

新型コロナウイルス感染症の影響下における府内企業の実態調査

- 府内企業の経営状況とデジタル化・新事業の取組み -

<速報>

2021年9月15日



<目次>

◆調査概要	2
◆要約	3
◆企業属性	6
◆結果詳細		
I 業績・雇用の現状	7
II 資金支援策等の活用状況	16
III 事業承継・BCP	23
IV テレワークの実施状況	27
V デジタル化の取組み	33
VI 立地・海外展開・調達	42
VII 新事業展開・コロナ禍後の経営方針	49

調査概要

◆趣旨◆

昨年来、新型コロナウイルス感染症の影響下にある府内企業の経営状況を把握するとともに、デジタル技術導入や新事業展開、事業再構築等の取組み及び今後の事業の方向性を把握することを目的に実施

◆調査方法◆

【対象】 府内企業10,000社

【抽出方法】 総務省「事業所母集団データベース(令和元年次フレーム)」の大阪に本社を置く民营企业(農業、林業、漁業除く)、約28万社から常用従業者数に基づく層化抽出法(20人以下:2,500社、21~100人以下:5,000社、101人以上:2,500社)により、10,000社を無作為に抽出した。

【届出調査】 本調査は統計法(平成19年法律第53号)第24条第1項前段の規定に基づき総務大臣に届出を行った届出調査である。

【回収方法】 調査票は郵送し、回答は郵送とインターネットを併用

【実施期間】 2021年7月1日(木)~7月30日(金) ※但し、回収期間は8月12日(木)まで

【回答率】 回収率30.1%(有効発送数 9,573 / 有効回答数 2,878 <内訳… 紙:2,025件、web:853件>)

◆実施機関◆

【企画・分析】 大阪府商工労働部 / 【実施】 公益財団法人大阪産業局

注) 構成割合や平均等の値は四捨五入の結果、個々の合計値と全体を示す値が一致しないことがある。
業種等の属性別クロス集計で序列を示す表においては、各集計値の平均が10未満の場合は除外している。

◆府内企業の約6割で業績は悪化したが、大幅に悪化する層がみられる一方で、維持・向上する層もあり、コロナ禍の影響は一様ではない(Ⅰ-1~2)

昨年度(2020年度)の府内企業の売上高及び税引前当期純利益は、コロナ禍以前(2019年度)に比べ、約6割の企業で減少しており、特に中小企業や小規模事業者で悪化している企業が多い。

業種別では「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」といった対面サービスが中心となるBtoC分野で、業績が大幅に落ち込む企業が多い。しかし「情報通信業」、「不動産、物品賃貸業」、「学術研究、専門・技術サービス業」など、売上高が「増加・横ばい」となる企業が過半数となる業種もある。府内企業は等しくコロナ禍の影響下にあるものの、業績が大幅に悪化する層もあれば、維持もしくは向上する層もあり、コロナ禍の業績への影響は業種等によって大きく異なる。

◆人材不足感が強まるなか、全体的に従業者数は減少しているが、正規雇用では減少幅が少なく増加している業種もある(Ⅰ-3~4)

府内企業の人材不足感は昨年よりも強まっている。いずれの雇用形態においても、コロナ禍以前に比べ、従業者数が減少している企業が多いが、正規雇用は、非正規雇用ほど減少はしていない。正規雇用では、人材不足感が強い「建設業」、「情報通信業」などで維持または増加している企業が多いが、業績悪化が顕著な「宿泊業、飲食サービス業」や「生活関連サービス業、娯楽業」では減少している企業が多く、業種により雇用状況は異なっている。新規卒業者の採用は、前期実績、今期予定ともに、6割弱の企業は「例年通り」としている。

◆負債総額は増加するも、調達資金の留保や低負担融資を活用する企業が多く、必ずしも負担増になっていると言えない(Ⅱ-1~6)

中小企業の6割近くが、2020年2月以降に制度融資等によって資金調達をしており、また4割程度の企業が雇用調整助成金や持続化給付金、家賃支援給付金などの支援金・助成金等を受給している。一方で、中小企業の約6割は、必要資金は確保できていると考えているが、業績悪化企業が多く占める小規模事業者や一部の業種では資金不足感が強い。これに対し制度融資や支援金・助成金は、業績が悪化しており、資金不足感が強い企業が活用している傾向があり、こうした企業の経営を下支えしているものと考えられる。

また資金調達により負債総額の月商倍率は上昇しているものの、実質無利子の制度融資を活用する企業が多く、また調達資金を使わずに残している企業も多いことから、こうした企業では、必ずしも負債増による利息や返済の負担は強くなっていないと考えられる。

◆府内企業の半数近くは、既に事業承継の方針を定めているが、経営者が高齢である未確定企業も少なくない(Ⅲ-1~3)

府内企業の半数近くは事業承継の予定が決まっているが、事業承継を「まだ考えていない」企業の4分の1、または「後継者を探しているが見つからない」企業の過半数は、経営者の年齢が60歳以上であった。

◆府内のテレワーク実施企業は約4割であるが、未実施企業の8割超は実施困難な事業形態であり、また一部の企業は別手段で人流を抑制している(IV-1~5)

府内企業のテレワーク実施率は全体で約4割、企業規模別では大企業の86.3%に対し、中小企業は37.7%であり、いずれも昨年調査結果とほぼ同水準であった。実施企業の約9割は今後も継続意向を持っており、実施に馴染まない部署との不公平感を課題とする企業が多い。一方、実施していない企業の8割超は、自社の事業形態がテレワークに合わずそもそも実施できない企業であった。また未実施企業の約3割は時差出勤や自動車通勤で密を避ける等、人流を抑制する手段をとっている。

◆デジタル化推進の主な課題は人材とコストであり、特に中小企業では担当者不足や従業員の低いITリテラシが課題(V-1~9)

府内企業において、営業や生産などの「特定業務の管理システム」やSNSやチャットの「社内コミュニケーションツール」は一定の普及がみられた。一方で、「全社的業務管理システム」や「AI」の導入は必ずしも進んでいないが、今後、導入の動きがみられる。デジタル化を推進する際の課題は「人材・ノウハウ不足」と「コスト負担」であるが、専門部署を設置し専門人材を抱える大企業に比べ、中小企業では担当者なし、または担当者ありでも兼務するケースが多数を占めるなど十分な人材確保ができていない。加えて、大企業に比べ、中小企業ではITリテラシが低いと思われる従業員が多く、サポート体制も未整備な企業が多い。

府内企業のうち、デジタル技術を活用し、業務効率化や売上向上を実現している企業は、現状では4割超であるが、3年後に目標とする企業は7割超であった。デジタル技術の活用が進展している企業では、推進部署や一般従業員へのサポート体制が整備できている。一方で、デジタル技術の導入に取組みはじめた企業では、人材等について多くの課題に直面している。

◆府内企業は、海外の立地、調達について概ね継続する意向であり、中国に加えASEANを重視する企業が多い(VI-1~5)

立地について、海外拠点を有する企業は大企業に多いが、立地する地域は規模に関係なく中国、ASEANが多い。新たな立地計画を持つ企業は3割弱であり、そのうち府内での立地計画を有する企業は中小企業で7割超、大企業で5割超であった。

海外販売について消極的な企業もみられるが、今後、取組む企業では、ASEANを目指す企業が多く、渡航制限等のため、事業に係る市場や取引先等の各社固有の情報の詳細を把握できないことが課題となっている。

調達先の国・地域の変更を考える企業は7.6%であった。そのなかで海外調達を行う企業では約2割が変更を考えているが、そのうち海外を減らして国内を増やす企業は2割超に過ぎず、今後も海外を調達先として重視する企業が多い。

◆新たな事業計画について、小規模な企業ほど実施を早めたり、中止・延期など柔軟に計画を変更する企業が多い (VII-1~3)

新事業展開や業種・業態転換、事業再編といった新たな事業について、計画を持つのは大企業の方が多いが、「急遽又は前倒しでの実施」や「中止・延期」といった計画する事業の変更は大企業よりも中小企業、特に小規模事業者が多い。また業種別では、業績悪化が顕著であった「宿泊業・飲食サービス業」や「生活関連サービス業、娯楽業」で計画変更する企業が多い。

新たな事業計画に取り組む際の課題は、「知識・ノウハウ不足」と「人材不足」であり、特に中小企業（小規模事業者）では「資金不足」を課題とする企業が多い。

◆業績悪化の顕著な小規模な企業や特定業種は、環境変化に応じて臨機応変に新たな事業や設備投資に取り組んでいる (VII-4~6)

設備・施設の過不足感について現状は「適正」と考える企業が多いが、大企業に比べ中小企業（小規模事業者）で不足感がやや強い。設備や施設の投資計画については、中小企業（小規模事業者）は、大企業に比べ、元々計画を持つ企業は少ないが、計画を有する企業では、「急遽又は前倒しでの実施」や「中止・延期」など、計画変更する企業が多い。また業種では、「生活関連サービス業、娯楽業」、「宿泊業、飲食サービス業」については、設備・施設の不足感がやや強く、設備投資等について「急遽又は前倒しでの実施」する企業が多いが、「中止・延期」する企業も多い。

相対的に業績が悪化する企業が多い小規模な企業や特定の業種の企業では、大きく変化する経営環境に適応するため、新事業や設備投資等を臨機応変に実施または中止しているとみられる。

◆危機意識を持つ企業は、今の事業や投資の計画を中止・延期しているが、新たな計画を予定している傾向がみられる (VII-7~9)

府内企業の約4割は現状に危機感を持っているが、一方で、今が事業や組織の改革の機会であるととらえる企業も多い。特に売上高が減少している企業はその傾向が強い。また現状に危機意識を持つ企業は、計画していた新事業や投資を中止・延期しているが、新たに「新分野進出」、「業種・業態の転換」を予定している傾向もある。

◆コロナ禍後の事業の方向性として、既存事業は現状維持または拡大、新規事業は拡大意向を持つ企業が多い (VII-10)

現在実施する各事業等について、「既存事業」、「国内事業」については5割超の企業が「現状維持」、3割以上が「拡大」する意向を持っている。また現在、「新規事業」に取り組む企業の約6割、「海外事業」を行う企業の約4割、「外国人材の採用」を行う企業の約3割は、コロナ禍後にそれぞれの事業・採用を拡大する意向を持っている。

回答企業の属性

《企業規模》

	社数	%
大企業	133	4.6
中小企業	2,731	94.9
うち小規模事業者	639	22.2
不明	14	0.5
合計	2,878	100.0

※企業規模について

企業規模の区分は中小企業基本法に基づき従業者数及び資本金額により、業種別に大企業と中小企業を区分した。さらに中小企業のうち小規模事業者を、中小企業基本法の小規模企業者の定義に基づき抜き出した。

《経営者の年齢》

	社数	%
20代以下	7	0.2
30代	94	3.3
40代	525	18.3
50代	899	31.4
60代	867	30.2
70代以上	475	16.6
合計	2,867	100.0

《主な販売先》

	社数	%
BtoC	866	30.1
BtoB	1,788	62.1
両方	186	6.5
不明	38	1.3
合計	2,878	100.0

※主な販売先

商品・製品・サービスを販売・提供する相手が、一般消費者=BtoC (Business to Customer) 事業者=BtoB (Business to Business) に分類。

《業種と企業規模》

	社数	%	大企業		中小企業			
			社数	%	うち小規模事業者			
	社数	%	社数	%	社数	%	社数	%
建設業	223	7.7	10	7.5	213	7.8	87	13.6
製造業	687	23.9	32	24.1	653	23.9	93	14.6
情報通信業	81	2.8	8	6.0	73	2.7	9	1.4
運輸業、郵便業	182	6.3	5	3.8	177	6.5	16	2.5
金融業、保険業	23	0.8	1	0.8	22	0.8	10	1.6
不動産業、物品賃貸業	125	4.3	1	0.8	123	4.5	94	14.7
卸売業	387	13.4	21	15.8	366	13.4	59	9.2
小売業	254	8.8	14	10.5	240	8.8	69	10.8
宿泊業、飲食サービス業	221	7.6	9	6.8	211	7.8	58	9.1
教育、学習支援業	33	1.1	3	2.3	30	1.1	10	1.6
医療、福祉	198	6.9	3	2.3	195	7.1	16	2.5
学術研究、専門・技術サービス業	119	4.1	4	3.0	115	4.2	45	7.0
生活関連サービス業、娯楽業	122	4.2	6	4.5	115	4.2	41	6.4
その他のサービス業	199	6.9	16	12.0	183	6.7	22	3.4
その他	15	0.5	0	0.0	15	0.5	10	1.6
不明	9	0.3						
合計	2,878	100.0	133	100.0	2,731	100.0	639	100.0

※学術研究、専門技術サービス業：士業、機械設計／非破壊検査、デザイン業、広告業 等

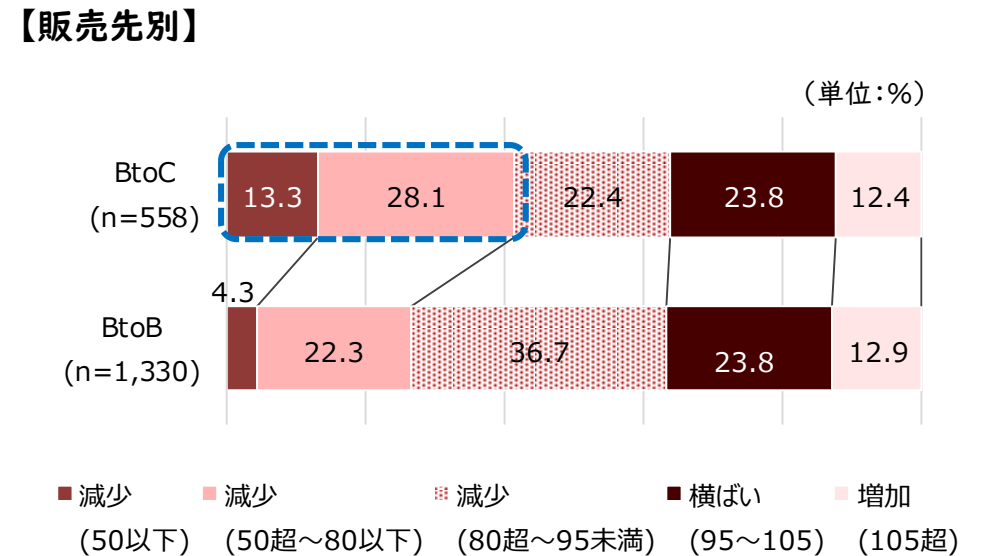
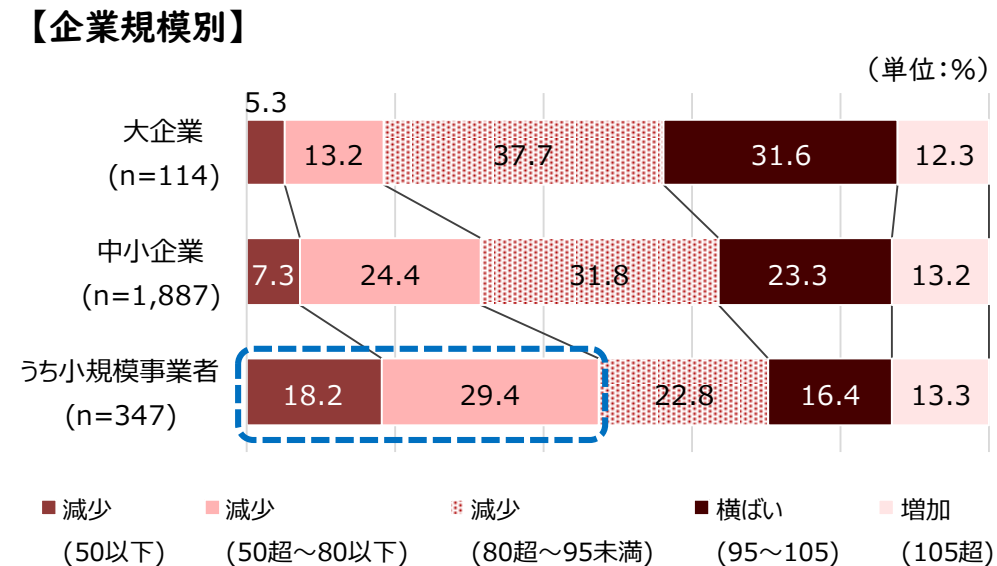
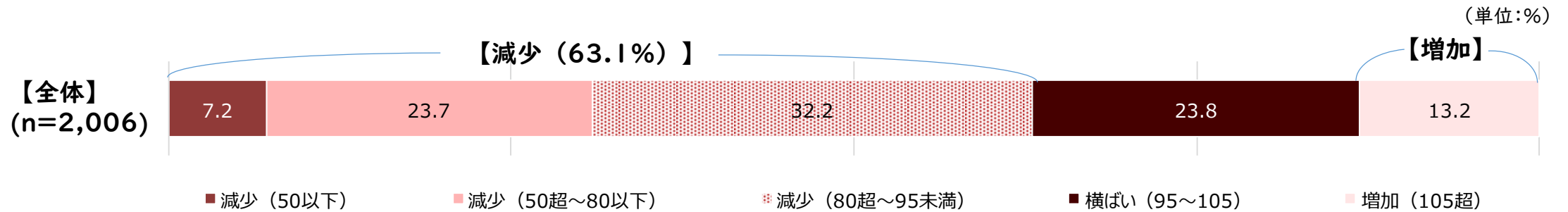
その他のサービス業：自動車整備業、警備業、ビルメンテナンス業、職業紹介業、廃棄物処理業 等

I 業績・雇用の現状

I-1 府内企業の売上高の変化【コロナ禍以前との比較①】

【コロナ禍以前に比べ、前年度は府内企業の6割超で売上高が減少しており、企業規模では小規模ほど、販売先別ではBtoCにおいて減少する傾向が強い】

- ◆ 前年度(2020年)の府内企業の売上高はコロナ禍以前(2019年度)に比べ、6割超で減少(売上高指数95未満)
- ◆ 企業規模別では、小規模事業者の半数近くが売上高が2割以上減少(売上高指数80以下)しており、規模が小さいほど落ち込みが大きい
- ◆ 販売先別では、BtoCの4割超で売上高が2割以上減少(売上高指数80以下)しており、BtoBよりも落ち込みが大きい
- ◆ 売上高指数：売上高について、2019年度を「100」とした場合の2020年度の値

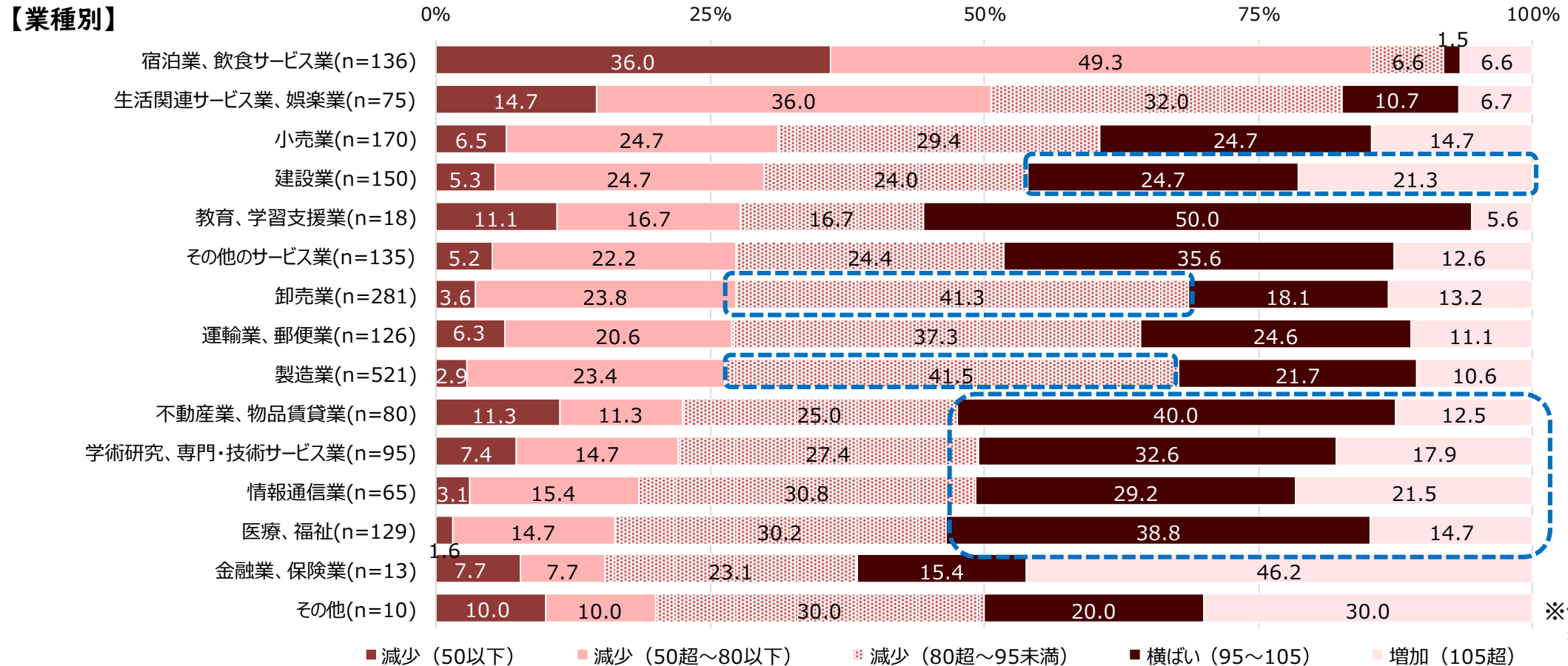


I-1 府内企業の売上高の変化【コロナ禍以前との比較②】

【売上高が大幅に落ち込む業種もあるが、一方では横ばいもしくは増加の割合の半数を占める業種もあり、業種により売上高の変化は大きく異なる】

- ◆ 「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」といった対面サービスが中心となる業種では、売上高は大きく落ち込んだ
- ◆ 「卸売業」、「製造業」では、7割弱で売上高は減少（売上高指数95未満）しているが、減少幅が2割未満（売上高指数80超～95未満）に留まる企業が多い
- ◆ 「建設業」、「情報通信業」は2割以上の企業で売上高が増加しており、また「情報通信業」、「不動産、物品賃貸業」、「学術研究、専門・技術サービス業」、「医療、福祉」では、「横ばい」もしくは「増加」の企業が過半数を占めている

◆ 売上高指数：売上高について、2019年度を「100」とした場合の2020年度の値

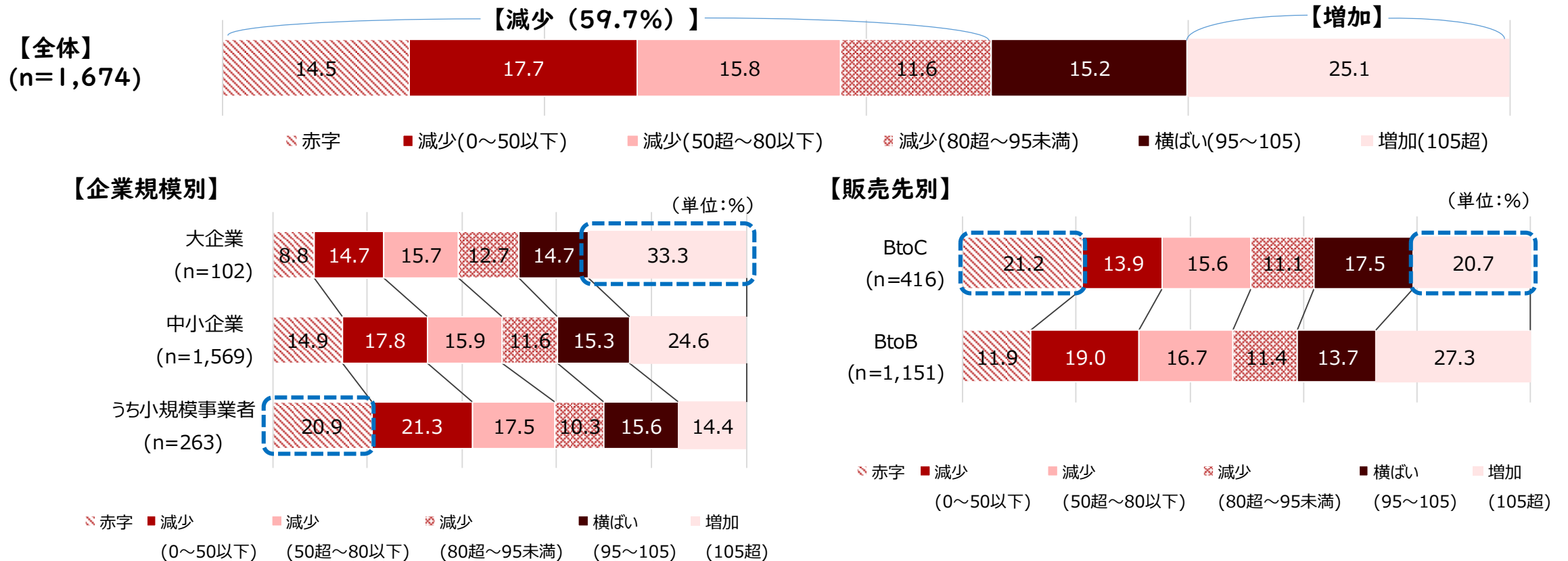


※サンプル数が20未満となる集計は参考値とする。

I-2 黒字企業の収益の変化【コロナ禍以前との比較①】

【コロナ禍以前に比べ、府内企業の6割弱で収益性が悪化しており、企業規模では小規模ほど、販売先別ではBtoCにおいてその傾向が強い】

- ◆ 前年度（2020年度）の府内企業の利益は、前年（2019年度）黒字であった企業のうち14.5%が赤字に転じるなど、6割弱で減少（利益指数95未満）となったが、その一方で25.1%は利益増となった
- ◆ 企業規模別では、小規模事業者で約2割が赤字となる一方で、大企業では3分の1が利益増となるなど、規模間で収益性に大きな差が生じている
- ◆ 販売先別では、BtoCの2割超が赤字となる一方で利益増も2割であったが、総じてBtoBよりも収益性を悪化させた企業が多い
- ◆ 利益指数：税引前当期純利益について、2019年度を「100」とした場合の2020年度の値



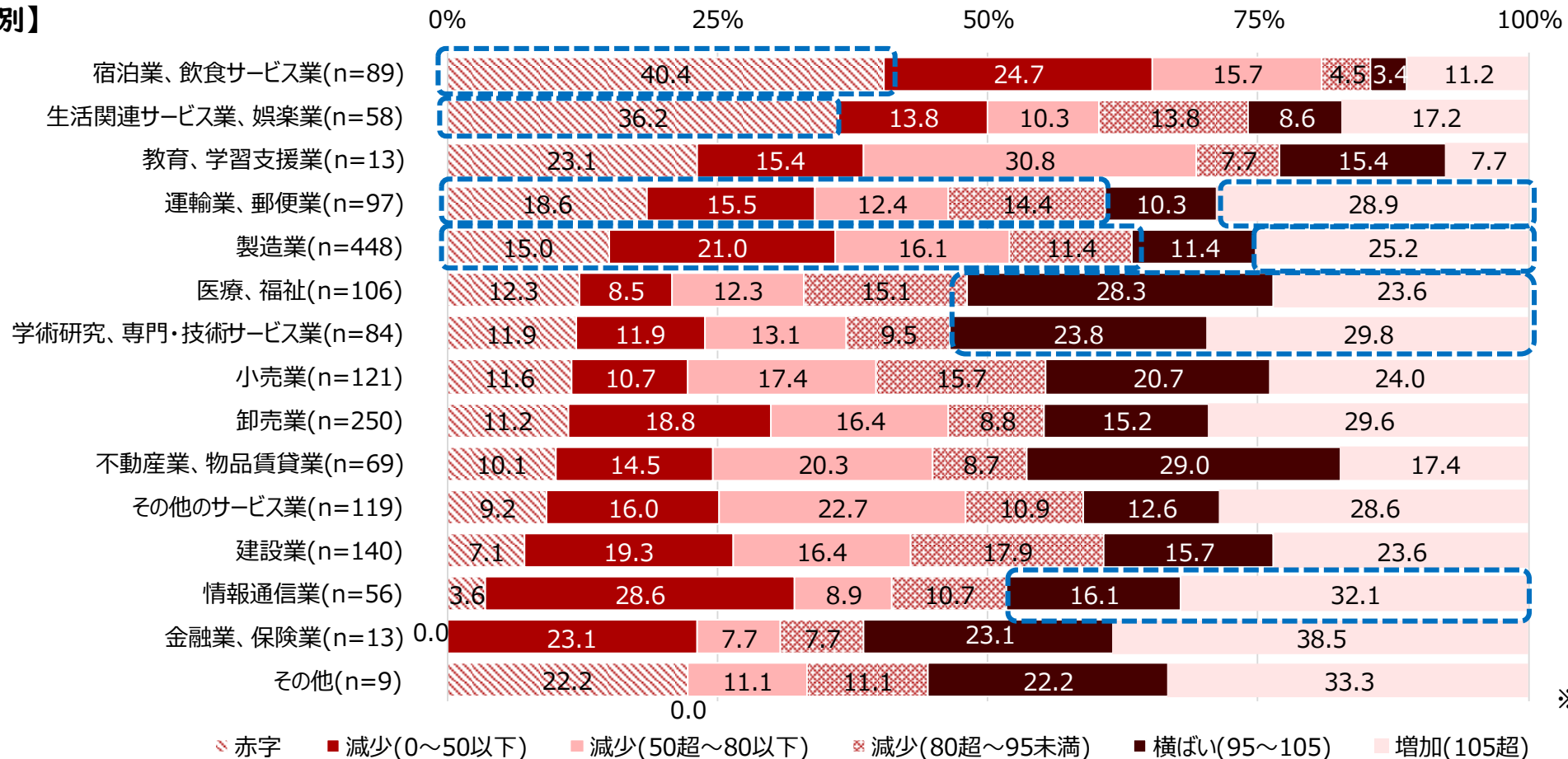
I-2 黒字企業の収益【コロナ禍以前との比較②】

【多くの企業が赤字に転じるなど、収益性が大幅に悪化した業種がある一方で、2割～3割が収益増となる業種があるなど、業種により収益性は大きく異なる】

- ◆ 「宿泊業、飲食サービス業」では約4割、「生活関連サービス業、娯楽業」では3分の1以上と、多くの企業が赤字に転じた
- ◆ 「運輸業、郵便業」、「製造業」では、約6割が収益減となったが、一方で2割超の企業は収益増となった
- ◆ 「医療、福祉」「学術研究、専門・技術サービス業」では、収益が増加もしくは横ばいとなる企業が5割超であった
- ◆ 「情報通信業」では、増加もしくは横ばいが5割弱を占めるが、赤字を含め利益が5割以下に大幅に落ち込む企業も3割を占めていた

◆利益指数：税引前当期純利益について、2019年度を「100」とした場合の2020年度の値

【業種別】



※サンプル数が20未満となる集計は参考値とする。

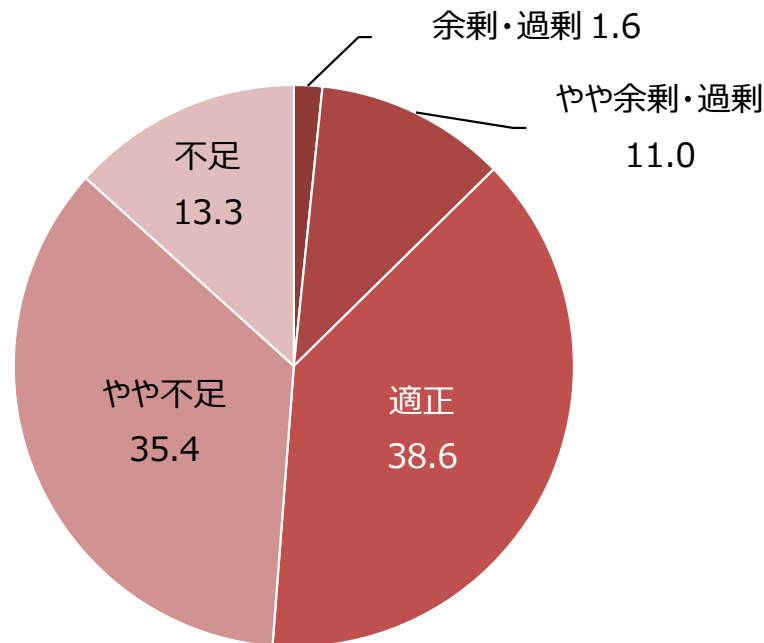
I-3 雇用の現状【人材不足感】

【府内企業の人材不足感は昨年よりも強まっている】

- ◆ 府内企業の**48.7%**は人材不足であり、人材不足DI(※)は、昨年よりも上昇し**36.1**
- ◆ 企業規模別の人材不足DIは、大企業(31.3)よりも**中小企業(36.4)**の方が高く、人材不足感が強い
- ◆ 業種で人材不足感が強いのは、「情報通信業」をはじめ「建設業」、「医療、福祉」であるが、業績悪化が顕著な「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」などでも人材不足と認識する企業が多い

※人材不足DI=「不足」と「やや不足」の各割合の合計から「やや余剰・過剰」と「余剰・過剰」の各割合の合計を引いたもの

【全体(n=2,632)】(単位:%)



《人材不足DI》

【全体】

今回(2021年7月調査)	36.1
前回(2020年7月調査)※	28.2

※大阪府「新型コロナウイルス感染症に関する府内企業の実態調査」、2020年8月31日。

【企業規模別】

大企業(n=128)	31.3
中小企業(n=2,497)	36.4
うち小規模事業者(n=527)	27.1

【業種別】

情報通信業(n=74)	60.8	製造業(n=646)	34.5
建設業(n=206)	55.3	小売業(n=232)	32.3
医療、福祉(n=174)	48.3	金融業、保険業(n=22)	31.8
その他のサービス業(n=182)	45.6	宿泊業、飲食サービス業(n=184)	28.8
教育、学習支援業(n=26)	38.5	卸売業(n=364)	27.7
学術研究、専門・技術サービス業(n=110)	38.2	生活関連サービス業、娯楽業(n=108)	23.1
運輸業、郵便業(n=176)	36.9	不動産業、物品賃貸業(n=110)	20.0

I-3 雇用の現状【コロナ禍以前との比較①】

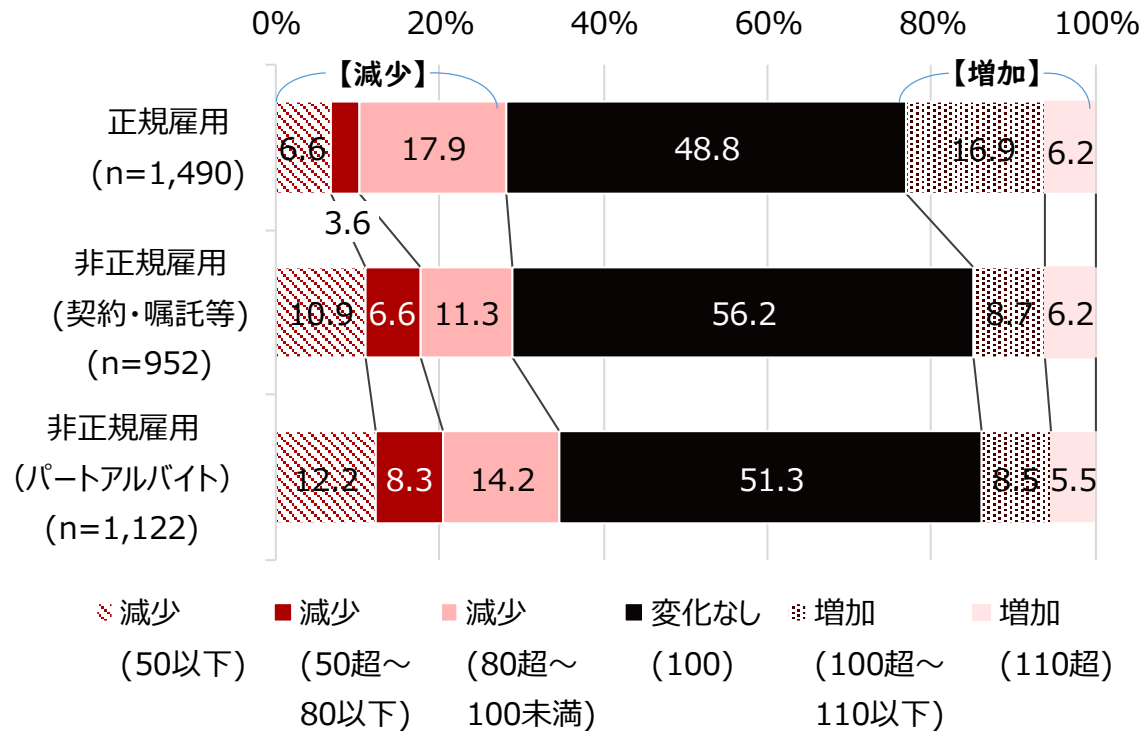
【コロナ禍以前に比べ、従業者数が減少している企業が多いが、正規雇用は非正規雇用ほど減少はしていない】

- ◆ 正規雇用、非正規雇用のいずれにおいても、コロナ禍以前に比べ従業者数が減少している企業が多いが、正規雇用では府内企業の23.1%で増加となっており、非正規雇用に比べ増加する企業の割合がやや高い
- ◆ 正規雇用について企業規模別では、大企業では、「増加(28.7%)」、「減少(34.3%)」とも多いが、小規模事業者では変化なしが3分の2を占めている

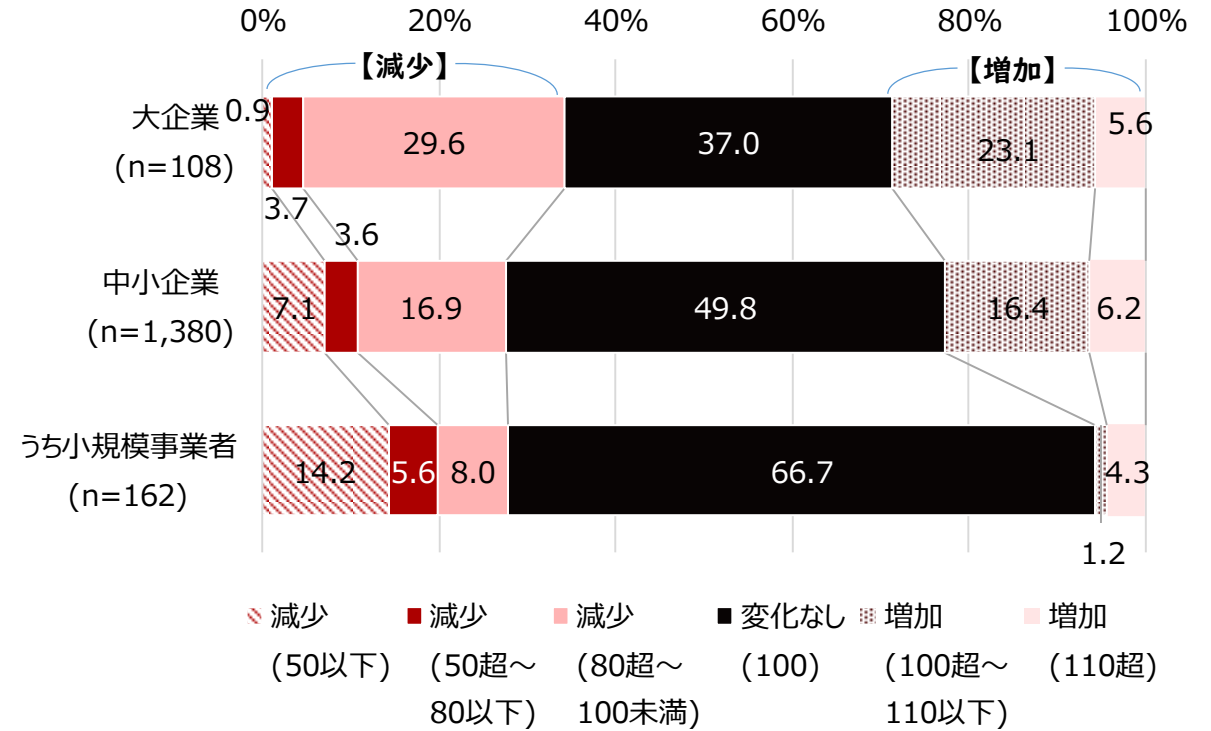
◆ 雇用指数：2019年度を「100」とした場合の2020年度の従業者数（雇用形態別）の値

※各雇用形態について、もともと採用していない企業は集計から除く

【全体（雇用形態別）】



【正規雇用の企業規模別】

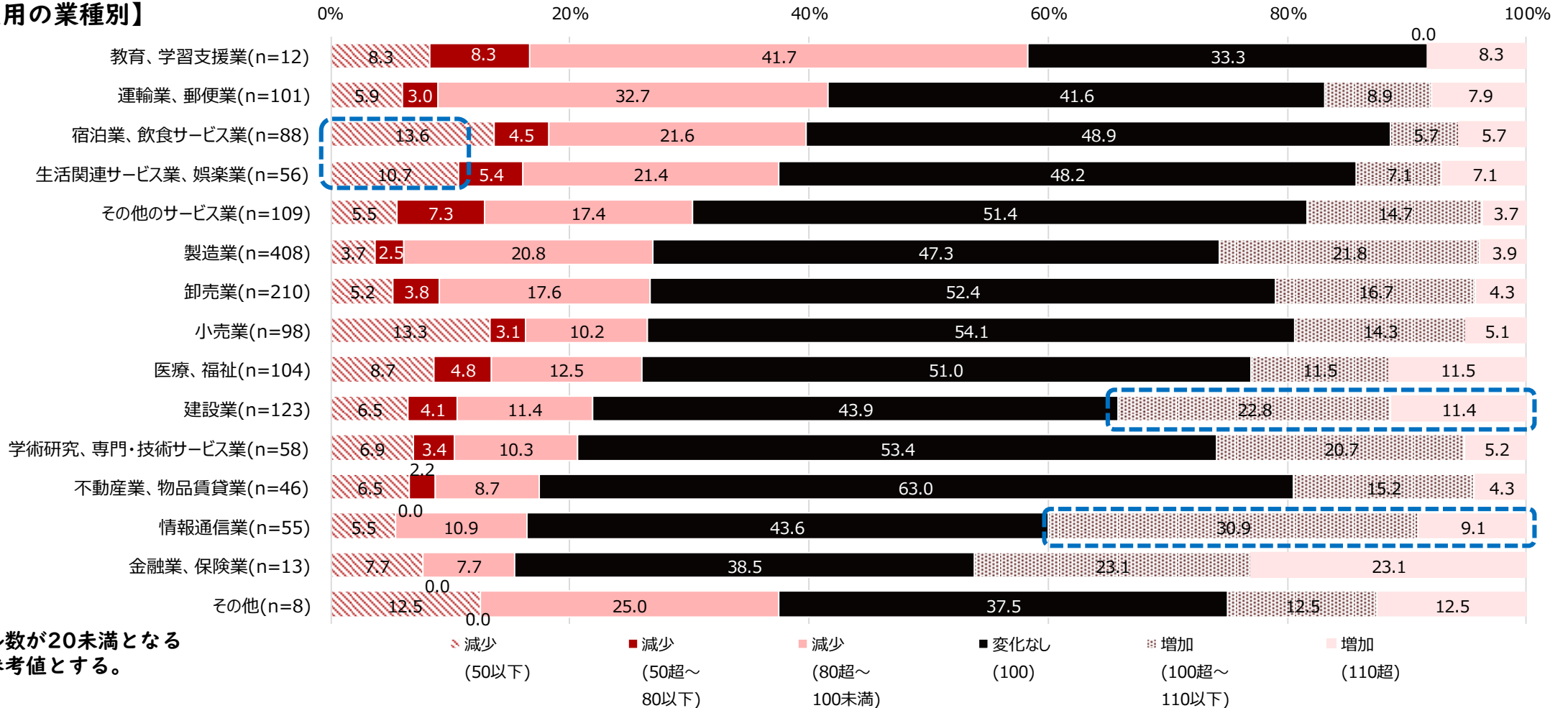


I-3 雇用の現状【コロナ禍以前との比較②】

【正規雇用は、人材不足感の強い業種では、維持または増加しているが、業績悪化が顕著な業種では減少が目立つ】

- ◆ 人材不足DIが高水準であった「建設業」、「情報通信業」では、正規雇用を減少させる企業よりも増加させる企業が多い
- ◆ 業績悪化が顕著であった「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」では1割以上の企業で正規雇用が5割以上減少（雇用指数50以下）
- ◆ 雇用指数：2019年度を「100」とした場合の2020年度の従業者数（雇用形態別）の値
※各雇用形態について、もともと採用していない企業は集計から除く。

【正規雇用の業種別】



※サンプル数が20未満となる集計は参考値とする。

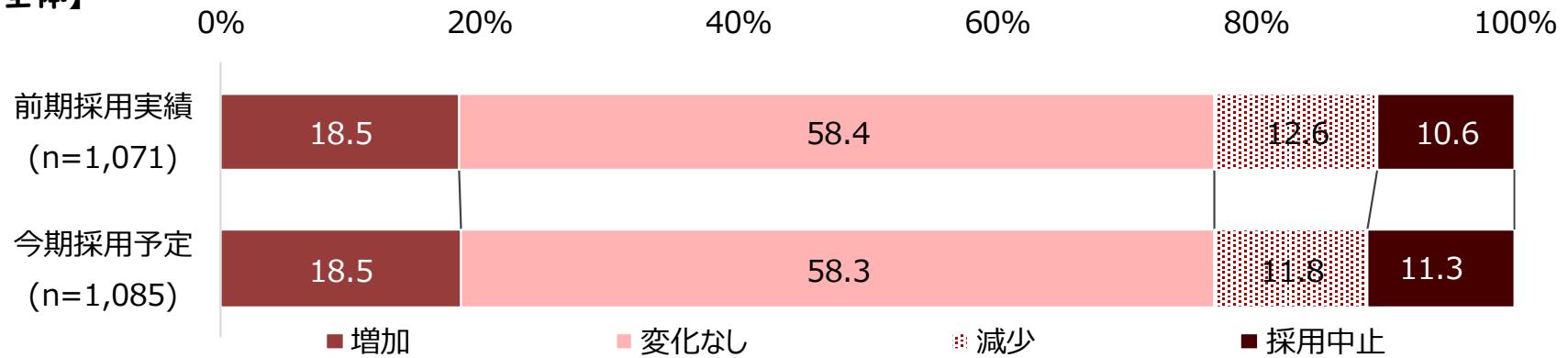
I-4 新規卒業者の採用

【新規卒業者の採用は、前期実績、今期予定ともに「増加」よりも「減少」または「採用中止」がやや多いものの、6割弱の企業は例年通り】

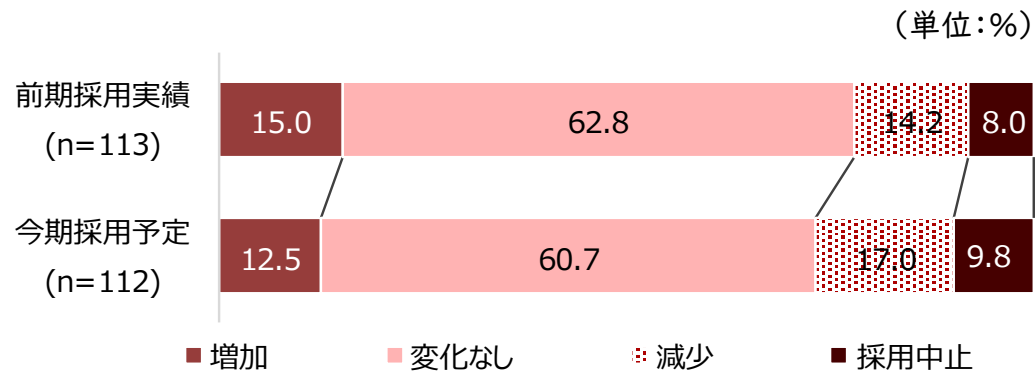
- ◆ 府内企業の新規卒業者の採用は、前期実績及び今期予定ともに、6割弱が「変化なし」であったが、「増加」よりも「減少」又は「採用中止」の方が約5ポイント高いことから、全体として採用はやや減少
- ◆ 企業規模別では、大企業に比べ中小企業の方が、「増加」が前期実績で3.9ポイント高く、今期予定でも6.7ポイント高い

◆ 新規卒業者の前期採用実績（2021年3月卒業）と今期採用予定（2022年3月卒業予定）

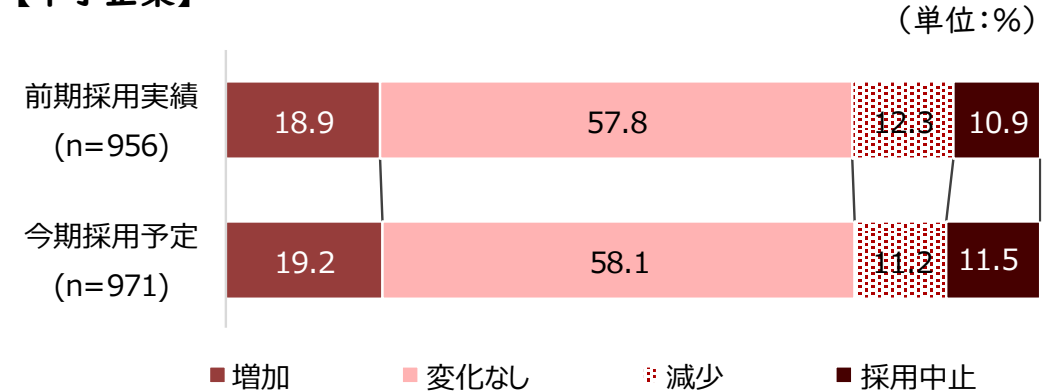
【全体】



【大企業】



【中小企業】



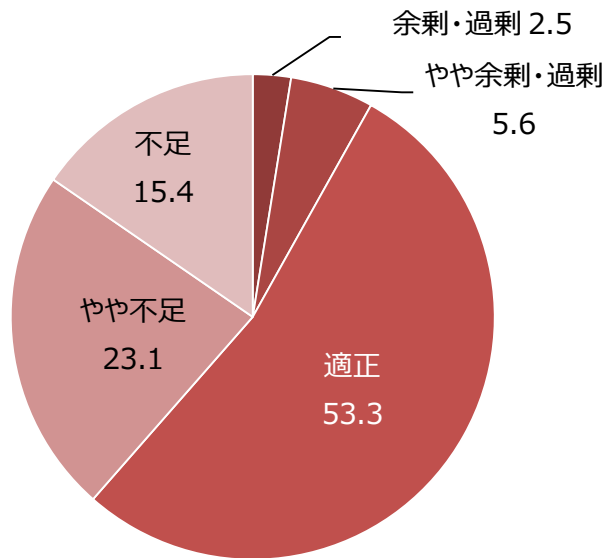
Ⅱ 資金支援策等の活用状況

Ⅱ-1 資金の過不足感

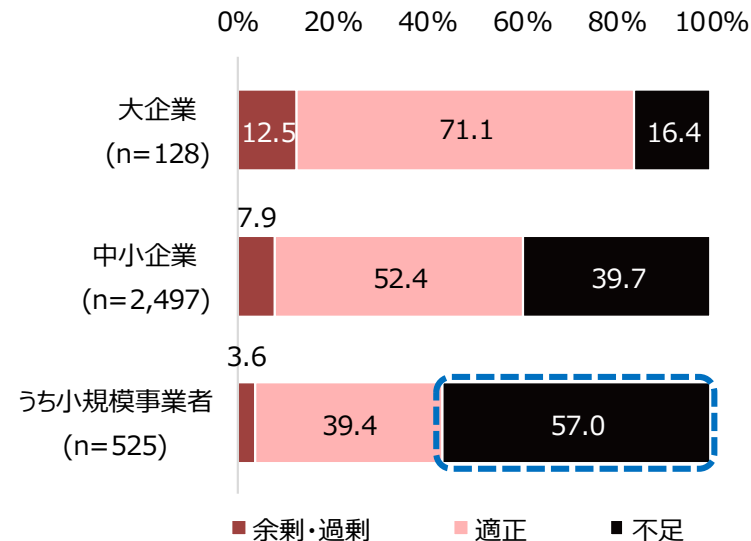
【府内企業の6割以上は必要資金を確保できているものの、小規模事業者や一部の業種では資金不足感が強い】

- ◆ 府内企業の資金過不足感は「適正」が53.3%であり、余剰・過剰を含めると6割超の企業は必要資金を確保できている
- ◆ 企業規模別では、中小企業の約6割は「適正」又は「余剰・過剰」と資金確保ができているが、業績悪化企業が多い小規模事業者では57.0%が不足
- ◆ 業種別では、「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」といった業績悪化が顕著な業種で資金不足感が強い

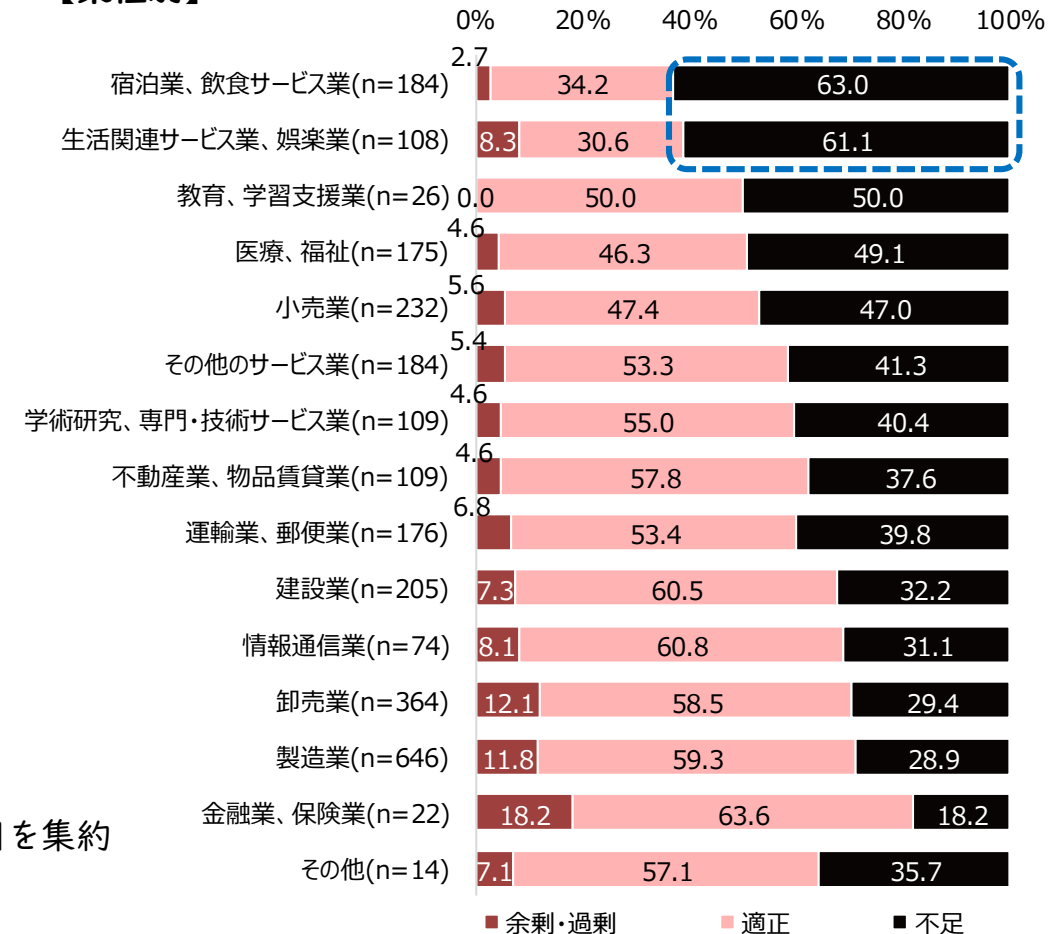
【全体(n=2,632)】(単位:%)



【企業規模別】



【業種別】



(注) 企業規模別及び業種別の集計では、簡素化のため以下のように項目を集約
 「余剰・過剰」+「やや余剰・過剰」=「余剰・過剰」
 「不足」+「やや不足」=「不足」

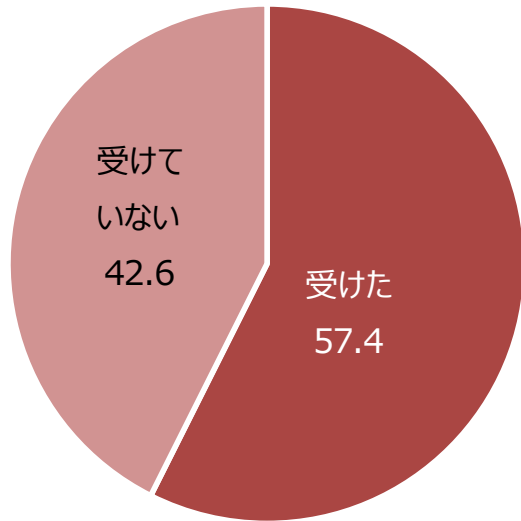
Ⅱ-2 資金調達の状況

【中小企業の6割近くが、2020年2月以降に外部から融資による資金調達を実施】

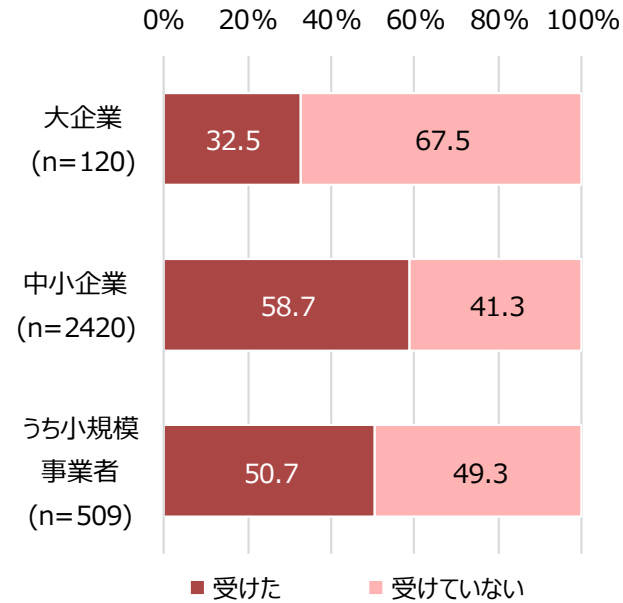
- ◆ 府内企業のうち、2020年2月以降に社外からの融資を受けた企業は57.4%
- ◆ 企業規模別では、中小企業で58.7%、うち小規模事業者のみでは50.7%が外部から融資により資金を調達
- ◆ 業種別では、「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」において7割超が融資を受けている

◆2020年2月以降の外部からの資金調達

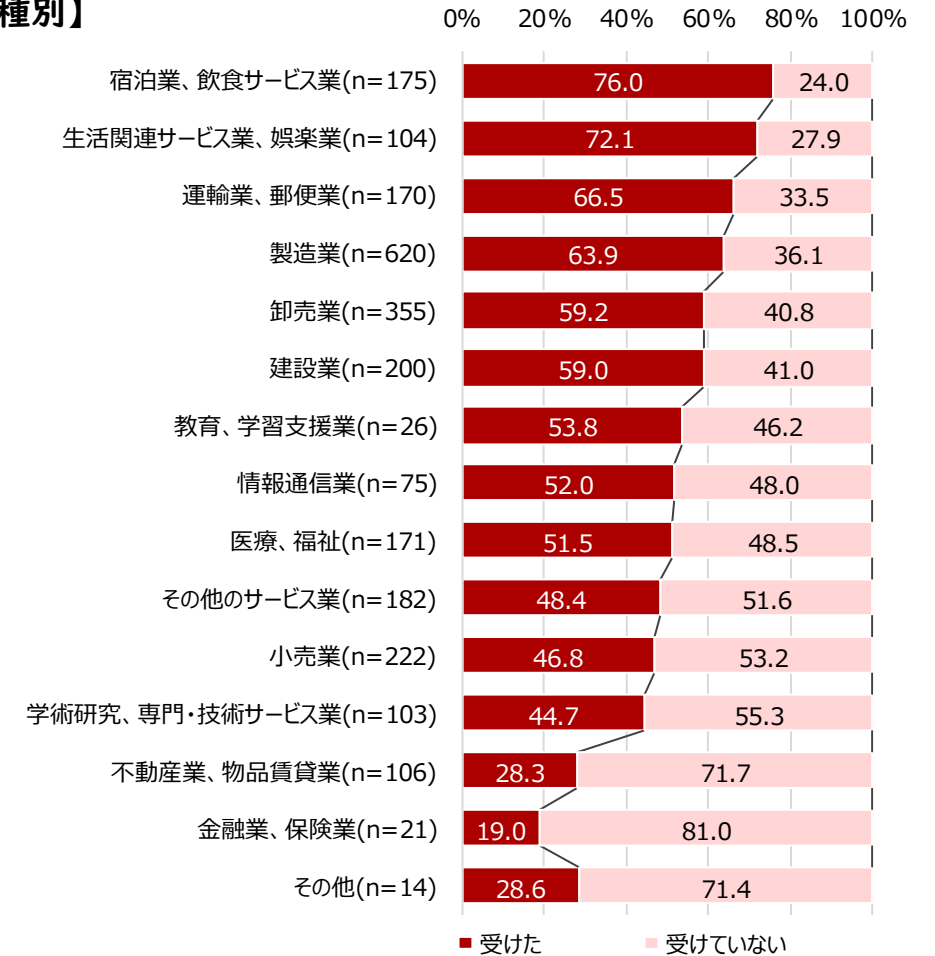
【全体(n=2,548)】 (単位:%)



【企業規模別】



【業種別】



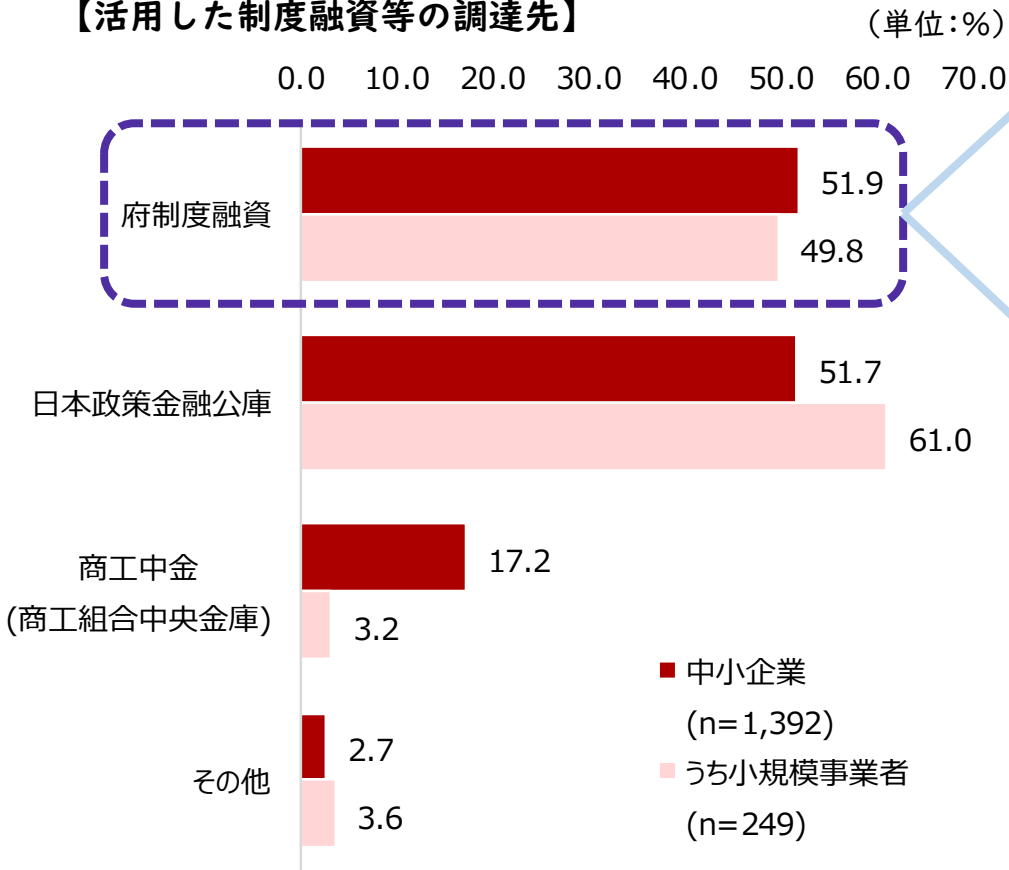
Ⅱ-3 制度融資等の活用状況（中小企業のみ集計）

【府内の中小企業は、主に実質無利子の府制度融資や日本政策金融公庫の制度融資を活用】

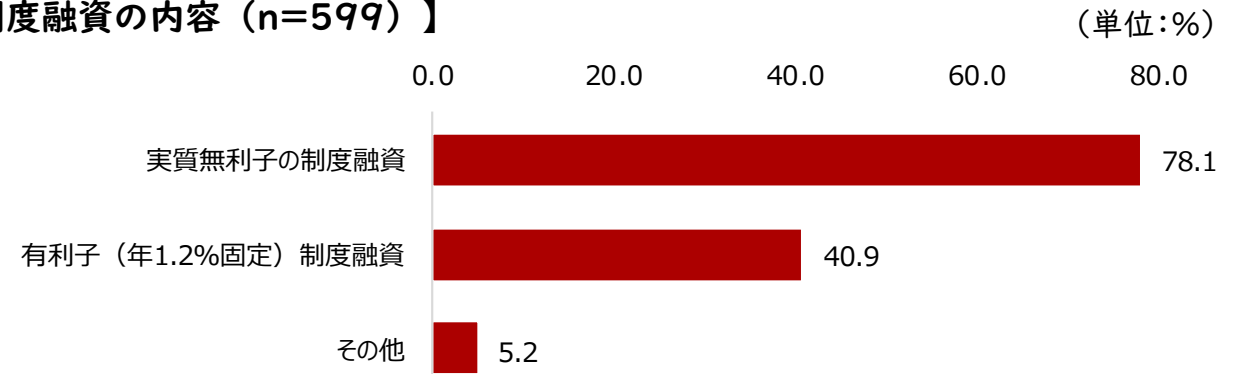
- ◆ 府内の中小企業は「ふい制度融資※（51.9%）」、「日本政策金融公庫（51.7%）」を中心に資金を調達
- ◆ 民間金融機関（保証付き）融資の内容では、「実質無利子（78.1%）」の利用が多い
- ◆ 保証付き融資を受ける際、8割超が「限度額引き上げに伴う追加融資」を利用

※一般的に、大阪信用保証協会の保証が付く民間金融機関の融資

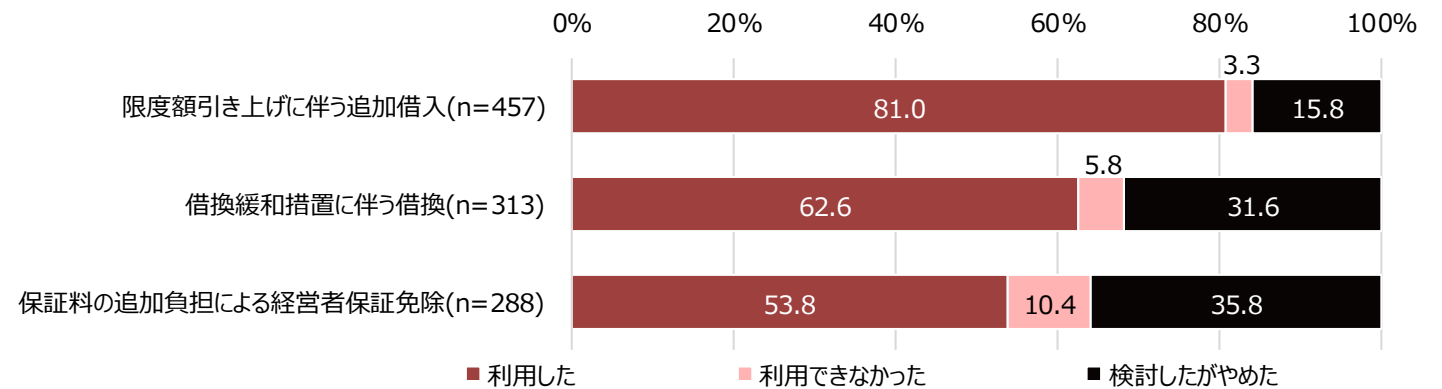
【活用した制度融資等の調達先】



【府制度融資の内容 (n=599)】



【府制度融資に伴う各種制度の活用状況】



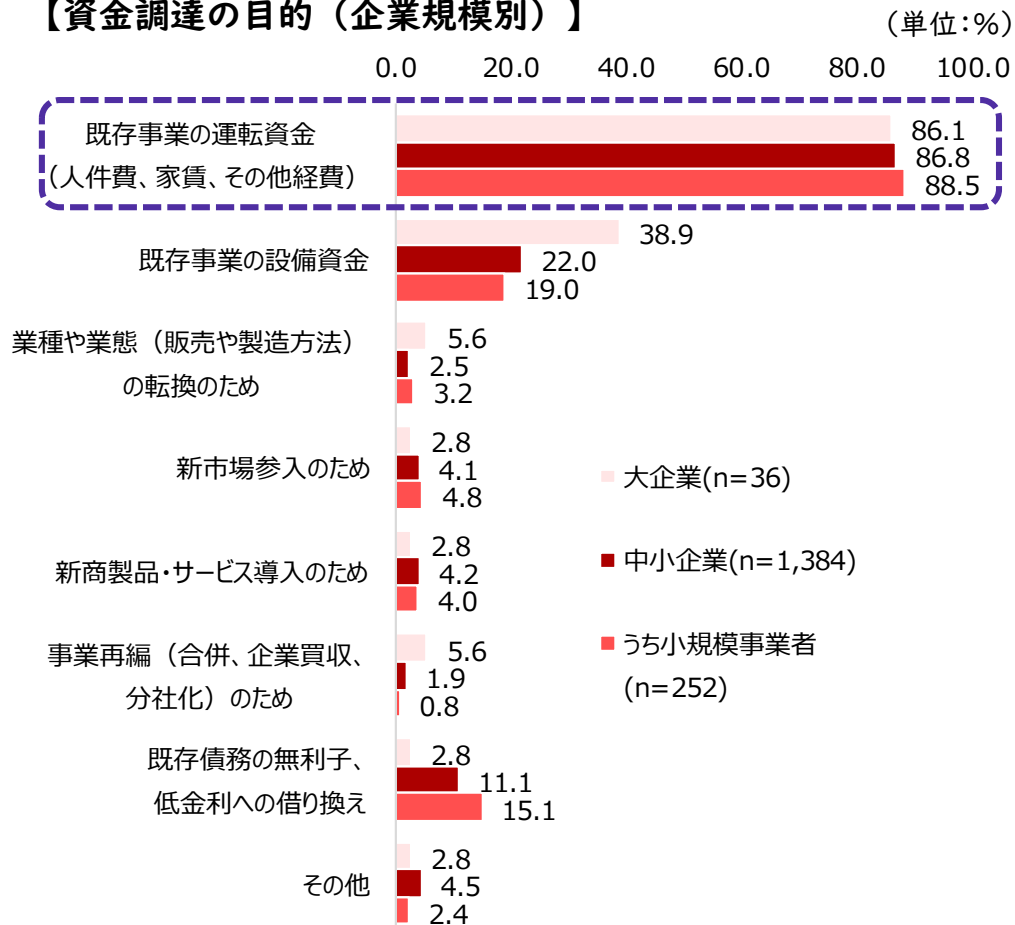
Ⅱ-4 資金調達の目的と残高及び負債総額の月商倍率

【負債増による利息や返済の負担増が懸念されるが、調達資金を留保している企業や実質無利子融資を活用する企業では負担は軽減されている】

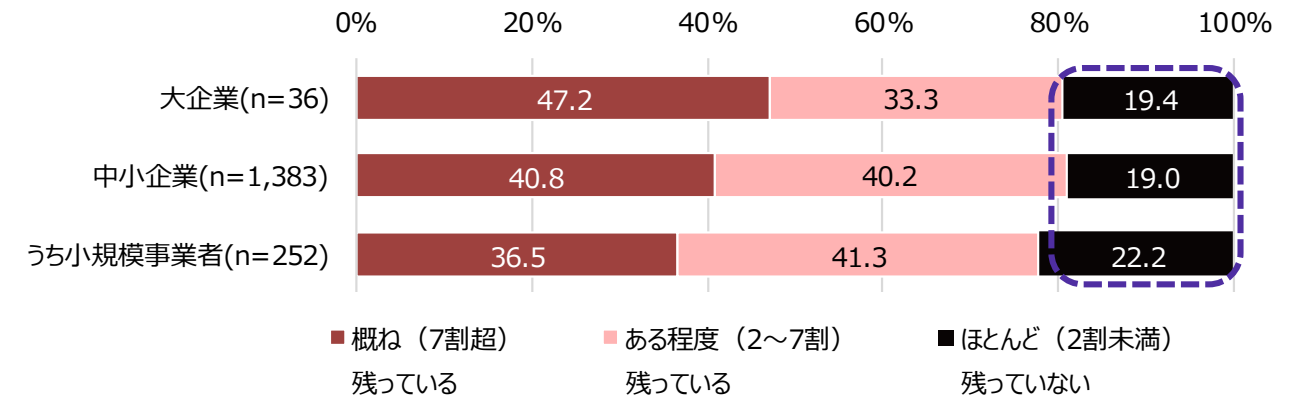
- ◆ 府内企業の資金調達（2020年2月以降）目的は「既存事業の運転資金」が、いずれの規模においても多数
- ◆ 調達した資金が「ほとんど（2割未満）残ってない」は、いずれの規模においても2割程度であり、多くの企業では一定額以上が留保されている
- ◆ 負債総額の月商倍率（※）は、コロナ禍以降に増加しているが、実質無利子融資である場合や調達資金が留保されている場合は負担は少ないと考えられる

※（短期・長期借入金+社債（役員借入除く））÷月商（年間売上高÷12カ月）

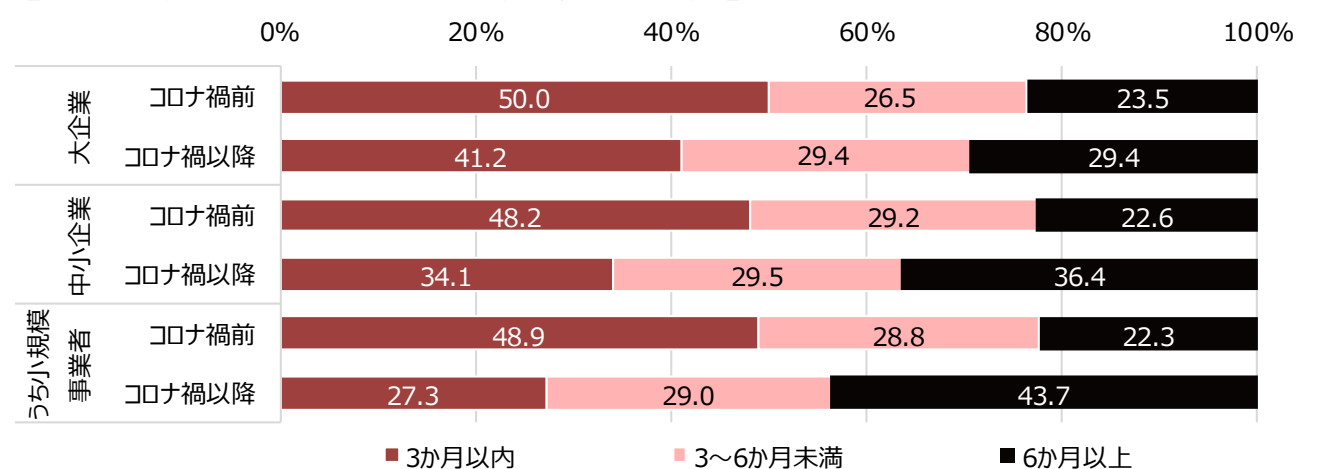
【資金調達の目的（企業規模別）】



【調達資金の残高（企業規模別）】



【負債総額の月商倍率の変化（企業規模別）】



Ⅱ-5 支援金・助成金等の活用状況

【中小企業は、雇用調整助成金・緊急雇用安定補助金、持続化給付金、家賃支援給付金などの支援金・助成金等を活用】

◆ 府内企業の約3分の2（「支給を受けたものはない（32.5%）」）が何らかの支援金・助成金等を利用しており、大企業では「雇用調整助成金・緊急雇用安定助成金」が中心となるが、中小企業では、加えて「持続化給付金」、「家賃支援給付金」の活用が多く、特に小規模企業では、6割超が「持続化給付金」を活用

【支給を受けた支援金・助成金等】

（単位：%）

	全体	大企業	中小企業	
				うち小規模事業者
n	2,472	113	2,353	502
雇用調整助成金・緊急雇用安定助成金	43.2	47.8	43.1	23.7
持続化給付金	35.8	12.4	37.0	62.9
家賃支援給付金	22.7	10.6	23.2	28.1
大阪府休業要請・休業要請外支援金	13.9	—	13.9	18.9
一時支援金	9.6	—	9.6	16.5
大阪府営業時間短縮協力金	8.0	5.3	8.2	8.2
IT導入補助金	3.6	—	3.6	1.4
大阪府雇用促進支援金	3.0	0.0	3.2	1.0
働き方改革推進支援助成金※	2.3	—	2.3	0.2
小規模事業者持続化補助金	2.0	—	2.1	6.2
ものづくり・商業・サービス補助金	2.0	—	2.1	1.2
大阪府大規模施設等協力金	1.2	2.7	1.1	0.6
事業再構築補助金	1.1	0.9	1.1	0.4
その他	1.7	3.5	1.6	0.4
支給を受けたものはない	32.5	42.5	32.0	27.5

※テレワークコース、新型コロナウイルス感染症対策のためのテレワークコース

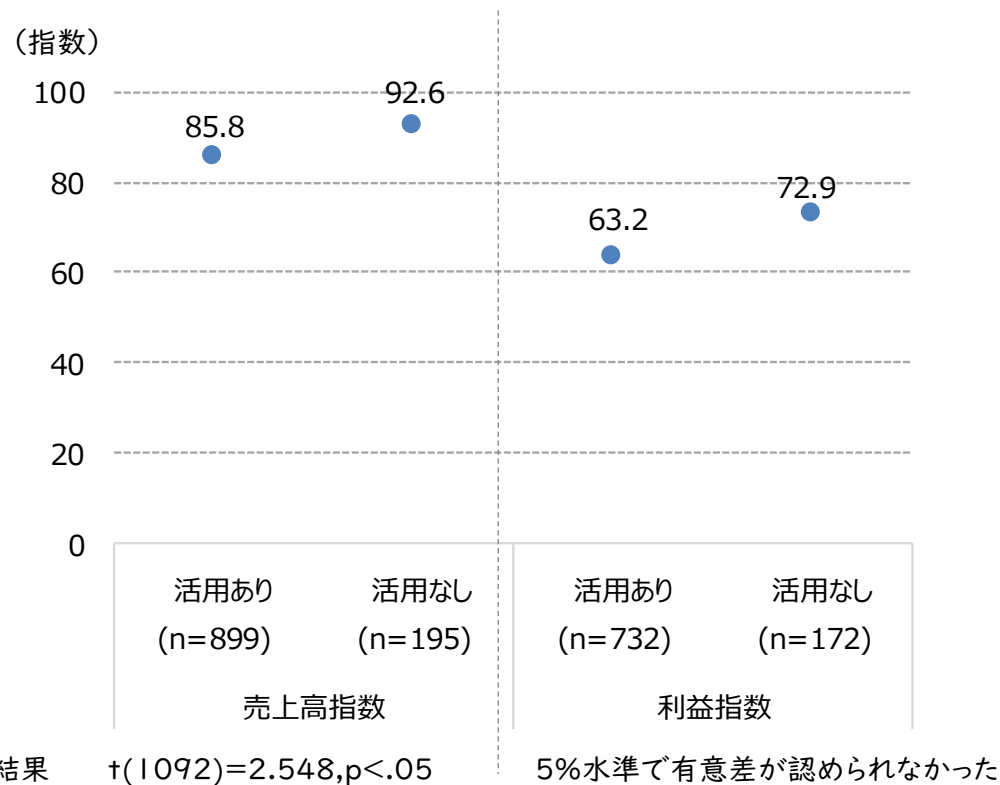
II-6 制度融資及び支援金・助成金等の活用と業績の関係

【制度融資及び各種の支援金・助成金は、売上高や利益といった業績が悪化し、資金不足感の強い企業の活用が多い】

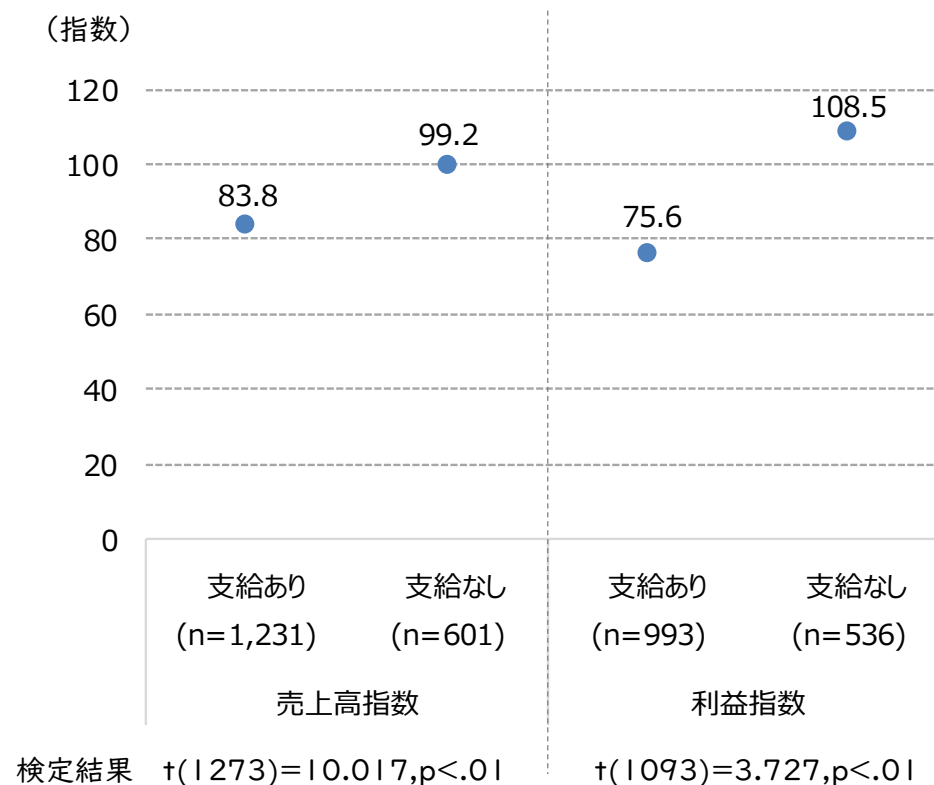
- ◆ 制度融資の活用有無と業績変化（売上高指数・利益指数の平均値(※)）との関係を統計的に分析した結果、売上高指数において有意な差が認められ、「活用あり」の平均値が低いことから、売上高の減少幅が大きい企業が、制度融資を活用している傾向があることがわかった
- ◆ 支援金・助成金等の支給有無と業績変化の関係を統計的に分析した結果、売上高指数、利益指数ともに有意な差が認められ、「支給あり」の方が各指数平均値が低いことから、売上高や利益の減少幅が大きい企業が、支援金・助成金等の支給を受けている傾向があることがわかった

※売上高指数は売上高について、利益指数は税引前当期純利益について、それぞれ2019年度を「100」とした場合の2020年度の値

【制度融資の活用有無と業績の関係】



【支援金・助成金等の支給の有無と業績の関係】



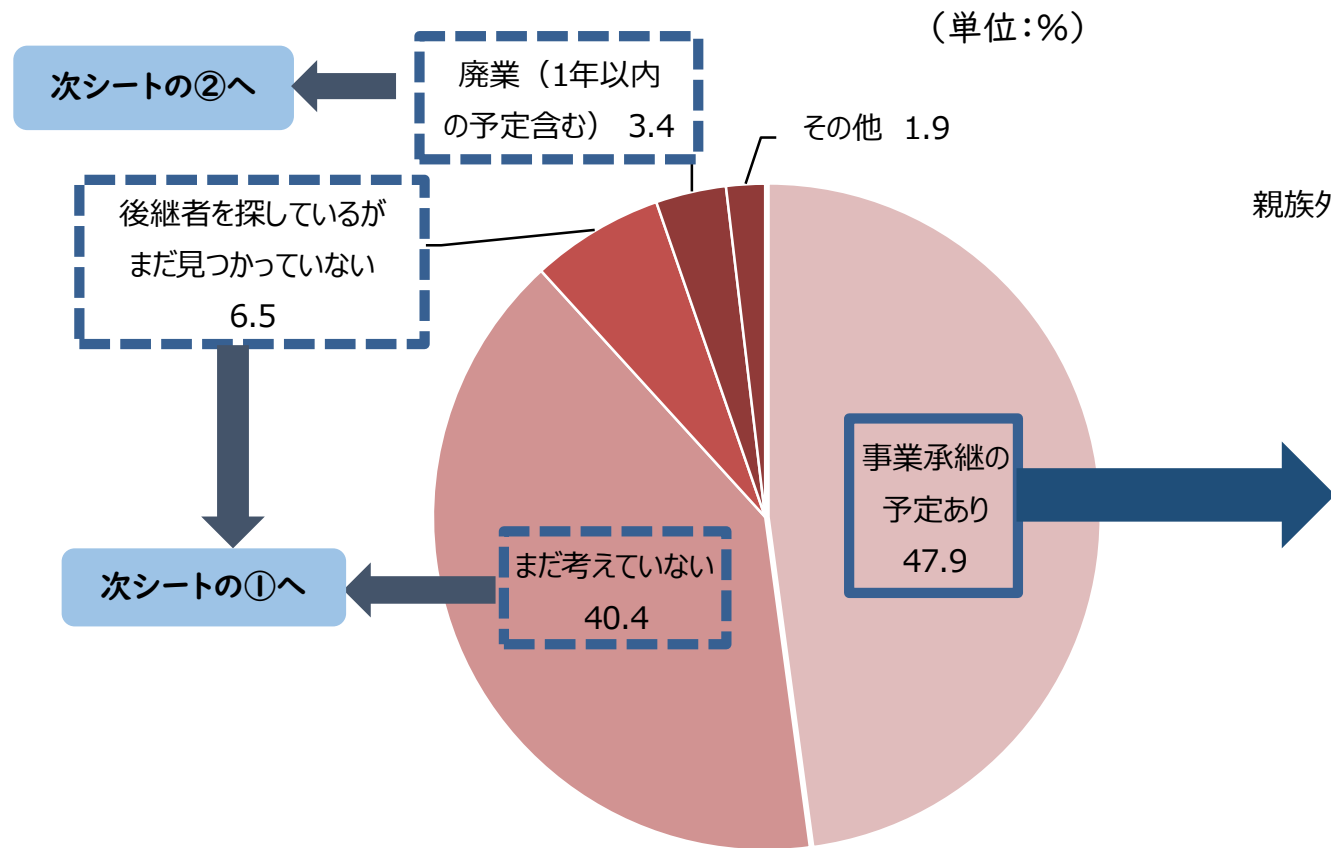
Ⅲ 事業承継・BCP

Ⅲ-1 事業承継等の予定①

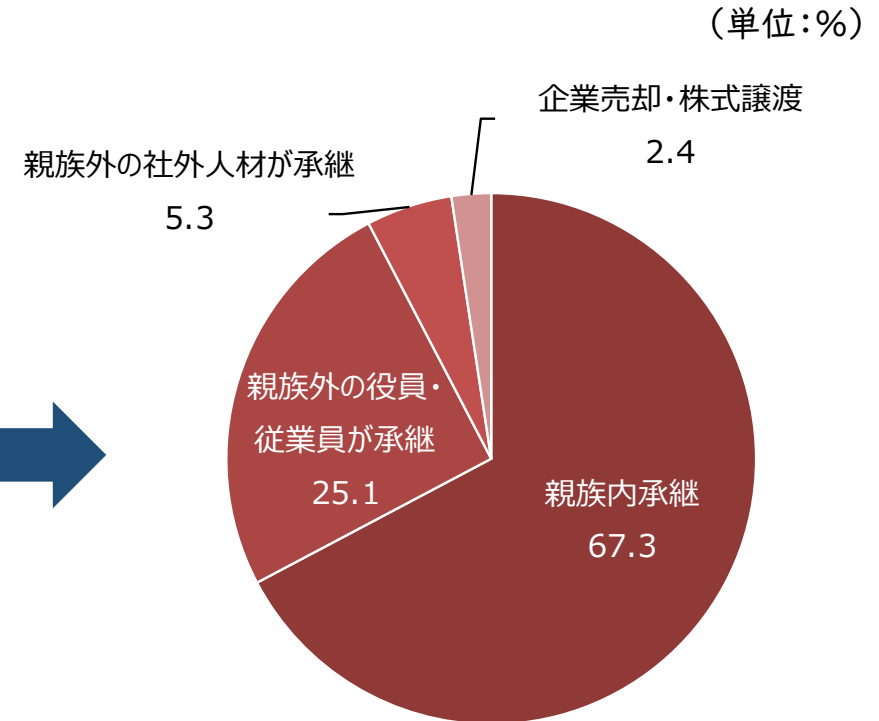
【事業承継について府内企業の半数近くは既に予定を有しているが4割は未検討】

- ◆ 府内企業の47.9%は事業承継を既に予定しているが、一方で「まだ考えていない(40.4%)」、「後継者を探しているが見つからない(6.5%)」企業も多い
- ◆ 府内企業のうち3.4%は、1年以内に廃業を考えている
- ◆ 府内企業が予定している事業承継の内容は、「親族内承継」が約3分の2、「親族外の役員・従業員」が約4分の1を占めている

【事業承継等の予定(n=2,861)】



【予定する事業承継の内容(n=1,369)】

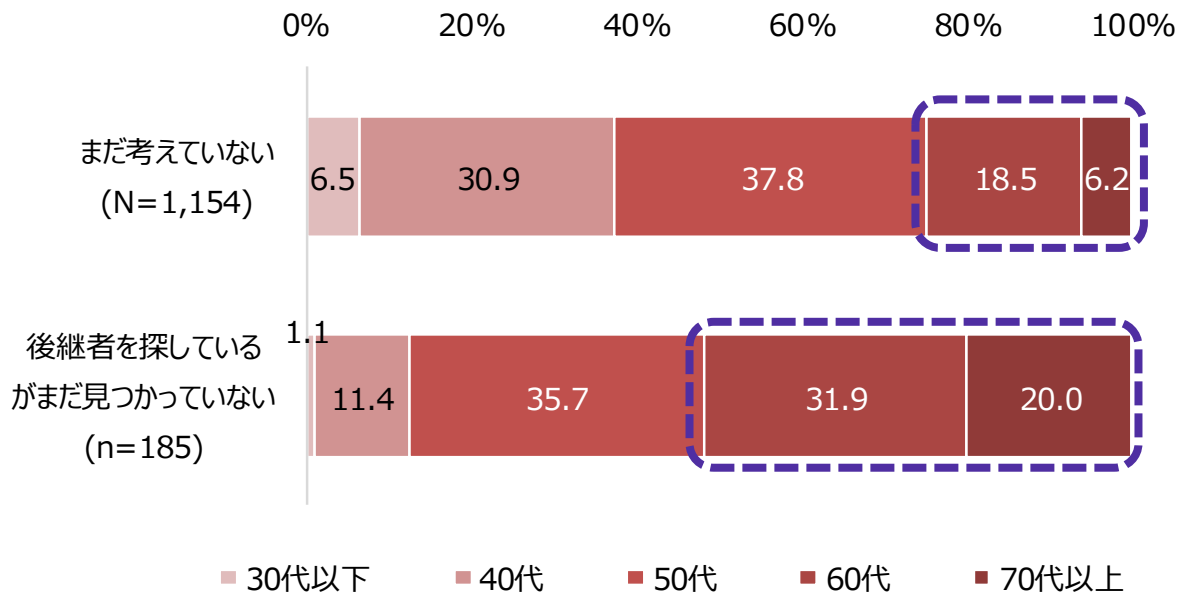


Ⅲ-1 事業承継等の予定②

【事業承継をまだ考えていない企業の4分の1、また後継者を探しているが見つかっていない企業の過半数は、経営者の年齢が60歳以上】

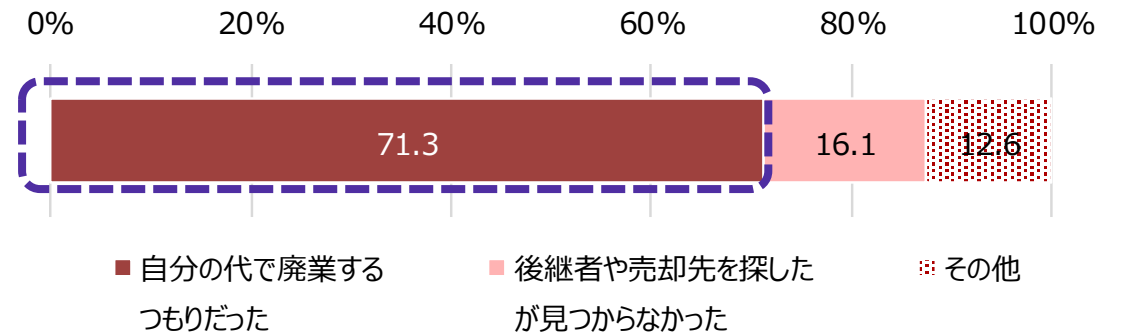
- ◆ 事業承継について「まだ考えていない」企業のうち24.7%は、経営者の年齢が60代以上
- ◆ 事業承継について「後継者を探しているが見つかっていない」企業のうち、51.9%は、経営者の年齢が60代以上
- ◆ 廃業を予定する企業のうち、7割超はもともと自分の代で廃業することを考えていた

【①事業承継について未検討及び、未決定企業の経営者の年齢】

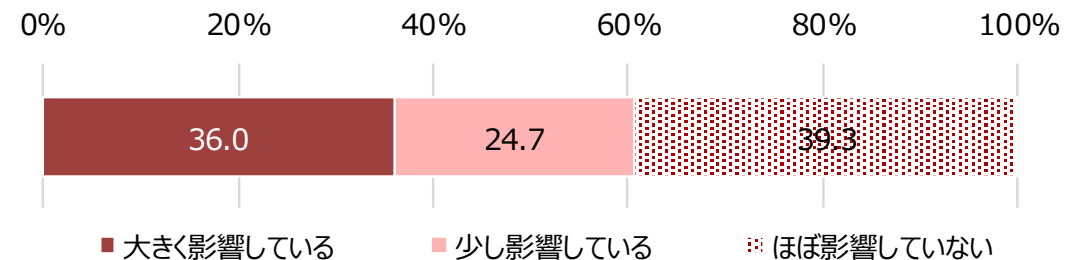


【②廃業の経緯とコロナ禍の影響】

《廃業の経緯(n=87)》



《廃業へのコロナ禍の影響(n=89)》



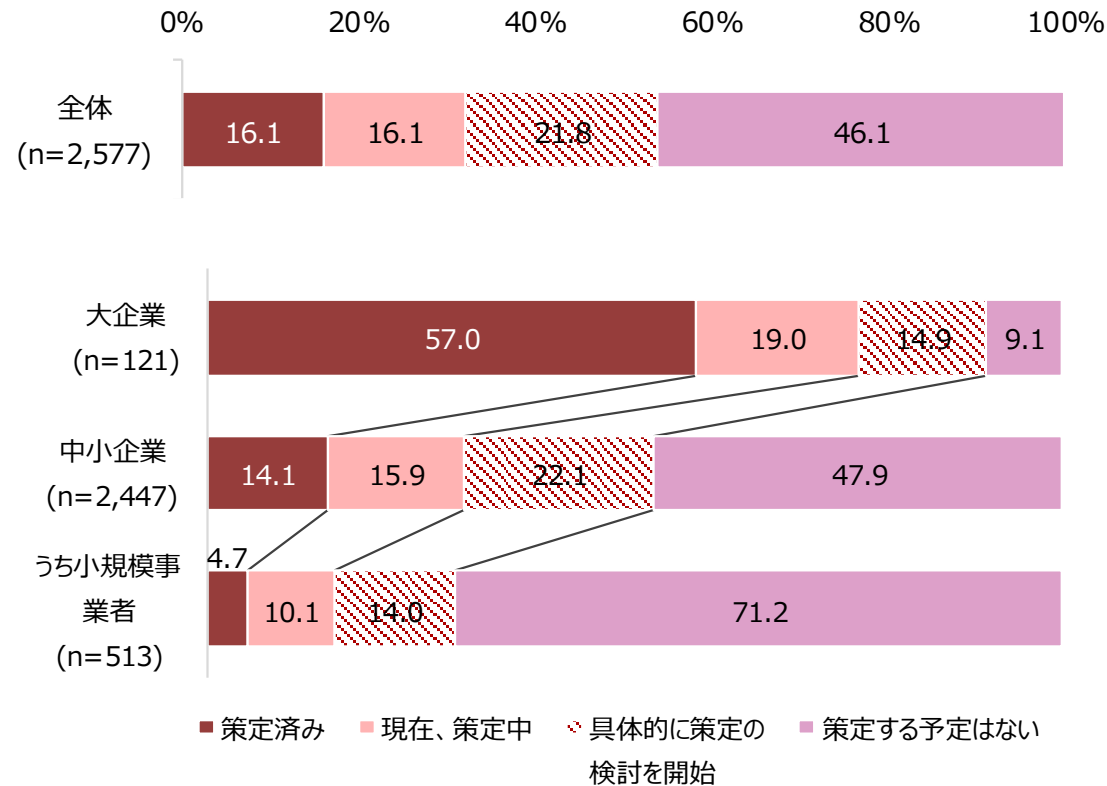
Ⅲ-2 BCPの策定状況

【BCP策定率は企業規模により大きく異なり、策定できていない企業では知識不足を課題として挙げる企業が多い】

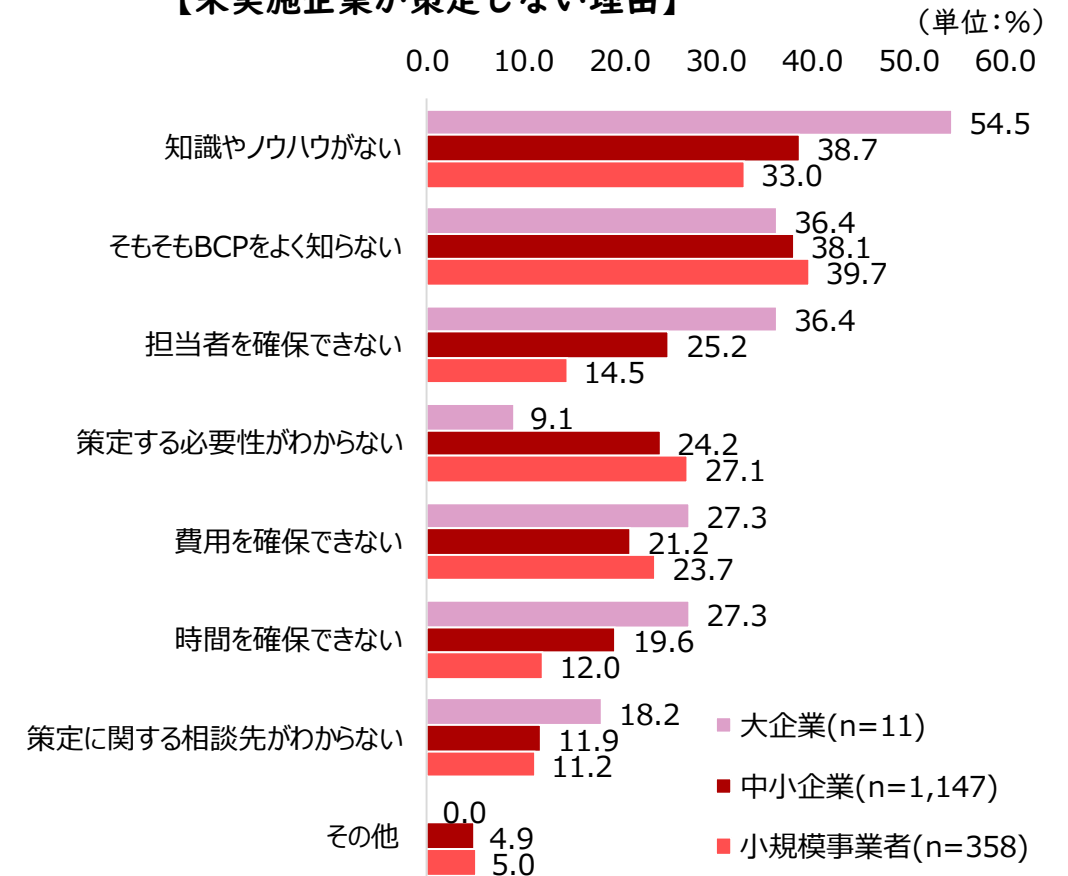
- ◆ 府内企業のBCP(※)策定率は、現状では16.1%であるが、策定中(16.1%)、検討中(21.8%)が4割弱を占めていることから今後の増加が見込まれる
- ◆ 企業規模別の策定率は、大企業の57.0%に対し、中小企業では14.1%、うち小規模事業者では4.7%と規模により開きがある
- ◆ 策定しない理由では、「知識やノウハウがない」、「そもそもBCPをよく知らない」など知識不足を挙げる企業が多い

※BCP(Business Continuity Plan)：企業が、災害等の緊急事態時でも、重要な業務が継続できる方策や戦略を記述した事業継続計画。

【BCP策定状況】



【未実施企業が策定しない理由】



IV テレワークの実施状況

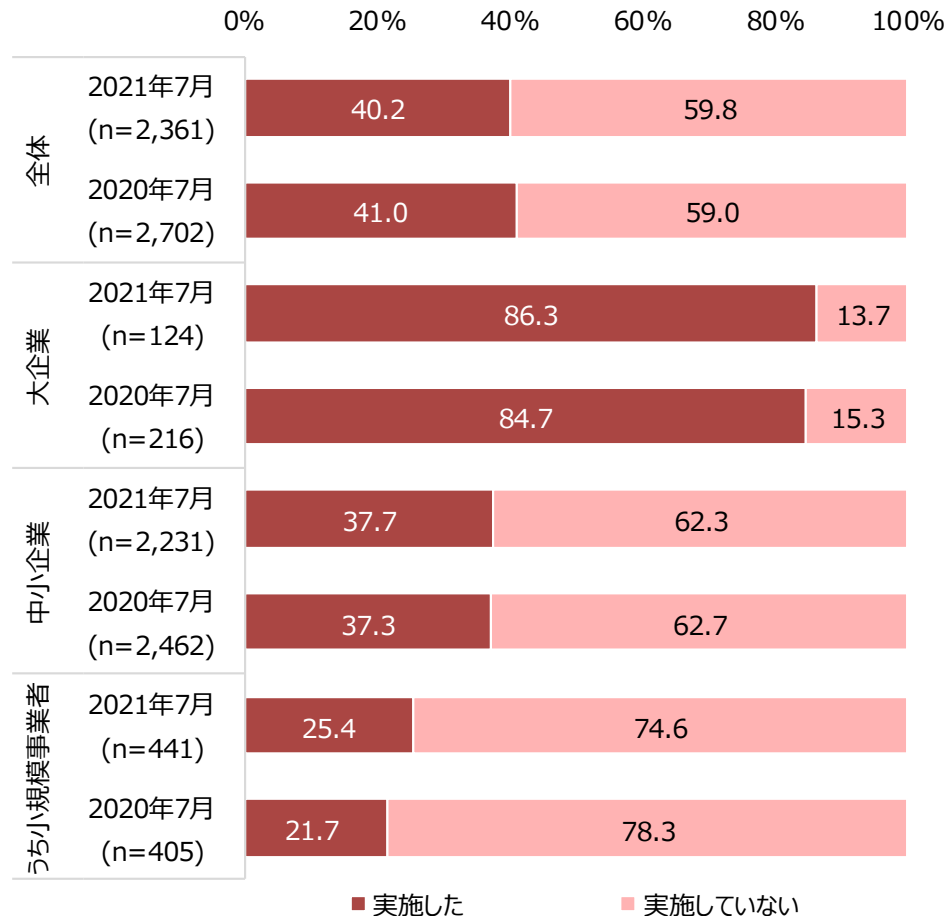
IV-1 テレワーク実施率

【府内企業のテレワーク実施率は約4割であるが、企業規模や業種において大きな差が生じている】

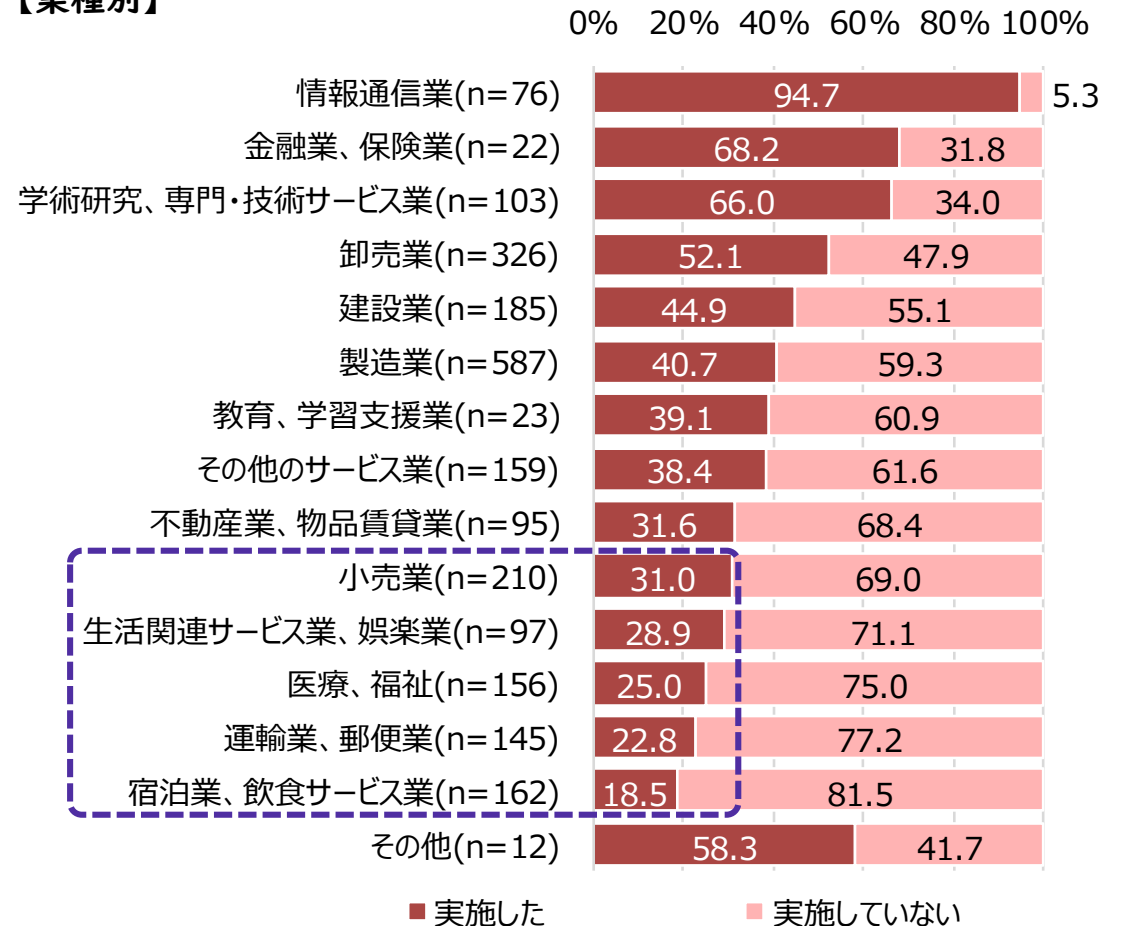
- ◆ 府内企業のテレワーク実施率は昨年調査時(※)と同様に約4割であり、企業規模別でも同様の傾向であるが、小規模事業者の実施率はやや上昇
- ◆ 企業規模別では、大企業と中小企業では実施率に大きな開きがある
- ◆ 業種別では、「宿泊業、飲食サービス業」、「運輸業、郵便業」など現場作業が中心となる業種の実施率が低水準となっている

※大阪府「新型コロナウイルス感染症に関する府内企業の実態調査」、2020年8月31公表。

【全体／企業規模別（前年比較）】



【業種別】

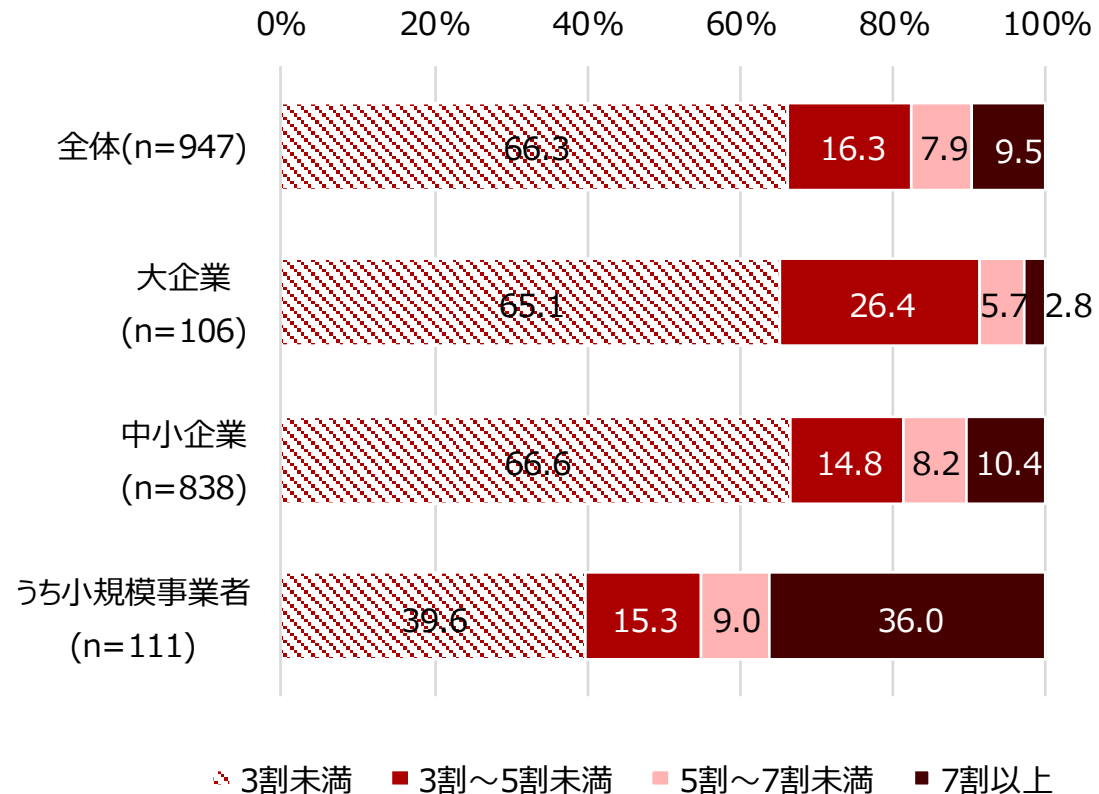


IV-2 テレワーク実施企業における従業員実施率

【テレワークを実施する企業での、従業員のテレワーク実施率は「3割未満」が約3分の2を占め、「5割未満」で8割超】

- ◆ 従業員のテレワーク実施率は「3割未満」が66.3%であり、「3割～5割未満」を加え、5割未満の企業が8割超を占めていた
- ◆ 企業規模別では、実施率「7割以上」は大企業（2.8%）に対し、中小企業（10.4%）、小規模事業者（36.0%）と規模が小さいほど高くなる
- ◆ 業種別では、従業員実施率「3割未満」の上位には、企業としての実施率も低い業種が多いが、同様に企業実施率が低い「小売業」と「生活関連サービス業、娯楽業」は例外的に、従業員の実施率が「7割以上」となる企業が多い

【全体、企業規模別】



【業種別】

「7割以上」上位5業種	単位：%
不動産業、物品賃貸業 (n=30)	26.7
情報通信業 (n=72)	22.2
生活関連サービス業、娯楽業 (n=27)	22.2
小売業 (n=65)	16.9
学術研究、専門・技術サービス業 (n=68)	14.7

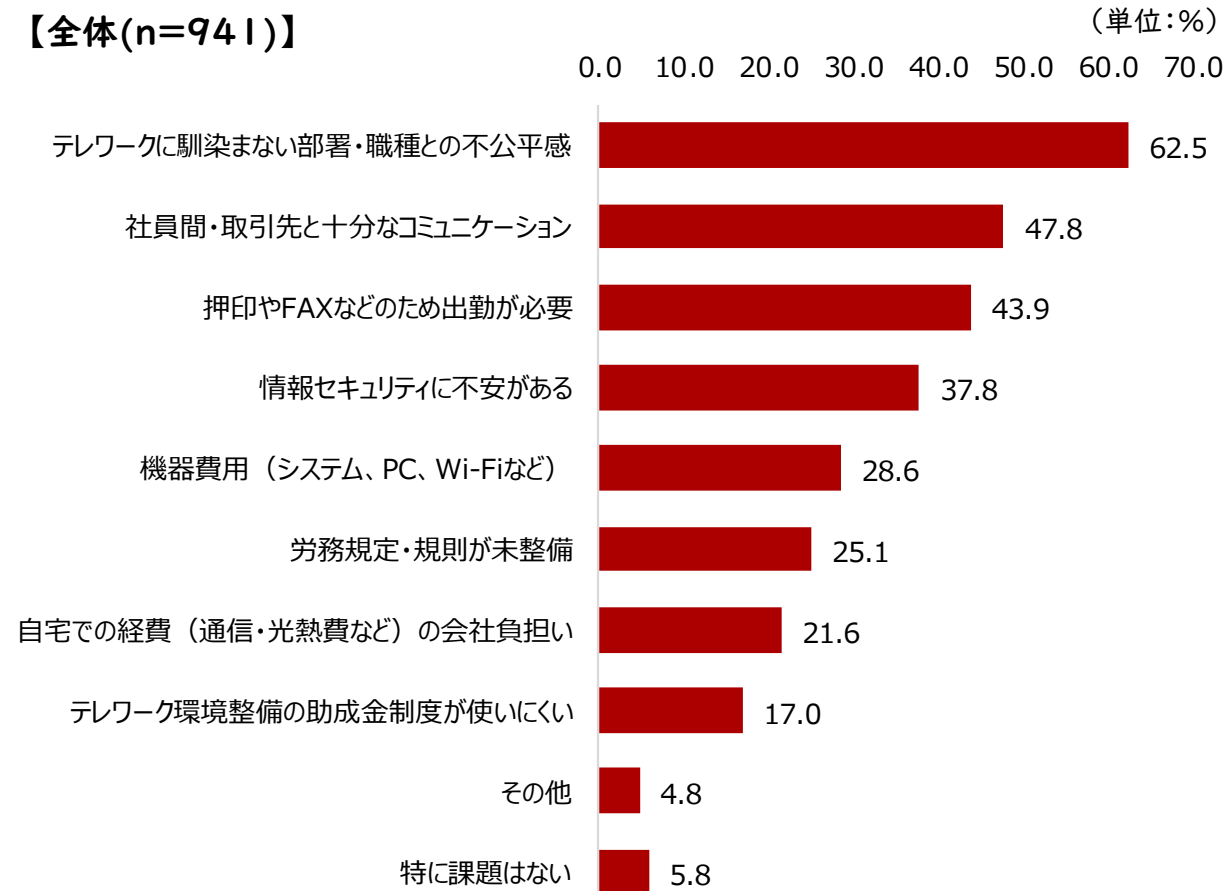
「3割未満」上位5業種	単位：%
運輸業、郵便業 (n=33)	93.9
宿泊業、飲食サービス業 (n=30)	86.7
製造業 (n=238)	79.8
医療、福祉 (n=39)	76.9
建設業 (n=83)	71.1

IV-3 テレワーク実施企業の定着に向けた課題

【テレワーク実施企業の定着に向けた課題は、実施に馴染まない部署・職種との不公平感が最も多い】

- ◆ テレワーク定着に向けた課題としては、部署・職種間の不公平感が6割超と高く、次いでコミュニケーション不足や押印・FAXのための出勤、情報セキュリティを挙げる企業が多い
- ◆ 企業規模別では、小規模事業者で「テレワーク環境整備のための助成金制度が使いにくい」を挙げる企業が相対的に多い
- ◆ 業種別では、テレワーク導入率の高い業種群で、情報セキュリティを挙げる企業が多く、低い業種群では、押印・FAXのための出勤を挙げる企業が多い

【全体(n=941)】



【企業規模別 (上位3位)】

企業規模	順位	課題	(%)
大企業 (n=107)	1位	テレワークに馴染まない部署・職種との不公平感	72.0
	2位	社員間・取引先と十分なコミュニケーションがとれない	61.7
	3位	押印やFAX、紙書類などのため出勤が必要	57.0
中小企業 (n=831)	1位	テレワークに馴染まない部署・職種との不公平感	61.3
	2位	社員間・取引先と十分なコミュニケーションがとれない	46.0
	3位	押印やFAX、紙書類などのため出勤が必要	42.4
うち小規模 事業者 (n=107)	1位	社員間・取引先と十分なコミュニケーションがとれない	30.8
	2位	テレワーク環境整備の助成金制度が使いにくい	28.0
	2位	押印やFAX、紙書類などのため出勤が必要	28.0

【テレワーク導入率の異なる業種別 (上位3位)】

導入率	順位	課題	(%)
導入率 6割以上 (n=155)	1位	社員間・取引先と十分なコミュニケーションがとれない	58.1
	2位	テレワークに馴染まない部署・職種との不公平感	48.4
導入率 3割未満 (n=128)	1位	テレワークに馴染まない部署・職種との不公平感	61.7
	2位	押印やFAX、紙書類などのため出勤が必要	35.2
	2位	社員間・取引先と十分なコミュニケーションがとれない	35.2

導入率6割以上：「情報通信業」、「金融、保険業」、「学術研究、専門・技術サービス業」

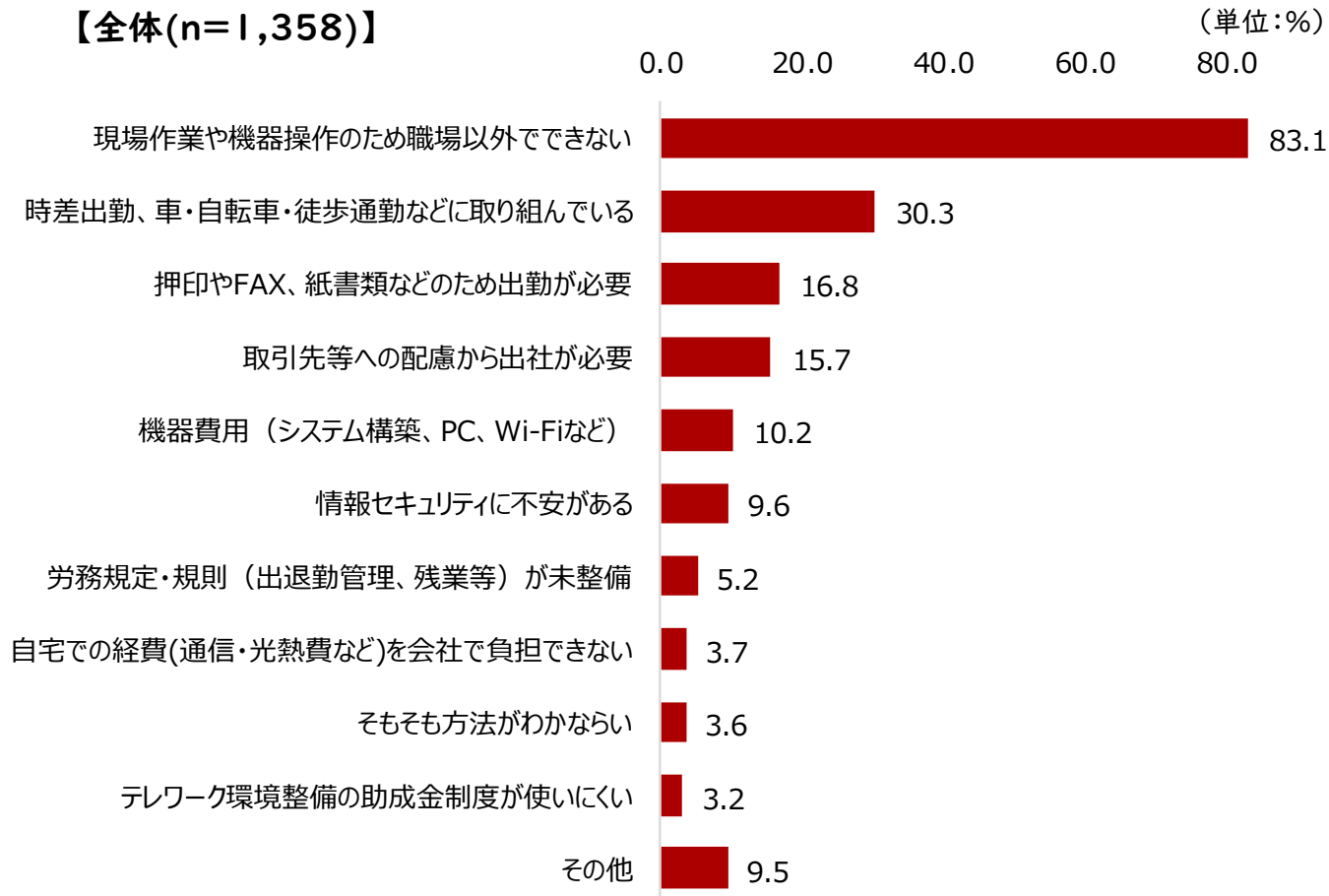
導入率3割未満：「宿泊業、飲食サービス業」、「運輸業、郵便業」、「医療、福祉」、「生活関連サービス業、娯楽業」

IV-4 テレワーク未実施企業の実施しない理由

【テレワークを導入しない企業では、そもそも自社事業では実施できない、もしくは通勤時の人流抑制に取り組んでいることを理由に挙げる企業が多い】

- ◆ テレワークを実施しない企業の多くは、その理由として「現場作業や機器操作のため職場以外でできない(83.1%)」を挙げており、次いで「時差出勤、車・自転車・徒歩通勤などに取り組んでいる(30.3%)」と通勤時の人流抑制に取り組んでいることを理由に挙げる企業が多い
- ◆ 企業規模別や業種別でも同様の結果であるが、大企業に比べ中小企業では、通勤時の人流抑制に取り組む企業が多い

【全体(n=1,358)】



【企業規模別(上位3位)】

企業規模	順位	課題	(%)
大企業 (n=17)	1位	現場作業や機器操作のため職場以外でできない	88.2
	2位	時差出勤、車・自転車・徒歩通勤などに取り組んでいる	17.6
	2位	労務規定・規則(出退勤管理、残業等)が未整備	17.6
中小企業 (n=1,139)	1位	現場作業や機器操作のため職場以外でできない	83.0
	2位	時差出勤、車・自転車・徒歩通勤などに取り組んでいる	30.5
	3位	押印やFAX、紙書類などのため出勤が必要	16.9
うち小規模 事業者 (n=316)	1位	現場作業や機器操作のため職場以外でできない	66.1
	2位	時差出勤、車・自転車・徒歩通勤などに取り組んでいる	25.9
	3位	押印やFAX、紙書類などのため出勤が必要	13.6

【テレワーク導入率の異なる業種別(上位3位)】

導入率	順位	課題	(%)
導入率 6割以上 (n=43)	1位	現場作業や機器操作のため職場以外でできない	65.1
	2位	時差出勤、車通勤・自転車通勤・徒歩など、他にできることを取り組んでいる	51.2
	3位	押印やFAX、紙書類などのため出勤が必要	18.6
導入率 3割未満 (n=412)	1位	現場作業や機器操作のため職場以外でできない	87.4
	2位	時差出勤、車通勤・自転車通勤・徒歩など、他にできることを取り組んでいる	18.9
	3位	押印やFAX、紙書類などのため出勤が必要	11.2

導入率6割以上：「情報通信業」、「金融、保険業」、「学術研究、専門・技術サービス業」

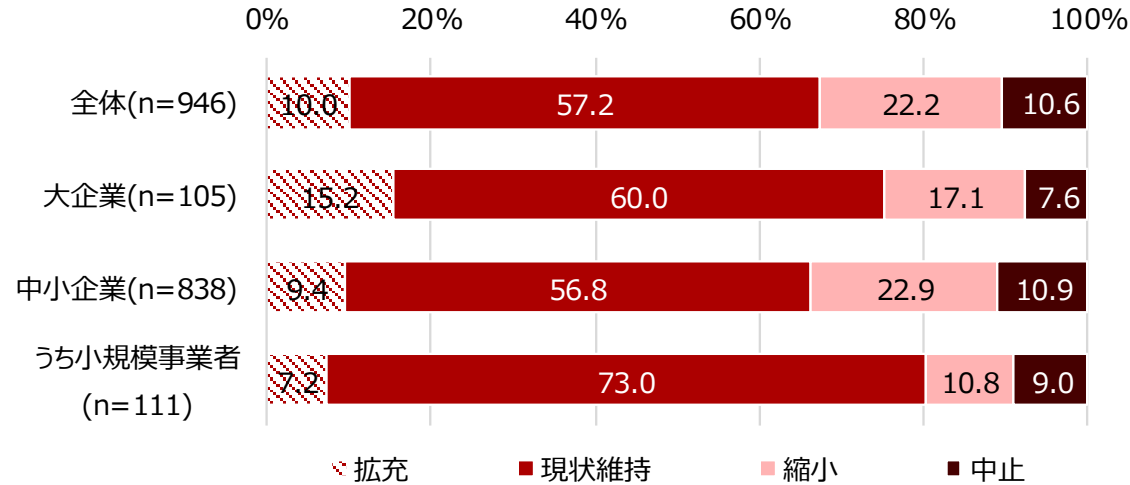
導入率3割未満：「宿泊業、飲食サービス業」、「運輸業、郵便業」、「医療、福祉」、「生活関連サービス業、娯楽業」

IV-5 テレワークの今後の実施意向

【テレワーク実施企業の約9割は今後も継続して実施するが、未実施企業の多くは今後も実施しない企業が多い】

- ◆ テレワークを実施する企業の約3分の2は、今後「拡充」や「現状維持」の意向があり、今後「縮小」を含め約9割が継続する意向を持っている
- ◆ テレワーク未実施企業では、今後も「実施しない」とする企業が4分の3を占める一方で、「実施する」とする企業は2%未満

【全体／企業規模別】



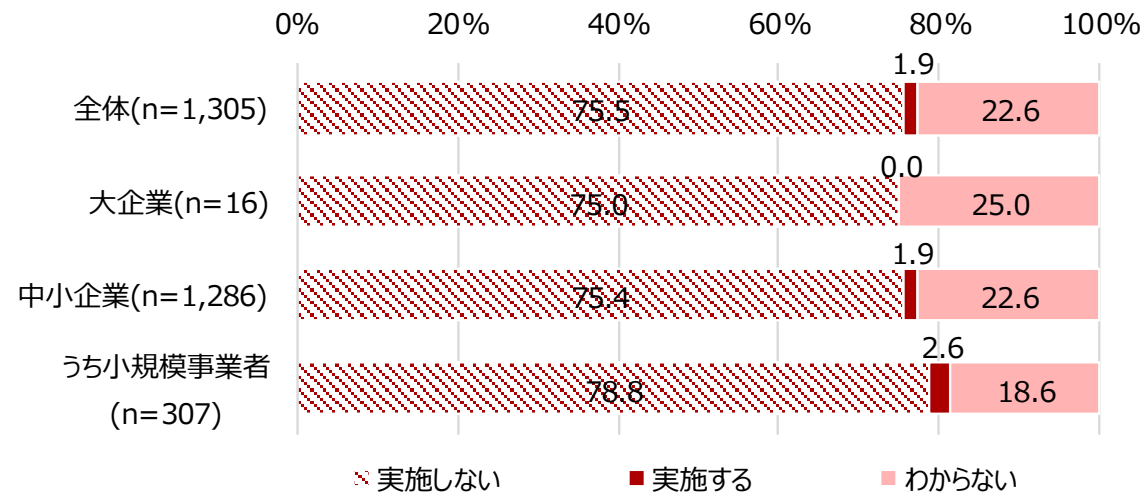
【業種別】

「拡充」上位3業種	単位：%
生活関連サービス業、娯楽業(n=27)	22.2
小売業(n=65)	13.8
医療、福祉(n=39)	12.8

「縮小」又は「中止」上位3業種	単位：%
建設業(n=83)	43.4
製造業(n=239)	40.2
生活関連サービス業、娯楽業(n=27)	37.0

実施企業

未実施企業



「実施しない」上位3業種	単位：%
生活関連サービス業、娯楽業(n=64)	93.8
宿泊業、飲食サービス業(n=119)	90.8
小売業(n=132)	81.8

「実施する」の上位3業種	単位：%
建設業(n=96)	5.2
不動産業、物品賃貸業(n=60)	3.3
学術研究、専門・技術サービス業(n=30)	3.3

V デジタル化の取組み

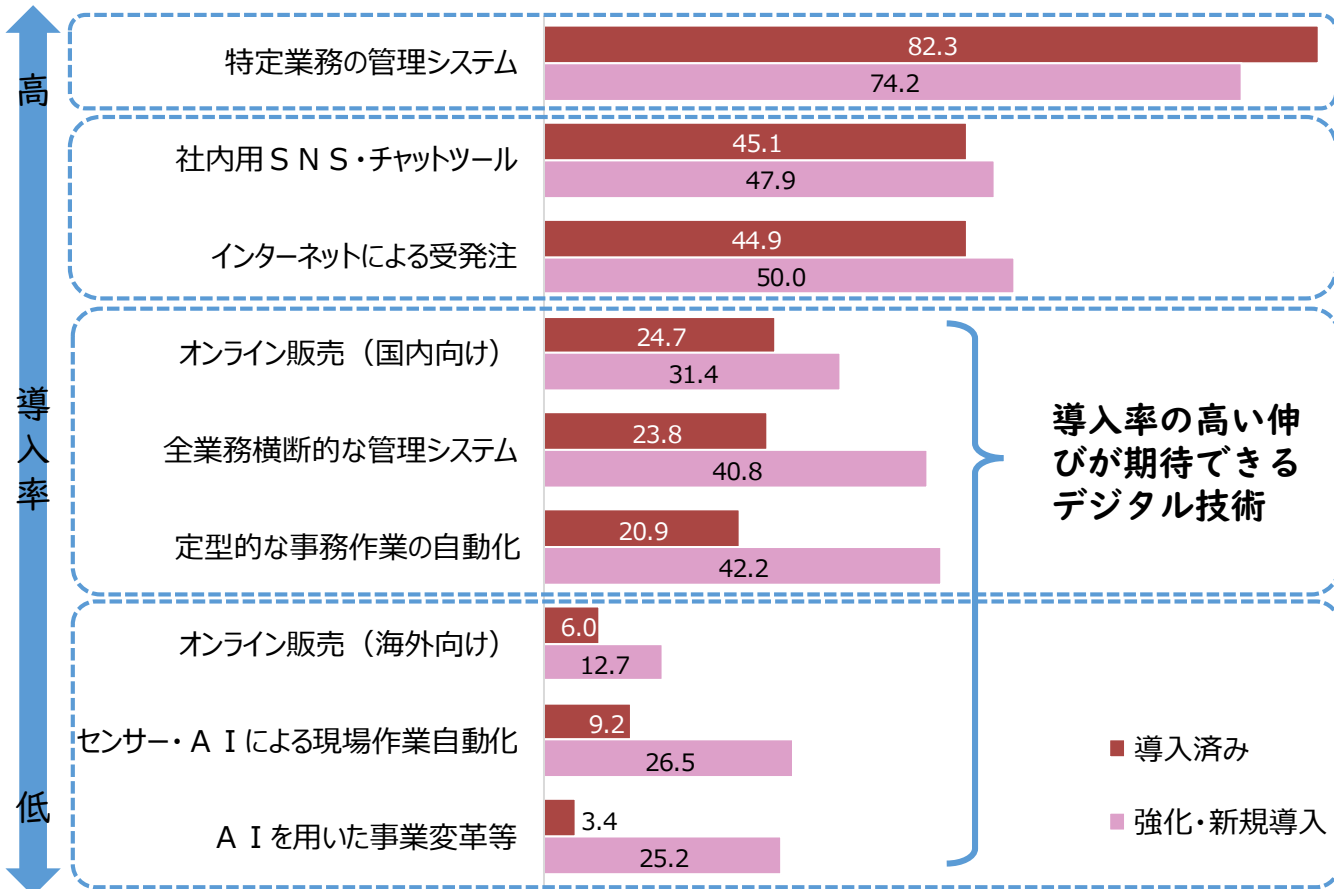
V-1 デジタル技術等の導入状況

【特定業務の管理システムやSNS等のコミュニケーションツールは一定普及する一方、全社業務管理システムやAIは今後導入が進むと見込まれる】

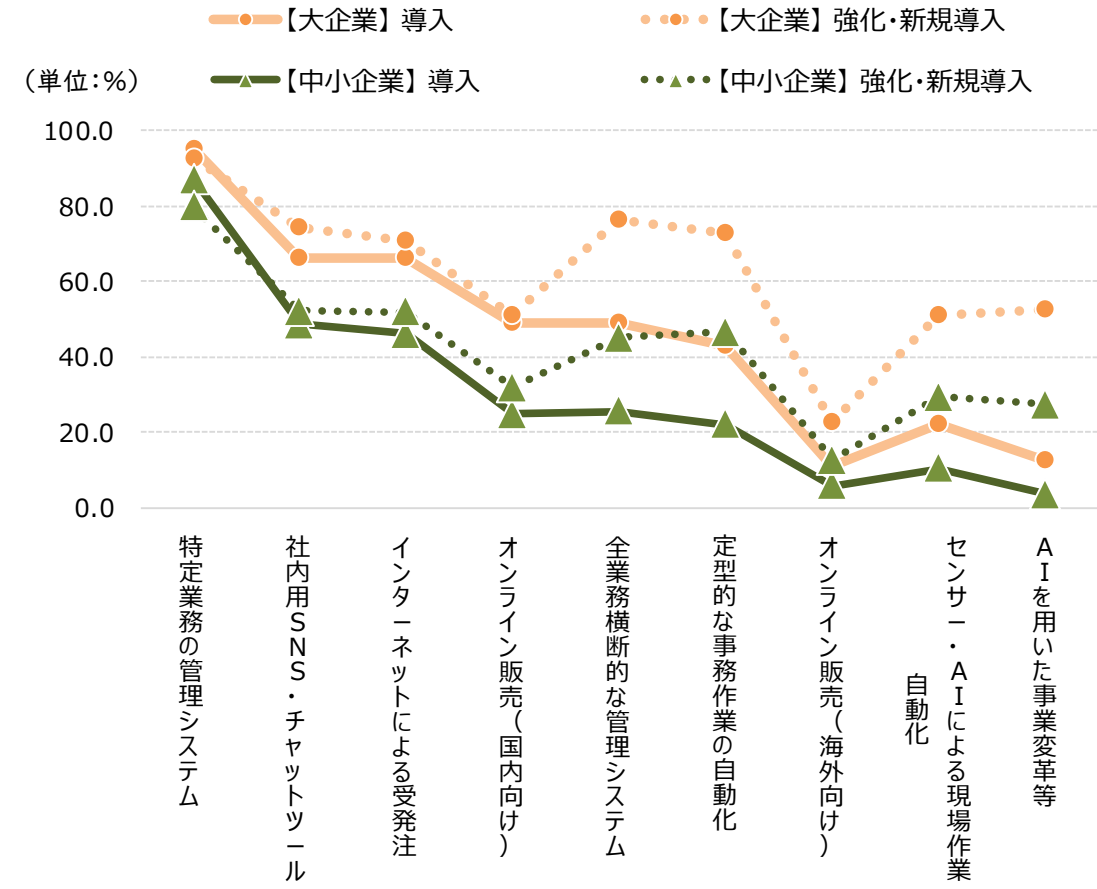
◆ 府内企業が導入するデジタル技術を見ると、販売や生産などの特定業務の管理システムは8割超、社内用SNS・チャットツール、インターネットによる受発注は4割超が導入しており、これらについては一定普及しているとみられる

◆ 一方、オンライン販売（国内向け）、全業務横断的管理システム、事務作業の自動化は2割超、またオンライン販売（海外向け）やAI等による現場作業の自動化や事業変革等は1割未満と、現状でこれらのデジタル技術を導入する企業は少ないものの、今後、強化・新規導入への取組み意欲を持つ企業により、今後の導入率の伸びは既に普及のみられるデジタル技術を上回るとみられ、また大企業に後れながらも中小企業でも導入が進むとみられる

【全体】 0.0 20.0 40.0 60.0 80.0(%)



【企業規模別】

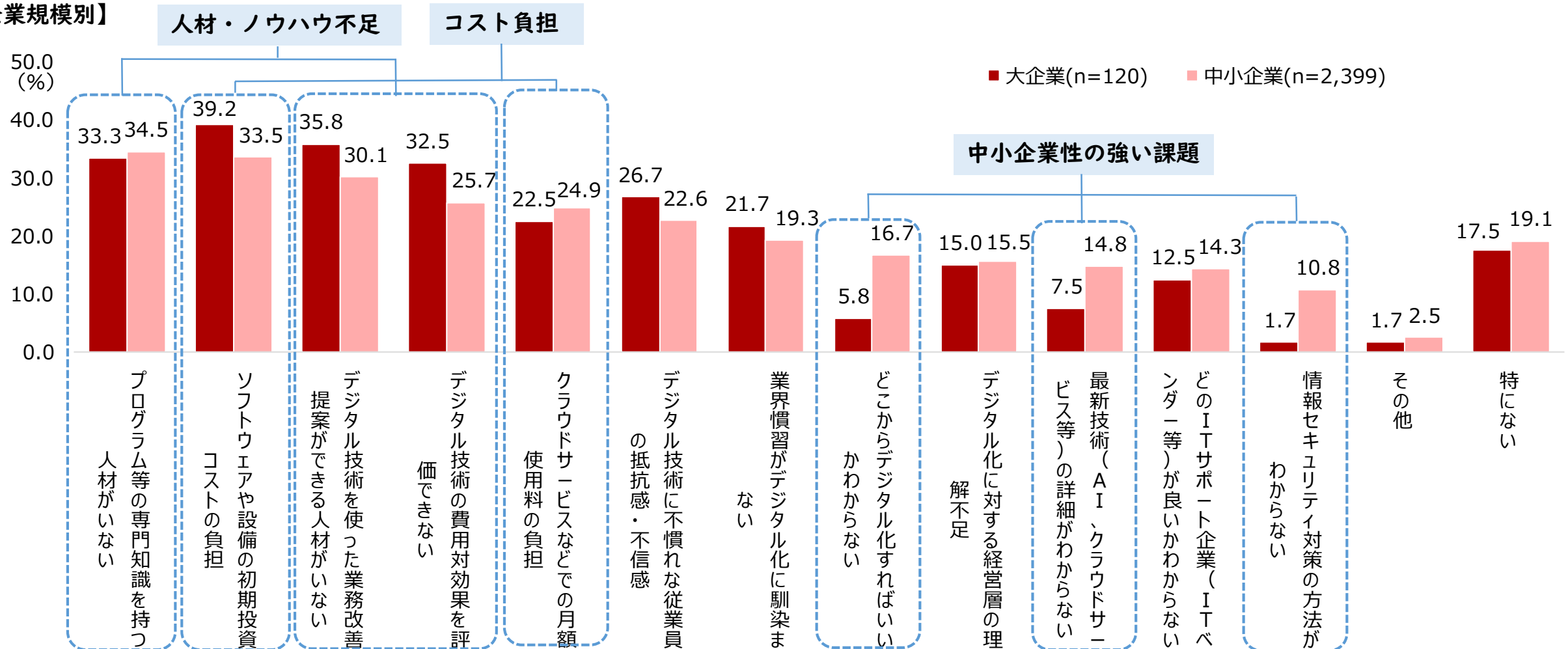


V-2 デジタル化推進の課題

【デジタル化推進の課題は人材・ノウハウ不足とコスト負担、中小企業では加えて、基礎知識や最新情報、セキュリティ対策も課題】

- ◆ デジタル化推進の課題は、「専門知識を持つ人材の不足」や「デジタル化による業務改善ができる人材の不足」及び「デジタル技術の費用対効果などの評価能力不足」といった**人材・ノウハウ不足**と、「ソフトウェア等の初期投資」や「クラウドサービス等の月額使用料」などの**コスト負担**を挙げる企業が多い
- ◆ 中小企業では相対的に、「どこからデジタル化していいかわからない」、「最新技術がわからない」など**基礎知識・情報不足**や**セキュリティ面**が課題

【企業規模別】



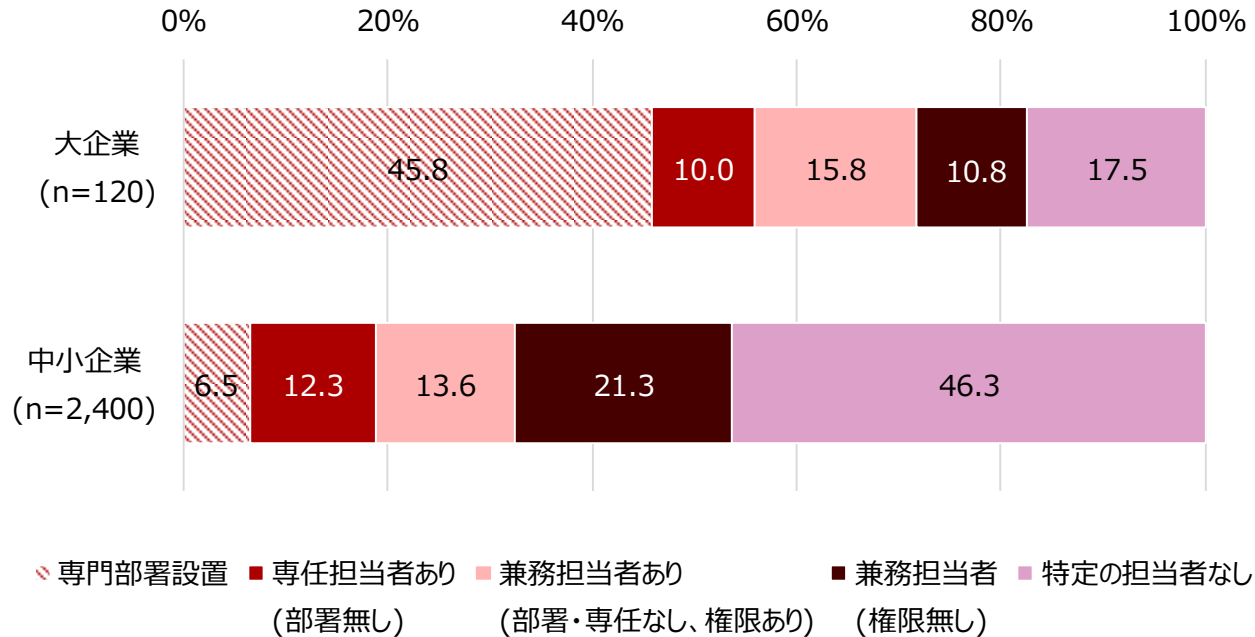
V-3 デジタル化推進のための組織・人材

【専門部署を設置し専門人材を抱える大企業に比べ、中小企業では担当者なし、または兼務するケースが多数を占めるなど十分な人材確保ができていない】

◆ デジタル化推進の担当として、大企業では「専門部署設置（45.8%）」が多いが、中小企業では「特定の担当者なし（46.3%）」が多く、また3分の1ほどの中小企業では、兼務者が担当している

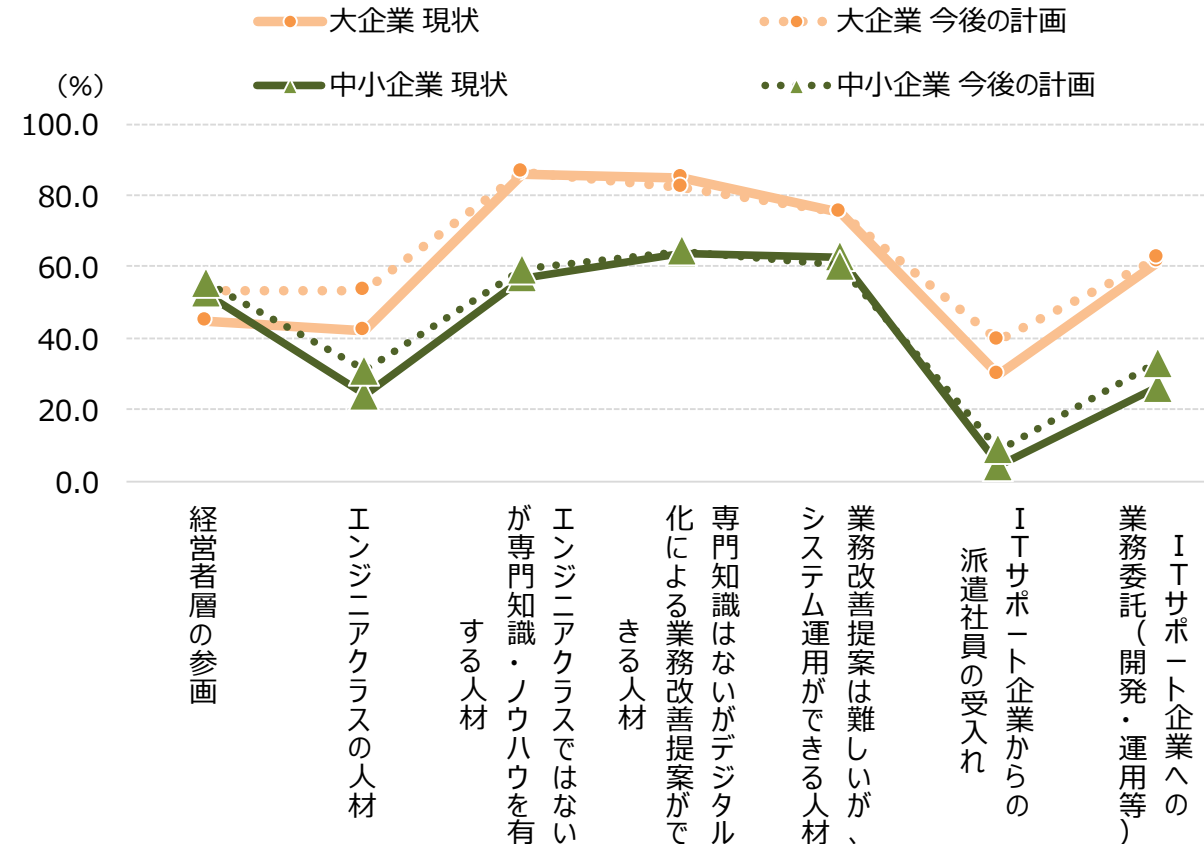
◆ デジタル化推進を担当する人材では、経営者の参画は企業規模に差はないが、それ以外の人材については、中小企業では大企業ほど確保できていない

【デジタル化推進担当者の配置状況（企業規模別）】



【デジタル化のための社内人材等確保状況（企業規模別）】

※担当者配置企業のみ集計

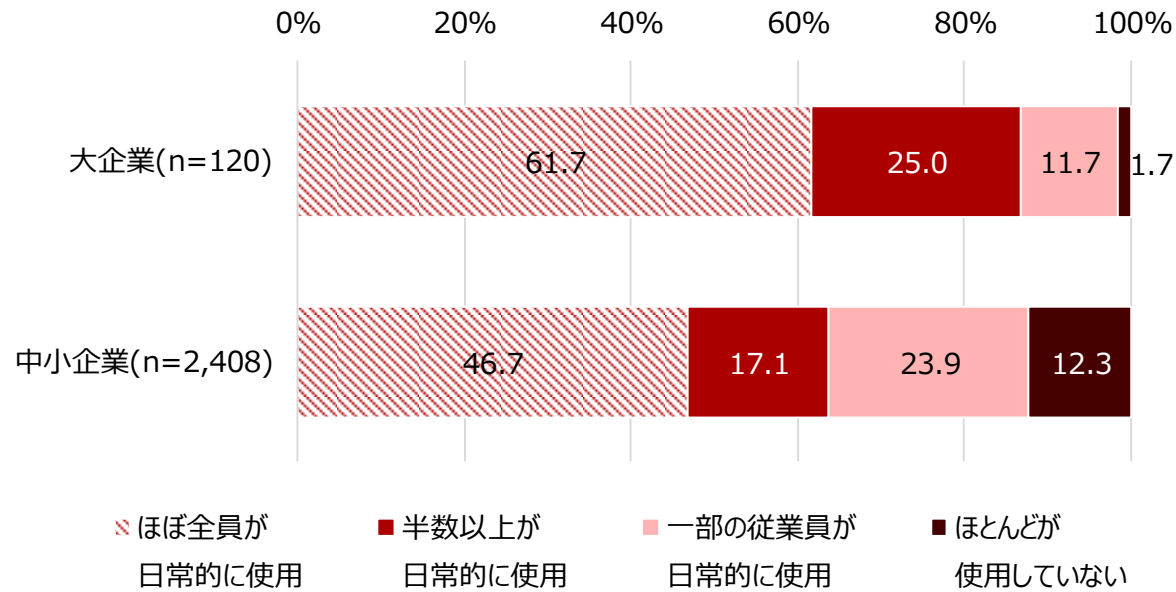


V-4 従業員のITリテラシとサポート体制

【大企業に比べ、中小企業ではITリテラシの低いと思われる従業員が多く、サポート体制も未整備な企業が多い】

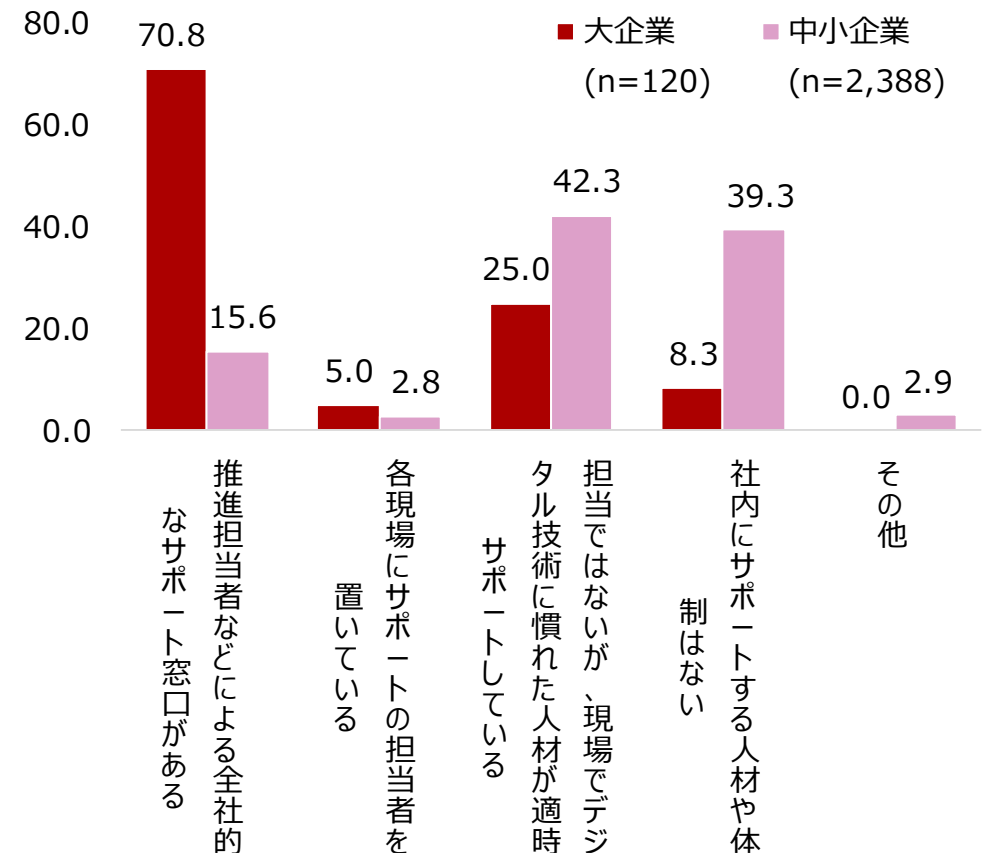
- ◆ 従業員のデジタル機器の活用状況について、大企業では6割超が「ほぼ全員が日常的に使用」しているのに対し、中小企業では、「ほとんど使用していない」が1割超、「一部の従業員が日常的に使用(23.9%)」を含め、デジタル機器に不慣れ(ITリテラシの低い)と思われる従業員を多数抱える企業が多い
- ◆ 大企業では、7割超が全社的なサポート体制を有しているが、中小企業では、サポート人材がおらず、また慣れた人材が都度対応しているケースが多い

【従業員のデジタル機器の使用状況（企業規模別）】



【社内のサポート体制（企業規模別）】

(単位:%)



V-5 DX (デジタルトランスフォーメーション) の現状評価と3年後の目標

【デジタル化が進んでいる企業は、現状では4割超であり、3年後の目標では7割超】

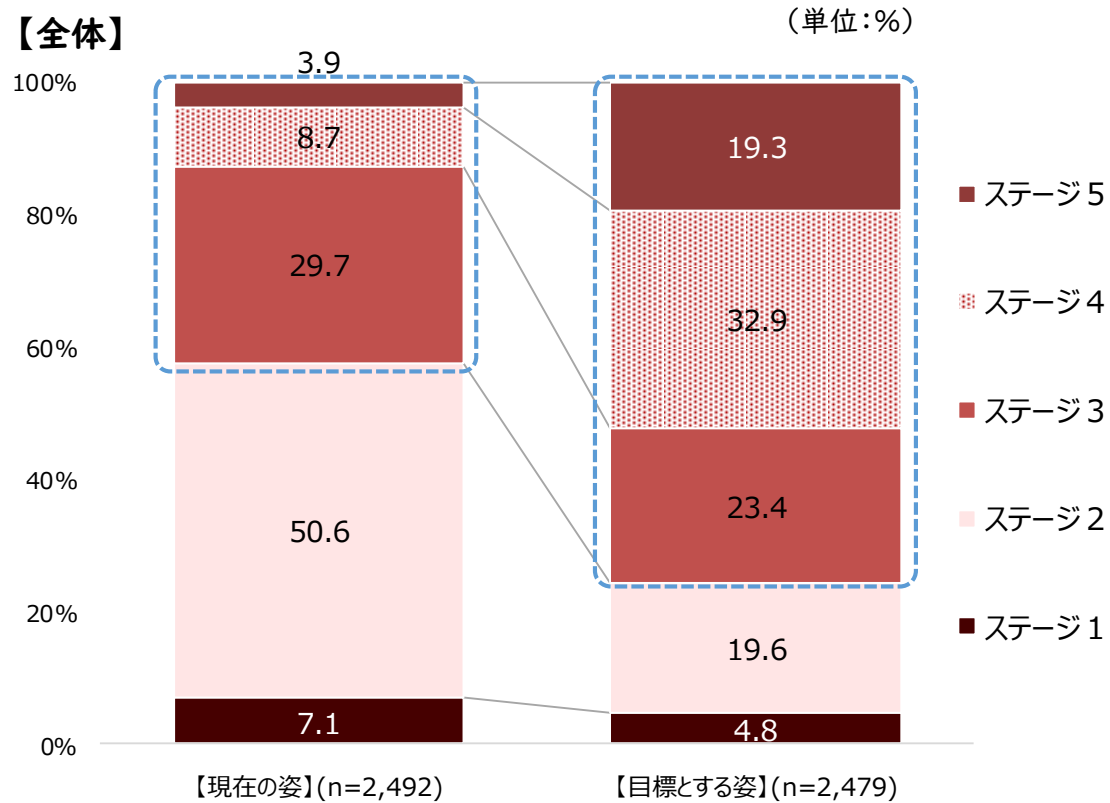
- ◆ DXの実現に向けた5ステージの「現状の姿」としては、最上位の「ステージ5 (3.9%)」に到達する企業がわずかであり、デジタル技術の活用が一定進展している「ステージ3」以上が4割超となっているが、3年後に「目標とする姿」では、「ステージ3」以上は75.6%と多くの企業がDX実現に意欲を示している
- ◆ 大企業は、ステージ4以上が現状の2割超から8割超と大きく変化するが、中小企業でもステージ3以上が、現状の4割超から7割超となっている

◆DXステージ (現状と3年後に目標とする姿)

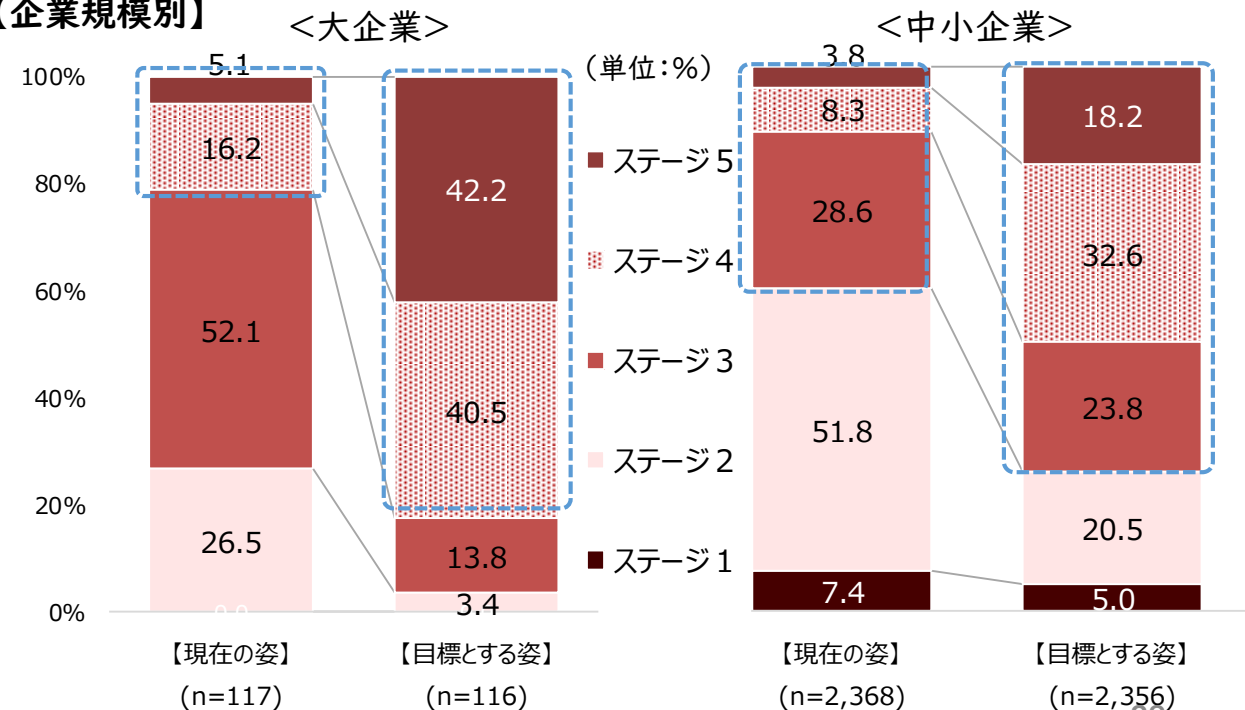
回答企業が、自己の評価・認識として、「現状の姿」、3年後に「目標とする姿」を、それぞれ、5ステージ(右表)から選択した結果を集計

DX実現に向けた5ステージ	
ステージ5	全社戦略により、デジタル技術 (AI, ICT等) を活用した事業・組織の変革、競争力向上を実現
ステージ4	業務横断的なデジタル管理により、幅広い事業分野で業務効率化や売上向上を実現
ステージ3	個別業務 (管理システム、ECサイト等) でデジタル技術を用いた業務効率化や売上向上を実現
ステージ2	資料作成 (文書や数量データ等) やインターネット等、一部でパソコンなどのデジタル機器を活用
ステージ1	パソコンやインターネットなどのデジタル技術はほとんど使わない

【全体】



【企業規模別】

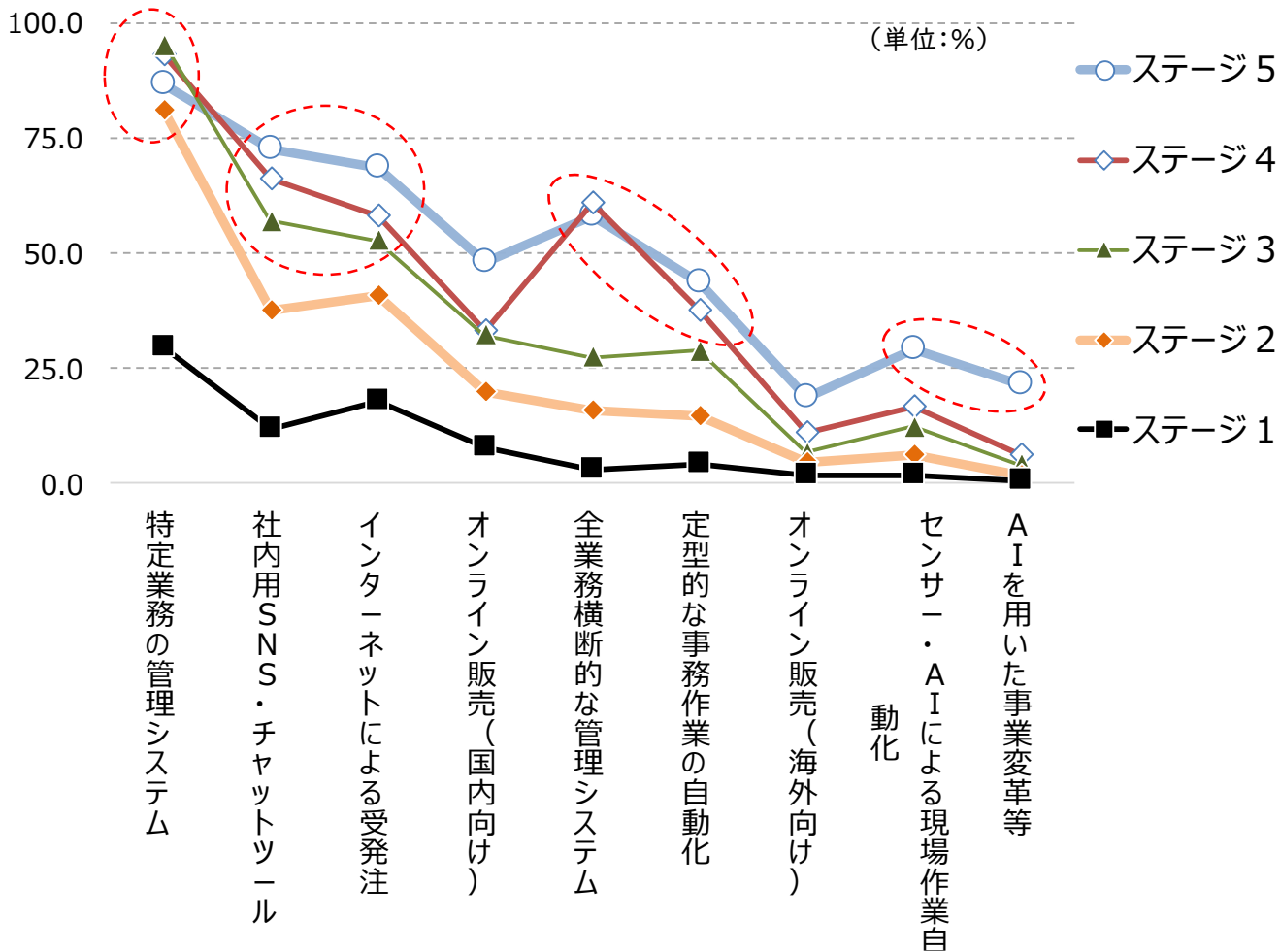


V-6 DXステージ（現在の姿）別のデジタル技術導入状況

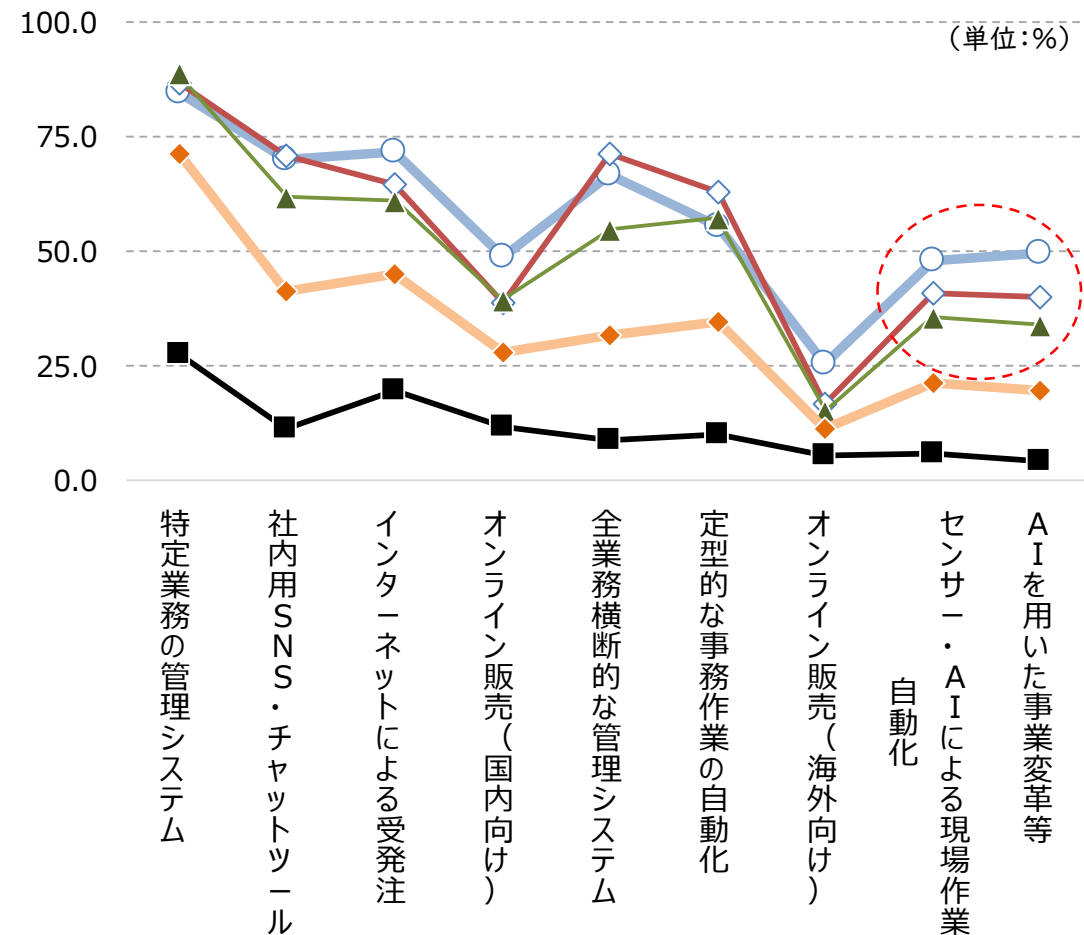
【ステージ5でAI活用が進む一方で、ステージ1では未だ業務管理システムの導入が進んでいないなど、DXステージにより明確な差がみられる】

- ◆ 導入済みのデジタル機器等に関して、「特定の業務の管理システム」はステージ2～5では7割以上と、ステージ1と大きな開きがあり、SNSやチャット、インターネットによる受発注はステージ3～5において5割以上で導入済み、さらに全社的な管理システムや事務作業自動化はステージ4、5が、またAIに活用はステージ5で他のステージよりも導入が進むなど、DXステージによりデジタル機器導入に明確な差がみられる
- ◆ 強化・新規導入するデジタル機器では、ステージ3～5においてAI活用意向が高くなっている

【導入済みのデジタル機器等（DXステージ別）】



【強化・新規導入するデジタル機器（DXステージ別）】



V-7 DXステージ（現在の姿）別のデジタル技術推進の課題

【ステージ2やステージ3など、DX実現への取組みの初期段階にいる企業ほど多くの課題に直面している】

- ◆ デジタル機器等の活用が進展しはじめたステージ2や、さらなる活用の進展を図るステージ3で、デジタル化推進の課題認識が強く表れている
- ◆ 相当にデジタル化が進展しているステージ5とデジタル化への取組みがほとんどないステージ1では、課題が「特にない」とする企業が3分の1以上を占める

【DXステージ別のデジタル化推進の課題】

（単位：%）

	ステージ5 (n=96)	ステージ4 (n=211)	ステージ3 (n=735)	ステージ2 (n=1,217)	ステージ1 (n=166)
プログラム等の専門知識を持つ人材がいない	18.8	30.8	36.6	37.8	16.9
ソフトウェアや設備の初期投資コストの負担	27.1	35.5	41.9	32.9	12.7
デジタル技術を使った業務改善提案ができる人材がいない	10.4	18.0	33.1	34.4	20.5
デジタル技術の費用対効果を評価できない	14.6	23.2	30.3	27.5	10.2
クラウドサービスなどでの月額使用料の負担	21.9	28.0	29.5	24.2	12.7
デジタル技術に不慣れな従業員の抵抗感・不信感	19.8	19.9	24.6	24.6	14.5
業界慣習がデジタル化に馴染まない	6.3	14.2	16.9	22.7	23.5
どこからデジタル化すればいいかわからない	6.3	6.2	10.1	19.9	32.5
デジタル化に対する経営層の理解不足	9.4	10.4	14.6	17.8	12.7
最新技術（AI、クラウドサービス等）の詳細がわからない	6.3	13.7	14.3	16.1	8.4
どのITサポート企業（ITベンダー等）が良いかわからない	8.3	10.4	15.0	15.6	9.6
情報セキュリティ対策の方法がわからない	7.3	9.0	8.7	11.8	6.6
その他	2.1	1.9	2.0	2.1	5.4
特にない	34.4	25.1	15.4	15.3	36.7

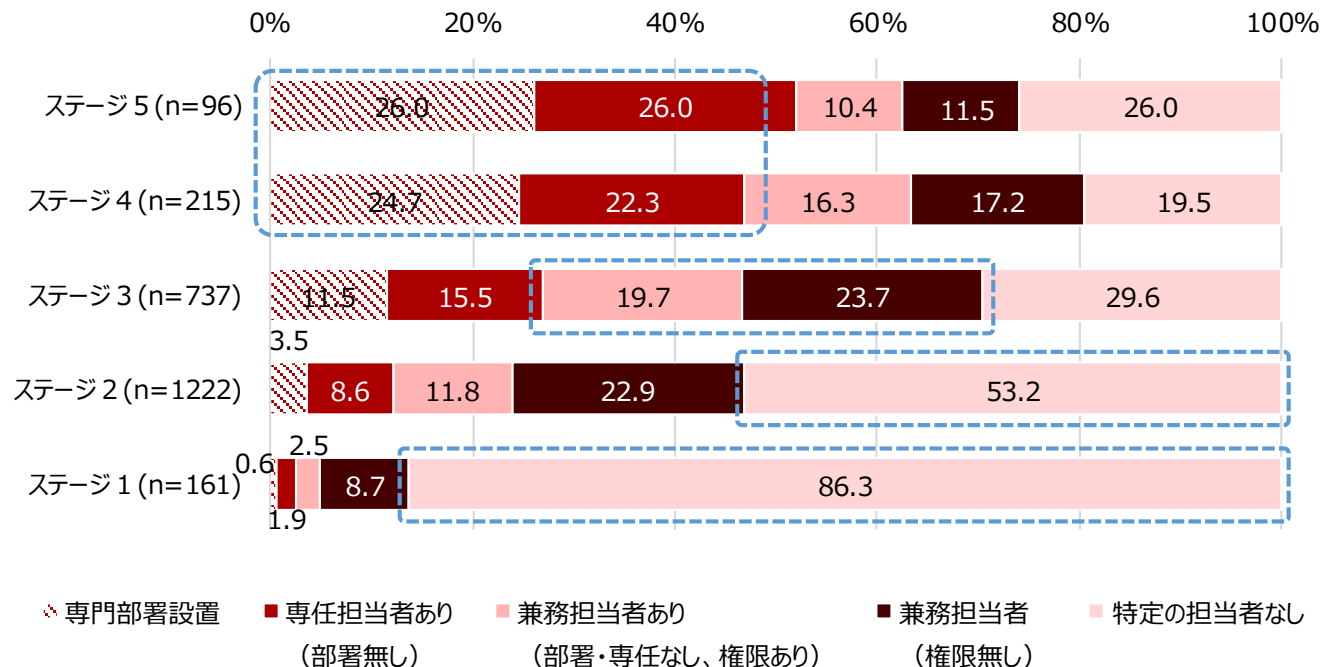
※  回答率20%以上

V-8 DXステージ（現在の姿）別のデジタル化推進のための組織・人材

【一定以上のデジタル化が進展しているステージ3以上では、ステージ1、2に比べ、デジタル化推進の人材確保が進んでいる】

- ◆ デジタル化推進担当者について、ステージ5は、「専門部署設置（26.0%）」及び「専任担当者あり（26.0%）」と、**専門の部署・担当者を置く企業が5割超**になっており、ステージ4でも5割弱の企業が同様の体制を有しており、**ステージ3では兼務担当者が4割超と主流**となっているが、一方で、**ステージ2では5割超が、ステージ1では8割以上が「特定の担当者なし」と**なっている
- ◆ 社内人材の確保について、ステージ3~5では、3分の2以上の企業が、専門知識を持つ人材やデジタル化による業務改善やシステム運用ができる人材を抱え、経営者層が参画する企業も多いのに対し、ステージ1、2ではそうした人材の確保が進んでおらず、特にステージ1では、経営者層の参画が少ない

【デジタル化推進担当者の配置状況（DXステージ別）】



【デジタル化のための社内人材等確保状況（DXステージ別）】

（単位：%）

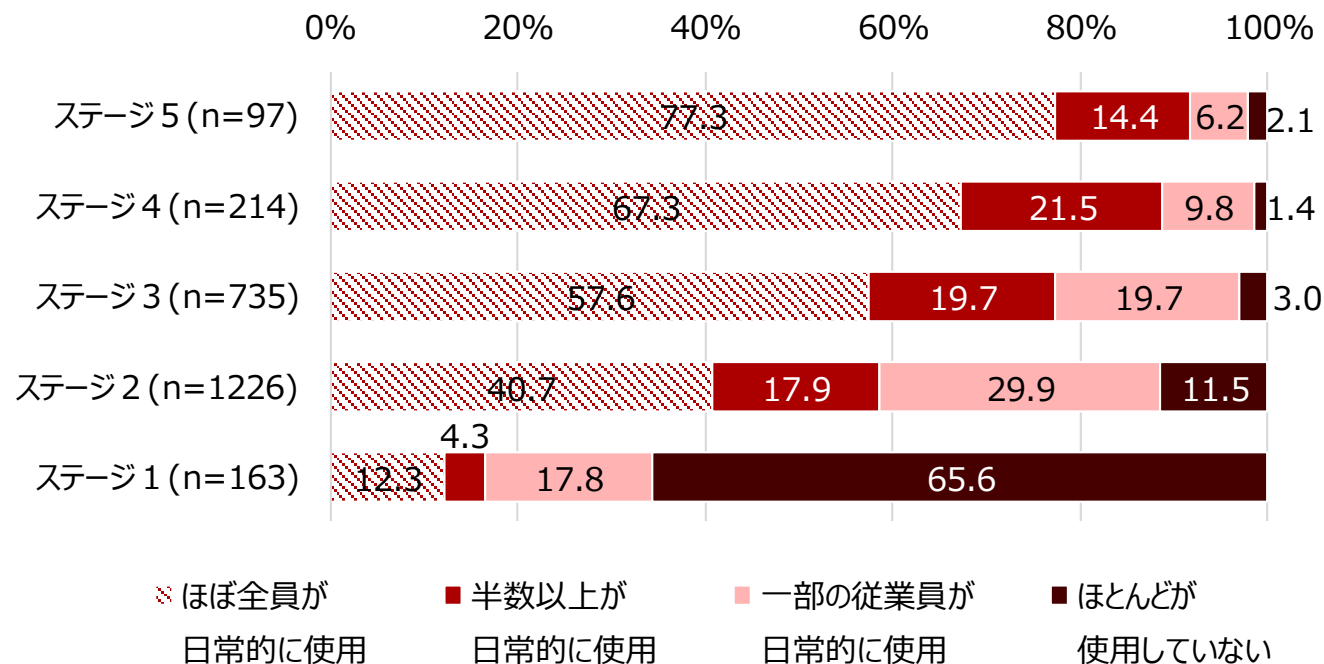
	ステージ5	ステージ4	ステージ3	ステージ2	ステージ1
経営者層の参画	67.2	60.6	55.9	44.9	27.3
エンジニアクラスの人材	39.7	40.1	27.2	17.9	9.5
エンジニアクラスではないが専門知識・ノウハウを有する人材	69.1	69.8	64.3	49.9	50.0
専門知識はないがデジタル化による業務改善提案ができる人材	67.6	72.4	73.2	56.7	45.0
業務改善提案は難しいが、システム運用ができる人材	62.7	65.7	67.6	60.4	50.0
ITサポート企業からの派遣社員の受入れ	16.2	10.6	6.4	3.7	0.0
ITサポート企業への業務委託（開発・運用等）	35.8	40.9	33.8	21.2	10.5

V-9 DXステージ(現在の姿)別の従業員のITリテラシとサポート体制

【DX実現の取組みが進んでいる企業では、従業員のITリテラシが高く、サポート体制も整備されている】

- ◆ 従業員のデジタル技術活用状況は、ステージが上がるほど「ほぼ全員が日常的に使用」する割合が増加しており、ITリテラシの高い従業員が多いとみられる
- ◆ ステージ1では、6割超の企業で、従業員のほとんどがデジタル機器を活用していない
- ◆ 社内のサポート体制は、ステージが上がるほど、全社的な窓口を設置する企業の割合が多くなり、逆にステージ1や2ではサポート体制のない企業が多い

【従業員のデジタル機器の使用状況 (DXステージ別)】



【社内のサポート体制 (DXステージ別)】

(単位:%)

	ステージ5 (n=96)	ステージ4 (n=213)	ステージ3 (n=734)	ステージ2 (n=1,214)	ステージ1 (n=161)
推進担当者などによる全社的なサポート窓口がある	41.7	39.0	25.5	11.0	1.9
各現場にサポートの担当者を置いている	7.3	7.5	4.1	1.6	0.0
担当ではないが、現場でデジタル技術に慣れた人材が適時サポートしている	38.5	46.5	49.6	40.5	11.8
社内にサポートする人材や体制はない	19.8	12.2	22.3	45.7	81.4
その他	4.2	1.9	2.6	2.6	5.6

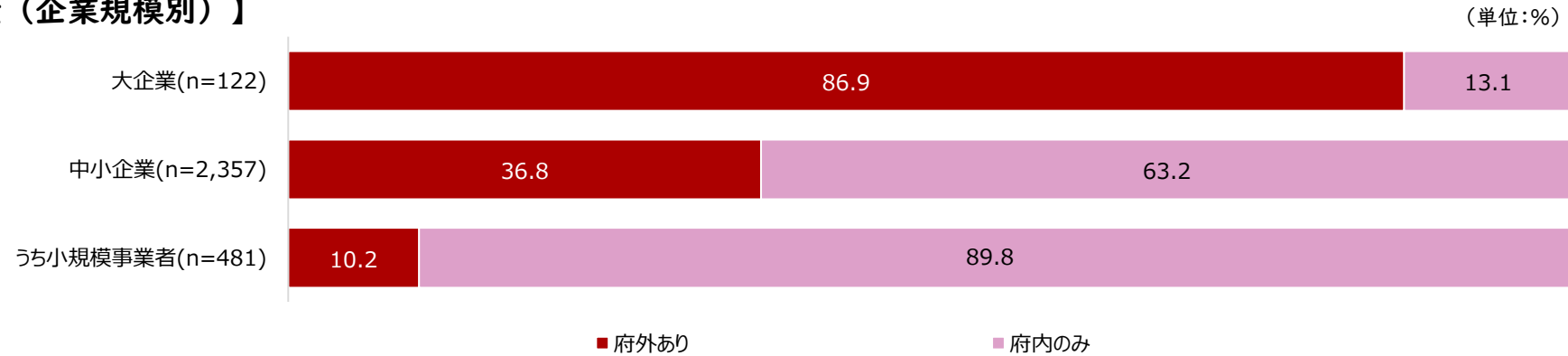
VI 立地・海外販売・調達

VI-1 府外拠点を有する国・地域

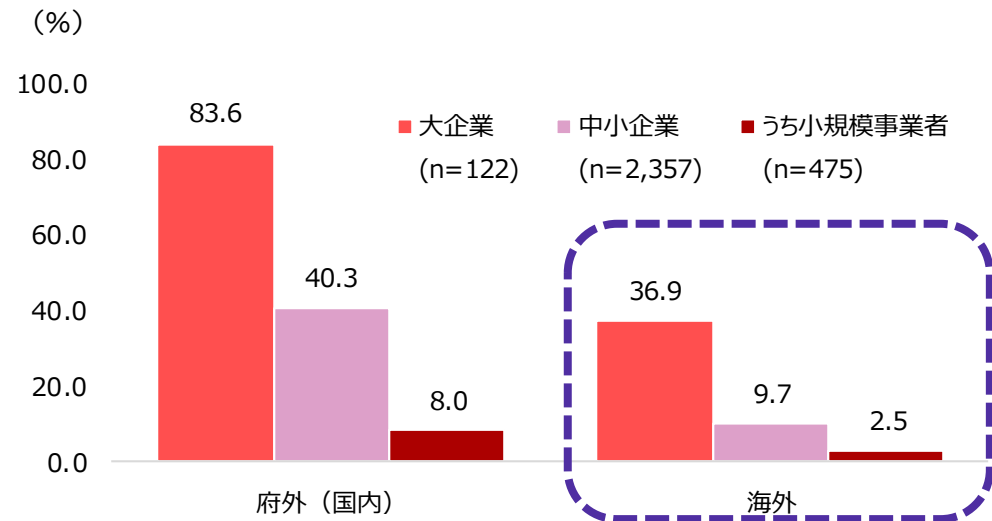
【海外拠点を有する企業は企業規模により大きく異なるが、立地する地域は規模に関係なく中国、ASEANが多い】

- ◆ 大阪府外に拠点を有する企業は、大企業で86.9%に対し、中小企業は36.8%、うち小規模事業者は10.2%
- ◆ 海外拠点を有する企業は、大企業は36.9%、中小企業は9.7%、うち小規模事業者は2.5%
- ◆ 海外拠点のある国・地域は、いずれの規模でも「中国」、「ASEAN」が多く、特に中小企業はこれらに集中的に進出している

【府外拠点の有無（企業規模別）】



【府外拠点ありの内訳（企業規模別）】



【拠点を有する海外の国・地域（各上位5つ）】 (単位:%)

大企業(n=45)		中小企業(n=170)		うち小規模事業者(n=12)	
中国	71.1	中国	56.6	中国	58.3
ASEAN	60.0	ASEAN	47.3	ASEAN	16.7
米国	40.0	台湾	15.4	米国	16.7
その他海外	37.8	米国	13.2	韓国	16.7
台湾	22.2	韓国	9.9	欧州	16.7

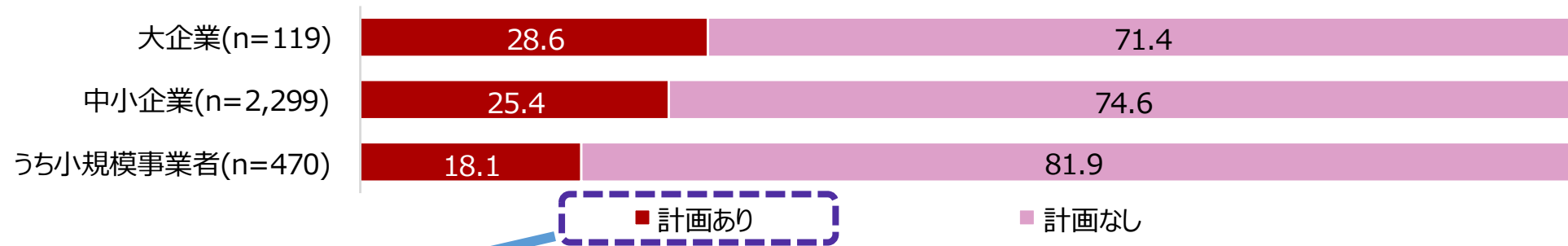
VI-2 新規に立地計画のある国・地域

【新たな立地計画を持つ企業は3割弱であり、そのうち府内立地計画を有する企業は中小企業で6割超、大企業で5割超】

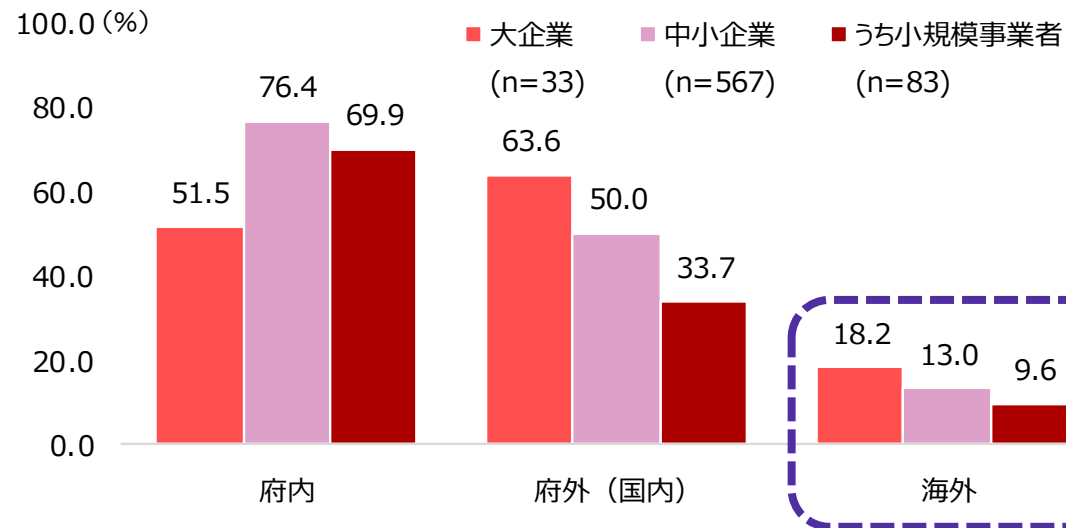
- ◆ 新たな立地計画を有するのは、大企業が28.6%に対し、中小企業は25.4%、うち小規模事業者は18.1%
- ◆ 立地先は、中小企業や小規模事業者では**府内**が7割前後と中心になっているが、海外への計画もあり、**中小企業では「ASEAN」、「中国」**を目指す企業が多い
- ◆ 大企業は、中小企業に比べ府外が多いものの、**5割超は府内への立地計画**を有している

【新規立地計画の有無（企業規模別）】

(単位:%)



【新規立地計画の国・地域（企業規模別）】



【新規立地計画のある海外の国・地域（上位5つ）】(単位:%)

中小企業(n=63)	
ASEAN	46.0
中国	20.6
米国	9.5
欧州	6.3
インド	6.3
台湾	6.3

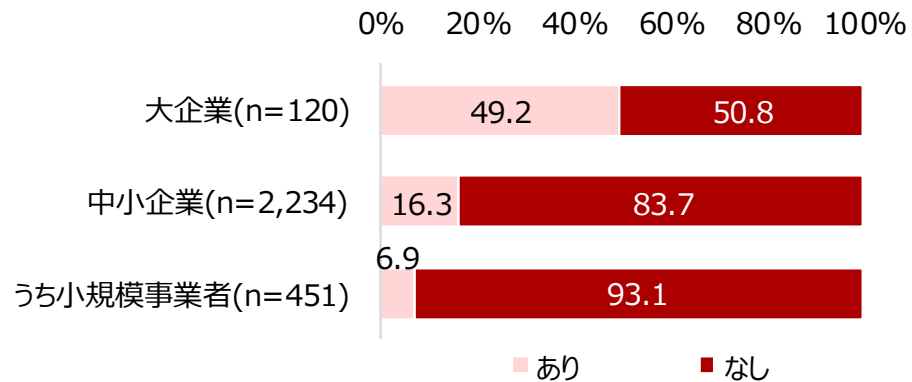
(注) 大企業、小規模事業者はサンプル数が一桁のため非掲載。

VI-3 海外販売の実施状況

【海外販売を行う企業はやや減少するが、今後、取組む企業ではASEANを重視する企業が多い】

- ◆ 海外販売（輸出、現地販売等）を行う企業は、大企業で約5割、中小企業では2割弱であるが、いずれも今後は減少が見込まれる
- ◆ 販売先の国・地域では、いずれの規模でも現状では「中国」が最も多いが、今後は各規模とも「ASEAN」を販売先として重視している企業が多い

【海外販売の実施状況（企業規模別）】



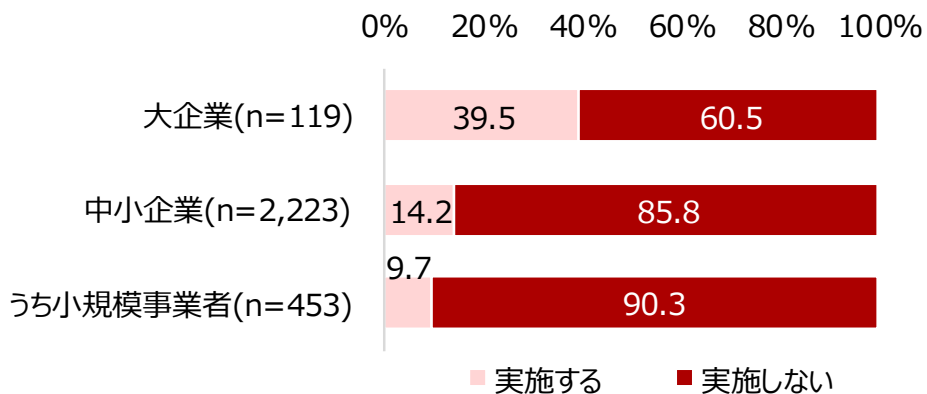
【海外販売先の国・地域（企業規模別、各上位5つ）】

(単位:%)

大企業(n=59)		中小企業(n=364)		うち小規模事業者(n=31)	
中国	71.2	中国	61.0	中国	38.7
ASEAN	71.2	ASEAN	51.1	その他海外	38.7
その他海外	50.8	台湾	41.5	米国	35.5
米国	49.2	韓国	36.0	台湾	29.0
韓国	40.7	米国	33.5	ASEAN	19.4

現在

今後



(単位:%)

大企業(n=47)		中小企業(n=318)		うち小規模事業者(n=14)	
ASEAN	61.7	ASEAN	53.5	ASEAN	36.4
中国	46.8	中国	44.3	その他海外	31.8
その他海外	44.7	米国	31.1	米国	29.5
米国	34.0	台湾	28.0	台湾	29.5
欧州	25.5	欧州	27.7	中国	27.3

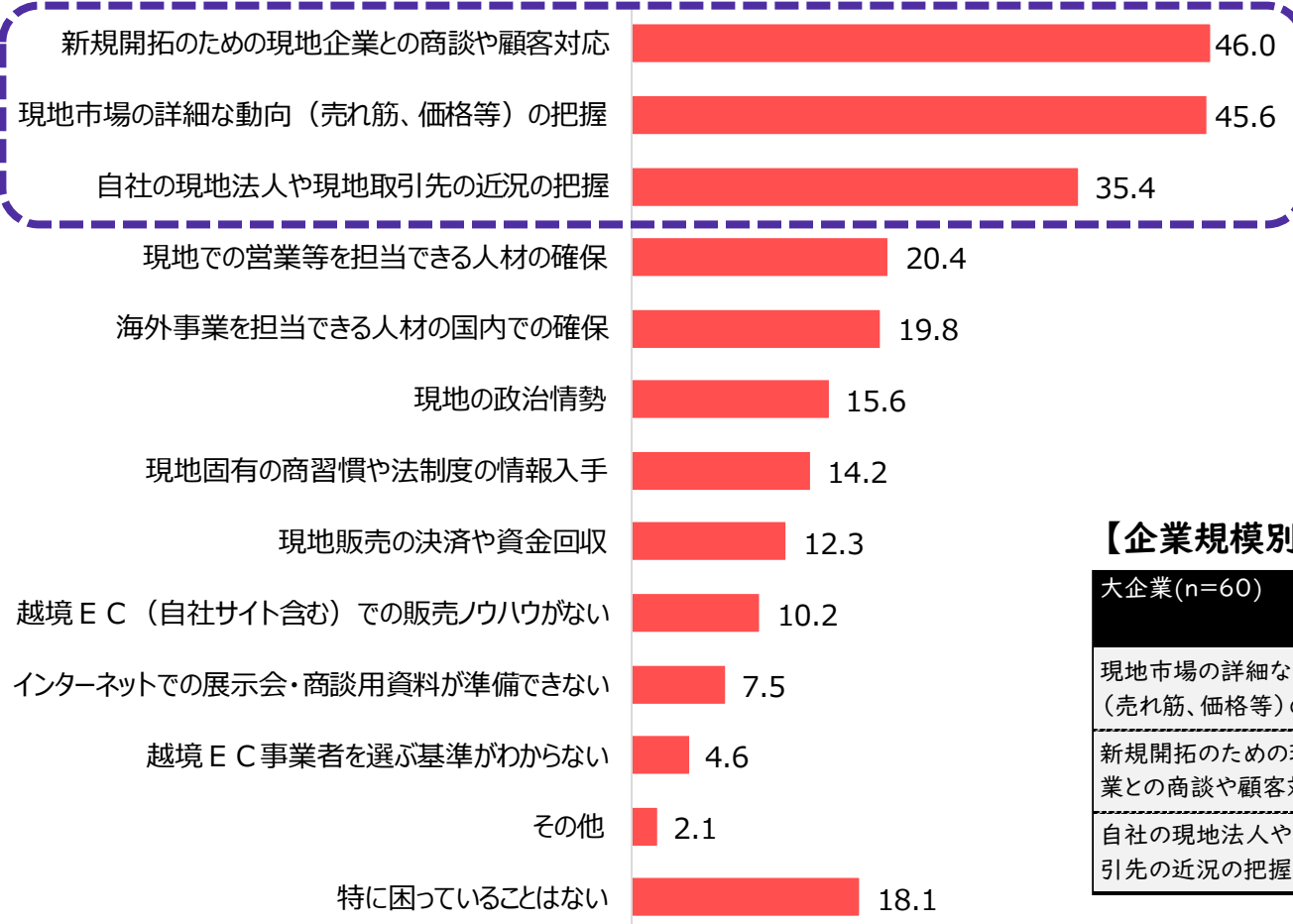
VI-4 渡航制限等に伴う海外販売の課題

【海外販売に意欲的な企業では、渡航制限等の影響により、個々の事業における市場や取引先等の現地情報の詳細把握が課題となっている】

- ◆ 海外販売に取り組む又は新規参入する企業が、コロナ禍による渡航制限等によって生じていると考える課題は、「新規開拓のための現地企業との商談や顧客対応（46.0%）」、「現地市場の詳細な動向の把握（45.6%）」、「自社の現地法人や現地取引先の近況の把握（35.4%）」といった各社固有の事業に関わる詳細情報の入手であるが、BtoC分野の企業や小規模事業者では、「現地販売での決済・資金回収」を課題に挙げる企業も多い。

【全体(n=480)】

(単位:%)



【販売先別（各上位3項目）】

(単位:%)

BtoC(n=60)		BtoB(n=397)	
新規開拓のための現地企業との商談や顧客対応	48.3	自社の現地法人や現地取引先の近況の把握	46.3
自社の現地法人や現地取引先の近況の把握	40.0	新規開拓のための現地企業との商談や顧客対応	44.8
現地販売の決済や資金回収	31.7	現地市場の詳細な動向（売れ筋、価格等）の把握	37.5

【企業規模別（各上位3項目）】

(単位:%)

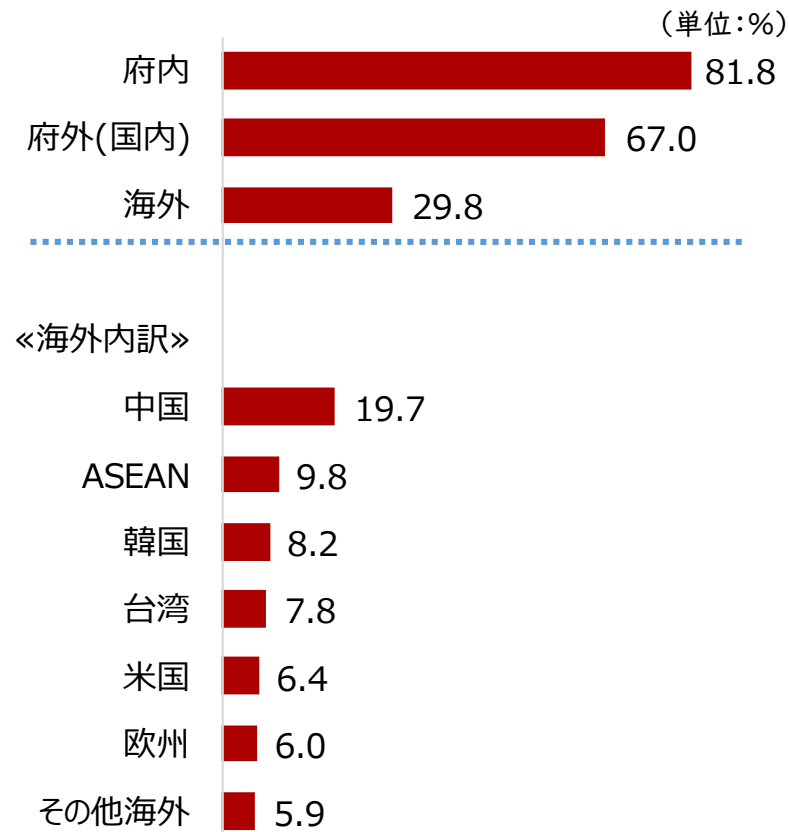
大企業(n=60)		中小企業(n=418)		うち小規模事業者(n=52)	
現地市場の詳細な動向（売れ筋、価格等）の把握	46.7	新規開拓のための現地企業との商談や顧客対応	46.7	新規開拓のための現地企業との商談や顧客対応	46.2
新規開拓のための現地企業との商談や顧客対応	43.3	現地市場の詳細な動向（売れ筋、価格等）の把握	45.5	現地市場の詳細な動向（売れ筋、価格等）の把握	40.4
自社の現地法人や現地取引先の近況の把握	38.3	自社の現地法人や現地取引先の近況の把握	34.9	現地販売の決済や資金回収	28.8

VI-5 現在と今後の調達先の国・地域

【調達先国・地域の変更を考える企業は全体で7.6%、海外調達を行う企業では約2割であるが、変更後も調達先として海外を重視する企業が多い】

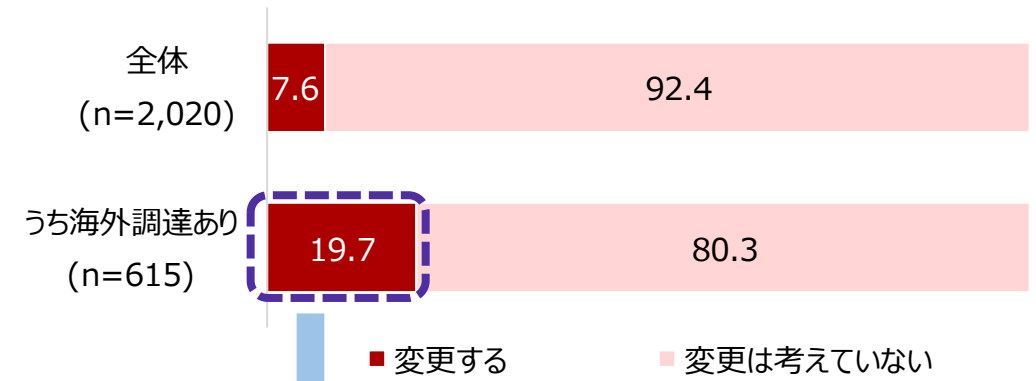
- ◆ 府内企業の調達先の国・地域は、「府内」が81.8%と最も多く、次に「府外(国内)」が67.0%、「海外」は29.8%であった
- ◆ 調達先の国・地域について変更を考える企業は全体で7.6%、うち海外調達を行う企業でも約2割に留まる
- ◆ 海外調達を行い調達先の変更意向のある企業で、海外を減らして国内を増やす企業は2割超に過ぎず、今後も海外を調達先として重要視している

【現在の調達先の国・地域(n=2,116)】

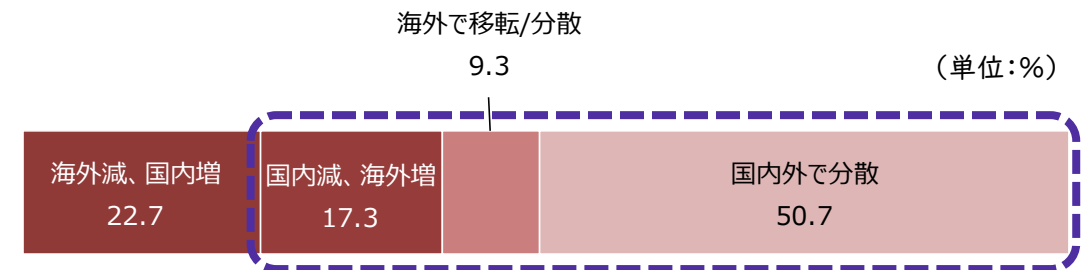


【調達先変更の意向】

(単位:%)



【「海外調達あり」で変更を検討する企業の意向(n=150)】



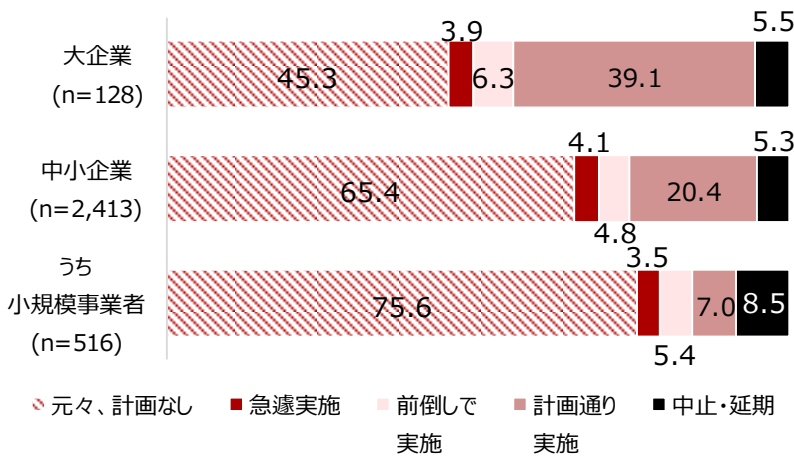
VII 新事業展開・コロナ禍後の経営方針

VII-1 新たな事業計画の実施状況①【企業規模別】

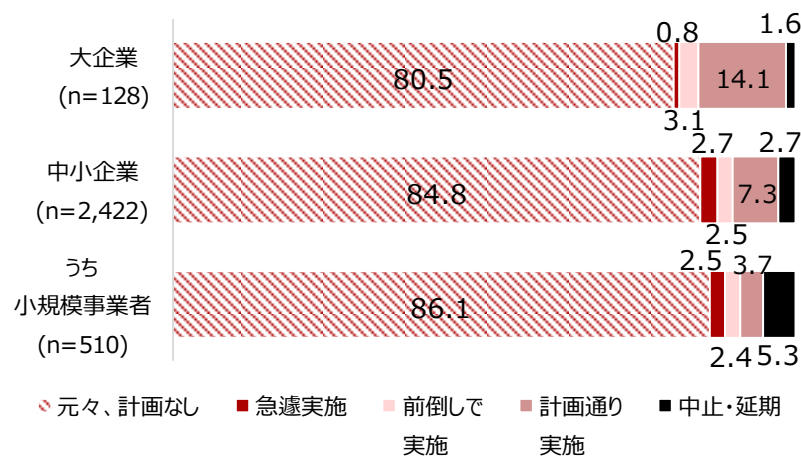
【全体としては大企業の方が事業計画を有していた割合が高いが、計画を有する企業では小規模事業者の方が柔軟に計画を変更している】

- ◆ 「新分野進出」については「元々、計画なし」が大企業で45.3%のところ、中小企業では65.4%、うち小規模事業者は75.6%と大企業ほど計画を有していた
- ◆ 「業種・業態の転換」、「事業の再編」は「元々、計画なし」であった企業が多数を占めているが、やや大企業の方が計画を有していた企業が多い
- ◆ 「元々計画なし」を除く集計をみると、企業規模が小さいほど、「急遽実施」又は「前倒して実施」や「中止・延期」など、計画を変更する企業の割合が高い

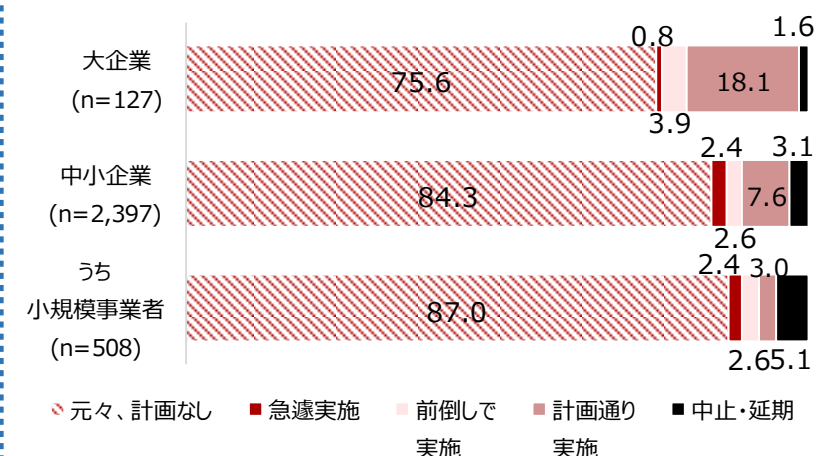
【新分野進出】(単位:%)



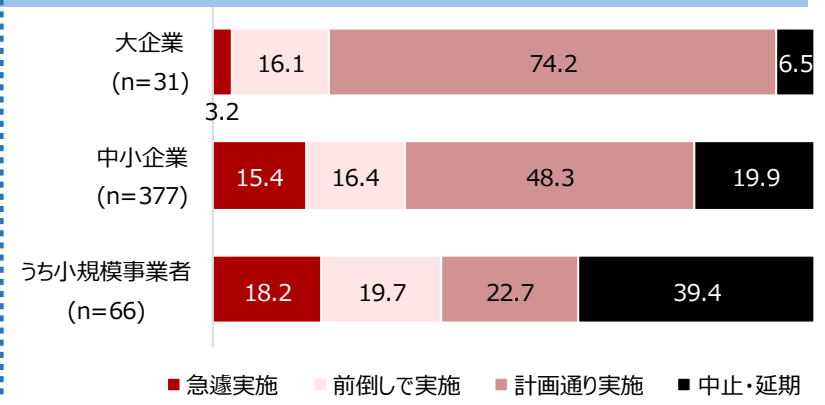
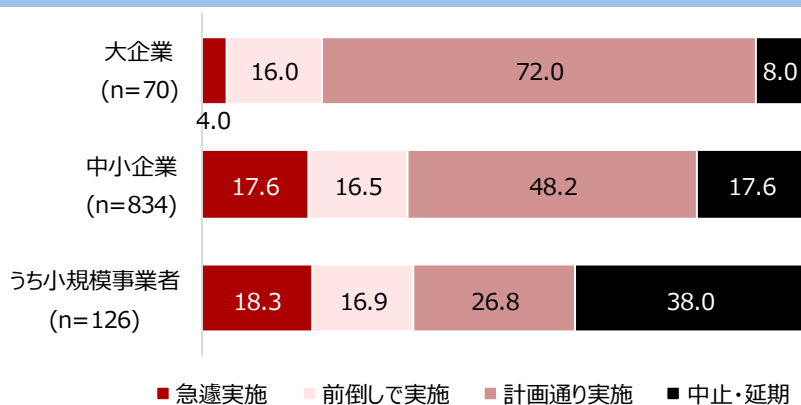
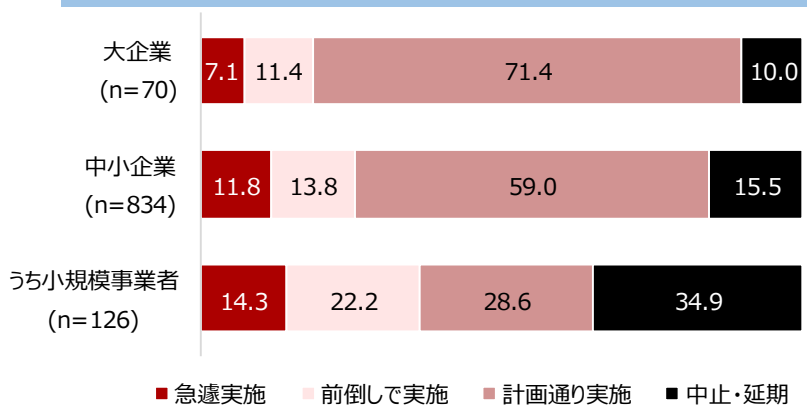
【業種・業態の転換】(単位:%)



【事業の再編】(単位:%)



「元々、計画なし」を除いて再集計



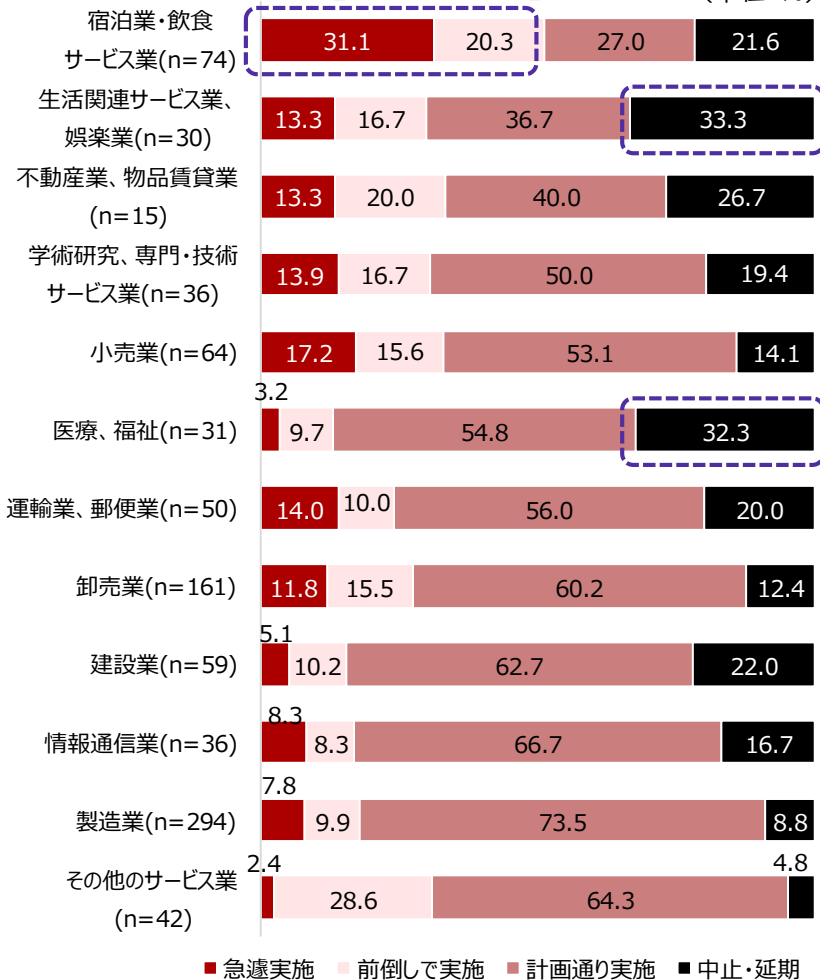
Ⅶ-1 新たな事業計画の実施状況②【業種別】

【業績悪化が顕著であった業種では、経営環境の変化に対応するため、臨機応変に事業計画を変更しているとみられる】

- ◆ 業績悪化が顕著であった「宿泊業・飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」は、新たな事業計画を「中止・延期」する企業が多いが、一方で「急遽実施」、また「前倒して実施」する割合も高い
- ◆ 「医療、福祉」では、新たな事業計画の実施を「中止・延期」する割合が高い

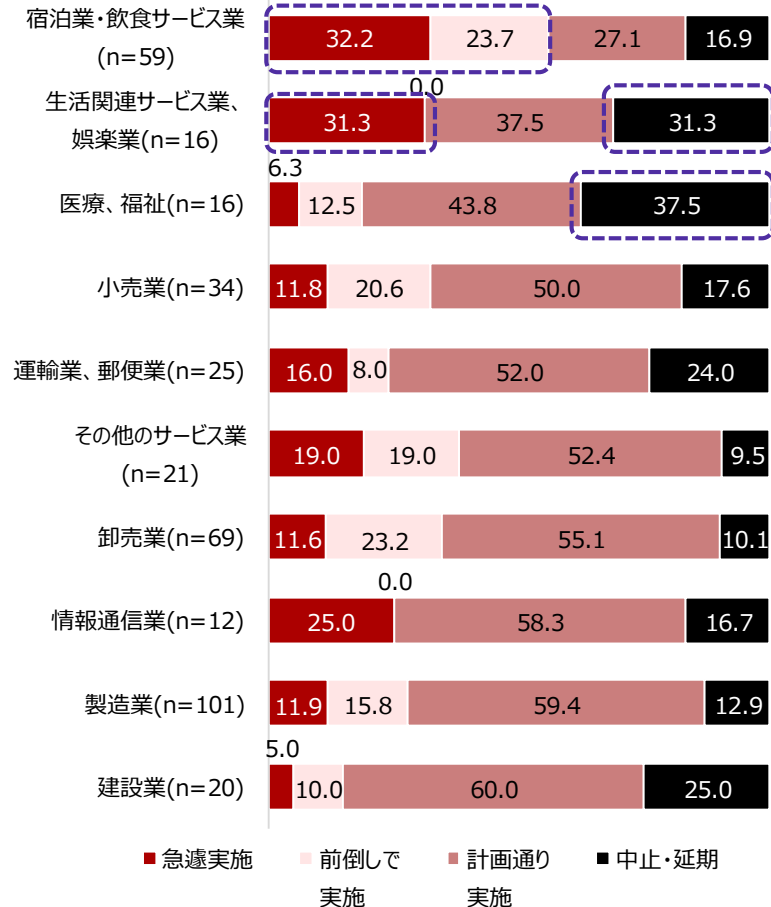
【新分野進出】

(単位:%)



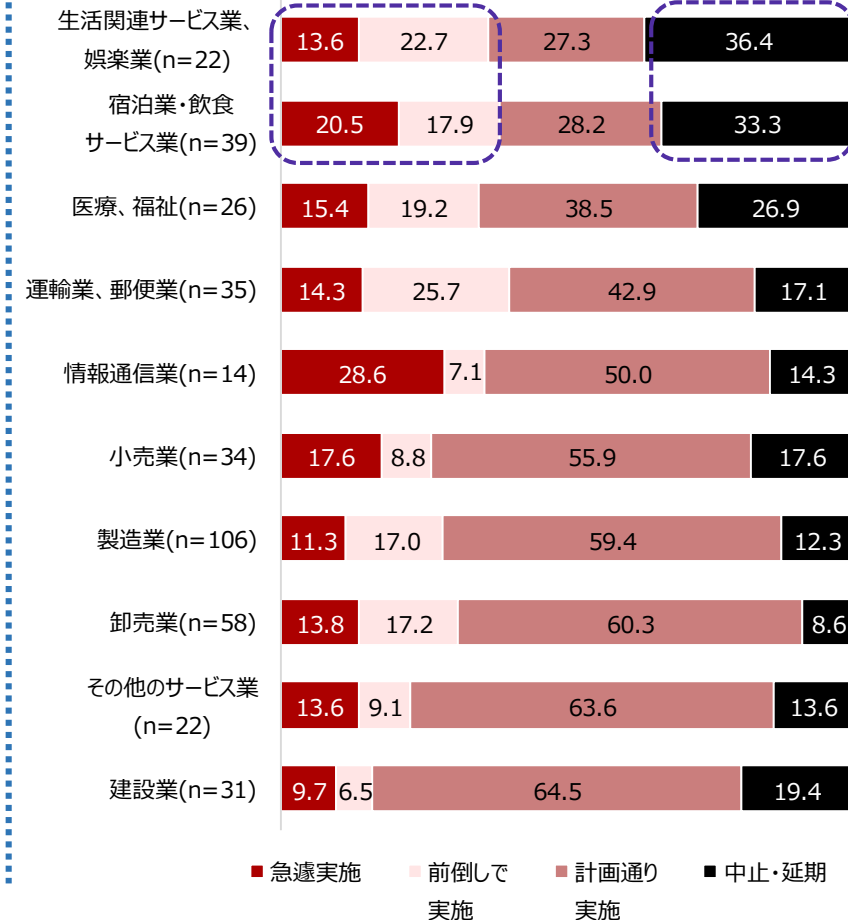
【業種・業態の転換】

(単位:%)



【事業の再編】

(単位:%)



(注) サンプル数(n)が一桁の業種は非掲載。 51

Ⅶ-2 新たな事業計画の予定

【大企業の約25%、中小企業の約17%は新分野進出を予定】

- ◆ 新たに「新分野進出」を予定する企業の割合は、大企業では25.8%、中小企業では17.2%、うち小規模事業者では12.8%であり、業種別では「情報通信業（35.5%）」が最も多く、続いて「学術研究、専門・技術サービス業」、「製造業」、「金融業、保険業」、「宿泊業・飲食サービス業」などで2割超
- ◆ 「業種・業態の転換」を予定する企業は、いずれの企業規模においても約6%であるが、業種別では「宿泊業・飲食サービス業」、「情報通信業」で10%以上
- ◆ 「事業の再編」を予定する企業は、大企業で13.3%、中小企業で8.2%、うち小規模事業者では7.2%であり、業種別では「教育、学習支援業」、「運輸業、郵便業」、「卸売業」で10%以上

◆新たな事業計画を予定する企業の割合

【新分野進出】

企業規模別	(%)
大企業(n=128)	25.8
中小企業(n=2,488)	17.2
うち小規模事業者(n=530)	12.8

業種別（上位5位）	(%)
情報通信業(n=76)	35.5
学術研究、専門・技術サービス業(n=109)	22.0
製造業(n=647)	21.6
金融業、保険業(n=19)	21.1
宿泊業・飲食サービス業(n=186)	20.4

【業種・業態の転換】

企業規模別	(%)
大企業(n=128)	6.3
中小企業(n=2,487)	6.3
うち小規模事業者(n=530)	6.0

業種別（上位5位）	(%)
宿泊業・飲食サービス業(n=186)	12.9
情報通信業(n=76)	10.5
教育、学習支援業(n=27)	7.4
その他のサービス業(n=182)	7.1
卸売業(n=367)	7.1

【事業の再編】

企業規模別	(%)
大企業(n=128)	13.3
中小企業(n=2,486)	8.2
うち小規模事業者(n=530)	7.2

業種別（上位5位）	(%)
教育、学習支援業(n=27)	14.8
運輸業、郵便業(n=172)	10.5
卸売業(n=367)	10.4
情報通信業(n=76)	9.2
学術研究、専門・技術サービス業(n=109)	9.2

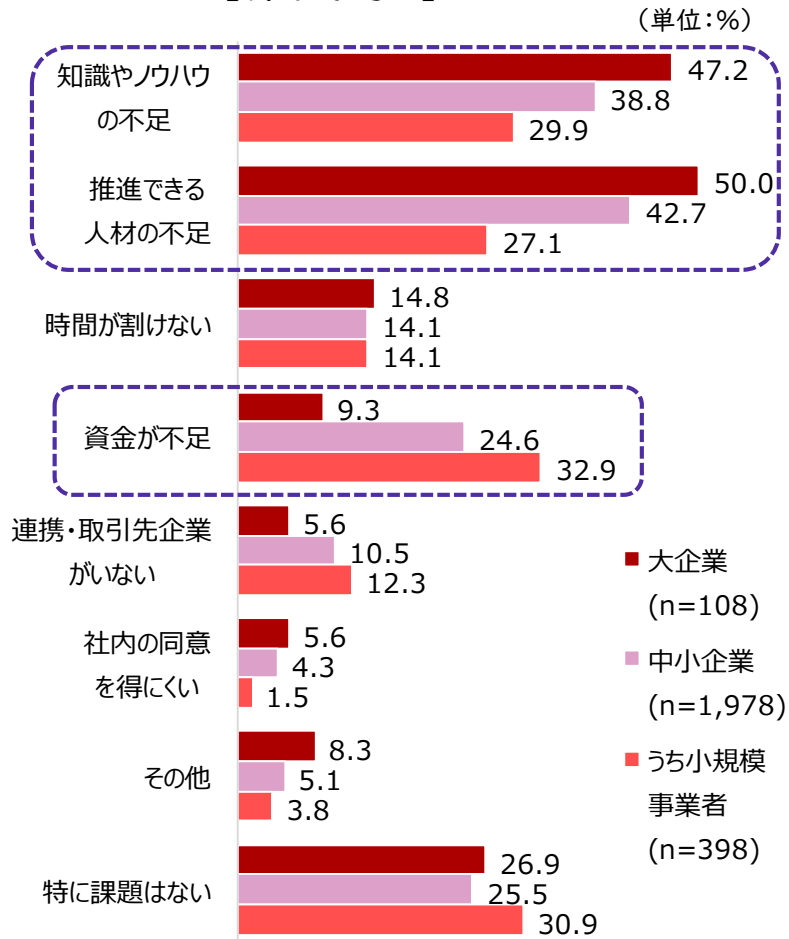
(注) サンプル数(n)が一桁の業種は非掲載。

VII-3 新たな事業計画の課題

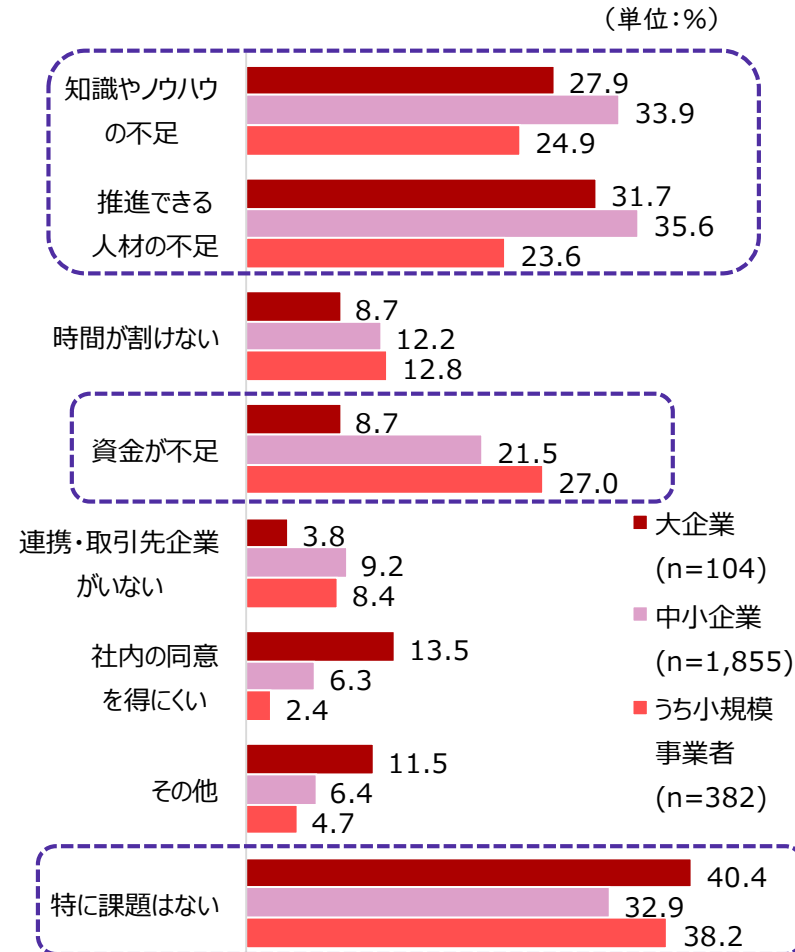
【新たな事業計画の課題は、「知識・ノウハウ不足」と「人材不足」であり、特に中小企業（小規模事業者）では「資金不足」を課題とする企業が多い】

- ◆ 新たな事業計画における課題として、いずれの企業規模においても「知識・ノウハウの不足」、「推進できる人材の不足」を挙げる企業が多い
- ◆ 中小企業、特に小規模事業者では、「資金が不足」への課題認識が強い
- ◆ 「業種・業態の転換」、「事業の再編」では、「特に課題がない」をとする企業が4割前後を占めている

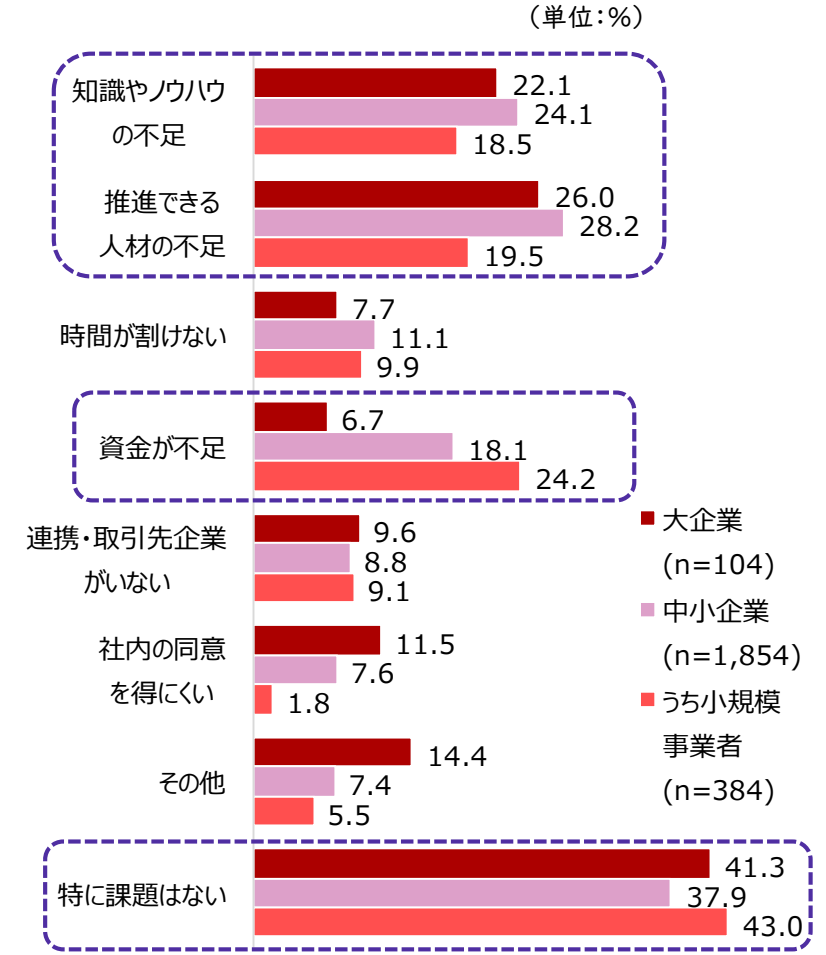
【新分野進出】



【業種・業態の転換】



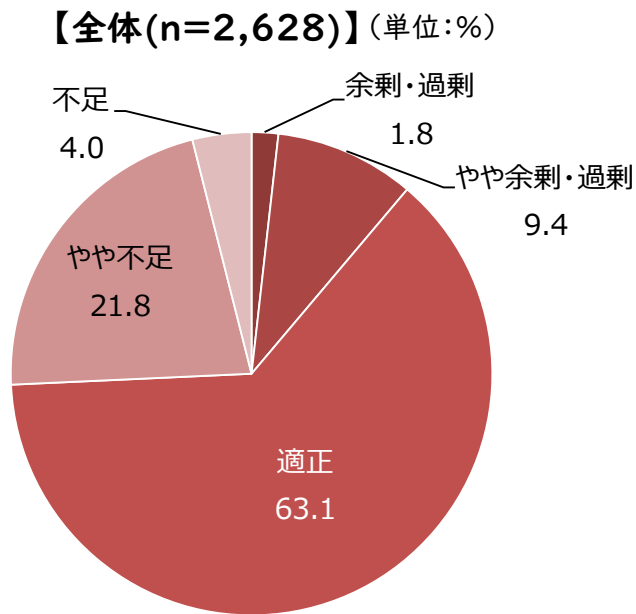
【事業の再編】



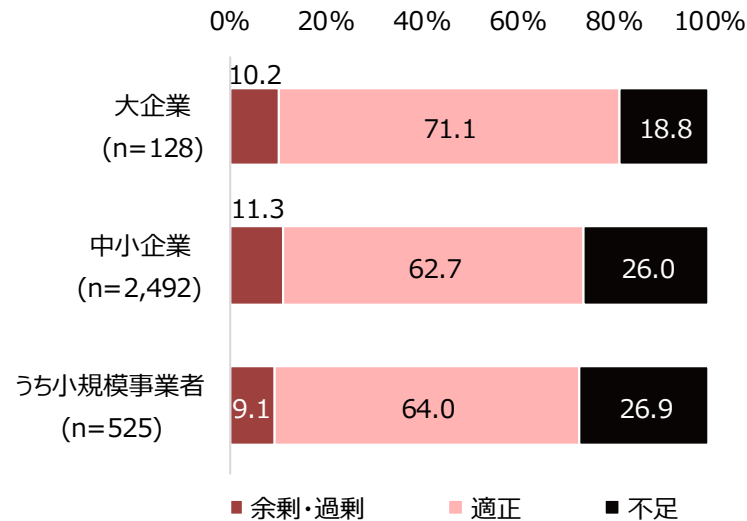
VII-4 設備・施設の過不足感

【設備・施設の過不足感について「適正」と考える企業が多いが、製造業、生活関連サービス業、娯楽業、宿泊業、飲食サービス業などで不足感がやや強い】

- ◆ 現状の設備や施設についての過不足感は、「適正」が63.1%、余剰・過剰（やや余剰・過剰含む）は1割超、不足（やや不足含む）は約25%
- ◆ 企業規模別では、大企業では7割超が「適正」であり、「不足」は2割弱であるが、中小企業では「不足」が26.0%と不足感がやや強い
- ◆ 業種別でも、全ての業種で「適正」が過半数となっているが、「製造業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「宿泊業、飲食サービス業」などでやや不足感が強い

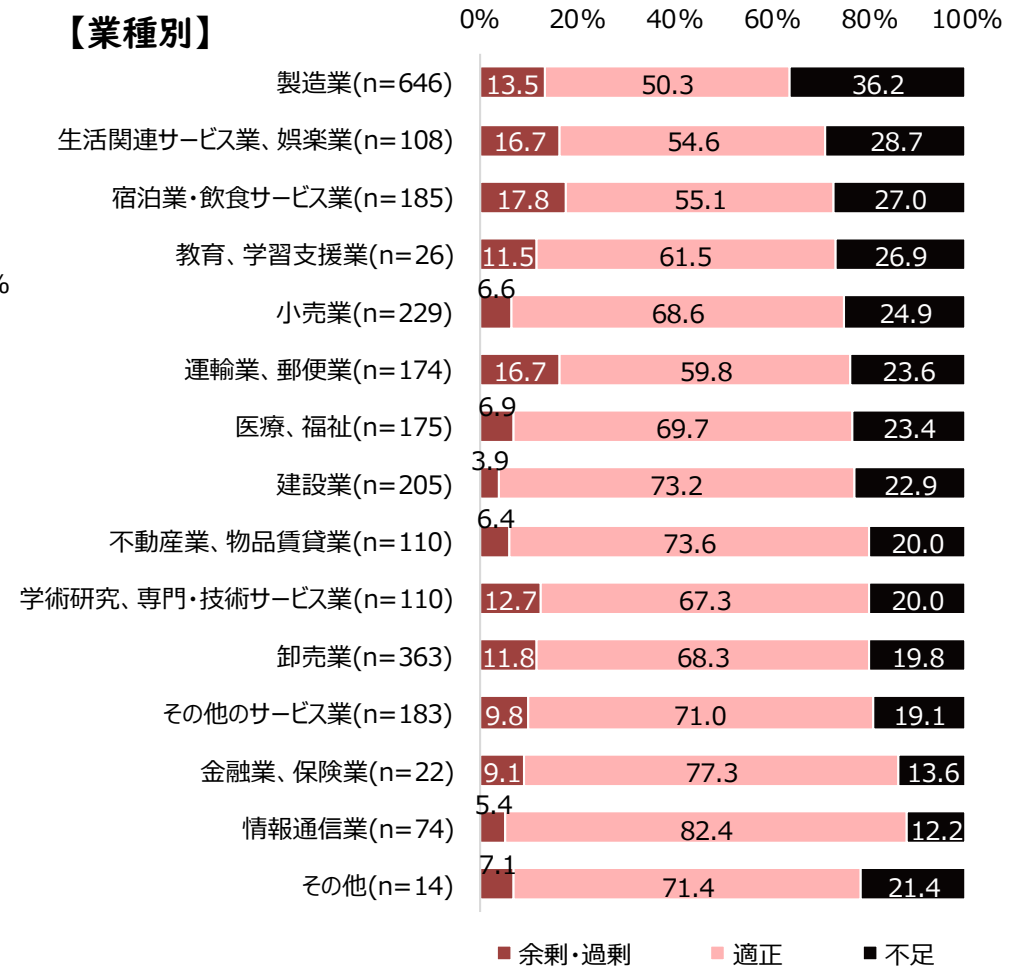


【企業規模別】



(注) 企業規模別及び業種別の集計では、簡素化のため以下のように項目を集約
 「余剰・過剰」+「やや余剰・過剰」=「余剰・過剰」
 「不足」+「やや不足」=「不足」

【業種別】

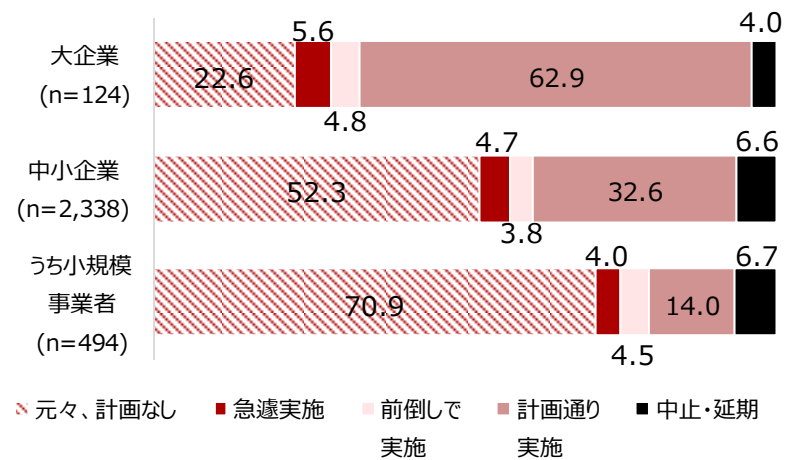


VII-5 投資計画の実施状況①

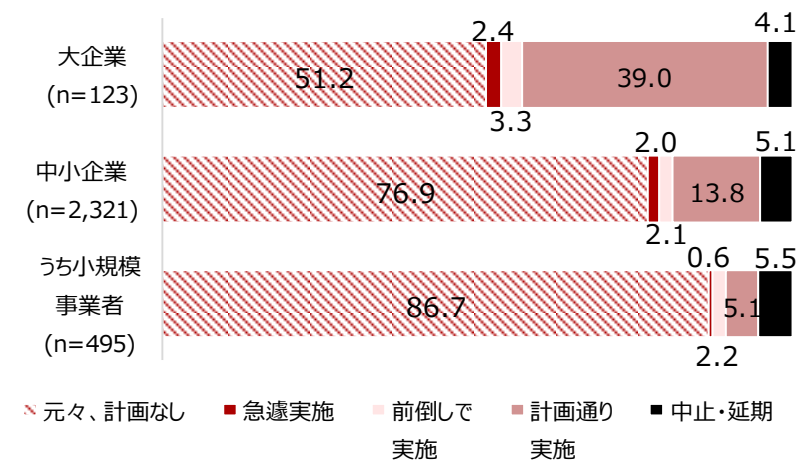
【中小企業や小規模事業者は、大企業に比べ元々投資計画を持つ企業は少ないが、急遽・前倒しての実施や中止・延期など柔軟に計画を変更する企業が多い】

- ◆ 「設備投資・改装工事」及び「新事業所・工場・店舗の設置」について、「元々、計画なし」であった割合は企業規模が小さいほど多くなることから、企業規模が小さいほど、投資計画を持っていない企業が多い
- ◆ 「元々、計画なし」を除いた集計では、「設備投資・改装工事」について企業規模が小さいほど「急遽や前倒し実施」または「中止・延期」する企業の割合が多い

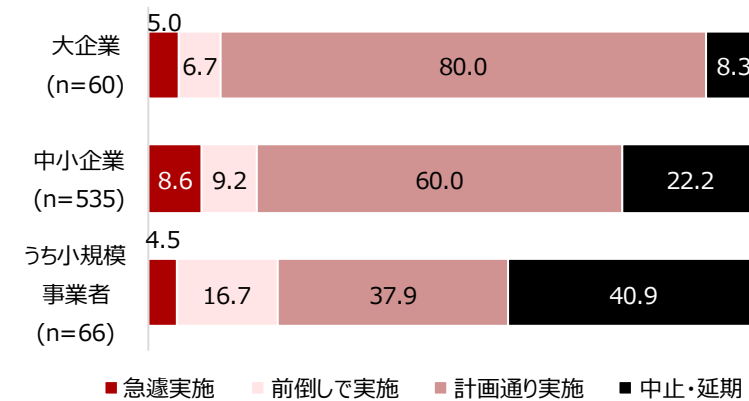
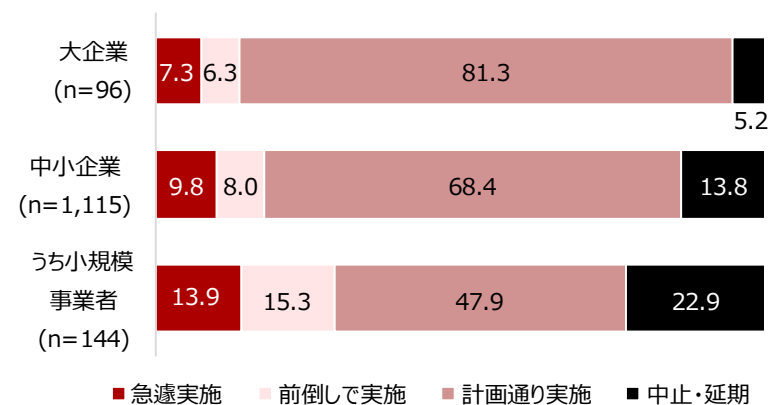
【設備投資・改装工事】（単位：%）



【新事業所・工場・店舗の設置】（単位：%）



「元々、計画なし」を除いて再集計



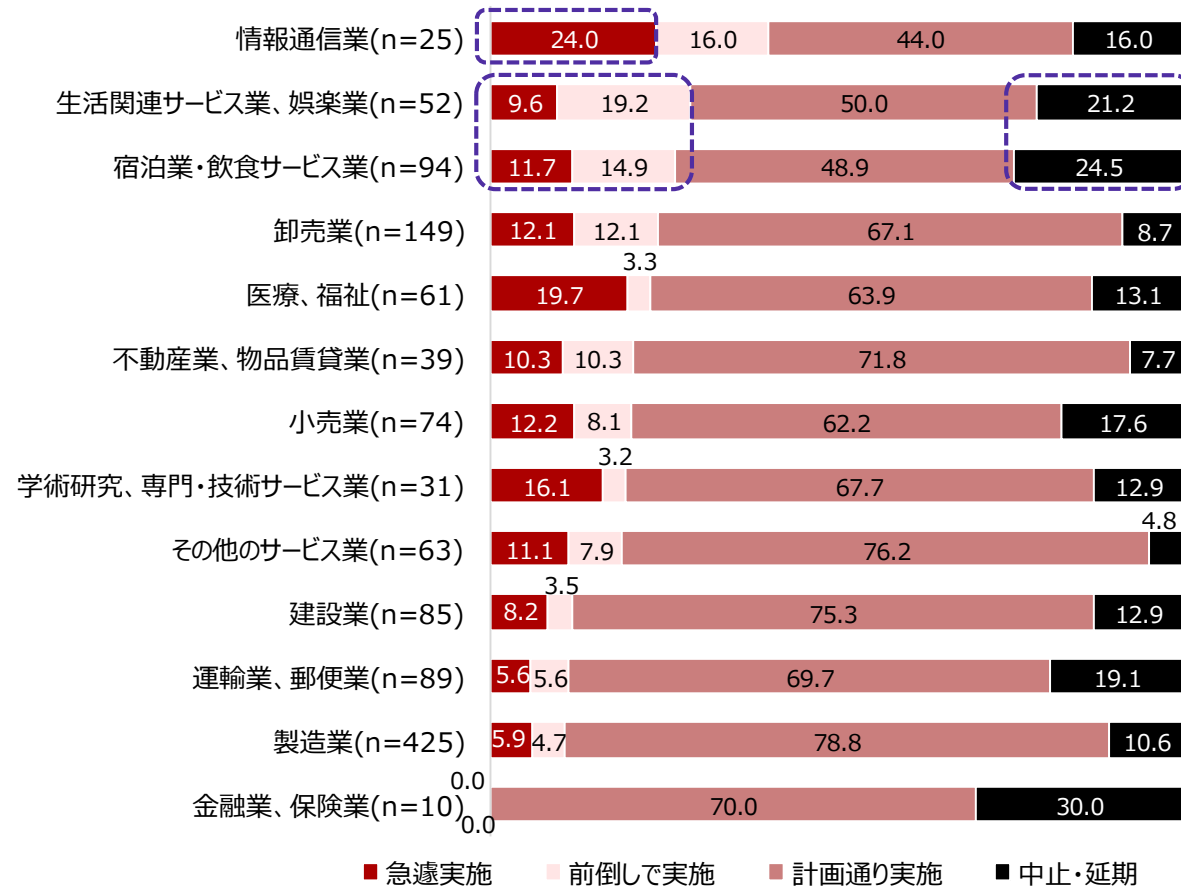
Ⅶ-5 投資計画の実施状況②

【情報通信業で急遽投資を実施する企業が2割超となるほか、多くの業種で投資の急遽実施や前倒して実施、または中止・延期がみられた】

- ◆ 「情報通信業」では、設備投資・改装工事や新事業所等の設置などの投資を急遽実施する企業が2割超
- ◆ このほか、「設備投資・改装工事」では「生活関連サービス業、娯楽業」や「宿泊業、飲食サービス業」において急遽又は前倒して実施、中止・延期が多い、
- ◆ 「新事業所・工場・店舗の設置」では、急遽又は前倒して実施と、中止・延期がともに2割超となる業種が多数

【設備投資・改装工事】

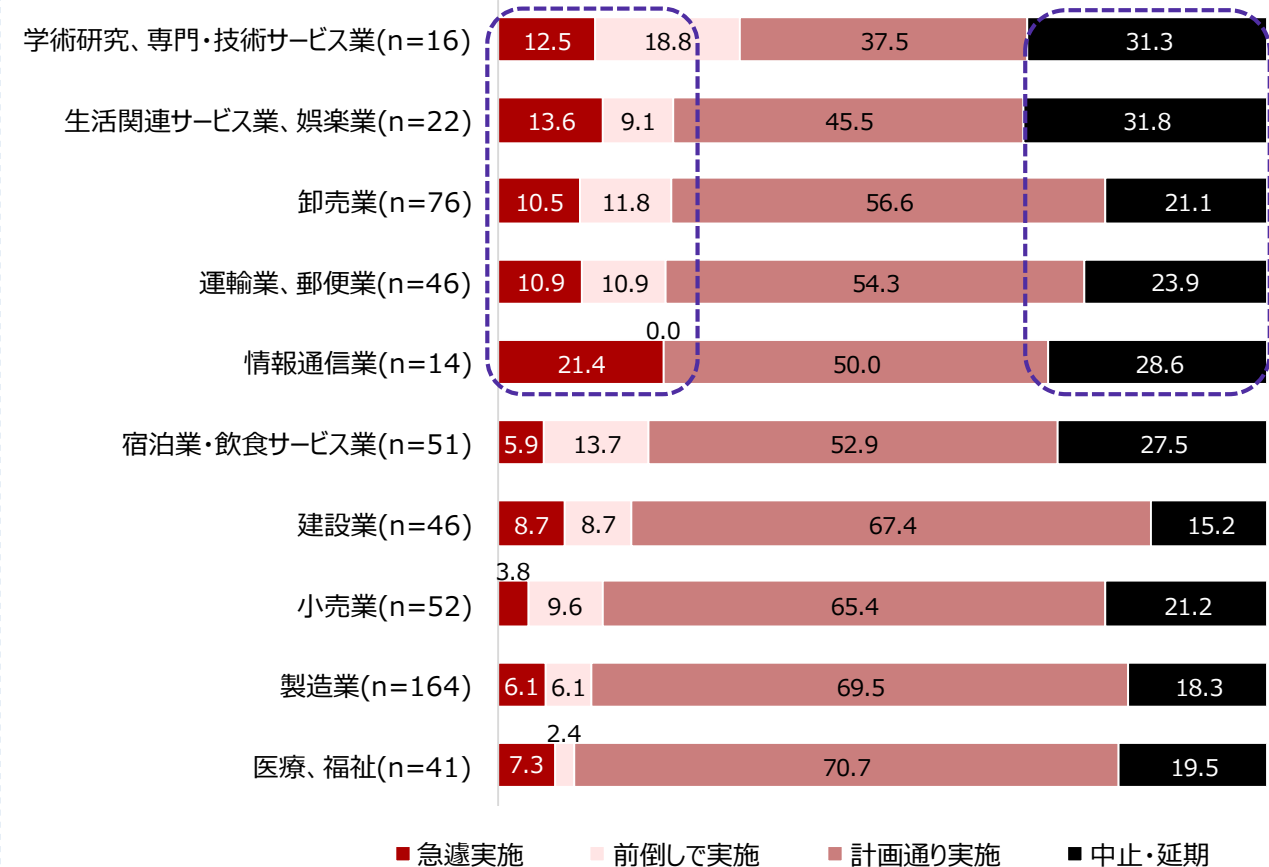
(単位:%)



(注) サンプル数 (n) が一桁の業種は非掲載。

【新事業所・工場・店舗の設置】

(単位:%)



Ⅶ-6 新たな投資計画の予定

【設備投資の予定は大企業で37.6%、中小企業で22.6%、新事業所等の設置予定は大企業で24.0%、中小企業は12.7%】

- ◆ 「設備投資・改装工事」を新たに予定する企業は、大企業で37.6%、中小企業は22.6%、うち小規模事業者は13.5%、同様に「新事業所・工場・店舗の設置」を予定する企業は、大企業で24.0%、中小企業は12.7%、うち小規模事業者は7.3%であった
- ◆ 業種別で「設備投資・改装工事」を新たに予定する企業は、「製造業(33.3%)」をはじめ、「運輸業、郵便業」、「生活関連サービス業、娯楽業」などが多い
- ◆ 「新事業所・工場・店舗の設置」を新たに予定する企業は、「運輸業、郵便業」、「宿泊業・飲食サービス業」、「建設業」などが多い

【設備投資・改装工事】

企業規模別	(%)
大企業(n=125)	37.6
中小企業(n=2,429)	22.6
うち小規模事業者(n=519)	13.5

業種別 (上位5位)	(%)
製造業(n=637)	33.3
運輸業、郵便業(n=167)	28.7
生活関連サービス業、娯楽業(n=103)	27.2
宿泊業・飲食サービス業(n=181)	25.4
教育、学習支援業(n=27)	22.2

【新事業所・工場・店舗の設置】

企業規模別	(%)
大企業(n=125)	24.0
中小企業(n=2,429)	12.7
うち小規模事業者(n=519)	7.3

業種別 (上位5位)	(%)
運輸業、郵便業(n=167)	18.6
宿泊業・飲食サービス業(n=181)	16.6
建設業(n=202)	15.3
製造業(n=637)	14.9
教育、学習支援業(n=27)	14.8

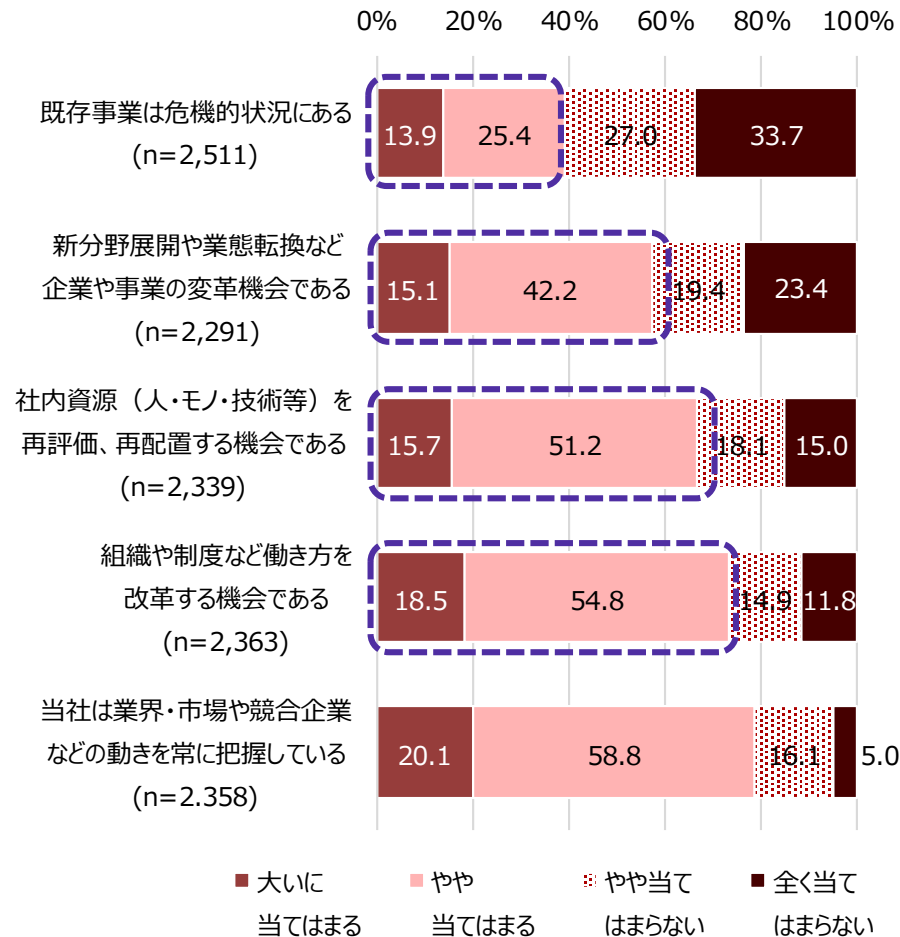
(注) サンプル数(n)が一桁の業種は非掲載。

Ⅶ-7 経営環境の現状認識

【府内企業の約4割は、現状に危機感を持っているが、一方で、今が事業・組織の変革の機会ととらえる企業も多い】

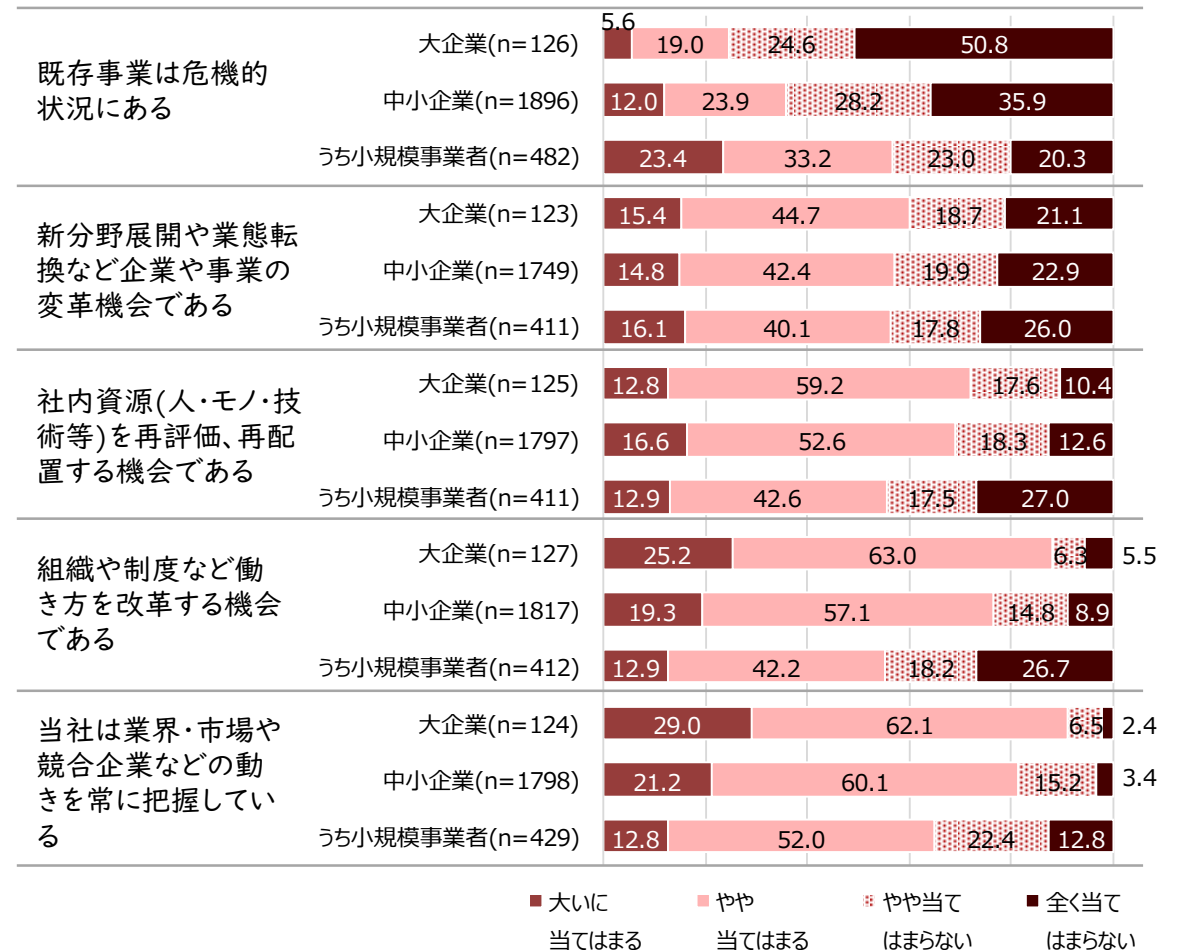
- ◆ 現在の経営環境認識として、「既存事業は危機的状況にある」と考える企業は4割弱であった
- ◆ 「新分野展開等の事業変革」や「社内資源の再評価・再配置」、「組織や働き方の改革」について、半数以上の企業が今がその機会と捉えている
- ◆ 中小企業、さらに小規模事業者と企業規模が小さいほど、既存事業への危機意識は強くなる

【全体】



【企業規模別】

(単位:%)



VII-8 既存事業の危機意識と業績及び事業変革等の意識の関係

【売上高が減少している企業は、危機意識を持つ傾向があり、また今が事業や組織の変革の機会であると考えている傾向がある】

- ◆売上高指数(※)と既存事業の危機意識の関係を統計的分析した結果、有意な差が認められ、売上高が減少している企業ほど、危機意識を有する傾向がみられた
- ◆事業・組織変革の現状認識と既存事業の危機意識の関係を統計的分析した結果、危機意識を有する企業の方が、今が事業や組織改革の機会と考える傾向があることがわかった

※2019年度の売上高を100とした際の2020年の売上高の値。

【売上高指数と既存事業の危機意識との関係】

《クロス集計表》

「既存事業は危機的状況にある」で「大いに当てはまる」と「やや当てはまる」を「危機意識あり」に、「やや当てはまらない」、「全く当てはまらない」を「危機意識なし」として再集計

			売上高増減					合計
			50以下	50超～80	80超～95未満	95～105	105超	
危機意識	あり	企業数	115	270.0	205	70	42	702
		(%)	16.4	38.5	29.2	10.0	6.0	100.0
	なし	企業数	20	182.0	407	377	209	1,195
		(%)	1.7	15.2	34.1	31.5	17.5	100.0

$X^2=369.447, df=4, p<.01$ ※検定結果が有意である場合に表示。以下、同様。

《売上高指数の平均値の比較》

「既存事業は危機的状況にある」について「当てはまる」又は「当てはまらない」と回答した各企業グループの売上高指数の平均を比較

	売上高指数の平均値
危機的状況あり(n=702)	77.9
危機的状況なし(n=1,195)	95.5

$t(900)=10.378, p<.01$

【事業・組織変革の現状認識と既存事業の危機意識とのクロス集計】

各経営環境の認識について「大いに当てはまる」と「やや当てはまる」を「当てはまる」に、「やや当てはまらない」、「全く当てはまらない」を「当てはまらない」として再集計

			新分野展開や業態転換など企業や事業の変革機会		
			当てはまる	当てはまらない	合計
危機意識	あり	企業数	648	217	865
		(%)	74.9	25.1	100.0
	なし	企業数	640	752	1392
		(%)	46.0	54.0	100.0

$X^2=182.319, df=1, p<.01$

			社内資源を再評価、再配置する機会		
			当てはまる	当てはまらない	合計
危機意識	あり	企業数	675	205	880
		(%)	76.7	23.3	100.0
	なし	企業数	859	557	1416
		(%)	60.7	39.3	100.0

$X^2=62.977, df=1, p<.01$

			組織や制度など働き方を改革する機会		
			当てはまる	当てはまらない	合計
危機意識	あり	企業数	694	185	879
		(%)	79.0	21.0	100.0
	なし	企業数	1004	437	1441
		(%)	69.7	30.3	100.0

$X^2=23.959, df=1, p<.01$

VII-9 既存事業の危機意識と現在の事業実施状況及び新たな事業計画の予定との関係

【現状に危機意識を持つ企業は、現在の新事業や投資を中止・延期する傾向があり、また「新分野進出」、「業種・業態の転換」を予定している傾向がある】

- ◆ 新事業・投資の実施状況と既存事業の危機意識の関係を統計的に分析した結果、全てで有意差が認められ、危機意識を有する方が、新事業や投資を「中止・延期」している傾向がみられた
- ◆ 新事業・投資の予定と既存事業の危機意識の関係を統計的に分析した結果、危機意識を有する方が「新分野進出」と「業種・業態の転換」を予定する企業が多い傾向がみられたが、「事業の再編」、「設備投資・改修工事」については、危機意識を有する方が予定していない傾向があることがわかった

【現在の新事業・投資の実施状況と既存事業の危機意識とのクロス集計】

		新分野進出の実施状況			※セル内の数値は 企業数(構成比)
		実施	中止・延期	合計	
危機意識	あり	305 (79.6)	78 (20.4)	383 (100)	$\chi^2=18.489, df=1, p<.01$
	なし	454 (89.9)	51 (10.0)	505 (100)	

		業種・業態の転換の実施状況			※セル内の数値は 企業数(構成比)
		実施	中止・延期	合計	
危機意識	あり	177 (80.4)	43 (19.5)	220 (100)	$\chi^2=4.500, df=1, p<.05$
	なし	146 (88.5)	19 (11.5)	165 (100)	

		事業の再編の実施状況			※セル内の数値は 企業数(構成比)
		実施	中止・延期	合計	
危機意識	あり	174 (77.7)	50 (22.3)	224 (100)	$\chi^2=6.441, df=1, p<.05$
	なし	154 (87.5)	22 (12.5)	176 (100)	

		設備投資・改修工事の実施状況			※セル内の数値は 企業数(構成比)
		実施	中止・延期	合計	
危機意識	あり	305 (74.2)	106 (25.7)	411 (100)	$\chi^2=88.520, df=1, p<.01$
	なし	720 (93.6)	49 (6.3)	769 (100)	

		新事務所・工事・店舗の設置の実施状況			※セル内の数値は 企業数(構成比)
		実施	中止・延期	合計	
危機意識	あり	158 (67.5)	76 (32.5)	234 (100)	$\chi^2=35.216, df=1, p<.01$
	なし	302 (87.8)	42 (12.2)	344 (100)	

※検定結果が有意である場合、各クロス集計表の横に表示。

【予定する新事業・投資の予定と既存事業の危機意識とのクロス集計】

		新分野進出の予定			※セル内の数値は 企業数(構成比)
		あり	なし	合計	
危機意識	あり	202 (21.0)	761 (79.0)	963 (100)	$\chi^2=8.954, df=1, p<.01$
	なし	244 (16.2)	1260 (83.8)	1504 (100)	

		業種・業態の転換の予定			※セル内の数値は 企業数(構成比)
		あり	なし	合計	
危機意識	あり	91 (9.4)	872 (90.6)	963 (100)	$\chi^2=24.390, df=1, p<.01$
	なし	67 (4.5)	1436 (95.5)	1503 (100)	

		事業の再編の予定			※セル内の数値は 企業数(構成比)
		あり	なし	合計	
危機意識	あり	202 (21.5)	739 (78.5)	941 (100)	$\chi^2=24.139, df=1, p<.01$
	なし	368 (25.0)	1102 (75.0)	1470 (100)	

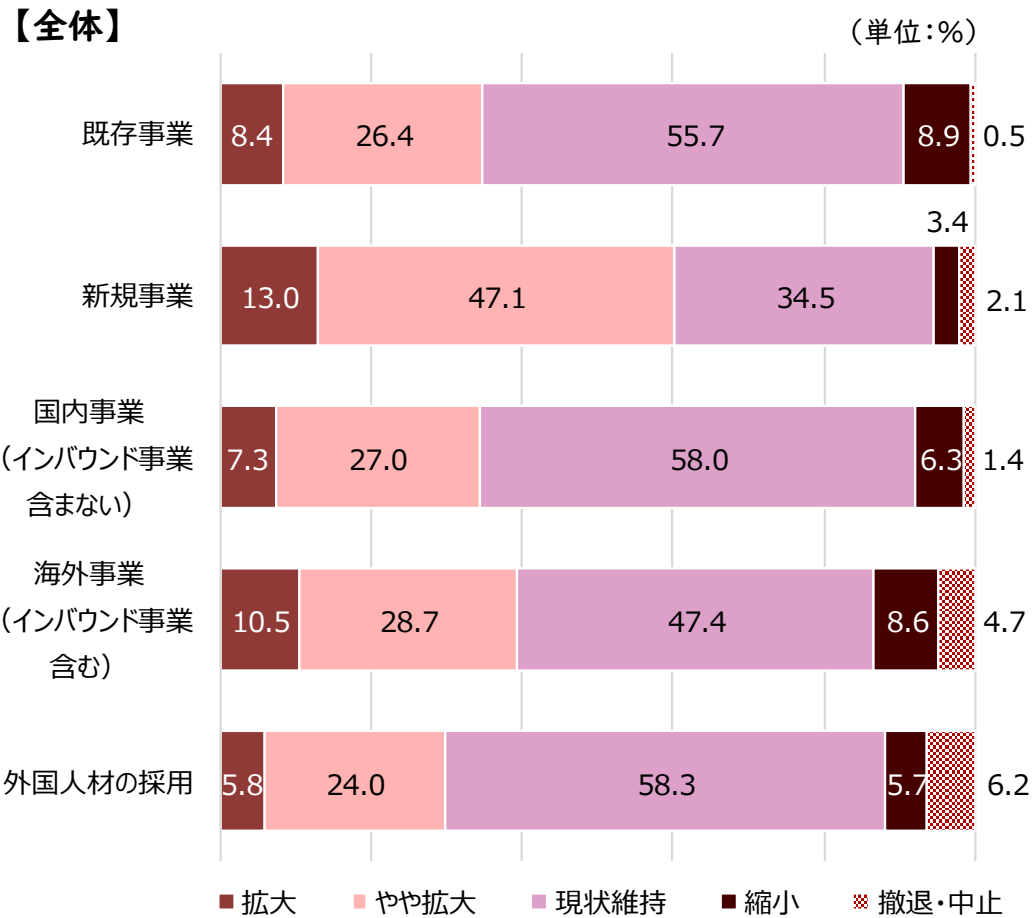
		設備投資・改修工事の予定			※セル内の数値は 企業数(構成比)
		あり	なし	合計	
危機意識	あり	305 (74.2)	106 (25.7)	411 (100)	$\chi^2=4.045, df=1, p<.05$
	なし	720 (93.6)	49 (6.3)	769 (100)	

		新事務所・工事・店舗の設置の予定			※5%水準で有意差 認められなかった
		あり	なし	合計	
危機意識	あり	117 (12.4)	824 (87.6)	941 (100)	
	なし	208 (14.1)	1262 (85.9)	1470 (100)	

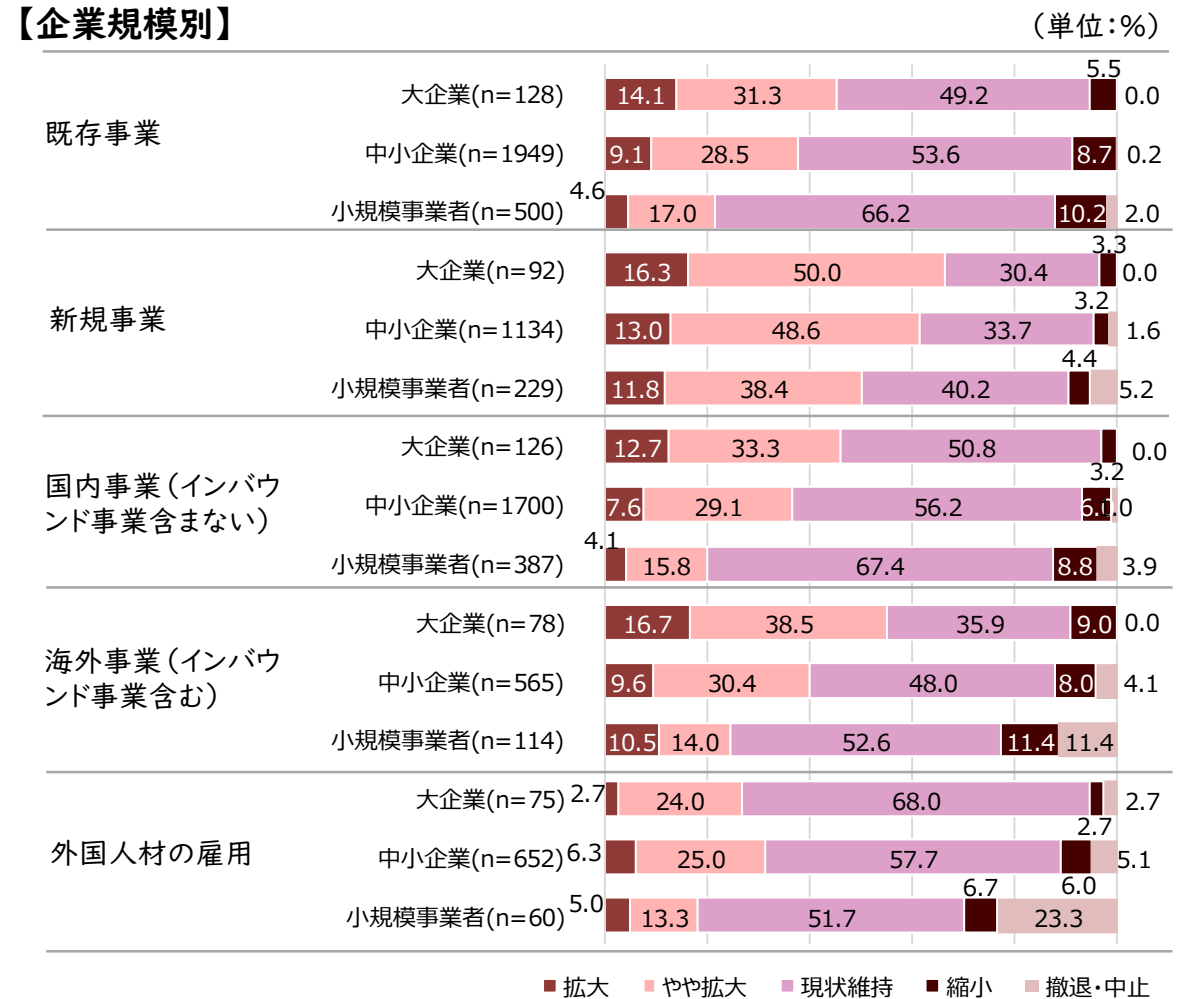
Ⅶ-10 コロナ禍後の事業の方向性

【コロナ禍後の事業の方向性として、既存事業は現状維持ないしは拡大、新規事業は拡大の意向を持つ企業が多い】

- ◆ コロナ禍後の「既存事業」、「国内事業」については、5割超の企業が「現状維持」、3割以上が「拡大」する意向を持っている
- ◆ 現在、「新規事業」に取り組む企業の約6割、「海外事業」に取り組む企業の約4割は、コロナ禍後に拡大するとの意向を持っている
- ◆ 「外国人材の採用」を行う企業では、「現状維持(58.3%)」が多数であるが、約3割が拡大する意向を持っている



※「新規事業」、「海外事業(インバウンド事業含む)」、「外国人材の採用」については、元々、実施していない企業を集計から除いている。



《お問い合わせ先》

大阪府商工労働部 商工労働総務課
大阪産業経済リサーチ&デザインセンター
(担当) 主任研究員 越村
電話番号 : 06-6210-9474