

＜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92回調査 ～特別設問1～5から～)

令和4年1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92回調査(令和3年10～12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1～5を集計したものであり、全体の調査結果は2月上旬に公表予定。

1. 企業経営動向調査の概要

- (1) 実施期間：令和3年12月28日(火)～令和4年1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：715件

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		715 (100.0%)	106 (100.0%)	297 (100.0%)	312 (100.0%)
製造業		157 (22.0%)	4 (3.8%)	63 (21.2%)	90 (28.8%)
非製造業計		558 (78.0%)	102 (96.2%)	234 (78.8%)	222 (71.2%)
建設業		79 (11.0%)	4 (3.8%)	36 (12.1%)	39 (12.5%)
運輸業		70 (9.8%)	0 (0.0%)	37 (12.5%)	33 (10.6%)
卸売業		63 (8.8%)	9 (8.5%)	36 (12.1%)	18 (5.8%)
小売業		66 (9.2%)	19 (17.9%)	24 (8.1%)	23 (7.4%)
宿泊・飲食サービス業		63 (8.8%)	16 (15.1%)	28 (9.4%)	19 (6.1%)
不動産業・物品賃貸業		73 (10.2%)	0 (0.0%)	20 (6.7%)	53 (17.0%)
サービス業(個人向け)		68 (9.5%)	25 (23.6%)	26 (8.8%)	17 (5.4%)
サービス業(法人向け・ほか)		76 (10.6%)	29 (27.4%)	27 (9.1%)	20 (6.4%)

(5) 結果概要

事業所の41.9%が緊急事態宣言・まん延防止等重点措置解除前よりも改善。今後の懸念を含めると61.8%が影響あり

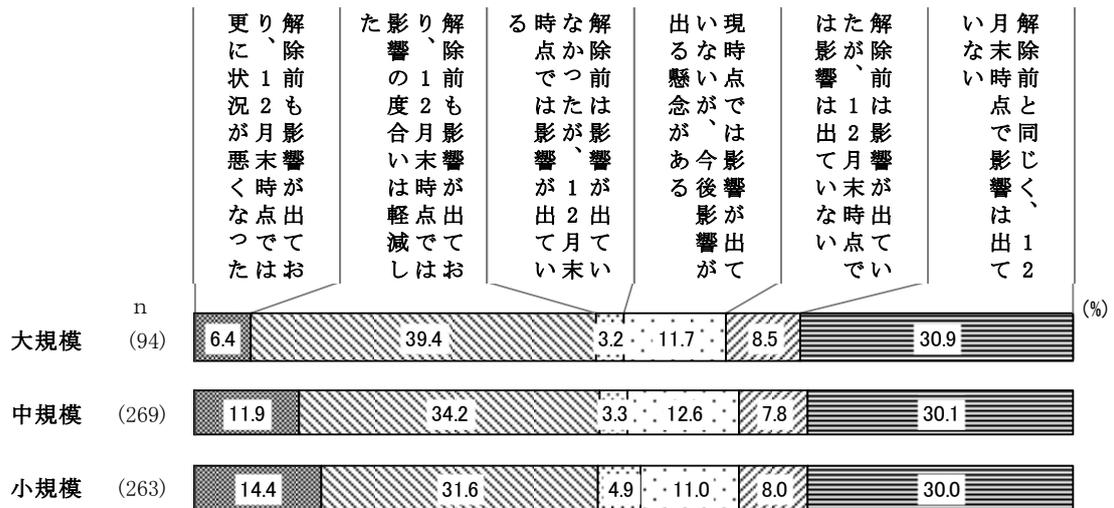
- ・企業活動への影響については、回答があった626事業所のうち41.9%にあたる262事業所が、状況が改善したと回答。状況が改善した事業所と影響が出ていない事業所の合計は83.9%。
- ・一方、16.1%にあたる101事業所が、解除前よりも状況が悪化していると回答。影響が出ている事業所と今後の先行きを懸念する事業所の合計は61.8%となる。
- ・影響の具体的な内容は、「売上・受注の停滞、不振」が78.8%と最も多い。
- ・12月の2019年同月比の売上減少割合は、『影響なし～20%未満の減少』が77.6%、『20%以上～50%未満の減少』が15.9%、『50%以上の減少』が6.4%となっている。
- ・12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21.8%、『増加』が11.3%、『20%以上の減少』が10.2%となっている。
- ・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22.6%と最も多く、次いで「会議、事務手続き、営業活動などのオンライン化」が多い。
- ・取組みを実施するにあたっての課題は、「人材の不足」が40.7%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30.1%と最も多く、次いで「固定費への補填(家賃補助含む)」、「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

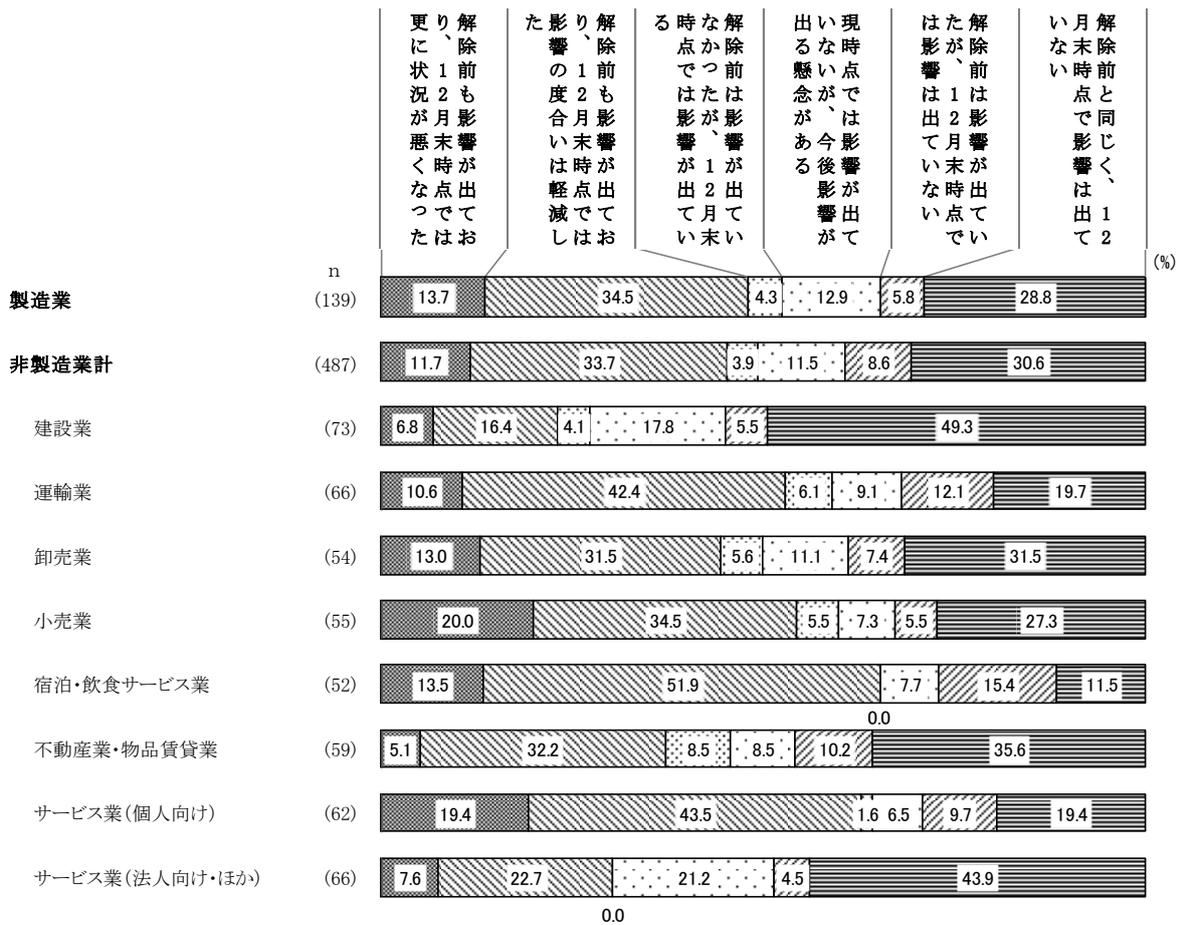
各問の構成比は、当該設問の無回答数を除外したものを基数(n)とし算出している。

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。

新型コロナウイルス感染症の影響（規模別）



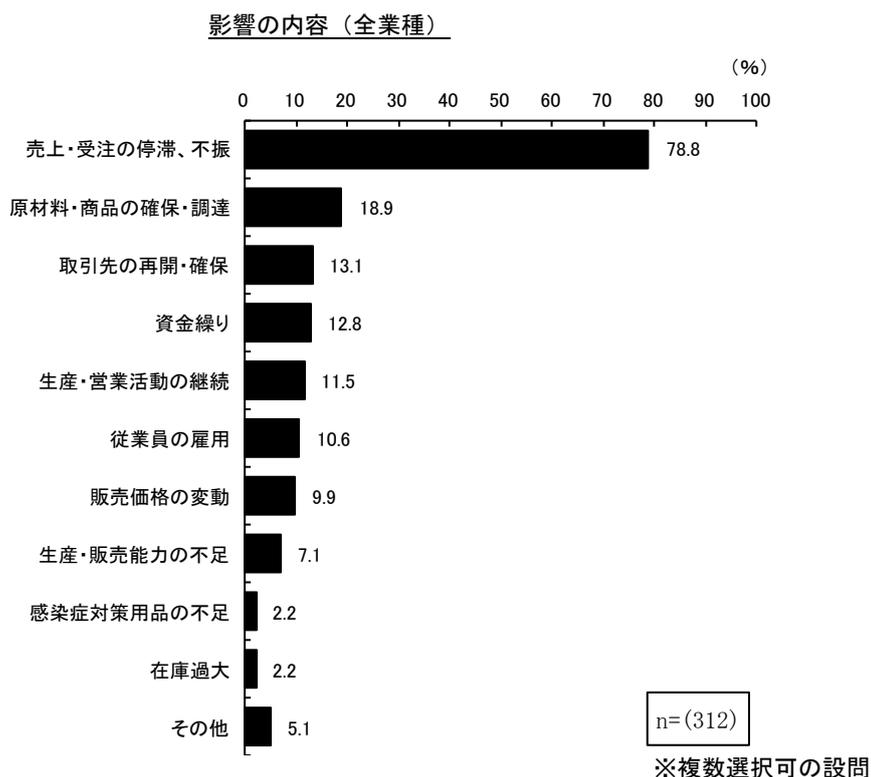
新型コロナウイルス感染症の影響（業種別）



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（78.8%）」、「原材料・商品の確保・調達（18.9%）」、「取引先の再開・確保（13.1%）」、「資金繰り（12.8%）」、「生産・営業活動の継続（11.5%）」の順となっている。

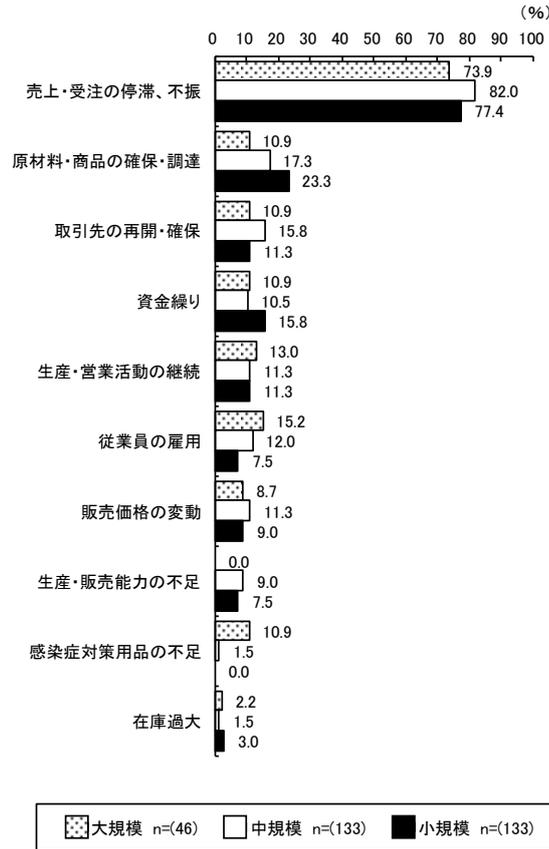
※特別設問1で「更に悪くなった」、「軽減した」、「12月末時点では影響が出ている」と回答した事業所に対する設問



規模別で見ると、すべての規模で「売上・受注の停滞、不振」の割合が最も多くなっている。「従業員の雇用」、「感染症対策用品の不足」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「原材料・商品の確保・調達」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、小売業、宿泊・飲食サービス業及びサービス業（個人向け）では8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=(72)	非製造業 n=(240)
1 売上・受注の停滞、不振(83.3%)	1 売上・受注の停滞、不振(77.5%)
2 原材料・商品の確保・調達(25.0%)	2 原材料・商品の確保・調達(17.1%)
3 資金繰り(16.7%)	3 取引先の再開・確保(13.3%)
4 取引先の再開・確保(12.5%)	4 従業員の雇用(12.5%)
5 生産・営業活動の継続(11.1%)	5 生産・営業活動の継続(11.7%)
5 販売価格の変動(11.1%)	5 資金繰り(11.7%)

建設業 n=(20)	運輸業 n=(39)	卸売業 n=(27)
1 売上・受注の停滞、不振(70.0%)	1 売上・受注の停滞、不振(71.8%)	1 売上・受注の停滞、不振(77.8%)
2 原材料・商品の確保・調達(50.0%)	2 従業員の雇用(17.9%)	2 取引先の再開・確保(33.3%)
3 従業員の雇用(15.0%)	3 取引先の再開・確保(15.4%)	3 原材料・商品の確保・調達(25.9%)
3 取引先の再開・確保(15.0%)	4 生産・営業活動の継続(12.8%)	3 販売価格の変動(25.9%)
5 生産・営業活動の継続(10.0%)	5 資金繰り(10.3%)	5 生産・営業活動の継続(22.2%)
5 販売価格の変動(10.0%)		5 生産・販売能力の不足(22.2%)

小売業 n=(33)	宿泊・飲食サービス業 n=(34)	不動産業・物品賃貸業 n=(27)
1 売上・受注の停滞、不振(81.8%)	1 売上・受注の停滞、不振(88.2%)	1 売上・受注の停滞、不振(66.7%)
2 従業員の雇用(18.2%)	2 資金繰り(23.5%)	2 原材料・商品の確保・調達(18.5%)
3 資金繰り(12.1%)	2 原材料・商品の確保・調達(23.5%)	2 取引先の再開・確保(18.5%)
3 原材料・商品の確保・調達(12.1%)	4 従業員の雇用(11.8%)	2 販売価格の変動(18.5%)
3 在庫過大(12.1%)	4 販売価格の変動(11.8%)	5 従業員の雇用(11.1%)
		5 資金繰り(11.1%)

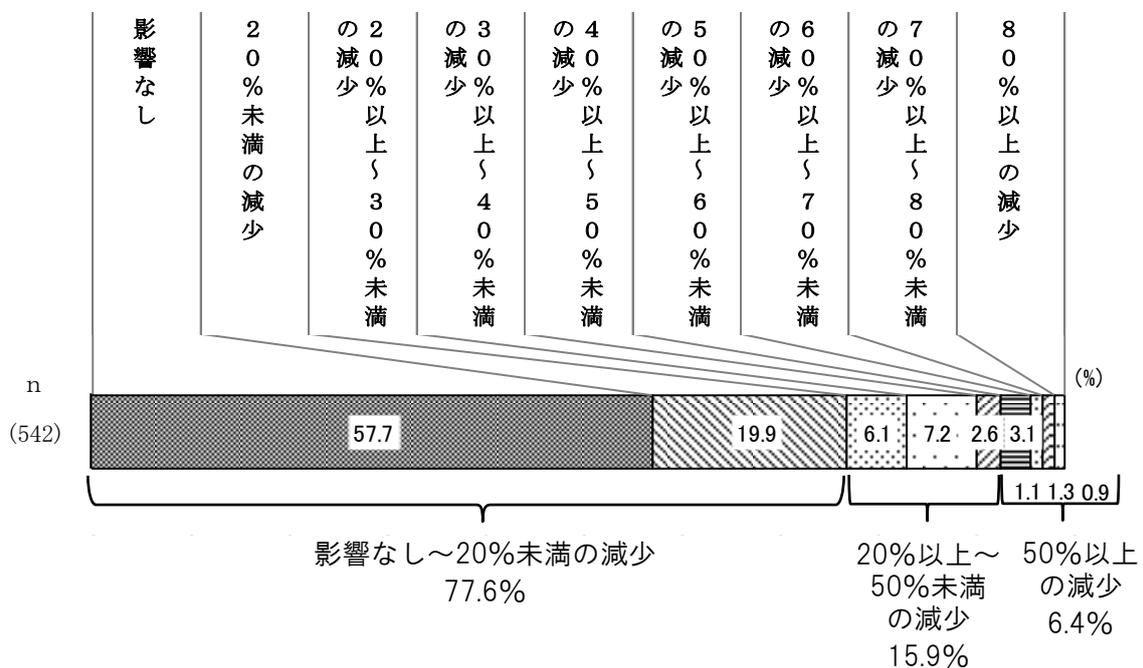
サービス業(個人向け) n=(40)	サービス業(法人向け・ほか) n=(20)
1 売上・受注の停滞、不振(82.5%)	1 売上・受注の停滞、不振(75.0%)
2 感染症対策用品の不足(12.5%)	2 生産・営業活動の継続(15.0%)
2 生産・営業活動の継続(12.5%)	2 原材料・商品の確保・調達(15.0%)
4 従業員の雇用(10.0%)	4 資金繰り(10.0%)
4 資金繰り(10.0%)	4 取引先の再開・確保(10.0%)
4 取引先の再開・確保(10.0%)	

特別設問3-1 12月の売上減少の割合（2019年同月比）

全事業所における12月の売上減少の割合（2019年同月比）は、「影響なし（57.7%）」に続いて、「20%未満の減少（19.9%）」、「30%以上～40%未満の減少（7.2%）」、「20%以上～30%未満の減少（6.1%）」、「50%以上～60%未満の減少（3.1%）」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」、「12月末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。

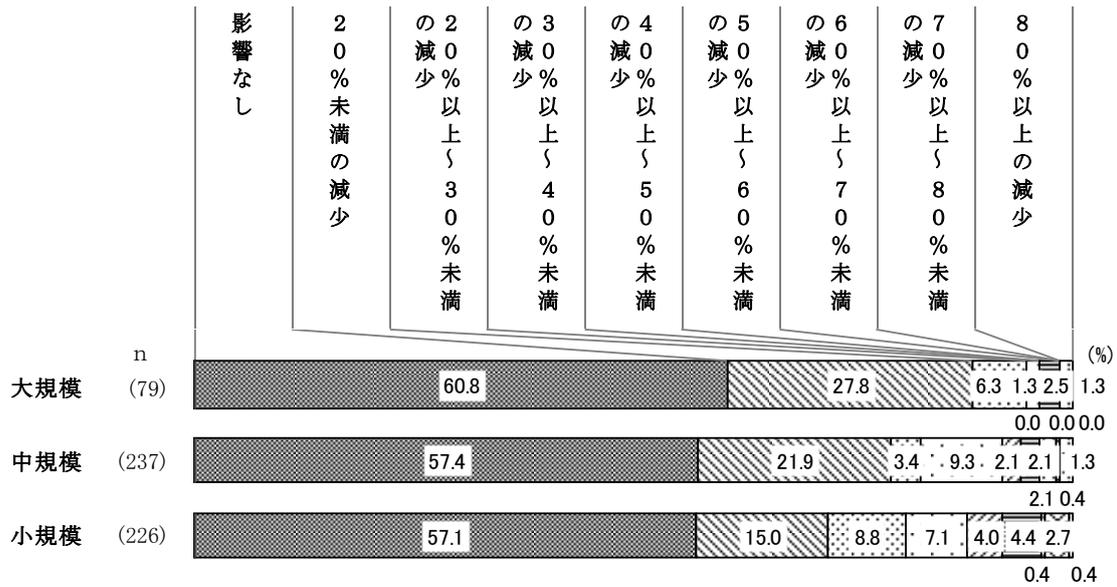
12月の売上減少の割合（2019年同月比）（全業種）



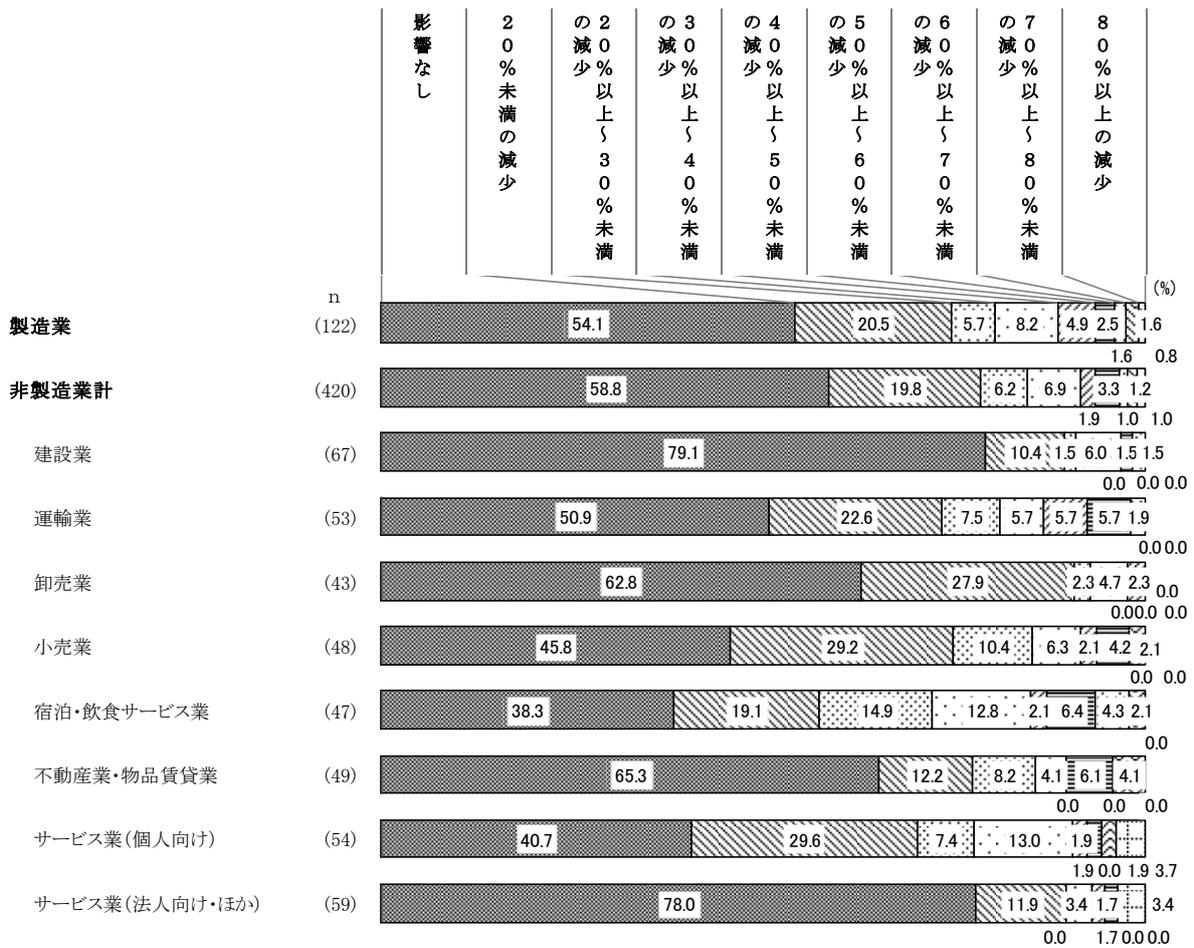
規模別で見ると、すべての規模で『影響なし～20%未満の減少』の割合が最も多くなっており、規模が大きくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、宿泊・飲食サービス業を除くすべての業種で『影響なし～20%未満の減少』が7割以上となっており、建設業、卸売業及びサービス業（法人向け・ほか）では約9割となっている。宿泊・飲食サービス業は他の業種と比べ、売上が40%以上減少した事業所が多くなっているものの、1割半ばにとどまった。

12月の売上減少の割合（2019年同月比）（規模別）



12月の売上減少の割合（2019年同月比）（業種別）

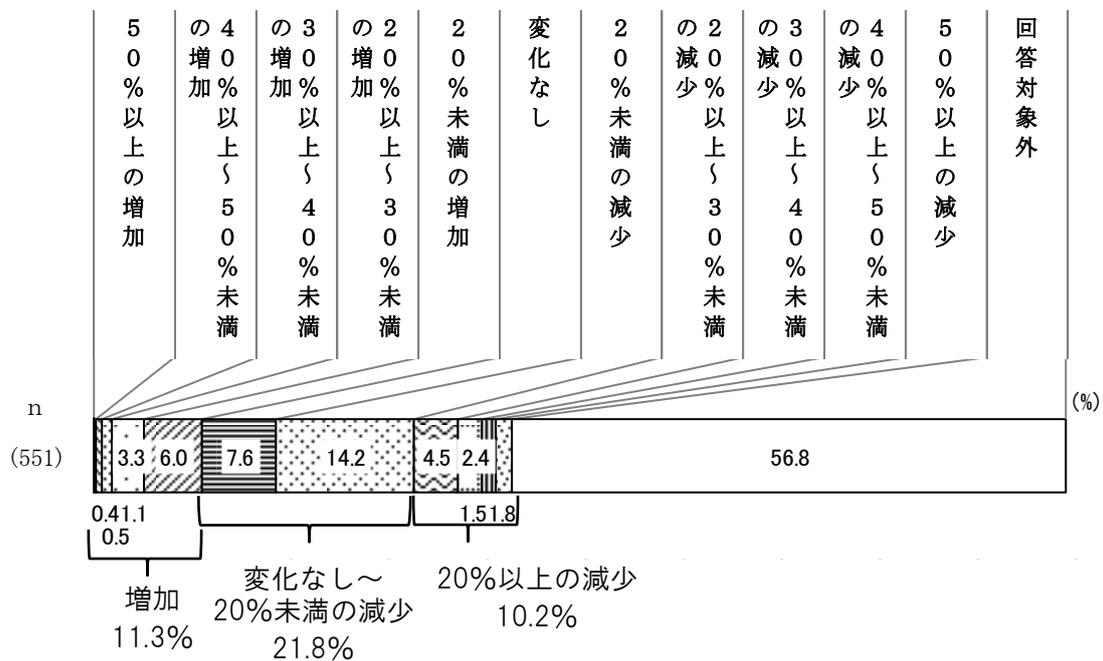


特別設問 3-2 12月の売上の変化（前年同月比）

全事業所における12月の売上の変化（前年同月比）は、「20%未満の減少（14.2%）」、「変化なし（7.6%）」、「20%未満の増加（6.0%）」、「20%以上～30%未満の減少（4.5%）」、「20%以上～30%未満の増加（3.3%）」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」、「12月末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。

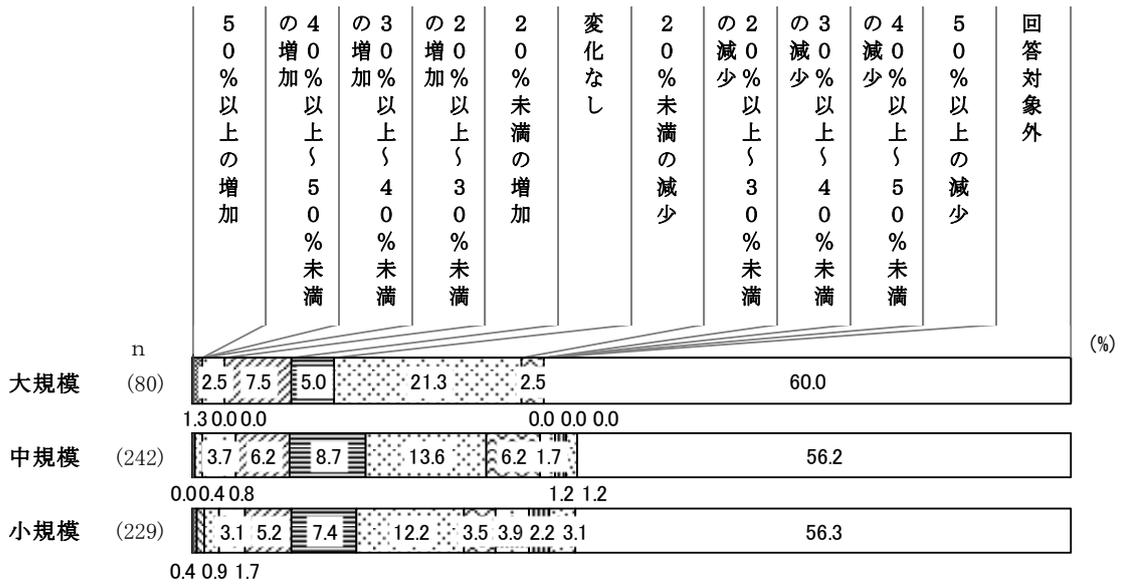
12月の売上の変化（前年同月比）（全業種）



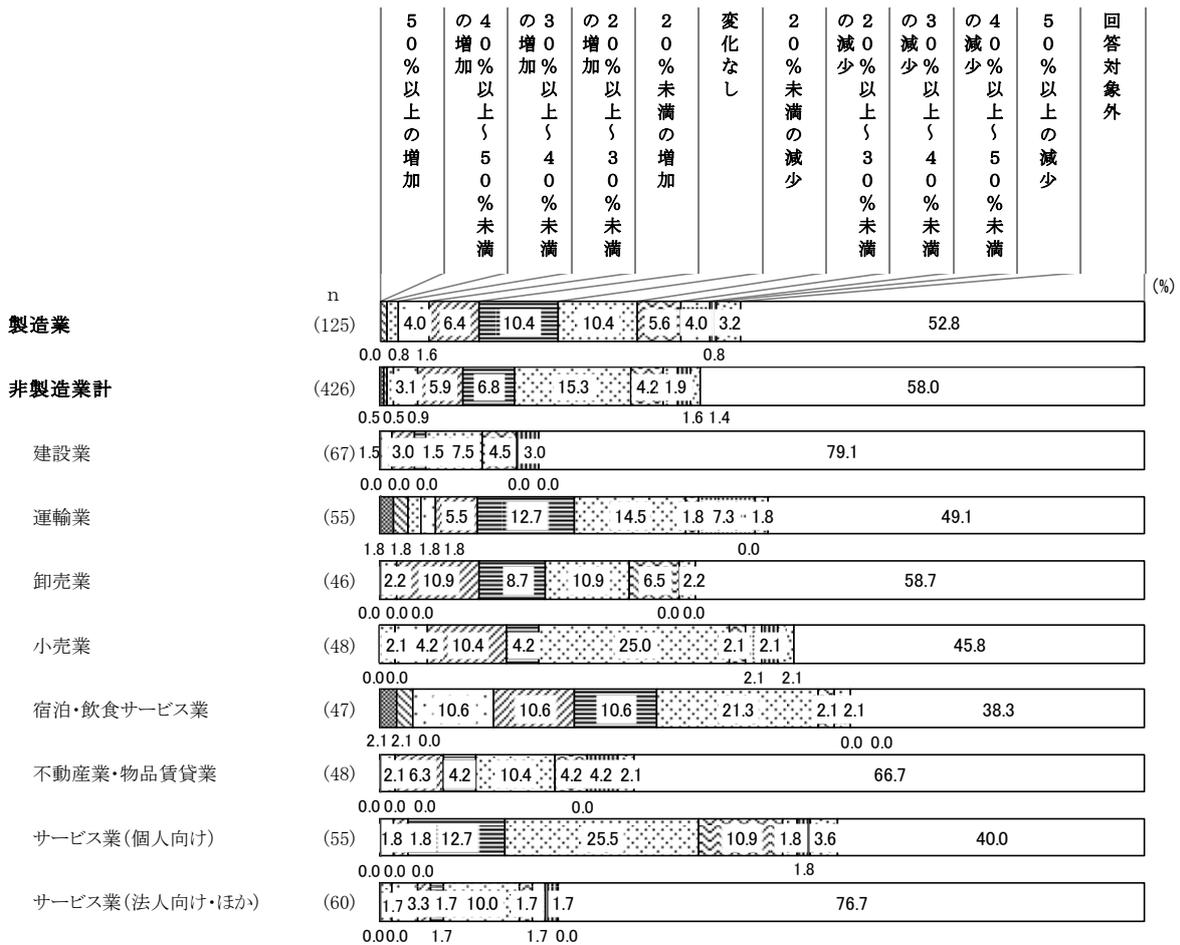
規模別で見ると、『20%以上の減少』が見られるのは大規模では 2.5%、中規模では 10.3%、小規模では 12.7%と、規模が小さいほど多くなっている。

業種別で見ると、『増加』と回答した割合が高いのは宿泊・飲食サービス業（25.4%）、減少と回答した割合が高いのはサービス業（個人向け）（43.6%）となっている。

12月の売上の変化（前年同月比）（規模別）



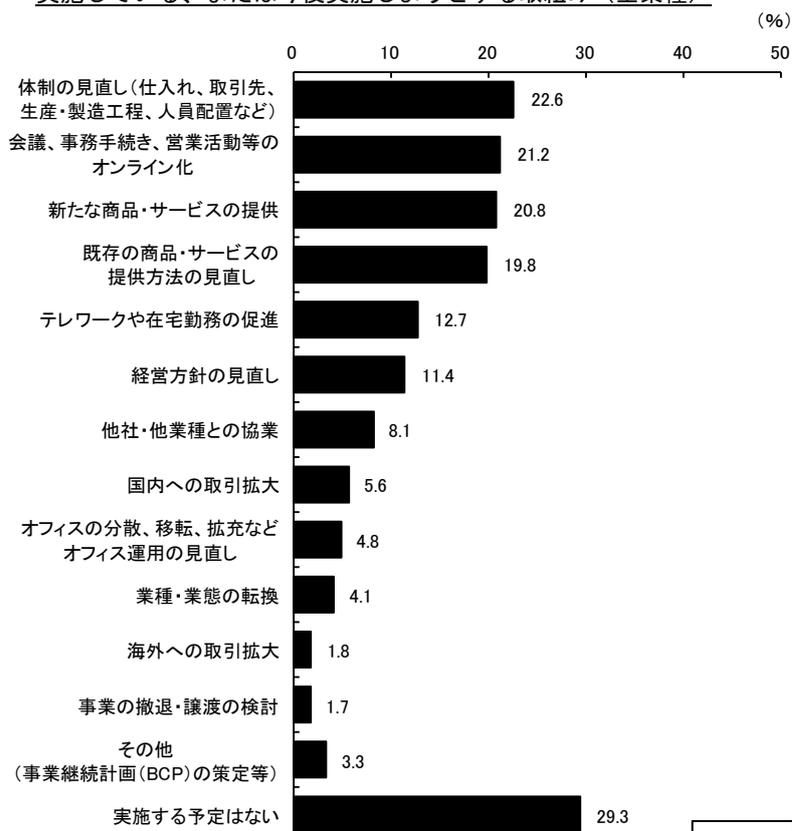
12月の売上の変化（前年同月比）（業種別）



特別設問 4-1 実施している、または今後実施しようとする取組み

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、「体制の見直し（仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など）（22.6%）」、「会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化（21.2%）」、「新たな商品・サービスの提供（20.8%）」、「既存の商品・サービスの提供方法の見直し（19.8%）」、「テレワークや在宅勤務の促進（12.7%）」の順となっている。
 なお、「実施する予定はない」は29.3%となっている。

実施している、または今後実施しようとする取組み（全業種）



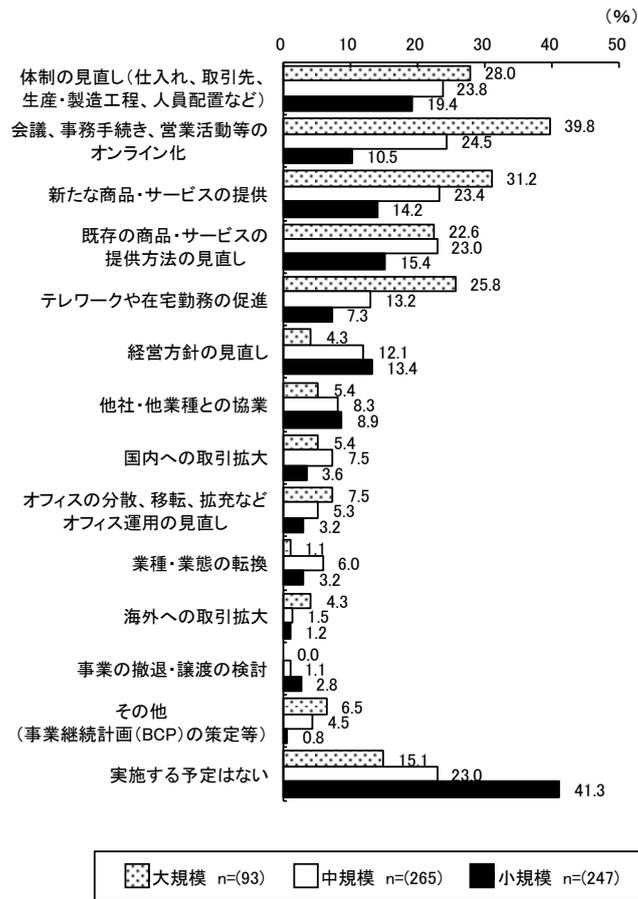
n=(605)

※複数選択可の設問

規模別で見ると、大・中規模では「会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化」、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」、「新たな商品・サービスの提供」、「テレワークや在宅勤務の促進」、「オフィスの分散、移転、拡充などオフィス運用の見直し」、「海外への取引拡大」、「その他（事業継続計画（BCP）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」、「他社・他業種との協業」、「事業の撤退・譲渡の検討」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、「実施する予定はない」が多い中、卸売業では「新たな商品・サービスの提供」、小売業及び宿泊・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」、サービス業（個人向け）及びサービス業（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」が最も多くなっている。

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）



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）

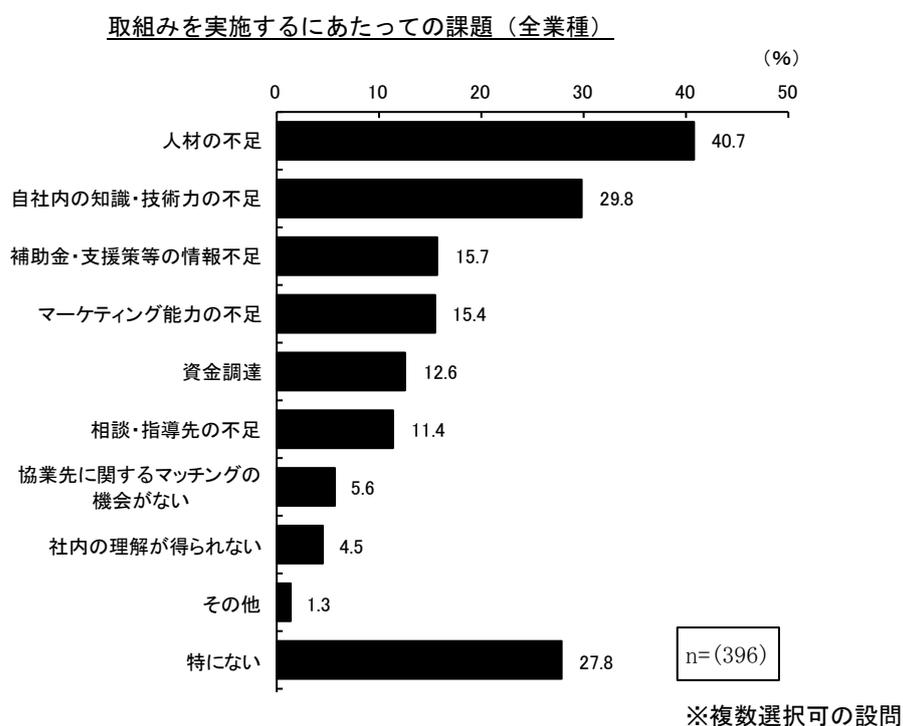
製造業 n=(132) 1 実施する予定はない(35.6%) 2 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(26.5%) 3 新たな商品・サービスの提供(18.2%) 4 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(16.7%) 5 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(12.9%)	非製造業 n=(473) 1 実施する予定はない(27.5%) 2 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(23.5%) 3 新たな商品・サービスの提供(21.6%) 3 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(21.6%) 5 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(20.7%)	
建設業 n=(71) 1 実施する予定はない(32.4%) 2 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(31.0%) 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)(25.4%) 4 テレワークや在宅勤務の促進(22.5%) 5 オフィスの分散、移転、拡充などオフィスの運用の見直し(12.7%)	運輸業 n=(54) 1 実施する予定はない(33.3%) 2 新たな商品・サービスの提供(20.4%) 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)(18.5%) 4 経営方針の見直し(16.7%) 5 国内への取引拡大(14.8%) 5 他社・他業種との協業(14.8%)	卸売業 n=(57) 1 新たな商品・サービスの提供(35.1%) 2 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(31.6%) 3 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(26.3%) 3 テレワークや在宅勤務の促進(26.3%) 5 実施する予定はない(21.1%)
小売業 n=(55) 1 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(38.2%) 2 新たな商品・サービスの提供(27.3%) 2 実施する予定はない(27.3%) 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)(25.5%) 5 経営方針の見直し(7.3%)	宿泊・飲食サービス業 n=(49) 1 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(38.8%) 2 実施する予定はない(34.7%) 3 新たな商品・サービスの提供(32.7%) 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)(28.6%) 5 業種・業態の転換(10.2%) 5 経営方針の見直し(10.2%)	不動産業・物品賃貸業 n=(63) 1 実施する予定はない(30.2%) 2 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(22.2%) 3 経営方針の見直し(20.6%) 4 新たな商品・サービスの提供(12.7%) 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)(12.7%) 4 他社・他業種との協業(12.7%)
サービス業(個人向け) n=(55) 1 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(32.7%) 2 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(29.1%) 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)(29.1%) 4 新たな商品・サービスの提供(21.8%) 4 実施する予定はない(21.8%)	サービス業(法人向け・ほか) n=(69) 1 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(40.6%) 2 テレワークや在宅勤務の促進(34.8%) 3 新たな商品・サービスの提供(20.3%) 3 実施する予定はない(20.3%) 5 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(15.9%)	

特別設問 4-2 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 (40.7%)」、「自社内の知識・技術力の不足 (29.8%)」、「補助金・支援策等の情報不足 (15.7%)」、「マーケティング能力の不足 (15.4%)」、「資金調達 (12.6%)」の順となっている。

なお、「特にない」は 27.8%となっている。

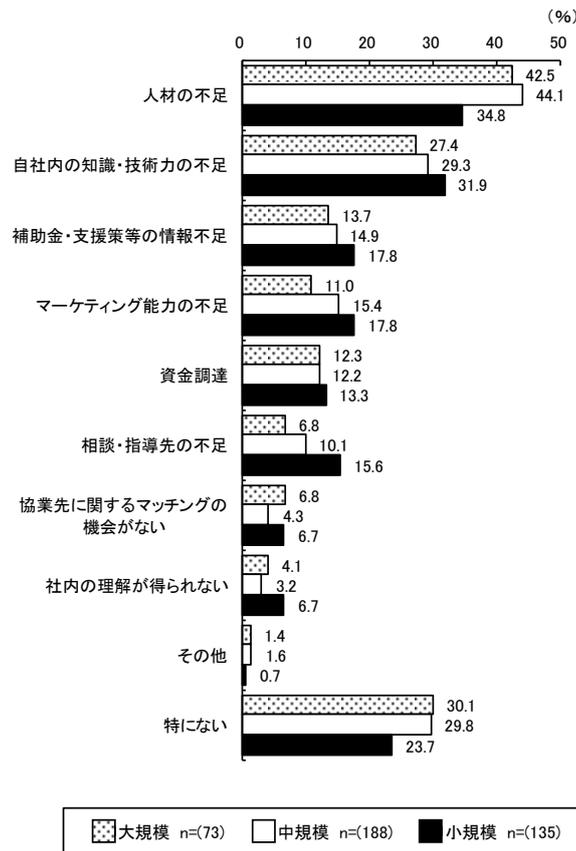
※特別設問 4-1 で「事業の撤退・譲渡の検討」「その他 (事業継続計画 (BCP) の策定等)」「実施する予定はない」以外を選択した事業所に対する設問



規模別で見ると、すべての規模で「人材の不足」の割合が最も多くなっている。「自社内の知識・技術力の不足」、「補助金・支援策等の情報不足」、「マーケティング能力の不足」、「相談・指導先の不足」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、不動産業・物品賃貸業では「自社内の知識・技術力の不足」、これ以外の業種では「人材の不足」が最も多く、卸売業では上記 2 項目が同率で最も多くなっている。

取組みを実施するにあたっての課題（規模別）

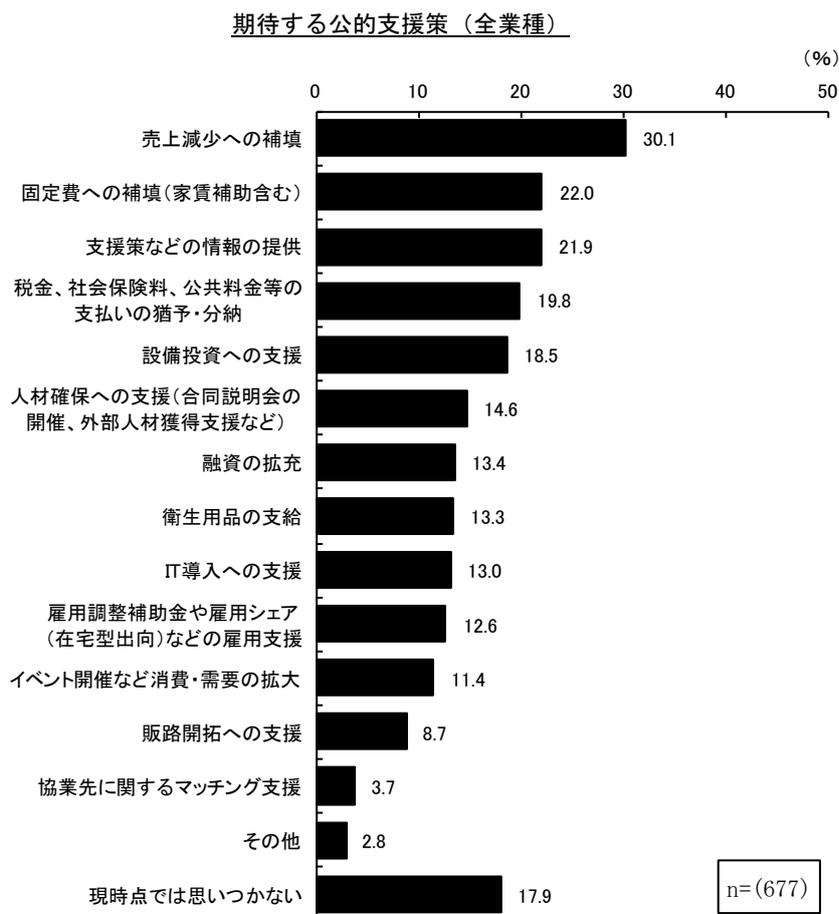


取組みを実施するにあたっての課題（業種別・抜粋）

製造業 n=(77)	非製造業 n=(319)	
1 人材の不足(33.8%) 2 自社内の知識・技術力の不足(32.5%) 3 補助金・支援策等の情報不足(22.1%) 4 マーケティング能力の不足(20.8%) 5 資金調達(14.3%)	1 人材の不足(42.3%) 2 自社内の知識・技術力の不足(29.2%) 3 マーケティング能力の不足(14.1%) 3 補助金・支援策等の情報不足(14.1%) 5 資金調達(12.2%)	
建設業 n=(44)	運輸業 n=(34)	卸売業 n=(42)
1 人材の不足(52.3%) 2 自社内の知識・技術力の不足(29.5%) 3 相談・指導先の不足(15.9%) 4 補助金・支援策等の情報不足(13.6%) 5 資金調達(9.1%) 5 社内の理解が得られない(9.1%) 5 マーケティング能力の不足(9.1%)	1 人材の不足(35.3%) 2 自社内の知識・技術力の不足(26.5%) 3 マーケティング能力の不足(20.6%) 4 資金調達(14.7%) 4 相談・指導先の不足(14.7%) 4 補助金・支援策等の情報不足(14.7%)	1 自社内の知識・技術力の不足(31.0%) 1 人材の不足(31.0%) 3 マーケティング能力の不足(23.8%) 4 補助金・支援策等の情報不足(14.3%) 5 相談・指導先の不足(7.1%)
小売業 n=(38)	宿泊・飲食サービス業 n=(30)	不動産業・物品賃貸業 n=(38)
1 人材の不足(42.1%) 2 自社内の知識・技術力の不足(23.7%) 3 補助金・支援策等の情報不足(21.1%) 4 資金調達(13.2%) 5 相談・指導先の不足(10.5%)	1 人材の不足(66.7%) 2 資金調達(33.3%) 2 自社内の知識・技術力の不足(33.3%) 4 補助金・支援策等の情報不足(23.3%) 5 マーケティング能力の不足(16.7%)	1 自社内の知識・技術力の不足(42.1%) 2 人材の不足(34.2%) 3 マーケティング能力の不足(15.8%) 3 相談・指導先の不足(15.8%) 5 資金調達(13.2%)
サービス業(個人向け) n=(38)	サービス業(法人向け・ほか) n=(55)	
1 人材の不足(52.6%) 2 自社内の知識・技術力の不足(26.3%) 3 資金調達(18.4%) 4 補助金・支援策等の情報不足(13.2%) 5 マーケティング能力の不足(10.5%) 5 相談・指導先の不足(10.5%)	1 人材の不足(32.7%) 2 自社内の知識・技術力の不足(23.6%) 3 マーケティング能力の不足(10.9%) 3 補助金・支援策等の情報不足(10.9%) 5 相談・指導先の不足(7.3%)	

特別設問5 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（30.1%）」、「固定費への補填（家賃補助含む）（22.0%）」、「支援策などの情報の提供（21.9%）」、「税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納（19.8%）」、「設備投資への支援（18.5%）」の順となっている。

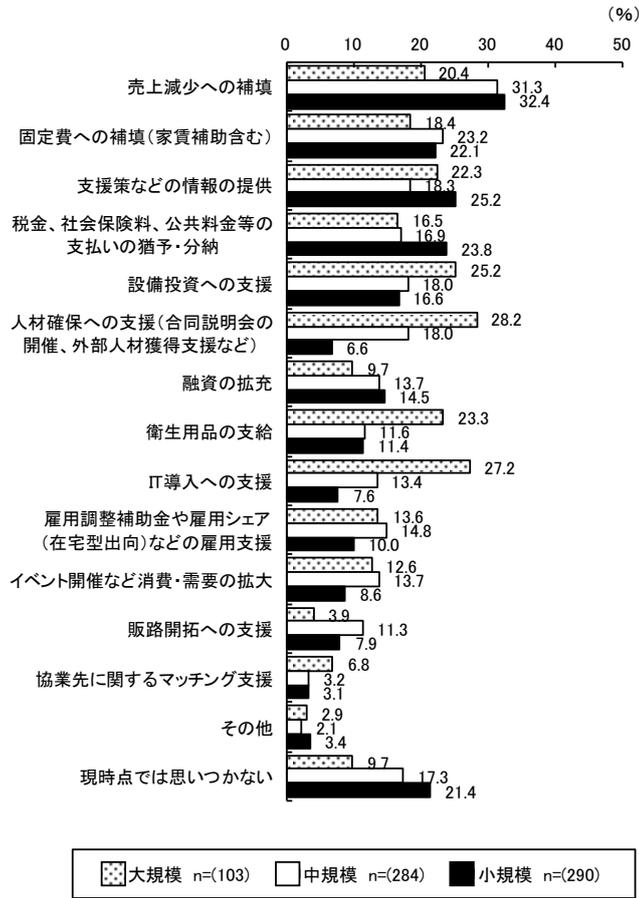


※複数選択可の設問

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・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。「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）」、「衛生用品の支給」、「IT導入への支援」、「協業先に関するマッチング支援」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」、「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」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、「売上減少への補填」が多い中、不動産業・物品賃貸業では「支援策などの情報の提供」、卸売業及びサービス業（法人向け・ほか）では「固定費への補填（家賃補助含む）」が最も多くなっている。

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）

<p>製造業 n=(147)</p> <p>1 売上減少への補填(27.2%)</p> <p>2 固定費への補填(家賃補助含む)(22.4%)</p> <p>3 支援策などの情報の提供(21.1%)</p> <p>4 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(19.0%)</p> <p>5 設備投資への支援(18.4%)</p>	<p>非製造業 n=(530)</p> <p>1 売上減少への補填(30.9%)</p> <p>2 支援策などの情報の提供(22.1%)</p> <p>3 固定費への補填(家賃補助含む)(21.9%)</p> <p>4 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(20.0%)</p> <p>5 設備投資への支援(18.5%)</p>	
<p>建設業 n=(75)</p> <p>1 売上減少への補填(25.3%)</p> <p>2 設備投資への支援(24.0%)</p> <p>2 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)(24.0%)</p> <p>4 支援策などの情報の提供(21.3%)</p> <p>5 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(17.3%)</p>	<p>運輸業 n=(67)</p> <p>1 売上減少への補填(40.3%)</p> <p>2 設備投資への支援(26.9%)</p> <p>3 融資の拡充(25.4%)</p> <p>4 固定費への補填(家賃補助含む)(23.9%)</p> <p>4 支援策などの情報の提供(23.9%)</p>	<p>卸売業 n=(60)</p> <p>1 固定費への補填(家賃補助含む)(16.7%)</p> <p>1 販路開拓への支援(16.7%)</p> <p>3 支援策などの情報の提供(15.0%)</p> <p>4 売上減少への補填(13.3%)</p> <p>4 IT導入への支援(13.3%)</p> <p>4 イベント開催など消費・需要の拡大(13.3%)</p>
<p>小売業 n=(61)</p> <p>1 売上減少への補填(47.5%)</p> <p>2 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(27.9%)</p> <p>3 固定費への補填(家賃補助含む)(24.6%)</p> <p>4 設備投資への支援(23.0%)</p> <p>5 イベント開催など消費・需要の拡大(18.0%)</p>	<p>宿泊・飲食サービス業 n=(59)</p> <p>1 売上減少への補填(47.5%)</p> <p>2 固定費への補填(家賃補助含む)(37.3%)</p> <p>3 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(35.6%)</p> <p>4 融資の拡充(22.0%)</p> <p>4 支援策などの情報の提供(22.0%)</p>	<p>不動産業・物品賃貸業 n=(70)</p> <p>1 支援策などの情報の提供(30.0%)</p> <p>2 売上減少への補填(24.3%)</p> <p>3 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(20.0%)</p> <p>4 固定費への補填(家賃補助含む)(17.1%)</p> <p>5 設備投資への支援(15.7%)</p>
<p>サービス業(個人向け) n=(64)</p> <p>1 売上減少への補填(35.9%)</p> <p>2 衛生用品の支給(34.4%)</p> <p>3 支援策などの情報の提供(31.3%)</p> <p>4 IT導入への支援(26.6%)</p> <p>5 設備投資への支援(25.0%)</p>	<p>サービス業(法人向け・ほか) n=(74)</p> <p>1 固定費への補填(家賃補助含む)(23.0%)</p> <p>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)(23.0%)</p> <p>3 売上減少への補填(17.6%)</p> <p>4 支援策などの情報の提供(16.2%)</p> <p>5 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(14.9%)</p> <p>5 IT導入への支援(14.9%)</p>	