|  |
| --- |
| 中小企業の動き（平成26年１～３月期／業種別景気動向調査） |

１．中小企業の業況

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

上記の業況判断ＤＩの推移を受けて、家具･装備品やパルプ･紙･紙加工品といった製造業、サービス業（対事業所サービス業）、情報通信･広告業を除いて、業況判断が好転した業種が多かったが、その一方で、需要の停滞、原材料価格や仕入単価の上昇などのコスト要因が、全業種に共通する経営上の問題点としてみられた。

表１　1～3月期の中小企業の業況判断ＤＩ

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

出所： 中小企業庁・独立行政法人中小企業基盤整備機構。

(注)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

非製造業

全産業

製造業

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

表２　経営上の問題点（問題点１位に挙げた企業割合）

|  |  |
| --- | --- |
|  | 上段：今期直面している経営上の問題点（１位～３位）／下段：（％） |
| 製造業 | 需要の停滞 | 原材料価格の上昇 | 製品(加工)単価の低下･上昇難 |
| 21.3 | 18.6 | 13.3 |
| 建設業 | 材料価格の上昇 | 官公需要の停滞 | 請負単価の低下･上昇難 |
| 19.8 | 14.1 | 13.8 |
| 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 |
| 29.7 | 15.3 | 11.9 |
| 小売業 | 大型店･中型店の進出による競争激化 | 購買力の他地域への流出 | 需要の停滞 |
| 22.9 | 17.4 | 15.7 |
| サービス業 | 利用者ニーズの変化への対応 | 需要の停滞 | 新規参入業者の増加 |
| 20.6 | 17.9 | 8.9 |

資料：上図に同じ。

２．業種別景気動向調査にみる中小企業の景況

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