

2024年4月～6月期
近畿中小企業景況感動向(第176回)

株式会社コスモ不動産情報
西大阪研究所

産業	製造業
	非製造業
	建設業
	小売業
	サービス業

	景況感指標	%
上昇	黄色好転	+3～
普通	普通:白色	-2～+2
下降	青色悪化	-3～

本店(西大阪研究所)				1年更新	2023年			2024年	
No.	コード	産業	業種分類	企業件数	4月～6月	7月～9月	10月～12月	1月～3月	4月～6月
1	HHSB01	サービス業	飲食	36,008					
2	HHSB02	製造業	繊維	7,710					
3	HHSB03	製造業	木材	3,607					
4	HHSB04	製造業	木製品	2,835					
5	HHSB05	製造業	家具・寝具	3,907					
6	HHSB06	製造業	建具	1,931					
7	HHSB07	製造業	パルプ	1,148					
8	HHSB08	製造業	紙	5,970					
9	HHSB09	製造業	紙製品	3,481					
10	HHSB10	サービス業	印刷・写真	8,749					
11	HHSB11	サービス業	製本業	775					
12	HHSB12	製造業	化学工業	9,819					
13	HHSB13	製造業	石油・燃料	2,225					
14	HHSB14	製造業	プラスチック	7,816					
15	HHSB15	製造業	ゴム製品	3,250					
16	HHSB16	製造業	皮革	1,232					
17	HHSB17	製造業	毛皮	1,954					
18	HHSB18	製造業	窯業	2,584					
19	HHSB19	製造業	鉄鋼	9,756					
20	HHSB20	製造業	非鉄金属	3,064					
21	HHSB21	製造業	金属	23,263					
22	HHSB22	製造業	機械	32,311					
23	HHSB23	製造業	電気	20,723					
24	HHSB24	サービス業	輸送	2,288					
25	HHSB25	製造業	精密	3,833					
26	HHSB26	製造業	貴金属	2,326					
27	HHSB27	製造業	日用雑貨	12,787					
28	HHSB28	製造業	衣料	16,908					
29	HHSB29	製造業	アクセサリ	4,316					
30	HHSB30	製造業	日用品	3,444					
31	HHSB31	製造業	自動車・バイク	15,081					
32	HHSB32	建設業	インテリア	7,285					
33	HHSB33	建設業	建築	53,440					
34	HHSB34	建設業	採石・石材	530					
35	HHSB35	建設業	建設	18,423					
36	HHSB36	サービス業	ガス	1,613					
37	HHSB37	サービス業	水道	4,038					
38	HHUN	サービス業	運送	21,569					
39	HHSB38	サービス業	陸運	10,283					
40	HHSB39	サービス業	航空	1,694					
41	HHSB40	サービス業	水運	2,121					
42	HHSB41	サービス業	運輸・運送	30,333					
43	HHSB42	サービス業	銀行	2,813					
44	HHSB43	サービス業	証券	412					
45	HHSB44	非製造業	農業	2,183					
46	HHSB45	非製造業	畜産	908					
47	HHSB46	非製造業	林業	70					
48	HHSB47	非製造業	水産	1,357					
49	HHSB48	サービス業	医療	31,568					
50	HHSB49	サービス業	保健・薬局	2,811					

2024年4月～6月期
近畿中小企業景況感動向(第176回)

株式会社コスモ不動産情報
西大阪研究所

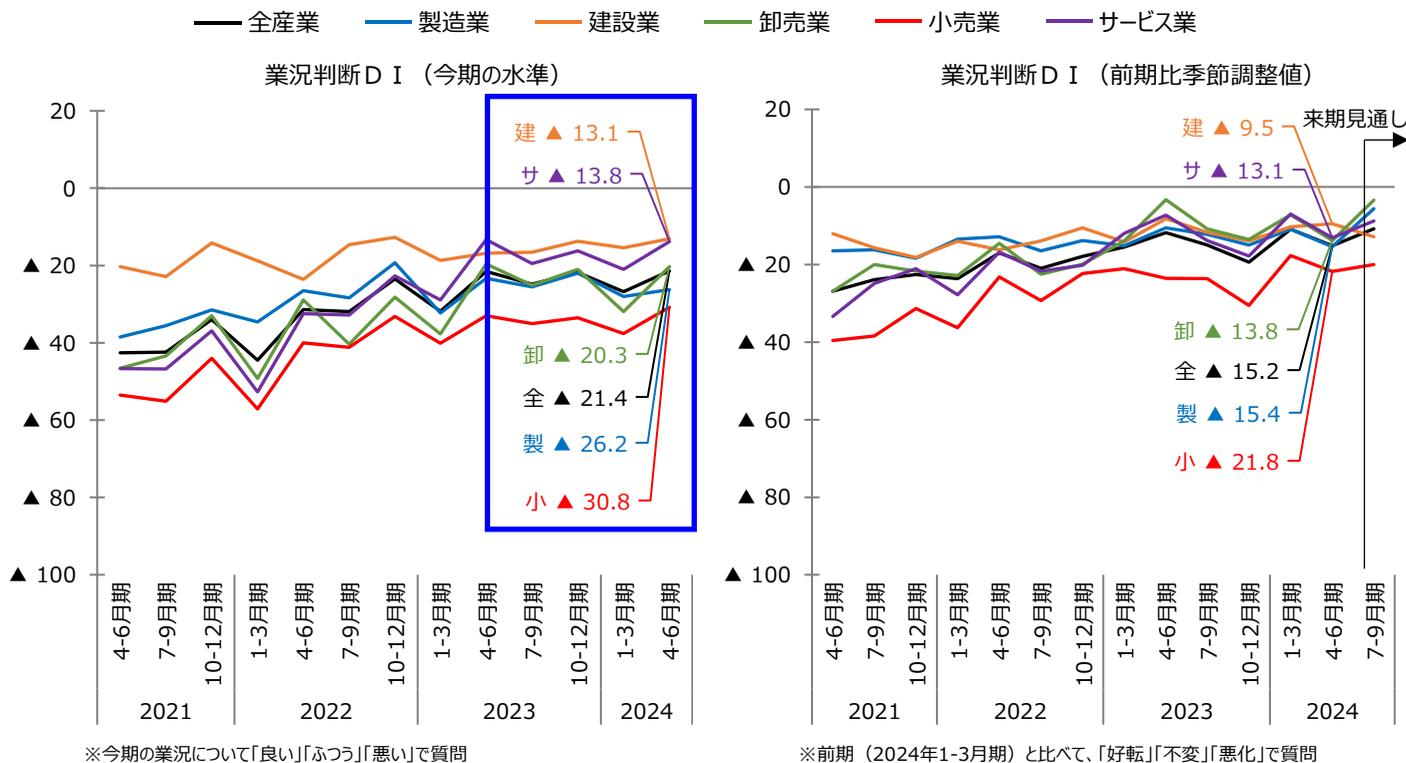
本店(西大阪研究所)				1年更新	2023年			2024年	
No.	コード	産業	業種分類	企業件数	4月～6月	7月～9月	10月～12月	1月～3月	4月～6月
51	HHSB50	サービス業	保険	4,959					
52	HHSB51	サービス業	福祉	12,035					
53	HHSB52	サービス業	介護	10,353					
54	HHSB53	製造業	織物	2,467					
55	HHSB54	サービス業	宿泊・旅行	3,079					
56	HHSB55	サービス業	倉庫	2,872					
57	HHSB56	サービス業	学校・塾	4,301					
58	HHSB57	非製造業	産業廃棄物	7,066					
59	HHSB58	非製造業	リサイクル	4,101					
60	HHSB59	非製造業	花	3,013					
61	HHSB60	小売業	スーパーマーケット	2,577					
62	HHSB61	サービス業	娯楽	1,839					
63	HHSB62	非製造業	塗装	6,056					
64	HHSB63	製造業	自転車	3,464					
65	HHSB64	サービス業	警備・管理	3,705					
66	HHSB65	小売業	自動販売機	307					
67	HHSB66	製造業	建機	1,458					
68	HHSB67	製造業	硝子	2,349					
69	HHSB68	サービス業	スポーツ	2,783					
70	HHSB69	サービス業	宗教	5,607					
71	HHSB70	サービス業	専門サービス業	10,426					
72	HHSB71	製造業	薬品会社	2,266					
73	HHSB72	サービス業	冠婚葬祭	1,323					
74	HHSB73	サービス業	派遣業	1,895					
75	HHSB74	サービス業	理美容・エステ	1,159					
76	HHSB75	サービス業	医療法人本部	677					
77	HHSB76	サービス業	弁護士	1,553					
78	HHSB77	サービス業	情報・システム	3,354					
79	HHSB78	サービス業	映像・広告	1,758					
80	HHSB99	その他		18,036					
			合計(延べ)	575,390					

第176回 中小企業景況調査（2024年4-6月期） 近畿



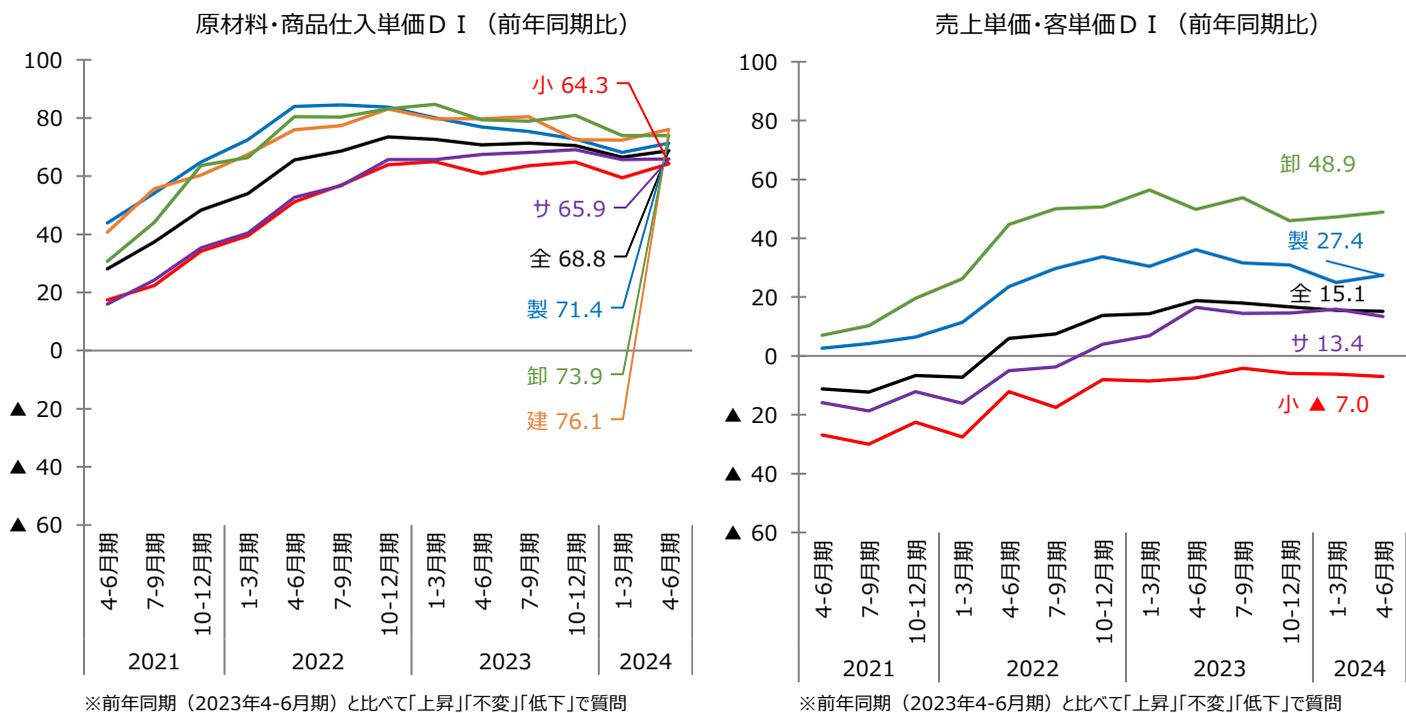
1. 業況感

近畿地域の中小企業の業況判断DI（今期の水準）は、全産業で前期（2024年1-3月期）より5.4ポイント増の▲21.4と2期ぶりに上昇した。産業別にみると、5産業すべてで上昇した。



2. 仕入単価・販売単価

原材料・商品仕入単価DIは、全産業で前期より2.3ポイント増の68.8と3期ぶりに上昇した。産業別にみると、小売業、建設業、製造業、サービス業で上昇し、卸売業で低下した。また、売上単価・客単価DIは、全産業で前期より0.4ポイント減の15.1と4期連続して低下した。産業別にみると、製造業、卸売業で上昇し、サービス業、小売業で低下した。



<調査概要> 調査時点は2024年6月1日、調査対象は中小企業基本法に定義する全国の中小企業

今期の調査対象企業数：18,840 有効回答企業数：17,959 有効回答率：95.3% うち、近畿：2,486企業

※本資料の集計対象の都道府県は、福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県です。

第176回 中小企業景況調査（2024年4-6月期） 近畿

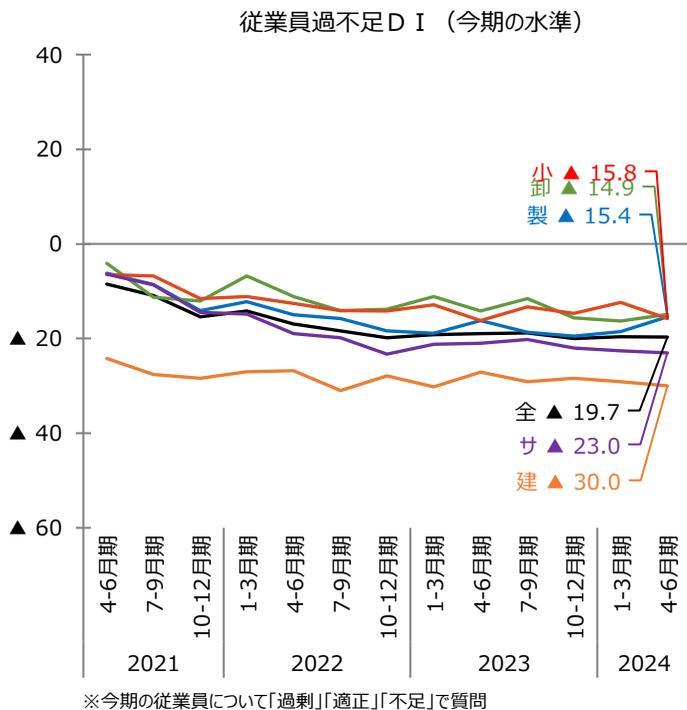
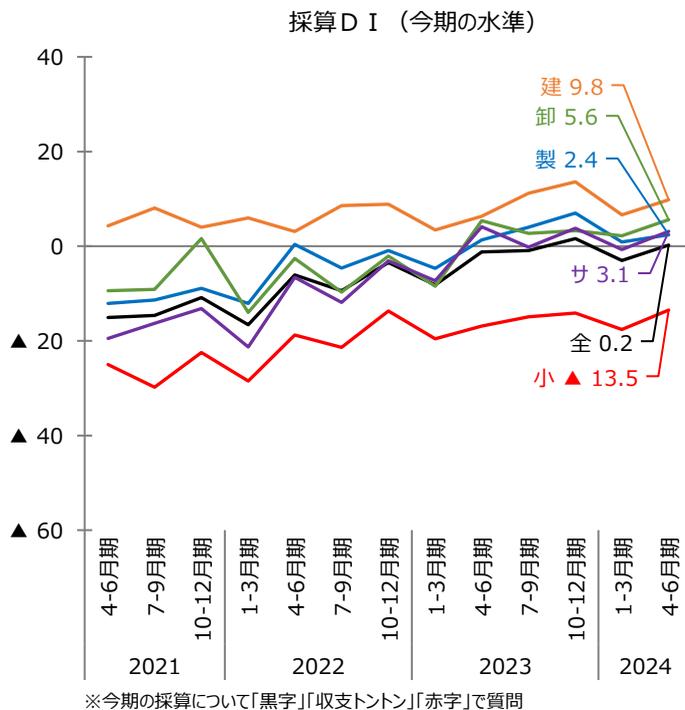


3. 採算

採算DIは、全産業で前期より3.2ポイント増の0.2と2期ぶりに上昇した。産業別にみると5産業すべてで上昇した。

4. 従業員過不足

従業員過不足DIは、全産業で前期より0.1ポイント減の▲19.7と2期ぶりに低下した。産業別にみると、製造業、卸売業で上昇し、小売業、建設業、サービス業で低下した。



5. 近畿の中小企業の声

	業況判断の背景	業種
現状	原材料価格の上昇を受注単価に反映させることができていないため、経営が厳しく引き合いは活発ではあるが、人材確保難では積極的に受注することができない	製造業 <small>その他の産業用電気機械器具製造業（車両用、船舶用を含む）</small>
	原材料や建築資材仕入価格の高止まりに加え、借入金利の上昇による資金繰りの悪化、北陸新幹線関連工事が終了し、受注が減少している。	建設業 鉄筋工事業
	コロナ前には、なかなか戻らない。物価高が様々な形で影響している。人材確保の為に人件費も上げなければならず、経費増になっている。	卸売業 <small>繊維卸売業（室内装飾繊維品を除く）</small>
	当店売上は低迷。一方、近隣観光地は景気回復し市場相場が上昇。京都・奈良は訪日外国人に人気で、途中の町に足を止めてもらえる可能性がないとは限らない。町ゆかりの商品開発をし販路拡大を図りたい。	小売業 茶類小売業
	需給バランスは需要が圧倒的優勢です。弊社に限らず供給側の技術者不足により納品が追いつきません。また、顧客側もITスキルを持った人材がないこともあり、システム導入が長期化する原因となっています。	サービス業 情報処理サービス業
見通し	海外からの引き合いが増え、高級志向のお客様も多い。新茶シーズンに入り、海外からの見学依頼が多く、今後も高級茶葉販売の見通しが明るい。逆に国内需要は少し停滞気味の為、注意が必要である。	製造業 製茶業
	しばらくは横ばい状態で安定している。この状態を維持し、さらに進展させるためには、中長期未来計画の観点に立ち、民間新規顧客発掘と社内人材確保が重要な課題となる。	建設業 一般土木建築工事業
	仕入単価上昇に対する価格転嫁が一段落したことから、業績は堅調に推移中。一方で、為替相場が円安傾向に進んでおり、今後の推移によっては業績悪化要因になることを懸念している。	卸売業 その他の各種商品卸売業
	昨年度とさほど変わらない商品の動きで、伸びた商品や商材は特に見当たらない。消費者の求める商品が何かを把握して、消費者ニーズの変化をうまくとらえて行かないとこの先の展開拡大を望めないと思う。	小売業 紙・文房具小売業
	仕入部材の値上がりで売価を改定したが、利用者数の増加が三割程度上向きにならないと人件費や来期以降も値上げ予定の商材との関係上、利益が圧縮されることもある。粗利を確保する商品の形態変更を検討中。	サービス業 日本料理店

※中小企業景況調査の自由回答(フリーコメント)

項目を選択する方式ではなく、業況判断の背景についての感想や意見を自由に記入する方式であることから、各企業が抱える課題が表れている。