|  |
| --- |
| 中小企業の動き（平成30年１～３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－10.7（前期差3.1ポイント増）で、近畿よりも１ポイント高く、全国より3.2ポイント高い。製造業は－1.2（前期差2.9ポイント減）で、ＤＩの水準は、近畿よりも5.0ポイント高く、全国より8.9ポイント高い。非製造業は－14.5（前期差5.4ポイント増）で、ＤＩの水準は、近畿より1.1ポイント低く、全国より0.8ポイント高い。

今期の全国の業況判断ＤＩは、２期連続で上昇し、「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」と前期の判断で据え置かれた。近畿は全産業で６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」と前期の判断で据え置かれた。

経営上の問題点は、多くの業種で「需要の停滞」や「従業員の確保難」の課題がみられたほか、製造、建設、卸売の各業種では、「原材料・材料の価格や仕入単価の上昇」などの課題がみられ、小売業やサービス業では「消費者ニーズあるいは利用者ニーズの変化への対応」、「大・中型店の進出による競争激化」などが大きな課題となった。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 表１ １～３月期の中小企業の業況判断ＤＩ   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | |  | 業況判断ＤＩ（前期差） | | | |  | 全国 | 近畿 | 大阪府 | | 全産業 | －13.9  (0.5) | －11.7  (1.2) | －10.7  (3.1) | | 製造業 | －10.1  (▲2.2) | －6.2  (▲4.8) | －1.2  (▲2.9) | | 非製造業 | －15.3  (1.3) | －13.4  (3.9) | －14.5  (5.4) |   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151回中小企業景況調査（2018年１-３月期）」。 |

表２　近畿の業種別の業況判断ＤＩの動き

プラスの水準にある業種

（製造業）鉄鋼･非鉄金属、金属製品、機械器具

（非製造業）情報通信･広告業

前期から上昇した業種

（製造業）鉄鋼･非鉄金属、輸送用機械器具、木材･木製品

（非製造業）建設業、卸売業、小売業、対個人サービス業

前期から低下した業種

（製造業）家具･装備品、印刷、繊維工業、窯業･土石製品、化学、食料品、電気･情報通信機械･電子部品、パルプ･紙･紙加工品、金属製品、機械器具

（非製造業）飲食･宿泊業、対事業所サービス業、情報通信･広告業

表３　１～３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 | 従業員の確保難 | 原材料価格の上昇 |
| 18.7（21.9） | 14.3（11.8） | 11.8（9.0） |
| 建設業 | 従業員の確保難 | 官公需要の停滞 | 材料価格の上昇 |
| 19.0（16.1） | 16.5（18.6） | 12.3（9.5） |
| 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 |
| 28.2（30.6） | 11.2（12.4） | 9.6（8.1） |
| 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 |
| 17.7（18.7） | 16.4（16.6） | 14.8（14.6） |
| 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 |
| 20.3（23.8） | 14.9（11.7） | 13,3（11.9） |

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30年１～３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) | ニット製品製造業(1165～7、1169､1172～3､1184～6) | 貿易商社(5011､5019) | 洋菓子小売業（製造小売）  (5861) | 一般乗用旅客自動車運送業  （タクシー）(4321) |
| 業種・業界の特徴 | 26年の状況は、事業所数が219、従業者数が1,611人、製造品出荷額等が483億8,800万円で、品目によってシェアは全国1～2位を占め、有数の産地である。 | 輸出入金額で大きな割合を占めるのは｢鉄鋼製品｣｢石油・鉱物｣で、企業数は｢電気機械器具｣｢産業機械器具｣｢化学製品｣が多い。輸入は｢衣服・身の回り品｣が多い。 | 26年の状況は、事業所数1,134事業所(全国比5.2.％)、従業者数7,051人(同6.6.％)、年間商品販売額458億円(同7.2％)で、いずれも大幅な減少傾向が続いている。 | 28年3月末時点の事業者数は、法人207、個人3,166で、全国シェアは各々3.2％、8.8％である。法人は全国8位、法人と個人を合わせた車両数は全国2位に位置する。 |
| 概況 | 市場が比較的堅調に推移した29年の傾向が30年に入っても続いている。しかし、市場の成熟化で先行きの見通しは全般的に厳しい。 | 輸出額は、電子部品や自動車部品のアジア向け輸出が増加するなど堅調に推移し、輸入額も、29年に続き増加傾向にある。 | 需要は横ばいだが、小規模事業者の売上高は減少している。ギフト需要の縮小、流通系洋菓子との競争激化、コスト増の影響がある。 | 法人タクシーでは、実車キロ、輸送人員数、運送収入ともに減少傾向が続いている。訪日外国人観光客の利用増加は、限定的である。 |
| 売上高、売上単価 | 春夏物の立ち上がりが遅れ、国内生産は厳しい。定番商品が比較的堅調なほか、素材や品質に対する評価が販売につながっている。 | 輸出はアジア向けが増加しているが、海外子会社のOut-Out型の取引も増えている。輸入は、全体としては底堅い動きになっている。 | 食料品等の値上がりが続き、全般的には消費者の節約志向がみられるが、「ハレの日」向けの高級商品では好調な面もみられた。 | 人手不足に伴い、目安となる実働率が50％を下回り、1日1車当たり運送収入は増加しているが、運送収入全体は減少している。 |
| 原材料・仕入価格 | 綿･羊毛･カシミヤなどの原材料、原油、配送などのコストが上昇し、販売価格にいかに反映させていけるかが課題になっている。 | 直近の輸出増の減速は、為替の影響のほか米国の貿易保護主義も背景にあり、価格調整を契約に織り込む等リスクヘッジもみられる。 | 原材料の大半が輸入品で、新興国の需要増や国際相場の高騰などの影響も受けているほか、人件費や配送コスト等も上昇している。 | コストの7割以上を人件費が占め、車両保有にかかる保険や税等も実働率にかかわらず発生するため、収益が厳しい事業者多い。 |
| 設備投資 | 受注減や受注見通しがたてにくく限定的であるが、社内製造や無縫製など生産体制の強化を図る企業は積極的に進めている。 | 多種多様な商品の管理や効率化に向けて、システムや倉庫に投資する事業者が多いが、景気回復により倉庫獲得は難しくなっている。 | 販路獲得に成功している企業は積極的だが、季節変動の大きさや技術･事業継承の困難性から消極的な企業もあり、二極的である。 | 防犯・安全機器、先進安全自動車(ＡＳＶ)、低床や車椅子対応のユニバーサルデザインタクシー、ハイブリッド車で動きがみられる。 |
| 雇用、賃金 | 新規採用に取り組む企業が増え、採用意欲が高まる一方、業界企業との競争は厳しく、計画的に取り組むことが難しくなっている。 | 人材の不足感が強まり、応募者を一定確保できるものの採用数は予定をやや下回っている。大卒理系人材の採用が困難化している。 | 独立せず社内に留まる人材が増えており、賃金上昇がコスト要因になっているほか、労働環境全般の再構築が課題になっている。 | 保有車両数に見合う乗務員を確保できない人手不足の状態である。高年齢の乗務員が多く、定時制従業員も少なくない現状がある。 |
| 資金繰り | 低価格志向の影響を受け厳しい。 | － | － | － |
| 為替相場の影響、その他の影響など | 輸入品のシェアが高いものの、最近は中国のシェアに減少がみられる。インバウンドでは、日本製に対する関心が一部にみられる。 | 30年に入り為替相場が円高に振れたことで、輸出入ともに増加率が鈍化している。 | 商品ブランド力が重要になっているが、人気商品に加えて、焼菓子等の賞味期限の長いギフト商品等が、業績伸長に影響している。 | 大阪府外では、初乗短縮運賃、事前確定運賃、旅客の相乗りマッチングの実証実験などの動きがみられる。 |
| 今後の見通し、  その他 | 低価格志向が強く、国内生産に対する関心が高くないことや原価高や労働者確保の問題などへの対応も求められるため、今後、一層厳しくなる見通しがみられた。 | 米中などの国際関係に応じて為替変動が激しくなるとみる事業者もあり、為替リスクに対する認識が高まっている。一方、アジア向け輸出には期待が寄せられている。 | 業界の経営環境は年々厳しさを増し、専門店の減少が懸念される。流通大手等の異業種参入が今後も相次ぎ、専門店が更に大きな影響を受けると考えられている。 | 防犯・安全への投資に加え、スマホアプリ等のＩＴ技術の活用や付加サービスの充実による需要掘り起こしへの対応状況が、業績の差異につながると考えられている。 |

業種別景気動向調査　平成29（2018）年１～３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