



2020 年 12 月 16 日

各 位

一般社団法人 中国経済連合会
会 長 荏田 知英

「景気動向アンケート調査結果(2020 年 11 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 11 月に実施しました「景気動向アンケート調査結果」(2020 年 11 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^{もとすえ}・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 11 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 11 月 16 日～11 月 30 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：235 社（回答率 32.6%）
- ・回答企業内訳：製造業 64 社、非製造業 171 社

【結果概要】

I. 景気動向について ～景況感は持ち直しつつあるものの、依然として厳しい～

- ・中国地域の景況感は、コロナ感染の影響が和らぐなかで、製造業・非製造業とも改善し、持ち直しがみられるものの、依然として厳しい状況にある。
- ・先行き（2～3 ヶ月先）については、製造業は改善を見込む一方で、非製造業では横這いにとどまっており、見通しが分かれる。
- ・「海外経済の動向」について、製造業の過半が懸念材料としており、そのうち 8 割弱が「中国」を、7 割強が「米国」を懸念する国として挙げている。

II. 業績見通しについて ～前回より改善するも、7 割が減収、6 割が減益を見込む～

- ・企業業績について、前回調査に比べると売上・利益ともに改善しているものの、製造業・非製造業ともに 7 割前後が減収を、6 割前後が減益を見込むなど、厳しい業績見通しとなっている。

III. 雇用状況について ～非製造業を中心に不足感、新卒採用は製造業で慎重～

- ・雇用状況は、製造業で過剰感が解消、非製造業では不足感が強まるなど、非製造業を中心に不足感が強い状態が続いている。
- ・人手不足への主な対応として、7 割弱が「正規雇用の増加」、4 割弱が「時間外労働での対応」「派遣・パート社員の活用」などを挙げている。
- ・来年 4 月入社の新卒採用計画について、「減らす」ないし「採用しない」が 3 割弱と、「増やす」の 1 割弱を大幅に上回っている。とくに、製造業では「減らす」ないし「採用しない」が 4 割弱の一方で、「増やす」は殆どなく、慎重な姿勢が窺える。

IV. 設備投資について ～持ち直しの動きがみられるものの、製造業を中心に低水準～

- ・2020 年度の設備投資について、8 割弱が投資するとしており、昨年度実績に比べやや減少している。製造業／非製造業別にみると、製造業は昨年度同様ほぼ全ての先が、非製造業では昨年度より減少し 7 割弱の先が、投資するとしている。
- ・投資額は、前回調査から「増やす」が増加する一方で、「減らす」が減少するなど改善し、昨年度実績より「増やす」が「減らす」を上回っている。ただ、製造業では、前回調査から大きく改善がみられるものの、依然として「増やす」が「減らす」を下回る状況が続いている。
- ・主な投資目的は「維持・補修」「合理化・省力化」など。製造業では、「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、昨年度より「増やす」が 4 割強、「減らす」が 1 割強と、「増やす」が「減らす」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」「建設」「運輸・倉庫」などでは過半が「増やす」としている。

Ⅵ. 新型コロナウイルス感染拡大の影響 ～悪影響は和らぐも7割強、本格的回復は2022年以降が過半～

- ・依然として7割強が悪影響を受けている。ただし、「大きく悪影響」を受けている割合は、「自動車関連」「一般機械」「電気機械」など製造業を中心に5割弱から3割強へと低下しており、影響度合いが和らぎつつあることが窺える。
- ・「売上・受注」がコロナ前の水準に戻るのには、5割強が2022年以降としており、本格的な回復には相当な期間がかかるとみている。
- ・コロナに対する事業面での取組をみると、前回調査に比べて「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」「新規顧客の開拓」「新規事業参入・新商品開発」が大幅に増加する一方で、「手元資金の積み増し」が減少しており、事業継続からより前向きな取組へとシフトしつつあることが窺える。

【働き方改革・多様な人材の活躍推進にかかるアンケート】

中国地域の事業所における、働き方改革・多様な人材活躍推進（含む女性活躍・外国人材活用）に関する取組状況について尋ねた。

1. 働き方改革・多様な人材活躍推進に関する取組

～コロナ禍において、5割強が働き方改革・多様な人材活躍を「積極的に推進」～

- ・働き方改革・多様な人材活躍推進に関する取組方針として、「積極的に推進」と回答した先は5割強で、前回調査（2019年11月）から減少したものの、コロナ禍においても、半数以上が積極的に取り組む方針を持っている。
- ・働き方改革・多様な人材活躍に取り組むことによる効果について、「業務の効率化・生産性の向上」や「優秀な人材の確保」を挙げる先が多く、「長時間労働の抑制」や「従業員の健康リスクの軽減」を挙げた先は前回調査から減少している。

2. 外国人材の受入れ・活用

～外国人材を雇用している事業所は約4割に増加。

新型コロナウイルスにより、約3割の企業の外国人雇用に悪影響～

- ・4割の事業所が外国人材を雇用しており、前回調査（2019年11月）から約1割増加している。
- ・雇用理由をみると、「優秀な人材の確保」が最も多い。また、高度・専門外国人材に対するニーズの高まりが窺える。
- ・新型コロナウイルスによる外国人材雇用への影響については、約3割が影響を受けている。

3. 女性活躍推進に関する取組

～女性従業員割合は2割強、女性管理職割合は1割弱に止まる～

- ・女性従業員の割合は、前回調査（2018年11月）から増加しているが2割強。また、女性管理職割合は1割弱に止まっている。
- ・女性の管理職登用推進に必要な取組としては、「女性の管理職候補に対するキャリア形成支援」が最も多く、次いで「仕事と子育ての両立支援」「女性の意識改革」が多い。

<補足説明>

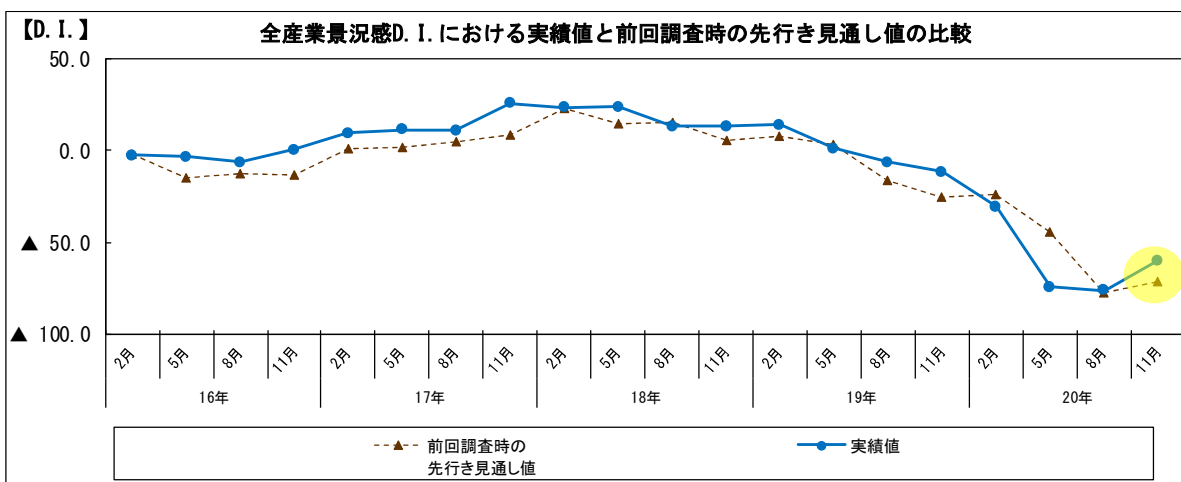
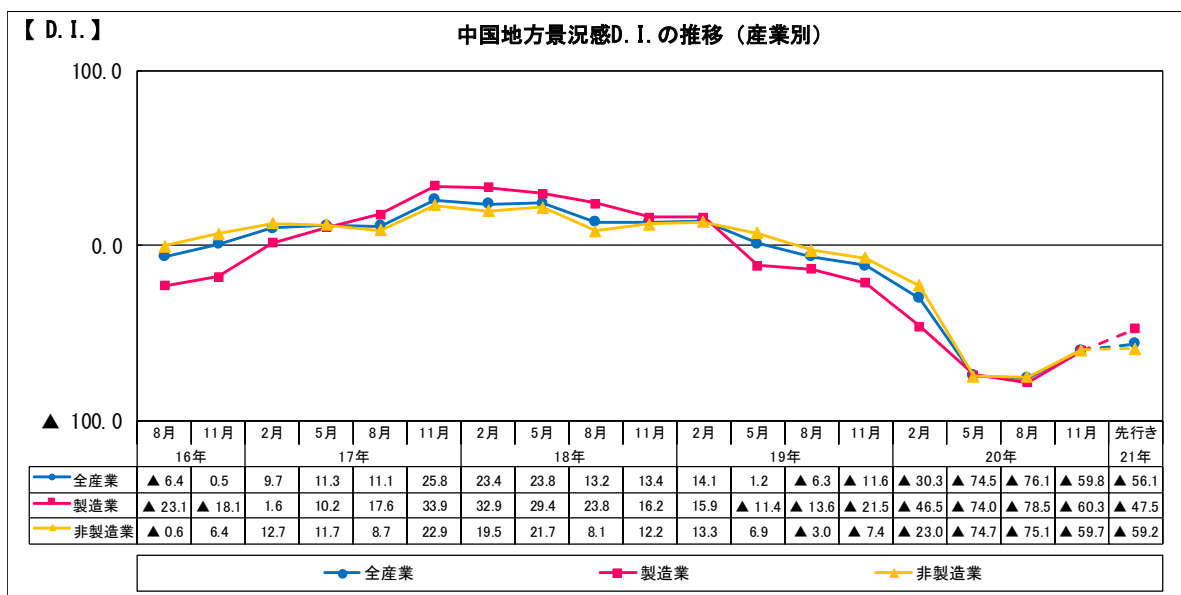
- ・D I・・・ディフュージョン・インデックスの略。企業の業況感や雇用人員の過不足などの各種判断を指数化したもの。一般的に「良い」と回答した企業の割合から「悪い」と回答した企業の割合を引いた数値で求め、良い・悪いなどの「景況水準（レベル）」を表す。
- ・B S I・・・ビジネス・サーベイ・インデックス（景気動向指数）の略。算出方法は「上昇（増加）」と回答した企業の割合から「低下（減少）」と回答した企業の割合を引いた数値で求める。上昇（増加）・下降（減少）などの「景況変化（方向性）」を表す。

I. 景気動向について

- ・中国地域の景況感は、コロナ感染の影響が和らぐなかで、製造業・非製造業とも改善し、持ち直しがみられるものの、依然として厳しい状況にある。
- ・先行き（2～3ヵ月先）については、製造業は改善を見込む一方で、非製造業では横這いにとどまっており、見通しが分かれる。
- ・「海外経済の動向」について、製造業の過半が懸念材料としており、そのうち8割弱が「中国」を、7割強が「米国」を懸念する国として挙げている。

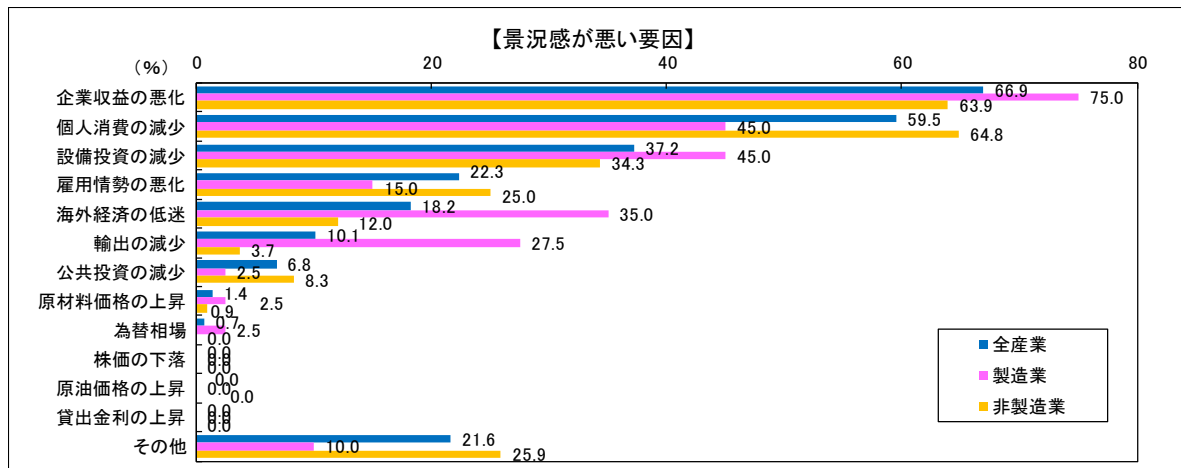
1. 現在（2020年11月）の景況感

- ・景況感D I（「大変良い＋良い」割合－「悪い＋大変悪い」割合）は、▲59.8（前回比＋16.3）と前回調査から大幅に改善した。製造業/非製造業別にみても、製造業で▲60.3（同＋18.2）、非製造業も▲59.7（同＋15.4）と、ともに大幅に改善した。
- ・先行き（2～3ヵ月先）の景況感D Iも▲56.1（現状比＋3.7）と改善する見通しとなっている。製造業/非製造業別にみると、製造業は▲47.5（同＋12.8）と大幅に改善、非製造業は▲59.2（同＋0.5）とほぼ横ばいの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）

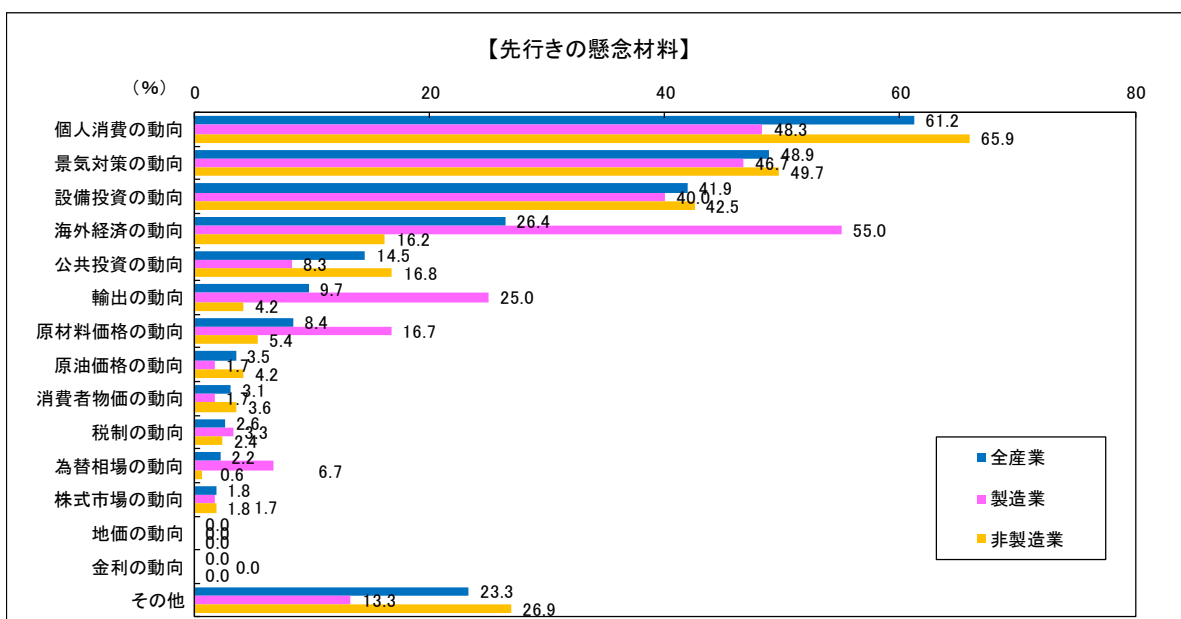
- ・景況感が悪いと回答した先の主な要因は、「企業収益の悪化（66.9%）」（前回比▲3.0）が最も多く、次いで「個人消費の減少（59.5%）」（同▲3.6）,「設備投資の減少（37.2%）」（同+8.6）,「雇用情勢の悪化（22.3%）」（同+9.7）となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業では「企業収益の悪化（75.0%）」が最も多く、次いで「個人消費の減少」「設備投資の減少」がともに45.0%,「海外経済の低迷（35.0%）」となっている。非製造業では「個人消費の減少（64.8%）」が最も多く、次いで「企業収益の悪化（63.9%）」,「設備投資の減少（34.3%）」,「雇用情勢の悪化（25.0%）」となっている。



3. 先行き（2～3ヵ月先）について

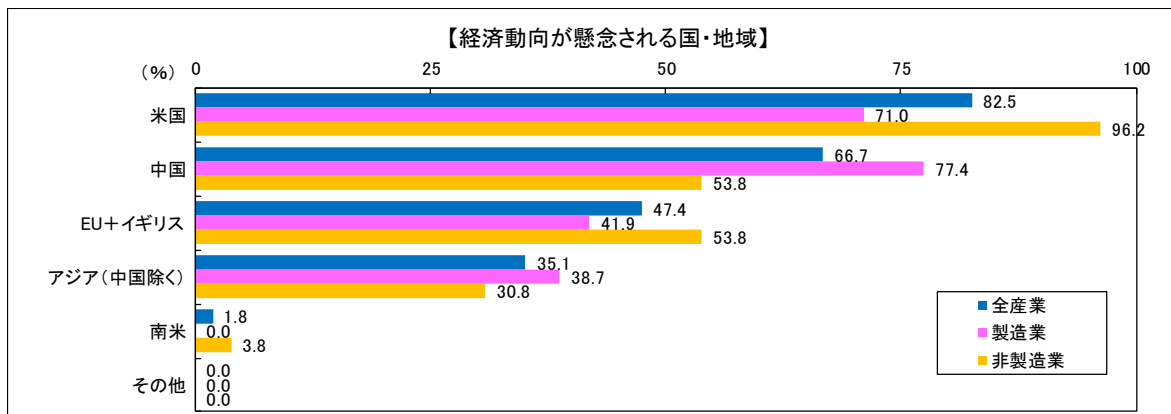
（1）懸念材料

- ・先行きの懸念材料は「個人消費の動向（61.2%）」が最も多く、次いで「景気対策の動向（48.9%）」,「設備投資の動向（41.9%）」,「海外経済の動向（26.4%）」となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業では「海外経済の動向（55.0%）」が最も多く、次いで「個人消費の動向（48.3%）」,「景気対策の動向（46.7%）」,「設備投資の動向（40.0%）」となっている。非製造業では「個人消費の動向（65.9%）」が最も多く、次いで「景気対策の動向（49.7%）」,「設備投資の動向（42.5%）」,「公共投資の動向（16.8%）」,「海外経済の動向（16.2%）」となっている。



(2) 経済動向が懸念される国・地域

- ・前問(1)で先行き懸念材料として「海外経済の動向」を挙げた先に、懸念する国・地域を聞いたところ、「米国(82.5%)」が最も多く、次いで「中国(66.7%)」、「EU+イギリス(47.4%)」、「アジア(中国除く)(35.1%)」となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業では「中国(77.4%)」が最も多く、次いで「米国(71.0%)」、「EU+イギリス(41.9%)」となっている。非製造業では「米国(96.2%)」が最も多く、次いで「中国」「EU+イギリス」がともに53.8%となっている。

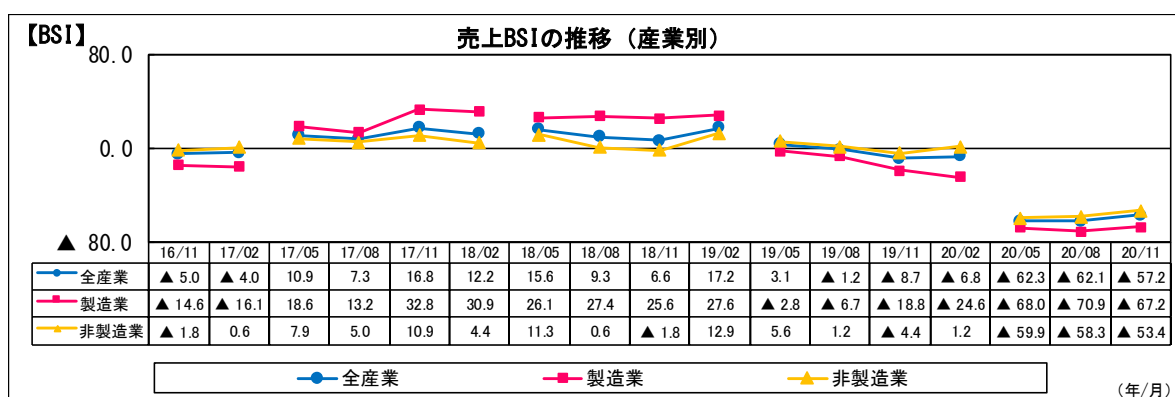


Ⅱ. 業績見通しについて

- 企業業績について、前回調査に比べると売上・利益ともに改善しているものの、製造業・非製造業ともに7割前後が減収を、6割前後が減益を見込むなど、厳しい業績見通しとなっている。

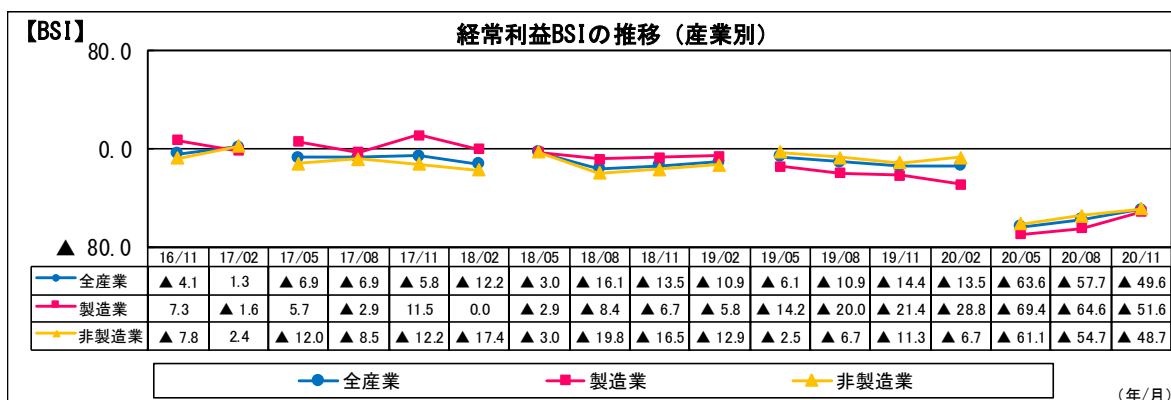
1. 2020年度の売上見通しについて

- 2020年度の売上見通しについて、「増加」が9.6%、「横這い」が23.6%、「減少」が66.8%となっている。売上判断BSI（「増加」割合－「減少」割合）は▲57.2（前回比＋4.9）と、前回調査より改善しているものの、減収を見込む先が多い。
- 製造業/非製造業別にみると、製造業は「増加」が3.1%、「横這い」が26.6%、「減少」が70.3%で、売上判断BSIは▲67.2（同＋3.7）となっている。非製造業は「増加」が12.1%、「横這い」が22.4%、「減少」が65.5%で、売上判断BSIは▲53.4（同＋4.9）となっている。製造業、非製造業ともに前回調査より改善しているものの、減収を見込む先が多い。



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11.3%、「横這い」が27.8%、「減少」が60.9%となっている。利益判断BSI（「増加」割合－「減少」割合）は▲49.6（前回比＋8.1）と、前回調査より改善しているものの、減益を見込む先が多い。
- 製造業/非製造業別にみると、製造業は「増加」が7.8%、「横這い」が32.8%、「減少」が59.4%で、利益判断BSIは▲51.6（同＋13.0）となっている。非製造業は「増加」が12.7%、「横這い」が25.9%、「減少」が61.4%で、利益判断BSIは▲48.7（同＋6.0）となっている。製造業、非製造業ともに前回調査より改善しているものの、減益を見込む先が多い。

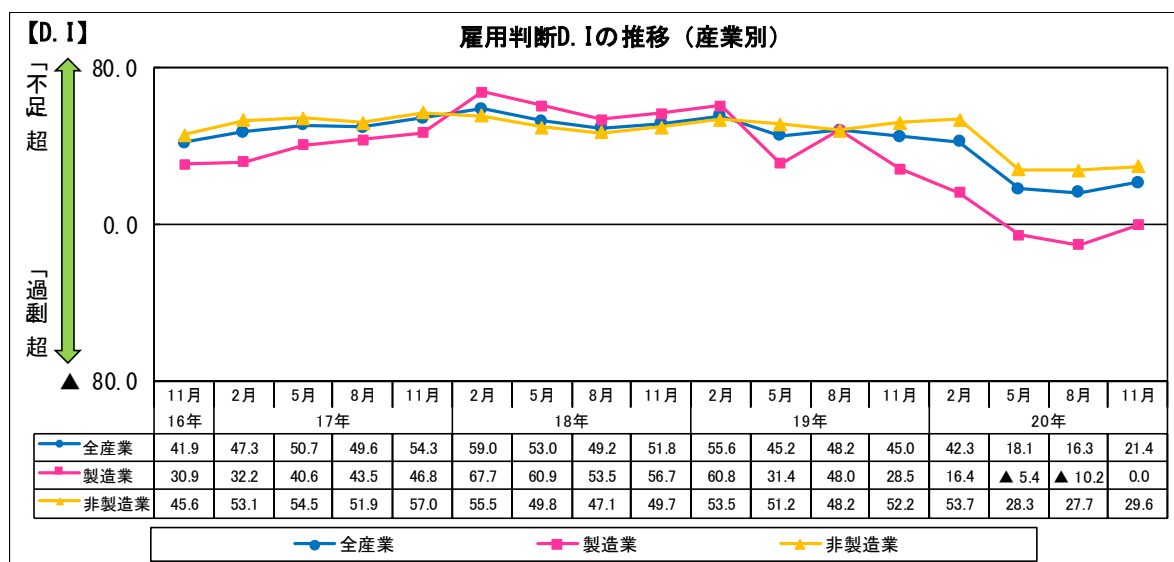


Ⅲ. 雇用状況について

- ・雇用状況は、製造業で過剰感が解消、非製造業では不足感が強まるなど、非製造業を中心に不足感が強い状態が続いている。
- ・人手不足への主な対応として、7 割弱が「正規雇用の増加」、4 割弱が「時間外労働での対応」「派遣・パート社員の活用」などを挙げている。
- ・来年4月入社の新卒採用計画について、「減らす」ないし「採用しない」が3割弱と、「増やす」の1割弱を大幅に上回っている。とくに、製造業では「減らす」ないし「採用しない」が4割弱の一方で、「増やす」は殆どなく、慎重な姿勢が窺える。

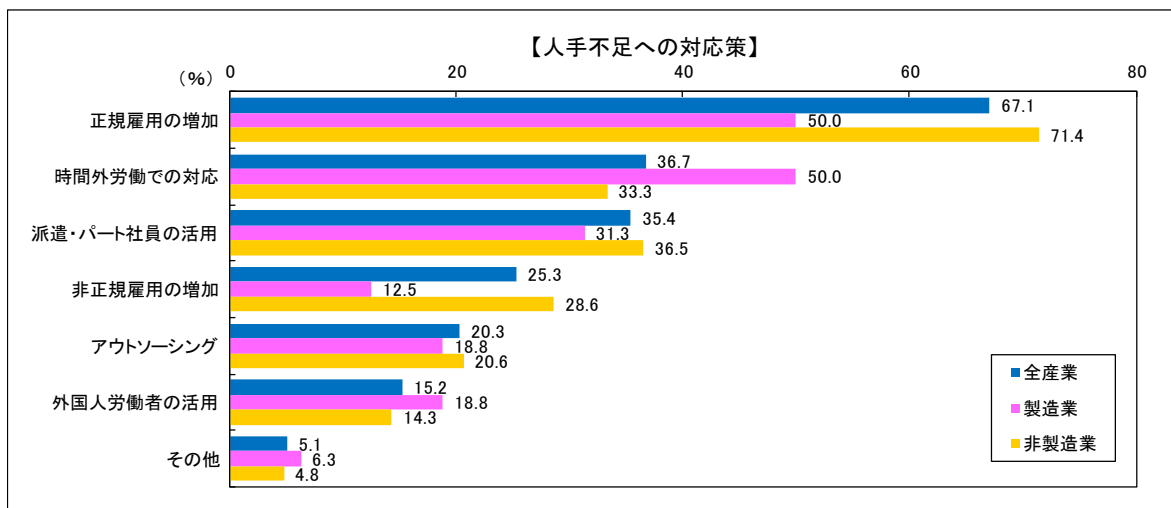
1. 現在の雇用状況について

- ・雇用判断D I（「不足+やや不足」割合－「過剰+やや過剰」割合）は、21.4（前回比+5.1）と前回調査に比べてプラス幅がやや拡大し、依然として非製造業を中心に不足感が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±0.0（同+10.2）と前回調査に比べて過剰感が解消する一方で、非製造業では29.6（同+1.9）と不足感が強まっている。



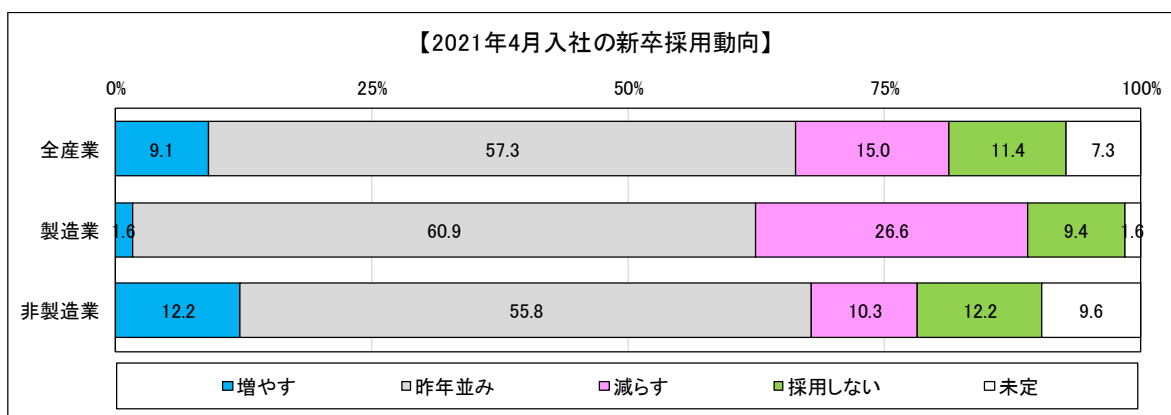
2. 人手不足への対応について

- ・「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35.6%（前回比+0.3）、製造業/非製造業別にみると、製造業で25.0%（同+3.5）、非製造業は39.6%（同▲1.7）となっている。
- ・不足への対応として、「正規雇用の増加」が67.1%（同▲5.4）と最も多く、次いで「時間外労働での対応（36.7%）」（同+7.0）、「派遣・パート社員の活用（35.4%）」（同▲19.5）、となっている。



3. 新卒採用について

- ・来年4月入社の新卒採用計画について、「昨年並み」が57.3%と最も多く、次いで「減らす」(15.0%)、「採用しない」(11.4%)、「増やす」(9.1%)、「未定」(7.3%)となっており、「減らす+採用しない」(26.4%)が「増やす」を大幅に上回る。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業は「昨年並み」が60.9%と最も多く、次いで「減らす」(26.6%)、「採用しない」(9.4%)となっている。非製造業は「昨年並み」が55.8%と最も多く、次いで「採用しない」「増やす」(12.2%)、「減らす」(10.3%)となっている。



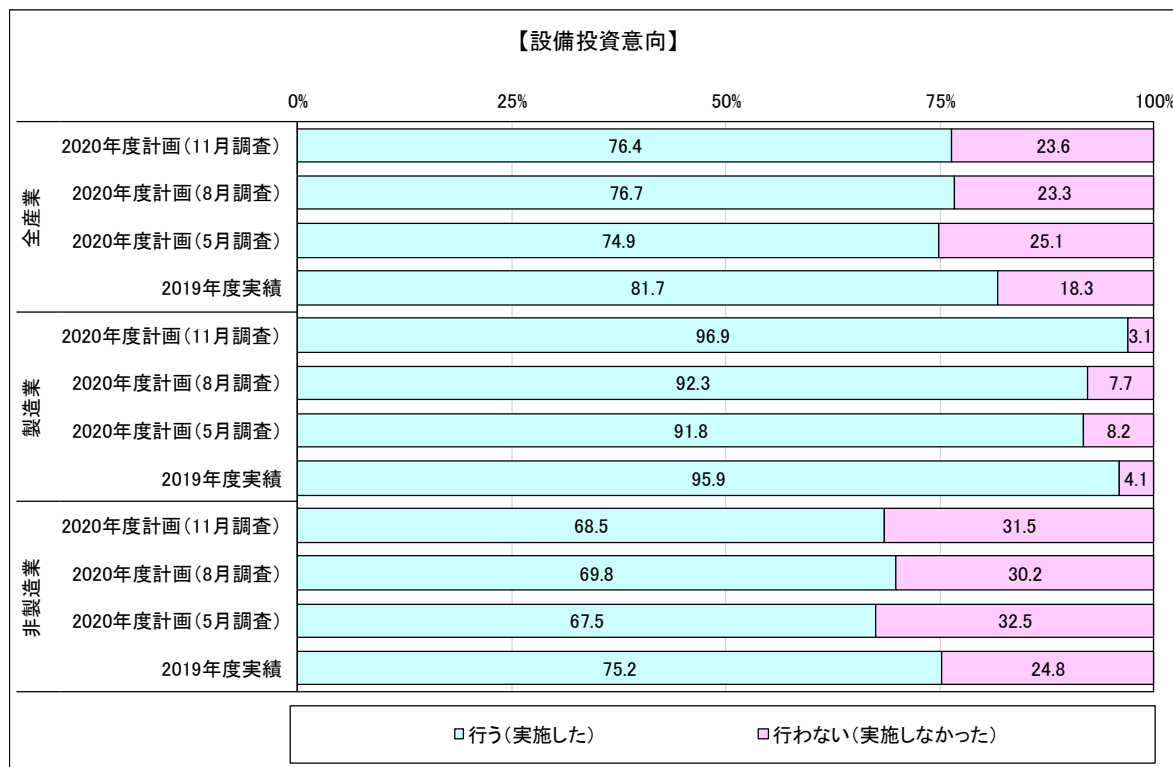
IV. 設備投資について

- ・2020年度の設備投資について、8割弱が投資するとしており、昨年度実績に比べやや減少している。製造業／非製造業別にみると、製造業は昨年度同様ほぼ全ての先が、非製造業では昨年度より減少し7割弱の先が、投資するとしている。
- ・投資額は、前回調査から「増やす」が増加する一方で、「減らす」が減少するなど改善し、昨年度実績より「増やす」が「減らす」を上回っている。ただ、製造業では、前回調査から大きく改善がみられるものの、依然として「増やす」が「減らす」を下回る状況が続いている。
- ・主な投資目的は「維持・補修」「合理化・省力化」など。製造業では、「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、昨年度より「増やす」が4割強、「減らす」が1割強と、「増やす」が「減らす」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」「建設」「運輸・倉庫」などでは過半が「増やす」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

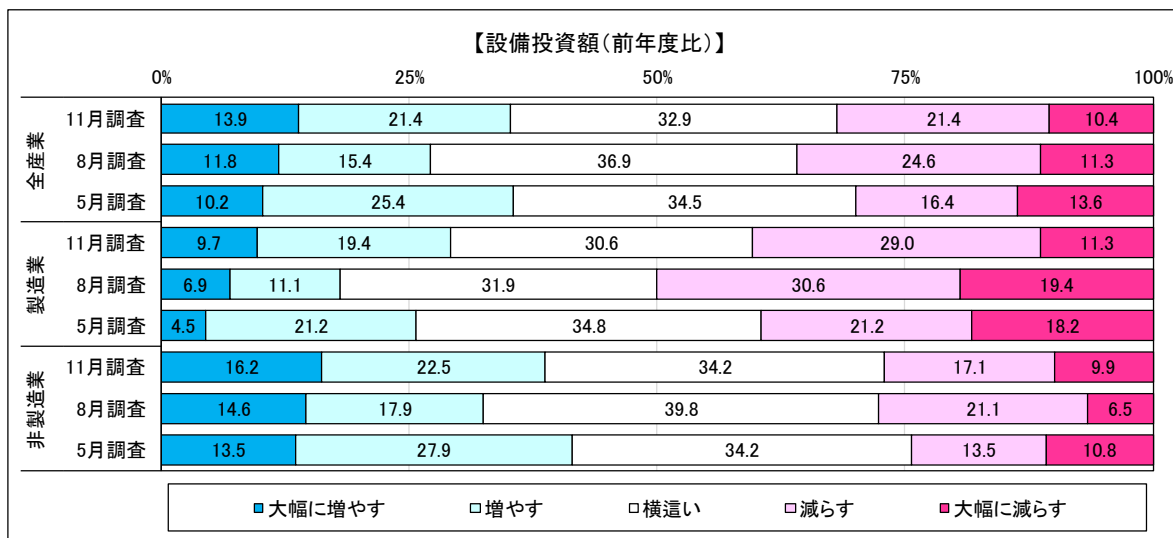
- ・本年度（2020年度）の設備投資について、「行う」が76.4%（5月調査：74.9%，8月調査：76.7%）（昨年度実績比▲5.3）となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業で「行う」が96.9%（5月調査：91.8%，8月調査：92.3%）（同▲1.0），非製造業では68.5%（5月調査：67.5%，8月調査：69.8%）（同▲6.7）となっている。



(2) 投資額の増減について

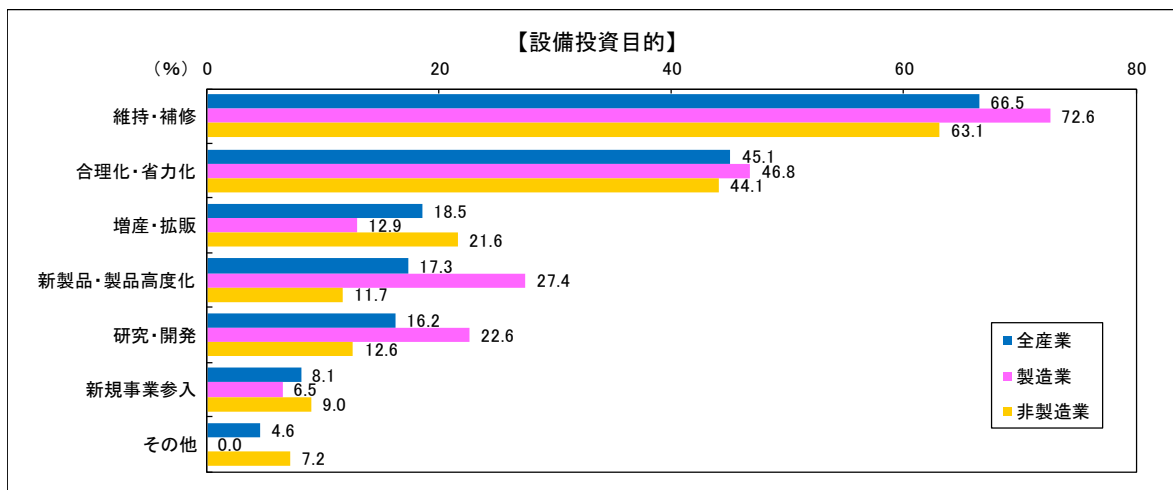
※「増やす」:「大幅に増やす」+「増やす」,「減らす」:「大幅に減らす」+「減らす」

- ・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35.3%（前回比+8.1）,「横這い」が32.9%（同▲4.0）,「減らす」が31.8%（同▲4.1）となっており、前回調査と比べて「増やす」が増加する一方で、「減らす」が減少し、「増やす」が「減らす」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29.1%（同+11.1）,「横這い」が30.6%（同▲1.3）,「減らす」が40.3%（同▲9.7）となっている。一方、非製造業は「増やす」が38.7%（同+6.2）,「横這い」が34.2%（同▲5.6）,「減らす」が27.0%（同▲0.6）となっている。



(3) 投資目的について

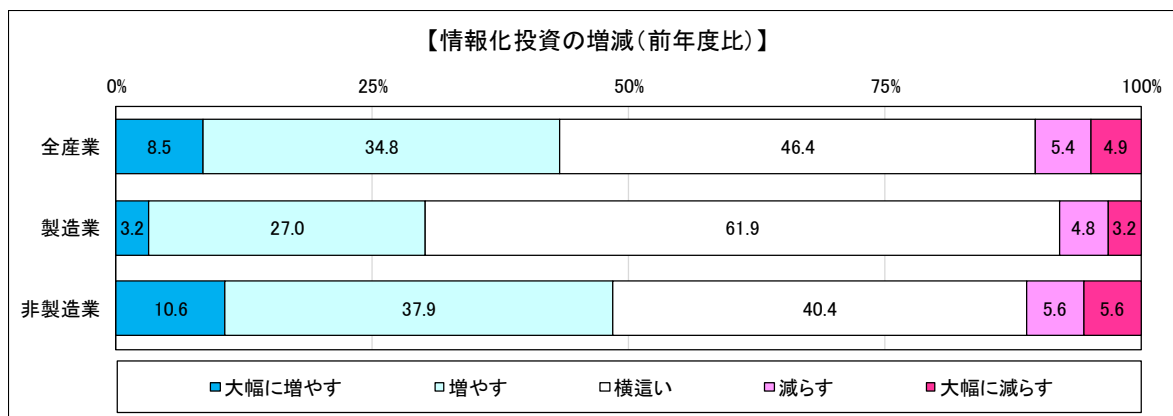
- ・投資の目的について聞いたところ「維持・補修」が66.5%（前回比+5.0）と最も多く、次いで「合理化・省力化（45.1%）」（同±0.0）,「増産・拡販（18.5%）」（同▲4.6）,「新製品・製品高度化（17.3%）」（同▲0.6）,「研究・開発（16.2%）」（同▲1.2）となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業は「維持・補修」が72.6%（同+7.3）と最も多く、次いで「合理化・省力化（46.8%）」（同▲3.2）,「新製品・製品高度化（27.4%）」（同▲8.7）,「研究・開発（22.6%）」（同▲6.6）となっている。一方、非製造業は「維持・補修」が63.1%（同+3.8）と最も多く、次いで「合理化・省力化（44.1%）」（同+1.8）,「増産・拡販（21.6%）」（同+1.3）となっている。



2. 情報化にかかわる投資について

※「増やす」:「大幅に増やす」+「増やす」,「減らす」:「大幅に減らす」+「減らす」

- ・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%、「横這い」が46.4%、「減らす」が10.3%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30.2%、「横這い」が61.9%、「減らす」が8.0%となっている。一方、非製造業は「増やす」が48.5%、「横這い」が40.4%、「減らす」が11.2%となっており、とくに「小売（66.6%）」、「卸売（61.5%）」、「建設（52.0%）」「運輸・倉庫（50.1%）」では過半が「増やす」としている。

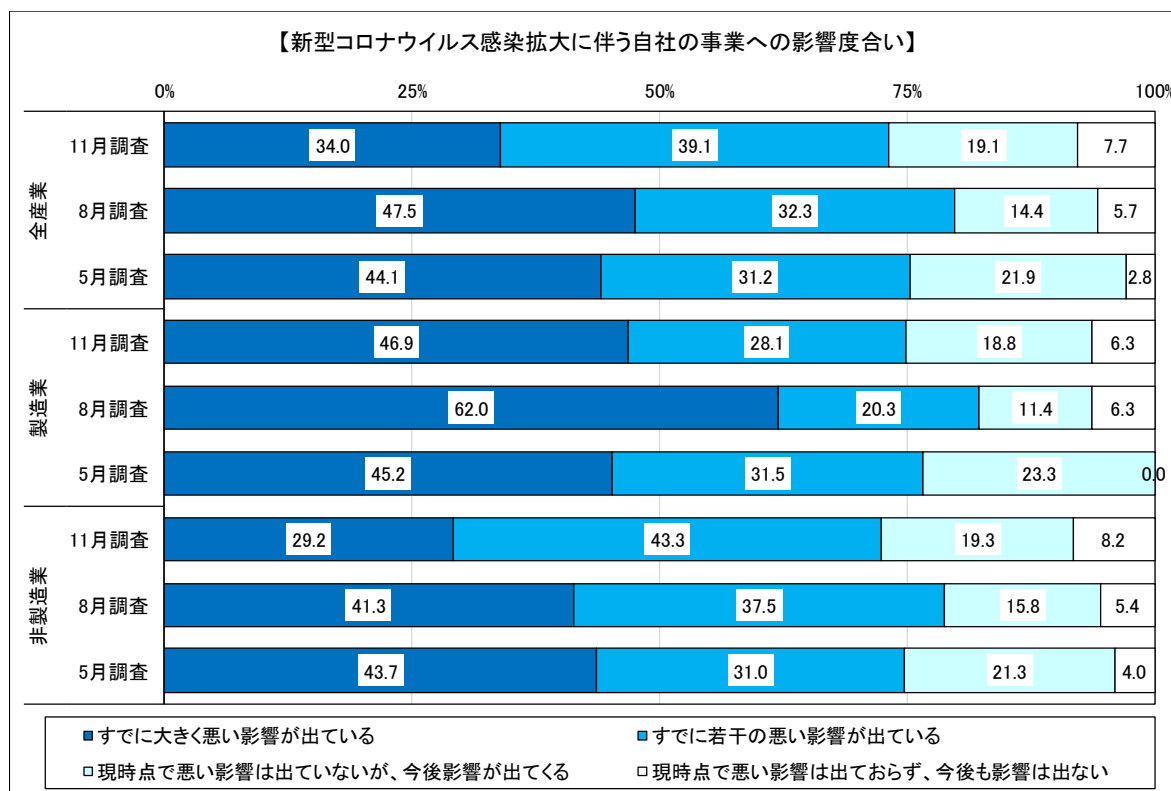


V. 新型コロナウイルス感染拡大による影響について

- 依然として7割強が悪影響を受けている。ただし、「大きく悪影響」を受けている割合は、「自動車関連」「一般機械」「電気機械」など製造業を中心に5割弱から3割強へと低下しており、影響度合いが和らぎつつあることが窺える。
- 「売上・受注」がコロナ前の水準に戻るのには、5割強が2022年以降としており、本格的な回復には相当な期間がかかるとみている。
- コロナに対する事業面での取組をみると、前回調査に比べて「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」「新規顧客の開拓」「新規事業参入・新商品開発」が大幅に増加する一方で、「手元資金の積み増し」が減少しており、事業継続からより前向きな取組へとシフトしつつあることが窺える。

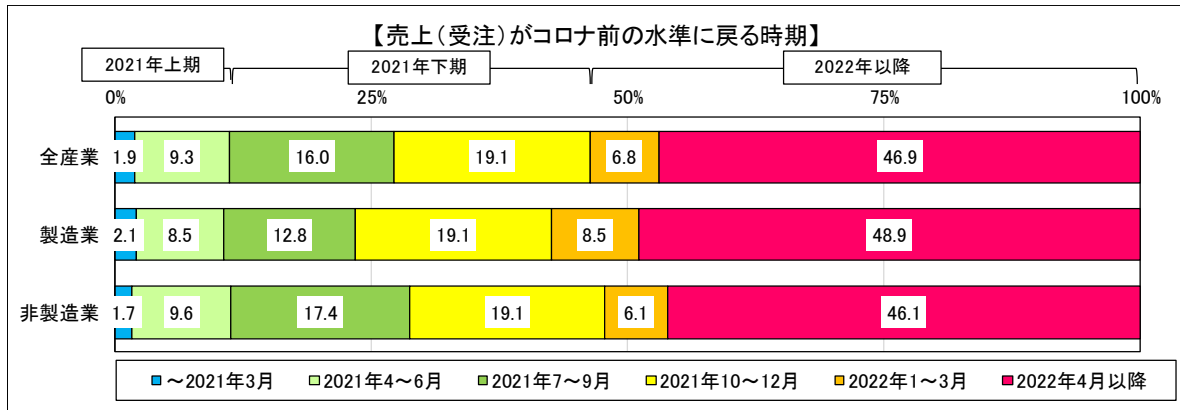
1. 現時点での自社への影響について ※「悪影響が出ている」：「大きく悪影響が出ている」＋「若干の悪影響が出ている」

- 現時点での新型コロナウイルス感染拡大の事業への影響について、「悪影響が出ている」が73.1%（前回比▲6.7），そのうち「大きく悪影響が出ている」をみると34.0%（同▲13.5）となっており，前回調査に比べ影響度合いが弱まっている。
- とくに製造業では「悪影響が出ている」が75.0%（同▲7.3），そのうち「大きく悪影響が出ている」をみると46.9%（同▲15.1）となっており，「自動車関連（71.4%）」（同▲28.6），「一般機械（44.4%）」（同▲34.2），「電気機械（33.3%）」（同▲22.3）などを中心に，影響度合いが弱まっている。



2. 売上（受注）がコロナ前の水準に戻る時期

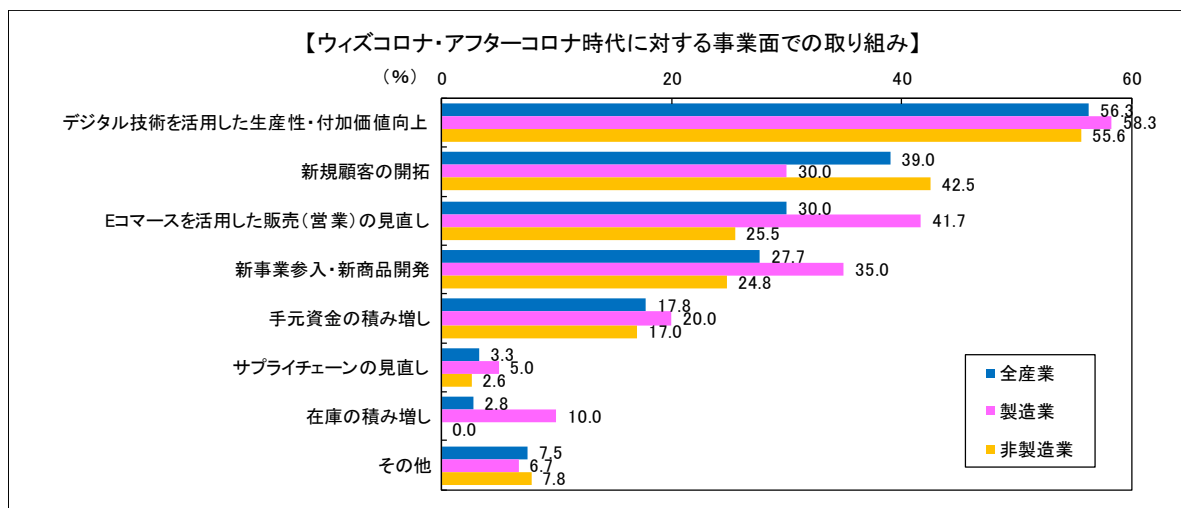
- ・悪影響が出ている先に売上（受注）がコロナ前の水準に戻る時期を聞いたところ、「～2021 年 3 月（1.9%）」、「2021 年 4～6 月（9.3%）」、「2021 年 7～9 月（16.0%）」、「2021 年 10～12 月（19.1%）」、「2022 年 1～3 月（6.8%）」、「2022 年 4 月～（46.9%）」となっている。2022 年以降が 53.7%と過半を占めている。
- ・製造業/非製造業別にみると、2022 年以降に回復を見込む先は、製造業で 57.4%、非製造業で 52.2%となっている。



3. ウィズコロナ・アフターコロナに対する取組等について

（1）進めている取り組み

- ・ウィズコロナ・アフターコロナに対する事業面での取組としては、「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」が 56.3%（前回比+10.6）と最も多く、次いで「新規顧客の開拓（39.0%）」（同+8.7）、「E コマース等を活用した販売（営業）の見直し（30.0%）」（同▲2.1）、「新規事業参入・新商品開発（27.7%）」（同+7.2）、「手元資金の積み増し（17.8%）」（同▲5.7）となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業は「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」が 58.3%（前回比+22.7）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（41.7%）」（同+8.8）、「新規事業参入・新商品開発（35.0%）」（同+11.7）、「新規顧客の開拓（30.0%）」（同+6.7）、「手元資金の積み増し（20.0%）」（同▲6.0）となっている。
- ・非製造業では、「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」が 55.6%（同+5.3）と最も多く、次いで「新規顧客の開拓（42.5%）」（同+9.0）、「E コマース等を活用した販売（営業）の見直し（25.5%）」（同▲6.2）、「新規事業参入・新商品開発（24.8%）」（同+5.5）、「手元資金の積み増し（17.0%）」（同▲5.4）となっている。



(2) ウィズコロナ・アフターコロナに対する具体的な取り組み内容

・前問での具体的な取り組み内容を自由記述してもらったところ、以下のような回答が得られた。

■ デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上に関する取り組み	
食料品	人口知能を活用した需給の見直し等
一般機械	CRM等の活用
電気機械	海外納品物件について、現地調整時にインターネット回線を利用しリモート（オンライン）で実施する リモートワークの推進
自動車関連	定型業務の自動化、オンライン会議実施などによる業務効率化。 生産管理システムの導入
造船	在宅勤務等への対応
建設	Teams等web会議を活用した対面によらない打ち合わせなど
	TV会議の増
	オンライン会議の実施、サテライトオフィスの活用、出社率50%の実施、テレワークの導入
	オンラインによる打合せ、会議等の実施
	現場における生産性向上（例：現場のリモート管理、施主のリモート検査）
	工事現場の管理にタブレットを導入
	デジタル技術、ITを活用した「非接触型」での作業所運営の取組み
	デジタルトランスフォーメーション（DX）の推進による既存業務の効率化
	備品発注等、通販サイトを利用して購入
	リモート会議
	ワークフローシステム導入
卸売	M&A、事務処理に効率化を目指すシステムを導入する
	営業支援システムの導入
	オンライン会議、面談等
	社内インフラ整備等
小売	テレワーク環境の整備
運輸・倉庫	在宅勤務・web会議の推進
	地上設備の状態監視に向けたIoT化推進
	テレビ会議の活用、設備の自動化
	ビデオ会議システム刷新
金融・保険	web会議システムの活用
	テレビ会議システムの利用
	テレワークの推進、web会議への移行
	リモートワークの活用、ペーパーレス化
情報通信	web会議の利用
	会議等のweb化に伴い、支社の人員配置の再検討
	テレワークの推進、ペーパーレスの加速
電気・ガス	web会議の活用による労働生産性の向上
サービス	グループチェーンでのシステム化および人員のクラスター化、固定費削減
	各種システム改善による労働生産性の向上
	採用面接や社内会議の一部オンライン化
	テレワーク等働き方改革
その他の非製造業	web会議システムの導入

ウィズコロナ・アフターコロナに対する事業面での具体的な取組（続き）

■新規顧客の開拓に関する取組み	
電気機械	売上増のための新規顧客開拓
その他の製造業	新規取引先の開拓
	マーケティングの強化
建設	新しい営業担当者の雇用
	銀行のビジネスマッチングによる新規取引
	公共投資が抑制される方向であるので、民間向け投資を行う
	民間の建設投資が低下する中、民間営業を強化する
情報通信	自治体のプロポーザル案件への参加
	既存の放送事業に関わらず、新規で放送外収益の拡大に向けて、従来の顧客以外にアプローチして開拓していきたい
サービス	個人の生活に関わる消費
	シニア住宅サービス
	受託拡大
	新規顧客の開拓に向けた営業活動の強化
	セールス強化
	地元からの集客促進
経済団体・シンクタンク	会員数増強

■Eコマースを活用した販売（営業）の見直しに関する取組み	
食料品	通販事業を強化する
化学	従来の対面による営業活動を見直しする時期にきている
一般機械	オンライン（商談、スーパーバイズ）
	オンラインストアのシステム見直し
その他の製造業	お客様に直接会わなくても商売ができるように自宅業務、オンライン、リスクを見直した在庫増
	オンラインによる紹介（試験設備や試験状況）、商談。設備投資の見直し延期。
建設	感染症対策のみならず時間短縮効果も鑑み、オンライン商談を活用している
	Webを活用した商談、打合せ等
卸売	オンライン商談を積極的に活用し、移動時間の短縮、訪問件数の増加を進めている
運輸・倉庫	オンライン商談
金融・保険	Webチャネルにおける機能の拡充
	オンライン商談会を開催。お客様の経営課題をトータルでサポートするwebサービスの開始
	オンラインセミナー
	オンラインを活用した顧客向け相談会の実施
	ZOOM利用による面談
	非対面販売チャネルの整備等
情報通信	インターネットによる動画配信、通信販売
	オンライン商談
電気・ガス	webを利用した展示会、販売
	電子決済の導入、webを活用した機器販売
サービス	オンライン相談、リモート会議の販売など新しいスタイルへの取組を行っている
	既存企業との面談にオンライン商談を一部活用
	リモート商談、バーチャル展示会
	オンラインセミナー、展示会の開催
経済団体・シンクタンク	セミナーを集合型からweb型へ
その他の非製造業	メディア広告の強化
	リモート強化

ウィズコロナ・アフターコロナに対する事業面での具体的な取組（続き）

■新事業参入・新商品開発に関する取組み	
繊維・衣服	抗ウイルスマスク等の販売拡大 新事業の参入は行わない。時代、時期に合う新商品の開発。
窯業・土石	アフターコロナでは、単なる復興政策ではなくグリーンニューディール政策が出てくるものと考え、これに沿うビジネスにシフトしていきたい。
鉄鋼・非鉄金属	新規事業探索。既存事業から派生する事業の強化、業界内M&A
電気機械	感染予防製品の開発
自動車関連	現行商品の新用途開発
その他の製造業	DXを中心にニューノーマルに対応するための新しい事業に取り組む
建設	具体的には決まっていないが、新たな業の模索が必要と考える ビジネスマッチング委託契約
運輸・倉庫	住まいサブスクと連携した割引サービスの提供 非航空事業での収入比率を増やす取り組みを強化
金融・保険	新型コロナウイルス対策特別融資の取扱い
情報通信	巣ごもり需要を狙ったデリバリー展開 スタートアップへの投資、共創
サービス	ウィズコロナ時代の新たな旅行スタイルでのサービス提供。特にDX推進。 宿泊者を増やすアイテムとして、低単価なレストランと高単価なレストランの2店舗を新たにオープン 新商品の販売、リモートワーク関連サービスの提供 ニューノーマルに対応した商品造成
その他の非製造業	技術開発による新規事業検討等 デジタルを活用したインバウンド周遊システムの開発

■手元資金の積み増しに関する取組み	
電気機械	コロナ特別融資の活用。
その他の製造業	金融機関からの借入れによる運転資金の確保
建設	手元資金は常時積み増しに努力している。 金融機関からの借入れ
小売	借入金を増やした
運輸・倉庫	設備更新資金の借入期間を延長
金融・保険	内部留保額の積み増し
サービス	金融機関・市場からの資金調達

■その他の取組み	
その他の製造業	今できることをしっかりと取り組む（業務システムの効率化など） 社内で新型コロナウイルスに対する対応を行っておりますが、事業面ではそれほど大きく変化しておりません
建設	公共工事主体にて、今後の予算枠が心配である 情報収集 通常の営業活動強化
卸売	グループ連携の強化 コアビジネスの拡大 今期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
金融・保険	地元企業への資金繰り、本業支援
情報通信	「現状（コロナ前）」が変化し、もはや「現状維持」という言葉も失った以上、打って出るしかない
サービス	既存顧客で取引内容が薄い先への深耕

【働き方改革・多様な人材の活躍推進にかかるアンケート】

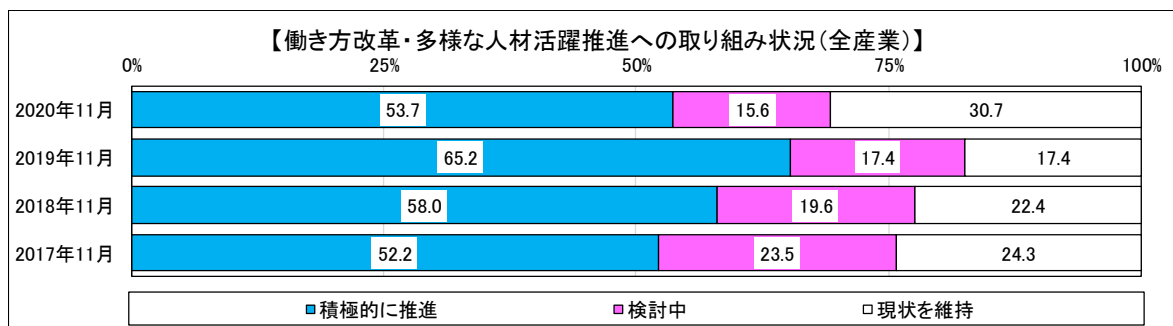
I. 働き方改革・多様な人材活躍推進に関する取組について

- ・働き方改革・多様な人材活躍推進に関する取組方針として、「積極的に推進」と回答した先は 5 割強で、前回調査から減少したものの、コロナ禍においても、半数以上が積極的に取り組む方針を持っている。
- ・働き方改革・多様な人材活躍に取り組むことによる効果について、「業務の効率化・生産性の向上」や「優秀な人材の確保」を挙げる先が多く、「長時間労働の抑制」や「従業員の健康リスクの軽減」を挙げた先は前回調査から減少している。

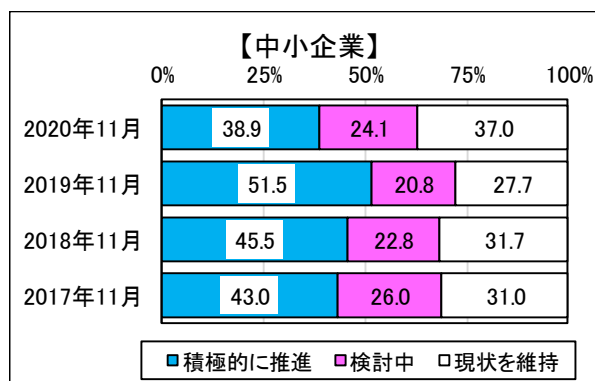
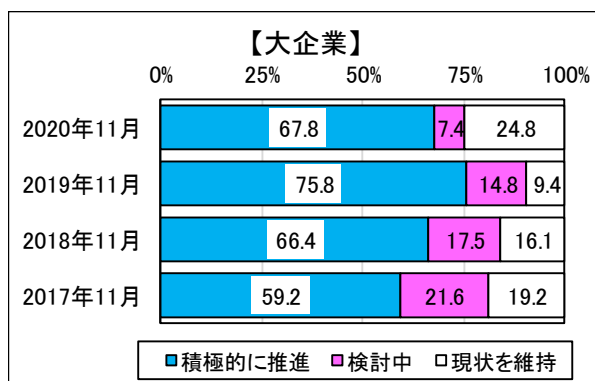
1. 働き方改革・多様な人材活躍推進に関する取組

(1) 働き方改革・多様な人材活躍推進に関する対応方針

- ・働き方改革・多様な人材活躍推進に関する取組方針について、「積極的に推進」と回答した先は 53.7% (前回比▲11.5), 「検討中」が 15.6% (同▲1.8), 「現状を維持」が 30.7% (同+13.3) となっている。



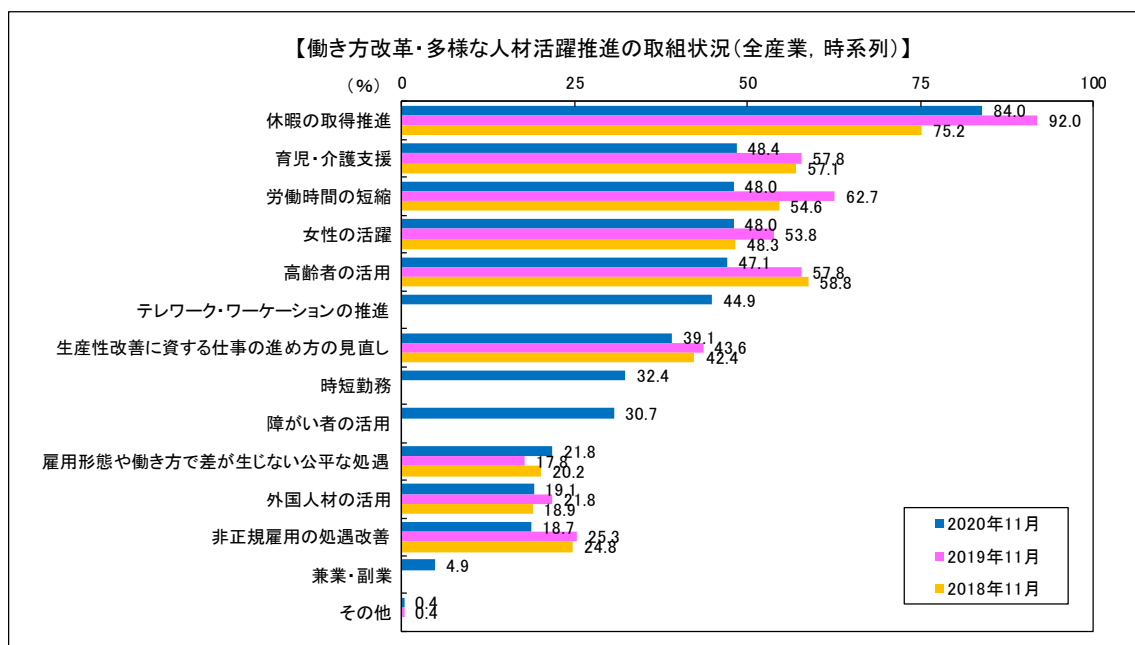
- ・規模別にみると、大企業では「積極的に推進」と回答した先は、67.8% (同▲8.0), 「検討中」が 7.4% (同▲7.4), 「現状を維持」が 24.8% (同+15.4) となっている。また、中小企業では「積極的に推進」と回答した先は、38.9% (同▲12.6) 「検討中」が 24.1% (同+3.3), 「現状を維持」が 37.0% (同+9.3) となっている。



* 上記「大企業」は従業員数 301 人以上の企業を、「中小企業」は 300 人以下の企業をそれぞれ指す。

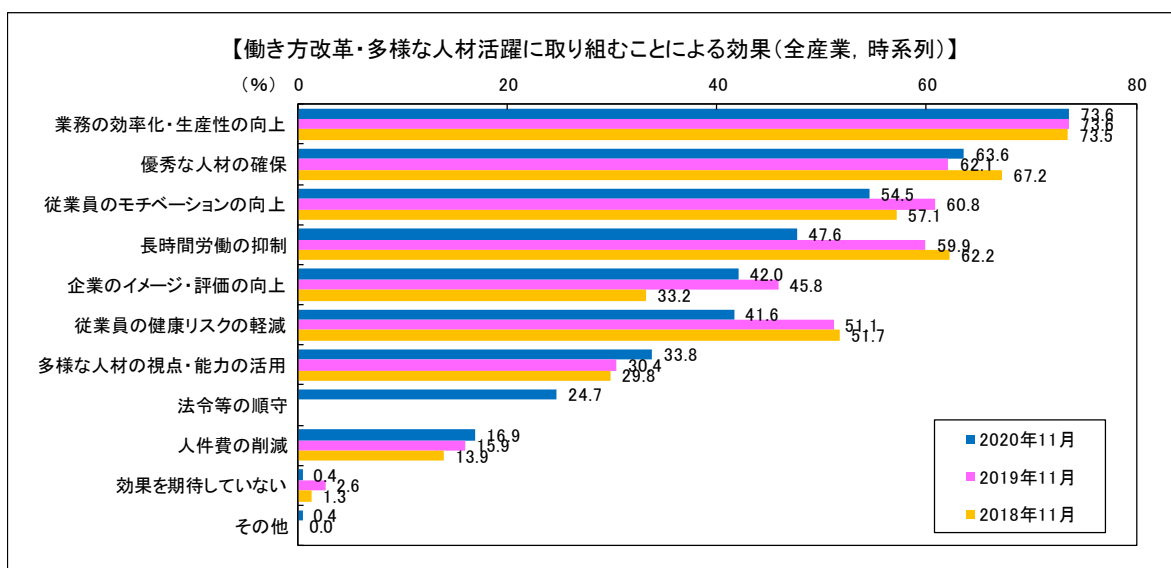
(2) 働き方改革・多様な人材活躍推進の取組

- ・既に実施中の取組として「休暇の取得推進(84.0%)」が最も多く、次いで「育児・介護支援(48.4%)」、「労働時間の短縮」と「女性の活躍」がともに48.0%となっている。
- ・前回(2019年11月)と比較すると、「労働時間の短縮」が▲14.7と大きく減少しており、次いで「高齢者の活用」が▲10.7,「育児・介護支援」が▲9.4,「休暇の取得推進」が▲8.0,「非正規雇用の処遇改善」が▲6.6となっている。



(3) 働き方改革・多様な人材活躍に取り組むことによる効果

- ・働き方改革・多様な人材活躍に取り組むことによる効果については、「業務の効率化・生産性の向上」が73.6%と最も多く、次いで「優秀な人材の確保(63.6%)」、「従業員のモチベーションの向上(54.5%)」となっている。
- ・前回調査(2019年11月)と比べると「長時間労働の抑制」が▲12.3と最も減少しており、次いで「従業員の健康リスクの軽減」が▲9.5となっている。



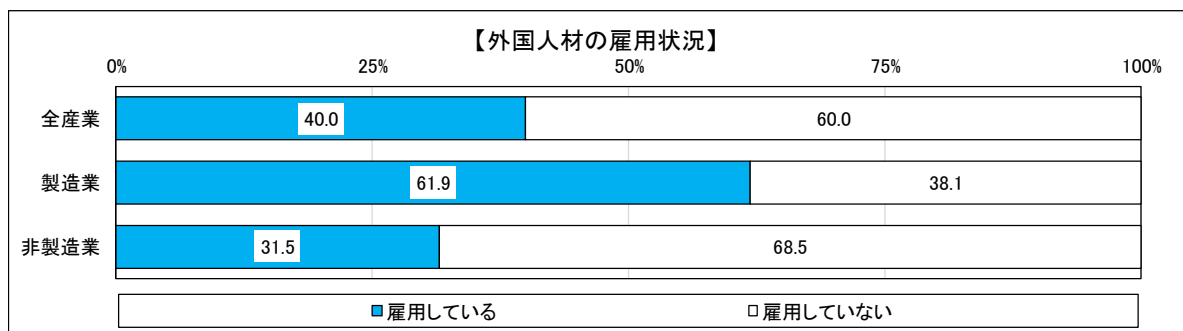
Ⅱ. 外国人材の受入れ・活用について

- ・4割の事業所が外国人材を雇用しており、前回調査（2019年11月）から約1割増加している。
- ・雇用理由をみると、「優秀な人材の確保」が最も多い。また、高度・専門外国人材に対するニーズの高まりが窺える。
- ・新型コロナ禍による外国人材雇用への影響については、約3割が影響を受けている。

1. 外国人材の受入れ・活用

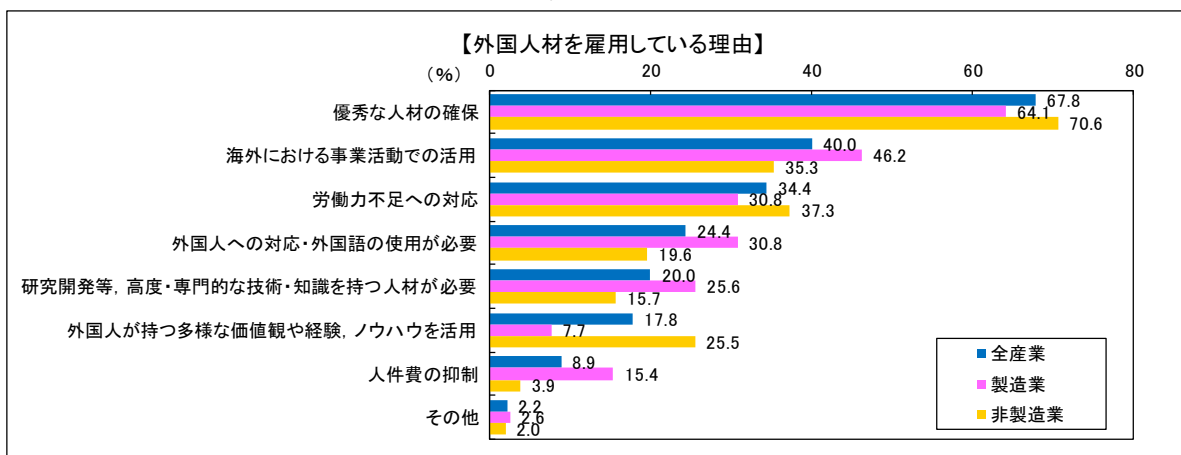
（1）外国人材の雇用状況

- ・自事業所における外国人材の雇用については、全産業では「雇用している」が40.0%（前回比+9.0）となり、外国人材雇用企業の割合が増加している。
- ・製造業／非製造業別に見ると、製造業では「雇用している」が61.9%（同+11.9），非製造業では「雇用している」が31.5%（同+8.7）であり、製造業の方が外国人材雇用企業の割合が高い。



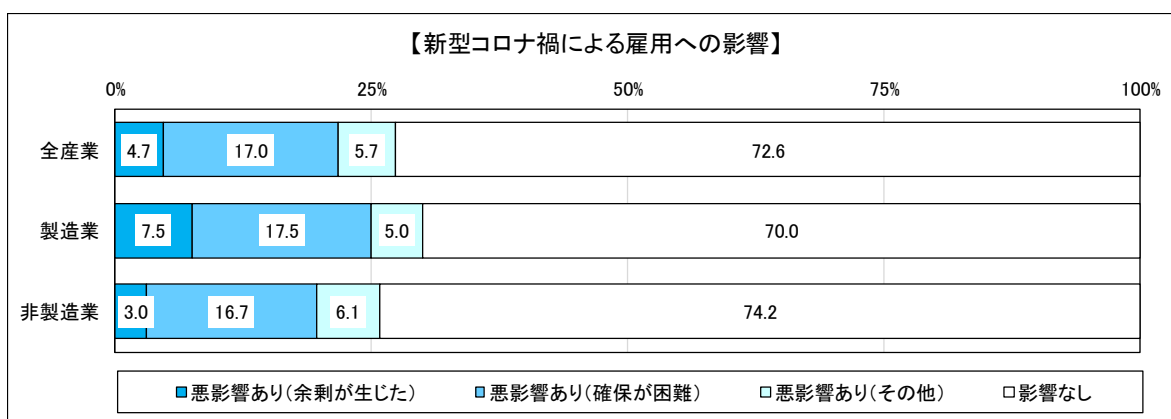
（2）外国人材を雇用している理由

- ・外国人材を雇用している理由は、全産業では「優秀な人材の確保」が67.8%で最も多く、次いで「海外における事業活動での活用（40.0%）」、「労働力不足への対応（34.4%）」などとなっている。
- ・製造業／非製造業別にみると、製造業は「優秀な人材の確保」が64.1%で最も多く、次いで「海外における事業活動での活用（46.2%）」、「労働力不足への対応」と「外国人への対応・外国語の使用が必要」が30.8%となっている。非製造業は「優秀な人材の確保」が70.6%で最も多く、次いで「労働力不足への対応（37.3%）」、「海外における事業活動での活用（35.3%）」などとなっている。
- ・前回調査（2019年11月）との比較では、「研究開発等、高度・専門的な技術・知識を持つ人材が必要」が、全産業では+11.2，製造業では+16.5，非製造業では+7.1 となり、高度・専門外国人材に対するニーズが高まっていることが窺える。



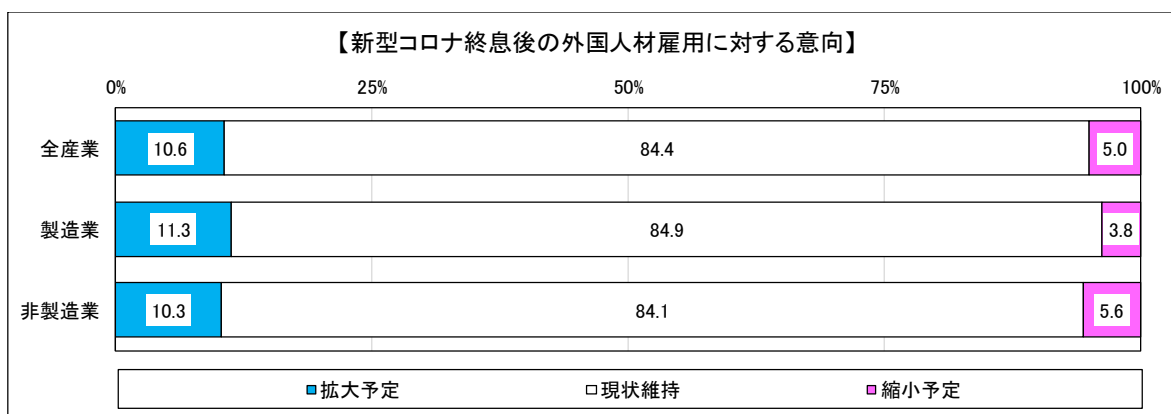
(3) 新型コロナ禍による外国人材雇用への影響

- ・新型コロナ禍による外国人材雇用への影響については、全産業では「悪影響あり（必要な外国人材の確保が難しくなった）」が17.0%、「悪影響有り（雇用している外国人材に余剰が生じた）」が4.7%、「悪影響あり（その他）」が5.7%となっており、全体の3割程度の企業に外国人材雇用への悪影響が見られている。
- ・製造業／非製造業別にみると、製造業は「悪影響あり（余剰が生じた）」が7.5%、「悪影響あり（確保が困難）」が17.5%となっている。また、非製造業では「悪影響あり（余剰が生じた）」が3.0%、「悪影響あり（確保が困難）」が16.7%となっており、製造業の方が新型コロナ禍により外国人雇用に余剰が生じた企業の割合が高い。



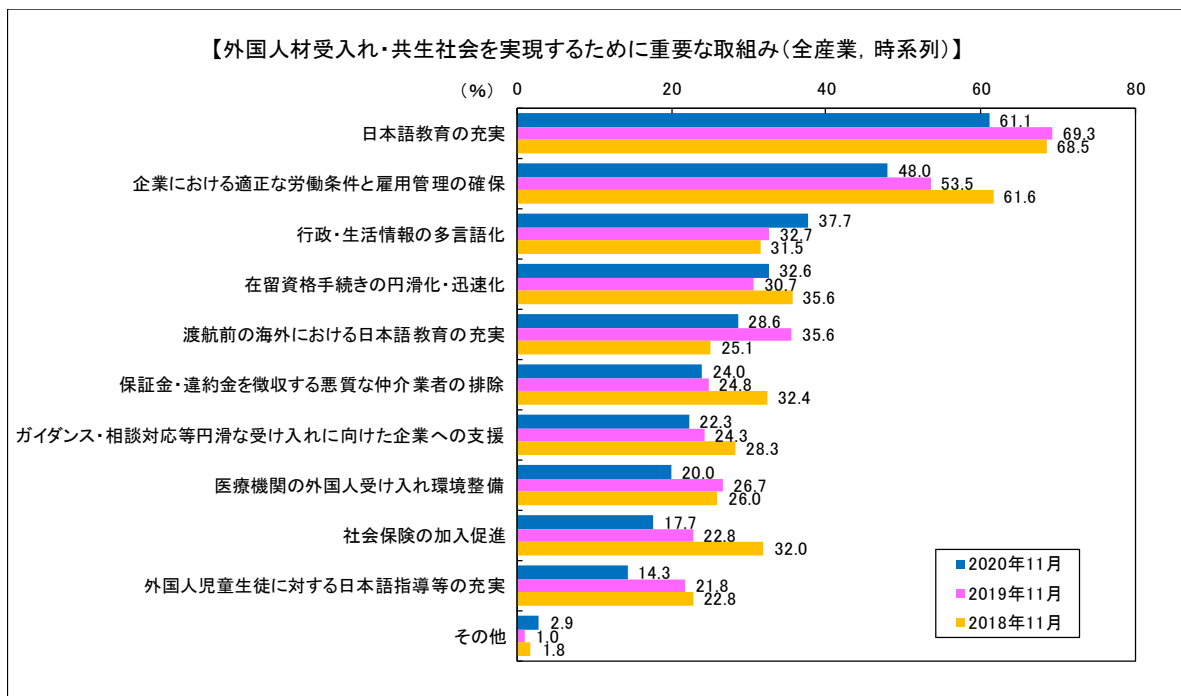
(4) 新型コロナ終息後の外国人材雇用に対する意向

- ・新型コロナ終息後の外国人材雇用については、全産業では「現状維持」が84.4%と大部分を占めており、「拡大予定」が10.6%、「縮小予定」が5.0%となっている。
- ・製造業／非製造業別にみると、製造業は「現状維持」が84.9%、「拡大予定」が11.3%、「縮小予定」が3.8%となっている。非製造業は「現状維持」が84.1%、「拡大予定」が10.3%、「縮小予定」が5.6%となっている。



(5) 外国人材受入れ・共生社会を実現するための重要な取組み

- ・外国人材の円滑な受入れ・共生社会の実現に重要と考える取組みについては、「日本語教育の充実」が 61.1%で最も多く、次いで「企業における適正な労働条件と雇用管理の確保 (48.0%)」、「行政・生活情報の多言語化 (37.7%)」などとなっている。
- ・前回調査 (2019 年 11 月) と比較すると、「行政・生活情報の多言語化」が+5.0, 「在留資格手続きの円滑化・迅速化」が+1.9 と増加する一方で、「日本語教育の充実」が▲8.2, 「外国人児童生徒に対する日本語指導等の充実」が▲7.5, 「渡航前の海外における日本語教育の充実」が▲7.0 などとなっている。



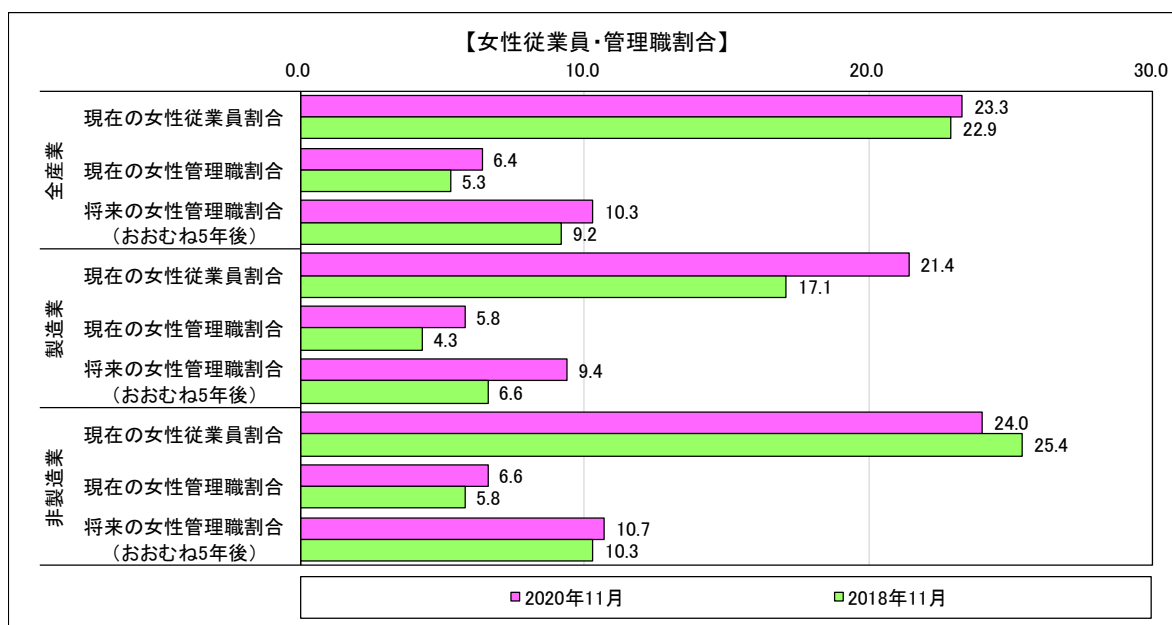
Ⅲ. 女性活躍推進に関する取組みについて

- ・女性従業員の割合は、前回調査（2018年11月）から増加しているが2割強。また、女性管理職割合は1割弱に止まっている。
- ・女性の管理職登用推進に必要な取組としては、「女性の管理職候補に対するキャリア形成支援」が最も多く、次いで「仕事と子育ての両立支援」「女性の意識改革」が多い。

1. 女性活躍推進に関する取組み

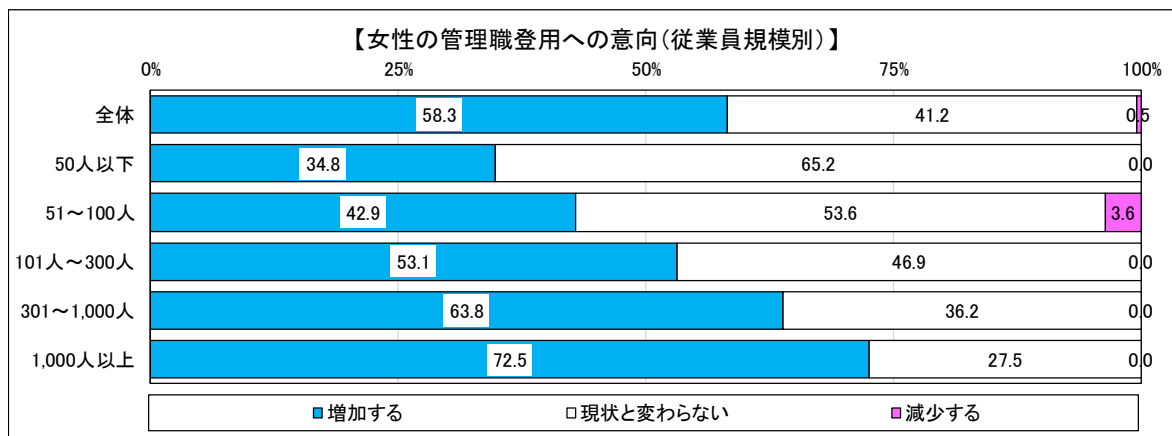
（1）従業員及び管理職に占める女性の割合の増減

- ・従業員に占める女性の割合（回答先の平均値、以下同じ）は、全産業で23.3%（前回比+0.4）、業種別では製造業21.4%（同+4.3）、非製造業24.0%（同▲1.4）となった。
- ・課長相当職以上の管理職に占める女性の割合は、全産業では現状の6.4%（同+1.1）から将来（概ね5年後）は10.3%へと増加を見込んでいる。業種別にみると、製造業では5.8%から9.4%への増加、非製造業では6.6%から10.7%への増加を見込んでいる。



（2）女性の管理職登用への意向

- ・女性管理職登用への意向については、全体では58.3%の企業が「増加する」としている。
- ・従業員規模別では、従業員1,000人以上の企業の72.5%が「増加する」としている一方、従業員300人以下の企業では、「増加する」とした企業は5割程度以下に留まっており、従業員規模が大きい企業の方が、女性管理職登用に前向きな企業の割合が相対的に高いことが窺える。



(3) 女性の管理職登用推進に必要な取組みについて

- ・女性の管理職登用推進に必要な取組みについては、「女性の管理職候補に対するキャリア形成支援」が62.9%と最も多く、次いで「仕事と子育ての両立 (61.6%)」, 「女性の意識改革 (54.0%)」となっている。
- ・前回調査 (2018 年 11 月) と比較すると, 「経営層・男性管理職の意識改革」が+12.9, 「性別にとらわれない公正・公平な人事管理・評価制度の構築」が+11.9, 「女性の管理職候補に対するキャリア形成支援」が+9.7, 「仕事と子育ての両立支援」が+8.4 などとなっている。

