

熊本日日新聞社 地方経済総合研究所 共同調査
2018年熊本県内企業の経営者意識調査

【目次】

はじめに.....	1
1.熊本県の景気について.....	2
(1) 景気見通し.....	2
(2) 景気改善時期の予想.....	3
(3) 熊本県の景気が改善する理由（複数回答）.....	4
(4) 熊本県の景気が改善しない理由（複数回答）.....	5
2.自社の業況見通しについて.....	6
(1) 自社の業績見通し（売上）.....	6
(2) 自社の業績見通し（収益）.....	7
3.海外ビジネスの展開について.....	8
(1) 今後の海外ビジネス展開について.....	8
(2) 拡大に取り組もうと思う国・地域（複数回答）.....	9
4.働き方改革について.....	10
(1) 働き方改革への取組状況.....	10
(2) 働き方改革に関連する今後実施したい取り組み（複数回答）.....	11
5.賃金引上について.....	12
(1) 賃金引上の予定.....	12
(2) 賃金引上の理由（複数回答）.....	13
6.人手不足の対応策について.....	14
(1) 従業員の充足状況.....	14
(2) 多様な人材（高齢者、女性、障がい者、外国人）の積極活用状況について.....	15
(3) 多様な人材の積極活用の具体策（複数回答）.....	16
7.消費税率引上について.....	17
(1) 消費税率引上への準備状況.....	17
(2) 消費税率引上による自社への影響（複数回答）.....	18
おわりに.....	19

はじめに

2019年、本県では熊本地震からの復旧・復興需要がピークを過ぎつつあるが、桜町再開発複合施設の開業、ラグビーおよびハンドボールの国際大会の開催といった大型イベントが予定されている。このため、国内外から多くの観光客等が来訪することが見込まれ、県内経済への波及効果が期待される。

そのような状況の中、熊本日日新聞社と当研究所は共同で、2018年11月下旬から12月上旬にかけて県内主要企業の経営者を対象にアンケート調査を行った。

【調査概要】

- ・調査対象：県内主要企業 546社
- ・調査項目：熊本県の景気、自社の業況及び抱えている課題等、海外ビジネスの展開、働き方改革、賃金引き上げ、人手不足対応策、消費税率引き上げ
- ・調査方法：郵送法
- ・調査時期：2018年11月下旬～12月上旬
- ・有効回答：273社（有効回答率 50.0%）
- ・回答企業の属性

業種	集計先数	%
建設業	28	10.3
製造業	78	28.6
運輸・情報通信業	20	7.3
卸・小売業	80	29.3
サービス業 ^{注1}	47	17.2
その他 ^{注2}	20	7.3
計	273	100.0

規模	集計先数	%
10人未満	14	5.1
10～50人	74	27.1
51～100人	64	23.4
101人以上	121	44.3
計	273	100.0

注1 サービス業・・・金融・保険業、不動産業、飲食・宿泊業、その他のサービス業

注2 その他・・・農林水産業、その他

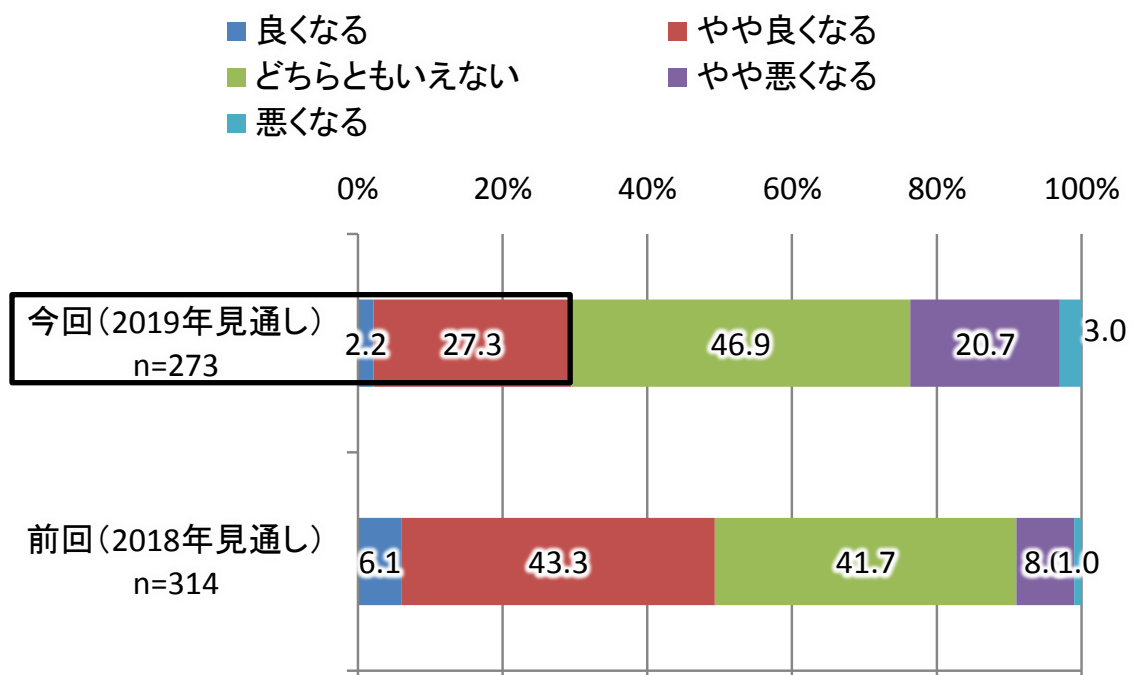
※ 本調査は、熊本日日新聞社と当研究所が共同で、2005年以降毎年実施しており、今回の調査は14回目である。

1. 熊本県の景気について

(1) 景気見通し

➤2019年の熊本県の景気については、「改善」(「良くなる」+「やや良くなる」という回答が29.5%となり、前回調査の49.4%よりも19.9ポイント(以下p)減少した(図表1)。

図表1 景気見通し

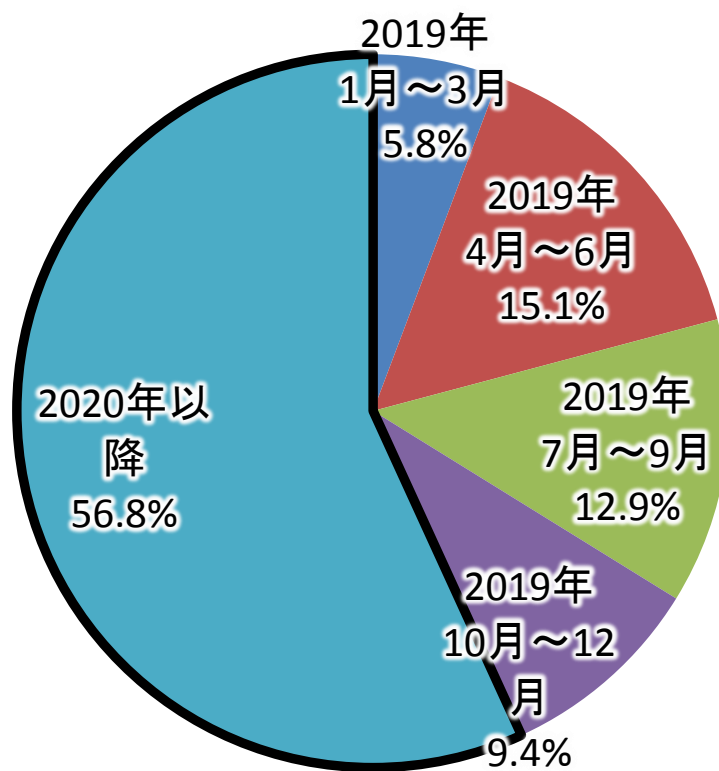


(2) 景気改善時期の予想

➤景気改善の時期については、56.8%が2020年以降を予想している(図表2)。

図表2 景気改善時期の予想

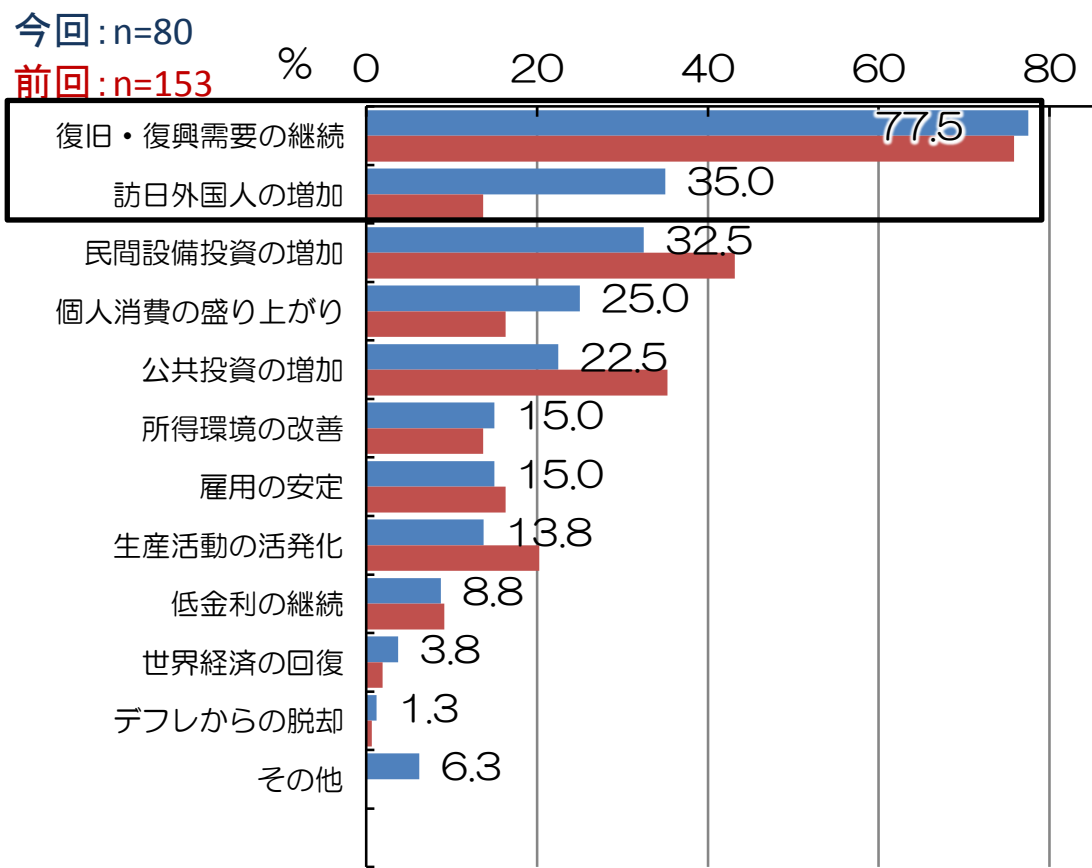
n=139



(3) 熊本県の景気が改善する理由（複数回答）

➤2019年の熊本県の景気が「改善」する理由としては、「復旧・復興需要の継続」、「訪日外国人の増加」の順となった(図表3)。

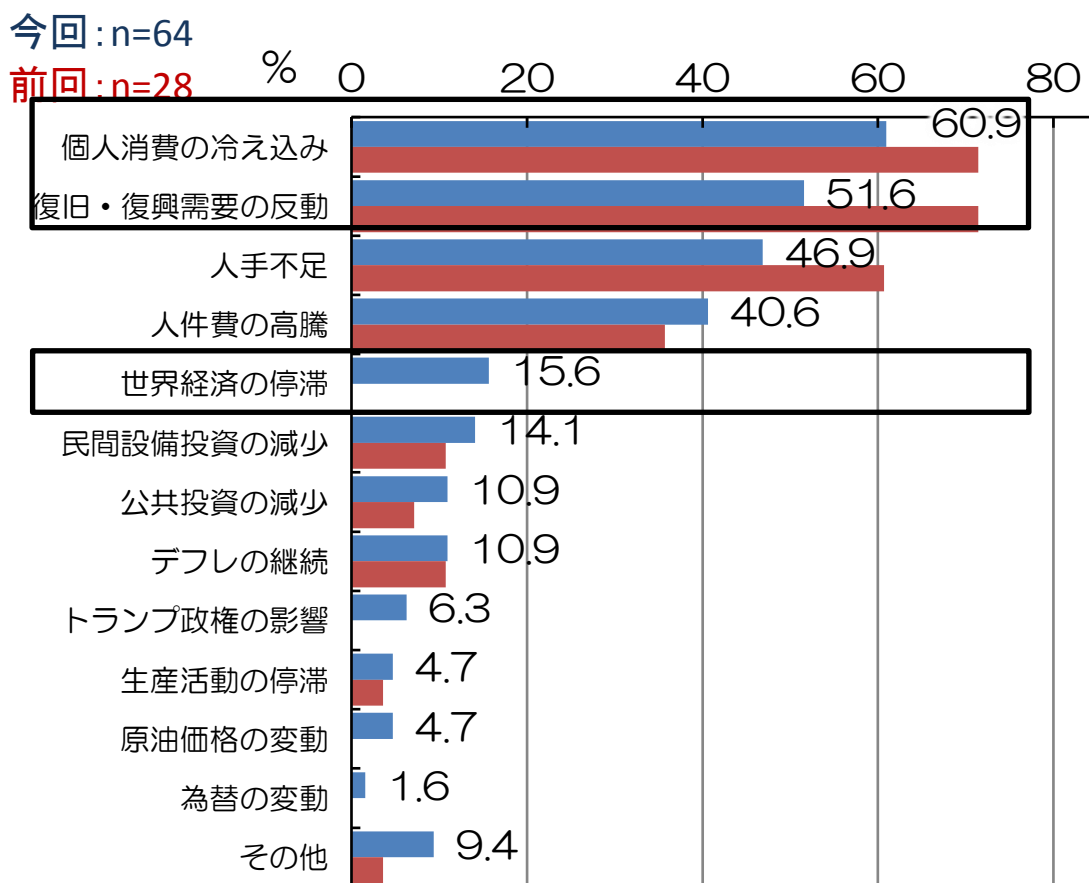
図表3 熊本県の景気が「改善」する理由(複数回答)



(4) 熊本県の景気が改善しない理由（複数回答）

>「改善しない」理由は、「個人消費の冷え込み」が最も多く、「復旧・復興需要の反動」が続いた。前問の結果と合わせ、復旧・復興需要の影響についてはプラス面・マイナス面の影響がみられた。
 >また「改善しない」理由の中では、今回は回答のなかった「世界経済の停滞」という回答が 15.6%となり、5 番目に多く挙げた。米中貿易摩擦の影響等がうかがえる(図表 4)。

図表4 熊本県の景気が「改善しない」理由(複数回答)

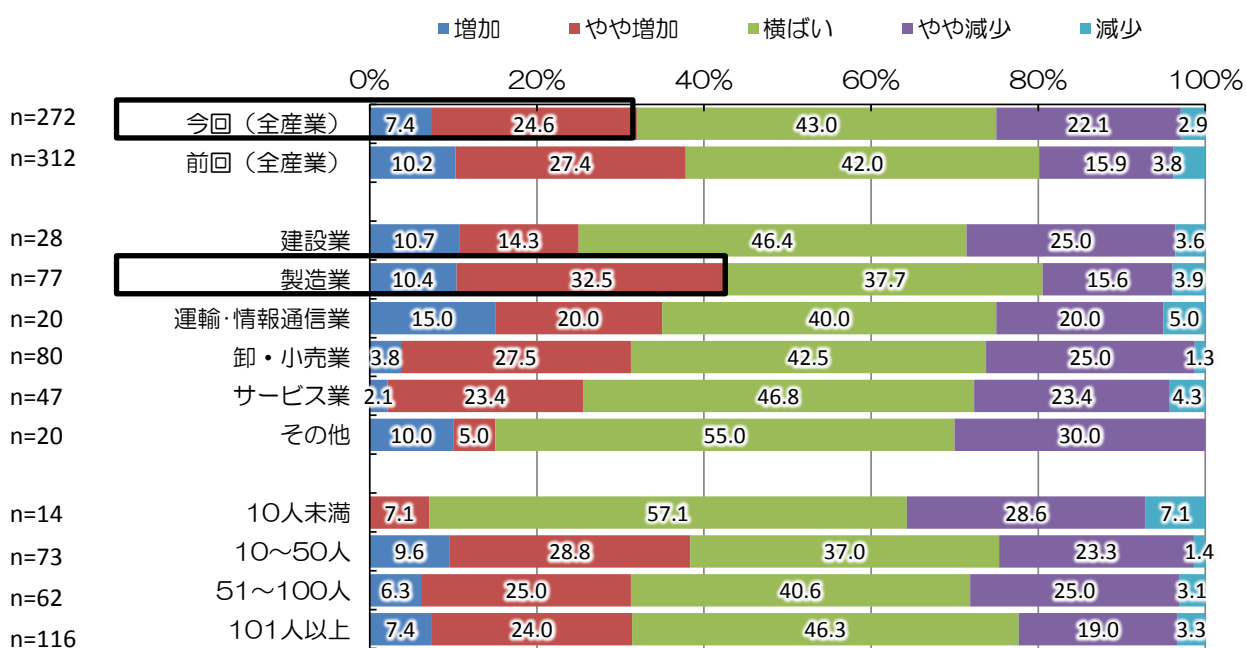


2. 自社の業況見通しについて

(1) 自社の業績見通し（売上）

>「増収」(「増加」+「やや増加」)を見込む企業は 32.0%で前回調査を 5.6p 下回った。
 業種別にみると、製造業で「増収」を見込む企業の割合が高い(図表 5)。

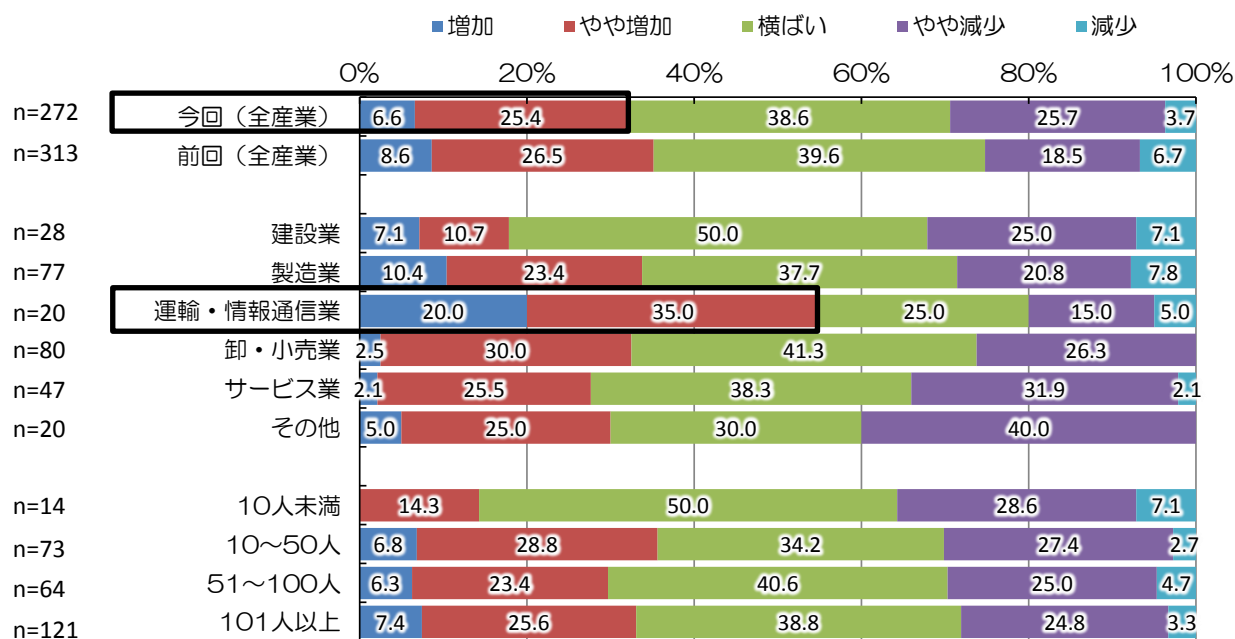
図表 5 自社の業績見通し（売上）



(2) 自社の業績見通し (収益)

>「増益」(「増加」+「やや増加」)を見込む企業は 32.0%で前回調査を 3.1p 下回った。
 業種別では、運輸・情報通信業で「増益」を見込む割合が高い(図表 6)。
 >「売上」、「収益」とともに増加を見込む企業が前回調査より減少するなど、慎重な見通しとなった。

図表6 自社の業績見通し(収益)

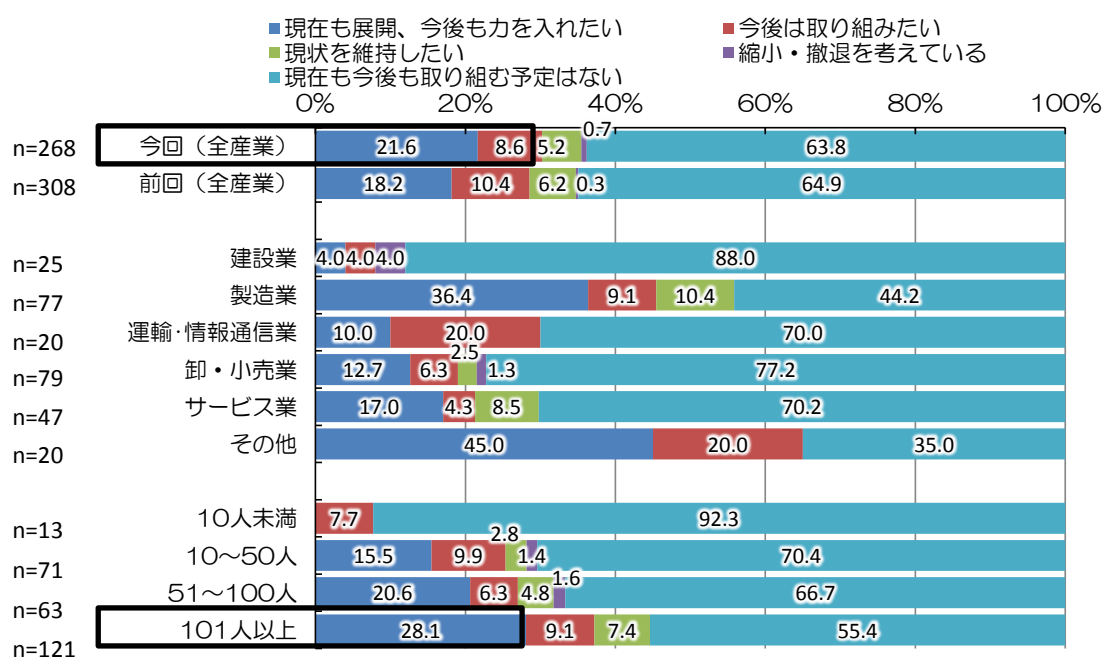


3. 海外ビジネスの展開について

(1) 今後の海外ビジネス展開について

➤ 海外ビジネス展開に対する関心については、「積極的に取り組みたい」(「現在も展開、今後も力を入れたい」+「今後は取り組みたい」という回答は 30.2%で、前回調査とほぼ変わらない結果となった。
 ➤ また、企業規模別にみると、「101人以上」で「現在も展開、今後も力を入れたい」という回答が 28.1%と最も割合が高かった(図表 7)。

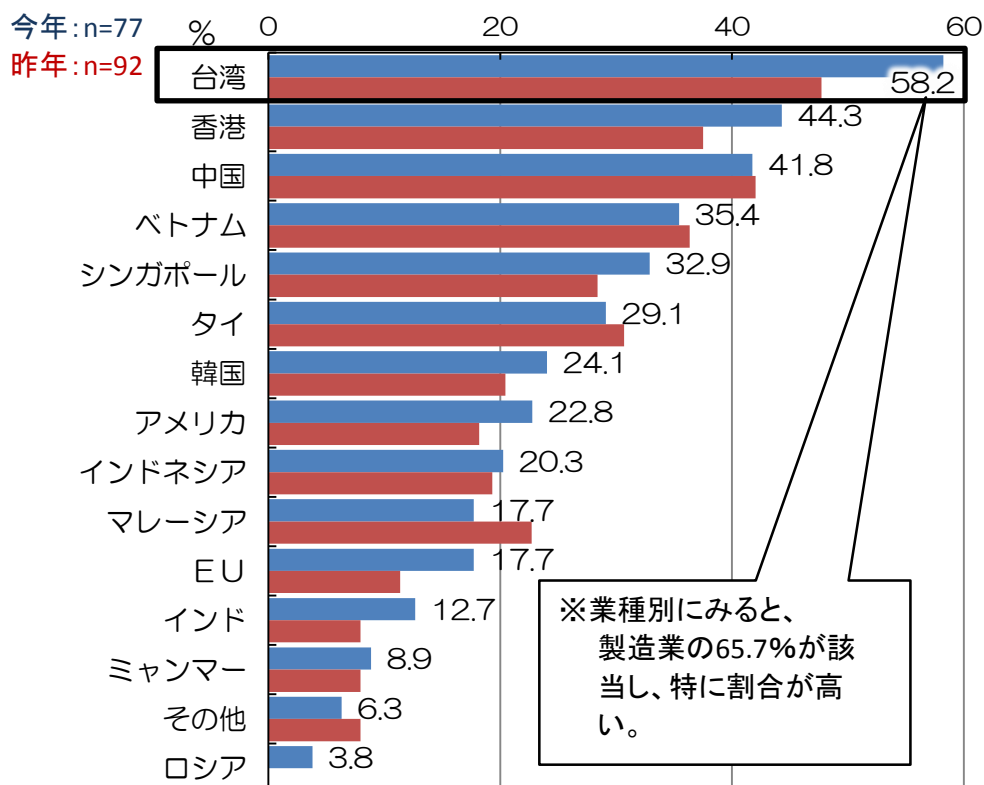
図表7 今後の海外ビジネスの展開について



(2) 拡大に取り組もうと思う国・地域（複数回答）

＞今後、海外ビジネスの拡大に取り組もうと思う国・地域では、「台湾」が 58.2%で最も高く、5年連続の1位となった。2位は「中国」にかわり「香港」となった。なお、「台湾」への進出意欲を業種別にみると、製造業で65.7%と高い(図表8)。

図表8 拡大に取り組もうと思う国・地域（複数回答）

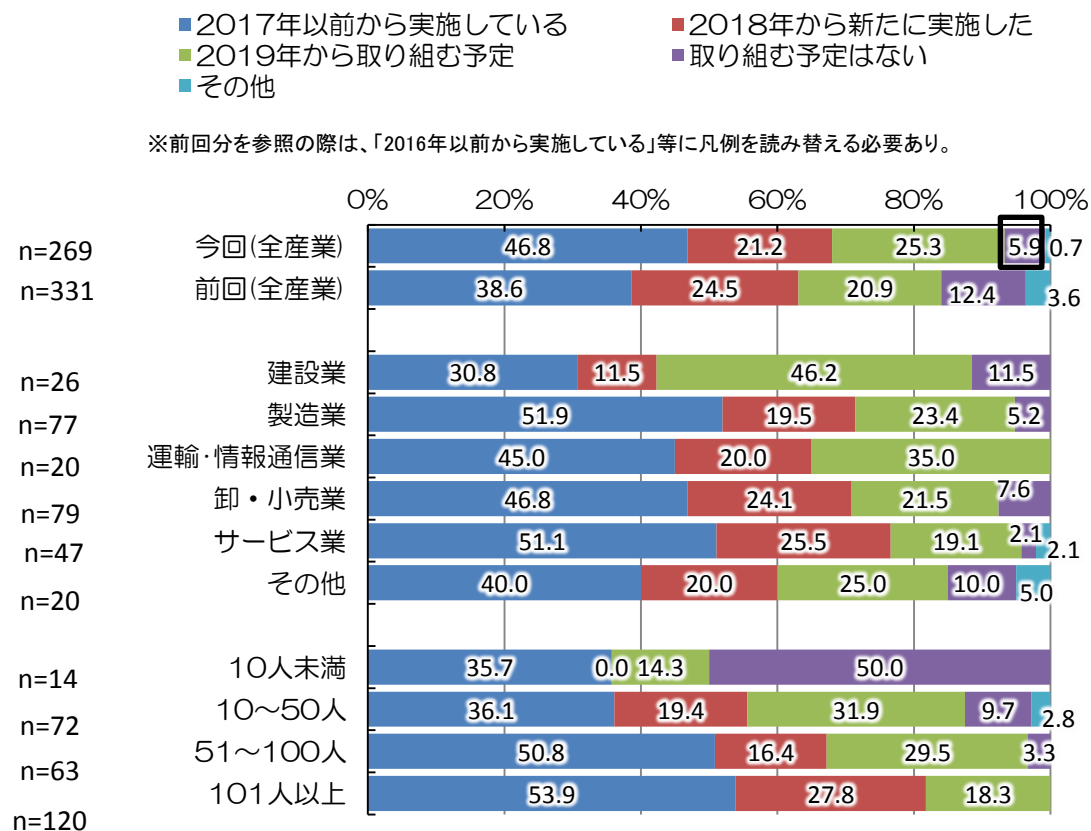


4. 働き方改革について

(1) 働き方改革への取組状況

➤働き方改革への取組状況については、「取組予定がない」という回答が5.9%で、前回調査に比べて減少している(図表9)。

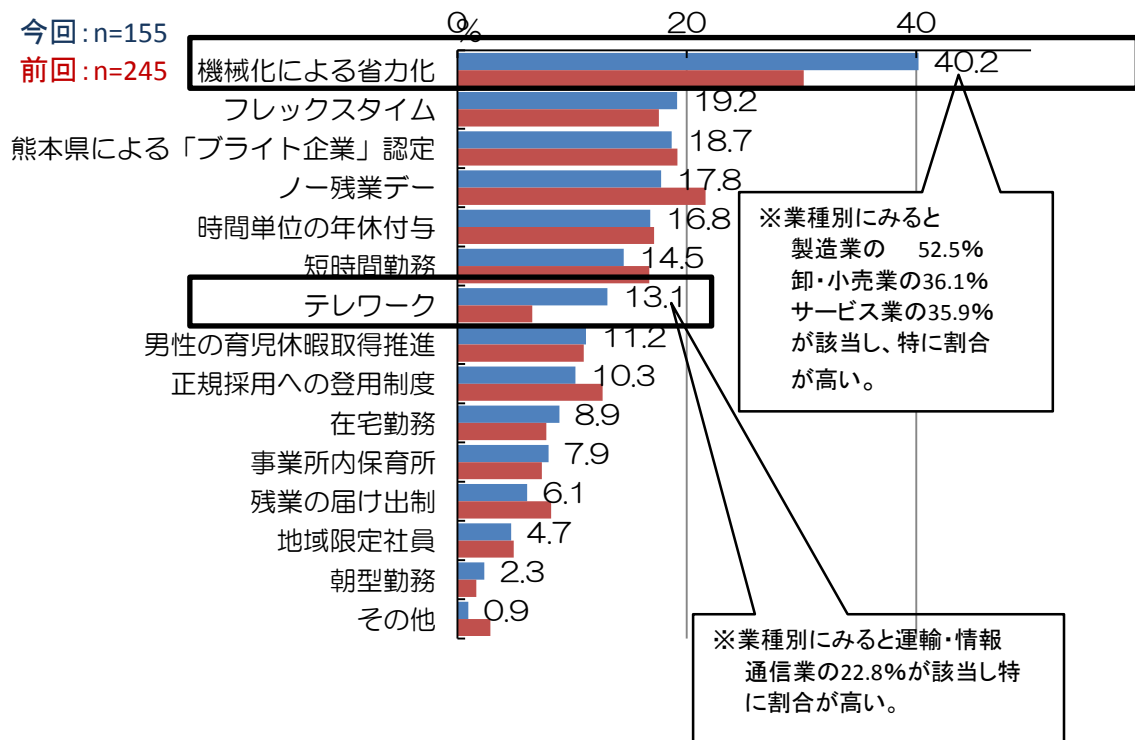
図表9 働き方改革への取組状況



(2) 働き方改革に関連する今後実施したい取り組み（複数回答）

> 今後実施したい長時間労働の是正や柔軟な働き方などを実現するための具体的な取り組みとしては、「機械化による省力化」という回答が 40.2%と最多となった。業種別にみると、製造業(52.5%)、卸・小売業(36.1%)、サービス業(35.9%)などで高い値となった。
 > 前回調査比では、「テレワーク」という回答も 6.6p増加しており、業種別では「運輸・情報通信業」で高くなっている(図表 10)。

図表 10 働き方改革に関連する今後実施したい取り組み（複数回答）

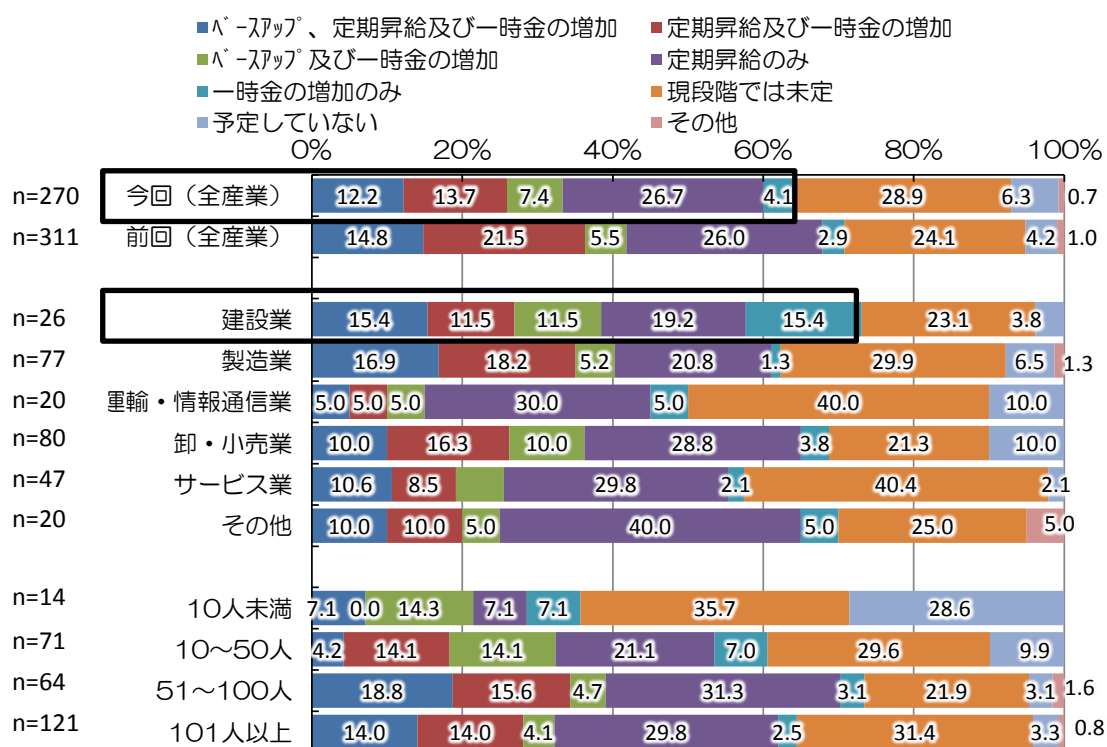


5. 賃金引上について

(1) 賃金引上の予定

➤賃金引上については、前回調査よりも賃上げを予定する企業の割合が減少した。そのような中で、業種別では建設業で賃上げを予定する企業の割合が高くなっている（図表 11）。

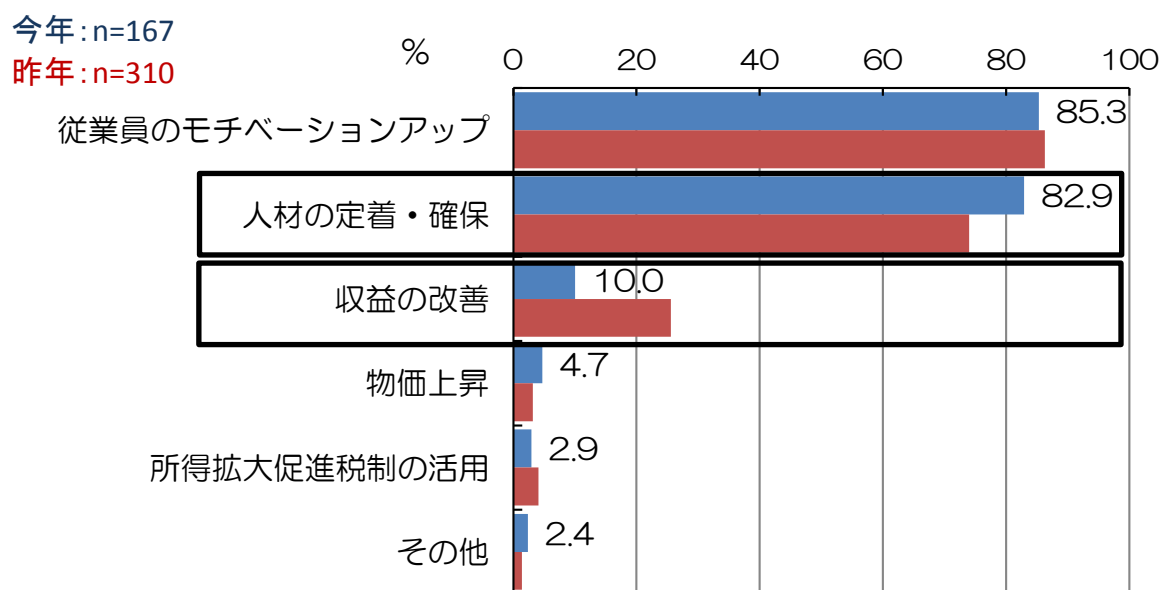
図表 11 賃金引上の予定



(2) 賃金引上の理由 (複数回答)

➤賃金引上の理由をみると、「従業員のモチベーションアップ」という回答が最も多かったが、前回調査比では「人材の定着・確保」を理由とする企業が増加した。一方、「収益の改善」という回答は減少しており、企業の収益環境の悪化などが影響しているとみられる(図表 12)。

図表 12 賃金引上の理由(複数回答)

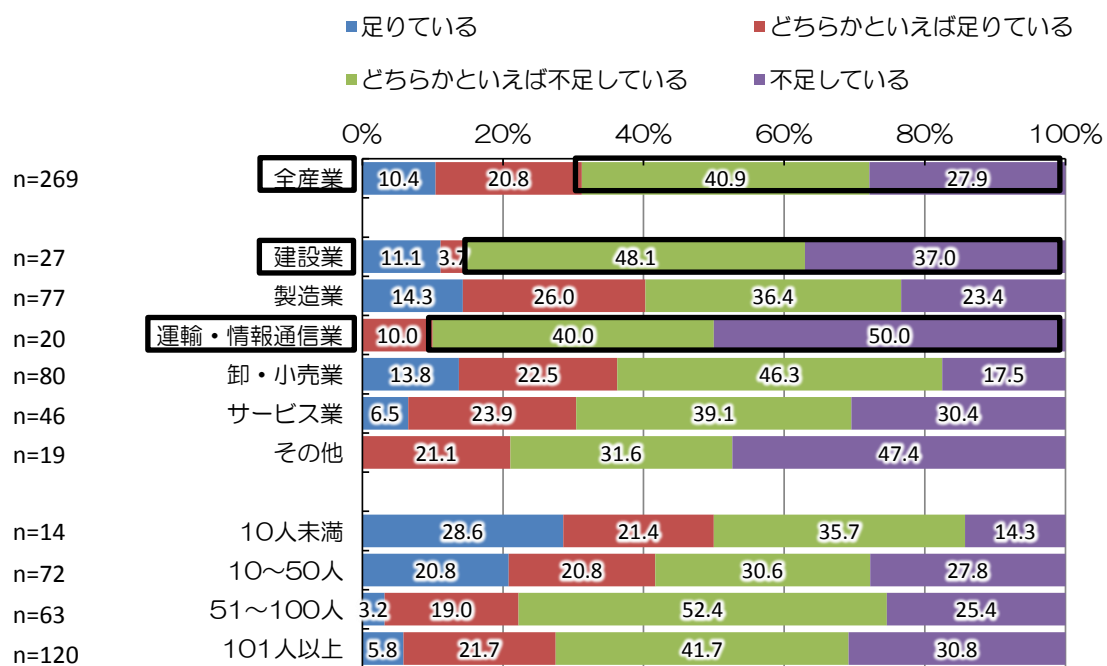


6. 人手不足の対応策について

(1) 従業員の充足状況

➤ 従業員の充足状況については、68.8%の企業が不足(「どちらかといえば不足している」「不足している」と回答している)。業種別では、「運輸・情報通信業」で最も不足感が強く、次いで「建設業」となっている(図表 13)。

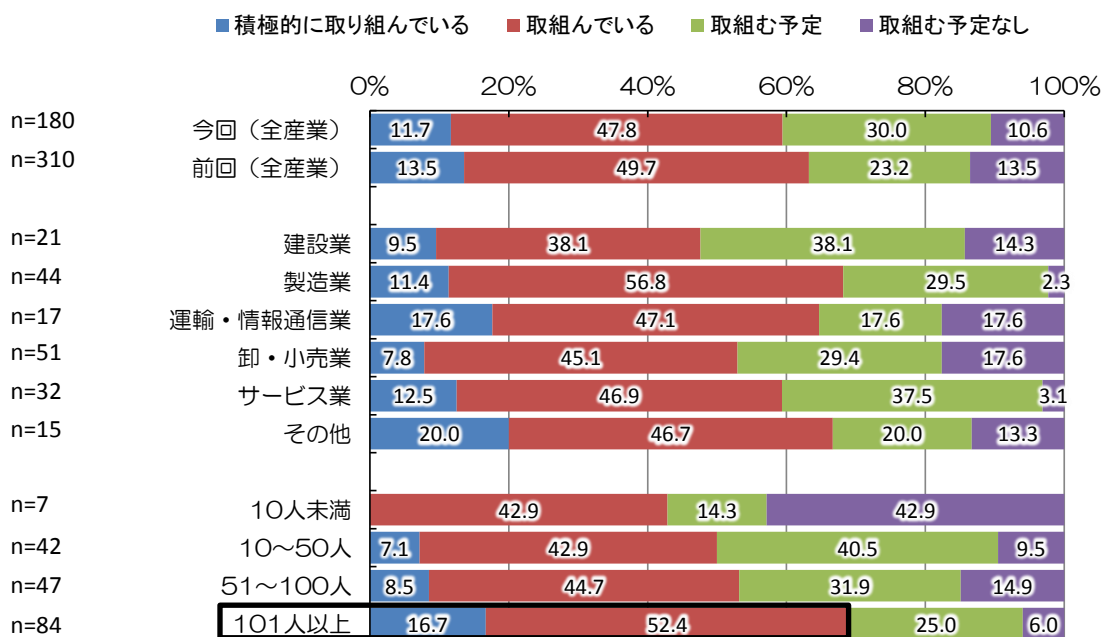
図表 13 従業員の充足状況



(2) 多様な人材（高齢者、女性、障がい者、外国人）の積極活用状況について

➤多様な人材の活用状況については、あまり大きな変化がみられなかった。規模別に見ると、「101人以上」の企業では、多様な人材の活用が進んでいることがうかがえた（図表 14）。

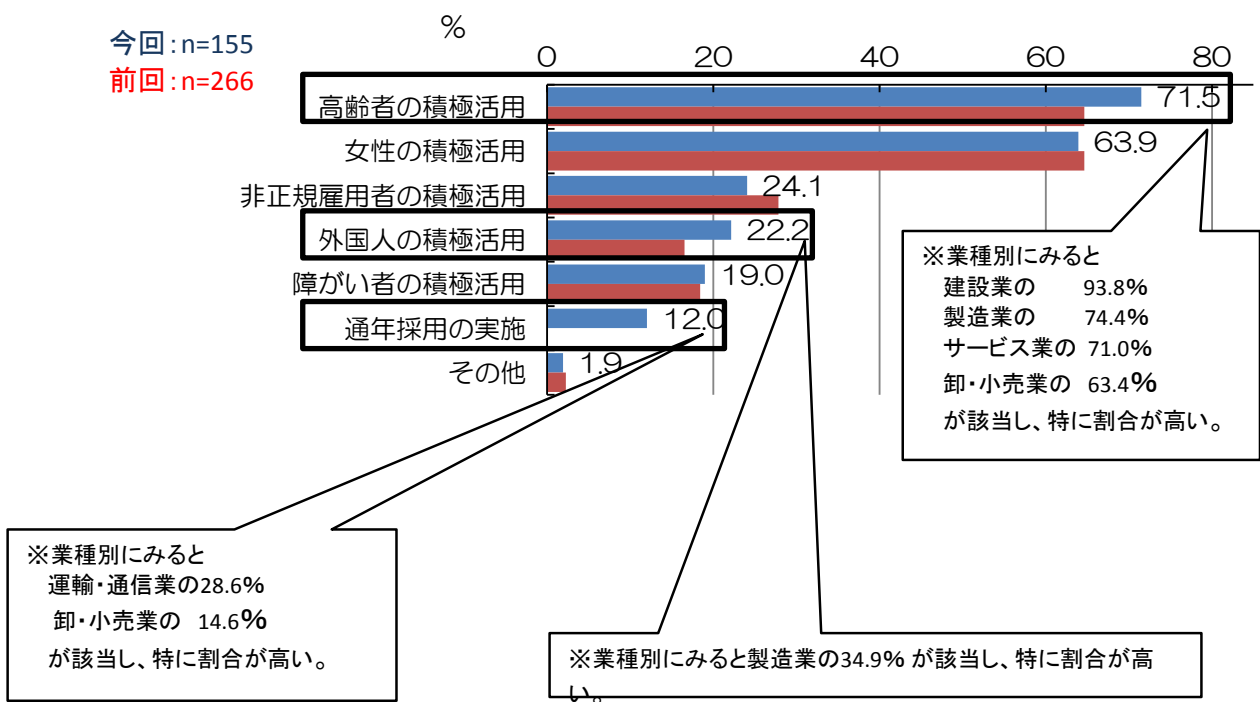
図表 14 多様な人材の積極活用状況



(3) 多様な人材の積極活用の具体策（複数回答）

> 多様な人材の積極活用の具体策としては、「高齢者の積極活用」という回答が最多となった。業種別では、建設業などで高齢者を活用している割合が高かった。また、「外国人の積極活用」という回答も増加しているが、業種別では「製造業」で特に高くなっている。
 > 今回初めて選択肢を追加した「通年採用の実施」については1割超の回答があった。必要な人材を確保するため、採用活動を見直す動きもみられている(図表 15)。

図表 15 多様な人材の積極活用の具体策(複数回答)

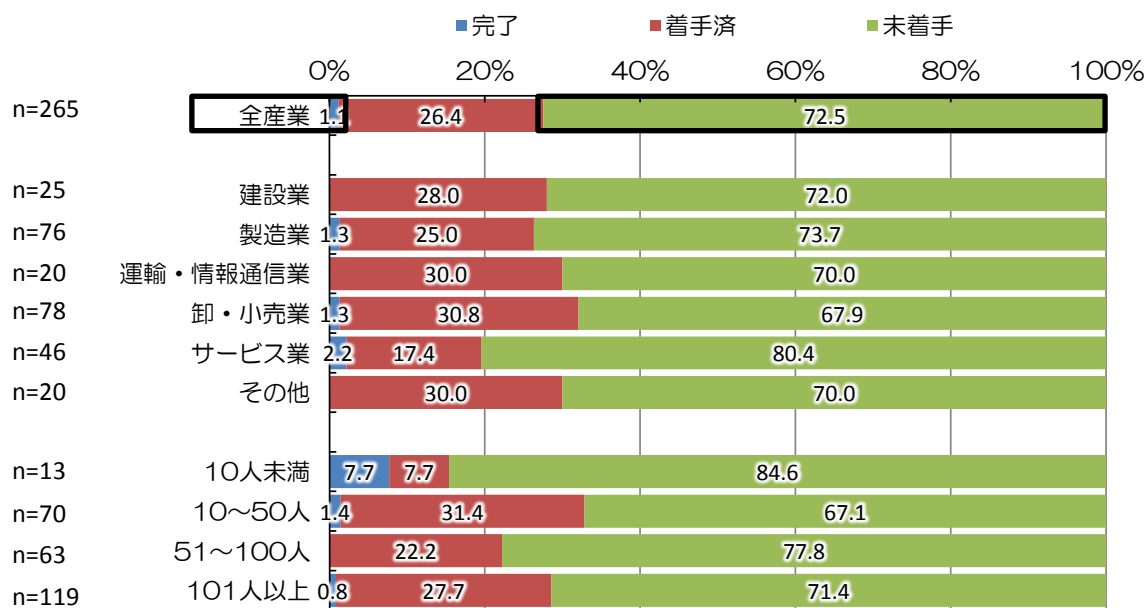


7. 消費税率引上について

(1) 消費税率引上への準備状況

➤消費税率引上への準備状況については、「完了」という回答は 1.1%にとどまり、「未着手」の企業が 7 割を超えている(図表 16)。

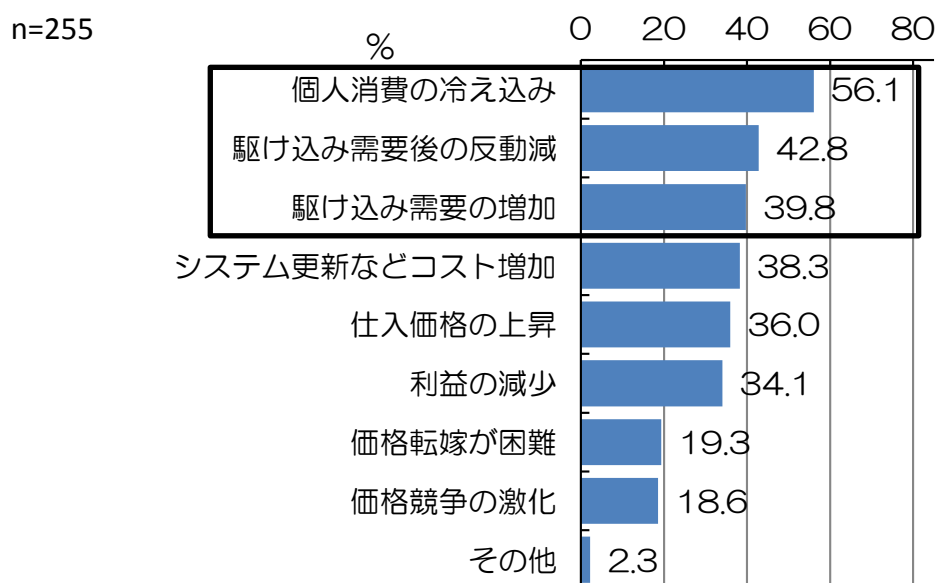
図表 16 消費税率引上への準備状況



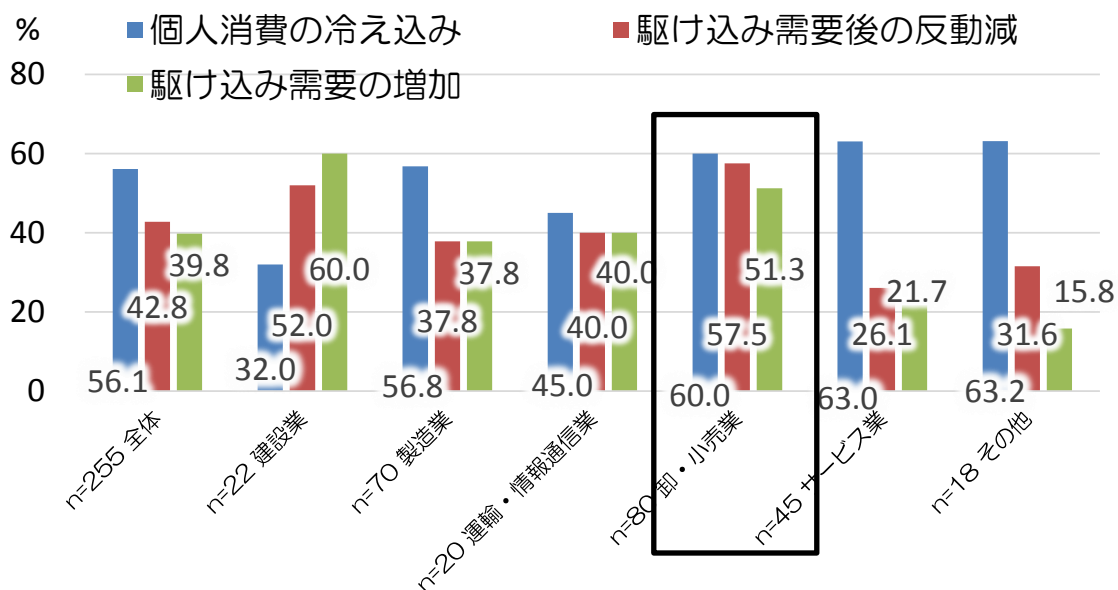
(2) 消費税率引上による自社への影響（複数回答）

➤消費税率引上による自社への影響は、「個人消費の冷え込み」という回答が最も多く、以下、「駆け込み需要後の反動減」、「駆け込み需要の増加」と続いた(図表 17)。上位3つの項目の回答を業種別にみると卸・小売業で、全ての項目でまんべんなく回答割合が高く、特に影響が大きいことがうかがえる(図表 18)。

図表 17 消費税率引上げによる自社への影響(複数回答)



図表 18 自社への影響における業種別の回答割合



おわりに

2019年の熊本県の景気については、前回調査と比較して「改善」を予想する経営者の割合が減少した。熊本地震からの復旧・復興需要の一服感や、消費税率の引き上げ等に伴う個人消費の冷え込みに加えて、人手不足や人件費高騰の影響が大きくなっていることなどがうかがえた。

一方で、2019年の熊本県は数多くの“ビッグイベント”などが控えている。熊本県にゆかりの深い大河ドラマの放映等に加えて、国際スポーツ大会の開催や、JR 熊本駅や八代港、熊本空港といった陸海空の玄関口の再整備、熊本市中心部の桜町再開発ビルの開業などである。これに伴い、国内外から多くの観光客が熊本県を訪れるため、個人消費等への寄与が期待される。

このようなチャンスを活かすためにも、キャッシュレス対応等の観光客を受け入れるための準備や、生産性向上を図るための ICT 化などを進めて、着実に自社の業績向上につなげていくことなどが求められる。