

## 第17回経営・経済動向調査

大阪商工会議所  
（社）関西経済連合会

### 目次

1. 国内景気.....	1
2. 自社業況.....	2
(1) 総合判断.....	2
(2) 個別判断.....	3
3. 中国との取引.....	5
(1) 中国との取引の有無.....	5
(2) 中国と初めて取引を行ったときの内容.....	6
(3) 今後5年間における中国との取引の内容.....	7
(4) 今後5年間に中国と取引を行う狙い.....	8

#### 1. 調査対象

大阪商工会議所・関西経済連合会の会員企業のうち 1927社

#### 2. 調査時期

平成16年2月22日～3月5日（四半期毎に実施）

#### 3. 調査方法

調査票の発送・回収ともFAXによる

#### 4. 回答状況

472社（うち大企業211社、中小企業261社）

有効回答率；24.5%

（企業規模分類は中小企業基本法に則り、次を中小企業とする）

製造業等；資本金3億円以下

卸売業；資本金1億円以下

小売業・サービス業；資本金5千万円以下

#### < 今回調査に関するお問い合わせ先 >

大阪商工会議所 経済産業部経済担当 大西・近藤 TEL：(06) 6944-6304

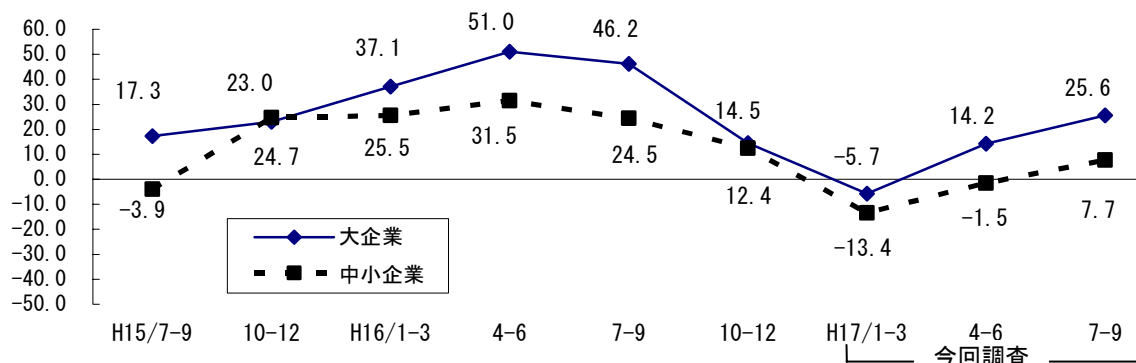
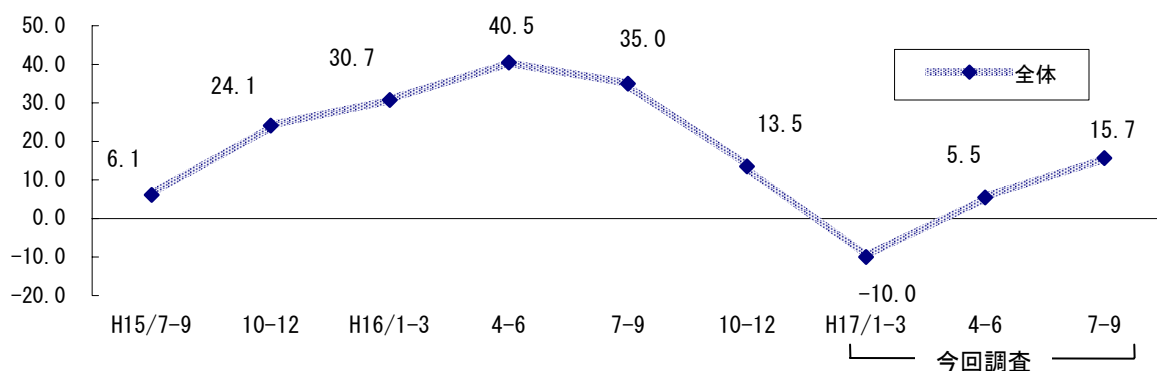
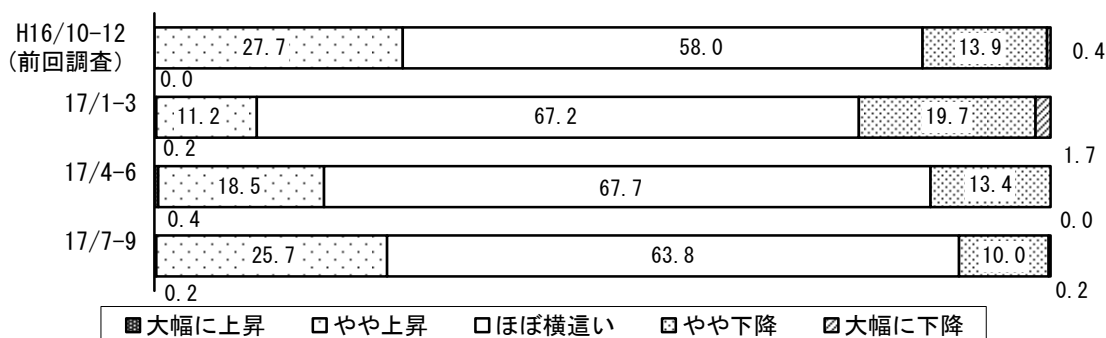
# 1. 国内景気（表1）

## <全 般>

- 平成17年1～3月期(今回調査の実績見込、以下同じ)の国内景気は、平成16年10～12月期(前回調査の実績見込、以下同じ)と比べ、「上昇」(「大幅に上昇」「やや上昇」の合計、以下同じ)とする回答は11.4%、一方「下降」(「大幅に下降」「やや下降」の合計、以下同じ)とみる回答は21.4%。この結果BSI(「上昇」回答割合－「下降」回答割合、以下同じ)は▲10.0で、15年4～6月期以降、7四半期ぶりにマイナスに転じる結果となった。
- 先行きについては、4～6月期のBSIが5.5、7～9月期が15.7といずれもプラスで推移し、徐々に明るさが広がる見込み。

## <規 模 別>

- これを企業規模別にみると、大企業が4～6月期からプラス(14.2)に転じるのに対し、中小企業では依然水面下(▲1.5)にあるなど先行き回復感に遅れがみられる。



## 2. 自社業況（表2～表8）

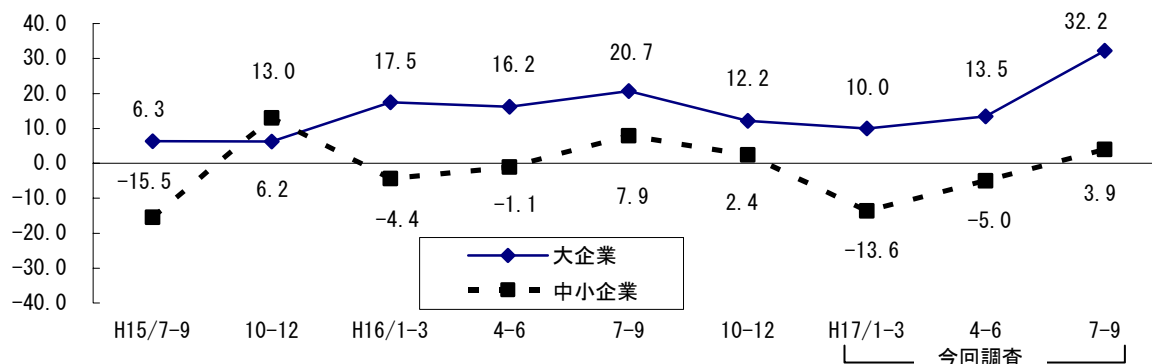
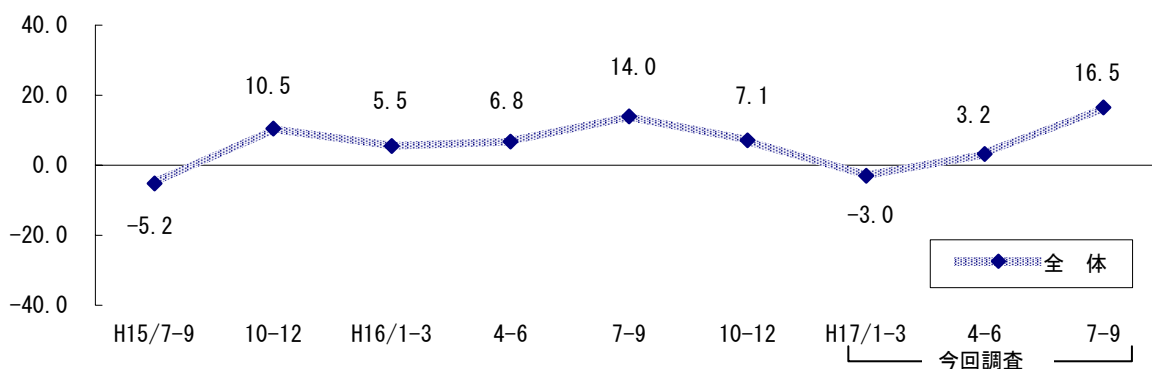
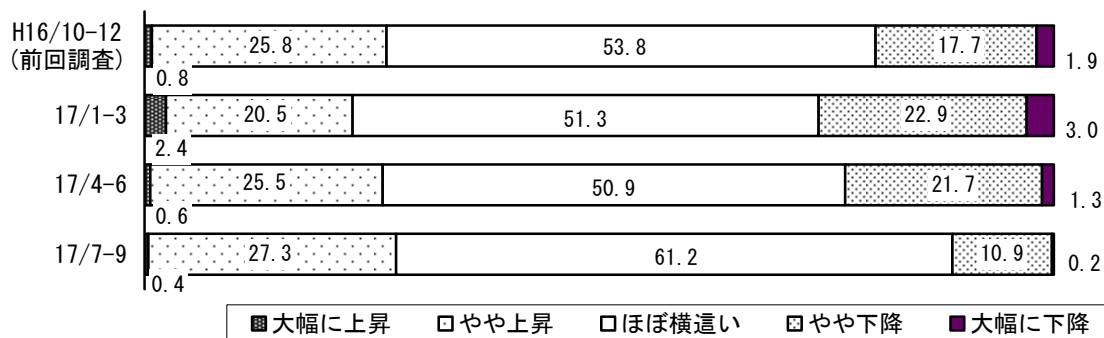
### （1）総合判断（表2）

#### <全 般>

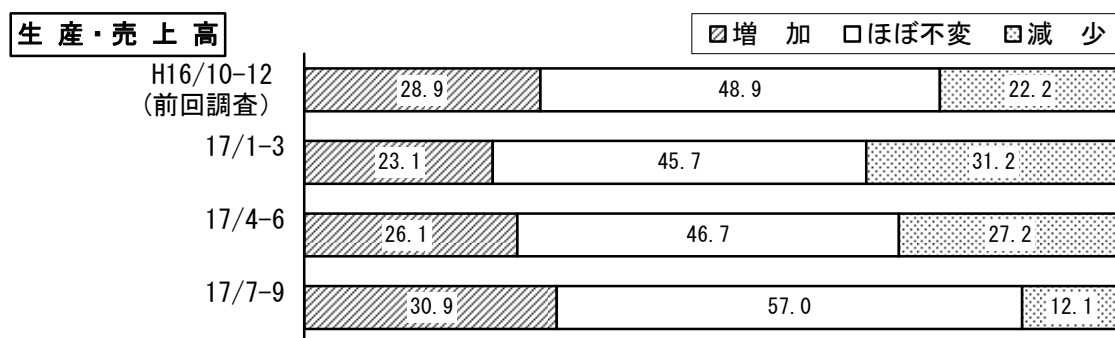
- 1～3月期における自社の業況を総合的にみて、10～12月期と比べ「上昇」とする回答は22.9%、「下降」とする回答は25.9%。この結果BSIは▲3.0と、6四半期ぶりのマイナスとなった。
- 先行きについては、4～6月期のBSIが3.2、7～9月期が16.5といずれもプラスで推移しており、国内景気同様、徐々に明るさが増していく見通し。

#### <規 模 別>

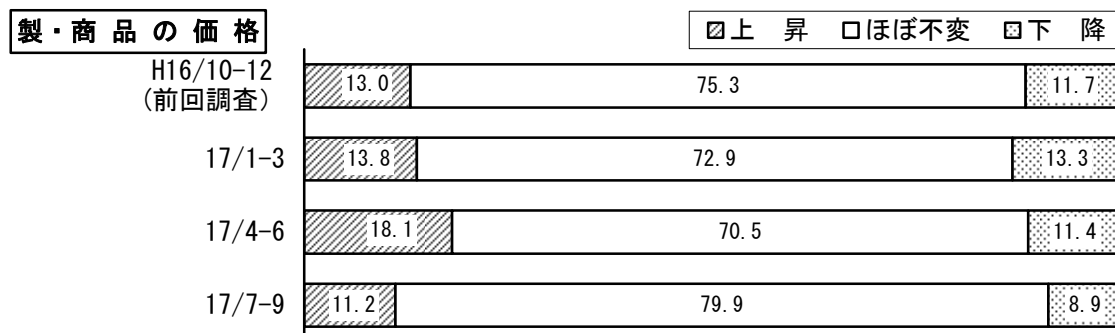
- これを企業規模別にみると、大企業は各期を通じてプラスであるのに対し、中小企業では1～3月期、4～6月期ともにマイナスになるなど総じて厳しい見方をしている。
- また、各期とも大企業と中小企業でBSIに20～30ポイント程度の開きが出ており、企業規模による格差が大きい。



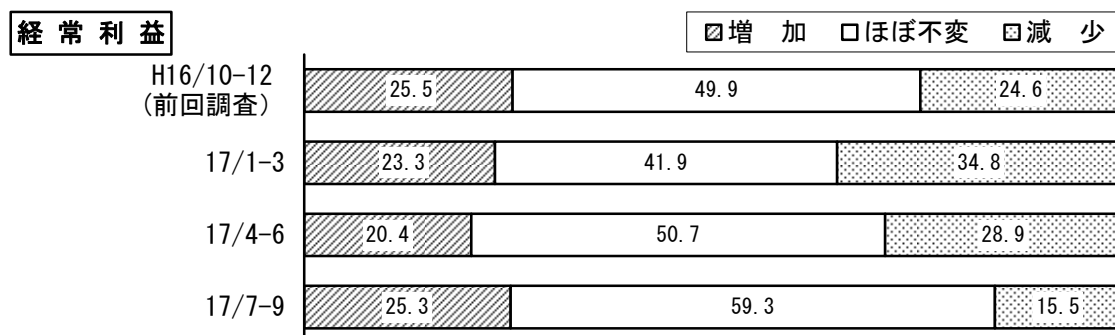
## (2) 個別判断 (表3～表8)



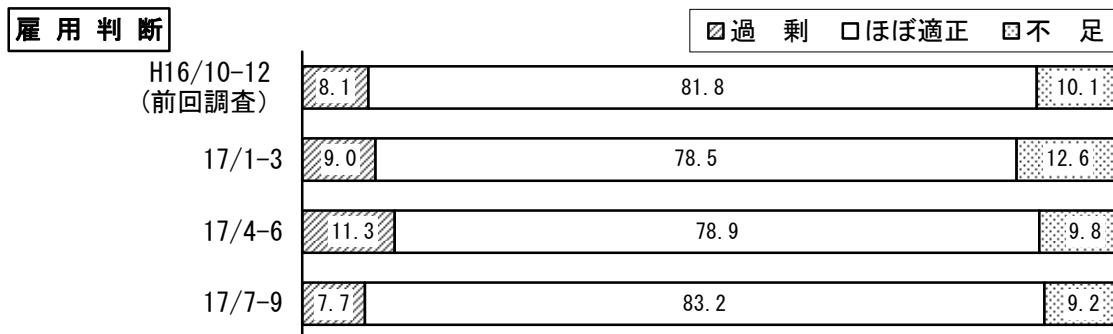
- 生産・売上高については、1～3月期は「減少」が「増加」を上回る弱気な見方が多くなっているものの、先行きは次第に改善に向かう見通し。



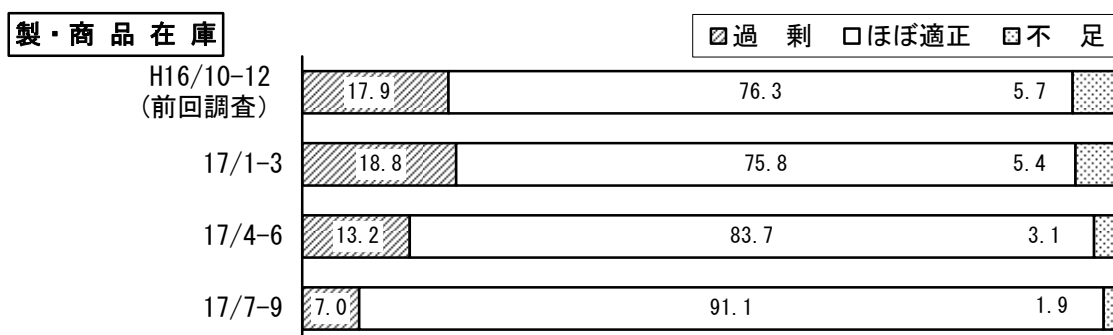
- 製・商品の価格については、各期を通じて7～8割程度の企業が「ほぼ不変」としている。また、各期とも「上昇」とする回答が「下降」を上回る結果となった。



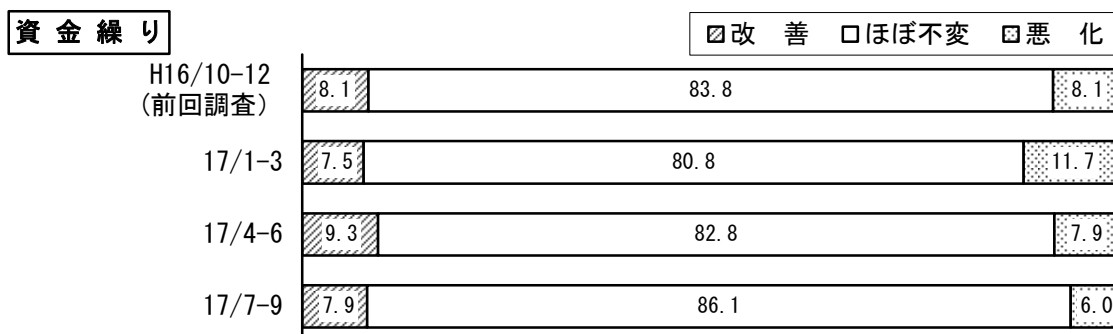
- 経常利益については、1～3月期、4～6月期は「減少」が「増加」を上回るが、7～9月期には「増加」が「減少」を上回り、好転に向かう見込み。大企業では各期を通じてBSIがプラスであるのに対し、中小企業ではいずれもマイナスとなっており、企業規模による格差が大きい。



○ 雇用判断については、現状・先行きとも8割前後が「ほぼ適正」としている。



○ 製・商品在庫については、1～3月期は2割近くの企業が「過剰」と回答しているが、先行き徐々に改善に向かう見通し。



○ 資金繰りについては、現状・先行きとも「ほぼ不変」との回答が8割台を占めている。企業規模別には、中小企業で依然資金繰りが厳しい状況にある。

### 3. 中国との取引について（表9～表12）

#### （1） 中国との取引の有無（表9）

##### <全 般>

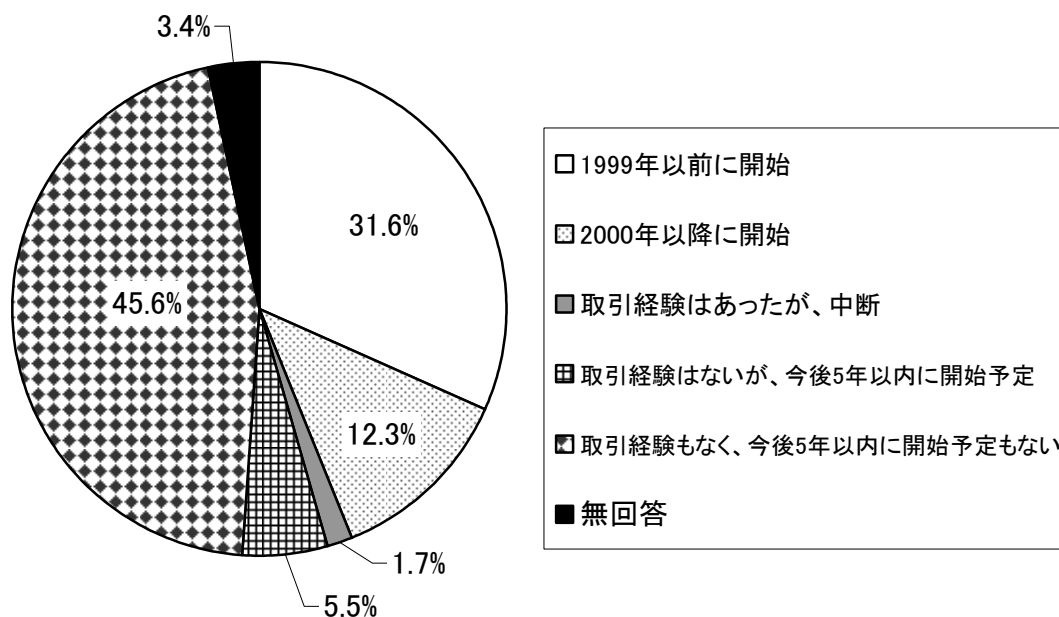
- 中国との取引について尋ねたところ、「1999年以前から取引がある」とする企業が31.6%、「2000年以後に取引を開始した」が12.3%で、あわせて4割強（43.9%）の企業から「取引がある」との回答を得た。これに、「取引経験はないが、今後5年以内に開始予定」（5.5%）を加えると、約5割（49.4%）に上る。

##### <規 模 別>

- これを企業規模別にみると、既に中国と取引している企業は、大企業では6割を超える（61.1%；「1999年以前に開始」48.8%、「2000年以降に開始」12.3%）のに対し、中小企業ではその半数程度（29.9%；「1999年以前に開始」17.6%、「2000年以降に開始」12.3%）にとどまっている。
- 一方、「取引経験もなく、今後5年以内に取引を開始する予定もない」企業は、大企業では3割強（32.2%）であるが、中小企業では5割台（56.3%）に上っている。

##### <業 種 別>

- 業種別にみると、既に中国と取引している企業は、製造業では6割強（63.1%；「1999年以前に開始」50.6%、「2000年以降に開始」12.5%）であるのに対し、非製造業では3割強（32.5%；「1999年以前に開始」20.3%、「2000年以降に取引開始」12.2%）と大きな差がみられる。
- さらに、大企業の製造業に絞ると、8割を超える企業（81.3%；「1999年以前に開始」73.8%、「2000年以降に開始」7.5%）が既に取引を行っており、「取引経験もなく、今後5年以内に取引を開始する予定もない」とする企業は、15.0%にとどまっている。



## (2) 中国と初めて取引を行ったときの内容（複数回答；表10）

### <全 般>

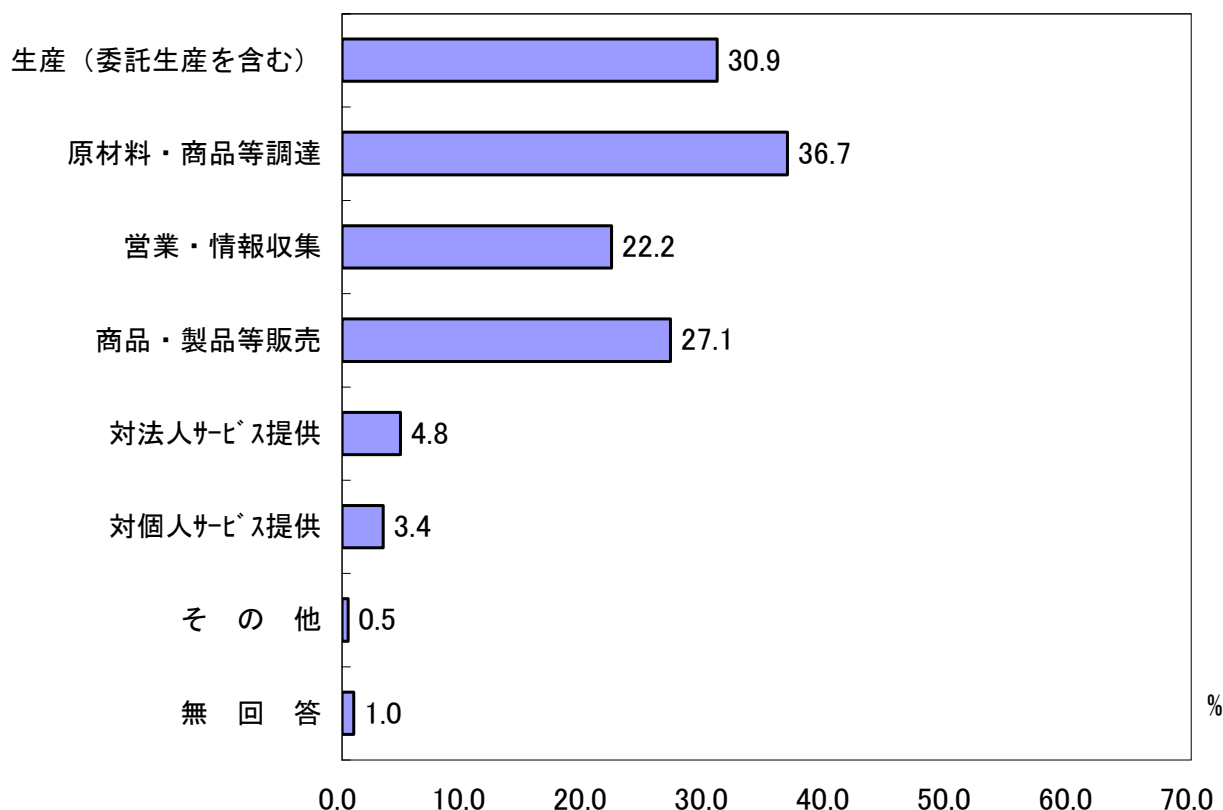
- 中国との取引経験がある企業に対して、初めて取引を行ったときの内容を尋ねたところ、「原材料・商品等調達」とする回答（36.7%）が最も多く、以下「生産（委託加工を含む）」（30.9%）、「商品・製品等販売」（27.1%）と続いている。

### <規 模 別>

- これを企業規模別にみると、「原材料・商品等調達」（大企業 32.6%、中小企業 43.6%）や「営業・情報収集（現地事務所等）」（大企業 27.1%、中小企業 14.1%）で、10ポイント以上の差がみられる。

### <業 種 別>

- 業種別には、製造業では「生産（委託加工を含む）」（40.5%）、「原材料・商品等調達」（37.8%）、「商品・製品等販売」（36.0%）が、また、非製造業では「原材料・商品等調達」（35.4%）が、いずれも3割以上の企業からあげられている。



### (3) 今後5年間における中国との取引の内容（複数回答；表11）

#### <全般>

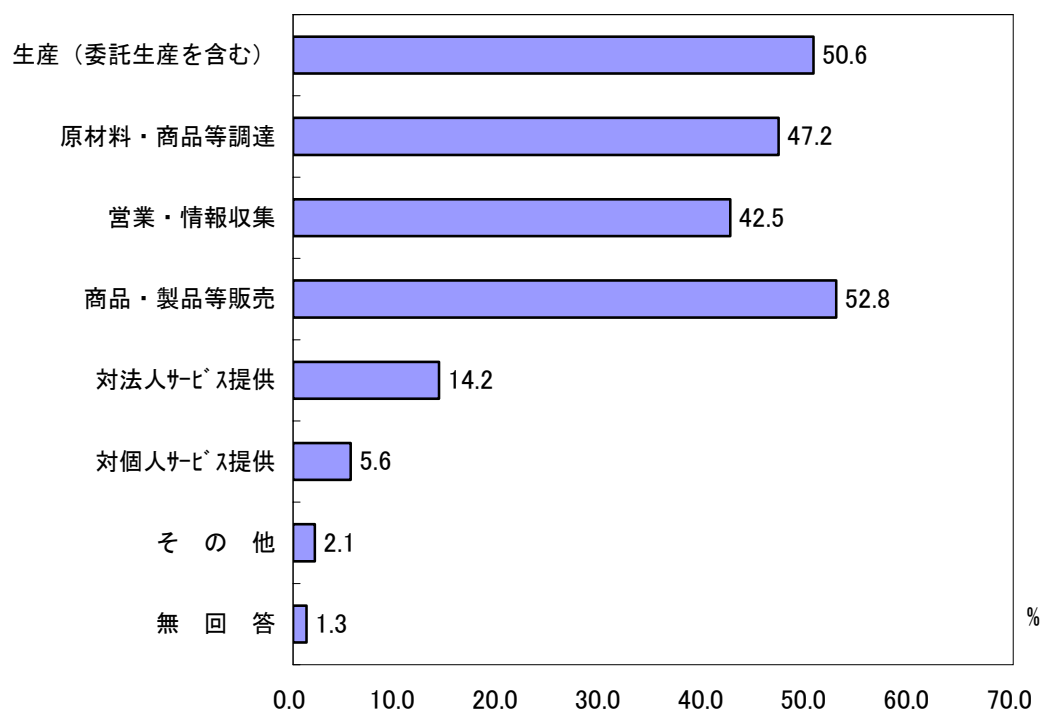
- 「現在」中国との取引を実施中、あるいは「今後5年以内」に取引開始予定とする企業に対し、その内容を尋ねたところ、「商品・製品等販売」（52.8%）をあげる企業が最も多く、「生産（委託加工を含む）」（50.6%）、「原材料・商品等調達」（47.2%）、「営業・情報収集（現地事務所等）」（42.5%）と続いている。
- これを、前問の「中国と初めて取引を行ったときの内容」と比較すると、「商品・製品等販売」が27.1%から52.8%へと大きく増加しており、今後の中国市場への期待をうかがわせる。

#### <規模別>

- 企業規模別にみると、大企業・中小企業とも「商品・製品等販売」（大企業58.0%、中小企業45.3%）とする回答が最も多かった。

#### <業種別>

- 業種別にみると、製造業では「生産（委託加工を含む）」（65.1%）や「商品・製品等販売」（62.7%）、非製造業では「営業・情報収集（現地事務所等）」（46.7%）や「商品・製品等販売」（41.1%）と答える企業が多かった。





#### (4) 今後5年間に中国と取引を行う狙い（複数回答；表12）

##### <全 般>

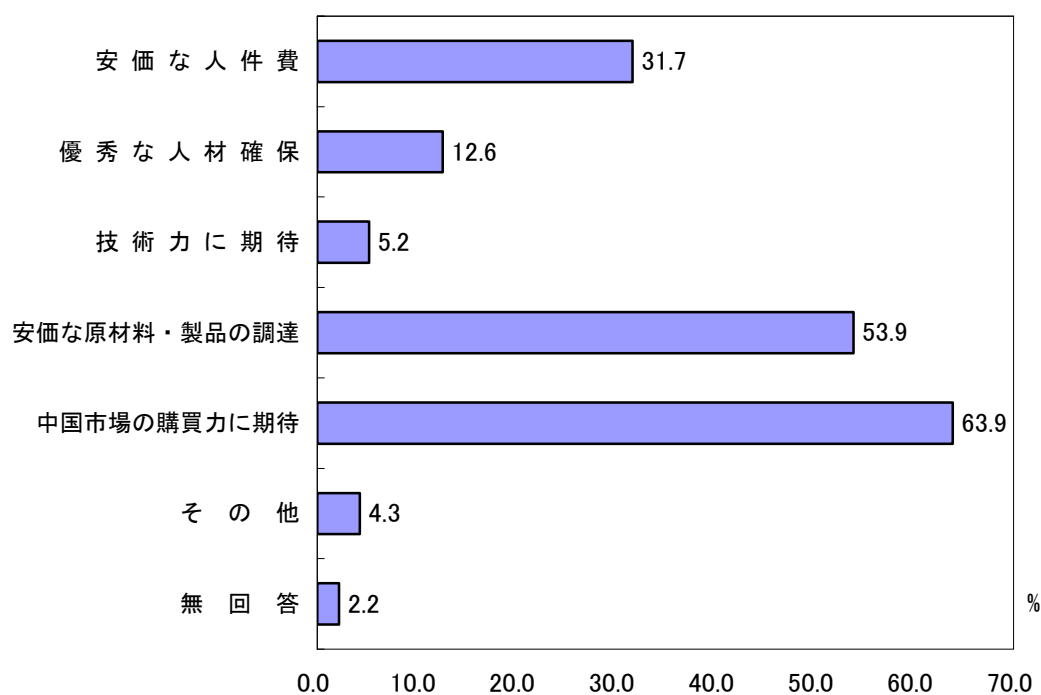
- 今後5年間に中国と取引を行う狙いについて尋ねたところ、「中国市場の購買力に期待」（63.9%）とする回答が6割を超え、最も多かった。次いで「安価な原材料・製品の調達」（53.9%）があげられ、「安価な人件費」（31.7%）は3割強にとどまっている。

##### <規 模 別>

- これを企業規模別にみると、大企業・中小企業とも「中国市場の購買力に期待」（大企業69.6%、中小企業55.4%）とする回答が最も多い。

##### <業 種 別>

- 業種別には、製造業・非製造業とも「中国市場の購買力に期待」（製造業62.9%、非製造業65.1%）をあげる企業が最も多く、次いで「安価な原材料・製品の調達」（製造業62.1%、非製造業44.3%）となっている。



以 上