

東商けいきょう集計結果2021年1～3月期

(中小企業の景況感に関する調査)

付帯調査：①新型コロナウイルスによる経営への影響について

②採用の動向について

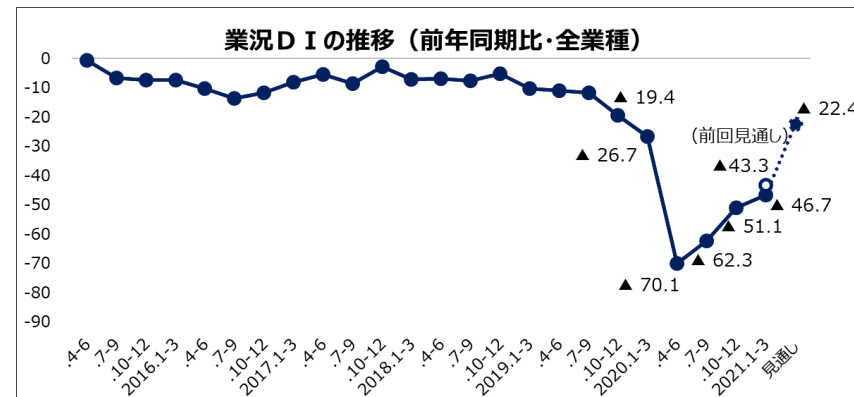
2021年3月16日

東京の景況は小幅に改善するも、 コロナ以前の水準への回復はいまだ見通せず

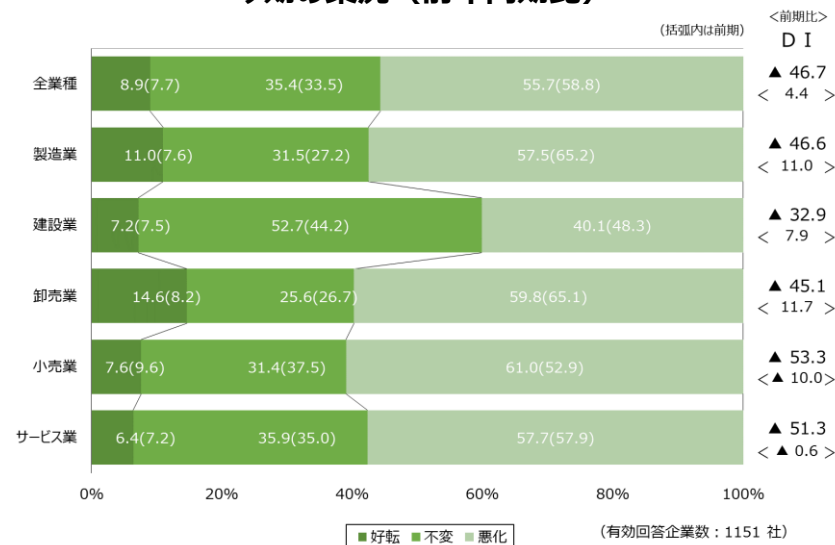
業況DIは前期（10～12月期）と比べ、4.4ポイント改善の▲46.7

※業況DI＝「好転」の回答割合－「悪化」の回答割合。前年同期比、全業種。

- 業況DIは前期比4.4ポイント改善の▲46.7となった。2020年4-6月期を底に、3期連続での改善（2016年7-9月期～2017年4-6月期以来）になったものの、前期の改善幅11.2ポイントから比べると改善は小幅にとどまり、コロナ禍前である2019年10-12月期の▲19.4より27.3ポイント低い水準となっている。
- 業種別では、卸売業が前期比11.7ポイント改善の▲45.1、製造業が前期比11.0ポイント改善の▲46.6である一方、小売業が前期比10.0ポイント悪化の▲53.3となった。
- 中国経済における早い段階からの好転を受け、半導体製造装置や工作機械などの国内需要が生まれたとの声のほか、自動車や電機など基幹産業が回復傾向にあり受注が好調との声も聞かれた。また、2度目の緊急事態宣言の発令を受け、小売と飲食店からは外出自粛により、客足がさらに減少したとの声が聞かれた。一方、TVショッピングやECサイトなど非接触型の販売は好調であり、巣ごもり需要が続いているとの声が聞かれた。
- 来期の見通しは24.3ポイント改善の▲22.4を見込む。緊急事態宣言解除後の活動再開やワクチン接種開始に伴うコロナ収束に期待するという声が多数聞かれた。一方で、回復はまだまだ先になると、先行きの不透明感を指摘する声も聞かれた。



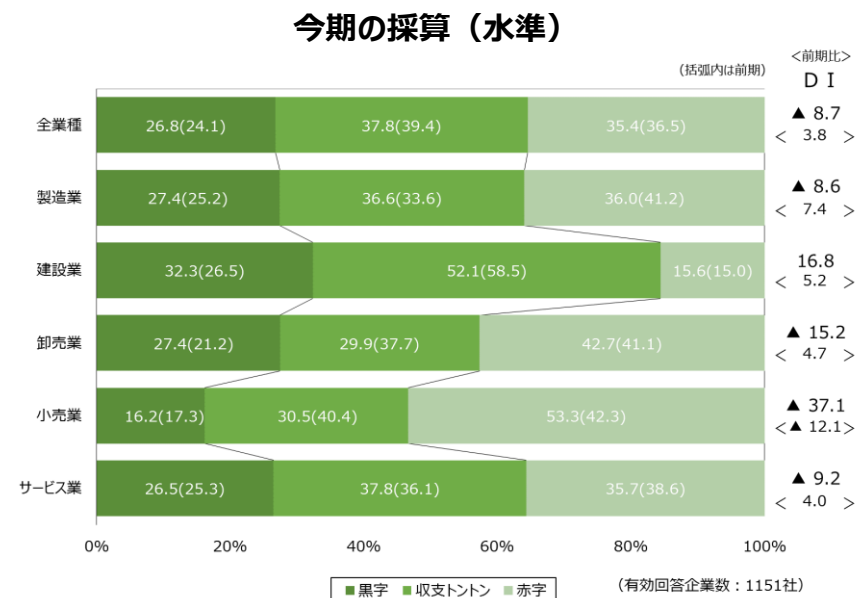
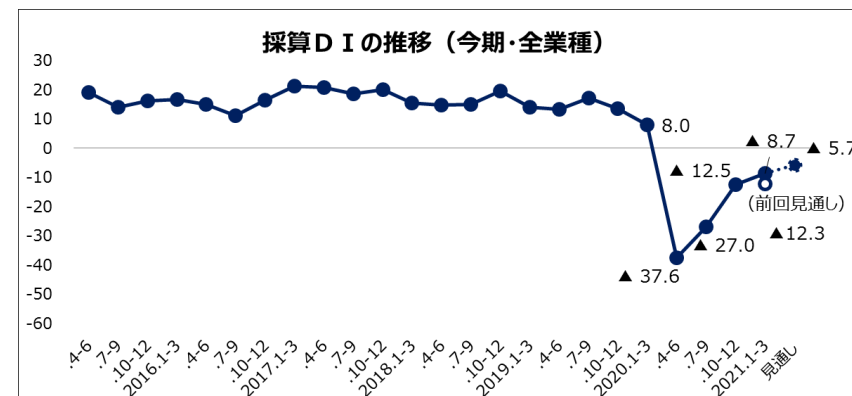
今期の業況（前年同期比）



採算DIは前期（10～12月期）と比べ、3.8ポイント改善の▲8.7

※採算DI=「黒字」の回答割合-「赤字」の回答割合。今期水準、全業種。

- 採算DIは前期比3.8ポイント改善の▲8.7となった。2020年4-6月期を底に、3期連続での改善（2013年7-9月期～2014年4-6月期以来）になったものの、前期の改善幅14.5ポイントから比べると小幅で、水準はいまだマイナス圏にとどまっている。
- 業種別にみると、製造業は前期比7.4ポイント改善の▲8.6、建設業は前期比5.2ポイント改善の16.8、卸売業は前期比4.7ポイント改善の▲15.2となった。一方、小売業は前期比12.1ポイント悪化の▲37.1となった。
- 2度目の緊急事態宣言の発令による外出自粛、時短営業の要請を受け、飲食店からは来店客数が激減し、臨時休業を余儀無くされているとの声や、テイクアウト、デリバリーにおける価格競争の激化や配達コストの負担などで赤字になってしまうとの声が聞かれた。また、食材や酒類などを扱う企業からは、受注の減少や荷動きへの影響が生じているとの声が聞かれた。建設・不動産関連では、公共事業の受注は変わらないという声がある一方で、テレワーク拡大に伴うオフィス需要減退によるテナントの撤退や商業施設からの退店、賃料見直し要請の影響を受けているとの声に加え、コロナの影響を受け工事発注に対する意欲が低迷しつつあるとの声が聞かれた。

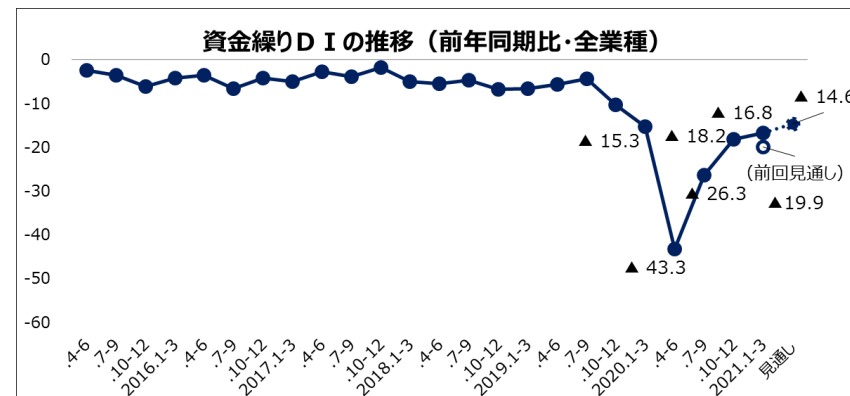


資金繰りDIは前期（10～12月期）と比べ1.4ポイント改善の▲16.8
貸出姿勢DIは前期比3.3ポイント悪化の6.2

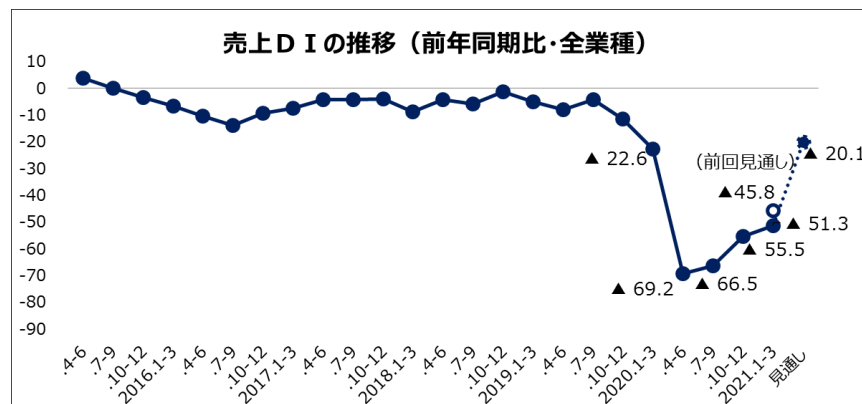
- 資金繰りDIは前期比1.4ポイント改善の▲16.8となった。来期の見通しは2.2ポイント改善の▲14.6を見込んでいる。
- 民間金融機関の貸出姿勢DIは前期比3.3ポイント悪化の6.2となった。

企業の声

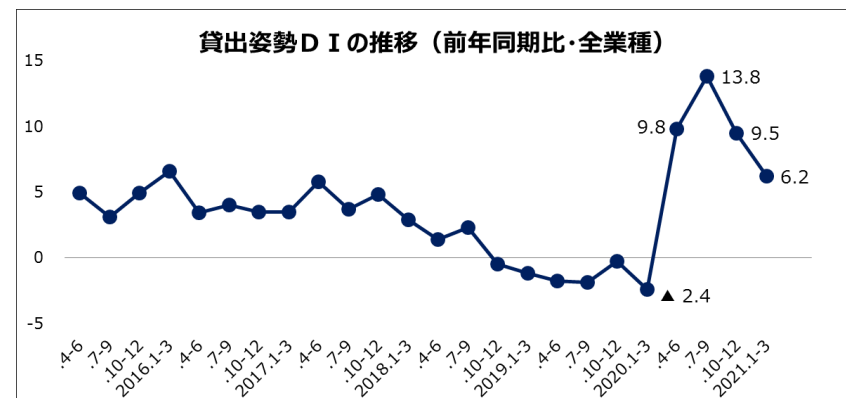
- 新型コロナの影響で業況は非常に悪かったが、資金繰りは金融機関全てが非常に積極的な貸し出しをして、資金調達は非常にしやすかった。ただ、4月以降は金融機関もこれまでより厳しい対応が予想される（製造業・金属加工業）



※資金繰りDI = 「好転」の回答割合 - 「悪化」の回答割合。前年同期比、全業種。



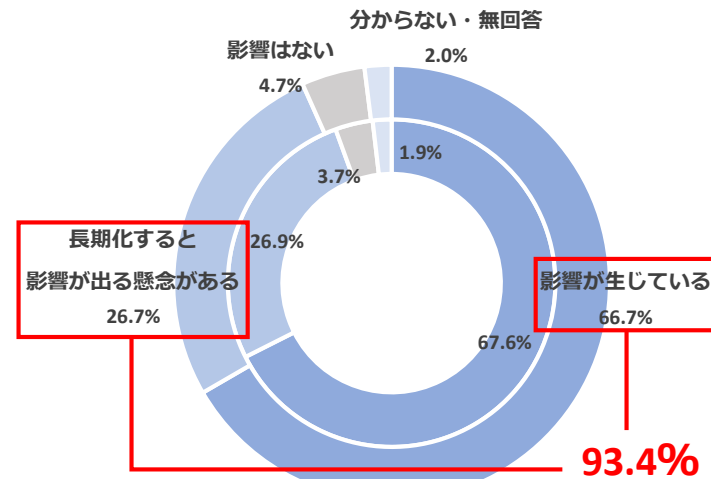
※売上DI = 「増加」の回答割合 - 「減少」の回答割合。前年同期比、全業種。



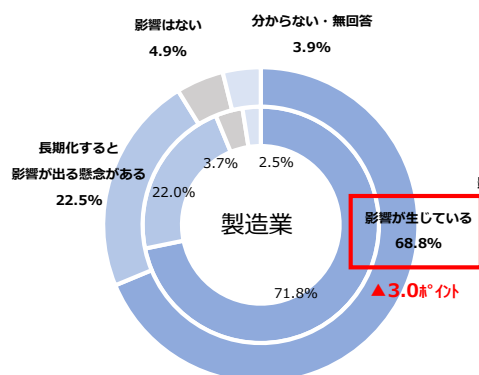
※貸出姿勢DI = 「緩和」の回答割合 - 「厳しい」の回答割合。前年同期比、全業種。

- 【図1】新型コロナウイルスにより「影響が生じている」は前期比0.9ポイント減少の66.7%となり、「長期化すると影響が出る懸念がある」は前期比0.2ポイント減少の26.7%となった。「影響が生じている」と合計すると前期比1.1ポイント減少の93.4%となった。
- 業種別に見ると、卸売業では、「影響が生じている」が前期比3.6ポイント減少の73.9%となり、次いで製造業が3.0ポイント減少の68.8%となった。一方、建設業では、「影響が生じている」が前期比7.9ポイント増加の46.1%となり、唯一増加となった。

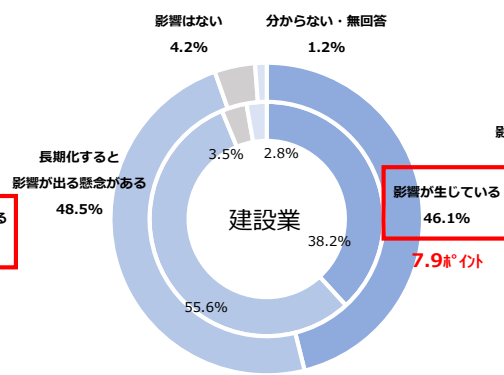
【図1】新型コロナウイルスによる経営への影響<n=1,125>



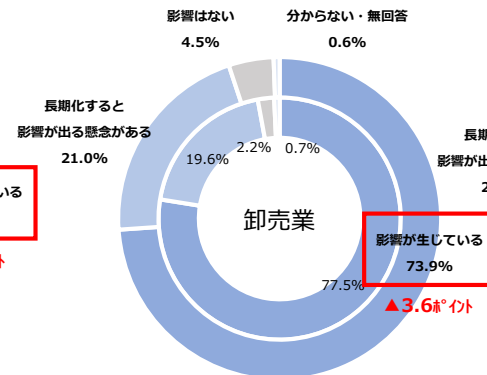
外側：2021年1月-3月調査<n=1,125>、内側：2020年10-12月期調査<n=971>



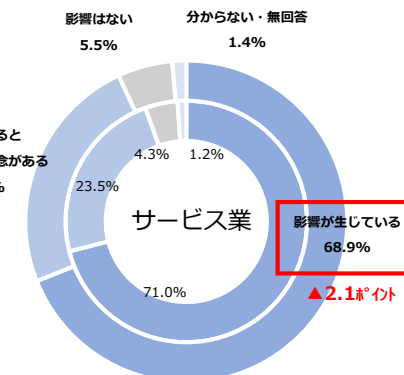
外側：2021年1-3月期調査<n=285>
内側：2020年10-12月期調査<n=241>



外側：同左<n=165>
内側：同左<n=144>



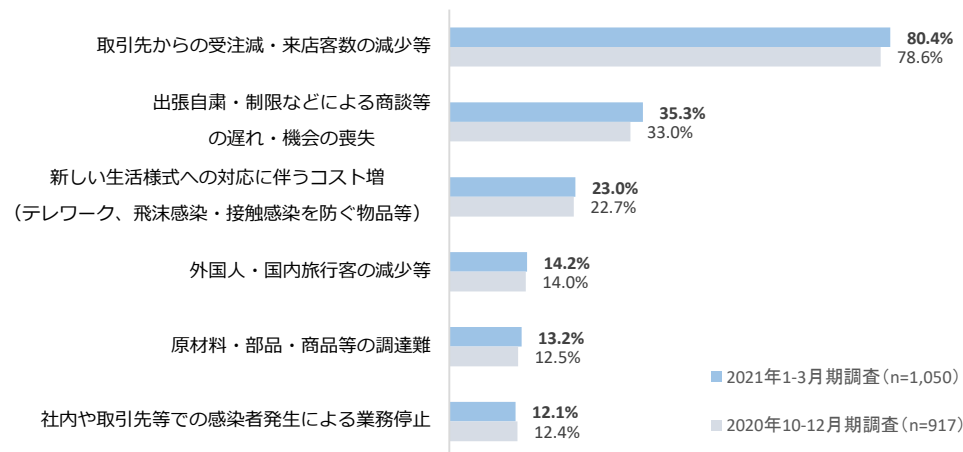
外側：同左<n=103>
内側：同左<n=138>



外側：同左<n=415>
内側：同左<n=345>

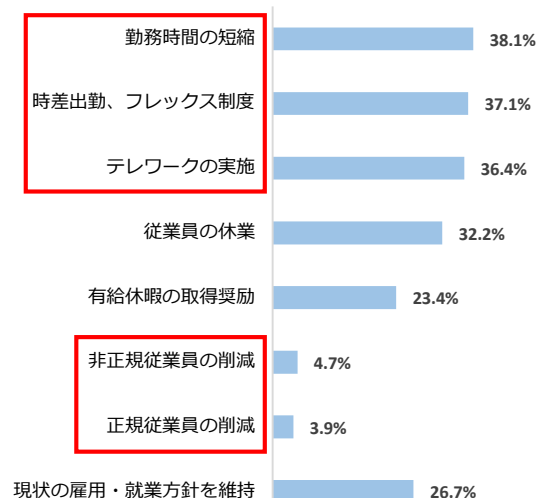
- 【図2】経営への具体的な影響としては、「取引先からの受注減・来店客数の減少等」が前期比1.8ポイント増加の80.4%と最も高く、次いで「出張自粛・制限などによる商談等の遅れ・機会の喪失」が2.3ポイント増加の35.3%となった。
- 緊急事態宣言の再発令によって、出店する商業施設への来店が減り売上がさらに減少したとの声や、地方の得意先から訪問営業を控えるよう要請があり、オンラインに切り替えたが、詳細な打合せができず受注獲得に苦労しているとの声も聞かれた。

【図2】経営への具体的な影響（※複数回答・上位6項目）



- 【図3】新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、2020年度に実施した雇用・就業面の対応は、「勤務時間の短縮」が38.1%と最も高く、次いで、「時差出勤、フレックス制度」が37.1%、「テレワークの実施」が36.4%と就業面の対応が上位にあげられた。
- 一方で、「正規従業員の削減」が3.9%、「非正規従業員の削減」が4.7%に留まった。また、「現状の雇用・就業方針を維持」が26.7%となった。

【図3】2020年度に実施した雇用・就業面の対応（※複数回答）<n=1,119>



緊急事態宣言（外出自粛、テレワーク、時短営業などの影響）

（外出自粛）

- 緊急事態宣言を受け、出店先である商業施設の入館者数が大きく減少。入館者数と比例し、業績は大変厳しい（小売業・文具）
- 眼鏡は対面販売が基本のため、来店客数が戻らない限り売上の好転は困難（小売業・眼鏡）
- 外出自粛の影響が大きく、バレンタイン催事は去年の5分の1に激減（サービス業・販促企画）
- 主要顧客は高齢者が多く、感染防止のために買物や講習に出向かなくなったことで売上が大きく減少（卸売業・手芸用品）
- 小売店舗向け製品の動きが悪く、今後、個人消費が急回復することは見込めない（サービス業・運送業）
- 緊急事態宣言中でオシャレに着飾る機会が減ったため、来店も激減（小売業・婦人服）
- 外出機会の減少で化粧品の売上に悪影響が出ている（小売業・ジェルネイル）
- 外出減少を受け、化粧や髪型に気を使う機会が減り、来店が少なくなり売上が減少した（サービス業・美容院、美容製品販売）
- 衣類等の受注が少なくなっている（卸売業・輸入衣料、輸入雑貨）
- 取引先であるエステサロン向けの美容関連商品の受注が減少している（卸売業・美容品）

- アパレル店舗向け販売スタッフの派遣では受注ストップだけでなく、キャンセルも増加。3月以降は業界全体が一気に冷え込み、さらに厳しい状況になる（サービス業・アパレル店舗スタッフ派遣）
- マスク着用やテレワークによるメイクアップニーズ減少を受け、化粧品メーカーが大幅な売上減少に見舞われ、当社の受託製造の受注が減少している（製造業・化粧品）
- 公共交通機関の利用減少と比例し、当社が運営する駐輪場利用率も低下（サービス業・駐輪場運営）
- 鉄道利用客の減少を受け、交通機関向けの広告需要が減少し、売上に影響（サービス業・交通広告）

（テレワーク）

- 新商品紹介や顧客との商談といった営業活動ができず、顧客ニーズを的確に把握できない（卸売業・タオル）
- 円滑に取引先の担当者と打ち合わせができず、取引全体にスピード感が全くないと感じている（製造業・交通用品）
- 社員食堂が閉鎖され、売上にマイナスの影響。今後、テレワークの進展により、人件費削減が必要（サービス業・集団食堂）
- 本社の全従業員がテレワークを実施したことで交通費等を大幅に削減することができた（製造業・刺繍グッズ）

緊急事態宣言（外出自粛、テレワーク、時短営業などの影響）

（時短営業）

- 緊急事態宣言により、酒類提供が19時、閉店が20時になり、さらに来店客数が減少。臨時休業を余儀なくされている（サービス業・フランス料理店）
- 会食自粛を受け接待が激減し厳しい（サービス業・日本料理店）
- テイクアウトは価格競争が激しく、デリバリーも手数料が高いため、最終的には赤字になる（サービス業・フランス料理店）
- 飲食店の売上悪化に伴い酒類の受注が減少し、売上の7割以上減少が続いている（小売業・酒類）
- 観光地の飲食店が取引先に多いうえ、休校に伴い学校給食関連も減少するなどし、売上に大きな影響が出た（卸売業・海藻）
- 主力商品である飲食店向け食器の販売が不調（卸売業・食器厨房備品）
- ホテル、空港、レストラン等が多大な影響を受け、製造する食品や製菓用包材売上が激減（製造業・料理製菓用包材）
- 飲食店向けの配送が50％に留まったままで、売上は25％減少した（サービス業・運送業）
- 飲食店から出る廃棄食材が減少したため、当社の廃棄物運搬量も減少し、売上に影響が出ている（サービス業・廃棄物収集運搬）

観光関連

- 緊急事態宣言の延長、GoToキャンペーン停止延長により、人の流れが止まり旅行需要が減少した（サービス業・旅行）
- GoToキャンペーンによって数ヶ月間は売上が増加したが、停止により本格的な回復が予想より数ヶ月伸びる（サービス業・旅行）
- 国際線フライトがほとんど運行せず、海外への移動手段が絶たれた現状で、売上はほぼゼロ（サービス業・海外旅行商品）
- 宿泊は低稼働で、全館休業期間を設けている。修学旅行も昨年1年間は0件（サービス業・ホテル）
- 土産品が大幅な売上減少となり、採算がとれない状況が続いている（小売業・和生菓子）
- 取引先がホテル内店舗や劇場のため、コロナが収束しないと営業ができない（卸売業・紳士物雑貨類）
- 外国人観光客の壊滅的減少により、宿泊業のリニューアル需要も打撃を受け、受注が減少（卸売業・建築資材）
- コロナによるホテル業界の業績悪化に伴い、売上も減少（サービス業・リネンサプライ業）
- ホテルの稼働率が極端に落ち込み、リネン等のクリーニングに使用する洗浄剤の納入量も減少（製造業・化学薬品）

イベント関連（展示会、宴会、冠婚葬祭など）

- イベント中止や大幅な規模縮小、オンライン化により業界全体が壊滅的打撃を受けている（建設業・展示工事業）
- 飲食を伴った宴会がゼロになってしまい、売上は激減（サービス業・ホテル）
- 新年会等のパーティーや会食が自粛のうえ、協力金も支払われない。ケータリング業界は大変厳しい（サービス業・ケータリング）
- 会食自粛に加え、送別会、お花見等も自粛と言われ、今後厳しい業況が続くと思われる（サービス業・仕出し弁当）
- 宴席、催事へのサービススタッフ派遣が主力事業のため、自社努力では打開できない（サービス業・人材派遣）
- 結婚式需要が回復せず、フォトウェディングも件数が少なく同業者間での取り合いになっている（サービス業・写真・動画）
- イベント向けのHP・印刷物の制作などの受注が減少した（サービス業・印刷、デザイン、Web制作）
- イベントが軒並み中止となり、そこで使用される衣類や記念品の需要が無くなり厳しい（卸売業・服飾雑貨）
- イベント、お祝い等での注文が減少しており、今後も卒業式、謝恩会、歓送迎会等の中止や縮小で売上の減少する可能性が心配される（卸売業・生花）

建築・不動産関連（商業施設・オフィス、公共工事）

- 在宅勤務やテレワーク推進によりオフィス賃貸需要が後退し、空室率が増加傾向（サービス業・オフィスビル管理）
- オフィス需要の減退に伴い、賃料見直し要請や商業施設での退店増加により収入が大きく減少（サービス業・不動産賃貸）
- 飲食業の経営悪化やテレワーク拡大により、貸店舗、貸事務所の解約が増加したことに加え、新たな入居が決まらないという状況が徐々に増えている（サービス業・賃貸仲介業）
- 民間デベロッパーが新規建設に慎重なため、今後受注は減少の見込み。各社が公共工事に集中し、価格競争になることを懸念（建設業・総合建設業）
- コロナ禍以前に決まった長期プロジェクトの工事受注はできると思うが、中止や延期があり、今後コロナの影響がどうなるのか先行きは不安である（建設業・内装仕上げ工事）
- 民間企業による設備投資の抑制やテレワーク等により公共事業の発注担当者への仕様確認や完了検査が遅れることがある（建設業・土木建築設計施工）
- プロジェクトが中止になる事例も散見され、受注量確保のための値引き競争が行われている（建設業・建築用内外装工事）
- 賃貸集合住宅の需要は底堅い為、運営物件を増やした（サービス業・賃貸マンション経営）
- テレワークにより戸建て住宅の引合いが強い（サービス業・戸建て分譲）

ソフトウェア、情報通信関連

- 中国経済の早い段階での好転が半導体を中心に国内需要を喚起した。半導体向けの工作機械メーカーからの受注が好調（製造業・自動車部品向けゲージ）
- ギガスクール構想前倒しによる教育向けハード販売やネットワーク工事が好調（サービス業・システム開発）
- 電子決済のクラウドサービスがテレワーク推進に寄与することから、引き合いが増加（サービス業・システム開発業）
- ノートパソコン、モニターなどの需要が増加。海外へのパソコン販売も単価が上がり、好況（卸売業・OA機器リユース業）
- マイナス影響はあるが、半導体業界の好調を受け、従来並みの業績は維持（卸売業・産業ガス）
- 半導体業界の活性化を受け、数社の大手企業からの受注があり好調（製造業・ロボット開発業）

自動車関連

- コロナ禍により、移動手段としての車の価値が見直されており需要が堅調（小売業・自動車）
- 自転車部品が特需となっており、当社の受注も8～9割まで回復（製造業・金属製品）
- 自動車、電機などの基幹産業が回復傾向にあるため、主要取引先の化学産業の生産が増大傾向（製造業・金網）

巣ごもり関連

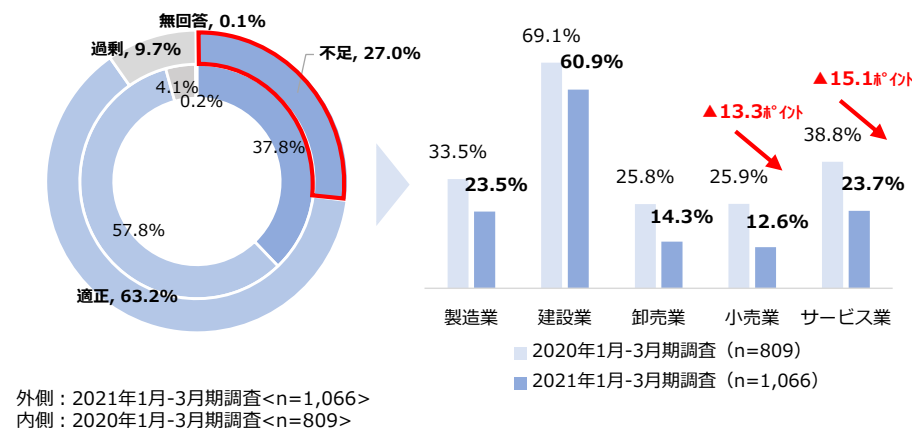
- 飲食店など業務用の米は減少したが、家庭向けの売上は増えている（小売業・米類）
- 生活必需品・消耗品などを取り扱う住宅街中心の店舗は好調で、物流も同様の動きとなっている（サービス業・運送業）
- コロナ禍で、密になりにくいと見直されたアウトドア関連の需要が増加している（卸売業・釣具アウトドア用品）
- 巣ごもり需要で電子書籍の売上が伸びている（サービス業・電子書籍）
- 書店業界は巣ごもり需要で売上を確保しているが、当社は都心店舗が多く、来店客数が減少しており、売上の見通しは厳しい（小売業・書店）

新しい生活様式対応関連

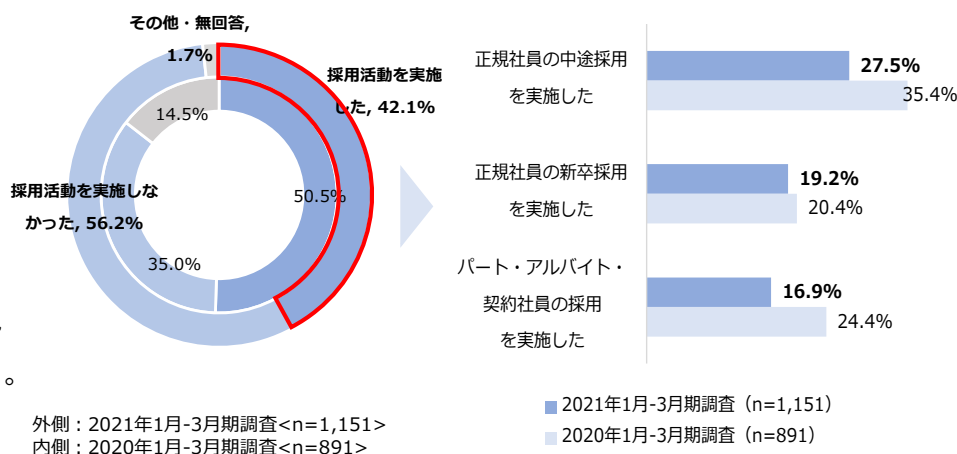
- コロナの影響で、換気対策としてエアーフィルターの需要が増えている（卸売業・ビル用空調機用エアフィルター）
- 新規に防護服の事業を始め、従来のアパレル製品の売上減少を埋める形となっている（卸売業・アパレル製品）
- 感染対策向けのエタノール製剤の受注量が引続き増大している（卸売業・エタノール製剤）
- 売上を確保すべく、ネット販売やオンライン講習にも注力しているが、効果は薄く苦戦している（卸売業・手芸用品）

- 【図1】正規社員の過不足状況については、「適正」は前回調査比5.4ポイント増加の63.2%と最も高く、次いで「不足」が10.8ポイント減少の27.0%となり、「過剰」は5.6ポイント増加の9.7%となった。
- 【図2】業種別の正規社員の不足状況は、本付帯調査を開始した2016年度以降、初めて全業種で減少した。いずれも過去最大の下げ幅となり、全業種で最も低い水準となった。
- 企業からは、これまで人手不足だったが、コロナ禍の時短営業や休業により従業員数は適正となったものの、アフターコロナになった際には人材不足が懸念されることが聞かれた。
- 【図3】2020年度の採用活動については、「実施した」が前回調査比8.4ポイント減少の42.1%となった一方で、「実施しなかった」は21.2ポイント増加の56.2%となり、「実施した」を上回った。企業からは、受注が回復すれば社員の不足が見込まれるが、見通しが不透明ななか、現時点では採用する余裕はないとの声が聞かれた。
- 【図4】採用活動の内容は、「正規社員の中途採用を実施」が前回調査比7.9ポイント減少の27.5%と最も高く、次いで「正規社員の新卒採用を実施」は1.2ポイント減少の19.2%に留まった。企業からは、アフターコロナに向けた人材確保のため、新卒と中途を採用したとの声が聞かれた。

【図1】正規社員の過不足状況 【図2】＜業種別＞正規社員の不足状況

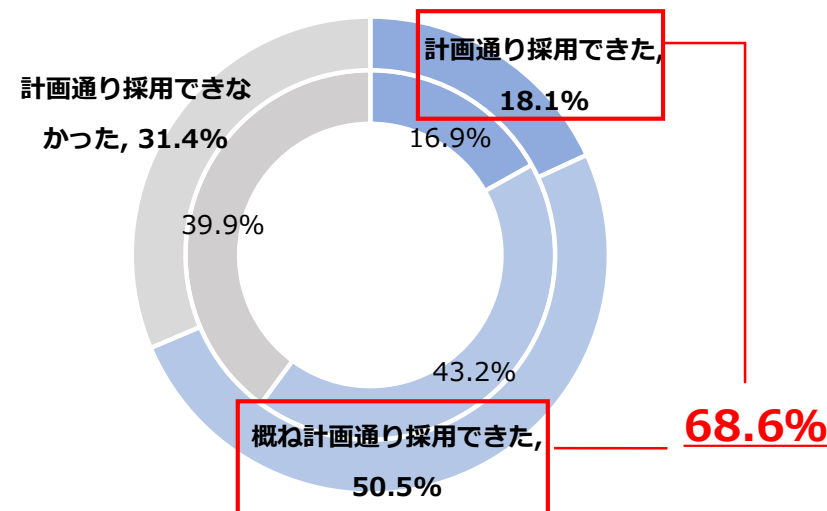


【図3】2020年度の採用活動 【図4】2020年度の採用活動内容



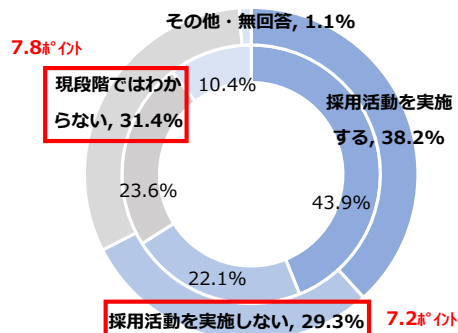
- 【図5】正規社員の採用活動を実施した企業のうち、「計画通り採用」が18.1%、「概ね計画通り採用」が50.5%で、合計すると68.6%となり、前回調査比8.5ポイント増加した。
- 【図6】2021年度の採用活動計画では「実施しない」が前回調査比7.2ポイント増加の29.3%、「現段階ではわからない」が7.8ポイント増加の31.4%となった。
- 【図7】採用活動を計画している企業では、「正規社員の新卒採用を実施」が0.1ポイント増加の18.8%と唯一前回調査を上回った。
- 【図8】人員、人材面での取り組みとして、「社員の能力向上・スキルアップ」と「社内業務プロセスの改善」が前回調査比10ポイント以上の増加。一方、「労働条件の改善」は3.6ポイント減少の22.9%、「定年延長・再雇用」は2.7ポイント減少の22.2%となった。

【図5】2020年度の正規社員採用実績



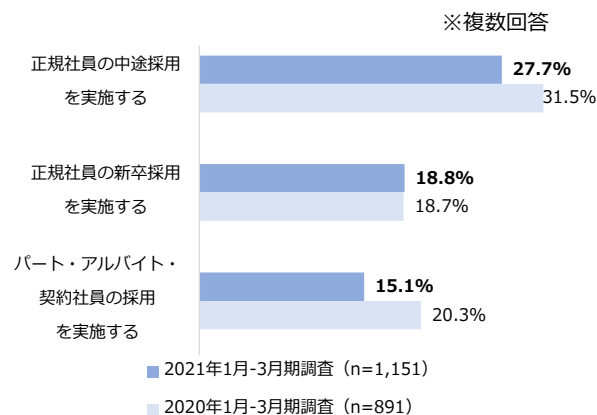
外側：2021年1月-3月期調査<n=475>、内側：2020年1月-3月期調査<n=373>

【図6】2021年度の採用活動計画

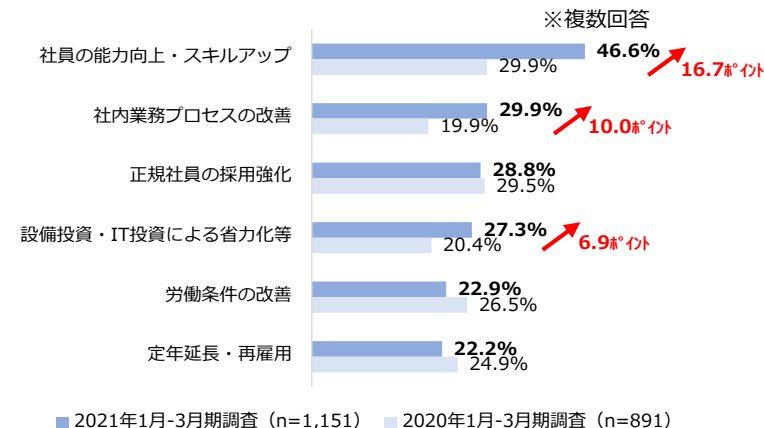


外側：2021年1月-3月期調査<n=1,151>
内側：2020年1月-3月期調査<n=891>

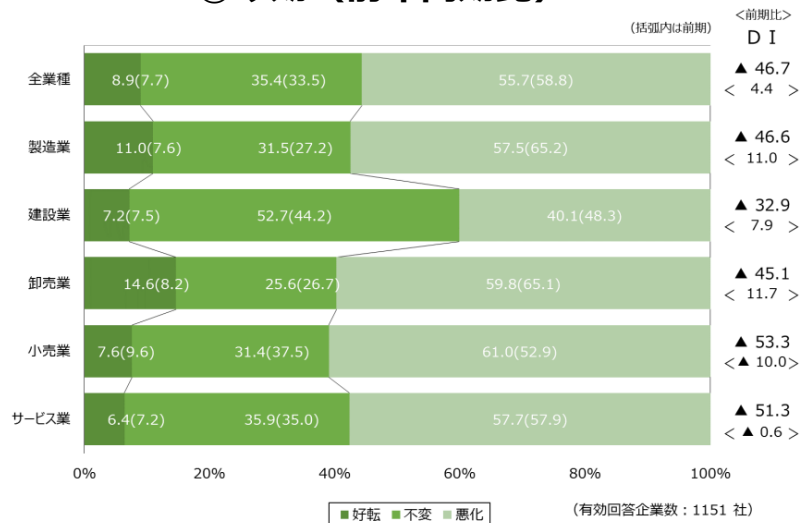
【図7】2021年度の採用活動計画内容



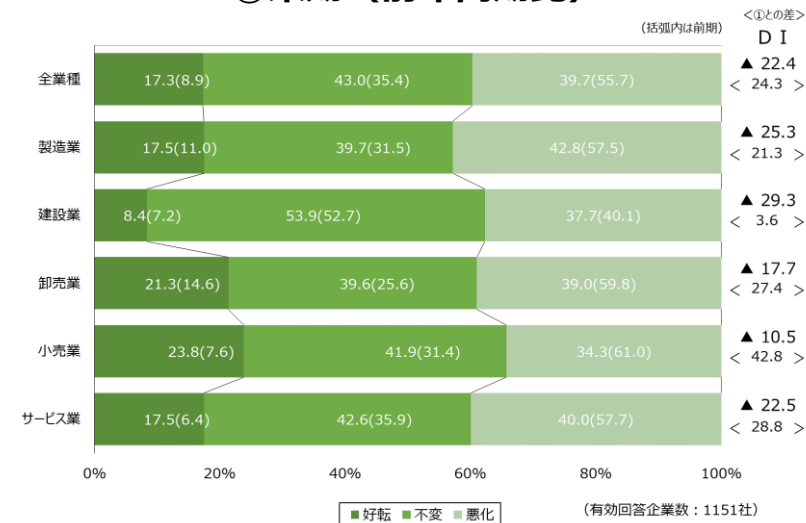
【図8】人員、人材面での取り組み（予定を含む）



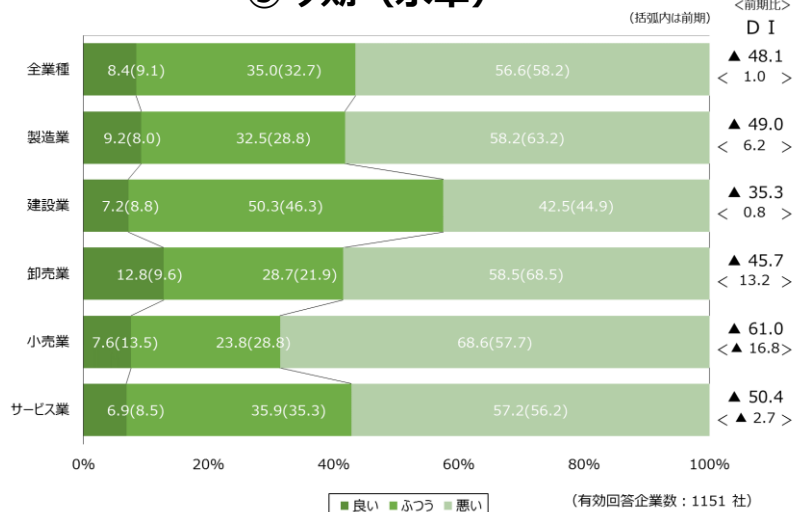
① 今期（前年同期比）



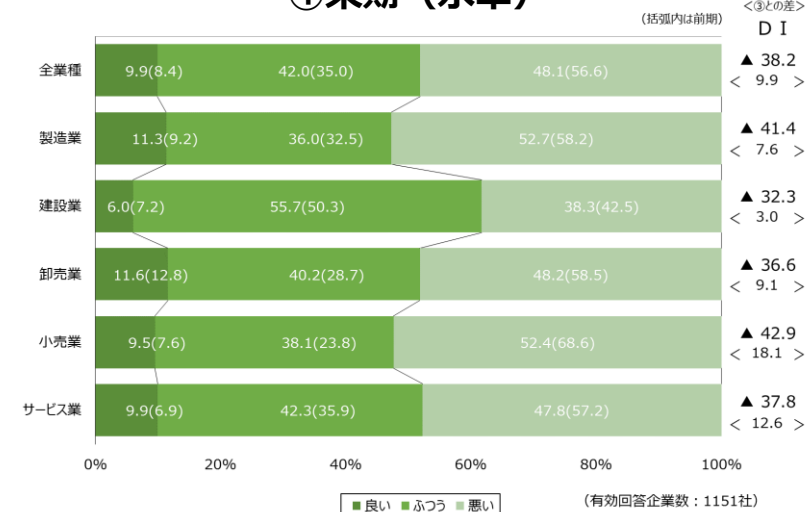
② 来期（前年同期比）



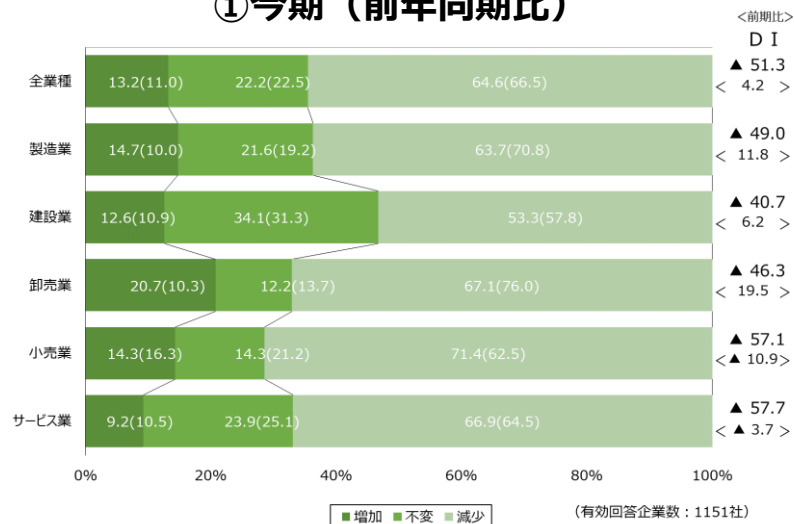
③ 今期（水準）



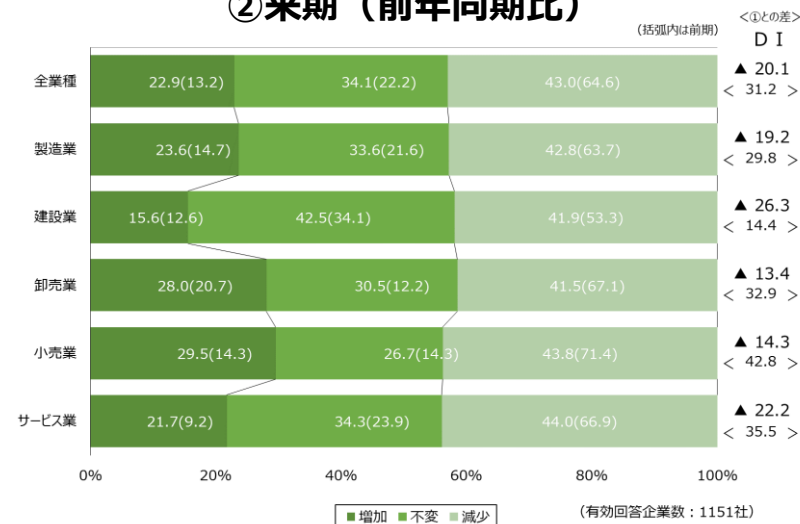
④ 来期（水準）



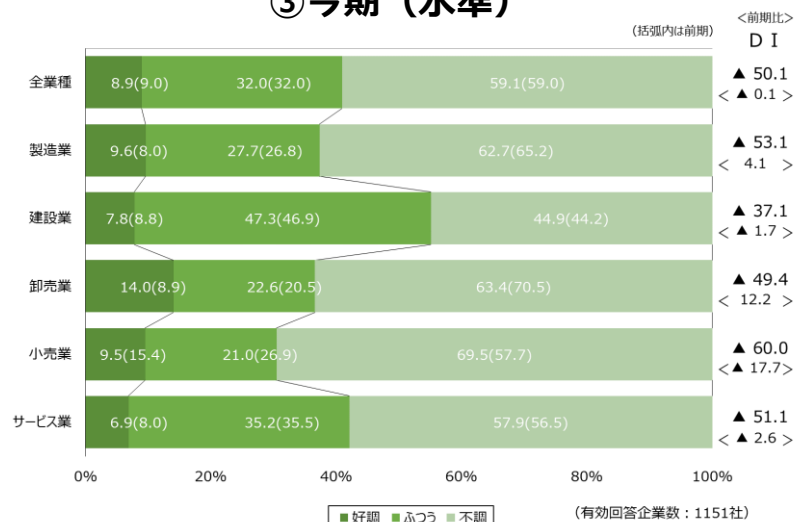
① 今期（前年同期比）



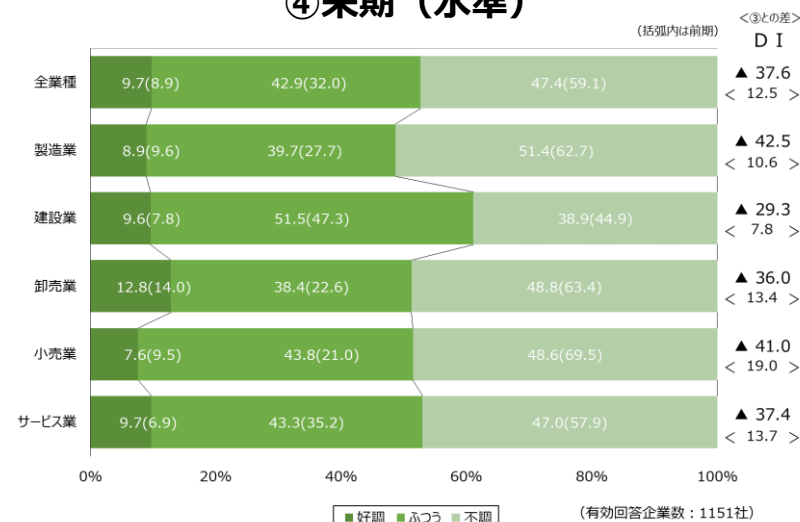
② 来期（前年同期比）



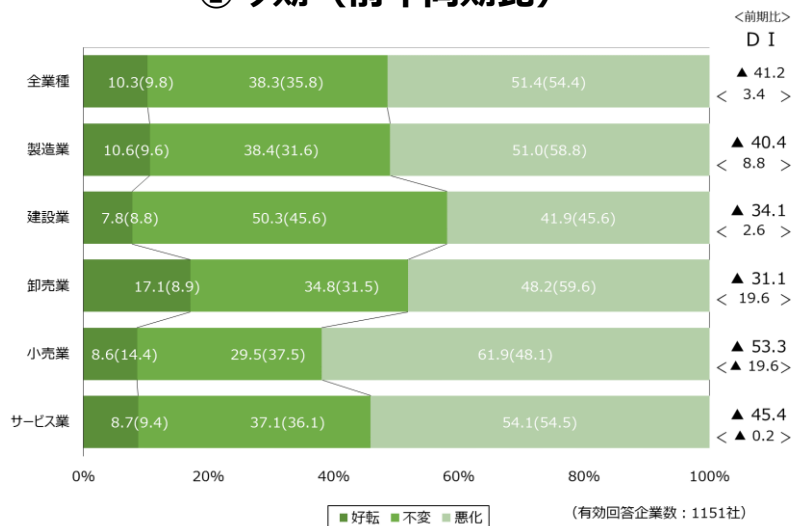
③ 今期（水準）



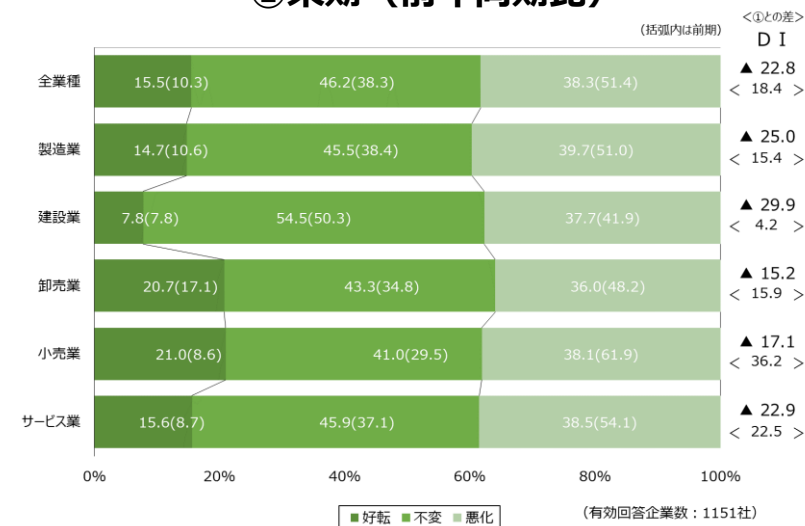
④ 来期（水準）



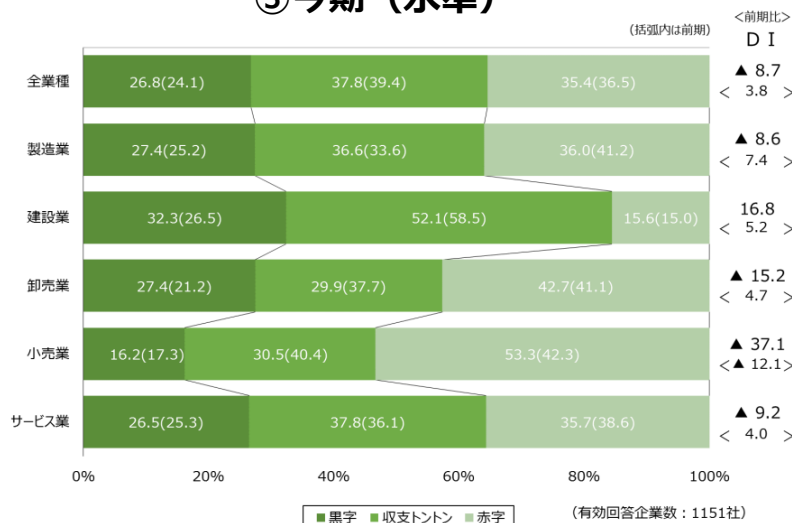
① 今期（前年同相比）



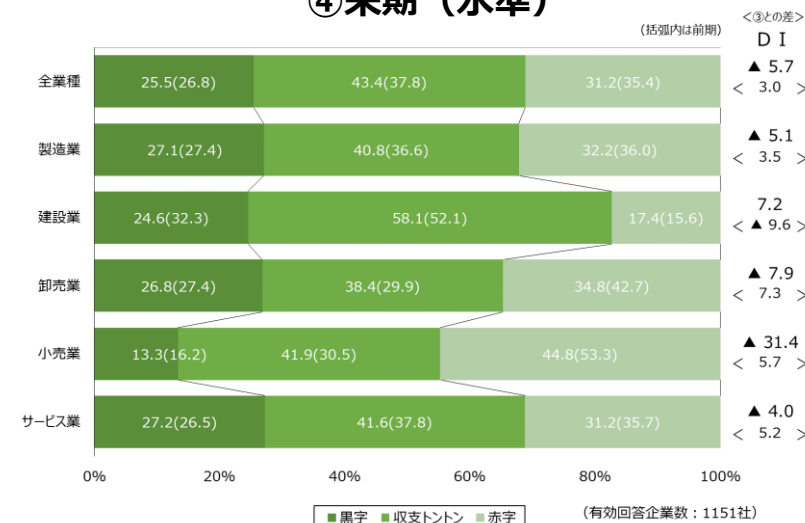
② 来期（前年同相比）



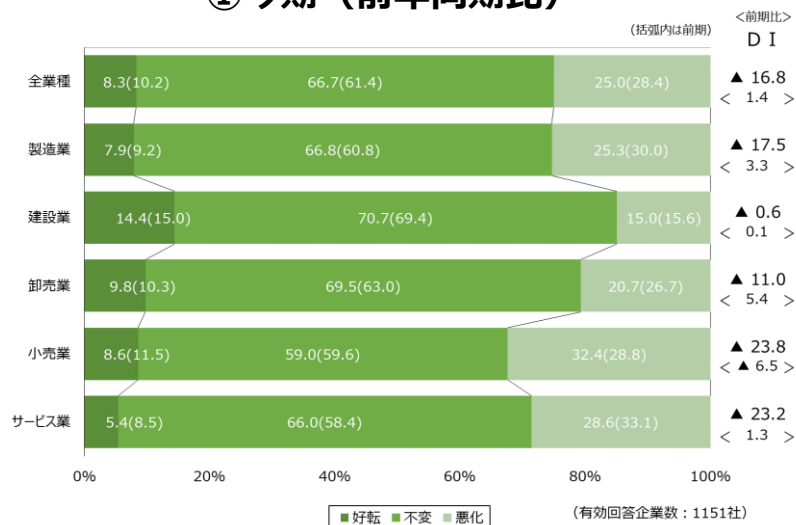
③ 今期（水準）



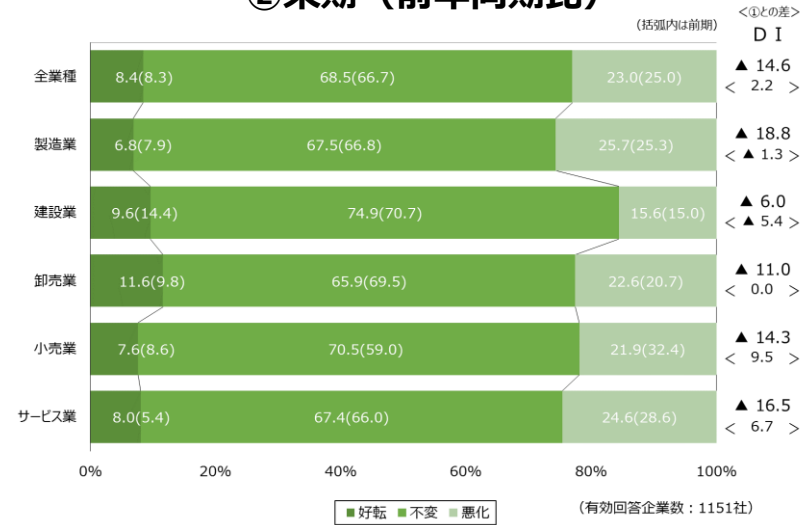
④ 来期（水準）



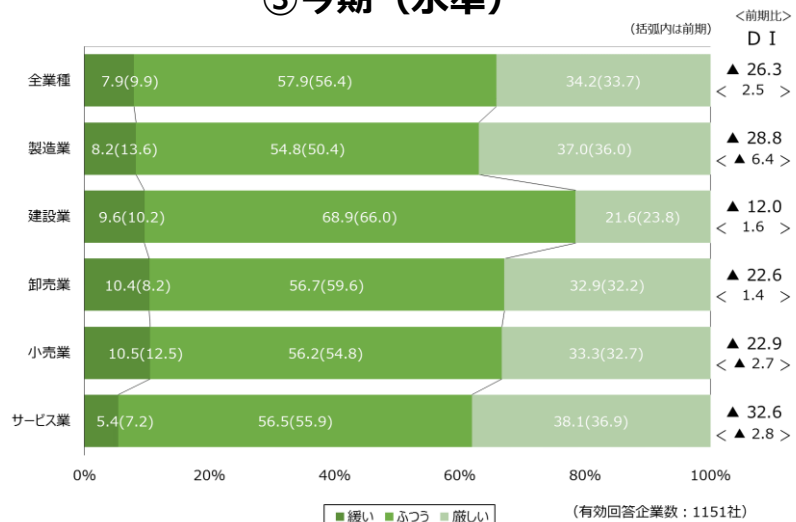
① 今期（前年同期比）



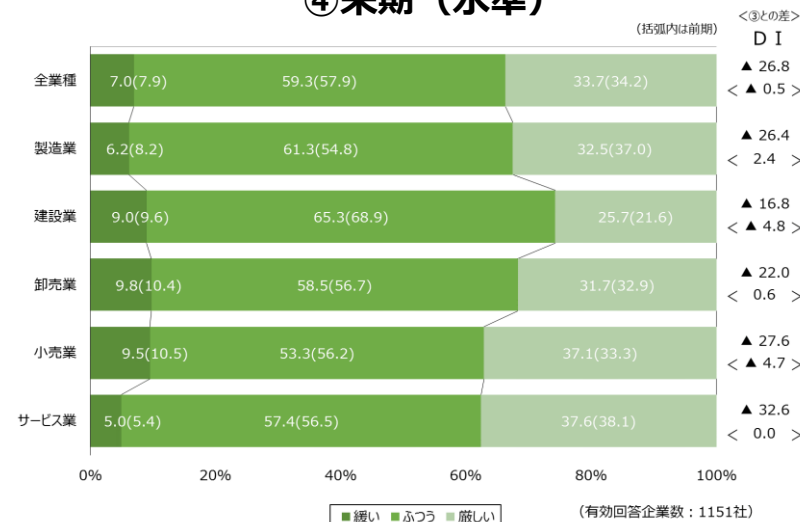
② 来期（前年同期比）



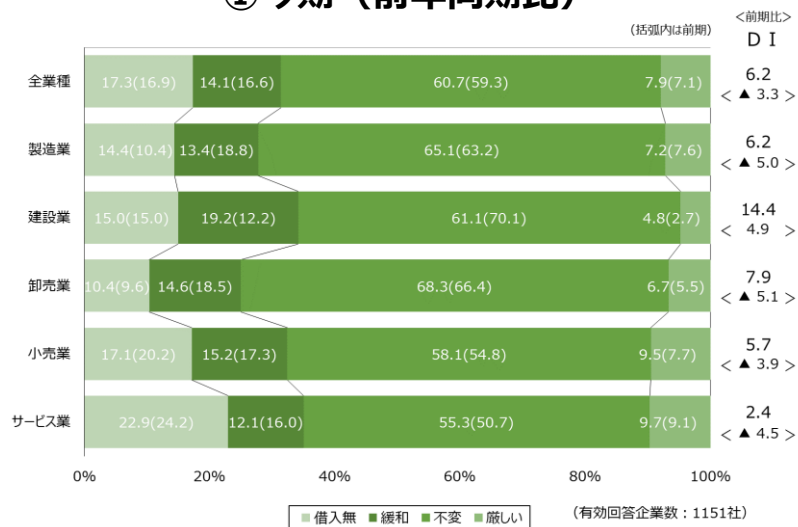
③ 今期（水準）



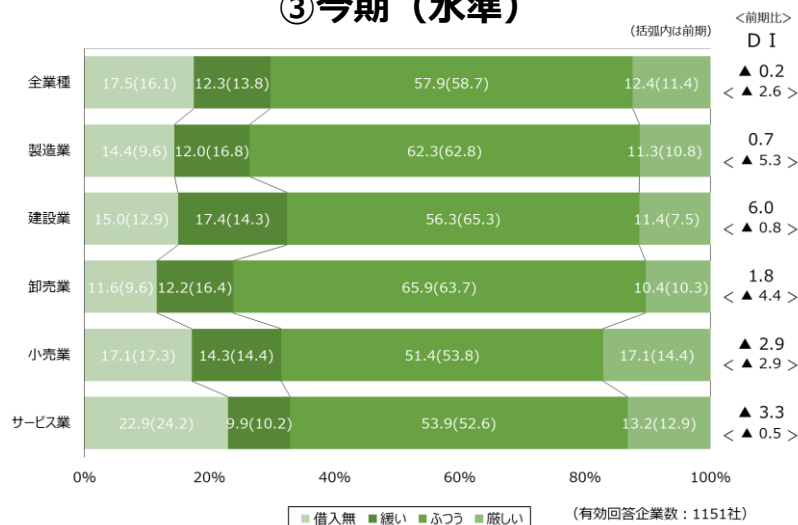
④ 来期（水準）



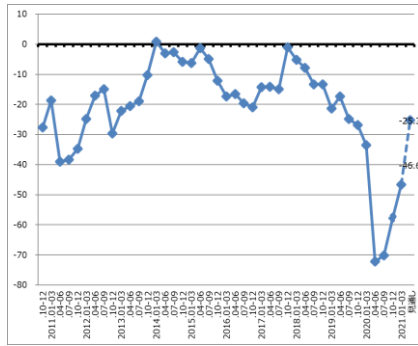
① 今期（前年同期比）



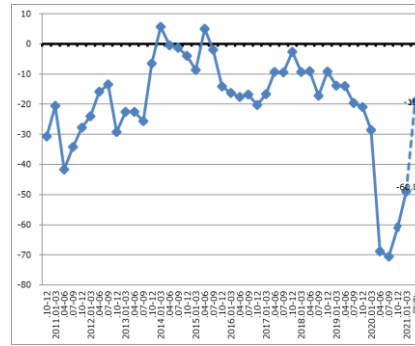
③ 今期（水準）



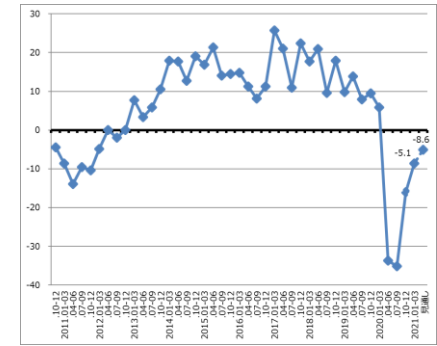
業況DI



売上DI



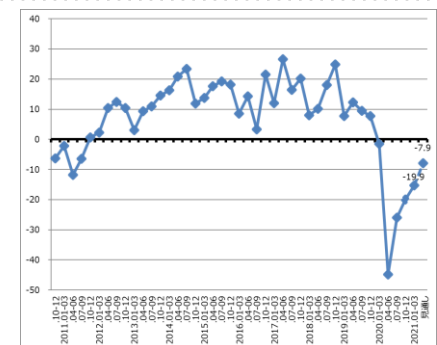
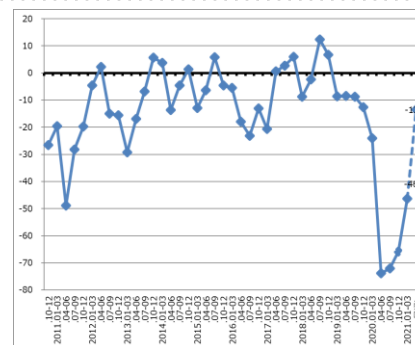
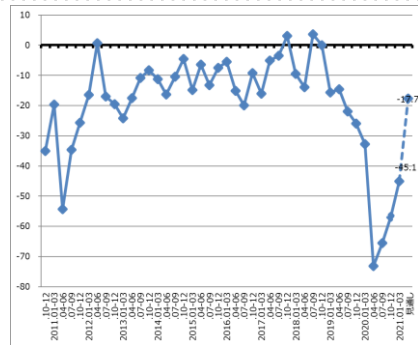
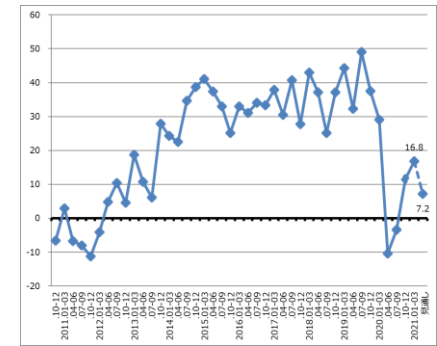
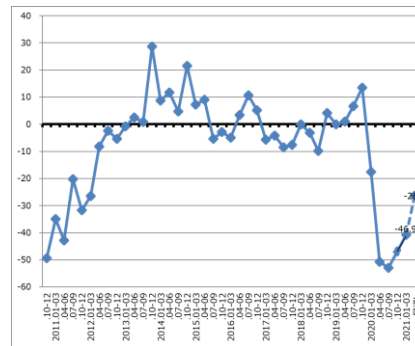
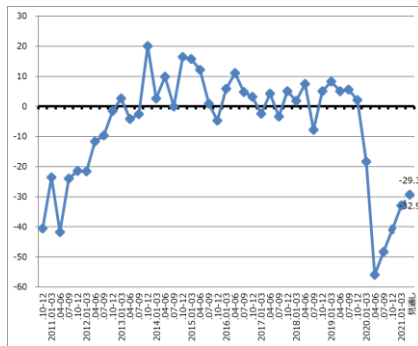
採算DI



製造業

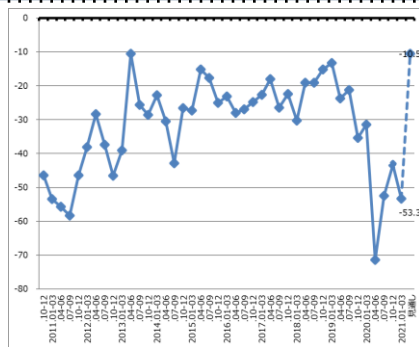
建設業

卸売業

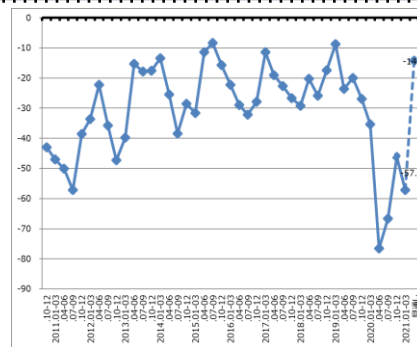


小売業

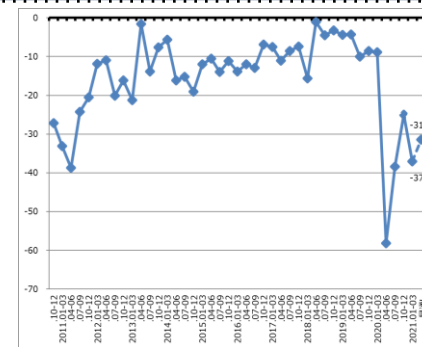
業況DI



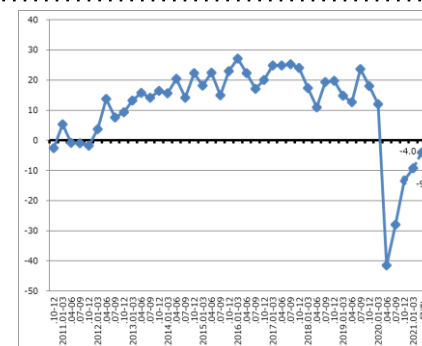
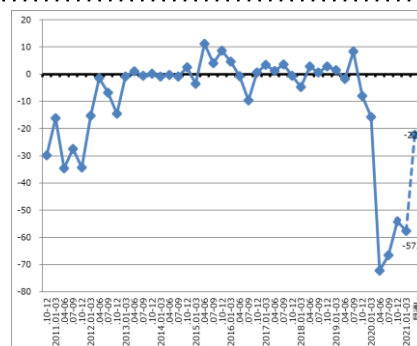
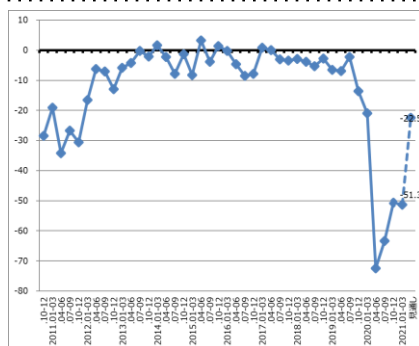
売上DI



採算DI



サービス業



調査期間

2021年2月15日～25日

調査対象

東京23区内の中小企業2,869社

調査項目

業況、売上、採算(経常利益)、資金繰り、民間金融機関の貸出姿勢

調査方法

WEB、FAXおよび経営指導員による聴き取り

回答数

1,151社 (回答率40.1%)

<業種構成>

製造業：292社 (25.4%)

建設業：167社 (14.5%)

卸売業：164社 (14.2%)

小売業：105社 (9.1%)

サービス業：423社 (36.8%)

<従業員規模構成>

5人以下：456社 (39.6%)

6人以上10人以下：138社 (12.0%)

11人以上20人以下：155社 (13.5%)

21人以上50人以下：163社 (14.2%)

51人以上100人以下：111社 (9.6%)

101人以上300人以下：91社 (7.9%)

301人以上：37社 (3.2%)

※全ての質問について、割合は四捨五入を行っているため、必ずしも合計が100.0%にならない。
※本調査結果の集計にあたっては、独立行政法人中小企業基盤整備機構が実施している「中小企業景況調査」の調査結果を一部活用している。

挑みつづける、変わらぬ意志で。

