

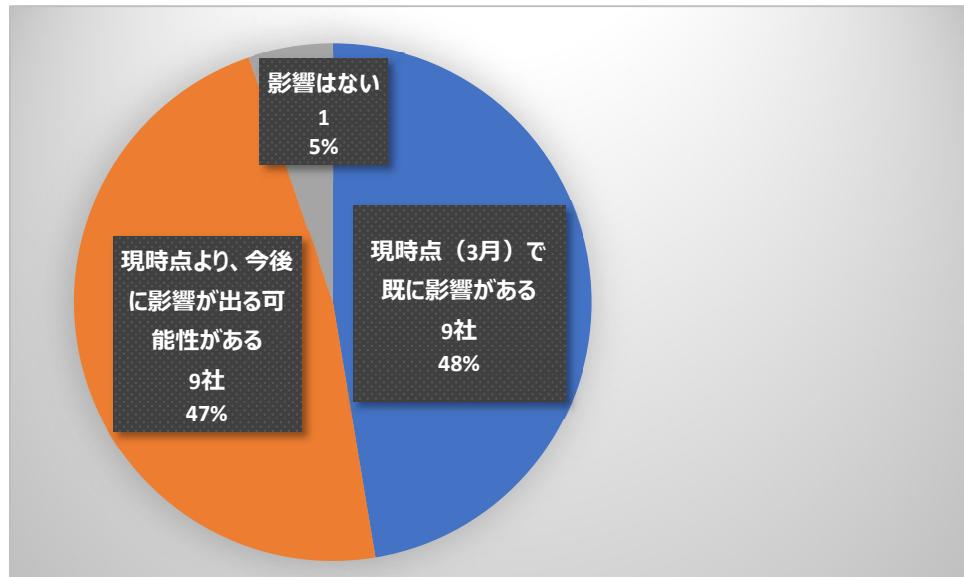
新型コロナウイルスと経営に関するアンケート

実施期間：2020年3月16日(月)～3月23日(月)【連休を挟み実質5日】

対象社：当協会加盟者のうち広告制作に関わる104社

回答数：20社（回収率：19.2%）※無記名方式

1. 新型コロナウイルスは、貴社の経営的な側面に影響を及ぼしているか？



(回答数：19)

2. 1で「現時点で影響がある」とお答えになった方にお聞きします。その具体的な内容をお聞かせください。

- 海外案件の延期あるいは中止。
- 技術系イベントの開催が取りやめになり、関連ツールがなくなった。
- 飲食系企業が業績不振で、新事業に本腰を入れられなくなった。
- 中国生産の新製品のパッケージ用撮影が延期。
- 大学のオープンキャンパスが中止になったため、広報ツールの制作が中止。
- 公共交通機関の仕事を受注しているが、仕事が激減。
- 担当している展覧会の延期／イベントの中止／ロケの見送りなど
- イベントの中止により大判インクジェットプリントが大幅受注減。
- 屋外広告の減少。イベント・展示会中止による造作・印刷物の中止。春需要商品の広告縮小。
- 得意先である通販会社、メーカーにおいて、商品調達に遅れが出始めている。
- 中国向けインバウンド施策（SNSプロモーション、WEBサイトやパンフレットの制作など）の延期・中止延期になったものは、再開の目処が立っていない。

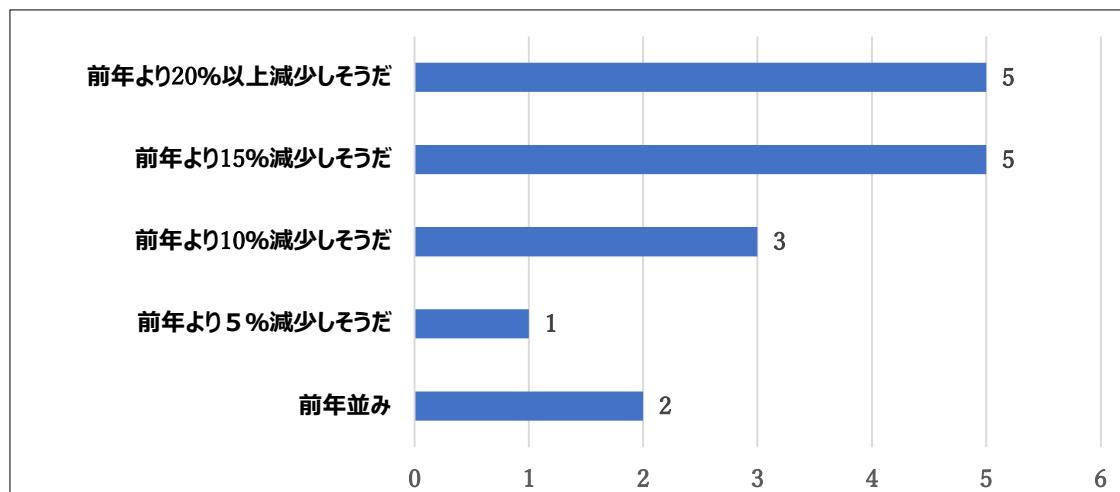
- 観光に関わる集客施策が延期
- 百貨店宣伝費削減に伴い、各種影響がある
- イベント関連パンフレット、グッズデザイン中止及びお延期数社
- プロ野球開幕延期により4月発刊雑誌延期
- Jリーグ開幕延期によりプログラム5号分延期
- ヨーロッパサッカー関連雑誌2冊延期
- 旅行（海外・国内）関連の記事中止でページ削減の雑誌、または延期のパンフ数種類
- アジア圏での販促制作物の納期遅延、国内イベントの中止・延期など。

3. 1で今後に影響が出る可能性があるとお答えになった方にお聞きします。どのような影響が想定できるか、具体的にお聞かせください。

- 夏～秋のイベント関係ツール（イベント告知ツール、当日の看板関係、来場者向け配布ツールの受注が不透明。
- 4月から動き出す予定のオリンピック、パラリンピック関連の案件が今後の動向次第で延期になる可能性があります。
- クライアントの業績次第では販促予算を抑える可能性が出てくる
- オリンピック開催の延期・中止になると需要落ち込み。
- 各種イベントやキャンペーンなどの中止や延期などがあり受注量が減少。
- 現在も進行が足踏み状態。また、スチール撮影の規模縮小に伴う制作費の削減が懸念される。
- 日本全体の産業・経済の下振れが、広告関連予算の縮小につながると思われる。
- 次々にイベントが中止になっている。広告制作なので、発注の時差があるので現時点の発注止めはないが、今後は十分考えられる。
- 来年度に関しての定例会議などがクライアントの社内ルールで行えないものが多いため、4～6月頃の案件の多くがリスクになる可能性あり。その他、3月の案件頓挫の分は支払いがあったが、今後も継続的に予算が確保されるかは不透明。売上の厳しい部署の補填に予算が回される可能性が高いと先方より伺っている。
- クライアントの企業活動にすでに影響（事業の自粛など）が出ており、来年度（4月以降）の発注額の落ち込みが予想される。
- 五輪関連冊子（6・7月刊行 120P）未定
- 5月から発刊予定の雑誌が秋まで延期

このまま長びけば、飲食関係（情報誌、食材カタログ等）に影響が出てくると損害大！！

4. 今後 3 カ月（3 月～5 月）の売上は、前年を 100 として、どのような予想をお持ちでしょうか



(回答数 : 16)

5. 過去の売上との比較について

当初過去 2 年のデータを求めましたが、追加で更に 1 年分のデータを求めましたので下記のように 2 つのデータグループとなりました。各月の数字は各社の売上高を合算した数値を入れています。会社規模等により売上金額の差はありますが、対前年同月の比率にて傾向を把握します。

◇ 3 年分データ提出グループ

(単位 : 千円)

過去3年売上 データ提出 グループ (8社合計)		1月		2月		12月	
		売上高	対前年 同月比	売上高	対前年 同月比	売上高	対前年 同月比
2017年	平成29年					10,314,609	
2018年	平成30年	5,577,665		6,272,413		11,163,035	108.2%
2019年	平成31年/令和元年	6,052,169	108.5%	7,219,260	115.1%	9,916,958	88.8%
2020年	令和二年	5,368,937	88.7%	6,115,633	84.7%		

◇ 2 年分データ提出グループ

(単位 : 千円)

過去2年売上 データ提出 グループ (6社合計)		1月		2月		12月	
		売上高	対前年 同月比	売上高	対前年 同月比	売上高	対前年 同月比
2018年	平成30年					197,317	
2019年	平成31年/令和元年	164,795		178,806		254,825	129.1%
2020年	令和二年	288,862	175.3%	166,759	93.3%		

◇ 上記 2 グループの合算（比較出来る過去 2 年での検証）

14 社合計

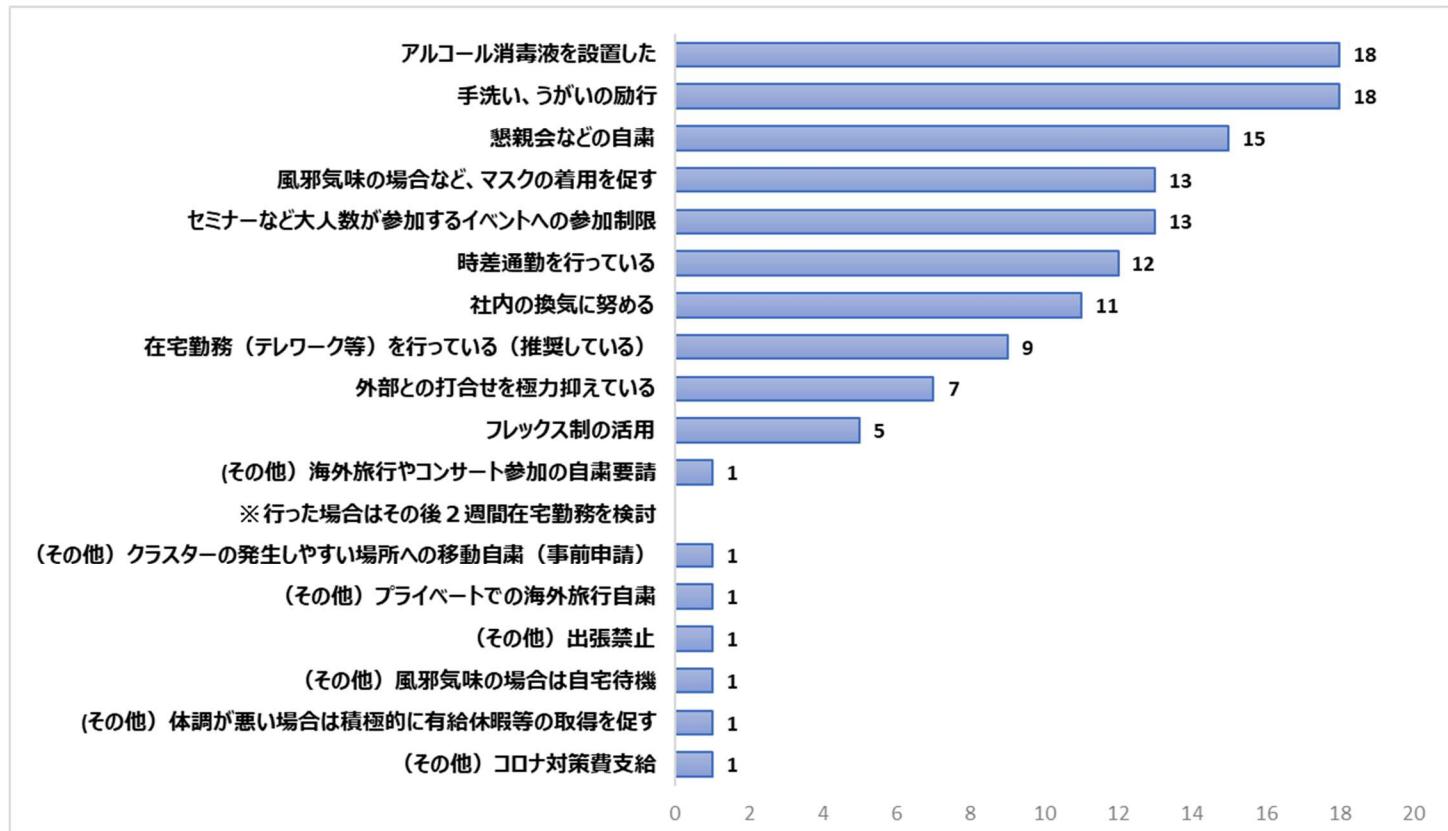
(単位 : 千円)

上記14社合算 比較の出来る 2018年12月 以降データでの 検証	2018年	1月		2月		12月	
		売上高	対前年 同月比	売上高	対前年 同月比	売上高	対前年 同月比
	平成30年					11,360,352	
	平成31年/令和元年	6,216,964		7,398,066		10,171,783	89.5%
	令和二年	5,657,799	91.0%	6,282,392	84.9%		

2020 年 2 月の売上では、14 社中 7 社が前年同月を下回っており、7 社の内訳を見ると前年同月比 (71.7%~88.6%) と 11.4%~28.3% 売上が減少しています。

また、4 の設問で、前年を 100 として 2020 年 3 月～5 月の売上見込みを伺ったが、回答数 16 社のうち、20% 以上減少 5 社、15% 以上減少 5 社、10% 減少 3 社と、13 社が 10% 以上の減少を予測する結果となりました。

6. 新型コロナウイルスの貴社の対応策に関して(複数回答可)



上記で「在宅勤務」を選択された方へお聞きします。実施してみての課題はありますでしょうか。

- コミュニケーションの停滞による生産性ダウン。チーム対応のデザイナーは適用が難しい。
- 大画面の iMac での作業がメインで、自宅にその環境が無いのと、チームで作業するため、ビデオ等では効率が悪く、推奨するものの現時点ではほとんど出勤している。実質テレワークは難しい。
- 管理の難しさ（従業員の意識が高いと長時間労働に直結し、意識が低いとクオリティの低下に直結）
- 子供がいる一部スタッフのみなので、今のところはない。
- 生産性、効率が把握し辛い。
- 数名が時々行っているため、いまのところ問題や課題はありません。
- セキュリティ面で社内環境より脆弱なため、在宅環境の強化は急務！！

その他、今回の新型コロナウイルスと経営に関してご意見があればご記入ください

- メディアの報道が過敏になり過ぎの嫌いがあるのでは無いか。それによる間接的被害が出ていると 思います。
- デジタルトランスフォーメーションが進む。
- 現金給付やポイント還元など消費喚起をもつともっと強く促して景気を盛り上げていただき、企業の 広告広報活動の増加に結び付くようにしてほしいです
- 即効的な資金調達については「新型コロナ感染症対策緊急つなぎ資金」の提案を受けています。 弊社においては、夏～秋のイベントが不開催になることを恐れ、「危機関連保証」の要件である「単 月で前年同期比 15%ダウン」の月があれば、そちらを活用し、夏のリスク管理をしようと思っておりま す。
- 展示会やイベント制作を中心とした会社さんの業績が大変そうです。
- 社員へマスクを支給したいが購入できず困っています。その他アルコール消毒液などの調達も難しいた め、協会でまとめて調達していただけると助かります。そして何よりも売上減少が不安なため、早めに 資金調達をしたいと考えています。

現時点（3月）より今後に不安を持つ会社が多いのではないかと予測していましたが、既に何かしらの 影響を受けている会社も半数ある結果となり、売上の（2020年2月）傾向が見てとれました。もちろん受注されている業種等でも影響の度合いは異なるとは思います。まずは各社営業面での 情報収集を更に進めたうえで、今後に備えた早めのご対応に当たっていただければと思います。 当協会といたしましても、引き続き皆様にとりましてお役に立てる情報をお伝えしてまいります。

今回のアンケートへのご協力ありがとうございました。

2020年3月24日
公益社団法人 日本広告制作協会