

2025年1～3月期の大阪府内中小企業景況
5期ぶりに改善し、持ち直しの様相

調査結果の概要

1. 「販売数量DI」(19.6)、「販売価格DI」(31.9)、「収益DI」(5.1)はいずれも前期に比べ改善している(P.2～P.4)。
2. 「総合業況判断DI」は 9.3 で、前期比 0.3 ポイント上昇した。同DIの改善は5期ぶりである。「販売数量」「収益」などの各DIもすべて改善を示しており、中小企業の景況は持ち直しの様相である(P.5)。
3. 「資金繰りDI」は前期比0.2ポイント上昇の▲6.6である。同DIの改善は3期連続である(P.6)。
4. 来期(2025年4～6月期)の業況を予想する「総合業況見通しDI」は 10.7 で、今期実績を 1.4 ポイント上回り、改善が続く見通しである(P.8)。
5. 「設備投資計画あり」とする企業割合は、前期比 0.6 ポイント増加の 17.4%である。同割合の増加は3期ぶりとなる(P.8)。

<補足調査>

1. カスタマー・ハラスメントによる悪影響は、「時間の浪費」(81.6%)が最も多く、以下、「生産性の低下」(43.4%)、「金銭的損失」(20.4%)、「企業イメージの低下」(10.5%)などとなっている(P.9)。
2. カスハラ対策については、「従業員向けの研修」(10.0%)が最も多いが、「特に対策は講じていない」とする企業が 83.2%で大多数となっている(P.9)。

調査方法等

- 調査時点：2025年3月上旬
- 調査対象：大阪シティ信用金庫
取引先企業(大阪府内)
- 調査方法：聞き取り法
- 依頼先数：1,230企業(無作為抽出)
- 有効回答数：1,165企業
- 有効回答率：94.7%

有効回答内訳

資本金	実数	構成比
300～999万円	350社	30.0%
1000～2999	587	50.4
3000～4999	41	3.5
5000～9999	15	1.3
1億円以上	0	0
個人企業	172	14.8
合計	1,165	100.0

従業者	実数	構成比
5人未満	468社	40.2%
5～9人	287	24.6
10～19人	237	20.3
20～49人	118	10.1
50～99人	38	3.3
100～299人	14	1.2
300人以上	3	0.3
合計	1,165	100.0

※本調査は、各質問項目について前期(前3カ月間)と比較した判断のうち、「増加」(好転)から減少(悪化)を差し引いた値(DI)により、景況の動きを見ている。

※各DIは、季節要因による変動を考慮した季節変動調整値である。

業種	実数	構成比	
製造業	食料品	23社	2.0%
	繊維品	7	0.6
	木材・木製品	18	1.5
	パルプ・紙・紙加工品	13	1.1
	出版・印刷・同関連	37	3.2
	化学・医薬品・油脂	6	0.5
	プラスチック製品	50	4.4
	ゴム製品	17	1.5
	窯業・土石製品	4	0.3
	鉄鋼業	5	0.4
	非鉄金属	7	0.6
	金属製品	152	13.1
	一般機械器具	48	4.1
	電気機械器具	6	0.5
	輸送用機械器具	10	0.9
	精密機械器具	8	0.7
その他	19	1.6	
小計	(430)	(37.0)	
卸売業	繊維品	13	1.1
	鉱物・金属材料	11	0.9
	食料品	29	2.5
	医薬品・化粧品	6	0.5
	建築材料	17	1.5
	機械器具	23	2.0
その他	27	2.3	
小計	(126)	(10.8)	
小売業	119	10.2	
建設業	209	17.9	
運輸・通信業	76	6.5	
サービス業	205	17.6	
合計	1,165	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。

I. 今期景況の実績

1. 販売数量

今期(2025年1~3月期)の「販売数量DI」は、前期(2024年10~12月期)に比べ1.0ポイント上昇し19.6となった。同DIの改善は5期ぶりである(第1表-1、第1図)。

業種別にみると、前期比は卸売業の横ばいを除き、軒並み改善した(第1表-2)。

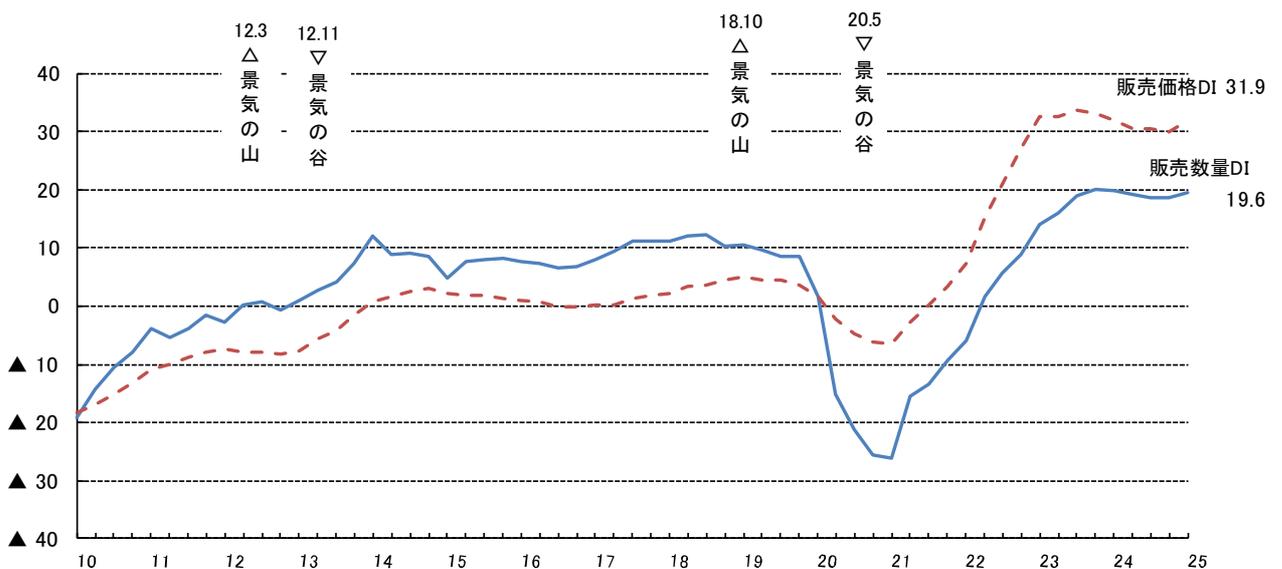
第1表-1 販売数量DIの推移

時期	項目	当期DI	前期比	前年同期比
2022年	1~3月	▲ 6.0	3.5	20.1
	4~6月	1.5	7.5	17.0
	7~9月	5.6	4.1	19.0
	10~12月	8.7	3.1	18.2
2023年	1~3月	14.0	5.3	20.0
	4~6月	16.0	2.0	14.5
	7~9月	18.9	2.9	13.3
	10~12月	20.0	1.1	11.3
2024年	1~3月	19.9	▲ 0.1	5.9
	4~6月	19.1	▲ 0.8	3.1
	7~9月	18.8	▲ 0.3	▲ 0.1
	10~12月	18.6	▲ 0.2	▲ 1.4
2025年	1~3月	19.6	1.0	▲ 0.3

第1表-2 業種別 販売数量DIの状況

業種	項目	今期DI	前期比	前年同期比
製造業		9.8	0.1	▲ 0.1
卸売業		19.3	0	▲ 4.7
小売業		25.4	1.2	2.7
建設業		33.9	0.4	0.7
運輸・通信業		25.3	1.4	▲ 0.2
サービス業		20.4	3.9	0.5
全体		19.6	1.0	▲ 0.3

第1図 販売数量、販売価格DIの推移



2. 販売価格

今期(2025年1～3月期)の「販売価格DI」(「上昇」とする企業割合から「下降」とする企業割合を差し引いた値)は、前期(2024年10～12月期)に比べ2.1ポイント上昇し31.9となった(第2表-1、前掲第1図)。同DIの改善は6期ぶりとなる。

仕入価格の上昇に伴い、販売価格も押し上げられたものとみられる(参考表)。

業種別にみると、前期比は全業種で軒並み改善した(第2表-2)。とくに、卸売業はDIの水準が他業種に比べ高いうえ、上昇幅も大きい。

第2表-1 販売価格DIの推移

時期	項目	当期DI	前期比	前年同期比
2022年1～3月		7.4	4.2	13.9
	4～6月	15.3	7.9	18.0
	7～9月	21.0	5.7	20.8
	10～12月	27.0	6.0	23.8
2023年1～3月		32.4	5.4	25.0
	4～6月	32.4	0	17.1
	7～9月	33.7	1.3	12.7
	10～12月	32.1	▲0.6	6.1
2024年1～3月		31.9	▲1.2	▲0.5
	4～6月	30.6	▲1.3	▲1.8
	7～9月	30.4	▲0.2	▲3.3
	10～12月	29.8	▲0.6	▲3.3
2025年1～3月		31.9	2.1	0

第2表-2 業種別 販売価格DIの状況

業種	項目	今期DI	前期比	前年同期比
製造業		29.3	1.6	▲0.2
卸売業		41.1	5.2	0.9
小売業		36.6	4.4	5.2
建設業		35.8	0.6	0.6
運輸・通信業		26.8	1.8	▲2.4
サービス業		27.0	1.7	▲1.6
全体		31.9	2.1	0

参考表 仕入価格DIの状況

業種	項目	今期DI	前期比	前年同期比
製造業		44.3	1.5	3.6
卸売業		52.5	2.6	1.8
小売業		56.4	1.9	1.1
建設業		44.3	0.4	▲3.7
運輸・通信業		29.4	4.0	▲3.5
サービス業		29.0	0	▲3.4
全体		42.6	1.4	▲0.2

3. 収益

今期(2025年1～3月期)の「収益DI」は5.1である。同DIは、前期(2024年10～12月期)に比べ0.8ポイント上昇し、3期連続の改善となった(第3表-1、第2図)。ただ、改善幅は前期に比べ縮小している。

業種別にみると、前期比はすべての業種で軒並み改善しているものの、製造業(▲2.6)と小売業(▲1.4)の2業種は、いまだマイナス圏にとどまっており、回復が遅れている(第3表-2)。

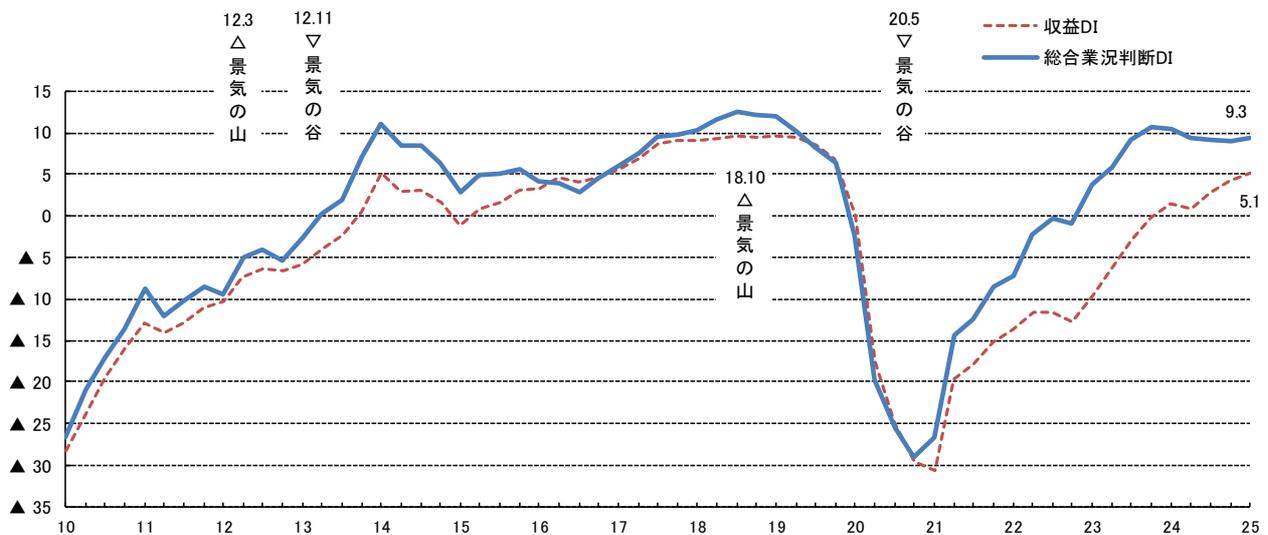
第3表-1 収益DIの推移

時期	項目	当期DI	前期比	前年同期比
2022年1～3月		▲13.6	1.6	17.1
	4～6月	▲11.6	2.0	8.1
	7～9月	▲11.7	▲0.1	6.1
	10～12月	▲12.7	▲1.0	2.5
2023年1～3月		▲9.5	3.2	4.1
	4～6月	▲6.3	3.2	5.3
	7～9月	▲2.9	3.4	8.8
	10～12月	▲0.3	2.6	12.4
2024年1～3月		1.5	1.8	11.0
	4～6月	0.9	▲0.6	7.2
	7～9月	2.7	1.8	5.6
	10～12月	4.3	1.6	4.6
2025年1～3月		5.1	0.8	3.6

第3表-2 業種別 収益DIの状況

業種	項目	今期DI	前期比	前年同期比
製造業		▲2.6	0.2	4.2
卸売業		0.6	0.8	▲1.1
小売業		▲1.4	1.1	4.9
建設業		19.7	0.1	5.0
運輸・通信業		5.5	1.8	3.7
サービス業		12.1	2.4	2.6
全体		5.1	0.8	3.6

第2図 収益、総合業況判断DIの推移



4. 総合業況判断

中小企業の総合的な実績を示す「総合業況判断DI」は今期 9.3 で、前期(2024 年 10～12 月期)に比べ0.3ポイント上昇した。同DIの改善は5期ぶりである。「販売数量」「収益」などの各DIもすべて改善を示しており、中小企業の景況は持ち直しの様相である(第4表-1、前掲第2図)。

業種別にみると、前期比は小売業(1.7ポイント減)と卸売業(1.3ポイント減)の2業種で悪化しており、業種間でばらつきがみられる(第4表-2、第3図)。

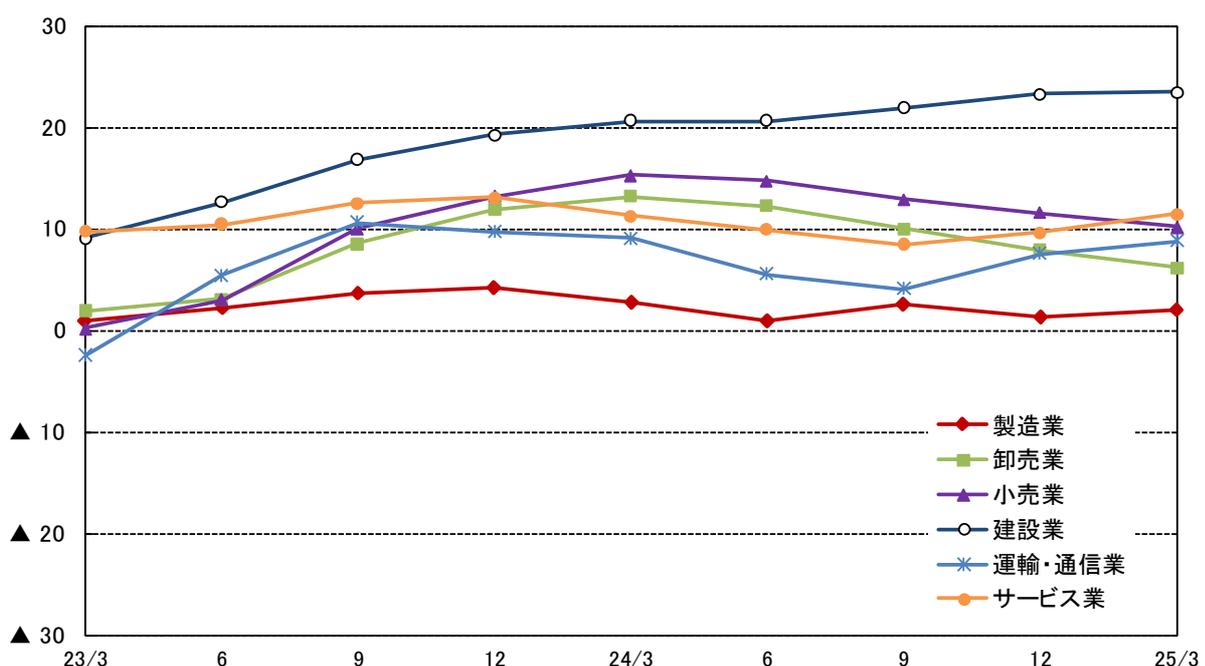
第4表-1 総合業況判断DIの推移

時期	項目	当期DI	前期比	前年同期比
2022年	1～3月	▲ 7.3	1.2	19.4
	4～6月	▲ 2.2	5.1	12.1
	7～9月	▲ 0.4	1.8	12.0
	10～12月	▲ 0.8	▲ 0.4	7.7
2023年	1～3月	3.8	4.6	11.1
	4～6月	5.9	2.1	8.1
	7～9月	9.2	3.3	9.6
	10～12月	10.7	1.5	11.5
2024年	1～3月	10.5	▲ 0.2	6.7
	4～6月	9.3	▲ 1.2	3.4
	7～9月	9.2	▲ 0.1	0
	10～12月	9.0	▲ 0.2	▲ 1.7
2025年	1～3月	9.3	0.3	▲ 1.2

第4表-2 業種別 総合業況判断DIの状況

業種	項目	今期DI	前期比	前年同期比
製造業		2.0	0.7	▲ 0.8
卸売業		6.2	▲ 1.7	▲ 7.0
小売業		10.2	▲ 1.3	▲ 5.1
建設業		23.4	0.1	2.8
運輸・通信業		8.8	1.3	▲ 0.3
サービス業		11.4	1.8	0.1
全体		9.3	0.3	▲ 1.2

第3図 業種別 総合業況判断DIの推移



5. 資金繰り

今期(2025年1～3月期)の「資金繰りDI」(「楽になった」とする企業割合から「苦しくなった」とする企業割合を差し引いた値)は、前期比0.2ポイント改善し▲6.6となった。同DIの改善は3期連続となる(第5表-1、第4図)。

業種別にみると、前期比では卸売業(1.7ポイント減)とサービス業(0.3ポイント減)を除く業種で改善した(第5表-2)。

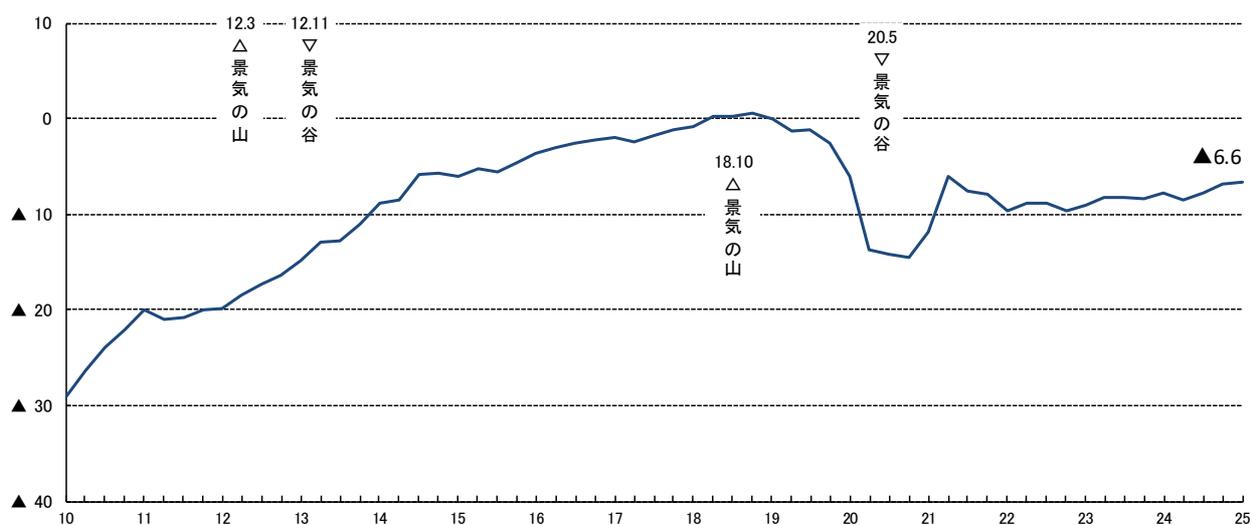
第5表-1 資金繰りDIの推移

時期	項目	当期DI	前期比	前年同期比
2022年1～3月		▲ 9.6	▲ 1.7	2.3
	4～6月	▲ 8.9	0.7	▲ 2.9
	7～9月	▲ 8.9	0	▲ 1.3
	10～12月	▲ 9.6	▲ 0.7	▲ 1.7
2023年1～3月		▲ 9.1	0.5	0.5
	4～6月	▲ 8.3	0.8	0.6
	7～9月	▲ 8.2	0.1	0.7
	10～12月	▲ 8.4	▲ 0.2	1.2
2024年1～3月		▲ 7.8	0.6	1.3
	4～6月	▲ 8.6	▲ 0.8	▲ 0.3
	7～9月	▲ 7.8	0.8	0.4
	10～12月	▲ 6.8	1.0	1.6
2025年1～3月		▲ 6.6	0.2	1.2

第5表-2 業種別 資金繰りDIの状況

業種	項目	今期DI	前期比	前年同期比
製造業		▲ 8.2	0.2	1.1
卸売業		▲10.5	▲ 1.7	0
小売業		▲10.8	0.3	0
建設業		▲ 4.8	1.3	2.4
運輸・通信業		▲ 5.6	1.7	1.2
サービス業		▲ 0.9	▲ 0.3	0.7
全体		▲ 6.6	0.2	1.2

第4図 資金繰りDIの推移



6. 経営上の問題点

中小企業の経営上の問題点(3つまでの複数回答)としては、「経費増」が39.5%で最も多い。次いで、「売上・受注の減少」が32.6%、「人手不足」が29.8%で多く、以下、「競争激化」(24.8%)、「仕入先からの値上げ要請」(22.1%)などとなっている(第6表、第5図)。

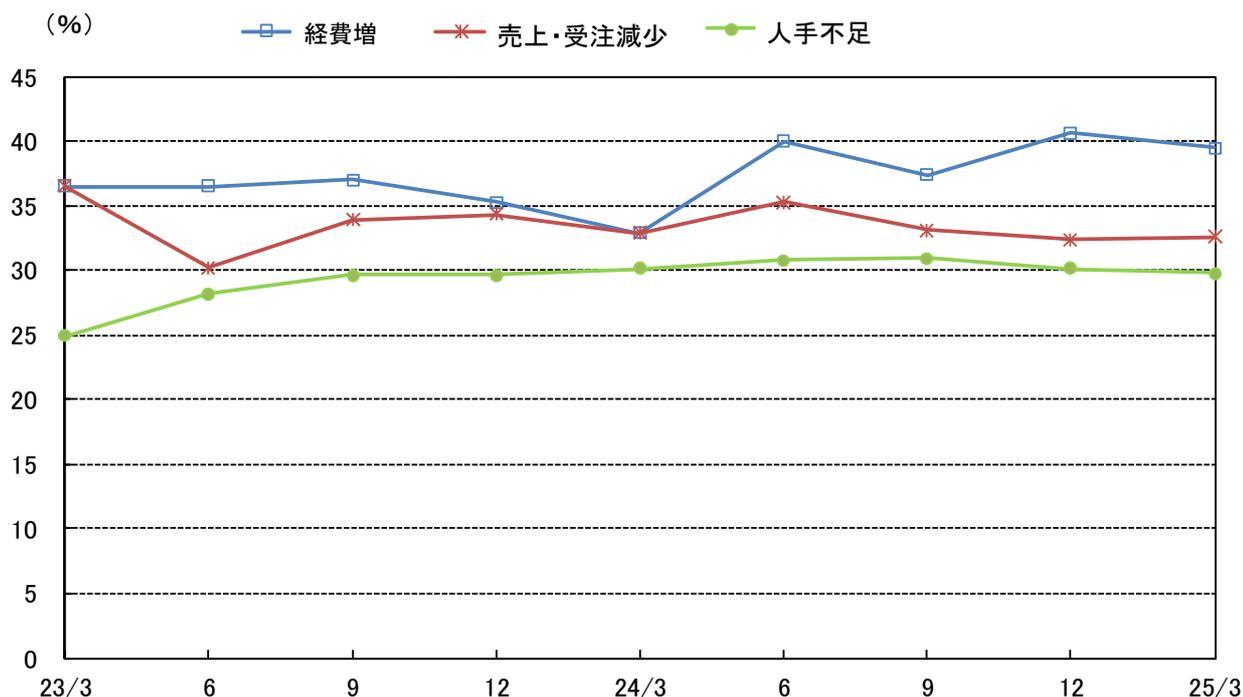
業種別にみると、「仕入先からの値上げ要請」と答えた企業割合は卸売業(40.7%)の高さが目立つ。また、運輸・通信業(57.3%)と建設業(42.9%)では「人手不足」と答えた企業割合がとくに高くなっている。

第6表 経営上の問題点

(3つまでの複数回答、%)

業種等	項目	経費増	売上・受注減少	人手不足	競争激化	仕入先からの値上げ要請	合理化不足	価格引下力	設備老朽化
製造業		38.5	43.0	26.5	20.0	21.6	16.9	11.7	9.6
卸売業		35.0	30.9	22.8	28.5	40.7	17.9	16.3	3.3
小売業		37.7	23.7	14.0	29.8	35.1	14.9	7.0	0.9
建設業		38.9	30.0	42.9	19.2	21.2	19.7	9.4	2.0
運輸・通信業		50.7	26.7	57.3	18.7	9.3	12.0	12.0	10.7
サービス業		41.6	21.8	26.7	37.6	10.4	15.8	5.0	5.9
全体		39.5	32.6	29.8	24.8	22.1	16.8	10.1	6.1
前期(24/12)		40.6	32.4	30.1	25.2	22.6	15.5	10.4	7.0

第5図 主な問題点の推移



Ⅱ. 当面の景況見通し

1. 総合業況見通し

来期(2025年4～6月期)の自社業況を予想する「総合業況見通しDI」は10.7で、今期(2024年1～3月期)実績を1.4ポイント上回り、改善が続く見通しである(第7表)。物価の上昇や世界経済の減速などが懸念されるなかで実際の成り行きが注目される。

業種別にみると、小売業のみ悪化、その他の業種では改善の予想となっている。

第7表 業種別 総合業況見通しDIの状況

業種	項目	総合業況見通しDI A	総合業況判断DI(今期実績) B	A-B
製造業		4.5	2.0	2.5
卸売業		7.1	6.2	0.9
小売業		8.3	10.2	▲ 1.9
建設業		24.0	23.4	0.6
運輸・通信業		12.2	8.8	3.4
サービス業		13.3	11.4	1.9
全体		10.7	9.3	1.4

2. 設備投資計画

「設備投資計画あり」とする企業割合は前期比0.6ポイント増加の17.4%である(第8表、第6図)。同割合の増加は3期ぶりとなる。

業種別にみると、前期比は製造業(0.5ポイント減)を除く業種で軒並み増加している。

第8表 設備投資計画

(%,ポイント)

業種等	項目	計画あり	前期比
製造業		19.4	▲ 0.5
卸売業		11.0	0.6
小売業		10.5	0.2
建設業		15.0	0.1
運輸・通信業		34.9	3.0
サービス業		17.1	2.1
全体		17.4	0.6
前期(24/12)		16.8	-

第6図 「設備投資計画あり」企業割合の推移

(%)



<補足調査>

1. カスハラによる経営への悪影響

近年、顧客が企業に対して理不尽なクレーム・言動をするカスタマーハラスメント(以下「カスハラ」)が社会問題化している。そこで、「カスハラ」を受けたことがある企業(152社、全体の13.0%)に対して、自社の経営にどのような影響があったか複数回答で聞いた結果が第1表である。

全体でみると、長時間にわたって対応を余儀なくされたことによる「①時間の浪費」とした企業が81.6%で最も多い。次いで、「②生産性の低下」が43.4%で多く、従業員のモチベーションの低下や休職・退職が発生したことによる影響がうかがえる。以下、「③金銭的損失」(20.4%)、「④企業イメージの低下」(10.5%)となった。

第1表 カスハラによる経営への悪影響 (複数回答、%)

業種	項目	企業数 (社)	①時間の浪費	②生産性の低下	③金銭的損失	④企業イメージ の低下
製造業		30	86.7	63.3	16.7	6.7
卸売業		20	85.0	15.0	35.0	5.0
小売業		27	74.1	63.0	22.2	22.2
建設業		23	82.6	39.1	8.7	8.7
運輸・通信業		10	90.0	30.0	20.0	10.0
サービス業		42	78.6	35.7	21.4	9.5
全体		152	81.6	43.4	20.4	10.5

2. カスハラ対策について

自社の「カスハラ」対策について、すべての企業に聞いた結果が第2表である。

全体でみると、対策としては「①従業員向けの研修」(10.0%)が最も多く、次いで「②対応マニュアルの設定」(6.2%)、「③録音・録画機器の設置」(3.4%)などとなっているが、いずれも少数にとどまっており、「⑥特に対策は講じていない」とする企業が83.2%と大多数である。

第2表 カスハラ対策について (複数回答、%)

業種	項目	①従業員 向け研修	②マニ ュアル 策定	③録音・録画 機器設置	④従業員向け 相談窓口設置	⑤その他	⑥特になし
製造業		10.2	5.1	2.8	0.5	0	85.3
卸売業		6.3	4.0	4.0	0.8	3.2	84.1
小売業		12.6	7.6	4.2	0.8	0	78.2
建設業		6.2	3.3	2.4	0.5	0	90.4
運輸・通信業		13.2	10.5	2.6	1.3	0	77.6
サービス業		12.7	10.2	5.4	2.4	0.5	75.6
全体		10.0	6.2	3.4	0.9	0.4	83.2