特別企画

2020年10月20日

【有効回答1万3.085社】

第9回「新型コロナウイルスに関するアンケート」調査

◇調査結果のポイント◇

- ・中小企業の9月の「減収企業率」は80.2%、6カ月連続で8割超
- ・中小企業の「廃業検討率」は8.6%、前回調査より0.2ポイント改善
- ・新型コロナで副業可能、解禁は、わずか2.5%にとどまる
- ・最低賃金の引き上げ、賛成35.8%、反対25.9%、どちらでもない38.2%
- ・コロナ禍での転業、「考えている」が20.8%

おかげさまで128年



http://www.tsr-net.co.jp

特別企画 │ 2020年10月20日

第9回「新型コロナウイルスに関するアンケート」調査 ~ 「転業意向」2割超、コロナ禍で副業可能、解禁はわずか2.5% ~

問合先:情報本部 電 話:03(6910)3155

2020年9月の売上高が前年同月(2019年9月)を割り込んだ中小企業は80.2%だった。前月より0.9ポイント改善したが、4月以降、6カ月連続で80%を超える異常事態が続いている。

こうした状況から、中小企業の資金繰り支援策の利用率は57.9%と6割に迫った。前月より2.6 ポイント増加し、資金繰り支援でコロナ禍をしのいでいる実態が改めて浮き彫りとなった。

最低賃金引き上げは、「賛成」が35.8%、「反対」が25.9%、「どちらでもない」が38.2%で、 意見が大きく割れた。反対理由の最多は、「企業損益の悪化につながる」で79.5%だった。

同業他社と対応が異なる場合、採用難や人材流出に繋がる恐れもあり、企業は難しい決断を迫られている。業績悪化で、一時金(賞与)の削減が広がっているが、「新型コロナで副業が可能になった」企業は2.5%にとどまり、副業解禁はまだ一部にとどまり道半ばだ。

また、新型コロナウイルスの収束が長引いた場合、廃業を検討する可能性のある中小企業は 8.6%で、前回調査 (8月28日~9月8日) から0.2ポイント改善した。ここにきて「Go To トラベル」や「Go To イート」など、経済活動の再始動に向けた取り組みが動き出した。今後、消費喚起キャンペーンがどこまで効果を上げるか注目される。

- ※ 2020年10月5日~12日にインターネットによるアンケート調査を実施、有効回答1万3,085社を集計、分析した。
- ※ 前回(第8回)の「新型コロナウイルスに関するアンケート」調査は、9月15日発表。
- ※ 資本金1億円以上を大企業、1億円未満や個人企業等を中小企業と定義した。



Q1. 新型コロナウイルスの発生は、企業活動に影響を及ぼしていますか? (択一回答) 「影響が継続している」が75.2%

最多は「影響が継続している」で75.2%(1万3,085社中、9,845社)だった。以下、「現時点で影響は出ていないが、今後影響が出る可能性がある」が15.5%(2,028社)、「影響が出たがすでに収束した」が5.7%(755社)。「影響はない」は3.4%(457社)だった。

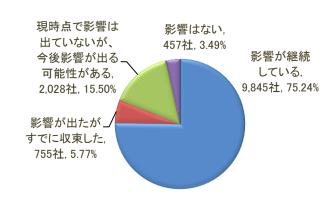
規模別では、「影響が継続している」は大企業で83.1%(2,118社中、1,761社)、中小企業は73.7%(1万967社中、8,084社)で、大企業が9.4ポイント上回った。

「影響はない」は大企業が2.6%(56社)、中小 企業は3.6%(401社)だった。

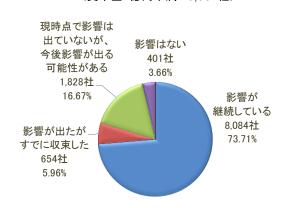
(資本金1億円以上 2,118社)



(全企業 13,085社)



(資本金1億円未満 10.967社)



Q2. 貴社の今年(2020年) 9月の売上高は前年同月を「100」とすると、どの程度でしたか? 中小企業の減収率、6カ月連続8割超

9月の売上高を聞いた。Q1で「影響が継続している」、「影響が出たがすでに収束した」と回 答した企業のうち、7,507社から回答を得た。

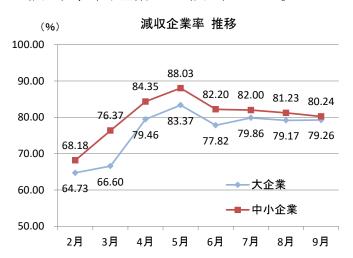
「100以上」(増収)は19.8%(1,493社)にとどまり、80.2%が前年割れ(減収)だった。 減収企業率(規模問わず)は、2月67.7%、3月74.9%、4月83.7%、5月87.4%、6月81.6%、7 月81.8%、8月81.0%で、4月以降、6カ月連続で80%台で推移している。

規模別の減収企業率は、大企業は5月を除いて80%を下回った。一方、中小企業は80.2%で、 4月から6カ月連続で80%を上回っている。「50未満」(売上半減)は、大企業の3.6%(1,013 社中、37社) に対し、中小企業は7.2%(6,494社中、472社)で、3.6ポイントの差がついた。 中央値は全企業が85(前月は85)、大企業が90(同90)、中小企業が85(同85)だった。

9月の売上高(前年同月比)

()内は構成比

	中小企業		大:	大企業		企業
100以上	1,283社	(19.76%)	210社	(20.73%)	1,493社	(19.89%)
90~99	1,314社	(20.23%)	319社	(31.49%)	1,633社	(21.75%)
80~89	1,526社	(23.50%)	238社	(23.49%)	1,764社	(23.50%)
70~79	983社	(15.14%)	138社	(13.62%)	1,121社	(14.93%)
60~69	548社	(8.44%)	48社	(4.74%)	596社	(7.94%)
50~59	368社	(5.67%)	23社	(2.27%)	391社	(5.21%)
40~49	181社	(2.79%)	9社	(0.89%)	190社	(2.53%)
30~39	110社	(1.69%)	10社	(0.99%)	120社	(1.60%)
20~29	83社	(1.28%)	12社	(1.18%)	95社	(1.27%)
10~19	57社	(0.88%)	4社	(0.39%)	61社	(0.81%)
0~9	41社	(0.63%)	2社	(0.20%)	43社	(0.57%)
合計	6,494社	(100.00%)	1,013社	(100.00%)	7,507社	(100.00%)



Q3.10月以降ひと月でも売上高が前年同月比で「50%以下」に落ち込む可能性はありますか? (2020年12月までを目途に回答ください) (択一回答)

「ある」30.3%、前回より5.1ポイント改善

今年12月までに単月の売上高が半減以下となる可 能性を聞いた。「ある」は30.3%(1万1,386社中、 3,451社) だった。前回調査の35.4%より5.1ポイン ト改善した。

規模別では、大企業の15.5%(1,734社中、270 社)が「ある」と回答したのに対して、中小企業で は32.9% (9,652社中、3,181社) で、17.4ポイント の開きがあった。

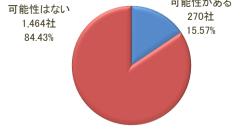
(全企業 11,386社)

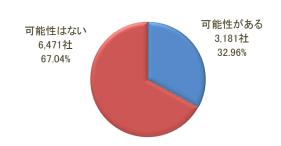


(資本金1億円未満 9,652社)



(資本金1億円以上 1,734社)





Q4. 新型コロナウイルスに関連した、国や自治体、金融機関の各種支援策は利用しましたか? (択一回答)

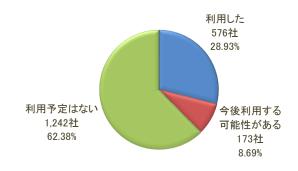
「利用した」が半数超え

新型コロナに関連した資金繰り支援策の利用状況を聞いたところ、「利用した」と回答した企業は53.3%(1万2,434社中、6,632社)で、前回調査より2.8ポイント増加した。

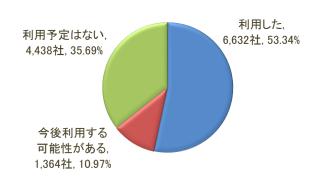
「今後利用する可能性がある」は10.9% (1,364社)で、合計64.3%の企業が利用につい て言及している。

規模別では、大企業の「利用した」は28.9% (1,991社中、576社)なのに対し、中小企業は 57.9%(1万443社中、6,056社)に達した。前回 調査では、それぞれ26.3%、55.3%だった。

(資本金1億円以上 1,991社)



(全企業 12,434社)



(資本金1億円未満 10,443社)



業種別 利用率トップは「道路旅客運送業」の93.7%

資金繰り支援策を「利用した」と回答した 企業を業種別で分析した(回答母数20以上)。

最も利用率が高かったのは、「道路旅客運送業」の93.7% (32社中、30社)だった。また、旅行や葬儀、結婚式場などを含む「その他の生活関連サービス業」は91.4% (70社中、64社)で2業種で利用率が9割を超えた。

以下、「飲食店」の84.6% (91社中、77社)、アパレル製品などを販売する「織物・衣服・身の回り品小売業」の81.4% (27社中、22社)、「洗濯・理容・美容・浴場業」の80.5% (36社中、29社)と一般個人向けサービスを展開する業種が上位を占めた。

ただ、6位に「印刷・同関連業」が78.5% (168社中、132社)、8位に「鉄鋼業」が 75.9% (104社中、79社)でランクするなど、 BtoB(企業間取引)が主体の業種の一部でも 利用率が高い。

「利用した」と回答した企業の業種(降順・上位15業種)

順位	業種	構成比	回答数	母数
1	道路旅客運送業	93.75%	30	32
2	その他の生活関連サービス業	91.43%	64	70
3	飲食店	84.62%	77	91
4	織物・衣服・身の回り品小売業	81.48%	22	27
5	洗濯・理容・美容・浴場業	80.56%	29	36
6	印刷•同関連業	78.57%	132	168
7	娯楽業	76.47%	52	68
8	鉄鋼業	75.96%	79	104
9	繊維•衣服等卸売業	72.41%	84	116
10	宿泊業	72.34%	34	47
11	繊維工業	70.31%	90	128
12	金属製品製造業	69.88%	297	425
13	自動車整備業	68.97%	40	58
14	生産用機械器具製造業	68.09%	271	398
15	その他の製造業	67.20%	84	125

Q5. Q4で「利用した」と回答いただいた方に伺います。どんな支援策を利用しましたか? (複数回答)

トップは「雇用調整助成金」

Q4で国や自治体、金融機関の各種支援策を「利用した」と回答した企業に内容を聞いたところ、6,593社から回答を得た。

最も多かったのは、「雇用調整助成金」の50.1% (3,308社)だった。そのほか、「民間金融機関の実質無利子・無担保融資(信用保証付き)」が49.8%(3,284社)、「持続化給付金」が49.4%(3,257社)と続く。

7月14日から申請が始まった「家賃支援給付金」は15.9% (1,049社) だった。

「その他」では、「東京しご と財団・事業継続緊急対策(テレワーク)助成金」などの回答 があった。



Q6.コロナ禍の収束が長引いた場合、「廃業」(すべての事業を閉鎖)を検討する可能性はありますか?(択一回答)

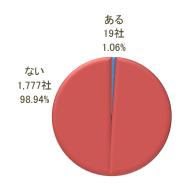
中小企業の「廃業検討率」8.6%、0.2ポイント改善

「ある」は7.3%(1万1,015社中、814社)、「ない」は92.6%(1万201社)だった。「ある」は前回調査より0.1ポイント改善した。

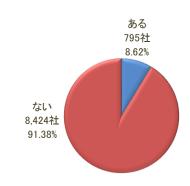
規模別でみると、大企業で「ある」と回答した企業は1.0%(1,796社中、19社)にとどまったのに対して、中小企業では8.6%(9,219社中、795社)で8倍以上の差がついた。前回調査では、それぞれ1.2%、8.8%だった。



(資本金1億円以上 1,796社)



(資本金1億円未満 9,219社)



業種別 「その他の生活関連サービス業」が約4割

廃業を検討する可能性が「ある」と回答した 企業を業種別で分析した(回答母数10以上)。

構成比が最も高かったのは、「その他の生活 関連サービス業」の38.0% (50社中、19社) だった。ただ、前回調査の41.3%より3.3ポイン ト改善した。

以下、「道路旅客運送業」の26.9%(26社中、7社、前回25.0%)、「飲食店」の25.3%(71社中、18社、同29.7%)と続く。

トップ15業種のうち、一般個人向けの業種が 過半を占めており、これらの業種は移動制限や 新しい生活様式への対応で、他業種より大きな 壁を感じているようだ。

「廃業」を検討する可能性がある(母数10以上)

· 13t 7	「洗米」と採出する可能におめる(母数10数工)								
順位	業種	構成比	回答数	母数					
1	その他の生活関連サービス業	38.00%	19	50					
2	道路旅客運送業	26.92%	7	26					
3	飲食店	25.35%	18	71					
4	持ち帰り・配達飲食サービス業	25.00%	2	8					
5	通信業	22.22%	2	9					
6	洗濯·理容·美容·浴場業	22.22%	6	27					
7	宿泊業	21.88%	7	32					
8	印刷•同関連業	20.30%	27	133					
9	娯楽業	18.18%	10	55					
10	専門サービス業	15.71%	44	280					
11	その他の製造業	15.32%	17	111					
12	家具•装備品製造業	14.29%	8	56					
13	繊維・衣服等卸売業	13.27%	13	98					
14	インターネット附随サービス業	12.50%	2	16					
15	織物・衣服・身の回り品小売業	11.76%	2	17					

Q7.Q6で「廃業」を検討する可能性が「ある」と回答された方に伺います。検討するのは、いつ 頃ですか?

「1年以内」、中小企業では44.2%

Q6で「ある」と回答した企業のうち812 社から回答を得た。

「1年以内」は44.2% (359社) だった。 大企業の「1年以内」は42.1% (19社中、 8社)、中小企業は44.2% (793社中、351 社)で、大きな差はなかった。

	W 7 7 1 2 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11 11							
	中小企業		大:	企業	全企業			
1カ月以内	2社	(0.25%)	0社	(0.00%)	2社	(0.25%)		
2~3力月	30社	(3.78%)	0社	(0.00%)	30社	(3.69%)		
4~6力月	123社	(15.51%)	4社	(21.05%)	127社	(15.64%)		
7~12力月	196社	(24.72%)	4社	(21.05%)	200社	(24.63%)		
13~24力月	241社	(30.39%)	5社	(26.32%)	246社	(30.30%)		
25カ月以上	201社	(25.35%)	6社	(31.58%)	207社	(25.49%)		
合計	793社	(100.00%)	19社	(100.00%)	812社	(100.00%)		

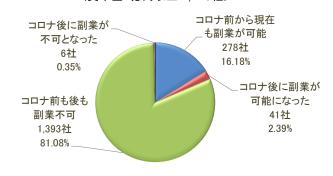
Q8. 貴社では副業が可能ですか? (択一回答)

「コロナ後に副業可能に」2.5%にとどまる

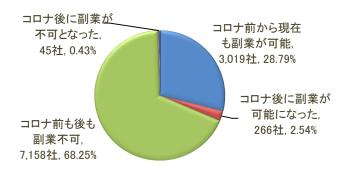
最多は、「コロナ前も後も副業不可」の 68.2% (1万488社中、7,158社) だった。

「コロナ後に副業が可能になった」は、大企業で2.3%(1,718社中、41社)、中小企業で2.5%(8,770社中、225社)で、ともに2%台にとどまった。コロナ以降、副業の機運が高まっていると言われるが、実際に解禁した企業は少数にとどまっていることがわかった。

(資本金1億円以上 1,718社)



(全企業 10,488社)



(資本金1億円未満 8,770社)

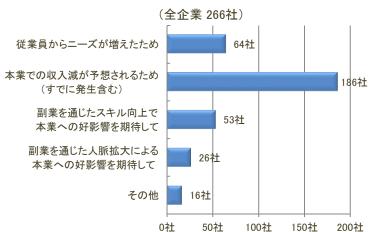


Q9.Q8で「コロナ後に副業が可能になった」と回答された方に伺います。副業が可能になった理由をご回答ください。(複数回答)

収入減への対応が約7割

Q8で「コロナ後に副業が可能になった」 と回答した企業のうち、266社から回答を得 た。最も多かったのは、「本業での収入減 が予想されるため(すでに発生含む)」の 69.9%(186社)。

以下、「従業員からのニーズが増えたため」の24.0% (64社)、「副業を通じたスキル向上で本業への好影響を期待して」の19.9% (53社) などと続く。



Q10. 最低賃金引き上げの賛否をお教えください? (択一回答)

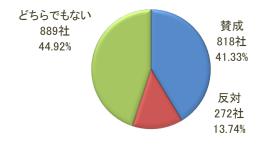
中小企業の約3割が「反対」

「賛成」は35.8% (1万2,353社中、4,429社)、「反対」は25.9% (3,202社)だった。また、「どちらでもない」も38.2% (4,722社)に達した。

規模別でみると、大企業で「反対」と回答した 企業は13.7% (1,979社中、272社) に対し、中小 企業は28.2% (1万374社中、2,930社) で、14.5ポ イントの差がついた。



(資本金1億円以上 1,979社)



(資本金1億円未満 1万374社)



Q11.Q10で「反対」と回答された方に伺います。「反対」と回答された理由はなんですか? (複数回答)

業績悪化への懸念が約8割

「反対」と回答した企業のうち、3,192社が回答。最多は「企業損益の悪化につながる」で79.5%(2,539社)だった。

以下、「新規採用の抑制、人員削減につながる」の34.9%(1,117社)、「賃金水準のボトムアップによるインセンティブの相対的低下」の22.5%(721社)と続く。

「その他」の中では、「国際的競争力の 低下」(ボルト等製造業、資本金1億円以 上)、「近年急激に(賃金を)上げすぎ た」(生花卸売業、資本金1億円未満)など。



Q12. コロナ禍をきっかけとした、「業種・業態の転換(※)」のご意向は次のうちどれですか? (択一回答)

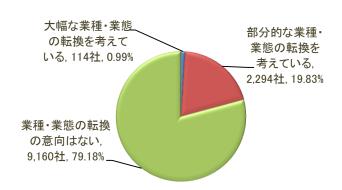
※提供する製品・サービスの種類や性質、対象となる市場の変更等を伴う、業種・業態の転換を指します。

業種・業態転換「意向あり」2割超え

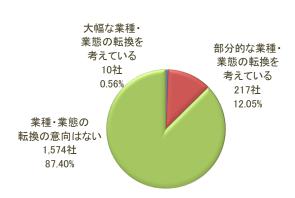
「部分的な転換を考えている」が19.8%(1万1,568社中、2,294社)、「大幅な転換を考えている」は0.9%(114社)で、「意向あり」が2割を超えた。

規模別でみると、「大幅」と「部分的」を合算した「意向あり」は、大企業で12.6% (1,801 社中、227社)、中小企業では22.3% (9,767社中、2,181社)で、10ポイント近く差がついた。

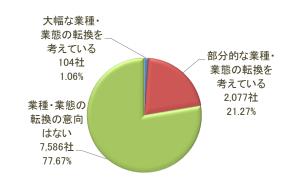
(全企業 11,568社)



(資本金1億円以上 1,801社)



(資本金1億円未満 9.767社)



Q13.Q12で「大幅」、または「部分的」に業種・業態転換を「考えている」と回答された方に伺います。具体的にどのような業種・業態への転換を考えていますか?

コンシューマー向けネットビジネス (受託開発ソフトウェア業、資本金 1億円未満) 医療系への進出。兼ねてより考えてはいたが、コロナ禍を良いタイミングとし、本気で取り組む(ICカード・タグ製造、資本金1億円未満)

教育訓練セミナー事業 (金属工作機械用部品製造、資本金 <u>1億円</u>未満) 「物売り」から「事売り」へ 。物 販以外に児童や大人向けのスクール を開講しているが、今では物販を超 える状況。これを推し進める (楽器小売業、資本金1億円未満)

外国人人材の有料職業紹介 (一般電気工事業、資本金1億円未 満)

不動産賃貸業 (建築工事業、資本金1億円未満) 医療関係用品の製造 (衣服裁縫修理業、資本金1億円未 満) 展末 (一般管工事業、資本金1億円未 満) Q14.Q12で「大幅」、または「部分的」に業態転換を「考えている」と回答された方に伺います。 業種・業態の転換に際して、どの程度の費用を見込んでいますか?

中小企業の35.5%が「1000万円」以上

Q12で「考えている」と回答した企業のうち1,928社から回答を得た。最多は、「100万円以上1000万円未満」の49.7% (960社) だった。次いで、「1000万円以上1億円未満」の30.0% (580社)、「100万円未満」の13.0% (251社)と続く。

レンジ別でみると、比較的少額の投資見込みが目立つが、「1000万円以上」は合計37.1% (717社) にのぼり、企業体力にもよるが決して少ない金額ではない。

規模別でみると、「1000万円以上」は大企業で60.0%(130社中、78社)だったのに対し、中小企業では35.5%(1,798社中、639社)だった。

「10億円以上」は、大企業で5.3% (7社)、中小企業で0.2% (4社)だった。

()内は構成比

(7) 5.00 (1)						
	中小企業		大:	企業	全企業	
100万円未満	243社	(13.52%)	8社	(6.15%)	251社	(13.02%)
100万円以上1000万円未満	916社	(50.95%)	44社	(33.85%)	960社	(49.79%)
1000万円以上1億円未満	531社	(29.53%)	49社	(37.69%)	580社	(30.08%)
1億円以上3億円未満	79社	(4.39%)	14社	(10.77%)	93社	(4.82%)
3億円以上5億円未満	13社	(0.72%)	4社	(3.08%)	17社	(0.88%)
5億円以上10億円未満	12社	(0.67%)	4社	(3.08%)	16社	(0.83%)
10億円以上	4社	(0.22%)	7社	(5.38%)	11社	(0.57%)
合計	1,798社	(100.00%)	130社	(100.00%)	1,928社	(100.00%)



中小企業の「減収企業率」は、5月の88.0%をピークに次第に改善している。しかし、9月も80.2%(前月比0.9ポイント改善)で、4月以降、6カ月連続の80%超えとなった。

東京商工リサーチ(TSR)の企業データベースで、新型コロナ以前の2019年3月期の業績は、 増収「5」:減収「4」:横這い「1」の割合だっただけに、深刻な業績不振を際立たせている。

10月1日から「Go To トラベル」に東京都発着の旅行も対象になり、消費喚起に向けた取り組みが本格化している。今回の調査では、こうした施策が企業業績や景況感に繋がっているかは、まだ読み取ることは難しい。感染者数の動向と併せ、こうした施策効果の反映は次回以降の調査を待つ必要があるだろう。

コロナの収束が長引いた場合の廃業検討の可能性(廃業検討率)については、8.6%が「ある」と回答し、前回調査から0.2ポイント改善にとどまった。このうち、44.2%は時期を「1年以内」と回答している。今年1-8月の「休廃業・解散」は3万5,816件で、このペースで推移すると年間5万件を突破する可能性が大きい。

2000年に調査を開始以降、「休廃業・解散」の最多は2018年の4万6,724件だったが、2020年はこれを大幅に上回るペースをたどっている。今後、減収企業率や廃業検討率に大きな改善がない場合、「大廃業時代」が現実味を帯びてくるかもしれない。

コロナ禍を契機にした「業種・業態の転換」(以下、転業)についても、2割を超える企業が「考えている」と回答した。このうち、約4割は転業にかかわる費用を「1000万円以上」と見込んでいる。現在の新型コロナウイルスに関連した資金繰り支援は、緊急避難的な「今を乗り切る」ことに重点を置き、下支え効果をみせている。今後は新しい生活様式・ニューノーマル下でも、持続可能性を高める投資などへの支援が求められる。

また、コロナ禍で副業を可能とした企業は2.5%と、ごく少数にとどまっていることが今回の調査で明らかになった。人事評価や制度上、年度途中での副業解禁に踏み切りにくい側面や、企業業績との兼ね合いもあり、先行きを評価するのは早計だろう。ただ、業績悪化に伴う可処分所得の低下は、日常の支出や耐久消費財への消費マインドが落ち込み、景気全体を冷やしかねない。生活様式の多様性に対応するためにも、副業の扱いが注目される。