

# ＜速報＞新型コロナウイルス感染症の影響について

(仙台市企業経営動向調査 第 87 回調査 ～特別設問から～)

令和 2 年 10 月  
仙台市経済局・仙台商工会議所

本市は、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 87 回調査（令和 2 年 7～9 月期））において、前回に引き続き、新型コロナウイルス感染症の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 月下旬に公表予定。

## 1. 企業経営動向調査の概要

- (1) 実施期間：令和 2 年 10 月 1 日（木）～10 月 16 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：767 件（有効回答数は 755 件）

有効回収数

(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		767 (100.0%)	119 (100.0%)	318 (100.0%)	330 (100.0%)
製造業		167 (21.8%)	3 (2.5%)	65 (20.4%)	99 (30.0%)
非製造業計		600 (78.2%)	116 (97.5%)	253 (79.6%)	231 (70.0%)
建設業		84 (11.0%)	4 (3.4%)	43 (13.5%)	37 (11.2%)
運輸業		75 (9.8%)	1 (0.8%)	40 (12.6%)	34 (10.3%)
卸売業		77 (10.0%)	13 (10.9%)	41 (12.9%)	23 (7.0%)
小売業		83 (10.8%)	28 (23.5%)	26 (8.2%)	29 (8.8%)
宿泊・飲食サービス業		61 (8.0%)	19 (16.0%)	23 (7.2%)	19 (5.8%)
不動産業・物品賃貸業		76 (9.9%)	1 (0.8%)	22 (6.9%)	53 (16.1%)
サービス業(個人向け)		75 (9.8%)	27 (22.7%)	31 (9.7%)	17 (5.2%)
サービス業(法人向け・ほか)		69 (9.0%)	23 (19.3%)	27 (8.5%)	19 (5.8%)

### (5) 結果概要

事業所の 50.4%が 9 月以前より改善するも今後の懸念を含めると 82.2%が影響あり

- ・企業活動への影響については、回答があった 699 事業所のうち 50.4%にあたる 352 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 71.0%。
- ・一方、29.0%にあたる 203 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 82.2%となる。
- ・影響の具体的な内容は、「売上・受注の停滞、不振」が 89.1%と最も多い。
- ・9 月の前年同月比の売上減少割合は、『影響なし～20%未満』が 60.4%、『20%以上～50%未満』が 27.9%、『50%以上』が 11.8%となっている。
- ・実施した対応策は、「感染予防対策の実施」が 48.6%と最も多く、次いで「経費削減」が多い。
- ・今後懸念される影響は、「売上・受注の停滞、不振」が 88.1%と最も多い。
- ・経済回復期に向けた取組みは、「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 29.6%と最も多く、次いで「新たな商品・サービスの提供」が多い。
- ・取組みを実施するにあたっての課題は、「自社内の知識・技術力の不足」が 34.5%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 37.3%と最も多く、次いで「固定費への補填（家賃補助含む）」、「税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納」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。

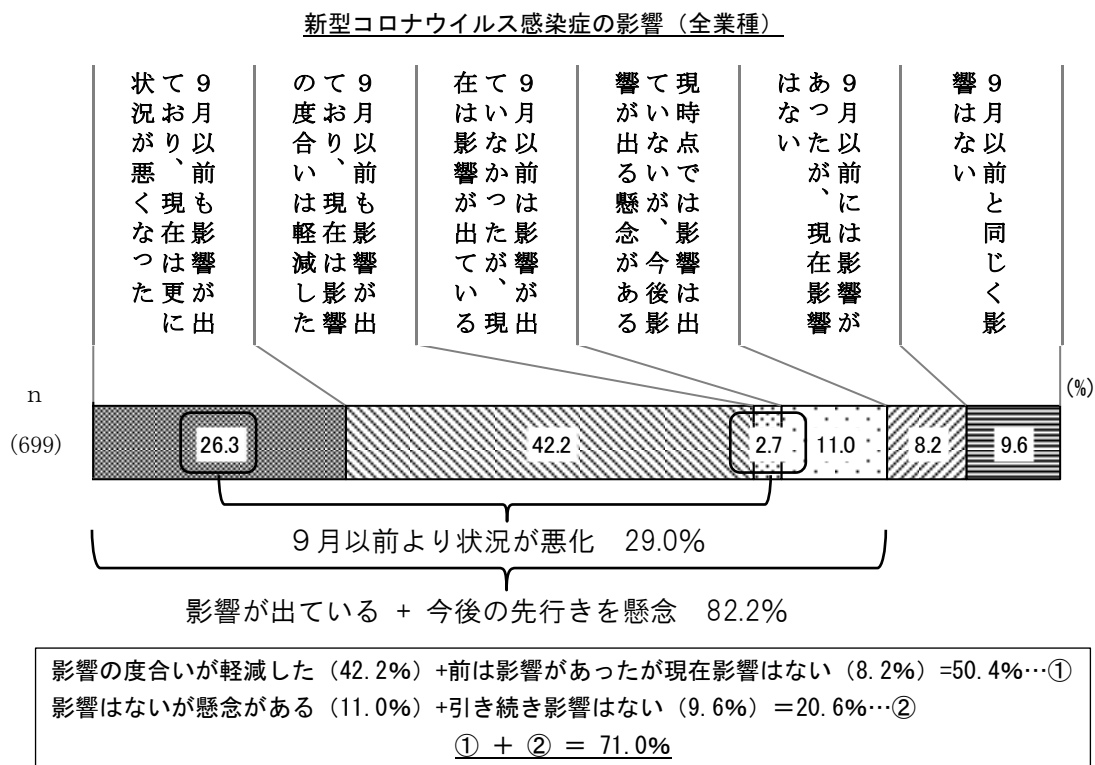
数値の単位未満は四捨五入を原則としたため、各項目の値の合計が総数と一致しない場合がある。

## 2. 調査結果

### 特別設問1 新型コロナウイルス感染症の影響

新型コロナウイルス感染症の影響については、「9月以前も影響が出ており、現在は影響の度合いは軽減した（42.2%）」、「9月以前も影響が出ており、現在は更に状況が悪くなった（26.3%）」、「現時点では影響は出ていないが、今後影響が出る懸念がある（11.0%）」、「9月以前と同じく影響はない（9.6%）」の順となっている。

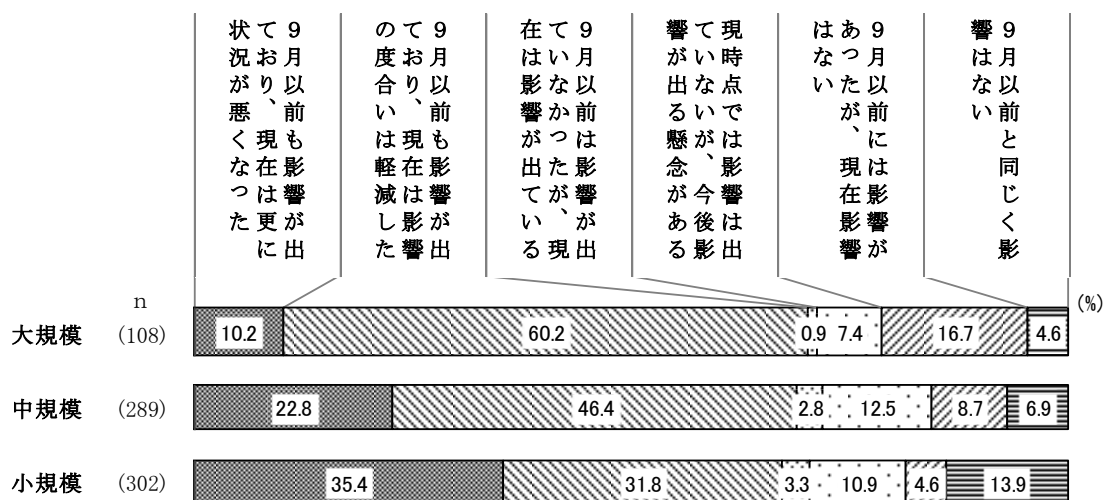
9月以前より状況が悪化している事業所は29.0%となり、既に影響が出ている事業所と今後の先行きを懸念する事業所の合計は82.2%になる。一方で、状況が改善した事業所は50.4%となり、状況が改善した事業所と影響が出ていない事業所の合計は71.0%になる。



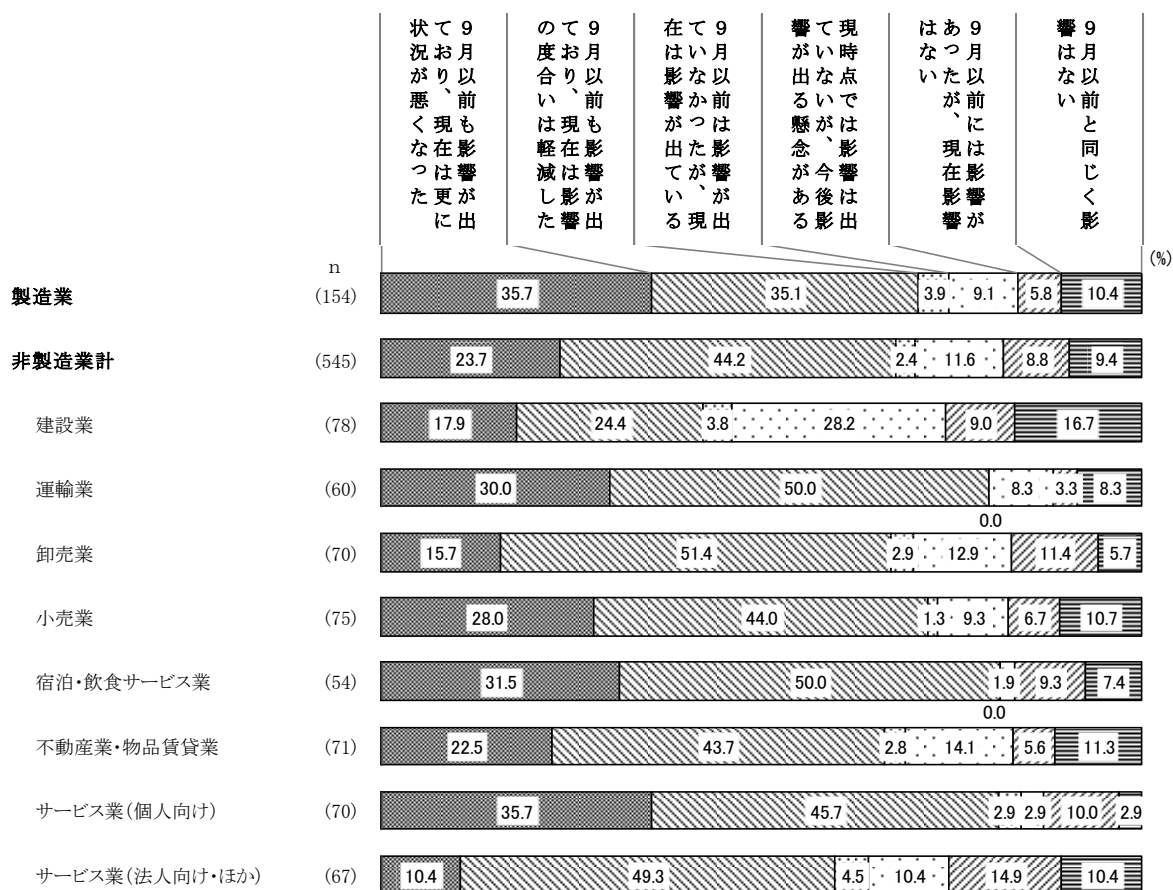
規模別で見ると、大規模及び中規模では「9月以前も影響が出ており、現在は影響の度合いは軽減した」、小規模では「9月以前も影響が出ており、現在は更に状況が悪くなった」の割合がそれぞれ最も多くなっている。「9月以前も影響が出ており、現在は影響の度合いは軽減した」、「9月以前には影響があったが、現在影響はない」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「9月以前も影響が出ており、現在は更に状況が悪くなった」、「9月以前は影響が出ていなかったが、現在は影響が出ている」、「9月以前と同じく影響はない」については、規模が小さくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、製造業では「9月以前も影響が出ており、現在は更に状況が悪くなった」、建設業では「現時点では影響は出ていないが、今後影響が出る懸念がある」、これら以外の業種では「9月以前も影響が出ており、現在は影響の度合いは軽減した」がそれぞれ最も多くなっている。

新型コロナウイルス感染症の影響（規模別）



新型コロナウイルス感染症の影響（業種別）

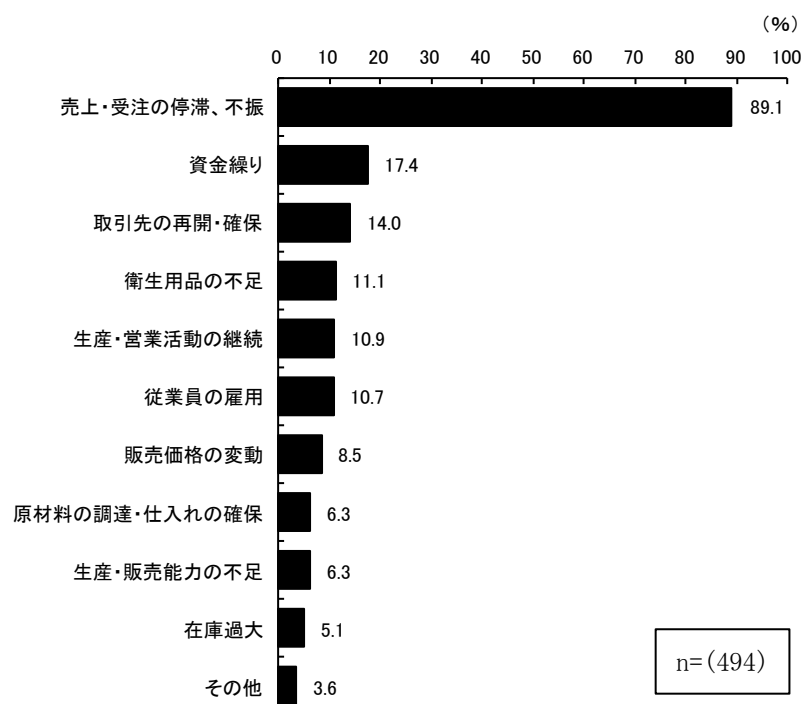


## 特別設問2 影響の内容

影響の内容については、「売上・受注の停滞、不振（89.1%）」、「資金繰り（17.4%）」、「取引先の再開・確保（14.0%）」、「衛生用品の不足（11.1%）」、「生産・営業活動の継続（10.9%）」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」、「現在は影響が出ている」と回答した事業所に対する設問

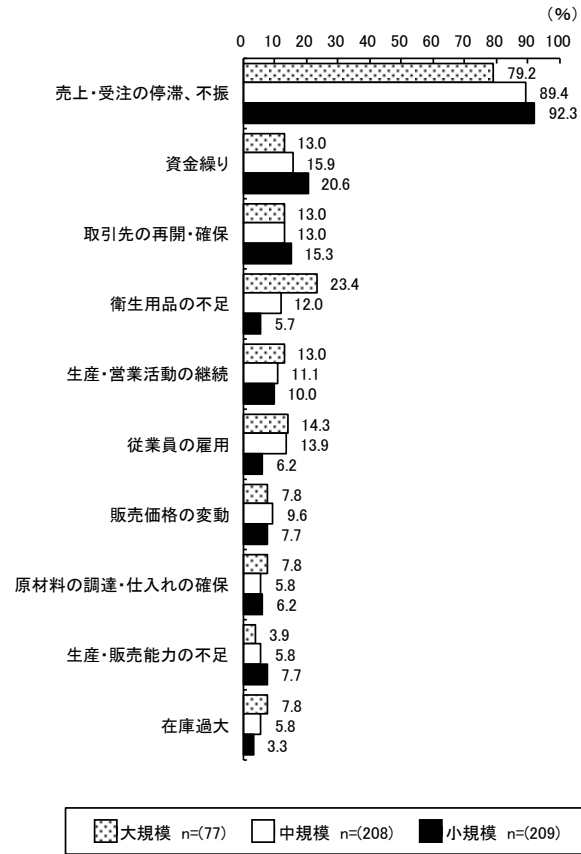
影響の内容（全業種）複数選択可



規模別で見ると、すべての規模で「売上・受注の停滞、不振」の割合が最も多くなっている。「衛生用品の不足」、「生産・営業活動の継続」、「従業員の雇用」、「在庫過大」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「売上・受注の停滞、不振」「資金繰り」、「生産・販売能力の不足」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、すべての業種で「売上・受注の停滞、不振」が最も多く、製造業、運輸業、宿泊・飲食サービス業、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割を超えている。

影響の内容（規模別・抜粋）



影響の内容（業種別・抜粋）

製造業 n=(115)	非製造業 n=(379)	
1 売上・受注の停滞、不振 (93.9%)	1 売上・受注の停滞、不振 (87.6%)	
2 資金繰り (22.6%)	2 資金繰り (15.8%)	
3 取引先の再開・確保 (16.5%)	3 取引先の再開・確保 (13.2%)	
4 生産・営業活動の継続 (10.4%)	4 衛生用品の不足 (12.9%)	
5 従業員の雇用 (7.8%)	5 従業員の雇用 (11.6%)	

建設業 n=(36)	運輸業 n=(46)	卸売業 n=(49)
1 売上・受注の停滞、不振 (88.9%)	1 売上・受注の停滞、不振 (95.7%)	1 売上・受注の停滞、不振 (85.7%)
2 生産・営業活動の継続 (22.2%)	2 資金繰り (26.1%)	2 取引先の再開・確保 (22.4%)
3 取引先の再開・確保 (11.1%)	3 従業員の雇用 (23.9%)	3 販売価格の変動 (20.4%)
3 販売価格の変動 (11.1%)	4 取引先の再開・確保 (10.9%)	4 生産・営業活動の継続 (16.3%)
5 従業員の雇用 (8.3%)	5 衛生用品の不足 (8.7%)	4 在庫過大 (16.3%)

小売業 n=(54)	宿泊・飲食サービス業 n=(43)	不動産業・物品賃貸業 n=(49)
1 売上・受注の停滞、不振 (88.9%)	1 売上・受注の停滞、不振 (88.4%)	1 売上・受注の停滞、不振 (91.8%)
2 衛生用品の不足 (13.0%)	2 資金繰り (34.9%)	2 資金繰り (14.3%)
2 取引先の再開・確保 (13.0%)	3 従業員の雇用 (27.9%)	3 生産・営業活動の継続 (12.2%)
2 在庫過大 (13.0%)	4 販売価格の変動 (9.3%)	3 販売価格の変動 (12.2%)
5 資金繰り (11.1%)	5 衛生用品の不足 (7.0%)	5 取引先の再開・確保 (10.2%)
	5 原材料の調達・仕入れの確保 (7.0%)	
	5 在庫過大 (7.0%)	

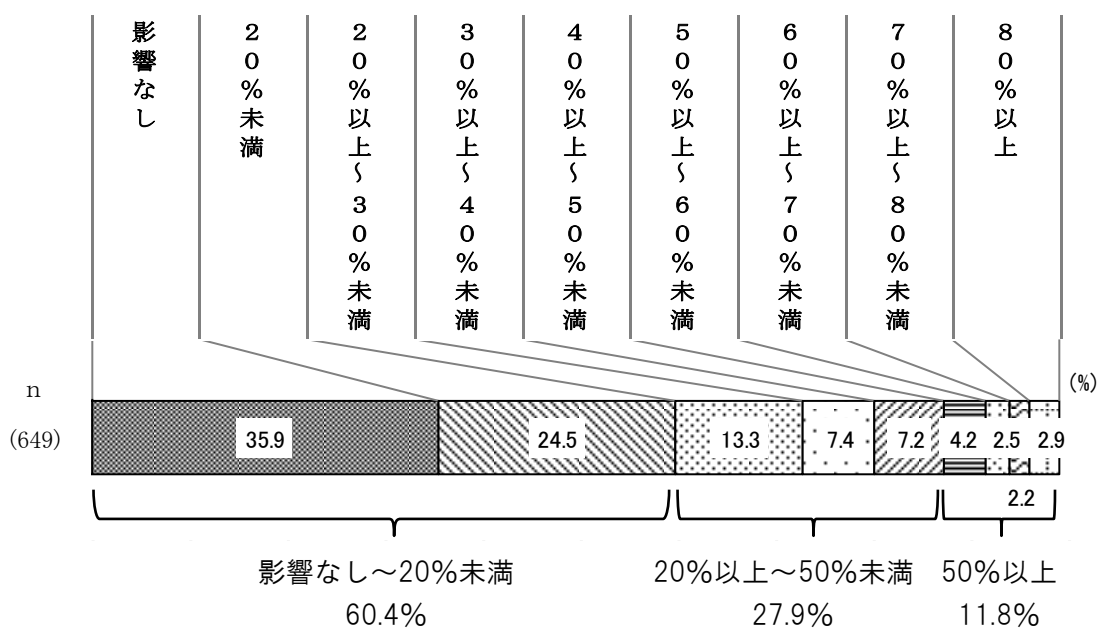
サービス業(個人向け) n=(59)	サービス業(法人向け・ほか) n=(43)
1 売上・受注の停滞、不振 (71.2%)	1 売上・受注の停滞、不振 (95.3%)
2 衛生用品の不足 (33.9%)	2 取引先の再開・確保 (25.6%)
3 資金繰り (15.3%)	3 生産・営業活動の継続 (16.3%)
4 従業員の雇用 (10.2%)	4 従業員の雇用 (9.3%)
4 生産・営業活動の継続 (10.2%)	4 衛生用品の不足 (9.3%)
4 原材料の調達・仕入れの確保 (10.2%)	4 資金繰り (9.3%)
	4 生産・販売能力の不足 (9.3%)

特別設問3 売上減少の割合

全事業所における9月の前年同月比の売上減少割合は、「影響なし(35.9%)」に続いて、「20%未満(24.5%)」、「20%以上～30%未満(13.3%)」、「30%以上～40%未満(7.4%)」、「40%以上～50%未満(7.2%)」の順となっており、依然対前年同月比では大幅な売上減少が続いている。

※特別設問1で「影響はないが懸念がある」、「現在影響はない」、「引き続き影響はない」と回答した事業所を「影響なし」に含めて集計。

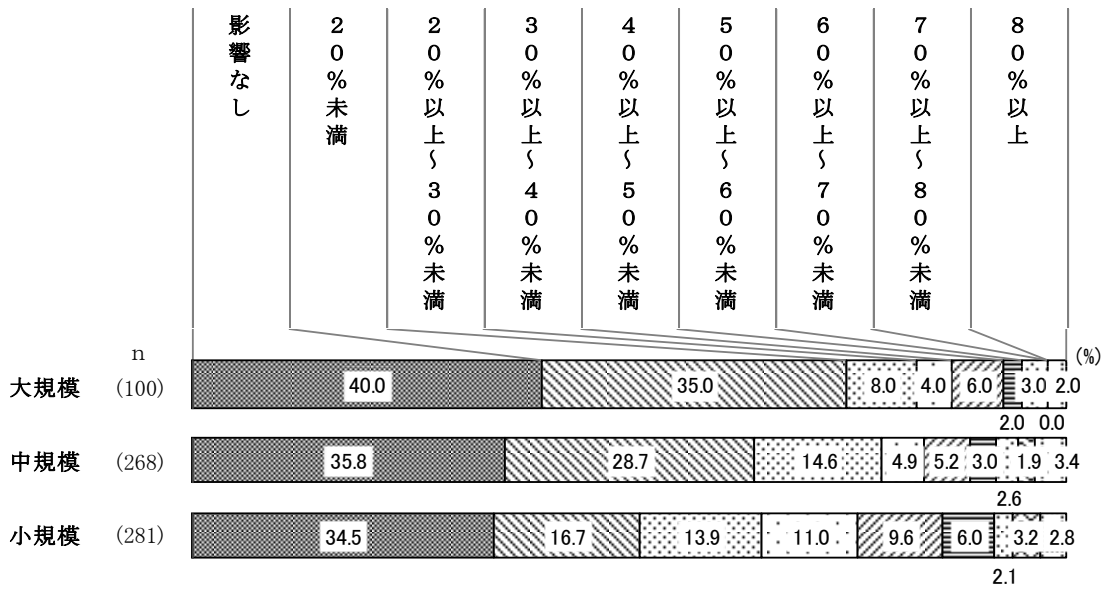
売上減少の割合（全業種）



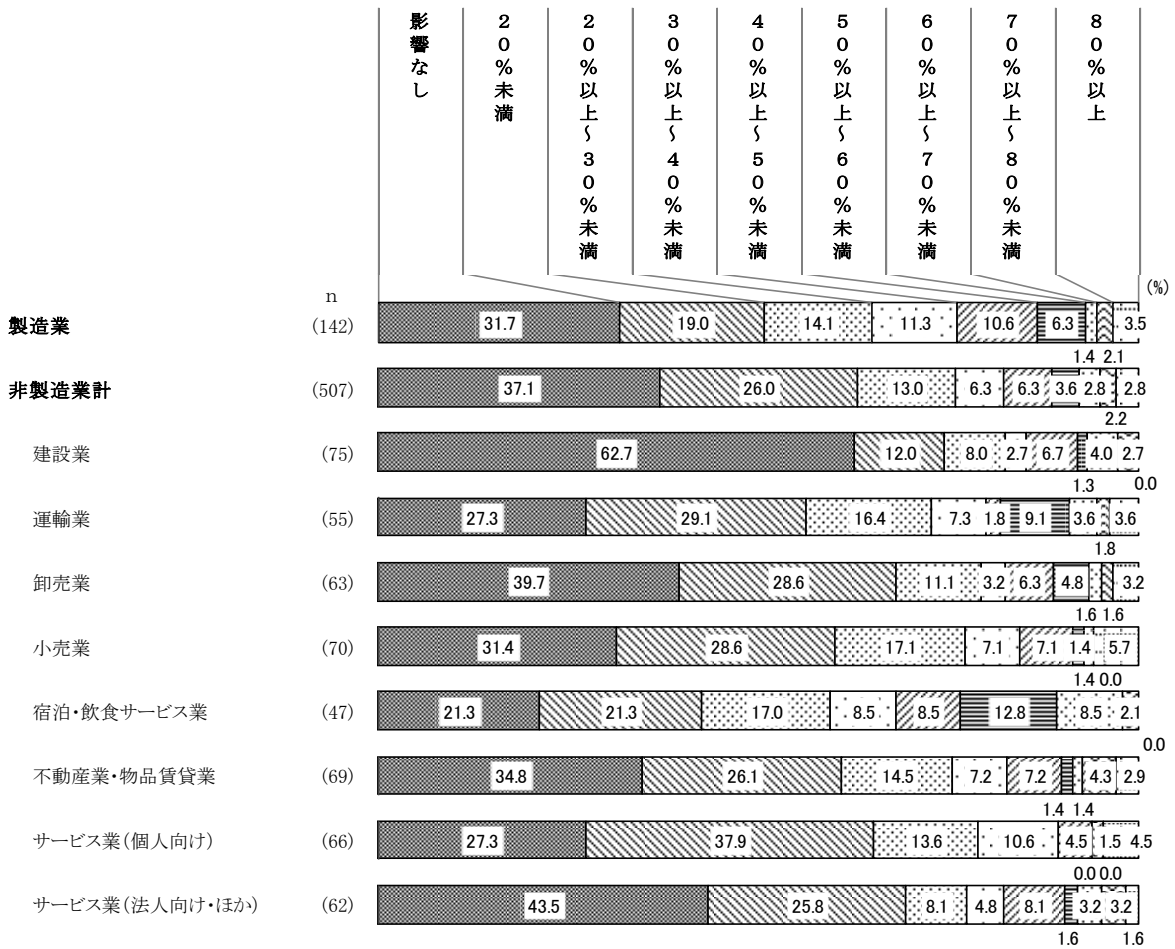
規模別で見ると、大規模では《影響なし～20%未満》が75.0%、中規模では64.5%、小規模では51.2%と、規模が大きくなるにつれ影響の割合が少なくなっている。

業種別で見ると、宿泊・飲食サービス業を除くすべての業種は《影響なし～20%未満》が5～7割程度となっている。宿泊・飲食サービス業は、売上が40%以上減少している事業所は3割と、他の業種と比べて多くなっている。

売上減少の割合（規模別）



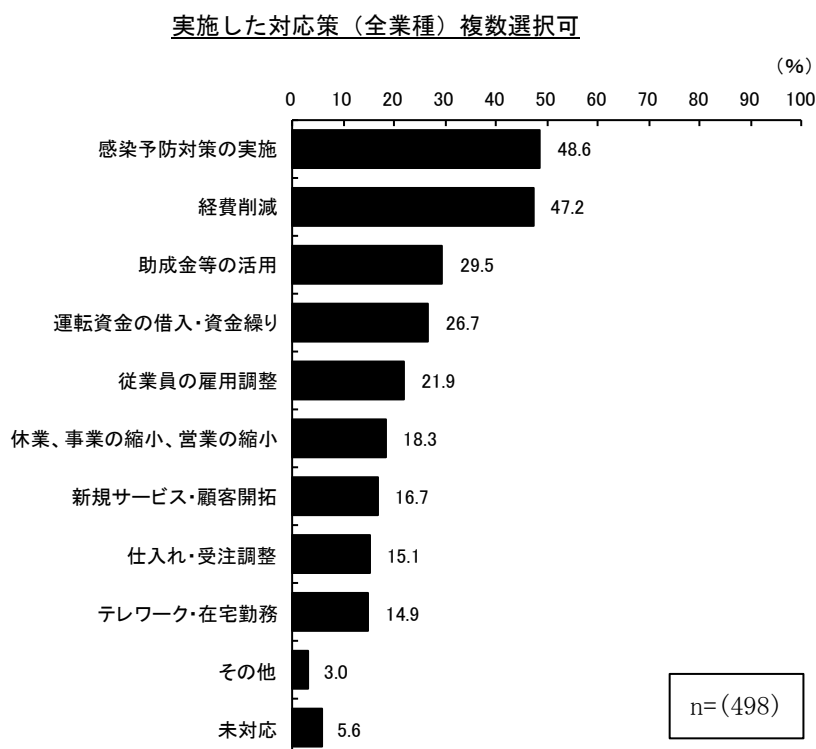
売上減少の割合（業種別）



#### 特別設問4 実施した対応策

実施した対応策については、「感染予防対策の実施（48.6%）」、「経費削減（47.2%）」、「助成金等の活用（29.5%）」、「運転資金の借入・資金繰り（26.7%）」、「従業員の雇用調整（21.9%）」の順となっている。

※設問1で「更に悪くなった」、「軽減した」、「現在は影響が出ている」、「影響はないが懸念がある」と回答した事業所に対する設問

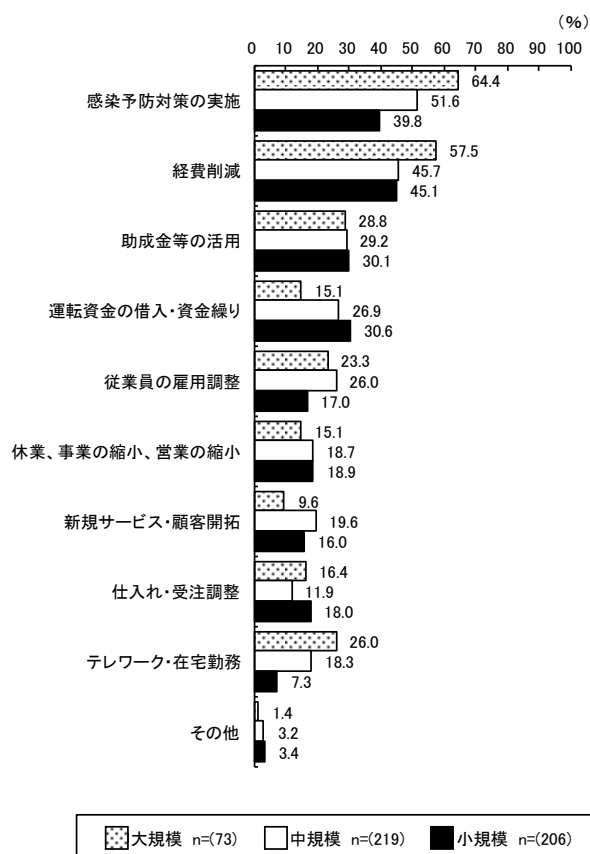


規模別で見ると、大規模及び中規模では「感染予防対策の実施」、小規模では「経費削減」の割合がそれぞれ最も多くなっている。「感染予防対策の実施」、「経費削減」、「テレワーク・在宅勤務」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「助成金の活用」、「運転資金の借入・資金繰り」、「休業、事業の縮小、営業の縮小」については、規模が小さくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、運輸業及びサービス業（法人向け・ほか）では「経費削減」、宿泊・飲食サービス業では「感染予防対策の実施」が他の業種と比べて多くなっている。



### 実施した対応策（規模別・抜粋）



### 実施した対応策（業種別・抜粋）

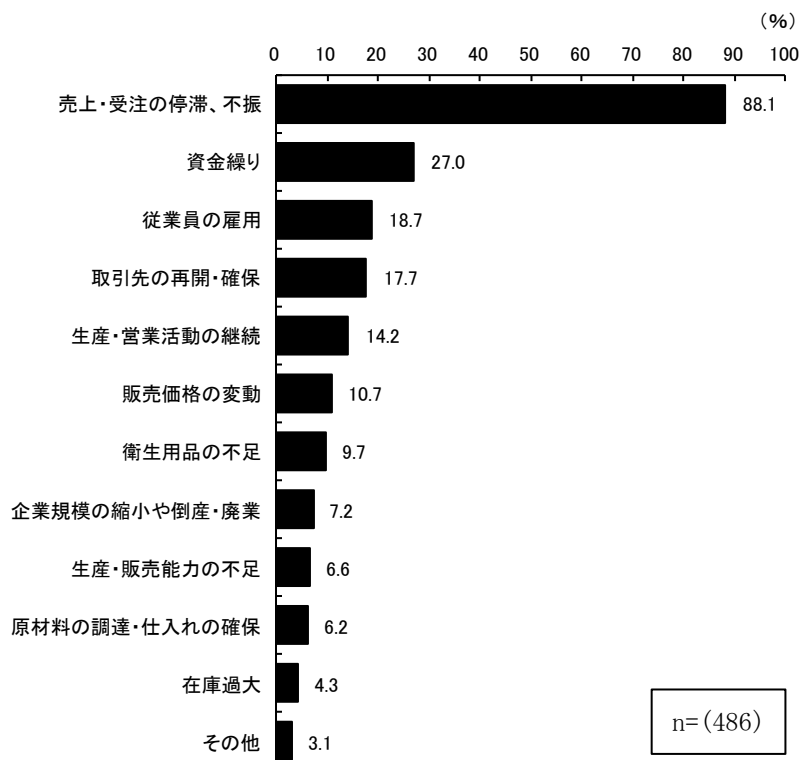
製造業 n=(114)	非製造業 n=(384)	
1 経費削減(42.1%) 2 感染予防対策の実施(40.4%) 3 運転資金の借入・資金繰り(38.6%) 4 従業員の雇用調整(34.2%) 5 助成金等の活用(29.8%)	1 感染予防対策の実施(51.0%) 2 経費削減(48.7%) 3 助成金等の活用(29.4%) 4 運転資金の借入・資金繰り(23.2%) 5 従業員の雇用調整(18.2%)	
建設業 n=(55)	運輸業 n=(43)	卸売業 n=(49)
1 感染予防対策の実施(60.0%) 2 経費削減(38.2%) 3 運転資金の借入・資金繰り(25.5%) 4 テレワーク・在宅勤務(23.6%) 5 助成金等の活用(21.8%)	1 経費削減(60.5%) 2 感染予防対策の実施(55.8%) 3 助成金等の活用(32.6%) 4 従業員の雇用調整(27.9%) 5 新規サービス・顧客開拓(25.6%)	1 感染予防対策の実施(51.0%) 2 経費削減(46.9%) 3 テレワーク・在宅勤務(30.6%) 4 仕入れ・受注調整(22.4%) 5 運転資金の借入・資金繰り(20.4%) 5 新規サービス・顧客開拓(20.4%)
小売業 n=(53)	宿泊・飲食サービス業 n=(34)	不動産業・物品賃貸業 n=(56)
1 経費削減(49.1%) 2 感染予防対策の実施(39.6%) 3 従業員の雇用調整(32.1%) 4 仕入れ・受注調整(30.2%) 5 助成金等の活用(20.8%)	1 感染予防対策の実施(70.6%) 2 経費削減(61.8%) 3 助成金等の活用(52.9%) 4 従業員の雇用調整(47.1%) 5 運転資金の借入・資金繰り(38.2%)	1 経費削減(42.9%) 2 感染予防対策の実施(39.3%) 3 運転資金の借入・資金繰り(28.6%) 4 助成金等の活用(26.8%) 5 テレワーク・在宅勤務(17.9%) 5 新規サービス・顧客開拓(17.9%)
サービス業(個人向け) n=(51)	サービス業(法人向け・ほか) n=(43)	
1 感染予防対策の実施(54.9%) 2 助成金等の活用(45.1%) 3 経費削減(39.2%) 4 運転資金の借入・資金繰り(19.6%) 5 新規サービス・顧客開拓(17.6%)	1 経費削減(60.5%) 2 感染予防対策の実施(44.2%) 3 テレワーク・在宅勤務(32.6%) 4 助成金等の活用(25.6%) 5 運転資金の借入・資金繰り(23.3%)	

特別設問5 今後懸念される影響

今後懸念される影響については、「売上・受注の停滞、不振（88.1%）」、「資金繰り（27.0%）」、「従業員の雇用（18.7%）」、「取引先の再開・確保（17.7%）」、「生産・営業活動の継続（14.2%）」の順となっている。

※設問1で「更に悪くなった」、「軽減した」、「現在は影響が出ている」、「影響はないが懸念がある」と回答した事業所に対する設問

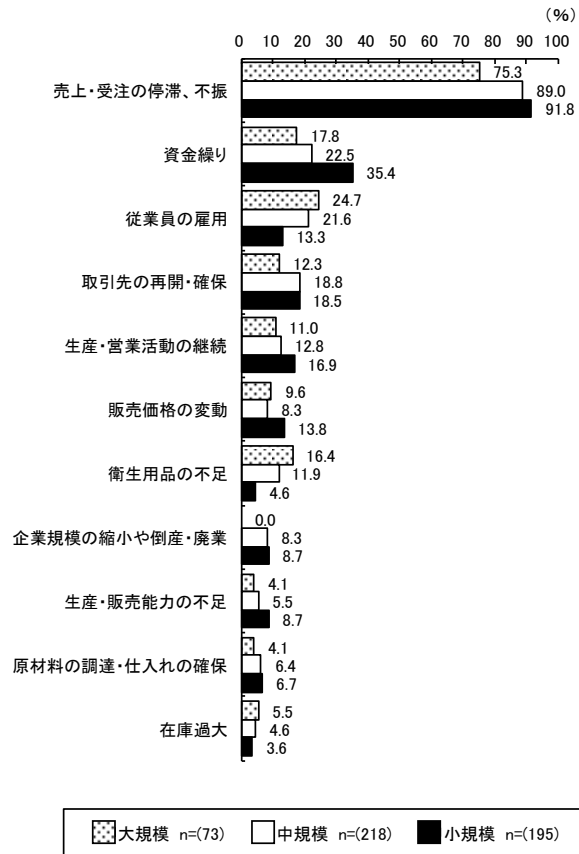
今後懸念される影響（全業種）複数選択可



規模別で見ると、すべての規模で「売上・受注の停滞、不振」の割合が最も多くなっている。「従業員の雇用」、「衛生用品の不足」、「在庫過大」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「売上・受注の停滞、不振」、「資金繰り」、「生産・営業活動の継続」、「企業規模の縮小や倒産・廃業」、「生産・販売能力の不足」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、すべての業種で「売上・受注の停滞、不振」が最も多く、製造業、建設業、運輸業及びサービス業（法人・向け）では9割を超えている。

今後懸念される影響（規模別・抜粋）



今後懸念される影響（業種別・抜粋）

製造業 n=(114)	非製造業 n=(372)
1 売上・受注の停滞、不振 (91.2%)	1 売上・受注の停滞、不振 (87.1%)
2 資金繰り (36.0%)	2 資金繰り (24.2%)
3 取引先の再開・確保 (20.2%)	3 従業員の雇用 (19.4%)
4 生産・営業活動の継続 (17.5%)	4 取引先の再開・確保 (16.9%)
5 従業員の雇用 (16.7%)	5 生産・営業活動の継続 (13.2%)

建設業 n=(48)	運輸業 n=(41)	卸売業 n=(52)
1 売上・受注の停滞、不振 (91.7%)	1 売上・受注の停滞、不振 (95.1%)	1 売上・受注の停滞、不振 (88.5%)
2 生産・営業活動の継続 (20.8%)	2 従業員の雇用 (29.3%)	2 取引先の再開・確保 (26.9%)
2 資金繰り (20.8%)	3 資金繰り (22.0%)	3 生産・営業活動の継続 (21.2%)
4 従業員の雇用 (16.7%)	4 取引先の再開・確保 (17.1%)	3 資金繰り (21.2%)
5 販売価格の変動 (14.6%)	5 衛生用品の不足 (14.6%)	5 販売価格の変動 (17.3%)
		5 企業規模の縮小や倒産・廃業 (17.3%)

小売業 n=(51)	宿泊・飲食サービス業 n=(35)	不動産業・物品賃貸業 n=(52)
1 売上・受注の停滞、不振 (84.3%)	1 売上・受注の停滞、不振 (88.6%)	1 売上・受注の停滞、不振 (86.5%)
2 従業員の雇用 (23.5%)	2 従業員の雇用 (42.9%)	2 資金繰り (28.8%)
3 資金繰り (21.6%)	3 資金繰り (37.1%)	3 販売価格の変動 (19.2%)
4 取引先の再開・確保 (15.7%)	4 生産・販売能力の不足 (8.6%)	4 取引先の再開・確保 (17.3%)
4 在庫過大 (15.7%)	4 企業規模の縮小や倒産・廃業 (8.6%)	5 衛生用品の不足 (9.6%)

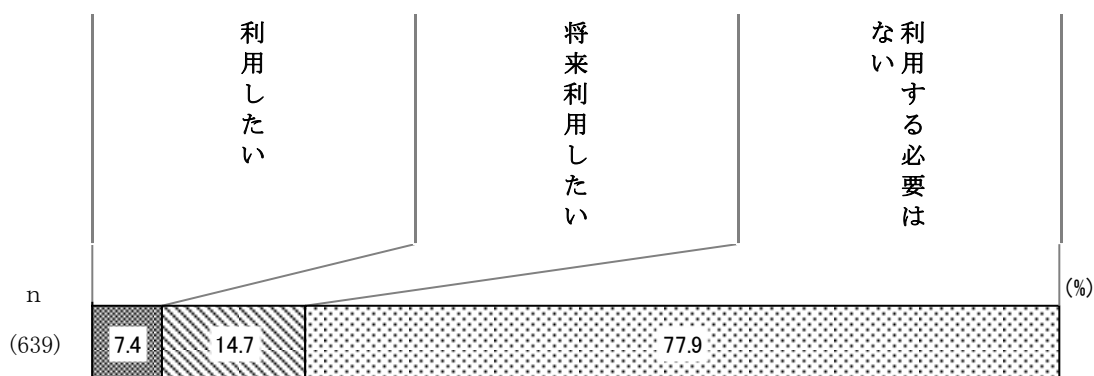
  

サービス業(個人向け) n=(52)	サービス業(法人向け・ほか) n=(41)
1 売上・受注の停滞、不振 (73.1%)	1 売上・受注の停滞、不振 (92.7%)
2 衛生用品の不足 (30.8%)	2 取引先の再開・確保 (31.7%)
3 資金繰り (25.0%)	3 従業員の雇用 (19.5%)
4 従業員の雇用 (15.4%)	3 資金繰り (19.5%)
5 生産・営業活動の継続 (13.5%)	5 生産・営業活動の継続 (14.6%)

特別設問 6-1 雇用マッチングの利用希望

雇用マッチングの利用希望については、「利用する必要はない (77.9%)」、「将来利用したい (14.7%)」、「利用したい (7.4%)」の順となっている。

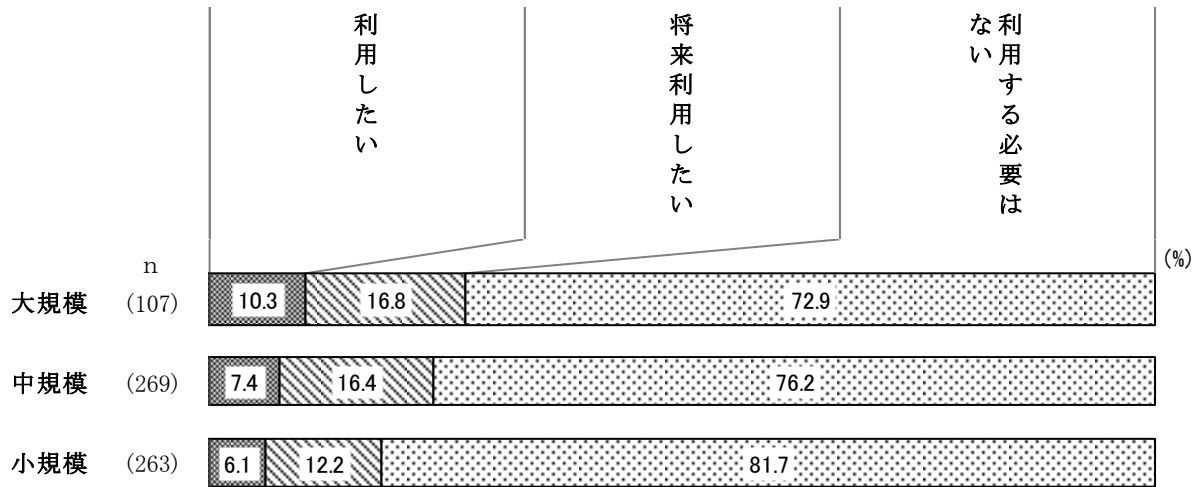
雇用マッチングの利用希望 (全業種)



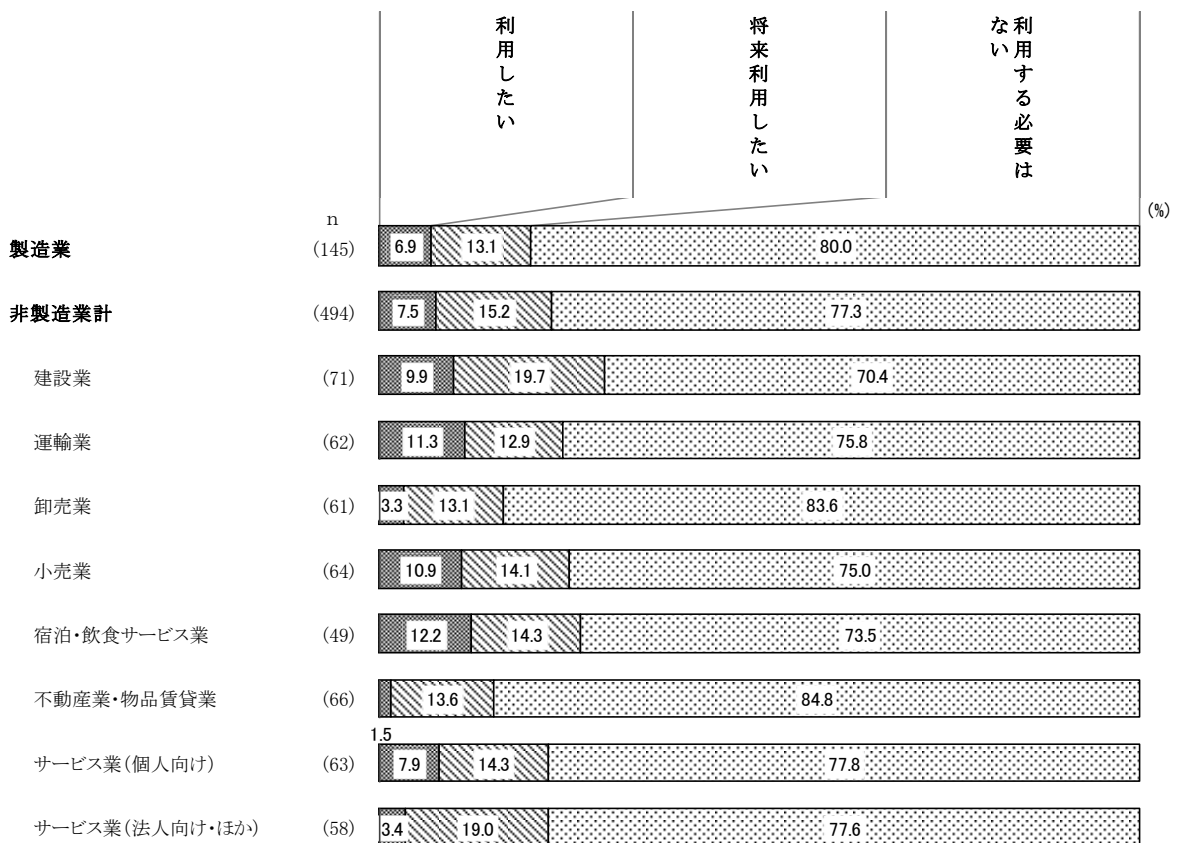
規模別で見ると、すべての規模で「利用する必要はない」の割合が最も多くなっている。「利用したい」、「将来利用したい」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「利用する必要はない」については、規模が小さくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、すべての業種で「利用する必要はない」が最も多くなっている。建設業及び宿泊・飲食サービス業では、「利用したい」と「将来利用したい」を合わせた《利用したい》は2割半ばから3割程度と、他の業種と比べて多くなっている。

雇用マッチングの利用希望（規模別）



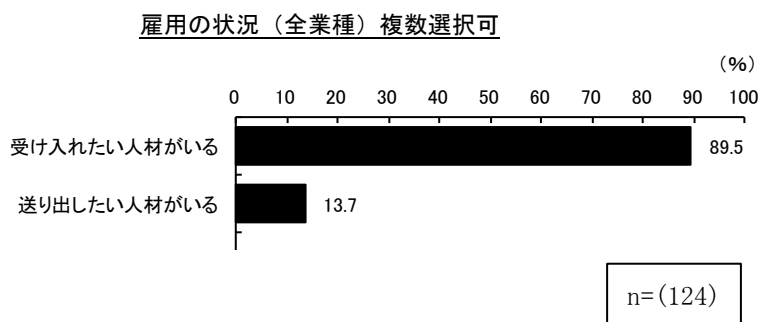
雇用マッチングの利用希望（業種別）



特別設問 6-2 雇用の状況

雇用マッチングの利用を希望する事業所に雇用の状況をたずねたところ、「受け入れたい人材がいる」が 89.5%、「送り出したい人材がいる」が 13.7% となっている。

※特別設問 6-1 で「利用したい」、「将来利用したい」と回答した事業所に対する設問

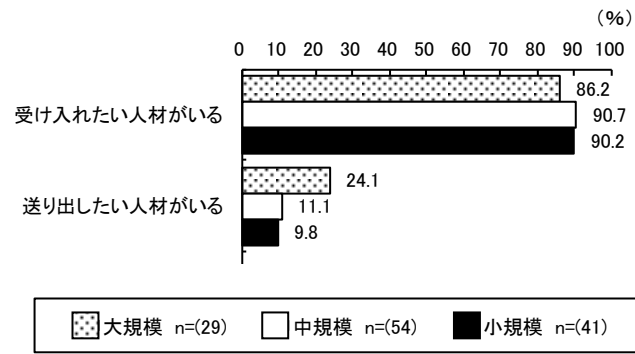


規模別で見ると、すべての規模で「受け入れたい人材がいる」の割合が最も多くなっている。「送り出したい人材がいる」については、規模が大きくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、すべての業種で「受け入れたい人材がいる」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ものがあるためご注意ください。

### 雇用の状況（規模別）



### 雇用の状況（業種別）

※有効回答数が少ないものがあるためご注意ください。

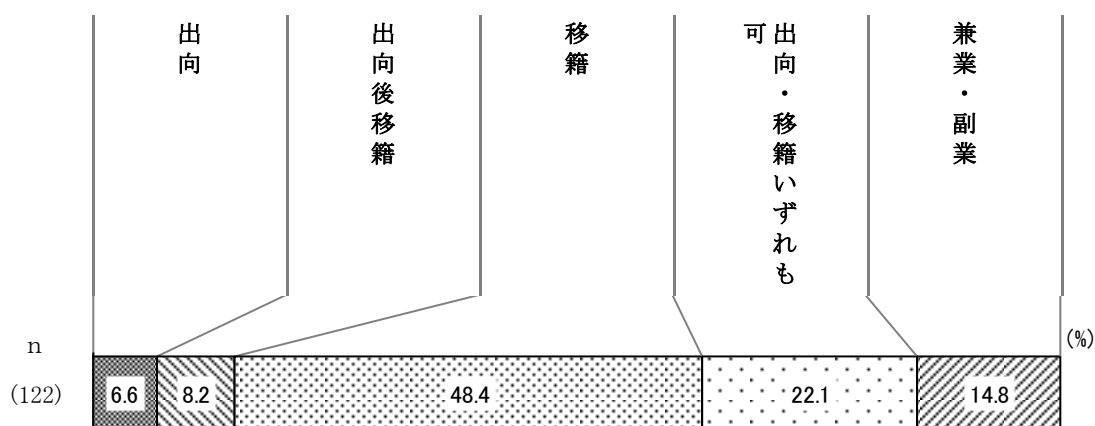
<b>製造業</b> n=(24) 1 受け入れたい人材がいる (79.2%) 2 送り出したい人材がいる (20.8%)	<b>非製造業</b> n=(100) 1 受け入れたい人材がいる (92.0%) 2 送り出したい人材がいる (12.0%)	
<b>建設業</b> n=(19) 1 受け入れたい人材がいる (100.0%) 2 送り出したい人材がいる (0.0%)	<b>運輸業</b> n=(15) 1 受け入れたい人材がいる (100.0%) 2 送り出したい人材がいる (0.0%)	<b>卸売業</b> n=(10) 1 受け入れたい人材がいる (80.0%) 2 送り出したい人材がいる (20.0%)
<b>小売業</b> n=(14) 1 受け入れたい人材がいる (78.6%) 2 送り出したい人材がいる (28.6%)	<b>宿泊・飲食サービス業</b> n=(11) 1 受け入れたい人材がいる (90.9%) 2 送り出したい人材がいる (27.3%)	<b>不動産業・物品賃貸業</b> n=(8) 1 受け入れたい人材がいる (100.0%) 2 送り出したい人材がいる (0.0%)
<b>サービス業(個人向け)</b> n=(12) 1 受け入れたい人材がいる (83.3%) 2 送り出したい人材がいる (16.7%)	<b>サービス業(法人向け・ほか)</b> n=(11) 1 受け入れたい人材がいる (100.0%) 2 送り出したい人材がいる (9.1%)	

特別設問 6-3 送り出し・受け入れを希望する雇用形態

送り出し・受け入れを希望する雇用形態については、「移籍 (48.4%)」、「出向・移籍いずれも可 (22.1%)」、「兼業・副業 (14.8%)」、「出向後移籍 (8.2%)」、「出向 (6.6%)」の順となっている。

※特別設問 6-1 で「利用したい」、「将来利用したい」と回答した事業所に対する設問

送り出し・受け入れを希望する雇用形態 (全業種)



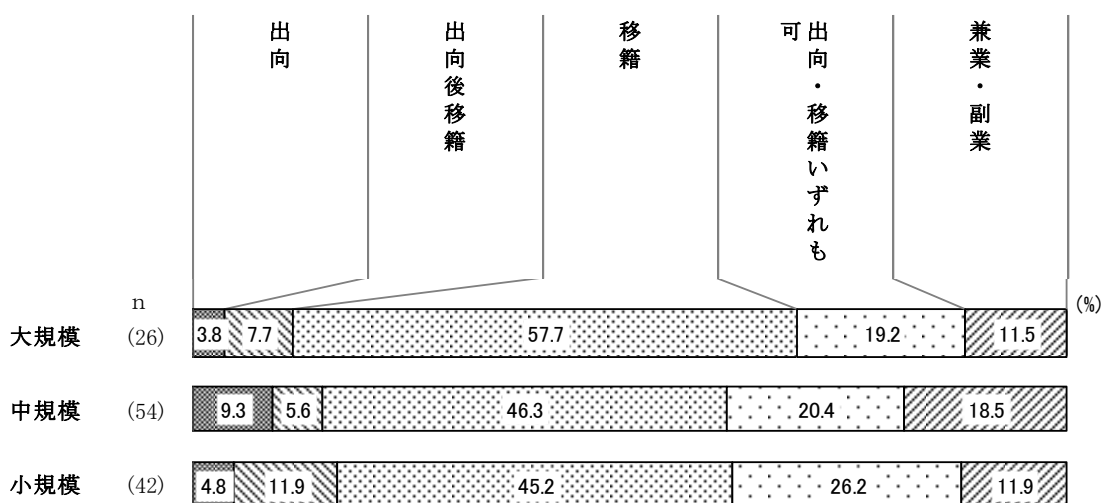
規模別で見ると、すべての規模で「移籍」の割合が最も多くなっている。「移籍」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「出向・移籍いずれも可」については、規模が小さくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、不動産業・物品賃貸業では、「移籍」、「出向・移籍いずれも可」、小売業では「出向・移籍いずれも可」、これら以外の業種では「移籍」がそれぞれ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ものがあるためご注意ください。

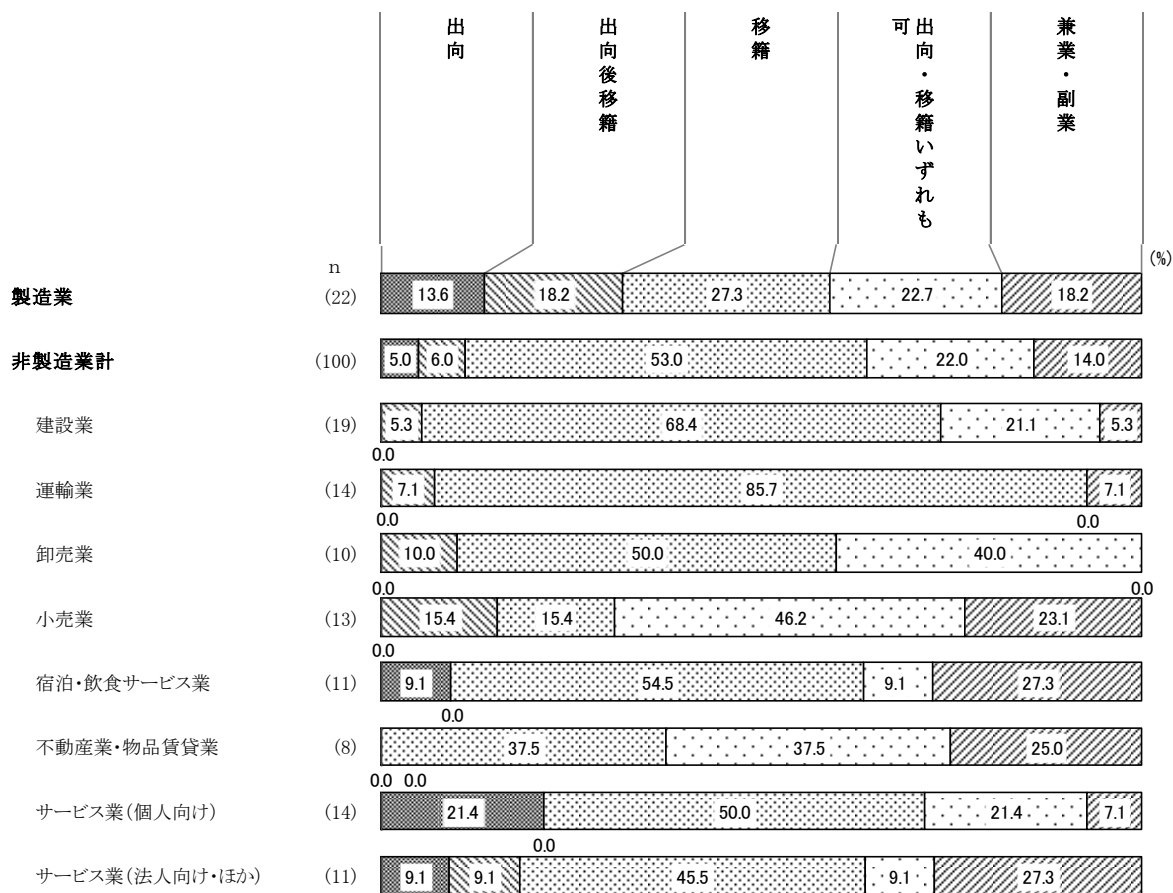


送り出し・受け入れを希望する雇用形態（規模別）

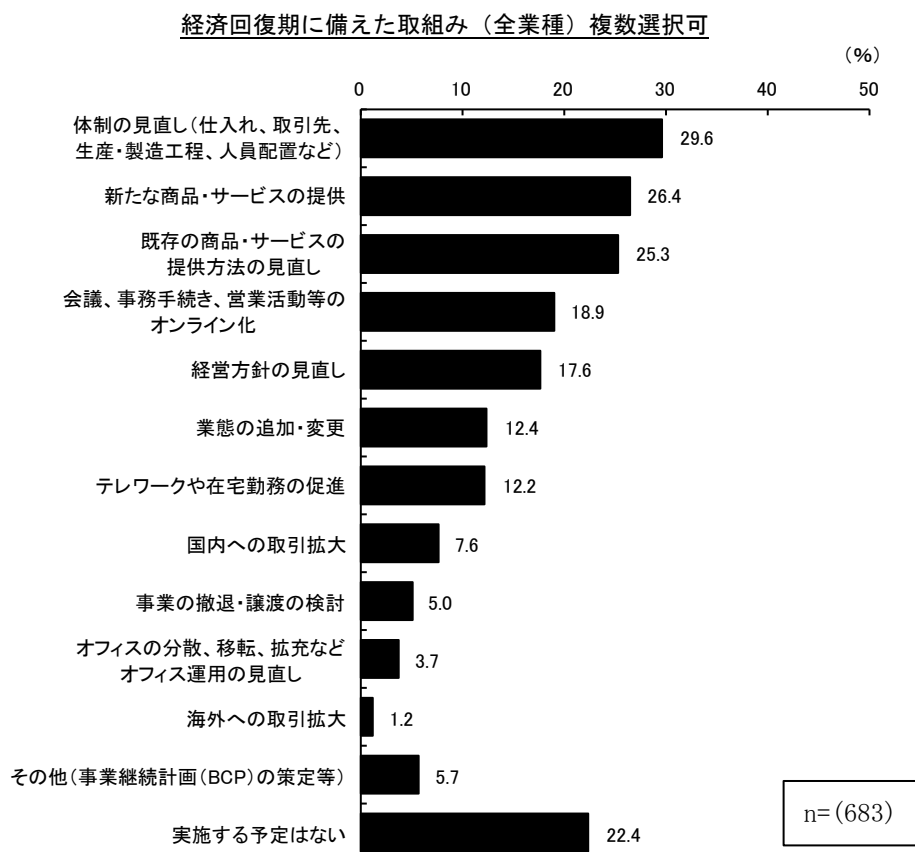


送り出し・受け入れを希望する雇用形態（業種別）

※有効回答数が少ないものがあるためご注意ください。



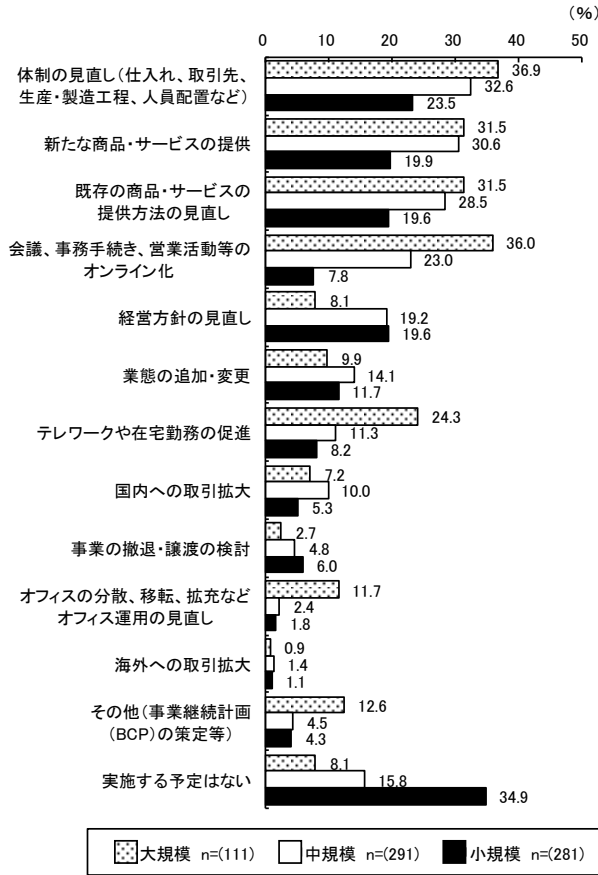
新型コロナウイルス感染症からの経済回復期に備えた取組みについては、「体制の見直し（仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など）（29.6%）」、「新たな商品・サービスの提供（26.4%）」、「既存の商品・サービスの提供方法の見直し（25.3%）」、「会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化（18.9%）」の順となっている。なお、「実施する予定はない」は22.4%となっている。



規模別で見ると、大規模及び中規模では「体制の見直し（仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など）」、小規模でも「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）」の割合がそれぞれ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）」、「新たな商品・サービスの提供」、「既存の商品・サービスの提供方法の見直し」、「会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化」、「テレワークや在宅勤務の促進」、「オフィスの分散、移転、拡充などオフィスの運用の見直し」、「その他（事業継続計画（BCP）の策定等）」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「経営方針の見直し」、「事業の撤退・譲渡の検討」、「実施する予定はない」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、卸売業では「新たな商品・サービスの提供」、宿泊・飲食サービス業では「既存の商品・サービスの提供方法の見直し」、「体制の見直し（仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など）」、不動産業・物品賃貸業では「実施する予定はない」、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」が他の業種と比べて多くなっている。

経済回復期に備えた取組み（規模別）



経済回復期に備えた取組み（業種別・抜粋）

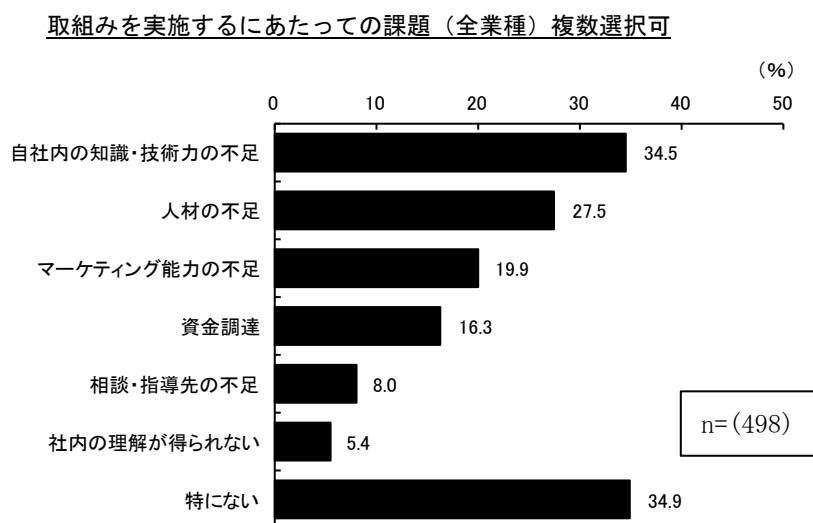
<p><b>製造業 n=(152)</b></p> <p>1 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など) (30.9%)</p> <p>2 新たな商品・サービスの提供 (30.3%)</p> <p>3 実施する予定はない (25.7%)</p> <p>4 既存の商品・サービスの提供方法の見直し (16.4%)</p> <p>5 経営方針の見直し (15.1%)</p>	<p><b>非製造業 n=(531)</b></p> <p>1 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など) (29.2%)</p> <p>2 既存の商品・サービスの提供方法の見直し (27.9%)</p> <p>3 新たな商品・サービスの提供 (25.2%)</p> <p>4 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化 (22.0%)</p> <p>5 実施する予定はない (21.5%)</p>	
<p><b>建設業 n=(74)</b></p> <p>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) (33.8%)</p> <p>2 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化 (32.4%)</p> <p>3 実施する予定はない (28.4%)</p> <p>4 テレワークや在宅勤務の促進 (17.6%)</p> <p>5 経営方針の見直し (16.2%)</p>	<p><b>運輸業 n=(62)</b></p> <p>1 既存の商品・サービスの提供方法の見直し (33.9%)</p> <p>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) (29.0%)</p> <p>3 経営方針の見直し (22.6%)</p> <p>4 業態の追加・変更 (19.4%)</p> <p>5 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化 (19.4%)</p>	<p><b>卸売業 n=(68)</b></p> <p>1 新たな商品・サービスの提供 (42.6%)</p> <p>2 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化 (30.9%)</p> <p>3 既存の商品・サービスの提供方法の見直し (29.4%)</p> <p>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) (27.9%)</p> <p>5 テレワークや在宅勤務の促進 (27.9%)</p>
<p><b>小売業 n=(68)</b></p> <p>1 新たな商品・サービスの提供 (41.2%)</p> <p>2 既存の商品・サービスの提供方法の見直し (33.8%)</p> <p>3 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など) (29.4%)</p> <p>4 実施する予定はない (22.1%)</p> <p>5 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化 (13.2%)</p> <p>5 経営方針の見直し (13.2%)</p>	<p><b>宿泊・飲食サービス業 n=(57)</b></p> <p>1 既存の商品・サービスの提供方法の見直し (42.1%)</p> <p>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) (35.1%)</p> <p>3 新たな商品・サービスの提供 (33.3%)</p> <p>4 経営方針の見直し (26.3%)</p> <p>5 実施する予定はない (17.5%)</p>	<p><b>不動産業・物品賃貸業 n=(69)</b></p> <p>1 実施する予定はない (31.9%)</p> <p>2 新たな商品・サービスの提供 (24.6%)</p> <p>3 既存の商品・サービスの提供方法の見直し (23.2%)</p> <p>3 経営方針の見直し (23.2%)</p> <p>5 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化 (20.3%)</p>
<p><b>サービス業(個人向け) n=(67)</b></p> <p>1 既存の商品・サービスの提供方法の見直し (32.8%)</p> <p>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) (29.9%)</p> <p>3 実施する予定はない (20.9%)</p> <p>4 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化 (19.4%)</p> <p>5 新たな商品・サービスの提供 (17.9%)</p> <p>5 経営方針の見直し (17.9%)</p>	<p><b>サービス業(法人向け・ほか) n=(66)</b></p> <p>1 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化 (33.3%)</p> <p>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) (30.3%)</p> <p>3 テレワークや在宅勤務の促進 (28.8%)</p> <p>4 既存の商品・サービスの提供方法の見直し (24.2%)</p> <p>5 新たな商品・サービスの提供 (21.2%)</p>	

特別設問 7-2 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、「自社内の知識・技術力の不足（34.5%）」、「人材の不足（27.5%）」、「マーケティング能力の不足（19.9%）」、「資金調達（16.3%）」の順となっている。

なお、「特にない」は34.9%となっている。

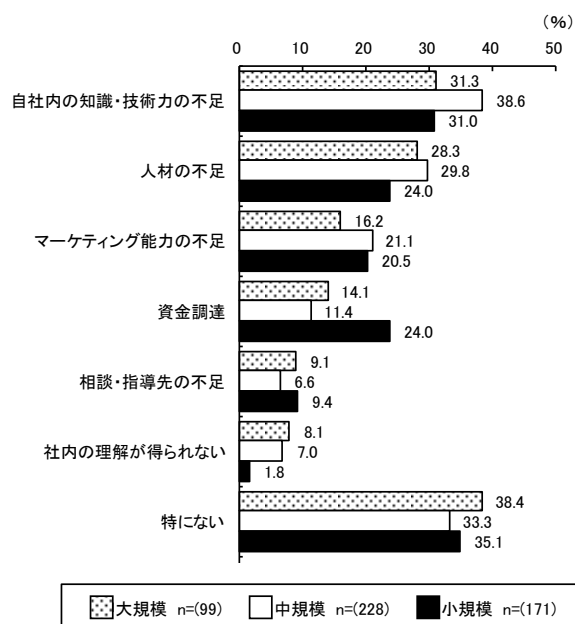
※特別設問 7-1 で「実施する予定はない」以外を回答した事業所に対する設問



規模別で見ると、中規模では「自社内の知識・技術力の不足」、大規模及び小規模でも「特にない」に続き「自社内の知識・技術力の不足」の割合がそれぞれ最も多くなっている。「社内の理解が得られない」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、建設業では「人材の不足」、卸売業では「自社内の知識・技術力の不足」、小売業では「特にない」、宿泊・飲食サービス業では「資金調達」が他の業種と比べて多くなっている。

### 取組みを実施するにあたっての課題（規模別・抜粋）



### 取組みを実施するにあたっての課題（業種別・抜粋）

製造業 n=(104)	非製造業 n=(394)	
1 自社内の知識・技術力の不足 (38.5%)	1 特にない (35.8%)	2 自社内の知識・技術力の不足 (33.5%)
2 特にない (31.7%)	3 人材の不足 (28.7%)	3 人材の不足 (28.7%)
3 マーケティング能力の不足 (24.0%)	4 マーケティング能力の不足 (18.8%)	4 マーケティング能力の不足 (18.8%)
4 人材の不足 (23.1%)	5 資金調達 (15.5%)	5 資金調達 (15.5%)
5 資金調達 (19.2%)		

建設業 n=(50)	運輸業 n=(49)	卸売業 n=(51)
1 人材の不足 (44.0%)	1 特にない (40.8%)	1 自社内の知識・技術力の不足 (43.1%)
2 特にない (30.0%)	2 人材の不足 (36.7%)	2 マーケティング能力の不足 (35.3%)
3 自社内の知識・技術力の不足 (28.0%)	3 自社内の知識・技術力の不足 (32.7%)	3 特にない (31.4%)
4 社内の理解が得られない (14.0%)	4 資金調達 (12.2%)	4 人材の不足 (17.6%)
5 資金調達 (10.0%)	5 マーケティング能力の不足 (10.2%)	5 相談・指導先の不足 (13.7%)

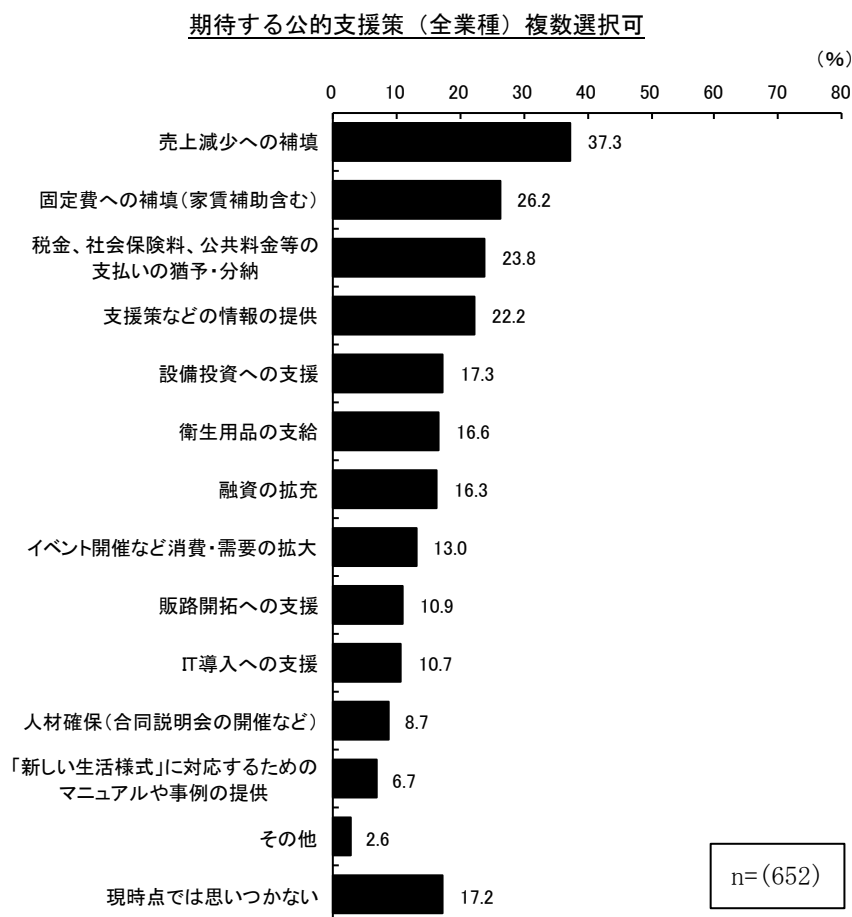
小売業 n=(49)	宿泊・飲食サービス業 n=(46)	不動産業・物品賃貸業 n=(44)
1 特にない (46.9%)	1 資金調達 (37.0%)	1 特にない (43.2%)
2 自社内の知識・技術力の不足 (24.5%)	2 マーケティング能力の不足 (28.3%)	2 自社内の知識・技術力の不足 (36.4%)
3 人材の不足 (22.4%)	2 自社内の知識・技術力の不足 (28.3%)	3 マーケティング能力の不足 (18.2%)
4 マーケティング能力の不足 (18.4%)	2 特にない (28.3%)	4 資金調達 (15.9%)
5 資金調達 (16.3%)	5 人材の不足 (26.1%)	4 人材の不足 (15.9%)

サービス業(個人向け) n=(51)	サービス業(法人向け・ほか) n=(54)
1 人材の不足 (37.3%)	1 自社内の知識・技術力の不足 (40.7%)
2 特にない (35.3%)	2 特にない (31.5%)
3 自社内の知識・技術力の不足 (33.3%)	3 人材の不足 (27.8%)
4 マーケティング能力の不足 (17.6%)	4 資金調達 (14.8%)
5 相談・指導先の不足 (9.8%)	4 マーケティング能力の不足 (14.8%)

特別設問8 期待する公的支援策

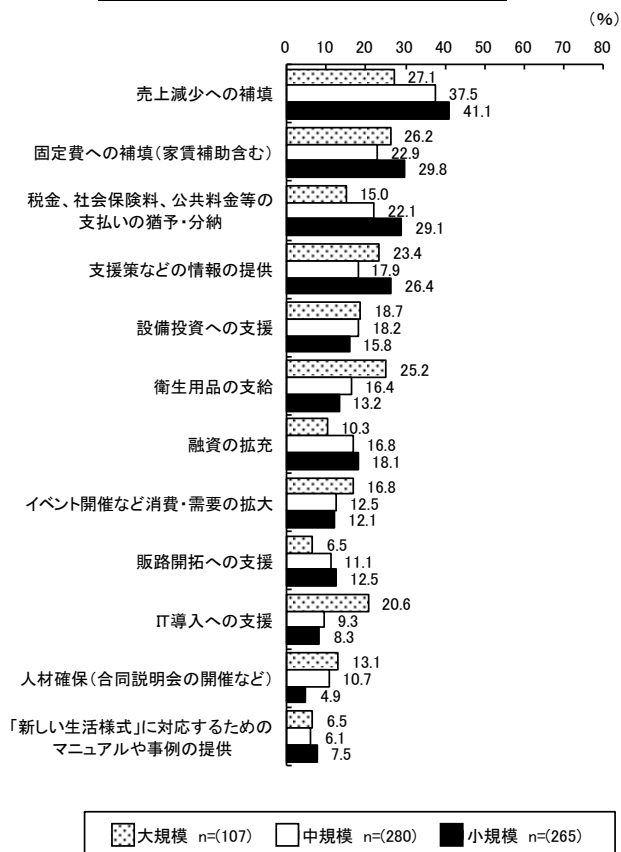
期待する公的支援策については、「売上減少への補填（37.3%）」、「固定費への補填（家賃補助含む）（26.2%）」、「税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納（23.8%）」、「支援策などの情報の提供（22.2%）」、「設備投資への支援（17.3%）」の順となっている。



規模別で見ると、すべての規模で「売上減少への補填」が最も多くなっている。「設備投資への支援」、「衛生用品の支給」、「イベント開催など消費・需要の拡大」、「IT導入への支援」、「人材確保（合同説明会の開催など）」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」、「税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納」、「融資の拡充」、「販路開拓への支援」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、宿泊・飲食サービス業では「売上減少への補填」、サービス業（個人向け）では「衛生用品の支給」が他の業種と比べて多くなっている。

### 期待する公的支援策（規模別・抜粋）



### 期待する公的支援策（業種別・抜粋）

製造業 n=(151)	非製造業 n=(501)
1 売上減少への補填(41.7%)	1 売上減少への補填(35.9%)
2 支援策などの情報の提供(26.5%)	2 固定費への補填(家賃補助含む)(27.1%)
3 固定費への補填(家賃補助含む)(23.2%)	3 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(24.6%)
4 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(21.2%)	4 支援策などの情報の提供(21.0%)
4 設備投資への支援(21.2%)	5 衛生用品の支給(18.4%)

建設業 n=(72)	運輸業 n=(61)	卸売業 n=(60)
1 売上減少への補填(29.2%)	1 売上減少への補填(39.3%)	1 固定費への補填(家賃補助含む)(25.0%)
2 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(20.8%)	2 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(26.2%)	1 支援策などの情報の提供(25.0%)
2 支援策などの情報の提供(20.8%)	2 固定費への補填(家賃補助含む)(26.2%)	3 売上減少への補填(21.7%)
4 人材確保(合同説明会の開催など)(18.1%)	4 設備投資への支援(24.6%)	4 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(18.3%)
5 設備投資への支援(16.7%)	5 支援策などの情報の提供(23.0%)	4 販路開拓への支援(18.3%)

小売業 n=(60)	宿泊・飲食サービス業 n=(54)	不動産業・物品賃貸業 n=(63)
1 売上減少への補填(41.7%)	1 売上減少への補填(50.0%)	1 売上減少への補填(41.3%)
2 固定費への補填(家賃補助含む)(35.0%)	2 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(44.4%)	2 固定費への補填(家賃補助含む)(30.2%)
3 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(25.0%)	3 固定費への補填(家賃補助含む)(31.5%)	3 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(28.6%)
4 支援策などの情報の提供(23.3%)	4 支援策などの情報の提供(25.9%)	4 融資の拡充(23.8%)
5 衛生用品の支給(18.3%)	5 衛生用品の支給(18.5%)	5 支援策などの情報の提供(17.5%)
5 イベント開催など消費・需要の拡大(18.3%)	5 イベント開催など消費・需要の拡大(18.5%)	5 イベント開催など消費・需要の拡大(17.5%)

サービス業(個人向け) n=(66)	サービス業(法人向け・ほか) n=(65)
1 衛生用品の支給(39.4%)	1 売上減少への補填(30.8%)
2 売上減少への補填(36.4%)	2 固定費への補填(家賃補助含む)(29.2%)
3 固定費への補填(家賃補助含む)(27.3%)	3 IT導入への支援(21.5%)
4 支援策などの情報の提供(22.7%)	4 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(18.5%)
4 設備投資への支援(22.7%)	5 イベント開催など消費・需要の拡大(15.4%)