|  |
| --- |
| 中小企業の動き（平成29年７～９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－12.4（前期差3.1ポイント増）で、近畿よりも1.2ポイント高く、全国より2.4ポイント高い。製造業は－6.3（前期差0.4ポイント増）で、ＤＩの水準は、近畿よりも1.9ポイント高く、全国より4.9ポイント高い。非製造業は－15.1（前期差3.7ポイント増）で、ＤＩの水準は、近畿より0.5ポイント高く、全国より0.8ポイント高い。

今期の全国の業況判断ＤＩは、全産業で３期ぶりにやや低下し、「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」と判断が見直された。近畿は全産業で４期連続してマイナス幅が縮小し、「中小企業の業況は、一部業種に足踏みがみられるものの、緩やかに改善している」という前期の判断で据え置かれた。

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業種は、パルプ･紙･紙加工品、電気･情報通信機械･電子部品、輸送用機械器具である。前期差で上昇した業種は、パルプ･紙･紙加工品、電気･情報通信機械･電子部品、輸送用機械器具、金属製品、印刷の計５業種で、低下した業種は、木材･木製品、窯業･土石製品、家具･装備品、食料品、鉄鋼･非鉄金属、繊維工業、化学、機械器具の計８業種である。非製造業でプラスの水準にある業種は、情報通信･広告業である。前期差で上昇した業種は、情報通信･広告業、卸売業、対事業所サービス業の３業種、低下した業種は、建設業、小売業、飲食・宿泊業の３業種、対個人サービス業は前期から変化なしである。

経営上の問題点は、全業種に「需要の停滞」がみられたほか、製造業やサービスでは「製品ニーズあるいは利用者ニーズの変化への対応」、建設業では「従業員の確保難」、卸売業では「仕入単価の上昇」「販売単価の低下・上昇難」、小売業では「大型店・中型店の進出による競争の激化」などが大きな課題となった。

表１ ７～９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 | －14.8  (▲0.5) | －13.6  (1.2) | －12.4  (3.1) |
| 製造業 | －11.2  (▲0.6) | －8.2  (2.8) | －6.3  (0.4) |
| 非製造業 | －15.9  (▲0.4) | －15.6  (0.5) | －15.1  (3.7) |

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－「悪化」企業割合。

図　大阪府の中小企業の業況判断ＤＩの推移

製造業

全産業

資料：中小企業庁･独立行政法人中小企業基盤整備機構「第149回中小企業景況調査（2017年７-９月期）」。

表２　７～９月期の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 | 製品ニーズの変化への対応 | 生産設備の不足･老朽化 |
| 23.0（23.8） | 13.2（13.3） | 13.0（11.7） |
| 建設業 | 従業員の確保難 | 官公需要の停滞 | 民間需要の停滞 |
| 18.2（14.9） | 17.8（19.0） | 11.2（11.8） |
| 卸売業 | 需要の停滞 | 仕入単価の上昇 | 販売単価の低下・上昇難 |
| 36.0（33.0） | 11.1（9.7） | 8.5（9.7） |
| 小売業 | 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 | 需要の停滞 |
| 18.6（18.8） | 16.0（14.2） | 15.5（16.5） |
| サービス業 | 利用者ニーズの変化への対応 | 従業員の確保難 | 需要の停滞 |
| 20.8（19.9） | 13.9（11.3） | 11.6（13.5） |

資料：上図に同じ。下段（　）内は前期の数値。

大阪産業経済リサーチセンター

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29年7～9月期の大阪府内の中小企業の景況

大阪産業経済リサーチセンター

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 業種名(細分類番号) | 石けん製造業（1642） | 銑鉄鋳物製造業（2251） | 工作機械製造業（2661） | 労働者派遣業（9121） |
| 業種・業界の特徴 | 26年の事業所数(42)、製造品出荷額等(1,031億6,756万円)の対全国比は、それぞれ23.9％、15.3％で、従業者4人以上の事業所数は全国で最も多い（浴用石けんも最多）。 | 26年の事業所数(36)、従業者(1,052人)、製造品出荷額等(267億9,547万円)の対全国比は、それぞれ5.6％、4.0％、3.9％で、小ロット多品種対応の事業者が多い。 | 26年の事業所数(58)､従業者数(2,675人)､製造品出荷額等(752億円)の対全国比は、それぞれ9.4％､5.5％､3.9％で､事業所数は全国で3位、出荷額等は全国で9位である。 | 26年の事業所数(1,118)、従業者数(86,477人)の対全国比は、それぞれ8.5％、9.4％で、従業者数は東京都に次いで2番目に多い。大阪市北区と中央区に集中立地する。 |
| 概況 | 受注量は、「用途」、「種類」、「販売先」によって状況が異なるが、堅調に推移している。主原料の油脂価格はやや高止まりしている。 | 27年から減少傾向にあった生産は、28年第４四半期に下げ止まり、29年に入って、一般・電気機械用を中心に、回復基調に転じた。 | 28年以降、受注は横ばいもしくはやや増加基調で推移し、29年の1-3月期以降、前年同月比の伸びは、期が進む毎に大きくなっている。 | 人手不足や時間外労働制限を背景に、需要が好調で売上は増加傾向にあるが、派遣労働人材の確保の困難化が、収益増を制約している。 |
| 売上高、売上単価 | 受注は、昨年対比で微増の企業が多い。浴用固形石けんよりもボディソープが増加基調にあり、売上増に寄与している。 | 29年に入り、生産は前年同期比プラスで推移している。国内外の土木建設機械や生産用工作機械の生産や輸出の増加が影響している。 | 外需の規模が大きく、大型工作機械の受注はやや低調だが、中･小型工作機械の受注が好調である。今期以降、収益は好調である。 | 需要は25年末から回復基調で、29年4-6月期の実稼動者数は前年同期2桁増で伸びている。受注単価は上昇し、売上高は増加している。 |
| 原材料・仕入価格 | 輸入に依存するパーム油やヤシ油は、昨年後半から値上がりし高止まりしている。国産牛脂も他用途の需要があり、高止まりしている。 | 原材料(銑鉄や鉄スクラップ)が5-20％程度、副資材(マンガン)が20－30％程度上昇しているが、受注増が収益確保に寄与している。 | － | 一部で派遣労働者の確保が課題である。また、キャリア形成の教育訓練や広告媒体への掲載にかかるコスト増が収益に影響している。 |
| 設備投資 | 設備の技術革新性が小さく、設備を使い続けるケースが多いが、生産性の向上、新製品の製造、新分野進出に伴う投資がみられる。 | 既存の設備で増産に対応できるため、維持・補修にとどめる企業が多いが、職場環境の改善に向けて、設備投資を行う企業もみられる。 | 国のものづくり補助金等を活用した、新規設備の導入、新分野の開拓、技術開発などへの投資がみられたが、今後の動向は不明である。 | パソコンや事務机などの投資が主だが、ホームページの更新やスマートフォンによる出退勤管理等のシステム関連投資が増えている。 |
| 雇用、賃金 | 全般的に採用困難な状況で、特に、製造現場の求人に対する応募が少ない。職場環境を敬遠するケースがみられ、生産に支障をきたす可能性を指摘する事業者もある。 | 若手社員の採用と定着が課題であるが、退職者の補充を中心とする現状維持にとどまっている。社員の高齢化に対して、作業の機械化や多能工化が課題となっている。 | 人材確保難の状況にある。現業職に従事する女性社員の採用が進められているが、設計や開発などの仕事に従事する大学卒社員の採用は困難である。 | 派遣人材の確保が難しく、自社の管理業務や請負業務に従事する人材の確保が困難化する場合には、同業者から労働者を派遣してもらって対応するケースがみられる。 |
| 資金繰り | － | － | つなぎ資金を要するが、問題ない。 | － |
| 為替相場の影響、その他の影響など | 国内の人口減少に伴い、需要減少が見込まれるが、中小企業の海外需要開拓の動きは積極的ではない。水質の違いなどもあり、海外旅行者の購買も伸びていない。 | 人材確保が困難な中で、現有社員を対象とする「鋳造カレッジ」（日本鋳造協会主催）や鋳造技能士の資格取得などが、能力向上や企業競争力の向上に寄与している。 | 中国、米国、ドイツ、ベトナム、韓国、台湾など向けの外需が堅調に推移しているが、現在のところ、為替相場などの大きな影響は懸念されていない。 | 大阪の市場だけでなく、東京の市場に期待し、進出する企業がみられる。東京では、派遣労働者への支払いやオフィス賃料が高いが、受注単価も2割程度高い。 |
| 今後の見通し、  その他 | 浴用については、固形から液体への需要移行が進むが、トイレタリーや化粧品の各業界からの参入により、競合激化が予想される。 | 半年先までは、需要は堅調に推移するとみられている。受注案件の品質・納期の遵守、技術向上、受注先の業種拡大等が課題である。 | 大型工作機械を扱うメーカーでは、受注変動への資金繰り対応の影響を受け、民事再生や買収等の業界再編の可能性も懸念される。 | 労働者派遣法改正を受け、教育訓練や社会保険など人材確保の経費が上昇している。労働者派遣から請負業務への移行が進んでいく。 |

業種別景気動向調査　平成29（2017）年７～９月期

大阪産業経済リサーチセンター

業種別景気動向調査　平成29年（2017）年１～３月期