

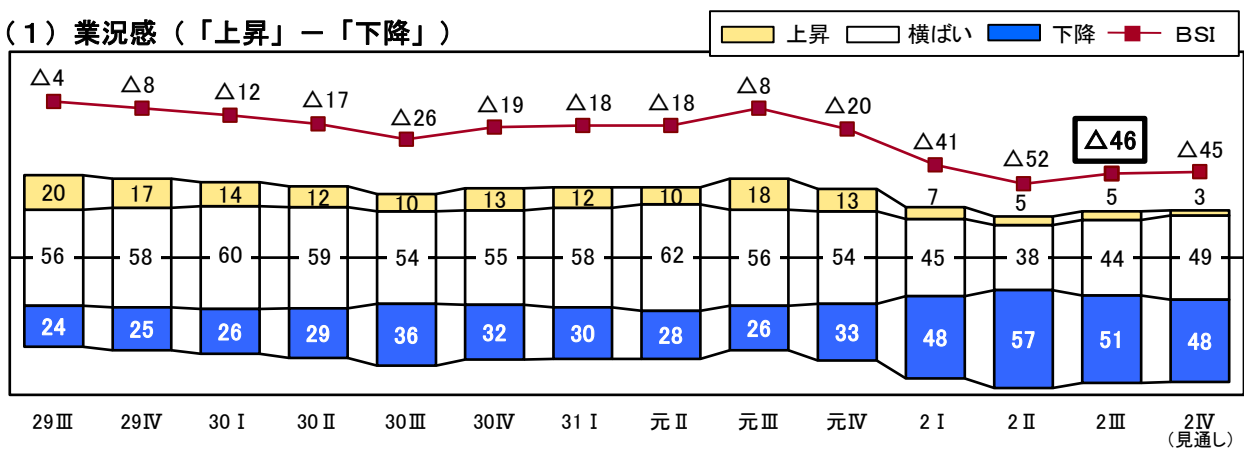
「企業経営者意識調査（令和2年7月-9月）」の概要

令和2年11月4日
経済部経済企画局経済企画課

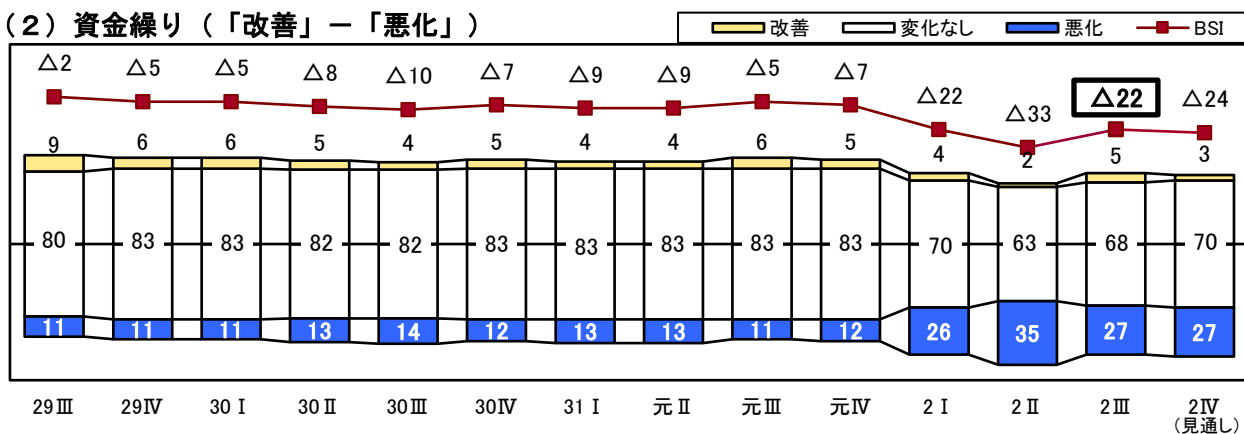
1 企業業況感等調査

- 調査対象企業数 900 社、回答社数 633 社、回答率 70.3%
- 業況感は、前期から 6 ポイント上昇し、 $\Delta 46$ ポイント。（4 期ぶりに上昇）
 - ・ 業種別では、建設業、製造業、卸売・小売業、サービス業で上昇。運輸業で下降。
 - ・ 地域別では、道南、道央、道北、十勝、釧路・根室で上昇、オホーツクで下降。
 - ・ 来期（10-12 月）見通しは、今期から 1 ポイント上昇し、 $\Delta 45$ ポイント。
- 資金繰りは、前期から 11 ポイント上昇し、 $\Delta 22$ ポイント。
- 雇用者の不足感は、前期から 11 ポイント上昇し、32 ポイント。

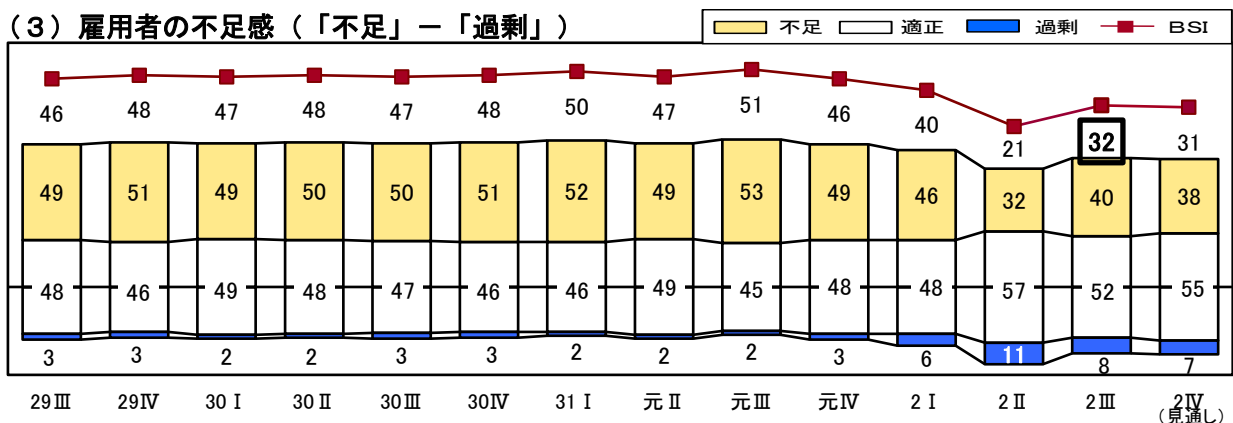
(1) 業況感（「上昇」－「下降」）



(2) 資金繰り（「改善」－「悪化」）



(3) 雇用者の不足感（「不足」－「過剰」）



(4) 業種・地域別の業況感

ア 実績と見通し

区分	R2年 4-6月 実績BSI	R2年7-9月実績					R2年10-12月見通し					
		上昇	横ばい	下降	BSI	変化幅	上昇	横ばい	下降	BSI	変化幅	
総計	△ 52	5	44	51	△ 46	6	3	49	48	△ 45	1	
業種	建設業	△ 21	7	73	20	△ 13	8	3	71	26	△ 23	△ 10
	製造業	△ 48	9	42	49	△ 40	8	3	50	47	△ 44	△ 4
	卸売・小売業	△ 61	4	33	63	△ 59	2	5	44	51	△ 46	13
	運輸業	△ 52	3	39	58	△ 55	△ 3	2	41	57	△ 55	0
	サービス業	△ 67	3	40	57	△ 54	13	3	43	54	△ 51	3
資本金	5千万円未満	△ 57	4	42	54	△ 50	7	3	47	50	△ 47	3
	5千万以上～1億円未満	△ 45	5	48	47	△ 42	3	3	50	47	△ 44	△ 2
	1億円以上	△ 44	8	50	42	△ 34	10	4	52	44	△ 40	△ 6
地域	道南	△ 56	9	42	49	△ 40	16	4	53	43	△ 39	1
	道央	△ 50	4	45	51	△ 47	3	2	49	49	△ 47	0
	道北	△ 55	6	43	51	△ 45	10	3	52	45	△ 42	3
	オホーツク	△ 48	3	41	56	△ 53	△ 5	5	41	54	△ 49	4
	十勝	△ 62	4	50	46	△ 42	20	5	48	47	△ 42	0
	釧路・根室	△ 53	6	42	52	△ 46	7	3	48	49	△ 46	0

イ 主な上昇・下降業種（中分類）

大分類	上昇業種	下降業種
建設業 (▲21→▲13)	総合工事業 (▲14→▲7)、設備工事業 (▲64→▲45)	
製造業 (▲48→▲40)	食料品製造業 (▲52→▲41)、化学工業 (▲40→▲33) パルプ・紙・紙加工品製造業 (▲60→▲40)、 窯業・土石製品製造業 (▲45→▲11)、 金属製品製造業 (▲54→▲42)、 生産用機械器具製造業 (▲70→▲64)、 輸送用機械器具製造業 (0→60)	木材・木製品製造業 (▲70→▲90)、
卸売・小売業 (▲61→▲59)	繊維・衣類等卸売業 (▲80→▲40) 飲食料品卸売業 (▲67→▲63)、 機械器具卸売業 (▲60→▲50) その他の卸売業 (▲71→▲37)、 織物・衣服・身の回り品小売業 (▲100→▲83) 飲食料品小売業 (▲55→▲42)	建築材料、鉱物・金属材料等 卸売業 (▲48→▲50) 機械器具小売業 (▲55→▲71)、 その他の小売業 (▲65→▲72)
運輸業 (▲52→▲55)	道路貨物運送業 (▲41→▲33)	倉庫業 (6→▲19)
サービス業 (▲67→▲54)	情報サービス業 (▲37→▲25) 物品賃貸業 (▲59→▲31)、広告業 (▲67→▲60) 技術サービス業 (▲30→▲20)、宿泊業 (▲98→▲83) 洗濯・理容・美容・浴場業 (▲86→▲64) その他の生活関連サービス業 (▲100→▲83) 廃棄物処理業 (▲43→▲38)、自動車整備業 (▲55→▲53)	

(括弧内の数字は、前期→今期の変化)

ウ 地域別の上昇・下降業種（大分類）

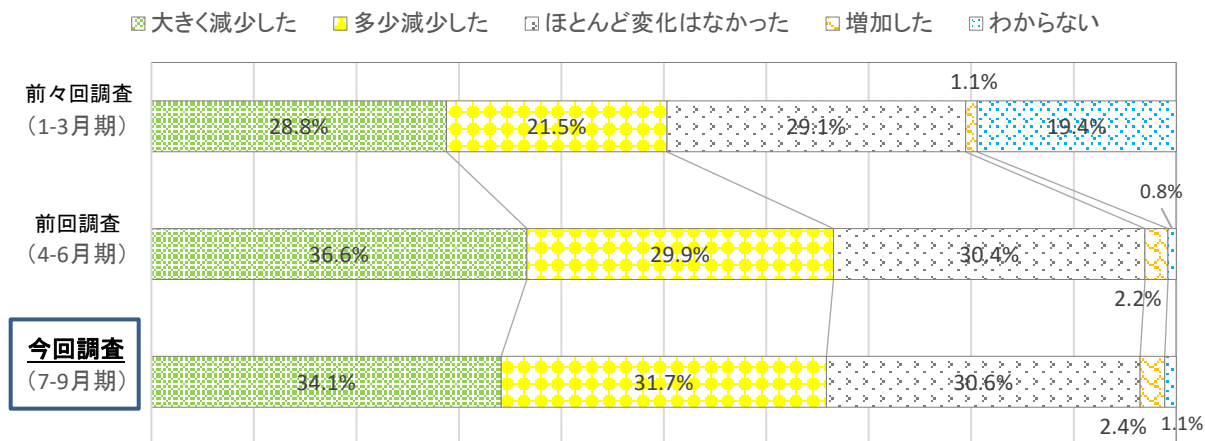
地 域	上昇業種（大分類）	下降業種（大分類）
道南（▲56→▲40）	建設業（0→25） 製造業（▲47→▲27） 卸売・小売業（▲81→▲74） 運輸業（▲54→▲50） サービス業（▲80→▲45）	
道央（▲50→▲47）	製造業（▲43→▲40） 卸売・小売業（▲61→▲54） サービス業（▲63→▲53）	建設業（▲15→▲26） 運輸業（▲46→▲52）
道北（▲55→▲45）	建設業（▲23→▲18） 製造業（▲53→▲50） 卸売・小売業（▲73→▲46） 運輸業（▲62→▲60） サービス業（▲64→▲52）	
オホーツク（▲48→▲53）	建設業（▲15→0） 製造業（▲50→▲30） サービス業（▲74→▲72）	卸売・小売業（▲43→▲77） 運輸業（▲46→▲88）
十勝（▲62→▲42）	建設業（▲50→▲20） 製造業（▲71→▲55） 卸売・小売業（▲75→▲62） 運輸業（▲46→▲34） サービス業（▲63→▲44）	
釧路・根室（▲53→▲46）	建設業（▲40→▲9） 運輸業（▲67→▲62） サービス業（▲75→▲66）	製造業（▲33→▲36） 卸売・小売業（▲34→▲50）

（括弧内の数字は、前期→今期の変化）

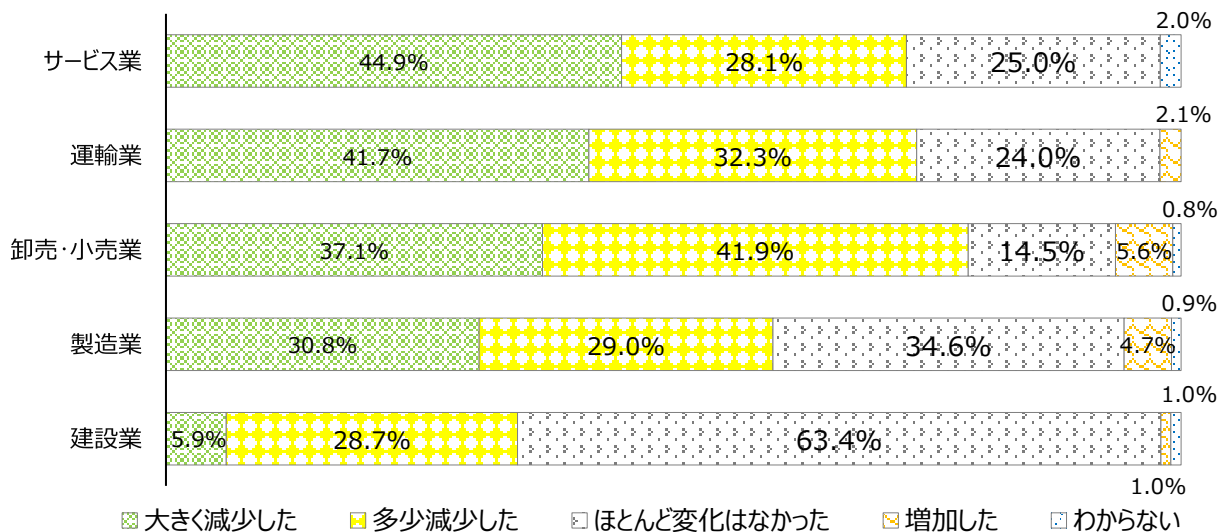
2 特別調査～新型コロナウイルス感染症の拡大による影響について

(1) 本年6～9月における売上・利益等への影響の程度

- ・売上・利益等への影響については、全体では「大きく減少した」が34.1%、「多少減少した」が31.7%と、合わせて65.8%の企業が「減少した」と回答している。前回調査による2～5月における売上・利益等との比較では、「減少した」の割合は縮小している。

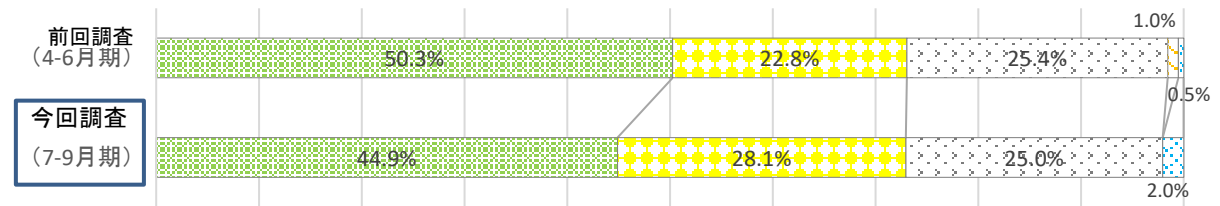


- ・業種別では、「大きく減少した」と回答した企業の割合は運輸業とサービス業で44.9%と最も大きく、次いで運輸業が41.7%となっており、建設業は5.9%と最も小さくなっている。

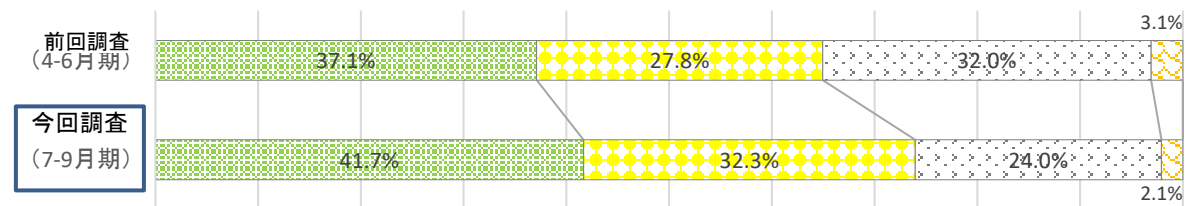


前回調査との比較では、「大きく減少した」と回答した企業の割合は、運輸業と製造業で悪化が認められる一方、サービス業や卸売・小売業などでは改善が認められる。

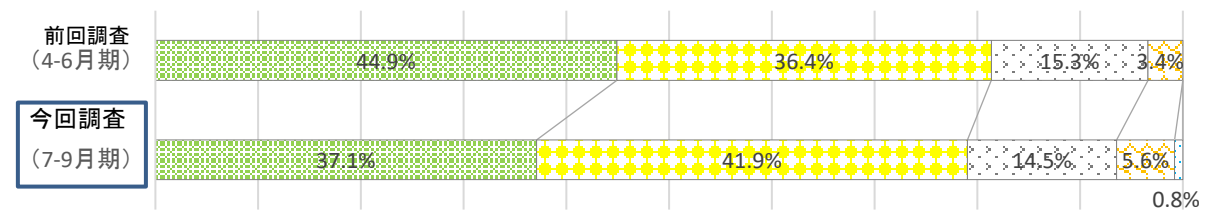
サービス業



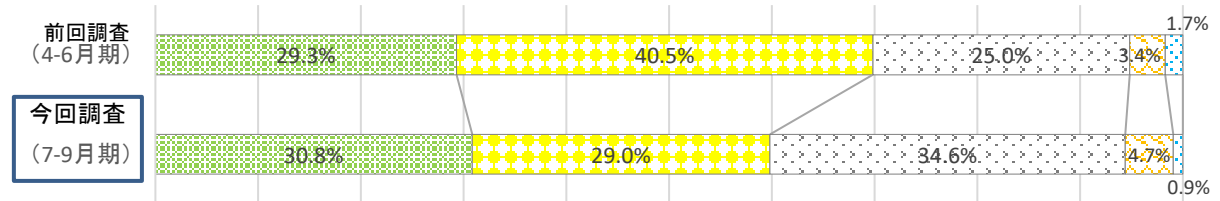
運輸業



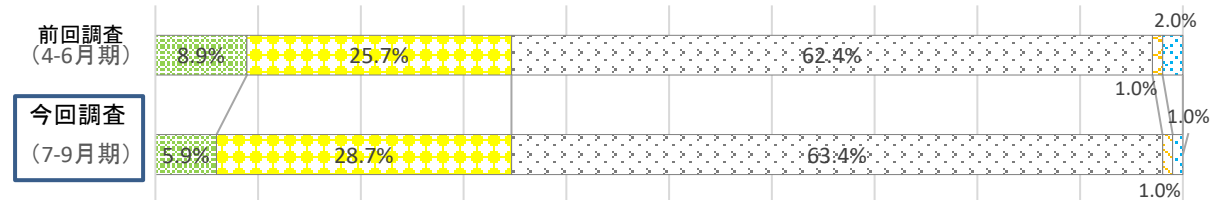
卸売・小売業



製造業

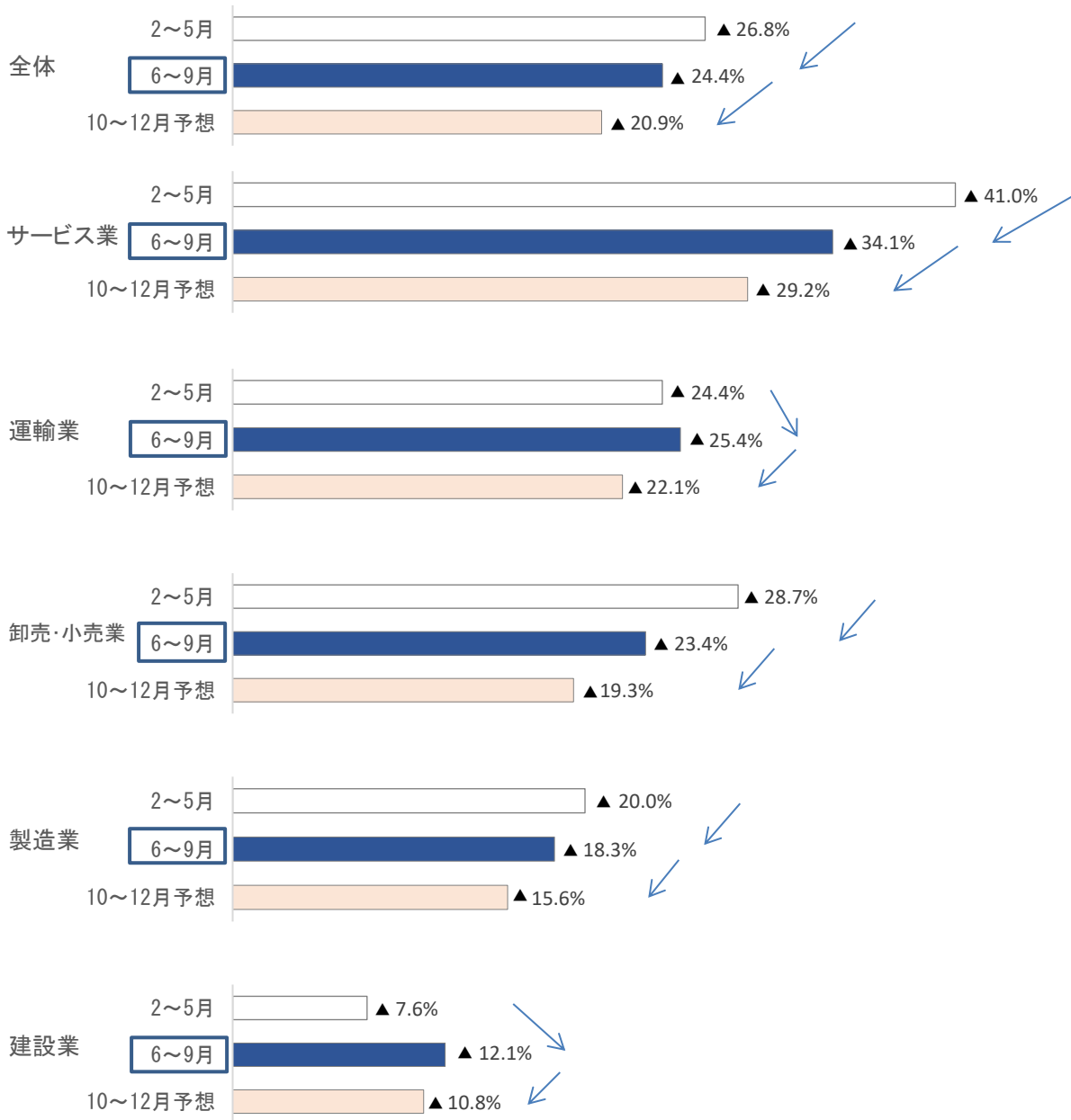


建設業



(2) 令和2年の6～9月における売上の前年同期比減少率

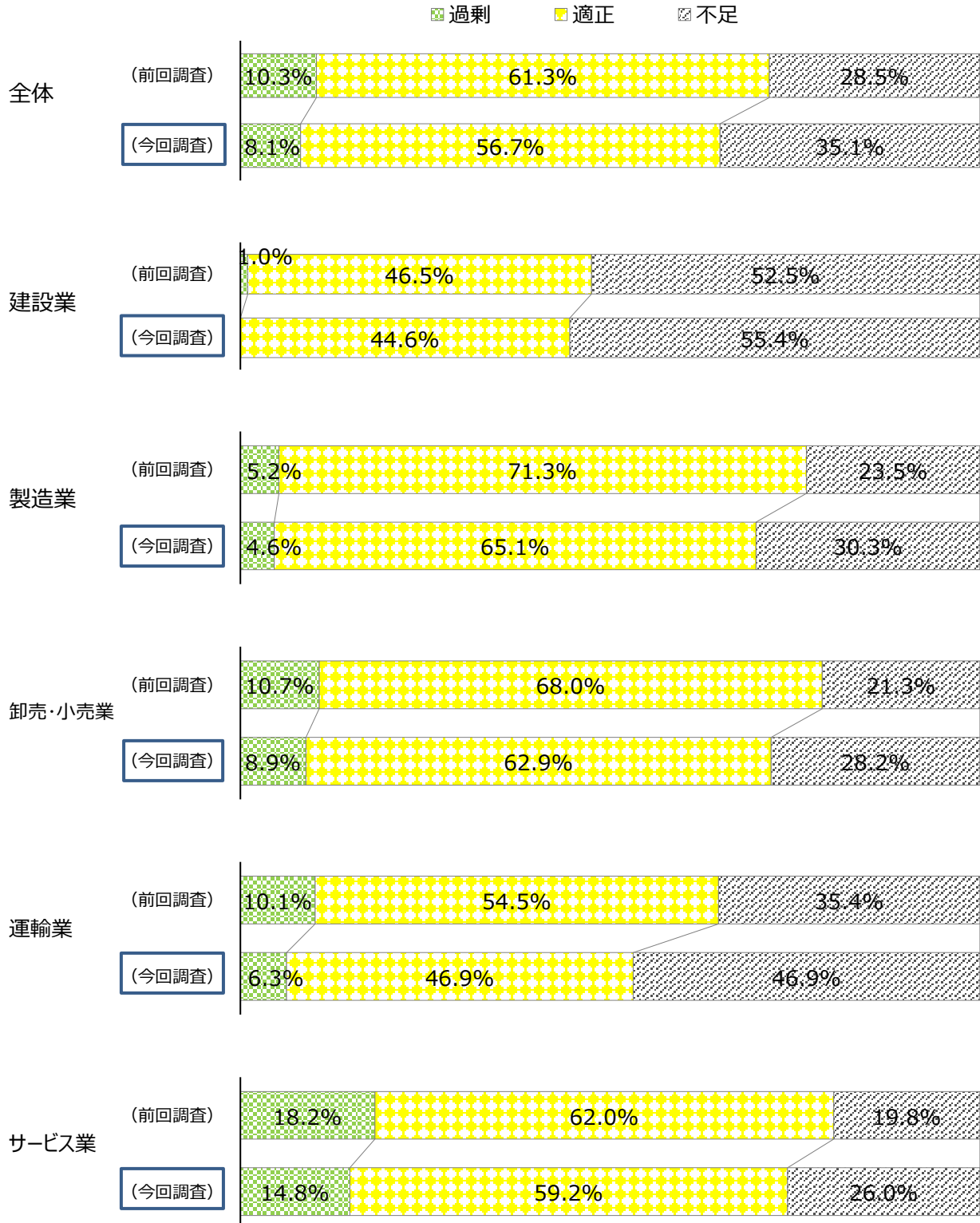
- ・本年6～9月における売上の前年同期比減少率の平均は、全体では▲24.4%で、2～5月との比較では減少率は2.4ポイント縮小している。業種別ではサービス業が▲34.1%と最も減少率が大きくなっており、2～5月との比較では、サービス業、卸売・小売業、製造業で縮小し、運輸業と建設業で拡大している。
- ・また、10～12月期における売上の前年比減少率予想の平均は、全体では▲20.9%で、6～9月期と比較すると総じて改善を予想している。



(3) 正規及び非正規従業員の過不足感

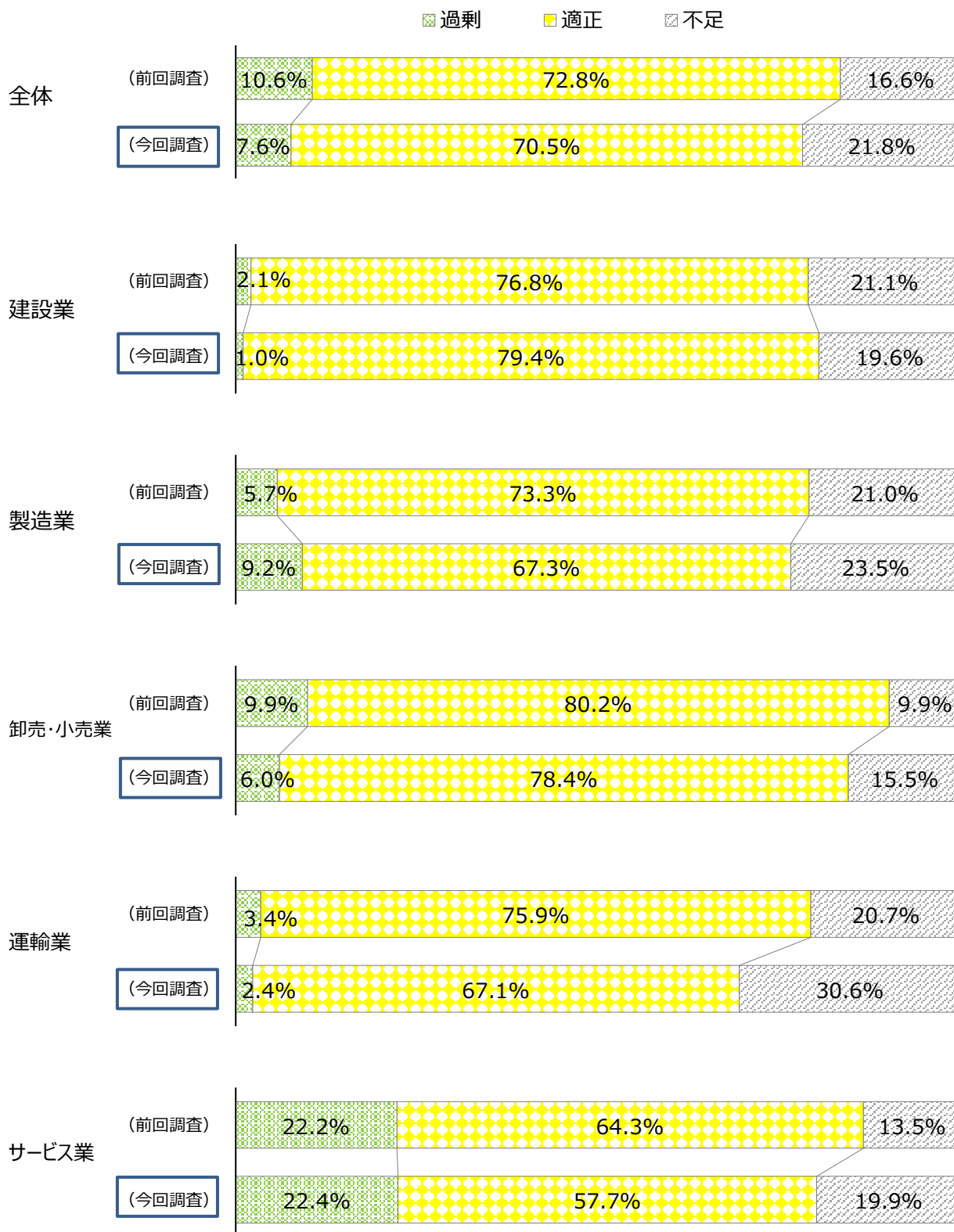
- ・ 正規従業員については、全体では「過剰」が8.1%、「適正」が56.7%、「不足」が35.1%となっており、不足感が過剰感を上回っている。
- ・ 業種別でも、全ての業種で「不足」が「過剰」を上回っている。

正規従業員



- ・非正規従業員については、全体では「過剰」が7.6%で、「適正」が70.5%、「不足」が21.8%となっており、不足感が過剰感を上回っている。
- ・業種別では、サービス業で「過剰」が22.4%と、「不足」の19.9%を若干上回っている。また、「不足」は運輸業で30.6%と最も大きく、前回調査から9.9ポイント拡大している。

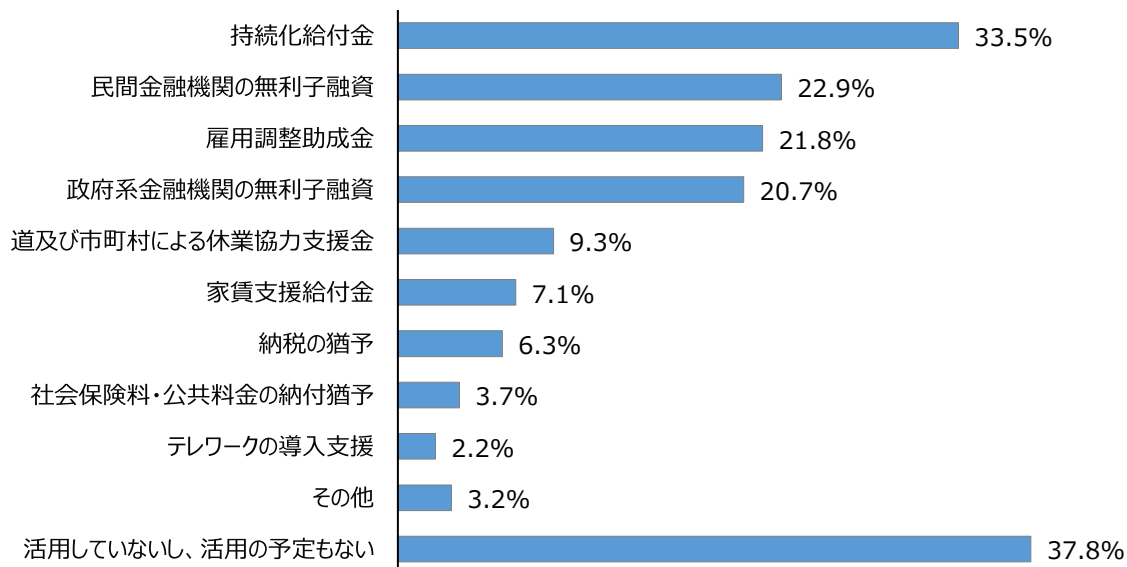
非正規従業員



(4) 国、道等の助成制度のうち活用したもの（予定を含む）

- ・活用している助成制度のうち最も多かったものは「持続化給付金」の33.5%で、次いで「民間金融機関の無利子融資」が22.9%、「雇用調整助成金」が21.8%となっている。
- ・一方、4割弱の企業が「活用していないし、活用の予定もない」と回答している。

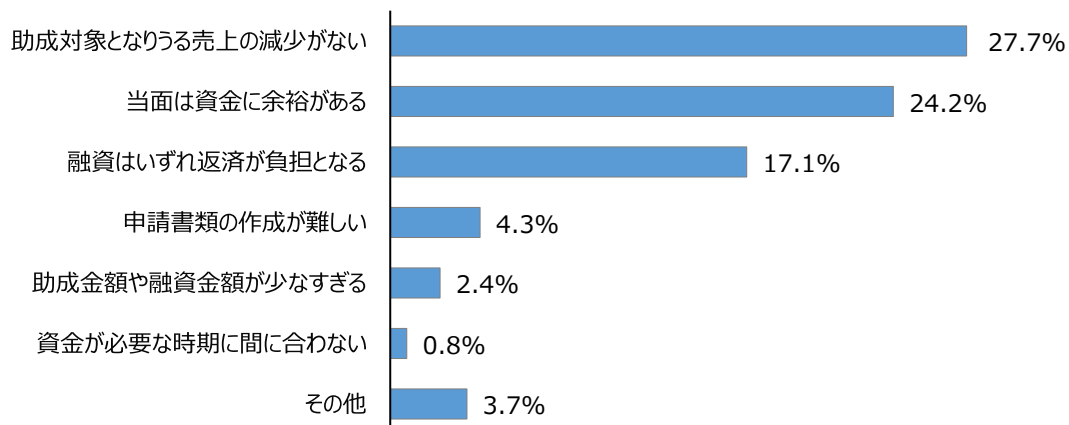
(複数回答)



(5) 国、道等の助成制度を活用していない理由

- ・上記の助成制度の一部または全部を活用していない場合の理由として最も多かったものは、「助成対象となりうる売上の減少がない」の27.7%で、次いで「当面は資金に余裕がある」が24.2%、「融資はいずれ返済が負担となる」が17.1%となっている。

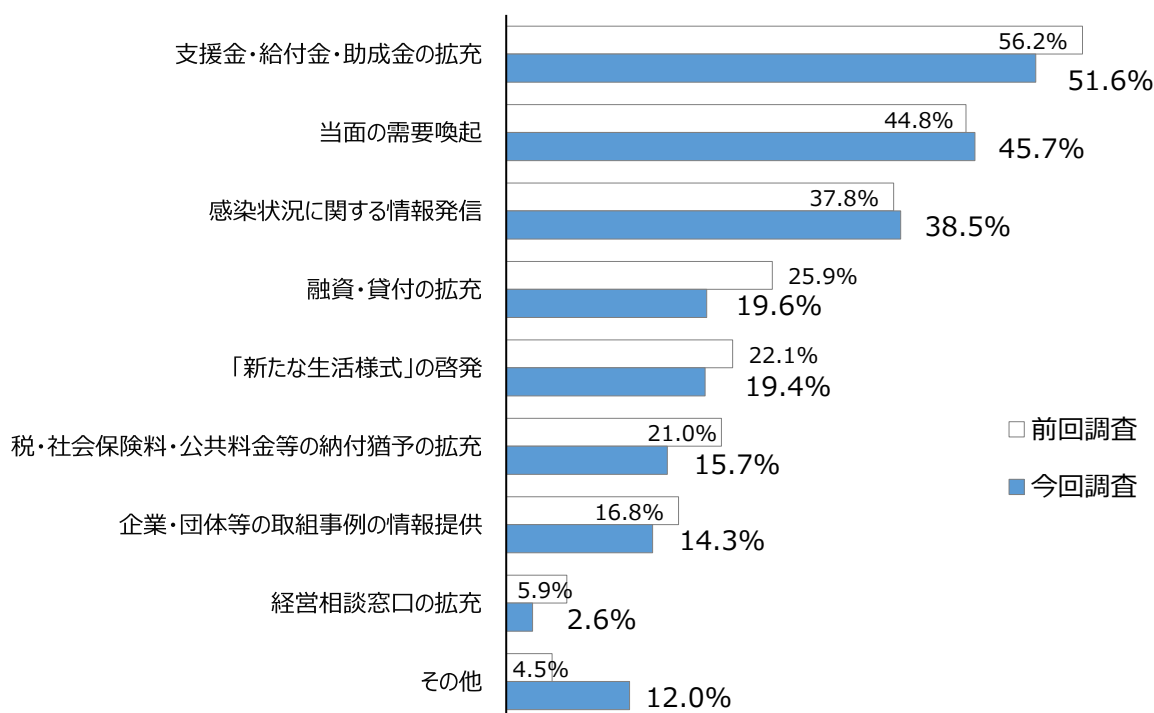
(複数回答)



(6) 感染症による影響に関し、行政（国、道等）に期待すること

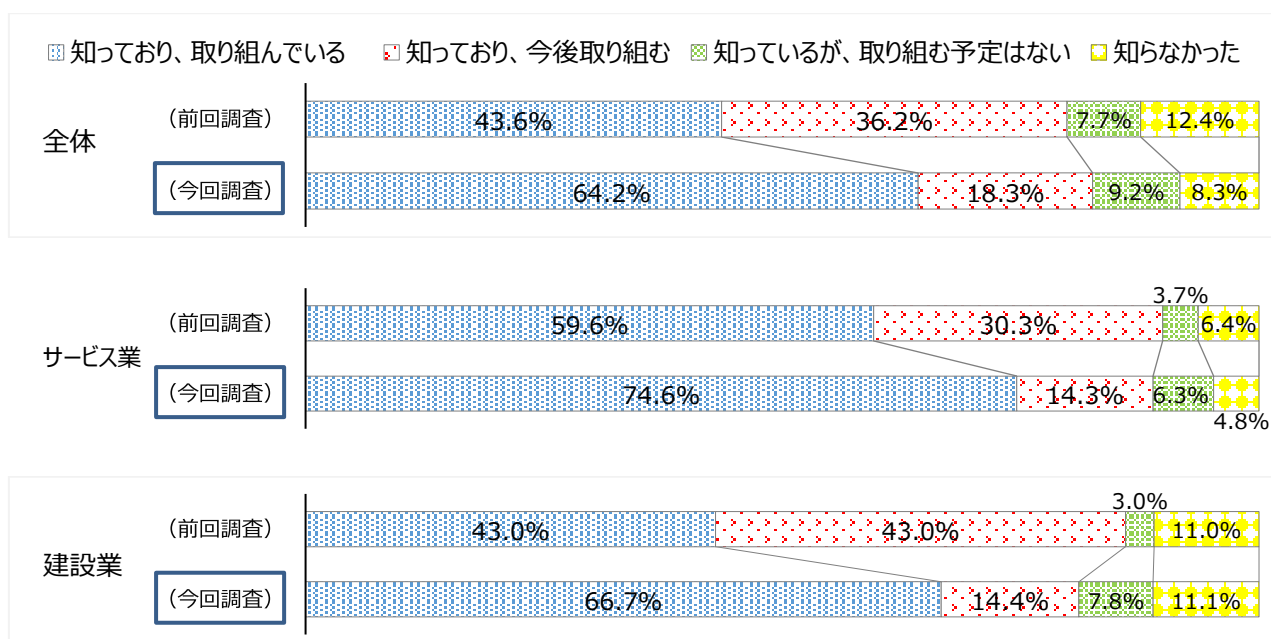
- ・最も多かった回答は「支援金・給付金・助成金の拡充」の 51.6%で、次いで「当面の需要喚起」が 45.7%、「感染状況に関する情報発信」が 38.5%となっている。

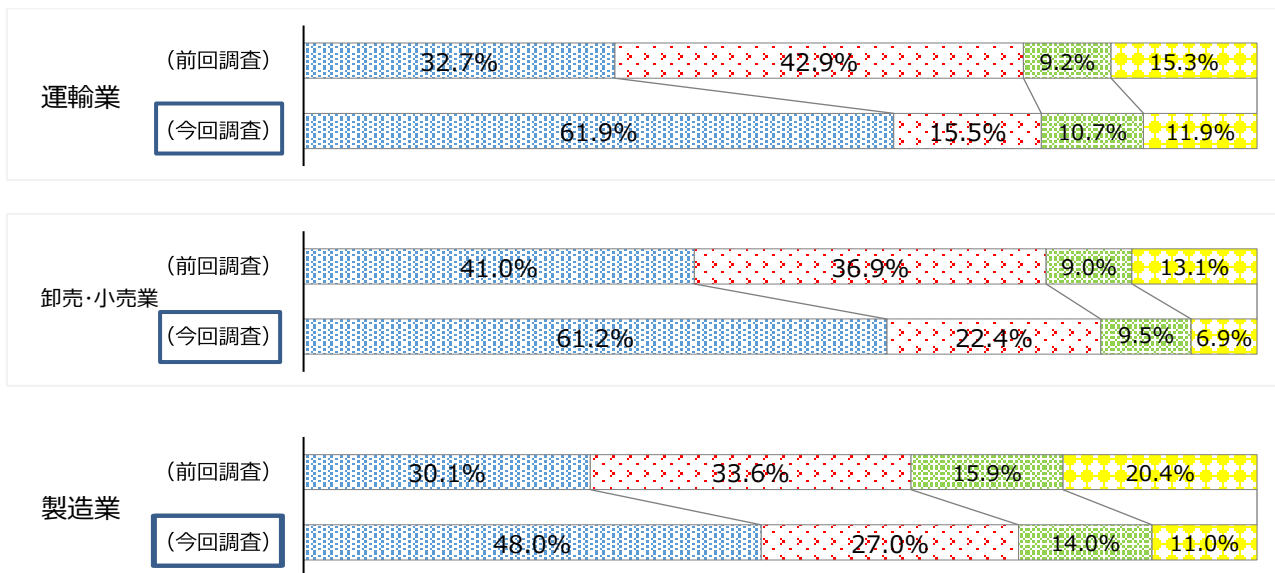
(複数回答)



(7) 「北海道スタイル」の認知度

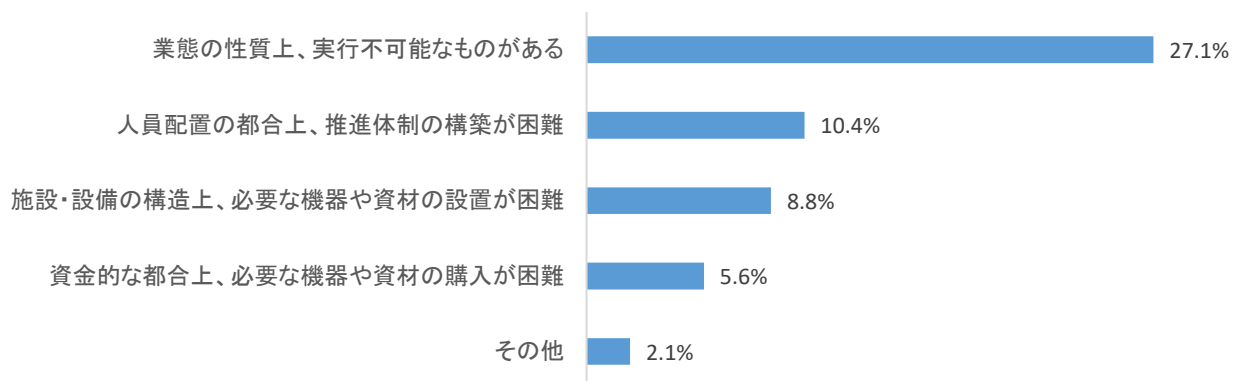
- ・道が提唱している「北海道スタイル」については、全体では、「知っており、取り組んでいる」が 64.2%、「知っており、今後取り組む」が 18.3%で、合わせると認知度は 82.5%（前回：79.8%）となっている。業種別では、「知っており、取り組んでいる」がサービス業で 74.6%と最も大きくなっている。
- ・前回調査と比べると、全般的に取り組んでいる企業は増加している。



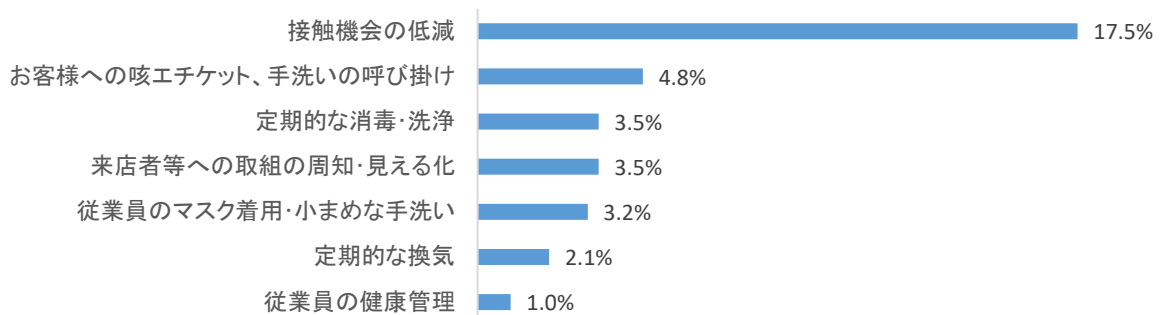


(8) 「北海道スタイル」について取組が困難な理由

- ・最も多かった回答は「業態の性質上、実行不可能なものがある」の27.1%で、次いで「人員配置の都合上、推進体制の構築が困難」が10.4%となっている。（複数回答）

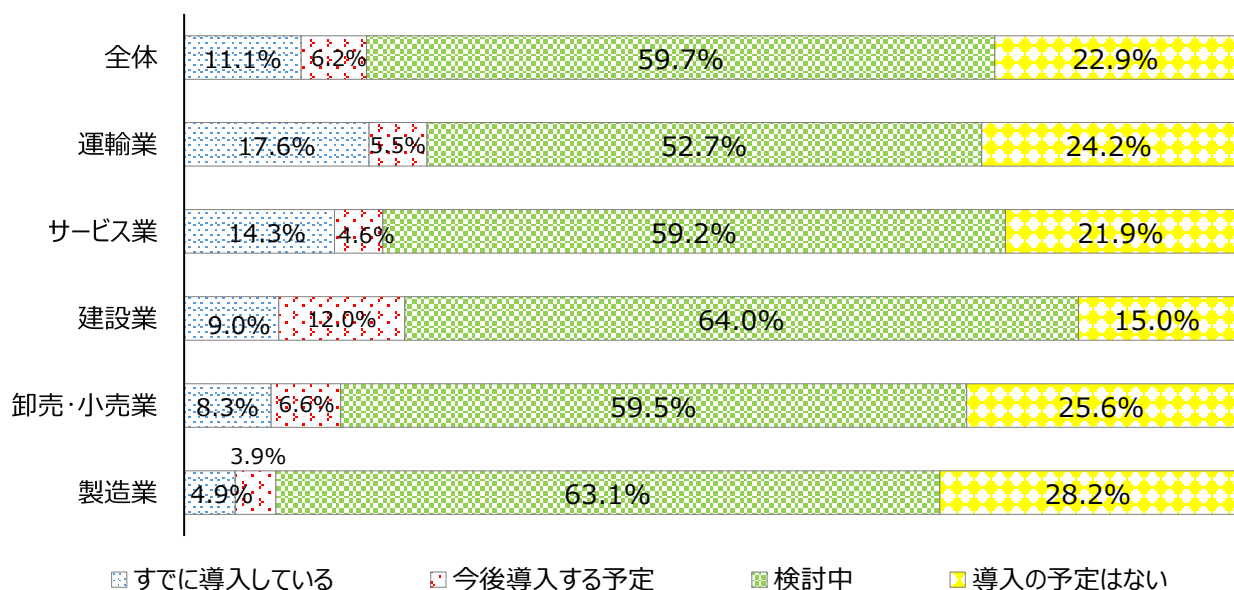


※上記の「業態の性質上、実行不可能なものがある」の内容（複数回答）



(9) 「北海道コロナ通知システム」の導入状況

- ・全体では、「すでに導入している」が11.1%、「今後導入する予定」が6.2%、「検討中」が59.7%となっている。
- ・業種別では、「すでに導入している」が運輸業で17.6%と最も高くなっている。



(10) 感染症拡大を契機とする新しいビジネススタイルの導入状況

- ・最も多かった回答は、「特になし」が56.7%で、次いで「対人接触業務の省力化」が13.6%、「テレワークや分散型オフィスの導入」が11.9%となっている。（複数回答）

