

# <速報>新型コロナウイルス感染症及び 原油価格・原材料価格の高騰による影響について

(仙台市企業経営動向調査 第95回調査 ～特別設問から～)

令和4年10月  
仙台市経済局・仙台商工会議所

市内事業所を対象に四半期毎に実施している『企業経営動向調査』(第95回調査(令和4年7～9月期))において、新型コロナウイルス感染症及び原油価格・原材料価格の高騰による影響について調査を実施した。本調査結果は特別設問を集計したものであり、全体の調査結果は11月中旬に公表予定。

## 1. 企業経営動向調査の概要

- (1) 実施期間：令和4年9月30日(金)～令和4年10月14日(金)
- (2) 調査対象：市内の事業所1,000箇所
- (3) 調査方法：郵送による配布・回収
- (4) 回収結果：510件 ※令和4年10月14日までの回収分を集計

有効回答数		(単位:件)			
業種	事業所規模	全規模計(1,000)	大規模(200)	中規模(400)	小規模(400)
全業種計		510 (100.0%)	72 (100.0%)	208 (100.0%)	230 (100.0%)
製造業		111 (21.8%)	0 (0.0%)	45 (21.6%)	66 (28.7%)
非製造業計		399 (78.2%)	72 (100.0%)	163 (78.4%)	164 (71.3%)
建設業		50 (9.8%)	2 (2.8%)	27 (13.0%)	21 (9.1%)
運輸業		48 (9.4%)	0 (0.0%)	21 (10.1%)	27 (11.7%)
卸売業		49 (9.6%)	6 (8.3%)	30 (14.4%)	13 (5.7%)
小売業		51 (10.0%)	16 (22.2%)	19 (9.1%)	16 (7.0%)
宿泊・飲食サービス業		47 (9.2%)	13 (18.1%)	20 (9.6%)	14 (6.1%)
不動産業・物品賃貸業		58 (11.4%)	0 (0.0%)	17 (8.2%)	41 (17.8%)
サービス業(個人向け)		49 (9.6%)	19 (26.4%)	16 (7.7%)	14 (6.1%)
サービス業(法人向け・ほか)		47 (9.2%)	16 (22.2%)	13 (6.3%)	18 (7.8%)

### (5) 結果概要

事業所の47.4%が9月以前よりも悪化。今後の懸念を含めると79.4%が影響あり

- ・新型コロナウイルス感染症及び原油価格・原材料価格の高騰による企業活動への影響については、回答があった474事業所のうち47.4%にあたる225事業所が、9月以前よりも状況が悪化していると回答。影響が出ている事業所と今後の先行きを懸念する事業所の合計は79.4%。
- ・一方、23.4%にあたる111事業所が、状況が改善したと回答。状況が改善した事業所と影響が出ていない事業所の合計は52.5%となる。
- ・影響の具体的な内容は、「売上・受注の停滞、減少」が87.4%と最も多い。
- ・商品やサービスへの価格転嫁の状況は、「価格転嫁をしたいが困難」が37.1%と最も多い。
- ・9月の2019年同月比<sup>\*</sup>の売上減少割合は、『影響なし～20%未満の減少』が67.9%、『20%以上～50%未満の減少』が21.4%、『50%以上の減少』が10.7%となっている。
- ・9月の前年同月比の売上の変化は、『変化なし～20%未満の減少』が25.0%、『増加』が21.2%、『20%以上の減少』が15.1%となっている。
- ・ウィズコロナ・アフターコロナ等に対応するため実施している、または今後実施しようとする取組みは、「実施する予定はない」に続き、「体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)」が21.8%と最も多い。
- ・取組みを実施するにあたっての課題は、「人材の不足」が41.0%と最も多い。
- ・期待している公的支援は、「売上減少への補填」が25.5%と最も多く、次いで「設備投資への支援」、「支援策などの情報の提供」を求める声が寄せられている。

○構成比の算出、端数の処理について

各問の構成比は、当該設問の無回答数を除外したものを基数(n)とし算出している。

数値の単位未満は四捨五入を原則としたため、各項目の値の合計が総数と一致しない場合がある。

※感染症流行前である2019年同月の売上との比較を調査しています。

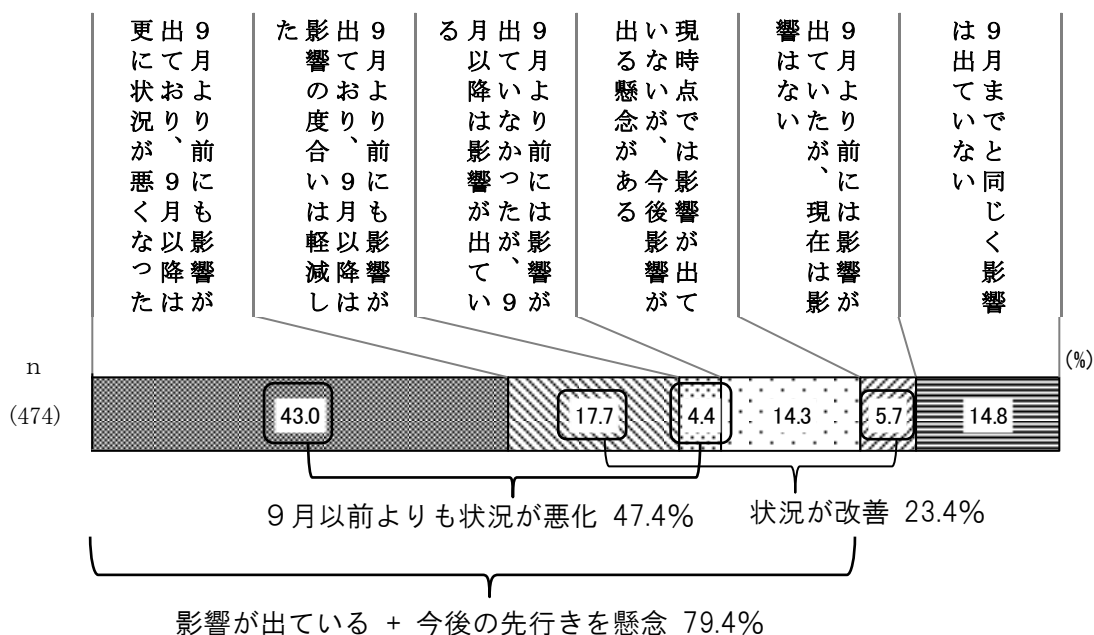
## 2. 調査結果

### 特別設問1 新型コロナウイルス感染症及び原油価格・原材料価格の高騰による影響

令和4年9月以降の新型コロナウイルス感染症及び原油価格・原材料価格の高騰による影響については、「9月より前にも影響が出ており、9月以降は更に状況が悪くなった（43.0%）」、「9月より前にも影響が出ており、9月以降は影響の度合いは軽減した（17.7%）」、「9月までと同じく影響は出ていない（14.8%）」、「現時点では影響が出ていないが、今後影響が出る懸念がある（14.3%）」の順となっている。

9月以前よりも状況が悪化している事業所は47.4%となり、既に影響が出ている事業所と今後の先行きを懸念する事業所の合計は79.4%になる。一方で、状況が改善した事業所は23.4%となり、状況が改善した事業所と影響が出ていない事業所の合計は52.5%になる。

新型コロナウイルス感染症及び原油価格・原材料価格の高騰による影響（全業種）



影響の度合いが軽減した（17.7%）+前は影響があったが現在影響はない（5.7%）=23.4%…①

影響はないが懸念がある（14.3%）+引き続き影響はない（14.8%）=29.1%…②

① + ② = 52.5%

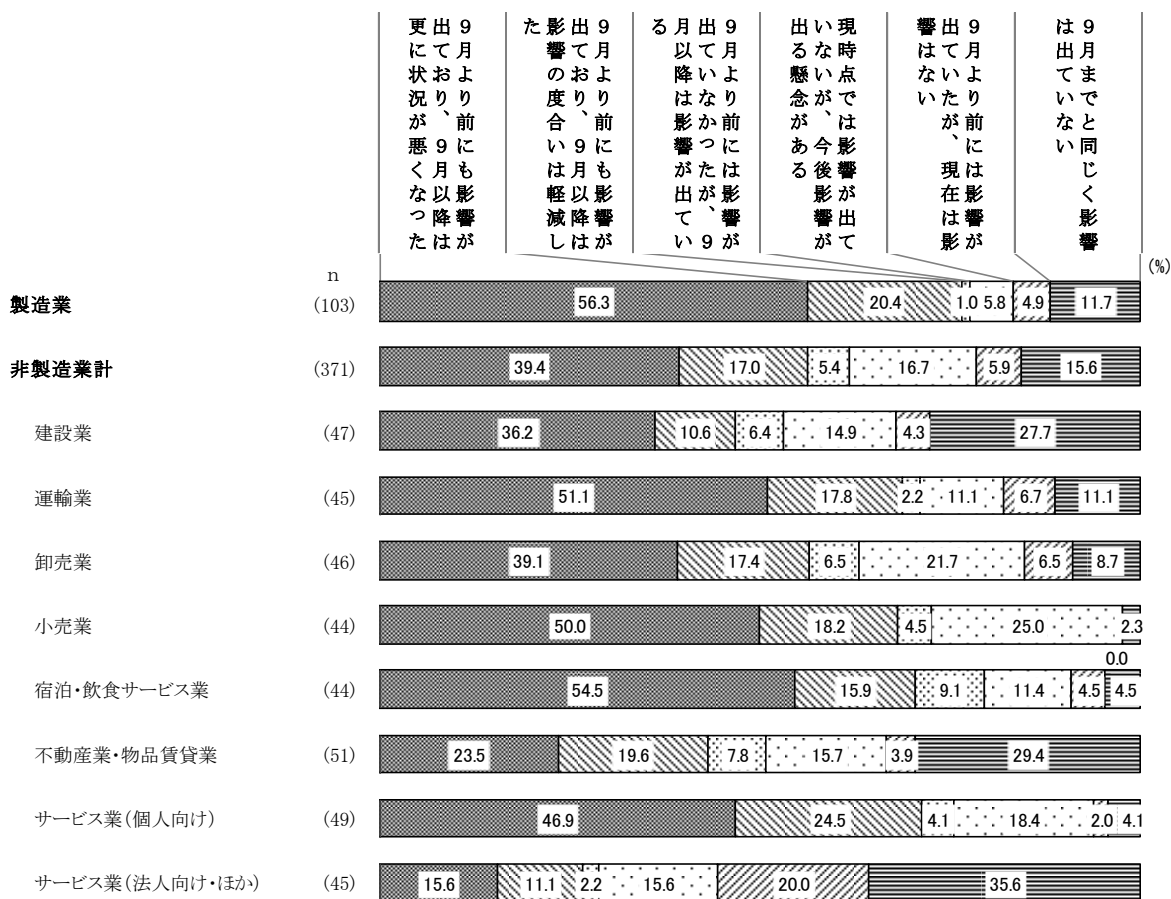
規模別で見ると、すべての規模で「9月より前にも影響が出ており、9月以降は更に状況が悪くなった」の割合が最も多くなっている。「現時点では影響が出ていないが、今後影響が出る懸念がある」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「9月までと同じく影響は出ていない」については、規模が小さくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、不動産業・物品賃貸業及びサービス業（法人向け・ほか）では「9月までと同じく影響は出ていない」、これら以外の業種では「9月より前にも影響が出ており、9月以降は更に状況が悪くなった」が最も多くなっている。

新型コロナウイルス感染症及び原油価格・原材料価格の高騰による影響（規模別）



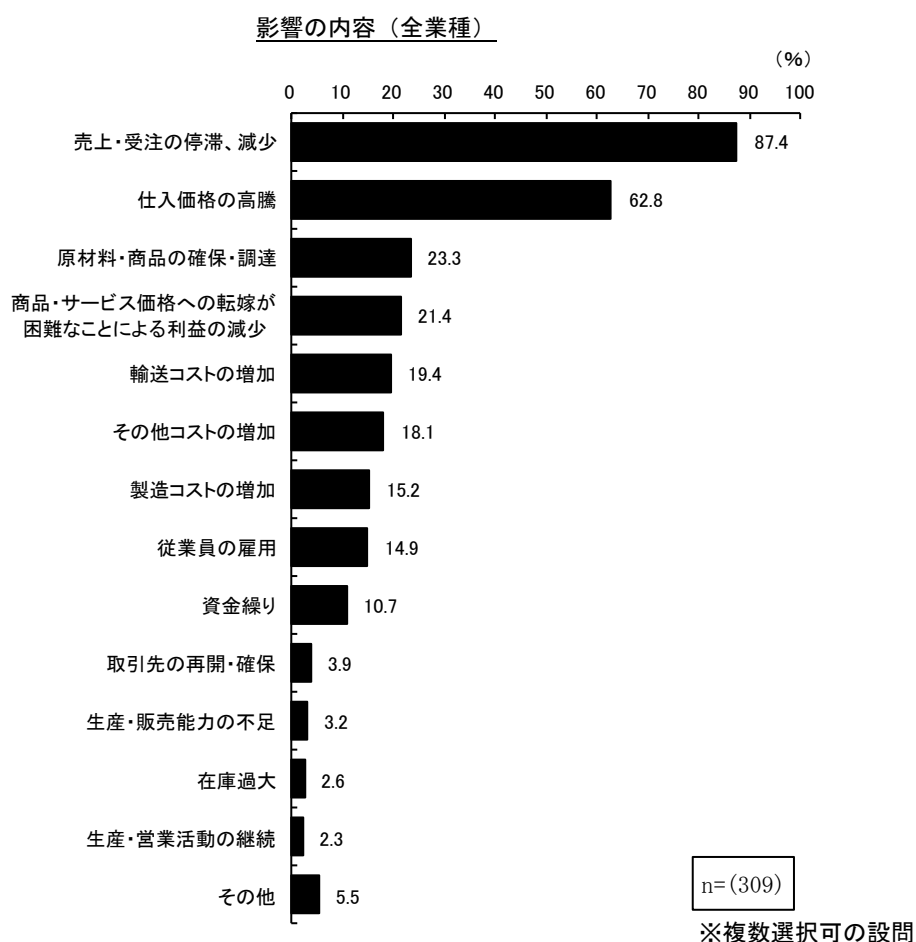
新型コロナウイルス感染症及び原油価格・原材料価格の高騰による影響（業種別）



特別設問 2-1 影響の内容

影響の内容については、「売上・受注の停滞、減少（87.4%）」、「仕入価格の高騰（62.8%）」、「原材料・商品の確保・調達（23.3%）」、「商品・サービス価格への転嫁が困難なことによる利益の減少（21.4%）」、「輸送コストの増加（19.4%）」の順となっている。

※特別設問1で「更に悪くなった」、「軽減した」、「9月以降は影響が出ている」と回答した事業所に対する設問

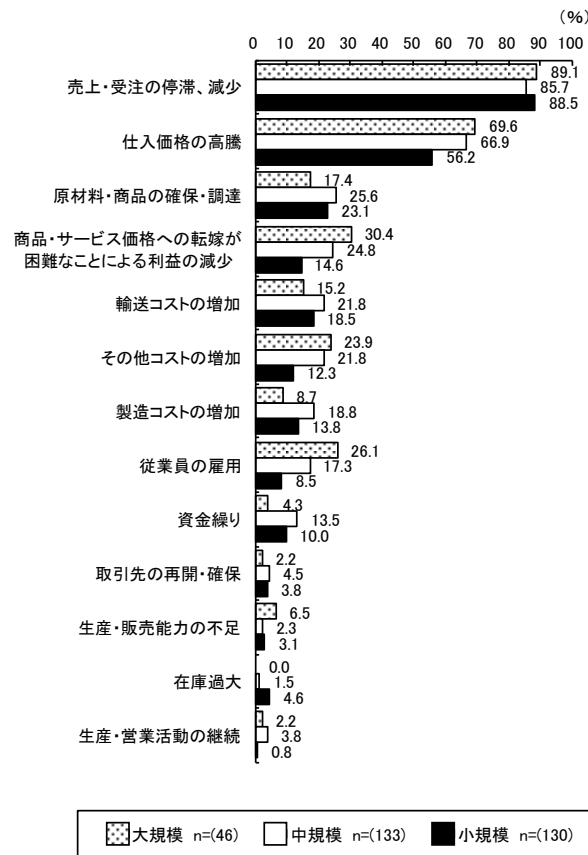


規模別で見ると、すべての規模で「売上・受注の停滞、減少」の割合が最も多くなっている。「仕入価格の高騰」、「商品・サービス価格への転嫁が困難なことによる利益の減少」、「その他のコストの増加」、「従業員の雇用」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「在庫過大」については、規模が小さくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、卸売業では「仕入価格の高騰」、これ以外の業種では「売上・受注の停滞、減少」の割合が最も多くなっている。

※「業種別」については、有効回答数が少ない点にご留意ください。

影響の内容（規模別・抜粋）



影響の内容（業種別・抜粋）

製造業 n=(80)	非製造業 n=(229)	
1 売上・受注の停滞、減少(90.0%)	1 売上・受注の停滞、減少(86.5%)	
2 仕入価格の高騰(70.0%)	2 仕入価格の高騰(60.3%)	
3 製造コストの増加(41.3%)	3 商品・サービス価格への転嫁が困難なことによる利益の減少(21.0%)	
4 原材料・商品の確保・調達(33.8%)	4 その他コストの増加(20.5%)	
5 輸送コストの増加(28.8%)	5 原材料・商品の確保・調達(19.7%)	

建設業 n=(25)	運輸業 n=(32)	卸売業 n=(29)
1 売上・受注の停滞、減少(84.0%)	1 売上・受注の停滞、減少(93.8%)	1 仕入価格の高騰(82.8%)
2 仕入価格の高騰(72.0%)	2 仕入価格の高騰(40.6%)	2 売上・受注の停滞、減少(75.9%)
3 原材料・商品の確保・調達(32.0%)	3 輸送コストの増加(25.0%)	3 輸送コストの増加(41.4%)
4 その他コストの増加(28.0%)	4 従業員の雇用(21.9%)	4 原材料・商品の確保・調達(31.0%)
5 従業員の雇用(20.0%)	4 その他コストの増加(21.9%)	5 商品・サービス価格への転嫁が困難なことによる利益の減少(27.6%)

小売業 n=(32)	宿泊・飲食サービス業 n=(35)	不動産業・物品賃貸業 n=(26)
1 売上・受注の停滞、減少(93.8%)	1 売上・受注の停滞、減少(94.3%)	1 売上・受注の停滞、減少(73.1%)
2 仕入価格の高騰(65.6%)	2 仕入価格の高騰(91.4%)	2 仕入価格の高騰(42.3%)
3 商品・サービス価格への転嫁が困難なことによる利益の減少(21.9%)	3 商品・サービス価格への転嫁が困難なことによる利益の減少(34.3%)	3 原材料・商品の確保・調達(30.8%)
3 その他コストの増加(21.9%)	4 従業員の雇用(31.4%)	4 その他コストの増加(23.1%)
5 原材料・商品の確保・調達(18.8%)	5 資金繰り(22.9%)	5 商品・サービス価格への転嫁が困難なことによる利益の減少(19.2%)

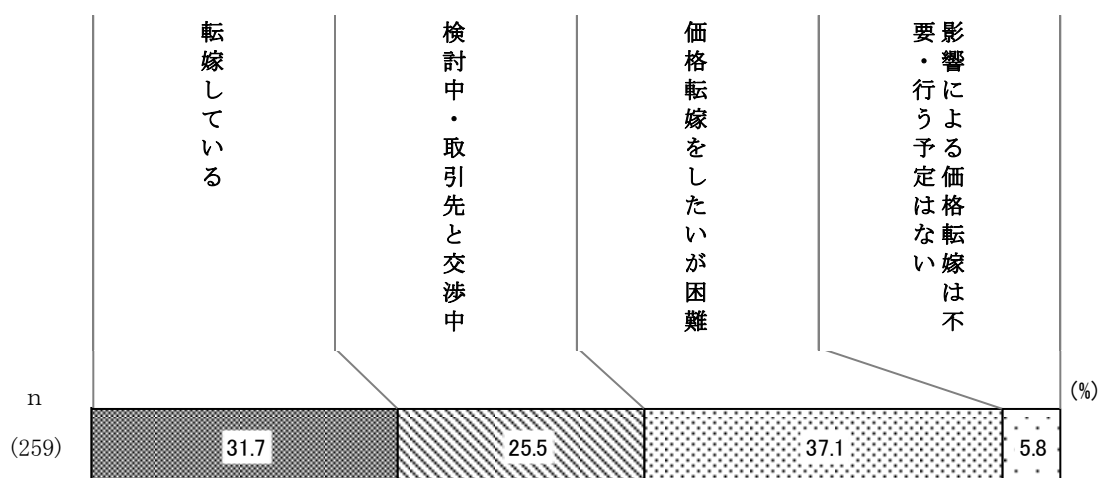
サービス業(個人向け) n=(37)	サービス業(法人向け・ほか) n=(13)
1 売上・受注の停滞、減少(81.1%)	1 売上・受注の停滞、減少(100.0%)
2 仕入価格の高騰(40.5%)	2 従業員の雇用(38.5%)
3 商品・サービス価格への転嫁が困難なことによる利益の減少(27.0%)	3 仕入価格の高騰(30.8%)
3 その他コストの増加(27.0%)	4 取引先の再開・確保(15.4%)
5 従業員の雇用(16.2%)	4 その他コストの増加(15.4%)

特別設問 2 - 2 価格転嫁の状況

価格転嫁の状況については、「価格転嫁をしたいが困難（37.1%）」、「転嫁している（31.7%）」、「検討中・取引先と交渉中（25.5%）」、「影響による価格転嫁は不要・行う予定はない（5.8%）」の順となっている。

※特別設問1で「更に悪くなった」、「軽減した」、「9月以降は影響が出ている」と回答した事業所に対する設問

価格転嫁の状況（全業種）

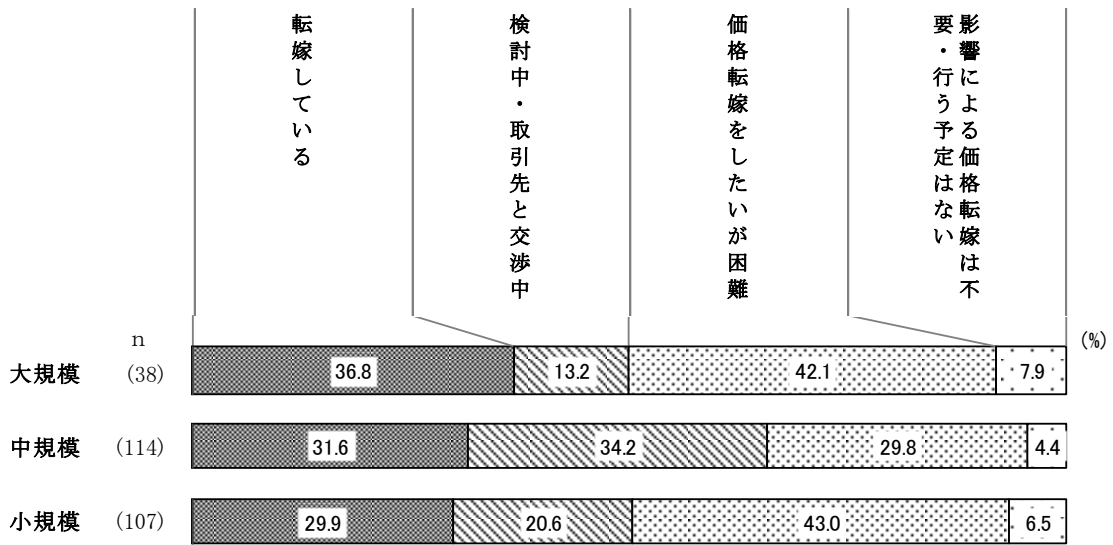


規模別で見ると、大・小規模では「価格転嫁をしたいが困難」、中規模では「検討中・取引先と交渉中」の割合が最も多くなっている。「転嫁している」については、規模が大きくなるほど多くなっている。

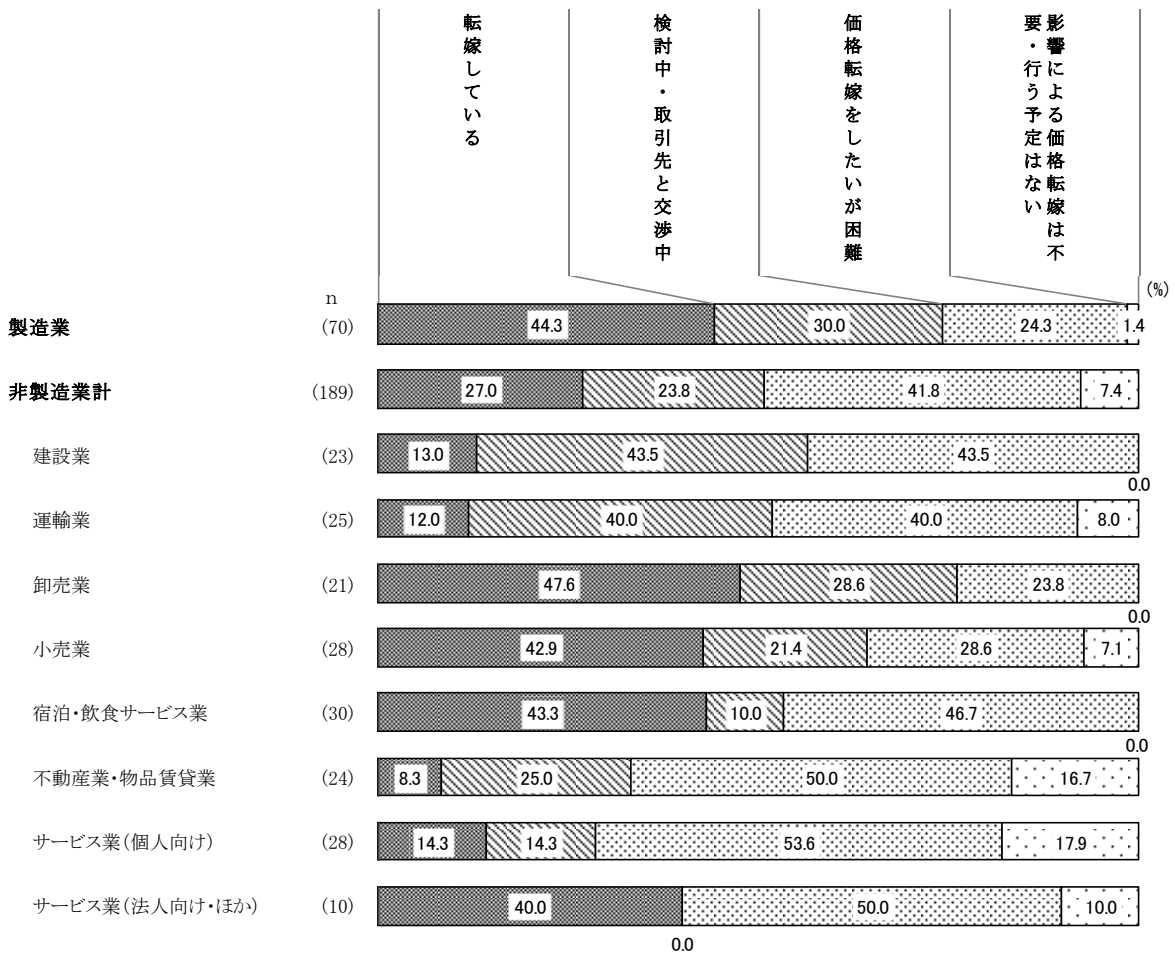
業種別で見ると、製造業、卸売業及び小売業では「転嫁している」が最も多く、建設業及び運輸業では「価格転嫁をしたいが困難」、「検討中・取引先と交渉中」が同率で最も多くなっている。これら以外の業種では「価格転嫁をしたいが困難」が最も多い。

※「業種別」については、有効回答数が少ない点にご留意ください。

価格転嫁の状況（規模別）



価格転嫁の状況（業種別）

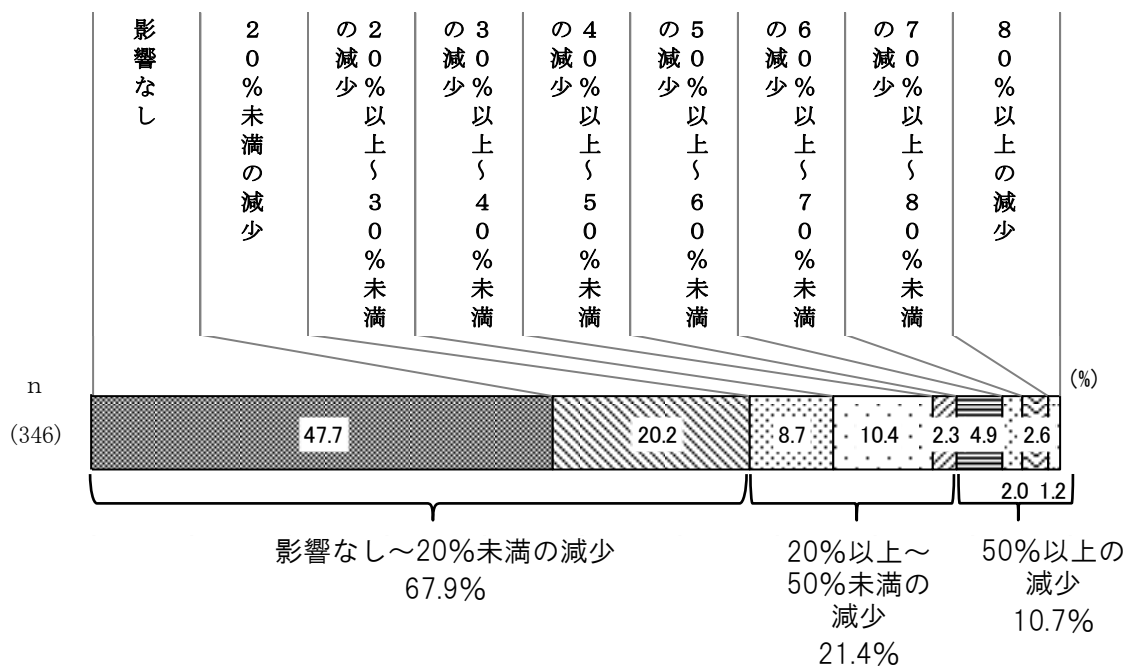


特別設問 2 - 3 9月の売上減少の割合（2019年同月比）

全事業所における9月の売上減少の割合（2019年同月比）は、「影響なし（47.7%）」に続いて、「20%未満の減少（20.2%）」、「30%以上～40%未満の減少（10.4%）」、「20%以上～30%未満の減少（8.7%）」、「50%以上～60%未満の減少（4.9%）」の順となっている。

※特別設問1で「影響はないが懸念がある」、「9月時点では影響はない」、「引き続き影響はない」と回答した事業所を「影響なし」として集計。

9月の売上減少の割合（2019年同月比）（全業種）

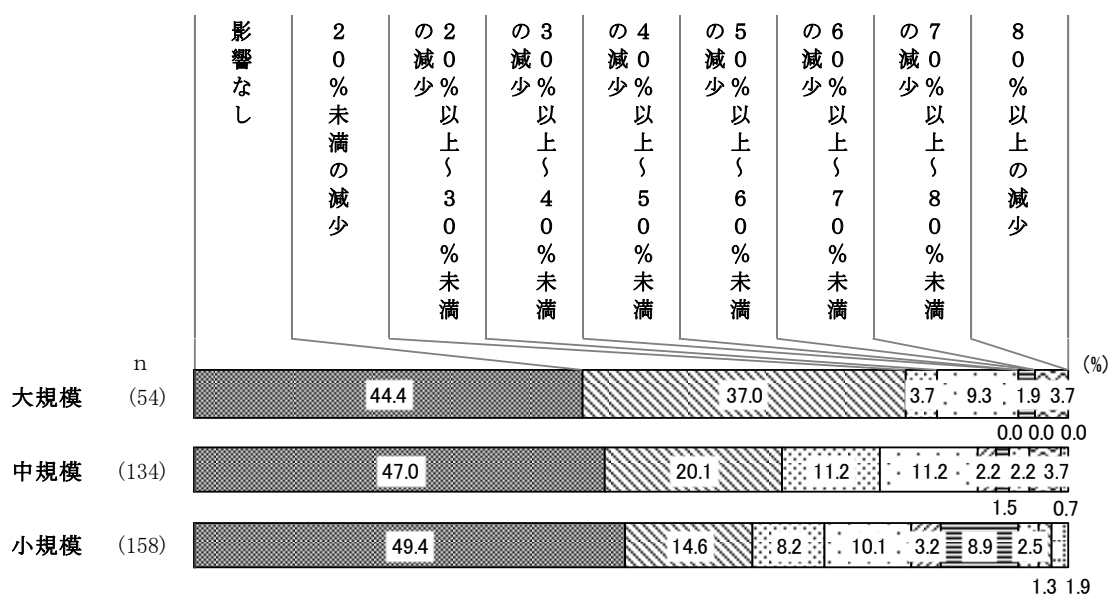


規模別で見ると、すべての規模で『影響なし』の割合が最も多くなっており、規模が小さくなるほど多くなっている。

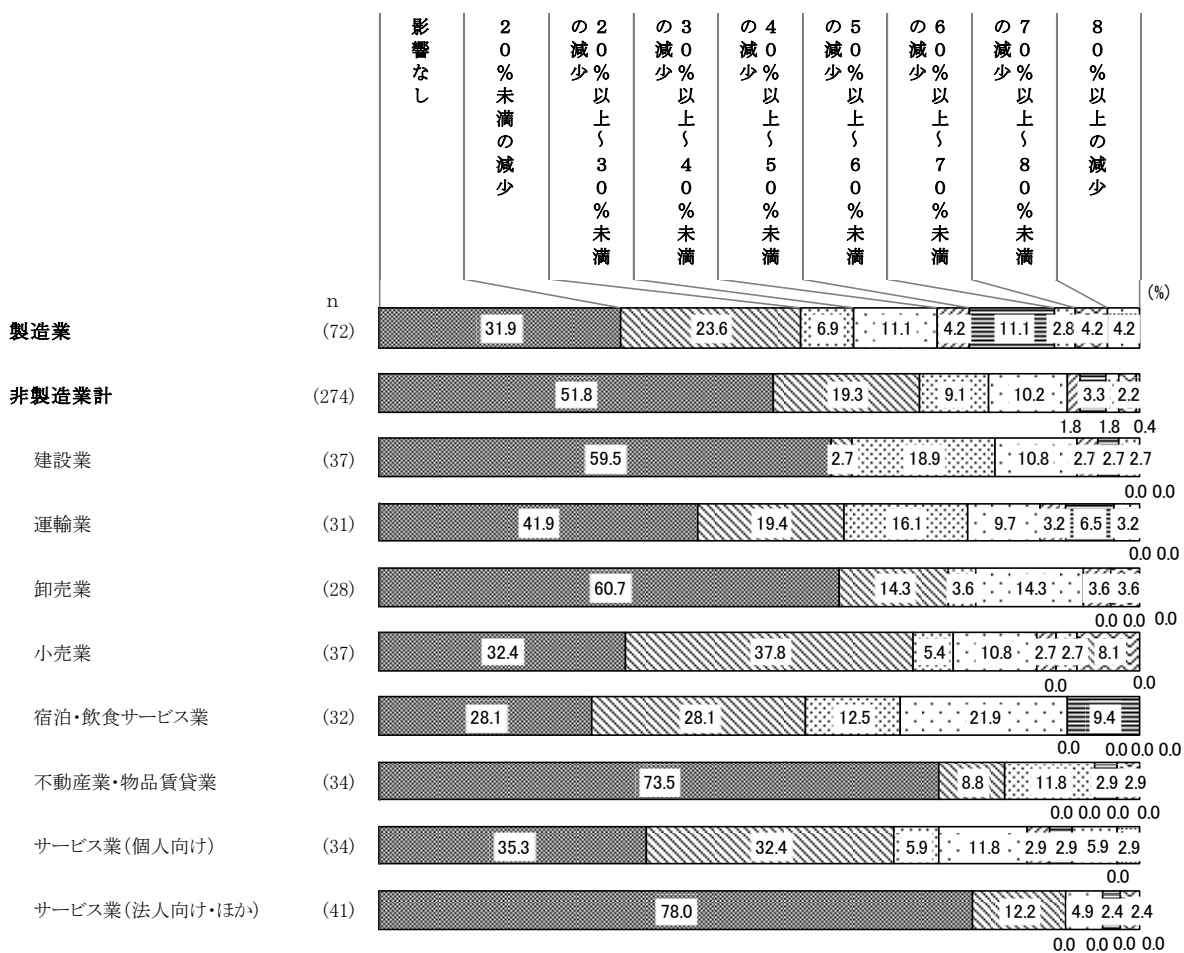
業種別で見ると、不動産業・物品賃貸業及びサービス業（法人向け・ほか）では『影響なし～20%未満の減少』が8割以上となっている。製造業では、売上が40%以上減少した事業所が2割台となっている。



9月の売上減少の割合（2019年同月比）（規模別）



9月の売上減少の割合（2019年同月比）（業種別）

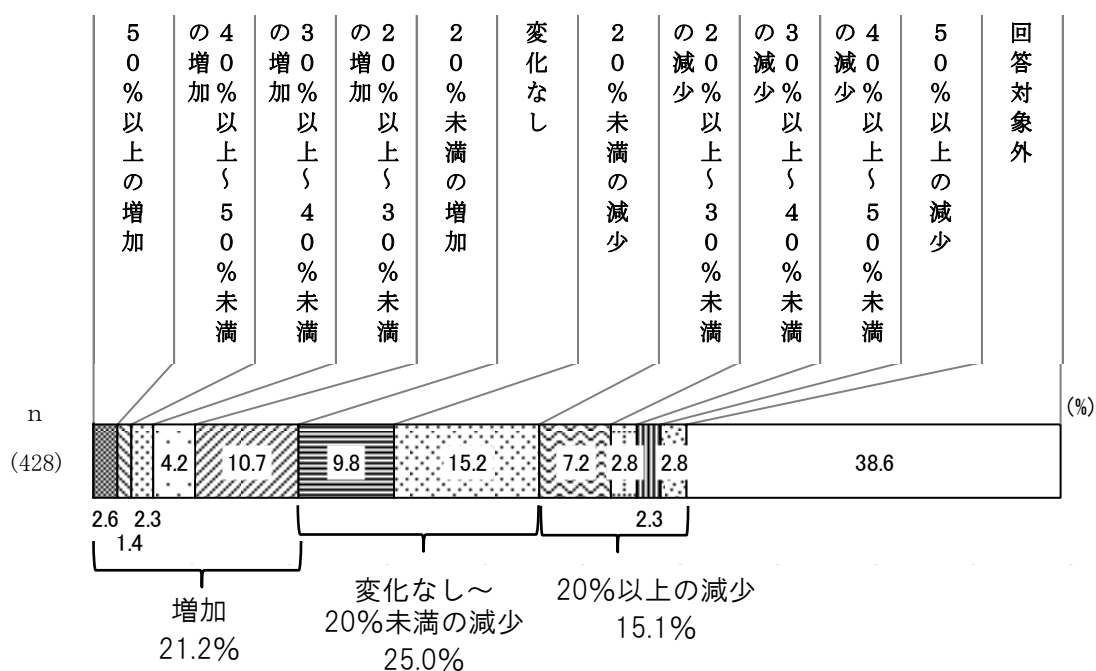


特別設問 2-4 9月の売上の変化（前年同月比）

全事業所における9月の売上の変化（前年同月比）は、「20%未満の減少（15.2%）」、「20%未満の増加（10.7%）」、「変化なし（9.8%）」、「20%以上～30%未満の減少（7.2%）」、「20%以上～30%未満の増加（4.2%）」の順となっている。

※特別設問1で「影響はないが懸念がある」、「9月時点では影響はない」、「引き続き影響はない」と回答した事業所を「回答対象外」として集計。

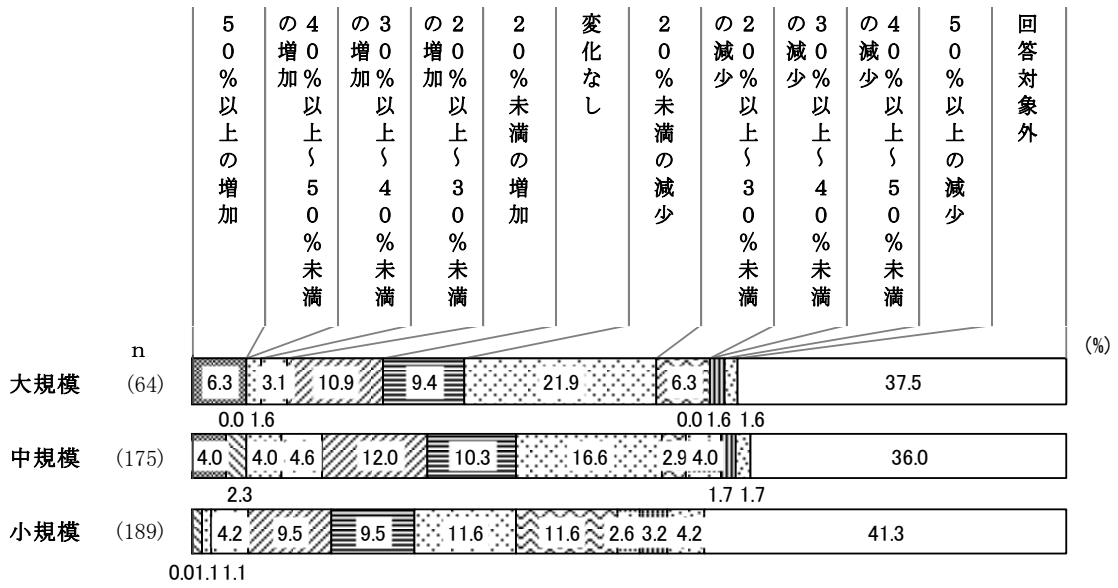
9月の売上の変化（前年同月比）（全業種）



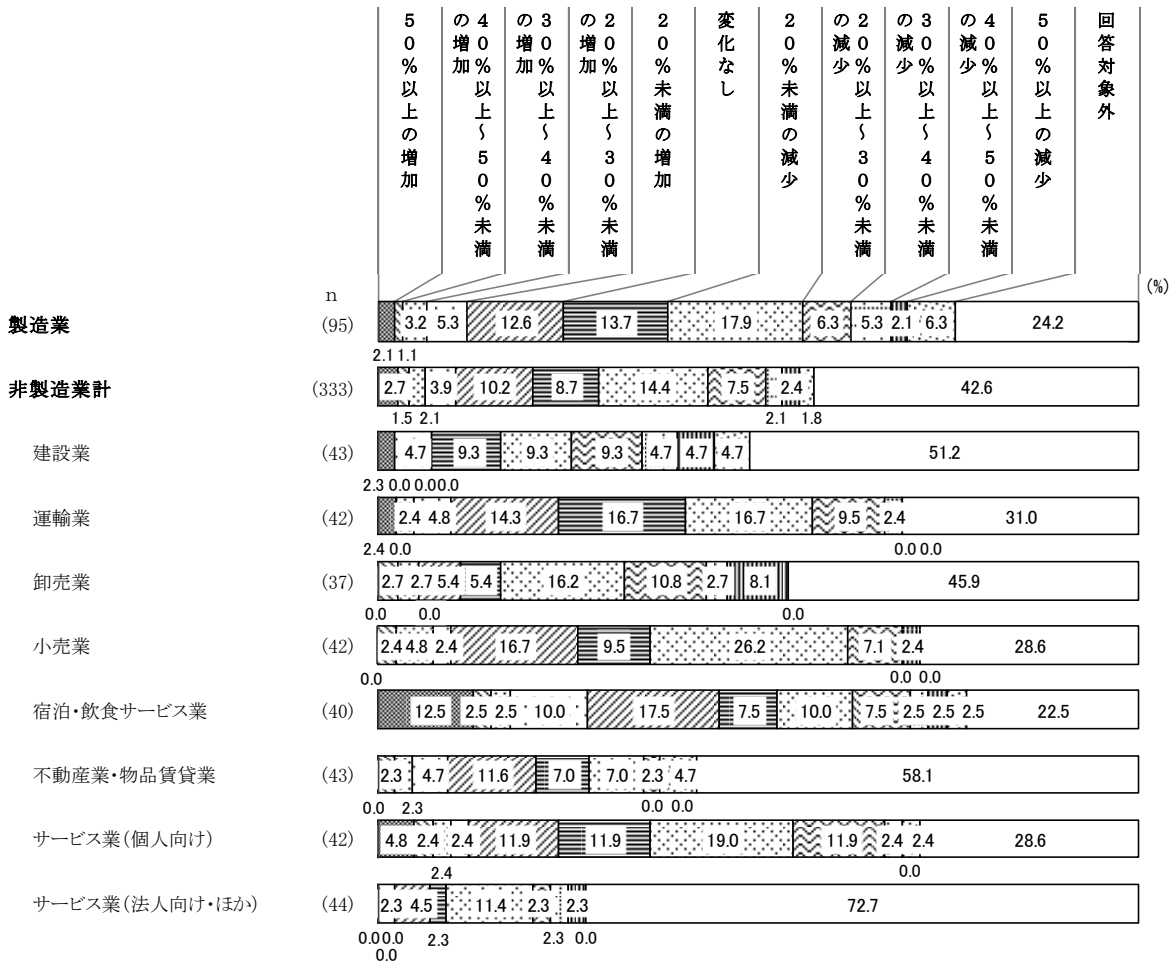
規模別で見ると、『20%以上の減少』が見られるのは大規模では 9.5%、中規模では 10.3%、小規模では 21.6%と、規模が小さくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、宿泊・飲食サービス業が『増加』と回答した割合が高く、45.0%となっている。

9月の売上の変化（前年同月比）（規模別）

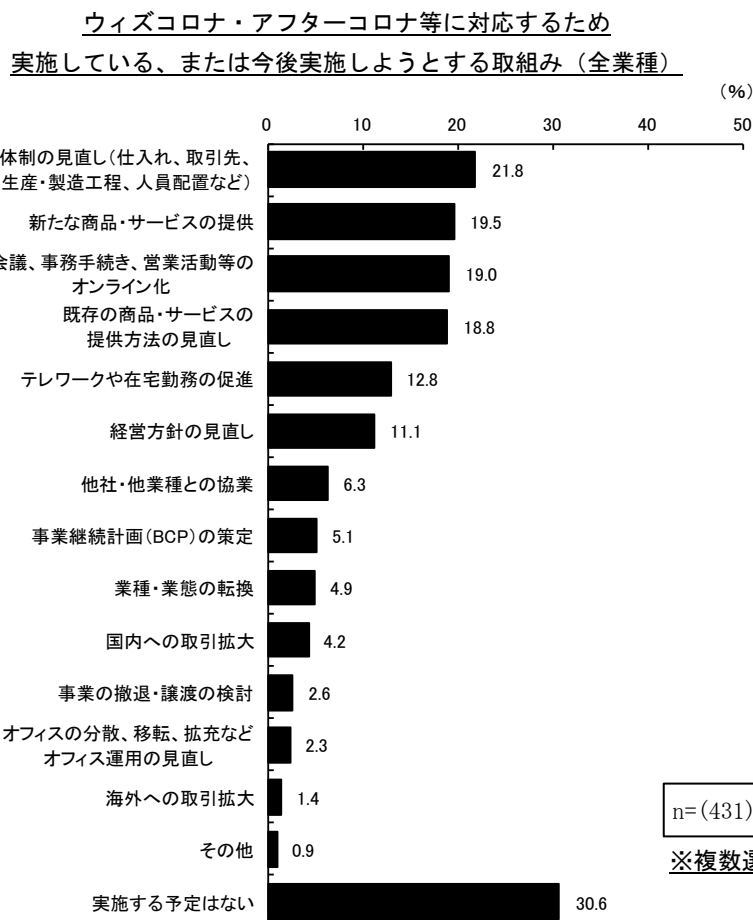


9月の売上の変化（前年同月比）（業種別）



特別設問 3-1 ウィズコロナ・アフターコロナ等に対応するため実施している、または今後実施しようとする取組み

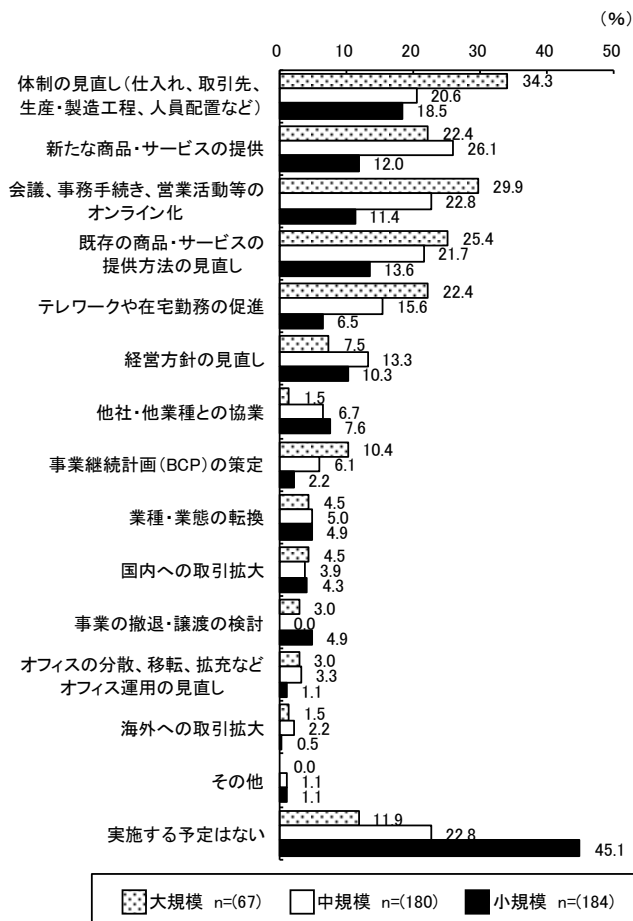
ウィズコロナ・アフターコロナ等に対応するため実施している、または今後実施しようとする取組みについては、「実施する予定はない（30.6%）」、「体制の見直し（仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など）（21.8%）」、「新たな商品・サービスの提供（19.5%）」、「会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化（19.0%）」、「既存の商品・サービスの提供方法の見直し（18.8%）」の順となっている。



規模別で見ると、大規模では「体制の見直し（仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など）」、中規模では「新たな商品・サービスの提供」、小規模では「実施する予定はない」に次いで「体制の見直し（仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など）」の割合が最も多くなっている。「体制の見直し（仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など）」、「会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化」、「既存の商品・サービスの提供方法の見直し」、「テレワークや在宅勤務の促進」、「事業継続計画（BCP）の策定」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「実施する予定はない」、「他社・他業種との協業」については、規模が小さくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、運輸業及びサービス業（個人向け）では「既存の商品・サービスの提供方法の見直し」、卸売業及び小売業では「新たな商品・サービスの提供」、宿泊・飲食サービス業では「体制の見直し（仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など）」が最も多く、サービス業（法人向け・ほか）では「会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化」が「テレワークや在宅勤務の促進」と同率で最も多くなっている。これら以外の業種では「実施する予定はない」が最も多い。

**ウィズコロナ・アフターコロナ等に対応するため  
実施している、または今後実施しようとする取組み（規模別）**



**ウィズコロナ・アフターコロナ等に対応するため  
実施している、または今後実施しようとする取組み（業種別・抜粋）**

製造業 n=(87)	非製造業 n=(344)	
1 実施する予定はない(42.5%)	1 実施する予定はない(27.6%)	
2 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(24.1%)	2 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(21.2%)	
3 新たな商品・サービスの提供(16.1%)	3 新たな商品・サービスの提供(20.3%)	
4 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(14.9%)	3 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(20.3%)	
5 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(12.6%)	5 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(20.1%)	

建設業 n=(46)	運輸業 n=(39)	卸売業 n=(42)
1 実施する予定はない(37.0%)	1 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(25.6%)	1 新たな商品・サービスの提供(33.3%)
2 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(28.3%)	2 他社・他業種との協業(20.5%)	2 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(28.6%)
3 テレワークや在宅勤務の促進(19.6%)	3 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(17.9%)	2 テレワークや在宅勤務の促進(28.6%)
4 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(15.2%)	3 実施する予定はない(17.9%)	4 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(26.2%)
5 経営方針の見直し(8.7%)	5 新たな商品・サービスの提供(15.4%)	5 実施する予定はない(23.8%)

小売業 n=(45)	宿泊・飲食サービス業 n=(39)	不動産業・物品賃貸業 n=(50)
1 新たな商品・サービスの提供(33.3%)	1 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(46.2%)	1 実施する予定はない(36.0%)
2 実施する予定はない(28.9%)	2 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(33.3%)	2 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(24.0%)
3 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(22.2%)	3 新たな商品・サービスの提供(30.8%)	3 経営方針の見直し(16.0%)
4 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(20.0%)	4 実施する予定はない(28.2%)	4 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(14.0%)
5 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(17.8%)	5 経営方針の見直し(15.4%)	5 新たな商品・サービスの提供(12.0%)
		5 テレワークや在宅勤務の促進(12.0%)

サービス業(個人向け) n=(41)	サービス業(法人向け・ほか) n=(42)
1 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(34.1%)	1 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(38.1%)
2 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(29.3%)	1 テレワークや在宅勤務の促進(38.1%)
3 実施する予定はない(22.0%)	3 実施する予定はない(23.8%)
4 事業継続計画(BCP)の策定(17.1%)	4 新たな商品・サービスの提供(21.4%)
5 新たな商品・サービスの提供(14.6%)	5 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(16.7%)
5 経営方針の見直し(14.6%)	

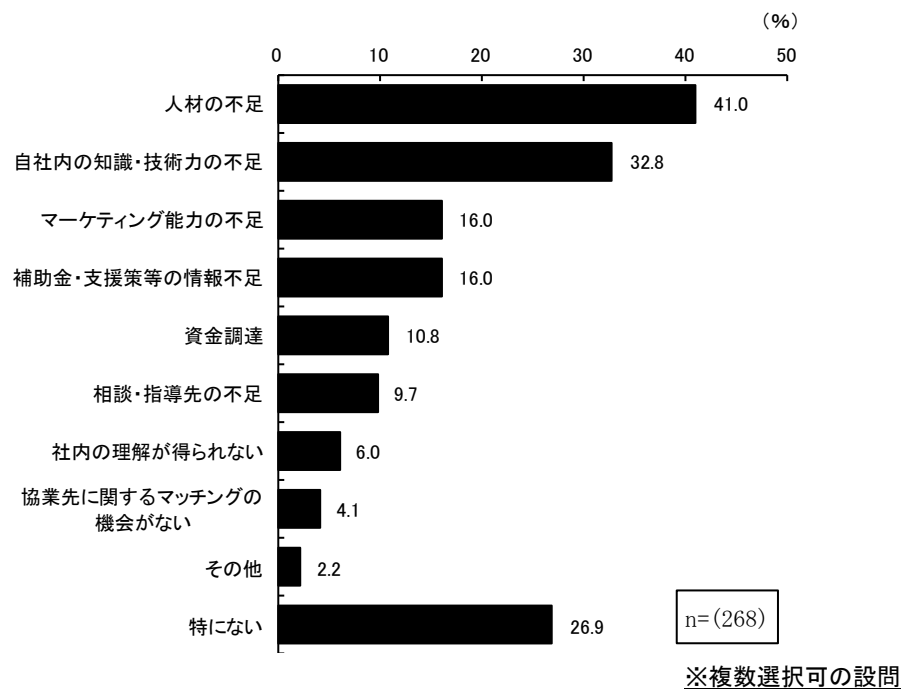
特別設問 3-2 取組みを実施するにあたっての課題

取組みを実施するにあたっての課題については、「人材の不足 (41.0%)」、「自社内の知識・技術力の不足 (32.8%)」、「マーケティング能力の不足」、「補助金・支援策等の情報不足」(ともに 16.0%)、「資金調達 (10.8%)」の順となっている。

なお、「特にない」は 26.9%となっている。

※特別設問 3-1 で「事業の撤退・譲渡の検討」、「事業継続計画 (BCP) の策定」、「その他」、「実施する予定はない」以外を選択した事業所に対する設問

取組みを実施するにあたっての課題 (全業種)

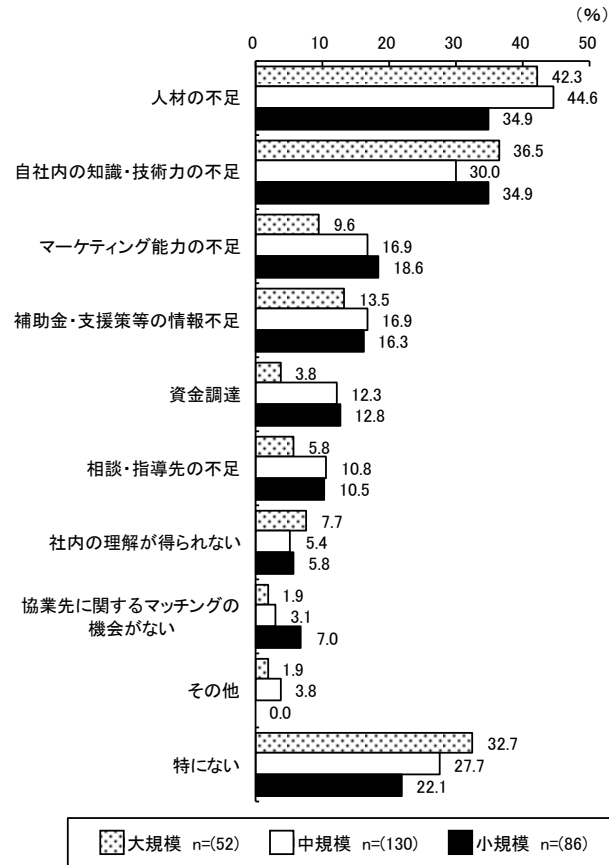


規模別で見ると、すべての規模で「人材の不足」の割合が最も多く、小規模では「自社内の知識・技術力の不足」も同率で多くなっている。「特にない」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「マーケティング能力の不足」、「資金調達」、「協業先に関するマッチングの機会がない」については、規模が小さくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、不動産業・物品賃貸業及びサービス業（法人向け・ほか）では「自社内の知識・技術力の不足」、これら以外の業種では「人材の不足」が最も多くなっている。

※「業種別」については、有効回答数が少ない点にご留意ください。

取組みを実施するにあたっての課題（規模別）

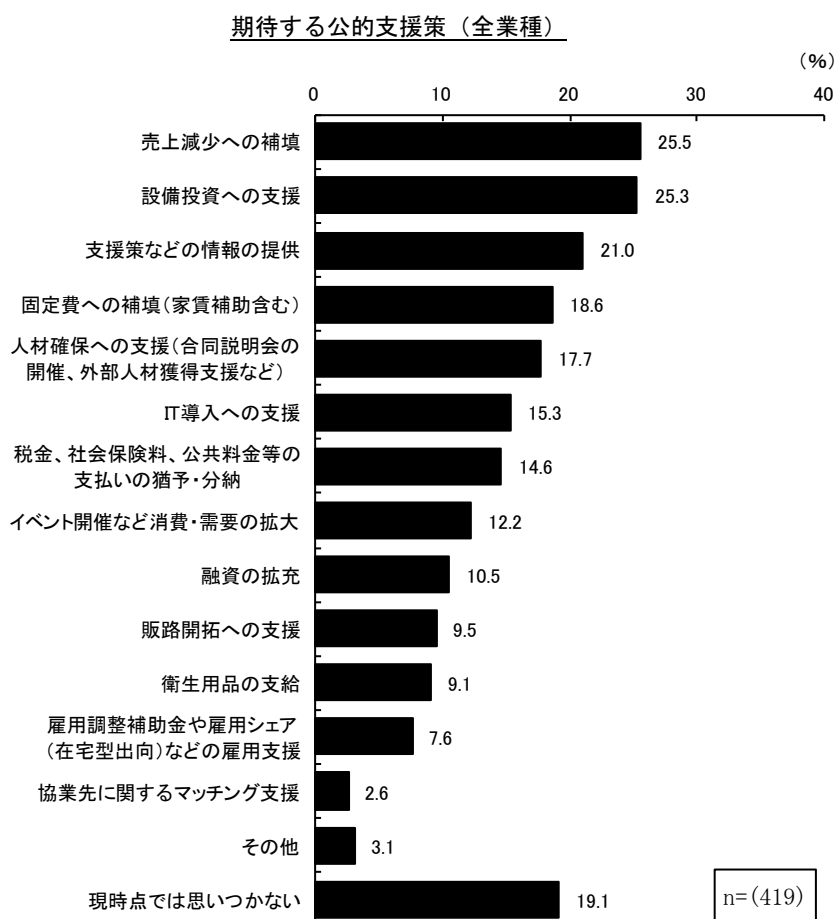


取組みを実施するにあたっての課題（業種別・抜粋）

<p>製造業 n=(43)</p> <p>1 人材の不足(41.9%) 2 自社内の知識・技術力の不足(39.5%) 3 マーケティング能力の不足(27.9%) 4 資金調達(14.0%) 4 補助金・支援策等の情報不足(14.0%)</p>	<p>非製造業 n=(225)</p> <p>1 人材の不足(40.9%) 2 自社内の知識・技術力の不足(31.6%) 3 補助金・支援策等の情報不足(16.4%) 4 マーケティング能力の不足(13.8%) 5 資金調達(10.2%) 5 相談・指導先の不足(10.2%)</p>	
<p>建設業 n=(27)</p> <p>1 人材の不足(48.1%) 2 自社内の知識・技術力の不足(29.6%) 3 相談・指導先の不足(14.8%) 3 補助金・支援策等の情報不足(14.8%) 5 社内の理解が得られない(11.1%)</p>	<p>運輸業 n=(25)</p> <p>1 人材の不足(64.0%) 2 社内の理解が得られない(16.0%) 2 自社内の知識・技術力の不足(16.0%) 4 マーケティング能力の不足(12.0%) 4 補助金・支援策等の情報不足(12.0%)</p>	<p>卸売業 n=(31)</p> <p>1 人材の不足(32.3%) 2 相談・指導先の不足(19.4%) 3 資金調達(16.1%) 3 マーケティング能力の不足(16.1%) 3 自社内の知識・技術力の不足(16.1%)</p>
<p>小売業 n=(31)</p> <p>1 人材の不足(35.5%) 2 自社内の知識・技術力の不足(22.6%) 2 補助金・支援策等の情報不足(22.6%) 4 資金調達(9.7%) 4 マーケティング能力の不足(9.7%) 4 相談・指導先の不足(9.7%) 4 協業先に関するマッチングの機会がない(9.7%)</p>	<p>宿泊・飲食サービス業 n=(25)</p> <p>1 人材の不足(48.0%) 2 自社内の知識・技術力の不足(44.0%) 3 補助金・支援策等の情報不足(36.0%) 4 資金調達(28.0%) 5 マーケティング能力の不足(24.0%)</p>	<p>不動産業・物品賃貸業 n=(27)</p> <p>1 自社内の知識・技術力の不足(48.1%) 2 マーケティング能力の不足(25.9%) 3 人材の不足(22.2%) 4 資金調達(11.1%) 4 補助金・支援策等の情報不足(11.1%)</p>
<p>サービス業(個人向け) n=(28)</p> <p>1 人材の不足(46.4%) 2 自社内の知識・技術力の不足(32.1%) 3 補助金・支援策等の情報不足(21.4%) 4 マーケティング能力の不足(14.3%) 5 資金調達(7.1%) 5 社内の理解が得られない(7.1%) 5 相談・指導先の不足(7.1%) 5 協業先に関するマッチングの機会がない(7.1%)</p>	<p>サービス業(法人向け・ほか) n=(31)</p> <p>1 自社内の知識・技術力の不足(45.2%) 2 人材の不足(35.5%) 3 社内の理解が得られない(9.7%) 4 資金調達(6.5%) 4 相談・指導先の不足(6.5%) 4 補助金・支援策等の情報不足(6.5%)</p>	

特別設問 4 期待する公的支援策

期待する公的支援策については、「売上減少への補填（25.5%）」、「設備投資への支援（25.3%）」、「支援策などの情報の提供（21.0%）」、「固定費への補填（家賃補助含む）（18.6%）」、「人材確保への支援（合同説明会の開催、外部人材獲得支援など）（17.7%）」の順となっている。



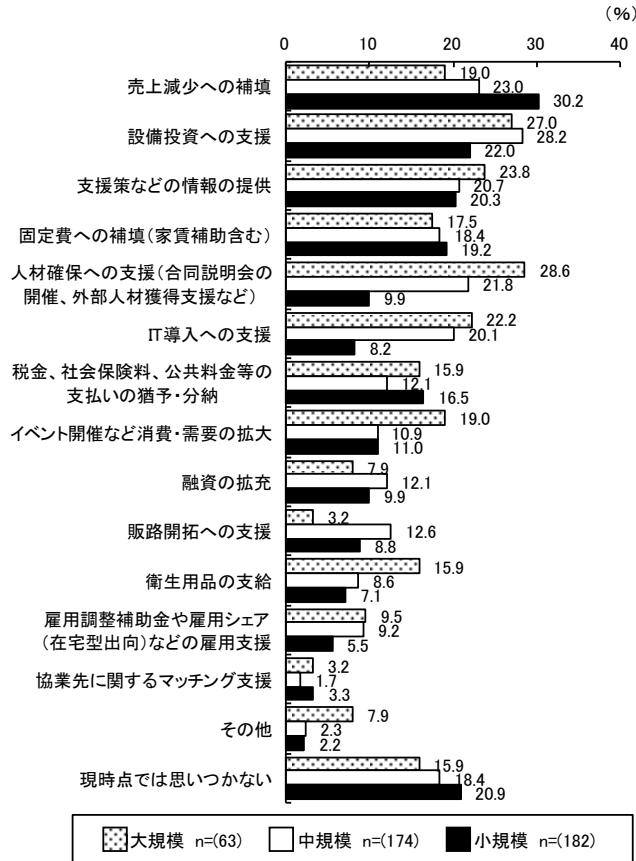
※複数選択可の設問

規模別で見ると、大規模では「人材確保への支援（合同説明会の開催、外部人材獲得支援など）」、中規模では「設備投資への支援」、小規模では「売上減少への補填」の割合が最も多くなっている。「支援策などの情報の提供」、「人材確保への支援（合同説明会の開催、外部人材獲得支援など）」、「IT導入への支援」、「衛生用品の支給」、「雇用調整補助金や雇用シェア（在宅型出向）などの雇用支援」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「売上減少への補填」、「固定費への補填（家賃補助含む）」については、規模が小さくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、製造業及び宿泊・飲食サービス業では「設備投資への支援」が最も多く、建設業では「設備投資への支援」、「人材確保への支援（合同説明会の開催、外部人材獲得支援など）」、「IT導入への支援」、サービス業（法人向け・ほか）では「支援策などの情報の提供」、「人材確保への支援（合同説明会の開催、外部人材獲得支援など）」が同率で最も多くなっている。これら以外の業種では「売上減少への補填」が最も多い。



期待する公的支援策（規模別）



期待する公的支援策（業種別・抜粋）

製造業 n=(88)	非製造業 n=(331)
1 設備投資への支援(27.3%)	1 売上減少への補填(26.0%)
2 売上減少への補填(23.9%)	2 設備投資への支援(24.8%)
3 人材確保への支援(合同説明会の開催、外部人材獲得支援など)(19.3%)	3 支援策などの情報の提供(21.8%)
4 固定費への補填(家賃補助含む)(18.2%)	5 固定費への補填(家賃補助含む)(18.7%)
4 支援策などの情報の提供(18.2%)	5 人材確保への支援(合同説明会の開催、外部人材獲得支援など)(17.2%)

建設業 n=(44)	運輸業 n=(42)	卸売業 n=(40)
1 設備投資への支援(18.2%)	1 売上減少への補填(31.0%)	1 売上減少への補填(27.5%)
1 人材確保への支援(合同説明会の開催、外部人材獲得支援など)(18.2%)	2 固定費への補填(家賃補助含む)(26.2%)	2 支援策などの情報の提供(22.5%)
1 IT導入への支援(18.2%)	2 設備投資への支援(26.2%)	3 設備投資への支援(20.0%)
4 支援策などの情報の提供(15.9%)	4 人材確保への支援(合同説明会の開催、外部人材獲得支援など)(23.8%)	4 融資の拡充(15.0%)
5 売上減少への補填(13.6%)	5 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(19.0%)	5 IT導入への支援(12.5%)
	5 支援策などの情報の提供(19.0%)	5 販路開拓への支援(12.5%)
		5 人材確保への支援(合同説明会の開催、外部人材獲得支援など)(12.5%)

小売業 n=(42)	宿泊・飲食サービス業 n=(36)	不動産業・物品賃貸業 n=(49)
1 売上減少への補填(35.7%)	1 設備投資への支援(50.0%)	1 売上減少への補填(28.6%)
2 固定費への補填(家賃補助含む)(23.8%)	2 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(27.8%)	2 設備投資への支援(26.5%)
2 IT導入への支援(23.8%)	2 売上減少への補填(27.8%)	3 イベント開催など消費・需要の拡大(20.4%)
4 支援策などの情報の提供(19.0%)	2 固定費への補填(家賃補助含む)(27.8%)	4 支援策などの情報の提供(18.4%)
5 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(16.7%)	2 支援策などの情報の提供(27.8%)	5 固定費への補填(家賃補助含む)(16.3%)
5 設備投資への支援(16.7%)		5 IT導入への支援(16.3%)

サービス業(個人向け) n=(39)	サービス業(法人向け・ほか) n=(39)
1 売上減少への補填(33.3%)	1 支援策などの情報の提供(28.2%)
2 設備投資への支援(28.2%)	1 人材確保への支援(合同説明会の開催、外部人材獲得支援など)(28.2%)
3 固定費への補填(家賃補助含む)(25.6%)	3 固定費への補填(家賃補助含む)(15.4%)
3 衛生用品の支給(25.6%)	3 設備投資への支援(15.4%)
3 支援策などの情報の提供(25.6%)	3 IT導入への支援(15.4%)