

第 59 回 景気動向アンケート報告

(2021年1月～4月期)

＜今期業況DI▲2、前期比▲1ポイントと「横ばい」、
来期予測は、今期比▲5ポイントのDI▲7の「やや悪化」＞
＜一方、「DIの前年同期比増減推移」は、「大幅な改善」傾向
鈍化させず、早期の景気回復目指せ！＞

鹿児島県中小企業家同友会、政策委員会景気動向調査部会は、6月14日、「2021年1-4月期（以下「今期」という）」の鹿児島県内・会員企業に対する景気動向調査（以下「本調査」という）の結果をまとめたので、報告致します。

1. 「全体業況」による直近景況分析

(1) 新型コロナ禍 2020年1-4月期以降のDI値による景気動向

期	2020年1-4月期	同年5-8月期	同年9-12月期	2021年1-4月期	同年5-8月期
「全体業況 DI」	▲20	▲32	前期▲1	今期▲2	来期予測▲7

- ① 新型コロナ禍が始まった2020年1-4月期から2021年5-8月期予測までの「全体業況DI」の推移は、上表の通りである。
- ② 今期の「良い」から「悪い」を引いた業況DIは、前期（2020年9-12月期）（▲1）からマイナス1ポイントの▲2で、「横ばい」であった。
- ③ 来期（2021年5-8月期）のDI予測は、今期（▲2）から悪化幅マイナス5ポイントで、▲7の「やや悪化」となった。

(2) 「DIの前年同期比増減推移」による景気動向

期	2020年1-4月期	2020年5-8月期	2020年9-12月期	2021年1-4月期	2021年5-8月期
（比べた期） （DI）	（2019年1-4月期） （+21）	（2019年5-8月期） （+15）	（2019年9-12月期） （+17）	（2020年1-4月期） （▲20）	（2020年5-8月期） （▲32）
「前年同期比増減」	▲41	▲47	▲18	+18	+25

- ① 新型コロナ禍が始まった2020年1-4月期から2021年5-8月期予測までの「DIの前年同期比増減」の推移は、上表の通りである。
- ② 上記（1）の「全体業況DI」の推移と異なり、「DIの前年同期比増減」の推移は、前期▲18→今期+18→来期予測+25と「大幅な改善」傾向である。
- ③ この「DIの前年同期比増減」の「大幅な改善」傾向を鈍化させず、2018年、2019年程度の水準まで如何に短期で戻すかが、これからの企業家と政策当局・自治体に課された責務である。企業ごとのワクチン接種・東京オリンピックの開催など景気プラス要因と未知の新型コロナ株の発生などのリスク要因とを冷静に計算しながら、景気回復を目指すこれからの半年となろう。

(3) まとめ

- ① 今期（2021年1-4月）は、2度の緊急事態宣言発令（1月～3月、4月～）により「大幅な景気悪化」も予測された。しかし、実際はやや下降気味の「横ばい」とも言える範疇であった。
- ② これは、もちろん、しびれを切らした人々に対し、緊急事態宣言等の人流抑制効果が十分効いていないことが逆に景気にプラスしたのではという単純に喜べない側面もあるが、企業家、及び政策当局・自治体の景気底上げ努力が概ね効果を発揮した結果と考えられる。
- ③ さて、景気抑圧要因である新型コロナ禍も1年を経過し、「生き残るためには、何をすべきか」という根本的な問いの前で、思案行動する企業家（別添「今回調査設問（4）（5）（6）に対する回答」参照）に対し、更なる安定的な支援策が追加・継続されることなく、途切れることとなれば、（2）で述べた前年同期比の「大幅な改善」傾向に水を差し、来期予測▲7に現れた悲観的な側面が、長引き・拡大する懸念も払拭できない点は、留意されるべきと考える。

2. 本調査6業種のうち、どの業種が相対的に良好か？

（※以下 事業所向けサービス業を「事サ」、個人向けサービス業を「個サ」という）

業種	全体	製造業	建設業	卸売業	小売業	事サ	個サ
前期	▲1	▲25	+25	▲14	▲14	+3	▲7
今期	▲2	▲35	+5	+14	▲27	+6	+9
来期	▲7	▲29	▲10	▲14	+9	±0	▲6

① 各業種、全体より「良好」なものを「青い数字」、全体を「下回った」ものを「赤い数字」で色分けした。

② 今期は、6業種中、建設、卸売、事サ、個サの「4」業種が、全体業況より良好。
前期は、建設、事サの「2」業種であったが、今期は、2業種増えて、「4」業種良好となった。
来期予測は、小売、事サ、個サの3業種で、今期4業種から1業種減となる見込み。

③ 製造業は、前期、今期、来期予測とも、全体を下回っており、来期こそ回復するか、注目！

3. 「売上」、「収益」、「資金繰り」個別3指標のうち、どの指標が景気判断を左右したか？

(1) 売上

業種	全体	製造業	建設業	卸売業	小売業	事サ	個サ
前期	±0	▲25	±0	+14	±0	+3	+3
今期	+2	▲29	+5	+29	▲27	+13	+9
来期	▲12	▲35	▲19	▲14	±0	▲9	±0

(2) 収益

業種	全体	製造業	建設業	卸売業	小売業	事サ	個サ
前期	▲4	▲25	+5	▲29	+14	▲7	+3
今期	+5	▲24	+10	+14	±0	+9	+12
来期	▲11	▲41	▲19	▲14	+18	▲9	±0

(3) 資金繰り

業種	全体	製造業	建設業	卸売業	小売業	事サ	個サ
前期	+8	▲25	+30	+14	+29	±0	+10
今期	+3	▲6	+10	±0	±0	±0	+3
来期	+8	+12	▲5	±0	+18	+9	+18

- ① 各業種「縦に」、売上、収益、資金繰りの3指標を前期、今期、来期ごとに比較し、DIが最も良いものを「青い数字」、中間（又は、同位）を「黒い数字」、最下位を「赤い数字」に色分けした。
- ② 今期は、「青い数字」が、売上「2」業種、収益「1」業種、資金繰り「1」業種となった。前期は、売上「1」業種、収益「0」業種、資金繰り「3」で明瞭あったが、今期は、「3指標のうちどれが景気動向の決定要因になったか？」絞れない状況である。但し、前期の資金繰り優位の状況から、売上、収益各1業種ずつ最上位を増加させた点に、変化の兆しを認めることができる。
- ③ 来期予測は、売上「0」業種、収益「0」業種、資金繰り「5」と再び資金繰りが圧倒的となった。懸念は、全体業況今期▲2→来期予測▲7に見られるように、来期予測がプラスに改善するほどの資金面のプラスがある訳ではなく、今期、僅かながら生じた資金繰り以外の売上、収益のプラス面が、緊急事態宣言再発令等何らかの事情で萎み、相対的に資金面が浮かび上がったという可能性が否定できない点である。
- ④ もちろん、政策当局・自治体等には、今後も必要な手立てを緩めることなく、実施されることを切に要望したいが、我々企業家の側も業績維持回復のため、3個別指標の側面全てにおいて、別添「今回調査設問（4）（5）（6）に対する回答コメント」に見られる様々な努力を今後も重ねていくべきものと考える。

概 要

○経営上の問題点

別添資料の通り。前回に引き続き、TOP3は、1位「売上の減少」、2位「従業員の不足」、3位は「受注競争の激化」であるものの、それぞれの占める割合は前回調査に比し、いずれもやや減少傾向にある。「売上の減少」は、第56回（2020年1-4月期）29.5%→57回29.3%→58回25.3%→59回・今回（2021年1-4月期）23.3%と高止まりではあるものの、着実な減少傾向にある。この点、一気の改善ではないが、企業家総体の営為の成果として注目すべきと考える。4位以下は、「価格競争の激化」、「人件費増加」・「仕入価格の上昇」の順。

○経営上の力点

別添資料の通り。TOP3 は、1位「付加価値の増大」、2位「新規受注（顧客）の確保」、3位「社員教育」。以下「新規事業の展開」「人材確保」の順。前回から3位と4位が入れ替わった。下位ではあるが、「人件費削減以外の経費削減」が、前回2.4%から今回6.4%へ2倍以上の伸びとなった。これは、個別指標分析で述べた今期「個人向けサービス業」で3指標中「収益」が最高位となったことと軌を一にしているようにも見える。また、「社員教育」のTOP3入りと合わせて、新たに企業統治の内部的な側面に企業家の目が向かっているようである。

以下、3問4個の設問へ寄せられた多数のコメントについては、景況部会一同、ご回答いただいた企業家の皆様に感謝致します。有難うございます。これらコメント総体から受けとった傾向については、先述の今回調査分析の中に反映致しました。

○1年間新型コロナ禍を経験して経営上のプラス面について

別添資料の通り、90件のコメントを頂きました。貴重な経験を共有化することにより、企業家総体が更なる進歩を遂げるものと考えます。本調査の各種数値の中に現れるある種の傾向が、皆様の一つ一つのコメントの中に息づいていることを強く感じた次第です。

○1年間新型コロナ禍を経験して経営上のマイナス面について

別添資料の通り、98件の貴重なコメントを頂きました。以下、同文。

○さらに新型コロナ禍が長引いた場合の自社への影響

別添資料の通り、101件の貴重なコメントを頂きました。以下、同文。

○新型コロナ禍の下、経営努力で売上・利益がプラスに転じた事例（自社事例尚可）

別添資料の通り、42件の貴重なコメントを頂きました。以下、同文。

1. 対象企業 鹿児島県中小企業家同友会会員企業（441社）
2. 対象期間 2021年1月～4月期実績、2021年5月～8月見通し
3. 調査方法 WEB、FAX
4. 調査期間 2021年4月30日～5月13日
5. 回答企業数 121社より回答を得た（回答率27.4%）

※回答企業数100社以上は、第53回調査以降7回連続です。

ご協力を頂いた会員の皆様に感謝いたしますとともに、次回以降もご協力お願い致します。

（なお、今回当分析も、密を避けるため、引続きZoomによる「リモート会議」形式で実施した）

景気動向調査は経営者のナビゲーター
目標150社回答!!
ご協力お願いします

景気動向調査アンケート(第59回)
 (今期は2021年1月~4月です)
 締め切り 5月6日(木)



☆ この調査は全会員の皆様に送っております。分析結果は全会員に公開いたします。
 ☆ 尚、個々の調査データ内容は一切公表せず、集計担当者と事務局で保管いたします。(政策委員会)

これまで e.doyu にてアンケートを回答して頂きましたが、今回は以下 URL、
 または右 QR コードのリンク先よりご回答をお願いいたします。

回答 URL

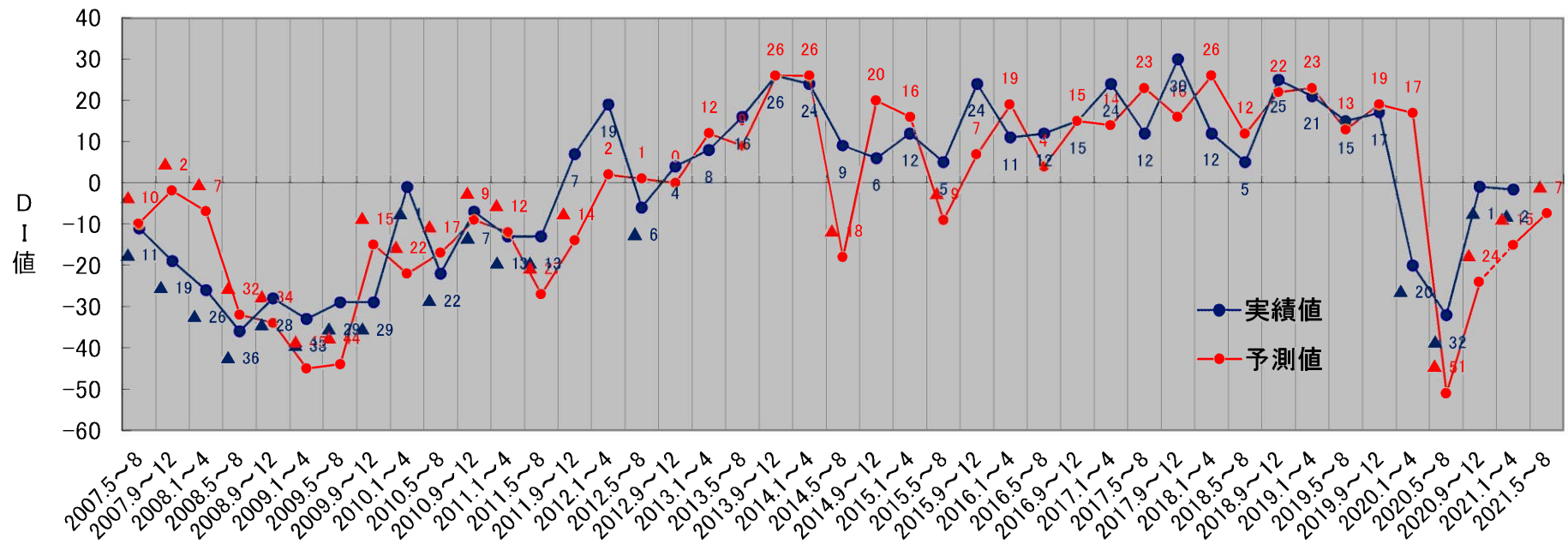
<https://form.kintoneapp.com/public/form/show/787b5b14b2c661362b9a1c88cbabc257b9bda98b01c6f7290e86790fadc994e4>

FAX (099-259-4838) で回答される方は以下用紙をご使用ください。

氏名			企業名			
(1) あなたの会社の状況についてお答えください。 (該当するものに○印をつけてください)	業種	1、製造業 2、建設業 3、卸売業 4、小売業 5、サービス業 (a:対事業所向け b:対個人向け) 6、農水産業 事業内容 ()				
	(今期) 2021年1~4月の実績			(来期) 2021年5~8月の見通し		
1、業況	良い	変わらず	悪い	良い	変わらず	悪い
	今期の業況について、前期(2020年9~12月)と比較してお聞かせ下さい。 ①好転 ②横ばい ③悪化					
2、売上	良い	変わらず	悪い	良い	変わらず	悪い
3、収益	良い	変わらず	悪い	良い	変わらず	悪い
4、資金繰り	良い	変わらず	悪い	良い	変わらず	悪い
(2) 経営上の問題点 (上位2つまで選び、番号に○をつけてください)	1、価格競争の激化 2、受注競争の激化 3、売上の減少 4、事業資金の借入難 5、仕入価格の上昇 6、人件費の増加 7、管理費等間接費の増加 8、金利負担の増加 9、従業員の不足 10、税負担の増加 11、その他 ()					
(3) 経営上の力点はどこに置かれていますか (下記の上位2つまで選び番号に○をつけてください)	1、付加価値の増大 2、新規受注(顧客)の確保 3、新規事業の展開 4、得意分野の絞込み 5、人件費削減 6、人件費以外の経費節減 7、財務体質の強化 8、機械化促進 9、情報力強化 10、人材確保 11、社員教育 12、研究開発 13、機構改革 14、その他 ()					
(4) 1年間コロナ禍を経験したことで経営上プラスの面・マイナスの面があると思いますが、それぞれ教えてください。	プラス: [] マイナス: []					
(5) あなたの会社にとって、さらにコロナ禍が長引くとどのような影響が出てくると思われますか。	[]					
(6) コロナの中で経営努力をした結果、売上・利益などがプラスに転じた事例をご存じないでしょうか。(自社事例尚可)	[]					

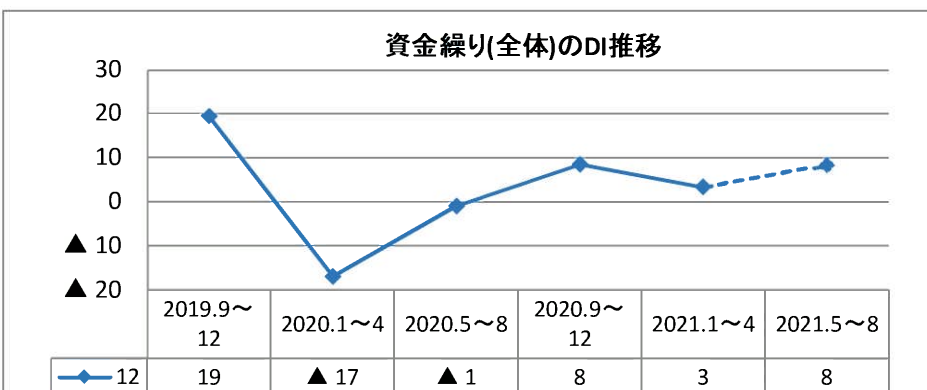
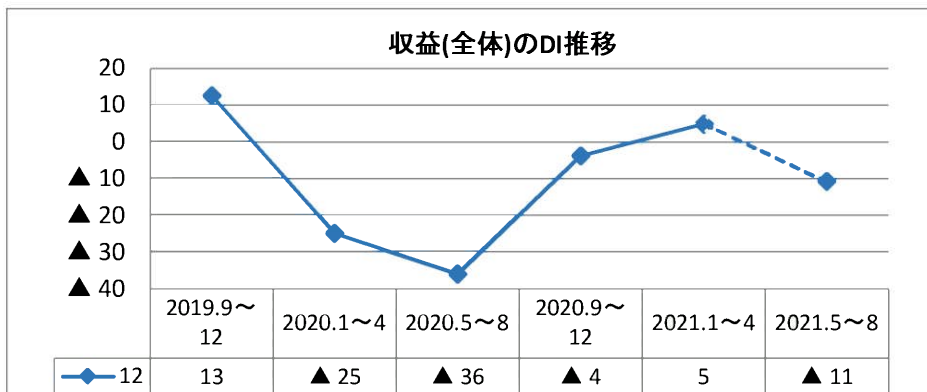
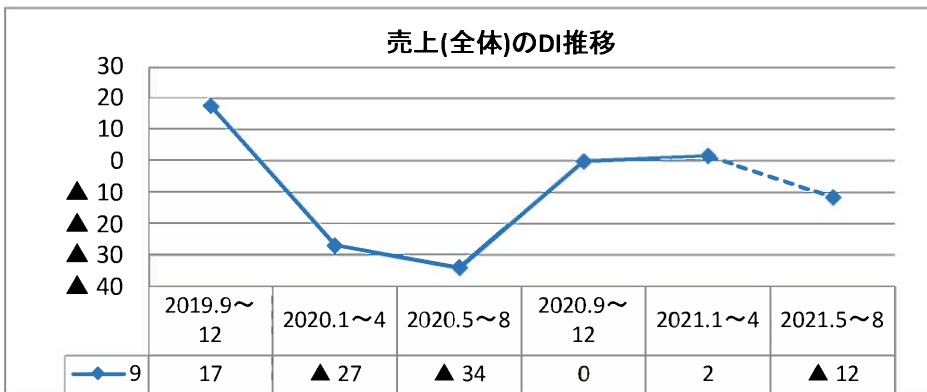
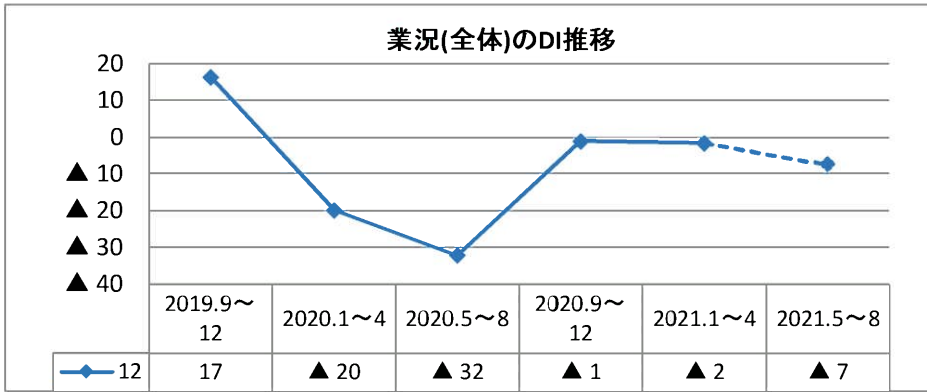
ご協力ありがとうございました。FAX返信先 (099-259-4838)

全体業況グラフ(実績値と予測値)



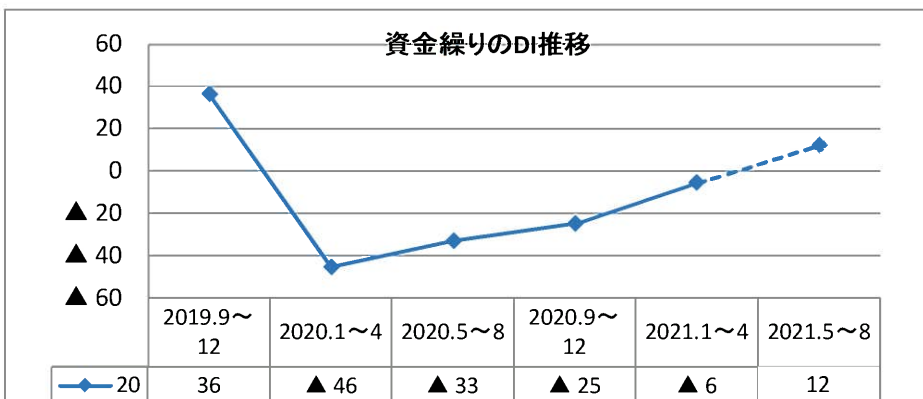
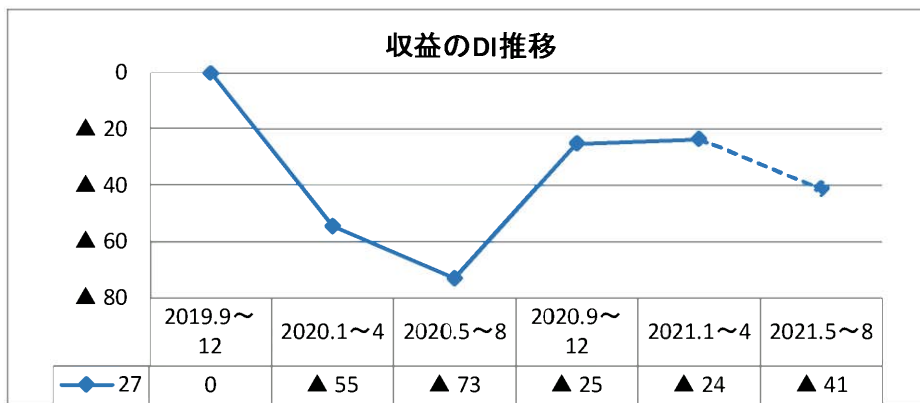
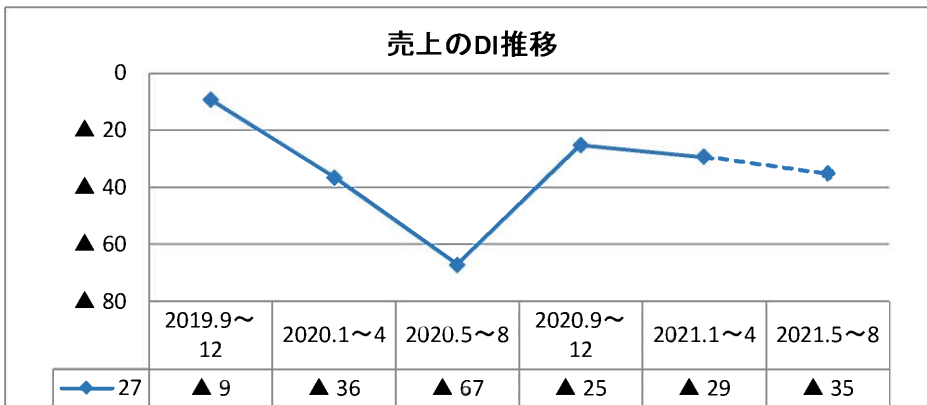
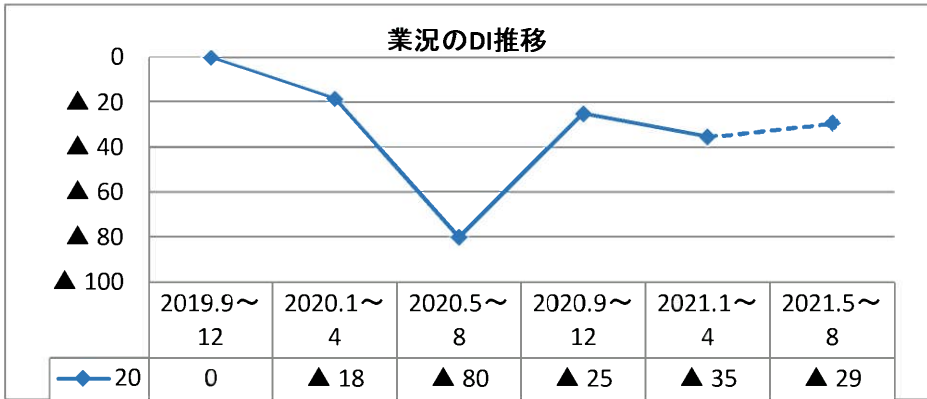
全体

全体



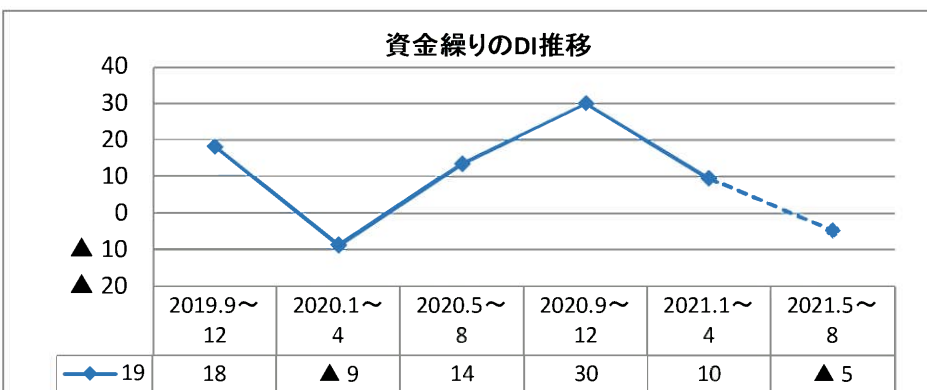
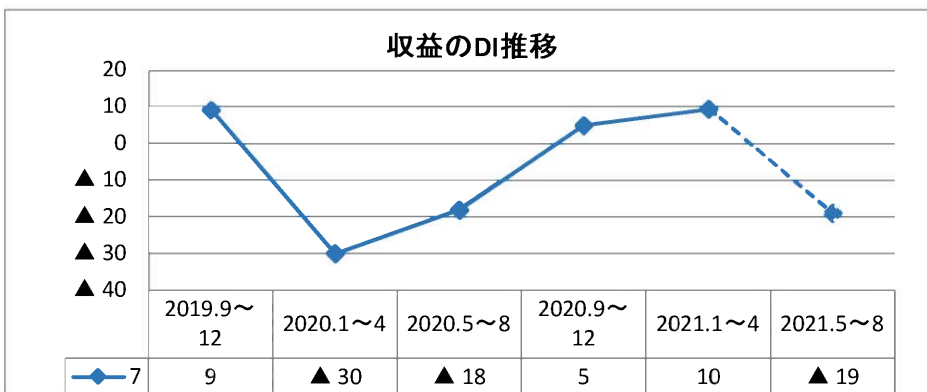
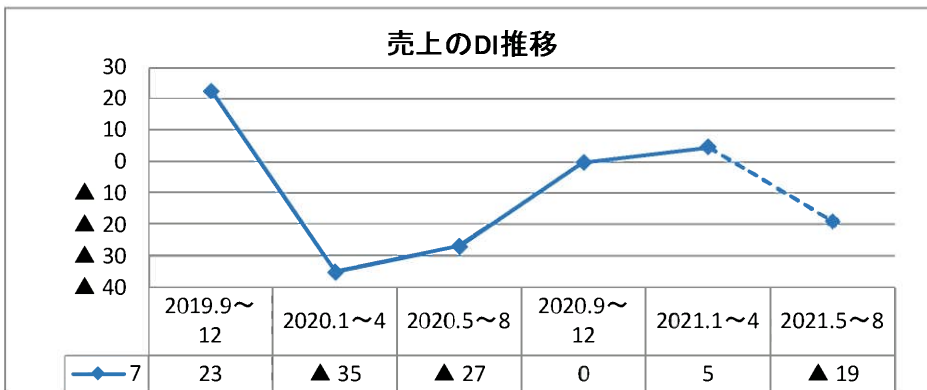
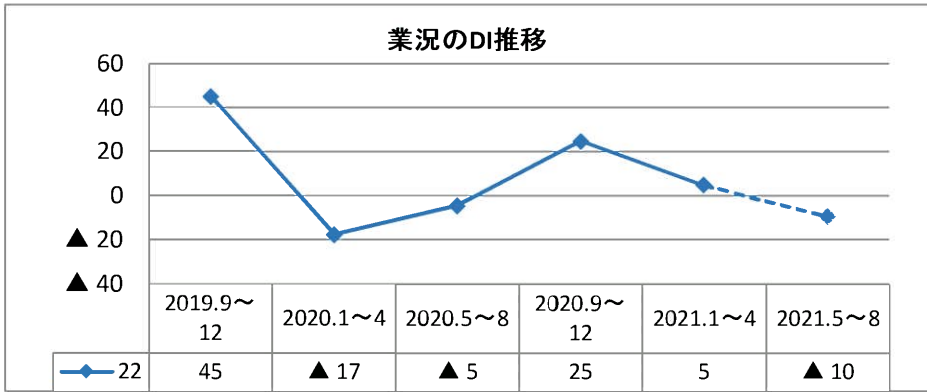
製造業

製造業



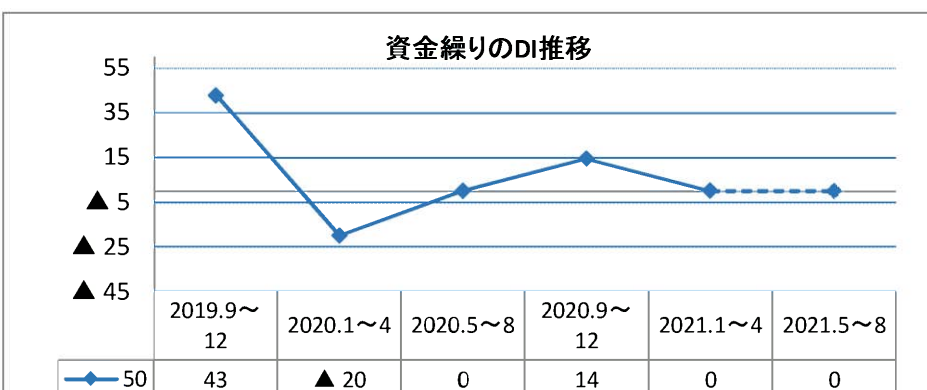
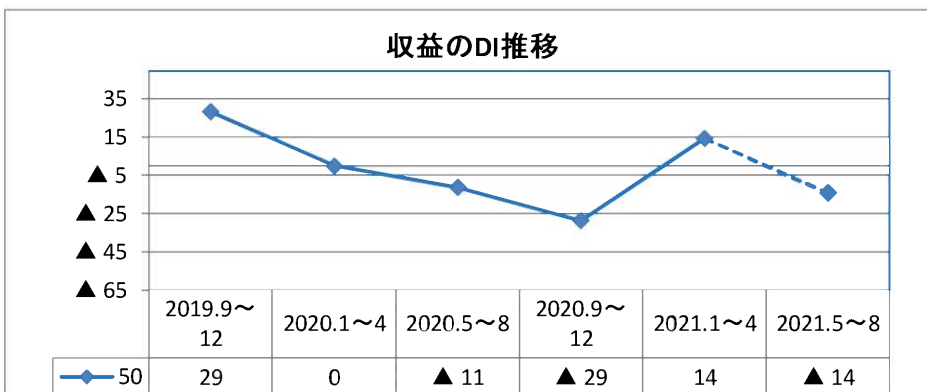
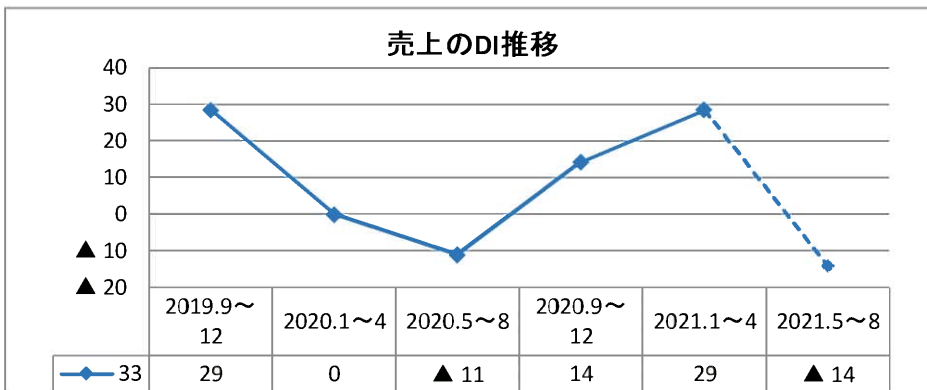
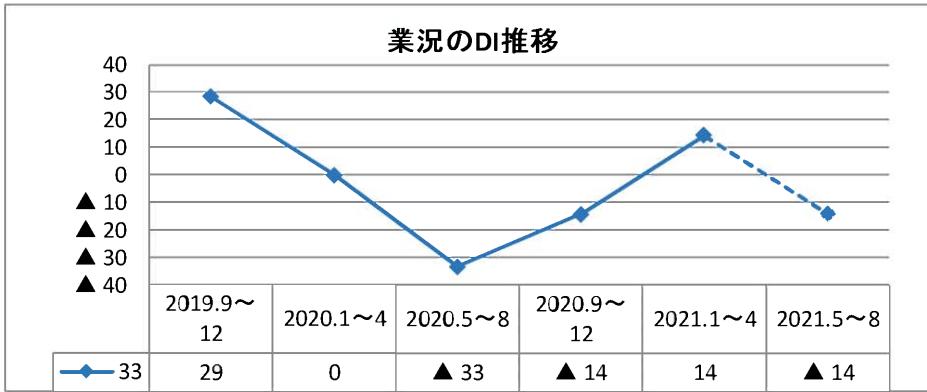
建設業

建設業



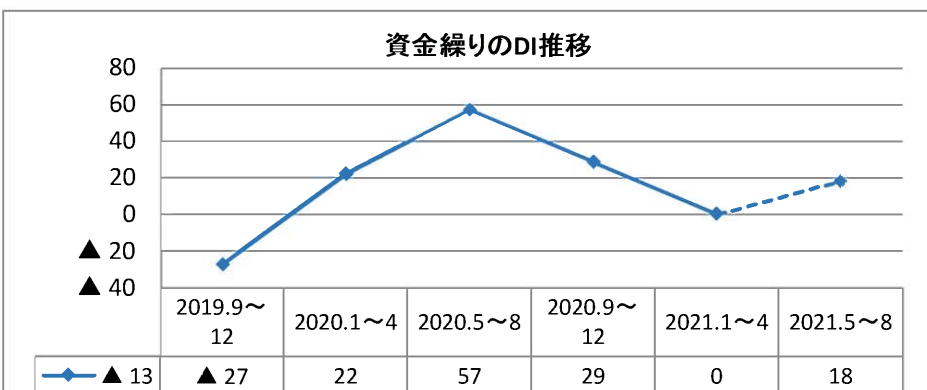
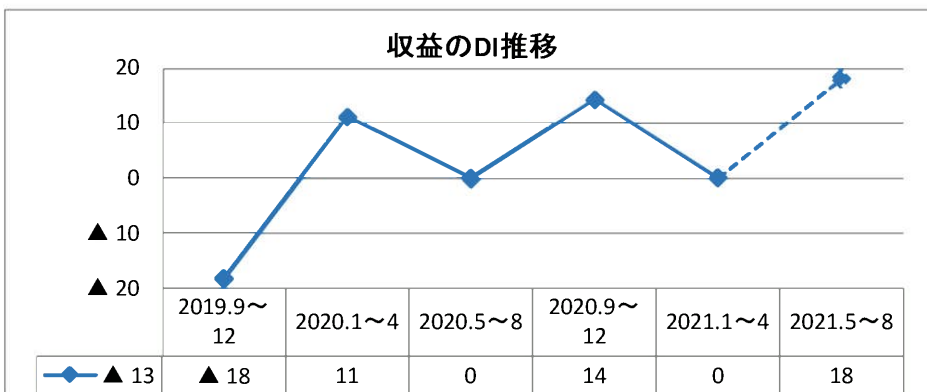
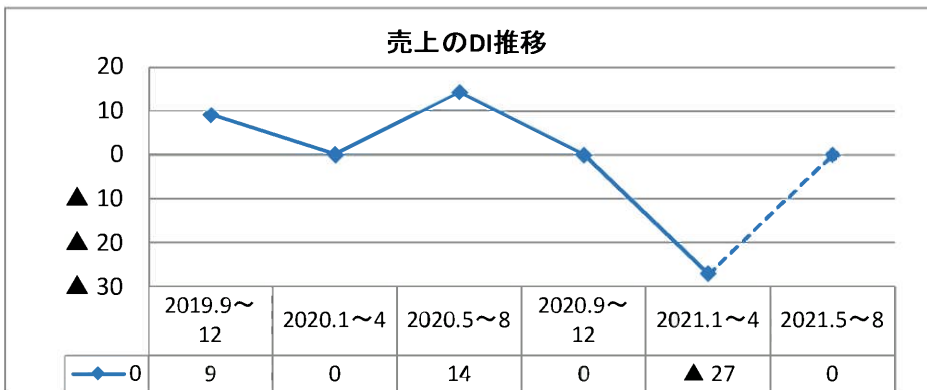
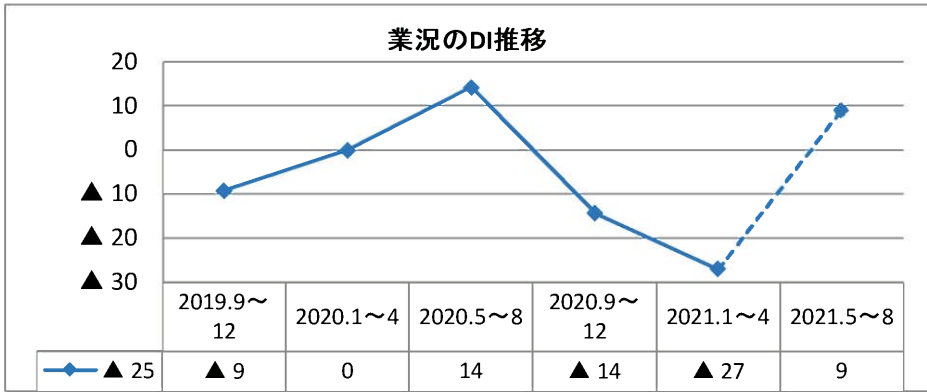
卸売業

卸売業



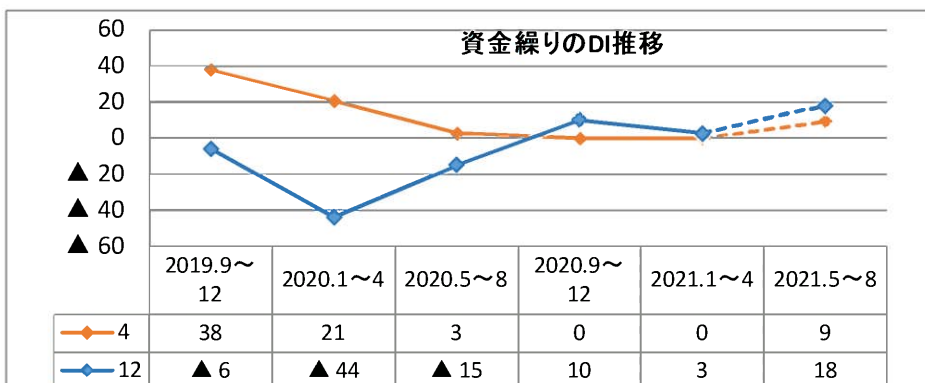
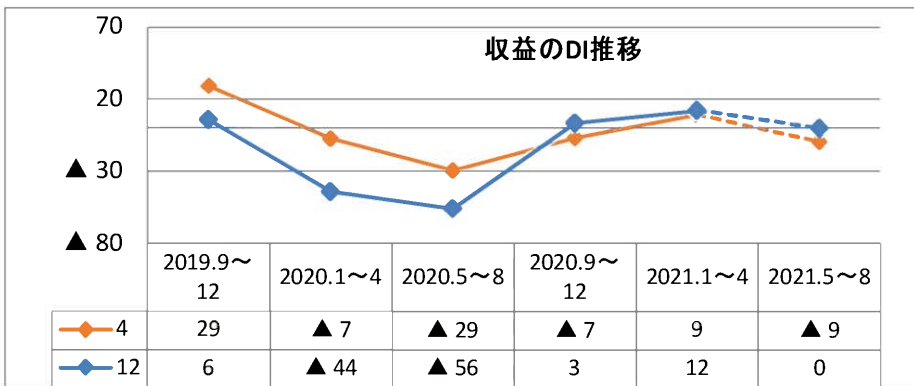
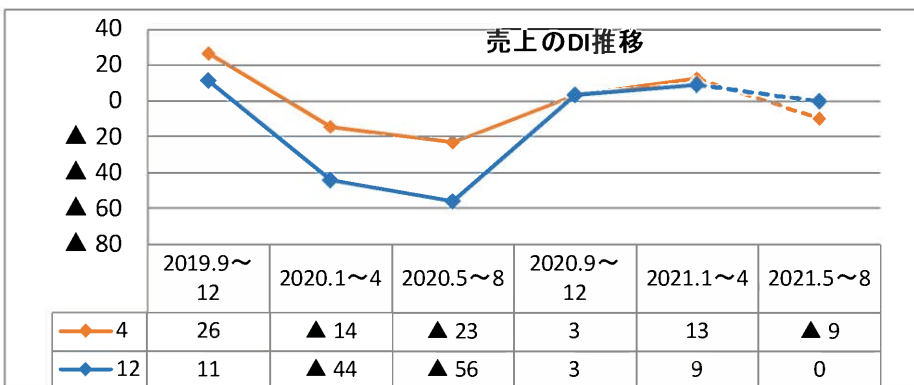
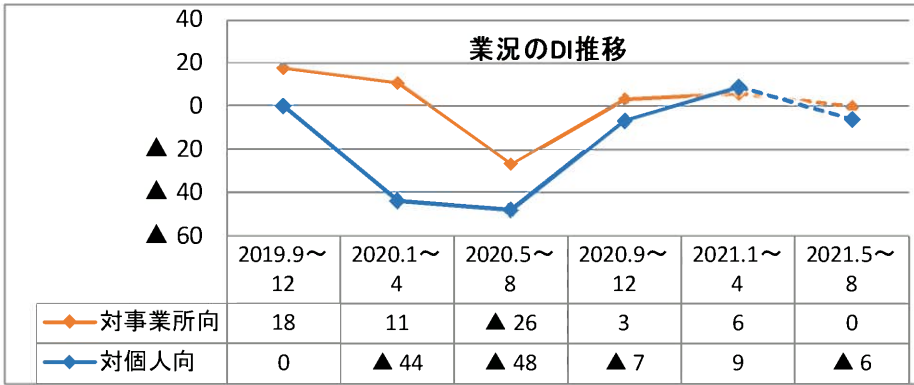
小売業

小売業

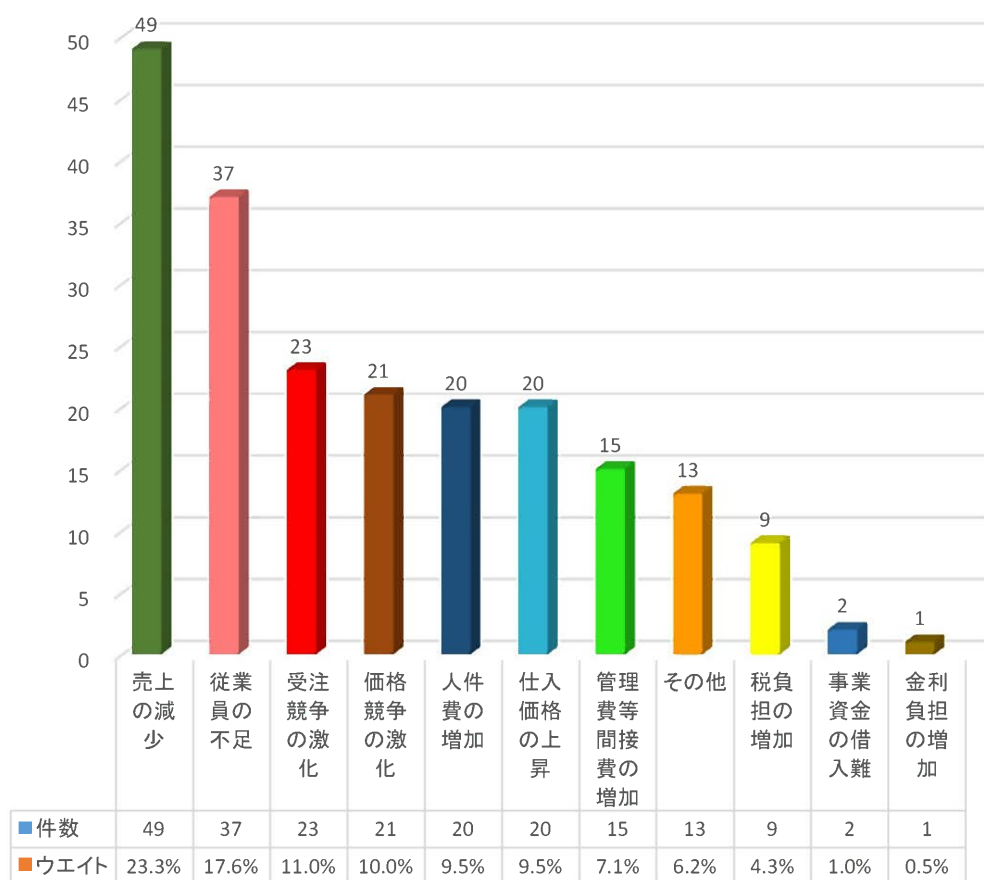


サービス業

サービス業



経営上の問題点



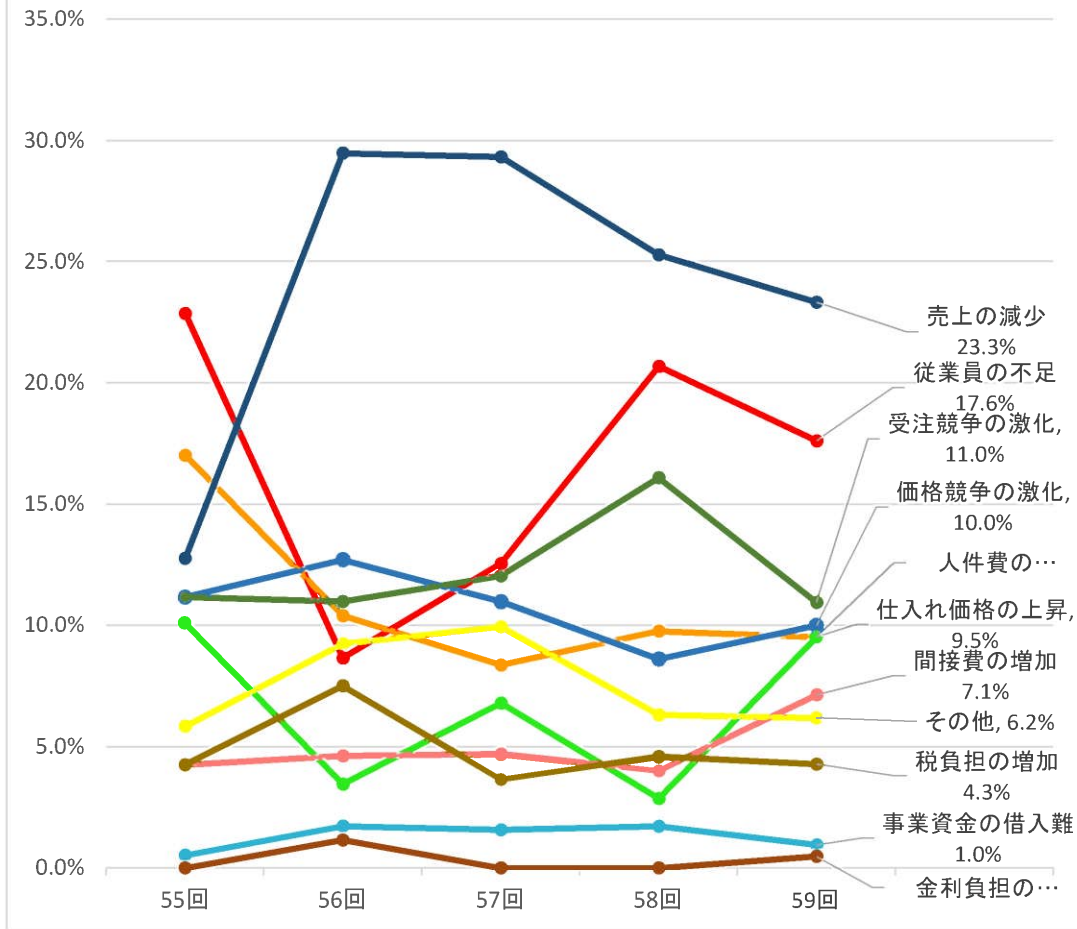
	件数	ウエイト
売上の減少	49	23.3%
従業員の不足	37	17.6%
受注競争の激化	23	11.0%
価格競争の激化	21	10.0%
人件費の増加	20	9.5%
仕入価格の上昇	20	9.5%
管理費等間接費の増加	15	7.1%
その他	13	6.2%
税負担の増加	9	4.3%
事業資金の借入難	2	1.0%
金利負担の増加	1	0.5%

210

その他

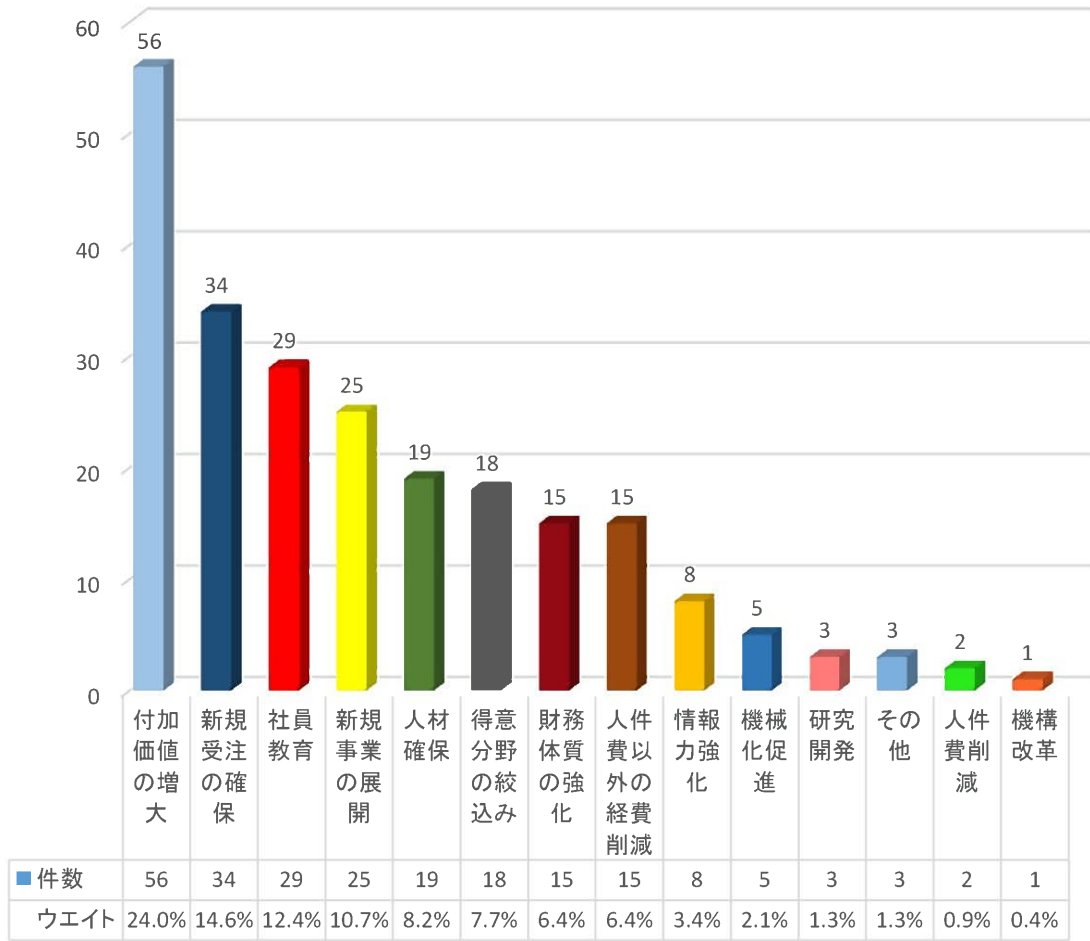
- ・ 地域における建設需要の低下。
- ・ コロナにより、材料の入荷の遅れ等によって、お客様への対応が遅くなる。
- ・ 売り上げ減少に伴い、通常の借入返済分と社員の給与負担が大きくなってきました。現在雇用調整助成金により支えてもらっています。
- ・ コロナ禍における新規受注の減少
- ・ コロナ禍の長期化及び感染未収束により、観光業が低迷しバスの利用客が中々戻らない。
- ・ 売上について安定した収益をえるためのサービスビジネスの早期企画と運用開始。現状、商談を取り続けなければ、安定していかない為。
- ・ 業務の効率化(対策実施中)
- ・ 社員の世代交代
- ・ 需要と供給のアンバランス
- ・ 新たな問題点は見当たらない
- ・ 基盤になる事業活動を、積極的に推進する為の環境がコロナウイルスによるインフルエンザの感染が収束せず整わない事。
- ・ スクールの教室が不足

経営上の問題点推移（景気動向調査第55回～59回）



	55回	56回	57回	58回	59回
従業員の不足	22.9%	8.7%	12.6%	20.7%	17.6%
人件費の増加	17.0%	10.4%	8.4%	9.8%	9.5%
価格競争の激化	11.2%	12.7%	11.0%	8.6%	10.0%
売上減少	12.8%	29.5%	29.3%	25.3%	23.3%
受注競争の激化	11.2%	11.0%	12.0%	16.1%	11.0%
仕入れ価格の上昇	10.1%	3.5%	6.8%	2.9%	9.5%
間接費の増加	4.3%	4.6%	4.7%	4.0%	7.1%
税負担の増加	4.3%	7.5%	3.7%	4.6%	4.3%
その他	5.9%	9.2%	9.9%	6.3%	6.2%
事業資金の借入難	0.5%	1.7%	1.6%	1.7%	1.0%
金利負担の増加	0.0%	1.2%	0.0%	0.0%	0.5%

経営上の力点



	件数	ウエイト
付加価値の増大	56	24.0%
新規受注の確保	34	14.6%
社員教育	29	12.4%
新規事業の展開	25	10.7%
人材確保	19	8.2%
得意分野の絞込み	18	7.7%
財務体質の強化	15	6.4%
人件費以外の経費削減	15	6.4%
情報力強化	8	3.4%
機械化促進	5	2.1%
研究開発	3	1.3%
その他	3	1.3%
人件費削減	2	0.9%
機構改革	1	0.4%

233

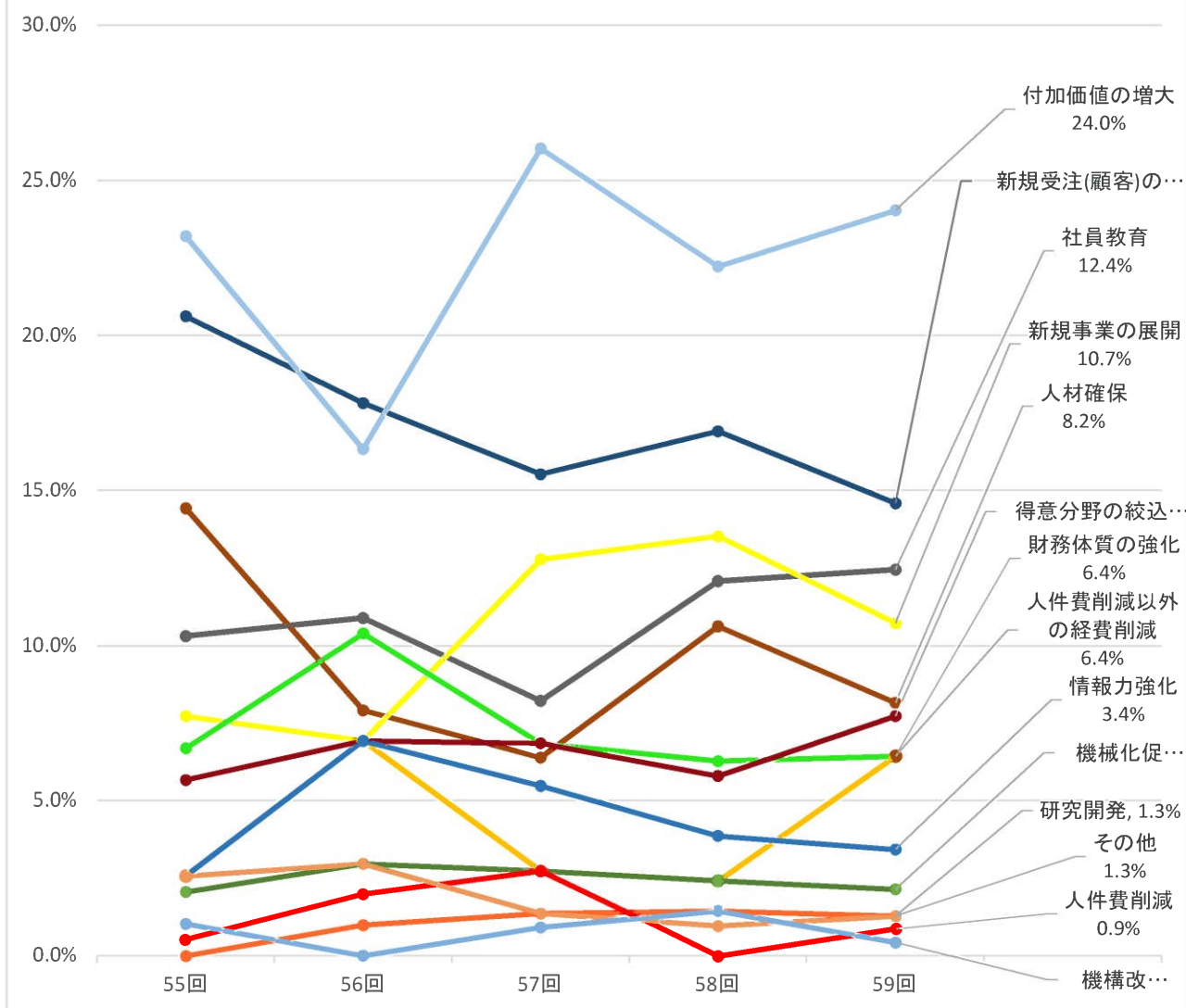
その他

売上・利益の増大。

店内清掃、アルコール消毒

リモート形式での開催を模索中。ZOOMミーティングの活用を検討中。

経営上の力点推移（景気動向調査55回～59回）



カテゴリー	55回	56回	57回	58回	59回
新規受注(顧客)の確保	20.6%	17.8%	15.5%	16.9%	14.6%
付加価値の増大	23.2%	16.3%	26.0%	22.2%	24.0%
人材確保	14.4%	7.9%	6.4%	10.6%	8.2%
社員教育	10.3%	10.9%	8.2%	12.1%	12.4%
新規事業の展開	7.7%	6.9%	12.8%	13.5%	10.7%
財務体質の強化	6.7%	10.4%	6.8%	6.3%	6.4%
得意分野の絞込み	5.7%	6.9%	6.8%	5.8%	7.7%
人件費削減以外の経費削減	2.6%	6.9%	2.7%	2.4%	6.4%
情報力強化	2.6%	6.9%	5.5%	3.9%	3.4%
機械化促進	2.1%	3.0%	2.7%	2.4%	2.1%
研究開発	0.0%	1.0%	1.4%	1.4%	1.3%
人件費削減	0.5%	2.0%	2.7%	0.0%	0.9%
その他	2.6%	3.0%	1.4%	1.0%	1.3%
機構改革	1.0%	0.0%	0.9%	1.4%	0.4%

1年間コロナ禍を経験したことで経営上プラスの面・マイナスの面があると思いますが、それぞれ教えてください。

【プラス】

1	時間が出来たこと
2	経費、コストの見なおし、新商品開発。
3	印刷物の売上減少はあったが、コロナ対策商品の売上が増大。 コロナ禍を期にweb化が進んだ。
4	社員一丸、新卒採用。
5	小売店からの注文増加。
6	オンラインでの取り組みが日常化できた。
7	Web会議の推進が図れた
8	現場へ行けなくなったことで、 動画制作・web打合せで協力業者への指示を出すことが多くなり 弊社社員の対応力が上がった。
9	新事業への展開が加速した。
10	営業戦略を見直して営業の絞り込みができた。
11	コロナで仕事を奪われた人が社員として入って来てくれた。
12	いつ何時に起こる危機経験する毎に備えに万全を期す。
13	コロナ資金調達でのキャッシュフロー改善
14	デジタルトランスフォーメーションが進みつつあり、業務の効率化が図れた。
15	経費の削減、利益の確保が出来た。
16	受注の減少により、社員を資格取得のための講習会への受講など、社員教育に時間を使えるようになった。 自身についても、会合等のイベントの中止により、プライベート時間が増えたことで、自己のスキルアップのために時間を使えるようになった。
17	コロナ対策の受注が増加したことで売上も増加。
18	コロナ助成金が支払われた時期には、家電製品の売り上げが例年より上回った。
19	引きこもりにより住宅購入者が増加しており、消費税10%の影響が無かった。
20	旅費交通費、接待交際費の削減
21	先が見通せない中での危機管理の重要性を痛感し、今後の事業展開の指標の一つとなった。
22	諸会合が中止になり、絶対交際費が減った。無駄な飲み会が減った。
23	時代に合わせた様々な技術や仕組みを導入しつつある
24	・コロナを理由に多くの事を省く事に繋がった。 ・web会議が当たり前活用できるようになった。 ・コロナを理由に社内管理体制の整備を進めやすかった。 ・集客戦略の見直しに繋がった。 ・採用計画が狂ったことにより、新規事業案が具体的にになってきた。
25	家の中で過ごす事が増えたことで、リフォームなど工事受注が増えた
26	ムリ、ムラ、ムダの見直し(経費削減)
27	コロナ商材の販売で売上増につながりました。
28	コロナ後をみすえた事業改革の前倒しができた
29	マイナスの面で気づけた事。その後仕入れ先の分散することにより、何かあった際に幅広く対応できるようになった。
30	コロナの影響により、飲食店からのテイクアウト需要による新規顧客開拓ができました。 それ以外は大きな影響はありませんでした。

31	必要に迫られて人の成長スピード、当たり前の仕事感、人それぞれの仕事と捉えている範囲が好転した。
32	巣ごもり需要の取り込み
33	アクリル板、消毒液、消毒液用スタンド他々、コロナ関連の商品が売れました。 借入が出来た事。
34	借り入れが、出来るようになった
35	人員、経費、仕入などの見直す良い機会となった。(教育に時間をかけられた)
36	自社サイト:売上増、新しい顧客の流入。
37	業務を各方面から見直す機会となった。
38	危機管理の必要性を感じた。業績の見直しをした。
39	対面での営業や打合せが少なくなり、Web会議が多くなったことで経費の削減に繋がった
40	固定客がある程度売り上げに貢献してくれたので、固定客の大切さを痛感。 一人でも固定客を増やせるよう努力する。
41	①来店人数の減少により、かねてよりSNSを研究し取り組まなければならないと感じていましたが、これを機会にSNSに慣れないスタッフが一生懸命に取り組んでいます。そして少しずつ昨年に向かって回復しつつあります。 ②新商品の発掘に力を入れることができています。
42	業務改善(電子化、EGOV等)
43	リモート会議や研修により、会場へ行く時間が省け、時間が有効利用出来るようになった。
44	オンラインで、県外の専門家の情報を得る事が良かった。
45	会社自体の業績は芳しくありませんが、NPO法人の売り上げが上昇傾向にあり、こちらとの相乗効果が少しずつ出始めているところです。
46	新型コロナ対策になる抗菌コーティングのフランチャイズ契約を結び、売り上げが上がる見込み
47	オンラインでの会議、セミナーが増え、効率よく仕事ができるようになったこと。
48	行動計画の細部までの見直しができ、経費削減やお客様からのイメージアップに繋がっている。
49	リモートが増えた
50	訪問セールからインサイドセールへ変わって行って、時間・費用の削減できた。
51	サービスの提供方法が増えた
52	同友会の仲間の会社へ出向させていただきました。弊社でしか勤務していなかった社員にとって、多くの現場に触れることができたことは、かなりの学びへとつながりました。今後に期待です。また、新規事業開拓のチャンスももらいました。
53	自己資本比率を考えるようになった。
54	新しい広告業界の形が見えてきたような気がします。特にインターネット広告等を含む新しいメディア展開の提案力強化がよい方向にいています。
55	リモート環境の整備が急速に進んだこと
56	プラスの面はあまり考えられないが、感染対策のために社員の健康管理や試行的にテレワークなどに取り組んだこと。不測の事態のためにBCP策定に取り組んだことを。
57	開きなおる精神面
58	事業の特性上、コロナ禍の影響を受けにくいと感じた。理由は、IT系のビジネスであっても、特定の業種に対する仕事であれば、多大なる影響を受けたと思われるが、業種を問わない事業展開を実施している為、現時点では、ほぼ影響を受けていない。(ホテル向け、レストラン向けパッケージシステム展開等している同業は、影響を大きく受けている)
59	助成金報酬の増加
60	コロナ禍対策として、国や自治体がWEB制作における補助金制度を設け、それに伴い受注が取れやすくなった
61	zoomなどの新しいコミュニケーションツールが増えた。
62	会議や講習のリモート化が進み交通費の負担が減少
63	・一気に新しい働き方に変わった。 ・採用においては、全国が対象となった。
64	接待交際費が減少
65	これまでと異なる取り組みにチャレンジできた。 オンラインでの仕事の展開、新たな価値の創造を考える、状況・環境に応じてできることを探す、など

66	中食化が進み、宅配の商品により力を注ぐことができました。
67	給付金や助成金などの活用。HPやSNSの活用
68	テイクアウト販売の強化。
69	コストへの意識が更に高まり利益確保体質が強化された。etc…
70	全て受け入れることを気づかされた。
71	オンラインを使ったサービス等の幅が拡がるきっかけとなった
72	社外活動が制限され、スケジュールに余裕ができたおかげで、これまで先延ばしにしてきた案件を全て処理できたこと。 オンラインセミナーで知識投入が効率よく可能になり、新たな課題発見に繋がった。 雇用安定に繋がった。
73	キャッシュフローの簡素化。 借入金の負担減少。
74	リモートセミナー等の普及による大幅な時間と経費の節減
75	衛生面の仕事がふえてきた。
76	打ち合わせや現場監理などリモート化により移動時間が無くなったり、文章でのやり取りが主になり、議事録の作成が容易になった。交際費などの経費が減った。
77	金融機関からの借入がしやすくなった。
78	コロナ禍でサービスを見直すよい機会になりました。
79	オンライン化が進み、打ち合わせの回数や交通費が少なくなった。
80	事業者様が時間が出来たので、自分を振り返る時間に当てる事が多くコーチングの重要性を感じる方が増えたように感じます。
81	経営の見直しができる
82	オンライン面談が多くなり、経費節減になった ネットでの受注が増えた
83	自分自身の経営について向き合わされました。 強みと弱みを理解しながらどこに向かっていくか考えられたのはよかったです。 細かく、そして大胆に経営をしていくことが大事であること学びました。
84	チーム化ができた。 思い切った施策が打てたことで、体質改善ができた
85	何にも誰にも頼らず自力でコロナを乗り越えると社内で決めた事で、会社が大きく成長出来た。
86	三密を避ける為に単価アップを図らなければならなかったが、どの層をターゲットにするかをより厳密に考えて計画し、実行した結果良い結果となっている。
87	調剤薬局なので影響を最小限で押さえられた。
88	新規事業開始のための動きが早くなったこと
89	雇用情勢に悪化により失業者が増えたため、技術習得・資格取得希望の受講者が増えた。
90	テレワークや巣ごもり起因の販売件数の拡大。

1年間コロナ禍を経験したことで経営上プラスの面・マイナスの面があると思いますが、それぞれ教えてください。

【マイナス】

1	営業活動が制限されたこと
2	まだ方向性がさだまっていないので結果が出てこない状態
3	既存の経営は、もう出来ない。生きのこれない
4	売上減少
5	緊急事態宣言等の発令での移動制限による業務停止。
6	これからの売上減少
7	売上減少
8	昨年からのコロナ禍の影響で売上が減少して苦しい状況にある
9	土産店からの注文減少。
10	移動自粛のため、営業活動に大きな制約がある。
11	思うような営業活動が出来なかった。
12	材料の減産・国内工場の閉鎖などがあったため、合板などの材料の調達不可が出てきている。 輸入材に関しても輸送のコンテナ不足などで、入手困難が出ている。
13	今になってコロナ関係の売上が縮小してきているのを感じる。
14	財務面などの不安定要素の改善が計画より遅れた。
15	材料の供給の遅れが出ている。
16	人々の生活環境が、変わっていく様変り
17	受注工事の延期
18	営業がしにくいため工専
19	新規の営業できない。
20	売上額の減少
21	地域における建設需要の低下。(特に飲食・商業施設関連)
22	現在はマイナス面はないがこれから先が不透明。
23	商品の入荷が未定のもの、材料の入荷の遅れにより、お客様を待たせてしまっていること。
24	来年度以降が不安
25	ガソリンや電線の材料価格が高騰しているので今後影響してきそうである。
26	コミュニケーション(飲みニケーション)不足
27	特に目立ったマイナス面はないが、今後出てくる可能性があると思われる。
28	元受けの受注減の影響がジワリときている。
29	県外出張ができなくなり、情報収集などしにくくなった。また、県外の業者を呼ぶこともできなくなった。
30	少しずつだが取引先企業の設備投資が減ってきていると思われます
31	・参加予定だった就職企業説明会等の中止 ・問合せ数の減少を増やす為の集客費用増大 ・工事予定だった学校施設が見送りになった
32	今後、経済悪化で消費が少なくなってくると工事も減ってきそう
33	売上、収益の低下
34	今後官公庁予算減厳しくなりそうです
35	売上減
36	材料不足による在庫確保が厳しく、今まで材料の仕入れ取引先が1社などに集中していた為、そこから取れないとなると他での確保が難しかった。

37	平時では想定していなかった商材(衛生商品)の需要の急激な増加と、それに対する生産が追いつかず、在庫確保が困難となりました。
38	在庫確保のため、仕入値を上げ確保したが、逆に余ってしまったり、在庫数の見極めの重要性を社員一同痛感した1年でした。
39	コロナが起因となり半導体不足が商品枯渇を招いている
40	営業に出づらくなった。
41	お客様の収益が下がり、購買意欲が無くなった。
42	役所の予算が、コロナ関連に集中して、他々の事業が中止になった事。
43	計画していた店舗展開の断念
44	来店客の減少による売上減…イベントの縮小、ギャラリー企画展中止
45	受注増の手だてが見つからない。
46	対面する機会が減り、人間関係を作る事が難しくなっている。
47	事業スピードが遅くなった
48	一見の客が減少し時間帯・曜日による来店が大きく変わってきている。
49	①昨年の発生時から本年度1月まではコロナの影響で非常に好調でしたが、本年3月から平年並みになりました。特に来店人数が減少していることが今後不安があります。②ヨーロッパからの商品の納期が不安定です(コロナの状況に加えスエズ運河の問題)③東京等仕入先が在宅勤務になっているため、商品がスムーズに仕
50	日程の調整
51	同業者や異業種の方との接触の機会が減り、ちょっとした情報が入ってこなくなった。
52	特に不便は感じない
53	昨年中は、コロナ禍で「広告どころか！」といったムードが強かったです。
54	従来の顧客であった医療機関に足を運ぶことができなくて、営業活動になかなかつながりませんでした。
55	県外の仕事に出ると、地元の顧客(病院、老人ホーム等)の作業に入らなければならぬケースがある。
56	シニア世代の方々のセミナーについては、オンラインが難しく、ほとんど中止、延期になっているため今後の課題となっている。
57	立地の関係上、隣県への越境ができずお客様のニーズに完全に答えることが困難な状況。
58	営業(対面)しづらくなった
59	懇親会ができなくなり社員間のコミュニケーションがとれなくなった。
60	受注と売上の減少
61	雇用調整助成金は大変ありがたい制度ですが、社員の働く意欲の持続にかなりの力を要します。
62	予測売上の減少。
63	イベント運営業務の中止や縮小による売上減少がマイナス面です。
64	取引先の売上減少による自社の売上減少、新規受注の減少
65	対面での会議や懇親会などの例年実施している社内コミュニケーションの場が減った。
66	お客さんへの積極的な営業活動が減ったこと。
67	こういう事態になった時、観光業一本では厳しい
68	新規事業展開において、訪問による営業活動が行いにくい。
69	顧客の倒産
70	顧客の業種によってダメージの格差があり、打撃を受けている顧客の経営継続に不安面も残る
71	お客様が以前と比べて財布のひもが固くなったような気がします。
72	社員の感染リスク、対面コミュニケーション不足
73	・気分が沈む
74	・行動に制限がかかる。
75	・予定変更が多く発生する。
76	景気のうねりが小さくなった気がする
77	売り上げ減少。
78	イトインのお客様の減少。とくに夜。会社接待などの利用が減りました。

73	イベントの中止によるキャンセルなど。
74	天文館離れによる売り上げ減少。
75	客難減による売上減。それによる雇用維持難。etc…
76	売上大きく減
77	売り上げ予測が立てずらくなった。
78	高齢者向けの訪問治療が、ほぼ無くなってしまった
79	感染予防対策による客数減とコスト増。
80	先の読めない状況で、相場が安値になりやすい状況。
81	対面での営業活動に制限
82	人の移動が少なくなったことにより、空き部屋がの回転率が下がった。家賃の支払いが悪くなる方も増えた
83	現場監理においては、リモートで出来ない部分が多く確認作業にもれが生じないか注意を強めている。経済の不調から民間企業の設備投資(建設行為)はスローダウンしているように感じる。
84	県外からの受注が減った
85	遠隔地(特に首都圏、近畿圏)在住の方との連絡(面談)ができなくなった。不便になった。
86	客数、売り上げの減少。
87	ゲストハウスや事務所改装の建築計画が白紙になった
88	研修がほぼキャンセルになったり、延期になった。
89	直接会う面談が減った
90	今まで通われていた顧客の離脱
91	平常から対面形式での講演会・教室・個別健康相談と、音楽家とのコラボによる「音楽療法」を行っており、来場者への心身共に相乗効果が顕著に表れていたが、現在はその一切を自粛していることにより、コロナ禍に最も必要な予防医学の知識の普及が滞ってしまっている事が、大きな社会的な損失ともなっている。
92	世の中の消費の動向が大きく変わってきているところです。 今が良ければいいとは限らず常に挑戦し、変化し続けなければいけないことを感じています。 マイナスでもありプラスでもあり、自分自身の采配にかかっていることを感じます。
93	春夏冬の新規顧客の獲得のタイミングでクラスターなどが発生し、難しかった。
94	旧態依然として変えられない部分が浮き彫りになりつつある。
95	受診控えが日本全体の状況となり、テレビなどの影響を受けて患者が減少した。
96	財務面の急激な悪化
97	行政(国・県・市)からキャリアアップの訓練・セミナーの依頼、企業様からの社員研修の依頼が増えているがスクールの教室に空きがない。また講師のスケジュールに空きがない。
98	飲食店様向け新規事業の販売難。

あなたの会社にとって、さらにコロナ禍が長引くとどのような影響が出てくると思われますか。

1	チャンスが広がる
2	紙媒体の需要が減っていくため、売上が下がっていく
3	技術者、職人の流出。
4	売上減少が更に続くとしたら、固定費を維持できない。関連ある他の事業へ進出せざるを得ない
5	現地工事等の遅延等へのリスク。
6	景気後退、投資減少、売上減
7	売上減少
8	自社の得意先である中食・外食事業者様向けのお米の販売量が減少して原料(玄米)が余る
9	営業のやり方が変わる(訪問営業・展示会対面営業→オンライン商談)
10	公共事業の予算削減から受注減少につながる恐れがある
11	受注の減少
12	建築に関わるものを製造しているため、今後は、建築工事の発注控えなどが出てくる。 材料の高騰・不足が出てくる。
13	一番メインの販売先である、業務用の卸商品などの停滞が続く。
14	売上に響くし財務状態が不安である。ただし営業転換が上手く行けば良い方向に進む。
15	公共事業の予算が圧縮されて仕事がなくなるのではと思います。
16	直接大きなダメージは受けてませんが、先行き不透明さが、こわいです。
17	工事減少
18	住宅着工が減少し、住宅用太陽光や新築電気工事が減少する。
19	営業ができないので除々に売上ダウンにつながる。
20	営業活動(訪問)ができない。 社員のモチベーションが下がる心配
21	売上・利益の減少。
22	5月以降から仕入れ価格があがることが決定しておりこれからどうなるのかわからない。
23	仕事上、大きな現場よりも個人のお客様への対応が多いため、訪問先でスタッフが感染し、そこから地域の方(高齢な方が多い)へ感染を広げてしまうリスクがある。
24	公共予算削減
25	商品の価格高騰など海外生産品が輸入して来なくなれば、現在の入札価格では工事が出来なくなる恐れがある。
26	建設予算削減による売上減
27	製造業関連の設備投資の縮小により物件が減少すると思われる。 また、コロナ関連に予算が割かれることにより公共事業の見直し等で公共工事(特に建築関連)への影響があると思われる。
28	さらに受注減が進むと思う
29	都度対応していくが、対面式ではなくネットを使った情報交換、打ち合わせが増えると思う
30	物件数の減少から価格競争になりやすくなる
31	－: 仕入先で感染発生した際、仕入への影響(分散仕入&事前仕入対策実施中) －: 自社での感染者が発生した際の業務停止(人員分散等対策実施中) +: 積極的な採用と増員がしやすくなるかも +: BtoB取引拡大のチャンス(相見積もり戦略&ゼネコン比較での経費削減戦略)
32	建設業全体の受注が減り、受注競争や値崩れなどによる利益減少が影響でてくると思う
33	売上低下
34	経済状況の悪化により、売上減になる。

35	なし
36	材料不足の問題。すでにコロナにより材料が入手できず価格が高騰してきています。いかに材料を確保出来るかが今後影響してくると思います。
37	飲食系のイベントの中止による売上減
38	取扱商品の枯渇
39	受注減少
40	この業界はあまり大きな、影響は無いと思います。
41	主力店舗、主力部門の計画の見直しが必要になる。又、来年以降の事業展開が場合によってはおくれる。
42	主力顧客層の年代が高い為、外出機会がさらに減少になり、来店客の減少に歯止めがかからなくなるのでは。(売上減少)サイト(オンライン)の売上は伸長が予想される。
43	売上減になっていく。
44	一層の売上減。今月に入り、1件の納品キャンセル発生。現在まで30件以上のキャンセルあり。
45	民間工事が減少する事が予想される。
46	顧客からの支払遅延や未払いによる売掛債権の増加
47	売り上げの減少が、観光・飲食業にとどまらず他業種にも拡大し、廃業へ移転が増え失業者増えるかも。
48	業務内容や店舗スペースの見直しなどが必要になってくる。
49	①今までと違うジャンルの商品を模索し続けること 仕入れ商品の不安定 等に時間を取られること。(平時でも当たり前前努力ですが、先が見えない事や入荷してくるはずの商品が入荷しないことなど、心身の疲労に影響があります。②DXを研究し新しい顧客開拓や販売方法を発掘できる。
50	売上減
51	書類の簡略化。押印廃止になり仕事がしやすくなる
52	一時期、委縮気味にあった企業が感染症対策に起因したビジネスを展開しようという機運が感じられるので、これにシフトした商品・サービスを提供すればチャンスが拡大してくるものと捉えています。
53	仕事柄、顧客先へ外部の人間が入りにくくなると困る。 抗菌コーティングについては、うまく波に乗れば、大きな売り上げと収益を上げられるのでは？
54	セミナー、研修を中心に仕事を行なっているため依頼先の希望が対面が多く、コロナ対策、オンラインの環境作りなど、課題が多い。
55	人材確保の難しさ、社員の意識の向上に大きな障害が出やすい。 (感染の危険性等)
56	ご契約(売上)の減少
57	資金繰りが困難になる
58	当然キャッシュフローに影響が出てきます。つまり、事業の存続です。
59	社員の精神的な疲弊。
60	顧客企業のニーズが変容し、これまでのサービス内容の見直しが必要となっている。事務的・管理的業務の外注化が促進され、市場は広がっている。
61	広告による集客ができなくなるために、全体的に疲弊していく。
62	今以上の売上減少、新規顧客獲得減少
63	経済状況が悪化し新たな財政出動等により、国家の中長期的な成長のために必要なインフラ整備や減災・防災事業の予算が削られる可能性が出てくること。
64	倒産覚悟
65	お客様としている業種が、経営難になると、ITは投資であることから、投資控えとなり、商談展開が思わしくなくなる可能性がある。
66	産業縮小による顧客の喪失
67	業種にもよるが、顧客の経営不況から倒産にいたるようなことになると保守売上等の減少が懸念される

68	リモート営業による県外からの営業によりお客様の取り合いが激しくなると考えられます。 コロナで影響を受けたお客様との取引の減少 お客様自身も先行きの不安から、コスト面を重視した取引が増えると思います。 現状より状況がひどくなっている場合は、訪問による営業やサポートが難しくなる可能性があります。
69	客先の予算減少による売上の減少
70	ひょっとしたらメンタル不調者がでるかもしれない。
71	モチベーションの低下
72	人とのリアルな出会いの減少により、人的ネットワークを広げにくい、かもしれない。
73	現在、出前には行っておりませんが、出前を始めたり、テイクアウト等の強化をしていかないと(何か付加価値をつけて)
74	自粛ムードなどで、記念撮影などの売上減少による資金不足
75	事業縮小、倒産。
76	人件費の見直し、商品(食材)の安定供給難。家賃等見直しetc…
77	倒産
78	売り上げに影響があると思います。営業活動が制限されます。
79	良い影響が来る様に考える。
80	先の見通しが立たない不安定な状態が続くので、大きな展開等が難しくなる
81	むしろチャンスと捉えています。
82	同業者の高齢化と消費低迷で業者数が減少する。
83	収益物件の買い控え
84	会社の倒産が増えて、家賃など支払いの滞ることが考えられる
85	営業対策の転換が必要。
86	全世帯の収入が減り私どもの今の価格設定で支払う能力のある絶対数が現象していくのではないかと危惧しています。
87	不動産の購入者が減る。 → 不動産登記が減る。 経済的な困窮者が増える。 → 破産などの業務が増える。
88	新規の集客に影響を及ぼすと思います。
89	受注減
90	公共事業費の削減が行われると売上減少が懸念される。
91	研修が行いにくかったり、企業様の資金繰りが厳しいとコーチング契約に踏み切れない場合がある。
92	オンライン面談、オンライン手続きが増えると、県外や遠方からの受注が期待できる反面、競合もぐっと増える
93	死亡率に深く関わっているとされる「基礎疾患」を予防し、また現在基礎疾患を抱えているヒトが健康的になる為の知識情報を伝播出来ないことは、罹患率と症状の軽重にも深く関わっていくので益々重要な責務となる。
94	今取引されている企業の注文状況に変化がでてくると思います。 どの業界にどのような影響がでているのか表からは見えないので、長引けばそれが表面に出てきた時にマーケットがどのように変わっていくのか不安はあります。
95	オンライン授業の増加。
96	会社成長のチャンスが増える。
97	どんな時代でも成長の節目はやってくるので、コロナ禍においても写真だけでも残そうという気風は高まりつつあり、業界的には良い傾向かと思われます。
98	現在の状況を乗り越えられれば、ロックダウン、緊急事態宣言がないかぎりそれほど影響しない。 在宅へのシフトが必要
99	資金繰りが厳しくなる 人材の確保が難しい
100	特にない。(受講者に対するの感染予防対策の強化)
101	長期的な視点での、契約件数減少。

コロナの中で経営努力をした結果、売上・利益などがプラスに転じた事例をご存じないでしょうか。

1	今後、当社は大きく好転するでしょう。
2	人員、コストの見なおし新商品開発着手、ピンチはチャンスに!!
3	市内薬局を経営している事業所が、健康状態を電話で相談にのりサプリメントの売上が増加し、利益がプラスになった。
4	自社の強みを再認識できた。社員一丸となり、困難を乗り越える思いを共有できた。
5	巣ごもり需要に該当する食品(米など)
6	幸いにコロナの影響を受けなかった。
7	飛散防止衝立の開発と販売で売上が増えた。利益はトントン。
8	直営店舗やお土産店の売り上げが下がる中、量販店向けの商品開発やネット販売が好調で、直営店舗部門の売り上げは去年よりもあがっており、社員の給与もアップすることが出来た。 ただし既存事業の一番大きな売上である業務用の売上が悪く、今後もそういった影響は続くと考えられる。ネット販売事業や、新規事業をすすめ、会社での売上比率を来年中に3~4割にもっていきたい。
9	感染対策の基本の学びを、改めて知りました。(社員共々)
10	コロナで隠り需要の家電、ゲーム、コンビニ、食品スーパーぐらい(努力なしで出来ている)
11	カタログ等を新規の顧客へ送り、見積り依頼、注文へと展開できました。
12	コロナに関係なく、お客様と話し合い工事を進めていった結果、口コミで情報が広がり、一度の工事ではなく、その後に繋がるお仕事をいただけるようになった。
13	・見積書郵送スタイルを前面に押し出した広告で、減少した問合せ数を逆に増大できた。 ・仕入先感染時を想定し、現場管理体制や発注体制を改良したおかげで各現場の無駄を無くす仕組みが改善。
14	顧客整理などを外注に依頼し、顧客管理を徹底したことで既存顧客のリピート率が上がった。 新たに専門部門を設立し、顧客対応のスピードをあげて受注率を上げた
15	コロナ商材や商流新規取引につながりました。
16	新しいEC市場の開拓。BTOBからBTOCへ
17	飲食店を経営されている方で、コロナによる売上減少の際に早めに見切りをつけて、福祉介護センター等の運営・食事配給事業に転職。売り上げを伸ばしているようです
18	リモート、データバックアップなどの、コロナによりどこでも働ける環境作りや、オンラインの普及でIT関連機器の拡販、構築や保守などにつながった。
19	コロナの中で、必要な商品を販売する事によって、売上が増加した。アルコール・手洗石けん液・つい立など
20	アウトソーシングしている商品を自社製造に切り換えたことで、従業員の雇用継続につながった。
21	ネット通販を強化し、結果が出てきています。(自社事例です)
22	取り扱い商品を、タイムリーな商品を増やした。
23	県境を越えた営業などの制限があったため、代理店契約や業務提携をすることによって、間接的な顧客との接点が増えたこと
24	当社は今、取り組みの途中で結果が出ていませんので結果が出てきたら話せるかもしれません。
25	行動計画の見直しに加え、人員削減により売上にさほど変化はないが収益がアップしている。
26	困った時に、私を思い出して頂きました。
27	今は創業以来蓄えてきた内部留保と、借入れによって得た資金で雇用を守っている状況です。本業の回復は遠い先ですが、新規事業の全社的取り組みで上昇を目
28	弊社は清掃業なので、一般的に衛生意識が高まり、清掃の価値が上がったと思います。
29	オンラインセミナーイベント運営業務が増えて実績が確保できた。巣ごもり需要によるインターネット広告の増加があった。
30	コロナ禍の環境にいち早く順応し、コロナ対策等のサービスを展開した企業で好業績になっている話はいくつか聞きます。
31	インターネットを活用した、オンラインビジネス展開及びその実施環境の提供(例:クラウド型のオンラインシステム、一括払いから、サブスクリプション型への変更
32	新規事業展開、魅力ある店舗作り戦略、事業規模縮小と解雇による採算分岐点の引き下げ、福祉業の加点对策、事業の合併等
33	インサイドセールスによる経費の削減と活動量の増加
34	既存の商品にパッケージデザインをリニューアルして、中身も見直し、具材を大きくまた食べやすく工夫して発信しました。売り上げの伸びが良いです。
35	給付金や助成金などの活用により、スタッフとの信頼感作りに努め、8月以降平均10%の売上増できました。

36	既存の居酒屋を閉店し、テイクアウト専門店を始めた方。
37	定賃見直し、仕入れ金額交渉、適正在庫量(金額)の見直し、メニュー検討、他固定費見直し。販促強化…(どちら様も同様でしょうが、)
38	自社では、訪問治療が激減している一方、外来の売上は伸びているので、状態の良い部門に力を注ぐことは大事で、動かないところは早めに見切りを付けるのも必要
39	デジタル化対応が大きかった。昨年は中止した生徒の発表会を今年はオンラインで開催。 顧客満足と社員の成長を実感。
40	在庫の無い計画を1年間で実行し、売上を上げた。
41	銀行からの借入れが容易になったため、宣伝広告費の広大やシステム改良に取り組んだ
42	コロナ対策の作業が増えてきた。 消毒、パーテーション設置等、空調清掃等