

最近の経済情勢

(電話ヒアリング調査の結果)

- ◇ 調査期間 令和2年8月4日～8月25日
- ◇ 対 象 県内企業60社
(製造業30社、非製造業30社)
- ◇ 方 法 電話ヒアリングによる調査

産業労働部



<http://www.pref.saga.lg.jp/>

調査の概要

目的

- 企業の景気認識の把握
- 企業が“今”直面している経営課題、挑戦しようとしている新事業・新分野を直接聴き、施策の検討に活かす
- **【今回】**新型コロナウイルス感染症の影響の把握

調査企業と実施方法

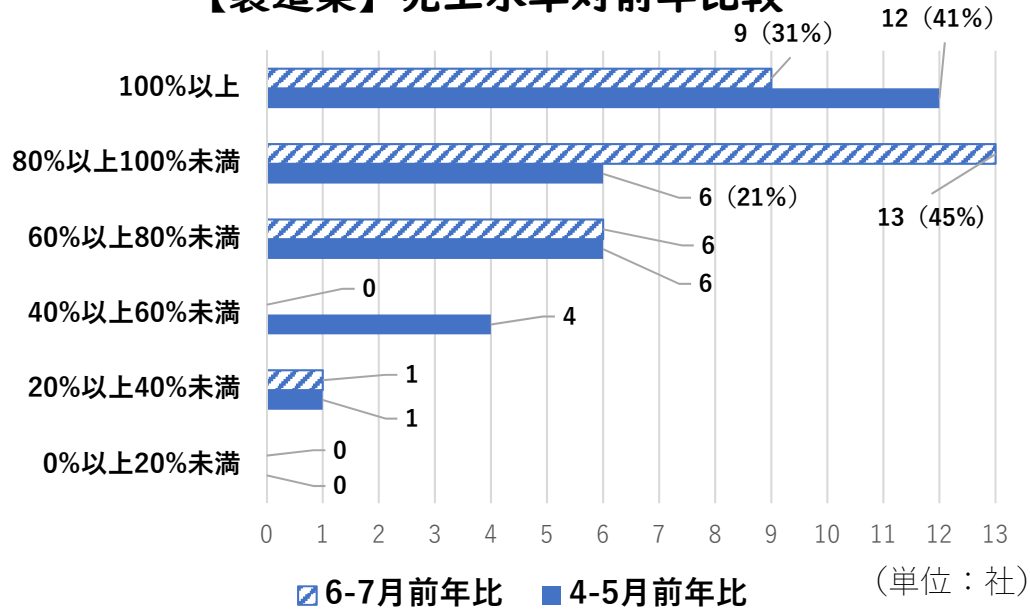
- 県内事業所の中から、製造業・非製造業各60社の計120社を選定
- 120社を2グループ(製造業・非製造業各30社)に分け、Aグループを5月と11月(10月)、Bグループを8月と1月に、それぞれ年2回調査を実施
- 調査企業120社は、適宜見直しを実施
- **【今回】**従来、訪問による調査を実施していたが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止の観点から、Bグループ60社に電話による調査を実施

1. 売上水準の現状

【製造業】

- 製造業は、受注生産かつ納期までの期間が長いケースが多く、4-5月では4割以上の企業が売上水準を前年度以上に維持していた。
- 6、7月になると、それらの企業の中に売上が減少する企業が出てきた一方、落ち込みが回復する企業もあり、前年比80%以上100%未満の比率が高くなっている。
- 今後については、需要減等による売上悪化を懸念して「下向き」と回答した企業が36%となっている。

【製造業】売上水準対前年比較



【製造業】今後3ヵ月の売上見通し

上向き 	6 社	21%
横ばい 	12 社	43%
下向き 	10 社	36%
計	28 社	

(調査対象30社中、有効回答28社)

(調査対象30社中、有効回答29社)

【事業者の声】

【今後の見通し「上向き」で回答した企業】

- ・リモートワークの普及に伴ってデスクやチェアなどの商品の売れ行きが好調。
- ・コロナウイルスが落ち着いた際には同業他社との競争が激化することが予想されるため、今のうちに宣伝・広告に力を入れたいと考えている。HPを充実させ、積極的にネットでも商品を販売していく。また、設備投資などの補助金に積極的に応募している。これからも積極的に活用したい。

【今後の見通し「横ばい」で回答した企業】

- ・取扱製品は受注から完成まで2年程度かかるため、影響が表れるのは当分先になる。コロナで営業ができておらず、新規受注に影響はある。
- ・4、5、6月はコロナの影響で売上が20%程度は下がった。今後、販売施設への来客が回復すれば、それに伴い売上も回復していくだろう。
- ・コロナで納期を守らない中国・韓国の一部企業に対し、自社が選ばれる傾向があり、コロナ禍の中売上は上昇。しかし、今後貿易量の減少が予想され、それに伴う自社製品の需要減により、受注が落ち込む可能性有り。

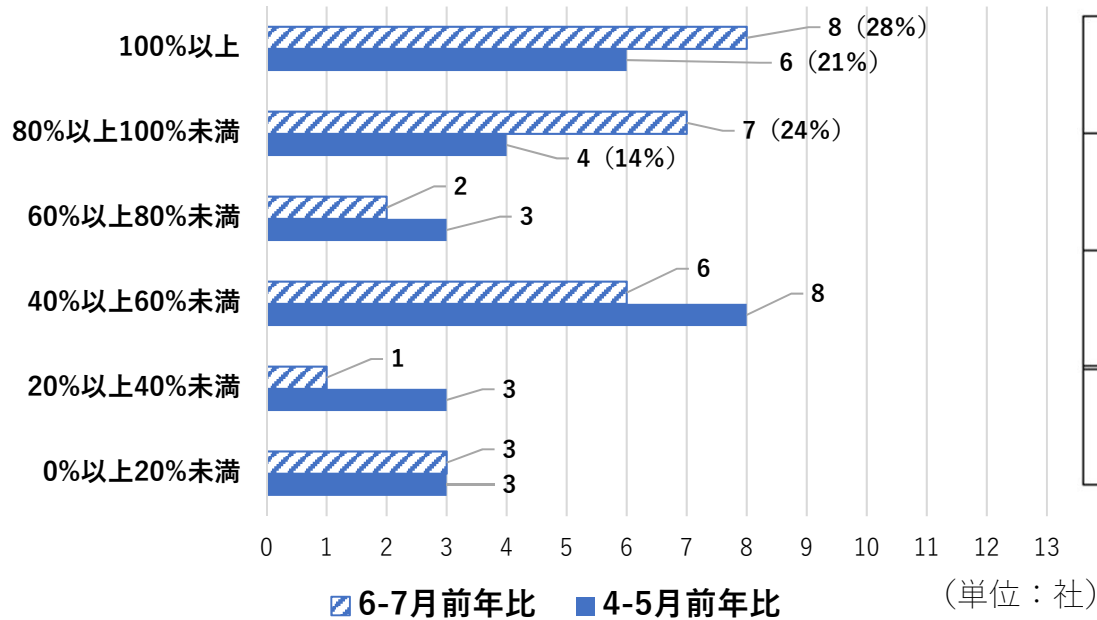
【今後の見通し「下向き」で回答した企業】

- ・営業所への来客が減り、営業所を通しての売上が良くない。今後は、直接お客様のところに向いたり、商談会に出展したりするなど、直販による売上を伸ばしていきたい。
- ・県民の購入分はそこまで多くないため、観光への需要がどれくらい戻るかによる。

【非製造業】

- 業種により業況が大きく異なる。卸・小売業では落ち込みが少なく、プラスとなった企業もあった。その他、建設、情報通信、貨物運輸等においては横ばいの企業が多く、一方で飲食、旅客運輸、宿泊、旅行業などでは減少が著しい。
- 多くの業種では4、5月と比較して6、7月で戻りが見られるが、旅行、宿泊業などでは依然として前年比大幅減の状況が続いている。

【非製造業】 売上水準対前年比較



【非製造業】 今後3カ月の売上見通し

上向き ↗	7 社	26%
横ばい →	17 社	63%
下向き ↘	2 社	7%
計	26 社	

(調査対象30社中、有効回答26社)

【事業者の声】

【今後の見通し「上向き」で回答した企業:7社、建設、運輸、小売、宿泊業等】

- ・全体的に公共工事の発注が昨年度より増えている。
- ・コロナ禍の海上輸送への直接的な影響はあまりない。
- ・8月以降にグループ全体で販売促進施策実施予定。その効果はさらに3ヵ月先に出る。
- ・GoToトラベル開始の効果が一定程度あり。8月は客が増えたが平日は満室までではない。

【今後の見通し「横ばい」で回答した企業:17社、小売、旅行、飲食業等】

- ・官公庁主体の土木事業にはコロナの影響あまりなし。民間主体の建築事業が工事中止や延期になっているので売上大幅減。
- ・国内の卸先からの注文はメディアの新型コロナ報道に敏感。収まるとの報道だと注文が増え、拡大時期には減る。ワクチンや治療薬が出回るまではこの状況が続く。
- ・修学旅行の再延期や中止が相次いでいる。修学旅行以外の団体旅行もほぼすべて中止。GoToトラベルキャンペーンは今のところ反響なし。9月から地域共通クーポンが使えるようになるので個人旅行者は増えるかもしれない。

【今後の見通し「下向き」で回答した企業:2社、小売業】

- ・商品不足への対応が課題。コロナ禍で取引先のアパレルメーカーの春物夏物の生産が停滞。コロナ禍が収まっても、生産が元に戻るのに時間を要し秋冬物生産が滞り、問屋から仕入れる商品が以前のように入らないことを懸念。

2. 新型コロナウイルス感染症に伴う経営上の変化

【製造業】 事業者の声

○事業内容の変化

- ・一時的に、製造量の減少に合わせて短時間勤務や休暇取得による労働調整を実施。
- ・SNSを活用し、実際に商品を見にこなくても若者などに商品の魅力を知ってもらえるようアピールしていく。
- ・ホームページを充実させ、積極的にネットでも商品を販売していく。
- ・バーチャルショールームを開始するとともに、オンライン営業を行っている。

○感染症対策

- ・フリーアドレスを採用。社員同士の距離をとるなど、三密対策を実施。
- ・九州外からの来訪者には、必要に応じてコロナ関連の調査票を書いている。
- ・就業前の体温計測、県外出張後は一定期間テレワークなど、対策を徹底。
- ・遠方に出張する際は大きな空港を避け、地方の小さな空港を使用。
- ・10名以上が参加する会議を原則禁止している。

【非製造業】 事業者の声

○事業内容の変化

- ・設計事務所や下請け業者との打ち合わせの遅れが工事進捗の障害となっている。
- ・客との接触による新型コロナ感染を懸念し、数人が退社。現在は商品宅配事業を強化し、電話とWEBで注文受付、宅配する事業に注力している。
- ・今年度予定していた拠点リニューアル投資を来年度に先送りした。
- ・ソーシャルディスタンス確保要請が続く限り、客席は半減するので元の売上に戻すのは困難。当面耐えるしかない。

○感染症対策




- ・スプリット勤務(社員が半数ずつ交互にテレワークを実施)を継続している。
- ・車内消毒、運転手のマスク着用、運転時の一部窓開け等を実施。夏季でも窓開けを継続している。
- ・冬場の感染症流行に備え、テレワーク環境を整えつつある。
- ・客の集まる場所へ空気清浄機の増設を検討中だが、集客の回復見通しが立っていないため着手できない状況。

3. 来春の新卒者採用活動への影響




【製造業】

- 売上が落ちている企業でも、コロナ後に通常生産に戻った際に備え、採用活動を前年並み以上としている企業が多い。
- 「前年より拡大」の回答の企業には、新卒の採用活動で前年まで苦戦してきたことから、今回を好機として積極的に採用活動を行うという企業もあった。

【高卒】来春採用計画 前回調査 (5月) 今回調査 (8月)

前年より拡大 	1	4
前年並み 	15	17
前年より抑制 	5	7
元々なし	2	0
未定	6	1
回答無し等	1	1
計	30	30 社

【大卒】来春採用計画 前回調査 (5月) 今回調査 (8月)

前年より拡大 	0	2
前年並み 	13	13
前年より抑制 	4	3
元々なし	8	10
未定	4	1
回答無し等	1	1
計	30	30 社

【非製造業】

- 製造業と比較して、「前年より抑制」の回答がなかった一方、コロナ禍の影響の見通しが立つまで様子見として、「未定」と回答する企業が多かった。
- 「前年より拡大」の回答は、建設、情報通信、卸・小売などの業種でみられた。

【高卒】来春採用計画

	前回調査 (5月)	今回調査 (8月)
前年より拡大 	5	5
前年並み 	9	11
前年より抑制 	1	0
元々なし	4	6
未定	11	4
回答無し等	0	4
計	30	30

社

【大卒】来春採用計画

	前回調査 (5月)	今回調査 (8月)
前年より拡大 	4	4
前年並み 	9	10
前年より抑制 	3	0
元々なし	3	6
未定	11	6
回答無し等	0	4
計	30	30

社

「元々なし」は、対象の新卒採用活動自体を行っていないことを表す