



2022年 6月 2日

株式会社 愛知銀行

お取引先企業への「アフター（ウイズ）コロナに向けたヒアリング調査」について Ver. 4

株式会社愛知銀行（頭取 伊藤 行記）は、お取引先企業の事業活動に対し、新型コロナウイルス感染症が及ぼしている影響や今後の見通し、および必要とする対策や課題などについて調査を行いましたので、その結果をお知らせいたします。

本調査は2020年10月、2021年4月、2021年11月に続き4回目となります。

当行は地域金融機関として、アフター（ウイズ）コロナに向けて、お取引先企業が抱えるさまざまな経営課題に対するソリューション活動の更なる充実を図り、地域経済の発展に貢献してまいります。

記**【実施要項】**

総数	: 調査対象企業総数8,333社のうち、有効回答数7,539社 (有効回答率90.5%)
抽出基準	: 当行と一定額以上の融資取引のあるメイン先・準メイン先企業
調査方法	: 支店長を主体にアンケート内容をヒアリング（訪問、電話等）
調査時期	: 2022年3月22日～2022年4月22日

【調査結果（要旨）】

- ・約4割（43.6%）の企業が「コロナの影響が継続」と回答しており、オミクロン株による感染再拡大などから、前回調査と比べ、その割合は増加した。
- ・「当面の資金繰り」について、「不安はない」とする回答割合が調査を重ねる毎に低下した。「コロナ長期化の懸念材料」では「仕入等コストの上昇」の回答割合が大幅に増加しており、ウクライナ情勢に伴う物価上昇等のコロナ禍以外の要因が加わったことで、今後の資金繰りを不安視する企業が増加している印象となった。
- ・「ウクライナ情勢の影響」では、5割近い（45.9%）の企業が「マイナスの影響がある」と回答しており、当地区事業者にとっても大きな懸念材料であることが明らかとなった。

※詳細は添付資料をご覧ください。

以 上

アフター（ウイズ）コロナに向けたヒアリング調査について

Ver. 4

2022年5月30日

法人営業部

【調査結果（要旨）】

- ・支店長を中心に主要取引先に対し、新型コロナの影響についてヒアリング調査を実施し、業種別、売上規模別に結果を解析した。
- ・約4割（43.6%）の企業が「コロナの影響が継続」と回答しており、オミクロン株による感染再拡大などから、前回調査と比べその割合は増加した。
- ・「当面の資金繰り」については、「不安はない」とする回答割合が調査を重ねる毎に低下した。「コロナ長期化の懸念材料」では「仕入等コストの上昇」の回答割合が大幅に増加しており、ウクライナ情勢に伴う物価上昇等のコロナ禍以外の要因が加わったことで、今後の資金繰りを不安視する企業が増加している印象となった。
- ・「ウクライナ情勢の影響」では、5割近い（45.9%）企業が「マイナスの影響がある」と回答しており、当地区事業者にとっても大きな懸念材料であることが明らかとなった。
- ・「SDGs」「カーボンニュートラル（脱炭素）」では、依然として事業規模、業種間で取り組み姿勢に大きな差が表れた。
- ・「サイバー攻撃を受けた経験」では約7%の企業が「有る」と回答しており、自社の情報セキュリティ対策に不安を持つ企業も多く見られた。

1. はじめに

当行では取引先企業の実態把握に基づく適切なソリューションメニューの提供を目的として、2020年9～10月の第1回、2021年4～5月の第2回、2021年10～11月の第3回に続き第4回の「支店長を中心としたアフターコロナヒアリング」を実施しました。

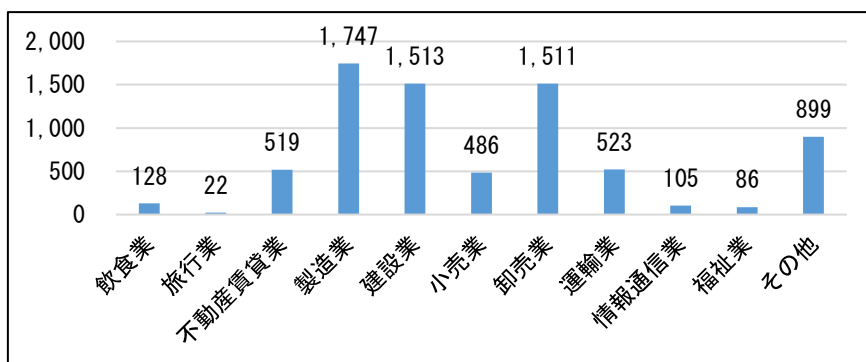
今回の調査は、3月21日でまん延防止等重点措置が全面解除されるなか、オミクロン株の流行による新規感染者数の高止まりが継続していた3～4月に行いました。

2. 実施要項

総数	：調査対象企業総数 8,333 社のうち、有効回答数 7,539 社 (有効回答率 90.5%)
抽出基準	：当行と一定額以上の融資取引のあるメイン先・準メイン先企業
調査方法	：支店長を主体にアンケート内容をヒアリング（訪問、電話等）
調査時期	：2022年3月22日～2022年4月22日

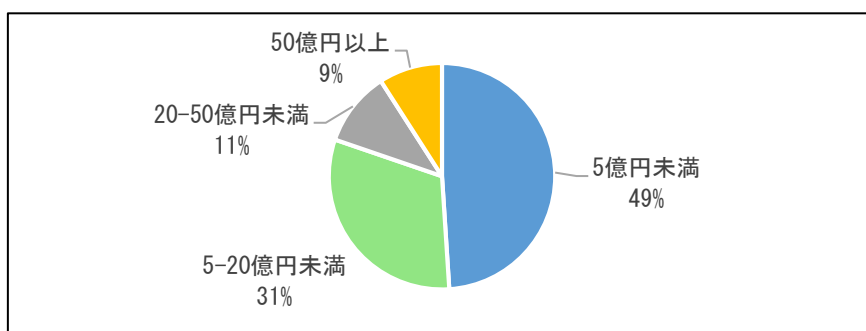
【業種（業界）別】

ヒアリング対象業種は製造業、建設業、卸売業が上位3業種となりました。今回も、対象企業数は少ないものの最も新型コロナウイルスの影響が大きいと思われる飲食業、旅行業は詳細な考察をするために抜き出しています。



【企業規模別】

売上規模により、5億円未満、5億円以上20億円未満、20億円以上50億円未満、50億円以上、の4段階にセグメントしています



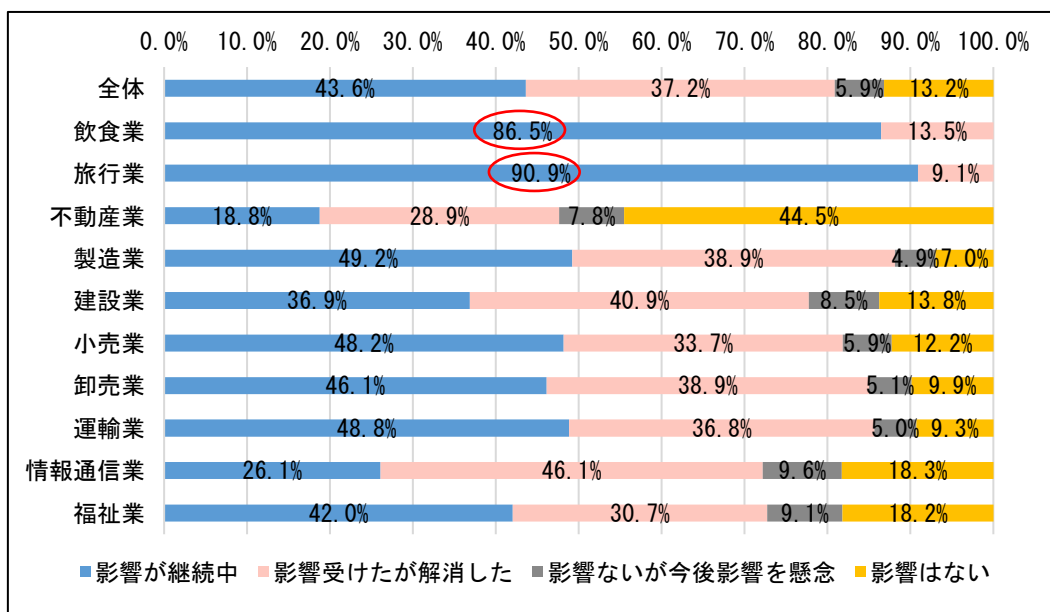
3. アンケート設問及び結果

Q 1. 企業活動における「新型コロナウイルス」の影響

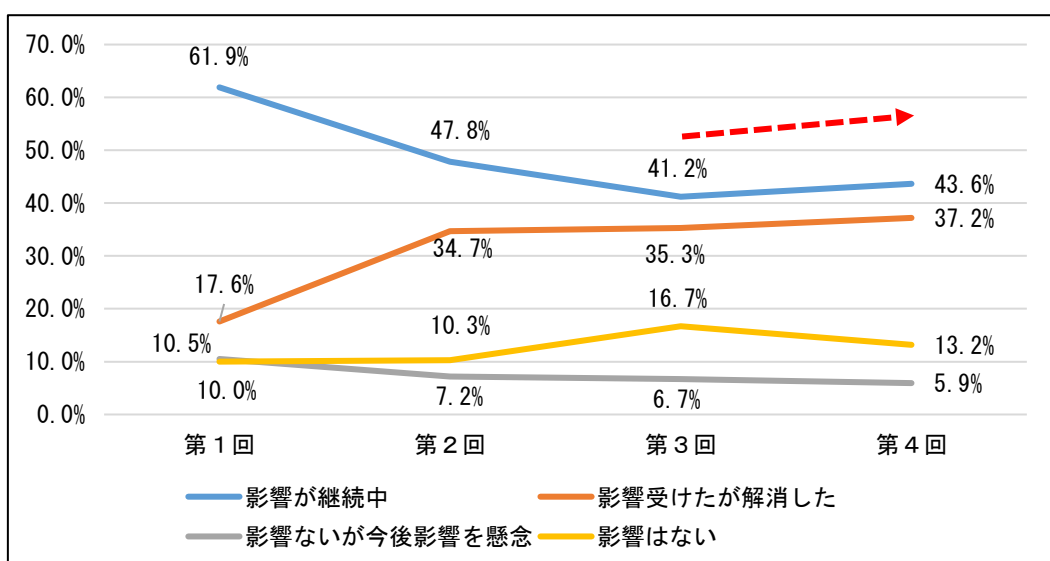
全体としての最多は「影響が継続中」で 43.6%でした。新規感染者数の減少が続いていた前回調査時（41.2%）と比較すると、「影響が継続中」とする企業の割合は増加しました。

幅広い業種で「影響が継続中」の割合が増えましたが、特に、福祉業、情報通信業、運輸業において顕著な結果となりました。また、飲食業・旅行業は前回調査と比べ「影響が継続中」との回答が減少したものの、依然として大半の企業で影響が継続しています。

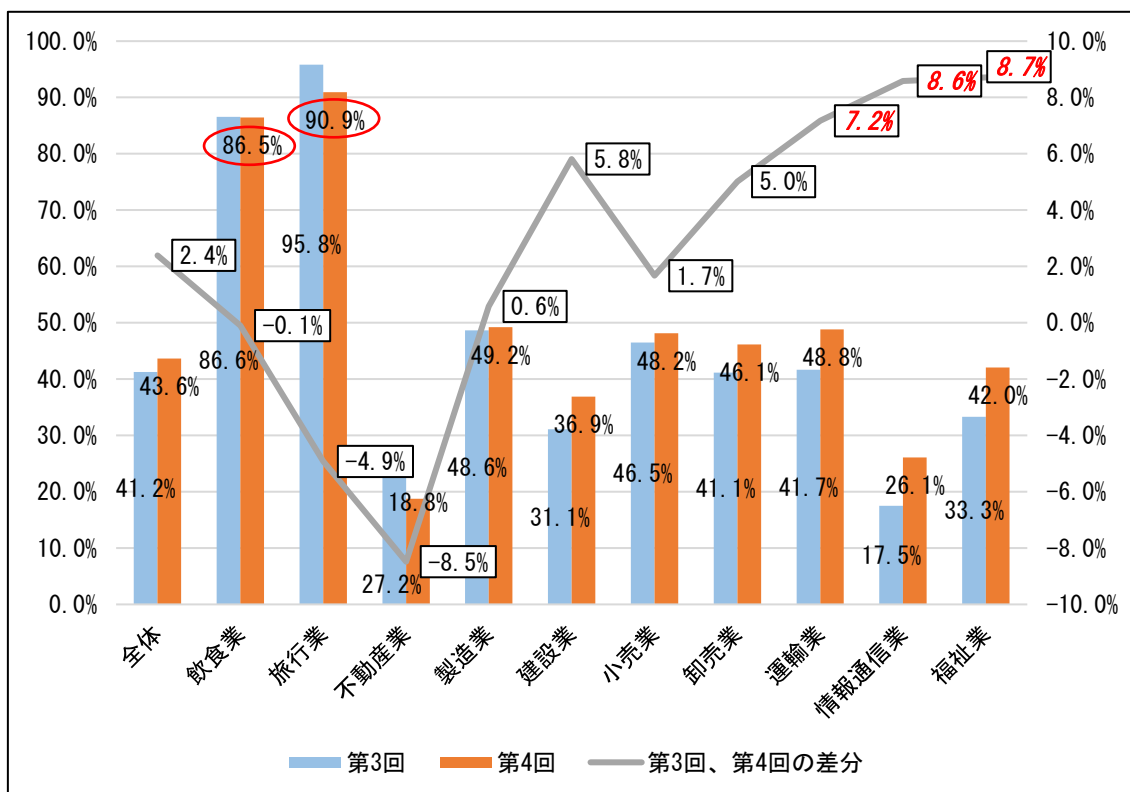
【業種別結果】



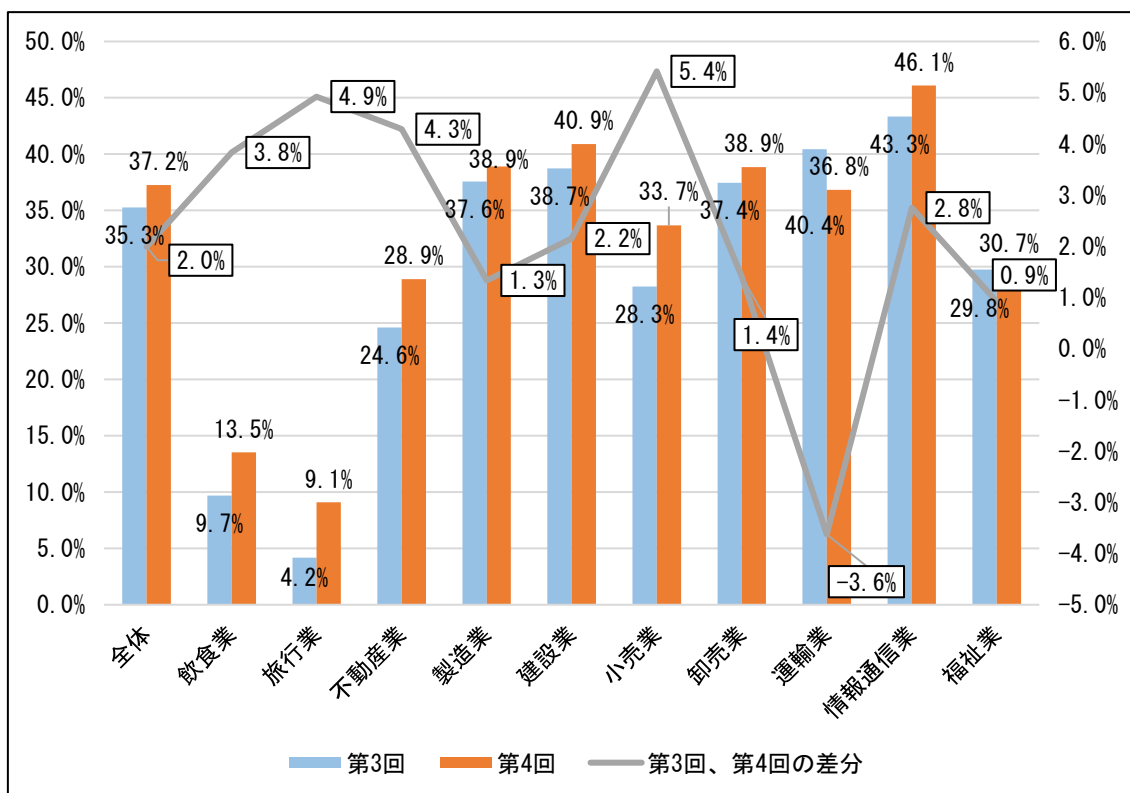
【時系列比較（全体）】



【業種別前回比較（影響が継続中）】



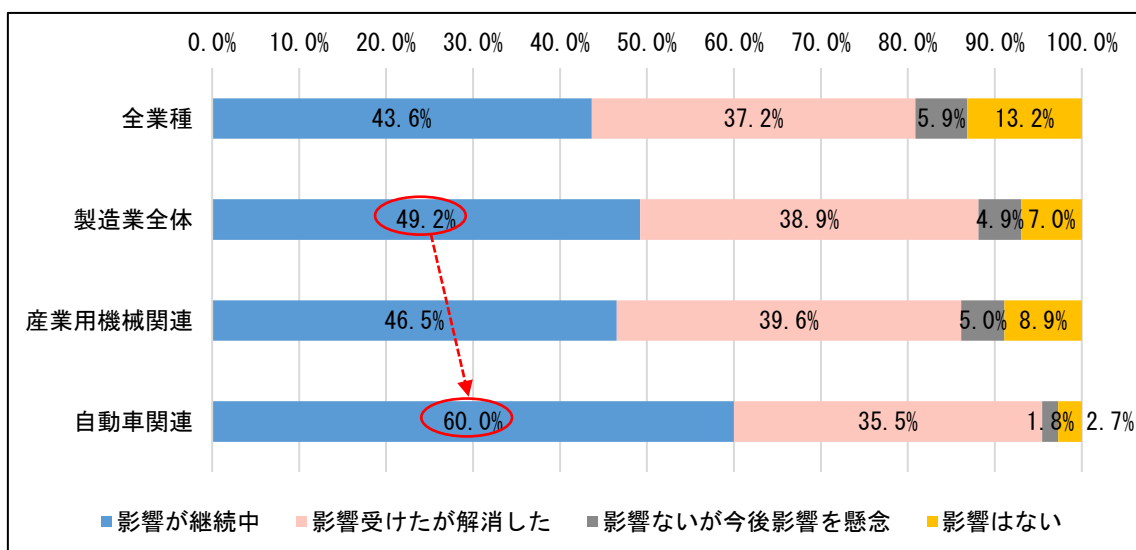
【業種別前回比較（影響受けたが解消した）】



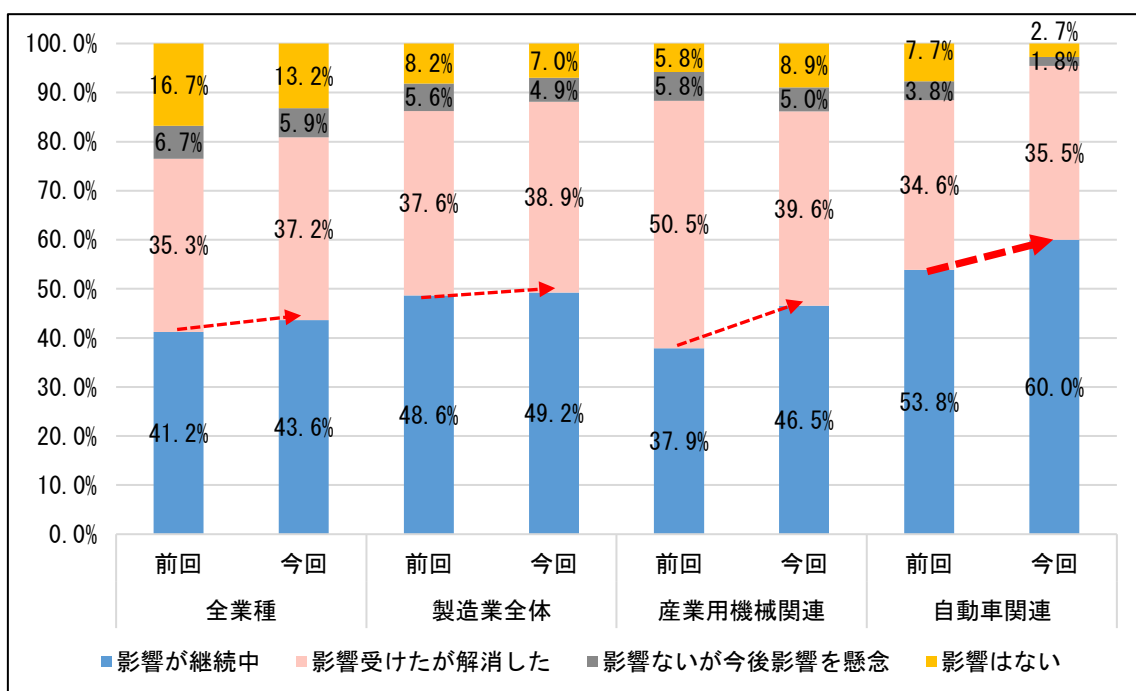
製造業について深掘した結果が次のグラフです。当地区基幹産業である自動車関連に関しては、「影響が継続中」の割合は製造業全体の平均よりも 10.8 ポイント高い結果となりました。

前回比較においても、製造業全体の「影響が継続中」の割合が 0.6 ポイントの上昇に留まりましたが、自動車関連については 6.2 ポイント上昇し製造業全体の「影響が継続中」の割合を大きく上回りました。

【製造業の深掘結果】



【製造業の深掘結果（前回比較）】

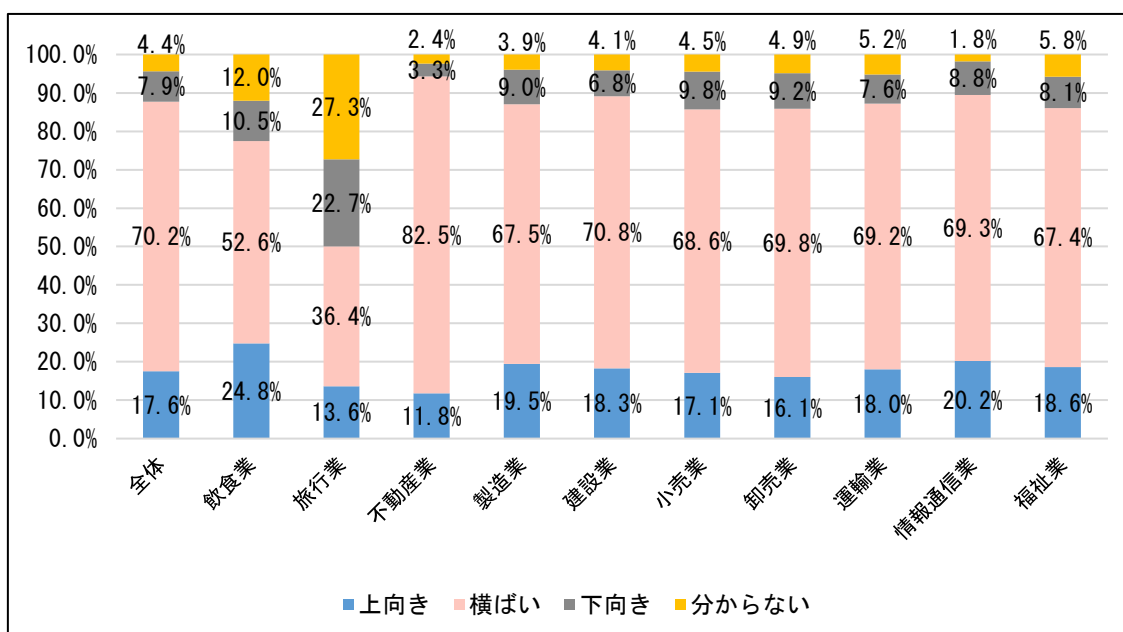


Q2. 向こう半年間の業績見通し

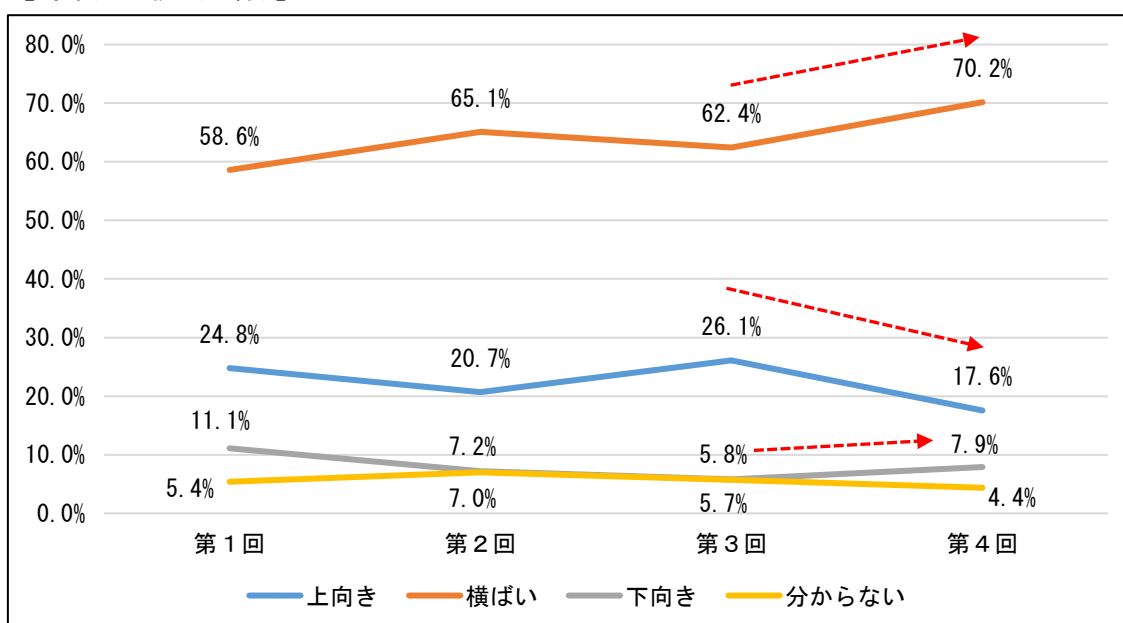
全体で「上向き」と回答した割合は17.6%で、前回調査と比べ8.5ポイント低下しました。「下向き」と回答した割合は7.9%で、前回調査と比べ2.1ポイント増加し、「横ばい」と回答した割合は70.2%で、前回調査と比べ7.8ポイント増加しました。

全ての業種で「上向き」が減少し「下向き」が増加する結果となり、先行きに対する警戒感を再度高めている結果となりました。

【業種別結果】



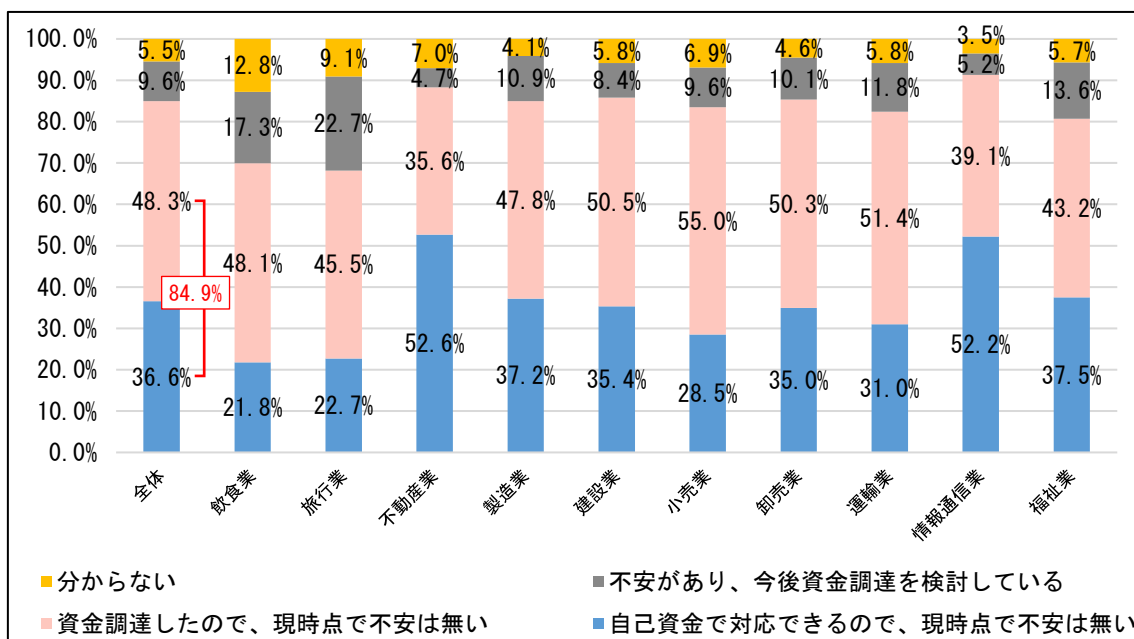
【時系列比較（全体）】



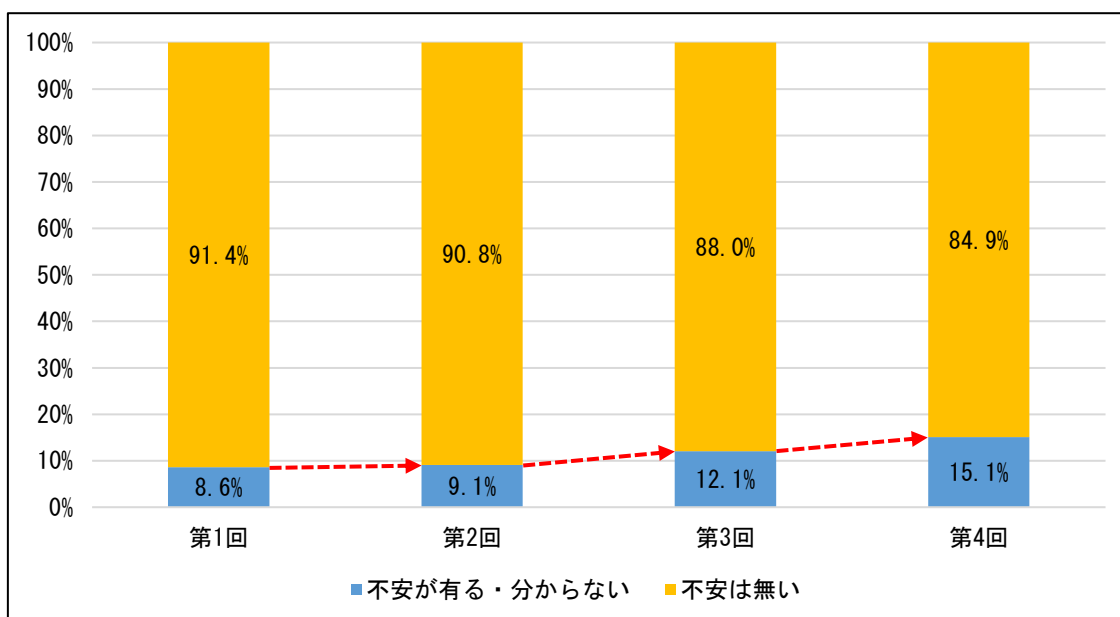
Q3. 向こう半年間の資金繰り見通し

全体では、「自己資金で対応できる」「資金調達済で不安は無い」の回答合計は 84.9% となり、大半の企業では当面の資金繰りに目処を立てています。一方で、調査を重ねる毎に「自己資金で対応できる」「資金調達済で不安は無い」の回答合計は低下傾向にあり、新型コロナウイルス長期化やウクライナ情勢の影響等により資金繰りに不安を抱える企業が増加している結果となりました。

【業種別結果】



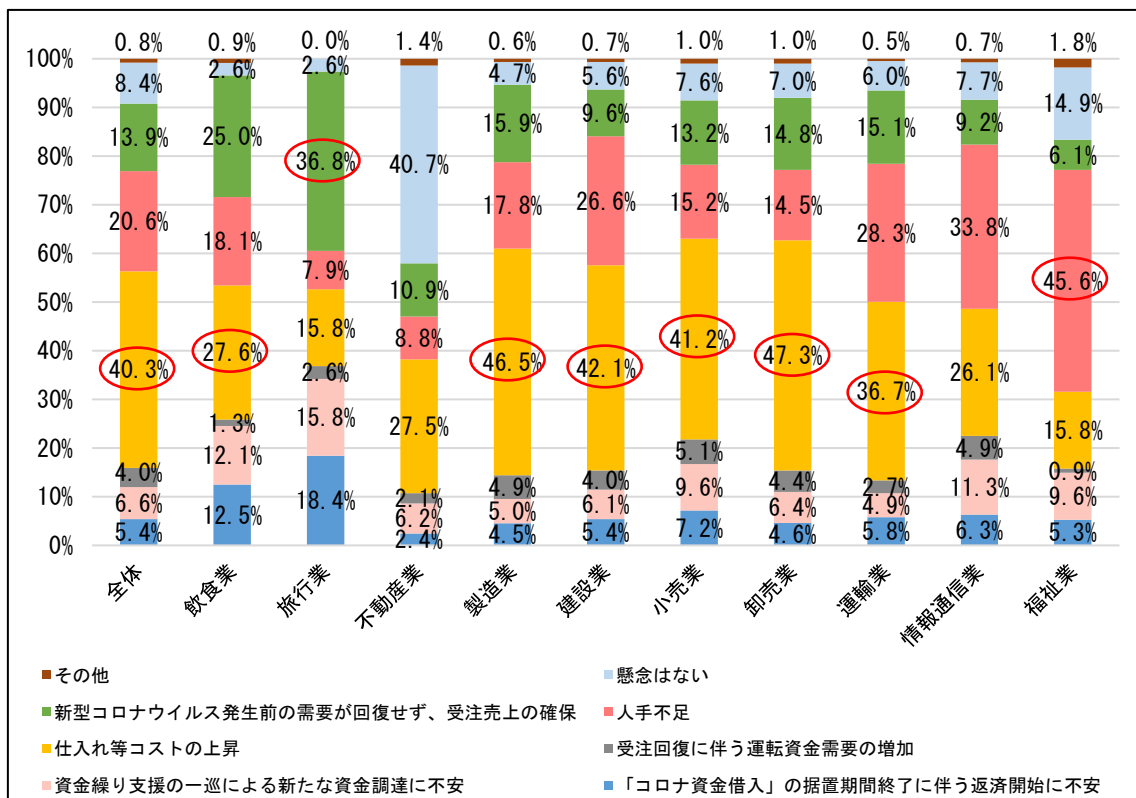
【時系列比較（全体）】



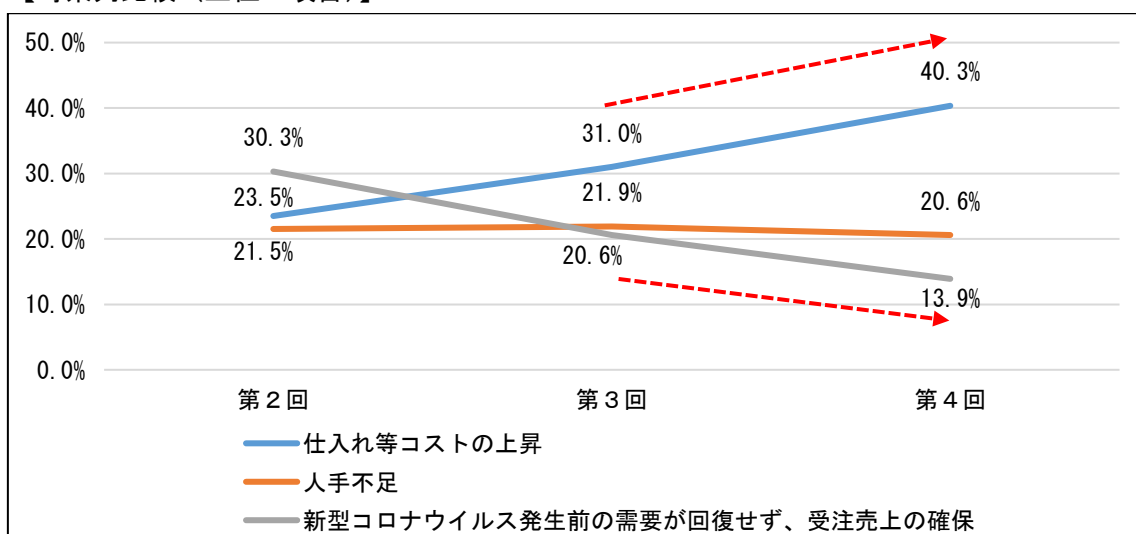
Q4.「新型コロナウイルス」長期化を受けて今後懸念されること（複数回答可）

全体では、前回調査に引き続き「仕入れ等コストの上昇」が最多となり、「人手不足」が次ぐ結果となりました。但し、業種別では差異が大きく、飲食業・製造業・建設業・小売業・卸売業・運輸業では「仕入れ等コストの上昇」、旅行業では「受注売上上の確保」、福祉業では「人手不足」が最多となりました。

【業種別結果】



【時系列比較（上位3項目）】

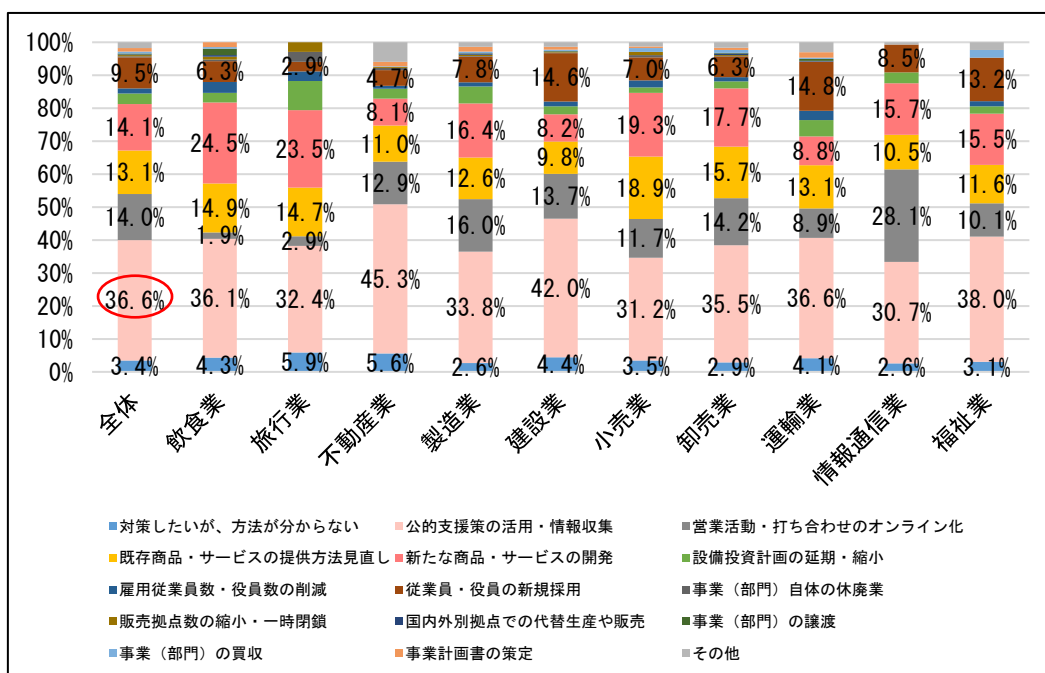


Q5.「新型コロナウイルス」の長期化を受けて、今後取り組む予定の対策（複数回答可）

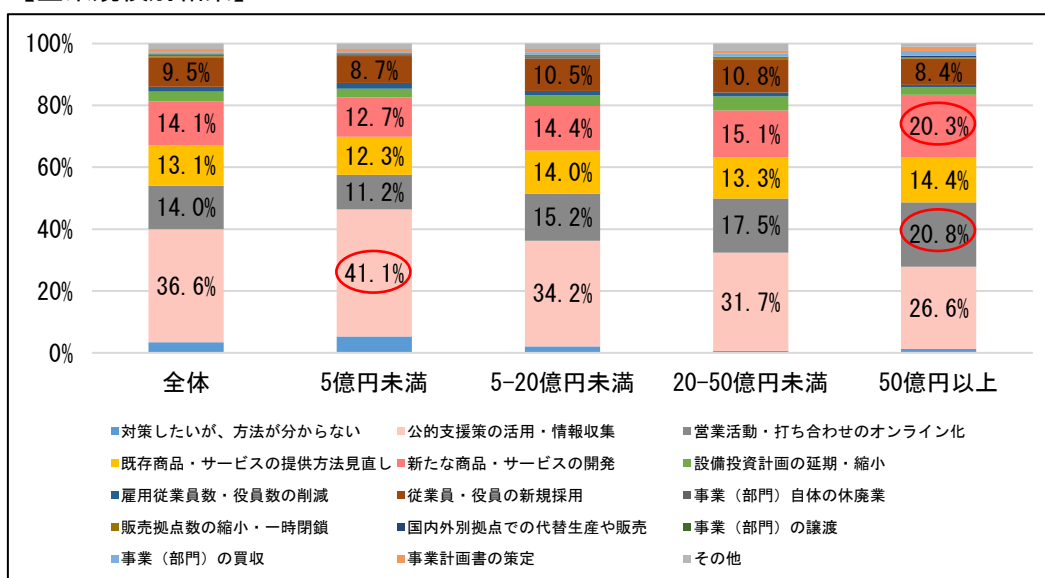
今後の対策については前回調査に引き続き「公的支援策の活用・情報収集」「新たな商品・サービスの開発」「営業活動・打ち合わせのオンライン化」「既存商品・サービスの提供方法見直し」の順となりました。

売上規模別では、規模に比例して「公的支援策の活用・情報収集」の割合が低下し、「営業活動・打ち合わせのオンライン化」や「新たな商品・サービスの開発」の割合が上昇する結果となりました。

【業種別結果】



【企業規模別結果】

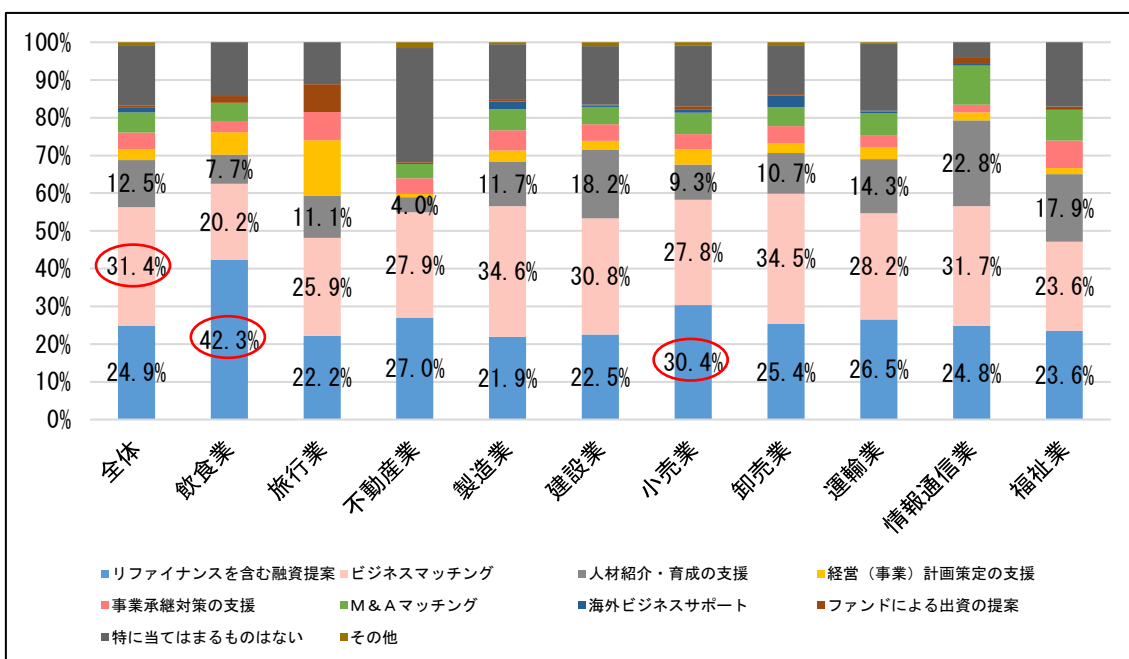


Q 6. 今後、金融機関から受けたい提案・サービス

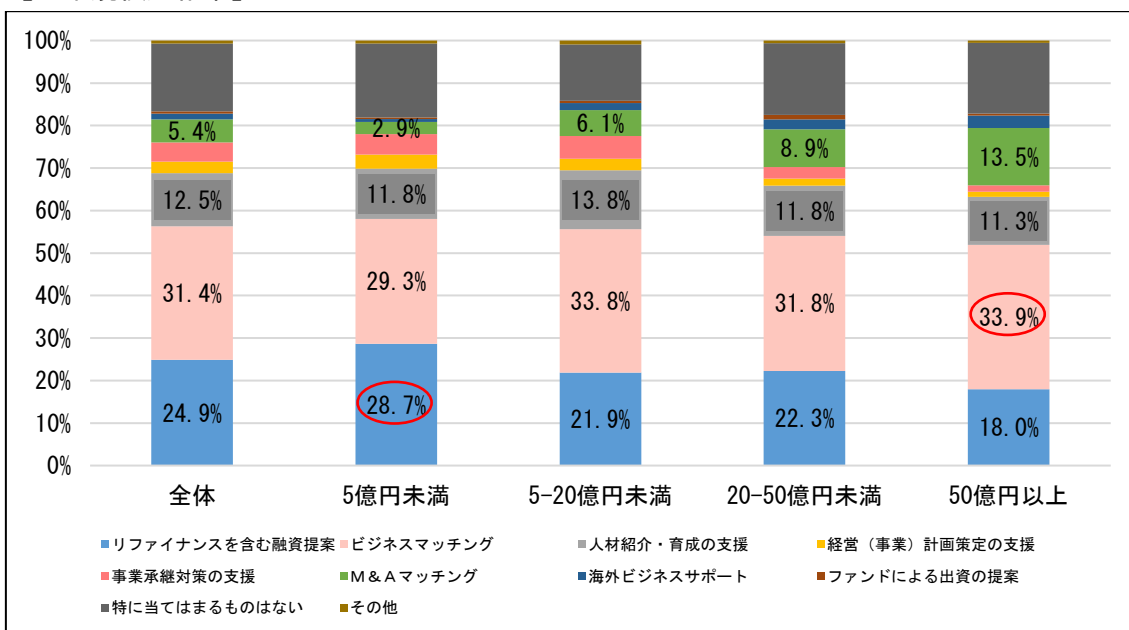
全体では「ビジネスマッチング」「融資提案」「人材面の支援」の順となりました。但し、業種別の差異は大きく、飲食業や小売業等では、「融資提案」が最多となっており、資金繰り面での支援を求める企業が多い結果となっています。

規模別では、前回調査に引き続き売上規模に比例して「融資提案」の割合が低下する一方で、「M&Aマッチング」の割合が上昇する結果となりました。

【業種別結果】



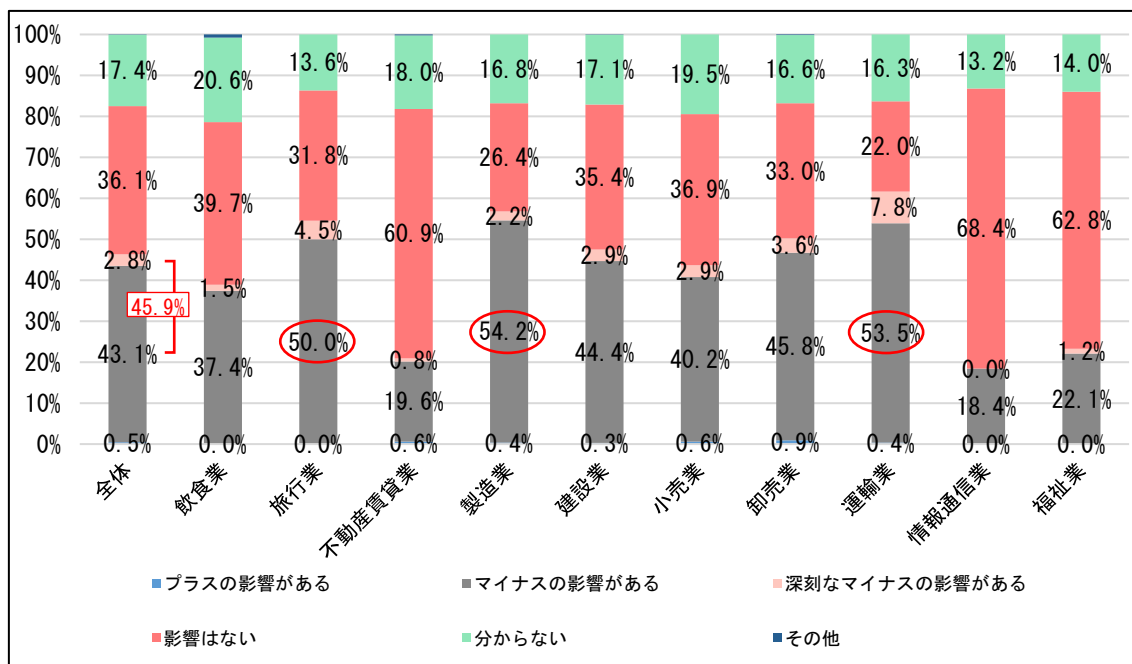
【企業規模別結果】



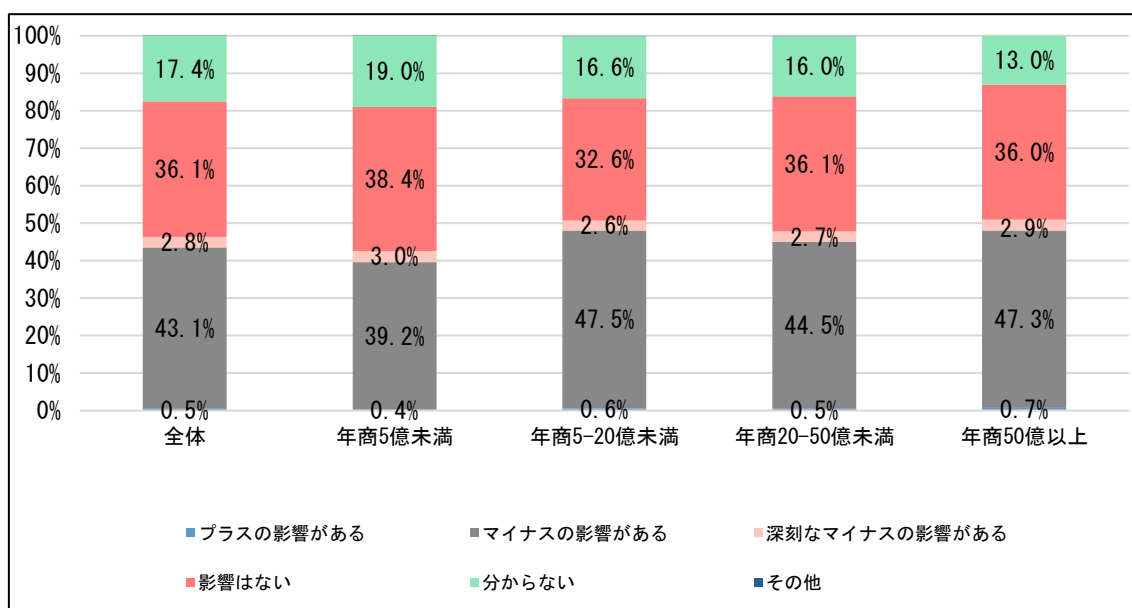
Q7. 企業活動における「ウクライナ情勢の緊迫化」の影響

全体では、「マイナス影響（深刻な影響含む）」の回答割合が合計で 45.9% となり、約半数の企業が影響を受けている結果となりました。特に、部品供給の不安定化や原油高等の仕入コスト上昇の影響を受ける製造業や運輸業、国内外の移動規制の影響を受ける旅行業でマイナス影響が大きいことが分かりました。

【業種別結果】



【企業規模別結果】

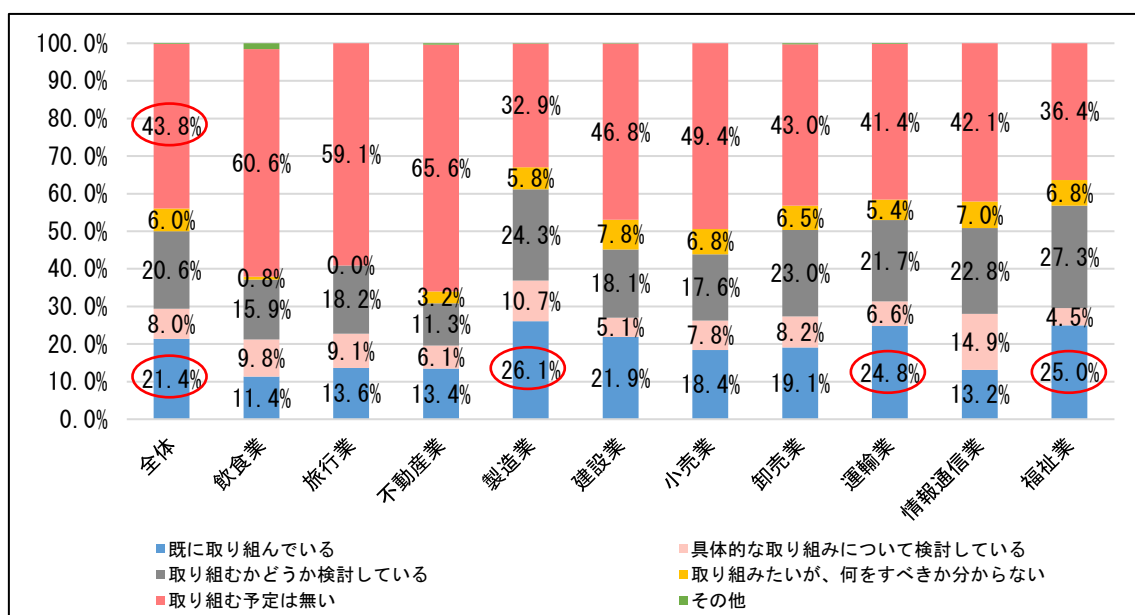


Q8.「SDGs」への取り組み状況

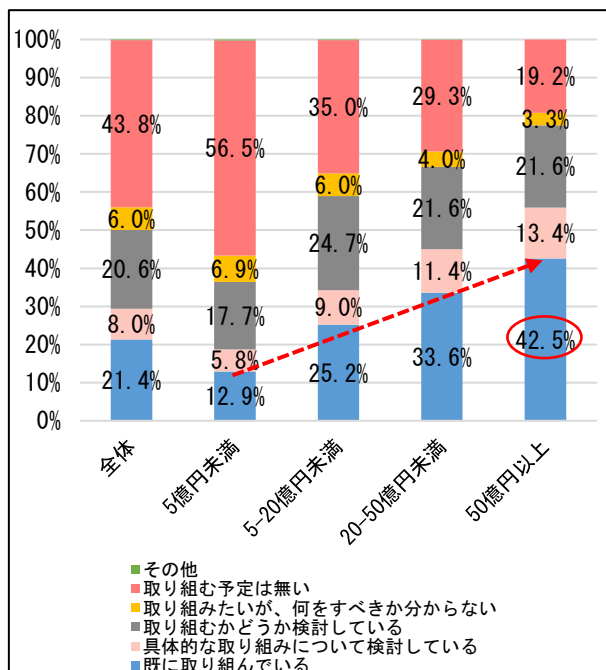
全体としての最多は「事業活動として取り組む予定はない」で43.8%となりましたが、「事業活動として取り組んでいる」の回答割合が21.4%で、前回調査から3.8ポイント上昇しており、SDGsの認知が進み取り組む企業が増加しています。

また、業種別では製造業・福祉業・運輸業、売上規模別では大規模な企業ほど積極的に取り組んでいる結果となりました。

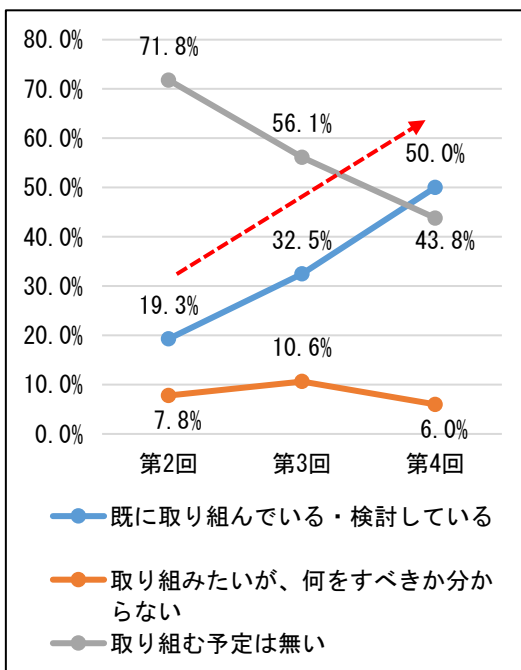
【業種別結果】



【企業規模別結果】



【時系列比較（全体）】



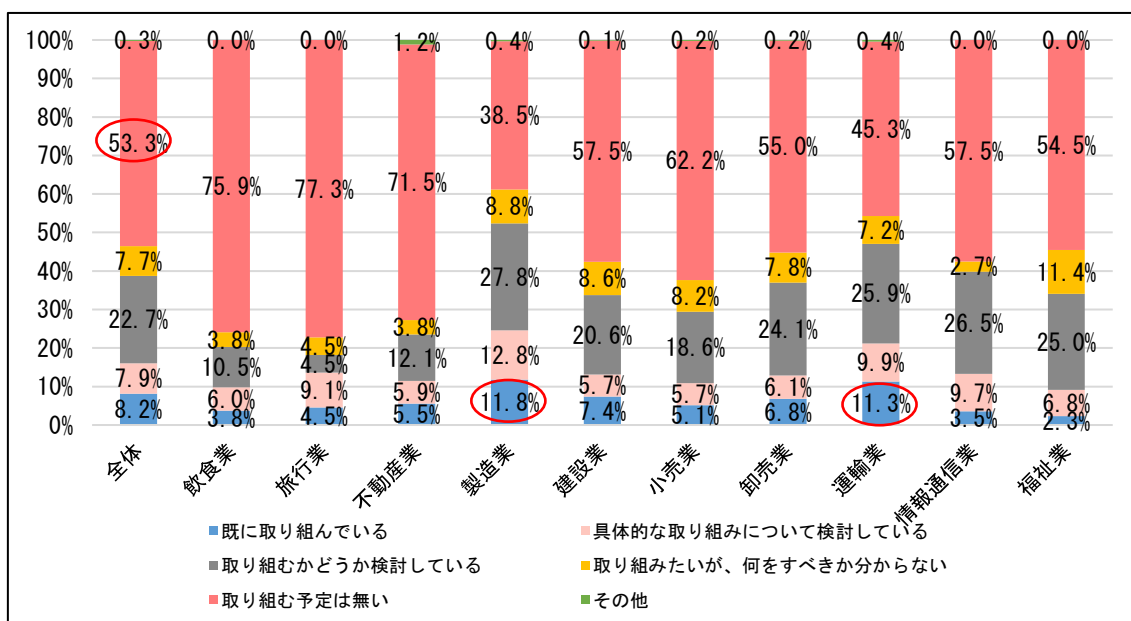
Q9.「カーボンニュートラル（脱炭素）」への取り組み状況

全体では「取り組む予定は無い」が 53.3%で最多となり、半数以上の企業が取り組んでいない結果となりました。

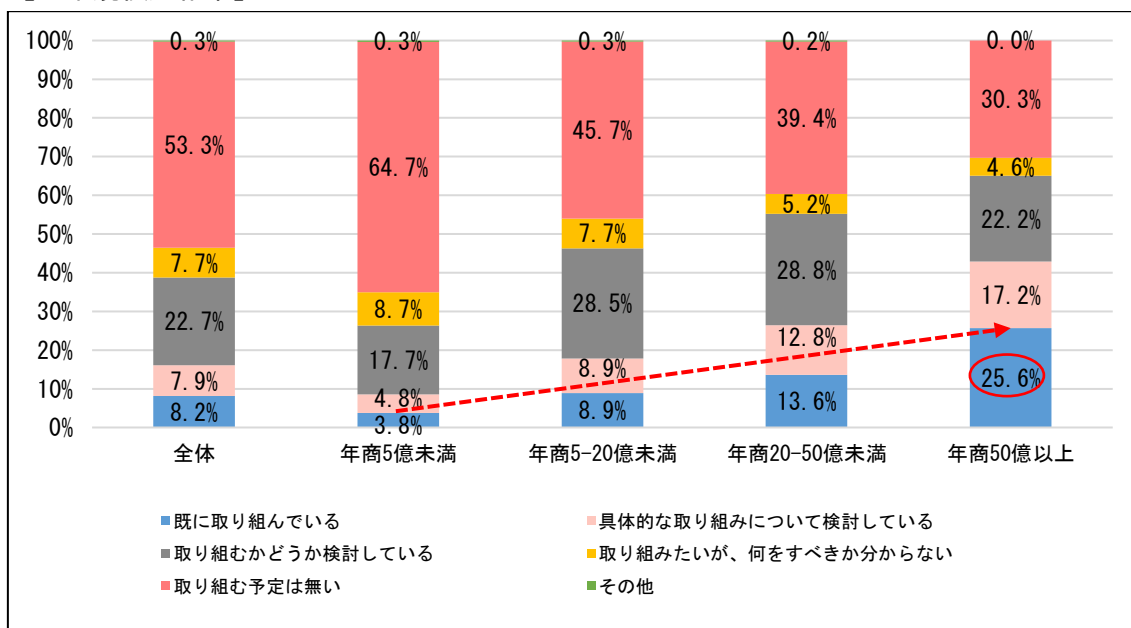
一方、業種別では「既に取り組んでいる」との回答割合が製造業で 11.8%、運輸業で 11.3%と高く取り組み姿勢に差がみられる結果となりました。

規模別では、「Q8. SDGs」と同様に規模に比例して積極的に取り組む企業の割合が増加する傾向となりました。

【業種別結果】



【企業規模別結果】



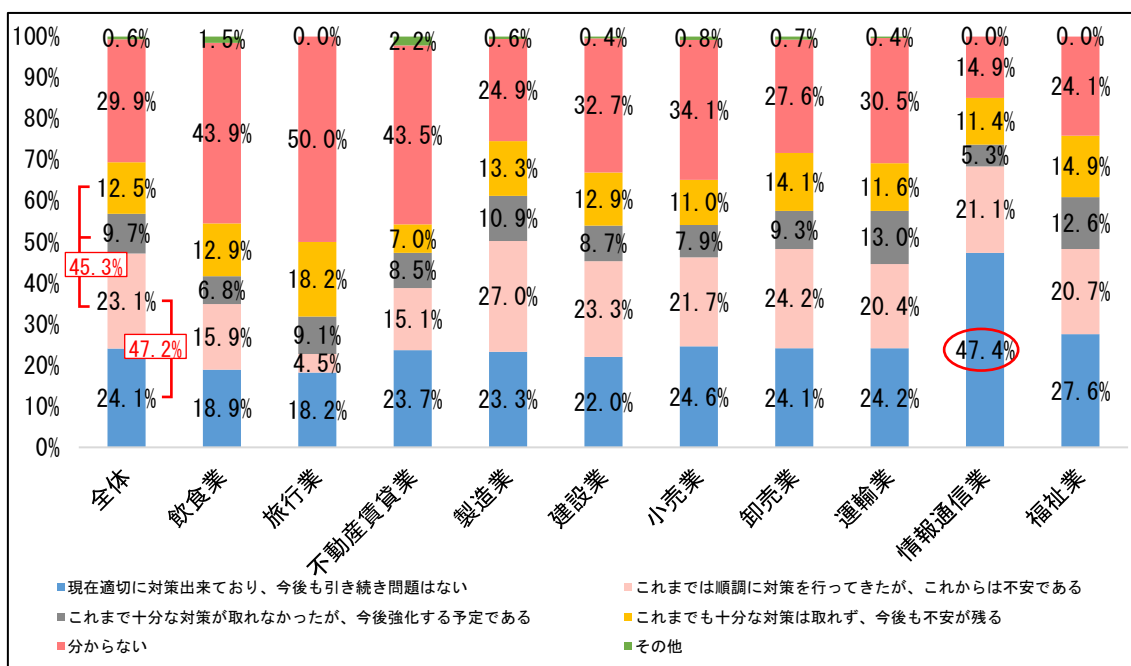
Q10.「サイバーセキュリティ対策」への取り組み状況

全体では、「対策している」の回答割合の合計が 47.2%であった一方、「不安」の回答割合の合計も 45.3%で多くの企業が不安を抱えている結果となりました。

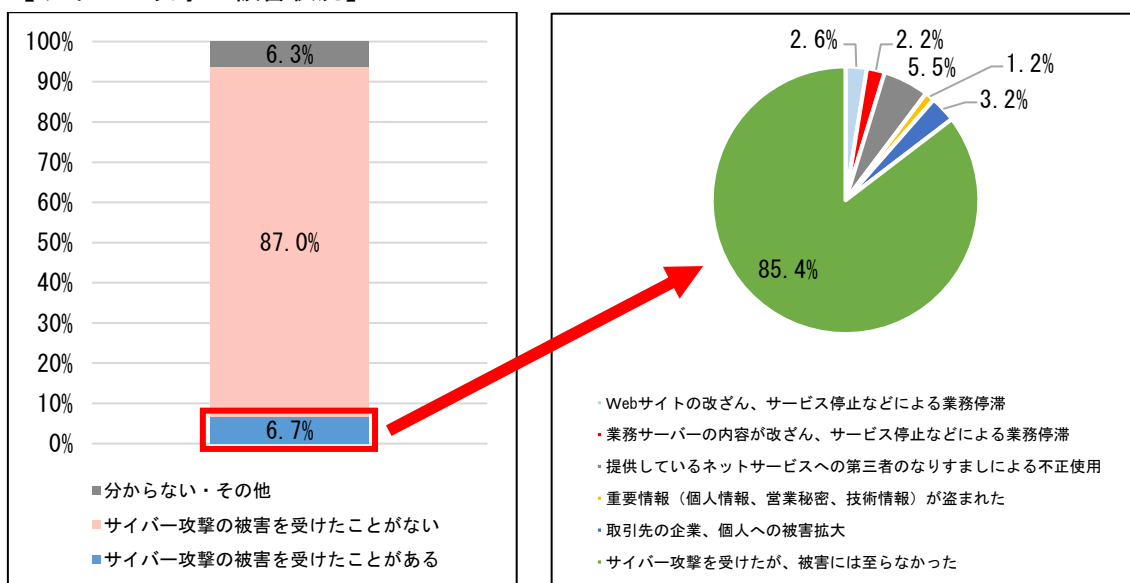
業種別では、情報通信業において「対策出来ており問題ない」の割合が高く、意識の高さを確認できました。

サイバー攻撃を受けたことがある企業の割合は 6.7%となりました。その多くは被害に至らなかったものの、一定数では様々な被害を受けていることが明らかになりました。

【業種別結果】



【サイバー攻撃の被害状況】

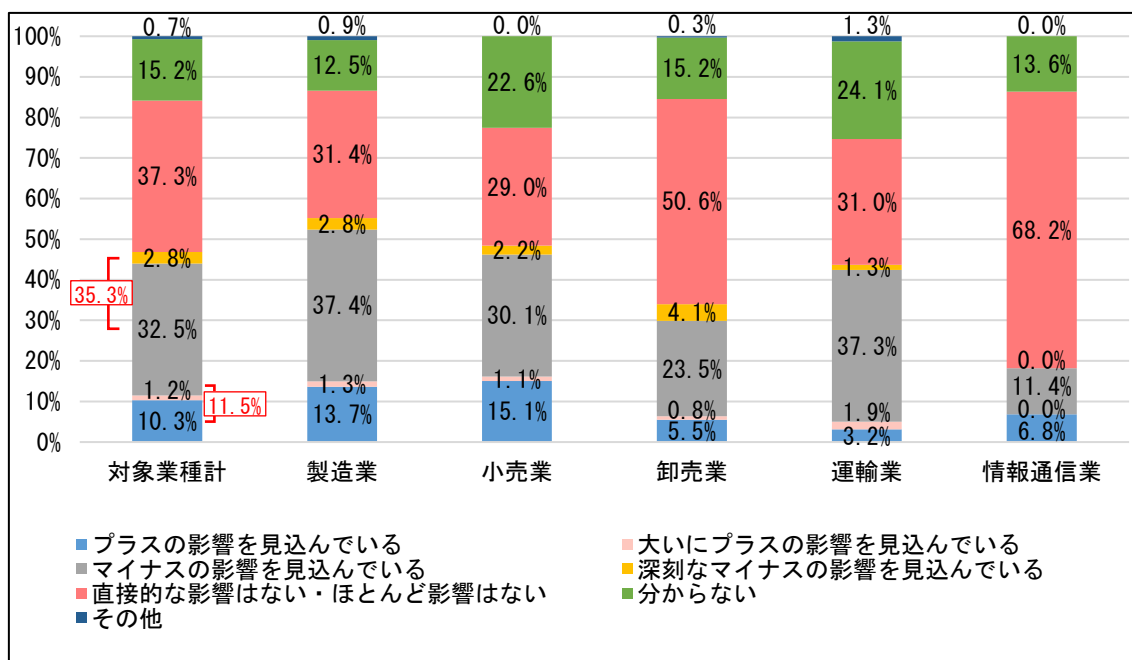


Q 1 1. E V（電気自動車）の進展による影響（自動車産業に携わるお客様のみ）

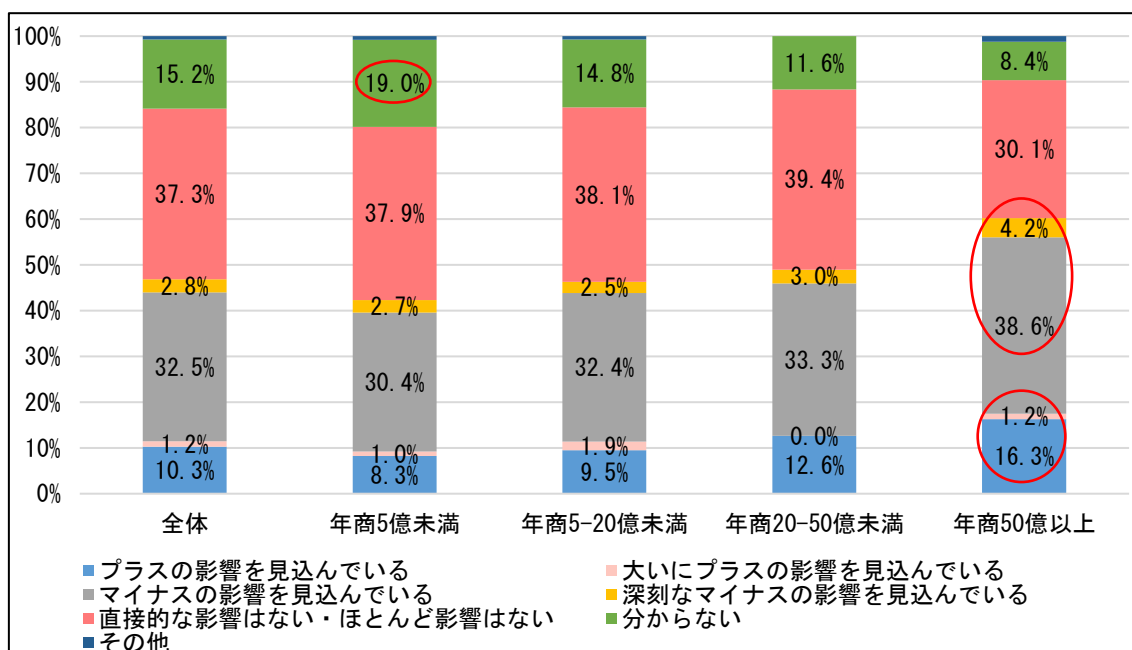
全体では、「マイナスの影響（深刻な影響を含む）」の回答割合が 35.3% となり、「プラスの影響（大いに影響を含む）」の回答割合 11.5% を大きく上回りました。

規模別では、プラスの影響、マイナスの影響共に売上規模に比例して回答割合が増加する一方で、規模が小さいほど「分からない」の回答割合が増加する結果となりました。

【業種別結果】

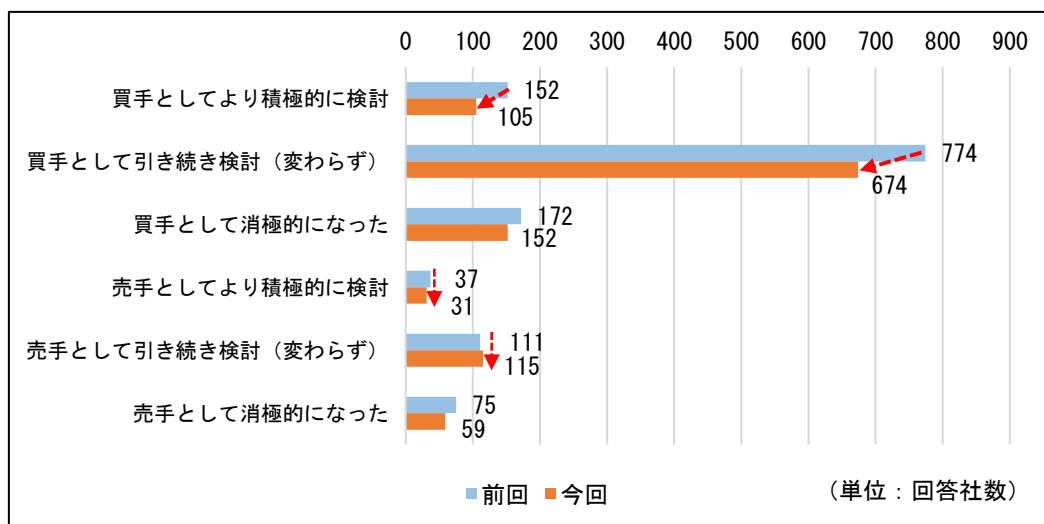


【規模別結果】



Q 1 2. 現在のM&Aの検討状況

前回調査との比較においては、買い手側では「積極的に検討」「引き続き検討」の回答数の合計は減少しており姿勢変化が見られるものの、売り手側では「積極的に検討」「引き続き検討」の回答数の合計は横ばい推移であり事業承継等による根強いニーズを確認する結果となりました。



4. 総括

今回の調査は3月21日でまん延防止等重点措置が全面解除されるなか、オミクロン株の流行による新規感染者数の高止まりが継続していた3～4月に行いました。

前回調査期間（2021年10～11月）は新規感染者数の減少時期であったこともあり、今回の新型コロナウイルスの影響調査では「影響が継続中」の回答割合が増加に転じました。

また、今回調査期間にはロシアによるウクライナ侵攻の影響が加わったこともあり、今後の業績見通しを問う設問では全ての業種で「上向き」が減少し「下向き」が増加する等、先行きに対する慎重な見方が増している結果となりました。

資金繰りについては、8割以上の企業では「不安はない（自己資金＋調達済）」の回答となりましたが、調査を重ねる毎にその割合は低下を続けており、不安定な事業環境が続くなか、資金繰りを懸念する動きが広がっていることを確認しました。

また、コロナ過の影響による環境変化やESGおよびSDGsなどの社会・環境問題に適応するため、「新たな商品・サービスの開発」など新たなビジネスを模索する動きや「ビジネスマッチング」「人材面の支援」を求める声が高まっており、金融機関に求められる顧客ニーズの多様化を再確認する結果となりました。

今回の調査でも過去3回と同様に、多くのお取引先にご協力頂きました。これまでに頂いた貴重な情報を新たな商品・サービスの開発に活かすとともに、引き続き、対話を通じて1社1社のお客さまに寄り添う、きめ細かいサービスの提供に努めて参ります。

以 上