

大田区の景況

令和2年7～9月期

これは、令和2年9～10月に調べた令和2年7～9月期区内中小企業の景気動向と、これから先3か月（令和2年10～12月期）の予想をまとめたものです。

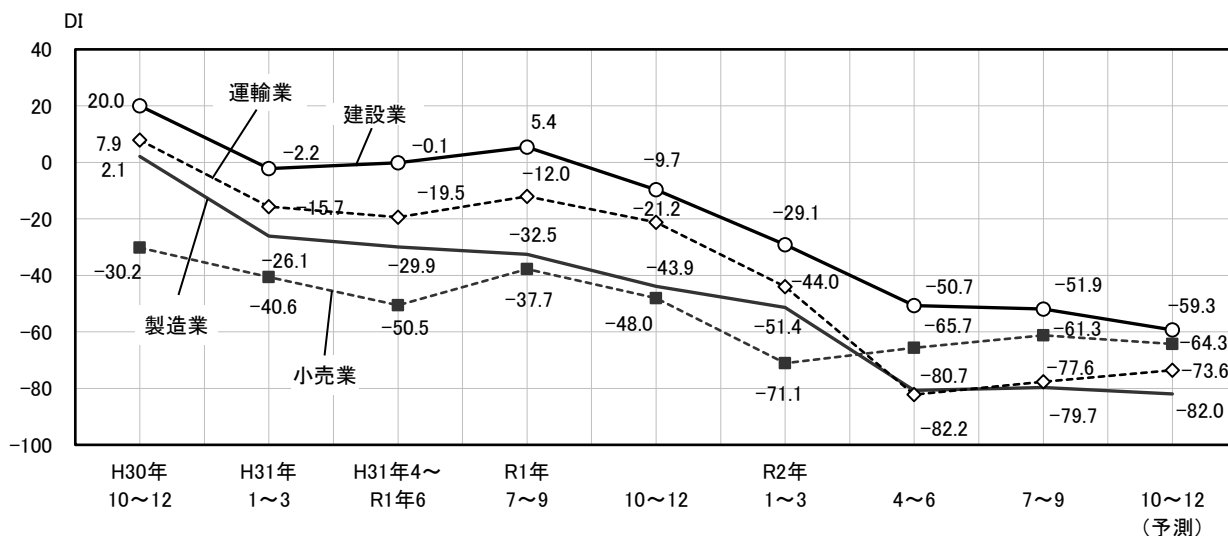
《調査の概要》

調査対象時期 令和2年7～9月
 調査対象事業所数（うち有効回答数）
 製造業 250社（175社） 小売業 200社（111社）
 建設業 180社（111社） 運輸業 150社（93社）
 調査方法 郵送アンケート調査

製造業	製造業全体の主要指標についてみますと、業況は前期並の厳しさとなりました。売上額、収益はともに大きく改善しました。受注残は前期並の減少傾向で推移しました。価格面では、販売価格は下降傾向がわずかに弱まり、原材料価格は上昇傾向が多少弱まりました。在庫は前期並の過剰感となりました。来期の業況は今期並の厳しさが続くと予想しています。
小売業	小売業全体の主要指標についてみますと、業況はわずかに持ち直しました。売上額は非常に大きく改善し、収益は大きく改善しました。価格面では、販売価格は下降傾向が多少弱まり、仕入価格は大きく上昇に転じました。在庫は大きく過剰から品薄に転じました。来期の業況は悪化傾向がわずかに強まると予想しています。
建設業	建設業全体の主要指標についてみますと、業況は前期並の厳しさとなりました。売上額は大きく改善し、収益は非常に大きく改善しました。施工高は非常に大きく改善し、受注残は減少が大きく弱まりました。価格面では、請負価格は下降傾向が大きく弱まり、材料価格は前期並の上昇傾向で推移しました。材料在庫は多少過剰に転じました。来期の業況は悪化傾向が多少強まると予想しています。
運輸業	運輸業全体の主要指標についてみますと、業況はわずかに持ち直しました。売上額、収益ともに非常に大きく改善しました。価格面では、サービス提供価格は下降傾向がわずかに強まり、仕入価格は非常に大きく上昇に転じました。来期の業況はわずかに持ち直すかと予想しています。

各業種別業況の動き（実績）と来期の予測

業況	前期(令和2年4～6月)		今期(令和2年7～9月)		来期予測(令和2年10～12月)	
	悪い	良い	悪い	良い	悪い	良い
製造業	△ 81		△ 80		△ 82	
輸送用機械器具	△ 79		△ 78		△ 82	
電気機械器具	△ 77		△ 81		△ 92	
一般機械器具、金型	△ 73		△ 78		△ 83	
金属製品、建設用金属、金属プレス	△ 92		△ 89		△ 84	
精密機械器具	△ 78		△ 62		△ 69	
小売業	△ 66		△ 61		△ 64	
家具、家電	△ 75		△ 76		△ 60	
飲食店	△ 71		△ 80		△ 91	
飲食料品	△ 30		△ 29		△ 63	
衣服、身の回り品	△ 87		△ 79		△ 69	
建設業	△ 51		△ 52		△ 59	
運輸業	△ 82		△ 78		△ 74	



経営上の問題点

【製造業】

	令和元年10～12月期		令和2年1～3月期		令和2年4～6月期		令和2年7～9月期	
第1位	売上の停滞・減少	53.7 %	売上の停滞・減少	73.3 %	売上の停滞・減少	70.9 %	売上の停滞・減少	73.8 %
第2位	従業員の高齢化	28.2 %	国内需要の低迷	33.3 %	国内需要の低迷	29.1 %	受注先の減少	29.7 %
第3位	国内需要の低迷	22.8 %	受注先の減少	22.0 %	受注先の減少	25.7 %	国内需要の低迷	29.1 %
第4位	人材不足	21.5 %	従業員の高齢化	20.0 %	工場・機械の狭小・老朽化	18.9 %	従業員の高齢化	26.7 %
第5位	受注先の減少	19.5 %	人材不足	13.3 %	従業員の高齢化	16.9 %	技術・技能の継承	14.0 %
	技術・技能の継承	19.5 %	技術・技能の継承	13.3 %				
			工場・機械の狭小・老朽化	13.3 %				
			人件費の増加	13.3 %				

【小売業】

	令和元年10～12月期		令和2年1～3月期		令和2年4～6月期		令和2年7～9月期	
第1位	売上の停滞・減少	60.0 %	売上の停滞・減少	84.0 %	売上の停滞・減少	68.8 %	売上の停滞・減少	63.2 %
第2位	人材不足	27.5 %	利幅の縮小	18.7 %	利幅の縮小	28.6 %	商店街の集客力の低下	19.7 %
			取引先の減少	18.7 %				
第3位	取引先の減少	23.8 %	人件費以外の経費の増加	14.7 %	取引先の減少	16.9 %	人件費の増加	18.4 %
第4位	利幅の縮小	22.5 %	商店街の集客力の低下	13.3 %	販売商品の不足	14.3 %	天候の不順	17.1 %
第5位	人件費の増加	21.3 %	同業者間の競争の激化	9.3 %	人材不足	13.0 %	人材不足	13.2 %
			人件費の増加	9.3 %			利幅の縮小	13.2 %
			後継者の不在および育成	9.3 %			取引先の減少	13.2 %
							店舗の狭小・老朽化	13.2 %

【建設業】

	令和元年10～12月期		令和2年1～3月期		令和2年4～6月期		令和2年7～9月期	
第1位	人材不足	59.0 %	売上の停滞・減少	52.3 %	売上の停滞・減少	53.4 %	売上の停滞・減少	56.3 %
第2位	売上の停滞・減少	34.9 %	人材不足	43.2 %	人材不足	38.6 %	人材不足	36.9 %
第3位	下請の確保難	30.1 %	利幅の縮小	22.7 %	下請の確保難	21.6 %	利幅の縮小	25.2 %
第4位	利幅の縮小	15.7 %	下請の確保難	20.5 %	利幅の縮小	19.3 %	取引先の減少	18.4 %
	人件費の増加	15.7 %						
第5位	材料価格の上昇	12.0 %	取引先の減少	15.9 %	後継者の不在および育成	18.2 %	下請の確保難	16.5 %
	後継者の不在および育成	12.0 %						

【運輸業】

	令和元年10～12月期		令和2年1～3月期		令和2年4～6月期		令和2年7～9月期	
第1位	人材不足	64.3 %	売上の停滞・減少	74.2 %	売上の停滞・減少	81.0 %	売上の停滞・減少	76.5 %
第2位	売上の停滞・減少	40.5 %	人材不足	36.4 %	人材不足	34.5 %	人材不足	29.4 %
第3位	人件費の増加	33.3 %	人件費の増加	28.8 %	人件費の増加	25.9 %	車両の老朽化	25.0 %
第4位	仕入価格の上昇	14.3 %	利幅の縮小	12.1 %	車両の老朽化	22.4 %	人件費の増加	23.5 %
	車両の老朽化	14.3 %	取引先の減少	12.1 %				
			車両の老朽化	12.1 %				
第5位	利幅の縮小	9.5 %	人件費以外の経費の増加	10.6 %	取引先の減少	17.2 %	利幅の縮小	14.7 %
	人件費以外の経費の増加	9.5 %	駐車場の確保難	10.6 %				
	後継者の不在および育成	9.5 %						
	駐車場の確保難	9.5 %						
	店舗・設備の狭小・老朽化	9.5 %						

公益財団法人大田区産業振興協会 ものづくり連携コーディネーターより

※ 公益財団法人大田区産業振興協会のものづくり連携コーディネーターによる巡回相談における、区内製造業企業に関する所見を掲載しています。

【今期における業況（売上・利益・販売価格・原材料価格等）やその要因】

- ・ 7月以降、売上の落ち込みが顕著であり、全く売上が立っていない企業もある。
- ・ 特に自動車・航空機産業向けにおいて新型コロナウイルスの影響が大きい。
- ・ 社会インフラ関連の業界は堅調である。
- ・ 発注側がテレワークになっていることから、図面等の承認を得られないことで受注減に繋がっている企業もある。

【今期における経営上の課題】

- ・ 受注減が一番の課題となっている。
- ・ 営業力不足、経営者の高齢化、企画提案力、製品開発力などに課題を持つ企業が多い。
- ・ 経営難に直面している企業では各種助成制度や特別融資制度の利用が急務だが、情報収集やデジタル対応などに課題があることから支援を得られずにいる企業も多い。

【区内製造業企業における新型コロナウイルスの感染拡大を機に開始した新事業や新製品・サービスの展開（既存製品・サービスの新しい提供方法の展開も含む）など】

- ・ 飛沫防止用アクリルパネル、フェイスシールド、足踏み式消毒液噴霧台など、新規製品の開発に早期に着手した企業では特需を得ている企業がある。
- ・ 大田区の広報効果もありマスコミ報道も多くなされた。
- ・ 多くの企業ではひたすら経費を削減して赤字幅の縮小を図っている。

【区内製造業企業における新型コロナウイルス感染症の拡大に対する労務面の対策など】

- ・ 時差出勤、時短、在宅勤務などの対応を行っている企業が多い。
- ・ 感染予防のための消毒・換気・マスク着用などはほとんど実施されており、会議室などを事務所に転用して密を避けているケースもある。
- ・ 社用車で社員の送迎を行っている企業もあった。
- ・ 感染者が出た企業では全社員にPCR検査を実施し、陰性を確認して操業を継続した。

公益財団法人大田区産業振興協会 あきない活性化コーディネーターより

※ 公益財団法人大田区産業振興協会のあきない活性化コーディネーターによる巡回相談における、区内小売業企業に関する所見を掲載しています。

【今期における業況（売上・利益・仕入等）やその要因】

- ・ 個人の消費活動は、新型コロナウイルス感染禍において、自粛した習慣が継続しており、商店街においても人の往来が少なく、小売店も飲食店も来客減少で売上が厳しい状況にある。
- ・ 特に居酒屋など企業勤務者を主たる顧客としていた業界は、リモートワークへの移行に伴い、予約も入らない状況である。
- ・ 逆に仕入れ値は全体的に上がり、利益は売上のマイナス以上に落ち込んでいる。
- ・ 業態転換が難しく、有効な打ち手のない事業者は厳しい状況が続いている。

【今期における経営上の課題】

- ・ 売上減少における経営の継続性（販売客数の確保、資金の確保）。
- ・ 非対面型の販売手段の確保（ネット販売、宅配対応）。
- ・ 雇用調整をしている事業者も多く、店員が不足し、満足な接客が出来ていない。

【区内小売業企業における新型コロナウイルスの感染拡大を機に開始した新事業や新製品・サービスの展開（既存製品・サービスの新しい提供方法の展開も含む）など】

- ・ 物販におけるネット通販の開始と専門性のアピール。
- ・ 飲食の出前代行システムの採用。

【区内小売業企業における新型コロナウイルス感染症の拡大に対する労務面の対策など】

- ・ 勤務時間の縮小をはかりながらも、平常時の採用難を考え、離職防止、雇用維持に努めている。
- ・ 従業員の感染防止（マスク・手洗いの徹底や、店内でのソーシャルディスタンスの確保や衛生設備の設置等）を重視する経営。
- ・ 雇用調整助成金の活用。

事業者の皆様のコメント（主な意見を掲載しています）

製造業
人材確保や人材育成の状況・労働環境
<ul style="list-style-type: none"> ・ 後継者の育成には年単位の時間がかかるので10年後が不安になる。 ・ 若手の育成が最重要課題です。 ・ 労働力の若返りが必要である。 ・ 人は集まるが欲しい人材がいらない(特に技術、営業)。
取引先・競合先の状況
<ul style="list-style-type: none"> ・ 低価格競争になっているので大変です。 ・ 取引先の工場移転や様々な事業見直し(事業部の縮小等)の影響があり、受注が半分以下に減ってしまった。他の取引先もコロナの影響で仕事がない状況、来年の受注もまだ未定である。 ・ 大手電機メーカーの低迷による受注減。 ・ 現在生産している商品がコストがかかるため、他社の製品に負けている。現在コストを下げた製品を開発中。 ・ 取引先の状況が総じて悪い。売上げ50%減の給付金対象となっているところが複数社あるように聞いている。自社だけの努力で好転させることは難しいと考える。 ・ 国内外の需要が低下している様子から、仕事量の減少及び価格競争になっているように見える。 ・ 地方との賃金、家賃の差が大きい。 ・ コロナ禍は企業間の競合意識をいやが上にも高めた。
新型コロナウイルスによる影響・対応策等
<ul style="list-style-type: none"> ・ 上期(4~9月)は前年同期比で大幅な売上減だが10月以降やや回復の兆しあり。 ・ 新型コロナウイルスにより国内、海外ともに需要が減少している。機械化IoTによる効率化を推進する。 ・ 新型コロナウイルスの影響で10月以降の受注が読めない状況。 ・ シーズン品が多く、それでも予定は変わらずだったが、今回は減少、先が見えない。 ・ 取引先の航空会社の減便により、機体からの取卸部品が発生しないため、大幅な減収となっている。 ・ 新型コロナウイルス対策特別融資で持ちこたえている状況。いつまでもつか分からない。 ・ 受注落込みだけでなく先が見えない。 ・ 受注がない。 ・ 社員の求人をかけ、技能の上達を目指していたが、新型コロナウイルスの影響により中断してしまっている。 ・ 新型コロナウイルスの影響で受注先からの受注減、受注単価の低減依頼があったため、当社の売上に影響が出ている。 ・ 客先が新型コロナウイルスでテレワークになっているのでその対応が大変である。 ・ テレワーク、在宅勤務等により研究事業が止まっている。 ・ 新型コロナウイルス関連での日本(市販)にないものを来年販売したい。 ・ 新型コロナウイルスのワクチンが早くできればと思う。 ・ 昨年売上の半減の状況が一年間続くとみて資金手当てをしたが、景気回復が改善しないのが一番の問題。 ・ 新型コロナウイルスによる影響が大きい。 ・ 大手客先がテレワークを多用し、仕事をこなせていない。 ・ 航空機製造業の仕事量の減少。 ・ 町工場の減少により発注が少なくなっている。 ・ 売上減。 ・ 前年度から受注量が減少していたが、新型コロナウイルスにより非常に厳しい状況となった。 ・ 新型コロナウイルスの影響かは不明だが、仕事が減少している。 ・ 自動車部品の加工依頼が6、7、8月と通常の3分の1程度まで減少し、他の工作機械系の部品も減少している。品物により上下する変動が異なり、例年とはかなり異なっている。 ・ 新型コロナウイルスの影響で世界的に消費マインドが低迷。購買意欲が上がらず先が見えない。長期戦に対応できる経営計画が必要。 ・ 本年度は新型コロナウイルスに尽きるような気がする。 ・ 在庫調整のためか仕事量が一定でない。 ・ 渡航できないため、海外営業が低迷している。 ・ 新型コロナウイルスの影響が8月、9月に出てきていると思う。以前は1人でやり切れないほどの荷物があつたが、今は注文書も送られてくるのが稀となり先々が不安です。

<ul style="list-style-type: none"> ・ 現在受注が急激に落ち込んでいる。 ・ 新型コロナウイルスの影響が客先の開発が止まっていて新規案件が減少。コンサート関係の仕事は今期はほぼゼロ。新規案件、客先を探す必要あり。 ・ 新型コロナウイルスの影響は、得意先と外食産業に大きな影響を与え、相手先によっては 9 割減のところもある。得意先業種の分散化を方向性として持ちたい。 ・ 長期による新型コロナウイルスの影響が続くことが想定されるため、継続営業が難しい。 ・ 弊社は百貨店等に店舗を構える小売業のため、来店客数の落ち込みにより企業努力では補いきれない。 ・ レジャー産業なので、この後の影響を心配している。 ・ 新型コロナウイルスにより受注の遅れがあるが、納期に変動がないため厳しい。 ・ 業界の展示会へ出席し、対面受注する形で商品を販売していたが、主催する会社による展示会が 2021 年 1 月までほぼ中止となった。大きな展示会はやらないが少ない会社(4~5 社)で集まり、各地でプチ展示会を催して対応し始めた。 ・ 大不況時代突入。のんきにしていられるのも年内かもしれない。
その他 <ul style="list-style-type: none"> ・ 後継者不在である。 ・ 半導体製造設備関連の受注がコロナ禍の中でも減らないので助かっている。5G 関連も動き始めている。 ・ 自社製品の宣伝、多くの方に知っていただくための方法が重要。 ・ 親企業や工場が休みのため仕事が回っていない。 ・ アメリカ大統領選挙にて、トランプ氏の再選が今後の景況に大きく影響を与えると思われる。そして日本では党内閣の中国離れが鮮明になるかどうか重要。 ・ 消費税増税による景気悪化に加え、新型コロナウイルスによって下振れが加速している。消費税減税をする気配がないから需要はさらに落ち込み、さらなる悪化が予想される。 ・ 設備の老朽化。

小売業
人材確保や人材育成の状況・労働環境 <ul style="list-style-type: none"> ・ 商店だが閉店時間を短縮して労働時間を短縮している。生産性は変わっていないと思う。これから必要なのは従業員確保ではないか。 ・ 新型コロナウイルスの影響で一時的に多くのパートさんが、入社後仕事に慣れた頃に辞めてしまい、元の仕事に戻ってしまう人もいた。常に仕事を新しい人に教えなければならず定着が難しいところもある。 ・ アルバイトは確保できており優秀な働きをしてくれるが、学生たちなので長期プランを組みにくい(出店など)。正社員を雇いたい、公募だと能力に不安を感じる。 ・ 他店との差別化も人材確保も人材教育がすべて。 ・ 若い人材の確保及び育成が非常に難しい。建築費高騰のため投資資金が過大になってきている。 ・ 後継者不在である。
新型コロナウイルスによる影響・対応策等 <ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルスによる医療機関の来院減少に伴う処方箋減。 ・ 新型コロナウイルス感染拡大が収まらない中、外出自粛や受診先での感染を警戒して受診抑制により受診者数減少の影響を直に受けている。 ・ 今回新型コロナウイルスによるソーシャルディスタンスを取る限り、客席が半分しか使用できない。もしかしたら飲食業そのものが成り立たなくなるかもしれない。家賃だけはしっかり取られるので、国から家賃減額等の指導が必要。早く、ワクチン・薬が出来て元に戻ることを願っている。 ・ 飲食業のため新型コロナウイルスの影響により客足減。 ・ 対昨年比で 60~70%の売上に留まり、店舗家賃の支払いに苦労している。 ・ with コロナの時代となり新しい販売方法へと変化していかなければならないが、当社はまだ十分に対応しきれていない部分がある。今後も適応しつつ、売上高の回復に取り組んでいきたい。 ・ 商店街では 2020 年 9 月 20 日~2021 年 1 月 31 日まで使えるプレミアム商品券を扱うことになり、当店ではクリスマス用に(オードブル、ローストチキン)お歳暮、お正月用に長く使えることをアピールしたポップを作り、ひそかに期待している。 ・ 新型コロナの影響により取引先飲食店の廃業が目立つ。特に都心部の取引先は次々とやめている。今後さらに廃業店が増えると思う。 ・ 新型コロナウイルスの影響で売出しができない。

<ul style="list-style-type: none"> ・ コロナウイルスの問題もあるが、道行く人たちが少ない。人材確保が難しい。家族でやっているのではなかなか頼めない。あと1～2年子どものために私たちは手伝って最後にしたいと思う。 ・ 新型コロナウイルスの影響でお客様の来店が減った。 ・ ミセス婦人服販売。新型コロナウイルスの影響で出かけないので服は不要。また自宅から出てこない。借入も使い終わったら倒産に・・・大田区45年婦人服販売、まだ閉店したくない。 ・ スーパーを営んでいるが、新型コロナウイルスの影響でプラスだったのが今後はマイナス方向へ。これにより競合他社との価格も含めた競争が激しくなる。世の中のお金のまわり次第。 ・ 自動車、不動産、旅行の三本柱で事業を開拓している。このうち旅行は壊滅的打撃を受けたが、旅行業専門ではないため乗り切ることができた。複数の財布を持つことの重要性を痛感した。 ・ 新型コロナウイルスによる品薄で注文があっても入荷難のため販売できない状況にある。 ・ 商店街の人出が新型コロナウイルスの影響で減少している。 ・ 学校、幼稚園等、卒業、入学、区役所等の催しが少なく、さらに結婚式、葬式においてもつぼ花、花束注文なし。昭和4年創業だが高齢者87歳、85歳、58歳家族なので、いつ閉店になるかわからない。 ・ 穏やかな巣ごもり需要で売上げが増加。 ・ 外出自粛の影響による来店客減少。
<p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国の税金が下がると嬉しい。 ・ 新型コロナウイルス対策の家賃支援給付金の申込みをしたが未だに回答がない。資金繰りも厳しくなっており、借入(借返)を希望しているが、申込先に迷っている。 ・ 2020年12月末を以て約35年間の経営に幕を下ろしたいと思っている。無事、無事故で企業の経営を終了することができた。

<p>建設業</p>
<p>人材確保や人材育成の状況・労働環境</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 人材不足、応募がない。 ・ 人材不足に伴う賃金の上昇が問題。 ・ 若手が続かない、育たない。 ・ 人材の高齢化のため、人材募集しているが建設業では求人の効果はなく、費用だけかかっている。 ・ コロナ禍の影響は今のところなし。2～3年後の景況に不安がある。 ・ 高卒求人の採用が2期ない。 ・ 人材確保のため求人誌に掲載中。 ・ 情報通信工事のため外国人を雇用するのは厳しい。 ・ 人手不足のため人材を確保したいが、この新型コロナウイルスによる影響で先が見えず求人も考え中。 ・ 若い人材の減少。 ・ 高卒などの若い人材の確保が難しいため、労働環境(時間)の改善や業績の確保(内製化)に影響が出る。 ・ 将来のため若い現場作業員を入社させる予定。
<p>取引先・競合先の状況</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 受注競争激化で見積り、価格の見直し等が必要。 ・ 今後の建設現場は働き方改革で休みが増え、月間稼働日数の減少が予想される。稼働率、出来高を上げていくことに全力を挙げたい。 ・ 年内仕事予定の現場が来年になってしまった。 ・ 下請け受注の割合が大きく、下請けの状態(受注、営業)により大きく左右されるので、常に新規開拓などに目を向けている。 ・ 新規参入者の相見積もりで原価を割る強要に、四苦八苦の受注。 ・ 主要取引先の設備投資が2020年度は圧縮されることが決定しているため売上の減少は見込んでいたが、加えて新型コロナウイルスの影響によりさらに投資が圧縮されている。 ・ 修理が主体なので客先が予算を絞ると影響が出る。

新型コロナウイルスによる影響・対応策等
<ul style="list-style-type: none"> ・ 工事一時中止による出来高不足。 ・ 工事発注元が新型コロナウイルスの影響を受け事業を縮小しており、下請け業者は受注額の減少・利益率の低下で経営が苦しくなっている。 ・ 受注減に歯止めがかからない。 ・ 事業継続が難しくなった。 ・ 4～7月までは現場ストップが多かった。9月から現場が戻ってきたがキャパオーバーになってしまった。 ・ オリンピックの不透明感がぬぐえない。 ・ 決まっていたリフォーム等工事がお客様の要望で延期になった。 ・ 建設現場の一時封鎖や新型コロナウイルスによる受注残のキャンセルがあった(大手からの仕事減少)。 ・ 仕事の減少により価格競争に入っている状況。 ・ 各現場ごとに対応がまちまちである。建設現場のうち新築は特に密な状態になることはあまりない。熱中症の方がより心配だった。
その他
<ul style="list-style-type: none"> ・ 大田区発注の道路維持工事に特化しており、景気に左右されずに受注している。 ・ 暑さが厳しかったため体調を少し崩すものが出て、予定の変更を余儀なくされている。 ・ 売上高は前年度比で減少するも高利益率案件の受注により、業績は続伸。ただし一時的な可能性も否めないため今後の市場動向を注視する必要があると思う。

運輸業
人材確保や人材育成の状況・労働環境
<ul style="list-style-type: none"> ・ 運送業なのに免許取得が適していない若手が入社してきた。当社では免許の取得のための教育を会社で行っている。人材育成に関する補助金を手厚くしていただきたい。 ・ 慢性的な人手不足、定着率が低い。
取引先・競合先の状況
<ul style="list-style-type: none"> ・ 取引先(売上の80%)の景気が新型コロナウイルスの影響で下がっているため、値上げ交渉ができずにいる。取引先の支店長が変わると状況が変わるため、今年値上げできるはずであったが来年度に持ち越しとなった。来年も状況によっては厳しいかもしれない。 ・ 仕事量が減少しており、この先が不安になる。 ・ 取引先の事業縮小に伴う減少。
新型コロナウイルスによる影響・対応策等
<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルスの影響で外出が減少し、タクシーの利用が大きく減少したため、大打撃を受けている。 ・ 大手からの仕事が減った。 ・ 新型コロナウイルスにより顧客からの受注が減少傾向にあるため、売上にも大きく影響。今後の先行が不安。 ・ 新型コロナウイルス対策の動きによって販路を広げる等の検討を行うため、新型コロナウイルスが収束しようが共存しようが早く結論を出してほしいです。 ・ 新型コロナウイルスによる影響で2020年4～6月は売上が大幅減。その影響で今期は大変厳しい決算になる模様。またドライバーを募集しても集まらず大変困っている。 ・ 新型コロナウイルスのせいでイベントがなくなり売上が減少。 ・ 当社、主要取引先は輸出型企業ため、輸出減の影響を受けやすい。 ・ 輸出入取扱貨物の減少。 ・ 飲食店の来客数減少に伴う荷動きの悪化による収益の減少。 ・ 新型コロナウイルスの影響で入居テナントの業績の悪化が止まらない。大田区として何らかの支援策を考えてほしい。 ・ 新型コロナウイルスの影響により、海外からのコンテナの流入がなくなり大幅に輸送量が低下したため収益が大きく減少した。 ・ 新型コロナウイルスの影響で取引先の売上が減少し、出荷業務を請負っている当社は出荷量の減少により売上が減少。 ・ 新型コロナウイルスによりインバウンドの消滅で物流が停滞している。 ・ ワクチンが配布されるまで我慢するしかない。 ・ 売上減、雇用の維持。

金融機関より

※ ご協力いただいた金融機関（共立信用組合・さわやか信用金庫・芝信用金庫・城南信用金庫：50音順）からのコメントを掲載します。なお、コメントは順不同で掲載しています。

《令和2年7～9月期における、区内企業との取引（預金・融資量の推移等）を通しての区内の業況》

- ◆ 製造業において受注減、仕入れ先の生産停止、代替調達先の確保難などが顕著になっている。需給のバランスが崩れ、在庫管理が難しくなっている。融資・補助金により資金繰りを確保している状況。自動車関連・アパレル関連の売上減少が特に激しい。
- ◆ 製造業の業況については、新型コロナウイルスの影響をほぼ受けていないところもあれば先行きが見通せていない取引先もある。全体としては売上減少傾向にあり厳しい。
- ◆ 製造業においては自動車関連企業の売上減少が顕著だが、全体的には通常時の20%～30%の減少という企業が多く、今後の見通しも不透明なところが多い。
- ◆ 卸売業においては、飲食関連が特に低迷。緊急事態宣言直後と比較し、若干回復基調にある。
- ◆ 小売業においては消費意欲の低下により客足が伸びない。巣籠り需要に関連する商品の売れ行きは好調。GoToキャンペーンに期待。
- ◆ インターネットを通じて物販を行っている業種については売上向上しているところが多い。同様にデリバリーサービスを提供している取引先に関しては売上底堅い。
- ◆ サービス業においては、新型コロナウイルス対策のため、席数の間引きや営業時間短縮など、本来のキャパシティ以下で営業しているため、引き続き売上げが厳しい状況が続く。飲食業は底打ち。各種イベント中止の影響で、関連企業は大きな打撃を受けている。資金調達を行った企業が多い。
- ◆ 飲食店やタクシー業界の業況は特に悪く事業性融資並びにフリーローンの申込割合が多い。
- ◆ 観光業の業況は厳しい。GoToキャンペーンも始まったが代理店において一時的な資金立替が発生してしまうためキャッシュフロー悪化の要因となっている。
- ◆ 飲食業に関しては、新型コロナウイルスの影響を受け、売上が大幅に減少している。
- ◆ 建設業においては、一時中国などからの資材確保が困難となっていたが、現在は解消しつつある。工期の延期も少なくなり、平時の状態に戻つつある。
- ◆ 不動産業においては、他の業種と比較し安定しているものの、商業ビル等に関してはテナント退去などが散見される。
- ◆ 不動産業や製造業その他サービス業も新型コロナウイルスの影響で売上が減少しており、資金繰り安定のため、感染症対応の新規融資実行が8月まで多くあり融資量は増加傾向にあったが、9月に入り落ち着いてきた。
- ◆ 新型コロナウイルスの影響で当初飲食店を直撃していたが、現在は製造業への影響が大きくなっている。
- ◆ 預金に関しては、感染症対応の新規融資実行の歩留分があり、一定水準を維持している。
- ◆ 売上回復が遅れている一方新型コロナウイルス関連の資金融資利用先が多く、流動性口座に預金歩留まり傾向にある。
- ◆ 融資についてはコロナ関連融資の実行が続き増加傾向であるが、融資金がすぐに支払い等に充てられるため、預金量はさほど増加が見られない。
- ◆ 新型コロナウイルス感染拡大の影響により先行き不透明感が払拭できないことから、手持ち資金増加を図る目的での融資申し込みが多かった。
- ◆ 幅広い取引先から融資相談があり、未だ売上が新型コロナウイルス感染拡大前まで改善している取引先は少なく、厳しい状況が続いている。

《金融機関や行政が行っている取り組みやサービスについて、区内企業から寄せられた要望や相談》

- ◆ 各種助成金の支援についての問い合わせは、引き続き多い。
- ◆ 有利な融資商品、補助金の情報は適時欲しい。
- ◆ セーフティネット等をWeb上で申請出来るようにして欲しい。
- ◆ 助成金の要件緩和を求める声があった（持続化給付金・雇用調整助成金など）。
- ◆ 先々の見通しが立たず今後の手元資金に不安が残るためコロナ対策融資申込期限を現在以上に延長して欲しい。
- ◆ 給付金関係の支給に多くの時間を要するところを改善して欲しい。

- ◆ 大田区コロナ資金のあっせん取得に納税証明書が必要になるが個人事業主の証明書発行手数料が免除になる一方、法人名義の納税証明書発行には手数料がかかる。不公平感もあるため法人名義の納税証明書発行に関しても手数料免除をしてほしい。
- ◆ 新型コロナウイルスの影響により、感染症対応の融資に関する相談・申し込みが多くあった。
- ◆ 持続化給付金、家賃補助金、雇用調整助成金等の問い合わせもあった。
- ◆ 商工会議所の新型コロナウイルス感染防止対策補助金等も問い合わせがあった。
- ◆ 感染症対応の融資相談に関しては反響が大きく、特に利子補給や信用保証料補助に関する相談が多くあった。
- ◆ 新型コロナウイルスで影響のある事業者から助成金等の公的支援の情報提供の依頼があった。
- ◆ 最近では家賃支援給付金(国・都)に関するものが増加している。
- ◆ ビジネスマッチングの相談。
- ◆ 法律相談窓口はないかとの相談があった。
- ◆ 一時的な資金調達は出来たが、今後の返済が不安。
- ◆ 取引先の廃業等により、代替えの企業・業者を紹介して欲しいとの依頼があった。
- ◆ 事業承継・廃業支援についての問い合わせが増加。コロナ禍のデジタルシフトに伴って、若い世代への事業承継を進めようとする企業が増えた。後継者のいない企業では、廃業・事業譲渡が以前よりも一般的になり、検討する先が増えたように感じる。
- ◆ 製造業から取引先の紹介を求める要望があったため、大田区ものづくり受発注商談会を提案し参加申し込みに至った。
- ◆ 製造業の全体的な業況を知りたいとの要望があった。
- ◆ 資金確保の手段のひとつとして、クラウドファンディングを希望する企業が増えた。

《その他、大田区の景況感に関する事項》

- ◆ 大手企業からの受注が減少したという話が多く聞かれ、全体的な需要の低下を感じる。
- ◆ 5G等、先進技術関連の業種は回復が早い。
- ◆ コロナ禍で大きな打撃を受けた企業には閉塞感が蔓延している。
- ◆ 最悪期は脱したとみる経営者が多い。
- ◆ 借入制度の充実により手元資金は余裕が有り、当面の資金繰りは問題ない取引先も見受けられる。
- ◆ 全体的な景況感が悪いものの、倒産するほどでもないが、じわじわと体力を奪われている状況が続いており先行きの不安感が強い。
- ◆ 複数の製造業者から後継者がなく廃業の検討や、自前の工場事務所を賃貸物件に建替える構想等をヒアリングした。
- ◆ 全体的に景況感が悪く、特に建設業においては工事現場が休みとなった場合、売上入金が後ろ倒しになるため、徐々に業況が悪くなっているイメージが強い。
- ◆ 飲食業は売上の減少が著しく、休業をせざるを得ない事業者もいる。特に店舗を借りて営業している取引先、従業員を多く雇用している取引先は固定費が大きいいため、困窮している。今後もこの業況が続くと廃業しなければならない事業者が増えていくと思われる。
- ◆ 現状は借入金や給付金で資金面は一時的に安定しているが、このまま業況の停滞が続けば、倒産や廃業せざるを得ない企業が相当数あると思われる。
- ◆ 新型コロナウイルス蔓延により、多業種にわたり売上減少等の影響が大きくなってきている。特に飲食等サービス業、イベント関係、テナントを抱える不動産賃貸業が顕著に表れている。
- ◆ 新型コロナウイルス終息までは経済の停滞は続くことが予想され、区内企業も大多数が影響を受け、倒産や廃業件数は増えていくと思われる。人口が都心から流れてくることが予想される大田区としては金銭的な支援はもちろんであるが、何か独自の大胆な政策が必要であると思う。
- ◆ HP整備をはじめ、デジタルシフトが進んでいる企業とそうでない企業との業況差が大きくなっている。未着手であった企業は、コロナ禍での営業環境整備や方針転換に時間がかかっており、既にデジタル化を進めてきた企業は対面営業が難しい現状でもオンラインで営業活動を継続している。
- ◆ 新型コロナウイルス関連融資申込については、ピークが過ぎた印象。融資実行により手元資金に安心感が得たこの時期に、自社のビジネスモデルを見直す企業もある。

日銀短観

[調査対象企業数]

(2020年9月調査)

	製造業	非製造業	合計	回答率
全国企業	3,944社	5,593社	9,537社	99.3%
うち大企業	995社	897社	1,892社	98.7%
中堅企業	1,026社	1,652社	2,678社	99.3%
中小企業	1,923社	3,044社	4,967社	99.5%

(参考)事業計画の前提となっている想定為替レート(全規模・全産業)

円/ドル	2020年6月調査	2019年度		2020年度			
		上期	下期	上期	下期	2020年9月調査	
円/ドル	2020年6月調査	108.73	108.88	108.59	107.87	107.88	107.86
円/ドル	2020年9月調査	—	—	—	107.34	107.39	107.3
円/ユーロ	2020年6月調査	121.65	122.17	121.13	119.74	119.74	119.74
円/ユーロ	2020年9月調査	—	—	—	120.42	120.35	120.49

[業況判断]

(「良い」-「悪い」%ポイント)

	2020年6月調査		2020年9月調査			
	最近	先行き	最近	変化幅	先行き	変化幅
大企業						
製造業	-34	-27	-27	7	-17	10
非製造業	-17	-14	-12	5	-11	1
全産業	-26	-21	-21	5	-14	7
中堅企業						
製造業	-36	-41	-34	2	-30	4
非製造業	-27	-29	-23	4	-25	-2
全産業	-30	-33	-28	2	-27	1
中小企業						
製造業	-45	-47	-44	1	-38	6
非製造業	-26	-33	-22	4	-27	-5
全産業	-33	-38	-31	2	-31	0
全規模合計						
製造業	-39	-40	-37	2	-31	6
非製造業	-25	-28	-21	4	-24	-3
全産業	-31	-34	-28	3	-27	1

[売上高・収益計画]

(前年度比・%)

		2019年度(計画)		2020年度(計画)	
		修正率	修正率	修正率	修正率
大企業	製造業	-3.2	—	-6.7	-4.1
	国内	-1.9	—	-6.3	-4.5
	輸出	-5.9	—	-7.5	-3.4
	非製造業	-2.5	—	-3.9	-2.5
中堅企業	全産業	-2.8	—	-5.0	-3.2
	製造業	-1.2	—	-7.8	-3.3
	非製造業	1.9	—	-6.9	-3.2
	全産業	1.1	—	-7.2	-3.2
中小企業	製造業	-2.7	—	-9.8	-2.1
	非製造業	0.3	—	-9.1	-1.7
	全産業	-0.4	—	-9.3	-1.8
	製造業	-2.8	—	-7.4	-3.7
全規模合計	非製造業	-0.6	—	-6.2	-2.4
	全産業	-1.4	—	-6.6	-2.8

(注)修正率・幅は、前回調査との対比

[需給・在庫・価格判断]

(%ポイント)

中小企業		2020年6月調査		2020年9月調査			
		最近	先行き	最近	変化幅	先行き	変化幅
国内での製商品・サービス需給判断 〔「需要超過」-「供給超過」〕	製造業	-45	-46	-43	2	-41	2
	うち素材業種	-50	-49	-48	2	-45	3
	加工業種	-42	-43	-41	1	-38	3
	非製造業	-29	-32	-28	1	-30	-2
海外での製商品需給判断 〔「需要超過」-「供給超過」〕	製造業	-42	-40	-39	3	-34	5
	うち素材業種	-48	-47	-46	2	-39	7
	加工業種	-37	-37	-34	3	-30	4
	製商品在庫水準判断 〔「過大」-「不足」〕	製造業	28	25	25	-3	30
製商品流通在庫水準判断 〔「過大」-「不足」〕	うち素材業種	32	21	21	-4	31	-2
	加工業種	25	25	25	-4	37	-1
	製造業	33	29	25	-4	31	-2
販売価格判断 〔「上昇」-「下落」〕	うち素材業種	38	37	37	-1	25	-4
	加工業種	29	25	25	-4	25	-4
	製造業	-8	-11	-8	0	-9	-1
	うち素材業種	-8	-8	-6	2	-6	0
仕入価格判断 〔「上昇」-「下落」〕	加工業種	-9	-13	-9	0	-11	-2
	非製造業	-8	-9	-7	1	-7	0
	製造業	12	17	14	2	20	6
	うち素材業種	7	15	12	5	17	5
加工業種	14	19	14	0	21	7	
	非製造業	9	15	12	3	15	3

東京都と大田区の企業倒産動向(令和2年9月)

1. 東京都の倒産概況

(単位:件・億円)

	令和元年9月		令和2年8月		令和2年9月		前月比	前年同月比
	件数	金額	件数	金額	件数	金額		
件数	142	498	127	133	106	145	-21	-36
金額							12	-353

2. 東京都の原因別倒産動向

(単位:件・億円)

放漫経営	過小資本	他社倒産の余波	既住のしわ寄せ	販売不振					
7	37.3	2	3.0	4	6.9	9	15.3	81	77.4
売掛金回収	信用性低下	在庫状態悪化	設備投資過大	その他					
0	0	0	0	0	1	3	2	2.4	

3. 東京都の業種別・規模別倒産動向

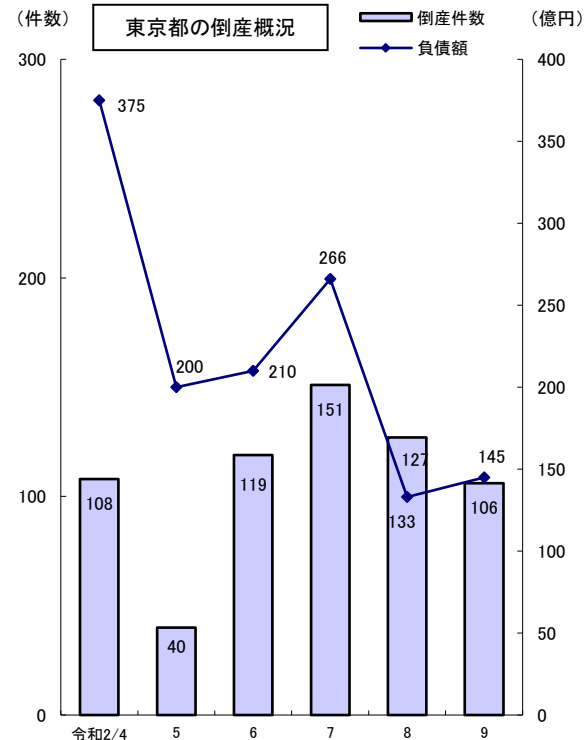
(単位:件・億円)

	件数			金額		
	前年同月	前月	当月	前年同月	前月	当月
製造業	20	5	8	99	5	37
卸売業	31	28	19	326	58	27
小売業	16	11	13	28	24	13
サービス業	27	25	23	10	14	12
建設業	16	13	8	11	13	2
不動産業	1	7	6	0	4	17
情報通信業・運輸業	13	21	9	9	12	7
宿泊業・飲食サービス業	13	12	17	6	3	24
その他	5	5	3	10	1	3
合計	142	127	106	498	133	145

4. 大田区内の令和2年9月の倒産動向

業種	件数	負債総額
製造業	0件	0百万円
卸売業	3件	520百万円
小売業	0件	0百万円
サービス業	0件	0百万円
建設業	0件	0百万円
不動産業	0件	0百万円
情報通信業・運輸業	1件	205百万円
宿泊業・飲食サービス業	0件	0百万円
その他	0件	0百万円
合計	4件	725百万円

(株)東京商工リサーチ調べ



特別調査「新型コロナウイルス感染症の影響および対策について」

- ① 前年同月を「100」とした場合の2020年7～9月の各月の売上は、「80～89」が7月15.6%、8月15.3%、9月16.7%でそれぞれ最多。
- ② 新事業や新製品・サービスの展開への着手状況は、「今後も特段の予定がない」が73.8%で最多。
- ③ 新事業や新製品・サービスの展開にあたっての課題は、「販路開拓」が50.5%で最多。
- ④ 労務管理面の対策は、「マスク着用、手洗い励行などの注意喚起」が87.3%で最多。
- ⑤ 労務管理対策の効果は、「業務効率化による生産性の向上」が15.6%で最多。

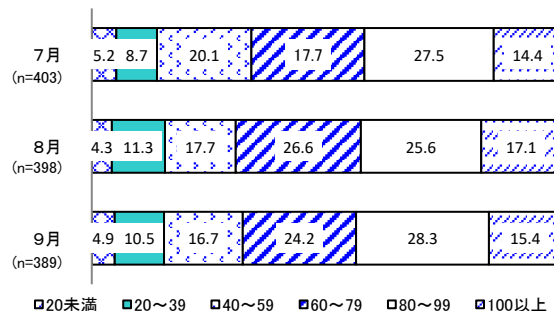
注1：図表中の数値は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計数値が100%にならないことがあります。

注2：グラフの横に記載している「n」は、有効回答件数を意味しています。

問1. 2020年7～9月の各月の売上について（前年同期比）

2020年7～9月の各月の売上をみると、7月は「80～89」が15.6%と最も多く、次いで「70～79」が13.2%、「90～99」が11.9%と続いた。8月は「80～89」が15.3%、「70～79」が13.8%、「60～69」が12.8%となった。9月は「80～89」が16.7%、「70～79」が14.4%、「90～99」が11.6%となった。

業種別にみると、建設業は7月は「50～59」、9月は「40～49」がそれぞれ最も多く、7月は17.5%、9月は13.8%を占めている。



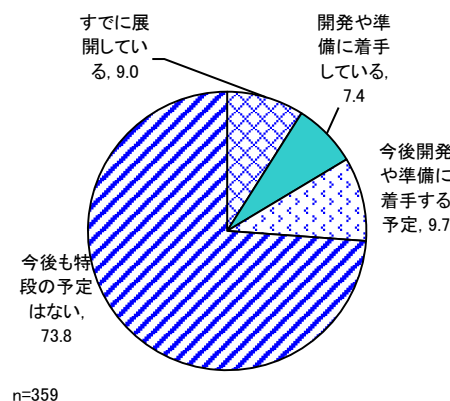
※グラフは、「20未満」から「100以上」を20単位で区切り作成。

問2. 新事業や新製品・サービスの展開への着手状況について

新事業や新製品・サービスの展開への着手状況は、「今後も特段の予定はない」(73.8%)を除くと、「今後開発や準備に着手する予定」が9.7%で最も多く、次いで「すでに展開している」が9.0%、「開発や準備に着手している」が7.4%と続いた。

業種別にみると、製造業では「開発や準備に着手している」(10.9%)が最も多く、小売業では「すでに展開している」(21.1%)、建設業(11.0%)、運輸業(9.5%)では「今後開発や準備に着手する予定」が最多となった。

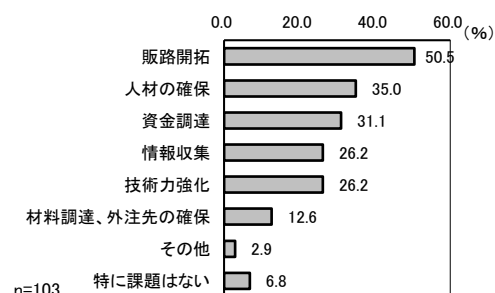
なお、「今後も特段の予定はない」はすべての業種で半数以上であった。



問3. 新事業や新製品・サービスの展開にあたっての課題について

問2で新事業や新製品・サービスの展開(予定)している企業に、展開にあたっての課題について尋ねたところ、「販路開拓」が50.5%で最も多く、次いで「人材の確保」が35.0%、「資金調達」が31.1%と続いた。なお、「特に課題はない」は6.8%であった。

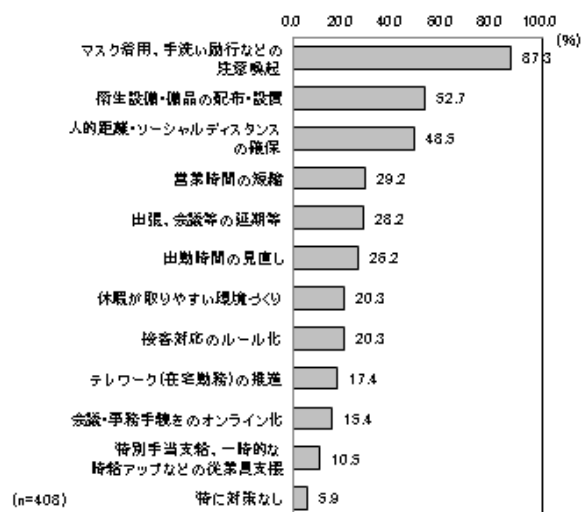
業種別にみると、製造業(62.2%)、運輸業(46.2%)、小売業(42.3%)で「販路開拓」が最も多く、建設業では「人材の確保」(57.9%)が最多となった。



問4. 労務管理面の対策について

労務管理面の対策は、「マスク着用、手洗い励行などの注意喚起」が 87.3%で最も多く、次いで「衛生設備・備品の配布・設置」が 52.7%、「人的距離・ソーシャルディスタンスの確保」が 48.5%、「営業時間の短縮」が 29.2%、「出張、会議等の延期等」が 28.2%と続いた。なお、「特に対策なし」は 5.9%であった。

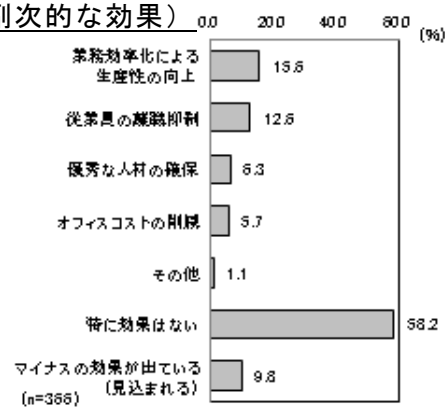
業種別にみると、すべての業種で「マスク着用、手洗い励行などの注意喚起」が 8 割以上を占め、最も多くなかった一方、「衛生設備・備品の配布・設置」「営業時間の短縮」「接客対応のルール化」などでは業種間で差がみられた。



問5. 労務管理対策の効果について（感染予防の観点以外の副次的な効果）

労務管理対策の効果は、「業務効率化による生産性の向上」が 15.6%で最も多く、次いで「従業員の離職抑制」が 12.6%、「優秀な人材の確保」が 6.3%、「オフィスコストの削減」が 5.7%と続いた。なお、「特に効果はない」は 58.2%、「マイナスの効果が出ている(見込まれる)」は 9.8%であった。

業種別にみると、製造業、小売業では「業務効率化による生産性の向上」が最も多く、それぞれ 20.3%、12.9%となり、建設業、運輸業では「従業員の離職抑制」が最も多く、それぞれ 16.1%、18.6%となった。



このほか、新型コロナウイルスを機に始めた『新事業や新製品・サービスの展開』および『労務管理対策』のテーマに関して、次のヒアリング調査を実施した。

【『コロナ禍で始めた新事業・新サービス』ヒアリング結果】

問2(1)で、新型コロナウイルス感染症の拡大を受けた新事業や新製品・サービスの展開に「すでに着手している」「開発や準備に着手している」と回答した 10 社にヒアリングを行った。

1. 新事業や新製品・サービスの展開状況の詳細

新事業や新製品・サービスの詳細内容	製造業においては、これまで培ってきた技術力を背景に、新たに販売事業に着手する企業が多くみられた。このほか、ドローン事業、ネット販売代行業業、配達サービス、オンラインによる飲食予約など、コロナ禍において特徴的な新事業・サービスが目立った。
新製品・サービスの展開に着手したきっかけ	マスク不足、在宅勤務の励行、外出自粛、GoTo Eat キャンペーン等、新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、自社のノウハウの活用を目的に新事業を開始した事例がみられた一方で、経営戦略としての事業の多角化、既存取引先との取引深耕等を目的として、新事業に着手した事例もあった。

業績への貢献度合いや既存事業への影響	まだ業績への貢献度は低いといった声も聞かれたが、新規顧客の開拓、利用者の客単価の増加など、一定の効果を実感している企業が多かった。中には、売上全体の30%、5~10%など、すでに業績に貢献している企業もみられた。また、社員のモチベーションのアップなど、業績以外への影響を挙げる企業もあった。
新製品・サービスの展開にあたり相談した先	新製品やサービスの利用者や、専門分野における知見をもつ有識者、専門のコンサルティング業者等が挙げられた。一方で、特に相談した先はないという回答も多く見受けられた。
新たに取引を開始した企業(業種)	包装資材メーカー、雑貨の卸売業者等が挙げられたが、既存事業の延長で、特に新たに取引を開始した企業(業種)はないという回答も多くみられた。
新型コロナウイルスの収束後も継続して行っていくか	ヒアリングを行ったすべての企業において、継続予定との回答が得られた。中には、将来的に主軸事業としたい、新たな事業の柱にしたいという意向の企業もあり、いずれも長期的な方向性がうかがえた。

2. 新事業や新製品・サービスの展開にあたっての課題やその対応方法

人材の確保	<ul style="list-style-type: none"> ・販売員の確保が課題であり、外国人の受け入れを考えている。 ・人脈などを活用し、採用を行う意向。 ・WEB系に特化した人材の確保が課題であったが、すでに採用し、充足済み。 ・基本的に代表が担当しているが、多忙時は代わりの確保が難しいため、時間に余裕を持たせて対応している。
資金調達	<ul style="list-style-type: none"> ・分社化を検討しているが、新たに資金を調達できるか不安。実績を作って単独で資金調達できるようにしていく。 ・長らく無借金経営を維持しているが、直近決算は赤字という事もあり、資金調達を検討している。持続化給付金の申請、取引金融機関への相談を行った。
販路開拓	<ul style="list-style-type: none"> ・製造業で、商社機能がなく、物販の販路開拓が課題。既存顧客への販売を皮切りに、紹介等により拡大していく予定。 ・新事業を開始したばかりなので販路に乏しい。販売店を増やすとともに、催事販売も増やしていく。 ・リピーターへの再認知。DMと展示会の利用。 ・自社ホームページからの新規問い合わせもあるが、小口の案件が多く、対応に手間がかかる。ホームページの入力フォームで完結できる見積システムの自社開発を検討している。 ・民間企業への販路開拓に向けた活動を行っているが、現状は事業構築段階であり進捗は芳しくない。代表者の直接営業による販路開拓を武器として、アプローチ先企業のニーズ創出に注力していく方針。 ・メール一括送信による集客を実施。
情報収集	<ul style="list-style-type: none"> ・新事業を進めていくための情報発信。SNSでの情報発信のみならず、評判の良い他社製品を取り寄せて研究する。 ・常に更新される新しい情報や専門知識等の収集に苦戦している。業界紙の購読や業界関係者との交流、事業開始当初から構築してきた人脈を用いた情報収集を実施し、課題解決に努めている。 ・ニーズの把握が課題であり、口コミや来店客の声を重視している。 ・補助金などの情報を自分で調べなければならない。具体的な解決策がない。
技術力強化	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の技術が年月を経て遅れをとるため、新しい技術の研究を進めていく。 ・社員の技術力向上に対する意欲不足が課題であり、社員の声に耳を傾けながら、成長に向けた助言を適宜行っている。 ・WEB系ノウハウが不足しており、専門のコンサルティング業者との連携により対応。
材料調達・外注先の確保	<ul style="list-style-type: none"> ・原材料価格の上下で利益が変動するため、取引先を広げてリスクを分散させている。

<コロナ禍での展開において特に注意した点>

マスク着用、手洗い励行、衛生設備・備品の配布・設置、ソーシャルディスタンスの励行、訪問営業の自粛等の顧客や従業員の健康管理、予防対策

<今後の懸念事項>

- ・ 今後は同業他社の新規参入も予想され、価格競争による採算性の低下が想定される。そのため、同業他社に先行するためにスピード感を持った事業展開を図っていく方針。
- ・ 従来来店が無かった客層が来店しているため、今後店内におけるマナーの悪化、クレームの増加などが懸念される。
- ・ コロナ禍で地方や海外の工場に出向くことができず、現場を見ることができないため、商談が進まない。

3. 新事業や新製品・サービスの展開に関する行政や各機関への意見・要望

大田区	・金利減免だけでなく、保証協会を外しての借入金調達メニューがあるとよい。
東京都や国	・キャンペーンやサービス券の案内の周知の徹底。内容に関する説明の徹底。
大田区産業振興協会	・展示会の実施をお願いしたい。
それ以外 (上記すべて)	・新事業のための情報が少なく、専門家によるアドバイスや資料の提供をしてもらいたい。 また、新事業のための助成を活発に行ってほしい。 ・補助金、助成金などに関する情報をホームページ、広報などで公表する際は分かりやすく掲載してほしい。

【『コロナ禍の労務面での工夫点』ヒアリング結果】

問4(1)で、新型コロナウイルス感染症の拡大に対する労務面の対策として、独自の対策や複数の対策を実施していると回答した企業8社にヒアリングを行った。

1. 各社で実施している独自の対策例

- ・ 自家用車による通勤を可とした。三密を避けるため、電車通勤を利用しないこととし、社員が感染するリスクを回避した。また、テレワークの実施に伴い、業務における情報共有化システムを強化。情報共有化システムを、社員間のツールに標準化させるまでに時間を要したものの、費用面はさほど負担にはならず、現場社員の情報の共有化が進み、工事等で連携ミスがなくなるといった効果もあった。
- ・ 電気工事を行う都合上、マスクでは熱中症等の危険性が高まるため、現場作業員向けに親会社と共同でフェイスシールドを開発。想定以上にフェイスシールドを必要とする場面は少なかったが、建設現場における感染症対策を行いながらも、熱中症リスクを低減させることができた。
- ・ 共用部の消毒として、全員の持ち回りで、出入口扉のノブ、電灯のスイッチ、応接セット付近等の消毒を行っているほか、飛沫防止のため、遮蔽幕をデスク周りに設置。消毒を実施しても感染防止は完全ではないが、若干の安心感と、社内の一体感が生まれた。
- ・ 起床後と就寝前の朝晩2回の検温を全社員に徹底し、1ヵ月記録した上で会社に提出し、従業員の健康管理を実施。平熱の誤差範囲を超える場合は会社へ連絡し、健康状態を報告した上で、診療を行うフローとした。緊急事態宣言後は通常業務に戻りつつある中、検温はいつまで続けるのかという声が大きくなっているものの、体温計を支給することで、会社としての対応に理解してもらえるように努め、継続してモニタリングを行っている。その結果、社員の健康意識が高まり、具体的なデータはないものの、体調不良を訴える従業員が減っていると感じている。

2. 新型コロナウイルス感染症の拡大に対する労務面の対策

現在すでに実施をとりやめた対策とその理由	<ul style="list-style-type: none"> ・出勤時間の見直しを通常に戻した。また、会議・事務手続きのオンライン化は限定的となった。 ・原則として早番・遅番のオフピーク通勤を主体とする体制となってきたため、テレワーク(在宅勤務)の推進については、原則として廃止とした。
新型コロナウイルスの収束後も継続して行っていく可能性が高い対策(制度)	<p>すべての対策を継続予定(2件)、出勤時間の見直し・時差出勤(2件)、テレワーク(2件)、出張や会議の見直し、衛生設備・備品の配布・設置、休暇を取りやすい環境づくり、人的距離の確保。職場に入る前の検温並びに手洗い。職場・客先・公共機関でのマスクまたはマウスシールド・フェイスシールドの着用。</p>
コロナ禍での労務対策(全般)における課題や苦労した点とその対応	<ul style="list-style-type: none"> ・社員の管理が難しい。日々の業務活動を完全に把握するには至っておらず、報告業務を含めて、今後の課題となっている。 ・お客様への訪問などの営業活動が制限され、新規案件の進捗遅れなどが発生した。 ・営業担当がなかなか顧客と接触できない。また、顧客ごとに対策基準が違うことが多く、ケースバイケースで対応せざるを得なかった。 ・職場において高齢者(65歳以上)の労働者が数名いるが、感染リスクを考慮し、高齢者の勤務体系を変更。通勤を公共機関利用からレンタカーに変更したため、レンタカーの長期確保による臨時の支出が発生した。 ・記録的な猛暑が続いた中、夏場のマスク着用は熱中症リスクが高まるため、従業員への着用の徹底が難しかった。ただ、先方との取り決めで着用機会が増えるほか、会社側で熱中症対策(水分の支給等)を行うことで、着用の徹底を促した。
コロナ禍での労務対策(全般)による影響(プラス面)	<ul style="list-style-type: none"> ・緊急事態宣言等により、営業活動が限定されたことで時間に余裕が生まれ、若手社員の社員教育等に力を入れることができた。 ・社内において労務対策を検討するきっかけとなった。 ・働き方改革としてのフレックスタイム制の導入の足掛かりとなった。 ・観光業が大きな影響を受けたことで、同業界からの入社希望者が増えている。長年採用難であったため、若手人材を確保できる点がプラスとなっている。
コロナ禍での労務対策(全般)による影響(マイナス面)	<ul style="list-style-type: none"> ・商品開発ならびに製造工程に遅れが出始めた。 ・新規案件の減少などで業務量が減少したことで、常時抱えていた協力業者を手放すことになってしまい、今後の業務に支障をきたす可能性がある。 ・臨時費用の支出、雇用調整による生産性の低下、高齢者の体調・体力維持。 ・会議、事務手続きのオンライン化やテレワーク(在宅勤務)を推進するためのハード面(設備)の体制構築が難しい。 ・営業時間や稼働人員の減少による売上高の落込み。

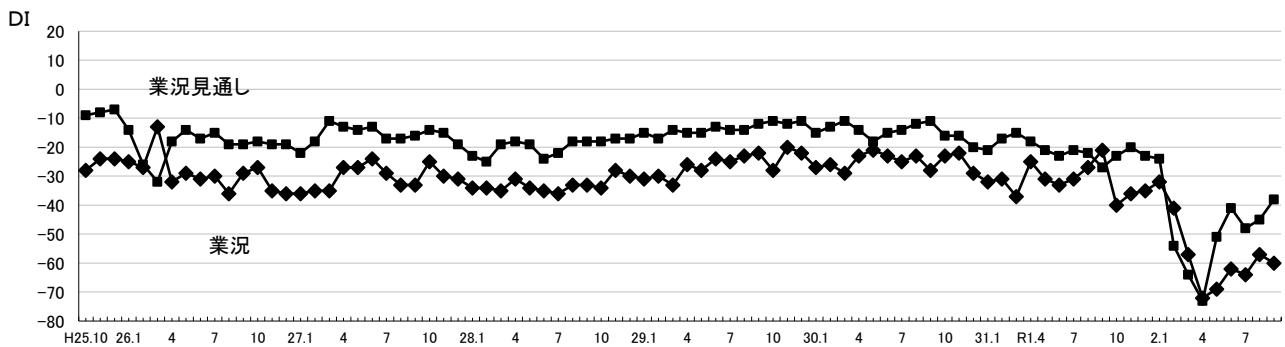
3. 「新型コロナウイルス感染症の拡大に対する労務面の対策」に関する行政や各機関への意見・要望

大田区	<ul style="list-style-type: none"> ・助成金の増額。協力業者、得意先とのマッチング機会を設けてほしい。 ・大田区に営業所をもつ法人でも対象となる制度を積極的に宣伝してほしい。 ・業種・業態に見合った具体的な感染防止策や雇用対策の提示や指導。
東京都や国	<ul style="list-style-type: none"> ・助成金制度の新設。 ・雇用調整助成金の期間延長。 ・GoTo キャンペーン等の経済対策より、今しばらくは感染防止策や雇用対策に注力してほしい。
大田区産業振興協会	<ul style="list-style-type: none"> ・協力業者、得意先とのマッチング機会を設けてほしい。
それ以外(上記すべて)	<ul style="list-style-type: none"> ・助成金の増額と早期対応。 ・金利負担等を中期的に支援してほしい。

東京都内の概況

業況：製造業で多少改善した一方、
卸売業、小売業、サービス業は前期並で推移
見通し：すべての業種で改善

都内中小企業の景況



概況

令和2年7～9月の都内中小企業の業況DI（業況が「良い」とした企業割合－「悪い」とした企業割合）は、前期比で2ポイント増加し△60と前期並に推移しました。今後3か月間（令和2年10～12月）の業況見通しDIは、△38と非常に大きく改善すると見込まれています。

製造業

前期（令和2年6月）と比較すると、業況は多少改善し、売上高も多少改善しました。

価格面では、販売価格は前期並に推移し、仕入価格はわずかに上昇傾向に転じました。

業種別に見ますと、「電気機器」は非常に大きく改善しました。「紙・印刷」も大きく改善し、「住宅・建物関連」、「その他」は多少改善し、「衣料・身の回り品」、「材料・部品」、「一般・精密機械等」は前期並の悪化傾向で推移しました。

今後3か月見通しの業況は非常に大きく改善し、売上高は前期並の減少傾向で推移すると予想されています。

小売業

前期（令和2年6月）と比較すると、業況は前期並の悪化傾向で推移し、売上高は非常に大きく悪化しました。

価格面では、販売価格は下降傾向が多少強まり、仕入価格も下降傾向がわずかに強まりました。

業種別に見ますと、「耐久消費財」は大きく改善し、「食料品」もわずかに改善しました。一方で「衣料・身の回り品」、「日用雑貨」、「余暇関連」は多少悪化しました。

今後3か月見通しの業況は大きく改善し、売上高は多少改善すると予想されています。

サービス業

前期（令和2年6月）と比較すると、業況は前期並の悪化傾向で推移し、売上高はわずかに悪化しました。

価格面では、販売価格は前期並の下降傾向で推移しました。

業種別に見ますと、「個人関連サービス」は多少改善し、「企業関連サービス」は前期並の悪化傾向で推移しました。

今後3か月見通しの業況は非常に大きく改善し、売上高もわずかに改善すると予想されています。

大田区産業経済部産業振興課

TEL：5744-1363 FAX：5744-1528

E-mail：sangyo@city.ota.tokyo.jp

※調査結果のお問い合わせは、下記調査主体までご連絡ください。

公益財団法人大田区産業振興協会 事業戦略担当

TEL：3733-6466 FAX：3733-6459

E-mail：jigyol315@pio-ota.jp