

新型コロナウイルスの

感染拡大による影響調査

世界における新型コロナウイルスの累計感染者数は6月23日時点で約899万人に上り、依然として感染拡大が続いている。国内では、同ウイルスの影響により個人消費の急速な減少が続くなど極めて厳しい状況となっており、本県経済も同様に悪化している。

こういった状況のなか、当研究所では、県内企業へアンケート調査を実施し、同ウイルスの感染拡大による事業への影響とその対応策、売上高の実績および予想、一層の対応を希望する支援策、感染予防の工夫・取り組み等について調査した。

調査要領は以下のとおりである。

○調査内容

新型コロナウイルスによる県内企業の事業への影響と対応策、売上高の実績および予想、一層の対応を希望する支援策、感染予防に対する工夫・取り組み等

○調査時期

2020年5月

○調査対象企業

県内企業393社

○回収状況

| | |
|-------|-------|
| 回収率 | 49・9% |
| 製造業 | 62 |
| 建設業 | 31 |
| 小売業 | 34 |
| 運輸業 | 6 |
| 卸売業 | 34 |
| サービス業 | 29 |
| 合計 | 196社 |

《調査結果の要約》

8割から9割の企業に影響

○ 2020年1～3月期において新型コロナウイルス感染拡大に伴う影響を受けた県内企業は、79・1%となった。

○ 具体的な影響としては、「受注の減少」(74・7%)が最も多いほか、「催事などの延期・中止」(45・5%)、「来店客数の減少」(40・9%)などとなった。

○ 4～6月期において、影響が見込まれるとする企業は92・3%となり、9割を超える県内企業に影響が出てくる見込みである。

○ 具体的な影響として見込まれるのは、「受注の減少」(80・3%)が最も多く、次いで「資金繰りの悪化」(42・7%)、「催事などの延期・中止」(40・4%)などとなった。

主な対応策は「諸経費削減」「休業や営業時間の縮小・見直し」など

○ 1～3月期における実施済みの対応策は「諸経費削減」(57・1%)が最も多いほか、「休業や営業時間の縮小・見直し」

(47・6%)、「資金の借入」(38・8%)などとなった。

○ 4～6月期に予定している対応策も上位3項目は1～3月期と同様となった。

7割から8割の企業で売上高が減少

○ 1～3月期の売上高の実績は、「減少」が70・4%となった。

○ 4～6月期の売上高の予想は、「減少」が85・6%となり、7～9月期は、「減少」が81・4%となった。

消費や雇用調整助成金の拡大へ強い希望

○ 一層の対応を希望する支援策は、「個人消費の刺激策」(47・6%)、「雇用調整助成金の拡大」(47・6%)、「資金繰りに係る貸付の条件緩和」(それぞれ46・0%)などとなった。

当面は厳しい状況が継続

○ 経済活動の活発化への期待感などはあるものの、多くの企業で売上高の減少が続くとみており、同ウイルスが本県経済の下押し圧力となる状況が継続すると予想される。

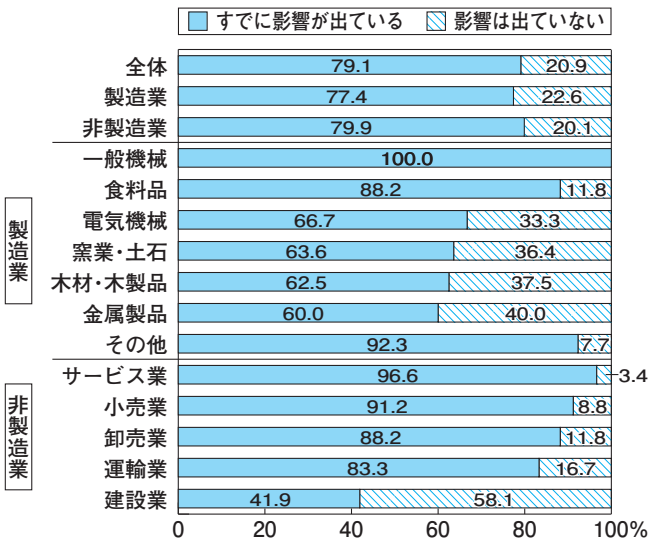
1 事業への影響

(1) 影響の有無

2020年1～3月期において、新型コロナウイルスの感染拡大により事業に対して影響が出ているかを尋ねたところ、「すでに影響が出ている」と回答した割合が79・1%、「影響は出ていない」が20・9%となった(図表1)。

産業別では、製造業で「すでに影響を受けている」と回答した割合は77・4%、「影響は出ていない」が22・6%となった。業種別では、一般機械が100・0%、その他が92・3%、食料品は88・2%となり、その他の4

図表1 影響の有無 (2020年1～3月期)



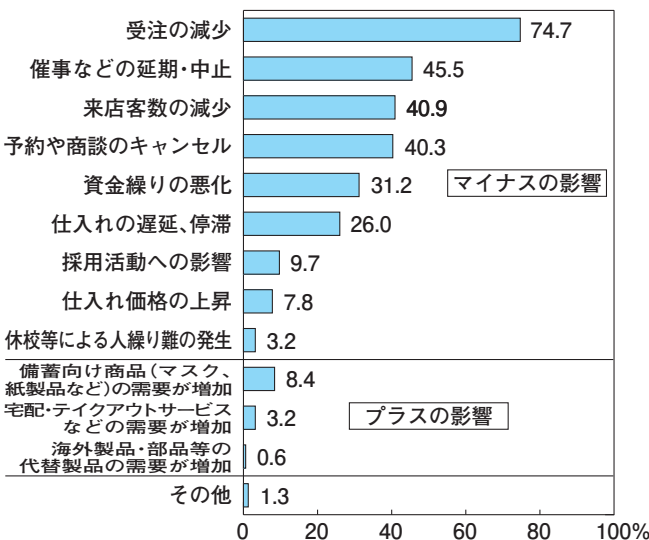
業種でもそれぞれ6割以上の企業が影響を受けている。

非製造業では、「すでに影響を受けている」とする企業が79・9%、「影響は出ていない」とする企業が20・1%となった。業種別では、サービス業が96・6%、小売業も91・2%と9割を超え、卸売業が88・2%、運輸業も83・3%と大きく影響を受けている。

(2) 具体的な影響

具体的な影響としては、「受注の減少」が74・7%と最も多いほか、「催事などの延期・中止」が45・5%、「来店客数の減少」が40・9%となった(図表2)。一方、プラスの影響

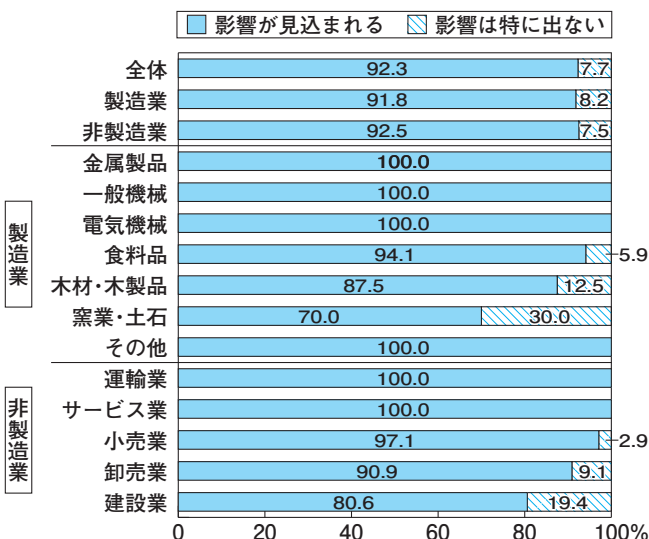
図表2 具体的な影響 (20年1～3月期) (複数回答)



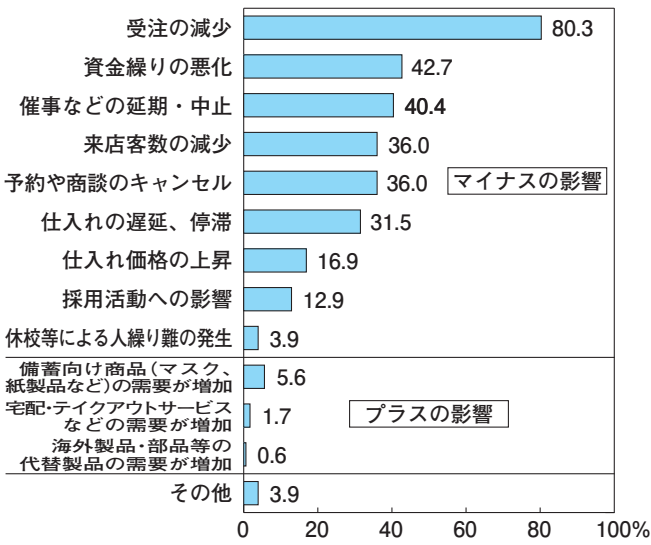
(3) 影響の見込みの有無

4～6月期において「影響が見込まれる」とする企業は92・3%の一方、「影響は特に出ない」とする企業は7・7%に過ぎず、9割を超える企業に影響が出てくる見込みである(図表3)。産業別に見ると、製造業において影響が見込まれる企業の割合は91・8%とな

図表3 影響の見込みの有無 (20年4～6月期)



図表4 今後見込まれる具体的な影響 (20年4~6月期)(複数回答)



り、金属製品、一般機械、電気機械がそれぞれ100・0%、食料品が94・1%となった。

また、非製造業では、影響が見込まれる企業の割合は92・5%となり、運輸業、サービス業がそれぞれ100・0%となっているほか、小売業は97・1%、卸売業が90・9%となった。

(4) **今後見込まれる具体的な影響**

4~6月期において具体的な影響として見込まれるのは、「受注の減少」が80・3%と最も多く、次いで「資金繰りの悪化」が42・7%、「催事などの延期・中止」が40・4%などとなった(図表4)。1~3月期と比較

2 感染拡大の影響への対応策

して資金繰りの悪化を懸念する回答が11・5ポイントの増加となっている。

(1) 実施済みの対応策

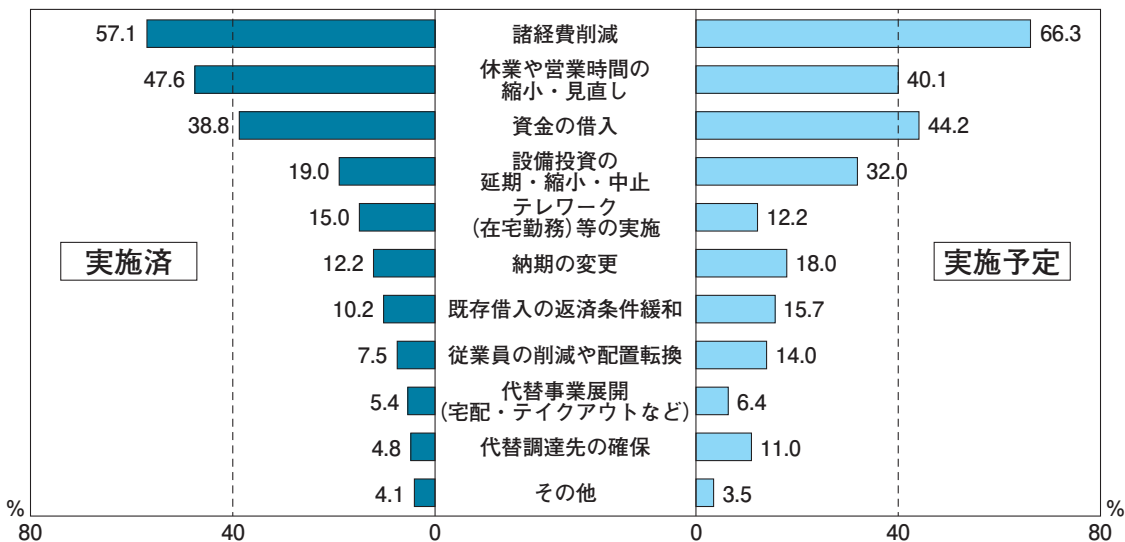
2020年1~3月期において事業への影響が出た企業に対して実施済みの対応策を尋ねたところ、「諸経費削減」が57・1%と最も多く、「休業や営業時間の縮小・見直し」が47・6%、「資金の借入」が38・8%となった。そのほか、「設備投資の延期・縮小・中止」が19・0%、「テレワーク(在宅勤務)等の実施」が15・0%、「納期の変更」が12・2%などとなった(図表5)。

(2) 今後実施予定の対応策

4~6月期において影響が見込まれる企業に対して実施を予定している対応策を尋ねたところ、「諸経費削減」が66・3%と最も多く、「資金の借入」が44・2%、「休業や営業時間の縮小・見直し」が40・1%などとなった。そのほか、「設備投資の延期・縮小・中止」が32・0%、「納期の変更」が18・0%、「既存借入の返済条件緩和」が15・7%などとなった(図表5)。

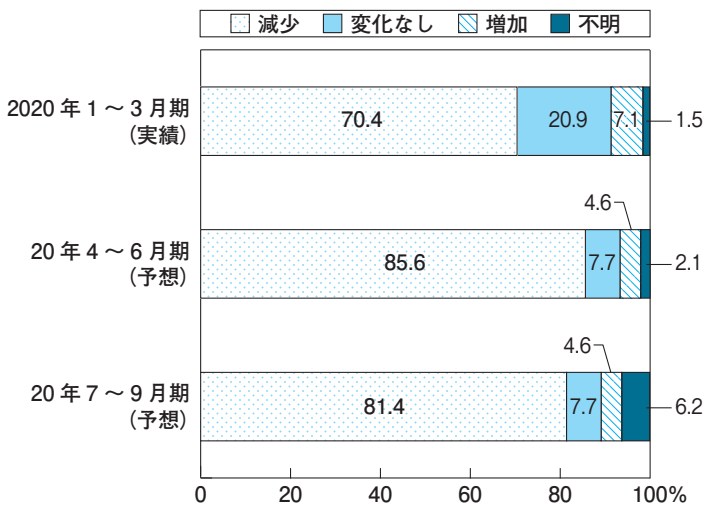
1~3月期と比較すると、上位3項目は順

図表5 実施済 (20年1~3月期)・実施予定 (4~6月期) の対応策 (複数回答)



位の違いはあるが内容は変わらず、変動が大きい項目としては「設備投資の延期・縮小・中止」が13・0ポイントの増加、「諸経費削減」が9・2ポイントの増加となった。

図表6 売上高の実績・予想



注) 四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある

3 売上高の実績および予想

(1) 売上高の実績

2020年1～3月期の売上高の実績(前年同期比)は、「減少」が70・4%となり、「変化なし」の20・9%と「増加」の7・1%を大きく上回った(図表6)。

(2) 売上高の予想

4～6月期の売上高の予想(同)は、「減少」が85・6%となり、20年1～3月期に比べて15・2ポイント拡大している。また、「変化なし」は7・7%、「増加」は4・6%となつ

ている。さらに、7～9月期の予想は、「減少」が81・4%、「変化なし」は7・7%、「増加」が4・6%となっている。「減少」が4～6月期に比べ4・2ポイント減少するものの、先行きに対する不透明感が強いことなどから「不明」とする回答が6・2%と4・1ポイントの増加となっている(図表6)。

ここで、売上高の実績および予想において「減少」とした回答のなかで20年1～3月期から7～9月期の減少割合の推移を見てみたい。1～3月期において売上高が前年同期比で50%以上減少した企業の割合は全産業で8・2%となり、4～6月期に50%以上の減少とする企業は16・5%となった。一方、7～9月期は9・3%となり、4～6月期に比べ低下している。つまり、4～6月期は売上高が前年同期比で半減以下になると予想する企業の割合が1～3月期より高まるが、7～9月期においてはそういった見方をする企業の割合は4～6月期に比べて低くなっており、緊急事態宣言の解除や外出自粛の緩和などによる経済活動の活発化への期待感が表れているといえる。しかし、依然として8割を超える企業で売上高のマイナスを見込んでおり当面は厳しい状況が継続するとみられる。(図表7)。

図表7 売上高が減少する企業の割合とその内訳

(%)

| 業種 | 期 | 実績 | | | 予想 | | | | | |
|---------|---|------------|-------|------|----------|-------|------|----------|-------|------|
| | | 2020年1～3月期 | | | 20年4～6月期 | | | 20年7～9月期 | | |
| | | 減少割合の内訳 | | | 減少割合の内訳 | | | 減少割合の内訳 | | |
| | | ～50%未満 | 50%～ | | ～50%未満 | 50%～ | | ～50%未満 | 50%～ | |
| 全業 | | 70.4 | 62.2 | 8.2 | 85.6 | 69.1 | 16.5 | 81.4 | 72.2 | 9.3 |
| 製造業 | | 71.0 | 64.5 | 6.5 | 88.5 | 73.8 | 14.8 | 78.7 | 72.1 | 6.6 |
| 食料品 | | 76.5 | 64.7 | 11.8 | 94.1 | 70.6 | 23.5 | 82.4 | 64.7 | 17.6 |
| 木材・木製品 | | 62.5 | 62.5 | - | 75.0 | 75.0 | - | 62.5 | 62.5 | - |
| 窯業・土石製品 | | 63.6 | 54.5 | 9.1 | 70.0 | 60.0 | 10.0 | 50.0 | 50.0 | - |
| 金属製品 | | 60.0 | 60.0 | - | 100.0 | 100.0 | - | 100.0 | 100.0 | - |
| 一般機械 | | 100.0 | 100.0 | - | 100.0 | 100.0 | - | 100.0 | 100.0 | - |
| 電気機械 | | 50.0 | 33.3 | 16.7 | 83.3 | 66.7 | 16.7 | 83.3 | 66.7 | 16.7 |
| その他 | | 84.6 | 84.6 | - | 100.0 | 76.9 | 23.1 | 92.3 | 92.3 | - |
| 非製造業 | | 70.1 | 61.2 | 9.0 | 84.2 | 66.9 | 17.3 | 82.7 | 72.2 | 10.5 |
| 建設業 | | 35.5 | 32.3 | 3.2 | 67.7 | 64.5 | 3.2 | 71.0 | 67.7 | 3.2 |
| 卸売業 | | 79.4 | 73.5 | 5.9 | 87.9 | 81.8 | 6.1 | 81.8 | 81.8 | - |
| 小売業 | | 79.4 | 73.5 | 5.9 | 82.4 | 70.6 | 11.8 | 82.4 | 79.4 | 2.9 |
| 運輸業 | | 83.3 | 83.3 | - | 100.0 | 100.0 | - | 100.0 | 100.0 | - |
| サービス業 | | 82.8 | 58.6 | 24.1 | 96.6 | 41.4 | 55.2 | 93.1 | 51.7 | 41.4 |

注) 1. 売上高は前年同期との比較
2. 四捨五入の関係で合計が一致しない場合がある

4 一層の対応を希望する支援策

政府などは国民一人当たり10万円の支給を開始したほか、各種助成金や融資制度の創設などの支援策を実施している。これらの施策に加え、一層の対応を希望する支援策を尋ねた。

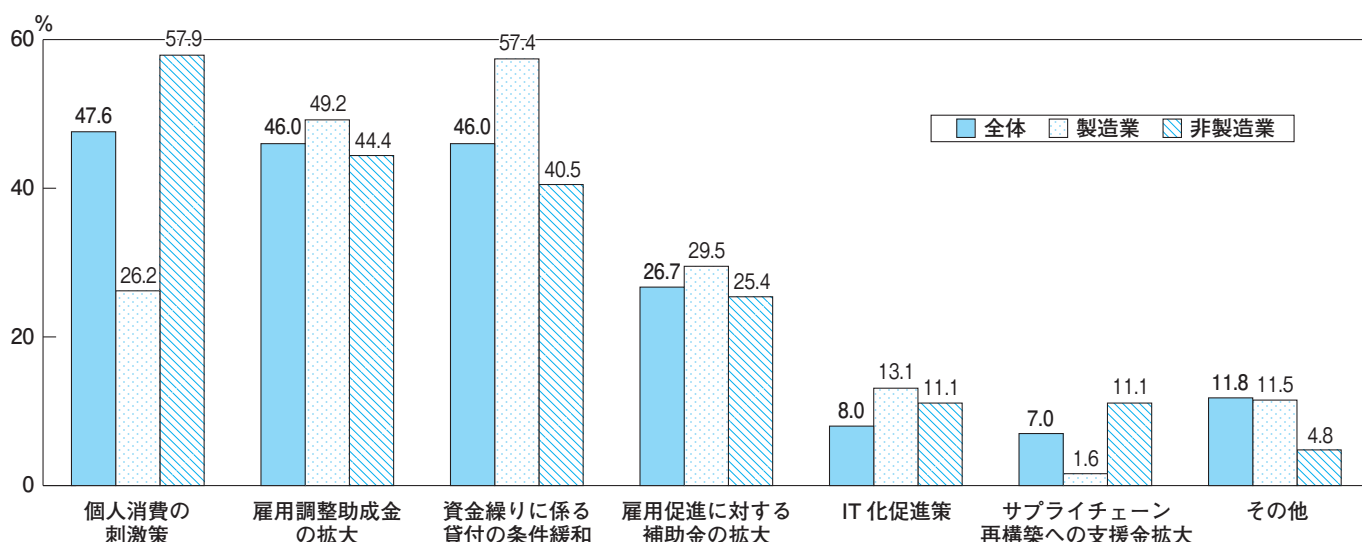
最も回答の多かった「個人消費の刺激策」47・6%に続き、「雇用調整助成金の拡大」、「資金繰りに係る貸付の条件緩和」がそれぞれ46・0%となったほか、「雇用促進に対する補助金拡大」が26・7%となった(図表8)。

産業別に見ると、製造業においては「資金繰りに係る貸付の条件緩和」が57・4%と最も多く、「雇用調整助成金の拡大」が49・2%、「雇用促進に対する補助金拡大」が29・5%となった。

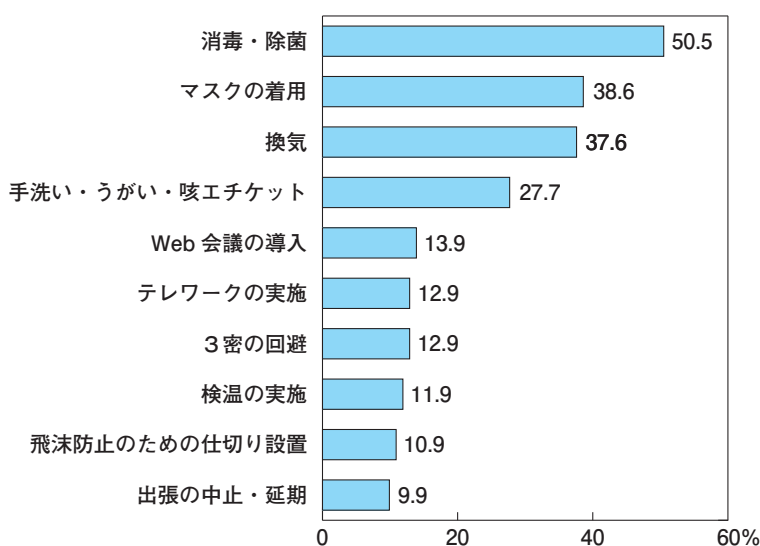
非製造業においては「個人消費の刺激策」が57・9%と最も多く、「雇用調整助成金の拡大」が44・4%、「資金繰りに係る貸付の条件緩和」が40・5%となった。

そのほか、選択肢にはないが、補助金や給付金の増額、消費税や設備投資に係る税制の優遇策を希望する声に加え、申請手続きの簡素化や迅速化を求める回答、公共工事の増加を求める回答も見られた。

図表8 一層の対応を希望する支援策 (複数回答)



図表9 感染拡大予防に向けての各社での工夫や取組み (複数回答)



感染拡大予防に向けての各社での工夫や取組みを尋ねたところ、「消毒・除菌」が50・5%となったほか、「マスクの着用」が38・6%、「換気」が37・6%などとなった。そのほか、「手洗い・うがい・咳エチケット」(27・7%)、「Web会議の導入」(13・9%)、「3密の回避」(12・9%)などとなった(図表9)。なお、自由記入欄の主な内容は、次頁図表10のとおりである。

5 感染拡大予防の工夫や取組み

図表10 感染拡大予防に向けての工夫や取組み

| 産業 | 業種 | 内 容 |
|---------------------------|---------------------|---|
| 製 造 業 | 食 料 品 | スプリットオペレーション（業務を2つ以上の班に分け、同時感染を回避する手法）を実施している。 |
| | 木 材 ・ 木 製 品 | 作業エリアを分割している。 |
| | | 昼休みについて、できるだけ食後は各自の車で休むように勧めている。 |
| | | 朝のミーティングを時間を短縮して実施している。 |
| | | 従業員に対して、臨時手当を支給した。 |
| | 窯 業 ・ 土 石 | 当社指定の厚生施設の利用を制限している。 |
| | | 来訪者の氏名、連絡先を記録している。 |
| | | 報道されている予防対策はすべて実施している。 |
| | 金 属 製 品 | 感染者発生時の対応マニュアルを作成した。 |
| | 電 気 機 械 | 県外からの来訪者を制限している。 |
| 時差出勤を実施している。 | | |
| そ の 他 | 朝礼、ミーティング等を原則廃止とした。 | |
| 非 製 造 業 | 建 設 業 | 自宅勤務、現場からの直接帰宅など、多様な働き方を認めている。 |
| | | 朝礼での各自の体調報告を義務付けている。 |
| | | 従業員に十分な休養をとってもらうために完全週休二日制にした。 |
| | 卸 売 業 | 終業次第退社するよう促している。 |
| | | 社外での行動を記録するように徹底している。 |
| | | 出勤時に社屋玄関前にて検温を行ったのち、同居家族の健康状態についてヒアリングも行っている。 |
| | 小 売 業 | お客様待合室の新聞、雑誌類の撤去やチャイルドコーナーの備品の撤去を行った。 |
| | | ソーシャルディスタンスの確保を徹底している。 |
| | サ ー ビ ス 業 | トイレ、手洗い場、調理場などはアルコール消毒液、使い捨て手袋、除菌用の洗剤、室内用の除菌剤（クレベリン）を設置し、卓上には除菌シートとエタノール配合の室内消臭剤を設置している。また、店内のテーブルのレイアウトを横並びに変更し、座席を間引いて入店人数を半分に減らした。さらに、SNSを使ってメニューを定期的にアップしている。 |
| | | 宿泊客相互の接触をできるだけ防ぐため、朝食・夕食ともに部屋食としている。 |
| 来店者全員への健康状態の聞き取り調査を行っている。 | | |

6 まとめ

本調査により2020年1～3月期に県内企業の約8割で新型コロナウイルス感染拡大による受注の減少などの影響が出ており、約7割の企業で売上高が減少したことが明らかになった。また、4～6月期は、9割を超える県内企業が同ウイルスによる影響を受けると予想され、資金繰りを不安視する企業がさらに増加する見込みである。7～9月期においては、経済活動が活発化することへの期待感などから、4～6月期に拡大した売上高の減少幅が若干和らぐ傾向が見られたものの、売上高の減少を見込む企業が依然として8割を超えるものとなっている。

同ウイルスの感染拡大については、5月25日に同ウイルスに係る緊急事態宣言が全面解除されたが、東京都を中心に感染者の増加が継続しており、ワクチンの開発の遅れなどから影響が長期化することが懸念されている。本稿で見てきたようにそれぞれの企業により多様な対策が実施され、政府などによる各種の施策も打ち出されているものの、当面は同ウイルスが本県の様々な経済活動に対して下押し圧力となる状況が継続すると見込まれる。

（研究員 高橋 宏輔）