



2021 年 6 月 11 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 5 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 5 月に実施しました「景気動向アンケート調査結果」(2021 年 5 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：笹田・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) 548-8523

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 5 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 5 月 17 日～5 月 31 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 117 社 計 719 社
- ・回答社数：256 社（回答率 35.6%）
- ・回答企業内訳：製造業 78 社、非製造業 178 社

【結果概要】

I. 景気動向 ～非製造業を中心に再び悪化，先行きは改善見通し～

- ・中国地域の景況感は，2 期連続して改善してきたが，コロナ感染第 4 波が全国的に拡大するなかで，非製造業を中心に再び悪化し，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する見通しとなっている。

II. 業績見通し ～製造業は増収・増益，非製造業は売上横這いも減益～

- ・企業業績について，全産業では増収・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，製造業ではコロナによる落込みの反動や海外経済の回復から，増収・増益を見込む先が多いものの，非製造業ではコロナ感染が長期化するなかで，売上は前年度並み，利益面では減益を見込む先が多くなっている。

III. 原材料価格 ～製造業の 8 割弱で価格が上昇し，収益への影響を懸念～

- ・原材料について，製造業で 9 割強，非製造で 6 割，全産業で 7 割が仕入れを行っている。
- ・全産業（仕入れを行っている先）では，5 割強の先で原材料価格が上昇しており，5 割強の先では収益への悪影響が出ている。
- ・とくに製造業では，8 割弱の先で価格が上昇し，7 割弱の先では収益に悪影響が出ている。今後も 6 割弱が価格上昇を見込んでおり，収益への悪影響が懸念される。

IV. 雇用状況 ～やや緩和も非製造業を中心に不足感が強い状態が続く～

- ・雇用状況は，前回調査よりやや緩和したものの，非製造業を中心に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 割弱が「正規雇用の増加」，5 割が「派遣・パート社員の活用」，3 割弱が「アウトソーシング」などを挙げている。
- ・本年度（来年 4 月入社）の新卒採用については，昨年度並みが 6 割弱を占め，「増やす」と「減らす＋採用しない」がそれぞれ 2 割弱程度と，ほぼ拮抗している。

V. 設備投資 ～設備投資は回復傾向、4割弱の先では情報化投資を増加～

- ・2021年度に設備投資を計画している企業の割合は8割弱で、昨年度実績を上回る見込み。投資額は昨年度より「増やす」が4割弱、「減らす」が2割強と、「増やす」が「減らす」を上回っている。主な投資目的は「維持・補修」、「合理化・省力化」、「新製品・製品高度化」、「増産・拡販」など。
- ・情報化にかかわる投資については、昨年度より「増やす」が4割弱、「減らす」が1割と、「増やす」が「減らす」を大幅に上回っている。主な投資目的は「システム構築」、「ハード機器購入」、「ソフトウェアの購入」、「通信環境の拡充」、「セキュリティ強化」など多岐にわたっている。

VI. 新型コロナ 第4波の影響等 ～8割弱が悪影響、本格的回復は2022年度以降が7割弱～

1. 自社事業への影響

- ・新型コロナ第4波について、悪影響を受けている割合は8割弱となっており、感染が再拡大するなかで、製造業・非製造業ともに再び悪影響の度合いが強まっている。とくに「飲食・宿泊」、「運輸・倉庫」は大きな影響を受けている。
- ・コロナ前の水準に戻る時期は、2022年度以降とした先が全産業で7割弱、製造業／非製造業別にみると、製造業で6割強、非製造業では7割強を占め、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。
- ・在宅勤務について、7割弱が導入しているものの、実際に活用している社員の割合は20%以下とした先が6割弱を占めている。また、在宅勤務を最も活用した時期は「昨年4～6月」が4割強、「現在(4, 5月)」が4割弱と、いずれも感染拡大時期と重なっており、コロナとの関連性がみられる。
- ・在宅勤務の来年度の活用については、「現状並み」が6割弱を占めなかで、「縮小」が「拡大」をやや上回っており、在宅勤務の活用拡大は難しいことが窺える。

VII. 外国人材の活用について ～3割が外国人材を雇用、1割強が留学生を継続的に採用～

1. 外国人材の受入れ・活用

- ・優秀な人材の確保や労働力不足への対応を背景に、約3割の事業者が外国人材を雇用しており、在留資格としては高度人材や永住者・定住者、技能実習生が多い割合となっている。
- ・外国人材の円滑な受入れ・共生社会の実現に向けて、「渡航前・受入後の日本語教育の充実」、「企業における適正な労働条件と雇用管理の確保」、「在留資格手続きの円滑化・迅速化」を必要と考えている。

2. 外国人留学生の採用動向

- ・昨年度に留学生を採用した企業は1割強であり、コロナ前と変わらず企業の貴重な戦力として期待している。
- ・今年度も1割の企業が採用を予定しており、「中国」や「ベトナム」、「タイ」、「インド」出身の学生を求めている。

<補足説明>

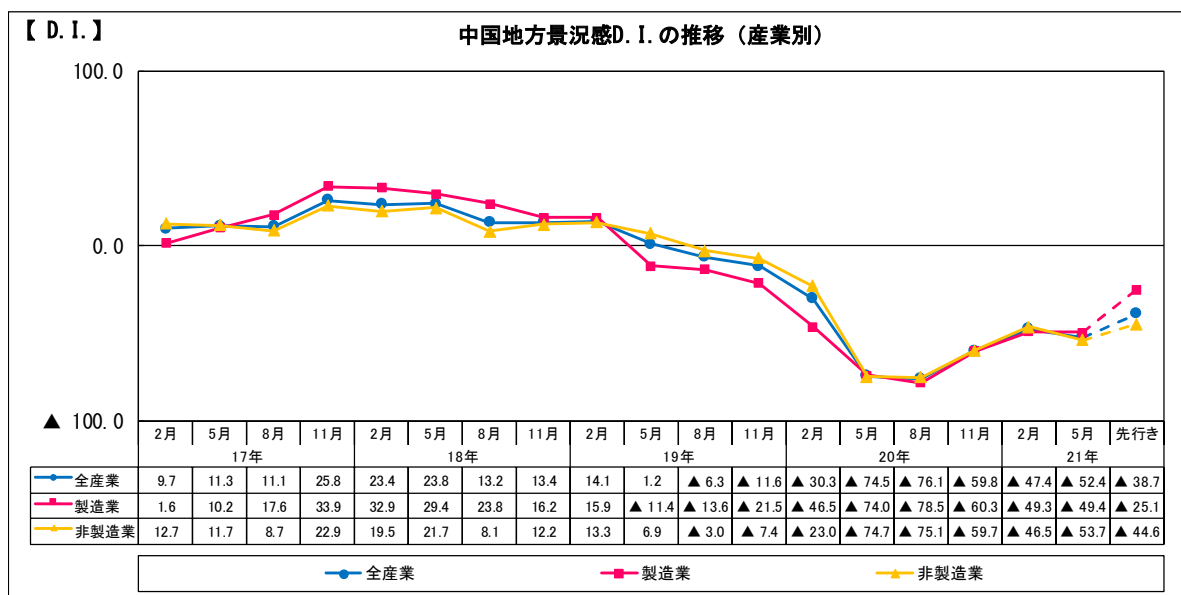
- ・D I・・・ディフュージョン・インデックスの略。企業の業況感や雇用人員の過不足などの各種判断を指数化したもの。一般的に「良い」と回答した企業の割合から「悪い」と回答した企業の割合を引いた数値で求め、良い・悪いなどの「景況水準(レベル)」を表す。
- ・B S I・・・ビジネス・サーベイ・インデックス(景気動向指数)の略。算出方法は「上昇(増加)」と回答した企業の割合から「低下(減少)」と回答した企業の割合を引いた数値で求める。上昇(増加)・下降(減少)などの「景況変化(方向性)」を表す。

I. 景気動向

- 中国地域の景況感は、2期連続して改善してきたが、コロナ感染第4波が全国的に拡大するなかで、非製造業を中心に再び悪化し、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する見通しとなっている。

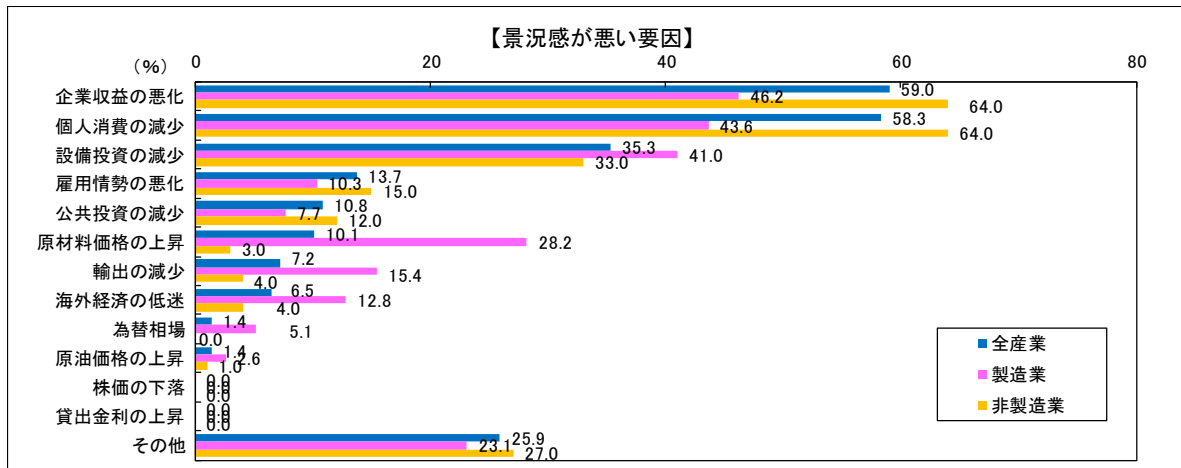
1. 現在（2021年5月）の景況感

- 景況感D I（「大変良い＋良い」割合－「悪い＋大変悪い」割合）は、▲52.4（前回比▲5.0）と悪化し、マイナス幅が拡大した。製造業/非製造業別では、製造業は▲49.4（同▲0.1）と前回と同水準となるものの、非製造業では▲53.7（同▲7.2）と悪化し、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▲38.7（現状比＋13.7）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▲25.1（同＋24.3）、非製造業も▲44.6（同＋9.1）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）

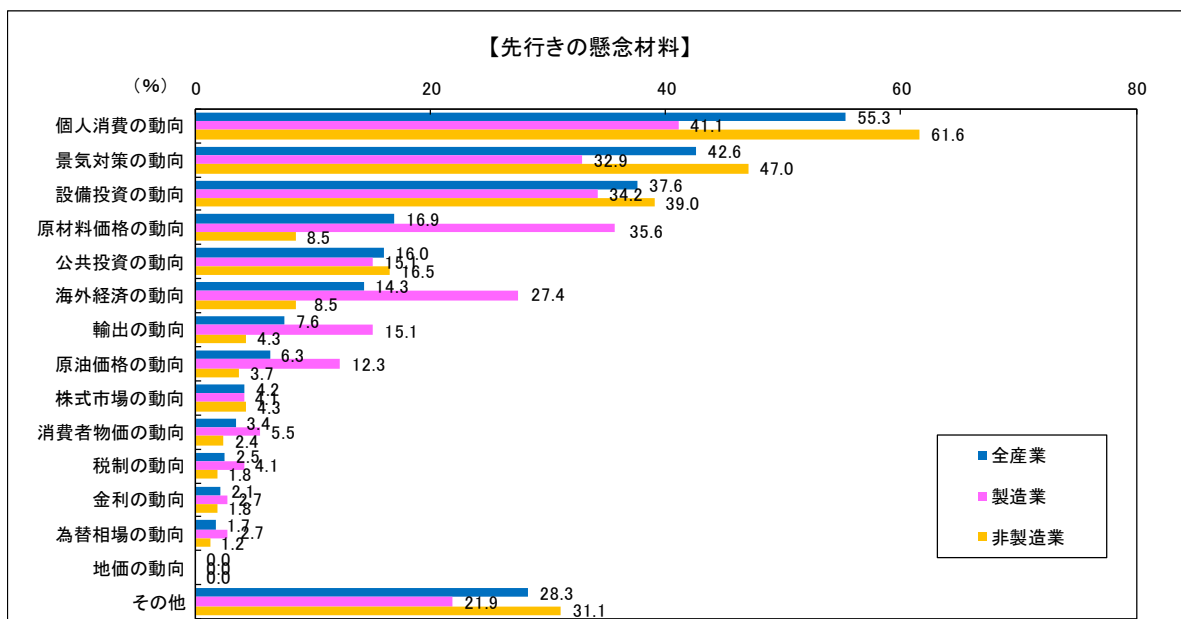
- ・景況感が悪いと回答した先の主な要因は、「企業収益の悪化（59.0%）」が最も多く、次いで「個人消費の減少（58.3%）」、「設備投資の減少（35.3%）」となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業では「企業収益の悪化（46.2%）」が最も多く、次いで「個人消費の減少（43.6%）」、「設備投資の減少（41.0%）」、「原材料価格の上昇（28.2%）」となっている。非製造業では「個人消費の減少」と「企業収益の悪化（64.0%）」がともに64.0%と最も多く、次いで「設備投資の減少（33.0%）」となっている。



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（55.3%）」が最も多く、次いで「景気対策の動向（42.6%）」、「設備投資の動向（37.6%）」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（41.1%）」が最も多く、次いで「原材料価格の動向（35.6%）」、「設備投資の動向（34.2%）」となっている。非製造業では「個人消費の動向（61.6%）」が最も多く、次いで「景気対策の動向（47.0%）」、「設備投資の動向（39.0%）」となっている。
- ・前回調査と比べると、製造業で「海外経済の動向（27.4%）」（前回比▲16.1）が低下する一方で、「原材料価格の動向（35.6%）」（同+17.9）が大幅に上昇している。

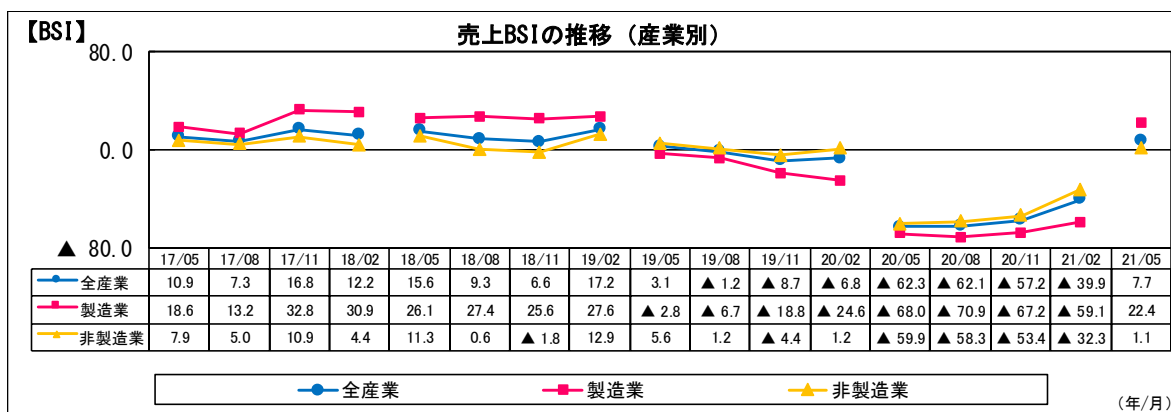


Ⅱ. 業績見通し

- ・企業業績について、全産業では増収・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、製造業ではコロナによる落込みの反動や海外経済の回復から、増収・増益を見込む先が多いものの、非製造業ではコロナ感染が長期化するなかで、売上は前年度並み、利益面では減益を見込む先が多くなっている。

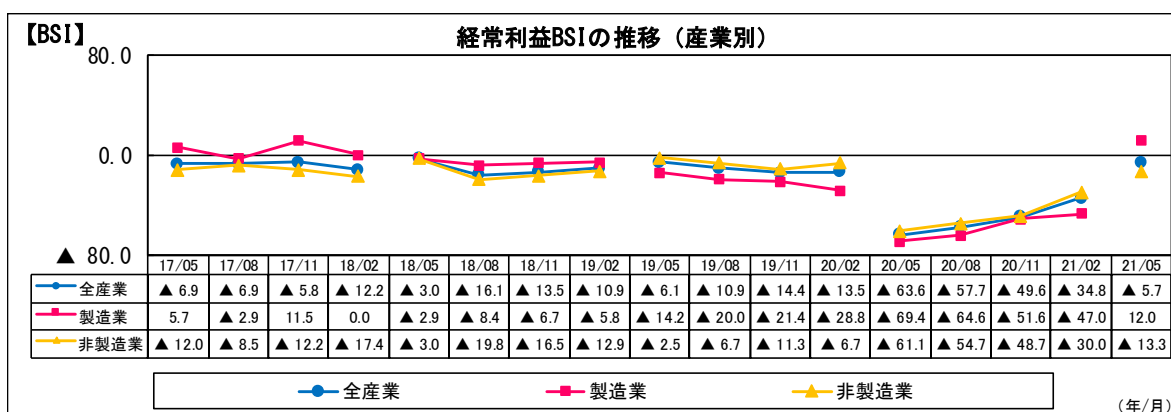
1. 2021 年度の売上見通しについて

- ・2021 年度の売上見通しについて、「増加」が 31.9%、「横這い」が 44.0%、「減少」が 24.2%で、売上判断 B S I（「増加」割合－「減少」割合）は＋7.7 と、増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 42.1%、「横這い」が 38.2%、「減少」が 19.7%で、売上判断 B S I は＋22.4 と、増収を見込む先が多くなっている。一方、非製造業は「増加」が 27.3%、「横這い」が 46.5%、「減少」が 26.2%で、売上判断 B S I は＋1.1 と、前年度なみの売上を見込む先が多くなっている。



2. 2021 年度の利益見通しについて

- ・2021 年度の利益見通しについて、「増加」が 26.6%、「横這い」が 41.1%、「減少」が 32.3%で、利益判断 B S I（「増加」割合－「減少」割合）は▲5.7 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 38.7%、「横這い」が 34.7%、「減少」が 26.7%で、利益判断 B S I は＋12.0 と、増益を見込む先が多くなっている。一方、非製造業は「増加」が 21.4%、「横這い」が 43.9%、「減少」が 34.7%で、利益判断 B S I は▲13.3 と、減益を見込む先が多くなっている。



Ⅲ. 原材料価格

- ・原材料について、製造業で９割強、非製造で６割、全産業で７割が仕入れを行っている。
- ・全産業（仕入れを行っている先）では、５割強の先で原材料価格が上昇しており、５割強の先では収益への悪影響が出ている。
- ・とくに製造業では、８割弱の先で価格が上昇し、７割弱の先では収益に悪影響が出ている。今後も６割弱が価格上昇を見込んでおり、収益への悪影響が懸念される。

1. 原材料価格の動向

- ・原材料を仕入れている先は、全産業で 70.9%、製造業では 94.7%、非製造業では 60.1%となっている。（以下、原材料を仕入れている先への質問）
- ・最近（２～３ヵ月）の原材料価格の動向について、全産業では「上昇」が 52.6%、「低下」が 1.2%で、原材料価格 B S I（「上昇」割合－「低下」割合）は 51.4 と、過半の先で上昇している。先行き（２～３ヵ月後）の原材料価格も「上昇」が 45.8%、「低下」が 4.2%で、原材料価格 B S I は 41.6 と、価格上昇は続くとみる先が多い。
- ・とくに製造業では、最近の価格で 76.4%が、先行きも 59.4%が上昇するとしている。

〔原材料価格の動向（最近・先行き）〕

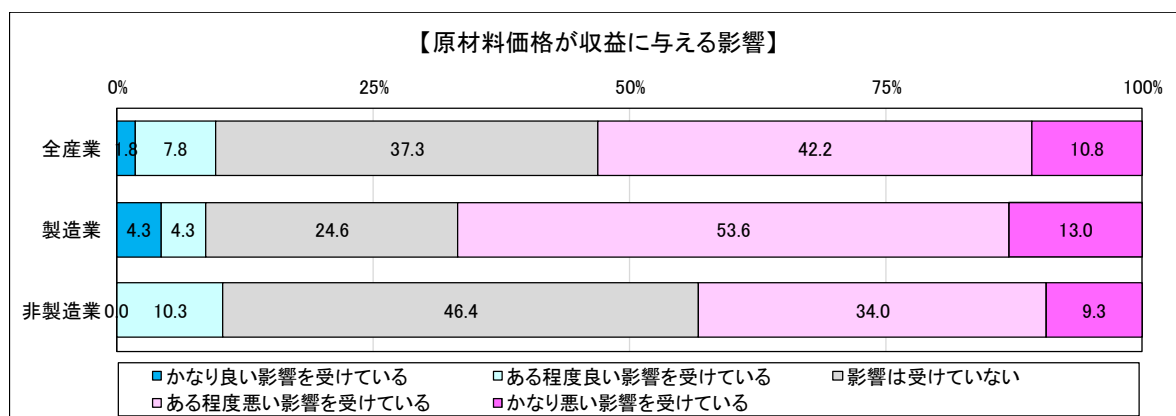
(%, ポイント)

	全産業		製造業		非製造業	
	最近	先行き	最近	先行き	最近	先行き
上昇	52.6	45.8	76.4	59.4	35.6	36.1
横這い	46.2	50.0	23.6	36.2	62.4	59.8
低下	1.2	4.2	0.0	4.3	2.0	4.1
B S I (上昇－低下)	+51.4	+41.6	+76.4	+55.1	+33.6	+32.0

2. 原材料価格の動向が収益に与える影響について

※「良い影響」：「かなり良い影響」＋「ある程度良い影響」
 ※「悪い影響」：「かなり悪い影響」＋「ある程度悪い影響」

- ・原材料価格の動向が収益に与える影響については、「悪い影響」が 53.0%と過半を占める。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業では「悪い影響」が 66.6%、非製造業では 43.3%と、製造業で悪影響が多くみられる。

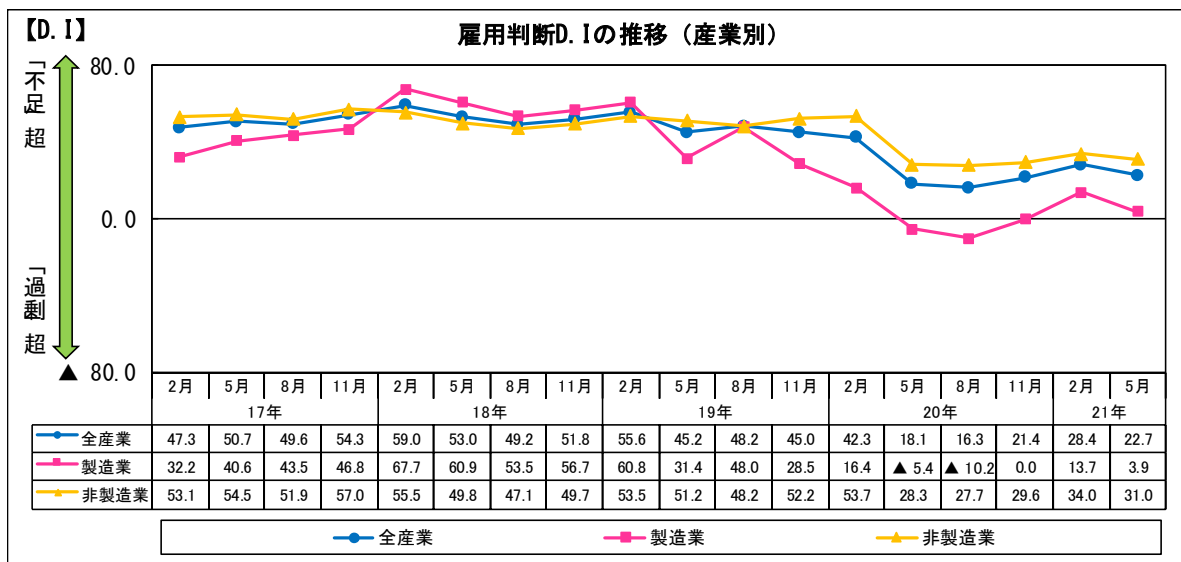


IV. 雇用状況

- ・雇用状況は、前回調査よりやや緩和したもの、非製造業を中心に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割弱が「正規雇用の増加」、5割が「派遣・パート社員の活用」、3割弱が「アウトソーシング」などを挙げている。
- ・本年度（来年4月入社）の新卒採用については、昨年度並みが6割弱を占め、「増やす」と「減らす＋採用しない」がそれぞれ2割弱程度と、ほぼ拮抗している。

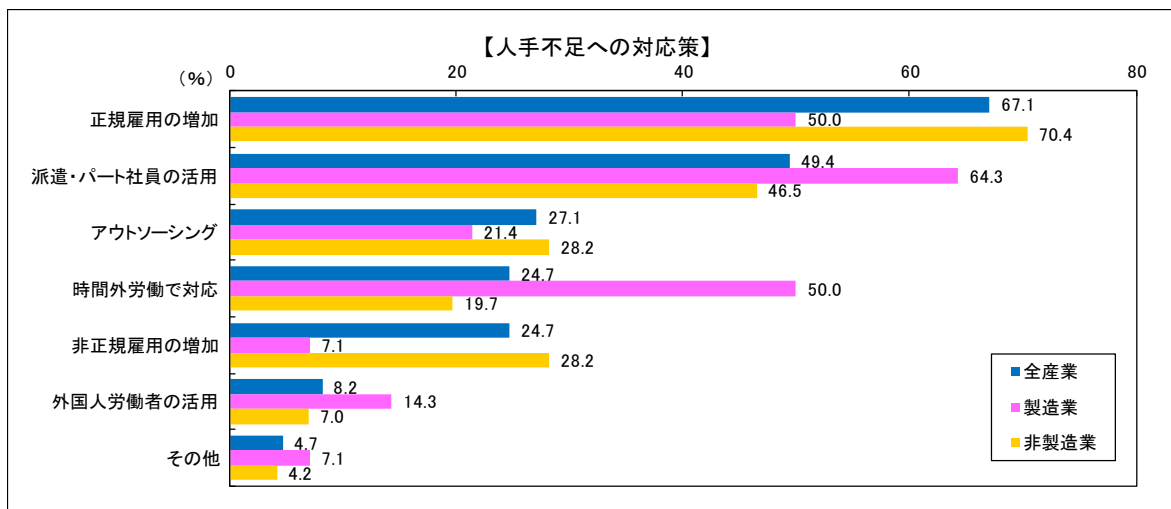
1. 現在の雇用状況について

- ・雇用判断D I（「不足＋やや不足」割合－「過剰＋やや過剰」割合）は、22.7（前回比▲5.7）と前回調査に比べてプラス幅は縮小したものの、依然として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3.9（同▲9.8）とプラス幅が縮小し不足感は緩和している。一方、非製造業では31.0（同▲3.0）とプラス幅はやや縮小したものの、依然として不足感が強い状態が続いている。



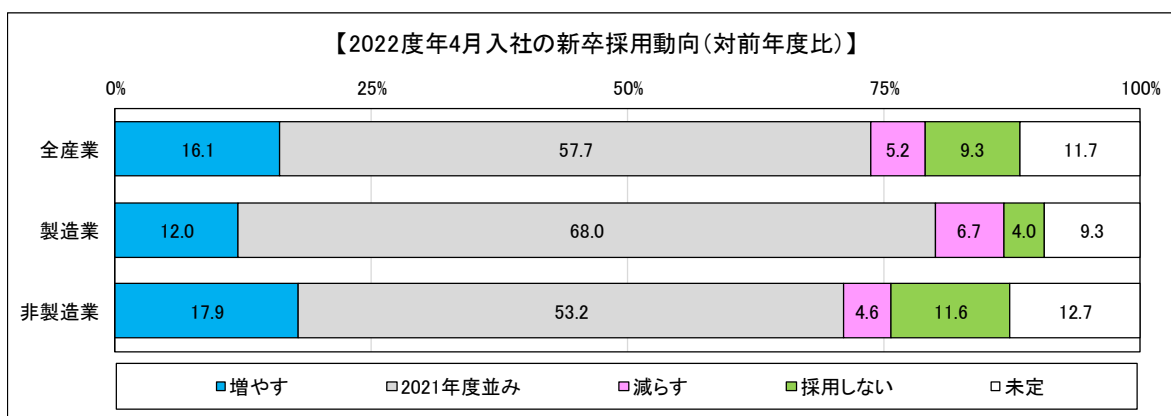
2. 人手不足への対応について

- ・「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 34.6%（前回比▲5.4），製造業/非製造業別にみると，製造業で 19.5%（同▲10.8），非製造業は 41.2%（同▲2.5）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▲4.5）と最も多く，次いで「派遣・パート社員の活用（49.4%）」（同+5.2），「アウトソーシング（27.1%）」（同+5.0）となっている。



3. 新卒採用について

- ・2022 年度（2022 年 4 月入社）の新卒採用計画について，2021 年度の実績と比べると，「昨年度並み」が 57.7%と最も多く，次いで「増やす」（16.1%），「未定」（11.7%），「採用しない」（9.3%），「減らす」（5.2%）となっており，「増やす」と「減らす+採用しない」（14.5%）がほぼ拮抗している。
- ・製造業/非製造業別にみると，製造業は「昨年度並み」が 68.0%と最も多く，次いで「増やす」が 12.0%，「減らす+採用しない」が 10.7%となっている。非製造業も「昨年度並み」が 53.2%と最も多く，次いで「増やす」が 17.9%，「減らす+採用しない」が 16.2%となっており，製造業・非製造業ともに「増やす」と「減らす+採用しない」がほぼ拮抗している。



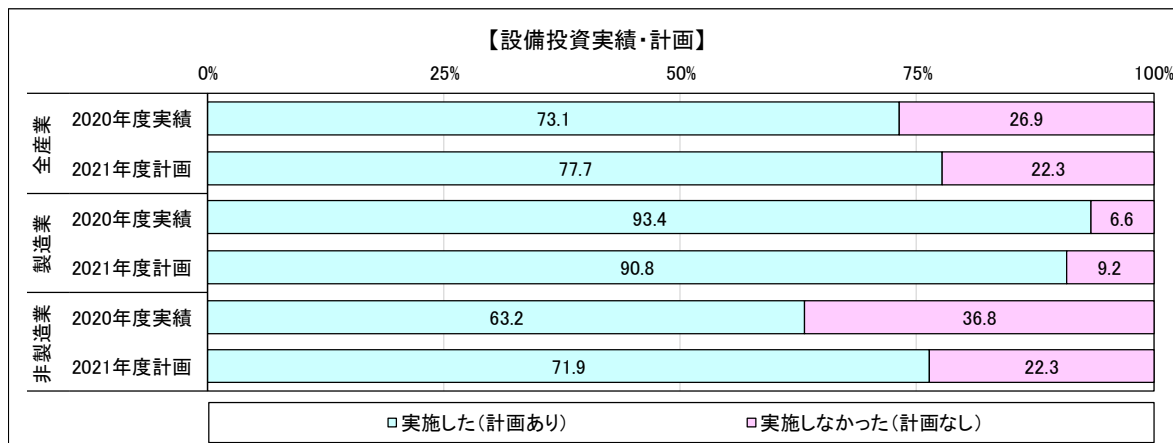
V. 設備投資

- ・2021年度に設備投資を計画している企業の割合は8割弱で、昨年度実績を上回る見込み。投資額は昨年度より「増やす」が4割弱、「減らす」が2割強と、「増やす」が「減らす」を上回っている。主な投資目的は「維持・補修」、「合理化・省力化」、「新製品・製品高度化」、「増産・拡販」など。
- ・情報化にかかわる投資については、昨年度より「増やす」が4割弱、「減らす」が1割と、「増やす」が「減らす」を大幅に上回っている。主な投資目的は「システム構築」、「ハード機器購入」、「ソフトウェアの購入」、「通信環境の拡充」、「セキュリティ強化」など多岐にわたっている。

1. 設備投資計画について

(1) 2021年度の設備投資の有無について

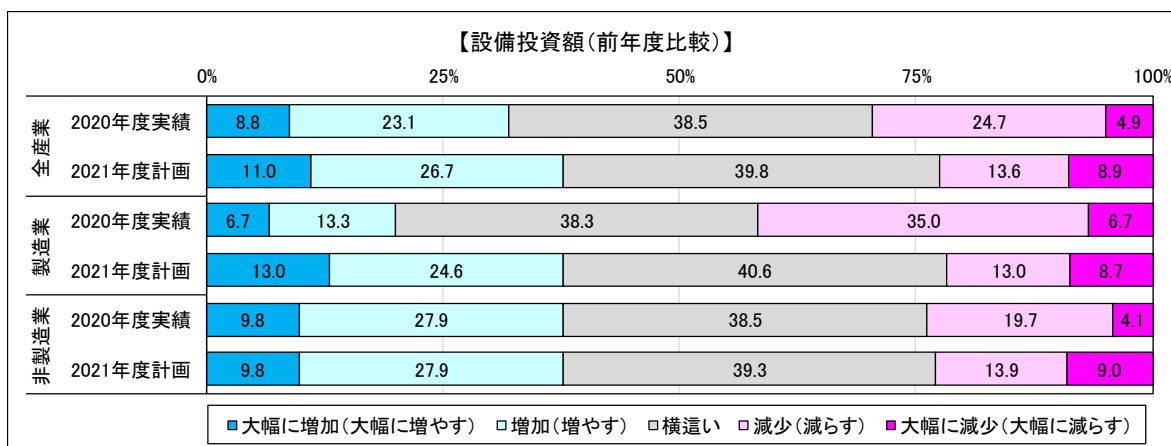
- ・2021年度に設備投資を行うと回答した先は、全産業で77.7%（昨年度実績比+4.6）、製造業／非製造業別にみると、製造業では90.8%（同▲2.6）、非製造業では71.9%（同+8.7）となっている。



(2) 投資額の増減について

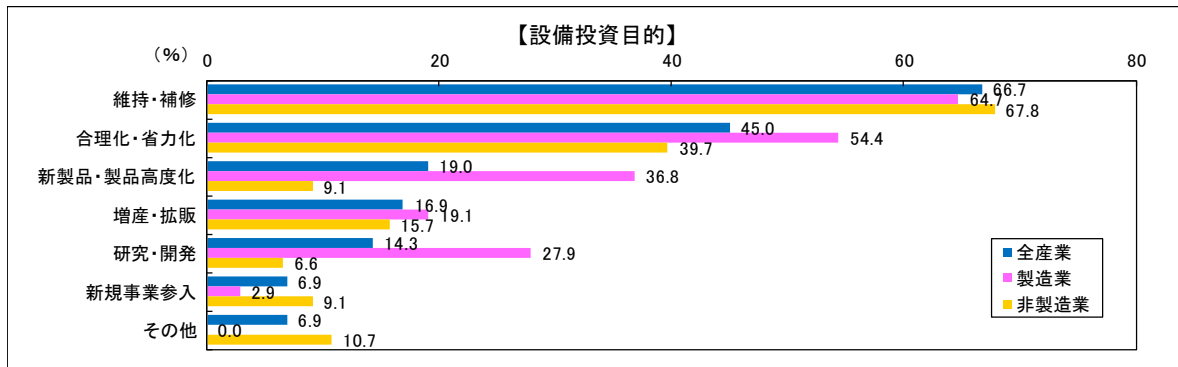
※「増加」:「大幅に増加」+「増加」、「減少」:「大幅に減少」+「減少」

- ・設備投資を行うとした先に、投資見込み額を聞いたところ、昨年度に比べて、「増やす」が37.7%、「横這い」が39.8%、「減らす」が22.5%と、「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「増やす」が37.6%、「減らす」が21.7%、非製造業では「増やす」が37.7%、「減らす」が22.9%となっており、製造業、非製造業ともに「増やす」が「減らす」を上回っている。



(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66.7%と最も多く、次いで「合理化・省力化(45.0%)」、「新製品・製品高度化(19.0%)」、「増産・拡販(16.9%)」となっている。
- ・製造業／非製造業別にみると、製造業で「維持・補修」が64.7%と最も多く、次いで「合理化・省力化(54.4%)」、「新製品・製品高度化(36.8%)」、「研究・開発(27.9%)」となっている。非製造業では「維持・補修」が67.8%と最も多く、次いで「合理化・省力化(39.7%)」、「増産・拡販(15.7%)」となっている。

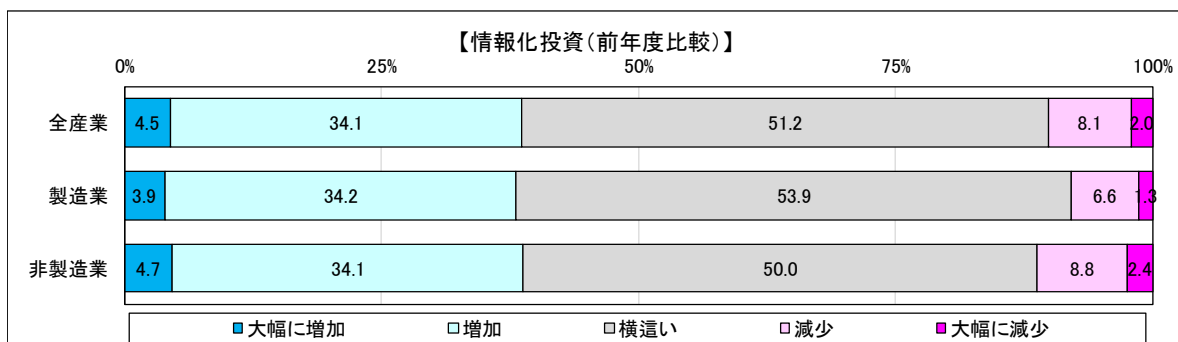


2. 情報化にかかわる投資について

(1) 投資額について

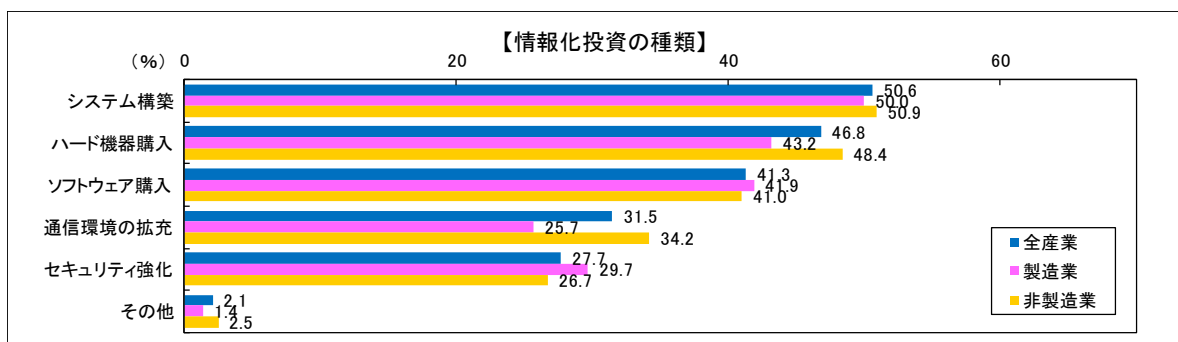
※「増やす」:「大幅に増やす」+「増やす」,「減らす」:「大幅に減らす」+「減らす」

- ・本年度(2021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38.6%,「横這い」が51.2%,「減らす」が10.1%となっており,「増やす」が「減らす」を大幅に上回っている。



(2) 投資内容について

- ・投資の内容は,「システム構築」が50.6%と最も多く,次いで「ハード機器購入(46.8%)」,「ソフトウェアの購入(41.3%)」,「通信環境の拡充(31.5%)」,「セキュリティ強化(27.7%)」となっており,投資内容は分散していることが窺える。



Ⅶ. 新型コロナ 第4波の影響等について

1. 自社事業への影響

- ・新型コロナ第4波について、悪影響を受けている割合は8割弱となっており、感染が再拡大するなかで、製造業・非製造業ともに再び悪影響の度合いが強まっている。とくに「飲食・宿泊」、「運輸・倉庫」は大きな影響を受けている。
- ・コロナ前の水準に戻る時期は、2022年度以降とした先が全産業で7割弱、製造業／非製造業別にみると、製造業で6割強、非製造業では7割強を占め、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

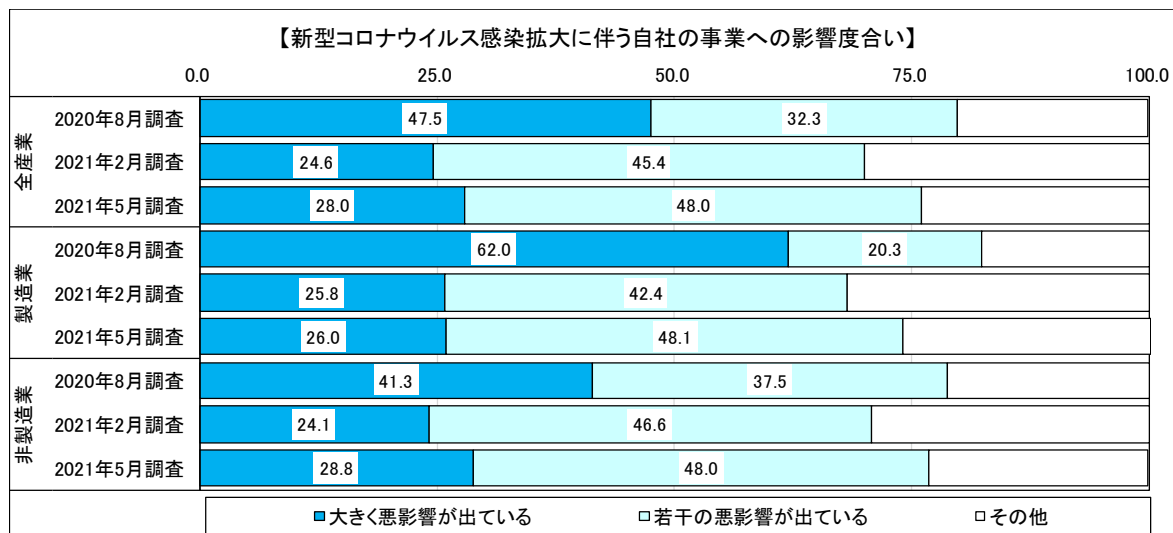
- ・コロナへの事業面での対応として、「デジタル技術を活用した生産性・付加価値向上」、「新規顧客の開拓」、「新規事業参入・新商品開発」、「Eコマース等を活用した販売(営業)の見直し」などに取り組んでいる。
- ・在宅勤務について、7割弱が導入しているものの、実際に活用している社員の割合は20%以下とした先が6割弱を占めている。また、在宅勤務を最も活用した時期は「昨年4～6月」が4割強、「現在(4,5月)」が4割弱と、いずれも感染拡大時期と重なっており、コロナとの関連性がみられる。
- ・在宅勤務の来年度の活用については、「現状並み」が6割弱を占めなかで、「縮小」が「拡大」をやや上回っており、在宅勤務の活用拡大は難しいことが窺える。

1. 新型コロナ 第4波の影響について

(1) 自社の事業への影響

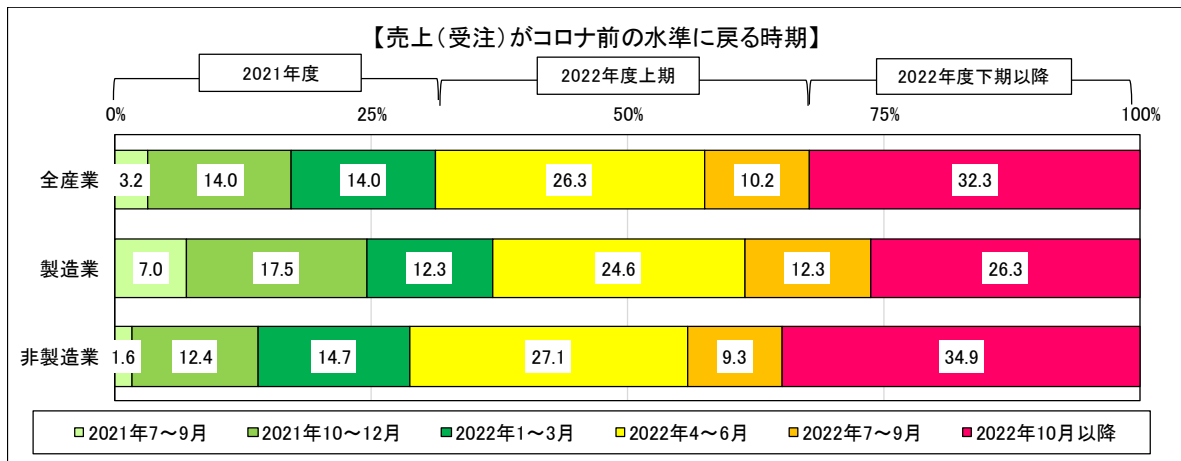
※「悪影響が出ている」:「大きく悪影響が出ている」+「若干の悪影響が出ている」

- ・第4波による事業への影響について、「悪影響が出ている」が76.0%（前回調査比+6.0）、「大きく悪影響が出ている」が28.0%（同+3.4）となっており、悪影響の度合いは再び強まっている。
- ・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74.1%（同+5.9）、「大きく悪影響が出ている」が26.0%（同+0.2）となっている。非製造業では「悪影響が出ている」が76.8%（同+6.1）、「大きく悪影響が出ている」が28.8%（同+4.7）となっており、製造業・非製造業ともに悪影響の度合いが再び強まっている。
- ・とくに「大きく悪影響が出ている」の割合が高い業種は「飲食・宿泊」（100.0%）、「運輸・倉庫」（53.8%）となっている。



(2) 売上（受注）がコロナ前の水準に戻る時期

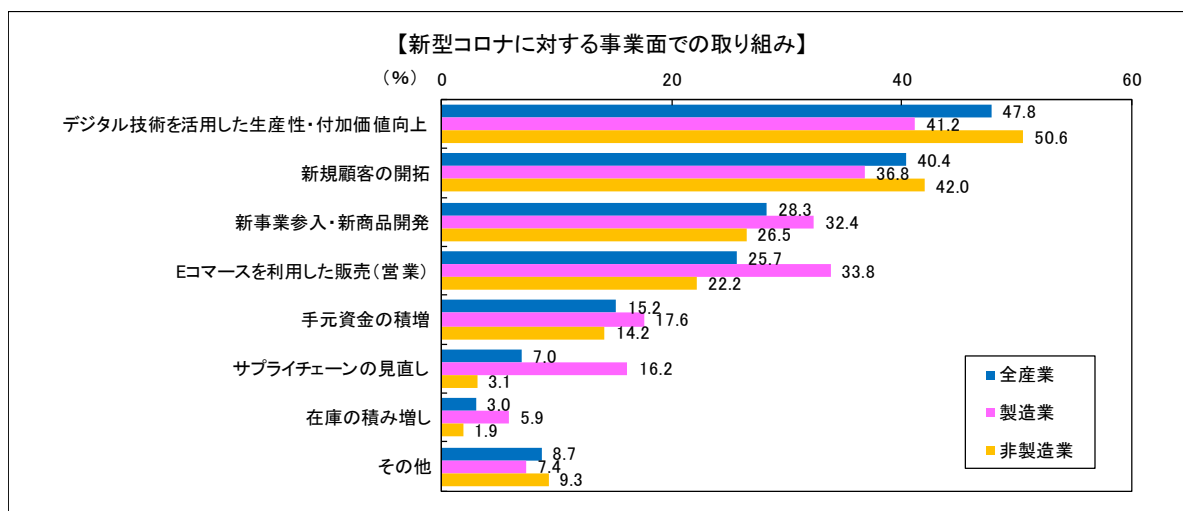
- ・第4波による事業への影響が出ている先に、売上（受注）がコロナ前の水準に戻る時期を聞いたところ、「～2021年9月（3.2%）」、「2021年10～12月（14.0%）」、「2022年1～3月（14.0%）」、「2022年4～6月（26.3%）」、「2022年7～9月（10.2%）」、「2022年10月以降（32.3%）」となっている。2022年4月以降が68.8%（前回調査：55.7%）と7割近くを占めており、前回調査から回復時期がずれ込んでいる。
- ・製造業/非製造業別にみると、2022年度以降に回復を見込む先は、製造業で63.2%、非製造業で71.3%となっており、非製造業の方が回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

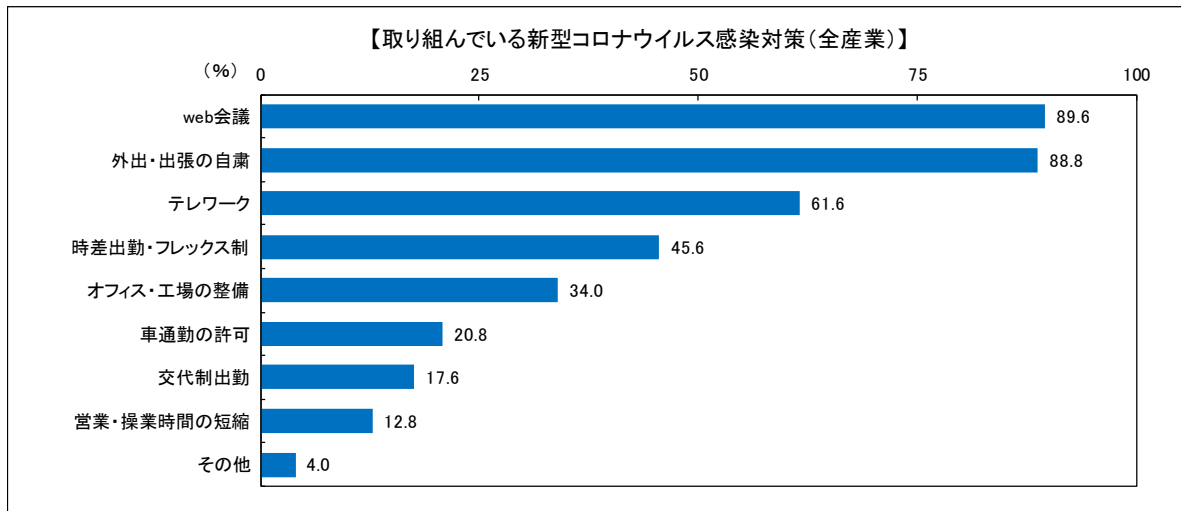
(1) 事業面での取組

- ・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47.8%と最も多く、次いで「新規顧客の開拓（40.4%）」、「新事業参入・新商品開発（28.3%）」、「Eコマース等を活用した販売（営業）（25.7%）」となっている。



（２）感染症対策について

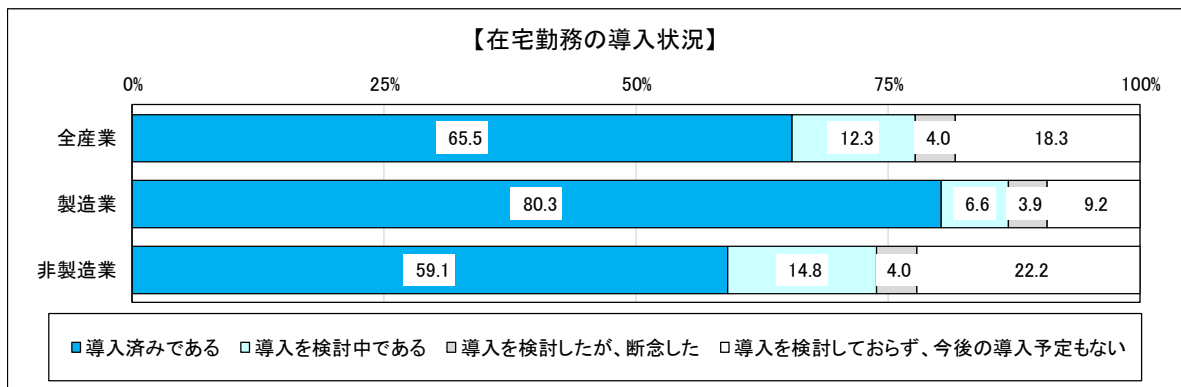
- ・自社が取り組んでいる感染対策について、「Web会議」が89.6%と最も多く、次いで「外出・出張の抑制（88.8%）」、「テレワーク（61.6%）」、「時差出勤・フレックス制（45.6%）」となっている。



3. 在宅勤務について

（１）在宅勤務の導入について

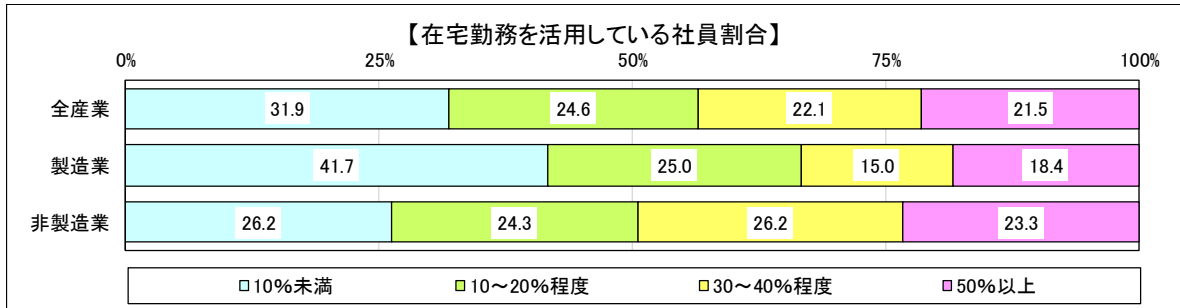
- ・在宅勤務の導入状況について聞いたところ、「導入済（65.5%）」、「検討中（12.3%）」、「検討したが断念（4.0%）」、「導入の予定なし（18.3%）」となっている。
- ・製造業／非製造業別にみると、製造業では「導入済（80.3%）」、「検討中（6.6%）」、「検討したが断念（3.9%）」、「導入の予定なし（9.2%）」となっている。非製造業では「導入済（59.1%）」、「検討中（14.8%）」、「検討したが断念（4.0%）」、「導入の予定なし（22.2%）」となっている。



(3) 在宅勤務の活用等について

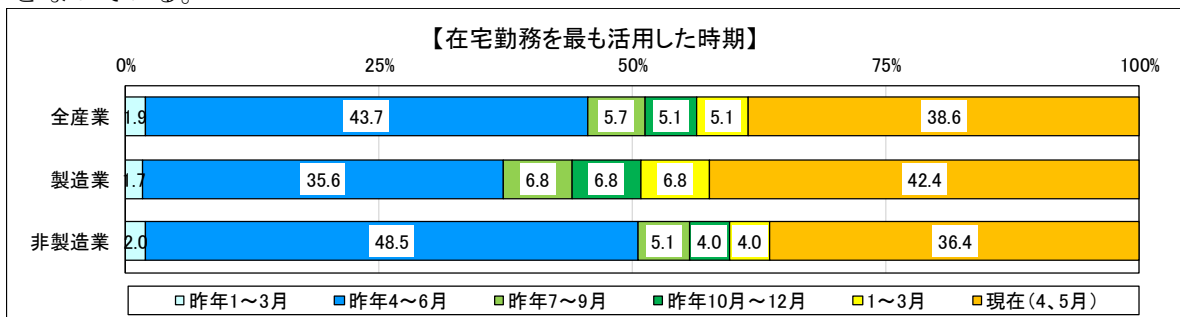
a. 活用状況について

- ・実際に在宅勤務を活用している社員の割合は、「10%未満 (31.9%)」、「10～20%程度 (24.6%)」、「30～40%程度 (22.1%)」、「50%程度以上 (21.5%)」となっており、過半が20%以下に止まっている。
- ・製造業／非製造業別にみると、製造業では「10%未満 (41.7%)」、「10～20%程度 (25.0%)」、「30～40%程度 (15.0%)」、「50%程度以上 (18.4%)」となっている。非製造業では「10%未満 (26.2%)」、「10～20%程度 (24.3%)」、「30～40%程度 (26.2%)」、「50%程度以上 (23.3%)」となっている。



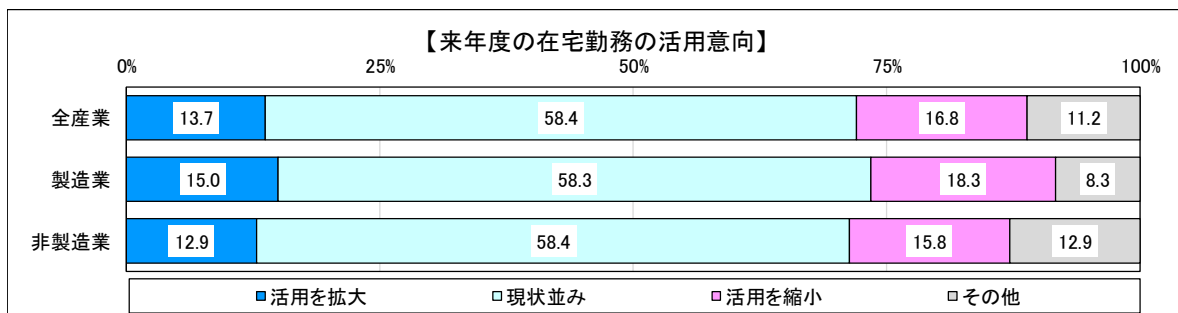
b. 活用時期について

- ・在宅勤務を最も活用した（している）時期を聞いたところ、「昨年4～6月」が43.7%と最も多く、次いで「現在（4、5月）」が38.6%となっている。製造業／非製造業別にみると、製造業では「現在（4、5月）」が42.4%と最も多く、次いで「昨年4～6月」が35.6%となっている。一方、非製造業では「昨年4～6月」が48.5%と最も多く、次いで「現在（4、5月）」が36.4%となっている。



c. 来年度の在宅勤務の活用について

- ・来年度の在宅勤務の活用については、「現状並み」が58.4%と最も多く、次いで「縮小(16.8%)」、「拡大 (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「現状並み」が58.3%と最も多く、次いで「縮小 (18.3%)」、「拡大 (15.0%)」となっている。非製造業も「現状並み」が58.4%と最も多く、次いで「縮小 (15.8%)」、「拡大 (12.9%)」となっている。



VIII. 外国人材の活用について

1. 外国人材の受入れ・活用

- ・優秀な人材の確保や労働力不足への対応を背景に、約 3 割の事業者が外国人材を雇用しており、在留資格としては高度人材や永住者・定住者、技能実習生が多い割合となっている。
- ・外国人材の円滑な受入れ・共生社会の実現に向けて、「渡航前・受入後の日本語教育の充実」、「企業における適正な労働条件と雇用管理の確保」、「在留資格手続きの円滑化・迅速化」を必要と考えている。

2. 外国人留学生の採用動向

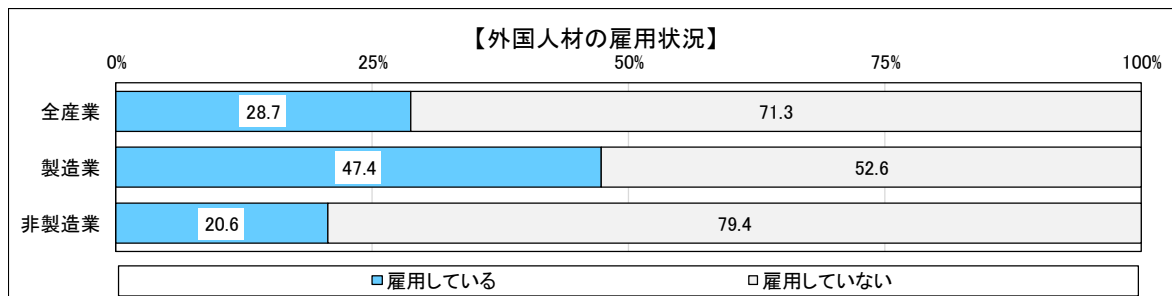
- ・昨年度に留学生を採用した企業は 1 割強であり、コロナ前と変わらず企業の貴重な戦力として期待している。
- ・今年度も 1 割の企業が採用を予定しており、「中国」や「ベトナム」、「タイ」、「インド」出身の学生を求めている。

1. 外国人材の受入れ・活用

(1) 外国人材の雇用状況

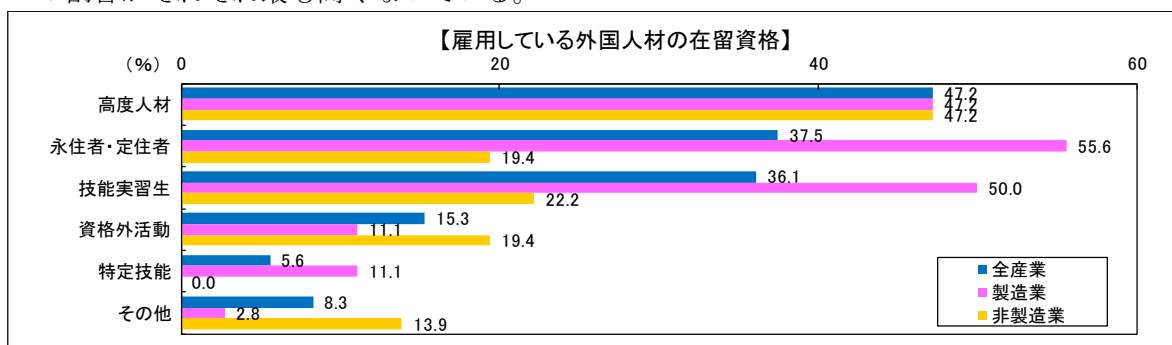
a. 雇用状況

- ・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 28.7%、「雇用していない」が 71.3%であった。
- ・製造業／非製造業別に見ると、製造業では「雇用している」が 47.4%、「雇用していない」が 52.6%、非製造業では「雇用している」が 20.6%、「雇用していない」が 79.4%であり、製造業の方が雇用している先が多い。



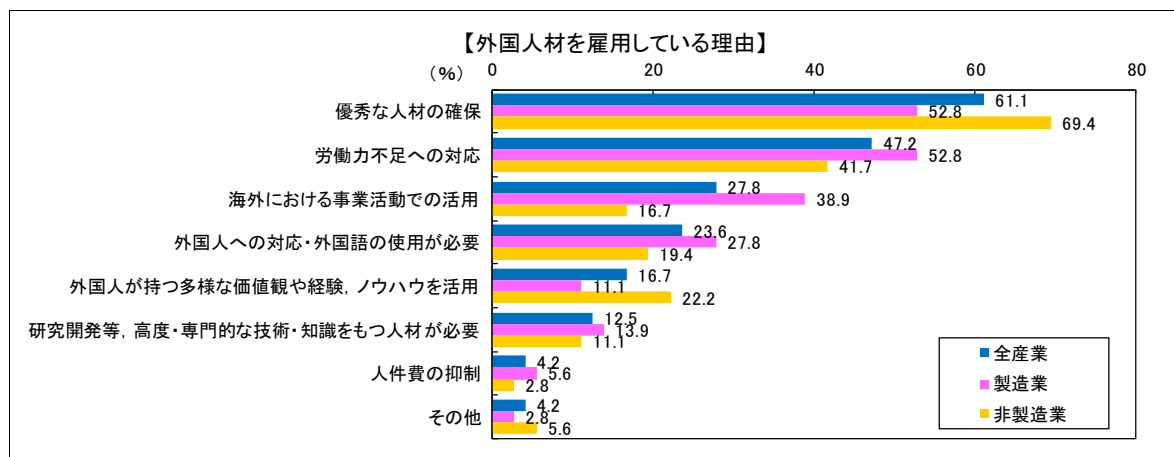
b. 雇用している人材の在留資格

- ・上記で「雇用している」と回答した先に外国人材の在留資格について尋ねたところ、全産業では「高度人材」が 47.2%で最も多く、「永住者・定住者 (37.5%)」、「技能実習 (36.1%)」と続いている。
- ・製造業と非製造業を比較すると、製造業は「永住者・定住者」が、非製造業では「高度人材」の割合がそれぞれ最も高くなっている。



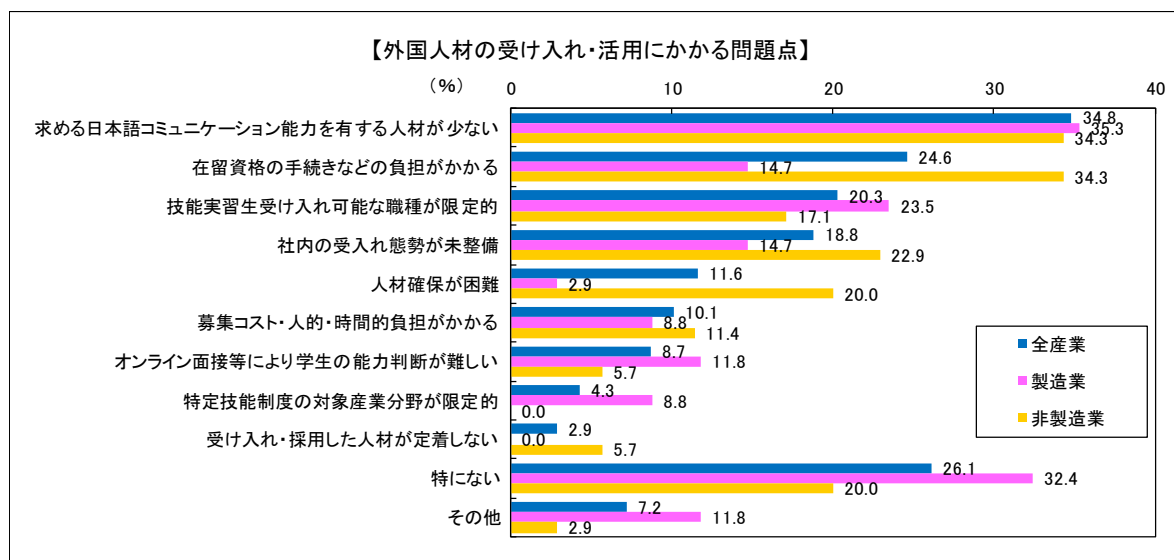
c. 外国人材を雇用している理由

- 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61.1%で最も多く、次いで「労力不足への対応(47.2%)」、「海外における事業活動での活用(27.8%)」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」と「労働力不足への対応」がともに52.8%で最も多く、次いで「海外における事業活動での活用(38.9%)」となっている。非製造業は「優秀な人材の確保」が69.4%で最も多く、次いで「労働力不足への対応(41.7%)」、「外国人が持つ多様な価値観や経験、ノウハウを活用(22.2%)」などとなっている。



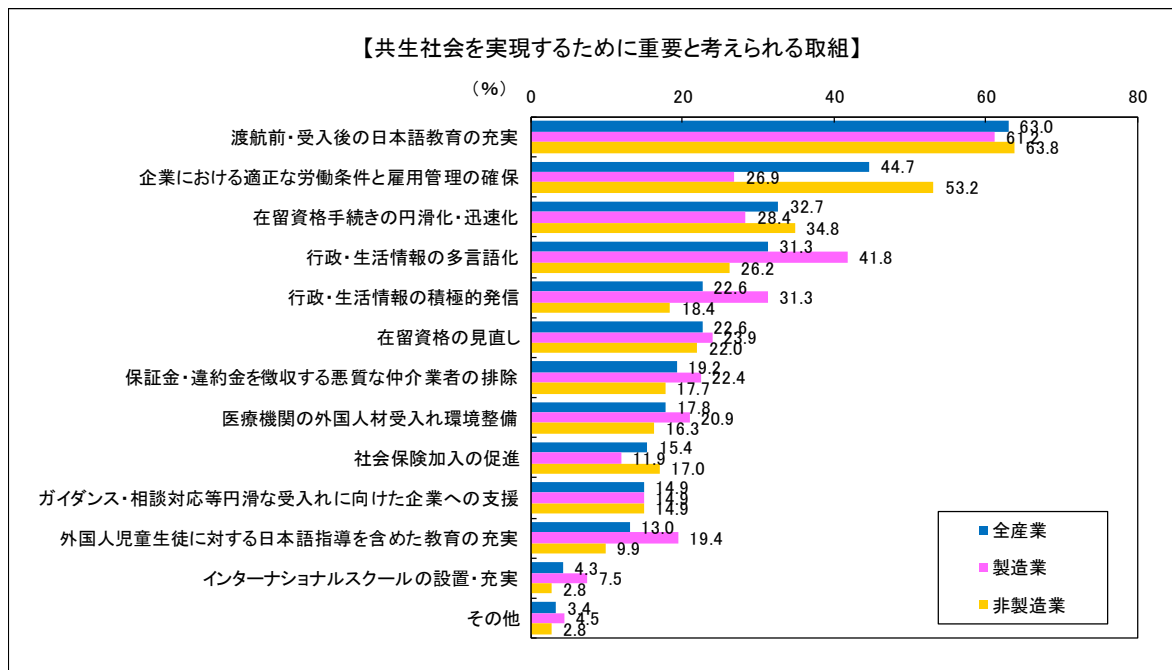
d. 受け入れ・活用にかかる問題点

- 外国人材の受け入れ・活用にかかる問題点としては、全産業では「求める日本語コミュニケーション能力を有する人材が少ない」が34.8%で最も多く、次いで「特にない(26.1%)」、「在留資格の手続きなどの負担がかかる(24.6%)」となっている。
- 製造業／非製造業別にみると、製造業は「求める日本語コミュニケーション能力を有する人材が少ない」が35.3%で最も多く、次いで「特にない(32.4%)」、「技能実習生受け入れ可能な職種が限定的(23.5%)」となっている。非製造業は「求める日本語コミュニケーション能力を有する人材が少ない」と「在留資格の手続きなどの負担がかかる」がともに34.3%で最も多く、次いで「社内の受入れ態勢が未整備(22.9%)」となっている。



(3) 外国人材受入れ・共生社会の実現に重要な取組み

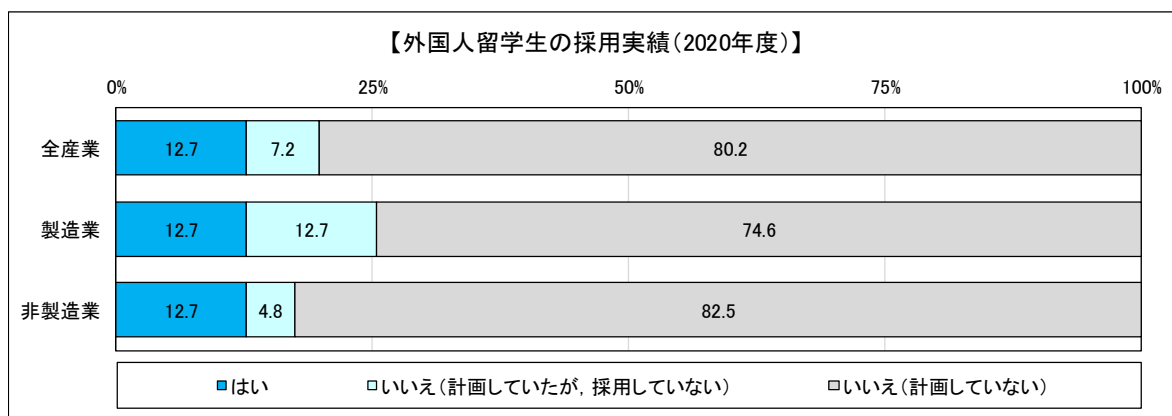
- ・外国人材の円滑な受入れ・共生社会の実現に重要と考える取組みについては、「渡航前・受入後の日本語教育の充実」が63.0%で最も多く、次いで「企業における適正な労働条件と雇用管理の確保（44.7%）」、「在留資格手続きの円滑化・迅速化（32.7%）」となっている。
- ・製造業／非製造業別にみると、製造業は「渡航前・受入後の日本語教育の充実」が61.2%で最も多く、次いで「行政・生活情報の多言語化（41.8%）」、「行政・生活情報の積極的発信（31.3%）」となっている。非製造業は「渡航前・受入後の日本語教育の充実」が63.8%で最も多く、次いで「企業における適正な労働条件と雇用管理の確保（53.2%）」ともに「在留資格手続きの円滑化・迅速化（34.8%）」となっている。



2. 外国人留学生の採用動向について

(1) 2020年度の採用動向（2021年4月入社を含む）

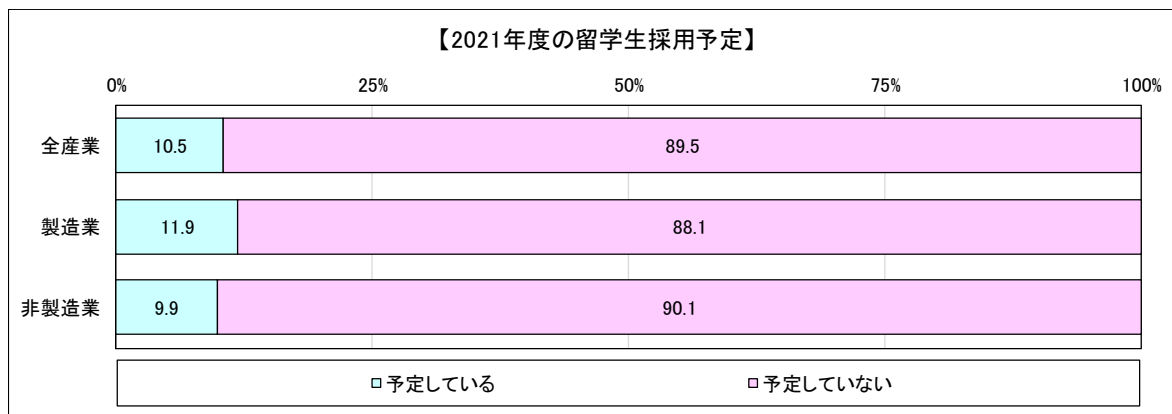
- ・2020年度（2021年4月入社を含む）に外国人留学生を新卒採用した先は、全産業では12.7%（19年5月調査13.1%）、製造業で12.7%（同15.5%）、非製造業で12.7%（同12.0%）となっている。



(2) 2021 年度採用活動（2022 年 4 月入社を含む）について

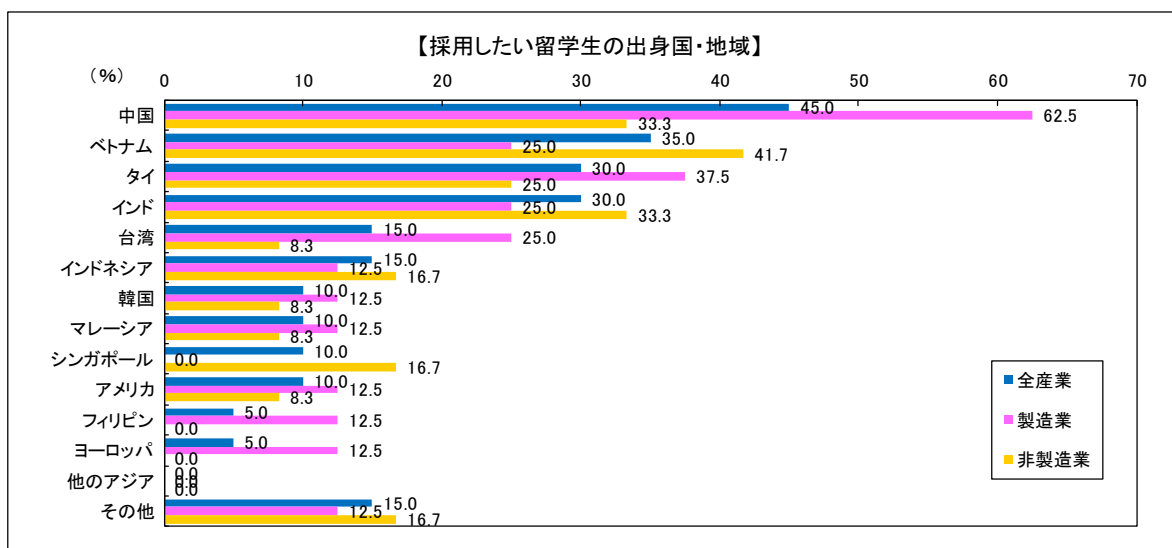
a. 採用予定

- ・2021 年度採用活動については、全産業で「予定している」が 10.5%、「予定していない」が 89.5% となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業は「予定している」が 11.9%、非製造業は「予定している」が 9.9%となっている。



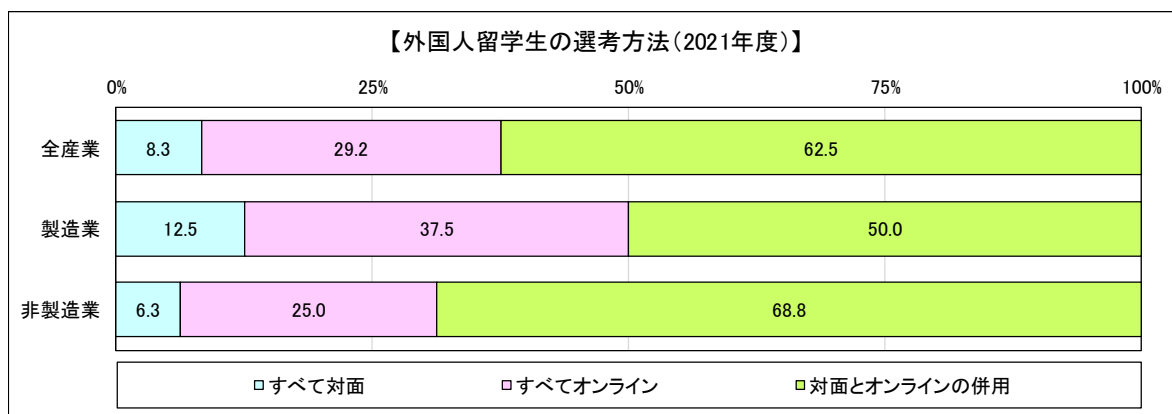
b. 採用したい留学生の出身国・地域

- ・上記 a. で「予定している」と回答した先に採用したい留学生の出身国・地域について尋ねたところ、全産業では「中国」が 45.0%で最も多く、次いで「ベトナム (35.0%)」, 「タイ」と「インド」がともに 30.0%となっている。
- ・製造業/非製造業別にみると、製造業は「中国」が 62.5%で最も多く、次いで「タイ (37.5%)」, 「ベトナム」「インド」「台湾」がいずれも 25.0%となっている。非製造業は「ベトナム」が 41.7%で最も多く、次いで「中国」と「インド」がともに 33.3%となっている。



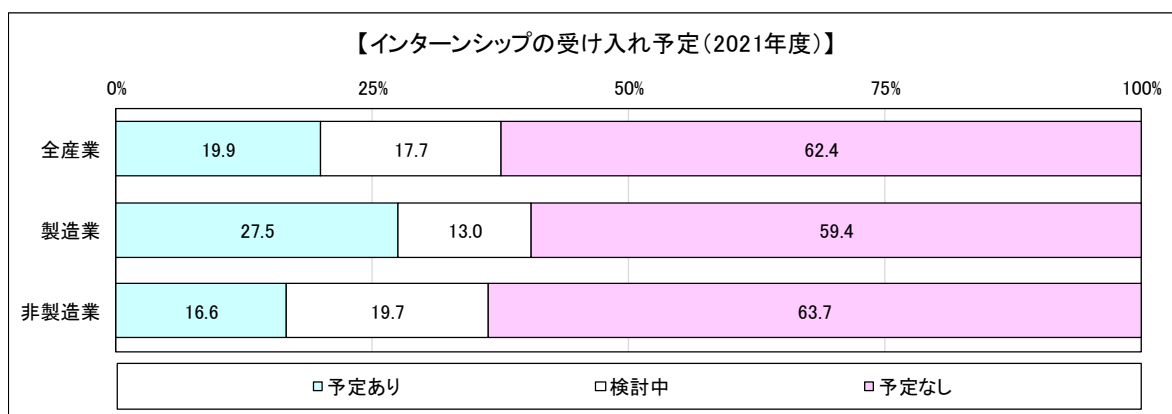
c. 選考方法

- ・上記 a. で「予定している」と回答した先に選考方法について尋ねたところ、全産業では「すべて対面」が 8.3%、「すべてオンライン」が 29.2%、「対面とオンラインの併用」が 62.5%となっている。
- ・製造業／非製造業別にみると、製造業は「すべて対面」が 12.5%、「すべてオンライン」が 37.5%、「対面とオンラインの併用」が 50.0%となっている。非製造業は「すべて対面」が 6.3%、「すべてオンライン」が 25.0%、「対面とオンラインの併用」が 68.8%となっている。



(3) インターンシップの受け入れ予定

- ・本年度のインターンシップの受け入れ予定については、全産業では「予定あり」が 19.9%、「検討中」が 17.7%、「予定なし」が 62.4%となっている。
- ・製造業／非製造業別にみると、製造業は「予定あり」が 27.5%、「検討中」が 13.0%、「予定なし」が 59.4%となっている。非製造業は「予定あり」が 16.6%、「検討中」が 19.7%、「予定なし」が 63.7%となっている。



※ 新型コロナに対する具体的な取り組み内容

- ・P10.「VI-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	
鉄鋼・非鉄金属	農業への参入
電気機械	電子デバイス技術、通信技術、電子回路設計を横断活用した新技術の開拓の取組。医療機器におけるEMS事業への取組
自動車関連	既存客先の受注部品（新規）の獲得
造船	修繕船、ガスタンク製造事業の拡大
建設	技術開発、建設資機材の開発 新型コロナウイルス感染予防対策資材
卸売	事業領域の拡大
小売	新電力小売 FC事業、アプリ刷新 コロナ禍でのM&A
運輸・倉庫	地域創生事業 本業以外の事業収入増 駅ビル開発など、コロナ禍での顧客ニーズを踏まえた割引切符の発売
金融・保険	事業者の皆様への融資取組や来店不要型のローン商品の発売 SDGs分野に関する商品開発
情報通信	GoToEat事業の受託 コロナにより顕在化した働き方変化に対応したサービスの導入等 新規ビジネスの取組
飲食・宿泊	テイクアウト商品提供 太陽光発電他 GoToキャンペーン参加、新プランの販売
サービス業	DX、ロボット、ドローン事業 新型コロナウイルスのPCR検査 シニア住宅サービス部門 コロナ対策やDXに対するサービスへの取組 コンサルタントから情報業への業種転換
その他非製造業	外国人顧客向け周遊バス

■新規顧客の開拓に関する取り組み	
繊維・衣服	他業界への売り込み
鉄鋼・非鉄金属	新たな営業組織
自動車関連	従前の中期経営計画の見直し、既存商品の新用途開拓など 新規製品の受注活動
その他製造業	新規取引先の開拓
建設	コロナ禍の中でも成長している業種、業態を中心に営業展開を図る 新電力への投資、受注活動、EPCへの取組 金融機関へビジネスマッチングの依頼等 異業種連携、開拓 コロナ禍で業績拡大する業種における投資状況を確認して、顧客を開拓 営業強化
卸売	地場企業の掘りおこし
小売	移動スーパーの拡大 資金繰り対応等
金融・保険	資金繰りに苦慮されている新規顧客に対する積極的な融資の提案 営業体制の転換
情報通信	新たな業種顧客の開拓 新領域での事業展開を検討中
サービス業	これまでと違う分野の顧客開拓 新たなエリアマーケットへの取組 営業活動の強化
経済団体・シンクタンク	会員増強
その他非製造業	広域営業

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り組み	
食料品	A Iを活用した、S C Mの再構築など
化学	在庫出納の電子化 web会議の活用
金属製品	テレワーク
一般機械	web会議の活用 遠隔管理
電気機械	認証技術の採用 リモートワークの推進
自動車関連	I o Tによる生産実績の管理、A Iを利用した検査 社員の安全を意識した働き方の改革とR P Aを活用した業務改善
その他製造業	お客様の要望に答える、非接触機器の導入
建設	I C T技術を活用した生産性向上 web会議の推進 販売管理システムの見直し ペーパーレス化、I C T活用によるプロジェクト管理 ペーパーレス、I C T活用 顔認証・検証システム導入 C T活用、技術開発
卸売	通信環境整備、拡充 オンライン会議、面談等
小売	web会議への対応 デジタルによる顧客情報の整備 セミセルフやキャッシュレスレジ、需要予測システムなど順次導入
運輸・倉庫	既存顧客へ対しての付加価値向上、シェア拡大
金融・保険	R P Aの活用 非対面営業の強化、手法の開発 リモート営業の活用 リモート研修、リモート会議 webの活用 業務プロセスのデジタル化推進 モバイルP Cを増加し、営業から直行直帰できる体制の強化
情報通信	D X推進 アプリ開発 自社アプリ開発 既存デジタル技術を業務に活かす
電気・ガス サービス業	D X技術（ドローン等）の推進 R P A,A I導入による業務の効率化 会議のオンライン化、書面化 DXを活用したサービス拡充の検討など ZOOM等のオンラインシステムを活用し、感染リスクを減らす取組
経済団体・シンクタンク	オンラインセミナー等の強化
その他非製造業	システム開発等による生産性向上 請求書処理のデジタル化、ペーパーレス化 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コマース等を活用した販売(営業)に関する取組み	
食料品	ネット販売拡充
化学	HPの活用
鉄鋼・非鉄金属	オンライン商談、営業
一般機械	掲載ラインナップの充実化 オンライン展示会
その他製造業	ZOOMによるオンライン商談 通販、オンライン商談
建設	web活用による新規顧客の開拓 web会議システムの活用
卸売	ECを活用したD2Cの取組 オンライン商談 モバイルを利用した提案営業 ECサイトの開設
小売	Teamsでの面談(商談)、会議 オンライン商談
金融・保険	オンラインを活用した顧客向け相談会の実施 お客様とのTV会議による営業機会捻出
情報通信	チラシやwebを活用した、お取り寄せ商品の宅配販売 インターネットによる通販サイト、動画配信展開 インターネットを使った販売強化(特産品など)
電気・ガス	Web販売、広告の拡充 例年開催している展示販売会を中止し通信販売によるセールスを実施
サービス業	デジタル中心の業務への取組 オンラインセミナー開催 オンライン商談の活用
その他非製造業	テレショッップ、サブスク事業

■サプライチェーンの見直しに関する取組み	
電気機械	国内調達先の複数購買化

■手元資金の増強に関する取組み	
その他製造業	金融機関からの借入による資金確保
建設	コロナ資金の借入
小売	補助金等の最大限の活用
運輸・倉庫	社債の発行
飲食・宿泊	各種助成金申請、受領
サービス業	中小企業貸付金(コロナ枠)の利用

■その他の取組み	
飲食・宿泊	既存顧客で取引内容が薄い先への深耕 経費の削減
その他非製造業	感染拡大で事業者が機能マヒに陥らないように従業員の感染防止対策の徹底