿(鉱工業)								
		生産指数			出荷指数			在庫指数		生産指数			出荷指数		在庫指数	
		15年=100	前月比	前年比	15年=100	前月比	15年=100	前月比	15年=100	前月比	15年=100	前月比	15年=100	前月比		
15年平均	100.0	…	▲ 1.6	100.0	…	100.0	…	100.0	…	100.0	…	100.6	…			
16	100.6	…	0.6	101.6	…	94.0	…	100.8	…	101.3	…	92.8	…			
17	103.0	…	2.4	104.8	…	91.3	…	103.3	…	103.4	…	100.4	…			
18	102.7	…	▲ 0.3	104.6	…	92.3	…	104.0	…	104.6	…	98.7	…			
18年	4	105.0	1.2	1.5	107.3	2.0	94.3	0.0	104.1	▲ 0.7	104.9	▲ 0.6	101.6	▲ 0.4		
	5	104.3	▲ 0.7	3.1	107.2	▲ 0.1	93.1	▲ 1.3	104.9	0.8	105.0	0.1	100.7	▲ 0.9		
	6	97.7	▲ 6.3	▲ 9.0	102.7	▲ 4.2	91.8	▲ 1.4	103.5	▲ 1.3	103.8	▲ 1.1	99.4	▲ 1.3		
	7	98.7	1.0	▲ 4.2	100.0	▲ 2.6	91.1	▲ 0.8	103.2	▲ 0.3	103.1	▲ 0.7	98.5	▲ 0.9		
	8	103.4	4.8	0.0	103.8	3.8	90.4	▲ 0.8	104.3	1.1	105.0	1.8	97.7	▲ 0.8		
	9	99.9	▲ 3.4	▲ 5.5	99.3	▲ 4.3	92.3	2.1	103.4	▲ 0.9	102.8	▲ 2.1	98.8	1.1		
	10	108.6	8.7	7.5	109.4	10.2	89.8	▲ 2.7	106.5	3.0	109.2	6.2	98.8	0.0		
	11	107.5	▲ 1.0	7.9	109.3	▲ 0.1	93.0	3.6	104.5	▲ 1.9	104.1	▲ 4.7	99.0	0.2		
	12	101.9	▲ 5.2	▲ 2.5	104.4	▲ 4.5	93.6	0.6	103.9	▲ 0.6	103.1	▲ 1.0	100.1	1.1		
19年	1	101.1	▲ 0.8	3.8	104.1	▲ 0.3	95.4	1.9	102.5	▲ 1.3	103.0	▲ 0.1	98.6	▲ 1.5		
	2	100.7	▲ 0.4	▲ 1.9	103.2	▲ 0.9	96.0	0.6	102.4	▲ 0.1	100.6	▲ 2.3	100.0	1.4		
	3	102.8	2.1	▲ 2.3	103.5	0.3	100.0	4.2	99.6	▲ 2.7	99.7	▲ 0.9	101.8	1.8		
	4	106.7	3.8	2.4	106.7	3.1	100.8	0.8	101.3	1.7	100.6	0.9	102.0	0.2		
	5	P 108.0	P 1.2	P 2.4	P 107.7	P 0.9	P 97.8	P ▲ 3.0	102.5	1.2	102.8	2.2	101.0	▲ 1.0		
	6															

大阪府統計課「大阪の工業動向」

※指数は季節調整値。前月比は季節調整値、前年比は原数値との比較。

近畿経済産業局「鉱工業生産動向」

※指数は季節調整値。前月比は季節調整値との比較。

※在庫指数の年数値は、期末値。

		鉱工業生産動向							
		全国(鉱工業)							
		生産指数			出荷指数			在庫指数	
		15年=100	前月比	前年比	15年=100	前月比	15年=100	前月比	
15年平均	100.0	…	▲ 1.2	100.0	…	98.0	…		
16	100.0	…	0.0	99.7	…	94.9	…		
17	103.1	…	3.1	102.2	…	98.8	…		
18	P 104.2	…	P 1.1	P 103.0	…	P 100.5	…		
18年	4	104.5	▲ 0.6	1.9	104.4	0.9	102.5	▲ 1.1	
	5	104.8	0.3	3.5	103.2	▲ 1.1	102.7	0.2	
	6	103.7	▲ 1.0	▲ 1.5	103.3	0.1	101.6	▲ 1.1	
	7	103.8	0.1	2.4	102.1	▲ 1.2	101.9	0.3	
	8	103.6	▲ 0.2	0.6	103.0	0.9	101.8	▲ 0.1	
	9	103.5	▲ 0.1	▲ 2.5	102.1	▲ 0.9	102.0	0.2	
	10	105.6	2.0	4.2	104.4	2.3	101.5	▲ 0.5	
	11	104.6	▲ 0.9	1.9	102.8	▲ 1.5	101.6	0.1	
	12	104.7	0.1	▲ 2.0	103.1	0.3	102.9	1.3	
19年	1	102.1	▲ 2.5	0.7	100.6	▲ 2.4	102.0	▲ 0.9	
	2	102.8	0.7	▲ 1.1	102.2	1.6	102.4	0.4	
	3	102.2	▲ 0.6	▲ 4.3	100.9	▲ 1.3	103.8	1.4	
	4	102.8	0.6	▲ 1.1	102.7	1.8	103.8	0.0	
	5	104.9	2.0	▲ 2.1	104.0	1.3	104.3	0.5	
	6	P 101.1	P ▲ 3.6	P ▲ 4.1	P 100.6	P ▲ 3.3	P 104.6	P 0.3	

経済産業省「鉱工業指数」

※指数は季節調整値。前月比は季節調整値、前年比は原数値との比較。

※在庫指数の年数値は、期末値。

IV 雇 用

	求人数(季節調整値)				求職者数(季節調整値)				求人倍率(季節調整値)				
	大阪府								大阪府		全国		
	有効		新規		有効		新規		有効	新規	有効	新規	
	人	前月比%	人	前月比%	人	前月比%	人	前月比%	倍	倍	倍	倍	
15年平均	185,035	2.4	66,669	1.4	154,481	▲ 5.4	35,425	▲ 5.9	1.20	1.88	1.20	1.80	
16	199,108	7.6	71,147	6.7	144,801	▲ 6.3	33,001	▲ 6.8	1.38	2.16	1.36	2.04	
17	218,375	9.7	77,466	8.9	139,145	▲ 3.9	31,351	▲ 5.0	1.57	2.47	1.50	2.24	
18	233,190	6.8	81,412	5.1	132,671	▲ 4.7	29,105	▲ 7.2	1.76	2.80	1.61	2.39	
18年	4	229,725	1.0	82,185	1.1	132,520	0.2	30,159	2.5	1.73	2.73	1.60	2.37
	5	230,538	0.4	80,452	▲ 2.1	132,096	▲ 0.3	29,109	▲ 3.5	1.75	2.76	1.61	2.38
	6	231,278	0.3	79,979	▲ 0.6	132,116	0.0	28,179	▲ 3.2	1.75	2.84	1.61	2.42
	7	232,035	0.3	81,587	2.0	131,587	▲ 0.4	28,441	0.9	1.76	2.87	1.62	2.41
	8	235,398	1.4	82,106	0.6	131,342	▲ 0.2	28,761	1.1	1.79	2.85	1.63	2.39
	9	235,899	0.2	80,085	▲ 2.5	131,058	▲ 0.2	27,484	▲ 4.4	1.80	2.91	1.63	2.44
	10	237,779	0.8	83,565	4.3	132,175	0.9	28,959	5.4	1.80	2.89	1.62	2.40
	11	238,331	0.2	81,492	▲ 2.5	133,586	1.1	28,894	▲ 0.2	1.78	2.82	1.63	2.40
	12	240,788	1.0	79,796	▲ 2.1	135,364	1.3	28,761	▲ 0.5	1.78	2.77	1.63	2.40
19年	1	235,390	▲ 2.2	84,315	5.7	132,608	▲ 2.0	27,966	▲ 2.8	1.78	3.01	1.63	2.48
	2	235,921	0.2	85,018	0.8	131,603	▲ 0.8	28,191	0.8	1.79	3.02	1.63	2.50
	3	232,497	▲ 1.5	76,500	▲ 10.0	129,837	▲ 1.3	27,591	▲ 2.1	1.79	2.77	1.63	2.42
	4	231,985	▲ 0.2	83,817	9.6	128,126	▲ 1.3	27,755	0.6	1.81	3.02	1.63	2.48
	5	235,485	1.5	86,429	3.1	129,586	1.1	29,639	6.8	1.82	2.92	1.62	2.43
	6	236,822	0.6	80,915	▲ 6.4	131,874	1.8	29,815	0.6	1.80	2.71	1.61	2.36

厚生労働省「一般職業紹介状況」
※パートを含む。

厚生労働省「一般職業紹介状況」
※パートを含む。

	完全失業率						雇用保険		所定外労働時間					
	近畿		全国				大阪府		大阪府					
	実数 (原数値)		実数 (原数値)		実数 (季調値)		初回受給 者数	前年比	産業計			製造業		
	%	ポイント	%	ポイント	%	人	%	時間	15年=100	前年比	時間	15年=100	前年比	
15年平均	3.8	▲ 0.3	3.4	▲ 0.2	...	7,618	▲ 4.7	12.5	100.0	▲ 3.0	15.0	100.0	▲ 2.9	
16	3.5	▲ 0.3	3.1	▲ 0.3	...	7,536	▲ 1.1	12.5	99.9	▲ 0.1	15.2	101.4	1.4	
17	3.0	▲ 0.5	2.8	▲ 0.3	...	6,881	▲ 8.7	12.0	95.8	▲ 4.1	14.8	98.8	▲ 2.6	
18	2.8	▲ 0.2	2.4	▲ 0.4	...	6,567	▲ 4.6	11.5	91.8	▲ 4.2	15.2	101.3	2.5	
18年	4	2.6	▲ 0.3	2.6	▲ 0.3	2.5	5,314	▲ 7.0	11.9	95.2	▲ 6.3	16.0	106.7	1.3
	5	2.5	▲ 0.7	2.3	▲ 0.8	2.3	9,699	0.4	11.7	93.6	0.9	14.2	94.7	5.2
	6	3.0	0.0	2.5	▲ 0.3	2.5	6,018	▲ 11.6	11.6	92.8	▲ 2.5	14.7	98.0	2.1
	7	3.0	▲ 0.1	2.5	▲ 0.3	2.5	6,241	1.8	11.3	90.4	▲ 2.6	14.7	98.0	0.7
	8	3.0	0.1	2.5	▲ 0.3	2.4	8,120	▲ 3.3	10.7	85.6	▲ 3.6	14.2	94.7	1.5
	9	3.1	▲ 0.1	2.4	▲ 0.4	2.4	5,839	▲ 7.7	11.1	88.8	▲ 5.9	14.7	98.0	▲ 1.3
	10	3.0	0.2	2.4	▲ 0.3	2.4	6,289	▲ 3.6	11.7	93.6	▲ 3.3	16.0	106.7	6.0
	11	3.1	0.5	2.4	▲ 0.2	2.5	6,779	0.6	11.9	95.2	▲ 2.5	16.4	109.3	7.2
	12	2.6	▲ 0.2	2.3	▲ 0.3	2.4	4,997	▲ 12.7	11.6	92.8	▲ 3.3	15.6	104.0	3.3
19年	1	2.7	0.0	2.4	0.0	2.5	5,555	6.3	11.4	91.2	3.6	14.0	93.3	3.7
	2	2.7	▲ 0.1	2.3	▲ 0.2	2.3	6,349	9.4	11.7	93.6	3.5	16.6	110.7	2.5
	3	2.8	0.1	2.5	0.0	2.5	5,313	▲ 7.7	12.1	96.8	1.7	15.9	106.0	▲ 1.9
	4	2.7	0.1	2.6	0.0	2.4	5,998	12.9	12.4	99.2	4.2	16.3	108.7	1.9
	5	2.8	0.3	2.4	0.1	2.4	8,589	▲ 11.4	11.8	94.4	0.9	14.3	95.3	0.6
	6	2.8	▲ 0.2	2.3	▲ 0.2	2.3	6,433	6.9						

総務省統計局「労働力調査」

大阪労働局
「労働市場月報」

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

V 貿易

	輸出入通関額								対米ドル 円相場	原油価格 (WTI)	
	近畿圏				全国						
	輸出		輸入		輸出		輸入				
	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比			
15年平均	160,697	2.6	151,881	▲ 6.9	756,139	3.4	784,055	▲ 8.7	121.84	37.24	
16	148,498	▲ 7.6	130,311	▲ 14.2	700,358	▲ 7.4	660,420	▲ 15.8	115.95	52.01	
17	166,092	11.8	146,597	12.5	782,865	11.8	753,792	14.1	112.97	57.96	
18	171,476	3.2	154,349	5.3	814,788	4.1	827,033	9.7	112.45	48.64	
18年	4	14,361	7.5	12,098	4.2	68,223	7.8	62,013	6.0	107.43	66.32
	5	13,965	12.7	13,286	16.0	63,269	8.1	69,042	14.0	109.69	69.89
	6	15,163	9.6	12,541	3.5	70,538	6.7	63,261	2.5	110.03	67.52
	7	14,341	7.9	13,494	13.0	67,479	3.9	69,753	14.6	111.37	70.99
	8	15,165	9.7	13,414	9.9	66,878	6.5	71,359	15.4	111.06	67.99
	9	11,101	▲ 25.1	9,326	▲ 24.3	67,168	▲ 1.4	65,927	7.1	111.89	70.19
	10	15,172	6.4	14,038	10.9	72,435	8.2	76,997	20.0	112.78	70.75
	11	15,049	▲ 1.0	14,859	9.5	69,271	0.1	76,662	12.5	113.37	56.57
	12	14,748	▲ 7.2	12,959	▲ 2.8	70,218	▲ 3.9	70,775	1.9	112.45	48.64
	19年	1	11,799	▲ 8.9	13,645	0.1	55,747	▲ 8.4	69,924	▲ 0.8	108.95
2		13,200	▲ 1.9	11,066	▲ 9.8	63,849	▲ 1.2	60,534	▲ 6.5	110.36	54.99
3		15,007	▲ 6.2	12,277	▲ 1.3	72,020	▲ 2.4	66,793	1.2	111.21	58.15
4		13,545	▲ 5.7	12,535	3.6	66,589	▲ 2.4	66,054	6.5	111.66	63.88
5		12,509	▲ 10.4	P 12,598	P ▲ 5.2	58,353	▲ 7.8	P 68,036	P ▲ 1.5	109.83	60.73
6		P 13,502	P ▲ 11.0	P 10,800	P ▲ 13.9	P 65,845	P ▲ 6.7	P 59,950	P ▲ 5.2	108.06	54.68

大阪税関「近畿圏貿易概況」

財務省「貿易統計」

日本銀行「時系列統計」
※東京インターバンク相場、スポット、中心相場、月中平均
※年は年末値

IMF「Primary Commodity Prices」

※年は年末値

VI 物価

	企業物価指数						消費者物価指数									
	全国			大阪市						全国						
	国内企業			総合			生鮮食品を 除く総合			総合			生鮮食品を 除く総合			
	物価指数	前月比	前年比	前月比	前年比	前年比	前月比	前年比	前年比	前月比	前年比	前年比	前月比	前年比	前年比	
15年平均	100.0	...	-2.3	100.0	...	1.0	100.0	...	0.8	100.0	...	0.8	100.0	...	0.5	
16	98.5	...	-3.5	99.9	...	▲ 0.1	99.7	...	▲ 0.3	99.9	...	▲ 0.1	99.7	...	▲ 0.3	
17	98.7	...	2.3	99.8	...	▲ 0.1	99.5	...	▲ 0.2	100.4	...	0.5	100.2	...	0.5	
18	101.3	...	2.6	100.5	...	0.7	100.0	...	0.5	101.3	...	1.0	101.0	...	0.9	
18年	4	100.6	0.4	2.2	100.3	0.0	0.6	100.1	0.3	0.6	100.9	▲ 0.1	0.6	100.9	0.2	0.7
	5	101.1	0.5	2.7	100.4	0.1	0.5	100.2	0.1	0.5	101.0	0.1	0.7	101.0	0.1	0.7
	6	101.3	0.2	2.8	100.2	▲ 0.3	0.5	100.1	▲ 0.1	0.5	100.9	▲ 0.1	0.7	101.0	0.0	0.8
	7	101.8	0.5	3.1	100.1	▲ 0.1	0.6	99.8	▲ 0.3	0.3	101.0	0.1	0.9	100.9	▲ 0.1	0.8
	8	101.8	0.0	3.1	100.5	0.5	0.8	100.1	0.3	0.6	101.6	0.5	1.3	101.2	0.3	0.9
	9	102.0	0.2	3.0	100.8	0.2	0.9	100.1	0.0	0.6	101.7	0.1	1.2	101.3	0.0	1.0
	10	102.4	0.4	3.0	101.1	0.3	1.1	100.4	0.3	0.6	102.0	0.3	1.4	101.6	0.3	1.0
	11	102.1	▲ 0.3	2.3	100.7	▲ 0.4	0.4	100.3	▲ 0.1	0.4	101.8	▲ 0.3	0.8	101.6	0.0	0.9
	12	101.5	▲ 0.6	1.5	100.6	▲ 0.1	0.1	100.3	0.0	0.6	101.5	▲ 0.3	0.3	101.4	▲ 0.2	0.7
	19年	1	100.9	▲ 0.6	0.6	100.8	0.2	0.1	100.3	0.0	0.7	101.5	0.1	0.2	101.2	▲ 0.2
2		101.2	0.3	0.9	100.9	0.1	0.3	100.5	0.2	0.9	101.5	0.0	0.2	101.3	0.1	0.7
3		101.5	0.3	1.3	101.0	0.1	0.7	100.7	0.2	0.9	101.5	0.0	0.5	101.5	0.1	0.8
4		101.9	0.4	1.2	101.0	0.0	0.7	100.8	0.1	0.7	101.8	0.3	0.9	101.8	0.3	0.9
5		101.8	▲ 0.1	0.6	101.0	0.0	0.6	100.8	0.1	0.6	101.8	0.0	0.7	101.8	0.0	0.8
6		P 101.2	P ▲ 0.5	P ▲ 0.1	100.8	▲ 0.2	0.6	100.6	▲ 0.2	0.5	101.6	▲ 0.1	0.7	101.6	▲ 0.2	0.6

日本銀行「企業物価指数」

大阪府統計課「大阪市消費者物価指数」

総務省統計局「消費者物価指数」

VII 取引停止処分・倒産

	企業倒産						銀行取引停止処分				
	大阪府			全国			大阪				
	全産業			全産業			件数		金額		
	件数	前年比	負債金額	件数	前年比	負債金額	件	前年比	百万円	前年比	
	件	%	百万円	件	%	百万円		%	百万円	%	
15年	1,205	▲ 10.2	118,809	8,812	▲ 9.4	2,112,382	184	▲ 24.3	827	▲ 24.0	
16	1,146	▲ 4.8	671,069	8,446	▲ 4.1	2,006,119	157	▲ 14.7	417	▲ 49.6	
17	1,229	7.2	139,169	8,405	▲ 0.4	3,167,637	138	▲ 12.1	916	119.7	
18	1,118	▲ 9.0	114,701	8,235	▲ 2.0	1,485,469	107	▲ 22.5	258	▲ 71.8	
18年	4	86	▲ 2.2	9,183	650	▲ 4.4	95,467	12	▲ 25.0	21	▲ 74.9
	5	100	▲ 15.2	7,681	767	▲ 4.3	104,399	10	11.1	12	▲ 31.0
	6	100	▲ 0.9	11,663	690	▲ 2.2	219,527	7	▲ 30.0	13	▲ 66.9
	7	94	▲ 6.9	9,167	702	▲ 1.6	112,711	15	▲ 6.3	56	▲ 38.8
	8	96	▲ 9.4	6,722	694	8.6	121,268	10	▲ 33.3	25	▲ 33.5
	9	63	▲ 38.8	3,749	621	▲ 8.5	184,197	6	20.0	19	▲ 57.1
	10	114	▲ 3.3	10,634	730	▲ 0.4	117,619	6	▲ 50.0	13	▲ 75.9
	11	102	6.2	6,523	718	6.0	121,279	7	0.0	8	▲ 71.8
	12	90	▲ 11.7	6,881	622	▲ 10.6	81,792	6	▲ 33.3	57	327.7
19年	1	94	3.2	7,165	666	4.8	168,374	7	▲ 36.4	23	114.6
	2	88	4.7	108,524	589	▲ 4.5	195,534	10	42.9	48	222.2
	3	78	▲ 20.4	9,233	662	▲ 16.0	97,114	10	0.0	33	340.7
	4	90	4.6	6,996	645	▲ 0.7	106,916	5	▲ 58.3	9	▲ 55.4
	5	110	10.0	12,382	695	▲ 9.3	107,465	16	60.0	31	147.7
	6	86	▲ 14.0	6,800	734	6.3	86,957	9	28.6	20	57.1

(株)東京商工リサーチ「倒産月報」
※負債総額1千万円以上。

(一社)全国銀行協会「全国手形交換高・不渡手形実数・取引停止処分数調」



商工労働部商工労働総務課

大阪産業経済リサーチ&デザインセンター

〒559-8555 大阪市住之江区南港北 1-14-16 大阪府咲洲庁舎（さきしまコスモタワー）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>

令和 元年 9 月発行