

ネットモニター調査結果 - '23年6月期 -

ご協力いただいたモニター数：239社
調査期間：2023年7月3日～10日

《6月の景況判断に関する要点》（図A、図B、図C）

景気は、持ち直し基調にある

- 6月の景況（前月比）をみると、「上昇・好転」の割合が6.6ポイント上昇して25.1%、「下降・悪化」は4.1ポイント下降して22.2%となり、**DIは10.7ポイント上昇して2.9**となった。
業種別DIは、製造業で14.1ポイント上昇して4.9、非製造業で8.2ポイント上昇して1.5となった。
- <上昇・好転要因>は、「内需が増大したから」が56.7%と突出して高く、次いで「時期的、季節的な要因で」が46.7%、「製品・販売価格が上昇したから」が15.0%と続いた。
- <下降・悪化要因>は、「内需が減少したから」が54.7%と最も高く、次いで「原材料・仕入れ価格などコストが上昇したから」が34.0%、「時期的、季節的な要因で」が28.3%と続いた。
- 3ヵ月後（9月）の見通しは、「上昇・好転」が7.7ポイント上昇して33.1%、「下降・悪化」が2.7ポイント下降して18.0%となり、**DIは10.4ポイント上昇して15.1**となった。
- 6月の前年同月比は、「上昇・好転」が1.8ポイント上昇して26.8%、「下降・悪化」が4.2ポイント下降して24.7%となり、**DIは6.0ポイント上昇して2.1**となった。
業種別DIは、製造業で3.2ポイント上昇して-2.9、非製造業で8.0ポイント上昇して5.8となった。

注：ネットモニター調査は、2019年4月から大阪市経済戦略局と（公財）大阪産業局が共同実施しており、両調査の回答を集約のうえ、とりまとめて結果を公表しております。

図 A 景況判断

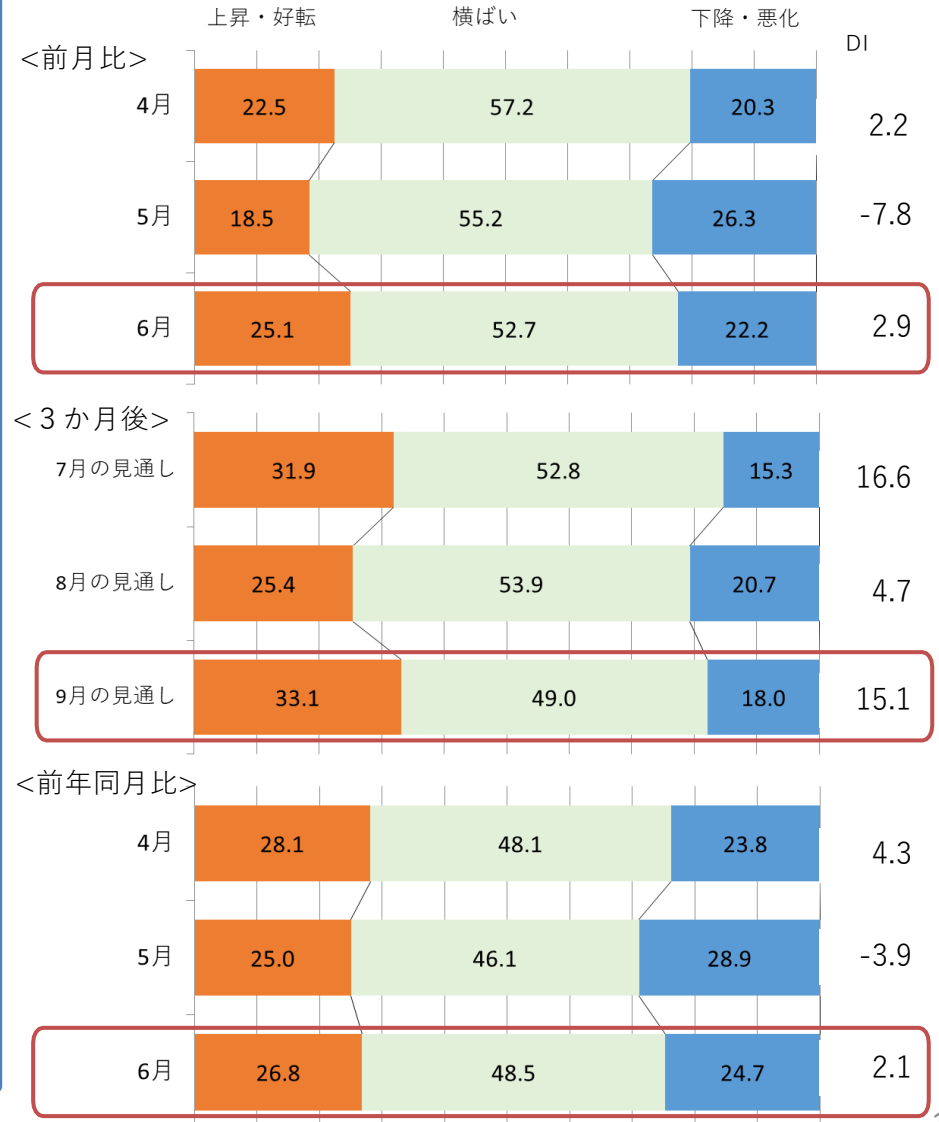


図 B 景況DIの推移（業種別）

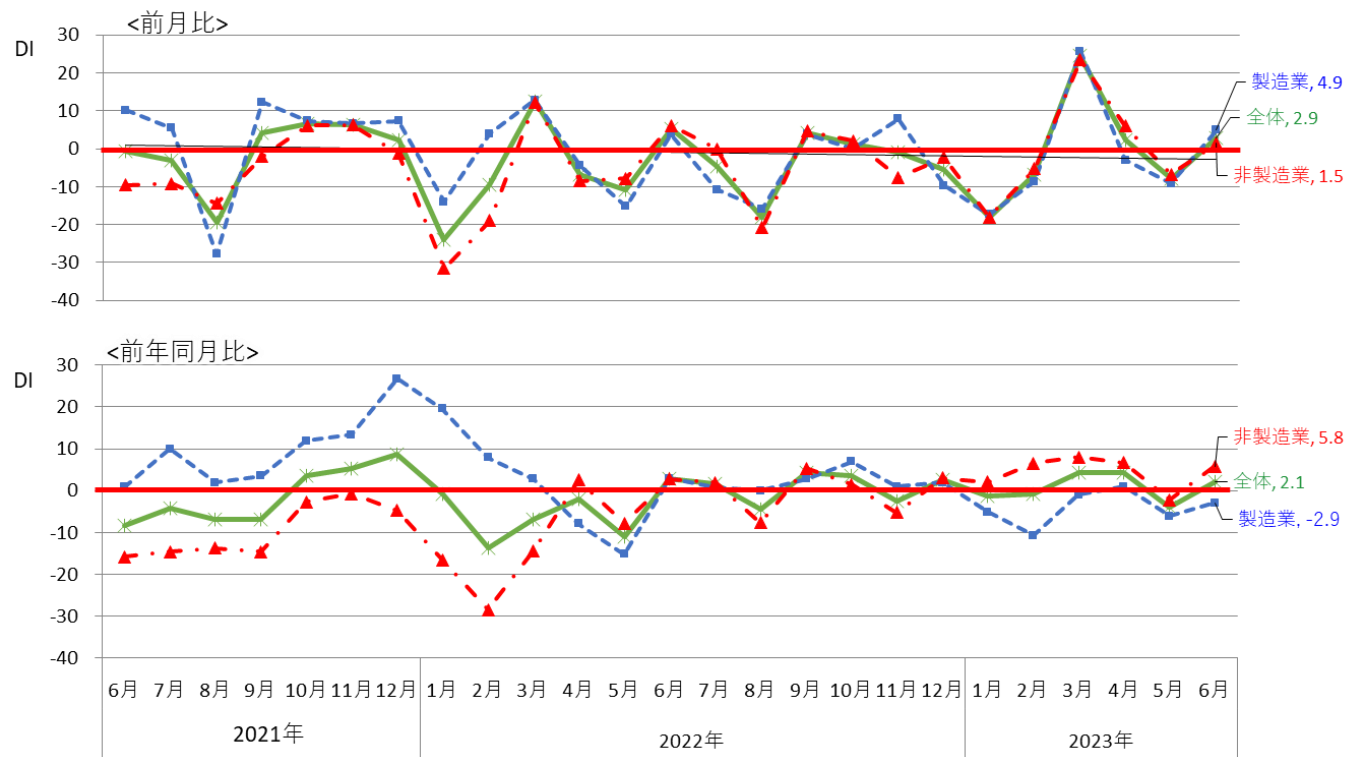
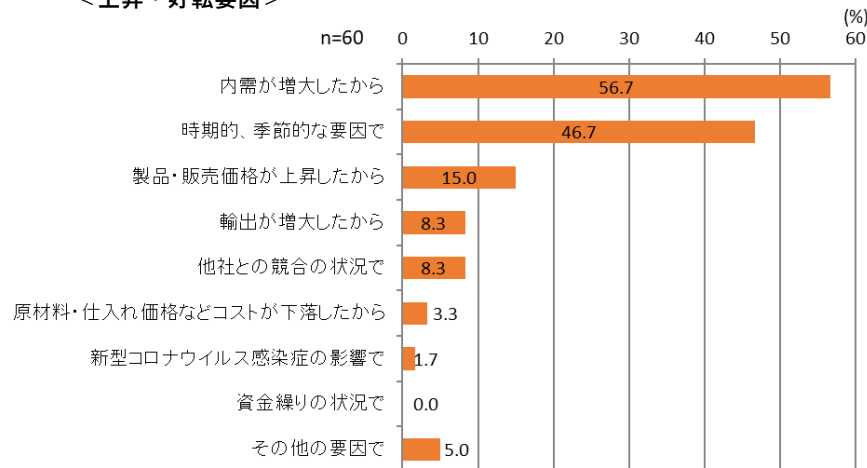
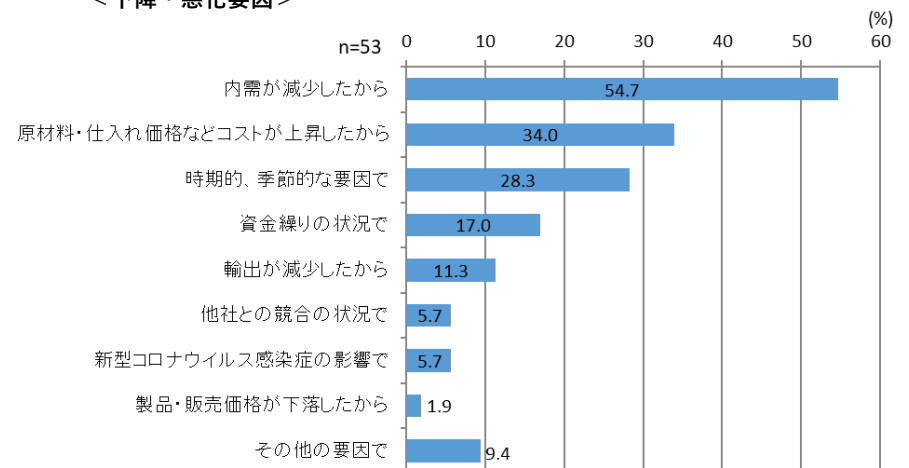


図 C 前月比景況変化の理由

<上昇・好転要因>



<下降・悪化要因>



《資金繰りDIの推移》図D

<全体>

- 今回(6月)の資金繰りDIは、前回(5月)より2.0ポイント上昇し、21.4となった。

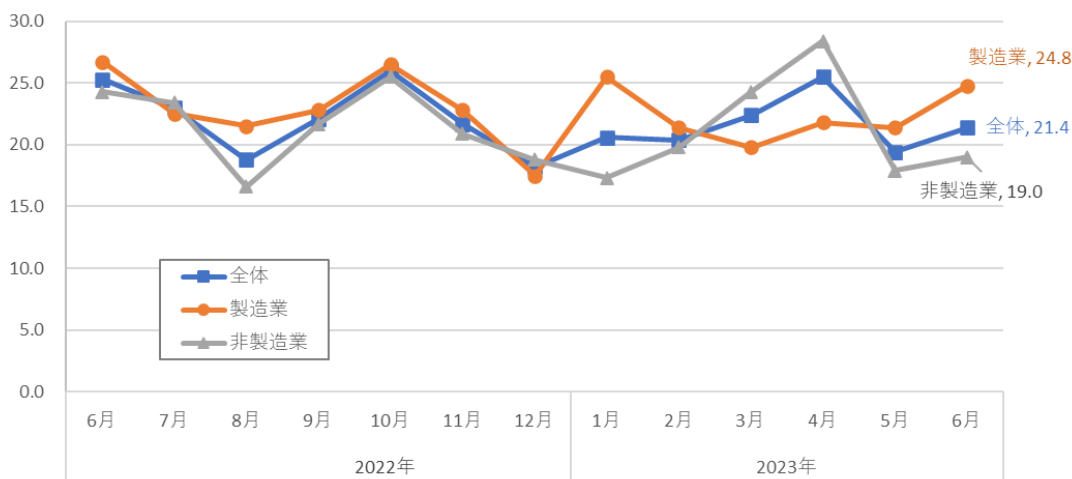
<業種別>

- 製造業では、DIは3.4ポイント上昇して、24.8となった。
- 非製造業では、DIは1.1ポイント上昇して、19.0となった。

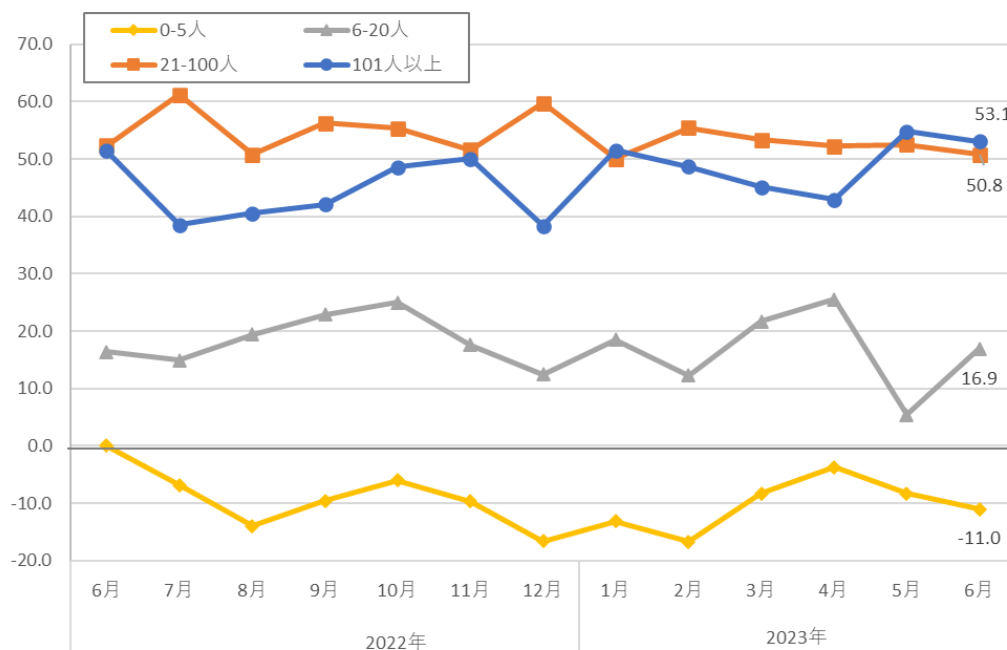
<規模別>

- 0-5人では、DIは2.7ポイント下降して-11.0となった。
- 6-20人では、DIは11.5ポイント上昇して16.9となった。
- 21-100人では、DIは1.7ポイント下降して50.8となった。
- 101人以上では、DIは1.7ポイント下降して53.1となった。

図D 資金繰りDIの推移



<規模別>



《原材料・仕入・エネルギーの価格上昇や調達難の影響》図E

< 全体 >

- 「マイナスの影響がある」が48.3%、「ややマイナスの影響がある」が32.4%となり、合計すると、80.7%がマイナスの影響があるという結果となった。
- 前月との比較では、マイナスの影響があるという回答は、前月（5月）よりも6.2ポイント下降した。

< 業種別 >

- 製造業では「マイナスの影響がある」が66.3%、「ややマイナスの影響がある」が23.8%となり、合計すると90.1%がマイナスの影響があるという回答結果となった。
- 非製造業では「マイナスの影響がある」が35.0%、「ややマイナスの影響がある」が38.7%で、合計するとマイナスの影響があるのは73.7%となり、製造業よりも低い結果となった。

< 規模別 >

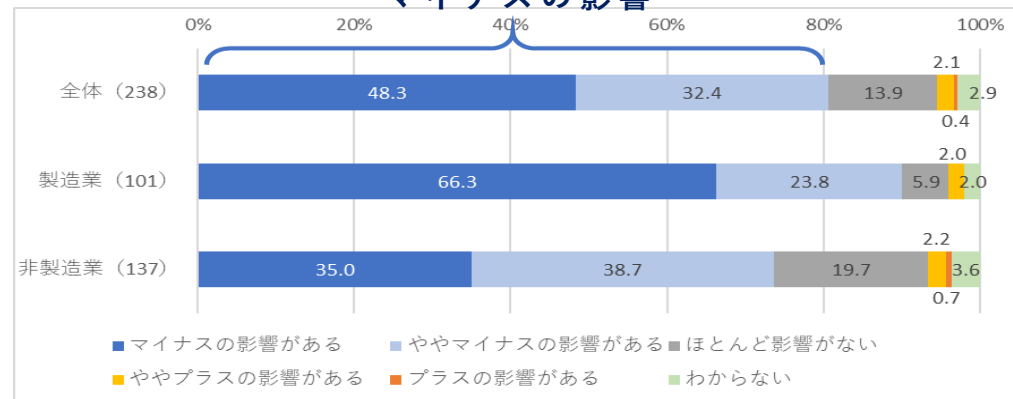
- 「マイナスの影響がある」と「ややマイナスの影響がある」を合計すると、マイナスの影響があるのは、101人以上で93.8%と圧倒的に高く、6～20人で83.0%、21～100人で80.0%、0～5人で74.4%という結果になった。

図E 原材料・仕入・エネルギーの価格上昇や調達難の影響

< 全体・業種別 >

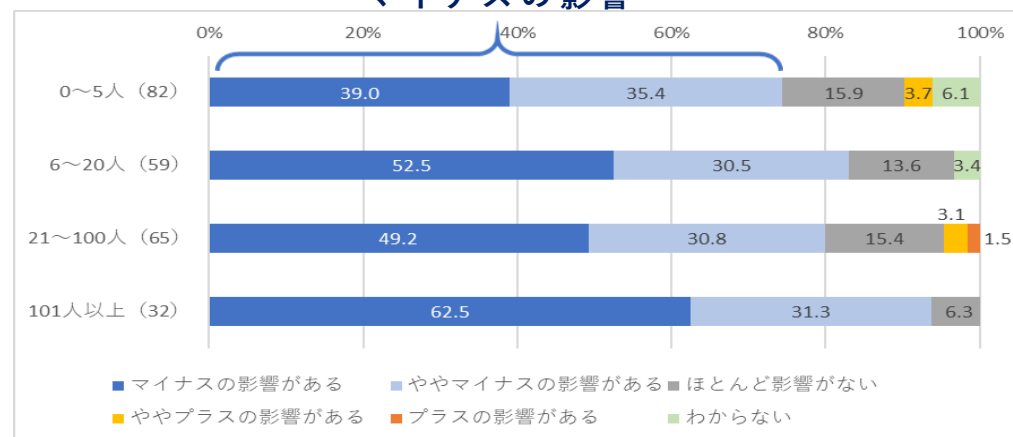
マイナスの影響

無回答を除く



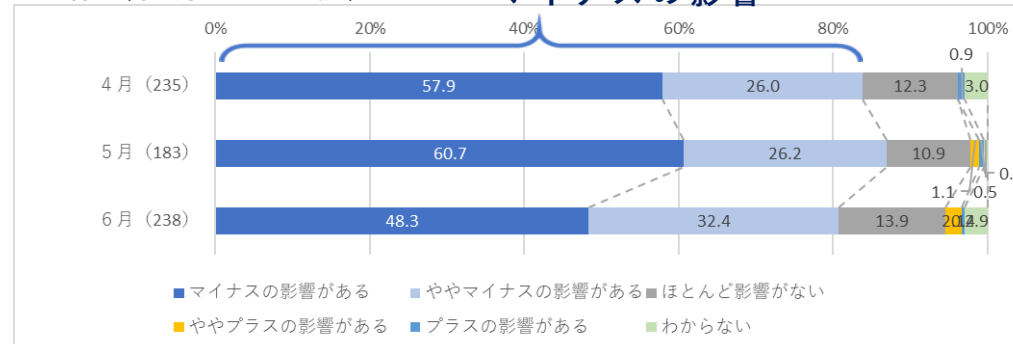
< 規模別 >

マイナスの影響



< 全体（前月との比較） >

マイナスの影響



《具体的なマイナスの影響の内容》図F

< 全体 >

- 「原材料・仕入の価格上昇による商品価格の値上げ」が70.8%と最も高く、続いて「エネルギー（電力・ガス・燃料油など）価格の上昇等による輸送コストや光熱費等の上昇」が57.3%、「粗利益の減少(価格据え置き)」が52.6%、「原材料・商品の調達難による商品価格の値上げ」が32.8%となった。

< 業種別 >

- 製造業では「原材料・仕入の価格上昇による商品価格の値上げ」が81.3%と多くを占め、「エネルギー価格の上昇等による輸送コストや光熱費等の上昇」が67.0%、「粗利益の減少(価格据え置き)」が53.8%となった。

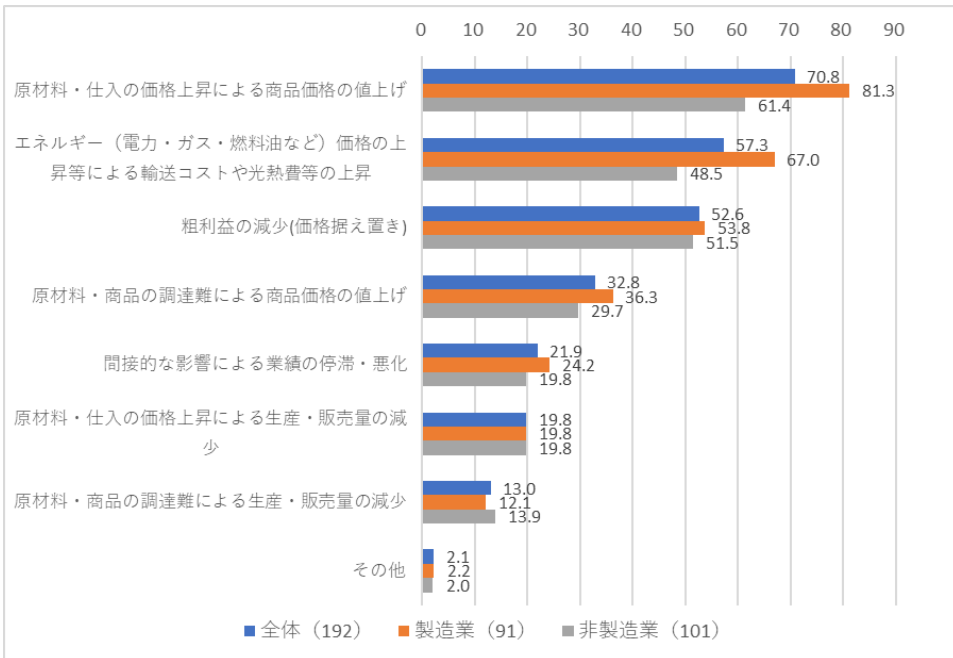
- 非製造業では「原材料・仕入の価格上昇による商品価格の値上げ」が61.4%と最も高く、次いで「粗利益の減少(価格据え置き)」が51.5%、「エネルギー価格の上昇等による輸送コストや光熱費等の上昇」が48.5%となった。

< 規模別 >

- 「原材料・仕入の価格上昇による商品価格の値上げ」は、全般的に7割弱から7割半ばとなった。
- 「エネルギー価格の上昇等による輸送コストや光熱費等の上昇」は、6～20人、21～100人、101人以上でいずれも6割台、0～5人で42.6%となった。
- 「粗利益の減少(価格据え置き)」は、いずれの規模も5割弱から7割弱となった。

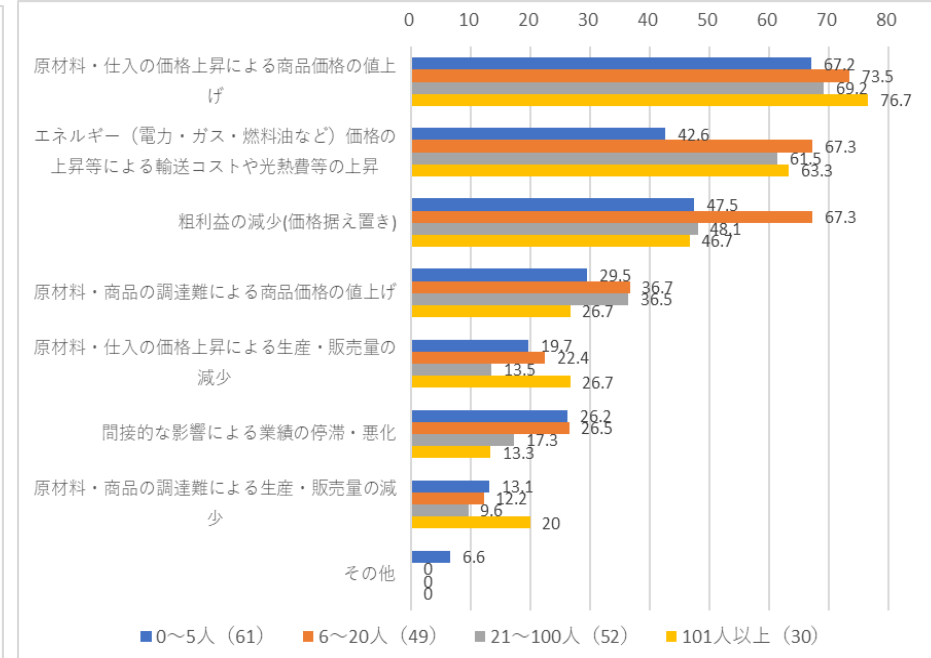
図F 具体的なマイナスの影響の内容

< 全体・業種別 >



図Eで「マイナスの影響がある」、「ややマイナスの影響がある」と回答した人のみの集計

< 規模別 >



《原材料等の価格上昇や調達難への対応》図G

< 全体 >

- 「販売価格への転嫁」が61.3%と最も高く、次いで、「販売・営業の強化」が33.0%、「仕入先との交渉」が31.3%となった。

< 業種別 >

- 製造業では「販売価格への転嫁」が81.6%と8割を超え、「仕入先との交渉」が42.9%、「生産性の向上」が34.7%となった。
- 非製造業では「販売価格への転嫁」が46.2%と最も高く、「販売・営業の強化」が33.3%、「特に対策して

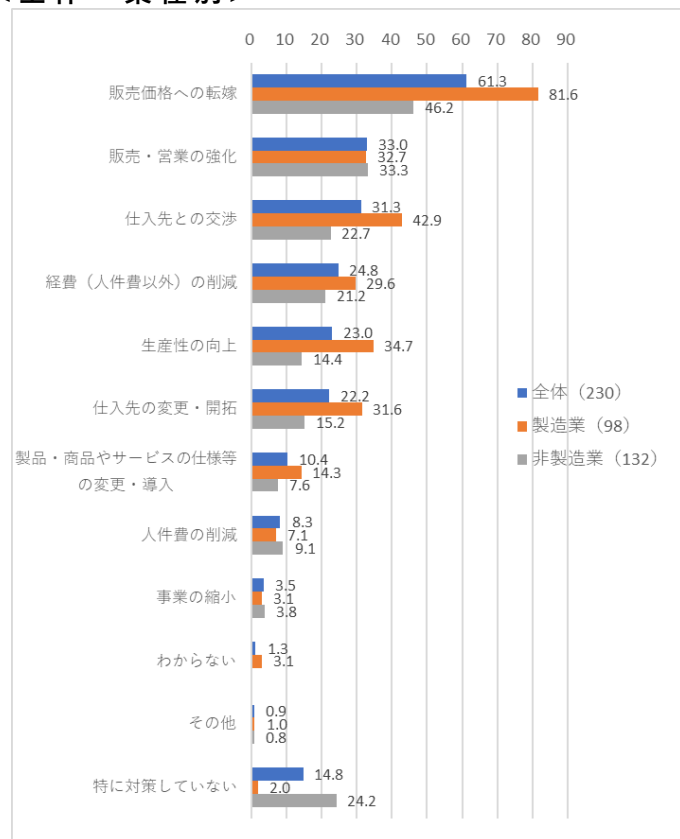
いない」が24.2%となった。

< 規模別 >

- 「販売価格への転嫁」は、101人以上で78.1%、21～100人で71.9%と7割を超え、6～20人で61.4%、0～5人で45.5%となっており、規模が大きいほど販売価格への転嫁ができています。
- 「仕入先との交渉」、「生産性の向上」も規模が大きいほど高くなっている。
- 101人以上では「販売価格への転嫁」のほか、「仕入先との交渉」、「生産性の向上」、「仕入先の変更・開拓」がいずれも46.9%となり、高い割合を占めている。

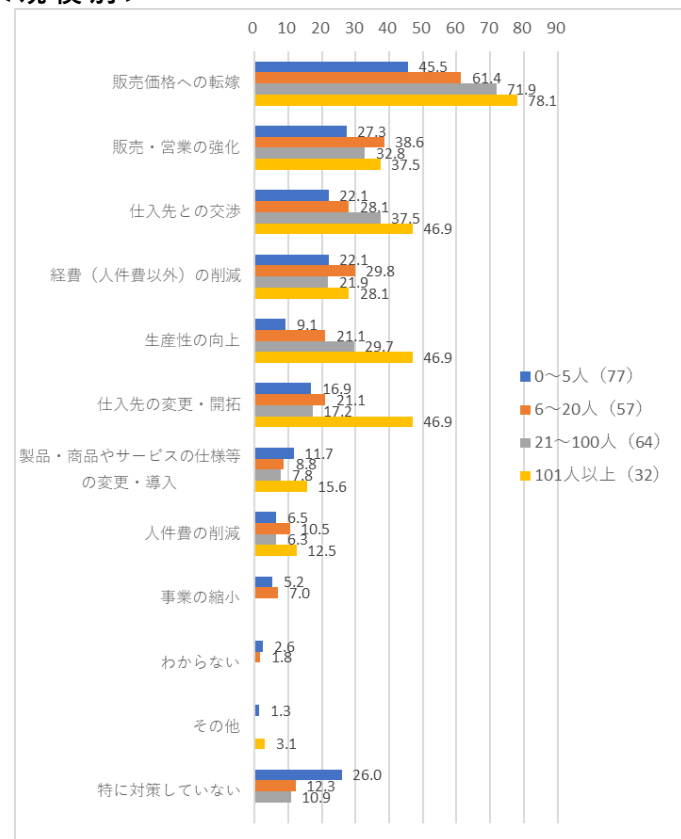
図G 原材料等の価格上昇や調達難への対応

< 全体・業種別 >



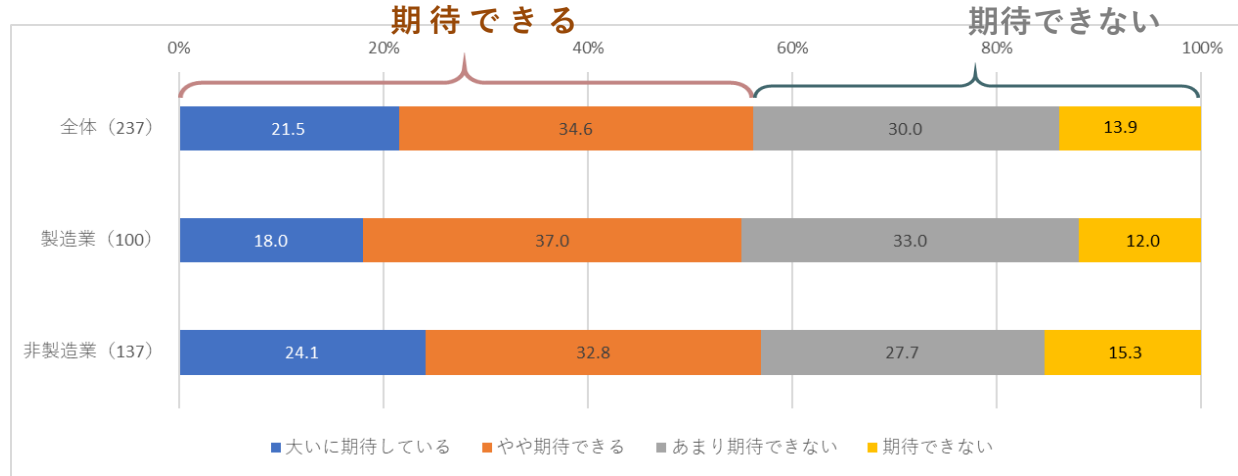
図Eで「わからない」と回答した人を除く集計

< 規模別 >

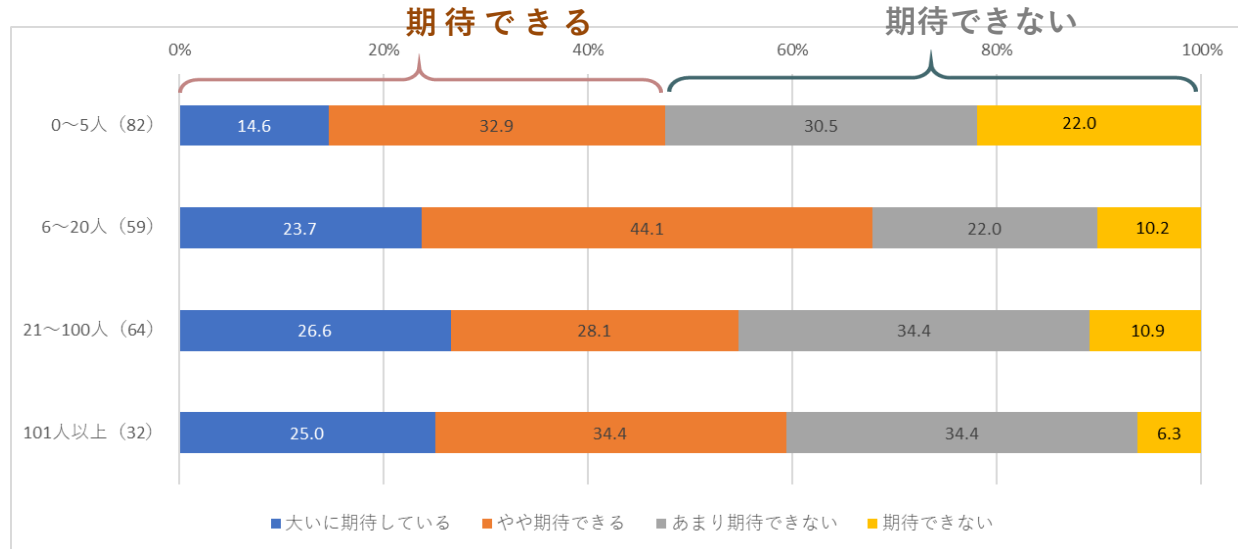


図H 大阪・関西万博やIR開業の経済活性化への期待度

<全体・業種別>



<規模別>



《大阪・関西万博やIR開業の経済活性化への期待度》図H

<全体>

- “期待できる”（「大いに期待している」と「やや期待できる」の合計）は56.1%となった。
- “期待できない”（「あまり期待できない」と「期待できない」の合計）は43.9%となった。

<業種別>

- 製造業では、“期待できる”が55.0%、“期待できない”が45.0%となった。
- 非製造業では、“期待できる”が56.9%、“期待できない”が43.0%となった。

<規模別>

- “期待できる”は、6～20人で67.8%と最も高く、続いて101人以上で59.4%、21～100人で54.7%、0～5人で47.5%という順となった。
- “期待できない”は、0-5人で52.5%、21～100人で45.3%、101人以上で40.7%、6～20人で32.2%という順となった。

《自社工場や店舗・オフィス等への視察要望への対応状況（国内外の訪問客問わない）》図1

< 全体 >

- 「対応していない（お断りしている）」が37.6%と最も多く、次いで「マニュアルや言語対応した資料等はないが、依頼がある都度、対応内容を検討している」が32.1%、「わからない」が21.9%となった。

< 業種別 >

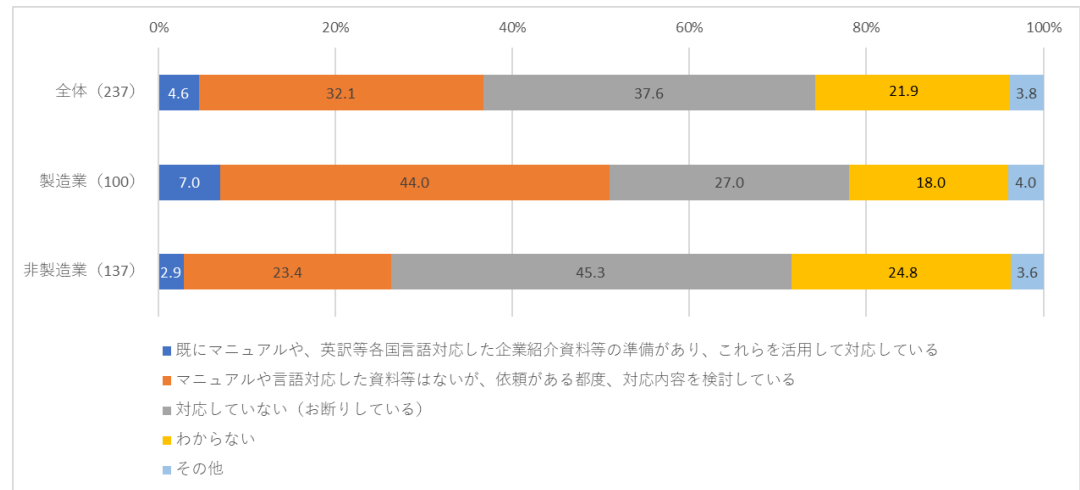
- 製造業では「マニュアルや言語対応した資料等はないが、依頼がある都度、対応内容を検討している」が44.0%と最も多く、次いで「対応していない（お断りしている）」が27.0%となった。
- 非製造業では「対応していない（お断りしている）」が45.3%、「わからない」が24.8%、「マニュアルや言語対応した資料等はないが、依頼がある都度、対応内容を検討している」が23.4%となった。

< 規模別 >

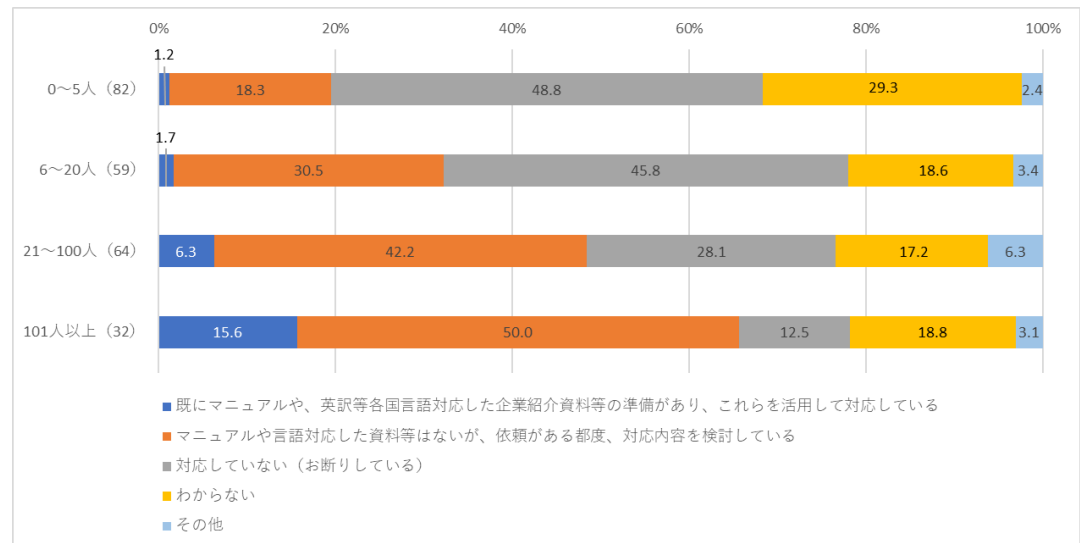
- 規模が大きくなるほど「対応していない（お断りしている）」の割合は低くなる一方、「既にマニュアルや、英訳等各国言語対応した企業紹介資料等の準備があり、これらを活用して対応している」、および「マニュアルや言語対応した資料等はないが、依頼がある都度、対応内容を検討している」の割合が高くなっている。規模が大きいほど積極的に対応している企業が多い傾向にある。

図1 自社工場や店舗・オフィス等への視察要望への対応状況（国内外の訪問客問わない）

< 全体・業種別 >

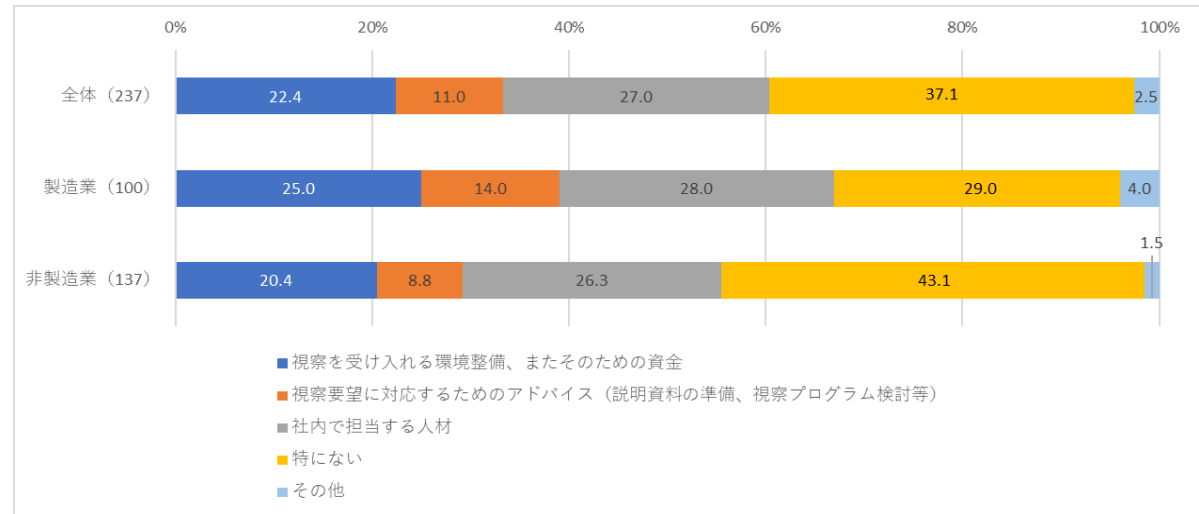


< 規模別 >

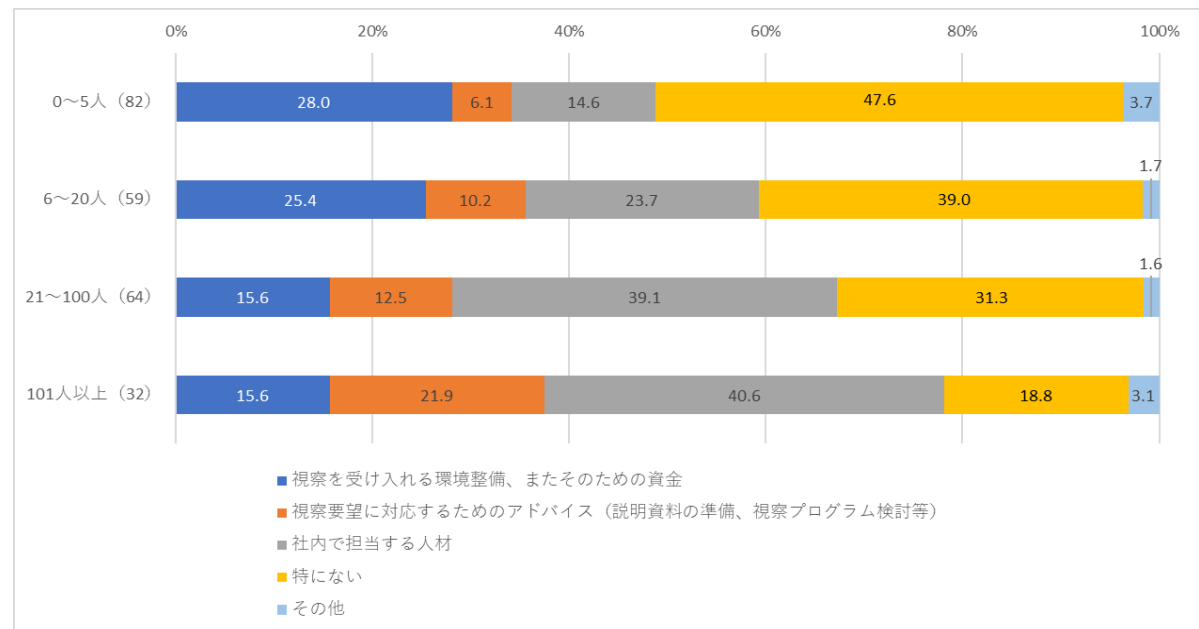


図J 自社工場や店舗・オフィス等への視察要望に対応するために必要なもの

< 全体・業種別 >



< 規模別 >



《自社工場や店舗・オフィス等への視察要望に対応するために必要なもの》図J

< 全体 >

- 「特にない」が37.1%と最も多く、次いで「社内で担当する人材」が27.0%、「視察を受け入れる環境整備、またそのための資金」が22.4%となった。

< 業種別 >

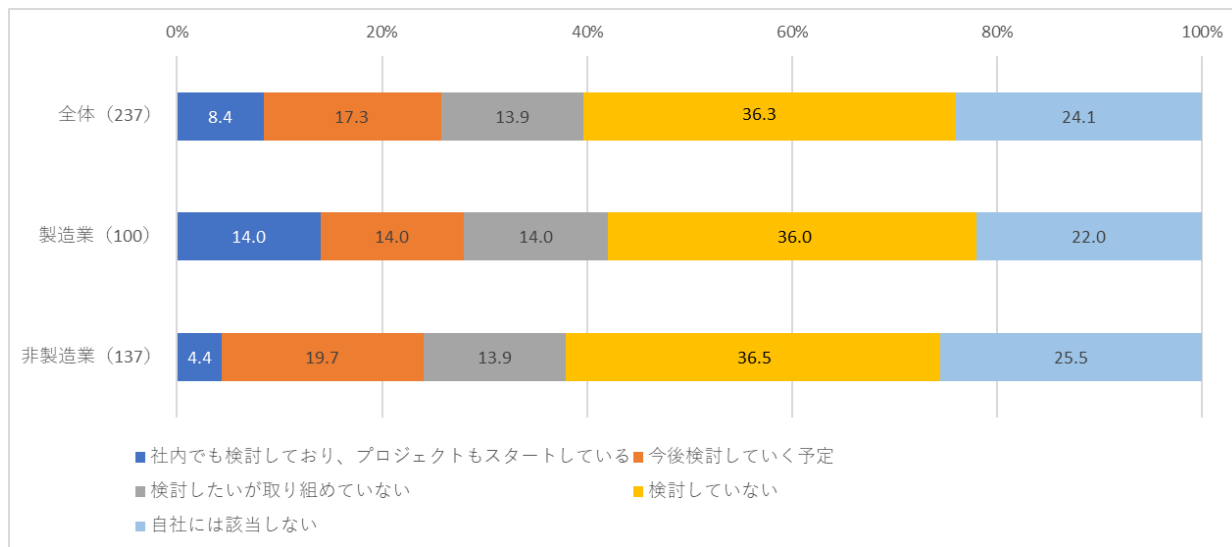
- 製造業では「特にない」が29.0%と最も多く、次いで「社内で担当する人材」が28.0%となった。
- 非製造業では「特にない」が43.1%、「社内で担当する人材」が26.3%となった。

< 規模別 >

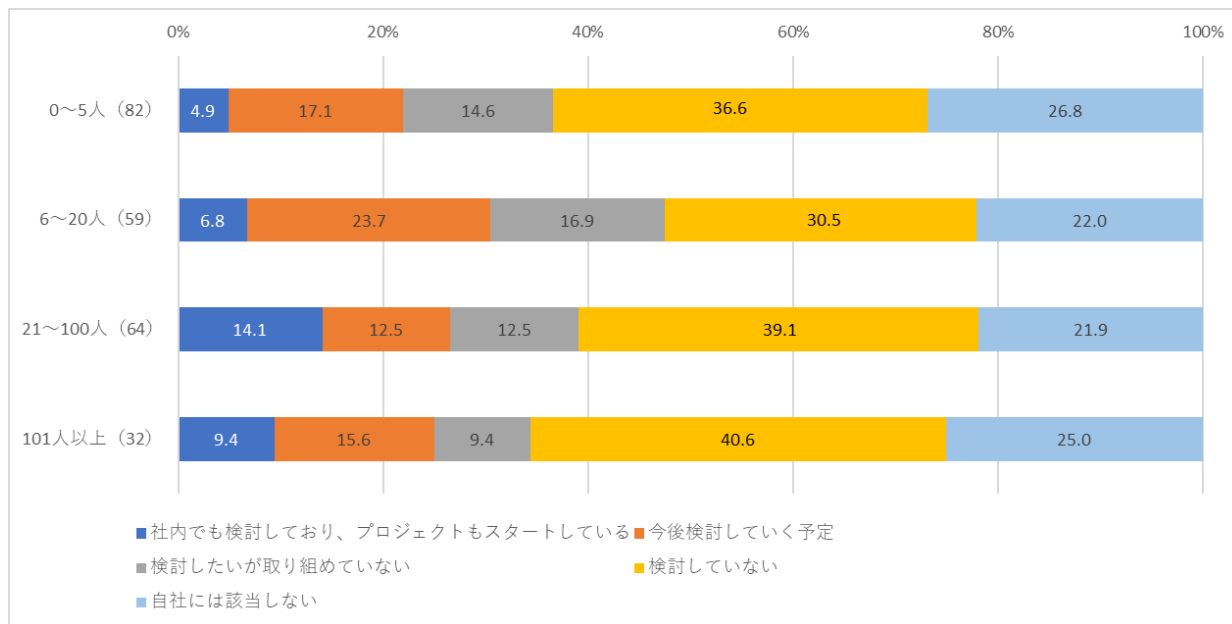
- 規模が大きくなるほど「視察要望に対応するためのアドバイス（説明資料の準備、視察プログラム検討等）」および「社内で担当する人材」の割合が高くなる一方、規模が小さくなるほど「特にない」および「視察を受け入れる環境整備、またそのための資金」の割合が高くなる傾向にある。

図K 今後、万博やインバウンド市場の回復を契機とした新たな製品・技術の開発の検討状況

<全体・業種別>



<規模別>



《今後、万博やインバウンド市場の回復を契機とした新たな製品・技術の開発の検討状況》図K

<全体>

- 「検討していない」が36.3%と最も高く、次いで「自社には該当しない」が24.1%、「今後検討していく予定」が17.3%、「検討したいが取り組めていない」が13.9%となり、検討している企業は少ない傾向にある。

<業種別>

- 製造業、非製造業いずれにおいても「検討していない」が最も高く、次いで「自社には該当しない」が続く。
- 「社内でも検討しており、プロジェクトもスタートしている」の回答は製造業の方が割合が高い。

<規模別>

- いずれの規模も「検討していない」が3割から4割と多くを占め、次いで「自社には該当しない」が2割台となっている。

《万博やインバウンド市場の回復を契機とした新たな製品・技術の開発に必要なもの》図L

< 全体 >

- 「アイデア」が42.6%と最も高く、「資金」が33.8%、「市場に関する情報」が31.6%、「販路」が30.0%となった。

< 業種別 >

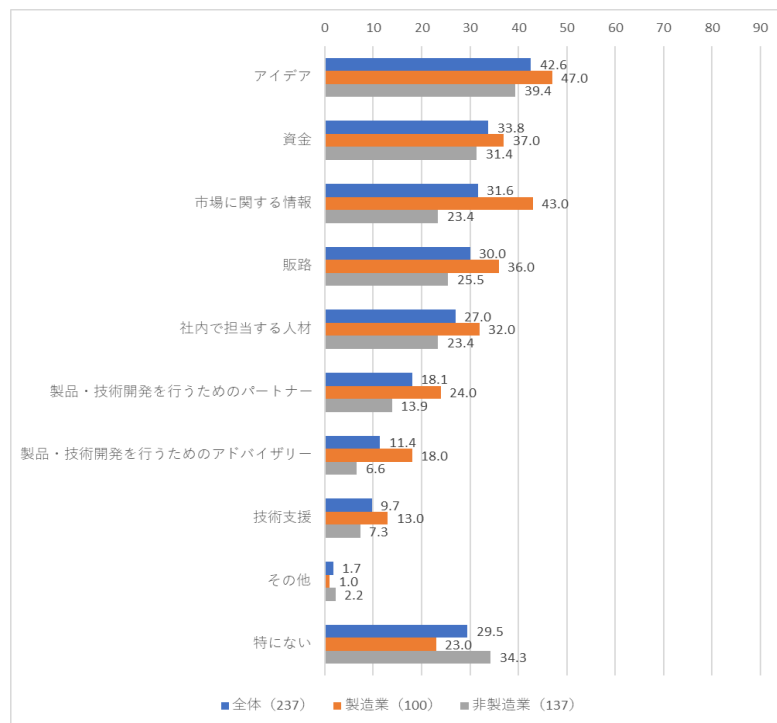
- 製造業では「アイデア」が47.0%と最も多く、「市場に関する情報」が43.0%、「資金」が37.0%となった。
- 非製造業では「アイデア」が39.4%、「特にない」が34.3%、「資金」が31.4%となった。

< 規模別 >

- 0～5人では「資金」が40.2%、「アイデア」が37.8%、「特にない」が34.1%となった。
- 6～20人では「アイデア」が45.8%、「市場に関する情報」が37.3%、「資金」が33.9%となった。
- 21～100人では「アイデア」が37.5%、「特にない」が35.9%、「市場に関する情報」、「販路」がいずれも31.3%となった。
- 101人以上では「アイデア」が59.4%、「市場に関する情報」、「社内で担当する人材」がいずれも53.1%、「資金」が40.6%となった。

図L 万博やインバウンド市場の回復を契機とした新たな製品・技術の開発に必要なもの

< 全体・業種別 >



< 規模別 >

