

特別企画

2021年8月24日

【有効回答1万385社】

第17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◇

- ・コロナの企業活動への影響、「継続している」が71.1%
- ・宿泊業と飲食業の4割以上、コロナ前と比べて売上高が「半減以下」
- ・資金調達ニーズ、中小企業の57.0%が「ない」
- ・アパレル小売の「廃業検討率」、大幅悪化
- ・中小企業の5.6%、事業再生の意向あり
- ・20万社超の中小企業が抜本再生を迫られている可能性
- ・「コロナ後も売上高は回復はしない」、印刷・同関連業で45.8%

おかげさまで129年



株式
会社

東京商互リサーチ

<https://www.tsr-net.co.jp>

中小企業の5.6%が「事業再生の意向あり」、20万社超が「抜本再生」局面の可能性 ～ 第17回「新型コロナウイルスに関するアンケート」調査 ～

問合先：情報本部

電話：03(6910)3155

新型コロナウイルス感染拡大の影響に、歯止めがかかっている。2021年7月の売上高をコロナ前（2019年7月）と比べると、66.9%の企業で落ち込んでいる。宿泊業や飲食業では、4割超の企業で売上高が「半減以下」だった。長引くコロナ禍では対面型サービスを展開する業種を中心に、経営面で大きな打撃を引きずっていることがわかった。

ただ、製造業を中心に、コロナ前を上回る売上高に回復したとの回答も相次いだ。一部業種では原材料価格の高騰に加え、人件費の上昇もあり、今後は売上高と同時に、収益向上もカギになってくる。

資金調達のニーズは、中小企業の57.0%が「ない」と回答した。コロナ禍では資金繰り支援に重点が置かれてきたが、時間の経過とともに企業間でニーズが異なってきている。資金繰り支援だけでなく、本業支援などの経営改善に繋がるサポートプログラムも求められている。

再生支援協議会や事業再生ADR、民事再生法などを活用した「事業再生」について、中小企業の5.6%が「意向あり」と回答した。「平成28年経済センサス-活動調査」によると、中小企業数は357万8,176社（個人企業含む）を数えるが、単純計算で20万社を超える中小企業が「抜本再生」局面の可能性はある。

※ 本調査は2021年8月2日～11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1万385社を集計、分析した。

※ 前回（第16回）調査は、2021年6月21日公表（調査期間：6月1日～9日）。

※ 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）

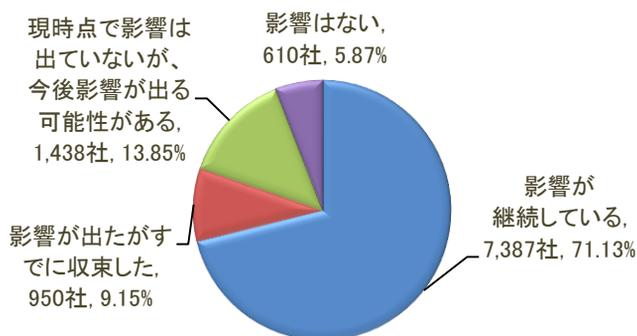
「影響が継続」が7割超

最多は、「影響が継続している」で71.1%（1万385社中、7,387社）。一方、「影響が出たがすでに収束した」は9.1%（950社）だった。

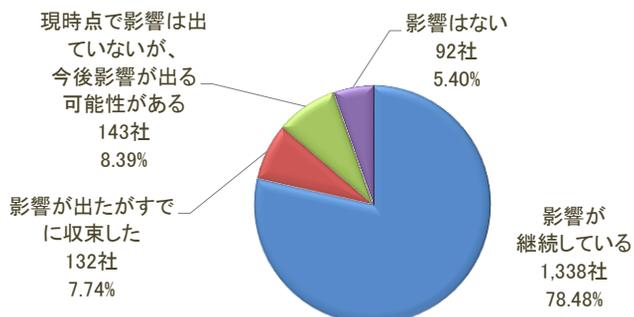
規模別では、「影響が継続している」は大企業で78.4%（1,705社中、1,338社）に対して、中小企業では69.6%（8,680社中、6,049社）だった。

「影響はない」は大企業で5.4%（92社）、中小企業で5.9%（518社）だった。

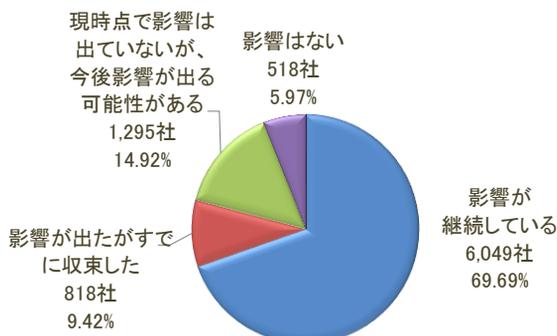
（全企業 10,385社）



（資本金1億円以上 1,705社）



（資本金1億円未満 8,680社）



Q2. 貴社の2021年7月の売上高は、前年同月（20年7月）を「100」とすると、どの程度でしたか？

「中央値」は100を維持

今年7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、6,217社から回答を得た。

「100以上」は55.6%（3,459社）で、44.3%が前年割れ（減収）だった。

規模別の「減収企業率」は、大企業が32.3%（857社中、277社）に対し、中小企業は46.2%（5,360社中、2,481社）で、中小企業が15ポイント近く上回った。

中央値は全企業が100（2021年5月は100）、大企業が102（同104）、中小企業が100（同100）だった。

業種別「売上半減率」（前年同月比50以下）、「各種商品卸売業」がトップ

7月の売上高が前年同月と比べて半減（50以下）した企業を業種別で分析した（業種45分類、回答母数20以上）。

「売上半減率」が最も高かったのは、花卉や文房具、印章、楽器類が含まれる「各種商品卸売業」の15.0%（53社中、8社）だった。以下、「宿泊業」の14.5%（48社中、7社）、「学術研究、専門・技術サービス業」の11.8%（313社中、37社）、「建設業」の11.1%（495社中、55社）と続く。

「各種商品卸売業」は、2021年5月に続いて「売上半減率」ワーストとなった。

7月の売上高(前年同月比)

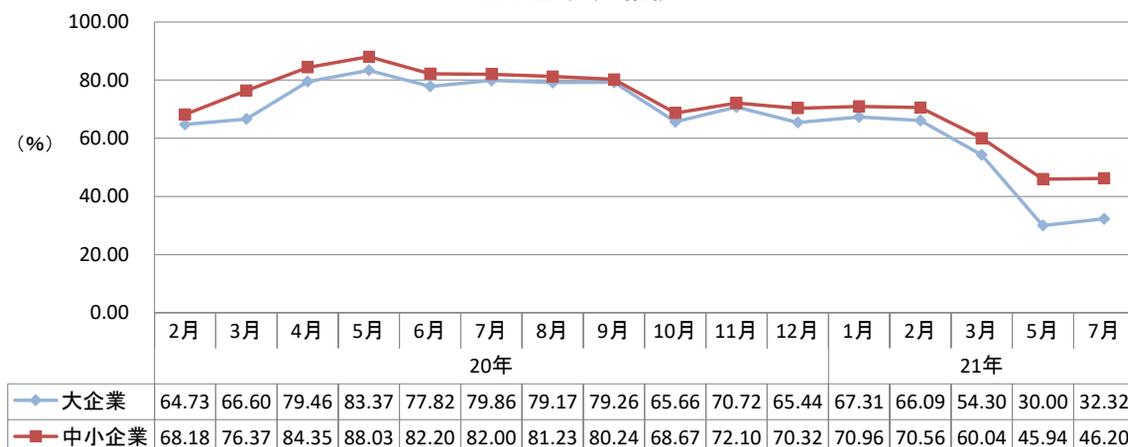
()内は構成比

	中小企業	大企業	全企業
100以上	2,879社 (53.71%)	580社 (67.68%)	3,459社 (55.64%)
90~99	1,090社 (20.34%)	181社 (21.12%)	1,271社 (20.44%)
80~89	632社 (11.79%)	56社 (6.53%)	688社 (11.07%)
70~79	300社 (5.60%)	17社 (1.98%)	317社 (5.10%)
60~69	152社 (2.84%)	10社 (1.17%)	162社 (2.61%)
50~59	123社 (2.29%)	7社 (0.82%)	130社 (2.09%)
40~49	55社 (1.03%)	2社 (0.23%)	57社 (0.92%)
30~39	48社 (0.90%)	3社 (0.35%)	51社 (0.82%)
20~29	31社 (0.58%)	1社 (0.12%)	32社 (0.51%)
10~19	25社 (0.47%)	0社 (0.00%)	25社 (0.40%)
0~9	25社 (0.47%)	0社 (0.00%)	25社 (0.40%)
合計	5,360社 (100%)	857社 (100%)	6,217社 (100%)
平均	110.21	114.70	110.83

21年7月の売上高が前年比「半減」以下の業種(降順・上位15)

順位	名称	構成比	回答	母数
1	各種商品卸売業	15.09%	8	53
2	宿泊業	14.58%	7	48
3	学術研究, 専門・技術サービス業	11.82%	37	313
4	建設業	11.11%	55	495
5	金融, 保険業	10.20%	5	49
6	飲食業	9.72%	7	72
7	不動産業	9.17%	11	120
8	ゴム製品製造業	7.41%	2	27
9	生活関連サービス業, 娯楽業	7.14%	8	112
9	農・林・漁・鉱業	7.14%	2	28
11	汎・生産・業務用機械器具製造業	7.09%	27	381
12	電気機械器具製造業	6.49%	15	231
12	その他の製造業	6.49%	5	77
14	情報サービス・制作業	6.28%	23	366
15	飲食料点小売業	5.26%	2	38

減収企業率 推移



※2021年度より不定期実施

Q3. 貴社の2021年7月の売上高は、コロナ禍前の一昨年（2019年）7月を「100」とすると、どの程度でしたか？

「宿泊業」「飲食業」、売上高の落ち込み深刻

コロナ前の2019年7月と比較した売上高を聞いた。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、6,113社から回答を得た。

「100以上」は33.0%（2,019社）で、66.9%が減収だった。規模別では、大企業の61.5%（837社中、515社）、中小企業の67.8%（5,276社中、3,579社）が減収だった。

業種別（業種45分類、回答母数20以上）では、「宿泊業」の44.6%（47社中、21社）、「飲食業」の40.8%（71社中、29社）と、それぞれ4割を超える企業が売上高「50」以下だった。

7月の売上高(2019年同月比) ()内は構成比

	中小企業	大企業	全企業
100以上	1,697社 (32.16%)	322社 (38.47%)	2,019社 (33.03%)
90～99	1,059社 (20.07%)	226社 (27.00%)	1,285社 (21.02%)
80～89	864社 (16.38%)	146社 (17.44%)	1,010社 (16.52%)
70～79	638社 (12.09%)	62社 (7.41%)	700社 (11.45%)
60～69	355社 (6.73%)	36社 (4.30%)	391社 (6.40%)
50～59	284社 (5.38%)	19社 (2.27%)	303社 (4.96%)
40～49	101社 (1.91%)	8社 (0.96%)	109社 (1.78%)
30～39	103社 (1.95%)	7社 (0.84%)	110社 (1.80%)
20～29	69社 (1.31%)	7社 (0.84%)	76社 (1.24%)
10～19	64社 (1.21%)	3社 (0.36%)	67社 (1.10%)
0～9	42社 (0.80%)	1社 (0.12%)	43社 (0.70%)
合計	5,276社 (100%)	837社 (100%)	6,113社 (100%)

21年7月の売上高が19年比「半減」以下の業種(降順・上位15)

順位	名称	構成比	回答	母数
1	宿泊業	44.68%	21	47
2	飲食業	40.85%	29	71
3	生活関連サービス業、娯楽業	29.20%	33	113
4	各種商品卸売業	21.82%	12	55
5	学術研究、専門・技術サービス業	18.27%	55	301
6	建設業	17.17%	85	495
7	飲食料品小売業	15.79%	6	38
8	繊維・衣服等卸売業	14.29%	11	77
9	汎・生産・業務用機械器具製造業	13.75%	51	371
10	情報サービス・制作業	13.20%	47	356
11	金融、保険業	12.77%	6	47
12	不動産業	11.76%	14	119
13	農・林・漁・鉱業	11.11%	3	27
14	機械器具小売業	10.98%	9	82
15	繊維工業	10.67%	8	75

Q2とQ3で売上高が「101」以上の業種 「非鉄金属製造業」が上位

Q1で「影響が継続している」、「影響が出たがすでに収束した」と答えた企業のうち、Q2とQ3で売上高「101」以上の回答をそれぞれ業種別（業種45分類、回答母数20以上）で分析した。

Q2の前年7月との比較では、「鉄鋼業」が83.3%（60社中、50社）で最も多かった。前年の世界的なサプライチェーンの混乱による影響の反動とみられる。

Q3のコロナ禍前との比較では、トップは「非鉄金属製造業」の51.3%（37社中、19社）だった。以下、「木材・木製品製造業」の35.4%（31社中、11社）、「電気機械器具製造業」の34.5%（226社中、78社）と続く。ただ、一部の業種では原材料価格が高騰しており、増収推移を手放しで喜べる状況にはない。

また、コロナ前との比較で上位の業種は、対面型サービス業以外の業種が多く、業種による業績の二極化が鮮明になっている。

21年7月の売上高が前年比「増加」の業種(降順・上位10)

順位	名称	構成比	回答	母数
1	鉄鋼業	83.33%	50	60
2	非鉄金属製造業	79.49%	31	39
3	輸送用機械器具製造業	70.33%	64	91
4	宿泊業	68.75%	33	48
5	ゴム製品製造業	59.26%	16	27
6	建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	58.99%	233	395
7	プラスチック製品製造業	58.47%	69	118
8	金属製品製造業	56.25%	126	224
9	化学工業、石油製品製造業	52.34%	56	107
10	パルプ・紙・紙加工品製造業	52.05%	38	73

21年7月の売上高が19年比「増加」の業種(降順・上位10)

順位	名称	構成比	回答	母数
1	非鉄金属製造業	51.35%	19	37
2	木材・木製品製造業	35.48%	11	31
3	電気機械器具製造業	34.51%	78	226
4	建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	30.63%	117	382
5	鉄鋼業	28.81%	17	59
6	窯業・土石製品製造業	28.00%	14	50
7	その他の小売業	27.10%	42	155
8	家具・装備品製造業	27.03%	10	37
9	ゴム製品製造業	26.92%	7	26
10	他のサービス業	26.00%	91	350

Q4. 現在、貴社は金融機関からの資金調達ニーズはありますか？（複数回答）

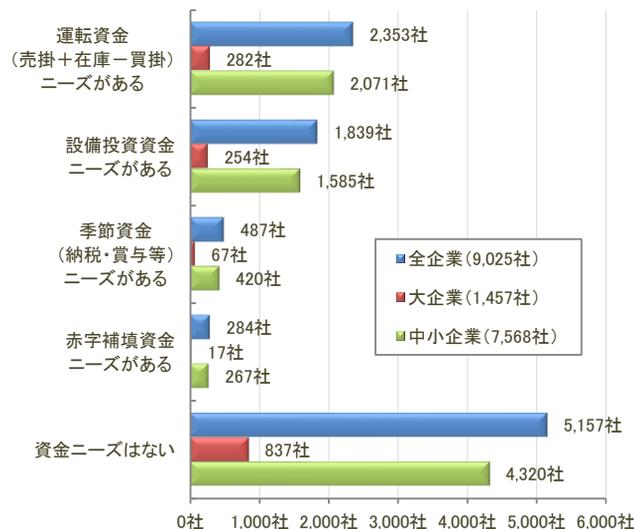
「ニーズなし」が約6割

最多は、「資金ニーズはない」の57.1%（9,025社中、5,157社）。「運転資金ニーズがある」は26.0%（2,353社）、「赤字補填資金ニーズはある」は3.1%（284社）だった。

規模別では、「資金ニーズはない」は大企業で57.4%（1,457社中、837社）、中小企業で57.0%（7,568社中、4,320社）で拮抗した。

一方、「運転資金ニーズがある」は大企業が19.3%（282社）、中小企業が27.3%（2,071社）で、中小企業が8.0ポイント上回った。

業種別では、対面型サービス業で「赤字補填資金ニーズ」の割合が高く、製造業で「運転資金ニーズ」、または「設備投資資金ニーズ」が高い。



赤字補填資金ニーズがある

順位	名称	構成比	回答	母数
1	宿泊業	22.73%	10	44
2	織物・衣服・身の回り品小売業	14.29%	3	21
3	生活関連サービス業、娯楽業	9.70%	13	134
4	飲食業	9.33%	7	75
5	飲食料品製造業	6.23%	21	337
6	その他の小売業	5.99%	13	217
7	機械器具小売業	5.56%	7	126
7	農・林・漁・鉱業	5.56%	3	54
9	学術研究、専門・技術サービス業	5.09%	26	511
10	その他の卸売業	4.92%	19	386

運転資金 or 設備投資資金ニーズがある

順位	名称	構成比	回答	母数
1	木材・木製品製造業	75.00%	36	48
2	農・林・漁・鉱業	70.37%	38	54
3	飲食料品製造業	69.44%	234	337
4	印刷・同関連業	66.67%	88	132
5	宿泊業	65.91%	29	44
6	非鉄金属製造業	64.58%	31	48
7	窯業・土石製品製造業	61.80%	55	89
8	鉄鋼業	60.76%	48	79
9	生活関連サービス業、娯楽業	57.46%	77	134
10	織物・衣服・身の回り品小売業	57.14%	12	21

Q5. Q4で「赤字補填資金ニーズがある」と回答された方に伺います。メインバンクの対応状況はいかがですか？（複数回答）

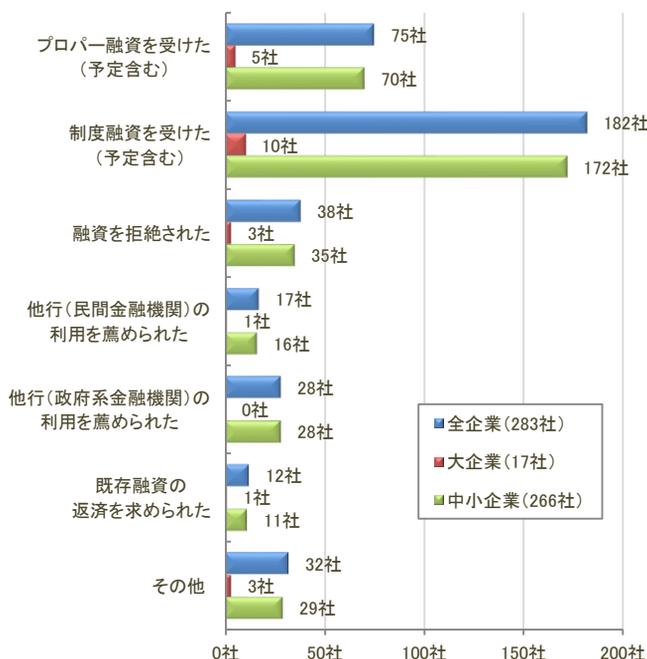
「制度融資を受けた」が6割超

Q4で「赤字補填資金ニーズがある」と回答した企業のうち、283社から回答を得た。

最多は「制度融資を受けた」が64.3%（283社中、182社）。中小企業では、64.6%（266社中、172社）だった。

また、中小企業の「融資を拒絶された」は13.1%（266社中、35社）、「他行（政府系金融機関）の利用を薦められた」は10.5%（28社）、「他行（民間金融機関）の利用を薦められた」は6.0%（16社）、「既存融資の返済を求められた」は4.1%（11社）だった。

「その他」は、「従来からの借入に対し条件変更を行った（元金据え置き）」（宿泊業、資本金1億円未満）、「返済期間が短期（1年、毎月返済）となった」（フィットネスクラブ、資本金1億円未満）など。



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」、7%台に改善

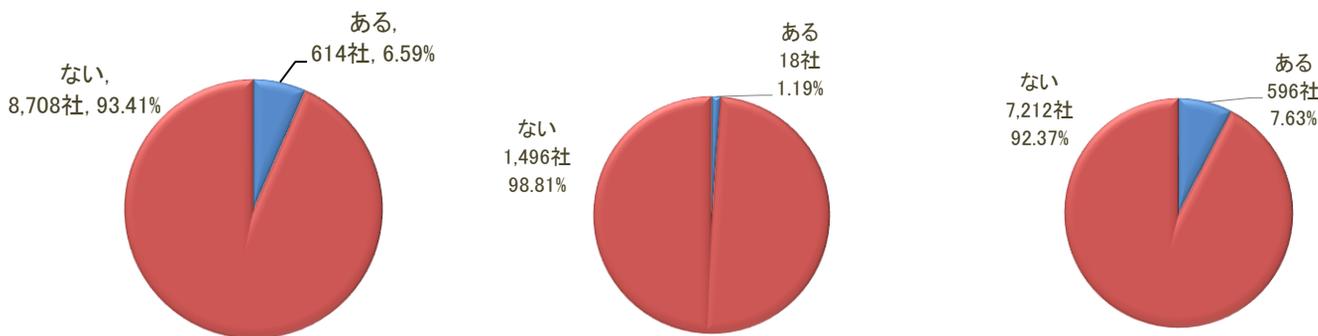
廃業を検討する可能性が「ある」は6.5%（9,322社中、614社）、「ない」は93.4%（8,708社）だった。「ある」は前回調査（6月）より0.5ポイント改善した。

規模別では、大企業で「ある」と回答した企業は1.1%（1,514社中、18社）にとどまったが、中小企業は7.6%（7,808社中、596社）だった。引き続き中小企業の「廃業検討率」は大企業よりも高位だったが、前回調査より0.6ポイント改善し7%台となった。

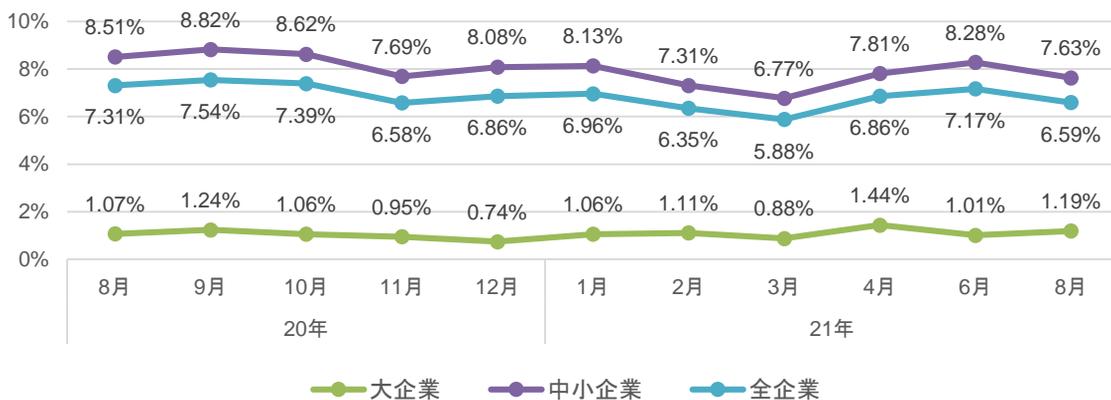
（全企業 9,322社）

（資本金1億円以上 1,514社）

（資本金1億円未満 7,808社）



「廃業検討率」推移



※2021年度より不定期実施

業種別「アパレル小売」が大幅悪化

廃業検討の可能性が「ある」と回答した企業を業種別で分析した（業種中分類、回答母数20以上）。

構成比が最も高かったのは、「織物・衣服・身の回り品小売業」の38.1%（21社中、8社）だった。

以下、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」の29.1%（48社中、14社）、「飲食店」の26.9%（63社中、17社）、「宿泊業」の25.5%（43社中、11社）と続く。

前回調査（6月）との比較では、「織物・衣服・身の回り品小売業」が8.4ポイント悪化、「その他の生活関連サービス業」が7.0ポイント改善、「飲食店」が6.8ポイント改善、「宿泊業」が11.2ポイント改善した。

廃業検討の可能性「ある」業種別（降順・上位10業種）

順位	業種	構成比	回答	母数
1	織物・衣服・身の回り品小売業	38.10%	8	21
2	その他の生活関連サービス業	29.17%	14	48
3	飲食店	26.98%	17	63
4	宿泊業	25.58%	11	43
5	洗濯・理容・美容・浴場業	18.75%	6	32
6	印刷・同関連業	18.25%	23	126
7	繊維・衣服等卸売業	15.66%	13	83
8	農業	13.89%	5	36
9	映像・音声・文字情報制作業	13.04%	6	46
10	専門サービス業	12.68%	35	276

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？

中小企業の「1年以内」、32.5%

Q6で「ある」と回答した企業610社から回答を得た。

「1年以内」は32.9%（201社）だった。大企業の「1年以内」は47.0%（17社中、8社）、中小企業も32.5%（593社中、193社）だった。一方、大企業の「25カ月以上（先）」は35.2%（6社）、中小企業は34.0%（202社）だった。

()内は構成比

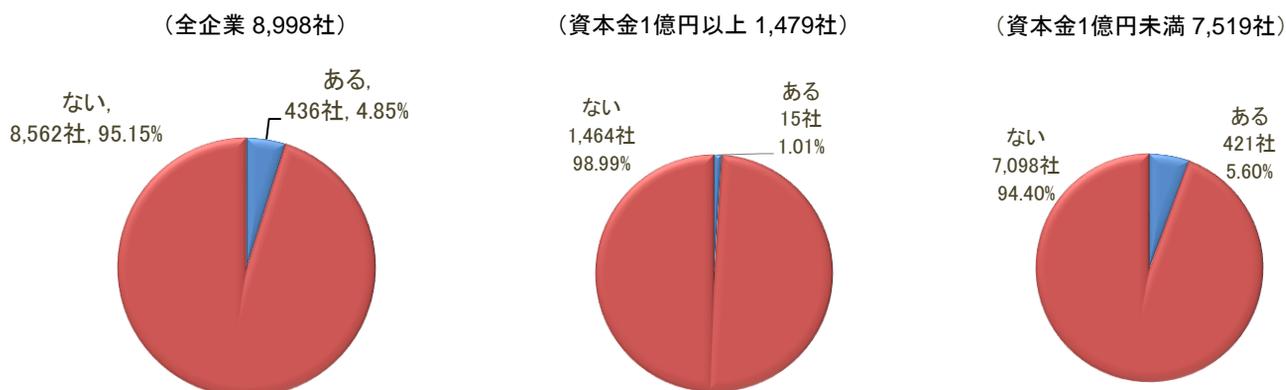
	中小企業	大企業	全企業
1カ月以内	3社 (0.51%)	1社 (5.88%)	4社 (0.66%)
2～3カ月	16社 (2.70%)	0社 (0.00%)	16社 (2.62%)
4～6カ月	58社 (9.78%)	3社 (17.65%)	61社 (10.00%)
7～12カ月	116社 (19.56%)	4社 (23.53%)	120社 (19.67%)
13～24カ月	198社 (33.39%)	3社 (17.65%)	201社 (32.95%)
25カ月以上	202社 (34.06%)	6社 (35.29%)	208社 (34.10%)
合計	593社 (100.00%)	17社 (100.00%)	610社 (100.00%)

Q8. コロナ禍の収束が長引いた場合、再生支援協議会や事業再生ADR、民事再生法などを活用して「事業再生」を検討する可能性はありますか？（択一回答）

中小企業の「ある」、5.6%

「ある」は4.8%（8,998社中、436社）、「ない」は95.1%（8,562社）だった。

規模別で見ると、大企業で「ある」は1.0%（1,479社中、15社）、中小企業は5.6%（7,519社中、421社）だった。過剰債務への対応を含め、抜本再生へのニーズが一定程度あることがわかった。



Q9. Q8で「ある」と回答された方に伺います。「事業再生」を検討する可能性があるのは、いつ頃ですか？

中小企業の「1年以内」、36.3%

Q8で「ある」と回答した企業418社から回答を得た。

「1年以内」は36.8%（154社）だった。大企業の「1年以内」は50.0%（14社中、7社）、中小企業は36.3%（404社中、147社）だった。

()内は構成比

	中小企業	大企業	全企業
1カ月以内	6社 (1.49%)	0社 (0.00%)	6社 (1.44%)
2～3カ月	21社 (5.20%)	1社 (7.14%)	22社 (5.26%)
4～6カ月	44社 (10.89%)	1社 (7.14%)	45社 (10.77%)
7～12カ月	76社 (18.81%)	5社 (35.71%)	81社 (19.38%)
13～24カ月	120社 (29.70%)	3社 (21.43%)	123社 (29.43%)
25カ月以上先	137社 (33.91%)	4社 (28.57%)	141社 (33.73%)
合計	404社 (100.00%)	14社 (100.00%)	418社 (100.00%)

Q10. Q8で「ある」と回答された方に伺います。「事業再生」を検討する上で最も重視する点は何ですか？（択一回答）

「事業価値の毀損」を懸念

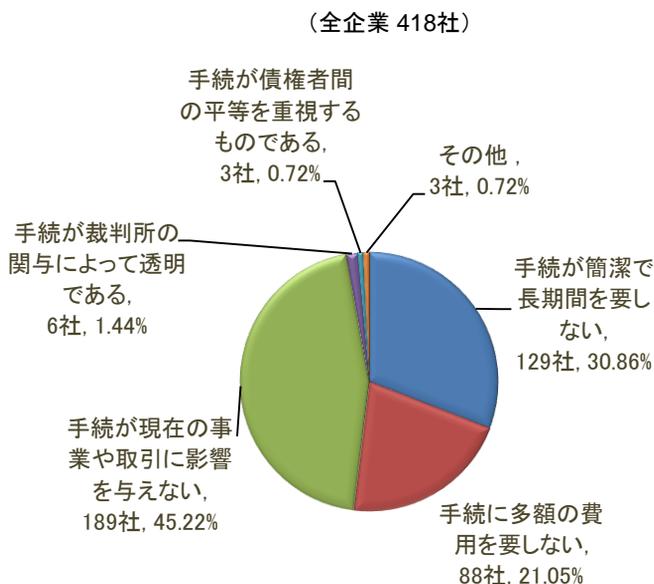
Q8で「ある」と回答した企業418社から回答を得た。

最多は、「手続が現在の事業や取引に影響を与えない」の45.2%（189社）だった。事業価値の毀損を気にする企業が多いようだ。

以下、「手続が簡潔で長期間を要しない」の30.8%（129社）、「手続に多額の費用を要しない」の21.0%（88社）と続く。

上位は、債務者側の意見が多数を占めたが、「手続が裁判所の関与によって透明である」が1.4%（6社）、「手続が債権者間の平等を重視するものである」の0.7%（3社）と、債権者の権利保護を重視する声もあった。

「その他」は、「個人資産の優先」（自動車部品卸売業、資本金1億円未満）など。



Q11. コロナ禍が収束した後、貴社の売上高はコロナ前と比較してどうなると考えますか？（択一回答）

「コロナ後も回復しない」、印刷・同関連業が45.8%

最多は「現在コロナ前より売上高が落ちており、コロナ後は回復する」の51.1%（8,250社中、4,219社）だった。

各業種別（業種中分類、回答母数20以上）にみると、「印刷・同関連業」では45.8%（131社中、60社）の企業が「現在コロナ前より売上高が落ちており、コロナ後も回復はしない」と回答した。

()内は構成比

	中小企業	大企業	全企業
現在コロナ前より売上高が落ちており、コロナ後は回復する	3,565社 (51.02%)	654社 (51.78%)	4,219社 (51.14%)
現在コロナ前より売上高が増加しており、コロナ後も好調が持続する	1,549社 (22.17%)	332社 (26.29%)	1,881社 (22.80%)
現在コロナ前より売上高が落ちており、コロナ後も回復はしない	1,293社 (18.51%)	186社 (14.73%)	1,479社 (17.93%)
現在コロナ前より売上高が増加しているが、コロナ後は落ち込む	580社 (8.30%)	91社 (7.21%)	671社 (8.13%)
合計	6,987社 (100.00%)	1,263社 (100.00%)	8,250社 (100.00%)

「コロナ前より売上高が落ちており、コロナ後は回復する」業種別（降順・上位10業種）

順位	業種	構成比	回答	母数
1	宿泊業	73.58%	39	53
2	広告業	66.10%	39	59
3	職別工事業	65.07%	149	229
4	パルプ・紙・紙加工品製造業	63.41%	52	82
5	ゴム製品製造業	63.33%	19	30
6	各種商品卸売業	61.64%	45	73
7	物品賃貸業	61.45%	51	83
8	飲食店	61.19%	41	67
9	職業紹介・労働者派遣業	60.66%	37	61
10	生産用機械器具製造業	60.64%	151	249

「コロナ前より売上高が落ちており、コロナ後も回復はしない」業種別（降順・上位10業種）

順位	業種	構成比	回答	母数
1	印刷・同関連業	45.80%	60	131
2	娯楽業	42.00%	21	50
3	政治・経済・文化団体	40.38%	21	52
4	織物・衣服・身の回り品小売業	40.00%	8	20
5	洗濯・理容・美容・浴場業	38.24%	13	34
6	その他の生活関連サービス業	36.00%	18	50
7	道路旅客運送業	35.00%	7	20
8	繊維・衣服等卸売業	31.71%	26	82
9	飲食店	29.85%	20	67
10	家具・装備品製造業	29.27%	12	41

Q12. 新型コロナウイルスに関連して、政府や自治体、金融機関に望むことはありますか？

福井県は「ふく割」と言った商業活性化施策を導入しているので、そういった商業活性化施策を継続的に行って欲しい
(小売業、資本金1億円以上)

助成金の類は、中小企業の方が優遇されている。資金力で言えば大企業の方が余力はあるかも知れないが、その分、多数の従業員を抱えており、雇用維持に対する負担を企業にだけ押し付けるのではなく、政府の協力的なサポートは必至だと考える
(時計・眼鏡小売業、資本金1億円以上)

固定費負担の軽減策、設備投資支援(できれば、既存設備の維持投資を含むもの)
(製鋼・製鋼圧延業、資本金1億円以上)

きめ細かい助成金の支給。例えば、業態別中小企業と大企業の定義の見直し
(情報提供サービス業、資本金1億円以上)

コロナ後も完全復活は遠い観光産業、飲食業の出口戦略をGo To以外でどうするか明確に打ち出してほしい。希望の光を「見える化」してほしい
(写真業、資本金1億円未満)

雇用調整助成金など企業支援策の継続
(一般電気工業業、資本金1億円未満)

特例雇用調整助成金の給付継続
(自動車部品製造業、資本金1億円未満)

外出自粛影響の長期化で赤字が継続し、自助努力にも限界があり、追加資金繰り対策に加え、資本の毀損から実質債務超過となる可能性があります。政府系金融機関に資本性劣後ローンを相談するも行内理由で「時間がかかる」との回答で先延ばしされています。既存金融機関からは「(政府系の)資本性ローンの実行がなければ追加支援は実行しない」と言われています
(小売業、資本金1億円未満)

コロナ禍の不安のなか最低賃金の上昇や特別減税等の終了などは非常に大きな不安材料であるので、事業継続に対する新たな対策が必要と考えます(事業承継や借入金利などの優遇措置)
(貨物自動車運送業、資本金1億円未満)

再生支援協議会や事業再生ADR、民事再生法などを活用した「事業再生」について、中小企業の5.6%が「意向あり」と回答した。「平成28年経済センサス-活動調査」によると、中小企業数は357万8,176社(個人企業含む)を数え、単純計算で20万社を超える中小企業が「抜本再生」局面にある可能性を示唆している。

各設問を細かく見ると、全体の「廃業検討率」は前回調査(6月)から0.5ポイント改善するなか、「織物・衣服・身の回り品小売業」は8.4ポイント悪化した。7月末から新型コロナ感染拡大が全国に広がり、13都府県に緊急事態宣言が発令され、まん延防止等重点措置は16道県に広がった。人流抑制、外出自粛などの要請もあり、アパレル関連業種の景況感は大幅に悪化している。アパレル関連業種では、業績見通しも全体の40.0%が「現在コロナ前より売上高が落ちており、コロナ後も回復はしない」と否定的な見方が多い。

コロナ禍の企業支援は、緊急避難的な資金繰り支援とポストコロナを見据えた事業再構築に大別される。いま売上高が落ち込む「崖」に直面し、ポストコロナの展望も描きにくい業種への支援は、エアポケットのように抜け落ちている恐れがある。アパレル関連は、在庫評価によってバランスシートの内容が大きく変わりやすい。既存の支援枠組みにとらわれず、廃業支援に踏み込んだ大胆な取り組みも必要になりそうだ。

2021年1月-7月の企業倒産(負債1,000万円以上)は、全国で3,520件と前年同期(4,790件)を26.5%下回った。これはコロナ関連支援の効果が大きいのが、半面では副反応も起きている。倒産手続きは透明性・公正性が重視される。倒産手続きによらない債務整理は、債務者の視点が重視されがちで、コロナ支援の出口戦略の立案ではバランス感覚が大切だ。景気が落ち込むなかでの強力な支援策による「恣意的な」倒産抑制は、景気循環に基づく「企業倒産のリズムの破たん」を招いている。

債務者メリットを最大化した債務整理が、取引先や従業員、地域経済に悪影響を及ぼすのは本末転倒だ。こうした施策がどのような経済合理性をもたらすか、ポストコロナの出口戦略では丁寧な議論と説明が求められる。