



2020年9月10日

各 位

一般社団法人 中国経済連合会  
会 長 苅田 知英

## 「景気動向アンケート調査結果(2020年8月調査)」について

拝啓 時下ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。

当連合会の運営につきましては、平素から格別のご高配を賜わり厚くお礼申し上げます。

さて、当連合会では、会員を中心とした中国地域の企業を対象に、定期的にアンケート調査を実施し、中国地域の景気動向および見通しの把握に努めております。

今回、2020年8月に実施しました「景気動向アンケート調査結果」(2020年8月調査)がまとまりましたので、別紙の通り発表いたします。

敬 具

(お願い)

調査内容に関するご質問等がございましたら、下記までご連絡下さい。

### 【お問い合わせ先】

(一社) 中国経済連合会(担当：本末<sup>もとすえ</sup>・平岡)

〒730-0041 広島市中区小町4-33

中国電力ビル3号館

T E L (082) 548-8520

F A X (082) 245-8305

以 上

## 中国地方景気動向アンケート調査結果 (2020年8月調査)

当連合会では、このほど中国地方の最近の景気動向を把握するため、会員企業等に対しアンケート調査を実施した。

### 【調査要領】

- ・調査時期：2020年8月6日～8月26日（毎年5、8、11、2月を目途に調査予定）
- ・調査対象：会員602社 非会員118社 計720社
- ・回答社数：264社（回答率36.7%）
- ・回答企業内訳：製造業79社、非製造業185社

### 【結果概要】

#### I. 景気動向について ～景況感は底這い状態，先行き底打ちの兆し～

- ・中国地域の景況感は、コロナ感染が続くなかで、内外需の低迷により、製造業を中心に前回調査から更に悪化するなど、底這い状態にある（景況感DI ▲76.1（前回比▲1.6））。
- ・先行き（2～3ヵ月先）については、依然として内外需の動向が懸念されるものの、製造業・非製造業ともに改善の見通しとなっており、底打ちの兆しがみられる（同▲71.6（現状比+4.5））。

#### II. 業績見通しについて ～7割が減収・減益を見込む～

- ・企業業績について、売上面で製造業が7割強、非製造業も7割弱が減収を見込んでいる。また、利益面でも製造業が7割強、非製造業も7割弱が減益を見込んでおり、製造業・非製造業ともに厳しい業績見通しとなっている。
- ・とくに、製造業で「自動車関連」「一般機械」「電気機械」、非製造業では「卸・小売」「運輸・倉庫」などが減収・減益を見込む割合が高く、厳しい状況にある。

#### III. 雇用状況について ～非製造業では不足感，製造業では過剰感～

- ・雇用状況は、非製造業では依然として不足感が強いものの、製造業では過剰感が出てきており、全体として緩和に向かいつつある。
- ・人手不足への対応として、「時間外労働での対応」が減少する一方で、「正規雇用の増加」や「派遣・パート社員の活用」などが増加しており、人手不足の先では雇用が緩和するなかで、人手確保に向けた取組を進める企業が増えていることが窺える。
- ・一方、人手過剰とした先では、「雇用調整助成金の活用」「非正規雇用の抑制・削減」「正規雇用の抑制」などで対応している。

#### IV. 設備投資について ～設備投資は縮小の傾向～

- ・2020年度の設備投資について、7割強が投資するとしており、昨年度実績に比べて減少するとともに、投資額も昨年度より「減らす」が「増やす」を上回るなど、投資の縮小が懸念される。とくに製造業では5割が昨年度実績より減らすとしており慎重な姿勢が窺える。

- ・主な投資目的は「維持・補修」「合理化・省力化」など。ただし、製造業では投資額を減らすなかで、「新製品・製品高度化」や「研究・開発」など前向きな投資もみられる。
- ・情報化にかかわる投資についてみると、増加が4割強、減少が1割強と、増加が減少を大幅に上回っており、非製造業を中心に情報化への積極的な投資姿勢が窺える。とくに、「卸・小売」「運輸・倉庫」「情報通信」などでは過半が増加するとしている。

## **【特別調査】**

### **1. 新型コロナウイルス感染拡大による影響について**

#### **(1) 自社事業への影響**

- ・コロナにより8割で悪影響が出ており、「今後、悪影響が出る」も含めるとほぼ全ての先で悪影響が出るとしている。とくに製造業では「自動車関連」「一般機械」を中心に6割強で大きく悪影響が出ており、前回調査に比べて悪影響の度合いが強まっている。
- ・主な影響として、8割強の先が「売上・受注の減少」を挙げており、そのうち半数近くが前年同期より「20%以上」の減少を見込むなど、大半の先で需要減少に直面している。
- ・また、「売上・受注」がコロナ前の水準に戻るのには、6割弱（前回調査：3割弱）が2021年度下期以降としており、前回調査から回復時期がずれ込んでいる。

#### **(2) 新型コロナに対する取組等について**

- ・コロナへの事業面での対応として「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」「Eコマース等を活用した販売(営業)の見直し」「新規顧客の開拓」「手元資金の積み増し」などに取り組んでいる。
- ・とくに、非製造業では「情報通信」「小売」「建設」「運輸・倉庫」などを中心に、5割が「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」に取り組んでおり、コロナを機に非製造業でもデジタル化への対応が重要となってきたことが窺える。

#### **(3) 新型コロナ関連の支援策について活用(した)している支援策について**

- ・新型コロナ関連の支援策について活用(した)している支援策は、「雇用調整助成金」「持続化給付金」「各種金融機関による資金繰り支援」など。
- ・「雇用調整助成金」については、製造業で8割弱、非製造業でも「運輸・倉庫」「卸・小売」を中心に6割弱が活用(した)している。
- ・また、今後維持・拡充してもらいたい支援策として、前述の支援策に加えて、3割が「サプライチェーン対策支援のための国内投資促進支援」を挙げており、今後、拡充していくことが求められている。

### **2. 在宅勤務について**

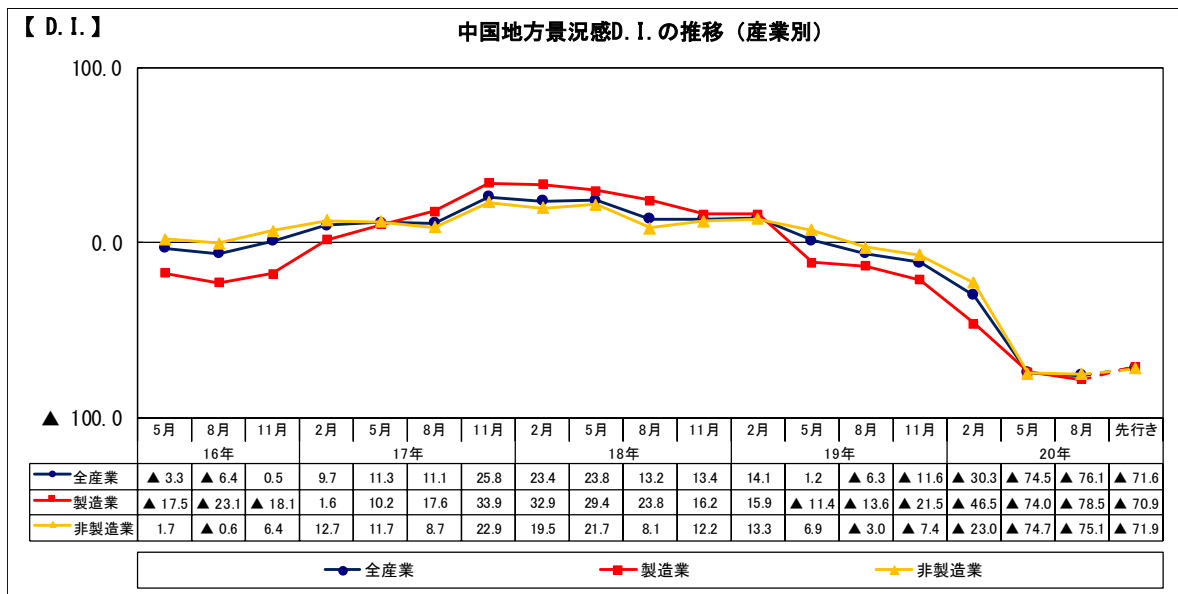
- ・在宅勤務導入済企業は6割弱（検討中を含めると7割弱が導入見込み）。5月調査（導入済企業6割強）から導入企業割合は頭打ちとなっている。
- ・実際の在宅勤務活用人員割合は、「～20%」の企業が6割強で、5月調査に比し1割強増加している。一方、「60%超～」が1割弱となっており、在宅勤務を導入済であっても、その活用が一部に止まっている企業が多い。
- ・在宅勤務の導入による効果として、「感染リスクの低減(9割強)」に加え、「働き方改革の促進(6割強)」「業務見直しの契機(5割強)」が挙げられており、過半の企業が、在宅勤務の取組みを、働き方改革や業務の見直しに繋げていることが窺える。
- ・在宅勤務の拡大・定着を図る上での課題及び在宅勤務の導入を予定していない(又は断念した)理由として、「在宅勤務の適用が困難な業務内容・業務形態」の他、在宅勤務に係る環境整備面の課題（「セキュリティ対策・情報漏洩リスク対策」, 「ICT・デジタル機器等に係る投資負担」）や、現行法令・規制・慣行面の課題（「各種規制や慣行(書面・捺印等)の存在」, 「現行労働関連法令等に基づく在宅勤務管理の困難さ」, 「成果主義・ジョブ型雇用への転換」）が挙げられている。

## I. 景気動向について

- 中国地域の景況感は、コロナ感染が続くなかで、内外需の低迷により、製造業を中心に前回調査から更に悪化するなど、底這い状態にある。
- 先行き（2～3ヵ月先）については、依然として内外需の動向が懸念されるものの、製造業・非製造業ともに改善する見通しとなっており、底打ちの兆しがみられる。

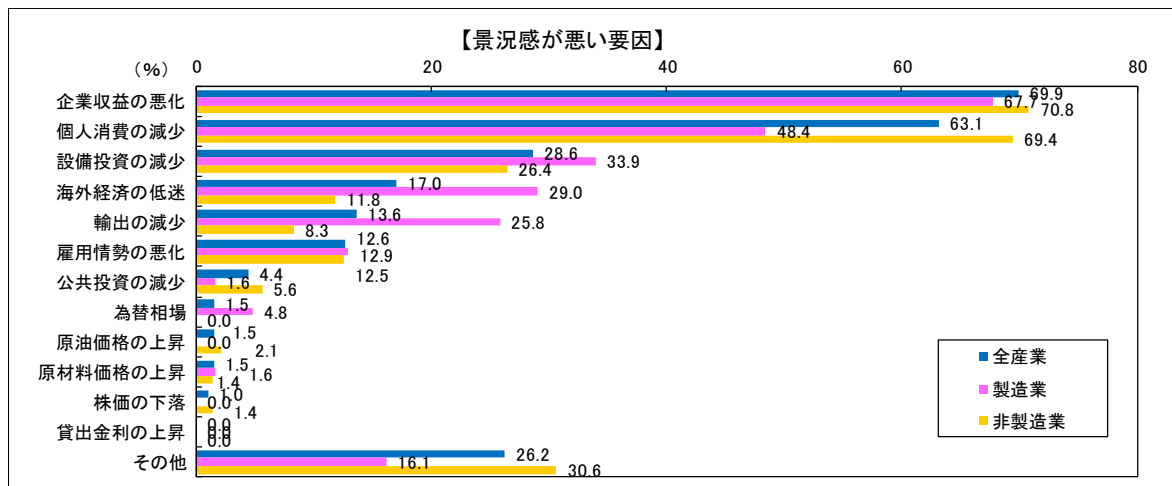
### 1. 現在（2020年8月）の景況感

- 景況感D I（「大変良い+良い」割合－「悪い+大変悪い」割合）は、▲76.1（前回比▲1.6）と前回調査からマイナス幅が僅かながら拡大した。製造業/非製造業別にみても、製造業は▲78.5（同▲4.5）、非製造業も▲75.1（同▲0.4）と、ともにマイナス幅が拡大した。
- 先行き（2～3ヵ月先）の景況感D Iは▲71.6（現状比+4.5）と改善する見通しとなっている。製造業/非製造業別にみても、製造業は▲70.9（同+7.6）、非製造業も▲71.9（同+3.2）と、ともに改善する見通しとなっている。



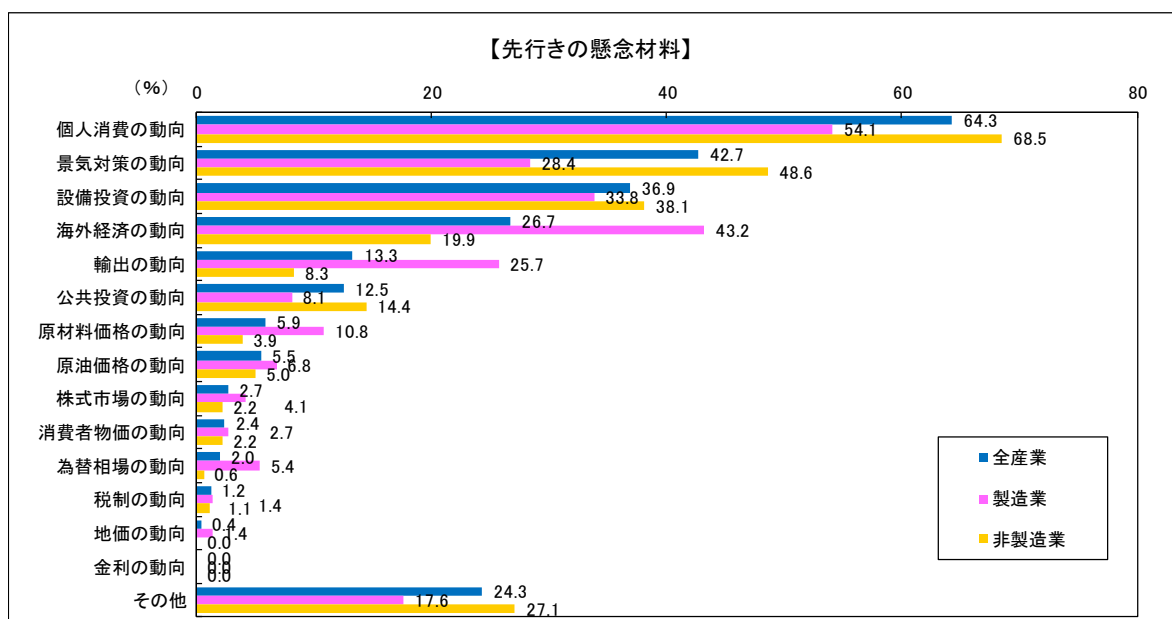
## 2. 景況感が悪いとしている要因（景況感が悪いとした回答先について）

- ・景況感が悪いと回答した先の主な要因は「企業収益の悪化（69.9%）」が最も多く、次いで「個人消費の減少（63.1%）」、「設備投資の減少（28.6%）」、「海外経済の低迷（17.0%）」となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業・非製造業ともに「企業収益の悪化」（製造業：67.7%、非製造業：70.8%）が最も多く、次いで「個人消費の減少」（製造業：48.4%、非製造業：69.4%）、「設備投資の減少」（製造業：33.9%、非製造業：26.4%）となっているほか、製造業では「海外経済の低迷（29.0%）」、「輸出の減少（25.8%）」も高い割合となっている。



## 3. 先行き（2～3ヵ月先）の懸念材料

- ・先行きの懸念材料は「個人消費の動向（64.3%）」が最も多く、次いで「景気対策の動向（42.7%）」、「設備投資の動向（36.9%）」、「海外経済の動向（26.7%）」となっている。
- ・コロナ感染拡大の影響が出てきた2月調査と比べると、「個人消費の動向（2月調査比+12.7）」、「景気対策の動向（同+20.3）」、「設備投資の動向（同+7.7）」の割合が上昇する一方で、「海外経済の動向（同▲29.0）」が低下している。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業・非製造業ともに「個人消費の動向」が最も多いほか、製造業・非製造業で順位は異なるものの、「景気対策の動向」、「設備投資の動向」、「海外経済の動向」が上位を占めている。



■先行きの懸念材料(全産業)

2019年11月調査			2020年2月調査			2020年5月調査			2020年8月調査		
順位	選択肢	%	順位	選択肢	%	順位	選択肢	%	順位	選択肢	%
1	個人消費の動向	48.3	1	海外経済の動向	55.7	1	個人消費の動向	58.5	1	個人消費の動向	64.3
2	海外経済の動向	45.3	2	個人消費の動向	51.6	2	景気対策の動向	42.3	2	景気対策の動向	42.7
3	設備投資の動向	33.5	3	設備投資の動向	29.2	3	設備投資の動向	35.7	3	設備投資の動向	36.9
4	景気対策の動向	22.2	4	景気対策の動向	22.4	4	海外経済の動向	29.0	4	海外経済の動向	26.7
5	原材料価格の動向	20.7	5	輸出の動向	18.3	5	輸出の動向	14.9	5	輸出の動向	13.3

■先行きの懸念材料(製造業)

2019年11月調査			2020年2月調査			2020年5月調査			2020年8月調査		
順位	選択肢	%	順位	選択肢	%	順位	選択肢	%	順位	選択肢	%
1	海外経済の動向	61.0	1	海外経済の動向	69.7	1	個人消費の動向	58.6	1	個人消費の動向	54.1
2	原材料価格の動向	39.0	2	個人消費の動向	39.4	2	海外経済の動向	35.7	2	海外経済の動向	43.2
3	設備投資の動向	30.5	3	輸出の動向	36.4	3	景気対策の動向	34.3	3	設備投資の動向	33.8
4	輸出の動向	27.1	4	原材料価格の動向	25.8	4	設備投資の動向	31.4	4	景気対策の動向	28.4
5	個人消費の動向	22.0	5	設備投資の動向	22.7	5	輸出の動向	27.1	5	輸出の動向	25.7

■先行きの懸念材料(非製造業)

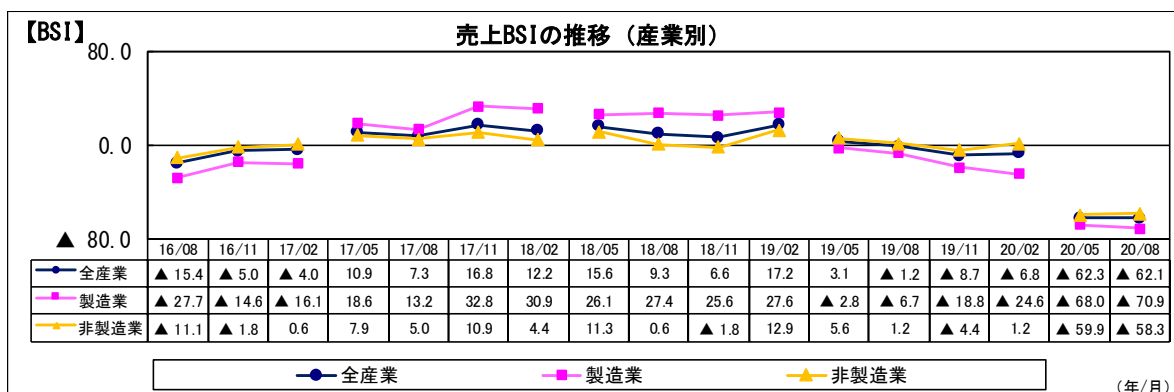
2019年11月調査			2020年2月調査			2020年5月調査			2020年8月調査		
順位	選択肢	%	順位	選択肢	%	順位	選択肢	%	順位	選択肢	%
1	個人消費の動向	59.0	1	個人消費の動向	56.9	1	個人消費の動向	58.5	1	個人消費の動向	68.5
2	海外経済の動向	38.9	2	海外経済の動向	49.7	2	景気対策の動向	45.6	2	景気対策の動向	48.6
3	設備投資の動向	34.7	3	設備投資の動向	32.0	3	設備投資の動向	37.4	3	設備投資の動向	38.1
4	景気対策の動向	25.7	4	景気対策の動向	26.1	4	海外経済の動向	26.3	4	海外経済の動向	19.9
5	公共投資の動向	18.8	5	公共投資の動向	18.3	5	公共投資の動向	14.0	5	公共投資の動向	14.4

## II. 業績見通しについて

- ・企業業績について、売上面で製造業が7割強、非製造業も7割弱が減収を見込んでいる。また、利益面でも製造業が7割強、非製造業も7割弱が減益を見込んでおり、製造業・非製造業ともに厳しい業績見通しとなっている。
- ・とくに、製造業で「自動車関連」「一般機械」「電気機械」、非製造業では「卸・小売」「運輸・倉庫」などが減収・減益を見込む割合が高く、厳しい状況にある。

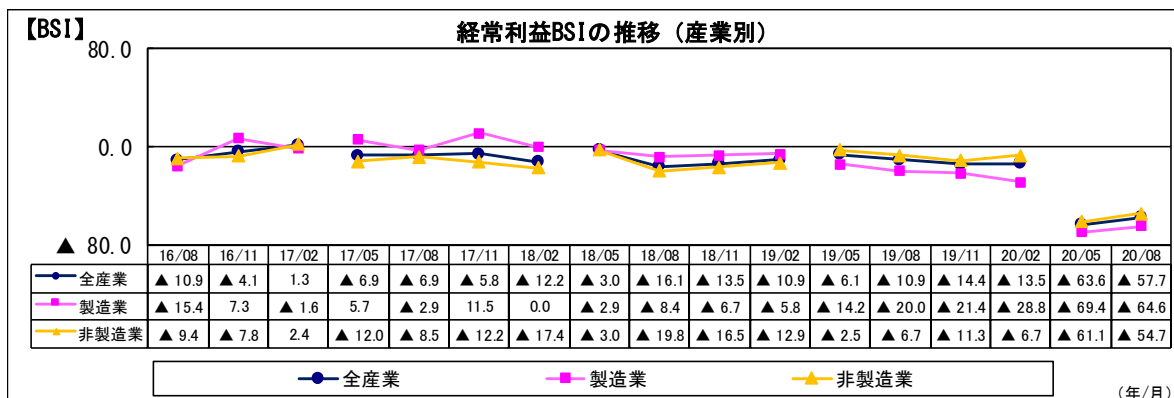
### 1. 2020年度の売上見通しについて

- ・2020年度の売上見通しについて、「増加」が6.6%、「横這い」が24.7%、「減少」が68.7%となっており、売上判断BSI（「増加」割合－「減少」割合）は▲62.1と減収を見込む先が多くなっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業は「増加」が1.3%、「横這い」が26.6%、「減少」が72.2%で、売上判断BSIは▲70.9となっている。一方、非製造業は「増加」が8.9%、「横這い」が23.9%、「減少」が67.2%で、売上判断BSIは▲58.3と、ともに減収を見込む先が多くなっている。
- ・とくに、製造業で「自動車関連(100.0%)」、「一般機械(85.7%)」、「電気機械(77.8%)」、非製造業では「小売(99.3%)」、「電気・ガス(87.5%)」、「卸売(85.0%)」、「運輸・倉庫(75.0%)」が減収の割合が高い。



### 2. 2020年度の利益見通しについて

- ・2020年度の利益見通しについて、「増加」が9.2%、「横這い」が23.8%、「減少」が66.9%となっており、利益判断BSI（「増加」割合－「減少」割合）は▲57.7と減益を見込む先が多くなっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業は「増加」が6.3%、「横這い」が22.8%、「減少」が70.9%で、利益判断BSIは▲64.6となっている。一方、非製造業は「増加」が10.5%、「横這い」が24.3%、「減少」が65.2%で、利益判断BSIは▲54.7と、ともに減益を見込む先が多くなっている。
- ・とくに、製造業で「自動車関連(100.0%)」、「一般機械(85.7%)」、「電気機械(77.8%)」、非製造業では「小売(99.3%)」、「運輸・倉庫(83.3%)」、「卸売(70.0%)」が減益の割合が高い。

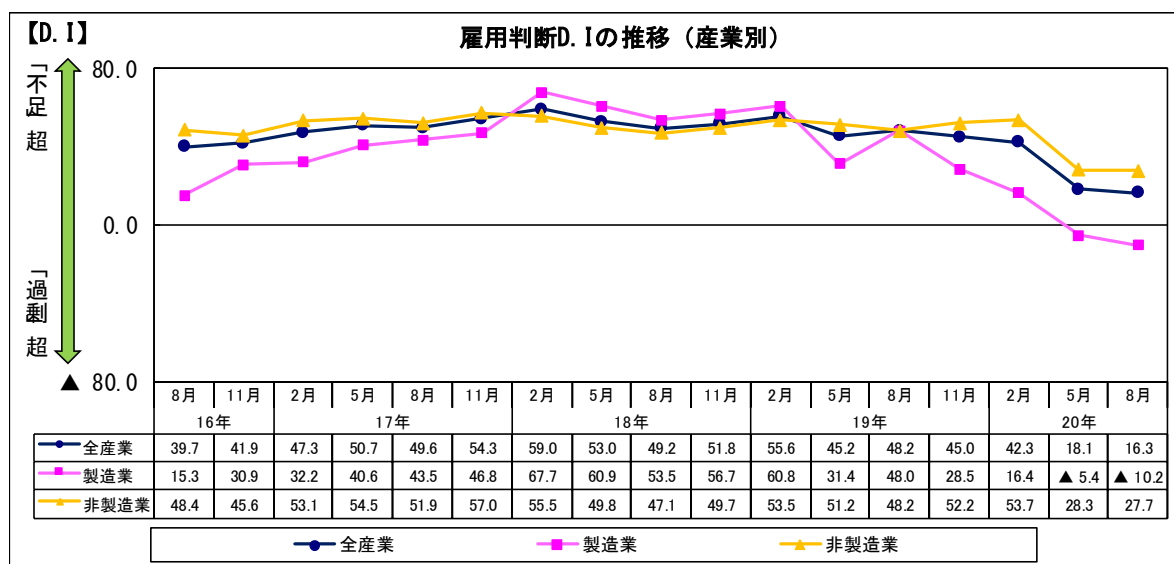


### Ⅲ. 雇用状況について

- 雇用状況は、非製造業では依然として不足感が強いものの、製造業では過剰感が出てきており、全体として緩和に向かいつつある。
- 人手不足への対応として、「時間外労働での対応」が減少する一方で、「正規雇用の増加」や「派遣・パート社員の活用」などが増加しており、人手不足の先では雇用が緩和するなかで、人手確保に向けた取組を進める企業が増えていることが窺える。
- 一方、人手過剰とした先では、「雇用調整助成金の活用」「非正規雇用の抑制・削減」「正規雇用の抑制」などで対応している。

#### 1. 現在の雇用状況について

- 雇用判断D I（「不足+やや不足」割合－「過剰+やや過剰」割合）は、16.3（前回比▲1.8）と前回調査に比べてプラス幅がやや縮小したものの、依然として非製造業を中心に不足感の強い状態が続いている。
- 製造業/非製造業別にみると、製造業は▲10.2（同▲4.8）と前回調査に比べてマイナス幅が拡大し過剰感が高まる一方で、非製造業では27.7（同▲0.6）と依然として不足感の強い状態が続いている。

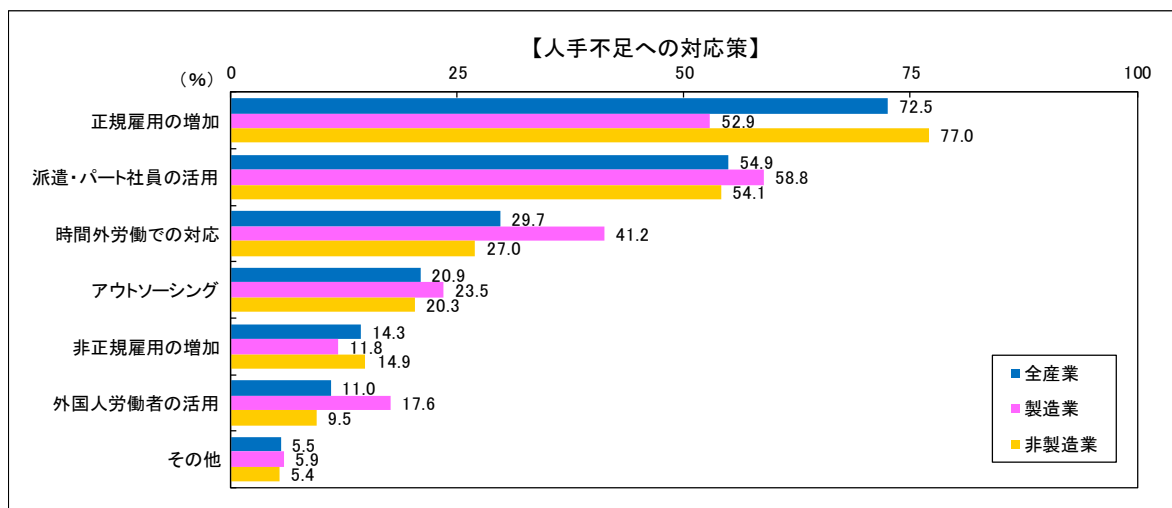




## 2. 人手不足・過剰への対応について

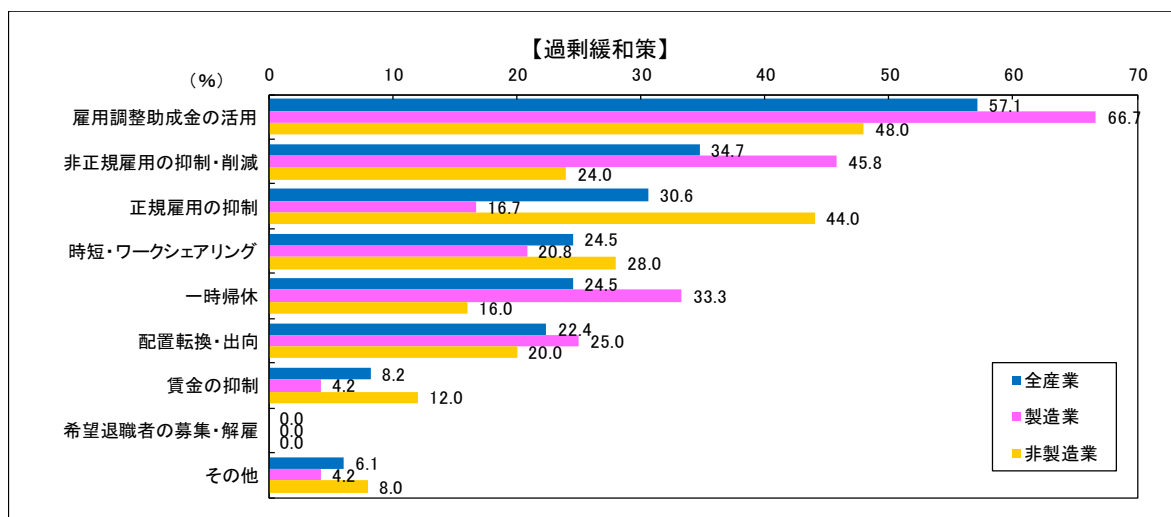
### (1) 人手不足への対応

- ・「人手が不足している」（「不足」または「やや不足」）と回答した先は35.3%（前回比▲0.7），製造業/非製造業別にみると，製造業で21.5%（前回比▲4.2），非製造業は41.3%（同+0.8）となっている。
- ・不足への対応として，「正規雇用の増加」が72.5%（前回比+5.9）と最も多く，次いで「派遣・パート社員の活用（54.9%）」（同+17.4），「時間外労働での対応（29.7%）」（同▲8.9）となっている。



### (2) 過剰緩和策について

- ・「人手が過剰となっている」（「過剰」または「やや過剰」）と回答した先は19.0%（前回比+1.1），製造業/非製造業別にみると，製造業で31.7%（前回比+0.6），非製造業は13.6%（同+1.4）となっている。
- ・過剰緩和策として，「雇用調整助成金の活用（57.1%）」（前回比+9.5）が最も多く，次いで「非正規雇用の抑制・削減（34.7%）」（前回比▲12.9），「正規雇用の抑制（30.6%）」（前回比▲7.5）となっている。



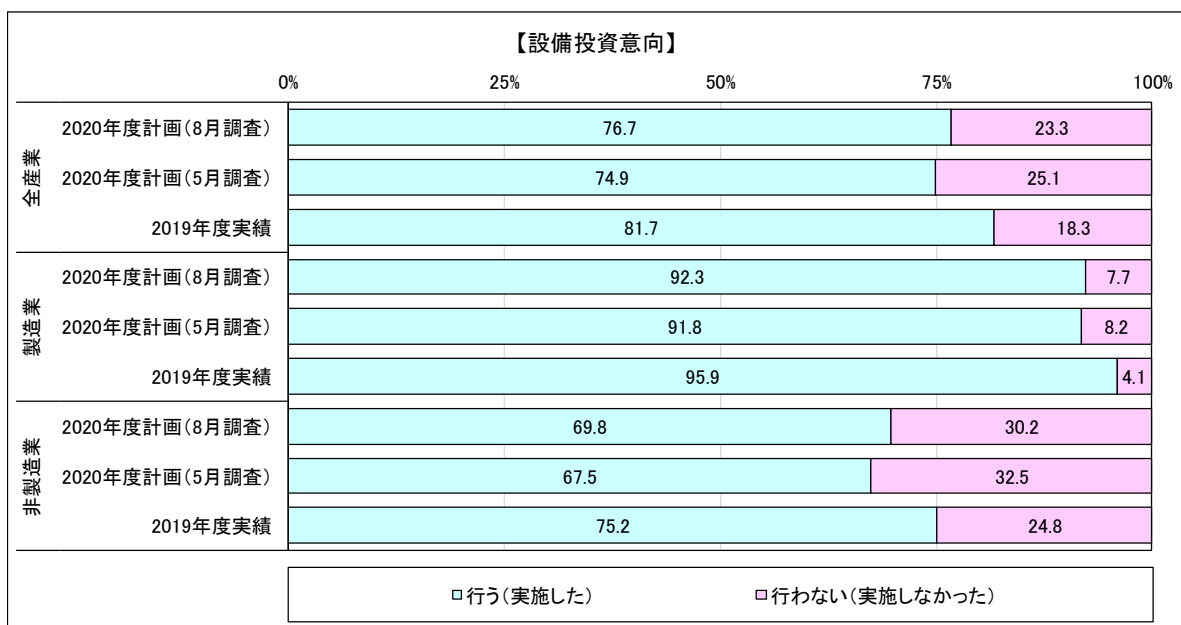
## IV. 設備投資について

- 2020年度の設備投資について、7割強が投資するとしており、昨年度実績に比べて減少するとともに、投資額も昨年度より「減らす」が「増やす」を上回るなど、投資の縮小が懸念される。とくに製造業では5割が昨年度実績より減らすとしており慎重な姿勢が窺える。
- 主な投資目的は「維持・補修」「合理化・省力化」など。ただし、製造業では投資額を減らすなかで、「新製品・製品高度化」や「研究・開発」など前向きな投資もみられる。
- 情報化にかかわる投資についてみると、増加が4割強、減少が1割強と、増加が減少を大幅に上回っており、非製造業を中心に情報化への積極的な投資姿勢が窺える。とくに、「卸・小売」「運輸・倉庫」「情報通信」などでは過半が増加するとしている。

### 1. 設備投資について

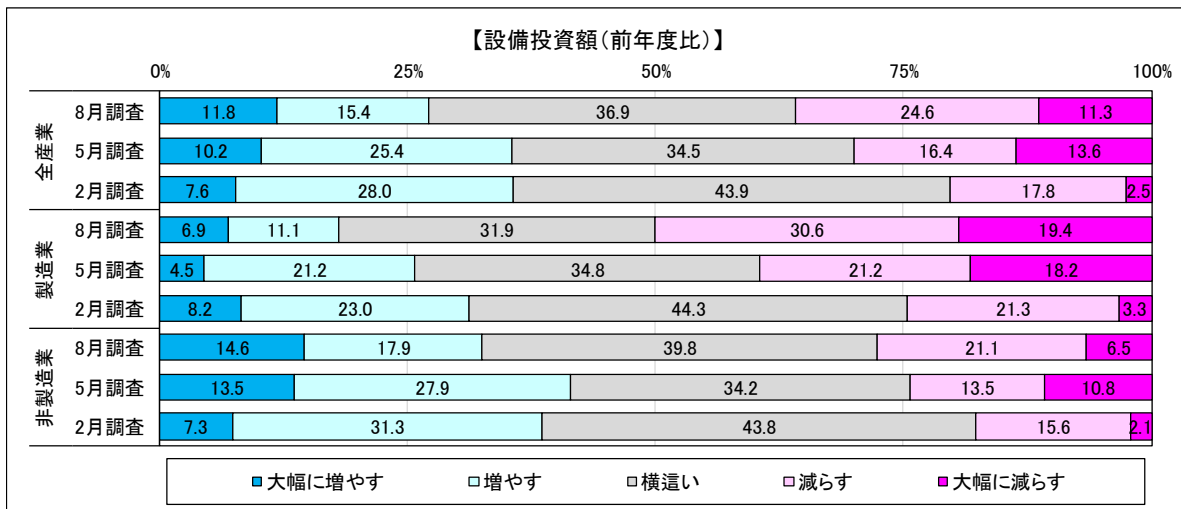
#### (1) 設備投資の有無について

- 本年度（2020年度）の設備投資について、「行う」が76.7%（昨年度実績比▲5.0）となっている。
- 製造業/非製造業別にみると、製造業で「行う」が92.3%（同▲3.6）、非製造業では69.8%（同▲5.4）となっている。



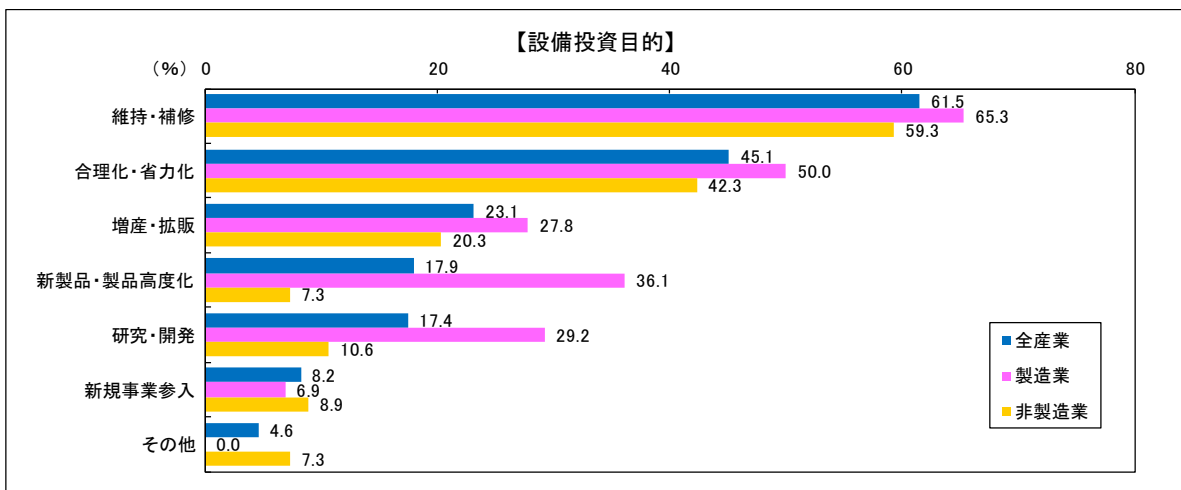
(2) 投資額の増減について ※「増やす」：「大幅に増やす」+「増やす」, 「減らす」：「大幅に減らす」+「減らす」

- ・上記1で, 「行う」と回答した先に, 昨年度と比べた金額について聞いたところ, 「増やす」が27.2% (前回比▲8.4), 「横這い」が36.9% (同+2.4), 「減らす」が35.9% (同+5.9)となっており, 前回調査と比べて「増やす」が減少する一方で, 「減らす」が増加し, 「減らす」が「増やす」を上回っている。
- ・製造業/非製造業別にみると, 製造業では「増やす」が18.0% (前回比▲7.7), 「横這い」が31.9% (同▲2.9), 「減らす」が50.0% (同+10.6)となっている。一方, 非製造業は「増やす」が32.5% (前回比▲8.9), 「横這い」が39.8% (同+5.6), 「減らす」が27.6% (同+3.3)となっている。



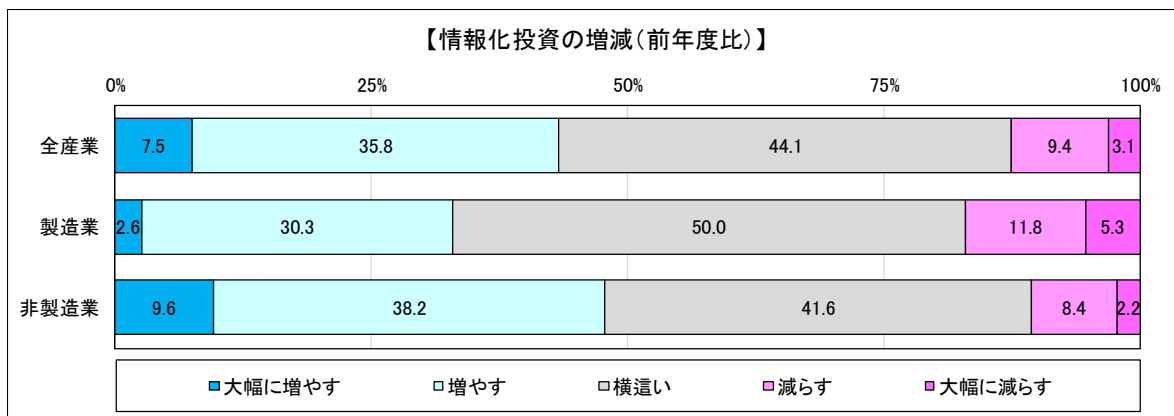
(3) 投資目的について

- ・投資の目的について聞いたところ「維持・補修」が61.5%(前回比▲6.3)と最も多く, 次いで「合理化・省力化(45.1%)」(同+2.7), 「増産・拡販(23.1%)」(同+5.6), 「新製品・製品高度化(17.9%)」(同▲0.2), 「研究・開発(17.4%)」(同+2.1)となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると, 製造業は「維持・補修」が65.3%(前回比▲4.4)と最も多く, 次いで「合理化・省力化(50.0%)」(同+3.0), 「新製品・製品高度化(36.1%)」(同+8.8), 「研究・開発(29.2%)」(同+5.0), 「増産・拡販(27.8%)」(同+6.6)となっている。一方, 非製造業は「維持・補修」が59.3%(同▲7.4)と最も多く, 次いで「合理化・省力化(42.3%)」(同+2.7), 「増産・拡販(20.3%)」(同+5.0)となっている。



## 2. 情報化にかかわる投資について

- ・本年度（2020年度）の情報化投資（コンピュータおよび周辺機器，通信ネットワーク構築，ソフトウェア開発費等）について，昨年度に比べて「増やす」が43.3%，「昨年度並み」が44.1%，「減らす」が12.5%となっており，「増やす」が「減らす」を大幅に上回っている。
- ・製造業/非製造業別にみると，製造業では「増やす」が32.9%，「昨年度並み」が50.0%，「減らす」が17.1%となっている。一方，非製造業は「増やす」が47.8%，「昨年度並み」が41.6%，「減らす」が10.6%となっており，とくに「情報通信(71.4%)」，「卸売(70.0%)」，「運輸・倉庫(58.3%)」，「小売(53.3%)」では過半が「増やす」としている。



## V. 新型コロナウイルス感染拡大による影響について

### 1. 自社事業への影響

- ・コロナにより8割で悪影響が出ており、「今後、悪影響が出る」も含めるとほぼ全ての先で悪影響が出るとしている。とくに製造業では「自動車関連」「一般機械」を中心に6割強で大きく悪影響が出ており、前回調査に比べて悪影響の度合いが強まっている。
- ・主な影響として、8割強の先が「売上・受注の減少」を挙げており、そのうち半数近くが前年同期より「20%以上」の減少を見込むなど、大半の先で需要減少に直面している。
- ・また、「売上・受注」がコロナ前の水準に戻るのには、6割弱（前回調査：3割弱）が2021年度下期以降としており、前回調査から回復時期がずれ込んでいる。

### 2. 新型コロナに対する取組等について

- ・コロナへの事業面での対応として「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」「Eコマース等を活用した販売(営業)の見直し」「新規顧客の開拓」「手元資金の積み増し」などに取り組んでいる。
- ・とくに、非製造業では「情報通信」「小売」「建設」「運輸・倉庫」などを中心に、5割が「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」に取り組んでおり、コロナを機に非製造業でもデジタル化への対応が重要となってきたことが窺える。

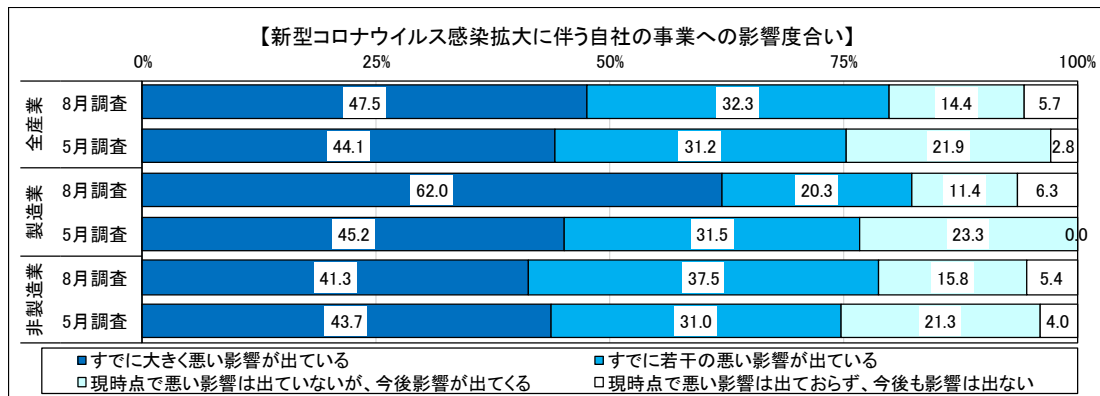
### 3. 新型コロナ関連の支援策について活用(した)している支援策について

- ・新型コロナ関連の支援策について活用(した)している支援策は、「雇用調整助成金」「持続化給付金」「各種金融機関による資金繰り支援」など。
- ・「雇用調整助成金」については、製造業で8割弱、非製造業でも「運輸・倉庫」「卸・小売」を中心に6割弱が活用(した)している。
- ・また、今後維持・拡充してもらいたい支援策として、前述の支援策に加えて、3割が「サプライチェーン対策支援のための国内投資促進支援」を挙げており、今後、拡充していくことが求められている。

### 1. 自社への影響や対応について

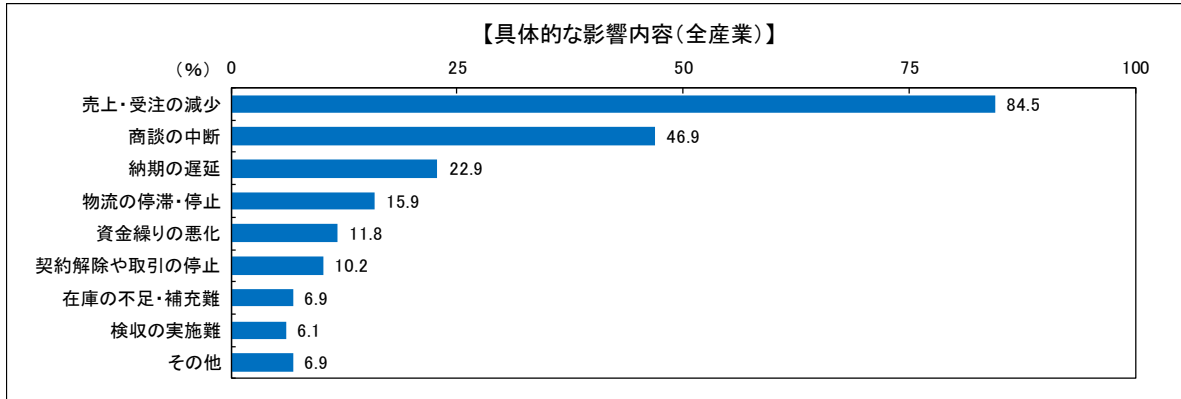
(1) 事業への影響度合について ※「悪影響が出ている」：「大きく悪影響が出ている」+「若干の悪影響が出ている」

- ・新型コロナウイルス感染拡大の事業への影響について、すでに「悪影響が出ている」が79.8%（前回比+4.5）となっており、「今後、影響が出る（14.4%）」（同▲7.5）を合わせると94.2%（同▲3.0）が悪影響が出るとしている。
- ・とくに製造業では「大きく悪影響が出ている」が62.0%（前回比+16.8）と前回調査より大幅に増加しており、「自動車関連（100.0%）」（同±0.0）、「一般機械（78.6%）」（同+15.0）、「電気機械（55.6%）」（同+27.0）、「鉄鋼・非鉄金属（55.6%）」（同+25.6）などを中心に影響度合いが強まっている。



## (2) 具体的な影響等について

- ・「悪影響が出ている」または「今後影響が出る」と回答した先へ具体的な影響を聞いたところ、「売上・受注の減少」が84.5%（前回比+7.9）と最も多く、次いで「商談の中断（46.9%）」（同▲5.9）、「納期の遅延（22.9%）」（同▲7.3）、「物流の停滞・停止（15.9%）」（同▲6.7）、「資金繰りの悪化（11.8%）」（同▲1.4）となっている。
- ・とくに、「売上・受注の減少」については、製造業で91.8%、非製造業でも81.4%と、大半の先で影響が出ていることが窺える。



■具体的な影響内容(全産業)

順位	選択肢	5月調査	8月調査
1	売上・受注の減少	76.6	84.5
2	商談の中断	52.8	46.9
3	納期の遅延	30.2	22.9
3	物流の停滞・停止	22.6	15.9
5	資金繰りの悪化	13.2	11.8
6	契約解除や取引の停止	9.8	10.2
7	在庫の不足・補充難	10.2	6.9
8	検収の実施難	10.2	6.1
9	その他	7.2	6.9

■具体的な影響内容(製造業)

順位	選択肢	5月調査	8月調査
1	売上・受注の減少	80.8	91.8
2	商談の中断	58.9	46.6
3	納期の遅延	41.1	27.4
3	検収の実施難	16.4	15.1
5	物流の停滞・停止	27.4	15.1
6	資金繰りの悪化	16.4	13.7
7	契約解除や取引の停止	5.5	5.5
8	在庫の不足・補充難	13.7	5.5
9	その他	0.0	1.4

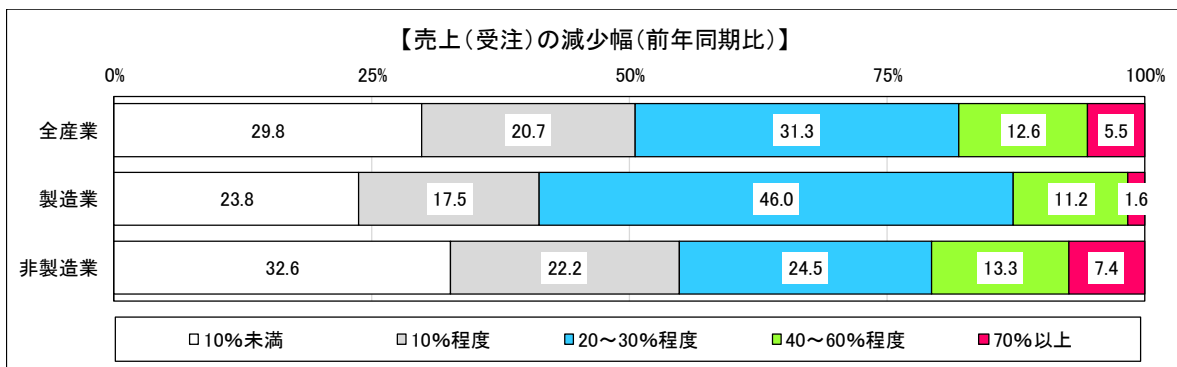
■具体的な影響内容(非製造業)

順位	選択肢	5月調査	8月調査
1	売上・受注の減少	74.7	81.4
2	商談の中断	50.0	47.1
3	納期の遅延	25.3	20.9
3	物流の停滞・停止	20.4	16.3
5	契約解除や取引の停止	11.7	12.2
6	資金繰りの悪化	11.7	11.0
7	在庫の不足・補充難	8.6	7.6
8	検収の実施難	7.4	2.3
9	その他	10.5	9.3

## (3) 売上（受注）の減少動向について

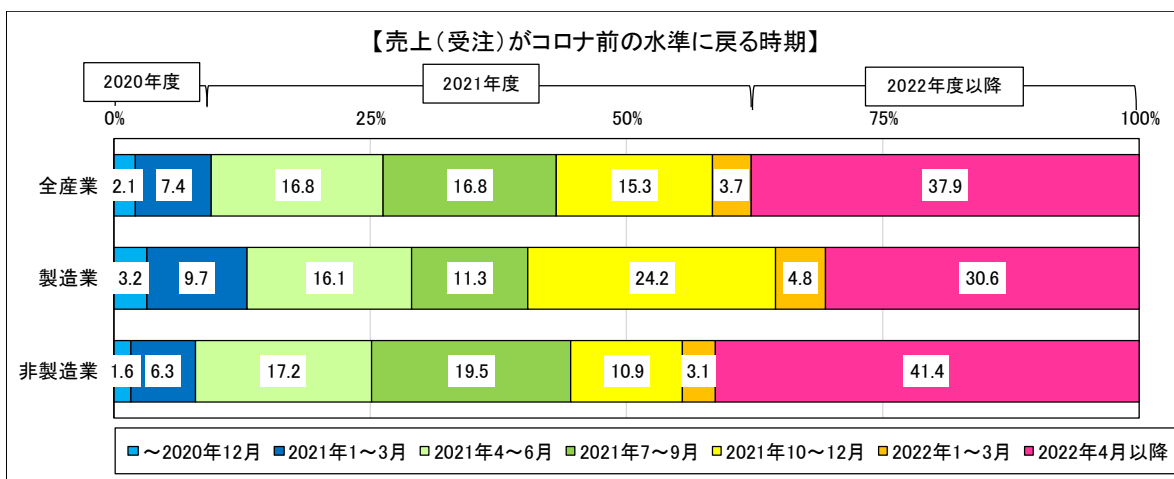
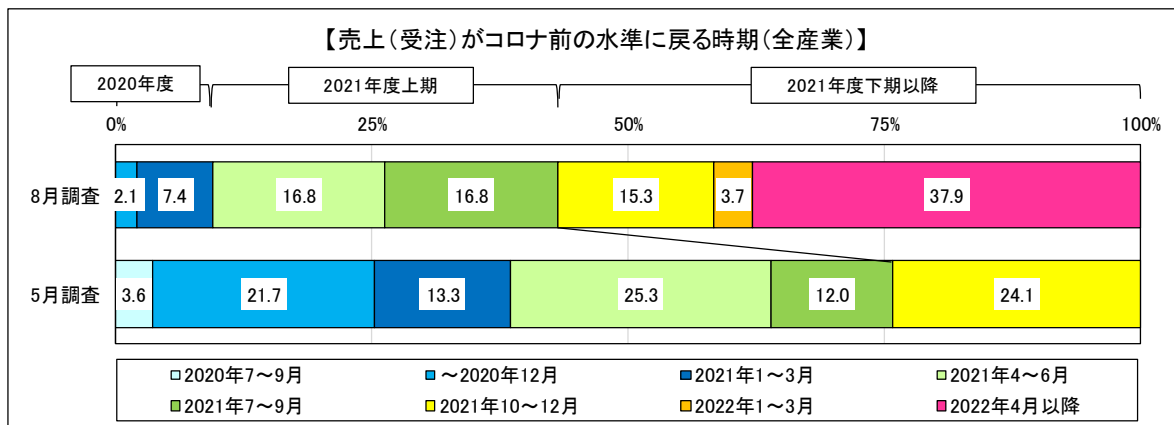
### a. 売上（受注）の減少幅

- ・売上（受注）が減少するとした先に、前年同期と比べてどの程度減少するかを聞いたところ、「10%未満」が29.8%、「10%程度」が20.7%、「20～30%程度」が31.3%、「40%程度～60%程度」が12.6%、「70%程度以上」が5.5%となっており、20%以上減少するとした先が49.4%と半数近くを占めている。
- ・製造業/非製造業別にみると、20%以上減少するとした先が製造業で58.8%、非製造業では45.2%となっており、製造業の方が売上（受注）の落ち込みが大きい。



## b. 売上（受注）がコロナ前の水準に戻る時期

- ・売上（受注）がコロナ前の水準に戻る時期は「～2021年3月（9.5%）」、「2021年4～6月（16.8%）」、「2021年7～9月（16.8%）」、「2021年10～12月（15.3%）」、「2022年1～3月（3.7%）」、「2022年4月以降（37.9%）」となっている。2021年10月以降が56.9%（前回調査24.1%）と過半を占めており、前回調査から回復時期がずれ込んでいる。
- ・製造業/非製造業別にみると、2020年度末までに回復を見込む先は、製造業で12.9%、非製造業で7.9%。2021年度内が製造業（56.4%）、非製造業（50.7%）、2022年度以降が製造業（30.6%）、非製造業（41.4%）となっている。

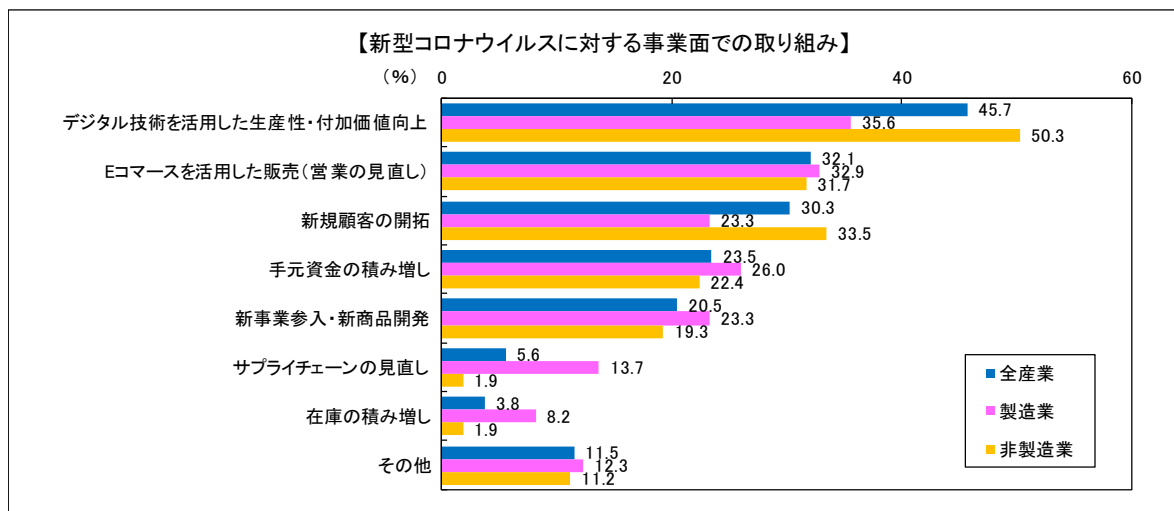


## 2. 新型コロナに対する取組等について

### (1) 事業面での取組

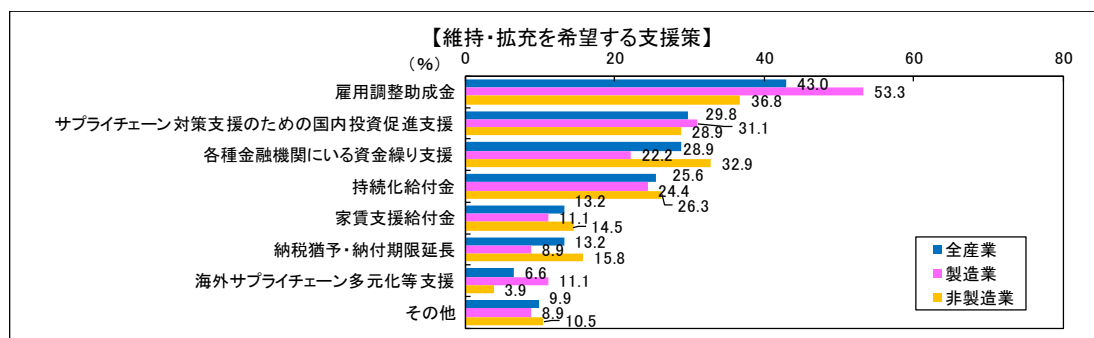
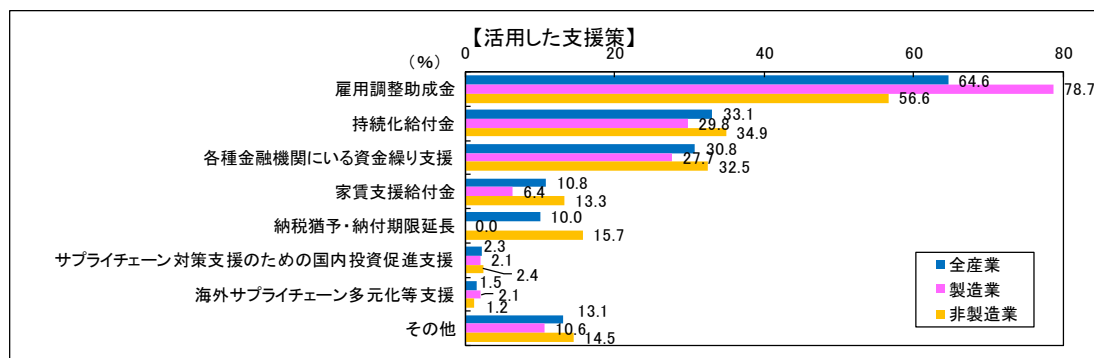
- ・新型コロナに対する事業面での取組として、「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」が45.7%と最も多く、次いで「Eコマース等を活用した販売（営業）の見直し（32.1%）」、「新規顧客の開拓（30.3%）」、「手元資金の積み増し（23.5%）」となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業・非製造業ともに「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」（製造業：35.6%、非製造業：50.3%）が最も多く、次いで製造業では「Eコマース等を活用した販売（営業）の見直し（32.9%）」、「手元資金の積み増し（26.0%）」、非製造業では、「新規顧客の開拓（33.5%）」、「Eコマース等を活用した販売（営業）の見直し（31.7%）」となっている。
- ・最も多い「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」について、非製造業の方が製造業より割合が高く、「情報通信（78.6%）」、「小売（64.3%）」、「建設（53.5%）」、「運輸・倉庫（50.0%）」などを中心に幅広い業種で取り組まれている。

- ・特に力を入れている取組を聞いたところ（P16～17、参考資料参照）、「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」では、多くの先がWeb会議を活用しているほか、リモート業務に対応する書類・帳票の電子化、IoT活用、DX推進などの取組、また、「Eコマース等を活用した販売(営業)の見直し」では、オンライン販売・受注やオンライン商談とともに、そのためのシステム構築等の取組が挙げられている。



## (2) 新型コロナ関連の支援策について

- ・新型コロナ関連の支援策について活用(した)している支援策は、「雇用調整助成金」が64.6%（製造業：78.7%、非製造業：56.6%）、と最も多く、次いで「持続化給付金(33.1%)」、「各種金融機関による資金繰り支援(30.8%)」となっている。
- ・「雇用調整助成金」については、製造業は78.7%とほとんどの業種で、非製造業でも「運輸・倉庫(85.7%)」、「卸売(77.8%)」、「小売(70.0%)」などを中心に56.6%が活用(した)している。
- ・また、今後維持・拡充してもらいたい支援策として、「雇用調整助成金」が43.0%と最も多く、次いで「サプライチェーン対策支援のための国内投資促進支援(29.8%)」、「各種金融機関による資金繰り支援(28.9%)」、「持続化給付金(25.6%)」となっている。





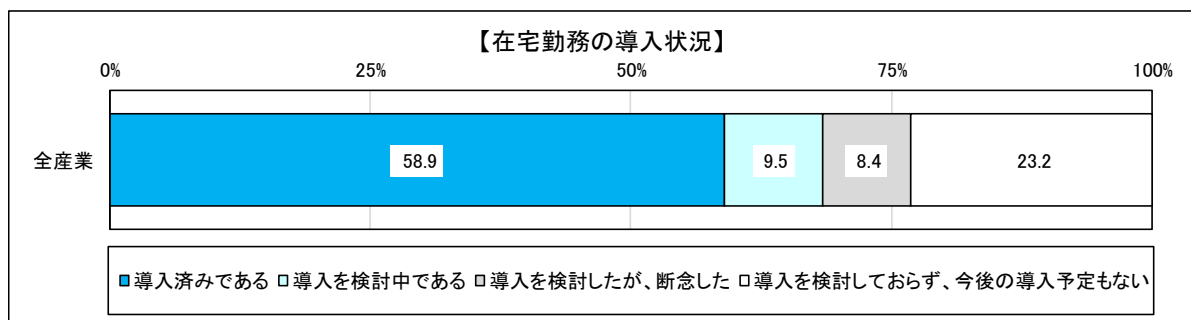
## Ⅶ. 在宅勤務について

- ・在宅勤務導入済企業は6割強（検討中を含めると7割強が導入見込み）。5月調査（導入済企業6割強）から導入企業割合は頭打ちとなっている。
- ・実際の在宅勤務活用人員割合は、「～20%」の企業が6割強で、5月調査に比し1割強増加している。一方、「60%超～」が1割弱となっており、在宅勤務を導入済であっても、その活用が一部に止まっている企業が多い。
- ・在宅勤務の導入による効果として、「感染リスクの低減（9割強）」に加え、「働き方改革の促進（6割強）」「業務見直しの契機（5割強）」が挙げられており、過半の企業が、在宅勤務の取り組みを、働き方改革や業務の見直しに繋げていることが窺える。
- ・在宅勤務の拡大・定着を図る上での課題及び在宅勤務の導入を予定していない（又は断念した）理由として、「在宅勤務の適用が困難な業務内容・業務形態」の他、在宅勤務に係る環境整備面の課題（「セキュリティ対策・情報漏洩リスク対策」、「ICT・デジタル機器等に係る投資負担」）や、現行法令・規制・慣行面の課題（「各種規制や慣行（書面・捺印等）の存在」、「現行労働関連法令等に基づく在宅勤務管理の困難さ」、「成果主義・ジョブ型雇用への転換」）が挙げられている。

### 1. 在宅勤務について

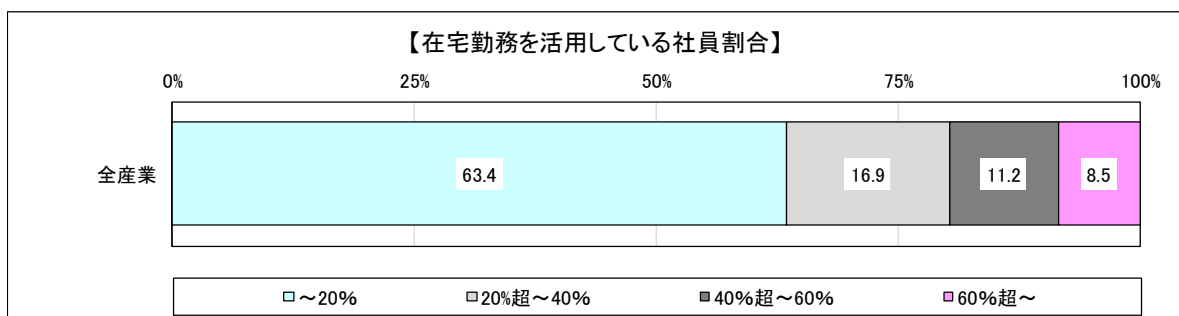
#### （1）在宅勤務の導入状況について

- ・在宅勤務について、「在宅勤務を導入済」が58.9%、「在宅勤務の導入を検討中」が9.5%となっており、検討中を含めると68.4%が導入済ないし導入予定である。一方で、「導入を検討したが、断念した」が8.4%、「導入を検討しておらず、今後の導入予定もない」が23.2%となっており、これらを合わせた31.6%が導入の予定がない。



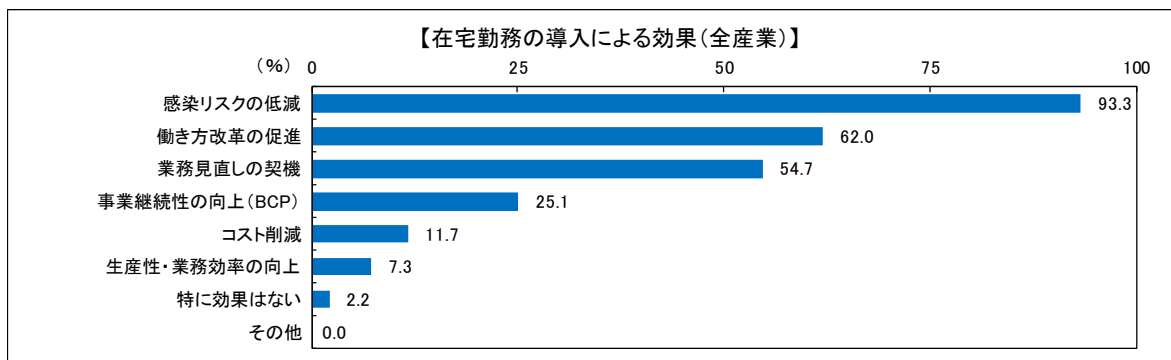
#### （2）導入対象の人員の割合

- ・導入対象の人員の割合は「～20%」が63.4%、「20%超～40%」が16.9%、「40%超～60%」が11.2%、「60%超～」が8.5%となっており、一部の運用に止まっていることが窺える。



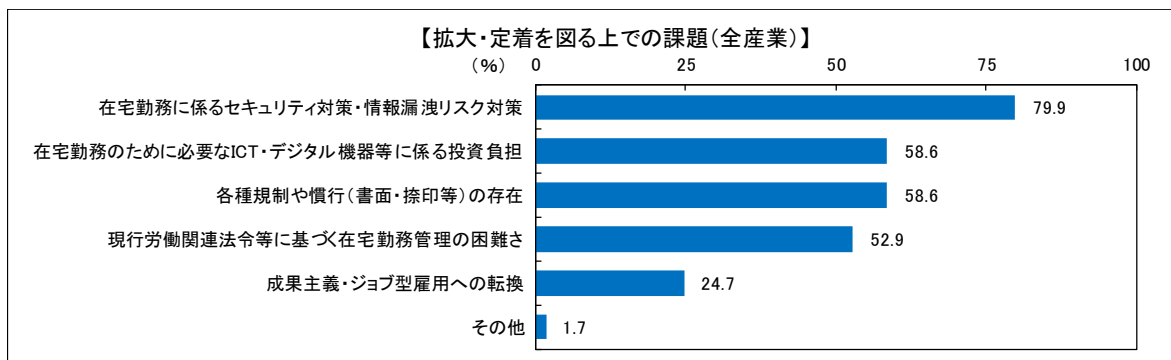
### (3) 導入の効果について

- ・導入によってもたらされた効果として、「感染リスクの低減」が93.3%と最も多く、次いで「働き方改革の促進(62.0%)」、「業務の見直しの契機(54.7%)」、「事業継続性の向上(BCP)(25.1%)」、「コスト削減(11.7%)」と続いており、感染対策とともに、働き方改革や業務の見直しを行う契機になったことが窺える。



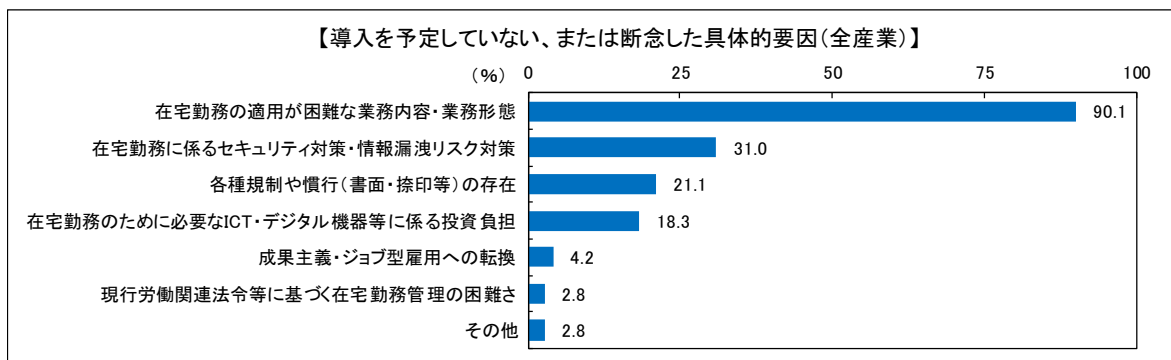
### (4) 在宅勤務の活用拡大・定着を図る上での課題について

- ・在宅勤務の活用拡大・定着を図る上での課題として、「在宅勤務に係るセキュリティ対策・情報漏洩リスク対策」が79.9%と最も多く、次いで「在宅勤務のために必要なICT・デジタル機器等に係る投資負担」と「各種規制や慣行(書面・捺印等)の存在」が58.6%、「現行労働関連法令等に基づく在宅勤務管理(労働時間・休憩時間管理等)の困難さ」が52.9%となっている。



### (5) 導入を予定していない、または導入を断念した理由

- ・「導入を検討したが断念(8.4%)」「導入を検討しておらず、今後の導入予定もない(23.2%)」とした先に、その理由を聞いたところ、「在宅勤務の適用が困難な業務内容・業務形態」が90.1%と突出して多く、次いで「セキュリティ対策・情報漏洩リスク対策(31.0%)」、「各種規制や慣行(書面・捺印等)の存在(21.1%)」となっている。



[参考資料] 新型コロナウイルス感染症に対して、事業面で特に力を入れている取組

■ オンラインに関する取り組み	
食料品	ECサイトの充実 デジタル技術を活用した営業を推進するなど、新型コロナウイルス感染拡大という新常态での効率的な営業体制の構築 テレワークの推進とオンライン商談の実施
化学	情報収集による販売展開
一般機械	オンライン商談、オンライン指導 オンラインでの商談、会議
その他製造業	オンライン、インターネットを活用した受注システムの普及・拡大
建設	webでの商談による時間短縮、タイムリーな協議を実践 エンドユーザー向けのオンライン商談（ZOOM）、Youtube、CMの活用
卸売	Eコマース関連 web商談の移行による、ひと月あたりの商談件数の増加 webセミナー、スクール
運輸・倉庫	対面での商談が困難な顧客に対して、コミュニケーションツールの利用が可能な場合は活用している
金融・保険	オンライン商談 非対面営業体制の検討 メール等の活用による非対面営業の効率化
情報通信	インターネットによる動画配信、通信販売 オンライン販売の拡大
電気・ガス	オンライン商談
サービス業	海外のECサイトへの登録準備を進めている。

■ デジタル化に関する取り組み	
食料品	Web会議
化学	リモートでも業務が遂行できるように帳票やFAX受信の電子化
鉄鋼・非鉄金属	Web会議、営業
金属製品	営業活動、出張については必要性を考慮する。在宅勤務の一部実施。対面での討議、意見交換が必要なもの以外、TV会議・web会議等を有効に活用する。
一般機械	書類の電子化など
電気機械	オンライン化、非接触
建設	IoTを利用した作業所運営の取組み ITの強化による生産性の向上 オンライン商談 建設のメンテナンス分野の強化 テレワークシステム、遠隔職場システム
卸売	Webによる打合せ デジタル技術の活用によるバーチャルでの再現ビジネス
小売	IT導入による生産性向上 デジタルDXの取組み
情報通信	デジタル購読者、デジタル広告の獲得、デジタル配信料金などのデジタル関連売上 デジタル新聞アプリの開発・拡充 万が一の場合の社内規定と在宅インフラ用機器の配備。リモートワークに関するシステムの構築と販売
サービス業	IT投資による生産性向上、今まで断っていた受注案件の取り込み デジタル領域の拡大 リモートワークや社員健康管理に係る新たな商品・サービスの提供販売

[参考資料] 新型コロナウイルス感染症に対して、事業面で特に力を入れている取組（続き）

■新商品・新規事業に関する取組み	
食料品	新商品開発
電気機械	従来顧客からの追加受注、新規顧客開拓に向けた営業活動の推進
自動車関連	自動車部品以外の製品開発 新規受注
その他製造業	新規取引先の開拓および金融機関からの借り入れによる運転資金の確保
建設	受注（取組）案件の数を増やす → 受注増を目指す 独自性のある新商品の開発
卸売	新規ルートの開拓、新しい商材の取り扱い
サービス業	官公庁・自治体事業案件
	近隣県からのマイクロツーリズムの取り込み
	社内システムの改善、新規受注への注力 ロボットやドローンを使用した無人サービス
その他の非製造業	既存取引先への取引アプローチ

■その他の取組み	
鉄鋼・非鉄金属	営業力の強化
	キャッシュフロー対策（支出の最大抑制等） 在庫削減、保有資産の見直し、各種経費の節減など
電気機械	投資停止、コスト削減、残業停止
自動車関連	コスト改善、生産性向上
	固定費・変動費の適正化 ロス廃除活動
造船	フェリー、特殊船、作業船営業の強化
卸売	社内構造改革、手元流動性の確保、将来における不採算事業の見直し 受注のE O S化、納品回数の適正化、ノー検品の推進
	D2Cの拡大 今期（2020年度）は採算の悪い事業の整理を進め、今後に向けた体力をつけていく。
小売	新型コロナウイルス感染予防対策（マスク、消毒液、物産展中止、換気など）
	接客時のコロナ対策（マスク、アクリル板の全面設置） セルフサービスを拡充
運輸・倉庫	安心安全にご利用いただけるよう、旅客とのタッチポイントでの感染対策強化と取組みについて周知案内
	切符販売の非対面化の推進（例：オペレーター対応の券売機の導入推進）
金融・保険	新型コロナウイルス感染症の影響を受けている顧客支援（融資・コンサルティング）
	新型コロナウイルスで影響を受ける取引先への継続的な支援
	スプレッド勤務体制によるコロナ感染症拡大防止 取引先への資金繰り支援に力を入れており、無利子・無担保融資だけではなく、プロパーでの融資も積極的に行っている。また、アルバイトができない学生向けの「学生応援ローン」や担保・手数料を必要としない「生活衛生同業組合員向けサポートローン」の取り扱いを行い多方面への資金支援を行っている。
情報通信	顧客企業への変化対応、技術的支援
	ニュース報道、BCP強化
サービス業	感染拡大防止のためのホテルグループ独自の衛生基準を策定 雇用維持が最優先課題。時短営業等で経費圧縮に努めている。
その他の非製造業	感染対策