



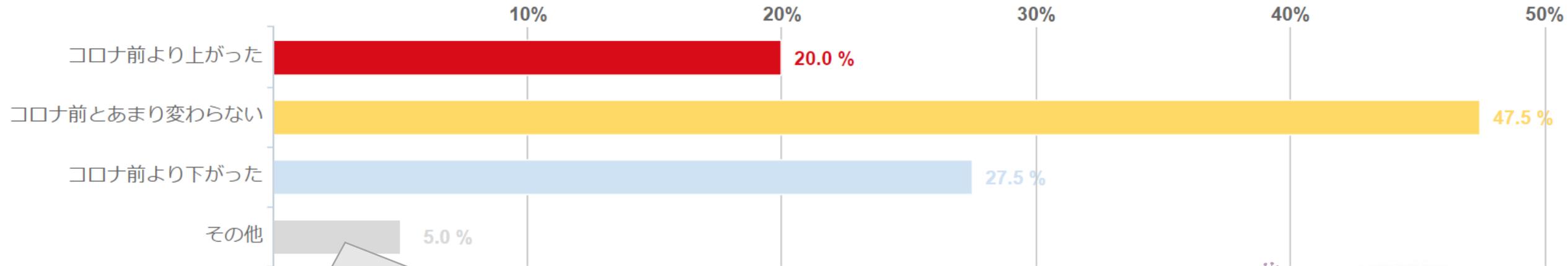
新型コロナウイルス影響調査2021

① コロナ前と比較した売上変化

【回答期間】 2021年8月30日～10月5日

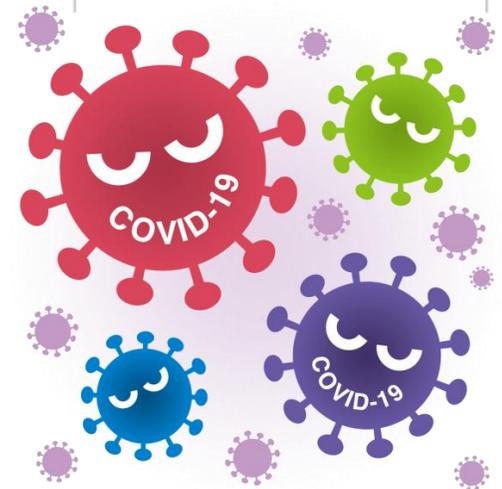
2021年7～8月

【全体】 コロナ前と比較した売上の変化



- ・ 始めた(オープンした)ばかりで分からない
- ・ 実績なし

など

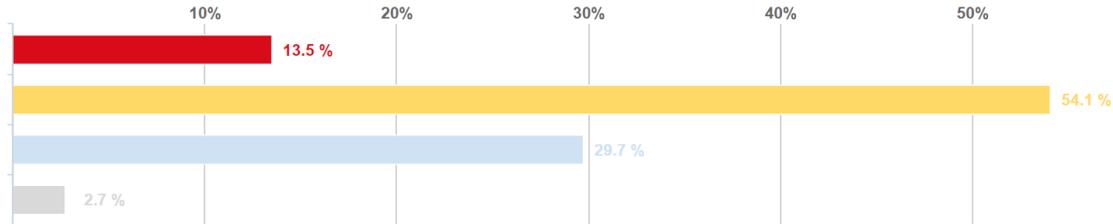


2021年7~8月

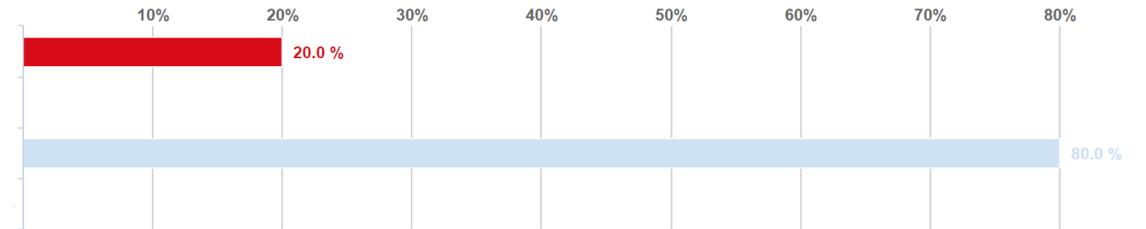
コロナ前と比較した売上の変化

- コロナ前より上がった
- コロナ前とあまり変わらない
- コロナ前より下がった
- その他

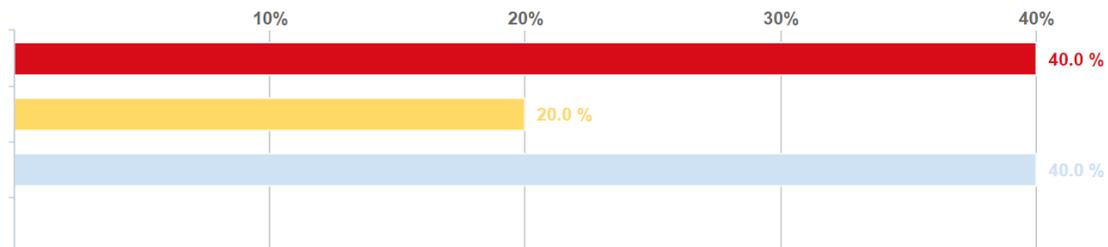
美容業



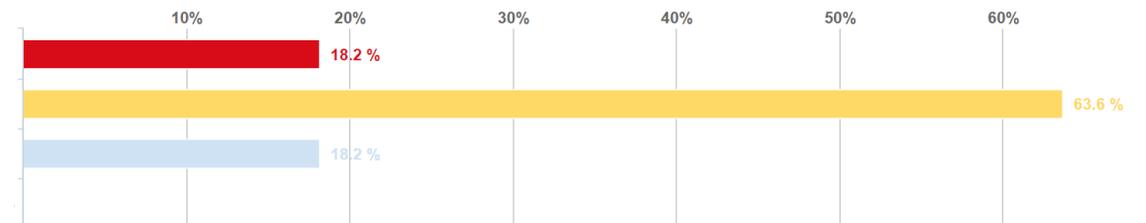
飲食業



小売業



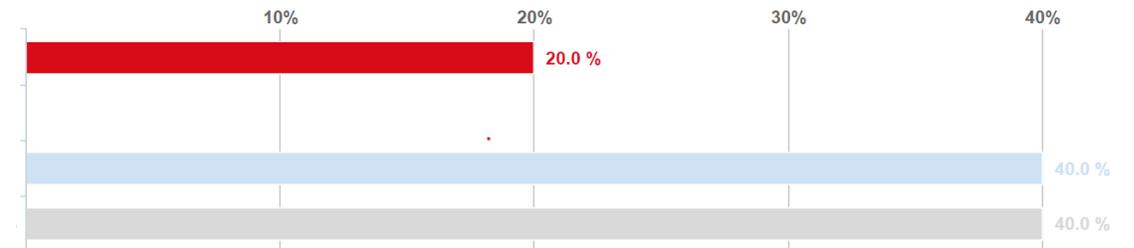
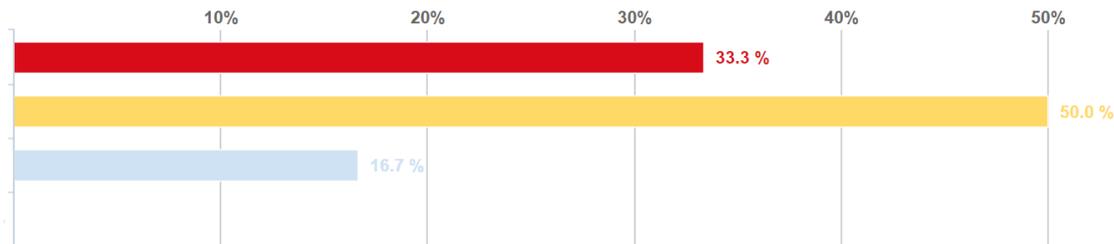
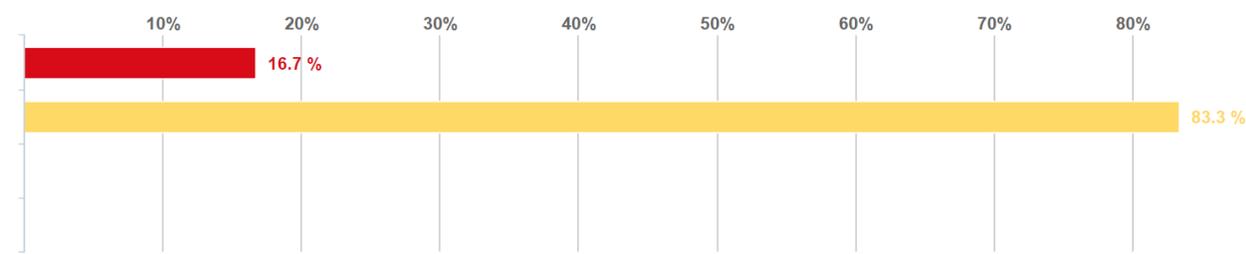
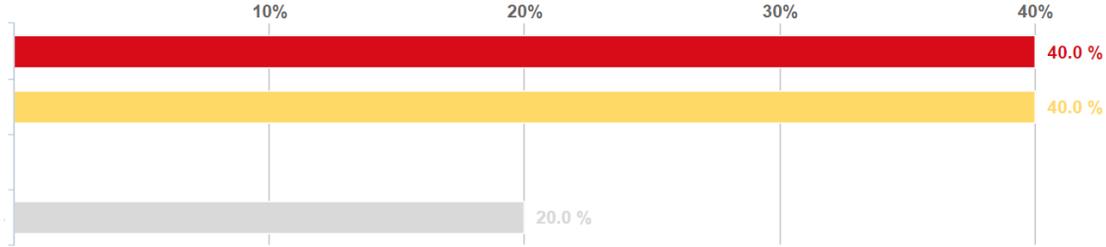
建設業



2021年7~8月

コロナ前と比較した売上の変化

- コロナ前より上がった
- コロナ前とあまり変わらない
- コロナ前より下がった
- その他



コロナ前と比較した売上の変化の理由

美容業



コロナ前より上がった

- ・ 販促をやったから
- ・ 店内の安心安全を提唱しながら、いつも通り集客活動をした蓄積の結果
- ・ 立地がいいから
- ・ より仕事に打ち込んだため
- ・ 感染対策を打ち出して安心してもらえたから

コロナ前より下がった

- ・ 自粛政策
- ・ 私自身がコロナが怖く、新規のお客様の募集は行っていないのと、リピーター様にもコロナが収束してからにしてもらっているため
- ・ 田舎の人は怖がり敬遠する人も多い
- ・ 東京都内は7月はそうでもなかったが、8月は緊急事態宣言が延長に次ぐ延長に加えて、テレビは恐怖だけを煽って客足が鈍ったため
- ・ お客様の来店の周期が伸びた
- ・ 蔓延防止措置から緊急事態宣言が立て続けで外出出来なかったため
- ・ イベントがなくなったり、人との交流が少なくなったため
- ・ コロナ直前にタイミングよくスタッフが退社したため
- ・ スタッフが減ったため

コロナ前と比較した売上の変化の理由

美容業



コロナ前とあまり変わらない

- ・小規模サロンであまり人が集まらないようにしている
- ・顧客管理
- ・一人でお店をしているから、顧客お客様からまだ安心があるとされた
- ・コロナの影響で減ったお客様もいるが、新規のお客様が少し増えた
- ・既存の顧客がある程度いて、コロナ対策をしていることも周知していただいているから
- ・当店のお客様は40代以上でワクチン接種されている方が多いため、通常通り美容室に来ていただいている
- ・販促を続けてやっている
- ・一人経営の美容室だから
- ・顧客が来てくれているから
- ・宣言慣れによる通常化
- ・もともと予約に余裕があるため
- ・固定客の安定
- ・お客様のコロナに対する緩み
- ・失客があった分、新規客もあった（客層が入れ替わった感じ）
- ・コロナ対策
- ・顧客がしっかりリピートしていただけており、新規客の獲得数もコロナ前と変わっていない
- ・次回予約が多いため

コロナ前と比較した売上の変化の理由

飲食業



コロナ前より上がった

- ・コロナで今まで来ていないお客様が増えたため

コロナ前より下がった

- ・政府が自粛、自粛と呼びかけているのと酒類提供ができないので集客が難しいのが原因
- ・客足の減少
- ・観光客がメインの仕事なので、コロナの影響で激減した
- ・そもそもお店をあけられていないため

小売業



コロナ前より上がった

- ・ネットアクセスが増えたから
- ・コロナがあまり影響しない業種のため

コロナ前より下がった

- ・客数が減った（コロナではなく他の原因も）
- ・周辺店舗の閉店に伴い、ビル内への来客数が減り、自身のお店にも影響が出た

コロナ前とあまり変わらない

- ・ネット通販業なのでコロナで売上が上がったが、取扱商品の競合他社が増え、プラスマイナスゼロに

コロナ前と比較した売上の変化の理由

建設業



コロナ前より上がった

- ・ 撤退する会社の解体工事等
- ・ ただ単に発注がコロナ前より決まっていたから

コロナ前より下がった

- ・ 新築を購入できる経済力が下がったため
- ・ コロナの影響で現場が中止になったり、先送りになったりしたため

コロナ前とあまり変わらない

- ・ 新築住宅着工数が減少しなかったため
- ・ コロナ禍でも関係なくシャッターの注文や修理があったため
- ・ 家関係なのでコロナで変化はなかったため
- ・ 仕事の量に変化がなかったため



コロナ前と比較した売上の変化の理由

運送業



コロナ前より上がった

- ・お中元やコロナ禍での在宅により、ネット注文する方が増えたため
- ・巣籠もり需要

コロナ前とあまり変わらない

- ・直接影響がないため

WEB関連



コロナ前より上がった

- ・コロナによる業界への資金流入

コロナ前とあまり変わらない

- ・仕事が継続的に得られたため影響なかった
- ・アプリの開発、保守業務なので、仕事内容や仕事量に影響がなかったため
- ・テレワークが出来たため
- ・同じ顧客から継続して受注できているため
- ・リアル店舗関連の事業が減ったが、オンライン系の事業は増えたため

コロナ前と比較した売上の変化の理由

医療・福祉



コロナ前より上がった

- ・ 自社努力：ホームページ集客力の向上、顧客とのリレーション構築のためのLINEを活用
- ・ 市場要因：外食などの制限下の中、お金が余り、来院に結びついているのもある？
- ・ セミナー参加

コロナ前とあまり変わらない

- ・ 歯科医院は滅菌管理ができていますので、クラスターにならないことが多い。
そのため意外と売上に影響がなかった
- ・ 仕事が減ることもなく、通常通りだった

コロナ前より下がった

- ・ 鍼灸接骨院では、やはりコロナの影響で患者さんの来院数も徐々に減って来ているのが現状。
年齢層も高齢者が多いため、本人の意思で外出を自粛したり、家族の人から外出しない様に注意されたりして、なるべく外出しない様にしているみたい。

コロナ前と比較した売上の変化の理由

その他

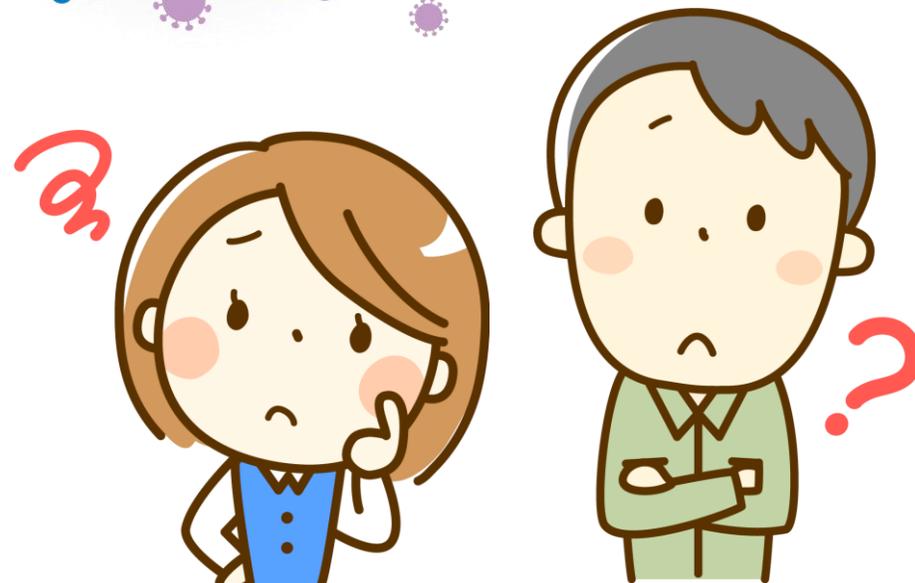
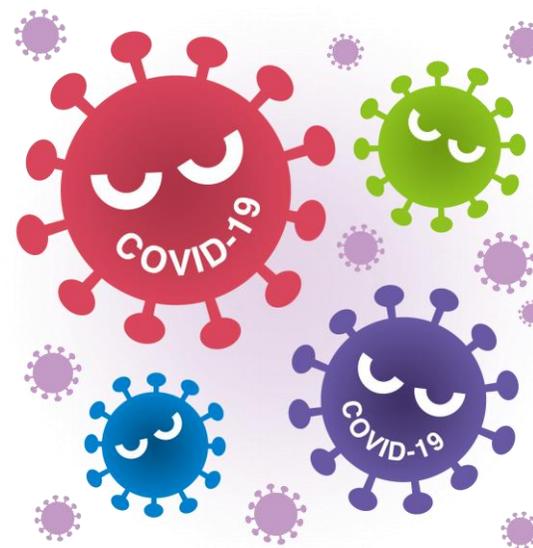


コロナ前より上がった

- ・ネットで買う人が増えた

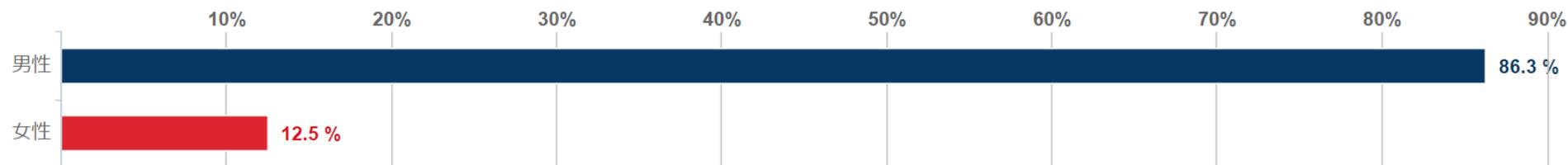
コロナ前より下がった

- ・仕事柄、対面式なので中々会って頂けなかったため、
コロナ前の様にはいかなかったから
- ・部品不足のため



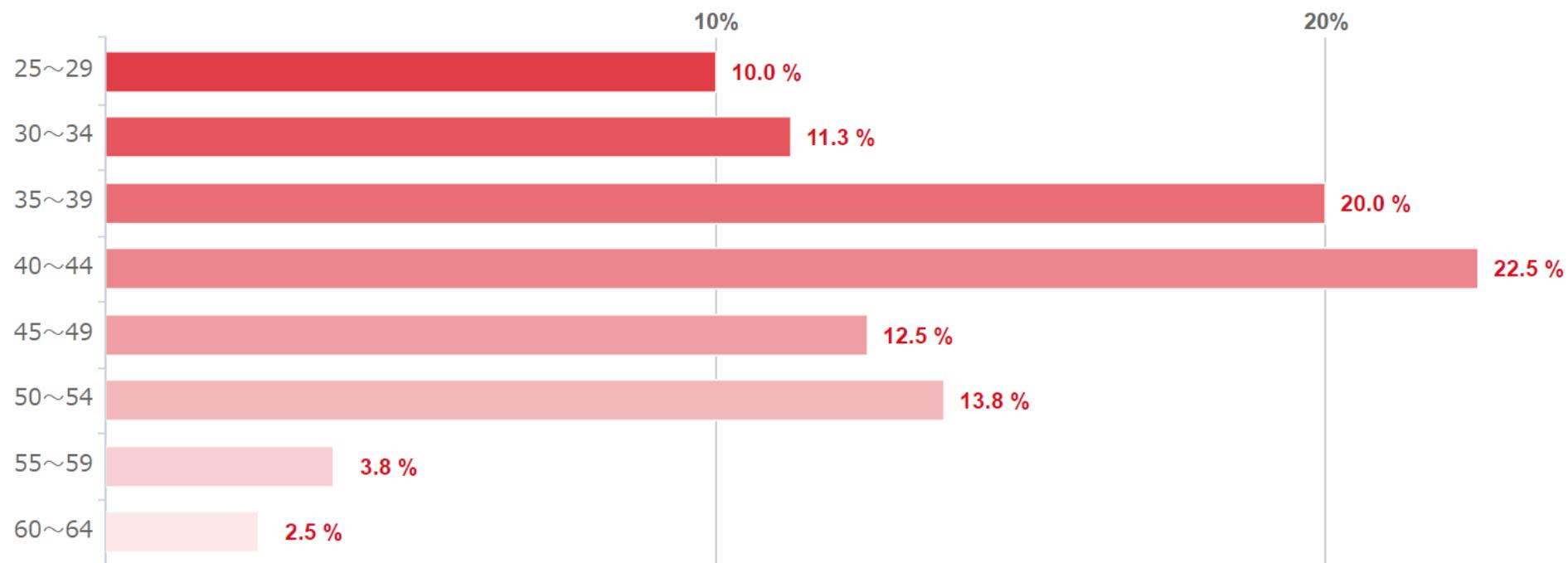
本調査の回答者属性

▼性別



※無回答1.2%

▼年齢



※無回答3.6%

新型コロナ影響調査2021

② 2020年と比較した売上変化 & 感染拡大を受けての対策

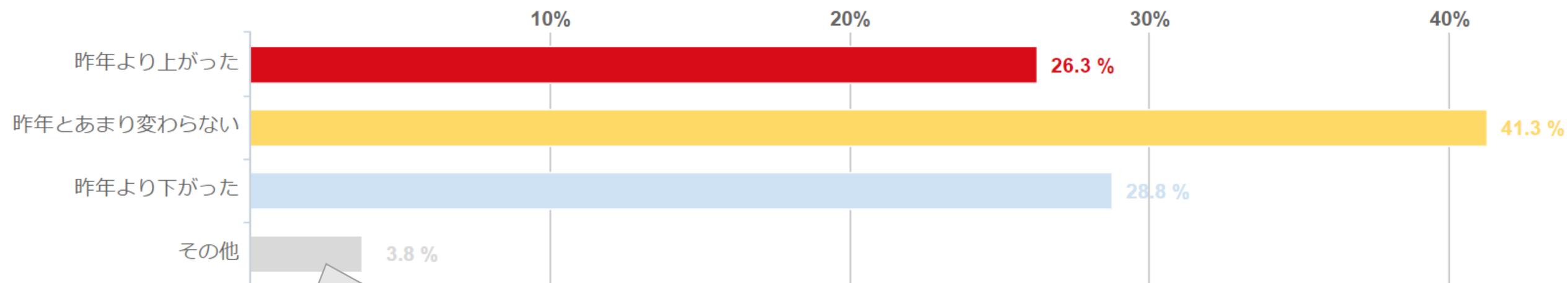
【回答期間】 2021年8月30日～10月5日



2020年と比較した売上の変化



【全体】 昨年と比較した売上の変化

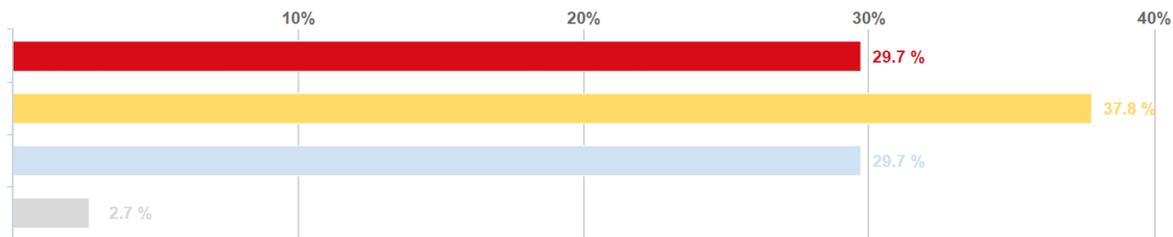


- ・今年独立（オープン）した
- ・わからない

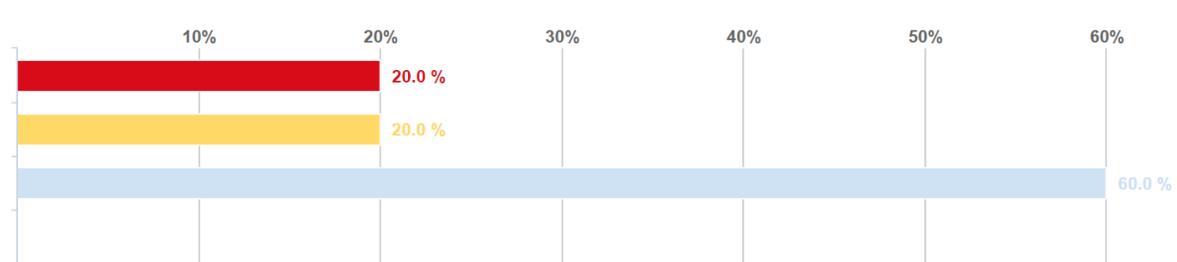
など

昨年と比較した売上の変化

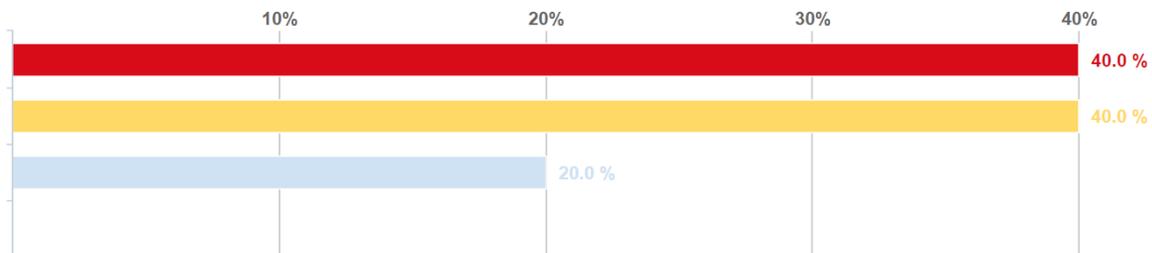
美容業



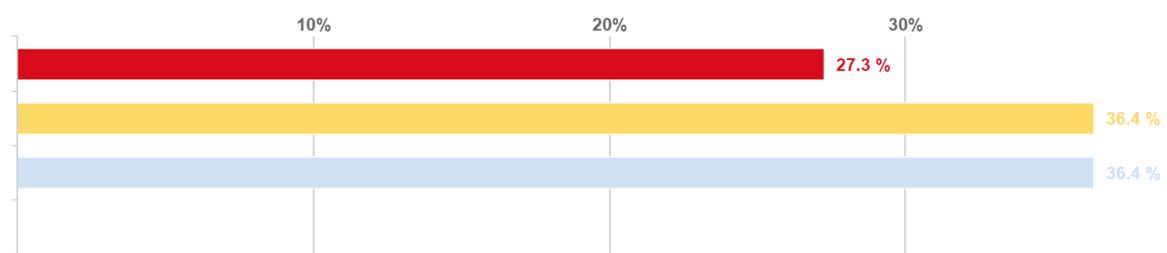
飲食業



小売業

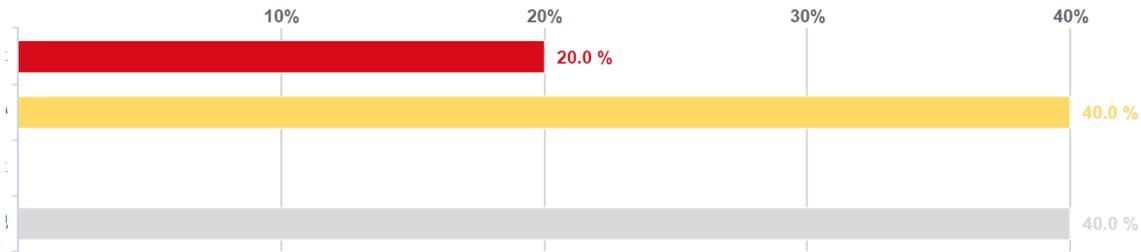


建設業

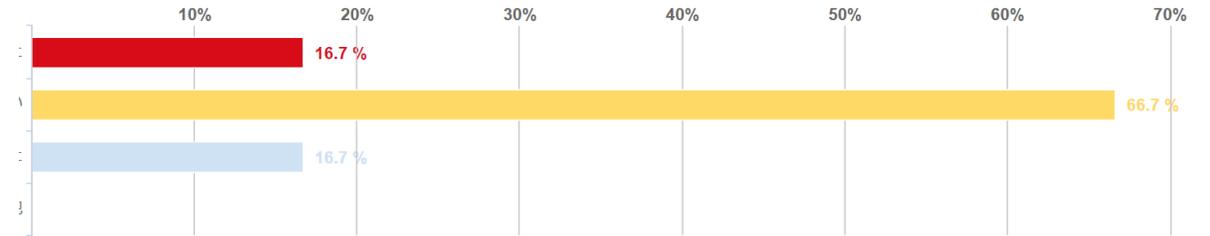


昨年と比較した売上の変化

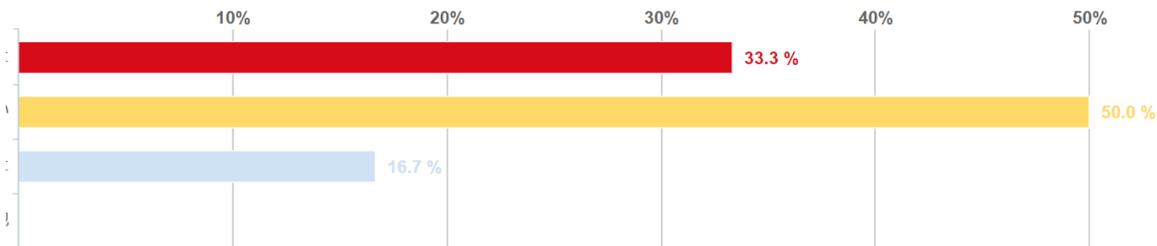
運送業



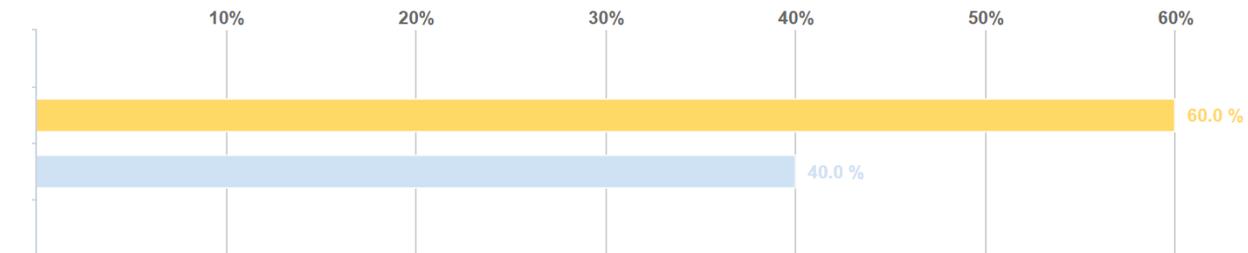
WEB関連



医療・福祉



その他





2020年と比較した売上変化の理由



昨年と比較した売上の変化の理由

美容業



昨年(2020年)より上がった

- ・きちんとコロナ対策をしているから
- ・昨年はコロナに対しての不安感が強かったから
- ・お客様のコロナに対する緩み
- ・指名が増えたから
- ・お客様一人一人に集中して仕事をしたから
- ・半径500メートル圏内に集中的にポスティングをして新規のお客様が増えたから
- ・昨年はスタッフの子供の入院などがあり、出勤人数が少なかったから
- ・ワクチン接種されている方が増えたから
- ・色々考えて接客などやり方を変えたから

昨年(2020年)より下がった

- ・顧客のサイクルが伸びた
- ・昨年は高単価コースをされた方が集中して、その時期売り上げが例年より上がっていたから
- ・昨年より今年の方が制限をしているなど、コロナの影響が大きい
- ・顧客の減少
- ・緊急事態宣言が出たから
- ・コロナが長引いているから
- ・定休日を増やしたから
- ・モチベーションの低下
- ・スタッフが減ったから
- ・コロナの影響

昨年と比較した売上の変化の理由

美容業



昨年(2020年)とあまり変わらない

- ・ 去年と特に変わったことがないから
- ・ 感染者が去年より増えたのもあり、間延びしている
- ・ もともと予約に余裕があるから
- ・ 固定客の安定
- ・ 一人経営だから
- ・ 来店サイクルの計画
- ・ 当たり前を当たり前で粛々とやっているから
- ・ 予約をコンスタントにとるようにしているから
- ・ 顧客管理をきちんとしているから
- ・ 販促を続けてるから
- ・ 一人で営業をしているためスタッフ、他のお客さんと重ならないため安心感があるため

昨年と比較した売上の変化の理由

飲食業



昨年(2020年)より上がった

- ・コロナに我慢できず観光目的のお客様が多少は増えたため

昨年(2020年)とあまり変わらない

- ・昨年も今年もコロナの影響で客層が変わったため

昨年(2020年)より下がった

- ・コロナウィルスのニュースばかりするので、夜飲みに出かける事が悪だと思われ、人の目を気にして、外に飲み歩かないため
- ・人通りが偏りだした為
- ・そもそもお店を開けられなかったため

昨年と比較した売上の変化の理由

小売業



昨年(2020年)より上がった

- ・ 昨年はお店のメンバーがコロナになり保健所が入り、店が臨時休業になったので
- ・ コロナがあまり影響しない業種のため

昨年(2020年)より下がった

- ・ コロナによる来店客数の減少が原因

昨年(2020年)とあまり変わらない

- ・ 取り扱い商品が増えていないため
- ・ ネットの需要があるため

WEB関連



昨年(2020年)より上がった

- ・ 環境変化に対応した運営ができたため

昨年(2020年)より下がった

- ・ 元々月別で差が激しいため、コロナの影響ではないかも

昨年(2020年)とあまり変わらない

- ・ プロジェクトが継続となり影響なかったため
- ・ アプリ開発や保守業務はコロナ影響があまりなく、仕事量に変化がなかったため
- ・ 単価が一定だから
- ・ 同じ顧客から継続して受注できているから

昨年と比較した売上の変化の理由

運送業



昨年(2020年)より上がった

- ・住宅や駅周りの人が多いエリアを担当したため

建設業



昨年(2020年)より上がった

- ・得意先の増加
- ・夜間の仕事も行ったので、売上が上がった
- ・お客様のワクチン接種が次第に増えてきたため

昨年(2020年)とあまり変わらない

- ・直接影響がないため

昨年(2020年)より下がった

- ・コロナによる緊急事態宣言の影響
- ・現場に出る日数が減少したため
- ・昨年は大規模工事があったが、今年はなかったため
- ・職種変更した時期で給料に差が出たため

昨年(2020年)とあまり変わらない

- ・住宅着工数が減少しなかった
- ・太陽光発電システムは多少の追い風も有っての前年比同になっているのかも？

昨年と比較した売上の変化の理由

医療・福祉



昨年(2020年)より上がった

- ・ 自社努力：ホームページ集客力の向上、顧客とのリレーション構築のためのLINEを活用
- ・ 市場要因：外食などの制限下の中、お金が余り、来院に結びついているのもある？
- ・ セミナー参加

昨年(2020年)とあまり変わらない

- ・ 歯科医院ではそこまでコロナの影響はなかった
- ・ 同じペースで仕事していた

昨年(2020年)より下がった

- ・ やはり来院患者数の減少

その他



昨年(2020年)とあまり変わらない

- ・ 状況に変化なし
- ・ 部品不足あったから
- ・ コロナで外出する人が減ったから

昨年(2020年)より下がった

- ・ 仕事が変わったため
- ・ まだまだコロナでお客様に会えないため



コロナ感染拡大を受けて実施した対策



コロナ感染拡大を受けて実施した対策

美容業



ご自身の対策

感染対策

- ・換気の強化
- ・予約の管理を徹底し、重複しないようにしている
- ・改装
- ・感染対策、防止策
- ・希望の方は、貸し切りを受け付ける
- ・今まで以上にスタッフの体調管理に気をつける
- ・マスク、消毒（手指・触ったところ）の徹底
- ・ワクチンの予約
- ・2人以上、予約は入れない
- ・抗菌対策している
- ・マンツーマンでの接客
- ・ベットシートを変える
- ・少人数スタイル
- ・スタッフのマスク着用、出勤時の手指消毒、検温、お客様に入る前の手指消毒、店内換気
- ・お客様には来店時に手指消毒、検温、マスク着用のご協力
- ・飲み物はお客様に持参してもらう
- ・なるべくお客様同士の接触は避ける
- ・来店客の入れ替わりに時間を設ける
- ・感染対策で消毒、換気、免疫力を高める
- ・半個室にした

コロナ感染拡大を受けて実施した対策

美容業



ご自身の対策

集客対策

- ・ HPの作成
- ・ チラシを撒く予定（作成中）
- ・ 大阪市外に店舗があるため、大阪市内からのお客様が増えている
- ・ SNSなどでのアプローチ
- ・ これ以上密集が出来ないので、客単価を上げるか、来店サイクルを上げる仕組みを作ること
- ・ 集客は新規のお客様は受付ていない
- ・ 電車に乗りたくない近隣の新規が増えたので、集客は半径500mに集中的にポスティング
- ・ LINEでのお客さんとの接点回数を増やしている
- ・ DM、LINE（定期的に配信）
- ・ ウイルス対策動画
- ・ ブログなどの打ち出し方や感染対策などのアピール
- ・ 高単価メニューを試験的に導入

コロナ感染拡大を受けて実施した対策

美容業



業界全体の対策

感染対策

- ・マスク、消毒、換気の徹底
- ・掛け持ちを最小限にして、各席同士の間隔を空けて営業
- ・席を空けたり、半個室の店が増えた感じがする
- ・ドアを開けて営業
- ・コロナ対策をしている店舗とそうでない店舗での格差が広がると思う（対策をしっかりしてる店舗は伸びるし、そうでない店舗は淘汰されるかも）
- ・一日の施術人数を制限している店舗がほとんど
- ・物販に力を入れているサロンが多い気がする
- ・毎回体調チェックしてもらう
- ・高級感や個室空間等の需要がより高まった様に感じる

- ・アクリル板の設置
- ・タブレットの活用
- ・消毒中心で密を避ける
- ・ワクチン接種
- ・一つ一つの席に手指消毒設置

集客対策

- ・ホットペッパーでの集客改善
- ・コロナ対策を打ち出して、安全性をアピール

コロナ感染拡大を受けて実施した対策

飲食業



ご自身の対策

- ・お客様に安心してご来店いただくために、飛沫を防ぐパーティションの設置やオゾンの機械設置
- ・距離をあけて接客
- ・テイクアウトは増えているため、Uber Eatsなどのバーチャルストアを増やした
- ・予約制のお弁当に力を入れ、お客との接触時間を大幅に減らす
- ・店舗での滞在時間を減らすためなるべく予約を推奨
- ・先払い制度を導入

業界全体の対策

- ・テイクアウトに力を入れる店舗が増えた
- ・ネット販売などの加工業に力を入れる店も増えてきた
- ・感染対策をきちんとする
- ・先払い制度



コロナ感染拡大を受けて実施した対策

小売業



ご自身の対策

- ・ 取り扱い商品を増やした
- ・ お客様への訪問を一切なくした
- ・ 在宅需要のある商品のマーケティングリサーチ、開発
- ・ コロナ対策をしていることをアピール
- ・ お客様からコロナウイルスからの懸念により、直接手で触れないような、食品などの提供をメインにした

業界全体の対策

- ・ お客様への訪問を減らす
- ・ 業界全体では伸びているので対策は思い当たりませんが、実店舗へ向けてネット通販移行、促進のアプローチは行っていると思う
- ・ 業界では売上アップをはかり、主にアプリを通じてクーポンを配布し、再来店と買い上げを促進



コロナ感染拡大を受けて実施した対策

建設業



ご自身の対策

- ・お客様と接する時は常時マスクと距離をとって会話する
- ・マスクや消毒、手洗いの徹底
- ・ソーシャルディスタンスをとる
- ・同業他社の方との情報交換
- ・作業時でもマスク着用、こまめな消毒

運送業



ご自身の対策

- ・出勤前に体温計で熱を測る



業界全体の対策

- ・お客様との接し方、コロナ対策の徹底
- ・なるべく人との密を避けて、換気をする
- ・同業他社の方との情報交換
- ・4人以上の飲み会禁止
- ・むやみやたらに外出をしない
- ・会議をリモートに

業界全体の対策

- ・置き配への対応（受取ボックスが増えてきており、対面せずに配達でき、不在も減り、感染対策や売上UPに）
- ・営業所内で必ずマスク着用し、話をしない

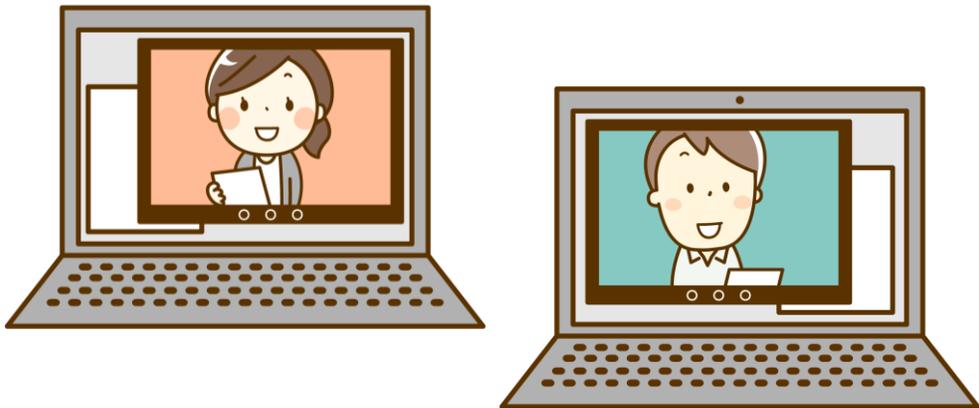
コロナ感染拡大を受けて実施した対策

WEB関連



ご自身の対策

- ・業務の対応範囲を広げてビジネスチャンスを増やそうとしている
- ・コロナ収束後のための先行投資
- ・リモートワークで自宅で業務をしている
- ・複数の仕事を並行して準備している



業界全体の対策

- ・コロナ収束後のための先行投資
- ・リモートワークが推進されてきている
- ・早期の顧客確保をしているように見える
- ・打ち合わせをビデオ通話に置き換える方が多いように感じる



コロナ感染拡大を受けて実施した対策

医療・福祉



ご自身の対策

- ・待合室の混雑緩和、口腔外バキュームの活用
- ・手洗い、フェイスシールド、マスク、使い捨て手袋着用
- ・消毒用アルコールの度数をより高いものにした
- ・予約制にして、一度に複数人の人が治療所にかたまって、密にならない様になっている

その他



ご自身の対策

- ・既契約者に連絡して新たな情報提供
- ・アルコール、人との距離をとる
- ・感染予防に努める

業界全体の対策

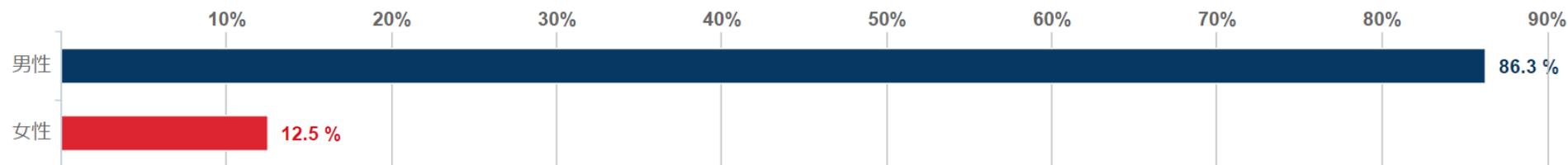
- ・口腔外バキュームの使用や感染防止のためのオペ着着用
- ・検温、アルコール消毒、換気、うがい、マスク、フェイスシールド、手袋着用
- ・アルコール消毒の強化
- ・感染対策

業界全体の対策

- ・リモートで契約ができるように、少しずつすすんでいる
- ・アルコール消毒、人との距離をとる
- ・通販拡大が見込まれた

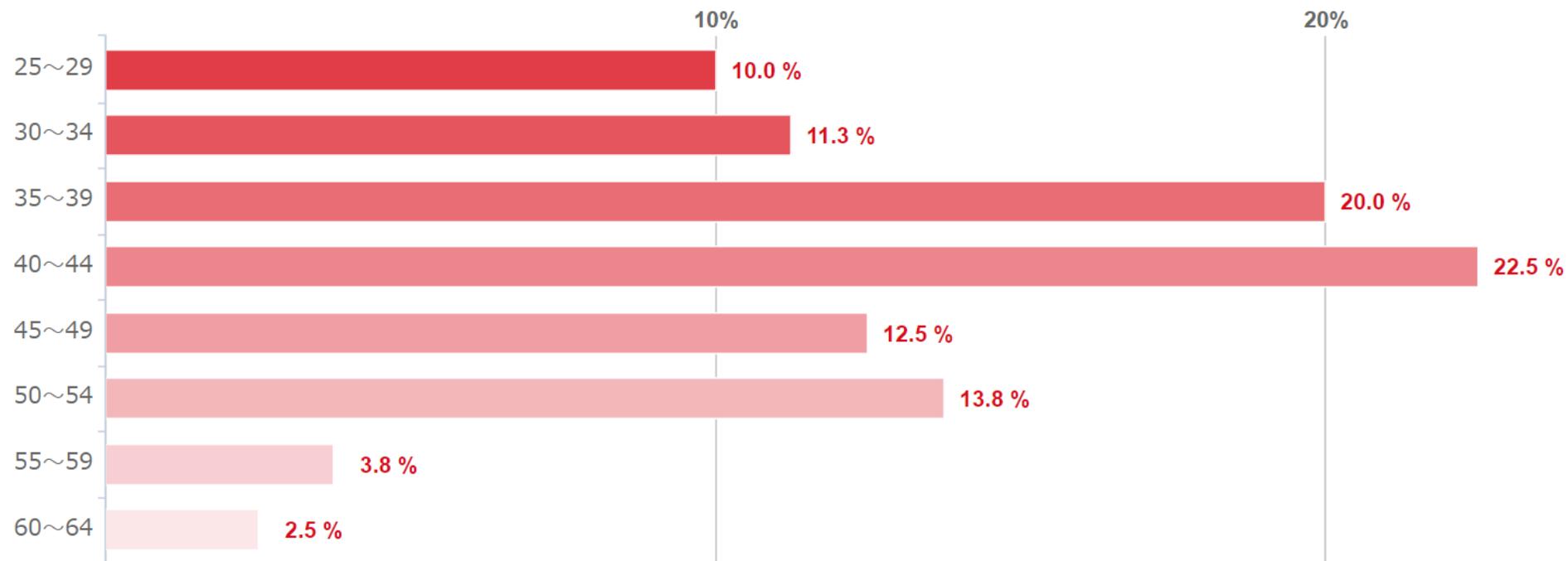
本調査の回答者属性

▼性別



※無回答1.2%

▼年齢



※無回答3.6%