

## 中小企業におけるアフターコロナを見据えた取り組み状況

## &lt;要旨&gt;

1. **アフターコロナを見据えた取り組み**について、「すでに取り組んでいる」企業は22.4%にとどまった。ただ、「近々取り組む予定あり」とする企業が41.8%あり、これらを合計した「取組中ないし近々取り組む」とする企業は64.2%と6割を超える。
2. **具体的な取り組み内容**としては、「コストの見直し、削減」が70.6%で最も多く、次いで「販路開拓、取引先の拡大」が56.2%、「新製(商)品・サービスの改良、開発」が39.5%、「人材の育成、確保」が22.8%で続いている。
3. **取り組まない企業の理由**としては、「他に優先すべき事項があり、取り組む余裕がない」が37.0%で最も多く、「どう取り組めば良いのかわからない」が36.8%と僅差で続いている。また、「取り組む必要がない」(25.8%)が4社に1社程度みられた。

調査時点：2021年4月上旬

依頼先数：1,400社

調査対象：大阪シティ信用金庫取引先企業（大阪府内）

有効回答数：1,351社

調査方法：聞き取り法

有効回答率：96.5%

(単位：社)

業種 \ 従業員	5人未満	5～19人	20～49人	50人以上	計	構成比
製造業	109	238	66	38	451	33.4%
卸売業	69	93	17	9	188	13.9
小売業	98	50	10	7	165	12.2
建設業	85	117	19	1	222	16.4
運輸業	15	49	23	16	103	7.7
サービス業	109	82	20	11	222	16.4
計	485	629	155	82	1,351	100.0
構成比	35.9%	46.5%	11.5%	6.1%	100.0%	—

## 1. 取り組み状況

すべての企業に対し、アフターコロナを見据えた取り組みを行っているかどうか聞いた結果が**第1表**である。

全体でみると、「①すでに取り組んでいる」企業は22.4%にとどまった。長引くコロナ禍による業況悪化に加え、先行きが見通せないことが要因とみられる。一方、「②取り組んでいない」企業は77.6%と圧倒的に多い。ただ、取り組んでいない企業の中で「(ア) 近々取り組む予定あり」とする企業が41.8%あり、これら①と(ア)を合計した「取組中ないし近々取り組む」とする企業は64.2%と6割を超える。

業種別でみると、「①すでに取り組んでいる」企業割合は小売業(30.9%)や卸売業(28.7%)で3割前後と比較的高くなっている。また「取組中ないし近々取り組む」とする企業割合は、最も高い卸売業(73.4%)から、最も低い建設業(54.0%)まで大きな差異がみられる。

また従業員規模別でみると、「①すでに取り組んでいる」企業割合は規模が大きくなるほど高くなり、5人未満の16.3%に対して、50人以上では40.3%となっている。また「取組中ないし近々取り組む」とする企業割合も、規模が大きくなるほど高くなる傾向がみられる。

第1表 取り組み状況

(%)

区分	項目	取り組んでいる	取り組んでいない		計	取組中等 + (ア)	
			(ア)予定あり	(イ)予定なし			
業種別	製造業	20.8	79.2	46.8	32.4	100.0	67.6
	卸売業	28.7	71.3	44.7	26.6	100.0	73.4
	小売業	30.9	69.1	33.9	35.2	100.0	64.8
	建設業	17.1	82.9	36.9	46.0	100.0	54.0
	運輸業	15.5	84.5	47.6	36.9	100.0	63.1
	サービス業	22.1	77.9	37.4	40.5	100.0	59.5
規模別	5人未満	16.3	83.7	35.7	48.0	100.0	52.0
	5～19人	21.5	78.5	45.9	32.6	100.0	67.4
	20～49人	35.5	64.5	42.6	21.9	100.0	78.1
	50人以上	40.3	59.7	45.1	14.6	100.0	85.4
全体		22.4	77.6	41.8	35.8	100.0	64.2

## 2. 取り組み内容

前項1で「すでに取り組んでいる」または「近々取り組む予定あり」と答えた企業（全体の64.2%、867社）に、具体的な取り組み内容を複数回答で聞いた結果が**第2表**である。

全体で見ると、「①コストの見直し、削減」が70.6%で最も多く、先行きの見えない景況感が続くなか、コスト削減への意識の高さがうかがわれる。次いで「②販路開拓、取引先の拡大」が56.2%で続いている。そのほか「③新製(商)品・サービスの改良、開発」(39.5%)、「④人材の育成、確保」(22.8%)、「⑤デジタルを活用した業務改善」(19.3%)、「⑥事業の多角化」(16.0%)、「⑦テレワーク」(10.7%)の順となっている。

業種別で見ると、「①コストの見直し、削減」、「②販路開拓、取引先の拡大」、「③新製(商)品・サービスの改良、開発」が上位を占めるなか、運輸業(34.4%)と建設業(29.2%)では「④人材の育成、確保」が3割前後と比較的高い。

第2表 取り組み内容

(複数回答、%)

区分		項目	コスト 見直し	販路 開拓	商品 開発	人材 育成	業務 改善	事業 多角化	テレ ワーク	B C P	事業 承継
業 種 別	製 造 業		73.8	62.5	50.8	23.6	19.3	13.3	10.3	4.3	4.3
	卸 売 業		68.4	61.8	37.5	14.7	16.2	16.2	14.7	2.9	2.9
	小 売 業		68.6	45.7	45.7	13.3	17.1	17.1	5.7	2.9	1.9
	建 設 業		71.7	52.5	25.0	29.2	14.2	18.3	7.5	1.7	2.5
	運 輸 業		78.1	54.7	17.2	34.4	12.5	15.6	4.7	6.3	3.1
	サービ ス業		62.3	48.5	34.6	25.4	32.3	19.2	17.7	3.1	0
規 模 別	5人未 満		69.6	52.2	36.4	10.9	13.4	12.1	4.0	2.0	0.8
	5～19 人		70.5	57.6	38.8	24.3	18.3	18.6	11.0	2.9	2.9
	20～49 人		69.7	60.5	40.3	31.1	21.8	13.4	14.3	5.0	5.0
	50人 以上		75.7	54.3	52.9	41.4	41.4	18.6	27.1	10.0	5.7
全 体			70.6	56.2	39.5	22.8	19.3	16.0	10.7	3.5	2.8

### 【項目内容】

コストの見直し、削減（原材料・商品仕入れ、人件費、経費等）

販路開拓、取引先の拡大（オンライン商談、ネット販売、企業マッチング等）

新製(商)品・サービスの改良、開発

人材の育成・確保、人事制度の見直し（賃金、就業規則等）

デジタルを活用した業務改善（自動化・効率化、データ共有化、ペーパーレス化等）

事業の多角化（新分野進出、業態転換等）

テレワーク（働きやすい環境の整備）

事業継続計画(B C P)の策定、見直し

事業承継、M & A

### 3. 取り組まない理由

前項1で取り組んでいない企業のうち「予定なし」と答えた企業（全体の35.8%、484社）に対し、取り組まない理由を複数回答で聞いた結果が**第3表**である。

全体でみると、「①他に優先すべき事項があり、取り組む余裕がない」が37.0%で最も多く、「②どう取り組めば良いのかわからない」が36.8%と僅差が続いている。以下「③人材不足」（16.0%）、「④資金不足」（7.1%）の順であるが、業況が順調に推移しているなどから「⑤取り組む必要がない」（25.8%）とする企業が4社に1社程度みられた。

第3表 取り組まない理由 (複数回答、%)

区分	項目	実数 (社)	他に優先 事項あり	取組方が わからない	人材不足	資金不足	必要がない
業種別	製造業	146	35.2	37.2	21.4	7.6	20.7
	卸売業	50	36.0	34.0	10.0	6.0	32.0
	小売業	58	45.6	45.6	10.5	8.8	17.5
	建設業	102	39.6	34.7	22.8	9.9	23.8
	運輸業	38	44.7	42.1	7.9	2.6	18.4
	サービス業	90	28.9	32.2	10.0	4.4	41.1
規模別	5人未満	233	31.6	39.4	15.6	10.4	25.5
	5～19人	205	43.6	35.8	17.6	4.4	21.6
	20～49人	34	35.3	23.5	14.7	2.9	47.1
	50人以上	12	33.3	41.7	0	0	41.7
全体		484	37.0	36.8	16.0	7.1	25.8

以上