

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10月）

求める人材像、コミュニケーション能力が高い人材が増加 ～ 業績へマイナスを見込む企業は 79.0%、8カ月ぶりに8割を下回る ～

はじめに

新型コロナウイルスの影響が依然として続くなか、企業にとって新しい生活様式に対する新規需要の拡大や政府が推進している緊急経済対策の実施などは好材料となっている。他方で、今後の感染状況が見通せず、先行きの不透明感から雇用や就業環境などに悪影響を及ぼすことも危惧されている。

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10月調査とともに行った。

※調査期間は2020年10月19日～31日、調査対象は全国2万3,695社で、有効回答企業数は1万1,448社（回答率48.3%）。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9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79.0%、6カ月連続で減少し8カ月ぶりに8割を下回った。内訳をみると、「既にマイナスの影響がある」が69.2%。また、「今後マイナスの影響がある」（9.8%）は2カ月連続で減少し1割を下回った
2. 『マイナスの影響がある』を業種別にみると、「旅館・ホテル」が97.4%で最も高い。以下、「飲食店」、「広告関連」（ともに92.7%）、「繊維・繊維製品・服飾品卸売」（90.4%）、「娯楽サービス」（90.3%）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46.5%で最も高くなったほか、「飲食料点小売」（17.9%）、「飲食料品・飼料製造」（11.7%）など飲食料品を取り扱う業種が続いた。以下、「家電・情報機器小売」（10.5%）や「繊維・繊維製品・服飾品小売」（9.1%）が上位に並ぶ
4. 新型コロナウイルス感染症の影響が続くなか、採用活動において、どのような人材像を求めているかを尋ねたところ、「意欲的である」が43.1%で最も高かった（3つまでの複数回答、以下同）。次いで、「コミュニケーション能力が高い」（41.0%）、「素直である」（25.4%）、「真面目、または誠実な人柄である」（19.5%）が続いた

1. 業績へマイナスを見込む企業は79.0%、8カ月ぶりに8割を下回った

新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナ）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79.0%となった。9月から1.6ポイント減となり、8カ月ぶりに8割を下回った。

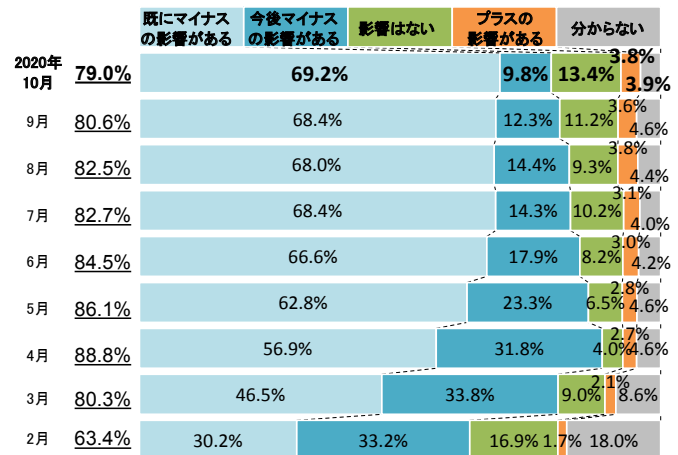
また、「影響はない」とする企業は13.4%だったほか、『プラスの影響がある』（「既にプラスの影響がある」と「今後プラスの影響がある」の合計）は3.8%となり、0.2ポイント増で2カ月ぶりの増加となった。

業種別にみると、『マイナスの影響がある』と見込む企業は、「旅館・ホテル」が

97.4%で最も高く、「Go To トラベルにより、ようやく回復の兆しがみえてきたが、申請作業の手間などから従業員が疲弊している」（旅館、大阪府）というように、取り巻く環境の厳しさは続いている。次いで、「飲食店」、「広告関連」（ともに92.7%）が上位に並んだ。

また、『プラスの影響がある』と見込む企業は、スーパーマーケットなどを含む「各種商品小売」（46.5%）が、4割超となったほか、「飲食料点小売」（17.9%）、「飲食料品・飼料製造」（11.7%）など飲食料品を取り扱う業種が上位にあがっている。また、「園芸への新規参入や家庭での取り組み時間の増加など、2020年5月よりプラスの影響が出ており、売り上げの増加が続いている」（複合肥料製造、茨城県）とあるように、新たなニーズに対応した需要の拡大も好材料となっている。

新型コロナウイルス感染症による業績への影響



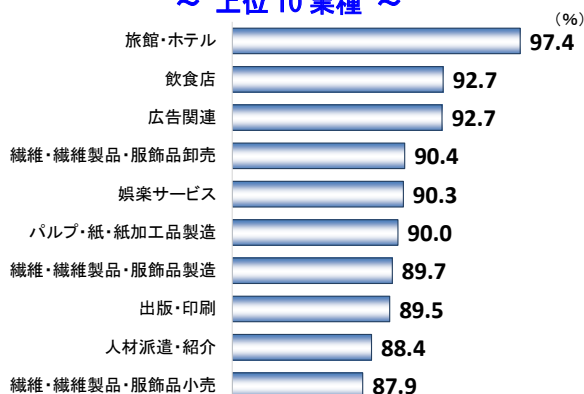
注1:母数は、有効回答企業1万1,448社。2020年9月調査は1万1,689社、同年8月調査は1万2,000社、同年7月調査は1万1,732社、同年6月調査は1万1,275社、同年5月調査は1万1,979社、同年4月調査は1万1,961社、同年3月調査は1万1,330社、同年2月調査は1万7,044社

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

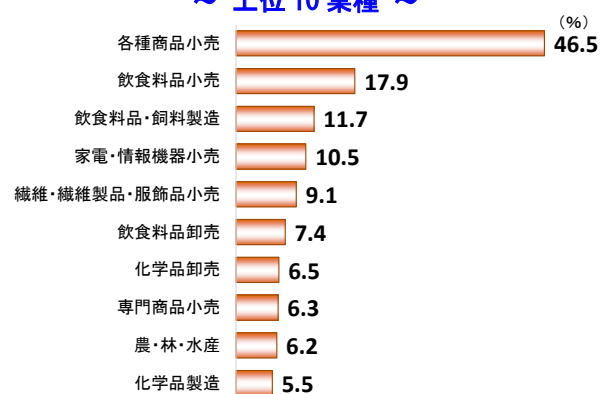
注3:『プラスの影響がある』は、「既にプラスの影響がある」と「今後プラスの影響がある」の合計

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 ～



業績に『プラスの影響がある』割合 ～ 上位10業種 ～



2. 企業が求める人材像、「意欲的」で「コミュニケーション能力」がある人材

新型コロナウイルス感染症の影響が続くなか、採用活動において、どのような人材像を求めているかを尋ねたところ、「意欲的である」が43.1%で最も高かった（3つまでの複数回答、以下同）。

次いで、「コミュニケーション能力が高い」（41.0%）が4割台で続き、以下、「素直である」（25.4%）、「真面目、または誠実な人柄である」（19.5%）、「専門的なスキルを持っている」（18.1%）が上位となった。

従業員数別にみると、100人以下の企業で、「意欲的である」がトップとなった。他方、101人以上の企業においては「コミュニケーション能力が高い」がトップとなっており、とりわけ「301人～1,000人」「1,000人超」の企業では2社に1社がコミュニケーション能力を重視していた。

また、「5人以下」の企業においては、「専門的なスキルを持っている」（21.1%）が唯一2割を超えており、小さな企業ほどより即戦力となる人材を欲している様子が表れた。他方で、300人を超える企業では、「創造性がある」や「主体性がある」、「問題意識が高い」といった人材像が上位にあがっていた。

2017年2月に実施した「人材確保に関する企業の意識調査」と比較すると、多くの企業が意欲的であることやコミュニケーション能力が高い人材などを求める傾向は変わっていないが、その割合は低下している。一方で、リーダーシップや主体性の高さなどを求める企業が増加した。加えて、問題意識が高い「変革型人材」や専門的なスキルを持つ人材を望む傾向が高まった。

求める人材像 （複数回答、3つまで）

類型	人材像	（%）（pt）		
		2017年2月調査	今回調査	変化
能動型人材	意欲的である	49.0 (1)	43.1 (1)	-5.9
	行動力がある	13.5 (7)	14.6 (7)	1.1
	前向きな考え方ができる	10.6 (8)	13.2 (9)	2.6
	主体性がある	10.2 (10)	13.3 (8)	3.1
	情熱をもっている	7.0 (14)	6.0 (15)	-1.0
	勇気がある	0.8 (23)	0.9 (22)	0.1
		71.3 -	70.8 -	-0.5
協働型人材	コミュニケーション能力が高い	38.6 (2)	41.0 (2)	2.4
	素直である	32.2 (3)	25.4 (3)	-6.8
	真面目、または誠実な人柄である	20.3 (4)	19.5 (4)	-0.8
	明るい性格である	19.1 (5)	14.8 (6)	-4.3
	リーダーシップがとれる	6.6 (15)	10.9 (12)	4.3
			78.4 -	76.5 -
変革型人材	創造性がある	10.3 (9)	11.7 (10)	1.4
	問題意識が高い	8.6 (13)	11.2 (11)	2.6
	好奇心が強い	5.6 (16)	5.5 (16)	-0.1
	型にはまらない考え方ができる	1.9 (19)	2.8 (19)	0.9
	国際感覚を持ち合わせている	1.6 (20)	1.3 (21)	-0.3
	革新力がある	0.8 (22)	1.5 (20)	0.7
		25.8 -	29.9 -	4.1
地力型人材	専門的なスキルを持っている	15.6 (6)	18.1 (5)	2.5
	忍耐力がある	9.7 (11)	8.6 (14)	-1.1
	精神的にたくましい	8.9 (12)	9.8 (13)	0.9
	成長志向が強い	5.1 (17)	4.7 (17)	-0.4
	バイタリティがある	3.0 (18)	3.2 (18)	0.2
	はっきりとした個性がある	0.9 (21)	0.8 (23)	-0.1
		38.3 -	39.7 -	1.4

注1: カッコ内は各調査時の順位

注2: 母数は、有効回答企業1万1,448社。2017年2月調査は1万82社

注3: 類型は、2017年2月調査で設定した4類型を踏襲し、各項目いずれか1つでも回答した割合

求める人材像 ～ 従業員数別、上位5項目 ～（複数回答、3つまで）

5人以下		6人～20人		21人～50人		51人～100人		
1	意欲的である	36.2	意欲的である	44.5	意欲的である	44.0	意欲的である	44.7
2	コミュニケーション能力が高い	35.5	コミュニケーション能力が高い	38.1	コミュニケーション能力が高い	41.1	コミュニケーション能力が高い	43.3
3	素直である	24.8	素直である	27.8	素直である	28.7	素直である	24.0
4	専門的なスキルを持っている	21.1	真面目、または誠実な人柄である	22.5	真面目、または誠実な人柄である	19.4	専門的なスキルを持っている	18.2
5	真面目、または誠実な人柄である	19.8	専門的なスキルを持っている	18.7	専門的なスキルを持っている	16.5	真面目、または誠実な人柄である	17.7
101人～300人		301人～1,000人		1,000人超				
1	コミュニケーション能力が高い	46.6	コミュニケーション能力が高い	53.2	コミュニケーション能力が高い	50.0		
2	意欲的である	45.1	意欲的である	43.1	意欲的である	38.6		
3	素直である	21.4	主体性がある	18.2	創造性がある	24.3		
4	専門的なスキルを持っている	17.6	創造性がある	15.6	主体性がある	21.4		
5	真面目、または誠実な人柄である	16.6	専門的なスキルを持っている	14.6	問題意識が高い	17.1		

まとめ

本調査の結果、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む企業は8カ月ぶりに8割を下回った。2020年4月の88.8%をピークに6カ月連続で減少となった。

政府が推進する需要喚起策により一部では回復の兆しがみられるものの、「旅館・ホテル」や「飲食店」などの業種では、依然として厳しい経営環境が続いている。一方で、プラスの影響を見込む企業は、スーパーマーケットなどを中心に、飲食料品を取り扱う業種で好調が持続している。

また、新型コロナウイルス感染症の影響が続くなか、企業が求める人材像は、4割を超える企業で意欲的であることやコミュニケーション能力が高いことを重視していた。2017年2月調査と比較すると、「能動型人材」や「協働型人材」といった資質を重視する傾向は同様であるが、創造性があることや問題意識が高いことなどを含む「変革型人材」を望む傾向も高まった。

さらに、企業からは、「オンラインでのコミュニケーションスキルを求める」（経営コンサルタント、東京都）とあるように、今後定着するであろう新たな就業環境に適応する能力が求められている。

新型コロナウイルスは依然として、国民生活や経済活動に影響を与えている。11月に入り、再び全国での新規感染者が1,000人を超えるなど警戒を怠ることはできない。企業においては、感染抑制のため柔軟な対応を行いつつ、中長期的に新たな社会環境への適応が求められよう。

<参考資料>

企業の意見(前向きな影響など、一部抜粋)
・園芸への新規参入や家庭での取り組み時間の増加など、2020年5月よりプラスの影響が出ており、売上の増加が続いている(複合肥料製造、茨城県)
・新型コロナウイルスの影響から自社の食品包装材料は15%ぐらい増産した。これからも年率5%ぐらい成長する見込み(プラスチック成形材料製造、長野県)
・長期的にはサプライチェーンの見直しや国内移管等のプラス要因も発生してくると考えている(工業用プラスチック製品製造、富山県)
・新型コロナウイルスにより海外営業が一切できなくなった。しかし、ホームページやFacebookなどを活用し全世界へ営業活動を行っている。その成果が表れ、国内外から引き合いがある(一般産業用機械・装置製造、沖縄県)
・インターネットやスマートフォンを利用した広告に注力してきたことで、自社商品の展示場への集客が増加。個人消費者への営業活動の方が、直売が増加して利益率向上に大きく寄与(建築材料卸売、埼玉県)
・ホームセンタ業界はフォローの風が吹いており、新しい顧客を如何にして継続的に来てもらうかが課題(荒物小売、高知県)
・優秀な人材を獲得するチャンスと思っており、社員の入替に期待もある(一般貸切旅客自動車運送、静岡県)
・新型コロナウイルスの影響で在宅時間が増えれば、買い物需要が増加し我々物流業の需要も増えていく(一般貨物自動車運送、東京都)
・新型コロナウイルスの感染防止を機にテレワークを積極的に取り入れ、時短や残業削減など勤務時間を見直し、業務効率の向上に力を入れている(ソフト受託開発、富山県)
・新型コロナウイルス感染症により企業の業務スタイルが変化しているなか、自社の開発・販売するパッケージはペーパーレス、電子契約などに適した製品となるため、今後の営業展開を拡張する必要があると感じている(パッケージソフトウェア、東京都)

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万3,695社、有効回答企業1万1,448社、回答率48.3%)

(1) 地域

北海道	548	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,301
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	798	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,871
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	848	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	667
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,535	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	396
北陸(新潟 富山 石川 福井)	610	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	874
		合計	11,448

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	65	小売	飲食料品小売業	67		
金融	125		繊維・繊維製品・服飾品小売業	33		
建設	1,861	(462)	医薬品・日用雑貨品小売業	24		
不動産	381		家具類小売業	16		
製造	飲食料品・飼料製造業		383	家電・情報機器小売業	38	
	繊維・繊維製品・服飾品製造業		116	自動車・同部品小売業	89	
	建材・家具・窯業・土石製品製造業		251	専門商品小売業	142	
	パルプ・紙・紙加工品製造業		110	各種商品小売業	43	
	出版・印刷		181	その他の小売業	10	
	化学品製造業		439	運輸・倉庫	497	
	鉄鋼・非鉄・鉱業		547	サービス	飲食店	55
	機械製造業		511		電気通信業	10
	電気機械製造業	350	電気・ガス・水道・熱供給業		19	
	輸送用機械・器具製造業	109	リース・賃貸業		128	
精密機械・医療機械・器具製造業	76	旅館・ホテル	38			
その他製造業	100	紙業サービス	62			
卸売	飲食料品卸売業	391	放送業		15	
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	198	メンテナンス・警備・検査業		185	
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	351	広告関連業		109	
	紙類・文具・書籍卸売業	99	情報サービス業		497	
	化学品卸売業	294	人材派遣・紹介業	69		
	再生資源卸売業	38	専門サービス業	292		
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	319	医療・福祉・保健衛生業	123		
	機械・器具卸売業	965	教育サービス業	24		
	その他の卸売業	353	その他サービス業	201		
			その他	49		
		合計	11,448			

(3) 規模

大企業	2,017	17.6%
中小企業	9,431	82.4%
(うち小規模企業)	(3,396)	(29.7%)
合計	11,448	100.0%
(うち上場企業)	(279)	(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。