

コロナ禍における事業維持の取組について(景況特別調査)

I 調査要旨

新型コロナウイルス感染症の発生から1年余が経過した中、直近では令和3年1月20日から2月28日まで沖縄県独自の「緊急事態宣言」の発出や沖縄県内9市が「まん延防止等重点措置」の対象地域に指定され、4月12日から5月5日まで(予定)飲食店の営業時間短縮要請や不要不急の外出自粛が求められる等、同感染症は未だ県内景況に大きな影響を及ぼしている。本調査では、コロナ禍における事業維持について主眼を置き、これまで実際に活用した支援策やコロナ禍をきっかけとした取組についての景況特別調査アンケートを実施した。

- (1) コロナ禍において、事業維持のために活用した支援策(複数回答)をたずねたところ、全産業(「特になし」を除く。以下同じ。)で「金融機関等による資金繰り支援(融資・返済猶予等)」が47.4%と最も多く、次いで「雇用調整助成金」が40.5%、「持続化給付金」が37.4%、「家賃支援給付金」が24.3%となった。
- (2) 今後も継続・実施してほしい支援策(複数回答)をたずねたところ、全産業で「雇用調整助成金」が45.8%と最も多く、次いで「金融機関等による資金繰り支援(融資・返済猶予等)」が44.5%、「持続化給付金」が31.2%、「家賃支援給付金」が23.7%、「納税猶予・納付期限の延長」が16.8%となった。
- (3) コロナ禍をきっかけとして行った取組(複数回答)をたずねたところ、全産業で「Web 商談の実施」が16.8%と最も高く、次いで、「ネット販売の開始・強化」が15.6%、「主業種での新製品・サービスの導入」が10.9%、「その他」が10.6%、「テレワーク、リモート会議等」が9.7%、「事業継続計画(BCP)の策定・見直し」が6.2%、「業種転換・異業種参入」が4.7%となった。

II 調査要領

1. 調査目的: 新型コロナウイルス感染症の発生から1年余が経過したが、同感染症は未だ県内景況に大きな影響を及ぼしている。本調査では、コロナ禍における事業維持について主眼を置き、これまで実際に活用した支援策やコロナ禍をきっかけとした取組について把握する。
2. 調査実施期間: 2021年2月下旬～3月下旬(発送:2021年2月24日、回収基準日:2021年3月12日)
3. 調査対象: 沖縄公庫県内企業景況調査対象企業先

調査対象企業数及び回答状況

業種	項目	調査対象企業数	回答数	回答率(%)
		(A)	(B)	(B)/(A)×100
全産業		412	321	77.9
製造業		74	55	74.3
建設業		72	62	86.1
卸売業		50	34	68.0
小売業		55	42	76.4
運輸業		37	33	89.2
情報通信業		23	21	91.3
サービス業		53	45	84.9
飲食店・宿泊業		43	27	62.8

※全産業には電気・ガス、不動産業が含まれるため、各業種合計と全産業の値は一致しない。

4. 調査方法: 対象企業に調査票を郵送し自計記入。

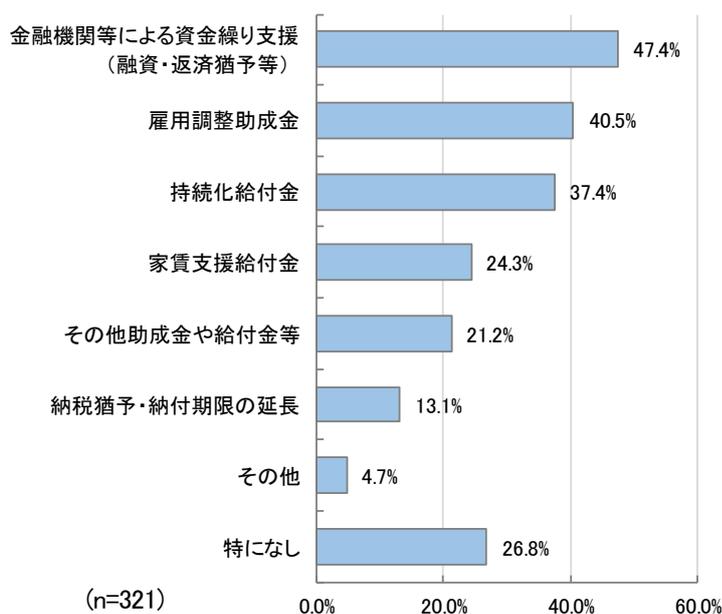
Ⅲ 調査結果

1. コロナ禍を受け、事業維持のために活用した支援策(複数回答)

コロナ禍を受け、事業維持のために活用した支援策(複数回答)をたずねたところ、全産業(「特になし」を除く。以下同じ。)で「金融機関等による資金繰り支援(融資・返済猶予等)」が47.4%と最も多く、次いで「雇用調整助成金」が40.5%、「持続化給付金」が37.4%、「家賃支援給付金」が24.3%となった(図表1-1)。

業種別にみると、製造業(52.7%)、卸売業(38.2%)、小売業(50.0%)、運輸業(57.6%)、情報通信業(57.1%)で「金融機関等による資金繰り支援(融資・返済猶予等)」と回答した割合が高かった。また、サービス業(53.3%)、飲食店・宿泊業(88.9%)では「雇用調整助成金」、建設業(27.4%)では「持続化給付金」と回答した割合が最も高かった(図表1-2)。

図表1-1 コロナ禍を受け、事業維持のために活用した支援策(全産業)



図表1-2 コロナ禍を受け、事業維持のために活用した支援策(業種別)

(単位:%)

問1	製造業 (n=55)	建設業 (n=62)	卸売業 (n=34)	小売業 (n=42)	運輸業 (n=33)	情報通信業 (n=21)	サービス業 (n=45)	飲食店・宿泊業 (n=27)
金融機関等による資金繰り支援 (融資・返済猶予等)	52.7	24.2	38.2	50.0	57.6	57.1	46.7	81.5
雇用調整助成金	27.3	11.3	35.3	45.2	54.5	52.4	53.3	88.9
持続化給付金	18.2	27.4	23.5	42.9	39.4	47.6	48.9	77.8
家賃支援給付金	16.4	3.2	14.7	35.7	30.3	42.9	33.3	44.4
その他助成金や給付金等	12.7	11.3	17.6	23.8	24.2	9.5	26.7	55.6
納税猶予・納付期限の延長	9.1	1.6	0.0	9.5	15.2	19.0	17.8	55.6
その他	1.8	4.8	0.0	2.4	9.1	4.8	2.2	14.8
特になし	32.7	41.9	29.4	19.0	24.2	19.0	24.4	0.0

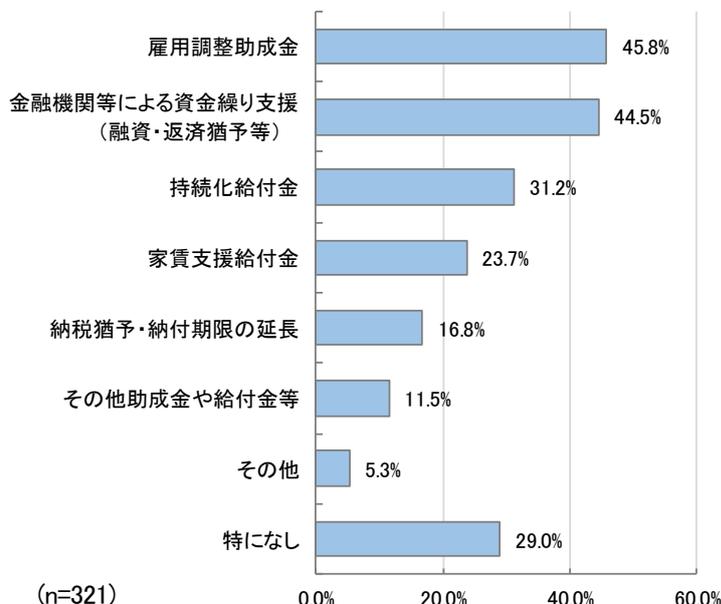
注) 色つきは各業種のランキング順(「特になし」を除いたベース) 1位:ピンク 2位:黄 3位:緑

2. 今後も継続・実施してほしい支援策(複数回答)

今後も継続・実施してほしい支援策(複数回答)をたずねたところ、全産業で「雇用調整助成金」が45.8%と最も多く、次いで「金融機関等による資金繰り支援(融資・返済猶予等)」が44.5%、「持続化給付金」が31.2%、「家賃支援給付金」が23.7%となった(図表2-1)。

業種別にみると、製造業(45.5%)、建設業(33.9%)、情報通信業(52.4%)で「金融機関等による資金繰り支援(融資・返済猶予等)」の割合が最も高かった。また、卸売業(50.0%)、小売業(47.6%)、運輸業(57.6%)、サービス業(60.0%)、飲食店・宿泊業(85.2%)では「雇用調整助成金」が最も高い結果となった(図表2-2)。

図表2-1 今後も継続・実施してほしい支援策(全産業)



図表2-2 今後も継続・実施してほしい支援策(業種別)

(単位:%)

問2	製造業 (n=55)	建設業 (n=62)	卸売業 (n=34)	小売業 (n=42)	運輸業 (n=33)	情報通信業 (n=21)	サービス業 (n=45)	飲食店・宿泊業 (n=27)
雇用調整助成金	30.9	29.0	50.0	47.6	57.6	28.6	60.0	85.2
金融機関等による資金繰り支援 (融資・返済猶予等)	45.5	33.9	41.2	35.7	54.5	52.4	40.0	77.8
持続化給付金	20.0	22.6	35.3	21.4	36.4	23.8	37.8	70.4
家賃支援給付金	16.4	9.7	23.5	28.6	30.3	23.8	26.7	48.1
納税猶予・納付期限の延長	10.9	9.7	14.7	11.9	21.2	14.3	20.0	48.1
その他助成金や給付金等	3.6	8.1	11.8	9.5	18.2	4.8	11.1	37.0
その他	7.3	4.8	2.9	2.4	12.1	4.8	2.2	7.4
特になし	32.7	38.7	29.4	31.0	30.3	19.0	28.9	0.0

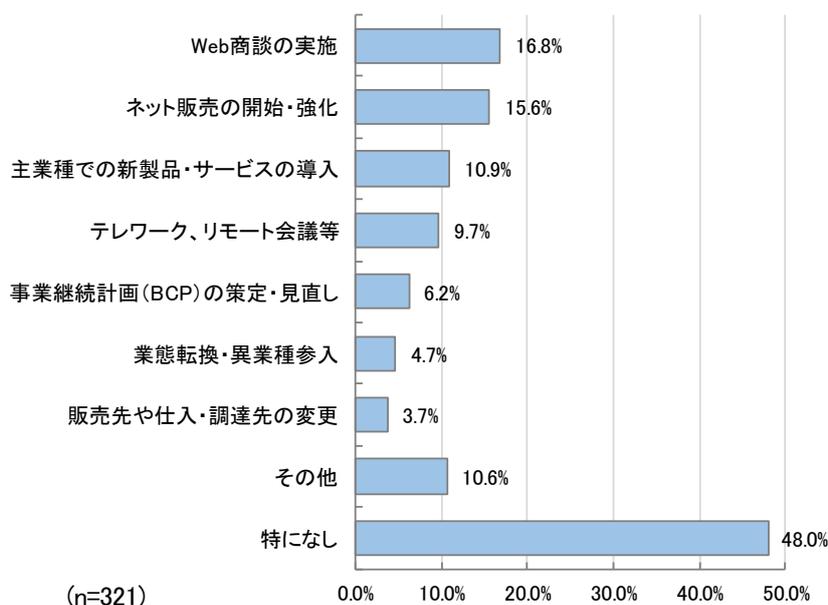
注) 色つきは各業種のランキング順(「特になし」を除いたベース) 1位:ピンク 2位:黄 3位:緑

3. コロナ禍をきっかけとして行った取組(複数回答)

コロナ禍をきっかけとして行った取組(複数回答)をたずねたところ、全産業で「Web 商談の実施」が 16.8%と最も高く、次いで、「ネット販売の開始・強化」が 15.6%、「主業種での新製品・サービスの導入」が 10.9%、「その他」が 10.6%、「テレワーク、リモート会議等」が 9.7%、「事業継続計画(BCP)の策定・見直し」が 6.2%、「業種転換・異業種参入」が 4.7%となった(図表 3-1)。

業種別にみると、卸売業(20.6%)、情報通信業(42.9%)で「Web 商談の実施」の割合が最も高かった。また、製造業(20.0%)、小売業(28.6%)、飲食店・宿泊業(40.7%)では「ネット販売の開始・強化」が最も高かった。一方、運輸業では、「ネット販売の開始・強化」「事業継続計画(BCP)の策定・見直し」「その他」(各 9.1%)が同率で高く、建設業では「テレワーク・リモート会議等」が 21.0%と最も高くなった(図表 3-2)。

図表3-1 コロナ禍をきっかけとして行った取組(全業種)



図表3-2 コロナ禍をきっかけとして行った取組(業種別)

(単位:%)

問3	製造業 (n=55)	建設業 (n=62)	卸売業 (n=34)	小売業 (n=42)	運輸業 (n=33)	情報通信業 (n=21)	サービス業 (n=45)	飲食店・宿泊業 (n=27)
Web商談の実施	18.2	11.3	20.6	19.0	6.1	42.9	11.1	18.5
ネット販売の開始・強化	20.0	1.6	5.9	28.6	9.1	28.6	8.9	40.7
主業種での新製品・サービスの導入	10.9	3.2	5.9	9.5	6.1	23.8	11.1	33.3
テレワーク、リモート会議等	3.6	21.0	14.7	4.8	3.0	23.8	4.4	3.7
事業継続計画(BCP)の策定・見直し	3.6	1.6	2.9	9.5	9.1	9.5	8.9	11.1
業態転換・異業種参入	5.5	0.0	5.9	0.0	3.0	9.5	15.6	0.0
販売先や仕入・調達先の変更	1.8	1.6	2.9	4.8	6.1	4.8	4.4	7.4
その他	12.7	4.8	8.8	9.5	9.1	14.3	13.3	18.5
特になし	58.2	59.7	44.1	35.7	72.7	14.3	53.3	11.1

注) 色つきは各業種のランキング順(「特になし」を除いたベース) 1位:ピンク 2位:黄 3位:緑

4. コロナ禍をきっかけとして行った取組の効果・課題(抜粋)

コロナ禍をきっかけとして行った取組の効果と課題について、下記のようなコメントが寄せられた

図表4 コロナ禍をきっかけとして行った取組の効果と課題(取組内容別抜粋)

取組内容	効果	課題
1. テレワーク・リモート会議等	<ul style="list-style-type: none"> (建設業) ・会社行事や会議をリモート開催する事による三密を回避 (建設業) ・現場単位でのWeb打合せを拡大し事業所全体でのWeb会議を実施 (建設業) ・参加者が一カ所に集まらず、密にならない会議の開催 (建設業) ・会議の効率化 (建設業) ・コロナウィルス感染症を気にすることなく会議に参加できた (卸売業) ・働き方改革推進支援助成金を利用し、テレワークが安心して行える環境を整え、お客様との信頼を築けた (小売業) ・情報共有が円滑になった (情報通信業) ・コロナ感染リスクの改善 	<ul style="list-style-type: none"> (建設業) ・直接、顔を会わず回数が減るため、コミュニケーションの取り方を工夫しなければいけない (建設業) ・音声トラブルや遅延、発言タイミング等大人数会議等でのシステム環境整備 (建設業) ・Web会議に適したPC、環境の構築 (建設業) ・Webミーティングやセミナーの使用時の部屋(ブース)が不足 (建設業) ・全ての会議をリモートで行うのは難しい (建設業) ・通信状況、環境構築、参加者の雰囲気や思いが伝わりづらい (建設業) ・まだ不慣れな為、開催が不定期である(習慣化が必要) (小売業) ・勤務時間とプライベートの線引き、業務上のコミュニケーション不足
2. Web商談の実施	<ul style="list-style-type: none"> (製造業、建設業、小売業、運輸業、情報通信業) ・現地に出向く必要がなくなり、出張経費等の削減・抑制に繋がった (製造業) ・非対面によりコロナを気にせず商談が出来た (製造業、運輸業) ・移動時間の短縮・削減による時間の有効活用 (製造業、情報通信業) ・県外の取引先との商談・取引数増 (卸売業) ・来社、訪問の制約を受けず、打合せが可能 (建設業) ・残業時間の削減 (情報通信業) ・接触の機会を減らすことによる感染防止 	<ul style="list-style-type: none"> (製造業) ・直接対話するより、スピードが遅い (製造業、卸売業) ・通信環境の改善、専用回線増設(Web会議に適したPC、環境の構築) (建設業) ・通信環境のセキュリティ強化 (情報通信業) ・対面していないので、コミュニケーション不足気味 (運輸業) ・コミュニケーション不足による連絡ミス等 (建設業) ・細かい場の雰囲気等が読み取れないことがある (建設業) ・コミュニケーションの減少による説明資料の工夫 (情報通信業) ・新規顧客との商談には、少しハードルが高く工夫が必要 (情報通信業) ・社内生産性の向上 (情報通信業) ・対面していないので、コミュニケーション不足気味 (サービス業) ・コミュニケーションの取り方の工夫、商談力の強化 (サービス業) ・ノートパソコンや通信費等のコスト増
3. ネット販売の開始・強化(ホームページ、ECサイトのリニューアル、取扱商品のジャンルを増やす等)	<ul style="list-style-type: none"> (製造業) ・ネット販売に向けてSNSを活用した情報発信に努め、フォロワー数を大幅に増加 (小売業) ・SNSを活用し、割引情報を配信。地元客の来店につながり、県外からの問い合わせもあり。 (小売業) ・緊急事態宣言下、店舗休業になったが、在庫をネットで販売 (製造業、小売業、運輸業、サービス業、飲食店・宿泊業) ・ネット部門の売上増による新たなマーケットの拡大 (情報通信業) ・リアルイベントに参加できなかった(距離的な制約)客層への取り込みが可能に 	<ul style="list-style-type: none"> (製造業) ・Webサイトの管理に関する業務増 (製造業) ・ゼロからの取組のため、経験・知識不足 (製造業) ・売上向上のために商品ラインナップの充実(季節・ハレの日等に適した商品提案強化) (製造業) ・今後行うネット販売に向けてSNSによる情報発信を行い、商品の売上増加を目指す (卸売業) ・システムが効果的に活用されるようPR強化し、ネット販売などを拡充すること (小売業) ・Webサイトの管理者の人材不足 (小売業、情報通信業) ・Webに弱い客層へのアプローチやケア (小売業、情報通信業、サービス業、飲食店・宿泊業) ・HPやサイトの改善(ショッピングサイトのインパクトがない、利便性の向上等) (小売業、情報通信業) ・Webに弱い客層へのアプローチやケア (サービス業) ・商品セレクトやターゲットを絞り込んだ戦略の構築、プロモーションの工夫 (サービス業) ・需要回復期に向けた、ホームページやシステムの改修
4. 主業種での新製品・サービスの導入	<ul style="list-style-type: none"> (製造業) ・新商品開発強化(コラボ商品等) (小売業) ・QR決済導入によるレジスピードの向上 (卸売業、小売業、サービス業) ・除菌対策関連製品・サービスの導入 (飲食店・宿泊業) ・テイクアウト、デリバリーの取組強化 	<ul style="list-style-type: none"> (製造業) ・サイトの宣伝広告の強化 (製造業) ・同類商品との差別化 (小売業) ・QR決済の種類が多く、導入選別や作業手順等の経験不足 (卸売業、小売業、サービス業) ・商品知識の共有や習得、消毒作業者の健康管理 (飲食店・宿泊業) ・テイクアウト、デリバリー専門のポータル事業者との更なる連携 (飲食店・宿泊業) ・テイクアウト用の容器の脱プラ化

図表4 コロナ禍をきっかけとして行った取組の効果と課題(取組内容別抜粋)

(続き)

取組内容	効果	課題
5. 業種転換・異業種参入	(卸売業) ・異業種参入に伴う店舗準備	(運輸業) ・異業種参入による設備投資 (サービス業) ・新工場建設や新たな販路拡大
6. 販売先や仕入・調達先の変更	(建設業) ・仕入・調達先の見直しによるコスト削減 (サービス業) ・マーケットニーズにあわせた戦略展開 (飲食店・宿泊業) ・県外客から県内客向けのプランを設けた	(卸売業) ・様々な状況下においても安定的な取引ができるよう、販売先・仕入先・調達先の分散が必要 (小売業) ・仕入価格等の交渉に伴う業務量増
7. 事業継続計画(BCP)の策定・見直し	(小売業) ・事業継続計画を策定中 (運輸業) ・感染予防や感染者が出た場合の対応マニュアルを作成、都度社内メールで注意喚起(今のところ感染者は「0」である) (運輸業) ・一部の投資案件の見送りおよび費用削減の徹底によりキャッシュアウトを抑制 (サービス業) ・資金繰りが悪化する事が予想されたので、融資を受けた(売上が低くても2年は持ちこたえられる程度) (飲食店・宿泊業) ・従業員の勤務シフトを調整 (飲食店・宿泊業) ・シフト調整、仕入圧縮を計画的に進めた	(運輸業) ・必要な投資が先送りとなったことで投資効果が享受できない。また、投資期間をあらためて見極める必要がある (小売業) ・今後の売上計画目標がコロナで落ち込み、どこまで回復するか見通せない (サービス業) ・生産原価を下げる為に商品統一か仕入先の見直しをしていく (飲食店・宿泊業) ・シフト調整ばかりでなく、OJT等も増やし従業員教育の底上げを図りたい (飲食店・宿泊業) ・中長期の見通しを作成し、生き残りをかけた戦略を立てる
8. その他		(建設業、小売業) ・当社職員のみならず、関係先への三密回避を徹底することは難しいが、現場の朝礼時にはいつも安全対策とともにコロナ対策についても継続することが大切で継続しているが、毎日同じことをくり返し伝えることによるマンネリ化の防止 (小売業) ・設備にかかるコスト増 (小売業) ・公的な支援策を活用するための情報収集、検討の必要あり (運輸業) ・緊急事態宣言の発出等に伴う急な需要の変動には減便調整の対応が追いつかない (運輸業) ・新規取引先の開拓がコロナの為出来にくい (情報通信業) ・屋外でのイベントに比べると売上などに限界があり、様々な改善が必要 (情報通信業) ・更なる集客の為、他社と差別化した内容の改善 (サービス業) ・店舗での三密を避けた工夫と広い個室利用の周知を図る (サービス業) ・雇用の維持 (サービス業) ・さらなる在庫管理の徹底
・オンライン講習会への参加	(建設業) ・従業員の技術力向上に繋がった	
・コロナに対するガイドライン、行動指針等の作成	(建設業) ・行動ならびに意識の改善が図られた	(小売業) ・設備にかかるコスト増
・在宅勤務の導入	(建設業) ・柔軟な働き方の実現	(小売業) ・公的な支援策を活用するための情報収集、検討の必要あり
・各種助成金等の活用	(卸売業) ・働き方改革推進支援助成金を利用し、テレワーク等が安心して行える環境を整え、お客様との信頼を築けた	(運輸業) ・緊急事態宣言の発出等に伴う急な需要の変動には減便調整の対応が追いつかない
・新システムを活用した営業	(卸売業) ・システム導入(デジタルカタログ)により、お客様からの問い合わせに即座に応えることができた	(運輸業) ・新規取引先の開拓がコロナの為出来にくい
・需要に応じた便数の調整	(運輸業) ・旅客需要を細かくモニターし、必要により運行便を減便することによる固定費の抑制	(情報通信業) ・屋外でのイベントに比べると売上などに限界があり、様々な改善が必要
・既存設備のメンテナンス実施	(サービス業) 車輛や機械等を大切に使用することで、使用可能期間を長期化し、更新費用等の削減	(情報通信業) ・更なる集客の為、他社と差別化した内容の改善
・イベントのオンライン化	(情報通信業) ・屋外イベントの代替として、オンラインイベントを実施。屋外イベントと比べ、人件費等が抑制された	(サービス業) ・店舗での三密を避けた工夫と広い個室利用の周知を図る (サービス業) ・雇用の維持 (サービス業) ・さらなる在庫管理の徹底

5. 参考(自由意見欄の記載より)

企業の状況

- ・社会保険料企業負担が資金繰りを圧迫(運輸業)
- ・観光産業を下支えしている業種への助成金等がなく、業況が悪化している(サービス業)

金融機関や行政へ期待すること等

- ・中小・小規模事業者へ寄り添った金融支援
- ・直近のダメージは少ないが、コロナ禍が長期化した場合の影響が懸念される(建設業)
- ・業績改善に向けた積極的な金融(融資)支援
- ・ワクチン接種の早期化
- ・観光関連や飲食店だけでなく、幅広い業種に向けての支援策
- ・テレワークを推進するためのノートパソコン等の購入に助成金等の支援
- ・各種支援策の条件緩和し、利用しやすくしてほしい
- ・業種業態によりコロナ禍の影響は続くため、雇用調整助成金の給付継続を望む(サービス業)
- ・消費税、固定資産税等の分割納付