



資料 No. 189

令和4年3月

コロナ禍を契機とする 企業の取引・拠点変化について

大阪府商工労働部

(大阪産業経済リサーチ&デザインセンター)

ま え が き

2020年2月以降拡大した、新型コロナウイルス感染症は、企業活動にも大変大きな影響を与えています（以下ではこれをコロナ禍と呼びます）。こうした突然の外的ショックにより、これまでの企業行動に関して、大きな変更に迫られるケースが多くみられます。

大阪府は、中小・中堅企業を多く抱えており、コロナ禍による影響は、大企業はもとより、中小・中堅企業に、より大きなインパクトを与えていると考えられます。本政策立案支援調査では、「コロナ禍を契機とする企業の取引・拠点変化について」と題して、2021年度上期の状況を中心として、大阪企業のコロナ禍による影響を確認しています。特に、コロナ禍による企業の取引・拠点の変化について着目し、コロナ禍における働き方改革も企業の取引・拠点の変化に影響を与える要素として取り上げています。アンケートの送付対象は大阪府内に本社を置く製造業と卸売業を中心として、東京都の同業種の企業にも送付しています。

アンケートの結果を集計・分析した結果として、新規拠点設置は回答企業の「1割強」、既存拠点増強は回答企業の「3割弱」が積極姿勢で、特に工場への投資が目立つことや、サテライトオフィス・コワーキングスペースの活用がみられ、コロナ禍によるテレワーク・リモートワーク導入企業で自社オフィスの縮小の動きあること、さらには、既存取引先がコロナ禍で苦境に陥るとともに、自社のリスクマネジメント意識の高まりがみえたことなどから、既存取引のウエイトが下がり、新規取引が活発化することで、取引の分散化が進んだことなどが分かっています。コロナ禍による企業行動の変容が見受けられます。

最後に、本調査にご協力を賜りました企業の皆様には厚く御礼申し上げます。本調査の結果が、大阪における企業立地施策等を考える上での基礎資料となれば幸いです。

本調査研究は、主任研究員 福井 紳也と客員研究員 LUONG ANH DUNGが担当しました。執筆分担は以下のとおりです。

福井 紳也・・・全文

LUONG ANH DUNG・・・全パートにおけるアンケート結果の集計

令和4年3月

大阪産業経済リサーチ&デザインセンター
センター長 小林 伸生

目次

要約	1
1 はじめに	5
2 アンケート結果の集計と分析	9
2-1 企業概要について	9
2-2 国内取引について	16
2-3 国内拠点について	43
2-4 働き方改革について	55
2-5 海外取引について	71
2-6 海外拠点について	78
3 おわりに	81
アンケート調査票	83

要 約

1 はじめに

調査の目的

- ◇ 本調査研究では、コロナ禍によって、企業間取引や企業拠点の立地がどのように変化したか、またこれらに付随して、コロナ禍によって、取引や拠点立地と関係する企業の働き方改革がどのように進んだかを確認するためアンケート調査を実施した。

アンケートの送付対象と回収結果

- ◇ 送付先は、大阪府に本社を置く企業はもとより、大阪府内への企業拠点の新規立地の動きを探るなどの目的のため、東京都に本社を置く企業にも送付し、従業者規模は、中小・中堅企業をターゲットとするため、50人以上1,000人未満とした。また、企業間取引が盛んである製造業と卸売業に業種を絞った。
- ◇ 2,000通のアンケートを郵送した結果、回答企業数は419社(21.0%)で、うち、大阪本社企業からの回答は370社であった。

2 アンケート結果の集計と分析

企業業績

- ◇ 2019年度上半期と2021年度上半期とを比べた企業業績に関しては、売上高、営業利益ともに厳しい状況である。
- ◇ 業種間でみると、基礎素材型の製造業・卸売業は相対的に好調で、生活関連型の製造業・卸売業は相対的に不調である。生活関連型の業種はコロナ禍の影響を受けやすい一方で、基礎素材型の業種はコロナ禍の影響を受けにくいと考えられる。

国内取引

- ◇ 既存の主要取引先との取引（仕入・発注、販売・受注）に関しては割合が減少した企業が多く、既存取引のウエイトが下がった企業が多い。取引を減少させたケースのほとんどがコロナ禍と関係している。
- ◇ 大阪府内事業所と新規に販売・受注を開始または検討中とした企業は、415社中132社であり、新規に仕入・発注を開始または検討中とした企業は、414社中103社で、回答企業のうち約2割から3割の企業が新規取引に前向きである。東京本社企業が大阪府内事業所との新規取引を開始したケースもみられた。
- ◇ 新規取引を開始または検討した企業のうち、約4割から6割が、コロナ禍によって既存取引のウエイトを下げており、取引が分散化している。
- ◇ 既存取引先の事業縮小や、既存取引先の経営不安定化など、既存取引先がコロナ禍により苦境に陥ったことや、コロナ禍による自社のリスクマネジメント意識の高まりの結果として、新規取引の開始（検討）に至ったケースが多く見受けられる。新規仕入・発注と比べると、新規販売・受注の方がこれらの要因による影響が大きい。
- ◇ 回答企業の既存の主要仕入先・主要販売先は、大規模な企業が多いが、回答企業が新規

に取引を開始（または検討）した仕入・発注先に関しては、比較的小規模な企業が多い。回答企業が新規に取引を開始（または検討）した販売・受注先は、新規仕入・発注先とは傾向が異なり、比較的中規模から大規模な企業が多い。

- ◇ 国内取引は、コロナ禍によって分散化しているとともに、コロナ禍における各種リスクの分散化の一環として、大阪府内事業所との新規取引があった。コロナ禍による影響は、仕入・発注の場合と比べて販売・受注において顕著である。

国内拠点

- ◇ 大阪本社企業の国内での新規拠点設置（新規投資）は32社が実施しており（東京本社企業も含めると37社）、同検討中・計画中也含めると45社（50社）であった（回答企業の1割強）。
- ◇ 大阪本社企業の既存拠点の増強（追加投資）に関しては、74社が実施しており（東京本社企業も含めると78社）、同検討中・計画中也含めると102社（107社）という結果であった（回答企業の3割弱）。
- ◇ 業種別では、新規・既存投資ともに化学、石油・石炭、プラスチック、鉄鋼、非鉄金属、金属などの「基礎素材型製造業」の取り組みが目立つ。
- ◇ 企業規模が大きいほど新規投資・追加投資は積極的である。
- ◇ 大阪府内への拠点投資に関しては、工場、本社・本店の順に多い。回答企業における新規拠点設置37件と既存拠点増強78件のうち、大阪府内の工場への投資は39件である。
- ◇ 大阪本社企業で、大阪府内の拠点への投資が活発なのは、基礎素材型の製造業における工場であり、コロナ禍以降の拠点投資の大きな傾向である。
- ◇ 新規拠点設置および既存拠点の増強の要因に関して、コロナ禍との関係では、自社における既存事業の拡大や自社の拠点整理の一環、リスクマネジメント、新規事業の開始などを要因としたケースが見受けられる。

働き方改革

- ◇ 企業取引のオンライン化に関しては、取引先との打ち合わせや、取引先の開拓に関して、コロナ禍の影響で導入が進んだケースが多い。ただし、企業内でのこれらオンライン化の導入割合は低く、今後さらなる浸透が期待される。一方、仕入・発注や販売・受注に関するオンライン化は、コロナ禍とは無関係に導入が進んでいる。
- ◇ 企業の組織体制や勤務制度の見直しに関しては、テレワークやリモートワーク等を導入しているケースが多く、そのほとんどの企業がコロナ禍との関係で導入している。コロナ禍をきっかけとした働き方改革の加速の代表的事例である。また、これらに関連した勤務手当に関する取り組みもみられる。さらには、コロナ禍の影響によって、従業員の配置変更や従業員の削減というケースも目立った。
- ◇ テレワークやリモートワーク等で実際に導入されたのは、在宅勤務というケースが多く、コロナ禍以降急速に浸透した働き方である。テレワークやリモートワーク等は、

規模が大きな企業ほど導入しやすい傾向にある。

- ◇ サテライトオフィスまたはコワーキングスペースについては、大阪府内への立地がみられ、これは回答企業の規模にかかわらない。働き方改革の加速を背景に、こうした拠点設置が今後さらに進むことも考えられる。
- ◇ 自社オフィスなどの見直しに関しては、レイアウトを変更した企業が多い。また、本社移転・本社機能分散の一部はコロナ禍の影響による。
- ◇ コロナ禍によりテレワークやリモートワークなどに取り組んでいる企業において、自社オフィスの縮小や本社移転に取り組むケースが多い。

海外取引と海外拠点

- ◇ 国内外の取引に関して、国内取引の割合が減った企業が多く、取引の国内回帰の傾向はみられなかった。国内取引が減ったケースで、コロナ禍の影響が大きい。
- ◇ ASEAN 拠点については、回答があった企業のうち約半数で設置している。ベトナムへの拠点設置の動きがあった。

3 おわりに

製造業・卸売業へのコロナ禍における企業行動変化のアンケートから得られた知見をまとめ、政策支援につなげる（*政策に直接・間接に関連する部分は下線を引いている）

- コロナ禍においても工場をはじめとした拠点投資は盛んで、特に大規模な企業において盛んである。新規拠点設置は回答企業の「1割強」、既存拠点増強は回答企業の「3割弱」が積極姿勢で、特に、工場への投資が目立つ。新規・既存投資ともに化学、石油・石炭、プラスチック、鉄鋼、非鉄金属、金属等の基礎素材型の製造業で活発である。
- コロナ禍の影響を受けた投資は、既存事業の拡大や拠点整理、リスクマネジメント、新規事業の開始などを要因としたケースが見受けられる。今後の府内における投資活動が活発化する可能性もある。よって、既存の工場立地推進の方向を継続し、大阪府内における工場立地に適した用地確保は引き続き重要な政策課題となる。
- 企業の働き方改革としては、テレワークやリモートワーク等を導入した企業が相当数みられたのは期待通りの結果であり、ほぼすべての企業がコロナ禍の影響としている。また、コロナ禍によって、取引先との打ち合わせや取引先の開拓に関して、新たにオンライン化を導入したケースが多い。一方、これらオンライン化の企業内での導入割合は低く、今後、企業内でのさらなる浸透が期待される。
- テレワークやリモートワーク等の実施形態として、サテライトオフィスまたはコワーキングスペースの活用もみられる。また、本社移転・本社機能分散の一部はコロナ禍の影響による。コロナ禍によるテレワーク・リモートワーク導入企業で自社オフィスの縮小や、本社移転の動きがある。さらに、従業員の配置変更、従業員の削減の動きもことから、コロナ禍における働き方改革の加速に伴い、今後も企業拠点のあり方が大きく変わっていく可能性がある。
- 拠点投資の動きとあわせて、サテライトオフィスやコワーキングスペースなどの企業

拠点の新たな形態や、企業のオフィス拠点分散化などの動向に引き続き注視する必要がある。さらに、府内への拠点ニーズを把握し、拠点設置をはじめ、府内で定着するための支援策について検討する余地もある。

- 多くの企業は、既存取引先がコロナ禍によって苦境に陥ったことや、コロナ禍による自社のリスクマネジメント意識の高まりの結果として、新規取引の開始（検討）に至ったケースが多い。また、既存取引のウエイトが下がり、新規取引が活発化することで、取引の分散化が進んでいる。
- 新規取引の中でも、比較的小規模な企業との新規の仕入や発注が多くみられたことは発見の一つである。コロナ禍をきっかけに、国内企業間取引が分散化しており、大阪府内事業所にとっては、規模の大小にかかわらず新規取引のチャンスがあると言える。また、東京本社企業が大阪府内事業所との新規取引を開始したケースもみられた。
- 他企業との取引に関して、特に、販売・受注において、その商機をうかがうことは、コロナ禍における企業戦略として一つの方向性であり、東京本社企業からもこうした新規取引が得られる可能性もある。また、国内取引の分散化に伴う新規取引の開始を起点として、大阪府内への新規拠点設置の動きも期待できる。これらのことから、コロナ禍こそ大阪府内事業所が新規取引のチャンスをうかがう好機であると考えられ、府内への拠点需要にこれまで以上に注目する必要がある。
- 海外での拠点設置の動きに関しては、チャイナプラスワンである、ベトナムでの動向に注目したい。府内企業の対外投資先の参考となる。

コロナ禍による企業の取引・拠点変化に関して、以下の点をまとめとする。

1. コロナ禍において大阪府内における企業拠点の立地・増強は進んだか？

→<結果> 新規拠点設置は回答企業の「1 割強」、既存拠点増強は回答企業の「3 割強」が積極姿勢。特に工場への投資が目立つ（新規・既存投資ともに化学、石油・石炭、プラスチック、鉄鋼、非鉄金属、金属等の基礎素材型の製造業で活発）

→<政策支援> 既存の工場立地推進の方向は継続し、大阪府内における工場立地に適した用地確保は引き続き重要な政策課題

2. コロナ禍をきっかけに企業の働き方が大きく変わる中で、企業のオフィス拠点のあり方が変わっているか？（拠点立地に関する新しい動きがみられるか？）

→<結果> サテライトオフィス・ワークスペースの活用あり。コロナ禍によるテレワーク・リモートワーク導入企業で自社オフィスの縮小の動きあり。また、本社移転・本社機能分散の一部はコロナ禍の影響による。

→<政策支援> サテライトオフィス・ワークスペースをはじめとした企業拠点の新たな形態や、企業のオフィス拠点分散化などの動向に引き続き注視する必要がある。さらに、府内への拠点ニーズを把握し、拠点設置をはじめ、府内で定着するための支援策について検討する余地もある。

3. コロナ禍により国内取引の分散化や新規取引の活発化が見られたか？取引の国内回帰があったか？（つまり、新たな拠点立地需要の見込みはあるか？）

→<結果> 既存取引先がコロナ禍で苦境に陥るとともに、自社のリスクマネジメント意識の高まりがみえた⇒既存取引のウエイトが下がり、新規取引が活発化することで、取引の分散化が進む。（なお、取引の国内回帰は見られなかった）

→<政策支援> 国内取引の分散化に伴う新規取引の開始を起点として、大阪府内への新規拠点設置の動きも期待できる。府内への拠点需要にこれまで以上に注目する必要がある。

コロナ禍以降、ASEAN シフトが進んだか？

→ベトナムでの動向に注目したい。府内企業の対外投資先の参考となる。

1 はじめに

国立感染症研究所「国内初の新型コロナウイルスのヒトーヒト感染事例」（2020年2月26日）によれば、新型コロナウイルス感染症（COVID-19、以下、コロナ）の日本国内での市中感染は2020年1月には発生していたことが分かる。社会経済への影響としては、2020年2月17日の「東京マラソン2020の一般ランナーによる参加中止を発表」、および、「天皇誕生日の一般参賀の中止を発表」から始まり、同2月25日には「政府が新型コロナウイルス感染症対策の基本方針を発表」、同2月26日には政府から、大規模イベントの中止等の要請、同2月27日には臨時休校の要請を出すに至り（以上、総務省『令和2年版 情報通信白書』「新型コロナウイルスが社会にもたらす影響」より）、コロナの社会経済への影響が本格化した。また、これ以降の市中感染の拡大により、企業活動に大変大きな影響を与えた。コロナによる様々な影響のことを以下では「コロナ禍」と呼ぶ。図表1-1は、大阪府におけるコロナの感染状況の時系列推移であり、2022年1月25日時点で、国内では全6波のコロナ感染に見舞われている。

図表1-1



出所：NHK 特設サイト：新型コロナウイルス「都道府県ごとの感染者数の推移」データを加工

人々が集まる場所、あるいは、人と人がコミュニケーションをとるところで感染が拡大する、というコロナの性質上、集客に関連する業種は特に大きな影響を受けた。一方、集客に直接関係しない他の業種でも、コロナ禍によって大きな影響を受けている。

本調査研究では、コロナ禍によって、企業間取引や企業拠点の立地がどのように変化したか、またこれらに付随して、コロナ禍によって、取引や拠点立地と関係する企業の働き方改革がどのように進んだかを確認するためアンケート調査を実施した。

具体的には、本調査研究の政策立案支援の主な対象である企業の拠点立地を中心に、コロナ禍による企業の取引・拠点変化に関して以下の点を明らかにした。

1. コロナ禍において大阪府内における企業拠点の立地・増強は進んだか？
2. コロナ禍をきっかけに企業の働き方が大きく変わる中で、企業のオフィス拠点のあり方が変わっているか？
 - 拠点立地に関する新しい動きがみられるか？
3. コロナ禍により国内取引の分散化や新規取引の活発化が見られたか？取引の国内回帰があったか？
 - つまり、新たな拠点立地需要の見込みはあるか？

また、コロナ禍以降、ASEAN シフトが進んだか？という点も確認した。

今回は、特に企業間取引が盛んである製造業と卸売業に業種を絞った。送付先は、大阪府に本社を置く企業はもとより、大阪府内への企業拠点の新規立地の動きを探るなどの目的のため、東京都に本社を置く企業にも送付した。また、従業者規模は、中小・中堅企業をターゲットとするため、50人以上1,000人未満とした。規模が大きな企業だと、企業個別の事情による行動変化も多いと考えられるためである。

アンケートの実施概要は図表1-2の通りであり、回収率は当初目標にしていた2割を超えた。アンケートは郵送の上、返送での回収という形をとった。また、E-mailによる返信対応もしたところ、15社からE-mailでの回答があった。回答企業の概要をまとめると、従業者規模は、「50~99人」が180社(43.0%)と最も多く、「100~299人」が174社(41.5%)、「300~999人」が65社(15.5%)であった(図表1-3)。業種については、「基礎素材型製造業」が142社(33.9%)と最も多く、「基礎素材型卸売業」が57社(13.6%)、「加工組立型製造業」が69社(16.5%)、「加工組立型卸売業」が37社(8.8%)、「生活関連型製造業」が53社(12.6%)、「生活関連型卸売業」が61社(14.6%)であった(図表1-4)。なお、各業種の定義は図表1-5の通りである。

図表1-2 アンケート調査の概要

アンケート名	コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査
実施期間	2021年11月1日から11月19日
発送数	2,000件
発送先	大阪府あるいは東京都に本社を置く企業
属性	従業者数50人以上1000人未満の製造業および卸売業
回収数(回収率)	419(21.0%)(うち、大阪本社企業からの回答は371)

図表 1-3 アンケート調査回答企業の概要 1

(単位：社)

	回答企業の 従業者規模
50～99人	180 (43.0%)
100～299人	174 (41.5%)
300～999人	65 (15.5%)
合計	419 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

図表 1-4 アンケート調査回答企業の概要 2

(単位：社)

	回答企業の業種
基礎素材型製造業	142 (33.9%)
基礎素材型卸売業	57 (13.6%)
加工組立型製造業	69 (16.5%)
加工組立型卸売業	37 (8.8%)
生活関連型製造業	53 (12.6%)
生活関連型卸売業	61 (14.6%)
合計	419 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

図表 1-5 業種の定義

「基礎素材型製造業」	「木材・木製品製造」「パルプ・紙・紙加工品製造」「化学工業」「石油・石炭製品製造」「プラスチック製品製造」「ゴム製品製造」「窯業・土石製品製造」「鉄鋼業」「非鉄金属製造」「金属製品製造」
「基礎素材型卸売業」	「建築材料卸売業」「化学製品卸売業」「石油・鉱物卸売業」「鉄鋼製品卸売業」「非鉄金属卸売業」「医薬品・化粧品等卸売業」「紙、紙製品卸売業」
「加工組立型製造業」	「はん用機械器具製造（ボイラ、ポンプ、動力伝導装置など）」「生産用機械器具製造」「業務用機械器具製造（複写機、サービス・娯楽用機械、計量器・測量機等、医療用機械、光学機械など）」「電子部品・デバイス等製造」「電気機械器具製造」「情報通信機械器具製造」「輸送用機械器具製造」
「加工組立型卸売業」	「産業機械器具卸売業」「自動車卸売業」「電気機械器具卸売業」「その他の機械器具卸売業」
「生活関連型製造業」	「飲・食料品製造」「繊維工業」「家具・装備品製造」「印刷・同関連業」「なめし革・同製品・毛皮製造」「その他製造」
「生活関連型卸売業」	「繊維品卸売業」「衣服・身の回り品卸売業」「農畜産物・水産物卸売業」「食料・飲料卸売業」「家具・建具・じゅう器等卸売業」「その他の卸売業」

企業間取引という観点では、経済産業省を中心に、サプライチェーンの強靱化・多元化政策が進められている（図表1-6）¹。こうした政策が発動されていることから、コロナ禍による企業間取引への影響は大きいことが分かる。

図表1-6 経済産業省による新型コロナウイルス感染拡大に対する政策

強靱化：「新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、我が国サプライチェーンの脆弱性が顕在化したことから、(略)、国内の生産拠点等の整備を進めることにより、(略)、サプライチェーンの強靱化を図ることを目的」とした、国内の製造業における建物・設備・システムの導入への補助である「サプライチェーン対策のための国内投資促進事業費補助金」
多元化：「新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、我が国サプライチェーンの脆弱性が顕在化したことから、特にアジア地域における生産の多元化等によってサプライチェーンを強靱化し、日ASEAN経済産業協力関係を強化することを目的」とした、設備導入等への補助である「海外サプライチェーン多元化等支援事業」

出所：経済産業省ホームページ

コロナ禍に関する企業アンケートは様々な機関で多数実施されているが、今回のアンケートは特に大阪の状況を把握し、最終的には大阪府への企業拠点の立地等につなげることを目的とし、政策立案支援調査として実施している。なお本アンケートは、コロナが確認されてから、概ね1年半経った時点である2021年10月1日現在の状況について尋ねた。ある程度取引・拠点に関する企業の動きが出ていると考えたためである²。

以下、2では、アンケート結果について、各設問の意図とともに、集計結果についてコメントしている。また、クロス集計も行い分析している。3は結論である。

¹ サプライチェーンとは、「商品の企画・開発から、原材料や部品などの調達、生産、在庫管理、配送、販売、消費までのプロセス全体を指し、商品が最終消費者に届くまでの「供給の連鎖」である（経済産業省『令和3年版 通商白書』「サプライチェーンリスクと危機からの復旧」p.90より）。

² 2021年度に入って、半期過ぎてからアンケート調査票を郵送することで、コロナ禍から丸1年経ったあとの取引・拠点に関する企業の動きがある程度見えてくることを想定した。

2 アンケート結果の集計と分析

アンケート全体の構成は、

- I 貴社の概要について
- II 貴社の国内取引について
- III 貴社の国内拠点について
- IV 貴社の働き方改革について
- V 貴社の海外取引について

である。今回の焦点である取引・拠点をメインに、今後の取引や拠点の動きにも通じる働き方改革についても尋ねた。

以下では、アンケート結果の集計・分析を見ていく。単純集計結果を示すとともに、企業属性別等のクロス集計結果を示す。なお、集計・分析の解説にあわせて、アンケート設問の意図についても記述していく。また、分かりやすさのため、アンケート調査票の設問の文面をほぼそのまま記載している。アンケート調査票の設問の部分は、グレーでマーキングしている。以下、「回答企業」とは、今回のアンケートの送付対象となり、回答を頂戴した企業のことを指す。

2-1 企業概要について

I 貴社の概要について

Q1 貴社は現在、大阪府内にどのような拠点を設置されていますか？（複数回答可）

ここでは、基本的な情報として、大阪府内において、回答企業が現在どのような拠点を設置しているかを尋ねた。結果は以下の図表2-1-1のとおりである。

図表をみると、「本社・本店」が357か所（86.2%）と最も多い。次いで、「工場」が140か所（33.8%）、「物流施設」が71か所（17.1%）、「営業所」が62か所（15.0%）となっている。

ただし、この設問は「複数回答可」という指定なので、割合は回答社数に対するものである。以下の設問においても、複数回答の割合については同様である。また、回答企業のうち大阪府に本社を置く企業だけに絞った結果（以下、これを「大阪本社企業」あるいは、単に「大阪本社」と記載する）、「本社・本店」が最も多く、357か所（96.7%）であり、次いで、「工場」が140か所（37.9%）、「物流施設」が71か所（19.2%）、「営業所」が52か所（14.1%）となっている。回答企業のうち東京都に本社を置く企業だけに絞った結果は（以下、これを「東京本社企業」あるいは、単に「東京本社」と記載する）、「支社・支店」が12か所、「営業所」が10か所であり、「何も設置していない」という回答が23社である。

図表 2-1-1

(単位：か所)

	Q1.大阪府内の拠点					
			大阪本社		東京本社	
本社・本店	357	(86.2%)	357	(96.7%)	—	—
支社・支店	51	(12.3%)	39	(10.6%)	12	(26.1%)
営業所	62	(15.0%)	52	(14.1%)	10	(21.7%)
店舗	13	(3.1%)	13	(3.5%)	—	—
工場	140	(33.8%)	140	(37.9%)	—	—
研究所	27	(6.5%)	27	(7.3%)	—	—
物流施設	71	(17.1%)	71	(19.2%)	—	—
データセンター・コールセンター	2	(0.5%)	2	(0.5%)	—	—
サテライトオフィス	2	(0.5%)	2	(0.5%)	—	—
その他	1	(0.2%)	—	—	1	(2.2%)
何も設置していない	24	(5.8%)	1	(0.3%)	23	(50.0%)
(回答社数)	(414)		(369)		(46)	

出所：コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：複数回答で、割合は回答社数を分母とするため、回答割合の合計は100%にならない。

以下では、貴社の2019年度上半期（4月から9月）と2021年度上半期（4月から9月）の状況を比較してください

Q2 貴社の売上高を2年前と比較してください（一つ回答）。

Q2 から 4 は、回答企業の直近の業績を尋ねるものである。「貴社の 2019 年度上半期（4 月から 9 月）と 2021 年度上半期（4 月から 9 月）の状況を比較してください」としたのは、今回のアンケートは、2021 年 10 月 1 日の状況に関する回答を期待するものであるため、コロナ禍がはじまってから 1 年が経過した 2021 年度の 4-9 月期と、コロナ禍前の上半期である 2019 年度の 4-9 月期の状況との比較を尋ね、コロナ禍による企業業績への影響を確認した。コロナ禍による業績変化の基本的事項として、売上高、営業利益、雇用の変動を尋ねた³。

Q2 の結果は以下のとおりである。図表 2-1-2 をみると、「上昇した」が 108 社（26.0%）に対して、「下降した」が 232 社（55.8%）となっており、売上高に関して苦戦している企業が多いことが分かる。売上高の下落とコロナ禍の因果関係を識別することは難しいが、コロナ禍も一つの大きな要因として企業の景況が悪化していると考えられる。

この設問は「1つ回答」との指定で、本アンケートへの回答企業数（419社）のうち、この設問への回答社数は416社である。また、（ ）内の割合は、この設問（Q2）への回答社数（416）に対する割合である。択一の設問に関して、以下同様である。ただし、択一の設問であっても、複数選択されているケースもあり、判断可能なものは適切な選択肢に振り分けたが、例えば事業所の立地場所や業種など、回答内容から一つの選択肢に絞り込めないケースについてはそのまま集計したため、重複しているケースもある。択一の設問において

³ ただし、ここの設問では、業績変化が真にコロナ禍によるものかどうかという識別はできない。

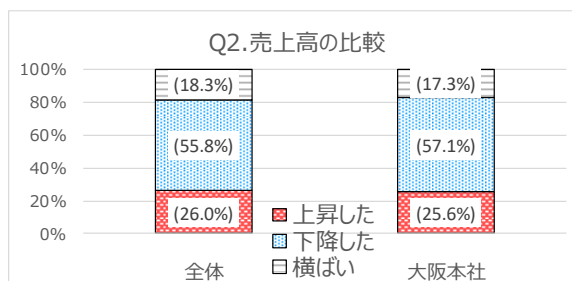
重複がある場合は、その都度その旨注記する。大阪本社に絞ると、「上昇した」の割合が若干下がり、95社（25.6%）で、「下降した」は212社（57.1%）と割合が若干上がる。

続いて、回答企業の本社を大阪に絞った上で、回答企業の業種別でクロス集計を行った。回答企業の業種は、「基礎素材型製造業」「基礎素材型卸売業」「加工組立型製造業」「加工組立型卸売業」「生活関連型製造業」「生活関連型卸売業」に分けた（各業種の定義については、p.7の図表1-5を参照。以下同様）。結果として（図表2-1-3）、「基礎素材型卸売業」は、「上昇した」との回答割合が業種間で最も高く（35.6%）、「加工組立型卸売業」（28.6%）が続く。「上昇した」との回答割合が低いのは、「生活関連型製造業」（15.2%）、「生活関連型卸売業」（17.9%）である。一方、「下降した」との回答割合が高いのは、「生活関連型製造業」（69.6%）、「加工組立型卸売業」（67.9%）である。「下降した」との回答割合が低いのは、「基礎素材型卸売業」（40.0%）と「基礎素材型製造業」（49.6%）である。コロナ禍との関係性は一概に言えないが、生活関連型の製造業および卸売業は、コロナ禍によって大きな影響を受けた外食・宿泊関連での業績悪化による影響も含まれると考えられる。一方、基礎素材型の産業は、景気変動の影響を受けにくい中間材を扱うことや、素材によってはコロナ禍によって必ずしもマイナスの影響を受けるとは限らないため、コロナ禍による影響は、生活関連型ほどは大きくないと考えられる。

図表2-1-2

(単位：社)

	Q2.売上高の比較	
	大阪本社	
上昇した	108 (26.0%)	95 (25.6%)
下降した	232 (55.8%)	212 (57.1%)
横ばい	76 (18.3%)	64 (17.3%)
合計	416 (100.0%)	371 (100.0%)



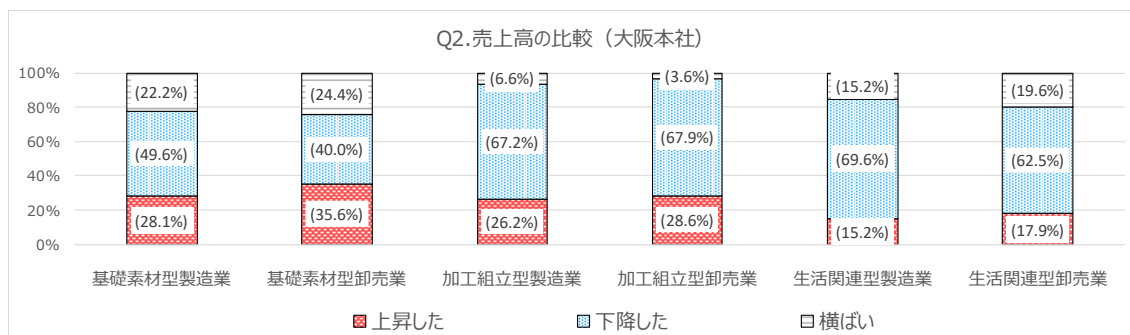
出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-1-3

(単位：社)

	Q2.売上高の比較 (大阪本社)							
	回答企業の業種							
	基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業		
上昇した	95 (25.6%)	38 (28.1%)	16 (35.6%)	16 (26.2%)	8 (28.6%)	7 (15.2%)	10 (17.9%)	
下降した	212 (57.1%)	67 (49.6%)	18 (40.0%)	41 (67.2%)	19 (67.9%)	32 (69.6%)	35 (62.5%)	
横ばい	64 (17.3%)	30 (22.2%)	11 (24.4%)	4 (6.6%)	1 (3.6%)	7 (15.2%)	11 (19.6%)	
合計	371 (100.0%)	135 (100.0%)	45 (100.0%)	61 (100.0%)	28 (100.0%)	46 (100.0%)	56 (100.0%)	



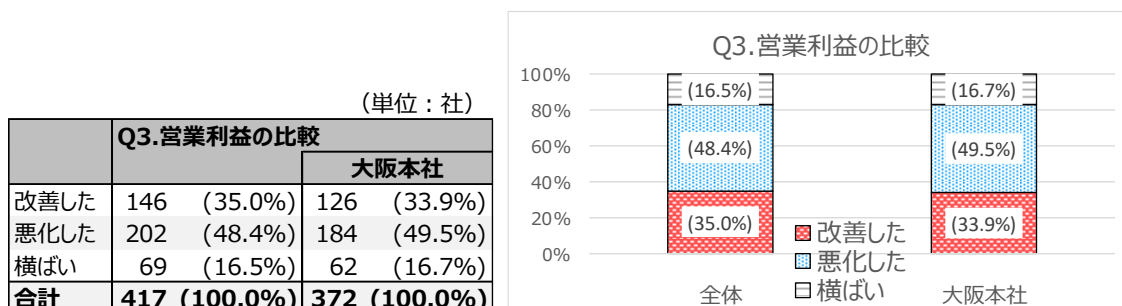
出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q3 貴社の営業利益を 2 年前と比較してください (一つ回答)。

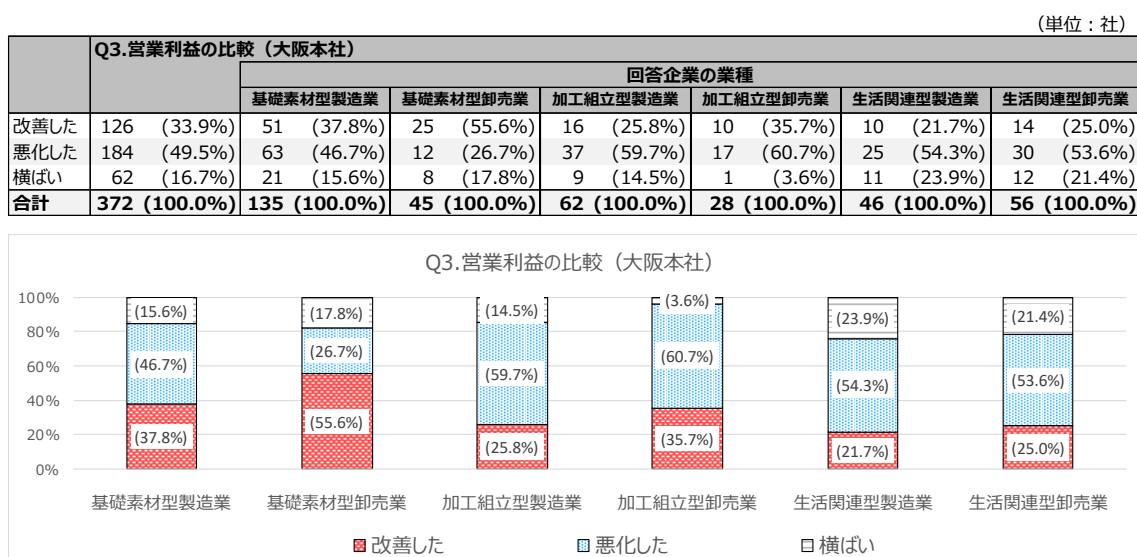
続いて、営業利益に関する Q3 の結果である。結果は図表 2-1-4 のとおりである。図表をみると、「改善した」が 146 社 (35.0%) に対して、「悪化した」が 202 社 (48.4%) となっており、ここでも企業の厳しい状況が伺える。大阪本社のみで集計すると、「改善した」の割合が若干下がり、33.9% (126 社) となり、「悪化した」の割合は若干上がり、49.5% (184 社) であった。ここでも大阪本社に絞り込み、業種別のクロス集計をみていく (図表 2-1-5)、営業利益が「改善した」との回答割合が高かったのは、「基礎素材型卸売業」(55.6%)、「基礎素材型製造業」(37.8%) であり、回答割合が低いのは、「生活関連型製造業」(21.7%)、「生活関連型卸売業」(25.0%) である。「悪化した」との回答割合が高いのは、「加工組立型卸売業」(60.7%)、「加工組立型製造業」(59.7%) である。一方、回答割合が低いのは、「基礎素材型卸売業」(26.7%) と「基礎素材型製造業」(46.7%) である。売上高の場合と似たような傾向で、基礎素材型と比較して、生活関連型は厳しい結果となっている。

図表 2-1-4



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
 注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-1-5



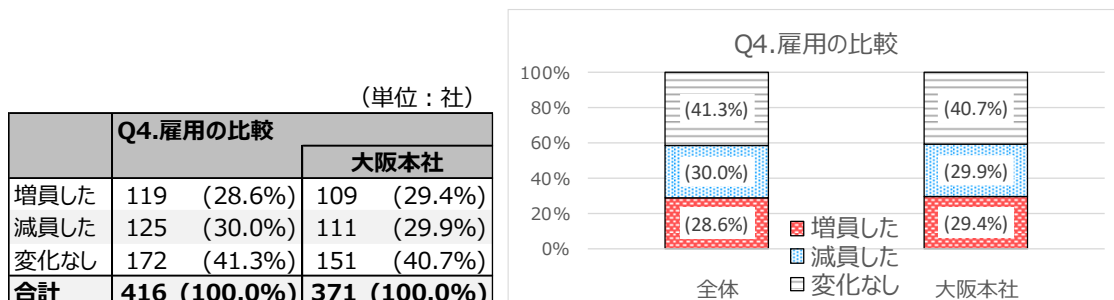
出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成
 注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q4 貴社の雇用を 2 年前と比較してください (一つ回答)。

続いて、2年前と比較した雇用である。図表 2-1-6 をみると、「減員した」との回答が、「増員した」との回答より若干多い。大阪本社のみを集計もほぼ同様の割合である。

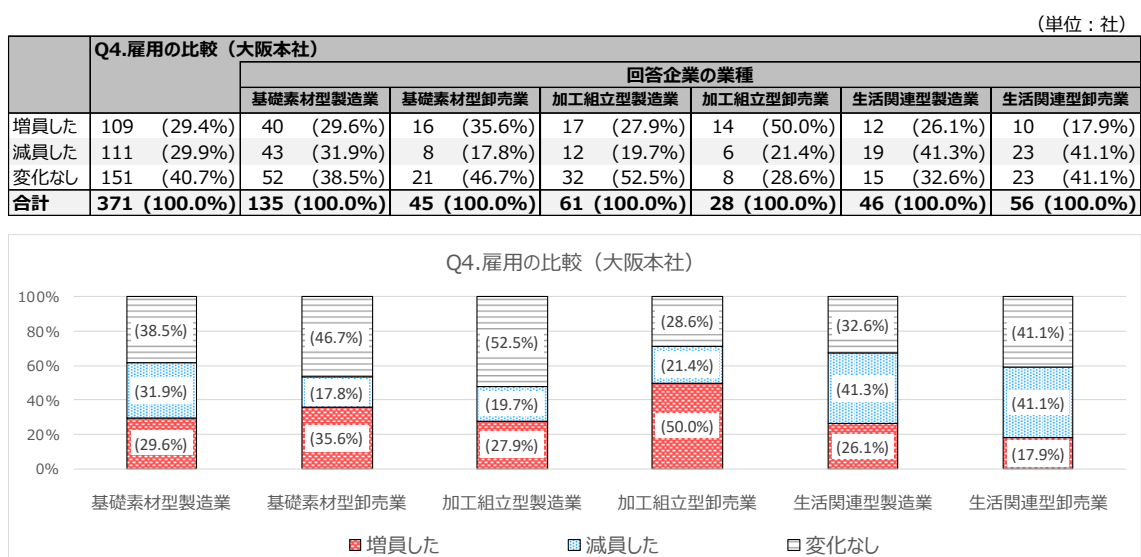
業種別のクロス集計をみると(図表 2-1-7)、「増員した」との回答割合が高かったのは、「加工組立型卸売業」(50.0%)で、回答割合が低いのは、「生活関連型卸売業」(17.9%)である。「減員した」との回答割合が高いのは、「生活関連型製造業」(41.3%)、「生活関連型卸売業」(41.1%)で、回答割合が低いのは、「基礎素材型卸売業」(17.8%)と「加工組立型製造業」(19.7%)である。ここでも、生活関連型は相対的に不調という結果であった。一方、基礎素材型や加工組立型は相対的に好調という結果であった。

図表 2-1-6



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
 注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

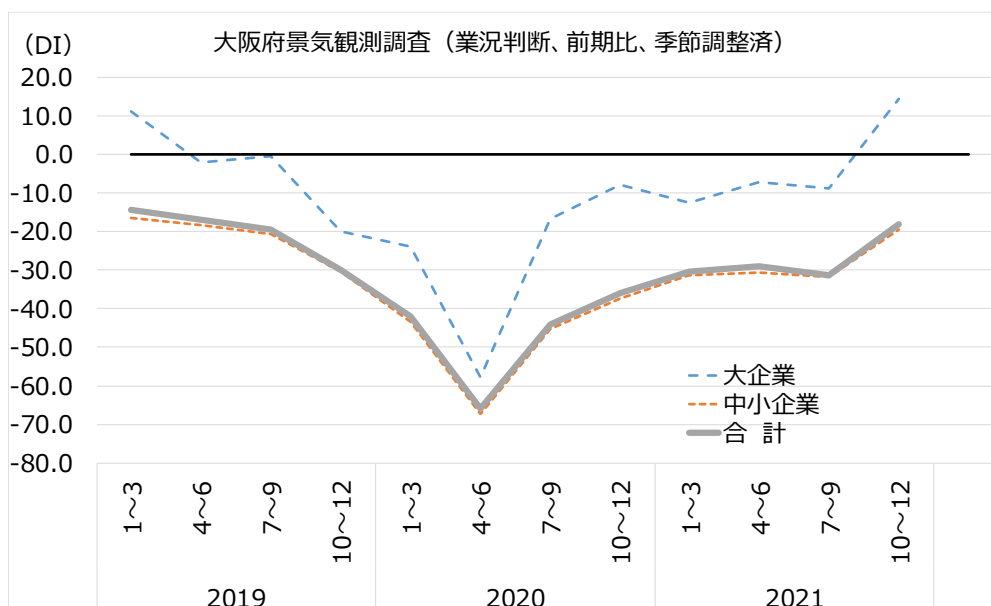
図表 2-1-7



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成
 注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-1-8 は、当センターが実施している大阪府景気観測調査より、業況判断の前期比（季節調整済）を取り上げた。2019年に既に景況感は悪化傾向にあったが、そこにコロナ禍が追い打ちをかけた形で、2020年の4-6月期に、業況判断は底をつけている。2019年上半期と比べると、2021年上半期の景況感は若干悪いことが、この調査からも分かる。

図表 2-1-8



出所：大阪産業経済リサーチ&デザインセンター「大阪府景気観測調査」より作成

2-1（企業概要）のまとめ

企業概要についての回答結果をまとめると、大阪府内での拠点設置は、本社・本店が357か所、工場が140か所であった。東京本社は、支社・支店と営業所を大阪府内に設置するケースが見受けられる。2019年度上半期と2021年度上半期とを比べた企業業績に関しては、売上高、営業利益ともに厳しい状況である。雇用に関しては増員と減員とで拮抗した。業種間でみると、基礎素材型の製造業・卸売業は相対的に好調で、生活関連型の製造業・卸売業は相対的に不調である。生活関連型の業種はコロナ禍の影響を受けやすく、基礎素材型の業種はコロナ禍の影響を受けにくいということも、これらの要因の一つと考えられる。

2-2 国内取引について

以下ⅡからⅥでは、貴社のコロナ禍前（2020年1月以前）とコロナ禍後（2020年2月以降現在まで）の状況を比較してください

Ⅱ 貴社の国内取引について（以下では、コロナ禍以降の企業間取引の変化についてお尋ねします）

（企業間取引とは、他企業の事業所との間での商取引（BtoB）のことを指します）

設問の大問Ⅱではコロナ禍以降の企業間取引について尋ねた。企業間取引は、仕入・発注と販売・受注とに分けて尋ねた。なお、アンケート調査票にも注記したが、企業間取引とは、他企業の事業所との間での商取引（BtoB）のことを指す。商取引とは、企業による商・製品やサービスの売買である仕入・発注や販売・受注のことを指す。ちなみに以下では、仕入・発注は「仕入」、販売・受注は「販売」と略すこともある。また以下では、「仕入額・発注額が最も大きな、主要仕入先」、あるいは、「販売額・受注額が最も大きな、主要販売先」という文言が出てくる。当然ながら、企業間取引は複数の企業にまたがることが多いため、全ての状況をアンケートにて把握することは困難である。このため、回答企業にとって最も取引額が大きな主要取引先についての回答を促した。

企業間取引：仕入・発注

以下は、企業間取引のうち、まず仕入および発注の状況についてである。

以下は、仕入額・発注額が最も大きな、主要仕入先の事業所についてご回答ください

（発注とは、例えば取引先に加工を依頼する場合などを指します）

Q5 主要仕入先の事業所の業種について（一つ回答）（主要仕入先の企業全体の業種とは関係なく、事業所の業種についてご回答ください）

仕入・発注に関する一連の設問の意図として、最も重視したのは、コロナ禍によるリスクマネジメントとして、仕入・発注を分散させたか？という疑問に基づく。仕入・発注の分散によって、大阪府内事業所との新規取引のチャンスを探るといった政策的な動機である。また、事業所としたのは、実際の取引ベースでの回答を期待したためである。以下では、仕入額・発注額が最も大きな、主要仕入先の事業所について尋ねている。

まずQ5では、主要仕入・発注先の事業所の業種を確認している。回答結果は以下のとおりである（図表2-2-1）。これをみると、取引先の業種は「製造業（基礎素材型）」が最も多く、202社で48.6%、次いで、「製造業（加工組立型）」が84社（20.2%）、「製造業（生活関連型）」および「卸売業」がそれぞれ62社（14.9%）となっている。大阪本社のみを集計をみると、「製造業（基礎素材型）」が最も多く、184社で49.5%、「製造業（加工組立型）」が72社（19.4%）、「製造業（生活関連型）」および「卸売業」がともに、56社（15.1%）となっている。さらに回答企業の業種別のクロス集計をみると（図表2-2-2）、製造業は同業種間での仕入が多いことが分かる。回答企業が「基礎素材型製造業」の

場合「製造業（基礎素材型）」からの仕入は73.9%で、「加工組立型製造業」の場合「製造業（加工組立型）」からの仕入は51.6%、「生活関連型製造業」は「製造業（生活関連型）」からの仕入が45.7%である。卸売業は、同じ種類の製品群（つまり、「基礎素材型」「加工組立型」「生活関連型」）を扱うケースが多く、「基礎素材型卸売業」は、「製造業（基礎素材型）」からの仕入が66.7%、「加工組立型卸売業」は「製造業（加工組立型）」からの仕入が55.2%、「生活関連型卸売業」は「製造業（生活関連型）」からの仕入が41.1%である。

図表 2-2-1

(単位：社)

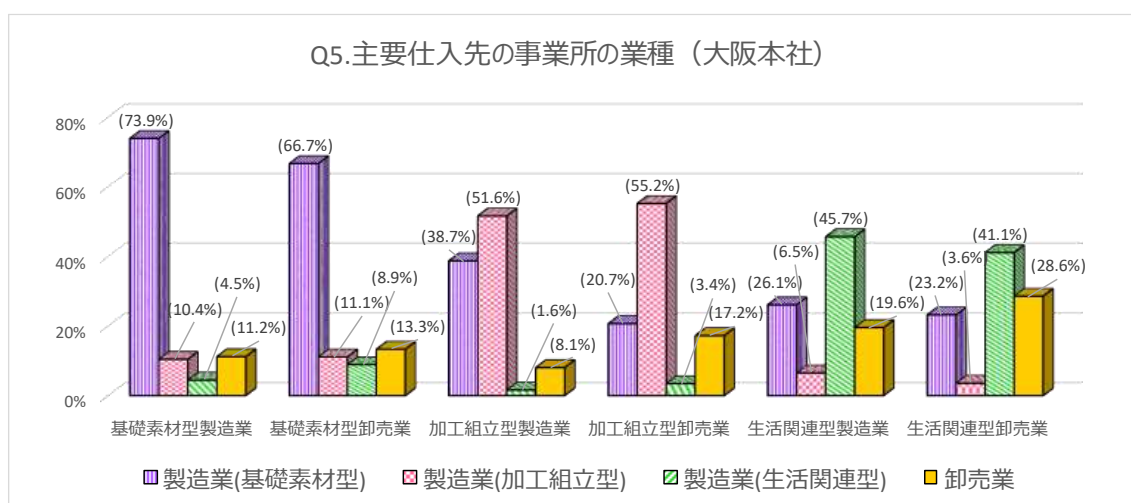
	Q5.主要仕入先の事業所の業種		大阪本社	
	件数	割合	件数	割合
製造業(基礎素材型)	202	(48.6%)	184	(49.5%)
製造業(加工組立型)	84	(20.2%)	72	(19.4%)
製造業(生活関連型)	62	(14.9%)	56	(15.1%)
情報通信業	-	-	-	-
卸売業	62	(14.9%)	56	(15.1%)
その他	6	(1.4%)	4	(1.1%)
合計	416	(100.0%)	372	(100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成。
 注1：製造業（基礎素材型）、製造業（加工組立型）、製造業（生活関連型）の定義は、それぞれ p.7 の図表 1-5 における「基礎素材型製造業」「加工組立型製造業」「生活関連型製造業」に対応する。
 注2：ここは択一回答であるが、2件の複数回答があった。
 注3：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-2-2

(単位：社)

	Q5.主要仕入先の事業所の業種 (大阪本社)		回答企業の業種											
	件数	割合	業種											
			基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業						
製造業(基礎素材型)	184	(49.5%)	99	(73.9%)	30	(66.7%)	24	(38.7%)	6	(20.7%)	12	(26.1%)	13	(23.2%)
製造業(加工組立型)	72	(19.4%)	14	(10.4%)	5	(11.1%)	32	(51.6%)	16	(55.2%)	3	(6.5%)	2	(3.6%)
製造業(生活関連型)	56	(15.1%)	6	(4.5%)	4	(8.9%)	1	(1.6%)	1	(3.4%)	21	(45.7%)	23	(41.1%)
情報通信業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
卸売業	56	(15.1%)	15	(11.2%)	6	(13.3%)	5	(8.1%)	5	(17.2%)	9	(19.6%)	16	(28.6%)
その他	4	(1.1%)	-	-	-	-	-	-	1	(3.4%)	1	(2.2%)	2	(3.6%)
合計	372	(100.0%)	134	(100.0%)	45	(100.0%)	62	(100.0%)	29	(100.0%)	46	(100.0%)	56	(100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成
 注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q6 主要仕入先の企業全体の従業員規模について（一つ回答）（グループ会社・子会社を含まない従業員数をご回答ください）

ここでは、主要仕入先の規模を確認している。図表2-2-3をみると、「1,000人以上」が最も多く、145社（35.2%）で、次いで「100~299人」が89社（21.6%）、「50~99人」が60社（14.6%）、「300~999人」は同じく60社（14.6%）となっている。仕入先に関しては大規模な企業との取引が多い。大阪本社のみでの集計は、やはり1,000人以上が最も多く34.2%で、「100~299人」が20.9%、「50~99人」が15.8%、「300~999人」は15.5%となっている。

図表2-2-3

（単位：社）

	Q6.主要仕入先の従業員規模	
	大阪本社	
1~19人	14 (3.4%)	11 (3.0%)
20~49人	44 (10.7%)	39 (10.6%)
50~99人	60 (14.6%)	58 (15.8%)
100~299人	89 (21.6%)	77 (20.9%)
300~999人	60 (14.6%)	57 (15.5%)
1,000人以上	145 (35.2%)	126 (34.2%)
合計	412 (100.0%)	368 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注：（）内は、縦合計に対する割合を示す。

Q7 主要仕入先の事業所の立地場所について（一つ回答）

主要仕入先の事業所の立地場所を尋ねた。図表2-2-4をみると、「大阪府」が最も多く、221社（52.1%）、次いで「東京都」が71社（16.7%）となっている。なお、「その他」の記述に、「中国」「ドイツ」「ベトナム」という海外の取引先に関する回答もあった。さらに、回答企業の本社を大阪と東京に分けてみると、大阪本社企業は、大阪府内事業所からの仕入が多く（57.4%）、大阪本社企業の東京都内事業所からの仕入は13.0%である。一方、東京本社企業は東京都内事業所からの仕入れが多く（47.8%）、大阪府内事業所からの仕入は8.7%である。

回答企業を大阪本社に絞り、回答企業の業種別でみると（図表2-2-5）、業種間で、大阪府内事業所からの仕入の割合が高いのは、「加工組立型製造業」（75.4%）、「基礎素材型製造業」（59.4%）などである。一方、回答企業の業種間で、東京都内事業所からの仕入の割合が高いのは、「生活関連型製造業」であり（21.7%）、卸売業は全般的に東京都内事業所からの仕入が多い。

図表 2-2-4

(単位：社)

	Q7.主要仕入先の事業所の立地場所			
	大阪本社		東京本社	
大阪府	221 (52.1%)	217 (57.4%)	4 (8.7%)	
兵庫県	22 (5.2%)	21 (5.6%)	1 (2.2%)	
京都府	12 (2.8%)	11 (2.9%)	1 (2.2%)	
奈良県	6 (1.4%)	6 (1.6%)	—	—
和歌山県	1 (0.2%)	1 (0.3%)	—	—
滋賀県	4 (0.9%)	4 (1.1%)	—	—
東京都	71 (16.7%)	49 (13.0%)	22 (47.8%)	
神奈川県	6 (1.4%)	4 (1.1%)	2 (4.3%)	
埼玉県	2 (0.5%)	1 (0.3%)	1 (2.2%)	
千葉県	6 (1.4%)	3 (0.8%)	3 (6.5%)	
愛知県	14 (3.3%)	10 (2.6%)	4 (8.7%)	
その他	59 (13.9%)	51 (13.5%)	8 (17.4%)	
合計	424 (100.0%)	378 (100.0%)	46 (100.0%)	

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：ここは択一回答であるが、10件の複数回答があった。

注2：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-2-5

(単位：社)

	Q7.主要仕入先の事業所の立地場所 (大阪本社)						
		回答企業の業種					
		基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業
大阪府	217 (57.4%)	79 (59.4%)	23 (50.0%)	49 (75.4%)	14 (50.0%)	26 (56.5%)	26 (43.3%)
兵庫県	21 (5.6%)	7 (5.3%)	4 (8.7%)	1 (1.5%)	1 (3.6%)	2 (4.3%)	6 (10.0%)
京都府	11 (2.9%)	2 (1.5%)	—	2 (3.1%)	5 (17.9%)	2 (4.3%)	—
奈良県	6 (1.6%)	4 (3.0%)	1 (2.2%)	—	—	—	1 (1.7%)
和歌山県	1 (0.3%)	1 (0.8%)	—	—	—	—	—
滋賀県	4 (1.1%)	2 (1.5%)	1 (2.2%)	1 (1.5%)	—	—	—
東京都	49 (13.0%)	13 (9.8%)	7 (15.2%)	4 (6.2%)	5 (17.9%)	10 (21.7%)	10 (16.7%)
神奈川県	4 (1.1%)	—	1 (2.2%)	1 (1.5%)	1 (3.6%)	1 (2.2%)	—
埼玉県	1 (0.3%)	—	1 (2.2%)	—	—	—	—
千葉県	3 (0.8%)	2 (1.5%)	1 (2.2%)	—	—	—	—
愛知県	10 (2.6%)	4 (3.0%)	2 (4.3%)	—	1 (3.6%)	2 (4.3%)	1 (1.7%)
その他	51 (13.5%)	19 (14.3%)	5 (10.9%)	7 (10.8%)	1 (3.6%)	3 (6.5%)	16 (26.7%)
合計	378 (100.0%)	133 (100.0%)	46 (100.0%)	65 (100.0%)	28 (100.0%)	46 (100.0%)	60 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q8 コロナ禍前と比較し、2020年2月以降現在に至るまで、貴社の仕入額・発注額全体に占める、主要仕入先の事業所の仕入額・発注額の割合は変化しましたか？(一つ回答)

主には、仕入額・発注額が最も大きな主要仕入先との取引に関して、コロナ禍によるリスクマネジメントの観点から、既存取引のウエイトを下げたか？つまり他の取引先に取引を分散したか？ということを探る設問である。図表2-2-6をみると、「割合が増加した」は66社(15.9%)であり、「割合が減少した」は112社(27.0%)と、減少したケースが多い。なお、「特に変化なし」が最も多く、57.1%である。回答企業を大阪本社と東京本社に分けると、「増加した」との回答は、大阪本社の方が高いものの(大阪：16.8%、東京：8.9%)、大阪本社、東京本社ともに、「割合が減少した」との回答割合が、「割合が増加した」との回答割合を上回る。ここで、さらに、前問のQ7において、主要仕入先の事業所が「大阪府」であると回答した企業に絞りこみ、回答企業を大阪本社に絞り込むと(図表2-2-

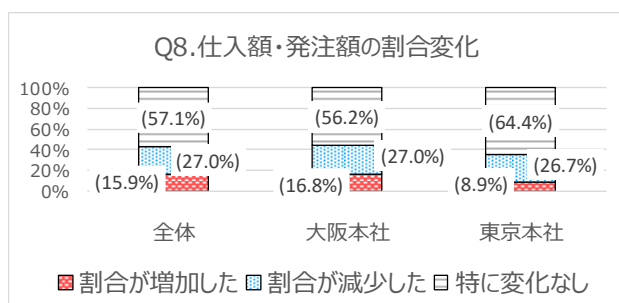
7)、「割合が増加した」との回答は 33 社 (15.2%) であり、「割合が減少した」との回答は、63 社 (29.0%) である。

以上、主要仕入先との仕入・発注に関しては、変化が無いとの回答が多かったものの、割合が減少したとの回答も多く、既存取引のウエイトが下がった企業が多いことが分かる。

図表 2-2-6

(単位：社)

	Q8.仕入額・発注額の割合変化		
		大阪本社	東京本社
割合が増加した	66 (15.9%)	62 (16.8%)	4 (8.9%)
割合が減少した	112 (27.0%)	100 (27.0%)	12 (26.7%)
特に変化なし	237 (57.1%)	208 (56.2%)	29 (64.4%)
合計	415 (100.0%)	370 (100.0%)	45 (100.0%)

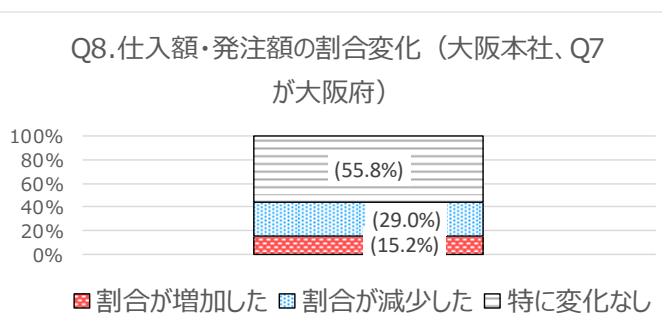


出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-2-7

(単位：社)

	Q8.仕入額・発注額の割合変化 (大阪本社、Q7が大阪府)	
	割合が増加した	33 (15.2%)
割合が減少した	63 (29.0%)	
特に変化なし	121 (55.8%)	
合計	217 (100.0%)	



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q9 Q8のご回答は、コロナ禍と関係しますか？ A、B、C、D いずれかに○を付けてください (一つ回答)。

以下では、コロナ禍と関係するかどうか、「A. コロナ禍と関係する」「B. どちらかと言えばコロナ禍と関係する」「C. どちらかと言えばコロナ禍とは無関係」「D. コロナ禍とは無関係」という設問が何度か登場する。当然ながら、企業行動の変化は、コロナ禍によらない

ものもあるため、これをコロナ禍からの影響と識別するためである。

ここでは、仕入額・発注額の割合変化（Q8）がコロナ禍と関係するかどうかを尋ねている。Q8での回答結果が、「A 関係する」と「B どちらかと言えば関係する」あわせて40.2%であり、C（どちらかと言えばコロナ禍とは無関係）+D（コロナ禍とは無関係）は59.8%である。大阪本社は、A+Bで41.1%、C+Dで58.9%である（図表2-2-8）。

大阪本社の回答に関して、Q7において主要仕入先が大阪府内事業所と回答した場合に集計を絞り込み、さらにQ8での回答別にA、B、C、Dを集計すると（図表2-2-9）、「割合が増加した」との回答では、コロナ禍と関係する（A+B）は42.4%であるが、「割合が減少した」との回答だと、コロナ禍と関係する（A+B）は85.7%と高い。一方、「特に変化なし」は、コロナ禍と関係しない（C+D）が76.1%と高めである。大阪本社企業の大阪府内事業所との取引においては、コロナ禍に関して仕入額・発注額の割合が減少したケースが多いことになる。

図表2-2-8

(単位：社)

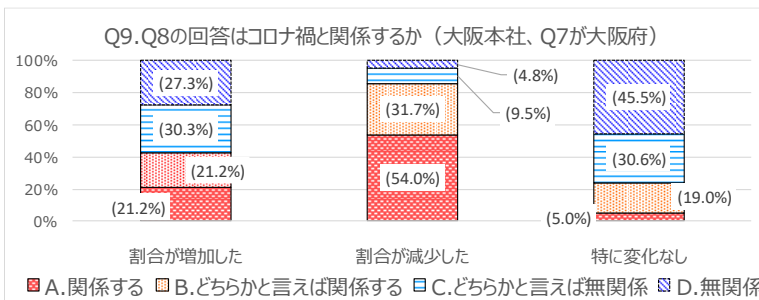
	Q9.Q8の回答はコロナ禍と関係するか		大阪本社	
	件数	割合	件数	割合
A.関係する	80	(19.5%)	72	(19.6%)
B.どちらかと言えば関係する	85	(20.7%)	79	(21.5%)
C.どちらかと言えば無関係	88	(21.4%)	81	(22.1%)
D.無関係	158	(38.4%)	135	(36.8%)
合計	411	(100.0%)	367	(100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表2-2-9

(単位：社)

	Q9.Q8の回答はコロナ禍と関係するか（大阪本社、Q7が大阪府）				
	件数	割合	Q8の回答		
			割合が増加した	割合が減少した	特に変化なし
A.関係する	47	(21.7%)	7 (21.2%)	34 (54.0%)	6 (5.0%)
B.どちらかと言えば関係する	50	(23.0%)	7 (21.2%)	20 (31.7%)	23 (19.0%)
C.どちらかと言えば無関係	53	(24.4%)	10 (30.3%)	6 (9.5%)	37 (30.6%)
D.無関係	67	(30.9%)	9 (27.3%)	3 (4.8%)	55 (45.5%)
合計	217	(100.0%)	33 (100.0%)	63 (100.0%)	121 (100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

以下は、主要仕入先とは関係なくご回答ください

Q10 コロナ禍前と比較し、2020年2月以降現在に至るまで、それ以前に取引のなかった大阪府に立地する事業所との間で、新たな仕入・発注（新規仕入）を開始しましたか？（一つ回答）。

以下では、大阪府内事業所との新規取引の有無を尋ねている。コロナ禍によって企業が取引行動を変化させた結果として、大阪府内事業所にとって新たなチャンスが生まれている可能性を探るものである。「検討中」という選択肢も入れることで、今後の取引可能性も探った。

図表2-2-10をみると、大阪府内事業所からの新規仕入を「開始していない(いいえ)」は、311社(75.1%)であるものの、新規仕入を「開始した(はい)」は、84社(20.3%)と一定数の回答があり、「検討中」も含めると、414社中103社にのぼる。大阪本社では、新規仕入開始は79社(21.5%)であり、「検討中」も含めると368社中98社である。東京本社は、5社で大阪府内事業所からの新規仕入があり、「検討中」はゼロであった。

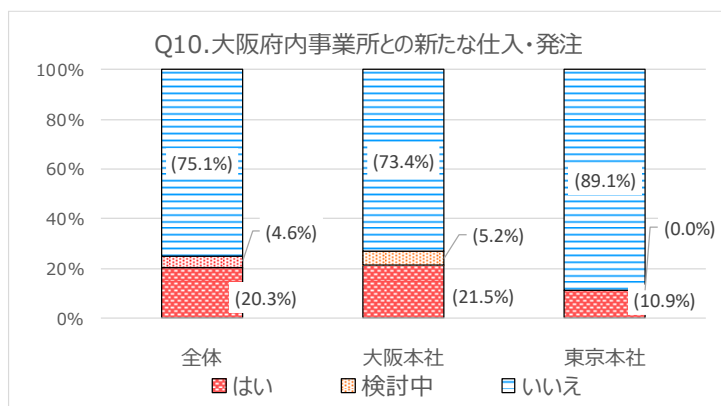
次に、回答企業を大阪本社に絞り込み、かつ、回答企業の業種別でのクロス集計をみていく(図表2-2-11)。大阪府内事業所との新規仕入・発注で、「はい」との回答割合が高いのは、「加工組立型卸売業」(28.6%)、「加工組立型製造業」(27.9%)である。「はい」と「検討中」を足すと、「加工組立型製造業」が最も割合が高く(32.8%)、「基礎素材型卸売業」(31.8%)が続く。回答企業を東京本社に絞り込むと(図表2-2-12)、大阪府内事業所との新規仕入・発注で「はい」との回答5件の内訳は、「基礎素材型卸売業」(2)、「加工組立型製造業」(1)、「加工組立型卸売業」(2)となっている。

次に、回答企業を大阪本社企業に絞った上で、Q8で既存仕入先の仕入・発注額の「割合が減少した」と回答した企業のうち、Q9でコロナ禍との関係あり(AあるいはB)と回答した企業に絞り込み、さらに、Q10で大阪府内事業所との新たな仕入・発注を「はい」または「検討中」と答えた企業の数を集計した。ここでは、コロナ禍に関係して既存の主要仕入先の仕入額・発注額の割合が減少した企業のうち、どの程度の企業が大阪府内事業所と新規取引を開始または検討しているかを探っている。数値のみなので図表には示さないが、コロナ禍の影響により(AまたはB)既存取引の割合が減少し、新規取引を開始または検討した企業は40社であり、新規取引を開始または検討した大阪本社企業は全体で98社であったので、新規取引を開始または検討した企業の約4割が、コロナ禍によって既存取引のウェイトを下げている。

図表 2-2-10

(単位：社)

Q10.大阪府内事業所との新たな仕入・発注			
		大阪本社	東京本社
はい	84 (20.3%)	79 (21.5%)	5 (10.9%)
検討	19 (4.6%)	19 (5.2%)	—
いいえ	311 (75.1%)	270 (73.4%)	41 (89.1%)
合計	414 (100.0%)	368 (100.0%)	46 (100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-2-11

(単位：社)

Q10.大阪府内事業所との新たな仕入・発注 (大阪本社)							
		回答企業の業種					
		基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業
はい	79 (21.5%)	27 (20.1%)	11 (25.0%)	17 (27.9%)	8 (28.6%)	5 (10.9%)	11 (20.0%)
検討	19 (5.2%)	4 (3.0%)	3 (6.8%)	3 (4.9%)	—	3 (6.5%)	6 (10.9%)
いいえ	270 (73.4%)	103 (76.9%)	30 (68.2%)	41 (67.2%)	20 (71.4%)	38 (82.6%)	38 (69.1%)
合計	368 (100.0%)	134 (100.0%)	44 (100.0%)	61 (100.0%)	28 (100.0%)	46 (100.0%)	55 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-2-12

(単位：社)

Q10.大阪府内事業所との新たな仕入・発注 (東京本社)							
		回答企業の業種					
		基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業
はい	5 (10.9%)	—	2 (16.7%)	1 (14.3%)	2 (22.2%)	—	—
検討	—	—	—	—	—	—	—
いいえ	41 (89.1%)	7 (100.0%)	10 (83.3%)	6 (85.7%)	7 (77.8%)	6 (100.0%)	5 (100.0%)
合計	46 (100.0%)	7 (100.0%)	12 (100.0%)	7 (100.0%)	9 (100.0%)	6 (100.0%)	5 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q11 Q10で1「新たな仕入・発注を開始」あるいは2「検討中」とご回答の場合、その要因について（複数回答可）。またその要因がコロナ禍に関係するかどうか。

以下は、大阪府内事業所との新規取引の要因が、コロナ禍に起因するものかどうかを確認する意図での設問である。要因の選択肢は、以下のとおりである。

- 1- 「既存仕入先の事業縮小（事業縮小）」
- 2- 「既存仕入先の経営不安定化（経営不安定化）」
- 3- 「自社のリスクマネジメントとして（リスクマネジメント）」
- 4- 「既存仕入先より好条件での取引が可能のため（好条件）」
- 5- 「自社における新規事業の開始（新規事業）」
- 6- 「その他（その他）」

いずれも「A コロナ禍と関係する」と「B どちらかと言えばコロナ禍と関係する」の合計で結果をみていく。図表2-2-13をみると、全般的に「C どちらかと言えば無関係」や「D 無関係」との回答が多いが、「事業縮小」と「経営不安定化」はそれぞれA+Bが30.0%であり、「リスクマネジメント」はA+Bが31.8%という結果で、これら3つの要因は、他の要因と比べると、コロナ禍と関係する（または、どちらかと言えば関係する）という回答が多い。既存取引先がコロナ禍により苦境に立たされたことや、コロナ禍により自社においてリスクマネジメントの意識が高まった結果として、新規取引の開始（検討）に至ったということが分かる。回答企業を大阪本社に絞ると（図表2-2-14）、A+Bは、ここでも、「事業縮小」（33.4%）、「経営不安定化」（33.3%）、「リスクマネジメント」（33.3%）の3つの要因で多い。ちなみに「その他」の自由記述には、「既存仕入先の商品確保ができないため、補填として」という回答があった。

図表2-2-13

（単位：件）

		Q11.新たな仕入・発注の要因					
		Q11_1 事業縮小	Q11_2 経営不安定化	Q11_3 リスクマネジメント	Q11_4 好条件	Q11_5 新規事業	Q11_6 その他
コロナ禍との関係	A.関係する	3 (15.0%)	2 (10.0%)	3 (6.8%)	-	6 (13.6%)	1 (5.6%)
	B.どちらかと言えば関係する	3 (15.0%)	4 (20.0%)	11 (25.0%)	4 (9.3%)	6 (13.6%)	3 (16.7%)
	C.どちらかと言えば無関係	5 (25.0%)	7 (35.0%)	11 (25.0%)	12 (27.9%)	8 (18.2%)	1 (5.6%)
	D.無関係	7 (35.0%)	6 (30.0%)	17 (38.6%)	22 (51.2%)	22 (50.0%)	12 (66.7%)
	無回答	2 (10.0%)	1 (5.0%)	2 (4.5%)	5 (11.6%)	2 (4.5%)	1 (5.6%)
合計		20 (100.0%)	20 (100.0%)	44 (100.0%)	43 (100.0%)	44 (100.0%)	18 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

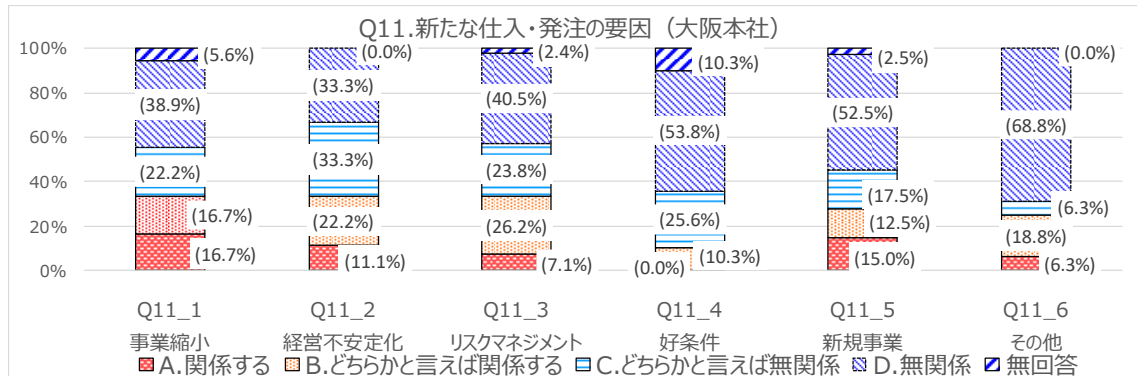
注1：経営不安定化には、倒産・廃業したケースも含む。

注2：（）内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-2-14

(単位：件)

		Q11.新たな仕入・発注の要因 (大阪本社)					
		Q11_1 事業縮小	Q11_2 経営不安定化	Q11_3 リスクマネジメント	Q11_4 好条件	Q11_5 新規事業	Q11_6 その他
コロナ禍との関係	A.関係する	3 (16.7%)	2 (11.1%)	3 (7.1%)	—	6 (15.0%)	1 (6.3%)
	B.どちらかと言えば関係する	3 (16.7%)	4 (22.2%)	11 (26.2%)	4 (10.3%)	5 (12.5%)	3 (18.8%)
	C.どちらかと言えば無関係	4 (22.2%)	6 (33.3%)	10 (23.8%)	10 (25.6%)	7 (17.5%)	1 (6.3%)
	D.無関係	7 (38.9%)	6 (33.3%)	17 (40.5%)	21 (53.8%)	21 (52.5%)	11 (68.8%)
	無回答	1 (5.6%)	—	1 (2.4%)	4 (10.3%)	1 (2.5%)	—
合計		18 (100.0%)	18 (100.0%)	42 (100.0%)	39 (100.0%)	40 (100.0%)	16 (100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：経営不安定化には、倒産・廃業したケースも含む。

注2：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q12 新規仕入先の事業所の業種について（一つ回答）（新規仕入先の企業全体の業種とは関係なく、事業所の業種についてご回答ください。新規仕入先が複数ある場合は、仕入額・発注額が最も大きな事業所についてご回答ください）

新規取引を開始（あるいは検討）した、大阪府内事業所の業種を尋ねている。ここでは、取引先の企業全体ではなく、実際に取引している先の事業所の業種の回答を促した。実質的な取引内容を間接的に知るためである。

図表 2-2-15 をみると、「製造業（加工組立型）」が最も多く、45社（34.1%）であり、43社（32.6%）の「製造業（基礎素材型）」が続く。回答企業を大阪本社に絞り込むと、「製造業（基礎素材型）」と「製造業（加工組立型）」が多い（41社、34.7%）。

回答企業を大阪本社に絞り込んだ上で、さらに回答企業の業種別のクロス集計をみると（図表 2-2-16）、新規仕入先の業種は、主要仕入先と似た傾向にあり、まず製造業に関しては同業種が多く、それぞれ、「基礎素材型製造業」と「製造業（基礎素材型）」（43.6%）、「加工組立型製造業」と「製造業（加工組立型）」（58.3%）、「生活関連型製造業」と「製造業（生活関連型）」（44.4%）での新規取引の割合が高い。卸売業については、主要仕入先と同様に、同じ種類の製品群を扱うケースが多く、「基礎素材型卸売業」と「製造業（基礎素材型）」（41.2%）、「加工組立型卸売業」と「製造業（加工組立型）」（55.6%）、「生活関連型卸売業」と「製造業（生活関連型）」（50.0%）である。

図表 2-2-15

(単位：社)

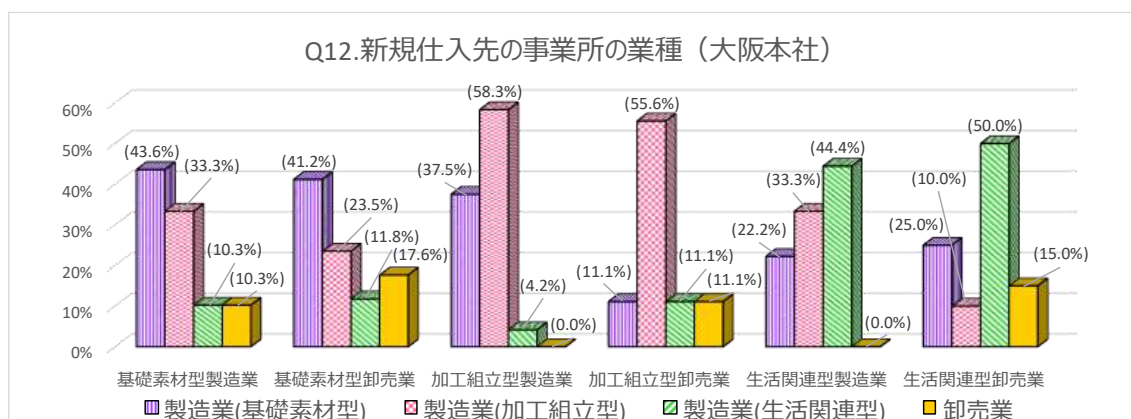
	Q12.新規仕入先の事業所の業種		大阪本社	
	社数	割合	社数	割合
製造業(基礎素材型)	43	(32.6%)	41	(34.7%)
製造業(加工組立型)	45	(34.1%)	41	(34.7%)
製造業(生活関連型)	24	(18.2%)	22	(18.6%)
情報通信業	2	(1.5%)	1	(0.8%)
卸売業	14	(10.6%)	11	(9.3%)
その他	4	(3.0%)	2	(1.7%)
合計	132	(100.0%)	118	(100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-2-16

(単位：社)

	Q12.新規仕入先の事業所の業種 (大阪本社)		回答企業の業種											
	社数	割合	基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業						
製造業(基礎素材型)	41	(34.7%)	17	(43.6%)	7	(41.2%)	9	(37.5%)	1	(11.1%)	2	(22.2%)	5	(25.0%)
製造業(加工組立型)	41	(34.7%)	13	(33.3%)	4	(23.5%)	14	(58.3%)	5	(55.6%)	3	(33.3%)	2	(10.0%)
製造業(生活関連型)	22	(18.6%)	4	(10.3%)	2	(11.8%)	1	(4.2%)	1	(11.1%)	4	(44.4%)	10	(50.0%)
情報通信業	1	(0.8%)	1	(2.6%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
卸売業	11	(9.3%)	4	(10.3%)	3	(17.6%)	-	-	1	(11.1%)	-	-	3	(15.0%)
その他	2	(1.7%)	-	-	1	(5.9%)	-	-	1	(11.1%)	-	-	-	-
合計	118	(100.0%)	39	(100.0%)	17	(100.0%)	24	(100.0%)	9	(100.0%)	9	(100.0%)	20	(100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q13 新規仕入先の企業全体の従業者規模について（一つ回答）（グループ会社・子会社を含まない従業者数をご回答ください。新規仕入先が複数ある場合は、仕入額・発注額が最も大きな事業所の企業全体についてご回答ください）

次に、新規取引を開始（あるいは検討）した、大阪府内事業所の従業者規模を尋ねている。結果をみると（図表2-2-17）、「20～49人」が30社（24.8%）と最も多く、「100～299人」（23.1%）が続く。比較的小規模な企業との新規取引が多い点は興味深い。大阪本社のみでの集計だと、「20～49人」と「100～299人」が23.9%となっている。

図表2-2-17

（単位：社）

	Q13.新規仕入先の従業者規模	
	大阪本社	
1～19人	18 (14.9%)	17 (15.6%)
20～49人	30 (24.8%)	26 (23.9%)
50～99人	21 (17.4%)	19 (17.4%)
100～299人	28 (23.1%)	26 (23.9%)
300～999人	12 (9.9%)	10 (9.2%)
1,000人以上	12 (9.9%)	11 (10.1%)
合計	121 (100.0%)	109 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：ここは択一回答であるが、1件の複数回答があった。

注2：（）内は、縦合計に対する割合を示す。

2-2（企業間取引：仕入・発注）のまとめ

国内取引のうち、仕入・発注の結果をまとめると、既存の主要仕入・発注先は、大規模な企業が多いが、回答企業が新規に開始（または検討）した仕入・発注に関しては、比較的小規模な企業との新規取引が多い点は興味深い。製造業は同業種間での仕入が多く、卸売業は、同じ種類の製品群（「基礎素材型」「加工組立型」「生活関連型」）を扱うケースが多い。また、回答企業が卸売業の場合、東京都内事業所との仕入・発注も多いという傾向がある。

既存の主要仕入・発注先との仕入・発注に関しては、割合が減少した傾向が強く、既存取引のウェイトが下がった企業が多い。さらに、大阪本社企業の大阪府内事業所との取引においては、9割弱が、コロナ禍と関係して仕入額・発注額を減少させている。

新規仕入・発注は、検討中も含めると、414社中103社にのぼる。また、大阪本社企業の大阪府内事業所との新規仕入・発注の開始・検討は368社中98社である。東京本社企業も大阪府内事業所との新規取引を開始したケースが数件みられた。大阪府内事業所が東京本社企業との取引を開始するチャンスもあると言える。また、新規仕入・発注を開始または検討した企業の約4割が、コロナ禍によって既存仕入のウェイトを下げている、取引が分散化している。

新規仕入・発注の開始または検討の要因のうち、「既存仕入先の事業縮小」「既存仕入先の経営不安定化」「自社のリスクマネジメント」の3要因が特に、コロナ禍と関連している

の回答が多かった。既存取引先がコロナ禍により苦境に陥るとともに、自社のリスクマネジメント意識の高まりの結果として、新規取引の開始（検討）に至ったと考えられる。

つまり、国内取引のうち、仕入・発注に関しては、コロナ禍によって分散化しているとともに、コロナ禍における各種リスクの分散化の一環として、大阪府内事業所との新規取引があったという点がここでの結論である。

企業間取引：販売・受注

以下は、企業間取引のうち、販売および受注の状況についての設問である。

以下は、販売額・受注額が最も大きな、主要販売先の事業所についてご回答ください

（受注とは、例えば取引先から加工の依頼を受ける場合などを指します）

Q14 主要販売先の事業所の業種について（一つ回答）（主要販売先の企業全体の業種とは関係なく、事業所の業種についてご回答ください）

販売・受注に関する一連の設問の意図として、仕入・発注と同じく、最も重視したのは、コロナ禍によるリスクマネジメントとして、販売・受注を分散させたか？という疑問に基づく。大阪府内事業所との新規取引のチャンスを探るという政策的な動機も同様である。

まずここでは、主要販売・受注先の事業所の業種を尋ねている。図表2-2-18をみると、「製造業（加工組立型）」が最も多く（103社、24.5%）、次いで、「卸売業」（95社、22.6%）で、「製造業（基礎素材型）」（62社、14.8%）、「製造業（生活関連型）」（58社、13.8%）が続く。大阪本社のみで集計した結果は、「製造業（加工組立型）」が25.5%で、「卸売業」が23.1%と続き、「製造業（基礎素材型）」が15.3%、「製造業（生活関連型）」が13.9%である。

次に、回答企業を大阪本社に絞り、回答企業の業種別でクロス集計した（図表2-2-19）。仕入・発注のときと同様の傾向であるが、製造業は、同業種間の取引が多い。「基礎素材型製造業」と「製造業（基礎素材型）」（26.9%）、「加工組立型製造業」と「製造業（加工組立型）」（54.8%）、「生活関連型製造業」と「製造業（生活関連型）」（34.0%）である。また、製造業は、卸売業への販売も多い。回答企業が卸売業の場合については、ここも主要仕入先と同様に、同じ種類の製品群を扱うケースが多く、「基礎素材型卸売業」と「製造業（基礎素材型）」（25.0%）、「加工組立型卸売業」と「製造業（加工組立型）」（37.9%）、「生活関連型卸売業」と「製造業（生活関連型）」（10.5%）である。ただし、卸売業間の取引が多く（基礎、加工、生活それぞれ27.3%、17.2%、21.1%）、「生活関連型卸売業」に関しては、「小売業」との取引が最も多い（38.6%）。

図表 2-2-18

(単位：社)

	Q14.主要販売先の事業所の業種	
	大阪本社	
製造業(基礎素材型)	62 (14.8%)	57 (15.3%)
製造業(加工組立型)	103 (24.5%)	95 (25.5%)
製造業(生活関連型)	58 (13.8%)	52 (13.9%)
情報通信業	6 (1.4%)	6 (1.6%)
運輸業	5 (1.2%)	3 (0.8%)
卸売業	95 (22.6%)	86 (23.1%)
小売業	48 (11.4%)	43 (11.5%)
サービス業(宿泊業・飲食サービス業を除く)	5 (1.2%)	3 (0.8%)
宿泊業	— —	— —
飲食サービス業	6 (1.4%)	6 (1.6%)
医療業、保健衛生	5 (1.2%)	4 (1.1%)
社会保険・社会福祉・介護事業	1 (0.2%)	1 (0.3%)
その他	26 (6.2%)	17 (4.6%)
合計	420 (100.0%)	373 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：保健衛生は、保健所、健康相談施設などを指す。

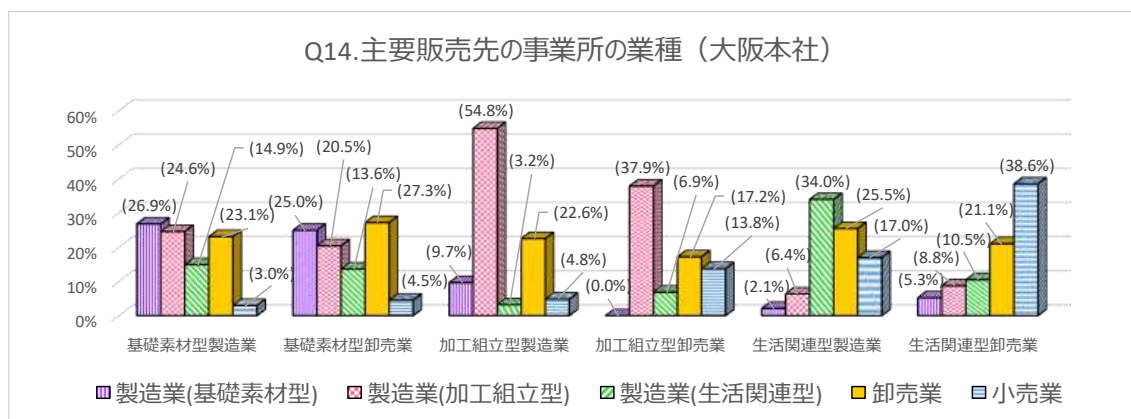
注2：ここは択一回答であるが、6件の複数回答があった。

注3：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-2-19

(単位：社)

	Q14.主要販売先の事業所の業種（大阪本社）		回答企業の業種					
			基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業
製造業(基礎素材型)	57 (15.3%)	36 (26.9%)	11 (25.0%)	6 (9.7%)	-	-	1 (2.1%)	3 (5.3%)
製造業(加工組立型)	95 (25.5%)	33 (24.6%)	9 (20.5%)	34 (54.8%)	11 (37.9%)	3 (6.4%)	5 (8.8%)	
製造業(生活関連型)	52 (13.9%)	20 (14.9%)	6 (13.6%)	2 (3.2%)	2 (6.9%)	16 (34.0%)	6 (10.5%)	
情報通信業	6 (1.6%)	1 (0.7%)	-	-	2 (6.9%)	2 (4.3%)	1 (1.8%)	
運輸業	3 (0.8%)	1 (0.7%)	-	-	1 (3.4%)	-	1 (1.8%)	
卸売業	86 (23.1%)	31 (23.1%)	12 (27.3%)	14 (22.6%)	5 (17.2%)	12 (25.5%)	12 (21.1%)	
小売業	43 (11.5%)	4 (3.0%)	2 (4.5%)	3 (4.8%)	4 (13.8%)	8 (17.0%)	22 (38.6%)	
サービス業(宿泊業・飲食サービス業を除く)	3 (0.8%)	-	-	-	2 (6.9%)	-	1 (1.8%)	
宿泊業	-	-	-	-	-	-	-	
飲食サービス業	6 (1.6%)	-	-	-	-	3 (6.4%)	3 (5.3%)	
医療業・保健衛生	4 (1.1%)	-	1 (2.3%)	2 (3.2%)	-	1 (2.1%)	-	
社会保険・社会福祉・介護事業	1 (0.3%)	-	-	-	-	-	1 (1.8%)	
その他	17 (4.6%)	8 (6.0%)	3 (6.8%)	1 (1.6%)	2 (6.9%)	1 (2.1%)	2 (3.5%)	
合計	373 (100.0%)	134 (100.0%)	44 (100.0%)	62 (100.0%)	29 (100.0%)	47 (100.0%)	57 (100.0%)	



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

注1：保健衛生は、保健所、健康相談施設などを指す。

注2：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q15 主要販売先の企業全体の従業者規模について（一つ回答）（グループ会社・子会社を含まない従業者数をご回答ください）

ここでは、主要販売先の規模を確認した。図表 2-2-20 によれば、「1,000 人以上」（55.9%）が最も多く、「300~999 人」（18.6%）が続く。仕入・発注の場合と同様に大規模な企業を中心とした販売・受注先が多い。大阪本社のみだと、「1,000 人以上」が 56.5%で、「300~999 人」が 18.6%である。やはり大規模な企業が多い。

図表 2-2-20

(単位：社)

	Q15.主要販売先の従業員規模	
	大阪本社	
1～19人	8 (1.9%)	7 (1.9%)
20～49人	24 (5.8%)	19 (5.1%)
50～99人	28 (6.7%)	23 (6.2%)
100～299人	46 (11.1%)	43 (11.6%)
300～999人	77 (18.6%)	69 (18.6%)
1,000人以上	232 (55.9%)	209 (56.5%)
合計	415 (100.0%)	370 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q16 主要販売先の事業所の立地場所について（一つ回答）

続いて、主要販売先の事業所の立地場所を尋ねた。結果をみると（図表 2-2-21）、仕入先の場合と同様、「大阪府」が最も多く 163 社（37.6%）であるが、ここでは「東京都」も多く、122 社（28.1%）である。販売先となると、マーケットが大きな東京都も大きな対象となる。大阪本社だと、「大阪府」が 156 社（40.1%）で、「東京都」も多く、95 社（24.4%）である。なお、「その他」の自由記述では、「米国」「中国」「韓国」といった海外に関する回答もあった。

主要販売先の事業所の立地場所と回答企業の業種とのクロス集計をみると（図表 2-2-22）、大阪府内事業所への販売が多いのは、「基礎素材型卸売業」（57.8%）、「加工組立型卸売業」（45.2%）などである。東京都内事業所への販売が多いのは、「生活関連型製造業」（39.1%）、「生活関連型卸売業」（25.8%）などである。生活関連型は、マーケットが大きな東京都内事業所への販売が多い。

図表 2-2-21

(単位：社)

	Q16.主要販売先の事業所の立地場所	
	大阪本社	
大阪府	163 (37.6%)	156 (40.1%)
兵庫県	26 (6.0%)	26 (6.7%)
京都府	10 (2.3%)	9 (2.3%)
奈良県	4 (0.9%)	4 (1.0%)
和歌山県	4 (0.9%)	4 (1.0%)
滋賀県	9 (2.1%)	9 (2.3%)
東京都	122 (28.1%)	95 (24.4%)
神奈川県	13 (3.0%)	12 (3.1%)
埼玉県	6 (1.4%)	5 (1.3%)
千葉県	1 (0.2%)	1 (0.3%)
愛知県	18 (4.1%)	17 (4.4%)
その他	58 (13.4%)	51 (13.1%)
合計	434 (100.0%)	389 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：ここは択一回答であるが、20件の複数回答があった。

注2：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-2-22

(単位：社)

	Q16.主要販売先の事業所の立地場所 (大阪本社)						
		回答企業の業種					
		基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業
大阪府	156 (40.1%)	47 (33.8%)	26 (57.8%)	21 (33.9%)	14 (45.2%)	20 (43.5%)	28 (42.4%)
兵庫県	26 (6.7%)	11 (7.9%)	1 (2.2%)	7 (11.3%)	2 (6.5%)	1 (2.2%)	4 (6.1%)
京都府	9 (2.3%)	2 (1.4%)	-	2 (3.2%)	1 (3.2%)	1 (2.2%)	3 (4.5%)
奈良県	4 (1.0%)	3 (2.2%)	-	-	-	-	1 (1.5%)
和歌山県	4 (1.0%)	2 (1.4%)	-	-	-	-	2 (3.0%)
滋賀県	9 (2.3%)	4 (2.9%)	1 (2.2%)	1 (1.6%)	1 (3.2%)	1 (2.2%)	1 (1.5%)
東京都	95 (24.4%)	35 (25.2%)	8 (17.8%)	13 (21.0%)	4 (12.9%)	18 (39.1%)	17 (25.8%)
神奈川県	12 (3.1%)	4 (2.9%)	2 (4.4%)	2 (3.2%)	2 (6.5%)	1 (2.2%)	1 (1.5%)
埼玉県	5 (1.3%)	1 (0.7%)	-	2 (3.2%)	-	1 (2.2%)	1 (1.5%)
千葉県	1 (0.3%)	-	1 (2.2%)	-	-	-	-
愛知県	17 (4.4%)	8 (5.8%)	-	6 (9.7%)	1 (3.2%)	1 (2.2%)	1 (1.5%)
その他	51 (13.1%)	22 (15.8%)	6 (13.3%)	8 (12.9%)	6 (19.4%)	2 (4.3%)	7 (10.6%)
合計	389 (100.0%)	139 (100.0%)	45 (100.0%)	62 (100.0%)	31 (100.0%)	46 (100.0%)	66 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q17 コロナ禍前と比較し、2020年2月以降現在に至るまで、貴社の販売額・受注額全体に占める主要販売先の事業所の販売額・受注額の割合は変化しましたか？(一つ回答)

ここで、販売額・受注額の割合変化を尋ねているのは、仕入額・発注額の場合と同じく、既存取引のウェイトを下げたかどうかという、取引の分散化を確認するためのものである。図表2-2-23で確認すると、「割合が減少した」(150社、36.0%)が「割合が増加した」(87社、20.9%)を上回っており、「特に変化なし」が43.2%と多いものの、仕入額・発注額の場合と同様に、主要販売先の販売・受注が減少した企業が多い。大阪本

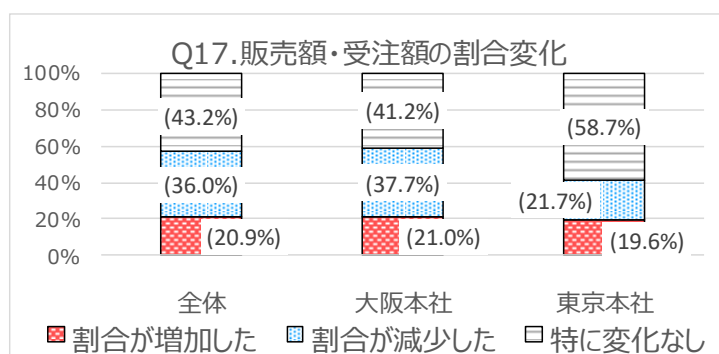
社と東京本社を分けた結果、大阪本社、東京本社ともに、「割合が増加した」との回答より「割合が減少した」との回答が多い。また、大阪本社の方が、東京本社よりも「割合が減少した」との回答割合が高い。Q8の仕入額・発注額の割合変化では、大阪本社は「割合が増加した」は16.8%で、「割合が減少した」が27.0%、「特に変化なし」は56.2%であった。一方、販売額・受注額の割合変化では、大阪本社は「割合が増加した」が21.0%、「割合が減少した」が37.7%、「特に変化なし」は41.2%である。販売額・受注額の方が、「特に変化なし」との回答が少ない。さらに、回答企業を大阪本社に絞り、前問のQ16において、主要販売先の事業所が大阪府に立地しているとの回答に絞った（図表2-2-24）。「割合が増加した」との回答は18.6%で、「割合が減少した」との回答は35.9%であり、減少したとの回答が、増加の場合より多い。

全体的に、主要仕入先の販売額・受注額の割合は減少したとの回答が目立った。ここも、既存取引のウエイトが下がった企業が多いという結果である。

図表2-2-23

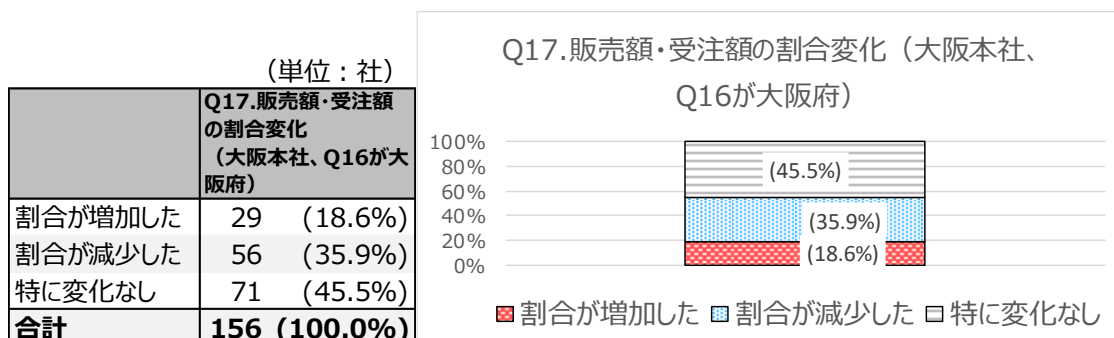
(単位：社)

	Q17.販売額・受注額の割合変化		
		大阪本社	東京本社
割合が増加した	87 (20.9%)	78 (21.0%)	9 (19.6%)
割合が減少した	150 (36.0%)	140 (37.7%)	10 (21.7%)
特に変化なし	180 (43.2%)	153 (41.2%)	27 (58.7%)
合計	417 (100.0%)	371 (100.0%)	46 (100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-2-24



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q18 Q17のご回答は、コロナ禍と関係しますか？ (一つ回答)。

以下では、販売・受注の増減に関して、コロナ禍との関係を尋ねている。結果として(図表2-2-25)、コロナ禍と関係しているというA+Bの回答は50.1%であり、C+D(49.8%)と拮抗している。仕入・発注の増減の場合(Q9)は、A+Bが40.2%で、C+Dが59.8%であったことから、コロナ禍においては、仕入・発注よりも、販売・受注に関する影響が大きいと言える。大阪本社はA+Bは51.5%、C+Dは48.5%である。

Q16で、主要販売先が大阪府内事業所との回答に限定し、かつ、回答企業を大阪本社に絞り込みクロス集計を行った(図表2-2-26)。A+Bでコロナ禍との関係をみると、「割合が増加した」は46.5%であるところ、「割合が減少した」はA+Bが94.5%と、ここでも取引の減少は、コロナ禍と関係するという回答がかなり多かった。図表2-2-9で、主要仕入先の仕入額・発注額の「割合が減少した」との回答がコロナ禍と関係する(A+B)との回答は85.7%であったことを踏まえると、主要販売先の割合が減少したケースの方が、コロナ禍による影響が大きいことがわかる。

図表 2-2-25

(単位：社)

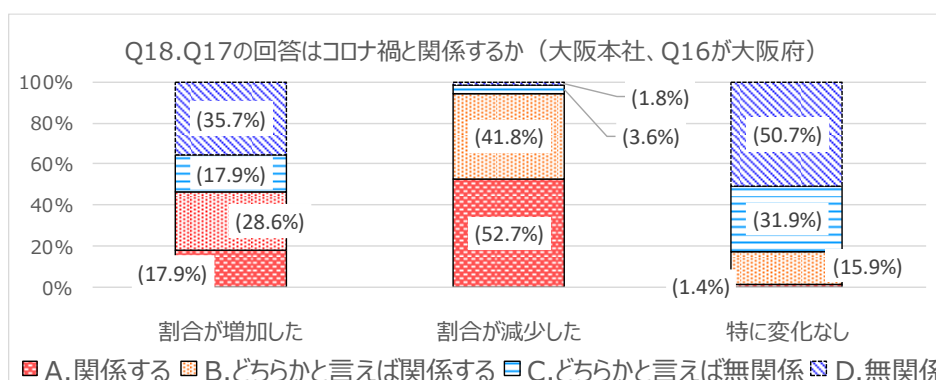
	Q18.Q17の回答はコロナ禍と関係するか	
	大阪本社	
A.関係する	106 (25.8%)	97 (26.4%)
B.どちらかと言えば関係する	100 (24.3%)	92 (25.1%)
C.どちらかと言えば無関係	75 (18.2%)	68 (18.5%)
D.無関係	130 (31.6%)	110 (30.0%)
合計	411 (100.0%)	367 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-2-26

(単位：社)

	Q18.Q17の回答はコロナ禍と関係するか (大阪本社、Q16が大阪府)			
		Q17の回答		
		割合が増加した	割合が減少した	特に変化なし
A.関係する	35 (23.0%)	5 (17.9%)	29 (52.7%)	1 (1.4%)
B.どちらかと言えば関係する	42 (27.6%)	8 (28.6%)	23 (41.8%)	11 (15.9%)
C.どちらかと言えば無関係	29 (19.1%)	5 (17.9%)	2 (3.6%)	22 (31.9%)
D.無関係	46 (30.3%)	10 (35.7%)	1 (1.8%)	35 (50.7%)
合計	152 (100.0%)	28 (100.0%)	55 (100.0%)	69 (100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

以下は、主要販売先とは関係なくご回答ください

Q19 2020年2月以降現在に至るまで、それ以前に取引のなかった大阪府に立地する事業所との間で、新たな販売・受注(新規販売)を開始しましたか？(一つ回答)。

仕入・発注と同様に、コロナ禍によって、大阪府内事業所に新たな取引のチャンスがあったかを確認する設問である。ここでも「検討中」という選択肢を加えている。図表2-2-27の結果をみると、大阪府内事業所への新たな販売を「開始した(はい)」は108社(26.0%)であり、「開始していない(いいえ)」が283社(68.2%)であるものの、新規取引を開始した企業は少なくない。「検討中」も含めると、415社中132社である。大阪本社だと、「開始した(はい)」が99社(26.8%)であり、「検討中」も含めると、369社中121社が開始または検討中である。新規仕入の場合は、開始または検討中との回答は、大阪本社で368社中98社であったので、これと比べると、新規販売の方が活発である。

次に、回答企業を大阪本社に絞り込み、さらに回答企業の業種別にクロス集計を行った(図表2-2-28)。結果として、新規の販売・受注に関して、「はい」との回答は、「基礎素材型卸売業」が最も多く(38.1%)、「生活関連型卸売業」(37.5%)が次に多い。「はい」と「検討中」を合計すると、卸売業での回答が多く、「基礎素材型卸売業」(40.5%)、「加工組立型卸売業」(39.3%)、「生活関連型卸売業」(42.9%)である。東京本社に絞り込んで同様にみると(図表2-2-29)、「はい」との回答は、「加工組立型卸売業」を除く業種で1社または2社の回答があり、「検討中」は、「基礎素材型卸売業」と「加工組立型卸売業」

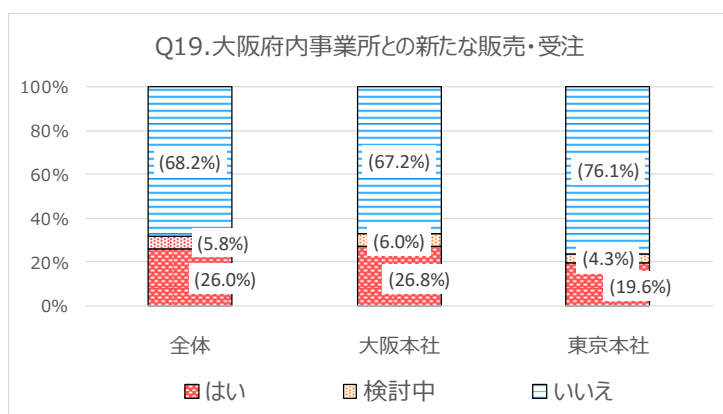
で1社ずつ回答があった。回答数は少ないものの、東京本社、大阪府内事業所との新規取引に関しては、新規仕入・発注の場合よりも新規販売・受注の方が多い。

次に、大阪本社に絞った上で、Q17で既存販売先の販売・受注額の「割合が減少した」と回答した企業のうち、Q18でコロナ禍との関係あり（AあるいはB）と回答した企業に絞り込み、さらに、Q19で大阪府内事業所への新たな販売を「はい」または「検討中」と答えた企業の数を集計した。仕入のパートでも同様の絞り込みをしたが、ここでは、コロナ禍と関係し、既存主要販売先の販売割合が減少した企業のうち、どの程度の企業が新規取引を開始または検討しているかをみている。数値のみなので、ここも図表には示さないが、コロナ禍の影響により（AまたはB）既存取引の割合が減少し、新規取引を開始または検討した企業は67社であり、新規取引を開始または検討した大阪本社企業が121社であったので、新規取引を開始または検討した企業の約55%が、コロナ禍によって既存取引のウエイトを下げている。この傾向は、新規仕入の場合より顕著である。

図表2-2-27

(単位：社)

Q19.大阪府内事業所との新たな販売・受注			
	大阪本社		東京本社
はい	108 (26.0%)	99 (26.8%)	9 (19.6%)
検討中	24 (5.8%)	22 (6.0%)	2 (4.3%)
いいえ	283 (68.2%)	248 (67.2%)	35 (76.1%)
合計	415 (100.0%)	369 (100.0%)	46 (100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-2-28

(単位：社)

	Q19.大阪府内事業所との新たな販売・受注（大阪本社）							
	回答企業の業種							
	基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業		
はい	99 (26.8%)	33 (24.4%)	16 (38.1%)	10 (16.1%)	10 (35.7%)	9 (19.6%)	21 (37.5%)	
検討中	22 (6.0%)	5 (3.7%)	1 (2.4%)	8 (12.9%)	1 (3.6%)	4 (8.7%)	3 (5.4%)	
いいえ	248 (67.2%)	97 (71.9%)	25 (59.5%)	44 (71.0%)	17 (60.7%)	33 (71.7%)	32 (57.1%)	
合計	369 (100.0%)	135 (100.0%)	42 (100.0%)	62 (100.0%)	28 (100.0%)	46 (100.0%)	56 (100.0%)	

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-2-29

(単位：社)

	Q19.大阪府内事業所との新たな販売・受注（東京本社）						
	回答企業の業種						
	基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業	
はい	9 (19.6%)	1 (14.3%)	2 (16.7%)	2 (28.6%)	-	2 (33.3%)	2 (40.0%)
検討中	2 (4.3%)	-	1 (8.3%)	-	1 (11.1%)	-	-
いいえ	35 (76.1%)	6 (85.7%)	9 (75.0%)	5 (71.4%)	8 (88.9%)	4 (66.7%)	3 (60.0%)
合計	46 (100.0%)	7 (100.0%)	12 (100.0%)	7 (100.0%)	9 (100.0%)	6 (100.0%)	5 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q20 Q19で1「新たな販売・受注を開始」あるいは2「検討中」とご回答の場合、その要因について（複数回答可）。またその要因がコロナ禍に関係するかどうか。

以下では、大阪府内事業所との新規の販売・受注があった場合、その要因がコロナ禍とどれほど関係するかをみている。要因の選択肢は、以下のとおりである。

- 1- 「既存販売先の事業縮小（事業縮小）」
- 2- 「既存販売先の経営不安定化（経営不安定化）」
- 3- 「自社のリスクマネジメントとして（リスクマネジメント）」
- 4- 「既存販売先より好条件での取引が可能のため（好条件）」
- 5- 「自社における新規事業の開始（新規事業）」
- 6- 「その他（その他）」

ここでもQ11と同じく、「A コロナ禍と関係する」と「B どちらかと言えばコロナ禍と関係する」の合計でみていく（図表 2-2-30）。全般的に「C どちらかと言えば無関係」や「D 無関係」の回答が多いが、「事業縮小」は 42.9%、「経営不安定化」は 44.8%が A+B との回答で、「リスクマネジメント」の 33.9%という結果とあわせて、Q11と同様にこれら3つの要因は、他の要因と比べると、コロナ禍と関係する（または、どちらかと言えば関係する）という回答が多い。また、新規仕入・発注では、これら3要因は、A+B との回答が3割強であったことと比べると、「事業縮小」や「経営不安定化」は4割強と回答割合が高く、「リスクマネジメント」も新規仕入の31.8%より高い33.9%なので、新規販売・受

注の方が、新規仕入・発注よりもコロナ禍に起因するリスク要因によるところが大きい。

やはり、既存取引先がコロナ禍により苦境に立たされたことや、それに対する自社のリスクマネジメント行動をとった結果として、新規取引の開始（検討）に至ったということが伺える。ちなみに「その他」の記述では、「自社売上の減少のため」という回答があった。

大阪本社に回答企業を限定すると（図表2-2-31）、AあるいはBとの回答で、コロナ禍との関係を示したのは、多い順に、「経営不安定化」（50.0%）、「事業縮小」（46.9%）、「リスクマネジメント」（35.4%）となっている。

図表2-2-30

（単位：件）

		Q20.新たな販売・受注の要因					
		Q20_1 事業縮小	Q20_2 経営不安定化	Q20_3 リスクマネジメント	Q20_4 好条件	Q20_5 新規事業	Q20_6 その他
「コロナ禍との関係」	A.関係する	8 (22.9%)	3 (10.3%)	5 (9.4%)	2 (7.4%)	7 (11.3%)	2 (5.0%)
	B.どちらかと言えば関係する	7 (20.0%)	10 (34.5%)	13 (24.5%)	4 (14.8%)	10 (16.1%)	1 (2.5%)
	C.どちらかと言えば無関係	7 (20.0%)	6 (20.7%)	10 (18.9%)	4 (14.8%)	13 (21.0%)	5 (12.5%)
	D.無関係	12 (34.3%)	9 (31.0%)	25 (47.2%)	16 (59.3%)	30 (48.4%)	32 (80.0%)
	無回答	1 (2.9%)	1 (3.4%)	-	1 (3.7%)	2 (3.2%)	-
合計		35 (100.0%)	29 (100.0%)	53 (100.0%)	27 (100.0%)	62 (100.0%)	40 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

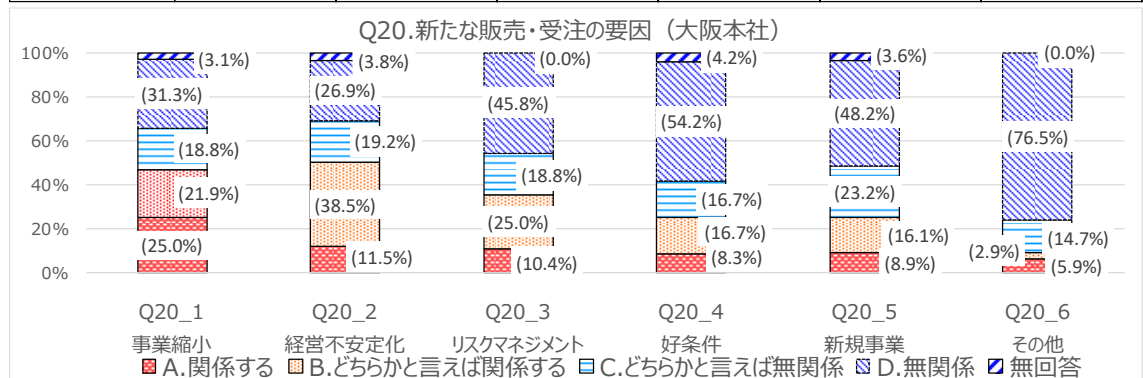
注：経営不安定化には、倒産・廃業したケースも含む。

注：（）内は、縦合計に対する割合を示す。

図表2-2-31

（単位：件）

		Q20.新たな販売・受注の要因（大阪本社）					
		Q20_1 事業縮小	Q20_2 経営不安定化	Q20_3 リスクマネジメント	Q20_4 好条件	Q20_5 新規事業	Q20_6 その他
「コロナ禍との関係」	A.関係する	8 (25.0%)	3 (11.5%)	5 (10.4%)	2 (8.3%)	5 (8.9%)	2 (5.9%)
	B.どちらかと言えば関係する	7 (21.9%)	10 (38.5%)	12 (25.0%)	4 (16.7%)	9 (16.1%)	1 (2.9%)
	C.どちらかと言えば無関係	6 (18.8%)	5 (19.2%)	9 (18.8%)	4 (16.7%)	13 (23.2%)	5 (14.7%)
	D.無関係	10 (31.3%)	7 (26.9%)	22 (45.8%)	13 (54.2%)	27 (48.2%)	26 (76.5%)
	無回答	1 (3.1%)	1 (3.8%)	-	1 (4.2%)	2 (3.6%)	-
合計		32 (100.0%)	26 (100.0%)	48 (100.0%)	24 (100.0%)	56 (100.0%)	34 (100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：経営不安定化には、倒産・廃業したケースも含む。

注2：（）内は、縦合計に対する割合を示す。

21 新規販売先の事業所の業種について（一つ回答）（新規販売先の企業全体の業種とは関係なく、事業所の業種についてご回答ください。新規販売先が複数ある場合は、販売額・受注額が最も大きな事業所についてご回答ください）

次は、新規取引を開始（あるいは検討）した、大阪府内事業所の業種を尋ねている。仕入・発注と同様、実質的な取引内容を間接的に知るためである。図表2-2-32をみると、「製造業（加工組立型）」が41社（26.8%）と最も多く、「卸売業」（26社、17.0%）、「製造業（基礎素材型）」および「製造業（生活関連型）」（22社、14.4%）が続く。コロナ関連での販売・受注機会の増加を期待した医療関連と社会福祉関連の業種は、さほどの回答がみられなかった。大阪本社は、「製造業（加工組立型）」（38社）、「卸売業」（23社）と続く。

大阪本社に絞った上で、回答企業の業種とのクロス集計を行った結果は（図表2-2-33）、製造業は同業種との新規取引が多いのは、仕入・発注のケースと同様で、「基礎素材型製造業」と「製造業（基礎素材型）」（29.8%）、「加工組立型製造業」と「製造業（加工組立型）」（55.0%）、「生活関連型製造業」と「製造業（生活関連型）」（40.0%）である。卸売業については、同様に、同じ種類の製品群を扱うケースが多く、「加工組立型卸売業」と「製造業（加工組立型）」（50.0%）、「生活関連型卸売業」と「製造業（生活関連型）」（16.7%）である。「基礎素材型卸売業」は「製造業（加工組立型）」と「卸売業」との新規取引の割合が最も高く（27.3%）、「製造業（基礎素材型）」は次に多い（18.2%）。また、「生活関連型卸売業」は小売業との新規取引の割合が最も高く、37.5%である。

図表2-2-32

（単位：社）

	Q21.新規販売先の事業所の業種	
	大阪本社	
製造業(基礎素材型)	22 (14.4%)	21 (15.2%)
製造業(加工組立型)	41 (26.8%)	38 (27.5%)
製造業(生活関連型)	22 (14.4%)	21 (15.2%)
情報通信業	—	—
運輸業	—	—
卸売業	26 (17.0%)	23 (16.7%)
小売業	18 (11.8%)	15 (10.9%)
サービス業(宿泊業・飲食サービス業を除く)	4 (2.6%)	2 (1.4%)
宿泊業	—	—
飲食サービス業	5 (3.3%)	5 (3.6%)
医療業、保健衛生	3 (2.0%)	2 (1.4%)
社会保険・社会福祉・介護事業	1 (0.7%)	1 (0.7%)
その他	11 (7.2%)	10 (7.2%)
合計	153 (100.0%)	138 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：保健衛生は、保健所、健康相談施設などを指す。

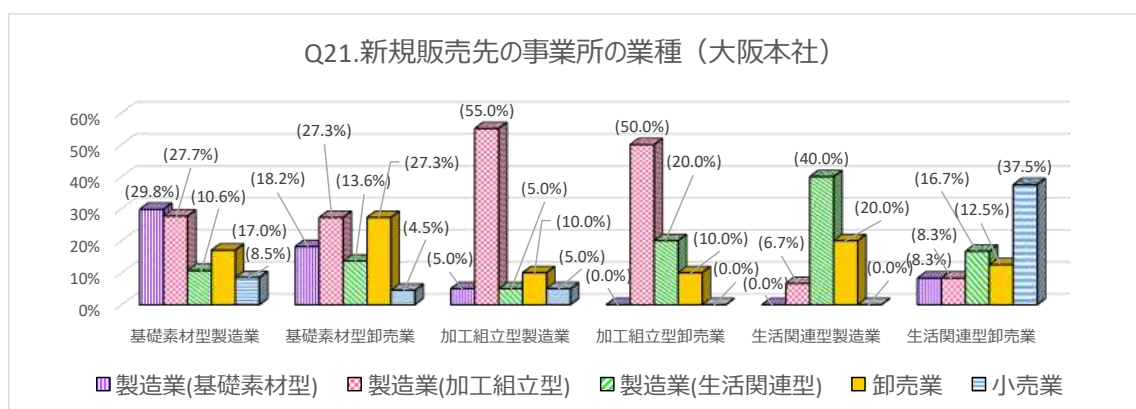
注2：ここは択一回答であるが、2件の複数回答があった。

注3：（）内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-2-33

(単位：社)

	Q21.新規販売先の事業所の業種 (大阪本社)		回答企業の業種					
			基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業
製造業(基礎素材型)	21	(15.2%)	14 (29.8%)	4 (18.2%)	1 (5.0%)	-	-	2 (8.3%)
製造業(加工組立型)	38	(27.5%)	13 (27.7%)	6 (27.3%)	11 (55.0%)	5 (50.0%)	1 (6.7%)	2 (8.3%)
製造業(生活関連型)	21	(15.2%)	5 (10.6%)	3 (13.6%)	1 (5.0%)	2 (20.0%)	6 (40.0%)	4 (16.7%)
情報通信業	-	-	-	-	-	-	-	-
運輸業	-	-	-	-	-	-	-	-
卸売業	23	(16.7%)	8 (17.0%)	6 (27.3%)	2 (10.0%)	1 (10.0%)	3 (20.0%)	3 (12.5%)
小売業	15	(10.9%)	4 (8.5%)	1 (4.5%)	1 (5.0%)	-	-	9 (37.5%)
サービス業(宿泊業・飲食サービス業を除く)	2	(1.4%)	-	-	1 (5.0%)	-	1 (6.7%)	-
宿泊業	-	-	-	-	-	-	-	-
飲食サービス業	5	(3.6%)	-	-	-	-	3 (20.0%)	2 (8.3%)
医療業・保健衛生	2	(1.4%)	-	-	2 (10.0%)	-	-	-
社会保険・社会福祉・介護事業	1	(0.7%)	-	-	-	-	-	1 (4.2%)
その他	10	(7.2%)	3 (6.4%)	2 (9.1%)	1 (5.0%)	2 (20.0%)	1 (6.7%)	1 (4.2%)
合計	138	(100.0%)	47 (100.0%)	22 (100.0%)	20 (100.0%)	10 (100.0%)	15 (100.0%)	24 (100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

注1：保健衛生は、保健所、健康相談施設などを指す。

注2：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q22 新規販売先の企業全体の従業者規模について（一つ回答）（グループ会社・子会社を含まない従業者数をご回答ください。新規販売先が複数ある場合は、販売額・受注額が最も大きな事業所の企業全体についてご回答ください）

ここでは、新規取引先の従業者規模を尋ねている。図表 2-2-34 の結果から、「300～999 人」が 31 社（22.0%）、「100～299 人」が 30 社（21.3%）と多かった。比較的中規模から大規模な取引先が多い。大阪本社の場合、「100～299 人」が 22.7%、「300～999 人」は 21.9%などとなっており、やはり、比較的中規模から大規模な取引先が多い。

図表 2-2-34

(単位：社)

	Q22.新規販売先の従業者規模	
	大阪本社	
1～19人	14 (9.9%)	13 (10.2%)
20～49人	21 (14.9%)	18 (14.1%)
50～99人	21 (14.9%)	17 (13.3%)
100～299人	30 (21.3%)	29 (22.7%)
300～999人	31 (22.0%)	28 (21.9%)
1,000人以上	24 (17.0%)	23 (18.0%)
合計	141 (100.0%)	128 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

2-2 (企業間取引：販売・受注) のまとめ

国内取引のうち、販売・受注の結果をここでまとめると、既存の主要販売・受注先は、主要仕入・発注先と同様に大規模な企業が多い。新規販売・受注先は新規仕入・発注先とは傾向が異なり、比較的中規模から大規模な企業が多いという結果であった。仕入・発注の場合と同様に、製造業は同業種間での販売・受注が多く、卸売業は、同じ種類の製品群（「基礎素材型」「加工組立型」「生活関連型」）を扱うケースが多い。また、卸売業間での取引が多く、生活関連型卸売業に関しては小売業の販売・受注が多いという結果であった。主要販売・受注先の事業所の立地場所としては、マーケットが大きな東京都との回答も多かった。

既存の主要販売・受注先の販売額・受注額の割合は減少したとの回答が目立ち、既存取引のウェイトが下がっている。また、仕入額・発注額の増減よりも、販売額・受注額の増減の方が、コロナ禍の影響が大きい。仕入額・発注額と比較すると、販売額・受注額の方が、特に変化なしとの回答が少なく、割合が減少したとの回答が多い。

さらに、大阪本社企業の大阪府内事業所との取引においては、9割超が、コロナ禍と関係して販売額・受注額を減少させている。これは仕入・発注の場合と同様であるが、主要仕入先の場合、コロナ禍と関係して「割合が減少した」との回答が9割弱であったことを踏まえると、主要販売・受注先の割合が減少したケースの方が、コロナ禍による影響が若干大きいことがわかる。

新規取引に関しては、415社中132社（約32%）で新規に販売・受注を開始または検討中との回答があり、414社中103社（約25%）で、開始・検討中との回答であった新規仕入・発注より活発である。東京本社企業、大阪府内事業所との新規取引件数は、新規仕入・発注よりも新規販売・受注の方が多い。また、回答企業が卸売業の場合、新規販売・受注の開始・検討が多いという結果であった。さらに、新規販売・受注を開始または検討した企業の約55%が、コロナ禍によって既存販売のウェイトを下げている、取引が分散化している。この傾向は、新規仕入・発注の場合より顕著である。

新規販売・受注の開始または検討の要因のうち、「既存販売先の事業縮小」「既存販売先の経営不安定化」「自社のリスクマネジメント」の3要因が特に、コロナ禍と関連してい

るとの回答が多かった。ここも、仕入・発注と同じ傾向であった。既存取引先がコロナ禍により苦境に陥るとともに、自社のリスクマネジメント意識の高まりの結果として、新規取引の開始（検討）に至ったということが伺える。さらに、この3要因については、新規仕入・発注よりも、新規販売・受注の方が、コロナ禍に起因するとの回答割合が高い。

つまり、国内取引のうち、販売・受注に関しても、コロナ禍によって分散化しているとともに、コロナ禍における各種リスクの分散化の一環として、大阪府内事業所との新規取引があったという点がここでの結論で、コロナ禍による影響は、仕入・発注の場合と比べて販売・受注において顕著である。

2-3 国内拠点について

Ⅲ 貴社の国内拠点について（以下では、コロナ禍以降の企業拠点の変化についてお尋ねします）

（企業拠点とは、貴社の本社・本店、支社・支店、営業所、店舗、工場、研究所、物流施設、データセンター・コールセンターなどのことを指します）

以下では、企業間取引に加えて、企業の国内拠点について尋ねている。コロナ禍による企業の取引や拠点設置の行動変化として、まずは、企業間取引が変化すると考えられるが、続いて拠点が変化するケースもあると考えられる。拠点の設置・変更などは、大きな投資を必要とすることもあり、取引行動の変更と比較すると企業としては大きな決断と言える。そもそも本アンケート調査の政策的な支援対象は、主には企業立地施策であることから、コロナ禍が始まってから約1年半経った時点で、企業拠点に関する動きがどの程度みられるかについて確認した。

Q23 2020年2月以降現在に至るまで、国内で新たな拠点を設置（新規投資）しましたか？（一つ回答）。

コロナ禍が始まった2020年2月以降の国内での新たな拠点設置（新規投資）を尋ねている。「検討中・計画中」という選択肢も加えた。図表2-3-1がその結果で、新規拠点を「設置していない」との回答が366社（88.0%）にのぼったものの、「新たな拠点を設置した」との回答が37社（8.9%）で、「検討中・計画中」は13社の回答であった。大阪本社のみで集計すると、「新たな拠点を設置した」との回答が32社（8.6%）で、「検討中・計画中」は13社（3.5%）の回答であり、「検討中・計画中」は全て大阪本社の企業であった。

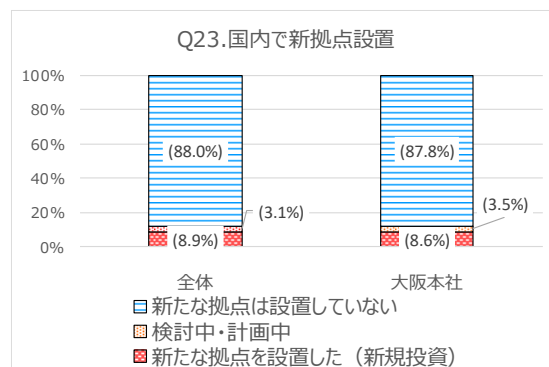
さらに、大阪本社に絞った上で、回答企業全体の従業者数別にクロス集計を行う（図表2-3-2）。従業者規模は、「50~99人」「100~299人」「300~999人」の3区分である。新規投資は「300~999人」で最も割合が高く（18.0%）、「100~299人」（9.3%）、50~99人（4.4%）と続く。「検討中・計画中」は「300~999人」で4.9%、「50~99人」で3.8%、「100~299人」で2.6%である。規模が大きな企業の方が、体力があるケースが多いことや、多くの拠点を必要とすることなどから、コロナ禍においても、新規拠点の設置行動が相対的に盛んである。

回答企業の業種別でのクロス集計は図表2-3-3である。「新たな拠点を設置した」と「検討中・計画中」の合計でみると、「加工組立型卸売業」で最も割合が高く、28.6%であり、「基礎素材型卸売業」と「生活関連型製造業」の13.7%が続く。件数だけでみると「基礎素材型製造業」が最も多い（17社）

図表 2-3-1

(単位：社)

	Q23.国内で新拠点設置		大阪本社	
	件数	割合	件数	割合
新たな拠点を設置した（新規投資）	37	(8.9%)	32	(8.6%)
検討中・計画中	13	(3.1%)	13	(3.5%)
新たな拠点は設置していない	366	(88.0%)	325	(87.8%)
合計	416	(100.0%)	370	(100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-3-2

(単位：社)

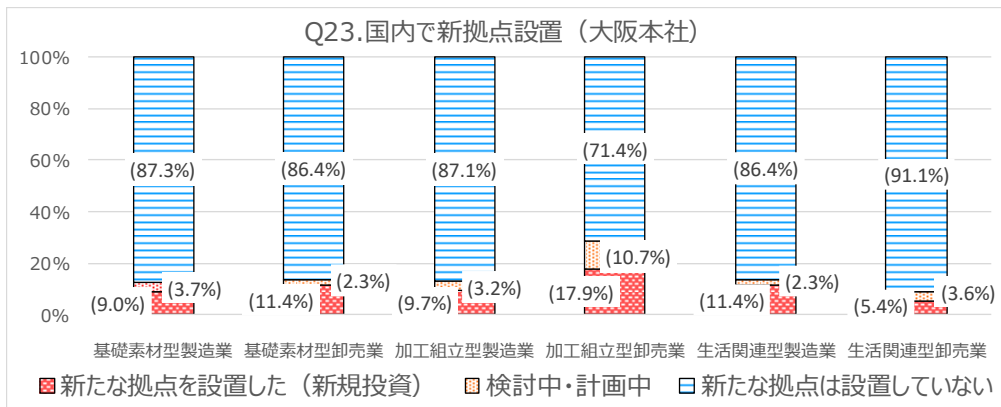
	Q23.国内で新拠点設置（大阪本社）				
	件数	割合	回答企業の従業員規模		
			50～99人	100～299人	300～999人
新たな拠点を設置した（新規投資）	32	(8.6%)	7 (4.4%)	14 (9.3%)	11 (18.0%)
検討中・計画中	13	(3.5%)	6 (3.8%)	4 (2.6%)	3 (4.9%)
新たな拠点は設置していない	325	(87.8%)	145 (91.8%)	133 (88.1%)	47 (77.0%)
合計	370	(100.0%)	158 (100.0%)	151 (100.0%)	61 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-3-3

(単位：社)

	Q23.国内で新拠点設置 (大阪本社)		回答企業の業種					
			基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業
新たな拠点を設置した (新規投資)	32 (8.6%)		12 (9.0%)	5 (11.4%)	6 (9.7%)	5 (17.9%)	5 (11.4%)	3 (5.4%)
検討中・計画中	13 (3.5%)		5 (3.7%)	1 (2.3%)	2 (3.2%)	3 (10.7%)	1 (2.3%)	2 (3.6%)
新たな拠点は設置していない	325 (87.8%)		117 (87.3%)	38 (86.4%)	54 (87.1%)	20 (71.4%)	38 (86.4%)	51 (91.1%)
合計	370 (100.0%)		134 (100.0%)	44 (100.0%)	62 (100.0%)	28 (100.0%)	44 (100.0%)	56 (100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q24 2020年2月以降現在に至るまで、国内の既存拠点を増強 (追加投資) しましたか？

(一つ回答)

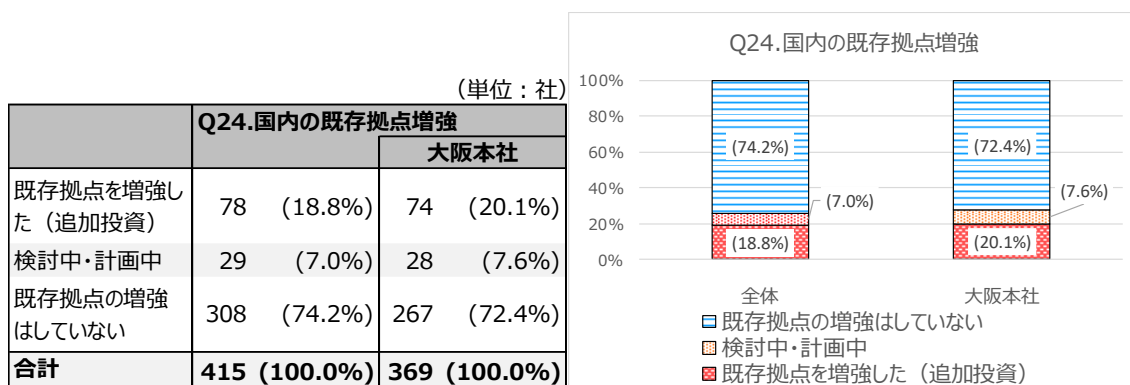
2020年2月以降の、国内での既存拠点の増強 (追加投資) を尋ねている。新規拠点設置と比べると、既存拠点の増強はハードルが若干低いと考えられる。ここでも「検討中・計画中」という選択肢を加えている。結果 (図表 2-3-4) から、「既存拠点の増強はしていない」が308社 (74.2%)であったものの、「追加投資をした」という回答が78社 (18.8%)、「検討中・計画中」は29社 (7.0%)であった。「既存拠点を増強した」と既存拠点の増強を「検討中・計画中」とを合計すると、回答社数415社中107社 (25.8%)であり、回答社数416社中、「新たな拠点を設置した」と新規拠点設置の「検討中・計画中」を合計した結果の50社 (12.0%) (図表 2-3-1) よりは活発である。

回答企業が大阪本社のみの場合をみると、「既存拠点の増強はしていない」が多く、267社 (72.4%)であったものの、「既存拠点を増強した」は74社 (20.1%)、「検討中・計画中」は28社 (7.6%)と、やはり新規投資 (それぞれ、32社、13社) よりは活発である。新規投資と同様に、大阪本社に絞った上で、回答企業の従業者規模でクロス集計を行うと (図表 2-3-5)、既存拠点の増強は「300~999人」で最も割合が高く、32.8%であり、「100~299人」 (20.7%)、「50~99人」 (14.6%)が続く。「検討中・計画中」も合計すると、「300~999人」で36.1%、「100~299人」で29.4%、「50~99人」で22.8%

と、ここでも規模が大きいほど活発という傾向がみられる。

回答企業の業種別でのクロス集計で、「既存拠点を増強した」と「検討中・計画中」との合計をみると（図表2-3-6）、「基礎素材型製造業」の割合が最も高く、35.8%であり、「加工組立型卸売業」の32.2%、「生活関連型製造業」の28.3%が続く。

図表2-3-4



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表2-3-5

(単位：社)

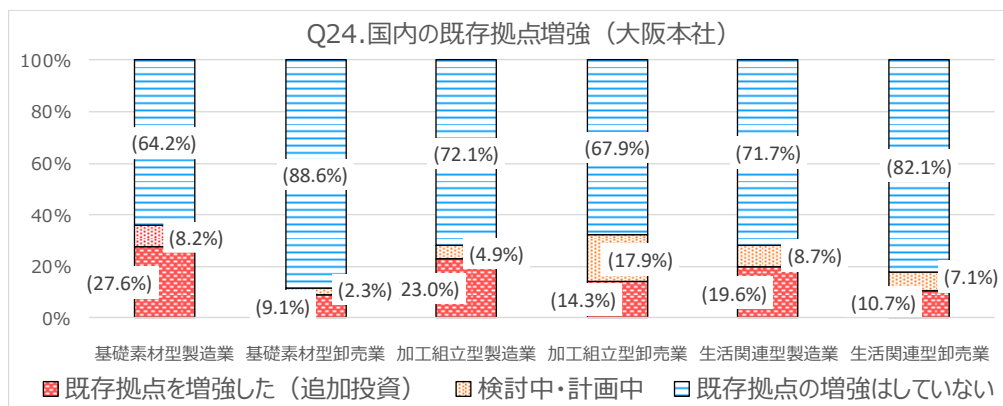
	Q24.国内の既存拠点増強（大阪本社）			
		回答企業の従業員規模		
		50～99人	100～299人	300～999人
既存拠点を増強した（追加投資）	74 (20.1%)	23 (14.6%)	31 (20.7%)	20 (32.8%)
検討中・計画中	28 (7.6%)	13 (8.2%)	13 (8.7%)	2 (3.3%)
既存拠点の増強はしていない	267 (72.4%)	122 (77.2%)	106 (70.7%)	39 (63.9%)
合計	369 (100.0%)	158 (100.0%)	150 (100.0%)	61 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-3-6

(単位：社)

	Q24.国内の既存拠点増強（大阪本社）						
	回答企業の業種						
		基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業
既存拠点を増強した（追加投資）	74 (20.1%)	37 (27.6%)	4 (9.1%)	14 (23.0%)	4 (14.3%)	9 (19.6%)	6 (10.7%)
検討中・計画中	28 (7.6%)	11 (8.2%)	1 (2.3%)	3 (4.9%)	5 (17.9%)	4 (8.7%)	4 (7.1%)
既存拠点を増強はしていない	267 (72.4%)	86 (64.2%)	39 (88.6%)	44 (72.1%)	19 (67.9%)	33 (71.7%)	46 (82.1%)
合計	369 (100.0%)	134 (100.0%)	44 (100.0%)	61 (100.0%)	28 (100.0%)	46 (100.0%)	56 (100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

注：（）内は、縦合計に対する割合を示す。

Q25 Q23、24で1（新たな拠点を設置した）または2（検討中・計画中）、1（既存の拠点を増強した）または2（検討中・計画中）とご回答の場合、その機能、場所、要因について。（もし新規投資先、追加投資先の拠点が複数ある場合、従業者数の最も多い代表的な拠点についてご回答ください）

【機能】（一つ回答）

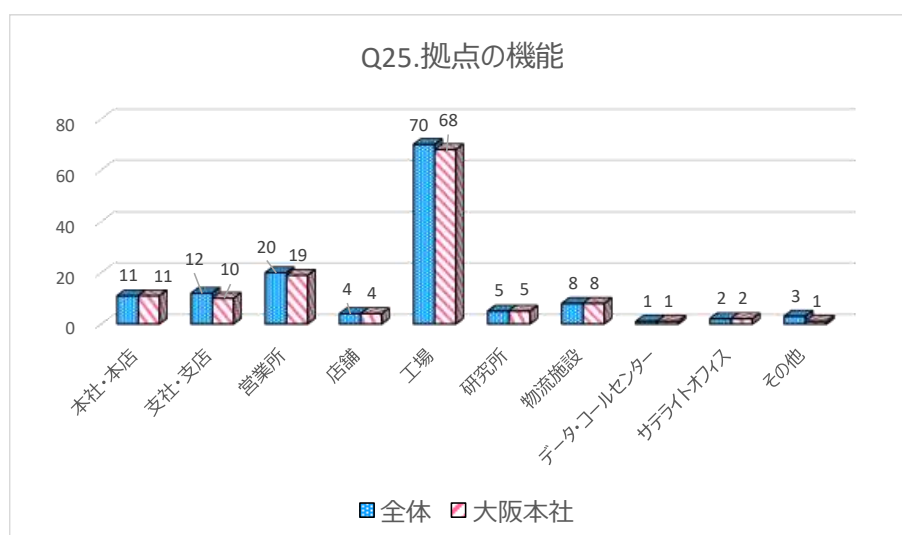
ここでは、新規設置または既存増強した拠点の機能を尋ねている。機能で最も多いのは「工場」（70か所、51.5%）で、次いで「営業所」（20か所、14.7%）となっており、「支社・支店」、「本社・本店」が続く（図表2-3-7）。回答企業を大阪本社に限定すると、「工場」（68か所、52.7%）で、次いで「営業所」（19か所、14.7%）、「本社・本店」（11か所、8.5%）、「支社・支店」（10か所、7.8%）となっている。

回答企業の業種とのクロス集計では（図表2-3-8）、「工場」は「基礎素材型製造業」で圧倒的に割合が高く74.6%（44か所）で、続いて「生活関連型製造業」が57.1%、「加工組立型製造業」が40.0%である。「本社・本店」は、「加工組立型製造業」の割合が高く、16.0%である。ここでは、基礎素材型製造業の工場への投資行動が特に活発であることが分かった。

図表 2-3-7

(単位：か所)

	Q25.拠点の機能		大阪本社	
	件数	割合	件数	割合
本社・本店	11	(8.1%)	11	(8.5%)
支社・支店	12	(8.8%)	10	(7.8%)
営業所	20	(14.7%)	19	(14.7%)
店舗	4	(2.9%)	4	(3.1%)
工場	70	(51.5%)	68	(52.7%)
研究所	5	(3.7%)	5	(3.9%)
物流施設	8	(5.9%)	8	(6.2%)
データセンター・コールセンター	1	(0.7%)	1	(0.8%)
サテライトオフィス	2	(1.5%)	2	(1.6%)
その他	3	(2.2%)	1	(0.8%)
合計	136	(100.0%)	129	(100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：店舗とは、商品などを販売する売り場を設置している事業所を指し、本店・支店は、本社・支社と同様、オフィス機能を持つ事業所を指す。

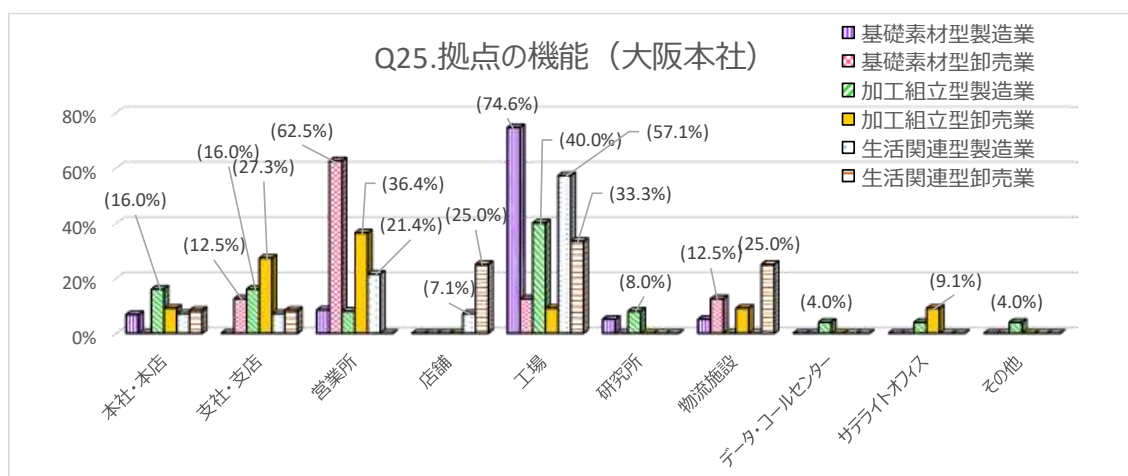
注2：ここは択一回答であるが、1件の複数回答があった。

注3：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-3-8

(単位：か所)

	Q25.拠点の機能 (大阪本社)		回答企業の業種					
			基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業
本社・本店	11 (8.5%)	4 (6.8%)	-	-	4 (16.0%)	1 (9.1%)	1 (7.1%)	1 (8.3%)
支社・支店	10 (7.8%)	-	1 (12.5%)	4 (16.0%)	3 (27.3%)	1 (7.1%)	1 (8.3%)	
営業所	19 (14.7%)	5 (8.5%)	5 (62.5%)	2 (8.0%)	4 (36.4%)	3 (21.4%)	-	
店舗	4 (3.1%)	-	-	-	-	-	3 (25.0%)	
工場	68 (52.7%)	44 (74.6%)	1 (12.5%)	10 (40.0%)	1 (9.1%)	8 (57.1%)	4 (33.3%)	
研究所	5 (3.9%)	3 (5.1%)	-	2 (8.0%)	-	-	-	
物流施設	8 (6.2%)	3 (5.1%)	1 (12.5%)	-	1 (9.1%)	-	3 (25.0%)	
データセンター・コールセンター	1 (0.8%)	-	-	1 (4.0%)	-	-	-	
サテライトオフィス	2 (1.6%)	-	-	1 (4.0%)	1 (9.1%)	-	-	
その他	1 (0.8%)	-	-	1 (4.0%)	-	-	-	
合計	129 (100.0%)	59 (100.0%)	8 (100.0%)	25 (100.0%)	11 (100.0%)	14 (100.0%)	12 (100.0%)	



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

【場所】(一つ回答)

ここでは、新規設置または既存増強した拠点の場所を尋ねている。単純集計の結果から(図表 2-3-9)、「大阪府」が 64 か所 (45.7%) で、「兵庫県」が 13 か所 (9.3%)、「東京都」が 10 か所 (7.1%) となっている。回答企業を大阪本社に限定してみると、「大阪府」が 64 か所 (48.1%) で、「兵庫県」が 12 か所 (9.0%)、「東京都」が 9 か所 (6.8%) である。

次に、大阪本社の回答を、回答企業の業種別にクロス集計した(図表 2-3-10)。結果として、「基礎素材型製造業」は「大阪府」での投資が多く、31 か所 (53.4%) にのぼる。続いて「加工組立型製造業」で 13 か所 (52.0%) である。「加工組立型製造業」は「東京都」でも 4 か所の回答がある。

図表 2-3-9

(単位：か所)

	Q25.拠点の場所	
	大阪本社	
大阪府	64 (45.7%)	64 (48.1%)
兵庫県	13 (9.3%)	12 (9.0%)
奈良県	4 (2.9%)	4 (3.0%)
和歌山県	1 (0.7%)	1 (0.8%)
滋賀県	6 (4.3%)	6 (4.5%)
東京都	10 (7.1%)	9 (6.8%)
神奈川県	3 (2.1%)	2 (1.5%)
埼玉県	3 (2.1%)	3 (2.3%)
千葉県	3 (2.1%)	3 (2.3%)
愛知県	4 (2.9%)	4 (3.0%)
その他	29 (20.7%)	25 (18.8%)
合計	140 (100.0%)	133 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：ここは択一回答であるが、6件の複数回答があった。

注2：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-3-10

(単位：か所)

	Q25.拠点の場所 (大阪本社)		回答企業の業種					
			基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業
大阪府	64 (48.1%)	31 (53.4%)	3 (37.5%)	13 (52.0%)	4 (36.4%)	6 (42.9%)	7 (41.2%)	
兵庫県	12 (9.0%)	5 (8.6%)	1 (12.5%)	3 (12.0%)	-	2 (14.3%)	1 (5.9%)	
奈良県	4 (3.0%)	2 (3.4%)	-	1 (4.0%)	1 (9.1%)	-	-	
和歌山県	1 (0.8%)	-	-	-	-	-	1 (5.9%)	
滋賀県	6 (4.5%)	4 (6.9%)	-	1 (4.0%)	-	-	1 (5.9%)	
東京都	9 (6.8%)	1 (1.7%)	1 (12.5%)	4 (16.0%)	1 (9.1%)	1 (7.1%)	1 (5.9%)	
神奈川県	2 (1.5%)	1 (1.7%)	-	-	1 (9.1%)	-	-	
埼玉県	3 (2.3%)	1 (1.7%)	-	1 (4.0%)	-	-	1 (5.9%)	
千葉県	3 (2.3%)	-	1 (12.5%)	-	-	1 (7.1%)	1 (5.9%)	
愛知県	4 (3.0%)	1 (1.7%)	2 (25.0%)	-	-	1 (7.1%)	-	
その他	25 (18.8%)	12 (20.7%)	-	2 (8.0%)	4 (36.4%)	3 (21.4%)	4 (23.5%)	
合計	133 (100.0%)	58 (100.0%)	8 (100.0%)	25 (100.0%)	11 (100.0%)	14 (100.0%)	17 (100.0%)	

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

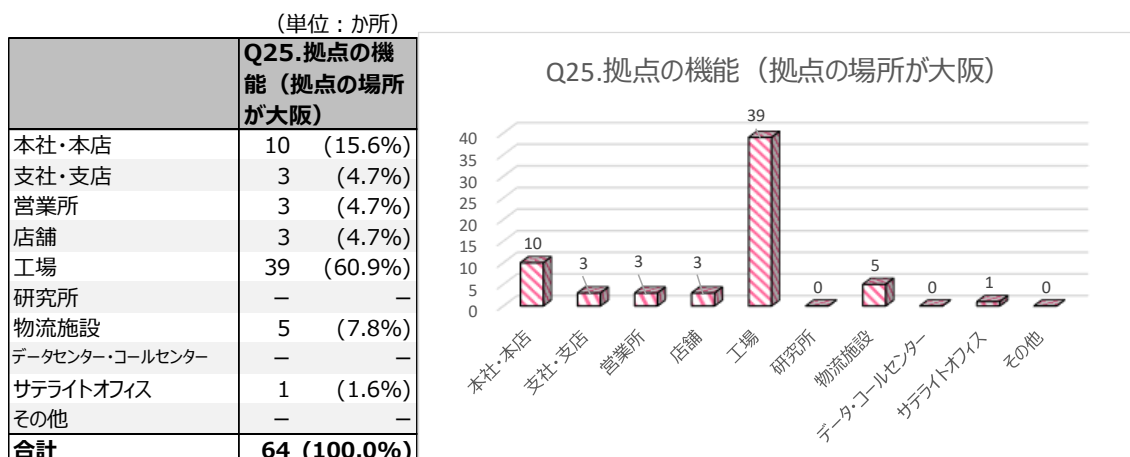
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

企業拠点の新規設置または既存増強は、本調査研究において重要な項目なので、さらに掘り下げる。拠点投資先の場所に関する設問において「大阪府」であるとの回答に絞り込み、拠点投資先の機能をみた(図表2-3-11)。なお、拠点投資先の場所が「大阪府」であるとの回答は、東京本社企業からは無く、大阪本社のみを集計となる。結果として、「工場」が最も多く(39か所、60.9%)、次いで、「本社・本店」である(10か所、15.6%)。

次に、拠点の投資先として「大阪府」に絞り込んだ上で、回答数が多かった機能として「工場」に絞り込む。まず、新規拠点設置について、「基礎素材型製造業」の3社が「工場」を新規設置しており、2社が「工場」の新規設置を検討している(図表2-3-12)。次に、既存拠点増強については、「基礎素材型製造業」の18社が「工場」を増強しており、5社

が「工場」の増強を検討している。また、「加工組立型製造業」は、4社が「工場」を増強しており、2社が「工場」の増強を検討している（図表2-3-13）。やはり基礎素材型製造業の拠点投資が目立つ。

図表2-3-11



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：大阪本社のみで回答があった。

注2：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表2-3-12

(単位：か所)

	Q25.新規拠点設置 (拠点の場所が大阪、工場のみ)						
	回答企業の業種						
	基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業	
工場 (新規投資)	6 (66.7%)	3 (60.0%)	1 (100.0%)	2 (66.7%)	—	—	—
工場 (検討中・計画中)	3 (33.3%)	2 (40.0%)	—	1 (33.3%)	—	—	—
合計	9 (100.0%)	5 (100.0%)	1 (100.0%)	3 (100.0%)	— (0.0%)	— (0.0%)	— (0.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表2-3-13

(単位：か所)

	Q25.既存拠点増強 (拠点の場所が大阪、工場のみ)						
	回答企業の業種						
	基礎素材型製造業	基礎素材型卸売業	加工組立型製造業	加工組立型卸売業	生活関連型製造業	生活関連型卸売業	
工場 (追加投資)	25 (277.8%)	18 (69.2%)	1 (100.0%)	4 (50.0%)	—	—	2 (40.0%)
工場 (検討中・計画中)	11 (122.2%)	5 (19.2%)	—	2 (25.0%)	—	—	2 (100.0%)
合計	36 (400.0%)	23 (88.5%)	1 (100.0%)	6 (75.0%)	0 (0.0%)	4 (80.0%)	2 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

【新設・増強の要因】（複数回答可）また、選択した要因がコロナ禍に関係するかどうか。

次に、新規設置または既存増強した要因と、その要因がコロナ禍と関係するかどうかを確認している。選択肢は、

- 1- 「自社のリスクマネジメントとして（リスクマネジメント）」
- 2- 「自社における新規事業の開始（新規事業）」
- 3- 「自社における既存事業の拡大（既存事業の拡大）」
- 4- 「自社の拠点整理の一環として（拠点整理）」
- 5- 「コロナ禍以前からの計画を前倒し（計画を前倒し）」
- 6- 「その他（その他）」

である。

結果として、「既存事業の拡大」との回答が最も多く、85件であり、「拠点整理」が35件、「リスクマネジメント」が34件である（図表2-3-14）。コロナ禍との関係を示すA+Bとの回答割合が比較的高い要因は、23.1%の「新規事業」である。回答件数は少ないものの、新規事業によって拠点投資を行ったケースのうち、1/4がコロナ禍と関係しているという点は意外である。一方、回答件数が多かった「既存事業の拡大」は、C+Dが88.3%と高く、A+Bはわずか8.2%であり、コロナ禍の影響外で実施されたケースが多い。なお、「その他」の自由記述には、「新工場の建設計画」、「M&A」という回答があった。

大阪本社に絞ると（図表2-3-15）、「既存事業の拡大」が80件であり、「拠点整理」が33件、「リスクマネジメント」が32件である。A+Bとの回答割合が比較的高いのは、21.7%の「新規事業」である。回答件数が多かった「既存事業の拡大」は、C+Dが87.5%とやはり高い。単純に、A+Bの件数でみると、「リスクマネジメント」（5件）、「新規事業」（5件）、「既存事業の拡大」（7件）、「拠点整理」（6件）などとなっている。コロナ禍との関係では、既存事業の拡大や拠点整理、リスクマネジメント、新規事業などを要因とした投資が見受けられる。

図表2-3-14

(単位：件)

		Q25.新設・増強の要因					
		Q25_1 リスクマネジメント	Q25_2 新規事業	Q25_3 既存事業の拡大	Q25_4 拠点整理	Q25_5 計画を前倒し	Q25_6 その他
コ ロ ナ 禍 と の 関 係	A.関係する	3 (8.8%)	2 (7.7%)	3 (3.5%)	1 (2.9%)	-	1 (11.1%)
	B.どちらかと言 えば関係する	3 (8.8%)	4 (15.4%)	4 (4.7%)	5 (14.3%)	1 (7.1%)	1 (11.1%)
	C.どちらかと言 えば無関係	8 (23.5%)	3 (11.5%)	14 (16.5%)	5 (14.3%)	1 (7.1%)	-
	D.無関係	19 (55.9%)	16 (61.5%)	61 (71.8%)	22 (62.9%)	12 (85.7%)	7 (77.8%)
	無回答	1 (2.9%)	1 (3.8%)	3 (3.5%)	2 (5.7%)	-	-
合計		34 (100.0%)	26 (100.0%)	85 (100.0%)	35 (100.0%)	14 (100.0%)	9 (100.0%)

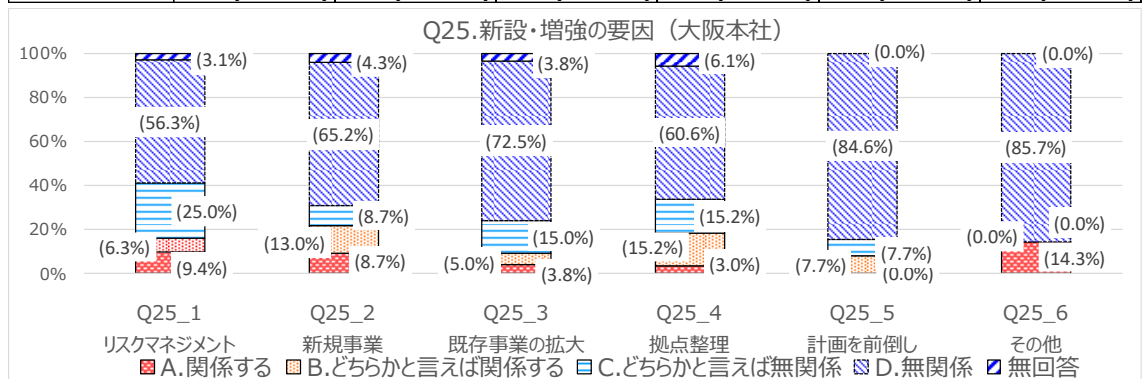
出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-3-15

(単位：件)

		Q25.新設・増強の要因（大阪本社）					
		Q25_1 リスクマネジメント	Q25_2 新規事業	Q25_3 既存事業の拡大	Q25_4 拠点整理	Q25_5 計画を前倒し	Q25_6 その他
コロナ禍との関係	A.関係する	3 (9.4%)	2 (8.7%)	3 (3.8%)	1 (3.0%)	—	1 (14.3%)
	B.どちらかと言えば関係する	2 (6.3%)	3 (13.0%)	4 (5.0%)	5 (15.2%)	1 (7.7%)	—
	C.どちらかと言えば無関係	8 (25.0%)	2 (8.7%)	12 (15.0%)	5 (15.2%)	1 (7.7%)	—
	D.無関係	18 (56.3%)	15 (65.2%)	58 (72.5%)	20 (60.6%)	11 (84.6%)	6 (85.7%)
	無回答	1 (3.1%)	1 (4.3%)	3 (3.8%)	2 (6.1%)	—	—
合計		32 (100.0%)	23 (100.0%)	80 (100.0%)	33 (100.0%)	13 (100.0%)	7 (100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注：（）内は、縦合計に対する割合を示す。

2-3（国内拠点）のまとめ

国内での新規拠点設置は 37 社（うち、大阪本社：32 社、以下同じ）が実施しており、同検討中・計画中也含めると 50 社（45 社）であった（回答企業の 1 割強）。一方、既存拠点の増強に関しては、78 社（74 社）が実施しており、同検討中・計画中也含めると 107 社（102 社）という結果であった（回答企業の 3 割弱）。新規投資よりも追加投資の回答が多く、回答企業の 3 割弱が追加投資に前向きである。

業種別では、新規・既存投資ともに化学、石油・石炭、プラスチック、鉄鋼、非鉄金属、金属などの「基礎素材型製造業」の取り組みが目立つ。また、新規拠点投資も既存拠点増強も、企業規模が大きいほど積極的である。

投資した拠点機能では工場が最も多く、営業所、支社・支店、本社・本店と続く。大阪府内への拠点投資に関しては、工場、本社・本店の順に多い。回答企業における新規拠点設置 37 件と既存拠点増強 78 件のうち、大阪府内の工場への投資は 39 件である。大阪本社に回答企業を絞ると、工場への投資が活発なのは「基礎素材型製造業」である。また、大阪府内への投資割合が高い業種も「基礎素材型製造業」である。工場への投資件数で見ても、新規拠点設置、既存拠点増強ともに「基礎素材型製造業」が盛んである。コロナ禍以降の拠点投資の大きな傾向である。

新規拠点設置および既存拠点の増強の要因に関しては、自社における既存事業の拡大や

自社の拠点整理の一環、そして、自社のリスクマネジメント、との回答が多かった。コロナ禍との関係では、既存事業の拡大や拠点整理、リスクマネジメント、新規事業などを要因とした投資が見受けられる。

2-4 働き方改革について

IV 貴社の働き方改革について（以下では、コロナ禍以降取り組まれている働き方改革についてお尋ねします）

これまでは、コロナ禍によって変化する企業の取引行動や、拠点設置行動を尋ねてきたが、以下は、コロナ禍以降の企業の働き方改革についての設問である。

元々、コロナ禍前より働き方改革が政府主導で進められてきたところである。働き方改革関連法（働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律）は2018年7月6日に公布されており、改正後の労働基準法が2019年4月から順次施行されている（厚生労働省ホームページ「働き方改革関連法のあらまし」より）。コロナ禍が始まった1年弱前から既に取り組みが始まっていたところ、コロナ禍によって企業等における働き方改革が加速したと考えられる。

「働き方改革」とは、「働く方々が、個々の事情に応じた多様で柔軟な働き方を、自分で「選択」できるようにするための改革」とであると定義されている（厚生労働省ホームページ「働き方改革～一億総活躍社会の実現に向けて」パンフレット（2019年4月）より）。

コロナ禍によって、まず企業等での取り組みが始まったのは、人々の接触機会を削減する在宅勤務やWeb会議システムである。Web会議システムは、主には、Zoom Video Communications（米国本社）の「Zoom」、Microsoft社の「Teams」、Google社の「Meet」、Cisco社の「Webex」などが挙げられる。筆者の記憶する所によると、2020年の3、4月頃には、Zoomを始めとするWeb会議システムの導入が徐々に広がりはじめ、各所で試行錯誤ながらも、次第に定着していった経緯がある。その後は、いわゆる「オンライン飲み会」なども浸透し、大学の授業もオンラインで実施されるなど、今や、社会経済におけるコミュニケーション・ツールとして定着した感がある。

Q26 貴社では、取引のオンライン化を導入されていますか？（複数回答可）。導入されている場合、それぞれ約何割がオンラインで行われていますか？またそのオンライン化はコロナ禍に関係しますか？

ここでは、まず、企業間取引のオンライン化について尋ねている。選択肢を列記すると、

- 1- 「仕入・発注のオンライン化を導入（仕入・発注）」
- 2- 「販売・受注のオンライン化を導入（販売・受注）」
- 3- 「取引先との打ち合わせにオンライン化を導入（打ち合わせ）」
- 4- 「取引先の開拓にオンライン化を導入（開拓）」
- 5- 「その他（その他）」
- 6- 「何も取り組んでいない（取り組んでいない）」

となっている。最もハードルが低いのは「取引先との打ち合わせにオンライン化を導入」という選択肢である。

取引のオンライン化の導入件数をみると（図表2-4-1）、「打ち合わせ」の289件が

最も多く、次に「販売・受注」の177件、「仕入・発注」の146件との回答が続く。オンライン化を導入している場合は、コロナ禍との関係も尋ねている。A+Bでコロナ禍との関係をみていくと、最も割合が高いのは「打ち合わせ」の93.8%で、次に「開拓」の87.1%である。一方、「仕入・発注」は21.3%、「販売・受注」は21.5%と低く、「仕入・発注」および「販売・受注」の「D 無関係」との回答はそれぞれ53.4%と57.1%と、コロナ禍とは無関係に実際の取引のオンライン化が進んでいるケースが多い。「その他」の自由記述をみると、「採用活動（をオンライン化）」という回答や「コロナ禍が落ち着いたら（オンライン化の）割合を減らす」という回答もあった。

大阪本社のみで集計すると（図表2-4-2）、導入件数は、「打ち合わせ」の262件で最も多く、「販売・受注」の155件、「仕入・発注」の128件と続く。ここでもA+Bでコロナ禍との関係をみると、最も割合が高いのは「打ち合わせ」の93.6%で、次に「開拓」が85.7%である。「仕入・発注」、「販売・受注」はそれぞれ21.9%、21.3%とやはり低い。

次に、回答企業内におけるオンライン化の導入割合で集計した（図表2-4-3）。A+Bの割合が高かった「打ち合わせ」は、回答企業内でのオンライン化の導入割合は0から2割未満との回答割合が高めである（34.7%）。「開拓」に関しても、「0~2割未満」との回答割合が高く、53.5%である。一方、「8~10割未満」との回答は、「打ち合わせ」が11.3%、「開拓」が9.3%と低い。コロナ禍で一気に導入が進んだこれらの取り組みであるが、回答企業内でのオンライン化の導入割合としてはあまり高くない現状である。今後、これらの導入が進むことが期待される。一方、「仕入・発注」は「0~2割未満」や「2~4割未満」も低いもの（それぞれ、17.0%、27.7%）、「8~10割未満」との回答割合も比較的高い（31.3%）。「販売・受注」に関しても、「0~2割未満」や「2~4割未満」は低くないが（それぞれ、24.1%、27.7%）、「8~10割未満」の回答割合も低くない（20.6%）。

大阪本社に回答企業を絞った結果は図表2-4-4であり、「打ち合わせ」は、「0~2割未満」が35.5%、「開拓」は、「0~2割未満」が53.8%と比較的高い一方、「8~10割未満」は、「打ち合わせ」が12.3%、「開拓」が10.3%とやはり低い。「仕入・発注」は「0~2割未満」が17.5%、「2~4割未満」が26.8%である一方、「8~10割未満」は30.9%であり、やはり低くない。「販売・受注」は、「0~2割未満」が24.6%、「2~4割未満」が28.7%であるところ、「8~10割未満」が19.7%である。先ほどと同様の傾向である。

図表 2-4-1

(単位：件)

		Q26.取引のオンライン化					
		Q26_1 仕入・発注	Q26_2 販売・受注	Q26_3 打ち合わせ	Q26_4 開拓	Q26_5 その他	Q26_6 取り組んでいない
コロナ禍との関係	A.関係する	16 (11.0%)	20 (11.3%)	209 (72.3%)	31 (50.0%)	10 (38.5%)	-
	B.どちらかと言えば関係する	15 (10.3%)	18 (10.2%)	62 (21.5%)	23 (37.1%)	4 (15.4%)	-
	C.どちらかと言えば無関係	33 (22.6%)	33 (18.6%)	3 (1.0%)	2 (3.2%)	1 (3.8%)	-
	D.無関係	78 (53.4%)	101 (57.1%)	12 (4.2%)	5 (8.1%)	5 (19.2%)	-
	無回答	4 (2.7%)	5 (2.8%)	3 (1.0%)	1 (1.6%)	6 (23.1%)	-
合計		146 (100.0%)	177 (100.0%)	289 (100.0%)	62 (100.0%)	26 (100.0%)	79 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

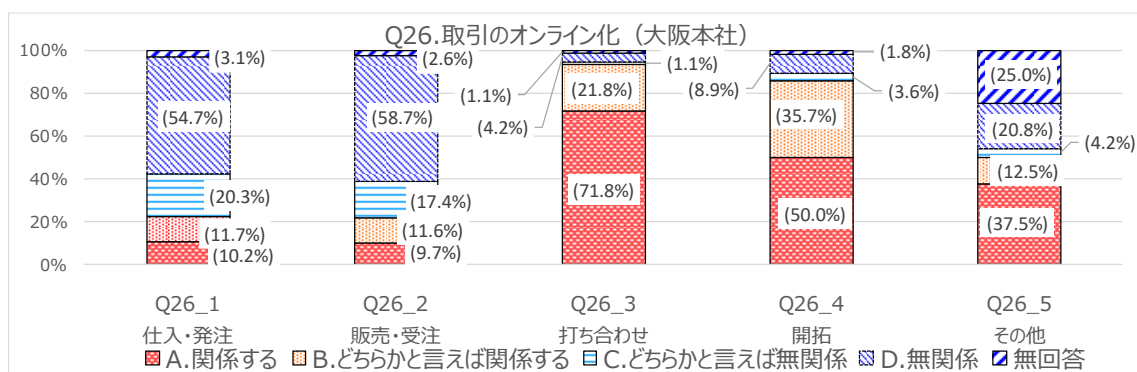
注1：()内は、縦合計に対する割合を示す。

注2：導入割合の回答のうち、0は未導入と判断し、集計から除いた。割合が空欄の場合は集計に加えた。

図表 2-4-2

(単位：件)

		Q26.取引のオンライン化 (大阪本社)					
		Q26_1 仕入・発注	Q26_2 販売・受注	Q26_3 打ち合わせ	Q26_4 開拓	Q26_5 その他	Q26_6 取り組んでいない
コロナ禍との関係	A.関係する	13 (10.2%)	15 (9.7%)	188 (71.8%)	28 (50.0%)	9 (37.5%)	-
	B.どちらかと言えば関係する	15 (11.7%)	18 (11.6%)	57 (21.8%)	20 (35.7%)	3 (12.5%)	-
	C.どちらかと言えば無関係	26 (20.3%)	27 (17.4%)	3 (1.1%)	2 (3.6%)	1 (4.2%)	-
	D.無関係	70 (54.7%)	91 (58.7%)	11 (4.2%)	5 (8.9%)	5 (20.8%)	-
	無回答	4 (3.1%)	4 (2.6%)	3 (1.1%)	1 (1.8%)	6 (25.0%)	-
合計		128 (100.0%)	155 (100.0%)	262 (100.0%)	56 (100.0%)	24 (100.0%)	65 (100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：()内は、縦合計に対する割合を示す。

注2：導入割合の回答のうち、0は未導入と判断し、集計から除いた。割合が空欄の場合は集計に加えた。

図表 2-4-3

(単位：件)

	Q26.取引のオンライン化				
	Q26_1 仕入・発注	Q26_2 販売・受注	Q26_3 打ち合わせ	Q26_4 開拓	Q26_5 その他
0~2割未満	19 (17.0%)	34 (24.1%)	77 (34.7%)	23 (53.5%)	2 (14.3%)
2~4割未満	31 (27.7%)	39 (27.7%)	65 (29.3%)	11 (25.6%)	3 (21.4%)
4~6割未満	9 (8.0%)	22 (15.6%)	39 (17.6%)	4 (9.3%)	3 (21.4%)
6~8割未満	18 (16.1%)	17 (12.1%)	16 (7.2%)	1 (2.3%)	—
8~10割未満	35 (31.3%)	29 (20.6%)	25 (11.3%)	4 (9.3%)	6 (42.9%)
合計	112 (100.0%)	141 (100.0%)	222 (100.0%)	43 (100.0%)	14 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

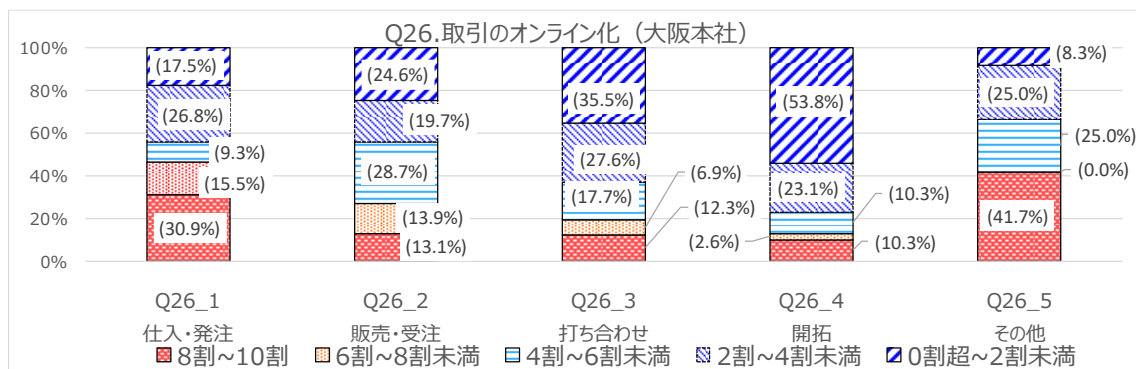
注1：()内は、縦合計に対する割合を示す。

注2：導入割合の回答のうち、0は未導入と判断し、集計から除いた。

図表 2-4-4

(単位：件)

	Q26.取引のオンライン化 (大阪本社)				
	Q26_1 仕入・発注	Q26_2 販売・受注	Q26_3 打ち合わせ	Q26_4 開拓	Q26_5 その他
0~2割未満	17 (17.5%)	30 (24.6%)	72 (35.5%)	21 (53.8%)	1 (8.3%)
2~4割未満	26 (26.8%)	35 (28.7%)	56 (27.6%)	9 (23.1%)	3 (25.0%)
4~6割未満	9 (9.3%)	17 (13.9%)	36 (17.7%)	4 (10.3%)	3 (25.0%)
6~8割未満	15 (15.5%)	16 (13.1%)	14 (6.9%)	1 (2.6%)	—
8~10割未満	30 (30.9%)	24 (19.7%)	25 (12.3%)	4 (10.3%)	5 (41.7%)
合計	97 (100.0%)	122 (100.0%)	203 (100.0%)	39 (100.0%)	12 (100.0%)



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：()内は、縦合計に対する割合を示す。

注2：導入割合の回答のうち、0は未導入と判断し、集計から除いた。

Q27 貴社では、2020年2月以降、コロナ禍前の組織体制や勤務制度を見直しましたか？
(検討中・計画中也含む、複数回答可) またその見直しはコロナ禍に関係しますか？

ここでは、コロナ禍によって、企業の組織体制や勤務制度が見直されたかを尋ねている。
組織体制は従業員の配置等の変更であり、勤務制度は、柔軟な働き方に関する項目である。

選択肢は、

- 1- 「従業員の配置を変更した (配置を変更)」

- 2- 「従業員を減らした（全社合計で見て）（減らした）」⁴
- 3- 「従業員を増やした（全社合計で見て）（増やした）」
- 4- 「その他（その他）」
- 5- 「何も取り組んでいない（取り組んでいない）」
- 6- 「テレワークやリモートワーク等を導入または拡大した（テレワーク）」
- 7- 「週休3日制を導入した（週休3日制）」
- 8- 「副業を解禁した（副業）」
- 9- 「転勤・単身赴任を廃止した（転勤）」
- 10- 「テレワーク、リモートワーク等、自社オフィス以外での勤務に手当を創設または拡大した（テレワーク・手当）」
- 11- 「その他（その他）」
- 12- 「何も取り組んでいない（取り組んでいない）」

となっている

図表2-4-5をみると、選択肢のうち、回答数が多いのは、＜勤務制度＞の「テレワーク」で283件である。コロナ禍との関係で見ると97.5%にのぼる。コロナ禍によって働く場所の選択肢が増えたことを背景とする、コロナ禍による働き方改革の加速の代表的事例である。続いて、＜組織体制＞の「取り組んでいない」が191社だが、その次に多かったのが＜組織体制＞の「配置を変更」である(97件)。この項目はコロナ禍との関係では(A+B)52.5%の回答があった。比較的コロナ禍に影響されたと言える。

＜組織体制＞の従業員を「減らした」「増やした」はそれぞれ56件、67件である。コロナ禍との関係(A+B)は、従業員を「減らした」は55.4%なのに対し、従業員を「増やした」は11.9%に留まる。これは、コロナ禍による需要減などによる従業員削減などが考えられる。＜勤務制度＞では、「取り組んでいない」が88件であるものの、その他(39件)をスキップすると、「テレワーク・手当」が36件で、コロナ禍との関係(A+B)は、97.3%にのぼる。ここもコロナ禍の影響を大きく受けた項目である。「週休3日制」や「副業」(の解禁)、「転勤」(等の廃止)に関しては、回答は少なかったものの、一部の回答企業で動きがみられた。今後この動きが広がる可能性もある。ちなみに＜組織体制＞の「その他」の記述では、「時短勤務」「時差出勤」「事務所の統合」「M&A」「テレワークの常態化」「フレックス勤務」「在宅勤務」「マイカー通勤」などという回答が集まった。また、＜勤務制度＞の「その他」の自由記述には、「時短勤務」「時差出勤」「フレックスの導入」「特別休暇の増加」「マイカー通勤」「会議参加者を削減」「公共交通機関での出社、出張、外出の禁止」「土曜出勤の削減」などの回答があった。「時短勤務」や「時差出勤」は複数社からの記述が見られた。

大阪本社に絞り込むと(図表2-4-6)、回答数が多いのは、＜勤務制度＞の「テレワ

⁴ 全社には、グループ会社・子会社を含まない。

ーク」の246件である。コロナ禍との関係(A+B)でみると98.0%とかなり高く、「C.どちらかと言えばコロナ禍とは無関係」との回答は3社のみで、「D.無関係」との回答は無い。<組織体制>の「取り組んでいない」をスキップすると、その次に多かったのが<組織体制>の「配置を変更」(87件)である。この項目はコロナ禍との関係では、A+Bは52.9%であった。

<組織体制>の従業員を「減らした」は50件、「増やした」が61件である。コロナ禍との関係(A+B)は、「減らした」が60.0%とやはり比較的高く、「増やした」は13.1%にとどまる。<勤務制度>では、「テレワーク・手当」が27件で、コロナ禍との関係(A+B)は96.3%と高い。

次に、大阪本社に絞り込んだ上で、コロナ禍との関係に関する回答をA+Bに絞り込み、回答企業の規模別でクロス集計をすると(図表2-4-7)、最も多い回答が集まった「テレワーク」の回答割合は、「300~999人」で最も割合が高い(96.1%)。規模が大きくなほど導入がしやすいという背景があると考えられる。「配置を変更」や従業員を「減らした」は、中小規模の企業でも割合が高い。

図表2-4-5

(単位:件)

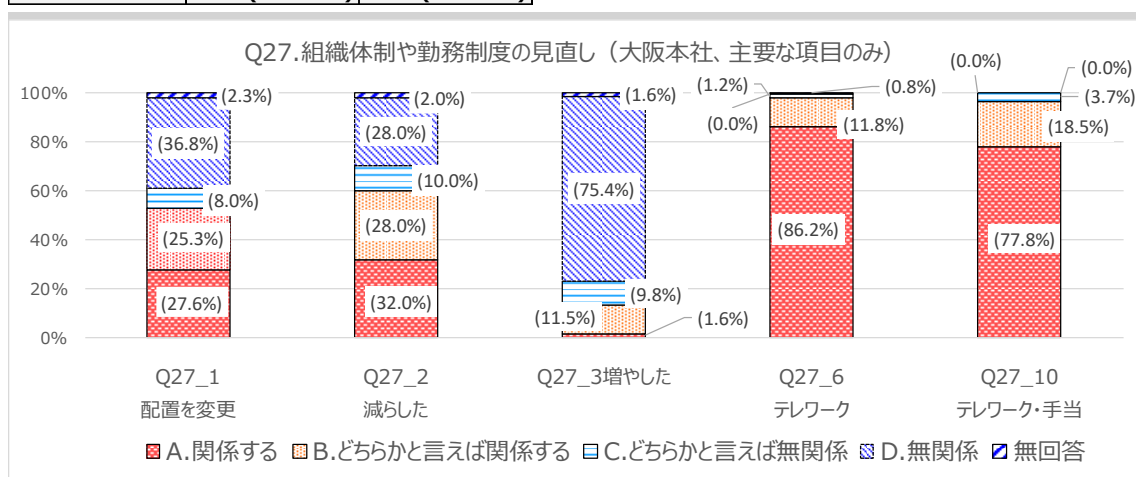
<組織体制>		Q27.組織体制や勤務制度の見直し				
		Q27_1 配置を変更	Q27_2 減らした	Q27_3 増やした	Q27_4 その他	Q27_5 取り組んでいない
コロナ禍との関係	A.関係する	27 (27.8%)	16 (28.6%)	1 (1.5%)	6 (46.2%)	-
	B.どちらかと言えば関係する	24 (24.7%)	15 (26.8%)	7 (10.4%)	1 (7.7%)	-
	C.どちらかと言えば無関係	11 (11.3%)	8 (14.3%)	7 (10.4%)	1 (7.7%)	-
	D.無関係	33 (34.0%)	16 (28.6%)	51 (76.1%)	2 (15.4%)	-
	無回答	2 (2.1%)	1 (1.8%)	1 (1.5%)	3 (23.1%)	-
	合計	97 (100.0%)	56 (100.0%)	67 (100.0%)	13 (100.0%)	191 (100.0%)
<勤務制度>		Q27_6 テレワーク	Q27_7 週休3日制	Q27_8 副業	Q27_9 転勤	Q27_10 テレワーク・手当
コロナ禍との関係	A.関係する	242 (85.5%)	6 (85.7%)	3 (18.8%)	1 (33.3%)	29 (80.6%)
	B.どちらかと言えば関係する	34 (12.0%)	-	1 (6.3%)	-	6 (16.7%)
	C.どちらかと言えば無関係	3 (1.1%)	1 (14.3%)	5 (31.3%)	1 (33.3%)	1 (2.8%)
	D.無関係	-	-	7 (43.8%)	1 (33.3%)	-
	無回答	4 (1.4%)	-	-	-	-
	合計	283 (100.0%)	7 (100.0%)	16 (100.0%)	3 (100.0%)	36 (100.0%)
<勤務制度>		Q27_11 その他	Q27_12 取り組んでいない			
コロナ禍との関係	A.関係する	28 (71.8%)	-			
	B.どちらかと言えば関係する	6 (15.4%)	-			
	C.どちらかと言えば無関係	-	-			
	D.無関係	1 (2.6%)	-			
	無回答	4 (10.3%)	-			
	合計	39 (100.0%)	88 (100.0%)			

出所:「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注:()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-4-6

(単位：件)

<組織体制>		Q27.組織体制や勤務制度の見直し（大阪本社）				
		Q27_1 配置を変更	Q27_2 減らした	Q27_3 増やした	Q27_4 その他	Q27_5 取り組んでいない
コロナ禍との関係	A.関係する	24 (27.6%)	16 (32.0%)	1 (1.6%)	6 (54.5%)	-
	B.どちらかと言えば関係する	22 (25.3%)	14 (28.0%)	7 (11.5%)	1 (9.1%)	-
	C.どちらかと言えば無関係	7 (8.0%)	5 (10.0%)	6 (9.8%)	1 (9.1%)	-
	D.無関係	32 (36.8%)	14 (28.0%)	46 (75.4%)	1 (9.1%)	-
	無回答	2 (2.3%)	1 (2.0%)	1 (1.6%)	2 (18.2%)	-
合計		87 (100.0%)	50 (100.0%)	61 (100.0%)	11 (100.0%)	164 (100.0%)
<勤務制度>		Q27_6 テレワーク	Q27_7 週休3日制	Q27_8 副業	Q27_9 転勤	Q27_10 テレワーク・手当
コロナ禍との関係	A.関係する	212 (86.2%)	5 (100.0%)	3 (21.4%)	1 (50.0%)	21 (77.8%)
	B.どちらかと言えば関係する	29 (11.8%)	-	1 (7.1%)	-	5 (18.5%)
	C.どちらかと言えば無関係	3 (1.2%)	-	3 (21.4%)	-	1 (3.7%)
	D.無関係	-	-	7 (50.0%)	1 (50.0%)	-
	無回答	2 (0.8%)	-	-	-	-
合計		246 (100.0%)	5 (100.0%)	14 (100.0%)	2 (100.0%)	27 (100.0%)
<勤務制度>		Q27_11 その他	Q27_12 取り組んでいない			
コロナ禍との関係	A.関係する	27 (71.1%)	-			
	B.どちらかと言えば関係する	6 (15.8%)	-			
	C.どちらかと言えば無関係	-	-			
	D.無関係	1 (2.6%)	-			
	無回答	4 (10.5%)	-			
合計		38 (100.0%)	80 (100.0%)			



出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-4-7

(単位：件)

	Q27.組織体制や勤務制度の見直し（大阪本社、A+B）			
	回答企業の規模			
		50-99人	100-299人	300-999人
＜組織体制＞				
Q27_1.配置を変更	46 (16.1%)	19 (16.5%)	20 (16.7%)	7 (13.7%)
Q27_2.減らした	30 (10.5%)	11 (9.6%)	14 (11.7%)	5 (9.8%)
Q27_3.増やした	8 (2.8%)	4 (3.5%)	3 (2.5%)	1 (2.0%)
Q27_4.その他	7 (2.4%)	2 (1.7%)	4 (3.3%)	1 (2.0%)
＜勤務制度＞				
Q27_6.テレワーク	241 (84.3%)	88 (76.5%)	104 (86.7%)	49 (96.1%)
Q27_7.週休3日制	5 (1.7%)	4 (3.5%)	1 (0.8%)	—
Q27_8.副業	4 (1.4%)	4 (3.5%)	—	—
Q27_9.転勤	1 (0.3%)	1 (0.9%)	—	—
Q27_10.テレワーク手当	26 (9.1%)	9 (7.8%)	12 (10.0%)	5 (9.8%)
Q27_11.その他	33 (11.5%)	17 (14.8%)	13 (10.8%)	3 (5.9%)
(回答社数)	(286)	(115)	(120)	(51)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成

注：複数回答で、()内の割合は回答社数を分母とするため、回答割合の合計は100%にならない。

Q28 Q27 で、6（テレワークやリモートワーク等を導入または拡大した）に回答した方にお聞きします。貴社では、どのような取り組みを行っていますか？（検討中・計画中也含む、複数回答可）

Q27 の組織体制や勤務制度の見直しの設問においては、「テレワークやリモートワーク等を導入・拡大」は、283 件と最も多くの回答を得ており、なおかつ、コロナ禍との関係で見ると 97.5%であった。Q28 では、コロナ禍によって、テレワークやリモートワーク等を導入・拡大した企業が、具体的にどのような取り組みを行っているかを確認している。

結果をみると（図表 2-4-8）、「在宅勤務」が 252 件（88.1%）と最も多い。次に「オンライン会議システム」（192 件、67.1%）である。「モバイルワーク」は 2 割弱にとどまった。ちなみに「その他」の記述において、「時差出勤」という回答や、「zoom や Teams の利用」、「直行直帰の推奨」などという回答があった。大阪本社に回答企業を絞った結果をみると、「在宅勤務」が 218 件（87.6%）と最も多く、「オンライン会議システム」は 169 件（67.9%）である。

また、大阪本社企業の回答のうち「サテライトオフィス」は 5 件、「コワーキングスペース」は 6 件の回答があった。Q28 で「サテライトオフィス」と回答した大阪本社企業が、Q27 の 6 の「テレワークやリモートワーク等を導入または拡大」でどのように回答しているかを確認すると、3 社は「A コロナ禍と関係する」と回答し、2 社は「B どちらかと言えばコロナ禍と関係する」との回答である。また、Q28 で「コワーキングスペース」と回答した企業 6 社すべてが、Q27 の 6 の回答で「A コロナ禍と関係する」と回答している。コ

コロナ禍における働き方改革のひとつとして、テレワークやリモートワークなどが進んだが、その具体的な取り組みの中でも、拠点にかかわる動きが見られる点に注目したい。

図表 2-4-8

(単位：件)

	Q28. テレワーク・リモートワークの取り組み	
	大阪本社	
在宅勤務	252 (88.1%)	218 (87.6%)
モバイルワーク	44 (15.4%)	37 (14.9%)
サテライトオフィス	6 (2.1%)	5 (2.0%)
コワーキングスペース	8 (2.8%)	6 (2.4%)
オンライン会議システム	192 (67.1%)	169 (67.9%)
その他	4 (1.4%)	4 (1.6%)
(回答社数)	(286)	(249)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：モバイルワークとは、電車、飛行機など、移動中に行うもの、あるいは、移動の合間に喫茶店などで行うものを指す。

注2：コワーキングスペースとは、多様な法人・個人事業主が共有のスペース、あるいは個室で仕事することを指す（シェアオフィス、レンタルオフィスも含む）。通常、通信設備や会議室など共同利用できる設備が整備されている。

注3：複数回答で、()内の割合は回答社数を分母とするため、回答割合の合計は100%にならない。

Q29 Q28 で3（サテライトオフィスの設置）または4（コワーキングスペースの利用）に回答した方にお聞きします。貴社のサテライトオフィスまたはコワーキングスペースの立地場所についてご回答ください（複数回答可）。

ここでは、サテライトオフィスまたはコワーキングスペースの立地場所を尋ねており、大阪府内での動きがどれほどあるのかを確認している。結果として（図表2-4-9）、「大阪府」への立地が10か所（58.8%、すべて大阪本社）であり、「東京都」が9か所（52.9%、大阪本社：6か所、東京本社：3か所）であった。なお、東京本社からの回答において、サテライトオフィス等の立地先は東京都のみであった。大阪本社に絞込んだ上で、規模別でクロス集計をすると（図表2-4-10）、「大阪府」へのサテライトオフィス等の立地は、「50～99人」が3か所、「100～299人」が3か所、「300～999人」が4か所という結果であった。規模にかかわらず、サテライトオフィス等設置の動きがみられることは、注目に値する。

図表 2-4-9

(単位：か所)

	Q29.サテライトオフィス等の立地場所		大阪本社	
	数	(割合)	数	(割合)
大阪府	10	(58.8%)	10	(71.4%)
兵庫県				
京都府	1	(5.9%)	1	(7.1%)
奈良県	-	-	-	-
和歌山県	-	-	-	-
滋賀県	1	(5.9%)	1	(7.1%)
東京都	9	(52.9%)	6	(42.9%)
神奈川県	1	(5.9%)	-	-
埼玉県	1	(5.9%)	-	-
千葉県	1	(5.9%)	-	-
愛知県	-	-	-	-
その他	1	(5.9%)	1	(7.1%)
(回答社数)	(17)		(14)	

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
 注：複数回答で、()内の割合は回答社数を分母とするため、回答割合の合計は100%にならない。

図表 2-4-10

(単位：か所)

	Q29.サテライトオフィス等の立地場所 (大阪本社)				
	数	(割合)	回答企業の規模		
			50-99人	100-299人	300-999人
Q29_1.大阪府	10	(71.4%)	3 (75.0%)	3 (75.0%)	4 (66.7%)
Q29_3.京都府	1	(7.1%)	1 (25.0%)	-	-
Q29_6.滋賀県	1	(7.1%)	1 (25.0%)	-	-
Q29_7.東京都	6	(42.9%)	1 (25.0%)	2 (50.0%)	3 (50.0%)
Q29_12.その他	1	(7.1%)	-	-	1 (16.7%)
(回答社数)	(14)		(4)	(4)	(6)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果および、経済産業省「企業活動基本調査」より作成
 注：複数回答で、()内の割合は回答社数を分母とするため、回答割合の合計は100%にならない。

Q30 貴社では、2020年2月以降、既存の自社オフィス（本社、支社、営業所、工場事務所等）の見直しを行いましたか？（検討中・計画中也含む、複数回答可）またその見直しはコロナ禍に関係しますか？

この設問は、コロナ禍によって企業拠点等が実際にどの程度見直されたかをみるものである。ここでの選択肢は、

- 1- 「本社を移転した（本社を移転）」
- 2- 「本社機能を他の場所に立地する支社などに分散した（本社機能を分散）」
- 3- 「自社オフィスを縮小した（自社オフィスを縮小）」
- 4- 「自社オフィスを拡大した（自社オフィスを拡大）」

- 5- 「いずれかの自社オフィスのレイアウトを変更した（レイアウト変更）」
- 6- 「いずれかの自社オフィスでフリーアドレスやグループアドレスを導入または拡大した（フリーアドレス）」
- 7- 「いずれかの自社オフィスに関して、自社ビルから賃貸オフィスに転居した（賃貸オフィスに転居）」
- 8- 「いずれかの自社オフィスに関して、自社ビルまたは賃貸オフィスからコワーキングスペース等に転居した（コワーキングに転居）」
- 9- 「その他（その他）」
- 10- 「何も取り組んでいない（取り組んでいない）」

である。例えば5「いずれかの自社オフィスのレイアウトを変更した」は、具体的にはアクリル板の設置や、席の間隔を広げるなど、各所で見受けられる項目である。

まず、単純集計の結果であるが（図表2-4-11）、回答が多い順に、「取り組んでいない」（275件）、「レイアウト変更」（55件）、「自社オフィスを縮小」（19件）、「フリーアドレス」（15件）、「本社を移転」（14件）となっている。オフィス見直しに関しては、取り組んでいないとの回答が多かったものの、マイナーチェンジで済む、「レイアウト変更」との回答が多かった。「本社を移転」との回答も14件あったことは意外な結果で、コロナ禍とは無関係（C+D）との回答が11件であった一方で、コロナ禍に関係するとの回答（A+B）も3件みられた。

コロナ禍との関係においてA+Bの割合が高い順にみると、「レイアウト変更」が60.0%で（33件）、「その他」をスキップすると、「自社オフィスを縮小」が57.9%（11件）、「本社機能を分散」が57.2%（4件）である。ちなみに「その他」の自由記述では、「新たに本社工場を建設」「支店の賃貸オフィスから自社ビルに転居」「事業所を本社に統合」「東京営業所の撤退」などといった回答があった。

次に、回答企業を大阪本社に絞ると（図表2-4-12）、回答が多い順に、「取り組んでいない」（244件）、「レイアウト変更」（52件）、「自社オフィスを縮小」（18件）、「フリーアドレス」（14件）、「本社を移転」（11件）となっている。コロナ禍との関係においてA+Bを高い順にみると、「その他」を除くと、「レイアウト変更」が61.5%（32件）、「自社オフィスを縮小」が61.1%（11件）である。

図表 2-4-11

(単位：件)

		Q30.既存の自社オフィスの見直し				
		Q30_1 本社を移転	Q30_2 本社機能を分散	Q30_3 自社オフィスを縮小	Q30_4 自社オフィスを拡大	Q30_5 レイアウト変更
「コロナ禍との関係	A.関係する	1 (7.1%)	2 (28.6%)	7 (36.8%)	2 (18.2%)	27 (49.1%)
	B.どちらかと言えば関係する	2 (14.3%)	2 (28.6%)	4 (21.1%)	-	6 (10.9%)
	C.どちらかと言えば無関係	2 (14.3%)	-	4 (21.1%)	2 (18.2%)	10 (18.2%)
	D.無関係	9 (64.3%)	3 (42.9%)	3 (15.8%)	7 (63.6%)	10 (18.2%)
	無回答	-	-	1 (5.3%)	-	2 (3.6%)
	合計	14 (100.0%)	7 (100.0%)	19 (100.0%)	11 (100.0%)	55 (100.0%)
		Q30_6 フリーアドレス	Q30_7 賃貸オフィスに転居	Q30_8 コワーキングに転居	Q30_9 その他	Q30_10 取り組んでいない
「コロナ禍との関係	A.関係する	4 (26.7%)	1 (50.0%)	-	2 (40.0%)	-
	B.どちらかと言えば関係する	2 (13.3%)	-	-	1 (20.0%)	-
	C.どちらかと言えば無関係	3 (20.0%)	-	-	-	-
	D.無関係	6 (40.0%)	1 (50.0%)	1 (50.0%)	2 (40.0%)	-
	無回答	-	-	1 (50.0%)	-	-
	合計	15 (100.0%)	2 (100.0%)	2 (100.0%)	5 (100.0%)	275 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：全社には、グループ会社・子会社を含まない。

注2：フリーアドレスとは、席を固定せずに自由に選び、ノート PC やタブレットなどのモバイルツールを用いて働くスタイルである。グループアドレスとは、グループごとにエリアを決めて、フリーアドレスを運用することを指す。

注3：移転しないで自社ビルを売却した場合を含む。

注4：10-「何も取り組んでいない（取り組んでいない）」は、コロナ禍との関係に関しては回答を求めている。

注5：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-4-12

(単位：件)

		Q30.既存の自社オフィスの見直し（大阪本社）				
		Q30_1 本社を移転	Q30_2 本社機能を分散	Q30_3 自社オフィスを縮小	Q30_4 自社オフィスを拡大	Q30_5 レイアウト変更
「コロナ禍との関係」	A.関係する	1 (9.1%)	2 (40.0%)	7 (38.9%)	2 (22.2%)	27 (51.9%)
	B.どちらかと言えば関係する	1 (9.1%)	-	4 (22.2%)	-	5 (9.6%)
	C.どちらかと言えば無関係	2 (18.2%)	-	3 (16.7%)	2 (22.2%)	8 (15.4%)
	D.無関係	7 (63.6%)	3 (60.0%)	3 (16.7%)	5 (55.6%)	10 (19.2%)
	無回答	-	-	1 (5.6%)	-	2 (3.8%)
合計		11 (100.0%)	5 (100.0%)	18 (100.0%)	9 (100.0%)	52 (100.0%)
		Q30_6 フリーアドレス	Q30_7 賃貸オフィスに転居	Q30_8 コワーキングに転居	Q30_9 その他	Q30_10 取り組んでいない
「コロナ禍との関係」	A.関係する	3 (21.4%)	1 (50.0%)	-	2 (50.0%)	-
	B.どちらかと言えば関係する	2 (14.3%)	-	-	1 (25.0%)	-
	C.どちらかと言えば無関係	3 (21.4%)	-	-	-	-
	D.無関係	6 (42.9%)	1 (50.0%)	1 (50.0%)	1 (25.0%)	-
	無回答	-	-	1 (50.0%)	-	-
合計		14 (100.0%)	2 (100.0%)	2 (100.0%)	4 (100.0%)	244 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

ここで、Q30の既存の自社オフィスの見直しは、テレワークやリモートワークなどに取り組んでいる回答企業で進んでいるのか、つまり働く場所の分散化と関連して進んでいるのか、あるいは、そもそも回答企業が従業員数を減らしたあるいは増やしたこと、つまり企業規模が変化したことと関連して進んでいるのかを確認する。

まずは、Q30の各回答と、Q27の選択肢6の「テレワークやリモートワーク等を導入または拡大した」、Q27の選択肢12の「何も取り組んでいない」とでクロス集計する。結果として(図表2-4-13)、Q30の10の「取り組んでいない」を除いて、回答数が多い順にみていくと、「レイアウト変更」は、「テレワーク」が18.8%で、「取り組んでいない」の8.0%より割合が高い。「自社オフィスを縮小」(それぞれ、「テレワーク」が6.3%、「取り組んでいない」が4.0%、以下同様)や、「フリーアドレス」(5.8%、1.3%)、「本社を移転」(4.0%、2.7%)も同様である。つまり、テレワークやリモートワークなどに取り組んでいる回答企業において、「レイアウト変更」、「自社オフィスを縮小」、「フリーアドレス」、「本社を移転」といった既存の自社オフィスの見直しに取り組む傾向がみられる。

一方、Q30の各回答と、Q27の選択肢2の「(従業員を)減らした」、Q27の選択肢3の「(従業員を)増やした」とでクロス集計する。Q30の10の「取り組んでいない」を除いて、回答数が多い順にみていくと(図表2-4-14)、「レイアウト変更」は、「(従業員を)減らした」が23.3%と、「(従業員を)増やした」の20.0%よりも若干割合が高い。「自社オフィスを縮小」も同様で、「(従業員を)減らした」が16.3%、「(従業員を)増やした」

が2.0%である。また、「本社を移転」は、「(従業員を)減らした」が3件に対して、「(従業員を)増やした」は1件にとどまる。一方、「自社オフィスを拡大」は、「(従業員を)減らした」が4.7%、「(従業員を)増やした」が8.0%と、従業員数を増やした企業の割合が高い。つまり、従業員を減らした回答企業において、「レイアウト変更」、「自社オフィスを縮小」、「本社を移転」といった既存の自社オフィスの見直しに取り組む傾向が高く、回答数は少ないものの、従業員を増やした回答企業においては、「自社オフィスを拡大」する傾向がある。

特に、企業拠点の立地という観点から、「自社オフィスを縮小」や「本社を移転」という既存の自社オフィスの見直しに関する取り組みに着目すると、テレワークやリモートワークなどに取り組んでいる、あるいは、従業員数を減らした回答企業双方において、「自社オフィスを縮小」、「本社を移転」ともに、取り組みの傾向が高いという結果であった。ただし、単純な回答数をみると、テレワークやリモートワークなどに取り組んでいる場合は、「自社オフィスを縮小」が14件、「本社を移転」が9件なのに対し、従業員数を減らした場合は、「自社オフィスを縮小」が7件、「本社を移転」が3件と、回答数は後者の方が少ない。このため、テレワークやリモートワークなどに取り組んでいる場合において、自社オフィスの縮小や本社移転に取り組むケースが多いと言える。

図表2-4-13

(単位：件)

	Q30.既存の自社オフィスの見直し (大阪本社)	
	Q27_6 テレワーク	Q27_12 取り組んでいない
Q30_1.本社を移転	9 (4.0%)	2 (2.7%)
Q30_2.本社機能を分散	4 (1.8%)	1 (1.3%)
Q30_3.自社オフィスを縮小	14 (6.3%)	3 (4.0%)
Q30_4.自社オフィスを拡大	4 (1.8%)	3 (4.0%)
Q30_5.レイアウト変更	42 (18.8%)	6 (8.0%)
Q30_6.フリーアドレス	13 (5.8%)	1 (1.3%)
Q30_7.賃貸オフィスに転居	1 (0.4%)	1 (1.3%)
Q30_8.コワーキングに転居	2 (0.9%)	—
Q30_9.その他	3 (1.3%)	—
Q30_10.取り組んでいない	151 (67.7%)	66 (88.0%)
(回答社数)	(223)	(75)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：複数回答で、割合は回答社数を分母とするため、回答割合の合計は100%にならない。

図表 2-4-14

(単位：件)

	Q30.既存の自社オフィスの見直し (大阪本社)	
	Q27_2 (従業員を)減らした	Q27_3 (従業員を)増やした
Q30_1.本社を移転	3 (7.0%)	1 (2.0%)
Q30_2.本社機能を分散	2 (4.7%)	1 (2.0%)
Q30_3.自社オフィスを縮小	7 (16.3%)	1 (2.0%)
Q30_4.自社オフィスを拡大	2 (4.7%)	4 (8.0%)
Q30_5.レイアウト変更	10 (23.3%)	10 (20.0%)
Q30_6.フリーアドレス	1 (2.3%)	3 (6.0%)
Q30_7.賃貸オフィスに転居	2 (4.7%)	-
Q30_8.コワーキングに転居	-	-
Q30_9.その他	-	1 (2.0%)
Q30_10.取り組んでいない	26 (60.5%)	35 (70.0%)
(回答社数)	(43)	(50)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：複数回答で、割合は回答社数を分母とするため、回答割合の合計は100%にならない。

2-4 (働き方改革) のまとめ

企業取引のオンライン化に関しては、取引先との打ち合わせや、取引先の開拓に関して、コロナ禍以降で導入が進んだケースが多い。ただし、回答企業内でのこれらオンライン化の導入割合は低く、今後さらなる浸透が期待される。一方、仕入・発注や販売・受注に関するオンライン化は、コロナ禍と関係なく導入が進んでいるケースが多い。

企業の組織体制や勤務制度の見直しに関しては、テレワークやリモートワーク等を導入しているケースが多く、なおかつ、コロナ禍によって導入した企業が大半である。コロナ禍をきっかけに働く場所の選択肢が増えた、働き方改革の加速の代表的事例である。テレワークやリモートワークなどに関連した勤務手当に関する取り組みへの回答もみられ、ほとんどの企業がコロナ禍との関係で導入したとの回答であった。さらには、従業員の配置を変更という項目の回答も多かった。また、従業員を減らした企業の過半数がコロナ禍の影響と回答しており、コロナ禍による需要減が影響しているものと考えられる。

テレワークやリモートワーク等で実際に導入されたのは、在宅勤務との回答が多く、コロナ禍以降急速に浸透した働き方である。なお、テレワークやリモートワーク等は、規模が大きな企業ほど導入しやすい傾向にある。回答企業の規模にかかわらず、サテライトオフィスまたはコワーキングスペースの大阪府内への立地の動きがみられる。働き方改革の加速を背景に、こうした拠点設置が今後さらに進むことも考えられる。

自社オフィスなどの見直しに関しては、比較的取り組みやすい、レイアウト変更との回答が集まった。本社を移転したとの回答も多く、一部コロナ禍に関係する動きもみられた。コロナ禍の影響を比較的受けた見直しとして、自社オフィスを縮小したケースや本社機能を分散したケースもみられた。また、テレワークやリモートワークなどに取り組んでいる場合

において、自社オフィスの縮小や本社移転に取り組むケースが多いということも分かった。

2-5 海外取引について

以下では、海外取引がある場合のみご回答ください。海外取引が無い場合は Q42 にお進みください。

V 貴社の海外取引について（コロナ禍以降の企業間取引の変化についてお尋ねします）
（国外にある自企業の支店等との間で製品・商品を直接輸出入した場合は、国外仕入額あるいは国外販売額に含めます。国内仕入・国内販売は、国内他企業の事業所との間での取引のことを指します）

以下は、海外取引の状況についての設問である。2020 年前半には、コロナ禍によって、海外取引に関する懸念が指摘された。実際、「2020 年のコロナ・ショックにおいては、中国からの部材が輸入できなくなり、日本に立地する工場の操業が困難になる事態が起こった」（経済産業省『令和 3 年版 通商白書』「アジアワイドのサプライチェーンの変化」p.87）。また、コロナ禍によって「各国において出入国の制限が講じられた結果、人流・物流の不活発化がもたらされることとなり、世界規模でのサプライチェーンの寸断が拡大」している（総務省『令和 3 年版 情報通信白書』「サプライチェーンの分断に伴う生産拠点の移転等」p.191）。この結果として、大企業を中心に、「これまで中国に設けられていた生産拠点を第三国に移転させたり、国内に回帰させるといった動き」がみられる（同上『情報通信白書』p.192）。「日本政策投資銀行の調査によると、企業が実際に取り組んでいるサプライチェーン見直しの取り組みとしては、調達先の分散・多様化」がまず挙げられる（同上『情報通信白書』p.192）。また、JETRO が 2021 年 8～9 月に実施した「2021 年度 海外進出日系企業実態調査 アジア・オセアニア編」によれば、サプライチェーン（販売戦略、調達、生産）を見直すと回答した企業は約 2～3 割であり、販売戦略の見直しと回答した企業のうち、販売先の見直しと回答した企業は 51.1%、調達の見直しと回答した企業のうち、調達先の見直しと回答した企業は 85.3%にのぼる。

ここでの設問は、大企業に限らず、今回のアンケートの対象である中堅・中小企業においても、海外取引における取引の分散化や、取引の国内回帰の動きがみられるのではないか、という結果を期待したものである。

Q31 貴社では、仕入額・発注額全体（国内外の取引額合計）に占める国内仕入額の割合に変化はありましたか？ ✓を付けてください（一つ回答）。（国外取引は、例えば、国内の商社を通じて中国の企業から部品を仕入れるなど、国内の卸売を通じた間接的な国外仕入も含みます）

ここでは、海外取引のうち、仕入・発注に関する国内回帰の状況を確認している。結果として（図表 2-5-1）、国内仕入割合が「増加した」との回答は 13.8%（31 社）であり、むしろ「減少した」との回答の方が多かった（28.9%、65 社）。大阪本社のみを集計も結果はほとんど変わらず、国内仕入割合が「増加した」との回答は 14.8%（30 社）であり、「減少した」との回答が多く、28.6%（58 社）である。

図表 2-5-1

(単位：社)

	Q31.国内仕入割合の変化		大阪本社	
割合が増加した	31	(13.8%)	30	(14.8%)
割合が減少した	65	(28.9%)	58	(28.6%)
増減無し	129	(57.3%)	115	(56.7%)
合計	225	(100.0%)	203	(100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q32 Q31のご回答は、コロナ禍と関係しますか。A、B、C、Dいずれかに○を付けてください（一つ回答）。

仕入・発注の変化に関する、コロナ禍との関係を確認している。A+Bの回答合計は、43.9%であり、C+Dの回答合計は56.1%である(図表2-5-2)。大阪本社は、A+Bは、43.5%であり、C+Dの回答合計は56.5%である。

大阪本社のみでの集計に絞り、かつ、Q31の増加・減少等でクロス集計をすると(図表2-5-3)、「割合が増加した」との回答は、コロナ禍との関係でみると、66.6%が関係する、あるいはどちらかと言えば関係する(A+B)との回答であった。「割合が減少した」との回答では、A+Bは、93.0%にのぼる。国内仕入割合が減少したケースの方が、コロナ禍の影響を大きく受けている。

図表 2-5-2

(単位：件)

	Q32.Q31の回答はコロナ禍と関係するか		大阪本社	
コロナ禍との関係	A.関係する	60 (28.3%)	55 (28.8%)	
	B.どちらかと言えば関係する	33 (15.6%)	28 (14.7%)	
	C.どちらかと言えば無関係	24 (11.3%)	21 (11.0%)	
	D.無関係	95 (44.8%)	87 (45.5%)	
合計	212	(100.0%)	191	(100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-5-3

(単位：件)

		Q32.Q31の回答はコロナ禍と関係するか（大阪本社）			
		Q31の回答			
		割合が増加した	割合が減少した	特に変化なし	
コ ロ ナ 禍 と の 関 係	A.関係する	55 (28.8%)	13 (43.3%)	37 (64.9%)	5 (4.8%)
	B.どちらかと言えば 関係する	28 (14.7%)	7 (23.3%)	16 (28.1%)	5 (4.8%)
	C.どちらかと言えば 無関係	21 (11.0%)	4 (13.3%)	-	17 (16.3%)
	D.無関係	87 (45.5%)	6 (20.0%)	4 (7.0%)	77 (74.0%)
合計		191 (100.0%)	30 (100.0%)	57 (100.0%)	104 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q33 貴社では、販売額・受注額全体（国内外の取引額合計）に占める国内販売額の割合に変化はありましたか？ ✓を付けてください（一つ回答）。（国外取引は、例えば、国内の商社を通じて中国の企業に向けて製品を販売するなど、国内の卸売を通じた間接的な国外販売も含まれます）

次に、海外取引のうち、販売・受注に関する国内回帰の状況を確認した。ここでも、「減少した」との回答の方が多く、61社（27.6%）である。一方、「増加した」との回答は45社（20.4%）である。「増加した」との回答が13.8%であった仕入・発注と比べると、「増加した」との回答割合が高い（図表2-5-4）。大阪本社のみだと、「減少した」が59社（29.6%）で、「増加した」は43社（21.6%）である。ここでも割合が減少したケースが多いという結果である。

図表 2-5-4

(単位：社)

	Q33.国内販売割合の変化	
	大阪本社	
割合が増加した	45 (20.4%)	43 (21.6%)
割合が減少した	61 (27.6%)	59 (29.6%)
増減無し	115 (52.0%)	97 (48.7%)
合計	221 (100.0%)	199 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q34 Q33のご回答は、コロナ禍と関係しますか。A、B、C、Dいずれかに○を付けてください（一つ回答）。

販売・受注の変化に関する、コロナ禍との関係を確認している。A+Bの回答合計は、44.0%であり、C+Dの回答合計は56.0%と、仕入・発注の場合の回答割合とほぼ同じであった（図表2-5-5）。大阪本社の場合、A+Bは、46.9%であり、C+Dは53.2%であ

る。

回答企業について大阪本社のみで集計し、かつ、Q33の増加・減少等でクロス集計をすると、「割合が増加した」はA+B合計で60.5%であり、「割合が減少した」の場合、A+Bは88.1%である(図表2-5-6)。仕入・発注の場合と似たような結果であり、増加・減少ともにコロナ禍との関係性は高く、特に減少に関して、コロナ禍の影響を受けているケースが多い。

図表2-5-5

(単位:社)

		Q34.Q33の回答はコロナ禍と関係するか	
		大阪本社	
コロナ禍との関係	A.関係する	57 (27.3%)	55 (29.3%)
	B.どちらかと言えば関係する	35 (16.7%)	33 (17.6%)
	C.どちらかと言えば無関係	22 (10.5%)	18 (9.6%)
	D.無関係	95 (45.5%)	82 (43.6%)
合計		209 (100.0%)	188 (100.0%)

出所:「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注:()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表2-5-6

(単位:社)

		Q34.Q33の回答はコロナ禍と関係するか (大阪本社)			
		Q33の回答			
		割合が増加した	割合が減少した	特に変化なし	
コロナ禍との関係	A.関係する	55 (29.3%)	15 (34.9%)	36 (61.0%)	4 (4.7%)
	B.どちらかと言えば関係する	33 (17.6%)	11 (25.6%)	16 (27.1%)	6 (7.0%)
	C.どちらかと言えば無関係	18 (9.6%)	6 (14.0%)	1 (1.7%)	11 (12.8%)
	D.無関係	82 (43.6%)	11 (25.6%)	6 (10.2%)	65 (75.6%)
合計		188 (100.0%)	43 (100.0%)	59 (100.0%)	86 (100.0%)

出所:「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注:()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q35 ASEAN*諸国からの仕入額・発注額に変化はありましたか? ✓を付けてください (一つ回答)。(国内の卸売を通じた間接的な仕入も含みます)

以下では、ASEANとの取引額の割合が変化したかどうかを確認している。仕入・発注に関しては、「増加した」との回答は少なく(5.6%)、「減少した」は28.5%である。一方、「増減無し」との回答が多く、65.9%であった(図表2-5-7)。大阪本社のみで見ると、「増加した」が(6.2%)、「減少した」が30.1%であり、「増減無し」は63.7%であった。対ASEANでの仕入・発注は、減少したとの回答が多かったが、増減無しも目立つ。

図表 2-5-7

(単位：社)

	Q35.ASEAN仕入の変化			
			大阪本社	
割合が増加した	12	(5.6%)	12	(6.2%)
割合が減少した	61	(28.5%)	58	(30.1%)
増減無し	141	(65.9%)	123	(63.7%)
合計	214	(100.0%)	193	(100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」 アンケート結果より作成

注1：ASEANとは、外務省によれば、インドネシア、カンボジア、シンガポール、タイ、フィリピン、ブルネイ、ベトナム、マレーシア、ミャンマー、ラオスの全10か国を指す。

注2：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q36 Q35のご回答は、コロナ禍と関係しますか。A、B、C、Dいずれかに○を付けてください（一つ回答）。

コロナ禍との関係であるが、A+Bの回答合計は、37.1%であり、C+Dの回答合計は62.8%である（図表2-5-8）。大阪本社だと、A+Bは39.0%であり、C+Dは61.0%である

回答企業を大阪本社のみで集計し、かつ、Q35の増加・減少等でクロス集計をすると（図表2-5-9）、「増加した」との回答におけるA+Bの回答合計は50.0%であり、「減少した」との回答におけるA+Bの回答合計は100.0%である。仕入の減少に関してはコロナ禍の影響が大きい。

図表 2-5-8

(単位：社)

		Q36.Q35の回答はコロナ禍と関係するか			
				大阪本社	
コ ロ ナ 禍 と の 関 係	A.関係する	51	(25.2%)	48	(26.4%)
	B.どちらかと言えば関係する	24	(11.9%)	23	(12.6%)
	C.どちらかと言えば無関係	13	(6.4%)	12	(6.6%)
	D.無関係	114	(56.4%)	99	(54.4%)
合計		202	(100.0%)	182	(100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」 アンケート結果より作成

注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-5-9

(単位：社)

		Q36.Q35の回答はコロナ禍と関係するか（大阪本社）				
		Q35の回答				
		割合が増加した	割合が減少した	特に変化なし		
コ ロ ナ 禍 と の 関 係	A.関係する	48 (26.4%)	2 (16.7%)	46 (80.7%)	—	—
	B.どちらかと言えば 関係する	23 (12.6%)	4 (33.3%)	11 (19.3%)	8 (7.1%)	
	C.どちらかと言えば 無関係	12 (6.6%)	2 (16.7%)	—	—	10 (8.8%)
	D.無関係	99 (54.4%)	4 (33.3%)	—	—	95 (84.1%)
合計		182 (100.0%)	12 (100.0%)	57 (100.0%)	113 (100.0%)	

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q37 ASEAN 諸国への販売額・受注額に変化はありましたか？ ✓を付けてください（一つ回答）。（国内の卸売を通じた間接的な販売も含まます）

販売・受注に関しても、「増加した」との回答は少なく（6.5%）、「減少した」は 30.0% であり、ここも「増減無し」との回答が多く、63.5%であった（図表 2-5-10）。大阪本社のみだと、「増加した」は 7.2%、「減少した」は 30.0%で、「増減無し」は 62.8%である。

図表 2-5-10

(単位：社)

	Q37.ASEAN販売の変化	
	大阪本社	
割合が増加した	13 (6.5%)	13 (7.2%)
割合が減少した	60 (30.0%)	54 (30.0%)
増減無し	127 (63.5%)	113 (62.8%)
合計	200 (100.0%)	180 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

Q38 Q37 のご回答は、コロナ禍と関係しますか。A、B、C、D いずれかに○を付けてください（一つ回答）。

ASEAN 販売の変化のコロナ禍との関係については、A+B の回答合計は 34.5%であり、C+D の回答合計は 65.5 %である（図表 2-5-11）。大阪本社は、A+B は 35.5%であり、C+D の回答合計は 64.5 %である

大阪本社のみで回答企業を集計し、かつ、Q37 の増加・減少等でクロス集計をした結果をみると（図表 2-5-12）、「増加した」との回答では、A+B は 23.1%なのに対して、「減少した」との回答では、A+B は 96.2%である。ここでも減少に関して、コロナ禍の影響が大きい。

図表 2-5-11

(単位：社)

		Q38.Q37の回答はコロナ禍と関係するか			
		大阪本社			
コロナ禍との関係	A.関係する	48	(25.5%)	45	(26.6%)
	B.どちらかと言えば関係する	17	(9.0%)	15	(8.9%)
	C.どちらかと言えば無関係	11	(5.9%)	10	(5.9%)
	D.無関係	112	(59.6%)	99	(58.6%)
合計		188 (100.0%)		169 (100.0%)	

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

図表 2-5-12

(単位：社)

		Q38.Q37の回答はコロナ禍と関係するか (大阪本社)							
		Q37の回答							
		割合が増加した		割合が減少した		特に変化なし			
コロナ禍との関係	A.関係する	45	(26.6%)	2	(15.4%)	43	(81.1%)	—	—
	B.どちらかと言えば関係する	15	(8.9%)	1	(7.7%)	8	(15.1%)	6	(5.8%)
	C.どちらかと言えば無関係	10	(5.9%)	3	(23.1%)	—	—	7	(6.8%)
	D.無関係	99	(58.6%)	7	(53.8%)	2	(3.8%)	90	(87.4%)
合計		169 (100.0%)		13 (100.0%)		53 (100.0%)		103 (100.0%)	

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：()内は、縦合計に対する割合を示す。

2-5 (海外取引について) のまとめ

海外取引に関し、「国内回帰の状況」を確認した国内外の取引については、むしろ国内取引の割合が減った企業が多く、取引の国内回帰の傾向はみられなかった。国内取引が増えたとの回答に関しては、6割超の企業がコロナ禍との関係性を回答している一方、国内取引が減ったとの回答に関しては、9割前後の企業がコロナ禍との関係性を回答している。また、ASEAN との取引については、取引が減少した企業が多く、取引が増加した場合よりも減少した場合において、コロナ禍の影響が大きいとの結果であった。

以上、むしろ国内取引のウエイトが下がったとの回答において、コロナ禍との関係が見受けられた。ASEAN との取引においても、取引の減少に関して、コロナ禍の影響が大きいことが分かった。

2-6 海外拠点について

以下では、海外拠点が存在する場合のみご回答ください。該当しない場合は Q42 にお進みください。

VI 貴社の海外拠点について（以下は、コロナ禍とは無関係にご回答ください）

Q39 貴社は、ASEAN 諸国に拠点を設置していますか？ ✓を付けてください（一つ回答）。

以下は、企業の海外拠点についての設問である。最後のこのパートでは、生産体制の安定化等を目的とし、中国拠点の他にも ASEAN 諸国等に拠点を追加設置する「チャイナ（中国）・プラスワン」、あるいはそもそも拠点を中国から ASEAN に移す「ASEAN シフト」などの動きを捉えることを目的としている。

まず、ASEAN に拠点を設置しているかどうかについて尋ねた結果として（図表 2-6-1）、「設置している」が 66 社（47.1%）、「設置していない」が 74 社（52.9%）であった。大阪本社のみだと、「設置している」が 64 社（50.4%）、「設置していない」が 63 社（49.6%）である。回答企業の約半数で、ASEAN 拠点を設置していることが分かる。

図表 2-6-1

（単位：社）

	Q39.ASEANの拠点設置	
	大阪本社	
設置している	66 (47.1%)	64 (50.4%)
設置していない	74 (52.9%)	63 (49.6%)
合計	140 (100.0%)	127 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：（）内は、縦合計に対する割合を示す。

Q40 貴社は、2020年2月以降、ASEAN 諸国への拠点の新たな設置または移転を行いましたか？ ✓を付けてください（一つ回答）。

次に、コロナ禍以降、ASEAN に拠点を設置あるいは移転したかどうかについて尋ねた。結果として、「拠点の設置・移転をした」が 2 社、「検討中」が 2 社であった（図表 2-6-2）。大阪本社の場合、「拠点の設置・移転をした」は 2 社、「検討中」は 1 社である。

図表 2-6-2

（単位：社）

	Q40.ASEANの新拠点設置	
	大阪本社	
拠点設置・移転	2 (1.6%)	2 (1.8%)
拠点設置の検討中	2 (1.6%)	1 (0.9%)
動きは無い	122 (96.8%)	110 (97.3%)
合計	126 (100.0%)	113 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成
注：（）内は、縦合計に対する割合を示す。

Q41 Q40で1（拠点を新たに設置したまたは移転した）とご回答の場合、その新拠点のうち、従業員数が最も多い代表的な拠点について、✓を付けてください。

ASEAN 拠点の新規設置または移転との回答のうち、新拠点の機能は「本社・本店」が3か所、「その他」が2か所である（図表2-6-3）。大阪本社の結果は、「本社・本店」が2か所となっている。また、新拠点の場所は「ベトナム」が3か所、「タイ」が1か所、「マレーシア」が1か所である（図表2-6-4）。大阪本社だと、「ベトナム」の拠点は2か所である。

進出・移転の要因に関して、選択肢は以下のとおりである。

- 1-新拠点を置く国のマーケットの拡大（マーケットの拡大）
- 2-優れた技術を持つ企業の存在（優れた技術）
- 3-優秀な人材・労働者の存在（優秀な人材）
- 4-優れた研究機関の存在（優れた研究機関）
- 5-新拠点を置く国への重要な取引先・提携先の移転（取引先の移転）
- 6-自社のリスクマネジメントとして（リスクマネジメント）
- 7-自社における新規事業の開始（新規事業）
- 8-現地の人件費・不動産コストの安さ（人件費）
- 9-税負担の低さや公的機関による優遇措置・補助制度の充実（税負担）
- 10-ビジネス上の適切な法制度・規制（法制度）
- 11-資金調達の容易性・金融環境の充実（資金調達）
- 12-社会や政治の安定性（安定性）
- 13-現地の住みやすさ（住みやすさ）
- 14-その他（その他）

ここでは、回答のあった選択肢のみ集計しており、結果をみると（図表2-6-5）、回答が多かった順に、「マーケットの拡大」（3）、「優秀な人材」（2）、「人件費」（2）などであった。

【機能】（一つ回答）

図表2-6-3

（単位：か所）

	Q41.新拠点の機能	
	大阪本社	
本社・本店	3 (60.0%)	2 (50.0%)
その他	2 (40.0%)	2 (50.0%)
合計	5 (100.0%)	4 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：（）内は、縦合計に対する割合を示す。

注2：Q40で未回答のケース2件を含む。また、1件は、Q40が未回答であった。

【場所】（一つ回答）

図表 2-6-4

（単位：か所）

	Q41.新拠点の場所	
	大阪本社	
ベトナム	3 (60.0%)	2 (50.0%)
タイ	1 (20.0%)	1 (25.0%)
マレーシア	1 (20.0%)	1 (25.0%)
合計	5 (100.0%)	4 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注：（）内は、縦合計に対する割合を示す。

注2：Q40で未回答のケース2件を含む。また、1件は、Q40が未回答であった。

【進出・移転の要因】（複数回答可）

図表 2-6-5

（単位：件）

	Q41.新拠点の機能
Q41_1.マーケットの拡大	3 (27.3%)
Q41_2.優れた技術	1 (9.1%)
Q41_3.優秀な人材	2 (18.2%)
Q41_5.取引先の移転	1 (9.1%)
Q41_8.人件費	2 (18.2%)
Q41_12.安定性	1 (9.1%)
Q41_14.その他	1 (9.1%)
合計	11 (100.0%)

出所：「コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査」アンケート結果より作成

注1：（）内は、縦合計に対する割合を示す。

注2：未回答の選択肢は集計の表からは除いた。

2-6（海外拠点について）のまとめ

ASEAN 拠点については、回答企業の約半数で設置していることが分かった。また、新規に拠点を設置したとの回答のうち、本社・本店は3か所であった。新拠点の設置先はベトナムが3か所である。回答数が少ないため、結論は難しいが、2020年2月以降に、ベトナムへの拠点設置の動きがあったことに注目したい。

3 おわりに

本調査研究では、コロナ禍によって、企業間取引や企業拠点の立地がどのように変化したか、またこれらに付随して、コロナ禍によって、取引や拠点立地と関係する企業の働き方改革がどのように進んだかを確認するため、アンケート調査を実施し、その結果を集計・分析した。

最後に、今回の、製造業・卸売業へのコロナ禍における企業行動変化のアンケートから得られた知見をまとめ、政策立案支援につなげる。コロナ禍によって、企業の取引・拠点に関する行動が変化したかどうかを探り、行動変化が見られた場合、最終的には、その行動変化によって、大阪府への拠点設置に関するアプローチに変更が生じるかどうかを確認することが、今回のアンケートの政策サイドからみた課題である。

まず、企業の拠点投資についてである。コロナ禍においても工場をはじめとした拠点投資は盛んで、企業体力があり、また、多くの拠点を必要とする大規模な企業において盛んである。新規拠点設置は回答企業の「1割強」、既存拠点増強は回答企業の「3割弱」が積極姿勢であり、特に、工場への投資が目立つ。新規・既存投資ともに化学、石油・石炭、プラスチック、鉄鋼、非鉄金属、金属等の基礎素材型の製造業で活発であることは、大きな特徴である。コロナ禍の影響を受けた投資は、既存事業の拡大や拠点整理、リスクマネジメント、新規事業の開始などを要因としたケースで見受けられる。今後の府内における投資活動が活発化する可能性もある。

よって、既存の工場立地推進の方向を継続し、大阪府内における工場立地に適した用地確保は引き続き重要な政策課題となる。

次に、企業の取引や拠点の動きに関連する働き方改革についてである。テレワークやリモートワーク等を導入した企業が相当数みられたのは期待通りの結果であり、ほぼすべての企業がコロナ禍の影響としている。コロナ禍によって、取引先との打ち合わせや取引先の開拓に関して、新たにオンライン化を導入したケースが多い。ただし、これらオンライン化の企業内での導入割合は低く、今後、企業内でのさらなる浸透が期待される。一方、仕入・発注や販売・受注に関するオンライン化は、コロナ禍とは無関係に導入が進んでいるケースが多い。

テレワークやリモートワーク等の実施形態として、サテライトオフィスまたはコワーキングスペースの活用もみられる。また、本社移転・本社機能分散の一部はコロナ禍の影響による。コロナ禍によるテレワーク・リモートワーク導入企業で、自社オフィスの縮小や、本社移転の動きがある。さらに、従業員の配置変更、従業員の削減の動きもあることから、コロナ禍における働き方改革の加速に伴い、今後も企業拠点のあり方が大きく変わっていく可能性がある。

拠点投資の動きとあわせて、サテライトオフィスやコワーキングスペースなどの企業拠点の新たな形態や、企業のオフィス拠点分散化などの動向に引き続き注視する必要がある。

さらに、府内への拠点ニーズを把握し、拠点設置をはじめ、府内で定着するための支援策について検討する余地もある。

次に、企業間の国内取引についてである。多くの企業は、既存取引先がコロナ禍によって苦境に陥ったことや、自社のリスクマネジメント意識の高まりの結果として、新規取引の開始（検討）に至ったケースが多い。また、既存取引のウエイトが下がり、新規取引が活発化することで、取引の分散化が進んでいる。

新規取引の中でも、比較的小規模な企業との新規の仕入や発注が多くみられたことは発見の一つである。コロナ禍をきっかけに、国内企業間取引が分散化しており、大阪府内事業所にとっては、規模の大小にかかわらず新規取引のチャンスがあると言える。

企業間取引を仕入・発注と販売・受注とに分けると、仕入・発注よりも、販売・受注の方が、コロナ禍の影響が大きい。他企業との取引に関して、特に、販売・受注において、その商機をうかがうことは、コロナ禍における企業戦略として一つの方向性であり、東京本社企業からもこうした新規取引が得られる可能性もある。

国内取引の分散化に伴う新規取引の開始を起点として、大阪府内への新規拠点設置の動きも期待できる。これらのことから、コロナ禍こそ大阪府内事業所が新規取引のチャンスをうかがう好機であると考えられ、府内への拠点需要にこれまで以上に注目する必要がある。

海外での拠点設置の動きに関しては、今回は回答数が少なかったが、チャイナプラスワンである、ベトナムでの動向に注目したい。府内企業の対外投資先の参考となる。

最後に、本調査研究の政策立案支援の主な対象である企業の拠点立地を中心に、コロナ禍による企業の取引・拠点変化に関して以下の点を整理し、まとめとする。

1. コロナ禍において大阪府内における企業拠点の立地・増強は進んだか？

→<結果> 新規拠点設置は回答企業の「1 割強」、既存拠点増強は回答企業の「3 割強」が積極姿勢。特に工場への投資が目立つ（新規・既存投資ともに化学、石油・石炭、プラスチック、鉄鋼、非鉄金属、金属等の基礎素材型の製造業で活発）

→<政策支援> 既存の工場立地推進の方向は継続し、大阪府内における工場立地に適した用地確保は引き続き重要な政策課題

2. コロナ禍をきっかけに企業の働き方が大きく変わる中で、企業のオフィス拠点のあり方が変わっているか？（拠点立地に関する新しい動きがみられるか？）

→<結果> サテライトオフィス・ワークスペースの活用あり。コロナ禍によるテレワーク・リモートワーク導入企業で自社オフィスの縮小の動きあり。また、本社移転・本社機能分散の一部はコロナ禍の影響による。

→<政策支援> サテライトオフィス・ワークスペースをはじめとした企業拠点の新たな形態や、企業のオフィス拠点分散化などの動向に引き続き注視する必要がある。さらに、府内への拠点ニーズを把握し、拠点設置をはじめ、府内で定着するための支援策について検討する余地もある。

3. コロナ禍により国内取引の分散化や新規取引の活発化が見られたか？取引の国内回帰があったか？（つまり、新たな拠点立地需要の見込みはあるか？）

→<結果> 既存取引先がコロナ禍で苦境に陥るとともに、自社のリスクマネジメント意識の高まりがみえた⇒既存取引のウエイトが下がり、新規取引が活発化することで、取引の分散化が進む。（なお、取引の国内回帰は見られなかった）

→<政策支援> 国内取引の分散化に伴う新規取引の開始を起点として、大阪府内への新規拠点設置の動きも期待できる。府内への拠点需要にこれまで以上に注目する必要がある。

コロナ禍以降、ASEAN シフトが進んだか？

→ベトナムでの動向に注目したい。府内企業の対外投資先の参考となる。

アンケート調査票

⑧ コロナ禍を契機とする取引・拠点変化についての調査

【この調査について】

○2020年2月以降の新型コロナウイルス感染拡大後の、国内企業の取引見直しや、拠点見直しの動きを把握するため、大阪府が総務省へ届出の上、大阪府に本社を有する企業、および、東京都に本社を有する企業に対してアンケートをお送りしています（東京都に本社を有する企業への送付目的は、大阪府内企業との取引や大阪府内への投資の状況を把握するためです）。

○本調査は、統計法第24条第1項前段に基づき、総務大臣に届出を行っている統計調査です。この調査により報告された記入内容は、統計法により秘密が保護され、統計を作成するためだけに使用されるもので、回答者に利害関係を生じさせるような目的に使用されることはありません。

【ご回答・ご提出について】

○ご回答は、貴社の代表者もしくは、貴社の経営戦略に詳しい方にお願い致します。

○令和3年（2021年）10月1日現在の状況をご記入ください。

○回答は選択形式になっておりますので、該当する項目にチェック（✓）または丸（○）をご記入下さい。また□や（ ）には具体的な内容をご記入下さい。貴社のご事情により回答が困難なもの、または不明なものがございましたら、その部分をご回答を省略いただいても結構です。

○この調査の結果につきましては、報告書等にまとめ、2022年4月以降に公表いたします。この調査の結果は統計的処理を行い、集計した上で報告書等に記載します。ご回答いただいた個別情報は一切記載しません。

○ご多用中に大変恐縮ではございますが、ご提出は、同封の返信用封筒で令和3（2021）年11月19日までにお願い致します。

*なお、E-mailにてご提出をご希望の場合は、「コロナ禍企業アンケートE-mail提出希望」とお書き頂いたメールを

E-mail: shorosomu-g06@mbox.pref.osaka.lg.jp

までお送りいただきますと、E-mailにてご提出可能なWordファイルをご返送いたします。

○ご回答内容について、電話にて確認をお願いする場合がございます。その際は可能な範囲でご協力をお願い致します。

ご回答者についてご記入下さい。

貴社名			
ご記入者	所属部署名:	役職:	
	氏名:		
	TEL:	E-mail:	@

I 貴社の概要について

Q1 貴社は現在、大阪府内にどのような拠点を設置されていますか？ ✓を付けてください（複数回答可）。

- | | | | | | |
|--|---|---|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> ₁ 本社・本店 | <input type="checkbox"/> ₂ 支社・支店 | <input type="checkbox"/> ₃ 営業所 | <input type="checkbox"/> ₄ 店舗* | <input type="checkbox"/> ₅ 工場 | <input type="checkbox"/> ₆ 研究所 |
| <input type="checkbox"/> ₇ 物流施設 | <input type="checkbox"/> ₈ データセンター・コールセンター | <input type="checkbox"/> ₉ サテライトオフィス | | | |
| <input type="checkbox"/> ₁₀ その他（具体的に： | | | | | |
| <input type="checkbox"/> ₁₁ 何も設置していない | | | | | |

*店舗とは、商品などを販売する売場を設置している事業所を指し、本店・支店は、本社・支社と同様、オフィス機能を持つ事業所を指します。

以下では、貴社の2019年度上半期(4月から9月)と2021年度上半期(4月から9月)の状況を比較してください

Q2 貴社の売上高を2年前と比較し、✓を付けてください(一つ回答)。

- ₁ 上昇した ₂ 下降した ₃ 横ばい

Q3 貴社の営業利益を2年前と比較し、✓を付けてください(一つ回答)。

- ₁ 改善した ₂ 悪化した ₃ 横ばい

Q4 貴社の雇用を2年前と比較し、✓を付けてください(一つ回答)。(正規雇用の外、パート・アルバイトも含みます)

- ₁ 増員した ₂ 減員した ₃ 変化無し

以下ⅡからⅥでは、貴社のコロナ禍前(2020年1月以前)とコロナ禍後(2020年2月以降現在まで)の状況を比較してください

Ⅱ 貴社の国内取引について(以下では、コロナ禍以降の企業間取引の変化についてお尋ねします)
(企業間取引とは、他企業の事業所との間での商取引(BtoB)のことを指します)

以下は、仕入額・発注額が最も大きな、主要仕入先の事業所についてご回答ください
(発注とは、例えば取引先に加工を依頼する場合などを指します)

Q5 主要仕入先の事業所の業種について(一つ回答)(主要仕入先の企業全体の業種とは関係なく、事業所の業種についてご回答ください)

- ₁ 製造業のうち、基礎素材型* ₂ 製造業のうち、加工組立型** ₃ 製造業のうち、生活関連型***
₄ 情報通信業 ₅ 卸売業
₆ その他(具体的に: _____)

*製造業のうち、基礎素材型とは、「木材・木製品製造」「パルプ・紙・紙加工品製造」「化学工業」「石油・石炭製品製造」「プラスチック製品製造」「ゴム製品製造」「窯業・土石製品製造」「鉄鋼業」「非鉄金属製造」「金属製品製造」を指します。

**製造業のうち、加工組立型とは、「はん用機械器具製造(ボイラ、ポンプ、動力伝導装置など)」「生産用機械器具製造」「業務用機械器具製造(複写機、サービスマシン、娯楽用機械、計量器・測量機等、医療用機械、光学機械など)」「電子部品・デバイス等製造」「電気機械器具製造」「情報通信機械器具製造」「輸送用機械器具製造」を指します。

***製造業のうち、生活関連型とは、「飲・食料品製造」「繊維工業」「家具・装備品製造」「印刷・同関連業」「なめし革・同製品・毛皮製造」「その他製造」を指します。

Q6 主要仕入先の企業全体の従業員規模について(一つ回答)(グループ会社・子会社を含まない従業員数をご回答ください)

- ₁ 1~19人 ₂ 20~49人 ₃ 50~99人
₄ 100~299人 ₅ 300~999人 ₆ 1000人以上

Q7 主要仕入先の事業所の立地場所について(一つ回答)

- ₁ 大阪府 ₂ 兵庫県 ₃ 京都府 ₄ 奈良県 ₅ 和歌山県 ₆ 滋賀県 ₇ 東京都
₈ 神奈川県 ₉ 埼玉県 ₁₀ 千葉県 ₁₁ 愛知県 ₁₂ その他(具体的に: _____)

Q8 コロナ禍前と比較し、2020年2月以降現在に至るまで、貴社の仕入額・発注額全体に占める、主要仕入先の事業所の仕入額・発注額の割合は変化しましたか?(一つ回答)

- ₁ 仕入額・発注額全体に占める主要仕入先の割合が増加した
₂ 仕入額・発注額全体に占める主要仕入先の割合が減少した ₃ 特に変化無し

Q9 Q8のご回答は、コロナ禍と関係しますか? A、B、C、Dいずれかに○を付けてください(一つ回答)。

- A. コロナ禍と関係する B. どちらかと言えばコロナ禍と関係する
C. どちらかと言えばコロナ禍とは無関係 D. コロナ禍とは無関係

以下は、主要仕入先とは関係なくご回答ください

Q10 コロナ禍前と比較し、2020年2月以降現在に至るまで、それ以前に取引のなかった**大阪府に立地する事業所との間で、新たな仕入・発注(新規仕入)**を開始しましたか？ ✓を付けてください(一つ回答)。

₁ はい ₂ 検討中 ₃ いいえ

Q11 Q10で「新たな仕入・発注を開始」あるいは「検討中」とご回答の場合、その要因について、✓を付けてください(複数回答可)。また、✓を付けた場合、その要因がコロナ禍に関係するかどうか、A、B、C、Dいずれかに○を付けてください。3(いいえ)を選択された場合はQ14にお進みください。

	コロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍とは無関係	コロナ禍とは無関係
<input type="checkbox"/> ₁ 既存仕入先の事業縮小	A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₂ 既存仕入先の経営不安定化*	A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₃ 自社のリスクマネジメントとして	A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₄ 既存仕入先より好条件での取引が可能なため	A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₅ 自社における新規事業の開始	A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₆ その他(具体的に:)	A	B	C	D

*経営不安定化には、倒産・廃業したケースも含まれます。

Q12 新規仕入先の**事業所の業種**について(一つ回答)(新規仕入先の企業全体の業種とは関係なく、事業所の業種についてご回答ください。新規仕入先が複数ある場合は、仕入額・発注額が最も大きな事業所についてご回答ください)

₁ 製造業のうち、基礎素材型* ₂ 製造業のうち、加工組立型** ₃ 製造業のうち、生活関連型***
₄ 情報通信業 ₅ 卸売業
₆ その他(具体的に:)

*, **, ***はQ5の注をご覧ください

Q13 新規仕入先の**企業全体の従業員規模**について(一つ回答)(グループ会社・子会社を含まない従業員数をご回答ください。新規仕入先が複数ある場合は、仕入額・発注額が最も大きな事業所の企業全体についてご回答ください)

₁ 1~19人 ₂ 20~49人 ₃ 50~99人
₄ 100~299人 ₅ 300~999人 ₆ 1000人以上

以下は、販売額・受注額が最も大きな、主要販売先の事業所についてご回答ください

(受注とは、例えば取引先から加工の依頼を受ける場合などを指します)

Q14 主要販売先の**事業所の業種**について(一つ回答)(主要販売先の企業全体の業種とは関係なく、事業所の業種についてご回答ください)

₁ 製造業のうち、基礎素材型* ₂ 製造業のうち、加工組立型** ₃ 製造業のうち、生活関連型***
₄ 情報通信業 ₅ 運輸業 ₆ 卸売業 ₇ 小売業
₈ サービス業(宿泊業・飲食サービス業を除く) ₉ 宿泊業 ₁₀ 飲食サービス業
₁₁ 医療業、保健衛生⁺ ₁₂ 社会保険・社会福祉・介護事業
₁₃ その他(具体的に:)

*, **, ***はQ5の注をご覧ください。

⁺保健衛生は、保健所、健康相談施設などを指します。

Q15 主要販売先の**企業全体の従業員規模**について(一つ回答)(グループ会社・子会社を含まない従業員数をご回答ください)

₁ 1~19人 ₂ 20~49人 ₃ 50~99人
₄ 100~299人 ₅ 300~999人 ₆ 1000人以上

Q16 主要販売先の事業所の立地場所について(一つ回答)

₁ 大阪府 ₂ 兵庫県 ₃ 京都府 ₄ 奈良県 ₅ 和歌山県 ₆ 滋賀県 ₇ 東京都
₈ 神奈川県 ₉ 埼玉県 ₁₀ 千葉県 ₁₁ 愛知県 ₁₂ その他(具体的に: _____)

Q17 コロナ禍前と比較し、2020年2月以降現在に至るまで、貴社の販売額・受注額全体に占める主要販売先の事業所の販売額・受注額の割合は変化しましたか?(一つ回答)

₁ 販売額・受注額全体に占める主要販売先の割合が増加した
₂ 販売額・受注額全体に占める主要販売先の割合が減少した ₃ 特に変化無し

Q18 Q17のご回答は、コロナ禍と関係しますか? A、B、C、Dいずれかに○を付けてください(一つ回答)。

A. コロナ禍と関係する B. どちらかと言えばコロナ禍と関係する
 C. どちらかと言えばコロナ禍とは無関係 D. コロナ禍とは無関係

以下は、主要販売先とは関係なくご回答ください

Q19 2020年2月以降現在に至るまで、それ以前に取引のなかった大阪府に立地する事業所との間で、新たな販売・受注(新規販売)を開始しましたか? ✓を付けてください(一つ回答)。

₁ はい ₂ 検討中 ₃ いいえ

Q20 Q19で「新たな販売・受注を開始」あるいは「検討中」とご回答の場合、その要因について、✓を付けてください(複数回答可)。また、✓を付けた場合、その要因がコロナ禍に関係するかどうか、A、B、C、Dいずれかに○を付けてください。3(いいえ)を選択された場合はQ23にお進みください。

	コロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍とは無関係	コロナ禍とは無関係
<input type="checkbox"/> ₁ 既存販売先の事業縮小	<input checked="" type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D
<input type="checkbox"/> ₂ 既存販売先の経営不安定化*	<input checked="" type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D
<input type="checkbox"/> ₃ 自社のリスクマネジメントとして	<input checked="" type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D
<input type="checkbox"/> ₄ 既存販売先より好条件での取引が可能なため	<input checked="" type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D
<input type="checkbox"/> ₅ 自社における新規事業の開始	<input checked="" type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D
<input type="checkbox"/> ₆ その他(具体的に: _____)	<input checked="" type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D

*経営不安定化には、倒産・廃業したケースも含みます。

Q21 新規販売先の事業所の業種について(一つ回答)(新規販売先の企業全体の業種とは関係なく、事業所の業種についてご回答ください。新規販売先が複数ある場合は、販売額・受注額が最も大きな事業所についてご回答ください)

₁ 製造業のうち、基礎素材型* ₂ 製造業のうち、加工組立型** ₃ 製造業のうち、生活関連型***
₄ 情報通信業 ₅ 運輸業 ₆ 卸売業 ₇ 小売業
₈ サービス業(宿泊業・飲食サービス業を除く) ₉ 宿泊業 ₁₀ 飲食サービス業
₁₁ 医療業、保健衛生⁺ ₁₂ 社会保険・社会福祉・介護事業
₁₃ その他(具体的に: _____)

*、**、***はQ5の注をご覧ください。

⁺保健衛生は、保健所、健康相談施設などを指します。

Q22 新規販売先の企業全体の従業員規模について(一つ回答)(グループ会社・子会社を含まない従業員数をご回答ください。新規販売先が複数ある場合は、販売額・受注額が最も大きな事業所の企業全体についてご回答ください)

₁ 1~19人 ₂ 20~49人 ₃ 50~99人
₄ 100~299人 ₅ 300~999人 ₆ 1000人以上

Ⅲ 貴社の国内拠点について（以下では、コロナ禍以降の企業拠点の変化についてお尋ねします）

（企業拠点とは、貴社の本社・本店、支社・支店、営業所、店舗、工場、研究所、物流施設、データセンター・コールセンターなどのことを指します）

Q23 2020年2月以降現在に至るまで、国内で新たな拠点を設置（新規投資）しましたか？ ✓を付けてください（一つ回答）。

₁ 新たな拠点を設置した（新規投資） ₂ 検討中・計画中 ₃ 新たな拠点は設置していない

Q24 2020年2月以降現在に至るまで、国内の既存拠点を増強（追加投資）しましたか？ ✓を付けてください（一つ回答）。

₁ 既存拠点を増強した（追加投資） ₂ 検討中・計画中 ₃ 既存拠点の増強はしていない

Q25 Q23、24で1（新たな拠点を設置した）または2（検討中・計画中）、1（既存の拠点を増強した）または2（検討中・計画中）とご回答の場合、その機能、場所、要因について✓を付けてください。（もし新規投資先、追加投資先の拠点が複数ある場合、従業者数の最も多い代表的な拠点についてご回答ください）

【機能】（一つ回答）

₁ 本社・本店 ₂ 支社・支店 ₃ 営業所 ₄ 店舗* ₅ 工場 ₆ 研究所
₇ 物流施設 ₈ データセンター・コールセンター ₉ サテライトオフィス
₁₀ その他（具体的に： _____）

*店舗とは、商品などを販売する売り場を設置している事業所を指し、本店・支店は、本社・支社と同様、オフィス機能を持つ事業所を指します。

【場所】（一つ回答）

₁ 大阪府 ₂ 兵庫県 ₃ 京都府 ₄ 奈良県 ₅ 和歌山県 ₆ 滋賀県 ₇ 東京都
₈ 神奈川県 ₉ 埼玉県 ₁₀ 千葉県 ₁₁ 愛知県 ₁₂ その他（具体的に： _____）

【新設・増強の要因】（複数回答可） ✓を付けた場合、その要因がコロナ禍に関係するかどうか、A、B、C、Dいずれかに○を付けてください。

		コロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍とは無関係	コロナ禍とは無関係
<input type="checkbox"/> ₁ 自社のリスクマネジメントとして		A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₂ 自社における新規事業の開始		A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₃ 自社における既存事業の拡大		A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₄ 自社の拠点整理の一環として		A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₅ コロナ禍以前からの計画を前倒し		A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₆ その他（具体的に： _____）		A	B	C	D

Ⅳ 貴社の働き方改革について（以下では、コロナ禍以降取り組まれている働き方改革についてお尋ねします）

Q26 貴社では、取引のオンライン化を導入されていますか？ ✓を付けてください（複数回答可）。✓を付けた場合、それぞれ約何割がオンラインで行われているかを（ ）内にご記入いただき、そのオンライン化がコロナ禍に関係するかどうか、A、B、C、Dいずれかに○を付けてください。

		コロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍とは無関係	コロナ禍とは無関係
<input type="checkbox"/> ₁ 仕入・発注のオンライン化を導入（約 _____）割		A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₂ 販売・受注のオンライン化を導入（約 _____）割		A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₃ 取引先との打ち合わせにオンライン化を導入（約 _____）割		A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₄ 取引先の開拓にオンライン化を導入（約 _____）割		A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₅ その他（具体的に： _____）（約 _____）割		A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₆ 何も取り組んでいない					

Q27 貴社では、2020年2月以降、コロナ禍前の組織体制や勤務制度を見直しましたか？(検討中・計画中也含む、複数回答可)✓を付けた場合、その見直しがコロナ禍に関係するかどうか、A、B、C、Dいずれかに○を付けてください。

<組織体制>	コロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍とは無関係	コロナ禍とは無関係	
<input checked="" type="checkbox"/> ₁ 従業員の配置を変更した	→	A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/> ₂ 従業員を減らした(全社合計で見ても)	→	A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/> ₃ 従業員を増やした(全社合計で見ても)	→	A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/> ₄ その他(具体的に:)	→	A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₅ 何も取り組んでいない					
<勤務制度>	コロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍とは無関係	コロナ禍とは無関係	
<input checked="" type="checkbox"/> ₆ テレワークやリモートワーク等を導入または拡大した	→	A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/> ₇ 週休3日制を導入した	→	A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/> ₈ 副業を解禁した	→	A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/> ₉ 転勤・単身赴任を廃止した	→	A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/> ₁₀ テレワーク、リモートワーク等、自社オフィス以外での勤務に手当を創設または拡大した	→	A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/> ₁₁ その他(具体的に:)	→	A	B	C	D
<input type="checkbox"/> ₁₂ 何も取り組んでいない					

+全社には、グループ会社・子会社を含みません。

Q28 Q27で、6(テレワークやリモートワーク等を導入または拡大した)に✓を付けた方にお聞きします。貴社では、どのような取り組みを行っていますか？(検討中・計画中也含む、複数回答可)

<input type="checkbox"/> ₁ 在宅勤務を導入	<input type="checkbox"/> ₂ モバイルワーク*を導入	<input type="checkbox"/> ₃ 自社のサテライトオフィスの設置
<input type="checkbox"/> ₄ コワーキングスペース**の利用	<input type="checkbox"/> ₅ オンライン会議システムを導入	
<input type="checkbox"/> ₆ その他 (具体的に:)		

*モバイルワークとは、電車、飛行機など、移動中に行うもの、あるいは、移動の合間に喫茶店などで行うものを指します。

**コワーキングスペースとは、多様な法人・個人事業主が共有のスペース、あるいは個室で仕事をするを指します(シェアオフィス、レンタルオフィスも含まれます)。通常、通信設備や会議室など共同利用できる設備が整備されています。

Q29 Q28で3(サテライトオフィスの設置)または4(コワーキングスペースの利用)に✓を付けた方にお聞きします。貴社のサテライトオフィスまたはコワーキングスペースの立地場所について✓を付けてください(複数回答可)

<input type="checkbox"/> ₁ 大阪府	<input type="checkbox"/> ₂ 兵庫県	<input type="checkbox"/> ₃ 京都府	<input type="checkbox"/> ₄ 奈良県	<input type="checkbox"/> ₅ 和歌山県	<input type="checkbox"/> ₆ 滋賀県	<input type="checkbox"/> ₇ 東京都
<input type="checkbox"/> ₈ 神奈川県	<input type="checkbox"/> ₉ 埼玉県	<input type="checkbox"/> ₁₀ 千葉県	<input type="checkbox"/> ₁₁ 愛知県	<input type="checkbox"/> ₁₂ その他(具体的に:)		

Q30 貴社では、2020年2月以降、既存の自社オフィス(本社、支社、営業所、工場事務所等)の見直しを行いましたか？(検討中・計画中也含む、複数回答可)✓を付けた場合、その見直しがコロナ禍に関係するかどうか、A、B、C、Dいずれかに○を付けてください。

	コロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍とは無関係	コロナ禍とは無関係	
<input checked="" type="checkbox"/> ₁ 本社を移転した	→	A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/> ₂ 本社機能を他の場所に立地する支社などに分散した	→	A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/> ₃ 自社オフィスを縮小した(全社の合計面積で見ても)	→	A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/> ₄ 自社オフィスを拡大した(全社の合計面積で見ても)	→	A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/> ₅ いずれかの自社オフィスのレイアウトを変更した	→	A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/> ₆ いずれかの自社オフィスでフリーアドレスやグループアドレス*を導入または拡大した	→	A	B	C	D

	コロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍と関係する	どちらかと言えばコロナ禍とは無関係	コロナ禍とは無関係
<input type="checkbox"/> 7 いずれかの自社オフィスに関して、自社ビルから賃貸オフィスに転居した**	→ A	B	C	D
<input type="checkbox"/> 8 いずれかの自社オフィスに関して、自社ビルまたは賃貸オフィスからコワーキングスペース***等に転居した	→ A	B	C	D
<input type="checkbox"/> 9 その他(具体的に:)	→ A	B	C	D
<input type="checkbox"/> 10 何も取り組んでいない				

+全社には、グループ会社・子会社を含みません。

*フリーアドレスとは、席を固定せずに自由に選び、ノートPCやタブレットなどのモバイルツールを用いて働くスタイルです。グループアドレスとは、グループごとにエリアを決めて、フリーアドレスを運用することを指します。

**移転しないで自社ビルを売却した場合を含みます。

***コワーキングスペースについてはQ28の注をご覧ください。

以下では、海外取引がある場合のみご回答ください。海外取引が無い場合はQ42にお進みください。

V 貴社の海外取引について(コロナ禍以降の企業間取引の変化についてお尋ねします)

(国外にある自企業の支店等との間で製品・商品を直接輸出入した場合は、国外仕入額あるいは国外販売額に含めます。国内仕入・国内販売は、国内他企業の事業所との間での取引のことを指します)

Q31 貴社では、仕入額・発注額全体(国内外の取引額合計)に占める国内仕入額の割合に変化はありましたか? ✓を付けてください(一つ回答)。(国外取引は、例えば、国内の商社を通じて中国の企業から部品を仕入れるなど、国内の卸売を通じた間接的な国外仕入も含みます)

- 1 仕入額・発注額全体に占める国内仕入額・発注額の割合が増加した
2 仕入額・発注額全体に占める国内仕入額・発注額の割合が減少した 3 増減無し

Q32 Q31のご回答は、コロナ禍と関係しますか。A、B、C、Dいずれかに○を付けてください(一つ回答)。

- A. コロナ禍と関係する B. どちらかと言えばコロナ禍と関係する
C. どちらかと言えばコロナ禍とは無関係 D. コロナ禍とは無関係

Q33 貴社では、販売額・受注額全体(国内外の取引額合計)に占める国内販売額の割合に変化はありましたか? ✓を付けてください(一つ回答)。(国外取引は、例えば、国内の商社を通じて中国の企業に向けて製品を販売するなど、国内の卸売を通じた間接的な国外販売も含みます)

- 1 販売額・受注額全体に占める国内販売額・受注額の割合が増加した
2 販売額・受注額全体に占める国内販売額・受注額の割合が減少した 3 増減無し

Q34 Q33のご回答は、コロナ禍と関係しますか。A、B、C、Dいずれかに○を付けてください(一つ回答)。

- A. コロナ禍と関係する B. どちらかと言えばコロナ禍と関係する
C. どちらかと言えばコロナ禍とは無関係 D. コロナ禍とは無関係

Q35 ASEAN*諸国からの仕入額・発注額に変化はありましたか? ✓を付けてください(一つ回答)。(国内の卸売を通じた間接的な仕入も含みます)

- 1 ASEAN 諸国からの仕入額・発注額が増加した
2 ASEAN 諸国からの仕入額・発注額が減少した 3 増減無し

*ASEANとは、外務省によれば、インドネシア、カンボジア、シンガポール、タイ、フィリピン、ブルネイ、ベトナム、マレーシア、ミャンマー、ラオスの全10か国を指します。

Q36 Q35のご回答は、コロナ禍と関係しますか。A、B、C、Dいずれかに○を付けてください(一つ回答)。

- A. コロナ禍と関係する B. どちらかと言えばコロナ禍と関係する
C. どちらかと言えばコロナ禍とは無関係 D. コロナ禍とは無関係

Q37 ASEAN諸国への販売額・受注額に変化はありましたか？ ✓を付けてください(一つ回答)。(国内の卸売を通じた間接的な販売も含みます)

- ₁ ASEAN 諸国への販売額・受注額が増加した
₂ ASEAN 諸国への販売額・受注額が減少した ₃ 増減無し

Q38 Q37のご回答は、コロナ禍と関係しますか。A、B、C、Dいずれかに○を付けてください(一つ回答)。

- A. コロナ禍と関係する B. どちらかと言えばコロナ禍と関係する
C. どちらかと言えばコロナ禍とは無関係 D. コロナ禍とは無関係

以下では、海外拠点が存在する場合のみご回答ください。該当しない場合はQ42にお進みください。

VI 貴社の海外拠点について(以下は、コロナ禍とは無関係にご回答ください)

Q39 貴社は、ASEAN*諸国に拠点を設置していますか？ ✓を付けてください(一つ回答)。

- ₁ ASEAN 諸国に拠点を設置している ₂ ASEAN 諸国には拠点を設置していない

*ASEANとは、外務省によれば、インドネシア、カンボジア、シンガポール、タイ、フィリピン、ブルネイ、ベトナム、マレーシア、ミャンマー、ラオスの全10か国を指します。

Q40 貴社は、2020年2月以降、ASEAN諸国への拠点の新たな設置または移転を行いましたか？ ✓を付けてください(一つ回答)。

- ₁ ASEAN 諸国に拠点を新たに設置した、または、ASEAN 外から ASEAN 諸国へ拠点を移転した
₂ ASEAN 諸国への拠点の設置を検討中・計画中 ₃ ASEAN 諸国への新たな拠点設置・移転の動きは無い

Q41 Q40で1(拠点を新たに設置したまたは移転した)とご回答の場合、その新拠点のうち、従業員数が最も多い代表的な拠点について、✓を付けてください。

【機能】(一つ回答)

- ₁ (現地法人の) 本社・本店 ₂ 支社・支店 ₃ 営業所 ₄ 店舗 ₅ 工場
₆ 研究所 ₇ 物流施設 ₈ データセンター・コールセンター
₉ その他(具体的に: _____)

【場所】(一つ回答)

- ₁ ベトナム ₂ タイ ₃ インドネシア ₄ シンガポール ₅ マレーシア
₆ フィリピン ₇ カンボジア ₈ ブルネイ ₉ ミャンマー ₁₀ ラオス

【進出・移転の要因】(複数回答可)

- ₁ 新拠点を置く国のマーケットの拡大 ₂ 優れた技術を持つ企業の存在
₃ 優秀な人材・労働者の存在 ₄ 優れた研究機関の存在
₅ 新拠点を置く国への重要な取引先・提携先の移転 ₆ 自社のリスクマネジメントとして
₇ 自社における新規事業の開始 ₈ 現地の人件費・不動産コストの安さ
₉ 税負担の低さや公的機関による優遇措置・補助制度の充実
₁₀ ビジネス上の適切な法制度・規制 ₁₁ 資金調達の容易性・金融環境の充実
₁₂ 社会や政治の安定性 ₁₃ 現地の住みやすさ
₁₄ その他(具体的に: _____)

VII 大阪府の施策について

Q42 大阪府へのご意見・ご要望などございましたら、ご自由に記載下さい。

ご質問は以上です。ご回答ありがとうございました。同封の返信用封筒またはE-mailにてご返送くださいますようお願いいたします。

***** ご協力ありがとうございました *****

