



2021 年 3 月 17 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(2021 年 2 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、2021 年 2 月に実施しました「景気動向アンケート調査結果」(2021 年 2 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 (2021 年 2 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：2021 年 2 月 15 日～2 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：240 社（回答率 33.3%）
- ・回答企業内訳：製造業 66 社、非製造業 174 社

【結果概要】

I. 景気動向 ～景況感は 2 期連続改善も、依然として厳しい状況～

- ・中国地域の景況感は、製造業・非製造業とも 2 期連続で改善し、持ち直しが続いているものの、コロナ感染第 3 波の影響もあり、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、個人消費や設備投資など内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が続く見通しとなっている。
- ・バイデン新政権の経済政策が事業に与える影響について、非製造業を中心にどちらとも言えないが 9 割を占めている。トランプ政権誕生時と比べると、「良い影響」が多く、「悪い影響」が少ない。

II. 業績見通し ～前回より改善するも、6 割弱が減収、5 割強が減益を見込む～

- ・企業業績について、前回調査に比べ売上・利益ともに改善しているものの、6 割弱が減収、5 割強が減益を見込むなど、厳しい見通しとなっている。
- ・製造業では 7 割弱が減収、6 割弱が減益を、また非製造業では 5 割強が減収・減益を見込んでいる。

III. 雇用状況 ～非製造業を中心に不足感、新卒採用は慎重～

- ・雇用状況は、製造業では「不足超」となり、非製造業も依然として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 割強が「正規雇用の増加」、4 割強が「派遣・パート社員の活用」、3 割強が「時間外労働での対応」などを挙げている。
- ・本年 4 月入社の新卒採用については、「減った」ないし「採用しなかった」が 3 割強と、「増えた」の 1 割を大幅に上回るなど、製造業を中心に慎重な姿勢が窺える。

IV. 設備投資 ～2020 年度実績は落ち込むも、2021 年度計画は製造業を中心に回復～

- ・2020 年度に設備投資を実施した企業の割合は、全産業で2019 年度を下回り7 割強に止まる見込み。特に非製造業では実施しない企業が4 割弱に上る。
- ・2020 年度の国内設備投資額については、製造業で大きく減少。
- ・2021 年度計画については、8 割強が投資を予定、投資額は増加が3 割、減少が2 割となっており、2020 年度実績見込より改善する見通し。ただ、2019 年度実績に比べると低い水準にとどまっており、とくに、非製造業では慎重な姿勢が窺える。

V. 新型コロナウイルス感染症による影響 ～和らぐも7 割が悪影響、本格的回復は2022 年度以降が過半～

1. 自社事業への影響

- ・コロナ感染症第3 波について、7 割の先で事業に悪影響が出ているものの、「大きく悪影響が出ている」は2 割強にとどまっており、悪影響の度合は2 期続けて和らぎつつある。ただ、製造業では「食品」「一般機械」、非製造業では「運輸・倉庫」「飲食・宿泊」「サービス業」など、業種によっては依然として大きな影響が出ている。
- ・悪影響が出ている先については、昨年12 月以降の売上・受注が、前年同期に比べて20%以上減少した先が製造業・非製造業ともに4 割強を占めている。また、コロナ前の水準に戻る時期は、非製造業を中心に2022 年度以降とした先が過半を占めており、回復時期は前回調査からずれ込んでいる。

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」、「新規顧客の開拓」、「新規事業参入・新商品開発」、「E コマース等を活用した販売(営業)の見直し」などに取り組んでいる。
- ・本年度の情報化投資についてみると、非製造業を中心に昨年度より増加とした先が過半を占めるとともに、8 月調査に比べて上方修正がみられる。とくに、「建設」「サービス業」「小売」では6 割前後が増加としている。
- ・投資内容をみると、「ハード機器購入」、「システム構築」、「通信環境の拡充」、「ソフトウェアの購入」、「セキュリティ強化」など、ハード・ソフト両面から多様な投資が行われている。

< 補足説明 >

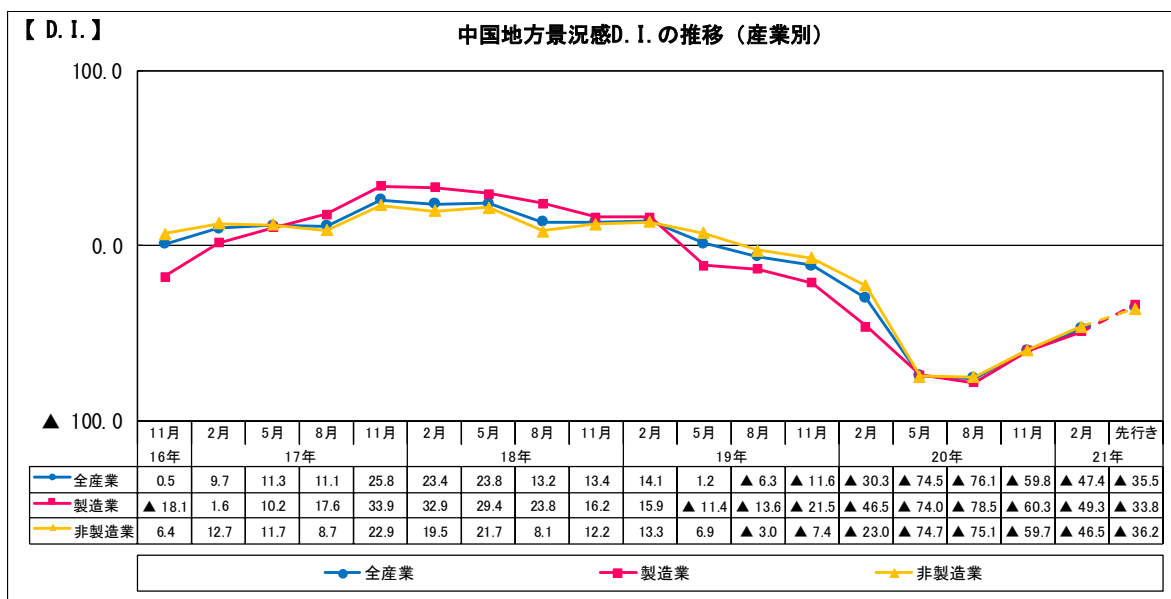
- ・D I・・・ディフュージョン・インデックスの略。企業の業況感や雇用人員の過不足などの各種判断を指数化したもの。一般的に「良い」と回答した企業の割合から「悪い」と回答した企業の割合を引いた数値で求め、良い・悪いなどの「景況水準（レベル）」を表す。
- ・B S I・・・ビジネス・サーベイ・インデックス（景気動向指数）の略。算出方法は「上昇（増加）」と回答した企業の割合から「低下（減少）」と回答した企業の割合を引いた数値で求める。上昇（増加）・下降（減少）などの「景況変化（方向性）」を表す。

I. 景気動向

- 中国地域の景況感は、製造業・非製造業とも2期連続で改善し、持ち直しが続いているものの、コロナ感染第3波の影響もあり、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、個人消費や設備投資など内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が続く見通しとなっている。
- バイデン新政権の経済政策が事業に与える影響について、非製造業を中心にどちらとも言えないが9割を占めている。トランプ政権誕生時と比べると、「良い影響」が多く、「悪い影響」が少ない。

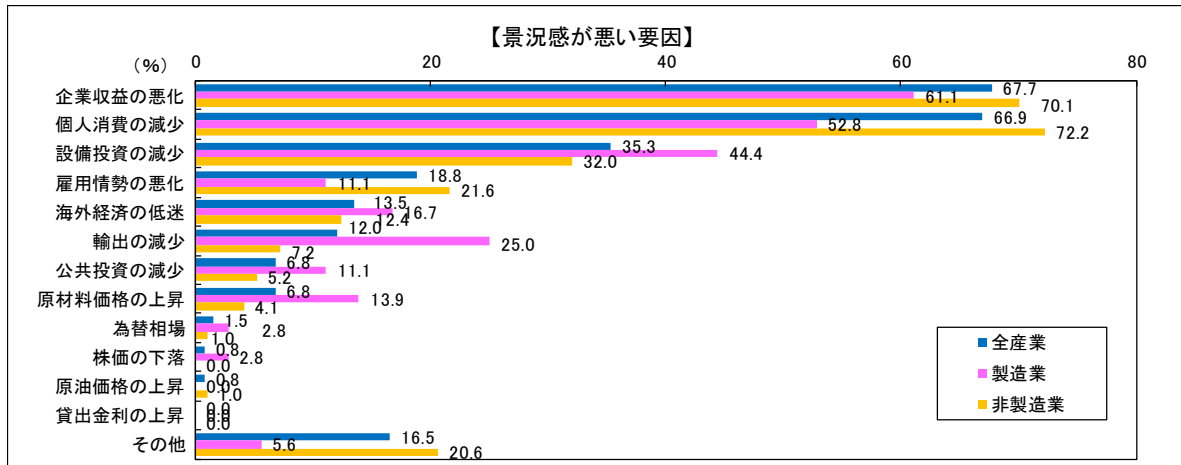
1. 現在（2021年2月）の景況感

- 景況感D I（「大変良い＋良い」割合－「悪い＋大変悪い」割合）は、▲47.4（前回比＋12.4）と2期連続で改善しマイナス幅が縮小した。製造業/非製造業別にみても、製造業で▲49.3（同＋11.0）、非製造業も▲46.5（同＋13.2）と、ともに2期連続で改善した。
- 先行き（2～3ヵ月先）の景況感D Iも▲35.5（現状比＋11.9）と依然としてマイナス圏にあるものの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、製造業で▲33.8（同＋15.5）、非製造業も▲36.2（同＋10.3）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）

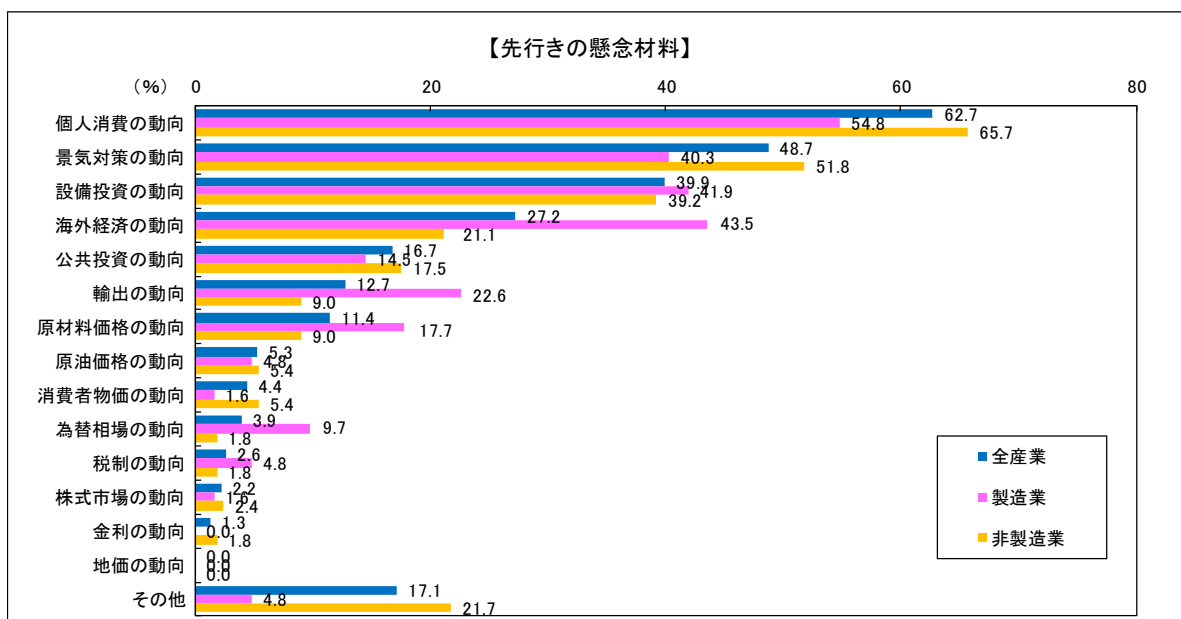
- ・景況感が悪いと回答した先の主な要因は、「企業収益の悪化（67.7%）」（前回比+0.8）が最も多く、次いで「個人消費の減少（66.9%）」（同+7.4）、「設備投資の減少（35.3%）」（同▲1.9）となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業では「企業収益の悪化（61.1%）」が最も多く、次いで「個人消費の減少（52.8%）」「設備投資の減少（44.4%）」、「輸出の減少（25.0%）」となっている。非製造業では「個人消費の減少（72.2%）」が最も多く、次いで「企業収益の悪化（70.1%）」、「設備投資の減少（32.0%）」、「雇用情勢の悪化（21.6%）」となっている。



3. 先行き（2～3ヵ月先）について

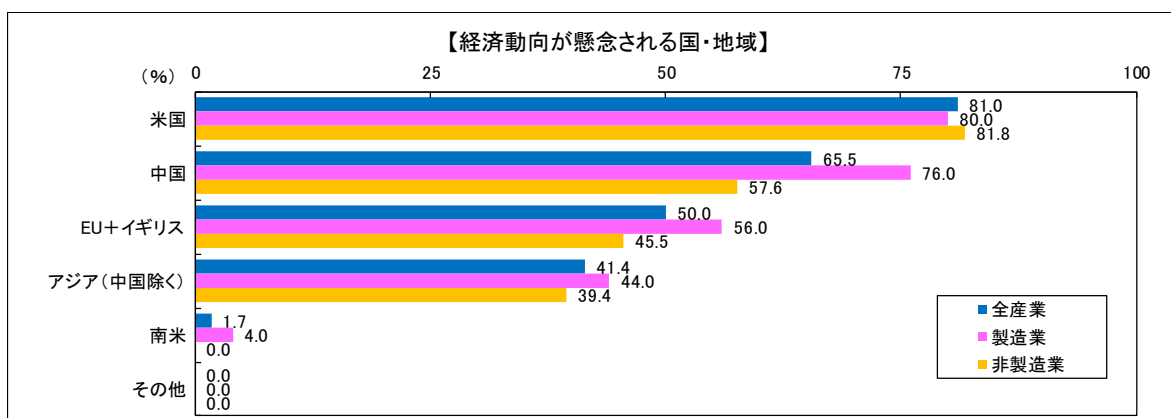
（1）懸念材料

- ・先行きの懸念材料は「個人消費の動向（62.7%）」（前回比▲1.5）が最も多く、次いで「景気対策の動向（48.7%）」（同▲0.2）、「設備投資の動向（39.9%）」（同▲2.0）、「海外経済の動向（27.2%）」（同+0.8）となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業では「個人消費の動向（54.8%）」（前回比+6.5）が最も多く、次いで「海外経済の動向（43.5%）」（同▲6.4）、「設備投資の動向（41.9%）」（同+1.9）、「景気対策の動向（40.3%）」（同▲6.4）となっている。非製造業では「個人消費の動向（65.7%）」（同▲0.2）が最も多く、次いで「景気対策の動向（51.8%）」（同+2.1）、「設備投資の動向（39.2%）」（同▲3.3）、「海外経済の動向（21.1%）」（同+4.9）となっている。



(2) 経済動向が懸念される国・地域

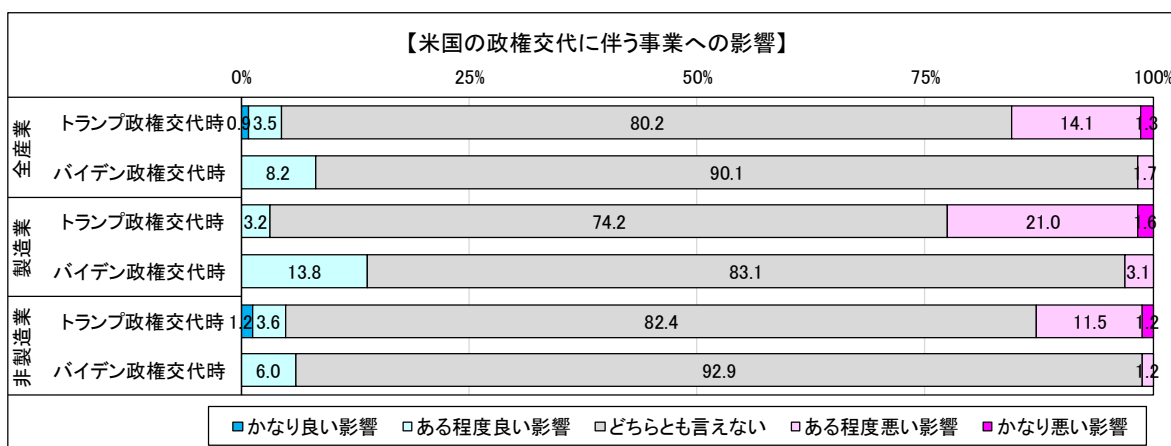
- ・前問(1)で先行き懸念材料として「海外経済の動向」を挙げた先に、懸念する国・地域を聞いたところ、「米国(81.0%)」が最も多く、次いで「中国(65.5%)」、「EU+イギリス(50.0%)」、「アジア(中国除く)(41.4%)」となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業、非製造業ともに「米国」(製造業:80.0%, 非製造業:81.8%)が最も多く、次いで「中国」(製造業:76.0%, 非製造業:57.6%)、「EU+イギリス」(製造業:56.0%, 非製造業:45.5%)、「アジア(中国除く)」(製造業:44.0%, 非製造業:39.4%)となっている。
- ・前回調査に比べると、製造業では「米国」(前回比+9.0)、「EU+イギリス」(同+14.1)、「アジア(中国除く)」(同+5.3)が上昇する一方で、「中国」(同▲1.4)は低下している。



4. バイデン新政権の経済政策が与える影響について

※2017年2月調査比：トランプ政権誕生の際に同様調査を行ったものとの比較

- ・バイデン新政権の経済政策が事業に与える影響を聞いたところ、「どちらともいえない」が90.1% (2017年2月調査比+9.9)と最も多く、次いで「良い影響」が8.2% (同+3.8)、「悪い影響」が1.7% (同▲13.7)となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業では「どちらともいえない」が83.1% (2017年2月調査比+8.9)と最も多く、次いで「良い影響」が13.8% (同+10.6)、「悪い影響」が3.1% (同▲19.5)となっている。非製造業では「どちらともいえない」が92.9% (同+10.5)と最も多く、次いで「良い影響」が6.0% (同+1.2)、「悪い影響」が1.2% (同▲11.5)となっている。

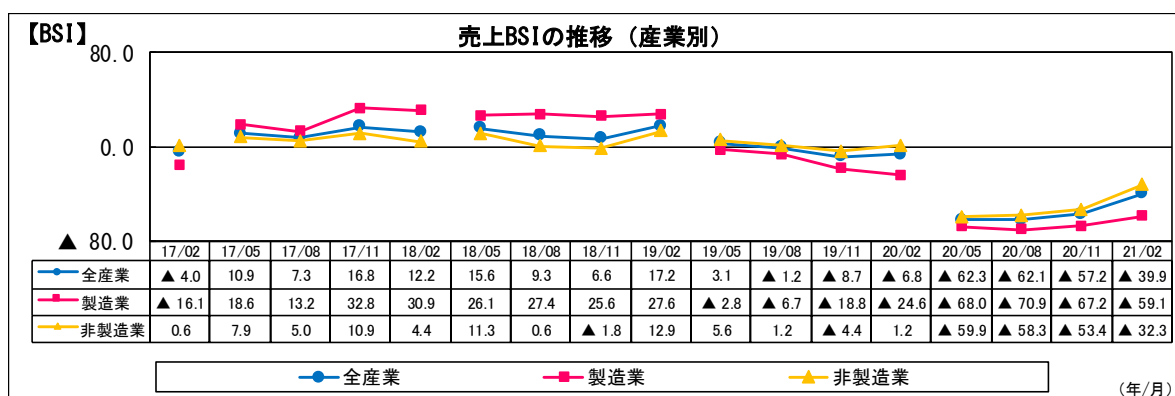


Ⅱ. 業績見通し

- ・企業業績について、前回調査に比べ売上・利益ともに改善しているものの、6割弱が減収、5割強が減益を見込むなど、厳しい見通しとなっている。
- ・製造業では7割弱が減収、6割弱が減益を、また非製造業では5割強が減収・減益を見込んでい

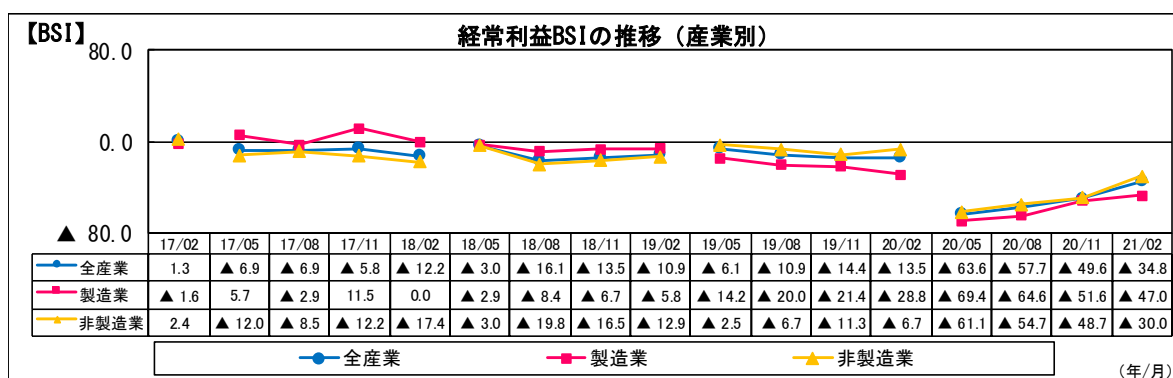
1. 2020年度の売上見通しについて

- ・2020年度の売上見通しについて、「増加」が18.2%、「横這い」が23.7%、「減少」が58.1%となっている。売上判断BSI（「増加」割合－「減少」割合）は▲39.9（前回比＋17.3）と、減収を見込む先が多いものの、前回調査より大幅に改善している。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業は「増加」が7.6%、「横這い」が25.8%、「減少」が66.7%で、売上判断BSIは▲59.1（同＋8.1）となっている。非製造業は「増加」が22.4%、「横這い」が22.9%、「減少」が54.7%で、売上判断BSIは▲32.3（同＋21.1）となっている。製造業、非製造業ともに減収を見込む先が多いものの、前回調査より改善している。



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18.6%、「横這い」が28.0%、「減少」が53.4%となっている。利益判断BSI（「増加」割合－「減少」割合）は▲34.8（前回比＋14.8）と、減益を見込む先が多いものの、前回調査より大幅に改善している。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業は「増加」が12.1%、「横這い」が28.8%、「減少」が59.1%で、利益判断BSIは▲47.0（同＋4.6）となっている。非製造業は「増加」が21.2%、「横這い」が27.6%、「減少」が51.2%で、利益判断BSIは▲30.0（同＋18.7）となっている。製造業、非製造業ともに減益を見込む先が多いものの、前回調査より改善している。

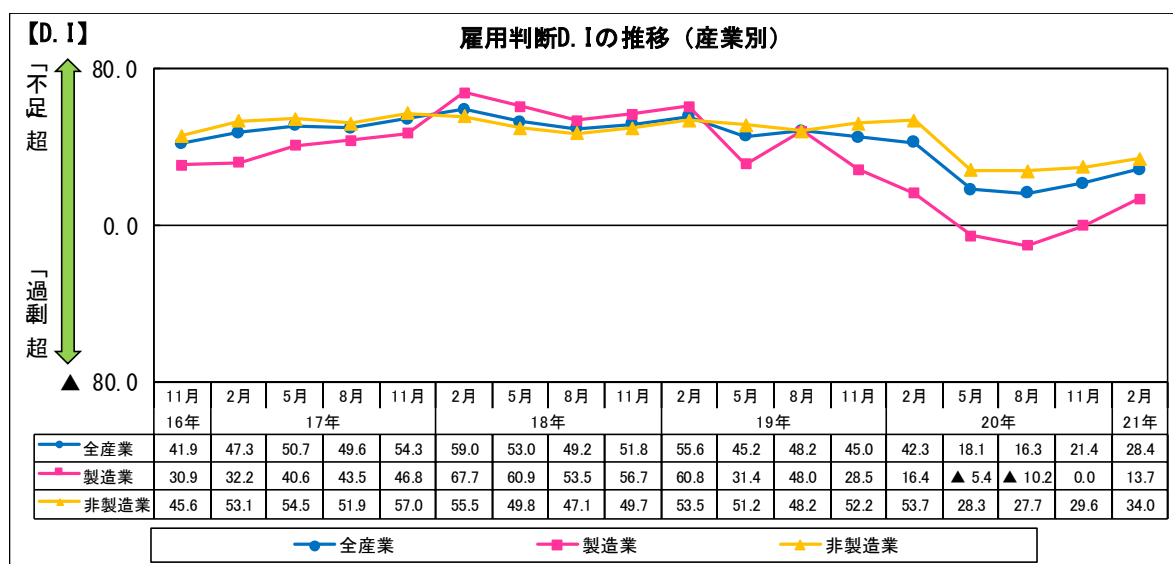


Ⅲ. 雇用状況

- ・雇用状況は、製造業では「不足超」となり、非製造業も依然として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割強が「正規雇用の増加」、4割強が「派遣・パート社員の活用」、3割強が「時間外労働での対応」などを挙げている。
- ・本年4月入社の新卒採用については、「減った」ないし「採用しなかった」が3割強と、「増えた」の1割を大幅に上回るなど、製造業を中心に慎重な姿勢が窺える。

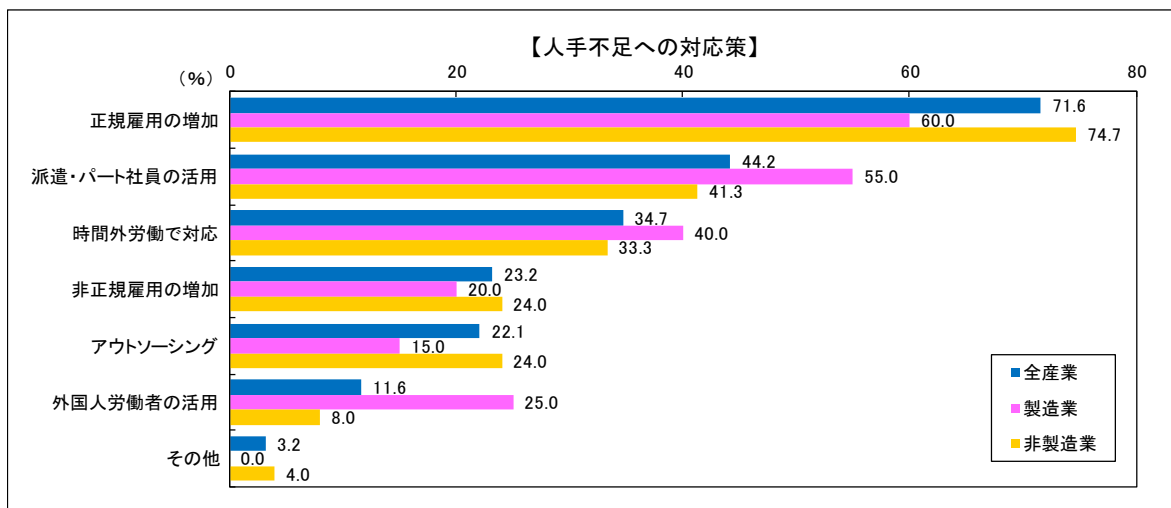
1. 現在の雇用状況について

- ・雇用判断D I（「不足+やや不足」割合－「過剰+やや過剰」割合）は、28.4（前回比+7.0）と前回調査に比べてプラス幅が拡大し、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13.7（同+13.7）と「不足超」となっている。非製造業は34.0（同+4.4）と、非製造業の方が製造業に比べて不足感が強い。



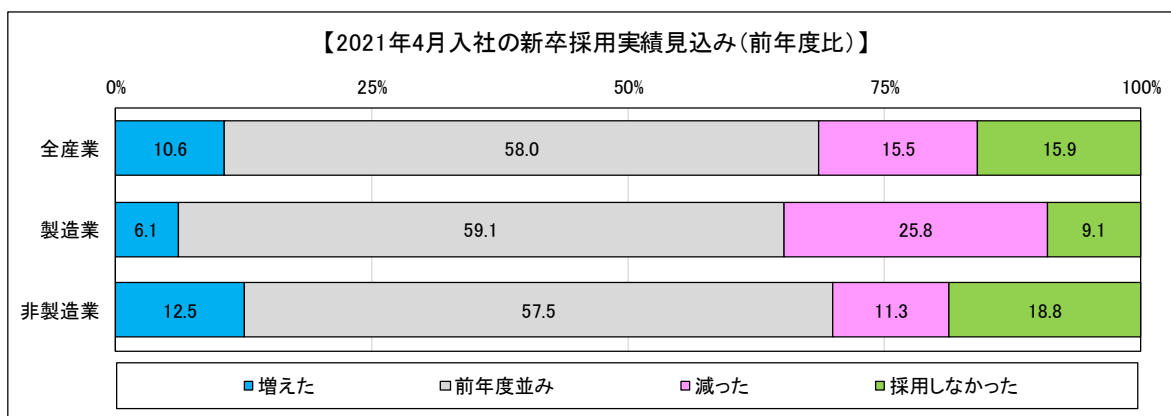
2. 人手不足への対応について

- ・「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 40.0%（前回比+4.4），製造業/非製造業別にみると，製造業で 30.3%（同+5.3），非製造業は 43.7%（同+4.1）となっている。
- ・不足への対応として，「正規雇用の増加」が 71.6%（同+4.5）と最も多く，次いで「派遣・パート社員の活用（44.2%）」（同+8.8），「時間外労働での対応（34.7%）」（同▲2.0）となっている。



3. 新卒採用について

- ・本年 4 月入社の新卒採用について，「前年度並み」が 58.0%と最も多く，次いで「採用しなかった」（15.9%），「減った」（15.5%），「増えた」（10.6%）となっており，「減った+採用しなかった」（31.4%）が「増えた」を大幅に上回る。
- ・製造業/非製造業別にみると，製造業は「前年度並み」が 59.1%と最も多く，次いで「減った」（25.8%），「採用しなかった」（9.1%），「増えた」（6.1%）となっている。非製造業は「前年度並み」が 57.5%と最も多く，次いで「採用しなかった」（18.8%），「増えた」（12.5%），「減った」（11.3%）となっている。

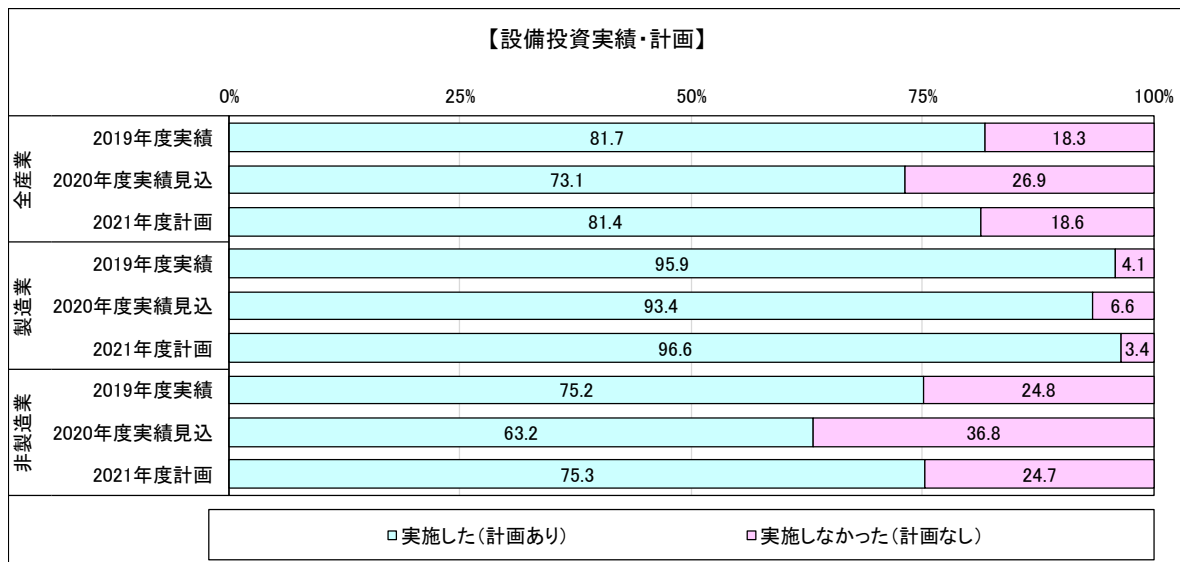


IV. 設備投資

- ・2020 年度に設備投資を実施した企業の割合は、全産業で 2019 年度を下回り 7 割強に止まる見込み。特に非製造業では実施しない企業が 4 割弱に上る。
- ・2020 年度の国内設備投資額については、製造業で大きく減少。
- ・2021 年度計画については、8 割強が投資を予定、投資額は増加が 3 割、減少が 2 割となっており、2020 年度実績見込より改善する見通し。ただ、2019 年度実績に比べると低い水準にとどまっており、とくに、非製造業では慎重な姿勢が窺える。

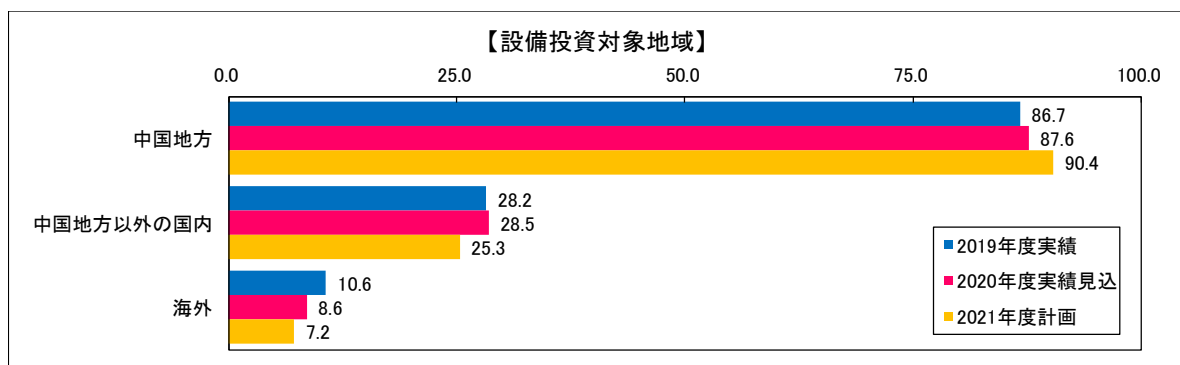
1. 設備投資実績・計画の有無について

- ・本年度（2020 年度）の設備投資について聞いたところ、全産業では「実施した」が 73.1%（2019 年度実績比▲8.6）となっている。製造業／非製造業別にみると、製造業は 93.4%（同▲2.5）、非製造業では 63.2%（同▲12.0）がそれぞれ「実施した」と回答した。
- ・来年度（2021 年度）の設備投資計画については、全産業で「計画あり」が 81.4%（2020 年度実績見込比＋8.3）となっている。製造業／非製造業別にみると、製造業では 96.6%（同＋3.2）、非製造業では 75.3%（同＋12.1）がそれぞれ「計画あり」と回答した。



2. 設備投資対象地域について

- ・上記 1 で、「実施した（計画あり）」と回答した先に、投資対象地域（複数回答）について聞いたところ、2020 年度実績見込は、「中国地域」が 87.6%、「中国地域以外の国内」が 28.5%、「海外」が 8.6%であった。
- ・2021 年度計画の投資対象地域は、「中国地域」が 90.4%、「中国地域以外の国内」が 25.3%、「海外」が 7.2%となっている。



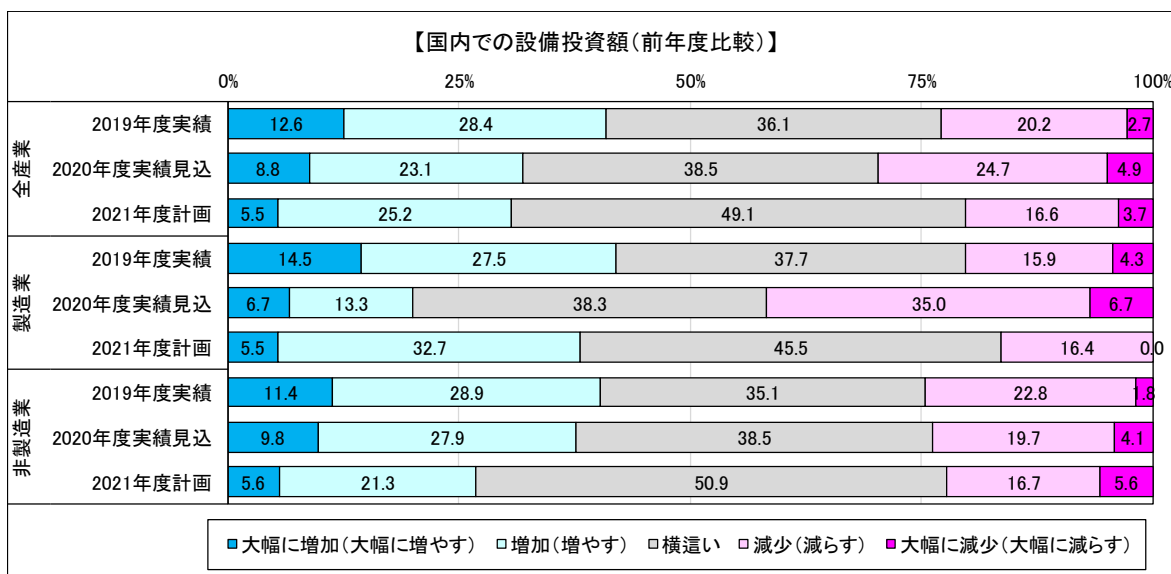
3. 国内設備投資内容について

※以下では、設備投資を国内（中国地域と中国地域以外の国内）で「実施した（計画あり）」と回答した先にその内容を聞いた。

（１）投資額の増減について

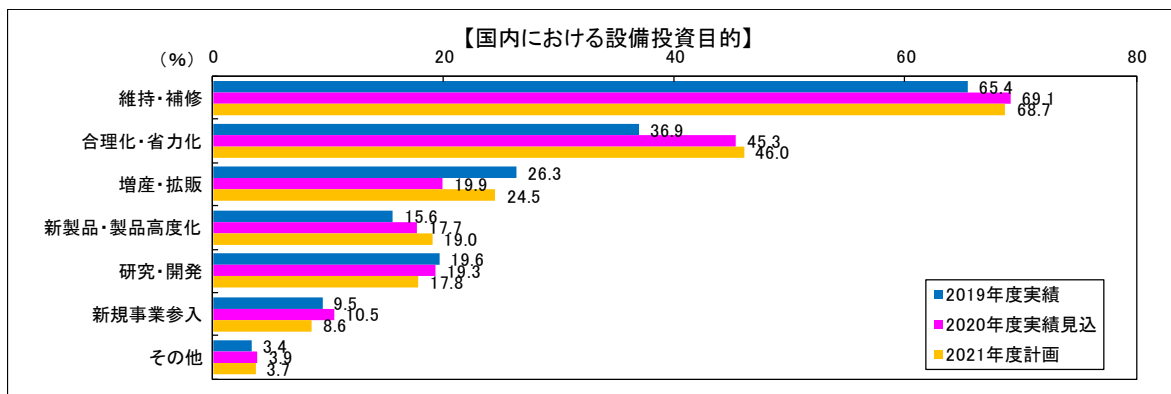
※「増加」:「大幅に増加」+「増加」,「減少」:「大幅に減少」+「減少」

- ・本年度（2020 年度）の設備投資は昨年度に比べて、「増加」が 31.9%（2019 年度実績比▲9.1）,「横這い」が 38.5%（同+2.4）,「減少」が 29.6%（同+6.7）となっている。
- ・来年度（2021 年度）の設備投資計画は本年度に比べて、「増やす」が 30.7%（2020 年度実績見込比▲1.2）,「横這い」が 49.1%（同+10.6）,「減らす」が 20.3%（同▲9.3）となっている。
- ・製造業／非製造業別にみると、来年度（2021 年度）の設備投資計画は本年度に比べて、製造業では「増やす」が 38.2%（2020 年度実績見込比+18.2）,「減らす」が 16.4%（同▲25.3）となっている。一方、非製造業では「増やす」が 26.9%（同▲10.8）,「減らす」が 22.3%（同▲1.5）となっている。



（２）投資目的について

- ・投資の目的について聞いたところ、2020 年度実績見込では「維持・補修」が 69.1%と最も多く、次いで「合理化・省力化（45.3%）」,「増産・拡販（19.9%）」,「研究・開発（19.3%）」,「新製品・製品高度化（17.7%）」となっている。
- ・2021 年度計画も「維持・補修」が 68.7%と最も多く、次いで「合理化・省力化（46.0%）」,「増産・拡販（24.5%）」,「新製品・製品高度化（19.0%）」,「研究・開発（17.8%）」となっており、2020 年度実績と順位、割合ともほぼ同じである。



V. 新型コロナウイルス感染症による影響等

1. 自社事業への影響

- ・コロナ感染症第3波について、7割の先で事業に悪影響が出ているものの、「大きく悪影響が出ている」は2割強にとどまっており、悪影響の度合いは2期続けて和らぎつつある。ただ、製造業では「食品」「一般機械」、非製造業では「運輸・倉庫」「飲食・宿泊」「サービス業」など、業種によっては依然として大きな影響が出ている。
- ・悪影響が出ている先については、昨年12月以降の売上・受注が、前年同期に比べて20%以上減少した先が製造業・非製造業ともに4割強を占めている。また、コロナ前の水準に戻る時期は、非製造業を中心に2022年度以降とした先が過半を占めており、回復時期は前回調査からずれ込んでいる。

2. 新型コロナに対する取組等について

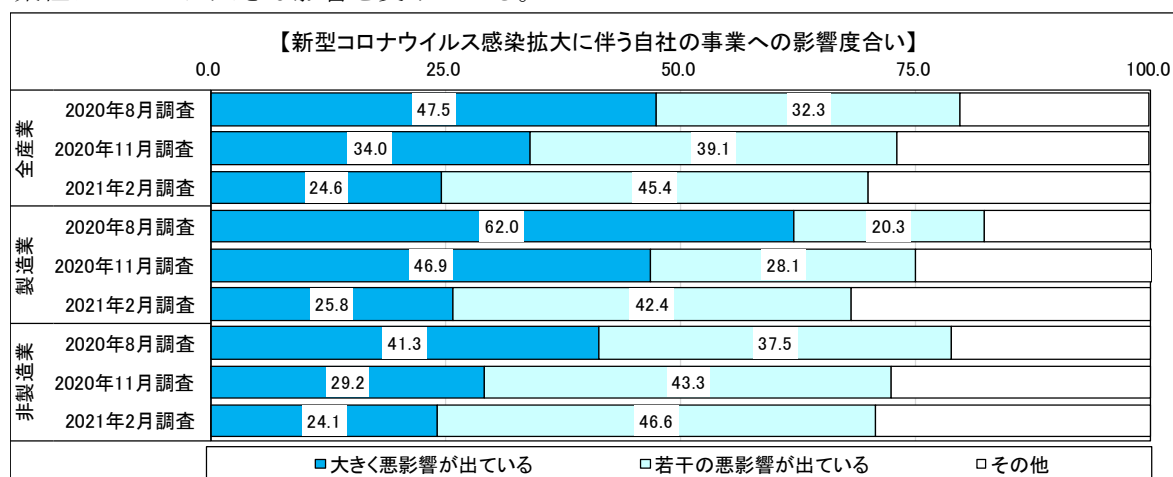
- ・コロナへの事業面での対応として、「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」、「新規顧客の開拓」、「新規事業参入・新商品開発」、「Eコマース等を活用した販売(営業)の見直し」などに取り組んでいる。
- ・本年度の情報化投資についてみると、非製造業を中心に昨年度より増加とした先が過半を占めるとともに、8月調査に比べて上方修正がみられる。とくに、「建設」「サービス業」「小売」では6割前後が増加としている。
- ・投資内容をみると、「ハード機器購入」、「システム構築」、「通信環境の拡充」、「ソフトウェアの購入」、「セキュリティ強化」など、ハード・ソフト両面から多様な投資が行われている。

1. 新型コロナウイルス感染症 第3波の影響について

(1) 自社の事業への影響

※「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」

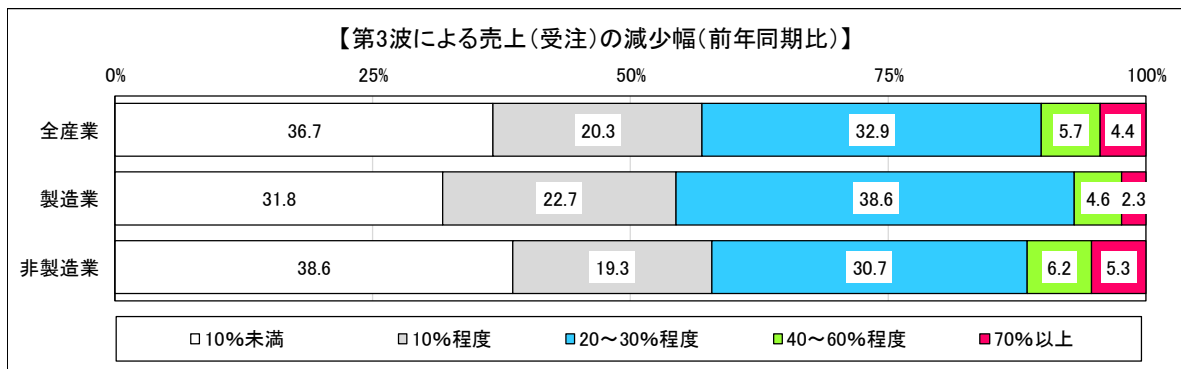
- ・第3波による事業への影響について、「悪影響が出ている」が70.0%、そのうち「大きく悪影響が出ている」が24.6%となっており、悪影響の度合いは2期続けて和らぎつつある。
- ・製造業／非製造業別についてみると、製造業では「悪影響が出ている」が68.2%、そのうち「大きく悪影響が出ている」が25.8%となっている。非製造業では「悪影響が出ている」が70.7%、そのうち「大きく悪影響が出ている」が24.1%となっており、製造業・非製造業ともに悪影響の度合いは2期続けて弱まりつつある。
- ・「大きく悪影響が出ている」とした先をみると、製造業では「食料品」(50.0%)、「一般機械」(41.7%)、非製造業では「運輸・倉庫」(57.1%)、「飲食・宿泊」(100.0%)、「サービス業」(33.3%)など、業種によっては大きな影響を受けている。



(2) 売上（受注）について

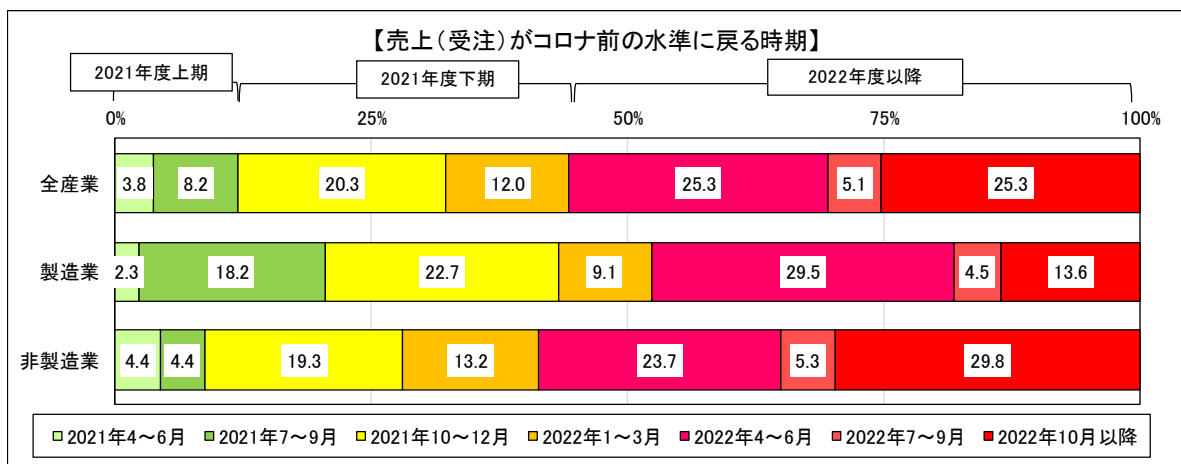
a. 売上（受注）の減少幅について

- 第3波による事業への影響が出ている先に、昨年12月以降の売上・受注について、前年同期と比べてどの程度減少したかを聞いたところ、「10%未満」が36.7%、「10%程度」が20.3%、「20～30%程度」が32.9%、「40～60%程度」が5.7%、「70%程度以上」が4.4%となっており、20%以上減少とした先が43.0%となっている。
- 製造業/非製造業別にみると、20%以上減少とした先が製造業で45.5%、非製造業では42.2%となっている。



b. 売上（受注）がコロナ前の水準に戻る時期

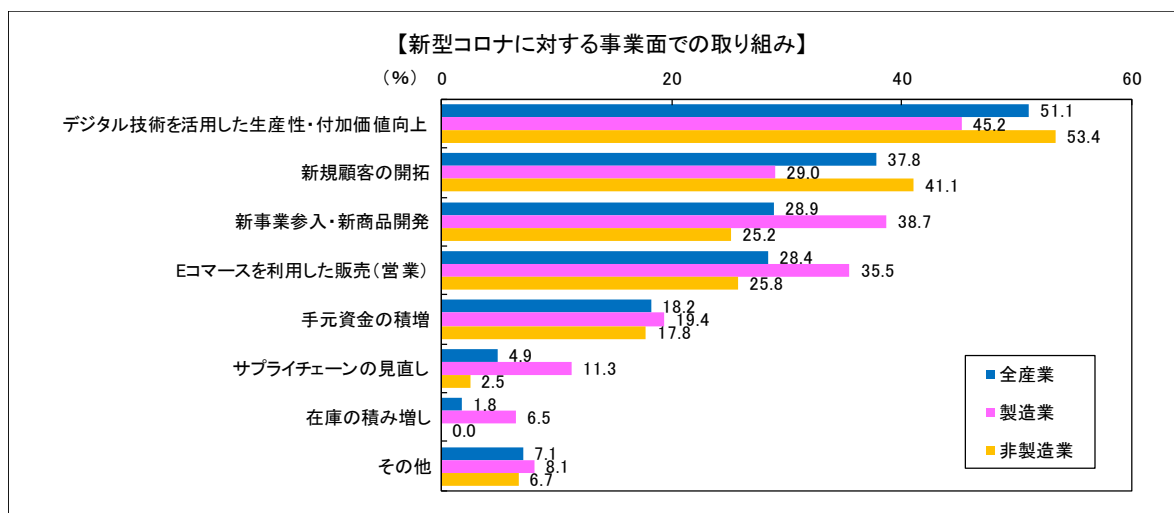
- 売上（受注）がコロナ前の水準に戻る時期は「～2021年9月（12.0%）」、「2021年10～12月（20.3%）」、「2022年1～3月（12.0%）」、「2022年4～6月（25.3%）」、「2022年7～9月（5.1%）」、「2022年10月以降（25.3%）」となっている。2022年4月以降が55.7%（前回調査：46.9%、8月調査：37.9%）と過半を占めており、前回調査から回復時期がずれ込んでいる。
- 製造業/非製造業別にみると、2022年度以降に回復を見込む先は、製造業で47.6%、非製造業で58.8%となっており、非製造業の方が回復が遅れるとみている。



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51.1%と最も多く、次いで「新規顧客の開拓（37.8%）」、「新事業参入・新商品開発（28.9%）」、「Eコマース等を活用した販売（営業）（28.4%）」となっている。
- ・新型コロナの影響を強く受けている業種についてみると、製造業では「食料品」が「Eコマース等を活用した販売（営業）」、「一般機械」が「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）」、非製造業では「運輸・倉庫」が「新事業参入・新商品開発」,「飲食・宿泊」が「手元資金の積増」,「サービス業」が「新規顧客の開拓」「新事業参入・新商品開発」「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」などに取り組んでいる。

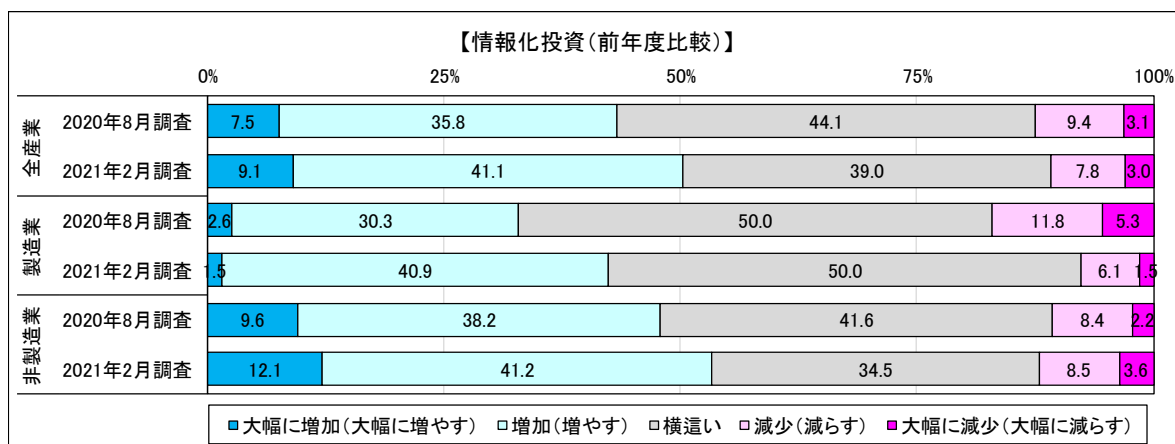


(2) 情報化にかかわる投資について

a. 投資額について

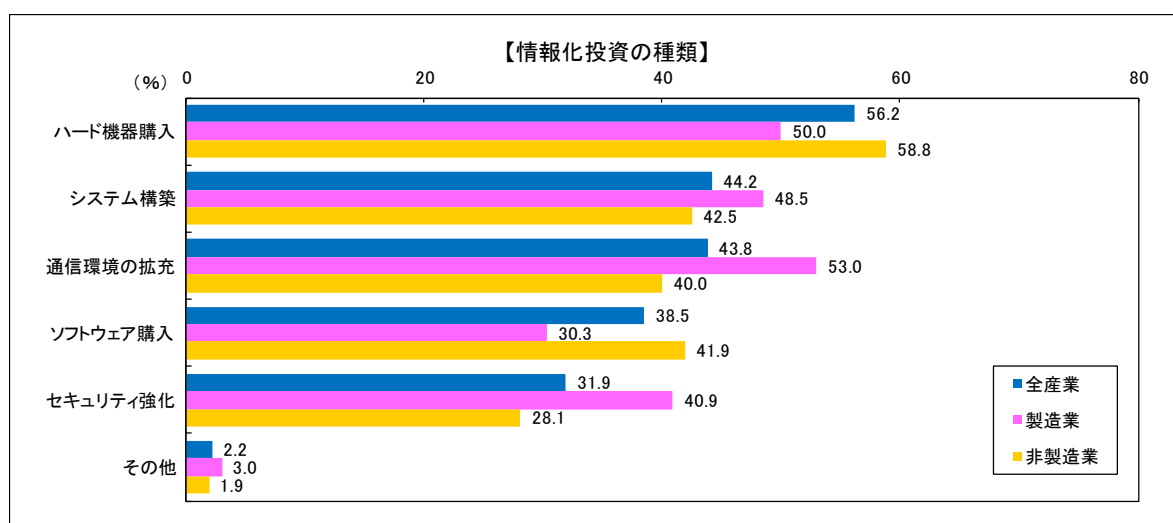
※「増やす」:「大幅に増やす」+「増やす」,「減らす」:「大幅に減らす」+「減らす」

- ・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50.2%（8月調査比+6.9）,「横這い」が39.0（同▲5.1）,「減らす」が10.8%（同▲1.7）となっており,「増やす」が「減らす」を大幅に上回るとともに,8月調査に比べて上方修正がみられる。
- ・製造業/非製造業別にみると,製造業では「増やす」が42.4%,「横這い」が50.0%,「減らす」が7.6%となっている。一方,非製造業では「増やす」が53.3%,「横這い」が34.5%,「減らす」が12.1%となっており,「建設（64.7%）」「サービス業（61.6%）」「小売（58.3%）」,などを中心に過半が「増やす」としている。



b. 投資内容について

- ・本年度（2020年度）の情報化投資の内容について,「ハード機器購入」が56.2%と最も多く,次いで「システム構築（44.2%）」,「通信環境の拡充（43.8%）」,「ソフトウェアの購入（38.5%）」,「セキュリティ強化（31.9%）」となっており,投資内容は分散していることが窺える。



※ 新型コロナに対する具体的な取り組み内容

- ・「V-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」で、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。

■新事業参入・新商品開発に関する取り組み	
繊維・衣服	新事業に参入ではなく、内部的に商品開発を増し、需要者の選択肢を増す
鉄鋼・非鉄金属	自動車部品以外の鍛造品の活用について
金属製品	ビジネスモデルの転換（サブスク、クラウド）
一般機械	アンモニアや水素などの新しいエネルギーに対応する機器
電気機械	DX分野の開拓 環境改善商品
自動車関連	電気自動車への対策、現行製品の新用途開拓など
その他製造業	電子機器・自動車に導入される新製品開発
建設	排出規制に対応した製品開発
卸売	DX取り組みの強化
小売	セルフ化
運輸・倉庫	食品物流全体の最適化を提案し、必要なサービスを提供する 非航空事業以外での収入増強化
金融・保険	オンラインを活用した研修向け相談会の実施 非対面販売チャネルの整備と専用商品の開発等
情報通信	デジタル商品の開発・拡充、新メディアの挑戦、販売所宅配サービスの拡充 外部企業との連携
飲食・宿泊	コロナ対策した店舗をホテル内に開店 デリバリー事業開始
サービス業	テレワーク関連商品販売 コロナ禍対策商品 旅行外案件事業の受託
その他非製造業	新規開発品の掘り起こし

■新規顧客の開拓に関する取り組み	
その他製造業	新規取引先の開拓
建設	従来通りの営業活動をする
	新規開拓、地元顧客の掘り起こし
	労働・生活環境変化による新規市場開拓
	銀行の仲介によるビジネスマッチング
	異業種とのコラボレーション
運輸・倉庫	各事業間の横断的な営業展開により取引先の拡大を図る
金融・保険	新規融資契約
飲食・宿泊	新規店舗の出店
サービス業	サービスの開発および顧客創出
	他業種事業参入
	受注拡大
その他非製造業	既存顧客からの新規顧客の紹介アプローチ
	広域取組、他社とのアライアンス メディア広告の強化

新型コロナに対する事業面での具体的な取組（続き）

■ 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組み	
鉄鋼・非鉄金属	生産計画のシステム化
	生産性向上（操業条件安定化，設備異常予兆検知など）
一般機械	遠隔管理
自動車関連	IoTを使用した生産実績管理
	web会議等オンライン上でのやりとり
	CASE対応など
造船	社内外会議や採用活動等をオンラインで行う取組みをしている
その他製造業	ICTの活用拡大
建設	ICT技術を活用した生産性向上，ICT施工，現場管理の省力化
	デジタル技術やITを活用した「非接触型」での作業所運営
	ロボットの開発等
	ペーパーレス化
	デジタル技術，ZOOM等によるオンライン会議の活用
	IT機器等により効率化
	テレワークの推進
卸売	非対面での営業強化，当社ならではの付加価値向上
	文書電子化
	テレワーク設備導入，ペーパーレス化取組み
小売	オンライン会議の実施
運輸・倉庫	安全及び品質向上に関するハード及びソフト対策機器等
金融・保険	オンラインミーティング・セミナーの開催
	リモートワーク用機器整備
	web会議推進，テレワーク推進
	営業体制の変換
情報通信	DX推進
	新規増客より既存の顧客様の維持継続・システム共同運営を優先
電気・ガス	テレビ会議システムを導入し，リモート会議を活用，テレワークの試行
サービス業	会議のオンライン化，書面化
	システム改善による生産性高向上
	なるべく人の行き来を減らし，ZOOM等のオンラインシステムを活用することにより，コロナ等の感染リスクを減らす取組み。
	遠隔授業の実施
経済団体・シンクタンク	オンライン面談，会議の増加
その他非製造業	web会議システム，テレワーク用端末の導入

新型コロナに対する事業面での具体的な取組（続き）

■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	オンライン商談
繊維・衣服	当社HPの活用拡大
化学	web面談
鉄鋼・非鉄金属	オンライン商談
一般機械	web展示会，web立ち会い web会議システムの徹底活用
その他製造業	新商品の上市，訪問不可能なので，オンライン等を利用 webを利用した顧客面談など
建設	オンラインを活用した打合せ等の増加 対面型のセミナーからオンラインでのセミナー開催に移行 オンライン商談・会議，遠隔施工
卸売	web会議システムの活用 オンライン会・面談等 オンライン商談，オンライン受注システムの検討 デジタルポータル開設
小売	オンライン商談 通販，デリバリー
運輸・倉庫	オンライン商談等の実施，伸長分野顧客の取り込み
金融・保険	オンライン商談 オンライン商談会を企画・開催。タブレットを使った電子署名の導入
情報通信	インターネットによる通販サイトの立ち上げ，自治体のプロポーザル案件への参加 営業会議のオンライン化による時間の効率化 県との連携による”鳥取うまいもの市場”
電気・ガス	web販売・広告の拡大
サービス業	営業活動の強化，オンライン商談の活用

■サプライチェーンの見直しに関する取組み

電気機械	国内調達先の複数化 海外現地調達実施
建設	非接触・接触の少ない仕入の導入・推進

■手元資金の積み増しに関する取組み

その他製造業	極度枠の拡大 金融機関からの借入れによる資金確保
建設	支店の手元資金の増加
卸売	コロナ対策融資等
飲食・宿泊	融資活用
その他非製造業	3年間無利子のコロナ対策融資利用。

■その他の取組み

建設	地元飲食企業支援
金融・保険	地元企業への資金繰り，本業支援 非対面（TV会議形式）での渉外活動の実施
その他非製造業	デジタルパスを活用した周遊システムの構築 インバウンド人材の育成