

大阪産業創造館ネットモニター調査 -No.50 '16年9月期-

(ご協力いただいたモニター数: 203社、調査時期: 2016年10月6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
10/19 <http://www.sansokan.jp/tyousa/> tel:06-6264-9855

《9月の景況判断に関する要点》(図1)

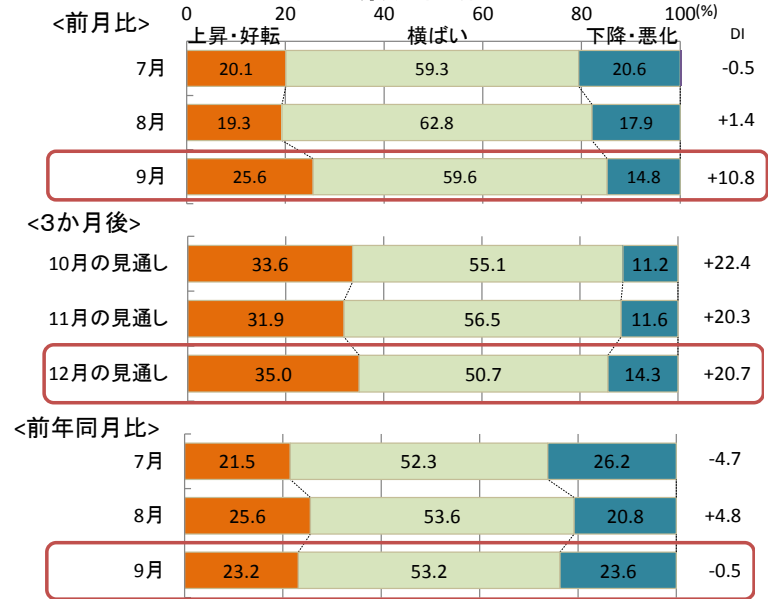
「横ばい圏を脱して、回復の兆し」

- ・9月の景況(前月比)をみると、「上昇・好転」とする回答の割合は増加し25.6%、他方、「下降・悪化」は減少し14.8%、この結果、DIは前月から9.4ポイント上昇し+10.8。業種別DIは、製造業が上昇し+12.0、非製造業も上昇し+10.2となり、今月は業種を問わず上昇した(図なし)。
- ・[上昇・好転]した主な理由は、「時期的、季節的な要因」が5割で最多、次いで「内需が増大したから」が4割台半ば。
[下降・悪化]した理由は、「内需が減少したから」と「時期的、季節的な要因で」がともに4割で最多(図なし)。
- ・3ヵ月後(2016年12月)の見通しは、今月(9月)の前月比と比べて「上昇・好転」の割合が増加、「下降・悪化」が減少し、DIは今月(+10.8)を9.9ポイント上回る+20.7。
- ・9月の前年同月比は、「上昇・好転」が前月より減少して23.2%、「下降・悪化」は増加し23.6%で、DIは8月よりも5.3ポイント下降し、僅かにマイナスに転じて-0.5。

《加入している団体》(図2)

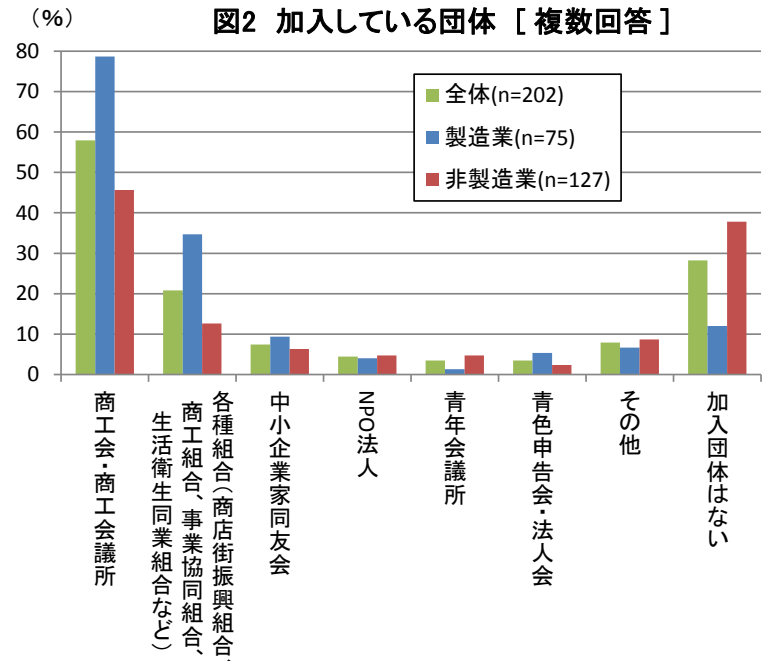
- ・「加入団体はない」とするのは、全体では3割弱、製造業で1割強、非製造業で4割弱となった。いずれかの団体に加入しているのは、製造業で9割弱、非製造業で6割強と、製造業が多い。
- ・加入率が最も高い団体は「商工会・商工会議所」で全体で6割弱、製造業では約8割と高い水準だが、非製造業では4割台半ばと低く、製造業の半分余りに過ぎない。次いで、各種組合が約2割で、製造業では3割強。

図1 景況判断



* DI(Diffusion Index)は、「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。

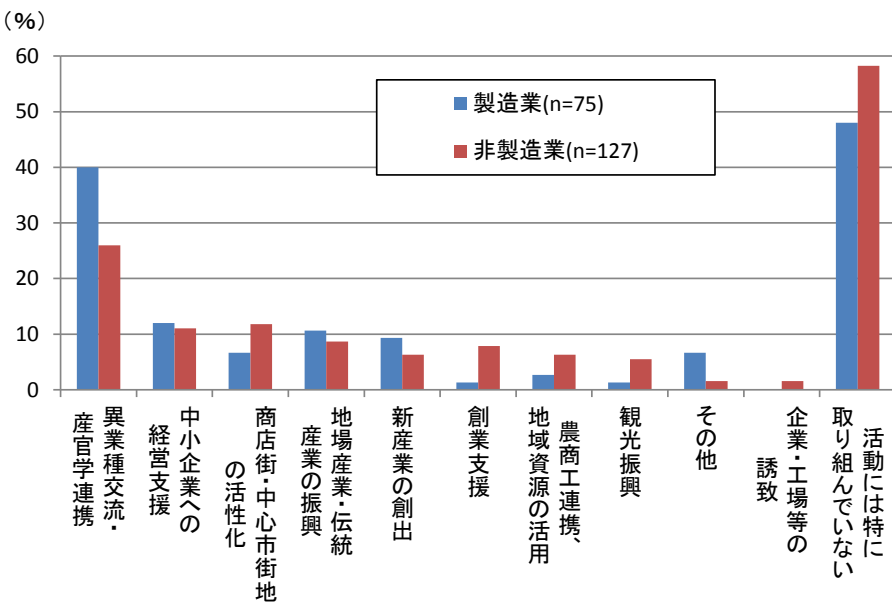
図2 加入している団体 [複数回答]



《社外メンバーとの協働による地域経済の振興に資する活動への参画》(図3)

- ・「活動には特に取り組んでいない」が製造業で5割弱、非製造業で6割弱を占め、活動に取り組んでいるのは製造業で5割強、非製造業で4割強となった。
- ・活動内容の最多は「異業種交流・産官学連携」で、製造業で4割、非製造業で2割台半ばとなった。次いで、「中小企業への経営支援」が製造業、非製造業ともに1割強、「商店街・中心市街地の活性化」が非製造業で1割強、「地場産業・伝統産業の振興」が製造業で1割強で、その他の項目は1割未満となった。

図3 社外メンバーとの協働による地域経済の振興に資する活動への参画状況 [複数回答]

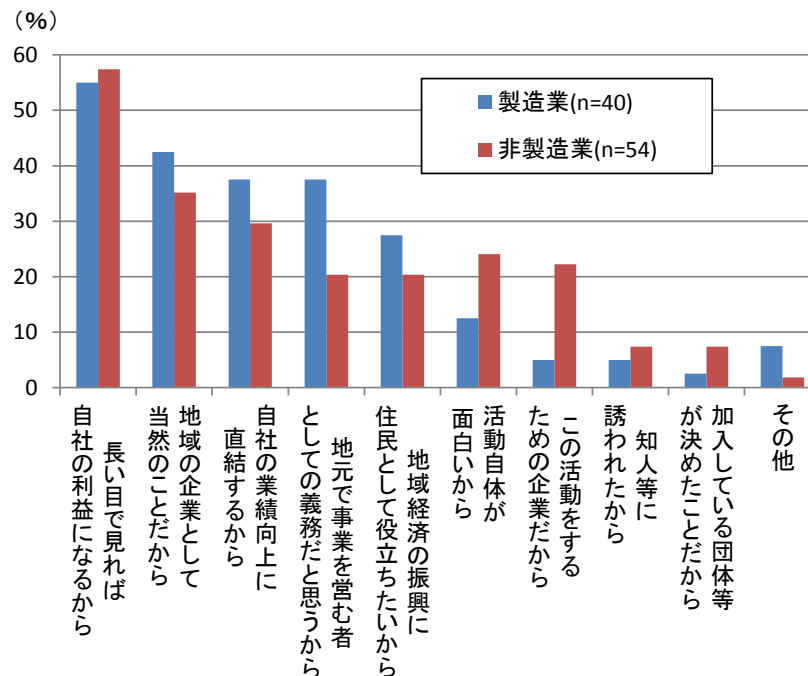


《活動に参画している動機》(図4)

- ・「長い目で見れば自社の利益になるから」が、製造業で5割台半ば、非製造業では6割弱で、ともに最多となった。次いで、「地域の企業として当然のことだから」が、それぞれ4割強、3割台半ば、「自社の業績向上に直結するから」が3割台半ば、約3割。上位3位までは、業種を問わず同じ項目となった。
- ・4位以降は、業種によって異なる結果となった。製造業では、「地元で事業を営む者としての義務だと思うから」が3位と同割合の4割弱に対して、非製造業では2割と少ない。非製造業では「活動自体が面白いから」と「この活動をするための企業だから」が2割を上回り、4位、5位となった。

図4 活動に参画している動機 [複数回答]

※図3で「活動には特に取り組んでいない」と回答した企業以外



《最も注力している活動に関して、現段階での成果》(図5)

- “成果があがっている”(「十分な成果があがっている」と「ある程度は成果があがっている」の合計、以下同様)は製造業、非製造業ともに6割強に対して、“成果があがっていない”(「あまり成果があがっていない」と「全く成果があがっていない」の合計)は製造業で3割、非製造業で3割弱となった。
- 最多は、業種を問わず「ある程度は成果があがっている」で、製造業、非製造業ともにほぼ5割台半ばとなった。次いで、「あまり成果があがっていない」がともに2割台半ば、「よくわからない」、「十分な成果があがっている」、「まったく成果があがっていない」は1割未満となった。総じて、十分とまでは言えないが、半数以上で成果があがっている様子が見られる。

《取り組んでいる活動(図3)と成果(図5)のクロス集計》(図6)

(注) 図3の諸活動への参加状況は複数回答であり、他方、図5の最も注力している活動に関しては、特定する質問を設けていないので、断定的なことは言えないことに要注意。

- “成果があがっている”が最多となったのは、「中小企業への経営支援」の9割強。以下、「地場産業・伝統産業の振興」の7割台半ば、「異業種交流・産官学連携」の6割台半ば、「商店街・中心市街地の活性化」の6割、「新産業の創出」の5割台半ばの順。
- 「異業種交流・産官学連携」については、活動を行っている企業数は63件と最も多いが、「十分な成果があがっている」とする割合は最も少ないことから、十分な成果があがりにくい活動と言える。

図5 最も注力している活動に関して、現段階での成果

※図3で「活動には特に取り組んでいない」と回答した企業以外

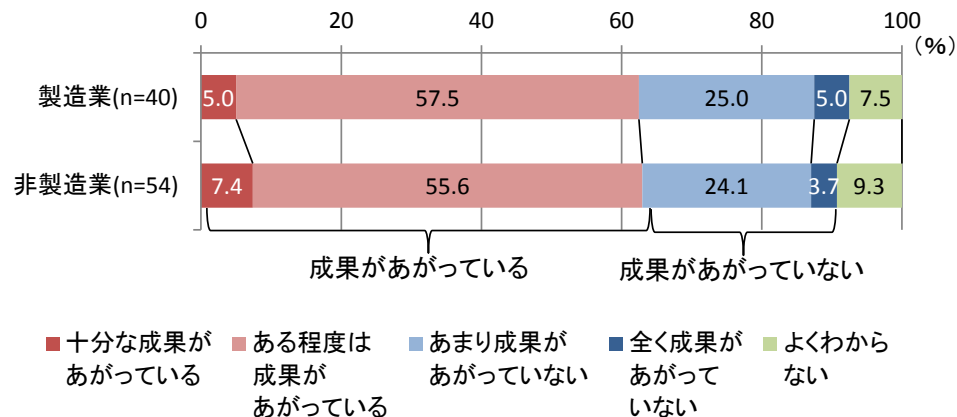
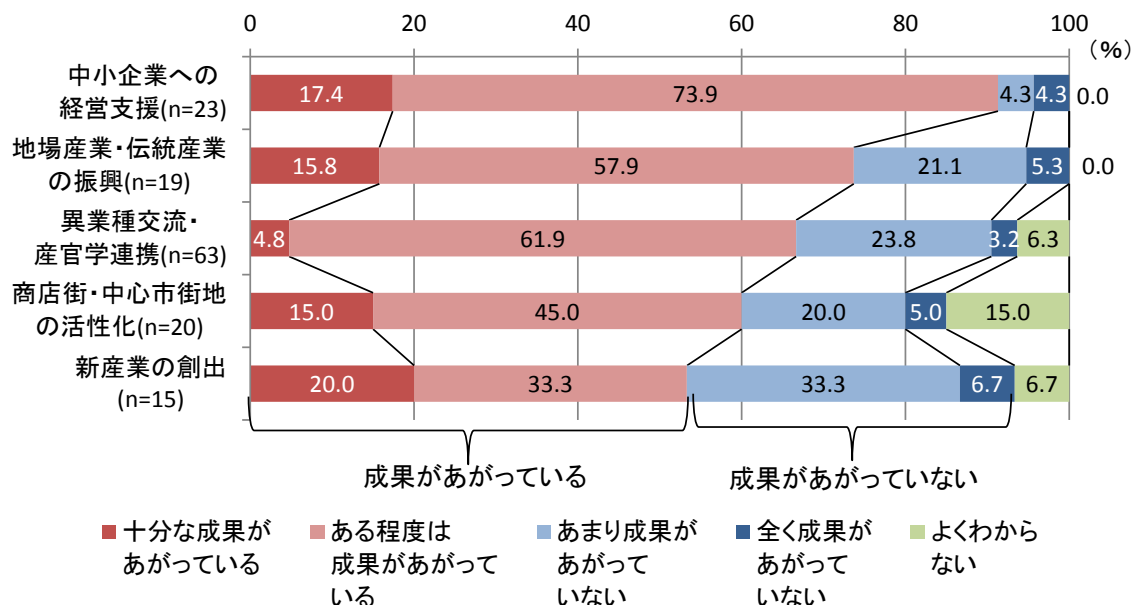


図6 取り組んでいる活動(図3)と成果(図5)のクロス集計

※図3の上位5項目について



《不足している資源・要因》(図7)

- ・製造業では「実効性のあるアイデア、企画力」が4割台半ばで最多、次いで「明確なビジョン・活動目的の共有」の約3割、以下、「活動資金」、「組織の実行力」、「情報発信力」がともに3割弱となった。
- ・非製造業では、「活動資金」が4割強で最多、「実効性のあるアイデア、企画力」の約4割が続く。以下、「組織の実行力」、「情報発信力」がともに3割台半ば、「明確なビジョン・活動目的の共有」が3割強。製造業と、類似した傾向を示しているものの、各項目の順位では違いが見られた。
- ・業種別で見て、最も差が大きいのは、「地域住民の理解・協力」で、非製造業では製造業よりも1割以上多くなった。

《従業者規模別でみた「活動には特に取り組んでいない(図3)」企業の割合》(図8)

- ・製造業をみると、“0～5人”は、全体に占める割合が2割に対して、「取り組んでいない」とする割合は1割未満と少ない。51人以上”でも、3割強に対して2割強とやや少ない。逆に、“6～20人”は、全体では2割台半ばに対して4割台半ばと多い。“総じて、“0～5人”と“51人以上”では活動に取り組んでいる割合が多いが、“6～20人”においては少ないことがわかる。
- ・非製造業では、製造業ほどの明確な差は見られなかった。“0～5人”では、「取り組んでいない」とする割合がやや少なく、活動に取り組む割合が多いことがうかがわれる。

図7 不足している資源・要因 [複数回答]

※図3で「活動には特に取り組んでいない」と回答した企業以外

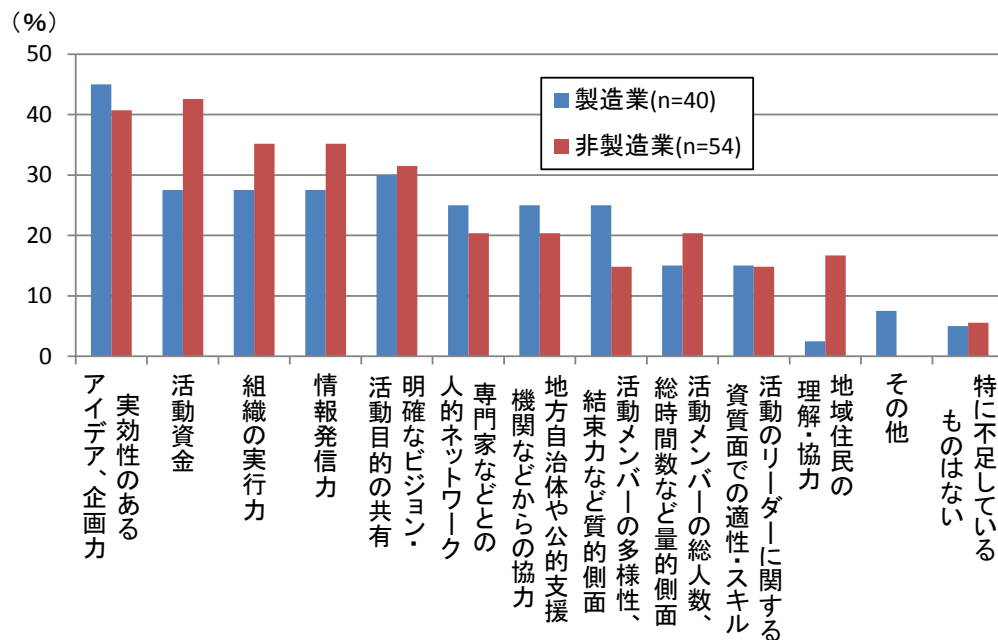
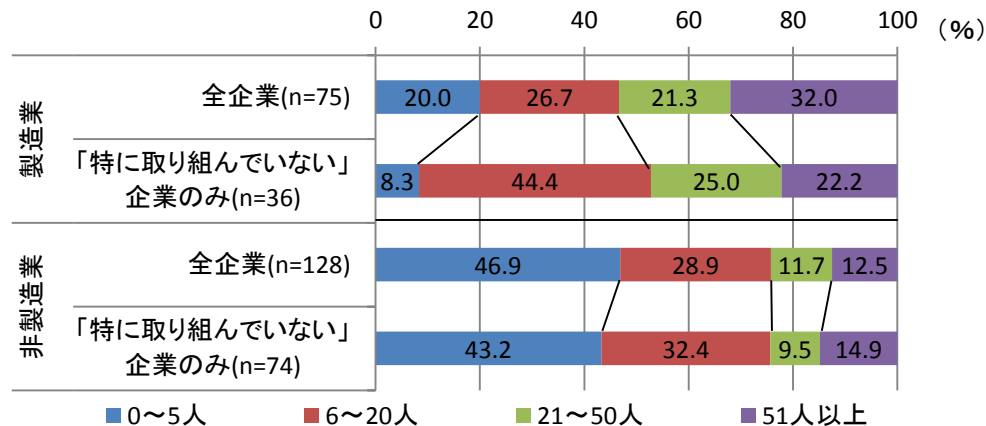


図8 従業者規模別でみた「活動には特に取り組んでいない(図3)」企業の割合

※図3で各下段は「活動には特に取り組んでいない」と回答した企業のみ



《地域振興的な活動に取り組まない理由》(図9)

- 最多は「特別な理由はない」で、製造業で4割強、非製造業で3割強となった。具体的な理由として最も多いのは、両業種ともに「時間の余裕がないから」で、製造業で3割強、非製造業で3割台半ばとなった。
- 次いで多いのは、製造業では「何をやればよいか、わからないから」の1割台半ば、非製造業では、「経済的に余裕がないから」と「体力的に本業との両立が難しいから」の2割台半ばとなった。
- 業種別で、特に差が大きかったのは、「体力的に本業との両立が難しいから」で、非製造業が2割を上回っているのに対して、製造業は数パーセントと少ない。また、「活動資金の確保が難しいから」は非製造業での割合は製造業の約2倍であり、図7でも不足している資源として「活動資金」の割合は非製造業で多くなっており、総じて余裕資金に乏しいと言えそうである。

図9 地域振興的な活動に取り組まない理由 [複数回答]

※図3で「活動には特に取り組んでいない」と回答した企業のみ

