

熊本日日新聞社 地方経済総合研究所 共同調査
2021年度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) 2022年の熊本県の景気の見通し.....	5
(4) 熊本県の景気が改善する理由.....	6
(5) 熊本県の景気が改善しない理由.....	7
2. 自社の現在の業況について.....	8
3. 自社の業況見通しについて.....	9
(1) 業績見通し（売上）.....	9
(2) 業績見通し（黒字—赤字）.....	10
(3) 業績見通し（収益）.....	11
(4) 経営にプラスの影響を与えるもの.....	12
(5) 経営にマイナスの影響を与えるもの.....	13
(6) 現在抱えている課題.....	14
(7) 重視していきたい施策.....	15
4. 働き方改革について.....	16
(1) 働き方を変えるため現在導入している取組み.....	16
(2) 働き方を変えるため導入している取組みの継続.....	17
(3) 賃金引き上げの予定について.....	18
(4) 賃上げを実施する理由.....	19
(5) 賃上げの雇用政策や経営への影響.....	20
5. デジタル化への対応について.....	21
(1) 現在実施しているデジタル化への対応.....	21
(2) 売上や経費削減に有効だった取組み.....	22
(3) 売上や経費削減に効果がなかった取組み.....	23
6. 脱炭素へ向けた取組みについて.....	24
(1) 現在実施している脱炭素へ向けた取組み.....	24
(2) 脱炭素に取り組む理由.....	25
(3) 今後実施したい脱炭素へ向けた取組み.....	26
7. SDGsについて.....	27
(1) SDGsの認識度と経営との親和性.....	27
(2) SDGsを経営方針に取り入れる（検討している）理由.....	28
8. 新型コロナウイルスについて.....	29
(1) 業績への悪影響.....	29
(2) 経営に特に悪影響を与えたもの.....	30
(3) 業績への影響がいつまで続くか.....	31
(4) コロナ禍収束後の経済回復について.....	32
おわりに.....	33

はじめに

2021年、本県では長引くコロナ禍によって個人消費が伸び悩む中、旺盛な半導体需要により生産活動は活発化、TSMC※の進出が決定するなど明るい話題もあった。2022年はコロナ禍の新常態に適応しつつ、いかに経済活動を回復していくかが焦点になるとみられる。

そうした状況において、熊本日日新聞社と当研究所は共同で、2021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。

※TSMC：Taiwan Semiconductor Manufacturing Company, Ltd.

【調査概要】

- ・調査対象：県内主要企業 556 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：2021年11月中旬～12月上旬
- ・有効回答：284社（有効回答率 51.1%）
- ・回答企業の属性

業種	集計先数	割合 (%)
建設業	37	13.0
製造業	80	28.2
運輸・情報通信業	24	8.5
卸・小売業	73	25.7
サービス業 ^{注1}	51	18.0
その他 ^{注2}	19	6.7
計	284	100.0

規模	集計先数	割合 (%)
10人未満	19	6.7
10～50人	82	28.9
51～100人	58	20.4
101人以上	124	43.7
不明	1	—
計	284	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

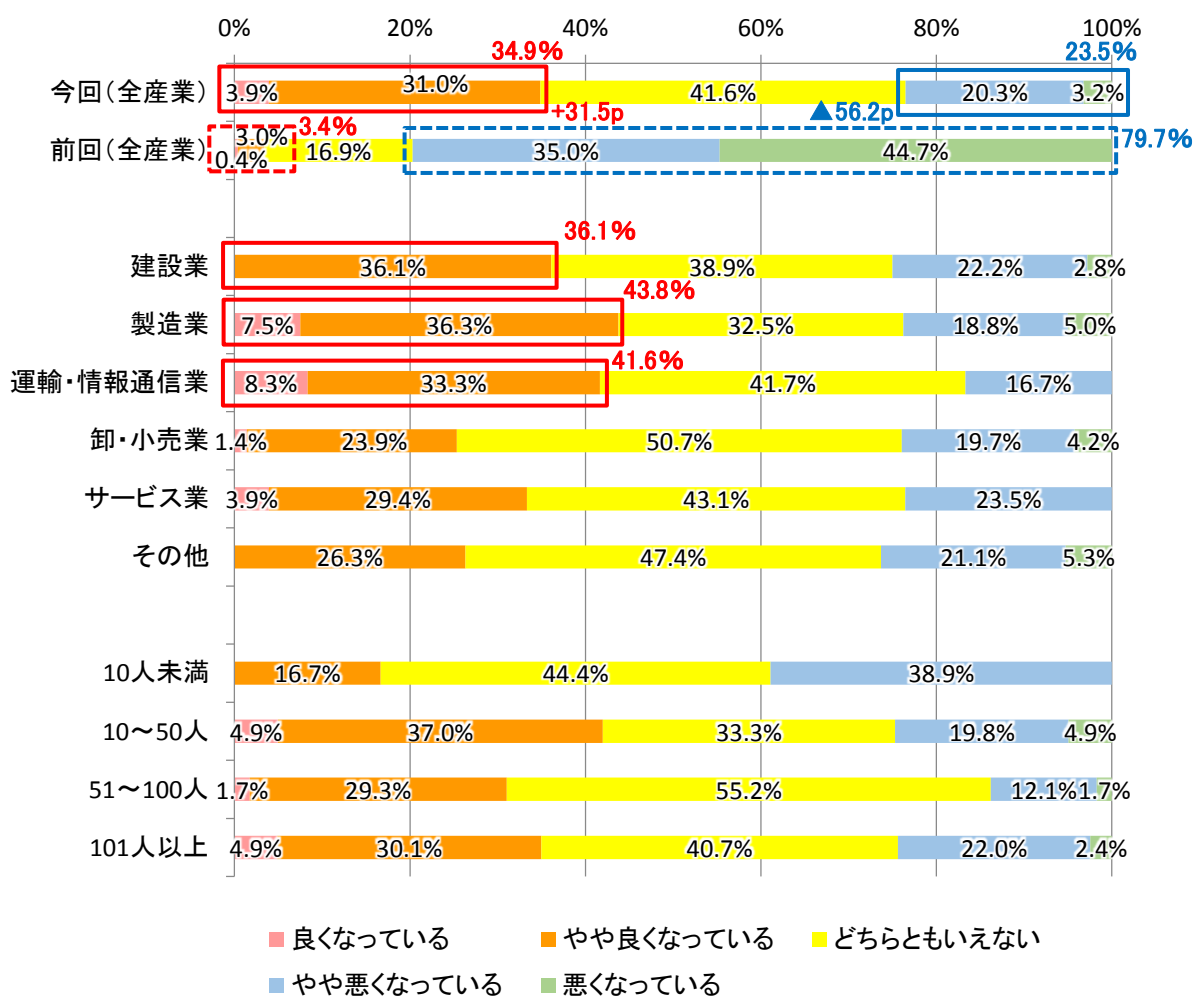
※ 本調査は、熊本日日新聞社と当研究所が共同で、2005年以降毎年実施しており、今回の調査は17回目である。

1. 熊本県の景気について

(1) 現在の景気 (図表 1)

- 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34.9%となり、前回調査の3.4%よりも31.5ポイント（以下p）増加した。
- また、「悪化」（「悪くなっている」＋「やや悪くなっている」）という回答が23.5%となり、前回調査の79.7%よりも56.2p減少した。
- 「改善」の回答割合は製造業43.8%、運輸・情報通信業41.6%、建設業36.1%の順に高い。

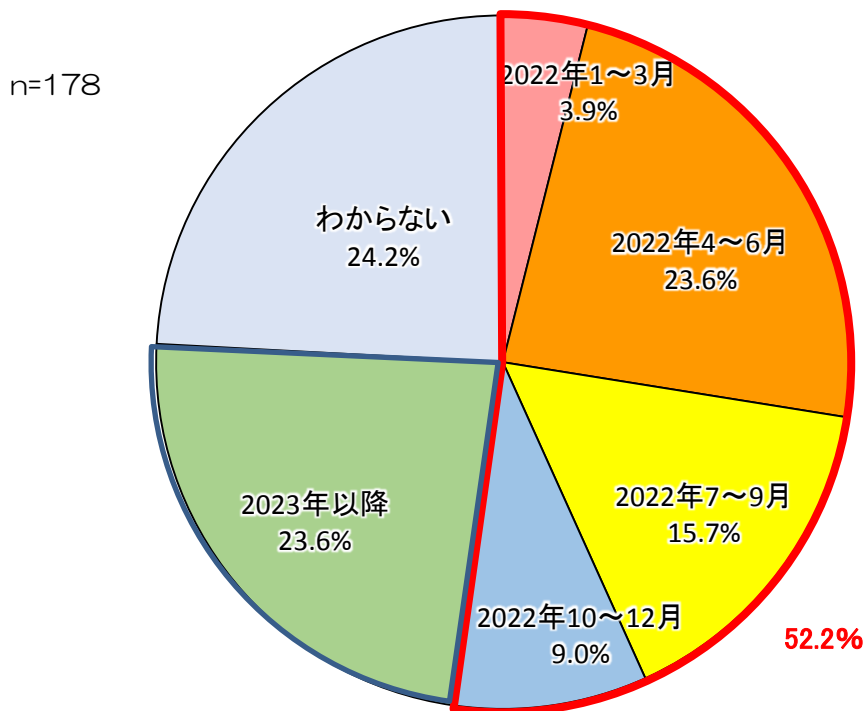
図表 1 現在の景気



(2) 景気の改善時期 (図表 2)

➤ 熊本県の景気の改善時期については、2022 年内という回答が 52.2%、2023 年以降という回答が 23.6%であった。

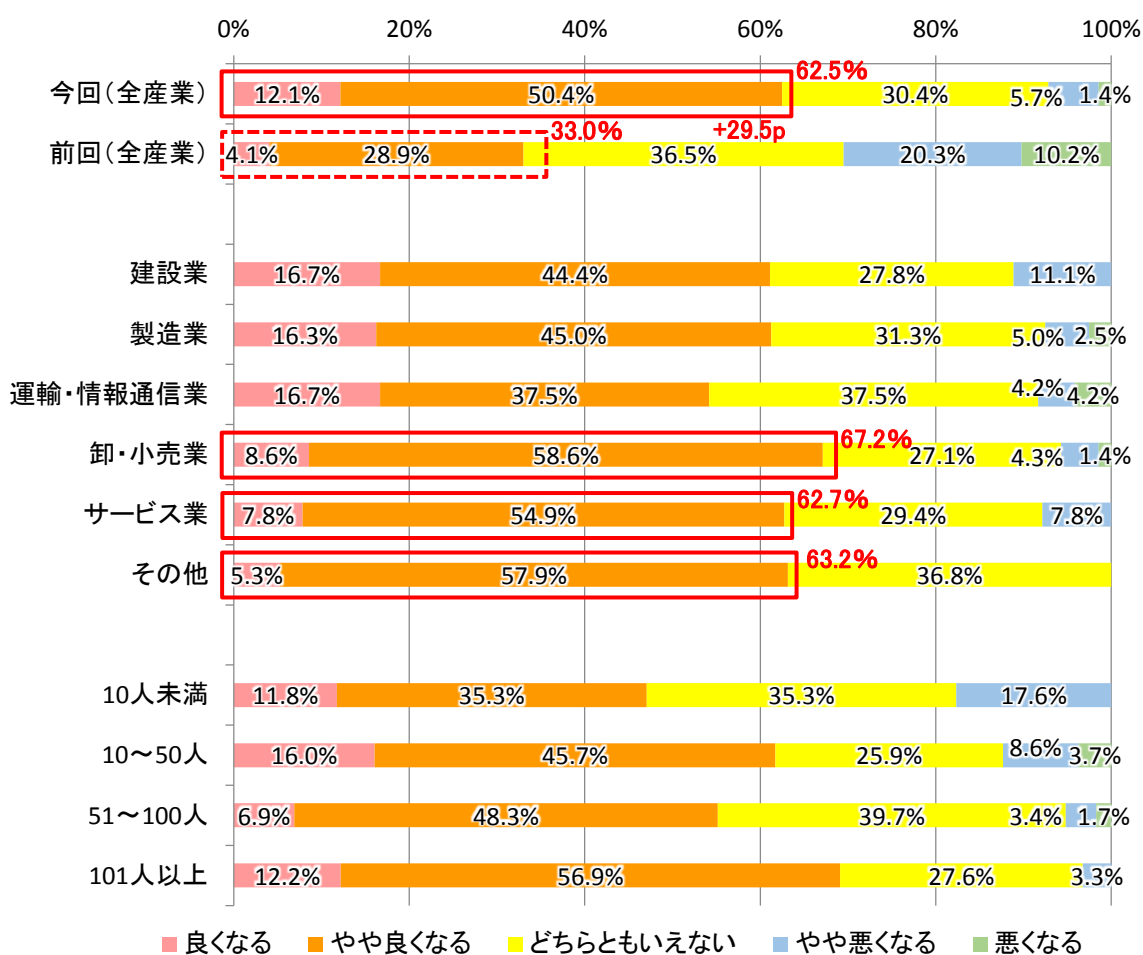
図表2 景気の改善時期



(3) 2022年の熊本県の景気の予想 (図表3)

>2022年の県内景気が、現在と比較して「改善」(「良くなる」+「やや良くなる」)と回答した経営者は62.5%となり、前年より29.5p増加した。
 >「改善」を見込む業種は卸・小売業67.2%、その他63.2%、サービス業62.7%の順となっている。

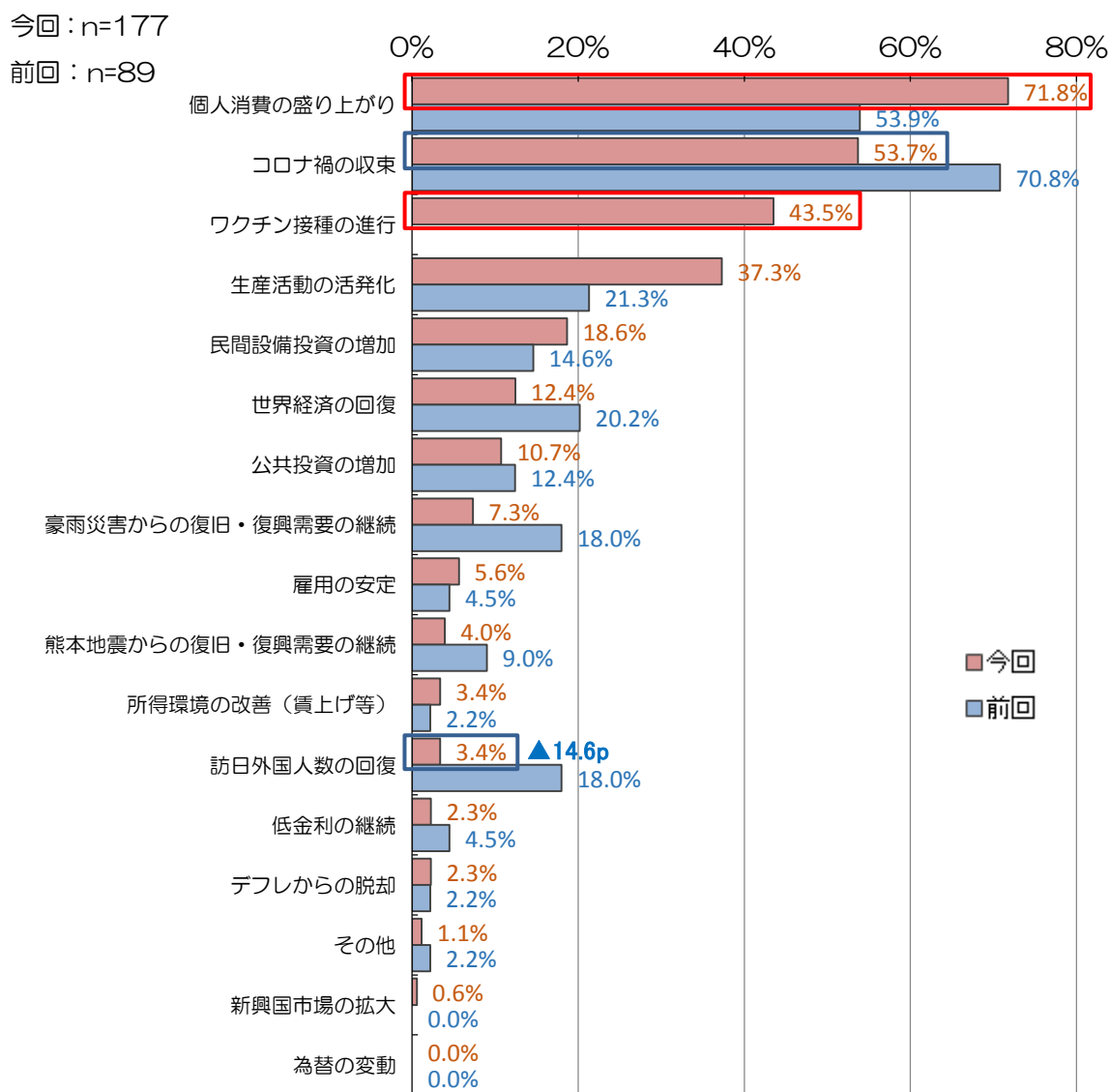
図表3 2022年の熊本県の景気の予想



(4) 熊本県の景気が改善する理由 (図表4)

>2022 年の県内の景気が「改善する」理由としては、「個人消費の盛り上がり」が71.8%と最も多く、次いで「コロナ禍の収束」が53.7%となった。
 >「ワクチン接種の進行」も43.5%と多いが、「訪日外国人数の回復」は3.4% (前年比▲14.6p) と、インバウンドへの期待が非常に小さくなっている。

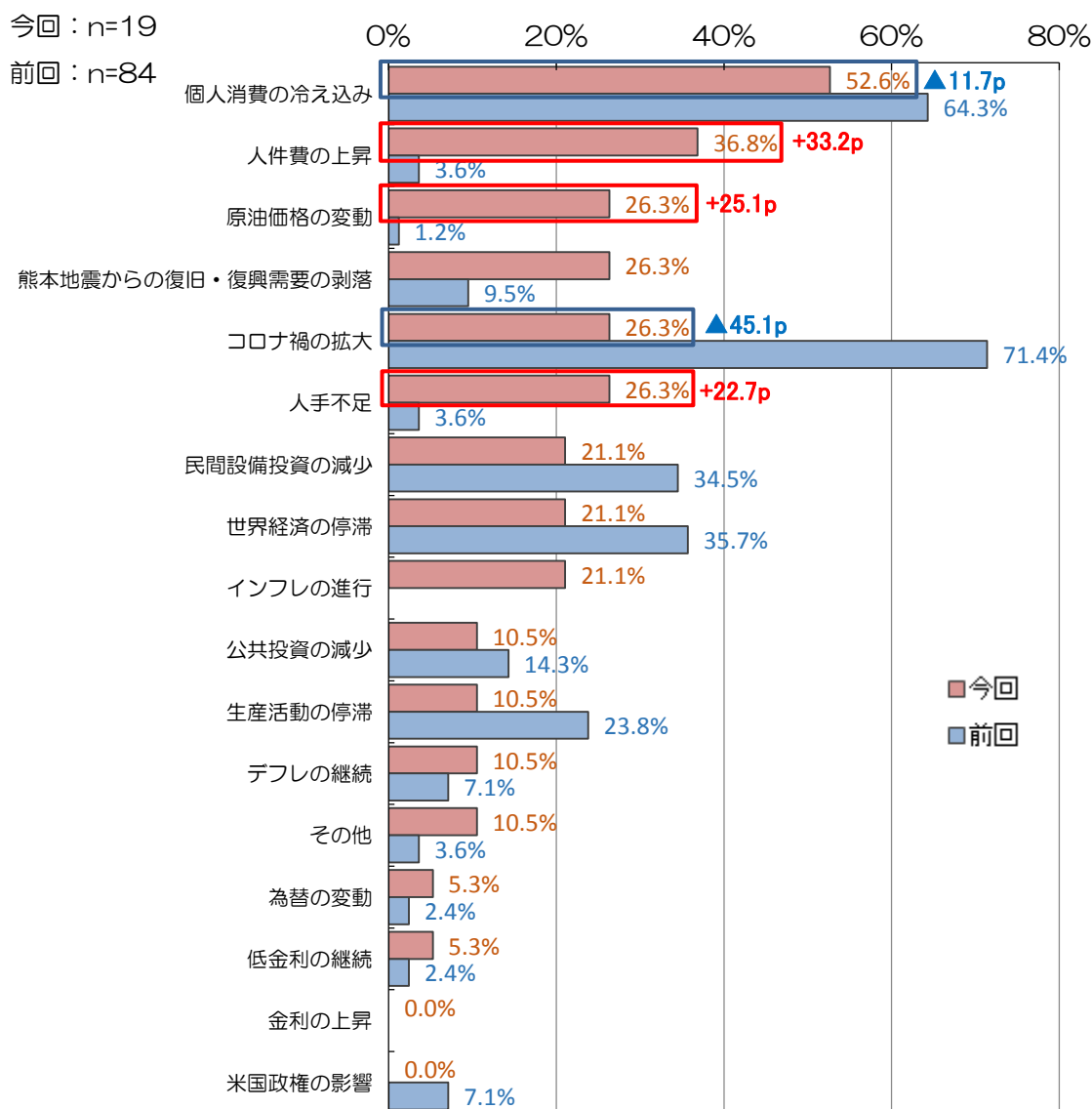
図表4 熊本県の景気が「改善する」理由



(5) 熊本県の景気が改善しない理由 (図表5)

>2022年の熊本県の景気が「改善しない」理由としては、「個人消費の冷え込み」が52.6%で最も多く、次いで「人件費の上昇」が36.8%となった。
 >前回と比べて大きく増加したのは「人件費の上昇」36.8% (前年比+33.2p)、「人手不足」26.3% (同+22.7p)、「原油価格の変動」26.3% (同+25.1p)で、雇用の問題や原油高騰、経営環境の激変を反映している。
 >「コロナ禍の拡大」は26.3% (同▲45.1p)と前回調査から大きく減少している。

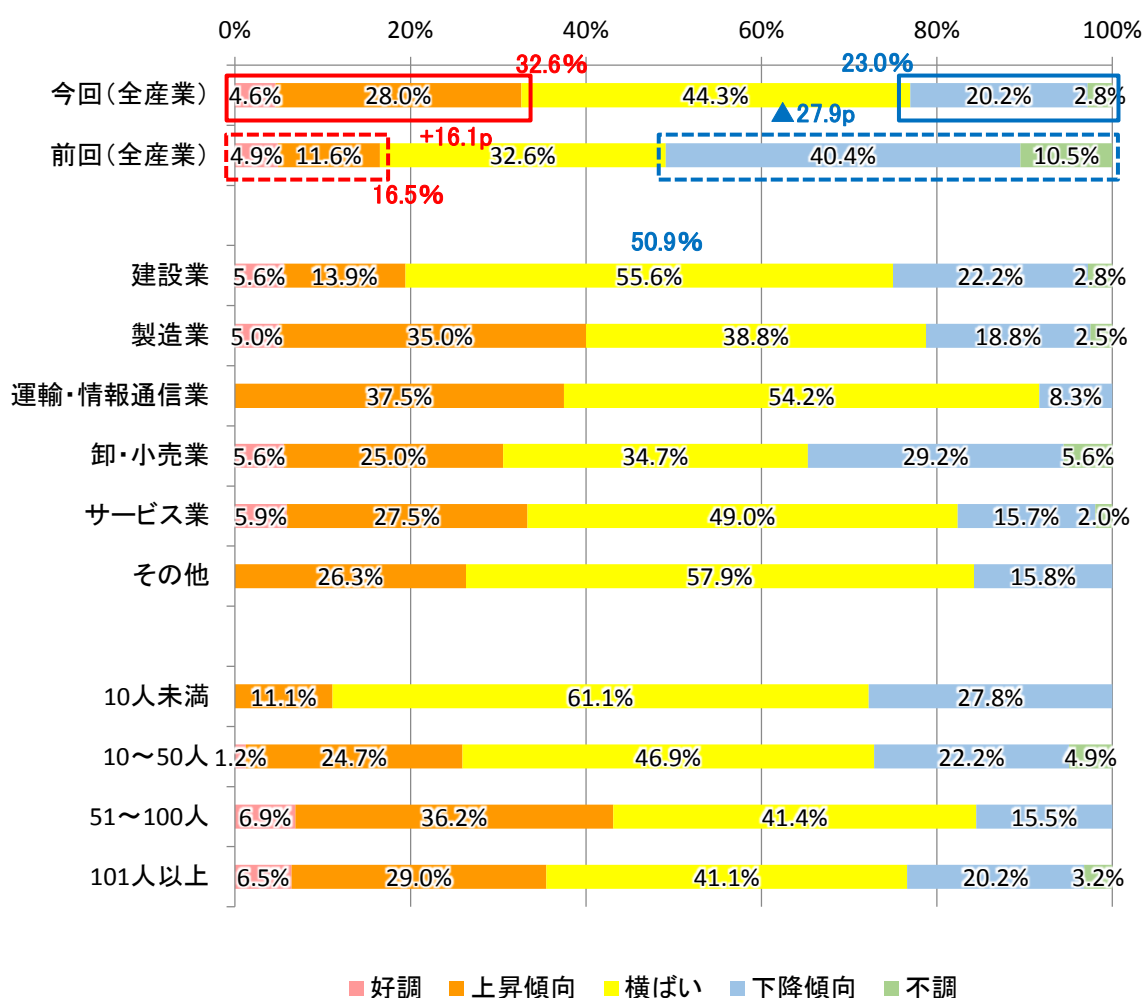
図表5 熊本県の景気が「改善しない」理由



2. 自社の現在の業況について（図表6）

- 「良い」（「好調」＋「上昇傾向」）という回答が32.6%で前回調査から16.1p増加した。業種別にみると、製造業、運輸・情報通信業で「良い」という回答の割合が高い。
- 「悪い」（「不調」＋「下降傾向」）という回答が23.0%で前回調査から27.9p減少した。業種別にみると、運輸・情報通信業、その他で「悪い」という回答の割合が低い。

図表6 自社の現在の業況

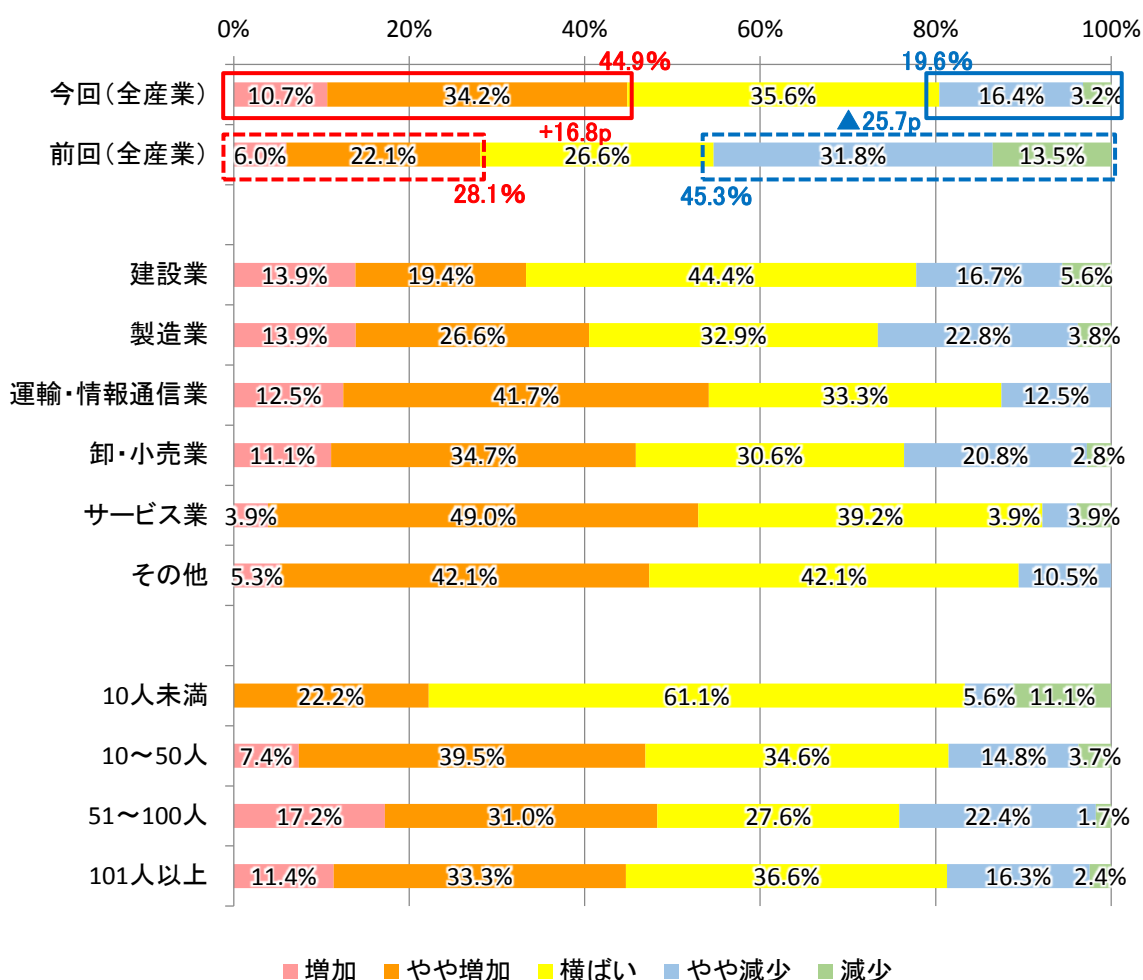


3. 自社の業況見通しについて

(1) 業績見通し（売上）（図表7）

> 「増収」（「増加」＋「やや増加」）を見込む企業は44.9%で前回調査から16.8p増加した。業種別にみると、運輸・情報通信業、サービス業で「増収」を見込む企業の割合が高い。
 > 「減収」（「減少」＋「やや減少」）を見込む企業は19.6%で前回調査から25.7p減少した。業種別にみると、サービス業、その他で「減収」を見込む企業の割合が低い。

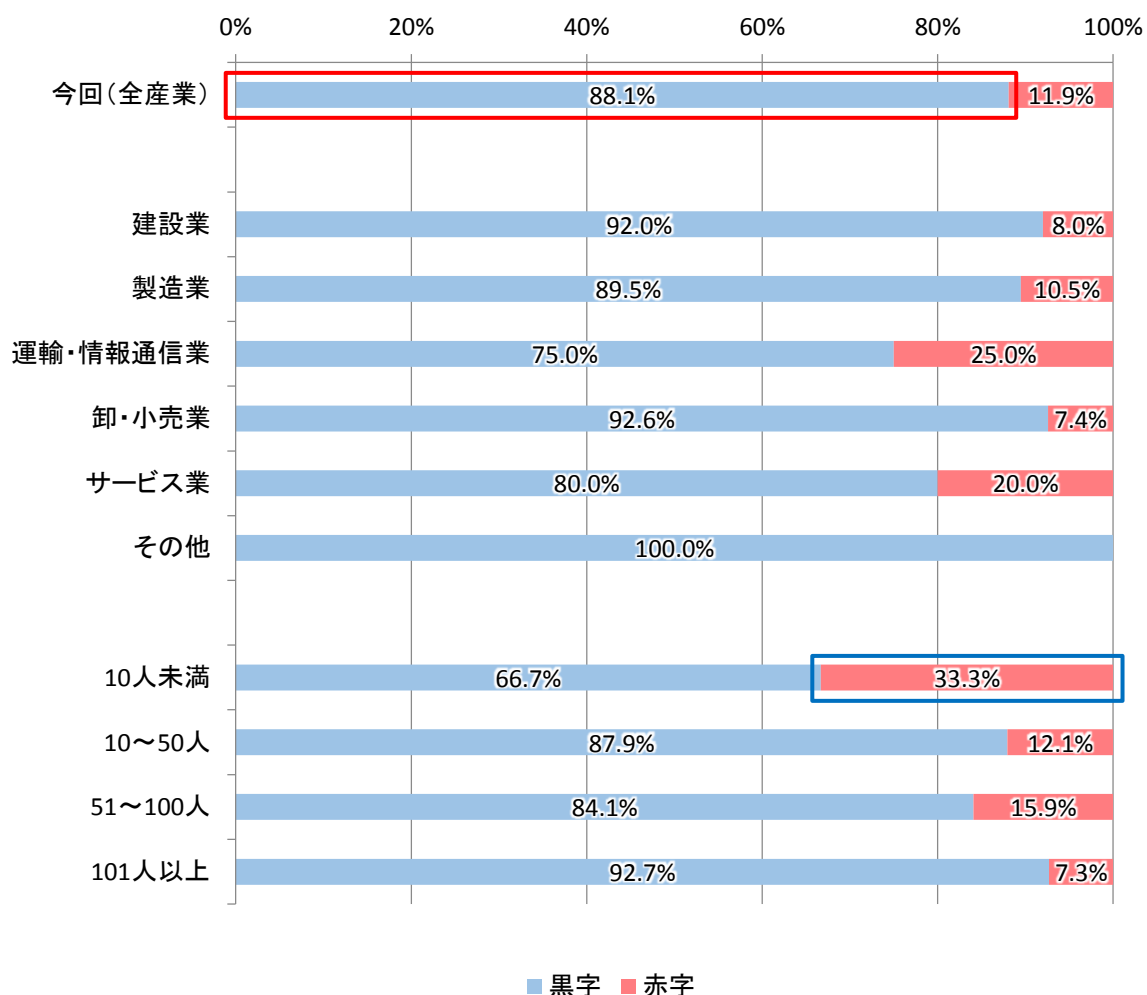
図表7 自社の業績見通し(売上)



(2) 業績見通し（黒字—赤字）（図表8）

- 「黒字」を見込む企業は88.1%となった。業種別では、その他、卸・小売業、建設業で「黒字」を見込む割合が高い。
- 「10人未満」の規模では、「赤字」を見込む企業が33.3%と比較的高い。

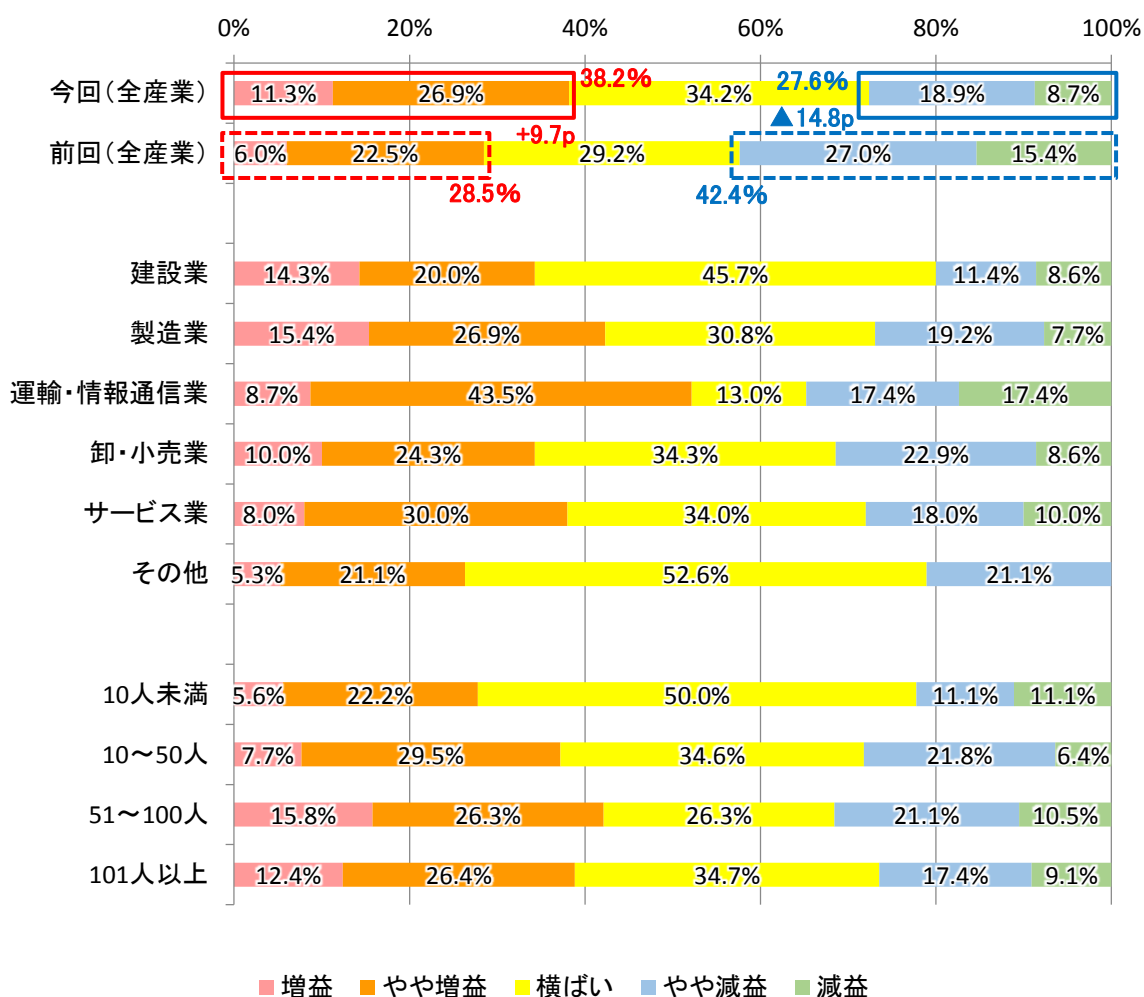
図表8 業績見通し（黒字—赤字）



(3) 業績見通し(収益)(図表9)

- 「増益」(「増益」+「やや増益」)を見込む企業は38.2%で前回調査から9.7p増加した。業種別では、運輸・情報通信業、製造業で「増益」を見込む割合が高い。
- 「減益」(「減益」+「やや減益」)を見込む企業は27.6%で前回調査から14.8p減少した。業種別では、建設業、その他で「減益」を見込む割合が低い。

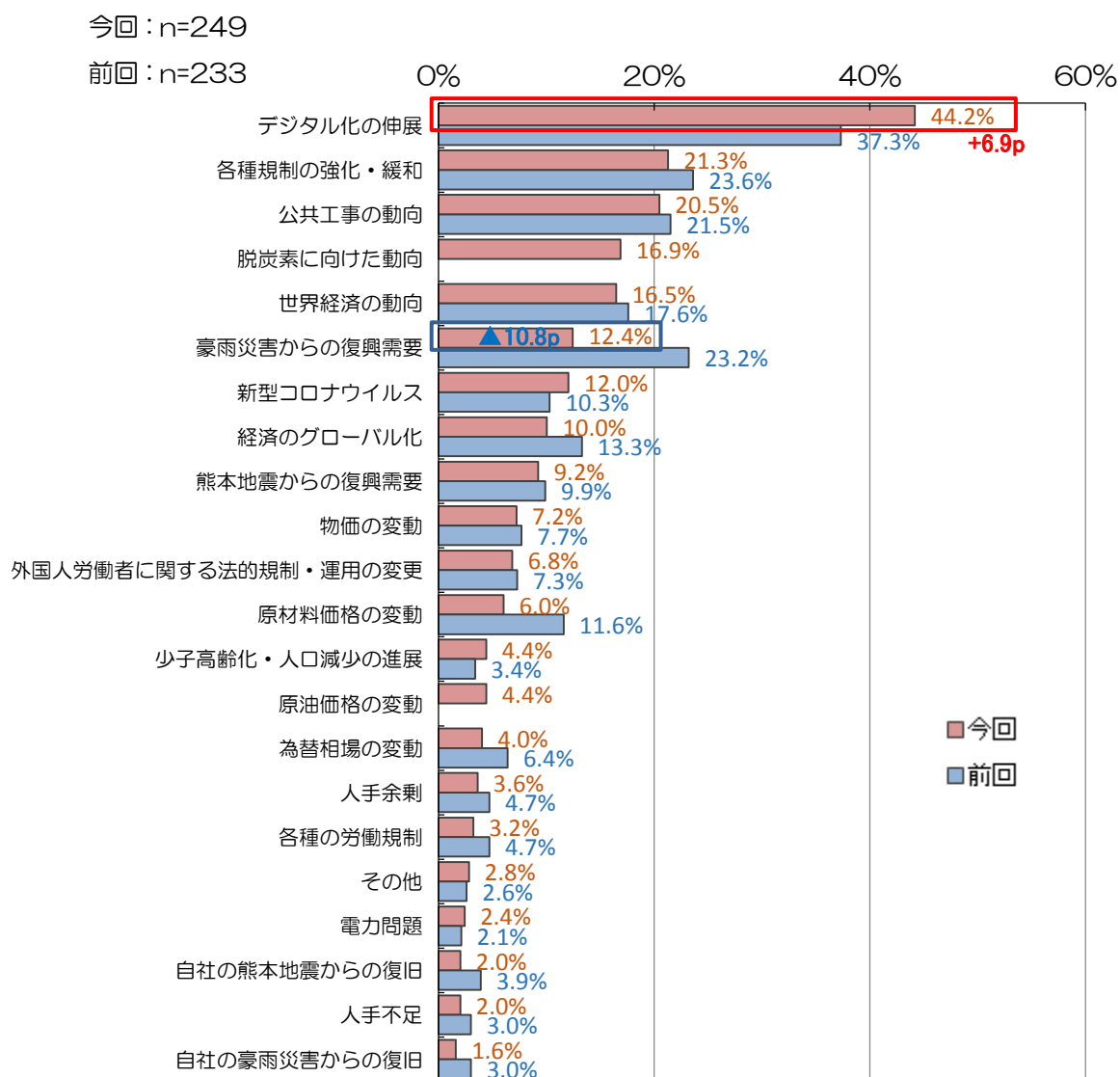
図表9 業績見通し(収益)



(4) 経営にプラスの影響を与えるもの (図表 10)

➢ 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 44.2% (前年比+6.9p) と増加し最も高く、「豪雨災害からの復興需要」が 12.4% (同▲10.8p) と大幅に減少している。

図表 10 経営にプラスの影響を与えるもの



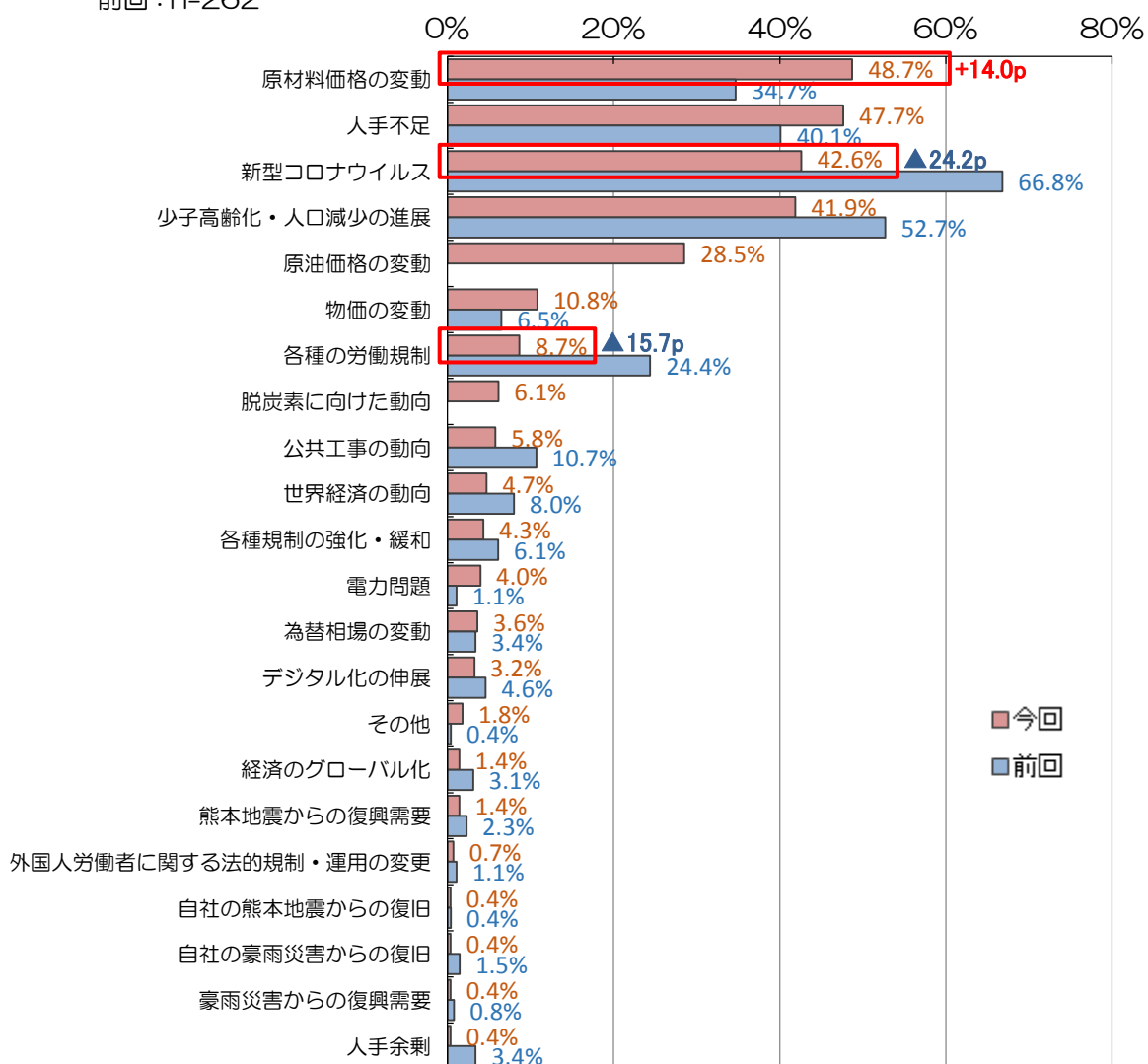
(5) 経営にマイナスの影響を与えるもの (図表 11)

➤ 自社の経営にマイナスの影響を与えるものについては、「原材料価格の変動」が48.7%と最も高い。「新型コロナウイルス」、「各種の労働規制」は前回調査から大きく減少している。

図表 11 経営にマイナスの影響を与えるもの

今回：n=277

前回：n=262



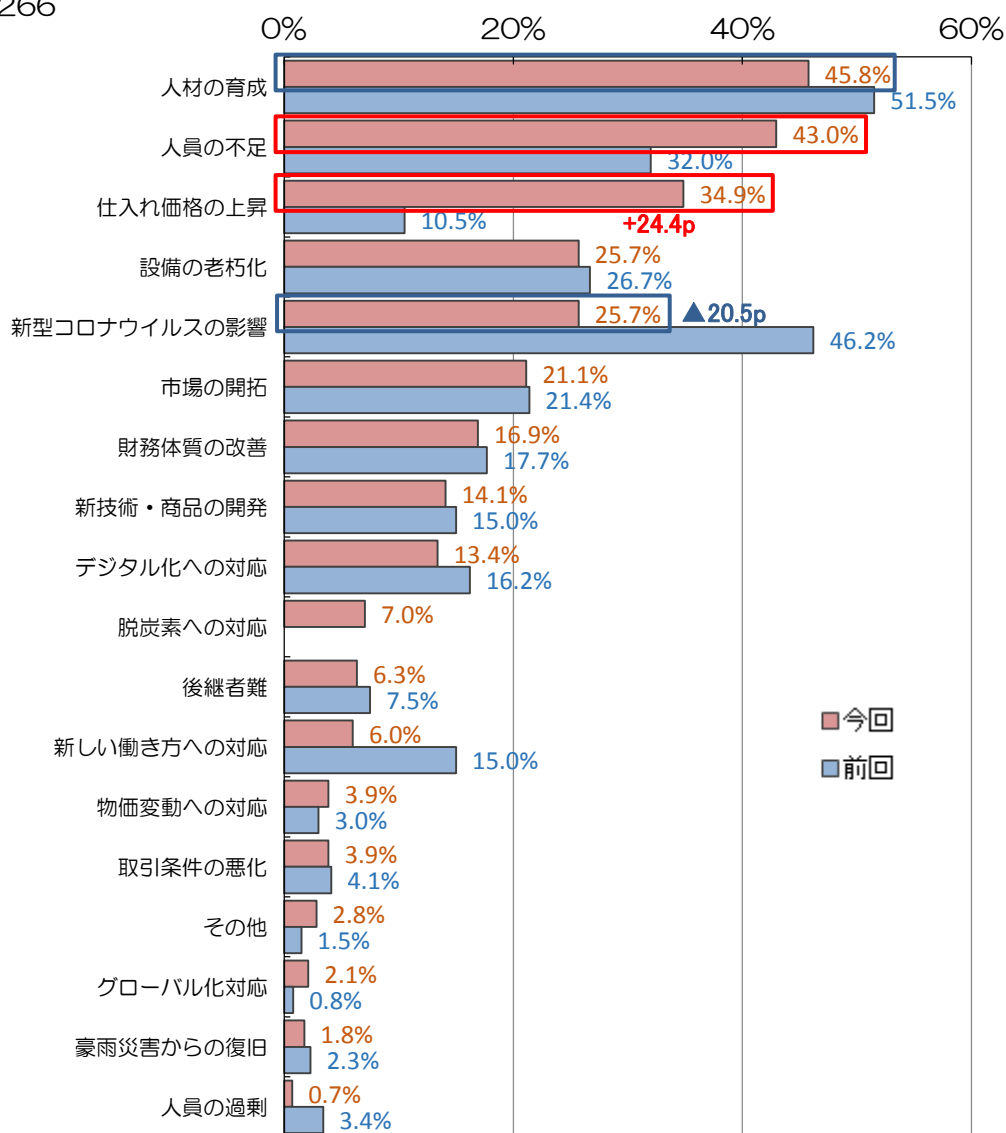
(6) 現在抱えている課題 (図表 12)

- 自社が現在抱えている課題については、「人材の育成」が 45.8% と最も多く、次いで「人員の不足」が 43.0% となった。
- 「仕入価格の上昇」が 34.9% で前回調査から +24.4p と大きく増加しており、原油高等による影響が多方面に及んでいるものと考えられる。
- 一方、「新型コロナウイルスの影響」は 25.7% で前回調査から ▲20.5p と大きく減少した。

図表 12 現在抱えている課題

今回：n=284

前回：n=266



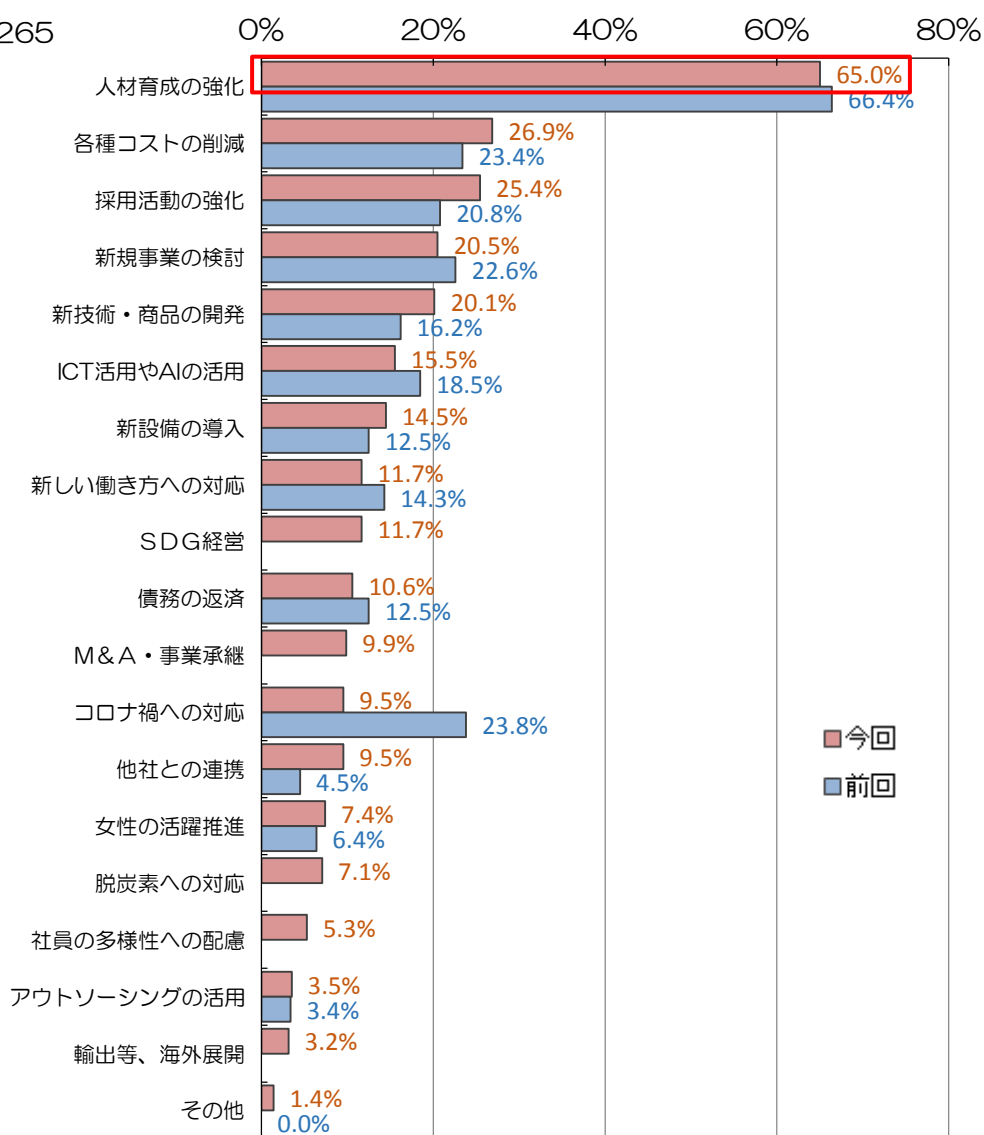
(7) 重視していきたい施策 (図表 13)

➤重視していきたい施策については「人材育成の強化」が65.0%と前回調査に引き続き最も多く、人材に関する問題が重視されているとみられる。

図表 13 重視していきたい施策

今回：n=283

前回：n=265



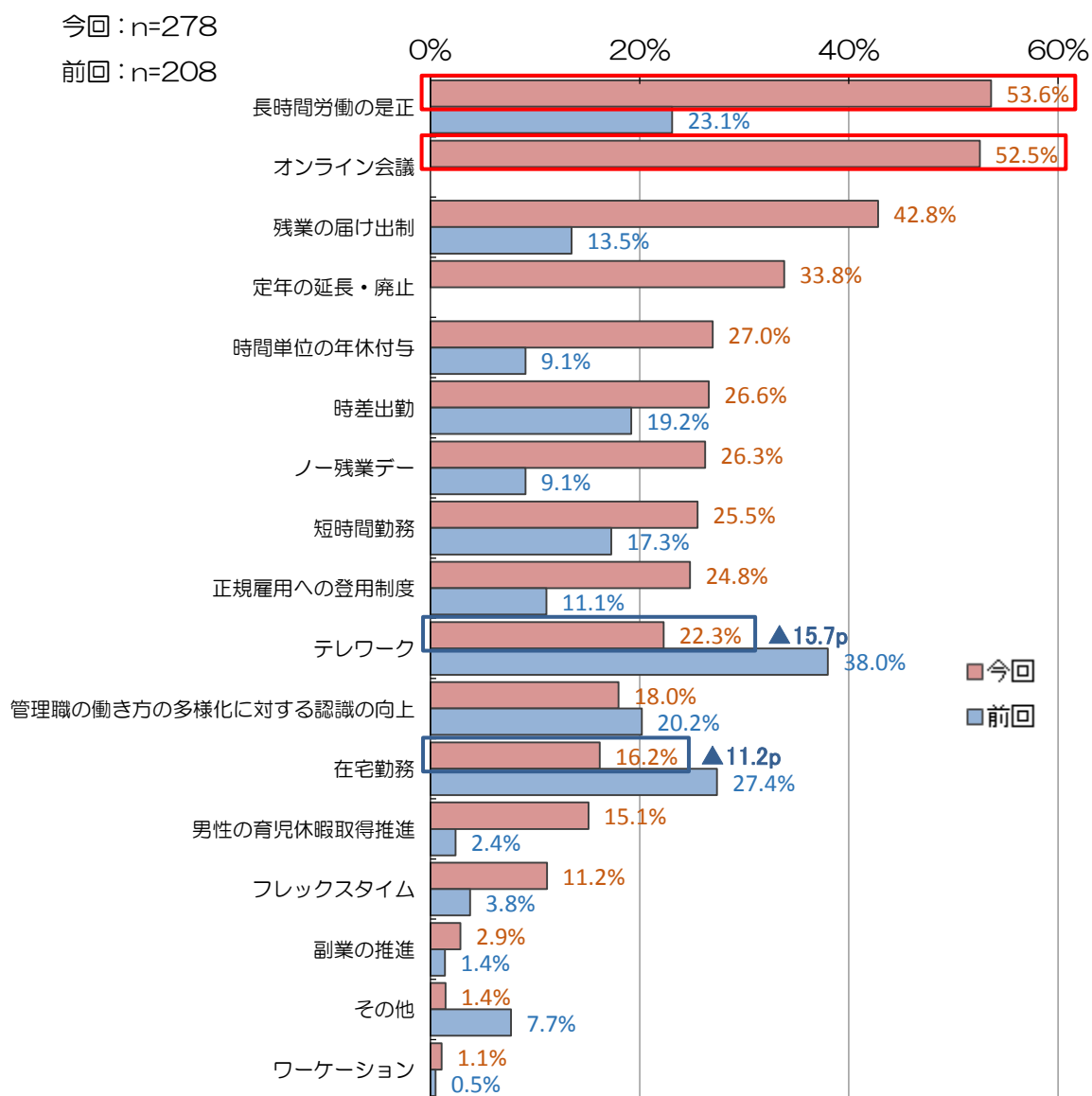
4. 働き方改革について

(1) 働き方を変えるため現在導入している取組み (図表 14)

> 現在導入している取組みとしては「長時間労働の是正」が 53.6% と最も多く、次いで「オンライン会議」が 52.5% となった。
 > 一方、「テレワーク」や「在宅勤務」は昨年から大きく減少しており、コロナ第5波の落ち着いたきもあり出社での対応を選択した企業が増加したものとみられる。

※昨年度は、コロナ禍への対応として2020年に新たに導入した取組みとして質問しており、参考として掲載している。

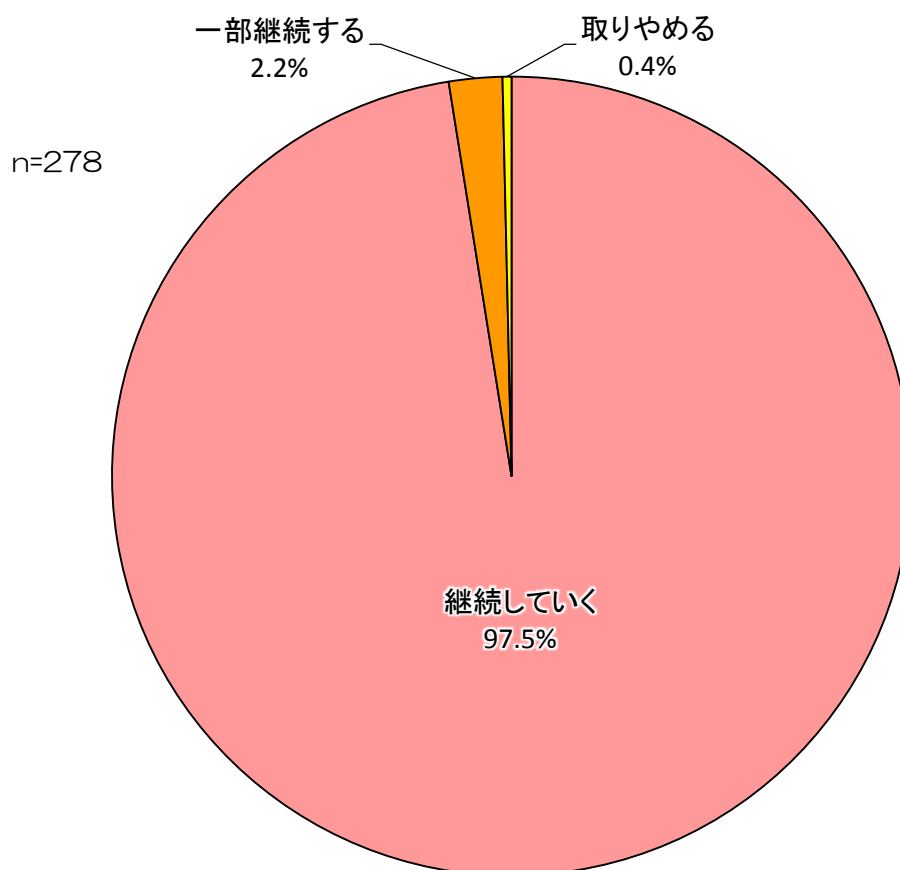
図表 14 働き方を変えるため現在導入している取組み



(2) 働き方を変えるため導入している取組みの継続 (図表 15)

➤現在導入している取組みは、97.5%の企業が継続するとしており、「一部継続する」と合わせると、99.6%の企業で働き方を変えるための取組みは定着するとみられる。

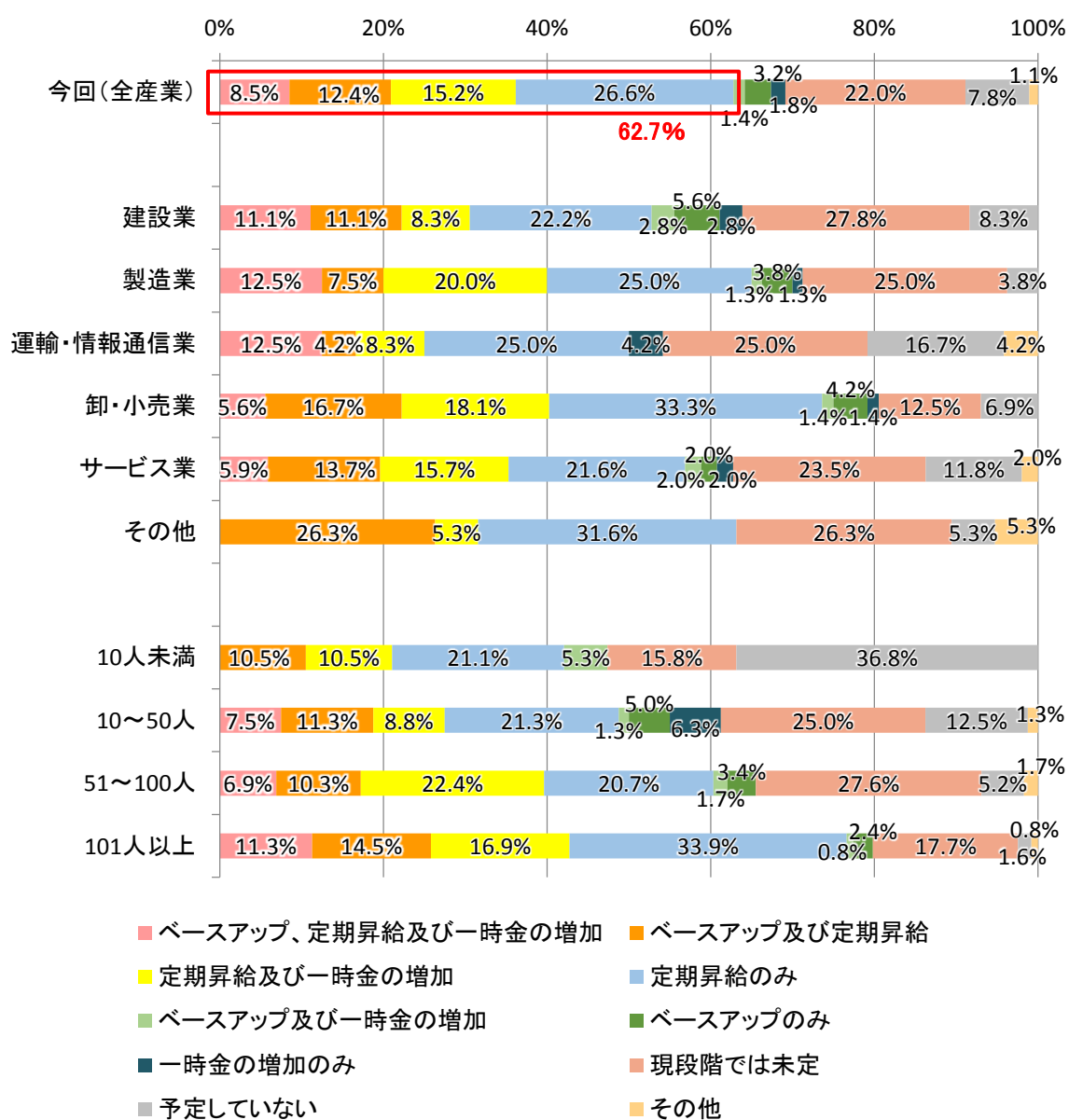
図表 15 今後も継続する働き方を変えるための取組み



(3) 賃金引き上げの予定について (図表 16)

➤賃金引き上げの予定については「定期昇給のみ」が 26.6%と最も多い。
 ➤「定期昇給」は 62.7%が実施を予定している。

図表 16 賃金引き上げの予定

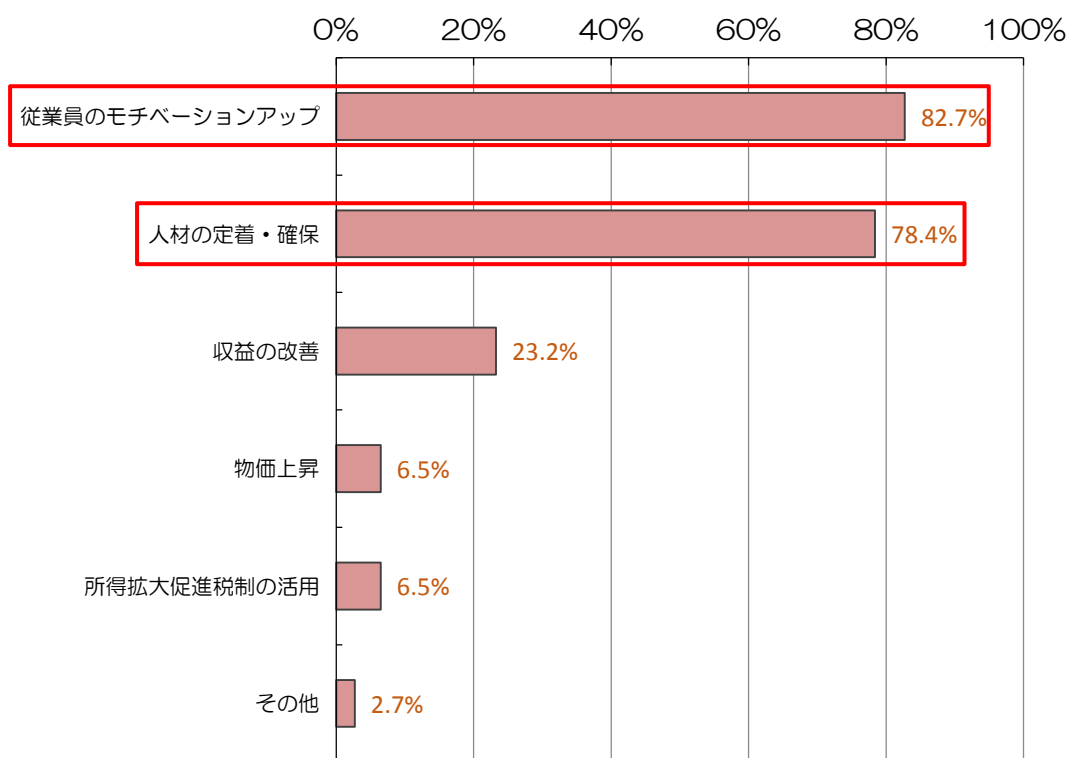


(4) 賃上げを実施する理由 (図表 17)

➤賃上げを実施する理由は、「従業員のモチベーションアップ」が 82.7%と最も多く、次いで「人材の定着・確保」の 78.4%の順となった。

図表 17 賃上げを実施する理由

n=185

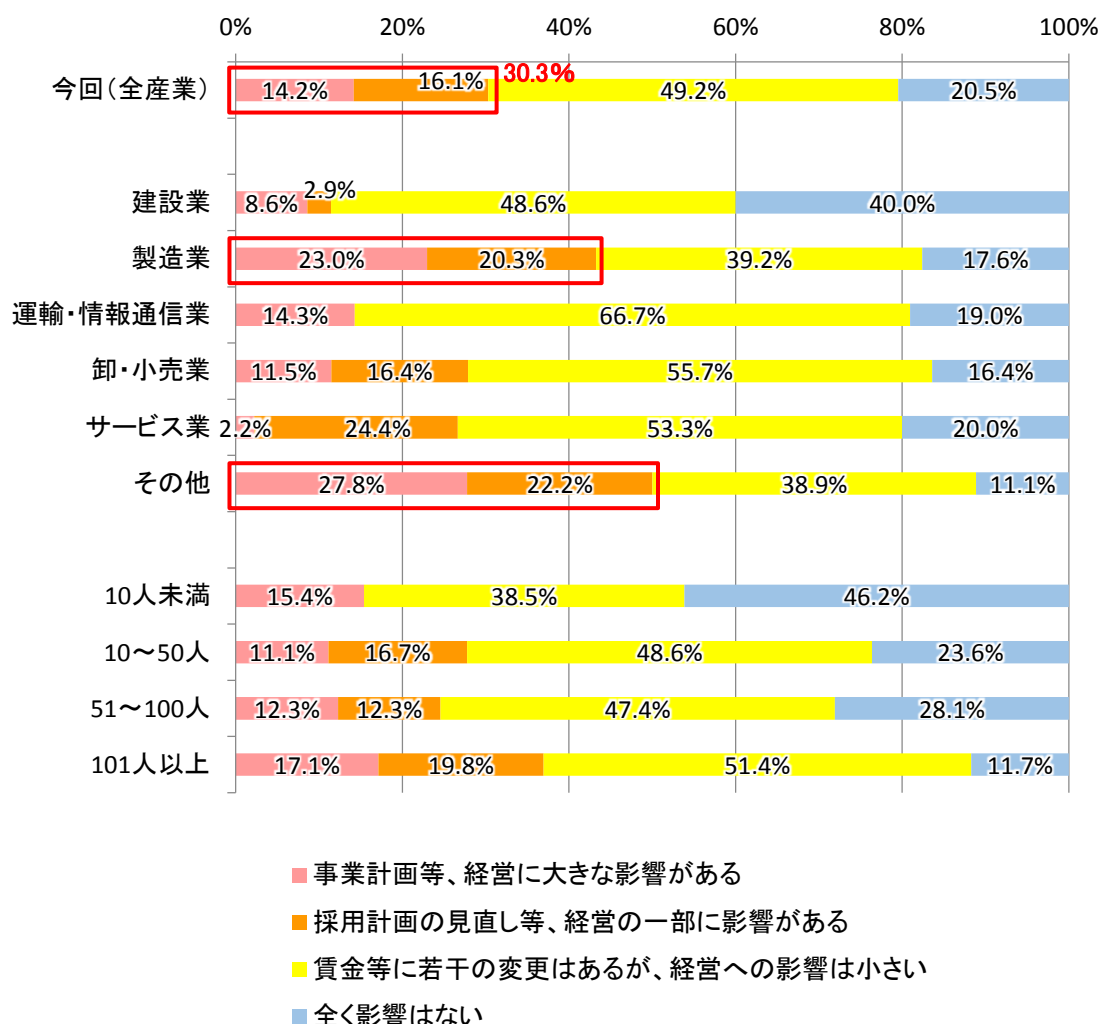


(5) 賃上げの雇用政策や経営への影響 (図表 18)

➤賃上げの雇用政策や経営への影響としては「影響がある」(「大きな影響がある」+「一部に影響がある」)が30.3%となっている。

➤業種別では「その他」、「製造業」が「影響がある」割合が高い。

図表 18 賃上げの雇用政策や経営への影響

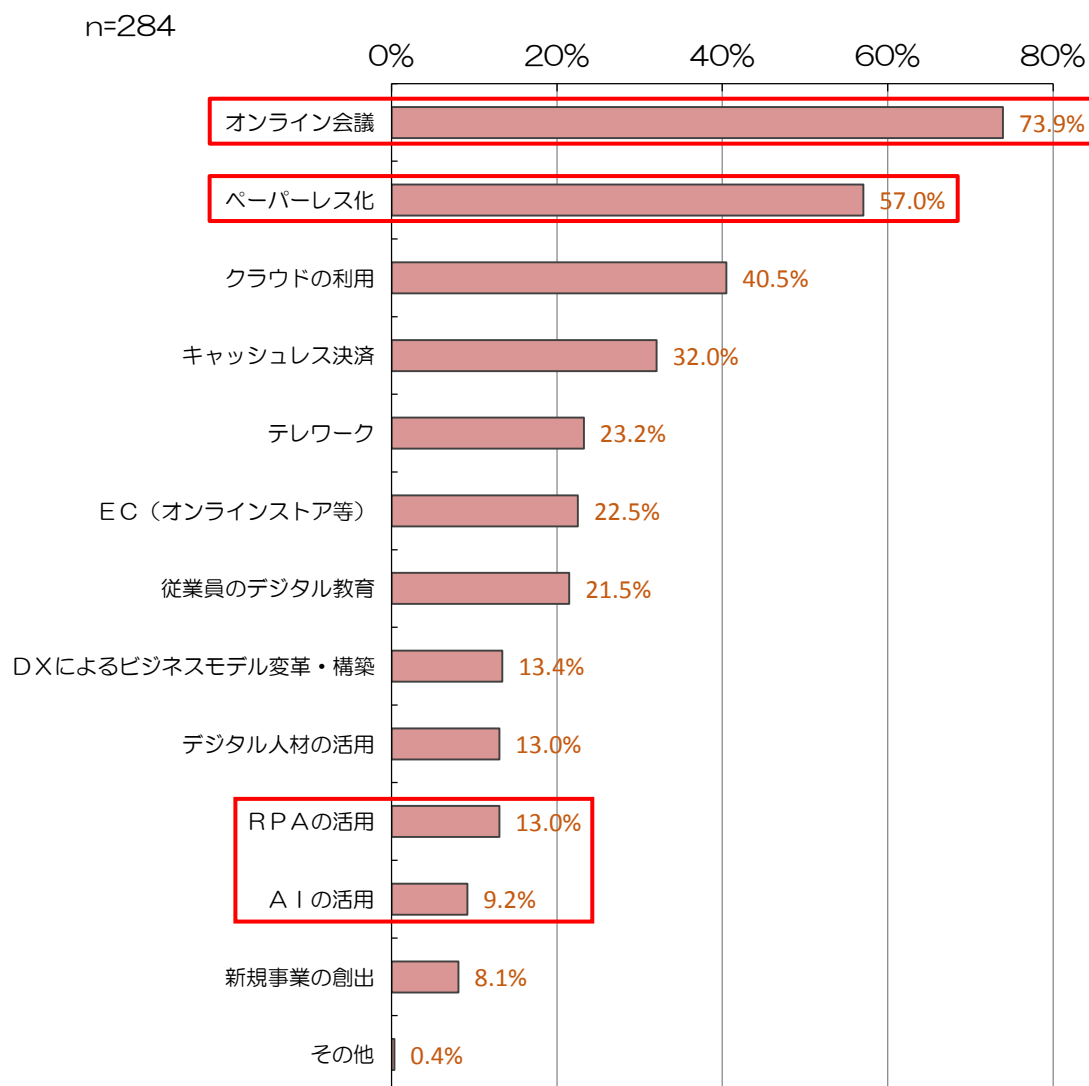


5. デジタル化への対応について

(1) 現在実施しているデジタル化への対応 (図表 19)

- 現在実施しているデジタル化への対応として導入した取組は、「オンライン会議」が73.9%と最も多く、次いで「ペーパーレス化」の57.0%の順となった。
- 「RPAの活用」や「AIの活用」等、比較的高度なデジタルスキルを要する取組に関しては、1割程度の企業が実施している。

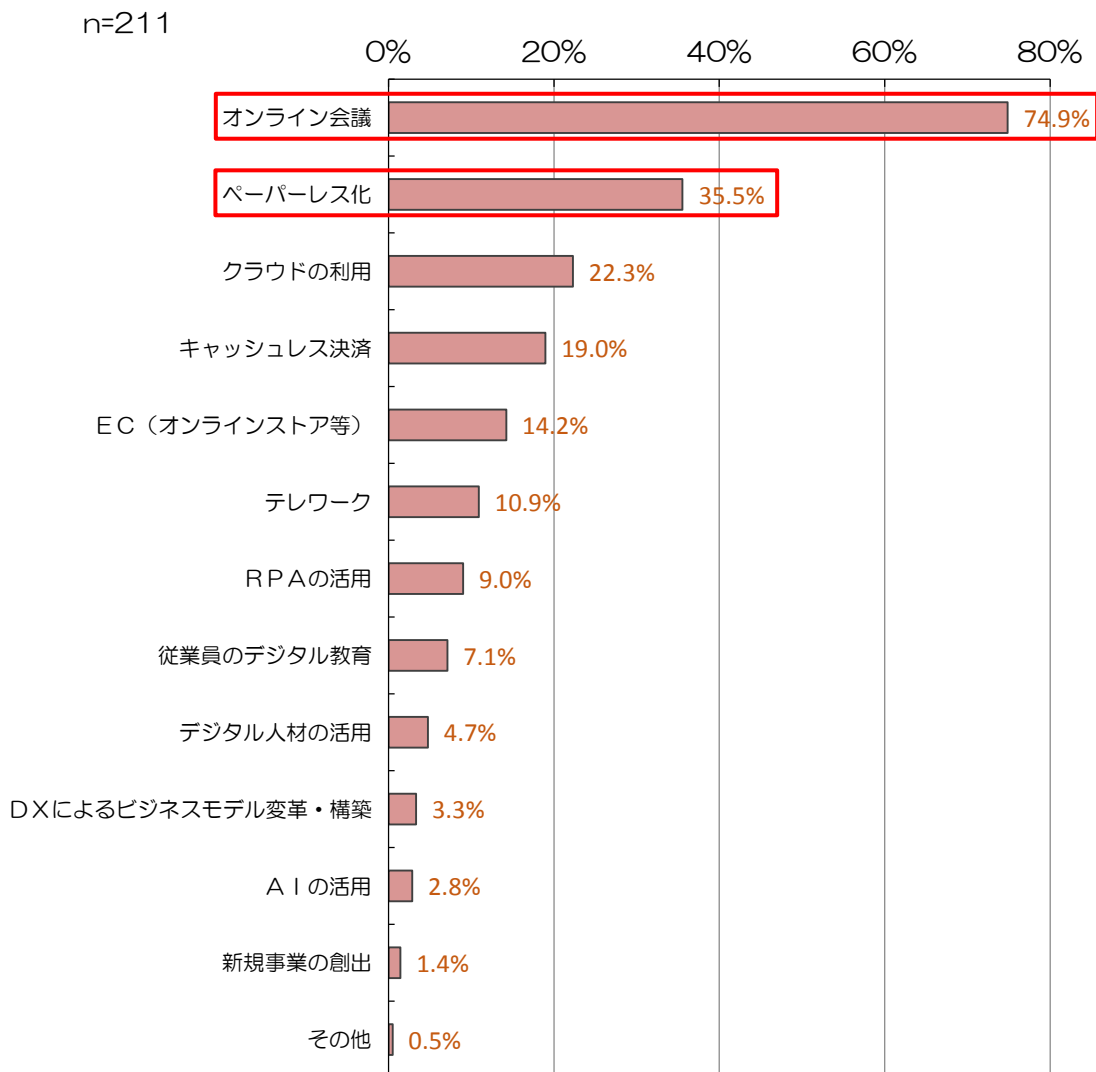
図表 19 現在実施しているデジタル化への対応



(2) 売上や経費削減に有効だった取組み (図表 20)

➤売上や経費削減に有効だった取組は、「オンライン会議」が 74.9%と最も多く、次いで「ペーパーレス化」の 35.5%の順となった。

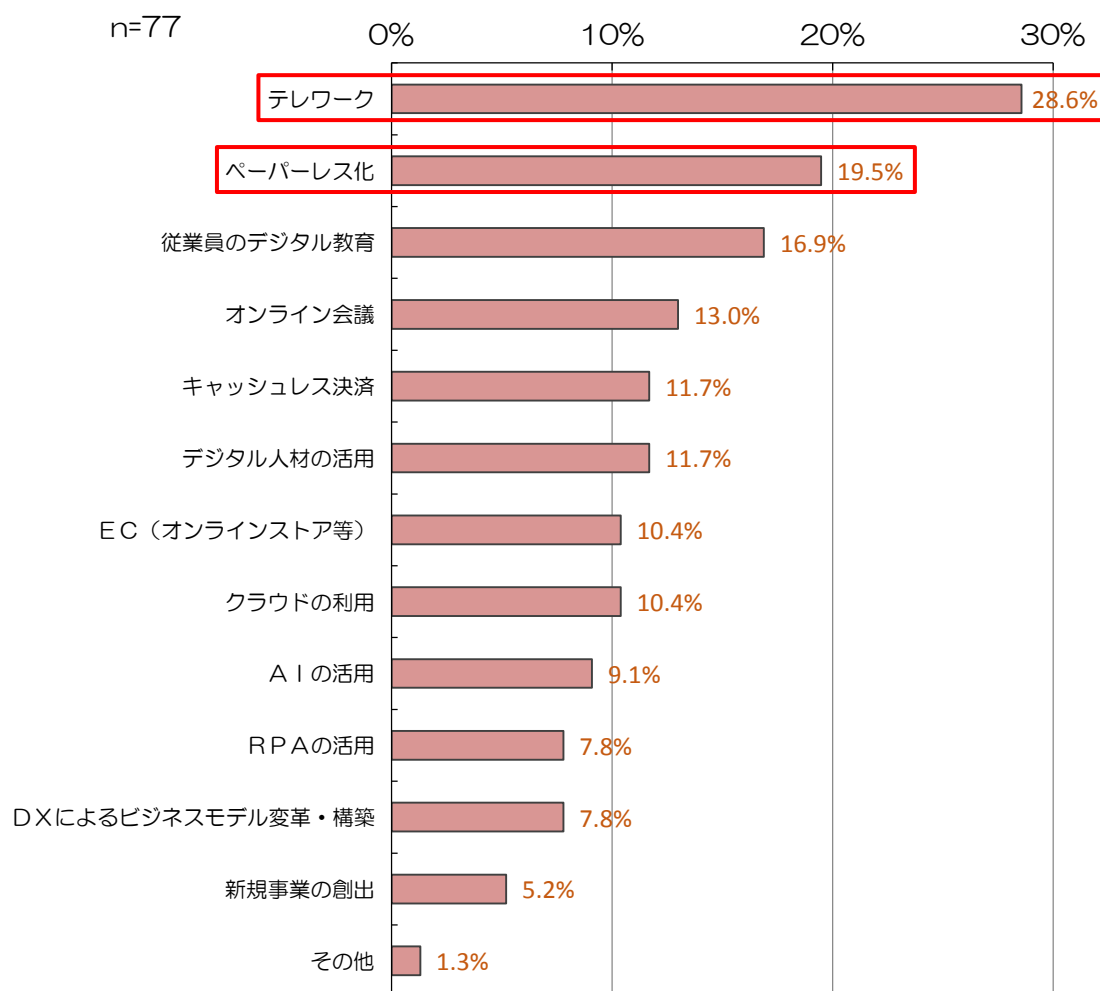
図表 20 有効だった取組み



(3) 売上や経費削減に効果がなかった取組み (図表 21)

➤売上や経費削減に効果がなかった(上手くいかなかった)取組は、「テレワーク」が 28.6%と最も多く、次いで「ペーパーレス化」の 19.5%の順となった。

図表 21 効果がなかった取組み

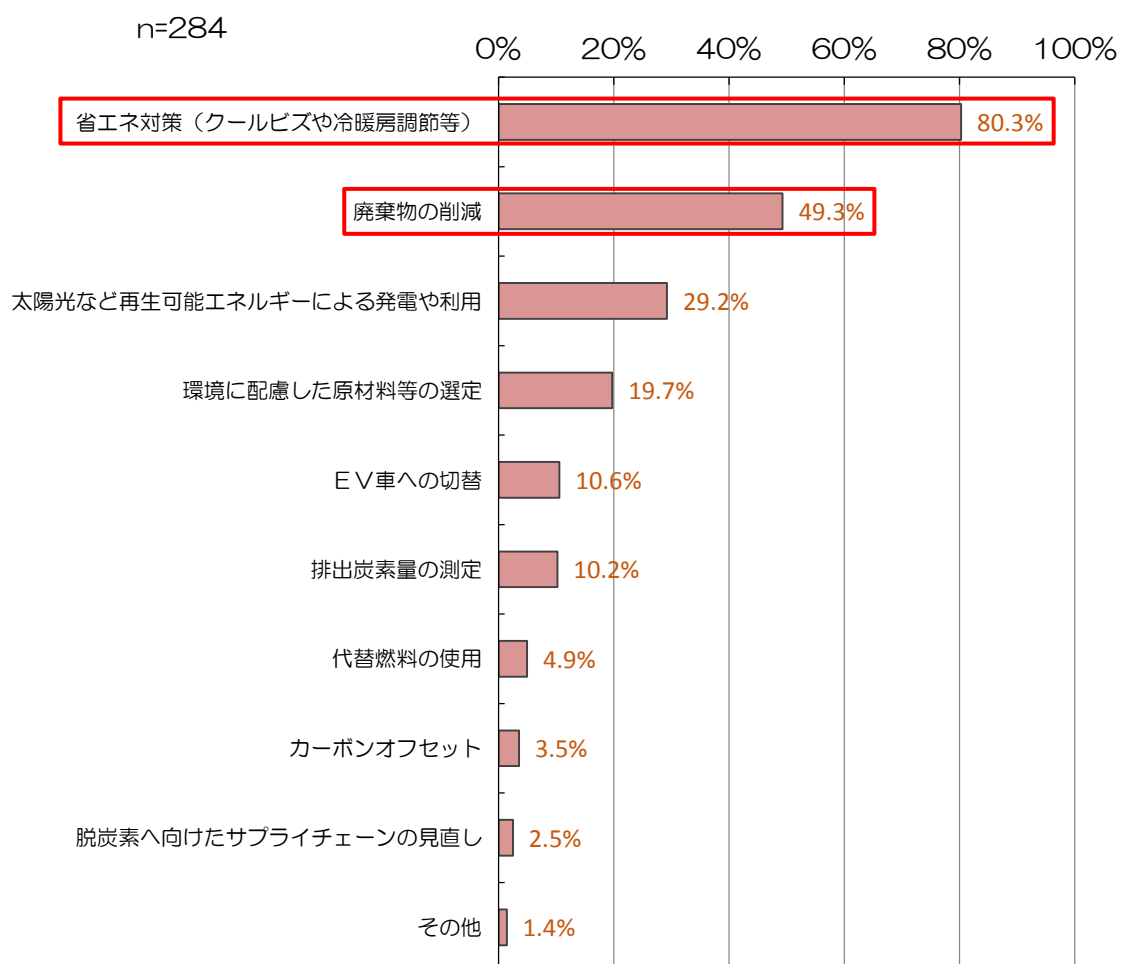


6. 脱炭素へ向けた取組みについて

(1) 現在実施している脱炭素へ向けた取組み (図表 22)

- 脱炭素へ向けて「現在実施している」取組みとしては「省エネ対策（クールビズや冷暖房調節）」が80.3%と最も多く、次いで「廃棄物の削減」が49.3%となっている。
- 脱炭素へ向けては、新たな投資を求められないと思われる取組みが並んだ。

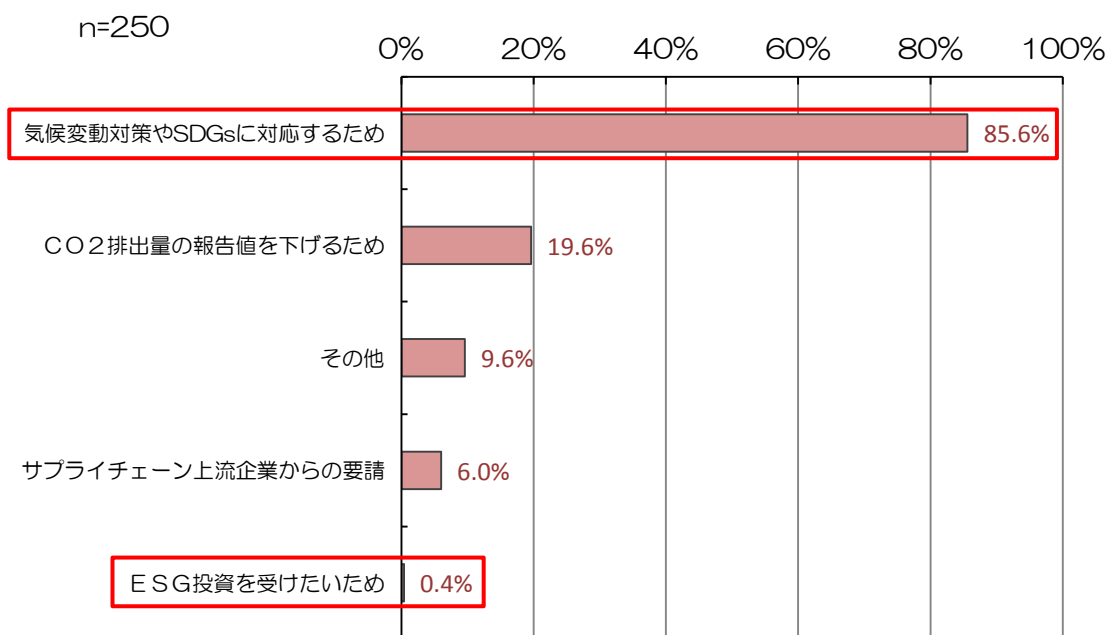
図表 22 現在実施している脱炭素へ向けた取組み



(2) 脱炭素に取り組む理由 (図表 23)

➤脱炭素に取り組む理由としては「気候変動や SDGs に対応するため」が 85.6%と最も高く、大半を占めている。

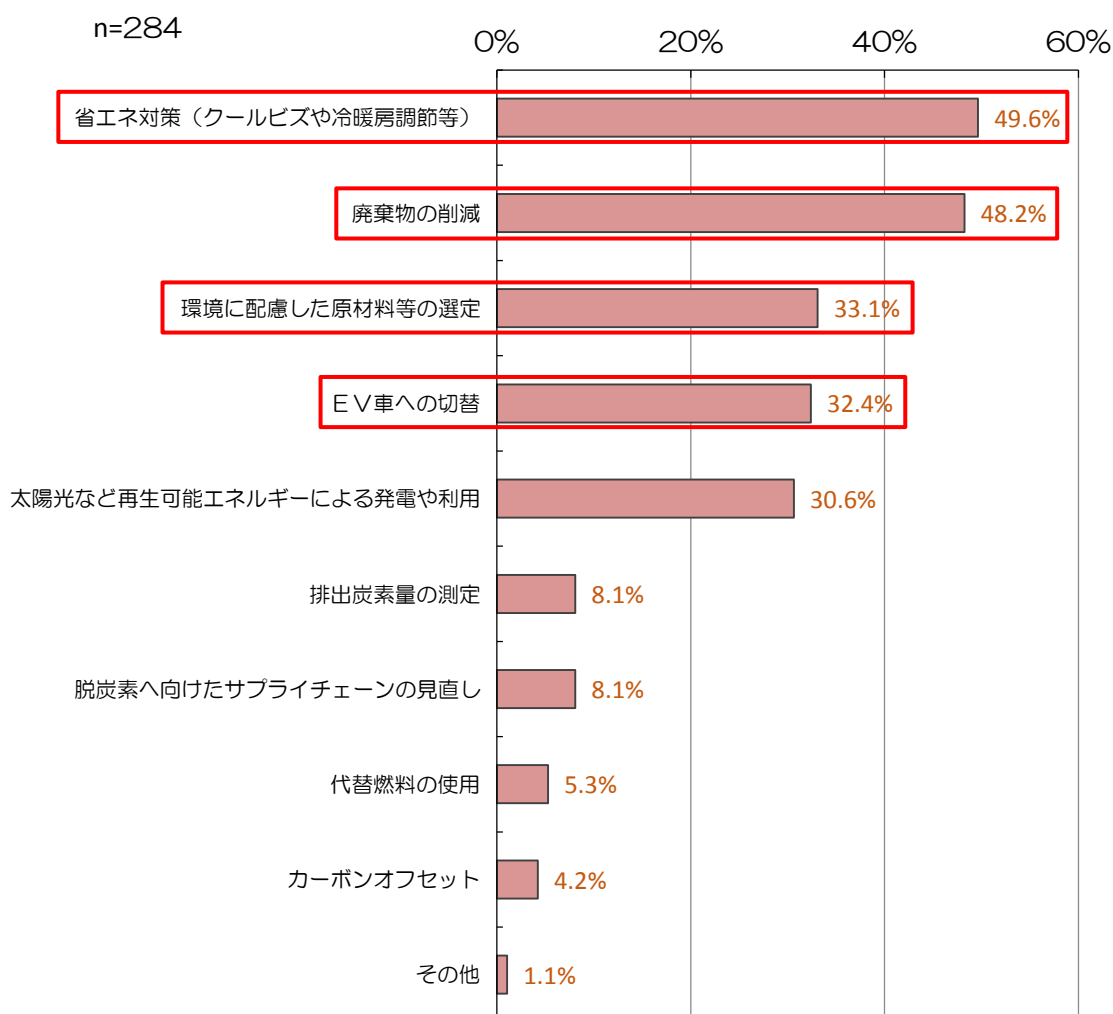
図表 23 脱炭素に取り組む理由



(3) 今後実施したい脱炭素へ向けた取組み（図表 24）

- 今後実施したい脱炭素へ向けた取組みについても「省エネ対策（クールビズや冷暖房調節）」が 49.6%と最も多く、次いで「廃棄物の削減」の 48.2%の順となっている。
- 「環境に配慮した原材料等の選定」は 33.1%が「今後実施したい」と回答しており、サプライチェーン全体での取組みが求められる。
- 同様に、「EV 車への切替」32.4%が「今後実施したい」と回答しており、今後 EV 車の普及が進むものとみられる。

図表 24 今後実施したい脱炭素へ向けた取組み

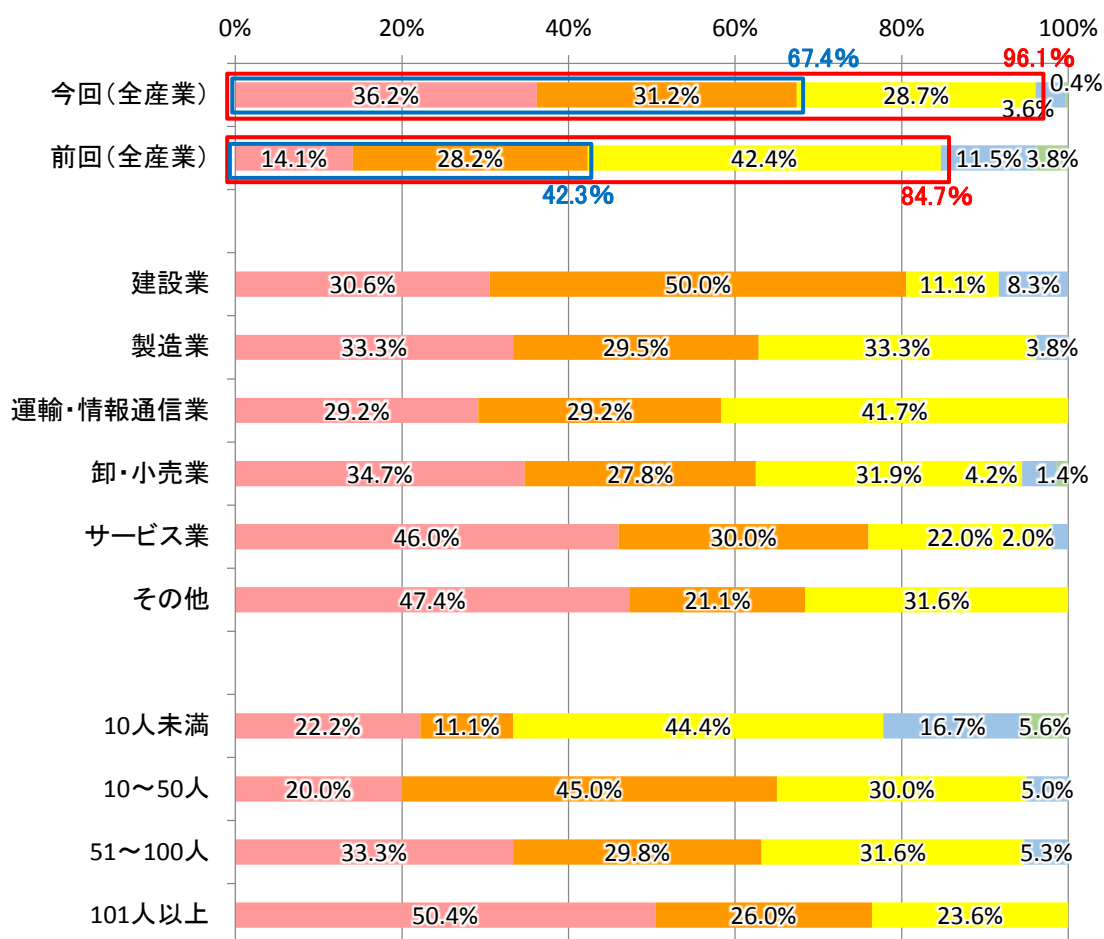


7. SDGsについて

(1) SDGsの認識度と経営との親和性 (図表 25)

>SDGsの認識については96.1%が趣旨を理解しており、前回調査の84.7%から11.4p増加した。
 >SDGsを経営方針に取り入れる動きをしている企業は67.4%となっており、前回調査の42.3%から25.1p増加した。

図表 25 SDGsの認識度と経営との親和性



- 趣旨を理解しており、既に経営方針に取り入れている
- 趣旨を理解しており、経営方針に取り入れている検討をしている
- 趣旨を理解しているが、特に対応は検討していない
- 聞いたことがあるが、内容は詳しく知らない
- 今回初めて認識した・まったく知らない

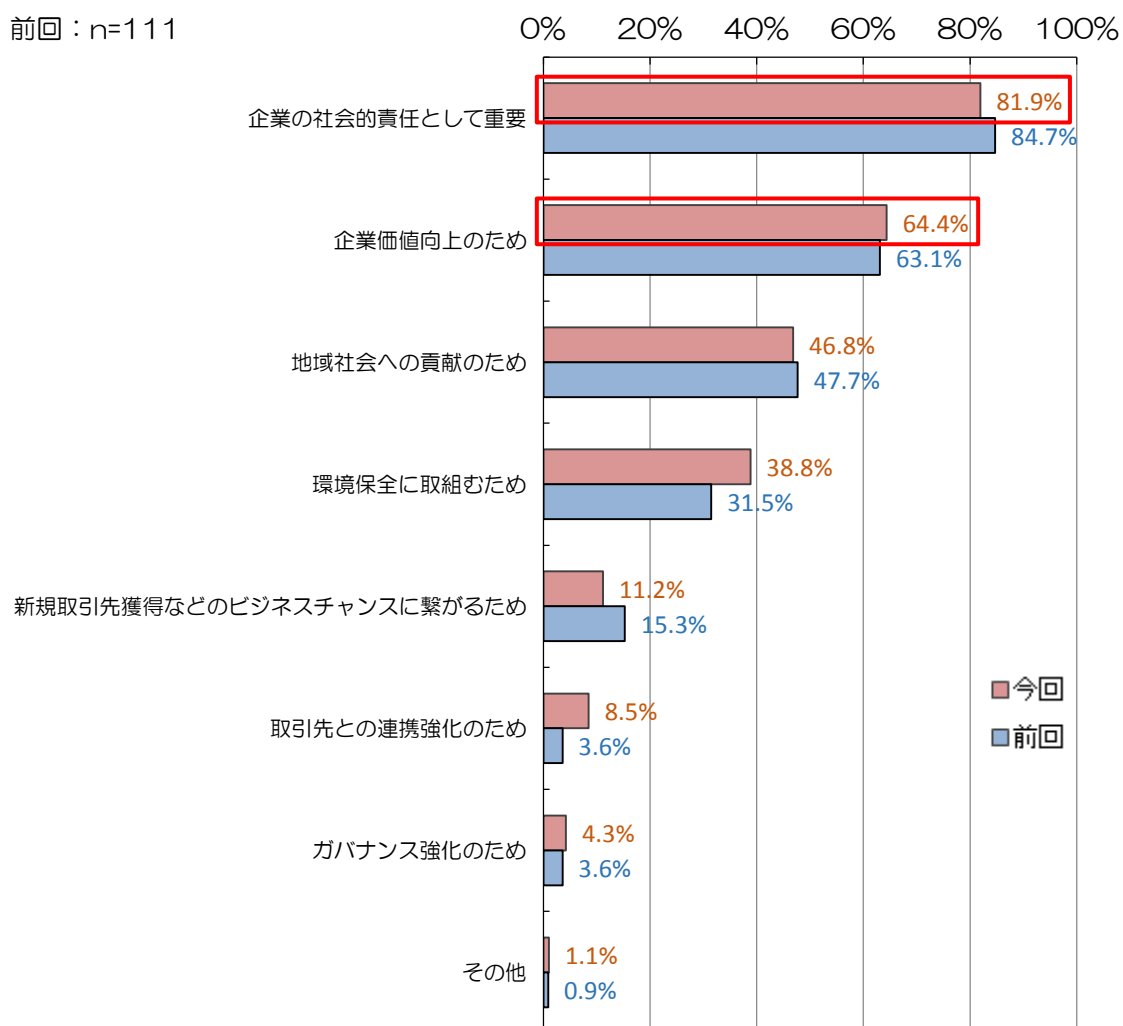
(2) SDGsを経営方針に取り入れる(検討している)理由(図表26)

➤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81.9%で最多であり、次いで「企業価値向上のため」の64.4%の順となっている。

図表26 SDGsを経営方針に取り入れる(検討している)理由

今回：n=188

前回：n=111

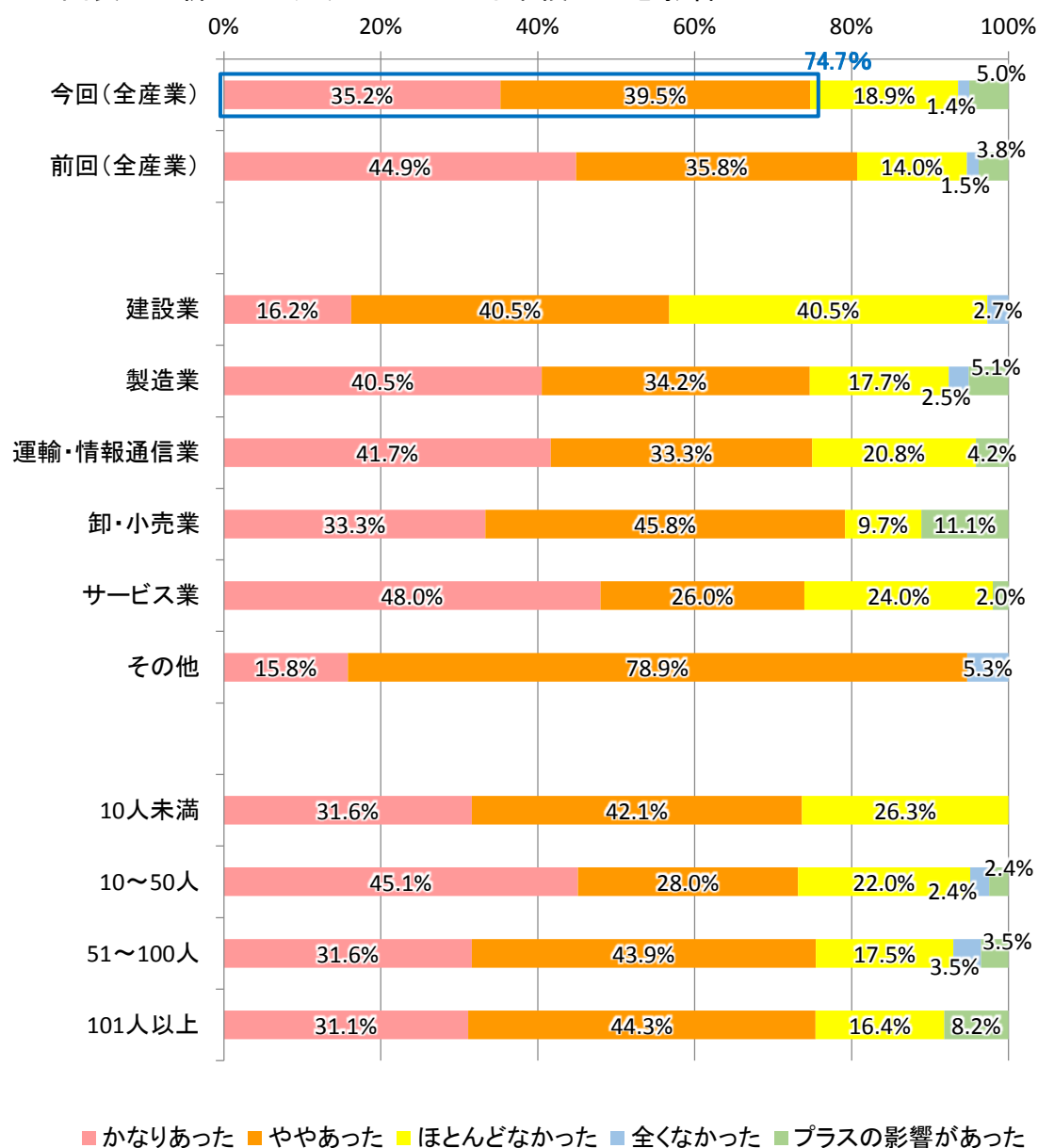


8. 新型コロナウイルスについて

(1) 業績への悪影響 (図表 27)

- 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35.2%となっており、「ややあった」の39.5%を合わせると74.7%の事業者が悪影響を受けている。
- 業種別に見ると、その他、卸売り・小売業への悪影響が大きい。

図表 27 新型コロナウイルスによる業績への悪影響



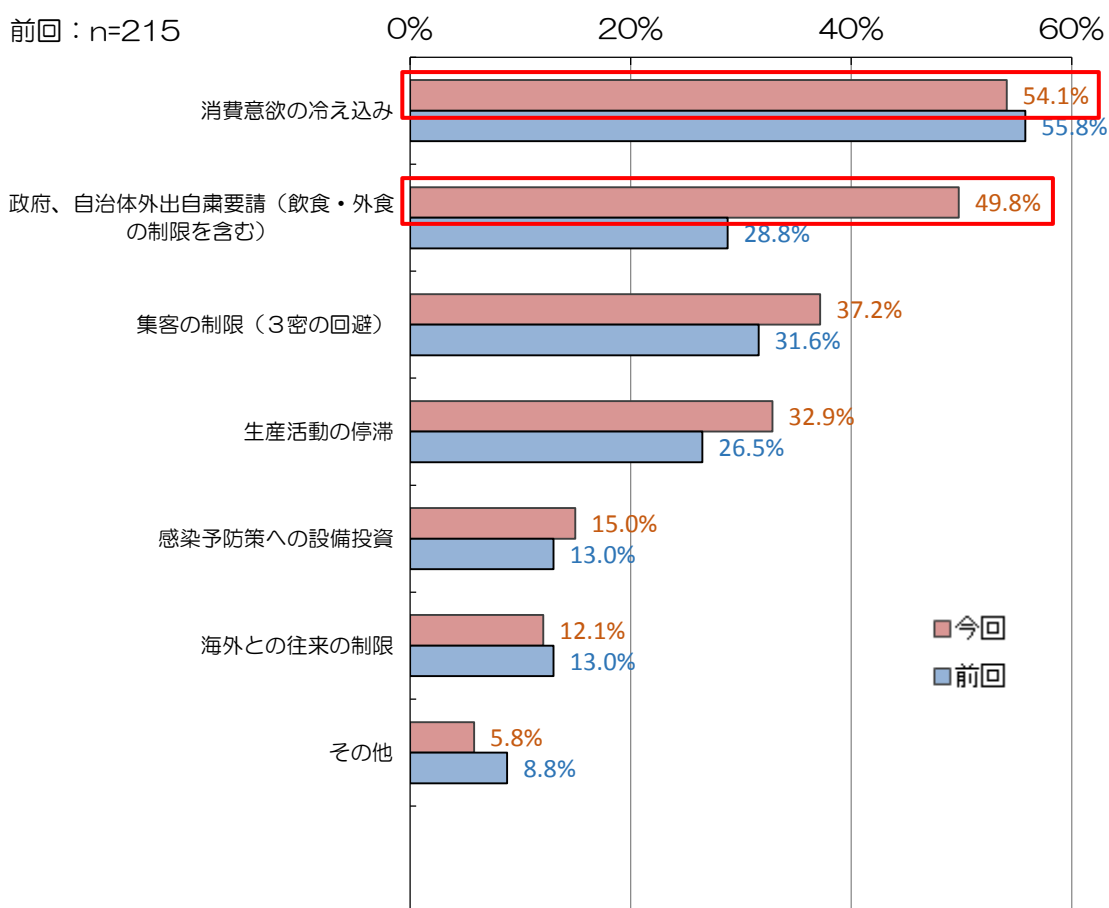
(2) 経営に特に悪影響を与えたもの (図表 28)

➤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54.1%で最多となった。次いで「政府、自治体からの外出自粛要請」の49.8%の順となっている。

図表 28 経営に特に悪影響を与えたもの

今回：n=207

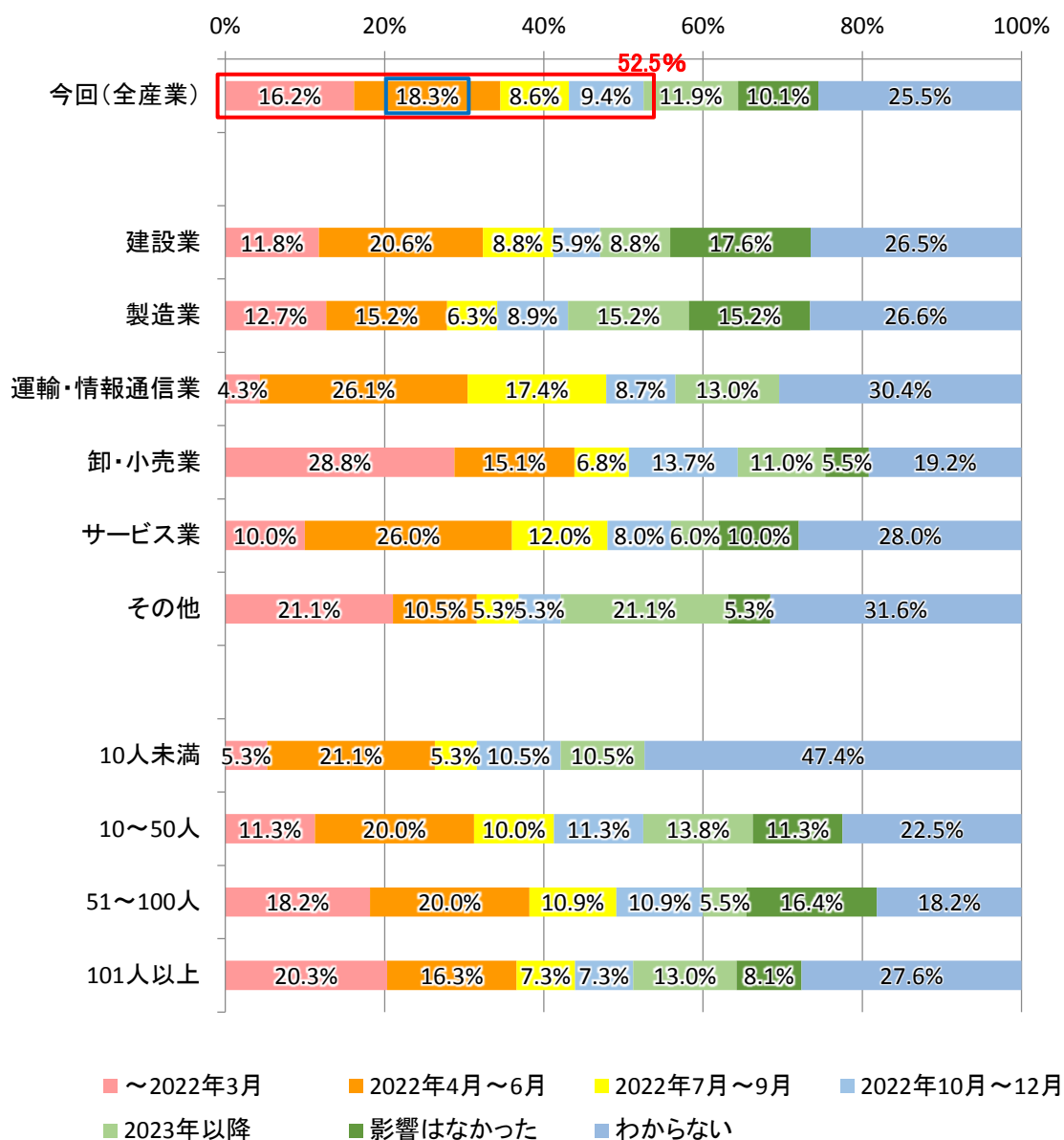
前回：n=215



(3) 業績への影響がいつまで続くか (図表 29)

➤業績への影響がいつまで続くかについては、「2022年4月～6月」が18.3%で最多となった。「2022年内」は52.5%となっている。

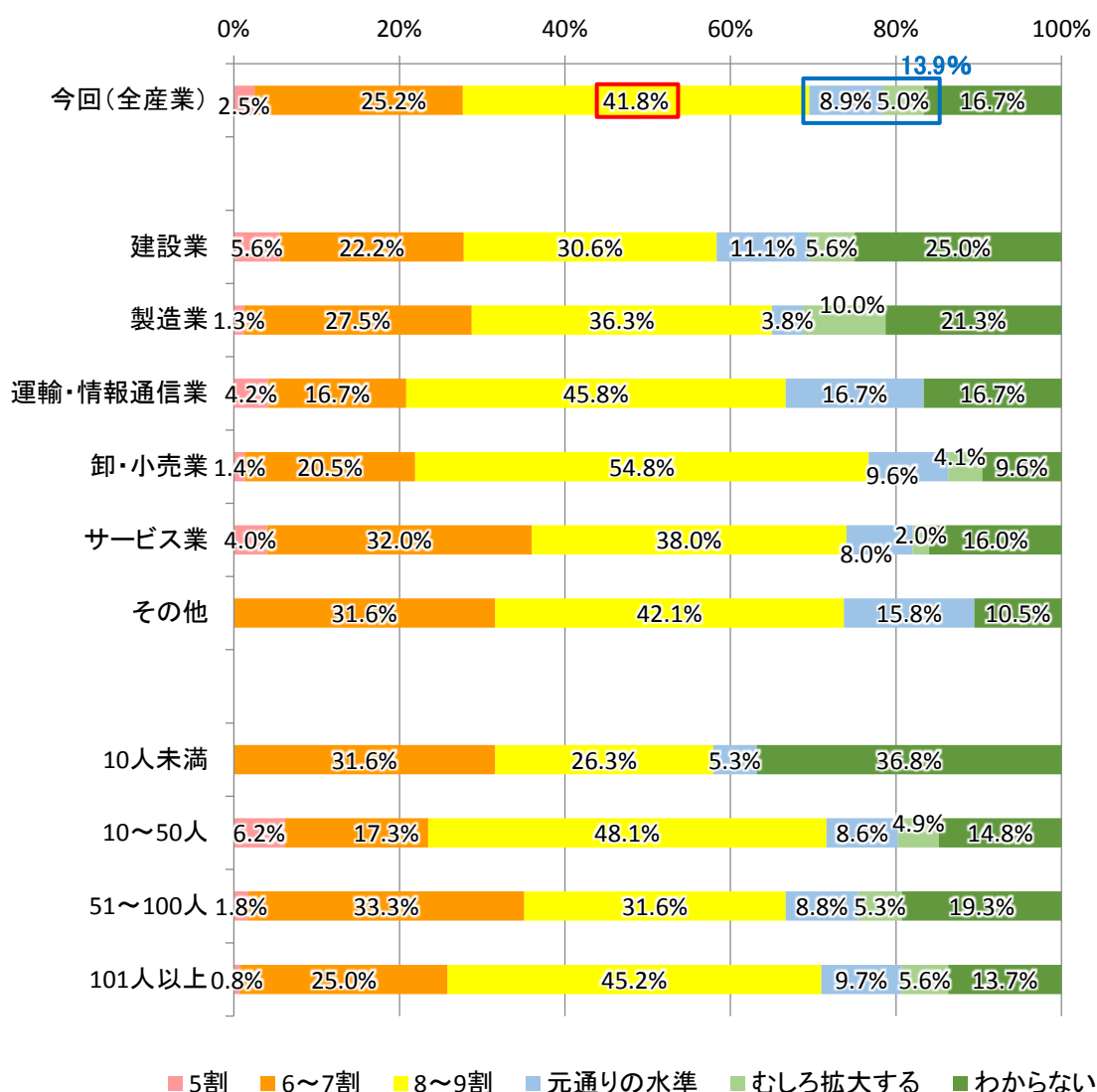
図表 29 業績への影響がいつまで続くか



(4) コロナ禍収束後の経済回復について (図表 30)

> コロナ禍収束後の経済回復は「8～9割」の回答割合が41.8%と最も高い。
 > 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13.9%にとどまった。

図表 30 コロナ禍収束後の経済回復



おわりに

足もとでは、ワクチン接種の急速な進展や徹底した感染防止対策により、県内のコロナ禍は落ち着きをみせているが、新たな変異株の発生により「終息」は未だに見えない。また、原油や原材料価格の高騰による収益面への影響や、サプライチェーンの機能不全も懸念されるなど、業績の回復・伸長には予断を許さない状況が続くと思われる。加えて、中期的には気候変動への対応やSDG経営等の社会的な要請への対応も、企業経営には不可欠なものとなっている。

そのような中、今回実施した「2021年熊本県内企業の経営者意識調査」の結果、2022年の熊本県の景気については、「改善」を予想する経営者の割合が6割を超え、前回調査と比較して大幅に増加した。コロナ禍で2020年から2021年にかけて県内経済は非常に厳しい状況にあったが、その悪影響は底を打ったと認識されているようだ。しかしながら、景気の改善時期については2022年内との見方が過半となった一方で、約4分の1は2023年以降としており、決して楽観できない状況にある。

このように、先の見通しが困難な状況の中で、持続的な経営を実現していくためには、DXをはじめ多岐にわたる戦略や戦術の構築と実現に向けた、経営資源の有効活用が不可欠と考えられる。とりわけ「ヒト」については、それらの取組みの実効性を左右することから、最も重要な資源と位置付けられよう。今回の調査結果でも、多くの経営者が現在抱えている課題と、今後重視する施策について、「人材」の育成や強化を挙げていることから、その重要性が見て取れる。

近年、労働力の不足や低位の幸福度を背景としたウェルビーイング経営への関心が高まっている。また、コロナ禍によりテレワークが浸透するなど、これからの働き方そのものも大きな変化が予想される中、最も重要な経営資源といっても過言ではない「人材」の確保と育成、活用が、持続的な企業経営の鍵を握ると思われる。