

# ＜速報＞新型コロナウイルス感染症の影響について

(仙台市企業経営動向調査 第91回調査 ～特別設問1～5から～)

令和3年10月  
仙台市経済局・仙台商工会議所

市内事業所を対象に四半期毎に実施している『企業経営動向調査』(第91回調査(令和3年7～9月期))において、前回に引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響について調査を実施した。本調査結果は特別設問1～5を集計したものであり、全体の調査結果は11月下旬に公表予定。

## 1. 企業経営動向調査の概要

- (1) 実施期間：令和3年10月1日(金)～令和3年10月15日(金)
- (2) 調査対象：市内の事業所1,000箇所
- (3) 調査方法：郵送による配布・回収
- (4) 回収結果：738件

有効回答数		(単位:件)			
業種	事業所規模	全規模計(1,000)	大規模(200)	中規模(400)	小規模(400)
全業種計		738 (100.0%)	106 (100.0%)	314 (100.0%)	318 (100.0%)
製造業		163 (22.1%)	4 (3.8%)	67 (21.3%)	92 (28.9%)
非製造業計		575 (77.9%)	102 (96.2%)	247 (78.7%)	226 (71.1%)
建設業		78 (10.6%)	3 (2.8%)	41 (13.1%)	34 (10.7%)
運輸業		80 (10.8%)	0 (0.0%)	44 (14.0%)	36 (11.3%)
卸売業		63 (8.5%)	7 (6.6%)	34 (10.8%)	22 (6.9%)
小売業		75 (10.2%)	25 (23.6%)	25 (8.0%)	25 (7.9%)
宿泊・飲食サービス業		65 (8.8%)	14 (13.2%)	30 (9.6%)	21 (6.6%)
不動産業・物品賃貸業		73 (9.9%)	0 (0.0%)	19 (6.1%)	54 (17.0%)
サービス業(個人向け)		65 (8.8%)	26 (24.5%)	25 (8.0%)	14 (4.4%)
サービス業(法人向け・ほか)		76 (10.3%)	27 (25.5%)	29 (9.2%)	20 (6.3%)

### (5) 結果概要

事業所の35.4%がまん延防止等重点措置・緊急事態宣言発令前よりも悪化。今後の懸念を含めると62.4%が影響あり

- ・企業活動への影響については、回答があった662事業所のうち35.4%にあたる234事業所が、発令前よりも状況が悪化していると回答。影響が出ている事業所と今後の先行きを懸念する事業所の合計は62.4%。
- ・一方、25.0%にあたる166事業所が、状況が改善したと回答。状況が改善した事業所と影響が出ていない事業所の合計は64.6%となる。
- ・影響の具体的な内容は、「売上・受注の停滞、不振」が87.6%と最も多い。
- ・9月の一昨年同月比の売上減少割合は、『影響なし～20%未満の減少』が65.3%、『20%以上～50%未満の減少』が19.9%、『50%以上の減少』が14.8%となっている。
- ・9月の前年同月比の売上の変化は、『変化なし～20%未満の減少』が25.1%、『20%以上の減少』が19.2%、『増加』が7.6%となっている。
- ・今後実施しようとする取組みは、「新たな商品・サービスの提供」が22.1%と最も多く、次いで「体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)」が多い。
- ・取組みを実施するにあたっての課題は、「人材の不足」が36.7%と最も多い。
- ・期待している公的支援は、「売上減少への補填」が32.1%と最も多く、次いで「固定費への補填(家賃補助含む)」、「設備投資への支援」を求める声が寄せられている。

○構成比の算出、端数の処理について

各問の構成比は、当該設問の無回答数を除外したものを基数(n)とし算出している。

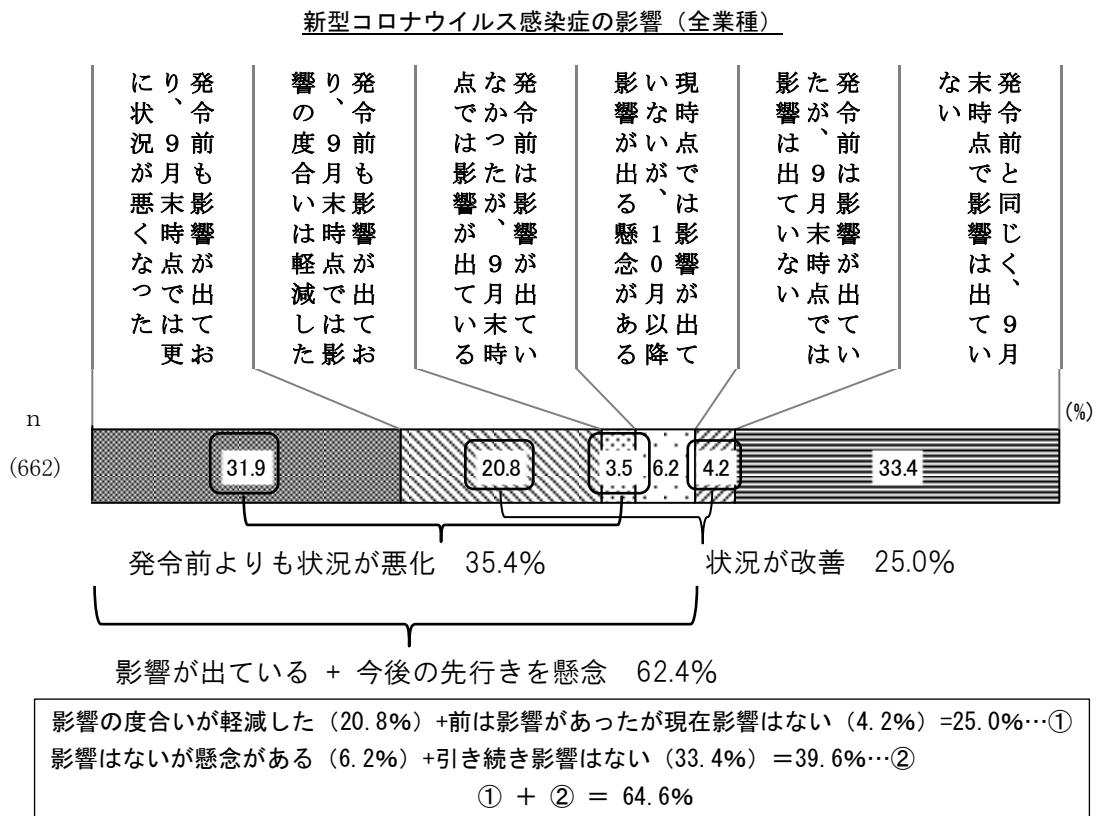
数値の単位未満は四捨五入を原則としたため、各項目の値の合計が総数と一致しない場合がある。

## 2. 調査結果

### 特別設問 1 新型コロナウイルス感染症の影響

まん延防止等重点措置・緊急事態宣言発令（8月20日～）前と比較した新型コロナウイルス感染症の影響については、「発令前と同じく、9月末時点で影響は出ていない（33.4%）」、「発令前も影響が出ており、9月末時点では更に状況が悪くなった（31.9%）」、「発令前も影響が出ており、9月末時点では影響の度合いは軽減した（20.8%）」、「現時点では影響が出ていないが、10月以降影響が出る懸念がある（6.2%）」の順となっている。

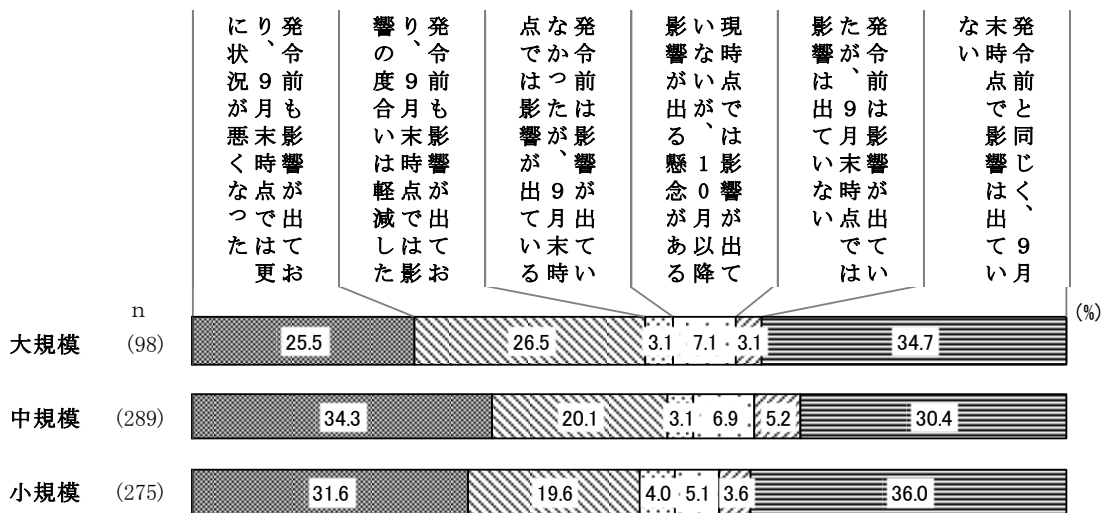
発令前よりも状況が悪化している事業所は35.4%となり、既に影響が出ている事業所と今後の先行きを懸念する事業所の合計は62.4%になる。一方で、状況が改善した事業所は25.0%となり、状況が改善した事業所と影響が出ていない事業所の合計は64.6%になる。



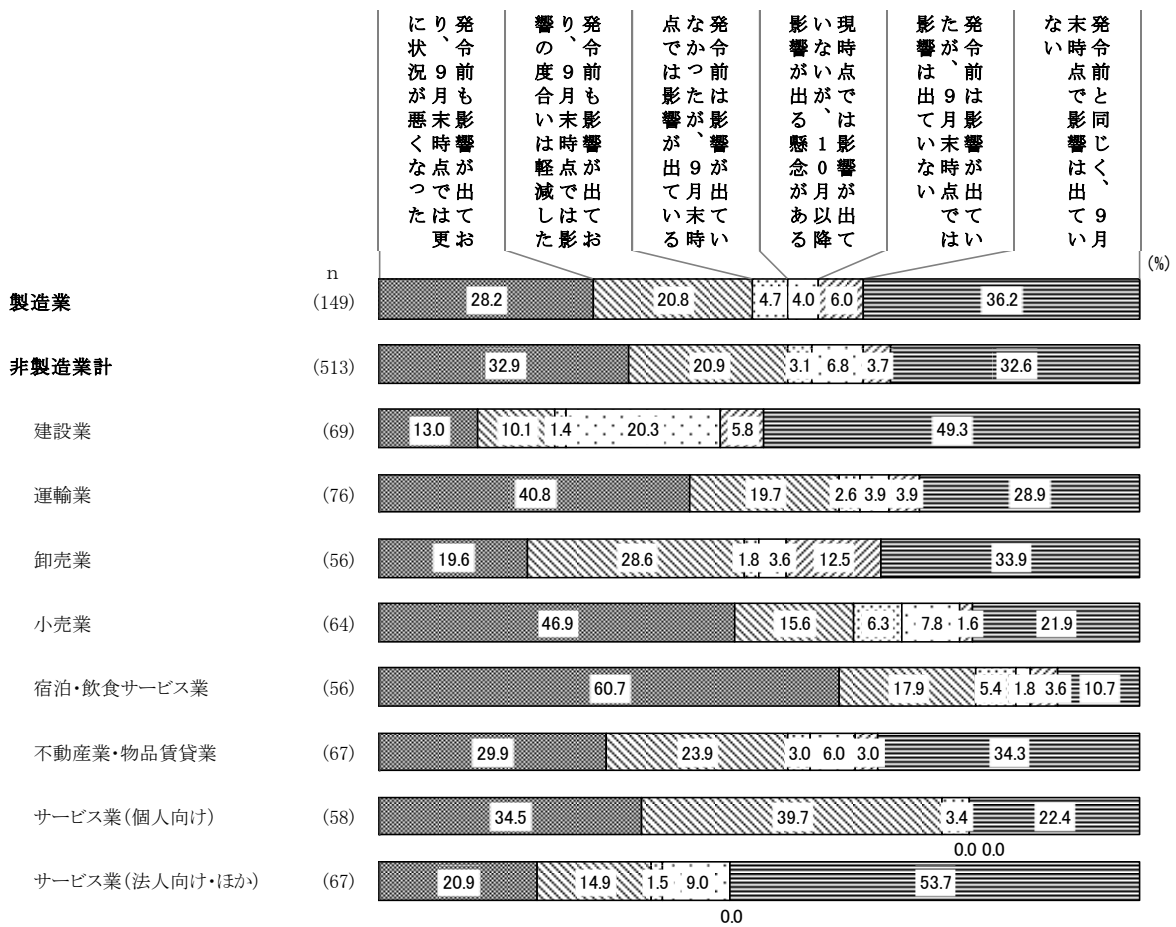
規模別で見ると、大・小規模では「発令前と同じく、9月末時点で影響は出ていない」、中規模では「発令前も影響が出ており、9月末時点では更に状況が悪くなった」の割合が最も多くなっている。「発令前も影響が出ており、9月末時点では影響の度合いは軽減した」、「現時点では影響が出ていないが、10月以降影響が出る懸念がある」については、規模が大きくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、運輸業、小売業及び宿泊・飲食サービス業では「発令前も影響が出ており、9月末時点では更に状況が悪くなった」、サービス業（個人向け）では「発令前も影響が出ており、9月末時点では影響の度合いは軽減した」、これら以外の業種では「発令前と同じく、9月末時点で影響は出ていない」が最も多くなっている。

新型コロナウイルス感染症の影響（規模別）



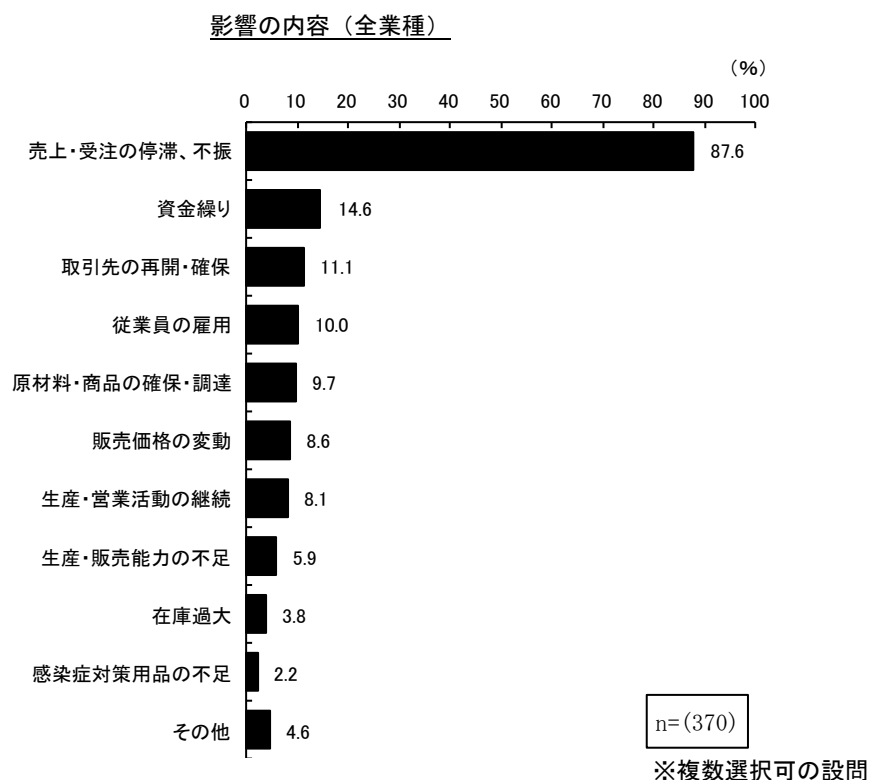
新型コロナウイルス感染症の影響（業種別）



## 特別設問2 影響の内容

影響の内容については、「売上・受注の停滞、不振（87.6%）」、「資金繰り（14.6%）」、「取引先の再開・確保（11.1%）」、「従業員の雇用（10.0%）」、「原材料・商品の確保・調達（9.7%）」の順となっている。

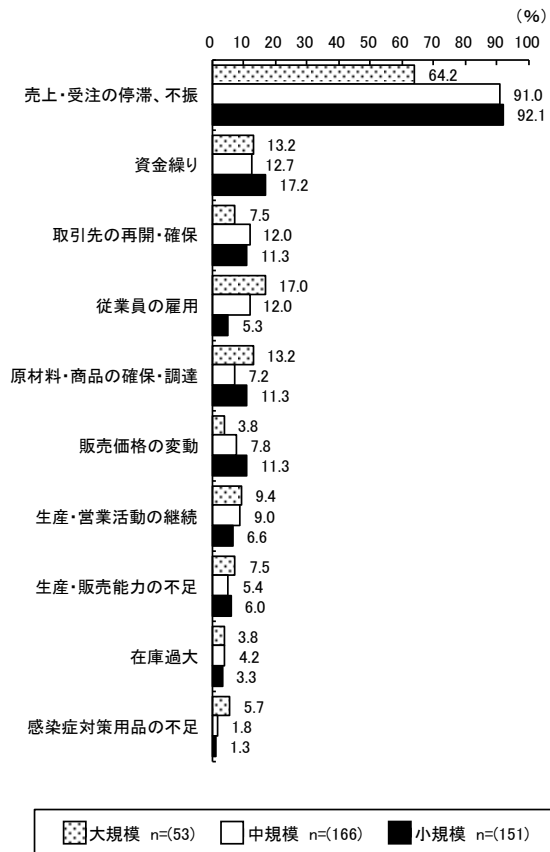
※特別設問1で「更に悪くなった」、「軽減した」、「9月末時点では影響が出ている」と回答した事業所に対する設問



規模別で見ると、すべての規模で「売上・受注の停滞、不振」の割合が最も多くなっている。「従業員の雇用」、「生産・営業活動の継続」、「感染症対策用品の不足」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「売上・受注の停滞、不振」、「販売価格の変動」については、規模が小さくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、すべての業種で「売上・受注の停滞、不振」が最も多く、製造業、運輸業、小売業及び宿泊・飲食サービス業では9割を超えている。

影響の内容（規模別・抜粋）



影響の内容（業種別・抜粋）

製造業 n=(80)	非製造業 n=(290)	
1 売上・受注の停滞、不振(92.5%)	1 売上・受注の停滞、不振(86.2%)	
2 資金繰り(20.0%)	2 資金繰り(13.1%)	
3 原材料・商品の確保・調達(12.5%)	3 従業員の雇用(12.1%)	
3 取引先の再開・確保(12.5%)	4 取引先の再開・確保(10.7%)	
5 生産・営業活動の継続(6.3%)	5 販売価格の変動(9.3%)	
5 販売価格の変動(6.3%)		
5 生産・販売能力の不足(6.3%)		

建設業 n=(17)	運輸業 n=(47)	卸売業 n=(28)
1 売上・受注の停滞、不振(88.2%)	1 売上・受注の停滞、不振(91.5%)	1 売上・受注の停滞、不振(75.0%)
2 原材料・商品の確保・調達(41.2%)	2 従業員の雇用(21.3%)	2 生産・営業活動の継続(32.1%)
3 販売価格の変動(23.5%)	3 取引先の再開・確保(14.9%)	3 原材料・商品の確保・調達(21.4%)
4 従業員の雇用(11.8%)	4 資金繰り(10.6%)	3 取引先の再開・確保(21.4%)
4 取引先の再開・確保(11.8%)	5 販売価格の変動(4.3%)	5 販売価格の変動(17.9%)

小売業 n=(43)	宿泊・飲食サービス業 n=(47)	不動産業・物品賃貸業 n=(38)
1 売上・受注の停滞、不振(93.0%)	1 売上・受注の停滞、不振(97.9%)	1 売上・受注の停滞、不振(89.5%)
2 資金繰り(20.9%)	2 従業員の雇用(14.9%)	2 販売価格の変動(18.4%)
3 原材料・商品の確保・調達(11.6%)	3 資金繰り(12.8%)	3 資金繰り(15.8%)
3 在庫過大(11.6%)	4 販売価格の変動(4.3%)	4 取引先の再開・確保(13.2%)
3 販売価格の変動(11.6%)	5 生産・営業活動の継続(2.1%)	5 在庫過大(5.3%)
	5 原材料・商品の確保・調達(2.1%)	5 生産・販売能力の不足(5.3%)
	5 在庫過大(2.1%)	
	5 生産・販売能力の不足(2.1%)	

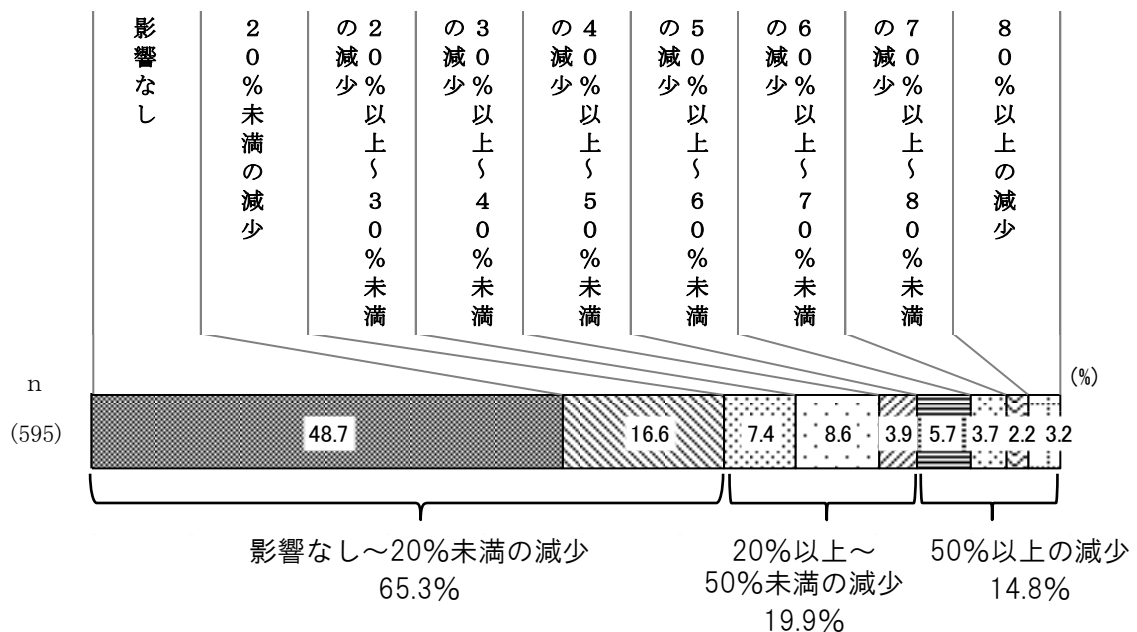
サービス業(個人向け) n=(45)	サービス業(法人向け・ほか) n=(25)
1 売上・受注の停滞、不振(68.9%)	1 売上・受注の停滞、不振(80.0%)
2 資金繰り(17.8%)	2 生産・営業活動の継続(20.0%)
3 従業員の雇用(15.6%)	2 取引先の再開・確保(20.0%)
4 生産・営業活動の継続(11.1%)	4 原材料・商品の確保・調達(8.0%)
5 感染症対策用品の不足(8.9%)	4 生産・販売能力の不足(8.0%)

特別設問3-1 9月の売上減少の割合（一昨年同月比）

全事業所における9月の売上減少の割合（一昨年同月比）は、「影響なし（48.7%）」に続いて、「20%未満の減少（16.6%）」、「30%以上～40%未満の減少（8.6%）」、「20%以上～30%未満の減少（7.4%）」、「50%以上～60%未満の減少（5.7%）」の順となっている。

※特別設問1で「影響はないが懸念がある」、「9月末時点では影響はない」、「引き続き影響はない」と回答した事業所を「影響なし」として集計。

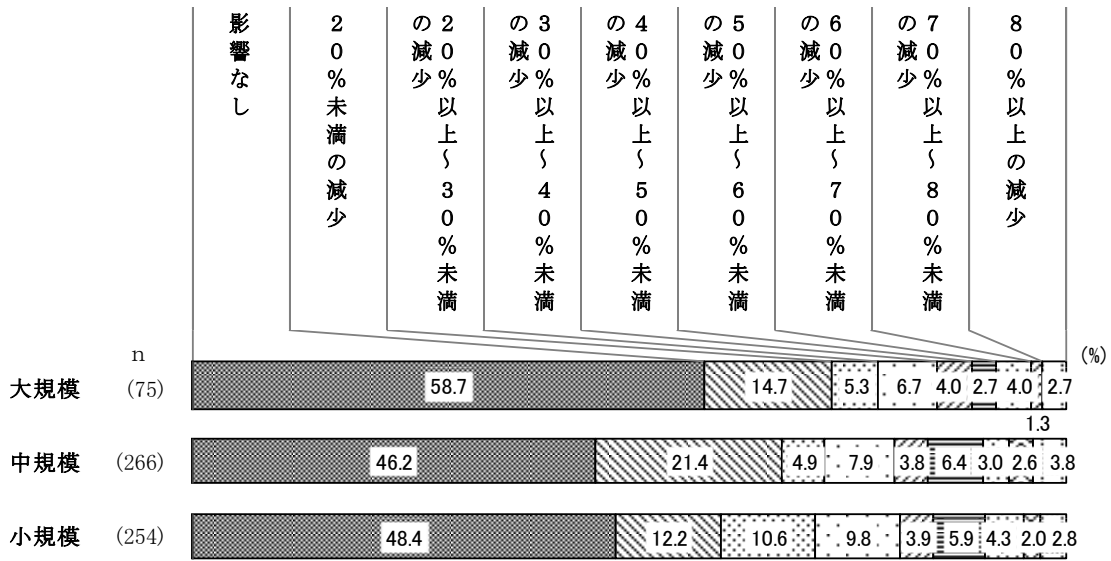
9月の売上減少の割合（一昨年同月比）（全業種）



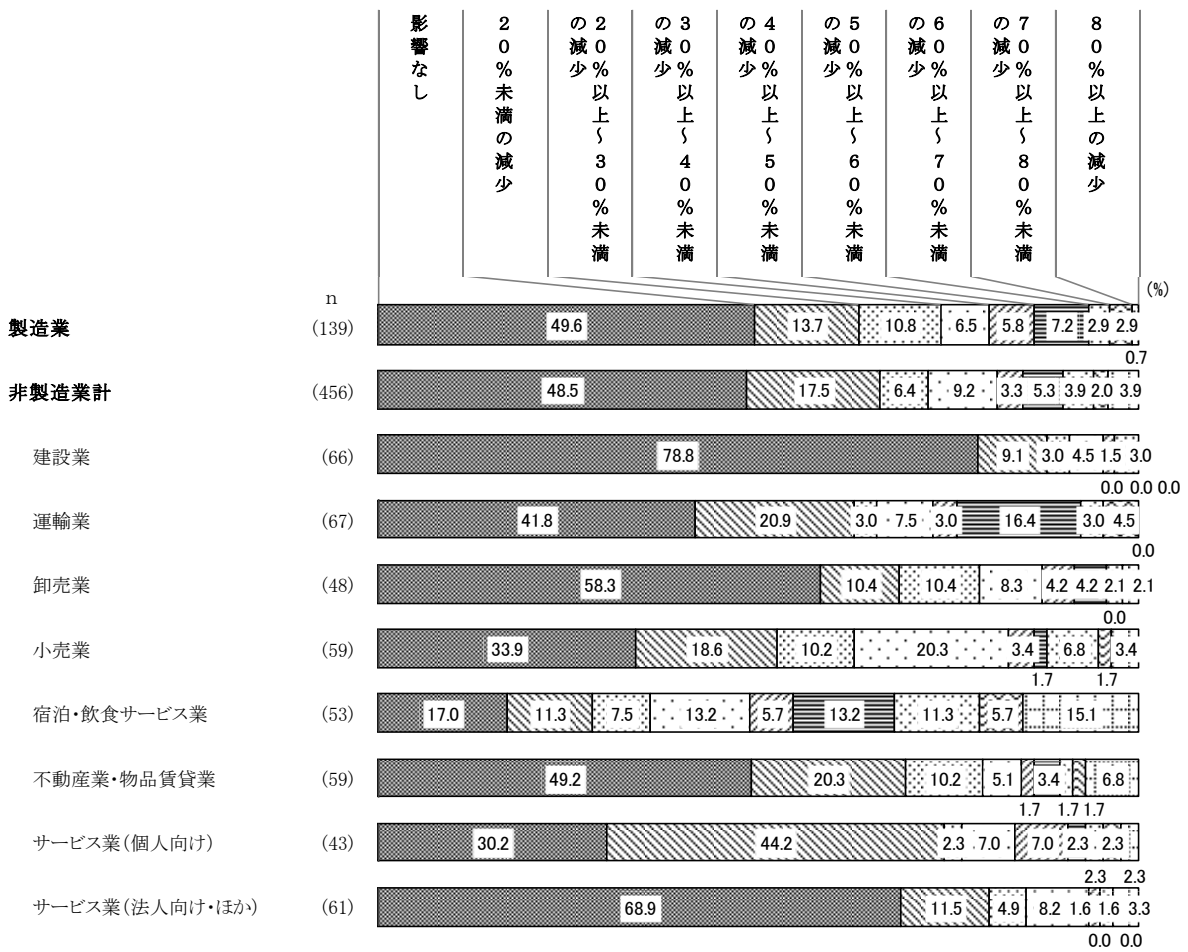
規模別で見ると、大規模では『影響なし～20%未満の減少』が73.4%、中規模では67.6%、小規模では60.6%となっている。

業種別で見ると、宿泊・飲食サービス業を除くすべての業種で『影響なし～20%未満の減少』が5割以上となっており、建設業及びサービス業（法人向け・ほか）では8割を超えている。宿泊・飲食サービス業では、売上が40%以上減少している事業所が5割と、他の業種と比べて多くなっている。

9月の売上減少の割合（一昨年同月比）（規模別）



9月の売上減少の割合（一昨年同月比）（業種別）

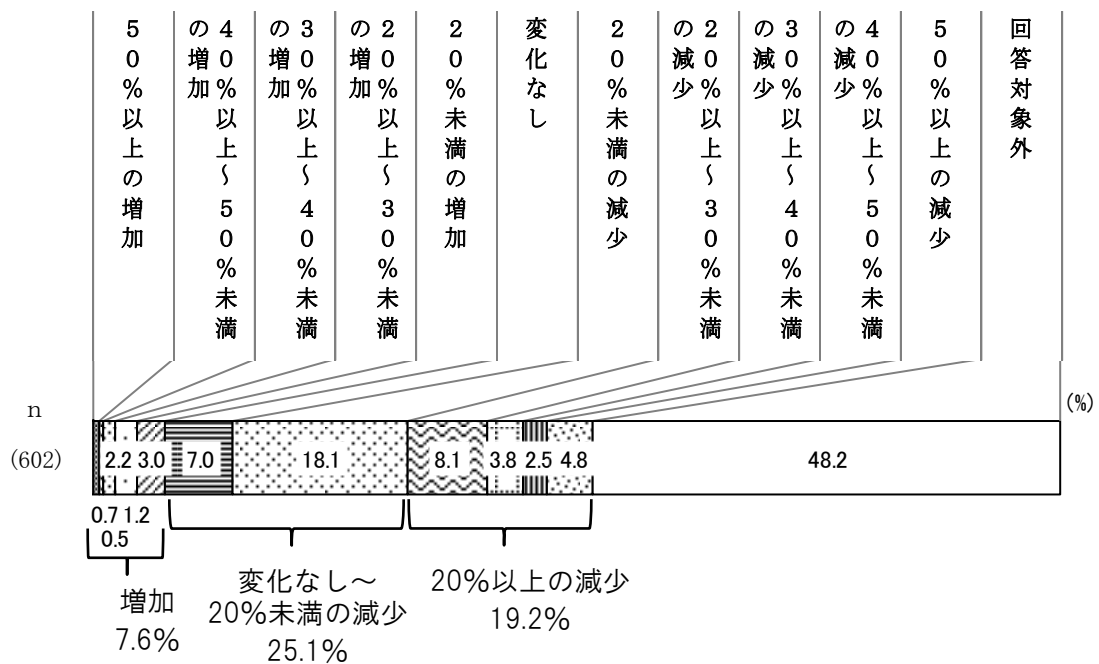


特別設問3-2 9月の売上の変化（前年同月比）

全事業所における9月の売上の変化（前年同月比）は、「20%未満の減少（18.1%）」、「20%以上～30%未満の減少（8.1%）」、「変化なし（7.0%）」、「50%以上の減少（4.8%）」、「30%以上～40%未満の減少（3.8%）」の順となっている。

※特別設問1で「影響はないが懸念がある」、「9月末時点では影響はない」、「引き続き影響はない」と回答した事業所を「回答対象外」として集計。

9月の売上の変化（前年同月比）（全業種）

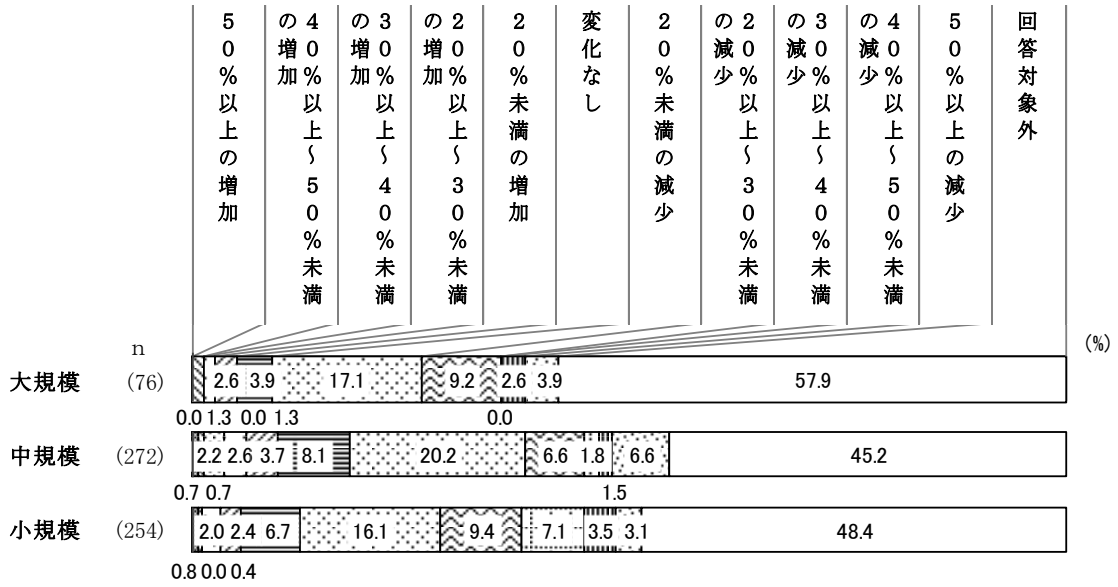


規模別で見ると、大規模では『20%以上の減少』が15.7%、中規模では16.5%、小規模では23.1%となっている。

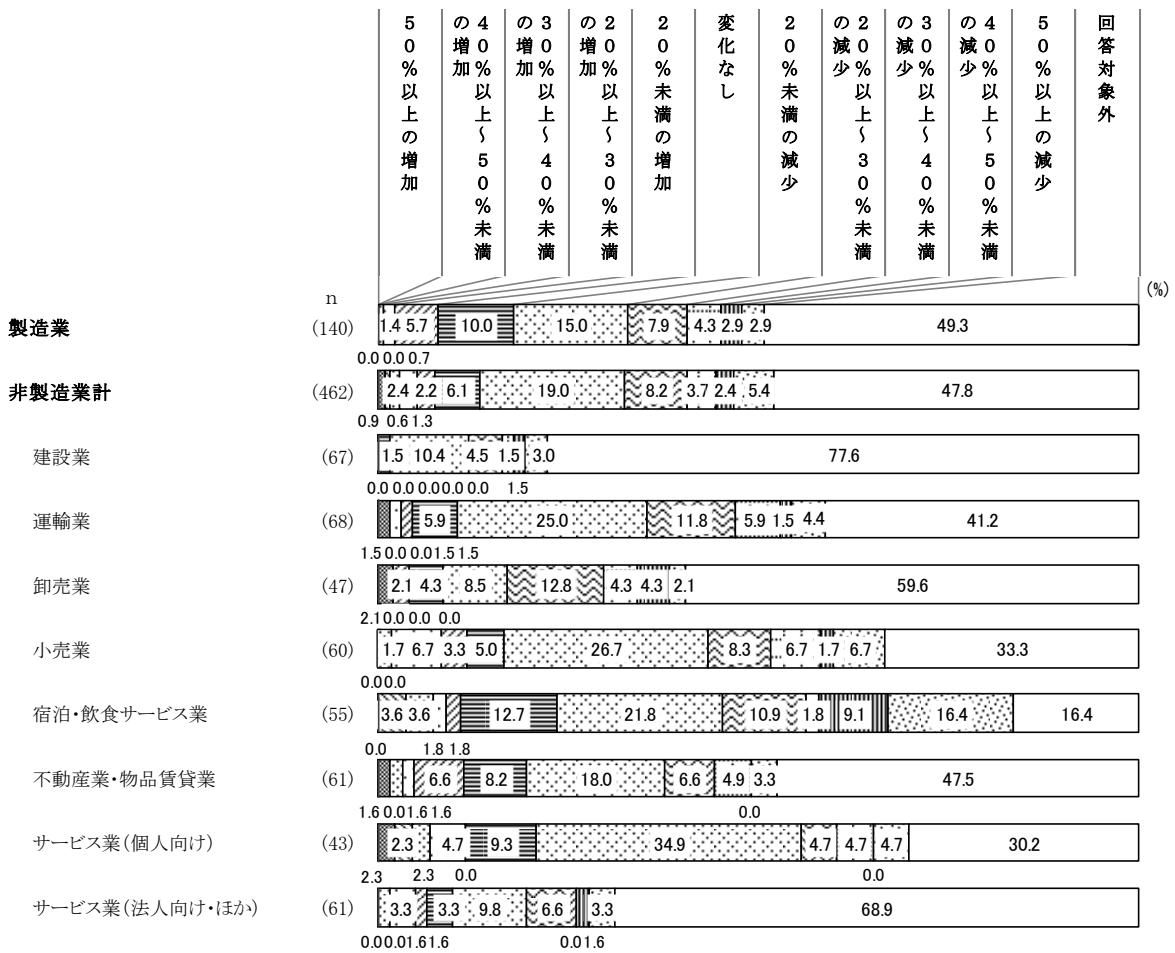
業種別で見ると、運輸業、小売業、宿泊・飲食サービス業及びサービス業（個人向け）では『変化なし～20%未満の減少』が3割以上、宿泊・飲食サービス業は『20%以上の減少』が約4割と、他の業種と比べて多くなっている。



9月の売上の変化（前年同月比）（規模別）

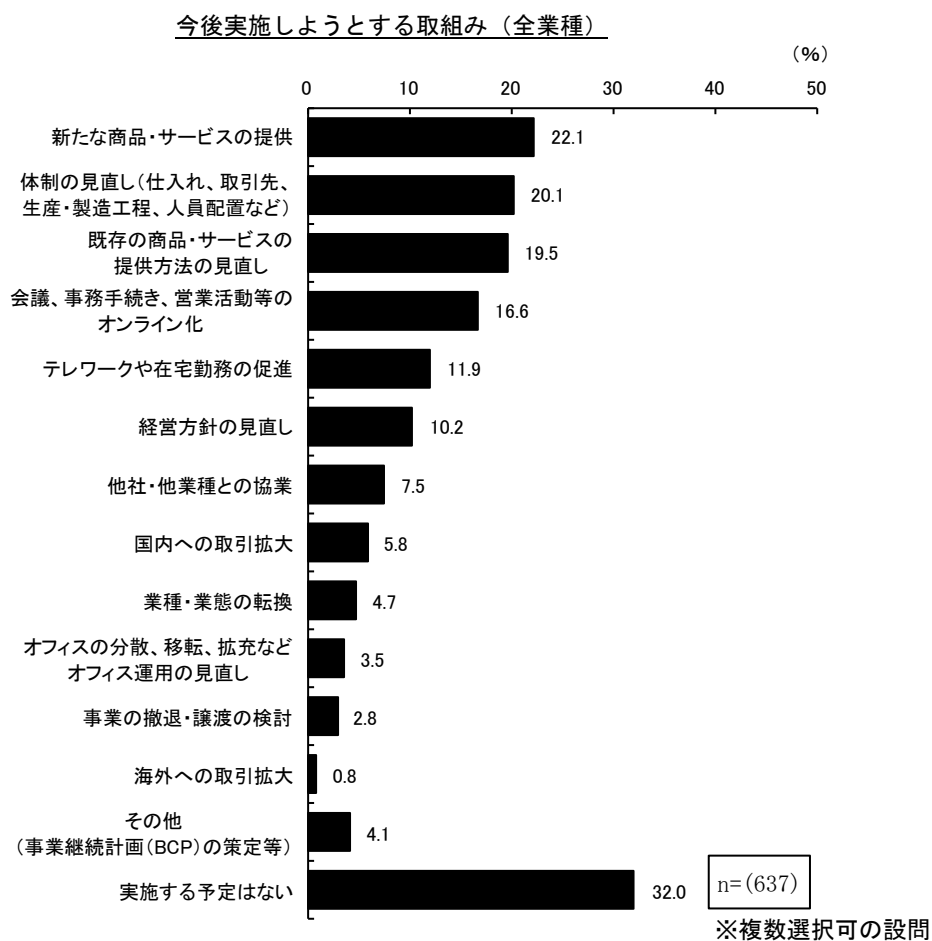


9月の売上の変化（前年同月比）（業種別）



今後実施しようとする取組みについては、「新たな商品・サービスの提供（22.1%）」、「体制の見直し（仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など）（20.1%）」、「既存の商品・サービスの提供方法の見直し（19.5%）」、「会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化（16.6%）」、「テレワークや在宅勤務の促進（11.9%）」の順となっている。

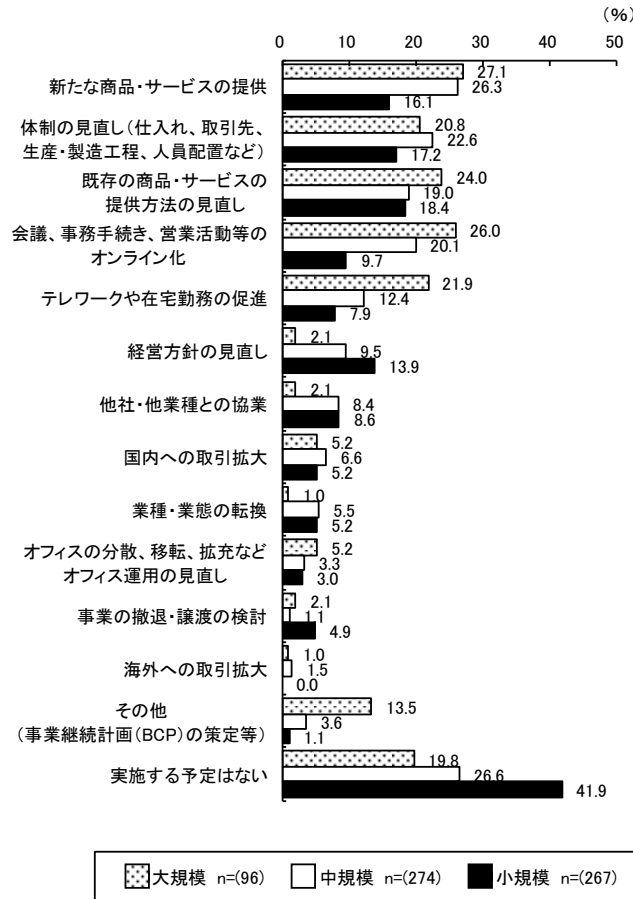
なお、「実施する予定はない」は32.0%となっている。



規模別で見ると、大規模では「新たな商品・サービスの提供」、中・小規模では「実施する予定はない」に次いで中規模では「新たな商品・サービスの提供」、小規模では「既存の商品・サービスの提供方法の見直し」の割合が最も多くなっている。「新たな商品・サービスの提供」、「既存の商品・サービスの提供方法の見直し」、「会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化」、「テレワークや在宅勤務の促進」、「オフィスの分散、移転、拡充などオフィス運用の見直し」、「その他（事業継続計画（BCP）策定等）」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「経営方針の見直し」、「他社・他業種との協業」については、規模が小さくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、「実施する予定はない」が多い中、宿泊・飲食サービス業では「新たな商品・サービスの提供」、「既存の商品・サービスの提供方法の見直し」、「体制の見直し（仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など）」、サービス業（法人向け・ほか）では「テレワークや在宅勤務の促進」が他の業種より多くなっている。

今後実施しようとする取組み（規模別）



今後実施しようとする取組み（業種別・抜粋）

製造業 n=(145)	非製造業 n=(492)
1 実施する予定はない(39.3%)	1 実施する予定はない(29.9%)
2 新たな商品・サービスの提供(23.4%)	2 新たな商品・サービスの提供(21.7%)
3 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(20.7%)	3 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(21.5%)
4 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(12.4%)	4 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(19.9%)
5 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(11.7%)	5 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(18.1%)

建設業 n=(75)	運輸業 n=(67)	卸売業 n=(55)
1 実施する予定はない(34.7%)	1 実施する予定はない(31.3%)	1 新たな商品・サービスの提供(29.1%)
2 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(25.3%)	2 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(20.9%)	1 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(29.1%)
3 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(22.7%)	3 新たな商品・サービスの提供(19.4%)	3 実施する予定はない(25.5%)
4 テレワークや在宅勤務の促進(20.0%)	3 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(19.4%)	4 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(23.6%)
5 経営方針の見直し(13.3%)	3 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(19.4%)	5 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(21.8%)

小売業 n=(64)	宿泊・飲食サービス業 n=(47)	不動産業・物品賃貸業 n=(63)
1 実施する予定はない(40.6%)	1 新たな商品・サービスの提供(36.2%)	1 実施する予定はない(28.6%)
2 新たな商品・サービスの提供(28.1%)	1 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(36.2%)	2 新たな商品・サービスの提供(23.8%)
2 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(28.1%)	1 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(36.2%)	3 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(20.6%)
4 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(14.1%)	4 実施する予定はない(23.4%)	4 経営方針の見直し(19.0%)
5 事業の撤退・譲渡の検討(7.8%)	5 業種・業態の転換(10.6%)	5 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(17.5%)

サービス業(個人向け) n=(55)	サービス業(法人向け・ほか) n=(66)
1 実施する予定はない(30.9%)	1 テレワークや在宅勤務の促進(31.8%)
2 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(27.3%)	2 会議、事務手続き、営業活動等のオンライン化(28.8%)
3 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(20.0%)	3 新たな商品・サービスの提供(24.2%)
4 新たな商品・サービスの提供(14.5%)	4 実施する予定はない(21.2%)
4 体制の見直し(仕入れ、取引先、生産・製造工程、人員配置など)(14.5%)	5 既存の商品・サービスの提供方法の見直し(15.2%)

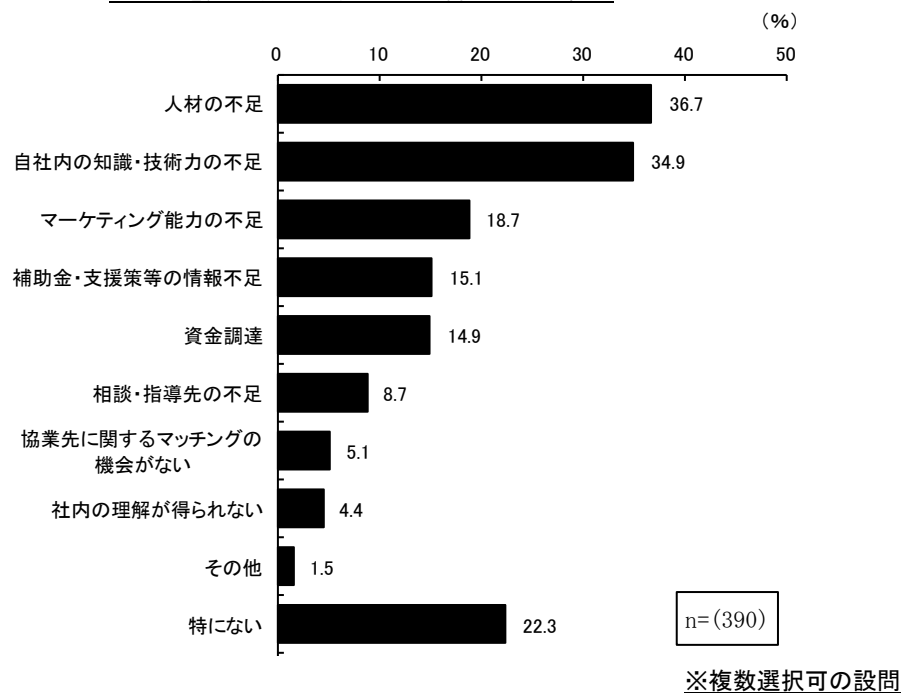
特別設問 4-2 取組みを実施するにあたっての課題

取組みを実施するにあたっての課題については、「人材の不足 (36.7%)」、「自社内の知識・技術力の不足 (34.9%)」、「マーケティング能力の不足 (18.7%)」、「補助金・支援策等の情報不足 (15.1%)」、「資金調達 (14.9%)」の順となっている。

なお、「特にない」は 22.3%となっている。

※特別設問 4-1 で「事業の撤退・譲渡の検討」「その他 (事業継続計画 (BCP) の策定等)」「実施する予定はない」以外を選択した事業所に対する設問

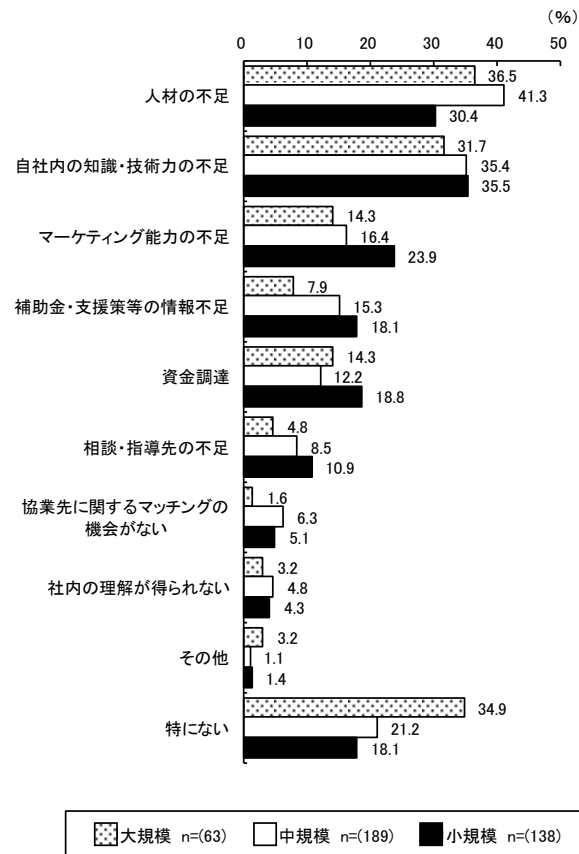
取組みを実施するにあたっての課題 (全業種)



規模別で見ると、大・中規模では「人材の不足」、小規模では「自社内の知識・技術力の不足」の割合が最も多くなっている。「自社内の知識・技術力の不足」、「マーケティング能力の不足」、「補助金・支援策等の情報不足」、「相談・指導先の不足」については、規模が小さくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、運輸業では「人材の不足」、不動産業・物品賃貸業では「自社内の知識・技術力の不足」が他の業種と比べて多くなっている。

取組みを実施するにあたっての課題（規模別）

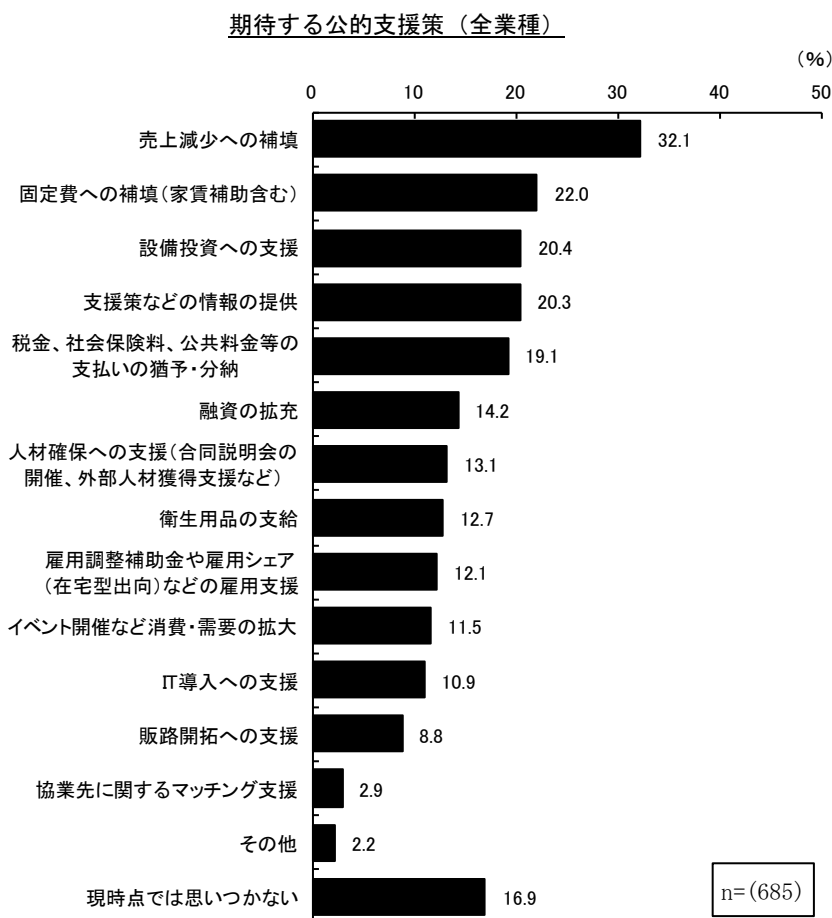


取組みを実施するにあたっての課題（業種別・抜粋）

<p>製造業 n=(81)</p> <p>1 自社内の知識・技術力の不足(40.7%)</p> <p>2 人材の不足(33.3%)</p> <p>3 マーケティング能力の不足(25.9%)</p> <p>4 資金調達(12.3%)</p> <p>4 補助金・支援策等の情報不足(12.3%)</p>	<p>非製造業 n=(309)</p> <p>1 人材の不足(37.5%)</p> <p>2 自社内の知識・技術力の不足(33.3%)</p> <p>3 マーケティング能力の不足(16.8%)</p> <p>4 補助金・支援策等の情報不足(15.9%)</p> <p>5 資金調達(15.5%)</p>	
<p>建設業 n=(45)</p> <p>1 自社内の知識・技術力の不足(44.4%)</p> <p>1 人材の不足(44.4%)</p> <p>3 マーケティング能力の不足(13.3%)</p> <p>3 相談・指導先の不足(13.3%)</p> <p>5 資金調達(8.9%)</p> <p>5 社内の理解が得られない(8.9%)</p> <p>5 補助金・支援策等の情報不足(8.9%)</p>	<p>運輸業 n=(42)</p> <p>1 人材の不足(57.1%)</p> <p>2 自社内の知識・技術力の不足(33.3%)</p> <p>3 補助金・支援策等の情報不足(19.0%)</p> <p>4 資金調達(14.3%)</p> <p>4 協業先に関するマッチングの機会がない(14.3%)</p>	<p>卸売業 n=(39)</p> <p>1 人材の不足(33.3%)</p> <p>2 自社内の知識・技術力の不足(30.8%)</p> <p>3 マーケティング能力の不足(20.5%)</p> <p>4 資金調達(10.3%)</p> <p>4 補助金・支援策等の情報不足(10.3%)</p>
<p>小売業 n=(32)</p> <p>1 人材の不足(34.4%)</p> <p>2 自社内の知識・技術力の不足(25.0%)</p> <p>3 補助金・支援策等の情報不足(21.9%)</p> <p>4 マーケティング能力の不足(18.8%)</p> <p>5 資金調達(15.6%)</p>	<p>宿泊・飲食サービス業 n=(34)</p> <p>1 資金調達(41.2%)</p> <p>1 人材の不足(41.2%)</p> <p>3 自社内の知識・技術力の不足(29.4%)</p> <p>3 補助金・支援策等の情報不足(29.4%)</p> <p>5 マーケティング能力の不足(23.5%)</p>	<p>不動産業・物品賃貸業 n=(39)</p> <p>1 自社内の知識・技術力の不足(48.7%)</p> <p>2 人材の不足(28.2%)</p> <p>3 マーケティング能力の不足(25.6%)</p> <p>4 資金調達(15.4%)</p> <p>4 補助金・支援策等の情報不足(15.4%)</p>
<p>サービス業(個人向け) n=(27)</p> <p>1 人材の不足(37.0%)</p> <p>2 自社内の知識・技術力の不足(29.6%)</p> <p>2 補助金・支援策等の情報不足(29.6%)</p> <p>4 資金調達(18.5%)</p> <p>5 マーケティング能力の不足(7.4%)</p> <p>5 相談・指導先の不足(7.4%)</p>	<p>サービス業(法人向け・ほか) n=(51)</p> <p>1 人材の不足(25.5%)</p> <p>2 自社内の知識・技術力の不足(23.5%)</p> <p>3 マーケティング能力の不足(13.7%)</p> <p>4 資金調達(7.8%)</p> <p>5 社内の理解が得られない(5.9%)</p> <p>5 協業先に関するマッチングの機会がない(5.9%)</p>	

特別設問5 期待する公的支援策

期待する公的支援策については、「売上減少への補填（32.1%）」、「固定費への補填（家賃補助含む）（22.0%）」、「設備投資への支援（20.4%）」、「支援策などの情報の提供（20.3%）」、「税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納（19.1%）」の順となっている。

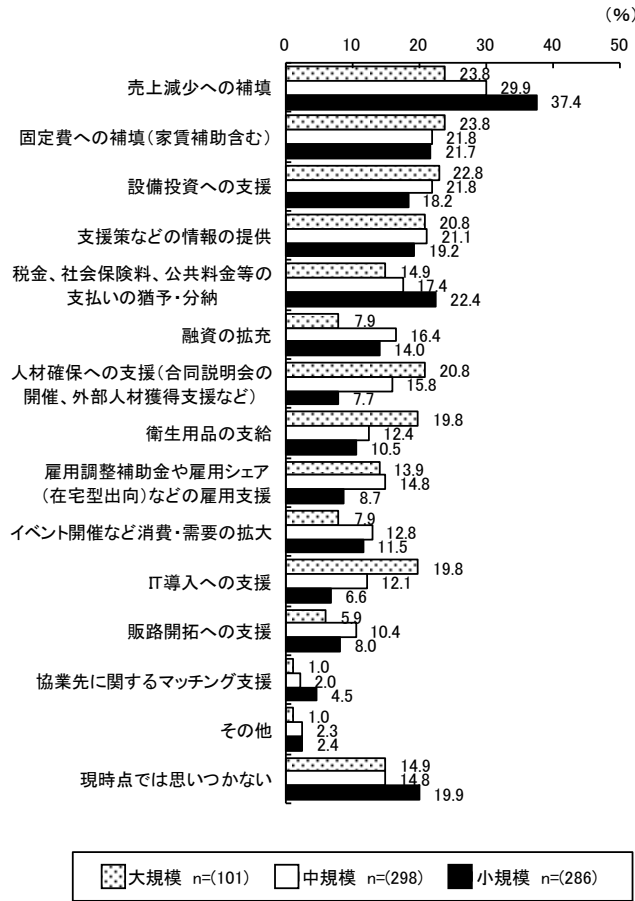


※複数選択可の設問

規模別で見ると、すべての規模で「売上減少への補填」の割合が最も多くなっており、大規模では「固定費への補填（家賃補助含む）」も同率で多くなっている。「固定費への補填（家賃補助含む）」、「設備投資への支援」、「人材確保への支援（合同説明会の開催、外部人材獲得支援など）」、「衛生用品の支給」、「IT導入への支援」については、規模が大きくなるほど多くなっている。「売上減少への補填」、「税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納」、「協業先に関するマッチング支援」については、規模が小さくなるほど多くなっている。

業種別で見ると、建設業及び不動産業・物品賃貸業では「支援策などの情報の提供」、サービス業（法人向け・ほか）では「税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納」、これら以外の業種では「売上減少への補填」が最も多くなっている。

期待する公的支援策（規模別）



期待する公的支援策（業種別）

製造業 n=(152)	非製造業 n=(533)	
1 売上減少への補填(30.9%)	1 売上減少への補填(32.5%)	
2 設備投資への支援(24.3%)	2 固定費への補填(家賃補助含む)(22.9%)	
3 固定費への補填(家賃補助含む)(19.1%)	3 支援策などの情報の提供(21.2%)	
4 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(18.4%)	4 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(19.3%)	
5 支援策などの情報の提供(17.1%)	4 設備投資への支援(19.3%)	

建設業 n=(73)	運輸業 n=(77)	卸売業 n=(55)
1 支援策などの情報の提供(26.0%)	1 売上減少への補填(42.9%)	1 売上減少への補填(21.8%)
2 人材確保への支援(合同説明会の開催、外部人材獲得支援など)(24.7%)	2 設備投資への支援(26.0%)	2 支援策などの情報の提供(20.0%)
3 融資の拡充(20.5%)	3 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(24.7%)	3 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(18.2%)
3 売上減少への補填(20.5%)	4 固定費への補填(家賃補助含む)(22.1%)	3 衛生用品の支給(18.2%)
5 設備投資への支援(15.1%)	4 雇用調整補助金や雇用シェア(在宅型出向)などの雇用支援(22.1%)	3 IT導入への支援(18.2%)

小売業 n=(71)	宿泊・飲食サービス業 n=(59)	不動産業・物品賃貸業 n=(70)
1 売上減少への補填(40.8%)	1 売上減少への補填(55.9%)	1 支援策などの情報の提供(30.0%)
2 固定費への補填(家賃補助含む)(25.4%)	2 固定費への補填(家賃補助含む)(40.7%)	2 売上減少への補填(25.7%)
3 イベント開催など消費・需要の拡大(19.7%)	3 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(28.8%)	3 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(24.3%)
4 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(18.3%)	4 設備投資への支援(27.1%)	3 固定費への補填(家賃補助含む)(24.3%)
5 支援策などの情報の提供(16.9%)	5 支援策などの情報の提供(25.4%)	5 設備投資への支援(18.6%)

サービス業(個人向け) n=(59)	サービス業(法人向け・ほか) n=(69)
1 売上減少への補填(35.6%)	1 税金、社会保険料、公共料金等の支払いの猶予・分納(20.3%)
2 衛生用品の支給(33.9%)	2 売上減少への補填(17.4%)
3 固定費への補填(家賃補助含む)(27.1%)	2 設備投資への支援(17.4%)
3 支援策などの情報の提供(27.1%)	4 固定費への補填(家賃補助含む)(15.9%)
5 人材確保への支援(合同説明会の開催、外部人材獲得支援など)(25.4%)	4 雇用調整補助金や雇用シェア(在宅型出向)などの雇用支援(15.9%)
	4 IT導入への支援(15.9%)