

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3月）

新型コロナウイルス、企業の80.3%で「業績にマイナス」 ～ 幅広い業種で脅威となるも、一部業種では業績にプラスの影響も ～

はじめに

世界的に猛威をふるっている新型コロナウイルス感染症。2020年3月11日、WHO（世界保健機関）は、世界的な流行を意味する「パンデミック」にあたりと宣言した。日本でも国民生活だけでなく、企業の経済活動に大きな影響を及ぼしている。政府は、資金繰り支援やテレワークなどの経営環境の整備支援、雇用の維持を図るための助成金の給付など、様々な対策を進めている。しかしながら、早期終息の糸口も掴めておらず、いまだ予断を許さない状況である。

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3月調査とともに行った。

※調査期間は2020年3月17日～31日、調査対象は全国2万3,676社で、有効回答企業数は1万1,330社（回答率47.9%）。なお、新型コロナウイルス感染症に関する調査は、2020年2月に続き、今回で2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80.3%。内訳をみると、「既にマイナスの影響がある」が46.5%、「今後マイナスの影響がある」が33.8%となった。「影響はない」とする企業は9.0%だった一方で、『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）と見込む企業は2.1%にとどまった
2. 規模別にみると、企業の大小問わず約8割の企業で『マイナスの影響がある』と見込んでいた。同様に、日別にみると、概ね8割程度で推移しているが、首都圏を中心に行われた週末の不要不急の外出自粛を経て、3月31日にはピークとなる84.4%にのぼった
3. 『マイナスの影響がある』と見込む企業を業種別にみると、「家具類小売」が100.0%で最も高い。以下、「飲食店」（98.2%）、「繊維・繊維製品・服飾品小売」（97.0%）、「旅館・ホテル」（96.8%）、「繊維・繊維製品・服飾品卸売」（96.6%）が9割後半で続く。他方、『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20.4%で最も高かった

1. 企業の8割でマイナスの影響を見込む、先月よりさらに悪影響を実感

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80.3%と、8割超にのびた。前回調査（2020年2月、63.4%）と比較すると、16.9ポイント増加しており、業績への悪影響をさらに実感している様子が見えてきた。

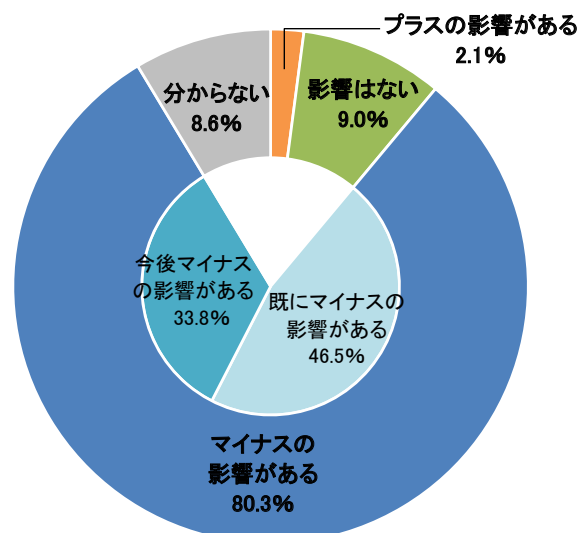
また、内訳は、「既にマイナスの影響がある」が46.5%（2020年2月、30.2%）、「今後マイナスの影響がある」が33.8%（同33.2%）となった。とりわけ、既にマイナスの影響を受けている企業は半数近くまで増加した。

他方、「影響はない」とする企業は9.0%（同16.9%）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）と見込む企業は2.1%（同1.7%）となった。

『マイナスの影響がある』と見込む企業を規模別にみると、「大企業」は82.1%、「中小企業」が79.9%、「小規模企業」が77.8%となった。企業の大小問わず、厳しい反応がみられている。

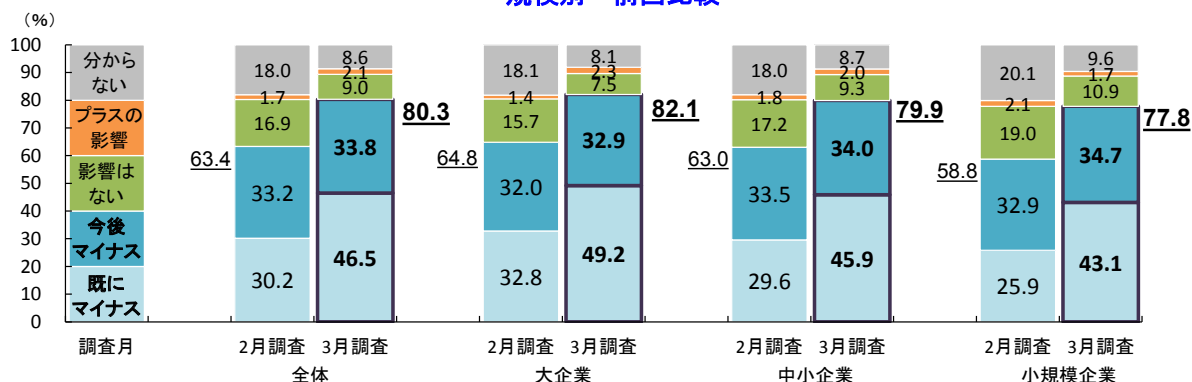
とりわけ、日別にみると、概ね8割程度で推移しているが、首都圏を中心に行われた週末の不要不急の外出自粛を経て、3月31日にはピークとなる84.4%にのびた。また、「既にマイナスの影響がある」は、4割台中盤から5割台前半で推移していた。

新型コロナウイルス感染症による業績への影響



注：母数は、有効回答企業1万1,330社

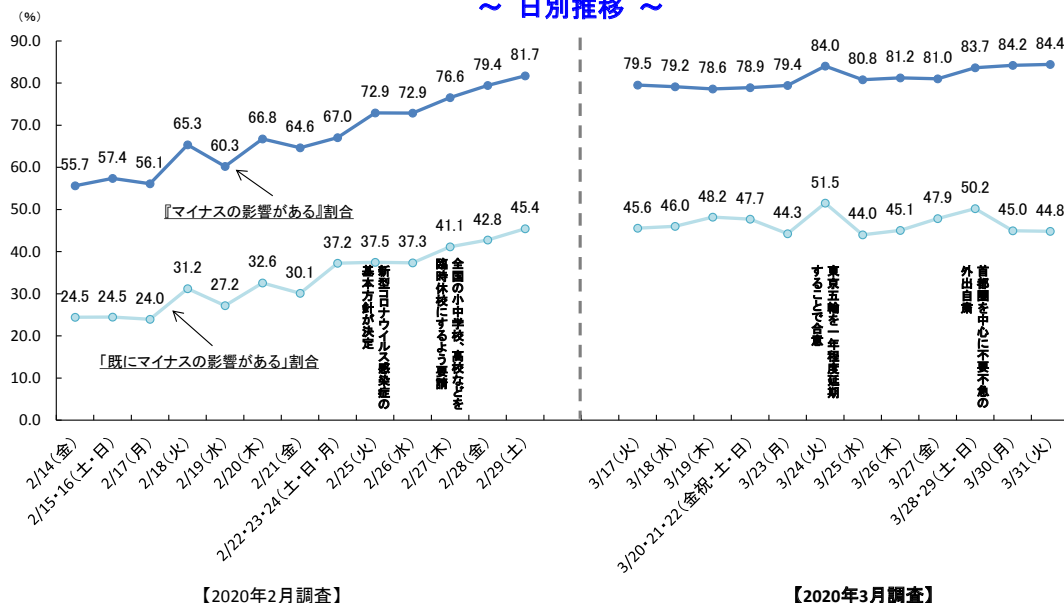
新型コロナウイルス感染症による業績への影響 ～ 規模別・前回比較 ～



注1：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2：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
～ 日別推移 ～

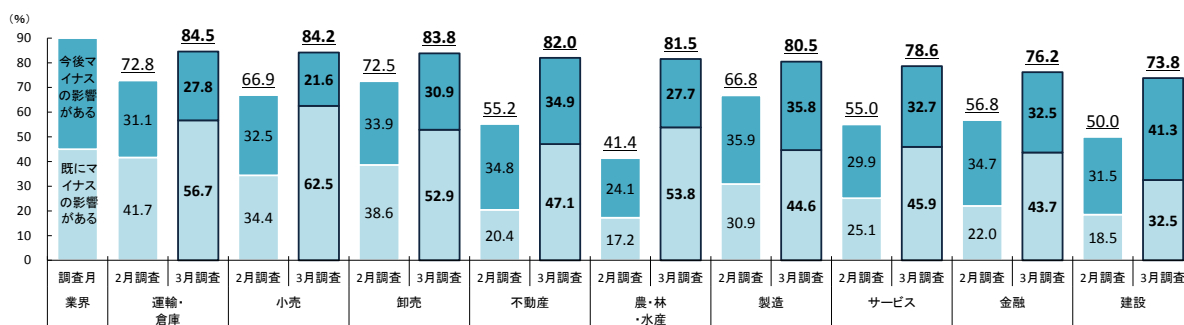


『マイナスの影響がある』と見込む企業を業界別にみると、『運輸・倉庫』が84.5%と最も高かった。以下、『小売』(84.2%)、『卸売』(83.8%)、『不動産』(82.0%)、『農・林・水産』(81.5%)が続いた。

特に、『小売』では、「例年の同月期と比較して、新規の店頭顧客が非常に少ない」（自動車（新車）小売、青森県）や「物流の停滞による燃料消費の減少」（ガソリンスタンド、秋田県）とあるように企業の62.5%で既にマイナスの影響がでていた。また、『建設』は、今後の悪影響を見込む企業が41.3%となり、先行きを懸念している様子がみられた。

さらに、『マイナスの影響がある』を前回調査と比較すると『農・林・水産』は、40.1ポイント増となり、最も増加がみられた。企業からも「景気が落ち込めば、高級魚の売上も減少し、沢山の在庫を抱えることとなる」（魚類養殖、熊本県）といった声があがった。次いで、『不動産』（2020年2月比26.8ポイント増）、『建設』（同23.8ポイント増）、『サービス』（同23.6ポイント増）が20.0ポイント以上の増加となった。『農・林・水産』をはじめとした4業界では、この1カ月の間で業績への悪影響が顕著に表れていた。

業績に『マイナスの影響がある』割合 ～ 業界別 前回比較～



注1: 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2: 小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計は必ずしも一致しない

2. 「家具類小売」では、すべての企業で業績にマイナスの影響を見込む

『マイナスの影響がある』と見込む企業を業種別にみると、「家具類小売」が100.0%で最も高い。以下、「飲食店」（98.2%）、「繊維・繊維製品・服飾品小売」（97.0%）、「旅館・ホテル」（96.8%）、「繊維・繊維製品・服飾品卸売」（96.6%）が9割台後半で続く。

企業からも、「宿泊・宴会のキャンセルで大損害。このままでは会社や雇用が維持していけるか不安しかない」（旅館、岩手県）や「外出自粛により百貨店や専門店への来店数が大幅に落ち込み、婦人服の販売が半分以下に減少している」（婦人・子供服卸売、愛知県）といった声があがった。

また、「既にマイナスの影響がある」企業は、「娯楽サービス」が84.2%でトップとなった。次いで「旅館・ホテル」（83.9%）、「飲食店」（83.6%）、「広告関連」（81.7%）が8割台で上位に並んでいる。とりわけ、「娯楽サービス」や「放送」では前回調査から50ポイント以上増加しており、「イベントの自粛要請によって、まとまった団体客の利用が一気になくなった」（ゴルフ場、兵庫県）など大きな影響を受けている様子がうかがえた。

また、「企業の広告活動であるイベントやキャンペーンなどが軒並み自粛となり、4月以降も見通せない市場環境となっている」（広告代理、東京都）といった意見もあげられ、企業活動に大きな不安を抱いていた。

業績に『マイナスの影響がある』割合 ～ 上位10業種 ～

		（%）（pt）		
		全体	2020年 2月調査	変化量
1	家具類小売	100.0	66.7	33.3
2	飲食店	98.2	80.9	17.3
3	繊維・繊維製品・服飾品小売	97.0	87.1	9.9
4	旅館・ホテル	96.8	89.3	7.5
5	繊維・繊維製品・服飾品卸売	96.6	89.3	7.3
6	広告関連	94.2	71.2	23.1
7	娯楽サービス	93.0	71.9	21.1
8	自動車・同部品小売	89.9	63.4	26.5
9	繊維・繊維製品・服飾品製造	88.3	73.2	15.1
10	専門商品小売	87.7	62.7	25.0

「既にマイナスの影響がある」 ～ 上位10業種 ～

		（%）（pt）		
		全体	2020年 2月調査	変化量
1	娯楽サービス	84.2	33.3	50.9
2	旅館・ホテル	83.9	71.4	12.4
3	飲食店	83.6	51.1	32.6
4	広告関連	81.7	40.4	41.3
5	放送	78.6	26.7	51.9
6	繊維・繊維製品・服飾品小売	75.8	48.4	27.4
7	繊維・繊維製品・服飾品卸売	72.5	57.7	14.8
8	家具類小売	71.4	25.0	46.4
9	専門商品小売	68.1	28.2	39.9
10	飲食料品卸売	67.9	44.6	23.3

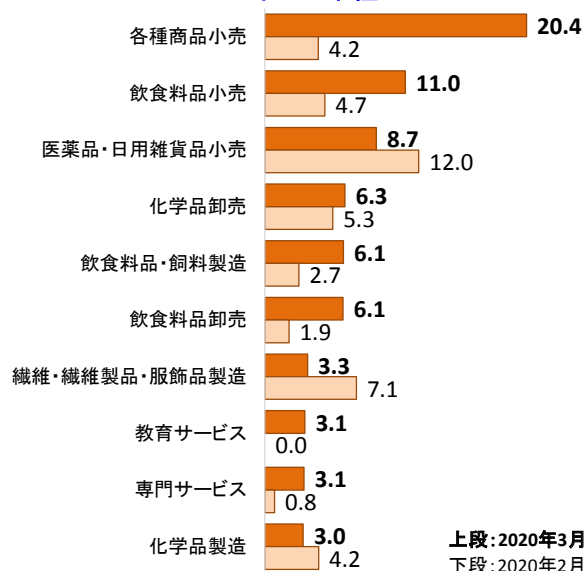
「今後マイナスの影響がある」割合 ～ 上位10業種 ～

		（%）（pt）		
		全体	2020年 2月調査	変化量
1	情報サービス	43.9	30.3	13.6
2	機械製造	42.4	37.3	5.1
3	鉄鋼・非鉄・鋳業	41.8	34.8	6.9
4	建材・家具・窯業・土石製品製造	41.6	33.0	8.6
	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売	41.6	39.9	1.7
6	建設	41.3	31.5	9.8
7	専門サービス	40.1	31.0	9.1
8	輸送用機械・器具製造	39.3	39.0	0.2
9	精密機械、医療機械・器具製造	38.8	32.9	5.9
10	自動車・同部品小売	38.2	41.5	-3.3

他方、『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20.4%（2020年2月、4.2%）で最も高く、次いで、「飲食料品小売」が11.0%（同4.7%）、「医薬品・日用雑貨品小売」が8.7%（同12.0%）で続く。特に、「消費者の巣ごもり需要、肉食需要が好影響」（スーパーストア、広島県）や「現時点では宅配サービスの需要が高まっている」（飲食料品小売、長野県）といった声にあるように、2月時点と異なり、一部では外出自粛などが需要拡大に働きつつある。

また、「売り上げは落ちているが、今後開発する商品によっては、挽回もできると考えている」（食料・飲料卸売、岐阜県）というように、ピンチをチャンスに変えようという企業もみられた。

業績に『プラスの影響がある』割合 ～ 上位10業種 ～



業界別	企業の意見(新型コロナウイルス感染症による影響など)
農・林・水産	<ul style="list-style-type: none"> 中国への木材輸出の停滞(森林組合、秋田県) 店頭販売、または訪問事業に深刻な影響がある(農業協同組合、三重県)
金融	<ul style="list-style-type: none"> 消費の落ち込みは、クレジットカードの利用減となるので、減収減益もあり得る(クレジットカード、茨城県) 対面販売が比較的少ないネット生保であることから、足元の影響は限定的。ただし、保険加入する原資が減少していくことにより、徐々に収益を押し下げている見通し(生命保険、東京都)
建設	<ul style="list-style-type: none"> 工事発注の見合わせ。建設資材、住設機器の在庫ひっ迫。社員の健康維持、チェックが過大な負担(建築工事、宮城県) 住宅リフォームの仕事をしているが、商品が仕入れできない状態が続き、販売促進もできない状態(木造建築工事、福井県) 取り急ぎ、社内における新型コロナウイルスの感染(社員、その家族、協力企業を含む)が発生した場合のガイドラインを社労士の協力の元、作成中(塗装工事、愛媛県)
不動産	<ul style="list-style-type: none"> 周辺業者ですでに悪影響が出始めている。自社においても今後販売在庫の増加や販売期間が長くなる等、直接資金繰りに影響が出てくる可能性が高い(土地売買、神奈川県) 企業や一般の方の転居が少ない(不動産代理業・仲介、福岡県) 個人消費の落ち込みや企業の設備投資意欲が減退すると、不動産の取引にも影響を及ぼす。今後はマンション、戸建て、投資物件等の売買件数が減少すれば、当社へのマイナス影響は避けられない(不動産管理、熊本県)
製造	<ul style="list-style-type: none"> 中国工場の稼働を規制され、また稼働した製品が順調に入荷しない。また中国出張が入国規制で出張が出来ない(手袋製造、香川県) 自動車生産量の減少が大きく、自社は受注減少傾向。主因は新型コロナウイルスによる中国にある工場の稼働停止である(引抜鋼管製造、愛知県) コロナウイルスによる中国を中心とした海外生産停滞により国内での応援生産の一時的な受注増がある。一方で、部品調達難によるメーカーの生産減少事例が出始めている(プリント回路製造、滋賀県) 部屋ごもり等により食品レトルトなどパッケージのニーズは高まる(プラスチックフィルム・シート・床材・合成皮革加工、愛知県)
卸売	<ul style="list-style-type: none"> 給食関係や宴会関係の食材需要低下により、売上が大幅に減少している(生鮮魚介卸売、群馬県) 訪問営業に行きにくい(機械工具卸売、新潟県) ユーザーが中国や欧米の景気に依存しているので世界的に終息しないと自社の業績に直結(光学機械・写真機械器具卸売、東京都) 免疫力アップを目的とした乳酸菌飲料の売り上げが上がっている(食料・飲料卸売、茨城県)
小売	<ul style="list-style-type: none"> 消費者が外出を控えるため衣料品の購入が減少。取扱商品の生産(中国等)が遅れることによる納期遅れが発生し、店頭で商品が並ばないことにより機会ロスが発生(婦人・子供服小売、広島県) 来店客数の減少。購買意欲の低下や購入時期の延期など(自動車(新車)小売、東京都) 葬儀や法要、結婚のイベントが自粛される傾向が出ている(他に分類されない各種商品小売、大阪府) コロナウイルスの影響で自宅での使うモノの消費が増え、自社で扱っている商品は比較的に好調といった結果になった(書籍・雑誌小売、福岡県)
運輸・倉庫	<ul style="list-style-type: none"> 濃厚接触者および感染疑い従業員の休業による売上低下(一般貨物自動車運送、北海道) 顧客の物流を担う自社にとって、物流が止まることは業績悪化に直結する。不可抗力で多くの停滞が全世界的に展開しつつある状況で、先が見通せない(港湾運送、静岡県) 輸出入含め物流ストップからの業界停滞。また、感染対策による作業速隔操作(在宅作業)がうまく機能していない(一般貨物自動車運送、大阪府) 自宅待機の動きにより、TV通販 インターネット販売に関わる自社として売り上げが上昇している(運輸に付帯するサービス業、千葉県)
サービス	<ul style="list-style-type: none"> 来客数の激減。団体予約がほぼキャンセル。催事の中止。先がみえない(一般食堂、三重県) 感染者受け入れにともない、病棟制限が必要で、一般患者の受け入れが出来なくなる。よって減収が見込まれる。コロナ患者受け入れ病院には補助金を出して欲しい(一般病院、愛知県) 人手不足の緩和や働き手のモラルの向上、テレワークなど新しい働き方、ネットショッピングの拡大など、良いことの方が多いと考えている(労働者派遣、群馬県)

まとめ

本調査では、8割の企業が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んでいる。2020年2月時点と比較すると大きく増加しており、この1カ月の間でさらに深刻化していた。また、調査期間中を日別にみると8割程度で推移しており、北海道の緊急事態宣言や、大阪府・兵庫県の往来自粛、さらに首都圏を中心に行われた週末の不要不急の外出自粛を経て3月31日には84.4%とマイナスの影響を見込む割合がピークとなった。

幅広い業種で悪影響を及ぼしているなか、「家具類小売」ではすべての企業でマイナスの影響を見込む事態となっている。さらに、ゴルフ場やフィットネスなどの「娯楽サービス」などでは、2月と比較して大幅な悪化がみられていた。

そのようななかであっても、一部スーパーマーケットなどでは、外出自粛による買い溜めや巣ごもり消費がプラスの影響を与えている。また、困難な状況下でも新たなチャンスを模索する動きもうかがえた。

しかしながら、企業からは「国民の人命第一は理解するが、企業活動維持のための支援政策、国民の理解を得るバックアップ対策も必要ではないか」（化学製品卸売、大阪府）といった声に代表されるように、政府に対する支援やサービスを求める声もあがっている。他方で、「製品を中国産から国内産に切り替える機会が増える」（電気機械器具卸売、東京都）というように国内回帰による需要の拡大を期待する声もある。

政府には、新型コロナウイルス感染症の早期終息のため、ワクチン開発などのウイルス対応施策とともに、迅速な企業向け支援策および国民に向けた補償策の実行が必要である。

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万3,676社、有効回答企業1万1,330社、回答率47.9%)

(1) 地域

北海道	571	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）	763	近畿（滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山）	1,925
北関東（茨城 栃木 群馬 山梨 長野）	831	中国（鳥取 高松 岡山 広島 山口）	610
南関東（埼玉 千葉 東京 神奈川）	3,574	四国（徳島 香川 愛媛 高知）	335
北陸（新潟 富山 石川 福井）	614	九州（福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄）	834
		合計	11,330

(2) 業界（10業界51業種）

農・林・水産	65	小売	飲食料品小売業	73	
金融	126		繊維・繊維製品・服飾品小売業	33	
建設	1,829		医薬品・日用雑貨品小売業	23	
不動産	361		家具類小売業	14	
製造 (3,108)	飲食料品・飼料製造業	359	(467)	家電・情報機器小売業	37
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	120		自動車・同部品小売業	89
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	233		専門商品小売業	138
	パルプ・紙・紙加工品製造業	109		各種商品小売業	49
	出版・印刷	176		その他の小売業	11
	化学品製造業	434		運輸・倉庫	485
	鉄鋼・非鉄・鉱業	546		飲食店	55
	機械製造業	510		電気通信業	8
	電気機械製造業	341		電気・ガス・水道・熱供給業	14
	輸送用機械・器具製造業	112		リース・賃貸業	123
精密機械・医療機械・器具製造業	80	旅館・ホテル	31		
その他製造業	88	紙業サービス	57		
卸売 (3,032)	飲食料品卸売業	393	(1,814)	放送業	14
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	207		メンテナンス・整備・検査業	187
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	350		広告関連業	104
	紙類・文具・書籍卸売業	103		情報サービス業	506
	化学品卸売業	288		人材派遣・紹介業	69
	再生資源卸売業	37		専門サービス業	294
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	320		医療・福祉・保健衛生業	123
	機械・器具卸売業	964		教育サービス業	32
	その他の卸売業	370		その他サービス業	197
				その他	43
		合計	11,330		

(3) 規模

大企業	2,081	18.4%
中小企業	9,249	81.6%
（うち小規模企業）	(3,249)	(28.7%)
合計	11,330	100.0%
（うち上場企業）	(290)	(2.6%)

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、旭 海太郎

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。