

大阪産業創造館ネットモニター調査 -No.37 '15年8月期-

(ご協力いただいたモニター数: 163社、調査時期: 2015年9月9日～16日)

公益財団法人 大阪市都市型産業振興センター 経済調査室
9/28 <http://www.sansokan.jp/tyousa/> tel:06-6264-9816

《8月の景況判断に関する要点》(図1)

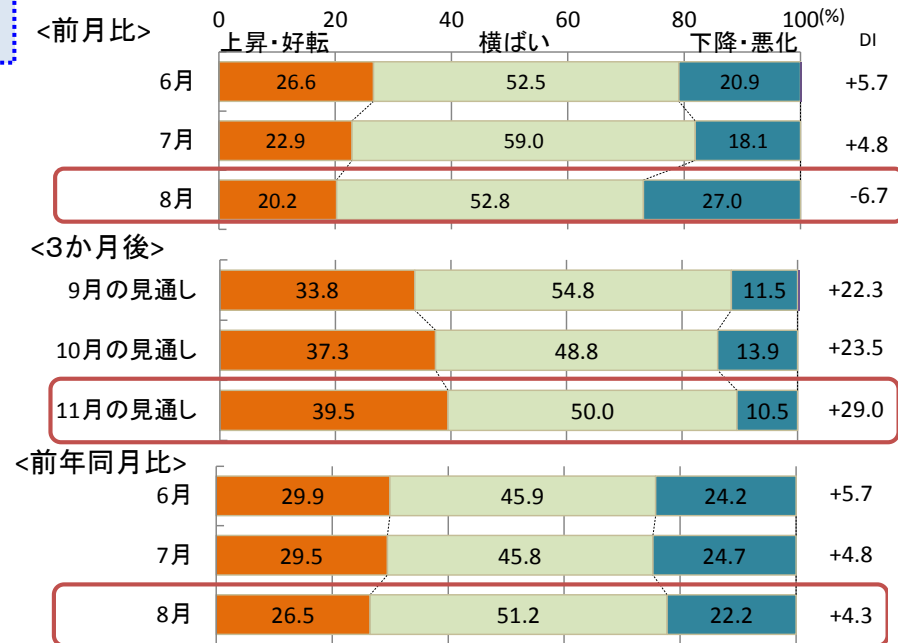
「季節的な要因でテンポは緩むも、回復基調が持続」

- ・8月の景況(前月比)をみると、「上昇・好転」とする回答の割合は2.6ポイント減少、「下降・悪化」は8.9ポイント増加し、DIは11.6ポイント下降し-6.7。製造業は7.1ポイント下降し-7.1、非製造業は13.9ポイント下降し-6.5(図なし)。
- ・[上昇・好転]した主な理由は、「内需が増大したから」が4割台半ばで最多、次いで「時期的、季節的な要因」が4割弱(図なし)。
[下降・悪化]した理由は、「時期的、季節的な要因」が5割強、「内需が減少したから」が4割台半ば(図なし)。
- ・3ヵ月後(11月)の見通しは、今月(8月)と比べて「上昇・好転」が増加、「下降・悪化」が減少し、DIは+29.0。前月比で景況が悪化したため、前月調査の10月の見通しを上回った。
- ・8月の前年同月比は、「横ばい」が増加し、「上昇・好転」、「下降・悪化」ともに小幅に減少、DIは0.5ポイント下降のほぼ横ばいの+4.3。緩やかな回復が持続。

《副業の実施状況》(図2)

- ・全体では、「実施していない」が7割を占め、副業を行なっているのは3割。実施している企業の事業形態は、「当社のみ実施」が2割台半ば、「当社と子会社が実施」と「子会社のみが実施」はそれぞれ数パーセントとなった。
- ・業種別では、副業を実施しているのは、製造業で4社に1社、非製造業で3社に1社と、非製造業の方がやや多い。
- ・規模別では、実施しているのは、「1～5人」と「100人以上」で約4割に対して、「6～20人」と「21～100人」では2割台と少ない。

図1 景況判断



* DI(Diffusion Index)「上昇・好転」の割合から、「下降・悪化」の割合を引いた数字。景気動向を表す指標のひとつ。

図2 副業の実施状況と事業形態

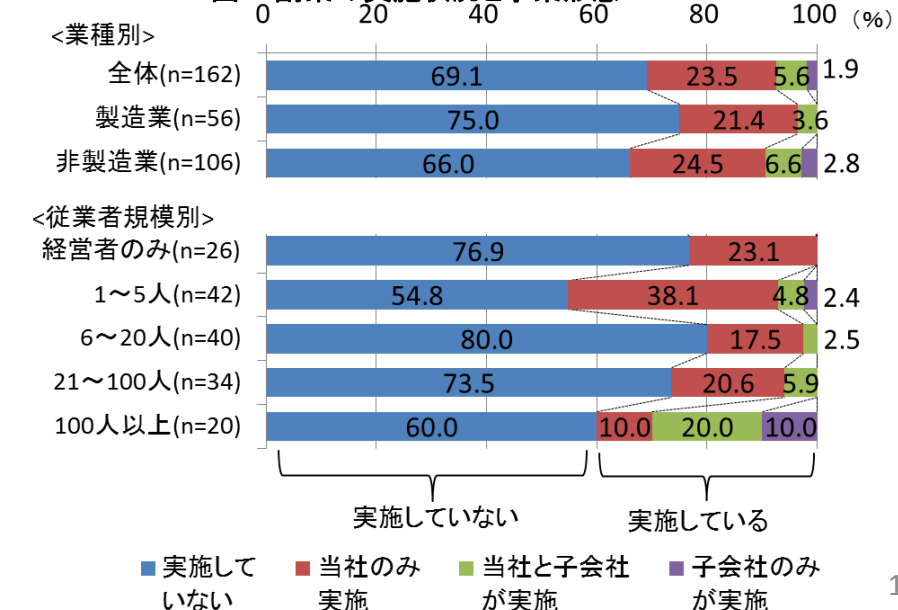
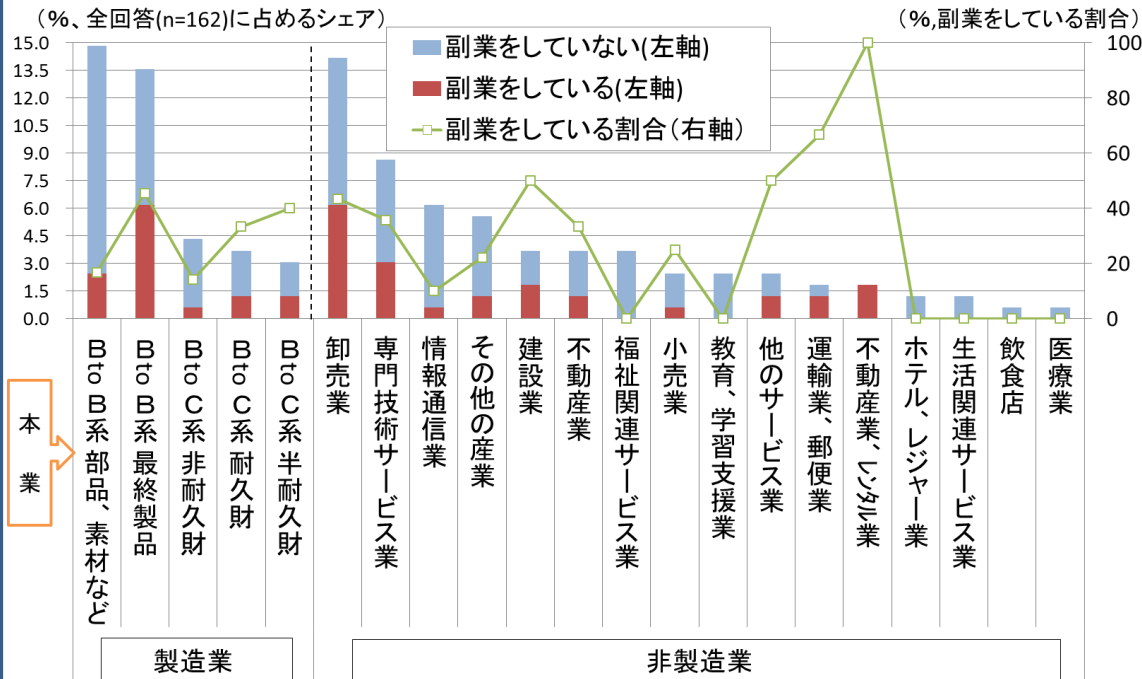


図3 本業の業種別にみた副業(本業以外のビジネス)の実施状況



《本業の業種別にみた副業の実施状況》(図3)

・製造業で副業を実施している割合が高い業種は、「BtoB系 最終製品」、「BtoC系 半耐久財」、「BtoC系 耐久財」で、約4割が副業を実施。非製造業では割合が高い業種から順に、「不動産業、レンタル業」、「運輸業、郵便業」、「建設業」、「他のサービス業」、「卸売業」となる。絶対数で多いのは「卸売業」、「BtoB系 最終製品」が各10社。

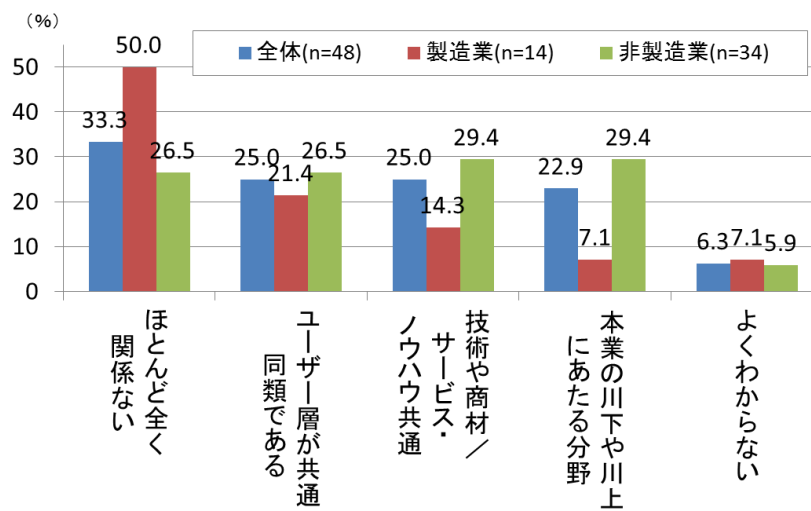
《副業と本業の関連性》(図4)

・全体では、最多は「ほとんど全く関係ない」が3割強、以下、「ユーザー層が共通・同類である」と「技術や商材/サービス・ノウハウ共通」の2割台半ば、「本業の川下や川上にあたる分野」の2割強。

・業種別でみると、製造業では「ほとんど全く関係ない」が5割で最多、次いで「ユーザー層が共通・同類」の2割強、それ以外は2割未満となった。他方、非製造業の最多は、「技術や商材/サービス・ノウハウ共通」と「本業の川下や川上にあたる分野」でともに約3割、次いで「ほとんど全く関係ない」と「ユーザー層が共通・同類である」が2割台半ば。業種によって異なる結果となり、製造業の半数は本業とまったく関係ない分野に進出しているのに対して、非製造業では既存の経営資源を多様に活用しつつ事業範囲の拡大を図ろうとする傾向が見て取れる。

図4 副業と本業の関連性(業種別、複数回答)

* 図2で、副業を行なっている企業のみを集計



《本業の業種別にみた副業の業種別実施状況》(表1)

- ・サンプル数が多くは無いため、本分析からは確定的なことは言えないが、広範囲にわたってバラツキている。
- ・製造業、非製造業の2グループで捉えると、本業が製造業であっても非製造業であっても、副業の業種割合は製造業:1に対して、非製造業:2となっており、図4で明らかとなった「(本業と副業は)ほとんど全く関係ない」傾向と整合している。ただし、詳細にみると、製造業で製造業を副業としているのはBtoB系がほとんどであり、BtoC系では非製造業が副業業種のほとんどを占める。また、非製造業で製造業を副業とする産業は、「卸売業」、「専門技術サービス業」、「不動産業、レンタル業」、「その他の産業」などに限られている。
- ・副業としての非製造業の業種に着目すると、最多は「小売業」の8であり、以下、「教育、学習支援業」:6、「その他の産業」:6、「不動産業」:4と続いている。「小売業」に関して最も対応関係が強いのは「卸売業」を本業とする場合であるが、製造業からも4社が参入しており、ネット販売などが行いやすくなっている現状を反映している。ニッチ産業である「教育、学習支援業」においても、因果関係は不明ではあるが、参入企業は「卸売業」と製造業が大半を占めている。

表1 本業の業種別(表の縦)にみた副業の業種別(表の横)実施状況(複数回答)

	副業 計↓	製造業					非製造業													
		BtoC系 耐久財	BtoC系 半耐久財	BtoC系 非耐久財	BtoB系 最終製品	BtoB系 部品、 素材など	建設業	不動産業	卸売業	小売業	ホテル、 レジャー業	飲食店	金融業、 保険業	教育、 学習支援業	医療業	福祉関連 サービス業	生活関連 サービス業	他の サービス業	その他の 産業	
本業 計→	49\55	2	4	3	5	4	1	4	2	8	3	1	1	6	1	3	1	1	5	
製造業	Bto C系 耐久財	2			●									●						
	Bto C系 半耐久財	2					●		●				●							
	Bto C系 非耐久財	1							●											
	Bto B系 最終製品	10	●	●		●●		●	●	●				●●					●●	
	Bto B系 部品、素材 など	4	●	●				●		●										
非製造業	建設業	3			●													●	●	
	不動産業	2					●		●											
	卸売業	10	●	●	●			●	●●●		●		●●		●	●			●	
	小売業	1								●										
	運輸業、郵便業	2								●					●					
	情報通信業	1								●										
	不動産業、レンタル業	3		●		●									●				●	
	専門技術サービス業	4			●	●	●							●						
	他のサービス業	2								●			●							
	その他の産業	2			●		●													

《副業を実施している理由》(図5)

- 全体では、「事業の幅の拡大」が5割で最多となった。以下、約3割が「本業自体の増収に寄与」と「本業の市場縮小」、約2割が「顧客・取引先の要求」、「新規事業アイデアの着想」。
- 業種別では、製造業の最多は、「事業の幅の拡大」、「本業自体の増収に寄与」、「本業の市場縮小」の3つが3割台半ば。第4位は「利益が見込める」で3割弱。非製造業では「事業の幅の拡大」が5割台半ばで突出している。以下、「本業自体の増収に寄与」が3割弱、「本業の市場減少」が2割台半ば。

《副業の開始時期》(図6)

- 全体では、「2、3年前から」が2割台半ばで最多、以下、「4、5年前から」と「6～10年前から」がともに2割弱、「11～15年前から」が1割台半ば、「今年から」の割合は1割強、「16以上前から」は1割弱。
- 製造業の最多は「2、3年前から」で3割台半ば、次いで、「4、5年前から」の3割弱、「今年から」も加えると7割強が5年以内に集中している。他方、非製造業では、「6～10年前から」が2割台半ばで最多、「2、3年前から」の2割強が続く。それら以外も含めて、総じて、非製造業では特に集中的に副業を開始した時期は見当たらない。

図5 副業を実施している理由(複数回答) * 図2で、副業を行なっている企業のみを集計

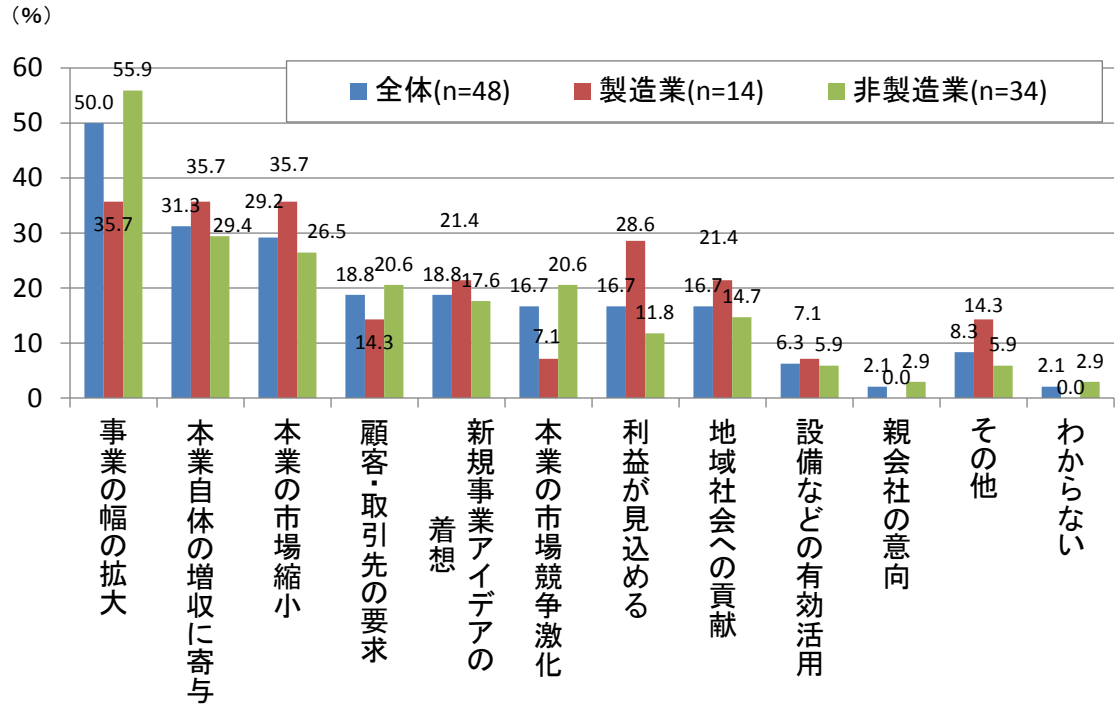
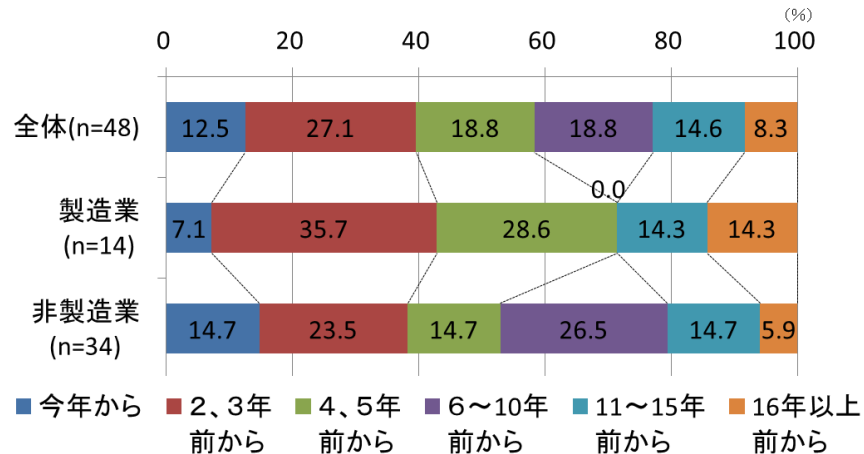


図6 副業の開始時期 * 図2で、副業を行なっている企業のみを集計



《副業による収支の状況》(図7)

- 全体では、「黒字」が4割弱で最多、「収支トントン」と「赤字」がともに3割強。
- 副業の開始時期別に収支の状況を見ると、“今年から”副業を開始した企業では半数が「黒字」、「2、3年前」に開始した企業で「黒字」と「赤字」が均衡し、“4、5年前”の企業では「赤字」が上回った。“6～10年前”、“11～15年前”、“16年以上”と年数が多くなるにつれて「黒字」の割合が増えており、黒字収支であることが副業の継続につながっていることがわかる。

《本業の売上高を100%とした場合の副業の売上高》(図8)

- 全体では、「20%未満」が8割弱を占めた。「40%未満」が1割台半ば、「60%未満」が数パーセントで、60%を超える回答はなかった。
- 業種別にみると、製造業では「20%未満」が9割以上を占め、「40%未満」が数パーセント、40%以上はなかった。これに対して、非製造業では「20%未満」は7割強に留まり、「40%未満」が2割弱、「60%未満」が1割弱を占めた。製造業よりも非製造業の方が、副業の売上高シェアが大きい企業が多目となっている。

図7 副業による収支の状況(「図4 副業の開始時期」とのクロス集計)

* 図2で、副業を行なっている企業のみを集計

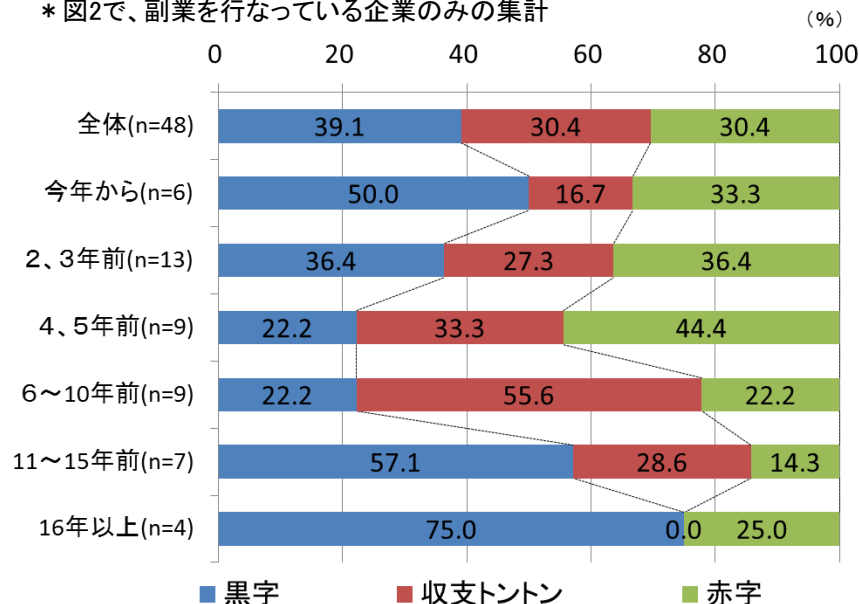
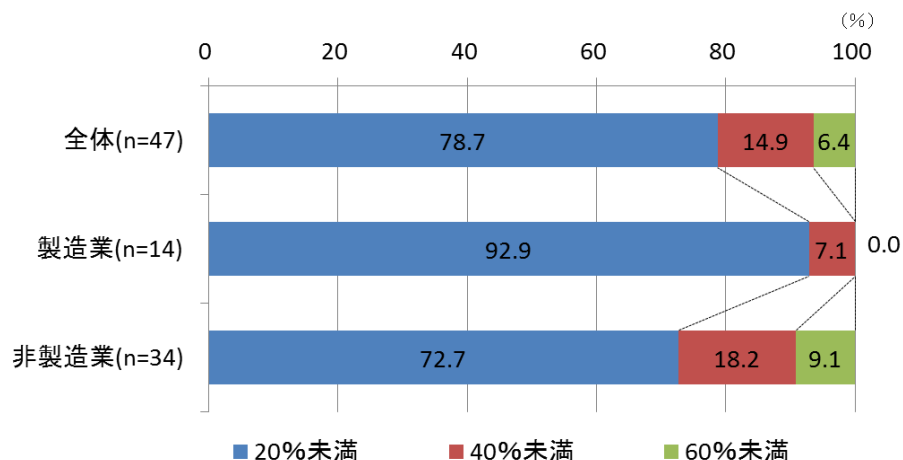


図8 本業の売上高を100%とした場合の副業の売上高(業種別)

* 図2で、副業を行なっている企業のみを集計



《副業を実施していない理由》(図9)

- 全体では、「必要性が無い、手間」が3割弱で最多となった。「人材など経営資源不足」が2割台半ば、「会社の方針」と「本業集中が効率的」が2割弱、「不透明でリスクが高い」と「わからない」が1割台半ばで続く。
- 業種別にみると、製造業では「人材など経営資源不足」が2割台半ばで最多に対して、非製造業では全体と同様に、「必要性が無い、手間」が3割強で最多。また、「不透明でリスクが高い」と「わからない」を指摘する割合は、製造業の2割に対して、非製造業では1割弱と少なく、1割以上の差がある。

《今後、新たな副業を実施する見込み》(図10)

- 全体では、「わからない」が最多で、次いで「(現時点で準備してはいないが、開始する)可能性は低くはない」が2割弱となった。以下、「(新たな副業については、)可能性はほとんどない」、「現在、準備段階(にあり、おそらく開始することになる)」、「((本業のみでは安定的な経営が不安なこともあり)分野などは不明であるが、開始する)可能性は高い」の順でそれぞれ1割台半ば。
- 副業の実施状況別でみると、「現在、準備段階」とする回答において、「副業を実施」している割合が多く、特に非製造業で多くなっている。既に副業を実施している企業では、引き続き事業分野の拡大を模索中であることがわかる。また、「可能性は高い」において、「副業を実施していない」企業が半数以上を占めており、多角化志向を有していることが確認できる。

図9 副業を実施していない理由 (業種別・複数回答)

* 図2で、「実施していない」と回答した企業のみを集計

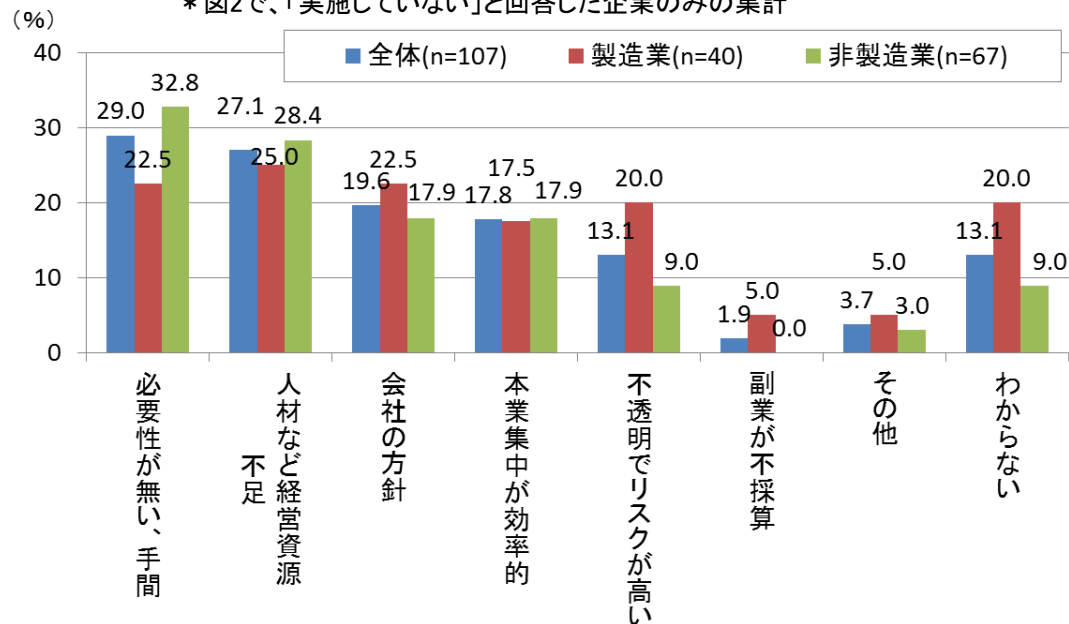
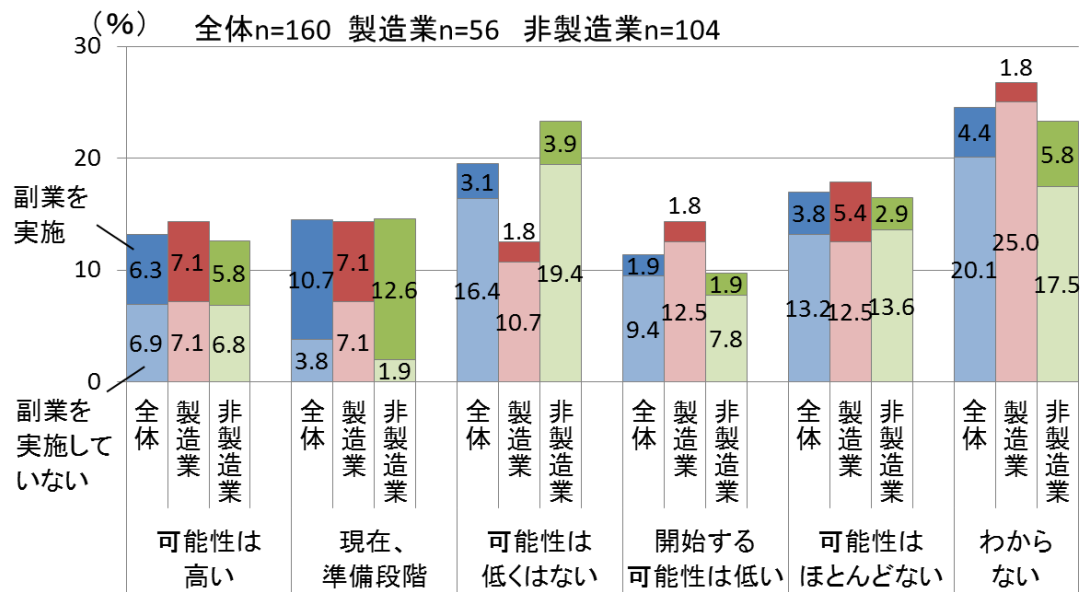


図10 今後、新たな副業を実施する見込み(業種別・複数回答)



《5年以内に異なる業種が本業となる可能性》
(図11)

- 全体では、「可能性はほとんどない」が3割台半ばで最多、2番目に多い「可能性は低い」の3割を合わせると、否定的な回答が6割台半ばを占めた。他方、「可能性は高い」は1割強に過ぎない。
- 業種別では、「可能性は高い」とする割合は、製造業で1割未満に対して、非製造業は1割台半ばで、非製造業が2倍以上の割合に達する。このため、「可能性は低い」と「可能性はほとんどない」とする割合は、非製造業よりも製造業の割合が多い。製造業、非製造業ともに、否定的な回答が多数だが、非製造業の方が“本業が変化する”可能性が若干高いことがわかる。
- 副業の実施状況別では、「可能性は高い」とする回答では、すでに副業を実施している割合の方が多く、特に非製造業では6割以上が副業を実施している。

図11 5年以内に異なる業種が本業となる可能性(業種別・複数回答)

