

中小企業における 新年(2025年)の見通しについて

～ 国内景気、自社売上の予想、ともに前年より低下

「攻め」の経営、前年比微減も、4年連続「守り」を上回る ～

原材料価格の高騰や人手不足が続くなか、物価高による消費の落ち込み等の影響もあり、中小企業を取り巻く環境は厳しい状況が続いている。当金庫の景況調査においても4期連続で悪化している。

一方、地元大阪では大阪・関西万博の開幕を4月に控えて、パビリオン等の報道を目にする機会も増え、期待が高まりつつある。

このようななか、地元中小企業は2025年をどのように展望しているのか、当金庫取引先企業を対象にアンケート調査を実施した。

■ 調査時点：2024年12月上旬

■ 調査依頼先数：1,400社

■ 調査対象：大阪シティ信用金庫取引先企業（大阪府内）

有効回答数：1,282社

■ 調査方法：聞き取り法

有効回答率：91.6%

（単位：社）

従業者 業種	5人未満	5～19人	20～49人	50人以上	計	構成比 (%)
製造業	117	257	74	15	463	36.2
卸売業	56	68	11	0	135	10.5
小売業	72	39	5	6	122	9.5
建設業	99	104	20	5	228	17.8
運輸業	7	48	17	9	81	6.3
サービス業	132	89	23	9	253	19.7
計	483	605	150	44	1,282	100.0
構成比(%)	37.7	47.2	11.7	3.4	100.0	—

（注）小売業には「飲食店」、サービス業には「不動産業」を含みます。

(要旨)

1. 2025年の景気予想

(1) 国内景気の見通し

昨年より「良くなる」と予想する企業は前年調査と比べて 6.9 ポイント低下の 25.3%、「悪くなる」は同 5.5 ポイント上昇の 21.2%であった。「良くなる」から「悪くなる」を差し引いた「景気予想DI」は 4.1 と、前年調査(16.5)から 12.4 ポイントの大幅な低下となった。

(2) 自社売上の見通し

昨年より「増加する」と答えた企業は前年調査と比べ 3.8 ポイント低下の 41.8%、「減少する」が同 2.2 ポイント上昇の 11.1%となった。「増加」から「減少」を差し引いた「売上見通しDI」は 30.7 となり、前年調査と比べて 6.0 ポイント低下したものの、景気予想DI の 4.1 に対して、売上見通しDIは 30.7 と強気の見通しとなった。

(3) 経営上の不安要素

「原材料価格上昇」が 65.5%で最も多く、一番の不安要素となっている。次いで「売上低迷」が 49.5%、「経費増加」が 41.9%、「人手不足」が 40.9%と続く。

前年と比べると、「原材料価格上昇」、「人手不足」は低下したものの、「売上低迷」、「経費増加」が上昇し、「経費増加」が「人手不足」を上回り、順位が入れ替わった。

2. 2025年の経営方針

(1) 「攻め」か「守り」か

「思い切った攻め」(8.5%)と「どちらかといえば攻め」(46.9%)を合わせた「攻めの経営」とする企業は 55.4%となった。一方、「どちらかといえば守り」(38.7%)と「徹底した守り」(5.9%)を合わせた「守りの経営」は 44.6%となった。

「攻め」の割合は前年より 0.3 ポイント低下したものの、4 年連続で「守り」を上回った。

(2) 「攻めの経営」の具体策

「販路開拓」が 68.8%で最も多い。次いで、「生産効率の改善」が 35.0%、「商品開発」が 29.5%、「採用による増員」が 22.5%で続いている。

(3) 「守りの経営」の具体策

「諸経費の削減」が 61.5%で圧倒的に多い。以下、「資産等の圧縮」(19.6%)、「製品等の整理・縮小」(13.1%)、「減産等の業容縮小」(10.7%)、「採用控え・減員」(9.6%)と続く。なお、「現状維持」も 16.6%みられた。

3. 新年の物価と円相場

物価は、「上昇傾向」と予想する企業が 59.5%と半数を超えた。

一方、円相場は「ほとんど変わらない」とする企業が 47.2%で最も多く、「円安傾向」(30.2%)が「円高傾向」(22.6%)を上回った。

1. 2025年の景気予想

(1) 国内景気の前想

2025 年の国内景気は、前年(2024 年)に比べてどうなると予想するか、すべての企業に聞いた結果が第1表－(1)である。

全体でみると、昨年より「①良くなる」と予想する企業は前年調査と比べて6.9ポイント低下の25.3%、「③悪くなる」は同5.5ポイント上昇の21.2%であった。「良くなる」から「悪くなる」を差し引いた「景気予想DI」は4.1と、前年調査(16.5)から12.4ポイントの大幅な低下となった。

業種別にみると、「景気予想DI」は、運輸業のみ前年調査と比べて上昇しており、18.6ポイント上昇の19.8と他の業種と比べて最も高くなっている。

従業員規模別にみると、「景気予想DI」は規模が大きくなるほど高くなり、5人未満のマイナス0.7に対し、50人以上では25.0となっており、規模による差が大きくなっている。

第1表－(1) 国内景気の前想

(%、ポイント)

項目 区分		①良くなる	②横ばい	③悪くなる	計	景気予想DI (①－③)
業 種 別	製 造 業	20.9	54.9	24.2	100.0	▲3.3 (▲18.4)
	卸 売 業	22.2	52.6	25.2	100.0	▲3.0 (▲19.2)
	小 売 業	23.8	62.2	14.0	100.0	9.8 (▲3.0)
	建 設 業	29.0	51.3	19.7	100.0	9.3 (▲12.2)
	運 輸 業	33.3	53.2	13.5	100.0	19.8 (18.6)
	サービス業	30.1	49.3	20.6	100.0	9.5 (▲13.9)
規 模 別	5人未満	22.5	54.3	23.2	100.0	▲0.7 (▲15.5)
	5～19人	25.3	53.5	21.2	100.0	4.1 (▲11.9)
	20～49人	31.4	51.3	17.3	100.0	14.1 (▲1.6)
	50人以上	36.4	52.2	11.4	100.0	25.0 (▲13.5)
全 体		25.3	53.5	21.2	100.0	4.1 (▲12.4)
2023年12月調査		32.2	52.1	15.7	100.0	16.5
2022年12月調査		25.5	50.4	24.1	100.0	1.4
2021年12月調査		32.5	48.6	18.9	100.0	13.6

()内は2023年12月調査比増減

(2) 自社売上の見通し

2025 年の自社売上は、前年(2024 年)に比べてどうなると見通すか、すべての企業に聞いた結果が第1表－(2)である。

全体でみると、「①増加する」と答えた企業は前年調査と比べ 3.8 ポイント低下の 41.8%、「③減少する」が同 2.2 ポイント上昇の 11.1%となった。「増加」から「減少」を差し引いた「売上見通しDI」は 30.7 となった。前年調査と比べて 6.0 ポイント低下したものの、前項1－(1)の景気予想DIの 4.1 に対して、売上見通しDIは 30.7 と強気の見通しとなった。

業種別にみると、「売上見通しDI」は、前項1－(1)の「景気予想DI」と同じく、運輸業のみ前年調査と比べて上昇しており、10.6 ポイント上昇の 39.6 と他の業種と比べて最も高くなった。

従業員規模別にみると、売上見通しDIは規模が大きいほど高くなる傾向がみられ、5 人未満の 24.5 に対して 50 人以上では 68.1 と、その差は 43.6 ポイントと大きく、また前年(36.8 ポイント)よりも拡大した。

第1表－(2) 自社売上の見通し

(%、ポイント)

区分 \ 項目		①増加する	②横ばい	③減少する	計	売上見通しDI (①－③)
業 種 別	製 造 業	36.7	51.0	12.3	100.0	24.4 (▲8.0)
	卸 売 業	39.2	44.5	16.3	100.0	22.9 (▲7.3)
	小 売 業	36.1	54.1	9.8	100.0	26.3 (▲11.3)
	建 設 業	47.4	43.8	8.8	100.0	38.6 (▲10.7)
	運 輸 業	45.7	48.2	6.1	100.0	39.6 (10.6)
	サービス業	49.1	40.6	10.3	100.0	38.8 (▲1.5)
規 模 別	5 人未満	37.9	48.7	13.4	100.0	24.5 (▲5.3)
	5～19 人	40.8	48.8	10.4	100.0	30.4 (▲5.6)
	20～49 人	50.0	41.3	8.7	100.0	41.3 (▲7.3)
	50 人以上	70.4	27.3	2.3	100.0	68.1 (1.5)
全 体		41.8	47.1	11.1	100.0	30.7 (▲6.0)
2023 年 12 月調査		45.6	45.5	8.9	100.0	36.7
2022 年 12 月調査		41.3	46.0	12.7	100.0	28.6
2021 年 12 月調査		42.6	46.2	11.2	100.0	31.4

()内は 2023 年 12 月調査比増減

(3) 経営上の不安要素

自社の経営上、今後の不安要素は何か、すべての企業に聞いた結果(複数回答)が第1表－(3)である。

全体でみると、「①原材料価格上昇」が65.5%で最も多く、一番の不安要素となっている。次いで「②売上低迷」が49.5%、「③経費増加」が41.9%、「④人手不足」が40.9%と続く。

前年と比べると、「①原材料価格上昇」、「④人手不足」は低下したものの、「②売上低迷」、「③経費増加」が上昇し、「③経費増加」が「④人手不足」を上回り、順位が入れ替わった。

業種別にみると、卸売業、小売業、製造業では、「①原材料価格上昇」とする企業が7割を超え、運輸業、建設業では「④人手不足」が6割を超えて多くなっている。

第1表－(3) 経営上の不安要素

(複数回答、%)

項目 区分		①原材料 価格上昇	②売上 低迷	③経費 増加	④人手 不足	⑤金融 動向	⑥値引き 要請	⑦為替 変動	⑧国際 情勢
業 種 別	製 造 業	75.1	55.4	45.7	35.3	19.9	16.5	13.6	12.1
	卸 売 業	79.9	56.0	27.6	31.3	23.9	9.0	22.4	7.5
	小 売 業	75.4	51.6	36.1	28.7	6.6	6.6	10.7	6.6
	建 設 業	59.6	34.2	47.8	65.8	17.1	12.3	5.7	7.0
	運 輸 業	56.8	33.3	51.9	66.7	11.1	9.9	7.4	8.6
	サービス業	43.4	53.4	37.1	31.5	36.7	4.8	6.8	6.8
規 模 別	5人未満	65.5	53.4	32.8	30.1	20.0	11.4	9.8	7.1
	5～19人	66.9	49.2	46.2	45.2	22.4	11.4	11.9	9.8
	20～49人	61.3	40.7	48.7	56.0	21.3	10.7	10.7	11.3
	50人以上	60.5	41.9	60.5	48.8	20.9	9.3	16.3	9.3
全 体		65.5	49.5	41.9	40.9	21.3	11.3	11.1	8.9
2023年12月調査		68.8	45.8	37.5	44.0	17.9	14.8	10.8	9.0
2022年12月調査		77.7	59.5	30.8	34.6	13.5	16.1	20.8	13.8
2021年12月調査		69.3	55.7	23.5	27.6	9.2	16.8	5.6	10.5

2. 2025年の経営方針

(1)「攻め」か「守り」か

2025 年の自社の経営方針を「攻め」か「守り」(具体的イメージは下記参照)で言い表すといずれになるか、すべての企業に聞いた結果が第2表－(1)である。

全体でみると、「①思い切った攻め」(8.5%)と「②どちらかといえば攻め」(46.9%)を合わせた「攻めの経営(①+②)」とする企業は 55.4%となった。一方、「③どちらかといえば守り」(38.7%)と「④徹底した守り」(5.9%)を合わせた「守りの経営(③+④)」は 44.6%となった。

「攻め」の割合は前年より0.3ポイント低下したものの、4年連続で「守り」を上回った。好調なインバウンド需要と併せて、4月に開幕する大阪・関西万博に向けて「攻め」に出る企業は多いとみられる。

業種別にみると、「攻めの経営(①+②)」とする企業は、建設業(64.5%)、サービス業(61.3%)、運輸業(60.5%)で6割を超えて多くなっている。

従業員規模別にみると、「攻めの経営(①+②)」とする企業は規模が大きいほど多くなる傾向がある。一方、前年と比べると、50人以上の企業では18.9ポイントの大幅な低下となった。

第2表－(1)「攻め」か「守り」か

(%、ポイント)

区分 \ 項目		①思い切った攻め	②どちらかといえば攻め	③どちらかといえば守り	④徹底した守り	計	攻め(①+②)	同前年比
業種別	製造業	7.3	42.6	41.5	8.6	100.0	49.9	▲3.5
	卸売業	3.7	45.9	43.0	7.4	100.0	49.6	▲4.5
	小売業	7.4	42.6	44.3	5.7	100.0	50.0	▲0.4
	建設業	14.0	50.5	33.3	2.2	100.0	64.5	▲0.6
	運輸業	6.2	54.3	35.8	3.7	100.0	60.5	8.7
	サービス業	9.5	51.8	34.4	4.3	100.0	61.3	3.6
規模別	5人未満	7.0	41.8	44.0	7.2	100.0	48.8	1.1
	5～19人	8.4	49.6	35.9	6.1	100.0	58.0	1.3
	20～49人	11.3	52.0	35.4	1.3	100.0	63.3	▲3.2
	50人以上	15.9	47.7	31.9	4.5	100.0	63.6	▲18.9
全 体		8.5	46.9	38.7	5.9	100.0	55.4	▲0.3
2023年12月調査		8.0	47.7	39.8	4.5	100.0	55.7	3.3
2022年12月調査		7.8	44.6	42.7	4.9	100.0	52.4	1.5
2021年12月調査		7.1	43.8	43.5	5.6	100.0	50.9	8.7

【「攻め」と「守り」の具体的イメージ】

「攻めの経営」

事業の拡大・多角化を目的とする新製(商)品・サービス等の開発・取り扱い、新設・更新などの設備投資、新卒・中途採用の実施など。

「守りの経営」

事業の拡大・多角化を目的とする諸施策を自粛するほか、減員・減産、販路縮小、取扱製(商)品・サービスの絞り込み、設備・資産の処分など。

(2)「攻めの経営」の具体策

前項2－(1)で、2025 年における自社の経営方針のイメージを「攻め」と答えた企業(全体の 55.4%、710 社)に対し、その具体策について聞いた結果(複数回答)が第2表－(2)である。

全体でみると、「①販路開拓」が 68.8%で最も多い。次いで、「②生産効率の改善」が 35.0%、「③商品開発」が 29.5%、「④採用による増員」が 22.5%で続いている。

業種別にみると、「①販路開拓」とする企業は、卸売業(77.3%)、建設業(74.8%)、製造業(71.0%)で7割を超えて多くなっている。

第2表－(2) 「攻めの経営」の具体策

(複数回答、%)

区分 \ 項目		①販路開拓	②生産効率の改善	③商品開発	④採用による増員	⑤設備投資	⑥事業の多角化
業種別	製造業	71.0	40.3	32.5	16.0	23.4	6.1
	卸売業	77.3	33.3	43.9	15.2	10.6	4.5
	小売業	49.2	45.9	45.9	26.2	16.4	8.2
	建設業	74.8	31.3	22.4	27.9	10.9	5.4
	運輸業	57.1	44.9	14.3	30.6	30.6	6.1
	サービス業	67.8	23.7	23.7	26.3	18.4	5.3
規模別	5人未満	70.8	27.9	30.5	15.0	11.6	4.3
	5～19人	67.4	39.4	26.9	25.4	18.3	5.7
	20～49人	69.5	34.7	32.6	26.3	26.3	10.5
	50人以上	67.9	39.3	42.9	35.7	50.0	3.6
全体		68.8	35.0	29.5	22.5	18.4	5.8
2023年12月調査		71.5	35.8	28.5	20.1	15.7	6.6
2022年12月調査		73.4	36.1	33.7	17.1	22.6	7.8
2021年12月調査		68.4	36.8	33.9	15.9	19.5	7.4

(3)「守りの経営」の具体策

前項2－(1)で、2025 年における自社の経営方針のイメージを「守り」と答えた企業(全体の 44.6%、572 社)に対し、その具体策について聞いた結果(複数回答)が第2表－(3)である。

全体でみると、「①諸経費の削減」が 61.5%で圧倒的に多い。以下、「②資産等の圧縮」(19.6%)、「③製品等の整理・縮小」(13.1%)、「④減産等の業容縮小」(10.7%)、「⑤採用控え・減員」(9.6%)と続く。なお、「⑥現状維持」も 16.6%みられた。

資産の圧縮や製品の縮小、減産などのリストラ策を講じるよりも、目先の対応として「諸経費の削減」により収益の確保を図る企業が多くなっている。

第2表－(3)「守りの経営」の具体策

(複数回答、%)

項目 区分		①諸経費の 削減	②資産等の 圧縮	③製品等の 整理・縮小	④減産等の 業容縮小	⑤採用控え・ 減員	⑥現状維持
業 種 別	製 造 業	63.6	26.0	14.3	11.3	10.4	13.4
	卸 売 業	70.6	13.2	23.5	8.8	11.8	7.4
	小 売 業	57.4	16.4	13.1	11.5	9.8	18.0
	建 設 業	54.3	21.0	7.4	11.1	6.2	21.0
	運 輸 業	68.8	15.6	3.1	9.4	12.5	18.8
	サービス業	56.1	11.2	11.2	10.2	8.2	25.5
規 模 別	5 人未満	60.6	20.3	11.4	14.2	6.9	16.3
	5～19 人	64.2	16.5	16.5	9.8	13.0	14.2
	20～49 人	58.2	29.1	7.3	1.8	9.1	25.5
	50 人以上	43.8	25.0	6.3	0	0	31.3
全 体		61.5	19.6	13.1	10.7	9.6	16.6
2023 年 12 月調査		64.7	20.1	10.6	7.1	6.5	16.4
2022 年 12 月調査		64.1	19.7	14.2	11.1	12.7	15.2
2021 年 12 月調査		55.8	17.3	14.1	14.1	10.2	21.1

3. 新年の物価と円相場

2024年は、物価、円相場が大きく動いた。これら景気に影響を及ぼす指標が2025年はどうのようになると予想するか、すべての企業に聞いた結果が**第3表**である。

全体でみると、物価は、「①上昇傾向」と予想する企業が59.5%と半数を超えた。

一方、円相場は「②ほとんど変わらない」とする企業が47.2%で最も多く、「①円安傾向」(30.2%)が「③円高傾向」(22.6%)を上回った。

業種別にみると、卸売業で、物価が上昇傾向(68.9%)、円相場は円安傾向(35.6%)と予想する企業が他の業種と比べて多くなっている。

従業員規模別にみると、規模が大きいほど、物価は上昇傾向、円相場は円安傾向と予想する企業が多くなっている。

第3表 新年の物価・円相場

(%)

区分 \ 項目		新年の物価				新年の円相場			
		①上昇 傾向(イン フレ)	②ほとん ど変わら ない	③下落 傾向(デ フレ)	計	①円安 傾向	②ほとん ど変わら ない	③円高 傾向	計
業 種 別	製 造 業	62.8	36.1	1.1	100.0	29.8	46.2	24.0	100.0
	卸 売 業	68.9	27.4	3.7	100.0	35.6	42.2	22.2	100.0
	小 売 業	54.9	41.8	3.3	100.0	30.3	52.5	17.2	100.0
	建 設 業	57.5	39.0	3.5	100.0	29.4	47.4	23.2	100.0
	運 輸 業	51.8	45.7	2.5	100.0	24.7	58.0	17.3	100.0
	サービス業	54.9	41.9	3.2	100.0	30.4	45.5	24.1	100.0
規 模 別	5人未満	56.1	40.8	3.1	100.0	28.8	49.0	22.2	100.0
	5～19人	60.7	36.7	2.6	100.0	30.9	46.3	22.8	100.0
	20～49人	63.3	36.0	0.7	100.0	31.3	45.4	23.3	100.0
	50人以上	68.2	31.8	0	100.0	31.8	45.5	22.7	100.0
全 体		59.5	38.0	2.5	100.0	30.2	47.2	22.6	100.0

以 上