

特別企画：新型コロナウイルス感染症に対する企業の意識調査（2020年4月）

新型コロナウイルス、企業の88.8%で「業績にマイナス」 ～ 事業の継続には従業員の健康や雇用維持が重要と認識 ～

はじめに

新型コロナウイルス感染症が世界中で猛威をふるっている。日本でも感染拡大にともない、2020年4月7日に7都府県を対象地域とした「緊急事態宣言」が発出された。さらに、4月16日には対象地域を全国に拡大するなど、国民の生活および経済活動に大きな影響を及ぼしている。

それにともない、政府は過去最大規模の緊急経済対策を決定するなど企業や国民に対して対応策を推進しているものの、依然深刻な状況が続いている。

そこで、帝国データバンクは、新型コロナウイルス感染症に対する企業の見解について調査を実施した。本調査は、TDB 景気動向調査2020年4月調査とともに行った。

※調査期間は2020年4月16日～30日、調査対象は全国2万3,672社で、有効回答企業数は1万1,961社（回答率50.5%）。なお、新型コロナウイルス感染症に関する調査は、2020年2月、3月に続き、今回で3回目

※本調査の詳細なデータは景気動向オンライン（<https://www.tdb-di.com>）に掲載している

調査結果（要旨）

1. 新型コロナウイルス感染症による自社の業績への影響、『マイナスの影響がある』と見込む企業は88.8%。内訳をみると、「既にマイナスの影響がある」が56.9%、「今後マイナスの影響がある」が31.8%となった
2. 『マイナスの影響がある』を地域別にみると、『近畿』が91.1%と最も高い。次いで、『東海』（90.4%）、『南関東』（88.9%）、『東北』（88.5%）、『北陸』（88.1%）となった。業種別では、「家具類小売」、「旅館・ホテル」が100%となった。以下、「飲食店」（98.3%）、「繊維・繊維製品・服飾品卸売」（98.1%）、「家電・情報機器小売」（97.8%）が続いた
3. 『プラスの影響がある』は、スーパーマーケットなどの「各種商品小売」が33.3%で最も高かった。また「飲食料品小売」（18.4%）や「飲食料品・飼料製造」（12.2%）、「飲食料品卸売」（8.4%）など食料品を取り扱う業種が上位に並んだ
4. 自社が事業継続するうえで重要なことは、「従業員の健康管理」が71.1%でトップとなった。以下、「従業員の雇用継続」（61.7%）、「事前（現時点）の資金繰り計画」（58.2%）が続く。他方、事業継続するうえで重要であるが対応できていないことでは、「在宅勤務の推奨」が30.0%で最も高かった。次いで、「新規事業への挑戦」（20.6%）、「コスト削減」（18.2%）となった

1. 企業の約9割でマイナスの影響を見込む、前月よりさらに悪影響を実感

新型コロナウイルス感染症により自社の業績にどのような影響があるか尋ねたところ、『マイナスの影響がある』（「既にマイナスの影響がある」と「今後マイナスの影響がある」の合計）と見込む企業は88.8%と、約9割に達した。前回調査（2020年3月、80.3%）と比較すると8.5ポイント、前々回調査（2020年2月、63.4%）からは25.4ポイント増加した。時間が経つにつれてより一層、業績への悪影響を実感している様子が見えてきた。

内訳をみると、「既にマイナスの影響がある」が56.9%（2020年3月、46.5%）、「今後マイナスの影響がある」が31.8%（同33.8%）となった。とりわけ、既にマイナスの影響がでている企業は半数を超え、6割近くにのぼった。

他方、「影響はない」とする企業は4.0%（同9.0%）だったほか、『プラスの影響がある』（「既にプラスの影響がある」と「今後プラスの影響がある」の合計）と見込む企業は2.7%（同2.1%）となった。前々回調査から比較すると「影響はない」や「分からない」とする企業が徐々に減少しており、新型コロナウイルスにともなう悪影響が顕在化してきている。

『マイナスの影響がある』と見込む企業を地域別にみると、『近畿』が91.1%と最も高い。次いで、『東海』（90.4%）が同じく9割台で続いた。以下、『南関東』（88.9%）、『東北』（88.5%）、『北陸』（88.1%）となった。

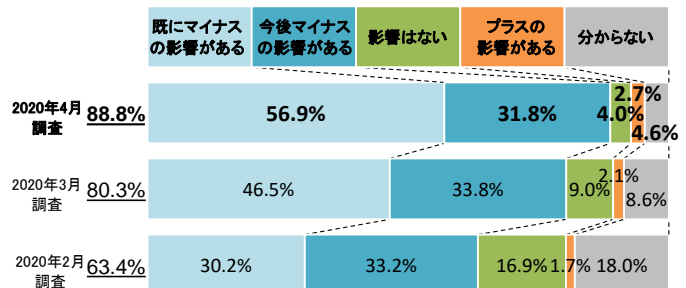
全国の割合を超えた地域は、『近畿』、『東海』、『南関東』となり、特定警戒都道府県を複数抱える三大都市圏で高かった。

企業からも「いつ倒産するかわからない、給料も払えない、売掛金の回収も見込めない」（袋物製造、兵庫県）といった声があげられている。

『マイナスの影響がある』企業を業界別にみると、『不動産』が93.0%で最も高かった。以下、『運輸・倉庫』、『卸売』（ともに89.7%）、『製造』（88.6%）、『サービス』（88.2%）が続いた。

特に『不動産』は、「テナントの窮状をみると賃料の減免もやむを得ないが、外出自粛による景気の低迷がいつまで続くか不透明であり、どこまで我慢できるか体力勝負の様相」（貸事務所、青

新型コロナウイルス感染症による業績への影響

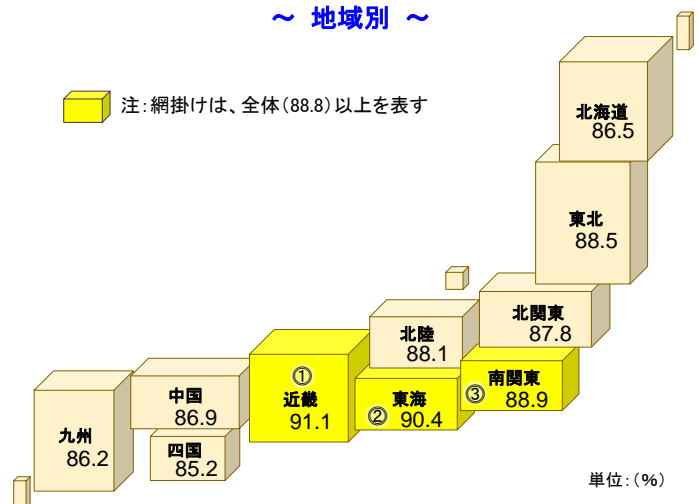


注1:母数は、有効回答企業1万1,961社。2020年3月調査は1万1,330社、同年2月調査は1万704社

注2:下線の値は『マイナスの影響がある』（「既にマイナスの影響がある」と「今後マイナスの影響がある」の合計）の割合

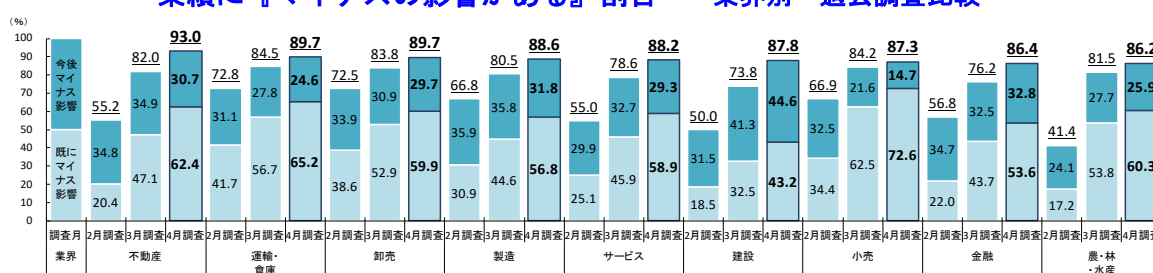
注3:小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計は必ずしも100とはならない

業績に『マイナスの影響がある』割合 ～地域別～



森県）や「売上げが減少しているテナントからの賃料減額要望による賃料収入減が発生する恐れがある」（土地売買、大阪府）といった声があげられており、急速に不安が拡大している。また、『建設』は、今後の悪影響を見込む企業が44.6%となり、時間が経つにつれ先行きへの懸念が高まっている様子うかがえる。企業からも「自社は、官公庁工事が中心であるため、現在のところ直接の被害は感じていない。しかし、大手ゼネコンのように、いつ工事が中止になるかわからない」（土木工事、北海道）といった声が聞かれた。

業績に『マイナスの影響がある』割合 ～ 業界別・過去調査比較 ～



注1: 下線の値は『マイナスの影響がある』（『既にマイナスの影響がある』と『今後マイナスの影響がある』の合計）の割合
注2: 小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計は必ずしも一致しない

さらに、業種別にみると「家具類小売」、「旅館・ホテル」が100%となった。以下、「飲食店」（98.3%）、「繊維・繊維製品・服飾品卸売」（98.1%）、「家電・情報機器小売」（97.8%）が続いた。

企業からも「売上げ減少が止まらない。少しでも早く収束することを願うしかない」

（家具小売、東京都）や「耐えるしかないが、支援がなければ厳しい状況である」（旅館、静岡県）、「長期の完全休業は過去に例がなく、創業以来最大の経営危機となっている。従業員の健康を第一に感染予防のため、休業を選択している」（喫茶店、東京都）といった声があがった。

感染拡大が続くなか、早期収束を願いながら企業活動を続ける様子うかがえた。また、自主的に休業を選択するなど感染防止に努める企業もみられている。

業績に『マイナスの影響がある』割合 ～ 上位10業種 ～

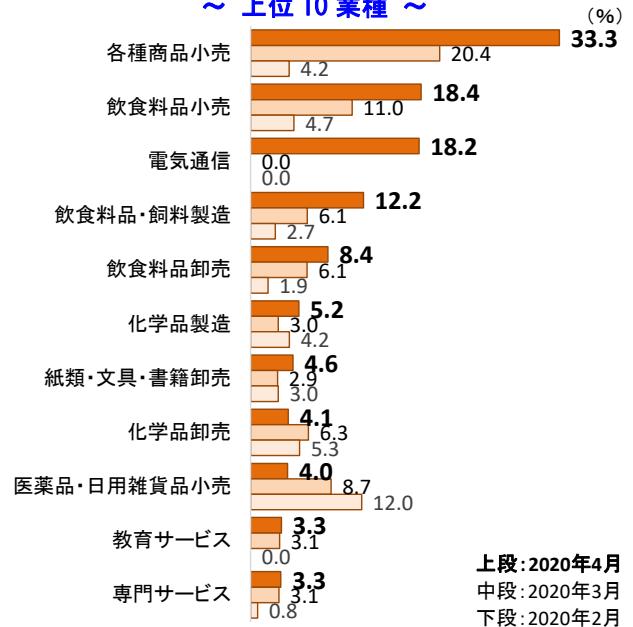
		(%)		
		今回	2020年 3月調査	2020年 2月調査
1	家具類小売	100.0	100.0	66.7
	旅館・ホテル	100.0	96.8	89.3
3	飲食店	98.3	98.2	80.9
4	繊維・繊維製品・服飾品卸売	98.1	96.6	89.3
5	家電・情報機器小売	97.8	86.5	57.9
6	繊維・繊維製品・服飾品小売	97.1	97.0	87.1
7	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売	96.2	85.6	67.7
8	自動車・同部品小売	95.8	89.9	63.4
	広告関連	95.8	94.2	71.2
10	輸送用機械・器具製造	95.6	82.1	72.4

他方、『プラスの影響がある』と見込む企業を業種別にみると、スーパーマーケットなどの「各種商品小売」が33.3%で最も高く、3割超となった。次いで、「飲食料品小売」(18.4%)、「電気通信」(18.2%)、「飲食料品・飼料製造」(12.2%)、「飲食料品卸売」(8.4%)が続く。食料品を取り扱う業種が上位に並んだ。

特に、「外出禁止の影響で巣ごもり需要が旺盛、注文が多く生産量が増加している」(生菓子製造、愛媛県)や「内食が進んでいることにより、加工食品の業界はプラスに推移している」(水産食料品製造、静岡県)といった声にあるように、外出自粛などが一部で需要拡大に働いている。さらに、「新型コロナウイルスの感染が収まった後に会社がV字回復できるよう新たな

事業への取り組みを行っている」(プリント回路製造、静岡県)というように、事態の収束後を見越して新たなサービスを展開する企業も現れている。

業績に『プラスの影響がある』割合 ～ 上位10業種 ～



上段:2020年4月
中段:2020年3月
下段:2020年2月

企業の意見(前向きな影響など、一部抜粋)

- 3月以降、巣ごもり需要増で受注が伸びている(豆腐・油揚げ製造、新潟県)
- 巣ごもりにより家庭内消費が増加している。事業特性として、宅配をしているため、利用増につながった(精米、福岡県)
- 時間に余裕がある今の時期に新規開拓・新商品開発に取り組みたい。また、働き方改革に取り組みたい(水産練製品製造、長崎県)
- 異業種からの医療関係製品の生産を受けており、需要に対して遅れを生じさせないように苦労している(眼鏡製造、福井県)
- 持ち帰り弁当を営む自社としては、新型コロナウイルス感染症による業績はプラスに影響する(食料・飲料卸売、茨城県)
- 今後は宅配の商品(例えば高級食パンなど)で新しい販売ルートを作り顧客獲得に乗り出す。また、買い物代行など新規事業を行う予定(菓子・パン類卸売、兵庫県)
- 従来の業務内容では将来の売上げが見込めないため、新規事業に注力する(和洋紙卸売、東京都)
- 現状、一部取扱商品について特需が出ている(精密機械器具卸売、愛知県)
- テレワーク支援を基に少しでも商いが継続出来る方法や商品展開を目指して健闘したいと思う(事務用機械器具卸売、山口県)
- ジグソーパズルに関して、巣ごもり需要が大きく年間で一番売れている状況(がん具・娯楽用品卸売、東京都)
- 受注、発注ともインターネット経由のため、さほど変わりなく仕事をしている。在宅作業者がもともと多く、現時点では受注はある程度できている(翻訳、東京都)
- ICT活用の推進、新規事業展開、既存事業のシフトチェンジなどに取り組んでいる(学習塾、東京都)
- 得意先訪問が主となる営業活動が全く行えていない状況下、第二の屋台骨となる新規事業への挑戦も行っていきたい(事業サービス、神奈川県)
- 現在の取り組みは、終息後にV字回復すべく、新規開拓により取引お客様企業数アップに注力(事業サービス、東京都)

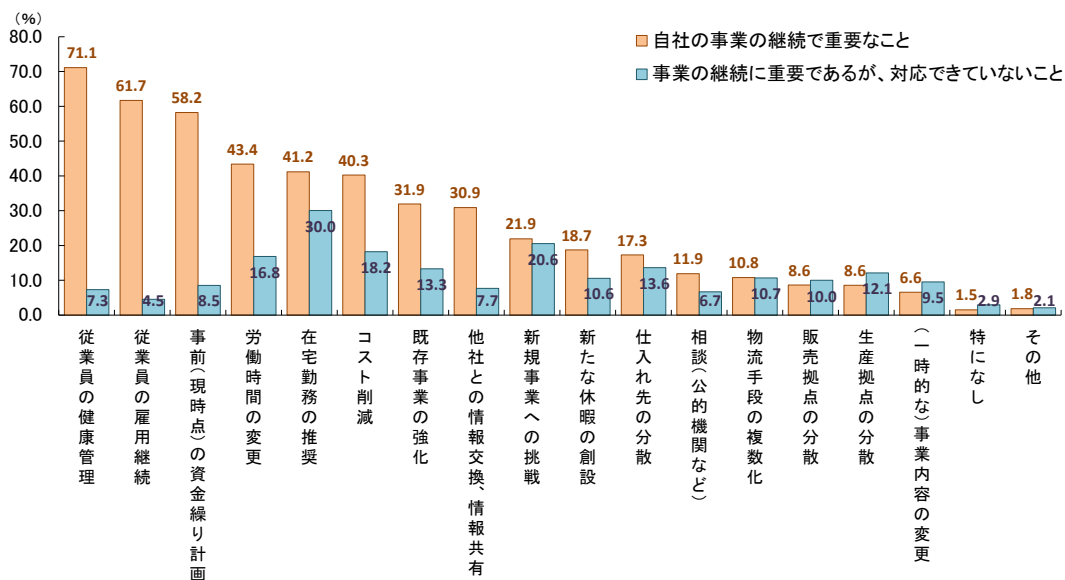
2. 事業継続に重要なこと、「従業員の健康管理」が71.1%でトップ

新型コロナウイルス感染症に対して、自社が事業を継続するうえで重要なことを尋ねたところ、「従業員の健康管理」が71.1%でトップとなった。以下、「従業員の雇用継続」(61.7%)、「事前(現時点)の資金繰り計画」(58.2%)、時差出勤などの「労働時間の変更」(43.4%)、テレワークなどの「在宅勤務の推奨」(41.2%)が続いた。企業の多くが事業の継続には、従業員の健康や雇用に第一と考えている様子が明らかとなった。

他方、自社が事業を継続するうえで重要と考えながらも、対応できていないことを尋ねたところ、「在宅勤務の推奨」が30.0%で最も高かった。次いで、「新規事業への挑戦」(20.6%)、「コスト削減」(18.2%)が続く。「在宅勤務の推奨」は事業の継続に4割超の企業で重要と認識している一方で、3割の企業で対応できていない結果となった。

企業からも「自社の従業員の身体と雇用を守る事が重要な使命である」(一般管工事、山形県)や「5月中に2カ年計画で、事業計画の見直しを実施。生き残れる体制の構築や必要資金の調達が急務となる」(冷暖房設備工事、福島県)といった声があがった。一方で、「テレワーク等が可能な業種とそうでない業種があることに理解が薄い。現場で取り付けるものなどを扱っていると在宅は困難である」(建築材料卸売、京都府)といった意見もあげられた。

自社の事業の継続で重要なこと、対応できていないこと



まとめ

本調査では、約9割の企業が新型コロナウイルス感染症により業績にマイナスの影響があると見込んでいる。過去2回の調査と比較するとその割合は上昇しており、新型コロナウイルスの影響は顕著に表れていた。地域別にみると、特に特定警戒都道府県を複数抱える三大都市圏を含む地域で全国の割合を上回っていた。

さらに業種別でも、幅広く悪影響を受けており、「家具類小売」や「旅館・ホテル」、「飲食店」などでは深刻な局面に立たされている。

他方、一部スーパーマーケットなどをはじめ食料品関連の業種では、外出自粛による買い溜めや巣ごもり消費が需要の拡大につながっている。また、収束後のV字回復を見越して新たなサービスや新規事業へ取り組む企業も現れつつある。

また、未曾有の感染症に対し、自社の事業継続においては従業員の健康や雇用を重視している。そのほかにも、資金繰りや時差出勤などの働き方に関する取り組みを重要と認識していることが明らかになった。一方で、事業継続のためには重要であると認識しているが、在宅勤務の推奨や新規事業への進出には二の足を踏んでいる様子もうかがえた。

2020年5月4日、延長が決定された「緊急事態宣言」は、引き続き多くの企業の業績や事業活動に悪影響を与えるであろう。また、政府の専門家会議においてテレワークや時差出勤といった新しい働き方を定着させる「新しい生活様式」が提言された。しかしながら、本調査からは、その定着が困難な業種業態があることも浮き彫りとなっている。

政府は、新型コロナウイルス感染症の早期収束に向けた施策を進めるとともに、企業や国民が抱える不安の声を正面から受け止め、具体的な対応策を迅速に実行する必要がある。

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万3,672社、有効回答企業1万1,961社、回答率50.5%)

(1) 地域

北海道	586	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,354
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	819	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,997
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	909	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	647
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,736	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	357
北陸(新潟 富山 石川 福井)	665	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	891
合 計			11,961

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	58	小売	飲食料点小売業	76	
金融	125	(511)	繊維・繊維製品・服飾品小売業	35	
建設	1,943		医薬品・日用雑貨品小売業	25	
不動産	388		家具類小売業	17	
製造	飲食料品・飼料製造業		402	家電・情報機器小売業	45
	繊維・繊維製品・服飾品製造業		133	自動車・同部品小売業	96
	建材・家具・窯業・土石製品製造業		243	専門商品小売業	156
	パルプ・紙・紙加工品製造業		107	各種商品小売業	48
	出版・印刷		204	その他の小売業	13
	化学品製造業		461	運輸・倉庫	517
(3,290)	鉄鋼・非鉄・鉱業		566	飲食店	58
	機械製造業	522	電気通信業	11	
	電気機械製造業	357	電気・ガス・水道・熱供給業	17	
	輸送用機械・器具製造業	114	リース・賃貸業	127	
	精密機械・医療機械・器具製造業	82	旅館・ホテル	33	
	その他製造業	99	娯楽サービス	62	
卸売	飲食料品卸売業	419	放送業	16	
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	211	メンテナンス・警備・検査業	195	
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	364	広告関連業	118	
	紙類・文具・書籍卸売業	109	情報サービス業	533	
	化学品卸売業	295	人材派遣・紹介業	70	
	再生資源卸売業	42	専門サービス業	306	
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	338	医療・福祉・保健衛生業	130	
	機械・器具卸売業	1,013	教育サービス業	30	
	その他の卸売業	383	その他サービス業	208	
	その他			41	
合 計			11,961		

(3) 規模

大企業	2,118	17.7%
中小企業	9,843	82.3%
(うち小規模企業)	(3,506)	(29.3%)
合 計	11,961	100.0%
(うち上場企業)	(288)	(2.4%)

2. 企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業を含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング

【 内容に関する問い合わせ先 】

株式会社帝国データバンク データソリューション企画部 産業データ分析課

担当：池田 直紀 (080-4900-8758)、旭 海太郎 (080-4899-2468)

TEL 03-5775-3163 e-mail keiki@mail.tdb.co.jp

リリース資料以外の集計・分析については、お問い合わせ下さい(一部有料の場合もございます)。

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。