

静岡県中小企業家同友会

『2020 下期・景況調査』結果報告(第 43 回)

最悪の状況を脱したかに見える日本経済

～今後はいまだ不透明・不確実～

前回調査以降、政府は新型コロナウイルスの感染状況を踏まえて対応を行ってきた。この間の景気動向を理解するべく、簡単に確認しよう。5 月下旬に緊急事態宣言が解除されて以降 7 月下旬から Go To Travel、10 月から Go To Eat キャンペーンが始まった。その後 11 月下旬に Go To キャンペーンの見直しが、12 月中旬に Go To Travel の一時停止がなされ、1 月に入って首都圏で緊急事態宣言が再発令されるとともに、対象地域が拡大した(1 月 22 日現在で 11 都府県)。以上を踏まえて景気動向を確認する。

内閣府が公表する実質 GDP 成長率の直近の推移をみると、2020 年 4-6 月期の対前期比・実質成長率は▲8.3%(年率▲29.2)で、比較可能なこれまでの調査の中で最大の落ち込みが認められた。民間ならびに公的需要で構成される内需の実質 GDP 成長率への寄与度は▲4.9%、財貨・サービスの純輸出である外需の寄与度は▲3.0%で、ほぼ全ての経済活動が一時停止した状況にあった。7-9 月期になると 5.3%(年率 22.9%)と回復し、内需の寄与度は 2.6%、外需の寄与度は 2.7%となった。しかし、内需のうち民間最終消費支出は 5.1%であったものの民間の住宅投資は▲5.8%、民間企業による設備投資は▲2.4%と減少したままである。外需について輸出は 7.0%となったものの輸入は▲8.8%で、生産活動の一部は回復していない状況が認められる。

景気動向を客観的指標から推計する景気動向指数 CI(2015 年=100)の 2020 年 11 月の速報値を見ると、一致指数は 89.1 で、10 月速報値よりも 0.3 ポイント下降しているものの、後方移動平均値は上昇したという。前回の報告で異次元の悪化傾向を示していたことと比べると回復傾向が認められる。内閣府の基調判断も 8 月以降は「下げ止まりを示している」となっており、最悪の状況は脱したかのようにみえる。

企業経営者の景況感を把握する日銀短観の業況判断指数 DI(=「良い」-「悪い」・%)のこの間の動向を見ると、全産業・全規模の景況感について、6 月▲31 から 9 月▲28、12 月▲15 と回復傾向が認められるものの、企業規模が小さくなるほど景況感が悪い状況は変わらない。12 月調査では製造業大企業が▲10 である一方、中堅▲17、中小▲27 となっており、非製造業大企業が▲5 である一方、中堅▲14、中小▲12 となっている。但し、景況感の変化幅に注目すると異なる状況も認められる。9 月調査から 12 月調査にかけて製造業の景況感は一貫して 17 ポイントプラスに転じており、非製造業では大企業の景況感の変化幅が 7 ポイントプラスであるのに対して、中堅は 9、中小は 10 ポイントプラスとなった。わずかではあるが、規模が小さくなるほど変化幅が大きく、前回調査よりも景況感は向上している。

前回の概況で景気の最大級の悪化傾向が認められていたことと比べれば、以上の結果から日本経済は回復しつつある状況が伺える。しかし、周知の通り新型コロナウイルスの感染拡大は加速化しており、景気動向については再び不確実性が高まっている。ウィルスの感染拡大を抑える方法は従来から何ら変わっておらず、我々は今なお「ニューノーマル(新常态)」を追求していることを改めて確認したい。

◆調査期間 2020.11.16～12.14

◆対 象 静岡同友会会員企業 1062 社(2020.11 月末)

◆回答企業数 470 社(すべて有効回答) (前回 2020.6 月 470 社、前々回 2019.12 月 340 社)

◆回 答 率 44.2% (前回 2020.6 月 43.9%、前々回 2019.12 月 31.4%)

◆回答構成 ①業種 建設 103 社(21.9%)、製造 103 社(21.9%)、流通・卸小売 101 社(21.5%)、サービス 159 社(33.8%)

②地域 東部 211 社(44.9%)、中部 139 社(29.6%)、西部 120 社(25.5%)

③規模 「1～10 人」266 社(56.6%)、「11～50 人」161 社(34.3%)、「51 人以上」42 社(8.9%)

◆ 目 次 ◆

全体概況	表紙
1. 日本経済の動向	3 頁
2. 静岡県経済の動向	3 頁
3. 静岡同友会の調査結果概要	4 頁
4. 業種別の景気動向	6 頁
5. 地域別の景気動向	10 頁
6. 規模別の景気動向	14 頁
7. 経営指針の成文化と浸透	16 頁
8. 【特別調査】	
①半年前と比べ、業績はどれくらい回復しましたか。	17 頁
②業績の回復にはどれくらいの期間を見込んでいますか。	
③業績の回復・拡大に向けて取り組んだことは何ですか。また、 取り組みにあたり課題がありましたらご記入ください。	
9. 景況調査用紙	32 頁
執筆者氏名一覧表	背表紙

～コラム～

指針に基づく経営で社員と共にコロナ禍を乗り越える

2019年12月に第16期経営指針を創る会をスタッフと同期に恵まれ修了しました。2020年に入り5月決算の当社は51期を迎えるにあたり「さあいつ皆に発表しようか」と思い悩んでいたところ、あっという間にコロナ禍へ突入しました。幸いにして、医療機器や福祉用具を主たる商材とする当社は売上だけ考えると一見大きな影響はありませんでした。ただ一方では医療機関、福祉施設、そして高齢者や障がい者を相手とする社員は、自らの感染リスクの大きさに心労は蓄積しました。

誰も想定していなかった混沌の中、経営者として何を基準に決断と実行をしなければならないのかを考え続けました。春を前に社員の入退職が重なりながらも、4月から働き方改革に沿った就業規則に更改。秋には同友会事務局からの案内に運よく気づき、作成した経営指針に基づき何とか業態変換が主旨の補助金2次募集にて採択されました。限られた日程で詳細を詰める段階では、普段からの計画性の未熟さを痛感しながら、なんとか思い描いた通りの成果を導くことができました。

コロナ禍で先が見えない中「皆で気持ちを合わせて、上を向いて前に進まねばならない」と改めて強く感じて、創業から50年となる今年、1月18日の大安の日に社内で経営指針発表会を開催しました。昨年から社内決定や実行は多くが指針書内の個別方針に沿っていたことや、今まで一度も説明できなかったこれまでの当社のあゆみやこれからの進みゆく方向性を示せたのではないかと思います。

これまで信頼と実績を築いてくれた先輩方や現社員への感謝を忘れずに、次の創業100年に向け走りながら考え、決断と実践を繰り返していきます。『逆風の中でこそ、風は良く上がる』変化に柔軟に対応して、社員、お客様そして地域の満足に資する志を私は持ち努力を続けます。

鈴木 憲介氏

(株)東海医療器械 代表取締役/沼津支部

②用語解説② 「DI」(ディフュージョン・インデックス)とは？

DIは景況調査の代表的な指標として使われます。DIはDiffusionの略で「浸透・拡散」という意味です。DI値は「増加(良い、上昇、余裕、過剰等)」の回答割合から「悪化(悪い、下降、窮屈、不足等)」の割合を差し引いた値で表します。DI値は好転、悪化の景気状況(水準)が、経済全体にどの様に浸透しているか指数として把握することができます。日銀短観も静岡同友会もDI値が採用されています。

I 日本経済の動向 コロナ第3波で景気は不況の二段底へ落ち込む瀬戸際

日本経済は2020年4～5月の「緊急事態宣言」下、経済、文化活動が大幅に制限され、需要供給ともに急減して半休止状態となった。その後GOTOキャンペーンや輸出・生産の回復などで、秋にはV字回復したかに見え、景気「持ち直し」の判断が広がった。しかし、新型コロナの感染拡大第3波に襲われ、2020年末からは感染が爆発的拡大の様相を呈して2回目の「緊急事態宣言」発出を余儀なくされた。経済活動は再び大きく制限され、景気底割れの懸念が広がっている。前回調査以降に景気動向に関する2つのニュースが報じられた。その第1は20年4-6月期のGDPがリーマンショック時以上の急減を記録したこと、第2は「直近の景気循環の山が2018年10月であった」と内閣府が公表、アベノミクスの景気回復が71か月で終わり、戦後最長の景気拡張とはならなかったことだった。

実質GDPは20年4-6月期に年率換算で▲29.2%と史上最大の減少を記録した後、7-9月期には+22.9%となり、下落幅の半分程を戻した。景気動向指数は、20年5月に年初比▲30%程で底打ち、半年後の11月には▲10%程まで回復、景気持ち直しの状況となったが、景気を敏感に反映する景気ウォッチャー調査や日銀短観、中同協の景況判断調査では先行き見通しが悪化しており二段底が懸念される。

日銀短観(12月)の業況判断では、全規模・全産業が20年9月▲28→12月▲15→21年3月(次期見通し)▲18、中小企業・全産業も9月▲31→12月▲18→21年3月▲23と、いずれも次期の見通しが低下している。全国の景気動向指数(CI一致指数)の基調判断は19年8月以降20年7月まで「悪化」とされ、8月から「下げ止まり」となったが、直近11月の一致指数は前月より低下した。政府の月例経済報告の基調判断は、20年5月までの「悪化」から、6月に「下げ止まり」、7月「持ち直し」へ上方修正された。

中同協景況調査報告(DOR135号)では、業況判断DI(前年同期比)が▲45→▲30とコロナ初期と同程度まで戻したが、次期の業況判断は▲27とほとんど回復せず、経営危機の長期化が見込まれる。

II 静岡経済の動向 景気は持ち直しているが、先行きに不安

静岡県の景気動向をみると、2019年に全国の景気指数が100を切って景気後退が顕著になった後も100以上の水準で推移し、景気後退は全国より1年ほど遅かった。20年に入ると県内景気も悪化に転じ、コロナの影響により5月には、全国と同様70台前半の水準まで急落した。その後、20年夏以降の持ち直し局面では全国を上回る急回復となった。景況感も19年から低下し1年半ぶりに全国を下回ることであった。20年に入ると低下がさらに加速し、春の景気底入れ時点では全国とのレベル差も最大を記録した。夏以降の景気持ち直し局面では、景況感が急速に改善し、全国とのレベル差も縮小した。現下の県内景気は、昨夏以降の景気持ち直し局面が持続している状況である。EU・米国が経済停滞の中、自動車・電子部品などの輸出が増加し、当県の基幹産業といわれる輸出品製造業の生産は急速に増加した。医薬・医療器・食品などの内需向け製造業も堅調に推移し、これら製造業に牽引されて、県内景気は着実に回復している。しかしながら新型コロナの感染拡大第3波は、首都圏と中京圏に挟まれた当県にも爆発的感染拡大をも

たらししており、今後は経済活動の抑制が避けられず、景気の「底割れ」「二段底」が懸念される。

12月の「静岡県金融経済の動向」（日銀静岡支店）では、「県内景気は・・・厳しい状態にあるが・・・持ち直している」との概況判断を示し、特に輸出と生産は「増加」し、設備投資も「下げ止まり」とされた。12月の日銀短観（静岡支店）によれば、全体の業況判断は20年9月▲33→12月▲20と13ポイント改善したが、21年3月の予測値は▲21と停滞する。前回20年6月調査では全規模全業種で「全国▲31、静岡▲44」と全国値を13ポイントも下回ったが、12月調査では「全国▲15、静岡▲20」とその差が縮小、21年3月の予測でも「全国▲18、静岡▲21」と更に近づく。静岡県月例経済報告の基調判断は、「景気は、持ち直しの動き・・・輸出は持ち直している・・・生産は持ち直しつつある」としている。静岡県景気動向指数（一致指数）は、20年5月に73.3となって底を打ち、直近の10月には95.4とコロナ感染初期の3月の水準まで戻した。静岡経済研究所の静岡県内企業経営者の景気見通し調査によると、経営者の半年先の景気見通しは、「2年ぶりに「改善」に転じ・・・」+3となった。特に製造業と大企業では改善が顕著とのこと。工業生産指数は、20年5月に69.6と年初からマイナス30ポイント下落したが、11月には94.3まで回復、年初比マイナス5ポイントの水準となった。

Ⅲ 中小企業家同友会の調査結果概要

最悪の状況を脱したかに見えるが今後は不透明・不確実

「業況判断（現在）」は、前回（2020年6月）の▲42から、今回（20年12月）は▲24へ18ポイントと大きく改善したが、前回の下げ幅41ポイントの半分に満たず、この▲24のD1値は2013年12月アベノミクス開始前の低水準で、V字回復とはいえず、「下げ止まり」ないし「底入れ」の状態で止まっている。「業況判断（6ヶ月先）」は▲36と再び悪化に転じ、コロナ感染拡大の第3波到来で、「底割れ」「二段底」の懸念が強まっている。「業況判断（1年先）」も▲29で景気停滞の長期化が予想される。日銀短観より先行き見通しが低下しているのは、同友会の調査時期が短観より半月ほど遅く、コロナ感染第3波の影響が大きく反映されているからであろう。

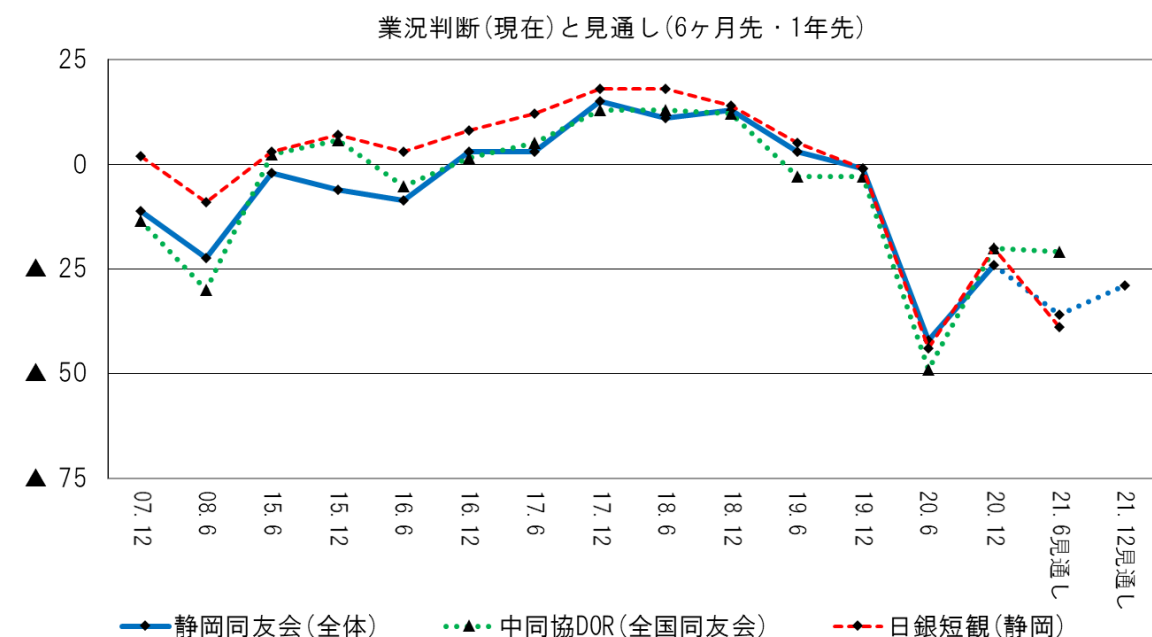
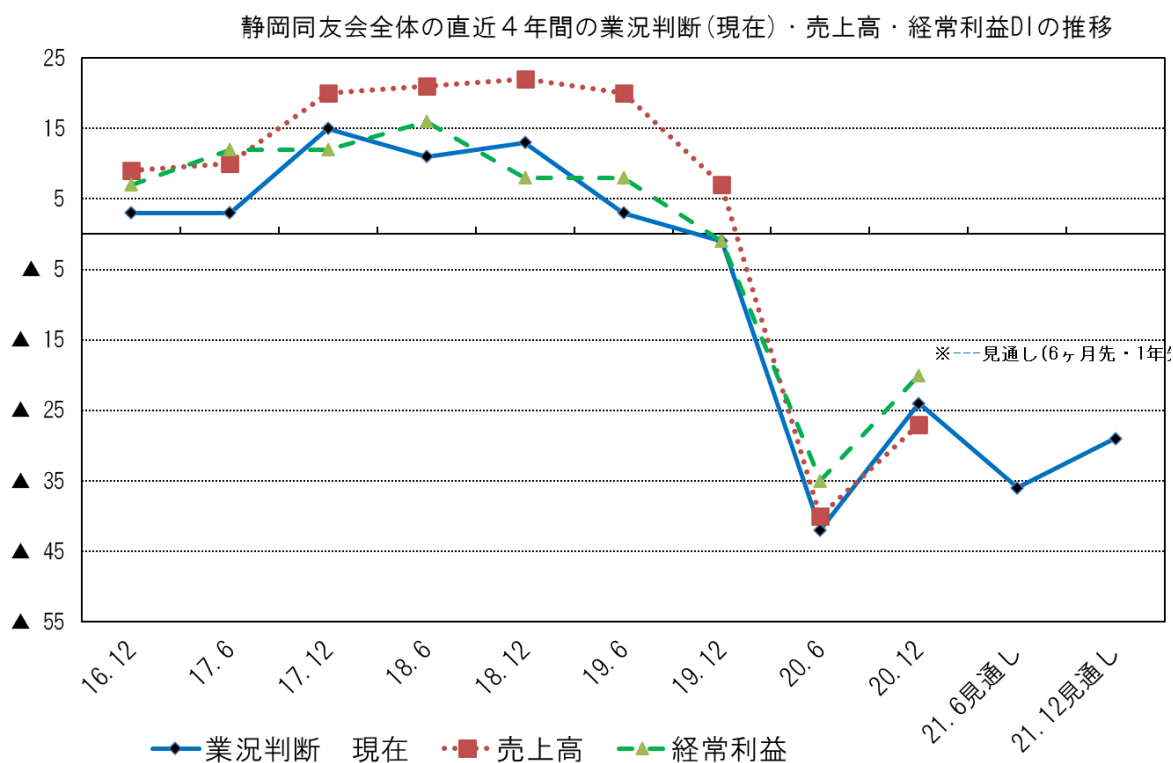
項目別にみると、「売上高」は▲27（前回▲40）、「経常利益」は▲20（前回▲35）と改善したが、ともに大きくマイナス値にあり、減収減益との回答が過半となっている。「労働力」は、前回▲9とかなり緩和されたが、今回▲27と逼迫度が増し、景気持ち直しで人手不足感が戻ってきた状況。「資金繰り」のゆとり度、「設備投資」（予定・計画）ともに、低下から増加に転じた、景気回復が見通せない中、長期トレンドでは、リーマンショック後からの緩やかな改善傾向は現在も続いており、金融緩和、設備投資支援の政策が一定程度支えになっている。

業種別にみると、前回（2020年6月）景況判断がマイナス62ポイントと大きく急落した製造業が25ポイントと大きく改善したが、水準は▲47で最悪の水準のままであり、景気回復を牽引するまでには至っていない。流通業も▲44で最悪水準、サービス業も20ポイント以上戻したが▲18、建設業だけがプラス水準（+10）を維持している。

地域別では、前回（2020年6月）マイナス49ポイントと急落した西部が大きく33ポイント改善、以下中部13ポイント、東部11ポイントといずれも改善した。3地域別では

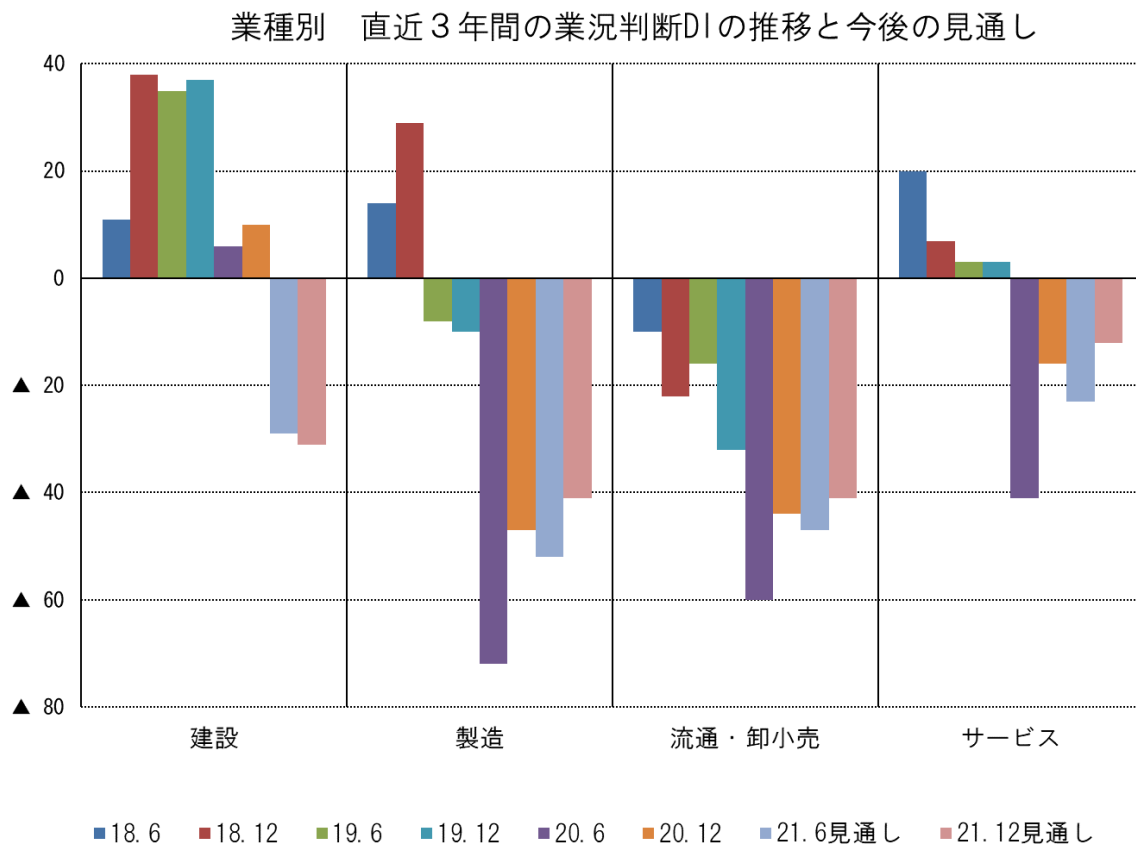
西部が前回の最低位から最上位となり、順位は前回から逆転し、西部、中部、東部の順となったが、いずれも▲16～▲31とまだ非常に低い水準にある。

企業規模別では、前回(2020年6月)は企業規模が大きい企業ほど大きく落ち込んだが、今回は前回の反動もあり、規模が大きい企業ほど大きく改善し、水準も大規模(51人～)が▲16、中規模(11～50人)が▲20、小規模(～10人)が▲31となり、前回と反対の順位となった。地域別と同様▲16～▲31という水準はアベノミクス前2012年の景気後退期並みの低い水準である。



4. 業種別の景気動向

【製造業】 先の見えない予測 長期戦も覚悟



103社から回答を得た。

新型コロナの影響が毎日報道されている。現場で対応する我々が直に接する情報が事態の深刻さを物語っている。新型コロナの影響は「リーマンショックのような金融システムが影響を受けたわけではないので、事態は限定的でしばらくすれば収まるだろう」という論評もあったが、まったく予測はずれであったといっていよう。

今回2020年12月の調査では「業況判断(現在)」▲47と前回2020年6月調査での▲72の過去最悪と呼べる数値から改善したが、まだまだ深刻な状況といっていよう。「業況判断(6ヶ月先)」は▲52、「同(1年先)」は▲41と景気後退の先行きを予想している。

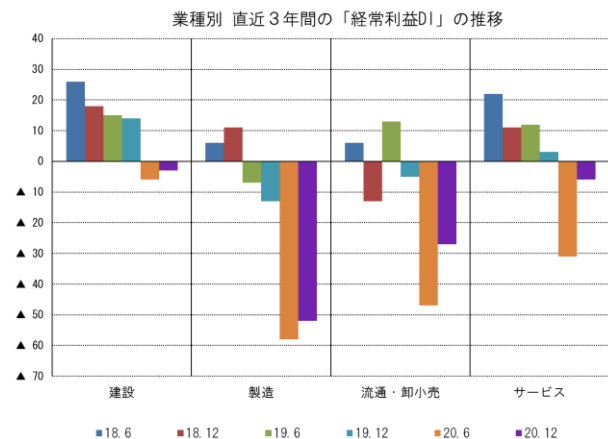
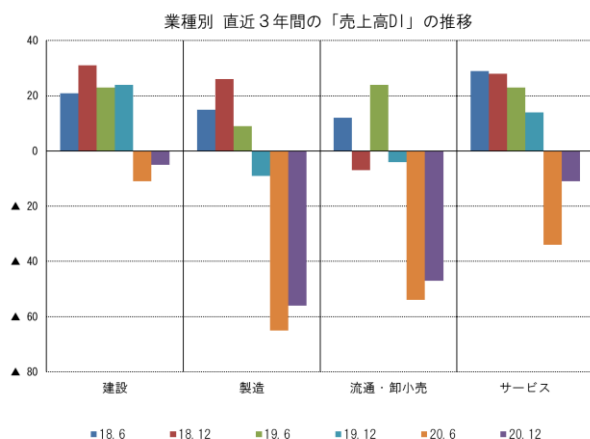
「売上高」は▲56(前回▲65)と若干改善されたが低水準が続く。「経常利益」も▲52(前回▲58)とこれも大幅なマイナス値で推移。一方、「原材料・仕入価格」は16(前回16)と変わらず、「販売価格」は▲8(前回▲8)と横ばいで推移している。「直近の決算」は9(前回36)、「資金繰り」は▲2(前回▲14)となった。「労働力」は▲1(前回19)と過剰を表す値からやや不足の結果になってきている。

特別質問の「半年前と比べ業績はどれくらい回復したか」の問いでは、多い順に、「70%回復(18.6%)」「90%回復(13.7%)」「50%回復(8.8%)」「30%回復(4.9%)」「10%回復(4.9%)」となっている。「変化なし(26.5%)」「コロナの影響を受けていない(22.5%)」

となった。業界によって影響が異なっていると言えそうである。一方、業績の回復期間の見込みに関しては、多い順に「1年(28.1%)」「2年(17.7%)」「3～5ヶ月(10.4%)」「6ヶ月(8.3%)」「3年以上先(5.2%)」と1年以上見込む回答が51%を占めている。

経営上の問題点としては、当然のことながら「民需の停滞(57.4%)」と他の結果を大きく引き離し、続いて「社員教育(36.6%)」と続く。「資金繰り」の状態が気になるところだが、今回▲2（前回▲14）と深刻な影響が見られないのは、各種助成金や給付金を上手に使って経営している結果かもしれない。

経営上の力点としては、今まで以上に「新規受注」「付加価値の増大」に力を注ぐとしている。今後一本調子に景況が上向いていくことはしばらく期待できそうもない状況下で企業をどう守るのか、過去の事例などを参考にしながら、事業継続を図っていきたい。



【建設業】

現在の業況判断はプラス値も先行きは景気後退を予測 今後は「45.5%の影響なし」グループの動向に注目

103社から回答を得た。

前回2020年6月期と比較して、「労働力」「原材料・仕入」「販売価格」「直近の決算」を除く項目でポイント増となっている。

「売上高」は▲5（前回▲11）の6ポイント増、「経常利益」は▲3（前回▲6）の3ポイント増、「設備投資」は1（前回▲6）の7ポイント増、「資金繰り」は13（前回2）の11ポイント増、「業況判断(現在)」は10（前回6）の4ポイント増となった。しかし、今後の見通しでは「業況判断(6ヶ月先)」▲29、「業況判断(1年先)」▲31と、全体の業況を牽引してきた建設業も景気後退を予測する結果となった。改善した項目もあるが、資金繰りを除けば、すべてマイナス値でのポイント増であり、弱含みである。

また、「直近の決算(黒字-赤字)」55（前回61）の6ポイント減が何を表しているか、さらに、「労働力」が▲54（前期▲38）と人手不足感が増していることも判断の迷うところでもある。

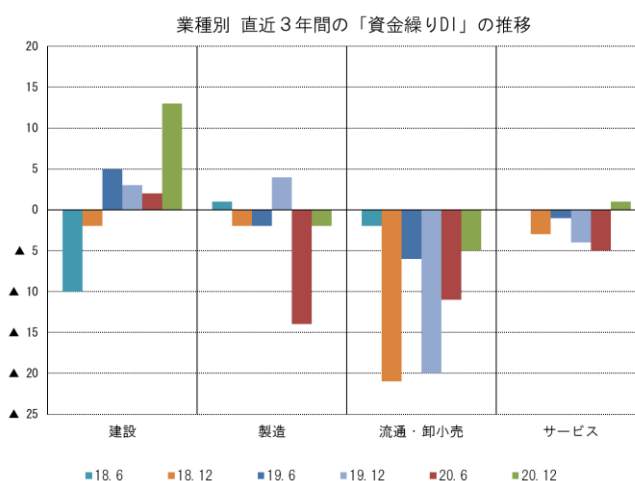
ただ、特別設問の、「新型コロナウイルス感染拡大の影響について、半年前と比べ、業績はどれくらい回復したか」への回答が「新型コロナによる大きな影響なし(45.5%)」であり、さらに「業績の回復にはどのくらいの期間を見込んでいるか」は「不明(46.9%)」

となっており、影響のある・なしについては建設業の中でも二極化している表れなのかもしれない。

自由記述の設問「業績の回復・拡大に向けて取り組んだことは何か。また取り組みにあたっての課題」では現在の業況が「良い・やや良い」と「やや悪い・悪い」と回答した中で、回答内容に違いも見受けられた。現在の業況が「良い」と「やや良い」グループでは「広告媒体の活用、VR 導入による集客及びプレゼンの活用」、「会社の経営について(体制、雇用、設備など)考え直し」「社員の育成と教育」「自社の強みを社員と再確認して経営方針の補正」と社内体制の見直しを図る回答があった。また「悪い」と「やや悪い」のグループでは、「得意先への業容拡大アピール」「一事業に頼る怖さを知った」「社内機動力の強化、報連相の強化」

「工場・倉庫建築の専門ブランドを立ち上げ」「住宅営業力の向上」新規受注に向けた内容が比較的多く見受けられた。

最後に、二極化しているように見える「影響なし」グループの理由が、顧客の問題なのか、業態なのか、地域性なのか、規模の差なのか、単なる時差なのか、経営の問題なのか、しっかり見ておく必要があると感じる結果だった。



【流通・卸小売業】

売上・経常利益はマイナス値、資金繰り・設備投資は回復傾向 厳しい状況下でも業績回復を模索

101社から回答を得た。内訳は、「流通」11社と「卸小売業」90社。

「業況判断（現在）」は▲44（前回▲60）。4業種では、製造業に次いでマイナス値が高い。今後の業況については、「同（6ヶ月先）」▲47→「同（1年先）」▲41と不安感が続く見通しとなった。

個別の項目では、「売上高」は▲47（前回▲54）と停滞、62.4%が減少と回答している。「経常利益」は▲27（前回▲47）と改善したが、「減少」の回答が48.5%を占めた。

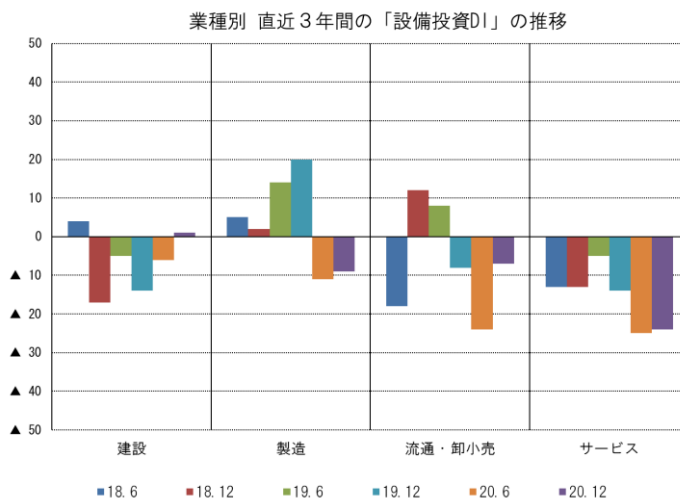
国の資金繰り対応からか、「資金繰り」は▲5（前回▲11）と改善。現状は良くてもこの先どうなるかは不明瞭である。「設備投資」は▲7（前回▲24）。自由記述から、合理化、IT化目的と考えられる。

「原材料・仕入れ価格」は25（前回12）と上昇。「販売価格」も2（前回▲5）と若干上昇した。「直近の決算」は17（前回24）と下降。「労働力」は▲26（前回▲1）と不足感が増したが、回答率で見ると「適正(66.3%)」「過剰(4%)」であり、「不足」と回答したのは残りの29.7%であった。コロナで遅れていた仕事が戻り不足感が増したのだろうか。

「経営上の問題点」は1位が「民需の停滞(65.6%)」、2位「社員教育(26%)」だった。

「経営上の力点」は1位「新規受注(50%)」、2位「付加価値の増大(41.8%)」。前回の調査回答とは1位、2位が逆転していた。売上の減少が深刻になっているからだろうか。

売上の減少、資金繰りの悪化、業況の先行き不透明感と不安だけである。しかし、回答からは、同友会の会員はこの状況を打破しようと設備投資をし、新たなことに挑戦している様子が見える。また、「経営指針書がある」の回答が62%、「経営方針に沿った経営ができてい」が60%と指針書を持つ企業では方針に沿った経営ができていることがうかがえる。「事業を継続させ、社員の雇用を守る」その気持ちが設備投資に反映されていると感じる。



【サービス業】

**変化に対応した新規事業構築や営業戦略により回復傾向にあるが、不安を抱えたマインドが多い
新しい時代を見据えた挑戦的な熱量を！**

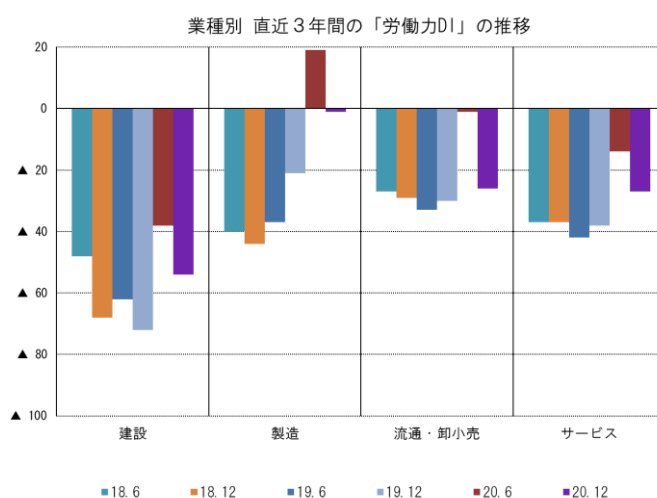
159 社から回答を得た。

まず気になる新型コロナウイルス感染拡大の影響からの回復状況では「新型コロナによる影響はなし」が37.7%。また、影響を受けていても「90%以上回復」「70%以上回復」の合計で27%と、影響を受けた中でも1/2近くの企業が大きく回復しているようだ。また「業績の回復にはどれくらいの期間を見込むか」という問いに対しては、「不明(40%)」「1年(26.9%)」「2年(11.5%)」と回答している。今までにない経験の中で先が見通せなく、また回復が長期化すると見込んでいる傾向が伺える。業績の回復に向けての取り組みでは、新規事業の立ち上げやホームページやSNSを活用した情報発信、社員教育などに力を入れている事業者が多い傾向にある。「経営上の力点」では「新規受注(43.2%)」と「付加価値の増大(40.0%)」が断トツに高い結果となった。

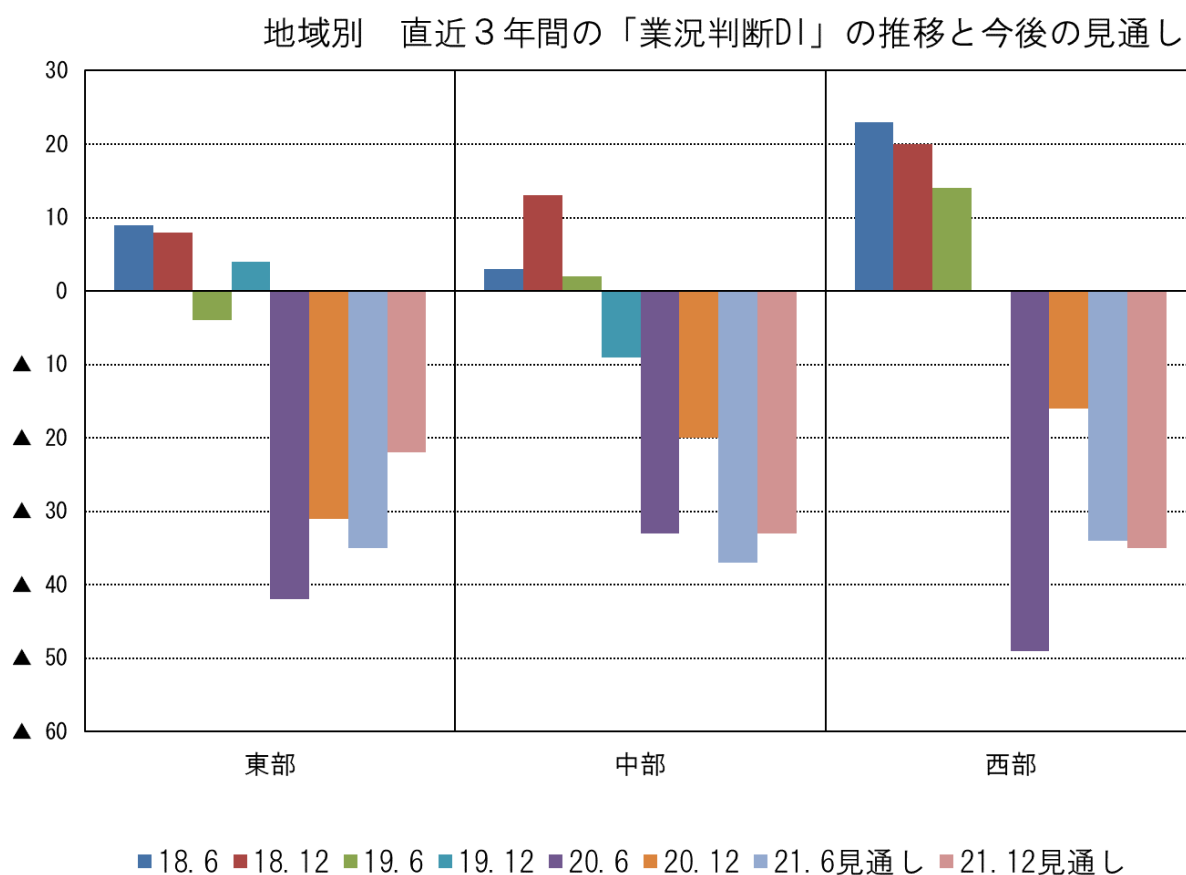
「業況判断(現在)」では、2019年12月の3から2020年6月の▲41と44ポイント下落していたが、2020年12月では▲18と26ポイント回復。「売上高」においても、2019年12月の14から2020年6月は▲34と大きく下落したが、2020年12月では▲11と、23ポイント上昇と回復傾向が見られる。今後の見通しは「同6ヶ月先」は▲23、「同1年先」▲12と停滞を予測している。

「経常利益」も同様の傾向で2020年6月に▲31と一旦下落したものの2020年12月は▲6と25ポイント回復している。「労働力」は2019年12月までは不足傾向が強まっ

ていたものの、2020年6月には▲14(2019年12月期▲38)と余剰傾向に振られ、2020年12月には▲27と不足傾向に一転している。「設備投資」は▲24(前回▲25)と他の業種よりも低い傾向にあるが、自由記述では新規事業等への取り組みは多く見られ、サービス業は設備等ハードへの投資が比較的少ないためと思われる。「販売価格」は他の業種と比較して2020年6月から12月への回復の上昇が最も高く8(前回▲6)と14ポイントの回復となっている。



5. 地域別の景気動向



【全 体】

「底は打ったか？しかし6ヶ月先は悪化の予測 先が見通せず」

全体の「売上高」と「経常利益」は共にマイナス水準ながらも「売上高」13ポイント(前回▲40→今回▲27)、「経常利益」15ポイント(▲35→▲20)改善し、本調査時点では新型コロナウイルスによる影響は底打ちしたかのように思われる。「労働力」も18ポイント(▲9→▲27)下降していることから、リーマンショック並みの落ち込みを見せた6ヶ月前と比べると仕事量が増え労働力が不足傾向にあるのかと思われる。「資金繰り」は

9ポイント(▲7→2)改善し、過去20年間で初めて余裕領域となった。しかし「仕入価格」は22(前回19)に対し「販売価格」は4(前回▲1)で、まだまだ仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁出来ていない状況にある。

注目すべきは業況判断で、「業況判断(現在)」は▲24(前回▲42)に対し、「業況判断(6ヶ月先)」は▲36と現在より12ポイント悪化すると判断している。新型コロナウイルスの影響が今後どうなるか見通せず、そうした不安から生ずる結果と推測する。

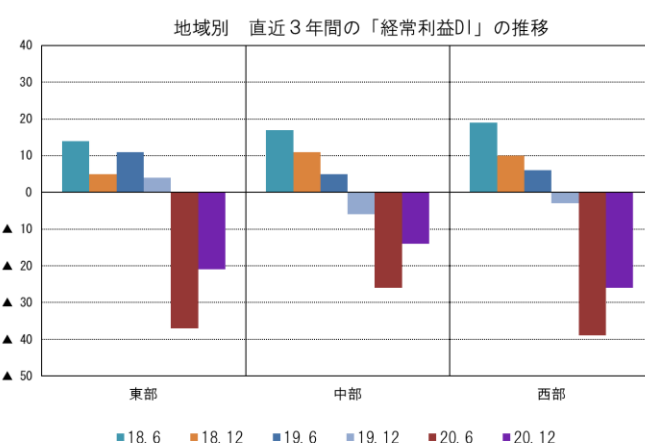
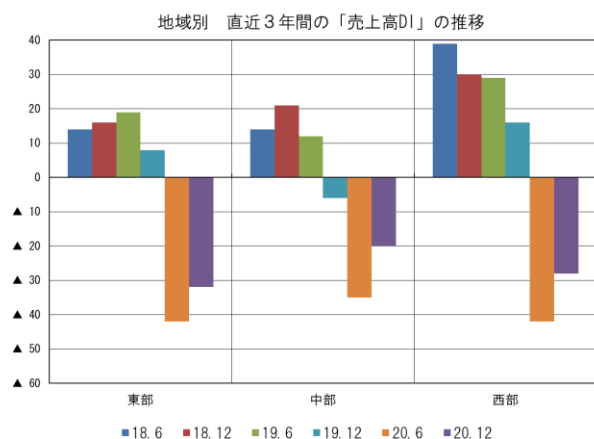
【東 部】 業況多少改善も回復の見通しは緩慢

210社から回答を得た。

「売上高」は▲32(前回▲42、前々回8)と10ポイント増。製造業全体の「売上高」も▲56(前回▲65)と9ポイント上昇。製造業の回答者を地域別で見ると東部の回答率が高く(48.5%)、全体の改善傾向と一致している。「経常利益」は▲21(前回▲37、前々回4)と16ポイント増。中部・西部と比較すると売上高は東部が一番回復幅が小さいが、経常利益においては東部が他地域より上回っている(中部12ポイント増、西部13ポイント増)。「労働力」は▲24(前回▲12、前々回▲43)と経済活動の回復傾向と共に多少人手不足感が増している。「設備投資」は▲12(前回▲18、前々回▲4)と6ポイント増となった。東部企業の自由設問回答では「Facebook・Instagram・Twitter・YouTubeに情報を配信」「リモート販売」「従業員へのスマホの支給」など、リモートワーク関連の投資が少なからずあったとみられる。また、新規事業や隣接異業種への参入などの回答も多く、この点でも設備の投資が多少あったとみられるが、マイナス値で推移しており、依然設備投資に対して慎重な姿勢が継続している。

「原材料・仕入価格」は20(前回16、前々回49)と4ポイント増。「販売価格」は8(前回0、前々回23)と8ポイント改善。この期間に多少経済活動が再開したためか、初めて新型コロナウイルス(※以下新型コロナ)を体験した前期よりは持ち直しつつあるが小幅である。

「業況判断(現在)」は▲31(前回▲42)と11ポイント改善。前回2020年6月期の「業況判断(6ヶ月先)」▲55を24ポイント上回った。しかし、「業況判断(現在)」の中部▲20、西部▲16と比較すると東部企業の景況感の改善は緩やかである。今後の業況予測は「業況判断(6ヶ月先)」▲35、「同(1年先)」▲22と改善の見通しであるが、引き続きマイナス値であり、回復は緩慢に進んでいくとの予想である。業績の回復・拡大に向けた取り組みや課題についての自由設問では、業況判断の良し悪しや業種に関係なく、「新事業の取り組み」「新規顧客の開拓」が東部会員企業の回答に共通していた。また、新型コロナの影響により対面でのビジネスからの変革、具体的にはリモートワークやインターネットを通じてのPR・販売などを積極的に行っている回答が多く、会員企業の柔軟性が感じられた結果だった。



【中 部】

7割強の企業が業績回復まで1年以上または不明の見通し 長期的な経営計画がより重要に！！

139社から回答を得た。

「売上高」▲20（前回▲35）と15ポイント、「経常利益」▲14（前回▲26）と12ポイント、「設備投資」▲9（前回▲18）と9ポイント、いずれも改善が見られるが、依然としてマイナス値であった。「資金繰り」は2（前回▲2）と4ポイント改善し、ここ20年間で初めてプラスに転じた。予測のできないコロナ禍のなか、各社とも様々な支援策を活用して企業存続に備えているのだろう。

前回中部のみ改善していた「直近の決算」は27（前回43）と16ポイント下降、東・中・西部ともほぼ同じ数値となった。いずれも、ここ5年間では一番低い数値である。「黒字(50.7%)」「とんとん(25.4%)」「赤字(23.9%)」であった。

「販売価格」は0（前回▲3）、「原材料・仕入価格」は20（前回21）とほぼ変わらず、前回の大きな下降は押し止まった。

「労働力」は▲29（前回▲14）と15ポイント低下し、以前のような不足感に戻りつつある。コロナ禍の影響が続くなか、新たな原因が発生しているのだろうか。

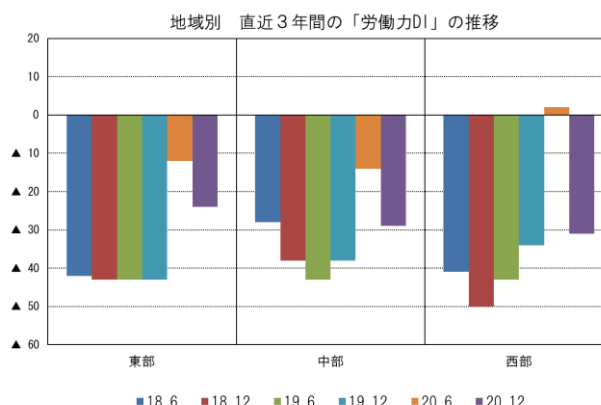
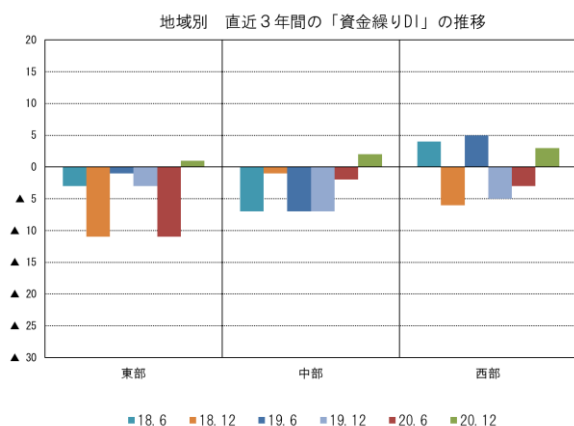
業況判断を見てみよう。「業況判断(現在)」は「やや悪い・悪い」41.8%、▲20（前回▲33）と改善しているが、「同(6ヶ月先)」は「やや悪い・悪い」56%、▲37、「同(1年先)」は「やや悪い・悪い」50.7%、▲33と、業況の悪化を予測している。特別設問での「業績の回復に見込む期間」を見ると、「1年(19.2%)」「2年(14.2%)」「3年以上(1.7%)」「不明(40.8%)」と、先の見えない不安感がうかがわれる。

「現在の経営上の問題点」は、「民需の停滞(51.9%)」「社員教育(36.8%)」「労働力不足(21.8%)」の順で前回と同様の結果だった。

「経営上の力点」は「付加価値の増大(39.4%)」「新規受注(39.4%)」「社員教育(21.9%)」「人材確保(19.7%)」の順となり、「社員教育」が前回5位14.3%から上昇した。この結果は、【自由記述】の中でも見られる。「取り組んだこと、今後の取組み」について、コロナ禍によって変わってしまったモノやヒトの動きに対応する新たな取組みに果敢に挑戦する声が多かった。また同時に、これまでの取組みを見直して効率化を図る声も

多かった。

今まで以上に、長期的な経営計画、理念の共有が重要になっていることが感じられる。



【西 部】 回復傾向だが、いまだ先行きは不透明

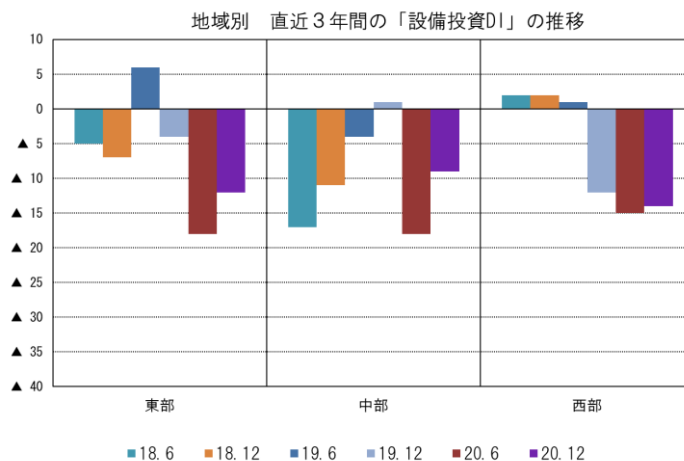
120 社から回答を得た。

「業況判断(現在)」は▲16(前回▲49)と 33 ポイント回復した。東部、中部に比べ最も回復の幅が大きい。まだ新型コロナの影響が少ない建設業の比率が高いこと、2020 年秋頃から好調な自動車関連の企業が西部地域の業況判断を引き上げたと思われる。だが「業況判断(6 ヶ月先)」▲34、「業況判断(1 年先)」▲35 と、現在より悪化するとの予測で先行きは不透明。

「売上高」▲28 (前回▲42)、「経常利益」▲26 (前回▲39) と、こちらも前回調査から回復傾向にあるものの、約半数の企業が売上、経常利益が減少したと回答した。「資金繰り」は 3 (前回▲3) と手元の資金は持続化給付金や雇用調整助成金などの効果が出始めたようだが、「設備投資」▲14 (前回▲15) と設備投資の意欲は鈍いままだ。

「現在の経営上の問題点」は「民需の停滞(52.3%)」(前回 69.8%)と前回と同様に民間の消費が落ち込んでいるようだ。「経営上の力点」は「新規受注(43.6%)」「付加価値の増大(40.2%)」と続く。

今回の調査では東部、中部、西部で「業況判断(現在)」に違いが出た。もちろん業種の違いや偏りによる影響もあるだろうが、地域ごとの現在のコロナ感染者数と比例しているようにも思える。景況感は感染者数の増減やニュースにも敏感に反応するのだと改めて感じた。また、自由記述には苦悩の中で堅実に歩み続ける企業、変化を恐れず変革していく企業の言葉が綴られている。勇気づけられる言葉を会員の皆様にもぜひ一読していただきたい。



＜東部の内訳＞210 社・静岡同友会 伊東・御殿場・三島・沼津・富士・富士宮支部（富士川以東）
業種別(建設 37 社、製造 50 社、流通・卸小売 51 社、サービス 72 社)

規模別(「1～10 人」110 社、「11～50 人」79 社、「51 人以上」21 社)

＜中部の内訳＞139 社…静岡同友会 静岡・志太支部 (富士川～大井川)

業種別(建設 35 社、製造 28 社、流通・卸小売 28 社、サービス 48 社)

規模別(「1～10 人」91 社、「11～50 人」36 社、「51 人以上」12 社)

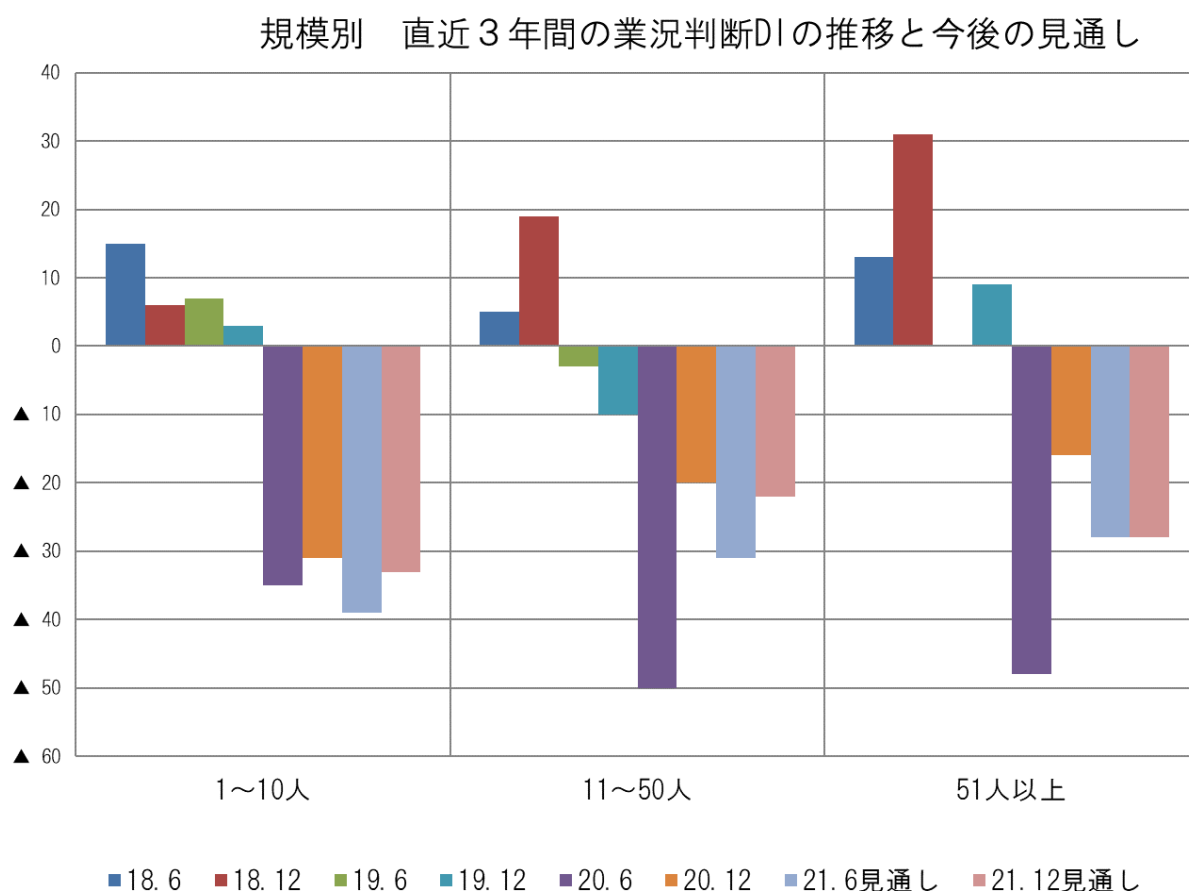
＜西部の内訳＞120 社…静岡同友会 榛南・中遠・浜松支部 (大井川以西)

業種別(建設 31 社、製造 25 社、流通・卸小売 22 社、サービス 39 社)

規模別(「1～10 人」65 社、「11～50 人」46 社、「51 人以上」9 社)

6. 規模別の景気動向

※以下、小規模…「1～10 人」、中規模…「11～50 人」、大規模…「51 人以上」を指す



(1) 景況判断 現状の悪化に歯止めかかるが、6 ヶ月先・1 年先は悪化を予測

「業況判断(現在)」は小規模▲31(前回▲35)と4ポイント、中規模▲20(前回▲50)、大規模▲16(前回▲48)と共に30ポイント近く改善。「同(6 ヶ月先)」「同(1 年先)」は小規模▲39、▲33、中規模は▲31、▲22、大規模は▲28、▲28と現状より悪化を予測。

(2) 売上高動向 全規模共に小幅ながら改善

小規模▲23(前回▲35)と12ポイント、中規模▲34(前回▲49)と15ポイント、大規模▲29(前回▲36)と7ポイント改善。コロナ禍で事業への影響が大きく、売上をつくり切れない中、奮闘している中小企業魂を感じる。

(3) 経常利益動向 前期と比較すると小幅ながらも好転しているが依然マイナス値

小規模▲16(前回▲29)と13ポイント、中規模▲30(前回▲46)と16ポイント、大規模▲12(前回▲27)と15ポイント改善。3規模とも好転はしているが、コロナ禍で景気後退傾向が続いている。売上と同様回復幅が小さいのが気にかかる。

(4) 労働力動向 全規模共に不足感増す

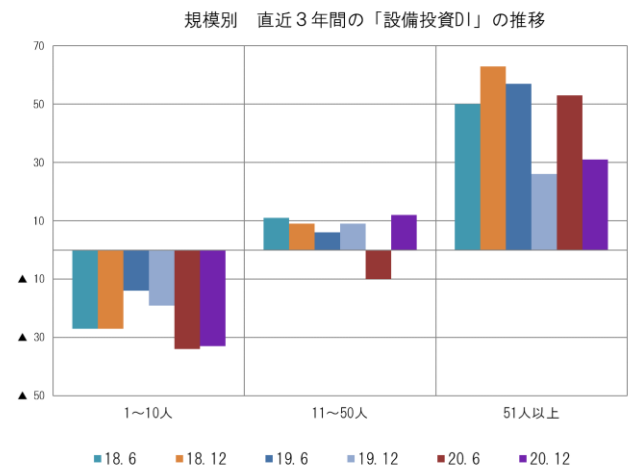
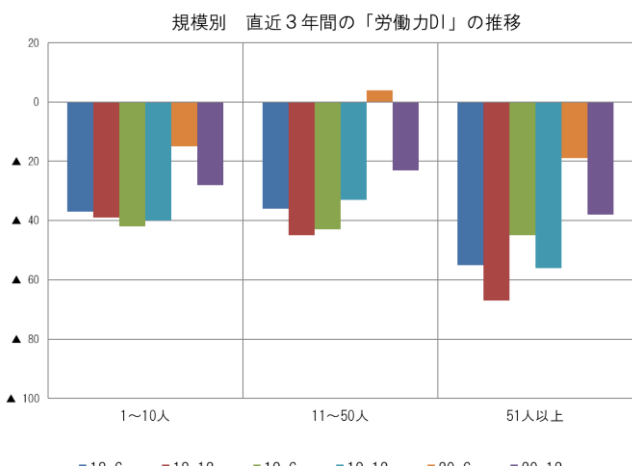
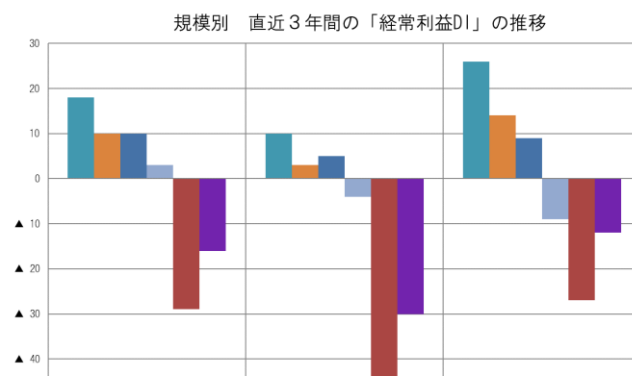
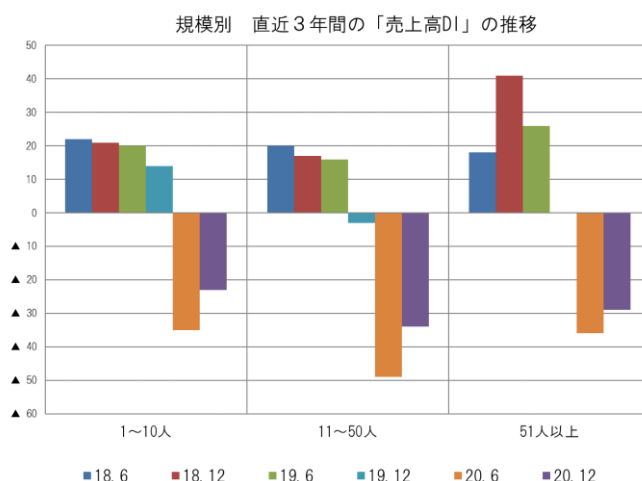
小規模▲28(前回▲15)と13ポイント、中規模▲23(前回4)と27ポイント、大規模▲38(前回▲19)と19ポイント悪化した。今回から再度マイナス値となり人手不足状態が続きそうである。

(5) 設備投資動向 小、中規模で前回の悪化傾向に歯止め

大規模のみ31(前回53)とプラスながらも22ポイント悪化した。小規模で▲33(前回▲34)、中規模12(前回▲10)と改善した。このコロナ影響下、IT設備に投資したからであろうと思われる。

(6) 資金繰り動向 3規模共コロナ禍ですばやく資金確保に動いたのではない

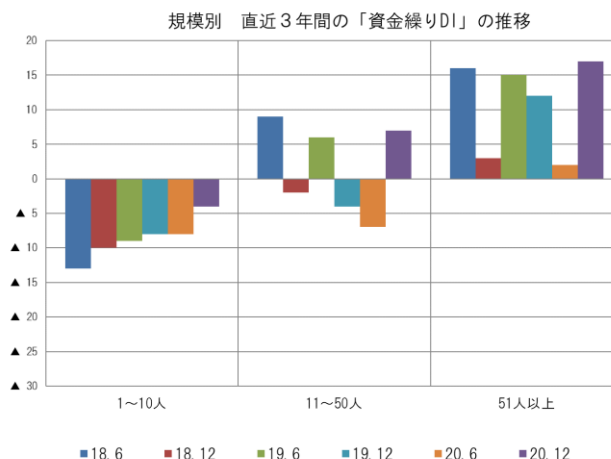
小規模▲4(前回▲8)と4ポイント、中規模7(前回▲7)と14ポイント、大規模17(前回2)と15ポイント改善。3規模ともコロナ禍で企業存続に向け迅速な対応



をしたからであろう。

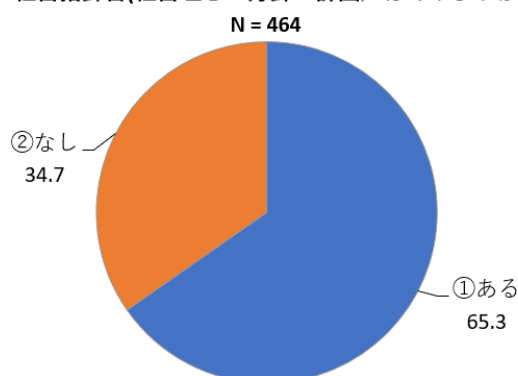
(7) 経営上の問題点であげ次いで労働力不足としている。

経営上の問題点では、3 規模共全く同順位で「民需停滞」、第 2 位として「社員教育」を、次いで「労働力不足」としている。経営上の力点では、全規模が「新規受注」「付加価値増大」を、1 位、2 位に上げている。3 位に小規模で「人材確保」、中、大規模で「社員教育」となっている。

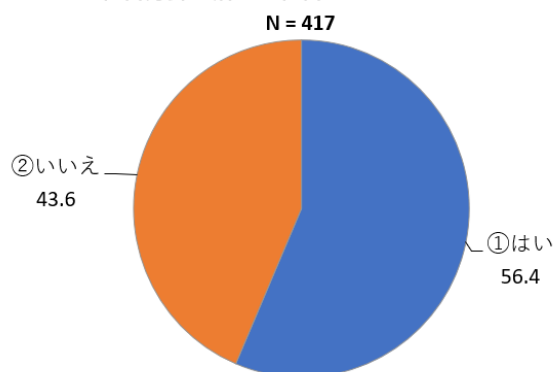


7. 経営指針の “ 成文化 ” と “ 浸透 ”

15.経営指針書(経営理念・方針・計画) がありますか？



16.経営方針に沿った経営はできていますか？



経営指針書の成文化率（以下「成文化率」）は全体で 65.3%と年々、増加傾向にあるが、企業数では 303 社と未だ会員企業全体の 3 割にも届いていない。業種別で見ると製造業が 72.5%と最も高い数値となったが、「経営方針に沿った経営ができている」と回答したのは 50.5%に留まり、全体でも 56.4%であった。経営指針書を成文化するだけではなく、いかに実践し経営に活かしていくのかが課題と言えるのではないだろうか。

売上や経常利益に関する調査でも、新型コロナウイルスの影響を受けた 6 月に比べると若干改善してきてはいるものの、昨年比ではマイナス基調が続いている。今後、このマクロ要因に対し、どのように取り組むかとして、経営上の力点の問いに、「付加価値の増大（36.1%）」と「新規受注（44.1%）」が圧倒的に多く挙げられていた。これらの経営課題を解決するには社内全体で取り組むことが大切であり、経営者自らが、前向きな会社の目指すべき姿を理念として掲げ、その理念実現に向けて何をしていくのかを方針として示し、その方針に沿った数値を経営計画として挙げていく経営指針書を成文化し、全ての会員企業が能動的に「いい会社づくり」に取り組むことによって、社員を始め、関わる全ての人や地域社会に明るい未来を示していただきたいと強く願う。

8. 【特別調査(自由記述)】 ～新型コロナウイルス感染拡大の影響について～

【設問①】

半年前と比べ、業績はどれくらい回復しましたか。

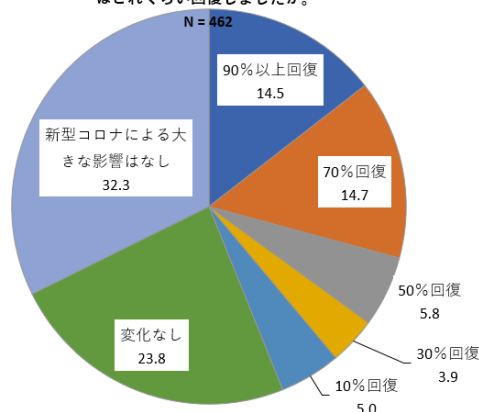
【設問②】

業績の回復にはどれくらいの期間を見込んでいますか。

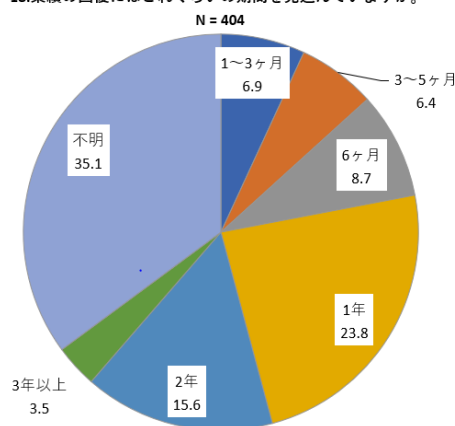
【設問③】

業績の回復・拡大に向けて取り組んだことは何ですか。また、取り組みにあたり課題がありましたらご記入ください。

17. 【特別設問】新型コロナウイルス感染拡大の影響について 半年前と比べ、業績はどれくらい回復しましたか。



18. 業績の回復にはどれくらいの期間を見込んでいますか。



【概観】

自由記述は 144 人から届いている。その中で、全体の状況を知る上で、摘録してみた。

自由記述において、「業況判断(現在)」はコロナ禍で予想されるように、「よい」が 7 件、「ややよい」28 件、「そこそこ」30 件、「やや悪い」50 件、「悪い」29 件の回答であった。「良い」と「やや良い」としているのは 35 件、これに対して「やや悪い」「悪い」としているのは 79 件と、5 割以上に達している。これ自体はほぼ想像のつく数値に見える。世の中、あらゆる業種、規模の大小を問わずコロナの及ぼしている影響は決して半端ではない。ただし業種によってそれをプラスに転じているものも注意が必要だ。経済活動は実はそのようなものでもある。総じて、このような時期だからこそアフターコロナを見通してというのが定番のように見えるが、そうではなく、むしろ経営理念に立ち返って、そもそも自らの事業活動が何を目標にして生きてきたかを思い返すこと、同友会精神に立ち戻ることの重要性があるだろう。其れにコロナ危機の経験から、適切なデジタル環境とアナログ環境の関係性を考えつつ、働き方改革を真に事業者と従業員、顧客に有益な在り方を模索することではないだろうか？ 以下では業種別に特徴を洗い出してみよう。

【建設業】

公共事業の受注が安定性をもたらしている。春は基本的にそれほど困難ではなかった。その後はコロナ対応のデジタル化などの工夫が求められてきた。その中で、コロナ危機を突破する機会にといった内容やしっかり頑張ろうとする姿勢がみられる。以下、摘録しておこう。

- ・とはいえ将来見通しを得難い状況で、一部には挑戦意欲が減衰しているなど率直な意見が表明されている。
- ・また感染予防対策をしての集客に取り組んで、先行投資だと考え、社員の雇用を進めている。従業員の高齢化に伴い、パートやアルバイト、時短労働力を取り入れた。また、社員教育、技術教育、若年層（即戦力となる）の採用課題がある。来年度以降の官公庁の受注件数がほとんど見込めないため、民間、新規事業をただちに軌道に乗せることが課題である。
- ・まだコロナの影響に耐えられるだけの資金の確保。このような時をチャンスと考え、会社の経営について（体制、雇用、設備の見直し、新規取組など）考え直し、成長につなげる。また業種により影響は様々、このような事態は次のステップへの何らかの警鐘と思う。国の打つ手が正しいと思われないので、ここに次の手を打たなくてはならないだろう。業績の回復・拡大は一朝一夕ではできない。今は機首を下げないで嵐が過ぎ去ることを考えることが賢明に思う。ちなみに、数年前から産学官のエネルギー事業の研究に携わっている。
- ・前期（4月～9月期）は官公の受注が多く、ここ40年で最高益。今期（10月～）も民需が停滞していることで官公の受注を目指し、入札に力を入れている。労働力不足により民間工事でお断りした仕事も多々あった。今後も続くようなら発注元からの信用を無くす事に成り兼ねない。組織を固めること。在宅勤務の可能性を探り実行間近。ヴィジョン経営を中心に据えること。

【製造業】

コロナの影響はまだら状況だ。ただ将来予測が難しいという悲鳴にも似た意見が出されている。企業自らの積極対応に心がける一方、このような時こそ政治主導の方向性への期待も出てくるだろう。補助金の実施の迅速性も求められる。以下、摘録しておこう。

- ・現在はありがたいことに取引先からの受注が安定しているおかげで経営に問題はない。しかしコロナ禍が今後も数年続くことを踏まえての対策ができていない。建設業界の冷え込みが即打撃になるため、予断を許さない状態に変わりはない。しかし今後の具体的な対策がとれていないのが課題である。
- ・ものづくり補助金に応募、結果として採択されたためNC旋盤を10月に導入した。11月より稼働し生産能力が向上したことにより、今まで受注できなかった製品も製作可能になり来年に向けて売上の増加が見込まれる。
- ・自動車部品の製造・販売が主となっているので、コロナの影響もあるが、車種モデルチェンジ(モデル終了)の影響がかなり大きい。既存顧客、新規顧客問わず、新規受注活動(ウェブサイトを通じての問い合わせも比較的多い)への取り組み、また、コロナ対策商品の企画・開発・施策を行っている。

- ・コロナ対策の意識と理解を従業員に共有し、徹底をし、お客様に安心してお買い物ができるように努めた。行政の支援金を分析して使用に心がけた。会員さんへの希望退職者を少人数受け入れた。
- ・社員の部署間の交流、多能工化。生産能力の高い機械の導入を検討。
- ・情報収集、産地問屋の漁模様の掌握と現状在庫の確認（日本全体で沿岸漁業の大不漁が続いているため、取引先、仕入れ先との密な情報交換が不可避）。
- ・次年度における生産向上のため、設備投資を計画。付加価値増大を図る。
- ・経営指針書にのっとり経営計画の実行。方向性の確認。コスト削減への取組。人材の活用と育成にも課題あり。
- ・オンラインショップの充実。地域の中小企業連携。
- ・4～8月は生産量が落ち込み、計画的に休業や早退を行った。働き方改革と時期が重なったこともあり、効率よく「働く」ということを社員自らが考え直すきっかけとなった。売上は30%減となったが、生産効率はあがったため、影響は最小限で済んだ。新規のお客様と取引をはじめ、11月より量産を開始した。作業員にやり方を指導する社員教育が間に合わず、管理者が現場にかかりきりになってしまっている。
- ・これから経済活動を再開するにあたり早急に検討しなければならないことの1つに新規受注。今いる社員を総動員してチーム一丸となってコロナ禍を乗り越えるためにまず取り組むべき課題として経営理念の見直しや自身の覚悟を社員に伝えることが必要だと考えている。
- ・製造業大幅なコスト削減が見込まれる設備を投資して、回復基調になったときにフル回転させられる準備をしている。

【卸・小売業】

ウェブ会議やスマホでの連絡等で対処することが大きくなっているのは他の業種とも同様だ。その結果、経費の節減というメリットも生じている。対面の不足から自社HPの開発、電子決済など新規の取り組みも必要になっている。

- ・これまでも環境衛生商材(除菌関連商品等)を取り扱ってきたが、それら商材の付加価値を高めるとともに商品群を増やすように取り組んでいる。メーカーとも協力しながら他社の類似商品との差別化をはかり、優位性をアピールすべく努力をしている。
- ・取引先の95%が飲食店なので、コロナ対応のフォローとメニュー・企画の相談対応。新規獲得への営業。新規事業の具体化。
- ・BtoCの拡大宣伝
- ・雇用調整助成金、持続化給付金、エール静岡事業者応援金の申請。新たな業態づくりに向けて準備（場所づくり）。
- ・新型コロナウイルスへの関心が高い中、便乗的な抗菌をうたう販売商品(光触媒)等が紹介されているが継続的な抗菌作用は発揮できない。当社では24時間365日継続できる防菌・防カビ・防藻性能を発揮でき、手軽に施工できる、新しいウィルス不活性、薬剤販売に向けて取り組んでいる。目視ですぐにわからないので、商品説明など時間がかかることが課題。

・新規取引先の開拓として 10 月に東京ギフトショーに初出店し、新規取引先を開拓しました。すでに受注につながっており、半年後にはある程度広がりを見せていく予定。また、オンラインへの誘導として YouTube 動画を作成中。経営革新補助金を採択されて現在進行中。年末から新年にかけて動画がアップされ、新規顧客に繋がることを期待している。課題はスピード感をもってやりきれんかどうか。

【サービス業】

サービス業は、種々の分野にかかわっているからであろうが、厳しい環境の報告が相次いでいるように見える。これは全国状況の一端を示しているだろう。ではどうするか？デジタル化の推進などで対応しているが、その対応で万事うまくゆくわけではない。人事制度などの斬新な取り組みも必要だ。それにしても国の対応の遅れは深刻だ。以下、摘録しておこう。

- ・サービス業新しい販売商品の導入、販売地域拡大に向け、SNS 関連の組合の建立。HP の刷新、Facebook・Instagram・Twitter・ユーチューブに情報を配信。県外からのユーザーが増加している。
- ・来年は人事制度設計などの新規事業を展開し、これまでの社労士業務と合わせて、より付加価値・収益性の高い事業を強化していく予定。働き方改革が進む中、弊社が得意とする提案型の社労士を探しているという話は多くあるので、こうしたニーズにしっかりとした価格で対応できる体制づくりを進める。
- ・法人・個人ともにコロナによる出費が増えたこともあるが、その中で改めて保険の重要性を伝えている。
- ・国の補助金関連の事業はスタートが 2～3 ヶ月遅れとなり、通常の半分の期間での業務遂行が必要になった。やむなく残業でこなさなければならなかった。一方、オンライン会議で移動時間が少なくなり救われた。引き続きオンライン会議を活用するとともに、お客様にも提案していきたい。
- ・コロナ関連の融資を受けた。地元の新聞「富士ニュース」カラー版に広告を掲載しており、新規顧客の獲得に繋がっている。課題：第 3 波が拡大してきたことにより、イベント等が中止になり、キャンセルがでている。
- ・社内分担の確立。社内全体を様々な角度から分析、数値化した裏付けのある作業分担の確立と効率化を図る。
- ・正社員の空洞化している年代の雇用(若手)を図りたいがなかなか応募がない。昇給は例年通り行い、先は不安であるが、社員のほうがもっと不安を抱えていると思う。節約も大切であるが、利益を出して還元し、モチベーションを高めていく。
- ・設備投資と社員教育を行った。課題は資金繰りだが、社員の 9 割は業務に戻れている。耐え難きを耐え、忍び難きを忍びの精神で社員一同感染拡大を防ぐよう努めています。Web 会議や打ち合わせを積極的に取り入れ、遠方のクライアントにレスポンスよく対応している。CMS 型 EC サイトの構築をクライアントに提案するために大手 CMS 構築システムの設計・構築・運営を可能にした。
- ・訪問せずに商談できる仕組みづくり、具体的には zoom、ホームページからの資料請求、問い合わせの同線を意識した作りこみ。

- ・初心に戻り、お客様 1 社 1 社に丁寧に営業活動を行い、付き合いの長いお客様の新たな要望の掘り起こしをすること。
- ・新型コロナを予測できたわけではないが、売上の構成比については、市況や環境に関する国際情勢を鑑みて調整を行ってきた背景がある。①行政を対象とした委託事業②事業主を対象とした産業廃棄物事業③個人客まで視野に入れた一般廃棄物事業④企業イメージ向上も目的に入れた再生資源出荷事業のそれぞれを各 25%程度に揃うような戦略で育てつつ、周囲の動向やニーズに合わせて主要事業の育成を行った甲斐があったと思う。事業者を対象とした産業廃棄物や事業系一般廃棄物の売上減少はあったものの、個人客を対象にした片付け業務、遺品整理、生前整理、家屋解体等はその他の減収分をカバーできるまでに育っている。

◆以下は回答頂いた自由記述回答から抜粋して掲載します

No	現在の業況	地域	従業員数	業種	業績の回復・拡大に向けて取り組んだことは何ですか。また、取り組みにあたり課題がありましたらご記入ください。
1	②やや良い	①東部	⑤ 51 ～ 100 人	①建設業	広告媒体の活用、GW 以降のイベントの復活開催、VR 導入による集客およびプレゼン活用。課題としては、暗い見通しの中で挑戦意欲が減衰していること。
2	②やや良い	①東部	④ 21 ～ 50 人	④卸・小売業	事業の基本にもどり、商品・サービス・衛生に関して強化。プレミアム商品券の活用。
3	②やや良い	①東部	① 1 ～ 5 人	⑤サービス業	新しい販売商品の導入、販売地域拡大に向け、SNS 関連の組合の建立。HP の刷新、Facebook・Instagram・Twitter・YouTube に情報を配信。県外からのユーザーが増加している。
4	③そこそこ	①東部	② 6 ～ 10 人	①建設業	従業員の高齢化に伴い、パートやアルバイト、時短労働力を取り入れました。また、社員教育、技術教育、若年層（即戦力となる）の採用課題がある。来年度以降の官公庁の受注件数がほとんど見込めないため、民間、新規事業を即時軌道に乗せることが課題です。
5	③そこそこ	①東部	③ 11 ～ 20 人	④卸・小売業	リモート販売とホームページの変更・修正
6	③そこそこ	①東部	① 1 ～ 5 人	⑤サービス業	国の補助金関連の事業はスタートが 2～3 ヶ月遅れとなり、通常の半分の期間での業務遂行が必要になった。やむなく残業でこなさなければならなかった。一方、オンライン会議で移動時間が少なくなり救われた。引き続きオンライン会議を活用するとともに、お客様にも提案していきたい。

7	③そこそこ	①東部	② 6 ～ 10 人	⑤サービス業	経費削減
8	③そこそこ	①東部	③ 11 ～ 20 人	⑤サービス業	合併、コンプライアンス強化、I.S.O 導入
9	③そこそこ	①東部	③ 11 ～ 20 人	⑤サービス業	コロナに対応した新規事業というか、業態への対応
10	③そこそこ	①東部	④ 21 ～ 50 人	⑤サービス業	コロナ関連の融資を受けた。地元の新聞「富士ニュース」カラー版に広告を掲載しており、新規顧客の獲得に繋がっている。課題：第 3 波が拡大してきたことにより、イベント等が中止になり、キャンセルがでている。
11	③そこそこ	①東部	④ 21 ～ 50 人	⑤サービス業	今期前半は現状を守る事で終始をした。
12	③そこそこ	①東部	④ 21 ～ 50 人	⑤サービス業	社内分担の確立。社内全体を様々な角度から分析、数値化した裏付けのある作業分担の確立と効率化を図る。
13	④やや悪い	①東部	① 1 ～ 5 人	①建設業	自社の業容範囲を広げる為の仕入れルート開拓と、得意先への業容拡大アピール
14	④やや悪い	①東部	③ 11 ～ 20 人	①建設業	事業の拡大と売上比率の分散を進める。一事業に頼るビジネスの恐さを知った。
15	④やや悪い	①東部	② 6 ～ 10 人	②製造業	ものづくり補助金に応募、結果として採択されたため NC 旋盤を 10 月に導入した。11 月より稼働し生産能力が向上したことにより、今まで受注できなかった製品も製作可能になり来年に向けて売上の増加が見込まれる。
16	④やや悪い	①東部	③ 11 ～ 20 人	②製造業	新規案件の受注と新規で設備の導入（現有設備と異なる種類の加工を行う機械）。
17	④やや悪い	①東部	④ 21 ～ 50 人	②製造業	現状、自動車部品の製造・販売が主となっていますので、コロナの影響もありますが、車種モデルチェンジ(モデル終了)の影響がかなり大きい。既存顧客、新規顧客問わず、新規受注活動(ウェブサイトを通じての問い合わせも比較的多い)への取り組み、また、コロナ対策商品の企画・開発・施策を行っています。

18	④やや悪い	①東部	① 1～5人	④卸・小売業	これまでも環境衛生商材(除菌関連商品等)を取り扱ってきたが、それら商材の付加価値を高めるとともに商品群を増やすように取り組んでいる。メーカーとも協力しながら他社の類似商品との差別化をはかり、優位性をアピールすべく努力をしている。また、感染リスク軽減とあわせ、出張旅費等の経費削減も兼ねて取引先とのミーティングは極力リモートで行うようにしている。
19	④やや悪い	①東部	③ 11～20人	④卸・小売業	商社だが、コロナ禍で出張などの経費が減り、結果的に削減できた。社内に zoom や teams などの環境を整えたが、全社員にモバイルパソコンを支給する余裕はないため、スマホを支給した。現在、客先、仕入れ先ともに面談による商談が困難なので社員全員で対策を考察中。
20	④やや悪い	①東部	④ 21～50人	④卸・小売業	新しい人材を採用するチャンスだが、業績の回復などに不安あり。
21	④やや悪い	①東部	② 6～10人	⑤サービス業	協同組合を立ち上げた。この事業がうまくいけば自社の発展につながる。行政に啓蒙活動を行う。
22	④やや悪い	①東部	④ 21～50人	⑤サービス業	景気が悪化している時期だから安価な設備投資が可能なため、機器の更新を進めている。WEB 会議システムによるリモートでの営業活動を進めるよう努力している。
23	④やや悪い	①東部	⑥ 101人以上	⑤サービス業	正社員の空洞化している年代の雇用(若手)を図りたいがなかなか応募がない。昇給は例年通り行い、先は不安であるが、社員のほうがもっと不安を抱えていると思う。節約も大切であるが、利益を出して還元し、モチベーションを高めていく。
24	④やや悪い	①東部	⑥ 101人以上	⑤サービス業	新規事業案、新入社員採用。人材が少ない。人材教育が難しい。若い人材が来ない。60歳以上の人が多くなる。
25	⑤悪い	①東部	① 1～5人	②製造業	コロナ融資を受け、工場の補修や設備修理の実施。
26	⑤悪い	①東部	② 6～10人	②製造業	新規取引先からの受注を実現させたこと。
27	⑤悪い	①東部	② 6～10人	②製造業	①情報の取得に注意し、世の中の変化に対応した経営を行う。②きめ細やかな営業活動を行い、顧客のニーズに合わせてあ取り

					組みをする。③過去の経営体験をみつめ、現在の状況に役立つ事柄を見つめなおす。
28	⑤悪い	①東部	③ 11 ～ 20 人	②製造業	新規開拓
29	⑤悪い	①東部	④ 21 ～ 50 人	②製造業	コロナ対策の意識と理解を従業員に共育し、徹底をし、お客様に安心してお買い物ができるように務めた。行政の支援金を分析して使用に心がけた。会員さんへの希望退職者を少人数受け入れた。
30	⑤悪い	①東部	④ 21 ～ 50 人	②製造業	新製品の開発
31	⑤悪い	①東部	⑤ 51 ～ 100 人	②製造業	新規顧客の開拓。社内のスキルアップ。社内外のリモート化。
32	⑤悪い	①東部	⑥ 101 人以上	②製造業	生産性、経費の見直し。選択と集中。
33	⑤悪い	①東部	⑥ 101 人以上	②製造業	社員の部署間の交流、多能工化。生産能力の高い機械の導入を検討。
34	⑤悪い	①東部	① 1 ～ 5 人	④卸・小売業	衛生品等他業種品目の取り扱い。持続化補助金の申請。HP を非対面型ビジネスモデルへ転換、電子決済機能の構築。
35	⑤悪い	①東部	② 6 ～ 10 人	④卸・小売業	販売方法の転換
36	⑤悪い	①東部	③ 11 ～ 20 人	④卸・小売業	取引先の 95% が飲食店なので、コロナ対応のフォローとメニュー・企画の相談対応。新規獲得への営業。新規事業の具体化。
37	⑤悪い	①東部	④ 21 ～ 50 人	④卸・小売業	自動車に関連するコーティング事業の拡大を実施した。まだまだ認知度が低く新規客の獲得には至っていないため、地域の方々に知って頂く活動を進めている。
38	⑤悪い	①東部	② 6 ～ 10 人	⑤サービス業	既存顧客へのアフターフォローに注力している。
39	⑤悪い	①東部	② 6 ～ 10 人	⑤サービス業	営業方法の転換を実施。得意先に対する非接触によるアプローチ手法に切り替え。客先訪問による営業や打ち合わせは極力リモート会議に移行。新規得意先であってもリモートでの提案を実施。商品・サービスの転換を実施中。非接触で完結する商品、サービスの取り扱い準備。営業手法を対面からリモートへの転換、セミナー方式に転換。ホームページの充実によって上記を補完。

40	⑤悪い	①東部	④ 21 ～ 50 人	⑤サービス業	ビジネスモデルの見直し
41	①良い	②中部	② 6 ～ 10 人	①建設業	まだ影響が出ていないため取り組んでいないが、来期に影響が出てくると思われる。課題ではないが、影響に耐えられるだけの資金の確保。このような時をチャンスと考え、会社の経営について（体制、雇用、設備の見直し、新規取組など）考え直し、成長につなげる。
42	①良い	②中部	④ 21 ～ 50 人	①建設業	価格の見直しと足場を固めることを重点的に行き、社員の育成と教育を日々実施していく。5 年計画で長期・短期の借入れの返済を完了する。
43	①良い	②中部	① 1 ～ 5 人	②製造業	機械設備の投資。
44	①良い	②中部	② 6 ～ 10 人	②製造業	新規医療分野への参入。生産体制の改善
45	②やや良い	②中部	② 6 ～ 10 人	①建設業	顧客目線での見える化と伝え方を大幅に改革した。
46	②やや良い	②中部	③ 11 ～ 20 人	①建設業	前期は官公の受注が多く、ここ 40 年で最高益でした。今期（10 月～）も民需が停滞していることで官公の受注を目指し、入札に力を入れています。
47	②やや良い	②中部	① 1 ～ 5 人	②製造業	情報収集、産地問屋の漁模様の掌握と現状在庫の確認（日本全体で沿岸漁業の大不漁が続いているため、取引先、仕入れ先との密な情報交換が不可避）。
48	②やや良い	②中部	⑤ 51 ～ 100 人	③流通業	既存のお客様への今まで以上の深掘と取引先ごとの受注割合を大きく変えた
49	②やや良い	②中部	① 1 ～ 5 人	④卸・小売業	BtoC の拡大宣伝
50	②やや良い	②中部	③ 11 ～ 20 人	⑤サービス業	情報収集による付加価値増大。
51	③そこそこ	②中部	④ 21 ～ 50 人	①建設業	この状況下だからこそその人財確保、育成に取り組んでいます。これは次代を担う若手の育成も含んでいます。
52	③そこそこ	②中部	⑥ 101 人以上	①建設業	コロナの影響ではないが、受注先が集中してきているため、既存の客先もまわりバランスよく受注できるようにしていくことを計画している。

53	③そこそこ	②中部	⑤ 51 ～ 100 人	⑤サービス業	設備投資と社員教育を行った。課題は資金繰りだが、社員の 9 割は業務に戻れている。
54	④やや悪い	②中部	③ 11 ～ 20 人	①建設業	組織を固めること。在宅勤務の可能性を探り実行間近。ヴィジョン経営を中心に据えること。
55	④やや悪い	②中部	① 1 ～ 5 人	②製造業	新しい溶接機を購入して、他金属の加工ができるように準備している。
56	④やや悪い	②中部	① 1 ～ 5 人	②製造業	新規顧客の獲得、客先の情報収集。付加価値の増加。
57	④やや悪い	②中部	② 6 ～ 10 人	②製造業	新商品の開発
58	④やや悪い	②中部	③ 11 ～ 20 人	②製造業	次年度における生産向上のため、設備投資を計画。付加価値増大を図る。
59	④やや悪い	②中部	③ 11 ～ 20 人	②製造業	経営指針書にのっとり経営計画の実行。方向性の確認。コスト削減への取組。人材の活用と育成にも課題あり。
60	④やや悪い	②中部	③ 11 ～ 20 人	②製造業	助成金を活用した設備投資。
61	④やや悪い	②中部	② 6 ～ 10 人	④卸・小売業	雇用調整助成金、持続化給付金、エール静岡事業者応援金の申請。新たな業態づくりに向けて準備（場所づくり）。不良在庫の整理。店舗 HP のリニューアル。
62	④やや悪い	②中部	⑥ 101 人以上	④卸・小売業	お客様、仕入れ先、社内会議用オンライン環境の整備(ソフト・ハード)
63	④やや悪い	②中部	① 1 ～ 5 人	⑤サービス業	耐え難きを耐え、忍び難きを忍びの精神で社員一同感染拡大を防ぐよう努めています。Web 会議や打ち合わせを積極的に取り入れ、遠方のクライアントにレスポンスよく対応しています。CMS 型 EC サイトの構築をクライアントに提案するために大手 CMS 構築システムの設計・構築・運営を可能にしました。
64	④やや悪い	②中部	② 6 ～ 10 人	⑤サービス業	訪問せずに商談できる仕組みづくり、具体的には zoom、ホームページからの資料請求、問い合わせの同線を意識した作りこみ。
65	④やや悪い	②中部	⑤ 51 ～ 100 人	⑤サービス業	新規荷主営業の展開(直接訪問、WEB サイトへの登録金融機関等の紹介等)。雇用調整助成金なども有効に活用し、雇用の維持と待遇の改善維持を継続。波動の激しい受注にも対応しながら、荷主のリバウンドに対応した。

66	⑤悪い	②中部	⑤ 51 ～ 100 人	②製造業	大幅なコスト削減が見込まれる設備を投資して、回復基調になったときにフル回転させられる準備をしています。
67	⑤悪い	②中部	① 1 ～ 5 人	④卸・小売業	手書き資料をデータ化。社員とのデータの共有。補助金の申請。先の売上につながることをしている。
68	⑤悪い	②中部	③ 11 ～ 20 人	④卸・小売業	社員教育と幹部育成の強化を行っている。コスト意識を上げることと、お客様のお役立ちを今まで以上に社内に浸透させている。
69	⑤悪い	②中部	② 6 ～ 10 人	⑤サービス業	初心に戻り、お客様 1 社 1 社に丁寧に営業活動を行い、付き合いの長いお客様の新たな要望の掘り起こしをすること。なかなか成果に繋がらないことが課題。
70	⑤悪い	②中部	③ 11 ～ 20 人	⑤サービス業	インターネットを使った配信サービス。情報量、取引先の開拓。
71	①良い	③西部	① 1 ～ 5 人	①建設業	建設業・公共事業受注でコロナの影響は感じられない。労働力不足により民間工事でお断りした仕事も多々あった。今後も続くようなら発注元からの信用を無くす事に成り兼ねない。
72	②やや良い	③西部	② 6 ～ 10 人	①建設業	経営指針の再度見直しとして、自社の強みを社員と再確認して経営方針の補正を行った。
73	②やや良い	③西部	② 6 ～ 10 人	①建設業	新規顧客の開拓、協力業者の拡大。
74	②やや良い	③西部	③ 11 ～ 20 人	①建設業	まずは自分から社員、その家族までコロナ対策をしっかりやること。受注は社長の責任。自ら先頭に立って努力すること。
75	②やや良い	③西部	② 6 ～ 10 人	②製造業	食品関係への販売を強化し、徐々に新規受注につながってきた。
76	②やや良い	③西部	① 1 ～ 5 人	⑤サービス業	お客様が安心して来所できるように、事務所内で感染防止対策（アクリル板の設置等）を行った。
77	②やや良い	③西部	② 6 ～ 10 人	⑤サービス業	お客様に訪問できなかった期間中に情報やスキルを身につけることに集中した。結果的に提案の幅が広がった。
78	②やや良い	③西部	③ 11 ～ 20 人	⑤サービス業	IT化の促進

79	③そこそこ	③西部	④ 21 ～ 50 人	②製造業	4～8 月は生産量が落ち込み、計画的に休業や早退を行った。働き方改革と時期が重なったこともあり、効率よく「働く」ということを社員自らが考え直すきっかけとなった。売上は 30% 減となったが、生産効率はあがったため、影響は最小限で済んだ。新規のお客様と取引をはじめ、11 月より量産を開始した。必要書類や物流方法など全てにおいて既存のお客様とはやり方が違う。作業員にやり方を指導する社員教育が間に合わず、管理者が現場にかかりきりになってしまっている。
80	③そこそこ	③西部	③ 11 ～ 20 人	④卸・小売業	新型コロナウイルスへの関心が高い中、便乗的な抗菌をうたう販売商品(光触媒)等が紹介されているが継続的な抗菌作用は発揮できない。当社では 24 時間 365 日継続できる防菌・防カビ・防藻性能を発揮でき、手軽に施工できる、新しいウィルス不活性、薬剤販売に向けて取り組んでいる。目視ですぐにわからないので、商品説明など時間がかかることが課題。
81	③そこそこ	③西部	① 1 ～ 5 人	⑤サービス業	借入金を増やし、資金繰りをよくした。
82	③そこそこ	③西部	① 1 ～ 5 人	⑤サービス業	アフターコロナを見据えて商品のブラッシュと新しい広告宣伝方法に取り組んでいます。
83	③そこそこ	③西部	④ 21 ～ 50 人	⑤サービス業	新型コロナを予測できたわけではないが、売上の構成比については、市況や環境に関する国際情勢を鑑みて調整を行ってきた背景がある。①行政を対象とした委託事業②事業主を対象とした産業廃棄物事業③個人客まで視野に入れた一般廃棄物事業④企業イメージ向上も目的に入れた再生資源出荷事業のそれぞれを各 25% 程度に揃うような戦略で育てつつ、周囲の動向やニーズに合わせて主要事業の育成を行った甲斐があったと思う。事業者を対象とした産業廃棄物や事業系一般廃棄物の売上減少はあったものの、個人客を対象にした片付け業務、遺品整理、生前整理、家屋解体等はその他の減収分をカバーできるまでに育っている。

					運送会社の中継地点としての宿泊場所の清掃事業等の新たなサービス創出も始めたが、ひとつの事業部として独り立ちできる可能性は低い。それでも時代の変化に合わせて柔軟に対応する我が社の姿勢の表現として大事にすることでコロナ禍・コロナ後の変化にも対応できる社風を構築できると信じて取り組んでいる。
84	④やや悪い	③西部	① 1～5人	①建設業	新規顧客開拓
85	④やや悪い	③西部	③ 11～20人	①建設業	社内の機動力の強化、社員の配置転換、役職(手当の拡充)をつけて報連相の強化をしました。経費と人件費が多くなってしまったので、他のことで経費削減の課題が残りました。
86	④やや悪い	③西部	③ 11～20人	①建設業	新しいモデルハウスを建設し、それを広告塔にして SNS を中心に販売活動を強化した。新しい取り組みとして、工場・倉庫建築の専門ブランドを立上げ、新しい HP を立上げ、郵送 DM 等を通じて販売活動を推進してきた。
87	④やや悪い	③西部	③ 11～20人	①建設業	建築関係はコロナのワクチン接種ができるようになっていても、1年間程度は需要の停滞期になっていくと考えています。企業営業は今まで通り頑張りながら、住宅営業力の向上を考えています。
88	④やや悪い	③西部	③ 11～20人	②製造業	仕事内容を選ばず、対応できる全ての仕事を受注する。
89	④やや悪い	③西部	④ 21～50人	②製造業	現状は補助金がらみの取り組みが主体(売上・設備投資)。設備保全・補修を外注にお願いしていたことを社内で吸収。業績回復のために、今までとは違う考え方ややり方をしなければいけないと考えている。コロナ禍の状況で社員の世代交代と設備更新が手を出せずにいる。

90	④やや悪い	③西部	⑤ 51 ～ 100 人	②製造業	コロナ禍で外食関係の業界が大きな影響を受けたため、外食以外でコロナ禍でも販売が落ちない業種の新規取引先を増やしていきたい。
91	④やや悪い	③西部	① 1 ～ 5 人	④卸・小売業	WEB 会議の導入。LINE を使った情報提供。まだ始めたばかりで手ごたえはわからない。手さぐりで始めているのでどのような使い方がいいか。相談、アドバイスをもらうところがわからない。
92	④やや悪い	③西部	② 6 ～ 10 人	④卸・小売業	コロナの影響で先行きが不透明なため、採用等すべて取りやめ、現状の社員の雇用維持に注力している。設備投資などの計画も当面は無し。
93	④やや悪い	③西部	④ 21 ～ 50 人	④卸・小売業	新規取引先の開拓として 10 月に東京ギフトショーに初出店し、新規取引先を開拓しました。すでに受注につながっており、半年後にはある程度広がりを見せていく予定。また、オンラインへの誘導として YouTube 動画を作成中。経営革新補助金を採択されて現在進行中。年末から新年にかけて動画がアップされ、新規顧客に繋がることを期待している。課題はスピード感をもってやりきれるかどうかな。
94	④やや悪い	③西部	① 1 ～ 5 人	⑤サービス業	新規社員を雇用することができたが、今後、どのように育てていくのが課題である。
95	④やや悪い	③西部	② 6 ～ 10 人	⑤サービス業	zoom 等通信を行った営業の拡大。
96	④やや悪い	③西部	③ 11 ～ 20 人	⑤サービス業	商材を 2、3 月はテレワークに関わることを案内したため、売上、利益の維持ができた。安価で便利な商材を提供して顧客の業績回復を手伝うことも重要。
97	④やや悪い	③西部	③ 11 ～ 20 人	⑤サービス業	コロナ禍で外食が敬遠された中、今まで手をつけなかったテイクアウト、デリバリー、ランチ営業に舵を切りました。
98	⑤悪い	③西部	③ 11 ～ 20 人	①建設業	顧客の設備投資などが後回しとなり、今季予定していた注文が取れなくなっている。4 月以降のコロナ終息と景気回復を期待している。

99	⑤悪い	③西部	⑥ 101 人以上	②製造業	経済活動が停滞していた数ヶ月を経て、これから経済活動を再開するにあたり早急に検討しなければならないことの1つに新規受注。ただ営業促進活動を行う上で、新規お客様の決定権者にお会いできず、苦戦している。また、今いる社員を総動員してチーム一丸となってコロナ禍を乗り越えるためにまず取り組むべき課題として経営理念の見直しや自身の覚悟を社員に伝えることが必要だと考えている。
100	⑤悪い	③西部	③ 11 ~ 20 人	④卸・小売業	社員の一致団結に向けて取り組んだ。

静岡同友会会員の皆さまへ 景況調査へのご協力よろしくお願いします

本調査は半年ごと会員の景況感や経営上の力点などを集計するものです。中小企業の実態を的確に捉えた同友会の資料として、行政機関等との意見交換やマスコミ発表に生かし、中小企業を取り巻く環境の改善に繋げて参ります。 集計目標500社(前回20.6月期470社回答)

県政策委員長 今野英明

静岡県中小企業家同友会 2020年12月期 景気動向調査(第43回)のお願い

◆返信先◆ 同友会事務局 FAX : 054-255-7620 メール : doyu@szdoyu.gr.jp		回答欄
1. あなたの年代	①20代 ②30代 ③40代 ④50代 ⑤60代 ⑥70代 ⑦80代以上	【 】
2. 業 種	①建設 ②製造 ③流通 ④卸・小売 ⑤サービス	【 】
3. 全従業員数(社長、パート含)	①1~5 ②6~10 ③11~20 ④21~50 ⑤51~100 ⑥101人以上	【 】
4. 売上高(前年同期比)	①増加 ②横ばい ③減少	【 】
5. 経常利益(前年同期比)	①増加 ②横ばい ③減少	【 】
6. 労働力(人手充足感)	①過剰 ②適正 ③不足	【 】
7. 設備投資(今後1年間)	①予定あり ②なし ③決めていない	【 】
8. 資金繰り動向(今後半年間)	①余裕 ②普通 ③窮屈	【 】
9. 原材料・仕入価格(前年同期比)	①上昇 ②横ばい ③下降	【 】
10. 販売価格(前年同期比)	①上昇 ②横ばい ③下降	【 】
11. 直近(前期末)の決算	①黒字 ②とんとん ③赤字	【 】
12. 業況の総合的判断 <現在>	①良い ②やや良い ③そこそこ ④やや悪い ⑤悪い	【 】
<6ヶ月前>	①良い ②やや良い ③そこそこ ④やや悪い ⑤悪い	【 】
<1年前>	①良い ②やや良い ③そこそこ ④やや悪い ⑤悪い	【 】
13. 現在の経営上の問題点 ◆上位2つ	①民需の停滞 ②官公需停滞 ③販売価格低下 ④販売先の海外移転 ⑤ 異業種参入 ⑥大企業参入 ⑦コスト削減 ⑧資金繰り ⑨社員教育 ⑩労働力不足 ⑪事業承継	【 】 【 】
14. 経営上の力点 ◆上位2つ	①付加価値の増大 ②新規受注(顧客) ③人件費節減 ④人件費以外の経費節減 ⑤財務体質 ⑥機械化・IT化 ⑦情報収集 ⑧人材確保 ⑨社員教育 ⑩新規事業 ⑪得意分野の絞込み ⑫研究開発 ⑬事業承継	【 】 【 】
15. 経営指針書(経営理念・方針・計画)はありますか?	①ある ②なし	【 】
16. 経営方針に沿った経営はできていますか?	①はい ②いいえ	【 】
【特別設問】新型コロナウイルス感染拡大の影響について		
17. 半年前と比べ、業績はどれくらい回復しましたか。	①90%以上回復 ②70%回復 ③50%回復 ④30%回復 ⑤10%回復 ⑥変化なし ⑦新型コロナによる大きな影響はなし	【 】
18. 業績の回復にはどれくらいの期間を見込んでいますか。	①1~3ヶ月 ②3~5ヶ月 ③6ヶ月 ④1年 ⑤2年 ⑥3年以上 ⑦不明	【 】
19. 業績の回復・拡大に向けて取り組んだことは何ですか。また、取り組みにあたり課題がありましたらご記入ください。		
氏名 :		所属支部 :
社名 :		
◆返信期日12/14(月) ◆返信先 静岡同友会 FAX : 054-255-7620 メール : doyu@szdoyu.gr.jp		
ご協力ありがとうございます。ご返信頂いた用紙は景況資料作成のために全体集約し、県事務局にて施錠保管・管理します。 各社の回答用紙の個別情報の開示・持ち出しは致しません。速報12月下旬 詳細1月発表予定		

《本調査の目的》

本調査は、地域社会に根を張る会員企業の企業活動状況を把握することにより、地域の景況感・各業種の業況感を的確に捉え、自社の経営と同友会活動に活かすと共に、地域経済活性化の一助とするものである。

そのため調査結果は、静岡同友会全会員及び全国同友会を始め、行政、大学機関、マスコミなどに広く公表し、調査・統計は社会の公共財の認識の下、地域と共有し活用していくものとする。

静岡県中小企業家同友会政策委員会が実施した今期の景況アンケートは、静岡大学の太田隆之准教授、山本義彦名誉教授(同友会顧問)のご協力もいただき、以下の静岡同友会政策委員会の会員が中心となって、共同執筆の上、まとめました。

- ◆全体概況 **太田 隆之** (静岡大学 地域創造学環・人文社会科学部 准教授)
- ◆コラム **鈴木 憲介** (㈱東海医療器械 代表取締役/沼津支部)
- ◆日本経済・静岡県経済・静岡県中小企業家同友会の概況
遠藤 一秀 (遠藤科学㈱ 代表取締役/静岡同友会会長・静岡支部)
- ◆業種別
 - 建設業 **青山 達弘** (㈱青山建材工業 代表取締役/副代表理事・静岡支部)
 - 製造業 **望月 富士雄** (有)沼津金網 代表取締役/沼津支部)
 - 流通・卸小売 **野川 和三** (㈱野川商店 代表取締役/共育委員長・政策副委員長・榛南支部)
 - サービス業 **富山 達章** (インタープランニング有) 代表取締役/静岡支部)
- ◆地域別
 - 全 体 **遠藤 正人** (㈱富士トレーディング 代表取締役/富士支部)
 - 東 部 **山田 真実** (山田司法書士事務所 代表/富士宮支部)
 - 中 部 **松下 恵美子** (三協紙業㈱ 代表取締役/政策副委員長・静岡支部)
 - 西 部 **今野 英明** (光誠工業㈱ 代表取締役/政策委員長・榛南支部)
- ◆規模別 **近藤 良夫** (近藤良夫会計事務所 所長/浜松支部)
- ◆定期調査「経営指針」全体
増田 崇 (有)リアス 代表取締役/経営労働委員長・榛南支部)
- ◆特別設問「半年前と比べ業績はどれくらい回復したか、また回復に見込む期間について」
「業績の回復・拡大に向けての取り組みや取り組みにあたっての課題について」
山本 義彦 (静岡大学名誉教授/静岡同友会顧問)

本冊子のPDF版(過去全調査の報告冊子)を当会HPにて公開しています。

静岡県中小企業家同友会HP→「専門委員会・プロジェクト」→「政策委員会」

こちらからどうぞ→URL：<https://www.szdoyu.gr.jp/about/iinkai/seisaku/>

発	行
作成・編集	



静岡県中小企業家同友会

静岡県中小企業家同友会政策委員会

静岡県中小企業家同友会事務局(担当：白畑)

(所在地)〒420-0857 静岡市葵区御幸町 8 静岡三菱ビル 6F

(Tel) 054-253-6130

(Fax) 054-255-7620

(E-Mail) doyu@szdoyu.gr.jp (HP) <http://www.szdoyu.gr.jp>