



大阪府中央会情報連絡員報告

府内中小企業の景況

2023年
6月

1. 6月のDIは、全9指標のうち1指標が上昇、主要3指標は、収益状況4ポイント下降、売上高と業界の景況は、前月より下降している。
2. 6月末時点では、製造業では2指標のDIが上昇し、また非製造業では資金繰り及び雇用人員以外のすべての指標のDIが下降している。

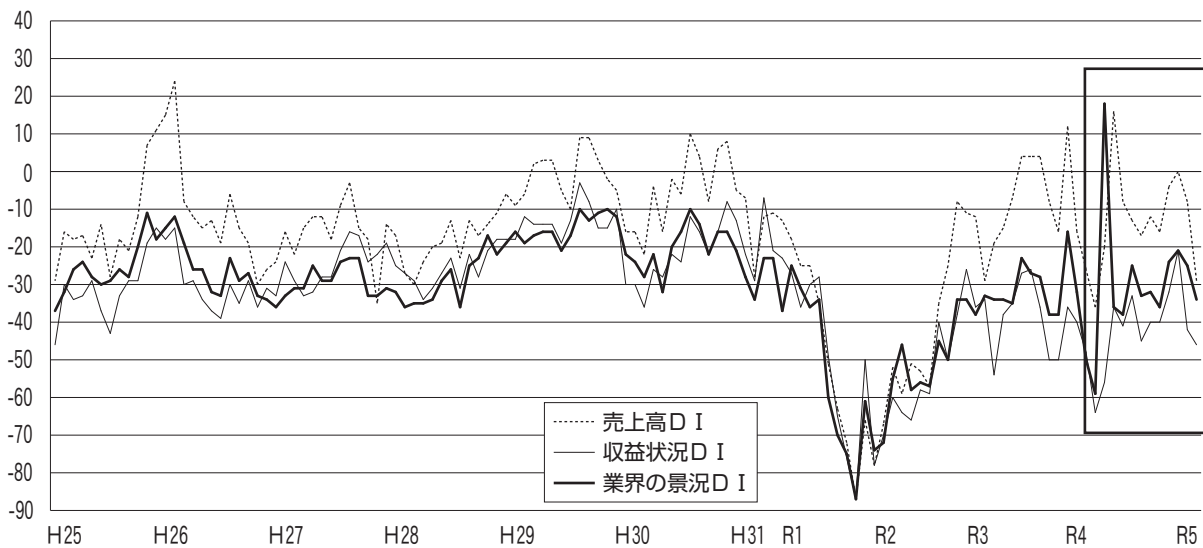
景況天気図

| 令和5年 6月分 | 全産業 | | | 製造業 | | | 非製造業 | | | 30以上 |
|-------------|---------|---------|----------|---------|---------|----------|---------|---------|----------|----------------|
| | 5月 | 6月 | 前月比 | 5月 | 6月 | 前月比 | 5月 | 6月 | 前月比 | |
| 売上高 | △8 | △29 | ↓ -21 | 0 | △22 | ↓ -22 | △20 | △40 | ↓ -20 | 快晴 |
| 在庫数量 | 18 | 0 | ↑ -18 | 15 | △7 | ↑ -22 | 10 | 11 | ↓ 1 | 晴れ |
| 販売価格 | 38 | 29 | ↓ -9 | 36 | 36 | → 0 | 40 | 20 | ↓ -20 | 9~△9 うす曇り |
| 取引条件 | △25 | △25 | → 0 | △29 | △21 | ↑ 8 | △20 | △30 | ↓ -10 | △10~△29 くもり |
| 収益状況 | △42 | △46 | ↓ -4 | 0 | 0 | → 0 | △30 | △50 | ↓ -20 | △30~△49 雨 |
| 資金繰り | △21 | △21 | → 0 | △21 | △21 | → 0 | △20 | △20 | → 0 | △50以上 大雨 |
| 設備操業度 | △14 | △14 | → 0 | △14 | △14 | → 0 | | | | |
| 雇用人員 | △13 | △13 | → 0 | △14 | △14 | → 0 | △10 | △10 | → 0 | |
| 業界の景況 | △25 | △34 | ↓ -9 | △29 | △29 | → 0 | △20 | △40 | ↓ -20 | |

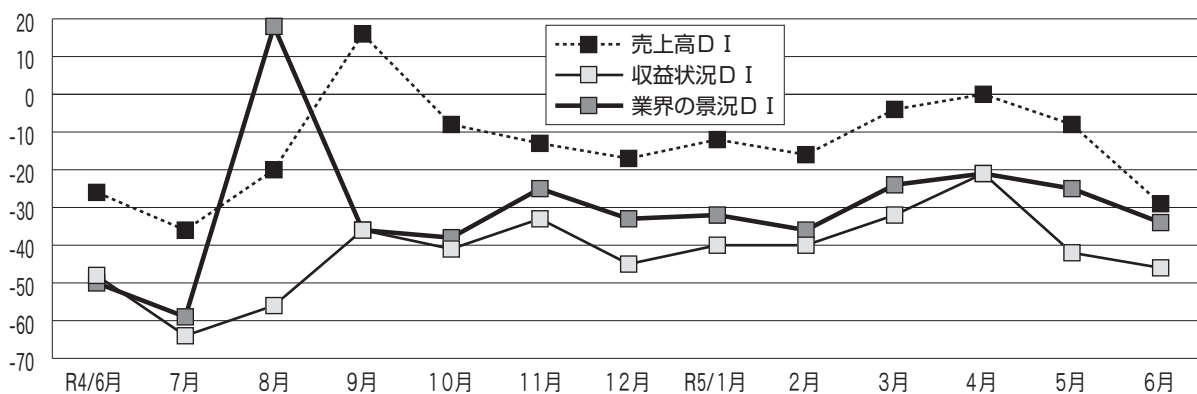
天気図の見方…各景況項目について「増加」(または「好転」)業種割合から「減少」(または「悪化」)業種割合を引いた値をもとに作成。その基準は右記のとおりです。ただし、在庫数量はプラスの場合は雨、マイナスの場合は晴れの方向に表しています。

DI (Diffusion Index: ディフュージョン・インデックス) とは、景気動向指数や景気判断指数と呼ばれており、景気動向を早期に把握するために使われる指標である。「増加・上昇・好転」といったプラス回答の比率から、「減少・低下・悪化」というマイナス回答の比率を差し引いて求める。

全産業 H25年6月～R5年6月のDIの推移



全産業 R4年6月～R5年6月のDIの推移



業種別概況 (6月分)

【製造業】



水産食料品製造業

先月同様、魚の入荷量は減少傾向で価格は高騰しているため、量販店と取引されている組合員は厳しい状況が続いている。しかしながら、少しずつであるが、6月に入り、取引先の飲食店がインバウンドの影響もあってか注文も増えてきている状況である。当市場が仕入れ先の一つとして検討してもらえるように、買出人の方々に向けた情報発信に力を入れたいが、どのような情報を求めているのか、どのような情報をHPなどで掲載したらいいのかかわからないのが実情である。また、今まで市場で仕入れたことのない方が「一度市場へ見に行ってみよう」と思ってもらえるような掲載・拡散方法などについて、検討を行いたい。



帽子製造業

帽子の売上に直結する天候は、例年通りの梅雨時期なので、ほぼ横ばいである。



木材加工業

前年同月と比べ、売上高は減少している。依然として、原材料不足が要因の一部と考えられ、またコロナ禍から地方の客足が戻らず、客数が減少している事も影響している。



古紙収集加工業

6月も古紙の発生は悪い。ペーパーレスの時代になり洋紙の生産が落ちているので古紙も出ない。段ボールについては製品出荷の伸び悩みもあり古紙の発生は落ちている。依然として製紙メーカーの減産が続いており前年の実績を下回る状況。

製本業

業界の動向として、繁忙期が一定しない。この先の動向も不透明な状況である。例年の状況は判断材料にはならない。廃業の流れが止まらず、その仕事が無処に流れているかも定かではない。その上、物価高を受け、値上げをしないと生きていけないとの事で、物価の上昇分を何とか製本単価に転嫁したいが、厳しい状況である。例えば、大口取引先が上がりやすく、5%~10%がやっと、単価表を改正して全品目値上げしたいが、厳しい状況である。ある企業では4割は完全勝利、4割痛み分けへ交渉継続中、2割は失注である。また、伝票関係は、原材料の高騰に伴い値上げをできたが、無線綴じ、中綴じに関して値段は据え置きなどの状況が続いており、なかなか難しい状況だが、値上げ交渉は継続しておこなっている。

セルロイドプラスチック製品製造業

前月比10%アップ、前年比20%アップと年初来極めて低調な稼働率が少しは上向いたが、これも一時的なものと思われる。それなりに市場シェアを有すると同時に市場価格を上げて対応できる大手メーカーに対しては、中小企業の原料コスト上昇を満額、価格転嫁を受け容れる懐の大きさを示して頂きたい。

石鹼洗剤製造業

洗剤全体では前年並みに推移しているが、品目にバラツキがあり、手洗い消毒という生活行動はコロナ収束後も一定以上残ると見られる。清潔をキーワードにした商品群は需要を伸ばし、特に除菌を訴求したものは高い受入れ性を示している。石鹼では、手洗い用液体が好調でコロナ前と比べて2桁以上の上積みとなり、使用習慣の定着、使用場面の拡大が進んでいる。合成洗剤では、洗濯用で粉末は液体製品へシフトする傾向は続いており2桁以上の減少となっているが、液体は数量で微減、金額で微増となり、各方面で続く値上げによる影響が洗剤市場にも出ている。

鍛造業

生産量において、少しずつ回復傾向にあるものの6ヶ月連続して前年を下回り、全体として3%程度の前年割れとなった。主要な自動車用が回復傾向にあるが、もう一つの主要な産業機械・土木建築機械用が先月同様10%あまりの前年割れとなり、全体として前年割れとなった。原材料価格やエネルギー価格の高騰、物価高などの影響もあり、依然として先行き不透明である。

建築金物製造業

燃料価格、原材料費をはじめとする諸物価の高騰や物流コストの高止まり、人件費の高騰、人手不足など業界各社をとりまく経営環境は依然として厳しい状況にある。また、ウクライナ情勢の長期化、世界経済の減速懸念など、今後も景気の下振れが見込まれるため、しばらくはこの状況が続くものと予想される。5月の新設住宅着工戸数は、69,561戸で前年同月比3.5%増と4カ月ぶりの増加となった。そのうち大阪府の同着工戸数は前年同月比2.5%増と全国平均を下回っている。一方、5月の民間非居住建築物の着工床面積は、899万㎡で前年同月比7.3%減と4カ月連続の減少となった。建築資材をはじめ原材料価格の高騰が続くなか、今後も動向を注視していきたい。

産業機器製造業

景況は、6月以降明るい兆しも出てきた。

印刷製本機械製造業

組合員内でも活動が活発化している状況は見えない。業界団体全体でも厳しい話しか出てこない。

【非製造業】

電気機器卸売業

企業間の格差は見られるものの、概ね前年同月比では、増収・増益を確保している。業界全体として、安定した業績を確保出来ているが、仕入価格上昇にかかる販売単価転嫁も落ち着き、人件費・運送費等コストUPの影響もあり春先の伸張からの伸び率はダウンしており、好調感は感じられない。こうした状況下にあるが、各組合員ともに再開発計画等による案件の増加（受注残）等当面は安定した業績が見込めるものの24年物流問題・労働問題等の影響が懸念されている。

衣服・身の回品卸売業

売り上げはコロナ禍に比べやや持ち直し感はあるものの、再び円安局面になり採算面は厳しい。業界環境同様、諸経費（水道高熱・運送費他）の高騰から売上増加も経費で相殺されている状況である。

二輪自動車小売業

販売が更に落ちてきている。半面発注していた商品が次々に入荷している所以在庫過多である。そのため再び値引き販売が増加しており利益も減少して資金繰りも悪くなっている。

地質調査業

2022年度の4月~6月と比べ、大阪府等からの発注量は少ないが、業界として誰も異を唱えることはない。役所の発注分が例年に比べ少ないことは、組合員とのヒアリングで耳にする。誰もが後半にもっと発注量が増加することを期待している。

警備業

昨年は大型の交通誘導警備業務の受注があり売上が好転したが、今期は受注が無く減少に転じた。

建設業

資材の不足による高騰が続いている。お客からの問い合わせが減ってきている。

タイル工事業

本来であればコロナ禍が明け、それ以前の水準に戻るべきところコロナの影響により、3割ほど下げた二年前の水準までしか戻らない。コロナ以外のところで、諸物価の値上り等の影響の方が大きい。

貨物運送業

問い合わせ件数、見積依頼件数および受注件数は微増となった。特に法人引越の受注が増加。ただし資器材および燃料の価格高騰が続いていることによって経費も増加しているため、収益は前年と同等となった。