



大阪府中央会情報連絡員報告

## 府内中小企業の景況

2023年  
7月

1. 7月のDIは、全9指標のうち6指標が上昇、主要3指標は、収益状況4ポイント、売上高12ポイント、業界の景況9ポイントとそれぞれ上昇している。
2. 7月末時点では、製造業では3指標のDIが上昇し、また非製造業では4指標のDIが上昇している。

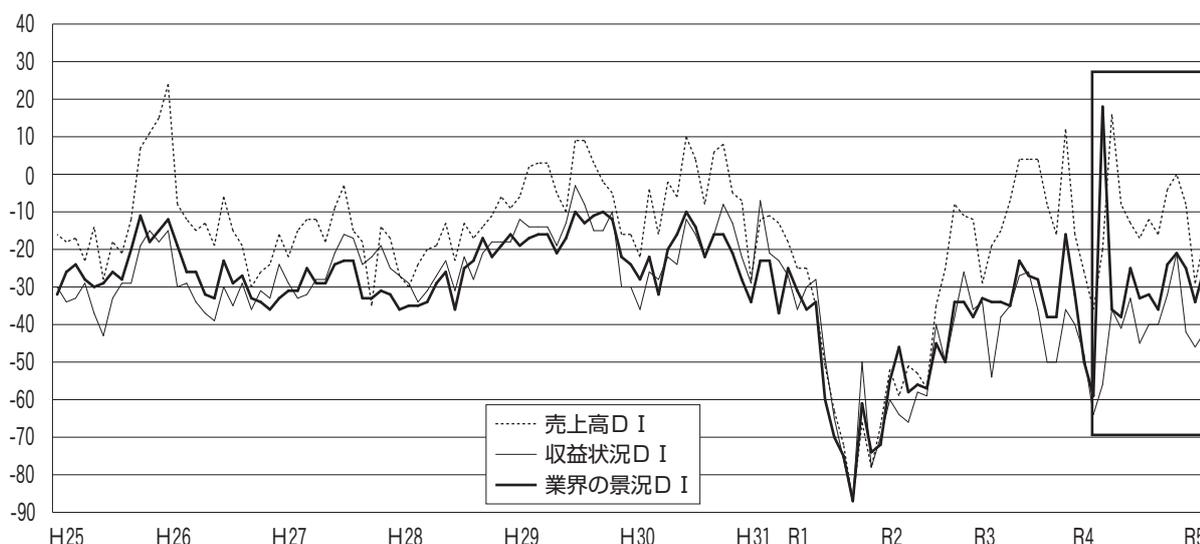
## 景況天気図

令和5年 7月分	全産業			製造業			非製造業			30以上
	6月	7月	前月比	6月	7月	前月比	6月	7月	前月比	快晴
売上高	△29 	△17 	↗ 12	△22 	△15 	↗ 7	△40 	△20 	↗ 20	10~29 晴れ
在庫数量	0 	16 	↘ 16	△7 	14 	↘ 21	11 	11 	→ 0	9~△9 うす曇り
販売価格	29 	21 	↘ -8	36 	36 	→ 0	20 	0 	↘ -20	△10~△29 くもり
取引条件	△25 	△21 	↗ 4	△21 	△14 	↗ 7	△30 	△30 	→ 0	△30~△49 雨
収益状況	△46 	△42 	↗ 4	0 	0 	→ 0	△50 	△40 	↗ 10	△50以上 大雨
資金繰り	△21 	△17 	↗ 4	△21 	△14 	↗ 7	△20 	△20 	→ 0	
設備操業度	△14 	△15 	↘ -1	△14 	△15 	↘ -1				
雇用人員	△13 	△9 	↗ 4	△14 	△14 	→ 0	△10 	0 	↗ 10	
業界の景況	△34 	△25 	↗ 9	△29 	△29 	→ 0	△40 	△20 	↗ 20	

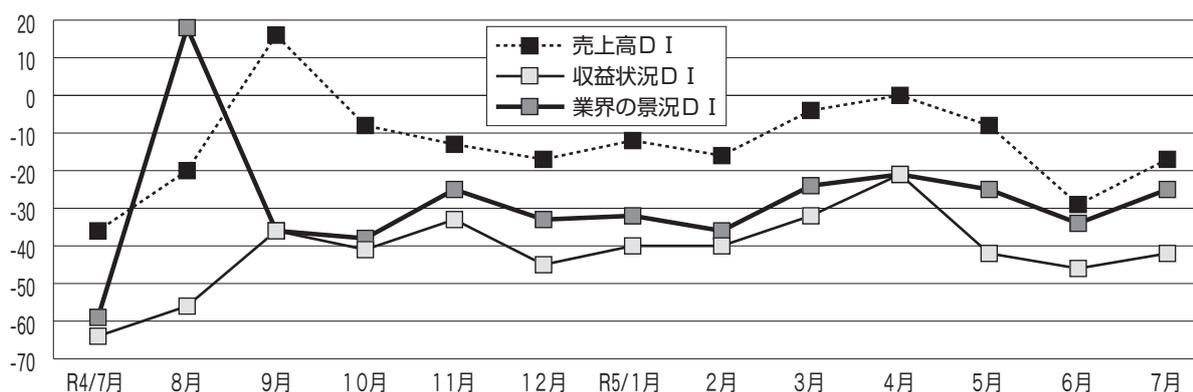
天気図の見方…各景況項目について「増加」(または「好転」)業種割合から「減少」(または「悪化」)業種割合を引いた値をもとに作成。その基準は右記のとおりです。ただし、在庫数量はプラスの場合は雨、マイナスの場合は晴れの方向に表しています。

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7月～R5年7月のDIの推移



## 全産業 R4年7月～R5年7月のDIの推移



## 業種別概況 (7月分)

## 【製造業】

## 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。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。6月の新設住宅着工戸数は、71,015戸で前年同月比4.8%減と先月の増加から再びの減少となった。そのうち大阪府の同着工戸数は前年

同月比6.2%減と全国平均を下回った。一方、6月の民間非居住建築物の着工床面積は、918万㎡で前年同月比16.9%減と5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、人件費の上昇が続くなか、今後も動向を注視していきたい。



## 水産食品製造業

少しずつ注文も増え始めてはいるものの、水産物の入荷量が少なく、販売価格も高騰している。その結果、飲食店からの注文も少なめである。販売したくても魚の入荷量は少ない、価格も高騰と売れにくい状況となっている。量販店や飲食店等の取引先以外の販路がなく、消費者に向けて販路を見出そうと考えている組合員もいるが、消費者のニーズがわからない、製品を作りたくても作り方がわからないなど、どのように取り組んでいけばいいのかわからない状況である。自社で一から始めるよりもマーケティングや製品作りに得意な企業様と一緒に取り組めたらと思っている組合員は多い。

 帽子製造業

高温が続き、帽子より日傘、UV関連商品などより高温対策に効果のある商品が売れている。

 木材加工業

前年同月と比べて売上高は、増加している。コロナが5類に移行して、初めての大きな記念市開催となり、出品量も多く客足も伸びたこともあり、このような結果となった。しかしながら、一過性のものであり業界全体をみると好転しているとは言えない状況である。組合員の業況についても厳しい景況にあり、銘木業者としては木造住宅における銘木の需要が減少している中、消費者ニーズに応えることが課題となっている。

 古紙収集加工業

本格的な梅雨の季節に入り非発生期となったが、梅雨明け後も猛暑の為、夏枯れ状態である。段ボールは物価の高騰を受け、商品の買い控え等により製品の出荷が鈍っている。新聞は発行部数の減と合わせ購読料の値上げや夕刊の廃刊により古紙の発生量に影響している。輸出市況:輸出数量は段ボール古紙を中心に減少している。輸出価格も7月の中旬頃より新聞古紙を除き、国内の基準価格を一部下回って来た。輸出価格の低迷が続くと古紙問屋の仕入れ価格に影響する事が危惧される。

 製本業

業界の動向は相も変わらず厳しい状況である。当然、発注量も減りこの先の不安感が増すばかりの状況である。最低賃金の値上げは中小企業（製本業は零細企業ですが）の経営を圧迫するばかりである。

 セルロイドプラスチック製品製造業

前月比30%ダウン、前年比も30%ダウンと、最悪の状況。何せ稼働状況が悪い、また営業努力をするも、新しい案件や旧来案件も動きが見えない。行政としてカンフル剤を即刻注入願いたい。

 石鹼洗剤製造業

コロナ禍収束傾向によるマスク着用の緩和や外出規制の減少で、市場回復につながる傾向が全体としてみてとれる。原材料価格、光熱費等の高騰で商品価格の値上げが進み、消費者は少しでも支出を抑えたいという意識が高まっている。生活を快適に、効率的にサポートする高付加価値商品の特長を理解してもらい効率的に使用してもらうことが重要である。年初からコロナ化が収束傾向に入り、メーカー各社は新製品で高付加価値商材を投入。インバウンドも回復し、積極販売へと意欲を燃やしていたが、経費負担増がもたらす景況感の低迷は避けられない。円安の恒常化と原材料の高騰とともに電気・ガス代を中心にした原燃料の高騰が想定以上の経費圧迫となり、自力によるコスト吸収を妨げている。

 鍛造業

生産量において、過去6か月、前年同月減を続けていたが、前年並みとなった。主要の自動車用が約10%のアップとなり、もう一つの主要の産業機械・土木建設機械用が過去3ヶ月連続、約10%減となり、全体として何とか前年並みとなったものの、先行き不透明感はぬぐえない。

 産業機器製造業

自動車業界、建設機械関係が徐々に受注が増えてきた。一時に比べると新車の納品も、早くなってきている。

 印刷製本機械製造業

補助金がらみの発注はかなりのあるが、業界自体が活性化しているとは思えない。部品不足はまだ続いているようである。

## 【非製造業】

 電気機器卸売業

売上・粗利とも企業間格差あるものの、前年同月対比では増収・増益確保。物量については横這いで推移しており、資源高等による仕入コストの高騰による販売単価上昇に伴い、増収している模様であり、好況感を感じられない。供給不足について徐々に改善され増収するも、粗利率は低下傾向にある。組合員各社とも安定した業績を確保、前年同月を上回る増収・増益を確保。又、再開発計画等における件名受注残については増加傾向にある。各社、労働問題(人材確保)並びに物流コスト(24年問題)等の影響を懸念している。

 衣服・身の回品卸売業

やや円高に戻すも、即効性は無く採算面は依然厳しい状況が続く。コロナによる悪影響は終息しつつあるが、見通しは不透明。組合員間の体力格差が開きつつある。団地内物件を売却し、他に移転する動きも見られる。

 二輪自動車小売業

前月よりも販売が更に落ちてきている。引き続き、発注していた商品が次々に入荷しているので在庫過多である。そのため前月よりも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。ただ、一部のディーラー系販売店(組合員の5%程度)は比較的堅調である。

 地質調査業

国土交通省・大阪府とも、地盤調査系の発注量が少なく、少ないながらも一定している。組合自体の受注は春先から秋口まで受注が少なく5年前の水準にある。弊組合理事会においても、後半に官庁からの地盤調査系の発注が増えるとの見方をしている。

 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。

 タイル工事業

インバウンドの影響は我々業界には及ばず、ここ数カ月の円安が材料代(輸入タイル・ガソリン)等においてマイナス要因となる事が懸念される。

 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前年と同等。一般引越は価格競争が厳しくなっているためやや減、法人引越の受注についてはやや増加となったため売上高は前年と同等。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、経費が高止まりしているため収益はやや悪化となった。