

大阪産業創造館ネットモニター調査 -No.66 '18年1月期-

(ご協力いただいたモニター数: 203社、調査時期: 2018年2月5日~12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
2/16 <http://www.sansokan.jp/tyousa/> tel:06-6264-9855

《1月の景況判断に関する要点》(図1)

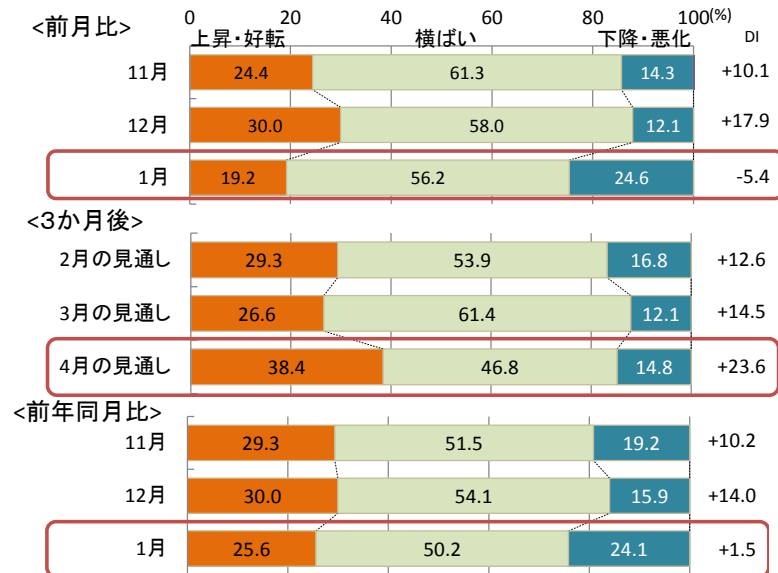
「季節柄もあって、景気の拡大基調はややペースダウン」

- ・1月の景況(前月比)をみると、「上昇・好転」の割合は減少し19.2%、「下降・悪化」は増加し24.6%、DIは季節的な動きもあって23.3ポイント下降し-5.4。業種別DIは、製造業が26.2ポイント下降し-8.0、非製造業は21.6ポイント下降し-3.9(図なし)。
- ・[上昇・好転]した主な理由は、「内需が増大したから」が5割台半ばで最多、次いで「時期的、季節的な要因」が4割台半ば。[下降・悪化]した主な理由は、「時期的、季節的な要因」が6割台半ばで最多、次いで「内需が減少したから」が3割弱(図なし)。
- ・3ヵ月後(4月)の見通しは、「上昇・好転」が大幅増、「下降・悪化」も増加するも「上昇・好転」の増加幅が上回り、DIは今月の前期比を29.1ポイント上回る+23.6、見通しは明るい。
- ・1月の前年同月比は、「上昇・好転」が減少、「下降・悪化」は増加し、DIは前月よりも12.5ポイント減の+1.5、9ヵ月連続プラスは持続。

《現在行っている海外・外国人向けビジネス》(図2)

- ・今回(2018年)調査における「海外との関わりは殆どない」の割合は、製造業で4割弱、非製造業で7割台半ばとなり、それぞれ残りの6割強、2割台半ばが海外と関わりを持っており、製造業の方が活発である。前年(17年)との比較では、製造業では関わりを持つ割合が微増となった。
- ・具体的なビジネスの内容は、製造業では「輸入」と「輸出」がともに4割弱で最多、「輸出」が微増、「輸入」が微減となったほか、海外工場や営業拠点を持つ企業が2割弱。非製造業では「インバウンド客に接客する事業者に対して、間接的にサポート(18年のみ調査)」するBtoB型が約1割で最多、次いで「輸入」が1割弱となった。

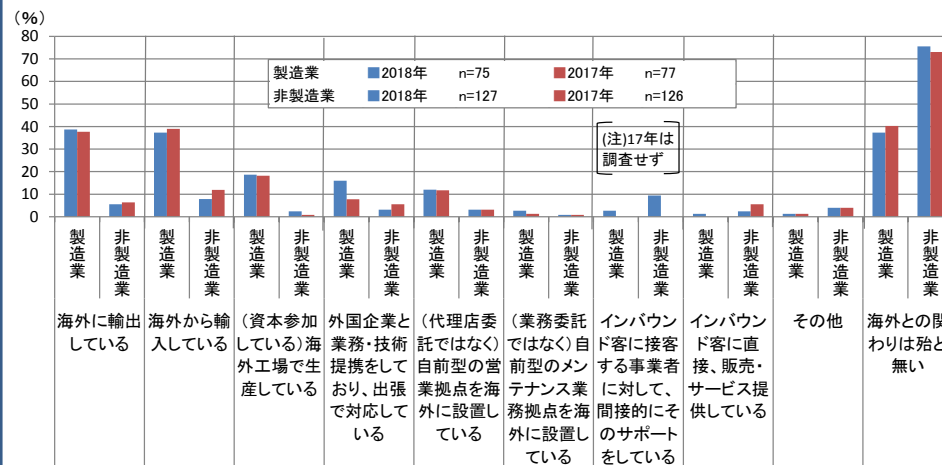
図1 景況判断



* 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 現在行っている海外・外国人向けビジネス (複数回答、業種別)

* 2017年は17年1月の産創館ネットモニター調査による値。以下、同様。



《越境ECの利活用状況(複数回答、業種別)》(図3)

- 「輸出」あるいは「インバウンド客への直接販売・サービス提供」を行なっているとした回答者に、「輸出」等における越境ECの活用について質問したところ、製造業では「わからない」が4割台半ば、「活用する予定はない」が3割台半ばと多数を占めており、「活用している」は1割強、「活用する予定」は数パーセントに留まった。他方、非製造業については回答数8件のうち、「活用している」と「活用する予定」が各2件であり、合計は半数に達し、製造業よりも積極的である。
- 「輸入」を行なっているとした回答者の越境ECの活用状況は、製造業では「活用している」と「活用する予定」を合わせても数パーセントとなった。他方、非製造業については、回答数8件のうち、「活用している」が2件(輸出での活用とは別企業)、「活用する予定」が1件で、「輸出」と同様に、非製造業よりも積極的である。

《今後の海外ビジネスやインバウンド客などへの対応業務などの見通し》(図4)

- 2018年の集計結果を見ると、製造業では「自社が直接関与する海外ビジネス(除く:商社等への委託業務)が増える見通し」が最多で3割台半ば、次いで、「今後とも、海外ビジネスもインバウンド客相手のビジネスも無い見通し」の2割台半ばとなった。他方、非製造業では、「今後とも、...無い見通し」が最多で、次いで「わからない」が2割台半ばとなった。総じて、非製造業よりも、製造業で積極性がうかがわれるが、製造業において「今後とも、...無い見通し」については、前年(17年)調査よりも1割近く増加するなど、新規に海外ビジネスに踏み出すことは決して容易ではないことが指摘できる。
- インバウンド客関連では、「国内で、直接インバウンド客を相手にするビジネス機会が増える見通し」は、前年と比較して、業種を問わず1割前後の減少となったが、他方、「直接ではないが、インバウンド客を相手にする事業者への間接的サポート業務が増える見通し(18年のみ調査)」については、両業種ともに1割以上を占め、BtoB型のビジネスチャンスが幅広い業種に訪れていることが示唆される。

図3 越境ECの利活用状況(複数回答、業種別)

※図2で「海外に輸出している」「海外から輸入している」「インバウンド客に直接、販売・サービス提供している」と回答した人のみ

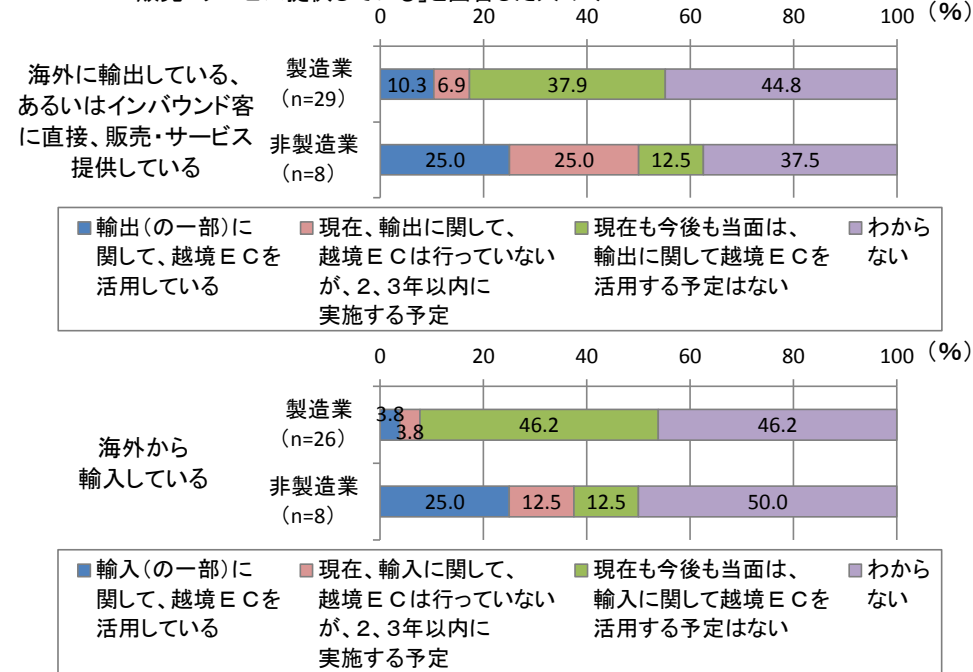
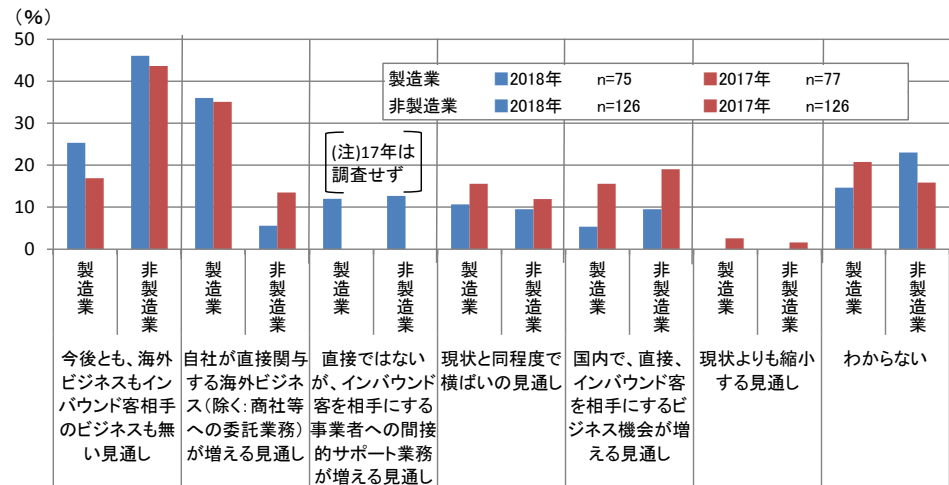


図4 今後の海外ビジネスやインバウンド客などへの対応業務などの見通し(複数回答、業種別)



《外国人であることによる能力・メリットを活かした海外人材の、国内拠点における就労状況》(図5)

- 今回(2018年)調査で「外国人は就労していない」とする割合は、製造業で5割台半ば、非製造業で8割弱で、それぞれ残りの4割台半ば、1割強で外国人が就労している。また、前年(17年)調査との比較では、製造業で12.8ポイント、非製造業で4.8ポイント上昇しており、外国人の就労が増加していることがわかる。
- 雇用の「直接雇用の外国人社員(フルタイム)がいる」のは、製造業で3割弱、非製造業で1割弱で、前年調査との比較では、非製造業ではほとんど変化がないが、製造業では8.5ポイントの増加となった。
- 製造業では、「国際的能力は活用してはいないが、パートタイム等の中に留学生などの外国人もいる」や「国際的能力は活用してはいないが、フルタイムで就労する外国人(研修生を含む)がいる」が1割弱を占めるのに対して、非製造業では4パーセント未満と少ない。逆に、「派遣・請負/他社からの出向などの形態で就労している」は非製造業で6パーセントあるのに対して、製造業では今回調査ではまったくなかった。

《“今後の海外ビジネスやインバウンド客などへの対応業務などの見通し(図4)”別で見た、今後の外国人の活用の意向》(図6)

- “自社が直接関与する海外ビジネスが増える見通し”の企業、及び、直接や間接的に“インバウンド客を相手にする”ビジネス/業務が増える見通しの企業では、「外国人をより積極的に国際的業務で活用する意向である」や「国際的業務とは限らないが、外国人の就労を増やすことも検討する」が多く、合計で5割以上に達する。他方、“今度とも、海外ビジネスもインバウンド客相手のビジネスも無い見通し”の企業では、「今後とも、外国人を活用する意向は無い」の割合が6割弱と多い。
- 総じて、今後の海外ビジネスやインバウンド関連事業を積極化する企業では、外国人の活用に対しても積極的であることがうかがわれる。

図5 外国人であることによる能力・メリットを活かした海外人材の、国内拠点における就労状況(複数回答、業種別)

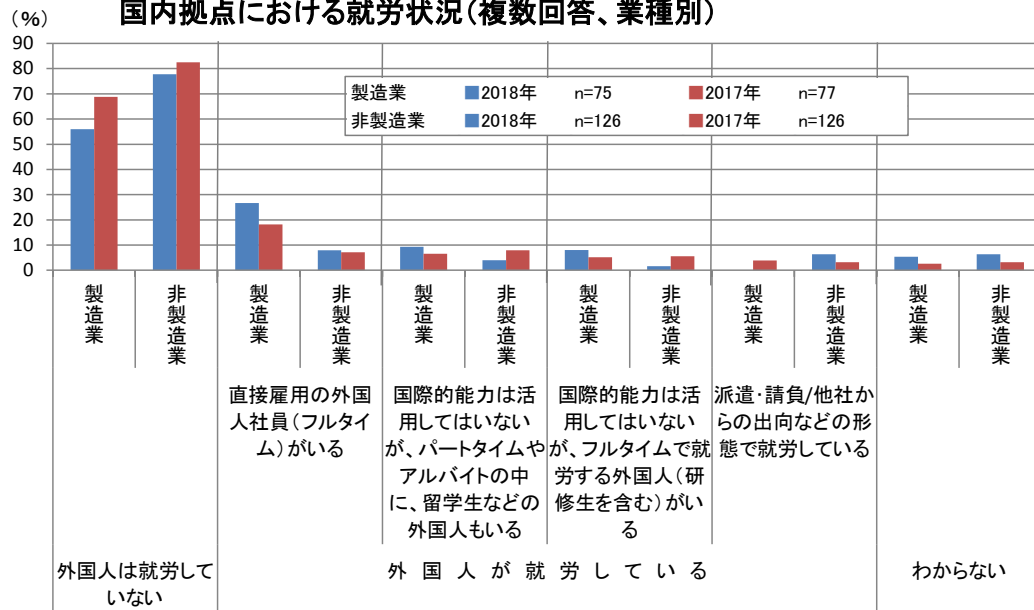


図6 “今後の海外ビジネスやインバウンド客などへの対応業務などの見通し(図4)”別で見た、今後の外国人の活用の意向(複数回答)

図4 今後の海外ビジネスやインバウンド客などへの対応業務などの見通し

