

特集

新型コロナウイルス感染症が企業経営に及ぼす影響調査 【2020年4~6月期・詳細版】

新型コロナウイルス感染症の発生を受け、国内経済に様々な影響が表れています。こうした中、当研究所では新型コロナウイルス感染症が県内企業の経営にどのような影響を及ぼしているかを調査するため、2020年6月中旬～7月初旬にかけて、県内企業を対象に標記調査を実施しました。2020年8月号に掲載した概要版に引き続き、本稿ではその集計結果を詳報します。

【有効回答数：個人事業を含む奈良県内320件、有効回答率：37.9%、調査概要は本稿末掲載】

1. 期間別に見た自社業績に及ぼす影響

新型コロナウイルス感染症が、総合的に見て、自社業績にどのような影響を及ぼしているかを尋ねた結果、「悪影響がある・やや悪影響がある」と回答した企業の割合は、全産業では緊急事態宣言期間中（4月7日～5月14日）は81.3%、緊急事態宣言解除後（5月15日～6月末現在）は80.6%、7月1日～2021年3月末（予測）は77.2%と推移した（図表1）。

業種別に「悪影響がある・やや悪影響がある」の回答割合を見ると、製造業（80.1%→82.1%→

78.8%）、非製造業（82.3%→79.3%→75.6%）とも高止まりしている。特に製造業では、木材・木製品や金属製品・非鉄といった、住宅や自動車など耐久消費財に関わる業種を中心に、7月以降に悪影響が強まる予測している。

非製造業では、外出自粛要請が業績に直撃したホテル・旅館やサービス業などで、緊急事態宣言前後のみならず7月以降も「悪影響がある」の回答割合が高く、厳しい経営環境が続いていると見られる。

図表1 業種別・規模別 新型コロナウイルス感染症が自社に及ぼす期間別の影響 (単位: %)

業種別・規模別	期間	悪影響がある	やや悪影響がある	影響はない	やや好影響がある	好影響がある	わからない	無回答	(再掲)悪影響がある+やや悪影響があるの計
全産業	(参考)緊急事態宣言前	41.1	32.5	13.9	5.0	0.7	6.4	0.4	73.6
	①緊急事態宣言期間中	49.4	31.9	11.9	3.4	1.9	0.3	1.3	81.3
	②緊急事態宣言解除後	43.1	37.5	13.8	2.8	1.3	0.6	0.9	80.6
	③7月1日～2021年3月末日	41.6	35.6	10.0	2.2	0.3	9.4	0.9	77.2
製造業	(参考)緊急事態宣言前	42.9	30.8	12.0	6.0	1.5	6.8	0.0	73.7
	①緊急事態宣言期間中	50.6	29.5	10.3	3.8	3.2	0.0	2.6	80.1
	②緊急事態宣言解除後	49.4	32.7	9.6	3.8	1.9	0.6	1.9	82.1
	③7月1日～2021年3月末日	48.1	30.8	5.8	3.2	0.6	10.3	1.3	78.8
非製造業	(参考)緊急事態宣言前	39.5	34.0	15.6	4.1	0.0	6.1	0.7	73.5
	①緊急事態宣言期間中	48.2	34.1	13.4	3.0	0.6	0.6	0.0	82.3
	②緊急事態宣言解除後	37.2	42.1	17.7	1.8	0.6	0.6	0.0	79.3
	③7月1日～2021年3月末日	35.4	40.2	14.0	1.2	0.0	8.5	0.6	75.6
1～9人	(参考)緊急事態宣言前	35.8	34.0	17.0	3.8	0.0	9.4	0.0	69.8
	①緊急事態宣言期間中	41.9	40.3	12.9	3.2	0.0	1.6	0.0	82.3
	②緊急事態宣言解除後	38.7	43.5	14.5	1.6	0.0	1.6	0.0	82.3
	③7月1日～2021年3月末日	40.3	35.5	11.3	0.0	0.0	12.9	0.0	75.8
10～19人	(参考)緊急事態宣言前	35.4	33.3	25.0	2.1	0.0	4.2	0.0	68.8
	①緊急事態宣言期間中	39.2	43.1	11.8	3.9	0.0	0.0	2.0	82.4
	②緊急事態宣言解除後	41.2	35.3	15.7	5.9	0.0	0.0	2.0	76.5
	③7月1日～2021年3月末日	45.1	33.3	11.8	2.0	0.0	7.8	0.0	78.4
20～49人	(参考)緊急事態宣言前	45.5	27.3	14.3	5.2	0.0	6.5	1.3	72.7
	①緊急事態宣言期間中	51.2	30.2	12.8	2.3	1.2	0.0	2.3	81.4
	②緊急事態宣言解除後	45.3	38.4	12.8	1.2	1.2	0.0	1.2	83.7
	③7月1日～2021年3月末日	39.5	46.5	7.0	2.3	0.0	3.5	1.2	86.0
50～99人	(参考)緊急事態宣言前	50.0	30.4	6.5	4.3	4.3	4.3	0.0	80.4
	①緊急事態宣言期間中	62.5	17.9	10.7	3.6	3.6	0.0	1.8	80.4
	②緊急事態宣言解除後	42.9	33.9	16.1	3.6	1.8	0.0	1.8	76.8
	③7月1日～2021年3月末日	37.5	32.1	10.7	3.6	1.8	12.5	1.8	69.6
100人以上	(参考)緊急事態宣言前	37.5	39.3	7.1	8.9	0.0	7.1	0.0	76.8
	①緊急事態宣言期間中	50.8	29.2	10.8	4.6	4.6	0.0	0.0	80.0
	②緊急事態宣言解除後	46.2	35.4	10.8	3.1	3.1	1.5	0.0	81.5
	③7月1日～2021年3月末日	46.2	26.2	10.8	3.1	0.0	12.3	1.5	72.3

割合は高くはないが、プラスチック製品・繊維製品・食料品製造、小売業等で「(やや) 好影響がある」との回答もあった。具体的な内容を尋ねた結果、衛生意識の高まりによる消毒液やマスク等、衛生用品の需要増加や、「巣ごもり生活」で在宅時間が増えたことに伴う食料品の需要増加等、消費傾向の変化に伴うものが多かった（図表2）。

2. 新型コロナウイルス感染症が与える悪影響

6月末現在、新型コロナウイルス感染症が自社に与える悪影響について尋ねた結果、全産業では「売上の減少」（82.2%）が最多で、「感染防止対策に伴う支出の増加」（28.8%）、「原材料・商品の仕入れの遅れ」、「商品の配送・販売方法や、サービスの提供上の問題」（ともに19.1%）が続いた（図表3）。

業種別に見ると、製造業は「売上の減少」（84.6%）が最多で、「在庫の増加」（25.6%）、「感染防止対策に伴う支出の増加」（21.2%）と続いた。

図表2 具体的な好影響	
業種	好影響の理由
食料品製造	外食産業向けの小麦粉需要は著しく下がったものの、カップラーメンやパスタの需要が高くなり、その原材料となる粉の発注が増えた。
食料品製造	内食の需要増により、特に食品スーパー向けの商品で売上増加。
食料品製造	コロナ情勢による、備蓄品の需要増で一時的に売上高が増加。ただし経費も増えたため、粗利高に大きく影響はない。
繊維製品製造	小売店への出荷は大幅減であるが、海外製品の調達が不安定であるため、日本製の需要が一部高まっている。
繊維製品製造	ミシンを使って布マスクを製造したため。
繊維製品製造	マスクの生産、販売が思った以上に伸びた。
プラスチック製品製造	アルコール容器、ハチミツ容器等が増加した。
プラスチック製品製造	家庭での巣ごもり生活の傾向が強まり、ゴミ箱やキッチン用品、食品保存容器他日用品の需要が増加した。
プラスチック製品製造	アルコールボトルなどの需要が増加。
プラスチック製品製造	消毒液容器の受注が増加。
プラスチック製品製造	アルコール消毒液の容器、保冷剤容器等が好調。
プラスチック製品製造	主要取引先であるホームセンターは、緊急事態宣言期間中も一部を除いて全国的にオープンしており、在宅勤務の関係で来客も多く、売上が好調であったため。
金属製品・非鉄製造	通勤方法の変更で自転車向け部品が伸び、医療・介護分野での売上も増加。
卸売業	ステイホームにより家庭で食事をする機会が増え、食料品の需要が増加。
卸売業	家庭内で食事をすることが増加し、食品スーパーの売上増によるもの。
小売業	外出自粛や休校による「巣ごもり消費」による影響と考えられる。
運輸業	ゆうパックの取り扱いが増加した。
その他の非製造業	保険商品への新規加入件数が増加した。

資料出所：当研究所「新型コロナウイルス感染症が企業経営に及ぼす影響調査【2020年4~6月期】」より作成
【2020年4~6月期】

図表3 業種別・規模別 新型コロナウイルス感染症が自社に与える悪影響（複数回答）（単位：%）

	売上の減少	感染防止対策に伴う支出の増加	原材料・商品の仕入れの遅れ	商品の配送・販売方法や、サービスの提供上の問題	在庫の増加	設備投資の延期・中止	従業員の時短勤務・交代勤務等による人手不足	原材料・商品の仕入価格の上昇	採用活動の延期・中止	その他	特にない	無回答	
全産業	82.2	28.8	19.1	19.1	15.9	12.2	12.2	10.6	9.7	3.4	5.3	1.3	
製造業	84.6	21.2	18.6	14.1	25.6	14.7	10.9	10.3	9.6	3.2	3.8	1.9	
非製造業	79.9	36.0	19.5	23.8	6.7	9.8	13.4	11.0	9.8	3.7	6.7	0.6	
1~9人	79.0	14.5	17.7	22.6	14.5	3.2	6.5	8.1	1.6	4.8	6.5	1.6	
10~19人	82.4	33.3	11.8	15.7	11.8	11.8	11.8	15.7	3.9	0.0	7.8	2.0	
20~49人	83.7	26.7	24.4	17.4	15.1	15.1	12.8	9.3	9.3	3.5	4.7	1.2	
50~99人	82.1	30.4	19.6	19.6	16.1	10.7	12.5	8.9	1.8	5.4	0.0	0.0	
100人以上	83.1	40.0	18.5	20.0	18.5	13.8	18.5	9.2	23.1	6.2	3.1	1.5	
製造業	食料品 繊維製品 (跳下) 木材・木製品 化学・医薬品 プラスチック製品 金属製品・非鉄 機械工業 その他の製造業	77.3 96.0 90.0 85.7 75.0 57.1 96.0 93.3 88.5	31.8 16.0 4.0 16.0 32.0 30.0 16.0 20.0 0.0 19.2 7.7	40.9 32.0 30.0 30.0 37.5 23.8 50.0 32.0 20.0 11.5	9.1 12.0 4.0 7.1 50.0 9.5 0.0 8.0 0.0 19.2	22.7 12.0 4.0 21.4 37.5 14.3 0.0 12.0 0.0 7.7	13.6 4.0 4.0 7.1 12.5 9.5 0.0 20.0 13.3 11.5	4.5 4.0 4.0 7.1 0.0 0.0 0.0 0.0 6.7 3.8	0.0 4.0 4.0 7.1 0.0 0.0 0.0 0.0 6.7 7.7	0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0	0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0	0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0	
非製造業	卸売業 小売業 建設業 不動産業 運輸業 ホテル・旅館 サービス業 その他の非製造業	81.8 95.0 61.9 72.7 77.8 100.0 100.0 75.0	24.2 25.0 33.3 9.1 22.2 80.0 52.6 55.0	24.2 20.0 33.3 9.1 0.0 10.0 5.3 15.0	27.3 25.0 16.7 9.1 11.1 50.0 36.8 20.0	9.1 5.0 0.0 9.1 0.0 50.0 10.5 5.0	21.2 15.0 9.5 0.0 0.0 10.0 15.8 30.0	3.0 10.0 11.9 16.7 11.1 0.0 15.5 5.0	9.1 5.0 11.9 16.7 11.1 0.0 15.5 5.0	0.0 15.0 7.1 2.4 0.0 20.0 10.5 10.0	6.1 5.0 7.1 2.4 11.1 0.0 0.0 0.0	0.0 5.0 0.0 18.2 22.2 0.0 0.0 5.0	0.0 0.0 2.4 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0

資料出所：当研究所「新型コロナウイルス感染症が企業経営に及ぼす影響調査【2020年4~6月期】」より作成
【2020年4~6月期】

非製造業では、同じく「売上の減少」(79.9%)が最多で、「感染防止対策に伴う支出の増加」(36.0%)、「商品の配送・販売方法や、サービスの提供上の問題」(23.8%)が続いた。

「売上の減少」と回答した企業の割合は、製造業では繊維製品、金属製品・非鉄（ともに96.0%）、機械工業（93.3%）で9割超と高い割合となった。非製造業では、ホテル・旅館、サービス業（ともに100%）、小売業（95.0%）などで高い割合となった。特に、ホテル・旅館では「感染防止対策に伴う支出の増加」(80.0%)の回答割合も高く、売上減少とコスト増加の両面で悪影響を受けていることがわかる。

■売上の減少理由

また、「売上の減少」と回答した263社に、その理由を尋ねた結果、「法人取引先からの受注減少」(63.1%)が最多で、「消費者の外出自粛」(55.5%)、「イベントの中止・営業活動の自粛」(30.0%)が続いた（図表4）。

図表4 業種別・規模別 売上減少の理由（複数回答）単位：%

		回答企業数	法人取引先からの受注減少	消費者の外出自粛	イベントの中止・営業活動の自粛	インバウンド（訪日外国人旅行者の減少）	販売価格の低下	取引先の倒産・廃業	その他
全産業		263	63.1	55.5	30.0	19.8	10.6	9.1	10.3
製造業		132	80.3	50.8	27.3	18.2	6.8	9.8	5.3
非製造業		131	45.8	60.3	32.8	21.4	14.5	8.4	15.3
1~9人		49	44.9	46.9	24.5	14.3	20.4	12.2	24.5
10~19人		42	83.3	47.6	31.0	16.7	16.7	16.7	7.1
20~49人		72	65.3	54.2	31.9	20.8	6.9	8.3	4.2
50~99人		46	63.0	65.2	34.8	17.4	10.9	10.9	8.7
100人以上		54	61.1	63.0	27.8	27.8	1.9	0.0	9.3
製造業	食料品	17	58.8	100.0	35.3	35.3	0.0	5.9	5.9
	繊維製品 (靴下)	24	83.3	87.5	33.3	20.8	4.2	16.7	4.2
	木材・木製品	9	77.8	88.9	33.3	44.4	0.0	11.1	0.0
	化学・医薬品	12	66.7	33.3	16.7	0.0	25.0	8.3	16.7
	プラスチック製品	6	83.3	100.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0
	金属製品・非鉄	12	100.0	33.3	25.0	16.7	8.3	0.0	8.3
	機械工業	24	95.8	20.8	8.3	4.2	4.2	0.0	0.0
	その他の製造業	14	78.6	14.3	14.3	0.0	14.3	14.3	14.3
		23	73.9	34.8	47.8	26.1	4.3	21.7	0.0
非製造業	卸売業	27	59.3	44.4	14.8	22.2	14.8	7.4	11.1
	小売業	19	36.8	89.5	42.1	21.1	10.5	0.0	10.5
	建設業	26	53.8	30.8	19.2	19.2	15.4	15.4	19.2
	不動産業	8	0.0	50.0	12.5	12.5	37.5	12.5	37.5
	運輸業	7	28.6	71.4	42.9	28.6	0.0	0.0	14.3
	ホテル・旅館	10	50.0	90.0	100.0	80.0	40.0	0.0	0.0
	サービス業	19	42.1	68.4	36.8	0.0	5.3	10.5	21.1
	その他の非製造業	15	53.3	73.3	33.3	13.3	6.7	13.3	13.3

資料出所：当研究所「新型コロナウイルス感染症が企業経営に及ぼす影響調査【2020年4~6月期】」より作成

業種別に見ると、製造業は「法人取引先からの受注減少」(80.3%)が最多。食料品、化学・医薬品では「消費者の外出自粛」が最多となった。

非製造業は「消費者の外出自粛」(60.3%)が最多。卸売業、建設業は「法人取引先からの受注減少」が最多となった。ホテル・旅館は、「イベントの中止・営業活動の自粛」(100.0%)、「消費者の外出自粛」(90.0%)、「インバウンド（訪日外国人旅行者）の減少」(80.0%)いずれの回答割合も高く、複数の要素が絡み多大な悪影響を受けている。

3. 前年同時期に比べた売上高水準

前年同時期の売上高を100とした時の期間別の売上高水準について尋ねた結果、全産業では緊急事態宣言期間中、緊急事態宣言解除後、7月1日～2021年3月末（予測）の各期間を通じて「80～89」が最多となった（図表5）。規模別に見ると、小規模事業者ほど売上水準にはばらつきが大きい。

業種別に見ると、製造業では機械工業で売上高水準の低下が顕著である。非製造業ではホテル・旅館が特に影響が深刻で、緊急事態宣言期間中は全企業が20未満となり、7月以降も50未満の回復にとどまると思込む企業が6割となっている。

期間別の売上高水準の平均値*は、全産業では73.7→75.1→79.7、製造業は78.2→77.3→77.9、非製造業は69.3→73.0→81.3と、およそ7～8割前後で推移している。7月1日～3月末までの値を見ると、製造業では機械工業(63.0)が最も低く、繊維製品(73.3)が続いた。非製造業では、ホテル・旅

館（48.0）が最も低く、サービス業（69.4）が続いた。ホテル・旅館は、緊急事態宣言期間中（9.0）、緊急事態宣言解除後（19.0）から低水準が続き、売上回復には時間要すると見られる。

※各階級の中間値（例：0～9なら5、10～19なら15、120以上は125と仮定）に、回答企業の割合を積算して算出。

4. 月間売上が通常時の水準に戻る見込み

月間売上が通常時の水準に戻る見込みを尋ねた結果、全産業では「来年（2021年）3月頃までに」（25.9%）が最多で、「わからない」（19.7%）、「回復の見通しが立たない」（14.1%）が続いた（図表6）。

「すでに戻っている（もともと変化はない）」、「今年（2020年）9月頃までに」、「来年（2021年）3月頃までに」の計は49.4%と、約半数にとどまっている。業種別に見ると、製造業では化学・医薬

品（75.0%）や食料品（63.6%）では売上の早期回復を見込んでいる一方、機械工業（26.7%）、その他の製造業（30.8%）、金属製品・非鉄（32.0%）では回復に時間を要するとの回答が多かった。

非製造業では、卸売業、不動産業（ともに63.6%）で比較的早期回復を予測し、ホテル・旅館業（30.0%）などで回復の遅れが懸念される。

5. コロナ禍による採用計画の変化

コロナ禍が表面化する前と6月末現在、それぞれの採用計画について尋ねた結果、コロナ以前に計画を「立てていなかった」かつ6月末現在、計画は「ない」（44.6%）が最多で、コロナ以前に計画を「立てていた」かつ「採用規模は予定通り」（24.1%）、「立てていた」ものの「ない」（7.9%）、「立てていた」ものの「見直しを検討中」（6.6%）

図表6 月間売上が通常時の水準に戻る見込み

（単位：%）

		すでに戻っている（もともと変化はない）	今年（2020年）9月頃までに	来年（2021年）3月頃までに	2022年3月頃までに	2023年3月頃までに	回復の見通しが立たない	わからない	無回答	(再掲) 「すでに戻っている」～「2021年3月頃までに戻る」の計
全産業		11.9	11.6	25.9	13.4	2.5	14.1	19.7	0.9	49.4
製造業		10.3	11.5	23.7	16.7	1.3	14.1	21.8	0.6	45.5
非製造業		13.4	11.6	28.0	10.4	3.7	14.0	17.7	1.2	53.0
1～9人		8.1	8.1	22.6	9.7	3.2	19.4	27.4	1.6	38.7
10～19人		11.8	9.8	25.5	15.7	2.0	19.6	13.7	2.0	47.1
20～49人		9.3	11.6	26.7	11.6	2.3	14.0	23.3	1.2	47.7
50～99人		17.9	14.3	32.1	12.5	1.8	7.1	14.3	0.0	64.3
100人以上		13.8	13.8	23.1	18.5	3.1	10.8	16.9	0.0	50.8
製造業	食料品	18.2	13.6	31.8	9.1	4.5	13.6	9.1	0.0	63.6
	繊維製品 (靴下)	0.0	4.0	48.0	16.0	0.0	12.0	20.0	0.0	52.0
	木材・木製品	0.0	10.0	40.0	20.0	0.0	10.0	20.0	0.0	50.0
	化学・医薬品	7.1	14.3	14.3	14.3	0.0	7.1	42.9	0.0	35.7
	プラスチック製品	25.0	12.5	37.5	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	75.0
	金属製品・非鉄	33.3	19.0	9.5	4.8	0.0	9.5	19.0	4.8	61.9
	機械工業	0.0	8.0	24.0	28.0	0.0	12.0	28.0	0.0	32.0
	その他の製造業	0.0	13.3	13.3	26.7	0.0	33.3	13.3	0.0	26.7
非製造業	卸売業	7.7	11.5	11.5	23.1	3.8	19.2	23.1	0.0	30.8
	小売業	18.2	9.1	36.4	6.1	3.0	6.1	21.2	0.0	63.6
	建設業	5.0	20.0	30.0	10.0	10.0	10.0	15.0	0.0	55.0
	不動産業	19.0	7.1	28.6	9.5	4.8	16.7	14.3	0.0	54.8
	運輸業	9.1	9.1	45.5	0.0	0.0	0.0	27.3	9.1	63.6
	ホテル・旅館	11.1	22.2	11.1	0.0	0.0	33.3	22.2	0.0	44.4
	サービス業	0.0	0.0	30.0	20.0	0.0	20.0	30.0	0.0	30.0
	その他の非製造業	0.0	15.8	26.3	31.6	0.0	10.5	15.8	0.0	42.1

資料出所：当研究所「新型コロナウイルス感染症が企業経営に及ぼす影響調査【2020年4～6月期】」より作成

と続いた（図表7）。業種別に見ると、ホテル・旅館では、「立てていた」が「見直しを検討中」（50.0%）が最多であり、影響の大きさを物語っている。

6. 自社における対応状況について

自社における対応状況を尋ねた結果、第一波の際に実施済の項目は、「職場へのマスク・手袋・消毒薬等の配備」（85.0%）が最多で、「資金繰りの安定化」（48.1%）、「従業員の交代出勤・時差勤務」（40.3%）などが続いた（図表8）。第二波までに実施予定の項目は、「販売・生産計画の見直し」（15.9%）が最多であった。

「実施済・実施予定」の計を規模別に見ると、多くの項目で、規模が大きくなるにしたがって割合が高くなる。規模によって最も差が大きかった

等のは、「店舗・事務所のレイアウト変更、間仕切りの導入」（1～9人：12.9%、100人以上：78.5%、その差65.6ポイント）で、次いで「営業、打ち合わせのオンライン化」（1～9人：14.5%、100人以上：72.3%、その差57.8ポイント）となった。

■「実施したいが対応できない」項目のうち、最も重要なもの

「実施したいが対応できない」と回答した項目がある企業に対して、最も重要と考えられるものを一つ尋ねた結果、全産業では「遠隔勤務（テレワーク）の実施等による業務継続」（19.3%）が最多で、「従業員の交代出勤・時差出勤」（12.3%）、「資金繰りの安定化」（10.5%）が続いた（図表9）。

自由意見には、「製造業で交代出勤・時差出勤をすると、人手が足りず、機械を稼働させられない」（金属製品・非鉄製造）、「個人情報を扱う量が

図表7 業種別・規模別 コロナ禍以前の採用計画の有無別 6月末現在の採用計画の有無（無回答を除く）（単位：%）

	回答企業数	計	コロナ禍が表面化する以前に採用計画を「立てていた」				コロナ禍が表面化する以前に採用計画「立てていなかった」					
			6月末現在、採用計画はある			ない	見直しを検討中	6月末現在、採用計画はある				
			当初より採用規模は予定通り	採用規模を拡大	当初より採用規模を縮小			ある	ない	見直しを検討中		
全産業	316	48.4	4.4	24.1	5.4	7.9	6.6	51.6	5.4	44.6	1.6	
製造業	155	48.4	5.2	20.0	7.1	11.0	5.2	51.6	6.5	44.5	0.6	
非製造業	161	48.4	3.7	28.0	3.7	5.0	8.1	51.6	4.3	44.7	2.5	
1～9人	60	16.7	0.0	5.0	3.3	6.7	1.7	83.3	0.0	81.7	1.7	
10～19人	50	32.0	2.0	16.0	4.0	4.0	6.0	68.0	4.0	62.0	2.0	
20～49人	85	57.6	5.9	31.8	3.5	11.8	4.7	42.4	5.9	35.3	1.2	
50～99人	56	50.0	5.4	23.2	0.0	10.7	10.7	50.0	10.7	35.7	3.6	
100人以上	65	76.9	7.7	38.5	15.4	4.6	10.8	23.1	6.2	16.9	0.0	
製造業	食料品	22	59.1	9.1	18.2	18.2	9.1	4.5	40.9	4.5	36.4	0.0
	繊維製品 (靴下)	25	44.0	0.0	20.0	4.0	16.0	4.0	56.0	0.0	52.0	4.0
	木材・木製品	10	50.0	0.0	20.0	0.0	30.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	化学・医薬品	14	28.6	0.0	14.3	7.1	7.1	0.0	71.4	7.1	64.3	0.0
	プラスチック製品	8	37.5	0.0	0.0	12.5	12.5	12.5	62.5	12.5	50.0	0.0
	金属製品・非鉄	20	45.0	15.0	15.0	5.0	10.0	0.0	55.0	15.0	40.0	0.0
	機械工業	25	52.0	4.0	28.0	4.0	8.0	8.0	48.0	8.0	40.0	0.0
	その他の製造業	15	53.3	0.0	26.7	13.3	6.7	6.7	46.7	6.7	40.0	0.0
非製造業	卸売業	26	53.8	7.7	23.1	0.0	15.4	7.7	46.2	3.8	42.3	0.0
	小売業	33	27.3	0.0	18.2	6.1	3.0	0.0	72.7	3.0	69.7	0.0
	建設業	20	55.0	0.0	30.0	10.0	5.0	10.0	45.0	0.0	45.0	0.0
	不動産業	41	63.4	7.3	43.9	2.4	4.9	4.9	36.6	7.3	26.8	2.4
	運輸業	10	20.0	0.0	10.0	0.0	10.0	0.0	80.0	0.0	80.0	0.0
	ホテル・旅館	9	55.6	0.0	33.3	0.0	22.2	0.0	44.4	11.1	22.2	11.1
	サービス業	10	60.0	0.0	10.0	0.0	0.0	50.0	40.0	0.0	40.0	0.0
	その他の非製造業	19	42.1	10.5	15.8	0.0	5.3	10.5	57.9	5.3	47.4	5.3

資料出所：当研究所「新型コロナウイルス感染症が企業経営に及ぼす影響調査【2020年4～6月期】」より作成

多いため、セキュリティの問題から自宅で出来る業務に限りがある」（小売業）といった声があり、感染防止と企業活動の両立に向けた課題を感じた。

7. 公的支援制度の利用状況について

公的支援制度の利用状況について尋ねた結果、「利用した」または「利用予定」と回答した企業の割合が最も高かったのは「セーフティネット保証等を利用した民間金融機関の無利子・低利子融資

資（以下、セーフティネット）」（54.7%）で、以下、「政府系金融機関の無利子・低利子融資」（39.7%）、「雇用調整助成金」（39.1%）、「持続化給付金」（28.4%）と続いた（図表10）。

規模別に見ると、1～9人では「持続化給付金」（45.2%）が最多となり、10～19人、20～49人、50～99人では「セーフティネット」（それぞれ64.7%、69.8%、58.9%）が、100人以上では「雇用調整助成金」（50.8%）が最多となった。

図表10 業種別・規模別 公的支援策の利用状況

（単位：%）

公的支援策	業種別 規模別	利用した	利用予定	利用したい が自社は対 象外	利用の必要 がなかった	制度につい て初めて 知った	制度が複雑 であきらめ た	わからない	無回答	(再掲)利用 した、利用予 定の計
①セーフティネット保証等 を利用した民間金融機関 の無利子・低利子融資	全体	37.5	17.2	6.9	28.4	0.6	0.0	4.4	5.0	54.7
	製造業	44.9	17.3	3.8	23.1	1.3	0.0	3.8	5.8	62.2
	非製造業	30.5	17.1	9.8	33.5	0.0	0.0	4.9	4.3	47.6
	1～9人	22.6	12.9	4.8	40.3	0.0	0.0	6.5	12.9	35.5
	10～19人	45.1	19.6	7.8	17.6	3.9	0.0	3.9	2.0	64.7
	20～49人	46.5	23.3	4.7	19.8	0.0	0.0	2.3	3.5	69.8
	50～99人	41.1	17.9	3.6	25.0	0.0	0.0	5.4	7.1	58.9
	100人以上	30.8	10.8	13.8	40.0	0.0	0.0	4.6	0.0	41.5
	全体	21.6	18.1	6.3	37.8	0.3	0.3	5.6	10.0	39.7
	製造業	26.3	21.2	5.8	32.7	0.6	0.6	3.8	9.0	47.4
②政府系金融機関の無 利子・低利子融資	非製造業	17.1	15.2	6.7	42.7	0.0	0.0	7.3	11.0	32.3
	1～9人	22.6	9.7	4.8	41.9	0.0	1.6	9.7	9.7	32.3
	10～19人	23.5	23.5	7.8	27.5	0.0	0.0	7.8	9.8	47.1
	20～49人	23.3	23.3	7.0	29.1	0.0	0.0	3.5	14.0	46.5
	50～99人	19.6	17.9	1.8	48.2	1.8	0.0	1.8	8.9	37.5
	100人以上	18.5	15.4	9.2	44.6	0.0	0.0	6.2	6.2	33.8
③雇用調整助成金	全体	18.8	20.3	10.0	32.8	0.6	1.6	7.8	8.1	39.1
	製造業	25.0	23.1	10.9	25.0	0.0	2.6	6.4	7.1	48.1
	非製造業	12.8	17.7	9.1	40.2	1.2	0.6	9.1	9.1	30.5
	1～9人	9.7	8.1	9.7	43.5	0.0	1.6	11.3	16.1	17.7
	10～19人	7.8	25.5	15.7	25.5	0.0	5.9	13.7	5.9	33.7
	20～49人	23.3	20.9	10.5	31.4	2.3	0.0	3.5	8.1	44.2
	50～99人	21.4	25.0	7.1	32.1	0.0	1.8	5.4	7.1	46.4
	100人以上	27.7	23.1	7.7	30.8	0.0	0.0	7.7	3.1	50.8
	全体	17.2	11.3	27.5	31.3	0.3	0.6	4.4	7.5	28.4
	製造業	18.6	7.7	37.2	23.7	0.0	0.6	4.5	7.7	26.3
④持続化給付金	非製造業	15.9	14.6	18.3	38.4	0.6	0.6	4.3	7.3	30.5
	1～9人	30.6	14.5	17.7	24.2	0.0	0.0	4.8	8.1	45.2
	10～19人	17.6	15.7	35.3	17.6	0.0	3.9	3.9	5.9	33.3
	20～49人	17.4	9.3	32.6	30.2	1.2	0.0	1.2	8.1	26.7
	50～99人	12.5	8.9	25.0	39.3	0.0	0.0	5.4	8.9	21.4
	100人以上	7.7	9.2	26.2	43.1	0.0	0.0	7.7	6.2	16.9
⑤ものづくり補助金・小規 模事業者持続化補助金・ IT導入補助金	全体	5.6	12.2	10.9	34.7	3.1	4.4	17.8	11.3	17.8
	製造業	6.4	17.3	9.6	30.1	0.6	6.4	19.9	9.6	23.7
	非製造業	4.9	7.3	12.2	39.0	5.5	2.4	15.9	12.8	12.2
	1～9人	1.6	4.8	6.5	40.3	4.8	3.2	16.1	22.6	6.5
	10～19人	3.9	15.7	21.6	21.6	2.0	2.0	21.6	11.8	19.6
	20～49人	9.3	10.5	4.7	34.9	5.8	8.1	15.1	11.6	19.8
	50～99人	5.4	10.7	10.7	41.1	0.0	7.1	16.1	8.9	16.1
	100人以上	6.2	20.0	15.4	33.8	1.5	0.0	21.5	1.5	26.2
	全体	3.4	6.3	22.8	43.8	2.2	0.3	8.8	12.5	9.7
	製造業	3.8	7.1	24.4	40.4	1.3	0.0	10.3	12.8	10.9
⑥府県独自の休業要請 協力金	非製造業	3.0	5.5	21.3	47.0	3.0	0.6	7.3	12.2	8.5
	1～9人	3.2	4.8	14.5	40.3	1.6	1.6	12.9	21.0	8.1
	10～19人	0.0	2.0	33.3	35.3	2.0	0.0	15.7	11.8	2.0
	20～49人	7.0	7.0	19.8	40.7	4.7	0.0	7.0	14.0	14.0
	50～99人	3.6	5.4	21.4	53.6	0.0	0.0	5.4	10.7	8.9
	100人以上	1.5	10.8	27.7	49.2	1.5	0.0	4.6	4.6	12.3

資料出所：当研究所「新型コロナウイルス感染症が企業経営に及ぼす影響調査【2020年4～6月期】」より作成

その他に利用（予定を含む）の制度を尋ねた結果、「小学校休業等対応支援金」、「固定資産税等の軽減」、「大阪府休業要請外協力金」、「家賃支援給付金」、「国税の納税の猶予制度」、「ジャパンブランド育成支援補助金」等が挙げられていた。

支援制度に関する要望について尋ねた結果、「雇用調整助成金の申請は必要書類や計算が煩雑で、手間がかかった」（繊維製品製造）、「ホテルや観光産業は、9月30日までに経営状況の回復は難しく、雇用調整助成金の来年春までの延長も考えてほしい」（ホテル・旅館）等の声があった（注：9月末日現在、雇用調整助成金の特例措置は12月末まで延長されている）。

8. 中長期的な観点から自社が注力したいこと

中長期的な観点から、自社が注力したいことを尋ねた結果、「職場内での感染防止に寄与する、

従業員の健康管理体制の強化（以下、「健康管理」）（64.1%）が最多で、以下「非常事態に備えた、財務体質の強化（以下、「財務体質強化」）」（53.8%）、「感染症拡大防止と両立できる、新たなビジネスモデルの再構築」（29.7%）、「テレワークなどICT技術を用いた、対人接触を避ける職場環境の整備（以下、「ICT技術活用」）」（25.3%）と続いた（図表11）。

規模別に見ると、概ね規模が大きくなるにつれて回答割合が増加する傾向にあり、「ICT技術活用」（1～9人：11.3%、100人以上：43.1%、その差31.8ポイント）で最も顕著だった。

また業種別に見ると、多くの企業で「健康管理」または「財務体質強化」の回答割合が最多となる中で、機械工業のみ「テレワークなどICT技術を用いた、対人接触を避ける職場環境」（60.0%）が最多であった。

図表11 業種別・規模別 中長期的な観点から自社が注力したいこと
(単位: %)

	職場内での感染防止に寄与する、従業員の健康管理体制の強化	非常事態に備えた、財務体質の強化	感染症拡大防止と両立できる、新たなビジネスモデルの再構築	テレワークなどICT技術を用いた、対人接触を避ける職場環境の整備	危機的状況でも対応できる、サプライチェーンの見直し	自社の提供する価値を柔軟に見直すことのできる、創造的な人材の育成	その他	特にない	無回答
全産業	64.1	53.8	29.7	25.3	18.4	17.2	2.2	6.6	2.2
製造業	63.5	55.1	29.5	24.4	21.2	17.9	2.6	6.4	1.3
非製造業	64.6	52.4	29.9	26.2	15.9	16.5	1.8	6.7	3.0
1～9人	51.6	43.5	19.4	11.3	12.9	11.3	4.8	14.5	4.8
10～19人	66.7	72.5	27.5	13.7	7.8	15.7	0.0	5.9	0.0
20～49人	66.3	47.7	33.7	22.1	20.9	18.6	1.2	5.8	3.5
50～99人	66.1	53.6	33.9	35.7	19.6	19.6	0.0	3.6	1.8
100人以上	69.2	56.9	32.3	43.1	27.7	20.0	4.6	3.1	0.0
製造業	68.2 60.0 70.0 50.0 75.0 66.7 60.0 53.3 73.1	54.5 40.0 10.0 64.3 75.0 66.7 68.0 46.7 42.3	40.9 48.0 70.0 35.7 25.0 33.3 16.0 6.7 23.1	22.7 12.0 10.0 14.3 25.0 23.8 28.0 6.7 19.2	22.7 20.0 30.0 30.0 50.0 19.0 32.0 6.7 19.2	18.2 32.0 30.0 7.1 12.5 9.5 16.0 13.3 11.5	4.5 0.0 0.0 7.1 0.0 9.5 0.0 0.0 0.0	9.1 12.0 10.0 7.1 0.0 0.0 4.0 20.0 0.0	0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0
非製造業	54.5 70.0 64.3 72.7 33.3 70.0 73.7 75.0	42.4 60.0 54.8 27.3 11.1 80.0 68.4 60.0	39.4 25.0 14.3 0.0 22.2 70.0 42.1 40.0	24.2 25.0 33.3 9.1 11.1 20.0 36.8 25.0	21.2 5.0 16.7 18.2 0.0 20.0 15.8 20.0	6.1 20.0 7.1 9.1 0.0 40.0 21.1 45.0	0.0 0.0 4.8 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0	12.1 5.0 7.1 9.1 22.2 0.0 0.0 0.0	0.0 0.0 2.4 9.1 22.2 0.0 0.0 0.0

資料出所：当研究所「新型コロナウイルス感染症が企業経営に及ぼす影響調査【2020年4～6月期】」より作成

9. 社会や経済のあり方が大きく変化する可能性についての意見や感想

新型コロナウイルス感染症をきっかけに、社会や経済のあり方が大きく変化する可能性があるとの指摘もある。このことについての率直な意見や感想を尋ねた結果、計 99 件に上る回答をいただいた。これらの自由意見のうち主なものについて、筆者の判断で I. 「社会・経済の変化に対する考え方や要望」、II. 「様々な事象への不安感」、III. 「新たな価値観が定着する可能性」、IV. 「自社/中小企業としての対応」という大グループに分け、さらに A～R まで 18 の小グループに分類した（図表 12）。

以下では、I～IVの大グループ別に、それぞれの意見の概要を見ていく。

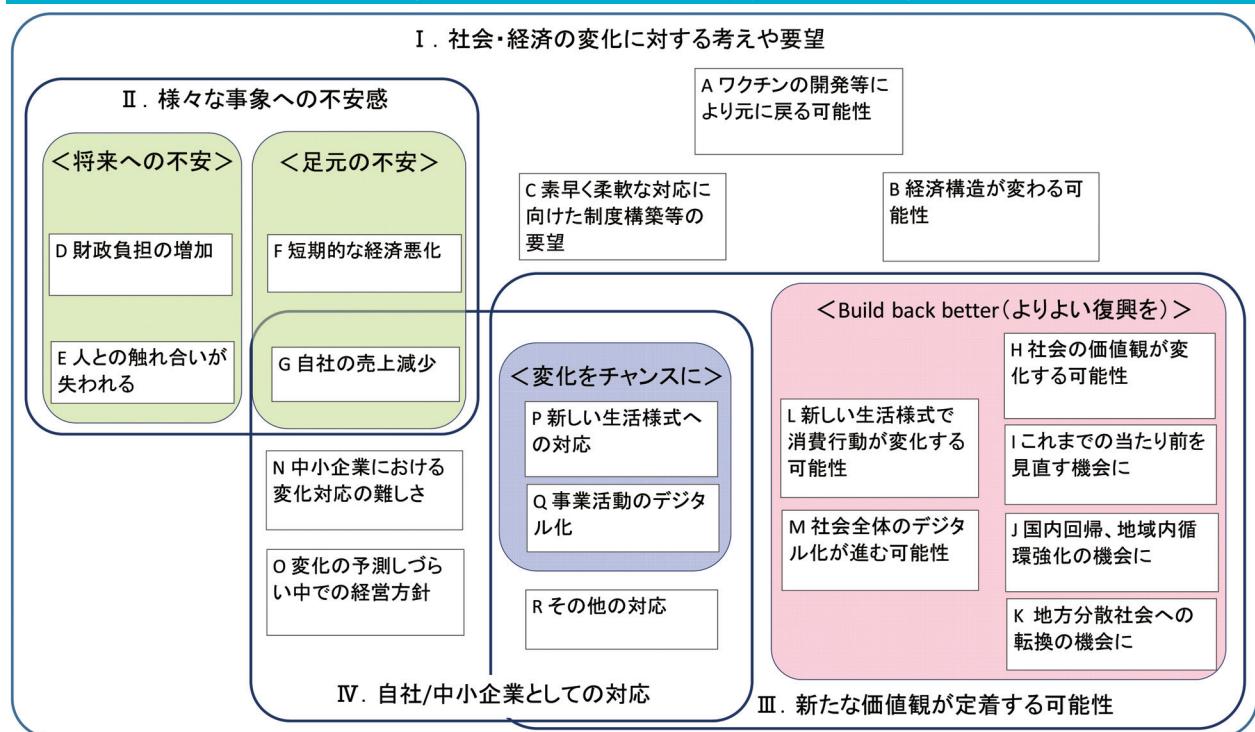
I. 「社会・経済の変化に対する考え方や要望」では、A「ワクチンの開発等により元に戻る可能性」、反対に B「経済構造が変わる可能性」への

言及があった。感染症の早期収束・経済活動再活性化に向けては C「素早く柔軟な対応に向けた制度構築等の要望」も寄せられた（図表 13）。

図表13 「I. 社会・経済の変化に対する考え方や要望」に関する自由意見

- | |
|---|
| A ワクチンの開発等により元に戻る可能性 |
| ・ワクチンが開発されれば、元に戻るのは【化学・医薬品製造】
・直近は大きく変化するだろうが、やがては従前に近い状態に戻るだろう。悪い意味ではなく、「どの元過ぎれば熟さ忘れる」のたとえのように。【卸売業】
・まずはワクチン、治療薬の早期開発が望まれる。開発された後は、ある程度元に戻ると考えられ、それまではじっと我慢の時。【ホテル・旅館】 |
| B 経済構造が変わる可能性 |
| ・経済の構造改革が起こり、しばらくは厳しい状況が続く。コロナウイルス後の経済成長がゆるやかに回復するが、一部の業界はなお厳しい状況が続くと思われる。インバウンド頼みの観光業界は厳しい。【運輸業】
・新型コロナウイルス感染症の発生は、限られた国や地域にとどまらず全世界的な拡大を避けることは出来ないと思われる。生活様式や風習、文化まで変えざるを得ないと思われ、世界的に人類がかつてない試練に立たされているように感じる。【建設業】 |
| C 素早く柔軟な対応に向けた制度構築等の要望 |
| ・変化は仕方ない。それに対応するしかない。ただウイルスが過度に恐れられている面もあり、他国に比べれば感染者数や死亡者数も抑えられていることから、それに即した対応にして欲しい。【卸売業】
・民間企業に対する支援が、後手に回っていた。第二波や他の新型感染症が発生した際の方策を検討るべき。非常事態宣言においては、国や政府、行政に強制力がないことが明らかとなり、不安を感じた。有事に対応できる法整備を進めるべきである。【運輸業】
・変化に対応できる制度を構築すべく、国会や行政には動いてほしい。【建設業】 |

図表 12 社会や経済のあり方が大きく変わる可能性に関する自由意見の分類



資料出所：当研究所「新型コロナウイルス感染症が企業経営に及ぼす影響調査【2020年4～6月期】」より作成

II. 「様々な事象への不安感」においては、D「財政負担の増加」やE「人との触れ合いが失われる」ことによる<将来への不安>と、F「短期的な経済悪化」やG「自社の売上減少」を受けた<足元の不安>に関する意見があった（図表14）。

図表14 「II. 様々な事象への不安感」に関する自由意見

D 財政負担の増加
・年間予算分（100兆円）の（経済）対策費の原資が全く国会で話されていないが、まちがいなく後世への負担になるとと思う。【卸売業】
・今は給付金はありがたいが、後の負担増や国の財政破綻への懸念がある。行政にはデジタル化を本気で進めてほしい。【サービス業】
E 人との触れ合いが失われる
・現時点では人ととの接触を避けることが正しい行動とされ、今後も電話やネットを通じた企業活動が定着するとの意見もある。一方で、人の創造性は人との交わりの中で生まれるものであり、オンラインではせいぜい現状を維持するか、縮退する（本当に必要なもの以外は、いったん捨て去る）しかしないのでは。早く以前の状況に戻ってほしいと願っている。【食料品製造】
・日本の将来がどのような姿になっているのか不安。人にも自然にも会社にも手をかけないと育たない。人の触れあいのない社会でどんな仕事ができるのか、ものづくりを仕事としている会社の存在は今まで以上に貴重であり、価値のある仕事にしていきたい。【建設業】
F 短期的な経済悪化
・先のことより、9月頃までの雇用状況、倒産状況が非常に気になる。その結果によっては消費が大きく冷え込む可能性がある。特に弊社のように住宅など高額商品を扱っている企業への影響は大きいのでは、コロナ禍に隠れているが、消費増税の影響もかなり大きい。【不動産業】
・これから色々な業種で休業、倒産が始まると戦々恐々である。我々の業種は、世の中の金回りが良くならないことにはやつていけない。【運輸業】
G 自社の売上減少
・乗客が激減し売上が減少したまま、解除後も売上は回復していない。今は第二波、三波が来ないよう祈ることしかできない。【運輸業】
・売上が半分以下になる一方で、経費は同じだけ払わなければならず、非常に苦しく先行きが厳しい。このままでは事業を続けていくことは難しい。【食料品製造】

III. 「新たな価値観が定着する可能性」においては、H「社会の価値観が変化する可能性」を踏まえ、I「これまでの当たり前を見直す機会に」、J「国内回帰、地域内循環強化の機会に」、K「地方分散社会への転換の機会に」といった、コロナ禍を受けて<Build back better（よりよい復興）>を目指す意見が多かった。こうした価値観の変化により、今後はL「新しい生活様式で消費行動が変化する可能性」やM「社会全体のデジタル化が進む可能性」につながるものと考えられる（図表15）。

図表15 「III. 新たな価値観が定着する可能性」に関する自由意見

H 社会の価値観が変化する可能性
・社会、経済の見直しや改革はいい事だと思う。すべてにおいて経済中心の社会から、スローライフスタイルに変化すべきかも。【建設業】
・変化する可能性を考えるのは、コロナがもたらす死や経済のダメージが心配だからだと思う。死に対する国民的な教育や同意が、この国ではなされていないし、考えてもいない人が多いと思う。もう少し、人間としての原点、人間はいすれ死ぬということについて、死生観を確立しなければならない。【建設業】
I これまでの当たり前を見直す機会に
・この機会に規制緩和を敢行し、既成概念を打破、新しい社会システム創出への大議論を開くべき。【織維製品製造】
・コロナ禍を踏まえ、これまでの生きづらい、生活しにくい社会から、皆が人間として生活しやすい、生きることが楽しい世の中に変えていく努力が、個人や企業も政治も行政も含めて必要であると思う。生きること、生活することに失望や不安を感じる社会ではなく、希望や安心のある社会を目指す。【卸売業】
J 国内回帰、地域内循環強化の機会に
・これまで製造業の海外移転が進んでいた現状を見直し、国内製造業を強くして欲しい。【プラスチック製品製造】
・住環境に関しても、自然エネルギーの自家利用が求められる。働き方ではリモートワークなどの利用が増え、通勤方法にも変化があると思う。建築業の観点からは、海外からの輸入材木に頼らず、国産材木を使わなければならないことになるかも知れないし、また、国内林業には活性化して欲しいという願いもある。【木材・木製品製造】
K 地方分散社会への転換の機会に
・経済、政治、行政機関、マスコミ、全てが東京に一極集中している現状の弊害が浮き彫りになったと思われる。感染症のリスクを分散するため、地方への機能分散を図り、地方活性を行う機会と考える。【プラスチック製品製造】
・事態が収束した時に、今までの習慣や社会常識を根本的に見直すことになると思う。インターネットサービスのより一層の進歩により、都市に住む必要はなくなり逆都市化が進み、社会システムは変革を迎えると考える。【建設業】
L 新しい生活様式で消費行動が変化する可能性
・在宅勤務により、ファッショント衣料業界は大幅に変わるとと思う。【織維製品製造】
・清潔への意識が高まり、抗菌ビジネスが生まれるだろう。【織維製品製造】
・オフィス需要減、店舗閉鎖などで不動産価格は下がると予測している。テレワークで住まい方が変わる可能性も。【不動産業】
M 社会全体のデジタル化が進む可能性
・北欧を中心とするIT先進国に比べ、日本のSociety5.0は実現に向けて非常に遅れを取っている。中国や米国よりは人口も少なく、スピードで変革出来るものと考えるが、現状そううなってはいない。外出せずに用事が済まされる環境へと一気にシフトすると思われる。例えば、商品も店舗へ足を運ぶのではなく、商品が自宅あるいは指定各所へ必要な時に届くシステムへ変わらんだろう。【化学・医薬品製造】
・移動が無くなる、もしくは大幅に減るのではと考える。実際にZoomやGoogle Meetなどのオンライン打ち合わせを行ってみたが、とても楽だと感じた。【織維製品製造】

IV. 「自社／中小企業としての対応」においては、N「中小企業における変化対応の難しさ」を指摘する声が目立った。一方で、O「変化の予測しづらい中での経営方針」や、P「新しい生活様式への対応」、Q「事業活動のデジタル化」等、<変化をチャンスに>変えるための前向きな対応について言及されていた（図表16）。

図表16 「IV. 自社／中小企業としての対応」に関する自由意見

N 中小企業における変化対応の難しさ

- ・中小企業はあまり変わらないと思う。一方、ネット販売は競争が激化し、寡占化が進む。BtoCから、DtoCが増加し、ネット販売大手による支配が強まる。【食料品製造】
- ・会社で機械を使って生産するため、職種として在宅勤務は不可能。世間では出社が悪いことのような風潮があるが、在宅では生産性が落ちる面もある。全国会議でZoomで行えるのは時間と旅費の節約には良いが、まだまだ実際の会議には追い付いていないのではないか。【その他の製造業】
- ・製造業では人員が出社しないと生産ラインを稼働出来ない。機械化できるほどの生産ロットや資金のない会社はマンパワーに頼るしかなく、大手の下請け・孫請けでやっていくしかないのでは。しかし、大手がすべて自社でまかなうようになれば下請け・孫請けはなくなり、小さな町工場はつぶれてしまう。【その他の製造業】
- ・地場の土木事業はマンパワー重視であるため、会社の大きな変化は出来ない。【建設業】
- ・小・零細企業にとっては、人材・設備等の問題もあり変化への対応は難しいのでは。【不動産業】

O 変化の予測しづらい中の経営方針

- ・先が見えず予測できない部分があるため、手元資金を適正に確保し、売上を上げていかたい。【食料品製造】
- ・自社の発展・成長だけでなく、助け合いの精神で事業に取り組む必要があると思う。【織維製品製造】
- ・たとえ社会や経済が大きく変化しようと、食品スーパーとしての使命を果たせるよう、安心・安全な食品とサービスの提供に努力したいと考える。【小売業】
- ・現在のところ、社会や経済がこの先どうなるかと言ふことは不透明で予測出来ない中で、自社を存続することに集中すべきと考える。最悪今秋～冬に回復すると想定した上で、国の基金や助成金、補助金をうまく利用しつつ、受注は少ないとは思うが営業に力を入れ、売上回復を考えている。何とかこの危機を乗り越えるために尽力する。【金属製品・非鉄製造】

P 新しい生活様式への対応

- ・靴下製造業である当社は迅速な対応は難しいが、新しい生活スタイルの情報を収集して、時代の流れに対応できるものづくりに取り組んでいきたい。【織維製品製造】
- ・製造業におけるテレワークはほぼ不可能であり、感染予防に最大限努めていく。何でも「自粛」してあきらめるのではなく、どうすれば出来るのか、知恵を出して前向きに行動していきたい。【その他の製造業】
- ・お客様の生活様式が大きく変わることが予想される中、LPガスを販売している我が社においても出来る限りのサービスを提供したい。非常に厳しい経営状況であるが、在宅率が高くなる中でビジネスチャーンスと考える。【小売業】
- ・ホテルでは自動チェックイン・チェックアウト機を導入。スパは自動発券機を導入した。【ホテル・旅館】

Q 事業活動のデジタル化

- ・テレワークを利用した営業活動、通信販売のウェートがさらに高まるだろう。訪問による販売を少なくするような体制を整備していく。【化学・医薬品製造】
- ・製造のICT化、AI化をすすめる必要はあると考えられる。また、緊急事態の際の対応を事前にシミュレーションする必要もあり、BCPの作成を早急に行う必要がある。【プラスチック製品製造】
- ・教育にたずさわっている企業としては、より一層のデジタル化を推し進める必要があると考えている。この点については、今般のコロナウイルス対策の過程で基礎的な準備ができた。これをさらに一歩進めでゆきたい。【サービス業】

R その他の対応

- ・変化に柔軟に対応していく必要がある。感染症拡大防止と両立できる、新たなビジネスモデルの再構築に注力したい。【食料品製造】
- ・良くも悪くも大きく変化するのは仕方ないと思う。どのように変化するのかを考えながら、次の商品、次の戦略を打ち出していきたい。企業について、訪日外国人だけに営業している、イトイインのみを行っているなど、何か一つに依存していることへの恐さを感じた。【食料品製造】
- ・必要な物に対してのみ消費行動が進み、全般的に低調な消費が続くよう思える。世間や人の行動をよほど見定めたうえでの戦略策定が必要。【織維製品製造】
- ・元のように戻る部分、戻れなくて変化する部分、戻れそうだが変化していく部分など、多種多様な変化があると思われる。自分の業界ではどうなりそうか、情報収集と取捨選択、分析能力、また実行力とのスピードが経営者に求められる厳しい時になりそう。【建設業】
- ・①働き方改革の見直し ②販路の分散（一極集中を避ける） ③財務力の強化 ④まさかのための準備（BCPの実運用）に注力していきたい。【化学・医薬品製造】

おわりに

＜調査結果のまとめ＞

①新型コロナウイルス感染症が、自社業績に「悪影響がある・やや悪影響がある」と回答した奈良県内企業の割合は、緊急事態宣言期間中（4月7日～5月14日）、緊急事態宣言解除後（5月15日～6月末現在）、7月1日～2021年3月末（予測）を通じて8割前後で推移しており、業績に与える悪影響は長引くと見ている。

②悪影響の直接的な要因は、売上減少である。6月末現在、新型コロナウイルス感染症が自社に与える悪影響（複数回答）は、全産業で「売上の減少」（82.2%）が最多となった。また、前年同時期を100とした時の売上高水準の平均値は、全産業では緊急事態宣言期間中は73.7、緊急事態宣言解除後は75.1、7月1日～2021年3月末（予測）は79.7と推移しており、売上減少は長期化すると見込んでいる。

③自社における対応状況のうち、第一波の際に実施済の項目は、「職場へのマスク・手袋・消毒薬等の配備」（85.0%）が最多で、「資金繰りの安定化」（48.1%）、「従業員の交代出勤・時差勤務」（40.3%）と続き、当座を乗り切るための取組が明らかとなった。第二波までに実施予定の項目は、「販売・生産計画の見直し」（15.9%）が最多であり、需要変化を見据えた販売・生産計画の見直しが進められていると見られる。

④中長期的な観点から自社が注力したいことは、「職場内での感染防止に寄与する、従業員の健康管理体制の強化」（64.1%）が最多で、「非常事態に備えた、財務体質の強化」（53.8%）、「感染防止拡大防止と両立できる、新たなビジネスモデルの再構築」（29.7%）が続いた。

⑤自由記述からは、コロナ以前の世界に戻らない

可能性を視野に入れ、様々な不安要素を抱えつつも、コロナ禍からの「よりよい復興」を期待しながら、今後の対応を検討する企業の姿が垣間見えた。具体的には、「新しい生活様式」等による社会の価値観や消費行動の変化をチャンスにすべく、Web等の接触を伴わない営業体制を構築しようとする動きや、テレワーク等業務のデジタル化を進め自社の経営力向上を進めようとしている動きが見られた。

<考察>

以上から、売上は通常期の平均8割程度の水準が続くと見込まれている中、財務面からは流動性を確保し資金繰りにゆとりを持たせるとともに、支出抑制策をとることが望ましいと考える。顧客や従業員の安全確保向けた、店舗や事務所、工場等における感染防止対策と、企業活動とを両輪で回していくことが求められよう。

今後迫りくる第二波・第三波や災害発生時の備えとして、BCP（事業継続計画）や事業継続力

強化計画を策定・見直す中で、緊急事態発生や事業継続困難な状況を想定し、事前に対策を練ることが望まれる。

社会や価値観の変化が予測される中だからこそ、これを機として、中長期的な観点から自社の強みが生かせる新たな分野を探索し、時に既成観念にとらわれない柔軟な発想のもとで自社の提供価値を定義しなおすことも、危機を乗り越えるまた一つの方法ではないかと考える。

(太田宜志)

【調査概要】

- ・調査実施時期：2020年6月中旬～7月初旬
- ・調査方法：郵送法によるアンケート方式
- ・対象企業数：県内企業845先
(個人事業を含む)
- ・有効回答数：320先（有効回答率37.9%）

回答企業の業種別・従業員規模別・資本金階層別構成比

【奈良県】	先数	業種別 縦%	従業員規模別構成比（横%）							資本金階層別構成比（横%）			
			1～9人	10～19人	20～49人	50～99人	100～299人	300人以上	個 人 事 業	1,000万 円～ 3,000万 円未満	1,000万 円～ 3,000万 円未満	3,000万 円～ 1億円 未満	1億円 以上
全産業	320	100.0	19.4	15.9	26.9	17.5	15.3	5.0	2.8	4.7	48.4	38.1	5.9
製造業	156	48.8	13.5	14.1	28.8	22.4	17.9	3.2	2.6	2.6	55.8	34.6	4.5
食料品	22	6.9	9.1	9.1	22.7	22.7	31.8	4.5	0.0	0.0	45.5	45.5	9.1
繊維製品	25	7.8	16.0	16.0	36.0	24.0	8.0	0.0	4.0	8.0	68.0	20.0	0.0
(靴下)	10	3.1	10.0	10.0	50.0	10.0	20.0	0.0	10.0	0.0	60.0	30.0	0.0
木材・木製品	14	4.4	35.7	21.4	21.4	0.0	21.4	0.0	0.0	7.1	71.4	21.4	0.0
化学・医薬品	8	2.5	12.5	0.0	12.5	37.5	25.0	12.5	0.0	0.0	37.5	50.0	12.5
プラスチック製品	21	6.6	4.8	9.5	42.9	23.8	19.0	0.0	0.0	0.0	61.9	38.1	0.0
金属製品・非鉄	25	7.8	8.0	12.0	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	60.0	36.0	4.0
機械工業	15	4.7	6.7	13.3	33.3	13.3	20.0	13.3	0.0	0.0	46.7	33.3	20.0
その他の製造業	26	8.1	19.2	23.1	11.5	34.6	7.7	3.8	11.5	3.8	46.2	38.5	0.0
非製造業	164	51.3	25.0	17.7	25.0	12.8	12.8	6.7	3.0	6.7	41.5	41.5	7.3
卸売業	33	10.3	39.4	15.2	18.2	12.1	9.1	6.1	0.0	6.1	57.6	33.3	3.0
小売業	20	6.3	25.0	10.0	10.0	0.0	40.0	15.0	5.0	10.0	45.0	40.0	0.0
建設業	42	13.1	26.2	21.4	38.1	9.5	4.8	0.0	2.4	4.8	28.6	61.9	2.4
不動産業	11	3.4	72.7	9.1	18.2	0.0	0.0	0.0	9.1	9.1	36.4	45.5	0.0
運輸業	9	2.8	0.0	0.0	22.2	55.6	0.0	22.2	0.0	11.1	33.3	44.4	11.1
ホテル・旅館	10	3.1	10.0	20.0	20.0	20.0	30.0	0.0	10.0	10.0	30.0	10.0	40.0
サービス業	19	5.9	10.5	26.3	31.6	21.1	5.3	5.3	5.3	0.0	68.4	21.1	5.3
その他の非製造業	20	6.3	5.0	25.0	25.0	10.0	20.0	15.0	0.0	10.0	25.0	45.0	20.0