|  |
| --- |
| 中小企業の動き（平成27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、大阪府の全業種の業況判断ＤＩは－16.0（前期差1.4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－9.8（前期差4.5）となり、マイナス幅は、近畿より1ポイント大きく、全国より3ポイント小さい。非製造業は－18.4（前期差0.1）となり、マイナス幅は、近畿より0.8ポイント大きく、全国より2ポイント大きい。

今期の全国及び近畿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、前期に比べると、持ち直しの動きを強調した判断である。

近畿の各業種の業況判断は、化学（前期差10.3）がプラスの水準で推移し、パルプ･紙･紙加工品（前期差▲39.7）、情報通信･広告業（▲15.7）の2業種がプラスからマイナスの水準に転じた。マイナス幅が縮小したのは、繊維工業（前期差12.0）、鉄鋼･非鉄金属（18.7）、機械器具（4.6）、輸送用機械器具（13.2）、その他の製造業（7.1）、飲食･宿泊業（6.5）などで、マイナス幅が拡大したのは、金属製品（前期差▲5.0）、卸売業（▲8.1）、対事業所サービス業（▲5.4）などで、マイナス幅が大きく足踏みであるのは、木材･木製品（今期▲27.4）、家具･装備品（▲18.4）、印刷（▲19.1）、窯業･土石製品（▲17.3）、金属製品（▲19.9）、卸売業（▲17.7）、小売業（▲26.5）、対個人サービス業（▲18.4）などである。

経営上の問題点は、前期に続いて、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 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 | －15.5 (3.2) | －15.2(2.4) | －16.0(1.4) |
| 製造業 | －12.8(2.8) | －8.8(4.9) | －9.8(4.5) |
| 非製造業 | －16.4(3.2) | －17.6(1.3) | －18.4(0.1) |

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

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140回中小企業景況調査（2015年４-６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 | 原材料価格の上昇 | 製品ニーズの変化への対応 |
| 24.9（23.9） | 14.7（17.5） | 12.5（10.6） |
| 建設業 | 民間需要の停滞 | 官公需要の停滞 | 材料価格の上昇 |
| 16.4（16.3） | 16.0（18.1） | 11.1（12.4） |
| 卸売業 | 需要の停滞 | 仕入単価の上昇 | 大企業の進出による競争激化 |
| 33.8（34.2） | 18.5（17.9） | 8.2（8.2） |
| 小売業 | 大型店･中型店の進出による競争の激化 | 需要の停滞 | 消費者ニーズの変化への対応 |
| 20.7（21.0） | 16.0（19.1） | 15.3（16.7） |
| 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 |
| 21.5（21.3） | 13.7（15.7） | 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７～９月期の中小企業の景況（１）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 利器工匠具･手道具製造業 | 建築金物製造業 |
| 業種・業界の特徴 | 機械用や農業用を除く刃物類及び職人用の仕事道具類など多岐にわたる品目が含まれるが、大阪に特徴があるのは、包丁と鋏、ハンマーなどである。大阪府内の25年の事業所数（従業者4 人以上） は 27、従業者数は495 人、製造品出荷額等は8,625 百万円だが（経済産業省『平成25 年工業統計表（産業細分類別統計）』）、従業員4人未満の事業所が7割を占め、取扱商品の出荷額割合によって他の業種に分類される例が多く、実際の事業所や従業者の数は統計よりも多いとみられる。 | 大阪府内の23年の事業所数は、「錠、かぎ」22、「建築用金物」140、製造品出荷額はそれぞれ50億円、463億円、あわせて513億円である。全国に占めるシェアは、事業所数は「錠、かぎ」が14.3％(全国第１位)、「建築用金物」が24.0％（全国第１位）、製造品出荷額は、それぞれ7.5％（全国第３位）、27.6％（全国第１位）である（経済産業省『平成23年工業統計表（品目編）』、従業者４人以上）。「錠、かぎ」と「建築用金物」の製造品出荷額の合計の全国シェアは21.9％（全国第１位）である。 |
| 概況 | 内需は構造的な要因が大きく、横ばいないし減少となっているが、外需が非常に活況なため販売数を大きく伸ばし、産地及びメーカーでは、生産が追いつかない状況もみられる。全体の業況は概ね上向きである。 | 26年4月以降、建築着工の消費税率引上げの反動減で受注金額が減少する一方、円安による輸入原料や部品、製品の価格上昇、電気料金値上げ、物流費上昇などによる製造原価が上昇し、収益を圧迫している。 |
| 売上高、売上単価 | 国内市場は、外国製品との競争激化や大型店での量販、ハンマーを必要としない建築物へのシフトなど構造的な要因が大きく、受注は横ばいまたは減少で推移している。輸出は非常に好調で、包丁は、海外の和食ブームの影響で現地の料理人からの受注が多く、生産が追いつかない状態が続き、販売単価も上昇傾向にある。また、高品質な植木鋏や剪定鋏などの需要も大きく、円安のほか日本製に対する信頼が定着しつつある。 | 建築金物の受注動向は、着工から半年程度遅れるため、消費税率引上げ後の反動減の影響により受注金額が減少している業者が多い。加えて、建築業の人手不足等で着工から完工までの期間が延びる傾向がみられ、受注金額の減少に影響している。また、主要取引先の関東地方への本社機能移転による受注金額の減少など、関東地方（特に東京）と建築着工、受注金額の差が開いていると感じる業者が多い。 |
| 原材料・仕入価格 | 一部の鋼材に値上がりの動きがみられ、鍛造の燃料として使用される炭やコークス、刃付けに使用される砥石、柄部分の樫の木などもここ数年の間に高騰している。ハンマーのヘッド部分の鋳物は、円安で仕入れ価格が高騰している。電気代の値上がりの影響は比較的軽微である。 | 24年後半からの円安による輸入原料や部品、製品の価格上昇に加えて、電気料金値上げ、物流費上昇などにより、製造原価が上昇している業者が多い。しかし、販売先に大企業が多く、経費の増加分をすべて製品価格に転嫁することは難しく、収益は悪化している。 |
| 設備投資 | 輸出増で生産が追いつかないため、生産ラインの追加や生産性向上や新商品開発のための機械設備の増設などの前向きな動きのほか、収益の見通しが明るいうちに本社の建替えを検討するといった声が聞かれた。 | － |
| 雇用、賃金 | 近年の人手不足を背景にパート・アルバイトや製造現場の従業員に不足感が高まりつつある。堺打刃物の組合連合会は、後継者不足に対し、「堺刃物職人養成道場」を開校し、10月より職人の育成に着手している。 | 現状は、従業員の過剰感、不足感とも感じている業者は少ないが、関東地方での建築着工、受注金額が増加していることに加え、物流費の上昇などから、東京近辺での工場再稼動、生産増加を図る業者や、関東地域での営業部門の強化に取り組む業者がみられる。 |
| 資金繰り | － | － |
| 為替相場の影響、その他の影響など | － | 24年からの円安傾向で、海外と国内の生産の価格差が10％以内になったため、海外で生産していた部品、製品を国内生産に切り替える業者も現れている。一方、120円前後なら、初期投資費用である金型価格差が120円前後ではまだ大きいとして、海外生産を続ける業者もみられる。 |
| 今後の見通し、その他 | 高品質品を中心に外需の伸びや輸出先国の増加が見込める。内需では、全国的な展示会への出展や消費者を対象とする体験の機会を設けるなどして、需要の確保、産地のブランド化、後継者の発掘などの取組が進展しつつある。 | 建築金物の受注動向への反映は建築着工から半年程度遅れることから、需要の回復は年末以降になるとみられる。 |

２．業種別景気動向調査にみる27年４～６月期の中小企業の景況（２）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 歯車製造業 | 結婚式場業 |
| 業種・業界の特徴 | 大阪府の25年の歯車（プラスチック製を含む）を製造する事業所は37、製造品出荷額等は135億45百万円で、全国に占める割合は、それぞれ13.4％、13.8％である（経済産業省『工業統計表（品目編）』、従業者４人以上）。事業所数では全国第１位であるものの、製造品出荷額等は愛知県、兵庫県に次ぐ全国第３位となっている。大阪府には、全国と比べて自動車産業向けの歯車を製造する企業が少なく、電気機械関連の受注が多かったが、近年は、各種産業機械や建設機械、工作機械など多様な用途向けの歯車を手がける企業が多い。 | 近年は、ハウスウエディング（ ゲストハウス） と呼ばれる、洋館など一軒家を貸し切った邸宅風の挙式や披露宴の形態が躍進している。大阪府の24年の結婚式場は81事業所、従業者数は2,882人で、全国に占める割合は、それぞれ5.8％、5.7％である。21年からの比較では、事業所数は19.1％増、従業者数は12.1 ％増と、全国で事業所、従業者数が減少するなか、大阪では増加しており、全国シェアはそれぞれ1.1ポイント増、0.9ポイント増となっている。都道府県別では事業所数、従業者数ともに、東京、愛知に次ぐ3位である。 |
| 概況 | 22年以降、生産は増加基調にあり、農業機械向けを除く、自動車産業向け、産業機械向け、建設機械向け、工作機械向けでは前年比プラスとなっている。業況回復を実感する企業がある一方、製造業の海外移転の影響が大きく、多くの企業では先行きを楽観視してはいない。 | 婚姻数の減少や結婚式を挙げない層の増加により、市場規模は縮小している。事業者間の競争は激しくなり、移り変わりの早い市場ニーズに応じた独自の施設やサービスを提供し好調を維持する事業者とそれ以外の事業者での二極化が進みつつある。 |
| 売上高、売上単価 | リーマンショックで落ち込んだ生産は、22年以降は増加基調にあるが、自動車向け、産業機械向け、建設機械向け、工作機械向けを除く、農業機械向け、家電･ＯＡ機器･情報機器向けは、金額ベースで減少しており、大阪府内の企業は売上、収益ともやや厳しい状況にあるが黒字基調は維持している。 | 人口減少、少子化、未婚化、晩婚化などにより、挙式･披露宴の需要が減少し、売上高と取扱件数は減少している。新業態としてシェアを伸ばしてきたハウスウエディングの需要の押し上げ効果も薄まっている。一方で、海外ウエディング需要を獲得し売上高を伸ばす事業者もある。挙式･披露宴の平均価格は300万円超で一定の水準を維持しているが、ニーズや事業者の志向によって受注価格の変化に大きな差がみられる。 |
| 原材料・仕入価格 | 原材料の仕入価格は若干下がっているが、電気料金の大幅値上げの影響が大きく、収益確保の足を引っ張るのではないかと危惧する声も聞かれた。 | － |
| 設備投資 | 新規の設備投資は、先行きの不透明感から手控える企業が多いが、「売上はリーマンショック前の水準にほぼ戻った」産業機械向けメーカーは、大型設備投資を行い、新規設備投資が低調とは言い切れない。 | バンケットを複数保有する事業者では、趣向が異なるバンケットに改装し、多様なニーズに対応している。新規参入事業者では、定期的な設備更新が可能となるように、早期の投資回収を計画的に進めている。 |
| 雇用、賃金 | 入社後即戦力となる経験者の確保が難しいため、現有人員の能力向上に向けた人材育成に取り組んでいる。人員の確保に関しては、急激な雇用増を予定している企業は少なく、退職者の補充程度の中途採用に留まっている企業が大半である。そうした中で、継続的に毎年10名程度の新規採用を行っている企業もある。 | 利益確保のため、固定費となる人件費を抑える動きもみられ、複数の事業を持つホテルなどでは繁忙期に結婚式事業以外の従業員を活用するなどの工夫をしている。一方、市場ニーズに対応するため、ウエディングプランナーなどの有資格者をはじめとした優秀な人材の確保が重要であるが、現在は供給過剰の状況にある。 |
| 資金繰り | 黒字基調を維持しているため、金融機関からの貸付の申し出は多く、資金繰りに問題はないとの声が多数聞かれた。 | － |
| 為替相場の影響、その他の影響など | － | 海外ウエディングが比較的伸びている一方で、海外需要獲得に向けた動きもみられる |
| 今後の見通し、その他 | 自動車産業向け以外の分野は、製造業の海外移転が大きく影響し、多くの企業では先行きを懸念している。このため、多くのメーカーは、取引先のニーズへの対応力の強化を図っている。 | 国内事業の伸びへの期待は今後も高くない。需要引上げの各事業者の方向性は、低価格化志向あるいは消費者への啓発を含めた高品質なサービスの提供を重視する志向など様々である。 |