

調査

第2回 新型肺炎の本県への影響

今年2月以降、国内で感染が広がった新型肺炎（新型コロナウイルス感染症）は、県内経済にも深刻な影響を及ぼしている。本調査においては、3月に実施した第1回目の調査に引き続き、今年3-5月の影響と6-9月の見通しについて、6月末に実施した県内事業者向けアンケート調査を元に分析した。

調査概要

調査対象	県内1,000事業所
回答件数	374件(回答率37.4%)
調査方法	調査票郵送によるアンケート調査
調査期間	2020年6月30日(火)ー7月13日(月)
参考	※集計において小数点第2位を四捨五入した。 ※産業、所在地未記入先があるため、回答件数と産業別、所在地別合計は一致しない

【回答先産業構成】

単位:件、%

産業	有効回答数	構成比率
農林水産業	32	8.6
鉱業・製造業	109	29.5
建設業	47	12.7
商業	75	20.3
不動産業	6	1.6
運輸業	22	5.9
運輸附帯サービス業	11	3.0
情報サービス業	7	1.9
事業所向けサービス業	15	4.1
宿泊業	19	5.1
飲食業	8	2.2
個人向けサービス業	10	2.7
その他サービス業	9	2.4
合計	370	100.0

【回答先所在地】

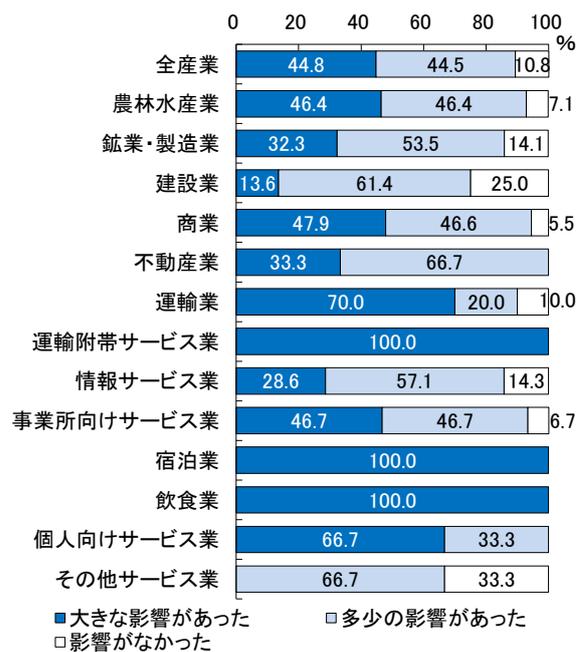
単位:件、%

所在地	有効回答数	構成比率
宮崎市	148	39.7
都城市	53	14.2
延岡市	48	12.9
日南市	13	3.5
小林市	14	3.8
日向市	24	6.4
串間市	6	1.6
西都市	5	1.3
えびの市	3	0.8
北諸県郡	3	0.8
西諸県郡	1	0.3
東諸県郡	10	2.7
児湯郡	18	4.8
東臼杵郡	11	2.9
西臼杵郡	16	4.3
合計	373	100.0

1. 新型肺炎の影響の有無

回答先(374先)の3-5月の影響をみると、「大きな影響があった」「多少影響があった」の合計が全産業のうち89.3%を占めた(図1)。

図1. 新型肺炎の影響の有無(産業別)



産業別では、「大きな影響があった」は、旅行業等の観光関連産業が多い「運輸附帯サービス業」と「宿泊業」、「飲食業」が100.0%となり、次いで「運輸業(70.0%)」、冠婚葬祭業や遊技・レジャー業を含む「個人向けサービス業(66.7%)」が続いた。「多少の影響があった」まで含めると、

県内の幅広い産業への影響が明らかとなった。なお、「影響が無かった」は「その他サービス業（33.3%）」が最も高い。

2. 売上（生産・取扱・出荷）の増減

3－5月の新型コロナウイルスの影響を受けた回答先（全産業）の前年同時期と比べた売上（生産・取扱・出荷等を含む、以下省略）の増減先数は、「減少」した先が3月は56.5%であったが、4月に62.7%、5月に69.5%と、マイナス影響の拡大が顕著となった（図2）。

産業別では、3カ月間を通して「運輸附帯サービス業」の「減少」が100.0%となり、最も深刻な結果となった。次いで、「減少」が3カ月ともに8割以上の産業は「宿泊業」「飲食業」「不動産業」となっ

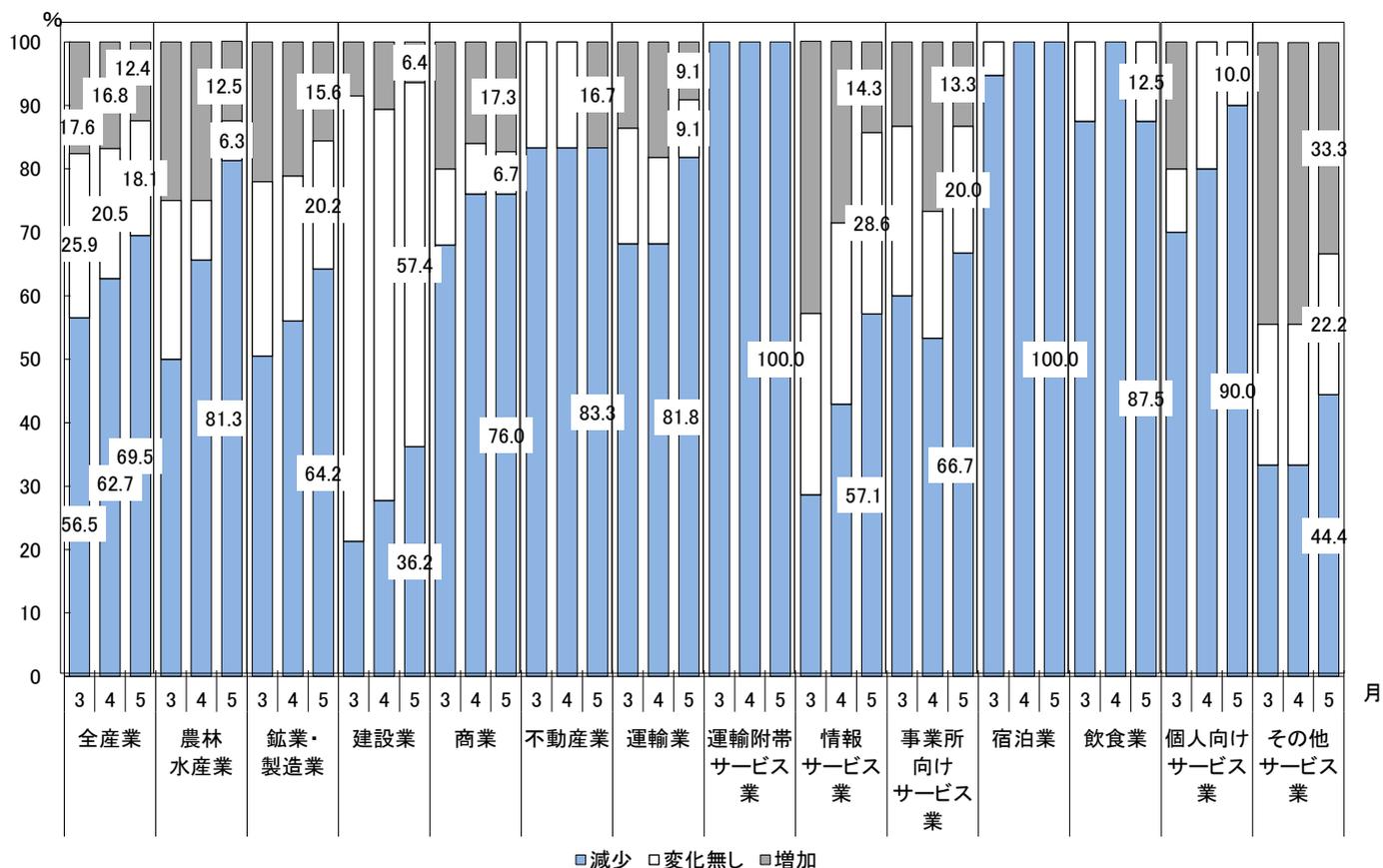
た。また、「個人向けサービス業」は5月までに「減少」した先の割合が90.0%まで上昇した。

「変化無し」が3カ月間で最も高い産業は「建設業」であるが、3月は70.2%、4月は61.7%、5月は57.4%と低下した。

「増加」は3月時点では医療機関や教育機関等の「その他サービス業」が最も高く、44.4%であったが、5月には33.3%に低下。3月時点で2番目に「増加」が高いIT企業等が中心の「情報サービス業」は同月42.9%であったが、4月に28.6%、5月に14.3%と大幅に低下した。

3－5月に多くの産業で売上減少傾向が顕著となり、新型コロナウイルスの影響の広がりが見てとれる。

図2. 3－5月の売上増減先数の比率（産業別）



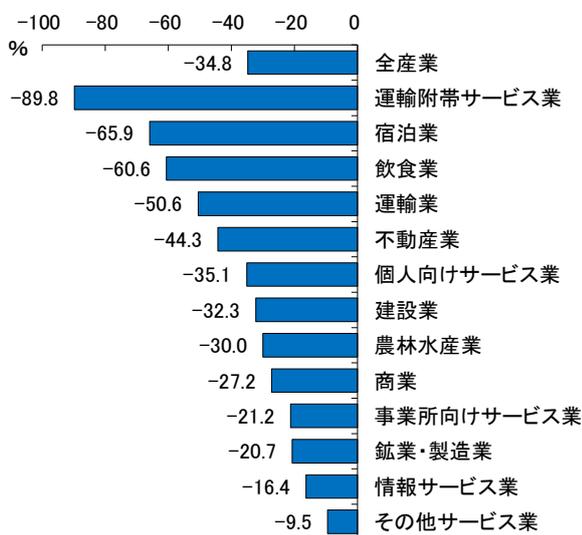
3. 売上減少の状況

(1) 売上減少率

新型コロナウイルスの影響で3-5月に売上が「減少」と回答した先の、同期間における売上平均減少率は、全産業で前年同期比▲34.8%となった(図3)。

産業別では、「運輸附帯サービス業」が▲89.8%と最も深刻な結果となった。次いで5割以上のマイナスとなったのが、「宿泊業(▲65.9%)」「飲食業(▲60.6%)」

図3. 3-5月売上平均減少率(産業別)



「運輸業(▲50.6%)」であり、新型コロナウイルス感染防止における移動制限や営業自粛等の影響の大きさが推察される。

また、3-5月各月の産業別売上減少率の変化からは、多くの産業が月を追うごとに売上減少幅が拡大した様子が見られる(図4)。特に、3-5月の「宿泊業」は減少幅拡大が顕著である。

(2) 売上減少率の構成

全産業の売上減少率の構成率の変化を見ると、3-4月に「▲20%未満」の回答率が低下し、4-5月の変化幅は僅かなものとなった(図5)。

図5. 3-5月売上減少率の構成(全産業)

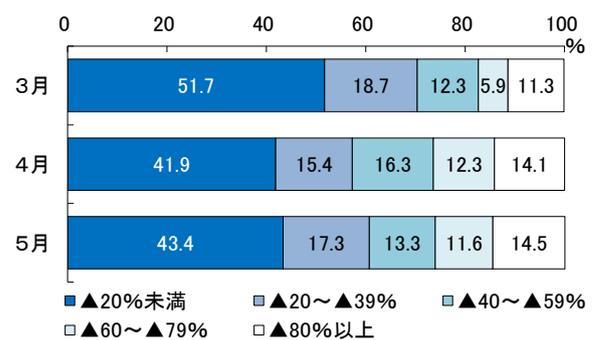
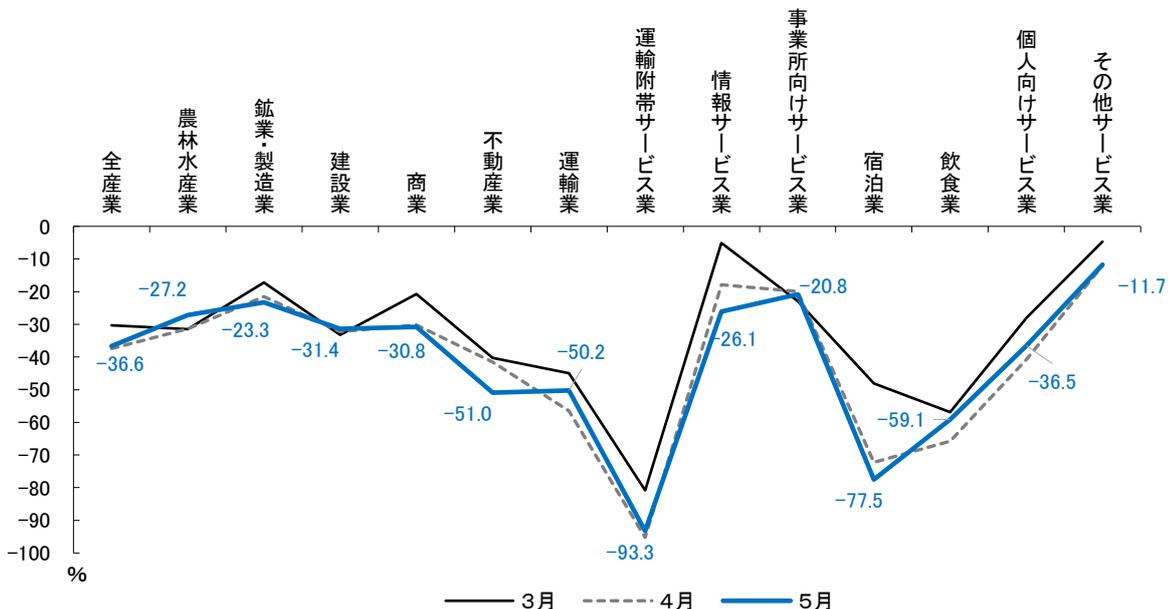


図4. 3-5月の産業別売上減少率の月別変化(産業別)



4. 売上減少の要因

全産業の売上減少要因をみると、「イベント等の自粛・中止」が41.8%と最も高く、イベント依存傾向の強さが浮き彫りとなった（図6）。次いで「来客の減少・キャンセル（37.3%）」「納品・販売先の業務縮小・操業停止（30.4%）」と続いた。

産業別の減少要因は、多くの産業で「来

客の減少・キャンセル」が最も高いが、「農林水産業」は「販売価格低迷（66.7%）」、「商業」「運輸業」「事業所向けサービス業」は「イベント等の自粛・中止」、「鉱業・製造業」は「納品・販売先の業務縮小・操業停止（49.4%）」が最も高いなど、各産業の特徴が表れた（表1）。

図6. 売上減少の要因（全産業、複数回答）

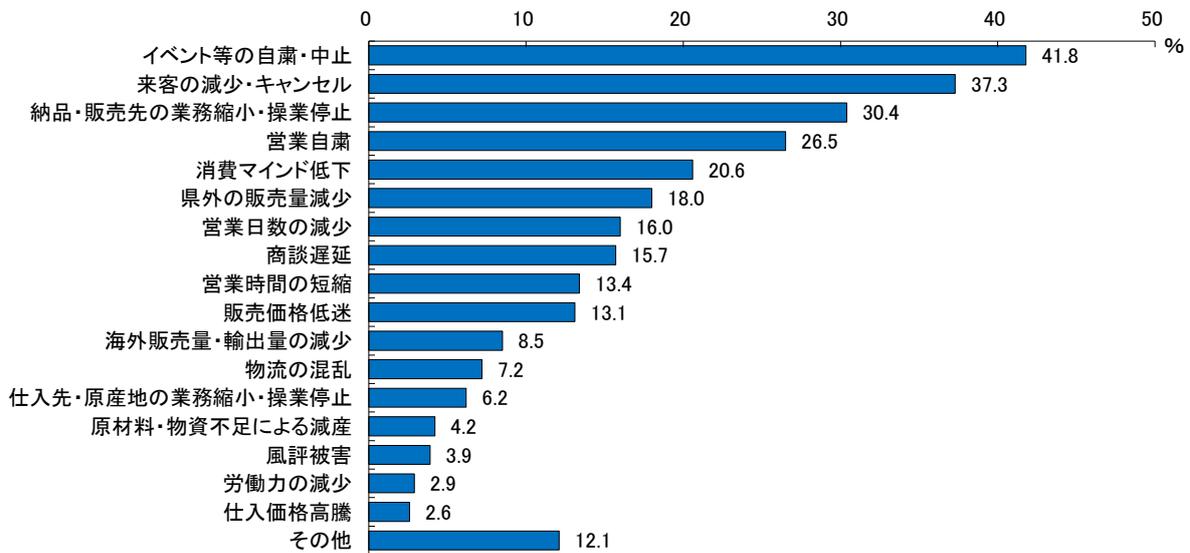


表1. 売上減少の要因（産業別、複数回答）

単位：%

	農林水産業	製造業・鉱業	建設業	商業	不動産業	運輸業	サービス業	情報サービス業	事業所向けサービス業	宿泊業	飲食業	個人向けサービス業	その他
イベント等の自粛・中止	33.3	27.6	25.0	48.5	33.3	66.7	81.8	40.0	57.1	63.2	25.0	60.0	50.0
来客の減少・キャンセル	18.5	13.8	7.1	40.9	66.7	66.7	100.0	-	21.4	100.0	87.5	70.0	100.0
納品・販売先の業務縮小・操業停止	44.4	49.4	7.1	39.4	-	5.6	9.1	-	21.4	-	12.5	-	25.0
営業自粛	7.4	16.1	7.1	31.8	50.0	38.9	27.3	80.0	28.6	52.6	62.5	50.0	-
消費マインド低下	22.2	17.2	10.7	28.8	16.7	27.8	18.2	40.0	7.1	21.1	25.0	-	25.0
県外の販売量減少	37.0	34.5	-	6.1	16.7	22.2	9.1	-	14.3	5.3	-	10.0	-
営業日数の減少	14.8	12.6	3.6	19.7	-	16.7	9.1	-	28.6	26.3	37.5	30.0	-
商談遅延	-	19.5	39.3	13.6	33.3	5.6	9.1	60.0	7.1	-	12.5	-	-
営業時間の短縮	3.7	5.7	-	24.2	-	11.1	18.2	-	14.3	21.1	75.0	20.0	-
販売価格低迷	66.7	14.9	-	10.6	16.7	-	-	-	-	-	-	10.0	-
海外販売量・輸出量の減少	18.5	13.8	-	6.1	-	11.1	9.1	-	7.1	-	12.5	-	-
物流の混乱	14.8	6.9	10.7	6.1	33.3	5.6	-	20.0	-	-	-	-	25.0
仕入先・原産地の業務縮小・操業停止	3.7	3.4	7.1	13.6	-	11.1	9.1	-	7.1	-	-	-	-
原材料・物資不足による減産	-	6.9	7.1	6.1	-	-	-	-	7.1	-	-	-	-
風評被害	-	2.3	-	-	16.7	16.7	18.2	-	-	10.5	12.5	10.0	-
労働力の減少	-	1.1	10.7	1.5	-	11.1	9.1	-	7.1	-	-	-	-
仕入価格高騰	3.7	3.4	7.1	3.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他	7.4	12.6	35.7	6.1	-	5.6	18.2	20.0	28.6	5.3	-	10.0	-

縦軸で最も高い
縦軸で2番目に高い
縦軸で3番目に高い

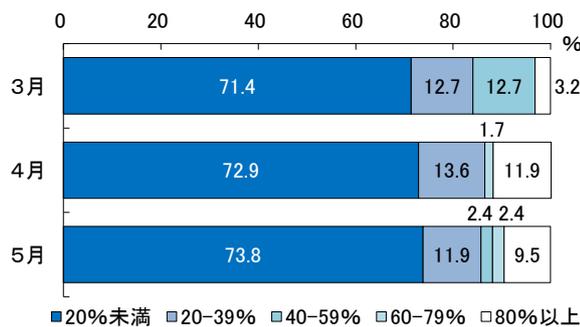
※いずれも「その他」は除く

5. 売上増加の状況と要因

(1) 売上増加率の構成

2頁図2によると、3-5月の全産業における売上増加先の構成比率は3月が17.6%、4月が16.8%、5月が12.4%と減少傾向にある。これらの回答先の各月の売上増加率の構成をみると、「20%未満」が70%台で最も高い(図7)。

図7. 3-5月売上増加率の構成(全産業)

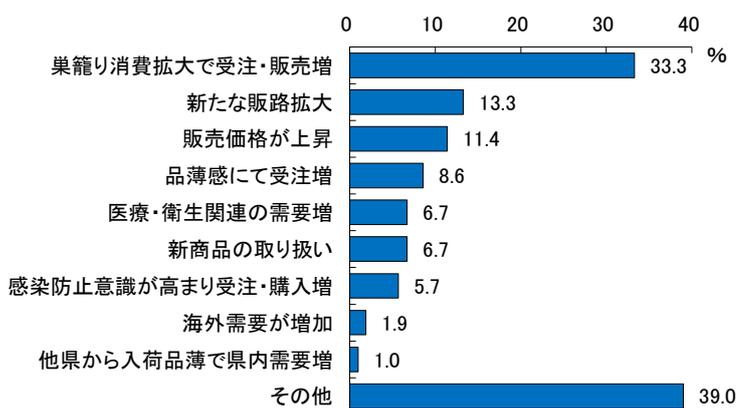


(2) 売上増加の要因

売上増加先の要因は、「巣籠り消費拡大で受注・販売増」が33.3%と最も高く、2番目の「新たな販路拡大(13.3%)」の2倍以上となった(図8)。消費トレンドの変化を捉えて売上を伸ばしたと考えられる。

なお、「その他」は前年からの設備投資効果などの回答が多く、リスク回避策や事業戦略の変更が功を奏したといえる。

図8. 売上増加の要因(全産業、複数回答)

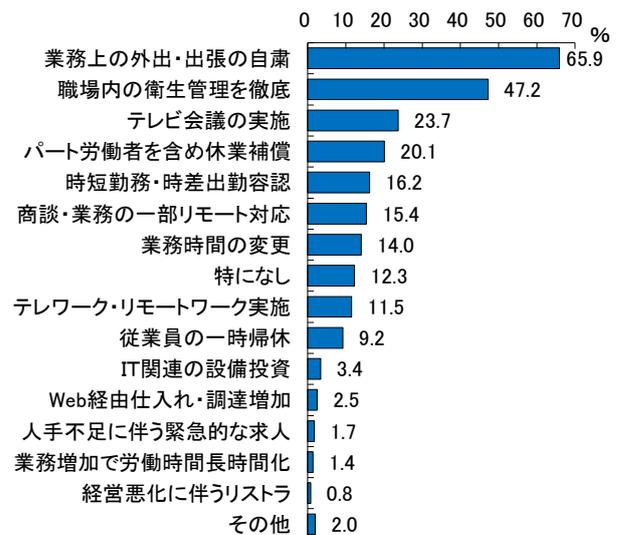


6. 業務体制、経営面の影響

(1) 業務体制への影響

業務体制への影響においては、「業務上の外出・出張の自粛」が最も高く65.9%となり、次いで「職場内の衛生管理を徹底(47.2%)」「テレビ会議の実施(23.7%)」と続いた(図9)。

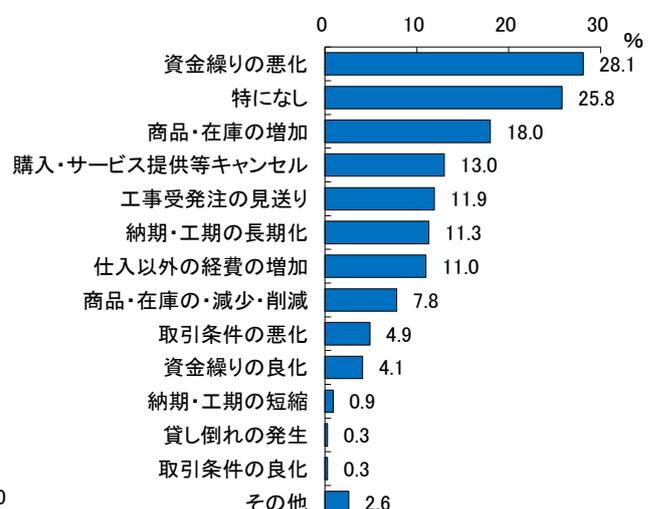
図9. 業務体制の影響(全産業、複数回答)



(2) 経営面の影響

経営面の影響は、「資金繰りの悪化」が最も高く28.1%となり、次いで「特になし(25.8%)」「商品・在庫の増加(18.0%)」と続いた(図10)。

図10. 経営面の影響(全産業、複数回答)



(3) 経営面の影響への対応策

経営面の影響への対応策は「緊急融資制度の活用」が最も高く 30.8%となり、次いで「特になし(27.6%)」「人件費以外の経費削減(25.3%)」と続いた(図11)。「公的支援の活用(21.8%)」は4番目となり、即効性ある対応策の一つとなる1番目と3番目の項目が優先されたと推察される。

図11. 経営面の影響への対応策(全産業、複数回答)

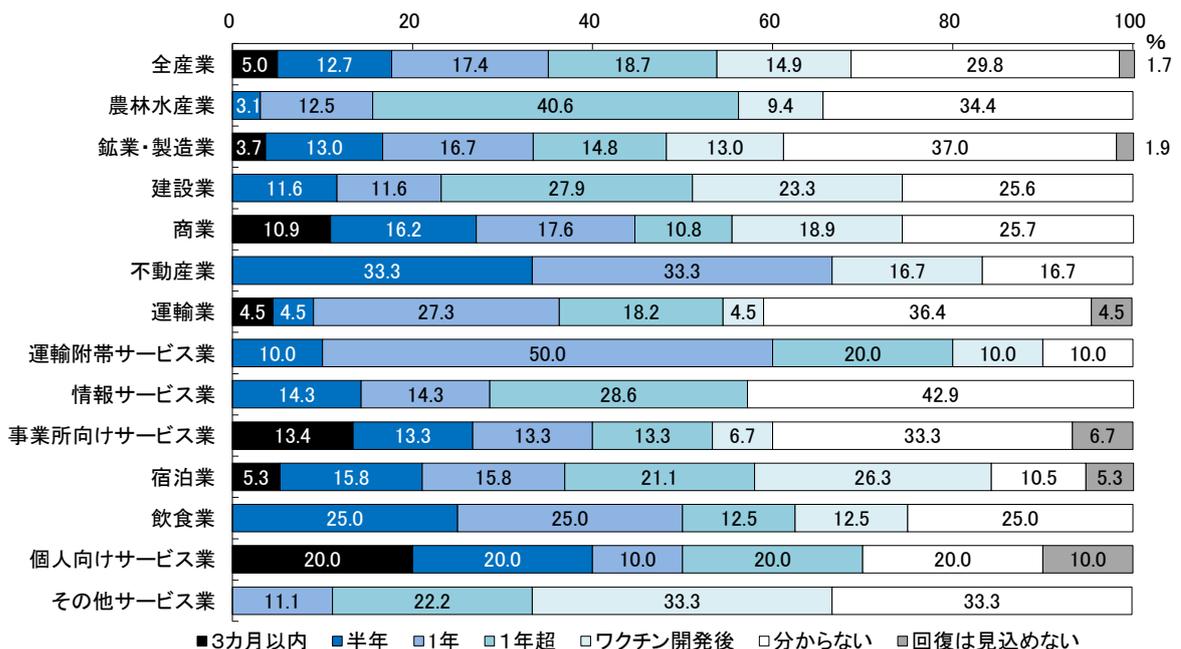


7. 今後影響が続くと予想される期間

今後、新型肺炎の影響が続くと予想される期間は、全産業では「分からない」が29.8%と最も高く、2番目が「1年超(18.7%)」、3番目が「1年(17.4%)」となり、長期化の懸念と先行き不透明感が強い様子が見えてくる(図12)。

産業別では、「鉱業・製造業」「商業」「運輸業」「情報サービス業」「事業所向けサービス業」「飲食業」「個人向けサービス業」「その他サービス業」で「わからない」が最も高く、先行き不透明感の強さが見てとれる。半年以内の短期収束を予想する産業は「個人向けサービス業」が「3カ月以内」「半年」計で40.0%と最も高く、「不動産業(同33.3%)」「商業(27.1%)」と続いた。「1年」が最も高い産業は「運輸附带サービス業(50.0%)」で、「1年超」が最も高いのは「農林水産業(40.6%)」となった。

図12. 今後影響が続くと予想される期間(産業別)



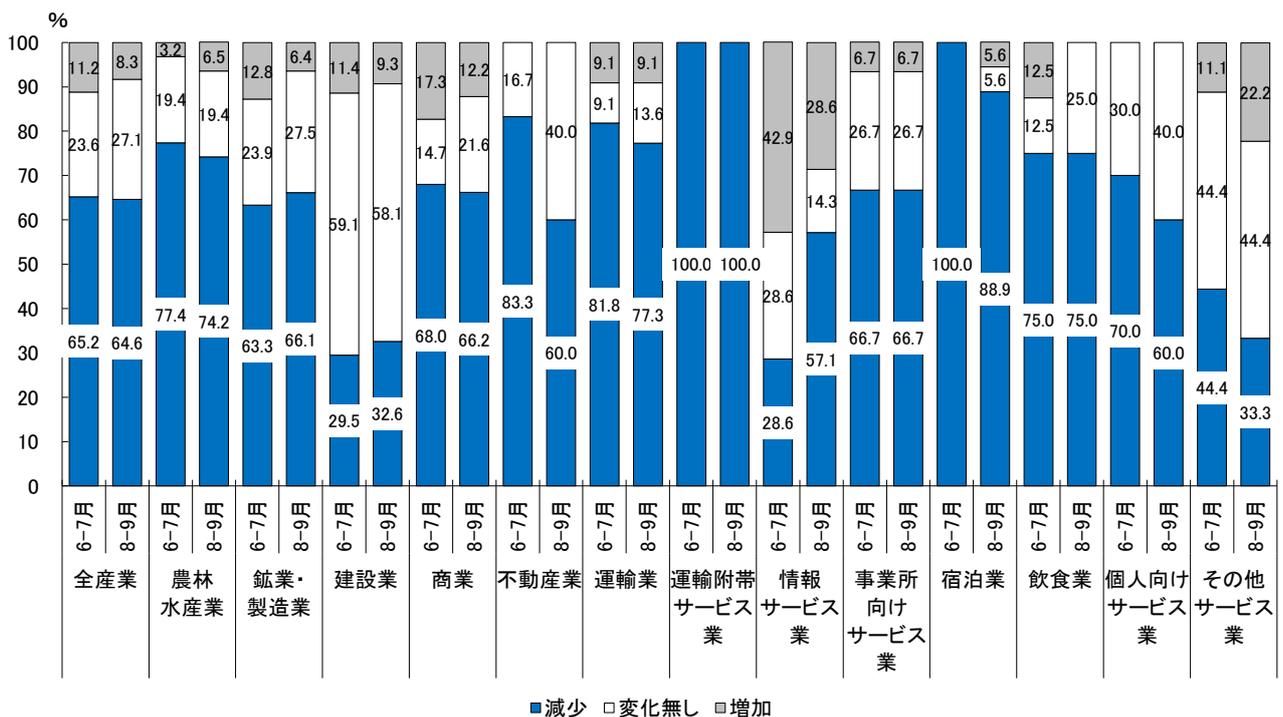
8. 今年6-7月、8-9月の影響予想

(1) 売上への影響予想

6-7月、8-9月の売上増減の予想は、全産業では両期間ともに「減少」が65%前後と最も高く、次いで「変化なし」、「増加」の順となった(図13)。なお、回答時期が県内の“感染第2波(7月後半)”前であったことから、現時点(9月)はさらに減少傾向が強い可能性がある。

産業別では、両期間ともに「減少」は「運輸附带サービス業」が100.0%と最も高く、次いで「宿泊業」の高さが目立つ。その他、多くの産業が50.0%以上となった。「建設業」は「変化無し」が6割弱となり最も高い。また、「情報サービス業」は「増加」が6-7月は42.9%、8-9月が28.6%と全産業で最も高く、新型コロナウイルス感染拡大によるIT関連需要の高まりを予想したと考えられる。

図13. 6-9月の売上増減予想先の比率(産業別)

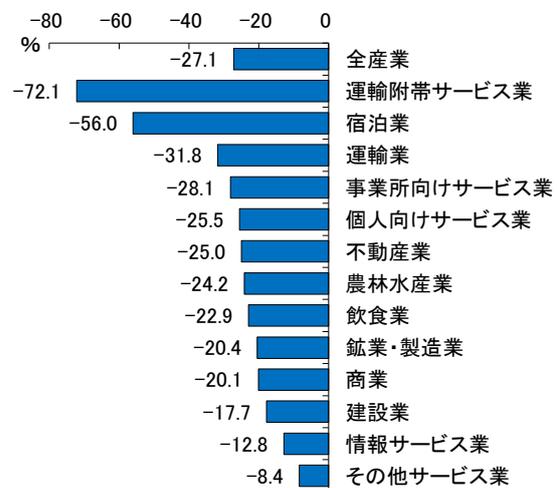


(2) 売上減少率の予想

6-7月、8-9月の売上の変化を予想する先の、前年同期と比べた売上減少率の平均(6-9月平均)は、全産業で▲27.1%となった(図14)。

産業別では「運輸附带サービス業」が▲72.1%と最もマイナス幅が大きく、次いで「宿泊業(▲56.0%)」となり、観光関連産業の影響の深刻さが見てとれる。

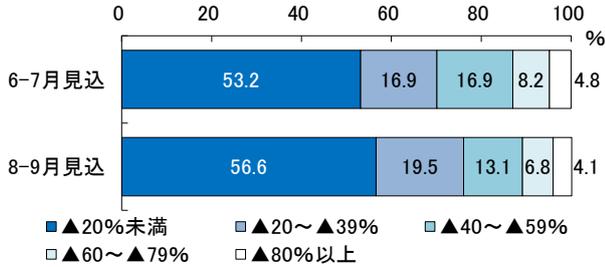
図14. 6-9月の売上減少率の予想(産業別)



(3) 売上減少率の構成

売上減少率（前年同期比）の構成比率をみると、「▲20%未満」が6-7月、8-9月ともに50%以上となった（図15）。なお、両期間の変化は僅かとなった。

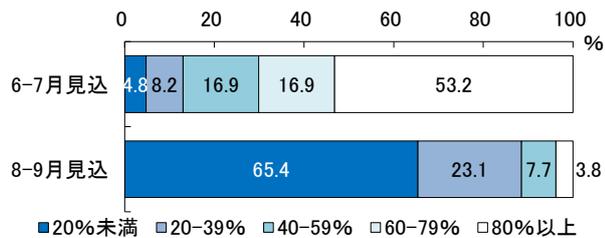
図15. 6-9月売上減少率の構成（全産業）



(4) 売上増加率の構成

7頁図13によると、6-9月の全産業における売上増加（前年同期比）先の構成比率は6-7月が11.2%、8-9月が8.3%となった。6-7月見込は急激な回復を見込む「80%以上（53.2%）」が最も高いが、8-9月は「20%未満（65.4%）」が最も高い（図16）。

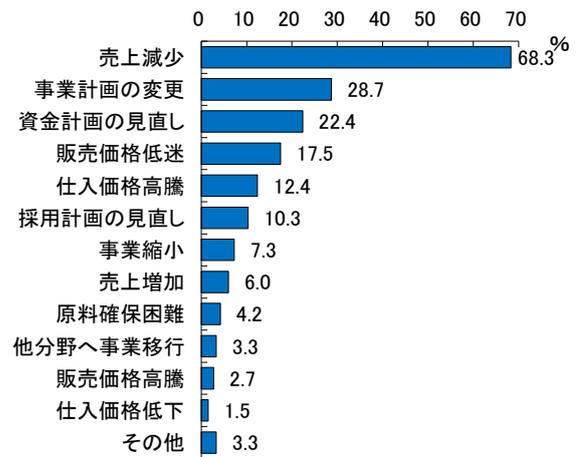
図16. 3-5月売上増加率の構成（全産業）



9. 今後予想される影響

今後予想される影響は、「売上減少」が圧倒的に高く68.3%となった（図17）。次いで、「事業計画の変更（28.7%）」「資金計画の見直し（22.4%）」と続いた。売上減少が今後も多くの産業で予想されると考えられ、当面は業績悪化等が続くとみられる。

図17. 今後予想される影響（全産業、複数回答）

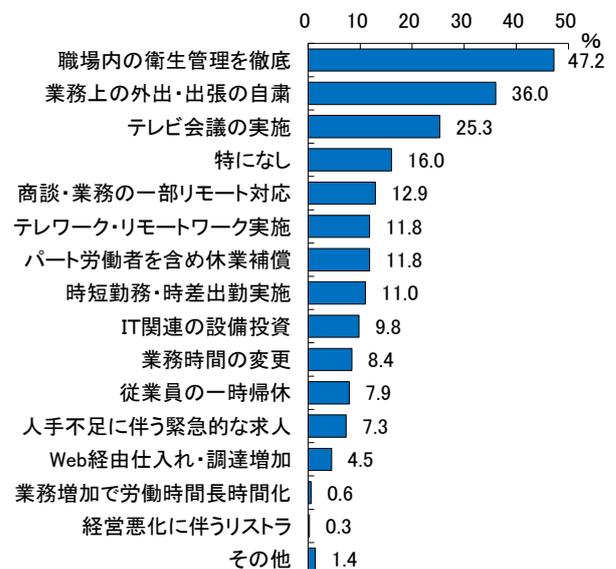


10. 今後業務体制構築等で取り入れる内容

今後業務体制構築等で取り入れる内容は、「職場内の衛生管理を徹底」が最も高く47.2%となった（図18）。次いで、「業務上の外出・出張の自粛（36.0%）」「テレビ会議の実施（25.3%）」と続き、感染防止の徹底継続がうかがえた。

特に、「テレビ会議」は回答先の1/4が導入予定であり、外出や出張を控える傾向が続けば、非接触型のビジネス形態が一般化する可能性が高いと予想される。

図18. 今後業務体制構築等で取り入れる内容（全産業、複数回答）

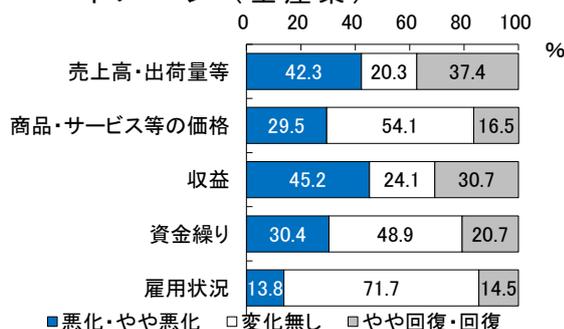


11. 新型コロナウイルス収束後の経営状態のイメージ

新型コロナウイルス収束（※）後の自社の経営状態のイメージとして、「売上高・出荷量等」「収益」は「悪化・やや悪化」がともに40%台と高いが、「やや回復・回復」も30%台となった（図19）。「商品・サービス等の価格」「資金繰り」「雇用状況」は「変化無し」が最も高く、特に「雇用状況」は71.7%となった。

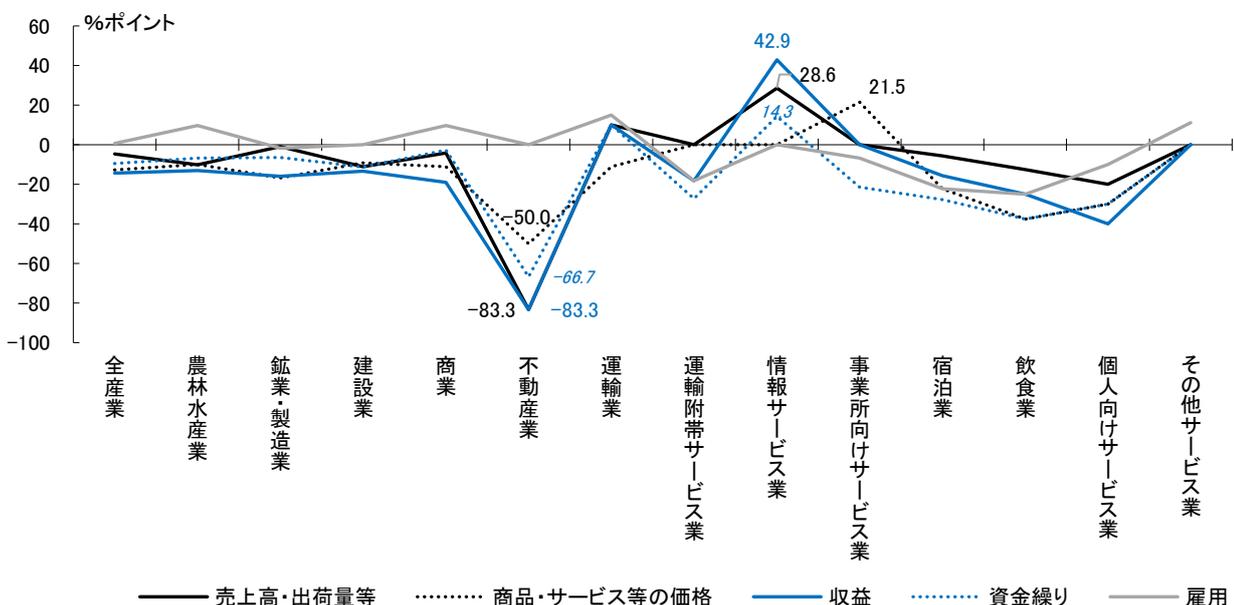
多くの項目で収束後もマイナス影響が残るイメージが目立ち、“収束≠業況回復”との警戒感が透けてみえる。

図19. 新型コロナウイルス収束後の経営状態のイメージ（全産業）



※新型コロナウイルスに関する経済的・社会的な状況が落ち着いた場合を「収束」と定義し、完全制圧を「終息」と定義したことから、本調査では「収束」とする

図20. 新型コロナウイルス収束後の経営状態のイメージD I（産業別）



産業別に収束後の経営状態のイメージをD I（「やや回復・回復」－「悪化・やや悪化」の回答率）でみると、「雇用」を除く項目で「不動産業」のマイナスが目立つ（図20）。一方、プラスが目立つのは「情報サービス業」で、「収益」「売上高・出荷量等」は大幅なプラスとなり、他産業との違いが目立つ。

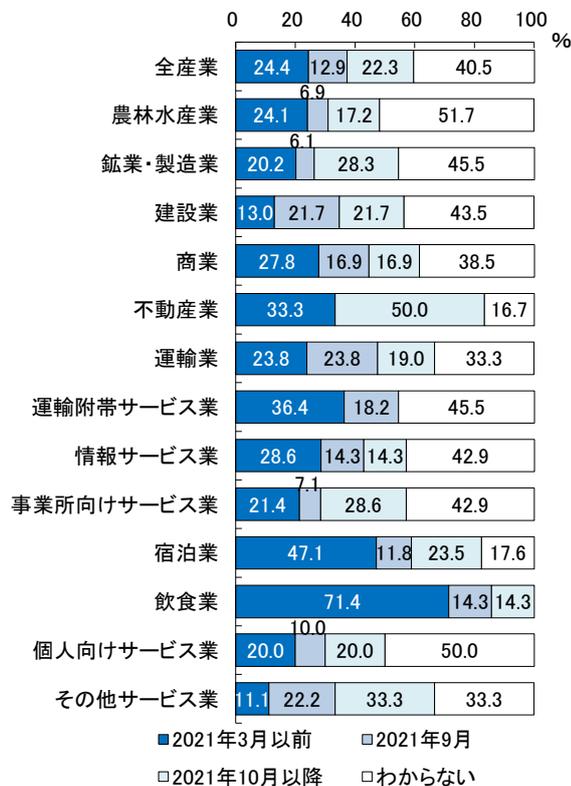
12. 新型コロナウイルス収束後の県内経済回復予想時期

新型コロナウイルス収束後の県内経済回復予想時期は、全産業では「わからない」が40.5%と最も高い。次いで「2021年3月以前（24.4%）」「2021年10月以降（22.3%）」の順となった（次頁図21）。

産業別では、「飲食業」は「2021年3月以前（71.4%）」が圧倒的に高く、宿泊業も同項目が47.1%となった。これは、政府や県内自治体主導の飲食需要喚起や各種観光支援等に寄せる経済回復への期待

の表れといえる。一方、「不動産業」は「2021年10月以降（50.0%）」が最も高く、経済回復に慎重な予想となった。

図 21. 新型肺炎収束後の県内経済回復予想時期（産業別）

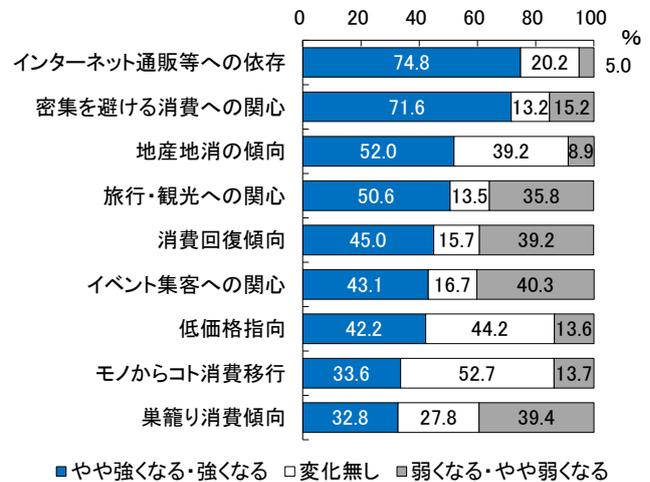


13. 新型肺炎収束後の消費トレンド等の変化の予想

新型肺炎収束後の消費トレンド等の変化の予想は、「インターネット通販等への依存」「密集を避ける消費への関心」がともに「やや強くなる・強くなる」が最も高く、70%台となった（図 22）。また、「地産地消の傾向」「旅行・観光への関心」も同 50%台となった。付加価値の高まりを示す「モノからコト消費移行」は「変化無し（52.7%）」が最も高い。収束後「弱くなる・やや弱くなる」では「イベント集客への関心（40.3%）」が最も高くなった。

これらのことから、消費トレンドが変化するとこの予想が強いといえる。

図 22. 新型肺炎収束後の消費トレンド等の変化の予想（全産業）



14. 新型肺炎収束のイメージとは何か

新型肺炎収束の経済状態に関するイメージの自由回答は 232 件あり、収束後の状況の厳しさを指摘するコメントが目立つ（次頁表 2）。なお、経済状態の「回復」に関するコメントが 99 件あったが、うち 88 件は「短期的な回復は難しい」とのコメントであり、収束後の経済回復に慎重な意見が目立つ。

15. 新しい生活様式における仕事の変化

現在、新型肺炎感染防止に伴い「新しい生活様式」が徹底されているが、これに伴い、仕事にも変化が生じている。従来型ビジネスからの変化を踏まえたコメントは 236 件あり、うち、リモート化に関するコメントが最多で 81 件となった。産業別には、非接触化を意識したコメントが多いが、製造業や建設業等では難しいとの意見がある（次頁表 3）。

表 2. 新型コロナウイルス収束の経済状態に関するイメージコメント抜粋（産業別）

産業	コメントの一例
農林水産業	・当分の間、経済回復は望めない。また、国内経済も冷え込み傾向にあり、厳しい状況は続く ・外食が減り、自宅で食えることが普通になる。イベント外出が減り、自宅で楽しむ時間が増える
鉱業・製造業	・今後、新型コロナウイルスの第2波、第3波が予想される中、収束はまだまだ先になりそうでイメージができない ・ワクチンの普及が無いと収束の目途は立たない。その後も緩やかな経済活動回復となるのではないか
建設業	・一時的には経済回復を見せると思われるが、長期化することで生き残る業種に偏りがあるのでは ・経済状態の回復にはある程度時間がかかる。ITの導入など時代の流れに即した対応が必要
商業	・対面型の小売業が無くなり、ネット通販や無人店が成長する。人と人との接触の場が減少する ・大都市集中からサテライト都市の分散が進み、都市計画の見直しが行われる
不動産業	・新しい生活様式が常識になってくる。接触関連ビジネスはそれなりの対策を講じる必要がある ・巣籠り消費やインターネットで完結される消費行動が常態化。大規模イベント集客の復活は厳しい
運輸業	・中小零細企業が収束まで持ちこたえられるかが問題。大企業は短期的に回復するが、中小企業は疲弊した状態でどうなるのか見えない ・観光地の集客方法が変化
運輸附帯サービス業	・短期的な回復が予想され、非接触ビジネスやITへの依存度が高まるイメージがする ・1年間以上影響がある。特に回復の見込みが無い。GoToキャンペーン等実施するも一時的すぎる
情報サービス業	・瞬間的な経済の回復後、停滞期が到来する ・非接触関連のビジネスやITへの依存度が高まる
事業所向けサービス業	・コロナ前の経済に戻ることがイメージできません。その理由は、3密の為です。3密はコロナ対策の1つであり、根幹ではありません。もし、3密対策を永久に続けるのなら、経済は破壊されます ・元の経済状況に回復するには5～6年を要するのではないか
宿泊業	・外食産業、ホテル業は収束前に対し、急速な回復は見込めない ・消費低迷が長期化し、多くの業種での再編が進むのでは
飲食業	・一時的な経済回復の後、経済状況の悪化。業界としては縮小傾向。ECサイトへの移行が高まる ・中食産業の需要が高まる
個人向けサービス業	・大規模イベント等は実施に相当な時間を要すると予想する。新生活様式を想定した対策が必要となる ・3密を避けることのできない業種が淘汰され経済回復する
その他サービス業	・ダメージが想像できない程大きく、生活そのものを見直すことになる ・雇用の悪化を背景に個人消費が伸び悩む。ワクチンや治療薬開発が無ければ(ウイルスは)一定数存在する。安全が消費の重要なワードとなる

表 3. 新しい生活様式における仕事の変化ーコメント抜粋（産業別）

産業	コメントの一例
農林水産業	・リモート商談が多くなり、出張回数が減少。週休2日制に移行し、新しい働き方・生き方とは何かを模索 ・6次産業であり、リモート、テレワーク等の勤務は無理。インターネット販売を強化するしかない
鉱業・製造業	・リモートや在宅にて転換できる業種もあるが、製造業においては難しい。ただ、機械化を進め、密を避ける少人数での製造が可能となるようにする機会でもある。いずれにしても、根本的に仕事のあり方を見直すことが必要 ・仕事の減少、本業以外の仕事を増やしていく必要性。仕事の効率を上げ、固定費を削減。インターネット等の販売を進めていく
建設業	・建設業において3密を避けるのは難しく、非接触関連とは程遠い。また、経済状況によって公共事業は大きく左右されるのでこれから益々厳しくなるのではないか ・ITを活用したリモート業務が一般的になる。在宅勤務が増えると住宅に関する価値観も変わる
商業	・商品の販売ルートに変化が起こる。製造・生産者から問屋、小売店への流れが現在でも減少しているが、今後さらに加速する ・卸売はお客様に商品をお届けするという供給責任があるので対面でない業務の進め方は難しいが、一般的にはリモート会議、リモート商談の方向にいく
不動産業	・企業としても従来のリアルなマーケティングからWeb上のマーケティングが主流になる。専門チームを設置した ・非接触型の社会構造の促進。電子マネー等の普及拡大が進む
運輸業	・今の暗闇から脱出するためには、減税や助成金に頼りたい。売上ゼロを想像してみてください ・県内ではリモートや在宅勤務はそれほど普及しない。環境・設備が整わない企業等が多い
運輸附帯サービス業	・リモート会議やリモート商談の広がりは旅行業界においては悪条件である ・3密を避けた旅行のあり方が求められるが、現実的には始まってみないとわからない部分がある
情報サービス業	・在宅勤務が容認される代わりに自己管理が求められる ・非対面ビジネスへの理解が加速する
事業所向けサービス業	・不要な業務の棚卸によるスリム化。テレワーク必需性の高まり ・発想の転換、すなわちITへの対応は人材育成、導入経費等相当額が必要であり、突然のコロナ禍の事態に即応できない。低賃金化が進む
宿泊業	・観光に関しても外部のものや密を避けた観光でなければ消費者のマインドは動かない ・多人数でのイベント等に人数制限がかかり、オンラインを活用した形式が増える
飲食業	・非対面で可能な仕事も多くなったことから、効率化される業務は増える。一方、対面の良さも見直されたことから対面に価値を置く業務も現れる ・中食の需要増加に対する対応が必要になる
個人向けサービス業	・顧客への訪問が制限される。SNSやリモート商談、小規模のイベント開催等、営業活動に支障が出る ・無人化、自動化導入の機運が高まる。事務所の分散、カード決済サービス導入が広がる
その他サービス業	・病院は不必要な外来受診は少なくなる。診療所は減収となる。オンライン診療ニーズが高くなる ・リモート商談等による出張の減少。フレックスタイムと在宅勤務の混合勤務。クラウド化及び紙媒体から電子データへ移行。非正規雇用の増加。不動産賃貸契約内容の変化

【参考】 3 - 9月の新型肺炎による

観光関連産業への影響の簡易推計

宮崎県が今年6月に公表した「2015年宮崎県産業連関表」の逆行列係数をもとに、県内観光関連産業の3 - 5月の産業別売上実績と、6 - 9月の売上予想から負の経済的インパクトを簡易的に推計すると、直接波及効果が▲992億円、直接効果を含む第1次波及効果が▲1,368億円、第2次波及効果が▲177億円となった(表4)。なお、観光関連産業は「運輸業」の旅客運輸業と「運輸付帯サービス業」「宿泊業」「飲食業」と定義する。これらのうち「運輸業」への影響が最も大きい(表5)。

推計においては、これらの産業の売上増加先、減少先の3 - 9月の売上増減率をもとに計算した。なお、推計に観光客数の季節変動要因を含まないものとする。なお、本試算は簡易推計であり、参考値と位置付けるものとする。

表4. 観光関連産業への影響

単位:億円

	生産誘発額		
		うち粗付加価値誘発額	
			うち雇業者所得誘発額
第1次波及効果	▲1,368	▲644	▲236
直接効果	▲992	▲426	▲166
第1次間接効果	▲376	▲219	▲70
第2次波及効果	▲177	▲117	▲53
総合効果	▲1,545	▲761	▲289

表5. 観光関連4産業への影響額

単位:億円

	波及効果		
	第1次	第2次	総合効果
運輸業	▲445	▲8	▲453
飲食業	▲354	▲10	▲364
運輸付帯サービス業	▲225	▲1	▲227
宿泊業	▲71	▲1	▲72

資料)宮崎県「2015年宮崎県産業連関表」をもとに推計(表4、5)

※表5は表4の観光関連4産業への波及のみを掲載

16. まとめ

3 - 5月の経済的影響をみると、全産業に影響が広がるが、特に観光関連企業が多い「運輸付帯サービス業」のマイナス幅が突出しており、観光・飲食関連産業が大きな影響を受けた。企業の出張控えや、イベントの自粛や縮小、観光控えが広がり、観光客の減少や外出自粛など、感染防止に伴う移動の制限が及ぼした影響は大きい。

本調査は回答時期が6月末から7月中旬であり、県内の感染第2波が到来する直前であったことから6 - 9月には一定の経済回復を見込む傾向がみられた。その後の予想も、7月後半の感染の広がりにより、実態は下振れした可能性が高く、調査結果はより厳しめに捉える必要があるといえる。

回答企業において、感染収束後の経済状態や企業経営の状態は、決して明るいものではないとの認識が多数を占めた。感染前に戻るとのコメントは一部に止まる。

一方、影響の長期化を見据え、長期戦に対応した計画の刷新やビジネスのあり方の再考など、環境変化への対応もみられた。巣籠り消費を捉え売上を伸ばす小売業や食品製造業の他、インターネット経由での販売を進め、業績維持を図る企業など、一部に消費トレンドの変化に対応する取組みがみられた。これら、変化への柔軟な対応が、新型肺炎禍における経済回復のヒントになりそうだ。(杉山)