調　査

第105回 県内企業動向調査
（2021年３月調査）

【概　要】

1　業況判断

○業績全般ＢＳＩ「2020年度下期（2020年10月～2021年３月）実績見込」

～2020年度上期（2020年４月～９月）から、32ポイント上昇の△14

新型コロナウイルス感染症（以下、「新型コロナ」）の影響が続く中、製造業、非製造業ともに前期から大幅に持ち直したものの、依然マイナス圏内となった。

○業績全般ＢＳＩ「2021年度上期（2021年４月～９月）見通し」

～2020年度下期（2020年10月～2021年３月）から、７ポイント低下の△21

新型コロナの影響が長期化する中、製造業は２期連続で改善見通しにあるものの、非製造業では多くの業種で悪化する見通し。

2　2021年度の設備投資計画額　～前年度比48.6%増の見通し

3　経営上の問題点　～「販売量（受注量）の減少」が最上位

4　2021年４月入社の新卒採用　～「新卒採用がある」企業の割合は全産業で47.7%

5　2021年度以降の賃上げ予定　～「実施予定」企業は全産業で61.0%

6　ウィズコロナ・アフターコロナへの対応（予定）施策

～「デジタル化・オンライン化の推進」が最上位

〈調査要領〉

1　調査方法　郵送によるアンケート方式

2　調査時期　2021年１月下旬～３月上旬
調査は年２回実施

3　調査対象　県内に事業所のある企業299社

4　回答企業数　241社（回答率80.6%）
※回答企業の内訳は右記のとおり

5　調査項目

（1）業況判断　～2020年度下期（2020年10月～2021年３月）実績見込
2021年度上期（2021年 4月～2021年９月）見通し
※業況判断の項目については右記のとおり

（2）設備投資について　～2020年度実績見込および2021年度計画
設備投資の目的
設備投資の対象

（3）経営上の問題点について

（4）2020年４月、2021年４月入社の新卒採用について

（5）賃上げについて

（6）「ウィズコロナ・アフターコロナ」への対応

回答企業の内訳

業　種	回答企業数	構成比(%)	業　種	回答企業数	構成比(%)
製造業	110	45.6	非製造業	131	54.4
電子部品	17	7.1	建　設	28	11.6
機械金属	26	10.8	卸売･小売	51	21.2
衣服縫製	10	4.1	運　輸	17	7.1
木材･木製品	14	5.8	観　光	10	4.1
酒　造	10	4.1	サービス	25	10.4
その他製造	33	13.7	全産業	241	100.0

（注）業種の内訳
卸売･小売：卸売業 13社、小売業 38社
観光：ホテル･旅館 8社、旅行代理 2社

業況判断の項目

項　目	比較の基準	BSI
業績全般	前　期	「上昇」－「下降」
売上高	前年同期	「増加」－「減少」
経常利益	前年同期	「増加」－「減少」
在庫水準	適正水準	「過剰」－「不足」
資金繰り	前　期	「好転」－「悪化」
雇　用	適正水準	「過剰」－「不足」

（注）ＢＳＩ（ビジネス・サーベイ・インデックス）とは企業の業況判断を指数化したもの。「上昇」、「増加」等と回答した企業の割合から「下降」、「減少」等と回答した企業の割合を差し引いた値である。
数値がプラスであれば前期と比較して「業況が改善」、マイナスであれば前期と比較して「業況が悪化」と判断する企業が多いことを示す。

$$\text{ＢＳＩ} = \frac{(\text{「上昇」等と回答した企業数}) - (\text{「下降」等と回答した企業数})}{\text{回答企業数}} \times 100$$

1　業況判断

（1）業績全般ＢＳＩ

【2020/下　実績見込】

製造業、非製造業ともに改善見込、全体は△14

全産業の業績全般ＢＳＩをみると、2020年度下期（以下、「2020/下」）の実績見込は、2020年度上期（以下、「2020/上」）の△46から32ポイント上昇の△14と大幅に持ち直したものの、依然マイナス圏内となった（図表１.２）。

業種別にみると、製造業では、「電子部品」で５Ｇ向け半導体部品が好調であったほか、「その他製造業」では、コロナ禍でのＧｏＴｏキャンペーンなどの需要喚起策により好調に推移した。その結果、製造業全体では前期比43ポイント上昇の△18とマイナス幅は大幅に縮小した。

非製造業では、「卸売・小売」で、コロナ禍の巣ごもり需要による内食や大雪による除雪商品、石油、ガス需要などが増加したほか、「運輸」では、大雪による融雪剤などの取扱いが増加した。その結果、非製造業全体としては前期比23ポイント上昇の△11と依然マイナス圏内であるが、マイナス幅は大幅に縮小した。

【2021/上　見通し】

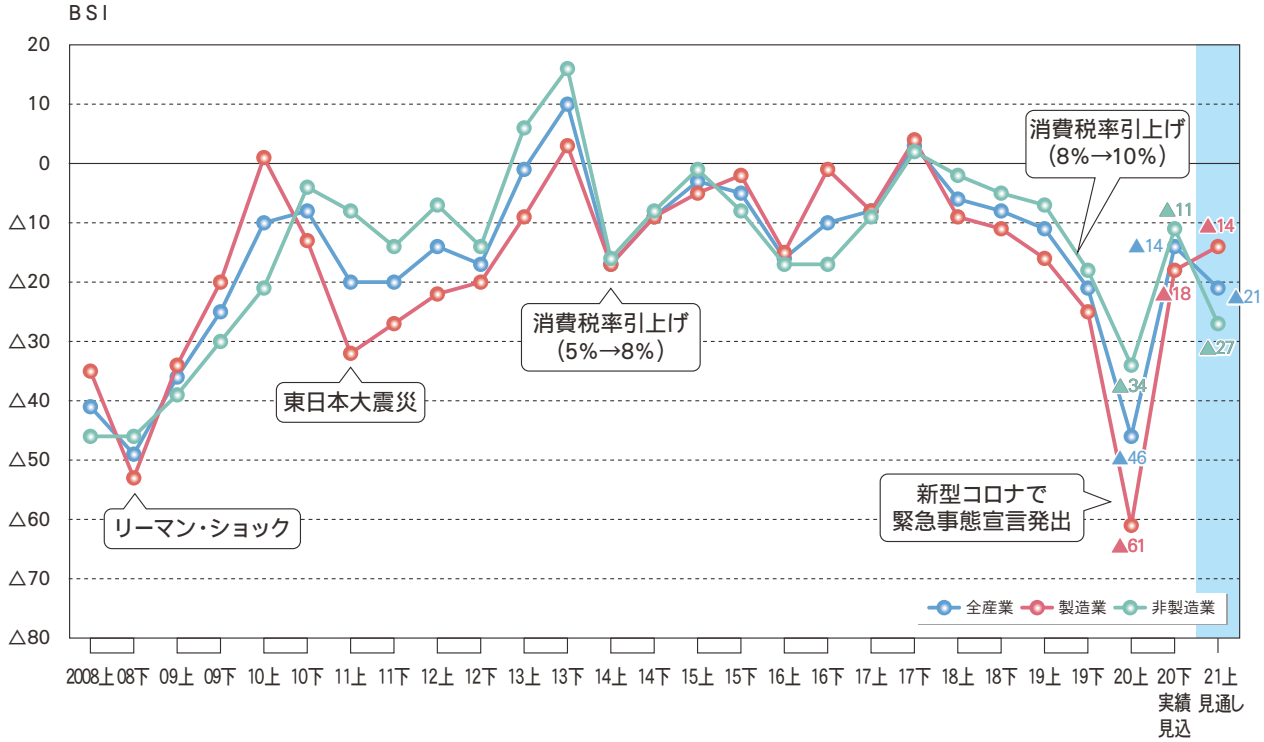
製造業は２期連続で改善、非製造業は悪化、全体見通しは△21

2021年度上期（以下、「2021/上」）の全般的な業績ＢＳＩは、全産業では2020/下から７ポイント低下の△21と悪化する見通し（図表１.３）。

業種別にみると、製造業では、新型コロナの影響が長期化し、「酒造」、「衣服縫製」、「その他製造」で消費マインドの落込継続が懸念されている一方、「電子部品」、「機械金属」で半導体設備投資の動きやＥＶ市場向け受注増加などから持ち直しが見込まれており、全体では前期比４ポイント上昇の△14と依然マイナス圏内であるが、前期に続いて２期連続で改善する見通し。

非製造業では、「建設」で公共・民間工事の受注の減少、「卸売・小売」で経済活動の停滞、「観光」ではＧｏＴｏキャンペーン再開の不透明さなどが懸念されており、全体では新型コロナの先行きへ不安を抱えている企業が多く、同16ポイント低下の△27と悪化する見通し。

図表１　全般的な業績BSIの推移



図表２　業況判断の主な理由　～　2020年度下期

	業　　種	2020年度上期	方向	2020年度下期	主な理由
製造業	電子部品	△ 67	↗	41	・新規開発案件（パワー半導体）が増加した ・カメラフィルターの受注が一時的に回復した ・コロナ禍により落ち込んでいた自動車、ＩＣＴ向け半導体需要が回復しつつある ・５Ｇ、データセンター、ＥＶ用充電器向け部品が好調であった ・中国向け製品の受注増により工場稼働率が上昇した
	機械金属	△ 48	↗	△ 35	・大型物件が多く、売上増加につながった ・2020年12月からトラック製造業界が復調 ・コロナ禍による自動車業界の低迷から受注減少した ・コロナ禍による製品製造の海外拠点への移管で受注減少した ・コロナ禍で取引先の設備投資意欲減退や営業自粛により売上が減少
	衣服縫製	△ 30	→	△ 30	・新型コロナ関連の医療用ガウン、マスク、防護服の受注を確保した ・コロナ禍で百貨店の売上減少、在庫高止まりが生じ、受注激減した
	木材・木製品	△ 80	↗	△ 57	・前期は新型コロナの影響で売上が伸びず在庫過剰であったが、今期は改善し上昇した ・コロナ禍により関東・関西地区の主要取引先の業況が著しく悪化し、売上減少した ・文教施設等の受注は回復傾向にあるが、２月以降厳しくなっている ・コロナ禍で住宅着工が減少しており売上減少した ・新型コロナの影響に加え、雪害により売上減少した
	酒造	△ 82	↗	△ 40	・販売数量は横這いながら単価上昇により売上額は増加した ・清酒販売が減少する一方で、食料品は堅調に推移した ・緊急事態宣言発令による飲食店の時短営業や休廃業により業務店向けの出荷低迷が続いた
	その他製造	△ 63	↗	△ 9	・新型コロナ関連のスポット特需があったため売上増加した（印刷業） ・ＧｏＴｏキャンペーン等により売上増加した（菓子製造業） ・製品増産のため上昇見込、金属価格も好調に推移（製錬業） ・コロナ禍で消費低迷、観光業界不振、インバウンド需要喪失（化粧品製造業）
	計	△ 61	↗	△ 18	－
非製造業	建設	0	↘	△ 14	・2020年度完工予定工事のうち大口工事が2021年度に繰越となり、完工高は減少見込み ・前期同様、災害復旧工事等の受注が安定している ・利益は僅かながら落ち込むものの、受注は相応の水準を確保 ・受注工事は減少したが、除雪増加したため横這い
	卸売・小売	△ 45	↗	△ 12	・コロナ禍の巣ごもり需要により内食等が売上増加（小売） ・大雪により除雪等冬商材、石油、ガス関連が好調に推移（小売） ・地方創生臨時交付金を活用した案件が好調（卸売） ・コロナ禍の飲食業の売上減少により下降（卸売） ・取引先の設備投資抑制によりＯＡ機器販売は減少（卸売） ・鉄相場の下落により下降（小売）
	運輸	△ 50	↗	△ 18	・新型コロナの影響を受けた化学工業品、自動車部品輸送が回復傾向 ・融雪剤、輸出丸太等の取扱いが増加 ・物量の減少は回復傾向にあるが、取引先の内製化等もあり業績全般は横這い ・荷主が新型コロナの影響を受け、製品輸送が減少し下降 ・コロナ禍での消費低迷から物流停滞が影響し下降 ・首都圏を中心とした緊急事態宣言による影響を受け下降
	観光	△ 40	↗	△ 10	・GoToトラベルほか自治体の観光施策のため上昇 ・コロナ禍で宿泊、宴会の売上が減少し厳しい経営状況 ・GoToトラベル停止により下降 ・GoTo事業があっても全体の売上はカバーできない
	サービス	△ 40	↗	0	・特需案件による売上増加で上昇（システム販売） ・コロナ禍でもヒット商品に恵まれ上昇（アミューズメント業） ・大雪・風害の影響で除排雪受注が増加し上昇（ビル管理・警備業） ・コロナ禍で外出自粛、飲食店からの依頼減少により下降（クリーニング業） ・コロナ禍で外来・入院とも稼働率低迷（病院）
	計	△ 34	↗	△ 11	－
全産業		△ 46	↗	△ 14	－

図表３　業況判断の主な理由　～　2021年度上期

	業　　種	2020年度下期	方向	2021年度上期	主な理由
製造業	電子部品	41	↗	44	・通信機器基盤の受注増加により上昇見通し ・取引先に半導体設備投資の動きあり上昇見通し ・中国向け製品の受注増により工場稼働率上昇見通し ・コロナ禍で世界的な在宅勤務の広がりから、プリンター特需あり上昇見通し ・ＥＶ市場向け商品需要が増加する見通し ・半導体の入庫が厳しくなる見込みであり横這い見通し
	機械金属	△ 35	↗	△ 8	・量産品の受注は減少しているが、金型部門の受注が順調 ・半導体の好況に期待し、受注数の回復により上昇見通し ・半導体不足の解消が遅れるため、メーカーの生産調整が見込まれる ・コロナ禍で取引先の設備投資がずれ込む見通し ・コロナ禍で営業活動が制限される
	衣服縫製	△ 30	↘	△ 40	・医療用ガウン受注の予定なく、一般衣料の減収分をカバーできる受注見通しが立たない
	木材・木製品	△ 57	↗	△ 7	・前期の過剰在庫が解消される見通し ・コロナ禍での住宅着工減少により下降見通し ・コロナ禍で新規先開拓、新商品の開発等進まず、横這い見通し ・オリンピック開催如何で受注動向が左右される
	酒造	△ 40	→	△ 40	・在庫適正化、販売先の見直しにより横這い見通し ・コロナ禍で飲食店需要の激減が継続する見通し ・前年対比でコロナ禍での清酒販売減少が一巡する
	その他製造	△ 9	↘	△ 33	・新型コロナによる受注減が継続することから下降見通し（印刷業） ・コロナ禍で輸出の回復が不透明なため、売上減少を見込む（食品製造業） ・新型コロナ収束次第であるが、短期的な業績回復は難しい見通し（菓子製造業）
	計	△ 18	↗	△ 14	－
非製造業	建設	△ 14	↘	△ 43	・受注総額は減少の見通しであり、全般的には下降見通し ・民間受注案件が減少見通し ・新型コロナの収束が見通せず、受注動向が不透明である ・現状の受注状況、見込みから横這い見通し ・前期同様、災害復旧工事等の受注が安定しているため横這い見通し
	卸売・小売	△ 12	↘	△ 29	・コロナ禍での飲食業の売上減少が継続見通し（卸売業） ・コロナ禍での先行き不透明感から、節約志向や目的買い等が強まり、購買力低下見通し（小売業） ・ＯＡ機器は減少見込みだが、テレワーク関連、ＧＩＧＡスクール構想等による需要発生がある（卸売業） ・新車投入効果が期待されるため上昇見通し（小売業） ・コロナ禍の巣ごもり需要が相応にあり横這い見通し（小売業） ・新車登録が見込みどおり進まないため、横這い見通し（小売業）
	運輸	△ 18	↗	△ 12	・新型コロナの影響で落ち込んでいた化学工業品、自動車部品輸送が回復傾向 ・バイオマスチップ、輸出丸太が増加見通し ・コロナ禍の生産調整で国産材が回復、コンテナの取扱数が増加見通し ・売上は前期より増加するが、燃料高騰によるコスト増もあり横這い見通し ・コロナ禍の長期化による経済の低迷から下降見通し ・オリンピック関連の荷動きを期待するも不透明
	観光	△ 10	↘	△ 20	・新型コロナの収束見通し立たず、下降見通し ・GoToトラベル停止により下降見通し
	サービス	0	↘	△ 16	・新型コロナ収束の見込みが立たず、売上減少が見込まれ下降見通し（クリーニング業） ・ワクチン接種が進み、生活の制限が漸減し消費拡大につながることから上昇見通し（アミューズメント業）
	計	△ 11	↘	△ 27	－
全産業		△ 14	↘	△ 21	－

（2）売上高ＢＳＩ

2021/上、製造業は２期連続で改善、非製造業はやや悪化の見通し

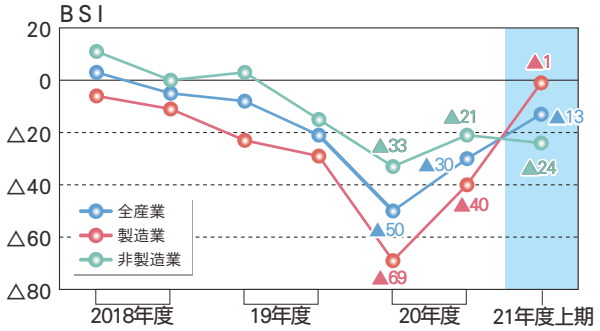
【2020/下　実績見込】

2020/下の売上高ＢＳＩは、全産業で2020/上に比べて20ポイント上昇したが、△30と依然マイナス圏内となった（図表４）。製造業は前期比29ポイント上昇の△40、非製造業も同12ポイント上昇の△21といずれも改善し、マイナス幅は縮小した。業種別では、「電子部品」と「観光」が前期比50ポイント以上上昇し、改善した。

【2021/上　見通し】

2021/上の売上高ＢＳＩは、全産業で2020/下に比べて17ポイント上昇し△13と２期連続で改善するものの、依然マイナス圏内の見通し。製造業は、前期比39ポイント上昇の△１と２期連続で改善するものの、非製造業は同３ポイント低下の△24とやや悪化する見通し。業種別では、「木材・木製品」、「機械金属」、「運輸」、「その他製造」などが改善するものの、「建設」、「衣服縫製」などは悪化見通しである。

図表4　売上高ＢＳＩの推移



業種別売上高ＢＳＩの推移

	20上実績	20下実績見込	前期比	21上見通し	前期比
全産業	△ 50	△ 30	20	△ 13	17
製造業	△ 69	△ 40	29	△ 1	39
電子部品	△ 61	24	85	50	26
機械金属	△ 48	△ 46	2	8	54
衣服縫製	△ 50	△ 30	20	△ 40	△ 10
木材・木製品	△ 100	△ 71	29	0	71
酒造	△ 91	△ 60	31	△ 40	20
その他製造	△ 77	△ 52	25	△ 9	43
非製造業	△ 33	△ 21	12	△ 24	△ 3
建設	7	4	△ 3	△ 39	△ 43
卸売・小売	△ 43	△ 24	19	△ 31	△ 7
運輸	△ 44	△ 41	3	6	47
観光	△ 80	△ 30	50	△ 10	20
サービス	△ 36	△ 24	12	△ 16	8

（3）経常利益ＢＳＩ

2021/上、製造業は２期連続で改善、非製造業はやや悪化の見通し

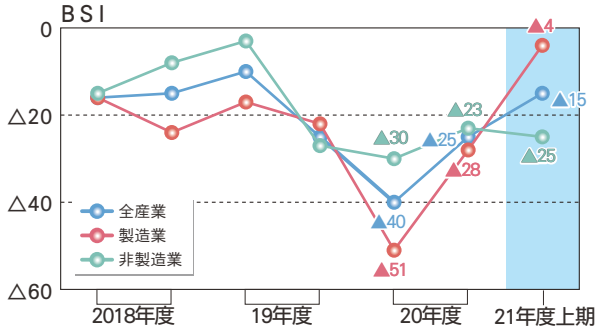
【2020/下　実績見込】

2020/下の経常利益ＢＳＩは、全産業で2020/上に比べて15ポイント上昇したが、△25と依然マイナス圏内となった（図表５）。製造業は前期比23ポイント上昇の△28、非製造業も同７ポイント上昇の△23といずれも改善し、マイナス幅は縮小した。業種別では、「電子部品」、「観光」、「酒造」などが大きく改善した。

【2021/上　見通し】

2021/上の経常利益ＢＳＩは、全産業で2020/下に比べ10ポイント上昇の△15と２期連続で改善するものの、依然マイナス圏内の見通し。製造業は、前期比24ポイント上昇の△４と２期連続で改善するものの、非製造業は２ポイント低下の同△25とやや悪化する見通し。業種別では、「木材・木製品」、「機械金属」、「電子部品」などが大きく改善するものの、「建設」、「衣服縫製」などは悪化見通しである。

図表５　経常利益BSIの推移



業種別経常利益ＢＳＩの推移

	20上実績	20下実績見込	前期比	21上見通し	前期比
全産業	△ 40	△ 25	15	△ 15	10
製造業	△ 51	△ 28	23	△ 4	24
電子部品	△ 41	25	66	50	25
機械金属	△ 44	△ 38	6	0	38
衣服縫製	△ 20	△ 20	0	△ 40	△ 20
木材・木製品	△ 60	△ 57	3	0	57
酒造	△ 91	△ 50	41	△ 50	0
その他製造	△ 53	△ 27	26	△ 9	18
非製造業	△ 30	△ 23	7	△ 25	△ 2
建設	10	△ 25	△ 35	△ 46	△ 21
卸売・小売	△ 45	△ 20	25	△ 24	△ 4
運輸	△ 31	△ 41	△ 10	△ 35	6
観光	△ 80	△ 30	50	△ 10	20
サービス	△ 32	△ 12	20	△ 4	8

（4）在庫水準ＢＳＩ

2021/上、製造業、非製造業とも２期連続で在庫過剰感緩和見通し

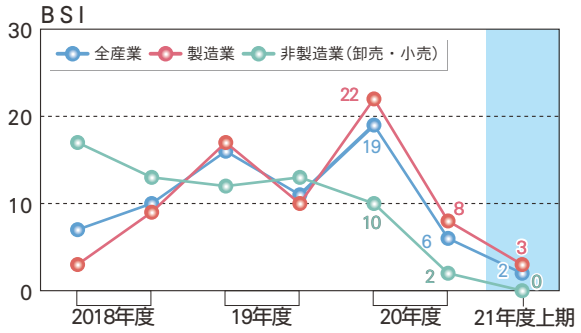
【2020/下　実績見込】

2020/下の在庫水準ＢＳＩは、全産業で2020/上に比べて13ポイント低下の６と過剰感は緩和された（図表６）。製造業は、前期比14ポイント低下の８、非製造業も同８ポイント低下の２となり、いずれも過剰感が緩和され、ほぼ適正水準となった。業種別では、「電子部品」は前期比35ポイント低下の６と過剰感が緩和された。「酒造」は前期比15ポイント低下したものの、40と依然過剰感が強い水準にある。

【2021/上　見通し】

2021/上の在庫水準ＢＳＩは、全産業で2020/下に比べて４ポイント低下の２と２期連続で過剰感の緩和が進む見通し。製造業は、前期比５ポイント低下の３、非製造業も、同２ポイント低下の０と、いずれも２期連続で過剰感の緩和が進み、ほぼ適正水準を維持する見通しである。

図表６　在庫水準BSIの推移



業種別在庫水準ＢＳＩの推移

	20上実績	20下実績見込	前期比	21上見通し	前期比
全産業	19	6	△ 13	2	△ 4
製造業	22	8	△ 14	3	△ 5
電子部品	41	6	△ 35	13	7
機械金属	4	4	0	0	△ 4
衣服縫製	△ 11	0	11	△ 10	△ 10
木材・木製品	33	7	△ 26	14	7
酒造	55	40	△ 15	20	△ 20
その他製造	21	3	△ 18	△ 6	△ 9
非製造業	10	2	△ 8	0	△ 2
建設	－	－	－	－	－
卸売・小売	10	2	△ 8	0	△ 2
運輸	－	－	－	－	－
観光	－	－	－	－	－
サービス	－	－	－	－	－

在庫水準は製造業と卸売・小売業のみ回答

（5）資金繰りＢＳＩ

2021/上、製造業は２期連続で改善、非製造業は悪化見通し

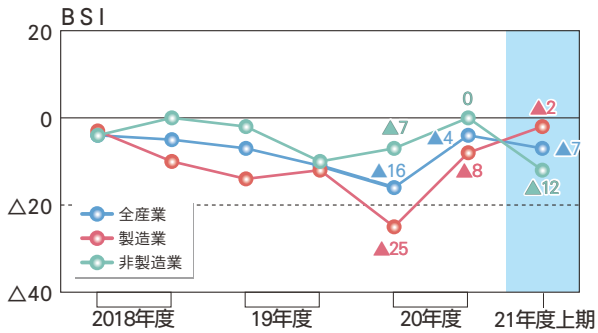
【2020/下　実績見込】

2020/下の資金繰りＢＳＩは、全産業で2020/上に比べて12ポイント上昇の△４と改善した（図表７）。製造業は、前期比17ポイント上昇の△８、非製造業も、同７ポイント上昇の０となり、いずれも資金繰りは改善した。業種別では、「建設」、「木材・木製品」で悪化した一方、「運輸」、「電子部品」などで改善した。

【2021/上　見通し】

2021/上の資金繰りＢＳＩは、全産業で2020/下に比べて３ポイント低下の△７とわずかに悪化する見通し。製造業は、前期比６ポイント上昇の△２と２期連続で改善するものの、非製造業は、同12ポイント低下の△12と悪化見通し。業種別では、「機械金属」、「木材・木製品」などは改善するものの、「運輸」、「建設」などは悪化見通しである。

図表７　資金繰りBSIの推移



業種別資金繰りＢＳＩの推移

	20上実績	20下実績見込	前期比	21上見通し	前期比
全産業	△ 16	△ 4	12	△ 7	△ 3
製造業	△ 25	△ 8	17	△ 2	6
電子部品	△ 12	25	37	25	0
機械金属	△ 19	△ 16	3	12	28
衣服縫製	△ 40	△ 30	10	△ 30	0
木材・木製品	△ 40	△ 43	△ 3	△ 29	14
酒造	△ 27	0	27	△ 10	△ 10
その他製造	△ 27	0	27	△ 3	△ 3
非製造業	△ 7	0	7	△ 12	△ 12
建設	23	0	△ 23	△ 14	△ 14
卸売・小売	△ 2	△ 2	0	△ 14	△ 12
運輸	△ 31	18	49	0	△ 18
観光	△ 70	△ 44	26	△ 33	11
サービス	△ 12	8	20	△ 4	△ 12

（6）雇用ＢＳＩ

2021/上、非製造業の全業種で不足見通し

【2020/下　実績見込】

2020/下の雇用ＢＳＩは、全産業で2020/上に比べて９ポイント低下の△20と不足感が拡大した（図表８）。製造業は、前期比３ポイント低下の３とほぼ適正水準であった。非製造業は、同11ポイント低下の△38となり、多くの業種で不足感が拡大した。業種別では、「運輸」（△59）、「建設」（△54）、「卸売・小売」（△35）などにおいて不足感が強い。

【2021/上　見通し】

2021/上の雇用ＢＳＩは、全産業で2020/下に比べて１ポイント上昇の△19と不足感に大きな変化はない見通し。製造業は、前期比４ポイント低下の△１となる見通し。非製造業は、同４ポイント上昇の△34とわずかに改善するものの、依然全業種で不足感が強い見通し。特に「建設」（△54）、「運輸」（△53）は不足感が強い見通し。

（7）地域別業績ＢＳＩ

2021/上、全地域で悪化する見通し

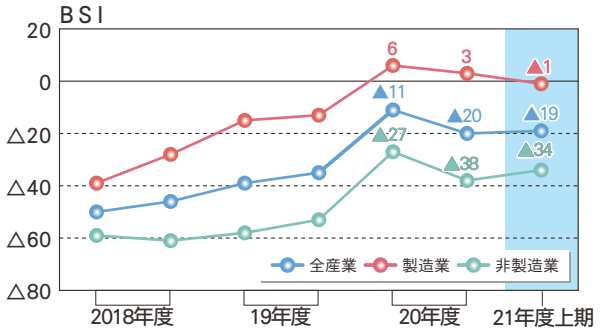
【2020/下　実績見込】

2020/下の地域別業績ＢＳＩ（全産業）は、2020/上に比べて全地域で改善した（図表９）。製造業、非製造業とも、前期と比べて全地域で改善した。特に県央、県南の製造業、県央の非製造業が大きく改善した。

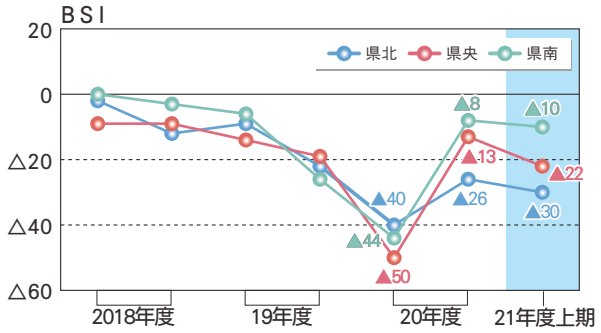
【2021/上　見通し】

2021/上の地域別業績ＢＳＩ（全産業）は、2020/下に比べて全地域でやや悪化する見通し。製造業では、前期に比べて県北、県南では改善するものの、県央でやや悪化見通し。非製造業では、前期に比べて全地域で悪化する見通し。

図表８　雇用BSIの推移



図表９　全般的な地域別業績BSIの推移（全産業）



業種別雇用ＢＳＩの推移

	20上実績	20下実績見込	前期比	21上見通し	前期比
全産業	△ 11	△ 20	△ 9	△ 19	1
製造業	6	3	△ 3	△ 1	△ 4
電子部品	29	0	△ 29	△ 13	△ 13
機械金属	△ 7	△ 12	△ 5	△ 19	△ 7
衣服縫製	△ 10	0	10	10	10
木材・木製品	△ 7	7	14	7	0
酒造	36	10	△ 26	0	△ 10
その他製造	7	12	5	12	0
非製造業	△ 27	△ 38	△ 11	△ 34	4
建設	△ 53	△ 54	△ 1	△ 54	0
卸売・小売	△ 17	△ 35	△ 18	△ 29	6
運輸	△ 31	△ 59	△ 28	△ 53	6
観光	△ 10	△ 10	0	△ 10	0
サービス	△ 16	△ 24	△ 8	△ 20	4

地域別業績ＢＳＩの推移

	20上実績	20下実績見込	前期比	21上見通し	前期比
全産業	－	－	－	－	－
県北	△ 40	△ 26	14	△ 30	△ 4
県央	△ 50	△ 13	37	△ 22	△ 9
県南	△ 44	△ 8	36	△ 10	△ 2
製造業	－	－	－	－	－
県北	△ 50	△ 33	17	△ 15	18
県央	△ 60	△ 17	43	△ 19	△ 2
県南	△ 70	△ 11	59	△ 6	5
非製造業	－	－	－	－	－
県北	△ 29	△ 19	10	△ 42	△ 23
県央	△ 44	△ 10	34	△ 25	△ 15
県南	△ 7	△ 4	3	△ 17	△ 13

2　設備投資の動向

2021年度の実施企業割合73.0%、投資額は前年度比48.6%増加見通し

回答企業241社のうち、2021年度に設備投資を計画している企業の割合は、全産業で前年度比6.3ポイント減の73.0%の見通しである（図表10）。うち製造業は、前年度比1.8ポイント減の77.3%、非製造業は、同9.9ポイント減の69.5%の見通し。

設備投資計画額は、前年度比48.6%増の570億円の見通し。製造業では同55.8%増の446億円、非製造業は同27.4%増の124億円の見通し。業種別にみると、構成比で５割以上を占める「電子部品」では、コロナ禍で延期していた設備投資を2021年度に行うなどから同78.5%増の300億円、「その他製造」で同133.6%増の100億円、「卸売・小売」で同55.6%増の91億円の見通し。

設備投資の主な目的（３項目複数回答）をみると、全産業では、「既存設備の維持・更新」（83.5%）が最も多かった（図表11）。以下、「合理化・省力化・効率化」（26.7%）、「生産能力の増強」（25.6%）、「情報化・ＩＴ化」（25.6%）と続いた。また、製造業、非製造業別では、いずれも「既存設備の維持・更新」が最も多かった。次いで製造業では、「生産能力の増強」（40.0%）、非製造業では「情報化・ＩＴ化」（35.2%）が多かった。

設備投資の主な対象（３項目複数回答）をみると、全産業では、「生産機械･工作機械」（38.1%）が最も多く、以下、「車両」（29.5%）、「事務機器・情報通信関連機器」（29.0%）が上位を占めている（図表12）。

図表10　県内設備投資の動向

（単位：社、%、ポイント、百万円）

区分		回答数	実施企業数					投資額					前年度比増減率推移（注）	
			2020年度実績見込		2021年度計画		実施割合増減	2020年度実績見込	構成比	2021年度計画	構成比	前年度比増減率	年度	増減率
			企業数	実施割合	企業数	実施割合								
全産業		241	191	79.3	176	73.0	△6.3	38,363	100.0	57,006	100.0	48.6	2007	28.0
製造業計		110	87	79.1	85	77.3	△1.8	28,657	74.7	44,644	78.3	55.8	2008	26.7
	電子部品	17	15	88.2	16	94.1	5.9	16,816	43.8	30,023	52.7	78.5	2009	△62.3
	機械金属	26	24	92.3	21	80.8	△11.5	5,149	13.4	2,708	4.8	△47.4	2010	△13.3
	衣服縫製	10	5	50.0	5	50.0	0.0	491	1.3	652	1.1	32.8	2011	35.9
	木材・木製品	14	9	64.3	10	71.4	7.1	1,656	4.3	1,047	1.8	△36.8	2012	△3.1
	酒造	10	9	90.0	10	100.0	10.0	255	0.7	192	0.3	△24.7	2013	△5.6
	その他製造	33	25	75.8	23	69.7	△6.1	4,290	11.2	10,022	17.6	133.6	2014	15.7
非製造業計		131	104	79.4	91	69.5	△9.9	9,706	25.3	12,362	21.7	27.4	2015	13.8
	建設	28	24	85.7	20	71.4	△14.3	973	2.5	385	0.7	△60.4	2016	61.5
	卸売・小売	51	40	78.4	36	70.6	△7.8	5,868	15.3	9,133	16.0	55.6	2017	△44.0
	運輸	17	15	88.2	15	88.2	0.0	1,622	4.2	1,427	2.5	△12.0	2018	0.8
	観光	10	7	70.0	5	50.0	△20.0	98	0.3	146	0.3	49.0	2019	△4.9
	サービス	25	18	72.0	15	60.0	△12.0	1,145	3.0	1,271	2.2	11.0	2020	△8.6

（注）各年３月調査における増減率（次年度計画額/今年度実績見込額）の推移

図表11　設備投資の主な目的（３項目複数回答）

（単位：%）

項目	全産業	製造業	非製造業
既存設備の維持・更新	83.5	74.1	92.3
合理化・省力化・効率化	26.7	35.3	18.7
生産能力の増強	25.6	40.0	12.1
情報化・IT化	25.6	15.3	35.2
新製品の製造・新サービスに対応	10.8	15.3	6.6
販売力の増強	9.7	4.7	14.3
福利厚生、労働環境の改善	6.3	12.9	0.0
環境対策・省エネ対応	5.1	7.1	3.3
新規事業・新分野への進出	4.5	3.5	5.5
研究開発	1.1	1.2	1.1
その他	4.5	3.5	5.5

回答企業数：176社（製造業85社、非製造業91社）

図表12　設備投資の主な対象（３項目複数回答）

（単位：%）

項目	全産業	製造業	非製造業
生産機械・工作機械	38.1	71.8	6.6
車両	29.5	10.6	47.3
事務機器・情報通信関連機器	29.0	20.0	37.4
ソフトウエア	20.5	16.5	24.2
その他の機械・装置	14.8	15.3	14.3
工場（建物）	13.6	21.2	6.6
店舗（建物）	10.2	1.2	18.7
販売・サービス関連機器	9.7	1.2	17.6
事務所（建物）	9.7	3.5	15.4
その他の建物・構築物	9.7	12.9	6.6
土木・建設機械	7.4	0.0	14.3
倉庫	2.8	3.5	2.2
土地	1.7	1.2	2.2
その他	2.8	3.5	2.2

回答企業数：176社（製造業85社、非製造業91社）

3　経営上の問題点

「販売量（受注量）の減少」が最上位

最近の経営上の問題点（２項目複数回答）については、全産業で「販売量(受注量）の減少」(26.5%)が最も多く、次いで「人材不足」(21.5%)、「従業員の高齢化」(13.1%）であった（図表13)。

新型コロナの影響が長期化し、先行きが不透明な中、県内の多くの企業が売上(受注量)減少による業績悪化など厳しい状況に直面していることがうかがえる。

産業別では、非製造業において「人材不足」が前回調査と同様、最多の回答(26.3%)となった。既述のとおり、雇用ＢＳＩ調査においても、2021／上の非製造業における人材の不足感は強い見通しであり、引き続き大きな経営上の問題となっている。

また、「従業員の高齢化」は前回調査から2.8ポイント、５年前からは5.0ポイント増加している（図表14)。本県の高年齢者の雇用状況は高い水準にあるものの、多くの企業においてこの問題は年々顕在化している。

業種別でみると、「販売量（受注量）の減少」では、「観光」(41.2%)、「木材･木製品」(36.4%)が多く、「人材不足」では、「建設」(35.2%)、「運輸」(33.4%)、「従業員の高齢化」では、「建設」(25.5%)、「衣服縫製」(23.5%）が多かった。

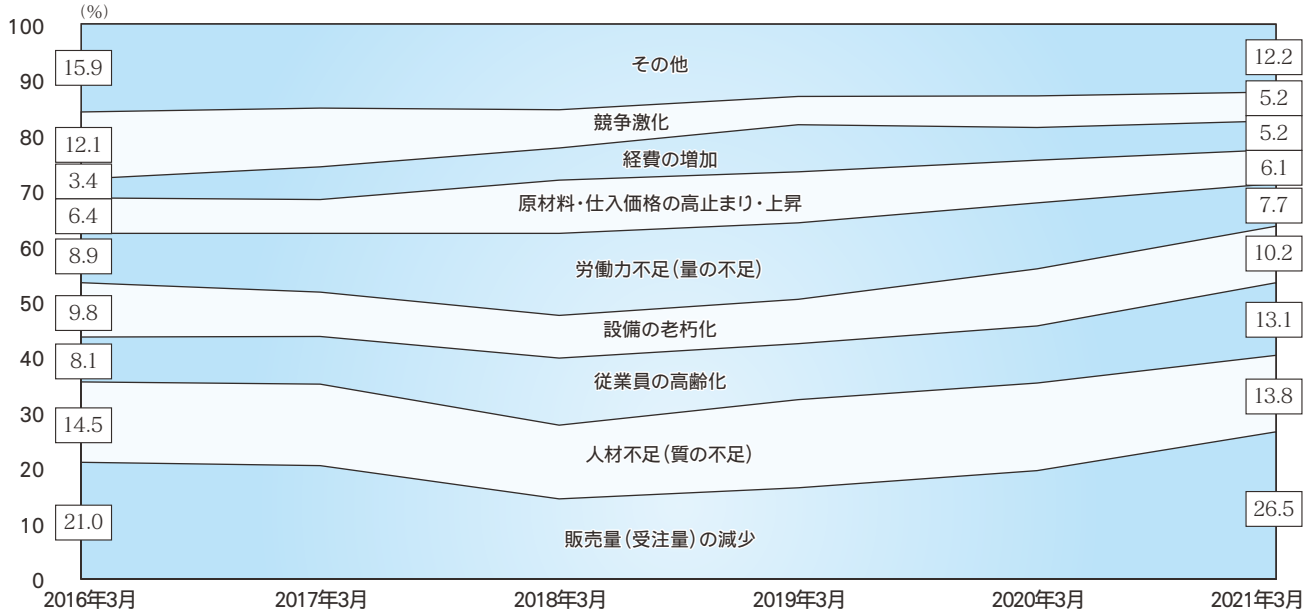
図表13　経営上の問題点（２項目複数回答）

（単位：%、ポイント）

全産業	2020年３月	2021年３月	製造業	非製造業	21年/20年増減
販売量（受注量）の減少	19.5	26.5	28.7	24.6	7.0
人材不足	27.7	21.5	15.9	26.3	△ 6.2
人材不足（質の不足）	15.8	13.8	12.9	14.6	△ 2.0
労働力不足（量の不足）	11.9	7.7	3.0	11.7	△ 4.2
従業員の高齢化	10.3	13.1	9.4	16.3	2.8
設備の老朽化	10.3	10.2	12.4	8.3	△ 0.1
原材料・仕入価格の高止まり・上昇	7.7	6.1	9.4	3.3	△ 1.6
経費の増加	5.9	5.2	5.4	5.0	△ 0.7
競争激化	5.7	5.2	5.4	5.0	△ 0.5
その他	12.9	12.2	13.4	11.2	△ 0.7

(注) 図表中の数値は回答数合計を分母として算出した

図表14　経営上の問題点（項目ごとの推移）



(注) 図表中の数値は回答数合計を分母として算出した

4　新卒採用の有無

（1）2020年４月入社の新卒採用

採用企業割合は全産業で51.9%

2020年４月入社の新卒採用について、「採用があった」と回答した企業の割合は、全産業で51.9%（125社）となった（図表15）。製造業では51.8%（57社）、非製造業では51.9%（68社）と、同水準となった。

業種別にみると、新卒採用をした企業割合は、「電子部品」（82.4%）が最も高く、次いで「機械金属」（76.9%）となった。また、「観光」（70.0%）、「建設」（60.7%）でも５割以上となった。

次に採用予定人数の確保について、「確保できた」が全産業で67.2%（84社）であった（図表16）。製造業では82.5%（47社）、非製造業では54.4%（37社）となった。

一方、「確保できなかった」は、全産業で32.0%（40社）であった。製造業では15.8%（9社）、非製造業では45.6%（31社）となった。業種別にみると、「運輸」（66.7%）、「卸売・小売」（55.6%）が５割以上となるなど、新卒採用に苦戦している状況にある。

（2）2021年４月入社の新卒採用

「新卒採用がある」企業割合は全産業で47.7%

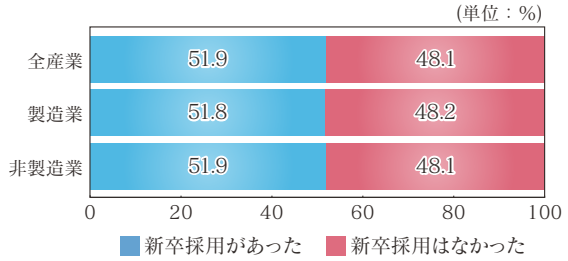
2021年４月入社の新卒採用については、「新卒採用がある」と回答した企業の割合は47.7%（115社）、一方、「新卒採用はない」は51.5%（124社）となり、「新卒採用がある」と回答した企業割合を上回る結果となった（図表17）。

業種別にみると、新卒採用がある企業の割合は、「電子部品」（76.5%）が最も高く、次いで「建設」（67.9%）となった。また、「機械金属」（57.7%）、「観光」（50.0%）でも５割以上となった。

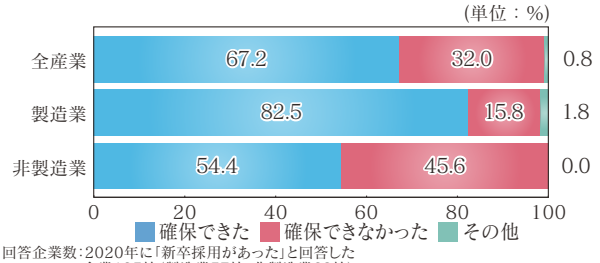
前年と比較した新卒採用者数の増減は、「増加」と回答した企業は36.5%（42社）となる一方、「減少」は22.6%（26社）であった（図表18）。

新卒採用者数増加の理由については、「退職者増加への対応」（40.5%）が最多となった（図表19）。一方、減少の理由については、「応募者数の減少」（43.8%）が最多となり、採用意欲があるにも関わらず、人員が確保できない状況がうかがえる（図表20）。

図表15　2020年４月入社の新卒採用（実績）

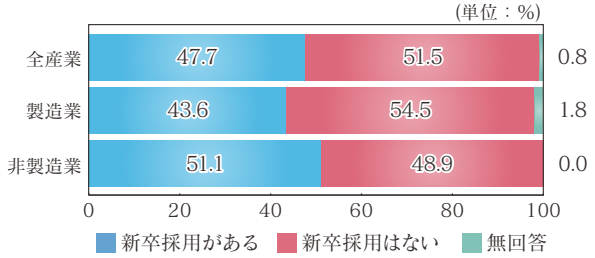


図表16　採用予定人数の確保

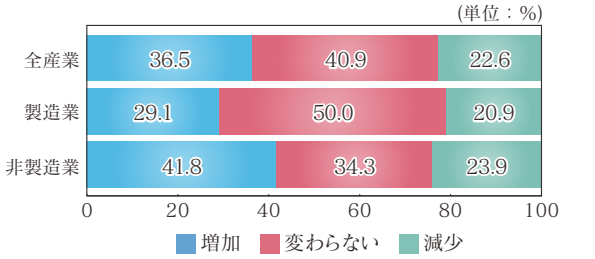


回答企業数：2020年に「新卒採用があった」と回答した企業125社（製造業57社、非製造業68社）

図表17　2021年４月入社の新卒採用（予定）



図表18　前年と比べた2021年新卒採用（予定）の増減について



図表19　新卒採用増加の理由　（単位：%）

	全産業	製造業	非製造業
退職者増加への対応	40.5	50.0	35.7
応募者数の増加	28.6	21.4	32.1
事業の拡大	19.0	14.3	21.4
採用基準に見合う学生の増加	9.5	14.3	7.1
その他	2.4	0.0	3.6

回答企業数：全産業42社（製造業14社、非製造業28社）

図表20　新卒採用減少の理由　（単位：%）

	全産業	製造業	非製造業
応募者数の減少	43.8	38.5	47.4
採用基準に見合う学生の減少	21.9	23.1	21.1
業績の停滞・悪化	18.8	15.4	21.1
退職者減少への対応	6.3	7.7	5.3
その他	9.4	15.4	5.3

回答企業数：全産業32社（製造13社、非製造業19社）

5　賃上げ

（1）2020年度の賃上げ

「実施した」企業は全産業で68.0%

2020年度に賃上げ(定期昇給やベースアップなど)を実施した企業は、全産業で68.0%(製造業65.5%、非製造業70.2%)となった(図表21)。「実施していない」と回答した企業は、全産業で28.6%(製造業31.8%、非製造業26.0%)となった。

業種別にみると、賃上げを実施した割合は、「運輸」(82.4%)が最も高く、次いで「建設」(82.1%)、「機械金属」(80.8%)となった。

実施時期別にみると、「2020年度上期」に実施した企業割合は全産業で58.5%、「2020年度下期」は9.5%となった。

（2）2021年度以降の賃上げ

「実施予定」企業は全産業で61.0%

2021年度以降の賃上げ(定期昇給やベースアップなど)について、「実施予定」と回答した企業は、全産業で61.0%(製造業59.1%、非製造業62.6%)となった(図表22)。一方、「実施予定はない」と回答した企業は、全産業で27.4%(製造業30.9%、非製造業24.4%)となった。

業種別にみると、賃上げ実施予定の割合は、「機械金属」(84.6%)が最も高く、次いで「運輸」(76.5%)、「建設」(75.0%)となった。

実施予定時期別にみると、「2021年度上期」が全産業で87.8%(製造業92.3%、非製造業84.1%)、「2021年度下期」が全産業で10.9%(製造業7.7%、非製造業13.4%)となった(図表23)。

なお、2020年度、2021年度と2年連続での賃上げを予定している企業は136社(56.4%)となった。

図表21　2020年度賃上げの実施

(単位：%)

	実施した	2020年度上期	2020年度下期	実施していない	その他	無回答
全産業	68.0	58.5	9.5	28.6	1.7	1.7
製造業	65.5	57.3	8.2	31.8	0.9	1.8
電子部品	70.6	70.6	0.0	23.5	0.0	5.9
機械金属	80.8	80.8	0.0	19.2	0.0	0.0
衣服縫製	50.0	30.0	20.0	40.0	0.0	10.0
木材・木製品	50.0	50.0	0.0	42.9	7.1	0.0
酒造	60.0	40.0	20.0	40.0	0.0	0.0
その他製造	63.6	48.5	15.2	36.4	0.0	0.0
非製造業	70.2	59.5	10.7	26.0	2.3	1.5
建設	82.1	78.6	3.6	14.3	0.0	3.6
卸売・小売	70.6	54.9	15.7	23.5	3.9	2.0
運輸	82.4	64.7	17.6	17.6	0.0	0.0
観光	30.0	20.0	10.0	60.0	10.0	0.0
サービス	64.0	60.0	4.0	36.0	0.0	0.0

図表22　2021年度以降の賃上げの予定

(単位：%)

	実施予定	実施予定はない	その他	無回答
全産業	61.0	27.4	8.3	3.3
製造業	59.1	30.9	6.4	3.6
電子部品	70.6	23.5	0.0	5.9
機械金属	84.6	11.5	3.8	0.0
衣服縫製	50.0	40.0	0.0	10.0
木材・木製品	35.7	42.9	21.4	0.0
酒造	40.0	50.0	10.0	0.0
その他製造	51.5	36.4	6.1	6.1
非製造業	62.6	24.4	9.9	3.1
建設	75.0	17.9	3.6	3.6
卸売・小売	54.9	29.4	13.7	2.0
運輸	76.5	23.5	0.0	0.0
観光	30.0	30.0	20.0	20.0
サービス	68.0	20.0	12.0	0.0

図表23　賃上げ実施予定時期について

(単位：%)

	2021年度上期	2021年度下期	2022年度以降
全産業	87.8	10.9	1.4
製造業	92.3	7.7	0.0
電子部品	91.7	8.3	0.0
機械金属	100.0	0.0	0.0
衣服縫製	60.0	40.0	0.0
木材・木製品	100.0	0.0	0.0
酒造	75.0	25.0	0.0
その他製造	94.1	5.9	0.0
非製造業	84.1	13.4	2.4
建設	95.2	4.8	0.0
卸売・小売	75.0	21.4	3.6
運輸	84.6	15.4	0.0
観光	33.3	33.3	33.3
サービス	94.1	5.9	0.0

回答企業数：2021年度以降に賃上げを「実施予定」と回答した147社

6　「ウィズコロナ・アフターコロナ」への対応

（1）取組施策

「デジタル化・オンライン化の推進」が最上位

ウィズコロナ・アフターコロナに向けて取り組んで（取り組もうとして）いる施策について、全産業では「デジタル化・オンライン化の推進」（35.3%）が最も多く、次いで「新規顧客の開拓（販路の拡大）」（24.9%）、「人材育成、社員教育強化」（22.0%）、「生産方法（工程）、販売方法、営業活動見直し」（18.3%）の順となった（図表24）。

製造業では「新規顧客の開拓（販路の拡大）」（30.0%）が最も多く、非製造業では「デジタル化・オンライン化の推進」（42.0%）が最も多い結果となった。

新型コロナの影響が長期化する中、多くの企業が、新型コロナ感染防止対策を最優先課題として、社内会議や営業活動にＺｏｏｍなどｗｅｂを活用しているほか、社内システムのＤＸ化、ＩｏＴ技術導入など、積極的にデジタル化に取り組む動きがみられる。

また、各企業は、コロナ禍での売上・利益の確保に向けて、「コスト（物件費・人件費）削減」（14.1%）より上位の施策として、「新規顧客の開拓（販路拡大）」、「人材育成、社員教育強化」、「生産方法（工程）・販売方法・営業活動見直し」など、各企業の今後の持続性を確保するために社内外に向けて積極的に施策を講じて（予定して）いる。

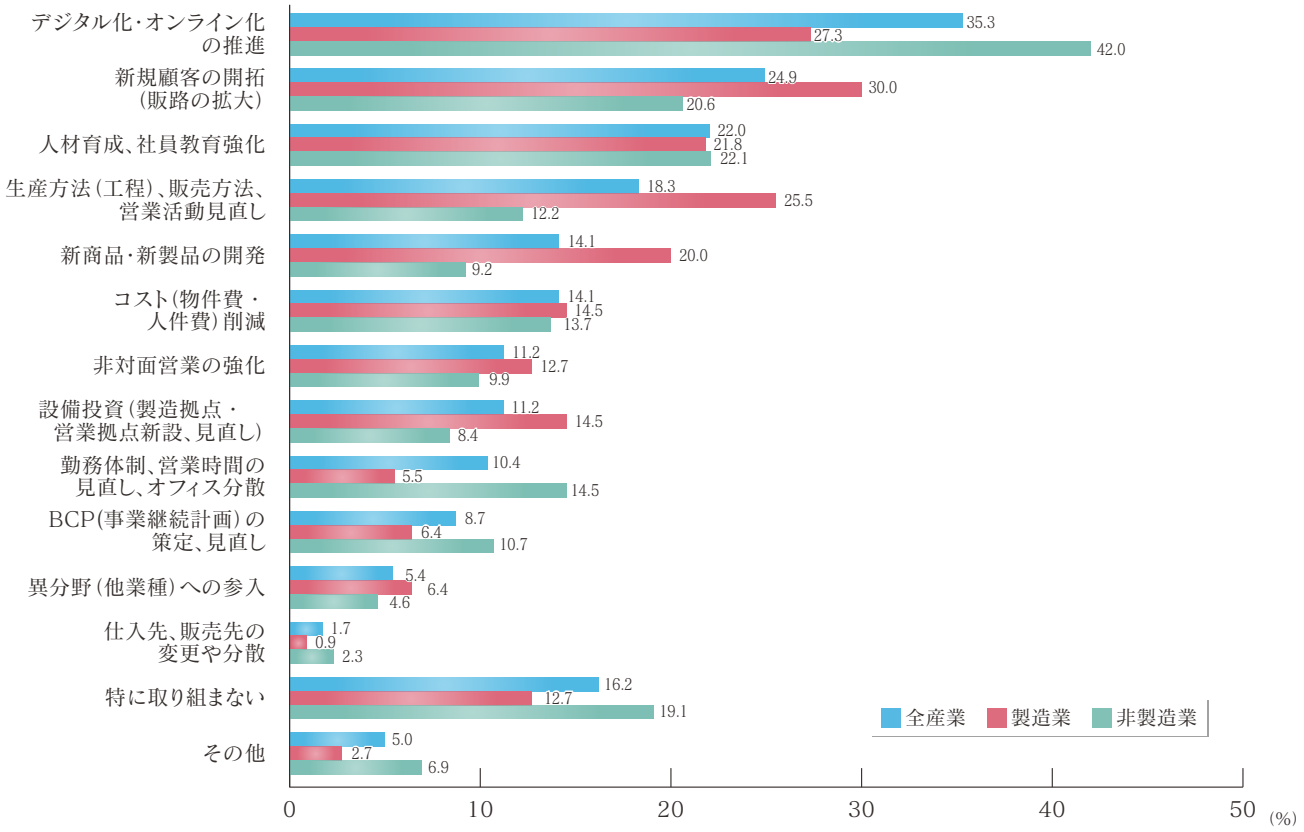
なお、ウィズコロナ・アフターコロナに向けて「特に取り組まない」と回答した企業は16.2%であった。

（2）業種ごとの具体的取組み（予定）

全産業における取組施策の上位４項目「デジタル化・オンライン化の推進」、「新規顧客の開拓（販路の拡大）」、「人材育成、社員教育強化」、「生産方法（工程）、販売方法、営業活動見直し」における業種ごとの具体的な取組（予定）施策は後掲図表25～28のとおりである。

（鈴木　浩之）

図表24　ウィズコロナ・アフターコロナへの対応（３項目複数回答）



図表25　ウィズコロナ・アフターコロナへの具体的な取組（予定）内容
「デジタル化・オンライン化の推進」

	業　　種	具体的な取組（予定）内容
製　造　業	電子部品	・設備のＩｏＴ化 ・関係会社とのweb会議の推進
	機械金属	・設計段階から生産効率を意識し、ＩｏＴを取り入れた成型の提案 ・web会議等による感染リスク排除 ・社内オンラインツール活用
	衣服縫製	・ＤＸ化（検査管理システム・人事生産性システム・リモートワーク・ペーパーレス化等） ・web会議の充実
	木材・木製品	・テレワークでの運用（会議等）
	酒造	・ＩＴを活用した営業、受発注の検討 ・間接業務全般のデジタル化 ・酒造りにＩＣＴ、営業にZoom等を活用、業務の生産性向上
	その他製造	・オンライン商談への取組強化（食料品製造業） ・web会議、クラウドサービス利用（製錬業） ・クラウドドライブ、プロジェクトマネジメントアプリ導入（靴製造業）
非製造業	建設	・講習会、諸会合のweb会議化 ・建設機械・重機のＩＣＴ対応機活用
	卸売	・オンライン会議の開催 ・クラウドの活用促進、業務システム見直し、他システムとの連携強化
	小売	・ＥＣサイトの構築、ネットスーパーへの取組強化 ・ペーパーレス化の推進 ・Zoomを利用した会議に変更 ・リモートワーク対応システムの利便性向上 ・処方箋のネット受付やお薬手帳のオンライン化
	運輸	・経理事務のデジタル化等による事務負担の軽減 ・外部研修や社内会議のオンライン化 ・点呼業務のＩＴ化 ・クラウドを利用した運行管理と各拠点の連携
	ホテル・旅館	・主要プラットフォームを最大限活用したデジタルマーケティング ・タブレット端末の導入 ・自社ＨＰの更新
	情報サービス	・在宅勤務における効率性向上、品質確保に向けた対応強化 ・基幹システム等のクラウド化検討
	その他サービス	・ＲＰＡ（ロボティックプロセスオートメーション）推進（福祉サービス業） ・予約システムのデジタルオンライン化（観光業） ・ビジネスチャットによるリモート会議、テレワーク（アミューズメント業） ・ｉｐａｄ等を活用した営業システムの改革（整備業） ・県外営業責任者の会議参加をオンラインに変更（機械レンタル業）

図表26　ウィズコロナ・アフターコロナへの具体的な取組（予定）内容
「新規顧客の開拓（販路の拡大）」

	業　　種	具体的な取組（予定）内容
製　造　業	電子部品	・取引先分散に向けた他取引先の開拓強化、営業推進体制の見直し ・営業機能の活性化による販路拡大
	機械金属	・電気自動車、蓄電池関連事業者への営業強化 ・取引先の間口を広げ、需要増大 ・新事業の販売活動を強化し、次代の柱に育成
	木材・木製品	・競争力のある横ハギ材、造作材をフローリングと合わせて売込 ・プレカット顧客増加に向けたセールス活動強化 ・県外の販路開拓（ビジネスマッチングの活用） ・近場での販売先確保を最優先
	酒造	・国内、海外での新規顧客開拓 ・消費者、小売店と直結した販路の開拓 ・海外ならびに西日本市場の地酒専門店ルートの開拓
	その他製造	・ネット販売開始による新規顧客開拓の推進（食品製造業、靴製造業） ・同業者間の受注（下請）、個人顧客の開拓（ネット販売等）（印刷業） ・webからの照会数増加に対応すべくwebマーケティング検討（情報加工業） ・ＳＮＳ（インスタグラム）の活用（化粧品製造業）
非製造業	建設	・洋上風力事業関連業者への営業 ・公共工事予算化情報の収集強化
	小売	・ＨＰ、ツイッターなどの活用による新規顧客獲得
	運輸	・新製品開発による新規先開拓 ・倉庫利用先の開拓と運送を絡めたセールス強化
	ホテル・旅館	・OTA（オンライントラベルエージェント）の利用促進 ・日帰りプランの強化による新規顧客の発掘 ・国内個人市場での新規顧客へのアプローチ
	情報サービス	・関連企業との情報交換強化、社内体制の見直し
	その他サービス	・拠点社員増員による新規開拓強化（福祉サービス業） ・人材採用による営業推進の強化（販路開拓）（ビル管理業）

図表27　ウィズコロナ・アフターコロナへの具体的な取組（予定）内容
「人材育成、社員教育強化」

	業　　種	具体的な取組（予定）内容
製　造　業	電子部品	・技術の底上げ（研修）、プロジェクトマネジメント型の業務遂行スキルの習得 ・生産性を高めるため、日々の工程進捗をグラフ化し個別指導実施 ・次代を担う人材を育成すべく、若手、女性の育成 ・新型コロナ感染予防対策の実施・教育
	機械金属	・世代交代を含めた幹部候補の育成 ・中堅幹部人材の育成（５年後の体制づくり） ・組織の見直し、ＯＪＴ強化による技能の底上げ（質の向上）
	衣服縫製	・多能工の育成強化
	木材・木製品	・社内研修体制の整備
	酒　　造	・次世代に向けて、セミナー等を利用し育成強化
	その他製造	・ＱＣ（品質管理）活動による人材レベルの向上（工業部品製造業） ・既成概念を変えるためのセミナー受講や社内勉強会開催（情報加工業） ・教育訓練の機会拡大、資格取得の奨励（工業用品製造業） ・ｗｅｂ教育の実施（生コン製造業）
非製造業	建　　設	・外部講師を招いて全職員を対象とするマナー研修会を開催予定 ・外部専門機関との連携
	卸　　売	・資格取得、コミュニケーション訓練
	小　　売	・人事評価制度の改定 ・社内研修体系の細分化検討 ・職能級別教育訓練カリキュラムの見直整備 ・メーカーのオンラインセミナー参加による育成強化
	運　　輸	・教育体系の構築 ・多能工の育成 ・オンデマンド配信を利用した教育強化 ・感染症予防態勢の強化（予防知識の周知）
	ホテル・旅館	・研修等への参加
	情報サービス	・社内情報共有強化と社員間のコミュニケーション、フォロー強化
	その他サービス	・従業員の資格取得に向けた研修等へのバックアップ（測量設計業）

図表28　ウィズコロナ・アフターコロナへの具体的な取組（予定）内容
「生産方法（工程）、販売方法、営業活動の見直し」

	業　　種	具体的な取組（予定）内容
製　造　業	電子部品	・工程別ｊｏｂスケジュール強化、設備稼働率の可視化 ・省力化、省人化に向けた生産工程の見直し ・生産技術・課題の洗い出しを実施
	機械金属	・ｗｅｂ営業の強化
	衣服縫製	・生産ラインの再編成
	木材・木製品	・原価管理手法の見直し ・兼用資材や省人化できる仕組みを検討 ・生産品目の市場ニーズへの対応強化 ・情報提供を加えた営業活動を実行 ・営業の軸足を非住宅マーケットへ移行
	酒　　造	・従来の作業工程の見直し、効率化 ・県外・海外営業活動の自粛 ・秋田県内販売店とのパイプ強化
	その他製造	・不採算部門の縮小と拡大見込部門への再投資（食品製造業） ・効率化を進め、１人当たりの生産性を向上（食品製造業） ・配達業務の廃止、機械化による省人化（食品製造業）
非製造業	建　　設	・関東方面への営業から、東北近辺での営業強化
	小　　売	・オンライン商談強化 ・営業の直行・直帰による訪問活動（タブレット所持） ・新しいサービス（ポイント制度）等の構築 ・脱炭素に向けたＥＶ化にともないリチウムのリサイクルリユース構築 ・営業活動の見直し、生産性向上に向けた取組計画
	運　　輸	・路線の組換え
	ホテル・旅館	・営業活動強化をはかるための組織改正 ・顧客と接触機会を減らすサービスの提供