

おおさか

# 経済の動き

平成28(2016)年 1～3月版

No. 494

大阪府商工労働部  
(大阪産業経済リサーチセンター)

# お お さ か 経 済 の 動 き

平成 28 (2016) 年 1 ～ 3 月版 No. 494

---

## 目 次

---

大阪経済の情勢 .....	2
経済情勢トピックス .....	4
真の「観光立国」をめざして	
大阪府景気動向指数 (C I ・ D I) の動き .....	6
大阪府景気観測調査 (平成 28 年 1 ～ 3 月期) .....	8
最近の消費動向 (個別ヒアリング) .....	24
中小企業の動き (業種別景気動向調査) .....	26
中小企業の動き (平成 28 年 1 ～ 3 月期)	
土木建築工事業    軽合金鋳物製造業    歯ブラシ製造業	
自動車整備業 (車体整備)	
平成 27 年度調査研究の紹介 .....	36
国内繊維産地の活性化戦略について	
商業集積と地域の連携事例	
インターンシップ等、大学との連携による人材育成に関する調査	
大阪経済指標 .....	42

---

商工労働総務課 (大阪産業経済リサーチセンター) ホームページアドレス  
<http://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/index.html>

# 大阪経済の情勢 (平成28年3月指標を中心に)

## 「大阪経済は、回復の動きが弱まっている」

需要面では、個人消費は、緩やかに回復している。家電販売額(2月)、新車販売台数は減少したが、百貨店・スーパー販売額、コンビニ販売額は増加した。家計消費支出(近畿)は減少。投資は、持ち直している。住宅投資、非居住用建設投資はともに増加。公共投資は増加。輸出は、弱含んでいる。輸出額は減少。主要国向けでは、すべての地域向けで減少。輸入額は減少。

供給面では、生産動向は、弱い動きとなっている。大阪府(2月)は、生産、出荷はともに低下。近畿の生産(2月)は低下、全国生産(3月)は上昇。企業倒産では、件数は改善、負債金額は悪化。雇用は、改善している。近畿の失業率は悪化。有効求人倍率は上昇、新規求人倍率は低下。所定外労働時間(2月)は横ばい。

先行きでは、所得環境の改善状況、海外経済の動向等に引き続き注意が必要。

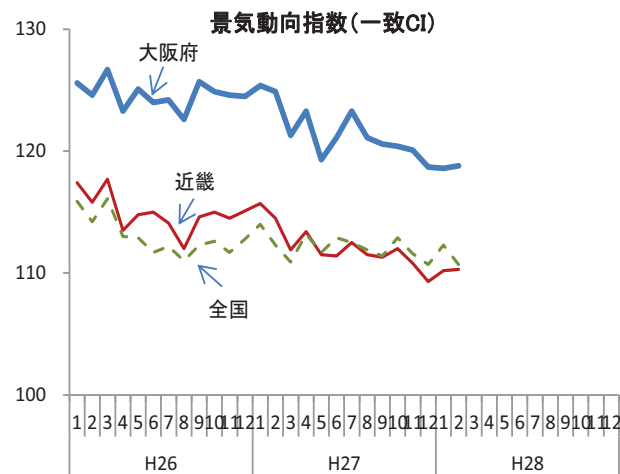
		需要							
総合		消費				投資		貿易・観光	
一致CI(大阪)		大型小売店販売(大阪)	コンビニ販売(近畿)	家電販売(近畿)	新車販売(大阪)	新設住宅着工(大阪)	建築物着工(大阪)	輸出(近畿)	関空外国人旅客
3月	↑	↑	↑	↓	↓	↑	↑	↓	↑
2月	↑	↑	↑	↓	↓	↑	↑	↓	↑

		供給				
生産		倒産	雇用			
生産指数(大阪)		生産指数(全国)	倒産件数*(大阪)	有効求人倍率(大阪)	失業率*(近畿)	
3月	↑	↑	↑	↑	↓	
2月	↓	↓	↓	↑	↑	

※前年同月と比較し、上向き矢印は「景況改善」、下向き矢印は「景況悪化」。ただし、一致CI、生産指数、有効求人倍率は季節調整済みのため、前月との比較。失業率と倒産件数は、減少・低下が景況改善となり、上向き矢印となる。

### ●景気動向指数(CI)

大阪府(2月)では、一致CIは上昇、先行CIは低下。大阪府(一致CI)では、主に「百貨店売場面積当たり販売額」、「関西大口電力使用量」が上昇に寄与。



(資料)大阪産業経済リサーチセンター「景気動向指数」、内閣府「景気動向指数」 ※H22=100

#### 一致CIの個別系列の寄与度\* (大阪府、2月速報)

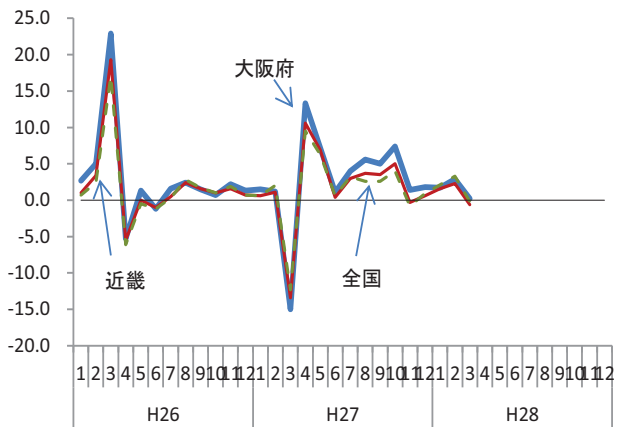
百貨店売場面積当たり販売額	大阪税関管内輸入額	製造工業生産指数	生産財出荷指数	関西大口電力使用量(合計)	有効求人倍率	所定外労働時間指数(製造業)
0.30	▲0.09	▲0.07	▲0.46	0.30	0.23	▲0.01

※CIの変化が、個別系列からどの程度もたらされたのかを示した数値。

### ●個人消費

個人消費は、緩やかに回復している。家電販売額(2月)、新車販売台数は減少したが、百貨店・スーパー販売額、コンビニ販売額は増加した。

(前年同月比、%) 百貨店・スーパー販売額(全店ベース)



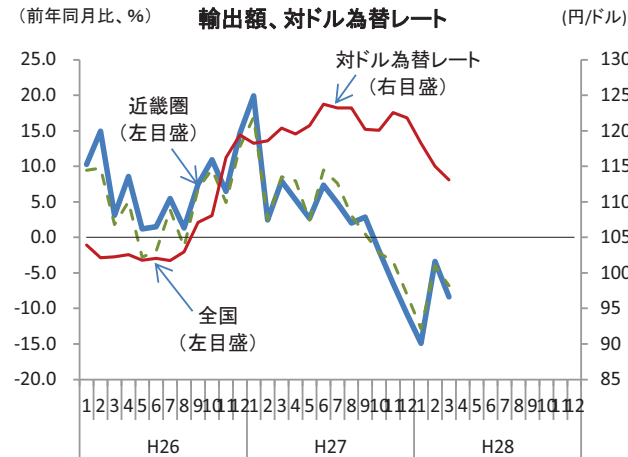
(資料)近畿経済産業局「大型小売店販売状況」

#### 業態別の増減(大阪府、全店、前年同月比(%))、3月速報

大型小売店 合計		0.2
うち	百貨店	▲1.6
	スーパー	2.1

## ●貿易

輸出は、弱含んでいる。輸出額は減少。主要国向けでは、すべての地域向けで減少。輸入額は減少。



(資料) 大阪税関「貿易統計」、日本銀行「時系列統計」 ※対ドル為替レートは、東京インターバンク相場、ドル・円、スポット、中心相場/月中平均。

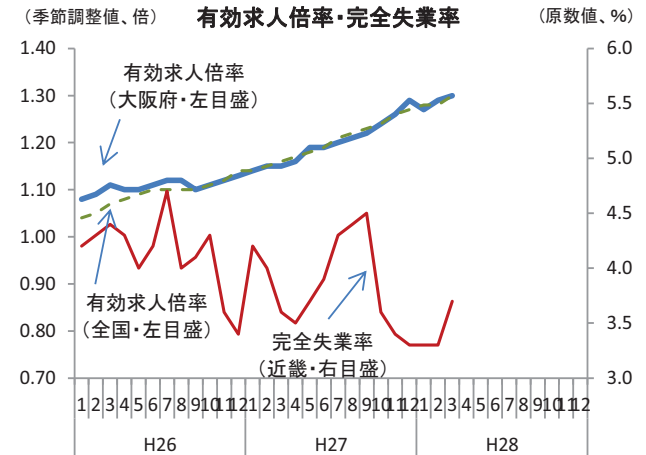
主要地域(国)別の増減(近畿、前年同月比(%))、3月速報

アジア(含む中国)	▲8.5	5ヶ月連続の減少
中国	▲9.4	2ヶ月ぶりの減少
EU	▲4.2	6ヶ月連続の減少
アメリカ	▲9.6	5ヶ月連続の減少

(資料) 大阪税関「近畿圏貿易概況・速報」

## ●雇用

雇用は、改善している。近畿の失業率は悪化。有効求人倍率は上昇、新規求人倍率は低下。所定外労働時間(2月)は横ばい。



(資料) 厚生労働省「一般職業紹介状況」、総務省統計局「労働力調査」 ※近畿の完全失業率は原数値。

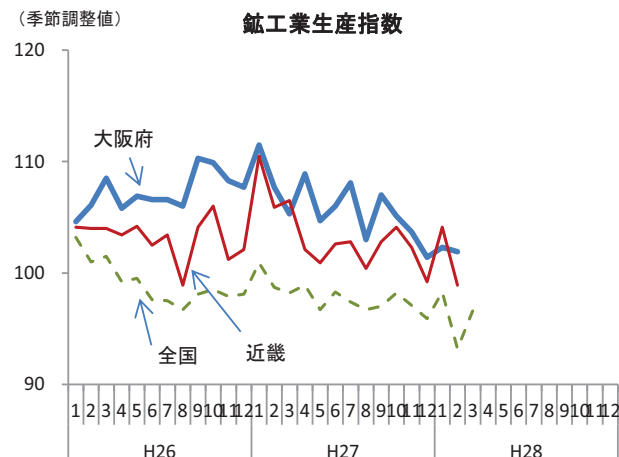
新規求人数の主要産業別増減(大阪府、前年同月比(%))、3月

産業計	4.9
建設業	10.2
製造業	▲4.5
卸売業、小売業	2.0
宿泊業、飲食サービス業	16.6
医療、福祉	9.2

(資料) 大阪労働局「求人・求職状況速報」

## ●生産

生産動向は、弱い動きとなっている。大阪府(2月)では、生産、出荷はともに低下。近畿の生産(2月)は低下、全国が生産(3月)は上昇。



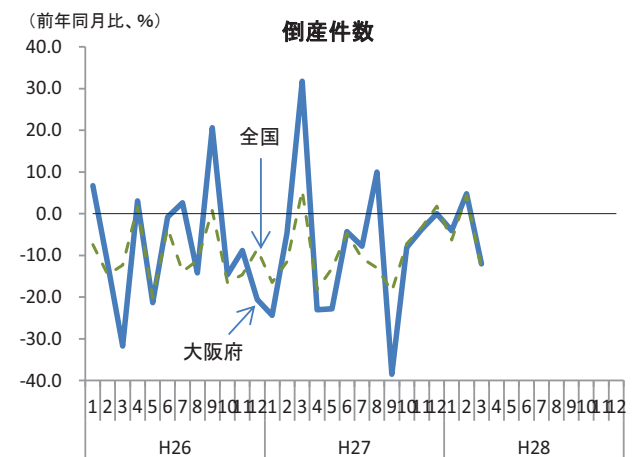
(資料) 大阪府統計課「大阪の工業動向」、近畿経済産業局「鉱工業生産動向」、経済産業省「鉱工業指数」 ※大阪府は製造工業指数、H22=100

産業別の主な変動(大阪府、前月比(%))、寄与度順、2月速報

上昇	化学(10.9): 医薬品、化粧品 はん用・生産用・業務用機械(4.6): 印刷機械、プレス用金型 電子部品・デバイス(6.0): 液晶素子
低下	金属製品(▲27.4): 橋りょう、架線金物 鉄鋼(▲7.9): 鍛鋼品、H形鋼 電気機械(▲7.6): アーク溶接機、蛍光灯

## ●倒産

企業倒産では、件数は改善、負債金額は悪化。



(資料) 東京商工リサーチ「倒産月報」

主な倒産(大阪府、3月)

業種	負債額(百万円)
不動産賃貸・管理	15,000
食品・菓子・洋酒販売	10,758
ホテル経営	2,887
不動産仲介、売買	2,300
遊戯機器部品・分煙装置製造販売	850
携帯電話販売、コンテンツ開発	691

# 経済情勢トピックス《真の「観光立国」をめざして》

2015年の訪日外国人観光客数は、2020年の当初目標であった2,000万人をほぼ達成し、観光立国の幕開けを予感させます。一方で、観光立国としての条件を満たしているにも関わらず、そのアドバンテージを十分に活かしていないとの指摘もあります。豊かな自然や文化を持つ関西は、外国人が満足する観光対象の多様化や、健全な民泊のルールづくりなどが急務です。

## 1 はじめに

2015年の訪日外国人観光客数は約1,974万人と、当初2020年の目標としていた2,000万人をほぼ達成するとともに、45年ぶりに訪日外国人旅行者数が出国日本人数を上回りました。16年に入っても、4月の推計値は208万人と過去最高を記録するなど、中国を中心にアジアからの訪日が活発です。その背景には、政府による訪日旅行プロモーションやビザの発給要件緩和などの施策に加えて、円安基調、LCCなどによる航空路線の拡大、航空運賃の低下（燃油サーチャージの値下げ等）、クルーズ船の寄港増加といった要因が考えられます。

関西では上記の理由以外に、人気アトラクションやユニークなイベントで高い集客力を誇るユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）の効果もあり、関西国際空港を経由して中国や韓国、台湾などの近隣諸国・地域から多くの観光客が訪れています（図1）。東日本大震災が発生した11年を底に、関西の訪日外国人旅行（インバウンド）はプラスに転じましたが、とりわけ15年は「観光立国」への扉が開かれたターニングポイントであったといえるでしょう。

ところで、わが国で観光振興が重要な政策課題として扱われるようになったのは、小泉総理大臣（当時）が2003年に行った「観光立国宣言」以降といわれています。海

外へ日本ブランドを戦略的に発信するビジット・ジャパン・キャンペーンの開始（2003年）や、観光基本法を全面改正した「観光立国推進基本法」の施行（2007年）、観光庁の新設（2008年）、新成長戦略（2010年）など、観光立国実現に向けた体制の強化が進められてきました。

## 2 観光政策の変遷

これまで日本は、自動車・同部品、家電、産業用機械、半導体、ゲーム機のような先端技術によるものづくりと、その輸出によって国際競争力を保ってきました。特に米国市場へは、高度成長期から繊維、鉄鋼、カラーテレビなどが活発に輸出されましたが、自動車を多く輸出した1980年代以降、日米貿易摩擦が大きな問題となりました。

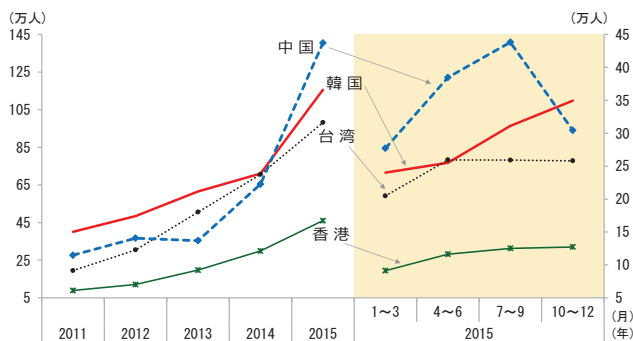
一般に、モノの輸出入は「貿易収支」で表され、インバウンド観光の消費と日本人旅行者の海外での消費（アウトバウンド消費）は「旅行収支」で示されます。インバウンド消費は、国内資源を活用した観光サービスを外国人旅行者に提供して外貨を得ることから、「観光サービスの輸出」といえます。反対に、アウトバウンド消費は「観光サービスの輸入」となります。

米国から対米貿易黒字の削減を迫られる中、経常収支<sup>1</sup>の改善策として編み出されたのが、その1項目である旅行収支の赤字化でした。モノの輸出入では黒字でも、サービス部門を赤字にすることで、経常収支における対米貿易黒字を小さくしようと考えたのです。そこで、具体的に打ち出されたのが、「海外旅行倍増計画<sup>2</sup>」でした。このような背景から、インバウンドよりもアウトバウンドに重点が置かれていたことは否めません。

構造的な背景に加え、インバウンド振興策が遅れたもう1つの理由として、観光立国宣言の後、リーマン・ショック、新型インフルエンザの流行、円高の進行、東日本大震災の発生、尖閣諸島国有化をめぐる日中関係の悪化などの逆風が、観光業はもとより、製造業や多くの産業に吹き荒れたことが挙げられます。これらの環境変化がインバウンドの振興を阻み、関西経済も低迷を余儀なくされました。

こうした苦難を経て、自民党政権に交代した12年末頃

図1 関西国際空港経由の入国外国人人数  
（東アジア4か国・地域）



資料：法務省「出入国管理統計」

<sup>1</sup> 国の国際収支を評価する基準の1つで、①貿易収支、②サービス収支（旅行収支を含む）、③所得収支、④経常移転収支から構成される。

<sup>2</sup> テン・ミリオン計画ともいい、1987年から5年間で日本人海外旅行者を1,000万人に倍増する計画。90年に目標達成した。



を境に、為替が円安に転換しはじめ、外国人旅行者数も急激に回復するなど、潮目に変化してきました。その後、アベノミクスの第三の矢である日本再興戦略（2013年）の下、冒頭に述べたさまざまな要因が作用し合って、観光立国の幕開けを予感させるほどの伸張ぶりをみせています。観光立国実現の方向性が明確にされてから、10年以上が経過しましたが、インバウンド振興策の成果が現れはじめたのは、ここ3年前頃からではないでしょうか。

### 3 「観光後進国」脱却に向けて

さて、文化財修復を手掛ける修理施工会社社長のデービッド・アトキンソン氏は、日本が観光立国ではなく「観光後進国」だと指摘しています<sup>3</sup>。日本人のセールスポイントが、外国人旅行者の観光動機になっていないそうです。この言葉を念頭に置きながら、観光後進国を脱却するために今後何をすべきかについて考えてみます。

#### ■ 観光対象のさらなる多様化

中国人旅行者を中心とする「爆買い」、またUSJ人気に象徴されるインバウンド消費の急拡大は、バブル崩壊で低迷していた小売業や、尖閣諸島国有化に伴う中国人旅行者減少の影響を受けた宿泊業・観光サービス業の業績回復に大きく貢献しました。ただ、百貨店等での買い物やテーマパークのような娯楽は、都市部の高い集客力を発揮しやすいのですが、特定の国に誘客が偏ったり、買い物やエンターテインメントばかりを強調するインバウンド観光は、観光立国としては未熟です。

上述のアトキンソン氏は、日本は観光立国の条件（気候、自然、文化、食事）を全て満たしている稀有な国であると評しており、トリップアドバイザーの調査では、外国人に人気の観光スポット30か所のうち、関西は10か所がランクインしています（表1）。寺社仏閣に偏ってはいますが、剣舞を体験する道場やナンバーバル・パフォーマンス<sup>4</sup>の専用劇場（19位）も入っています。

歴史・食などの文化や自然が豊富な関西には、多くの国々からの旅行者が満足できる、エキサイティングな観光対象がまだまだ存在するはずで

#### ■ 受け入れ体制の整備

東日本大震災からわずか数年で、日本のインバウンド数は3.2倍に膨れ上がり、しかも宿泊地が大都市部に集中しています。このことから、インバウンド受け入れのた

めのさまざまな仕組みが、実態に追いついていません。

一例を挙げると、政府の国家戦略特区の一環として、空き家や賃貸マンション等の空室を宿泊施設として認定する事業が、大阪府でも16年4月にはじまりました。ただ、実際に施設として認定されたのは、5月現在で1事業者です。京都市の例<sup>5</sup>を参考にすると、民泊仲介サイトに掲載されている物件の多くは、旅館業法の許可を得ていない可能性があります。

民泊仲介サイトの登録で稼働率が高まり、廃業寸前の地方旅館が再生したり、自宅の部屋を貸し出す「ホームステイ型」では、ホストとゲストと一緒に食事を囲んで国際交流を育む場合もあります。一方、都市部の賃貸マンションを利用した「投資型」民泊については、無断でゲストに又貸しし、ゴミ出しや騒音などで近隣住民とトラブルになるケースも少なくありません。今後は、自治体や国が実態を速やかに把握し、地域住民が安心・安全に暮らせる健全な民泊のルールづくりが急務です。

これ以外にも優先すべき事柄はまだありますが、インバウンドの需要と課題を的確に捉えるためには、現状の調査・分析と、柔軟かつ迅速な取り組みが不可欠です。

（山本 敏也）

表1 外国人に人気のある観光スポット（上位15位）

順位	観光スポット	所在地
1	伏見稲荷神社	京都市伏見区
2	広島平和記念資料館 (原爆ドーム、広島平和記念公園)	広島市
3	厳島神社	広島県廿日市市
4	東大寺	奈良県奈良市
5	禅林寺 永観堂	京都府京都市
6	地獄谷野猿公園	長野県山ノ内町
7	高野山 奥之院	和歌山県高野町
8	サムライ剣舞シアター	京都府京都市
9	沖縄美ら海水族館	沖縄県本部町
10	箱根彫刻の森美術館	神奈川県箱根町
11	金閣寺	京都府京都市
12	新宿御苑	東京都新宿区
13	富士山	静岡県・山梨県
14	成田山 新勝寺	千葉県成田市
15	兼六園	石川県金沢市

資料：トリップアドバイザー「外国人に人気の観光スポットランキング 2015年度版 TOP30」。

<sup>3</sup> デービッド・アトキンソン『新・観光立国論』、第2章。

<sup>4</sup> 言葉を全く使わない舞台公演で、ブロードウェイの『ブルーマン』や韓国の『ナンタ』などが有名。

<sup>5</sup> 京都市が27年度に実施した調査（2,702件）では、旅館業法上無許可と推測される施設が1,847件（68.4%）あった。  
<http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000197448.html>

# 大阪府景気動向指数（C I・D I）の動き

## 1. 総括表

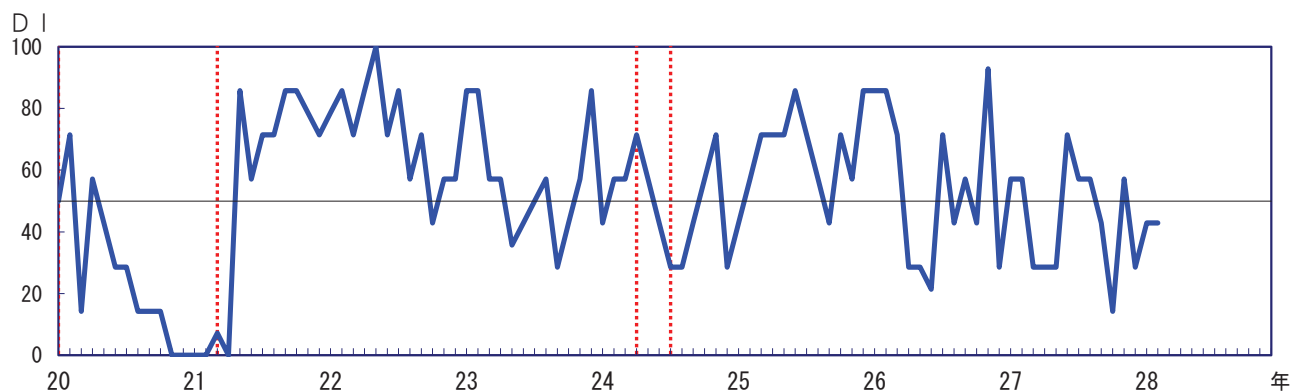
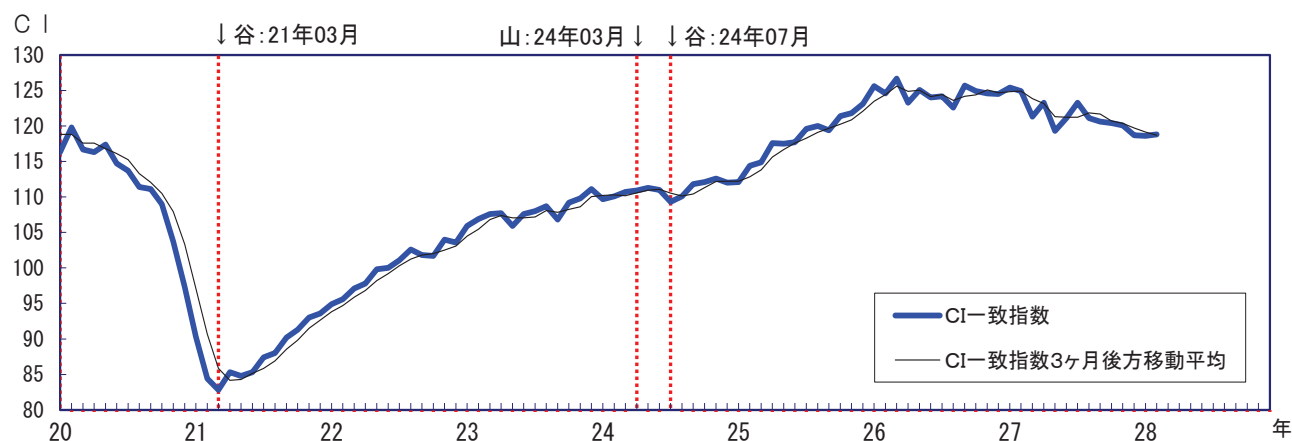
			27年												28年	
			1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
CI	先行	大阪府	125.8	124.1	125.5	126.2	123.4	121.5	121.7	118.2	122.4	121.1	117.9	118.3	120.7	P117.6
		近畿	101.6	100.3	100.5	101.2	101.6	101.8	100.0	100.4	100.4	101.6	100.6	101.0	101.6	P99.5
		全国	104.2	103.9	104.0	105.0	106.1	106.1	104.7	104.0	101.6	102.7	101.8	100.3	101.2	96.8
	一致	大阪府	125.4	124.9	121.3	123.3	119.3	121.1	123.3	121.1	120.6	120.4	120.1	118.7	118.6	P118.8
		近畿	115.7	114.5	111.9	113.4	111.5	111.4	112.5	111.5	111.3	112.0	110.8	109.3	110.2	P110.3
		全国	114.0	112.3	110.9	113.2	111.7	112.9	112.5	111.9	111.4	112.9	111.6	110.7	112.3	110.7
	遅行	大阪府	150.3	149.1	149.3	147.8	145.1	145.3	146.1	144.9	142.9	146.1	145.8	149.5	142.9	P146.8
		近畿	118.3	117.1	117.8	114.7	113.7	114.1	112.5	111.2	110.1	111.5	113.0	114.0	113.8	P114.7
		全国	115.0	115.3	115.2	116.0	115.2	115.0	115.2	114.9	114.9	115.2	115.1	115.2	114.7	113.8
DI	先行	大阪府	57.1	64.3	35.7	42.9	57.1	42.9	50.0	50.0	57.1	42.9	57.1	14.3	42.9	P50.0
		近畿	88.9	55.6	44.4	50.0	66.7	66.7	22.2	38.9	44.4	83.3	50.0	50.0	33.3	P27.8
		全国	72.7	63.6	50.0	63.6	81.8	90.9	45.5	45.5	27.3	45.5	27.3	36.4	50.0	20.0
	一致	大阪府	57.1	57.1	28.6	28.6	28.6	71.4	57.1	57.1	42.9	14.3	57.1	28.6	42.9	P42.9
		近畿	57.1	71.4	42.9	42.9	42.9	57.1	42.9	42.9	57.1	42.9	57.1	14.3	35.7	P57.1
		全国	80.0	80.0	45.0	40.0	45.0	90.0	20.0	45.0	30.0	75.0	60.0	40.0	44.4	33.3
	遅行	大阪府	42.9	28.6	57.1	35.7	57.1	57.1	66.7	66.7	33.3	50.0	50.0	91.7	50.0	P66.7
		近畿	60.0	60.0	60.0	20.0	20.0	20.0	50.0	37.5	0.0	75.0	50.0	75.0	50.0	P62.5
		全国	66.7	55.6	72.2	66.7	55.6	77.8	50.0	44.4	33.3	33.3	44.4	55.6	43.8	37.5

(注)・CIは、大阪府・近畿・全国ともに2010(平成22)年=100。Pは速報値。

・CI(コンポジット・インデックス)は、経済活動を表す主要な経済指標の中から景気に敏感に反応する指標を選択し、先行、一致、遅行の別に、それらの指標の対前月伸び率等を合成して、1本の数値にしたものである。数値の見方は、生産指数などと同様で、数値が大きいくほど景気が強いことを表している。

・DI(ディフュージョン・インデックス)は、CIと同様の景気に敏感な指標を用い、3ヶ月前の数値と比較して、先行、一致、遅行の別に、いくつかの指標が上昇しているかを調べたものである。

## 2. 大阪府景気動向指数の動き（一致指数）



### 3. 大阪府 C I 個別系列の寄与度

		27年												28年		
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
先行指数	一致指数トレンド成分(先行)		0.31	0.30	0.20	0.23	0.12	0.16	0.18	0.13	0.14	0.14	0.07	0.05	0.02	0.02
	L1 建設財生産指数		1.18	0.57	-2.05	2.42	-2.53	-2.82	2.39	-2.76	2.84	-0.40	-2.86	0.78	2.52	-2.67
	L2 生産財在庫率指数	R	0.74	0.11	0.95	-1.72	-1.13	1.47	0.25	-1.49	0.45	-0.05	0.49	-0.75	0.13	-0.51
	L3 新規求人倍率		0.04	-1.83	0.82	0.25	0.23	-0.69	-0.49	0.24	-0.12	-0.29	1.28	0.04	0.05	0.41
	L4 新設住宅着工戸数		-0.66	-0.62	0.85	-0.66	-0.14	1.75	-2.31	1.09	-0.20	0.33	-1.03	0.54	-0.86	1.75
	L5 日経商品指数(全国)	*	-1.64	0.29	-0.09	0.80	0.72	-0.48	-0.73	-1.12	-0.54	0.15	-0.63	0.46	0.53	-0.43
	L6 企業倒産件数	R	-0.16	-0.70	0.44	-0.01	0.44	-0.73	-0.02	-0.49	0.81	-0.46	0.15	-0.07	0.33	-1.43
	L7 景気観測調査(業況DI)	※	0.16	0.18	0.21	-0.56	-0.54	-0.52	0.91	0.87	0.85	-0.72	-0.68	-0.65	-0.29	-0.28
一致指数	C1 百貨店売場面積当たり販売額	*	0.00	0.40	-1.37	1.31	-1.18	-0.62	0.32	-0.21	-0.18	0.35	-0.80	0.15	-0.04	0.30
	C2 大阪税関管内輸入通関額		-0.34	0.88	-1.20	0.46	0.25	0.18	0.27	0.07	-0.31	0.08	-0.28	-0.74	0.46	-0.09
	C3 製造工業生産指数		0.64	-0.72	-0.46	0.68	-0.79	0.24	0.40	-0.93	0.56	-0.36	-0.27	-0.44	0.18	-0.07
	C4 生産財出荷指数		0.65	-0.19	-0.21	-0.49	-0.68	0.79	0.25	-0.84	0.19	-0.26	0.40	-0.86	0.54	-0.46
	C5 関西大口電力使用量(合計)		-0.02	-0.46	0.11	-0.20	-0.79	0.28	0.15	-0.49	-0.16	0.01	0.36	-0.31	0.14	0.30
	C6 有効求人倍率		-0.04	-0.04	-0.29	-0.03	0.08	-0.27	-0.03	-0.02	-0.03	0.23	0.22	0.46	-0.76	0.23
	C7 所定外労働時間指数(製造業)		0.00	-0.42	-0.14	0.22	-0.84	1.12	0.84	0.22	-0.52	-0.29	0.09	0.36	-0.69	-0.01
運行指数	一致指数トレンド成分(運行)		0.37	0.36	0.23	0.27	0.14	0.19	0.21	0.16	0.16	0.16	0.08	0.07	0.03	0.02
	Lg1 製造工業在庫指数		1.57	-0.47	-1.21	0.26	0.68	-0.18	1.56	-0.37	1.01	0.52	1.09	-0.47	-0.20	-1.51
	Lg2 常用雇用指数(産業計)	*	0.26	0.96	-0.81	1.13	-2.33	0.34	-0.73	-0.72	-0.42	-0.13	-0.42	0.18	-0.66	-0.07
	Lg3 雇用保険受給者実人員	R	0.10	0.13	0.01	0.16	0.63	-0.87	0.14	-0.55	-0.56	-0.07	-0.33	0.69	-1.48	1.69
	Lg4 大阪市消費者物価指数	*	-0.75	-0.26	0.20	-2.82	-2.20	0.76	-1.37	0.31	-1.35	1.50	0.38	0.92	-1.32	0.43
	Lg5 大阪市実質家計消費支出	*	-0.62	-0.78	0.89	-0.40	0.41	0.00	0.51	-0.54	-1.07	1.56	-1.50	0.50	-1.13	1.03
	Lg6 近畿信用金庫貸出約定平均金利	*	-0.48	-0.45	0.66	-0.22	-0.11	0.01								
	Lg7 法人事業税調定額		0.20	-0.63	0.19	0.10	0.10	-0.03	0.43	0.58	0.17	-0.32	0.40	1.85	-1.91	2.34

(注)・[R]は逆サイクル。[※]は四半期データ、[\*]は前年同月比、他はセンサス局法 X-12-ARIMA による季節調整値を採用。  
 ・地域表示のない指標は大阪府分。新規求人倍率、有効求人倍率はパートを含む。所定外労働時間指数、常用雇用指数は事業所規模30人以上分。消費者物価指数は生鮮食品を除く総合。  
 ・寄与度内、一致指数トレンド成分は、先行指数、運行指数それぞれにおける一致指数トレンド成分の寄与度を示しているののもであり、先行指数寄与度における一致指数トレンド成分と、運行指数寄与度における一致指数トレンド成分は、異なる。

### 4. 大阪府 D I 個別系列の変化方向表

		27年												28年		
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
先行系列	L1 建設財生産指数		-	+	-	+	-	-	-	+	-	+	-	+	+	
	L2 生産財在庫率指数	R	-	+	+	-	-	-	+	+	-	-	+	-	-	-
	L3 新規求人倍率		+	+	0	+	+	+	0	0	+	+	+	+	+	+
	L4 新設住宅着工戸数		+	-	-	-	+	+	+	+	-	+	-	-	-	+
	L5 日経商品指数(全国)	*	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	0
	L6 企業倒産件数	R	+	0	-	-	+	-	-	-	+	+	+	-	+	-
	L7 景気観測調査(業況DI)	※	+	+	+	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-
一致系列	拡張系列数		4.0	4.5	2.5	3.0	4.0	3.0	3.5	3.5	4.0	3.0	4.0	1.0	3.0	3.5
	採用系列数		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	DI先行指数		57.1	64.3	35.7	42.9	57.1	42.9	50.0	50.0	57.1	42.9	57.1	14.3	42.9	50.0
	C1 百貨店売場面積当たり販売額	*	+	+	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	+
	C2 大阪税関管内輸入通関額		-	+	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-
	C3 製造工業生産指数		+	-	-	-	-	+	-	-	+	-	+	-	-	-
	C4 生産財出荷指数		+	+	+	-	-	-	+	+	-	+	-	-	+	+
運行系列	Lg1 製造工業在庫指数		+	+	0	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	-
	Lg2 常用雇用指数(産業計)	*	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	0	-	-	-
	Lg3 雇用保険受給者実人員	R	+	-	+	+	+	+	+	-	-	-	+	-	+	+
	Lg4 大阪市消費者物価指数	*	-	-	0	-	-	-	-	+	-	+	+	+	+	+
	Lg5 大阪市実質家計消費支出	*	-	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	+	-	+
	Lg6 近畿信用金庫貸出約定平均金利	*	-	-	-	0	+	-	-	-	-	-	-	+	-	+
	Lg7 法人事業税調定額		-	-	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
DI一致指数	拡張系列数		3.0	2.0	4.0	2.5	4.0	4.0	4.0	4.0	2.0	3.0	3.0	5.5	3.0	4.0
	採用系列数		7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6
	DI先行指数		42.9	28.6	57.1	35.7	57.1	57.1	66.7	66.7	33.3	50.0	50.0	91.7	50.0	66.7

(注) DIの指標には、景気に先行して動く先行系列、ほぼ一致して動く一致系列、運行して動く運行系列の3つの系列がある。3ヶ月前の数値と比較して、増加した指標には+、保ち合いには0、減少には-をつけている。

[R]は逆サイクル。[※]は四半期データ、[\*]は前年同月比、他はセンサス局法 X-12-ARIMA による季節調整値を採用。

地域表示のない指標は大阪府分。求人倍率はパートを含む。所定外労働時間指数、常用雇用指数は事業所規模30人以上分。消費者物価指数は生鮮食品を除く総合。



# 大阪府景気観測調査結果（平成28年1～3月期）

## 調査結果の概要

商工労働部（大阪産業経済リサーチセンター）では、府内企業を対象として四半期毎に、大阪市と協力して景気観測調査を実施しております。平成28年1～3月期の調査結果の概要は次のとおりです。

なお、大阪市景気観測調査結果については、大阪市経済戦略局のウェブサイト

<http://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000002583.html> をご覧ください。

### 景気は、緩やかな回復基調が弱まる

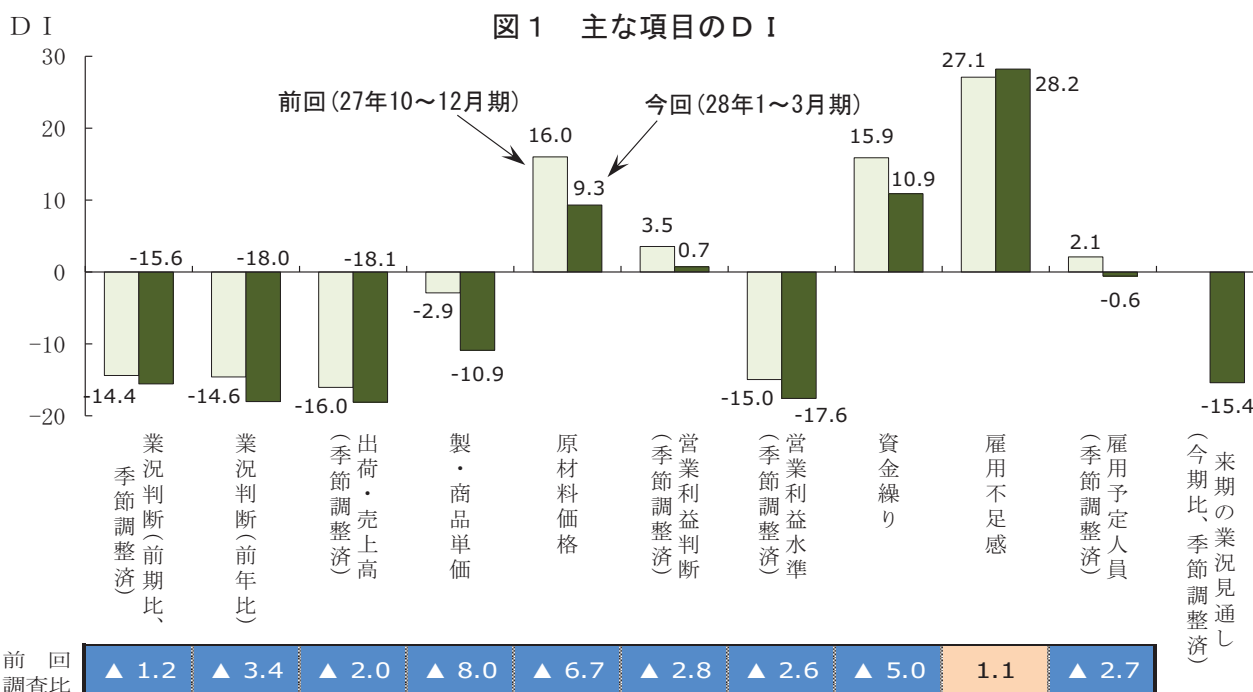
今期の業況判断D Iは大企業を除いて悪化し、景気回復のペースは2期連続で減速した。

個々の指標（図1）をみると、資金繰りD Iがプラス水準を持続したが、製・商品単価D Iは業種・規模を問わず落ち込み、営業利益水準も悪化するなど、弱い動きが広がっている。雇用は、不足感が強いものの、来期の雇用予定は10期ぶりに減少超となる見込みである。なお、来期の業況は、製造業を除いて改善がみられず、D Iは横ばいの見通しである。

### Topic : 28年度の採用予定は、中小企業で引き締め傾向がみられる

27年度の採用実績は、前年調査に比べて「なし」が4.6ポイント、「減少」も1.9ポイント上昇している。D Iで比較すると、業種別では非製造業が前年調査に比べ0.6ポイントの低下だったのに対して、製造業は3.8ポイントの低下と慎重な動きであった。

28年度の採用予定は、大企業のD Iは前年調査に比べて5.6ポイント上昇したのに対して、中小企業は1.8ポイントの低下と、対照的な姿勢が表れている（16頁参照）。



D Iは「上昇又は増加等の企業割合(%)」から「下降又は減少等の企業割合(%)」を差し引いたもので、プラスは上昇・増加・黒字基調・順調等の企業割合が上回り、マイナスは下降・減少・赤字基調・窮屈等の企業割合が上回ったことを示す。

## [調査の方法]

1. 調査対象 : 府内の民営事業所  
(農林漁業、鉱業、電気・ガス・熱供給業、金融・保険業及びサービス業の一部を除く。)
2. 調査方法 : 郵送自記式アンケート調査
3. 調査時期 : 平成28年3月上旬
4. 回答企業数 : 1,503社

## 業種別回答企業数内訳

	業種別 企業数 (社)	従業者規模構成比 (%)				
		19人以下	20～49人	50～99人	100～ 299人	300人以上
製造業	519	44.4	26.0	13.9	10.6	5.1
非製造業	984	65.8	15.8	7.2	6.6	4.7
建設業	170	70.1	16.8	3.0	4.2	6.0
情報通信業	18	50.0	33.3	11.1	5.6	0.0
運輸業	69	41.8	20.9	11.9	20.9	4.5
卸売業	232	60.0	24.8	7.8	5.2	2.2
小売業	180	80.2	9.9	3.5	2.3	4.1
不動産業	56	83.3	11.1	5.6	0.0	0.0
飲食店・宿泊業	63	77.0	6.6	4.9	6.6	4.9
サービス業	196	57.3	10.4	12.5	10.9	8.9
全業種計	1,503	58.4	19.4	9.5	7.9	4.8

## 規模別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大企業	121	8.2
中小企業	1,351	91.8
不明	31	

## 地域別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大阪市地域	782	52.0
北大阪地域	150	10.0
東大阪地域	272	18.1
南河内地域	76	5.1
泉州地域	223	14.8

1. 構成比(%)は、無回答を除いた有効回答企業数をもとに算出している。
2. 従業者数300人以上の企業を大企業とする。ただし、卸売業、サービス業は100人以上、小売業、飲食店・宿泊業は50人以上を大企業とする。
3. 本調査は平成2年に開始し、4年7～9月期以降は四半期ごとに実施している。
4. 23年1～3月期以降、出荷・売上高、営業利益判断・水準、雇用予定人員D Iについて、季節調整値を用いている。季節調整は年初に行っており、翌年に遡及改訂される場合がある。
5. 季節調整値を用いていることや、規模不明の企業の存在などにより、内訳と合計が一致しない場合がある。
6. 本調査では、D Iの前回(又は前年同期)調査比が±1ポイント未満の変動は「横ばい」としている。

[調査結果]

1. 企業景況判断…大企業を除いてD Iは悪化

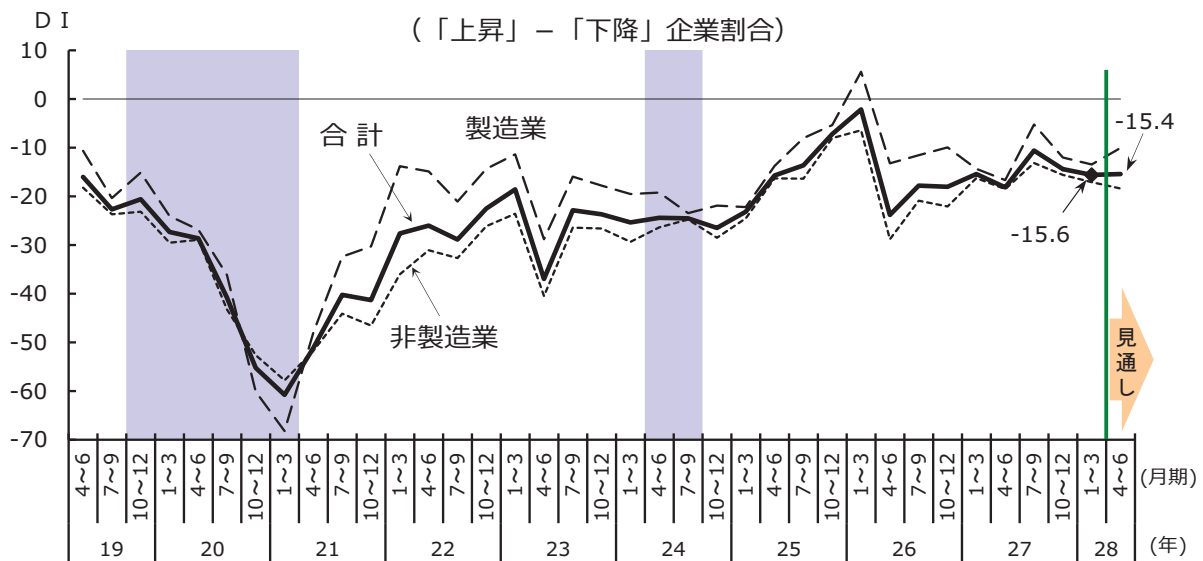
■平成28年1～3月期の業況判断D I（「上昇」－「下降」企業割合；前期比、季節調整済）：  
 -15.6

○前回（27年10～12月期）調査比：▲1.2pt

製造業	▲1.5pt	非製造業	▲1.5pt
大企業	3.4pt	中小企業	▲2.0pt

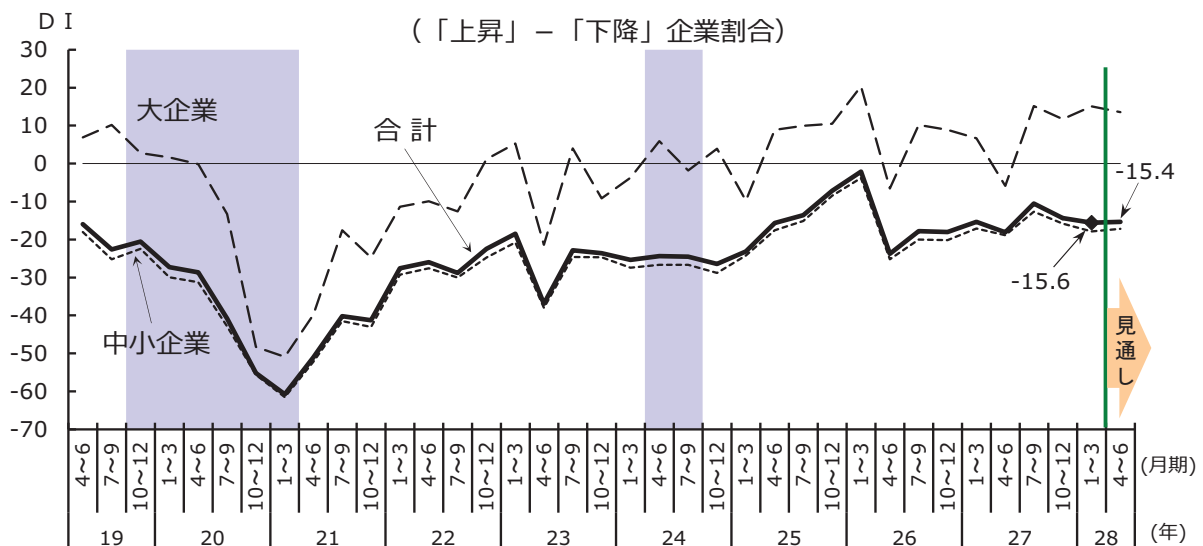
（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

図2 業況判断D Iの推移（前期比、季節調整済、製造業・非製造業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

図3 業況判断D Iの推移（前期比、季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

■業況判断（前期比）の前年同期調査比

上昇要因	「販売・受注価格の上昇」「原材料価格やコストの下落」が増加し、「内需の回復」「輸出の回復」などが減少した。
下降要因	「輸出の減退」「内需の減退」「資金繰りの状況」が増加し、「原材料価格やコストの上昇」「他社との競合状況」などが減少した。

図4 上昇となった要因（2つまでの複数回答）

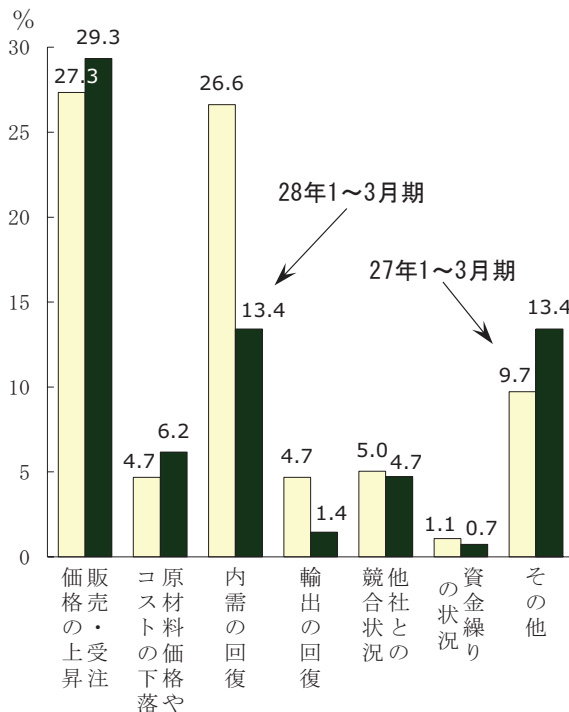
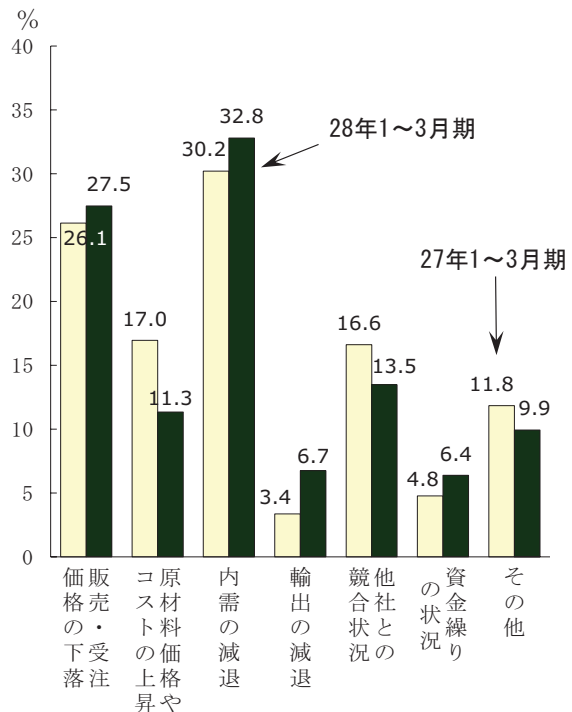


図5 下降となった要因（2つまでの複数回答）



2. 出荷・売上高…D I は2期連続の下落

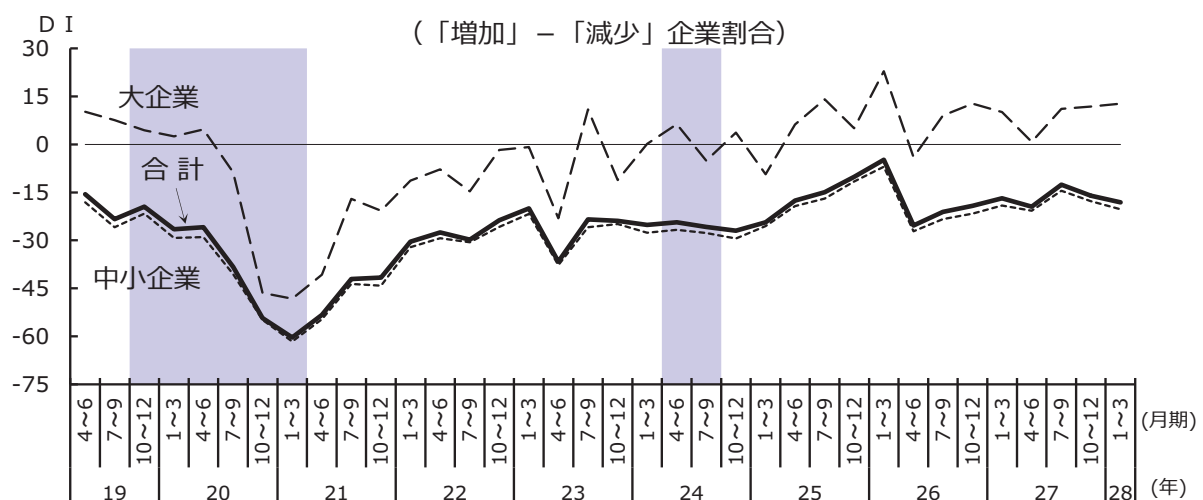
■出荷・売上高D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－18.1

○前回調査比：▲2.0pt

製造業	1.4pt	非製造業	▲4.0pt
大企業	0.9pt	中小企業	▲2.5pt

（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

図6 出荷・売上高D Iの推移（前期比、季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

3. 製・商品単価及び原材料価格…製・商品単価は2期ぶりに大幅な下落、原材料価格は昨年来の原油安を受けて、D Iは3期連続の下落

■製・商品単価D I（「上昇」－「下落」企業割合）：－10.9

○前回調査比：▲8.0pt

製造業	▲7.1pt	非製造業	▲8.4pt
大企業	▲2.5pt	中小企業	▲8.3pt

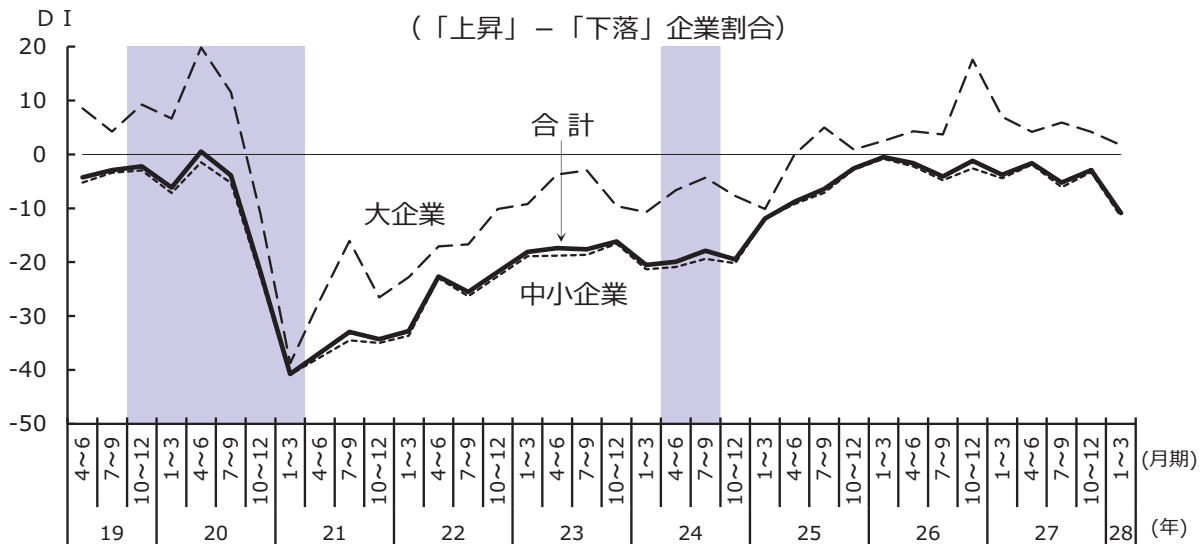
■原材料価格D I（「上昇」－「下落」企業割合）：9.3

○前回調査比：▲6.7pt

製造業	▲4.1pt	非製造業	▲8.0pt
大企業	▲11.6pt	中小企業	▲5.4pt

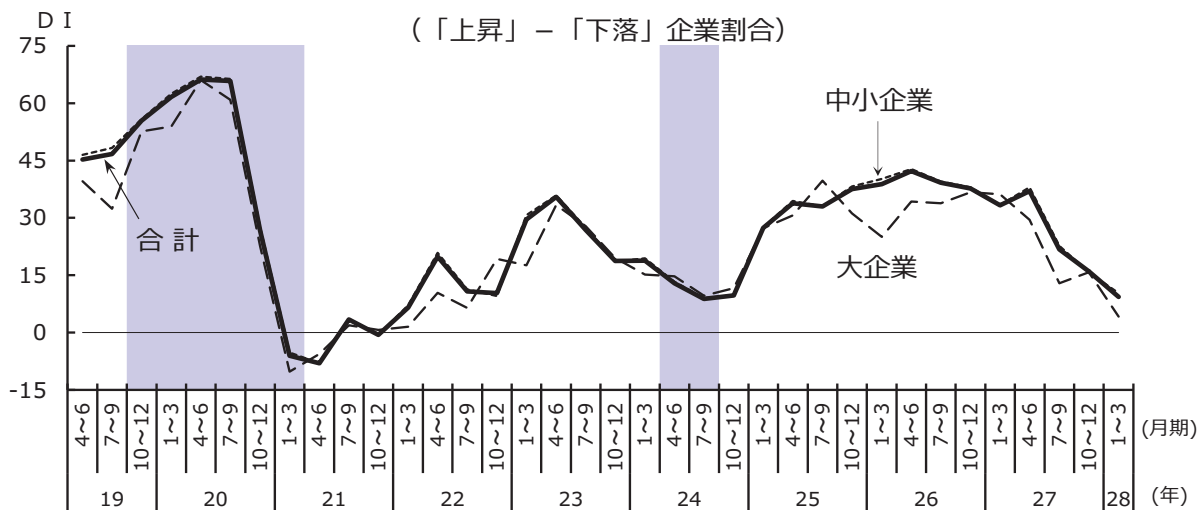
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

図7 製・商品単価D Iの推移（大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

図8 原材料価格D Iの推移（大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。



#### 4. 営業利益判断、利益水準…利益判断・利益水準ともに、D Iは2期連続の悪化

■営業利益判断D I（「黒字」－「赤字」企業割合；季節調整済）：0.7

○前回調査比：▲2.8pt

製造業	2.6pt	非製造業	▲6.4pt
大企業	3.5pt	中小企業	▲4.1pt

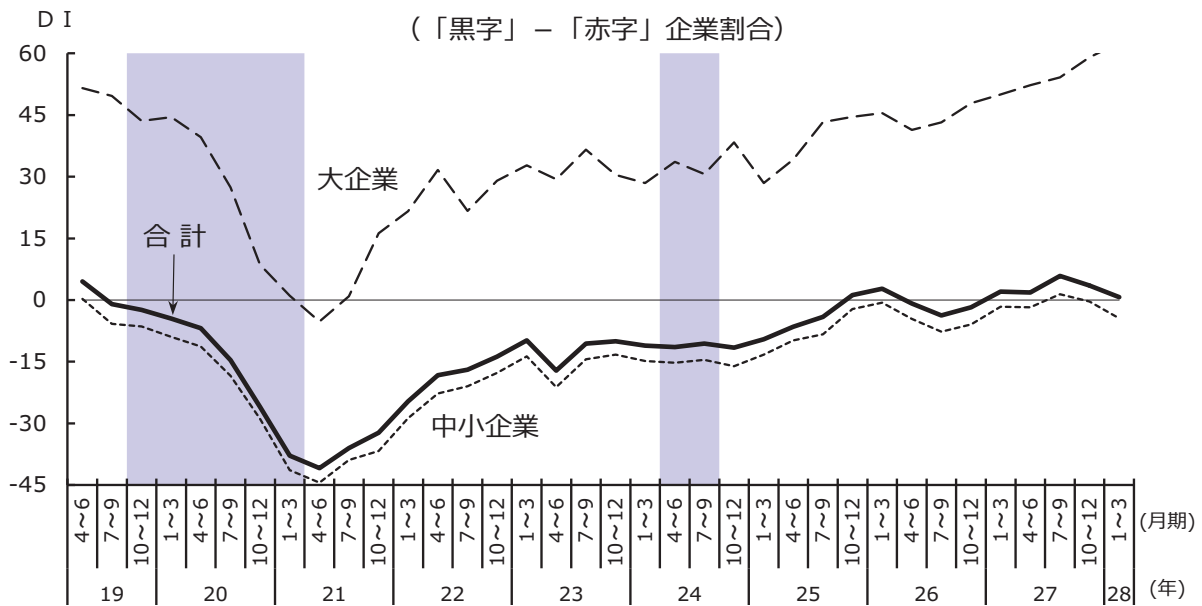
■営業利益水準D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：-17.6

○前回調査比：▲2.6pt

製造業	2.4pt	非製造業	▲5.9pt
大企業	6.8pt	中小企業	▲3.5pt

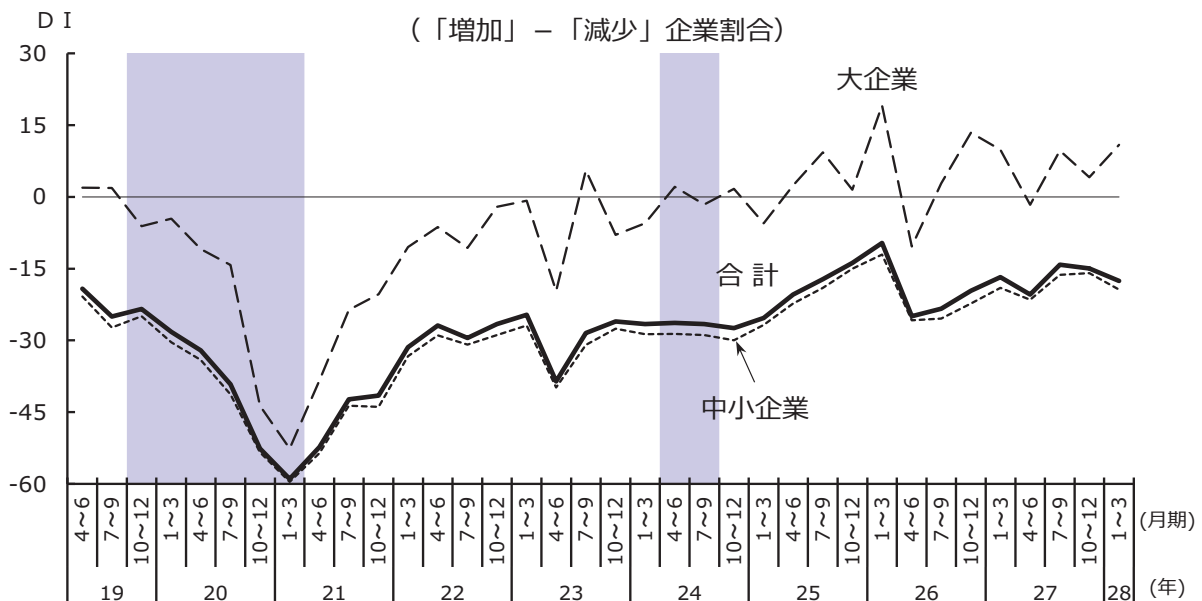
（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

図9 営業利益判断D Iの推移（季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

図10 営業利益水準D Iの推移（前期比、季節調整済、大企業・中小企業別）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

5. 資金繰り…「順調」企業が「窮屈」企業を上回るも、D Iのプラス幅は2期ぶりに縮小

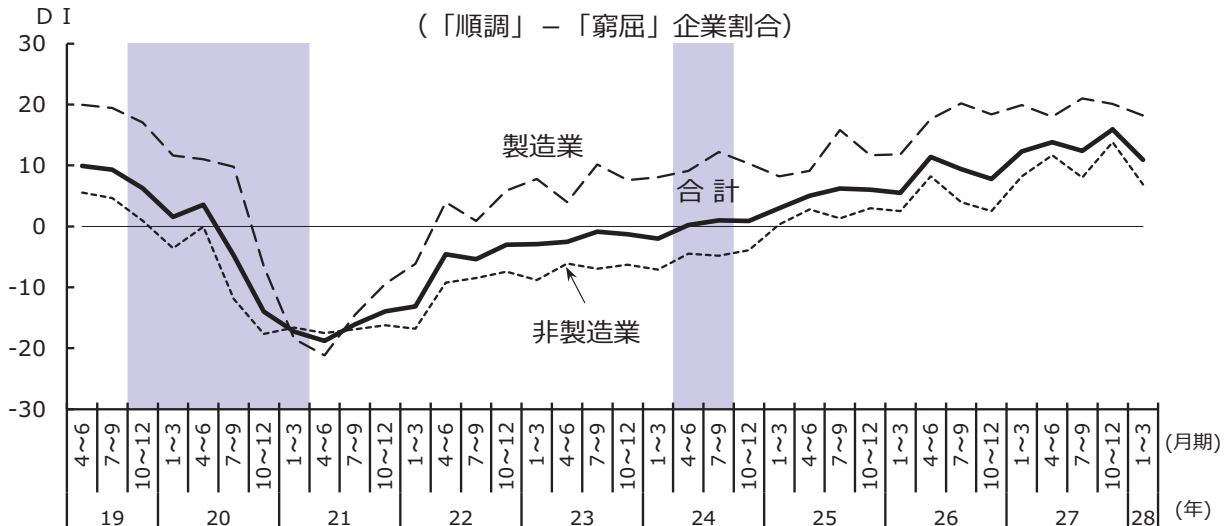
■資金繰りD I（「順調」－「窮屈」企業割合）：10.9

○前回調査比：▲5.0pt

製造業	▲1.9pt	非製造業	▲6.9pt
大企業	2.6pt	中小企業	▲6.1pt

(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

図11 資金繰りD Iの推移（製造業・非製造業別）  
（「順調」－「窮屈」企業割合）



※シャドー部分は大阪産業経済リサーチセンターが設定した景気後退期を示す。

6. 設備投資…前期に比べ「減少」の割合が高まり、慎重さがみられる

■設備投資

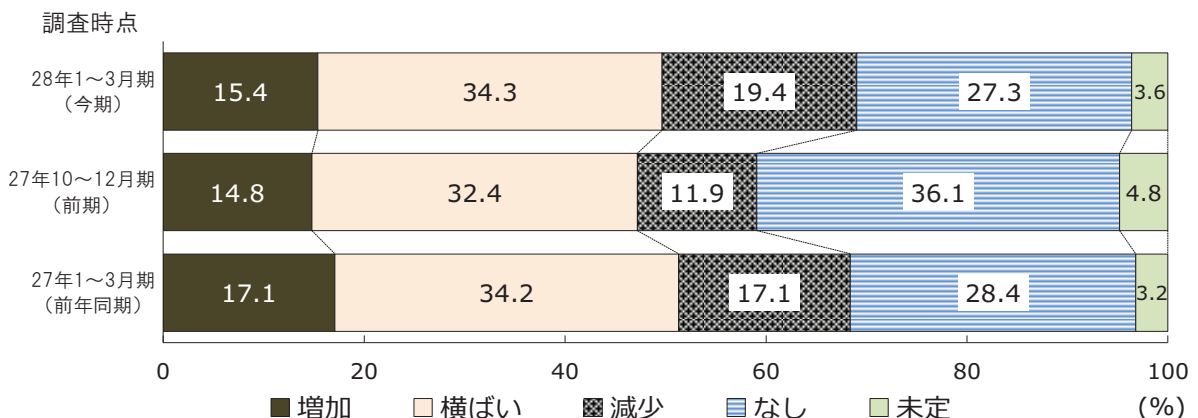
○前回調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
0.6pt	1.9pt	7.5pt	▲8.7pt	▲1.2pt

○前年同期調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
▲1.7pt	0.1pt	2.3pt	▲1.0pt	0.4pt

図12 設備投資（前年度実績と今年度見込みとの比較）



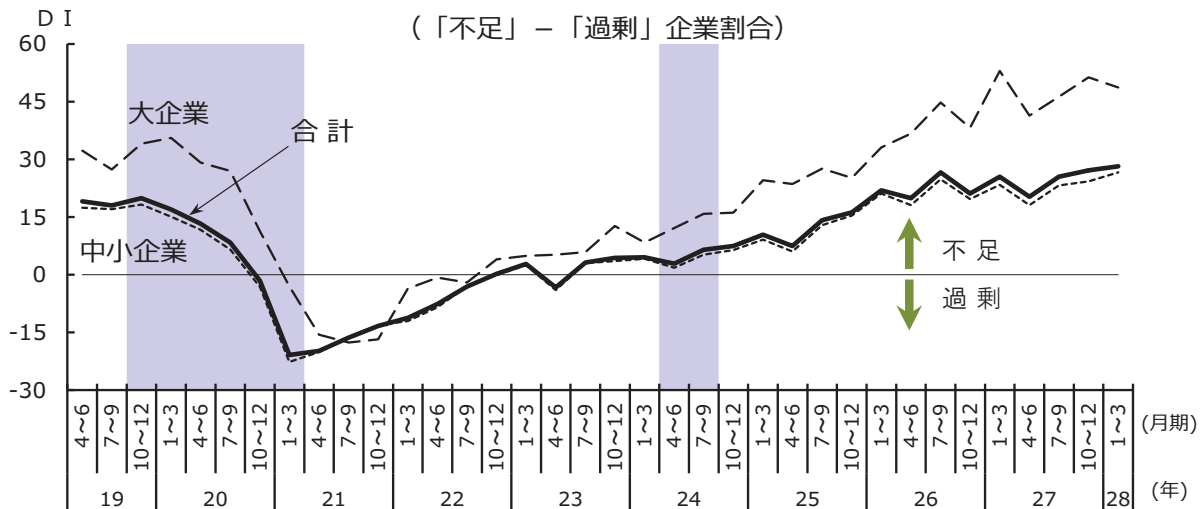
(注) 四捨五入により、合計が100.0%にならない場合がある。

**7. 雇用状況、雇用予定人員…不足感は強いが、来期の予定は10期ぶりに減少超となる見込み**

■28年1～3月期の雇用不足感D I（「不足」－「過剰」企業割合）：28.2

○前回調査比：1.1pt

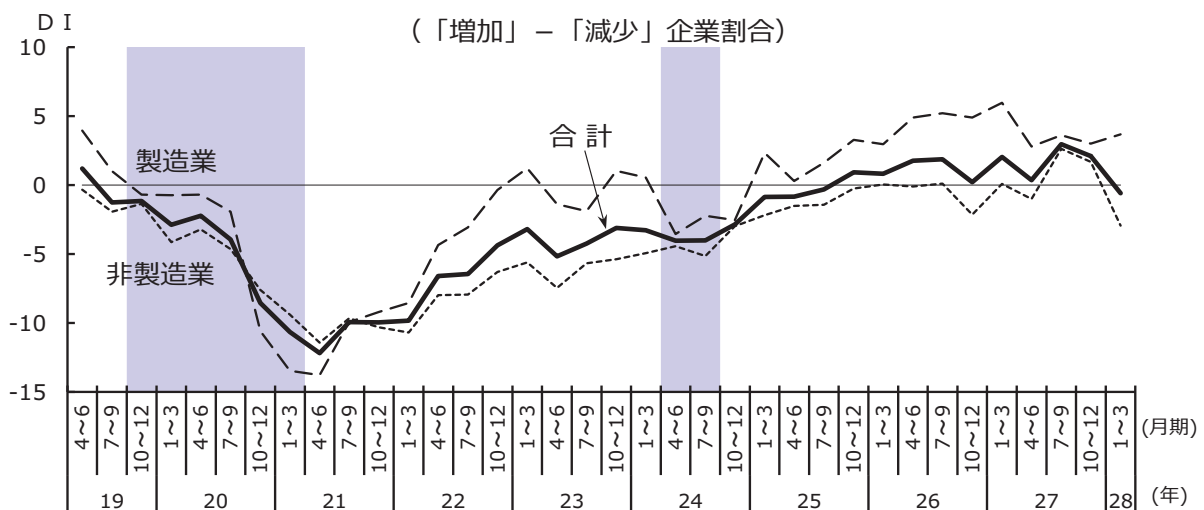
図13 雇用不足感D Iの推移（大企業・中小企業別）



■28年4～6月期の雇用予定人員D I（「増加(予定)」－「減少(予定)」企業割合；季節調整済）：▲0.6

○前回調査比：▲2.7pt

図14 雇用予定人員D Iの推移（季節調整済、製造業・非製造業別）



**8. 来期の業況見通し…製造業を除いて改善がみられず、D Iは横ばいの見通し（P10図2参照）**

■28年4～6月期の業況見通しD I（「上昇」－「下降」企業割合；季節調整済）：－15.4

○今期業況判断（季節調整済）比：0.2pt

製造業	3.4pt	非製造業	▲1.3pt
大企業	▲1.5pt	中小企業	0.7pt

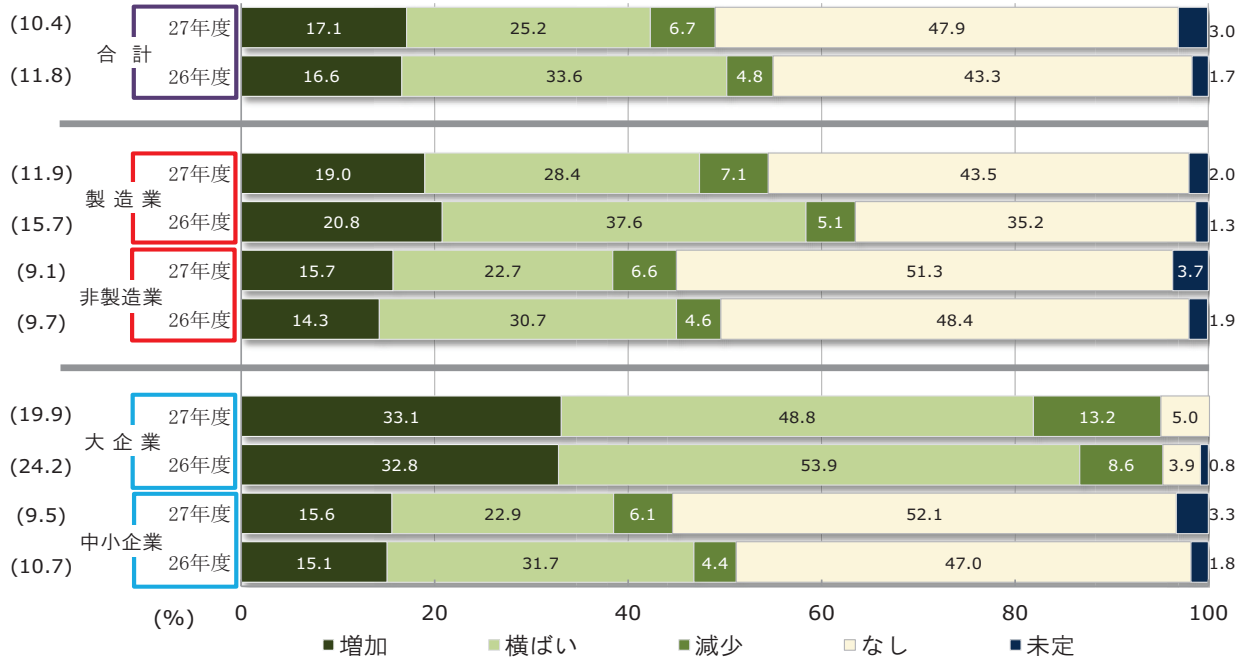
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

## 9. 27年度の採用実績および28年度の採用予定

### (1) 27年度の採用実績 (26年度実績比)

全体では、採用実績のない企業が5割弱となっている。前年調査に比べて「なし」が4.6ポイント、「減少」も1.9ポイント上昇している。採用実績をD I（「増加」－「減少」企業割合）で比較すると、業種別では非製造業が前年調査に比べて0.6ポイントの低下にとどまったのに対して、製造業は3.8ポイントの低下と採用に慎重であったことがうかがえる。

規模別のD Iでは、大企業が前年調査に比べて4.3ポイント低下したが、中小企業は1.2ポイントの低下と小幅な動きとなった。

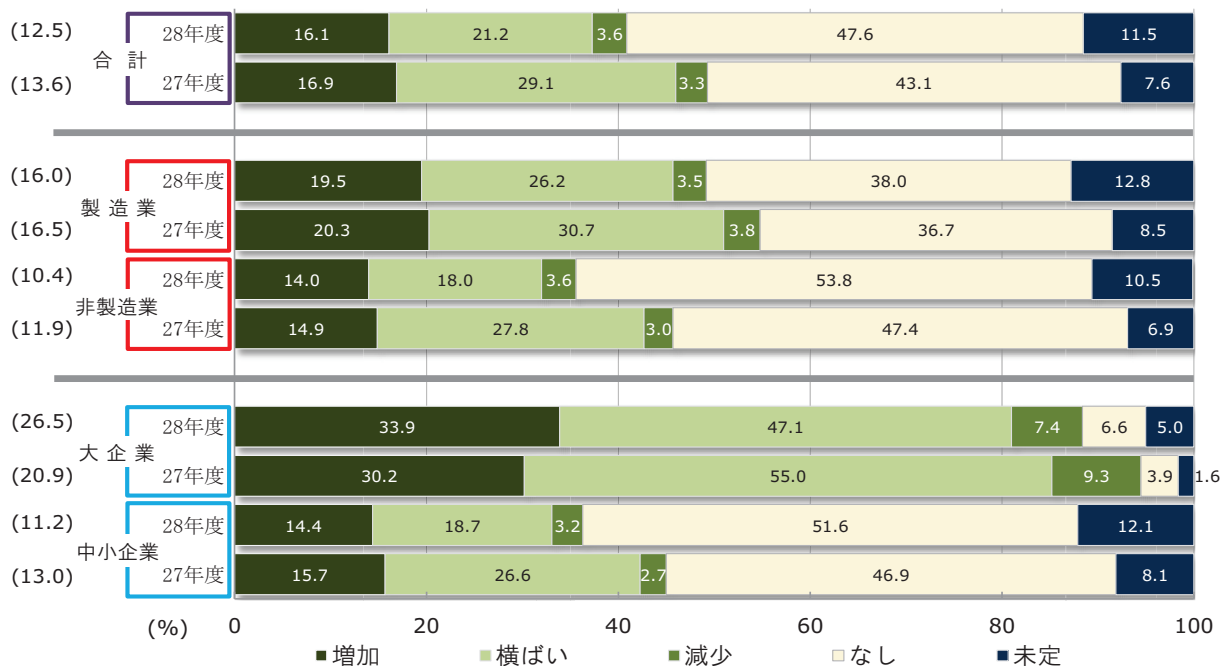


(注) カッコ内の数字はD I 値を表す。

### (2) 28年度の採用予定 (27年調査時点の採用予定との比較)

28年度の採用予定は、全体では前年調査に比べて「なし」が4.5ポイント上昇し、D I も前年より1.1ポイント低下している。業種別のD I でみると、製造業は前年調査に比べて0.5ポイントの低下にとどまったが、非製造業は1.5ポイント低下し、採用の引き締め傾向が強まっている。

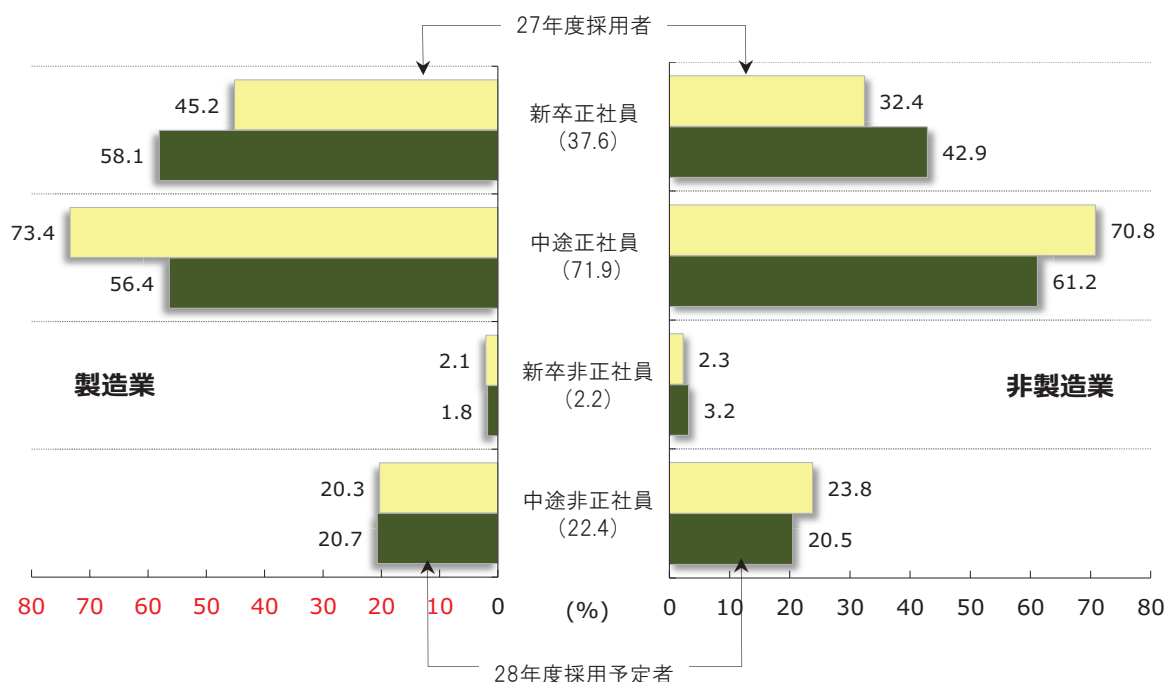
規模別のD I では、大企業は前年調査に比べて5.6ポイント上昇したのに対して、中小企業は1.8ポイントの低下と、対照的な姿勢が表れている。



(注) カッコ内の数字はD I 値を表す。

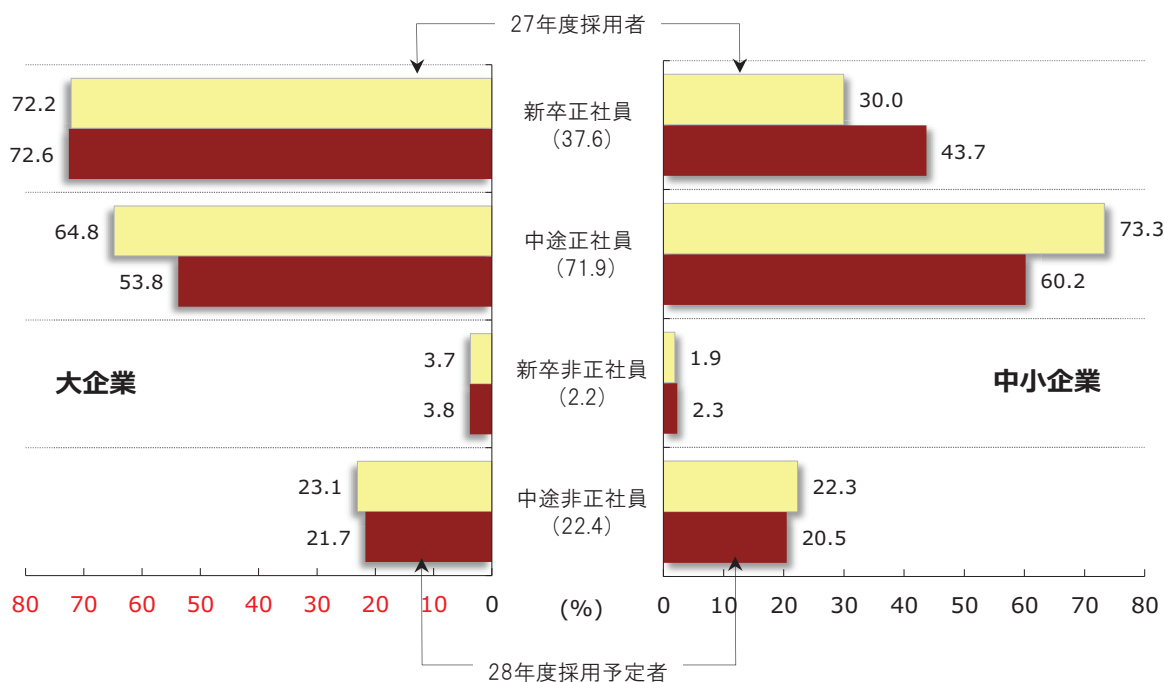
### (3) 27年度および28年度の採用（予定）者の内訳

27年度の採用者の内訳をみると、全体では「中途正社員」が72%と最も多く、「新卒正社員」「中途非正社員」などが続く。業種別では、非製造業は27年度・28年度ともに「中途正社員」「新卒正社員」の順に多い。一方、製造業では27年度は非製造業と同じく「中途正社員」「新卒正社員」の順に多いが、28年度は「新卒正社員」をより積極的に採用する予定である。



(注) 選択肢下にあるカッコ内の数字は全体の%を表す。

規模別でみると、大企業では27年度・28年度ともに、「新卒正社員」の採用（または予定）が7割を超えており、大企業の積極的な採用姿勢がうかがえる。ただし、28年度は27年度に比べて「中途正社員」の採用が減少する予定である。中小企業では27年度は「中途正社員」の採用が7割を超え、「新卒正社員」は3割にとどまっているが、28年度は「中途正社員」は6割に低下する一方、「新卒正社員」は4割を超えるなど、新卒・中途の差が縮小する見通しである。



(注) 選択肢下にあるカッコ内の数字は全体の%を表す。



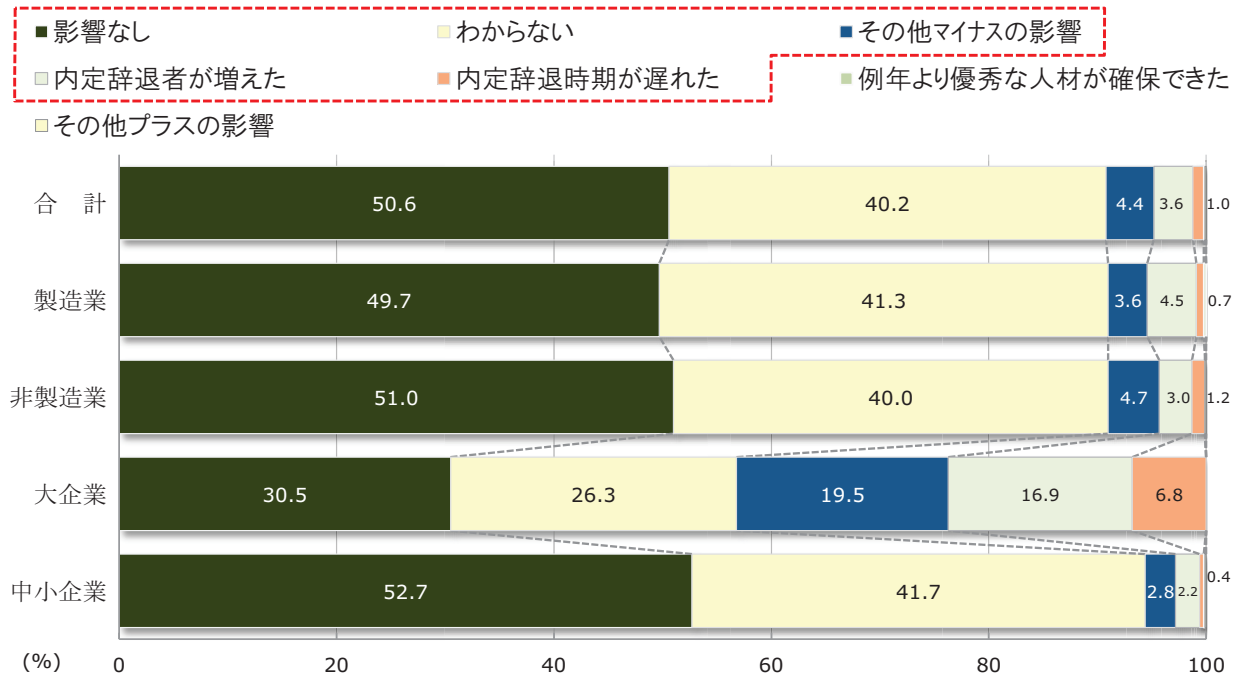
## 10. 日本経済団体連合会(経団連)による新卒者の採用活動開始時期の変更について

### (1) 採用活動開始時期の後ろ倒しによる影響

経団連が、28年3月新卒者の採用活動の開始時期を、前年よりも4か月繰り下げた(27年8月～)ことによる影響をみると、全体では最も多かった「影響なし」(51%)と、「わからない」(40%)の合計が9割を超え、「その他マイナスの影響」(4.4%)、「内定辞退者が増えた」(3.6%)など何らかの影響があったとする企業は少ない。

業種別でみると、非製造業で「影響なし」が51%と過半数を占め、影響があったとの回答の中では内定辞退者の増加や内定辞退時期の遅れ以外のマイナス影響があったとする回答が多い。

規模別でみると、中小企業では「影響なし」と「わからない」の合計が94%に達するのに対して、大企業ではそれぞれ31%、26%となり、採用活動時期変更の影響をより受けていることがわかる。ただし、その内訳をみると、「その他のマイナスの影響」(20%)、「内定辞退者が増えた」(17%)などマイナスの影響ばかりで、プラスの影響はみられなかった。

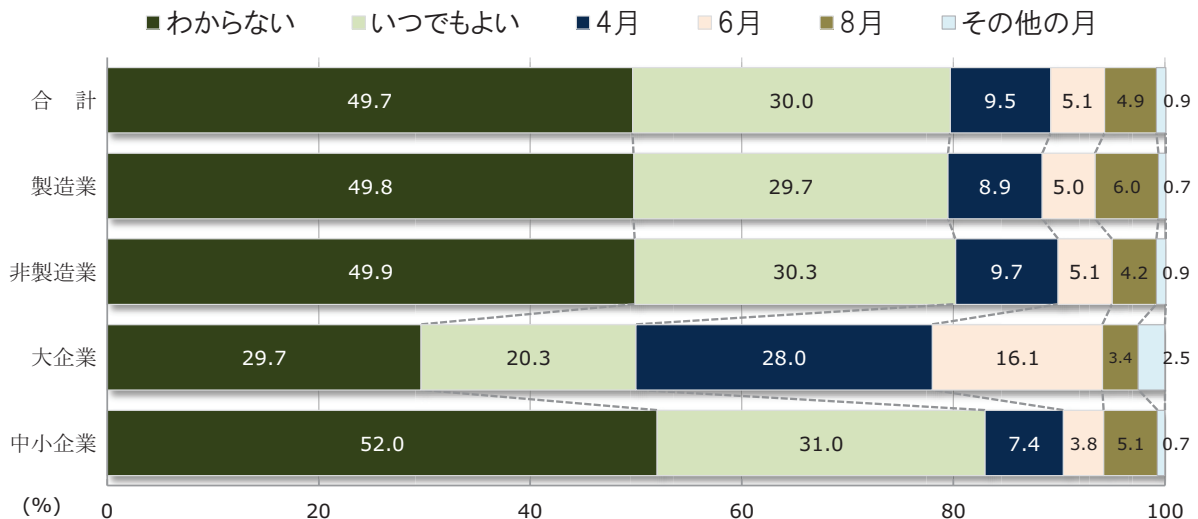


### (2) 望ましい採用活動開始時期

企業にとって望ましい採用活動の開始時期をみると、全体では「わからない」(50%)と「いつでもよい」(30%)で8割を占め、現況の「8月」を支持する声は5%に過ぎない。

業種別でみると、製造業・非製造業ともに「わからない」と「いつでもよい」の割合はそれぞれ50%、30%と多く、全体の傾向とほとんど差はみられない。

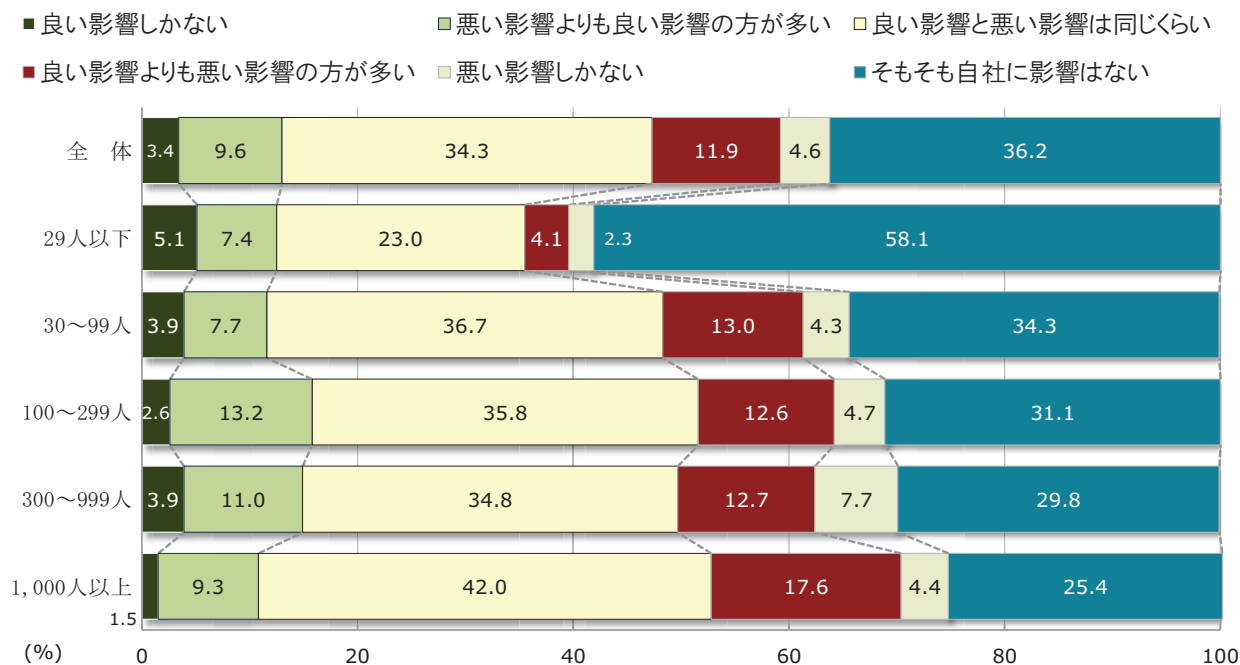
規模別でみると、中小企業では「わからない」が5割超と圧倒的に多いものの、「いつでもよい」に次いで「4月」、「8月」を支持する割合が高い。大企業では「わからない」が30%にとどまり、「4月」、「いつでもよい」、「6月」の順となり、「8月」は3.4%である。



## 【参考】民間研究所による採用活動時期変更による影響調査

アイデム 人と仕事研究所が27年3月に実施した、28年度の新卒採用活動の広報・選考活動時期の繰り下げによる、自社への影響を尋ねた調査によると、全体では「そもそも自社に影響はない」が36%と最も多く、「良い影響と悪い影響は同じくらい」、「良い影響よりも悪い影響の方が多い」、「悪い影響よりも良い影響の方が多い」などとなっている。

規模別で見ると、29人以下では「そもそも自社に影響はない」との回答が約6割を占めるのに対して、規模が大きくなるにつれてその割合は減少する傾向がある。一方、「良い影響しかない」との回答は29人以下では5%を超えるのに対して、1,000人以上では2%に満たない。



### 【調査の方法】(株)アイデム 人と仕事研究所プレスリリース資料より

1. 調査対象 : 28年度の新卒採用を行う企業の採用業務担当者
2. 調査方法 : 株式会社クロス・マーケティングの登録モニターを利用したインターネット調査
3. 調査時期 : 平成27年3月1日～3日
4. 有効回答 : 1,000名

地域	回答数	%
北海道・東北地方	112	11.2
関東地方	440	44.0
北陸・甲信越地方	40	4.0
東海地方	103	10.3
近畿地方	174	17.4
山陰地方	48	4.8
四国地方	14	1.4
九州地方	69	6.9
合計	1,000	100.0

従業員規模	回答数	%
29人以下	217	21.7
30～99人	207	20.7
100～299人	190	19.0
300～999人	181	18.1
1,000人以上	205	20.5
合計	1,000	100.0

表1 地域別集計表

(1) 業況判断

	前期比較										前年同期比較									
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I						
	上	横ばい	下	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	上	横ばい	下	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州		
製造業	20.8	42.0	37.2	-16.4	-10.7	-23.1	-13.3	-25.7	-28.3	23.9	40.2	35.9	-12.0	-10.0	-8.0	-1.5	-36.7	-27.4		
非製造業	18.7	40.5	40.7	-22.0	-21.0	-26.1	-14.7	-31.1	-27.4	18.4	41.9	39.7	-21.3	-22.1	-21.6	-12.8	-27.2	-23.2		
建設業	21.8	43.5	34.7	-12.9	-2.7	-8.0	-16.0	-25.0	-32.2	19.2	40.7	40.2	-21.0	-15.6	-8.0	-4.0	-43.7	-45.2		
情報通信業	22.3	55.6	22.3	0.0	0.0	0.0	-	-	-	17.7	47.1	35.3	-17.6	-18.8	0.0	-	-	-		
運輸業	17.4	47.8	34.8	-17.4	-21.2	-50.0	6.6	0.0	-23.1	16.2	47.1	36.8	-20.6	-27.3	-100.0	6.7	50.0	-15.4		
卸売業	23.3	39.2	37.5	-14.2	-18.2	5.3	-27.7	0.0	17.6	24.8	38.3	37.0	-12.2	-15.5	0.0	-25.0	0.0	17.7		
小売業	15.0	31.7	53.3	-38.3	-31.9	-68.0	-28.0	-57.1	-39.3	15.0	37.0	48.0	-33.0	-31.7	-40.0	-33.3	-33.3	-29.6		
不動産業	14.3	60.7	25.0	-10.7	-12.6	0.0	-16.7	0.0	-10.0	13.2	62.3	24.5	-11.3	-20.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
飲食店・宿泊業	14.3	38.1	47.7	-33.4	-42.8	-0.1	11.1	-66.7	-50.0	17.5	36.5	46.0	-28.5	-22.9	-50.0	0.0	-100.0	-40.0		
サービス業	16.8	38.8	44.4	-27.6	-26.8	-38.0	-8.2	-30.8	-41.0	16.2	45.5	38.2	-22.0	-27.8	-15.0	-8.3	-7.7	-22.7		
大企業	33.9	38.8	27.3	6.6	3.3	25.0	7.1	0.0	33.3	36.1	41.2	22.7	13.4	10.1	62.5	7.7	-33.3	33.4		
中小企業	18.3	41.5	40.2	-21.9	-20.1	-28.6	-13.9	-30.4	-29.3	19.1	41.6	39.2	-20.1	-21.9	-23.0	-6.5	-31.3	-25.6		
合計	19.4	41.1	39.5	-20.1	-18.2	-25.3	-13.9	-28.9	-27.8	20.3	41.3	38.3	-18.0	-18.7	-18.0	-6.7	-31.0	-24.8		

(2) 上昇・下降となった要因 (前期比較の業況判断、2つまでの複数回答※)

	上昇となった要因 (%)								下降となった要因 (%)							
	販売・受注価格の上昇	原材料価格やコストの下落	内需の回復	輸出の回復	季節的要因	他社との競争状況	資金繰りの状況	その他	販売・受注価格の下落	原材料価格やコストの上昇	内需の減退	輸出の減退	季節的要因	他社との競争状況	資金繰りの状況	その他
製造業	26.2	6.8	16.5	1.0	48.5	5.8	1.0	11.7	23.5	9.6	43.3	13.4	27.3	8.6	3.2	6.4
非製造業	31.2	5.8	11.6	1.7	43.9	4.0	0.6	14.5	29.4	12.2	27.6	3.4	31.3	15.9	8.0	11.7
建設業	40.6	3.1	12.5	0.0	37.5	0.0	3.1	15.6	29.6	9.3	37.0	1.9	24.1	22.2	11.1	13.0
情報通信業	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
運輸業	25.0	33.3	16.7	0.0	25.0	0.0	0.0	8.3	9.1	9.1	36.4	9.1	40.9	13.6	0.0	13.6
卸売業	36.0	4.0	10.0	2.0	46.0	2.0	0.0	12.0	32.1	17.3	35.8	11.1	33.3	9.9	2.5	3.7
小売業	30.8	3.8	11.5	0.0	50.0	0.0	0.0	19.2	35.1	9.6	24.5	0.0	27.7	18.1	8.5	11.7
不動産業	37.5	0.0	12.5	0.0	25.0	12.5	0.0	25.0	33.3	0.0	33.3	8.3	8.3	16.7	16.7	16.7
飲食店・宿泊業	33.3	11.1	11.1	0.0	33.3	11.1	0.0	33.3	17.9	46.4	17.9	0.0	32.1	10.7	14.3	14.3
サービス業	15.6	3.1	12.5	6.2	59.4	9.4	0.0	6.2	30.5	3.7	17.1	0.0	37.8	18.3	9.8	14.6
大企業	22.5	2.5	20.0	5.0	52.5	5.0	0.0	12.5	27.3	3.0	24.2	12.1	51.5	3.0	0.0	9.1
中小企業	29.9	6.8	12.0	0.9	44.9	4.7	0.9	13.7	27.8	12.3	33.3	6.4	29.2	14.2	6.4	9.7
合計	29.3	6.2	13.4	1.4	45.7	4.7	0.7	13.4	27.5	11.3	32.8	6.7	30.0	13.5	6.4	9.9

(3) 出荷・売上高、製・商品単価 (サービス・請負価格)

	出荷・売上高										製・商品単価									
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I						
	増	横ばい	減	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	上	横ばい	下	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州		
製造業	20.1	43.4	36.5	-16.4	-12.1	-26.3	-14.7	-22.5	-22.8	3.9	80.5	15.6	-11.7	-7.5	-10.6	-15.6	-6.6	-17.4		
非製造業	15.0	44.1	40.9	-25.9	-24.8	-28.8	-20.1	-40.0	-29.3	8.6	72.5	18.9	-10.3	-9.1	-16.8	-5.6	-32.6	-7.4		
建設業	18.2	43.5	38.2	-20.0	-9.6	-4.0	-36.0	-25.0	-41.9	7.7	72.0	20.2	-12.5	-4.2	-12.0	-4.2	-43.8	-22.5		
情報通信業	16.7	44.4	38.9	-22.2	-18.7	-50.0	-	-	-	5.6	94.4	0.0	5.6	6.2	0.0	-	-	-		
運輸業	8.8	51.5	39.7	-30.9	-42.5	-66.7	-6.7	-50.0	-8.3	4.7	89.1	6.2	-1.5	-3.3	-16.7	7.1	-50.0	9.1		
卸売業	18.6	44.6	36.8	-18.2	-20.2	0.0	-22.2	0.0	-17.6	10.6	69.6	19.8	-9.2	-7.6	-21.1	-27.7	-33.3	12.5		
小売業	12.2	37.2	50.6	-38.4	-35.2	-64.0	-31.3	-71.4	-25.0	11.5	62.1	26.4	-14.9	-21.9	-27.3	3.1	-16.6	-3.7		
不動産業	10.9	63.6	25.5	-14.6	-6.5	-42.8	-16.7	0.0	-20.0	8.0	84.0	8.0	0.0	-3.4	0.0	0.0	0.0	11.1		
飲食店・宿泊業	11.1	41.3	47.6	-36.5	-45.7	-16.6	11.1	-66.7	-50.0	15.5	72.4	12.1	3.4	15.6	-33.3	11.1	0.0	-22.2		
サービス業	14.8	43.4	41.8	-27.0	-27.6	-28.6	-8.4	-46.1	-31.9	3.7	75.4	20.9	-17.2	-17.1	-9.5	-17.4	-30.8	-15.8		
大企業	30.8	40.0	29.2	1.6	0.0	0.0	21.5	-66.7	16.6	7.5	86.7	5.8	1.7	3.4	0.0	0.0	0.0	-16.7		
中小企業	15.7	44.6	39.8	-24.1	-23.1	-30.2	-18.2	-33.3	-27.0	7.0	74.5	18.6	-11.6	-9.8	-16.3	-11.4	-22.4	-11.3		
合計	16.7	43.9	39.4	-22.7	-21.3	-28.2	-17.3	-32.9	-26.6	6.9	75.3	17.8	-10.9	-8.6	-15.2	-10.9	-21.9	-11.7		

(4) 原材料価格 (仕入価格等)、営業利益判断

	原材料価格									営業利益判断									
	構成比 (%)			D I						構成比 (%)			D I (※季節調整前)						
	上	横ばい	下	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	黒字	取支トントン	赤字	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	
製造業	17.9	69.6	12.5	5.4	11.4	2.7	-1.4	6.6	3.2	33.2	43.9	22.9	10.3	13.7	7.7	13.3	6.4	0.0	
非製造業	22.1	67.2	10.6	11.5	9.4	11.5	9.5	11.9	22.7	26.9	41.7	31.4	-4.5	1.4	-14.6	-2.4	-28.9	-14.7	
建設業	18.3	76.9	4.7	13.6	12.3	12.0	12.5	18.8	16.1	26.0	49.7	24.3	1.7	23.6	0.0	-12.0	-31.2	-19.4	
情報通信業	6.7	93.3	0.0	6.7	7.7	0.0	-	-	-	44.4	38.9	16.7	27.7	31.3	0.0	-	-	-	
運輸業	8.2	62.3	29.5	-21.3	-20.0	-33.3	-45.5	0.0	0.0	27.9	47.1	25.0	2.9	-9.4	-16.6	33.3	0.0	7.7	
卸売業	22.2	64.4	13.3	8.9	10.4	-11.8	-11.8	0.0	40.0	34.1	39.7	26.3	7.8	7.4	21.0	11.1	-66.7	5.9	
小売業	28.3	61.4	10.2	18.1	11.1	30.4	30.0	0.0	19.3	17.4	36.5	46.1	-28.7	-27.6	-45.8	-15.6	-14.3	-35.7	
不動産業	14.3	83.3	2.4	11.9	8.3	40.0	0.0	0.0	12.5	32.7	45.5	21.8	10.9	18.7	-28.6	50.0	0.0	-11.1	
飲食店・宿泊業	57.4	34.4	8.2	49.2	44.1	50.0	33.3	100.0	66.7	14.3	41.3	44.4	-30.1	-40.0	-16.6	-11.1	0.0	-30.0	
サービス業	15.6	74.0	10.4	5.2	1.9	5.0	14.3	-9.1	22.2	28.5	39.4	32.1	-3.6	7.0	-23.9	-16.7	-38.4	-4.8	
大企業	11.8	80.7	7.6	4.2	2.3	-12.5	14.3	33.3	16.7	65.8	27.5	6.7	59.1	59.5	62.5	42.9	33.3	100.0	
中小企業	21.7	66.9	11.4	10.3	11.3	10.6	3.4	10.6	15.0	26.2	43.7	30.1	-3.9	-1.7	-12.9	4.4	-17.4	-10.6	
合計	20.6	68.1	11.3	9.3	10.0	9.2	3.5	9.7	14.2	29.1	42.5	28.4	0.7	4.8	-8.7	5.9	-14.4	-8.7	

(5) 営業利益水準、資金繰り

	営業利益水準										資金繰り							
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I				
	増加	横ばい	減少	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	順調	どちらとも いえない	窮屈	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	18.2	48.4	33.3	-15.1	-10.0	-23.1	-10.8	-19.4	-28.9	39.7	38.9	21.5	18.2	22.0	15.7	18.2	12.9	12.0
非製造業	13.9	46.8	39.3	-25.4	-23.2	-33.7	-14.3	-56.8	-27.9	34.0	38.9	27.1	6.9	14.7	-4.5	2.4	-22.2	-2.4
建設業	14.5	49.1	36.4	-21.9	-9.9	-12.5	-33.4	-66.7	-25.8	32.0	46.2	21.9	10.1	27.8	20.0	-4.0	-12.6	-16.1
情報通信業	16.7	61.1	22.2	-5.5	0.0	-50.0	-	-	-	38.9	44.4	16.7	22.2	18.7	50.0	-	-	-
運輸業	13.4	56.7	29.9	-16.5	-25.8	-50.0	20.0	-50.0	-15.4	27.3	45.5	27.3	0.0	6.3	-33.3	7.2	-50.0	0.0
卸売業	17.0	47.2	35.8	-18.8	-19.1	-16.7	-11.1	0.0	-29.4	49.4	32.9	17.7	31.7	29.7	57.9	41.1	-33.3	23.6
小売業	11.9	39.2	48.9	-37.0	-44.7	-41.7	-18.8	-57.1	-25.0	21.7	37.7	40.6	-18.9	-12.8	-48.0	-13.3	-28.6	-14.8
不動産業	7.8	66.7	25.5	-17.7	-14.3	-57.1	0.0	0.0	-10.0	32.7	58.2	9.1	23.6	29.0	0.0	33.3	0.0	20.0
飲食店・宿泊業	11.5	36.1	52.5	-41.0	-47.1	-50.0	11.1	-66.7	-55.6	11.7	33.3	55.0	-43.3	-51.5	-50.0	-11.1	-33.3	-44.5
サービス業	13.8	44.7	41.5	-27.7	-18.9	-45.0	-26.1	-61.5	-38.1	37.8	34.2	28.0	9.8	21.0	-25.0	-4.2	-23.1	18.2
大企業	26.7	49.2	24.2	2.5	1.1	-25.0	28.6	-33.3	16.6	72.3	24.4	3.4	68.9	74.2	57.1	42.9	33.3	83.3
中小企業	14.8	47.3	37.9	-23.1	-21.3	-30.9	-13.8	-41.1	-29.3	33.0	40.1	26.9	6.1	9.7	-2.1	9.2	-8.7	1.4
合計	15.4	47.4	37.2	-21.8	-19.5	-30.9	-12.4	-41.3	-28.4	36.0	38.9	25.1	10.9	16.7	0.6	10.8	-7.9	3.7

(6) 設備投資、雇用状況

	設備投資 (前年度実績比)					雇用状況 (雇用不足感)									
	構成比 (%)					構成比 (%)					D I				
	増加	横ばい	減少	なし	未定	過剰	充足	不足	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	
製造業	19.9	35.2	19.9	22.1	3.0	9.2	54.9	36.0	26.8	27.9	23.1	25.3	33.3	26.1	
非製造業	12.7	33.6	19.3	30.4	3.9	8.1	54.9	37.0	28.9	27.9	23.9	39.0	27.3	28.5	
建設業	10.1	39.3	20.8	26.2	3.6	5.4	46.1	48.5	43.1	43.0	28.0	58.3	46.7	42.0	
情報通信業	17.6	47.1	0.0	29.4	5.9	5.6	33.3	61.1	55.5	62.5	0.0	-	-	-	
運輸業	13.4	43.3	19.4	22.4	1.5	8.8	44.1	47.0	38.2	27.3	50.0	66.6	50.0	25.0	
卸売業	11.9	31.7	13.7	35.7	7.0	10.0	67.0	23.0	13.0	9.3	26.3	33.3	-33.3	23.5	
小売業	12.7	24.9	23.7	35.3	3.5	10.6	62.9	26.5	15.9	16.9	8.0	20.7	14.3	15.4	
不動産業	12.7	34.5	21.8	29.1	1.8	5.6	75.9	18.5	12.9	18.8	16.7	-20.0	0.0	10.0	
飲食店・宿泊業	21.7	23.3	23.3	26.7	5.0	10.2	40.7	49.1	38.9	43.8	16.7	66.7	-33.3	33.3	
サービス業	12.6	37.4	20.5	27.9	1.6	5.9	44.9	49.2	43.3	49.1	35.0	30.4	38.5	38.0	
大企業	26.4	47.1	16.5	9.1	0.8	2.5	46.3	51.2	48.7	47.8	50.0	57.1	66.6	33.4	
中小企業	14.4	33.1	19.6	29.1	3.8	8.8	55.7	35.4	26.6	25.7	22.4	30.1	28.4	27.4	
合計	15.4	34.3	19.4	27.4	3.6	8.5	54.9	36.7	28.2	27.9	23.6	31.8	29.7	27.5	

(7) 雇用予定人員、来期の業況見通し

	雇用予定人員										来期の業況見通し							
	構成比 (%)			D I (※季節調整前)							構成比 (%)			D I (※季節調整前)				
	増加	横ばい	減少	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	上昇	横ばい	下降	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	16.5	75.1	8.4	8.1	8.0	7.7	9.1	19.4	3.3	21.7	49.0	29.3	-7.6	-7.2	-2.6	0.0	-16.2	-19.1
非製造業	11.6	77.3	11.1	0.5	1.9	1.8	-2.5	-8.9	-0.8	20.1	44.6	35.4	-15.3	-15.2	-21.1	-7.9	-20.5	-15.6
建設業	16.1	74.4	9.5	6.6	7.0	28.0	-4.2	-6.3	3.2	14.3	45.2	40.5	-26.2	-25.0	-20.0	-25.0	-31.2	-32.3
情報通信業	22.2	66.7	11.1	11.1	12.5	0.0	-	-	-	29.4	47.1	23.6	5.8	13.3	-50.0	-	-	-
運輸業	4.4	79.4	16.2	-11.8	-15.2	-33.3	-6.6	0.0	0.0	20.6	50.0	29.4	-8.8	-9.3	-50.0	6.7	0.0	-7.7
卸売業	13.4	83.1	3.5	9.9	8.1	21.1	16.6	0.0	11.8	25.1	50.2	24.6	0.5	-0.6	-10.5	5.5	-66.6	29.4
小売業	5.8	82.5	11.7	-5.9	-4.7	-12.0	-3.6	-28.6	0.0	15.5	37.9	46.6	-31.1	-24.4	-37.5	-33.3	-28.6	-44.4
不動産業	7.3	85.5	7.3	0.0	3.1	-14.3	0.0	0.0	0.0	17.0	54.7	28.3	-11.3	-27.6	0.0	-16.7	0.0	30.0
飲食店・宿泊業	8.8	66.7	24.6	-15.8	-9.7	-33.3	-11.1	-33.3	-25.0	26.2	32.8	41.0	-14.8	-19.9	-0.1	22.2	-50.0	-33.3
サービス業	14.2	69.5	16.3	-2.1	0.9	-5.0	-8.7	0.0	-9.1	21.3	42.0	36.7	-15.4	-25.5	-15.0	12.5	7.7	-9.5
大企業	32.2	57.0	10.7	21.5	24.4	12.5	14.3	0.0	16.6	36.4	40.5	23.2	13.2	7.7	12.5	42.9	33.3	16.7
中小企業	11.6	78.4	9.9	1.7	1.2	2.9	3.2	1.4	0.5	19.4	47.0	33.5	-14.1	-15.0	-18.1	-4.5	-20.6	-17.4
合計	13.3	76.6	10.1	3.2	3.7	3.4	3.8	2.7	0.9	20.6	46.1	33.2	-12.6	-13.0	-16.3	-3.9	-18.7	-17.0

(8-1) 特設項目：27年度の採用実績と採用者の属性

	27年度の採用実績見込み					27年度の採用者 (複数回答)				
	増加	横ばい	減少	なし	未定	新卒 正社員	中途 正社員	新卒非 正社員	中途非 正社員	
製造業	19.0	28.4	7.1	43.5	2.0	45.2	73.4	2.1	20.3	
非製造業	15.7	22.7	6.6	51.3	3.7	32.4	70.8	2.3	23.8	
建設業	21.0	22.8	5.6	45.7	4.9	34.7	81.3	0.0	12.0	
情報通信業	29.4	29.4	11.8	29.4	0.0	50.0	66.7	0.0	25.0	
運輸業	10.6	37.9	16.7	33.3	1.5	18.2	75.8	3.0	30.3	
卸売業	19.7	20.6	2.3	51.8	5.5	31.8	76.5	1.2	17.6	
小売業	9.2	19.6	6.1	60.1	4.9	29.3	56.1	7.3	34.1	
不動産業	12.0	10.0	2.0	74.0	2.0	7.7	69.2	0.0	30.8	
飲食店・宿泊業	8.6	19.0	15.5	55.2	1.7	31.2	56.2	12.5	31.2	
サービス業	15.6	26.3	7.5	48.9	1.6	40.5	63.5	1.4	31.1	
大企業	33.1	48.8	13.2	5.0	0.0	72.2	64.8	3.7	23.1	
中小企業	15.6	22.9	6.1	52.1	3.3	30.0	73.3	1.9	22.3	
合計	17.1	25.2	6.7	47.9	3.0	37.6	71.9	2.2	22.4	

(8-2) 特設項目：28年度の採用予定と採用予定者の属性

	28年度の採用予定					28年度の採用者（複数回答）			
	増加	横ばい	減少	なし	未定	新卒 正社員	中途 正社員	新卒非 正社員	中途非 正社員
製造業	19.5	26.2	3.5	38.0	12.8	58.1	56.4	1.8	20.7
非製造業	14.0	18.0	3.6	53.8	10.5	42.9	61.2	3.2	20.5
建設業	17.8	17.2	3.7	46.0	15.3	50.7	61.2	1.5	7.5
情報通信業	41.2	23.5	5.9	23.5	5.9	76.9	46.2	0.0	15.4
運輸業	14.5	29.0	6.5	35.5	14.5	17.9	67.9	3.6	25.0
卸売業	13.0	17.1	2.3	55.1	12.5	43.1	69.4	1.4	12.5
小売業	5.6	14.9	3.1	67.7	8.7	38.9	50.0	5.6	27.8
不動産業	13.7	5.9	2.0	72.5	5.9	27.3	72.7	0.0	18.2
飲食店・宿泊業	8.6	20.7	6.9	56.9	6.9	26.7	53.3	20.0	46.7
サービス業	18.5	20.7	3.8	50.0	7.1	46.7	58.7	2.7	30.7
大企業	33.9	47.1	7.4	6.6	5.0	72.6	53.8	3.8	21.7
中小企業	14.4	18.7	3.2	51.6	12.1	43.7	60.2	2.3	20.5
合計	16.1	21.2	3.6	47.6	11.5	49.3	59.2	2.6	20.6

(9-1) 特設項目：経団連が28年3月新卒者の選考開始月を27年8月と4ヶ月遅らせたことによる影響

	28年新卒者の選考開始月変更による影響						
	内定辞 退者が 増えた	内定辞 退時期 が遅れた	その他 マイナスの 影響	例年よ り優秀 な人材 が確保 できた	その他 プラス の影響	影響な し	わから ない
製造業	4.5	0.7	3.6	0.2	0.0	49.7	41.3
非製造業	3.0	1.2	4.7	0.0	0.1	51.0	40.0
建設業	3.4	1.4	4.1	0.0	0.0	46.6	44.5
情報通信業	0.0	5.9	35.3	0.0	5.9	35.3	17.6
運輸業	3.5	0.0	0.0	0.0	0.0	59.6	36.8
卸売業	2.9	0.5	3.9	0.0	0.0	56.9	35.8
小売業	2.9	0.7	2.2	0.0	0.0	37.0	57.2
不動産業	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	60.4	35.4
飲食店・宿泊業	7.8	2.0	3.9	0.0	0.0	43.1	43.1
サービス業	2.4	2.4	7.2	0.0	0.0	57.5	30.5
大企業	16.9	6.8	19.5	0.0	0.0	30.5	26.3
中小企業	2.2	0.4	2.8	0.1	0.1	52.7	41.7
全体	3.6	1.0	4.4	0.1	0.1	50.6	40.2

(9-2) 特設項目：望ましい（経団連会員企業の）選考開始月

	望ましい開始月					
	4月	6月	8月	その他 の月	いつで もよ い	わから ない
製造業	8.9	5.0	6.0	0.7	29.7	49.8
非製造業	9.7	5.1	4.2	0.9	30.3	49.9
建設業	7.3	4.4	4.4	0.7	30.7	52.6
情報通信業	35.3	11.8	5.9	0.0	23.5	23.5
運輸業	8.9	3.6	3.6	0.0	44.6	39.3
卸売業	9.2	7.0	4.3	1.6	31.9	45.9
小売業	5.6	5.6	3.2	0.0	24.6	61.1
不動産業	4.9	2.4	2.4	2.4	39.0	48.8
飲食店・宿泊業	6.4	2.1	0.0	0.0	25.5	66.0
サービス業	15.3	4.5	6.4	1.3	27.4	45.2
大企業	28.0	16.1	3.4	2.5	20.3	29.7
中小企業	7.4	3.8	5.1	0.7	31.0	52.0
全体	9.5	5.1	4.9	0.9	30.0	49.7

※複数回答の設問項目での構成比（％）とは、有効回答者数に占める有効回答数のシェアにあたる。  
 ※東大阪、南河内、泉州の情報通信業は対象企業数なし。



表2 D1推移表

		回	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	前回調査との比較	前回調査の見通しの比較
		平成	23		24				25				26				27				28		
		四半期	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3	4~6	7~9	10~12	1~3		
(1) 業況判断	a. 前期比 季調済	製造業	-15.9	-17.7	-19.5	-19.2	-23.4	-21.9	-22.2	-13.7	-8.0	-5.3	5.6	-13.2	-11.5	-9.9	-14.3	-16.6	-5.2	-12.0	-13.4	▲1.5	▲17.2
		非製造業	-26.4	-26.6	-29.3	-26.3	-24.8	-28.5	-24.5	-16.3	-16.4	-8.0	-6.4	-28.8	-20.9	-22.0	-16.2	-18.5	-13.1	-15.6	-17.0	▲1.5	▲10.2
		大企業	4.0	9.2	-3.7	5.9	-1.8	3.9	9.8	8.9	9.9	10.5	20.4	-6.5	10.2	8.9	6.7	-5.9	15.2	11.7	15.1	3.4	▲15.6
		中小企業	-24.6	-24.7	-27.4	-26.7	-28.8	-24.2	-17.5	-15.1	-8.4	-3.8	-25.2	-20.0	-20.2	-17.1	-17.8	-12.7	-15.8	-12.7	-15.8	-17.8	▲2.0
	合計	-22.8	-23.6	-25.4	-24.4	-24.5	-26.4	-23.1	-15.7	-13.6	-7.2	-2.1	-23.8	-17.8	-18.0	-15.4	-18.1	-10.6	-14.4	-15.6	▲1.2	▲12.6	
	b. 前期比 季調前	製造業	-15.4	-11.0	-23.7	-22.1	-24.0	-14.2	-25.7	-17.3	-9.3	3.3	2.2	-17.3	-12.9	-1.0	-17.5	-21.1	-6.7	-2.8	-16.4	▲13.6	▲13.2
		非製造業	-24.6	-21.2	-35.8	-26.9	-23.6	-22.6	-30.5	-17.3	-15.7	-1.7	-12.0	-30.1	-20.6	-15.4	-21.5	-20.1	-13.1	-8.8	-22.0	▲13.2	
		大企業	10.2	-7.1	-13.3	7.1	4.4	6.2	-19.2	9.8	15.7	13.7	10.8	-6.4	16.3	12.2	-2.3	-6.6	21.4	15.2	6.6	▲8.6	
		中小企業	-24.1	-18.0	-33.3	-27.9	-26.9	-21.6	-29.4	-19.3	-15.9	-0.8	-8.5	-27.4	-21.1	-12.3	-21.4	-21.3	-14.0	-7.8	-21.9	▲14.1	
	合計	-21.4	-17.6	-31.8	-25.3	-23.8	-19.8	-28.9	-17.2	-13.5	0.0	-7.4	-25.8	-18.0	-10.6	-20.2	-20.5	-11.0	-6.8	-20.1	▲13.3		
	c. 前年 同期比	製造業	-21.6	-18.7	-20.5	-18.9	-26.1	-26.9	-24.9	-24.3	-14.7	-3.1	10.9	-8.9	-12.2	-14.6	-19.1	-15.2	-9.9	-15.2	-12.0	3.2	
		非製造業	-27.8	-30.0	-34.4	-26.6	-28.6	-32.7	-24.6	-19.6	-18.7	-10.1	-2.0	-23.6	-22.3	-25.8	-21.2	-15.0	-13.8	-14.2	-21.3	▲7.1	
大企業		3.8	-3.3	-9.6	15.7	-3.0	-2.4	-9.4	10.9	20.3	12.0	36.2	10.2	18.9	12.0	4.0	12.9	16.8	22.9	13.4	▲9.5		
中小企業		-28.1	-27.6	-31.1	-27.2	-30.6	-33.2	-25.9	-23.8	-20.5	-9.4	0.0	-20.8	-22.0	-24.7	-22.0	-16.9	-15.2	-17.1	-20.1	▲3.0		
合計	-25.7	-26.0	-29.8	-24.0	-27.7	-30.6	-24.7	-21.1	-17.2	-7.7	2.3	-18.6	-18.8	-22.1	-20.5	-15.0	-12.5	-14.6	-18.0	▲3.4			
(2) 売上高 (季調済)	製造業	-17.8	-16.8	-18.8	-20.3	-24.2	-22.4	-24.9	-14.9	-11.1	-8.5	3.5	-16.2	-13.7	-12.7	-14.0	-19.2	-9.2	-14.3	-12.9	1.4		
	非製造業	-25.7	-27.8	-29.4	-26.2	-25.7	-29.5	-25.0	-18.8	-16.4	-11.3	-9.6	-29.9	-24.6	-22.7	-18.7	-19.4	-14.2	-16.9	-20.9	▲4.0		
	大企業	10.9	-11.2	0.2	6.3	-5.1	3.7	-9.4	6.2	14.0	5.0	22.9	-4.0	9.0	12.7	10.1	0.8	11.1	11.8	12.7	0.9		
	中小企業	-25.9	-24.9	-27.6	-26.7	-27.7	-29.4	-25.5	-19.3	-16.9	-11.6	-7.0	-27.1	-23.4	-21.7	-19.1	-20.7	-14.5	-17.8	-20.3	▲2.5		
合計	-23.5	-23.9	-25.2	-24.4	-25.8	-27.0	-24.4	-17.6	-14.9	-10.2	-4.9	-25.3	-21.1	-19.2	-16.9	-19.9	-12.6	-16.0	-18.1	▲2.0			
(3) 製・商品 単価	製造業	-15.3	-12.2	-16.4	-18.3	-17.3	-19.7	-15.5	-10.2	-9.1	-8.7	-1.2	-5.9	-2.5	-2.4	-2.4	-2.7	-7.6	-4.6	-11.7	▲7.1		
	非製造業	-18.9	-18.4	-22.6	-20.8	-18.2	-19.5	-10.0	-8.0	-4.8	0.7	-0.3	0.6	-5.0	-0.5	-4.5	-1.1	-4.0	-1.9	-10.3	▲8.4		
	大企業	-3.0	-9.6	-10.7	-6.6	-4.3	-7.7	-10.1	0.0	5.0	0.9	2.5	4.3	3.7	17.6	7.0	4.2	5.9	4.2	1.7	▲2.5		
	中小企業	-18.6	-16.6	-21.3	-20.9	-19.4	-20.2	-11.9	-9.2	-7.1	-2.8	-0.8	-2.2	-4.8	-2.6	-4.4	-1.9	-6.1	-3.3	-11.6	▲8.3		
合計	-17.6	-16.2	-20.5	-19.9	-17.9	-19.5	-11.9	-8.8	-6.4	-2.6	-0.5	-1.6	-4.1	-1.2	-3.8	-1.6	-5.2	-2.9	-10.9	▲8.0			
(4) 原材料価格	製造業	38.5	26.5	22.6	17.3	8.8	9.1	34.2	42.4	38.5	40.4	47.3	44.8	46.4	45.1	37.5	36.5	22.3	9.5	5.4	▲4.1		
	非製造業	20.1	14.0	16.8	10.5	8.8	10.1	23.6	28.9	30.0	35.9	34.2	40.7	35.3	33.6	30.9	37.2	21.6	19.5	11.5	▲8.0		
	大企業	27.8	19.5	15.2	14.7	9.6	11.6	27.3	30.6	39.7	31.2	25.0	34.3	33.8	36.7	36.2	29.5	12.9	15.8	4.2	▲11.6		
	中小企業	27.5	18.6	19.4	13.3	9.0	9.7	27.5	34.4	33.0	38.2	40.2	42.8	39.5	38.0	33.4	38.0	22.7	15.7	10.3	▲5.4		
合計	26.9	18.7	18.8	12.9	8.8	9.7	27.4	33.8	33.0	37.5	38.8	42.2	39.2	37.7	33.3	37.0	21.8	16.0	9.3	▲6.7			
(5) 営業利益 判断 (季調済)	製造業	-1.3	-1.4	0.1	-3.9	-4.2	-3.1	-6.0	-2.0	1.3	5.5	10.8	10.1	5.9	5.8	8.7	4.7	11.9	7.4	9.9	2.6		
	非製造業	-14.7	-14.6	-17.5	-15.3	-13.7	-15.7	-11.8	-8.8	-7.2	-0.6	-1.5	-6.4	-8.9	-5.3	-1.5	0.5	2.5	2.0	-4.4	▲6.4		
	大企業	36.6	30.5	28.5	33.6	30.6	38.3	28.5	34.2	43.3	44.6	45.5	41.4	43.3	47.9	50.0	52.3	54.2	59.1	62.6	3.5		
	中小企業	-14.4	-13.3	-14.8	-15.3	-14.5	-16.1	-13.3	-9.8	-8.4	-2.2	-0.7	-4.6	-7.7	-5.9	-1.6	-1.8	1.4	-0.3	-4.4	▲4.1		
合計	-10.6	-10.0	-11.1	-11.4	-10.6	-11.6	-9.5	-6.5	-4.1	1.2	2.7	-0.9	-3.7	-1.8	2.1	1.8	5.8	3.5	0.7	▲2.8			
(6) 営業利益 水準 (季調済)	製造業	-22.5	-21.6	-20.3	-22.3	-24.9	-23.4	-26.5	-17.9	-14.0	-13.3	-5.8	-15.3	-18.2	-14.0	-14.3	-18.3	-11.1	-14.9	-12.5	2.4		
	非製造業	-31.0	-28.0	-30.7	-27.9	-26.9	-29.7	-25.5	-21.1	-18.8	-14.1	-12.1	-29.5	-26.1	-22.5	-18.6	-20.8	-15.9	-15.0	-20.9	▲5.9		
	大企業	5.5	-8.6	-5.5	2.1	-1.6	1.7	-5.5	2.4	9.3	1.5	19.1	-10.4	2.8	13.5	9.9	-1.7	9.7	4.1	10.9	6.8		
	中小企業	-30.9	-27.6	-28.7	-28.6	-28.9	-30.0	-26.8	-22.3	-19.0	-15.0	-12.1	-25.8	-25.4	-22.3	-19.0	-21.5	-16.3	-15.9	-19.4	▲3.5		
合計	-28.5	-26.1	-26.6	-26.3	-26.6	-27.4	-25.3	-20.4	-17.2	-13.8	-9.6	-25.0	-23.4	-19.6	-16.8	-20.4	-14.2	-15.0	-17.6	▲2.6			
(7) 資金繰り	製造業	10.2	7.6	8.1	9.1	12.2	10.3	8.2	9.1	15.8	11.7	11.8	17.6	20.2	18.4	19.9	18.0	21.0	20.1	18.2	▲1.9		
	非製造業	-6.9	-6.3	-7.1	-4.5	-4.8	-3.9	0.3	2.8	1.3	3.0	2.5	8.2	4.0	2.5	8.2	11.7	8.0	13.8	6.9	▲6.9		
	大企業	46.3	48.8	49.0	48.5	43.9	50.0	46.0	55.3	58.1	58.9	61.1	57.9	64.5	61.8	66.1	69.4	61.2	66.3	68.9	2.6		
	中小企業	-4.6	-5.7	-7.2	-4.0	-2.8	-4.0	-1.1	0.8	1.7	1.1	1.1	6.7	4.6	2.8	7.7	9.7	7.8	12.2	6.1	▲6.1		
合計	-0.9	-1.3	-2.0	0.2	1.0	0.9	3.0	5.0	6.2	6.0	5.5	11.4	9.4	7.8	12.3	13.8	12.4	15.9	10.9	▲5.0			

※「末期の業況見通し」のゴシック部分は、今期の業況判断との比較となっている。

## 最近の消費動向（月別概況・個別ヒアリング）

28年1～3月期の百貨店・スーパーの合計売上高は、スーパーが牽引し、全店ベースでは前年を上回った。冬物の売りつくしの時期に気温が上昇し、春物の展開時期に気温が低下するなど不規則な気候が要因で衣料品の売上は芳しくなかった。外国人旅行客の消費は腕時計やジュエリーといった高額品から、化粧品や食品などの消耗品へシフトしており、勢いも弱まってきている。家電販売額は対前年同月比で弱い動きが続いており、新車販売台数は26年4月の消費増税以降、24ヶ月連続でマイナスが続いている。

実質賃金指数（全国、事業所規模5人以上）は昨年7月頃からは下げ止まっているが、2人以上の勤労者世帯の実質家計消費（全国）は依然として低調である。

### 月別概況

**1月**：（平年差）平均気温+0.8℃、降水量+46.5%

1月は暖冬が年始商戦に大きく影を落した。中旬以降は寒波が到来し、冬物インナーやマフラー、手袋といった防寒具に動きが見られた。

百貨店では、暖冬により年始のクリアランスが低調に終わり、特に単価の高いコートやブーツが伸びを欠いた。また、主要店舗の建て替え工事の影響もあって売上はマイナスに転じた。

スーパーでは、トマト、ブロッコリーなどの農産品や牛肉や鶏肉などの畜産品が売上を牽引した。加えて、中旬以降の寒波到来で防寒衣料や電気ストーブなどの冬物商品が伸ばしたため、好調な結果となった。

**2月**：（平年差）平均気温+1.1℃、降水量+31.3%

2月は閏年による営業日の1日増に加え、気温が上昇し、平年より暖かい日が続いたため、客足は増加した。一方で、気温高が鍋食材や防寒衣料など冬物商品の売上にマイナスの影響も及ぼした。

百貨店では、気温高の影響で衣料品が大幅に苦戦したものの、春節の影響で化粧品などが外国人旅行客に人気を博したほか、バレンタイン商戦も好調で菓子類が好調に推移した結果、前年を上回った。

スーパーでは、トマト、アスパラガス、きゅうりなどの農産品の相場高が売上を押し上げたほか、節分商戦のあった寿司や揚げ物などの惣菜の売れ行きも好調となり、前年を上回った。

**3月**：（平年差）平均気温+1.4℃、降水量-12.7%

3月は月前半は気温高が続くも、後半は冷え込み春物の衣料が伸びを欠いた。

百貨店では、婦人服の春コートを中心に春物衣料が苦戦し、靴やアクセサリなどの身の回り品

も落ち込んだため、売上を落した。

スーパーでは、昨年にケーブルテレビのデジアナ変換サービス終了に伴うテレビ特需があった反動で、テレビは大幅に売上を落した。春物衣料は苦戦したが、相場高の野菜が売上を牽引し、前年を上回った。

### 百貨店 A 社

3月の売上高の状況は、スーツや婦人向けスプリングコートが苦戦したが、ハンドバッグ、化粧品、子供服などが健闘し、対前年同月比ではプラスとなった。

**紳士服**：スーツや、ジャケット等では苦戦したが、革小物や靴で高価格帯の商品が好調に推移し、ブルゾンも伸ばしたことから、カテゴリ計ではプラスとなった。

**婦人服**：販売のピーク時に気温が低下した影響により、単価の高いスプリングコートが大幅に苦戦したことで、売上を落した。ただし、高価格帯の商品ではコートも好調で、財布・革小物やバッグを中心に伸ばした。

**子供服**：外国人旅行客への売上が好調で、ベビー服と子供くつを中心に、ベビー向け、幼児向け、女子小学生向けの商品などで幅広く売上を伸ばし、前年を上回った。

**宝飾・時計**：ジュエリーは好調を維持したが、時計は外国人旅行客への売上が大幅に落ち込んだ。国内富裕層についても、一定価格以上の高額商品の動向で一部に慎重な動きが見られた。

**服飾雑貨**：婦人靴やアクセサリはやや低調な動きとなったが、ハンドバッグや化粧品が国内外の顧客に支持されて大幅な伸びを示した結果、カテゴリ計で前年同月を大きく上回った。

**食料品**：ホワイトデー商戦の好調などで洋菓子が好調となり売上を牽引したほか、行楽弁当が好評で惣菜も売上を伸ばした。一方、酒類は低調に推移した。

### 百貨店 B 社

3月の売上高の状況をみると、ホワイトデー商戦や国内富裕層向けの外商催事は好調に推移したものの、時計の外国人旅行客への売上が大幅に減少したことに加えて、春物衣料の不調も重なり、対前年同月比では売上を落した。

**紳士服**：若年層向けファッションでは苦戦したものの、新入社員などのフレッシュャーズ向け需要でスーツをはじめとしたビジネス関連商品の売れ行きが好調となっ

たため、カテゴリー計では横ばいとなった。

**婦人服**：富裕層を除いたボリューム層向けの商品の長期的な不調に加えて、3月は天候不順が重なり春物の衣料が全体的に苦戦した結果、売上はマイナスとなった。

**宝飾・時計・美術**：時計は外国人旅行者への売上が大幅に縮小したことで売上を落した。国内富裕層の消費については堅調な動きも見られ、外商催事が奏功しジュエリーの売上を大幅に伸ばした店舗もあった。

**服飾雑貨**：化粧品に関しては、外国人旅行者への販売も引き続き好調が続いており、前年を大幅に上回った。一方、アクセサリやハンドバッグ・婦人靴が苦戦し、カテゴリー計では前年を下回った。

**食料品**：商品別では好調不調のばらつきがあるものの、菓子類がホワイトデー商戦で好評を博したほか、入卒・退職時用のギフト需要などで売上を伸ばした。惣菜も堅調に推移したため、カテゴリー計でプラスとなった。

### 自動車販売C社

**売上高・販売台数**：府内で複数の新車販売店を展開するC社では、3月の売上高・販売台数はともに対前年同月比でマイナスとなった。主因として、平成26年4月の消費増税以降は業界全体で軽自動車以外の販売が落ち込んでいたことに加え、27年4月の軽自動車増税以降に軽自動車の落ち込みが続いていることが挙げられる。一方、普通車では比較的単価の高いハイブリッ

ド車の割合が増加傾向にあり、軽自動車においても衝突回避システムやアイドリングストップの搭載などで高付加価値化が進んでいるため、1台あたりの単価は増加傾向にある。また、車検やメンテナンスといったサービス部門の売上はプラスで推移しており、全体の売上に貢献している。

**来店客数**：3月の来店客数は対前年比で約2割の減少となった。主な要因は度重なる増税などを契機に消費マインドが落ち込む中で、新規顧客の来店が著しく減少していることにある。C社ではいわゆる残価クレジット（3～5年後の下取りを前提に、下取り価格を保証し、保証額以外をローンで返済する方法で月々の返済が少額となる）の提案を徹底するなど、既存顧客への買い替えアプローチを強化しており、厳しい環境の中でも既存顧客への販売は堅調に推移している。

**独自の取組**：C社では、営業スタッフを対象に営業ロールプレイング競技などを積極的に実施することで、社員の営業力向上に努めている。また、既存顧客からの紹介客の獲得に関しては営業スタッフのみならず、サービススタッフや事務スタッフも一丸となって紹介依頼のアプローチを行なうことで成果を挙げている。販売形態の面では、店舗近隣のショッピングモールで新車展示場を常設で確保するなど新たな販売スタイルにも意欲的で、顧客にとって、じっくり新車を見比べることができる点や、展示品に関しては、ワンプライス（値引き込みの価格）で購入できる点が好評を博している。（中井 章太）

## 大阪府の消費に関する経済指標

（単位：百万円、台、%）

		27年			28年		
		10月	11月	12月	1月	2月	3月
大型小売店計	販売額(全店ベース)	148,003	154,086	197,960	152,414	133,738	148,602
	(前年同月比、全店ベース)	7.4	1.4	1.8	1.7	2.9	0.2
	(前年同月比、既存店ベース)	5.2	▲0.6	0.1	▲0.3	1.1	▲1.5
うち百貨店	販売額	75,801	82,283	110,280	79,097	67,104	77,418
	(前年同月比、全店ベース)	7.4	0.0	1.2	▲2.6	0.2	▲1.6
	(前年同月比、既存店ベース)	7.4	0.0	1.2	▲2.6	0.2	▲1.6
うちスーパー	販売額	72,202	71,803	87,680	73,317	66,634	71,185
	(前年同月比、全店ベース)	7.4	2.8	2.0	6.4	5.9	2.1
	(前年同月比、既存店ベース)	2.8	▲1.3	▲1.3	2.3	2.1	▲1.5
コンビニエンスストア	販売額(全店ベース)	140,317	132,006	142,488	129,922	124,486	139,157
販売額及び店舗数増減(近畿)	(前年同月比、全店販売額)	5.9	4.4	5.4	5.2	8.3	4.4
	店舗数(前年同月比)	3.7	3.5	3.5	3.6	3.8	3.8
乗用車新車販売	台数	16,730	16,577	15,600	16,880	19,423	25,481
	(前年同月比)	▲2.5	▲3.5	▲9.5	▲2.3	▲5.8	▲4.0
家電販売(近畿)	(前年同月比)	3.0	▲6.2	▲5.5	4.9	▲7.4	▲6.7

資料：【大型小売店販売額】近畿経済産業局「百貨店・スーパー販売状況」。

【コンビニエンスストア販売額】近畿経済産業局「百貨店・スーパー販売状況」。

【乗用車新車販売台数】(社)日本自動車販売協会連合会、(社)全国軽自動車協会連合会。

【家電販売額】近畿経済産業局「近畿経済の動向」。

# 中小企業の動き（平成28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、大阪府の全業種の業況判断D Iは-19.4（前期差3.8ポイント減）で、マイナス幅が拡大し、全国や近畿に比べるとマイナス幅がやや大きい。製造業は-17.7（前期差▲7.8）で、マイナス幅は、近畿より4.8ポイント、全国より0.9ポイント大きい。非製造業は-20.1（前期差▲2.3）で、マイナス幅は、近畿より2.1ポイント、全国より1.3ポイント大きい。

今期の全国の中小企業の業況は、全産業の業況判断の3期ぶりの低下を受けて「中小企業の業況は、持ち直し基調の中にも、弱い動きがみられる」と、前期の判断から下方修正された。近畿も同様の判断である。

近畿の各業種の業況判断は、プラスの水準は、化学（8.9）と情報通信・広告業（1.9）のみで、マイナス幅が大きいのは、家具・装備品（▲32.0）、輸送用機械器具（▲29.1）、金属製品（▲24.9）、小売業（▲27.8）、対個人サ

ービス業（▲24.8）などである。マイナス幅が縮小したのは、窯業・土石製品（前期差23.9）、木材・木製品（21.8）、化学（21.6）、建設業（8.7）などで、マイナス幅が拡大したのは、家具・装備品（前期差▲15.5）、繊維工業（▲17.0）、輸送用機械器具（▲26.5）などである。

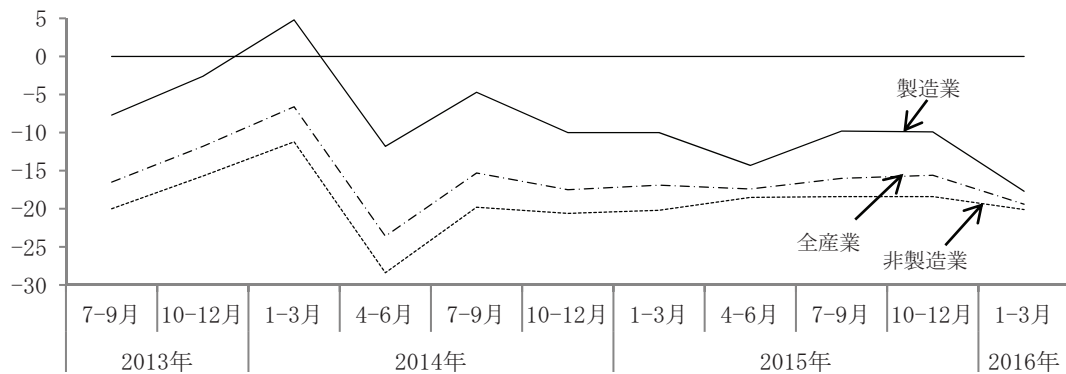
経営上の問題点は、需要の停滞がみられたほか、小売業やサービス業では、競争の激化や利用者ニーズの変化への対応が大きな課題となっている。

表1 1～3月期の中小企業の業況判断D I

	業況判断D I（前期差）		
	全国	近畿	大阪府
全産業	-18.1 (▲3.0)	-16.5 (▲1.3)	-19.4 (▲3.8)
製造業	-16.8 (▲3.9)	-12.9 (▲1.0)	-17.7 (▲7.8)
非製造業	-18.8 (▲3.0)	-18.0 (▲1.8)	-20.1 (▲2.3)

出所：中小企業庁・独立行政法人中小企業基盤整備機構。  
（注）D I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D Iの推移



資料：中小企業庁・独立行政法人中小企業基盤整備機構「第143回中小企業景況調査（2016年1-3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
	25.9 (26.0)	12.9 (13.5)	11.5 (10.6)
建設業	官公需要の停滞	民間需要の停滞	熟練技術者の確保難
	20.1 (18.7)	14.2 (17.3)	12.5 (8.7)
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
	36.9 (34.5)	10.8 (14.2)	9.7 (7.1)
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
	17.7 (20.4)	16.3 (16.9)	16.0 (15.9)
サービス業	利用者ニーズの変化への対応	需要の停滞	従業員の確保難
	20.9 (20.2)	17.3 (17.7)	9.7 (11.1)

資料：上図に同じ。下段（ ）内は前期の数値。



2. 業種別景気動向調査にみる28年1～3月期の大阪府内の中小企業の景況

	土木建築工事業	軽合金鋳物製造業	歯ブラシ製造業	自動車整備業（車体整備）
業種・業界の特徴	26年度の事業所数は7,069、従業員数は71,007人で、21年から26年にかけていずれも91.2%の水準に減少した。対全国比は、事業所数が5.2%、従業員数が6.9%である。	26年度の事業所数は28、従業員数は308人、製造品出荷額は50億4,049万円、全国に占めるシェアは、それぞれ、8.9%、4.4%、2.9%である。	26年の事業所数は21、製造品出荷額は51億円で、全国に占めるシェアは、各々43.8%、12.8%である。事業所数は、全国で最も多く、一般用歯ブラシ製造業者が多い。	事業所数は、一般自動車整備事業者4,345(平成23年3月)の1/3程度の1,000-1,200と推測される(大阪府自動車車体整備協同組合)平成23年4-6月期の調査内容より)。
概況	26年度まではやや上向き傾向にあったが、27年度は、前年度比横ばいか微増、工事によってやや下回る水準で推移している。力強いとはいえないが、民間工事が業況を牽引している。	軽合金鋳物の多くを占めるアルミニウム鋳物のうち、生産額の多くを占める自動車用は27年末頃から、一般機械用はさらに早く同年夏頃から減少基調にあり、利益確保が厳しくなっている。	売上高は横ばいというところがある一方、幅広い製品を持つところでは増加というところもある。業務用歯ブラシでは、ホテル・旅館等の宿泊数の増加による需要増もみられる。	ユーザーの節約志向の影響等で、法人、個人とも、需要は縮小傾向にある。交通事故等に伴う需要は、走行に問題なければ修理しないユーザーや必要最低限の修理に抑制する動きがみられる。
売上高、売上単価	上記の概況を受けて、前年度比を横ばいか微増で推移している。	自動車の需要減少や部品共通化による試作品の減少、量産品の海外生産移管、海外製部品の輸入拡大などで、売り上げが減少している。	口腔衛生意識の高まりで、高級品が売上の微増に寄与する動きがみられたほか、ホテル・旅館向けの需要の伸びがみられた。	ユーザーの車離れ、法人の営業車両減車、車検や保険料等の維持費の安い軽自動車へのシフトなどにより、売上上げは伸び悩んでいる。
原材料・仕入価格	材料費は横ばいか微増であるが受注価格がやや上昇しているため、発注内容を見極めて受注し、収益を確保できる状況にはある。	アルミ価格はやや低下したが、樹脂、けい砂、粘結剤、フラックスなどの副資材、燃料のガス代、運送費などの物流費が上昇した。	プラスチック原料の価格が、それほど下がらないことや、電気料金の高止まりなどにより、収益は厳しいとの声が多かった。	部品の価格が上昇し、修理の際の材料価格は上昇傾向にある。車の塗装に使用する塗料等も値上がりし、収益の圧迫要因になっている。
設備投資	—	生産が減少し収益確保が困難なため、設備投資は低調で、機械の買い換え等には慎重で、最小限の更新投資にとどめる企業が多い。	歯周病対策、美容効果など、新たな付加価値をつけるため、あるいは、更新投資として設備投資に前向きなところが多い。	既存の設備で対応できない整備や修理の案件が生じている。新たな設備投資に積極的な企業と消極的な企業に二極化する傾向にある。
雇用、賃金	業況が良いと考える事業者は、賃金の向上を含め、新卒や中途とも採用意欲は比較的高いが、首都圏に人材が流れる現状がみられ、求職者の確保に苦慮している。	人材確保が課題で、生産管理部門の人材、製造現場の高い技能をもつ社員の確保などが困難で、生産性が低下するなどにより受注にも支障が出てきている。	製造・検査工程に従事する従業員の半数程度がパート社員である事業所が多く、最低賃金の引上げによって、収益性が厳しくなることが懸念されている。	実務経験が重要な職種であるが、若手従業員の離職率が高まっており、豊富な経験を持つ熟練工の高齢化や後継者不在を理由に廃業するケースもみられる。
資金繰り	—	借入には慎重である。	—	—
為替相場の影響、その他の影響など	建築リフォーム工事では、商業施設、ホテル、保育所の改装などインバウンドや生活関連の社会資本整備の受注が期待されている。	技術水準の向上が課題で、得意先機械メーカーの製品設計段階から参画し、一緒に技術開発に取り組むなどのケースがみられる。	国内の人口減少傾向を受けて、歯ブラシの交換頻度の増加や、機能大を図る動きがみられる。	2-3年前から外国人観光客向けの団体バスの需要が好調で、春節の時期も55人乗りバスを中心にフル稼働の状態であった。
今後の見通し、その他	工事需要の首都圏への一極集中、大阪での大型案件の一巡などにより、先行き不透明なため、受注件数の伸び悩みが懸念されている。	見通しは厳しいが、製造企業が減少しているため、様々な業界から見積りの依頼があるという企業が多い。	研究開発機能、QCD（品質・コスト・納期）等への対応力により、業界内の二極化や分業体制に変化がみられることが想定される。	新技術に対応したディーラーの整備工場が営業力を強める一方で、既存の個人企業は、今後について不透明とみる声が多かった。



## 土木建築工事業

土木と建築の両工事を行う事業者の業況は、26年度まで、消費税増税前の駆け込み需要や企業の設備投資意欲の高まりでやや上向き傾向にあったが、27年度は、新規の公共工事案件が少なく、民間工事も景況の先行き不透明感から、前年度比横ばいか微増、工事によってやや下回る水準で推移している。公共・民間工事とも、受注の見通しはやや力強さを欠いているが、受注価格がやや改善し、発注内容を見極めて受注を選別することで収益を確保できる状況にはある。現状は、力強いとはいえないが、民間工事が業況を牽引している。

### 業界の概要

日本標準産業分類の建設業の総合工事業（管理、補助的経済活動を行う事業所を除く）には、一般土木建築工事業、土木工事業、舗装工事業、建築工事業（木造建築工事業を除く）、木造建築業、建築リフォーム工事業が含まれるが、本稿では主に、土木工事業と舗装工事業を除く動向をみていく（土木工事には公共工事が多く、景気動向の影響を受けない案件も多いため、土木専門の事業者を対象外とした）。調査対象の多くは、土木と建築双方の技術者が在籍し、直接請負か自己建設で双方の工事を行う事業者、建築物の改装や軽微な増・改築工事を総合的に行う事業者で、ここにはゼネコン（general contractor＝総合工事業）も含まれる。

土木建築工事業者は、建設業法第3条に基づき、建設工事の種類に対応した業種ごとに、建設業許可を受ける必要がある。許可は5年更新制で、その種類には、①営業業種別（土木及び建築の一式工事と26の専門工事の28業種）、②国土交通大臣及び都道府県知事別（営業所の設置場所による区分）、③一般建設業及び特定建設業の別（特定建設業は3,000万円以上（建築一式工事の場合4,500万円以上）の下請契約を締結できる）の3つあり、営業業種別では建築工事業が最も多く、次いで土木工事業が多い。軽微な工事のみ（1件の請負金額が1,500万円未満または延べ面積が150㎡未満の木造住宅の建築一式工事、1件の請負額が500万円未満の建築一式工事以外の工事）を請け負う場合は、許可を受ける必要はない。業界の各社は、建設業法のほか、建築基準法、建築士法、建設リサイクル法、品質確保法（住宅、公共工事）、入札契約適正化法や元請

下請関係の適正化に関する法令や要綱、再生資源利用促進法、住生活基本法などの様々な関係法令の遵守を求められ、過当競争の回避、工事の質の担保、受発注者間の対等な契約関係の確保、環境への対応などに取り組むことが求められている。

### 大阪の地位

全国の建設業者数は、ピークであった平成12年3月末時点からみて、27年3月末時点の土木業者は79.7%、建築業者は71.7%の水準に減少している。27年3月末の大阪府の建設業者35,438（大阪府知事許可）のうち、土木工事業者は6,972、建築工事業者は12,458で、全国の総数に対し、それぞれ4.8%、7.7%を占める（国土交通省「建設業許可業者数調査の結果について」、大阪府「建設業者（大阪府知事許可）の状況」）。近年は、24年度に土木工事業者が233、建築工事業者が608減少して以後、横ばいで推移している。年次比較が可能な21年以降の『経済センサス』（一般土木建築、建築（木造建築を除く）、木造建築、建築リフォームの各工事業の計）の推移は、21年から26年にかけて事業所数と従業者数のいずれも91.2%の水準に減少した。事業所数と従業者数の対全国比は、それぞれ5.2%、6.9%で、大阪府では法人の建築工事業者の割合が全国よりも高く、個人事業所の割合が、全国の30.1%に比べると20.9%と低い（『平成26年経済センサス - 基礎調査 確報集計 事業所に関する集計』）。

### 建設投資のうち民間投資と建築投資が微増

平成27年度の建設投資額（出来高ベースの推計額）は、前年度比5.5%減の48兆4,600億円ではあるが、復興予算や26年度の補正予算等に係る政府建設投資の影響があり、減少基調であるものの国内総生産の9.6%を占める見通しである。内訳は、政府・民間別では、政府投資（前年度比14.2%減）よりも民間投資のウェイトが58.4%と大きく（前年度比1.8%増）、建築・土木別では、土木投資（前年度比11.4%減）よりも建築投資のウェイトが53.5%と大きい（前年度比0.3%増）。建設投資のうち、37%が政府土木、31%が民間住宅、18%が民間非住宅建築、10%が民間土木である。土木、建築とも政府が2桁台で減少しているのに対し民間は微増である。また、27年度の建築物リフォーム・リニューアル投資額は11兆2,300億円程度（対前年度比6.7%増／住宅41.8%、非住宅58.2%）となる見通

しで、建築投資全体のうち住宅の 23.9%、非住宅の 47.7%が該当する。近畿地域の 27 年度の建築投資（名目値）は、26 年度の見込みから建築が横ばい、土木が 8%減少し、全体で 3.4%下回る見通しとなっている。

#### 受注は微増であるものの先の見通しはやや不透明

受注全体の長期的な推移は、バブル崩壊や平成 7 年の阪神淡路大震災後の減少傾向から、17 年以降は、耐震偽装問題とそれに伴う改正建築基準法（構造計算適合性判定制度を導入し建築確認・検査を厳格化）の施行、リーマンショックによる景気悪化などでさらに落ち込み、消費税増税前の 25 年度以降は、駆け込み需要とその後の反動減があり、それまでの上昇局面から微増もしくは横ばいで推移している。収益性は、材料費は横ばいか微増であるが受注価格がやや上昇しているため、一定の収益を確保できている。大阪府における建築工事費（出来高ベース）は 21 年度から 24 年度まで減少し、25 年度以降は微増である。公共の居住用及び非居住用の建築工事費は、公営住宅、学校や病院などの公共建築物の維持修繕工事に伴い 20 年度以降増加傾向にあったが、居住用は近年大きく減少している。また、25 年度以降の民間の居住用及び非居住用の建築工事費は、消費税増税前の駆け込み需要や緩やかな景気回復を背景に企業の設備投資もみられ、微増となっている（表 2）。業況面では、公共工事のウェイトが大きい事業者がやや厳しい状況におかれている。

公共土木工事は、26 年は補正予算などの積み増しもあり、新名神や阪神高速など受注状況は比較的良かった。しかし 27 年は、新規の公共工事案件が少なく、受注は横ばいまたは微増にとどまり、災害対策の防潮堤の補強や学校庁舎の耐震補強工事など、比較的小規模工事を中心となった。水道管などの経年劣化した社会インフラの維持補修等の潜在的な工事需要が見込まれるものの、発注は低調である。激化していた受注価格競争は、発注者責任を明確にする「公共工事の品質確保の促進に関する法律の一部を改正する法律」の公布・施行（26 年 6 月 4 日）を受けて緩和がみられ、適正な利益を出せるようになってきた。民間土木工事は、住宅や工場の土地造成の影響で横ばいかやや微増である。

建築工事は、民間建築の事業所ビル、近畿地区での研究開発拠点や工場の立地投資、観光インフラの工事需要などの民間建設投資が比較的順調に増えたことで

業況に好影響をもたらし、発注内容を見極めて受注を選別し、収益を確保できる状況にある。民間の住宅は、中古住宅市場に動きがあり限定的であるものの、住宅ローン金利低下の影響がみられ、やや持ち直している。

建築リフォーム工事は、住宅では、住生活基本法（18 年 6 月成立）に伴うバリアフリー、省エネなどの環境配慮、耐震等の住宅の質の向上や中古住宅の活性化主流化の動き、長期優良住宅の普及促進の取組などを受けて、一定の需要が見込まれている。ただし、5~600 万円を要するような、住宅の全面改装の需要は低調で、10~100 万円以下の小規模な工事を中心である。住宅保有者の高齢化に伴い、大規模な工事を望まない施主が増加し、若年層は、家電・家具の量販店、エネルギー供給企業、インターネットを通じて発注するなど、リフォーム経費を節約する傾向が強まっている。一方、商業施設、ホテル、保育所の改装などの需要に動きがみられ、インバウンドや生活関連の社会資本整備にかかる受注が期待されている。

#### 人手不足感がみられ採用や人材開拓の意欲は高い

業界は、リーマンショックの際に大幅なリストラを行い、人員規模の過少や技術系職種人材の構造的な不足、後継者不足などに直面している。前年度までの緩やかな景気回復やオリンピック・パラリンピック関係の積極的な投資を受けて、業況が良いと考える事業者は、賃金の向上を含め、新卒や中途とも採用意欲は比較的高い。業界や各社は、説明会を開催するなど、業界の周知と人材獲得に取り組んでいるが、首都圏に人材が流れる現状がみられ、求職者の確保に苦慮している。このため、女性や外国人などに目を向け、現場の施工監理やリフォームの営業などに従事できる人材の育成に本格的に取り組む企業もみられる。

#### 発注の伸び悩みに対し、付加価値の創造が課題

激化していた価格競争はやや緩和したものの、受注の増加が見込めないため、施主の受注を獲得できる付加価値の創造が課題である。例えば、業界や各社は、営業力の強化による既存受注先の需要開拓、「大阪府住宅リフォームマイスター制度」等に基づく品質の確保・向上、保証の長期化など付帯サービスの充実化、保育園や高齢者施設等向けの滑りにくく防汚効果を持つ床材といった新建材の共同開発に取り組む例がみられる。

## 今後の見通し

工事の需要は、首都圏に一極的に集中する傾向がみられ、大阪では、公共と民間、建築と土木のいずれの工事区分についても、大きな案件が一巡し先行き不透明感がみられるため、多くの事業者は、受注件数の伸び悩みを懸念している。大きな受注増が見込めない中で、近年、受注価格の上昇や価格競争の緩和がみられ

る比較的良好な経営環境のうちに、若年者や経験のある人材の採用意欲は高く、新たな付加価値の追求や工事サービスの質の向上につなげたいと考えているが、十分に確保できていない。今後は、民間工事を中心に、受注件数を増やすだけでなく付加価値を高めることで、受注価格を高める取組や模索が進むと考えられる。  
(天野 敏昭)

表1 土木建築工事業の事業所数、従業者数

(単位：事業所、人)

	大阪府		全国	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
平成3年	8,901	127,090	152,894	1,573,567
8年	9,712	130,711	168,177	1,705,961
13年	8,500	95,962	154,660	1,353,789
18年	7,480	77,836	144,217	1,145,284
21年(※)	7,747	77,860	146,415	1,092,415
24年	7,253	71,786	137,559	1,036,891
26年	7,069	71,007	135,721	1,026,990
一般土木建築工事業	540	13,207	11,121	220,893
建築工事業(木造建築工事業を除く)	3,501	40,280	50,705	463,108
木造建築工事業	1,332	6,542	52,669	230,559
建築リフォーム工事業	1,696	10,978	21,226	112,430

資料：平成3～18年は、総務省『事業所・企業統計調査報告』、平成21年以降は、総務省『経済センサス』。

(※) 平成18年までのデータと21年以降のデータの連続性はない。

(注) 一般土木建築工事業、建築工事業(木造建築工事業を除く)、木造建築工事業、建築リフォーム工事業の合計。ただし、平成3年及び8年の建築リフォーム事業は、建築工事業と木造建築工事業に含まれている。

表2 大阪府における建築工事費の推移(出来高ベース)

(単位：百万円)

	民間建築		民間土木	公共建築		公共土木	合計
	居住用	非居住用		居住用	非居住用		
平成 3年度	1,477,744	1,930,367	437,724	98,611	267,548	923,843	5,135,836
8年度	1,817,687	738,482	313,802	88,853	264,361	854,628	4,077,812
13年度	1,309,782	524,425	292,907	82,326	117,016	787,764	3,114,221
18年度	1,308,969	529,751	401,664	61,791	61,421	566,275	2,929,872
19年度	1,164,389	667,028	460,413	53,489	65,782	497,772	2,908,873
20年度	1,105,086	813,011	527,596	41,676	43,417	592,138	3,122,925
21年度	964,654	546,467	330,435	44,367	58,144	724,537	2,668,604
22年度	856,541	589,328	247,027	63,040	67,433	503,739	2,327,107
23年度	853,310	593,011	218,239	62,716	64,697	471,341	2,263,314
24年度	855,876	423,756	210,778	43,801	71,406	605,207	2,210,824
25年度	935,666	467,278	224,277	28,622	64,474	598,460	2,318,776
26年度	884,417	555,345	249,883	31,629	97,162	603,216	2,421,653

資料：国土交通省『建設総合統計(年度報) - 出来高ベース - (都道府県別建設投資の推移)』。

(注) 建築の非居住用は、鉱工業用、商業・サービス業用、その他の合計である(公共はその他のみ)。



## 軽合金鋳物製造業

生産額の多くを占める自動車用は 27 年末頃から、一般機械用はさらに早く同年夏頃から減少基調にある。今後についても、量産品の海外生産移管や、鋳物からダイカストへの製造法変更などによる国内需要の縮小の懸念から、見通しは厳しい。

### 生産は減少基調

軽合金鋳物の多くを占めるアルミニウム鋳物の全国生産動向は、生産額の多い自動車用は 27 年末頃から、一般機械用は同年夏頃から減少基調にある（表）。

ある企業では、最も売上げの多かった製品の得意先が、需要の増加に伴って形状を簡略にして製造法を鋳造からダイカストに変えたため、大幅に受注が減少した。また自動車部品がメインの企業では、若者の車離れなどによる国内自動車需要の減少に加え、自動車の車種間の部品の共通化などによる試作品の減少、量産品の海外生産移管、海外製部品の輸入拡大などにより、売上げが減少している。

### 利益確保も厳しい

原料となるアルミ価格は 2 年前に比べてやや低下しているが、樹脂、けい砂、粘結剤、フラックスなどの副資材や、燃料のガス代、運送費などの物流コストが上がり、利益確保も厳しくなりつつある。そこで企業は、これら価格上昇に関するデータを資料にまとめるなどして、得意先との値上げ交渉に臨んでいる。

### 収益確保への取組

こうした中である企業では、現状の技術レベルを維持するだけでは生き残れないとの危機感から、得意先の機械メーカーの製品設計段階から参画し、メーカーの設計技術者と一緒に肉薄化などの技術開発に取り組んでいる。また、現金払いなどの支払い条件の良い顧

客には、自社倉庫での保管サービスを提供している。

また、自動車部品がメインの企業では、軽量化が必要な部品の鉄からアルミへの素材変更を提案するなどして、他の産業機械分野からの受注拡大を図っている。

### 設備投資は低調

このような状況の中で、設備投資は低調である。ある企業では、今は先の見通しが立たず、生産現場から機械の買い換え要請があるが、需要が落ち込む中で、設備投資には慎重にならざるをえず、老朽化して仕上げのバリ取り作業の手間を増やす要因となってきた金型の更新など、最小限の更新投資にとどめている。別の企業でも、設備投資は最近 3 年ほど行っておらず、機械の性能を落とさないためのメンテナンスを行うにとどまっている。

マイナス金利の影響からか銀行から低金利での融資の勧誘を受けることが多くなった企業もあるが、先行き不透明感から借入れには慎重となっている。

### 人材確保も課題

人材確保も課題となっており、ある企業では、生産管理など必要な部門の人材が確保できないという。また別の企業では、製造現場の高い技能をもつベテラン社員が定年を迎え、引き続き勤続を求めたものの、退職されてしまい、その補充ができず、生産性が低下するなどにより受注にも支障が出てきている。

### 今後の見通しは厳しい

今後の見通しは厳しいとする企業が多い。ただ軽合金鋳物を製造する企業数が減少しているため、様々な業界から見積もりの依頼はあるという企業が多い。対応できる品種の幅を広げつつ、多品種少量で短納期の生産への対応力を高めるなど、小回りを利かせながら、受注した仕事を着実にこなし、信用と実績を積み重ねていくことが一層重要となってきた。

（須永 努）

表 アルミニウム鋳物生産の推移（全国）

（単位：百万円、％）

	合計		一般機械用		輸送機械用		自動車用		その他の輸送機械用		その他		
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比		
23年	258,255	-1.8	10,436	1.8	237,418	-1.9	226,265	-2.2	11,152	5.8	10,402	-4.2	
24年	274,406	6.3	9,824	-5.9	253,699	6.9	241,836	6.9	11,863	6.4	10,883	4.6	
25年	271,737	-1.0	9,899	0.8	251,190	-1.0	237,960	-1.6	13,231	11.5	10,647	-2.2	
26年	282,146	3.8	10,527	6.3	260,356	3.6	246,323	3.5	14,032	6.1	11,264	5.8	
27年	284,939	1.0	10,325	-1.9	264,113	1.4	249,296	1.2	14,816	5.6	10,501	-6.8	
26年	1～3月	69,337	3.6	2,524	9.8	63,922	3.1	60,311	2.9	3,611	7.5	2,891	9.2
	4～6月	67,795	-0.1	2,646	4.6	62,288	-0.7	58,952	-0.9	3,336	3.2	2,861	11.1
	7～9月	71,046	5.0	2,675	8.9	65,510	4.4	62,075	4.2	3,435	7.7	2,861	15.5
	10～12月	73,968	6.8	2,682	2.6	68,636	7.7	64,986	7.8	3,650	5.8	2,650	-10.1
27年	1～3月	71,722	3.4	2,703	7.1	66,192	3.6	62,423	3.5	3,769	4.4	2,826	-2.2
	4～6月	68,441	1.0	2,618	-1.1	63,416	1.8	59,902	1.6	3,514	5.3	2,407	-15.9
	7～9月	71,704	0.9	2,536	-5.2	66,686	1.8	62,933	1.4	3,753	9.3	2,482	-13.2
	10～12月	73,074	-1.2	2,467	-8.0	67,819	-1.2	64,038	-1.5	3,781	3.6	2,787	5.2
28年	1月	22,104	-5.9	807	-8.9	20,427	-5.7	19,217	-5.8	1,210	-4.8	870	-6.0
	2月	22,829	-3.0	842	-6.1	21,074	-3.0	19,727	-3.6	1,347	7.3	913	-0.9

資料：経済産業省『生産動態統計年報 鉄鋼・非鉄金属・金属製品統計編』『生産動態統計月報』

（注）従業者20名以上の事業所。

※業界の概要と大阪の地位と特徴は、平成24年4～6月期の調査内容を参照のこと

## 歯ブラシ製造業

一般用歯ブラシでは、歯周病対策など口腔衛生意識の高まりとともに、高級品の構成比が高まっている。1～3月期の売上高は横ばいというところがある一方、幅広い製品を持つところでは増加というところもある。

業務用歯ブラシでは、ホテル・旅館等の宿泊数の増加による需要増もみられる。

今後は、歯ブラシの交換頻度の増加や特徴のある製品の販売での需要の拡大を図る動きがあるほか、海外での販売に注力する動きもみられる。大手メーカーなどへのOEM生産も多いなか、求められる品質や価格への対応が難しい場合には、先行きが厳しくなることも想定される。

### 業界の歴史

歯ブラシの前身である「歯木」（木を嚙碎したもの）が日本に伝わったのは6世紀で、「房楊枝」と呼ばれ、「爪楊枝」とともに、歯の清掃に使われていた。

現在の歯ブラシの形状では、明治5（1872）年に、鯨のひげの柄に馬毛が植えられた「鯨楊枝」が、日本で初めて製造販売された。その後、明治23（1890）年の第三回内国勸業博覧会において、「歯刷子（はぶらし）」の名称が初めて使用された。なお、商品名に「歯刷子」が使われるようになったのは、大正3（1903）年が最初である。

当時は、動物の骨を使った柄に豚や馬の毛を植毛したもので、手作り作業で生産されていた。植毛作業に労働力を要したが、当時、それまで盛んであった河内木綿の生産がかげりを見せていたことから、農家の新たな副業として歯ブラシの生産に従事する人が増え、八尾市・東大阪市を中心とする地域が歯ブラシの産地となった。

大正時代には、セルロイド製の柄に豚毛を植えた歯ブラシが生産されるようになり、昭和25（1950）年には、合成繊維を植毛した歯ブラシが日本で初めて生産された。

その後、技術革新による植毛工程の自動化などで供給能力が飛躍的に増加する一方、衛生の考え方が広まるにつれ、歯ブラシの需要も増加したことから、大手メーカーの参入が相次ぎ、中小メーカーのシェアは低下した。

なお、電動歯ブラシは、1960年代にアメリカで、既存の歯ブラシを使いにくい人向けに開発され、日本では、1990年代より普及が進んだ。電動歯ブラシの歯ブ

ラシ部分の生産を、中小メーカーが担っている。

### 生産状況

製造工程は、柄（ハンドル）部分の成形や印刷、植毛、毛先加工、検査、包装の順となっている（先細の毛などは、加工された状態で納品され、植毛される）。中小メーカーでも月産100万本以上のところが多く、大手メーカーでは同1,000万本の工場もみられる。工場は、柄の成形から包装まで一貫生産か、柄の成形のみ、柄の印刷、植毛、植毛工程以降、包装など一部の工程を担うかに分けられ、後者の方が多い。

全国の製造品出荷額等は、近年は400億円弱で推移している（表1）。従業者規模別製造品出荷額等では、99人以下が3割弱、同100人以上が7割強を占めている。従業者規模別事業所数の構成比では、従業者数4～9人の事業所が14.6%、10～19人が29.2%、20～99人が43.8%、100人以上が12.5%である（経済産業省『平成26年工業統計表（品目編）』従業者4人以上の事業所）。

歯ブラシは、家庭などで使われる一般用とホテル・旅館等で提供される業務用に分けられる。前者は数ヶ月使用されるのに対して、後者は、1～数回の使用で廃棄されることを前提としており、求められる品質・包装・価格等が大きく異なる。このため、一般用歯ブラシを製造するメーカーと業務用歯ブラシを製造するメーカーに大きく二分されている。

一般用では、大手メーカーが中小メーカーに一部工程や一部製品の生産を委託しているほか、歯磨き粉を製造・販売しているメーカー等もOEM生産を委託していたり、量販店等のPB（プライベートブランド）製品も多く、また、一部の工程のみを担う中小メーカーもあることから、自社ブランド製品を持つ中小メーカーは限られている。なお、近年では、特徴的な製品を自社ブランドで販売する新規参入者もみられる。

生産本数に関する統計データはないが、一般用で年間4～5億本程度とみられている。業務用では、延べ宿泊者数が27年1年間で5億人泊超であること（国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査」）、ホテル・旅館業以外にも歯ブラシを提供する事業もあることから、一般用と同程度の生産本数と推測される。

### 大阪の特徴

戦前から戦後にかけて、大阪が全国唯一の歯ブラシ製造の地といっても過言ではない状況であった。その後、大阪府外への工場移転、大阪府外での独立開業などにより、出荷額のシェアは低下している。平成26年の大阪府における歯ブラシ製造業の事業所数は21、

製造品出荷額等は51億円で、全国に占めるシェアは、各々43.8%、12.8%である（経済産業省『工業統計表（品目編）、従業者数4人以上の値）。

なお、大阪府以外に3以上の事業所数を有するのは、愛媛（7事業所）、奈良（3事業所）の2県にとどまり、西日本を中心に14県が1事業所か2事業所を有している。このため、事業所数では、大阪府は全国1位といえるが、製造品出荷額等では、秘匿の県が多く、順位は不明である。大阪府では一般用歯ブラシを製造している事業所が、愛媛県などでは業務用歯ブラシを製造している事業所が多い。

府内では、八尾市、東大阪市に集中しているが、10年以降設立の事業所などでは、両市から離れた場所での立地もみられる。

### 需要動向と販路

一般用歯ブラシは、平均すると年間で一人当たり3、4本使っているとみられる。購入時期は季節変動が大きく、12、3月が突出している（表2）。これは、年や年度が改まる節目、あるいは、引越や入園・入学、就職等、新しい生活の開始に合わせて歯ブラシを交換する傾向が強いことによる。そのため、この時期に合わせて新製品が発売されることが多く、販売店では販促策も展開されている。

購入先としては、ドラッグストアが中心であるが、他にも薬局や歯科医院、スーパーやホームセンター、コンビニエンスストア、生協、100円均一ショップなど多岐にわたるほか、インターネット販売、通信販売などもある。

一般用歯ブラシは、健康志向や歯周病対策など口腔衛生意識の高まりとともに、1本250円以上の高級品の構成比が高まっている。こうした要因もあり、1世帯あたりの支出金額は増加傾向となっている（表3）。なお、100円均一ショップなどでは、使い捨て歯ブラシなども売られており、こうした製品では、業務用歯ブラシメーカーの製品もみられる。

業務用歯ブラシでは、訪日外国人の増加などにより、年間の延べ宿泊者数（日本人の宿泊も含む）が20年前後の3億人泊程度が27年は5億人泊程度と大幅に増加しており、ホテル・旅館向けの需要も高まっている。なお、歯ブラシは、いわゆる「爆買い」の対象とも言われるが、元々の生産（販売）本数が多いためか、目立った変化はないとのことである。

### 生産は底堅く推移

上述のような需要動向に加え、一時期増加した輸入品は、製品への異物混入や油の付着などの品質の問題

や生産コスト上昇、円安傾向などにより、一部は国内生産に切り替わり、現在は減少している。こうしたことから、製造品出荷額等も20年と比べると、26年は12%の増加となっている。また、ピーク時には15%程度に上昇した輸入比率は、現在は1割以下とみられる。なお、輸入品において、かつては、海外メーカーから直接輸入していた商社等が、歯ブラシメーカーを経由させたり、検査等を徹底させたりするなどの動きがみられる。

1本100円台以下の普及品では、販売店店頭での値崩れもみられ、こうした製品の製造を中心とする中小メーカーでは、この1～3月期は、売上高としては横ばいとの声もある一方、幅広い製品を有する中小メーカーでは、特徴製品や高価格帯の製品を中心に伸びており、売上高（本数、単価とも）は微増という声もあり、業績には差異がみられた。

### 収益は厳しい

プラスチック原料の価格は、原油安や円高傾向であっても、それほど下がっておらず、また、電気料金も高止まりしていること、人件費では、全体の人数の半分前後を（製造工程や検査工程に従事する）パート社員が占める事業所が多く、最低賃金の引上げが、バランス上、パート社員全体の賃金引上げにつながったとの声もあり、収益は厳しいとの声が多い。

また、最低賃金の府県による差異（主要県とは15～20%程度の差異）が、地方立地の競合他社とのコスト競争力の差につながっているとの声も聞かれた。さらに、自社ブランドを持つ中小メーカーでは、販促費負担も大きいとの声もあった。

### 高付加価値化に注力

業界では、輸入品対策も兼ねて、18年に組合の自主規格として、品質推奨マーク（SB=Safety Brushマーク）を制定した。耐久性、安全性において、日本工業規格（JIS）を上回る基準を設定しており、21年に国際標準化機構（ISO）に採用された。現在、自社ブランドや量販店等のPB商品を製造している中小メーカーが当マークを取得、活用している。

歯周病対策だけでは、他社と差異化が難しいことから、最近では、小さくする方向に進んでいたヘッドの形状を大きくしたものや美容効果を付加したもの、毛部分に成分を練りこんだもの、乳幼児向けに柄を曲がりやすくしたもの、歯科医師と連携して製品開発したものなど、新たな特徴、付加価値をつけた歯ブラシが製造されている。

こうした新たな付加価値をつけるため、あるいは、



更新投資として設備投資に前向きなところが多い。

### 今後の見通し

歯ブラシは生活必需品であり、需要の大幅減少は想定しにくい一方、国内の人口は減少傾向にあり、また、歯ブラシの1日の使用回数が今以上に大幅に増加する可能性も少ない。そうした状況を踏まえて、毛先の広がった歯ブラシでは十分な効果が得られないことなどをアピールするなど、交換頻度を高めることで使用本数の増加を図る動きがみられる。

自社ブランド製品を販売していたり、自社で製品企画してOEM生産をするような研究開発機能を持っている中小メーカーでは、限られた市場での競争を踏ま

え、特徴ある製品の開発への注力や本格的に輸出に取組む動きなどがみられる。

一方、大手メーカー主導のもとOEM生産を行っている中小メーカーでは、QCD（品質・コスト・納期）を磨いていくことが必要であるが、求められる水準への対応が難しい場合には、今後、厳しさが増すものとみられる。

このように、今後も、厳しい競争が続くとみられることから、企業の対応力の差異により、業界内の二極化、あるいは、分業体制の変化がみられるものと思われる。

（竹原 康幸）

表1 歯ブラシ製造業の推移

単位：箇所、百万円

	大阪府		全国	
	事業所数	出荷額等	事業所数	出荷額等
平成20年	22	4,353	50	35,488
21年	21	5,875	49	37,255
22年	17	3,597	45	35,436
23年	20	5,940	51	42,016
24年	23	5,344	51	39,669
25年	23	5,458	49	39,465
26年	21	5,088	48	39,687

資料：経済産業省「工業統計表（品目編）」

（23年は、経済センサス活動調査製造業（品目編）（総務省・経済産業省）からの転載）

（注）従業員4人以上の事業所

表2 1世帯当たり品目別月別支出金額  
（歯ブラシ：二人以上の世帯 平成26年）

月	購入金額 （円）	平均購入額22円を 100とした場合
1月	112	92
2月	118	97
3月	164	134
4月	94	77
5月	104	85
6月	107	88
7月	118	97
8月	122	100
9月	116	95
10月	122	100
11月	122	100
12月	165	135

資料：平成26年家計調査年報（総務省）

表3 1世帯当たり品目別支出金額の推移  
（歯ブラシ：二人以上の世帯）

年	購入金額 （円）
平成 20年	1,323
21年	1,307
22年	1,283
23年	1,349
24年	1,409
25年	1,411
26年	1,464

資料：各年家計調査年報（総務省）

## 自動車整備業（車体整備）

ユーザーの節約志向の影響等により、需要は法人・個人ともに縮小傾向にある。交通事故等に伴う需要についても走行に問題なければ修理しないユーザーや必要最低限の修理に抑制する動きがある。

### 需要は法人・個人ともに縮小傾向

営業車両の多い大阪市内の自動車整備の需要が減少している。景気低迷を理由に営業車両を減車している法人がみられるほか、車検や保険料といった維持費の安い軽自動車へのシフトが続いている。

内閣府『平成27年度犯罪被害者白書』によると、全国の交通事故の発生件数は年々減少傾向にあり、平成22年と比較して、ここ5年間で20.9ポイント減少している（表参照）。さらに、交通事故に伴う保険料金の制度が改定された影響等により、事故車両の損傷が軽度の場合には、保険修理を行わないユーザーがみられる。個人においても、若者の車離れや車の維持費の節約志向により、旅行や外出の際に車で出掛ける機会が減少しており、休日ドライブ時の故障や事故の需要が年々減少傾向にあるとの声があった。

### 観光バスの整備部門は多忙

観光バスは、2～3年前から外国観光客向けの団体バスの需要が好調で、今年の春節の時期も55人乗りバスを中心にフル稼働の状態であった。予約が半年先まで詰まっているため、会社としてバス車両や運転手の確保が課題となっている。従来の冬季と春季に比べると、今年は花見の時期のインバウンド需要が拡大した影響もあり、多忙を極めている。バスが故障した場合は、ディーラーの整備工場を活用するが、修理に時間がかかるため、対策として、日常の点検・整備作業の重要度が増している。ここ数年、バスにドライブレコーダーを搭載する等の設備投資を行ない、ドライバーの安全運転の励行と事故低減に取り組んでいるケースもある。

### メーカーの部品価格が上昇傾向

自動車メーカーの部品価格が上昇しており、修理における原材料価格は上昇傾向にある。このため、原材料の上昇とそれに伴う工賃の上昇分がユーザー価格に反映されている。ただし、個人客の多い、ディーラーではない企業では、工賃の上昇分を低く抑えることでユーザーの負担を軽減しているケースもみられる。また、車の塗装に使用する塗料等も値上がりしており、収益の圧迫要因になっている。

一方で、調達コストの安いネット通販等による新しい調達方法もみられるが、既存の調達ルートに比べて、納品までに時間がかかるため自粛している企業もある。

### 設備投資は二極化

ハイブリッド自動車の普及や次世代自動車等の実用化、エンジン等の車両電装化の影響により、既存の設備では対応できない整備や修理の案件が生じている。例えば、修理箇所を特定するための診断ツール（スキャンツール）等がある。しかし、こうした設備は初期投資が高額な上に、データ更新等のランニングコストが必要になる設備が多い。

また、個人企業の場合は、顧客の所有する車両メーカーに対応した設備とデータが必要となるため、フルラインを揃えた場合、さらに高額となる。一方で、設備投資によって需要が増えたとしても、一台の車を整備するために必要な作業スペースは決まっているため、工場敷地が小さい企業では資金を回収する目処が立たないとの声があった。このため、新たな設備投資に積極的な企業と消極的な企業に二極化する傾向にある。

### 従業者の平均年齢が高齢化

自動車整備、車体整備ともに実務経験が重要な職種であるが、近年、若手従業員の離職率が高まっており、就職して1年や2年で辞めるケースも多い。特に、事故車を扱う車体整備の分野では、持ち込まれた事故車を安全に走行できるまでに修理するには、長年の豊富な経験を基にした熟練工の技術が不可欠となる。こうした熟練工の高齢化や後継者不在を理由に廃業するケースもみられる。

### 今後の見通し

車両販売の落ち込み等により、車検や整備、事故対応等を強化するディーラーや異業種からの参入組が増えており、自動車整備市場は競争が激化している。新型車の普及に伴い、新技術に対応したディーラーの整備工場が営業力を強める一方で、既存の個人企業は後継者不足や新設備・新技術への対応、設備投資に見合った需要の確保と資金回収といった多くの課題を抱えており、今後については不透明とみる声が多かった。

（工藤 松太嘉）

表 交通事故件数の推移（平成22年～26年）

	発生件数	指数
平成22年	725,903	100.0
平成23年	692,056	95.3
平成24年	665,138	91.6
平成25年	629,021	86.7
平成26年	573,842	79.1

資料：内閣府『平成27年度犯罪被害者白書』より作成

（注）陸上の交通事故とされた者から鉄道員等明らかに道路上の交通事故ではないと判断される者を除いた数を計上している。指数は平成22年度の発生件数を100とした場合で計算。

※業界の概要と大阪の地位と特徴は、平成23年4～6月期の調査内容を参照のこと

国内繊維産地の活性化戦略について (資料 2015-1)

大阪産業経済リサーチセンター

はじめに

国内の繊維産業は、江戸時代に各地で行われていた養蚕や綿作及び糸や織物製造の歴史を背景に、明治時代に工業近代化を経て発展しました。その後、輸出を中心に国内の主力産業となり、第二次世界大戦後においても、いち早く産業の復興を成し遂げました。高度経済成長期には、さらに市場規模を拡大しましたが、それに対応する形で、各地域に繊維関連企業が集積し、産地が形成されていきました。各地域内では効率的な量産展開のため、工程分業による生産体制が構築されました。しかし、バブル経済崩壊後は、市場の低価格志向が進む中で、コスト的に有利な中国などアジア地域への生産移行が進み、以来、国内製造は厳しい状況が続いています。その結果、産地では事業者の撤退が続いており、昨今では産地内分業体制の維持が困難な状態となりつつあります。

しかし一方で、世界の繊維ファッション産業においては、常に新たな商品が求められており、日本の繊維産業の高度な加工技術や安定したものづくり力を活かした「Made in Japan」の素材や製品が改めて注目を集めています。また国内でも、「J∞ QUALITY」認証制度が開始されるなど、改めて国内繊維産業にとって追い風となる流れも出てきています。

そこで、今回は、国内繊維産業の集積地として代表的な関西の各産地及びそれら事業者の実態について分析し、今後の国内繊維産業の活性化に向けた課題や方策などを明らかにすることを目的として、上記調査を実施し、報告書を作成しました。以下に、その概要を紹介します。

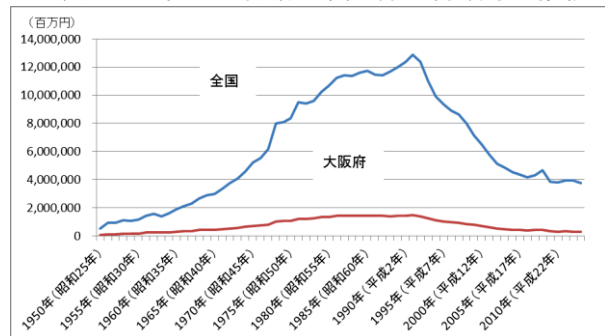
大阪・関西は国内のトップクラスの集積地

国内繊維産業の規模について、経済産業省「工業統計」データからみると、第二次世界大戦後急激に産業規模を拡大し、事業所数、従業員数については 1960 年代にピークを迎えましたが、その後は、設備の高度化による生産性の向上などから頭打ち状態となりました。しかし、製造品出荷額等については、国内市場のファッション化が進む中、アパレル産業が発展し、素材やテキスタイル製造から既製服などのファッション製品製造へとという流れを受けて、高付加価値化が進み、1990

年代まで成長を続けました。しかし、バブル経済の崩壊後は、こちらも縮小の流れが続いています (図表 1)。

その中で、2013 年の国内都道府県別シェアをみると、大阪府は、事業所数は全国 1 位、従業者数、製造品出荷額等は同 2 位となっており、現在でも国内トップクラスの繊維産業集積地域となっています。また、製造品出荷額等の上位 10 位以内には、福井県、滋賀県、兵庫県、京都府など関西の府県が多くあり、岡山県や石川県などを含めて、西日本地域は現在でも国内繊維産業の集積の多い地域といえます (図表 2)。またそれぞれの府県では、京都府の和装品、北陸地域の化合織、岡山県のデニムやユニフォームなど、それぞれ産品について特色を有しています。

図表 1 全国・大阪府の製造品出荷額等の推移



図表 2 2013 年都道府県別シェア

	製造品出荷額等 (単位: 百万円)		
	都道府県	数 値	全国シェア
第 1 位	愛 知	408,414	10.8%
第 2 位	大 阪	306,484	8.1%
第 3 位	岡 山	262,763	7.0%
第 4 位	福 井	234,708	6.2%
第 5 位	滋 賀	193,343	5.1%
第 6 位	石 川	192,991	5.1%
第 7 位	愛 媛	160,034	4.2%
第 8 位	岐 阜	145,601	3.9%
第 9 位	兵 庫	110,436	2.9%
第 10 位	京 都	102,237	2.7%
	全 国	3,767,913	100.0%

出所: 経済産業省「工業統計表 産業編 品目編」(従業者数 4 人以上)

繊維製造事業者は自立化を推進

国内繊維製品の生産工程は、アパレルや商社な



どが商品企画を行い、各産地の産元商社、製造業者、さらにより規模の小さな専門加工製造事業者へ発注が行われ、それぞれが製造を行うという取引形態が長らく続いていました。しかし、近年、生産の海外移転の進展などから、国内製造事業者への発注量が減少し、従来の取引慣行も崩れつつあります。その中で、従来の取引先の指示に基づき加工や製造を行うだけであった国内製造事業者においても、自ら主体的に営業展開を図り、受注獲得を行う取組が増えてきています。それに伴い、各社においては、加工内容を絞り込み、技術レベルを高めることで、それぞれの特徴を強化するとともに、一部企業では自らのリスクでオリジナルのテキスタイルや製品の企画を行い、積極的に提案営業を展開しています。

一方で、アパレルや商社においても外部活用によるものづくり体制を進める中で、製造事業者からのオリジナル製品や商品の提案は取引が容易となるメリットがあり、また、小売事業者においても市場の競争が厳しくなっているため、既存商材に変わる新たな価値提案の一つとして、関心を集めています。そのため、店頭での各種催事などこれら商品の販売の機会が増加してきているほか、企業間コラボへの取組も増えています。また、消費者においても環境保護や地域活性化などから、ものづくりの製造背景への関心が高まる中で、それに対応する形で、マスコミでも、産地や職人の取材が増えてきており、それをきっかけに事業化に成功する事例も見られています。代表的なものとしては、「今治タオル」や「児島ジーンズ」などがあり、産地ブランドとしての認知も広がっています。

しかし、製造事業者においては、従来から基本的にはものづくり機能に特化して事業を進めてきた企業が多いことから、自ら商品企画を行ったり、販売を行うことについては不得手であり、これらの取組はまだ一部にとどまっています。また実際、成功企業でも、自社ですべて実施するのではなく、外部デザイナーの活用や企業連携での取組など、外部ノウハウを上手く活用して実施しており、それらネットワーク力が重要なポイントとなっています。

### 課題はものづくりの分業体制の維持

上記のとおり、繊維産地では、従来から分業でのものづくりを行ってきており、取引関係が固定化しているため、それら枠組みから突出した新たな取組は、それら既存取引先との競合などで取引

関係を壊す可能性があるため、実施企業は少数で、近年の需要量の減少という現実に対しても、多くの企業が投資の抑制や人員体制の縮小など縮小均衡を図る形で対応を行っています。その結果として、各社においては既存設備の老朽化や新規採用の抑制による人材の高齢化が進み、それを要因とした事業縮小や廃業などの動きが続いています。そのため、従来は産地内で一貫してものづくりができていましたが、その継続が難しくなっています。

それに対して、各社では産地内に限らず、産地外も含めた企業者同士のグループ化に向けた動きが改めて増加してきており、それらネットワークを活かして、加工先や連携先の確保に向けた取組がみられるようになってきました。さらに、近年のインターネット環境の発展から、SNS（Social Network Service）を通じて、製品ユーザーとなる消費者まで巻き込んだネットワーク化へと広がりを見せており、これらが近年のオリジナル製品化への取組を後押ししていることも考えられます。いずれにしても、これらのネットワーク化の取組は、今後ますます増加発展していくものと考えられます。

### （おわりに）

上記のように、国内繊維産業の経営環境は未だ厳しく、製造事業者の減少が続く中で、各繊維産地の規模も縮小しており、「Made in Japan」のものづくり体制が危機的状況となっています。そのような中で、産地の製造事業者においては、従来の分業体制を超える新たなネットワークを構築し、オリジナル商材の開発での付加価値確保を目指す動きが徐々に拡大しつつあります。それら動きは、卸や小売など業界各社でも積極的に活用する企業も出てきており、今後の国内繊維産業の流通構造は大きな再編期となりつつあると考えられます。

一方で、このような流通は多様性が高く、各社の自由な取組の中で構築されているため、今後は業界での事業経験を有していたり、様々な情報を有する企業や人がハブとなり、有機的なネットワークを構築できる環境を提供することが求められています。その観点からは、公的機関や支援団体、業界組合などの役割も重要と考えられ、今後も一層その活躍に期待が増しています。

この報告書は、当センターが実施した他の調査結果とともに、当センターのウェブサイトで全文をご覧ください。

<http://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/index.html#ir1>

商業集積と地域の連携事例（資料 2015-4）

大阪産業経済リサーチセンター

■はじめに

近年、商店街などの商業集積において、地域の事業者や住民、学校などと連携して、地域や商店集積を活性化させる動きが見られます。しかし、長続きせずに自然消滅する例も少なくありません。

そこで、今後の連携事例に資することを目的として、連携の継続要因等を探った『商業集積と地域の連携事例』（資料 2015-4）をとりまとめました。

報告書では、7つの事例を取り上げていますが、ここでは1事例を詳しく、残り6事例は概要をご紹介しますとともに、これら事例からみえてくる継続できている要因をまとめとして記載します。

■「工夫を重ね、進化を続ける“繁栄ワイワイ市場”」

1 事業（連携）開始の経緯

繁栄商店街（大阪市港区）は、JRと地下鉄の弁天町駅から徒歩7分に位置する近隣型商店街で、従来から夜店や商店街での100m走「韋駄天商店街」など、様々なイベントの開催を通じて、地域にとって身近な存在であるための努力をしてきました。なお、「韋駄天商店街」は、商店街有志と地元有志で構成された“筋肉商店街実行委員会”が企画し、繁栄商店街の協力により開催されたもので、当委員会による地域活性化のための活動は、「筋肉商店街」、「おおさかごちそうマラソン」といったイベントの企画・運営や港区民音楽祭開催会場での自転車整理など、様々な形で行われてきました。こうした経緯から、地域では、繁栄商店街は地域の活性化に努めているという認識が広く浸透しています。こうした認識が形となったものとしては、「韋駄天像」の建立があげられます。地域からも幅広く資金を集めて製作され、商店街のシンボルになっています。

一方、商店街では廃業する店舗もあり、「商業施設としての機能が伴わなければ存在価値はない」という考えのもと商業機能強化の方策を考えていました。そうしたなか、商店街に1日出店してデモンストラーションを行いたいという事業者からの申し出を契機に、商店街の外から事業者を募り、楽しい露店が並んでいる状況を作ろうと動きだしました。事業開始にあたっては、大阪商工会議所西支部から運営に関するアドバイスを得たり、各店舗が知人に声をかけ、出店者を募る

ところから始め、平成27年3月に第1回を開催しました。その後、毎月第1土曜日に開催（平成27年12月は毎週開催、平成28年1月は正月のため休み）していますが、回数を重ねるごとに、出店者が知人を誘う、出店希望者から連絡が入る、大阪商工会議所西支部が出店者を紹介するなどの動きも出てきました。

2 連携における工夫・成功要因や課題、留意点

① 情報発信

こうしたイベントは集客が一番のポイントとなりますが、商店街内の各店舗が、日常的に顧客に対して来街を呼びかけるとともに、フェイスブックで情報発信するなど、商店街各店舗が主体的に取り組んでいます。商店街が大阪府の子育て支援施策「まいど子どもカード」に参画していることから、同ホームページやメルマガに開催の告知を入れているほか、連携先でもある2つの地域活動協議会の掲示板等での開催告知、港区内で発行しているフリーペーパーへの広告掲載、翌月以降の4回分の開催日と企画を入れたチラシの配布など、様々なルートでの情報発信に取り組んでいます。

さらに、商店街内への手作りの看板や横断幕の掲示、出店者の商品サンプルを展示するワイワイボードの設置など、開催当日だけではなく、日頃から「繁栄ワイワイ市場」を認知してもらうための努力も積み重ねています。これらは手作りで、お金をかけることなく、自分たちでできることを工夫して実行しています。

② 毎回趣向を凝らした企画を実施

単に出店者に商店街内に出てもらうだけではなく、商店街として子ども向けの各種ゲームを運営しているほか、スタンプラリーや抽選会を開催する、出店者が作ったバルーンアートの帽子にハロウィンの衣装を着て子ども達へ飴を配布するなど、毎回、趣向を凝らした企画を用意しています。

来街者アンケートを行った翌月には、希望の多かった商品、食品を扱う店舗に出店してもらうなど、消費者ニーズにも迅速に対応しています。このように、商店街側が積極的に企画・運営していることを見た出店者から、協力の申し出が相次ぐなど、好循環を生み出しています。

③ 出店者との密接なコミュニケーション

「繁栄ワイワイ市場」開催当日に、各店舗を回って

状況を確認しているほか、事後には、出店者へのアンケートを取っています。また、商店街内店舗の知人や近隣事業者による出店が多いことから、日常的にもコミュニケーションを取っており、ニーズや不満を聞き出し、運営方法の改善につなげています。

また、猛暑で気分が悪くなり、途中で帰宅した出店者には、後日電話を入れるなど、きめ細やかな対応も行っています。

### 3 今後の方向性

出店者が固定化してしまうとマンネリ感が出てしまうため、毎回、新たな出店者を探してくるなど、「繁栄ワイワイ市場」の長期的継続に向けて取り組んでいます。また、出店者が月1回の出店だけでなく、チャレンジショップ的な短期的な出店などを経て、常設店を商店街内で開店できるような仕組みづくりも検討しています。

「繁栄ワイワイ市場」には、平成27年7月に亡くなった商店街役員の熱い思いや願いも詰まっています。故人の遺志を受け継ぎ、「商業機能の強化」、「昔の市場（いちば）の雰囲気再現」の実現に向けて、「繁栄ワイワイ市場」は、ますます進化していくことでしょう。

### 4 追記

事例取材後に、一商店街だけではなく、港区の事業者を集めての開催していること、これまでの地元活性化への努力等を踏まえ、港区の名物、ウリを集めた「みなトクモン」に「繁栄ワイワイ市場」が認定され、港区の広報紙にも取り上げられました。

また、ミニ四駆大会やアーケード上部からたくさんの（景品引換券を入れた）風船が落ちてくる「風船シャワー」など新たな企画も実施されています。

#### ■その他の事例

小松商店街（大阪市東淀川区）では、原則偶数月の第四土曜日に「物産市&フリマ」を開催、商店街・地域の活性化を図っています。この取組を続けていくなかで、地元の若手グループが「小松オンステージ」を運営するようになるなど、イベント内容が広がっています。

宮之阪中央商店街（枚方市）では、組合役員のネットワーク、地域との関係などを活かし、「宮之阪七夕まつり」、「みやのさか夕市」、「宮之阪サポーター制度」など、様々な事業を展開しています。連携により、商店街単独ではできないことにも取り組んでいます。

駒川駅前商店街（大阪市東住吉区）は、諸団体と連携し、なにわの伝統野菜「田辺大根」を活用した、地

域との長期にわたる関係作りを行っています。収穫後の12月に開催されている「田辺大根フェスタ」は、平成27年で19回目となりました。

橋波商店連合会（守口市）は、地域と一体となった協議会を設立し、地域の意見や提案を積極的に吸い上げ、実行に移しており、今昔の写真を集めた「守口はしば歴史展覧会」を開催するなど、商店街のみならず、地域の活性化に取り組んでいます。

とんだ和っかプロジェクトと富田商業協同組合（高槻市）では、子どもたち（小学生）に職業体験の場を提供することを通じて、富田の町を活性化しようと「とんだ和っかディ」を開催しています。平成27年11月開催分で5回目となりました。

大阪商業大学横見ゼミナールでは、四條畷市の観光振興、商店街活性化を目的としたハイキングを企画・運営しています。ハイキングコースでの四條畷商店会等の逸品の試食、商店街のレシート提示で参加できる抽選会等で、商店街での購買を促進しています。

#### ■事例からみえてくる継続要因、工夫

共通した要因として以下の5点があげられます。

- ① 目先の売上を追うのではなく、「地域や地域の子どものため」、「商店街活性化には、地域の活性化が必要」と地域に対する愛情を持っている。
- ② 小さく始めて、支援者とともに改善を加えて大きな事業にしていく。
- ③ お金をかけず、創意工夫して手間をかける。
- ④ 連携相手を尊重する。
- ⑤ デジタル・アナログ両面で情報を受発信する。

これらの点は、企業間の連携等においても当てはまることと思われますし、また、地域の商業集積と連携することで、自社のネットワークを広げたり、知名度やイメージの向上につなげることができると考えます。

#### ■おわりに

今回は、数多い連携事例の一部を取り上げたに過ぎません。自分の住んでいる、あるいは、働いている地域を活性化させたい、地域貢献したいという方、あるいは、連携相手や連携のコツを探しているという方は、商店街など身近な商業集積に足を運んでみてはいかがでしょうか。新たな出会い、発見があるかもしれません。

この報告書は、当センターが実施した他の調査結果とともに、当センターのウェブサイトでも全文をご覧いただけます。

<http://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/index.html#ir1m>



「インターンシップ等、大学との連携による人材育成に関する調査」(資料 No. 149)

大阪産業経済リサーチセンター

はじめに

大阪府の完全失業率は年平均の推移をみる限り、東京都、神奈川県、愛知県などの主要都府県より高い水準で推移しており、かつ、非正規雇用者数の拡大により男女共に正規雇用率は減少しているなど、安定した仕事に就きたいと考えている学生や未就業者にとってみれば、大阪のここ数年の雇用情勢は決して安心できるものではありません。とりわけ若年層に関しては、有効求人倍率が高いにも関わらず完全失業率も高く、平成 27 年 3 月卒業の府内における大学卒業後の進路をみると、就職対象と推定される学生 39,375 人に対し、15.6%にあたる 6,157 人が、安定した仕事に就いていません(図表 1)。

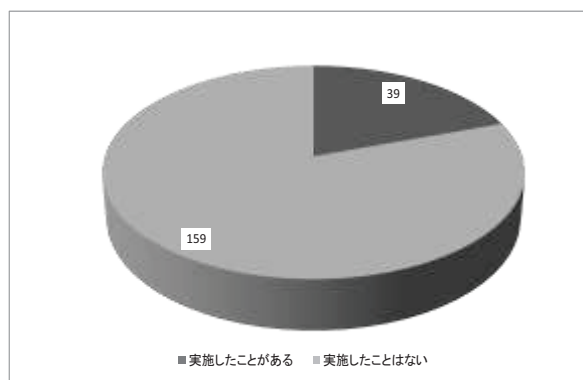
円滑な“School to Work”(学校から職場への移行)に資する取組としてインターンシップがありますが、有益なインターンシップのあり方を模索しようというのが本調査のねらいです。

インターンシップの実施割合は概ね 2 割

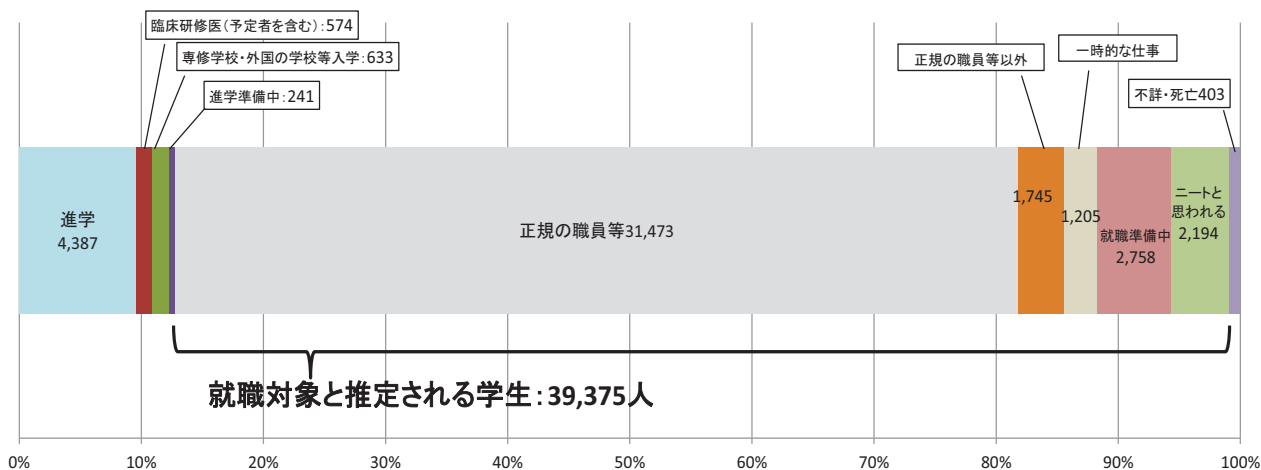
本調査では大阪府内の中小製造業ならびに中小サービス業に対し、インターンシップ等の取組実態についてアンケートを行いました。

その結果、製造業で大学生を対象としたインターンシップを「実施した」と回答した企業は 2 割にも満たず(図表 2)、「実施していない」と回答した 8 割強の企業の多くが「受け入れ態勢が整っていない」「受け入れるための人員が不足」との回答でした(図表 3)。サービス業においてもインターンシップ実施割合は 2 割強で(図表 4)、技術・ノウハウを重視した戦略の下、人件費抑制のための非正規雇用に否定的な企業ほど、実施割合が有意に高い結果となりました。

図表 2 インターンシップ実施有無 (製造業、n=198)

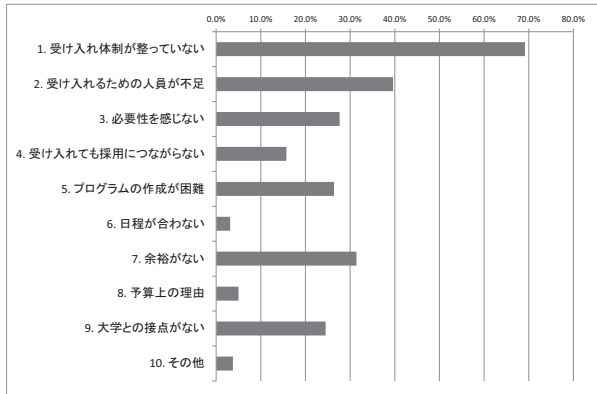


図表 1 府内大学卒業後の進路 (平成 27 年 3 月卒)

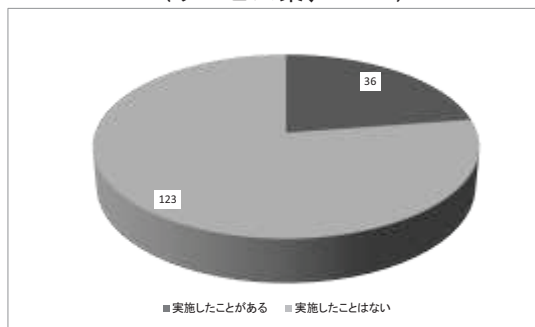


出所: 文部科学省「学校基本調査 卒業後の状況調査(H27年8月6日公表)」より推計。

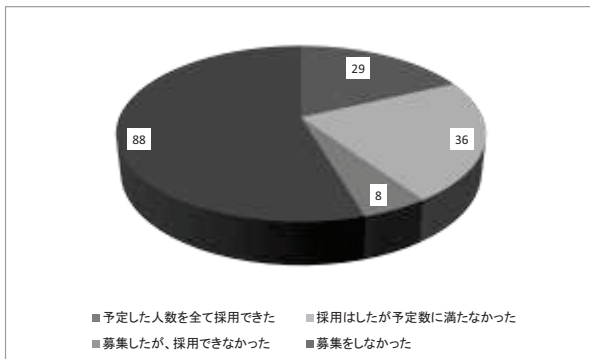
図表3 インターンシップを実施していない理由  
(製造業、複数回答)



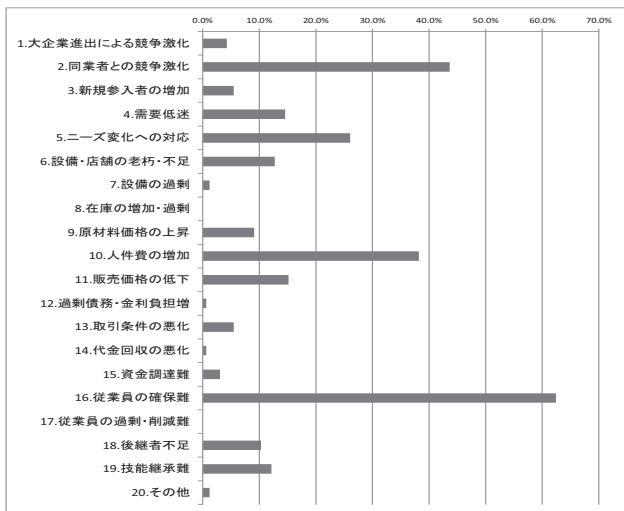
図表4 インターンシップ実施有無  
(サービス業、n=159)



図表5 正社員採用達成状況 (サービス業、新卒)



図表6 業種別経営課題 (サービス業、新卒)



また、サービス業では「予定した人数を全て採用できた」との回答割合は4割に満たず(図表5)、そのため「従業員の確保難」を経営課題として挙げる企業割合は多くみられました(図表6)。インターンシップは自社を知ってもらう絶好の機会であるにも関わらず、その機会を放棄してしまっているともいえるでしょう。その一方で「人件費の増加」を経営課題として挙げる割合も多く、「非正規社員の雇用を優先し、人件費の抑制に努める」とする割合が多い結果となり、そもそも「募集をしなかった」割合も高い結果となりました。

### あるべきアクティブラーニングの方向

本調査ではインターンシップやPBL (Project Based Learning、学習者が自ら課題を発見し、その解決を図ることを通して学びを深めるような課題発見・解決型学習) を実践している事例を紹介しています。事例からは「地域で人材を育てるという意識」「自主的に、能動的に社会を学ぶ意識」の醸成、つまり、企業・学生・大学のそれぞれが「地域」を意識し、地域の人材を各当事者が主体性を持って底上げしていく意識醸成の必要性が示唆されています。そしてこの取組の成否を分ける鍵は「産業界の強いコミットメント」と「コーディネーターの存在」「学生の主体性」と指摘しています。

現在、大阪府では、産学協働の人材育成プラットフォームづくりが進められています。この、大学・企業等・学生のコラボレーションの場を有機的に駆動させるためには、上記を当事者全てが理解し、運営に参画する必要があります。

この報告書は、当センターが実施した他の調査結果とともに、当センターのウェブサイトでご覧いただけます。  
<http://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/index.html#ir1>

また、大阪府府政情報センター(大阪市中央区大手前2丁目 大阪府庁本館1階 TEL: 06-6944-8371)においても閲覧、購入いただけます。

# 大阪経済指標

(凡例) Pは速報値。  
年計(平均)及び前年同月比は、  
特にことわりのない限り、原数値  
(指数)を採用。

## I 消費

	大型小売店販売額								コンビニエンスストア販売額			
	大阪府				全国				近畿		全国	
	合計		百貨店	スーパー	合計		百貨店	スーパー	合計		合計	
	前年比			前年比				前年比		前年比		
	億円	%	億円	億円	億円	%	億円	億円	億円	%	億円	%
24年	16,987	0.1	8,417	8,570	195,916	0.0	66,389	129,527	13,691	5.1	94,772	8.0
25	17,439	2.7	8,895	8,544	197,774	0.6	67,195	130,579	14,268	4.2	98,724	4.2
26	17,949	2.9	9,276	8,673	201,973	1.7	68,274	133,699	15,226	6.7	104,232	5.6
27	18,171	2.4	9,390	8,780	200,491	1.3	68,258	132,233	16,158	6.1	109,957	5.5
27年												
1	1,531	1.5	812	719	17,216	0.6	5,996	11,220	1,234	7.0	8,437	6.2
2	1,327	1.2	670	657	14,987	2.0	4,926	10,061	1,149	5.4	7,852	5.1
3	1,514	▲ 15.0	787	727	17,151	▲ 12.3	6,025	11,126	1,332	4.7	9,054	3.8
4	1,431	13.3	719	712	16,081	9.5	5,223	10,858	1,294	9.3	8,792	8.4
5	1,496	7.2	740	756	16,929	6.3	5,418	11,510	1,368	7.3	9,344	6.4
6	1,453	1.1	727	726	16,413	0.6	5,393	11,020	1,340	6.0	9,083	4.6
7	1,605	4.0	877	728	17,057	3.2	6,191	10,867	1,472	6.0	10,032	5.3
8	1,432	5.6	684	748	16,056	2.6	4,832	11,225	1,470	6.9	9,961	5.5
9	1,381	5.0	691	690	15,114	2.6	4,941	10,173	1,348	5.2	9,189	5.1
10	1,480	7.4	758	722	16,072	4.0	5,496	10,576	1,403	5.9	9,484	6.1
11	1,541	1.4	823	718	16,491	▲ 0.8	5,992	10,499	1,320	4.4	8,992	4.2
12	1,980	1.8	1,103	877	20,925	0.9	7,826	13,099	1,425	5.4	9,718	5.1
28年												
1	1,524	1.7	791	733	16,913	2.1	5,869	11,044	1,299	5.3	8,849	4.9
2	1,337	2.9	671	666	14,886	3.3	4,912	9,974	1,245	8.4	8,453	7.7
3	P 1,486	P 0.2	P 774	P 712	P 16,460	P ▲ 0.2	P 5,831	P 10,630	P 1,392	P 4.5	P 9,371	P 3.5

経済産業省「商業販売統計」、近畿経済産業局「大型小売店販売状況」  
※前年比は全店ベースの数値。

	新車販売台数				家計消費支出				常用雇用労働者現金給与総額					
	大阪府		全国		大阪府		全国		大阪府					
	総数		総数		総額		総額		実額		賃金指数		実質	
	前年比		前年比		名目 前年比		名目 前年比		名目 前年比	前年比		前年比		
	台	%	台	%	円	%	円	%	円	22年=100	%	円	22年=100	%
24年(平均)	231,575	25.7	4,572,332	29.7	276,646	4.8	286,169	1.1	379,993	96.5	▲ 1.7	97.0	▲ 1.8	
25	231,525	▲ 0.0	4,562,283	▲ 0.2	272,813	▲ 1.4	290,454	1.5	374,611	94.9	▲ 1.7	95.1	▲ 2.0	
26	236,158	2.0	4,699,591	3.0	267,169	▲ 2.1	291,194	0.3	382,055	96.5	1.7	94.1	▲ 1.1	
27	213,729	▲ 9.5	4,215,895	▲ 10.3	260,187	▲ 2.6	287,374	0.3	379,577	96.4	▲ 0.1	92.8	▲ 1.4	
27年														
1	17,270	▲ 19.5	344,040	▲ 20.7	264,065	0.6	289,847	▲ 2.4	303,269	77.1	1.0	74.8	▲ 1.4	
2	20,612	▲ 18.9	413,192	▲ 15.8	240,092	▲ 3.2	265,632	▲ 0.4	303,568	77.2	0.8	75.0	▲ 1.6	
3	26,554	▲ 16.2	586,797	▲ 11.9	294,641	6.0	317,579	▲ 8.1	330,134	83.9	1.5	81.1	▲ 1.1	
4	13,704	▲ 4.0	263,374	▲ 10.1	269,207	7.8	300,480	▲ 0.5	325,815	82.8	0.5	79.6	▲ 0.6	
5	14,463	▲ 8.3	279,419	▲ 8.2	255,593	0.5	286,433	5.5	308,591	78.5	▲ 0.5	75.3	▲ 1.3	
6	18,762	▲ 1.8	364,931	▲ 3.8	241,780	▲ 10.7	268,652	▲ 1.5	553,822	140.8	▲ 2.2	135.4	▲ 2.9	
7	18,595	▲ 3.6	355,892	▲ 9.1	250,855	▲ 1.7	280,471	0.1	455,314	115.8	▲ 0.8	111.6	▲ 1.3	
8	14,487	▲ 2.0	271,386	▲ 3.5	285,650	0.8	291,156	3.2	304,895	77.5	▲ 0.4	74.4	▲ 1.1	
9	20,375	▲ 10.5	399,760	▲ 7.4	244,401	▲ 10.6	274,309	▲ 0.3	312,702	79.5	1.9	76.3	1.6	
10	16,730	▲ 2.5	315,192	▲ 4.0	261,595	▲ 1.3	282,401	▲ 2.1	310,557	79.0	▲ 2.6	75.7	▲ 3.4	
11	16,577	▲ 3.5	314,053	▲ 7.6	231,491	▲ 15.3	273,268	▲ 2.5	310,648	79.0	▲ 0.9	75.9	▲ 1.7	
12	15,600	▲ 9.5	307,859	▲ 14.6	282,869	▲ 3.3	318,254	▲ 4.2	731,166	185.9	1.4	178.8	0.5	
28年														
1	16,880	▲ 2.3	328,994	▲ 4.4	232,571	▲ 11.9	280,973	▲ 3.1	301,608	76.7	▲ 0.5	74.0	▲ 1.1	
2	19,423	▲ 5.8	382,116	▲ 7.5	232,040	▲ 3.4	269,774	1.6	304,638	77.5	0.4	74.5	▲ 0.7	
3	25,481	▲ 4.0	532,468	▲ 9.3	236,139	▲ 19.9	300,889	▲ 5.3						

(一社)日本自動車販売協会連合会、  
(一社)全国軽自動車協会連合会  
※普通、小型、軽の合計

総務省統計局「家計調査」  
※二人以上世帯  
※年平均

大阪府統計課「大阪の賃金、労働時間及び雇用の動き」  
※従業者規模30人以上。前年比は指数より計算。  
※年平均

## Ⅱ 投 資

	全建築物着工床面積								新設住宅着工戸数				
	大阪府				全国				大阪府		全国		
	合計		非居住用		合計		非居住用		合計		合計		
	千平方	前年比	千平方	前年比	千平方	前年比	千平方	前年比	戸	前年比	戸	前年比	
24年	7,823	▲ 1.5	2,662	▲ 7.8	132,609	4.8	42,857	7.2	61,617	5.5	882,797	5.8	
25	9,053	15.7	3,451	29.6	145,590	9.8	55,947	30.5	69,335	12.5	980,025	11.0	
26	8,423	▲ 7.0	3,473	0.7	134,021	▲ 7.9	53,890	▲ 3.7	64,528	▲ 6.9	892,261	▲ 9.0	
27	7,894	▲ 6.3	3,244	▲ 6.6	129,624	▲ 3.3	50,695	▲ 5.9	64,204	▲ 0.5	909,299	1.9	
27年	1	528	▲ 11.5	182	5.3	9,762	▲ 19.0	3,892	▲ 16.4	4,877	▲ 12.4	67,713	▲ 13.0
	2	441	▲ 9.5	140	▲ 21.9	10,437	▲ 0.4	4,561	9.4	3,961	0.9	67,552	▲ 3.1
	3	605	▲ 14.1	217	▲ 15.9	9,789	▲ 8.4	3,567	▲ 18.9	5,285	▲ 2.7	69,887	0.7
	4	776	▲ 14.3	454	25.2	11,609	▲ 1.2	4,943	2.2	4,491	▲ 34.0	75,617	0.4
	5	513	▲ 8.3	247	30.4	10,538	3.7	4,244	4.1	3,882	▲ 19.2	71,720	5.8
	6	788	▲ 32.0	284	▲ 60.5	12,214	2.8	4,491	▲ 11.3	7,345	21.3	88,118	16.3
	7	614	▲ 14.0	276	▲ 30.7	11,583	2.9	4,774	0.9	4,358	4.0	78,263	7.4
	8	802	12.5	395	40.0	11,012	▲ 2.6	4,178	▲ 7.6	6,163	8.5	80,255	8.8
	9	679	16.4	222	14.8	10,745	▲ 1.2	4,027	▲ 2.0	5,975	9.8	77,872	2.6
	10	848	20.0	349	9.7	10,913	▲ 11.8	4,252	▲ 22.1	6,780	35.2	77,153	▲ 2.5
	11	686	▲ 8.1	315	29.0	10,737	▲ 1.4	3,803	▲ 6.8	5,231	▲ 13.0	79,697	1.7
	12	613	12.0	163	4.4	10,286	▲ 0.1	3,962	6.7	5,856	4.5	75,452	▲ 1.3
28年	1	585	10.8	243	33.4	9,245	▲ 5.3	3,460	▲ 11.1	4,731	▲ 3.0	67,815	0.2
	2	663	50.4	267	91.4	10,228	▲ 2.0	4,013	▲ 12.0	5,746	45.1	72,831	7.8
	3	689	13.9	234	7.8	10,495	7.2	4,019	12.7	6,338	19.9	75,744	8.4

国土交通省「建築着工統計」

国土交通省「建築着工統計」

	機械受注額				公共工事請負金額				
	全国(280社・季節調整値)				大阪府		全国		
	総額		船舶・電力を 除く民需		総額		総額		
	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比	
24年	237,337	▲ 4.3	88,134	▲ 0.9	3,788	2.7	125,423	14.3	
25	256,041	7.9	93,232	5.8	4,387	15.8	141,490	12.8	
26	278,919	8.9	96,920	4.0	5,070	15.6	147,940	4.6	
27	286,066	2.6	100,891	4.1	4,995	▲ 1.5	139,365	▲ 5.8	
27年	1	24,379	8.0	8,472	3.9	171	▲ 25.3	6,708	▲ 13.7
	2	24,466	10.7	8,427	6.1	152	▲ 31.6	7,122	2.3
	3	24,331	7.5	8,477	▲ 6.5	342	0.9	12,755	▲ 12.4
	4	24,373	▲ 20.9	8,745	5.6	1,025	78.4	18,361	4.4
	5	23,122	4.7	8,997	28.3	401	▲ 17.8	11,294	▲ 13.9
	6	24,296	▲ 3.2	8,407	11.5	852	23.6	15,564	▲ 1.8
	7	24,637	12.0	8,155	3.5	459	▲ 24.0	14,632	▲ 10.0
	8	21,335	▲ 3.7	7,916	▲ 0.9	335	▲ 24.8	11,132	▲ 1.2
	9	23,004	▲ 0.7	8,384	2.4	372	▲ 1.9	12,461	▲ 10.8
	10	27,337	21.9	8,918	12.6	293	▲ 44.8	12,530	▲ 4.7
	11	22,260	4.6	8,050	0.2	271	▲ 4.1	8,720	3.3
	12	22,567	▲ 0.1	8,130	▲ 3.5	322	12.8	8,086	▲ 9.5
28年	1	20,586	▲ 15.6	9,347	10.3	232	35.2	6,535	▲ 2.5
	2	22,442	▲ 8.3	8,487	0.7	162	6.7	6,968	▲ 2.1
	3					462	34.9	13,395	5.0

内閣府「機械受注統計調査」

西日本建設業保証(株)

西日本建設業保証(株)、東  
日本建設業保証(株)、  
北海道建設業信用保証(株)

※3社の合計分

# Ⅲ 生 産

		鉱工業生産動向														
		大阪府(製造工業)						近畿(鉱工業)								
		生産指数			出荷指数			在庫指数		生産指数			出荷指数		在庫指数	
		22年=100	前月比	前年比	22年=100	前月比	22年=100	前月比	22年=100	前月比	22年=100	前月比	22年=100	前月比		
24年	103.7	...	▲ 4.6	97.7	...	105.9	...	101.5	...	101.4	...	112.2	...			
25	105.3	...	1.5	96.0	...	103.3	...	100.0	...	100.0	...	115.7	...			
26	107.3	...	1.9	97.3	...	102.3	...	103.1	...	102.4	...	117.4	...			
27	105.9	...	▲ 1.3	96.3	...	109.5	...	103.2	...	101.1	...	119.1	...			
27年	1	111.5	3.5	5.3	101.9	4.7	108.3	2.8	110.5	8.2	109.0	7.6	116.2	▲ 0.2		
	2	107.7	▲ 3.4	1.5	99.5	▲ 2.4	107.5	▲ 0.7	105.9	▲ 4.2	103.6	▲ 5.0	117.4	1.0		
	3	105.3	▲ 2.2	▲ 0.4	96.4	▲ 3.1	105.4	▲ 2.0	106.5	0.6	102.9	▲ 0.7	116.5	▲ 0.8		
	4	108.9	3.4	2.8	97.8	1.5	106.0	0.6	102.1	▲ 4.1	100.7	▲ 2.1	116.7	0.2		
	5	104.7	▲ 3.9	▲ 4.6	93.3	▲ 4.6	107.4	1.3	100.9	▲ 1.2	98.8	▲ 1.9	116.9	0.2		
	6	106.0	1.2	0.7	95.1	1.9	107.2	▲ 0.2	102.6	1.7	100.0	1.2	117.6	0.6		
	7	108.1	2.0	1.4	98.2	3.3	109.9	2.5	102.8	0.2	100.5	0.5	119.0	1.2		
	8	103.0	▲ 4.7	▲ 2.8	94.0	▲ 4.3	109.5	▲ 0.4	100.4	▲ 2.3	98.7	▲ 1.8	118.0	▲ 0.8		
	9	107.0	3.9	▲ 4.3	97.3	3.5	111.4	1.7	102.8	2.4	101.6	2.9	118.6	0.5		
	10	105.1	▲ 1.8	▲ 5.6	95.2	▲ 2.2	112.5	1.0	104.1	1.3	102.1	0.5	118.1	▲ 0.4		
	11	103.7	▲ 1.3	▲ 3.1	95.3	0.1	114.6	1.9	102.3	▲ 1.7	99.2	▲ 2.8	118.3	0.2		
	12	101.4	▲ 2.2	▲ 5.9	92.5	▲ 2.9	114.1	▲ 0.4	99.2	▲ 3.0	97.7	▲ 1.5	118.1	▲ 0.2		
28年	1	102.3	0.9	▲ 9.4	96.8	4.6	114.0	▲ 0.1	104.1	4.9	101.2	3.6	117.4	▲ 0.6		
	2	P 101.9	P ▲ 0.4	P ▲ 3.4	P 94.9	P ▲ 2.0	P 109.7	P ▲ 3.8	98.9	▲ 5.0	96.6	▲ 4.5	118.7	1.1		
	3															

大阪府統計課「大阪の工業動向」

※指数は季節調整値。前月比は季節調整値、前年比は原数値との比較。

近畿経済産業局「鉱工業生産動向」

※指数は季節調整値。前月比は季節調整値との比較。

※在庫指数の年数値は、期末値。

		鉱工業生産動向						電力需要実績					
		全国(鉱工業)						関西電力(大口電力)					
		生産指数			出荷指数			在庫指数		合計		製造業	
		22年=100	前月比	前年比	22年=100	前月比	22年=100	前月比	百万KWH	前年比	百万KWH	前年比	
24年	97.8	...	0.6	97.5	...	110.5	...	44,836	▲ 5.1	35,805	▲ 6.1		
25	97.0	...	▲ 0.8	96.9	...	105.7	...	43,660	▲ 2.6	34,702	▲ 3.1		
26	99.0	...	2.1	98.2	...	112.3	...	42,975	▲ 1.6	34,175	▲ 1.5		
27	97.8	...	▲ 1.2	96.9	...	112.3	...	41,040	▲ 4.5	32,369	▲ 5.3		
27年	1	100.9	2.9	▲ 2.6	100.5	3.5	112.2	▲ 0.1	3,420	▲ 4.2	2,677	▲ 5.4	
	2	98.7	▲ 2.2	▲ 2.4	97.3	▲ 3.2	113.2	0.9	3,261	▲ 4.3	2,589	▲ 5.3	
	3	98.2	▲ 0.5	▲ 2.0	96.7	▲ 0.6	113.3	0.1	3,518	▲ 3.2	2,794	▲ 3.9	
	4	98.9	0.7	▲ 0.2	97.6	0.9	113.3	0.0	3,408	▲ 3.8	2,728	▲ 4.4	
	5	96.7	▲ 2.2	▲ 4.5	96.2	▲ 1.4	113.0	▲ 0.3	3,366	▲ 6.9	2,650	▲ 8.4	
	6	98.3	1.7	2.1	96.8	0.6	113.9	0.8	3,515	▲ 4.7	2,791	▲ 5.3	
	7	97.4	▲ 0.9	▲ 0.6	96.2	▲ 0.6	113.2	▲ 0.6	3,723	▲ 3.5	2,930	▲ 4.1	
	8	96.7	▲ 0.7	▲ 0.9	96.4	0.2	113.4	0.2	3,503	▲ 2.9	2,709	▲ 3.6	
	9	97.0	0.3	▲ 1.2	96.1	▲ 0.3	113.3	▲ 0.1	3,378	▲ 5.1	2,662	▲ 5.9	
	10	98.2	1.2	▲ 1.6	98.6	2.6	111.9	▲ 1.2	3,419	▲ 5.9	2,706	▲ 6.7	
	11	97.1	▲ 1.1	1.4	96.2	▲ 2.4	112.3	0.4	3,283	▲ 3.8	2,601	▲ 4.3	
	12	95.9	▲ 1.2	▲ 2.1	94.9	▲ 1.4	112.7	0.4	3,246	▲ 5.8	2,532	▲ 6.2	
28年	1	98.3	2.5	▲ 4.2	96.8	2.0	112.4	▲ 0.3	3,239	▲ 5.3	2,529	▲ 5.5	
	2	93.2	▲ 5.2	▲ 1.2	92.8	▲ 4.1	112.2	▲ 0.2	3,160	▲ 3.1	2,494	▲ 3.7	
	3	P 96.6	P 3.6	P 0.1	P 94.1	P 1.4	P 115.3	P 2.8	3,280	▲ 6.8	2,585	▲ 7.5	

経済産業省「鉱工業指数」

※指数は季節調整値。前月比は季節調整値、前年比は原数値との比較。

※在庫指数の年数値は、期末値。

関西電力「営業概況」

# IV 雇 用

	求人数(季節調整値)				求職者数(季節調整値)				求人倍率(季節調整値)				
	大阪府								大阪府		全国		
	有効		新規		有効		新規		有効	新規	有効	新規	
	人	前月比 %	人	前月比 %	人	前月比 %	人	前月比 %					
24年平均	149,139	13.9	56,729	12.4	192,904	▲ 4.0	44,556	▲ 8.0	0.77	1.27	0.80	1.28	
25	171,603	15.1	64,010	12.8	179,993	▲ 6.7	41,163	▲ 7.6	0.95	1.56	0.93	1.46	
26	180,786	5.4	65,749	2.7	163,339	▲ 9.3	37,633	▲ 8.6	1.11	1.75	1.09	1.66	
27	185,035	2.4	66,669	1.4	154,481	▲ 5.4	35,425	▲ 5.9	1.20	1.88	1.20	1.80	
27年	1	179,739	0.1	66,512	0.7	157,280	▲ 0.7	35,884	▲ 0.8	1.14	1.85	1.14	1.77
	2	181,002	0.7	65,426	▲ 1.6	157,943	0.4	37,048	3.2	1.15	1.77	1.15	1.70
	3	179,188	▲ 1.0	62,684	▲ 4.2	156,097	▲ 1.2	34,304	▲ 7.4	1.15	1.83	1.16	1.74
	4	181,014	1.0	65,658	4.7	155,416	▲ 0.4	35,387	3.2	1.16	1.86	1.17	1.77
	5	183,642	1.5	67,688	3.1	154,228	▲ 0.8	35,796	1.2	1.19	1.89	1.18	1.78
	6	182,824	▲ 0.4	65,941	▲ 2.6	153,468	▲ 0.5	35,294	▲ 1.4	1.19	1.87	1.19	1.79
	7	183,987	0.6	65,699	▲ 0.4	153,297	▲ 0.1	35,392	0.3	1.20	1.86	1.21	1.82
	8	186,905	1.6	67,457	2.7	153,949	0.4	35,652	0.7	1.21	1.89	1.22	1.84
	9	187,359	0.2	65,239	▲ 3.3	153,068	▲ 0.6	34,365	▲ 3.6	1.22	1.90	1.23	1.83
	10	189,721	1.3	68,853	5.5	153,267	0.1	36,323	5.7	1.24	1.90	1.24	1.86
	11	192,880	1.7	70,433	2.3	153,175	▲ 0.1	34,952	▲ 3.8	1.26	2.02	1.26	1.90
	12	197,326	2.3	70,827	0.6	153,214	0.0	34,709	▲ 0.7	1.29	2.04	1.27	1.90
28年	1	191,840	▲ 2.8	68,138	▲ 3.8	150,600	▲ 1.7	33,088	▲ 4.7	1.27	2.06	1.28	2.07
	2	194,682	1.5	73,418	7.7	150,663	0.0	34,905	5.5	1.29	2.10	1.28	1.92
	3	193,032	▲ 0.8	65,143	▲ 11.3	148,291	▲ 1.6	32,739	▲ 6.2	1.30	1.99	1.30	1.90

厚生労働省「一般職業紹介状況」  
※パートを含む。

厚生労働省「一般職業紹介状況」  
※パートを含む。

	完全失業率					雇用保険		所定外労働時間						
	近畿		全国			大阪府		大阪府						
	実数		実数		実数	初回受給		産業計			製造業			
	(原数値)	前年差	(原数値)	前年差	(季調値)	者数	前年比	実数	指数	前年比	実数	指数	前年比	
24年平均	5.1	0.1	4.3	▲ 0.3	...	9,417	▲ 3.3	11.9	105.2	▲ 0.6	13.5	101.3	0.8	
25	4.4	▲ 0.7	4.0	▲ 0.3	...	8,779	▲ 6.8	11.8	105.0	▲ 0.2	13.7	106.0	4.6	
26	4.1	▲ 0.3	3.6	▲ 0.4	...	7,991	▲ 9.0	12.6	113.2	7.8	14.4	114.3	7.8	
27	3.9	▲ 0.2	3.4	▲ 0.2	...	7,618	▲ 4.7	12.5	109.8	▲ 3.0	15.0	111.0	▲ 2.9	
27年	1	4.2	0.0	3.5	▲ 0.2	3.6	6,652	▲ 5.5	12.4	108.8	▲ 1.4	13.7	101.5	▲ 8.1
	2	4.0	▲ 0.3	3.5	▲ 0.1	3.5	7,203	▲ 7.7	12.6	110.5	0.1	15.3	113.3	▲ 10.4
	3	3.6	▲ 0.8	3.5	▲ 0.3	3.4	6,911	5.9	13.2	115.8	▲ 0.1	15.2	112.6	▲ 3.3
	4	3.5	▲ 0.8	3.6	▲ 0.3	3.3	6,973	1.2	13.1	114.9	▲ 4.6	15.4	114.1	▲ 7.9
	5	3.7	▲ 0.3	3.4	▲ 0.2	3.3	10,502	▲ 18.1	12.4	108.8	▲ 7.0	13.5	100.0	▲ 15.2
	6	3.9	▲ 0.3	3.4	▲ 0.3	3.4	7,656	3.0	12.2	107.0	▲ 4.2	14.6	108.1	▲ 4.0
	7	4.3	▲ 0.4	3.4	▲ 0.4	3.3	8,300	▲ 4.9	12.3	107.9	▲ 5.0	15.5	114.8	3.9
	8	4.4	0.4	3.4	▲ 0.1	3.4	8,482	▲ 4.7	11.6	101.8	▲ 1.1	14.6	108.1	9.4
	9	4.5	0.4	3.4	▲ 0.1	3.4	7,655	▲ 3.4	12.2	107.0	▲ 2.0	15.3	113.3	0.7
	10	3.6	▲ 0.7	3.1	▲ 0.4	3.1	7,307	▲ 9.2	12.3	107.9	▲ 6.0	15.0	111.1	▲ 0.1
	11	3.4	▲ 0.2	3.2	▲ 0.1	3.3	7,774	8.2	12.9	113.2	0.1	15.7	116.3	0.0
	12	3.3	▲ 0.1	3.1	▲ 0.1	3.3	6,004	▲ 9.0	13.0	114.0	▲ 4.7	16.1	119.3	4.6
28年	1	3.3	▲ 0.9	3.2	▲ 0.3	3.2	6,462	▲ 2.9	12.2	107.0	▲ 1.7	13.6	100.7	▲ 0.8
	2	3.3	▲ 0.7	3.2	▲ 0.3	3.3	6,911	▲ 4.1	12.6	110.5	0.0	15.6	115.6	2.0
	3	3.7	0.1	3.3	▲ 0.2	3.2	6,411	▲ 7.2						

総務省統計局「労働力調査」

大阪労働局「労働市場月報」 大阪府統計課「大阪の賃金、労働時間及び雇用の動き」  
※従業者規模30人以上、前年比は指数より計算。



# V 貿易

	輸出入通関額								対米ドル 円相場	原油価格 (WTI)	
	近畿圏				全国						
	輸出		輸入		輸出		輸入				
	億円	前年比 %	億円	前年比 %	億円	前年比 %	億円	前年比 %			
24年	135,756	▲ 6.8	135,387	2.3	637,476	▲ 2.7	706,886	3.8	83.64	88.19	
25	146,374	7.8	152,542	12.7	697,742	9.5	812,425	14.9	103.46	97.90	
26	156,657	7.0	163,078	6.9	730,930	4.8	859,091	5.7	119.4	59.10	
27	160,697	2.6	151,881	▲ 6.9	756,139	3.4	784,055	▲ 8.7	121.84	37.24	
27年	1	13,042	19.9	13,809	▲ 10.9	61,409	16.9	73,014	▲ 9.3	118.24	47.60
	2	12,421	2.5	12,791	10.1	59,407	2.4	63,668	▲ 3.6	118.57	50.72
	3	14,590	7.9	12,584	▲ 14.1	69,267	8.5	67,033	▲ 14.4	120.39	47.78
	4	13,825	5.3	12,677	▲ 4.2	65,488	7.9	66,071	▲ 4.1	119.55	54.20
	5	12,642	2.7	11,567	▲ 8.1	57,379	2.4	59,532	▲ 8.7	120.74	59.26
	6	13,834	7.3	12,495	▲ 4.8	65,047	9.5	65,656	▲ 3.1	123.75	59.80
	7	13,742	4.8	13,664	▲ 0.5	66,629	7.6	69,243	▲ 3.3	123.23	51.16
	8	12,994	2.0	12,338	0.3	58,802	3.1	64,477	▲ 3.2	123.23	42.86
	9	13,871	2.9	12,592	▲ 11.1	64,133	0.5	65,346	▲ 11.0	120.22	45.48
	10	13,981	▲ 1.9	12,980	▲ 8.8	65,413	▲ 2.2	64,365	▲ 13.4	120.06	46.20
	11	12,370	▲ 6.5	12,663	▲ 5.8	59,787	▲ 3.4	63,662	▲ 10.2	122.54	42.65
	12	13,386	▲ 10.8	11,721	▲ 19.2	63,378	▲ 8.0	61,989	▲ 18.0	121.84	37.24
28年	1	11,100	▲ 14.9	11,684	▲ 15.4	53,514	▲ 12.9	59,991	▲ 17.8	118.25	31.70
	2	11,999	▲ 3.4	P 10,608	P ▲ 17.1	57,037	▲ 4.0	P 54,615	P ▲ 14.2	115.02	30.35
	3	P 13,370	P ▲ 8.4	P 11,146	P ▲ 11.4	P 64,566	P ▲ 6.8	P 57,016	P ▲ 14.9	113.07	37.77

大阪税関「近畿圏貿易概況」

財務省「貿易統計」

日本銀行「時系列統計」  
IMF「Primary Commodity Prices」  
※東京インターバンク相場、スポット、中心相場、月中平均  
※年は年末値 ※年は年末値

# VI 物価

	企業物価指数						消費者物価指数									
	全国			大阪市						全国						
	国内企業			総合			生鮮食品を 除く総合			総合			生鮮食品を 除く総合			
	物価指数	前月比 %	前年比 %	22年=100	前月比 %	前年比 %	22年=100	前月比 %	前年比 %	22年=100	前月比 %	前年比 %	22年=100	前月比 %	前年比 %	
24年平均	100.6	...	▲ 0.9	99.5	...	0.0	99.5	...	0.0	99.7	...	0.0	99.7	...	▲ 0.1	
25	101.9	...	1.3	99.8	...	0.2	99.9	...	0.4	100.0	...	0.4	100.1	...	0.4	
26	105.1	...	3.1	102.2	...	2.4	102.2	...	2.3	102.8	...	2.7	102.7	...	2.6	
27	102.8	...	▲ 2.2	103.3	...	1.0	103.1	...	0.8	103.6	...	0.8	103.2	...	0.5	
27年	1	103.3	▲ 1.3	0.3	102.6	0.0	2.1	102.3	▲ 0.3	2.1	103.1	▲ 0.2	2.4	102.6	▲ 0.6	2.2
	2	103.2	▲ 0.1	0.4	102.5	▲ 0.1	2.1	102.4	0.0	2.1	102.9	▲ 0.2	2.2	102.5	▲ 0.1	2.0
	3	103.5	0.3	0.7	102.9	0.4	2.2	102.8	0.4	2.1	103.3	0.4	2.3	103.0	0.4	2.2
	4	103.6	0.1	▲ 2.1	103.4	0.5	0.9	103.1	0.3	0.6	103.7	0.4	0.6	103.3	0.3	0.3
	5	103.8	0.2	▲ 2.2	103.6	0.2	0.7	103.1	0.1	0.2	104.0	0.3	0.5	103.4	0.2	0.1
	6	103.6	▲ 0.2	▲ 2.4	103.4	▲ 0.2	0.6	103.2	0.0	0.3	103.8	▲ 0.2	0.4	103.4	0.0	0.1
	7	103.3	▲ 0.3	▲ 3.1	103.2	▲ 0.1	0.5	103.1	▲ 0.1	0.2	103.7	▲ 0.1	0.2	103.4	0.0	0.0
	8	102.7	▲ 0.6	▲ 3.6	103.5	0.3	0.7	103.2	0.1	0.3	103.9	0.2	0.2	103.4	0.0	▲ 0.1
	9	102.1	▲ 0.6	▲ 4.0	103.6	0.1	0.2	103.1	0.0	0.2	103.9	0.1	0.0	103.4	0.0	▲ 0.1
	10	101.5	▲ 0.6	▲ 3.8	103.8	0.2	0.8	103.4	0.2	0.3	103.9	▲ 0.1	0.3	103.5	0.1	▲ 0.1
	11	101.4	▲ 0.1	▲ 3.6	103.5	▲ 0.2	0.8	103.5	0.1	0.5	103.5	▲ 0.3	0.3	103.4	0.0	0.1
	12	101.0	▲ 0.4	▲ 3.5	103.4	▲ 0.1	0.8	103.4	▲ 0.1	0.7	103.5	▲ 0.1	0.2	103.3	▲ 0.2	0.1
28年	1	100.0	▲ 1.0	▲ 3.2	103.2	▲ 0.3	0.6	102.8	▲ 0.5	0.5	103.0	▲ 0.4	0.0	102.6	▲ 0.7	0.0
	2	99.7	▲ 0.3	▲ 3.4	103.4	0.2	0.9	103.0	0.2	0.6	103.2	0.1	0.3	102.5	0.0	0.0
	3	99.6	▲ 0.1	▲ 3.8	103.5	0.1	0.6	103.1	0.1	0.3	103.3	0.1	▲ 0.1	102.7	0.1	▲ 0.3

日本銀行「企業物価指数」

大阪府統計課「大阪市消費者物価指数」

総務省統計局「消費者物価指数」

## Ⅶ 取引停止処分・倒産

	企業倒産						銀行取引停止処分				
	大阪府			全国			大阪				
	全産業			全産業			件数		金額		
	件数	前年比	負債金額	件数	前年比	負債金額	件	前年比	百万円	前年比	
件	%	百万円	件	%	百万円		%		%		
24年	1,711	▲ 15.6	539,937	12,124	▲ 4.7	3,834,563	355	▲ 21.6	1,441	▲ 31.2	
25	1,461	▲ 14.6	210,701	10,855	▲ 10.4	2,782,347	287	▲ 19.2	737	▲ 48.9	
26	1,342	▲ 8.1	164,247	9,731	▲ 10.3	1,874,065	243	▲ 15.3	1,089	47.8	
27	1,205	▲ 10.2	118,809	8,812	▲ 9.4	2,112,382	184	▲ 24.3	827	▲ 24.0	
27年	1	96	▲ 24.4	6,301	721	▲ 16.5	168,070	18	20.0	71	194.6
	2	103	▲ 4.6	12,949	692	▲ 11.5	151,180	17	▲ 22.7	134	28.6
	3	116	31.8	22,295	859	5.5	223,631	17	6.3	60	231.2
	4	100	▲ 23.0	8,016	748	▲ 18.1	192,779	15	▲ 25.0	26	▲ 55.6
	5	91	▲ 22.8	4,235	724	▲ 13.1	127,755	19	▲ 38.7	31	▲ 85.2
	6	111	▲ 4.3	16,181	824	▲ 4.7	126,861	15	▲ 40.0	79	▲ 49.2
	7	106	▲ 7.8	9,201	787	▲ 10.7	120,068	20	42.9	54	▲ 37.2
	8	99	10.0	4,468	632	▲ 13.0	97,896	14	▲ 30.0	26	▲ 81.1
	9	86	▲ 38.5	10,101	673	▲ 18.6	270,898	13	▲ 48.0	148	179.5
	10	102	▲ 8.1	14,791	742	▲ 7.2	106,241	14	▲ 44.0	58	▲ 62.6
	11	99	▲ 3.8	4,486	711	▲ 3.3	141,650	9	▲ 35.7	12	▲ 54.0
	12	96	0.0	5,785	699	1.8	385,353	13	▲ 18.8	128	123.1
28年	1	92	▲ 4.1	20,768	675	▲ 6.3	126,927	13	▲ 27.8	35	▲ 50.3
	2	108	4.8	8,694	723	4.4	163,516	17	0.0	33	▲ 75.4
	3	102	▲ 12.0	38,777	746	▲ 13.1	175,899	17	0.0	38	▲ 35.9

(株)東京商工リサーチ「倒産月報」  
※負債総額1千万円以上。

(一社)全国銀行協会「全国手形交換高・不渡手形実数・取引停止処分数調」



大阪府

商工労働部商工労働総務課  
大阪産業経済リサーチセンター

〒559-8555 大阪市住之江区南港北 1-14-16 大阪府咲洲庁舎 24 階  
TEL 06(6210)9937 / FAX 06(6210)9940

メールアドレス shorosomu-g06@mbox.pref.osaka.lg.jp

ホームページ <http://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/index.html>

平成 28 年 6 月発行