

おおさか

# 経済の動き

平成28(2016)年 4～6月版

No. 495

---

目 次

---

大阪経済の情勢 .....	2
経済情勢トピックス .....	4
平成 28 年度の関西・大阪の設備投資計画 爆買いはなぜ消えたのか	
大阪府景気動向指数 (C I ・ D I) の動き .....	10
大阪府景気観測調査 (平成 28 年 4 ～ 6 月期) .....	12
最近の消費動向 (個別ヒアリング) .....	26
中小企業の動き (業種別景気動向調査) .....	28
中小企業の動き (平成 28 年 4 ～ 6 月期) ダイカスト製造業    環境装置製造業    織物卸売業 一般貸切旅客自動車運送業	
平成 27 年度調査研究の紹介 .....	40
バイオ医薬品事業の活性化に向けて 人口減少社会における地域ブランド戦略 海外で経営現地化に取り組む中小企業	
大阪経済指標 .....	46

---

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>

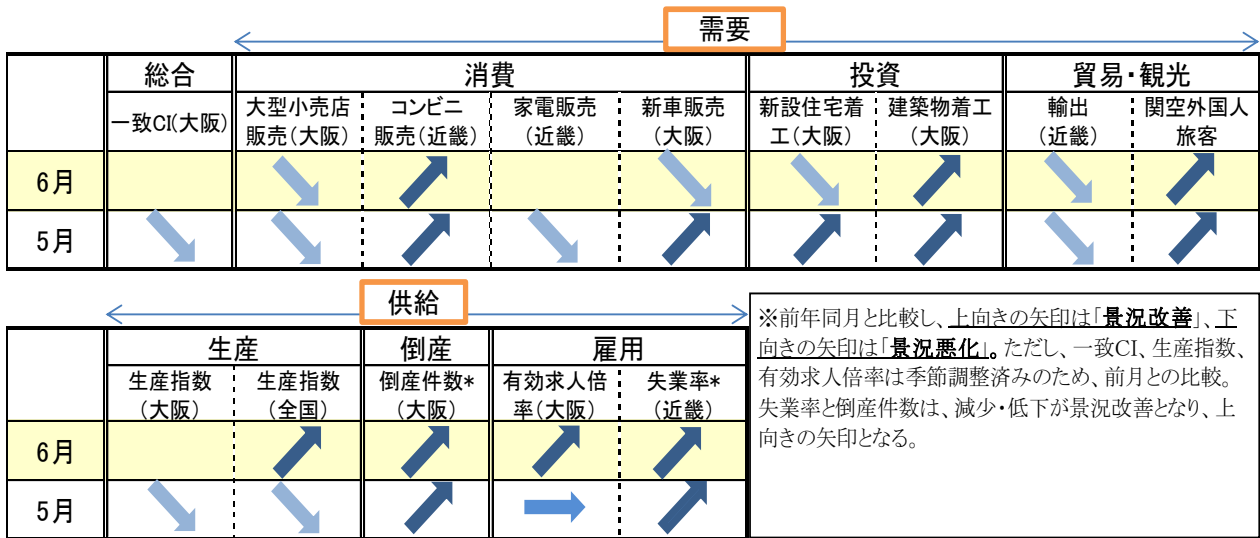
# 大阪経済の情勢（平成28年6月指標を中心に）

## 「大阪経済は、回復の動きに足踏みがみられる」

**需要面**では、個人消費は、回復の動きに一服感がみられる。百貨店・スーパー販売額、家電販売額(5月)、新車販売台数は減少、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。住宅投資は減少、非居住用建設投資は増加。公共投資は減少。輸出は、弱い動きとなっている。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。

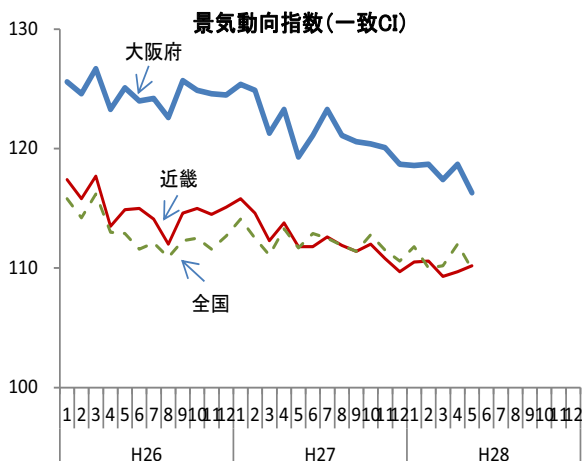
**供給面**では、生産動向は、弱い動きとなっている。大阪府(5月)は、生産、出荷はともに低下。近畿の生産(5月)は低下、全国の前(6月)は上昇。企業倒産では、件数、負債金額はともに改善。雇用は、改善している。近畿の失業率は改善。有効求人倍率は上昇、新規求人倍率は低下。所定外労働時間(5月)は減少。

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。



### ●景気動向指数(CI)

大阪府(5月)では、一致CI、先行CIはともに低下。大阪府(一致CI)では、主に「所定外労働時間指数(製造業)」、「製造工業生産指数」が低下に寄与。



(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、5月速報)

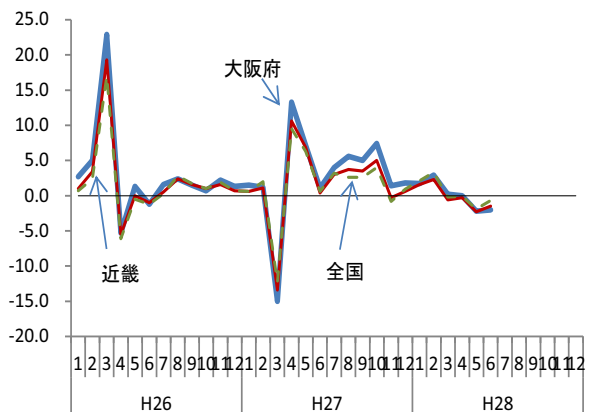
百貨店売場面積当たり販売額	大阪税関管内輸入額	製造工業生産指数	生産財出荷指数	関西大口電力使用量(合計)	有効求人倍率	所定外労働時間指数(製造業)
▲0.19	0.24	▲0.64	▲0.02	▲0.05	▲0.33	▲1.36

※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、回復の動きに一服感がみられる。百貨店・スーパー販売額、家電販売額(5月)、新車販売台数は減少、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)



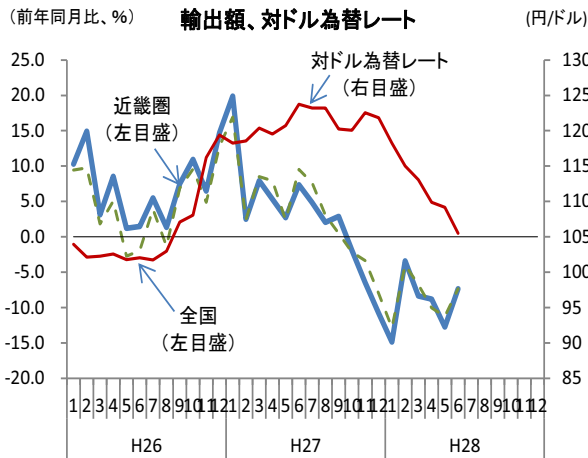
(資料)近畿経済産業局「大型小売店販売状況」

#### 業態別の増減(大阪府、全店、前年同月比(%))、6月速報

大型小売店 合計		▲2.0
うち	百貨店	▲5.8
	スーパー	1.9

## ●貿易

輸出は、弱い動きとなっている。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。

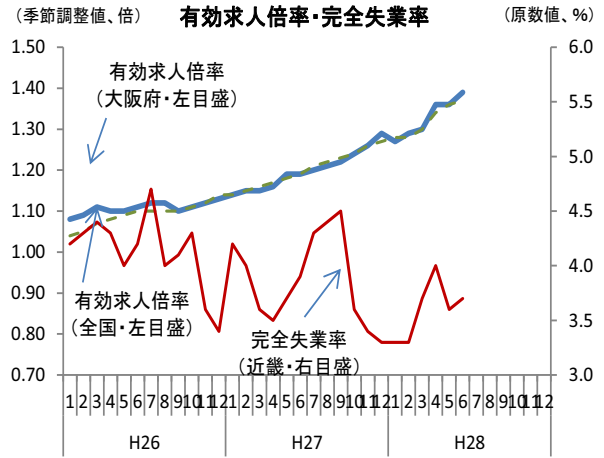
主要地域(国)別の増減(近畿、前年同月比(%))、6月速報

アジア(含む中国)	▲8.4	8ヶ月連続の減少
中国	▲6.7	4ヶ月連続の減少
EU	▲0.0	9ヶ月連続の減少
アメリカ	▲9.6	8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。近畿の失業率は改善。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(5月)は減少。



(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。

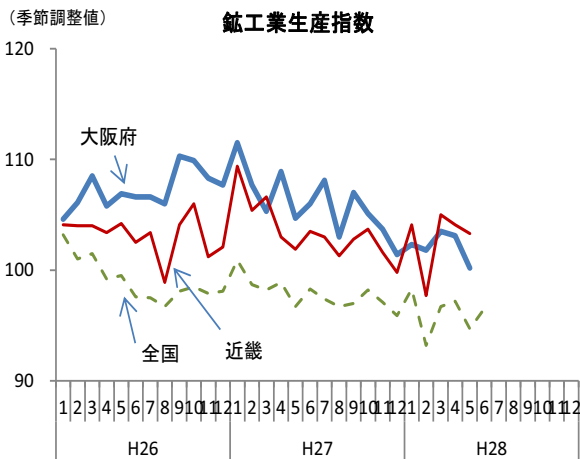
新規求人数の主要産業別増減(大阪府、前年同月比(%))、6月

産業計	9.1
建設業	9.1
製造業	1.8
卸売業、小売業	8.5
宿泊業、飲食サービス業	38.6
医療、福祉	12.8

(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(5月)では、生産、出荷はともに低下。近畿の生産(5月)は低下、全国(6月)は上昇。



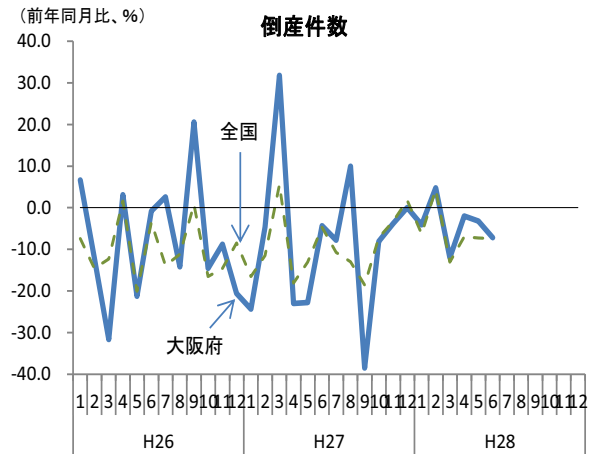
(資料)大阪府統計課「大阪の工業動向」、近畿経済産業局「鉱工業生産動向」、経済産業省「鉱工業指数」 ※大阪府は製造工業指数、H22=100

産業別の主な変動(大阪府、前月比(%))、寄与度順、5月速報

上	電子部品・デバイス(12.1): 液晶素子
昇	化学(2.9): 化粧品、アンモニア
	食品(3.9): チョコレート、ウイスキー
低	金属製品(▲20.6): 橋りょう、作業工具
下	輸送機械(▲10.7): シャシー・車体部品、鉄道車両
	はん用・生産用・業務用機械(▲3.4): 超硬工具、フラットパネル・ディスプレイ製造装置

## ●倒産

企業倒産では、件数、負債金額はともに改善。



(資料)東京商工リサーチ「倒産月報」

主な倒産(大阪府、6月)

業種	負債額(百万円)
アクセサリ販売	1,869
自動車整備、販売	500
一般貨物自動車運送業	400
タオル製品卸ほか	400
電子がん具製造販売	400

# 経済情勢トピックス《平成28年度の関西・大阪の設備投資計画》

足元の設備投資の動きでは、建築物着工床面積をみると、関西・大阪ともに増加基調で推移している。大阪府では、物流倉庫などの「運輸業」や、ホテルなどの「宿泊業、飲食サービス業」において増加が目立っている。

また平成28年度の関西・大阪の設備投資計画では、前年比で大きく増加する見込みとなっており、製造業では、能力増強や研究開発投資が幅広くみられ、非製造業の不動産開発ではインバウンド観光需要を背景とした設備投資が多くみられる。

## 1. 関西・大阪における設備投資動向の足元の動き

景気が本格的に回復するためには、個人消費や輸出の増加もさることながら、設備投資の増加も重要な要素である。全国の名目GDPにおける設備投資が占めるシェアは14%（平成27年度）と低いものの、関連する産業が多く裾野が広いことや、今後の企業マインドを占う意味でも、設備投資動向は注目すべきデータである。

地域レベルにおいて設備投資の足元の動きを把握することは難しいが、比較的把握しやすい非居住用建築物着工床面積の推移をみる（図表1）と、全国の冴えない動きに対して、関西・大阪府では増加基調で推移している。

大阪府における寄与度をみると（図表2）、27年第4四半期より、「運輸業」や「宿泊業、飲食サービス業」におけるプラスの寄与度が目立つ。その一方、「卸売業・小売業」の寄与度は25年から増減を繰り返していたものの、27年第4四半期の寄与度は大きなマイナスとなっており、その後も低迷している。このことから、大阪府内における足元の建築物の動きでは、商業施設などの開発は一段落し、物流倉庫などの「運輸業」や、ホテル建設などの「宿泊業、飲食サービス業」が盛んとなっている。

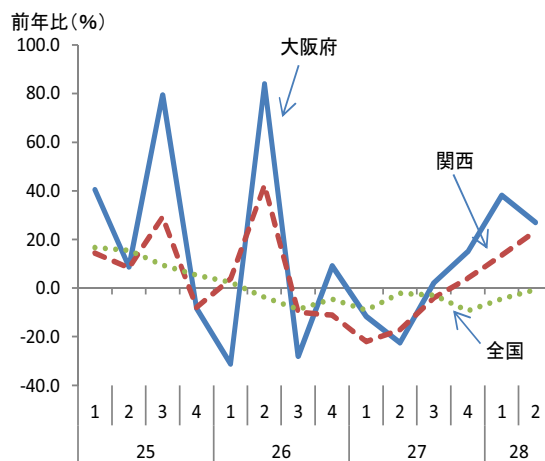
また、関西における設備投資計画の把握では、日本政策投資銀行が毎年調査を行っている「設備投資計画調査」が参考になる<sup>1</sup>。平成27年度の関西における設備投資実績は、製造業は前年比+8.8%と増加に転じたものの、非製造業は前年比▲7.4%と2年連続の減少となり、全産業でも2年連続の減少となった（図表3）。製造業では、研究開発拠

<sup>1</sup> 日本政策投資銀行「設備投資計画調査」は、資本金1億円以上の民間企業を対象に行われ、その集計結果は本社所在地に計上されるのではなく、属地主義（実際に設備投資が行われる場所）で計上されることに特徴がある。他の調査（日銀短観等）では、本社企業の所在地で設備投資額が一括計上されるため、集計上の違いがある。

点新設や能力増強投資等により大きく増加した「一般機械（同+39.8%）」、能力増強投資等があった「非鉄金属（同+93.3%）」、維持更新投資等があった「鉄鋼（同+23.8%）」等で増加した。非製造業では、LNG関連投資があった「ガス（同+23.8%）」で増加となったものの、商業施設・オフィス等の不動産取得が剥落した「不動産（同▲35.5%）」、電源投資が一服した「電力（同▲9.5%）」等で減少した。

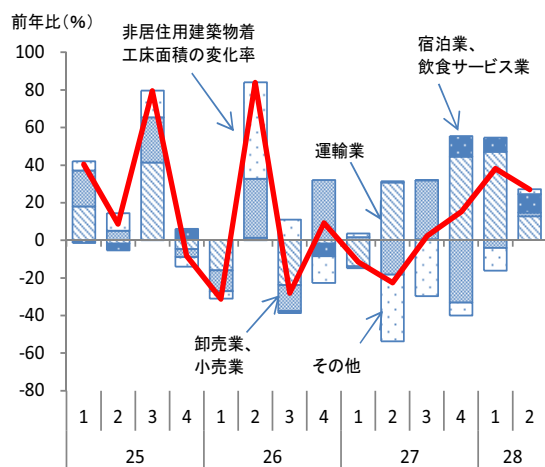
平成27年度の大阪府の設備投資実績は、全産業は前年比+0.1%、製造業は同+18.1%、非製造業は同▲5.8%となり、かろうじて増加となった。

図表1 建築物着工床面積（非居住）の推移



（出所）国土交通省「建設着工統計」

図表2 大阪府における建築物着工床面積



（出所）国土交通省「建設着工統計」

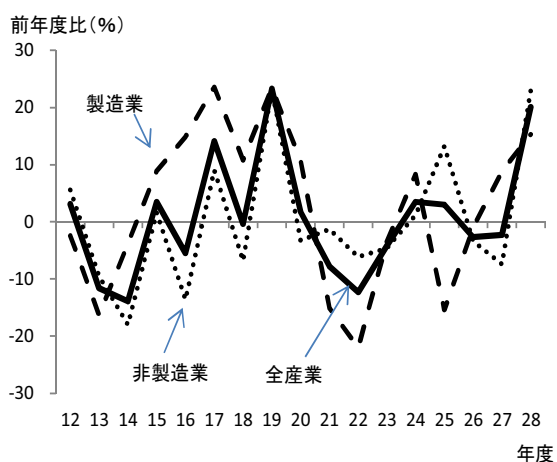
## 2. 平成28年度の関西・大阪における設備投資動向

日本政策投資銀行の「設備投資計画調査」によると、関

西の平成 28 年度の設備投資計画は、全産業で前年比+20.1%と3年ぶりに増加し、製造業では同+15.3%で2年連続の増加、非製造業では同+23.0%で3年ぶりの増加となった(図表3)。全国の28年の設備投資計画は、全産業で前年比+10.9%、製造業では同+14.5%、非製造業では同+8.8%となっており、関西の設備投資計画の方が前年比の伸び率が大きくなっている。

28年度の関西地域の設備投資計画について、製造業では、大型投資の反動減があるものの、素材型産業を中心に能力増強、研究開発投資等が幅広くみられる。高機能性素材関連の能力増強、研究開発投資が相次ぐ「化学(同+21.5%)」、不動産開発がある「その他製造業(同+45.2%)」、自動車や鉄道のほか、航空機関連の能力増強投資もある「輸送用機械(同+45.8%)」等で、積極的な設備投資がみられる。非製造業では、不動産開発の内容についてはインバウンド観光需要を背景とした設備投資が多くみられる。ビル建て替え等不動産開発や鉄道関連投資のほか、物流施設関連投資がある「運輸(同+38.2%)」、商業施設等の不動産開発がある「不動産(同+38.7%)」、社屋建設やFTTH工事のある「通信・情報(同+40.2%)」、電源投資が増加する「電力(同+12.9%)」等で増加となっている。

図表3 関西地域の設備投資増減率の推移



(出所) 日本政策投資銀行「設備投資計画調査」

※28年度は計画、27年度以前は実績<sup>2</sup>。

28年度の設備投資計画における関西2府4県の動向(図表4)では、すべての地域において、全産業・製造業・非製造業ともに前年比プラスとなっている。

<sup>2</sup> 当初計画の中には、計画の見直しや工期の遅れ等により、計画通り実行されないプロジェクトがあるため、当年度期中の計画値は実績に向けて下方修正される「くせ」があることに注意が必要である。

大阪府における28年度の設備投資計画では、全産業は前年比+14.4%と3年連続の増加となった。製造業は同+5.8%と3年連続の増加で、研究開発投資が剥落する「一般機械」では減少するものの、不動産開発がある「その他製造業」、能力増強投資がある「輸送用機械」や「食品」等で幅広く増加する。非製造業では前年比+18.0%と2年ぶりの増加で、LNG関連投資が一服する「ガス」等で減少するものの、商業施設開発やビル建て替え等の不動産投資がある「不動産」「運輸」「通信・情報」等で増加する。

図表4 府県別設備投資動向

全産業	2015年度	2016年度	対関西シェア
滋賀県	▲7.0	31.1	7.3
京都府	▲2.4	53.1	11.9
大阪府	0.1	14.4	48.2
兵庫県	0.5	18.6	25.2
奈良県	▲0.6	9.6	3.2
和歌山県	▲30.6	15.2	4.1
関西	▲2.3	20.1	100.0
全国	4.5	11.1	-
製造業	2015年度	2016年度	対関西シェア
滋賀県	▲6.0	32.8	12.7
京都府	3.4	16.1	9.9
大阪府	18.1	5.8	36.8
兵庫県	7.7	18.0	34.6
奈良県	▲33.0	46.1	1.7
和歌山県	2.8	27.1	4.3
関西	8.8	15.3	100.0
全国	8.3	14.9	-
非製造業	2015年度	2016年度	対関西シェア
滋賀県	▲8.2	28.5	4.4
京都府	▲5.3	77.7	13.0
大阪府	▲5.8	18.0	54.5
兵庫県	▲4.7	19.1	20.0
奈良県	7.3	3.6	4.0
和歌山県	▲40.0	9.2	4.1
関西	▲7.4	23.0	100.0
全国	2.7	8.9	-

(出所) 日本政策投資銀行「設備投資計画調査」

#### 4. おわりに

設備投資は、短期的には景気を判断するための指標であるが、中長期的には日本における供給能力や技術能力を決める指標にもなっている。関西・大阪においては、製造業・非製造業ともに設備投資計画は活発であり、今後の推移が期待される。(佐野 浩)

# 経済情勢トピックス 《爆買はなぜ消えたのか》

最近「爆買」の勢いにも、やや陰りが見えてきました。その背景について、訪日客数の急減、景気低迷による購買意欲の減退、高額品の需要の一巡といった、経済的な要因を仮説として統計データで検証したところ、あまり説得力のある原因はみつきません。

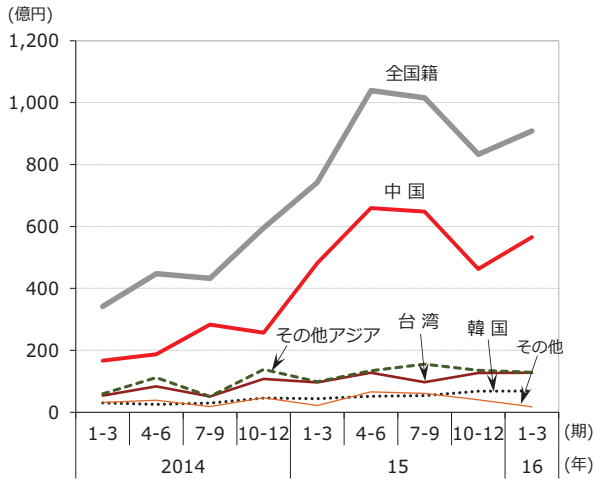
むしろ、中国政府による政策の変更による影響が強いのではないかと考えられます。

## 1 消えた「爆買」

主に、中国人観光客が炊飯器や温水洗浄便座等の家電のほか、バッグ・時計・宝飾等の高級ブランド品、医薬品・化粧品、さらには紙おむつ等の日用品にいたるまで、一度に大量購入する様子は「爆買」と表現され、2015年の新語・流行語大賞にも選ばれました。爆買によって、小売業やサービス業が活況を呈しましたが、近頃は図1のように、その勢いにやや陰りが見えるようです。

爆買は、単なるブームに終わったのでしょうか。そこで本稿では、爆買失速の背景について仮説を挙げ、統計データでそれらを検証します。

図1 関空入国者の買い物目的の支出総額



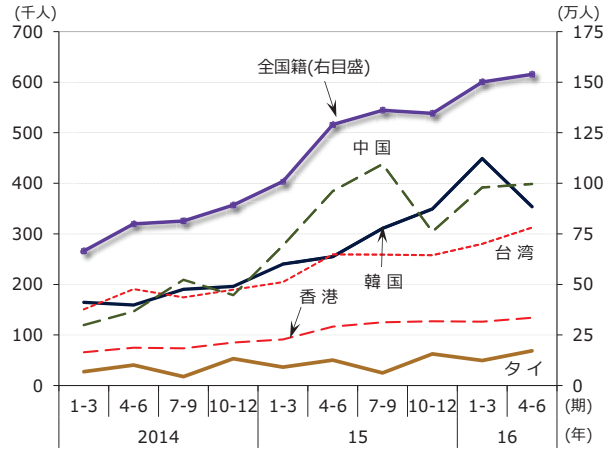
資料：日本銀行大阪支店「BOJ Reports & Research Papers」  
「関西におけるインバウンド需要の動向」(2016年6月)

### 仮説1：急に日本に来なくなった？

まず、訪日中国人観光客が激減したのではないかと考えられます。しかし、関西国際空港(関空)経由で入国する外国人観光客(インバウンド)数を見ると、全体では堅調に推移しています。また、中国人観光客は前期から大きく落ち込んだ15年10~12月期でさえ、前年同期比は70.1%増と高い伸びを示し、それ以降も伸びは鈍化

しましたが、増加基調が続いています(図2)。

図2 関西国際空港の入国者数

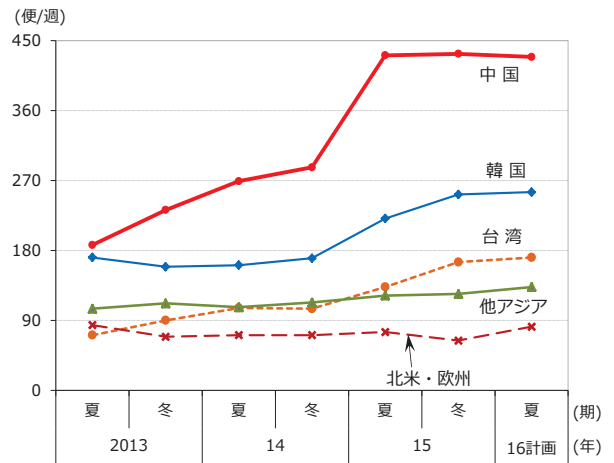


資料：法務省「出入国管理統計」

注：全国籍以外は、全て左目盛り。

さらに、関空における国際線の方面別便数をみても、16年夏スケジュール(3月27日~10月29日)は中国方面が圧倒的な便数を占め、15年の水準を維持していますので、よほどのことがない限り、訪日の勢いが弱まるとは当面考えにくいでしょう(図3)。

図3 関西国際空港における国際線の方面別便数の内訳



資料：関西エアポート株式会社

注1)：中国方面には中国本土、香港、マカオを含む。その他方面にはオセアニア、中東等が含まれる。北米はハワイを含む。

注2)：夏期・冬期は、それぞれ概ね3月末~10月末、10月末~3月末である。

## 仮説 2：中国の景気低迷で購買意欲がなくなった？

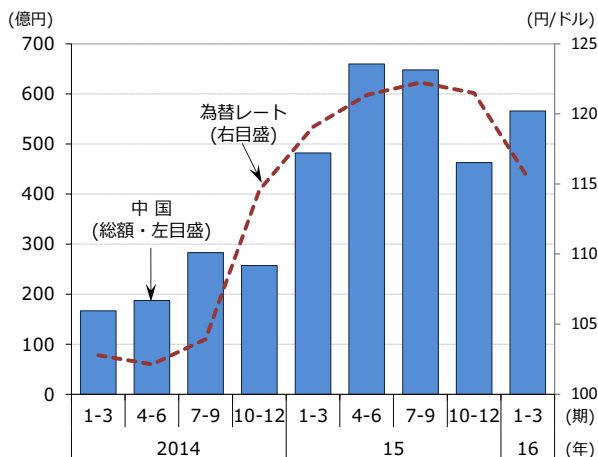
中国国内で販売される輸入品は、一般貿易の貨物として関税、増値税（日本の消費税に相当）、贅沢品などへの税が課せられるほか、物流コストや小売店のマージンなどが加わり、最終価格が日本の何倍にも上昇する場合があります。

一方で、海外旅行者の手荷物や国際郵便に対しては、一般貿易よりも低率の「ぎょうゆうぜい行郵税」が課せられるだけです。それに加えて、14年10月に日本がインバウンド向けに消費税の免税対象品目を拡大したことや、円安・元高が追い風となり、自国内よりも日本で購入の方が価格差による恩恵を受けられるようになったのです。こうした好条件が重なり、転売を目的としたバイヤーによる個人輸入も含めて、爆買いが一気に広がりました。

とはいえ、15年秋以降の上海株式市場の急落、輸出の減少、元安・円高への転換といった様々な経済環境の変化を目の当たりにすると、中国人観光客の購買意欲が減退したのでは、という懸念が拭えません。

たしかに、関空から入国する中国人観光客の買い物総額と、為替レートとの関係を見ると、15年7～9月期頃までは為替の影響が少なくないようですが、それ以降は為替に連動しているとは言い難いのです（図4）。同様に、中国人観光客における1人当たりの買い物目的の支出金額は、15年の前半まで大きく上昇したものの、後半以降は14年とほぼ同じか少し上回る水準で、安定した推移を示しています（図5）。

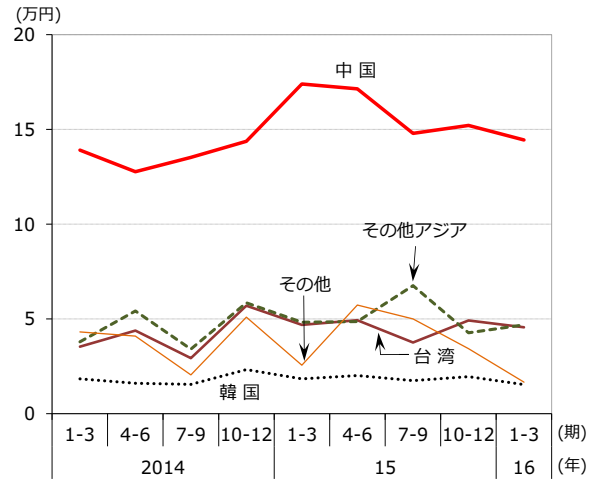
図4 関空から入国した中国人観光客の  
買い物総額と為替レート



資料：日本銀行大阪支店・前掲資料、及び日本銀行ホームページより作成。

注：為替レートは月次データの3ヶ月平均。

図5 関空入国者の1人当たりの買い物支出総額

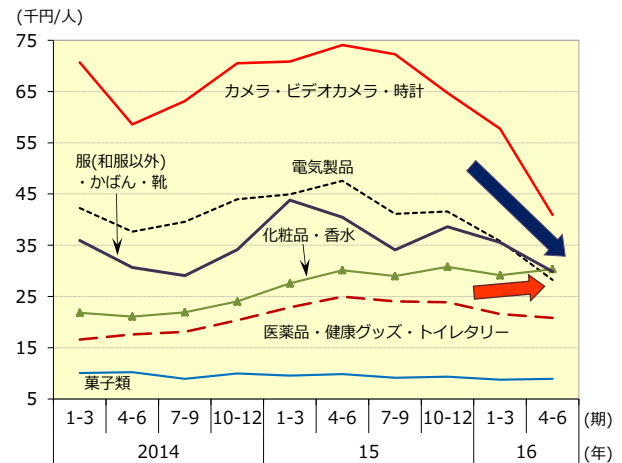


資料：図1と同じ。

## 仮説 3：高額品の需要が一巡した？

他に考えられるのは、頻繁に買い替えるような性格の商品ではない、バッグ・腕時計などの高級ブランド品、炊飯器・温水便座といった家電製品の需要が、一巡したとする見方です。統計データでは、インバウンド1人当たりの支出額が「カメラ・ビデオカメラ・時計」「電気製品」「服（和服以外）・かばん・靴」などの品目で、15年の前半をピークに下落傾向にあります（図6）。

図6 外国人旅行者1人当たりの支出額（円換算）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

ただし、「化粧品・香水」「医薬品・健康グッズ・トイレットリー」といった品目では、緩やかな増加基調を維持しています。また、クレディ・スイスの「2015年度グローバル・ウェルス・レポート」によると、中国の中流階級<sup>1</sup>の成人人口が1億900万人と、米国（9,200万人）

<sup>1</sup> 同レポートでは、5万～50万米ドルの資産を持つ人と定義されている。

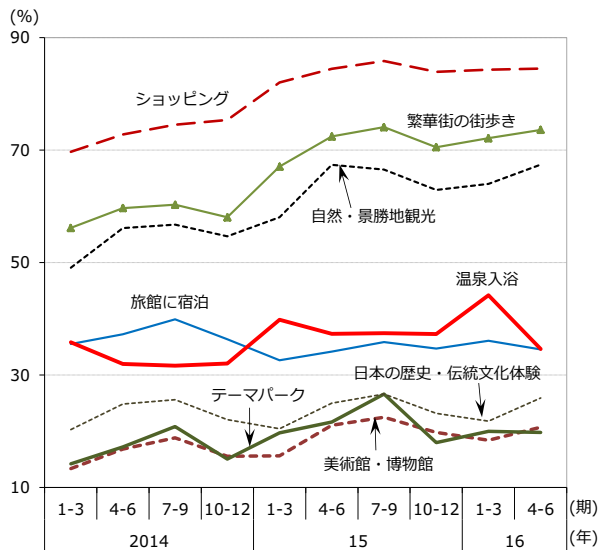


を抜いて世界一になり、資産総額 100 万米ドルを超える富裕層（ミリオネア）も 2020 年までの 5 年間で 74%増加すると見込まれています。この数字を勘案すれば、初訪日する中国人観光客がまだ伸びる余地があり、需要の一巡だけでは説明できない背景があると思われます。

#### 仮説 4：「モノ消費」から「コト消費」に変化した？

最近では、中国人観光客がモノの購入よりも、自然や温泉を楽しむ、あるいは果物狩りやそば打ちといった、体験型の観光に関心が高まっているとの報道も散見されます。インバウンドが日本でどんな行動をしたのかをみると、図 7 が示すとおり、様々な体験の中でも「繁華街の街歩き」や「自然・景勝地観光」が 60～70%台を占め、2 年ほどで 17～18 ポイントも伸びています。今後もこのような志向が高まるとみてよいでしょう。

図 7 今回の訪日で外国人観光客がしたこと（複数回答）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

注：「飲食」を除く、回答の概ね上位 8 項目。

他方で、ショッピングが 15 年以降に 80%を超え、概ね右肩上がりのトレンドで推移していることも無視できません。

以上から、インバウンドの嗜好がより多様化し、彼らの観光行動に変化が現れはじめてるのは、疑いの余地がありません。しかし、消費の大部分がにわかにショッピングからコト消費へ移行する可能性は、低いと考えられます。

## 2 爆買いを消し去った主な要因は

では、上で述べた仮説がいずれも本質を捉えていないとすれば、爆買いを消し去った本当の理由は、いったい何

なのでしょう。そこには経済的な要因よりも、政策的な思惑が垣間見られます。

### ◇ 行郵税率の引上げ

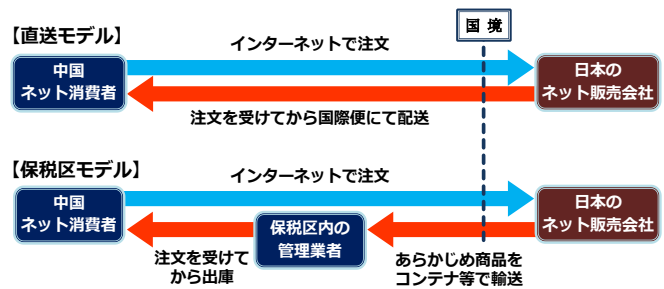
中国政府は、個人輸入と称して大量に海外商品を購入し、行郵税しか負担しない「課税逃れ」のバイヤーを排除し、中国国内の消費を活性化するために、16 年 4 月 8 日から行郵税率を引き上げました。例えば、高級腕時計の税率が 30%から 60%に、酒・化粧品などの税率が 50%から 60%に引き上げられました。税率の見直しにより、日本で爆買いをするメリットが薄れ、中国国内で正規輸入品を購入、もしくは後述する「越境 EC<sup>2</sup>（電子商取引）」を利用する動機が高まったと考えられます。

なお、中国の国際空港では、行郵税率の引き上げと同じ 4 月 8 日から、日本での爆買いなど海外からの持ち込みや個人輸入の物品に対して、税関検査を強化しました。

### ◇ 越境 EC 市場への新税制の導入

海外の EC 企業が中国の消費者に注文商品を配送するパターンは、通関や配送モデルの違いによって「直送モデル」と「保税モデル」の 2 つに分けられます（図 8）。

図 8 日本から中国への主な配送モデル



資料：経済産業省「電子商取引に関する市場調査報告書」（2016 年 6 月）より作成。

直送モデルは、中国の消費者から注文が入るごとに日本の倉庫から商品を国際便で配送するため、リードタイムは長くなります。他方の保税モデルは、中国の「保税區<sup>3</sup>」内の保税倉庫にあらかじめ商品をまとめて輸送・保管しておき、消費者から注文を受けた際に倉庫から出庫する方法です。この場合、注文を受けて中国国内から発送するので、リードタイムは短くなります。

<sup>2</sup> 経済産業省では、「消費者と、当該消費者が居住している国以外に国籍を持つ事業者との電子商取引（購買）」と定義されている。

<sup>3</sup> 規制緩和で試験的に設けられた、一時的に関税をかけられずに輸入品を保管できる特別区域。

これまでの越境 EC に対しては、直送または保税区の別に関係なく、一般貿易よりも低率な行郵税という優遇税制が適用され、海外商品を安価で購入できました。なお、課税額が 50 元以下の場合は免税となっていたので、納税額が 50 元以下になるよう商品を小分けして購入する者も現れました。さらに、直送モデルにおける大量の郵便物への行郵税の運用に際しては、検査の人手不足やシステムの未確立などの問題から、課税漏れが多く発生しました。

こうした状況がモラルハザードを助長し、中国の消費者に越境 EC で海外商品を大量に購入するスタイルが定着しました。また、日本では在留中国人・日本人ブローカー、中国人留学生などが中国のインターネット通販会社の代わりに爆買いすることで、紙おむつ、粉ミルク、化粧品といった商品が次々に買い占められる現象が起きました。ちなみに、日本を経由した 15 年の越境 EC 市場の規模は 7,956 億円と、前年に比べて 31.2% も増加しています。

そこで中国政府は、厳しく課税される一般貿易に比べて税負担が軽く、税収の取りこぼしも多い越境 EC に対し、16 年 4 月 8 日に新たな税制を導入しました。

新しい税制では、直送モデルに適用される行郵税の税率がこれまでの 4 段階（10%、20%、30%、50%）が 3 段階（15%、30%、60%）に変更され、課税額が 50 元以下の免税対象の規定は継続されました。保税区モデルでは、これまでの行郵税を廃止し、一般貿易と同様に関税・増値税・消費税（贅沢品などへの税）が課税されるようになりましたが、関税の免除や増値税・消費税の低減税率の適用、1 回当たりの購入限度額の引き上げといった優遇策も取られています。

このように、中国の越境 EC 市場の動向をみると、日本の爆買いの実態が純粋にインバウンドによるものだけでなく、現地（日本）にいるブローカーなどによる代理購入が、上乘せされていた可能性が大きいのです。そのため、中国政府による新税制の導入によって、課税逃れの温床になっていた直送モデルの市場が縮小したものと考えられます。

### 3 おわりに

以上を要約すると、爆買いが失速した背景として、円高の進行といった経済環境の影響も、もちろん一部にはあったのですが、それ以上に中国政府の制度変更の影響が大きかったのではないかと、という結論にいたります。

私たちは、メディアを通じて「爆買い＝インバウンドの貪欲な消費行動」と認識していましたが、実は旅行者を装ったバイヤーや、直送モデルのブローカーなどが少なからず紛れていたようです。ですから、中国政府の規制強化（増税・制度改正）によって急速に市場が縮小したのです。

今後も中国政府は、徴税を免れる直送モデルに対する課税や、代理購入に対する取り締まりを強化しつつ、政府が管理しやすい保税区モデルの市場を活性化させる政策を打つとみられます。そうなれば、かつての爆買い風景をみることは、おそらくないでしょう。

バブル崩壊から長らく続いた景気の低迷ですが、ようやくインバウンドのお陰で、小売業やサービス業を中心に賑わいが戻ってきました。しかし、爆買いという「うたかたの夢」に酔いしれることなく、これからは地に足をつけて国内のリピーターも大切にしながら、様々な国々から観光客を迎えたいものです。

（山本 敏也）

# 大阪府景気動向指数（C I・D I）の動き

## 1. 総括表

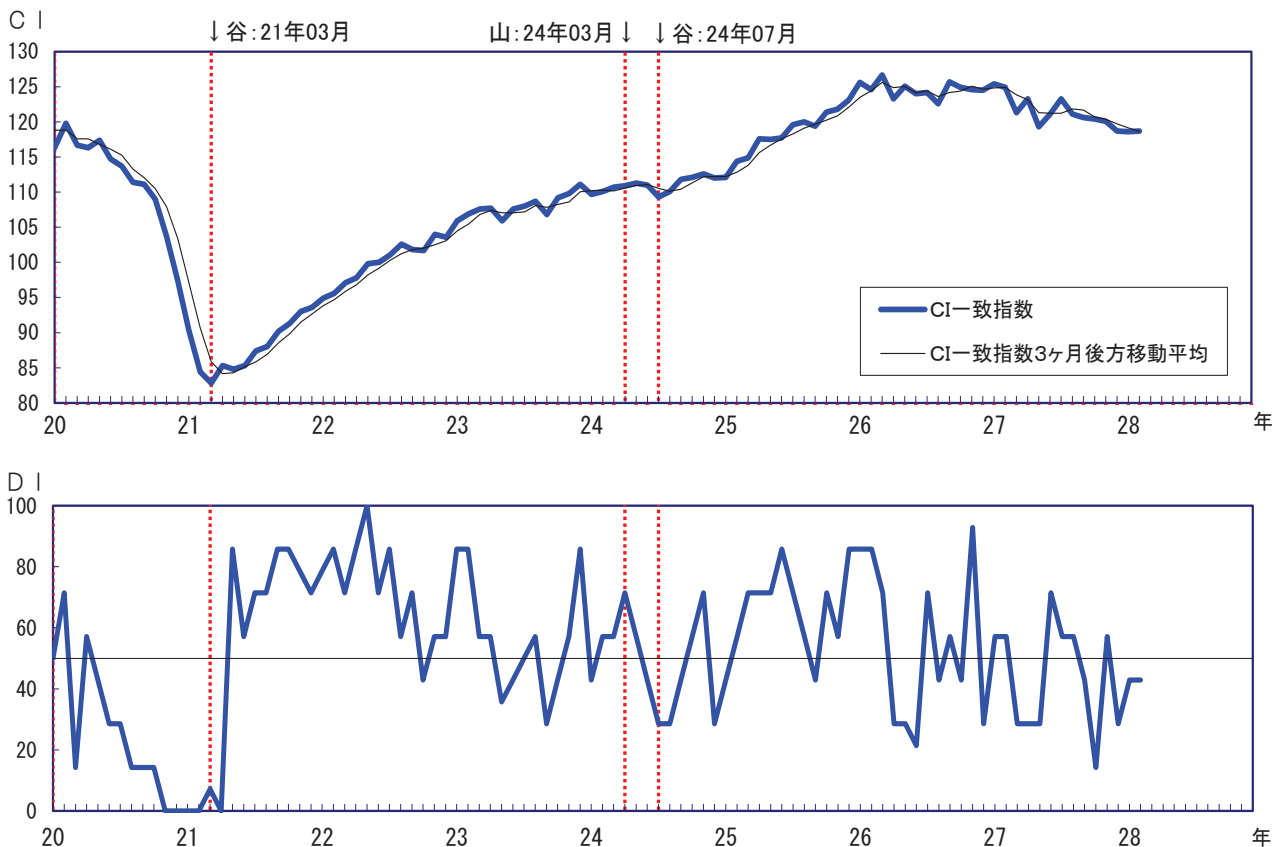
		27年										28年				
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	
CI	先行	大阪府	126.8	124.0	122.1	122.1	118.4	122.4	121.2	118.5	119.0	121.5	118.3	124.5	121.9	P119.1
		近畿	101.2	101.7	102.1	100.6	100.5	100.7	101.7	100.7	101.3	101.4	99.5	100.1	101.5	P100.3
		全国	103.8	104.3	105.1	103.4	102.3	100.3	101.0	100.3	99.1	99.1	97.8	97.8	98.7	98.4
	一致	大阪府	123.3	119.3	121.1	123.3	121.1	120.6	120.4	120.1	118.7	118.6	118.7	117.4	118.7	P116.3
		近畿	113.8	111.8	111.8	112.6	111.9	111.4	112.0	110.8	109.7	110.5	110.6	109.3	109.7	P110.2
		全国	113.1	111.6	112.9	112.5	111.8	111.6	112.7	111.8	110.4	111.2	109.2	110.0	111.8	109.2
	遅行	大阪府	147.8	145.1	145.3	146.1	144.9	142.9	146.1	145.8	149.5	142.9	146.8	140.0	140.6	P140.6
		近畿	114.8	114.0	114.2	112.5	111.4	110.2	111.2	112.9	114.0	113.6	114.5	115.8	113.1	P113.5
		全国	114.5	113.6	113.5	113.7	113.3	113.5	113.7	113.6	113.7	113.2	112.5	112.9	113.9	111.5
DI	先行	大阪府	42.9	57.1	42.9	50.0	50.0	57.1	42.9	57.1	14.3	42.9	50.0	71.4	57.1	P71.4
		近畿	55.6	66.7	72.2	22.2	38.9	38.9	83.3	44.4	50.0	22.2	27.8	44.4	66.7	P66.7
		全国	63.6	81.8	90.9	45.5	45.5	18.2	36.4	27.3	36.4	45.5	27.3	31.8	50.0	60.0
	一致	大阪府	28.6	28.6	71.4	57.1	57.1	42.9	14.3	57.1	28.6	42.9	42.9	42.9	50.0	P33.3
		近畿	42.9	42.9	57.1	35.7	42.9	42.9	42.9	42.9	14.3	42.9	57.1	57.1	58.3	P66.7
		全国	40.0	45.0	90.0	20.0	55.0	30.0	55.0	50.0	20.0	30.0	20.0	40.0	44.4	55.6
	遅行	大阪府	35.7	57.1	57.1	66.7	66.7	33.3	50.0	50.0	91.7	50.0	66.7	25.0	66.7	P50.0
		近畿	20.0	20.0	20.0	25.0	37.5	0.0	50.0	50.0	75.0	50.0	62.5	75.0	50.0	P50.0
		全国	66.7	50.0	77.8	50.0	44.4	33.3	33.3	44.4	55.6	50.0	44.4	66.7	62.5	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、数値が大きいかほど景気が力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				
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	
先行指数	一致指数トレンド成分(先行)		0.23	0.12	0.16	0.18	0.13	0.14	0.14	0.07	0.06	0.02	0.02	-0.04	-0.03	-0.03
	L1 建設財生産指数		2.43	-2.54	-2.83	2.40	-2.77	2.84	-0.40	-2.71	0.78	2.52	-2.68	3.51	-1.47	-2.44
	L2 生産財在庫率指数	R	-1.73	-1.13	1.47	0.25	-1.49	0.45	-0.05	0.49	-0.75	0.13	-0.54	2.10	-1.22	0.05
	L3 新規求人倍率		0.25	0.23	-0.69	-0.50	0.24	-0.12	-0.29	1.44	0.04	0.04	0.41	-1.46	1.15	-0.15
	L4 新設住宅着工戸数		-0.66	-0.14	1.74	-2.31	1.09	-0.20	0.33	-1.03	0.54	-0.86	1.75	-0.42	0.48	-0.14
	L5 日経商品指数(全国)	*	0.80	0.72	-0.48	-0.73	-1.12	-0.54	0.15	-0.63	0.46	0.53	-0.44	1.08	0.26	0.07
	L6 企業倒産件数	R	-0.01	0.44	-0.74	-0.02	-0.49	0.81	-0.46	0.15	-0.07	0.33	-1.44	1.64	-0.88	0.71
	L7 景気観測調査(業況DI)	※	-0.56	-0.54	-0.52	0.71	0.68	0.66	-0.56	-0.53	-0.51	-0.26	-0.25	-0.24	-0.87	-0.87
一致指数	C1 百貨店売場面積当たり販売額	*	1.31	-1.18	-0.62	0.32	-0.21	-0.18	0.35	-0.80	0.15	-0.04	0.30	-0.39	-0.18	-0.19
	C2 大阪税関管内輸入通関額		0.46	0.25	0.18	0.27	0.07	-0.31	0.08	-0.28	-0.74	0.46	-0.08	-0.95	0.37	0.24
	C3 製造工業生産指数		0.68	-0.79	0.24	0.40	-0.93	0.56	-0.36	-0.27	-0.44	0.18	-0.09	0.33	-0.08	-0.64
	C4 生産財出荷指数		-0.49	-0.68	0.79	0.25	-0.84	0.19	-0.26	0.40	-0.86	0.54	-0.49	0.47	-0.21	-0.02
	C5 関西大口電力使用量(合計)		-0.20	-0.70	0.28	0.15	-0.49	-0.16	0.01	0.36	-0.31	0.14	0.30	-0.90	-0.05	-0.05
	C6 有効求人倍率		-0.03	0.08	-0.27	-0.03	-0.02	-0.03	0.23	0.22	0.46	-0.76	0.23	-0.02	1.06	-0.33
	C7 所定外労働時間指数(製造業)		0.22	-0.84	1.12	0.84	0.22	-0.52	-0.29	0.09	0.36	-0.69	-0.01	0.17	0.37	-1.36
	一致指数トレンド成分(運行)		0.27	0.14	0.19	0.21	0.16	0.16	0.16	0.08	0.07	0.03	0.02	-0.04	-0.04	-0.04
運行指数	Lg1 製造工業在庫指数		0.26	0.68	-0.18	1.56	-0.37	1.01	0.52	1.09	-0.47	-0.20	-1.51	-1.59	-0.21	-0.33
	Lg2 常用雇用指数(産業計)	*	1.13	-2.33	0.34	-0.73	-0.72	-0.42	-0.13	-0.42	0.18	-0.66	-0.07	0.47	0.71	-0.38
	Lg3 雇用保険受給者実人員	R	0.16	0.63	-0.87	0.14	-0.55	-0.56	-0.07	-0.33	0.69	-1.48	1.69	-0.02	0.08	1.19
	Lg4 大阪市消費者物価指数	*	-2.82	-2.20	0.76	-1.37	0.31	-1.35	1.50	0.38	0.92	-1.32	0.43	-1.77	-1.70	0.00
	Lg5 大阪市実質家計消費支出	*	-0.40	0.41	0.00	0.51	-0.54	-1.07	1.56	-1.50	0.50	-1.13	1.03	-0.98	1.31	-0.16
	Lg6 近畿信用金庫貸出約定平均金利	*	-0.22	-0.11	0.01											
	Lg7 法人事業税調定額		0.10	0.11	-0.03	0.43	0.58	0.17	-0.32	0.40	1.85	-1.91	2.34	-2.84	0.38	-0.22

(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。  
 ・寄与度の内、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				
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5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	+	+	+	+	+	+	-	+	
	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	-	+	-	-	-	+	+	+	-	+	-	+	-	
	L7 景気観測調査(業況DI)	※	-	-	-	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-
			3.0	4.0	3.0	3.5	3.5	4.0	3.0	4.0	1.0	3.0	3.5	5.0	4.0	5.0
		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	
	DI先行指数	42.9	57.1	42.9	50.0	50.0	57.1	42.9	57.1	14.3	42.9	50.0	71.4	57.1	71.4	
一致系列	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		-	-	-	+	+	-	-	+	-	+	-	+	-	
	C5 関西大口電力使用量(合計)		-	-	-	-	-	-	-	+	-	+	+	-	+	
	C6 有効求人倍率		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
	C7 所定外労働時間指数(製造業)		-	-	+	+	+	+	-	-	+	-	-	+	-	
			2.0	2.0	5.0	4.0	4.0	3.0	1.0	4.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0
		7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	
	DI一致指数	28.6	28.6	71.4	57.1	57.1	42.9	14.3	57.1	28.6	42.9	42.9	42.9	50.0	33.3	
運行系列	Lg1 製造工業在庫指数		-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	
	Lg2 常用雇用指数(産業計)	*	+	-	-	-	-	-	-	0	-	-	0	+	+	
	Lg3 雇用保険受給者実人員	R	+	+	+	+	-	-	-	+	-	-	+	+	+	
	Lg4 大阪市消費者物価指数	*	-	-	-	+	-	+	+	+	+	+	+	-	-	
	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		-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	
			2.5	4.0	4.0	4.0	4.0	2.0	3.0	3.0	5.5	3.0	4.0	1.5	4.0	3.0
		7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
	DI運行指数	35.7	57.1	57.1	66.7	66.7	33.3	50.0	50.0	91.7	50.0	66.7	25.0	66.7	50.0	

(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4～6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4～6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、弱い動きが広がり、足踏みの状態にある

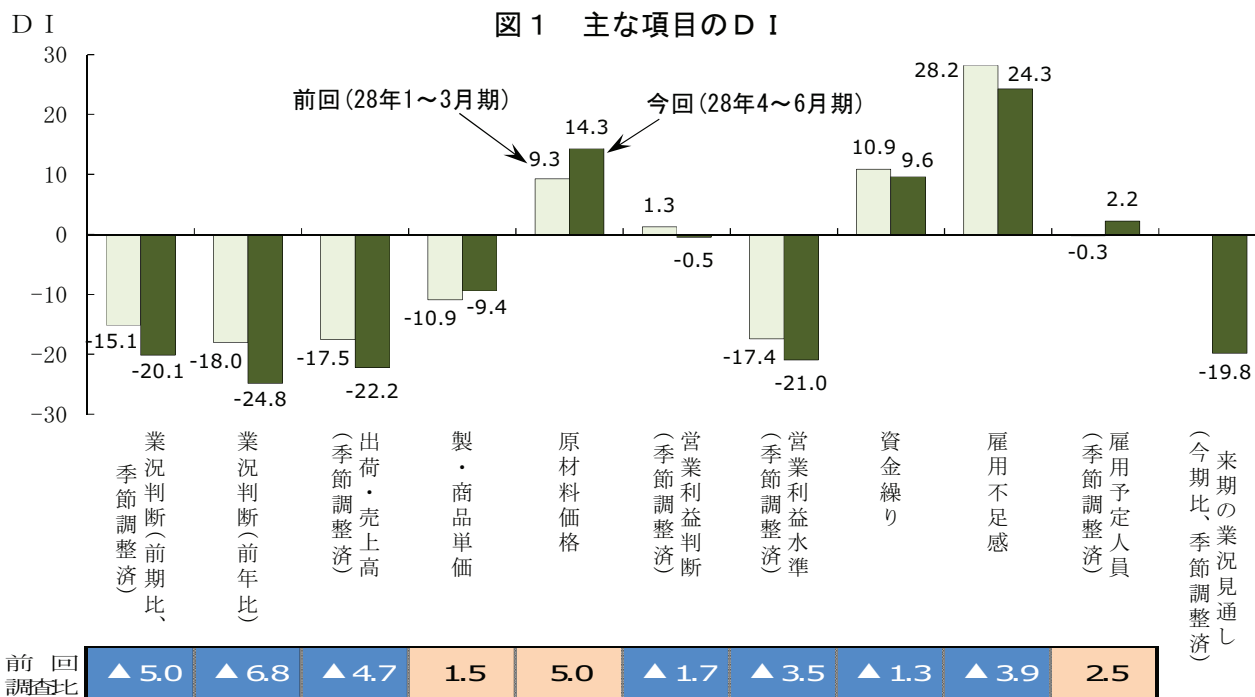
今期の業況判断D Iは業種・規模に関係なく悪化し、3期連続で減速した。

個々の指標（図1）をみると、製・商品単価D Iのマイナス幅が縮小し、原材料価格D Iも上昇したが、出荷・売上高D Iは大企業を中心に落ち込み、営業利益水準も3期連続で下落するなど、足踏みの状態にある。雇用は、不足感が引き続き強く、来期は2期ぶりに増加超となる見込みである。なお、来期の業況は、製造業・大企業で改善するも、D Iは横ばいの見通しである。

### Topic : 28年度の賃金上げは、前年度に比べて勢いが鈍化

27年度の賃上げ状況を見ると、全体では50.6%の企業が賃上げを実施した。大企業では78.6%、製造業では63.7%と、賃上げを実施した企業の割合が高かった。また、両者では実績が年度当初の見通しを上回った。

28年度は、全体では49.7%の企業が賃上げを見込んでおり、27年度実績をやや下回る。賃上げ率が「1.0%以上」の割合をみても、業種・規模に関係なく同様の傾向を示すなど、賃上げの勢いがやや鈍化している。（20～21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6月上旬
4. 回答企業数 : 1,714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	567	45.5	26.2	14.3	10.2	3.9
非製造業	1,147	68.2	15.3	7.4	5.2	4.0
建設業	180	74.0	11.9	4.5	4.0	5.6
情報通信業	24	50.0	20.8	16.7	0.0	12.5
運輸業	63	44.3	26.2	13.1	13.1	3.3
卸売業	280	62.0	23.6	8.0	5.1	1.4
小売業	219	77.6	11.9	3.3	2.4	4.8
不動産業	71	90.1	4.2	4.2	1.4	0.0
飲食店・宿泊業	79	78.9	9.2	5.3	6.6	0.0
サービス業	231	60.2	12.8	11.9	8.0	7.1
全業種計	1,714	60.6	18.9	9.7	6.8	4.0

## 規模別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大企業	120	7.1
中小企業	1,562	92.9
不明	32	

## 地域別回答企業数内訳

	企業数 (社)	構成比 (%)
大阪市地域	880	51.3
北大阪地域	182	10.6
東大阪地域	313	18.3
南河内地域	93	5.4
泉州地域	246	14.4

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。なお、年度初めとなる今期は、季節調整による遡及改訂を行った。
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…業種・規模を問わずD Iは悪化

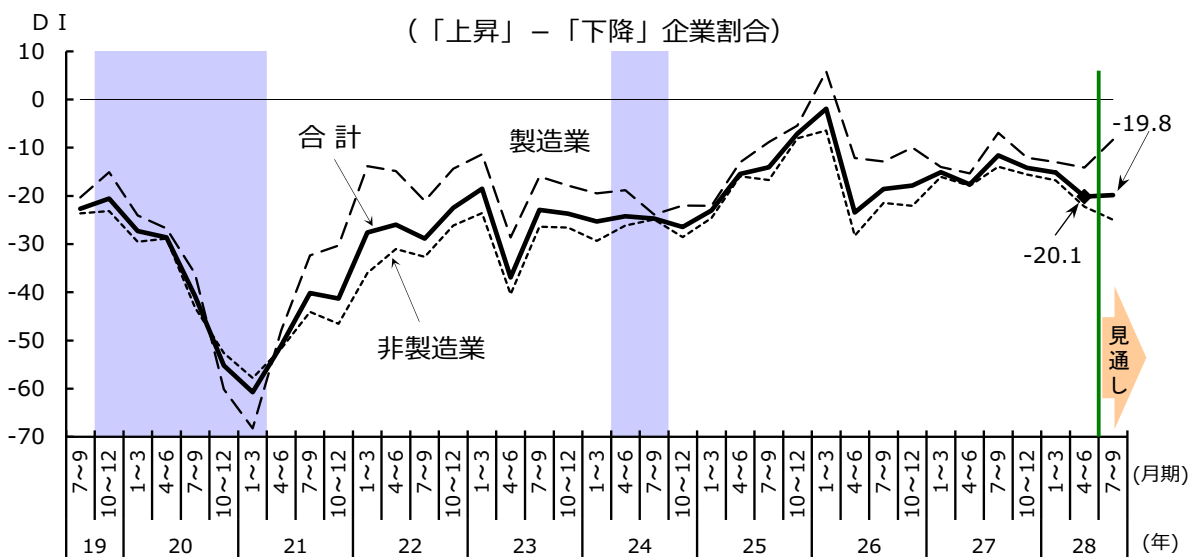
■平成28年4～6月期の業況判断D I（「上昇」－「下降」企業割合；前期比、季節調整済）：  
 -20.1

○前回（28年1～3月期）調査比：▲5.0pt

製造業	▲1.2pt	非製造業	▲5.5pt
大企業	▲8.0pt	中小企業	▲3.5pt

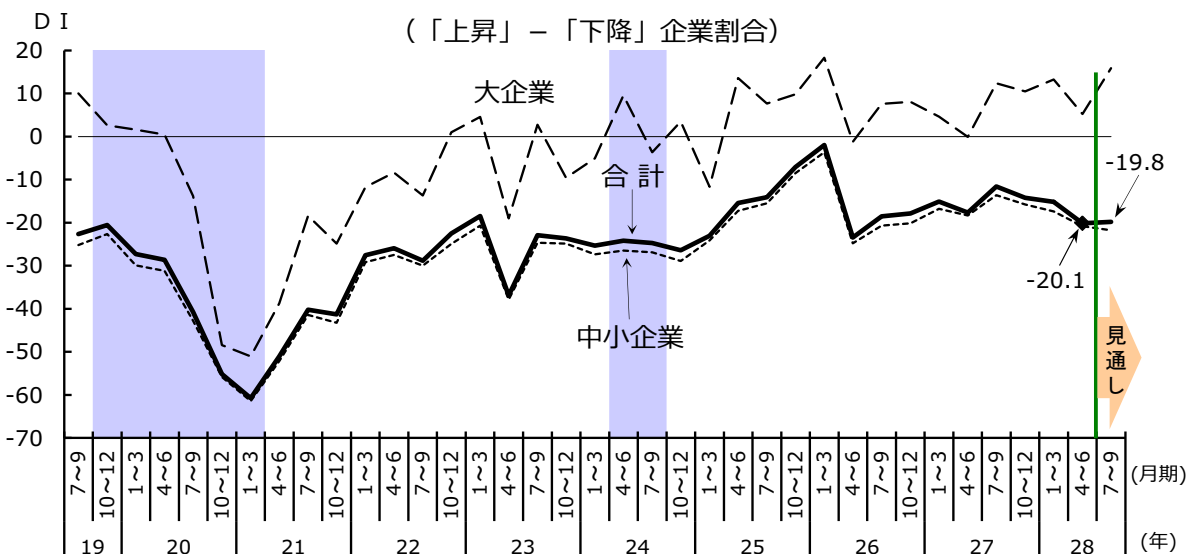
（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

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

図4 上昇となった要因（2つまでの複数回答）

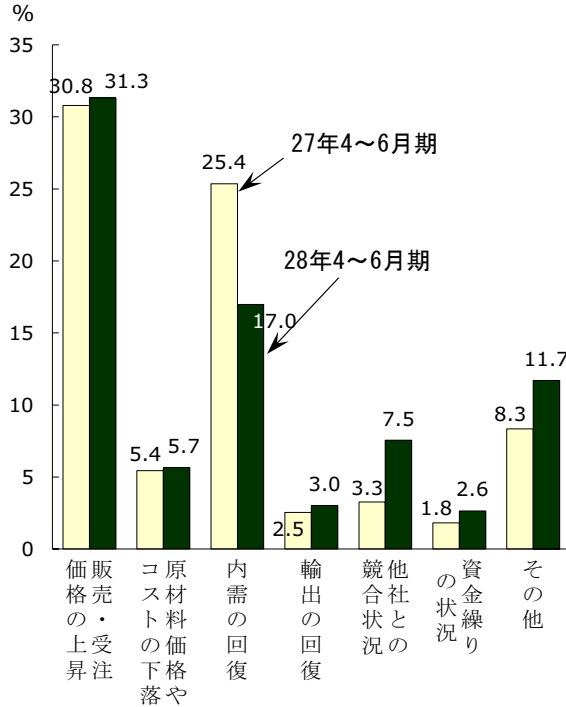
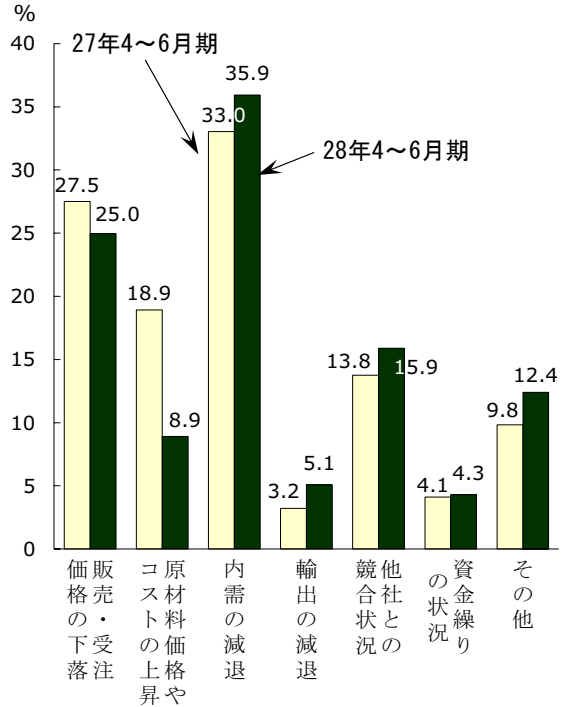


図5 下降となった要因（2つまでの複数回答）



2. 出荷・売上高…大企業のD Iは2桁の減少幅となり、8期ぶりのマイナス水準に

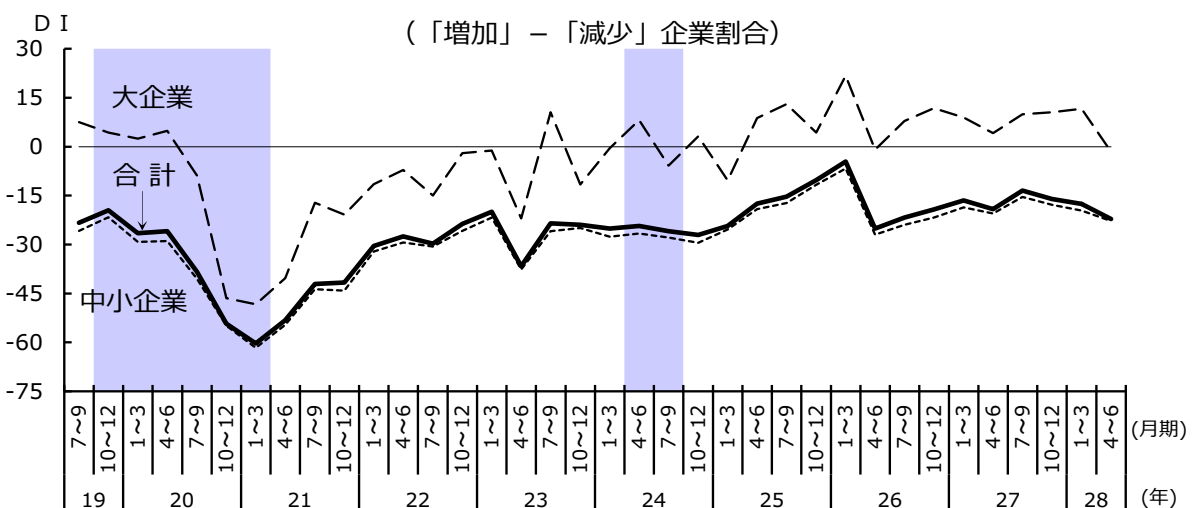
■出荷・売上高D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－22.2

○前回調査比：▲4.7pt

製造業	▲4.2pt	非製造業	▲3.9pt
大企業	▲13.1pt	中小企業	▲3.2pt

（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期ぶりにマイナス幅が縮小、原材料価格は原油価格の底打ち感もあり、D Iは4期ぶりの上昇

■製・商品単価D I（「上昇」－「下落」企業割合）：－9.4

○前回調査比：1.5pt

製造業	1.4pt	非製造業	1.4pt
大企業	▲0.8pt	中小企業	1.6pt

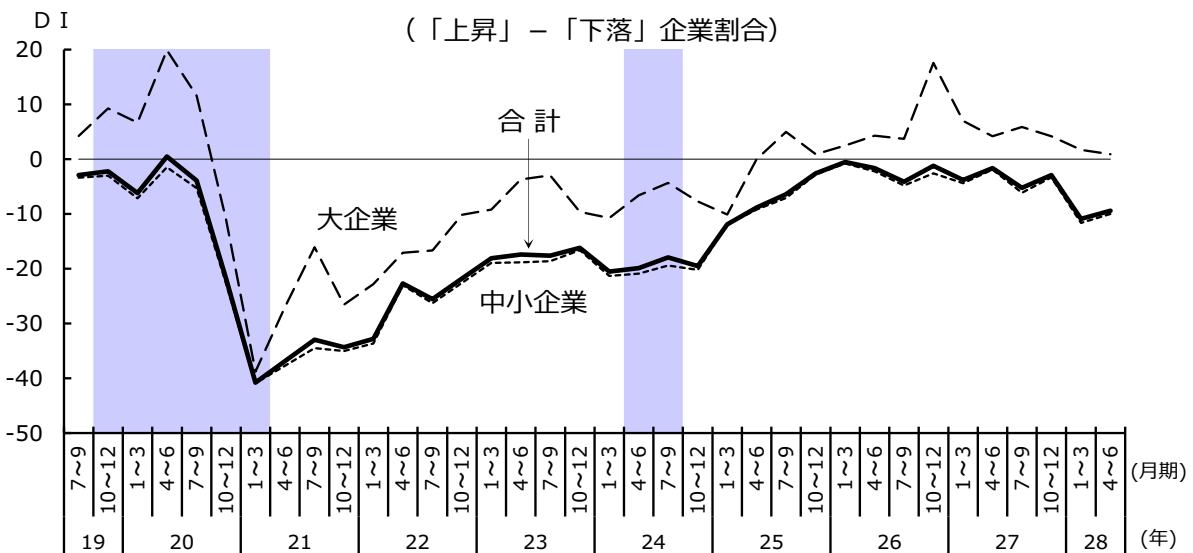
■原材料価格D I（「上昇」－「下落」企業割合）：14.3

○前回調査比：5.0pt

製造業	4.6pt	非製造業	5.1pt
大企業	4.7pt	中小企業	4.5pt

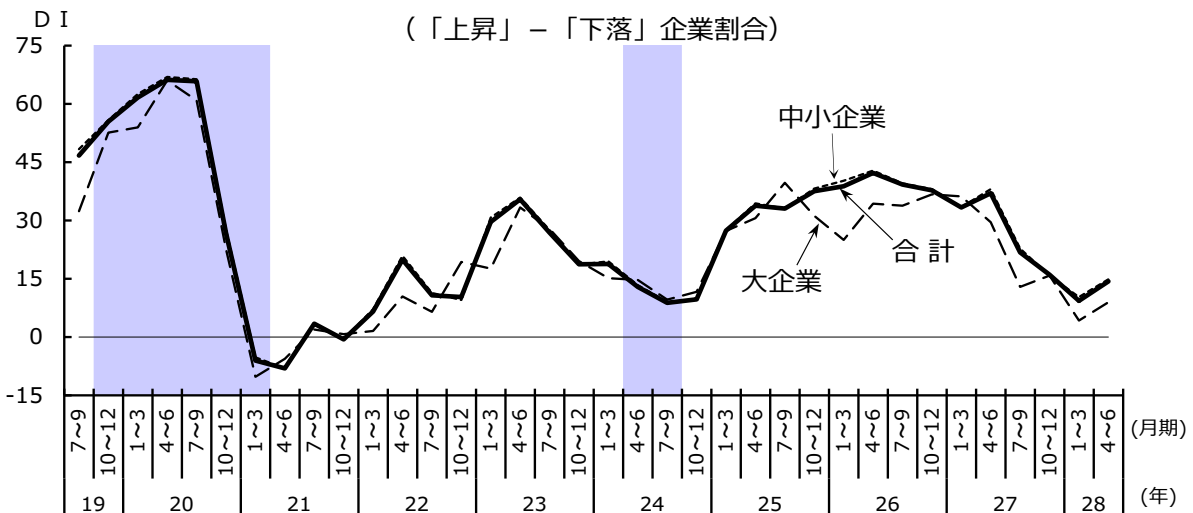
(注) ▲はマイナス、pt はポイントを表す

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D Iは6期ぶりのマイナス水準、利益水準D Iは3期連続の下落**

■営業利益判断D I（「黒字」－「赤字」企業割合；季節調整済）：－0.5

○前回調査比：▲1.7pt

製造業	▲3.6pt	非製造業	0.3pt
大企業	▲3.9pt	中小企業	▲0.9pt

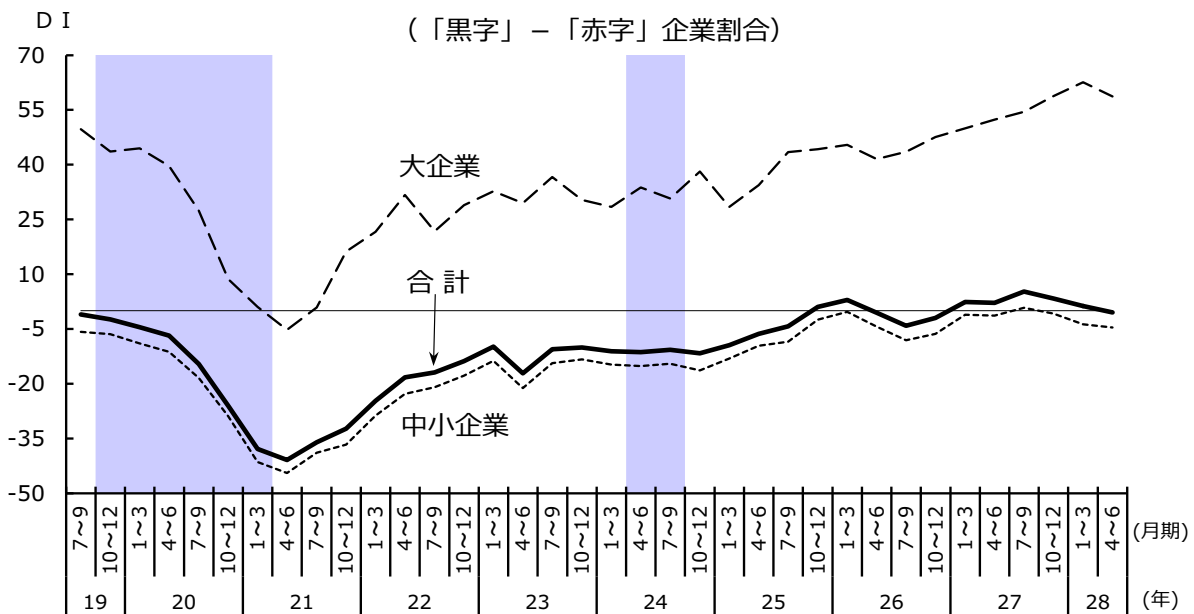
■営業利益水準D I（「増加」－「減少」企業割合；前期比、季節調整済）：－21.0

○前回調査比：▲3.5pt

製造業	▲4.5pt	非製造業	▲2.5pt
大企業	▲6.8pt	中小企業	▲3.0pt

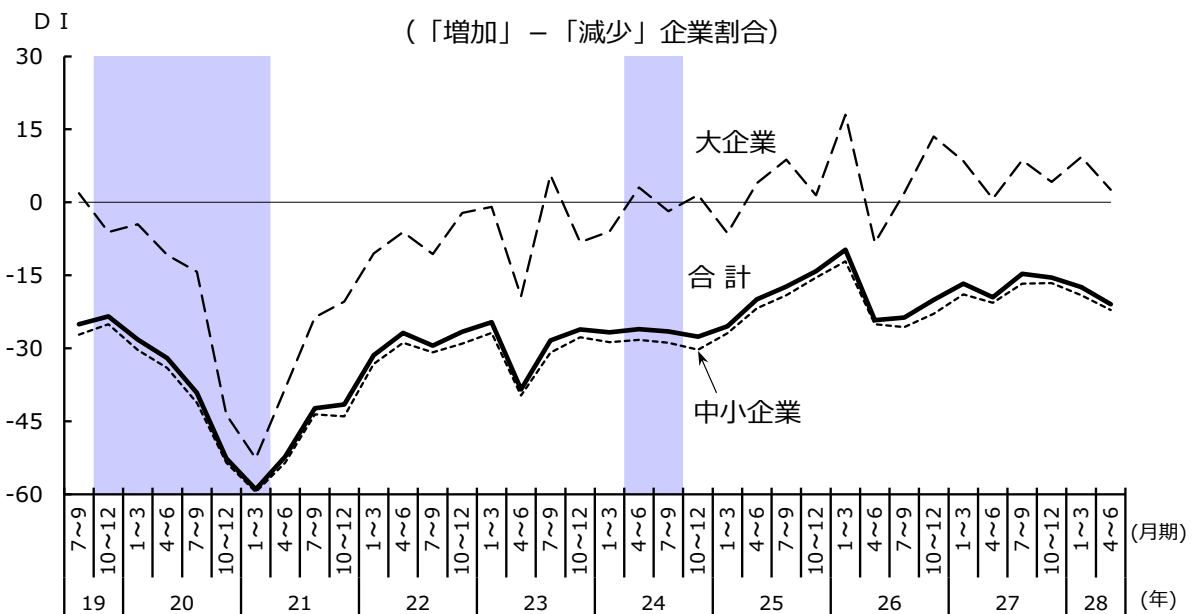
（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

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…27年10~12月期をピークに、2期連続でD Iのプラス幅が縮小

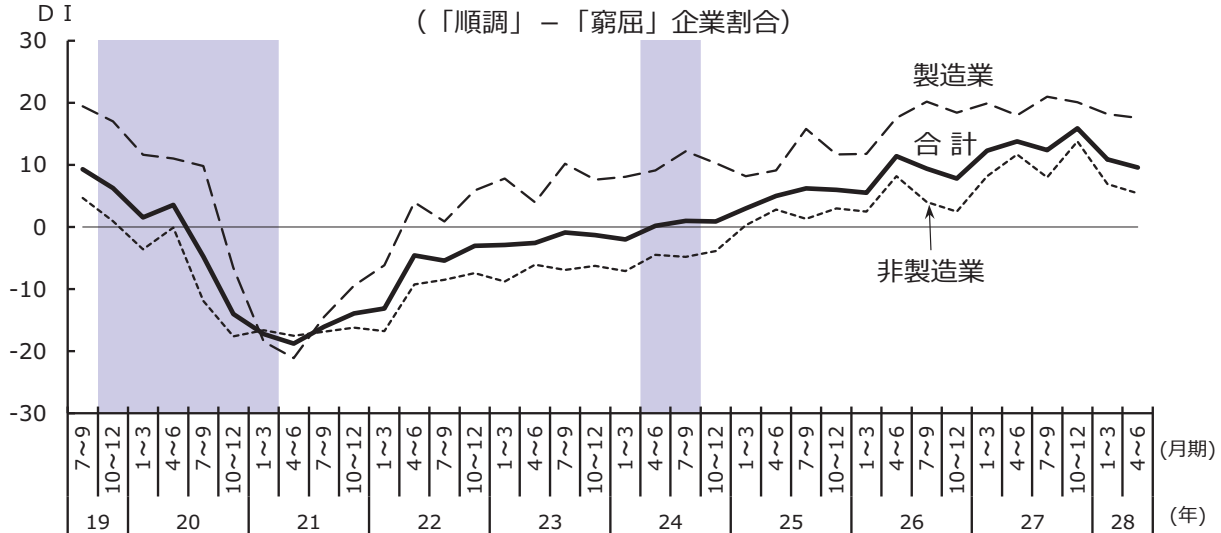
■資金繰りD I（「順調」－「窮屈」企業割合）：9.6

○前回調査比：▲1.3pt

製造業	▲0.6pt	非製造業	▲1.5pt
大企業	▲5.9pt	中小企業	▲0.3pt

(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…「増加」が減少し、「なし」が増加するなど、慎重姿勢が強まる

■設備投資

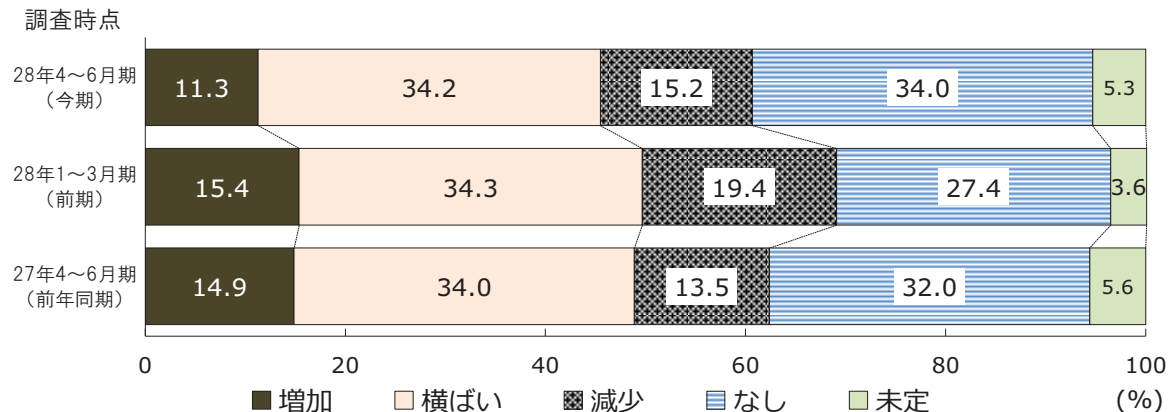
○前回調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
▲4.1pt	▲0.1pt	▲4.2pt	6.6pt	1.7pt

○前年同期調査比

増加	横ばい	減少	なし	未定
▲3.6pt	0.2pt	1.7pt	2.0pt	▲0.3pt

図12 設備投資（前年度実績と今年度見込みとの比較）



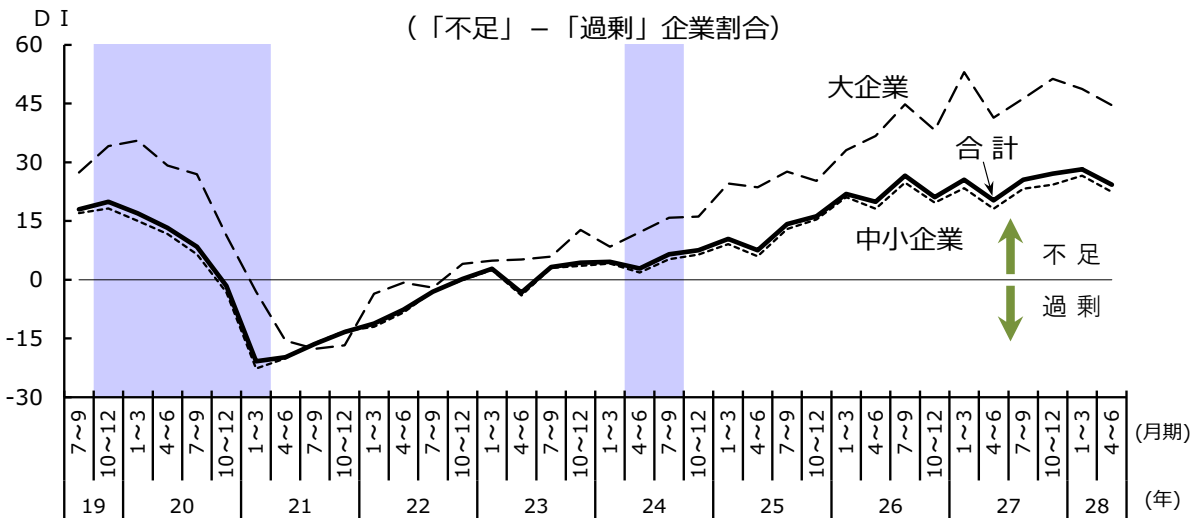
(注) 四捨五入により、合計が100.0%にならない場合がある。

**7. 雇用状況、雇用予定人員…不足感が依然強く、来期の予定も2期ぶりに増加超の見込み**

■28年4～6月期の雇用不足感D I（「不足」-「過剰」企業割合）：24.3

○前回調査比：▲3.9pt

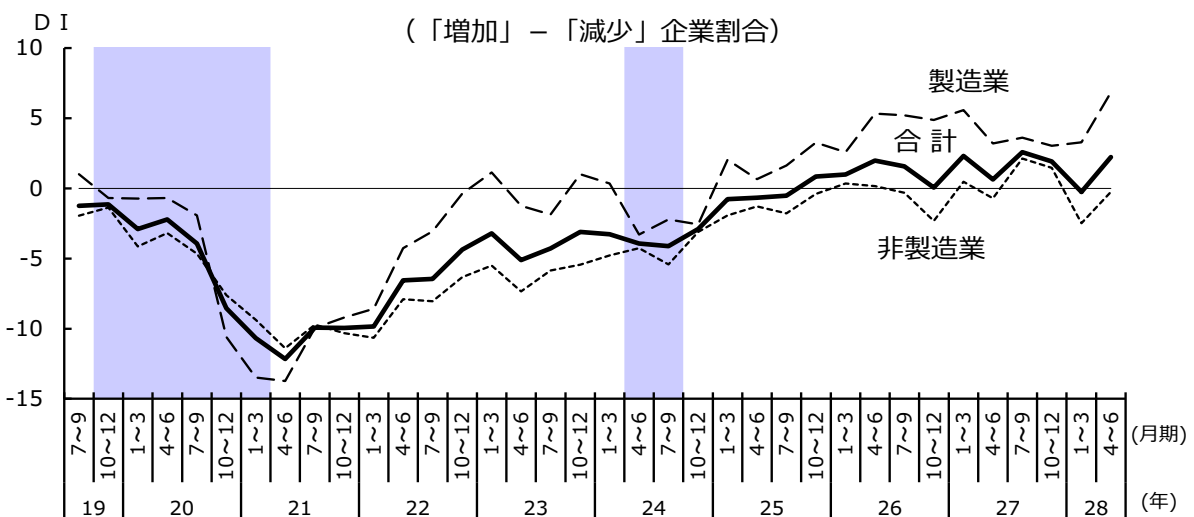
図13 雇用不足感D Iの推移（大企業・中小企業別）



■28年7～9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）：2.2

○前回調査比：2.5pt

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）



※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。

**8. 来期の業況見通し…製造業・大企業で改善するも、D Iは横ばいの見通し（P3図2参照）**

■28年7～9月期の業況見通しD I（「上昇」-「下降」企業割合；季節調整済）：-19.8

○今期業況判断（季節調整済）比：0.3pt

製造業	5.8pt	非製造業	▲2.7pt
大企業	10.7pt	中小企業	▲0.9pt

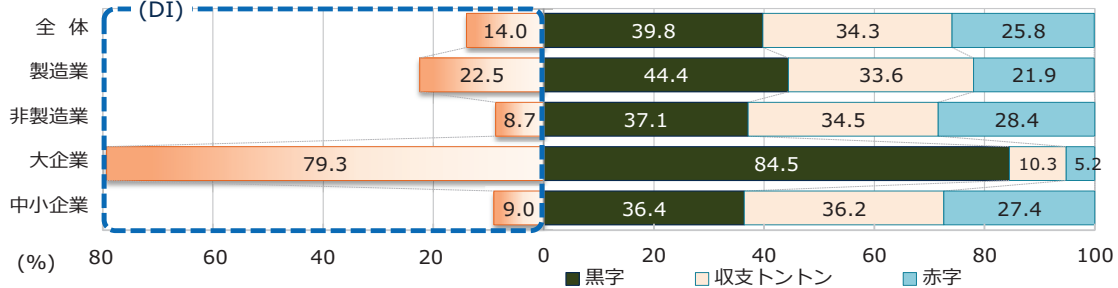
（注）▲はマイナス、pt はポイントを表す

## 9. 営業利益について

### (1) 27年度の営業利益とD I

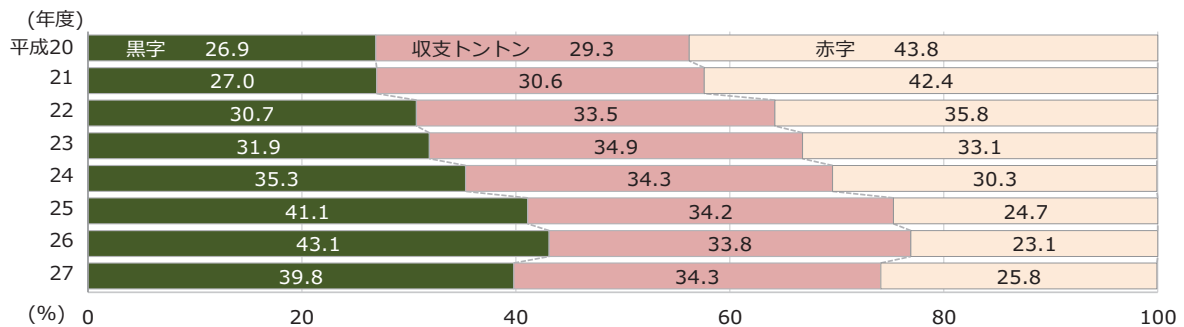
全体では、黒字が4割弱で、「収支トントン」が34%、「赤字」が26%となっている。業種別では、製造業が非製造業に比べて「黒字」の割合が高く、「赤字」の割合が低いことから、黒字割合から赤字割合を引いたD Iは、製造業の22.5に対して非製造業は8.7となり、両D Iの差(13.8)は前年調査(11.7)よりも拡大した。

規模別でみると、大企業のD Iは79.3、中小企業は9.0で、両者の差(70.3)は前年調査(52.7)よりもさらに大きくなった。



### (2) 時系列の推移

比較可能な20年度以降の推移をみると、黒字企業の割合が堅調に増加し、26年度は黒字が43%超と過去最高となったが、27年度は、消費税率引き上げ以降の消費マインドの冷え込みから脱却できず、7年ぶりに黒字企業の割合が減少に転じた。

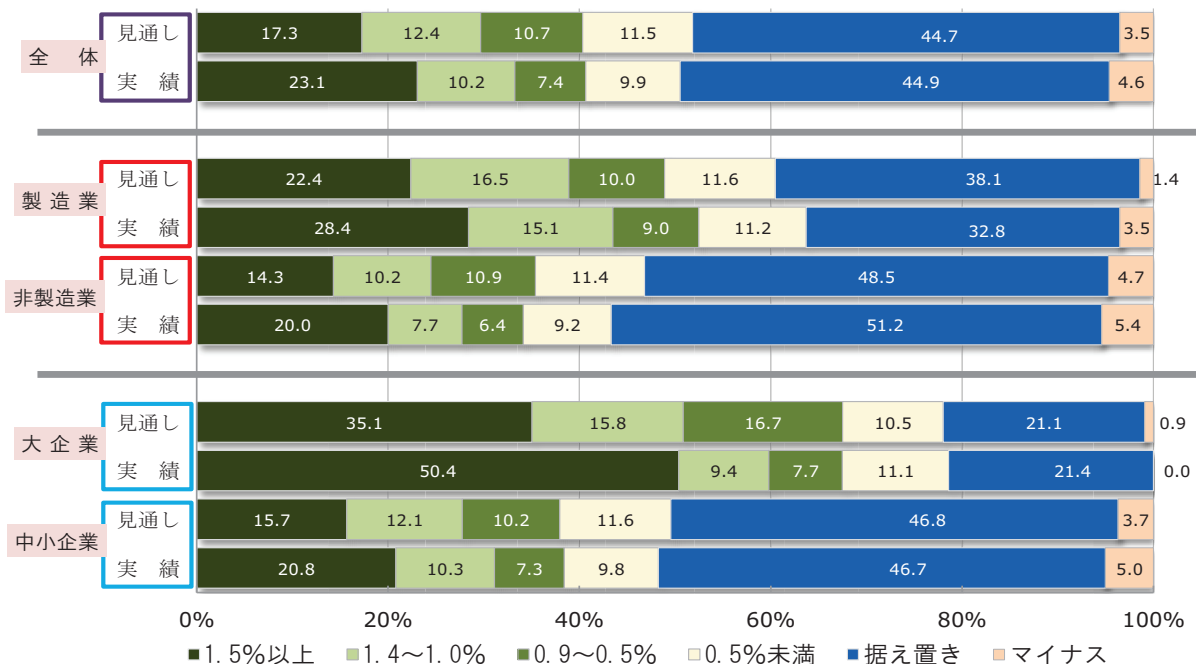


## 10. 賃金引き上げの実施状況

### (1) 27年度春の平均賃上げ率 [見通し・実績]

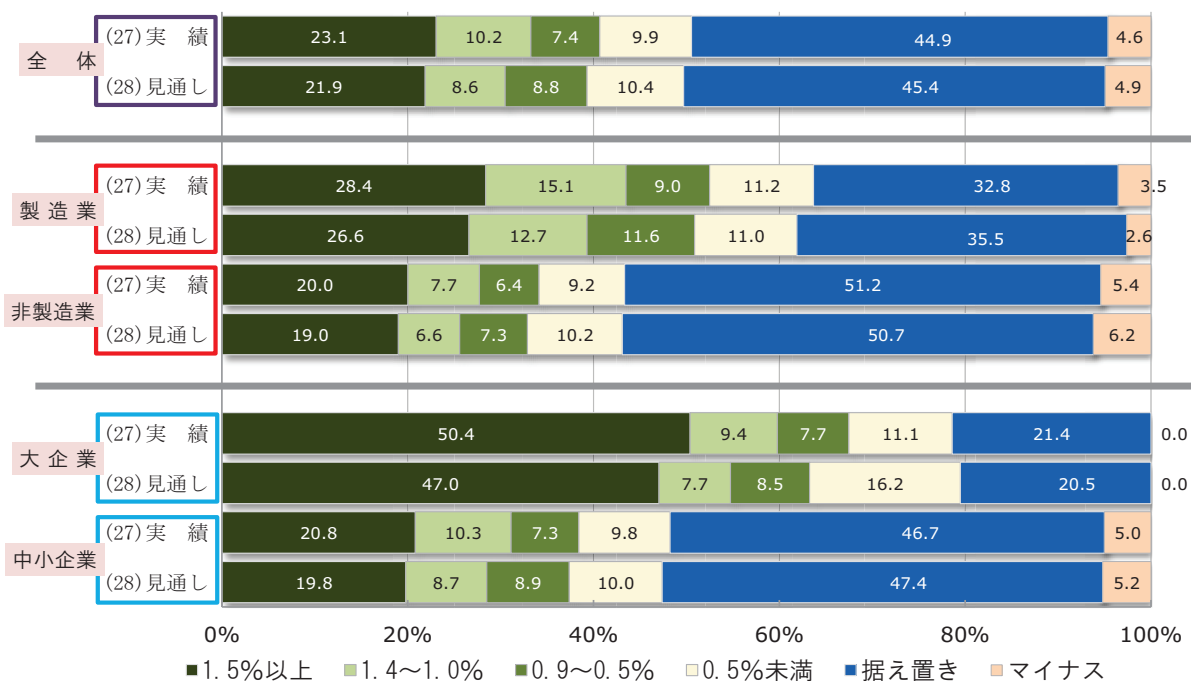
27年度の賃上げ状況を見ると、全体では50.6%の企業が賃上げを実施した。大企業では78.6%、製造業では63.7%と、賃上げを実施した企業の割合が高かった。また両者では、実績が年度当初の見通しを上回った。

賃上げ率別では、規模・業種に関係なく「1.5%以上」で見通しよりも実績が上回り、大企業や製造業を中心に当初の計画よりも積極的な賃上げを実施したことがうかがえる。



## (2) 28年度春の平均賃上げ率の見通し

28年度は、全体では49.7%の企業が賃上げを見込んでおり、27年度実績（50.6%）をやや下回る。賃上げ率別でも、「1.0%以上」の категорияでは業種・規模に関係なく、28年度見通しが27年度実績を下回り、賃上げの勢いがやや鈍化していることがうかがえる。



(注) グラフ縦軸のカッコ内の数字は年度を表す。

## (3) 賃金引上げの方法（複数回答）

賃金引上げの方法として、全体では「定期昇給」が64%と最も多く、「ベースアップ」「各種手当」「一時金」などの順が多い。業種別では、「ベースアップ」において、製造業が非製造業を2.5ポイント上回っているが、それ以外の項目では大きな差はみられない。

規模別で見ると、「定期昇給」「一時金」「ベースアップ」で大企業が中小企業を上回るが、「各種手当」では中小企業が大企業を上回った。

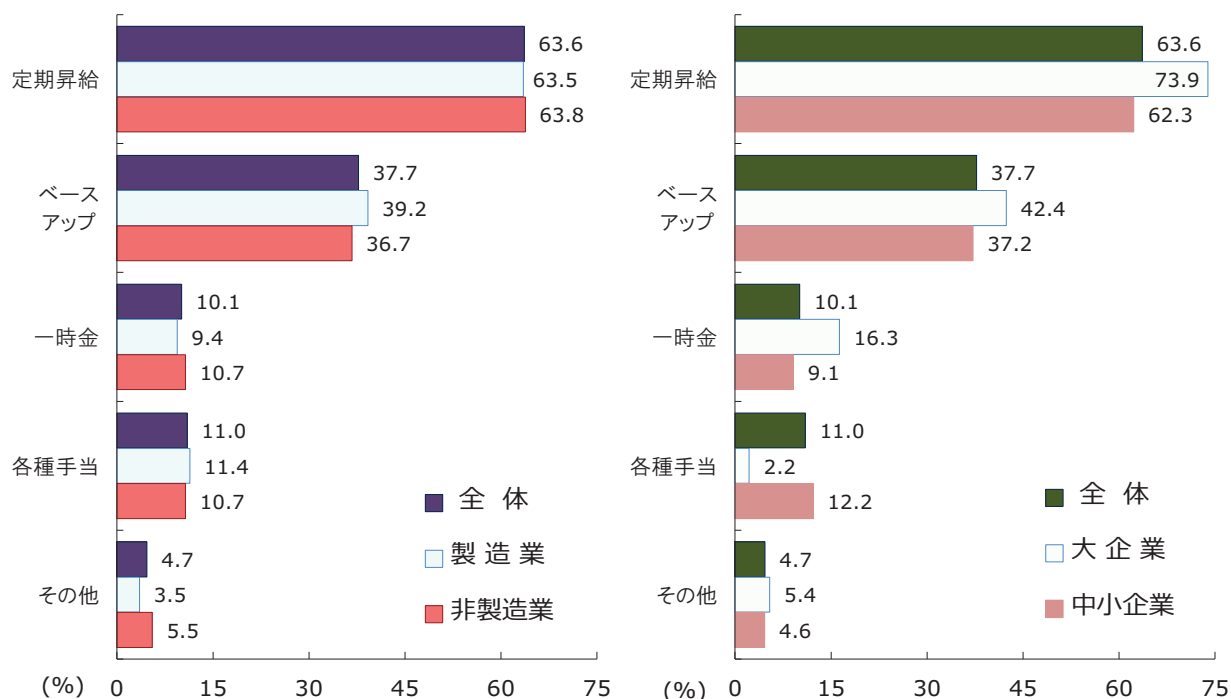


表1 地域別集計表

(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					
	上昇	横ばい	下降	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	17.3	44.8	37.9	-20.6	-16.2	-11.3	-25.7	-18.1	-28.0	16.9	44.7	38.3	-21.4	-22.5	-14.3	-20.8	-21.8	-22.6
非製造業	15.7	43.9	40.4	-24.7	-22.3	-21.0	-32.5	-30.0	-28.7	15.5	42.4	42.1	-26.6	-26.3	-19.8	-31.3	-36.6	-24.2
建設業	12.2	46.1	41.7	-29.5	-15.6	-42.3	-47.8	-56.3	-26.3	15.6	48.0	36.5	-20.9	-12.5	-24.0	-18.2	-56.2	-21.0
情報通信業	20.9	45.8	33.3	-12.4	-4.7	-50.0	-100.0	0.0	0.0	20.8	41.7	37.5	-16.7	-9.5	-100.0	0.0	0.0	0.0
運輸業	9.5	47.6	42.9	-33.4	-30.8	-28.6	-40.0	-50.0	-30.8	14.7	44.3	41.0	-26.3	-34.6	-16.7	-28.6	-50.0	-7.7
卸売業	21.8	41.8	36.5	-14.7	-16.5	-4.4	-17.2	0.0	-5.6	19.8	40.4	39.7	-19.9	-22.0	-4.4	-37.0	0.0	5.6
小売業	12.8	37.0	50.2	-37.4	-39.1	-31.4	-34.2	-16.6	-54.2	9.6	37.2	53.2	-43.6	-47.1	-28.6	-43.2	-25.0	-61.9
不動産業	11.2	69.0	19.8	-8.6	-2.5	11.1	-44.4	-50.0	0.0	14.9	59.7	25.4	-10.5	-7.9	0.0	-25.0	-50.0	0.0
飲食店・宿泊業	13.9	41.8	44.3	-30.4	-23.7	-18.2	-37.5	-80.0	-38.5	11.7	36.4	52.0	-40.3	-31.8	-18.2	-75.0	-80.0	-50.1
サービス業	16.9	42.9	40.3	-23.4	-28.5	-8.0	-23.5	0.0	-28.1	16.7	41.9	41.4	-24.7	-29.4	-20.0	-15.2	-17.6	-23.3
大企業	23.3	50.8	25.8	-2.5	-7.0	-22.2	35.8	-20.0	14.3	27.9	45.8	26.3	1.6	0.0	22.2	-7.2	20.0	0.0
中小企業	15.9	44.2	39.9	-24.0	-21.1	-16.5	-31.8	-26.7	-28.9	15.2	43.5	41.4	-26.2	-27.7	-18.8	-26.7	-32.9	-23.5
合計	16.2	44.2	39.6	-23.4	-20.6	-18.7	-29.1	-25.8	-28.5	16.0	43.2	40.8	-24.8	-25.2	-18.6	-26.0	-31.6	-23.6

(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	他社との競合状況	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	他社との競合状況	資金繰りの状況	その他		
製造業	29.7	5.5	25.3	2.2	36.3	7.7	1.1	15.4	22.2	6.8	43.5	9.7	28.0	6.8	3.4	10.6		
非製造業	32.2	5.7	12.6	3.4	42.5	7.5	3.4	9.8	26.3	10.0	32.2	2.8	22.5	20.4	4.7	13.3		
建設業	50.0	0.0	22.2	0.0	22.2	22.2	0.0	11.1	22.7	3.0	21.2	0.0	37.9	22.7	4.5	15.2		
情報通信業	0.0	0.0	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0	12.5	0.0	25.0	0.0	50.0	0.0	25.0	0.0		
運輸業	33.3	33.3	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	13.6	0.0	54.5	4.5	22.7	4.5	0.0	27.3		
卸売業	32.2	8.5	6.8	6.8	47.5	8.5	0.0	6.8	25.5	11.7	52.1	9.6	21.3	10.6	3.2	2.1		
小売業	28.6	0.0	3.6	0.0	57.1	0.0	0.0	17.9	33.0	10.7	29.1	1.0	18.4	24.3	6.8	11.7		
不動産業	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	12.5	35.7	21.4	35.7	0.0	7.1	14.3	7.1	21.4		
飲食店・宿泊業	36.4	18.2	27.3	0.0	36.4	9.1	0.0	0.0	11.1	37.0	29.6	0.0	3.7	25.9	7.4	18.5		
サービス業	25.6	2.6	15.4	5.1	46.2	7.7	10.3	7.7	29.5	5.7	18.2	1.1	27.3	25.0	4.5	18.2		
大企業	25.9	3.7	7.4	3.7	55.6	7.4	3.7	7.4	26.7	0.0	16.7	6.7	40.0	10.0	0.0	16.7		
中小企業	31.5	6.0	18.3	3.0	38.7	7.7	2.6	12.3	25.2	9.1	37.1	5.2	24.0	16.4	4.5	11.6		
合計	31.3	5.7	17.0	3.0	40.4	7.5	2.6	11.7	25.0	8.9	35.9	5.1	24.3	15.9	4.3	12.4		

(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	14.0	48.3	37.7	-23.7	-23.9	-14.0	-30.1	-9.1	-22.3	4.1	81.5	14.4	-10.3	-7.8	-6.8	-13.5	-9.4	-13.2
非製造業	13.6	46.1	40.3	-26.7	-25.8	-22.1	-29.9	-35.1	-28.3	9.0	73.1	17.9	-8.9	-8.8	-6.8	-5.1	-19.6	-11.7
建設業	10.6	49.2	40.2	-29.6	-18.4	-42.3	-39.2	-50.0	-28.9	8.0	71.8	20.1	-12.1	-4.0	-28.0	-8.7	-37.6	-8.3
情報通信業	8.3	66.7	25.0	-16.7	-14.3	-50.0	0.0	0.0	0.0	4.2	87.5	8.3	-4.1	-4.7	0.0	0.0	0.0	0.0
運輸業	6.3	57.1	36.5	-30.2	-38.5	-14.3	-40.0	-50.0	-7.7	4.9	78.7	16.4	-11.5	-20.0	0.0	-13.3	0.0	0.0
卸売業	18.9	43.6	37.5	-18.6	-19.4	-4.3	-27.6	0.0	-16.6	12.7	71.0	16.3	-3.6	-3.5	-8.7	-3.5	-25.0	5.9
小売業	11.7	37.4	50.9	-39.2	-44.0	-26.4	-25.0	-33.4	-60.9	11.0	63.3	25.7	-14.7	-17.9	-3.1	0.0	-9.1	-43.5
不動産業	14.9	65.7	19.4	-4.5	0.0	0.0	-12.5	-100.0	0.0	6.6	83.6	9.8	-3.2	-2.7	28.6	-11.1	-66.7	0.0
飲食店・宿泊業	15.8	39.5	44.7	-28.9	-22.5	-18.2	-75.0	-50.0	-23.1	12.7	73.2	14.1	-1.4	-2.7	0.0	-12.5	0.0	8.4
サービス業	12.6	46.1	41.3	-28.7	-34.4	-20.0	-20.6	-17.7	-28.1	4.4	79.7	15.9	-11.5	-14.9	-4.0	-3.0	-5.9	-16.1
大企業	22.5	46.7	30.8	-8.3	-12.9	-22.2	28.6	-20.0	0.0	7.7	85.5	6.8	0.9	3.6	-22.2	7.2	0.0	-14.3
中小企業	13.2	47.3	39.5	-26.3	-26.0	-18.0	-32.6	-24.1	-26.0	7.3	75.4	17.3	-10.0	-9.5	-6.1	-10.1	-17.3	-11.6
合計	13.7	46.8	39.5	-25.8	-25.4	-20.1	-30.0	-25.5	-25.8	7.3	75.9	16.7	-9.4	-8.5	-6.8	-9.3	-16.0	-12.3

(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)					
	上昇	横ばい	下落	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州	黒字	収支トントン	赤字	大阪府	大阪市	北大阪	東大阪	南河内	泉州
製造業	16.0	78.0	6.0	10.0	12.9	13.7	9.7	0.0	5.1	29.2	45.8	25.0	4.2	5.6	-4.5	3.8	6.0	5.0
非製造業	23.5	69.5	6.9	16.6	13.6	31.5	16.7	10.8	18.1	25.4	43.5	31.1	-5.7	-0.3	-10.9	-15.4	-20.7	-7.8
建設業	21.6	74.4	4.0	17.6	13.2	38.5	17.4	6.3	17.2	18.0	46.1	36.0	-18.0	-5.2	-24.0	-34.8	-56.3	-13.5
情報通信業	9.1	86.4	4.5	4.6	5.2	0.0	0.0	0.0	0.0	37.5	41.7	20.8	16.7	23.9	-50.0	0.0	0.0	0.0
運輸業	21.7	68.3	10.0	11.7	8.3	14.3	20.0	0.0	8.4	19.0	52.4	28.6	-9.6	-3.8	-14.3	-20.0	-50.0	0.0
卸売業	21.7	70.7	7.6	14.1	12.9	17.4	0.0	0.0	50.0	34.3	40.4	25.3	9.0	12.3	0.0	6.9	0.0	-11.1
小売業	31.3	61.6	7.1	24.2	23.0	33.4	32.3	18.2	9.1	17.0	42.7	40.4	-23.4	-26.6	-25.7	-18.4	8.3	-29.1
不動産業	17.3	78.8	3.8	13.5	0.0	42.9	12.5	100.0	25.0	27.1	57.1	15.7	11.4	19.5	33.3	-22.2	-66.7	12.5
飲食店・宿泊業	56.0	33.3	10.7	45.3	33.4	81.8	50.0	50.0	46.2	18.4	46.1	35.5	-17.1	-19.5	0.0	-62.5	-25.0	8.3
サービス業	12.0	80.8	7.2	4.8	5.5	16.6	6.9	-5.9	-3.5	30.8	38.8	30.4	0.4	1.6	-4.0	-3.0	0.0	3.4
大企業	13.3	82.3	4.4	8.9	11.6	11.1	0.0	0.0	0.0	62.7	26.3	11.0	51.7	48.2	55.6	50.0	60.0	85.7
中小企業	21.4	71.9	6.6	14.8	13.7	28.0	13.7	7.4	12.7	24.2	45.6	30.2	-6.0	-3.2	-13.1	-8.4	-15.5	-3.9
合計	20.9	72.5	6.6	14.3	13.3	27.1	13.0	6.8	12.5	26.7	44.3	29.0	-2.3	1.3	-9.3	-5.7	-11.0	-2.4

(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	12.6	52.6	34.8	-22.2	-21.7	-18.6	-25.0	-15.1	-23.5	38.4	40.7	20.8	17.6	20.1	15.9	17.9	27.3	9.0
非製造業	11.2	52.7	36.1	-24.9	-24.4	-22.1	-29.2	-33.9	-21.7	32.7	40.0	27.3	5.4	9.7	-4.5	-1.3	-10.2	9.9
建設業	7.0	50.6	42.4	-35.4	-29.5	-48.0	-39.1	-62.5	-24.3	34.5	42.4	23.2	11.3	23.7	-3.8	0.0	-18.7	16.7
情報通信業	0.0	75.0	25.0	-25.0	-23.8	-50.0	0.0	0.0	0.0	41.7	37.5	20.8	20.9	23.9	0.0	0.0	0.0	0.0
運輸業	6.3	60.3	33.3	-27.0	-27.0	-14.3	-33.3	-50.0	-23.1	29.5	39.3	31.1	-1.6	-4.0	-14.3	-6.6	-50.0	25.0
卸売業	15.4	50.2	34.4	-19.0	-18.8	-13.6	-33.3	0.0	-11.1	45.2	36.6	18.3	26.9	27.4	21.8	44.8	-25.0	11.1
小売業	8.9	48.6	42.5	-33.6	-37.4	-25.7	-29.7	-18.2	-41.7	19.0	41.0	40.0	-21.0	-17.9	-26.5	-31.4	-8.4	-17.4
不動産業	14.7	66.2	19.1	-4.4	0.0	22.2	-33.3	-66.7	0.0	41.4	50.0	8.6	32.8	37.5	33.3	22.2	25.0	25.0
飲食店・宿泊業	13.5	48.6	37.8	-24.3	-27.5	9.1	-50.0	-25.0	-27.3	14.9	33.8	51.4	-36.5	-32.5	-45.4	-71.4	-50.0	-16.6
サービス業	12.4	53.8	33.8	-21.4	-25.6	-28.0	-9.6	-18.7	-12.5	31.9	40.7	27.4	4.5	0.0	8.3	0.0	5.8	21.8
大企業	20.2	55.3	24.6	-4.4	-7.2	-22.2	10.0	0.0	28.6	70.6	21.8	7.6	63.0	63.0	55.6	64.3	40.0	85.7
中小企業	11.2	52.7	36.1	-24.9	-24.8	-19.8	-28.4	-28.0	-23.0	32.0	41.7	26.2	5.8	7.2	-2.4	5.8	1.2	8.8
合 計	11.7	52.6	35.7	-24.0	-23.6	-21.2	-27.1	-26.9	-22.4	34.7	40.2	25.1	9.6	12.4	0.6	8.5	3.2	9.5

(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	14.6	36.2	16.5	26.4	6.3	10.7	58.6	30.7	20.0	23.8	13.7	17.4	30.4	14.4	
非製造業	9.6	32.7	14.9	38.1	4.7	8.3	56.8	34.9	26.6	24.1	37.8	33.6	24.5	21.0	
建設業	8.5	33.5	15.9	38.6	3.4	9.1	48.9	42.1	33.0	36.0	34.6	34.7	20.0	29.7	
情報通信業	8.3	50.0	25.0	16.7	0.0	0.0	41.7	58.4	58.4	61.9	50.0	0.0	0.0	0.0	
運輸業	11.5	44.3	21.3	21.3	1.6	4.9	47.5	47.5	42.6	23.1	85.7	60.0	50.0	36.4	
卸売業	6.9	32.8	12.0	42.7	5.5	10.8	65.9	23.1	12.3	9.4	34.8	17.3	0.0	11.8	
小売業	7.4	25.5	13.0	46.3	7.9	7.5	57.6	34.8	27.3	24.5	35.5	38.7	25.0	13.6	
不動産業	14.3	35.7	14.3	31.4	4.3	8.5	80.0	11.4	2.9	2.5	25.0	0.0	-25.0	0.0	
飲食店・宿泊業	12.8	26.9	16.7	37.2	6.4	5.5	45.2	49.4	43.9	39.5	54.6	62.5	50.0	33.3	
サービス業	12.7	34.9	16.2	33.6	2.6	7.5	52.0	40.4	32.9	37.5	29.2	33.3	37.5	15.6	
大企業	21.7	49.2	16.7	10.0	2.5	4.2	47.1	48.8	44.6	44.0	66.6	28.6	80.0	28.6	
中小企業	10.5	33.0	15.1	35.9	5.5	9.5	58.5	31.9	22.4	21.3	29.3	25.2	25.3	17.3	
合 計	11.3	34.2	15.2	34.0	5.3	9.1	57.5	33.4	24.3	24.1	31.8	25.3	26.6	18.2	

(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	11.4	82.1	6.4	5.0	8.6	15.9	0.7	6.1	-2.1	20.9	50.4	28.7	-7.8	-8.7	-9.3	-5.4	-12.1	-7.0
非製造業	8.1	83.3	8.6	-0.5	-0.3	7.5	-4.0	-5.1	-2.9	15.6	46.7	37.7	-22.1	-19.7	-15.5	-30.6	-37.2	-24.0
建設業	10.7	80.8	8.5	2.2	2.6	15.4	0.0	-12.5	0.0	17.0	46.0	37.0	-20.0	-12.2	-28.0	0.0	-56.2	-26.3
情報通信業	12.5	87.5	0.0	12.5	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	45.8	29.1	-4.1	4.7	-100.0	0.0	0.0	0.0
運輸業	6.6	77.0	16.4	-9.8	-15.4	-28.6	6.6	0.0	-9.1	9.8	52.5	37.7	-27.9	-32.0	-14.3	-35.8	0.0	-23.1
卸売業	10.2	86.5	3.3	6.9	6.4	21.8	3.5	0.0	0.0	17.1	53.5	29.5	-12.4	-11.0	0.0	-24.2	-25.0	-22.2
小売業	1.5	87.6	10.9	-9.4	-11.5	0.0	-18.2	-8.4	0.0	11.0	34.6	54.4	-43.4	-40.9	-35.3	-54.0	-16.7	-62.5
不動産業	10.0	84.3	5.7	4.3	5.0	11.1	-11.1	0.0	12.5	16.9	56.3	26.7	-9.8	-12.2	0.0	-22.2	-25.0	12.5
飲食店・宿泊業	5.5	78.1	16.4	-10.9	-10.5	-9.1	-12.5	-50.0	0.0	16.5	43.0	40.5	-24.0	-21.4	18.2	-75.0	-100.0	-7.7
サービス業	9.8	80.0	10.2	-0.4	-1.7	12.5	0.0	12.5	-12.5	16.7	47.6	35.7	-19.0	-23.1	-4.0	-21.3	-25.1	-9.4
大企業	19.3	73.1	7.6	11.7	9.5	33.3	7.2	0.0	28.6	37.5	47.5	15.0	22.5	13.0	22.2	71.4	40.0	28.6
中小企業	8.5	83.6	7.9	0.6	1.0	8.4	-2.0	-1.2	-3.1	16.1	48.4	35.6	-19.5	-19.0	-14.4	-22.2	-30.6	-16.8
合 計	9.2	82.9	7.9	1.3	2.1	9.6	-1.6	-1.1	-2.6	17.3	47.9	34.7	-17.4	-16.7	-14.0	-18.1	-28.2	-17.1

(8) 特設項目：27年度の営業利益

	27年度の営業利益			
	黒字	収支トントン	赤字	D I
製造業	44.4	33.6	21.9	22.5
非製造業	37.1	34.5	28.4	8.7
建設業	37.2	36.6	26.2	11.0
情報通信業	54.2	25.0	20.8	33.4
運輸業	35.6	42.4	22.0	13.6
卸売業	46.5	31.2	22.3	24.2
小売業	23.9	35.7	40.4	-16.5
不動産業	33.8	45.6	20.6	13.2
飲食店・宿泊業	25.3	35.4	39.2	-13.9
サービス業	41.9	31.1	27.0	14.9
大企業	84.5	10.3	5.2	79.3
中小企業	36.4	36.2	27.4	9.0
合 計	39.8	34.3	25.8	14.0



(9-1) 特設項目：27年春及び28年春の（継続雇用者の）平均賃上げ率

	27年春の平均賃上げ率の実績							
	2.5%以上	2.4～2.0%	1.9～1.5%	1.4～1.0%	0.9～0.5%	0.5%未満	据え置き	マイナス
製造業	5.7	11.8	10.9	15.1	9.0	11.2	32.8	3.5
非製造業	6.1	7.3	6.6	7.7	6.4	9.2	51.2	5.4
建設業	7.0	5.3	6.4	7.0	5.3	7.6	57.3	4.1
情報通信業	0.0	16.7	25.0	8.3	8.3	12.5	29.2	0.0
運輸業	0.0	7.1	10.7	7.1	1.8	10.7	57.1	5.4
卸売業	8.8	11.7	8.8	11.0	9.2	8.8	38.1	3.7
小売業	5.7	4.6	4.1	6.2	4.6	7.7	58.2	8.8
不動産業	2.9	4.3	4.3	5.7	2.9	7.1	70.0	2.9
飲食店・宿泊業	2.6	2.6	3.9	5.3	3.9	5.3	64.5	11.8
サービス業	6.8	7.3	5.0	7.3	8.2	13.6	46.8	5.0
大企業	12.0	23.9	14.5	9.4	7.7	11.1	21.4	0.0
中小企業	5.6	7.7	7.5	10.3	7.3	9.8	46.7	5.0
合計	6.1	8.9	8.1	10.2	7.4	9.9	44.9	4.6

	28年春の平均賃上げ率の見通し							
	2.5%以上	2.4～2.0%	1.9～1.5%	1.4～1.0%	0.9～0.5%	0.5%未満	据え置き	マイナス
製造業	3.5	12.3	10.8	12.7	11.6	11.0	35.5	2.6
非製造業	4.4	7.7	6.9	6.6	7.3	10.2	50.7	6.2
建設業	5.8	3.5	6.9	6.9	7.5	6.4	56.1	6.9
情報通信業	0.0	12.5	45.8	4.2	8.3	8.3	20.8	0.0
運輸業	0.0	5.2	6.9	8.6	3.4	15.5	56.9	3.4
卸売業	5.5	14.7	7.0	9.5	11.0	9.5	39.9	2.9
小売業	4.1	4.6	4.6	5.1	4.1	8.7	58.5	10.3
不動産業	5.7	5.7	5.7	5.7	2.9	11.4	58.6	4.3
飲食店・宿泊業	2.6	2.6	2.6	5.3	2.6	6.6	63.2	14.5
サービス業	4.1	7.7	6.4	4.5	9.5	15.0	47.7	5.0
大企業	6.0	23.1	17.9	7.7	8.5	16.2	20.5	0.0
中小企業	4.0	8.3	7.5	8.7	8.9	10.0	47.4	5.2
合計	4.2	9.4	8.3	8.6	8.8	10.4	45.4	4.9

(9-2) 特設項目：27年春の賃金上げの方法（賃上げを実施した企業のみ）の回答、※複数回答）

	27年春の賃上げの方法				
	定期昇給	ベースアップ	一時金	各種手当	その他
製造業	63.5	39.2	9.4	11.4	3.5
非製造業	63.8	36.7	10.7	10.7	5.5
建設業	56.9	52.3	13.8	10.8	4.6
情報通信業	80.0	26.7	0.0	13.3	20.0
運輸業	79.2	45.8	8.3	8.3	4.2
卸売業	69.6	35.4	12.7	8.2	2.5
小売業	50.8	27.0	7.9	14.3	14.3
不動産業	50.0	35.0	10.0	10.0	0.0
飲食店・宿泊業	64.7	29.4	11.8	11.8	11.8
サービス業	63.6	35.5	9.3	12.1	3.7
大企業	73.9	42.4	16.3	2.2	5.4
中小企業	62.3	37.2	9.1	12.2	4.6
全体	63.6	37.7	10.1	11.0	4.7

※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。  
 ※南河内、泉州の情報通信業は対象企業数なし。

表2 DI推移表

		回	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	前回調査との比較	前回調査の見通しとの比較
		平成	23	24	25	26	27	28															
		四半期	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	4~6		
(1) 業況判断	a. 前期比	製造業	-17.9	-19.5	-18.8	-23.9	-22.0	-22.1	-13.0	-8.9	-5.4	5.8	-12.1	-12.9	-10.0	-14.0	-15.3	-6.9	-12.1	-13.0	-14.1	▲1.2	▲6.0
		非製造業	-26.6	-29.4	-26.1	-24.9	-28.5	-24.6	-16.0	-16.7	-8.0	-6.4	-28.3	-21.5	-22.0	-16.1	-17.9	-13.9	-15.6	-16.7	-22.2	▲5.5	▲4.8
	大企業	-9.6	-5.1	9.6	-3.7	3.5	-11.7	13.6	7.7	9.8	18.3	-1.2	7.6	8.1	4.6	-0.1	12.4	10.5	13.3	5.2	▲8.0	▲8.6	
	中小企業	-24.8	-27.3	-26.5	-26.9	-28.9	-24.1	-17.3	-15.5	-8.5	-3.6	-24.8	-20.7	-20.2	-16.8	-18.4	-13.6	-15.8	-17.4	-20.8	▲3.5	▲4.7	
	合計	-23.7	-25.3	-24.2	-24.7	-26.4	-23.0	-15.4	-14.1	-7.1	-1.9	-23.4	-18.6	-17.9	-15.1	-17.6	-11.6	-14.2	-15.1	-20.1	▲5.0	▲5.6	
b. 前期前	製造業	-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	-20.6	▲4.2	▲2.7	
	非製造業	-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	-24.7	▲2.7	▲4.2	
c. 前年	大企業	-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	-2.5	▲9.1	▲2.1	
	中小企業	-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	-24.0	▲2.1	▲3.3	
(2) 売上高(季調済)	製造業	-16.9	-19.0	-19.9	-24.5	-22.4	-25.1	-14.1	-11.7	-8.5	3.2	-15.0	-14.7	-12.6	-14.3	-17.7	-10.5	-14.2	-13.2	-17.5	▲4.2	▲3.9	
	非製造業	-27.9	-29.4	-26.1	-25.9	-29.5	-24.7	-18.7	-16.7	-11.4	-9.2	-29.8	-25.1	-22.8	-18.1	-19.2	-15.0	-17.1	-20.1	-23.9	▲3.9	▲4.7	
(3) 製・商品単価	大企業	-11.6	-0.5	8.1	-5.8	3.2	-10.3	8.8	13.0	4.3	21.8	-0.9	7.9	11.8	9.0	4.1	10.0	10.5	-11.6	-1.5	▲13.1	▲1.4	
	中小企業	-24.9	-27.6	-26.7	-27.9	-29.5	-25.3	-19.1	-17.3	-11.6	-6.7	-26.9	-24.0	-21.7	-18.6	-20.4	-15.4	-17.8	-19.6	-22.8	▲3.2	▲3.2	
(4) 原材料価格	製造業	-23.9	-25.1	-24.3	-25.9	-27.0	-24.3	-17.4	-15.3	-10.2	-4.6	-25.1	-21.7	-19.2	-16.4	-19.2	-13.5	-16.0	-17.5	-22.2	▲4.7	▲1.5	
	非製造業	-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	-10.3	▲1.4	▲1.4	
(5) 営業利益判断(季調済)	大企業	-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	-8.9	▲3.6	▲0.3	
	中小企業	30.3	28.4	33.8	30.7	38.1	28.4	34.4	43.5	44.3	45.4	41.5	43.5	47.6	50.0	52.3	54.5	58.8	62.6	58.7	▲3.9	▲0.9	
(6) 営業利益水準(季調済)	大企業	-13.4	-14.8	-15.2	-14.6	-16.3	-13.1	-9.6	-8.5	-2.5	-0.3	-4.3	-8.1	-6.3	-1.1	-1.4	0.8	-0.8	-3.7	-4.6	▲0.9	▲1.7	
	中小企業	-10.1	-11.1	-11.4	-10.7	-11.7	-9.5	-6.3	-4.3	1.1	2.9	-0.6	-4.1	-2.0	2.4	2.2	5.3	3.3	1.3	-0.5	▲1.7	▲3.5	
(7) 資金繰り	製造業	-21.5	-20.7	-22.0	-25.0	-23.2	-27.0	-17.2	-14.3	-13.1	-6.3	-14.4	-18.8	-13.7	-14.7	-17.3	-11.9	-14.7	-12.8	-17.3	▲4.5	▲2.5	
	非製造業	-28.7	-30.7	-27.7	-27.0	-30.0	-25.3	-20.8	-18.9	-14.7	-11.7	-29.0	-26.4	-23.3	-17.9	-20.2	-16.5	-15.9	-20.0	-22.5	▲2.5	▲6.8	
(8) 雇用状況(雇用不足感)	大企業	-8.2	-6.0	3.0	-1.8	1.5	-6.3	3.9	8.8	1.5	18.0	-8.3	1.9	13.5	8.5	0.7	8.6	4.2	9.3	2.5	▲3.0	▲3.5	
	中小企業	-27.7	-28.8	-28.3	-28.9	-30.3	-26.9	-21.8	-19.1	-15.5	-12.1	-25.1	-25.7	-22.9	-18.9	-20.6	-16.7	-16.6	-19.1	-22.1	▲3.0	▲5.9	
(9) 雇用予定人員(季調済)	製造業	-26.2	-26.7	-26.1	-26.6	-27.6	-25.5	-19.9	-17.3	-14.2	-9.7	-24.2	-23.7	-20.1	-16.7	-19.5	-14.7	-15.5	-17.4	-21.0	▲3.5	▲3.6	
	非製造業	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	17.6	▲0.6	▲1.5	
(10) 設備投資	大企業	-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	5.4	▲5.9	▲0.3	
	中小企業	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	63.0	▲5.9	▲5.9	
(11) 末期の業況見通し(季調済)	大企業	-5.7	-7.2	-4.0	-2.8	-4.0	-4.1	0.8	1.7	1.1	1.1	6.8	4.6	2.8	7.7	9.7	7.8	12.2	6.1	5.8	▲0.3	▲0.9	
	合計	-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	9.6	▲1.3	▲0.3	

※「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4～6月期の百貨店・スーパーの合計売上高は、百貨店の減速が大きく、全ての月で前年を下回った。百貨店では、婦人服の不振に加え、円高や中国での関税強化の影響を受けて、時計やジュエリーなどの高額品が大幅に落ち込んだ。外国人旅行者への販売は客数では増加傾向が続くが、それ以上に客単価の減少が著しい。スーパーでは、都心部を中心に新規出店が過熱しており、既存店での上売を維持することが難しい状況となっている。

家電販売額は対前年同月比で概ね弱い動きが続いており、新車販売台数は4月に25ヶ月ぶりのプラスに転じたが、6月には再びマイナスとなった。

実質賃金指数（全国、事業所規模5人以上）は足元では回復の動きが見られるが、2人以上の勤労者世帯の実質家計消費（全国）は低調に推移している。

### 月別概況

**4月**：（平年差）平均気温+1.5℃、降水量+22.8%

4月は前半に好天及び気温高が続いたため、花見用の行楽弁当や飲料など食品は伸長したが、月後半に気温が低下したことで初夏衣料は苦戦した。

百貨店では、中国において海外で購入した商品を中国内へ持ち込む際の課税を強化する措置が急遽実施された影響で、ジュエリーや時計などの高額品の売上は大幅に減少した。また、初夏衣料の不調などで婦人服を中心に衣料品も苦戦し、前年をわずかに下回った。

スーパーでは、花見需要の行楽弁当が好調だったほか、夏物商品のアイスや飲料が伸長し、一方で要冷蔵の惣菜は低調に推移した。相場高のイチゴなどが売上を牽引したものの、衣料品は中旬以降伸び悩んだ。

**5月**：（平年差）平均気温+1.5℃、降水量-6.2%

5月は前年より土曜日が1日少なかったことや、前年が今年以上の気温高であった反動で、婦人服を中心に夏物衣料の動きが伸びず、前年を下回った。

百貨店では、3.6%減と減少が大きかった。売上高ボリュームの大きい婦人服の不振に加えて、紳士服やアクセサリーなどの身の回り品が低調に推移した。

スーパーでは、前年猛暑の反動で飲料、アイス、素麺、肌着、扇風機などが前年を下回った。また、キャベツやレタスなどの野菜が相場安となっており、伸びを欠いたため、全店でも0.8%増に留まった。

**6月**：（平年差）平均気温+2.1℃、降水量+76.2%

6月は月後半以降は平年よりも降水量が多く、気温が低下したものの、月前半に好天や気温高に恵まれたため、扇風機など夏物商材は一定の動きを見せた。

百貨店では、ブランド衣料品やジュエリー、腕時計

などで外国人旅行者への売上が大幅に減少したことに加え、今年は前年より少し前倒しで7月1日にクリアランスがスタートする店舗が多く、月後半にはクリアランスを見据えた買い控えが発生したことから対前年同月比で5.1%減と大きく売上を落とした。

スーパーでは、月前半にアイス、エアコンなどの夏物商品が好調に推移し、月後半には相場高の影響もあってアスパラガス、レタス、スイカなどが好調に推移したため、全店では1.9%増と前年を上回った。

### 百貨店 A 社

6月の売上高の状況は、高級ハンドバッグや時計、ジュエリーなどで外国人旅行者への売上が大幅に減少したことに加え、月後半に婦人服などでクリアランスを見据えた買い控えがあったことで前年を下回った。

**紳士服**：クールビズの浸透でネクタイの売上は前年を下回ったものの、スーツやジャケットで夏物が好調に推移したことに加え、革小物や靴で高価格帯のものが好評であったため、前年を上回った。

**婦人服**：催事は奏功したものの、売場でのドレス、ブラウス、カットソーなどの売上が苦戦したため、前年を下回った。また、高価格帯の商品ではハンドバッグやジュエリーで外国人旅行者への売上が大幅に減少した。

**子供服**：外国人旅行者への売上は比較的堅調に推移しており、ベビー向け商品や、海外ブランド商品などが売上を牽引し、前年を上回った。

**宝飾・時計**：中国での関税強化に加えて、円高の影響もあり、外国人旅行者への販売はジュエリー、時計ともに大幅な減少となった。ただし、日本人富裕層への販売については堅調に推移している。

**服飾雑貨**：月後半の悪天候の影響で帽子や手袋は売上を落としたものの、化粧品などが国内外問わず好評で売上を牽引したため、カテゴリー計で前年同月を大きく上回った。

**食料品**：年々減少傾向にあるお中元商戦や、水産では苦戦したが、洋菓子、和菓子、惣菜などは好調に推移したため、カテゴリー計では前年同月並みとなった。

### スーパー B 社

6月の販売額は前年を下回る結果となった。客単価や買上点数は前年並みで推移しているものの、衣料品と住居関連での客数の減少が響いた。

**衣料品**：紳士靴、紳士スラックス、紳士カジュアルパンツなどが父の日を中心に販促強化したことで伸長した。年々、販売の前倒しや高付加価値化が進むランドセルも好調に推移しており、夏物商品では紳士水着が売上を伸ばした。一方で、婦人ジーンズや婦人ブラウス・シャツ、スーツ、カッターシャツなどは販売点数が伸びずに苦戦した。

**食料品**：農産ではアスパラガスや一玉売りの販促が奏功したスイカなどが売上を牽引した。反面、相場が高騰したブロッコリーは販売点数が大幅に減少したため伸び悩んだ。水産では、調理に手間がかかる鮮魚や活貝などを中心に長期減少傾向ではあるが、販促を強化したマグロなどは売上を伸ばした。加工食品ではお中元商戦は前年を下回ったものの、月前半の気温高と販促強化の影響でビールや素麺・冷麦などは伸長した。

**住居関連**：月前半の気温高の影響もあって、扇風機やエアコン、ステンレスボトルなどは売上を伸ばしたが、オリンピック需要が期待されたテレビは伸びなかった。バスマットは販売点数こそ減少しているものの、非常に吸水性の高い高単価の商品が人気を博しているため、売上の増加につながった。

### 土産物店 C 社

**売上高**：ミナミを中心に土産物店を展開するC社では、6月の売上高は前年同期比で3%増加した。27年の秋ごろから28年の春先までは苦戦が続いたが、外国人旅

行客の中でも買い物先が予め決まっている団体客中心から個人客中心へシフトしたことや、中国人旅行者でリピーターが増加したこと、「本当に良いもの、大阪らしいもの」を中心に品揃えの見直しを行なったことが奏功した。なお、同社では売上高のうち2割を外国人旅行者が占めている。

**客単価・客層**：客単価は日本人が約1,800円、外国人旅行者が約2,500円となっている。年々消費者の財布の紐が堅くなる中で、一点でも多く購入してもらえるよう商品の陳列や組み合わせ、数量のバランスなどの工夫を重ねている。客層は幅広く、男女比では女性が少し多い。従来は修学旅行生もC社の主要顧客であったが、大阪府内のホテルが予約困難なことから、前年と比べても半減している。外国人旅行者の内訳は約6割が中国で、台湾、香港、韓国と続くがシンガポール、タイ、マレーシアなども4位の韓国に肉薄するほど増加している。

**独自の取組**：C社では従業員の3分の1が中国人留学生を中心とした外国人スタッフとなっており、日々の顧客とのやり取りのフィードバックを行なうことで業務改善につなげているほか、新商品の開発にも参加してもらうことで、新商品の質の向上にもつなげている。今後は、海外のロコミサイトなどを活用した外国人旅行者向けの情報発信強化に加えて、顧客目線を大事にしつつも、如何に「大阪の良さ」を伝えていけるかが課題となっている。(中井章太)

## 大阪府の消費に関する経済指標

(単位：百万円、台、%)

		28年					
		1月	2月	3月	4月	5月	6月
大型小売店計	販売額(全店ベース)	152,414	133,738	148,602	140,058	143,256	139,370
	(前年同月比、全店ベース)	1.7	2.9	0.2	▲1.5	▲2.2	▲2.0
	(前年同月比、既存店ベース)	▲0.3	1.1	▲1.5	▲1.9	▲4.0	▲3.9
うち百貨店	販売額	79,097	67,104	77,418	69,350	70,257	68,470
	(前年同月比、全店ベース)	▲2.6	0.2	▲1.6	▲3.6	▲5.1	▲5.8
	(前年同月比、既存店ベース)	▲2.6	0.2	▲1.6	▲3.6	▲5.1	▲5.8
うちスーパー	販売額	73,317	66,634	71,185	70,708	72,999	70,900
	(前年同月比、全店ベース)	6.4	5.9	2.1	3.7	0.8	1.9
	(前年同月比、既存店ベース)	2.3	2.1	▲1.5	▲0.1	▲2.8	▲1.9
コンビニエンス・ストア	販売額(全店ベース)	129,922	124,486	139,157	137,025	141,421	139,916
販売額及び店舗増減(近畿)	(前年同月比、全店販売額)	5.2	8.3	4.4	5.9	3.3	4.4
	店舗数(前年同月比)	3.6	3.8	3.8	4.0	4.2	4.2
乗用車新車販売	台数	16,880	19,423	25,481	14,469	15,016	17,808
	(前年同月比)	▲2.3	▲5.8	▲4.0	5.6	3.8	▲5.1
家電販売(近畿)	(前年同月比)	4.9	▲7.4	▲6.7	▲1.4	▲5.5	2.6

資料：【大型小売店販売額】近畿経済産業局「百貨店・スーパー販売額内訳」。

【コンビニエンス・ストア販売額】経済産業省「商業動態統計」。

【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4～6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-19.6（前期差0.2ポイント減）で、近畿よりも水準がやや低い。製造業は-10.7（前期差7.0）で、D Iの水準は、近畿とほぼ同じで全国より6.2ポイント小さい。非製造業は-23.1（前期差▲3.0）で、D Iの水準は、近畿より2.1ポイント、全国より2.7ポイント低い。

今期の全国の中小企業の業況判断D Iが、全産業で2期連続、製造業で3期連続、非製造業で2期連続の低下したことを受け、「中小企業の業況は、持ち直し基調の中にも、弱い動きが見られる」と、前期の判断で据え置かれている。近畿も同様の判断である。

近畿の各業種の業況判断のうち、プラスの水準にあるのは、パルプ・紙・紙加工品(41.6)、食料品(7.1)、繊維工業(0.4)のみで、マイナスの水準の業種が多い。水準が低いのは、鉄鋼・非鉄金属(-30.0)、金属製品(-29.0)、小売業(-26.9)、対個人サービス業(-24.7)、

印刷(-22.9)などである。D Iが改善したのは、輸送用機械器具(前期差19.3)、家具・装備品(13.4)、機械器具(6.8)などで、D Iが悪化したのは、化学(前期差▲14.2)、情報通信・広告業(▲11.7)、建設業(▲9.2)、鉄鋼・非鉄金属(▲9.0)、印刷(▲8.9)などである。

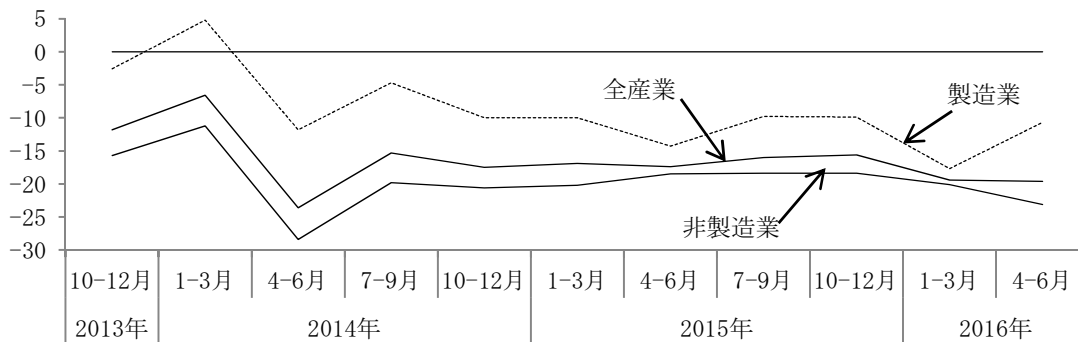
経営上の問題点は、需要の停滞がみられたほか、小売業やサービス業では、競争の激化や利用者ニーズの変化への対応が大きな課題となっている。

表1 4～6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	-19.5 (▲1.4)	-18.1 (▲1.6)	-19.6 (▲0.2)
製造業	-16.9 (▲0.1)	-10.5 (2.4)	-10.7 (7.0)
非製造業	-20.4 (▲1.6)	-21.0 (▲3.0)	-23.1 (▲3.0)

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144回中小企業景況調査（2016年4-6月期）」。

表2 近畿における経営上の問題点（問題点1位に挙げた企業割合）

	上段：今期直面している経営上の問題点（1位～3位）／下段：（%）		
	製造業	需要の停滞 26.6 (25.9)	製品ニーズの変化への対応 13.8 (12.9)
建設業	官公需要の停滞 23.0 (20.1)	民間需要の停滞 15.8 (14.2)	請負単価の低下・上昇難 12.7 (10.4)
卸売業	需要の停滞 42.3 (36.9)	仕入単価の上昇 9.3 (10.8)	大企業の進出による競争の激化 7.7 (—)
小売業	大型店・中型店の進出による競争の激化 19.4 (16.3)	需要の停滞 17.0 (17.7)	消費者ニーズの変化への対応 14.6 (14.9)
サービス業	利用者ニーズの変化への対応 22.9 (20.9)	需要の停滞 18.0 (17.3)	店舗施設の狭隘・老朽化 9.1 (—)

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4～6月期の大阪府内の中小企業の景況

	ダイカスト製造業	環境装置製造業	織物卸売業	一般貸切旅客自動車運送業
業種・業界の特徴	平成26年の事業者数は40、製造品出荷額等は243.1億円で、全国に占める割合は、それぞれ6.6%、3.7%で、全国8位の位置にある。	平成26年の「環境装置（化学的処理を行うもの）」の産出事業者数は20、製造品出荷額等は67億円で、全国に占める割合は、それぞれ14.2%、10.0%である。	平成26年の事業者数は470、従業員数は4,519人、年間商品販売額は5,232億円で、全国に占める割合は、それぞれ22.5%、29.3%、41.9%で、全国で最も多い。	平成26年の事業者数は123社、車両数は2,587両で、全国に占める割合はそれぞれ2.7%、5.3%である。輸送人員は全国の9%程度、輸送量（人キロ）は8%程度を占める。
概況	生産の海外シフト等の影響により、平成27年以降、生産量が前年同期を下回るなど、弱含みで推移している。各産業の受注に依存する業界であるため、「先が見通しにくい」との声が多数聞かれた。	平成27年度の受注は、主たる需要先の官公需が減少したが、民需は製造業・非製造業とも好調に推移した。4～6月期は、中国を中心とした新興国の経済悪化などにより一部に不透明さが見られた。	27年春頃まで堅調だった販売は、27年後半から弱含みになり、堅調だった輸出も、28年以降の円高により陰りがみられる。一部の企業では、増収増益や輸出増を維持しており、企業間格差がみられる。	観光シーズンで貸切バスの利用が多く、運賃・料金制度の改定、燃料費の低下等により、収入は横ばいから微増、増益というところが多い一方、輸送人員減少や稼働率低下との声もあった。
売上高、売上単価	製品の価格は安定しているが、産業空洞化や中国等の経済成長鈍化等により受注を減らした企業もあり、楽観できる状況にはない。	受注単価は、官公需はやや減少傾向にあり、外需は海外企業との価格差が非常に大きいため、付加価値の提案などがみられる。	綿糸・染料など輸入原料の上昇に對し、受注や製品販売の価格を引き上げられなかった企業とそうでない企業の収益格差がみられる。	利用者の変動は見られるものの、運賃・料金制度の改定の影響もあり、収入としては、ほぼ横ばいから増収という事業者が多い。
原材料・仕入価格	国内のリサイクルシステムがある程度確立していることにより、原材料の価格は比較的安定している。	主な原材料のステンレスの価格は弱含みであるが、プラント建設現場の人員費が高騰しているため、収益は横ばいで推移している。	原油価格、円高による原材料価格、輸入品又は輸入素材由来の製品価格の低下など、仕入れ・外注費の減少が、収益改善に寄与している。	数年前まで高騰していた燃料費単価の低下により収益は改善しており、人件費への還元、安全面への投資に振り向ける事業者も多い。
設備投資	海外で積極的に投資する企業がある一方、国内では設備の維持・補修が多いが、後工程の内製化、品質向上など底堅い動きがみられる。	生産設備は維持・更新目的を中心に、一部でシステムへの投資もみられる。工場の新設や移転などの大型投資には慎重な企業が多い。	デザインや財務・経理関係のソフトウェアへの投資、外注先への貸与目的で生産設備に投資するケースなど、一部で積極的である。	運転者の異常感知、デジタルタコグラフ・ドライブレコーダーの導入等、安全面への投資が、設備投資の中心となっている。
雇用、賃金	従業員数を減少させる企業が多いが、技能継承や組織運営等への影響から、毎年新規採用を行う企業もあるほか、外国人研修生を活用する企業もある。	理系人材の新卒採用に積極的である一方、建設資格を有する人材が慢性的に不足している。業況がよい事業者では、賃金の向上や新卒中途とも採用意欲が比較的高い。	企業によって採用予定は異なるが、全般的に堅調に推移している。賃上げは毎年実施している企業が多いが、28年は27年よりも引き上げ額が少ないケースが多い。	運転者の確保が困難で、20歳代後半から40歳代前半の層向けのバス運転者に特化した求人サイトの活用、第二種免許養成制度や社員紹介制度の導入等がみられる。
資金繰り	特に問題にはなっていない	—	—	—
為替相場の影響、その他の影響など	英国のEU離脱に伴う急激な円高の影響は今のところないものの、今後を不安視する声が多く聞かれた。	震災による被害や受注増の影響は軽微だったが、中国経済の減速や英国のEU離脱など、海外情勢が外需の縮小に影響している。	販売先が東京に立地する割合が高まっており、企画、営業、デザインを担う人材や機能が東京に移りつつある。	震災に伴う影響は、九州への移動が空路や新幹線が多く、旅行自粛等による貸切バス利用減少等の影響もなかったとの声が多い。
今後の見通し、その他	国内での受注減を懸念し、海外進出や付加価値向上の取組がみられるが、受注依存業界であるため、先が見通せないとの声が多い。	業界団体は、環境意識の高まりつつある東南アジアなどの外需の伸長により、海外販路の拡大を中心とする受注増を見込んでいく。	国内市場の緩やかな縮小が避けられないため、中長期的には、輸出の拡大を目指し、海外展示会への出展に前向きな企業もみられる。	2020年の東京オリンピックまでは、訪日外国人旅行者と貸切バス需要の増加が見込まれるが、その後が不透明という声も聞かれた。

## ダイカスト製造業

ダイカストの生産は、生産の海外シフト等の影響により平成 27 年以降、弱含みで推移している。英国の EU 離脱による急激な円高の影響は、今のところ影響は出ていないとしつつも、今後を不安視する声が多く聞かれた。

各産業からの受注に依存せざるをえない業界であるため、積極的な設備投資や人材確保・育成など、様々な対応を企業レベルで行っているものの、業界が独自に現状を打破することは困難である。したがって業界からは異口同音に「先が見通しにくい」との声が多数聞かれた。

### 業界概要

ダイカストとは、金型をダイカストマシンに取り付け、溶融金属（アルミニウム合金、亜鉛合金、マグネシウム合金等）を金型に圧入することによって、高精度で鋳肌の優れた鋳物を大量生産する生産方法である。ダイカストの生産工程はほぼ自動化されていることや、1 つの金型で数万回繰り返し生産できるために、非常に生産性・経済性が高く、量産向きの生産方法である。ダイカストのその他の特徴では、寸法精度が良い、鋳肌が平準、機械的強度が高い、薄肉の鋳造ができる、めっきや塗装などの表面処理が可能などの特徴が挙げられる。

ダイカスト材料の使用割合（平成 27 年；数量ベース）では、アルミニウムが最も多く 97.6%、亜鉛が 2.1%、マグネシウム等のその他材料が 0.4%と、原材料ではアルミニウムの使用量が圧倒的に多くなっている（経済産業省『鉄鋼・非鉄金属・金属製品統計年報』）。

アルミダイカストの市場分野（平成 27 年）では、自動車用が 88.0%と、自動車産業の依存度が高い（経済産業省『鉄鋼・非鉄金属・金属製品統計年報』）。

従業員別事業所数の構成比をみると、9 人以下が 35.4%、10～19 人が 26.2%、20～29 人が 13.3%と、30 人未満の中小事業所が 74.9%を占めている（経済産業省『平成 26 年工業統計調査 産業編』）。

### 大阪の地位・特徴

平成 26 年のダイカスト製造業（アルミニウム・同合金ダイカスト製造業＋非鉄金属ダイカスト製造業）の事業者数では、大阪府は 40 事業所、製造品出荷額等は 243.1 億円で、全国シェアはそれぞれ 6.6%、3.7%となっている。ダイカスト製造業の立地は、広島県、愛知県、静岡県、富山県で製造品出荷額等が多く、大阪は全国 8 位となっている（経済産業省『平成 26 年工業統計調査 細分類編』）。

大阪企業の特徴では、売上に占める輸送用機器のウェイトが全国水準と比較すると低く、産業機械や電気機械などの他の分野の比率が大きいのが特徴である。ただし近年、産業機械や電気機械の仕事は減少しているため、輸送用機械の比率が徐々に高まっている。

### 受注は弱い動き

自動車産業の活況によりダイカスト業界は 16 年以降生産量が増加し、19 年には過去最高の生産額(1,158 千 t)を記録した。しかしリーマンショックに伴う景気後退等により、生産額は 3 割程度減少、21 年には 756 千 t まで落ち込んだ。その後回復、東日本大震災や円高等を背景とした減少を経て、24 年に 4 年ぶりに 1,000 千 t を超えるなど、自動車産業の回復に合わせて生産額も回復し、26 年はリーマンショック前と比較して 1 割減という状況に至った。

しかし、27 年以降、生産量は前年を若干下回ることが多くなり、生産額は弱含みで推移している。受注先企業によるダイカスト製品をグローバルに調達する動き、海外進出に伴う現地生産拡大傾向の強まりが大きく影響している。ここ 2 年程度続いた円安基調によって「国内での引き合いが増えた」「発注数量が増えてきた」とする声も一部で聞かれたが、「全く影響がない」とする企業が多かった。

現状は、生産の海外シフト等を主な要因として、国内での仕事が減少傾向にあるほか、中国などの経済成長鈍化等の影響もあり、受注は弱含みで推移している。なお、英国の EU 離脱に伴う急激な円高の影響については、今のところ影響は出ていないとしつつも、今後を不安視する声が多く聞かれた。

### 製品価格、原材料価格は今のところ安定

自動車業界のみならず、顧客からの値下げ要請は絶えずあるものの、製品価格は今のところ安定している。また、国内におけるアルミニウムのリサイクルシステムがある程度確立していることにより、原材料価格も安定している。ただし、受注減少の弱含みで推移しているため、製品価格の低下が懸念されるなど、先の見通しを楽観できる状況にはない。

### 設備投資は底堅い、新規採用は継続

国内生産縮小・海外生産拡大の流れを受けて、海外に工場を有している企業では、旺盛な海外需要に対応するべく、海外での設備投資を積極的に行う予定にしている。

一方、国内では、設備の維持・補修程度にとどめているとする企業が多い。ただし装置産業であるがゆえにその費用は、毎年 5 千万円から 1 億円程度とのことである。また、付加価値の向上を目指し、金型製造や、切削加工・塗装といった後工程を積極的に内製化し、

それともなつて試作型や試作品を作るための3Dプリンタやマシニングセンタなど新規の設備投資を行う企業や、品質を担保すべく検査機器を導入した企業、さらには環境問題への対処や、あるいは空調の整備等、従業者の職場環境に対処するための設備投資を行っている企業もあり、業界全体として設備投資は底堅い動きといえる。

雇用では、国内での生産量が今後も伸びないことが予想されるため、国内での従業者数を減少させている企業が多い。しかし、技能継承や組織運営等への影響を軽減すべく、毎年新規採用を行っている企業もある。

従業者が製造工程において「戦力」となるには3年程度かかるといわれ、各社は人材育成にも余念がない。しかし、業界における若年層の離職率は決して低くなく、したがって外国人研修生を活用せざるを得ないとする声も多数聞かれた。

資金繰りの面では、特に問題であるという声は聞かれなかった。

### 今後の見通し

大量生産でき、かつリサイクル性にも長けたダイカストは自動車のみならず多様な製品に必要不可欠であり、同業界における倒産も近年なく、わが国の安定した基幹産業ともいえる。

しかし近年、大手企業を中心とした生産拠点の海外移転により、国内での受注減少を予想する声は多い。そのため、自らも海外進出することにより企業グループ全体での受注減少の軽減を図ろうとする企業、金型や後工程の内製化などの対応により、あくまで国内事業での展開を図ろうとする企業など、様々に対応している。

ただし、自動車をはじめとした各産業からの受注に依存せざるをえない業界であるがゆえ、ダイカスト業界が独自に、現状を打破することは困難である。したがって業界からは異口同音に「先が見通しにくい」との声が多数聞かれた。

(田中 宏昌)

### ダイカストの生産推移 (全国)

年 月	ダイカスト												
					アルミニウム				うち自動車用				
	数量(万)	数量前年比(%)	金額(百万円)	金額前年比(%)	数量(万)	数量前年比(%)	金額(百万円)	金額前年比(%)	数量(万)	数量前年比(%)	金額(百万円)	金額前年比(%)	
平成23年	930,474	-5.1	557,736	-3.2	902,028	-5.0	513,386	-2.8	780,694	-5.3	417,176	-2.4	
24	1,006,286	8.1	580,614	4.1	978,523	8.5	538,278	4.8	860,793	10.3	448,102	7.4	
25	984,842	-2.1	568,674	-2.1	958,503	-2.0	532,851	-1.0	851,841	-1.0	448,879	0.2	
26	1,001,099	1.7	587,431	3.3	975,508	1.8	553,149	3.8	869,473	2.1	468,556	4.4	
27	977,481	-2.4	584,814	-0.4	953,570	-2.2	555,179	0.4	849,252	-2.3	469,392	0.2	
平成28年	1月	76,771	-4.6	45,453	-5.4	74,966	-4.6	43,252	-5.4	66,976	-3.9	36,698	-3.8
	2月	78,510	-3.9	46,781	-4.2	76,747	-3.8	44,457	-4.1	68,260	-3.7	37,516	-3.9
	3月	89,023	3.0	52,760	2.4	87,011	3.3	50,322	3.1	78,094	4.3	43,063	4.6
	4月	79,324	-1.1	46,875	-3.1	77,525	-0.7	44,512	-2.8	69,275	0.0	37,871	-1.9

年 月	亜鉛								その他				
					うち自動車用								
	数量(万)	数量前年比(%)	金額(百万円)	金額前年比(%)	数量(万)	数量前年比(%)	金額(百万円)	金額前年比(%)	数量(万)	数量前年比(%)	金額(百万円)	金額前年比(%)	
平成23年	23,831	-11.0	39,978	-7.3	13,930	-12.1	32,242	-6.7	4,615	-7.0	4,373	-11.9	
24	22,981	-3.6	38,328	-4.1	14,604	4.8	31,088	-3.6	4,783	3.6	4,008	-8.3	
25	21,707	-5.5	32,121	-16.2	12,615	-13.6	24,673	-20.6	4,632	-3.2	3,702	-7.6	
26	21,009	-3.2	30,436	-5.2	11,826	-6.3	23,030	-6.7	4,582	-1.1	3,846	3.9	
27	20,307	-3.3	26,508	-12.9	11,001	-7.0	18,618	-19.2	3,603	-21.4	3,127	-18.7	
平成28年	1月	1,518	-5.2	1,332	-9.4	784	-4.0	1,340	-7.9	287	-0.9	278	21.8
	2月	1,487	-9.4	1,440	-8.6	750	-22.5	1,450	-9.5	276	-10.5	292	10.8
	3月	1,669	-9.8	1,448	-13.6	899	-6.3	1,461	-13.4	344	2.1	328	20.0
	4月	1,517	-19.4	1,326	-11.5	717	-25.6	1,347	-21.5	283	10.9	326	35.8

(資料) 経済産業省『鉄鋼・非鉄金属・金属製品統計』

(注1) 常用従業者4人以上の事業所。

(注2) 「前期比」について、年においては前年比、月においては前年同月比。



## 環境装置製造業

平成27年度の環境装置の受注は、主たる需要先である官公需の減少により前年度を下回ったが、民需は製造業・非製造業ともに好調に推移した。足元の28年4～6月期では、中国を中心とした新興国の経済悪化などにより一部に不透明さが見られる。

### 製品・業界の概要

環境装置は、大気汚染・水質汚濁・廃棄物・騒音・振動などの環境負荷の低減及び再資源化を図る装置の総称である。日本産業機械工業会では、①大気汚染防止装置（排煙脱硫装置、排煙脱硝装置など）、②水質汚濁防止装置（下水汚水処理装置、産業廃水処理装置など）、③ごみ処理装置（都市ごみ処理装置、事業系廃棄物処理装置など）、④騒音振動防止装置の4分類を環境装置の範囲としている。環境装置は、受注生産が中心であり、大型の装置になるほどオーダーメイドの色合いが強くなる。また、大型プラントになると1件あたりの単価が非常に高額で受注から売上の計上までに数年の期間があることも特徴である。

業界は、処理施設を一括して受注するプラントメーカーと、個々の環境装置を製造する装置メーカーに分かれる。また、生産体制に注目すると、自社で設計から製造まで行うメーカーと自社では設計を主にを行い、プラント設置先近隣の下請工場で生産を行うメーカーとに分かれる。

受注高の受注先別シェアは、官公需の割合が7割前後、民需が2割前後、外需が1割弱と官公需の割合が高いことが特徴であるが、これは民需では機械本体のみの受注になる場合が多いのに対して、官公需では一般的に建築物とセットの受注になる場合が多く、受注高が数倍になるためである。

### 大阪の地位

平成26年の大阪府における「環境装置（化学的処理を行うもの）」の産出事業所数は20、製造品出荷額等は67億円であり、全国に占める割合は、それぞれ14.2%、10.0%である（経済産業省『工業統計表（品目編）』、従業者4人以上）。関西では大阪府と兵庫県に事業所が集中しており、事業所数は大阪府が1位である。製造品等出荷額では大阪府は3位だが、兵庫県と合わせると出荷額シェアは4分の1以上となる。（※「環境装置（化学的処理を行うもの）製造業」以外にもボイラ、タービン、熱交換器など様々な製品が環境装置を形成しているが、環境装置用途のみの出荷額等を抽出できないため、ここでは含んでいない）

### 27年度の受注は減少したが、堅調に推移

27年度の全国の受注額は、前年度比5.7%減の6,121億円となった。受注の大半を占める官公需が減少したことが主な要因だが、年度前半に民需が非常に好調に推移したことや、総計でも直近6年度中2番目の受注高であることなども踏まえると、堅調な結果と言える（一般社団法人日本産業機械工業会『環境装置受注状況』）。

27年度を受注先別にみると、官公需では都市ごみ処理装置や大気汚染防止装置全般は好調に推移したが、東日本大震災関連の災害廃棄物処理装置の特需が一服したことで、前年度比14.0%減となった。長期的には環境基本法（平成5年）やダイオキシン類対策特別措置法（11年）などが制定された頃に大型特需があった。その更新需要が一巡した後はリーマンショック後の22年度にかけて低調に推移したが、23年度以降は回復基調にある。

民需では、収益拡大を背景に大企業の設備投資が好調なことを受けて、製造業向けが対前年比37.2%増、非製造業向けが35.2%増と大幅な増加となった。製造業向けでは、パルプ・紙メーカー向けの事業系廃棄物処理装置や、石油・石炭メーカー向け排煙脱硝装置、石油化学メーカー向けの産業排水処理装置などが伸長し、非製造業では電力会社向けの排煙脱硫装置、事業系廃棄物処理装置の好調が受注を牽引した。

外需では、27年度は10.5%減となった。ごみ処理装置全般や排煙脱硝装置では前年度を上回る受注があったものの、排煙脱硫装置や産業排水処理装置、下水汚水処理装置が伸び悩んだ。

足元の4～6月期では、官公需は堅調なものの、中国を中心とした新興国の経済悪化などにより、外需でのマイナスの影響がみられるほか、民需についても受注先の輸出企業で新規プラントの新設計画が減少するなど、一部に不透明さがある。

### 収益は横ばい

受注単価について、官公需は競争入札により受注単価が緩やかな減少傾向にあるが、ごみ焼却場に発電機能など付加価値を提案することで維持している。外需は、海外プラントの競争入札では、中国などの海外企業との価格差が非常に大きいため、独自技術での優位性の打ち出しやアフターフォローの充実などに各社工夫を重ねている。

コストについては、主な原材料のステンレスの価格が弱含んでいるものの、プラント建設現場での人件費が高騰している。これらを総合的にみると収益は横ばいで推移している。

### 設備投資は横ばい、採用は建設人材に不足感

生産設備投資は維持・更新目的を中心に横ばいで、設計を主体としたメーカーでも3DCADなどのシステムへの投資は堅調に行なわれている。ただし、中国を中心とした新興国の経済悪化など景気の先行きの不透明感を懸念し、工場の新設や移転などの大型投資には慎重な意見も聞かれた。

採用は各社高い技術力を維持向上するために理系人材の新卒採用を熱心に行なっており、概ね目標通りの採用が進んでいる。一方、プラントメーカーでは建設資格を有する人材が慢性的に不足しており、人材不足が原因で受注を増やせないといった支障も生じている。

### 成長戦略はバラエティー豊か

公害防止やごみ処理のための環境装置は、成熟した業界であるが、バイオマス発電などの分野では伸び代がある。オンリーワンの技術力を持った企業が多いこともあり、成長戦略は多種多様で、画期的な新商品の開発や、電力会社とタイアップして省エネ商品の販路拡大など各社の持味を活かした取組が進められている。中堅中小の装置メーカーでは同業種との業務提携を強化し、得意分野の製品を組み合わせることで提案することで大企業に対抗する動きもみられた。

### 震災の影響は軽微だが、円高はマイナス影響

主な生産拠点の多くは近畿地方や中国地方に立地していることもあり、熊本地震による業界への被害は、ほとんど見られなかった。大規模災害の際は被災した処理施設の更新や修理需要が発生するため、受注増加につながる場合もある。

中国経済やイギリスのEU離脱などによる海外情勢の悪化は外需の縮小という直接的な影響に加えて、円高を伴っているため、外需のウエイトが大きい企業にとっては経常収支悪化の要因にもなっている。また、

民需が中心の企業にとっても、主要販売先が海外情勢の悪化を理由に設備投資に慎重な態度を示すことで、新規案件が白紙化されるなど、需要の縮小を懸念する声もあった。

### 今後の見通し

日本産業機械工業会によると、28年度の受注は、3.1%の増加を見込んでいる（機種別受注見通し「その他」分で、業務用洗濯機など環境装置以外も含む）。これは、官公需向け都市ごみ処理装置の改良工事等の増加や、環境意識が高まりつつある東南アジアなどでの外需の伸長を見込んだものである。外需の中でも東南アジアに注目している企業が多く、今後は東南アジア各国の環境規制の強化や、日系企業の生産拠点が段階的に中国から東南アジアへシフトする際の受注などを足がかりに、海外販路を拡大できるチャンスがある。

(中井 章太)

表1 環境装置（化学的処理を行うもの）製造業の概要 (平成26年、単位：百万円、事業所)

	製成品出荷額等		産出事業所数	
	出荷額等	全国シェア	事業所	全国シェア
広島県	18,111	26.8%	7	5.0%
兵庫県	11,493	17.0%	9	6.4%
大阪府	6,737	10.0%	20	14.2%
神奈川県	5,852	8.7%	15	10.6%
愛知県	3,835	5.7%	10	7.1%
全国	67,618	100.0%	141	100.0%

資料：経済産業省『工業統計表（品目編）』

表2 環境装置の受注状況の推移

(単位：百万円、%)

	総計	前年度比	装置別				受注先別			
			大気汚染防止	水質汚濁防止	ごみ処理	騒音振動防止	民需製造業	民需非製造業	官公需	外需
平成22年度	454,195	100.9	57,022	212,146	183,068	1,959	54,685	34,277	337,737	27,496
23年度	591,991	130.3	60,953	236,922	292,372	1,744	62,927	68,664	415,252	45,148
24年度	489,495	82.7	52,268	180,537	254,810	1,880	53,318	28,040	372,269	35,868
25年度	515,604	105.3	42,575	178,749	291,890	2,390	46,231	40,943	412,955	15,475
26年度	649,298	125.9	57,424	197,413	392,728	1,733	55,062	48,826	506,221	39,189
27年度	612,111	94.3	85,874	181,930	342,866	1,441	75,571	66,023	435,429	35,088
27年1～3月	209,176	145.3	29,244	43,601	135,915	416	17,407	31,779	145,067	14,923
4～6月	123,241	67.0	13,142	28,135	81,789	175	13,530	10,862	85,767	13,082
7～9月	146,072	102.3	11,039	44,309	90,346	378	13,675	7,856	117,007	7,534
10～12月	93,216	82.2	8,062	46,162	38,456	536	16,585	10,832	56,910	8,889
28年1～3月	249,582	119.3	53,631	63,324	132,275	352	31,781	36,473	175,745	5,583

資料：一般社団法人日本産業機械工業会『環境装置受注状況』

## 織物卸売業

販売は、平成26年後半から27年春頃までは堅調に推移していたが、27年後半からは弱含みになっている。円安を追い風に堅調に推移していた輸出についても、28年以降の円高により陰りがみられる。ただし、一部の企業では、増収増益を維持しており、輸出も増加を維持しており、企業間格差がみられる。

### 業界の概要

織物卸売業は、綿・スフ、絹・人絹、毛、合成繊維などの織物、ニット生地、反物などを卸売する事業所である。仕入れた既製品の織物を販売するだけでなく、受注先の注文によってデザインしたり、独自にデザイン企画を行い、自らのリスクで生産したりすることも多い。

流通経路をみると、仕入は、紡績メーカー・合繊メーカー、織物業者、同業の卸売業者から行っており、生地の織りや染色加工をする場合は、兵庫県、和歌山県、近畿外では北陸などの織物工場や染工場に外注している。織物卸売業の中には、子会社や外注先で縫製し、衣服として販売する企業もある。

販売先は、かつては、地方の間屋や大型小売店系アパレルへの卸売が多かったが、近年は、セレクトショップ、SPA（製造小売業）系のアパレルへと販売の軸足を移す企業が多い。雑貨メーカー、手芸店への販売もある。

### 大阪の地位と特徴

大阪府内における「織物卸売業（室内装飾繊維品を除く）」は、470事業所で、従業者数は4,519人、年間商品販売額は5,232億円である。全国に占める割合は、それぞれ22.5%、29.3%、41.9%であり、いずれも全国第1位である（表1）。

年間商品販売額では、以下、東京都、愛知県、福井県、京都府が続いている。

府内では、大阪府中央区の船場界隈に集中的に立地している。

### 販売は減少傾向にあるものの一部では増加

販売数量（需要者度量）は、26年後半から27年春頃までは増加基調で推移していた。しかし、5月から前年同月比で減少が続き、27年は前年比1.5%減となった（表2）。28年に入ってから減少基調であり、前年比7～8%減で推移している。

府内企業の間取り調査からは、座布団やハンカチ等の生地を扱う企業で、27年末頃から受注が減少しており、28年4～6月期においても減少が続いている。アパレル用生地を扱う企業でも売上げは微減とのこと

である。また、手芸向けの生地を扱う企業では、映画のヒット等でキャラクターがプリントされた生地がヒットし26～27年に売上げが増加したが、28年はその反動で売上げが減少している。

しかし、一部では、国内での新たな販売先の確保や輸出の増加により売上増が続いている企業もみられる。こうした企業は、展示会へ積極的に出展したり、営業の際にデザイナーが同伴して顧客のニーズを的確かつ素早く反映させたりするとともに、自らのリスクで生産し、在庫を保有することによって短納期対応することを強みとしている。

### 輸出は減少へ

織物の輸出数量は、輸入数量を下回って推移しているものの、金額ベースでは輸出が輸入の2倍以上で推移している（表2）。安価な普及品が輸入される一方で、中高級品が輸出されている。

輸出は、24年末から円安に向かったことによって、25年以降に金額ベースでは3年連続で増加した。数量ベースでは、26年まで減少が続いたが、27年には1.4%の増加に転じた。しかし、28年に入って円高へと転換したことから、金額ベースで減少に転じ、数量ベースでも4～5月には減少となった。

ただし、国産織物は中高級品であり、価格変化に売上げが敏感に反応する訳ではなく、いかに製品の良さを伝えられるかにかかっている面もある。27年の輸出額が、円安を追い風に3割増と好調であった企業では、28年以降は円高によって勢いは落ちたものの、1割増で推移している。別の企業でも、1米ドルが100円程度であれば、多少の減速を伴いながらも、今期は増加を維持できると見込んでいる。

### 採算は改善

25年以降の円安や原油高局面における、綿糸・染料などの輸入原料の上昇に対して、受注価格を引き上げることができなかった企業もあれば、製品販売価格を毎年、同程度引上げることができた企業もあるなどバラつきがみられ、それによる収益格差がみられた。

このところの原油価格の低下や円高による原材料価格の低下は、収益改善につながっている。中堅規模の企業では、輸出を手がける企業も多いものの、輸出比率は概して高くない。その一方で、仕入れ・外注費は、輸入品又は輸入素材由来の製品価格の低下によって減少しており、収益にプラスに働いている。

一方で、アゾ染料に対する規制が28年4月から始まり、その対応のために製品の検査費用や時間が嵩むことが負担になっているという声も聞かれる。

### 設備投資は一部で積極的

自らは製造を行わないことが多いので、設備投資は

あまり行われていないが、自社内でデザインを行う企業では、デザイン・配色のためにコンピュータ及びソフトウェアへの継続的な投資がみられる。また、財務や経営関係のソフトウェアの入替を今年度実施するという企業がみられた。

一部の企業では、織機を購入して、外注先に貸与するという形態で、生産設備に投資している。また、取引先からの依頼により、メーカーを買収し子会社化するという投資を行う動きもある。

#### 従業員採用は堅調

中大規模の企業では、27年に5人程度採用したので28年には採用を見合わせたという企業がある一方で、28年には二桁の従業員を採用し、29年春においても同様の採用を実施予定と、雇用に積極的な企業もある。

賃上げは毎年実施している企業が多いが、28年は27年よりも引き上げ額が少ないケースが多い。

#### 受注環境変化と取組み

自宅で子供服や上靴袋を縫製することが減少する中で、手芸店向けの販売等が減っている。それを補うために、消費者向けにインターネットでの受注を手掛ける企業もみられる。その企業における消費者への直接販売が売上げに占める割合は1割程度ではあるが、近年、伸びている分野である。海外旅行者からインターネット経由で注文が入り、宿泊先のホテルに納品するといったケースもみられるという。

販売先は、東京に立地する割合が高まっており、大阪本社のアパレルであっても東京で企画することが多くなっている。このため、当業界における人員配置においても、営業担当者やデザイナーについて東京の比重が高まっている。ある企業では、ここ数年で大阪の営業部門を減らす一方で、東京の営業部門を数十人増やしたという。ただし、染工場などの外注先が大阪周辺に多いこともあり、企業規模が比較的大きい企業で

も、本社機能を東京へ移転することを考える企業はみられなかった。

28年4月に生じた熊本地震については、販売先となるアパレル業者や問屋、外注先となる染工場、縫製業者も立地していないことから、影響はほとんどないという。

#### 今後の見通し

人口減少の下で、国内市場の緩やかな縮小は避けられない。個々の中小企業にとっては市場シェアが大きくないことから、これからも当面売上げを伸ばす余地があると考えられる。

一方で、中長期的には国内市場での成長は困難との観点から、輸出拡大を目指し、海外展示会への出展に前向きな企業がみられる。日本製のテキスタイルは高品質であり輸出拡大の潜在力はあるが、その良さを伝えることのできる人材の育成は輸出を行う企業にとって共通の課題となっている。

アパレル製品を手掛ける企業では、途上国に外注するケースも多いが、バングラデシュで日本人7人が犠牲になった28年7月のテロにより、海外出張を中止するなど、今後の取引関係の拡大に懸念が生じている。

(町田 光弘)

表1 織物卸売業（室内装飾繊維品を除く）の概況

	事業所数		従業者数		年間商品販売額	
	全国比		全国比		全国比	
大阪府	470	22.5	4,519	29.3	5,232	41.9
東京都	404	19.4	3,817	24.8	3,096	24.8
愛知県	170	8.1	1,547	10.0	1,364	10.9
福井県	113	5.4	695	4.5	483	3.9
京都府	275	13.2	1,348	8.7	414	3.3
全国	2,087	100.0	15,422	100.0	12,488	100.0

資料：経済産業省「平成26年 商業統計」

(注) 事業所数・従業者数は平成26年7月。

年間販売額は、平成25年1～12月。

表2 織物の需要者渡呈、輸出入の推移

	需要者渡呈		輸出				輸入			
	前年比		数量		金額		数量		金額	
			前年比		前年比		前年比		前年比	
平成24年	1,380,913	-6.1	782,028	-6.0	237,139	-3.6	975,497	-8.3	93,954	-9.9
25年	1,340,009	-3.0	762,859	-2.5	250,258	5.5	944,690	-3.2	110,641	17.8
26年	1,325,400	-1.1	759,755	-0.4	256,835	2.6	974,169	3.1	118,704	7.3
27年	1,305,784	-1.5	770,602	1.4	275,205	7.2	947,790	-2.7	123,684	4.2
28年 1～3月	301,771	-7.4	175,292	2.0	58,639	-2.7	230,998	-5.3	26,386	-11.8
4～5月	199,416	-8.3	131,900	-4.3	43,441	-9.2	153,087	-8.2	18,539	-13.4

資料：経済産業省「繊維流通統計」、財務省「貿易統計」

(注) 需要者渡呈は、織物を取り扱う卸売業者のうち、従業員10人以上の事業所を有する企業が引渡した数量。縫製業者、縫製二次問屋等への引渡しの外に、小売商渡しや輸出船積したものも含まれる。

輸出入は、品目コード：50.07、51.11～51.13、52.08～52.12、53.09～53.11、54.07～54.08、55.12～55.16の合計。

## 一般貸切旅客自動車運送業

観光シーズンで貸切バスの利用も多い4～6月期では、全体としては、運賃・料金制度の改定、燃料費の低下等により、収入は横ばいから微増、かつ、増益というところが多かった。ただし、単価上昇に伴う学校の遠足等での公共交通機関利用への変更、訪日外国人旅行者の個人旅行化の動き、貸切バスの利用につながるイベントの減少等の要因から、輸送人員減少や稼働率低下との声もあった。

### 業界の法的位置づけ

わが国におけるバス事業は、道路運送法の旅客自動車運送事業に位置づけられ、事業を行うには、国土交通大臣の許可を受けねばならない。同法では、同事業を一般旅客自動車運送事業と特定旅客自動車運送事業に区分している。さらに、前者は、乗合バス、貸切バス、タクシーに区分されている。なお、定期観光バスは乗合バスに含まれ、貸切バスは乗車定員「11人以上」、タクシーは同「11人未満」と定められている。後者は、最寄り駅からの通勤・通学の手段、商業施設等の送迎等、特定バスと呼ばれるもので、路線毎に許認可を受ける必要がある。

今回取り上げる貸切バス事業（一般貸切旅客自動車運送業）は、「一個の契約により、定員11人以上の自動車を貸し切って旅客を運送する」事業で、各種旅行や移動（観光等企画型募集旅行、職場や町内会等での旅行や移動、学校の遠足や修学旅行、合宿）や冠婚葬祭での送迎等で利用されている。

また、同法では、安全性の確保・向上に必要な措置、発地及び着地のいずれもが営業区域外に存する旅客の運送の禁止、運賃・料金の届出等を定めている。

営業区域は、原則として営業所の立地する都府県である（なお、北海道は運輸支局単位、沖縄県は島しょ単位）。ただし、訪日外国人急増への対応策として、一定の条件を満たす事業者、訪日外国人旅行者の旅客を対象に、平成26年4月より営業所が所在する区域を管轄する運輸局の管轄区域を、27年4月より運輸局の管轄区域に係らず営業所が所在する県に隣接する県を、臨時営業区域として認可する特例措置が講じられている（28年7月時点では、28年9月末までの臨時的措置）。

運賃・料金は、26年4月より、安全に係るコストを適切に反映した、時間・キロ併用制運賃、交替運転者配置料金、深夜早朝運行料金、特殊車両割増料金の各料金制度に改められた。運輸局単位で、管内のコストや実働率を加味して設定された上限額と下限額の範囲内であれば、変更命令の審査を必要としない。

## 業界の歴史

明治36（1903）年の京都での乗合自動車の運行が、日本でのバス事業の始まりとされている。自動車の信頼性の高まり、大正12（1923）年の関東大震災で被害を受けた路面電車の応急措置としての800台余りのバス導入等が、バス事業の急速な発展につながった。

大阪では、大阪バス協会が大型貸切旅客自動車運送事業者を会員に加える規程を設けた昭和25（1950）年頃から貸切バス事業が本格化したと推測される。

バス事業は需給調整規制が続いてきたが、貸切バスは平成12年2月（乗合バスは14年2月）に、一定の資格要件を満たせば参入可能な許可制に、運賃も認可制から届出制に規制が緩和された。

それにより、12年以降に、車両台数10両以下の小規模事業者を中心に貸切バス事業者が急増し、競争が激化した。その結果、実働1日1車当たりの営業収入の減少、それによる車両更新時期の延長、人件費等経費抑制の動きがみられた。

さらに、インターネット普及に伴う予約等のコスト低下に伴い、2地点間の移動のみを目的とする「高速ツアーバス」が登場し、16年度の2万3千人が22年度には6百万人になるなど、急速に利用者を増やした。これは、「高速乗合バス」（利用者と乗合バス事業者の間での乗合運送契約）とは異なり、旅行業者と利用者間で企画旅行契約を、旅行業者と貸切バス事業者の間で貸切運送契約を結ぶもので、高速乗合バスのように停留所の設置や定時発着・運行は求められなかった。

重大事故発生を契機に、25年8月に安全性が制度的に担保されている高速乗合バスと供給面や価格面で柔軟性の高い高速ツアーバスの良いところを併せ持った「新高速乗合バス」に一本化され、利用者と乗合バス事業者が乗合運送契約を結ぶことになった。

### 業界の概要と大阪の特徴

26年度の貸切バスの事業者数は、全国で4,477社、車両数は48,995両で（表1）、規制緩和前の11年度と比較すると各々1.9倍、1.3倍となっている。輸送人員は3億2,500万人（表2）で、11年度比1.3倍となっている。1事業者あたりの車両数は10.9両と11年度（16.1両）から大きく減少しており、小規模な事業者の増加が確認できる。規模別の事業者構成比をみると、10両までが約7割、11～30両が25%弱となっている。従業員数別では、10人以下が全体の6割弱、11～30人が約3割である（国土交通省調べ）。

大阪府の26年度における事業者数は123社、車両数は2,587両で、全国に占めるシェアは各々2.7%、5.3%である。輸送人員では全国の9%程度、輸送量（人キロ）では8%程度を占めている。なお、大阪府外に本社を有する事業者を含めた事業者数の推移から、24年

度以降の大阪府内に営業所を構える府外事業者の急増がうかがえる。これは、訪日外国人旅行者の増加等、大阪府内を発着する貸切バスの利用増加を踏まえた動きとみられる。

#### 販路及び利用者の状況

貸切バスの事業者と利用者との間では、直接取引のほか、旅行業者が仲介する場合がある。旅行業者の主催する観光等企画型募集旅行が主の事業者もあれば、学校や企業等のリピート需要が中心の事業者もあるなど、旅行業者経由の比率は、事業者により様々である。

訪日外国人旅行者に関しては、大手の旅行会社主催のツアーはバス協会加盟の事業者が、外資系旅行者主催のツアーは同非加盟の事業者が運行を受託していることが多く、後者の割合が高いとのことである。

また、貸切バスの利用は季節変動が大きく、輸送人員数でみると、春秋の行楽シーズンが多く、8、12月などは少ない。なお、利用の多い春においても、ゴールデンウィークは、マイカー等での家族旅行が多く、貸切バスの利用は少ない。なお、かつて多かった企業等の親睦旅行での利用は、経済情勢の悪化や休日の過ごし方に対する価値観の変化等から減少している。

こうしたなか、28年4～6月の状況としては、4月くらいまでは、1月に発生した事故の影響によるものか、利用が落ち込んだとの声もあったが、5、6月は、例年並みで推移したところが多い。ただし、詳細にみると、運賃・料金制度改定に伴い、価格が大幅に上昇したことにより、学校の遠足等、短距離・長時間での利用が公共交通機関での移動に切り替わる動きや価格訴求型の日帰りのバスツアーでの利用者の減少等もみられる。遠足に関連しては、子どもの数の減少により、公共交通機関の移動でも目が行き届きやすくなったことも一因ではとの声もあった。

28年度特有の事由の貸切バス利用への影響を確認したところ、4月に発生した熊本地震に関連しては、九州への移動自体は、空路か新幹線の利用が多く、旅行自粛等による貸切バス利用減少等の影響はないとの声が多い。また、関西以外発の旅行において、行き先を九州方面から大阪方面に切り替え、その結果として、貸切バス利用が増える動きもみられなかったとのことである。貸切バス利用の増加要因としては、九州へのボランティアバスの運行が一部にみられ、また、府内の学校が修学旅行の行先を九州から信州等に変更したことがあげられた。一方、復興支援で九州への旅行が増えることで、信州や四国方面への貸切バスでの旅行への参加者の減少が想定されるなど、プラスマイナスの両面がみられる。

また、サミット開催により注目を集めている伊勢志摩方面への旅行では、式年遷宮で数年前に現地を訪れ

た人も多いこと、電車での移動も可能なこともあってか、貸切バスの利用増加はあまりみられていない。

さらに、27年は、高野山開創1200年や出雲大社のおかげ年期間の最終年度、和歌山県で秋に開催された国体のプレイベント等、貸切バスの利用につながるようなイベントが数多くあり、いわゆる“当たり年”であったが、28年はそういったものも少なく、一昨年の同期比ではプラスであるものの、前年同期比ではマイナスになってしまうとの指摘もあった。

訪日外国人旅行者向けでは、臨時営業区域の設定により、府外に営業所を構える近隣府県の事業者も関西空港発着の貸切バスでの運送等に参入できる状況にはあるが、影響は少ないとの声が多かった。なお、日本への旅行が複数回となる人の増加や年齢層の低下（若者や小さい子連れを家族連れの増加）により、貸切バスを利用した団体旅行ではなく、公共交通機関等を利用した個人旅行が多くなっているとの指摘が聞かれた。

#### 収益は改善傾向

事業者の増加に伴う競争激化に加えて、団体旅行の小口化、旅行商品の低価格化等により、実働1日1車当たり営業収入は、全国では、23年度まで減少傾向であったが、その後、増加に転じ、26年度は69,725円と、25年度(63,308円)から1割程度増加している(日本バス協会調べ)。近畿でも、25年度を底に大幅な増加に転じており、運送収入も同様の状況である(表3)。これは、26年の運賃・料金制度改定が奏功したものである。28年4～6月期も、上記のように利用者の変動は見られるものの、収入としては、ほぼ横ばいから増収という事業者が多い。

26年度の近畿6府県52事業者合計の収支率(収入/支出×100)は104.4である(日本バス協会調べ)。個別にみると、黒字事業者が75.0%、赤字事業者が25.0%で、規模別では、車両数の少ない方が赤字事業者の割合が高い。経費の内訳では、人件費が43.5%、燃料費が10.5%となっており、ともに全国よりも若干比率が低い。その他の経費には、車両等の減価償却費や保険料、旅行業者への手数料等がある。手数料率は、運送契約額の10～15%程度が多い(22年の総務省調査)。

数年前まで高騰していた燃料費単価の低下により、収益性はさらに改善している。こうした収益の増加を、人件費に還元、安全面に投資という事業者も多い。

#### 運転者不足が続き、採用に工夫もみられる

貸切バスの運転者は不足しているものの、募集しても、なかなか集まらないとの声も多い。この理由としては、これまでは実働1日1車当たりの営業収入の低下を受け、人件費抑制の動きが強かったこと、若者の

自動車離れに伴い、大型自動車第二種免許取得者が中高年層に偏っていることなどによる。人件費抑制策の一環として、一部で定年退職者の再雇用（嘱託社員化）もあったことから、高齢化が進んでおり、営業用バス運転者の平均年齢は49.2歳となっている（27年賃金構造基本統計調査）。

男女別では、大型自動車免許保有者のうち、女性の構成比が低く（第一種で3%程度、第二種で1%程度）、女性運転者の確保も難しい。さらに、バス運転者として採用されている場合でも、乗合バスでの乗務が中心となっている（日本バス協会の調査では、回答企業の26年7月末時点の女性の運転者は、乗合バスが1,132人、貸切バスが158人）。これは、乗合バスの方が運行ダイヤに基づき勤務時間が事前に確定しやすいのに対して、貸切バスでは、契約ごとに運転時間等が異なる、宿泊を伴う等、勤務時間が不規則になりやすいなどのためと思われる。

採用に向けて、20歳代後半から40歳代前半の層を中心に閲覧されているバス運転者に特化した求人サイトの活用、第二種免許養成制度や社員紹介制度の導入等もみられる。

その他、従業員教育としては、救命救急講習や安全面の教育を中心に行っているほか、脳ドックや睡眠時無呼吸症候群の検査等、運転者の健康管理に注力する事業者も多い。なお、国土交通省では、バスの車両による操作性の差異も大きいことから、初任運転者等への20時間以上の実技（習熟）訓練の義務化等の検討を進めている。

#### 安全面を中心とした設備投資が進む

近年、訪日外国人旅行者の増加等を受け、メーカーの供給能力以上にバス需要が高まっている。定期的に車両更新している事業者では影響ないとの声もある一方、入手に時間を要する、中古車も入手困難との声もある。他県で積極的な導入もみられる海外メーカー製のバスに関しては、車両価格は安いメンテナンス費用が高い、（貸切バスの場合、全国各地を移動することから）故障発生時の迅速な対応が困難等の課題を指摘する声も聞かれた。

設備面では、経済情勢悪化や競争激化に伴う価格競争で下火となっていたトイレ付き車両やサロンカー等のニーズに復活の兆しもみられる。このほか、車内への空気清浄機や各席へのパソコン、携帯電話用のコンセント等の設置といった、利用者の利便性向上を図る動きもみられる。

そうしたなか、大型バスの衝突被害軽減ブレーキの

義務化（新型車は26年11月から、継続生産車は29年9月から）もあるほか、運転者の異常感知、デジタルタコグラフ・ドライブレコーダーの導入等、安全面への投資が、設備投資の中心となっている。

また、訪日外国人旅行者向けを中心としている事業者では、ナンバープレートの数字を、主要利用国で縁起の良い数に揃えるなど、様々な工夫もみられる。

#### 業界として安全性をアピール

日本バス協会では、安全性に注力している事業者がわかりにくいこと、利用者側も安全性等の質よりも運賃の高低が優先するなどの課題を解決するため、「貸切バス事業者安全性評価認定制度」（三段階評価）を23年度から開始している。認定を受けた事業者の車両には、「SAFETY BUS」のステッカーが貼られている。

大阪府内では、26事業者、1,085両が認定を受けており、全国（766事業者、19,692両）の各々3.4%、5.5%を占めている（28年6月現在）。安全性が注目を集める昨今の状況を踏まえ、28年度は、新規申請が例年よりも多い。

一方、当制度の認知度が低いという消費者庁の調査結果が発表された。一般の利用者は貸切バスの利用頻度が低く、制度を認知する機会が限られていることも一因と思われるが、同調査によると、安全に対する取組に利用者は費用を負担する意向があるとの結果も出ている。近年では、当制度の「SAFETY BUS」マークが記載された旅行業者のパンフレットが作成されるようになってきており、認知度向上、安全性を基準とした事業者選択の進展が期待される。

#### 今後の見通し

訪日外国人旅行者の団体旅行から個人旅行への動き、利用者の嗜好やニーズの変化といった経営環境の変化への対応が、今まで以上に必要となってきた。また、2020年の東京オリンピックまでは、訪日外国人旅行者の増加も見込まれるなど、貸切バス需要も盛り上がるが、その後が不透明という声も聞かれる。

一方、運賃・料金制度の改定等も踏まえ、安全面への適切な対価が得られるようになり、さらに、国土交通省では、事業許可を5年程度の更新制にすることで、安全性確保等を怠っている事業者を退出させる方針である。こうした方向性も踏まえ、安全面に配慮した上での競争を行うことによる業界全体のレベルアップ、更なる活性化を望む声が聞かれた。

（竹原 康幸）

表1 一般貸切旅客自動車運送業者数、車両数の推移

① 事業者数

② 車両数

単位：社、両、%

	① 事業者数			② 車両数			
	全国	大阪府 (注1)	シェア	参考値 (注2)	全国	大阪府 (注1)	シェア
平成21年度	4,392	121	2.8	154	46,676	2,471	5.3
22年度	4,492	129	2.9	154	47,452	2,608	5.5
23年度	4,533	120	2.6	149	47,693	2,619	5.5
24年度	4,536	120	2.6	162	48,135	2,629	5.5
25年度	4,512	123	2.7	172	48,808	2,704	5.5
26年度	4,477	123	2.7	179	48,995	2,587	5.3

資料：国土交通省ホームページ 統計情報 自動車関連情報・データ [http://www.mlit.go.jp/statistics/details/jidosha\\_list.html](http://www.mlit.go.jp/statistics/details/jidosha_list.html)

近畿運輸局業務要覧 <http://www.tb.mlit.go.jp/kinki/kansai/kinki/mokuji1.htm>

(注1) 大阪府の事業者数のデータは、府内の事業者数のうち、府内に本社を有するもの。車両数は、本社所在地を問わず。

(注2) 大阪府外に本社を有する事業者を含めた値

(注3) 事業者数に休止事業者、0両事業者は含まない。

表2 貸切バス輸送量の推移

① 輸送人員

単位：千人、%

	全国		大阪府		
		前年度比 (前年同期 (月)比)		前年度比 (前年同期 (月)比)	輸送人員 シェア
平成22年度	300,049	0.5	25,977	-7.5	8.7
23年度	296,053	-1.3	27,057	4.2	9.1
24年度	312,256	5.5	29,312	8.3	9.4
25年度	329,359	5.5	29,764	1.5	9.0
26年度	325,342	-1.2	28,814	-3.2	8.9
27年4～9月	153,700	-9.3	12,160	-18.6	7.9
27年10月	29,980	-8.3	2,092	-21.9	7.0
27年11月	26,853	-11.6	2,035	-22.7	7.6
27年12月	20,673	-11.9	1,750	-22.5	8.5
28年1月	20,885	-7.2	1,878	-7.0	9.0
28年2月	21,401	-6.4	1,909	-10.2	8.9

② 輸送量 (人キロ)

単位：千人キロ、%

	全国		大阪府		
		前年度比 (前年同期 (月)比)		前年度比 (前年同期 (月)比)	人キロ シェア
平成22年度	41,338,862	-2.7	3,566,476	0.0	8.6
23年度	37,401,090	-9.5	3,252,200	-8.8	8.7
24年度	38,670,825	3.4	3,204,595	-1.5	8.3
25年度	36,790,402	-4.9	2,937,671	-8.3	8.0
26年度	34,265,079	-6.9	2,674,687	-9.0	7.8
27年4～9月	16,697,059	-7.7	1,286,497	-5.8	7.7
27年10月	3,384,219	-3.2	232,056	-0.3	6.9
27年11月	3,288,034	-7.4	249,656	-0.4	7.6
27年12月	2,010,120	-7.0	189,996	-5.5	9.5
28年1月	1,993,604	-1.9	169,714	-2.1	8.5
28年2月	2,152,581	-7.1	177,803	-18.7	8.3

資料：国土交通省 自動車輸送統計調査 <http://www.mlit.go.jp/k-toukei/saisintoukei.html>

表3 近畿のバスの輸送状況(貸切バス)

	① 実働1日1車当たりの 運送収入 (円)		② 実働率 (%)		③ 運送収入 (千円)	
		前年度比 (前年同期 (月)比)		前年度比 (前年同期 (月)比)		前年度比 (前年同期 (月)比)
平成22年度	75,651	0.2	63.4	-1.7	6,475,449	-2.3
23年度	74,762	-1.2	65.5	3.2	6,358,259	-1.8
24年度	72,762	-2.7	64.3	-1.8	6,305,791	-0.8
25年度	71,740	-1.4	65.4	1.8	6,248,685	-0.9
26年度	84,010	17.1	61.6	-5.9	7,113,542	13.8
27年4～9月	97,171	18.0	69.2	5.8	4,094,615	10.1
27年10月	105,049	13.8	76.8	9.7	827,999	18.0
27年11月	112,399	11.9	85.0	8.6	962,694	10.7
27年12月	99,828	17.4	51.0	1.2	529,886	10.7
28年1月	88,625	18.0	44.1	2.3	407,142	12.7
28年2月	88,682	13.7	60.6	5.1	516,038	10.1

資料：国土交通省近畿運輸局IP 近畿のちから [http://www.tb.mlit.go.jp/kinki/chousa/chikara\\_index.html](http://www.tb.mlit.go.jp/kinki/chousa/chikara_index.html)

(注) ①、②の年度、27年4～9月は月別平均値の年率平均値、③は合計値



バイオ医薬品事業の活性化に向けて (資料 No. 151)

大阪産業経済リサーチセンター

はじめに

大阪産業経済リサーチセンターでは、平成 27 年 8 月に商工労働部成長産業振興室ライフサイエンス産業課の委託を受け、「医薬品製造・卸売業の企業経営と人材育成に関する調査」を実施しました。本稿では、調査の結果についてその概要を報告します。

1. アンケートの調査概要

今回実施したアンケート調査は、総務省に届出を行い、「経済センサス基礎調査平成 26 年次フレーム (速報) 名簿」から、製造業については全数調査、卸売業については対象企業を抽出して実施しました。調査対象の範囲は、日本標準産業分類に掲げる製造業のうち医薬品製造業に属し国内に本社を有する企業及び卸売業のうち医薬品・化粧品等卸売業に属し大阪府内に本社を有する企業としました。なお、アンケートの配布・回収は郵送にて行いました。アンケートの実施概要は図表 1 のとおりです。

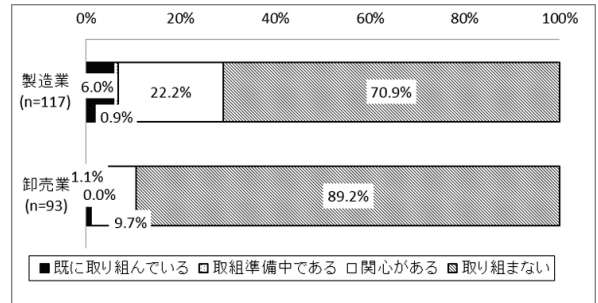
図表 1 アンケートの実施概要

実施時期：平成 27 年 8 月
配布数：1,478 (うち宛先不明 22)
有効配布数：1,456
有効回答数：247
有効回答率：17.0%

2. バイオ医薬品の取組

回答のあった医薬品製造業 117 社を抽出し、バイオ医薬品への取組具合について集計してみると、図表 2 のとおり、バイオ医薬品事業に「既に取り組んでいる」企業は 6.0%、「取組準備中である」0.9%、「関心がある」企業は 22.2%であることがわかりました (以下、これらの回答グループを「バイオ医薬品事業に関心がある企業」と記述)。

図表 2 バイオ医薬品事業への取組



出所：大阪産業経済リサーチセンター「バイオ医薬品事業の活性化に向けて」

3. 「バイオ医薬品事業に関心がある企業」の人材育成の特長

医薬品製造業を「バイオ医薬品事業に関心がある企業」グループと「関心のない企業」グループに分けた場合、これらのグループ間でどのような違いがあるかを統計的に分析してみると、人材の育成方法において、いくつかの特長がみられました。

両グループともに「社内OJT」や「社内での集合研修」を重視していますが、特に「バイオ医薬品事業に関心がある企業」は「通信教育」や「海外留学」により専門的な教育を実施していることがわかりました。

限られた企業とはいえ「海外留学」を重視している理由としては、バイオ医薬品事業は、現状では日本国内よりも海外が先行しているため、海外に留学することで海外のバイオ医薬品企業の最新の取組などの情報収集や知識、スキルなどを習得することを目的としていると考えられます。

また、実施している研修テーマにおいても、両グループともに「職階別研修 (新入社員・中堅社員など)」や「薬機法令研修」、「技術研修」等を重視する姿勢は変わりませんが、特にバイオ医薬品事業に関心のある企業では、「語学研修」に力を入れていることに違いがあります。バイオ医薬品事業を担う人材には、市場がグローバルであることや、国内よりも先行して

いる海外技術や取組等の情報収集を意識して、「語学」能力が必須になっていると考えられます。

#### 4. ヒアリング調査で明らかになったこと

アンケート調査で明らかになった知見をベースに、ヒアリング調査を行ったところ以下のような意見がありました。まず、バイオ医薬品事業は海外企業が先行しているため、この事業分野では、日本の製薬企業は欧米企業や新興国の企業をキャッチアップする立場にあります。そのため、海外のベンチャー企業をM&Aする等して、人材や技術ノウハウ、設備といったものを会社ごと一括で買収する企業が多くなっています。このため、ノウハウをもつ人材、即戦力が重視されています。こうした企業では、買収した海外企業で研修させたり、インターネットや人事交流等を通じてノウハウの取得に努めるとともに、動画やeラーニングを活用した教育研修等も実施しています。このため、研修では語学が必須であるとともに、講師やカリキュラムが実務に合った内容となることが重視されています。

また、業界団体が主催するバイオ医薬品事業の研究会等に社員が参加して、企業の垣根を越えて日頃から同業者とも意見交換を活発化し、オープンイノベーションを重視しているとの声が多く聞かれました。

こうしたネットワークや新しい取組に行政や支援機関も参加して、企業や業界団体、大学や医療機関の知見を得ながら、人材育成方法における変化に対応した支援体制を構築することが重要といえるでしょう。

#### 5. 求められるライフサイエンス分野への公的支援策

最後に、バイオ医薬品公的支援に求める施策としては、両グループとも共通して、「補助金・奨励金」や「税制優遇」といった資金面のサポートを最も必要としています。

中でも、バイオ医薬品事業に関心がある企業では、「事業や製品の許認可支援」や「大学・研究機関との連携」といった産学官連携、「病院・医療機関等との連携支援」を求めています。

このことからバイオ医薬品事業の推進にあつては、産業界、アカデミア、規制当局を含めた

官公庁や公的支援機関に加えて、病院や医療機関を含めた連合体（プラットフォーム）が重要となっています。また、これまで支援してきた中小企業とのネットワークを活用して、大企業や医薬品・医療機器メーカー等とのマッチング、医療機関や金融機関との連携等、支援メニューを充実させることも重要です。

#### 6. 大阪独自の優遇制度がスタート

大阪府は、国から「関西イノベーション国際戦略総合特区」、「国家戦略特区」の2つの特区指定を受けており、ライフサイエンス分野における更なる国際競争力の強化に取り組んでいます。

こうした枠組に加えて、JR 岸辺駅の吹田操車場跡地には、吹田市と摂津市にまたがる国際的な医療クラスター「北大阪健康医療都市」

【健都（けんと）】(<http://kento.osaka.jp/>)のまちづくりが平成 30 年度に向けて始動しています。

こうした中、成長産業の集積の促進及び国際競争力の強化を図ることを目的に、「関西イノベーション国際戦略総合特区」における国の取組を強化した大阪独自の優遇制度（大阪府成長特区税制）を平成 28 年 4 月から実施しました。

大阪府成長特区税制は、平成 24 年 12 月から行ってきた大阪府特区税制の取組を引き継ぐとともに、国の特区以外でも大阪府が独自で対象区域を追加できる等の改正を行った制度となっています。

大阪府が独自で「成長産業特別集積区域（成長特区）」に指定した健都をはじめ、大阪府が更に健康・医療産業をリードする企業や人材が陸続と輩出するエリアとなることと期待しています。

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/sr1\\_4.html](http://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/sr1_4.html)

## はじめに

人口減少社会を迎えたわが国では、地域の魅力や活力を維持・増加させていくことが喫緊の課題といえます。その対策の一つとして、地域の産業を活性化させ、交流人口を増やし、雇用を促進させるといった好循環を生み出す、「地域ブランド」への取組が有効と考えられます。26 年度にはものづくりに焦点を当てた調査「大阪の地域ブランド戦略のあり方」を発表しましたが、続く 27 年度調査「人口減少社会における地域ブランド戦略」では、対象をものづくりだけでなく観光、まちづくりに拡大して、府内及び周辺地域の事例を幅広く収集、分析を行い、持続・発展可能な地域ブランド戦略のあり方について検討しました。なお、本調査は、大阪市立大学大学院創造都市研究科との連携事業として実施しました。

## 1. 調査結果のポイント

- 将来の世代に地域の資源を引き継いでいくために、長期的な対策が必要である。地域ブランドは、総合的な地域活性化策であることから、その成果が期待される。
- 一般のブランドと地域ブランドの差異は、管理体制の難しさにある。行政の組織にはブランドマネジメントのノウハウはなく、一つ一つの支援策には期限があり、取組の自立性、継続性が課題である。
- マス・ツーリズムでなく着地型観光を基本とするニュー・ツーリズムへの主流化が進めば、地域の居住環境と観光魅力の向上の両立への理解が進む。
- 地域ブランド事例を 5 つに類型化し、それぞれの事例から行政の支援のあり方について検討し、(1)地域での啓発活動、(2)リーダー人材の育成と協働、(3)インバウンド対応、(4)異なるセクターにわたる関係者間の橋渡し、(5)大阪らしい自主自立の企業家精神の側面支援、(6)施策との橋渡し、の 6 項目をあげた。
- 大阪府としては、より人口減少による都市の衰退が危惧される周辺部にも、地域ブランド力により人の流れを作り出し、地域を活性化

していく施策を、国や市町村、支援団体と連携し、部局横断的に構築していくことが今後さらに求められるであろう。

## 2. ヒアリング調査による地域ブランドのケーススタディ

本調査では、ケースを目的別に 5 つの型に分類しました。

### ①町並み活用・古民家再生型

地域の歴史ある古い町並みや古民家を活用し、統一的な景観を維持しつつ、新たな店舗や文化施設等を誘致することで、域外からの人の流れを作り出し、空き家・空店舗の解消、定住人口の増加を図るものです。また、時には伝統的な建築物の保存だけでなく、景観にマッチした施設・設備を新築・導入することで、新たな機能や価値を付加します。これには、景観保全に対する支援やルール作り等で、行政の果たす役割が大きいと考えられます。本調査で取り上げた事例では、富田林寺内町、橿原市今井町、南天苑がこれにあたります。

### ②地域商業活性化型

従来、商店街等の活性化策として、一店逸品運動、100 円商店街、バル、まちゼミ、修学旅行生の受入れといった取組が行われてきたところです。この中心市街地活性化を目的とした活動を核に、地域の他産業・歴史・文化・自然等の資源と結び付け、地域全体のブランド力を高めていこうというのが、この地域商業活性化型です。商業者を中心に、地域住民団体、文化施設、地域に立地する製造業等の企業、大学をも巻き込んだ活動に発展した形態です。これにあたる事例として、いけだサンシー、がもよんプロジェクト、いたみタウンセンター、大將軍商店街をとりあげています。

### ③地場産業・産品特化型

特定の農林水産品、工業製品、コンテンツ等に絞った地域ブランド化の形態です。単に地域の産品の知名度を高め、商品開発・販売促進を図るだけでなく、現地に足を運び、収穫やものづくり、人的交流等、様々な体験をしてもらうことも、重要な要素となります。事例として、カタシモ

ワインフード・大阪ワイナリー協会、アンシャン  
トマンを紹介しています。

#### ④歴史文化活用型

地域固有の文化・歴史を再発見し、観光集客を  
増やすものです。ハコモノ以外に新たな交通手段  
の提供による回遊性の向上、ITを駆使した情  
報・サービス提供等がみられます。事例としては、  
さかい利品の杜、明日香村地域振興公社・橿原市  
観光協会、京福電気鉄道を紹介しています。

#### ⑤芸術祭型

音楽、現代美術等の展示イベントやコンペを通  
じて地域イメージ向上を図るものです。これには、  
当該地域出身の著名なアーティストに因むといっ  
た土台がある場合もありますが、必ずしも明確な  
結びつきはなく、全く新しい取組として始まるこ  
ともあります。定着すれば、地域の新しい歴史と  
なっていくます。行政が仕掛ける場合もあれば、  
事業者、住民団体主体もあり、様々な組織体制が  
みられます。この事例として、『HUB-IBARAKI  
ART』実行委員会、のせでんアートライン実行委  
員会を紹介しています。

### 3. 持続・発展可能な地域ブランド戦略 のあり方（事例抜粋）

#### ◆富田林市寺内町（江戸情緒の残る町並みを活 かしたまちづくり）

富田林市寺内町は大阪府下では唯一の重要  
伝統的建造物群保存地区に選定されており、  
国の重要文化財に指定された旧杉山家住宅や  
興正寺別院など 17～19 世紀頃の建築物が集  
積している。「大阪ミュージアム構想」で重  
点地域に取り上げられたことも、注目される  
きっかけのひとつになった。

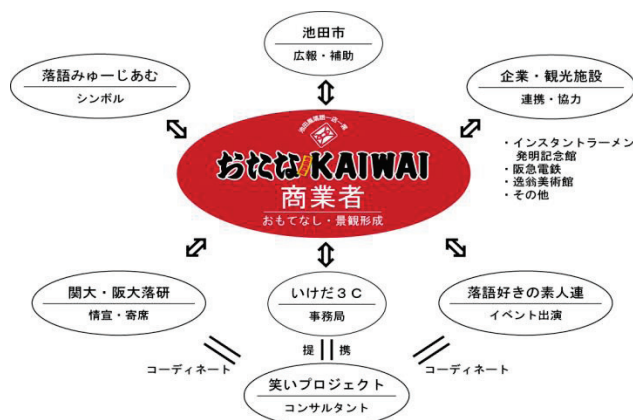
2009 年頃から古民家のリノベーションと店  
舗誘致が積極的に行なわれており、40 件以上  
の店舗や工房が新規出店し、まちに賑わい  
をもたらしている。出店者の 95%が女性である  
ことも特徴的で、住民が自発的に地域を盛り  
上げる活動を始める事例も多く見られる。



写真：じないまち交流館

#### ◆いけだサンシー（中心市街地活性化の発展型）

池田市は、古典落語の演目「池田の猪買  
い」に因み、落語をキーワードとしたまちづ  
くりに取り組んでいる。まちづくり会社とし  
て設立された「いけだサンシー(株)」が中心  
となり、参加店舗による落語ネタに引っ掛け  
た商品開発や、店主が講師としてプロの技を伝  
授する「おたなゼミナール」、猪肉を使った  
メニューで味を競う「猪ー1グランプリ」、  
インスタントラーメン発祥の地としてラーメ  
ンをテーマにしたイベント等を盛りだくさん  
に展開している。ここでは、業種を超えた事  
業者、大学、市が連携して地域ブランド構築  
に継続的に取り組んでいる。



資料：いけだサンシー(株)

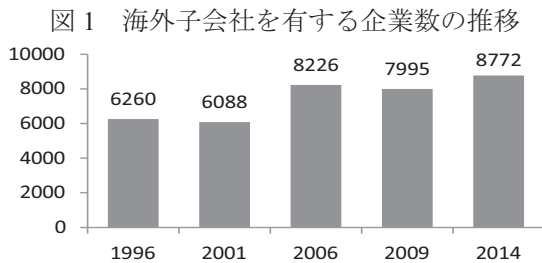
この報告書は、当センターが実施した他の調査  
結果とともに、当センターのウェブサイトで全文  
をご覧ください。

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

海外で経営現地化に取り組む中小企業 (資料 No. 152)

1. 海外需要獲得に乗り出す中小企業

近年、海外に子会社を設立する企業は増加しています(図 1)。中小企業にもこの動きは広がってきており、件数は増加傾向にあります。しかし企業規模別で全体に占める海外子会社保有割合をみると、製造業で 5000 人以上の大企業では 8 割超であるのに対し、100-299 人で約 35%、19 名以下では 1%未満となっています(図 2)。



出典：大阪府商工労働部 (2016)「海外で経営現地化に取り組む中小企業」。以下の図も同様。

図 2 従業員規模別の海外子会社保有割合

	製造業	卸売業・小売業
全体	1.6%	0.5%
0~4人	0.0%	0.1%
5~9人	0.2%	0.2%
10~19人	0.4%	0.4%
20~29人	1.2%	0.8%
30~49人	2.5%	1.6%
50~99人	5.5%	3.5%
100~299人	14.1%	6.2%
300~999人	34.2%	11.4%
1,000~1,999人	55.5%	14.5%
2,000~4,999人	67.0%	19.4%
5,000人以上	80.2%	27.0%

人口減少など国内市場が縮小傾向にあるなか、アジアなどの成長市場への進出は、中小企業においても、今後の戦略上の重要な選択肢になると考えられます。しかし海外進出には、大きなリスクが伴うことも事実であり、大企業に比して経営資源の乏しい中小企業が進出を躊躇することも当然と思われる。

そこで当センターでは、中小企業による海外展開戦略の立案に資するため、海外子会社を設立し現地需要の獲得に乗り出している中小企業の現状について調査しました。本稿では、その

結果を踏まえ、現地需要獲得における重要な取り組みである経営現地化に焦点をあて、中小企業における子会社経営の実態について考察していきます。

2. 「経営現地化」が業績向上の鍵

現地での経営の課題としてよく取り上げられることに、現地の商習慣や風習・文化への理解や対応があります。これらは従業員との関係だけでなく、現地の競合他社、消費者や市場そのものを理解する上でも重要となります。その対応として、経営現地化が課題として取り上げられています。経営現地化とは、経営者層への現地人材の登用や現地ニーズに対応した商品・事業のカスタマイズなど、子会社経営を現地に根ざした経営に転換することを言います。

では、経営現地化は本当に子会社の業績に好影響を及ぼしているのか。この点について、経済産業省の海外事業活動基本調査を用いて分析した結果が図 3 になります。

図 3 経営現地化の取り組み状況と業績との関係

	黒字	赤字	t 値
日本人派遣者割合	0.09	0.12	-7.95 **
日本人派遣者数前年比	1.97	2.04	-2.73 **
現地販売率	0.70	0.69	2.28 *
現地日系企業販売率	0.44	0.49	-4.19 **
現地地場企業販売率	0.41	0.36	4.20 **
現地調達率	0.63	0.69	-7.37 **
現地日系企業調達率	0.07	0.07	0.27 n.s.
現地地場企業調達率	0.46	0.55	-7.91 **

(注)「\*\*」1%水準で有意 「\*」5%水準で有意  
「n.s.」有意差なし(not significant)

分析では、経営現地化の取り組み状況を、黒字企業と赤字企業で比較しました。その結果、黒字企業では日本人派遣者割合が低いなど、現地人材による経営へのシフトを進めている企業が多く、販売や調達においても現地化を進めている傾向がみられました。このことは、現地化に取り組む企業ほど、業績が良いことを示唆しています。

3. 需要獲得を目指す企業は現地化を強化

次に海外子会社の設置目的を、現地需要獲得とその他(生産、調達など)に区分し、それ

ぞれの子会社経営における現地化の取組みの違いについてみていきます。分析には、海外子会社を有する中小企業を対象としたアンケート調査の結果を用いました。

分析の結果、海外需要獲得を目的とした子会社ではその他の目的で設立された子会社に比べ、次のような特徴を見ることができました<sup>1</sup>。

- ◆今後の事業に拡大志向を持っている
- ◆本社から子会社への権限委譲や経営層への現地人材の登用に積極的
- ◆日本と現地の人材間の交流や相互理解への取組みに積極的
- ◆現地企業との取引が拡大傾向にある
- ◆現地市場の調査に積極的であり、商製品・サービスのローカライズに積極的

以上のように、現地で需要獲得を目指す企業では、権限委譲や現地人材の経営者層への登用などに積極的で、現地人材による意思決定が為される体制が作られている様子がわかる。またそれを反映し、事業においても商製品・サービスを現地市場にフィットさせるローカライズが実施されており、現地での取引が拡大しているようです。

さらに海外子会社の現地化の取組みについて、詳しくみるため、現地でのインタビュー調査の結果を紹介します。

**『現地市場は成長している分、日本よりも競争が激しい。そのため現地で生き残るには、速やかな情報収集とそれに基づく迅速な意思決定が必要であり、それには現地人材への権限委譲が望ましい形である。』**

このように激しい競争環境に対応するには現地への大幅な権限委譲が必要となるようです。しかしその際に注意すべきこともあります。

**『日本で採用した現地人を子会社の経営者としたが、本社の意向に沿わない経営をするため、結局は日本人に置き換えることになった。』**

こうした状況を回避するための手段として、現地と日本の相互理解の促進が有効との意見もあります。

**『当初は現地に応じた経営を実施していたが、**

<sup>1</sup> アンケート調査の実施概要および結果の詳細については、報告書の p38-p59 を参照のこと。

**上手くいかなかったため、日本と同様に、社員旅行や宴会などの福利厚生制度を導入し、日本人と現地人材との交流を積極的に図るようにした。その結果、互いの考えが分かり合えるようになり、現地の利益率は上昇し、離職率は大幅に減少した。』**

このように、海外子会社の経営においては、現地での迅速な意思決定のために、大幅な権限委譲が必要となりますが、その際には現地人材と日本との相互理解が前提となるようです。

#### 4. 海外子会社経営へのインプリケーション

本稿では、中小企業が現地需要の獲得のため海外子会社において実施している経営現地化の取組みについて考察してきました。そこでは次のようなことが示唆されていたと考えられます。

第一に、現地経営を委ねられる人材を確保・育成することが重要になると考えられます。中小企業では、海外子会社の経営も、日本の経営者が兼ねるケースが多く見られます。しかし、現地の商習慣や文化、風習を含めた現地市場を深く理解するためには、現地人材を経営者に置くことが有効です。また変化の激しい現地の経営環境に対する迅速な意思決定には、本社から現地への大幅な権限委譲も重要となります。これらの実現には、現地を任せられる人材をいかに育て、確保するかが課題となります。

第二に、現地人材と日本人材の相互理解が重要となります。これは現地子会社内での日本駐在員と現地人材の相互理解にとどまらず、日本本社をも含めたものと考えべきでしょう。実際、現地で駐在員をみていると、本社と現地子会社の間に入り調整に苦勞している姿もよくみられます。そこで敢えて強調したいことは、海外子会社の保有を決めた瞬間から、日本の本社自体が海外に関心を持ち、自社の子会社はもちろんのこと、現地の市場や人などへの理解を踏まえ、相互理解に積極的に取り組むことが肝要と思われる。つまり日本本社のグローバル化が重要な鍵を握っていると言えるでしょう。

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/sr1\\_5.html](http://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/sr1_5.html)

# 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	4	1,431	13.3	719	712	16,081	9.5	5,223	10,858	1,294	9.3	8,796	8.4
	5	1,496	7.2	740	756	16,929	6.3	5,418	11,510	1,369	7.3	9,348	6.5
	6	1,453	1.1	727	726	16,413	0.6	5,393	11,020	1,341	6.0	9,087	4.7
	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	8,990	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	5.2	8,849	4.8
	2	1,337	2.9	671	666	14,886	3.3	4,912	9,974	1,245	8.3	8,453	7.6
	3	1,486	0.3	774	712	16,463	▲ 0.2	5,831	10,633	1,392	4.4	9,371	3.5
	4	1,401	0.0	694	707	15,456	▲ 0.1	5,012	10,443	1,370	5.9	9,190	4.5
	5	1,433	▲ 2.2	703	730	15,978	▲ 1.9	5,125	10,854	1,414	3.3	9,593	2.6
	6	P 1,394	P ▲ 2.0	P 685	P 709	P 15,675	P ▲ 0.7	P 5,183	P 10,492	P 1,399	P 4.4	P 9,436	P 3.8

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		賃金指数	
	前年比		前年比		名目 前年比		名目 前年比		名目	前年比	実質	前年比		
	台	%	台	%	円	%	円	%	円	22年=100	%	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	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	333,807	84.9	1.2	81.6	0.6
	4	14,469	5.6	269,251	2.2	236,857	▲ 12.0	298,520	▲ 0.7	327,327	83.2	0.5	79.9	0.4
	5	15,016	3.8	275,505	▲ 1.4	231,984	▲ 9.2	281,827	▲ 1.6	309,987	78.8	0.4	75.7	0.5
	6	17,808	▲ 5.1	344,324	▲ 5.6	230,420	▲ 4.7	261,452	▲ 2.7					

(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	前年比	合計	前年比	
	千平方	%	千平方	%	千平方	%	千平方	%	戸	%	戸	%	
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	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
	4	684	▲ 11.9	228	▲ 49.8	10,845	▲ 6.6	3,858	▲ 22.0	6,513	45.0	82,398	9.0
	5	1,084	111.0	673	172.1	12,006	13.9	5,051	19.0	5,705	47.0	78,728	9.8
	6	817	3.7	351	23.5	12,041	▲ 1.4	4,679	4.2	6,341	▲ 13.7	85,953	▲ 2.5

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	前年比	総額	前年比	
	億円	%	億円	%	億円	%	億円	%	
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	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	25,993	6.8	8,951	5.6	462	34.9	13,395	5.0
	4	22,672	▲ 7.0	7,963	▲ 8.9	1,058	3.2	20,301	10.5
	5	20,064	▲ 13.2	7,850	▲ 12.7	490	22.2	11,453	1.4
	6					567	▲ 33.4	15,278	▲ 1.8

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

		鋳工業生産動向																	
		大阪府(製造工業)						近畿(鋳工業)											
		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	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		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	4	108.9	3.4	2.8	97.8	1.5	106.0	0.6	103.0	▲ 3.4	101.5	▲ 1.3	117.2	0.1					
	5	104.7	▲ 3.9	▲ 4.6	93.3	▲ 4.6	107.4	1.3	101.9	▲ 1.1	99.7	▲ 1.8	117.3	0.1					
	6	106.0	1.2	0.7	95.1	1.9	107.2	▲ 0.2	103.5	1.6	100.8	1.1	117.6	0.3					
	7	108.1	2.0	1.4	98.2	3.3	109.9	2.5	103.0	▲ 0.5	100.8	0.0	118.0	0.3					
	8	103.0	▲ 4.7	▲ 2.8	94.0	▲ 4.3	109.5	▲ 0.4	101.3	▲ 1.7	99.6	▲ 1.2	118.3	0.3					
	9	107.0	3.9	▲ 4.3	97.3	3.5	111.4	1.7	102.8	1.5	101.1	1.5	118.0	▲ 0.3					
	10	105.1	▲ 1.8	▲ 5.6	95.2	▲ 2.2	112.5	1.0	103.7	0.9	101.1	0.0	117.8	▲ 0.2					
	11	103.7	▲ 1.3	▲ 3.1	95.3	0.1	114.6	1.9	101.6	▲ 2.0	98.8	▲ 2.3	118.3	0.4					
	12	101.4	▲ 2.2	▲ 5.9	92.5	▲ 2.9	114.1	▲ 0.4	99.8	▲ 1.8	98.2	▲ 0.6	117.9	▲ 0.3					
	28年	1	102.3	0.9	▲ 9.4	96.8	4.6	114.0	▲ 0.1	104.1	4.3	100.7	2.5	117.9	0.0				
2		101.8	▲ 0.5	▲ 3.5	94.9	▲ 2.0	109.7	▲ 3.8	97.7	▲ 6.1	95.8	▲ 4.9	118.6	0.6					
3		103.5	1.7	▲ 1.8	96.9	2.1	107.2	▲ 2.3	105.0	7.5	101.5	5.9	119.2	0.5					
4		103.1	▲ 0.4	▲ 6.5	96.8	▲ 0.1	106.9	▲ 0.3	104.1	▲ 0.9	101.8	0.3	120.2	0.8					
5		P 100.2	P ▲ 2.8	P ▲ 3.1	P 94.9	P ▲ 2.0	P 106.4	P ▲ 0.5	103.3	▲ 0.8	101.2	▲ 0.6	121.9	1.4					
6																			

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「鋳工業生産動向」

※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。

		鋳工業生産動向						電力需要実績								
		全国(鋳工業)						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	前年比	22年=100	前月比	前年比	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	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		96.7	3.8	0.2	94.5	1.8	115.4	2.9	3,280	▲ 6.8	2,585	▲ 7.5				
4		97.2	0.5	▲ 3.3	96.0	1.6	113.4	▲ 1.7								
5		94.7	▲ 2.6	▲ 0.4	93.5	▲ 2.6	113.9	0.4								
6		P 96.5	P 1.9	P ▲ 1.9	P 94.6	P 1.2	P 113.9	P 0.0								

経済産業省「鋳工業指数」

※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	%	人	%	人	%	人	%					
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	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
	4	196,501	1.8	70,542	8.3	144,796	▲ 2.4	31,977	▲ 2.3	1.36	2.21	1.34	2.06
	5	195,154	▲ 0.7	72,795	3.2	143,159	▲ 1.1	32,830	2.7	1.36	2.22	1.36	2.09
	6	197,714	1.3	71,492	▲ 1.8	142,371	▲ 0.6	32,979	0.5	1.39	2.17	1.37	2.01

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 (原数値)		実数 (原数値)		実数 (季調値)	初回受給 者数		産業計			製造業			
	%	ポイント	%	ポイント	%	人	%	時間	22年=100	%	時間	22年=100	%	
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	4	3.5	▲ 0.8	3.6	▲ 0.3	3.4	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	3.2	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	13.1	114.9	▲ 0.8	15.8	117.0	3.9
	4	4.0	0.5	3.4	▲ 0.2	3.2	6,388	▲ 8.4	14.0	122.8	6.9	16.2	120.0	5.2
	5	3.6	▲ 0.1	3.2	▲ 0.2	3.2	9,372	▲ 10.8	12.3	107.9	▲ 0.8	13.7	101.5	1.5
	6	3.7	▲ 0.2	3.1	▲ 0.3	3.1	7,097	▲ 7.3						

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	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	10,613	▲ 17.0	57,037	▲ 4.0	54,638	▲ 14.2	115.02	30.35
		3	13,371	▲ 8.4	11,153	▲ 11.4	64,568	▲ 6.8	57,077	▲ 14.9	113.07	37.77
4		12,610	▲ 8.8	10,386	▲ 18.1	58,891	▲ 10.1	50,685	▲ 23.3	109.88	40.96	
5		11,029	▲ 12.8	P 10,099	P ▲ 12.7	50,918	▲ 11.3	P 51,323	P ▲ 13.8	109.15	46.85	
6		P 12,818	P ▲ 7.3	P 10,582	P ▲ 15.3	P 60,255	P ▲ 7.4	P 53,326	P ▲ 18.8	105.49	48.75	

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	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
4		99.2	▲ 0.4	▲ 4.2	103.4	0.0	0.1	103.1	0.0	0.0	103.4	0.2	▲ 0.3	102.9	0.3	▲ 0.3	
5		99.3	0.1	▲ 4.3	103.5	0.1	▲ 0.1	103.1	0.0	▲ 0.1	103.6	0.1	▲ 0.4	103.0	0.1	▲ 0.4	
6		99.2	▲ 0.1	▲ 4.2	103.1	▲ 0.4	▲ 0.3	102.7	▲ 0.3	▲ 0.4	103.3	▲ 0.2	▲ 0.4	103.0	▲ 0.1	▲ 0.5	

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」



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 9 月発行