



大阪府中央会情報連絡員報告

## 府内中小企業の景況

2025年  
10月

1. 10月のD Iは、全9指標のうち4指標が上昇、主要3指標の売上高は4ポイント上昇、収益状況は4ポイント下落、業界の景況は4ポイント上昇となっている。
2. 10月末時点では、製造業は4指標のD Iが上昇、非製造業は5指標のD Iが横這いとなっている。

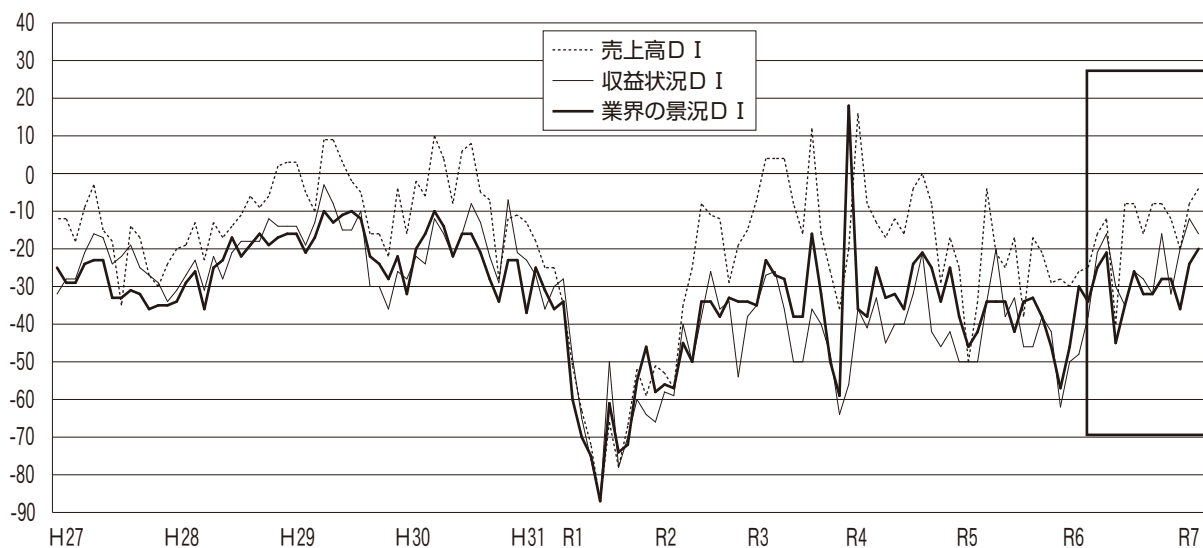
## 景況天気図

令和7年 10月分	全産業			製造業			非製造業			30以上
	9月	10月	前月比	9月	10月	前月比	9月	10月	前月比	
売上高	△8 	△4 	↗ 4	△13 	△7 	↗ 6	0 	0 	→ 0	快晴
在庫数量	5 	0 	↗ -5	7 	0 	↗ -7	0 	0 	→ 0	10~29 晴れ
販売価格	24 	12 	↘ -12	20 	13 	↘ -7	30 	10 	↘ -20	9~△9 うす曇り
取引条件	0 	0 	→ 0	7 	7 	→ 0	△10 	△10 	→ 0	△10~△29 くもり
収益状況	△12 	△16 	↘ -4	△13 	△13 	→ 0	△10 	△20 	↘ -10	△30~△49 雨
資金繰り	0 	0 	→ 0	△6 	△6 	→ 0	10 	10 	→ 0	△50以上 大雨
設備操業度	△13 	△6 	↗ 7	△13 	△6 	↗ 7				
雇用人員	△12 	△16 	↘ -4	△13 	△13 	→ 0	△10 	△20 	↘ -10	
業界の景況	△24 	△20 	↗ 4	△33 	△27 	↗ 6	△10 	△10 	→ 0	

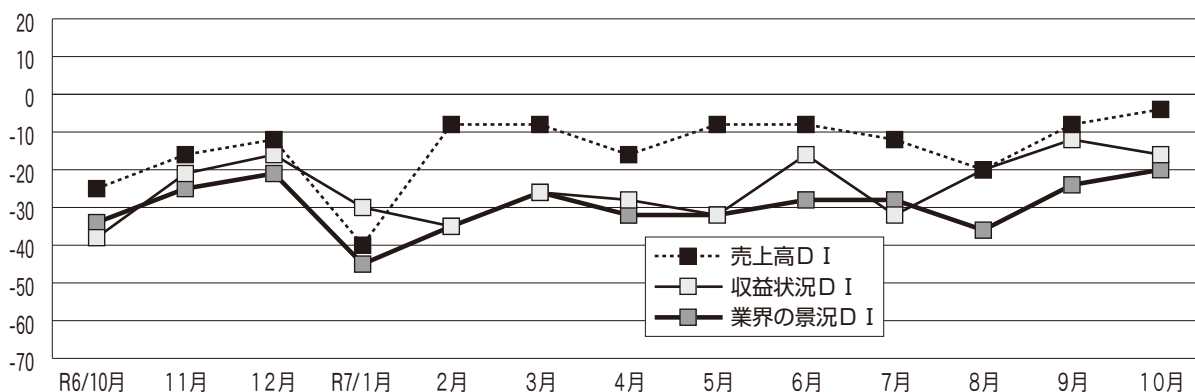
天気図の見方…各景況項目について「増加」(または「好転」)業種割合から「減少」(または悪化)業種割合を引いた値をもとに作成。その基準は右記のとおりです。ただし、在庫数量はプラスの場合は雨、マイナスの場合は晴れの方向に表しています。

D I (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 H27年10月～R7年10月のDIの推移



## 全産業 R6年10月～R7年10月のDIの推移



## 業種別概況（10月分）

## 【製造業】



## 水産食料品製造業

大阪・関西万博の閉幕に伴い、買出人による注文量の増加を期待したが、インバウンド需要も含めて恩恵を受けることができていない。また、魚の価格は依然として高騰しており、流通構造の変化や漁獲量の減少により、業界は厳しい状況に陥っている。



## 帽子製造業

10月の中頃から気温が下がったことを受けて、秋冬物商品の動きが始まった。しかし、業界における出荷状況は、昨年度よりそれが遅く始まった分、売上は低調である。



## 木材加工業

前年同月比で売上高は微増している。しかし、良材の確保が難しいので、十分な集客までには至らず、売上は伸び悩んでいる。



## 古紙収集加工業

製紙メーカーは、物流費や人件費の高騰で10月より価格修正を打ち出した。また、10月に入り一部の段原紙メーカーでは生産を増やすといったように、古紙の需要は期待できるが、新聞古紙・雑誌古紙の収集は芳しくない。中国の段原紙メーカーでは、原料購入先の品質問題に伴い、日本からの原紙購入を増やすという情報があるので、実現すると日本の段原紙の生産も増え古紙の需要が期待できる。しかし、新聞古紙・雑誌古紙の在庫は逼

迫している。



## 製本業

例年通り10月中旬から仕事が動き始めている。しかし、短期の繁忙に終わる見通しである。大阪・関西万博は閉幕したが、業界関係者からは万博特需はなかった。



## セルロイドプラスチック製品製造業

文具関係における価格の転嫁は進んでいるが、価格上昇により新規仕入先を増やす傾向にある。そのため、販売数量が減少してしまい、単価の上昇を行っても全体の売上が変わらない状況である。学童数の減少は顕著ではないので売上に大きな変化は見られない。また、眼鏡は目の保護という観点で、サングラスの需要は増加する見通しであるため、今後の景況に期待できる。組合員の景況としては、調達先（部品、設備）の倒産や廃業により生産に影響がある組合員企業がいる。



## 石鹼洗剤製造業

洗浄剤等の製品販売統計の2025年1月から8月の累計は、前年同月比において品目別では多少のばらつきはあるが、全体として販売量は100%、販売価格は103%であり、1月～7月で比較すると横這いである。また、販売量で全体の45%を占める合成洗剤は、量が102%、金額が109%であり、前月と同水準である。ただし、合成洗剤の全体に占める量は45%であるのに対して、金額は36%と低位であり、今後価格の引上げが望まれる。さらに、手指洗浄剤は、前月までの売上が前年度比で100%を切っていたが、インフルエンザの流行に伴い前年度と同様の水準に回復した。頭髮用洗浄剤は、女性の長髪が減少傾向にあることから、前年同月比で販売量が91%、販売金額が97%と低調に推移している。



## 鍛造業

業界統計によると、稼働日数及び自動車関連での生産が回復基調であった。しかし、自動車関連を除く業界は横ばいもしくは微減であった。



## 建築金物製造業

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、人件費の高騰や人材の確保・育成、事業承継等様々な対応に迫られ、業界各社を取り巻く経営環境は依然として厳しい状況にある。また、世界的な政情不安や米国の追加関税措置、相互関税による様々な影響が業界に及び始めており、今後の拡大が懸念される。9月の新設住宅着工戸数は、63,570戸で前年同月比7.3%減と6カ月連続の減少であった。そのうち大阪府の同戸数は前年同月比7.1%の減少であった。一方で、9月の全建築物の着工床面積は、854万㎡で前年同月比4.2%減と6カ月連続の減少であった。建築資材をはじめ原材料価格の

高騰、人件費の上昇が今後も続くと思込まれる中、その動向を引続き注視していきたい。



## 一般産業機械製造業

前月同様で自動車、建機向け部品及び部品メーカーへの納入は、各社からの生産数量の内示に大きな変化なく予定通りの進捗である。



## 印刷製本機械製造業

受発注状況は落ち着いている。一方で取引先の倒産は見受けられる。



## 生産用機械器具製造業

業界の兆しは明るいだが、未だ実感はない。品種ごとに好不調がはっきりとしている。組合員の状況としては、若年層の人手不足と、物価高・賃金上昇に対する対策が講じられていない様子である。

### 【非製造業】



## 電気機器卸売業

電線部門については、銅建値10月平均値1,668千円/トン（前年同期比+190千円、前月対比+142千円/トン）であり、依然として高値推移である。企業間格差はあるが、前年度の収益好転の反動から10月の業績は前年同月比横這いで推移している。また、電設部門については、組合員に格差の拡大が生じている。九州エリアにおける半導体設備投資関連は、依然として好調を維持している。関西・関東エリアは、LED関連での伸びにより、大きく売上伸張する企業も見られる。東北・北海道エリアは、前年同月比マイナスの状況にある。組合員各社の状況として、コストの上昇分を販売価格へ転嫁し、適正価格での販売を行い、利益確保を意識した企業活動に注力している。前年同月比における利益面は、粗利率の低下や人件費等の経費増加による営業利益減少が見られる。



## 衣服・身の回品卸売業

為替は円安傾向で推移する中、仕入単価は上昇している。仕入・物流コストの上昇と物価高の上昇による需要低迷から、在庫過剰の傾向にある。また、例年よりも暖かい気候で「秋冬物」が後倒しになったことも、需要減退の要因の1つとして考えられる。



## 二輪自動車小売業

50ccスクーターの入荷がなくなったことに伴い、需要減少が見込まれ、先行きの不透明感が大きくなった。



## 地質調査業

政府の予算規模から察するに、全体の受注規模は昨年

度と不変であるが、関西地区の土質試験業務は若干好転した印象である。しかし、下半期においても継続するか不透明である。行政からの発注業務（特に港湾地域）が多いため、必然的に土質試験が多く、景況は好転している。



#### 警備業

大阪・関西万博をはじめ、花火大会等の大型イベントの受注案件が増加したことを受けて売上は増加している。また、受注単価の上昇や取引条件の好転等、組合の業況は活況している。しかし、大型案件の大阪・関西万博の閉幕により、今後は以前の業況に戻る事が予想される。また、案件の増加と警備員の配置が追いつかず、常に人員不足の状況は継続している。



#### 電気工事業

全体的に落ち着いてる。しかし、引続き職人の人手不

足に課題を感じている。



#### タイル工事業

業界動向としては、受注数の減少や諸経費の物価高により経営環境は厳しい。また、組合員の状況として、人材確保に明るい兆しはなく、物価高の影響を受けて収益は悪化している。



#### 貨物運送業

9・10月は、繁忙期程ではないものの、売上を期待していたが、前年同月比で件数が72.85%、売上が71.13%、単価97.63%であった。先月よりダンボールの共同購買が好調であった。しかし、資材業者からの値上げ交渉があり、来期には資材価格の値上がりは必定となった。引越料金の更なる価格転嫁が必要となるが、果たして消費者に受け入れてもらえるか不安である。