



大阪府中央会情報連絡員報告

## 府内中小企業の景況

2025年  
2月

- 2月のDIは、全9指標のうち5指標が上昇、主要3指標の売上高32ポイント上昇、収益状況5ポイント低下、業界の景況が10ポイント上昇となっている。
- 2月末時点では、製造業では3指標のDIが上昇、また非製造業では5指標のDIが上昇となっている。

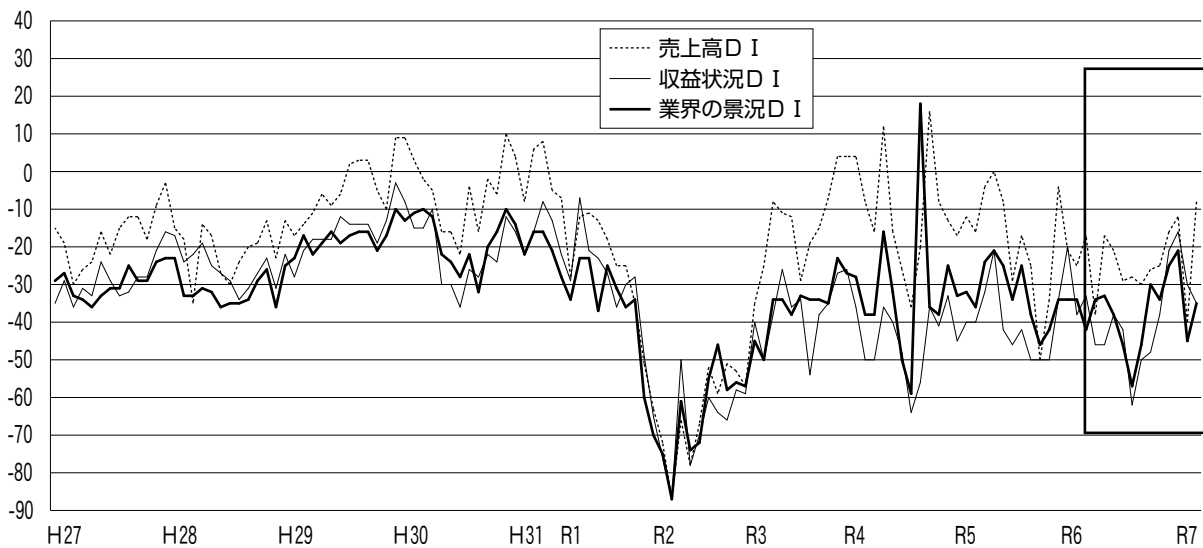
## 景況天気図

令和7年 2月分	全産業			製造業			非製造業			30以上
	1月	2月	前月比	1月	2月	前月比	1月	2月	前月比	
売上高	△40 	△8 	↗ 32	△36 	△22 	↗ 14	△50 	11 	↗ 61	快晴
在庫数量	0 	△12 	↗ -12	0 	△14 	↗ -14	0 	0 	→ 0	晴れ
販売価格	5 	31 	↗ 26	7 	14 	↗ 7	0 	56 	↗ 56	9~△9 うす曇り
取引条件	△5 	△5 	→ 0	△7 	△7 	→ 0	0 	0 	→ 0	△10~△29 くもり
収益状況	△30 	△35 	↘ -5	△21 	△36 	↘ -15	△50 	△33 	↗ 17	△30~△49 雨
資金繰り	△25 	△17 	↗ 8	△14 	△14 	→ 0	△50 	△22 	↗ 28	△50以上 大雨
設備操業度	△36 	△36 	→ 0	△36 	△36 	→ 0				
雇用人員	△15 	△17 	↘ -2	△21 	△29 	↘ -8	0 	0 	→ 0	
業界の景況	△45 	△35 	↗ 10	△50 	△50 	→ 0	△33 	△11 	↗ 22	

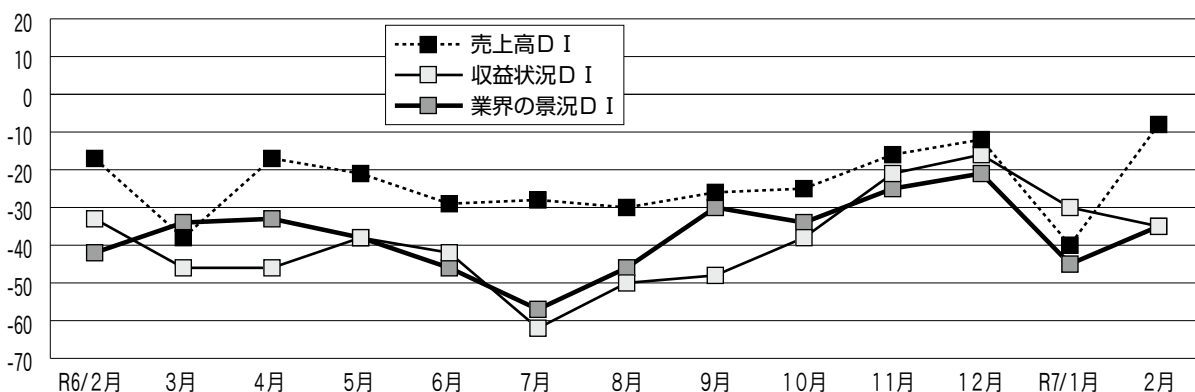
天気図の見方…各景況項目について「増加」(または「好転」)業種割合から「減少」(または「悪化」)業種割合を引いた値をもとに作成。その基準は右記のとおりです。ただし、在庫数量はプラスの場合は雨、マイナスの場合は晴れの方向に表しています。

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2月～R7年2月のDIの推移



全産業 R6年2月～R7年2月のDIの推移



業種別概況 (2月分)

【製造業】



水産食料品製造業

2月も時化などの天候の影響により魚の入荷量が少なく、養殖魚のエサ代や燃料代の高騰などで資金繰りが悪化している状況。さらに、コロナ融資の返済が始まり、組合員にとって厳しい状況が続いている。



帽子製造業

2月度は気温が低く例年なら春物商戦の始まる時期であるが、寒波や物価高の影響で出荷が停滞しており、業界は厳しい状況である。



木材加工業

前年同月と比べ売上高は減少している。業界的に原材料

が枯渇する時期でもあり、景況は悪化している。



古紙収集加工業

2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たが春節明けは円高もあり失速した。新聞古紙価格、雑誌古紙価格も同様に下落している。



製本業

年度末前月に入り、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

文具関係は繁忙期であるが、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。さらに、仕入先から値上げ要請は受けざるを得ない状況であるにもかかわらず、価格転嫁がうまくいっていない。値上げ=数量減とい

う悪循環で価格転嫁に悪影響を与えている。眼鏡の関係は先月同様、ウインタースポーツ用向けサングラスの販売が増加している。

### 石鹼洗剤製造業

2024年1月～12月の年間ベースで、洗剤等の販売量は前年同期比97%、販売金額は同100%とほぼコロナ禍の影響は終わった感がある。しかし、コロナ禍前の2019年と比較すると、販売量は95%、販売金額は102%であり、生活防衛意識からの買い控えはあるものの、価格転嫁はある程度進んでいると思われる。身体用洗剤は、販売量では全体の22%であるが、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いの意識が再度高まって来ることに期待している。

### 鍛造業

生産量において、15ヶ月ぶりの前年同月比約5%のプラスとなった。おもな要因は主要の自動車向けが約10%のプラスとなったことであるが、自動車生産量は、国内での認証不正、中国での新エネルギー車市場拡大による競争激化、インドネシア・タイなどでの厳格なローン審査などの影響で、2024年統括で7%弱のマイナスとなり、若干回復したものの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、ウクライナ情勢や米国の新政権誕生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。1月の新設住宅着工戸数は、56,134戸で前年同月比4.6%減と9カ月連続の減少となった。そのうち大阪府の同着工戸数は前年同月比5.9%の増加であった。一方、1月の民間非居住建築物の着工床面積は、698万㎡で前年同月比12.2%減と15カ月連続の減少、前月と比べ減少幅は拡大した。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えるなか、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

2月は前月比横ばいで前年同月比では売上もほぼ横ばいの見込。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が要因と考えられる。

### 印刷製本機械製造業

企業によるバラツキが大きくなっているなか、全体としては受注量が減少し、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

前月とほぼ変わらず受注、新規見積とも好調である。

### 電気機器卸売業

電線部門においては、銅建値2月平均値1,456千円/トン(前月比+3千円：前年同期比+162千円)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、組合員全体としては、1月迄の大幅の伸びは一服した感が強く、2月については前年同期比横ばいでの業績推移にある。コスト負担増についても上昇するも現状においては、業績の伸びにより吸収できている。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組合員企業は先行きが不透明である。

#### 【非製造業】

### 衣服・身の回品卸売業

環境的に販売単価は上昇し売上増加傾向である。徐々に円高傾向の動きに期待されるものの、依然先行き不透明感が漂っている。

### 二輪自動車小売業

引き続き50ccスクーターは来年の排ガス規制により生産台数を絞り込んでいるため、ほとんど入荷せず需要とのギャップが生じている。中古車取引価格は落ち着いてきたが、販売が更に落ち込んでいる。依然として来店客数が減少している。

### 地質調査業

売上高は前年同月比60%程度増となる予定である。しかし、1月・2月の合計売上高は前年比4%減となる。依然受注状況は芳しくない。残り3月の受注が昨年並みになければ目標達成は非常に厳しい状況である。さらに、国土交通省と関西地質調査業協会との意見交換会が2月に実施され、その場において、来年度も発注件数は厳しくなるだろうと意見が出ている。

### 警備業

業界の景況は好転し、受注案件も大型イベントも増加傾向にある。また、大阪・関西万博関係の新規受注等、売上が増加傾向にある。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っている。

### タイル工事業

仕入価格の上昇により総利益の低下、また金利上昇に伴い経常利益も低下し、遠因に利益が出にくい現況と先行きの不透明感である。

### 貨物運送業

一般顧客および法人顧客とも見積依頼件数は前年と同等、しかしながら官公庁関係の見積依頼が増加した。受注率はやや下がったが売上高は前年と同等となった。見積金額はやや上昇している。