

2020年12月21日

～新春特集アンケート「静岡県内の主要企業経営者が見通す2021年」～

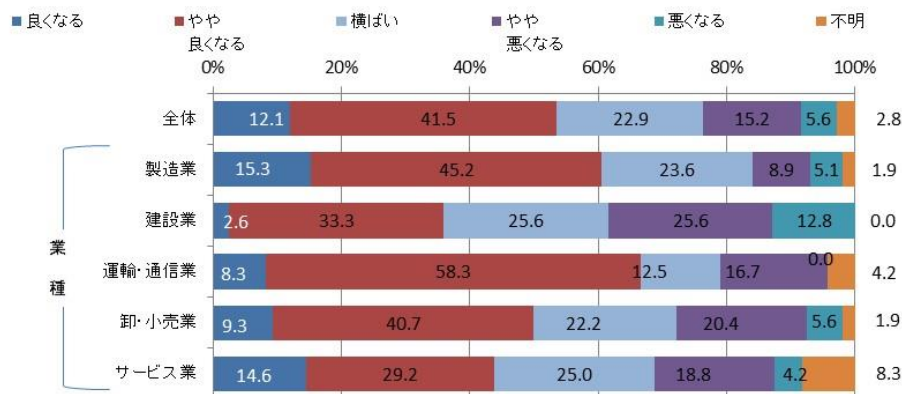
景気は改善方向に ただしコロナの影響は長引くとの見方

静岡経済研究所（理事長 一杉逸朗）では、コロナ禍が続く2021年が、静岡県の企業経営者にとってどのような1年になるかを調査しましたので、その結果をご紹介します。

アンケート 調査の概要	調査対象：静岡県内の主要企業経営者 760 名	調査方法：郵送による送付・回収
	回答数：323 名（回答率 42.5%）	業種：製造業 48.6%、非製造業 51.4%
	従業員数：30 人以下 16.1%、31～50 名 13.6%、51～100 名 21.4%、 101～300 名 23.8%、301 名以上 21.4%、不明 3.7%	調査時期：2020 年 11 月
	所在地：東部 25.2%、中部 40.5%、西部 34.3%	

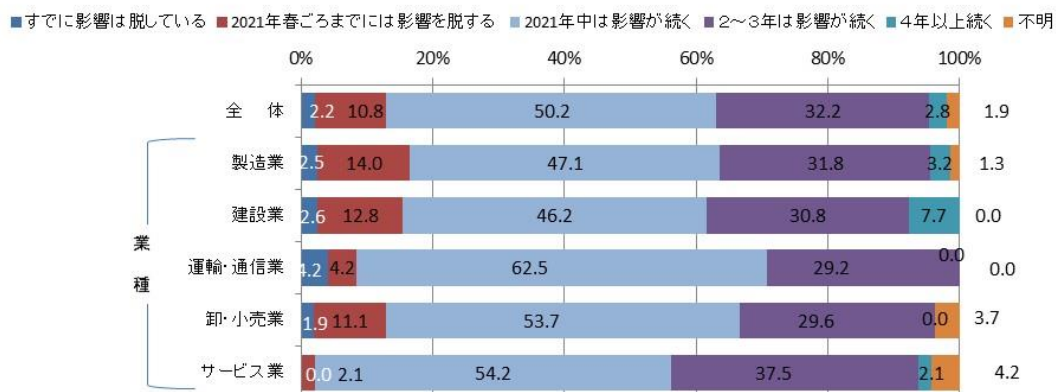
1. 2021年の景気は2020年と比較して好転するか

「（やや）良くなる」が53.6%と、「（やや）悪くなる」を大きく上回った。新型コロナウイルス（以下、コロナ）で苦しんだ2020年と比較して景気は改善する見通しは多いものの、「やや良くなる」が大半を占めており、持ち直しのテンポは緩やかになるとみている。



2. 経営にとってコロナの影響はいつまで続くのか

「2021年中は影響が続く」が50.2%と半数を占め、「2～3年は影響が続く」も32.2%となった。「4年以上続く」（2.8%）を含めると、85.2%の経営者が少なくとも2021年中は影響が残るとみている。

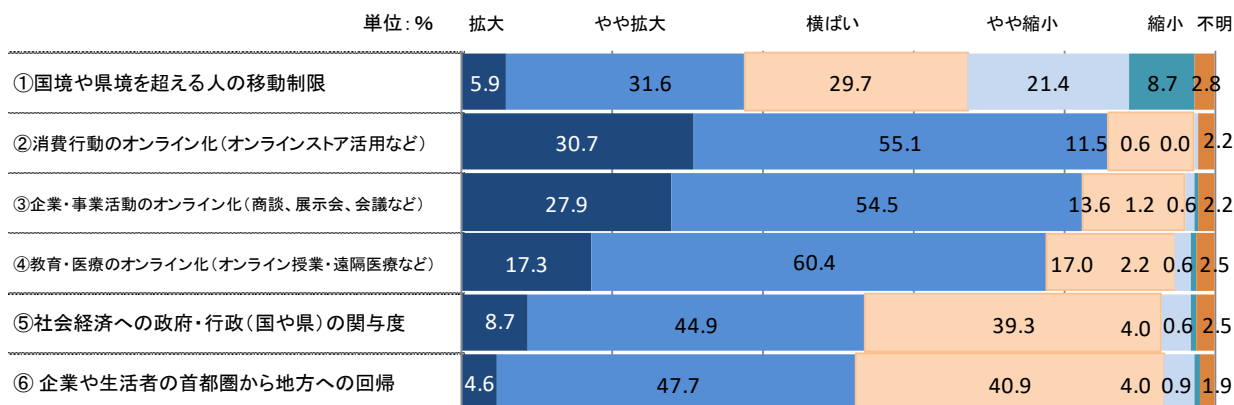


3. 2020年に生じた社会変化の今後の見通し

「国境や県境を超える人の移動制限」については、「(やや) 拡大」、「(やや) 縮小」、「横ばい」ともに3～4割弱となり意見が分かれた。

外出自粛を背景に急拡大したオンライン活用は、いずれのケースにおいても「(やや) 拡大」との見方が約8割を占めた。なかでも、“消費行動のオンライン化(オンラインストア活用など)”と“企業・事業活動のオンライン化(商談・展示会・会議など)”は、明確に「(やや) 拡大」する見方が目立つ。

一方、政府や行政の関与については、「やや拡大」が44.9%と多いものの、「横ばい」も4割弱を占め、見方は割れた。また、“企業や生活者の首都圏から地方への回帰”は、「(やや) 拡大」との回答が5割を超えたものの、「横ばい」との見方も4割を占めた。



4. 2021年のGDP、為替の予想

2021年度の「日本の実質GDP成長率」は回答者の平均で+0.3%と、20年度政府試算(△4.5%)から回復、小幅ながらプラス成長に転じると予想。「対ドル円相場」は、安値平均111円(20年の最安値112円)、高値平均101円(同最高値101円)と、ほぼ前年並みの予想水準となった。

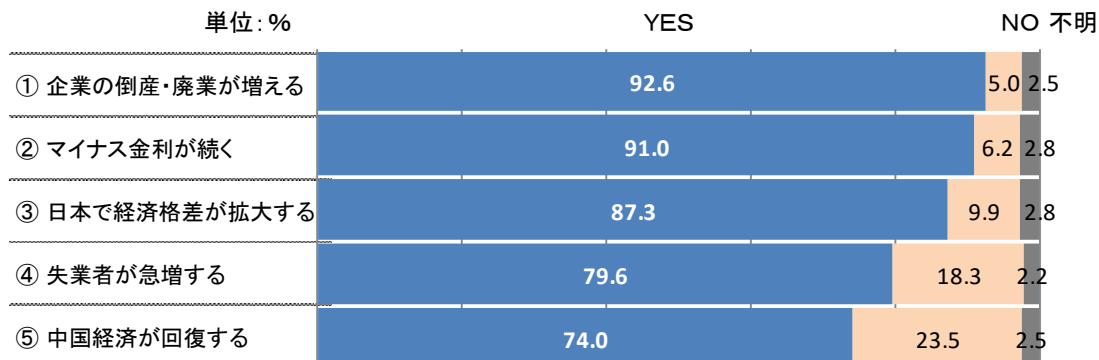
なお、これらの予想の前提となる経済問題の見通しは下記のとおりである。

2021年のGDP、為替の予想

	2021年度 回答者平均	2020年度見込 (政府試算)		安値平均	高値平均	2020年変動幅
実質GDP成長率	+0.3%	△4.5%	対ドル円相場	111円	101円	112円～101円

注) 2020年の数値は12月7日現在

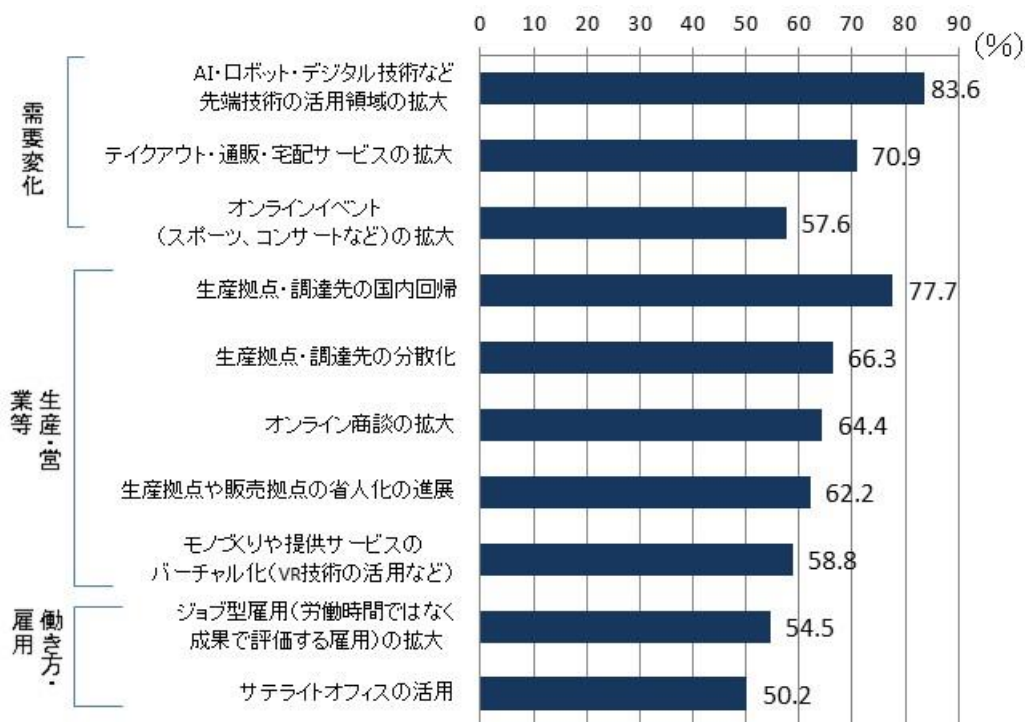
2021年に予測される経済問題(上位5)



5. 2021年以降に予測される変化への期待（トップ10、複数回答）

トップは、コロナ禍の対応に求められる、「AI・ロボット・デジタル技術など先端技術の活用領域の拡大」（83.6%）となった。続いて、「生産拠点・調達先の国内回帰」（77.7%）となったが、これは、サプライチェーン強化だけでなく、地域経済や雇用面で与える効果大きいなど、幅広い期待を反映した結果とみられる。

項目別の『生産・営業等』で見ると、「生産拠点や販売拠点の省人化の進展」「モノづくりや提供サービスのバーチャル化」といった項目も5割を超えており、新技術を活用した合理化やビジネスチャンス拡大への期待が高い。



詳細な調査結果は、Monthly 1月号に掲載しています（12月23日発刊予定）。

※本件のお問い合わせ先 担当（玉置実）

電話：054-250-8750

2021年の経営方針を一言で表すと

～激変する環境に耐え、“挑戦”の年に～

コロナ感染拡大で、これまで経験したことのない環境変化や危機に直面した2020年。昨年の取組みを踏まえ、今年、どのようなスタンスで経営に臨むのか。静岡県内の経営者に2021年の経営方針を一言で表していただいた（227社が回答）。

さまざまな思いを寄せていただいたが、大きく8つの方向性がみえる（図表）。1つは、「スリム経営」「生産効率の改善」「改善、改革の徹底」といったコスト削減や事業再構築、利益を重視する方針である。経済や景気の先行きが見通し難い中、まず自社の収益力や経営体質を強化することで、今後の変化に対応していこうとする意識がみられる。「忍耐・辛抱」といった方針もみられ、厳しい環境下での経営を覚悟していることがうかがえる。

一方、「挑戦の年」「復活から成長」といった挑戦や拡大を志向する方針もあった。2020年は、営業・販売方法の見直しを迫られ、思うように事業活動できなかった企業が多かっただけに、コロナで変わった社会経済の潮流を見定め、2021年こそは飛躍の年にしようとする思いが感じられる。

このほか、『ブランド・価値向上』『働き方改革・人材育成』『顧客関係構築』『デジタル化・IT対応』など、いずれも激変する環境を乗り越えるためには欠かせない経営方針が挙げられている。

図表 2021年の経営方針（自由回答、主なものを抜粋）

コスト削減、事業再構築、利益重視（76件）

- ・生産効率の最大化と海外戦略（輸送用機器製造）
- ・スリム経営（パルプ・紙・紙加工品製造）
- ・売上減へ耐える経営（小売）
- ・リストラ、事業の再構築（サービス）
- ・足場を固めて、捲土重来を期す（サービス）
- ・改善、改革の徹底（輸送用機器製造）など

挑戦、拡大、変革、成長（47件）

- ・挑戦の年（鉄鋼製造）
- ・ピンチをチャンスへ（建設）
- ・M&A戦略の推進（食料品製造）
- ・挑戦と忍耐のバランス経営（化学製品製造）
- ・難物に挑戦（輸送用機器製造）など

ブランド・価値向上（24件）

- ・「信頼」のブランドを磨きあげよう
（窯業土石製品製造）
- ・新しい価値の模索（ホテル・旅館）
- ・存在意義、存在価値ある会社になる
（食料品製造）など

働き方改革・人材育成（21件）

- ・働き方改革を加速させる（食料品製造）
- ・人材教育の推進による、魅力ある会社への変革
（小売）
- ・チームワーク（運輸・通信）など

顧客関係構築（17件）

- ・お客様に信頼される企業となる（小売）
- ・顧客第一主義（サービス）
- ・顧客との信頼関係強化（輸送用機器製造）など

忍耐（16件）

- ・堅忍不拔（卸売）
- ・忍耐・辛抱（輸送用機器製造）など

安心・安全、コロナ対応（14件）

- ・コロナ後を見据えた準備のための研鑽（建設）
- ・安心・安全・快適の追求（建設）
- ・ニューノーマルへの対応（運輸・通信）など

デジタル化、IT対応（12件）

- ・AIを活用した省力化推進（サービス）
- ・DX推進（パルプ・紙・紙加工品製造）
- ・完全Web化（サービス）など