

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（2021年1月）

2度目の緊急事態宣言を受け、人との接触削減に注力 ～業績への影響、先行きに対する警戒感がやや高まる～

はじめに

新型コロナウイルスの感染者数の急拡大による医療体制のひっ迫にともない、2度目の緊急事態宣言が発出、2021年1月14日時点で11都府県が対象地域となった。再び、国民の生活や経済活動に制限がかかり、さまざまな影響を及ぼすと予想されている。また政府は、緊急事態宣言にともなう飲食店の時短営業や外出自粛などにより影響を受ける事業者に対し支援を進めている。

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2021年1月調査とともにを行った。

※調査期間は2021年1月18日～1月31日、調査対象は全国2万3,695社で、有効回答企業数は1万1,441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12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78.8%（前月比1.1ポイント減）。4カ月連続で8割を下回った。「今後マイナスの影響がある」と見込む企業は13.0%（同2.3ポイント増）となり、先行きに対する警戒感がやや強まっている様子がうかがえた。他方、『プラスの影響がある』と見込む企業は4.3%（同0.1ポイント増）となり、前月とほぼ同水準となった
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100.0%で最も高くなった。以下、「飲食店」（95.4%）、「家具類小売」（93.8%）、「娯楽サービス」（92.2%）、「医薬品・日用雑貨品小売」（90.5%）、「広告関連」（90.0%）が9割台で続く
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38.0%で4割近くにのぼった。次いで、「飲食料品小売」（23.9%）、「飲食料品・飼料製造」（12.7%）、「家電・情報機器小売」（12.1%）、「放送」（11.8%）が上位に並んだ
4. 2度目の緊急事態宣言を受けて、何らかの「対応を講じている」企業は89.9%となり、9割近くに達した。さらに、対応内容を尋ねたところ、「都道府県をまたぐ出張や打ち合わせの削減」が55.6%で最も高く、「対面営業や打ち合わせの削減」（51.8%）や「従業員に不要不急の外出自粛などの呼びかけ」（51.7%）が5割台で続いた

1. 業績へマイナスの影響を見込む企業は78.8%、4カ月連続で8割下回る

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78.8%（前月比1.1ポイント減）と、4カ月連続で8割を下回った。「今後マイナスの影響がある」と見込む企業は13.0%（同2.3ポイント増）となり、企業からも「今後の景気先行きに不安感があり、融資制度の拡充を期待」（建築工事、北海道）とあるように、先行きに対する警戒感がやや強まっている様子が見えられた。他方、『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4.3%（同0.1ポイント増）で、前月とほぼ同水準となった。

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100.0%となり、次いで、「飲食店」（95.4%）、「家具類小売」（93.8%）、「娯楽サービス」（92.2%）が続いた。観光支援の各種施策の一時停止や、緊急事態宣言による休業・営業時間短縮により、外出自粛の影響が色濃い業種が上位に並んだ。企業からも「創業以降で初めて全店舗休業、大晦日深夜休業など、過去にない状況となっている」（一般食堂、三重県）といった声があがった。

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の「各種商品小売」が38.0%で最も高く、4割近くにのぼった。次いで、「飲食料点小売」（23.9%）が2割超で続いたほか、巣ごもり需要の増加にとともに飲食料点を扱う業種を中心に消費の拡大が見えられた。

新型コロナウイルス感染症による業績への影響

	既にマイナスの影響がある	今後マイナスの影響がある	影響はない	プラスの影響がある	分からない
2021年1月	78.8%	65.8%	13.0%	11.1%	4.3%
2020年12月	79.9%	69.2%	10.7%	12.0%	4.2%
11月	79.8%	68.2%	11.5%	10.7%	4.3%
10月	79.0%	69.2%	9.8%	13.4%	3.9%
9月	80.6%	68.4%	12.3%	11.2%	3.8%
8月	82.5%	68.0%	14.4%	9.3%	3.8%
7月	82.7%	68.4%	14.3%	10.2%	3.1%
6月	84.5%	66.6%	17.9%	8.2%	3.0%
5月	86.1%	62.8%	23.3%	6.5%	2.8%
4月	88.8%	56.9%	31.8%	4.0%	2.7%
3月	80.3%	46.5%	33.8%	9.0%	2.1%
2月	63.4%	30.2%	33.2%	16.9%	1.7%

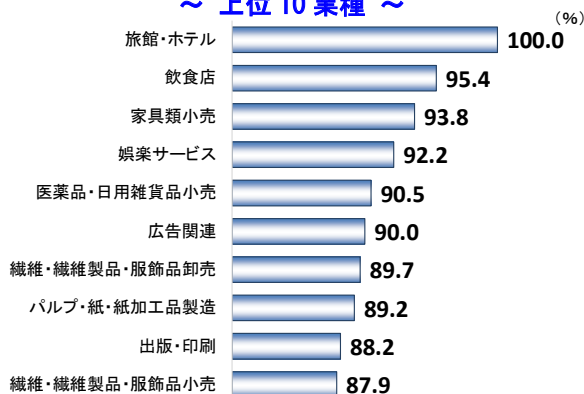
注1:母数は、有効回答企業1万1,441社。2020年12月調査は1万1,479社、同年11月調査は1万1,363社、同年10月調査は1万1,448社、同年9月調査は1万1,689社、同年8月調査は1万2,000社、同年7月調査は1万1,732社、同年6月調査は1万1,275社、同年5月調査は1万1,979社、同年4月調査は1万1,961社、同年3月調査は1万1,330社、同年2月調査は1万704社

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

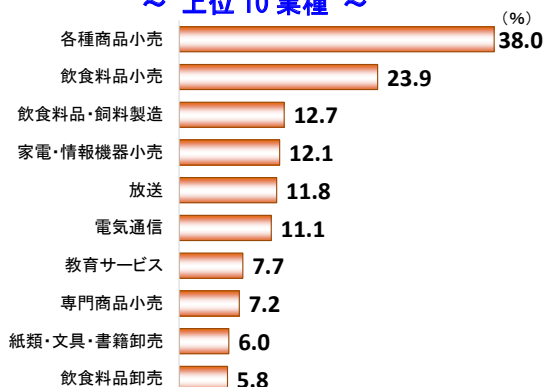
注3:『プラスの影響がある』は、「既にプラスの影響がある」と「今後プラスの影響がある」の合計

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 ～



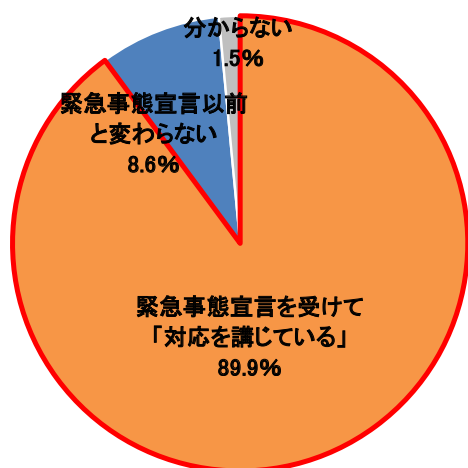
業績に『プラスの影響がある』割合 ～ 上位10業種 ～



2. 緊急事態宣言下、企業は県境をまたぐ移動や対面の接触機会削減に注力

新型コロナウイルスの感染拡大にともない2度目の緊急事態宣言が発出されている。緊急事態宣言を受けて、自社の対応状況について尋ねたところ、何らかの「対応を講じている」企業は89.9%となり、9割近くに達した。他方、「緊急事態宣言以前と変わらない」企業は8.6%となった。

緊急事態宣言を受け企業の対応状況と対応内容



注1:母数は、有効回答企業1万1,441社
注2:「分からない」は、不回答も含む

	(%)		
	全体	緊急事態宣言の対象地域	対象外地域
1 都道府県をまたぐ出張や打ち合わせの削減	55.6	47.9	66.2
2 対面営業や打ち合わせの削減	51.8	53.5	49.5
3 従業員に不要不急の外出自粛などの呼びかけ	51.7	49.6	54.6
4 非接触の会議や打ち合わせの推奨	41.2	42.8	39.1
5 イベントの開催・参加の中止(展覧会など)	39.2	35.4	44.5
6 在宅勤務の拡大	30.7	41.8	15.4
7 時差勤務やシフト勤務などの拡大	29.7	41.0	14.2
8 残業時間の削減	26.7	30.3	21.8
9 資金繰り対策(金融機関への融資相談など)	15.6	15.2	16.0
10 営業時間の短縮	14.0	16.5	10.6
11 主要な企業活動を一時停止	7.3	7.2	7.3
12 雇用調整の実施(人員削減など)	7.1	6.9	7.4
13 取引量(仕入れなど)の減少(一時的な停止を含む)	6.1	5.9	6.3
14 企業向けPCR検査などの体制整備	5.8	5.7	6.0
15 従業員の増加(人員確保など)	3.1	3.0	3.2
16 取引量(仕入れなど)の増加(一時的な増加を含む)	0.8	0.9	0.8
その他	2.2	2.5	1.9

注1: 網掛けは、地域比較で5ポイント以上高いことを示す
注2: 母数は、緊急事態宣言を受けて「対応を講じている」企業1万282社
注3: 緊急事態宣言の対象地域は、東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、栃木県、愛知県、岐阜県、大阪府、京都府、兵庫県、福岡県の11都府県

さらに、対応内容について尋ねたところ、「都道府県をまたぐ出張や打ち合わせの削減」(55.6%)がトップとなった。次いで、「対面営業や打ち合わせの削減」(51.8%)と「従業員に不要不急の外出自粛などの呼びかけ」(51.7%)が5割を超えていた。さらに「非接触の会議や打ち合わせの推奨」(41.2%)、「イベントの開催・参加の中止(展覧会など)」(39.2%)、「在宅勤務の拡大」(30.7%)が上位に並んだ。とりわけ、人と人との接触を削減する取り組みに注力している様子がみられた。

緊急事態宣言の対象地域¹と対象外地域をみると、対象地域では、「対面営業や打ち合わせの削減」を5割超の企業が実施している。加えて、「在宅勤務の拡大」や「時差勤務やシフト勤務などの拡大」、「残業時間の削減」などが対象外地域と比較して高い結果となった。特に、在宅勤務の拡大など勤務体系に関する対応は4割を超える企業で取り組んでいる一方で、対象外地域では1割程度にとどまっていた。

また、対象外地域では、「県外出張の自粛および止むを得ない出張後には1週間のテレワークとし

¹ 緊急事態宣言の対象地域は、東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、栃木県、愛知県、岐阜県、大阪府、京都府、兵庫県、福岡県の11都府県

ている」（印刷、秋田県）とあるように「都道府県をまたぐ出張や打ち合わせの削減」が6割超になるなど、対象地域より広域な移動や人との接触を削減する取り組みを積極的に実施している様子が見えてきた。

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、4カ月連続で8割を下回ったものの、先行きに対する警戒感がやや高まっていた。

また、観光支援の各種施策の一時停止や緊急事態宣言による休業・営業時間短縮など、厳しい状況に見舞われた「旅館・ホテル」や「飲食店」などでは、外出自粛の影響を色濃く受けている。一方で、プラスの影響を見込む企業では、巣ごもり需要の増加にともないスーパーマーケットなど飲食料品を扱う業種を中心に消費が拡大していた。

2度目の緊急事態宣言が発出され、9割近くの企業が何らかの対応を講じており、とりわけ人と人との接触を削減する取り組みに注力している。加えて、緊急事態宣言の対象地域においては、政府や行政の呼びかけに呼応し、対面での接触削減に加え、在宅勤務の拡大をはじめ勤務体系の変更などを積極的に取り組んでいる様子が見えてきた。

2021年2月2日、政府より11都府県に発出されていた緊急事態宣言について栃木県を除く10都府県で延長することが発表された。引き続き国民生活や経済活動にさまざまな影響を与えると予想される。新型コロナウイルスの全国的なまん延を防ぐため、企業や国民は求められる感染拡大防止策を実行し、政府は社会経済の安定に資する支援策を実施することが重要であろう。

＜参考資料＞

企業の意見(前向きな影響など、一部抜粋)
<ul style="list-style-type: none"> BCPの一環として新型コロナウイルス感染症対応マニュアルを策定し、感染者発生時には当規定を基準に対応を行っている(損害保険、沖縄県)
<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルスの怖さについて会社独自のコロナニュースを作成し、全員に通知している(土木工事、千葉県)
<ul style="list-style-type: none"> WEB打ち合わせが出来る環境の確立、その環境が当たり前と思える意識改革(内装工事、埼玉県)
<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症の影響で、本業に大きな影響を受けている。そのため、新規事業部を2～3創設しリスク回避を考えている。設備投資を躊躇している企業が多いなか、今こそ設備投資のチャンスだと考えている(ニット・レース染色整理、香川県)
<ul style="list-style-type: none"> 冷凍食品は一般冷凍食品の販売が伸びている。アイスクリームは自動販売機が大きく影響を受けて低迷するが、アイス全体の売り上げは伸びている(食料・飲料卸売、長崎県)
<ul style="list-style-type: none"> 巣ごもり需要で2020年は良い影響を受けた。今後も巣ごもりは継続すると思われるので、ある程度良い影響を受けられると想定している(婦人・子供服卸売、埼玉県)
<ul style="list-style-type: none"> 新たな顧客の開拓とネット販売への取り組みを強化することによって、既存売上高の減少を補うだけでなく、新しいビジネスへの挑戦にも取り組んでいる(婦人・子供服卸売、広島県)
<ul style="list-style-type: none"> 新しいチャネルで 売り上げを増やすために注力を注ぐ(事務用機械器具卸売、北海道)
<ul style="list-style-type: none"> 特例的な企業運営や勤務体制も1年続けると通常化した点もあり、この1年で効率が上がることが実証できたものは今後ルールを整備し、基本体系化していく考えである。この強烈なマイナスの環境に耐えてきたので、何かプラスに変えていきたい(家庭用電気機械器具卸売、東京都)
<ul style="list-style-type: none"> これまで通用してきた商品が通用しなくなってきた。その反面、新しいサービスや商品の開発が加速し、新しい市場への期待度が高まっている(ソフト受託開発、岡山県)

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万3,695社、有効回答企業1万1,441社、回答率48.3%)

(1) 地域

北海道	563	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,273
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	785	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,956
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	883	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)	3,452	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	386
北陸(新潟 富山 石川 福井)	604	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	878
		合計	11,441

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	76	小売	71		
金融	127	繊維・繊維製品・服飾品小売業	33		
建設	1,893	医薬品・日用雑貨品小売業	21		
不動産	372	家具類小売業	16		
製造	飲食料品・飼料製造業	387	家電・情報機器小売業	33	
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	122	自動車・同部品小売業	84	
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	237	専門商品小売業	138	
	パルプ・紙・紙加工品製造業	102	各種商品小売業	50	
	出版・印刷	186	その他の小売業	11	
	化学品製造業	424	運輸・倉庫	493	
	鉄鋼・非鉄・鉱業	543	飲食店	65	
	機械製造業	510	電気通信業	9	
	電気機械製造業	351	電気・ガス・水道・熱供給業	20	
	輸送用機械・器具製造業	106	リース・賃貸業	128	
(3,136)	精密機械・医療機械・器具製造業	77	旅館・ホテル	39	
	その他製造業	91	娯楽サービス	64	
	卸売	飲食料品卸売業	412	放送業	17
		繊維・繊維製品・服飾品卸売業	203	メンテナンス・警備・検査業	184
		建材・家具・窯業・土石製品卸売業	358	広告関連業	110
		紙類・文具・書籍卸売業	100	情報サービス業	493
		化学品卸売業	286	人材派遣・紹介業	66
		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	302	医療・福祉・保健衛生業	125
		機械・器具卸売業	939	教育サービス業	26
その他の卸売業		364	その他サービス業	204	
			その他	43	
		合計	11,441		

(3) 規模

大企業	2,007	17.5%
中小企業	9,434	82.5%
(うち小規模企業)	(3,426)	(29.9%)
合計	11,441	100.0%
(うち上場企業)	(269)	(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。