

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8月）

企業の75.5%が新型コロナを契機にデジタル施策を推進 ～ 今後、業績へマイナスを見込む企業は3カ月連続で1割台に～

はじめに

緊急事態宣言が解除されて以降、経済活動への制約などが徐々に緩和され、日本の社会・経済は再び動き出した。しかし、感染者数増加にともない一部の都道府県では外出自粛や営業時間短縮が要請されており、経済活動が再び停滞することが懸念されている。また、政府は雇用調整助成金の期限を2020年12月末までに延長するなど、雇用の維持や事業継続、地域の活性化に資する各種対策などを進めている。

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8月調査とともに行った。

※調査期間は2020年8月18日～31日、調査対象は全国2万3,689社で、有効回答企業数は1万2,000社（回答率50.7%）。なお、新型コロナウイルス感染症に関する調査は、2020年2月から毎月実施し、今回で7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82.5%となり、4カ月連続で減少した。内訳をみると、「既にマイナスの影響がある」が68.0%。また、「今後マイナスの影響がある」（14.4%）は3カ月連続で1割台となった
2. 『マイナスの影響がある』を業界別にみると、『運輸・倉庫』が86.9%で最も高い。次いで、『製造』（85.8%）、『不動産』（84.4%）となった。業種別では、「旅館・ホテル」が100%となり、以下、「飲食店」（93.7%）、「家具類小売」（93.3%）が続く
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38.3%で最も高く、2カ月連続で4割近くにのぼった。次いで、インターネット接続業などの「電気通信」（22.2%）や「飲食料品小売」（20.3%）が2割台で続いたほか、「医薬品・日用雑貨品小売」（16.7%）、「飲食料品・飼料製造」（13.0%）が上位に並んだ
4. 新型コロナウイルスの感染拡大を契機に、デジタル施策を取り組んでいる企業は75.5%と4社に3社にのぼった。他方、取り組んでいない企業は、19.7%となった。また取り組み内容は、「オンライン会議設備の導入」が60.8%でトップ（複数回答、以下同）。次いで、「テレワークなどリモート設備導入」（52.7%）、「ペーパーレス化の推進」（36.2%）が続いた

1. 今後、業績へマイナスを見込む企業は14.4%と3カ月連続で1割台

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82.5%となった。7月から0.2ポイント減となり、4カ月連続で減少した。

内訳をみると、「既にマイナスの影響がある」（68.0%）が7割近くにのぼる一方、「今後マイナスの影響がある」（14.4%）は3カ月連続で1割台となり、先行きに対する不透明感は和らぎつつある。

他方、「影響はない」とする企業は9.3%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）は3.8%で、7月から0.7ポイント増となった。プラスの影響を見込む企業は、緩やかながらも毎月増加が続いている。

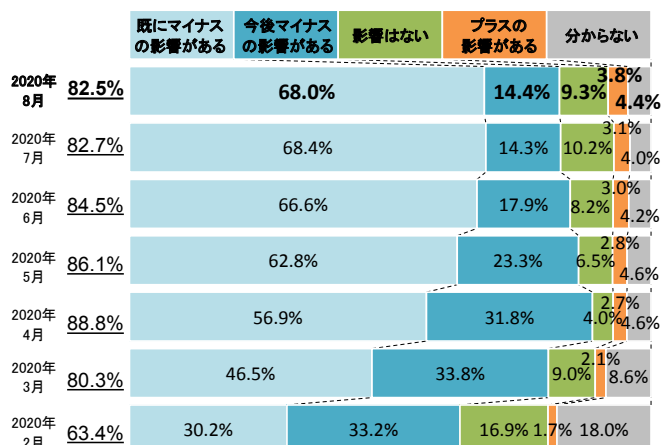
『マイナスの影響がある』と見込む企業を業界別にみると、『運輸・倉庫』が86.9%でトップ。以下、『製造』（85.8%）、『不動産』（84.4%）、『卸売』（84.0%）が続いた。さらに、業種別にみると、「旅館・ホテル」が100%となった。次いで、「飲食店」（93.7%）、「家具類小売」（93.3%）、「輸送用機械・器具製造」（92.5%）、「繊維・繊維製品・服飾品卸売」（92.3%）が並んだ。企業からも「貸切バス事業では三密を拭い切れないため、空気清浄やアルコール消毒、ビニールシートの設置など出来ることは実施しているが、壊滅的な状態である」（一般貸切旅客自動車運送、東京都）といった厳しい声があげられている。

業績に『マイナスの影響がある』割合 ～ 業界別～

順位	業界	マイナスの影響がある	既にマイナス	今後マイナス
1	運輸・倉庫	86.9	79.2	7.7
2	製造	85.8	74.1	11.7
3	不動産	84.4	69.6	14.8
4	卸売	84.0	72.3	11.8
5	農・林・水産	81.3	70.3	10.9
6	サービス	81.0	66.3	14.6
7	小売	79.5	68.2	11.3
8	建設	75.8	49.9	25.8
9	金融	74.6	61.9	12.7

©TEIKOKU DATABANK, LTD.

新型コロナウイルス感染症による業績への影響



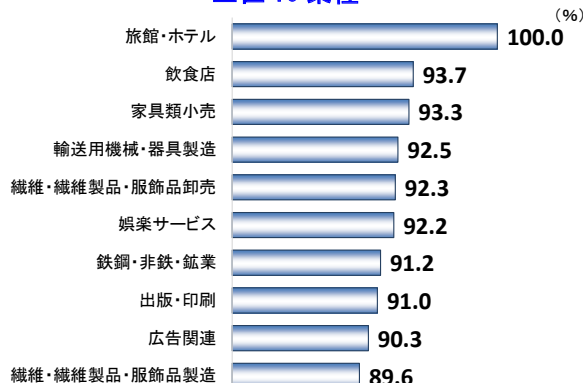
注1:母数は、有効回答企業1万2,000社。2020年7月調査は1万1,732社、同年6月調査は1万1,275社、同年5月調査は1万1,979社、同年4月調査は1万1,961社、同年3月調査は1万1,330社、同年2月調査は1万704社

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:『プラスの影響がある』は、「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

注4: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 ～ 上位10業種～



2. 業績へプラスを見込む企業、新型コロナ関連の調査開始以来、徐々に増加

『プラスの影響がある』と見込む企業を業界別にみると、『小売』が11.7%で最も高く、そのうち8.2%は既に業績へプラスの影響が表れている。次いで、『金融』（6.7%）、『農・林・水産』、『卸売』（ともに4.7%）、『運輸・倉庫』、『サービス』（ともに3.9%）が続く。

業績に『プラスの影響がある』割合
～ 業界別～

順位	業界	（%）		
		プラスの影響がある	既にプラス	今後プラス
1	小売	11.7	8.2	3.5
2	金融	6.7	5.2	1.5
3	農・林・水産	4.7	1.6	3.1
	卸売	4.7	2.8	1.9
5	運輸・倉庫	3.9	2.8	1.1
	サービス	3.9	1.5	2.3
7	製造	3.5	2.1	1.4
8	不動産	1.6	0.5	1.1
9	建設	1.3	0.5	0.8

業績に『プラスの影響がある』割合
～ 上位10業種～



さらに、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38.3%で最も高く、2カ月連続で4割近くにのぼった。次いで、インターネット接続業などの「電気通信」（22.2%）や「飲食料品小売」（20.3%）が2割台で続いたほか、「医薬品・日用雑貨品小売」（16.7%）、「飲食料品・飼料製造」（13.0%）が上位に並んだ。

企業からは、「主に医療関連施設の消毒業務を実施していたが、今回の新型コロナウイルス感染症の影響で一般施設でも衛生面の意識が高まり、消毒関連の受注が見込まれる」（環境計量証明、山形県）や「テレワークなどが増えてきたことにより、街中の狭いマンションより郊外の一戸建てを購入する層が増えてくるように思う」（木材・竹材卸売、京都府）など、意識や志向の変化により業界・業種によっては、事業の追い風となっている。

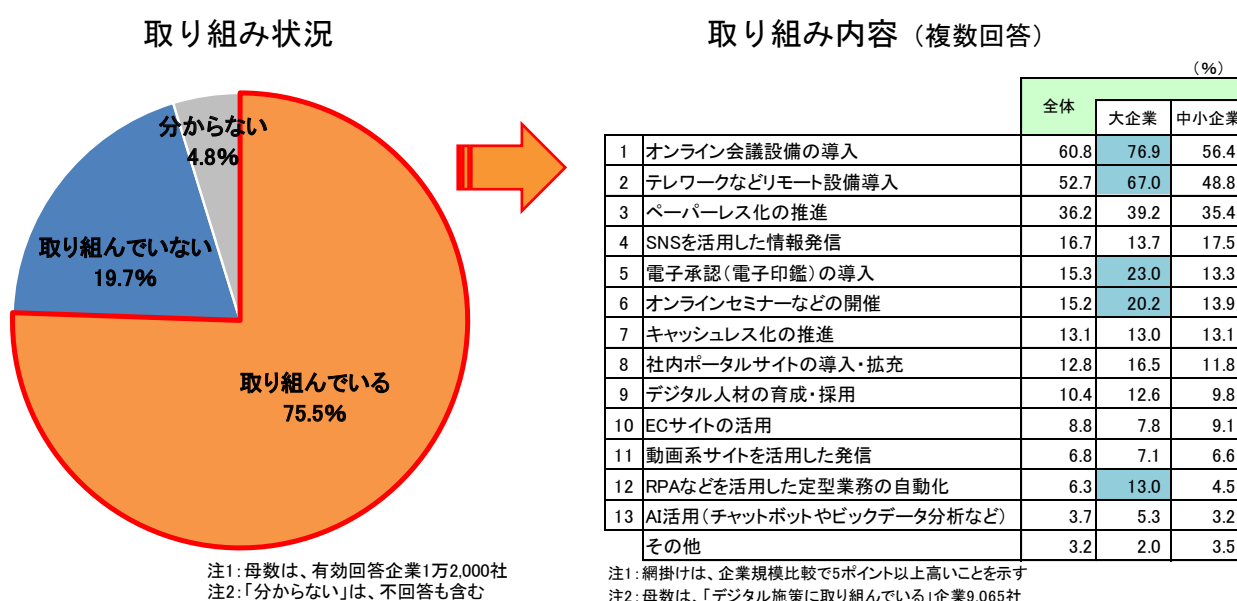
加えて、「地方分散が進み、雇用において自社のような都会から離れた企業にもチャンスが来たと思っている」（各種商品通信販売、徳島県）といった、前向きな意見もあげられている。

また、『プラスの影響がある』と見込む企業を月別にみると、2020年2月調査では1.7%であり、業種別にみても「医薬品・日用雑貨品小売」（12.0%）が唯一の1割台となるなど、厳しい様子がかがえていた。しかし、小幅ではあるものの、月を追うごとにプラスの影響を見込む企業は増加し、8月は3.8%となった。なかでも、在宅時間の増加にともない需要が拡大した「各種商品小売」などの食料品関連や「電気通信」といった業種がけん引していた。

3. 企業の75.5%が新型コロナウイルスを契機にデジタル施策を推進

新型コロナウイルスの感染拡大にともない、日本の企業においてデジタル化の遅れへの対応が喫緊の課題となっている。そこで、新型コロナウイルスを契機として、自社のデジタル施策への取り組み状況について尋ねたところ、「取り組んでいる」企業は75.5%となり、4社に3社にのぼった。他方、「取り組んでいない」企業は19.7%となった。

デジタル施策への取り組み状況とその取り組み内容



また、デジタル施策の取り組み内容について尋ねたところ、「オンライン会議設備の導入」が60.8%でトップとなった（複数回答、以下同）。次いで、「テレワークなどリモート設備導入」（52.7%）、「ペーパーレス化の推進」（36.2%）、Facebook や Twitter、LINE など「SNS を活用した情報発信」（16.7%）、「電子承認（電子印鑑）の導入」（15.3%）、「オンラインセミナーなどの開催」（15.2%）が上位となった。

規模別にみると、「取り組んでいる」企業は、「大企業」で88.6%と9割近くに達した一方、「中小企業」は72.7%、「小規模企業」は63.0%となった。特に「小規模企業」では「大企業」を25.6ポイント下回っており、企業規模によってデジタル施策への取り組みに差がみられた。

取り組み内容では、「大企業」は、「オンライン会議設備の導入」が8割近くにのぼったほか、リモート設備の導入やペーパーレス化なども推進している。他方、「中小企業」でも、約半数の企業でオンライン会議やリモート設備の導入を進めているが、ほとんどの項目で「大企業」より下回っていた。

まとめ

本調査の結果、依然として8割超の企業で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たものの、その割合は4月調査をピークに4カ月連続で減少となった。今後、マイナスを見込む企業も3カ月連続で1割台になっており、先行きに対する不透明感は和らぎつつある様子がうかがえた。一方で、プラスの影響を見込む企業は徐々に増加している。ライフスタイルの変化にともない、事業内容によっては追い風となる企業も現れてきている。

また、新型コロナウイルスを契機として、企業の4社に3社がオンライン会議やリモート設備の導入をはじめとするデジタル施策に取り組んでいた。しかしながら、企業規模によっては、デジタル施策への取り組みに濃淡が表れていた。

緊急事態宣言の解除以降、日本の社会・経済は再び動き出している。国内の新規感染者数は減少傾向にあるものの、引き続き警戒を怠ることができず、新型コロナウイルス感染症の動向は、国民生活や企業活動には大きなリスクとなる。

政府や自治体には、経済再生と感染拡大防止のバランスをとりながら、中長期的な日本経済の成長につながる施策が求められる一方、企業においては新型コロナウイルスにより生じた新しい社会・経済環境の変化への対応が一段と重要となる。

<参考資料>

企業の意見(前向きな影響など、一部抜粋)
・ 建設業界において、人との関わりを減らしながら仕事をして行く事は大変難しいと感じる。しかし、変革にはよい機会とも感じ、ここにビジネスチャンスもあるかもしれない(とび工事、神奈川県)
・ よく考えると今までは企業としてまだ甘さがあったと言える。この新型コロナウイルスのピンチをチャンスと捉え、イノベーションしようと考えている(建物売買、秋田県)
・ 雇用調整を実施したことにより人の無駄の発見などメリットもあった。また、デジタル化により人の作業を機器に置き換え、固定比率の高い人件費の抑制が可能となった(清酒製造、栃木県)
・ 新型コロナウイルスにより、外国製よりも日本製への転換が好まれる傾向にあり、チャンスかと思う。自社もより日本製をアピールしたい(寝具製造、愛知県)
・ 自社でも補助金を用いての前向きな設備、新たなビジネスへの挑戦、新たな営業スタイルの構築など積極的に取り入れた。新たな製造業としてのモデルになりたいとポジティブに考えている(工業用プラスチック製品製造、山形県)
・ 自社事業にはプラスの影響が、今後も当面は続くものと予想(複合肥料製造、茨城県)
・ 夏場は毎年売り上げが落ちるが、今年は通常より10~20%は多い状況(乾物卸売、千葉県)
・ 内向き消費により、農業関係や産直関係は現在のところ追い風(果実卸売、山形県)
・ 新たな販売チャネルの開拓を行うチャンスと捉える。また、廃業や倒産が増加するのでM&Aのチャンスがでてくる(乾物卸売、静岡県)
・ 未曾有の事態ではあるが、チャンスでもあるので他社に先行し業務自体の推進と成長分野への投資を行っていく(皮革・皮革製品卸売、東京都)
・ 売り上げが減少しているが、時間を得たことで商品開発ができていく(貴金属製品卸売、東京都)

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万3,689社、有効回答企業1万2,000社、回答率50.7%)

(1) 地域

北海道	581	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,372
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	824	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,990
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	907	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	690
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,706	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	357
北陸(新潟 富山 石川 福井)	664	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	909
合計			12,000

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	64	小売 (487)	飲食料点小売業	74
金融	134		繊維・繊維製品・服飾品小売業	32
建設	1,950		医薬品・日用雑貨品小売業	24
不動産	378		家具類小売業	15
製造 (3,322)	飲食料品・飼料製造業	391	家電・情報機器小売業	41
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	125	自動車・同部品小売業	92
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	259	専門商品小売業	153
	パルプ・紙・紙加工品製造業	112	各種商品小売業	47
	出版・印刷	199	その他の小売業	9
	化学品製造業	463	運輸・倉庫	533
	鉄鋼・非鉄・鉱業	567	飲食店	63
	機械製造業	539	電気通信業	9
	電気機械製造業	370	電気・ガス・水道・熱供給業	20
	輸送用機械・器具製造業	120	リース・賃貸業	129
精密機械・医療機械・器具製造業	84	旅館・ホテル	36	
その他製造業	93	娯楽サービス	64	
卸売 (3,159)	飲食料品卸売業	418	放送業	14
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	208	メンテナンス・警備・検査業	197
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	369	広告関連業	113
	紙類・文具・書籍卸売業	99	情報サービス業	524
	化学品卸売業	301	人材派遣・紹介業	67
	再生資源卸売業	39	専門サービス業	309
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	332	医療・福祉・保健衛生業	136
	機械・器具卸売業	1,005	教育サービス業	30
	その他の卸売業	388	その他サービス業	211
	その他			51
合計			12,000	

(3) 規模

大企業	2,165	18.0%
中小企業	9,835	82.0%
(うち小規模企業)	(3,532)	(29.4%)
合計	12,000	100.0%
(うち上場企業)	(303)	(2.5%)

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。