

ネットモニター調査 — '19年4月期 —

(ご協力いただいたモニター数:302社、調査期間:2019年5月7日~14日)

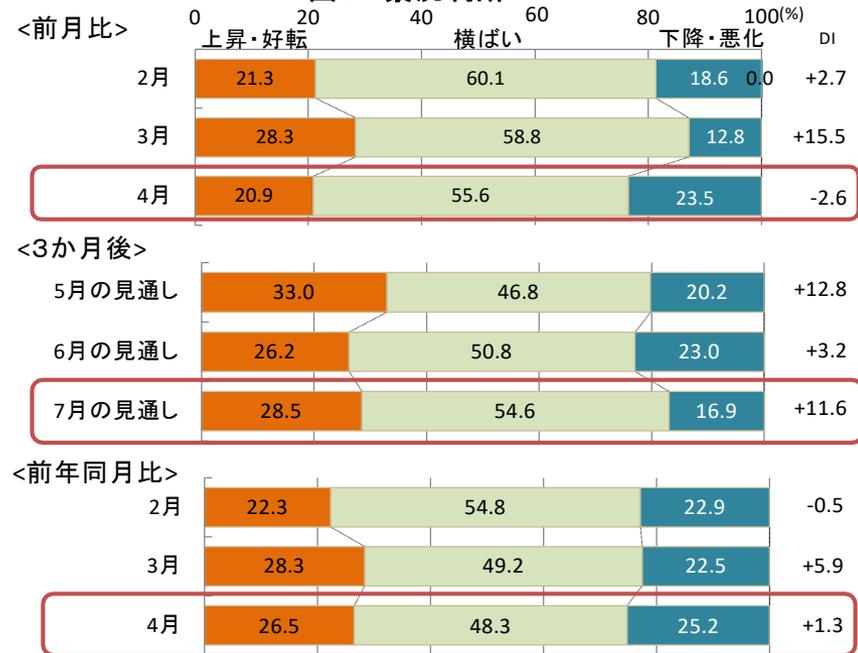
注:ネットモニター調査は、2019年4月から大阪市経済戦略局と(公財)大阪産業局が共同実施しており、両調査の回答を集約のうえ、とりまとめて結果を公表しております。

《 4月の景況判断に関する要点 》(図A、図B、図C)

「景気は、10連休など時節柄もあって足踏み。製造業に弱めの動き」

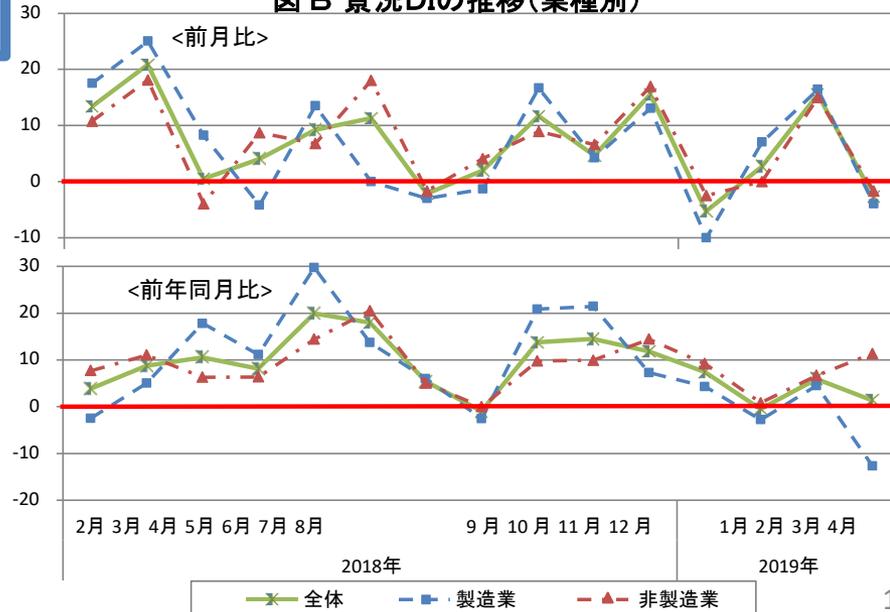
- ・4月の景況(前月比)をみると、「上昇・好転」割合は20.9%、「下降・悪化」は23.5%、DIは-2.6と小幅ながらもマイナス水準。
- ・業種別DIは、製造業が-4.0、非製造業は-1.7と、両業種ともにマイナス水準。
- ・<上昇・好転要因>は、新年度入りの需要もあって、「内需が増大したから」が44.4%、「時期的、季節的な要因」が42.9%と、この2つに集中。第3位には「他社との競合の状況で」が2割弱につけており、今後の推移に要注意。
- ・<下降・悪化要因>は、「内需が減少したから」が47.9%、「時期的、季節的な要因」が43.7%と、この2つに集中。第3位は10連休などの「その他の要因で」。
- ・3ヵ月後(7月)の見通しは、「上昇・好転」が28.5%、「下降・悪化」が16.9%で、DIは今月の前月比を14ポイント上回る+11.6、緩やかな改善持続の見通し。
- ・4月の前年同月比は、「上昇・好転」が26.5%、「下降・悪化」が25.2%、DIはかろうじてプラスの1.3。業種別DIでは明暗がハッキリと分かれ、製造業は-11.7とかなり深刻なマイナス水準にあるのに対して、非製造業は+12.4と高めの水準。

図A 景況判断

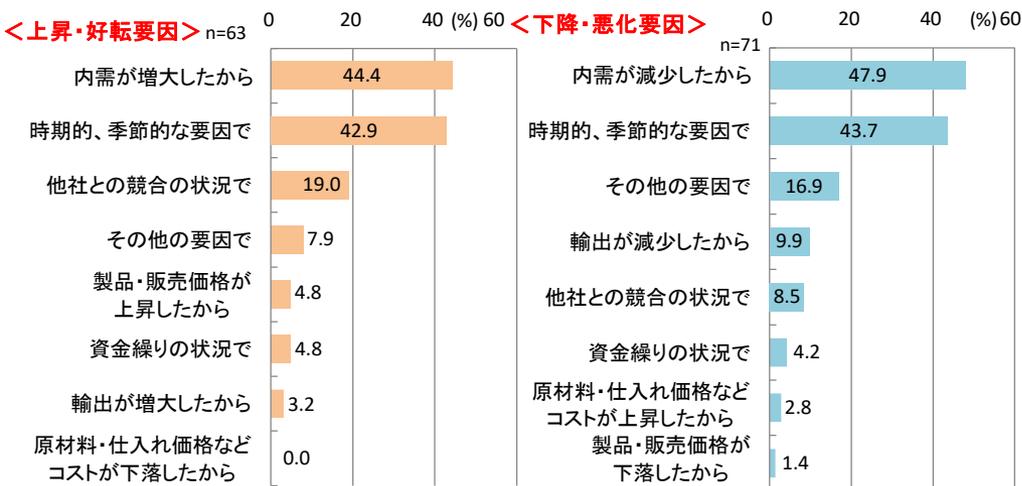


* DI(Diffusion Index)は、「上昇・好転」の割合から、「下降・悪化」の割合を引いた数字。景気動向を表す指標のひとつ。

図B 景況DIの推移(業種別)



図C 前月比景況変化の理由

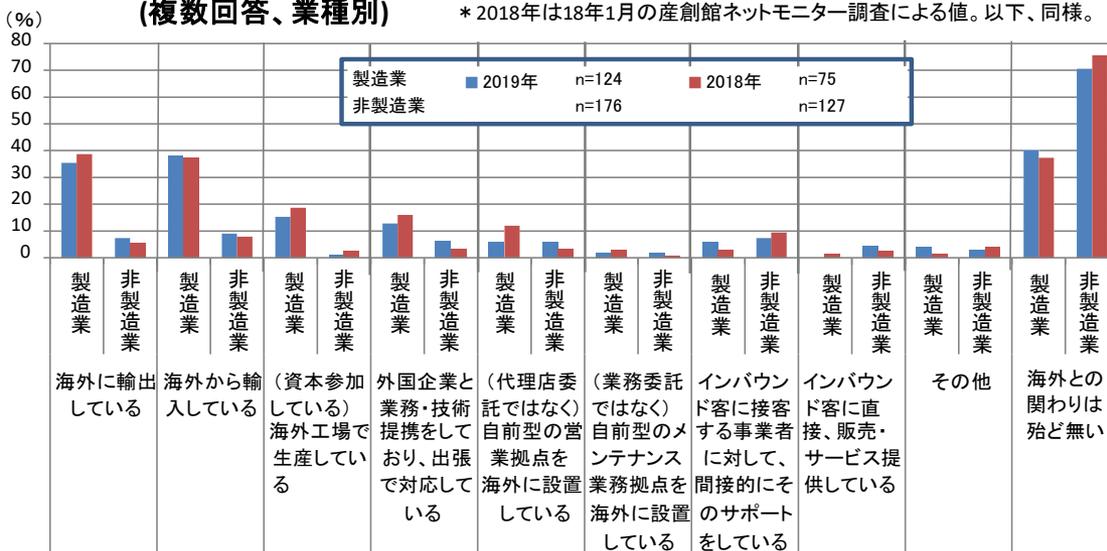


《現在行っている海外／インバウンド客向けビジネス》（図1）

- ・今回(2019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、非製造業で7割となり、それぞれ残りの6割、3割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(18年)との比較では、非製造業で、海外との関わりを持つ割合がやや多くなっている。
- ・具体的なビジネスの内容は、**製造業**では「海外から輸入している」が4割弱で最多、「海外に輸出している」が3割台半ばで続く。以下、第3位は「海外工場生産している」が1割台半ば、第4位は「外国企業と業務・技術提携をしており、出張で対応している」が1割強。これら4つのビジネスタイプは非製造業よりも格段に活発である。「インバウンド客に接客する事業者に対して、間接的にそのサポートをしている」は5.6%であり、多少ではあるが、インバウンド効果が製造業にも及んでいることが確認できる。
- ・他方、**非製造業**では、最多の「海外から輸入している」でも1割弱に過ぎない。以下、「海外に輸出している」と「インバウンド客に接客する事業者に対して、間接的にそのサポートをしている」が7.4%、「外国企業と業務・技術提携をしており、出張で対応している」が6.3%、「自前型の営業拠点を海外に設置している」が5.7%。BtoC型の「インバウンド客に直接、販売・サービス提供している」は4.5%と、決して多いとは言えない水準にある。

図1 現在行っている海外／インバウンド客向けビジネス
(複数回答、業種別)

* 2018年は18年1月の産創館ネットモニター調査による値。以下、同様。

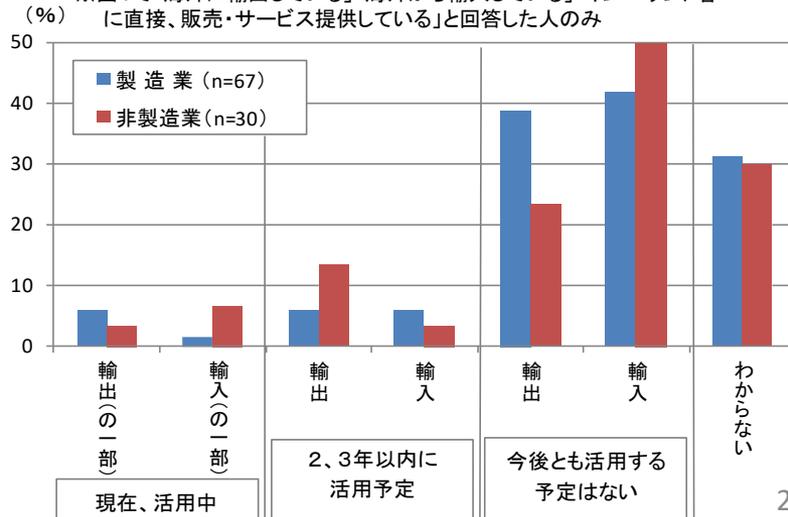


《輸出企業などでの越境ECの利活用状況》（図2）

- ・図1で、「輸出」や「輸入」をしている、あるいは「インバウンド客に直接、販売・サービス提供している」回答者に、越境ECの活用について質問したところ、「わからない」が業種共通で約3割を占めるものの、他の状況は、製造業と非製造業では差が見られる。
- ・**製造業**では「今後とも活用する予定はない」が輸出、輸入ともに約4割を占め、越境ECの活用がさほど広がりを見せないことが確認された。「現在、活用している」は輸出が6.0%あるものの、輸入では1.5%と殆ど稀である。また、「2、3年以内に活用する予定」は輸出、輸入ともに6%とさほど多くはない。
- ・他方、**非製造業**では、「現在、活用している」は輸入の方が6.7%と多い。他方、「2、3年以内に活用する予定」では輸出が13.3%と、輸入の3.3%よりも、また、製造業よりも多く、積極姿勢である。こうした背景には、近年のインバウンド客の旺盛な購買需要を継続的に刈り込む戦略に舵を切りつつある姿勢が窺える。

図2 越境ECの利活用状況(複数回答、業種別)

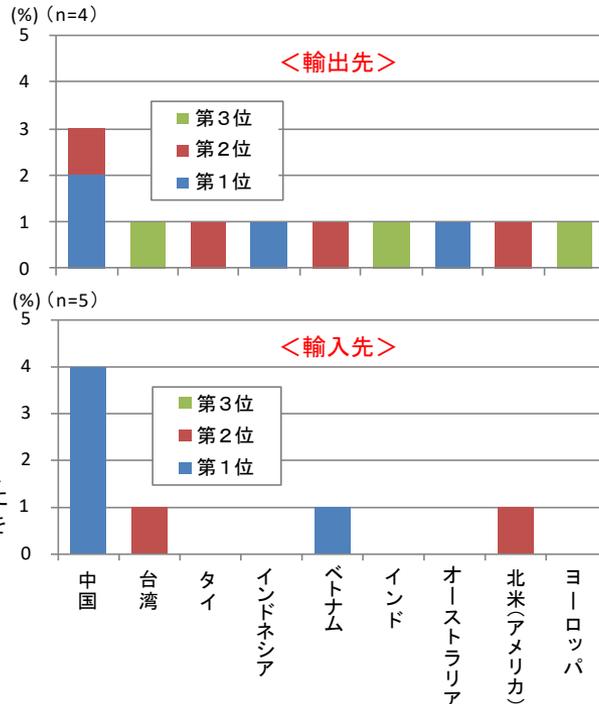
※図1で「海外に輸出している」「海外から輸入している」「インバウンド客に直接、販売・サービス提供している」と回答した人のみ



《越境ECの取引金額が多い輸出先、輸入先の国・地域》 (図3)

- 越境ECを現在行っている企業は数%に過ぎないが、その場合、どの国・地域との取引金額が多いかをたずねた。その結果、輸出、輸入とも中国が突出して多い(ただし、順位ベースの回答であることに留意)ことが確認できた。この背景には、中国国内でEC市場が急成長していることや、インバウンド客でも中国人の購買需要が突出して高いことがあるため、越境ECによる市場拡大が比較的容易であることが考えられる。
- その他の国・地域をみると、輸出先では7カ国に分散しており、東南アジア諸国が多いものの、欧米などにも広がっていることが確認できる。他方、輸入先では、台湾、北米、ベトナムに限られている。この結果から、こうした国・地域にはベンダーが越境ECの環境を整備してサービス提供している先進的企業が存在することが示唆される。

図3 越境ECの取引金額が多い輸出先、輸入先の国・地域

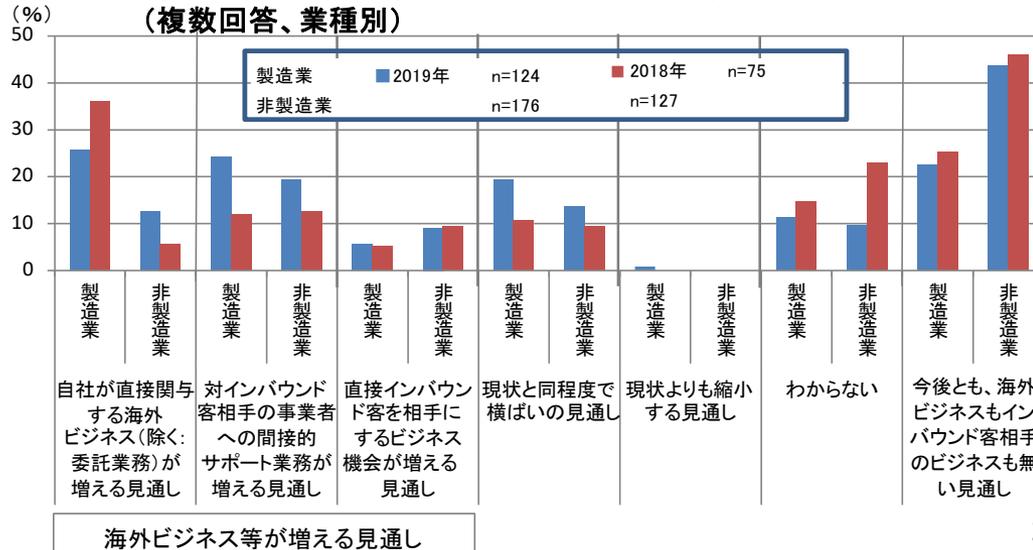


※図2で「輸出(の一部)、もしくは輸入(の一部)に関して、現在、越境ECを活用している」と回答した人のみ。
2018年の実績で金額が多い順で回答。

《海外／インバウンド客向けビジネスの今後の見通し》(図4)

- 2019年の集計結果を見ると、「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」が全体的に多く、非製造業では4割台半ば、製造業では2割強を占める。「わからない」は業種を問わず約1割であり、また、2つの回答割合はともに、18年調査よりも減少している。それ以外の見通しに着目すると、両業種ともに、海外ビジネス等が今後、総じて増える見通しであることが指摘できる。
- まず、**製造業**では「自社が直接関与する海外ビジネスが増える見通し」が最多で2割台半ば、次いで、同水準で「対インバウンド客相手の事業者への間接的サポート業務が増える見通し」となっており、ともに非製造業よりもやや多く、また、「現状と同程度で横ばいの見通し」の2割弱をも上回っている。
- 他方、**非製造業**では、「対インバウンド客相手の事業者への間接的サポート業務が増える見通し」が最多で2割弱を占める。次いで、「自社が直接関与する海外ビジネスが増える見通し」が1割強を占め、非製造業でも海外市場に直接打って出る戦略を取りつつあることがわかる。また、「直接インバウンド客を相手にするビジネスが増える見通し」も約1割を占めており、図1の現状の2倍となっている。なお、「現状と同程度」は1割台半ばに過ぎず、かつ、製造業よりも少ない。

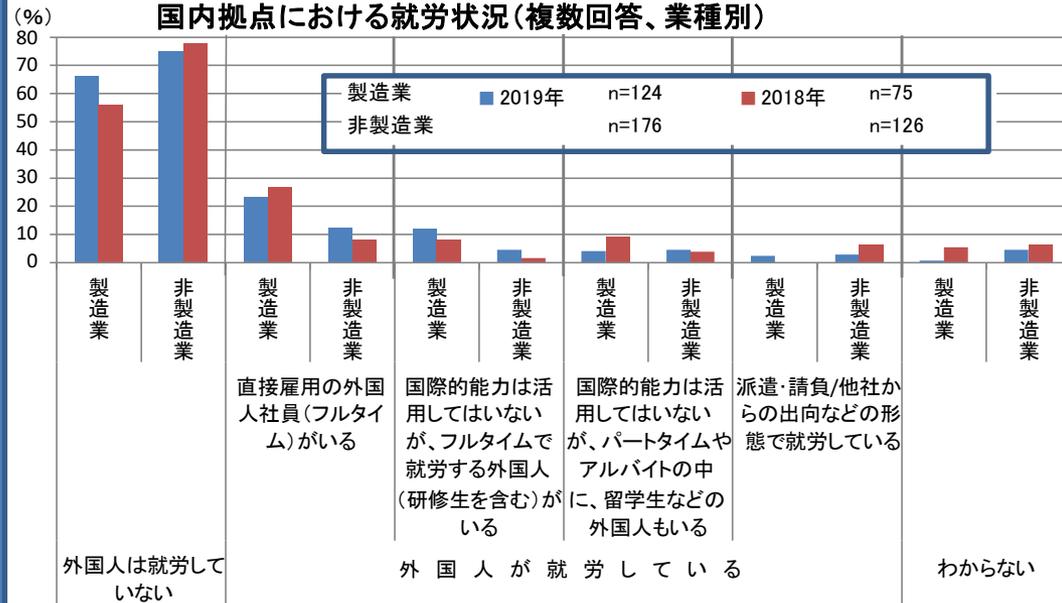
図4 海外／インバウンド客向けビジネスの今後の見通し
(複数回答、業種別)



《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(2019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2/3、非製造業で3/4であり、それぞれ残りの3社に1社、4社に1社では外国人が就労している。
- 外国人が就労している中では、「直接雇用の外国人社員(フルタイム、外国人であることによる能力・メリットを活かした人材)がいる」のは、製造業で2割強、非製造業で1割強を占めており、ともに最多である。また、製造業では、「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割強を占めており、いずれも製造業の方が外国人活用に積極的であることが指摘できる。「パートタイムやアルバイトの中に留学生などの外国人もいる」は両業種ともに4%台でさほど多くはない。なお、「派遣・請負/他社からの出向などの形態で就労している」は両業種ともに2%台と少数である。

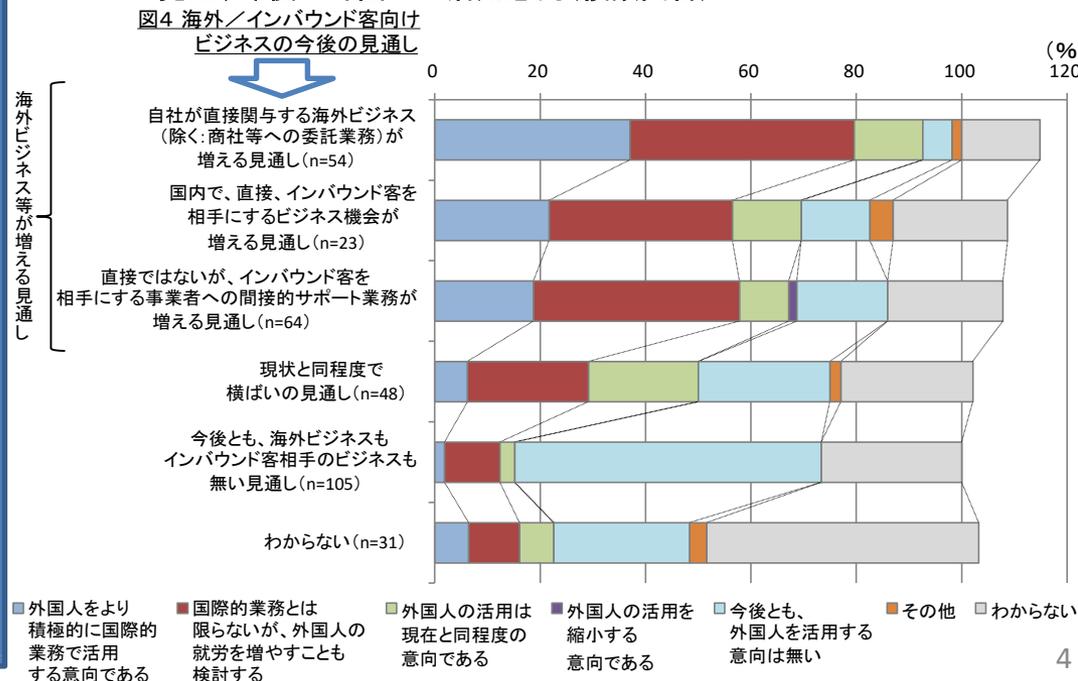
図5 外国人であることによる能力・メリットを活かした海外人材の、国内拠点における就労状況(複数回答、業種別)



《“海外／インバウンド客向けビジネスの今後の見通し(図4)”別で見た、今後の外国人の活用意向》(図6)

- 図4に示した今後の見通しにおいて、“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(一番上)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」が37.0%、「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42.6%であり、その合計(重複が多少あることに留意)はほぼ80%に達する。
- 次に、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(上から2番目、3番目)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」が約2割、「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3割台の半ばから後半の割合を占めており、その合計は6割弱に達する。
- これら3つの見通しの企業では、共通して、「今後とも、外国人を活用する意向は無い」割合は2割未満に過ぎない。
- 以上、総じて海外ビジネス等が増える見通しの企業では、外国人活用に対しても積極的であることが指摘できる。

図6 “海外／インバウンド客向けビジネスの今後の見通し(図4)”別で見た、今後の外国人の活用意向(複数回答)



《最も就業者数の多い外国人の国籍・出身地》(図7)

・図5で“フルタイムで就労する外国人がいる”と回答した企業に対して、彼らの国籍・出身地をたずねた。その結果、中国が最も多い(ただし、順位ベースの回答であることに留意)こと、以下、ベトナム、韓国が他国よりも多いことが確認できた。総じて、東アジア、東南アジアの外国人が多いことがわかる。

《外国人の「特定技能」制度の周知状況》(図8)

・この4月に出入国管理法が改正され、新たな外国人在留資格として「特定技能」を有する外国人が就業できる制度が発足したことに鑑みて、本制度の周知状況をたずねた。

・その結果、全体では、「制度の説明会に参加するなど、勉強しつつある」が15.4%、「関心を持っており、今後、勉強する予定である」が29.3%を占め、合わせて4割台半ばが関心を持っていることが確認された。また、現行の対象産業分野ではないが、「対象に加われば勉強する予定である」も20.3%を占めており、外国人の活用を考えている中小企業にとって、本制度は有効な施策となる可能性が指摘できそうである。

《「特定技能」制度の活用意向》(図9)

・さらに具体的な活用意向をたずねたところ、「わからない」が最多であり、製造業で5割強、非製造業で4割を占めている。制度開始から、まだ間もないこともあって、会社の方針が確定していない企業が多いことが指摘できよう。次いで多いのは「(技能実習などの現行制度で不便がないなど)特に本制度を活用する予定はない」で両業種ともに2割台半ばを占めており、制度の詳細な周知が十分に広まっていない影響が窺える。

・積極的な意向に着目すると、「有資格者を新規に受入れることを検討する」が最も多く、両業種ともに1割台半ばを占める。次いで、「パートなどの現就労者に受験を勧めて、受入れることを検討する」が非製造業で1割、製造業で数%となっている。

・「現在受入れている技能実習2号の修了者を再受入れする」は両業種ともに5~6%程度に過ぎないが、これは、現在受け入れている企業自体がさほど多くないためであろう。

・総じて、長期日本滞在が可能な「特定技能」者を新規に受入れる方が、やりやすさも手伝って注目されているようである。

図7 最も就業者数の多い外国人の国籍・出身地

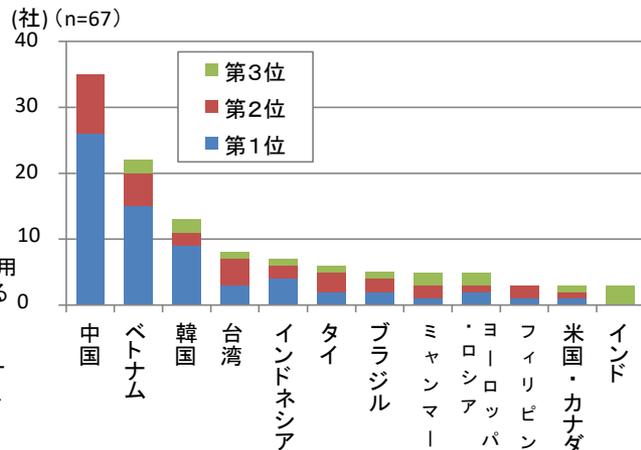


図5で「フルタイムで働く外国人を直接雇用している」、もしくは「フルタイムで就業する外国人がいる」と回答した人のみ。上位の12カ国(3社以上)のみグラフ化しており、他には、ネパール、マレーシア、オーストラリア/ニュージーランド、それ以外の国・地域が1、2社ある。

図8 この4月から発足した外国人の「特定技能」制度の周知状況

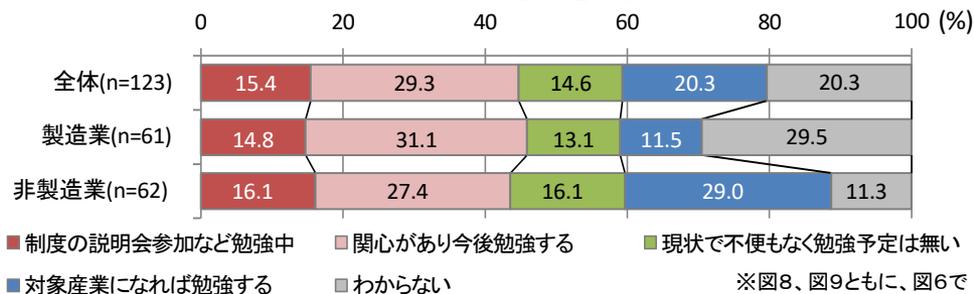
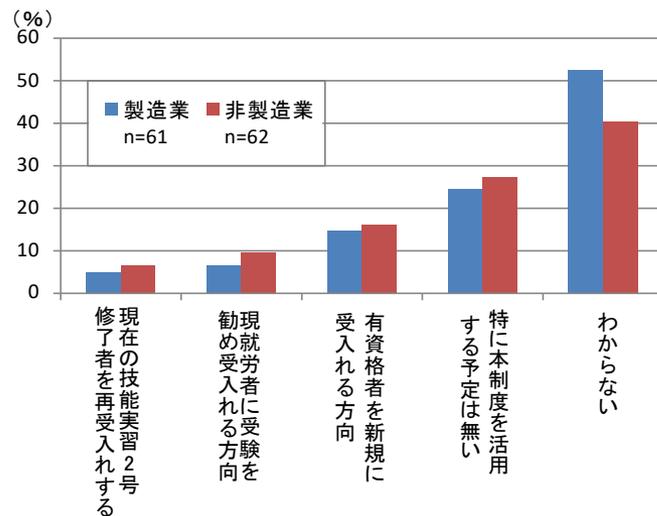


図9 「特定技能」制度の活用意向



※図8、図9ともに、図6で「外国人を...活用する意向である」、「...外国人の就労を増やすことも検討する」、もしくは「...現在と同程度の意向である」と回答した人のみ。