

企業業績に与える新型コロナウイルスおよびウクライナ情勢の影響調査

当金庫の取引先企業を対象に、企業業績に与える新型コロナウイルスおよびウクライナ情勢の影響について調査を行った。

●調査概要

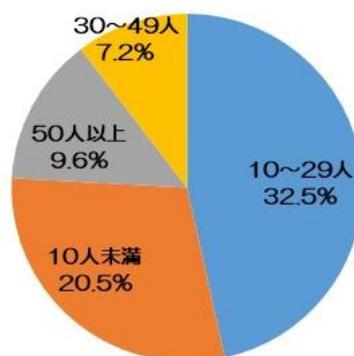
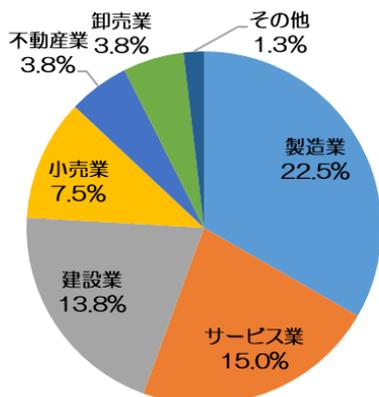
調査時期：令和4年4月20日（金）～ 令和4年5月6日（金）

調査対象：せいしんビジネスクラブ会員

調査対象企業数：83社 有効回答企業数：80社 有効回答率：96.3%

《業種内訳（n=80）》

《従業員規模内訳（n=83）》



●要旨

コロナ禍が売上減少、経費増加に大きく影響 仕入ではウクライナ情勢とコロナ禍の影響が拮抗

【売上について】

- ・コロナ禍とウクライナ情勢の売上への影響は、6割で減少し、1割で増加した。
- ・増加先、減少先とも、コロナ禍の影響を8割、ウクライナ情勢の影響を2割としている。
- ・売上減少の要因は、「国内需要の減少」や「既往取引先の生産減少」など、依然、内需の低迷によるものと捉えている。加えて、物流停滞の影響も小さくないようだ。

【売上原価について】

- ・売上原価は7割超で増加しており、コロナ禍やウクライナ情勢が、売上や経費より大きく影響した。
- ・売上原価増加先では、コロナ禍とウクライナ情勢の影響がほぼ同数で並んだ。
- ・売上原価の増加要因として、「仕入・原材料価格の上昇」が太宗を占めるのは当然ながら、「商品・原材料の品薄」といった物流の停滞をあげる先も過半を占めた。

【経費について】

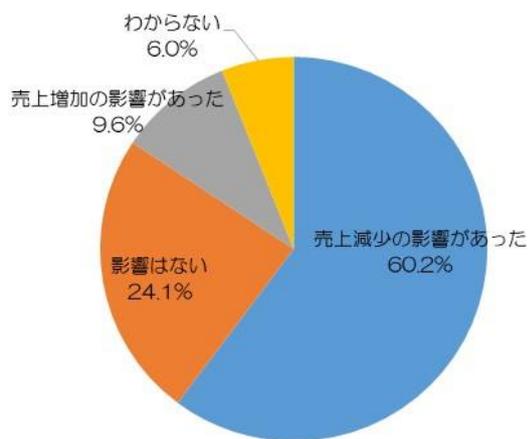
- ・経費への影響は、6割で増加し減少が1割と、売上への影響と同様の結果となった。
- ・経費増加先は、コロナ禍の影響の方が多かったが、ウクライナ情勢の影響を大きく受けたとする先も見られた。
- ・経費の増加要因として、9割近くが「燃料費・運賃の増加」としたが、経費全般で増加が見られた。

【今後の対応】

- ・今後の対応では、「取引先への価格交渉」が6割を超え最も多かったが、「生産性向上」や「コスト削減」も5割を超え「新たな販路開拓」、「新たな事業戦略」、「技術の高度化」といった企業努力を要する前向きな取り組みをあげる先も多く見られた。

※本アンケートの数値は小数点第二位を四捨五入しております。

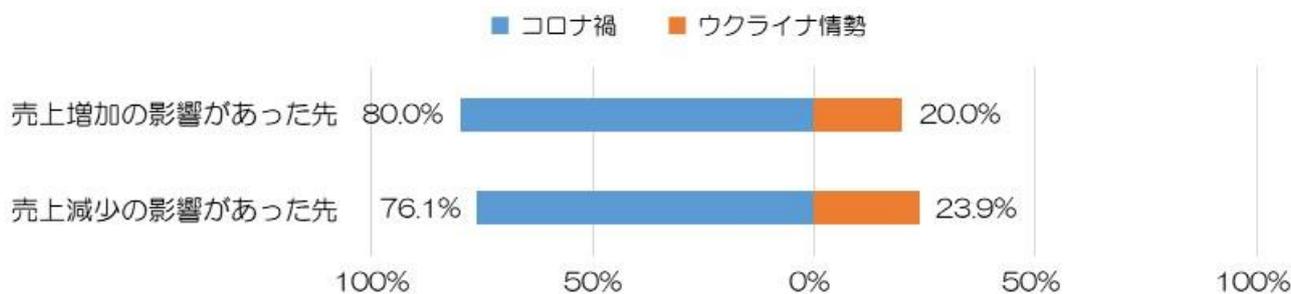
1. 売上にコロナ禍、ウクライナ情勢が影響しているか (SA : n83)



コロナ禍およびウクライナ情勢の売上への影響を聞いたところ、「売上減少」した先が60.2%と過半を占めた。一方、「影響なし」とした先は24.1%、「売上増加」とした先も9.6%あった。

2. 売上に影響のあった先における、コロナ禍とウクライナ情勢の影響割合

売上に影響があった先におけるコロナ禍とウクライナ情勢の影響割合 (平均値)

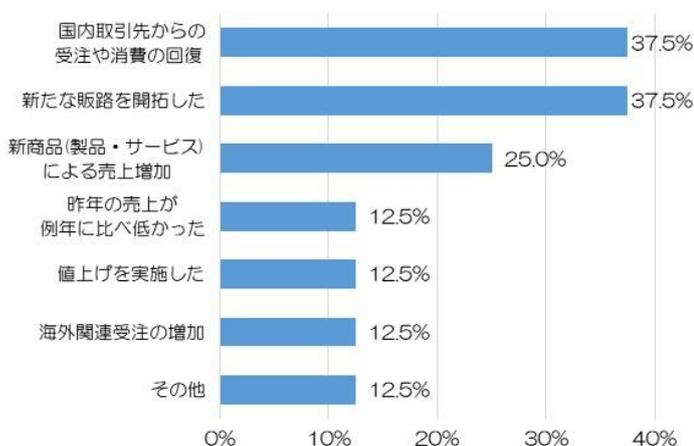


売上増加と回答した先に対し、それぞれの影響割合を聞いたところ、「コロナ禍」によるインパクトは平均80.0%、「ウクライナ情勢」のそれは20.0%となった。

売上減少と回答した先では、「コロナ禍」によるインパクトが平均76.1%、「ウクライナ情勢」のそれは23.9%だった。売上増加・減少双方とも、コロナ禍の影響の方が大きいとする結果となったが、売上減少先の中には、ウクライナ情勢のインパクトの方が大きいとする先も1割ほど見られた。

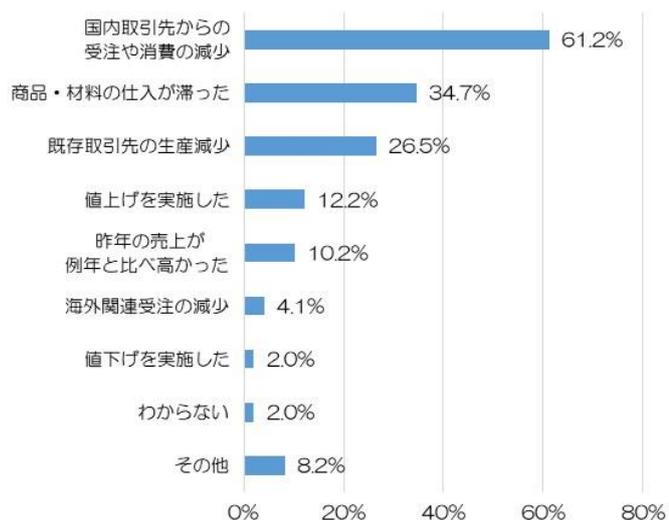
【売上について】

3. 売上増加した先の要因 (MA : n8)



売上増加した先は全体の1割ほどであるが、「国内の受注や消費の回復」と「新たな販路開拓」を要因にあげた先が最も多く、国内需要の回復に支えられた先と、新たな販路開拓という自助努力で成果を上げた先が同数だった。また、販路開拓同様、企業努力による「新商品・新サービスによる売上増加」がこれらに続いた。

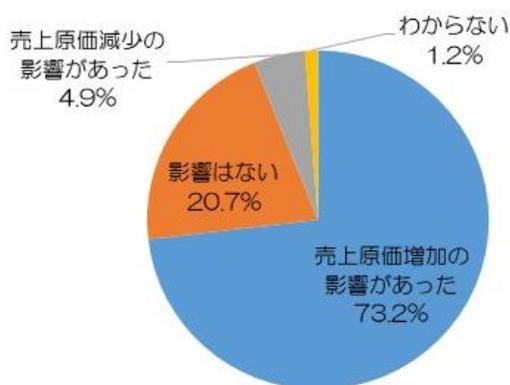
4. 売上減少した先の要因(MA：n49)



売上減少した先の要因としては、「国内需要の減少」と回答した先が61.2%と最多で、「既往取引先の生産減少」も26.5%に上るなど、依然、内需の落ち込みが継続している様子が見えたと。商品・材料仕入れの停滞も、34.7%と全体の1/3を超えており、支障が生じている物流の影響も小さいようだ。また、12.2%の先が「値上げの実施」をしたが売上減少を止められなかった。

【売上原価(仕入等)について】

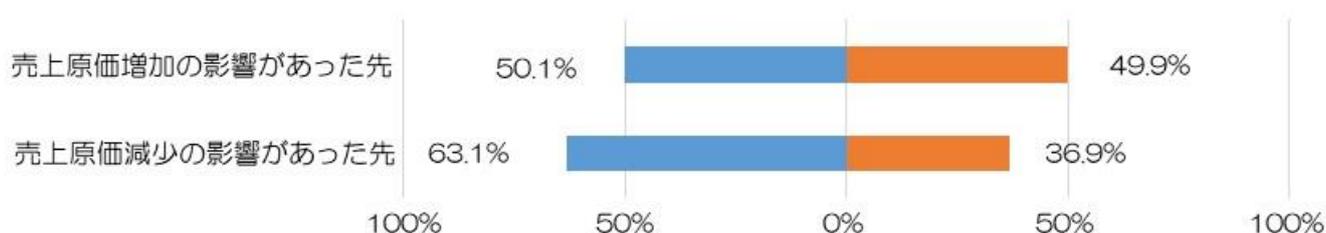
5. 売上原価にコロナ禍やウクライナ情勢が影響しているか (SA：n82)



全体の73.2%が「売上原価が増加」したとしており、幅広い業種で売上原価が上昇している実態が明らかとなった。「売上原価が減少」した先は5%未満、「影響ない」とした先は20.7%で、コロナ禍やウクライナ情勢は、売上高や後述する経費より売上原価への影響が大きいようだ。

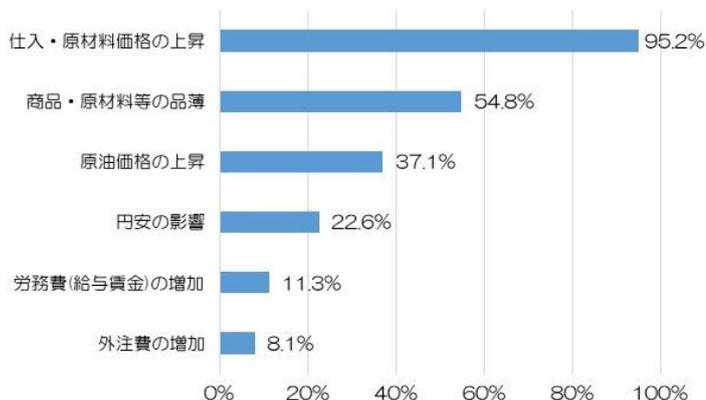
6. 売上原価増加先における、コロナ禍とウクライナ情勢の影響割合

売上原価に影響があった先におけるコロナ禍とウクライナ情勢の影響割合（平均値）



売上原価が増加した先では、「コロナ禍」によるインパクトとして平均50.1%、「ウクライナ情勢」のそれが49.9%と、ほぼ同数で並んだ。業種により仕入事情が異なることに加え、様々な要因が輻湊していることもあって、影響割合が拮抗する結果になったと思われる。

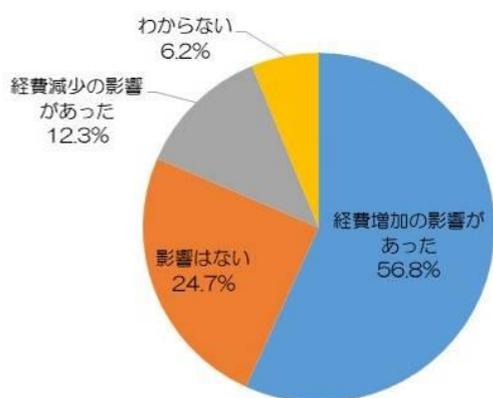
7. 売上原価増加の影響があった先の要因(MA:n62)



売上原価増加先の要因としては、「仕入・原材料価格の上昇」が95.2%と太宗を占めた。また、「商品・原材料の品薄」といった、物流の停滞を要因にあげる先も54.8%と過半に達している。他に「原油価格の上昇」37.1%、「円安の影響」22.6%が続いた。

【経費について】

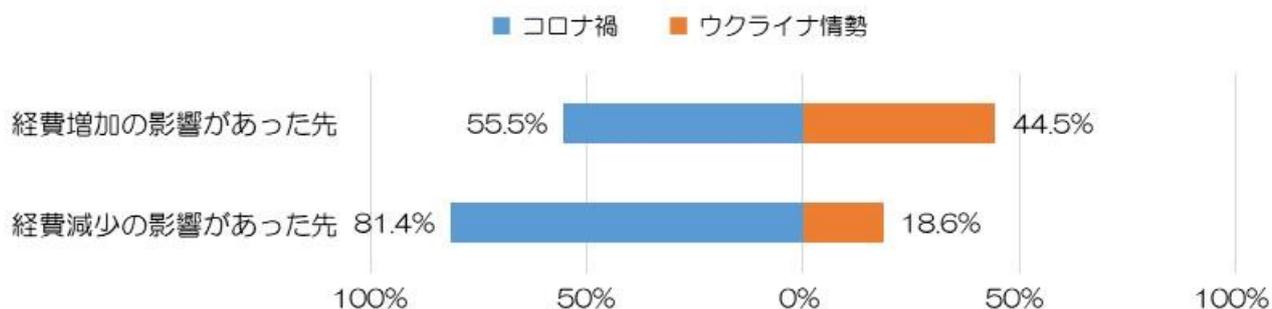
8. 経費にコロナ禍やウクライナ情勢が影響しているか(SA:n83)



コロナ禍およびウクライナ情勢の経費への影響を聞いたところ、「経費が増加」した先が56.8%と過半に上った。一方、「経費が減少」した先は12.3%、「影響なし」とした先は24.7%だった。

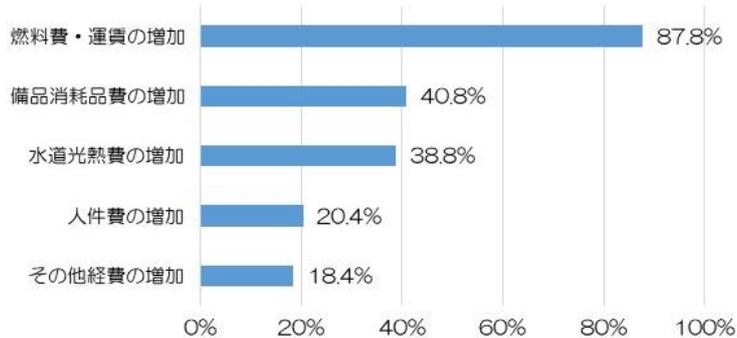
9. 経費に影響のあった先における、コロナ禍とウクライナの影響割合

経費に影響があった先におけるコロナ禍とウクライナ情勢の影響割合(平均値)



経費が増加した先にそれぞれの影響割合を聞いたところ、「コロナ禍」によるインパクトが平均55.5%、「ウクライナ情勢」のそれが44.5%と、「コロナ禍」の影響と感じる割合が10pt超上回った。

10. 経費が増加した先の要因(MA：n49)



経費増加先の要因として、「燃料費・運賃の増加」が87.8%と突出する結果となった。一方、「備品・消耗品費の増加」や「水道光熱費の増加」が4割程で並び、「人件費の増加」、「その他経費の増加」も一定数の回答があり、経費項目は全般が増加要因にあげられた。

11. 今後の対応について(MA：n81)



今後の対応を伺ったところ、「取引先への価格交渉」が60.5%と最も高かったが、「生産性向上」(55.6%)や「コスト削減」(50.6%)をはじめ、「新たな販路開拓」、「新たな事業戦略」、「技術の高度化」といった企業努力を要する前向きな取り組みをあげる先も多く見られた。

<まとめ>

【売上について】

- ・コロナ禍とウクライナ情勢が、売上にどのように影響しているかの調査では、全体の6割が「売上減少」とした一方、1割が「売上増加」した。
- ・売上増加先におけるコロナ禍とウクライナ情勢の影響割合は、「コロナ禍」が8割、「ウクライナ情勢」が2割で、売上減少先においては、「コロナ禍」が8割弱、「ウクライナ情勢」が2割強だった。
- ・売上が増減した双方とも、コロナ禍の影響の方が大きかったが、売上減少先の中には、ウクライナ情勢のインパクトの方が大きいとする先も1割ほど見られた。
- ・売上増加先は、「国内の受注や消費の回復」と「新たな販路開拓」が要因と回答した先が最多で並んだが、国内需要の回復に支えられた先と、販路開拓による自助努力で成果を上げた先が同数だったことは注目される。
- ・売上減少先の要因としては、「国内需要の減少」が最多で「既往取引先の生産減少」も含め、依然、内需の低迷が続いている。また、「商品・材料仕入れの停滞」と回答した先が1/3を超えており、コロナ禍やウクライナ情勢に起因する物流の停滞の影響も小さくないようだ。

【売上原価について】

- 売上原価への影響では、7割を超える先が「増加した」としており、コロナ禍やウクライナ情勢の影響は、売上高や経費より大きい結果となった。
- 売上原価増加先では、「コロナ禍」と「ウクライナ情勢」の影響が半々で並んだ。業種により仕入事情が異なることに加え様々な要因が輻湊していることもあって、拮抗する結果になったと思われる。
- 売上原価増加の要因として、「仕入・原材料価格の上昇」を9割を超える先が回答した。続いて「商品・原材料の品薄」といった物流の停滞をあげる先も過半に及んだ。この調査時点では「原油価格の上昇」は4割弱、「円安の影響」は2割強に止まっている。

【経費について】

- 経費への影響では、「増加した」先が6割、「減少した」先が1割と、売上への影響と同様の結果となった。
- 経費増加先では、「コロナ禍」による影響が55%、「ウクライナ情勢」が45%と、「コロナ禍」の影響が上回ったが、「ウクライナ情勢」の影響も相応にあるようだ。
- 経費増加の要因としては、「燃料費・運賃の増加」が9割近くと突出する結果となった。「備品・消耗品費の増加」や「水道光熱費の増加」、「人件費の増加」、「その他経費の増加」など、経費項目については全般が増加の要因にあげられた。

【今後の対応】

- 今後の対応では、「取引先への価格交渉」が6割を超え最も高かったが、「生産性向上」や「コスト削減」も5割を超え、「新たな販路開拓」、「新たな事業戦略」、「技術の高度化」といった企業努力を要する前向きな取り組みをあげる先も多く見られた。

(静清信用金庫 経営相談部 令和4年6月作成)