

第57回 景気動向アンケート報告

(2020年5月～8月期)

<今期業績DI▲32、リーマンショック前後の最悪値▲36に迫る悪化>

<ただし、来期予測は、▲24で今期比+8ポイント改善>

1. 「全体業績」について

(1) 総 評

- ① 今期実績のDI値は、▲32で、前期(▲20)比▲12ポイント、前年同期(+15)比▲47ポイントと、リーマンショック(2008年9月頃)前後の最悪値▲36(2008年5月～8月期)に迫る落ち込みとなった。
- ② 今期実績▲32は、前回の予測▲51ほどの落ち込みではなかった。また、今回の来期予測は▲24で、前回の予測▲51に比べると+27ポイント改善。
- ③ 他方、前期▲20→今期▲32→来期▲24の推移は、「景気の底を横滑り」していたリーマンショック(2008年9月頃)前後の一定期間のDI値推移と「類似」(下記(2)のグラフ参照)。

(2) 「全体業績グラフ(実績値と予測値)」(以下 単に「グラフ」という)リニューアル
今回報告より景気判断理解に資する為、実績値に加え、予測値の長期推移も加えた。
リニューアルしたグラフは2007年5-8月期～本年9-12月期まで約13年間・41期分(事務局の工夫努力を多としたい)。

(3) 「今期実績▲32」の詳細評価

- ① 前回調査時の今期に対する予測：▲51との比較
「予測▲51」に比べ、「実績▲32」は、+19ポイント改善。
- ② 前期(2020年1-4月期)実績▲20との比較
「前期実績▲20」に比べ、「今期実績▲32」は、▲12ポイント悪化。
- ③ 前年同期(2019年5-8月期)実績+15との比較
「前年同期実績+15」に比べ、「今期実績▲32」は、▲47ポイント悪化。
- ④ 「グラフ」に示した約13年41期実績での位置づけ
2008年5-8月期▲36、2009年1-4月期▲33に次ぐ、低水準。

(4) 「来期予測▲24」の詳細評価

- ① 今期実績▲32との比較
「今期実績▲32」に比べ、「来期予測▲24」は、+8ポイント改善。
- ② 前回調査時の今期に対する予測：▲51との比較
今期に対する「予測▲51」に比べ、「来期予測▲24」は、+27ポイント改善。
- ③ 前年同期(2019年5月～8月期)に対する予測+13との比較
「前年同期に対する予測+13」に比べ、「来期予測▲24」は、▲37ポイント悪化。
- ④ 「グラフ」に示した約13年41期実績での位置づけ
前回調査時の2020年5-8月期▲51、2009年1-4月期▲45、2009年5-8月期▲44等と比べ、「来期予測▲24」は、「極端な悪化懸念からは脱した」と言える。

2. 「業種別」の横断的分析（「どの業種が比較的「良好」か」という分析）

（1）業況（以下 事業所向けサービス業を「事サ」、個人向けサービス業を「個サ」という）

業種	全体	製造業	建設業	卸売業	小売業	事サ	個サ
今期	▲32	▲80	▲5	▲33	+14	▲26	▲48
来期	▲24	▲67	+14	▲67	+14	▲14	▲41

・今期、来期ともに、建設業、小売業、事サの3業種が、全体より良好（青い数字）。今期、来期ともに、製造業、卸売業、個サが、全体を下回った（赤い数字）

・来期、小売業に加えて、建設業でプラス領域に入る予測。

・気掛かりは、卸売業の来期予測、6業種中唯一、今期比大幅マイナス。

（2）①売上

業種	全体	製造業	建設業	卸売業	小売業	事サ	個サ
今期	▲34	▲67	▲27	▲11	+14	▲23	▲56
来期	▲22	▲67	+14	▲44	+29	▲11	▲44

②収益

業種	全体	製造業	建設業	卸売業	小売業	事サ	個サ
今期	▲36	▲73	▲18	▲11	±0	▲29	▲56
来期	▲26	▲47	▲14	▲44	+14	▲17	▲41

③資金繰り

業種	全体	製造業	建設業	卸売業	小売業	事サ	個サ
今期	▲1	▲33	+14	±0	+57	+3	▲15
来期	▲7	▲40	+14	▲11	+43	▲3	▲22

- ・上記3つの表中「全体」を通観・比較すると、③資金繰りの「今期▲1」「来期▲7」は、①売上②収益に比べ、マイナスではあるものの±0に近いかなり良好な数値である。
- ・③資金繰りにつき、全業種を通観・比較すると、どの業種も、①売上②収益に比べ、少なくとも「悪化の度合いが小さい」。
- ・小売業は、売上、収益、資金繰り全て良好で、来期業況+14に結びついた。
- ・建設業は、収益を除く、売上、資金繰りが良好で、やはり来期業況+14に結びついた。

3. 2007年以降の全体業況判断DIの推移表

年	1-4月	5-8月	9-12月	年3期平均値
2007	▲5(+3)	▲11(▲6)	▲19(▲18)	▲11.7(▲7)
2008	▲26(▲21)	▲36(▲25)	▲28(▲9)	▲30.0 (▲18.3)
2009	▲33(▲7)	▲29(+7)	▲29(▲1)	▲30.3(▲0.3)
2010	▲1(+32)	▲22(+7)	▲7(+22)	▲10.0 (+20.3)
2011	▲13(▲12)	▲13(+9)	+7 (+14)	▲6.3 (+3.7)
2012	+19(+27)	▲6(+7)	+4 (▲3)	+5.7 (+12.0)
2013	+8(▲11)	+16 (+10)	+26 (+22)	+16.7 (+11.0)
2014	+24(+16)	+9 (▲7)	+6 (▲20)	+13.0 (▲3.7)
2015	+12(▲12)	+5 (▲4)	+24 (+18)	+13.7 (+0.7)
2016	+11(▲1)	+12(+7)	+15(▲9)	+12.7 (▲1.0)
2017	+24(+13)	+12(±0)	+30(+15)	+22.0 (+10.0)
2018	+12(▲12)	+5(▲7)	+26(▲4)	+14.3 (▲7.7)
2019	+21(+9)	前年同期+15(+10)	+17(▲9)	+17.7 (+3.4)
2020	前期▲20(▲41)	今期▲32(▲47)	来期予測▲24(▲41)	—

※ () の数字は、前年同期比の増減

<p>・「前年同期比」実績は、2019年9-12月期、前期（2020年1-4月期）、そして今期（同年5-8月期）と3期連続の悪化。「前期比」実績も、前期、今期と連続悪化。</p> <p>・2020年の全3期は、来期予測も含め、すべて前年同期比▲40超となっており、これまで経験したことのない未曾有の事態である。</p> <p>・リーマンショック前後の景気の「底」は、2007年9-12月期から2009年9-12月期まで約2年間続いており、複数のベテラン分析委員から、「来年以降、更に一段厳しい局面もありうる」と、戒めの言葉があった。</p>
--

4. 前回調査より取り入れた「今期売上実感」と「来期売上予測」について

本報告では、「売上減少」を選択した企業の割合を取り上げる。

○「今期売上実感（前年同期比）」について

「売上減少」とした割合 前回調査 47.4%→今回 70.1% (22.7%増)

○「来期売上予測（今期比）」について

「売上減少」とした割合 前回調査 62.8%→今回 44.2% (18.6%減)

以上より、全体「売上」のDI値推移（前期▲27→今期▲34→来期▲22）から読み取れる「今回売上実績は非常に厳しかったが、来期は改善する」という意味で両指標一致している。

概 要

○経営上の問題点

別添資料の通り。1位は「売上の減少」、2位に「従業員の不足」が上昇、TOP3に復帰、3位は「受注競争の激化」。「価格競争の激化」は4位で、TOP3から外れた。

○経営上の力点

別添資料の通り。1位、2位は変わらず「付加価値の増大」、「新規受注（顧客）の確保」の順、3位は、前回6位グループの「新規事業の展開」が急上昇。以下「社員教育」、「財務体質の強化」・「得意分野の絞り込み」の順となった。前回述べた、「景況悪化予測の下、経営維持・安定志向が高まり」に加え、上記下線部2か所に着目すると、新たに「積極策の模索」がなされていると推測される。

○新型コロナ自粛等の影響についての経営判断

別添資料の通り。

- ① 資金余裕度「今逼迫している」前回4%→今回3%、雇用維持「既に休業、解雇等検討実施」2%→2%、当面の売上「既に売上減少となっている」29.7%→30.4%、当面の税負担「全く税負担できない」3%→0.9%。これら「深刻な」選択肢を選んだ割合は、売上では微増しているが、その他では同じ又は微減している。
- ② 資金余裕度「1年程度先まで見通しがある」前回31.7%→今回49.6%、雇用維持「1年程度以上維持できる」44.6%→62.6%、当面の売上「1年程度以上維持できる」21.8%→26.1%、当面の税負担「十分負担していける」24.8%→34.8%。これらの「比較的余裕のある」選択肢を選んだ企業の割合が、すべての設問で前回から増加した。

○新型コロナ禍の今、自社及び周辺の実情、変化、将来見通し、決意、提言等について

多数の実情等を記載頂けたので、別添資料をご覧ください。業界ごとの厳しい実情への言及あり、個別に重点を置いている積極策の紹介あり、大変参考になりますので、皆様ご一覽頂ければ幸いです。

○オンライン会議サービスの利用状況について

別添資料の通り。77.9%が利用（うちZoomが66.4%）という利用状況であった。

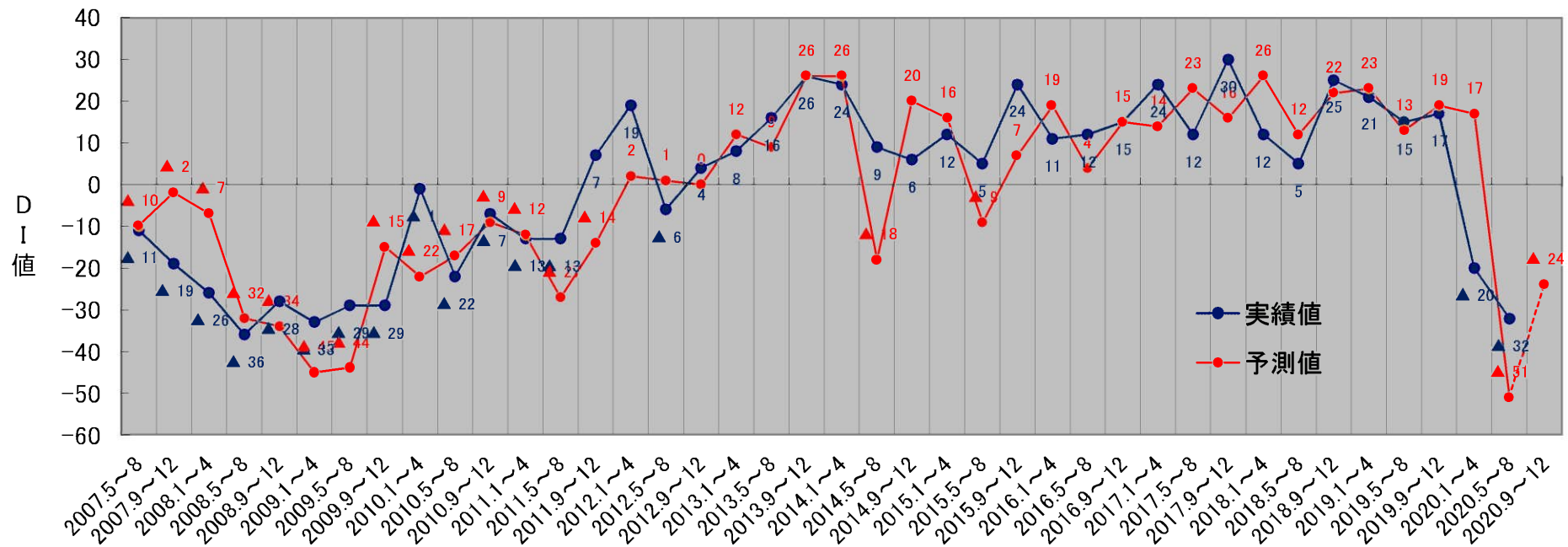
1. 対象企業 鹿児島県中小企業家同友会会員企業（463社）
2. 対象期間 2020年5月～8月期実績、2020年9月～12月見通し
3. 調査方法 FAX
4. 回答企業数 115社より回答を得た（回答率24.8%）

※回答企業数100社以上は、第53回調査以降5回連続です。

ご協力を頂いた会員の皆様に感謝いたしますとともに、次回以降もご協力お願い致します。

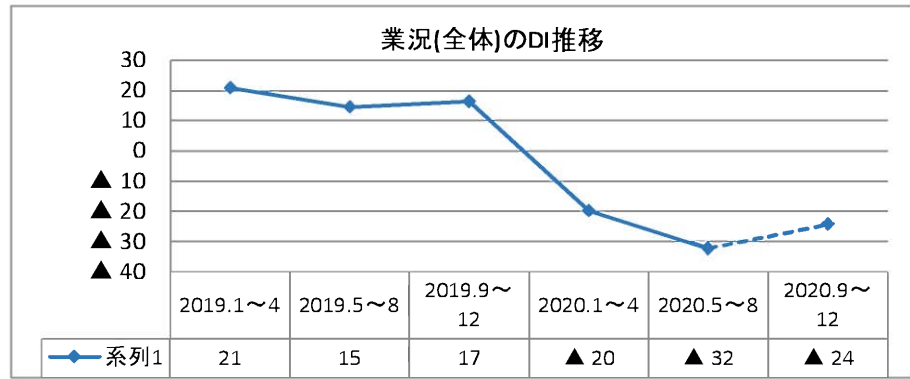
（なお、今回当分析も、密を避けるため、引続きZoomによる「リモート会議」形式で実施した）

全体業況グラフ(実績値と予測値)

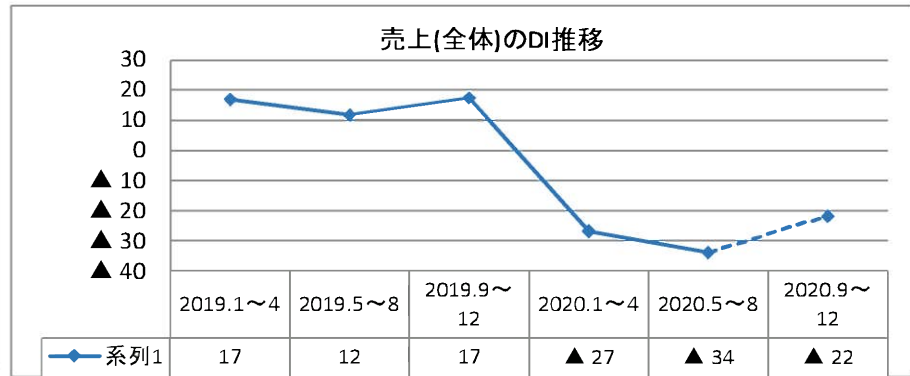


全体

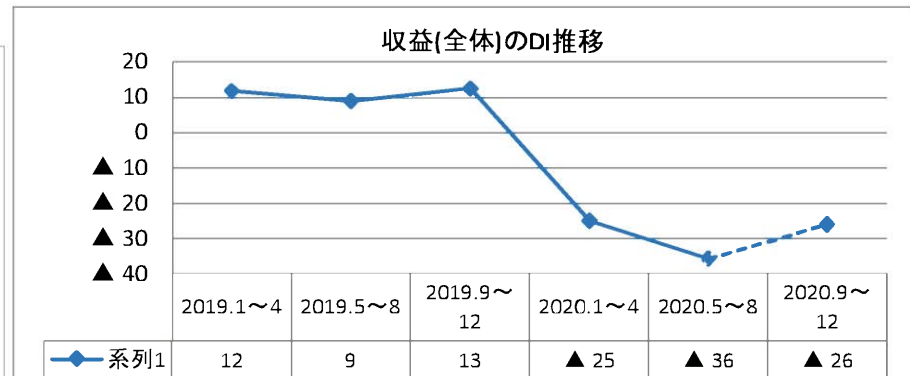
今期の業況は「良い」16.5%、「変わらず」34.8%、「悪い」48.7%でD.I.▲32.2となっております、下降しました。
来期の業況はD.I.▲24.4と今期並みの見通しです。



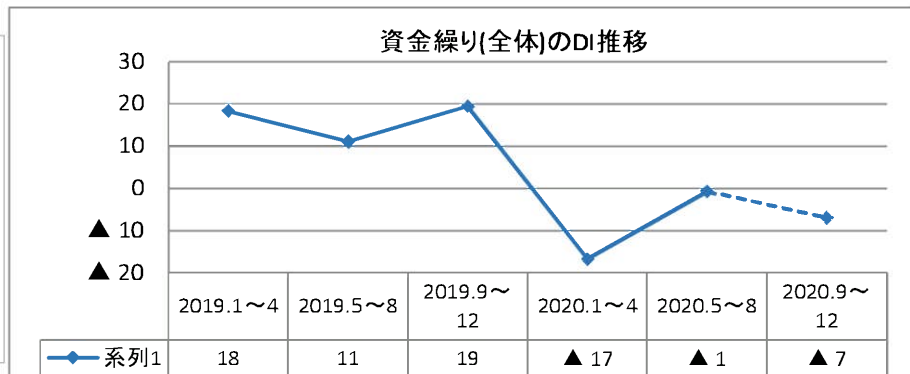
今期の売上は「良い」17.4%、「変わらず」31.3%、「悪い」51.3%でD.I.▲33.9となっております、前期並みでした。
来期の売上はD.I.▲21.7と今期と比べ上昇する見通しです。



今期の収益は「良い」14.8%、「変わらず」34.8%、「悪い」50.4%でD.I.▲35.7となっております、下降しました。
来期の収益はD.I.▲26.1と今期並みの見通しです。

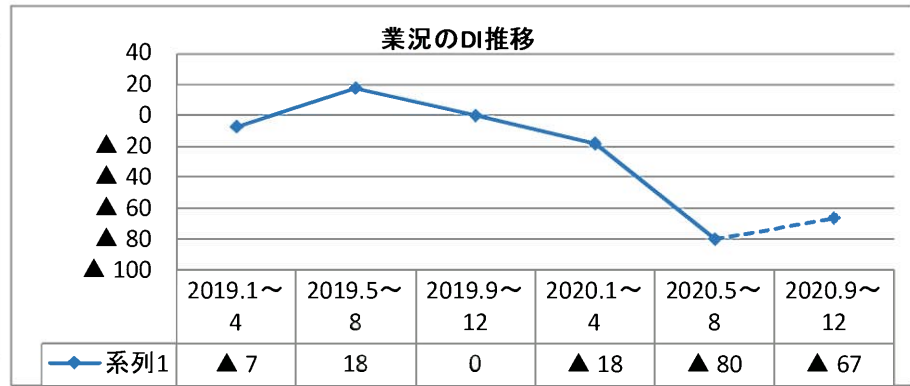


今期の資金繰りは「良い」19.1%、「変わらず」60.9%、「悪い」20.0%でD.I.▲0.9となっております、上昇しました。
来期の資金繰りはD.I.▲7.0と今期並みの見通しです。

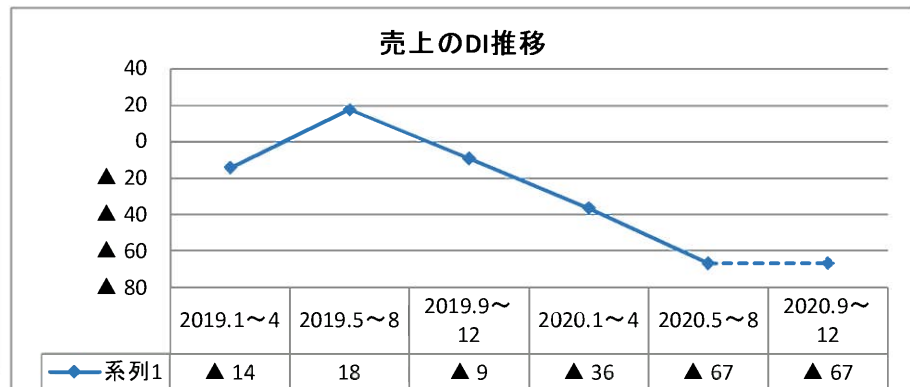


製造業

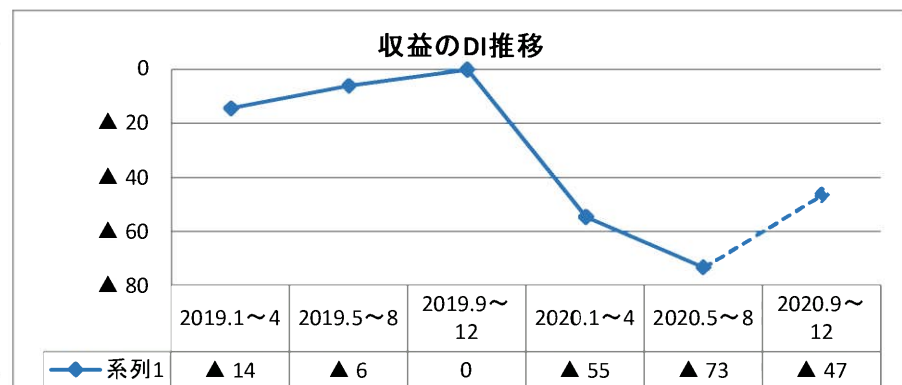
今期の況は「良い」6.7%、「変わらず」6.7%、「悪い」86.6%でD.I.▲80.0となっており、非常に大きく下降しました。来期の業況はD.I.▲66.7と上昇する見通しです。



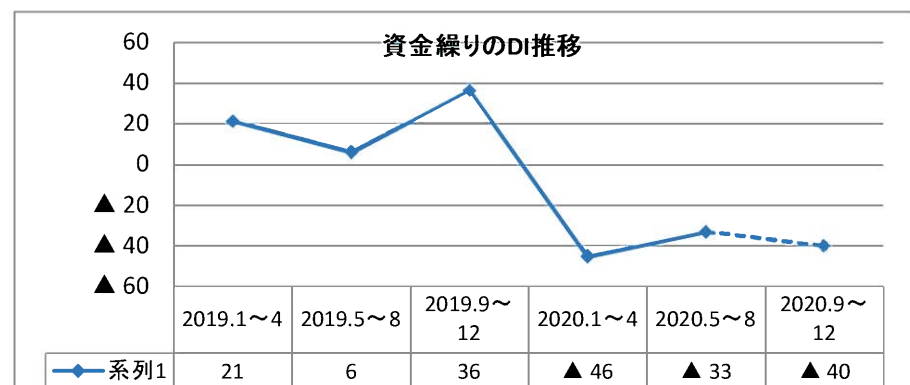
今期の売上は「良い」6.7%、「変わらず」20.0%、「悪い」73.3%でD.I.▲66.7となっており、前期に比べ非常に大きく下降しました。来期の売上はD.I.▲66.7と今期並みの見通しです。



今期の収益は「良い」6.7%、「変わらず」13.3%、「悪い」80.0%でD.I.▲73.3となっており、今期に比べ下降しました。来期の収益はD.I.▲46.7と大きく上昇する見通しです。

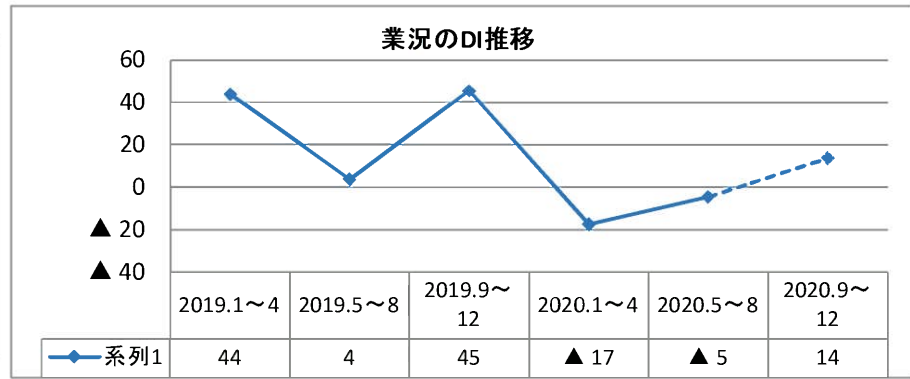


今期の資金繰りは「良い」13.3%、「変わらず」40.0%、「悪い」46.7%でD.I.▲33.3となっており、前期に比べ上昇しました。来期の資金繰りはD.I.▲40.0と今期並みの見通しです。

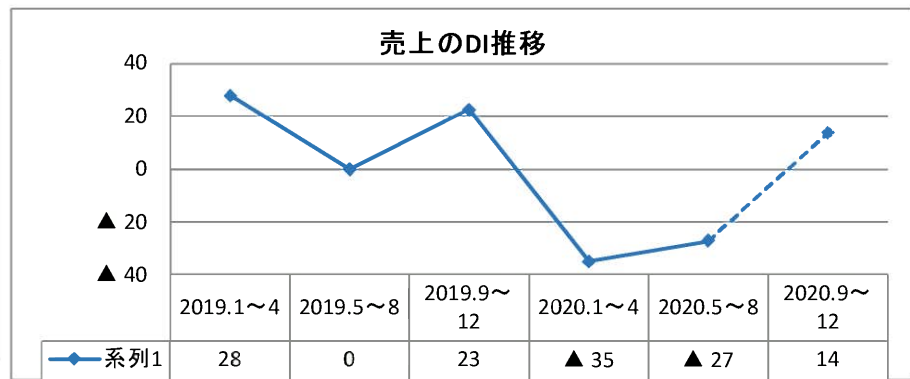


建設業

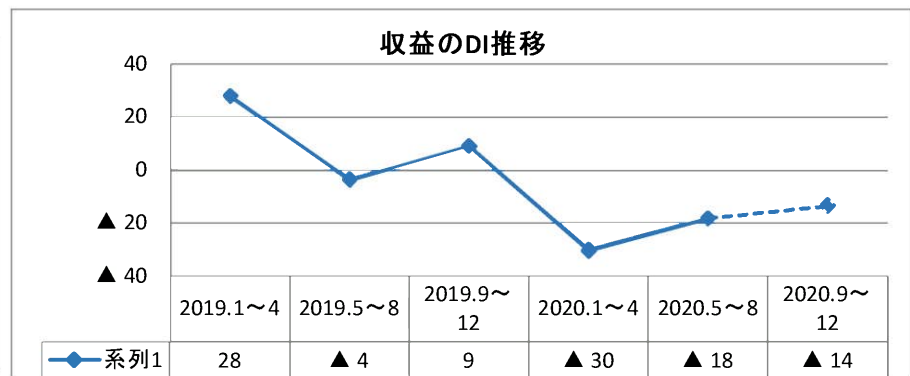
今期の業況は「良い」22.7%、「変わらず」50.0%、「悪い」27.3%でD.I.▲4.6となっており、前期に比べ上昇しました。来期の業況はD.I.13.6と上昇する見通しです。



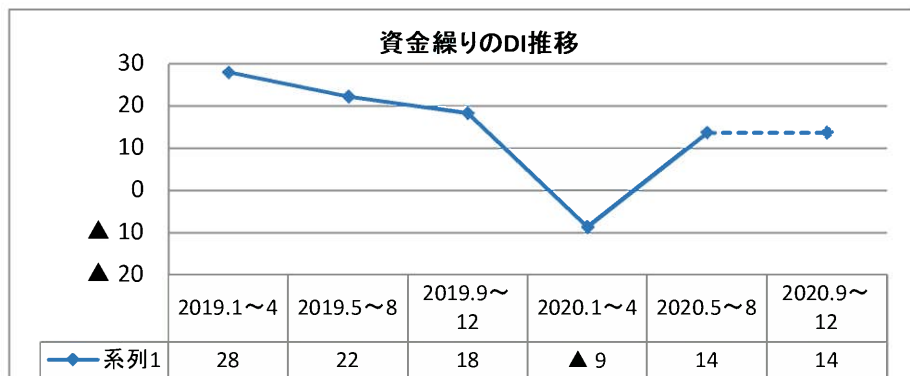
今期の売上は「良い」13.6%、「変わらず」45.5%、「悪い」40.9%でD.I.▲27.3となっており、今期並みでした。来期の売上はD.I.13.6と非常に大きく上昇する見通しです。



今期の収益は「良い」18.2%、「変わらず」45.5%、「悪い」36.3%でD.I.▲18.2となっており、前期と比べて上昇しました。来期の収益はD.I.▲13.6と今期並みの見通しです。

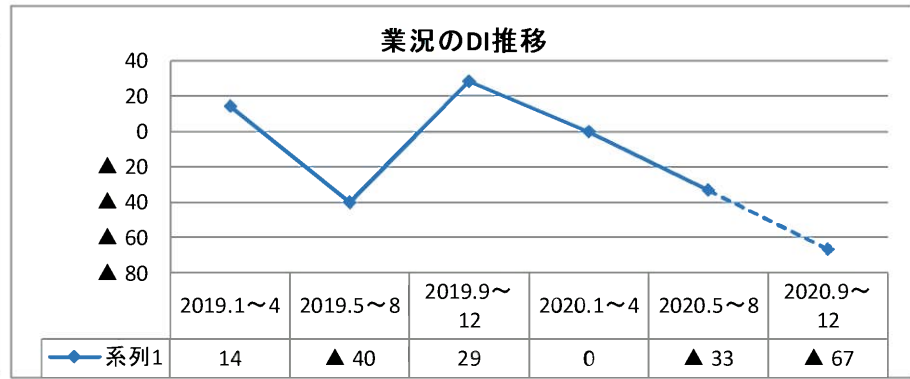


今期の資金繰りは「良い」22.7%、「変わらず」68.2%、「悪い」9.1%でD.I.13.6となっており、大きく上昇しました。来期の資金繰りはD.I.13.6と今期並みの見通しです。

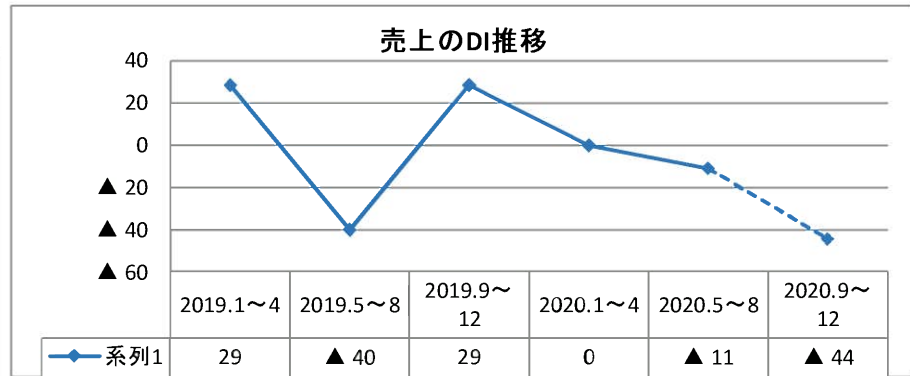


卸売業

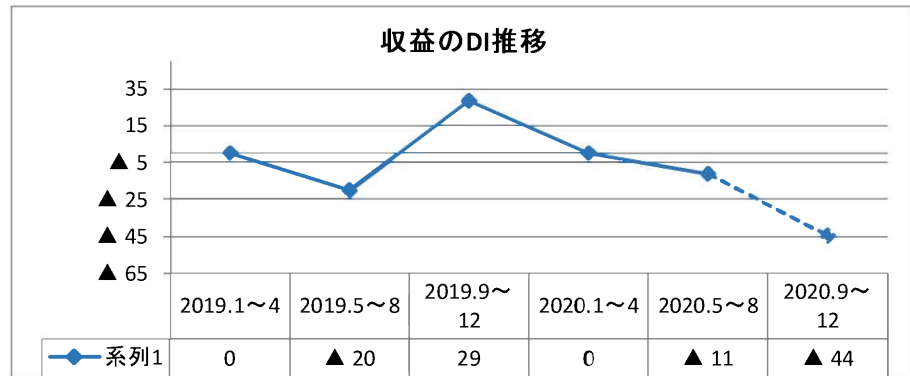
今期の業況は「良い」22.2%、「変わらず」22.2%、「悪い」55.6%でD.I.▲33.3となっており、前期に比べ非常に大きく下降しました。
来期の業況はD.I.▲66.7と非常に大きく下降する見通しです。



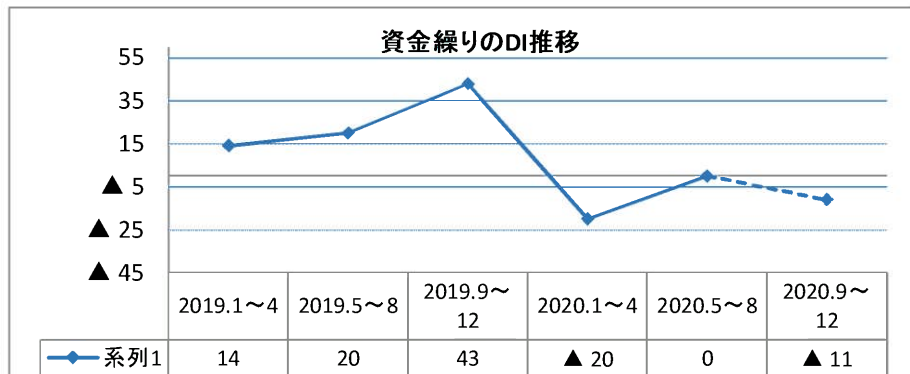
今期の売上は「良い」33.3%、「変わらず」22.2%、「悪い」44.5%でD.I.▲11.1となっており、前期に比べ下降しました。
来期の売上はD.I.▲44.4と非常に大きく下降する見通しです。



今期の収益は「良い」33.3%、「変わらず」22.2%、「悪い」44.5%でD.I.▲11.1となっており、前期に比べ下降しました。
来期の収益はD.I.▲44.4と非常に大きく下降する見通しです。

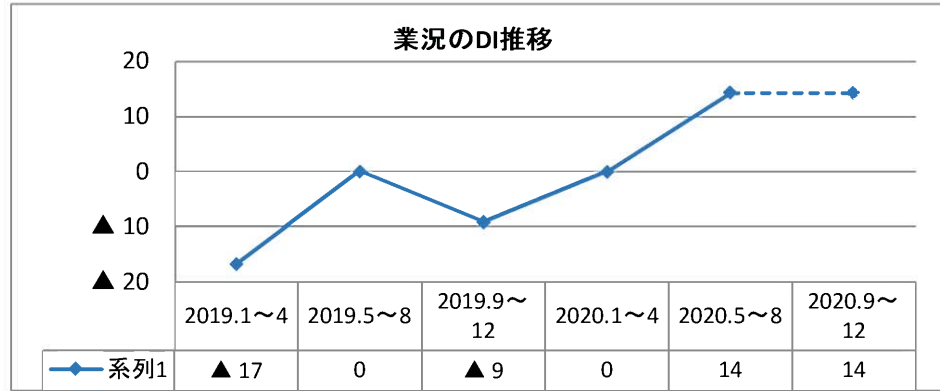


今期の資金繰りは「良い」11.1%、「変わらず」77.8%、「悪い」11.1%でD.I.0となっており、前期に比べ大きく上昇しました。
来期の資金繰りはD.I.▲11.1と下降する見通しです。

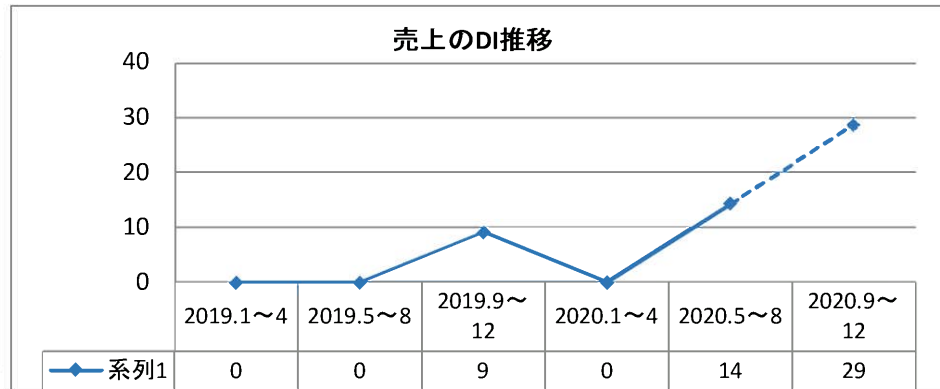


小売業

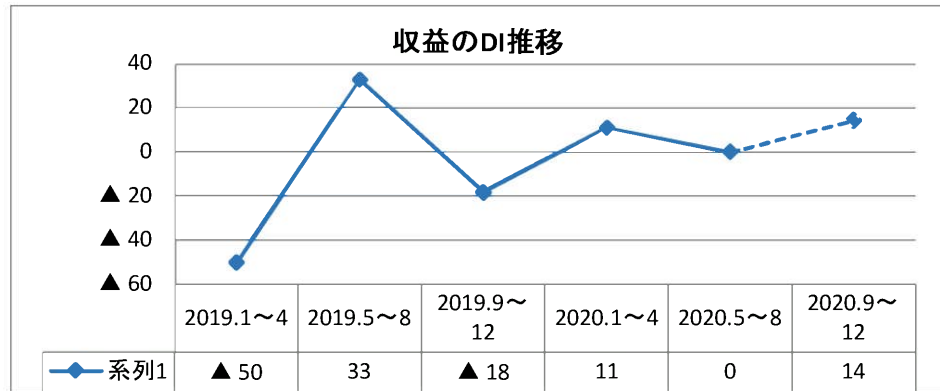
今期の業況は「良い」42.8%、「変わらず」28.6%、「悪い」28.6%でD.I.14.3となっており、今期に比べ上昇しました。来期の業況はD.I.14.3と今期並みの見通しです。



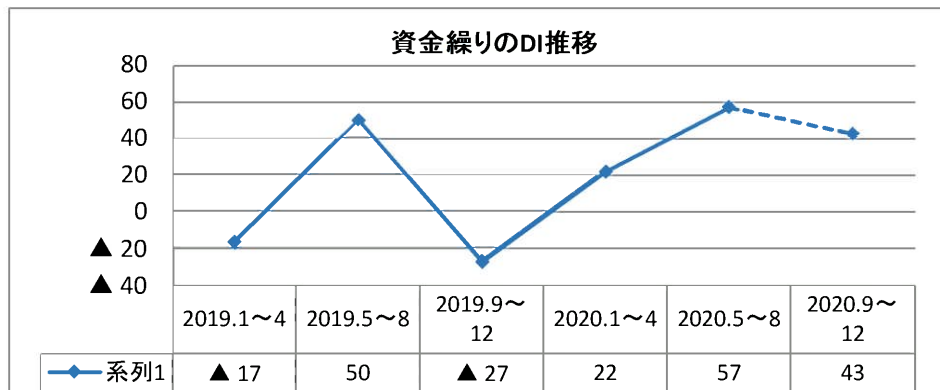
今期の売上は「良い」57.1%、「変わらず」0%、「悪い」42.9%でD.I.14.3となっており、今期に比べ上昇しました。来期の売上はD.I.28.6と上昇する見通しです。



今期の収益は「良い」28.6%、「変わらず」42.8%、「悪い」28.6%でD.I.0となっており、前期に比べ下降しました。来期の収益はD.I.14.3と上昇する見通しです。



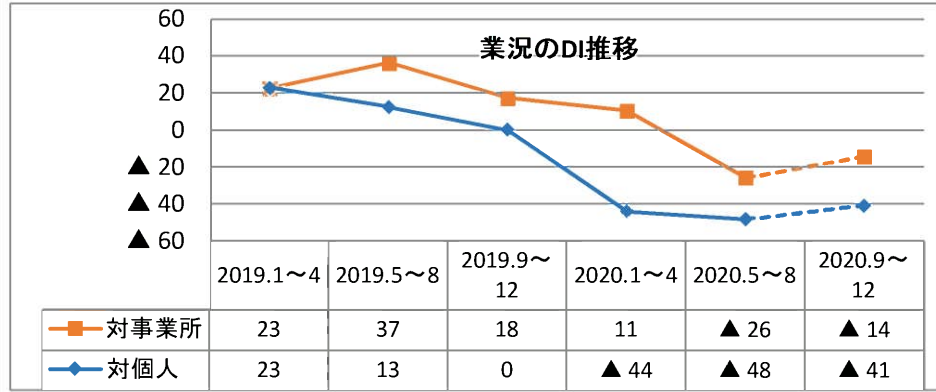
今期の資金繰りは「良い」71.4%、「変わらず」14.3%、「悪い」14.3%でD.I.57.1となっており、前期に比べ非常に大きく上昇しました。来期の資金繰りはD.I.42.9と下降する見通しです。



サービス業

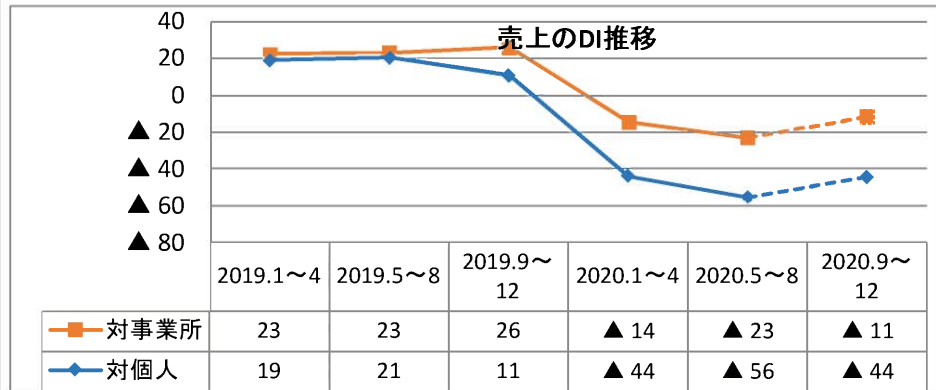
今期の対事業所向けの業況は「良い」17.1%、「変わらず」40.0%、「悪い」42.9%でD.I.▲25.7となっており、非常に大きく下降しました。来期の業況はD.I.▲14.3と上昇する見通しです。

今期の対個人向けの業況は「良い」7.4%、「変わらず」37.0%、「悪い」55.6%でD.I.▲48.2となっており、今期並みでした。来期の業況はD.I.▲40.7と今期並みの見通しです。



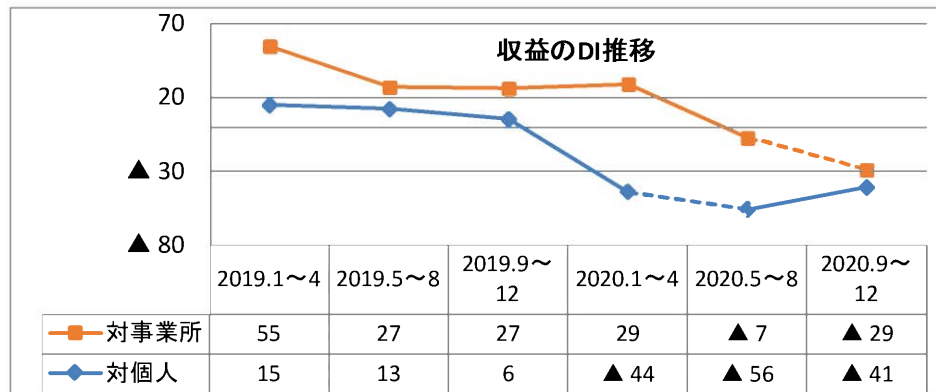
今期の対事業所向けの売上は「良い」22.9%、「変わらず」31.4%、「悪い」45.7%でD.I.▲22.9となっており、今期に比べ下降しました。来期の売上はD.I.▲11.4と上昇する見通しです。

今期の対個人向けの売上は「良い」3.7%、「変わらず」37.0%、「悪い」59.3%でD.I.▲55.6となっており、下降しました。来期の売上はD.I.▲44.4と今期並みの見通しです。



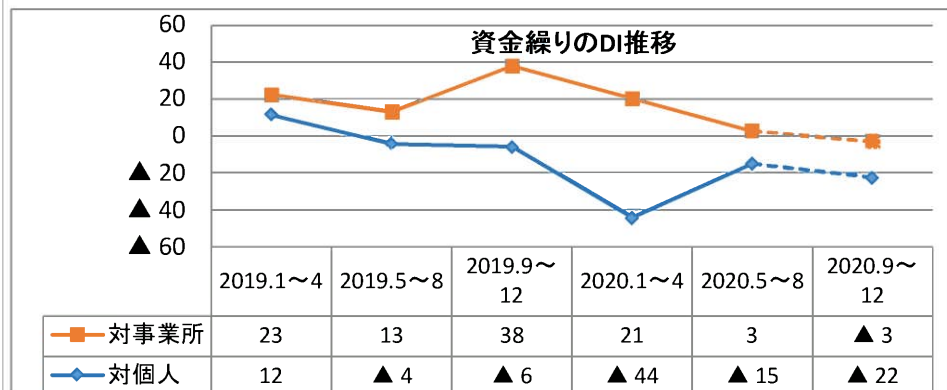
今期の対事業所向けの収益は「良い」17.1%、「変わらず」37.2%、「悪い」45.7%でD.I.▲28.6となっており、非常に大きく下降しました。来期の収益はD.I.▲17.1と大きく下降する見通しです。

今期の対個人向けの収益は「良い」3.7%、「変わらず」37.0%、「悪い」59.3%でD.I.▲55.6となっており、今期と比べ下降しました。来期はD.I.▲40.7と上昇する見通しです。



今期の対事業所向けの資金繰りは「良い」17.1%、「変わらず」68.6%、「悪い」14.3%でD.I.2.9となっており、前期と比べ大きく下降しました。来期の資金繰りはD.I.2.9と今期並みの見通しです。

今期の対個人向けの資金繰りは「良い」11.1%、「変わらず」63.0%、「悪い」25.9%でD.I.▲14.8となっており大きく上昇しました。来期はD.I.▲22.2と今期並みの見通しです。

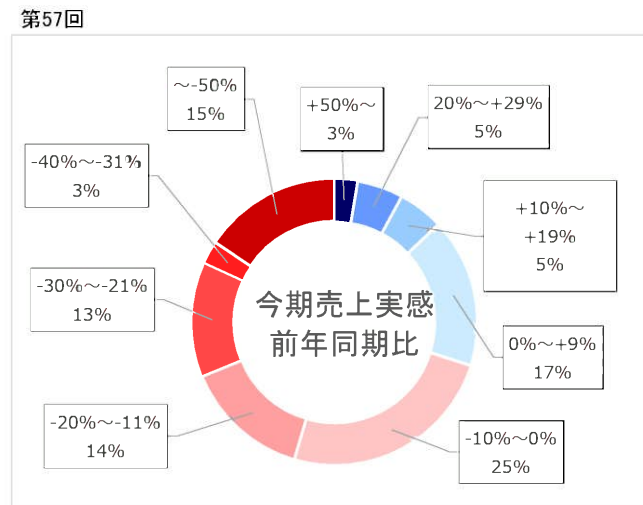
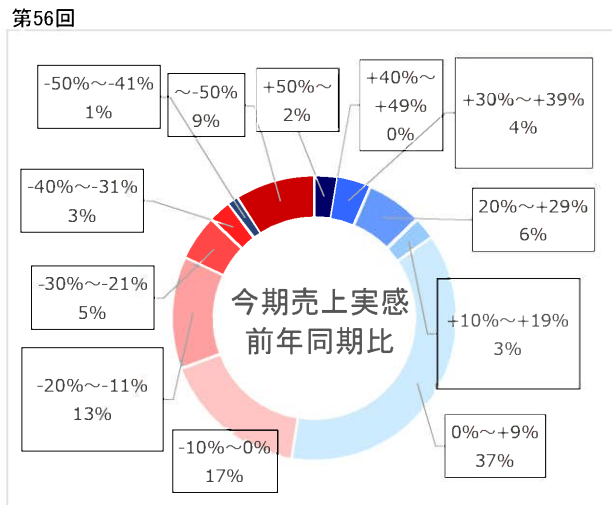


今期売上実感と来期売上予測

今期売上実感前年同期比

第56回	軒数	シェア
+50%~	2	2.6%
+40%~+49%	0	0.0%
+30%~+39%	3	3.8%
20%~+29%	5	6.4%
+10%~+19%	2	2.6%
0%~+9%	29	37.2%
-10%~0%	13	16.7%
-20%~-11%	10	12.8%
-30%~-21%	4	5.1%
-40%~-31%	2	2.6%
-50%~-41%	1	1.3%
~-50%	7	9.0%

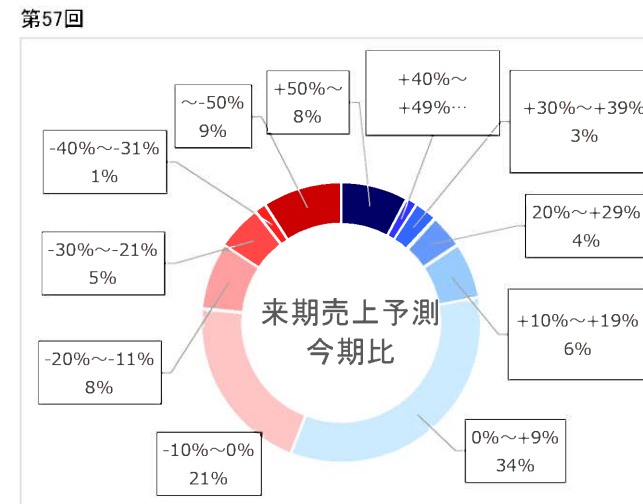
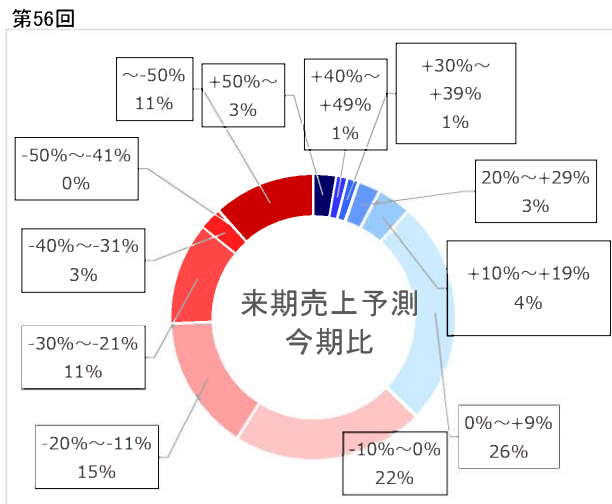
第57回	軒数	シェア
+50%~	2	2.6%
+40%~+49%	0	0.0%
+30%~+39%	0	0.0%
20%~+29%	4	5.2%
+10%~+19%	4	5.2%
0%~+9%	13	16.9%
-10%~0%	19	24.7%
-20%~-11%	11	14.3%
-30%~-21%	10	13.0%
-40%~-31%	2	2.6%
-50%~-41%	0	0.0%
~-50%	12	15.6%



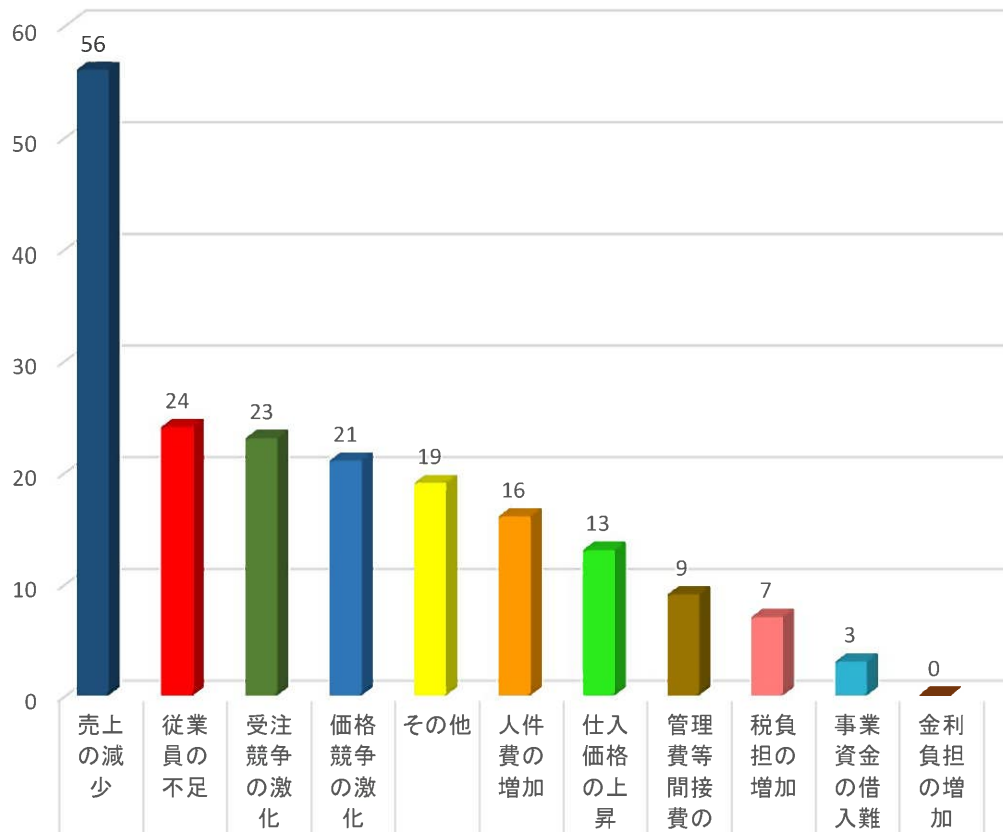
来期売上予測今期比

第56回	軒数	シェア
+50%~	2	2.6%
+40%~+49%	1	1.3%
+30%~+39%	1	1.3%
20%~+29%	2	2.6%
+10%~+19%	3	3.8%
0%~+9%	20	25.6%
-10%~0%	17	21.8%
-20%~-11%	12	15.4%
-30%~-21%	9	11.5%
-40%~-31%	2	2.6%
-50%~-41%	0	0.0%
~-50%	9	11.5%

第57回	軒数	シェア
+50%~	6	7.8%
+40%~+49%	1	1.3%
+30%~+39%	2	2.6%
20%~+29%	3	3.9%
+10%~+19%	5	6.5%
0%~+9%	26	33.8%
-10%~0%	16	20.8%
-20%~-11%	6	7.8%
-30%~-21%	4	5.2%
-40%~-31%	1	1.3%
-50%~-41%	0	0.0%
~-50%	7	9.1%



経営上の問題点



■ 件数	56	24	23	21	19	16	13	9	7	3	0
■ ウエイト	29.3%	12.6%	12.0%	11.0%	9.9%	8.4%	6.8%	4.7%	3.7%	1.6%	0.0%

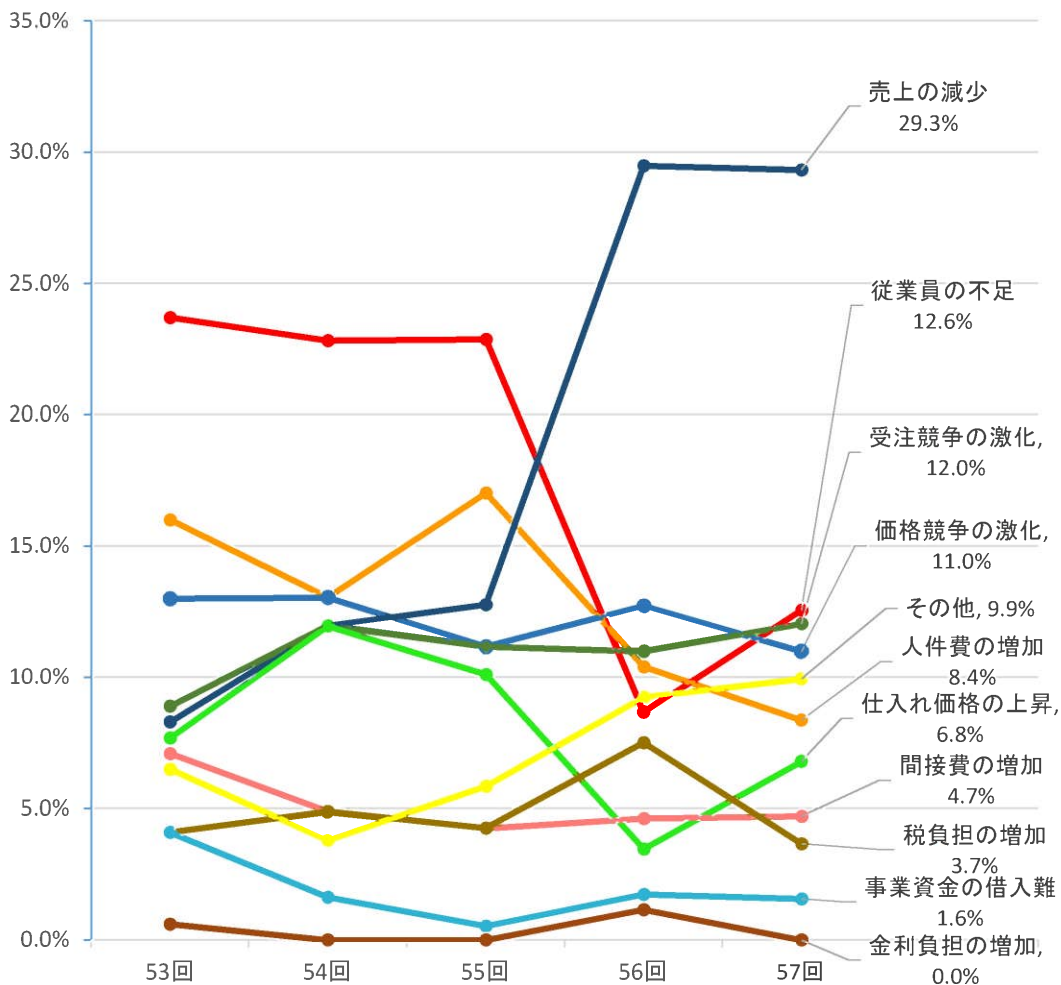
件数 ウエイト

売上の減少	56	29.3%
従業員の不足	24	12.6%
受注競争の激化	23	12.0%
価格競争の激化	21	11.0%
その他	19	9.9%
人件費の増加	16	8.4%
仕入価格の上昇	13	6.8%
管理費等間接費の増加	9	4.7%
税負担の増加	7	3.7%
事業資金の借入難	3	1.6%
金利負担の増加	0	0.0%

その他

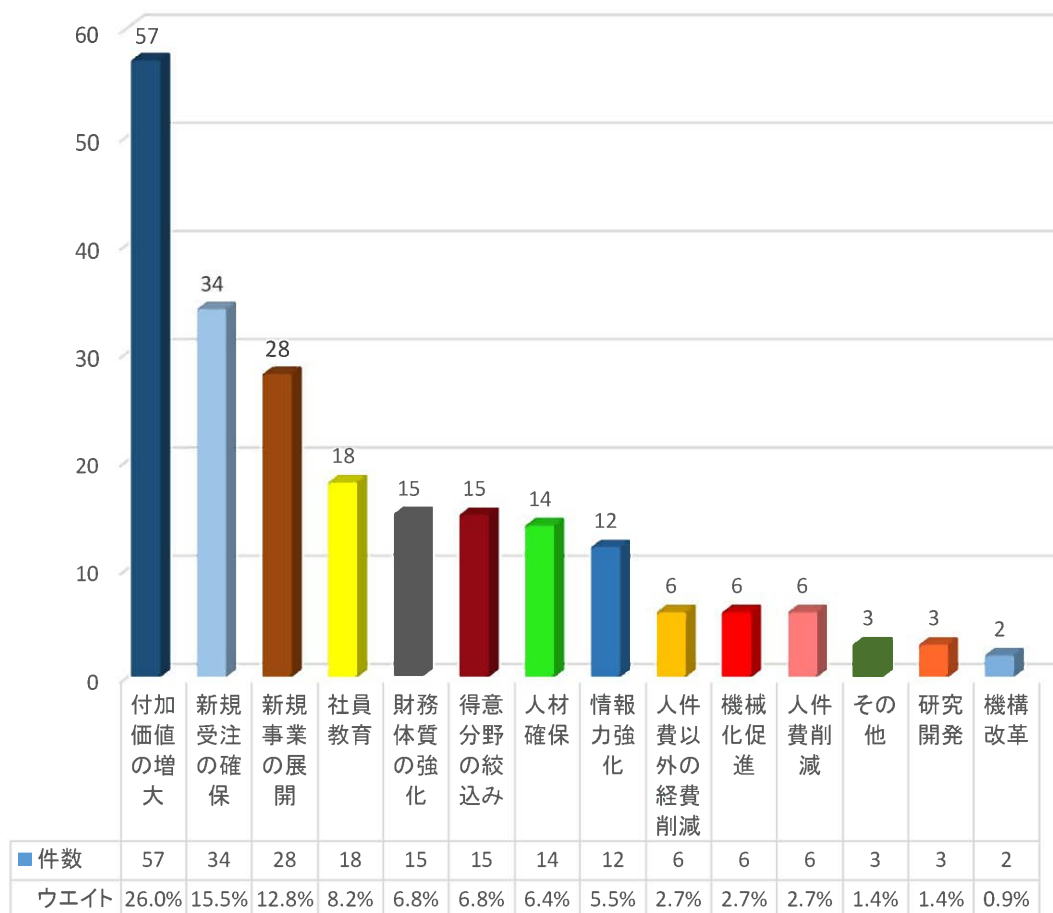
- ・仕入商品の納入遅延等
- ・社会保険料負担が大い。
- ・業務の効率化
- ・コロナによる仕事のストップ
- ・コロナの影響による機会損失
- ・金融緩和による金利の低金利化による業界への影響
- ・コロナの影響による機会損失
- ・レジ袋有料化による、売上商材の変動が不透明
- ・受注停滞
- ・社会情勢の変化
- ・不安定さ
- ・コロナの影響

経営上の問題点推移（景気動向調査第53回～57回）



	53回	54回	55回	56回	57回
従業員の不足	23.7%	22.8%	22.9%	8.7%	12.6%
人件費の増加	16.0%	13.0%	17.0%	10.4%	8.4%
価格競争の激化	13.0%	13.0%	11.2%	12.7%	11.0%
売上減少	8.3%	12.0%	12.8%	29.5%	29.3%
受注競争の激化	8.9%	12.0%	11.2%	11.0%	12.0%
仕入れ価格の上昇	7.7%	12.0%	10.1%	3.5%	6.8%
間接費の増加	7.1%	4.9%	4.3%	4.6%	4.7%
税負担の増加	4.1%	4.9%	4.3%	7.5%	3.7%
その他	6.5%	3.8%	5.9%	9.2%	9.9%
事業資金の借入難	4.1%	1.6%	0.5%	1.7%	1.6%
金利負担の増加	0.6%	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%

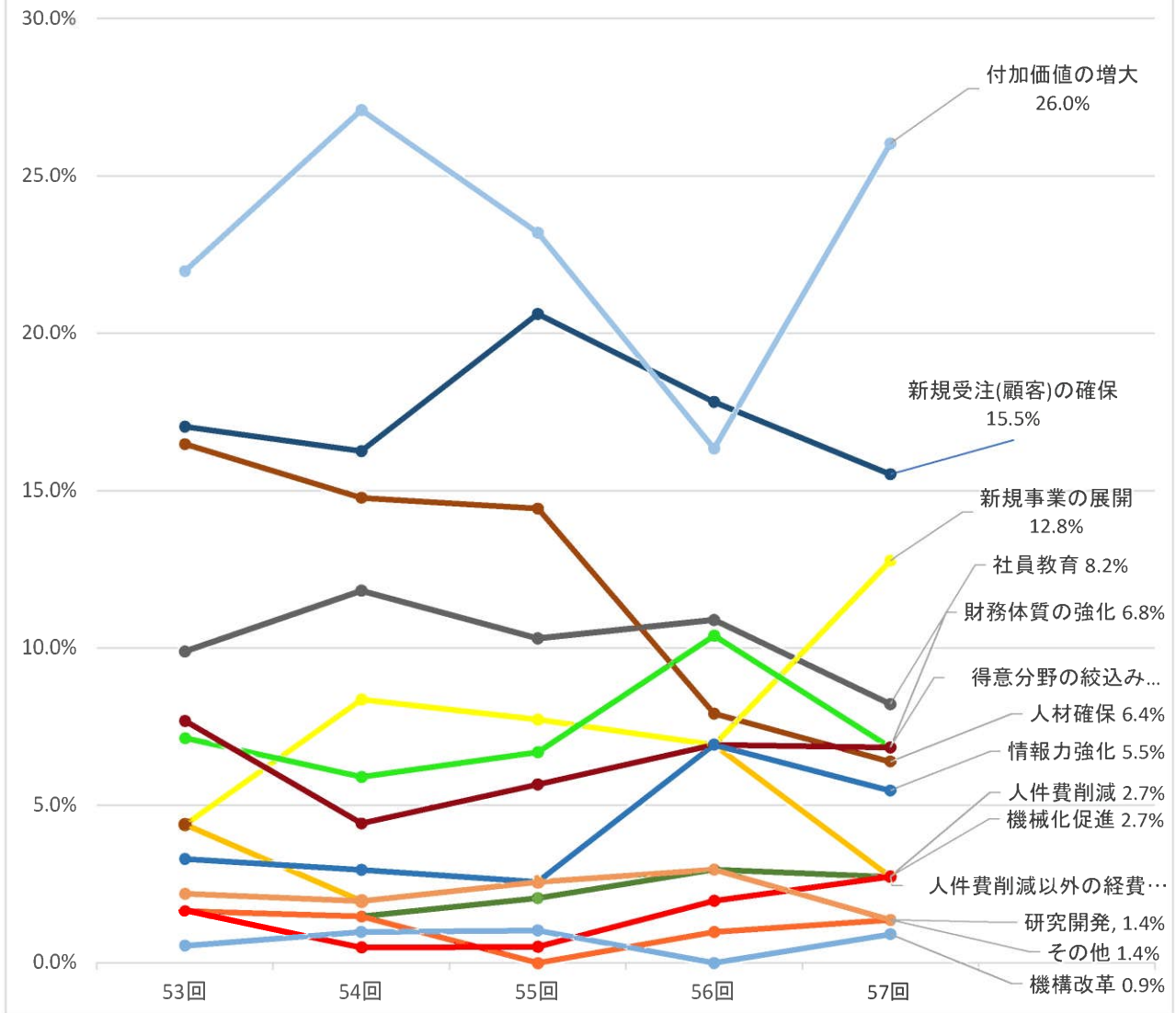
経営上の力点



	件数	ウエイト
付加価値の増大	57	26.0%
新規受注の確保	34	15.5%
新規事業の展開	28	12.8%
社員教育	18	8.2%
財務体質の強化	15	6.8%
得意分野の絞込み	15	6.8%
人材確保	14	6.4%
情報力強化	12	5.5%
人件費以外の経費削減	6	2.7%
機械化促進	6	2.7%
人件費削減	6	2.7%
その他	3	1.4%
研究開発	3	1.4%
機構改革	2	0.9%

- その他
- ・業務の効率化
 - ・既存顧客との関係強化

経営上の力点推移（景気動向調査53回～57回）



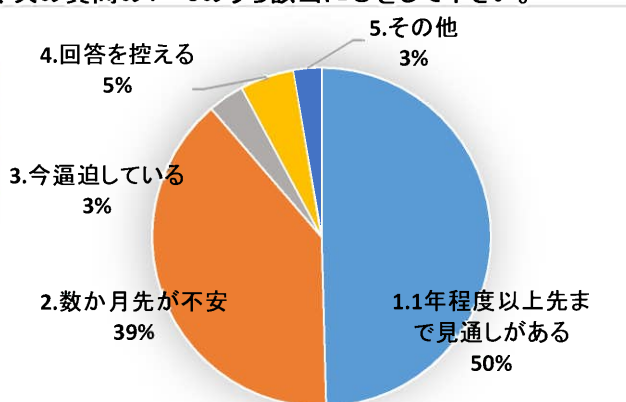
カテゴリー	53回	54回	55回	56回	57回
新規受注(顧客)の確保	17.0%	16.3%	20.6%	17.8%	15.5%
付加価値の増大	22.0%	27.1%	23.2%	16.3%	26.0%
人材確保	16.5%	14.8%	14.4%	7.9%	6.4%
社員教育	9.9%	11.8%	10.3%	10.9%	8.2%
新規事業の展開	4.4%	8.4%	7.7%	6.9%	12.8%
財務体質の強化	7.1%	5.9%	6.7%	10.4%	6.8%
得意分野の絞込み	7.7%	4.4%	5.7%	6.9%	6.8%
人件費削減以外の経費削減	4.4%	2.0%	2.6%	6.9%	2.7%
情報力強化	3.3%	3.0%	2.6%	6.9%	5.5%
機械化促進	1.6%	1.5%	2.1%	3.0%	2.7%
研究開発	1.6%	1.5%	0.0%	1.0%	1.4%
人件費削減	1.6%	0.5%	0.5%	2.0%	2.7%
その他	2.2%	2.0%	2.6%	3.0%	1.4%
機構改革	0.5%	1.0%	1.0%	0.0%	0.9%

新型コロナ自粛等の影響を受けて経営判断として、次の質問の1～5のうち該当に○をして下さい。

1. 資金余裕度について

1.1年程度以上先まで見通しがある	57	49.6%
2.数か月先が不安	45	39.1%
3.今逼迫している	4	3.5%
4.回答を控える	6	5.2%
5.その他	3	2.6%
	115	100.0%

【その他】

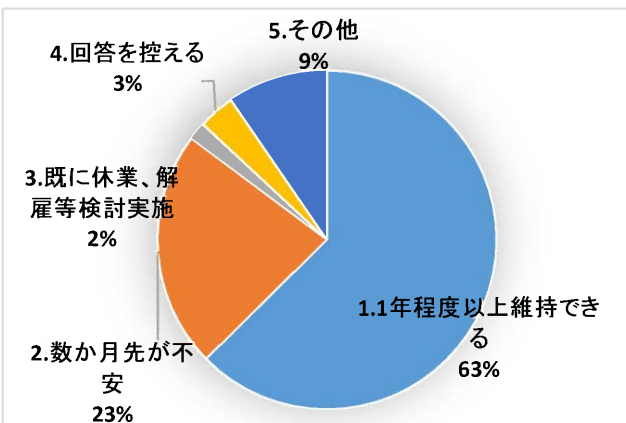


2. 雇用維持について

1.1年程度以上維持できる	72	62.6%
2.数か月先が不安	26	22.6%
3.既に休業、解雇等検討実施	2	1.7%
4.回答を控える	4	3.5%
5.その他	11	9.6%
	115	100.0%

【その他】

- ・雇用調整助成金を申請中
- ・ギリギリの人材で会社をまわしています。
- ・集客&受注が止まらなければ維持できる
- ・雇えない
- ・雇用していない

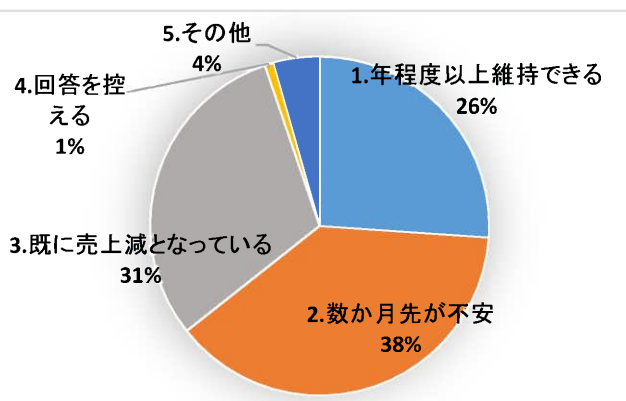


3. 当面の売上について

1.年程度以上維持できる	30	26.1%
2.数か月先が不安	44	38.3%
3.既に売上減となっている	35	30.4%
4.回答を控える	1	0.9%
5.その他	5	4.3%
	115	100.0%

【その他】

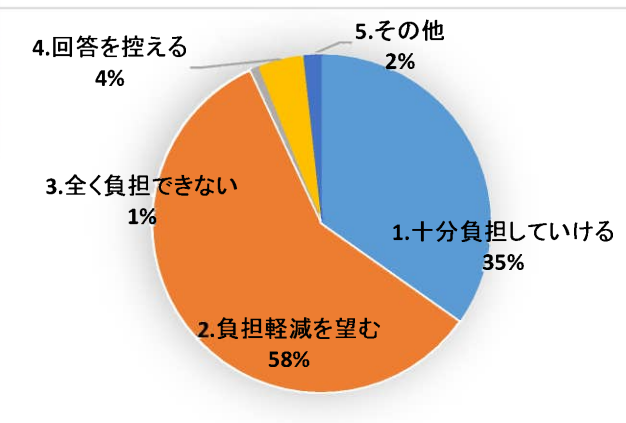
- ・入札のため売上については、不透明
- ・ウィズコロナの集客&受注に慣れてきたが、より改良は必要。



4. 当面の税負担について

1.十分負担していける	40	34.8%
2.負担軽減を望む	67	58.3%
3.全く負担できない	1	0.9%
4.回答を控える	5	4.3%
5.その他	2	1.7%
	115	100.0%

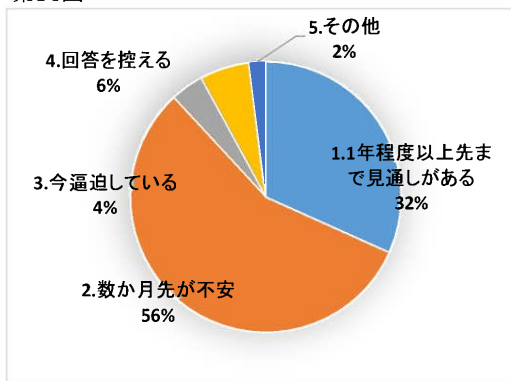
【その他】



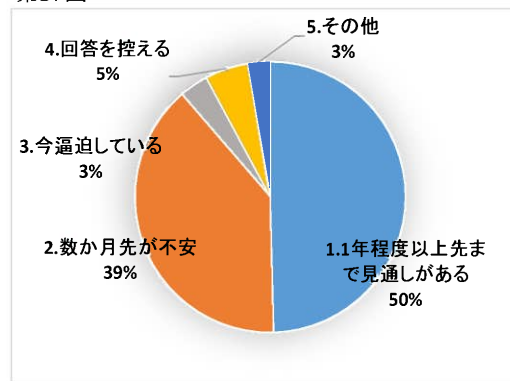
新型コロナ自粛等の影響を受けて経営判断 前期(第56回)比較

1 資金余裕度について

第56回

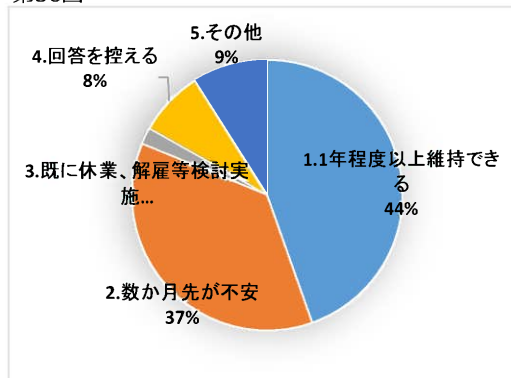


第57回

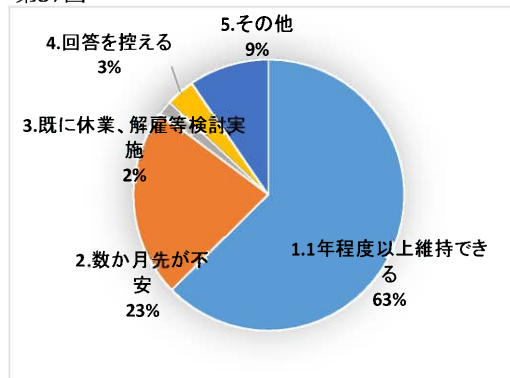


2 雇用維持について

第56回

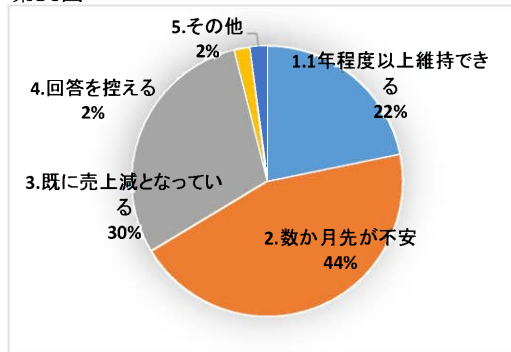


第57回

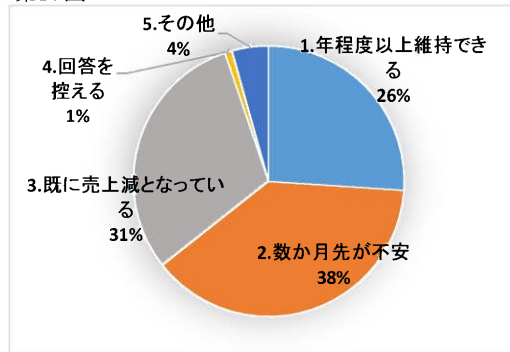


3 当面の売上について

第56回

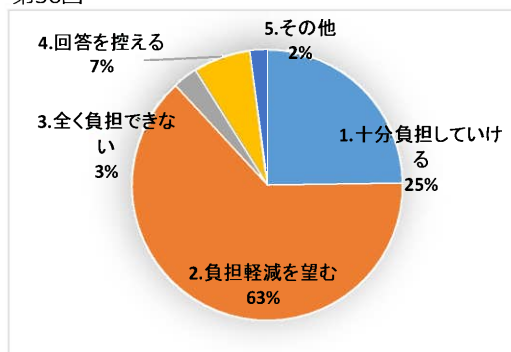


第57回

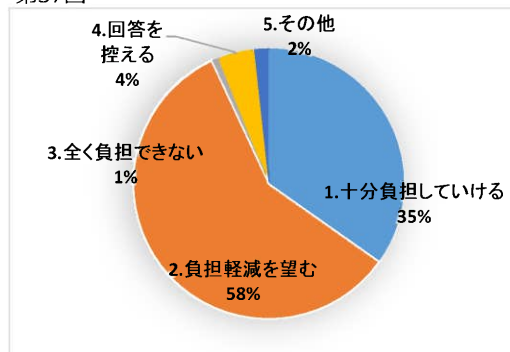


4 当面の税負担について

第56回



第57回

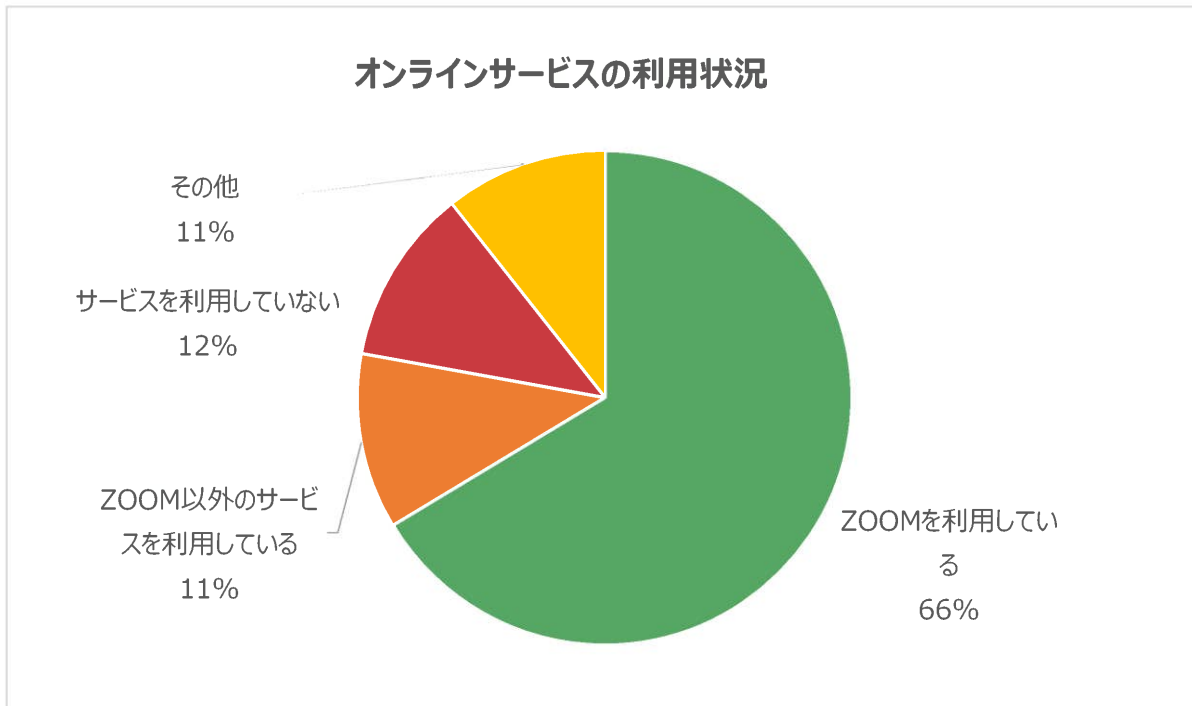


新型コロナ禍の今、自社及び周辺の実情、変化、将来見通し、決意、提言などお聞かせください。

- ・テレワークによる生産性、品質、環境の見極め要
- ・建設業においては現段階での大きな影響は見られないが、コロナ対策で大幅な支出の反動から、公共工事への投資は期待できない。民間においても、消費の落ち込みによる設備投資も期待できないことから、今後は厳しい状況になると思われる。 どのような状況においても、雇用を維持し、会社を発展させなければならないと痛感しており、新たな事業の柱を早急に作る必要がある。
- ・先行き見通しのたたない状況です。目の前の仕事を大切に丁寧に行うことだと思っています。
- ・メーカーからの商品が予定通り入荷してこないで、多少不安感がある。
- ・このコロナ禍で企業の実力が試される。人から必要とされる企業づくりを追求していきます。
- ・業界自体が抱えているペーパー化による売り上げ減少に加えてコロナ禍で、営業品目の軌道修正が、迫られている。用紙を情報用紙として活用のみでなく、新規活用を研究中である。現在BtoBの仕事が95%であるが、BtoCの仕事も拡大させたい。
- ・同業他社、衣料品関係の売り上げ減は大きい。 リモートワークなどスーツなど重衣料の需要に悪影響がありそうで、需要の回復は厳しいと思われる。
- ・自社も大変ですが、もっと飲食業・ホテル・サービス業等回復が見通せない状況で、早く通常通りに回復することを願います。
- ・アフターコロナを見据え、今出切る最大の仕掛けをする。
- ・人材教育と人材確保が必須 求人が多い今こそ採用したい
- ・コロナ関連商品の販売を行っている
- ・ゼロになることはないと思うが、様式の変化は免れないと思う。しかし、デジタル化は進むとはいえサービスに係る「人」は絶対的に必要と思う。この人をどう維持成長させていくかが問われていると思う。
- ・アフターコロナ、withコロナの方法について模索している状態
- ・補助金などの営業外収益にて黒字を確保している。新しい事業展開と社員教育が急務。
- ・来年度の公共工事の予算削減が心配です。
- ・雰囲気が変わってきている。経営者として生き残りのための思索をめぐらせ、何らかの動きを開始しておられる方が少なくない。希望が見える。
- ・ムリ、ムラ、ムタが明確化でき良点も。世界中で仕事、人生の進め方に変化。前向きに。
- ・コロナ禍はいずれ終わるのでしよう。その時のために、今は今出来ることを着実にやる。
- ・コロナ禍で経営環境が著しく変化する中、社員の健康・生命を守り、また働き方改革により職場環境を改善し、その中で会社を変革、発展させなければならない大変な時代である。これまで以上に経営者は、覚悟をもって経営にあたらなければならない。
- ・新規事業の模索中
- ・コロナで自宅待機になったら人手不足で会社が稼働できない不安があります。
- ・一年先に不安がある
- ・新規事業展開等に力を入れなければ、厳しい
- ・出来る対策を取りながら、なんとかプラス変換中、これを機に対お客様に対してもより生産性の高い集客&受注仕組の改良中
- ・増税の追い打ちとコロナのダブル痛手。下請け企業ですの、元請けの売り上げに頼っているのが現状です。なので下請けからの脱却。
- ・個人顧客の減少とそれら(不動産・建設)の月を追うことの売り上げ減少により、今後米中の貿易戦争・自主廃業と景気の変る悪化が予定される。
- ・リモート商談を視野に環境整備やツール作成の必要性を感じる
- ・自社の得意分野を活かした業務の拡大を図る。具体的には業務のオンライン化
- ・全国的に廃業を検討している会社が増えていると聞いている。大手は顧客の囲い込みを強化し、自社でも顧客に支えられている状況。こういう状況下でも利用していただけるお客様をより大事にした接客・サービスを強化していく。
- ・医療系のため、患者の動向がつかめない(受診控え)
- ・建築業界が落ち込んでいるわけではないので、コロナの影響というわけではない売り上げの減少です。体質改善に努めるばかりです。
- ・全世界の動向が心配ですが、今を考えます。
- ・耐えるだけでは、もう駄目だと思います。今だからこそ、動き出す勇気を。
- ・今後の経済状況変化
- ・通信市場は堅調だが、法人顧客の経営困窮によるマイナス影響の本格化は、今後危惧される。
- ・会合などで人とリアルで会う機会が殆どないため取引のきっかけがつかめない
- ・自社としても、お客様の安全は勿論の事、社員の健康と生活を守るべくまずは経営陣が意識立ち、健康管理・危機意識を絶えず共有しながら取り組んでいるところです。
- ・現状は目立っての悪影響はないが、数か月後～数年後の影響は避けられないため、中小企業に対して長期の政策を希望。
- ・研修事業において、上期はキャンセルが続き売上が減少した。予算を持っている公的機関については、下期に受注が集中している。付加価値の拡大や受注拡大を図り、今後の市場の変化を乗り越えていきたい。
- ・小規模になる傾向があり、1件単価がかなり少なくなっているため総売上で影響している
- ・マーケットが大きく変化している。今まで通りの発想では生き残れない。
- ・コロナ不安(行事の中止?)から来店が減っています。前向きに努めます。
- ・現状では当事業自体への大きな影響は出ていないが、顧客側が業種によって(特に飲食・接客関連)影響が出ている。今後、顧客の廃業や規模縮小などの動きによっては、当事業へも影響が懸念される。
- ・鹿児島県内における住宅取得意欲などのマインドは回復しつつある
- ・来客・訪問も控えている中での情報を掴む事が大事です。
- ・大きな変動はないものの、若干売上減少傾向にあるようだ。今後の見通しについては不透明。
- ・取引先に観光業(ホテル)を少し持っているので、影響を心配していましたが、直接的大打撃はありませんでした。しかし、相手の予算が下がるなどすると、今後じわじわと影響が出てくるかもしれません。取扱現場が県内あちこちに点在しているので、移動によるコロナ感染リスクは避けられず、万が一社員が感染して社内休業を余儀なくされることによる影響が心配です。ワクチンが開発されて、全員が接種できるような状態に早くなればよいと思います。
- ・コロナ後も以前のようなレベルまで回復するのは困難だと思う。本業に見切りをつけ、新規事業に力を入れていく!
- ・消費者の「食」への考え方が変化しつつあり、業界全体に変化が求められていると思います。
- ・内部体制の強化
- ・外部環境に即座に対応していかないと生き残れないという不安感がある
- ・明るい材料がないので皆さんの投資意欲、採用意欲が損なわれる
- ・コロナ禍で、必要な商品の販売(飛沫防止パネル等)
- ・マスクなど周りの情報は参考にしつつ、自社の今までしていることをたんとと仕事としてつなげています。
- ・来期以降の公共予算の減が懸念される
- ・昼がメインの飲食店の状況は当面、場合によっては今後ずっと現状と変わらないと考える。将来を見越してビジネスモデルの転換を図る必要がある。
- ・景気動向のどちらでも対応できる、市場にも合わせた商材ラインナップ、人材育成をしていきます。

オンライン会議サービスの利用状況をご回答ください。

ZOOMを利用している	75	66.4%
ZOOM以外のサービスを利用している	13	11.5%
サービスを利用していない	13	11.5%
その他	12	10.6%



その他

- ・ microsoft teams
- ・ 社外はzoom、社内はLINE
- ・ google meet, microsoft team
- ・ Teams
- ・ GoogleMeetを利用している。
- ・ LINE、Google Meet
- ・ 今は必要ない