



大阪府中央会情報連絡員報告

府内中小企業の景況

2025年
11月

- 11月のD Iは、全9指標のうち4指標が下落、主要3指標の売上高は横這いで推移し、収益状況は8ポイント上昇、業界の景況は8ポイント下落となっている。
- 11月末時点では、製造業は4指標のD Iが上昇、非製造業は6指標のD Iが下落している。

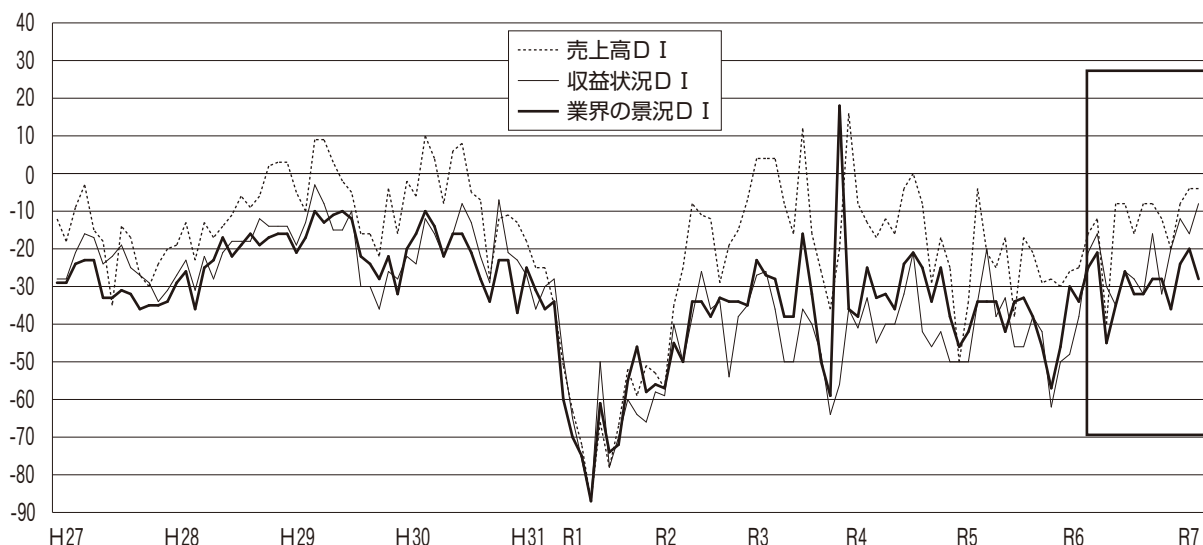
景況天気図

令和7年 11月分	全産業			製造業			非製造業			30以上
	10月	11月	前月比	10月	11月	前月比	10月	11月	前月比	
売上高	△4 	△4 	→ 0	△7 	13 	↗ 20	0 	△30 	↘ -30	快晴
在庫数量	0 	△10 	↗ -10	0 	△7 	↗ -7	0 	△25 	↗ -25	晴れ
販売価格	12 	12 	→ 0	13 	27 	↗ 14	10 	△10 	↘ -20	9~△9 うす曇り
取引条件	0 	△4 	↘ -4	7 	7 	→ 0	△10 	△20 	↘ -10	△10~△29 くもり
収益状況	△16 	△8 	↗ 8	△13 	6 	↗ 19	△20 	△30 	↘ -10	△30~△49 雨
資金繰り	0 	△4 	↘ -4	△6 	△6 	→ 0	10 	0 	↘ -10	△50以上 大雨
設備操業度	△6 	△6 	→ 0	△6 	△6 	→ 0				
雇用人員	△16 	△20 	↘ -4	△13 	△20 	↘ -7	△20 	△20 	→ 0	
業界の景況	△20 	△28 	↘ -8	△27 	△33 	↘ -6	△10 	△20 	↘ -10	

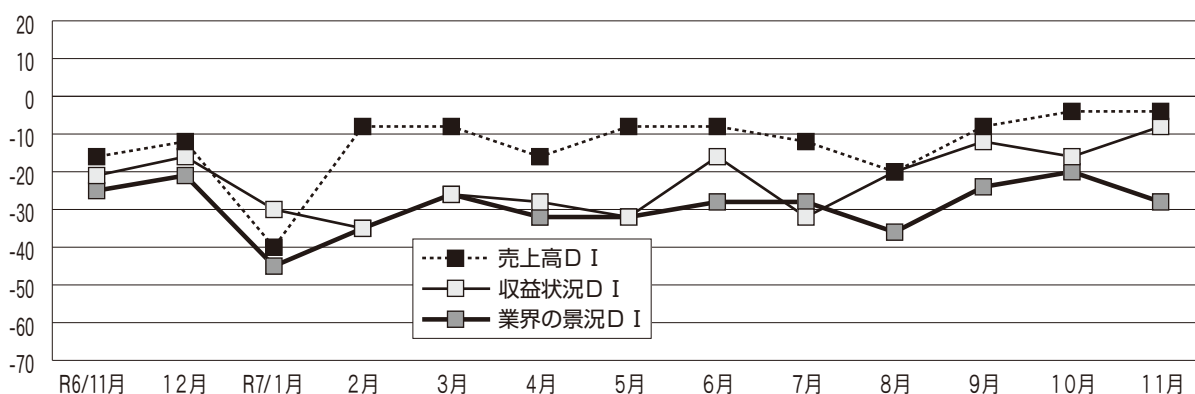
天気図の見方…各景況項目について「増加」(または「好転」)業種割合から「減少」(または「悪化」)業種割合を引いた値をもとに作成。その基準は右記のとおりです。ただし、在庫数量はプラスの場合は雨、マイナスの場合は晴れの方向に表しています。

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11月～R7年11月のDIの推移



全産業 R6年11月～R7年11月のDIの推移



業種別概況（11月分）

【製造業】



水産食料品製造業

水産物にかかる入荷量の減少傾向に伴い魚価が高騰している。そのため、飲食店からの注文も減少傾向にあり、非常に厳しい状況に陥っている。外食を控える消費者の増加に伴い、肉食需要が高まっていると考えられる。



帽子製造業

11月初旬から中旬にかけて、昨年と比べてやや高い気温で推移したことや物価高の影響もあり、必需品でない帽子的売上は芳しくない。12月の寒波に期待をしたい。



木材加工業

前年同月比で売上高は増加している。要因は、供給が活発

な時期で希少価値の高い商品が集まり、集客率が伸びたためである。



古紙収集加工業

段原紙メーカーは、10月に年末需要を見越して生産を上げたが、現状はやや生産を落としている。なお、価格修正の交渉は継続中である。また、古紙の状況は、メーカーの減産により段ボール古紙の出荷が減少している。さらに、雑誌古紙・新聞古紙の発生は相変わらず少ない。一方で輸出市況として、中国での輸入規制を受けた米国段ボール古紙の価格下落の影響は少なく、日本段ボール古紙の輸出価格は、米国のそれと同様に影響は少ない。



製本業

11月は例年と比べ受注数が増加している。要因は、仕事の前倒し傾向が年々早まっているためである。

**セルロイドプラスチック製品製造業**

文具関係の価格転嫁は進んでいる。しかし、価格上昇により、ユーザーが新規仕入先を増やす傾向にある。眼鏡は目の保護という観点で、若年層にサングラスの需要が高まっていることから、今後景況感が変わる可能性がある。

**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9月の累計は、前年同月比において品目別に多少のばらつきはあるものの、全体として販売量は101%、販売価格は104%となっており、1月～8月と比較して1ポイント程度良化している。中でも、頭髮用洗浄剤は、1～8月で前年同月対比数量が91%、金額が97%であったが、1～9月累計では95%、100%と改善している。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110%となっておりやや改善している。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、今後価格の引き上げが望まれる。さらに、手指洗浄剤の売上は、前々月までは前年同月比100%切れが続いていたが、インフルエンザの流行により、1～8月頃から改善し、1～9月累計は更に改善している。

**鍛造業**

業界統計において、10月は9月と比較して自動車関連での生産が堅調に推移した。しかし、自動車関連を除く業界は未だ前年同月比で減少している。

**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、事業承継など様々な対応に追われ、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、今後も拡大が懸念される。10月の新設住宅着工戸数は、71,871戸で前年同月比3.2%増と7カ月ぶりの増加となった。そのうち大阪府の同戸数は前年同月比42.7%の増加であった。一方で、10月の全建築物の着工床面積は、877万㎡で前年同月比3.5%減と7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、人件費の上昇が今後も続くと思込まれる中、その動向を引き続き注視していきたい。

**一般産業機械製造業**

自動車部品メーカーからの納入依頼は、カーメーカーにより多少ばらつきはあるものの、10・11月は堅調に推移している。しかし、景況感は好転している実感がない。

**印刷製本機械製造業**

活況とまではいかない状況である。また、ユーザーの倒産は未だ続いており、景況感に不安が募る。

**生産用機械器具製造業**

景況感は前年度比で横ばい状態である。足元では、人手不足の状況が続いている。

**配電盤製造業**

来年にトランスが新しくなる影響で、納期の遅延や納期に不安が募る。

【非製造業】**電気機器卸売業**

電線部門では、銅建値11月平均値1,726千円/t(前年同期比+278千円、前月対比+58千円/t)であり、銅建値は依然として、高値で推移している。企業間格差はあるが、前年度の収益好転の反動から11月の業績売上は前年同月比で減少している。また、電設部門では九州エリアにおける半導体関連設備投資関連が依然として好調を維持している。関西・関東エリアでも好調を維持している。しかし、東北・北海道エリアは依然厳しい状況である。電設部門の売上は、電線部門と同様に前年度の大幅増収の反動により、前年度比で減収は余儀なくされた。

**衣服・身の回品卸売業**

為替は相変わらず円安基調であるが、気候は11月下旬から冬の寒さになり、冬物需要に期待している。

**二輪自動車小売業**

50ccスクーターの需要は極端に減少し、先行き不透明感は大い。

**地質調査業**

公共事業に伴う地質調査業務は例年と比較して多くないが、土質試験業務は堅調である。

**警備業**

大阪・関西万博終了後も大型イベントの受注が継続しているので、景況感は前年度よりも向上している。ただし、慢性的な人員不足は依然として解消されていない。

**電気工事業**

全体的に落ち着いている。しかし、引続き職人の確保が厳しい状況である。

**タイル工事業**

昨年同月比で売上の減少傾向は見受けられる。また、物価高や人材不足は各組合員の懸念材料である。

**貨物運送業**

先月までの繁忙期が終わったことで、売上・件数ともに減少した。また、1件当たりの単価は前年の58%まで低下した。これは、閑散期において競合他社に対抗するため、単価を引き下げざるを得ない状況を示していると考えられる。さらに、資材業者からの値上げ交渉が続いており、来期からの価格上昇は避けられない見込みである。しかし、依然として価格転嫁には苦戦しており、競合他社の低価格戦略への対応にも大きな課題を抱えている。