

「新型コロナウイルス感染症に関する小規模事業者の影響調査」結果

- 第1回目の緊急事態宣言下と比べ、一部に売上の回復の兆しがみられるものの、依然として大部分の企業が、コロナの影響により売上の回復に至っていない。
- 飲食業の約8割が、「今後の売上見通しも厳しい」と回答した。
- いま最も求める支援は、「融資」に次いで「補助金、助成金、他社事例等の情報提供」となった。当面の資金繰り支援だけでなく、情報面の支援も求められる結果となった。

<調査の実施要領>

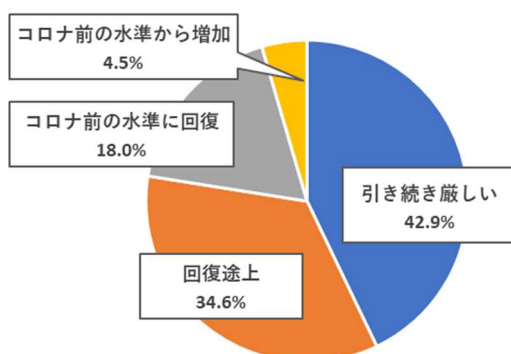
- 調査期間：2020年11月～2021年3月
- 調査方法：電話
- 調査対象：当公庫立川支店国民生活事業取引先618件
- 調査構成：次表のとおり。

業種	回答数/構成比		(参考)取引先エリア
サービス業	184件	30%	<13市3町1村> 立川市、青梅市、府中市、昭島市、小平市、東村山市、国分寺市、国立市、福生市、東大和市、武蔵村山市、羽村市、あきる野市、瑞穂町、日の出町、檜原村、奥多摩町
飲食業	105件	17%	
建設業	120件	19%	
製造業	35件	6%	
宿泊業	6件	1%	
その他	168件	27%	
合計	618件	100.0%	

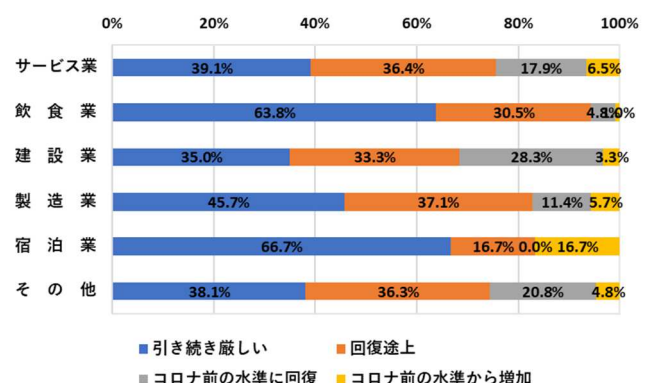
1 第1回目の緊急事態宣言下（2020年4月～6月）と比べた直近の売上状況

- ・ 「引き続き厳しい」又は「回復途上」と回答した企業が約8割を占め、「コロナ前の水準に回復」又は「増加」は、約2割にとどまった（図表1-1）。依然として大部分の企業が、コロナの影響により売上の回復に至っていない。
- ・ 業種別では、飲食業の「引き続き厳しい」が約6割を占めた。度重なる時短営業の要請や外食の自粛などにより、売上機会を大きく減らしていることが伺える（図表1-2）。
一方で、建設業の約3割が「コロナ前の水準に回復」又は「増加」と回答。全業種の平均2割と比べると、やや高い結果となった（図表1-2）。

図表1-1 直近の売上状況（全業種）



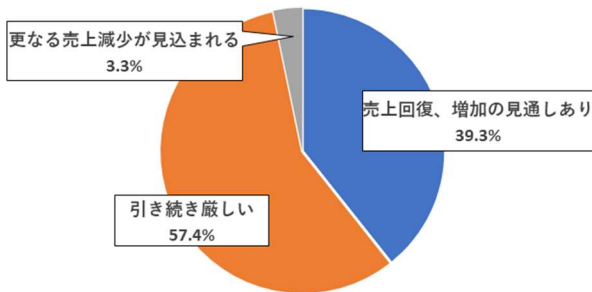
図表1-2 直近の売上状況（業種別）



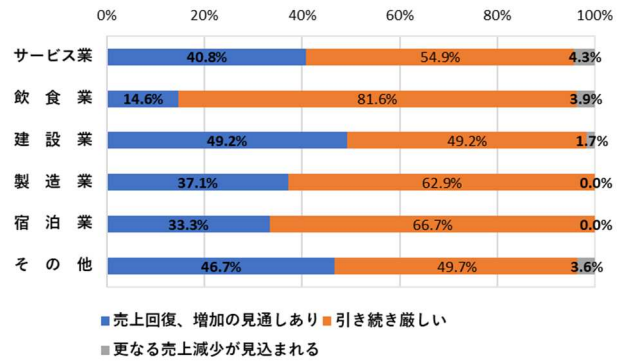
2 今後の売上見通し

- ・ 今後の売上見通しについて、約4割のサービス業及び約5割の建設業の企業が、「売上の回復、増加の見通しあり」と回答した一方、約8割の飲食業の企業が「引き続き厳しい」と回答した（図表2-2）。
- ・ 業種によって、大きく異なる結果となった。

図表2-1 今後の売上の見通し（全業種）



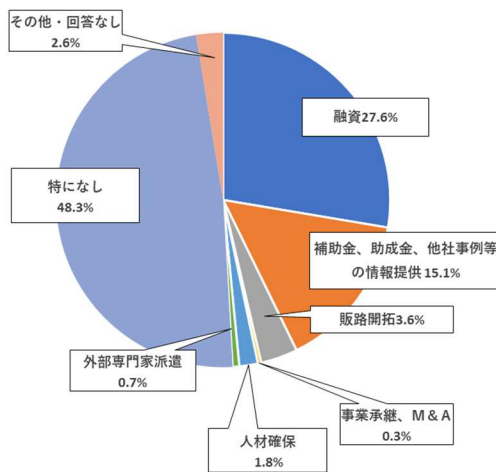
図表2-2 今後の売上の見通し（業種別）



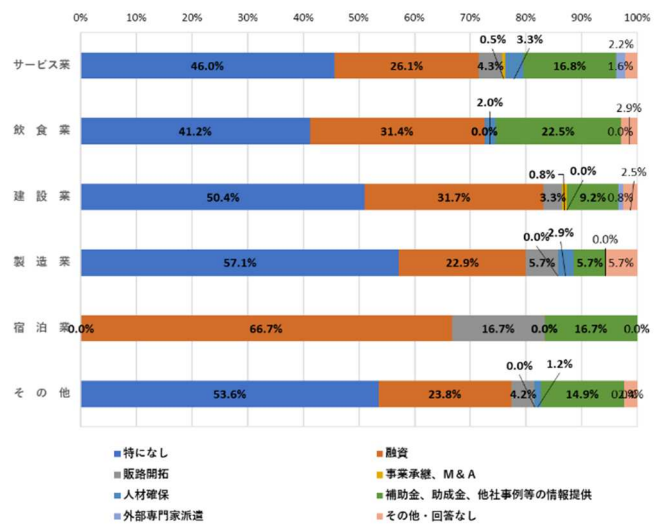
3 いま最も求める支援

- ・ いま最も求める支援を聞いたところ、「融資」が27.6%と最も多く、次いで「補助金、助成金、他社事例等の情報提供」が15.1%となった（図表3-1）。
- ・ 当面の資金繰り支援だけでなく、情報面の支援も求められる結果となった。

図表3-1 いま最も求める支援（全業種）



図表3-2 いま最も求める支援（業種別）



<参考>コロナ禍を乗り切ろうとする小規模事業者の創意工夫事例

業種	創意工夫事例
イタリア料理店	夫婦で営業しているイタリア料理店。緊急事態宣言の発令以降、昼のテイクアウトのみの営業を実施。昼のみの営業で売上が減少した一方、コンビニでは購入できない約10種類のパスタ（950円均一）を販売したことが奏功し、従来とは異なる「若者」という新たな顧客層を開拓することができた。
中華料理店	新型コロナウイルスへの感染防止及び安定した収益確保を目的として、24時間無人の「冷凍餃子自動販売機」を設置する。当店の手作り餃子は人気で、以前から「餃子だけでも販売してほしい」との声もあったことから設置を決意した。
写真業	完全予約制の写真館。コロナ禍において、自宅で過ごす時間が増え、「家族との記念写真を撮りたい」という需要の掘り起こしに成功した。また、思い切った値上げを実施した結果、ブランド力の向上にもつながり、売上がコロナ前の水準から増加。予約困難な状況となっている。
医療機器販売業	モバイル超音波画像診断装置等、整骨院向け医療機器を販売している企業。コロナを機に対面での営業や打合せを原則廃止し、自社HPやZoomによるオンラインで完結する方法に変更したところ、商圏が東京近辺から全国に広がり、新規顧客の開拓につながった。
中古自動車販売業	在宅勤務が増加したことに伴い、今後「オフィスカー」として使えるような車両整備を始める。具体的には車両の中に個室を作り、その中でパソコン事務や会議を行えるようにするもの。新たな収益の確保につながるよう取り組んでいる。
整骨院	運動部に所属する学生が主な顧客だったが、コロナにより、試合が相次いで中止。学生の利用が大幅に減少した。一方で、主要顧客ではなかったビジネスパーソンの利用が増加。在宅勤務の増加から時間に余裕が生まれ「長年悩んでいた腰痛を治したい」、「姿勢を良くしたい」などの潜在需要を取り込んだ。今後は、メインターゲット層を変更し、ビジネスパーソン向けを対象にSNSを活用し積極的に発信することで、更なる顧客開拓を行っていく。

<お問い合わせ先>

日本政策金融公庫 立川支店国民生活事業 融資第二課 Tel : 042-524-4192 (担当 : 望月、永田)
〒190-8551 東京都立川市曙町 2-8-3 新鈴春ビル3階