

コロナ禍の経済への影響に関する基礎データ

令和3年2月

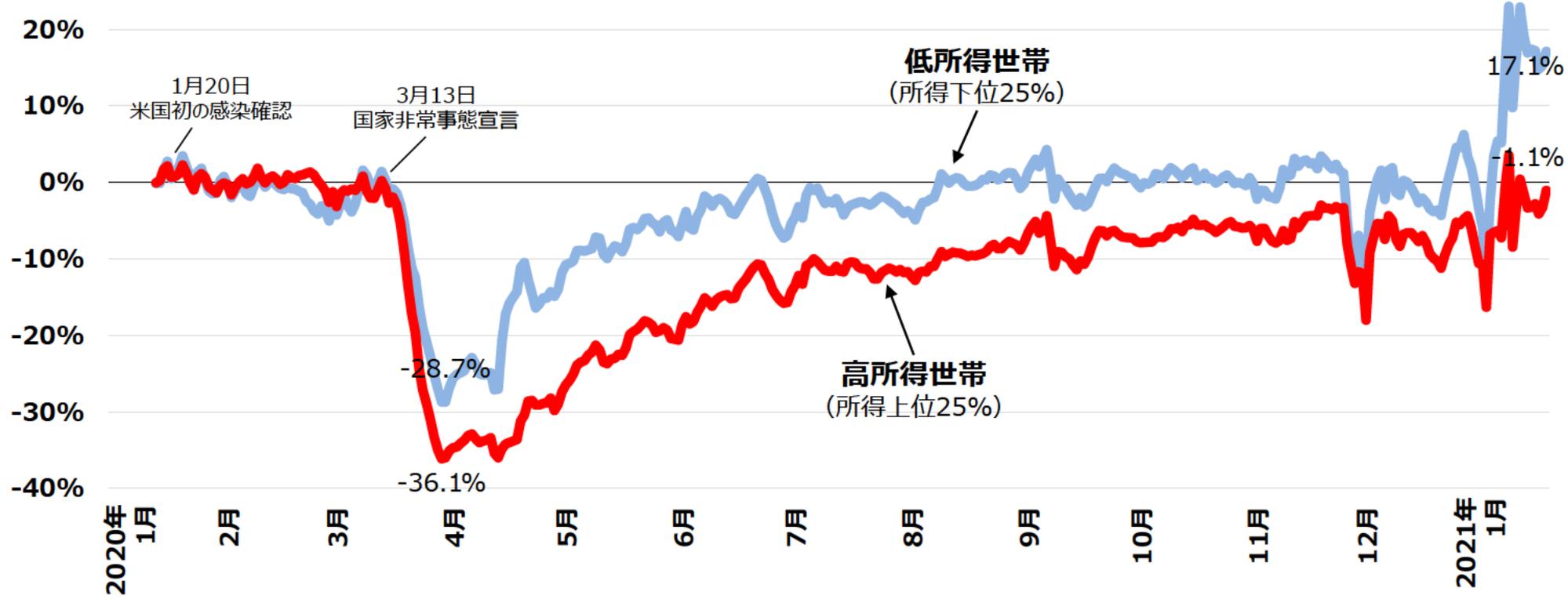
内閣官房 成長戦略会議事務局

経済産業省 経済産業政策局

○ 米国のクレジットカード・デビットカードの購買データを用いた実証研究によると、米国の消費支出は、低所得世帯（所得下位25%）より、高所得世帯（所得上位25%）で大きく減少し、回復も遅い。高所得世帯が、お金はあるが、使えない状況となったことが大きい。

米国の消費支出の推移（2020年1月比）

消費支出
(2020年1月比)



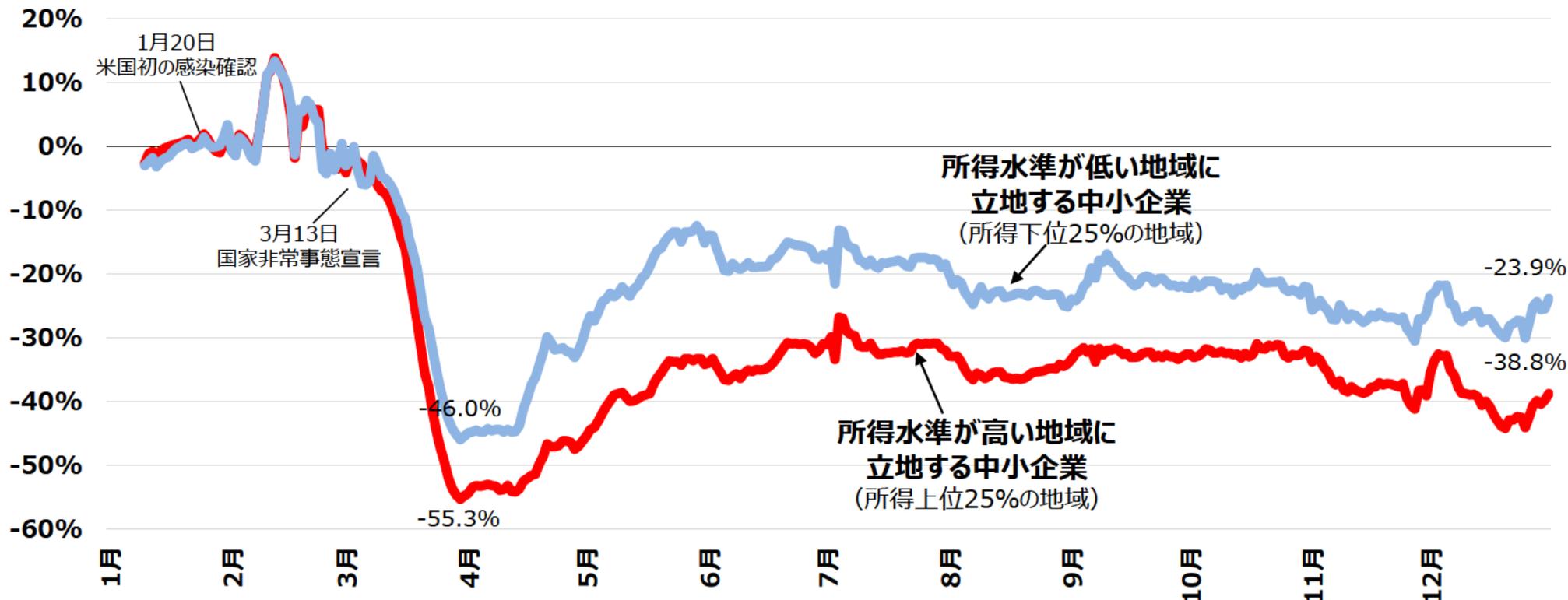
(注) Affinity Solutions社が収集したクレジットカード・デビットカードの購買データを匿名化し、消費支出の水準を推計したもの。2020年の値を2019年の値で割り季節調整を実施した上で、当該季節調整値を、2020年1月4-31日平均の季節調整値で除算することにより算定。なお、12月28日以降は速報値。
所得区分は、購買者が居住する郵便番号の世帯所得中央値を当該購買者の所得とみなしている。所得上位25%は世帯年収7万8千ドル以上、所得下位25%は世帯年収4万6千ドル以下。

(出所) Raj Chetty, John Friedman, Nathaniel Hendren, Michael Stepner, and the Opportunity Insights Team “The Economic Impacts of COVID-19: Evidence from a New Public Database Built Using Private Sector Data” (2020年11月)、Opportunity Insights Economic Tracker Data を基に作成。

○ 高所得世帯の消費が大きく減少したことに伴い、所得水準が高い地域に立地する企業ほど、売上の減少幅が大きい。

中小企業の売上高
(2020年1月比)

米国の中小企業の売上高の推移 (2020年1月比)



(注) ここでの中小企業は、米国中小企業庁 (SBA) が定める中小事業者 (建設業：売上高3,950万ドル未満、製造業：従業員1,500人未満、卸売業：従業員250人未満、小売業：売上高4,150万ドル未満などとされており、業種の細分類ごとに更に細かい基準が設定されている。)

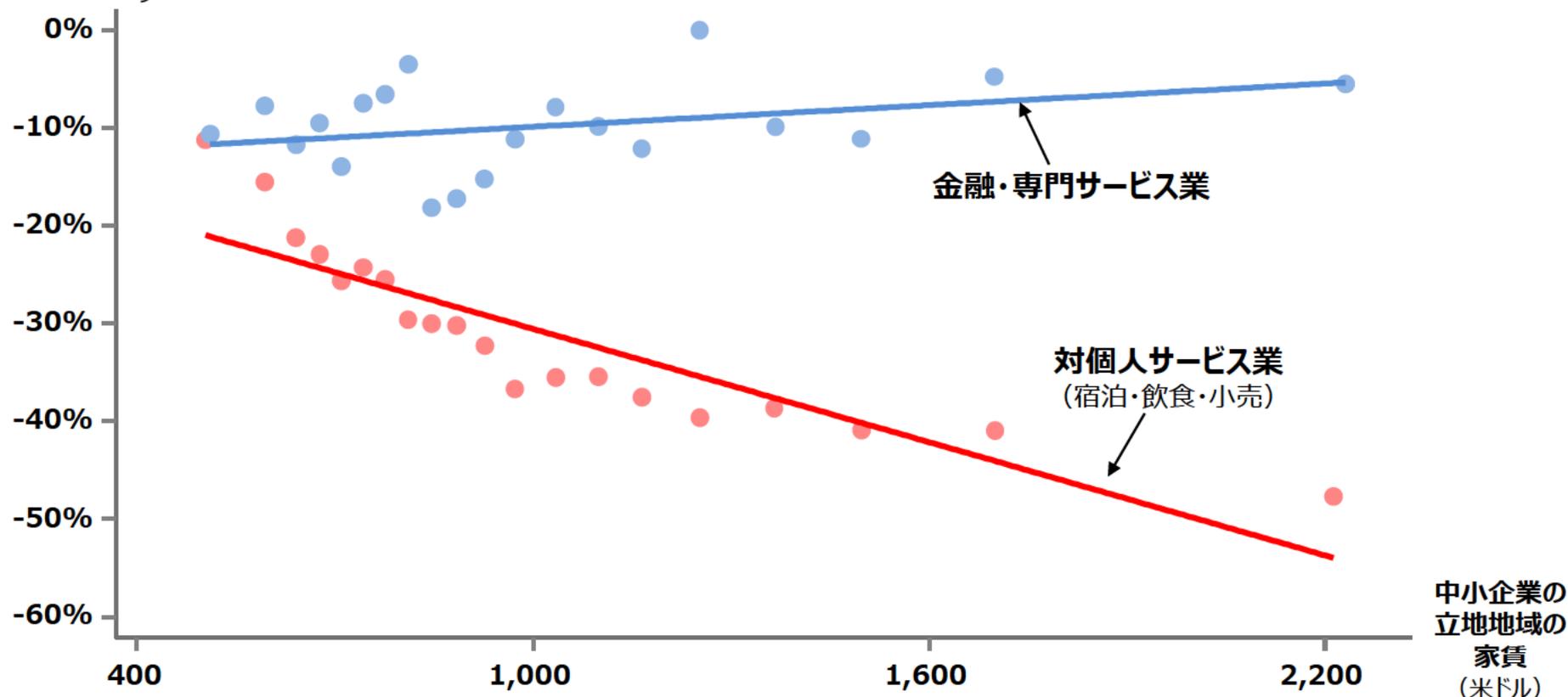
Womply社が集計した中小企業の売上高 (revenue) を匿名化して集計したもの。2020年の値を2019年の値で割る季節調整を実施した上で、当該季節調整値を、2020年1月4-31日平均の季節調整値で除算することにより算定。地域の所得区分は、中小企業が立地する郵便番号の居住者の世帯所得中央値による。所得上位25%は世帯年収7万8千ドル以上、所得下位25%は世帯年収4万6千ドル以下。

(出所) Raj Chetty, John Friedman, Nathaniel Hendren, Michael Stepner, and the Opportunity Insights Team "The Economic Impacts of COVID-19: Evidence from a New Public Database Built Using Private Sector Data" (2020年11月)、Opportunity Insights Economic Tracker Data を基に作成。

○ 高所得世帯の消費が大きく減少したことに伴い、対個人サービス業（飲食・宿泊・小売）の売上高は、所得水準が高い地域ほど大きく減少。

中小企業の売上高
〔2020年1月から3・4月
にかけての変化〕

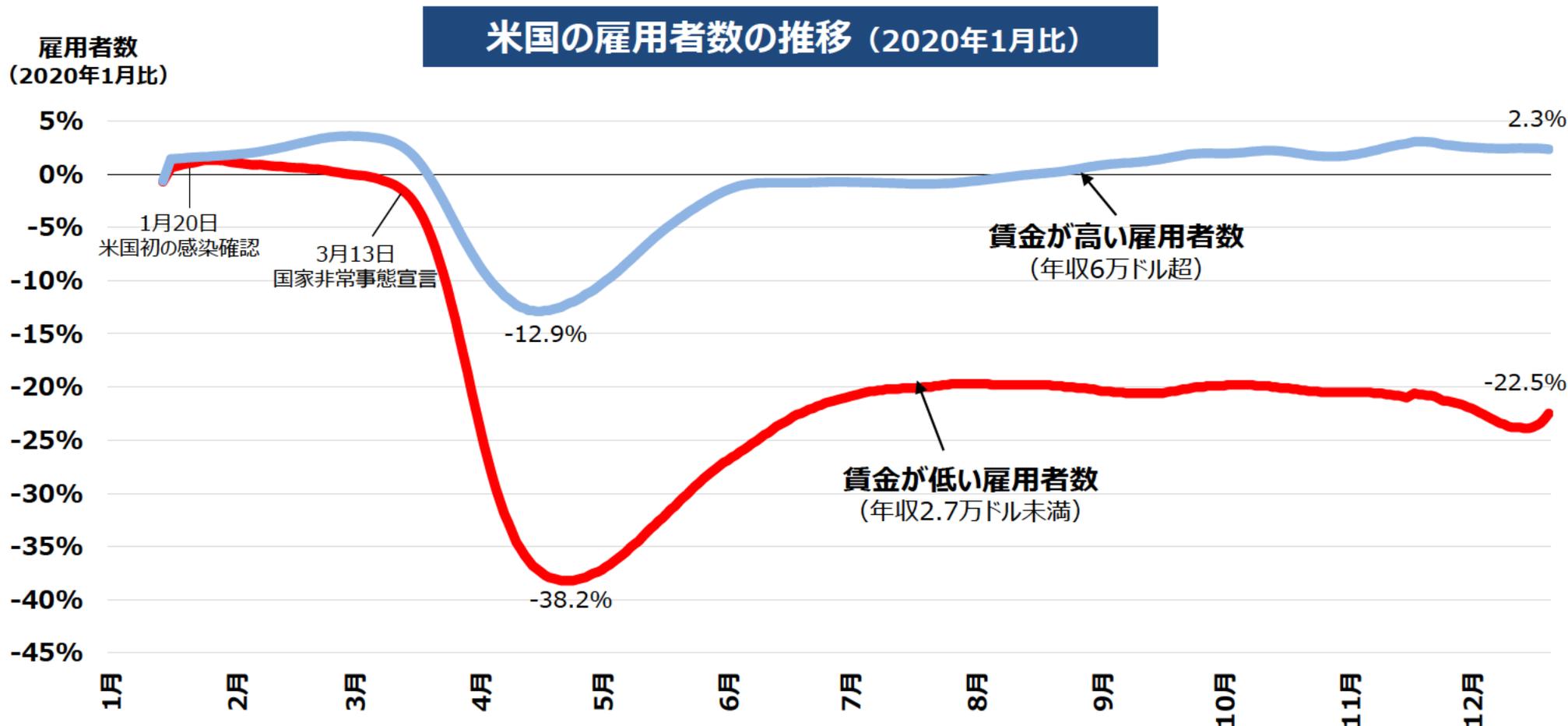
米国の業種別の売上高の変化



(注) 縦軸に中小企業の売上高、横軸に当該中小企業の立地する地域の家賃額をプロットしたもの。ここでの家賃額は、当該郵便番号の地域内における2ベッドルームのアパートの1月当たり家賃の中央値。地域の所得区分は、中小企業が立地する郵便番号の居住者の世帯所得中央値による。売上高は、2020年1月4-31日の期間と、2020年3月25日-4月14日の期間を比較した変化率。

(出所) Raj Chetty, John Friedman, Nathaniel Hendren, Michael Stepner, and the Opportunity Insights Team "The Economic Impacts of COVID-19: Evidence from a New Public Database Built Using Private Sector Data" (2020年11月) を基に作成。

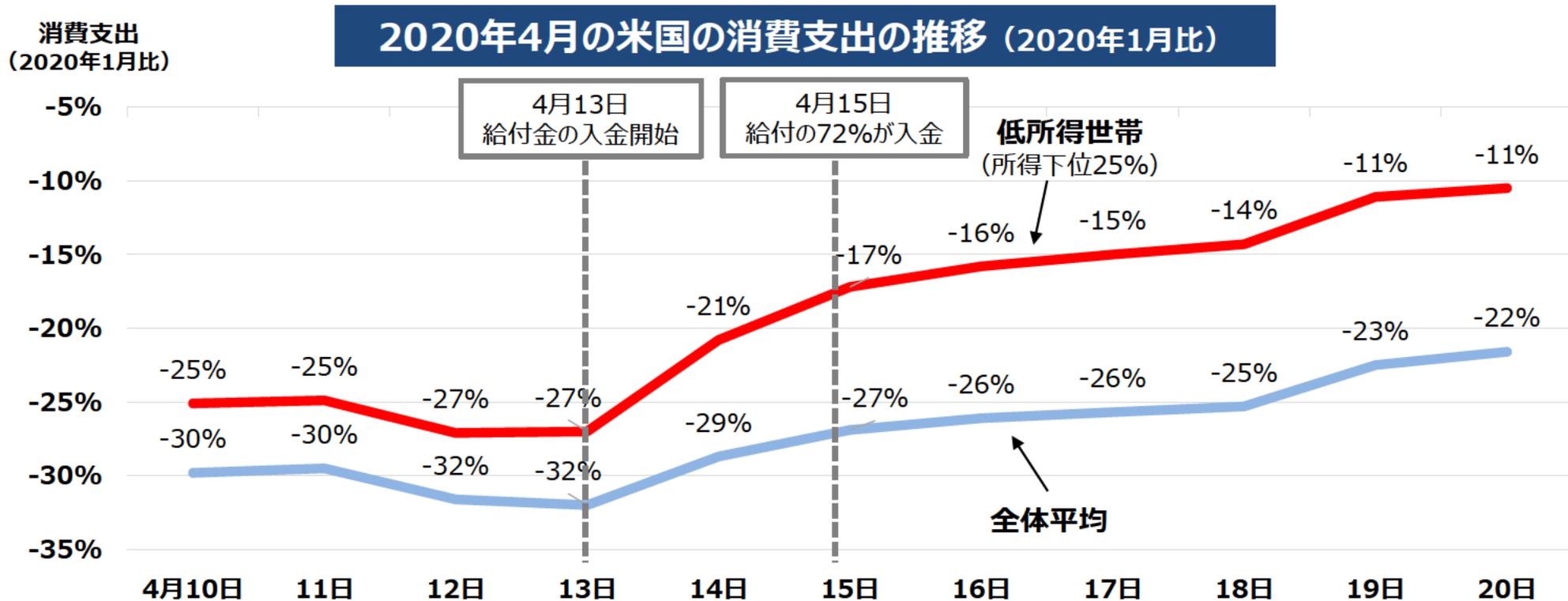
○ 米国の雇用者数は、対個人サービス業（飲食・宿泊・小売）等への影響が大きかったため、賃金が高い雇用者より、賃金が高い雇用者（年収2.7万ドル未満）の雇用が大きく減少。



(注) Paychex社、Intuit社、Earnin社が集計した従業員数や給与を匿名化して集計したもの。2020年1月4-31日平均の季節調整値で除算することにより算定したものであるが、季節調整は行っていない。

(出所) Raj Chetty, John Friedman, Nathaniel Hendren, Michael Stepner, and the Opportunity Insights Team “The Economic Impacts of COVID-19: Evidence from a New Public Database Built Using Private Sector Data” (2020年11月)、Opportunity Insights Economic Tracker Data を基に作成。

- 米国は、コロナウイルス支援・救済・経済安全保障法（CARES法）に基づき、個人に現金給付（収入7.5万ドル（830万円）以下の個人に1人当たり1,200ドル（13万円）、子1人当たり500ドル（5.5万円）を給付）を実施。
- 個人向け現金給付の効果を分析した実証研究によれば、低所得世帯（所得下位25%）の消費は大きく回復した一方、消費全体の回復は限定的。



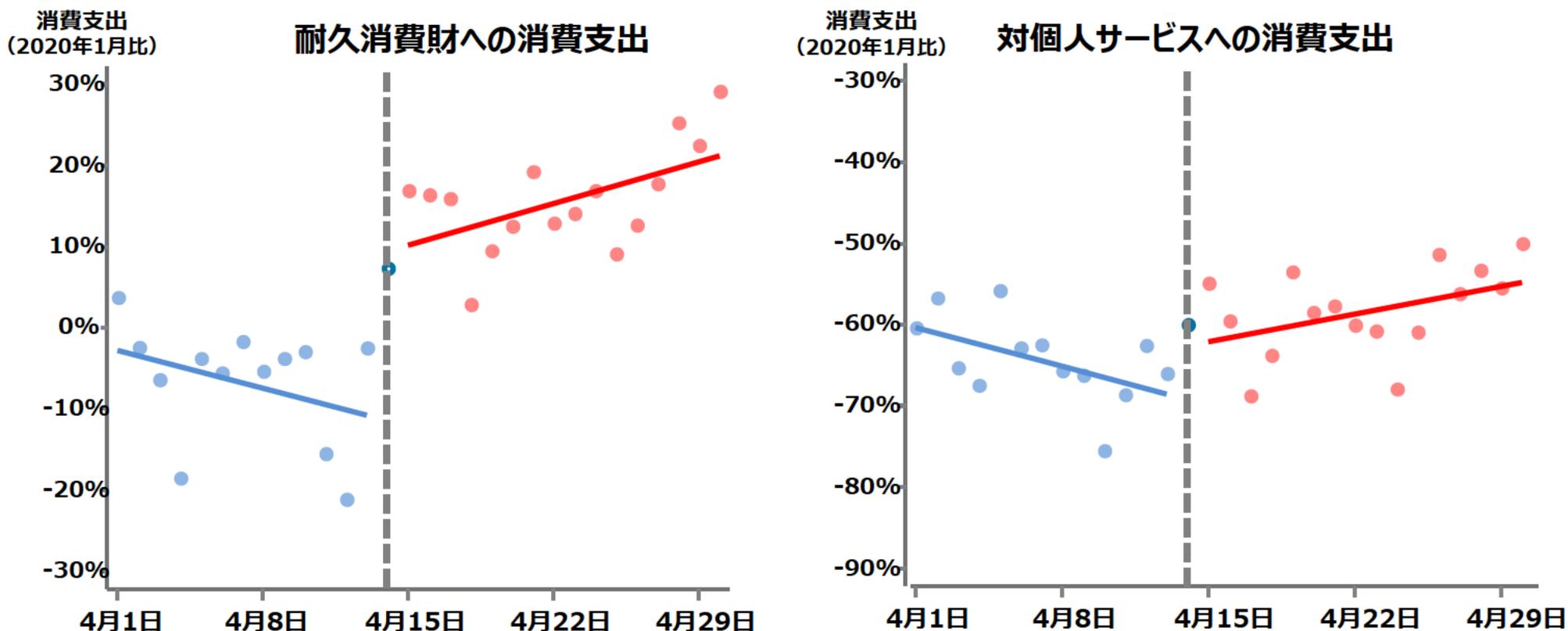
(注) Affinity Solutions社が収集したクレジットカード・デビットカードの購買データを匿名化し、消費支出の水準を推計したもの。2020年の値を2019年の値で割り季節調整を実施した上で、当該季節調整値を、2020年1月4-31日平均の季節調整値で除算することにより算定。

所得区分は、購買者が居住する郵便番号の世帯所得中央値を当該購買者の所得とみなしている。所得下位25%は世帯年収4万6千ドル以下。全体平均は、低所得世帯も含んでいることに留意。

(出所) Raj Chetty, John Friedman, Nathaniel Hendren, Michael Stepner, and the Opportunity Insights Team “The Economic Impacts of COVID-19: Evidence from a New Public Database Built Using Private Sector Data” (2020年11月)、Opportunity Insights Economic Tracker Data を基に作成。

- 個人向け現金給付により、耐久消費財（自動車、家電製品、通信機器等）への消費支出は大きく増加した一方、対個人サービス業（宿泊・飲食・小売）への消費支出の増加幅は小さい。
- 痛んでいる企業への支援であれば、GoToプロジェクトのように、支出目的が限定されている施策のほうが効果が高いとの議論がある。

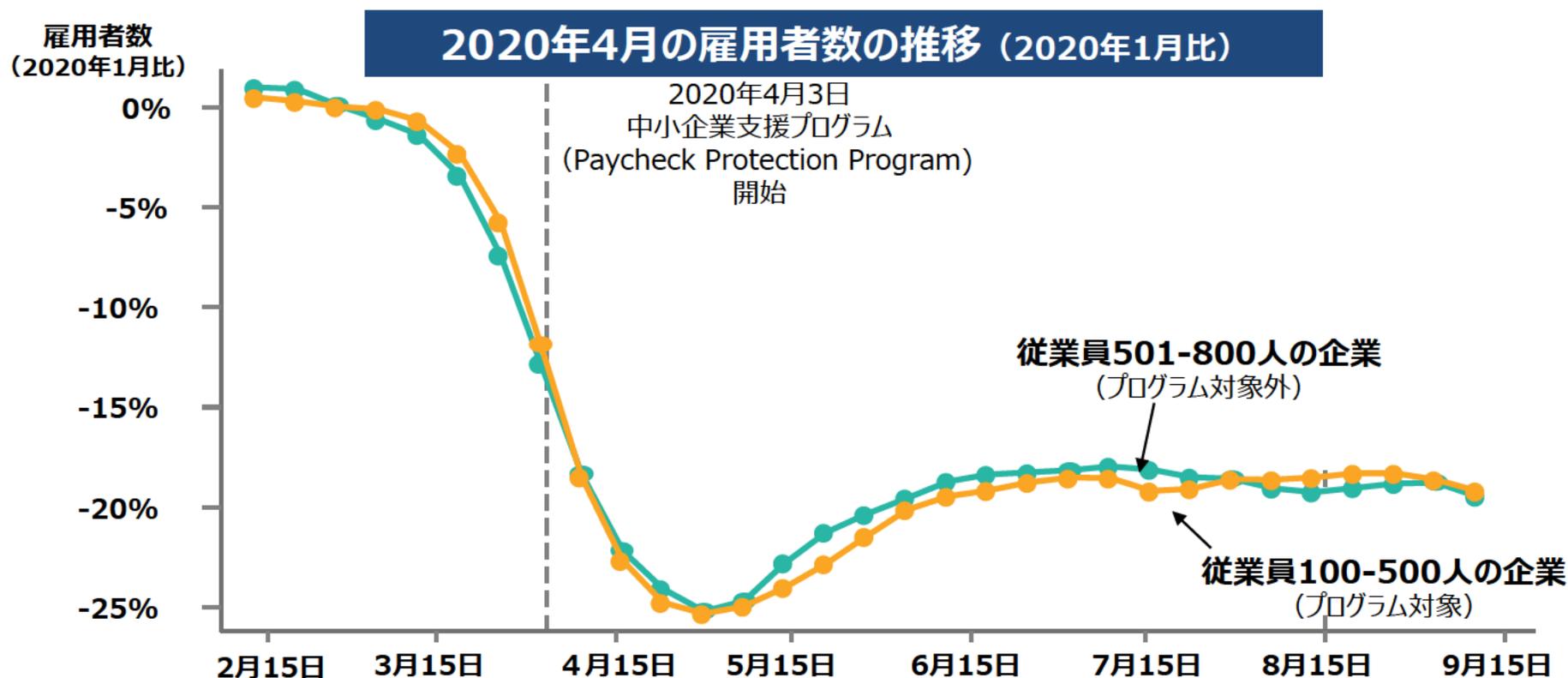
2020年4月の米国の消費支出の推移（2020年1月比）



(注) Affinity Solutions社が収集したクレジットカード・デビットカードの購買データを匿名化し、消費支出の水準を推計したもの。

(出所) Raj Chetty, John Friedman, Nathaniel Hendren, Michael Stepner, and the Opportunity Insights Team "The Economic Impacts of COVID-19: Evidence from a New Public Database Built Using Private Sector Data" (2020年11月) を基に作成。

- 米国は、中小企業の給与保護制度（Paycheck Protection Program）として、米国中小企業庁の融資制度に基づく中小企業（従業員500名以下）に対する貸し付けについて、従業員の雇用・給与水準を8週間維持することを条件に、人件費・金利・家賃・光熱費の返済を免除する、実質的な給付制度を導入。
- 4月3日のプログラム開始以降の雇用者の推移を見ると、制度対象である従業員100-500人の企業と、対象外である501-800人の企業で、大きな差は確認されておらず、同制度の効果は限定的。企業の従業員をこの制度が保護したというインパクトは無かったと考えられている。

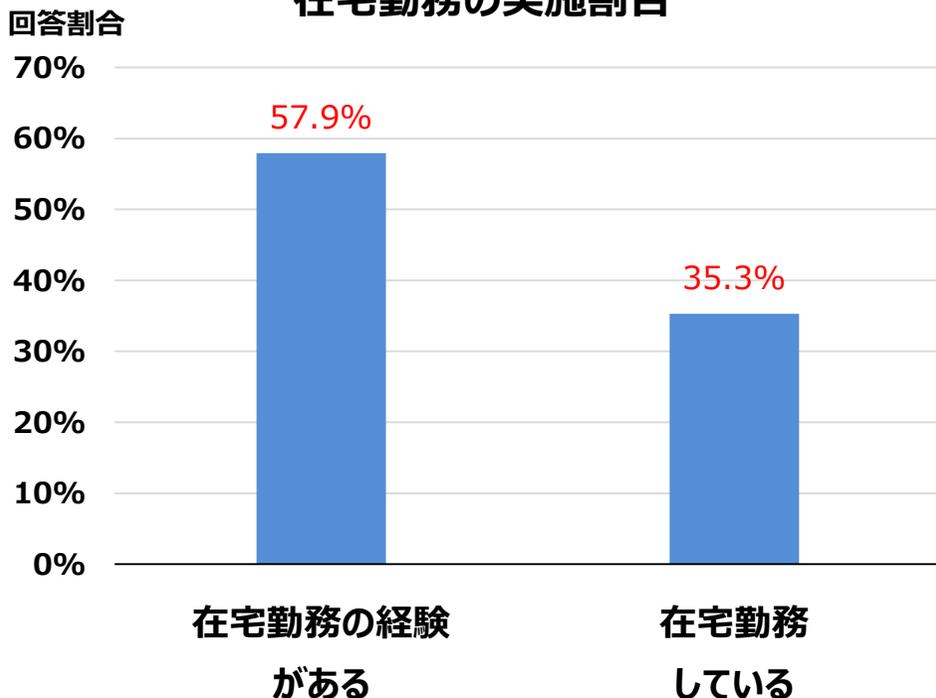


(注) Paychex社、Earnin社による従業員数のデータ。なお、宿泊・飲食サービスは、制度対象となる企業規模の定義が異なることから、除外して分析していることに留意。
 (出所) Raj Chetty, John Friedman, Nathaniel Hendren, Michael Stepner, and the Opportunity Insights Team “The Economic Impacts of COVID-19: Evidence from a New Public Database Built Using Private Sector Data” (2020年11月) を基に作成。

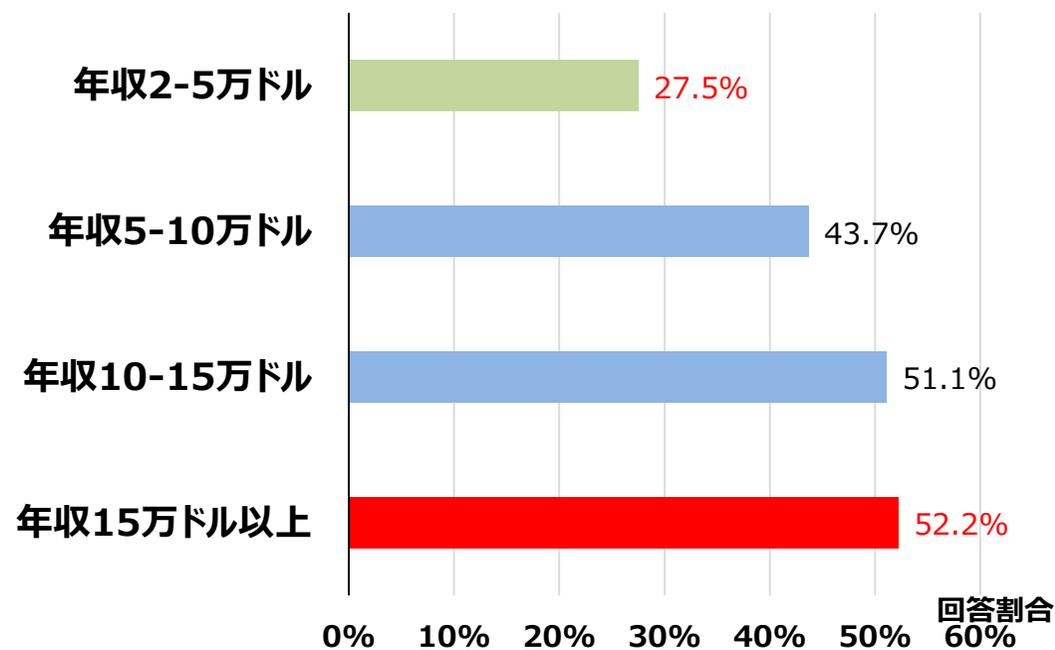
- 米国の労働者を対象とした調査によると、新型コロナウイルス感染症の感染拡大後に、一度でも在宅勤務をした経験がある者は57.9%、調査時点で在宅勤務をしている者は35.3%。
- 在宅勤務をしている者の割合は、年収15万ドル以上で52.2%に対し、年収2-5万ドルでは27.5%に留まっており、所得水準が高いほど、在宅勤務のベネフィットを受けていることが確認される。

米国の在宅勤務の実施率

在宅勤務の実施割合



年収別 在宅勤務をしている者の割合



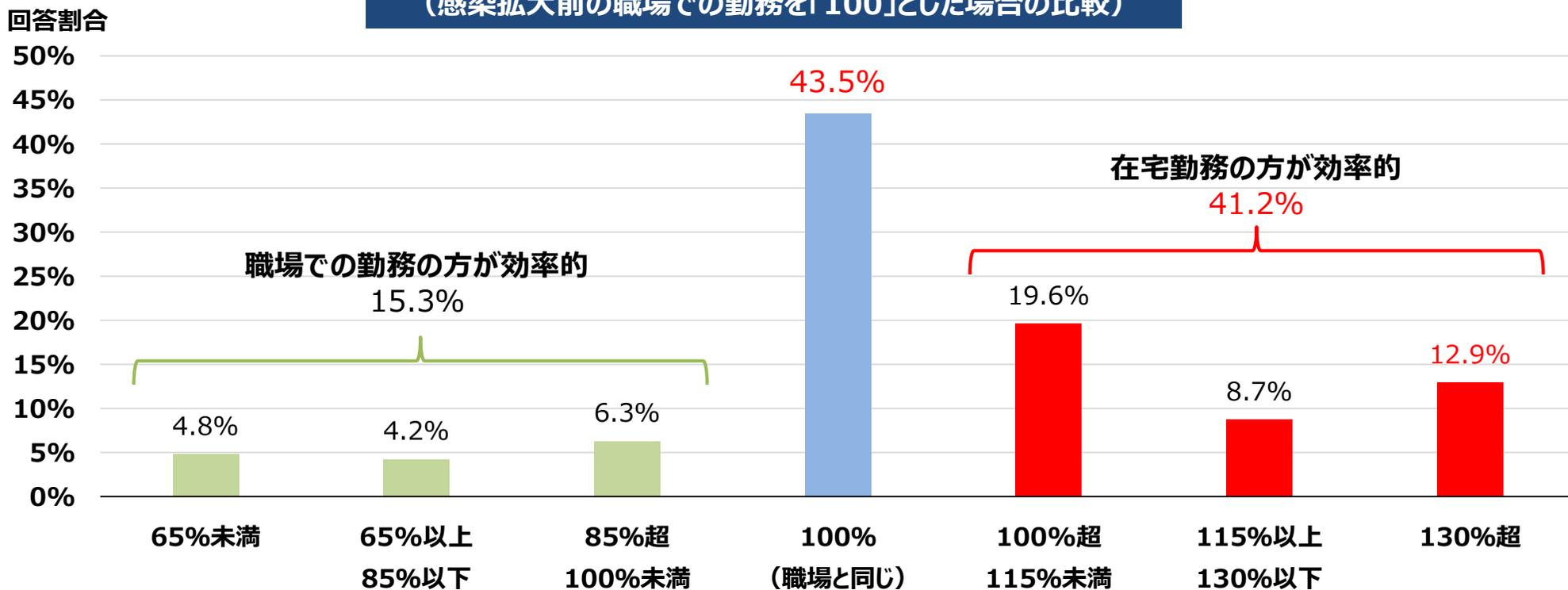
(注) 米国の20-64歳の男女に対して、2020年5月21-25日、6月30日-7月9日、8月21-28日、9月29日-10月2日、10月28日-11月3日にそれぞれ実施したアンケート調査の結果。8月以外の回答数は2,500人、8月の回答は5,000人の計1万5,000人の回答を集計したもの。

“Currently (this week) what is your work status?”との問いに対する回答結果。

(出所) Jose Maria Barrero, Nicholas Bloom, Steven J. Davis “Why Working from Home Will Stick” (2020年12月) を基に作成。

- 米国の在宅勤務の実施者に対して、職場勤務と比較した在宅勤務の効率性を問うたところ、「職場勤務と同じ」との回答が43.5%、「在宅勤務の方が効率的」との回答が41.2%。
- 米国では、「在宅勤務は職場勤務より効率性が下がる」という否定的な評価（スティグマ）が解消されつつある。

米国の在宅勤務の生産性 (感染拡大前の職場での勤務を「100」とした場合の比較)



(注) 米国の20-64歳の男女に対して、2020年8月21-28日、9月29日-10月2日、10月28日-11月3日、11月17-20日にそれぞれ実施したアンケート調査の結果。8月以外の回答数は2,500人、8月の回答は5,000人の計1万人の回答を集計したもの。

“How does your efficiency working from home during the COVID-19 pandemic compare to your efficiency working on business premises before the pandemic?”との問いに対する回答結果。

(出所) Jose Maria Barrero, Nicholas Bloom, Steven J. Davis “Why Working From Home Will Stick” (2020年12月) を基に作成。

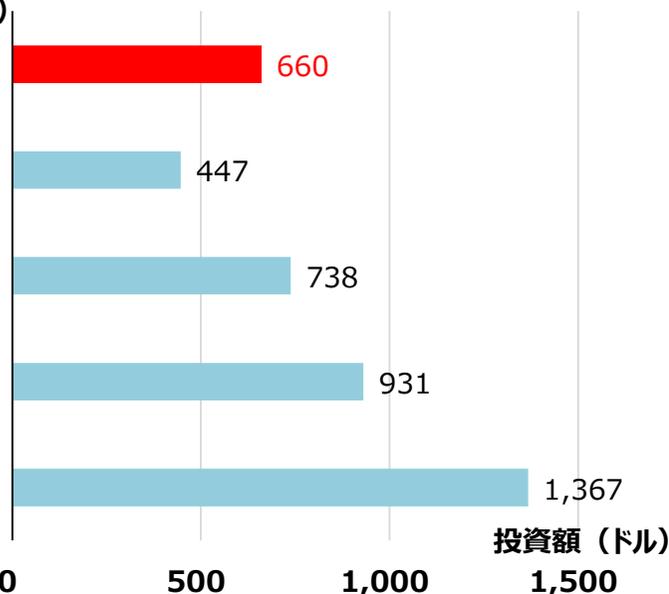
- 米国の在宅勤務の実施者に対して、在宅勤務を実施するために行った物的投資（IT機器の導入やインフラ投資など）の大きさを問うたところ、1人当たり平均660ドルだった。また、在宅勤務を実施するために行った人的投資（テレビ会議ソフトの習得など）の大きさは、1人当たり13.7時間だった。
- これらの投資を金額換算すると、2020年の米国GDPの1.2%に相当し、投資がサンクしているため、感染拡大収束後も、米国では在宅勤務が定着する可能性が高い。

米国の在宅勤務の投資

物的投資（IT機器の導入やインフラ投資など）

（年収）

全体



人的投資（テレビ会議ソフトの習得など）

（年収）

全体



（注） 米国の20-64歳の男女に対して、2020年5月21-25日、6月30日-7月9日、8月21-28日、9月29日-10月2日、10月28日-11月3日にそれぞれ実施したアンケート調査の結果。8月以外の回答数は2,500人、8月の回答は5,000人の計1万5,000人の回答を集計したもの。

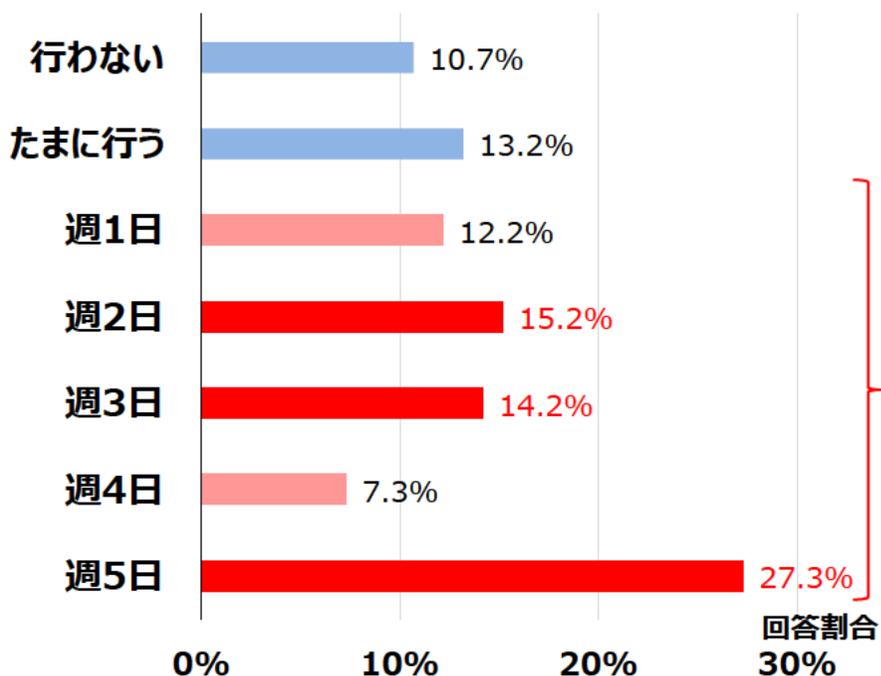
“How much money have you and your employer invested in equipment or infrastructure to help you work from home effectively -- computers, internet connection, furniture, etc.?” と “How many hours have you invested in learning how to work from home effectively (e.g., learning how to use video-conferencing software) and creating a suitable space to work?” との問いに対する回答結果。

（出所） Jose Maria Barrero, Nicholas Bloom, Steven J. Davis “Why Working From Home Will Stick”（2020年12月）を基に作成。

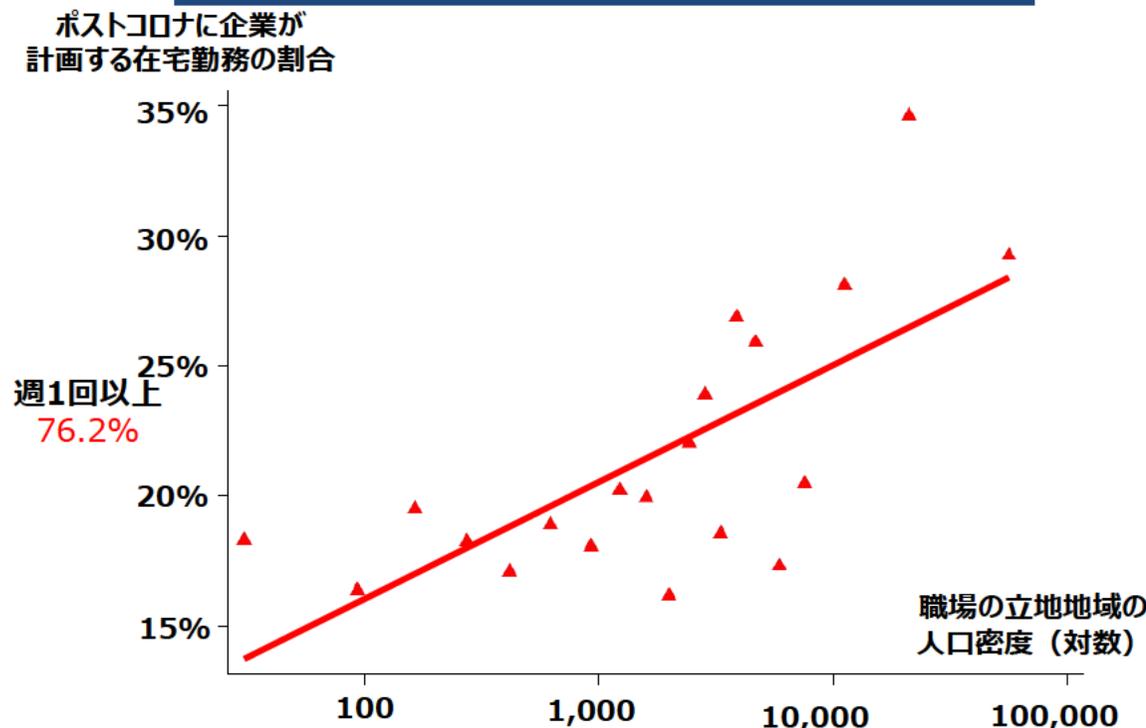
米国のテレワーク 米国のポストコロナにおける在宅勤務の実施意向

- 米国の在宅勤務の実施者に対して、ポストコロナにおける在宅勤務の実施意向を問うたところ、在宅勤務の日数は、「週5日」(27.3%)、「週2日」(15.2%)、「週3日」(14.2%)の順番で高く、在宅勤務志向が見てとれる。
- また、ポストコロナにおいて企業が計画する在宅勤務割合は、人口密度が高い都市部に立地している企業ほど高く、今後、都市部を取り囲む近距離への移住(「ドーナツ現象」)が起きる可能性がある。

ポストコロナの在宅勤務の実施意向



ポストコロナの在宅勤務と地域特性



(注) 米国の20-64歳の男女に対して、2020年5月21-25日、6月30日-7月9日、8月21-28日、9月29日-10月2日、10月28日-11月3日にそれぞれ実施したアンケート調査の結果。8月以外の回答数は2,500人、8月の回答は5,000人の計1万5,000人の回答を集計したもの。

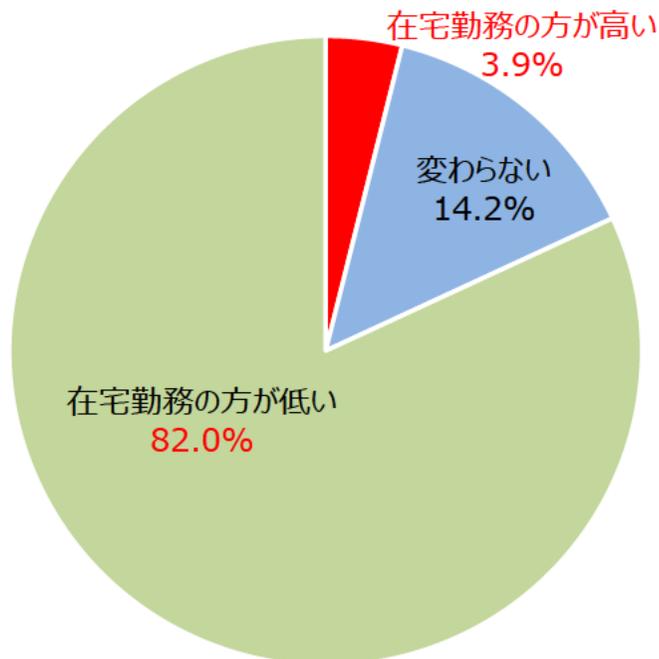
“In 2022+ (after COVID) how often would you like to have paid work days at home?”、“After COVID, in 2022 and later, how often is your employer planning for you to work full days at home?”との問いに対する回答結果。

(出所) Jose Maria Barrero, Nicholas Bloom, Steven J. Davis “Why Working From Home Will Stick” (2020年12月) を基に作成。

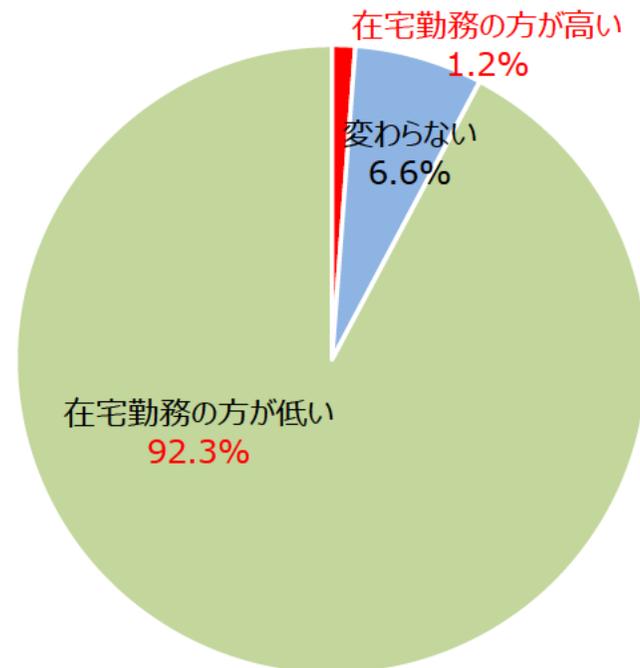
- 日本の労働者と企業に対し、職場勤務と比較した在宅勤務の生産性を問うたところ、「在宅勤務の方が生産性が低い」と回答した割合は、労働者の82.0%、企業の92.3%。
- 「在宅勤務の方が生産性が高い」と回答した割合は、労働者では3.9%、企業では1.2%に留まる。

日本の在宅勤務の生産性 (普段の職場での勤務を「100」とした場合の比較)

労働者による評価 (平均60.6)



企業による評価 (平均68.3)



(注) 左図：日本の20-70代男女に対して2020年6月下旬に実施したアンケート調査の結果。(回答数は5,105人(うち雇用者は2,718人))
「あなたがふだん職場で行う仕事の生産性を100とすると、在宅勤務の生産性はどのぐらいですか。」との問いに対する回答結果。

右図：日本の常時従業者50人以上の企業に対して2020年8-9月に実施したアンケート調査の結果。(回答数は1,579社)

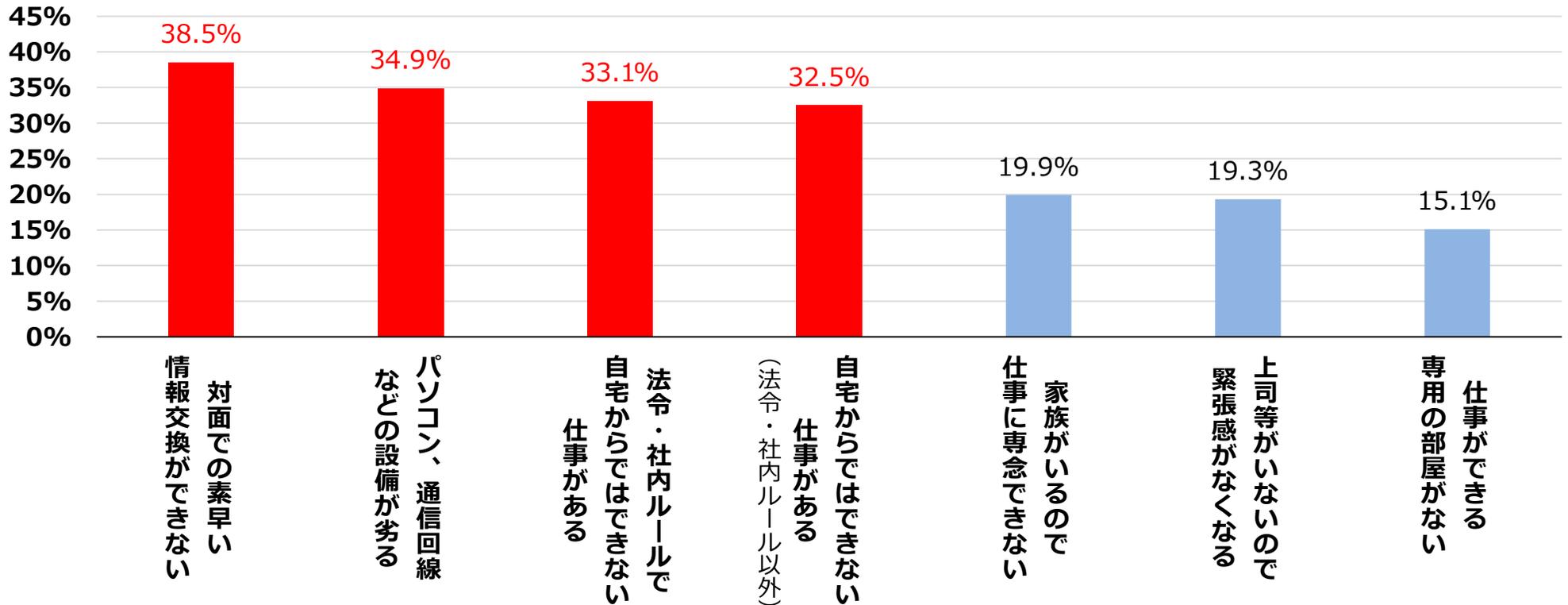
「貴社の従業者がふだん職場で行う仕事の生産性を100としたとき、在宅勤務の生産性を数字で言うとの程度ですか。」との問いに対する回答結果。

(出所) MORIKAWA, Masayuki "Productivity of Working from Home during the COVID-19 Pandemic: Evidence from an Employee Survey" (2020年9月)、森川正之「新型コロナと在宅勤務の生産性：企業サーベイに基づく概観」(2020年10月)を基に作成。

- 在宅勤務の生産性が低くなる要因を問うたところ、対面での素早い情報交換ができない（38.5%）、パソコンや通信回線などの設備が劣る（34.9%）、法令・社内ルールで自宅ではできない仕事がある（33.1%）、法令・社内ルール以外で自宅からではできない仕事がある（32.5%）との回答が多く、社内の働き方改革が進んでいないことによる生産性低下の可能性が高い。

在宅勤務の生産性の低下要因

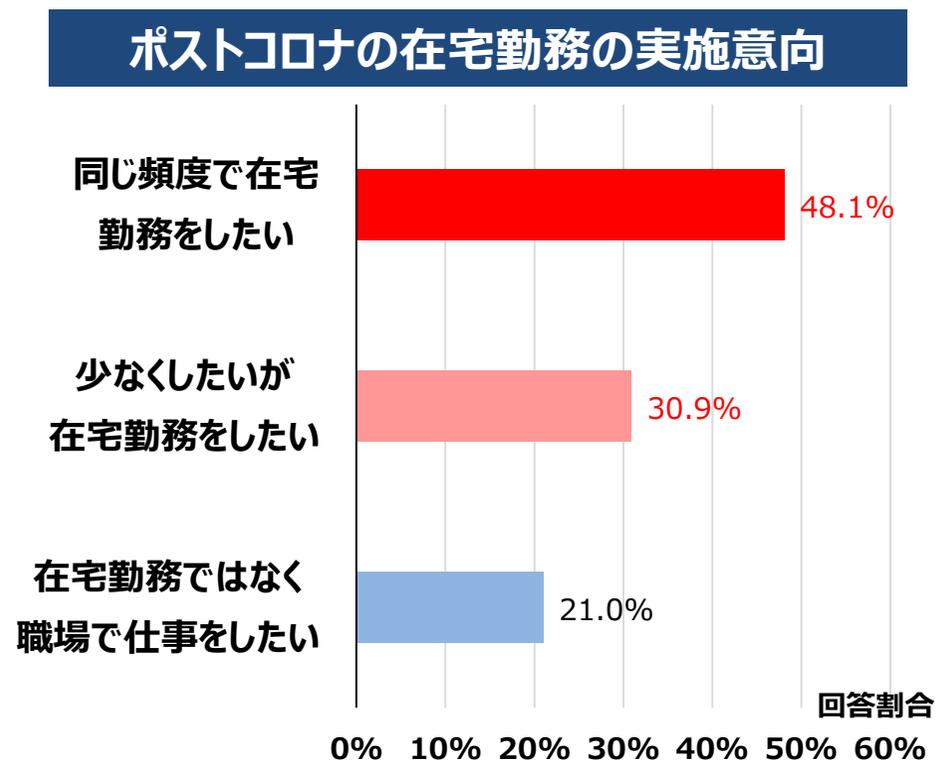
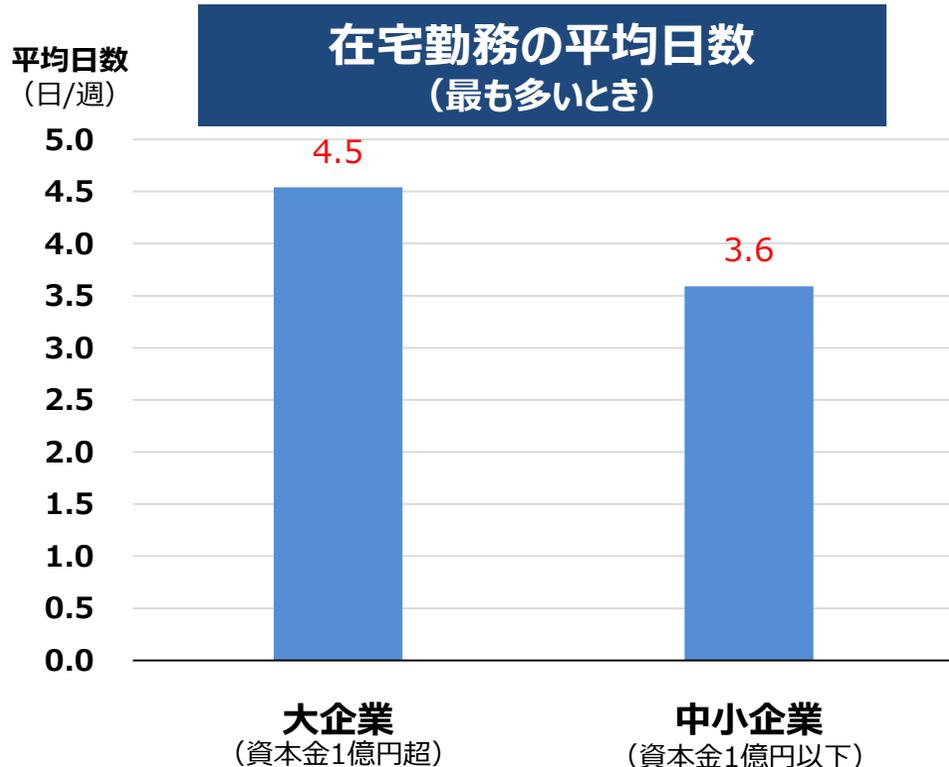
回答割合



(注) 日本の20-70代男女に対して2020年6月下旬に実施したアンケート調査の結果。（回答数は5,105人（うち雇用者は2,718人））
「在宅勤務の生産性を職場よりも低くする要因は何ですか。該当するものを全て選んでください。」との問いに対する回答結果。

(出所) MORIKAWA, Masayuki "Productivity of Working from Home during the COVID-19 Pandemic: Evidence from an Employee Survey" (2020年9月)を基に作成。

- 日本企業に対し、労働者の在宅勤務の平均日数を問うたところ、最も多いときで、大企業（資本金1億円超）は4.5日/週、中小企業（資本金1億円以下）では3.6日/週。
- 在宅勤務を実施した者に対して、ポストコロナにおける在宅勤務の実施意向を問うたところ、「同じ頻度で在宅勤務をしたい」との回答が48.1%、「少ない方が良いが在宅勤務をしたい」との回答が30.9%で、今の働き方のままでは、必ずしも在宅勤務に積極的ではない。



(注) 右図：日本の常時従業員50人以上の企業に対して2020年8-9月に実施したアンケート調査の結果。（回答数は1,579社）

「在宅勤務を行った従業員の在宅勤務日数は、最も多いときで週当たり平均何日程度でしたか」との問いに対する回答結果。

左図：日本の20-70代男女に対して2020年6月下旬に実施したアンケート調査の結果。（回答数は5,105人（うち雇用者は2,718人））

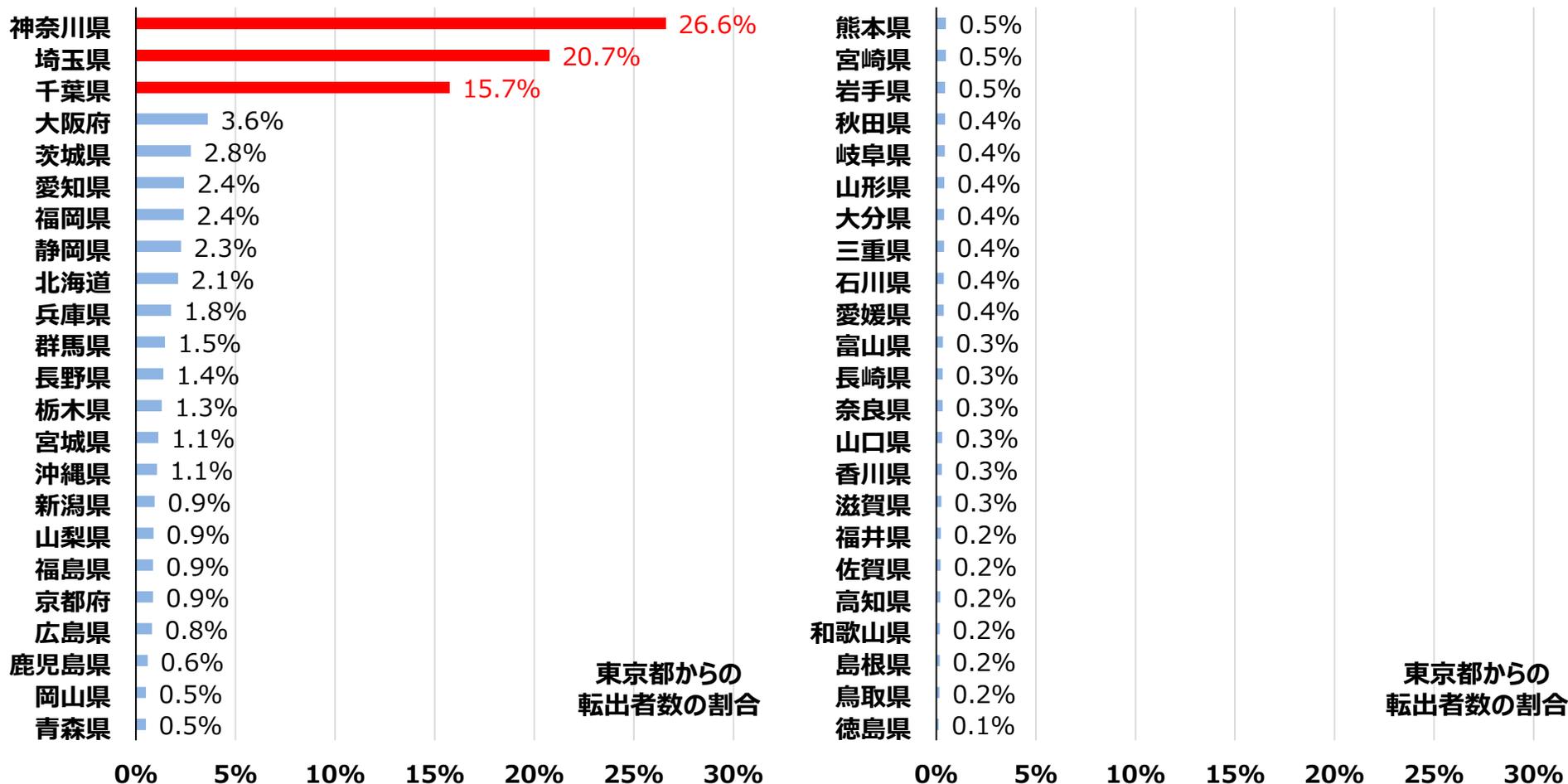
「新型コロナウイルス感染症が終息した後も在宅勤務をしたいと思いますか。」との問いに対する回答結果。

(出所) MORIKAWA, Masayuki “Productivity of Working from Home during the COVID-19 Pandemic: Evidence from an Employee Survey” (2020年9月)、森川正之「新型コロナと在宅勤務の生産性：企業サーベイに基づく概観」(2020年10月)を基に作成。

東京都からの転出先

○ 2020年12月における東京都からの転出先を都道府県別にみると、神奈川26.6%、埼玉20.7%、千葉15.7%と隣接県への転出が多い（「ドーナツ現象」）。

東京都からの転出者数の都道府県別割合 (2020年12月)



(出所) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」(2021年1月29日公表)を基に作成。

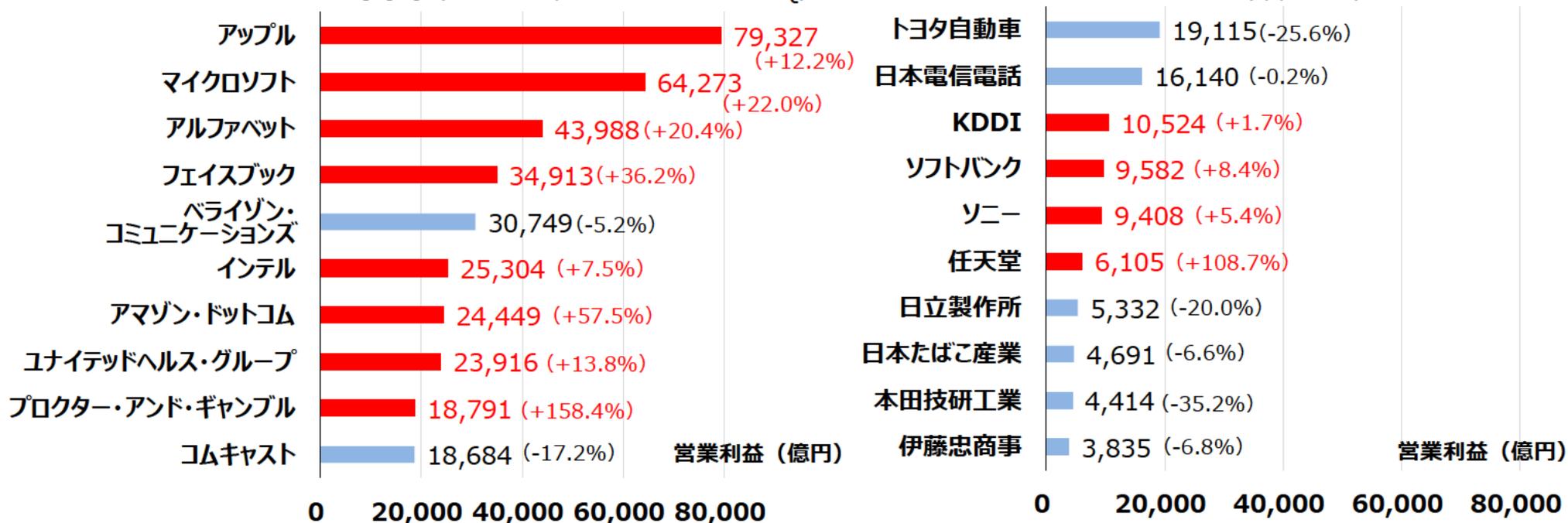
日米の上場企業の営業利益の変化

- 米国の上場企業の営業利益上位10社について、2020年の営業利益を見ると、アップル、マイクロソフト、アルファベット（グーグルの持株会社）、フェイスブック、インテル、アマゾン、ユナイテッドヘルス（医療保険会社）、P&Gの8社は、前年より営業利益が増加。
- 日本の上場企業の営業利益上位10社について、2020年の営業利益を見ると、KDDI、ソフトバンク、ソニー、任天堂の4社は、前年より営業利益が増加。

2020年の日米上場企業の営業利益（上位10社）

米国（ニューヨーク証券取引所、NASDAQ）

日本（東証一部）

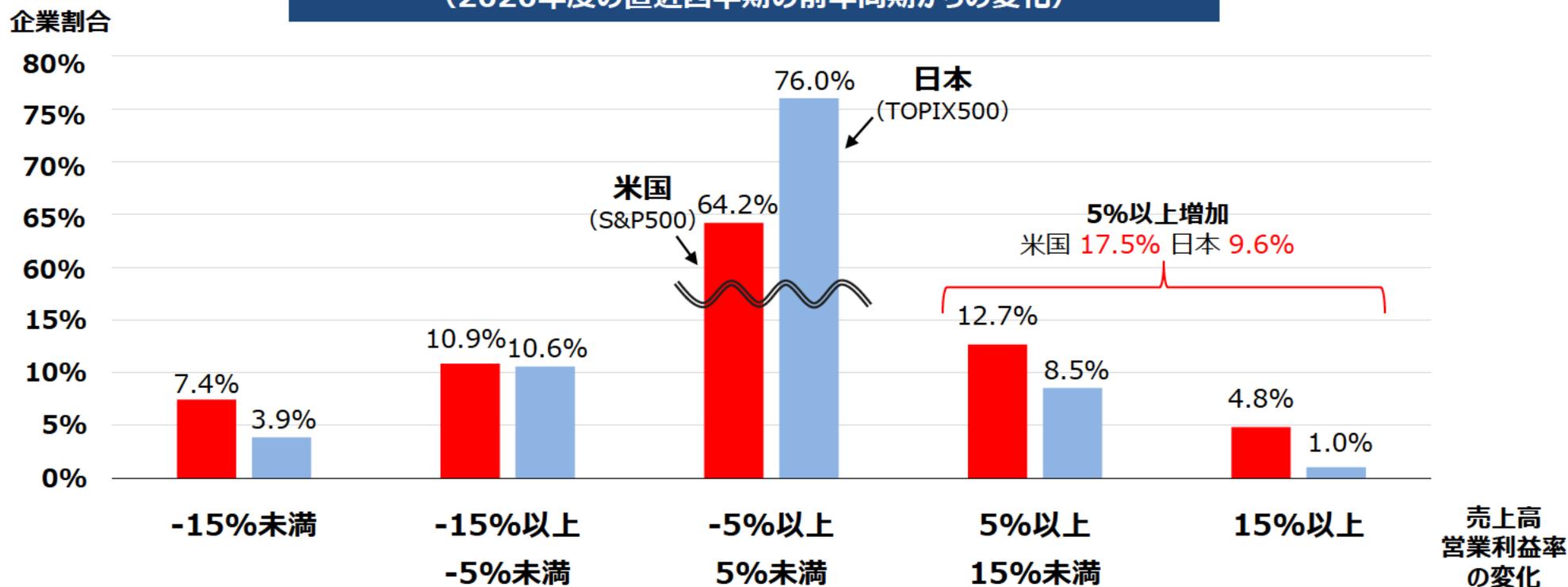


(注) 2021年2月10日時点で取得可能なデータ（連結ベース）に基づき作成。営業利益が決算書上公表されていない企業（金融・保険、持株会社等）を除く。米国の営業利益の円換算額は、2020年平均レート（1ドル=106.8円）で換算。前年比はドルベースの前年比。

(出所) 日経NEEDS、Bloombergを基に作成。

- 日米の上場企業の利益率について、直近四半期の前年からの変化を見ると、5%以上利益率が向上した企業の割合は、日本企業では9.6%であるのに対し、米国企業では17.5%。
- いずれにせよ、左右対称に近く、利益率が向上している企業も多い。

日米の上場企業の売上高営業利益率の変化の分布 (2020年度の直近四半期の前年同期からの変化)

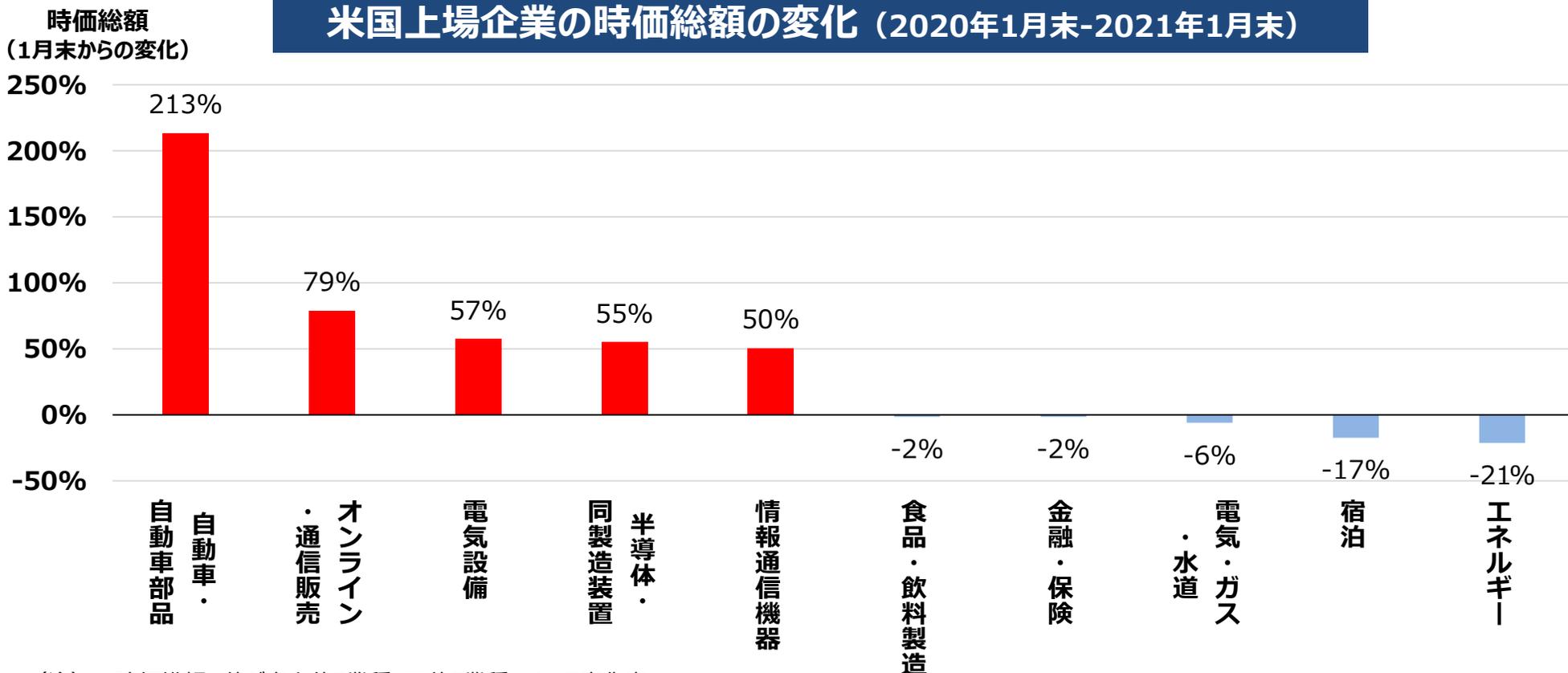


(注) TOPIX500：東証1部上場企業のうち、株式売買量や時価総額が大きい上位500社で構成する区分
 S&P500：米国証券取引所（ニューヨーク証券取引所、NASDAQ等）上場企業のうち、株式売買量や時価総額が大きい上位500社で構成する区分
 2020年1月末時点の構成銘柄のうちデータ取得可能なサンプルを集計（日本：492社、米国：497社）。直近四半期：2021年1月末時点で入手可能な売上高営業利益率（うち、2020年7-9月期は日本309社、米国271社、2020年10-12月期は日本150社、米国は167社）

(出所) Bloombergを基に作成。

- 米国の上場企業の時価総額は、2020年1月末から2021年1月末にかけて、自動車・自動車部品（+213%）、オンライン・通信販売（+79%）、電気設備（+57%）、半導体・同製造装置（+55%）、情報通信機器（+50%）で増加。
- 一方、エネルギー（▲21%）、宿泊（▲17%）、電気・ガス・水道（▲6%）、金融・保険（▲2%）、食品・飲料製造（▲2%）で減少。

米国上場企業の時価総額の変化（2020年1月末-2021年1月末）

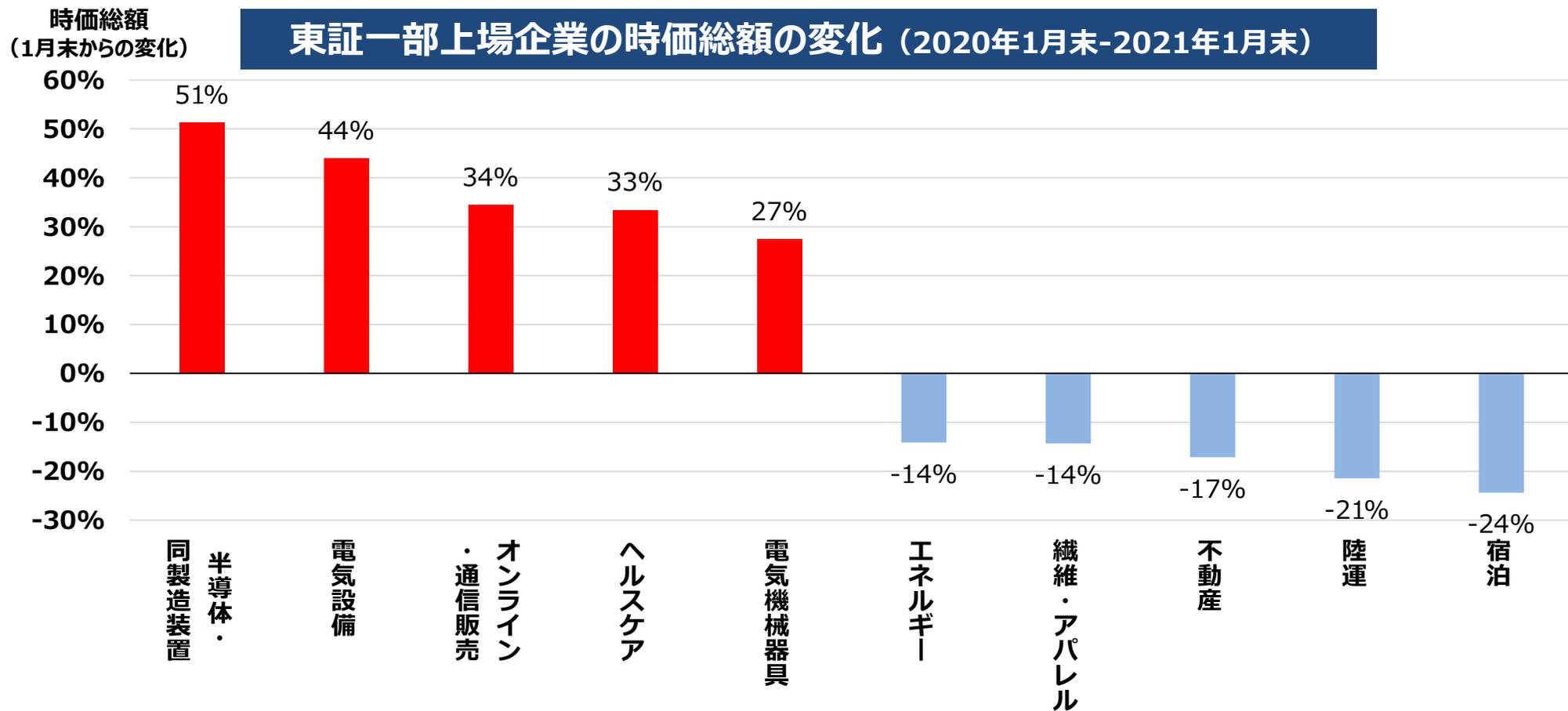


(注) 時価総額の伸び率上位5業種と下位5業種における変化率。

アルファベット（グーグルの持株会社）、フェイスブック、マイクロソフトは「情報通信」、アップルは「情報通信機器」、アマゾン「オンライン・通信販売」、テスラは「自動車・自動車部品」に属している。

(出所) Bloombergを基に作成。

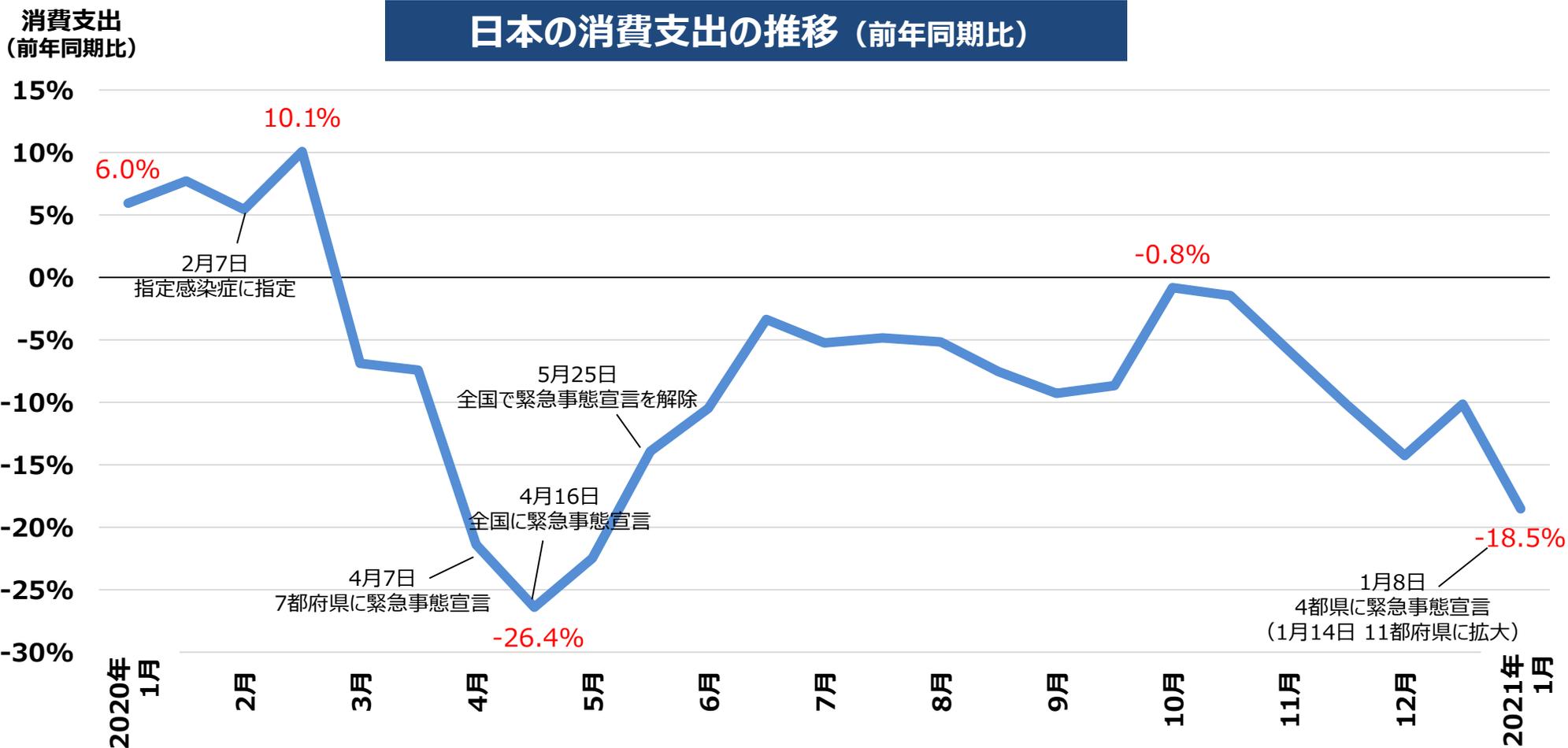
- 日本の上場企業の時価総額は、2020年1月末から2021年1月末にかけて、半導体・同製造装置（+51%）、電気設備（+44%）、オンライン・通信販売（+34%）、ヘルスケア（+33%）、電気機械器具（+27%）で増加。
- 一方、宿泊（▲24%）、陸運（▲21%）、不動産（▲17%）、繊維・アパレル（▲14%）、エネルギー（▲14%）で減少。



(注) 時価総額の伸び率上位5業種と下位5業種における変化率。

(出所) Bloombergを基に作成。

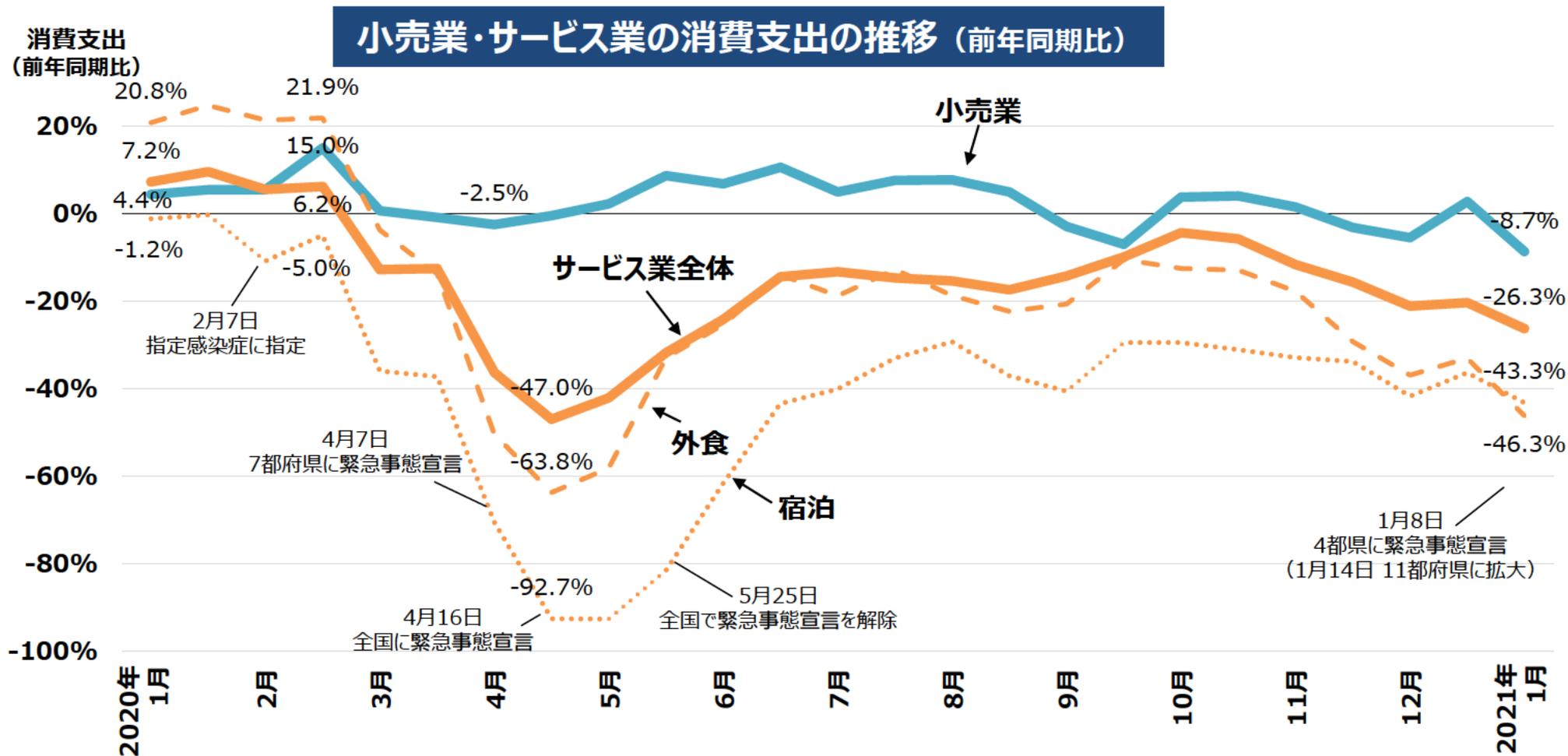
○ 日本のクレジットカードの購買データによると、日本の消費支出は、2020年4月後半に前年同期比で▲26.4%まで減少した後、10月前半に▲0.8%まで回復したが、2021年1月前半には▲18.5%に減少。



(注) 日本各地のJCBグループカード会員から、無作為抽出した100万会員のクレジットカード決済データを活用して作成した消費指数。1人当たり消費金額の変化と消費者数の変化の双方を織り込んだ数値。

(出所) 株式会社ナウキャスト、株式会社ジェーシービー「JCB消費NOW」を基に作成。

○ サービス業の消費支出の減少幅が大きく、特に宿泊と飲食が顕著。



(注) 日本各地のJCBグループカード会員から、無作為抽出した100万会員のクレジットカード決済データを活用して作成した消費指数。

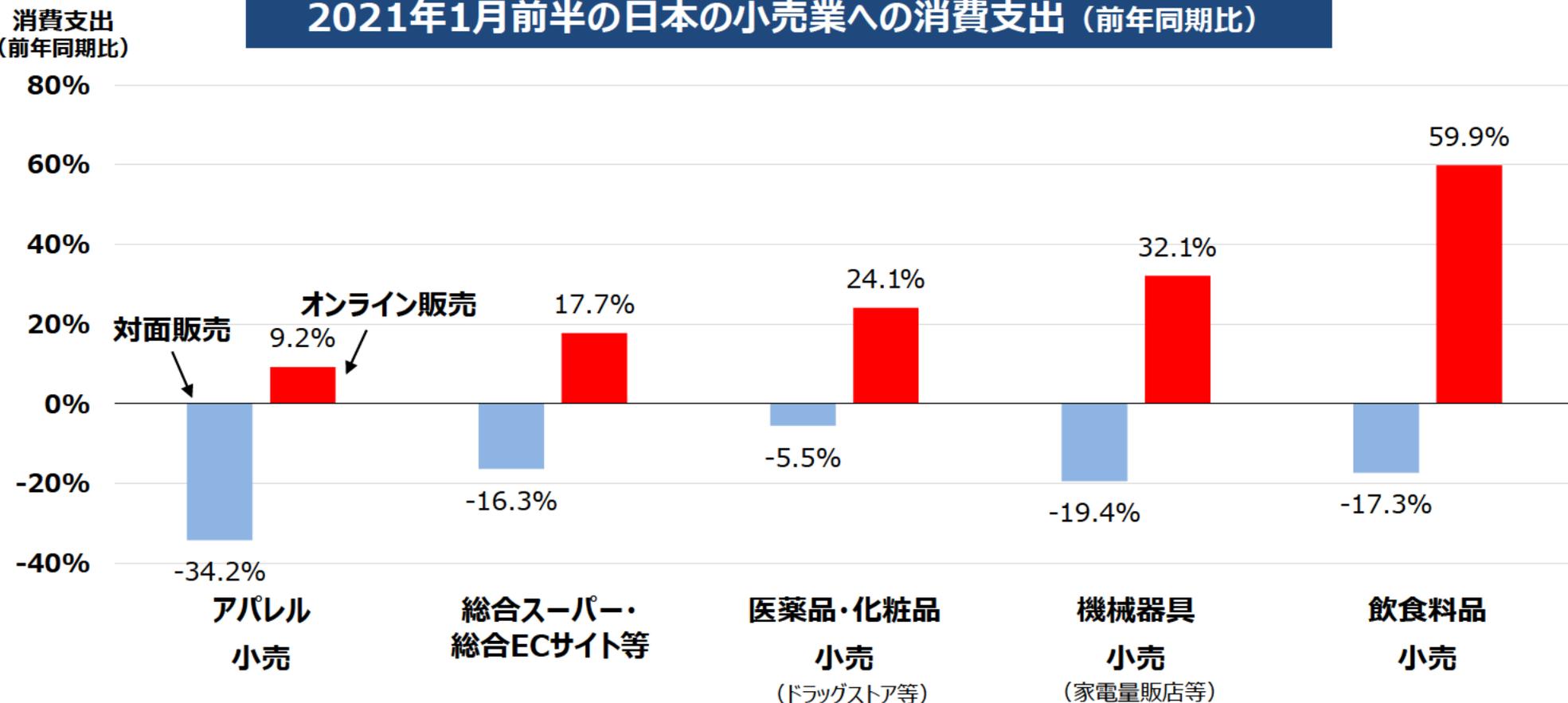
サービス業： 飲食、宿泊、旅行、医療、通信、交通、娯楽、コンテンツ配信など

1人当たり消費金額の変化と消費者数の変化の双方を織り込んだ数値。

(出所) 株式会社ナウキャスト、株式会社ジェーシービー「JCB消費NOW」を基に作成。

- 日本の対面販売は、全ての小売業において減少（前年同期比）。
- オンライン販売は、アパレル（+9.2%）、総合ECサイト等（+17.7%）、医薬品・化粧品（+24.1%）、機械器具（+32.1%）、飲食料品（+59.9%）と全ての小売業において増加（前年同期比）。

2021年1月前半の日本の小売業への消費支出（前年同期比）

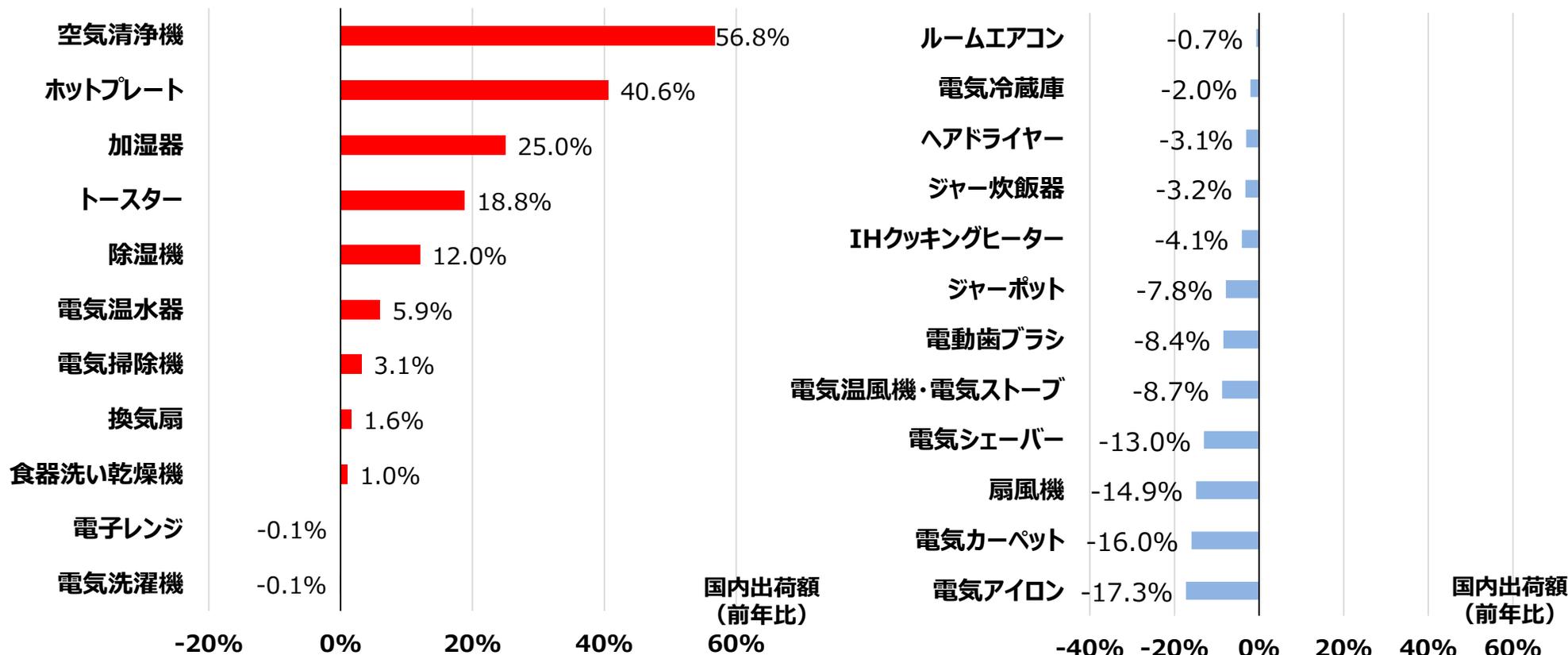


(注) 日本各地のJCBグループカード会員から、無作為抽出した100万会員のクレジットカード決済データを活用して作成した消費指数。1人当たり消費金額の変化と消費者数の変化の双方を織り込んだ数値。

(出所) 株式会社ナウキャスト、株式会社ジェーシービー「JCB消費NOW」を基に作成。

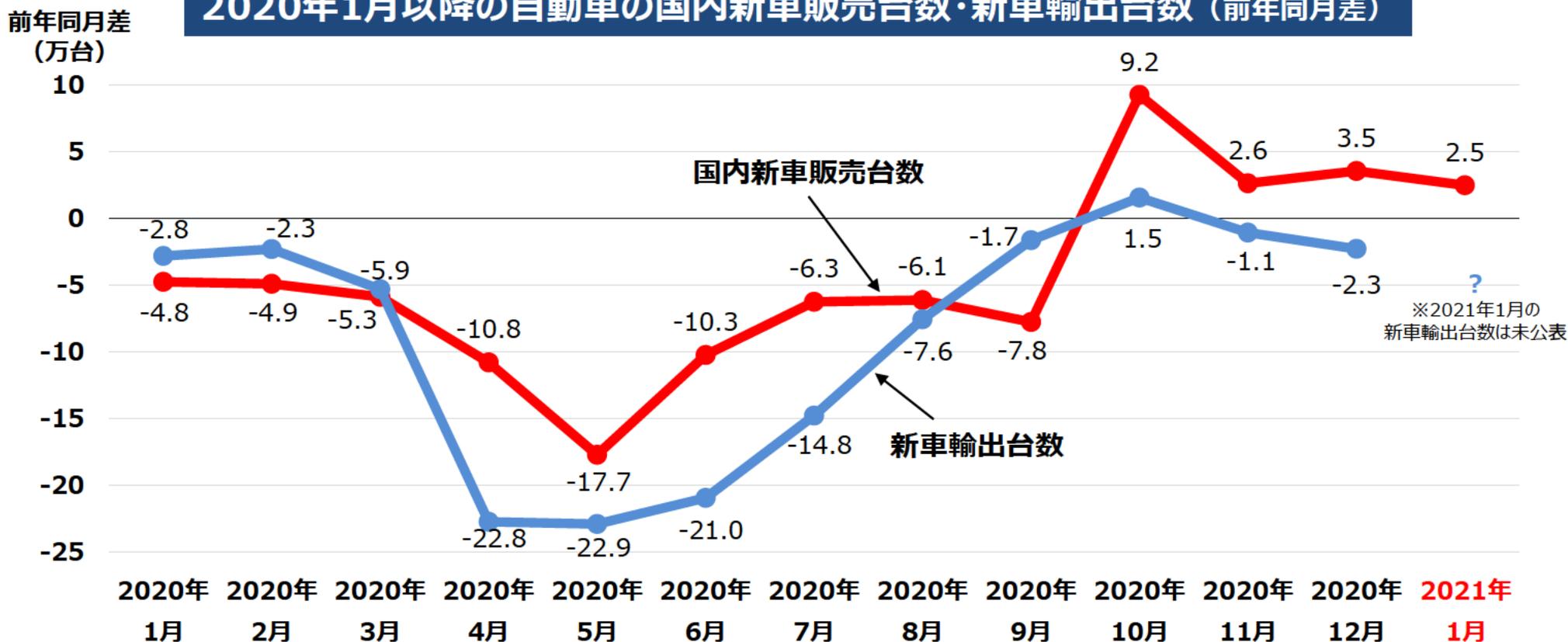
- 白物家電の国内出荷額は、空気清浄機（+56.8%）、ホットプレート（+40.6%）、加湿器（+25.0%）、トースター（+18.8%）、除湿器（+12.0%）、電気温水器（+5.9%）、電気掃除機（+3.1%）、換気扇（+1.6%）、食器洗い乾燥機（+1.0%）が増加。

2020年の白物家電の国内出荷額（2019年との差額）



- 国内新車販売台数は、2020年10月に前年同月と比べてプラスに転じ、1月まで前年同月プラスを維持。
- 新車輸出台数は、2020年10月に前年同月と比べてプラスに転じたが、その後横ばい。

2020年1月以降の自動車の国内新車販売台数・新車輸出台数（前年同月差）



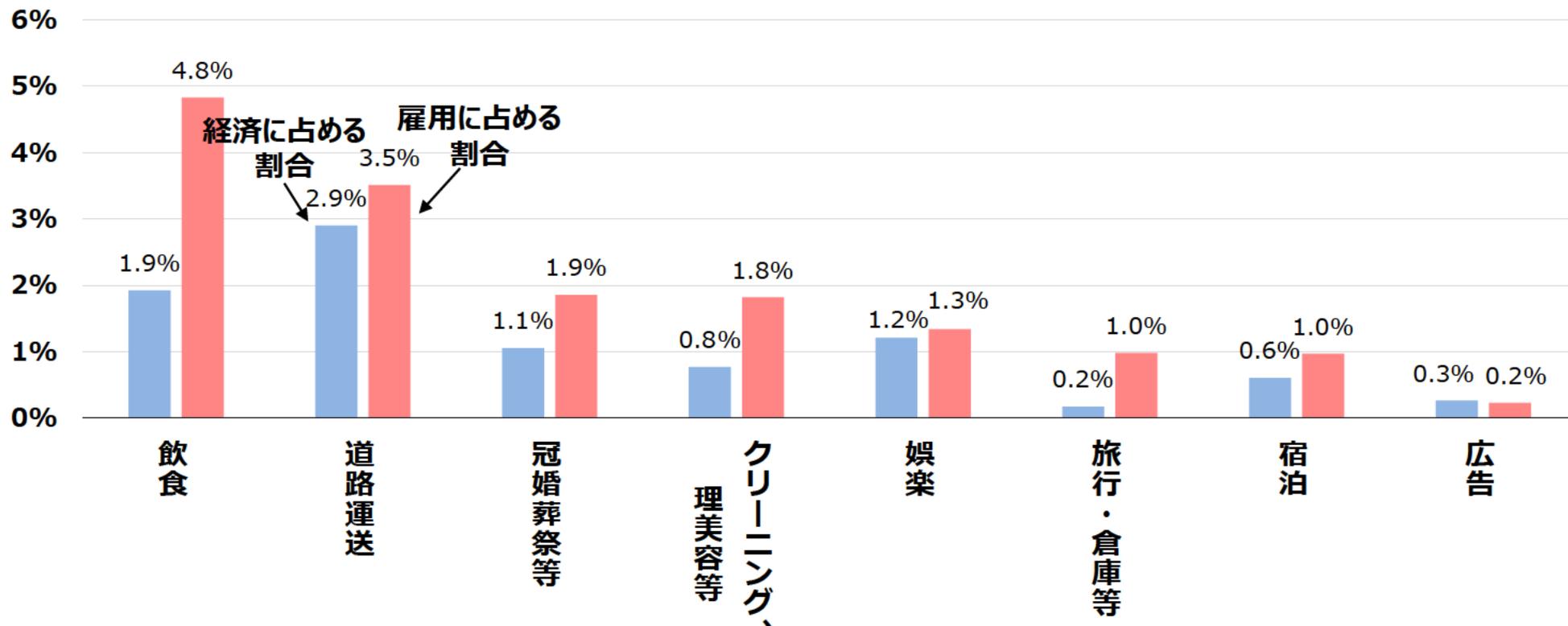
(注) 普通乗用車、小型乗用車、軽乗用車、貨物車の合計。

(出所) 一般社団法人 日本自動車販売協会連合会「新車・月別販売台数（登録車）」（2021年2月1日）、一般社団法人 全国軽自動車協会連合会「軽四輪車 新車販売台数」（2021年2月15日）、一般社団法人 日本自動車工業会データベースを基に作成。

- 飲食、道路運送、冠婚葬祭等、クリーニング・理美容等、娯楽、旅行・倉庫等といった業種は、経済（GDP）に占める割合よりも、雇用に占める割合が高く、労働集約的な業種。雇用の問題が大きい。これらの業種については、失業なき労働移動への対応が必要。

経済・雇用に
占める割合

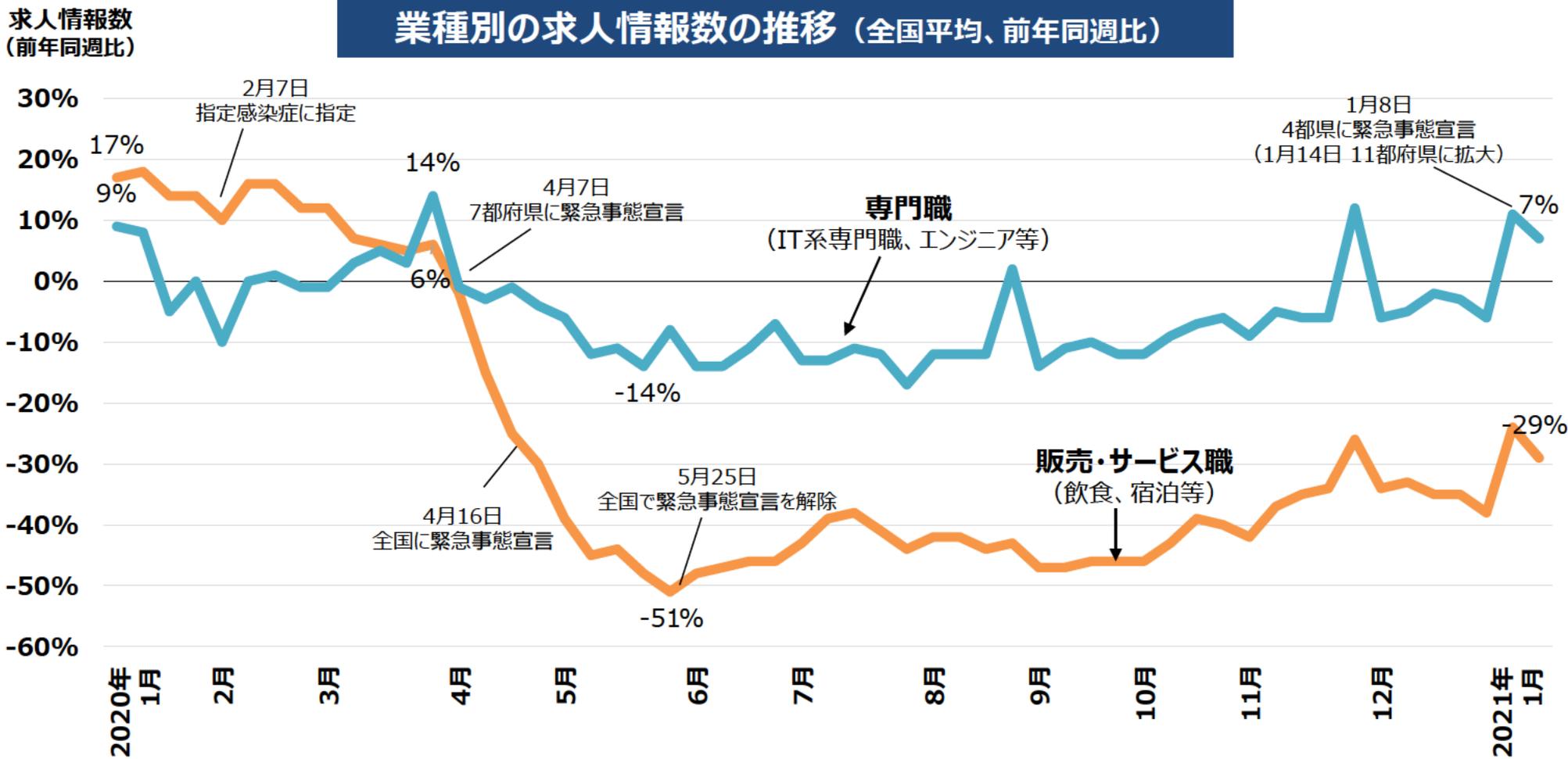
売上が減少した業種が経済・雇用における割合（2015年）



(注) 各業種の名目付加価値と従業者数がそれぞれ全体の数字に対して占める割合。
 冠婚葬祭等：火葬業、墓地管理業、葬儀業、結婚式場業、結婚相談業、写真業、学習塾、スポーツ・健康教授業、修理業、家事サービス業など
 クリーニング、理美容等：洗濯業、洗濯物取次業、理容業、美容業、公衆浴場行、エステティック業など
 旅行、倉庫等：旅行業、旅行業者代理業、運送代理店、倉庫業、梱包業など

(出所) 経済産業研究所「JIPデータベース2018」を基に作成。

○ 求人情報数の推移を見ると、専門職（IT系専門職、エンジニア等）と比較して、販売・サービス職（飲食、宿泊等）の減少幅が大きい。



(注) ゴーリスト社が求人情報サイト（タウンワーク、バイトル、ハローワーク、マイナビ、リクナビNEXT等）から収集した求人情報数を集計したもの。

販売・サービス職：飲食、販売・接客、ファッション、宿泊、ブライダル、美容、アミューズメントなど

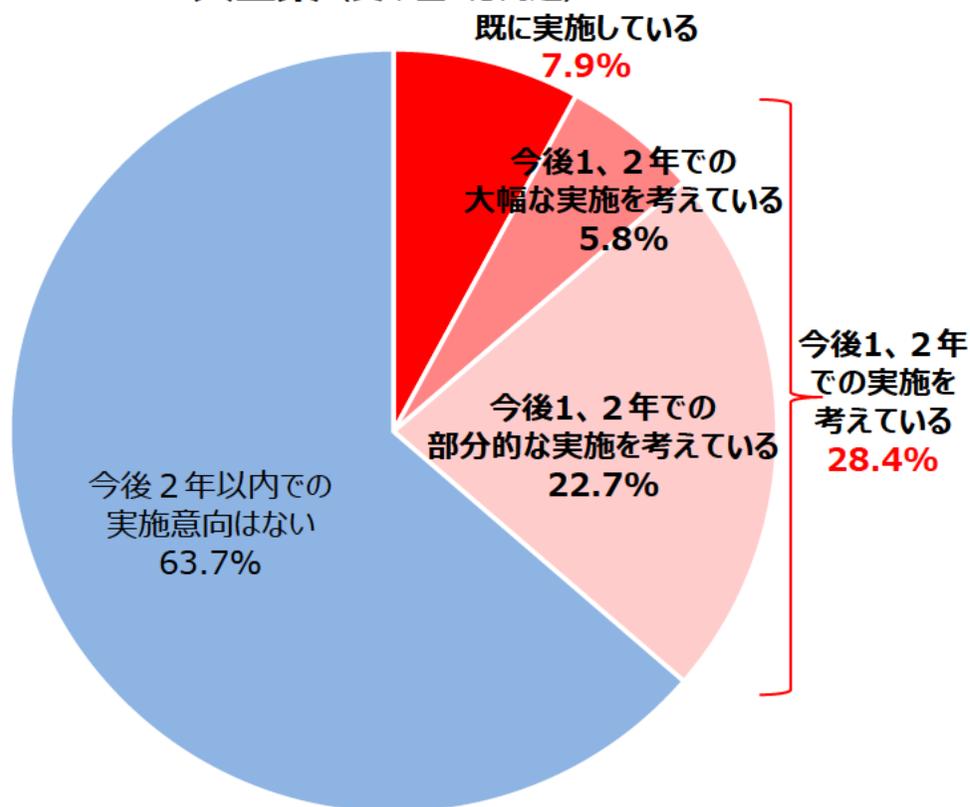
専門職：IT系専門職、クリエイティブ職、エンジニア、医療・医薬・福祉、教育・語学など

(出所) 内閣府 地方創生推進室 ビッグデータチーム「V-RESAS」（元データは株式会社ゴーリスト「HRogリストforアカデミア」）を基に作成。

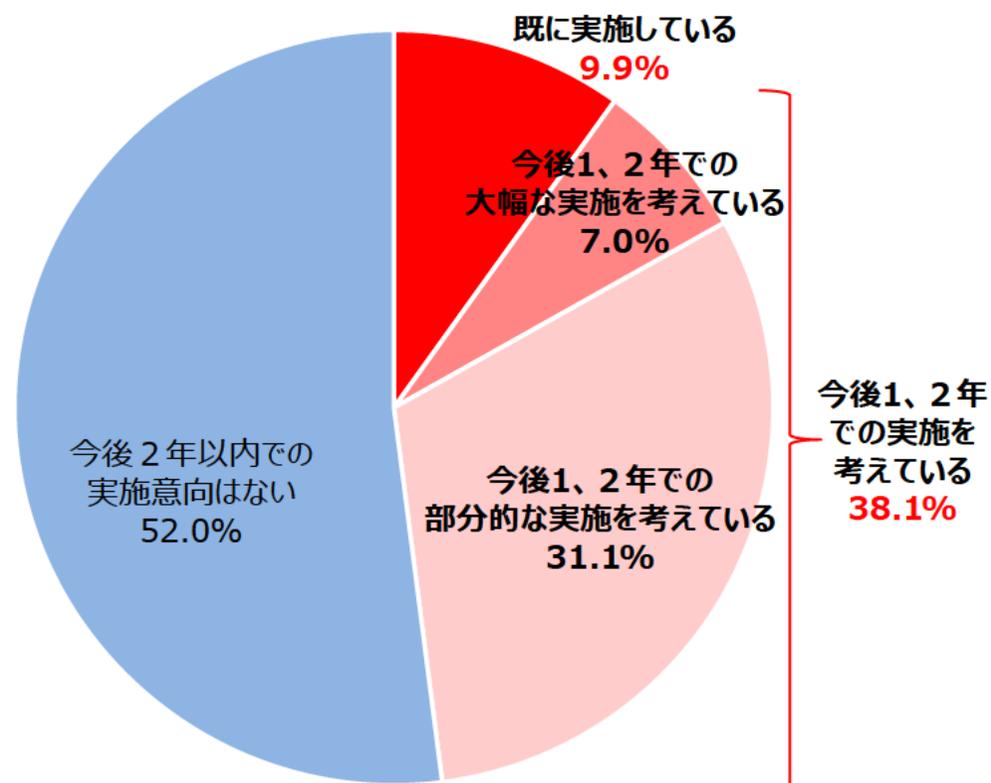
- 感染拡大をきっかけに既に事業再構築を実施した企業の割合は、大企業で7.9%、中小企業で9.9%であり、構造変化が起きることを考えると、まだ少ない。
- 今後1、2年で事業再構築の実施を考えている企業の割合は、大企業で28.4%、中小企業で38.1%。

事業再構築を検討・実施する企業の割合

大企業 (資本金1億円超)



中小企業 (資本金1億円以下)



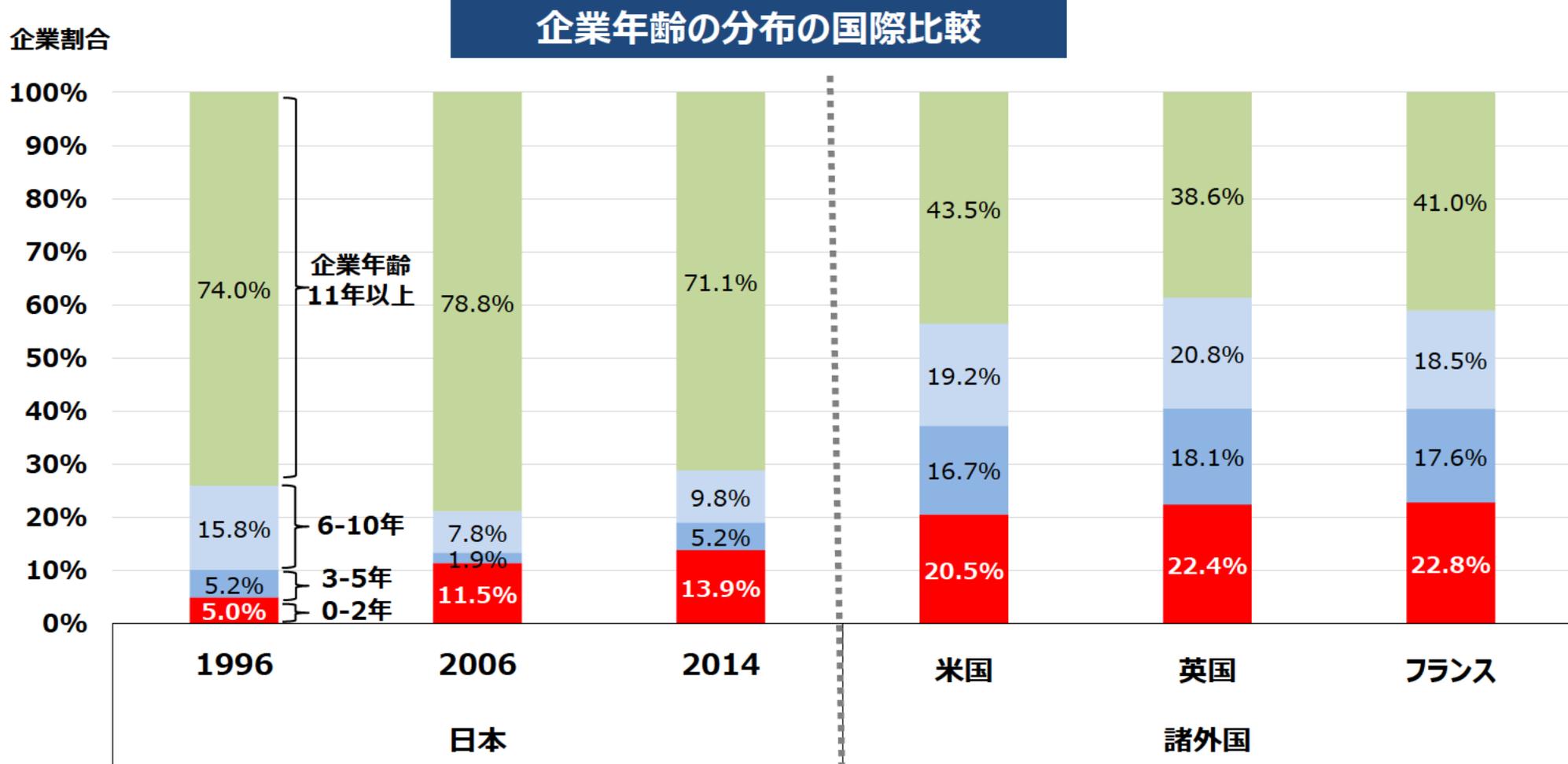
(注) 全国の大企業、中小企業を対象としたアンケート調査 (2021年1月5日-14日にインターネットでアンケートを実施)。
 「2020年度3次補正予算で、「事業再構築補助金」が措置されましたが、今後の事業再構築 (新分野展開、業態転換、事業・業種転換、事業再編など) のご意向は次のうちどれですか?」との質問に対する回答割合 (回答数 8,508社)
 (出所) 東京商工リサーチ「第12回新型コロナウイルスに関するアンケート調査」(2021年1月22日公表) を基に作成。

分野	業態	事業再構築の事例
飲食	酒場・ビヤホール 中華料理店 焼肉店 専門料理店	お取り寄せのネット通販の導入 ネット通販の実施 テイクアウト、デリバリー、通販 ゴーストレストラン(注)実店舗を持たずデリバリーやテイクアウトに特化した飲食店
娯楽	フィットネスクラブ フィットネスクラブ	既存事業のオンラインによる商品化 ウェブ事業、保育事業への参入
生活関連サービス	美容 結婚式場	ECビジネスの拡充 抗菌事業への参入
宿泊	旅館・ホテル	テイクアウト商品の開発
アパレル小売	婦人服小売	実店舗からEC店舗に重点を置く
広告	広告	自社ビルの一部をレンタル空間にリニューアル

(注) 全国の大企業、中小企業を対象としたアンケート調査（2021年1月5日-14日にインターネットでアンケートを実施）。
「具体的にどのような事業再構築を行っている、または考えていますか？」との質問への回答。

(出所) 東京商工リサーチ「第12回新型コロナウイルスに関するアンケート調査」（2021年1月22日公表）を基に作成。

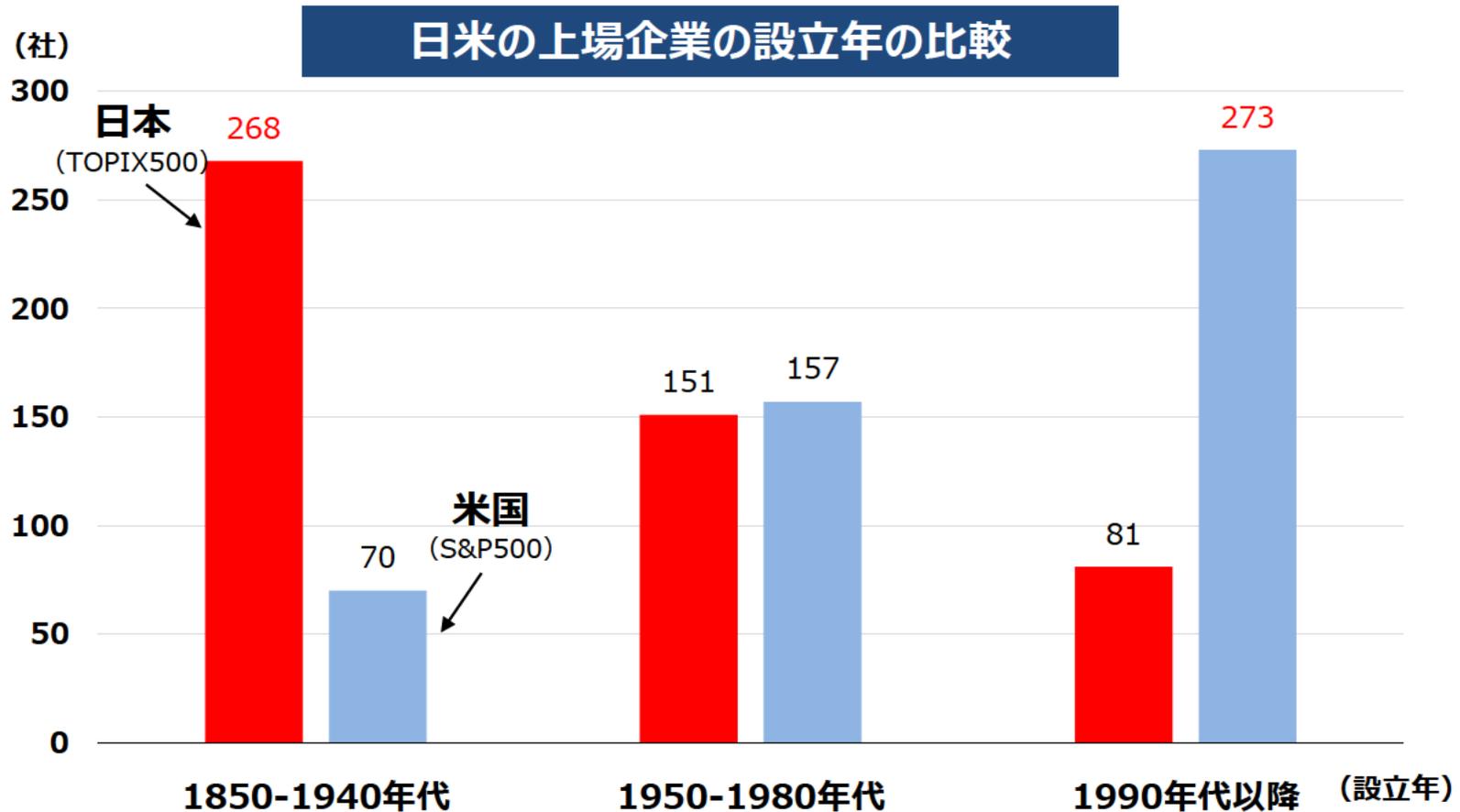
○ 企業年齢0-2年の企業が企業全体に占める割合を見ると、日本は近年増加傾向にあるものの、2014年に13.9%に留まっており、米国（20.5%）、英国（22.4%）、フランス（22.8%）に比べて低い。



(注) 対象は従業員50人未満の企業。英国・米国は2001-2011年の数値の年平均。フランスは2001-2007年の数値の年平均。

(出所) 池内健太、伊藤恵子、深尾京司、権赫旭「日本における雇用と生産性のダイナミクス：OECD Dynemp/MultiProdプロジェクトへの貢献と国際比較」, RIETI Discussion Paper (2019年11月) を基に作成。

- 日本の上場企業は、1850-1940年代に設立された企業が268社と最も多く、1990年代以降に設立された企業は81社に留まるのに対し、米国の上場企業は、1990年代以降に設立された企業が273社と最も多い。
- 日本の場合、近年の上場企業の登場の停滞が確認される。

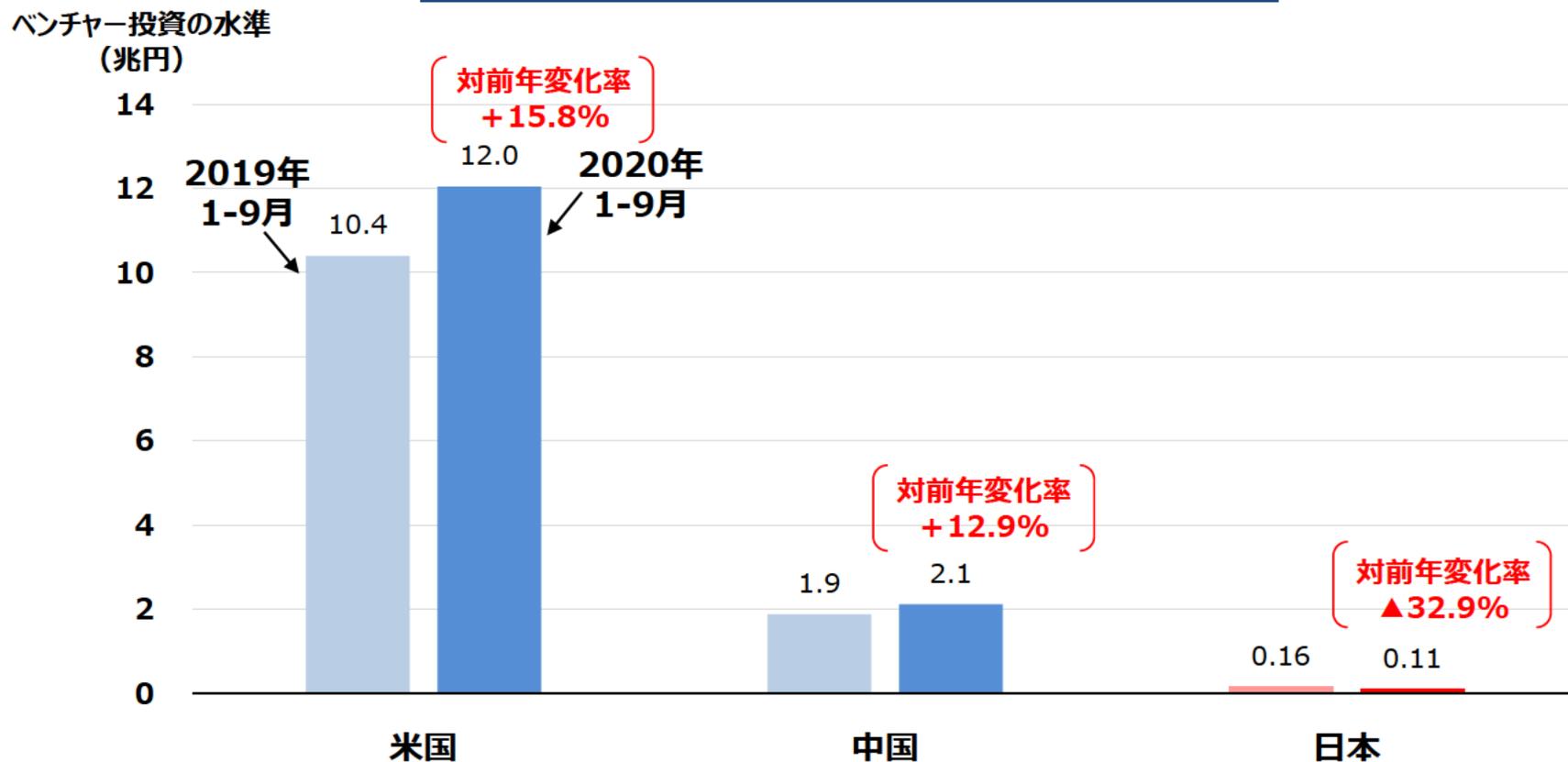


(注) TOPIX500：東証1部上場企業のうち、株式売買量や時価総額が大きい上位500社で構成する区分
 S&P500：米国証券取引所（ニューヨーク証券取引所、NASDAQ等）上場企業のうち、株式売買量や時価総額が大きい上位500社で構成する区分
 2020年3月末時点の構成銘柄。

(出所) Bloombergを基に作成。

- 2020年1-9月のベンチャーキャピタルの投資額を見ると、日本は依然として投資額が小さいことに加え、米国や中国は、コロナ禍の中でも、前年同期と比べて投資額が増加しているのに対し、日本は減少。

2020年の国内ベンチャー投資の国際比較



(注) 米国の元データはNational Venture Capital Association“Venture Monitor Q3 2020”、中国の元データはZero2IPO“2020 年前三季度中国股权投资市场回顾与展望”。2020年1-9月の平均為替レートで円換算（1ドル=107.53円、1人民元=15.37円）。

(出所) 一般財団法人ベンチャーエンタープライズセンター「2020年1～9月のベンチャー投資動向 日本・米国・中国との比較」（2020年12月22日）を基に作成。