|  |
| --- |
| 中小企業の動き（平成28年10～12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、大阪府の全産業の中小企業の業況判断ＤＩは－20.0（前期差0.2ポイント減）で、近畿よりも2.9ポイント低く、全国より1.3ポイント低い。製造業は－16.5（前期差2.0ポイント増）で、ＤＩの水準は、近畿よりも4.3ポイント低く、全国より1.0ポイント低い。非製造業は－21.2（前期差0.6ポイント減）で、ＤＩの水準は、近畿より2.4ポイント低く、全国より1.6ポイント低い。

今期の全国の業況判断ＤＩは、全産業で２期ぶりにやや低下し、「中小企業の業況は、一部業種に足踏みが見られるものの、持ち直しの動きを示している」と据え置かれた。近畿は、５期ぶりに全産業、製造業、非製造業のいずれも上昇し、「中小企業の業況は、一部業種に足踏みが見られるものの、持ち直しの動きを示している」と引き上げられた。

近畿の各業種の業況判断のうち、製造業でプラスの水準にあるのは、パルプ・紙・紙加工品と電気・情報通信機械・電子部品で、前期差でみると、上記の２業種のほか、食料品、印刷、窯業・土石製品、鉄鋼・非鉄金属、金属製品、輸送用機械器具の計８業種が上昇し、繊維工業、木材・木製品、家具・装備品、化学、機械器具、その他の製造業の６業種が低下した。非製造業でプラスの水準にある業種は対事業所サービス業で、前期差でみると、建設業、小売業、対事業所サービス業、情報通信・広告業が上昇、卸売業、飲食・宿泊業、対個人サービス業が低下となった。

経営上の問題点は、全業種に共通して「需要の停滞」がみられたほか、製造業では「生産設備の不足・老朽化」、建設業では「従業員の確保難」、卸売業では「販売単価の低下・上昇難」、小売業では「競争の激化」、サービス業では利用者及び消費者の「ニーズの変化への対応」などが大きな課題となっている。

表１ 10～12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 | －18.7(▲0.5) | －17.1(1.5) | －20.0(▲0.2) |
| 製造業 | －15.5(0.1) | －12.2(3.8) | －16.5(2.0) |
| 非製造業 | －19.6(▲0.6) | －18.8(0.8) | －21.2(▲0.6) |

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：中小企業庁･独立行政法人中小企業基盤整備機構「第146回中小企業景況調査（2016年10-12月期）」。

表２　10～12月期の大阪府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 | 生産設備の不足･老朽化 | 製品ニーズの変化への対応 |
| 27.7（29.9） | 13.3（11.1） | 11.6（14.5） |
| 建設業 | 官公需要の停滞 | 民間需要の停滞 | 請負単価の低下・上昇難 |
| 18.2（20.8） | 16.1（18.1） | 12.3（10.6） |
| 卸売業 | 需要の停滞 | 販売単価の低下･上昇難 | メーカーの進出による競争激化 |
| 35.9（38.1） | 11.3（12.7） | 8.7（8.1） |
| 小売業 | 需要の停滞 | 大･中型店の進出による競争激化 | 消費者ニーズの変化への対応 |
| 17.5（18.0） | 17.0（17.9） | 16.0（17.4） |
| サービス業 | 利用者ニーズの変化への対応 | 需要の停滞 | 店舗施設の狭隘・老朽化 |
| 19.4（21.9） | 15.8（16.4） | 9.2（9.4） |

資料：上図に同じ。下段（　）内は前期の数値。

業種別景気動向調査　平成27年（2015）年７～９月期

２．業種別景気動向調査にみる28年10～12月期の大阪府内の中小企業の景況

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | パン製造業・パン製造小売業 | 線香製造業 | 非鉄金属スクラップ卸売業 | 宿泊業 |
| 業種・業界の特徴 | 事業所数、従業者数、製造品出荷額等（年間商品販売額）の対全国比は、製造業では、4.5％、9.1％、12.2％、製造小売業では、7.0％、7.1％、6.9％である（26年統計）。 | 26年の府内の出荷量は558ｔ、出荷金額は25億円で、全国で４番目に多く、国内シェアは、ともに１割程度である。産出事業所は13。 | 26年の事業所数は186、従業者数1,043人、年間販売額1,632億22百万円で、対全国比は、それぞれ12.1％、10.7％、17.3％である。年間販売額は全国１位である。 | 平成27年度末の施設数は、ホテル387、旅館750、簡易宿所220で、全国比はそれぞれ3.7％、1.9％、0.7％である。近年は旅館業法に規定されない民泊が増加している。 |
| 概況 | 関西地方はパンに対する家計支出金額が大きく、安価な商品と品質にこだわる消費者向けの付加価値の高い商品に二極化している。 | 国内需要は、人口減少や仏事離れで逓減傾向にある。嗜好性のある製品のため、輸出は容易ではなく、国内需要の掘り起こしが課題。 | 平成26～27年頃から28年後半にかけてロンドン金属取引所相場の下落の影響を受け、業績を悪化させている業者が多い。 | 28年の春以降、高水準であった客室稼働率を下げる事業者がみられ、要因は、旅行者の行動範囲の拡大、施設の新設や競合等である。 |
| 売上高、売上単価 | 客単価は概ね不変で、大手は概ね前年を１桁台上回って推移し、中小は前年並みかやや下回る９割台の水準で推移した企業が多い。 | 天然香料の値上がり分の商品価格への転嫁は、受け入れてもらえるものの、客離れを招く恐れがあり、容易にできない。 | ロンドン金属取引所相場の下落とプロダクション･スクラップとオールド･スクラップの発生量が減少し、販売価格等が低下している。 | 27年前後に宿泊料を引き上げる事業者も多くみられたが、28年後半以降、稼働率維持のため、従来の水準に戻す事業者が増えている。 |
| 原材料・仕入価格 | 基本材料や副材料の原材料費は下がったが、生産人材確保に向けた労務管理や設備改善等のコスト増を背景に、収益確保が課題である。 | アジアの経済成長に一服感がみられ、天然香料の価格は高止まりしているものの、今後の需給次第で再上昇する可能性がある。 | 量産型工場の海外移転やバーター取引の進展、製造業者の廃業や海外移転等に伴い、効率的な集荷や解体・選別等の負担が大きい。 | 海外の旅行会社との提携を進めてきた事業者では、直接取引による高い収益性と安定した需要確保が可能となっている事業者もある。 |
| 設備投資 | 維持・補修などの更新に留める企業が多いが、生産体制の効率化に積極的な中小企業では、数千万円規模の投資を行うところもある。 | － | － | 耐震目的の設備投資、日本文化を活かした内装や外観の改装などがみられ、クラウドファンディングによる資金調達の例もみられる。 |
| 雇用、賃金 | 生産や販売に従事するパートやアルバイトの確保が難しい。製造経費に占める人件費の割合が３割程度と高く、給与アップが容易でない上、賞与支給のない会社もある。 | － | 解体・選別作業では、エア工具、プラズマ切断機等の専門工具を使用する企業もみられるが、手作業が中心であるため、人件費の負担が採算を圧迫している。 | 需要拡大で人手不足感が強まっているが、欠員補充を原則とする事業者が多い。留学生や日本在住の外国人をアルバイトなどで活用する例も増えている。 |
| 資金繰り | － | 天然香料価格の影響を受ける。 | 在庫評価額の低下が影響する。 | 耐震設備投資の影響がみられる。 |
| 為替相場の影響、その他の影響など | コンビニエンスストア等の新商品開発が売上の動向に影響するほかホテルや飲食店向けの食事用パンの伸びと安定性がみられ、中小企業の業況向上に寄与している。 | 火を使うため、高齢者施設では使用を禁止される一方で、仏事離れが進み、寺院向け、家庭向け共に逓減傾向に歯止めがかからない状況が長期に続いている。 | 28年11月の米国大統領選挙の結果を受けてロンドン金属取引所相場が上昇し、売上増などの業績改善が期待されているが、上昇が継続するかどうか不確定的である。 | 春以降、需要の動きが弱まっている。ホテルの新規開業の影響のほか、民泊の増加は、価格帯が比較的近い旅館やビジネスホテルなどに大きな影響をもたらしている。 |
| 今後の見通し、その他 | 高齢化の進展、学校給食のパン食の減少、パンの内需拡大の見通しなどが業況に影響すると考えられ、付加価値が求められている。 | 日本薫物工業会や堺線香協同組合などは、国内需要の逓減傾向に歯止めをかけ、新たな需要を掘り起こすための取組をしている。 | 国内の加工量の減少を受け、今後も需要の減少が見込まれている。財務や人材確保面で不利な立場の小規模業者の減少が懸念される。 | 設備投資、人材育成、魅力向上を通じて稼働率の維持向上を図る必要性を認識するほか、違法民泊の動向を注視する事業者も多い。 |