

第2回 新型コロナウイルス感染症に関する 中小企業の実態調査 ―《結果報告》―

○調査概要

- 調査実施機関：大阪府中小企業団体中央会
- 調査趣旨：新型コロナウイルス感染症による売上への影響や新たな取組み、今後の事業の方向性を把握する
- 調査期間：令和2年10月19日～11月2日
- 調査対象：本会会員組合所属企業
- 回答企業数：1,542社（製造業：700社、非製造業：842社）

○業績・事業への影響

1. 4月～9月の売上高前年比、72%が減少と回答

新型コロナウイルス感染症の拡大が続き、多くの企業に打撃を与えている。今年4月から9月までの期間、対前年売上高が減少したと回答した割合は、72.3%であった。当会が今年5月に実施した調査時には86.7%であり、若干の回復があったかのように見える。しかし、売上の減少幅については33.5%が前年比50%以上の減少と回答しており（前回調査時は19.5%）、影響はより深刻さを増している。

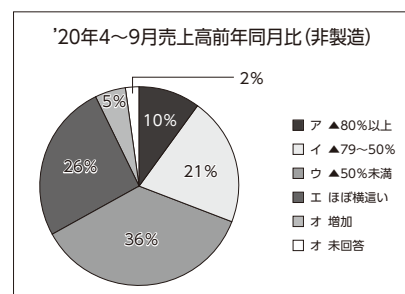
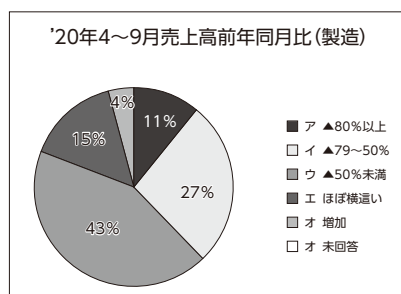
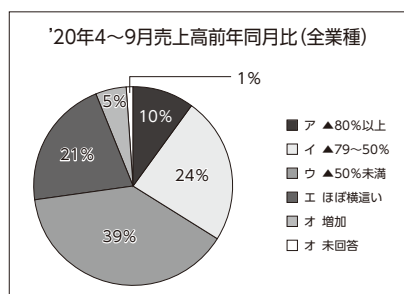
製造業では79.7%が減少と回答し、50%以上減少したと回答した割合は37.4%、非製造業においては66.7%が売上減少と回答、50%以上の減少と回答した割合は30.6%であった。

業種別、売上減少の状況

業種別、完工減少の状況

(%)

区 分		製造										非製造							
		計	小計	食品・飲料	木材・木製品	紙・紙加工品	繊維	化学	金属	機械	その他	小計	建設	輸送・通信	卸・小売	印刷	旅行	飲食・サービス	その他
ア	▲80%以上	10.2	10.7	12.1	15.0	17.0	8.5	19.4	7.2	5.4	12.5	9.9	7.2	9.2	11.1	15.6	100.0	7.1	8.9
イ	▲79～50%	23.3	26.7	29.3	40.0	20.5	31.9	16.1	27.9	21.6	27.5	20.7	20.3	24.6	23.4	11.1	0.0	28.6	16.0
ウ	▲50%未満	38.8	42.3	25.9	15.0	47.7	44.7	41.9	48.7	45.9	35.0	36.1	29.7	47.7	39.8	44.4	0.0	35.7	30.2
エ	ほぼ横這い	21.2	14.6	22.4	5.0	12.5	4.3	3.2	14.7	24.3	17.5	26.3	35.6	10.8	18.1	24.4	0.0	28.6	37.9
オ	増加	5.0	4.5	10.3	0.0	1.1	10.6	19.4	1.1	2.7	6.7	5.4	5.4	6.2	5.8	4.4	0.0	0.0	4.7
	未回答	1.2	0.5	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.4	0.0	0.8	1.7	1.8	1.5	1.7	0.0	0.0	0.0	2.4
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



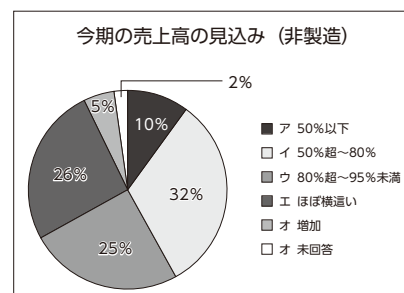
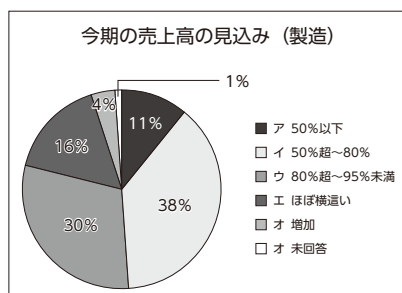
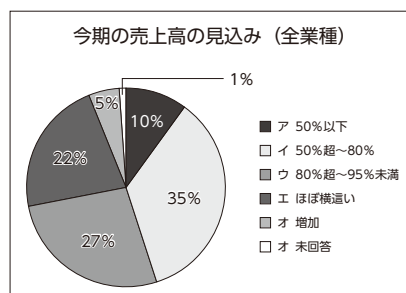
2. 今期 売上高の見込み、前年比80%以下が45%

今期の売上高見込については、72.1%が減少と回答、前年比80%以下が45.0%、前年比50%以下とした回答も10.3%あった。全業種では前年比50～80%に留まるとした回答が最も多く34.7%、製造業では37.7%、非製造業では32.4%であり、両者には差が見られる。

一方、ほぼ横這いまたは増加とした回答も26.7%あり、コロナウイルス感染症の影響が軽微であった企業もある事がわかる。特に、非製造業区分の「建設業」で41%、「その他」では43.8%がほぼ横這いまたは増加と回答している。

業種別、今期の売上高の見込み（前期比）

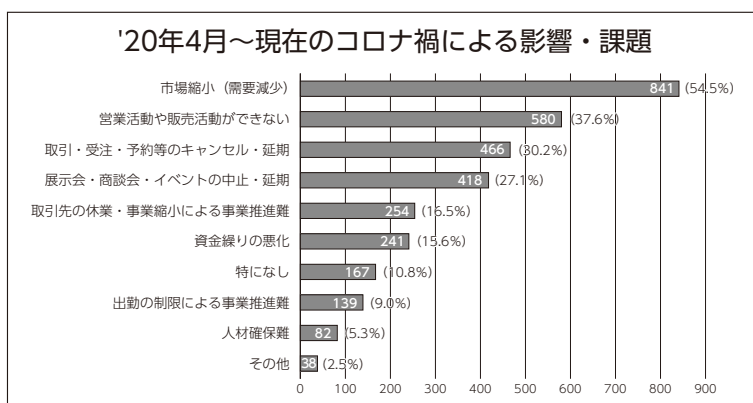
区 分		計	製造									非製造								
			小計	食料品・飲料	木材・木製品	紙・紙加工品	繊維	化学	金属	機械	その他	小計	建設	輸送・通信	卸・小売	印刷	旅行	飲食サービス	その他	
ア	50%以下	10.3	11.0	10.3	25.0	5.7	21.3	6.5	10.6	2.7	13.3	9.8	8.1	23.1	7.8	8.9	100.0	14.3	10.1	
イ	50%超～80%	34.7	37.7	36.2	45.0	28.4	42.6	12.9	43.4	40.5	35.0	32.4	28.8	38.5	35.9	35.6	0.0	57.1	24.9	
ウ	80%超～95%未満	27.1	30.3	22.4	20.0	52.3	25.5	51.6	27.5	27.0	23.3	24.7	19.8	18.5	32.0	26.7	0.0	7.1	18.9	
エ	ほぼ横這い	21.7	15.9	20.7	10.0	12.5	4.3	16.1	15.8	24.3	19.2	26.0	36.0	13.8	17.5	22.2	0.0	21.4	37.3	
オ	増加	5.0	4.4	10.3	0.0	1.1	6.4	12.9	2.3	2.7	6.7	5.5	5.0	4.6	5.6	6.7	0.0	0.0	6.5	
	未回答	1.2	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	2.7	2.5	1.6	2.3	1.5	1.1	0.0	0.0	0.0	2.4	
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	



3. 深刻化する市場縮小

4月から11月までのコロナ禍による影響・課題については、54.5%が「市場縮小（需要減少）」を挙げた。次いで「営業活動や販売活動が出来ない」（37.6%）、「取引・受注・予約等のキャンセル・延期」（30.2%）の順であった。

コロナウイルスの影響により様々な活動が制限を受ける中、あらゆる市場において需要が減少し、多くの事業者が為す術もない状況に追い込まれている。

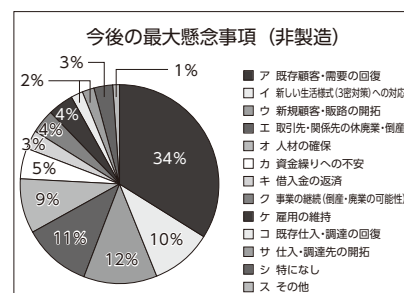
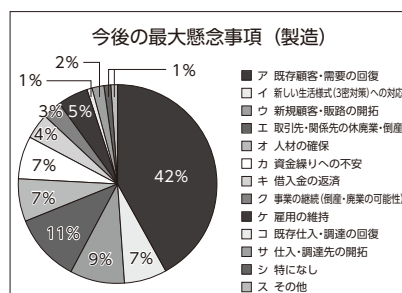
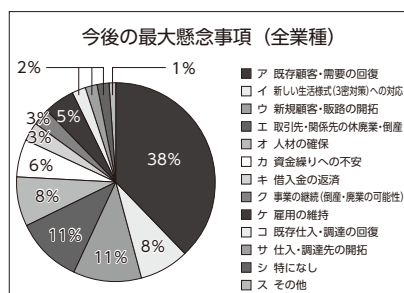


○今後の展望・事業展開

1. 最大懸念事項は既存顧客と需要の動向

今後の事業における最大懸念事項については、38%が「既存顧客・需要の回復」と回答している。次いで「新規顧客・販路の開拓」「取引先・関係先の休業・倒産」がそれぞれ11%であった。

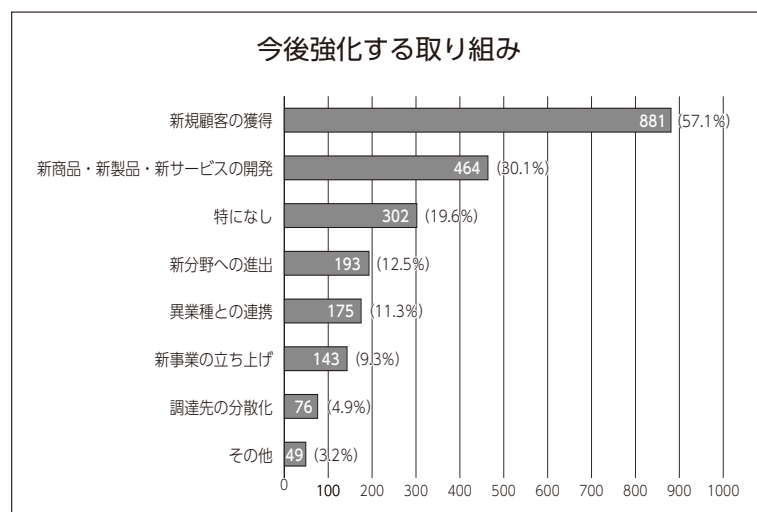
一方で、「事業の継続（倒産・廃業の可能性）」「借入金の返済」と答えた割合はそれぞれ3%と比較的低い。これは、苦しい状況にあっても財務面での余力が残っている、あるいは金融機関が十分な支援を行っているかいずれかの可能性が高いと考えられる。



2. 対策は新規顧客の開拓と新商品開発

今後強化する取り組みについては、57.1%の回答者が「新規顧客の獲得」を挙げた。次いで30.1%が「新商品・新製品・新サービスの開発」を挙げている。

また、19.6%の回答者が「特になし」としているが、前設問の結果からすると、既存顧客への対応強化がここに含まれている可能性がある（本設問の選択肢に既存顧客への対応は含まれていない）。

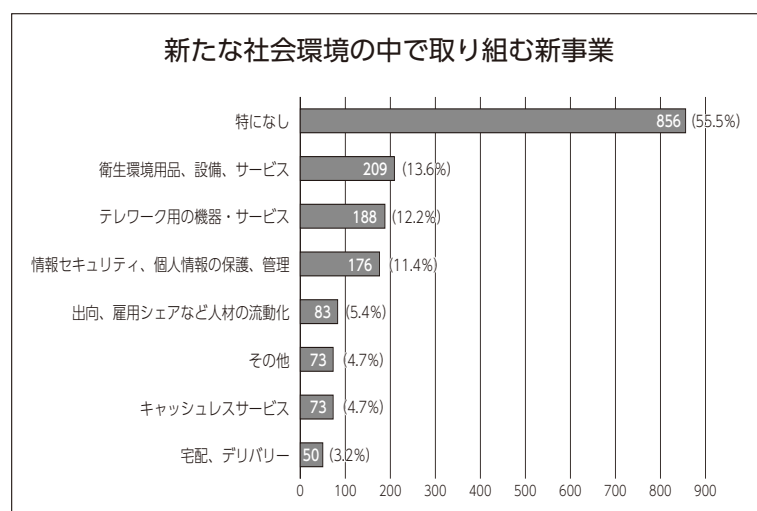


3. 新事業への取り組みは困難であるが、新たな市場機会を見出す企業も存在

新たな社会環境の中で取り組む新事業については、55.5%が「特になし」と回答した。

非常事態の中、新事業に取り組む余裕など無い、手が回らないという企業が過半数であるという実情を示す結果である。

次に多かったのは「衛生環境用品、設備、サービス」（13.6%）、続いて「テレワーク用の機器・サービス」（12.2%）であり、経済活動が停滞する中でも、今後も高まるであろう感染症対策やテレワークに関する需要に機会を見出していることがわかる。

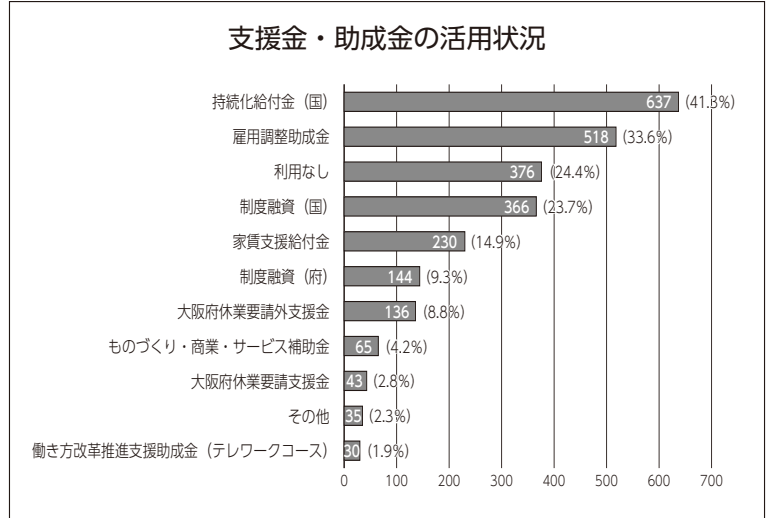


○支援策等の活用状況

1. 支援金・助成金の活用状況

支援金・助成金の活用状況については、41.3%が持続化給付金を受給している。また、雇用調整助成金は33.6%が受給している。これらは制度上活用しやすく、また比較的申請が簡単に出来るため利用率が高いと考えられる。

次いで「利用なし」が24.4%となっている。売上減少状況との関係では80%以上減少と回答したうちの26.6%、79～50%としたうちの12.3%、50%未満としたうちの15.9%が「利用なし」としており、各種支援が必ずしも必要とされる企業に届いていない可能性が示されている。

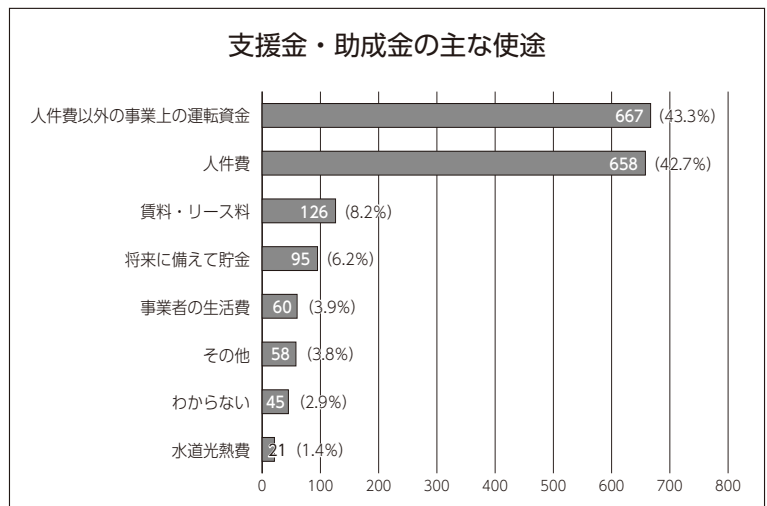


※支援金・助成金を利用しなかった割合

売上前年同月比	支援金・助成金を利用しなかった割合
▲80%以上	26.6%
▲79～50%	12.3%
▲50%未満	15.9%
ほぼ横這い	45.6%
増加	53.2%
未回答	22.2%

2. 支援金・助成金の主な用途

支援金・助成金の主な用途については、43.3%が「人件費以外の事業上の運転資金」、42.7%が「人件費」と回答している。

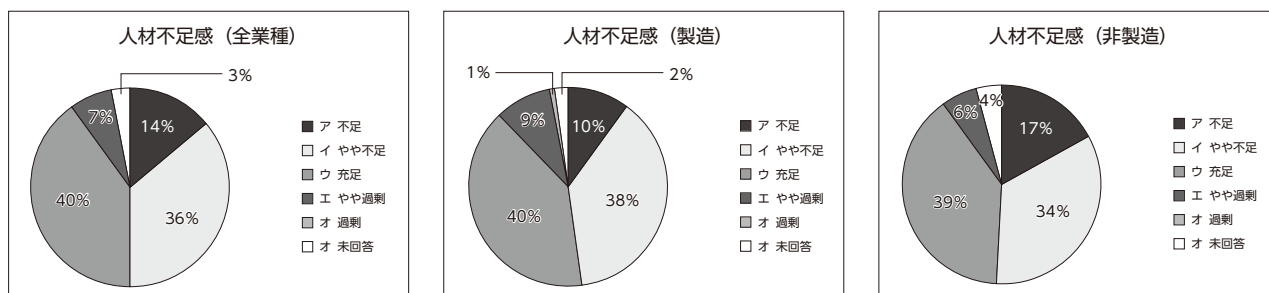


○雇用状況

1. 人材は半数が不足、4割が充足

人材不足感については、40%が「充足」と回答した。「不足」(14.0%)、「やや不足」(36%)の合計は50%となり、コロナウイルス感染症の影響が続く中でも人材不足感は続いている。

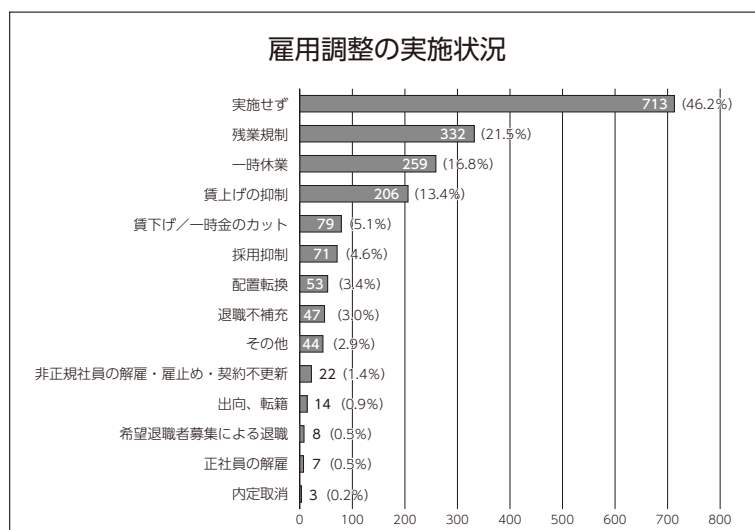
なお、「やや過剰」「過剰」は合わせて7.7%であった。



2. 約6割が何らかの雇用調整を実施

実施した雇用調整として21.5%が「残業規制」を挙げた。続いて16.8%「一時休業」、13.4%が「賃上げの抑制」を挙げている。

一方で「実施せず」としたのは46.2%で、5割以上の企業で何らかの雇用調整が行われたことが明らかとなった。

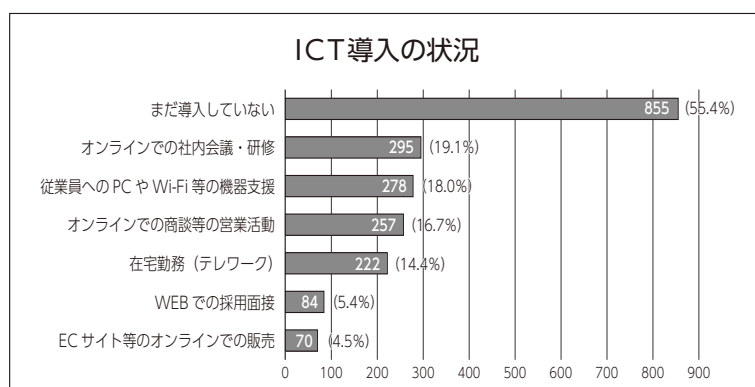


○ICT導入状況

1. ICT導入の状況

ICT導入状況（アンケートの選択肢はテレワークやwebミーティング、非対面ビジネスに関連する項目に限られる）では、55.4%の回答者が「まだ導入していない」との結果であった。

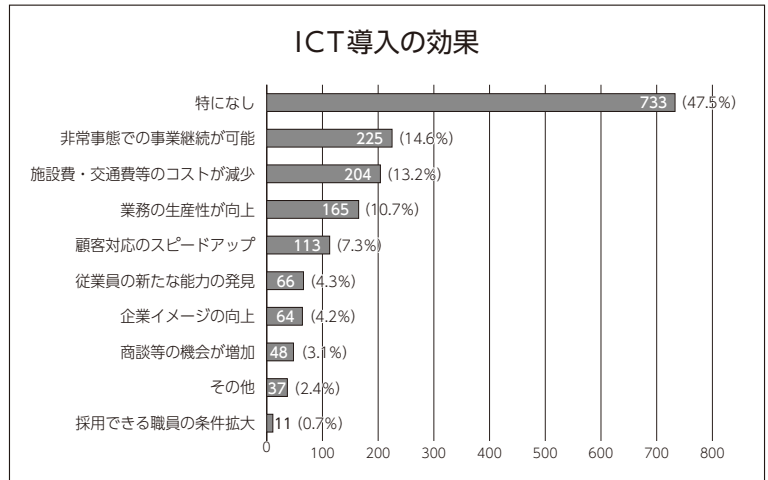
以下、回答が多い順に、「オンラインでの社内会議・研修」(19.1%)、「従業員へのPCやWi-Fi等の機器支援」(18.0%)、「オンラインでの商談等の営業活動」(16.7%)、「在宅勤務(テレワーク)」(14.4%)との結果であった。



2. ICT導入の効果

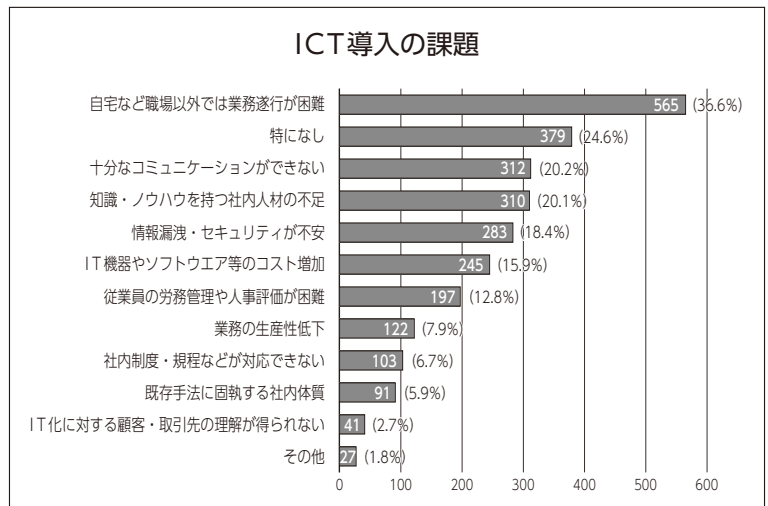
ICT導入の効果については、47.5%が「特になし」と回答した。ただし「特になし」と回答したうち、前問で「まだ導入していない」と答えた割合は82.3%である。何らかの形態で導入したと答えたうち、「特になし」とした回答は14.5%に留まり、85.5%では効果があったとの結果となった。

実施を前提とした回答では、「非常事態での事業継続が可能」(14.6%)、「施設費・交通費等のコストが減少」(13.2%)が多かった。



3. ICT導入の課題

ICT導入の課題としては、36.6%が「自宅など職場以外では業務遂行が困難」と回答した。続く上位の回答は、24.6%が「特になし」、「十分なコミュニケーションができない」(20.2%)、「知識・ノウハウを持つ社内人材の不足」(20.1%)、「情報漏洩・セキュリティが不安」(18.4%)であった。



〇まとめ

調査の結果は、コロナウイルス感染症の影響は甚大であり、市場の縮小・需要の減少が著しいことを示すものであった。

さらに調査終了後には国内での感染が拡大、「第3波」に直面する事態となっており、状況はさらに悪化していると考えられる。収束の見通しが立たない中、当分の間市場の回復は絶望的であるといえる。

収束までの間、企業の自助努力による対策が求められるのは当然であるが、影響の長期化により限界を迎える企業が増加することは明らかである。給付金・助成金のさらなる充実等、多方面にわたる支援の拡大が求められる。