

経済調査

新型コロナウイルス感染拡大の影響の調査

— 2020年9月調査 —

◇調査結果のポイント	1
◇調査概要	1
1. 売上実績・見込み推移について.....	2
2. コロナ禍の影響からの売上回復見込み.....	2
3. 自由回答より	2
◇自由回答	3

2020年9月

公益財団法人 地方経済総合研究所

新型コロナウイルスの影響は長期化の様相

「第116回熊本県内企業業況判断調査」の特別テーマとして、県内主要企業を対象に新型コロナウイルス感染拡大の影響について調査を行った。以下はその結果概要である。

【調査結果のポイント】

- ▶7月の売上について、前年同月比▲50%以下となっている事業者が13.1%となっている(図表1)。
- ▶売上回復には1年以上かかると見込む事業者が35.0%となり、コロナ禍の影響長期化が予想される。また38.3%に上る「わからない」との回答には、先が見えない不安感も含まれるとみられる(図表3)。
- ▶自由回答からは、特に個人消費関連が影響を受けている中で、多数の不安の声が聞かれる。

【調査概要】

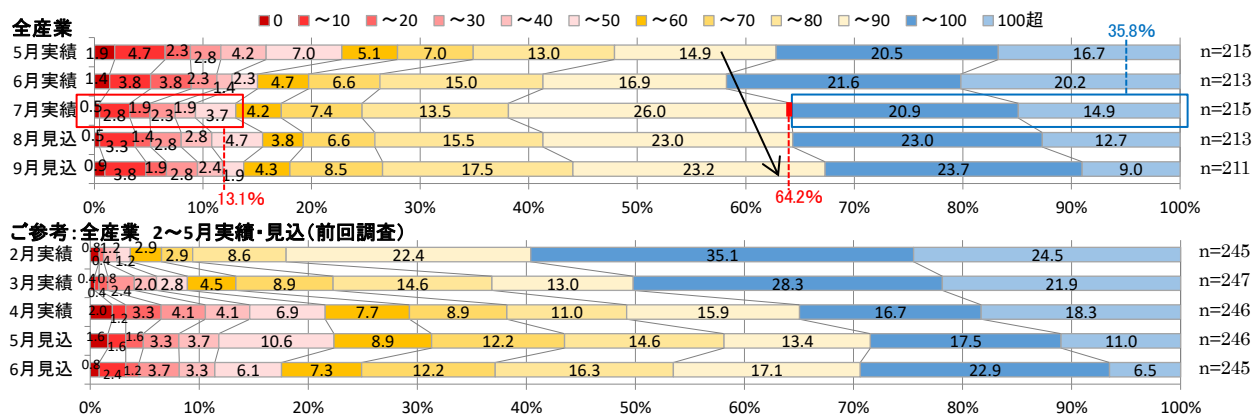
- ・調査対象企業: 県内主要企業 752社 ・調査時点: 2020年7月31日～8月21日
- ・回答状況: 回答企業 227先(回答率 30.2%)
- ・調査項目: 新型コロナウイルス感染拡大が進んだ2月以降の売上の実績・見込みについてお訊ねし、影響の度合いを明らかにした前回調査から、売上の実績・見込みの変化を継続調査。

1. 売上実績・見込み推移について

(1) 全産業

コロナの影響が続いており、前年同月比▲50%以下となっている事業者が13.1%となっている。7月実績では前年同月比90%を下回る事業者が全体の64.2%と、調査開始した2月以降では最悪。8・9月で更なる悪化を見込むなど、回復は進んでおらず、先行きの警戒感は強い。(図表1-全産業、ご参考(前回調査))。

図表1 【全業種】 熊本県内事業者 5月～9月売上実績・見込み推移 (前年同月売上を「100」とする)

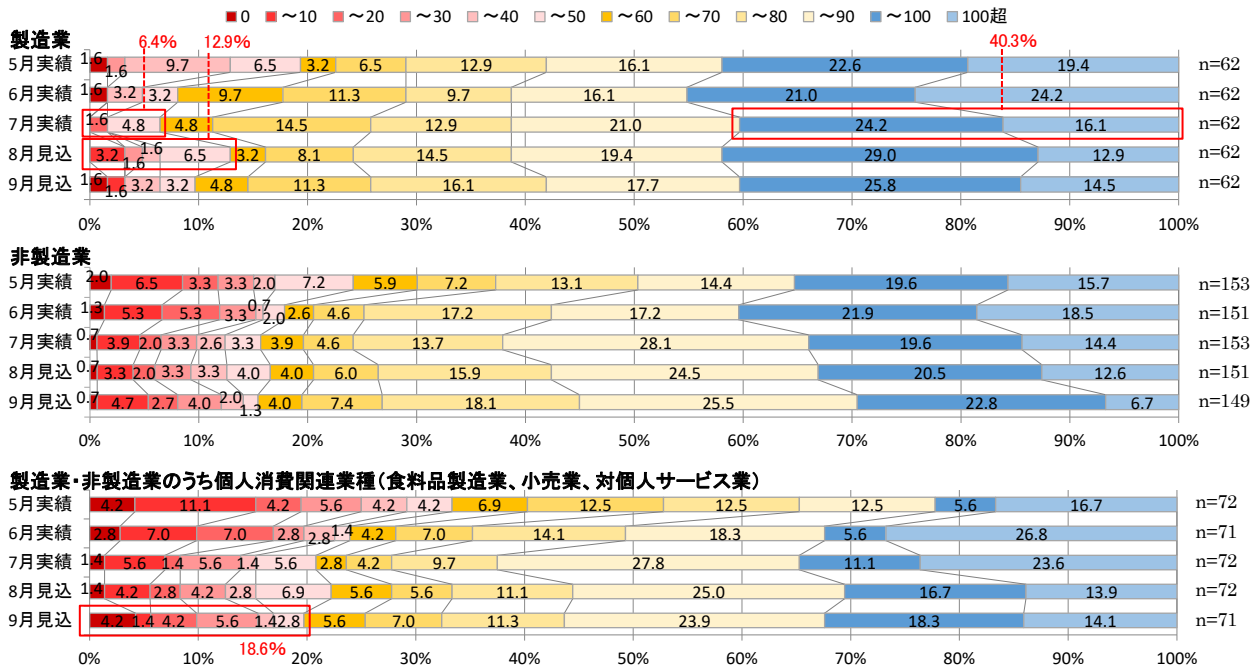


(2) 業種別

製造業は、7月実績で売上が前年並み以上と答えた企業が40.3%と全産業の35.8%を上回り、前年同月比50%以下が全産業の13.1%に対し6.4%と半数以下。ただ8月には12.9%へ増加する(図表1-全産業、図表2-製造業)。

また、特に個人消費の動向に影響を受ける業種(食料品製造業、小売業、対個人サービス業)を製造業・非製造業より抽出したところ、5月を底に改善傾向であるが、9月に18.6%が売上半減以下を見込むなど、他産業に比べ回復が厳しい状況(図表2-製造業・非製造業のうち個人消費関連業種)。

図表2 【業種別】 熊本県内事業者 5月～9月上実績・見込み推移（前年同月上を「100」とする）

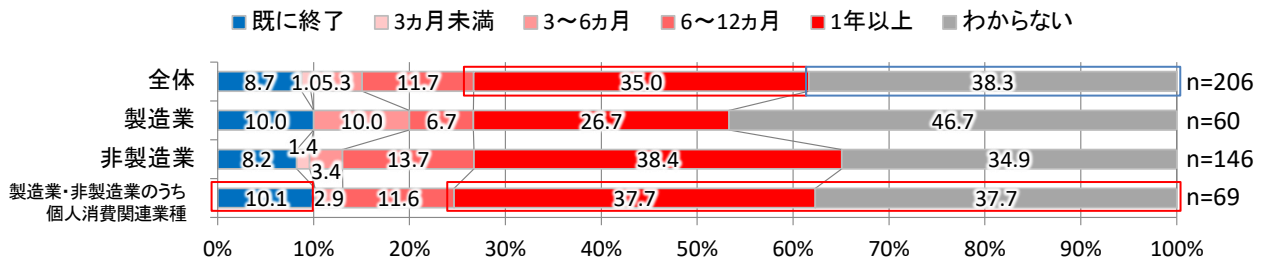


2. コロナ禍の影響からの売上回復見込み

コロナ禍からの売上回復の時期については、35.0%の事業者が「1年以上」と回答し、長期化を見込む。また38.3%の「わからない」との回答には、先が見えない強い不安感も含まれているとみられる（図表3）。

業種別に見ると、個人消費関連業種で「既に終了した」の回答割合が10.1%と、わずかではあるが他と比較して高い。内訳は宅配小売やその関連、自動車関連のほか、豪雨災害で特需のあった小売業などが占める。また「既に終了した」に加え「1年以上+わからない」の値が他より高いことから、withコロナにおける個人の消費行動の変化が事業者の売上に影響を及ぼし、個人消費関連業種の中で売上の二極化を引き起こしているとみられる（図表3）。

図表3 コロナ禍の影響からの売上回復の時期



3. 自由回答より

コロナ禍が長期化し、消費行動に変化がみられ、「巣ごもり消費」により関連する小売業などが好調。また自動車販売も一部で回復がみられる。

また、観光需要の刺激が期待された「Go To トラベルキャンペーン」は、盛り上がりを欠いている。

建設業は他業種と比較し影響軽微だが、先行きで公共事業の減少や、不況による住宅建築の減少を見込むなど、警戒感や不安感の強いコメントがみられた。

※次ページに自由回答欄あり

【自由回答】

新型コロナウイルスの事業活動への影響や、もたらされる変化など

Go To トラベル	
観光土産品店	旅行団体客の集客がほぼなし。Go To キャンペーンに期待する。
ホテル旅館業	ビジネス・観光ともに来熊数が減少し、低価格競争となりつつある中で、販売価格の維持に苦戦。観光に向けスタートしたGo To キャンペーンもコロナ感染拡大を考えると中止・延期してほしい。その時期ではないかと考えている。このキャンペーンで売上増は望まない。
ホテル旅館業	Go To キャンペーンでの回復は不透明。終了後の反動も大きくなると思われる。
旅行代理店	Go To トラベルキャンペーン開始するも、コロナ感染拡大によるキャンセルや自粛が相次ぎ先行見込み立たず。但し国や県市の経済対策事業受託で若干カバー。
消費行動変化	
自動車部品製造業	5月以降売上減少が顕著。自動車関連は8月頃から回復しつつあるようだが、産業車両は回復の見込みは年内はない。
健康食品通信販売業	一部定期顧客の減少もあったが、反面健康意識の高まりもあり、トータルでは影響ありません。
自動車用品小売業	車の価値変化（コロナにおける車の利用価値向上）に伴い需要環境は悪くはないがコロナの再流行に伴う先行き不安がある。
巣ごもり（減収）	
食品製造業	コロナ禍による飲食店及び観光関連の業務用アイス販売の落ち込み。
調剤薬局	コロナの影響で今後も来局減少が見込まれる。
観光土産品店	新型コロナウイルスの影響で、集客・客単価が減少。
巣ごもり（増収）	
ホームセンター	緊急事態宣言発令があった4月以降、業績は好調を維持している。いつかは終息し通常に戻ると思うが、現在の所まだその気配は見えない。10～12月についてもある程度業績は上振れると思う。
ディスカウントストア	コロナの影響で売上利益ともに上昇した（昨年比）
見通し不明	
設備部品製造業	コロナ禍で先行き不安もあり、設備投資や求人について当分の間中止する予定。
総合建設業	建設業としては今後コロナの影響により民間投資がどのようになっていくのかに大きな影響を受けられる。
文具事務用品卸小売業	コロナウイルス感染の収束が見えないので先の見通しが立ちません。すべては手探りです。
影響無し	
電気工事業	業種が建設業であり新型コロナウイルスの影響は比較的小さい。売上の変動についてはコロナとの関連性は微小です。
住宅建設業	住宅産業は受注残がある為、コロナの影響が売上（完工）に出るのは約一年後（当社の場合）になります。
設計業	公共事業関連はコロナ影響は少なく現状維持。ただし先行きは影響が出るだろうと心配。