



大阪府中央会情報連絡員報告

府内中小企業の景況

2025年
3月

1. 3月のDIは、全9指標のうち6指標が上昇、主要3指標の売上高0ポイント横ばい、収益状況9ポイント上昇、業界の景況が9ポイント上昇となっている。
2. 3月末時点では、製造業では4指標のDIが上昇、また非製造業では3指標のDIが上昇となっている。

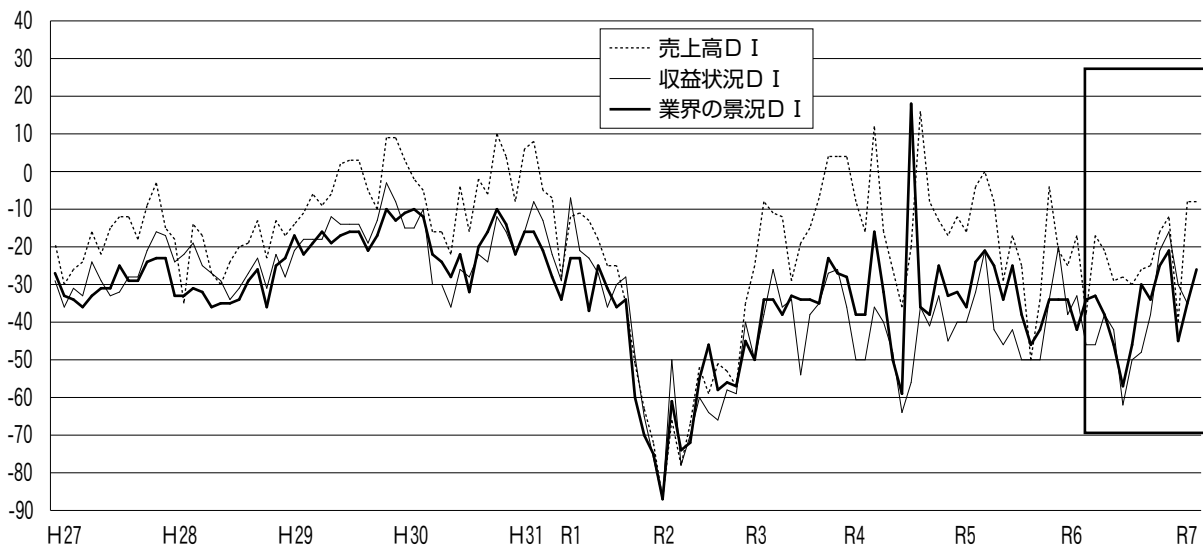
景況天気図

令和7年 3月分	全産業			製造業			非製造業			30以上
	2月	3月	前月比	2月	3月	前月比	2月	3月	前月比	
売上高	△8 	△8 	→ 0	△22 	△8 	↗ 14	11 	△11 	↘ -22	快晴
在庫数量	△12 	12 	↘ 24	△14 	7 	↘ 21	0 	13 	↘ 13	晴れ
販売価格	31 	35 	↗ 4	14 	22 	↗ 8	56 	56 	→ 0	9~△9 うす曇り
取引条件	△5 	0 	↗ 5	△7 	△7 	→ 0	0 	11 	↗ 11	△10~△29 くもり
収益状況	△35 	△26 	↗ 9	△36 	△36 	→ 0	△33 	△11 	↗ 22	△30~△49 雨
資金繰り	△17 	△26 	↘ -9	△14 	△21 	↘ -7	△22 	△33 	↘ -11	△50以上 大雨
設備操業度	△36 	△29 	↗ 7	△36 	△29 	↗ 7				
雇用人員	△17 	△9 	↗ 8	△29 	△14 	↗ 15	0 	0 	→ 0	
業界の景況	△35 	△26 	↗ 9	△50 	△50 	→ 0	△11 	11 	↗ 22	

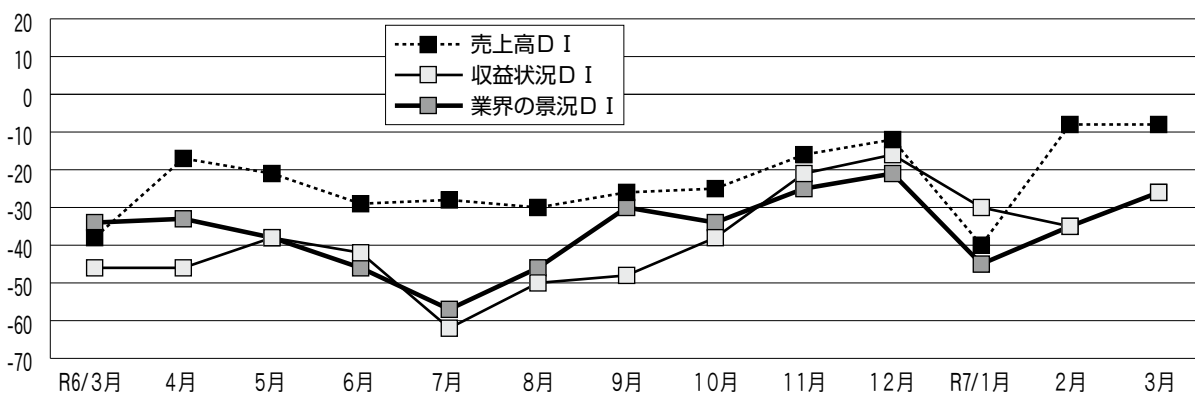
天気図の見方…各景況項目について「増加」(または「好転」)業種割合から「減少」(または「悪化」)業種割合を引いた値をもとに作成。その基準は右記のとおりです。ただし、在庫数量はプラスの場合は雨、マイナスの場合は晴れの方向に表しています。

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 H27年3月～R7年3月のDIの推移



全産業 R6年3月～R7年3月のDIの推移



業種別概況 (3月分)

【製造業】



水産食料品製造業

2月頃から、月曜日と金曜日の注文および魚の入荷が少ない状況が続いており、明確な理由は判明していない。また、魚の価格高騰により注文も減少傾向である。さらに、仕入れに来場される買出人が減少傾向にあり、新たな買出人の誘致が急務となっている。



帽子製造業

3月に入り気温上昇と共に売上も上昇したが、前半の売上低迷が響き昨年度を下回った。また、冬物商品から春物商品を飛び越え盛夏物に近い商品が売れている。



木材加工業

前年同月と比べ売上高は増加している。集荷・集客ともに悪くはないが年々、原木の枯渇が顕著に表れており今後集荷が問題となる。



古紙収集加工業

3月の裾物3品全体の発生は相変わらず悪いが、段ボール古紙の輸出価格は若干上昇して来た。これはインドからの引合いが強まり欧州の段古紙価格が上昇し、それが日米にも連動したと予想される。



製本業

年度末に入り、駆け込みの需要の動きが見られるが、製本単価は思うように上がらず、受注部数は年々減少している。

**セルロイドプラスチック製品製造業**

文具関係は学童文具が中心で少子化の影響で年々販売数量が減少している。3月は2月に引続き、物価高の中で個人の消費が食料等の必需品に向いており、文具まで回っていない状態で原料や燃料のコストアップによる値上げがあるものの収益状況は悪化している。眼鏡の関係は先月同様好調で、ウインタースポーツ用向けサングラスの在庫補充の生産が増加している。

**石鹼洗剤製造業**

2025年1月は前年の同月と比較して、販売量が104%、販売金額で106%とまずまずの水準となっている。ただし、分類別で価格転嫁が今一つのものがあるが、販売量で全体の46%を占める合成洗剤の販売金額が、前年比で111%となっていることが売上へ寄与している。身体用洗浄剤は、販売量では全体の22%ですが、金額では43%をしめていることから高価格品であることが分かる。ここに来て、新型コロナウイルス、インフルエンザに加えて、ノロウイルスやマイコプラズマ肺炎の流行が高まっており、マスク、うがいとともに手洗の意識が再度高まって来ると期待している。

**鍛造業**

生産量において、先月に引き続き、僅かであるが約1%の前年同月比プラスとなった。おもな要因は主要の自動車向けが5%あまりのプラスとなったことであるが、自動車生産量ほか各分野においても、米国向け製品へのトランプ関税が新たなリスク要因となり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、ウクライナ情勢や米国の保護主義的な政策による世界的な政情不安、経済環境の不安定な状況など今後も業界へ様々な影響が及ぶことが懸念される。2月の新設住宅着工戸数は、60,583戸で前年同月比2.4%増と10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19.2%の増加であった。一方、2月の民間非居住建築物の着工床面積は、808万㎡で前年同月比3.8%増と16カ月ぶりの増加となった。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なか、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**

3月は前月比微増ではあるが前年同月比ではほぼ横ばい見込。個別各社では多少の増減があるが全体では主な向け先である自動車、建機関係が前月同様低水準であることにより低位横ばいである。アメリカによる日本の自動車に対する関税問題は当組合員全体でも約9割が自動車に依存しているので今後の動向により業績への影響は避けられない。

**印刷製本機械製造業**

企業によるバラツキがますます大きくなっているなか、ユーザーか

らの発注が補助金に関連しているものが多い。受注量が減少していない企業は、逆に人手不足で生産が上がらない状態である。

**配電盤製造業**

毎年の流れとして、3月は他の月と比べ生産高は衰える。

**電気機器卸売業**

電線部門においては、銅建値2月平均値1,470千円/トン(前月比+4千円:前年同期比+154千円)とプラスになり、高値推移を維持しており安定した業績を確保している。また、電線部門、電設部門ともに1月迄の伸張は一服した感が強く前年同期並みの収益を確保、総じて安定推移である。業績については、組合員各社総じて安定した業績確保にある。前年度期末(令和5年度)の業況が好調であり、今年度(令和6年度)期末については各社前年度同月並みの業績推移である。今後の労働問題(人材確保)コストインフレ等の懸念材料は払拭出来ていない状況が続いており各社、先行きの不透明感に苦慮している。

【非製造業】**衣服・身の回品卸売業**

徐々に円高傾向の動きに期待されるものの、米トランプ政権の関税政策などへの不安感から、外需悪化を懸念する状況のなか、収支面は厳しい状況が続いている。

**二輪自動車小売業**

引き続き50ccスクーターは11月の排ガス規制により生産台数を絞り込んでいるため、ほとんど入荷していないが需要が落ち着き始め、中古車取引価格が落ち着いてきた。50ccスクーター以外には入荷が増加し販売が停滞しているので在庫が増加している。

**地質調査業**

受注高は昨年比92%(ただし、1月～3月の合計値では95%)、売上高は昨年比92%。最終的な売上高はほぼ同額で、經常利益は90%程度に落ち着くと思われる。地質調査業全体に景気は悪化している状況である。さらに、組合員の声を聴くと、大手企業は昨年並みのようだが、中小企業は1件当たりの業務金額が増える傾向にあるが、かなり業務件数が減り、結果として受注減になる傾向が予測される。国土交通省(近畿地整)と関西地質調査業協会との懇談会の様子から令和7年度はかなり厳しい状況になることが予想される。

**警備業**

大阪・関西万博関係の新規受注等で、大型イベントも増加傾向にある。その反面、万博関係の警備需要の増加に伴い、警備員の人員不足が目立ち、需要と供給の差が一層広がりがつつある。

**タイル工事業**

仕入商品とガolin等の経費がともに上昇し、各社価格転嫁が進んでおらず、特に人件費の高騰は価格への反映に思い通りにならず、収益の悪化を招く原因となっている。