

## 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9月）

# 2020年度の業績、企業の56.0%が「減収減益」見通し ～新型コロナで始めた働き方は「オンライン会議の導入」がトップ～

## 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ている。しかし、国内の新規感染者数は引き続き不透明な状況が続いている。また、「新しい生活様式」への対応が求められるなか、企業には従来とは異なる働き方や、時代に即した商品やサービスの開発や販売が求められている。

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 9 月調査とともに行った。

※調査期間は 2020 年 9 月 15 日～30 日、調査対象は全国 2 万 3,695 社で、有効回答企業数は 1 万 1,689 社（回答率 49.3%）。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 8 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 80.6%となり 5 カ月連続で減少した。一方、『プラスの影響がある』は 3.6%だった。業種別にみると、『マイナスの影響がある』では「旅館・ホテル」(96.8%) が 6 カ月連続で、『プラスの影響がある』では「各種商品小売」(35.6%) が 7 カ月連続で最も高い
2. 2020 年度の業績見通し、「増収増益」を見込む企業は 10.5%で、2020 年 3 月調査時点(13.5%)から 3.0 ポイント減少した。一方で、「減収減益」を見込む企業は 56.0%となり、同時点(44.4%)から 11.6 ポイント増加した
3. 新型コロナウイルスの感染拡大をきっかけに開始した働き方改革への取り組みは、「オンライン会議の導入」(39.0%) がトップとなった。次いで、「在宅勤務の導入」(33.9%)、「時差出勤・フレックスタイム制の導入」(25.7%) も高い
4. 働き方を変えるうえでの問題点、「リモートワークに適さない業務が主である」が 74.5%でトップ。特に、エッセンシャルワーカーなどを有する『製造』『小売』『農・林・水産』『建設』では 8 割を上回る
5. 「新しい生活様式」に対応した商品やサービスの開発・販売、「咳エチケットに資する商品、サービス」が 18.7%でトップ。今後検討している項目では、「インターネットを利用した販路拡大」が 11.5%と最も高い

## 1. 今後、業績へマイナスを見込む企業は80.6%、緩やかに減少も依然8割台に

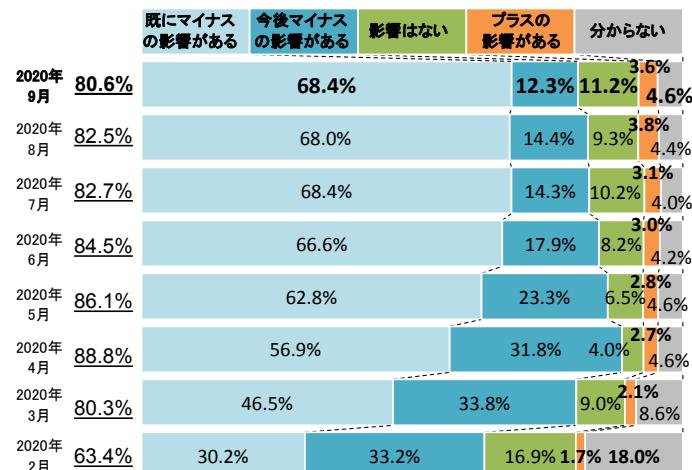
新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナ）により自社の業績にどのような影響があるか尋ねたところ、『マイナスの影響がある』（「既にマイナスの影響がある」と「今後マイナスの影響がある」の合計）と見込む企業は80.6%となった。8月から1.9ポイント減となり、5カ月連続で減少した。

内訳をみると、「既にマイナスの影響がある」は68.4%で、7月時点からほぼ横ばいで推移している。一方、「今後マイナスの影響がある」は12.3%で、8月から2.1ポイント減少しており、先行きに対する不透明感は和らぎつつある。

また、「影響はない」とする企業は11.2%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3.6%となり、前月とほぼ横ばいとなった。

『マイナスの影響がある』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』(84.5%)、『卸売』(82.8%)、『不動産』(81.1%)が続いた。より細かく業種別にみると、「旅館・ホテル」が96.8%となり、6カ月連続で最も高い。次いで、アパレル関連の「繊維・繊維製品・服飾品小売」(93.5%)、イベントの中止・延期によるポスターなどの減少や企業のペーパーレス化による影響がみられる「出版・印刷」(92.9%)が続く。

### 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1万1,689社。2020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 ～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	77.4	9.5	
2	製造	84.5	74.9	9.6	
3	卸売	82.8	72.1	10.7	
4	不動産	81.1	67.7	13.3	
5	農・林・水産	78.8	71.2	7.6	
6	小売	78.3	71.6	6.7	
7	サービス	78.3	67.6	10.7	
8	金融	76.0	62.0	14.0	
9	建設	71.9	49.1	22.8	

### 業績に『マイナスの影響がある』割合 ～上位10業種～



## 2. 業績へプラスの影響を見込む企業、小売業や食料品関連が上位に

『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 11.1% となり、内訳となる「既にプラスの影響がある」(7.4%)、「今後プラスの影響がある」(3.7%) を含めてトップとなつた。次いで、『金融』(4.7%)、『卸売』(4.4%)、『製造』(3.6%) が続く。

業種別では、スーパーマーケットなどを含む「各種商品小売」が 35.6% で、7 カ月連続で最も高くなつた。以下、「飲食料品小売」(17.3%)、「医薬品・日用雑貨品小売」(13.0%) といった小売業が上位にあがつた。

**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	11.1	7.4	3.7	
2	金融	4.7	2.3	2.3	
3	卸売	4.4	2.9	1.5	
4	製造	3.6	2.4	1.3	
5	サービス	3.1	1.1	2.0	
6	運輸・倉庫	2.7	2.3	0.4	
7	建設	1.5	0.5	1.1	
	農・林・水産	1.5	0.0	1.5	
9	不動産	1.1	0.8	0.3	

**業績に『プラスの影響がある』割合  
～上位 10 業種～**

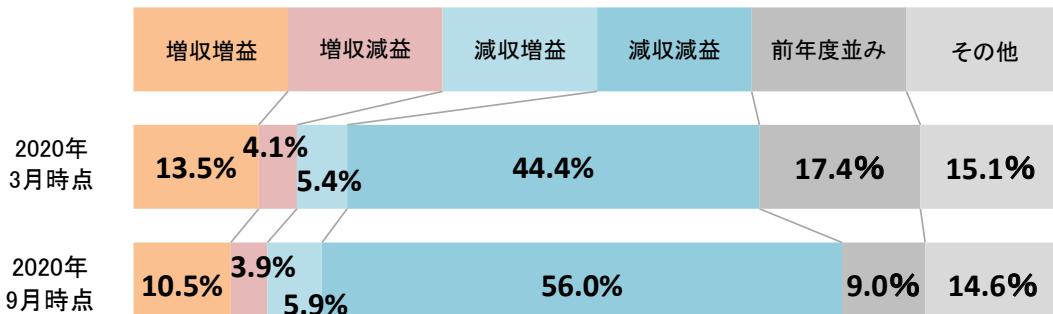


## 3. 2020 年度の業績見通し、企業の 56.0% が「減収減益」を見込む

2020 年度（2020 年 4 月決算～2021 年 3 月決算）の業績見通し（売上高および経常利益）について尋ねたところ、「増収増益」を見込む企業は 10.5% となり、2020 年 3 月調査時点から 3.0 ポイント減となった。一方、「減収減益」は 56.0% となり、同 11.6 ポイント増で、大幅に増加している。3 月以降、緊急事態宣言など新型コロナによる影響は拡大し続け、2020 年度の上半期終了時点では企業の半数以上が減収減益を予想している結果となつた。

減収減益と見込んでいる企業を業種別にみると、「旅館・ホテル」が 87.1% で最も高い。次いで、「娯楽サービス」(80.6%)、「飲食店」(80.0%) など、個人向けサービスの業種が上位となっている。また、自動車需要が大きく落ち込んでいる「輸送用機械・器具製造」(77.3%) なども高い。全体の減収減益見込みは 3 月調査比で 11.6 ポイント増となつたものの、特に上位 5 業種では増加幅が大きく、3 月時点より業績見通しが大きく下振れしている様子がうかがえる。

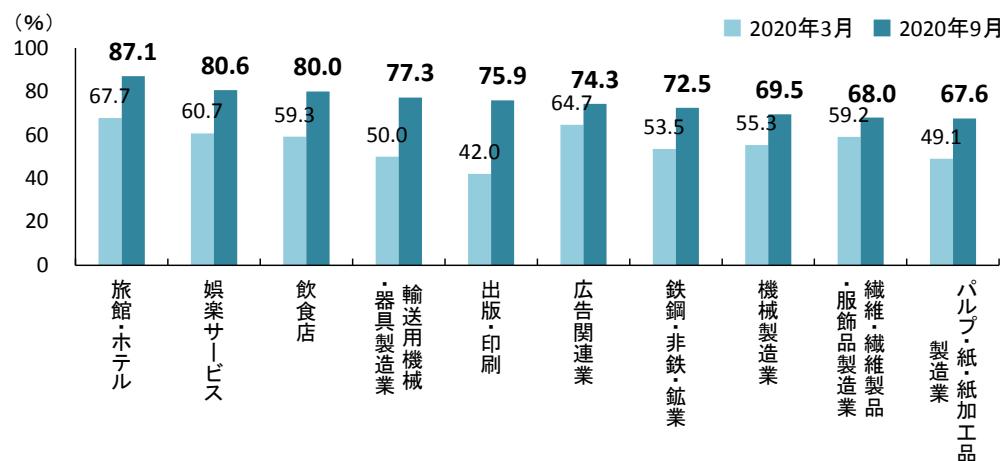
### 2020年度の業績見通し～2020年3月時点と9月時点の比較～



注1：母数は「分からぬ／不回答」を除く、2020年3月時点が1万1,260社、9月時点が1万1,513社

注2：業績は、売上高および経常利益ベース

### 2020年度の業績を「減収減益」と見込んでいる割合～上位10業種～



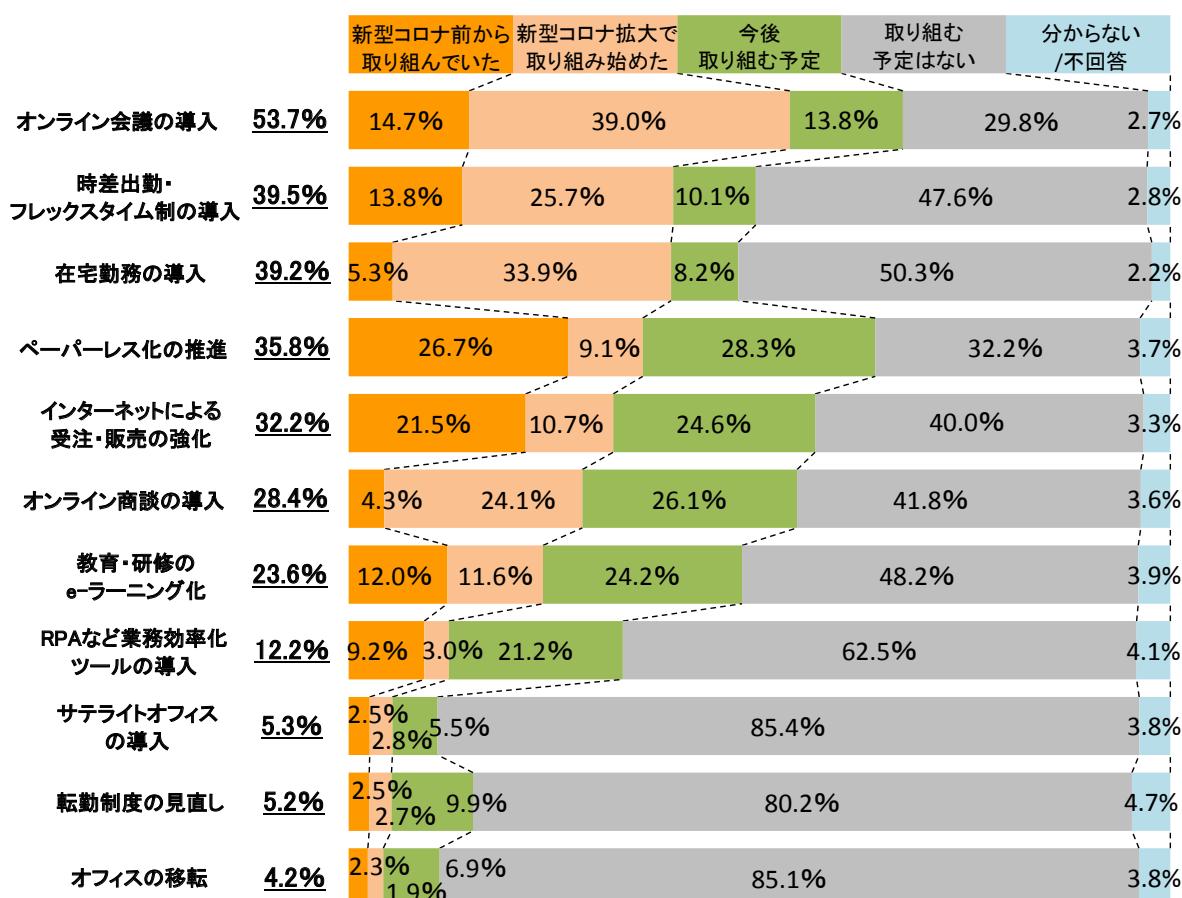
#### 4. 新型コロナをきっかけに取り組み始めた働き方は、「オンライン会議の導入」がトップ

新型コロナの感染拡大にともない、働き方改革の取り組みに変化がみられたか尋ねたところ、「新型コロナ拡大をきっかけに取り組みを開始した」働き方として、「オンライン会議の導入」(39.0%) が最も高く、「在宅勤務の導入」(33.9%)、「時差出勤・フレックスタイム制の導入」(25.7%) なども高かった。また、「新型コロナ拡大前から取り組んでいた」では、「ペーパーレス化の推進」(26.7%) や「インターネットによる受注・販売の強化」(21.5%) の割合が 2 割を超えていた。両者を合計した『現在取り組んでいる』<sup>1</sup>では、「オンライン会議の導入」が 53.7% で最も高く、次いで、「時差出勤・フレックスタイム制の導入」(39.5%)、「在宅勤務の導入」(39.2%) が続いた。また、「今後取り組む予定」では、「ペーパーレス化の推進」(28.3%) が最も高い。

<sup>1</sup> 「新型コロナ拡大前から取り組んでいた」と「新型コロナ拡大をきっかけに取り組みを開始した」の合計

企業からは、「オンライン会議が増加し、従来の会議スタイルより参加者が増えたことで、お互いの情報交換をしやすくなった」（一般病院、京都府）など、オンライン化に対する前向きな意見が聞かれた。一方で、「ステークホルダーの動向に合わせなければならぬ」（建設機械・鉱山機械卸売、埼玉県）や「オンライン会議や商談打ち合わせは回線速度がまちまちなので、その点も今後改善しなければならない」（ソフト受託開発、高知県）などの課題もあげられていた。また、在宅勤務について、「在宅勤務は従業員間のコミュニケーションが取れない。さらに労働時間のオンとオフの区別がなくなってしまい、どのように従業員に定着させるかが肝要となる」（クレジットカード、大阪府）、「在宅勤務を行っている従業員のメンタルヘルスに関して、直接顔を合わせないためフォローが難しい状況」（ソフト受託開発、東京都）といった導入や運営の難しさを感じているという意見も多かった。

### 新型コロナウイルスによる「働き方改革」の取り組みの変化



注1:母数は有効回答企業1万1,689社

注2:下線の値は『現在取り組んでいる』割合

（「新型コロナ拡大前から取り組んでいた」と「新型コロナ拡大をきっかけに取り組みを開始した」の合計）

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

## 5. 働き方を変えるうえでの問題点、「リモートワークに適さない業務が主である」がトップ

新型コロナウイルスの影響によって従来とは異なる働き方が求められているなか、働き方を変化させるときの問題点を尋ねたところ、接客や工場における生産業務など「リモートワークに適さない業務が主である」が74.5%で最も高かった（複数回答、以下同）。企業からは、「会社で製作する製品は、在宅勤務では対応できない。そのため対応できる部門との格差が生じることが問題となる」（半導体製造装置製造、福井県）といった声が多く、実際に『製造』『小売』『農・林・水産』『建設』では8割を超えていた。

次いで、「情報セキュリティが確保できない」（44.6%）、「ペーパーレス化が不十分」（43.8%）、進捗や繁忙度など「従業員の業務状況の把握が難しい」（43.4%）、「リモートワークができる従業員とできない従業員の格差・不公平解消が困難」（41.1%）が4割台で続いた。その他、従業員に関する項目も多くあげられている。

働き方を変えるなかでの問題点		(%)
1	リモートワークに適さない業務が主である	74.5
2	情報セキュリティが確保できない	44.6
3	ペーパーレス対応が不十分	43.8
4	従業員の業務状況(進捗・繁忙度)の把握が難しい	43.4
5	リモートワークができる従業員とできない従業員の格差・不公平解消が困難	41.1
6	業務上の指示・指導が行きづらい	39.7
7	情報通信設備への投資負担	39.1
8	通信環境が不十分	34.7
9	従業員のITスキル不足	32.9
10	従業員同士のコミュニケーションが取りづらい	32.2
11	従業員の評価が難しい	31.7
12	従業員のコスト負担(PC・通信機器、OA用品など)	30.5
13	生産性・業務効率が低下する	29.3
14	取引先がリモートワークに対応していない	25.1

注：母数は有効回答企業1万1,689社

## 6. 「新しい生活様式」に対応した商品・サービスの展開、咳エチケットや消毒関連が上位

新型コロナウイルス感染症専門家会議からの提言を踏まえ、政府は「新しい生活様式」の実践例を公表している<sup>2</sup>。新型コロナによる影響の長期化が想定されるなか、新しい生活様式に対応した商品やサービスの開発・販売を行っているか尋ねたところ、「咳エチケットに資する商品、サービス」が18.7%で最も高かった（複数回答、以下同）。他には「手洗い、手指消毒に資する商品、サービス」（18.1%）、「インターネットを利用した販路拡大」（13.6%）も上位となった。

さらに、こうした商品やサービスについて今後の展開を検討しているか尋ねたところ、「インターネットを利用した販路拡大」が11.5%でトップとなった。また、「展示品や購入検討時での接触削減に資する商品、サービス」（9.0%）、「電子決済の導入や電子決済に資する商品、サービス」（8.8%）などが続いた。

<sup>2</sup> 厚生労働省「新しい生活様式の実践例」

（[https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000121431\\_newlifestyle.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000121431_newlifestyle.html)）

企業からは、時代に即した対応の必要性に加えて、「ソーシャルディスタンスや換気など、新しい生活様式を取り入れた店舗運営をしている。しかし、収容可能人数が大幅に減少し、経営的には非常に苦しくなった」（一般食堂、三重県）や「新しい生活様式に事業を合わせることは、まだまだ厳しい。予算や労力が割かれ、経費の減少に対応しなければならない」（広告制作、東京都）といった声があがった。また、開発や販売に関しては「幸いにも新型コロナウイルスの影響で需要が高まった商品があったが、これから新しい生活様式に沿った新製品を作れるかが課題」（卸売、京都府）などの意見が聞かれた。

### **新しい生活様式に対応した商品、サービスの開発や販売～複数回答、上位5項目～**

(%)

開発や販売をしている			開発や販売を検討している		
1	咳エチケットに資する商品、サービス	18.7	1	インターネットを利用した販路拡大	11.5
2	手洗い、手指消毒に資する商品、サービス	18.1	2	展示品や購入検討時での接触削減に資する商品、サービス	9.0
3	インターネットを利用した販路拡大	13.6	3	電子決済の導入や電子決済に資する商品、サービス	8.8
4	身体的距離の確保に資する商品、サービス	12.8	4	インターネットや動画などを活用した商品、サービス	8.6
5	3密回避に資する商品、サービス	11.8		テレワークなど在宅勤務に資する商品、サービス	8.6

注：母数は有効回答企業1万1,689社

### **まとめ**

本調査の結果、新型コロナウイルス感染症の影響で業績にマイナスの影響があると見込む企業は、緩やかに減少しているものの依然として8割超となった。さらに、2020年度の業績見込みでは、増収増益を見込む企業は2020年3月時点から3.0ポイント減少した一方で、減収減益を見込む企業は同11.6ポイント増加の56.0%となり半数を超えた。新型コロナウイルスによって経済活動が停滞したことが企業に非常に大きなショックを与えたことがうかがえる。

また、新型コロナの感染拡大をきっかけに取り組み始めた働き方では、オンライン会議や在宅勤務、時差出勤・フレックスタイム制、オンライン商談の導入など、主に新型コロナ拡大前には取り組んでいなかった項目が上位にあがっている。しかしながら、主な業務がリモートワークに適さないためにオンライン化が難しいとする意見も、エッセンシャルワーカーなどを有する業界などで多くみられた。

「新しい生活様式」に対応した商品やサービスの開発・販売では、総じて対応に苦労している様子がうかがえる。しかし、新しい生活様式に準じた商品やサービスは、今後の新たな需要創出には必須であろう。従来と異なる働き方や生活に移りつつあるなか、企業にとってはこうした変化への対応が今後のカギを握るといえる。

## 調査先企業の属性

### 1. 調査対象(2万3,695社、有効回答企業1万1,689社、回答率49.3%)

## (1) 地域

北海道	555	東海（岐阜・静岡・愛知・三重）	1,325
東北（青森・岩手・宮城・秋田・山形・福島）	799	近畿（滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山）	1,938
北関東（茨城・栃木・群馬・山梨・長野）	876	中国（鳥取・島根・岡山・広島・山口）	661
南関東（埼玉・千葉・東京・神奈川）	3,608	四国（徳島・香川・愛媛・高知）	411
北陸（新潟・富山・石川・福井）	626	九州（福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島・沖縄）	890
		合計	11,689

## (2) 業界（10業界51業種）

農・林・水産	66	飲食料品小売業	75
金融	129	織維・織維製品・服飾品小売業	31
建設	1,895	医薬品・日用雑貨品小売業	23
不動産	375	家具類小売業	16
		家電・情報機器小売業	37
		自動車・同部品小売業	88
		専門商品小売業	135
		各種商品小売業	45
		その他の小売業	11
		運輸・倉庫	518
		飲食店	55
		電気通信業	10
		電気・ガス・水道・熱供給業	20
		リース・賃貸業	131
		旅館・ホテル	31
		娯楽サービス	64
		放送業	16
		メンテナンス・警備・検査業	203
		広告関連業	107
		情報サービス業	501
		人材派遣・紹介業	70
		専門サービス業	302
		医療・福祉・保健衛生業	127
		教育サービス業	26
		その他サービス業	197
		その他	54
		合計	11,689

## (3) 規模

大企業	2,100	18.0%
中小企業	9,589	82.0%
(うち小規模企業)	(3,424)	(29.3%)
合計	11,689	100.0%
(うち上場企業)	(293)	(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：旭 海太郎 (080-4899-2468)、池田 直紀 (080-4900-8758)

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。