

新型コロナウイルス影響調査報告

広島県央商工会

令和3年3月

1. 新型コロナウイルス影響調査（アンケート結果）

アンケート回収期間：令和3年1月26日～2月25日

回収事業者数：132者

- (1) 経営への影響については、「大いに影響あり（16%）」「影響あり（30%）」「若干影響あり（34%）」を合わせると8割となった。また、売上減少の状況については、21%以上減少が半数以上（54%）もあった。「影響なし（18%）」の回答の多くは設備・建設業が多い。これは事前に見積・設計・計画があり直ちには影響が出にくい業種と言えるが、今後については不透明である。
- (2) 具体的な経営へのマイナス影響については、「外出控えによる売上の減少（36%）」が最も多い。また経費の増加については、「感染防止対策等のコスト増加（55%）」が多かった。事業所の環境や従業員の環境、来客への対応等緊急性が現れている。
- (3) 回復が見込める時期については、「わからない（66%）」が最も多く、新型コロナウイルスを取り巻く要因は様々であり依然厳しい状況であると言える。
- (4) 今まで活用した補助金等支援策については、「持続化給付金（41%）」が最も多く、次に「東広島市の独自支援制度（14%）」が多かった。補助金を5つ活用した事業者から1つまでと内容は様々であったが、運輸・交通系の事業者は大幅な受注減により補助金を有効に活用した。また東広島市の独自支援制度は小売業消費喚起に大きな結果を与え当商工会においては50者（総会員数の15.5%）の支援制度活用があった。
- (5) 望む支援策については、「事業継続に必要な費用給付・補助金申請支援（43%）」が最も多く、次に「コロナ対策として利用できる各種支援策の情報提供（19%）」が多かった。支援策の具体的な情報と給付・補助金セットでの提供を事業者は希望している。新型コロナウイルス感染症対応として短期で結果が出る支援要望が多く、セミナー、販路開拓等中長期で結果が出る支援策についての要望は少なかった。

2. 新型コロナウイルス感染症拡大による一般消費者への影響

(1) 消費動向の変化

新型コロナウイルス感染症の流行前と流行後の変化について、総務省統計局が公表している「家計調査年報」のデータで考察すると、不要不急の外出による外食、被服関係、交通等の消費減少が大きい。一方、巣ごもり需要としての食料品関係、家具、家事用品等が増加したことがわかった。

(単位：円・%)

区 分	全 国		
	令和3年1月	令和2年1月	前年比
集計世帯数(世帯)	7,485	7,443	
世帯人員(人)	2.94	2.96	
有業人員(人)	1.35	1.34	
世帯主の年齢(歳)	60.3	59.3	
消費支出	267,760	287,173	93.2
食料	71,698	71,368	100.5
穀類	5,988	5,575	107.4
魚介類	5,906	5,535	106.7
肉類	8,031	7,067	113.6
乳卵類	3,885	3,646	106.6
野菜・海藻	8,712	7,767	112.2
果物	2,973	2,612	113.8
油脂・調味料	3,844	3,296	116.6
菓子類	6,103	5,642	108.2
調理食品	10,764	10,069	106.9
飲料	4,247	4,146	102.4
酒類	3,253	2,789	116.6
外食	7,992	13,224	60.4
住居	15,447	16,061	96.2
家賃地代	8,404	7,810	107.6
設備修繕・維持	7,043	8,251	85.4
光熱・水道	25,397	25,688	98.9
電気代	11,875	12,232	97.1
ガス代	5,740	5,850	98.1
他の光熱	2,568	2,494	103.0
上下水道料	5,214	5,112	102.0
家具・家事用品	11,271	9,304	121.1
家庭用耐久財	3,815	2,839	134.4
室内装備・装飾品	615	495	124.2
寝具類	881	663	132.9
家事雑貨	2,348	2,076	113.1
家事用消耗品	2,959	2,561	115.5
家事サービス	654	670	97.6

被服及び履物	8,438	11,569	72.9
和服	85	193	44.0
洋服	3,741	5,367	69.7
シャツ・セーター類	1,377	1,891	72.8
下着類	912	1,018	89.6
生地・糸類	122	93	131.2
他の被服	828	928	89.2
履物類	1,101	1,474	74.7
被服関連サービス	273	606	45.0
保健医療	12,935	13,796	93.8
医薬品	2,464	2,457	100.3
健康保持用摂取品	1,046	1,025	102.0
保健医療用品・器具	2,950	2,642	111.7
保健医療サービス	6,475	7,672	84.4
交通・通信	36,821	38,779	95.0
交通	2,227	5,191	42.9
自動車等関係費	21,008	19,763	106.3
通信	13,585	13,825	98.3
教育	8,766	8,717	100.6
授業料等	5,873	5,740	102.3
教科書・学習参考教材	123	64	192.2
補習教育	2,770	2,913	95.1
教養娯楽	21,708	27,096	80.1
教養娯楽用耐久財	2,468	2,956	83.5
教養娯楽用品	5,686	5,593	101.7
書籍・他の印刷物	3,241	3,153	102.8
教養娯楽サービス	10,313	15,394	67.0
その他の消費支出	55,278	64,794	85.3
諸雑費	23,772	24,815	95.8
こづかい（使途不明）	7,395	8,322	88.9
交際費	19,244	26,952	71.4
仕送り金	4,867	4,705	103.4

※10%以上は青字、10%未満は赤字

総務省統計局【家計調査年報】再編加工

<https://www.stat.go.jp/data/kakei/npsf.html>

（２）消費者心理

コロナ禍で人々の生活が変化したことにより、安心に買い物・食事等の環境づくりが求められている。また、一般消費者だけでなく従業員も同様に感染症対策を講じ、安心できる職場づくりが大切になってくる。

対策例) マスク着用の義務、アルコール消毒・アクリル板・空気清浄機・検温器等の設置

3. 事業継続において考えるべきこと

(1) 事業の強化

事業拡大あるいは事業転換として、対象顧客・販売方法・販売形態等を変えることも考えられる。そのためには、顧客のニーズをしっかりと捉え、ニーズに基づいた事業の計画を立てるべきである。

○対象顧客を変える

「B to B」：企業どうしの取引、 「B to C」：企業と消費者の取引

「B to E」：企業と従業員の取引、 「B to G」：企業と行政の取引

○販売方法を変える

例) 飲食の場合：店頭販売からのテイクアウト・配達

○販売形態を変える

例) SNSを活用したネットショップの開設

○付加価値をつける（他社との差別化）

例) オンラインによる商品購入者の使い方の説明サービス

(2) 経費削減

売上を短期的に上げるのは難しいが、利益改善については比較的容易にできやすい。例えば、今の仕入れ商品について他社から見積を取り、仕入れコストが適正かどうかを確認すべきである。そのためには、しっかりと原価管理を行うことである。

4. 資金調達・助成金・補助金・クラウドファンディングの活用

○各種低金利の融資利用（日本政策金融公庫・民間金融機関）

○新型コロナウイルスに関する各種助成金

○新たな戦略を立案し利用できる各種補助金

例) 小規模事業者持続化補助金、事業再構築補助金 等

○クラウドファンディングの検討

例) 新型コロナウイルスの影響で、自社農場で育てた野菜の提供機会が激減した。このため、事業に必要な資金をクラウドファンディングで募り、支援者には、ネギやゴボウ等の野菜を返礼品として送ることでフードロスを減らす。また、クラウドファンディングをきっかけに新たな顧客を獲得し、新商品・サービスのPRを行う。

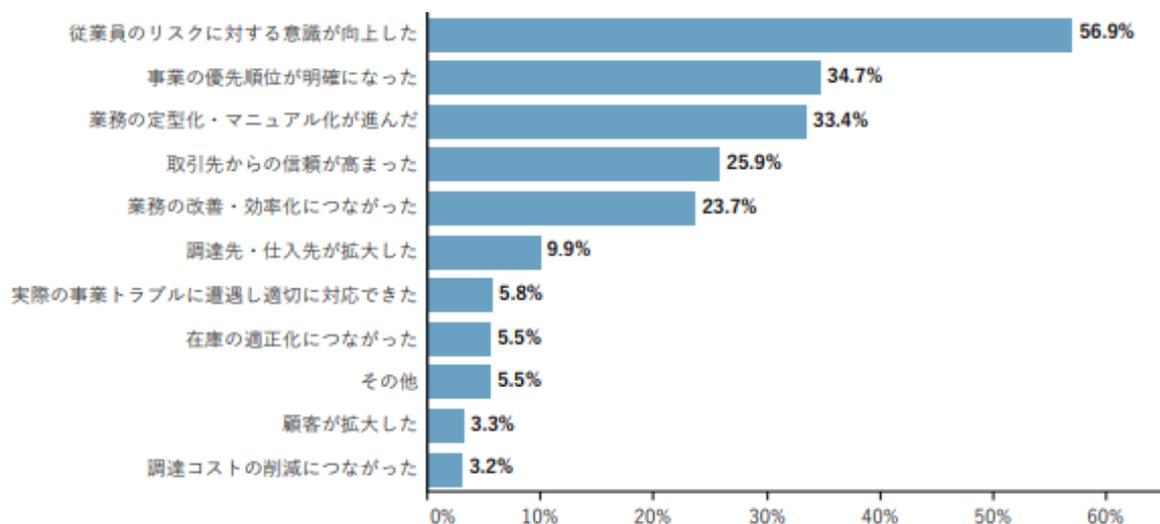
5. 事業継続計画（BCP）の策定

新型コロナウイルス等の感染症から企業及び経営者自身や従業員を守るためには、ソーシャルディスタンスを保ち、マスク着用の義務等の感染症対策をしっかりと行うことは当然だが、働き方として「在宅勤務」「モバイルワーク」「サテライトオフィス勤務」等のテレワーク対応も検討する必要がある。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大や災害時のことを考慮した事業継続計画（BCP）を予め策定しておけば、その際においても、必要な業務を維持できるようになる。また、取引先に対しても事業が停止しづらいだろうという印象を与えることが出来るので、取引先からの信頼性向上にも繋がる。

事業継続計画（BCP）とは、災害などの緊急事態における企業や団体の事業継続計画（Business Continuity Planning）のこと。BCPの目的は自然災害やパンデミック、システム障害など危機的な状況に遭遇した時に損害を最小限に抑え、重要な業務を継続し早期復旧を図ることにある。

事業継続計画（BCP）を策定したことによる効果（中小企業）



資料：（株）帝国データバンク「事業継続計画（BCP）に対する企業の意識調査」（2019年5月）
（注）事業継続計画（BCP）を「策定している」を回答した企業に対して聞いたもの。複数回答。

出典：2020年版中小企業白書・小規模企業白書概要（経済産業省）

https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2020/PDF/shokibo/99sHakusyo_zentai.pdf

6. まとめ

新型コロナウイルス感染拡大による会員事業者の経営の影響について、主要な業種ごとに見ていくと、特に建設業は注文から完成までに長い時間を要する業界であり、コロナの影響は少なかった。建設業は国の政策によって左右されやすいが、個人住宅関連については今後厳しくなると予想される。

製造業（特定の業界を除き）では、建設業と同じく経営への影響は少なく、マスク・飛沫防止グッズ等の感染症対策に関する業界では特需もあった。家計調査年報で見ると、巣ごもりによる消費が増加していることが分かるが、今後のワクチン接種が進めば、巣ごもり需要は落ち着くことが予想されるので、それを見越した中長期的な視点の商品開発が必要となる。

一般消費者との直接取引が主な業種である小売・サービス業は、「外出控えによる売上の減少」「感染防止対策等のコスト増加」等により、非常に厳しい経営環境であったと言える。今後の新型コロナウイルス感染症拡大の状況次第だが、一般消費者が安心して買い物ができる環境づくりは、引き続き求められてくる。また、飲食店の場合には、新型コロナウイルスが収束したとしてもすぐに景気や自粛ムードが回復するわけではないので、テイクアウトやデリバリー対応について、その場しのぎではなく中長期的な視点で取り組むべきである。

今後の事業の取り組みとして、近年SNS [Instagram] から外部のECサイトの連携できるようになったこと、Web会議システム [ZOOM、Microsoft Teams 等] の活用が進んだこと等、地域の枠を超えたアプローチが容易になったこともあるので、是非取り入れて欲しい。

アンケート結果からは、新型コロナ感染症対応として短期の支援要望が多かったが、自治体の支援として広島県の「頑張る飲食店納入事業者応援金制度（申請受付期間：令和3年3月15日～令和3年4月23日）」、東広島市の「頑張る中小事業者応援金（予定）」「飲食店キャッシュレス決済30%還元キャンペーン（予定）」等の支援策もあるので、該当する場合は活用して欲しい。

広島県央商工会では、小規模事業者支援法に基づく経営発達支援計画（平成31年3月認定）の基、今後も様々な支援事業を実施し、事業者に寄り添った経営支援を行っていくこととする。