

新型コロナウイルス感染症が新規開業企業に与えた影響 —新規開業追跡調査の分析から—

日本政策金融公庫総合研究所研究主幹

深 沼 光

日本政策金融公庫総合研究所研究員

西 山 聡 志

日本政策金融公庫総合研究所客員研究員

山 田 佳 美

要 旨

本稿では、日本政策金融公庫総合研究所が2020年7月に行った「2020年度新規開業実態調査」と、同調査の回答企業に対して1年後の2021年7月に実施した「新型コロナウイルス感染症が新規開業企業に与えた影響に関する追跡調査」の個票データを組み合わせたパネルデータセット「新規開業追跡調査」により、新型コロナウイルス感染症の流行を予期せずに開業した企業がどのような経営状況に置かれたのか分析を試みた。

その結果、売上状況や予想月商達成率は、いわゆる平時である2016年に開業した企業を追跡した「新規開業パネル調査（第4コーホート）」と比べて遜色ないものの、採算状況は相対的に良くなく、従業者数の伸びもやや低い傾向にあることがわかった。また、売り上げや利益が予定より減ったり、営業を一部自粛したり、感染防止対策のための経費がかさんだりといった、コロナ禍の影響があることも明らかになった。

一方、こうした状況を乗り切るために、新規開業企業は、資金関連、取引先関連、従業員関連のさまざまな対策を実施しており、ITの活用も進んでいる。新たな商品・サービスを導入したり、商品・サービスの提供方法を変更したりといった工夫をする企業もみられた。また、8割近くが行政からの支援を受けていることもわかった。

こうした一連の取り組みの効果もあつてか、経営者の満足度はパネル調査と比べて極端に低いとはいえず、成長意欲にも大きな違いはみられない。開業直後に新型コロナウイルス感染症が流行するという苦境を乗り切った新規開業企業が、今後順調に成長していくことに期待したい。

1 はじめに

(1) 問題意識

日本政策金融公庫総合研究所では、新規開業企業の実態を把握するため、1991年度から毎年「新規開業実態調査」を実施してきた。新型コロナウイルス感染症の第2波が拡大する2020年7月に行われた「2020年度新規開業実態調査」(以下、2020年調査)では、新規開業企業においてもさまざまな影響がみられたが、その後も感染症の流行は続いている。そこで、新規開業企業の状況が、同調査以降どのように変化したのかを把握するために、同調査の回答企業に対して「新型コロナウイルス感染症が新規開業企業に与えた影響に関する追跡調査」(以下、2021年調査)を実施した。本稿では、これら二つの調査の個票データを組み合わせたパネルデータセットを「新規開業追跡調査」(以下、本調査)と呼ぶことにする。

(2) 実施要領

表-1は本調査の実施要領である。2020年調査の調査対象は、日本政策金融公庫国民生活事業が2019年4月から同年9月にかけて融資した企業のうち、融資時点で開業後1年以内の企業(不動産賃貸業を除く)であった。また、回収数は1,597社で回収率は30.9%、調査時点の経営形態は、個人企業が60.5%、法人企業が39.5%であった。

2021年調査は2020年調査のちょうど1年後、新型コロナウイルス感染症の第5波の拡大期に当たる2021年7月に、2020年調査の回答企業のうち1,290社に対して実施した。回収数は841社で回収率は65.2%、調査時点の経営形態は、個人企業が

56.7%、法人企業が43.3%であった。

これら二つの調査の個票データを組み合わせた本調査のデータセットは、同一サンプルの2時点のパネルデータであり、別々のサンプルへのアンケートに比べると、企業の状況の変化をより正確に把握できる点が特徴である。そこで本稿では、比較できるものに関してはできる限り二つのアンケートのデータを示すことにする¹。

回答企業の開業からの経過月数は、2021年7月の2021年調査時点で平均25.8カ月となった(図-1)。6カ月きざみの分布をみると、「25～30カ月」(47.1%)、「19～24カ月」(37.8%)の割合が高く、両者を合わせると全体の8割を超える。これらの企業の開業時期は、2019年1月から12月に当たる。2020年1月から7月に開業した「12～18カ月」は2.5%にとどまる。

図-2は、回答企業の開業時期と新型コロナウイルスの国内新規感染者数を示したものである。日本国内で初の感染者が確認されたのは2020年1月、政府からの緊急事態宣言が初めて出されたのが同年4月であることから、本調査の回答企業のほとんどが新型コロナウイルス感染症の流行を予期せずに開業していると考えてよい。

こうした回答企業の業種をみてみると、「サービス業」が27.2%と最も多く、続いて「医療・福祉」(18.9%)、「飲食店・宿泊業」(14.5%)、「小売業」(10.3%)、「建設業」(9.0%)などとなっている(表-2)。

2 経営状況の推移

本節では、新型コロナウイルスの感染が拡大するなかでの回答企業の経営状況の推移を、いくつかの指標から確認する。その際、いわゆる平時の新規開業企業との違いをみるために、2016年に開

¹ 「2020年度新規開業実態調査」のデータについては、「新型コロナウイルス感染症が新規開業企業に与えた影響に関する追跡調査」に回答した企業(同じ内容の質問の比較の場合には、二つの調査ともに回答した企業)のみを集計している。そのため、これまで公表した「2020年度新規開業実態調査」の結果とは一致しない。

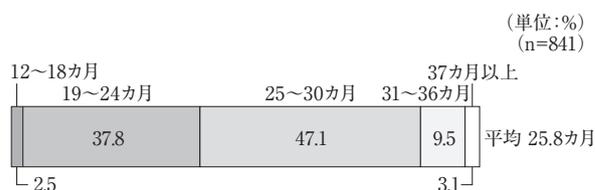
表－1 調査実施要領

	新規開業追跡調査（本調査）	
	2020年度新規開業実態調査（2020年調査）	新型コロナウイルス感染症が新規開業企業に与えた影響に関する追跡調査（2021年調査）
調査時点	2020年7月	2021年7月
調査対象	日本政策金融公庫国民生活事業が2019年4月から同年9月にかけて融資した企業のうち、融資時点で開業後1年以内の企業（開業前の企業を含む）5,176社（不動産賃貸業を除く）	2020年度新規開業実態調査（2020年調査）の回答企業のうち1,290社
調査方法	調査票の送付・回収ともに郵送、アンケートは無記名	
回収数	1,597社（回収率30.9%）	841社（回収率65.2%）
経営形態（調査時点）	個人企業60.5% 法人企業39.5%	個人企業56.7% 法人企業43.3%

業した企業を追跡した当研究所「新規開業パネル調査（第4コーホート）」（以下、パネル調査）のデータとも、できる限り比較して分析を進める²。

なお、パネル調査における開業からの平均経過月数は、第1回が5.9カ月（2016年末時点）、第2回が17.9カ月（2017年末時点）、第3回が29.9カ月（2018年末時点）と本調査とは異なるため、データは、2020年調査と2021年調査のそれぞれと同じ経過月数に相当するよう、再計算したものを提示する³。パネル調査の第1回から第2回にかけて、第2回から第3回にかけての、各データの変化が、一定の速度で進むものと仮定したうえで、2020年調査の平均経過月数である13.8カ月時点

図－1 開業からの経過月数（2021年7月調査時点）



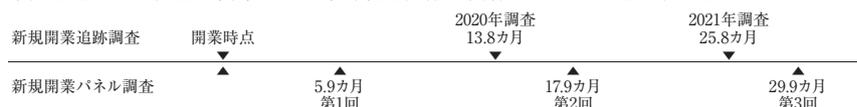
資料：日本政策金融公庫総合研究所「新型コロナウイルス感染症が新規開業企業に与えた影響に関する追跡調査」（以下、調査年の表記がないものは同調査）

(注) 1 nは回答数（以下同じ）。
2 構成比は小数第2位を四捨五入して表記しているため、その合計が100%にならない場合がある（以下同じ）。
3 「2020年度新規開業実態調査」の既存発表物とは異なる（以下同じ）。

と、2021年調査の平均経過月数である25.8カ月時点の値を算出した⁴。

² パネル調査は、日本政策金融公庫国民生活事業の融資を受けて2016年に開業したと想定される企業1万122社に第1回調査を実施し、回答のあった企業のうち2016年に開業したことが確認された企業3,517社（不動産賃貸業を除く）を継続調査先としている。2016年以降、毎年12月末を調査時点とし、翌年2月に継続調査先にアンケートを行った。発送と回収は郵送で、2020年12月末時点まで5回のアンケートを実施している。本稿で使用する第1回調査から第3回調査の回収数は、第1回調査（2016年末時点）が3,517社、第2回調査（2017年末時点）が2,104社、第3回調査（2018年末時点）が1,962社であった。なお、結果の概要は、井上（2022）を参照されたい。

³ 本調査とパネル調査の開業からの平均経過月数の関係は、以下のとおりである。



⁴ 2020年調査相当、2021年調査相当の数値は以下の算式で求めた。

2020年調査相当データ

= パネル調査第1回データ + パネル調査第1回と第2回の差 ÷ 12カ月 × 2020年調査とパネル調査第1回の経過月数差

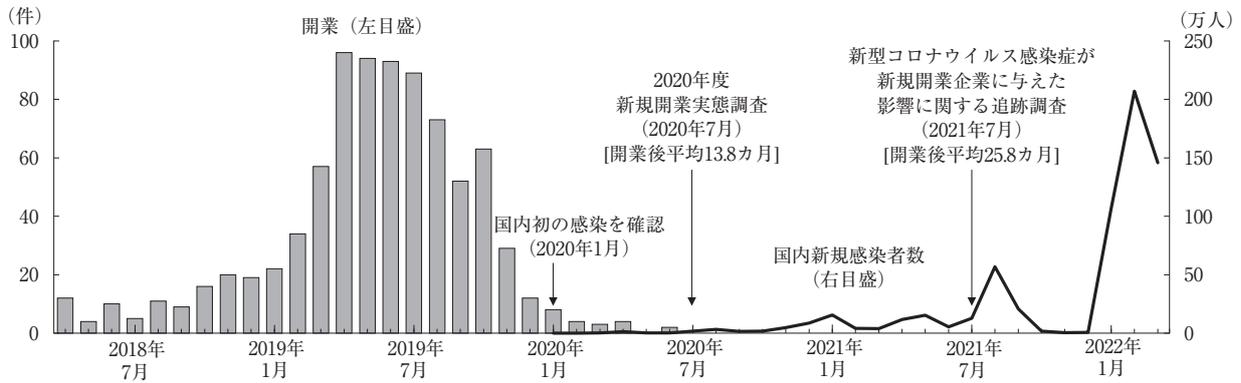
= パネル調査第1回データ + (パネル調査第2回データ - パネル調査第1回データ) ÷ 12カ月 × (13.8カ月 - 5.9カ月)

2021年調査相当データ

= パネル調査第2回データ + パネル調査第2回と第3回の差 ÷ 12カ月 × 2021年調査とパネル調査第2回の経過月数差

= パネル調査第2回データ + (パネル調査第3回データ - パネル調査第2回データ) ÷ 12カ月 × (25.8カ月 - 17.9カ月)

図-2 開業と新型コロナウイルス感染症の国内新規感染者数の関係



資料：新型コロナウイルス感染症の国内新規感染者数は、厚生労働省発表資料
 (注) 開業は月別件数 (n=841)、国内新規感染者数は月別人数。

表-2 業種 (2021年時点)

(単位:%)

業種	割合	n
建設業	9.0	76
製造業	3.0	25
情報通信業	2.6	22
運輸業	2.3	19
卸売業	3.4	29
小売業	10.3	87
飲食店・宿泊業	14.5	122
医療・福祉	18.9	159
教育・学習支援業	3.1	26
サービス業	27.2	229
不動産業	4.8	40
その他	0.8	7

(注) 1 不動産賃貸業は調査対象外であるため、「不動産業」および「その他」には含まれない (以下同じ)。
 2 「持ち帰り・配達飲食サービス業」は「小売業」に含む (以下同じ)。

(1) 売り上げ

まず、売り上げに関する指標をみてみよう。2021年調査の月商 (1カ月当たりの売上高) は、「100万円未満」の企業が43.3%、「100万円以上500万円未満」の企業が42.1%を占め、2020年調査のそれぞれ44.8%、42.7%と比べて割合はわずかながら低くなっているものの、回答企業の8割以上が月商500万円未満の比較的規模が小さ

図-3 月商

(単位:%)
(n=762)

	1,000万円以上		
	100万円未満	100万円以上500万円未満	500万円以上1,000万円未満
2020年調査	44.8	42.7	8.5
2021年調査	43.3	42.1	8.7

資料：2020年調査は、日本政策金融公庫総合研究所「2020年度新規開業実態調査」、2021年調査は、日本政策金融公庫総合研究所「新型コロナウイルス感染症が新規開業企業に与えた影響に関する追跡調査」(以下、断りのない限り同じ)
 (注) 2020年調査時点、2021年調査時点のすべてに回答した企業を集計 (以下、2時点のデータを示す場合は、断りのない限り同じ)。

い企業であることがわかる (図-3)。一方で、「500万円以上1,000万円未満」は2020年調査の8.5%から2021年調査では8.7%へ、同じく「1,000万円以上」も4.1%から5.9%へ増え、平均月商は261.2万円から306.6万円へと増加している。パネル調査の平均月商は、2020年調査に相当する開業後13.8カ月時点が241.8万円、2021年調査に相当する開業後25.8カ月時点が280.9万円で、本調査の結果はパネル調査をやや上回る結果となった⁵。

次に調査時点の売上状況を見ると、「増加傾向」の割合は2020年調査で43.3%だったものが、2021年調査では30.8%に減少している (図-4)⁶。

⁵ パネル調査の平均月商は、2016年末が181.6万円、2017年末が273.0万円、2018年末が284.9万円であった。

⁶ 売上状況はパネル調査では尋ねていない。

図－４ 売上状況

(単位:%)
(n=809)

	増加傾向	横ばい	減少傾向
2020年調査	43.3	33.6	23.1
2021年調査	30.8	38.7	30.5

「横ばい」はそれぞれ33.6%、38.7%、「減少傾向」は23.1%、30.5%となった。

続いて、達成された売り上げが、開業時に予想していたものと比べてどうだったのかみてみよう。ここでは予想月商達成率を、2020年調査で尋ねた、開業時に予想していた2020年調査時点での月商に対する、2020年調査と2021年調査の実際の月商の割合と定義した。計算結果をみると、2020年調査では予想達成率「125%以上」が32.3%、「100%以上125%未満」が22.3%で、二つを合わせた予想月商を達成した割合は、54.7%であった(図－5)。これが2021年調査になると、「125%以上」が41.2%、「100%以上125%未満」が18.1%で、予想月商を達成した割合は59.3%に上昇している。ただ、「50%未満」の割合は、2020年調査の10.0%が、2021年調査では16.5%に高まっており、二極化の傾向がみられる。予想月商を達成した割合をパネル調査でみてみると、2020年調査相当が33.1%、2021年調査相当が46.1%となっており、本調査の方がむしろ高い数値となっている⁷。

(2) 採算状況

調査時点の採算状況を見ると、「黒字基調」の割合は、2020年調査が59.9%、2021年調査が60.9%と、ほぼ横ばいであった(図－6)。パネル調査の2020年調査と2021年調査に相当する時期の黒字基

図－５ 予想月商達成率

(単位:%)
(n=752)

	50%未満	50%以上 75%未満	75%以上 100%未満	100%以上 125%未満	125%以上
2020年調査	10.0	20.3	15.0	22.3	32.3
2021年調査	16.5	13.3	10.9	18.1	41.2
	達成 59.3				

(注) 2020年調査時点の予想月商を基準に、以下の式により算出した。
 予想月商達成率(2020年調査) = 月商(2020年調査) ÷ 予想月商(2020年調査) × 100
 予想月商達成率(2021年調査) = 月商(2021年調査) ÷ 予想月商(2020年調査) × 100

図－６ 採算状況

(単位:%)
(n=800)

	黒字基調	赤字基調
2020年調査	59.9	40.1
2021年調査	60.9	39.1

調割合は、それぞれ63.9%、73.5%となっており、いわゆる平時の新規開業企業と比べた場合に、本調査の回答企業は黒字基調への移行が遅れているといえるだろう⁸。

(3) 従業員数

従業員数の推移をみてみると、経営者だけで稼働している「1人」の割合は、開業時の36.6%が、2020年調査には31.8%に減少した(図－7)。ただ、2021年調査では32.3%と、ほぼ横ばいとなっている。続く「2人」は22.6%、21.1%、20.1%、「3人」は10.4%、11.7%、10.9%、「4人」は8.3%、7.0%、7.2%と推移した。

このように、2021年調査の時点でも4人以下が約7割と規模の小さい企業の占める割合は高いものの、従業員数は開業してから徐々に増加する傾向にある。従業員数「10人以上」の割合は、開

⁷ パネル調査の予想月商達成企業の割合は、2016年末が17.4%、2017年末が41.3%、2018年末が48.6%であった。

⁸ パネル調査の黒字基調の割合は、2016年末が50.9%、2017年末が70.7%、2018年末が75.0%であった。

図－7 従業者数の推移

(単位:%)
(n=796)

	1人	2人	3人	4人	5～9人	10人以上	[平均]
開業時	36.6	22.6	10.4	8.3	17.2		[3.3人]
2020年調査	31.8	21.1	11.7	7.0	19.5		[4.0人]
2021年調査	32.3	20.1	10.9	7.2	17.7		[4.6人]

資料：開業時は、日本政策金融公庫総合研究所「2020年度新規開業実態調査」(以下、断りのない限り同じ)

- (注) 1 開業時、2020年調査時点、2021年調査時点のすべてに回答した企業を集計(以下、3時点のデータを示す場合は同じ)。
2 従業者は、「経営者本人(1人)」「家族従業員」「常勤役員」「正社員」「パートタイマー・アルバイト」「派遣社員・契約社員」の合計(以下同じ)。

業時が4.9%、2020年調査が8.9%、2021年調査が11.8%と高まっている。

従業者数の平均も、開業時の3.3人から、2020年調査では4.0人、2021年調査では4.6人と増加した。平均値の増加幅は、開業時から2020年調査が0.7人、2020年調査から2021年調査が0.6人であった。ここで、平時の状況を示すパネル調査の結果をみると、開業時の従業者数が3.0人、2020年調査に相当する開業後13.8カ月が3.9人、2021年調査に相当する開業後25.8カ月が4.4人となっており、水準では本調査と明確な違いはみられない⁹。ただ、増加幅は、開業から2020年調査相当が0.9人、2020年調査相当から2021年調査相当が0.5人となっており、本調査の開業から2020年調査の従業者数の伸びは、パネル調査と比べるとやや低いようである。

続いて、従業者数が増加した企業の割合をみると、開業時から2020年調査では30.7%、2020年調査から2021年調査では26.1%であった。パネル調査では、開業時から2020年調査相当が29.5%、2020年

図－8 経営者が事業に従事している時間(1週間当たり)

(単位:%)
(n=809)

	35時間未満	35時間以上 50時間未満	50時間以上	[平均]
2020年調査	18.5	29.9	51.5	[48.5時間]
2021年調査	19.5	33.1	47.3	[46.6時間]

調査相当から2021年調査相当が30.1%で、2020年調査はパネル調査とほぼ同水準だが、2021年調査では割合がやや低くなっている¹⁰。

(4) 経営者の働き方

ここで、経営者が事業に従事している時間を1週間当たりでみると、「35時間未満」が2020年調査の18.5%から2021年調査は19.5%へ、同じく「35時間以上50時間未満」が29.9%から33.1%へと増えたのに対し、「50時間以上」は51.5%から47.3%へ減っており、全体に少し短くなる傾向にある(図－8)。平均従事時間は48.5時間から46.6時間へと、わずかながら減少した。パネル調査では、2020年調査相当が55.7時間、2021年調査相当が55.4時間となっており、本調査の方が平均従事時間は短い¹¹。これは、コロナ禍の下での営業時間短縮や休業が影響しているのかもしれない。

3 業種別の予想月商達成企業割合

本節では、第2節でみた経営状況に関するデータのうち、予想月商を達成した企業の割合を業種別にみることで、新型コロナウイルス感染症の影響がどの業種で強く表れたのかを確認する。冒頭

⁹ パネル調査の平均従業者数は、2016年末が3.5人、2017年末が4.1人、2018年末が4.5人であった。

¹⁰ パネル調査の従業者数の増加した企業の割合は、開業時から2016年末が24.1%、2016年末から2017年末が32.3%、2017年末から2018年末が28.9%であった。

¹¹ パネル調査の1週間の平均従事時間は、2016年末が55.6時間、2017年末が55.7時間、2018年末が55.3時間であった。

表－3 予想月商達成企業の割合（業種別）

（単位：％、ポイント）

	新規開業追跡調査		パネル調査との差		パネル調査		n
	2020年調査	2021年調査	2020年調査	2021年調査	2020年調査相当	2021年調査相当	
建設業	② 69.6	② 72.5	④ 29.7	⑤ 16.6	③ 39.9	③ 55.9	69
製造業	47.6	57.1	4.8	7.1	① 42.8	④ 50.1	21
情報通信業	① 70.0	④ 65.0	② 36.8	① 21.7	⑥ 33.2	43.3	20
運輸業	26.3	31.6	-11.8	-2.9	④ 38.1	34.4	19
卸売業	30.8	42.3	-1.2	-16.9	31.9	① 59.2	26
小売業	50.0	52.6	⑤ 24.1	④ 17.6	25.9	35.0	78
飲食店・宿泊業	28.7	24.1	4.9	-5.6	23.8	29.7	108
医療・福祉	⑤ 61.4	① 77.9	21.3	② 20.7	② 40.1	② 57.2	140
教育・学習支援業	31.8	54.5	5.8	⑦ 14.2	26.0	40.4	22
サービス業	③ 65.0	③ 67.5	③ 30.3	③ 18.6	⑤ 34.8	⑤ 48.9	206
不動産業	④ 63.9	58.3	① 44.2	⑥ 14.8	19.7	43.5	36
全業種計（再掲）	54.7	59.3	21.5	13.2	33.1	46.1	752

（注）1 予想月商達成率が100%以上の企業の割合。予想月商の定義は図－5に同じ。

2 パネル調査のデータの算出方法は、脚注4（p.23）参照。

3 全業種計を上回る業種に網掛けし、丸囲み数字で順位を示した（以下同じ）。

4 「その他」の業種はサンプルサイズが小さいため記載を省略。ただし「全業種計」は「その他」を含む（以下同じ）。

5 nは新規開業追跡調査の値。

で述べたとおり、本調査の調査対象企業のほとんどは、新型コロナウイルスの国内初の感染者が確認された2020年1月にはすでに開業していたことから、開業時に立てた月商予想額にコロナ禍の影響は反映されていないと考えられる。その予想額と実際の月商を比較することは、コロナ禍の影響をよりストレートにとらえることができると思われる。ただ、コロナ禍などのショックが発生していないいわゆる平時であっても業種によって開業後の業績の推移には違いがあることから、前節と同様に新規開業企業の経年変化を追ったパネル調査の業種別データと合わせて分析する。

前述のとおり、予想月商を達成した企業の割合は、2020年調査で54.7%、2021年調査で59.3%であった（前掲図－5）。パネル調査では、2020年調査相当が33.1%、2021年調査相当が46.1%で、本調査の方が割合は高いため、これらのデータを直接比較しても水準の違いがわかりにくい。そこで、相対的にみてどの業種がパネル調査と比べて割合が高いのかをみるために、ここでは本調査とパネル調査の割合の差を指標として用いることにする。

（1）達成企業割合の高い業種

まず、本調査において予想月商を達成した企業の割合が相対的に高い業種をみてみよう。2020年調査では、情報通信業（70.0%）、建設業（69.6%）、サービス業（65.0%）、不動産業（63.9%）、医療・福祉（61.4%）の5業種が全業種計を上回った（表－3）。2021年調査では、医療・福祉（77.9%）、建設業（72.5%）、サービス業（67.5%）、情報通信業（65.0%）、不動産業（58.3%）と、順位は異なるものの、5位までの業種に変化はない。

個別の業種をみてみると、2020年調査で1位、2021年調査で4位の情報通信業は、パネル調査との差もそれぞれ2位（36.8ポイント）、1位（21.7ポイント）と、パネル調査の結果を大きく上回った。パネル調査では達成企業の割合が全業種計と近似であることも考え併せると、在宅勤務やリモート会議のシステムを導入する企業が増えたことなど、コロナ感染症対策の需要増で予想より売り上げが大きくなったのではないかと推測される。

2020年調査・2021年調査ともに2位の建設業

は、パネル調査との差も、4位(29.7ポイント)、5位(16.6ポイント)であった。パネル調査でも3位であり、もともと達成企業割合が高い業種ではあるが、ほかの業種に比べて人と人との接触が少ないために、コロナ禍の影響をあまり受けなかったことが奏功したのかもしれない。

同じく両年ともに3位のサービス業は、パネル調査との差もそれぞれ30.3ポイント、18.6ポイントでともに3位だった。パネル調査でもそれぞれ5位で、全業種計を上回っている。理美容、クリーニングといった個人向けサービスの一部については、外出の自粛によって需要が減少した可能性はあるものの、建築設計、建物清掃など事業所向けサービスは堅調だったためと思われる。

2020年調査で4位の不動産業は、パネル調査で44.2ポイントも上回り、差は1位となっている。2021年調査では、順位は5位に下がり、水準も全業種計をやや下回っている。パネル調査との差は14.8ポイントで平均より少し高い。こうしたデータの動きの理由ははっきりせず、パネル調査の水準が業種別で最も低いことも影響していると思われるが、コロナ禍で飲食店関連の物件の動きは減ったものの、在宅勤務の場所を確保するための不動産取引などが一部では増えた影響なのかもしれない。

2020年調査で5位、2021年調査で1位の医療・福祉は、パネル調査でともに2位と、もともと達成企業割合が高い業種である。パネル調査との差は、2020年調査では21.3ポイントで全業種計とほぼ同じ水準、2021年調査では20.7ポイントで2位であった。この業種はコロナ禍の下でも需要自体が減少することは考えにくく、売り上げも順調な伸びをみせたものと推測される。

(2) 達成企業割合の低い業種

続いて、2020年調査・2021年調査ともに全業種計を下回っている6位以下の業種をみてみよう。小売業は2020年調査が50.0%(6位)、2021年調

査が52.6%(8位)であったが、パネル調査での達成企業割合が低いこともあって、パネル調査との差は24.1ポイント、17.6ポイントで全業種計を上回った。外出の自粛やインバウンドの減少などに大きな影響を受けたところも多いと思われるが、必需品を扱う企業も多く、通信販売に力を入れたところもあったことが、コロナ禍の影響を緩和したものと考えられる。

2020年調査が47.6%で7位、2021年調査が57.1%で6位の製造業は、パネル調査では全業種計を上回る1位と4位であり、パネル調査との差はそれぞれ4.8ポイント、7.1ポイントと平均を下回った。コロナ禍で外食産業向けの食品など一部製品の需要が減少したことや、原材料や部品の国内外からの供給といったサプライチェーンに混乱が起きたことが、影響しているのではないだろうか。

2020年調査が31.8%で8位、2021年調査が54.5%で7位の教育・学習支援業は、パネル調査でも全業種計を下回っており、もともと達成企業割合が低い業種である。パネル調査との差をみると、2020年調査は5.8ポイントと平均を大きく下回っていたが、2021年調査は14.2ポイントと平均を上回った。2020年調査を実施した2020年7月時点では、コロナ禍による学習塾の休業や受講者の減少の影響が強く出ているようだが、リモート授業の導入、教室での感染症対策の強化などにより、1年後の2021年7月には、かなり回復していることがうかがえる。

2020年調査が30.8%、2021年調査が42.3%で、いずれも9位だった卸売業は、パネル調査との差がそれぞれ-1.2ポイント、-16.9ポイントと、パネル調査の水準を下回った。パネル調査では2020年調査相当は平均前後の値、2021年調査相当は1位で、本調査では特に2021年調査の落ち込みが大きいといえる。コロナ禍によって海外との物流が滞ったことや、取引先である飲食店・宿泊業などの不振が長期化していることが影響しているのだろう。

最後に、コロナウイルス感染症による影響が最

も大きく出ているのが、飲食店・宿泊業、運輸業の二つである。飲食店・宿泊業は、2020年調査が28.7%、2021年調査が24.1%で、それぞれ11業種中10位、11位であった。運輸業は、2020年調査が26.3%（11位）、2021年調査が31.6%（10位）となっている。パネル調査との差は、飲食店・宿泊業がそれぞれ4.9ポイント、-5.6ポイント、運輸業がそれぞれ-11.8ポイント、-2.9ポイントと、これも低い水準である。これらの業種は、旅行や飲食に関する需要が大きく減少したこと、休業や営業時間の短縮を余儀なくされたことなどの要因によってなかなか売上げを伸ばすことができなかつたと推測される。運輸業のうち貨物運送については宅配サービスの増加などによってむしろ需要は増えた可能性があるが、全体としてみるとサンプルの過半を占める個人タクシーの不振がデータに表れたと考えられる¹²。

本調査の対象企業の大部分が新型コロナウイルスの感染拡大を予期せずに開業しているにもかかわらず、開業時に予想した月商を達成した企業の割合は、多くの業種でパネル調査を上回っている。

前節でみたとおり月商の水準自体がパネル調査をやや上回っていることなども考えると、全体としてみれば売上げに対するコロナ禍の影響は意外に小さかったといえるかもしれない。しかし本節の業種別分析からは、影響の大きさは業種によってかなり違いがあり、目標達成企業が3割ほどにすぎない飲食店・宿泊業、運輸業など、深刻な影響が出た業種も少なくないことがわかった。

4 新型コロナウイルス感染症の影響

(1) マイナスの影響

本節では、新型コロナウイルス感染症による影響について直接的に尋ねた設問の回答結果をみて

図-9 新型コロナウイルス感染症によるマイナスの影響

(単位:%)
(n=833)

	受けた	受けなかつた
2020年調査	77.7	22.3
2021年調査	80.1	19.9

(注) 1 2020年調査は開業から2020年7月の調査時点まで、2021年調査は2020年8月から2021年7月の調査時点までの影響。

2 「受けた」は、新型コロナウイルス感染症の影響が、「以前は大いにあったが、現在はない」「以前は少しあったが、現在はない」「現時点で大いにある」「現時点で少しある」の合計、「受けなかつた」は、「現在までではないが、今後はありそう」「現在までではなく、今後もなさそう」の合計。

いきたい。まずマイナスの影響を「受けた」と回答した企業の割合は、2020年調査（開業から2020年7月の調査時点まで）で77.7%、2021年調査（2020年8月から2021年7月の調査時点まで）で80.1%となっている（図-9）。2時点とも影響を「受けた」企業も68.9%ある一方、2時点とも影響を「受けなかつた」企業は11.2%にとどまっております。大半の新規開業企業が新型コロナウイルスの感染拡大によってマイナスの影響を受けていることがわかる。

業種別にみると、2020年調査では、運輸業（100.0%）、教育・学習支援業（96.2%）、飲食店・宿泊業（95.9%）、不動産業（80.0%）など、2021年調査では、製造業（96.0%）、飲食店・宿泊業（95.9%）、運輸業（89.5%）、教育・学習支援業（88.5%）などで影響を「受けた」割合が高くなった（表-4）。なかでも、飲食店・宿泊業がともに90%台後半の高い数字になっているのが特徴的である。これらの業種については、前節でも述べたように、コロナ禍による旅行や飲食に対する需要の減少、休業や営業時間の短縮、サプライチェーンの^{きそん}毀損などに加え、後述するように感染症対策も強く求められたことがその要因であると考えられる。

¹² 運輸業の回答企業19社のうち、一般乗用旅客自動車運送業（タクシー）が13社（すべて個人タクシー）、貨物軽自動車運送業（軽貨物）が4件、一般貸切旅客自動車運送業（バス・ハイヤー）と一般貨物自動車運送業（トラック運送）がそれぞれ1社であった。

表-4 新型コロナウイルス感染症による
マイナスの影響

(単位:%)

	2020年調査	2021年調査	n
建設業	65.8	72.6	73
製造業	76.0	① 96.0	25
情報通信業	59.1	⑤ 81.8	22
運輸業	① 100.0	③ 89.5	19
卸売業	62.1	79.3	29
小売業	73.3	⑥ 80.2	86
飲食店・宿泊業	③ 95.9	② 95.9	122
医療・福祉	72.8	73.4	158
教育・学習支援業	② 96.2	④ 88.5	26
サービス業	76.1	76.5	226
不動産業	④ 80.0	72.5	40
全業種計(再掲)	77.7	80.1	833

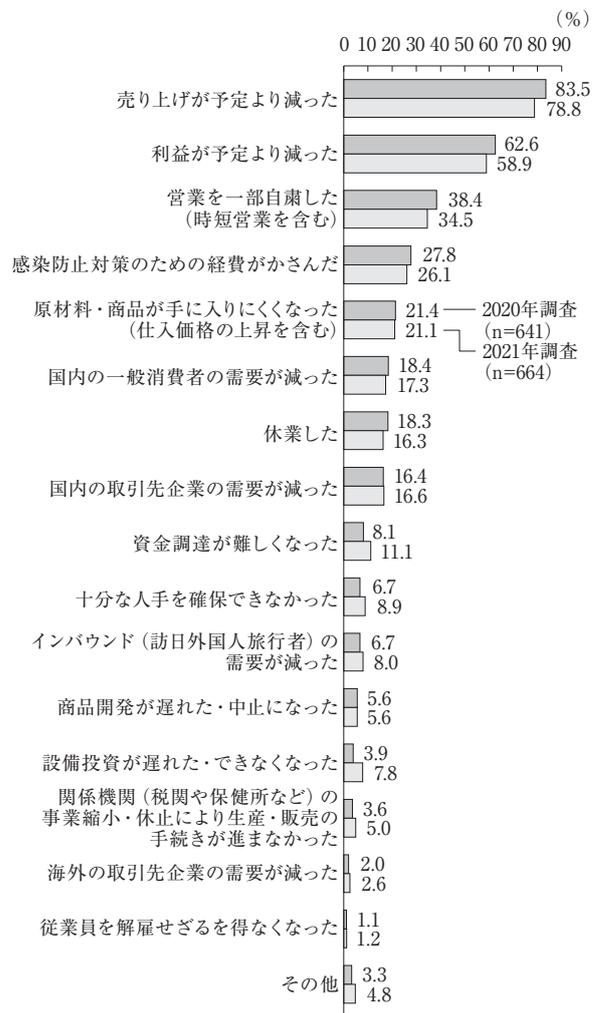
(注) 図-9 (注)に同じ。

このほか、2020年調査では、情報通信業の59.1%を除くすべての業種で6割以上、2021年調査ではすべての業種で7割以上が、マイナスの影響を「受けた」と回答しており、コロナ禍の影響は幅広い業種に及んでいるといっていよう。

次に、マイナスの影響を「受けた」企業の具体的な影響の内容をみると、「売上げが予定より減った」が2020年調査で83.5%、2021年調査で78.8%、「利益が予定より減った」がそれぞれ62.6%、58.9%、「営業を一部自粛した(時短営業を含む)」がそれぞれ38.4%、34.5%などの順となっている(図-10)。それに続く「感染防止対策のための経費がかさんだ」も、それぞれ27.8%、26.1%みられた。また、「国内の一般消費者の需要が減った」(それぞれ18.4%、17.3%)、「国内の取引先企業の需要が減った」(それぞれ16.4%、16.6%)と、需要の低迷を指摘する企業もあった。「休業した」との回答もそれぞれ18.3%、16.3%みられた。そのほかにも、コロナ禍によって、さまざまな影響が発生していることがわかる結果となっている。

続いて、新型コロナウイルス感染症の影響による売上げの減少幅について推計した。2021年調

図-10 新型コロナウイルス感染症の具体的な影響
(複数回答)



(注) 1 図-9 (注)1に同じ。

2 新型コロナウイルス感染症の影響が、「以前は大いにあったが、現在は少ない」「以前は少しあったが、現在は少ない」「現時点で大いにいる」「現時点で少しある」と回答した企業を集計。
3 2020年調査・2021年調査ともにある選択肢を表示。

査では、新型コロナウイルス感染症の流行がなかったと仮定した場合に調査時点で達成できたと考えられる月商を尋ねている。ここでは、その月商と実際の月商を比べた場合の減少割合を算出した。結果は図-11のとおりである。

売上げ減少割合は、「0%超25%未満」が23.0%、「25%以上50%未満」が25.1%、「50%以上75%未満」が10.6%、「70%以上100%未満」が4.1%で、これらを合わせた「減少」の割合は62.8%となった。売上げが減少した企業の減少

図-11 新型コロナウイルス感染症の影響による
売上げ減少割合

(単位:%)
(n=716)

0%未満 (増加)	0% (不変)	0%超 25%未満	25%以上 50%未満	50%以上 75%未満	75%以上100%未満
5.4	31.7	23.0	25.1	10.6	4.1
減少 62.8					

(注) 2021年調査時点で新型コロナウイルス感染症の流行がなかったと仮定した場合に達成できたと考えられる月商からの、実際の月商の減少割合を、以下の式により算出した。
 売上げ減少割合 = (新型コロナウイルス感染症の流行がなかった場合の月商 - 実際の月商) ÷ 新型コロナウイルス感染症の流行がなかった場合の月商 × 100

割合の平均は34.3%で、平均減少額は93.6万円であった¹³。このように、売上げが大きく減少した企業がかなりあることが観察される。一方、「0% (不変)」、すなわち売上げには影響がなかった企業が全体の31.7%、「0%未満 (増加)」の企業が5.4%存在している。これら企業の、新型コロナウイルス感染症の流行がなかった場合と比較した月商の増加率は平均62.0%で、平均増加額は189.0万円であった。

次に、売上げが「減少」した企業の割合を業種別にみると、飲食店・宿泊業 (93.3%)、製造業 (81.0%)、運輸業 (77.8%)、卸売業 (65.4%) などで高くなった(表-5)。割合が最も低い医療・福祉でも48.8%で、幅広い業種で影響が出ていることがわかる。そのなかでも「50%以上減少」した企業の割合をみると、運輸業が55.6%と飛び抜けて高く、飲食店・宿泊業も36.5%と4割近くに達している。これに対し、医療・福祉 (3.9%)、サービス業 (6.2%) では比較的回答割合が低くなった。

一方、新型コロナウイルス感染症の影響によって売上げが増加した企業の割合は、小売業 (14.5%)、卸売業 (7.7%)、サービス業 (6.2%)

表-5 新型コロナウイルス感染症の影響による
売上げの減少 (業種別)

(単位:%)

	減少	50%以上減少	n
建設業	52.2	13.4	67
製造業	② 81.0	14.3	21
情報通信業	55.0	⑤ 15.0	20
運輸業	③ 77.8	① 55.6	18
卸売業	④ 65.4	③ 19.2	26
小売業	61.8	14.5	76
飲食店・宿泊業	① 93.3	② 36.5	104
医療・福祉	48.8	3.9	129
教育・学習支援業	54.5	13.6	22
サービス業	59.8	6.2	194
不動産業	53.1	④ 15.6	32
全業種計 (再掲)	62.8	14.7	716

(注) 図-11 (注) に同じ。

などでほかの業種よりも高くなった。これは、感染症対策に関連する商品やサービスへの需要の高まりや、消費者の生活様式の変化などによって新たな需要が生まれたことなどが、背景にあると推測される。

(2) 感染防止対策費

新型コロナウイルス感染症の流行に対して、企業はさまざまな対策を行う必要が出てきた。前述のとおり、新型コロナウイルス感染症の具体的な影響として、2020年調査では27.8%、2021年調査では26.1%の企業が「感染防止対策のための経費がかさんだ」と回答している (前掲図-10)。それでは、どのくらいの費用がかかったのだろうか。

2021年調査では、設備・じゅう器・備品の購入費と1カ月当たりの消耗品購入費を尋ねている¹⁴。そこで、設備・じゅう器・備品の購入費に、政府による緊急事態宣言が初めて出された2020年4月から調査時点の2021年7月までの16カ月分の消耗品購入費を加えて、新型コロナウイルス感染防止対策費

¹³ 減少額をレンジでみると、売上げが減少した企業のうち「0万円超50万円未満」が全体の54.7%、「50万円以上100万円未満」が17.3%、「100万円以上」が28.0%であった。

¹⁴ 設備・じゅう器・備品の購入費は万円単位の総額を、消耗品購入費は千円単位の1カ月当たりの金額を尋ねた。

図-12 新型コロナウイルス感染防止対策費

(単位:%) (n=815)				
0円	0万円超 10万円未満	10万円以上 50万円未満	50万円以上 100万円未満	100万円以上
15.0	20.9	37.8	11.5	14.8
対策費あり 85.0				

(注) 設備・じゅう器・備品の購入費と、消耗品購入費16カ月分(緊急事態宣言が出された2020年4月から調査時点である2021年7月までを想定)の合計。

の合計を算出した。結果は図-12のとおりである。

対策費の分布をみると、「0円」、すなわち対策費がかからなかった企業の割合は15.0%にとどまり、「0万円超10万円未満」が20.9%、「10万円以上50万円未満」が37.8%、「50万円以上100万円未満」が11.5%、「100万円以上」が14.8%で、これらを合わせた「対策費あり」とする企業の割合は85.0%となった¹⁵。2021年調査の回答企業の平均従業員数が4.6人、平均月商が306.6万円と規模が小さい企業が多いことを考えると、個々の企業の負担感はかなり大きかったのではと推測される。

業種別にみると、「対策費あり」と回答した企業の割合は、教育・学習支援業(100.0%)、飲食店・宿泊業(95.8%)、運輸業(94.7%)、医療・福祉(92.7%)で9割を超えている(表-6)。比較的割合の低い卸売業(60.7%)、情報通信業(61.9%)でも6割を超えており、多くの業種で対策費が必要であったといえる。特に金額の大きい「100万円以上」についてみると、割合の高い業種の傾向は同じで、教育・学習支援業(36.0%)、医療・福祉(33.1%)、飲食店・宿泊業(15.8%)、個人タクシーを多く含む運輸業(15.8%)で全業種計を上回っている。これらは相対的に顧客との接触機会が多い業種であり、アクリルパーテーション、自動体温測定器、オンライン対応用の設備といった、設備・じゅう器・備品や、マス

¹⁵ 対策費が発生した企業の平均金額は82.1万円であった。

表-6 新型コロナウイルス感染防止対策費(業種別)

(単位:%)			
	あり	100万円以上	n
建設業	79.5	4.1	73
製造業	75.0	8.3	24
情報通信業	61.9	9.5	21
運輸業	③ 94.7	④ 15.8	19
卸売業	60.7	3.6	28
小売業	82.6	11.6	86
飲食店・宿泊業	② 95.8	③ 15.8	120
医療・福祉	④ 92.7	② 33.1	151
教育・学習支援業	① 100.0	① 36.0	25
サービス業	82.5	7.6	223
不動産業	78.9	10.5	38
全業種計(再掲)	85.0	14.8	815

(注) 図-12(注)と同じ。

ク、アルコール消毒液といった消耗品の必要性がより高いため、対策費も高額になったのだろう。

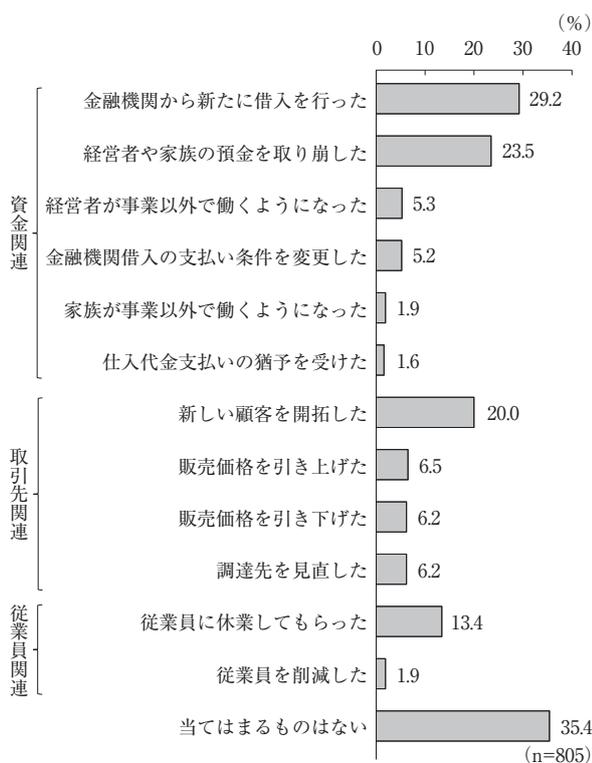
5 新型コロナウイルス感染症への対策

(1) 対策の内容

新型コロナウイルス感染症の流行を受けて、各企業はさまざまな対策を行っている。新型コロナウイルス感染症の影響を受けて実施したことについてみると、まず、「金融機関から新たに借入を行った」(29.2%)、「経営者や家族の預金を取り崩した」(23.5%)といった資金関連の対策が挙げられる(図-13)。このほか資金関連対策としては、「経営者が事業以外で働くようになった」(5.3%)、「金融機関借入の支払い条件を変更した」(5.2%)などの回答もあった。

取引先関連の対策としては、「新しい顧客を開拓した」が20.0%で最も高い割合となった。このほか「販売価格を引き上げた」(6.5%)、「販売価格を引き下げた」(6.2%)といった価格設定

図-13 新型コロナウイルス感染症の影響を受けて実施したこと（複数回答）

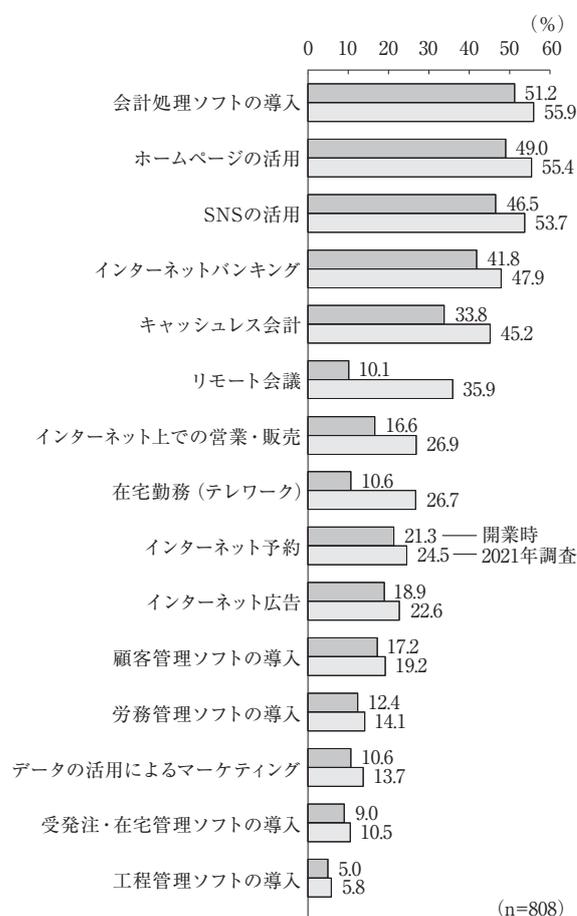


の変更もあるが、それほど高い割合ではない。

従業員関連の対策としては、「従業員に休業してもらった」との回答が13.4%みられた。ただ、「従業員を削減した」は1.9%とごくわずかにとどまった。もともと従業員が少なかったり経営者のみで稼働していたりする企業が多いとはいえ、新規開業企業が従業員の雇用維持に努めていることを示すものであろう。なお、「当てはまるものはない」と回答した企業は、全体の35.4%であった¹⁶。

図-13で示した選択肢以外に、新しいデジタル技術も、新型コロナウイルス感染症への対策に一役買っている可能性がある。そこでITの活用状況をみてみると、2021年調査では、「会計処理ソフトの導入」（55.9%）、「ホームページの活用」（55.4%）、「SNSの活用」（53.7%）で5割を

図-14 ITの活用状況（複数回答）



資料：日本政策金融公庫総合研究所「新型コロナウイルス感染症が新規開業企業に与えた影響に関する追跡調査」（2時点とも）
(注) 2時点とも回答した企業の割合を示した。

を超えており、開業時のそれぞれ51.2%、49.0%、46.5%と比べても割合を高めている（図-14）¹⁷。「インターネットバンキング」も41.8%から47.9%へ、「キャッシュレス会計」も33.8%から45.2%へと割合を高めており、ITを活用している企業は少なくないといえるだろう。また、それらに続く「リモート会議」（開業時が10.1%、2021年調査が35.9%）、「インターネット上での営業・販売」（それぞれ16.6%、26.9%）、「在宅勤務（テレワーク）」（それぞれ10.6%、26.7%）が大きく伸びているこ

¹⁶ この質問には「その他」の選択肢がないため、選択肢にない対策を実施している企業も、「当てはまるものはない」に含まれている可能性がある。

¹⁷ 開業時のデータは、「新型コロナウイルス感染症が新規開業企業に与えた影響に関する追跡調査」による。

図-15 商品・サービスの変化

	(単位:%) (n=821)	
	ある	ない
新たな商品・サービス	13.9	86.1
提供方法を変更した商品・サービス	10.8	89.2
二つのいずれかまたは両方	19.5	80.5

(注) 1 新型コロナウイルス感染症の流行を受けて、開業から2021年7月の2021年調査時点までに実施したもの。
2 「新たな商品・サービス」「提供方法を変更した商品・サービス」のいずれかまたは両方がある場合を「二つのいずれかまたは両方」とした。

とには、新型コロナウイルス感染症の流行が大きいと影響していると推測される。

(2) 商品・サービスの変化

コロナ禍の影響を受けたことによる、開業後の商品・サービスの変化をみってみる。2021年調査では、開業してから調査時点までの間の、新たな商品・サービスの有無と、提供方法を変更した商品・サービスの有無について尋ねた¹⁸。結果は次のとおりである。まず、新たな商品・サービスが「ある」と回答した企業は13.9%、提供方法を変更した商品・サービスが「ある」と回答した企業は10.8%、二つのいずれかまたは両方が「ある」と回答した企業は19.5%であった(図-15)。

業種別の「ある」と回答した企業の割合は、飲食店・宿泊業で、「新たな商品・サービス」が29.4%、「提供方法を変更した商品・サービス」が31.1%、「二つのいずれかまたは両方」が47.1%で、各項目ともに最も高くなった(表-7)。教育・学習支援業(それぞれ28.0%、24.0%、32.0%)、小売業(それぞれ21.2%、14.1%、25.9%)がそれに続く。飲食

表-7 商品・サービスの変化(業種別)

	(単位:%)				n
	新たな商品・サービス	提供方法を変更した商品・サービス	二つのいずれかまたは両方		
建設業	5.4	4.1	6.8		74
製造業	12.5	8.3	④ 20.8		24
情報通信業	9.1	0.0	9.1		22
運輸業	0.0	0.0	0.0		18
卸売業	10.3	④ 13.8	⑤ 20.7		29
小売業	③ 21.2	③ 14.1	③ 25.9		85
飲食店・宿泊業	① 29.4	① 31.1	① 47.1		119
医療・福祉	7.1	5.2	10.3		155
教育・学習支援業	② 28.0	② 24.0	② 32.0		25
サービス業	12.5	6.3	15.2		224
不動産業	7.7	7.7	15.4		39
全業種計(再掲)	13.9	10.8	19.5		821

(注) 1 それぞれ「ある」と回答した企業の割合。
2 図-15(注)に同じ。

店・宿泊業は、後述の宅配やテイクアウト、教育・学習支援業はリモート授業、小売業は通信販売の導入などを行ったところが多いと推測される。

ここで、売上状況別に二つのいずれかまたは両方が「ある」企業の割合をみると、2020年調査では売上状況が「増加傾向」の場合に18.0%、「減少傾向」の場合に22.7%、2021年調査では、それぞれ16.9%、24.8%となった¹⁹。また、採算状況別では、2020年調査では「黒字基調」で16.6%、「赤字基調」で24.6%、2021年調査では、それぞれ16.3%、25.3%となった。商品・サービスの変更の実施時期を尋ねていないため因果関係は必ずしも明確ではないものの、経営状況の厳しい企業の方が新たな商品・サービスを導入したり、商品・サービスの提供方法を変更したりしている傾向にあることがわかる。ただし、経営状況に対するはっきりとした改善効果はみられなかったようだ²⁰。

¹⁸ 設問では、新たな商品・サービスは「異なる業種への多角化、これまで扱ってこなかった商品・サービスの提供など」、提供方法を変更した商品・サービスは「テイクアウト、インターネット販売、訪問サービスの導入など、商品・サービス自体には変化がないもの」と記載している。なお、2020年調査ではこの設問は尋ねていない。

¹⁹ このほか、「不変」の場合の割合は、2020年調査が19.6%、2021年調査が17.7%であった。

²⁰ 2020年調査で売上状況が「減少傾向」であった企業のうち2021年調査でも「減少傾向」である割合は、二つのいずれかまたは両方が「ある」場合に65.9%と、「ない」場合の62.1%を上回っている。2020年調査で「採算状況」が「赤字基調」であった企業のうち2021年調査でも「赤字基調」となった割合も、二つのいずれかまたは両方が「ある」場合に74.0%と、やはり「ない」場合の65.3%を上回った。

表-8 変化した商品・サービスの売りにげに対する割合（業種別）

(単位:%)

	新たな商品・サービス	提供方法を変更した商品・サービス	二つのいずれかまたは両方
建設業	⑤ 25.0	13.3	⑤ 28.0
製造業	④ 30.0	① 60.0	① 42.0
情報通信業	10.0	-	10.0
運輸業	-	-	-
卸売業	③ 33.3	③ 26.3	② 34.2
小売業	② 34.9	⑤ 24.0	③ 33.5
飲食店・宿泊業	16.9	13.2	18.2
医療・福祉	9.8	② 28.4	20.9
教育・学習支援業	⑦ 22.9	16.7	22.5
サービス業	⑥ 24.3	④ 24.4	④ 29.1
不動産業	① 36.7	16.7	⑥ 26.7
全業種計（再掲）	22.7	19.8	25.0

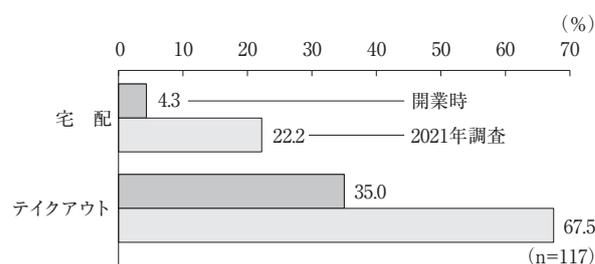
(注) 1 実施した企業の平均値。-は実施企業がない項目。
2 nの記載は省略した。

次に、こうした新しい取り組みが、売上額に占める割合をみると、全業種計では、「新たな商品・サービス」で22.7%、「提供方法を変更した商品・サービス」で19.8%、「二つのいずれかまたは両方」で25.0%であった（表-8）。

業種別では、「新たな商品・サービス」では不動産業（36.7%）が、「提供方法を変更した商品・サービス」「二つのいずれかまたは両方」では製造業（それぞれ60.0%、42.0%）が最も高い割合となっている。一方、実施割合が高かった飲食店・宿泊業では、それぞれ16.9%、13.2%、18.2%と、売りにげに対する割合は、相対的に低いようだ。

なお、新型コロナウイルス感染症の影響を受けたことによって商品・サービスを変化させた割合が、ほかの業種と比べて最も高かった飲食店・宿泊業に絞って、宅配とテイクアウトの実施状況を見てみよう。開業時に実施していた割合は、宅配

図-16 宅配とテイクアウトの実施状況（飲食店・宿泊業）



資料：図-14に同じ
(注) 両方の質問に2時点とも回答した企業の割合を示した。

が4.3%、テイクアウトが35.0%だった。これが、2021年調査ではそれぞれ22.2%、67.5%と、大幅に伸びていることがわかる（図-16）²¹。

(3) 行政からの支援

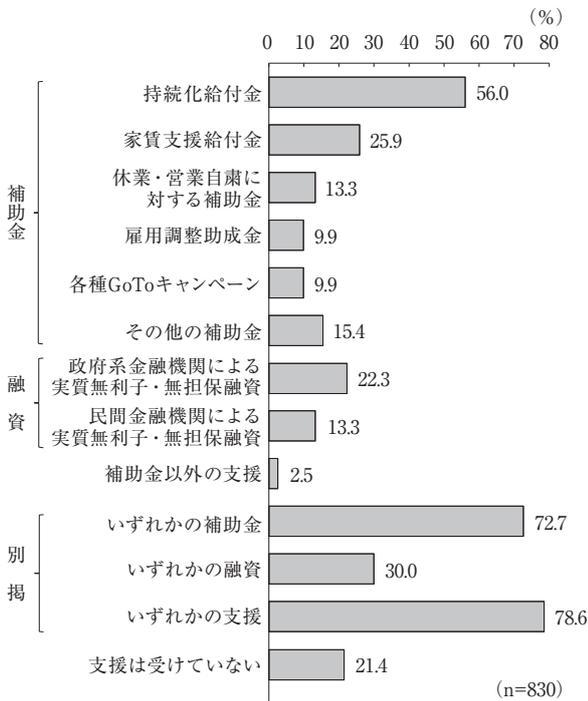
新型コロナウイルス感染症の流行による影響を受けた中小企業に対し、政府や地方自治体はさまざまな支援を行っている。新規開業企業はどのような支援を受けているのだろうか。最も回答割合が高かったのは、「持続化給付金」の56.0%であった（図-17）²²。そのほか、「家賃支援給付金」（25.9%）、「休業・営業自粛に対する補助金」（13.3%）など、さまざまな補助金が支給され、72.7%が「いずれかの補助金」を受けている。「政府系金融機関による実質無利子・無担保融資」（22.3%）、「民間金融機関による実質無利子・無担保融資」（13.3%）といった融資も行われており、30.0%が「いずれかの融資」を受けた。全体の78.6%が行政から「何らかの支援」を受けており、「支援は受けていない」は21.4%にとどまる。

業種別にみると、「いずれかの補助金」を受けた割合は、飲食店・宿泊業（98.3%）、運輸業（94.7%）、製造業（80.0%）、教育・学習支援業

²¹ ここでは実施率を示しているため、開業後の変化を示した表-7の数値と直接比較することはできない。

²² 持続化給付金とは、新型コロナウイルスの感染拡大により、営業自粛等の影響を受けた事業者に対する、事業全般に広く使える給付金のこと。申請期間は2020年5月1日から2021年2月15日までで、フリーランスを含む個人事業者では100万円を上限に、資本金10億円以上の企業を除く中小法人等では200万円を上限に給付された。

図-17 行政からの支援の内容 (複数回答)



(注) 各種GoToキャンペーンは補助金に含めた。

(80.0%) などの順となった(表-9)。回答割合の低い情報通信業(54.5%)、小売業(59.8%)でも過半数が補助金を受けている。「いずれかの融資」を受けた割合は、不動産業(50.0%)、卸売業(48.3%)、飲食店・宿泊業(43.0%)、運輸業(36.8%)などとなった。「いずれかの支援」を受けた割合は、飲食店・宿泊業(98.3%)、運輸業(94.7%)、製造業(84.0%)、卸売業(82.8%)などの順で、最も低い情報通信業でも63.6%と6割を超えている。逆に「支援は受けていない」割合は、情報通信業が36.4%、サービス業が30.8%、小売業が29.9%などとなっている。

ここで、企業業績と公的支援の関係をみてみよう。まず、「いずれかの支援」を受けた割合を売上状況別にみると、2020年調査では「増加傾向」の場合に72.5%、「不変」の場合に76.5%、「減少傾向」の場合に93.5%、2021年調査では、それぞ

表-9 行政からの支援の有無 (業種別)

(単位:%)

	いずれかの補助金	いずれかの融資	いずれかの支援	支援は受けていない	n
建設業	⑤ 76.0	⑦ 30.7	77.3	④ 22.7	75
製造業	③ 80.0	⑤ 36.0	③ 84.0	16.0	25
情報通信業	54.5	22.7	63.6	① 36.4	22
運輸業	② 94.7	④ 36.8	② 94.7	5.3	19
卸売業	69.0	② 48.3	④ 82.8	17.2	29
小売業	59.8	25.3	70.1	③ 29.9	87
飲食店・宿泊業	① 98.3	③ 43.0	① 98.3	1.7	121
医療・福祉	68.6	21.6	78.4	⑤ 21.6	153
教育・学習支援業	③ 80.0	⑤ 36.0	⑥ 80.0	20.0	25
サービス業	63.4	22.9	69.2	② 30.8	227
不動産業	⑥ 75.0	① 50.0	⑤ 82.5	17.5	40
全業種計(再掲)	72.7	30.0	78.6	21.4	830

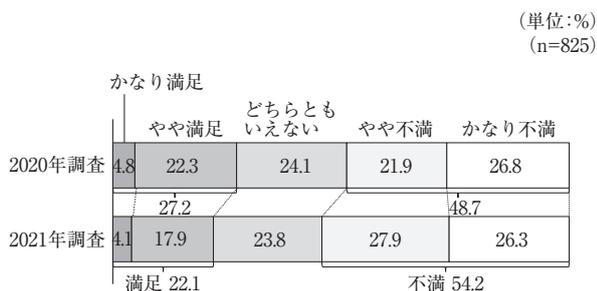
れ73.0%、76.6%、87.2%となっており、売り上げが減少している企業ほど、支援を受けた割合が高い。採算状況別の支援を受けた割合をみても、2020年調査では「黒字基調」の企業で74.2%、「赤字基調」の企業で84.9%、2021年調査では、それぞれ75.5%、83.2%と、業績の良くない企業の方が、支援を受けた割合が高くなっている。

次に、支援の効果をみてみよう。2020年調査で採算状況が「赤字基調」だった企業のうち、2021年調査で「黒字基調」になったのは、「いずれかの支援」を受けた企業で33.0%、受けなかった企業で27.1%であった²³。このように、支援を受けた企業の方が採算状況が良くなる傾向が強いことがわかる。

アンケートでは、行政から受けた支援をすべて合わせて経営を安定させる効果があったかどうかという質問も行ったが、「大いに効果があった」が23.4%、「必要なだけの効果はあった」が35.7%と約6割の企業が十分な効果を認めている。「効果はあったが十分とはいえない」(34.4%)という評価もあるものの、「ほとんど効果はなかった」は6.4%にとどまっており、コロナ禍の流行の下で実施

²³ 2021年調査でも引き続き「赤字基調」であった割合は、「いずれかの支援」を受けた企業で67.0%、受けなかった企業で72.9%であった。

図-18 満足度（収入）



された新規開業企業に対する一連の公的支援は、一定の効果があつたとみることができるだろう。

6 満足度と将来への展望

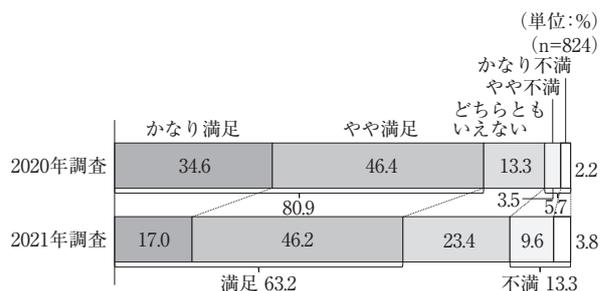
(1) 満足度

ここまでみてきたように、コロナ禍のなか、新規開業企業は通常の時期とは異なる、さまざまなストレスにさらされている。では、経営者の満足度はどうなっているのだろうか。

まず、収入に関する満足度をみると、2021年調査では「かなり満足」が4.1%、「やや満足」が17.9%で、それらを合わせた「満足」の割合は22.1%となった（図-18）。一方、「かなり不満」（26.3%）と「やや不満」（27.9%）を合わせた「不満」は54.2%で、全体として収入の満足度は高くない。2020年調査では「満足」が27.2%、「不満」が48.7%で、満足度の水準は1年間で低下している。ただし、いわゆる平時の新規開業企業を追跡調査した前述のパネル調査での「満足」の割合（2020年調査相当で24.0%、2021年調査相当で24.5%）と比べて大きく劣っているわけではない²⁴。

仕事のやりがいに関する満足度については、2020年調査では「満足」が80.9%、「不満」が5.7%と、かなり高い水準であった（図-19）。2021年

図-19 満足度（仕事のやりがい）



調査では、「満足」が63.2%へと低下する一方、「不満」が13.3%へと少し上昇しているものの、全体として仕事のやりがいに対する満足度は高いといえよう。ただし、パネル調査での「満足」の割合は2020年調査相当で82.2%、2021年調査相当で78.7%であり、割合が低下する傾向には変わりはないもの、本調査の2021年調査の水準は、パネル調査と比べて低くなっている²⁵。

続いて、ワークライフバランスに関する満足度をみると、「満足」とする割合は、2020年調査の48.3%から2021年調査の35.2%へと低下している（図-20）。一方、「不満」の割合は22.5%から29.9%に上昇し、「満足」の35.2%に近づいている。パネル調査の2020年調査相当の数値では41.4%で本調査の方が高い。2021年調査相当では38.5%と、本調査の方がやや低いものの、大きな違いではなさそうだ²⁶。

最後に、開業に対する総合的な満足度をみると、2021年調査では「かなり満足」が23.4%、「やや満足」が40.6%で、それらを合わせた「満足」の割合は63.9%となった（図-21）。「かなり不満」（3.8%）と「やや不満」（9.4%）を合わせた「不満」は13.2%にとどまった。2020年調査では「満足」が73.6%、「不満」が10.8%であったことと比べると、水準はやや低下している。パネル調査では、2020年調査相当では71.4%と本調査の方が高

²⁴ パネル調査では、収入に対して「満足」の割合は、2016年末で25.1%、2017年末で23.5%、2018年末で25.1%であった。

²⁵ パネル調査では、仕事のやりがいに対して「満足」の割合は、2016年末で87.3%、2017年末で79.6%、2018年末で78.3%であった。

²⁶ パネル調査では、ワークライフバランスに対して「満足」の割合は、2016年末で49.2%、2017年末で37.3%、2018年末で39.1%であった。

図-20 満足度 (ワークライフバランス)

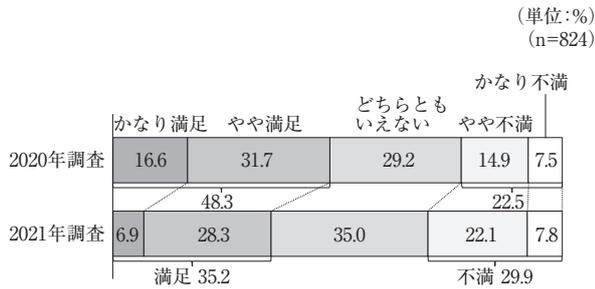
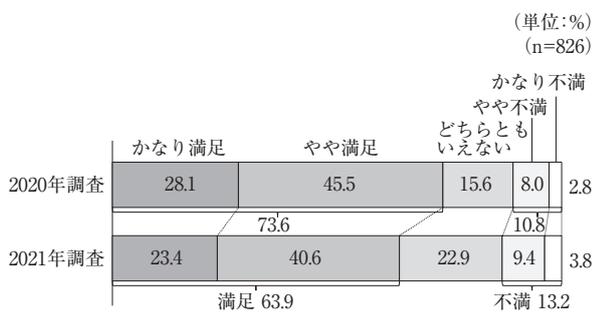


図-21 開業に対する総合的な満足度



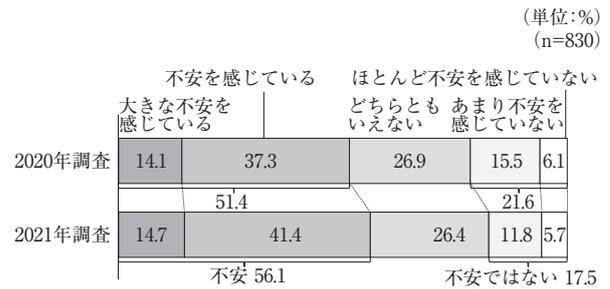
い²⁷。2021年調査相当では69.4%で本調査の方が低い数値となっているが、その差はそれほど大きいものではない。不満を感じている人も少ないことから、総合的な満足度は、全体としてみればまずまずのレベルとあってよいだろう。

このように、本調査における新規開業企業の満足度は2020年調査ではパネル調査に遜色ない数値となった。2021年調査では、水準は全体に低下し、パネル調査との差は拡大する傾向がみられるものの、新型コロナウイルス感染症の流行するなかでも、通常の時期と比べて満足度が極端に低いとはいえないようだ。

(2) 将来への展望

新型コロナウイルス感染症の流行が続くなかで、新規企業の将来展望はどうなっているのだろうか。

図-22 将来の生活に対する不安



まず、将来の生活に対する不安についてみると、2021年調査では、「大きな不安を感じている」の14.7%と「不安を感じている」の41.4%を合わせた「不安」が56.1%で、「ほとんど不安を感じていない」の5.7%と「あまり不安を感じていない」の11.8%を合わせた「不安ではない」の17.5%を大きく上回っている(図-22)²⁸。2020年調査では「不安」が51.4%、「不安ではない」が21.6%であり、新型コロナウイルス感染症の流行が長く続くなかで、将来への不安が高まっている傾向にあることがわかる。

次に、将来の売上高についての考えをみてみると、2020年調査では89.7%、2021年調査では87.6%が、「拡大したい」と回答している(図-23)。水準は2.1ポイントとわずかながら低下しているが、パネル調査でも今後の事業規模を拡大したいとする割合は同時期に1.9ポイント下がっている²⁹。新規開業企業の成長意欲が、新型コロナウイルス感染症の流行の影響を受けて低下したということはないなさそうだ。

7 まとめ

本稿では、当研究所が2020年7月に行った「2020年度新規開業実態調査」と、同調査の回答

²⁷ パネル調査では、開業に対する総合的な満足度が「満足」の割合は、2016年末で74.1%、2017年末で69.9%、2018年末で69.2%であった。

²⁸ 将来の不安はパネル調査では尋ねていない。

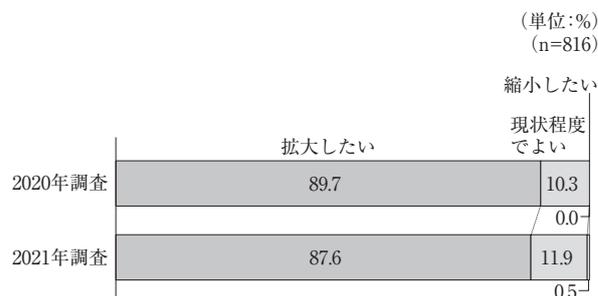
²⁹ パネル調査では売上高ではなく事業規模を尋ねているため、「拡大したい」とする回答割合が低くなる傾向にあり、数値の水準を図-23と直接比較することはできない。パネル調査で、今後の事業規模について「拡大したい」と回答した割合は、2016年末が65.3%、2017年末が64.0%、2018年末が61.8%で、2020年調査相当が64.5%、2021年調査相当が62.6%となっている。

企業に対して1年後の2021年7月に実施した「新型コロナウイルス感染症が新規開業企業に与えた影響に関する追跡調査」の個票データを組み合わせて作成したパネルデータセット「新規開業追跡調査」を用いて、新型コロナウイルス感染症の流行を予期せずに開業した企業が、どのような経営状況に置かれたのか分析を試みた。

その結果、売上状況や予想月商達成率は、いわゆる平時である2016年に開業した企業を調査対象とした「新規開業パネル調査」と比べて遜色ないものの、採算状況は相対的に良くなく、従業員数の伸びも一部で低くなる傾向にあることがわかった。また、2回の調査ともに、新型コロナウイルス感染症のマイナスの影響がある企業が約8割あること、売り上げや利益が予定より減ったり、営業を一部自粛したり、感染防止対策のための経費がかさんだりといった、さまざまな影響があることも明らかになった。こうした影響は、飲食店・宿泊業、運輸業、教育・学習支援業など、一部の業種で特に強く出ている。

一方、こうした状況を乗り切るために、資金関連、取引先関連、従業員関連のさまざまな対策を

図-23 将来の売上高



実施しており、ITの活用も進んでいる。新たな商品・サービスを導入したり、商品・サービスの提供方法を変更したりといった工夫をする企業もみられた。また、8割近くが政府や地方自治体からの支援を受けていることも明らかになった。

こうした一連の取り組みの効果もあってか、経営者の満足度は新規開業パネル調査と比べて極端に低いとはいえ、将来への成長意欲にもそれほど違いはみられない。新型コロナウイルス感染症の流行がいつまで続くかは、予断を許さない状況にあるものの、開業直後に発生した大きな苦境を乗り切った新規開業企業が、今後順調に成長していくことに期待したい。

<参考文献>

井上考二 (2022) 「2016年に開業した企業の5年間の動向—「新規開業パネル調査 (第4コーホート)」結果から—」
日本政策金融公庫総合研究所『日本政策金融公庫論集』第54号、pp.1-25