

熊本日日新聞社 地方経済総合研究所 共同調査
2020年熊本県内企業の経営者意識調査

【目次】

はじめに.....	2
1. 熊本県の景気について.....	3
(1) 現在の景気.....	3
(2) 景気の改善時期.....	4
(3) 2021年の熊本県の景気の前予想.....	5
(4) 熊本県の景気が改善する理由（複数回答）.....	6
(5) 熊本県の景気が改善しない理由（複数回答）.....	7
(6) アメリカ新政権に期待すること.....	8
(7) アメリカ新政権に懸念すること.....	9
2. 自社の現在の業況について.....	10
(1) 自社の現在の業況.....	10
3. 自社の業況見通しについて.....	11
(2) 自社の業績見通し（売上）.....	11
(3) 自社の業績見通し（収益）.....	12
(4) 自社の経営にプラスの影響を与えるもの.....	13
(5) 自社の経営にマイナスの影響を与えるもの.....	14
(6) 自社が現在抱えている課題.....	15
(7) 自社で重視していききたい施策.....	16
4. 働き方改革について.....	17
(1) コロナ禍への対応として2020年に新たに導入した取組.....	17
(2) コロナ禍への対応として導入した取組の継続.....	18
5. 人材育成について.....	19
(1) 現在実施している人材育成の方法について.....	19
(2) 今後実施したい人材育成の方法について.....	20
6. SDGsについて.....	21
(1) SDGsの認識度と経営との親和性.....	21
(2) SDGsを経営方針に取り入れる（検討している）理由.....	22
7. 新型コロナウイルスについて.....	23
(1) 業績への悪影響.....	23
(2) 経営に特に悪影響を与えたもの.....	24
(3) 業績への影響がいつまで続くか.....	25
(4) コロナ収束後の経済回復について.....	26
おわりに.....	27

はじめに

2020年、県内景気はコロナ禍によって大打撃を受けた。いまだに収束の見通しは立っておらず、厳しい経営環境が続いている。

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、2020年11月中旬から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 548 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、働き方改革、人材育成、新型コロナウイルス、SDGs
- ・調査方法：郵送法
- ・調査時期：2020年11月中旬～12月上旬
- ・有効回答：267社（有効回答率 48.7%）
- ・回答企業の属性

業種	集計先数	%
建設業	37	13.9
製造業	71	26.6
運輸・情報通信業	18	7.1
卸・小売業	73	27.3
サービス業 ^{注1}	50	18.7
その他 ^{注2}	18	6.4
計	267	100.0

規模	集計先数	%
10人未満	13	4.9
10～50人	73	27.3
51～100人	58	21.7
101人以上	123	46.1
計	267	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

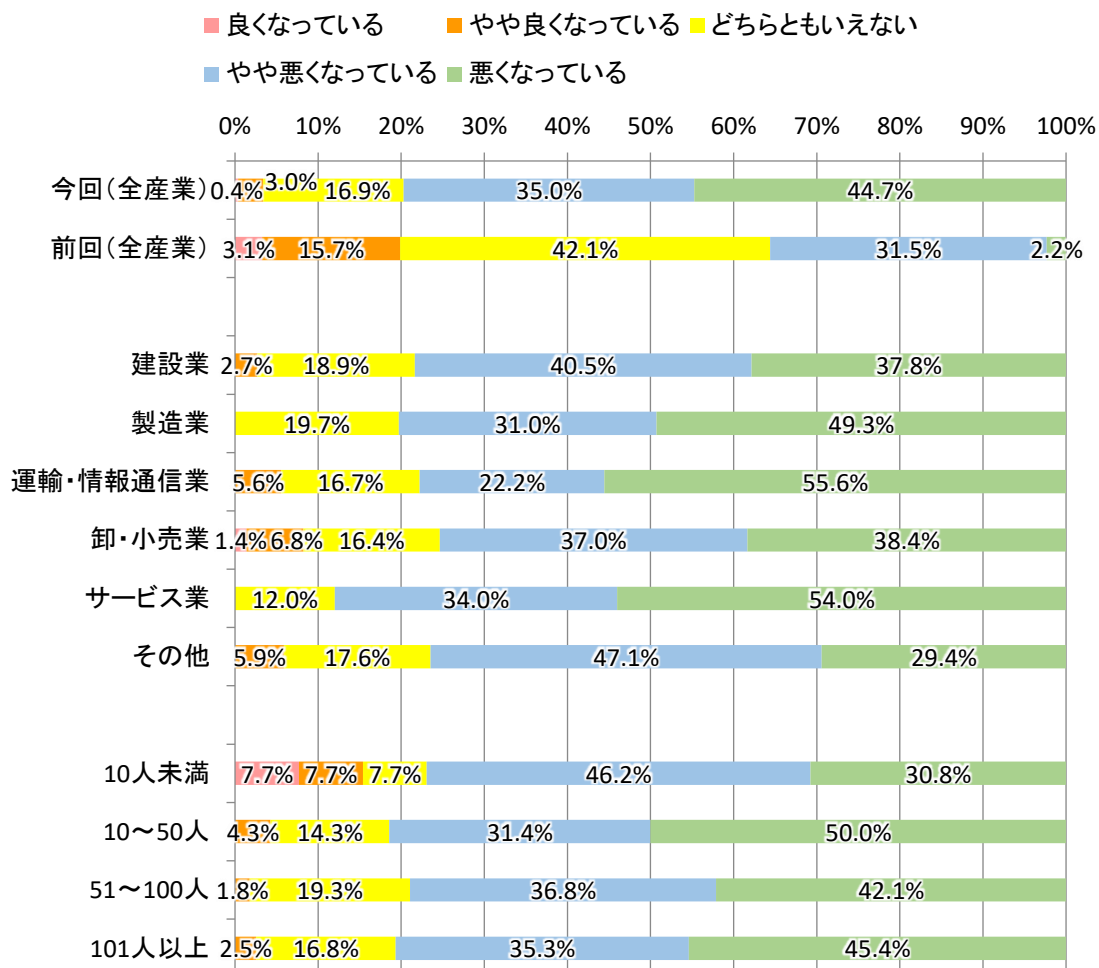
※ 本調査は、熊本日日新聞社と当研究所が共同で、2005年以降毎年実施しており、今回の調査は16回目である。

熊本県の景気について

(1) 現在の景気

- 現在の熊本県の景気については、「改善」（「良くなっている」＋「やや良くなっている」）という回答が3.4%となり、前回調査の18.8%よりも15.4ポイント（以下p）低下した（図表1）。
- 一方で「悪化」（「悪くなっている」＋「やや悪くなっている」）という回答が79.7%となり、前回調査の35.4%よりも44.3p上昇した。
- 「悪くなっている」の回答割合はサービス業（88.0%）、製造業（80.3%）、建設業（78.3%）の順に高い。

図表1 現在の景気

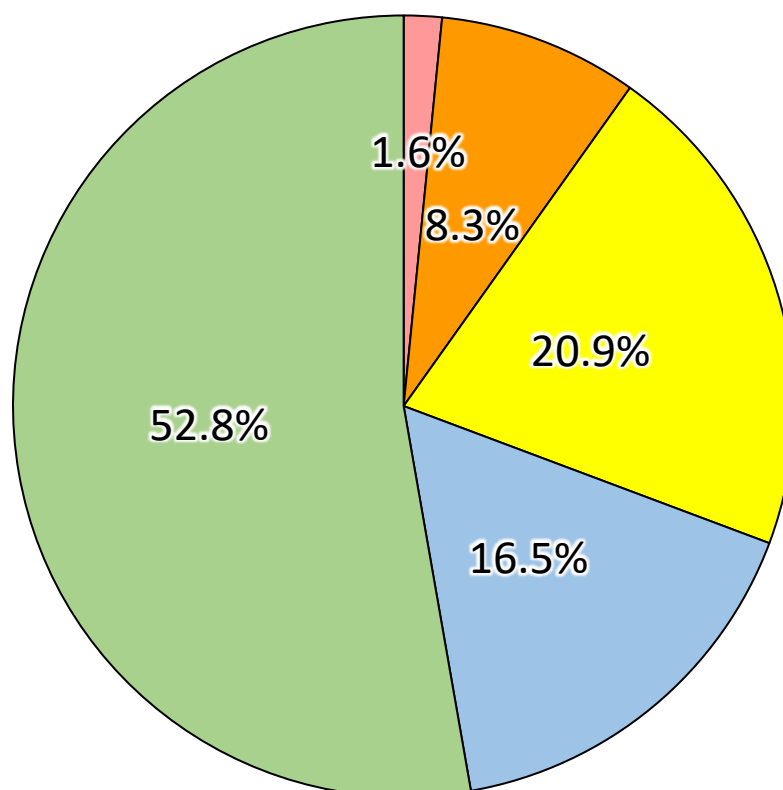


(2) 景気の改善時期

➤ 熊本県の景気の改善時期については、2021年以内という回答が47.2%、2022年以降という回答が52.8%であった（図表2）。

図表2 景気の改善時期

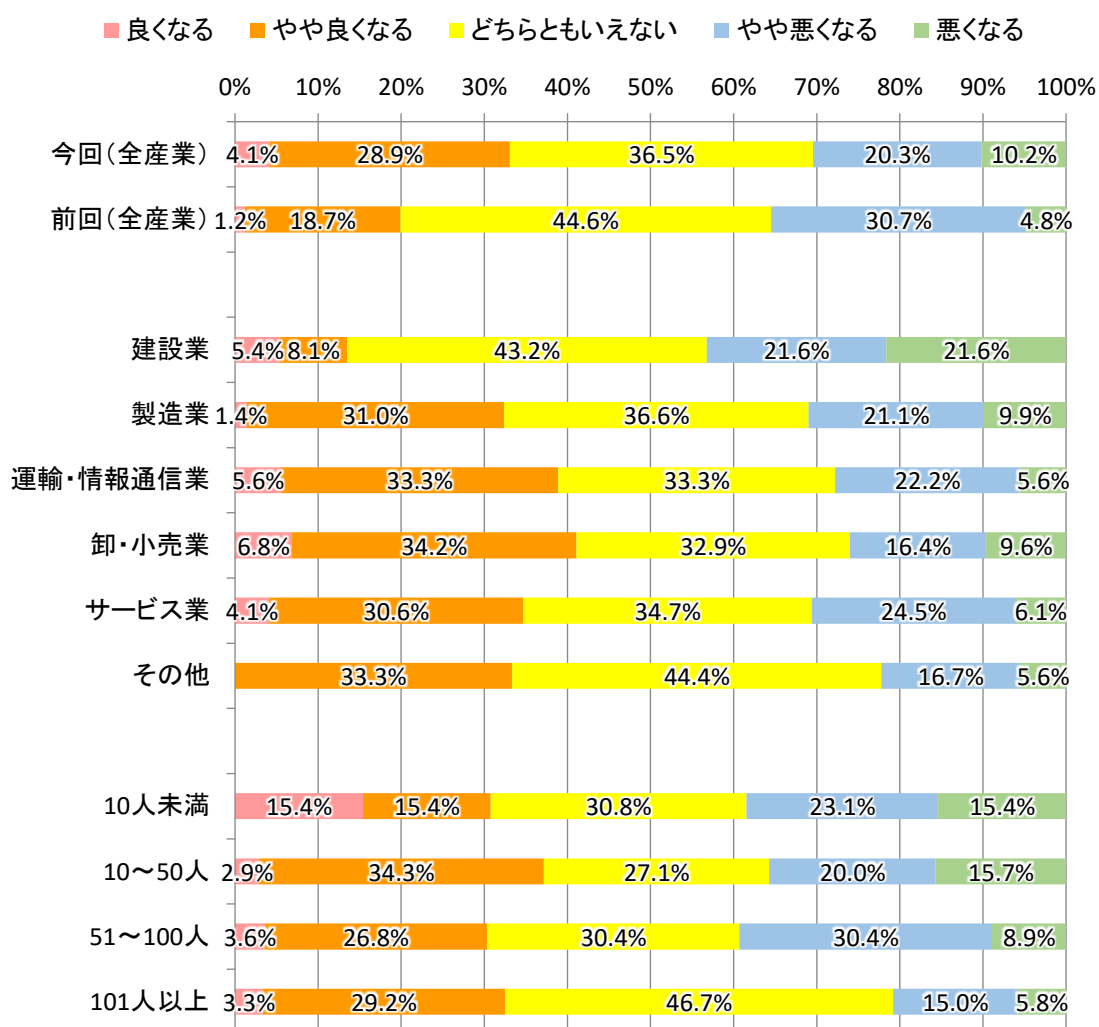
■ 2021年1～3月 ■ 2021年4～6月 ■ 2021年7～9月
■ 2021年10～12月 ■ 2022年以降



(3) 2021年の熊本県の景気の予想

>2021年(来年)の熊本県の景気については、現在と比較して「改善」(「良くなっている」+「やや良くなっている」という回答が33.0%となり、前回調査の19.9%よりも13.1p上昇した(図表3)。
 >「改善」を見込む業種は卸・小売業(41.0%)、運輸・情報通信業(38.9%)、サービス業(34.7%)の順となっている。

図表3 2021年の熊本県の景気の予想

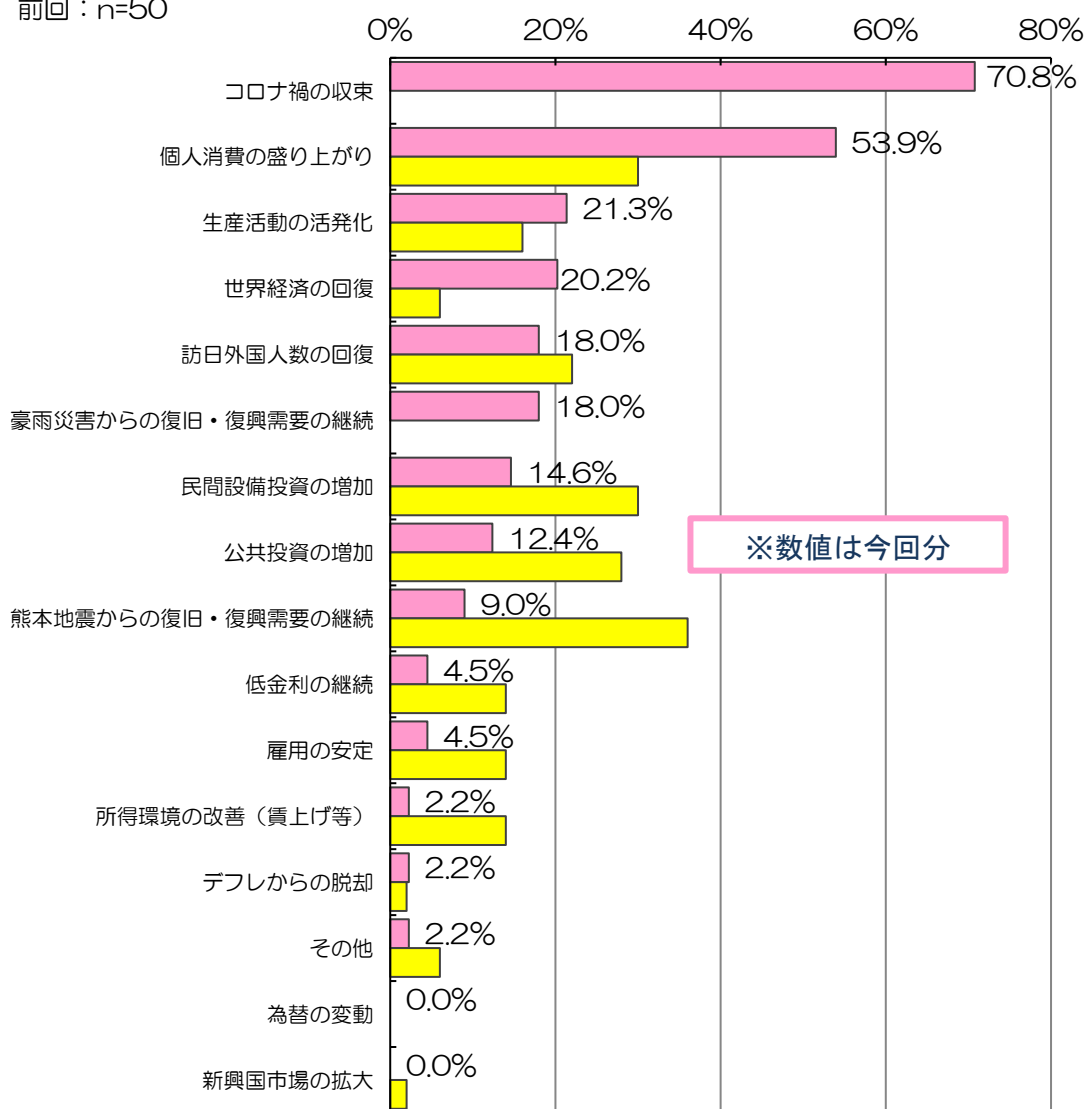


(4) 熊本県の景気が改善する理由（複数回答）

- 2021年の熊本県の景気が改善する理由としては、「コロナ禍の収束」、「個人消費の盛り上がり」、「生産活動の活発化」の順となった（図表4）。
- 「熊本地震からの復旧・復興需要の継続」は前回調査から大きく減少した。

図表4 熊本県の景気が「改善」する理由（複数回答）

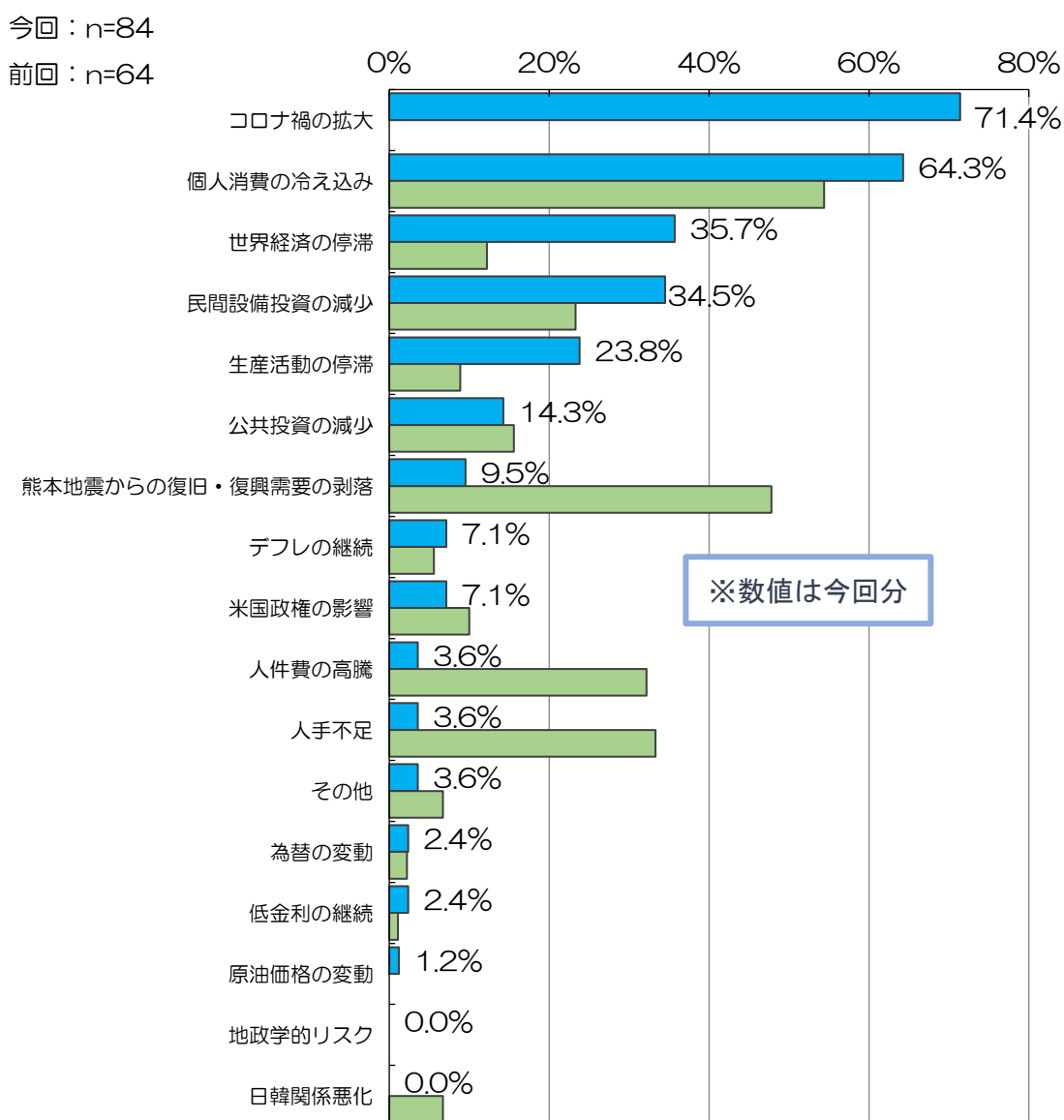
今回：n=89
 前回：n=50



(5) 熊本県の景気が改善しない理由（複数回答）

>2021年の熊本県の景気が「改善」しない理由としては、「コロナ禍の拡大」、「個人消費の冷え込み」、「世界経済の停滞」の順となった（図表5）。
 >「熊本地震からの復旧・復興需要の剥落」、「人件費の高騰」、「人手不足」は前回調査から大きく減少した。

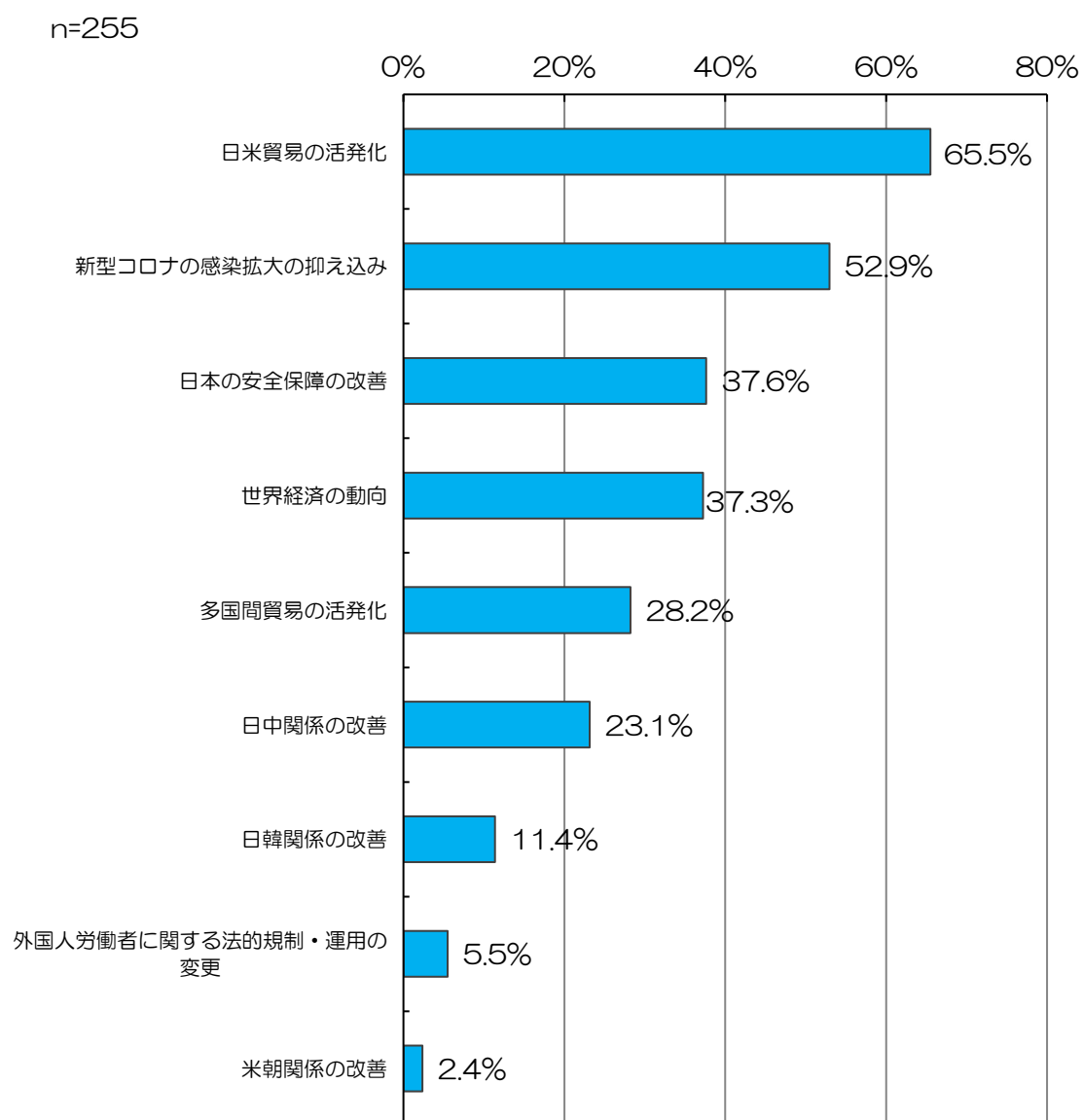
図表5 熊本県の景気が「改善しない」理由（複数回答）



(6) アメリカ新政権に期待すること

➤アメリカ新政権に期待することとしては、65.5%の企業が「日米貿易の活発化」を挙げており、次いで「新型コロナの感染拡大の抑え込み(52.9%)」「日本の安全保障の改善(37.6%)」の順となっている(図表6)。

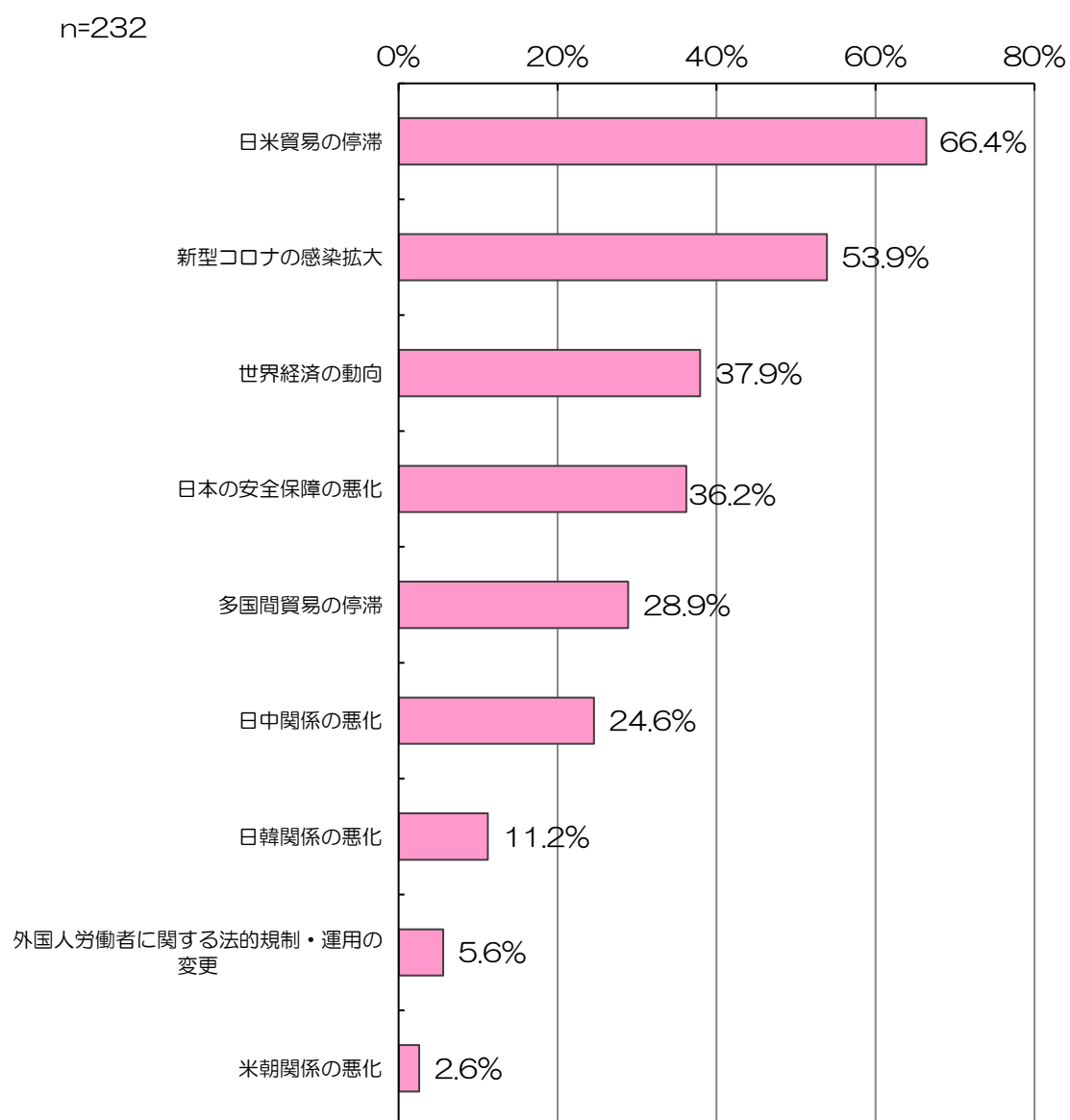
図表6 アメリカ新政権に期待すること(複数回答)



(7) アメリカ新政権に懸念すること

➤アメリカ新政権に懸念することとしては、66.4%の企業が「日米貿易の停滞」を挙げており、次いで「新型コロナの感染拡大（53.9%）」「世界経済の動向（37.9%）」の順となっている（図表7）。

図表7 アメリカ新政権に懸念すること（複数回答）

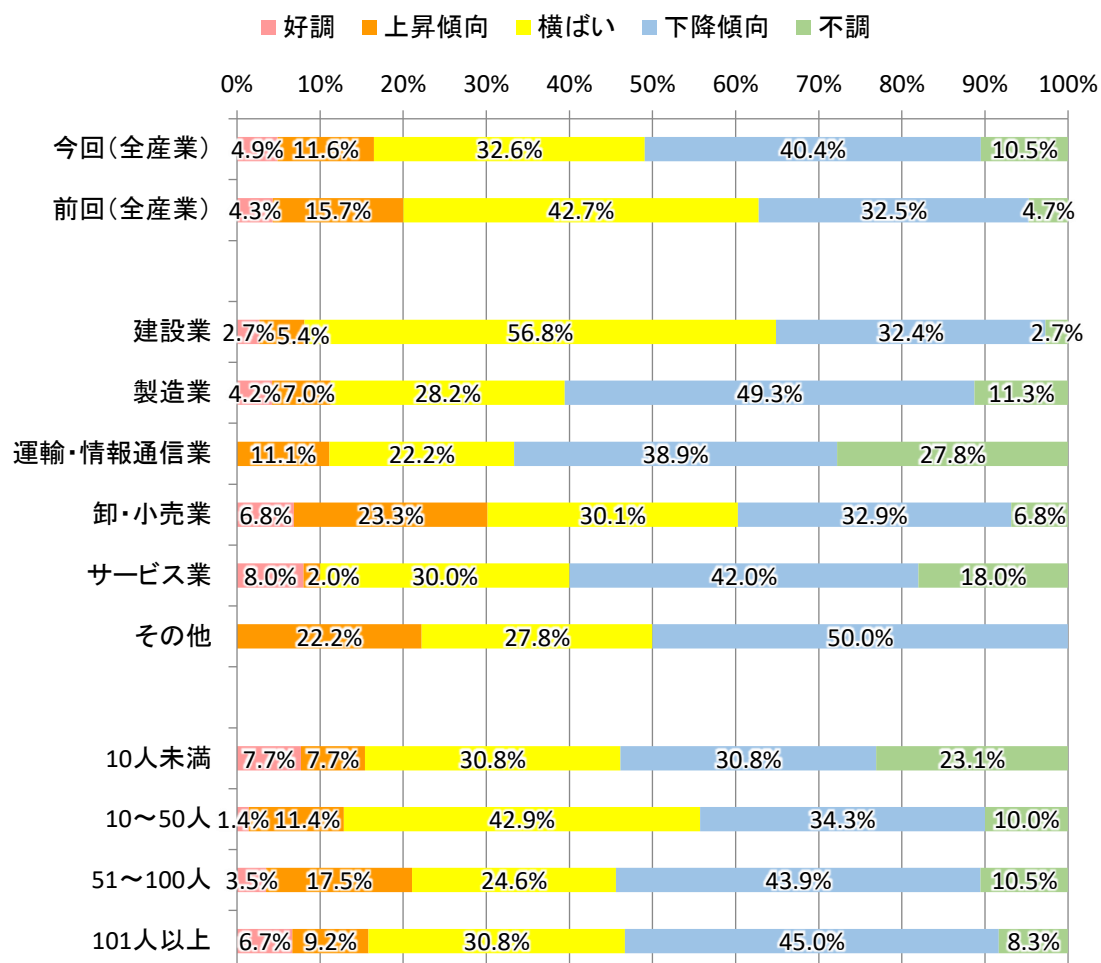


2. 自社の現在の業況について

(1) 自社の現在の業況

- 「良い」（「好調」＋「上昇傾向」）という回答が16.5%で前回調査を3.5p下回った。業種別にみると、卸・小売業、その他で「良い」という回答の割合が高い（図表8）。
- 「悪い」（「不調」＋「下降傾向」）という回答が50.9%で前回調査を13.7p上回った。業種別にみると、運輸・情報通信業、製造業で「悪い」という回答の割合が高い。

図表8 自社の現在の業況

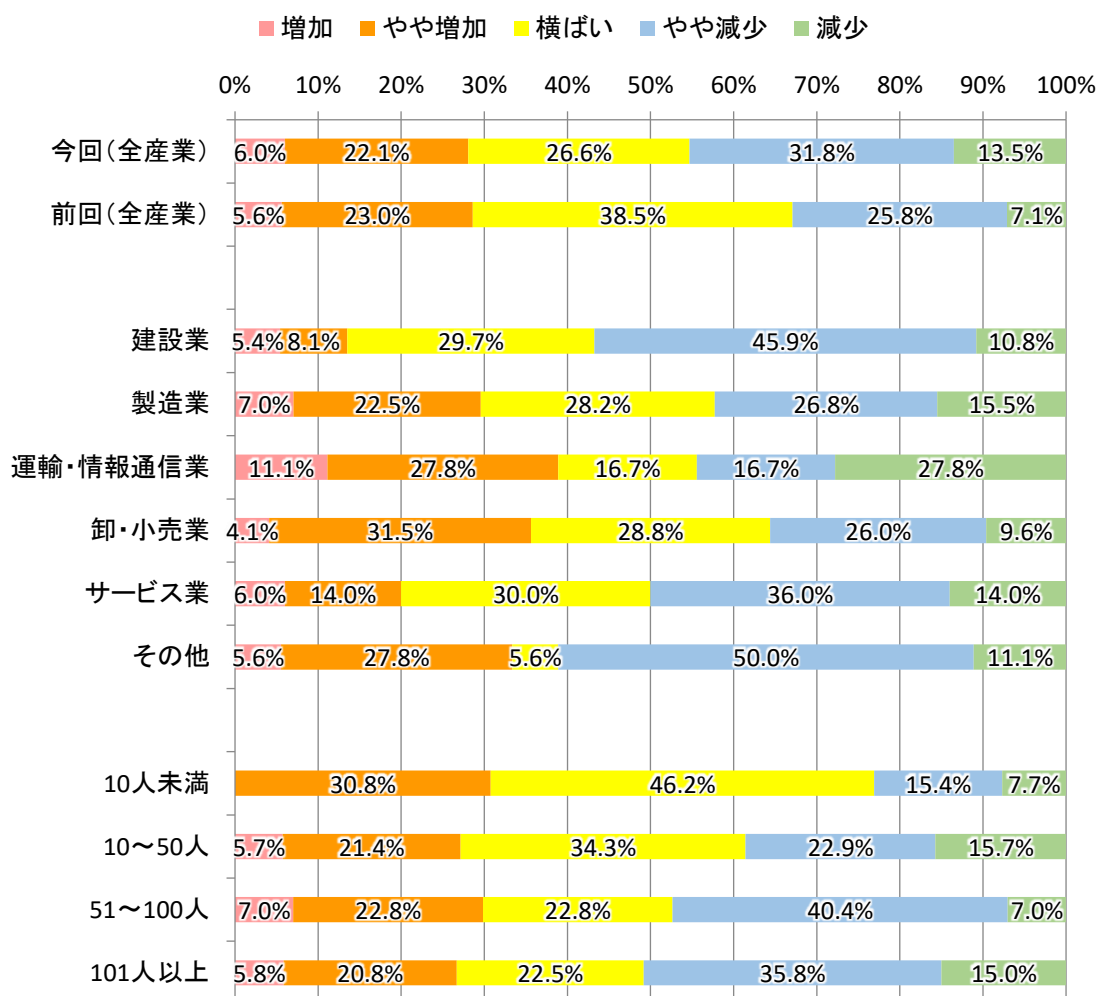


3. 自社の業況見通しについて

(2) 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 28.1%で前回調査を 0.5p 下回った。業種別にみると、運輸・情報通信業、卸・小売業で「増収」を見込む企業の割合が高い（図表 9）。
- 「減収」（「減収」＋「やや減少」）を見込む企業は 45.3%で前回調査を 12.4p 上回った。業種別にみると、その他、建設業で「減収」を見込む企業の割合が高い。
- 「横ばい」とする企業が減少し、「減収」を見込む企業が増加した。

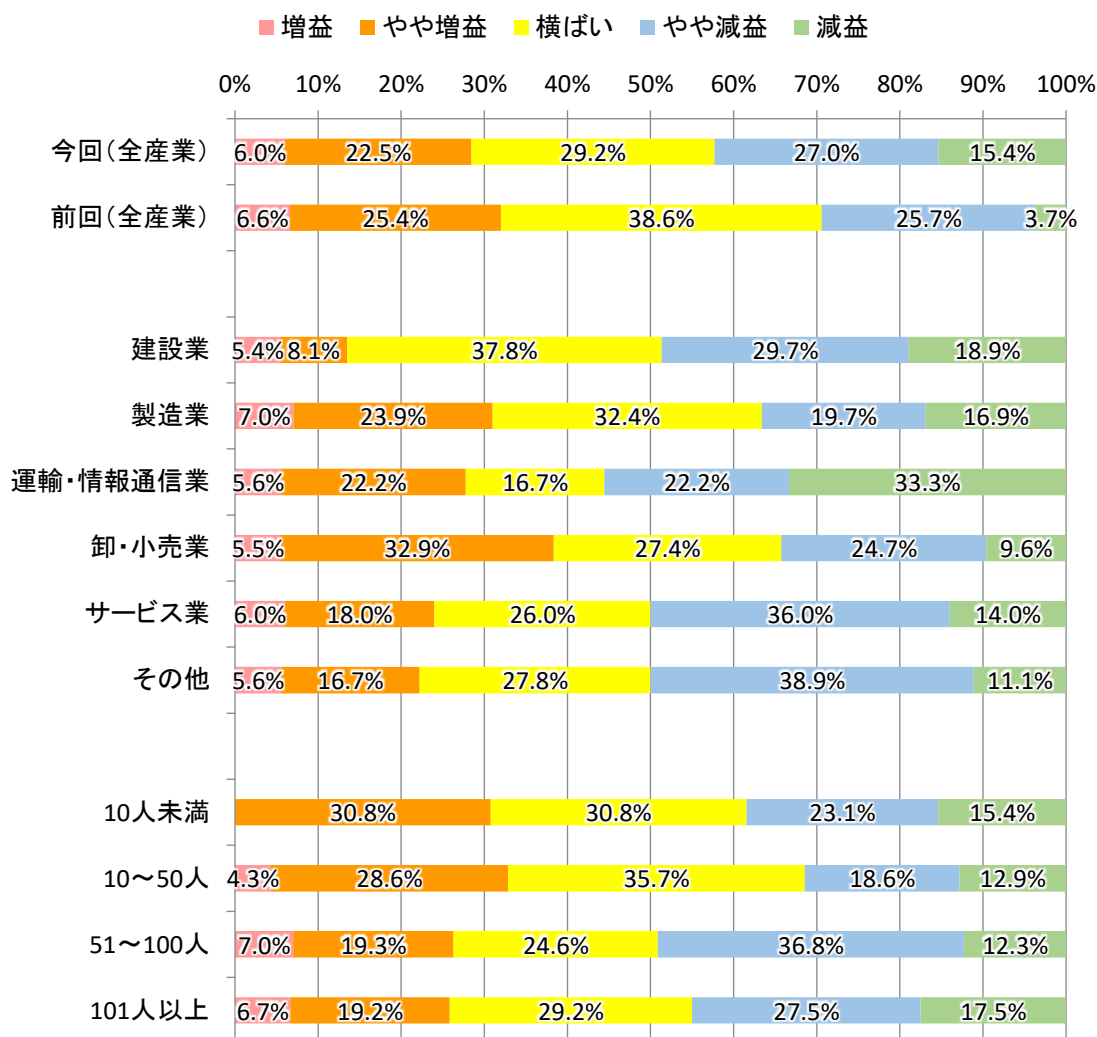
図表 9 自社の業績見通し（売上）



(3) 自社の業績見通し（収益）

- 「増益」（「増益」＋「やや増益」）を見込む企業は 28.5% で前回調査を 3.5p 下回った。業種別では、卸・小売業、建設業で「増益」を見込む割合が高い（図表 10）。
- 「減益」（「減益」＋「やや減益」）を見込む企業は 42.4% で前回調査を 13.0p 上回った。業種別では、運輸・情報通信業、サービス業、その他で「減益」を見込む割合が高い。

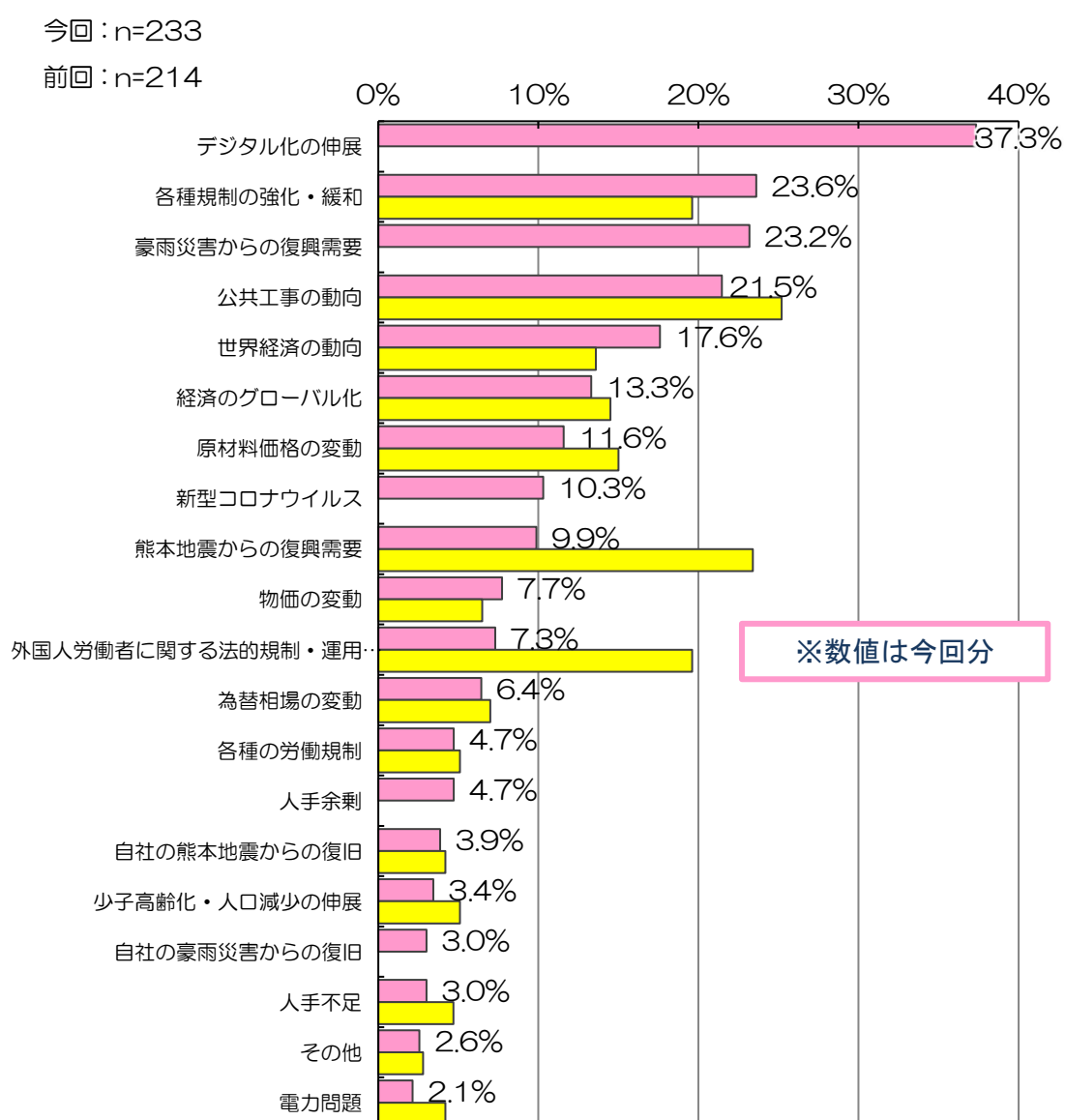
図表 10 自社の業績見通し（収益）



4. 自社の経営にプラスの影響を与えるもの

➤自社の経営にプラスの影響を与えるものについては、「デジタル化の伸展」が最も高く、「熊本地震からの復興需要」への回答が大幅に減少している（図表 11）。

図表 11 自社の経営にプラスの影響を与えるもの（複数回答）



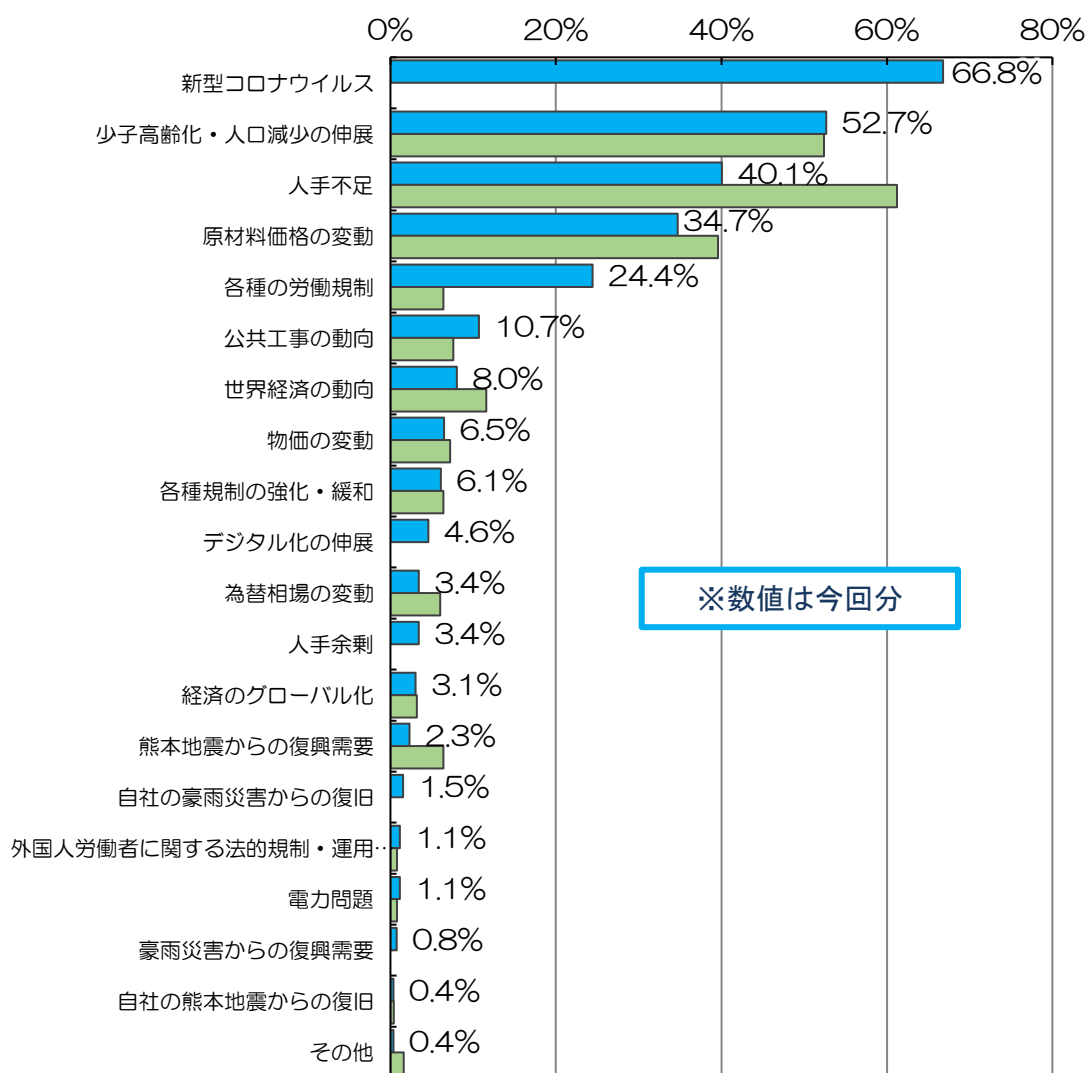
(4) 自社の経営にマイナスの影響を与えるもの

➤自社の経営にマイナスの影響を与えるものについては、「新型コロナウイルス」が最も高い。「人手不足」等は依然として大きなマイナス要因であるものの、回答割合は減少している（図表 12）。

図表 12 自社の経営にマイナスの影響を与えるもの（複数回答）

今回：n=262

前回：n=255



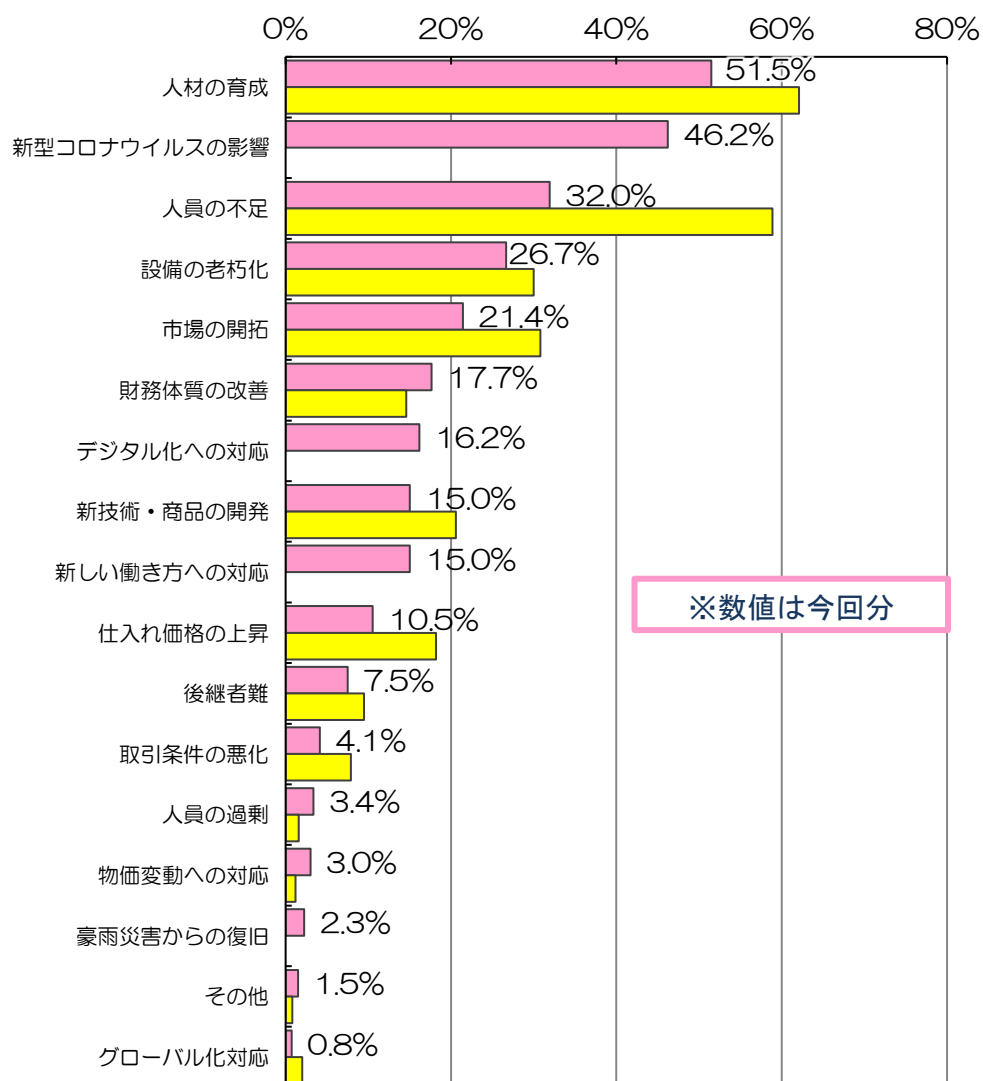
(5) 自社が現在抱えている課題

- 自社が現在抱えている課題については、引き続き「人材の育成が」最も高い(図表 13)。
- 前回調査と比較して、「人員の不足」への回答が大幅に減少しており、新型コロナウイルスを背景とする営業自粛などの影響がみられる。

図表 13 自社が現在抱えている課題 (複数回答)

今回：n=266

前回：n=253



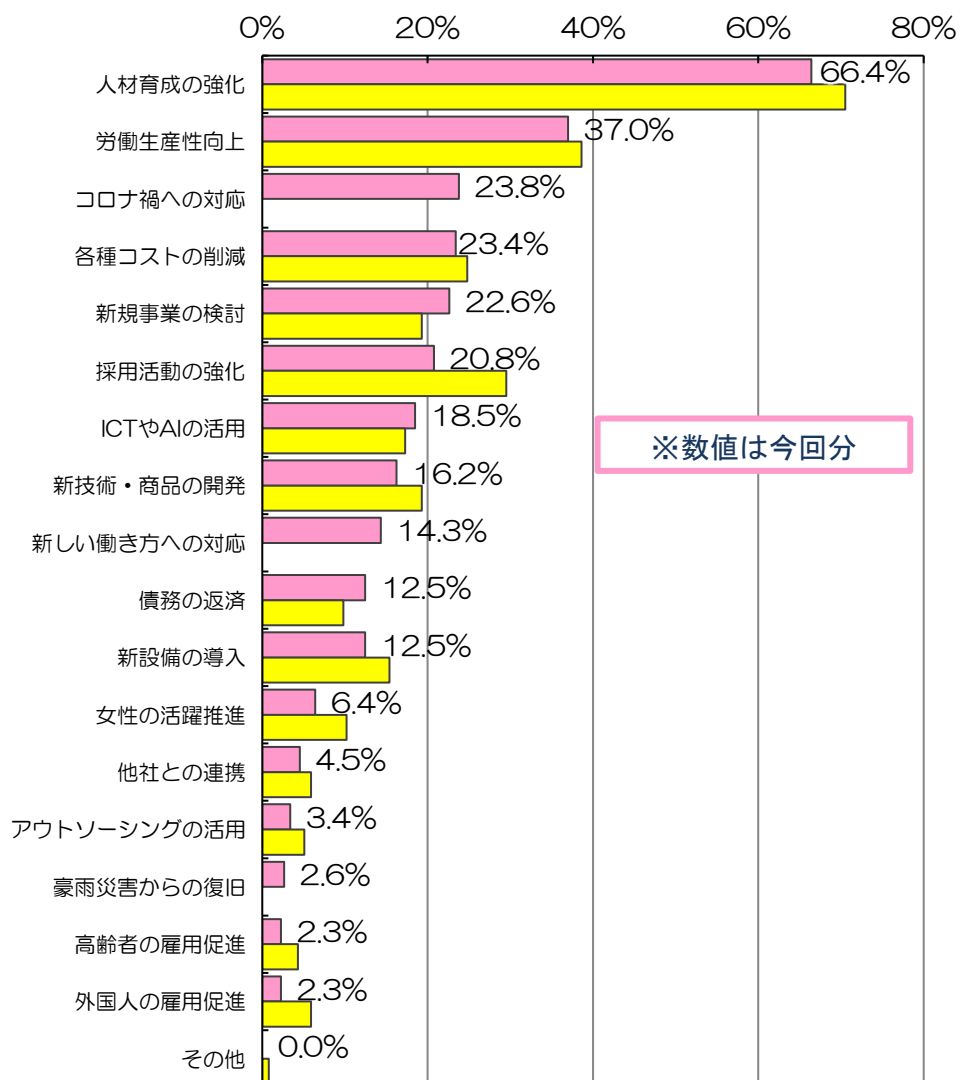
(6) 自社で重視していきたい施策

- 自社で重視していきたい施策については、引き続き「人材育成面の強化」への最も高い(図表 14)。
- 一方で「採用活動の強化」が減少しており、人手に関する課題が減少している。

図表 14 自社で重視していきたい施策 (複数回答)

今回：n=265

前回：n=254



3. 働き方改革について

(1) コロナ禍への対応として2020年に新たに導入した取組

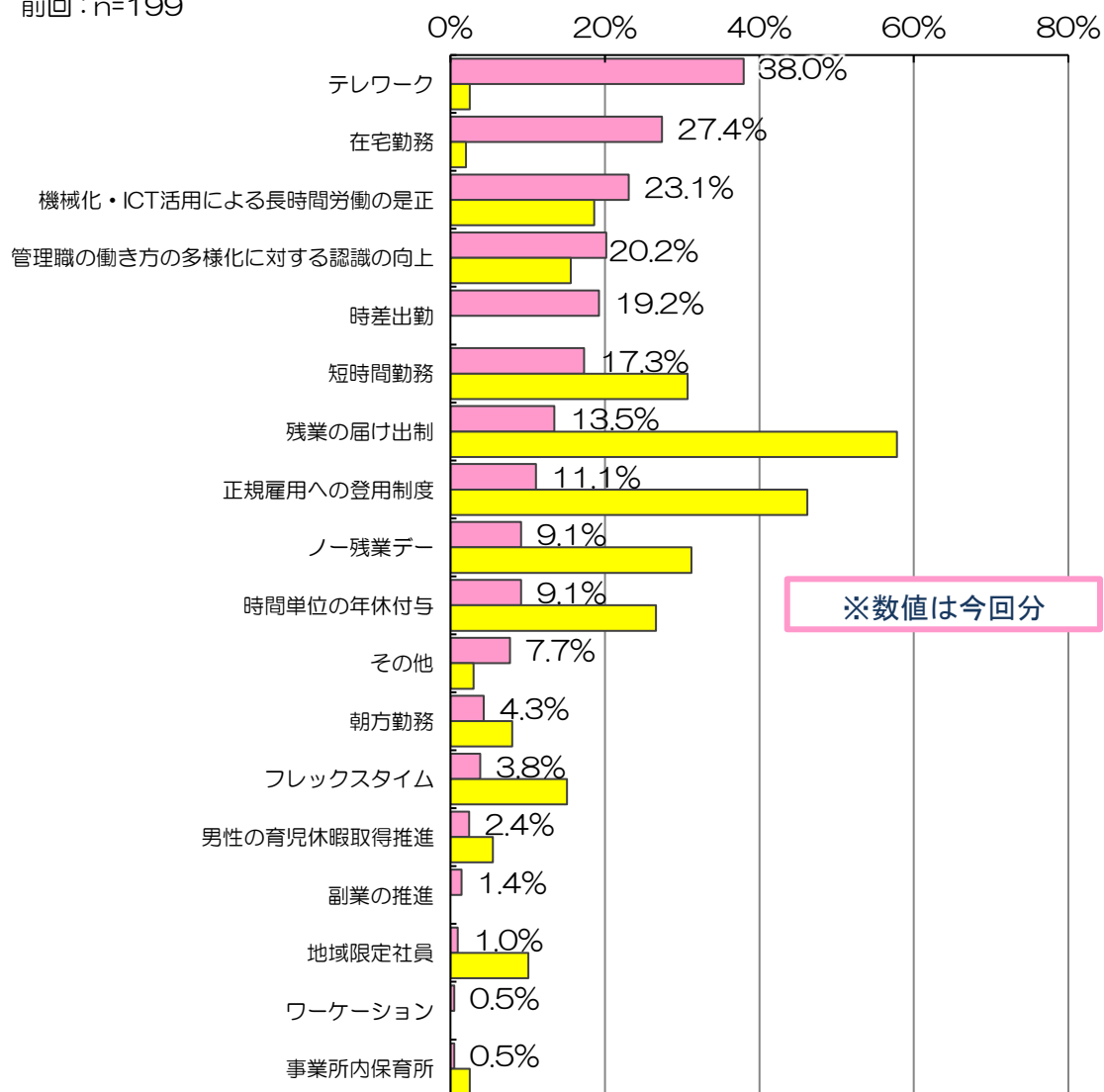
➤コロナ禍への対応としては、「テレワーク（38.0%）」、「在宅勤務（27.4%）」の順に新たな取組として導入されている（図表15）。

※昨年度は、働き方改革で導入した取組として質問しており、参考として掲載している。

図表15 コロナ禍対応として2020年に新たに導入した取組（複数回答）

今回：n=208

前回：n=199

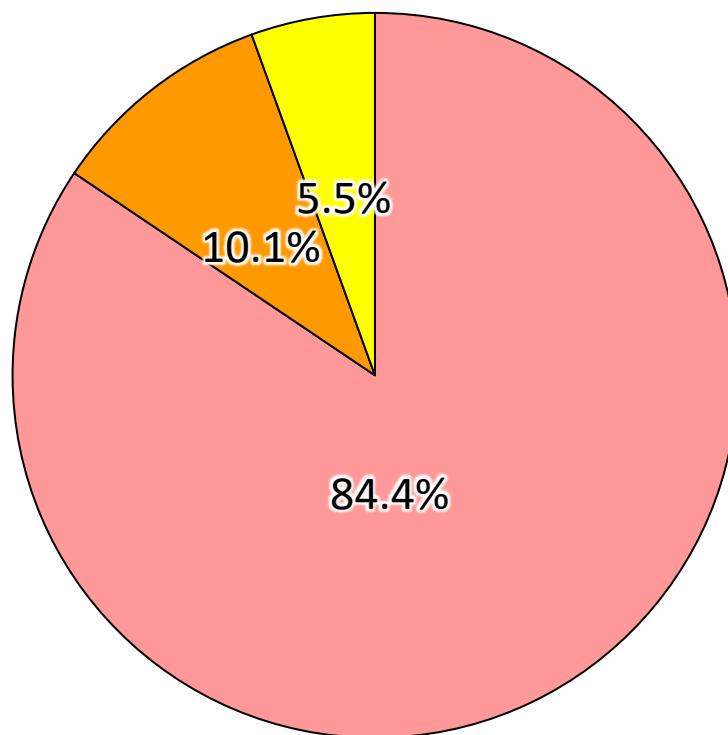


(2) コロナ禍への対応として導入した取組の継続

➤コロナ禍への対応として導入した取組は、84.4%の企業が継続しており、「一部継続する」と合わせると、94.5%の企業で定着すると見られる。

図表 16 今後も継続するコロナ禍への取組

■ 継続する ■ 一部継続する ■ 取りやめる



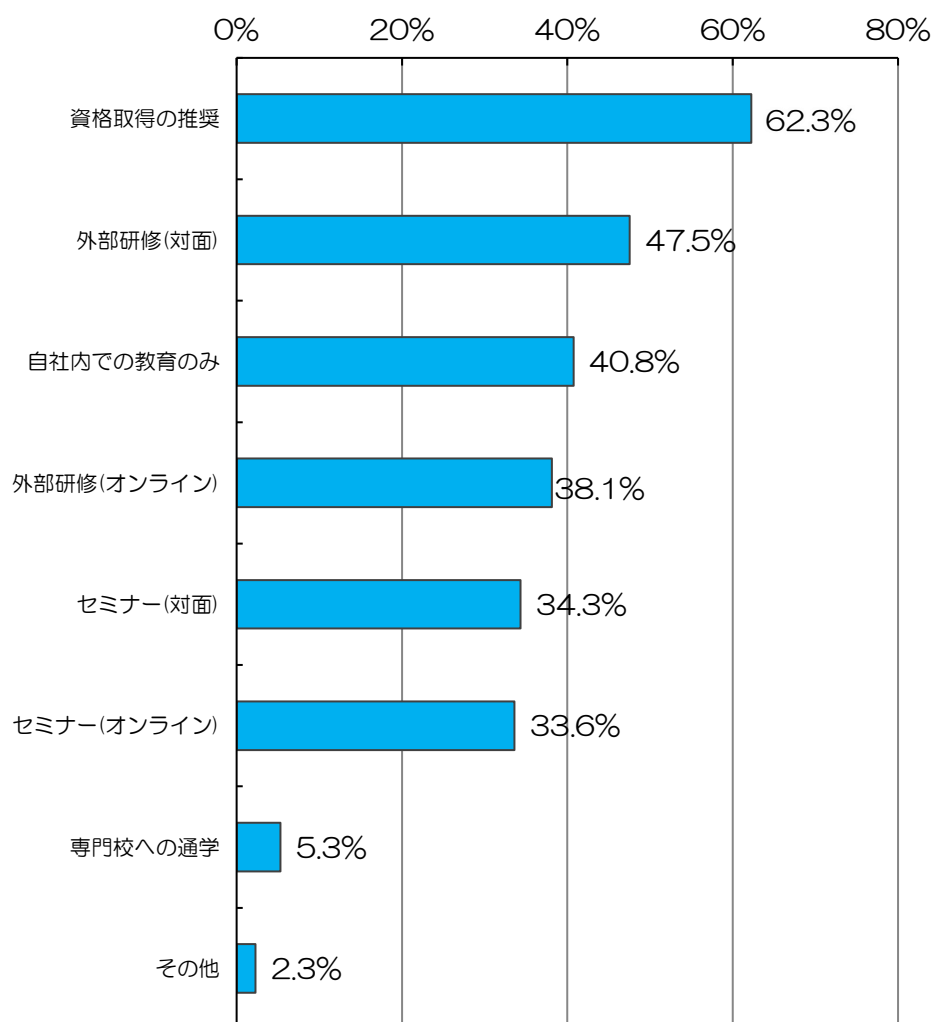
4. 人材育成について

(1) 現在実施している人材育成の方法について

- 現在実施している人材育成の方法については、「資格取得の推奨（62.3%）」が最多であり、次いで「外部研修（対面）（47.5%）」の順となっている（図表 17）。
- 外部研修、セミナーの実施方法については「対面」が「オンライン」を上回っている。

図表 17 現在在実施している人材育成の方法（複数回答）

n=265

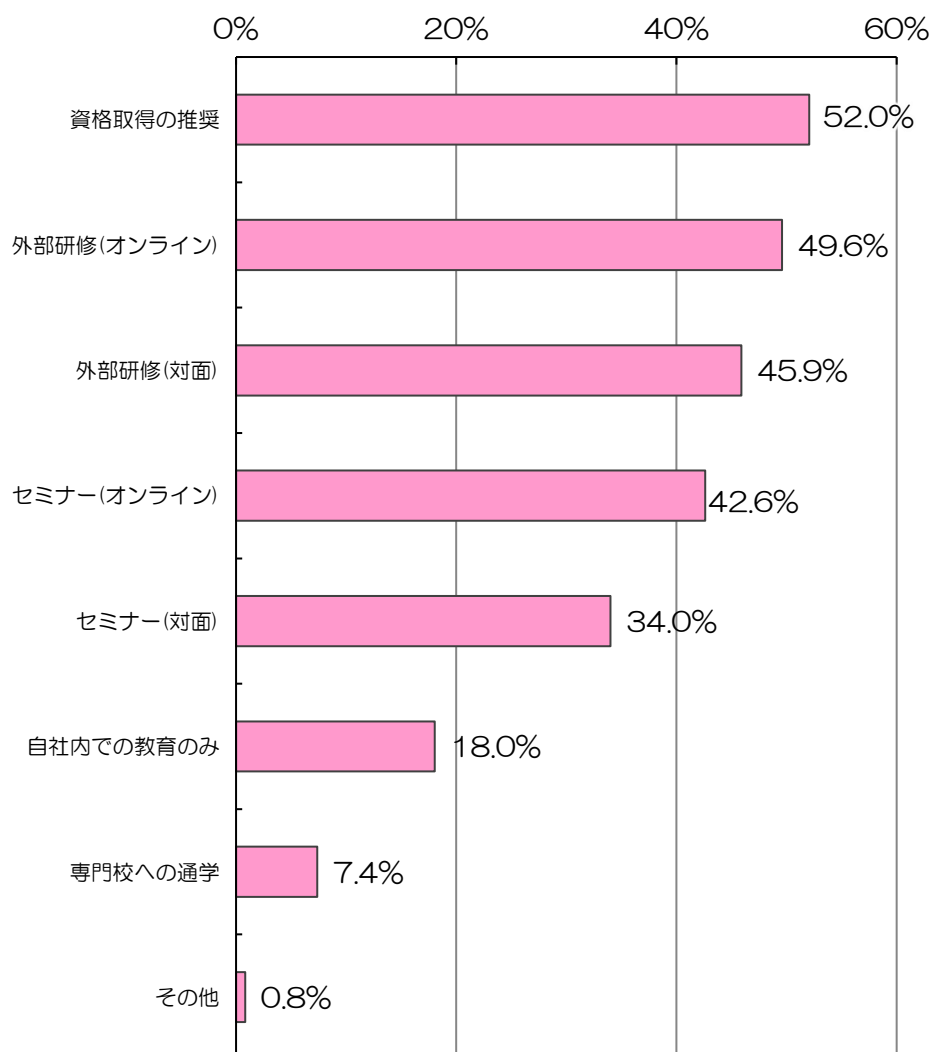


(2) 今後実施したい人材育成の方法について

- 今後実施したい人材育成の方法については、現在実施している方法と同じく「資格取得の推奨（52.0%）」が最多であった（図表 18）。
- 今後実施したい外部研修、セミナーの方法については、「オンライン」が「対面」を上回った。

図表 18 今後在実施したい人材育成の方法（複数回答）

n=244

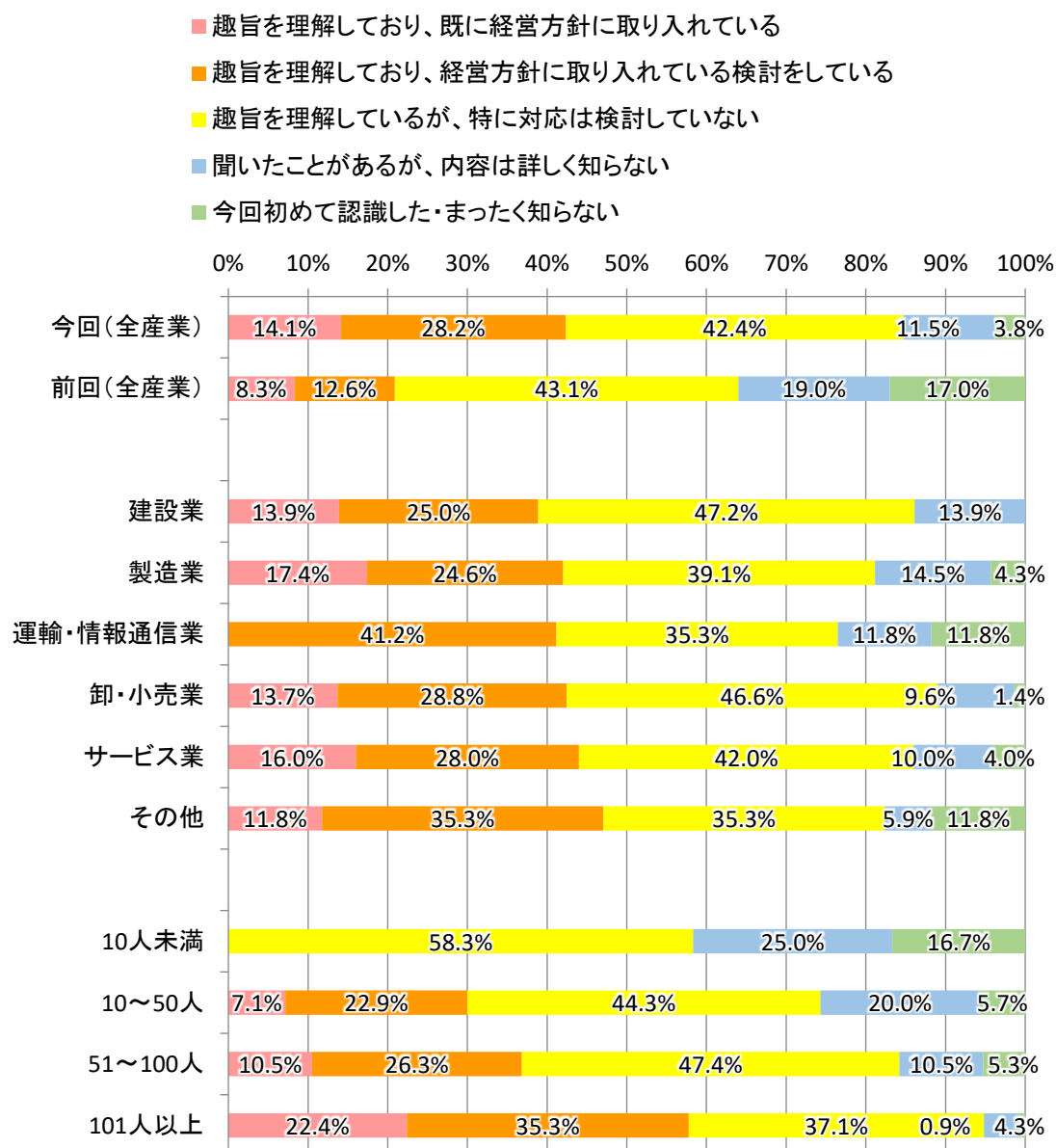


5. SDGsについて

(1) SDGsの認識度と経営との親和性

>SDGsの認識度（趣旨を理解している）回答は84.7%となり、前回調査の64.0%から20.7p増加した。
 >SDGsを経営に活用を図っている回答（既に経営方針に取り入れ・これから検討）は42.3%となっており、前回調査の20.9%から21.4p増加した（図表19）。

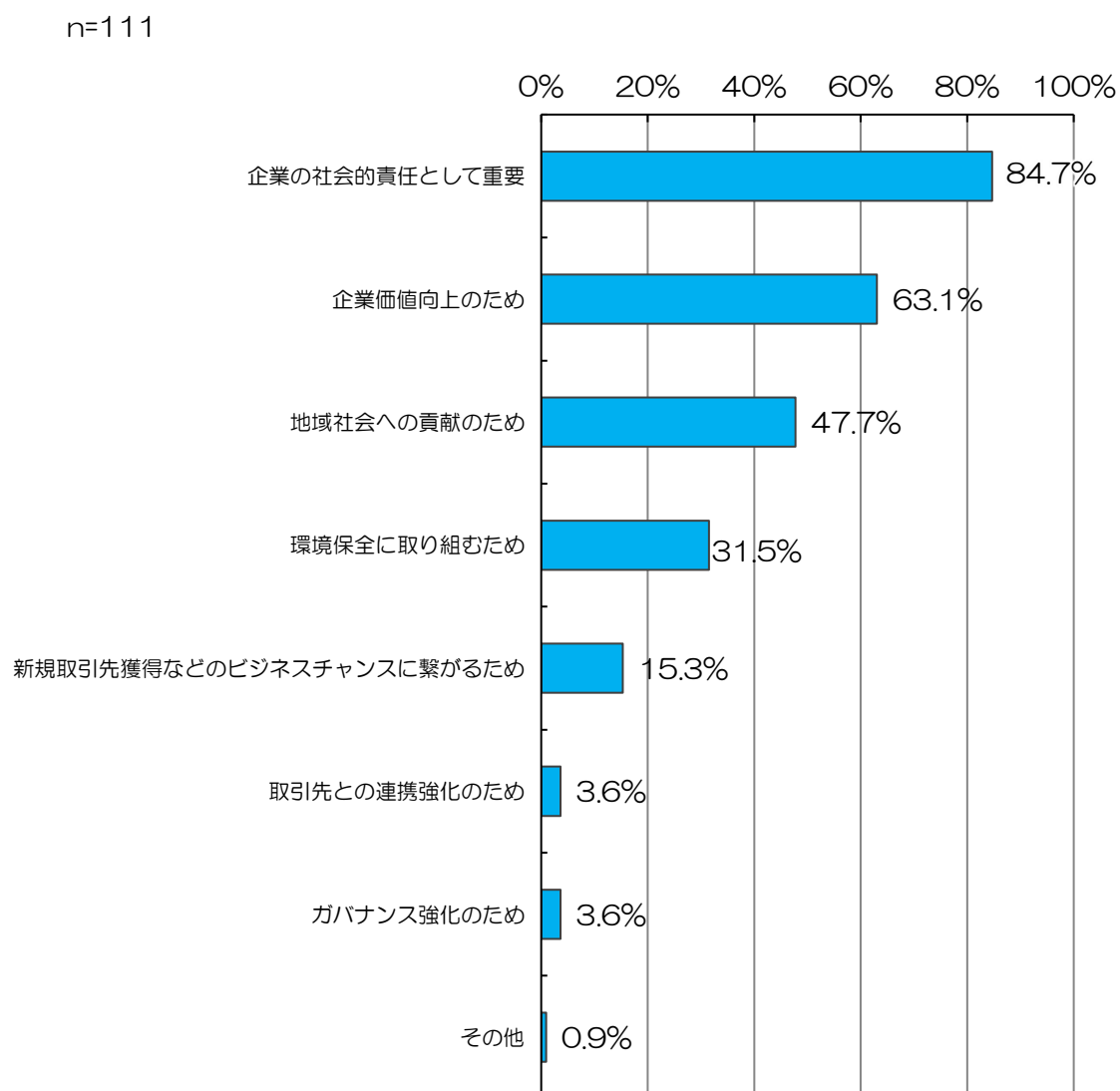
図表19 SDGsの認識度と経営との親和性



(2) SDGsを経営方針に取り入れる（検討している）理由

➤SDGsを経営方針に取り入れる（検討している）理由については、「企業の社会的責任として重要」が84.7%で最多であり、次いで「企業価値向上のため（63.1%）」「地域社会への貢献のため（47.7%）」の順となっている（図表20）。

図表20 SDGsを経営方針に取り入れる（検討している）理由

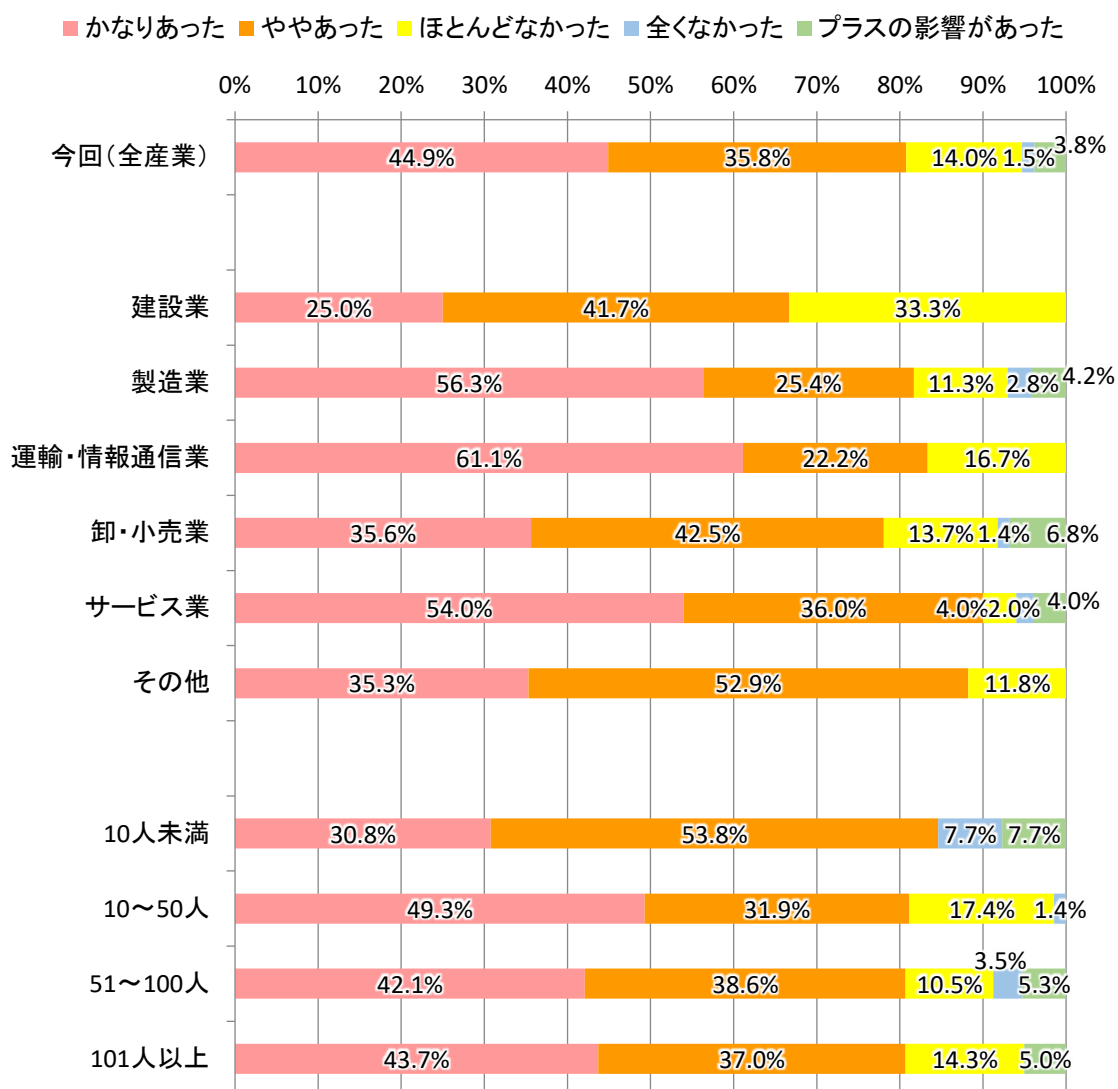


6. 新型コロナウイルスについて

(1) 業績への悪影響

- 新型コロナウイルスによる業績への悪影響については、「かなりあった」が44.9%となっており、「ややあった」の35.8%を合わせると80.7%の事業者が悪影響を受けている（図表21）。
- 業種別に見ると、サービス業、その他への悪影響が大きい。
- 一方で製造業、卸・小売業、サービス業は「プラスの影響があった」と回答する企業もあった。

図表21 新型コロナウイルスによる業績への悪影響

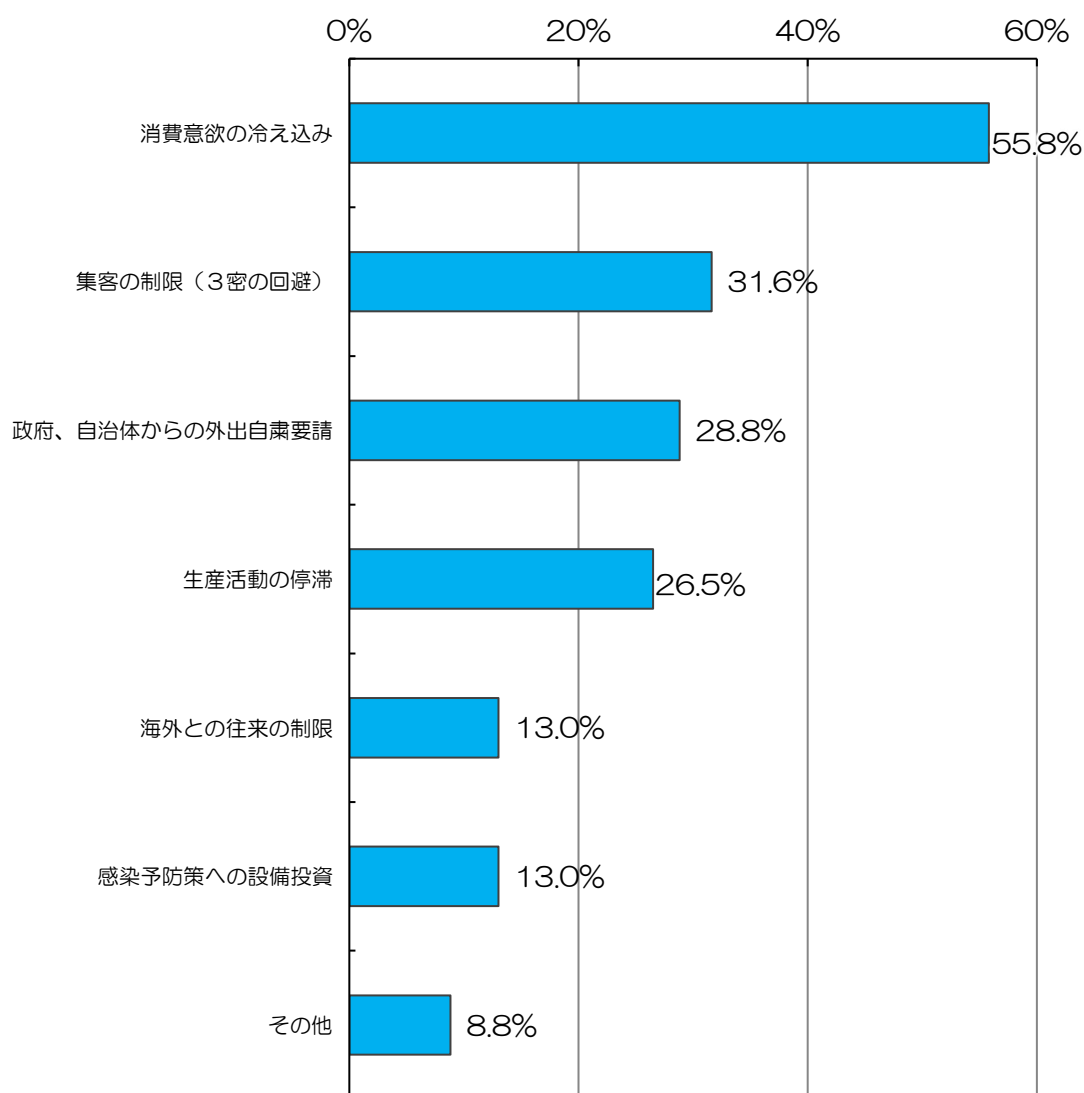


(2) 経営に特に悪影響を与えたもの

➤経営に特に悪影響を与えたものについては、「消費意欲の冷え込み」が55.8%で最多となった。次いで「集客の制限（3密の回避）」「政府、自治体からの外出自粛要請（28.8%）」の順となっている（図表22）。

図表22 経営に特に悪影響を与えたもの

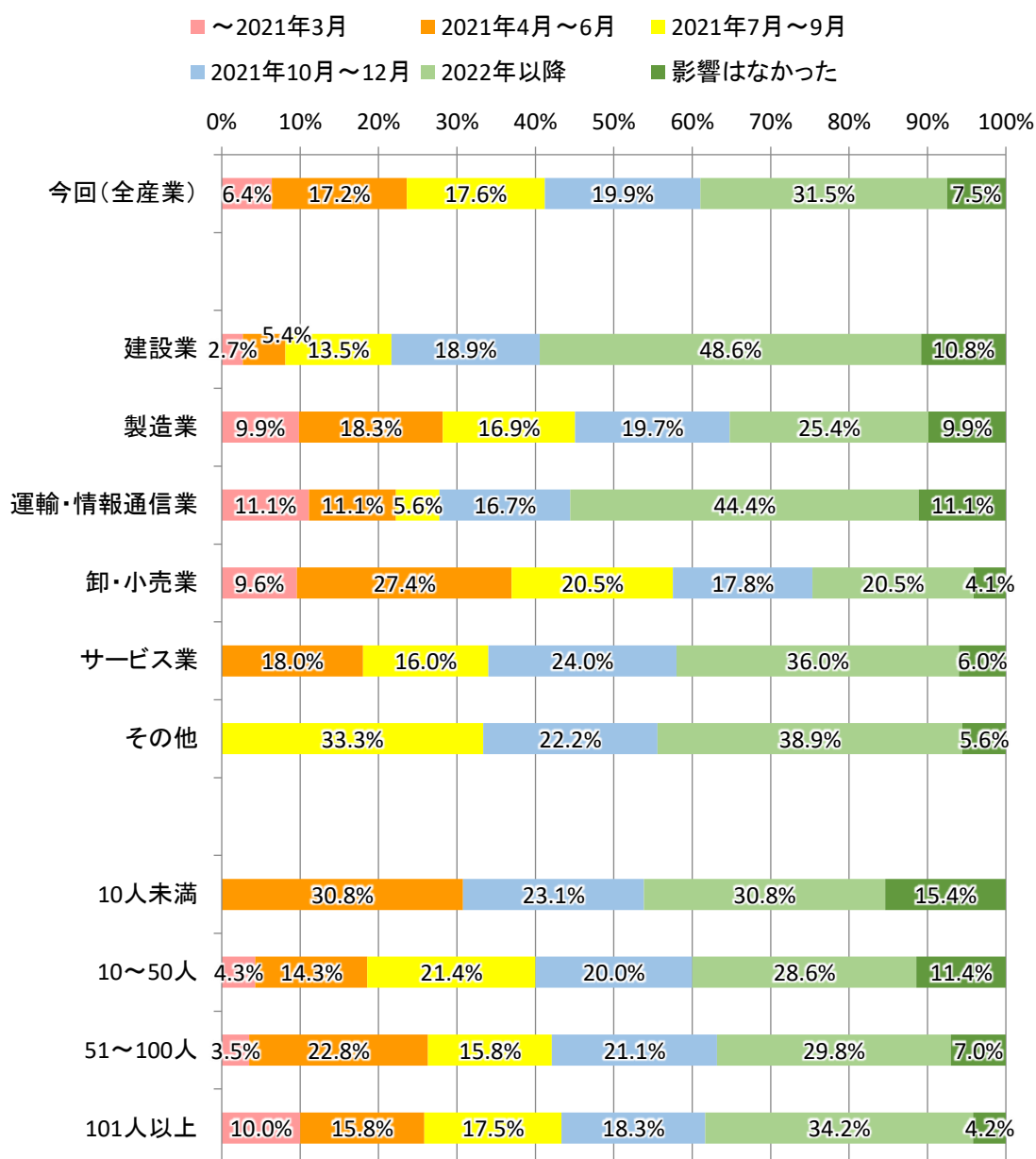
n=215



(3) 業績への影響がいつまで続くか

➤業績への影響がいつまで続くかについては、「2022年以降」が31.5%と最多となった。次いで「2021年10月～12月(19.9%)」「2021年7月～9月(17.6%)」の順となっている(図表23)。

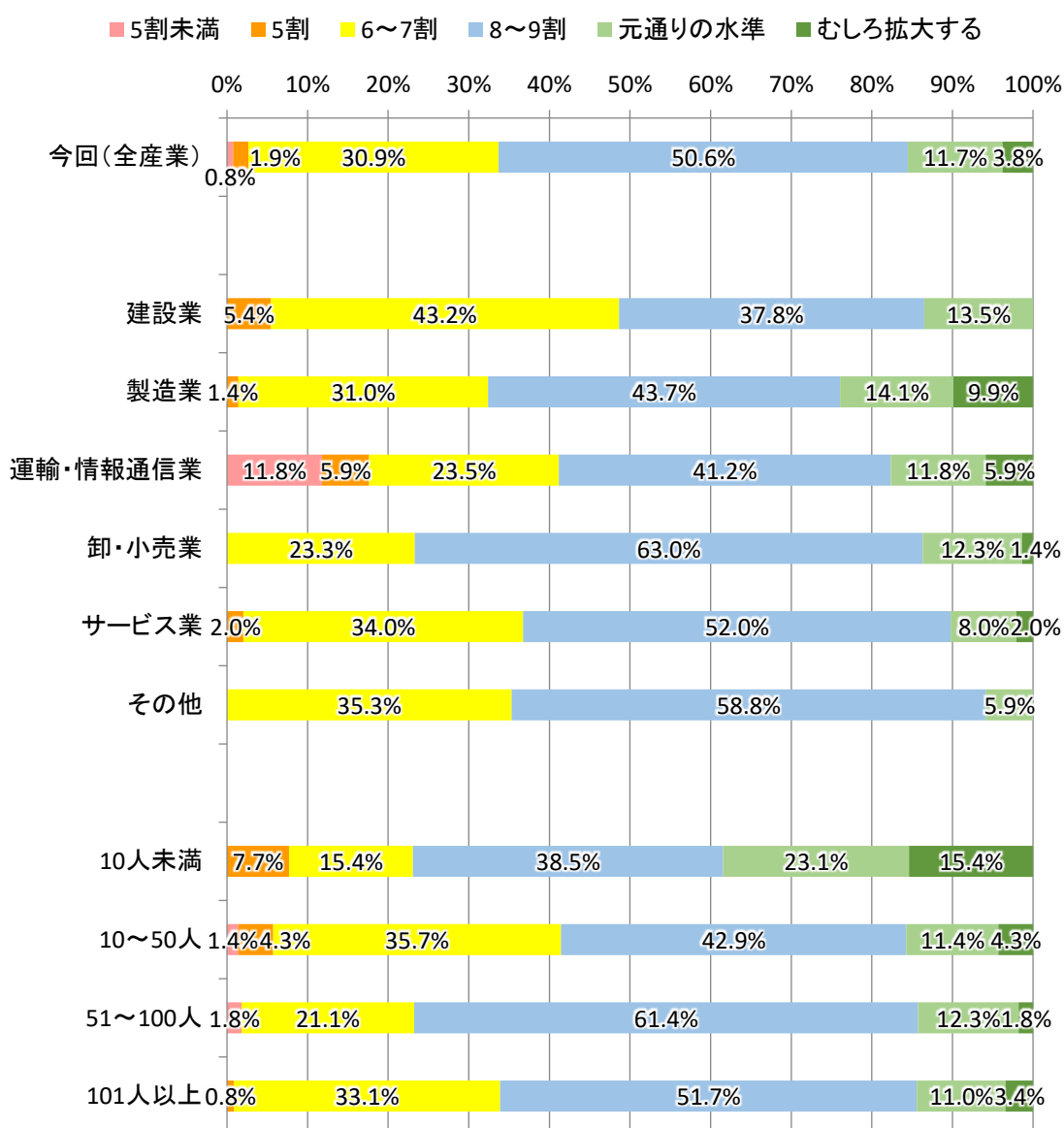
図表23 業績への影響がいつまで続くか



(4) コロナ禍収束後の経済回復について

- コロナ禍収束後の経済回復は「8～9割」の回答割合が50.6%と最も高い（図表24）。
- 元通りの水準以上（「元通りの水準」＋「むしろ拡大する」という回答は15.5%にとどまった。

図表24 コロナ禍収束後の経済回復



おわりに

2021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3割超と増加した。熊本地震から4年が経過し、復旧・復興需要の好影響が剥落しつつある中で、コロナ禍は、全業種に影響を及ぼしたが、その回復傾向は業種によって二極化している様子がうかがえた。県内景気を支えていた個人消費の冷え込みに加えて、インバウンド需要が消失するなど経営環境は極めて厳しい状況となった。

また、コロナ禍は、人手の問題に対しても大きな変化をもたらした。コロナ禍前は「不足」一辺倒であった人手の問題に、「余剰」とする企業が現れた。今後、業種毎の需給関係の変化により、労働力の移動が起こることが考えられる。労働力が不足する企業においては、女性や高齢者などの就労促進が課題となる。そのため、働きやすい職場環境の整備や、家庭にいる主婦を労働力として活用できる仕組み作りが重要になるだろう。さらには、デジタル化によるDX等に取り組み、業務の効率化を図ることがより一層重要になる。

奇しくもコロナ禍により、今までは躊躇してきたデジタル社会へと一挙に移行しつつある。これからの時代における最大のリスクは『変化に対応できないこと』であると考えている。