|  |
| --- |
| 中小企業の動き（平成27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、大阪府の全業種の業況判断ＤＩは－15.6（前期差0.4ポイント増）となり、マイナス幅が縮小したが、全国や近畿に比べるとマイナス幅はやや大きい。製造業は－9.9（前期差▲0.1）となり、マイナス幅は、近畿より2ポイント、全国より3ポイント小さい。非製造業は－17.8（前期差0.6）となり、マイナス幅は、近畿より1.6ポイント、全国より2ポイント大きい。

今期の全国の中小企業の業況は、「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、前期と同様の判断である。

近畿の各業種の業況判断は、プラスの水準の業種は少なく、化学が前期のプラスからマイナスの水準に転じ（前期差▲24.6）、情報通信･広告業がマイナスからプラスの水準に転じた（7.9）。マイナス幅が縮小したのは、パルプ･紙･紙加工品（前期差12.0）、繊維工業（7.2）、輸送用機械器具（5.0）、飲食･宿泊業（5.7）、卸売業（5.6）、対事業所サービス業（3.0）、小売業（2.0）など、マイナス幅が拡大したのは、窯業･土石製品（前期差▲17.3）、機械器具（▲7.2）、食料品（▲6.7）、鉄鋼･非鉄金属（▲6.5）、金属製品（▲4.9）、印刷（▲3.7）など、マイナス幅が大きいのは、木材･木製品（今期▲24.9）、家具･装備品（▲16.5）、小売業（▲24.5）、対個人サービス業（▲18.8）などである。

経営上の問題点は、前期と同様に、需要の停滞がみられたほか、小売業やサービス業では、競争の激化やニーズの変化への対応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 | －15.1(0.4) | －15.2(0.0) | －15.6(0.4) |
| 製造業 | －12.9(▲0.1) | －11.9(▲3.1) | －9.9(▲0.1) |
| 非製造業 | －15.8(0.6) | －16.2(1.4) | －17.8(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

全産業

非製造業

資料：中小企業庁･独立行政法人中小企業基盤整備機構「第142回中小企業景況調査（2015年10-12月期）」。

表２　近畿における経営上の問題点（問題点１位に挙げた企業割合）

|  |  |
| --- | --- |
|  | 上段：今期直面している経営上の問題点（１位～３位）／下段：（％） |
| 製造業 | 需要の停滞 | 製品ニーズの変化への対応 | 製品（加工）単価の低下･上昇難 |
| 26.0（24.9） | 13.5（14.7） | 10.6（12.5） |
| 建設業 | 官公需要の停滞 | 民間需要の停滞 | 材料価格の上昇 |
| 18.7（16.4） | 17.3（16.0） | 11.1（11.1） |
| 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 |
| 34.5（33.8） | 14.2（18.5） | 7.1（8.2） |
| 小売業 | 大型店･中型店の進出による競争の激化 | 消費者ニーズの変化への対応 | 需要の停滞 |
| 20.4（20.7） | 16.9（16.0） | 15.9（15.3） |
| 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 |
| 20.2（21.5） | 17.7（13.7） | 11.1（9.3） |

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27年10～12月期の大阪府内の中小企業の景況

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | ニット製品製造業 | 金属プレス製品製造業 | プラスチック製品製造業 |
| 業種・業界の特徴 | 22年の事業所数は 247、従業者数は2,589人、製造品出荷額等は557億8,300万円で、規模は縮小傾向だが、品目によって全国1位及び2位のシェアを占める。 | 25年の事業所数は347、従業者数は5,192人、製造品出荷額等は969億円で、事業所数は全国1位、従業者数と製造品出荷額等では全国2位のシェアを占める。 | 26年の事業所数は1,686、従業者数は30,593人、製造品出荷額等は7,178億円で、製造品出荷額等は愛知県に次いで、全国2位のシェアを占める。 |
| 概況 | 秋以降、製品の動きが停滞し、円安によるコスト増や低価格志向の継続により収益確保が課題である。 | 27年前半の受注は減少であったが、年後半は横ばいで推移している。受注単価は伸びていない。 | 生産は戻りつつあるが、食品プラント向け搬送部品製造業などで受注の動きが鈍いなど、業界差がある。 |
| 売上高、売上単価 | 秋まで堅調に推移していたが、秋以降は全般的に停滞している。着用期間の長い商品は好調である。 | 好材料は、炊飯器、工作機械やロボット向け電気機器部品の受注、一部国内回帰による受注の増加である。 | 販売金額は順調に増加してきたが、機械器具部品が減少傾向の一方、日用品･雑貨は増加傾向である。 |
| 原材料・仕入価格 | 天然素材（ウール、カシミア、シルク等）の原料コストが上昇し、円安による輸入コストも増加している。 | 原材料価格は低下しているが、受注単価の引き下げ要求があるため、原材料価格低下のメリットはない。 | 電気料金値下げやナフサ下落に伴う樹脂の価格低下により、材料原料単価に減少傾向がみられる。 |
| 設備投資 | 一部に国内回帰の動きがみられるものの、生産能力を積極的に拡充するには至っていない。 | 資金に余裕のある企業、中規模以上の企業、新たな受注に対応しようとする企業などで投資がみられる。 | 成形機の更新、検査システムの導入、機能向上向けの投資、３Ｄプリンタの導入などの動きがみられる。 |
| 雇用、賃金 | 積極的な採用ではないが、社内体制を維持する目的での採用が行われている。縫製などの経験技術者の確保が困難である。 | 従業員規模は横ばいで推移している。小規模企業では中途技術者、中規模企業では新卒をそれぞれ1～数名程度採用している。 | 女性を含む技術者の採用など積極的に行われているが、国内回帰等の動きもあり、全般的に採用難の動きが続いている。 |
| 資金繰り | － | － | － |
| 為替相場の影響、その他の影響など | ニット製品の輸入は高水準だが、輸入コスト増の影響により下着類は前年比減少となっている。 | 炊飯器は「爆買い」の影響がみられる。電気･通信機器向けから自動車向けに受注をシフトする動きがある。 | 大手家電メーカーの業績不振の影響で受注が半減するなど、一部で厳しい状況がみられる。 |
| 今後の見通し、その他 | カジュアル化で一定の受注増が期待されるが、商品開発、雑貨等のインバウンド対応、新機能素材開発などの取組が求められている。 | 自動車の新モデルの採用、住宅設備関連の駆け込み需要、国内回帰による新規受注等好材料はあるが、受注単価は厳しい予測である。 | 受注の回復、原材料価格の下落傾向など好材料はあるが、中国景気、限定的な国内回帰、製品単価の下落などが不安要素でもある。 |

（続き）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 鉄鋼製品卸売業 | 外食産業 |
| 業種・業界の特徴 | 26年の企業等数は882、事業所数は1,651、従業者数は16,689人である。企業等及び事業所は、大阪市内に比較的多く集積している。輸入品の流通量は少ない。 | 26年の事業所数は50,913店、従業者数は35万5,903人である。全国シェアは、それぞれ8.2％、8.4％である。 |
| 概況 | 値下がり基調であるが、値引き競争や受注量減少の影響は小さく、経営に及ぼす影響は比較的小さい。 | 消費税率引上げによる大きなマイナスの影響はなく、顧客単価は堅調に推移している。 |
| 売上高、売上単価 | 販売単価は、平成23年頃から値下がり基調にあるが、品質や機能性などもあって、やや落ち着いている。 | 売上高は、横ばいや右肩上がりで安定的に推移し、外食支出額や訪日外国人の増加などが寄与している。 |
| 原材料・仕入価格 | 業者によって、電気料金の値上げに伴う固定費の負担増により、利益が減少しているところもある。 | － |
| 設備投資 | － | 節電対策などが中心で大型の投資は少ないが、若手経営者では、居抜き物件に対する投資の例がみられる。 |
| 雇用、賃金 | 重量物を扱うなど現場作業の危険が敬遠され、面接希望者を集めることさえ困難であり、高齢かも進展していることから人材確保は厳しい状況である。 | 大手企業でも新規採用者の確保が困難で、中途採用者や派遣社員の活用などにより対応している。全般的に人材の確保は困難である。 |
| 資金繰り | － | － |
| 為替相場の影響、その他の影響など | 価格引き下げは落ち着いているものの、世界的な景気の動向や相場の影響を受ける点が懸念材料である。 | おせち料理や高額商品は好調で、「ハレの日消費」や「プチぜいたく」が浸透する面がみられる。 |
| 今後の見通し、その他 | 一過性であるが、ホテルや商業施設等のインバウンド関連施設の建設、消費税率引上げによる駆け込み需要などが期待される。 | 軽減税率（8％と10％）の導入に際しての混乱が予想されるが、外食の回数が減少することは、現時点ではあまり考えられていない。 |