

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

<速報>

2020年8月31日



<目次>

◆調査概要	2
◆要約	3
◆企業属性	7
◆結果詳細	10
I 業績・事業への影響	11
<新型コロナウイルス感染症拡大期(2020年2月~7月)の経営状況>		
II 今後の展望・事業展開	21
III 支援策等の活用状況	28
IV 雇用状況	35
V ICT導入状況	42
VI 海外展開状況	50
VII その他 <BCP策定状況、後継者不在の高齢経営者の経営状況>	58

◆趣旨◆

新型コロナウイルス感染症による府内企業への影響や企業の新たな取組み及び今後の事業の方向性を把握する

◆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(平成30年次フレーム)」の大阪に本社を置く民営企業(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】

7月10日(金)~7月31日(金) ※但し、回収期間は8月7日(金)まで

【回収率】

30.6%(3,057社) <内訳… 紙:2,339件、web:718件>

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。

要約【① 事業への影響と今後の展望】

◆コロナ禍のなか、府内企業の7割超で売上高が減少し、特にBtoCでその影響が大きい

日本の2020年4月～6月期の実質GDPの成長率は、速報値で27.8%減と戦後最大の落ち込みとなった(内閣府2020.8.17公表)。府内においても、7割超の企業で、2020年2月～7月の売上高は前年を下回った。特に、コロナ禍による活動自粛の影響を受けやすい分野や休業要請の対象となった企業が多い「宿泊業、飲食サービス業」や「生活関連サービス業、娯楽業」、「教育、学習支援業」などのBtoCで顕著な影響がでており、他の業種でも中小企業や小規模事業者で大きく業績を落とす企業がでてきている。

府内企業ではコロナ禍により「営業活動ができない(53.2%)」、「取引・予約のキャンセル・延期(42.2%)」、「展示会・商談会・イベントの中止・延期(30.1%)」など、営業・販売活動に強く影響がでていますが、加えて3割程度の企業で、投資や新事業を中止または延期するなど、将来に向けた事業活動にも影響が及んでいる。

◆売上高の減少など業績への影響は、BtoCにおいて顕著に表れているが、今後はBtoBでも影響が懸念される

コロナ禍の影響は、BtoCではピークを迎える4月までに5割の企業に影響が及んでいた。一方、BtoBでは、5月にピークを迎えるが、約2割の企業が8月以降に影響が顕著になるとみている。一例としては、製造業が主体の自動車関連の企業で今期の売上高の見通しが悪化している。

◆府内企業の6割弱が今期の売上高が減少するとみており、また2割弱が赤字(経常損失)を見込んでおり収益性も悪化する見通し

府内企業の6割弱が、今期の売上高が減少すると予測している。特に小規模事業者や休業要請の対象業種及び活動自粛により買い控えが生じた市場に関連する企業で、売上高は大幅に減少するとみている。また、府内企業の今期の経常利益額において、赤字(経常損失)となる割合が7.5pt上昇するなど、収益性も悪化する見通しである。特に、大企業では赤字割合が14.9pt上昇するなど、収益性悪化を懸念する企業が多い。

◆府内企業が最も懸念していることは既存事業の回復であり、今後は、既存事業の立て直しや拡充に注力する企業が多い

今後の事業活動における府内企業の最大の懸念事項は、「既存の顧客や需要の回復(51.2%)」であり、特に大企業でその傾向が強い。また今後の事業の方向性としては、「既存事業の回復(43.0%)」や「既存事業維持・拡大(34.7%)」など、既存事業の立て直しや拡充を挙げる企業が多い。

◆新規顧客開拓や新事業などに取り組む企業もみられ、それら企業の課題はAI/IoT対応力と資金力であった

今後の新規・強化する取組みとして、府内企業の半数以上が「新規顧客開拓(56.2%)」を挙げ、そのほか「新商製品・サービスの開発(23.1%)」、「新事業の立ち上げ(12.9%)」、「新分野への進出(12.6%)」を挙げる企業もみられた。また、新たに取り組む事業として「三密を回避する交通・人の移動(18.8%)」や「テレワーク用の機器・サービス(15.1%)」など、コロナ禍などにより変化した新たな社会環境に対応したビジネスに意欲的な企業もみられた。なお、新規・強化する取組みを実施する企業の主な弱みは、「AI/IoT対応力(38.3%)」や「資金力(28.4%)」であり、小規模事業者では特に「資金力(45.7%)」を弱みとする企業が多い。

◆府内企業は依然として人材不足であるが、業種や市場分野により不足感は大きく異なる

コロナ禍の影響等により事業縮小が余儀なくされる企業が多いなか、府内企業の43.3%は人材不足であり、人材過剰は15.0%にとどまっていた（人材不足感DI=28.2）。特に人材不足感の強い業種は「医療・福祉」、「建設業」、「その他サービス業」である。同様に属する市場別で人材不足感が強い分野は「インフラ」、「金融、保険、公的機関」、「医療、医薬、健康」、「情報・通信サービス」などであるが、一方で、「衣料品・ファッション」では人材の過剰感が強くなるなど、業種や市場分野により不足感は大きく異なる。

◆コロナ禍による影響のなか、府内企業の従業者数は減少し、今後の非正規雇用はやや改善するも引き続き減少する見込み

府内企業では人材不足感の強い企業が多いが、2020年1月～7月の期間で従業者数は「正規」、「非正規」とともに減少していた。企業の意図としては人材不足感が強いが、コロナ禍の影響や従業者個人の意図もあり、実際の従業者は非正規を中心に減少したと考えられる。今後（2020年7月～2021年3月）は、「正規」は増加に転じるものの、「非正規」は引き続き減少となる見込みである。但し、2020年1月～7月の期間において非正規（アルバイト・パート）が大幅に減少していた、従業者数が50人以上の企業やBtoCでも、今後の減少度合はやや改善する見込みである。一方で、業績が悪化すると見込む自動車関連の製造業では、非正規を中心に従業者数の減少が見込まれているなど、今後はBtoBの動きにも注意が必要と考えられる。

◆府内企業の約半数が賃金等の削減や異動等の雇用調整を実施

コロナ禍のなかで、府内企業の4割超は雇用調整を実施しておらず、また、過半数の府内企業は今後も実施を予定していない。雇用調整を実施した府内企業では、残業規制などの「賃金等の削減による調整」や一時休業（帰休）などの「異動等による人員調整」を中心に行っていた。解雇や雇止めなど「人員減を行う調整」を実施した府内企業は少ないが、実施した企業のうち業種別では「教育、学習支援業」、「宿泊業、飲食サービス業」がやや多く、今後、実施を予定する企業では、「自動車」や「衣料品・ファッション」に関連する企業でやや多くなるなど、業種や属する市場で差がみられた。

◆2021年3月の新規卒業者（新卒）採用を行う府内企業はやや増加するが、採用を未定とする企業も多く、不確実性がある

府内企業の2021年3月大学等卒業予定者の採用予定では、「採用中止」は6.6%に留まるものの、「未定」は27.6%と、不確実性が高い状況にある。従業者数別では、「301人以上」で、採用を「減らす（16.7%）」または「採用中止（3.3%）」が約2割となる。大規模企業での採用減は雇用状況に大きく影響すると思われるが、一方で、中規模の企業では2割超が新卒採用を増やす予定である。業種別では、「建設業」、「医療、福祉」で採用増の割合が高く、「製造業」、「生活関連サービス、娯楽」などで採用減の割合が高い。

◆府内企業の約3分の1は、新卒採用の選考（面接）開始時期を遅らせる見通し

府内企業の3割が、新規卒業者の選考（面接）の開始時期を遅らせる（30.0%）と回答している。このほか、1割強が未定と回答していることから、3分の1程度の企業で、採用開始時期が遅れているとみられる。また従業者数別では、大規模よりも中規模で選考を遅らせる企業が多くみられた。

例年の開始時期としては、「301人以上」は5月以前、「51～300人」は5月以前と9月が多いが、今年はいずれの規模においても1～2か月遅らせる企業が出ている。

◆コロナ禍が契機となり府内企業のICT導入が加速

コロナ禍の影響が拡大するなか、府内では事業活動にICTを導入する企業が増加した。三密回避など社会全体で活動が自粛されるなか、従業員の出勤が不要な在宅勤務（テレワーク）の導入が全国的に注目されたが、府内企業でも、在宅勤務やオンライン会議などの社内活動への積極的なICT導入が進んだ。さらに府内企業では、営業や採用面接など社外活動においてもICT導入が急速に進展している。また、今回初めて社内会議や営業活動、採用面接にICTを導入した府内企業のうち9割が、今後も活用を強化する意向も持っている。

このようにコロナ禍が、府内企業のICT推進の大きな契機となっており、在宅勤務のみならず、販売や採用など幅広い事業活動でICT導入が加速的に進んだことがわかる。

◆大企業のみならず、中小企業や小規模事業者においてもICT導入の大きな契機となっている

企業規模別にみると、ICTの導入が進んでいる大企業ほどではないが、中小企業や小規模事業者においても、コロナ禍を契機に、各種事業にICTを導入する企業が増加している。特に、今回新たに導入した企業では、中小企業や小規模事業者でも6割から9割が活用を強化する意向を示しており、企業規模に関わらず今後もICTの活用が進展するとみられる。

◆ICTを導入する中小企業の約4割が他の事業活動にも導入する意向を持っているなど、ICT導入事業の多様化が進む見込み

今後、府内企業によるICT導入は、営業や採用活動など多様な事業活動に広がっていくとみられる。本調査では、社内会議、営業、販売、生産、採用など各種の事業活動におけるICT導入の現状と今後の導入意向を確認したが、3分の1以上の企業が導入する事業活動を増加させると回答している。特に、既にICTを導入している中小企業の約4割が、今後、他の事業活動にもICTを導入すると回答しており、導入事業の多様化が進展するとみられる。

◆ICT導入による効果は、「非常事態での事業継続」、「生産性向上」であり、課題は、「知識・ノウハウ」、「コスト」、「セキュリティ」

府内企業は、コロナ禍での三密回避等に配慮した事業継続（37.8%）や業務の生産性向上（32.7%）にICT導入の効果を感じていた。一方、ICT導入企業では導入の課題として、「知識・ノウハウを持つ社内人材（55.2%）」や「IT機器やソフトウェア等のコスト（50.6%）」、「情報漏洩・セキュリティが不安（46.4%）」を挙げる企業が多い。

また、新規事業に取り組む府内企業では、「AI/IoTの対応力」が自社の弱みであると認識する企業が多く、加えて小規模事業者では「資金力」を弱みとする企業も多いことから、ICT導入において、社内の知識・ノウハウやハード・ソフトのコスト負担が、今後も大きな課題となるとみられる。

なお、今後のICT導入の意向がやや少ない「生活関連サービス業、娯楽業」や「宿泊業、飲食サービス業」では、他の業種よりも生産性の向上に効果は感じているが、ICTがそもそも仕事内容になじまないことや、知識・ノウハウが不足するとの課題認識が強い。

◆海外事業を行う（海外展開）企業では、国際経済の停滞や渡航制限等により、営業・販売活動に影響が出ている

海外展開企業のコロナ禍の影響・課題として、輸出入を行う企業では世界経済の停滞により貿易業務が困難となること、海外拠点を有する企業では、渡航制限による事業推進難を挙げる企業が多い。しかしこれら以上に、海外展開企業では「営業活動や販売活動ができない」、「展示会・商談会・イベントの中止・延期」など、営業・販売活動の停滞を課題として挙げる企業が多い。

◆コロナ禍で、輸入企業を中心に海外事業を停止する動きがみられる

今後、海外事業を拡大する予定の企業は221社あるが、一方で、海外事業を停止する企業は315社であった。海外事業を停止する企業のうち、258社は輸入企業である。輸入を行う企業が多い業種は「卸売業」や「製造業」であるが、「小売業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「宿泊業、飲食サービス業」などでもみられ、これらの幅広い業種でコロナ禍により輸入が困難となり、事業を取りやめる企業が出てきていると考えられる。

◆コロナ禍のなかでも、積極的に海外事業に取り組む意向のある中小企業や小規模事業者がみられる

これまで海外事業を行っていなかった企業のうち、新たに海外事業に取り組む企業は56社であり、そのうち50社は中小企業もしくは小規模事業者であった。また、今後、海外事業を拡大する企業221社のうち、中小企業もしくは小規模事業者は183社であり、コロナ禍のなかでも積極的に海外事業に取り組む意向を持つ中小企業や小規模事業者がいることがわかる。なお、これらの企業を業種別でみると、「製造業」や「卸売業」のほか、「小売業」や「学術研究、専門・技術サービス業」、「情報通信業」なども含まれている。

◆新規もしくは拡大する海外事業の目的は、アジアを中心とした現地需要獲得であった

新規・拡大する海外事業の内容としては、輸出（52.9%）の取組みが最も多く、そのほか販売委託や海外販売拠点の設置、ECサイト等活用など、海外需要の獲得に向けた取組みも一定みられた。事業対象となる国・地域は、「ベトナム（48.7%）」が最も多く、次いで「中国（45.2%）」、「タイ（32.6%）」とアジアが中心となっている。府内企業の既存の進出先国・地域は、いずれの海外事業においても中国がトップであったが、今後の展開ではベトナムへの関心が高まっている。しかし中国を対象とする企業も2番目に多いことから、中国は今後も有力な関係先であるとみられる。

◆海外事業を新規に取り組む、もしくは拡大する企業の課題は、取引先・パートナーの確保や渡航制限だが、新規取組企業では現地情報の入手が課題

海外事業を新規・拡大する企業の主な課題は、「新たな取引先・パートナー企業の確保（63.0%）」や「渡航制限による人の移動の制約（49.6%）」であった。また海外事業が未経験である新規取組企業の課題は、取引先・パートナーの確保のほか、現地の市場情報や法制度など現地情報の入手が中心となっている。

回答企業の属性 ①

《業種と企業規模》

業種			企業規模		
	(社数)	(%)	大企業	中小企業	小規模事業者
建設業	281	9.3%	7.2%	74.9%	17.8%
製造業	700	23.1%	4.3%	58.7%	37.0%
情報通信業	105	3.5%	5.9%	76.7%	17.5%
運輸業、郵便業	239	7.9%	21.0%	75.2%	3.8%
卸売業	446	14.7%	1.7%	86.1%	12.2%
金融業、保険業	22	0.7%	6.7%	82.5%	10.8%
不動産業、物品賃貸業	119	3.9%	4.5%	31.8%	63.6%
小売業	262	8.6%	0.9%	34.2%	65.0%
宿泊業、飲食サービス業	170	5.6%	12.6%	69.0%	18.4%
教育、学習支援業	20	0.7%	8.4%	84.4%	7.2%
医療、福祉	209	6.9%	0.0%	80.0%	20.0%
学術研究、専門・技術サービス業	122	4.0%	7.8%	85.4%	6.8%
生活関連サービス業、娯楽業	124	4.1%	9.8%	71.3%	18.9%
その他のサービス業	204	6.7%	9.8%	72.4%	17.9%
その他	12	0.4%	10.3%	80.9%	8.8%
			0.0%	91.7%	8.3%

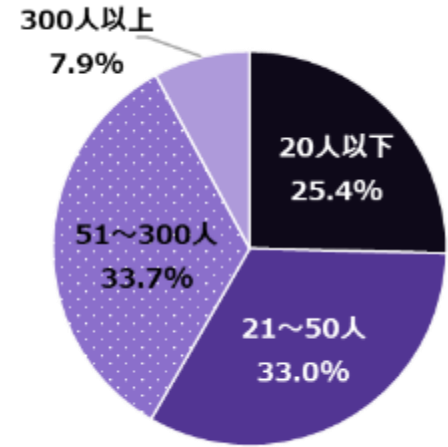
※1:業種について

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

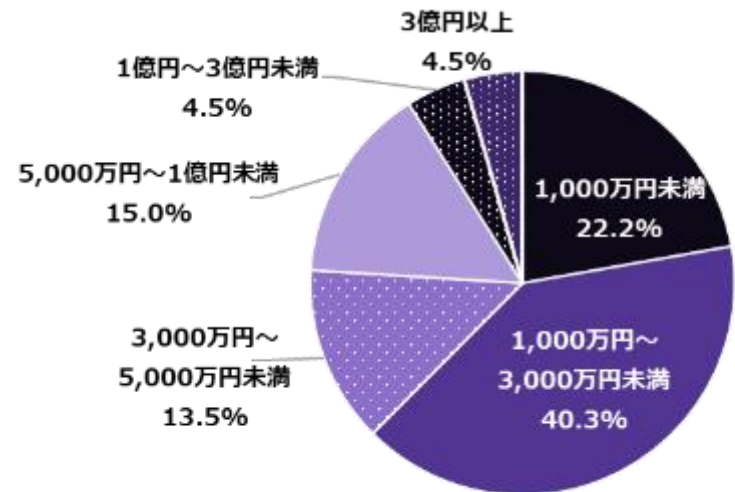
※2:企業規模について

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。そのため本資料において、中小企業とは、小規模事業者を除いた企業となっている。

《従業者数》



《資本金》



回答企業の属性 ②

《市場》

	(社数)	(%)
	飲食品、生活雑貨等の生活必需品	507
衣料品（ファッション、アパレル、繊維関係）	145	5.1%
医療、医薬（調剤含む）、健康	208	7.3%
観光、レジャー、ホテル、旅客運送（鉄道、船舶、タクシー等）	125	4.4%
学校・教育関係、学生向け商品・サービス等	63	2.2%
イベント（エンタメ、スポーツ、商業展示会等）、冠婚葬祭	80	2.8%
理美容、化粧品	77	2.7%
情報・通信サービス（放送・出版、動画・ゲーム配信等）	75	2.6%
自動車	154	5.4%
機械、電子、電気機器等（自動車以外）の耐久財	282	9.9%
インフラ工事、インフラ設備	186	6.6%
住宅、住宅設備、オフィスビル・テナント	307	10.8%
環境、エネルギー、化学、資源	122	4.3%
金融、保険、シンクタンク、調査、公的機関	47	1.7%
その他	461	16.2%

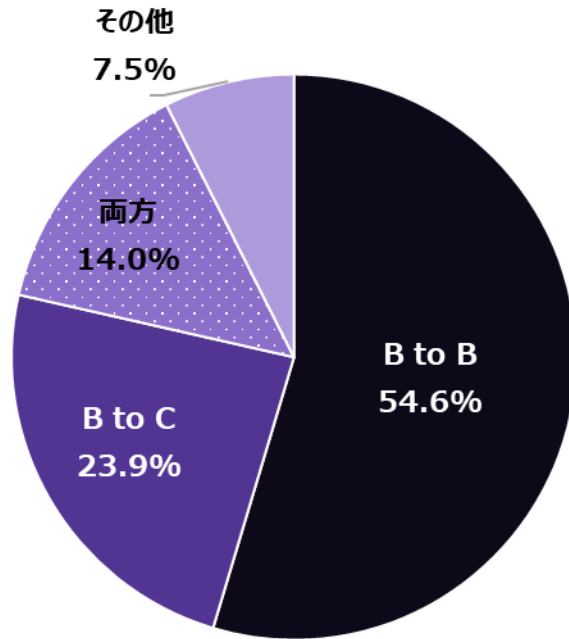
建設業	製造業	情報通信業	運輸業、郵便業	卸売業	金融業、保険業	不動産業、物品賃貸業	小売業	飲食サービス業、宿泊業	教育、学習支援業	医療、福祉	専門・技術サービス業、学術研究	生活関連サービス業、娯楽業	その他のサービス業	その他
0.4%	21.1%	1.0%	8.5%	17.2%	0.0%	1.8%	24.9%	19.3%	0.0%	0.8%	0.8%	1.2%	3.0%	0.2%
0.0%	31.0%	0.7%	9.7%	35.2%	0.0%	2.1%	15.9%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	0.0%	2.8%	0.7%
2.4%	13.5%	2.9%	2.4%	9.6%	0.0%	3.8%	10.1%	1.0%	0.0%	47.6%	1.4%	2.9%	2.4%	0.0%
6.4%	9.6%	0.8%	28.0%	9.6%	0.0%	2.4%	3.2%	17.6%	0.0%	0.0%	1.6%	13.6%	7.2%	0.0%
4.8%	14.5%	6.5%	3.2%	8.1%	0.0%	3.2%	6.5%	6.5%	24.2%	8.1%	6.5%	8.1%	0.0%	0.0%
0.0%	10.1%	2.5%	0.0%	7.6%	0.0%	5.1%	7.6%	6.3%	1.3%	0.0%	15.2%	29.1%	12.7%	2.5%
0.0%	26.0%	2.6%	0.0%	19.5%	0.0%	0.0%	5.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	44.2%	1.3%	0.0%
1.3%	6.7%	52.0%	5.3%	2.7%	0.0%	1.3%	10.7%	0.0%	0.0%	0.0%	10.7%	2.7%	5.3%	1.3%
0.7%	54.9%	0.0%	6.5%	15.7%	0.0%	1.3%	9.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	0.0%	10.5%	0.0%
1.8%	48.6%	3.2%	8.2%	26.2%	0.4%	0.7%	2.8%	0.4%	0.0%	0.0%	1.8%	0.4%	5.7%	0.0%
41.4%	21.0%	1.1%	3.2%	9.1%	0.0%	3.8%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	10.2%	1.1%	6.5%	1.1%
31.0%	13.4%	0.7%	5.2%	10.8%	0.3%	19.3%	0.7%	0.3%	0.0%	0.3%	2.0%	0.7%	15.0%	0.3%
14.8%	27.0%	4.1%	16.4%	14.8%	0.0%	1.6%	5.7%	0.0%	0.0%	0.0%	6.6%	0.0%	9.0%	0.0%
6.4%	2.1%	12.8%	2.1%	4.3%	27.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	17.0%	2.1%	17.0%	6.4%
9.4%	16.8%	3.7%	7.2%	12.0%	1.1%	3.1%	5.0%	3.5%	0.7%	18.8%	6.6%	4.1%	7.9%	0.2%

※3:市場について

各企業における主な顧客（取引先・荷主・店子等）や市場に基づく分類。なお、以後の調査結果では、各市場名称は略称を使用。

回答企業の属性 ③

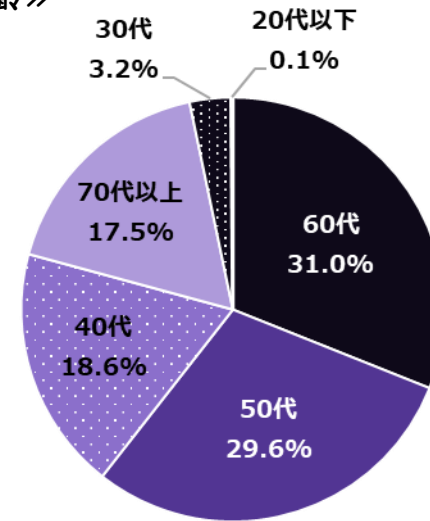
《販売先》



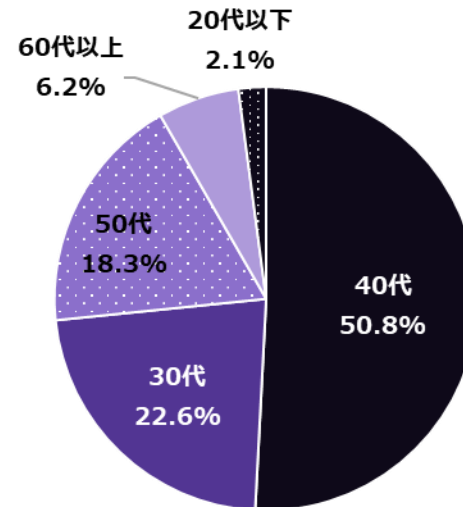
※4:販売先について

商品・製品・サービスを販売・提供する相手が、一般消費者である企業をBtoC (Business to Customer)、事業者である企業をBtoB (Business to Business) に分類した。なお、両者を相手にする企業及びその他を選択した企業は、集計から除外している。

《経営者の年齢》



《従業員の平均年齢》



回答企業の属性 ④

《業種別の非正規雇用割合・女性比率》

	全体	正規雇用	非正規雇用					
	【女性比率】 全体	【女性比率】 正規	【非正規率】 全体	【女性比率】 非正規全体	契約・嘱託等		パート・アルバイト	
					【非正規率】 契約・嘱託社員等	【女性比率】 非正規（契約等）	【非正規率】 パート・アルバイト	【女性比率】 非正規 （パート・アルバイト）
建設業	19.7%	19.1%	22.5%	55.3%	16.7%	41.8%	15.7%	79.0%
製造業	32.9%	24.0%	28.7%	62.1%	10.5%	42.2%	25.1%	77.9%
情報通信業	27.2%	25.9%	19.8%	48.6%	15.4%	36.5%	13.3%	79.8%
運輸業、郵便業	18.5%	13.7%	30.0%	47.4%	20.3%	30.7%	21.1%	64.9%
卸売業	38.7%	32.5%	27.9%	65.1%	11.6%	53.2%	24.3%	81.2%
金融業、保険業	52.7%	47.3%	39.7%	80.5%	29.7%	72.3%	31.5%	79.9%
不動産業、物品賃貸業	46.9%	42.9%	41.0%	71.4%	24.8%	60.4%	32.0%	83.8%
小売業	56.3%	45.2%	63.2%	71.0%	11.5%	53.9%	59.8%	77.0%
宿泊業、飲食サービス業	57.1%	32.1%	76.4%	68.2%	12.4%	65.3%	74.3%	69.6%
教育、学習支援業	53.2%	56.8%	70.5%	62.3%	46.3%	52.7%	57.4%	71.4%
医療、福祉	77.6%	70.0%	57.2%	83.8%	21.3%	85.6%	53.7%	84.8%
学術研究、専門・技術サービス業	42.4%	37.0%	35.4%	63.7%	19.3%	49.0%	26.8%	79.9%
生活関連サービス業、娯楽業	60.5%	50.5%	53.0%	73.1%	19.0%	63.6%	47.8%	77.3%
その他のサービス業	31.1%	25.9%	52.3%	49.8%	29.9%	39.1%	38.9%	64.4%
その他	42.2%	34.1%	35.0%	54.4%	20.5%	48.9%	29.9%	79.7%
全体	40.0%	32.3%	40.4%	64.0%	16.2%	49.2%	36.3%	76.8%

I 業績・事業への影響

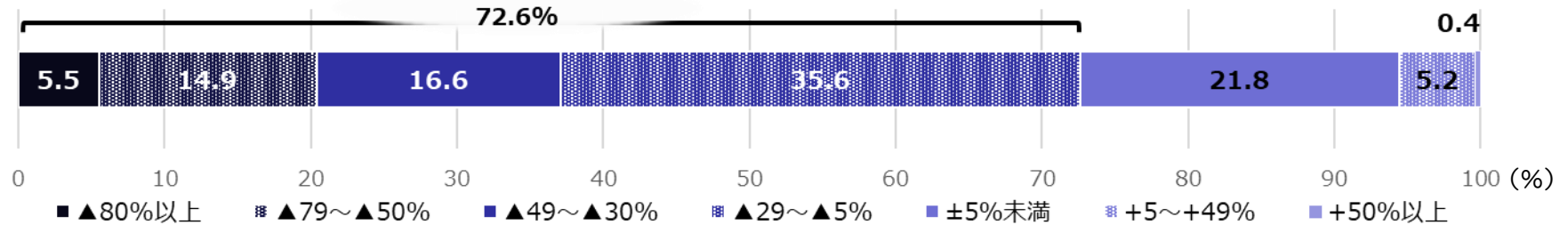
＜新型コロナウイルス感染症拡大期（2020年2月～7月）の経営状況＞

I-1 売上高への影響【2020年7月まで①】

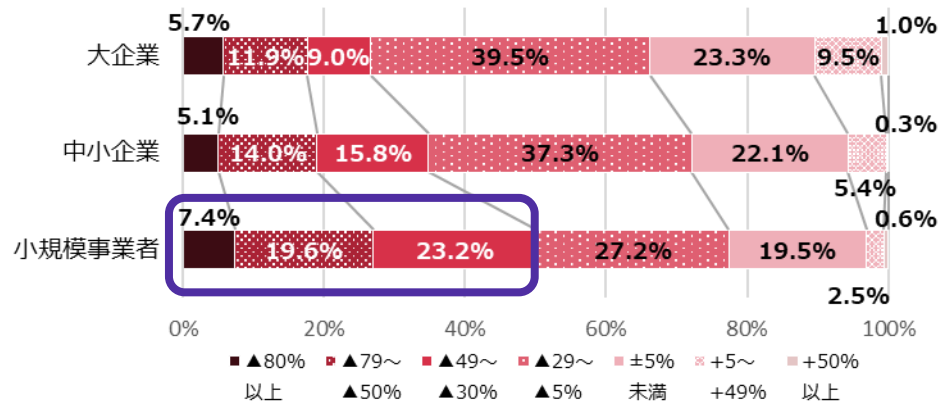
【コロナ禍の影響等により、府内企業の7割超で売上高が減少し、特にBtoCで大きな影響が出ている】

- ◆ コロナ禍の影響のなか、2020年2月～7月にかけて府内企業の7割超が売上高減少
- ◆ 企業規模別では、小規模事業者の約半数は売上高が30%以上減少しており、他の規模よりも減少率が高い
- ◆ 販売先別では、BtoCの約半数は売上高が30%以上減少したが、BtoBでは、減少率が30%以内に留まる企業が4割強

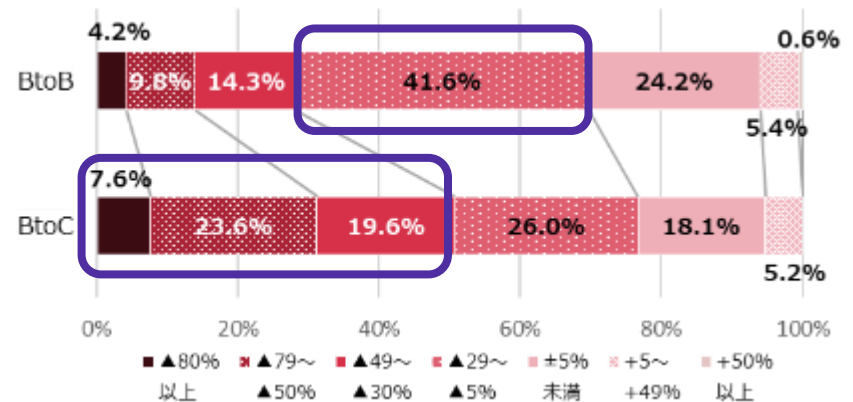
◆2020年2月～7月の半年間における売上高の前年同期比



【企業規模別】



【販売先別】



I-2 売上高への影響【2020年7月まで②】

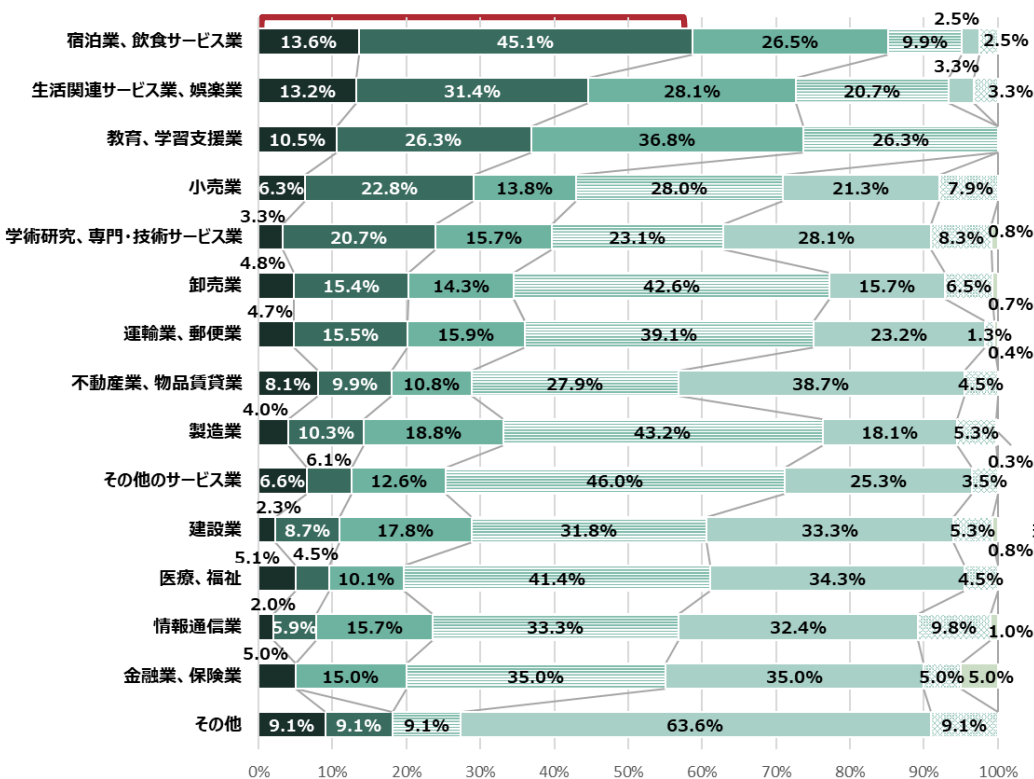
【コロナ禍での活動自粛の影響が出やすい分野や休業要請の対象となった分野で売上高の減少が顕著】

- ◆ 業種別では、「宿泊業、飲食サービス業」をはじめ、「生活関連サービス業、娯楽業」、「教育、学習支援業」などBtoCで大きく売上高が減少
- ◆ 市場別では、「イベント、冠婚葬祭」、「観光、ホテル、旅客運送」、「学校・教育関係」など活動自粛の影響が大きい分野で売上高の落ち込みが大きい

◆2020年2～7月の半年間における売上高の前年同期比

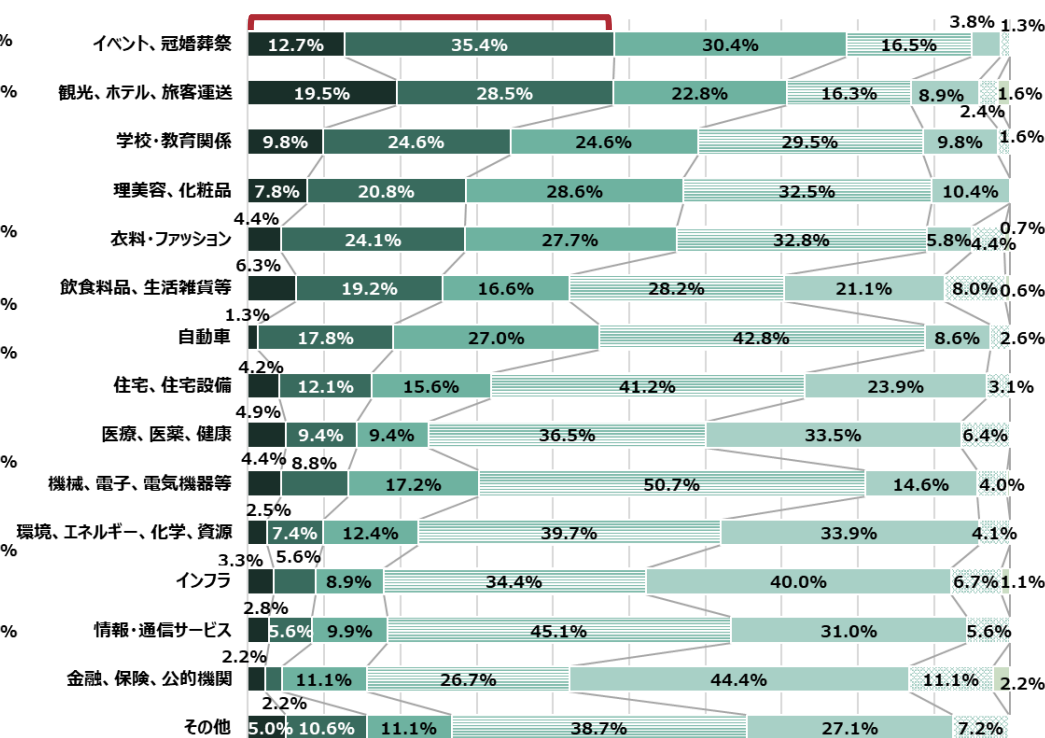
【業種別】

■▲80%以上 ▲79～▲50% ▲49～▲30% ▲29～▲5% ±5%未満 +5～+49% +50%以上



【市場別】

■▲80%以上 ▲79～▲50% ▲49～▲30% ▲29～▲5% ±5%未満 +5～+49% +50%以上

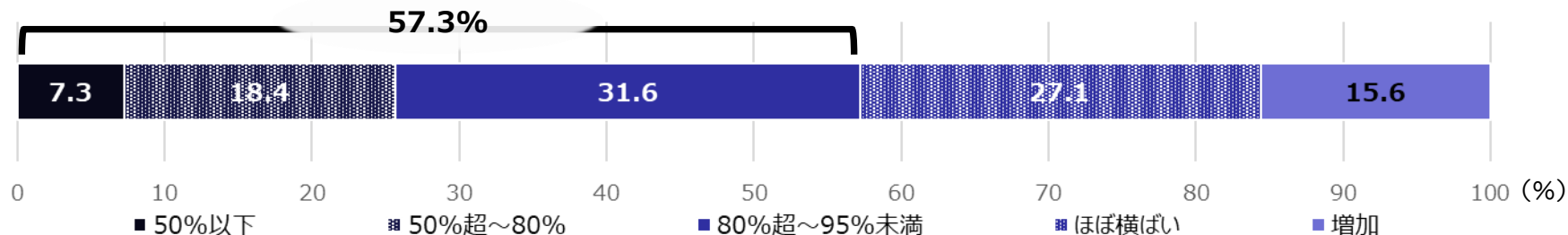


I-3 売上高への影響【今期の見込み(前期比)①】

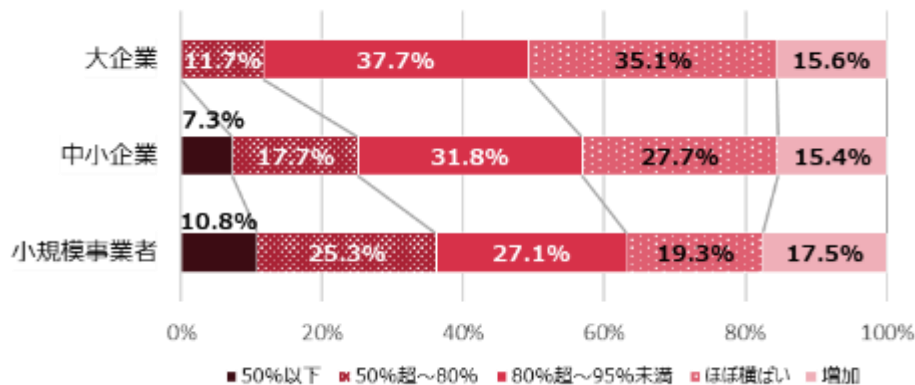
【府内企業の6割弱が今期の売上高の見込みは減少すると予測しており、小規模ほど減少率が高い】

- ◆ 府内企業の6割弱が、今期の売上高の見込みは減少すると予測
- ◆ 企業規模別では、減少を見込む割合に顕著な差はないが、小規模ほど売上高の減少率が高くなる傾向がみられた
- ◆ 販売先別では、BtoCの方が、50%以上の売上減少を見込む割合が高い

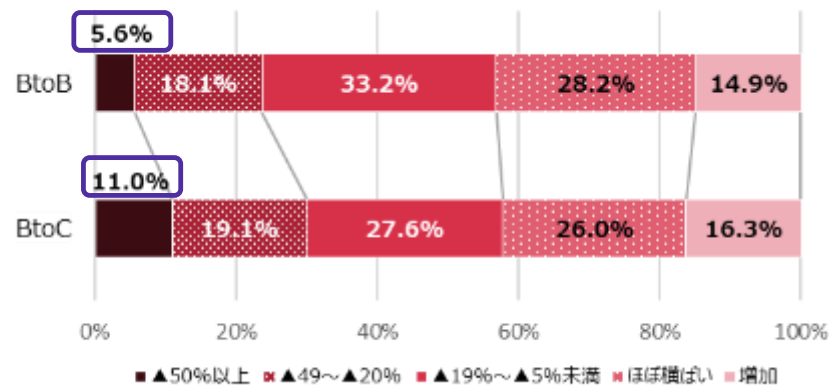
◆今期の売上高の見込み(前期比)



【企業規模別】



【販売先別】



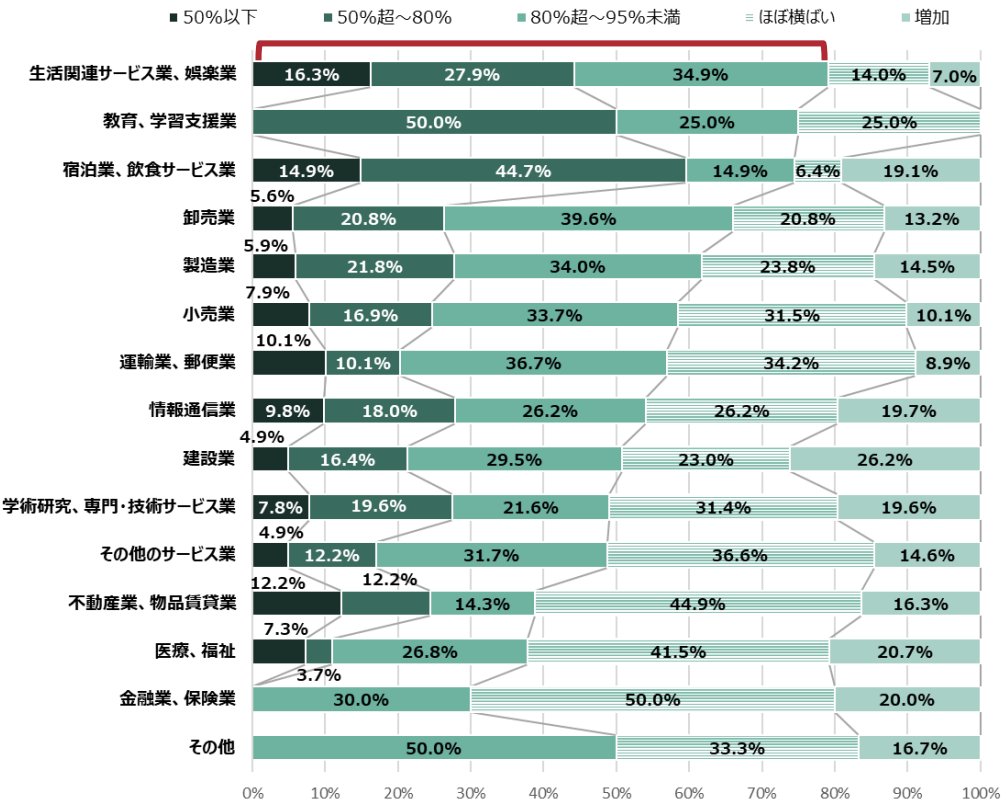
I-4 売上高への影響【今期の見込み(前期比)②】

【今期の売上高減少を見込む企業が多いのは、休業要請の対象業種や、自粛により買い控えが生じていた市場に関する企業】

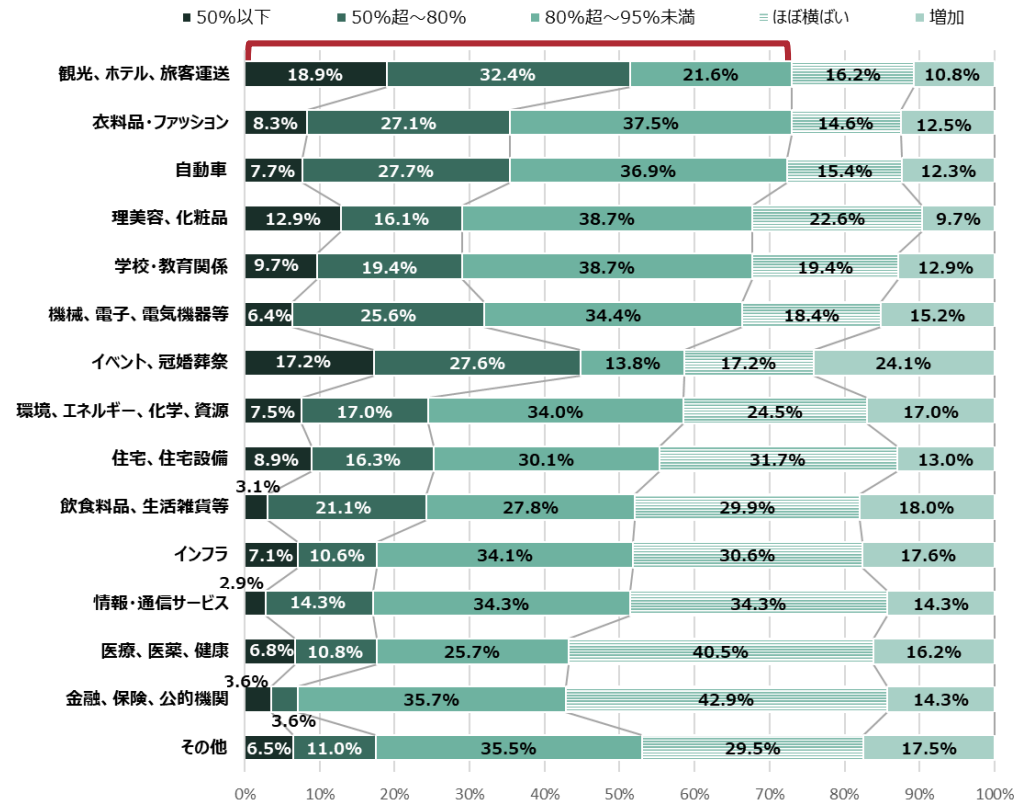
- ◆ 売上高減少割合が高い業種は、「生活関連サービス業、娯楽業」、「教育、学習支援業」、「宿泊業、飲食サービス業」などBtoCが多い
- ◆ 売上高減少割合が高い市場は、「観光、ホテル、旅客運送」、「衣料品・ファッション」などに加え、製造業が主体の「自動車」など

◆今期の売上高の見込み(前期比)

【業種別】



【市場別】

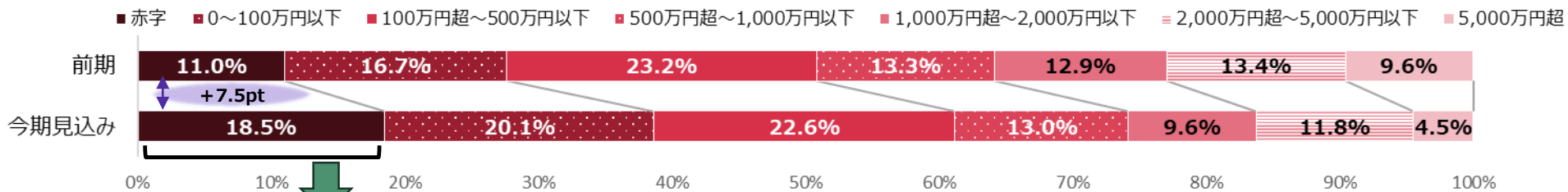


I-5 1人あたり経常利益額の変化

【コロナ禍の影響を強く受けている企業では、収益性が悪化すると予測】

- ◆ 前期に比べ今期の見込みの経常利益額が赤字（経常損失）となる割合は7.5pt上昇
- ◆ 企業規模別では、大企業で赤字率は14.9pt上昇し、中小企業や小規模事業者と同水準まで赤字企業が増えるとみられる
- ◆ 今期の売上高減少率が高い業種や市場（I-4参照）では、赤字割合も上昇している

◆ 1人あたり経常利益額（今期見込み）の変化



◆ 1人あたり経常利益額の赤字割合の変化

【企業規模別】

	今期見込み	差引(※)
大企業	17.9%	14.9
中小企業	18.6%	7.4
小規模事業者	18.8%	4.5

【販売先別】

	今期見込み	差引
B to B	15.6%	5.5
B to C	27.6%	15.6

【業種別】

	今期見込み	差引
宿泊業、飲食サービス業	62.2%	37.8
生活関連サービス業、娯楽業	41.7%	27.8
小売業	26.0%	19.2
学術研究、専門・技術サービス業	18.6%	14.0
卸売業	20.1%	8.8
運輸業、郵便業	22.6%	6.5
情報通信業	18.2%	4.5
その他のサービス業	13.4%	4.5
製造業	17.9%	3.3
建設業	3.9%	2.0
教育、学習支援業	0.0%	0.0
医療、福祉	7.9%	0.0
不動産業、物品賃貸業	5.3%	-5.3
金融業、保険業	0.0%	-11.1
その他	0.0%	0.0

【市場別】

	今期見込み	差引
イベント、冠婚葬祭	50.0%	31.8
衣料品・ファッション	40.5%	21.6
観光、ホテル、旅客運送	33.3%	20.0
理美容、化粧品	43.5%	17.4
飲食料品、生活雑貨等	28.8%	14.4
情報・通信サービス	11.5%	11.5
学校・教育関係	21.7%	8.7
自動車	14.0%	6.0
機械、電子、電気機器等	17.4%	3.3
住宅、住宅設備	11.9%	3.0
医療、医薬、健康	11.9%	1.7
インフラ	5.9%	1.5
金融、保険、公的機関	4.8%	0.0
環境、エネルギー、化学、資源	2.1%	-4.2
その他	14.9%	6.5

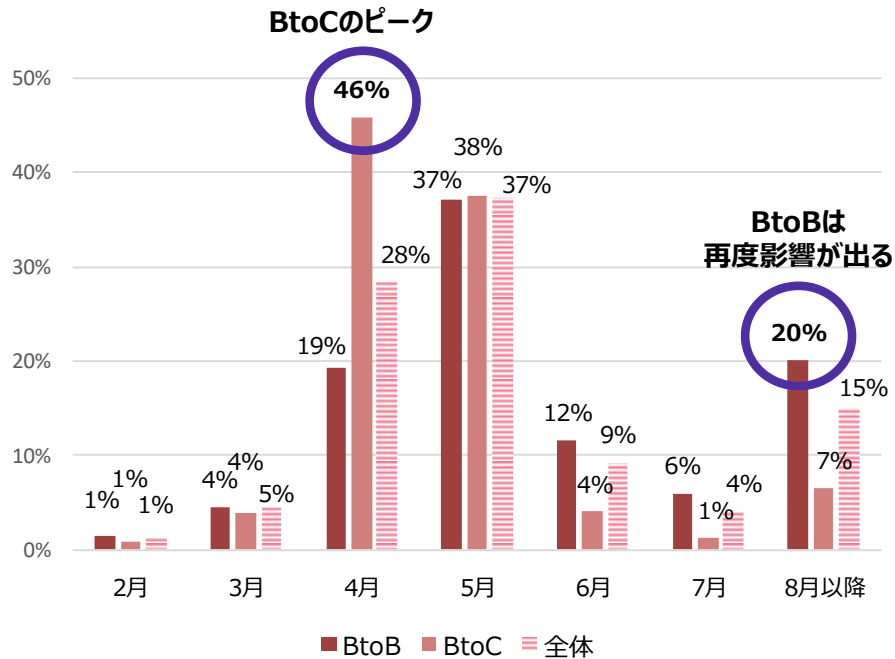
※「差引」とは、1人あたり経常利益額の赤字割合について、「今期見込み」から「前期」を差し引いた数値（ポイント）

I-6 売上高への影響が及ぶ期間

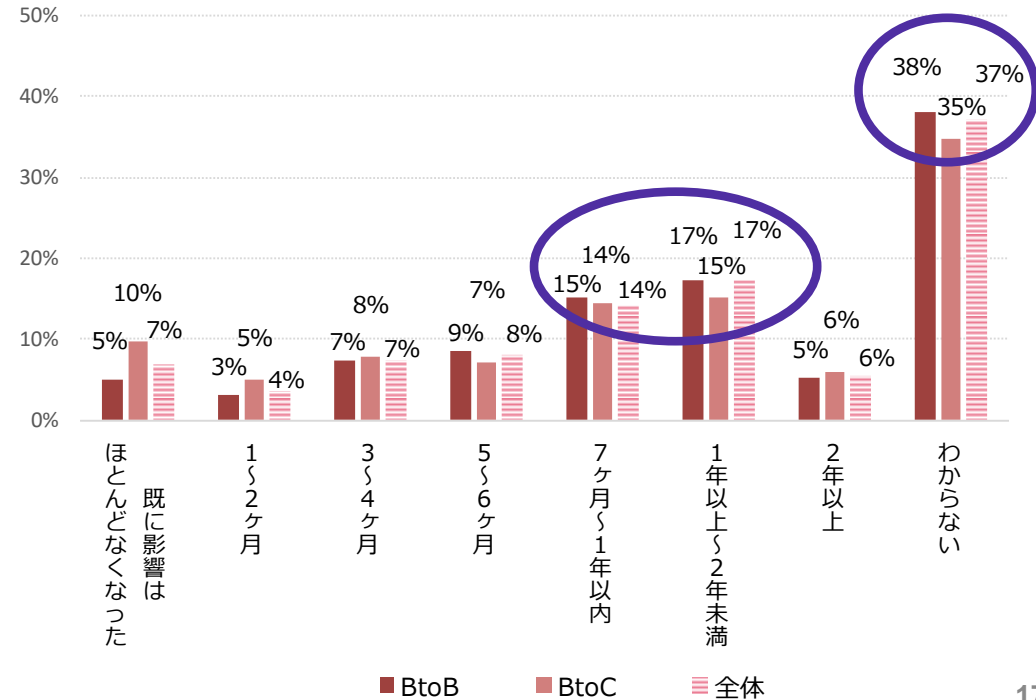
【コロナ禍の影響が顕著になる時期は、BtoCでは4月、BtoBでは5月もしくは今後】

- ◆ BtoCでは、コロナ禍の影響がピークとなる4月までに5割の企業で売上高への顕著な影響がでていた
- ◆ BtoBでは、5月にピークを迎えるが、約2割の企業が今後（8月以降）の売上高への影響に懸念を持っている
- ◆ 売上高への影響が及ぶ期間を、半年から2年と予測する企業が多いが、一方で3割超の企業は「わからない」と見通しが持てずにいる
- ◆ BtoCでは、約1割の企業が既に影響がないなど、比較的早期に影響が弱まると認識する企業が少なくなかった

◆ 売上高への影響が最も顕著になった月



◆ 売上高への影響が及ぶ期間の予測



I-7 事業への影響

【コロナ禍のなか、府内企業では投資や新事業を中止・延期する動きがみられた】

- ◆ コロナ禍のなか、府内企業の2～3割が、設備や不動産への投資や新事業・新市場参入、商製品・サービスの開発を中止・延期
- ◆ 小規模事業者の6割が土地・建物の取得を中止・延期するなど、小規模ほど投資や開発を中止・延期する割合が高くなるが、一方で前倒し実施する割合も高い

＜a. 設備投資・改修工事＞

■ 中止・延期 ■ 予定通り実施 ■ 予定前倒し・急遽実施



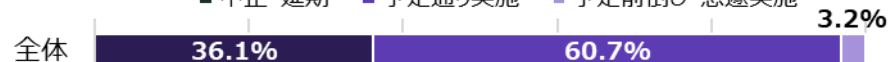
【企業規模別】



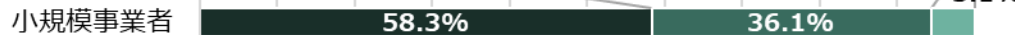
0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

＜b. 土地・建物の取得＞

■ 中止・延期 ■ 予定通り実施 ■ 予定前倒し・急遽実施



【企業規模別】



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

＜c. 新事業・新市場参入＞

■ 中止・延期 ■ 予定通り実施 ■ 予定前倒し・急遽実施



【企業規模別】



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

＜d. 商製品・サービスの開発＞

■ 中止・延期 ■ 予定通り実施 ■ 予定前倒し・急遽実施



【企業規模別】



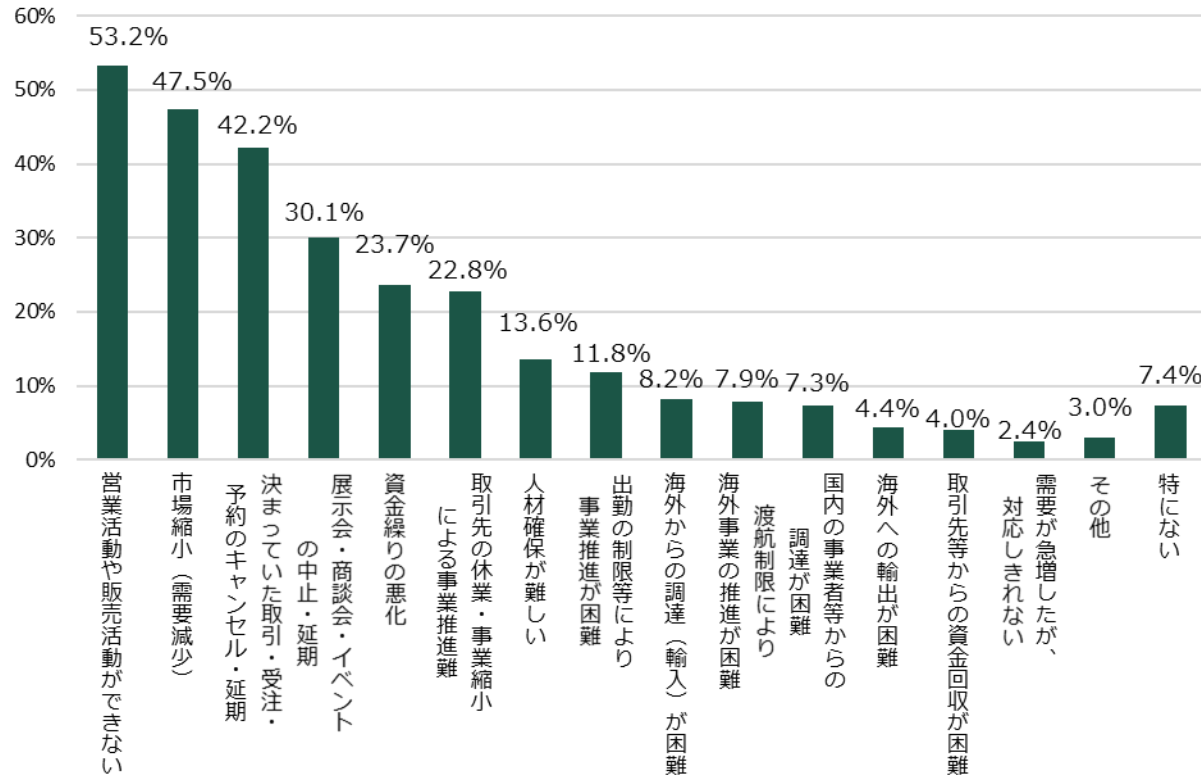
0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

I-8 コロナ禍による影響・課題

【府内企業では、コロナ禍による影響は営業・販売面に強く出ている】

- ◆ コロナ禍での影響や課題では、「営業活動や販売活動ができない(53.2%)」、「市場縮小(需要減少)(47.5%)」、「決まっていた取引・受注・予約のキャンセル・延期(42.2%)」、「展示会・商談会・イベントの中止・延期(30.1%)」など**営業・販売面での課題が上位**を占めている
- ◆ 小規模事業者では、他に比べ「資金繰りの悪化(29.5%)」、「取引先の休業・事業縮小による事業推進難(25.8%)」を課題とする企業が多い

◆2020年2月以降から現在までの影響・課題



【企業規模別】

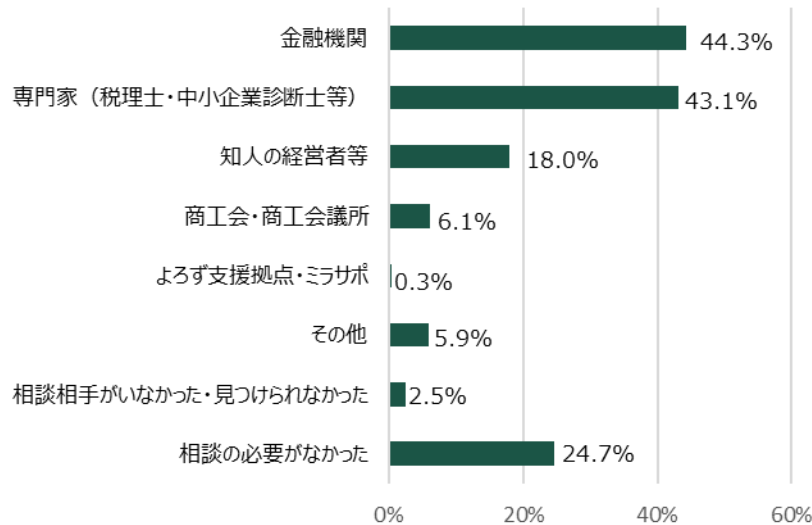
	企業規模		
	大企業	中小企業	小規模事業者
営業活動や販売活動ができない	66.2%	55.5%	39.3%
市場縮小(需要減少)	51.5%	48.0%	44.2%
決まっていた取引・受注・予約のキャンセル・延期	46.1%	41.7%	42.1%
展示会・商談会・イベントの中止・延期	52.0%	30.8%	18.6%
資金繰りの悪化	13.2%	23.4%	29.5%
取引先の休業・事業縮小による事業推進難	21.6%	22.3%	25.8%
人材確保が難しい	12.7%	15.1%	7.6%
出勤の制限等により事業推進が困難	23.0%	12.3%	4.8%
海外からの調達(輸入)が困難	15.2%	7.9%	6.8%
渡航制限により海外事業の推進が困難	17.6%	7.9%	4.1%
国内の事業者等からの調達が困難	12.3%	6.6%	8.1%
海外への輸出が困難	7.4%	4.6%	2.5%
取引先等からの資金回収が困難	5.4%	3.8%	4.7%
需要が急増したが、対応しきれない	6.9%	2.2%	1.6%
その他	3.9%	3.1%	2.5%
特になし	3.4%	6.5%	12.6%

I-9 課題の相談相手

【府内企業の主な相談先は金融機関と専門家であるが、中小企業、小規模事業者では知人の経営者への相談も多い】

- ◆ コロナ禍での府内企業の主な相談相手は、「金融機関(44.3%)」や「専門家(税理士・中小企業診断士等)(43.1%)」であった
- ◆ いずれの企業規模でも、金融機関や専門家に相談する企業が多いが、中小企業と小規模事業者では「知人の経営者等(21.2%)」に相談する企業がやや多い

◆ 経営課題について相談した相手



【企業規模別】

	企業規模		
	大企業	中小企業	小規模事業者
金融機関	29.5%	47.7%	35.3%
専門家(税理士・中小企業診断士等)	24.6%	43.8%	47.4%
知人の経営者等	7.7%	18.1%	21.2%
商工会・商工会議所	1.4%	5.9%	8.5%
よろず支援拠点・ミラサポ	0.0%	0.3%	0.8%
その他	12.1%	6.2%	2.3%
相談相手がいなかった・見つけれなかった	2.4%	2.0%	4.4%
相談の必要がなかった	43.0%	23.9%	21.2%

Ⅱ 今後の展望・事業展開

Ⅱ-1 今後の事業における最大懸念事項

【府内企業の今後の最大懸念事項は、既存の顧客や需要の回復】

- ◆ 府内企業の今後の最大懸念事項は、「既存顧客・需要の回復（51.2%）」であり、企業規模別、販売先別でも順位に変動はみられない
- ◆ 企業規模別では、大企業で「新しい生活様式（3密対策）への対応（16.7%）」がやや高く、小規模事業者では、コロナ禍による影響・課題（I-8参照）と同様に「取引先・関係先の休廃業・倒産（11.0%）」がやや高い

◆今後の事業における最大懸念事項 【単一回答】

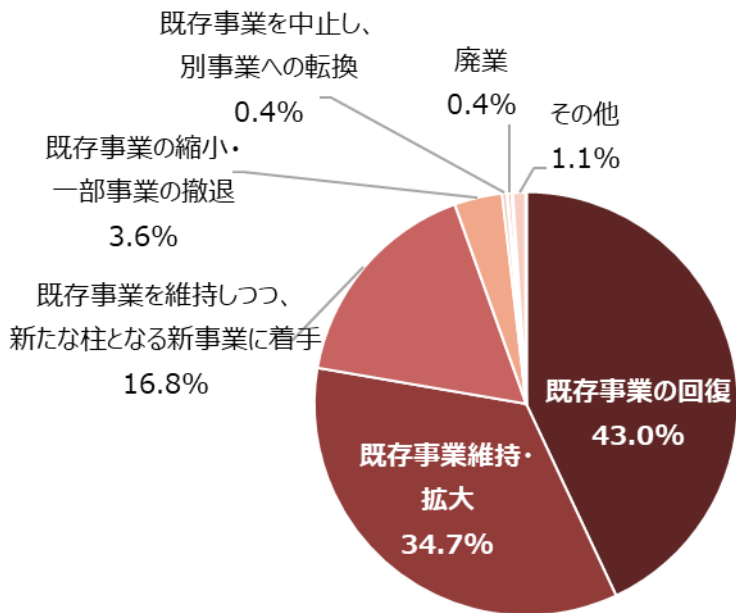
	全企業	企業規模			販売先	
		大企業	中小企業	小規模事業者	B to B	B to C
既存顧客・需要の回復	51.2%	62.9%	53.2%	39.0%	55.3%	47.2%
新しい生活様式（3密対策）への対応	7.8%	16.7%	7.5%	5.0%	6.7%	9.7%
新規顧客・販路の開拓	7.7%	5.4%	7.7%	8.3%	7.6%	7.7%
取引先・関係先の休廃業・倒産	7.1%	2.7%	6.6%	11.0%	8.8%	2.4%
人材の確保	6.8%	3.2%	7.2%	6.0%	6.3%	7.7%
資金繰りが不安	5.2%	1.6%	4.9%	7.6%	4.3%	6.7%
借入金の返済	1.9%	0.0%	1.7%	4.0%	1.2%	2.4%
事業の継続（倒産、廃業の可能性）	1.9%	0.5%	1.6%	3.6%	0.7%	3.8%
雇用の維持	1.6%	0.5%	1.7%	1.4%	1.2%	2.4%
既存仕入・調達の回復	0.7%	1.1%	0.6%	0.7%	0.8%	0.5%
仕入・調達先の開拓・多様化	0.7%	0.5%	0.7%	0.7%	0.9%	0.4%
その他	0.9%	1.1%	1.0%	0.5%	0.6%	2.2%
特になし	6.6%	3.8%	5.6%	12.1%	5.6%	7.1%

II-2 今後の展望・方向性

【府内企業の多くは、今後、既存事業の立て直しや拡充に注力するが、一部には新事業に取り組む企業もみられる】

- ◆ 府内企業の今後の展望は、「既存事業の回復（43.0%）」や「既存事業維持・拡大（34.7%）」と**既存事業の立て直しや拡充が中心**
- ◆ 次に多い「既存事業を維持しつつ、新たな柱となる新事業に着手（16.8%）」は、中小企業でやや高い
- ◆ 販売先別では、コロナ禍で売上高を大きく減少した（I-1参照）BtoCでは、「既存事業の回復」がBtoBより10pt以上高い5割以上となっている

◆今後の展望・方向性



【企業規模、販売先別】

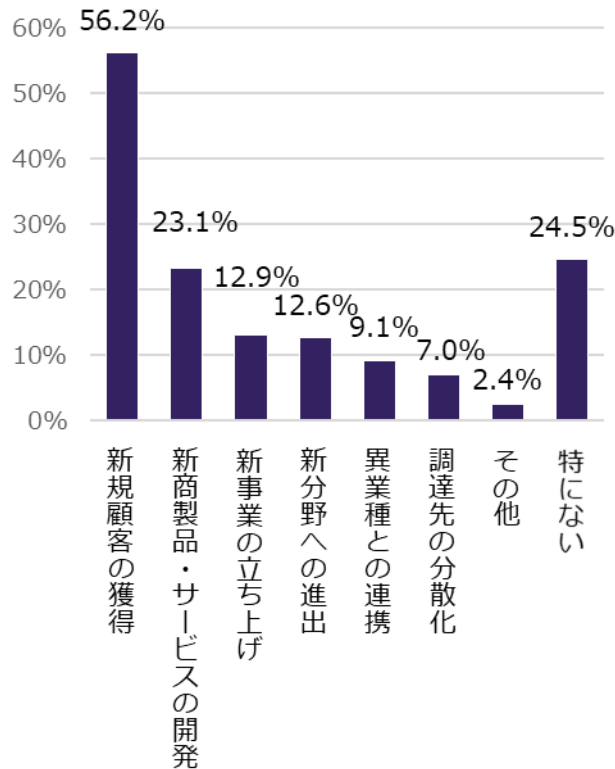
	企業規模			販売先	
	大企業	中小企業	小規模事業者	B to B	B to C
既存事業の回復	41.5%	42.6%	45.3%	40.4%	51.7%
既存事業維持・拡大	42.5%	35.1%	29.6%	38.1%	29.0%
既存事業を維持しつつ、新たな柱となる新事業に着手	13.2%	17.6%	14.9%	17.6%	11.0%
既存事業の縮小・一部事業の撤退	1.9%	3.6%	4.8%	3.0%	5.2%
既存事業を中止し、別事業への転換	0.0%	0.2%	1.2%	0.2%	0.6%
廃業	0.0%	0.1%	1.7%	0.1%	0.7%
その他	0.9%	0.7%	2.5%	0.6%	1.8%

Ⅱ-3 今後の新規または強化する取組み

【府内企業の半数以上が新規顧客開拓に取組み、新商製品・サービスの開発や新事業開発や新分野進出への取組みも一定みられる】

- ◆ 府内企業が、今後の新規または強化する取組みは、「新規顧客の獲得(56.2%)」が最も多く、続いて「新商製品・サービスの開発(23.1%)」、「新事業の立ち上げ(12.9%)」、「新分野への進出(12.6%)」が多い
- ◆ 企業規模別では小規模事業者で「特にない(38.0%)」との回答が多く、規模により取組みに差がみられた

◆今後の新規または強化する取組み



【企業規模、販売先別】

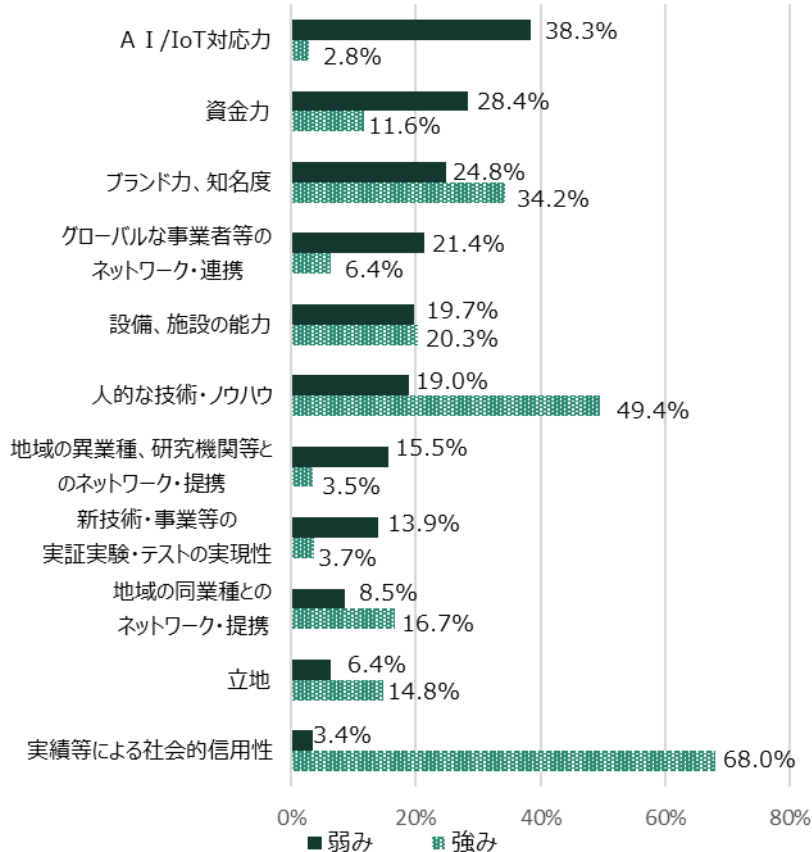
	企業規模			販売先	
	大企業	中小企業	小規模事業者	BtoB	BtoC
新規顧客の獲得	61.8%	58.2%	45.1%	54.0%	60.2%
新商製品・サービスの開発	34.0%	24.5%	13.4%	25.6%	17.7%
新事業の立ち上げ	15.6%	13.5%	8.7%	12.1%	12.4%
新分野への進出	15.1%	12.7%	11.2%	12.9%	10.0%
異業種との連携	7.5%	9.3%	9.1%	9.6%	6.7%
調達先の分散化	11.3%	6.9%	5.7%	8.4%	4.0%
その他	3.8%	2.8%	0.4%	2.2%	2.8%
特にない	13.2%	22.4%	38.0%	24.4%	23.4%

II-4 新規・強化取組みを実施する企業の弱みと強み

【新たな事業に取り組む企業の弱みはAI/IoT対応力と資金力】

- ◆ 新規または強化する取組みを実施する企業の主な弱みは、近年重要性が増してきた「AI/IoT対応力(38.3%)」や「資金力(28.4%)」、主な強みは、既存事業で積み上げられた「実績等による社会的信用性(68.0%)」や「人的な技術・ノウハウ(49.4%)」であった
- ◆ 企業規模別で主な弱みをみると、大企業で「AI/IoT対応力(46.1%)」、小規模事業者では「資金力(45.7%)」であった

◆新規・強化事業を行う企業の弱みと強み



【企業規模、販売先別】

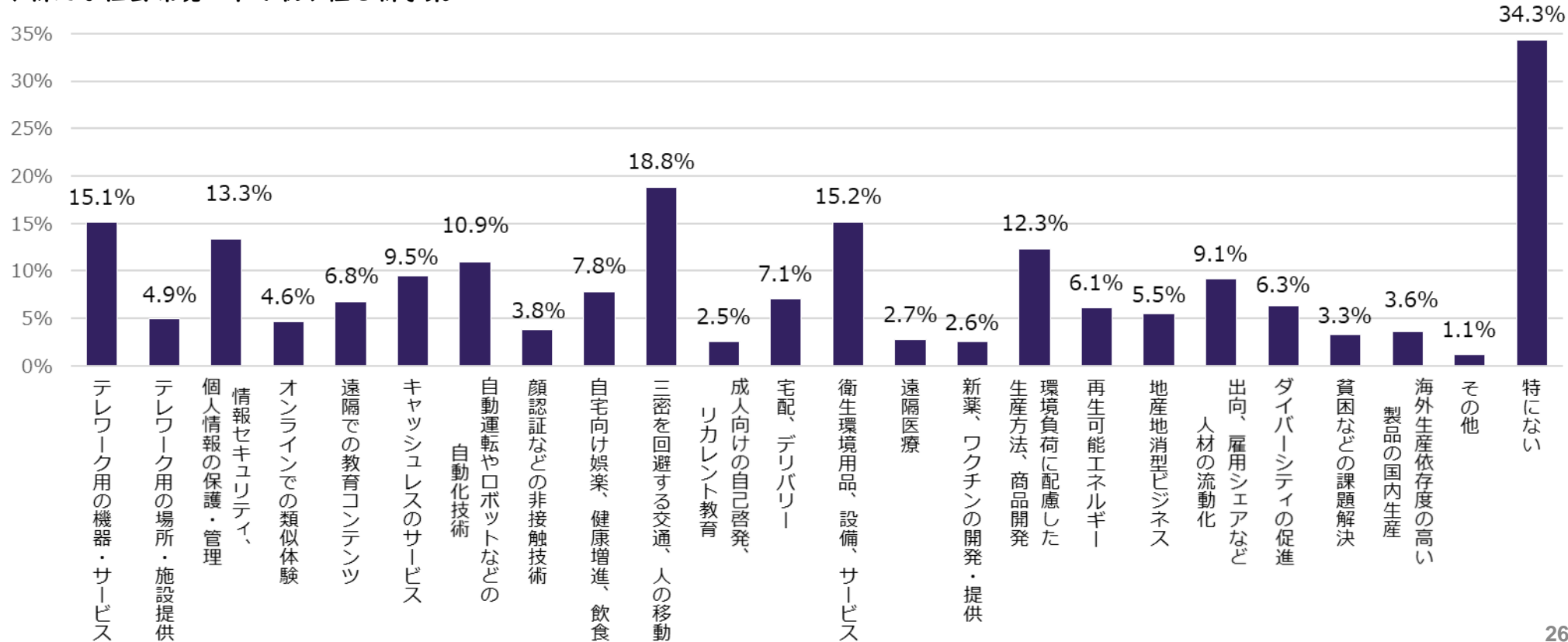
	企業規模			販売先		
	大企業	中小企業	小規模事業者	B to B	B to C	
弱み	A I/IoT対応力	46.1%	39.7%	25.7%	39.9%	33.7%
	資金力	9.9%	27.6%	45.7%	23.4%	39.6%
	ブランド力、知名度	25.0%	23.7%	31.7%	26.3%	19.9%
	グローバルな事業者等のネットワーク・連携	21.1%	21.1%	23.5%	23.2%	18.3%
	設備、施設の能力	12.5%	20.2%	21.3%	18.4%	24.4%
	人的な技術・ノウハウ	24.3%	19.7%	11.3%	18.9%	17.3%
	地域の異業種、研究機関等とのネットワーク・提携	11.2%	16.0%	14.8%	16.2%	11.0%
	新技術・事業等の実証実験・テストの実現性	8.6%	15.4%	8.7%	16.1%	9.6%
	地域の同業種とのネットワーク・提携	5.9%	8.7%	10.0%	8.8%	8.0%
	立地	3.9%	6.7%	5.2%	5.6%	7.7%
実績等による社会的信用性	3.3%	3.2%	4.8%	3.3%	3.5%	
強み	A I/IoT対応力	6.8%	2.8%	0.4%	3.4%	1.5%
	資金力	21.0%	11.3%	6.4%	13.2%	6.3%
	ブランド力、知名度	46.6%	35.1%	19.9%	28.2%	45.5%
	グローバルな事業者等のネットワーク・連携	10.2%	6.2%	5.2%	7.9%	2.8%
	設備、施設の能力	21.6%	21.4%	13.1%	23.8%	13.8%
	人的な技術・ノウハウ	51.7%	48.7%	52.2%	53.2%	42.9%
	地域の異業種、研究機関等とのネットワーク・提携	5.1%	3.4%	2.8%	3.6%	4.2%
	新技術・事業等の実証実験・テストの実現性	7.4%	3.6%	2.0%	4.4%	2.0%
	地域の同業種とのネットワーク・提携	11.4%	17.5%	15.5%	15.9%	17.1%
	立地	13.1%	15.0%	14.7%	10.1%	26.3%
実績等による社会的信用性	71.6%	68.7%	61.8%	70.0%	62.6%	

Ⅱ-5 新たな社会環境に対応した新事業

【府内企業は新たな社会環境に対応した各種の収益事業に取り組む意向を示している】

- ◆ 府内企業は、コロナ禍の影響を含め、環境エネルギーや健康・医療、AI/IoTなど新たな社会環境に対応した各種の収益事業に取り組む意向を示している
- ◆ 府内企業が取り組みたいと考える収益事業は、三密回避や衛生環境関連などの感染症対策の関連事業や、テレワーク、自動運転・ロボット等のICT関連事業、雇用シェアやダイバーシティ促進などの働き方に関する事業など

◆新たな社会環境の中で取り組む新事業

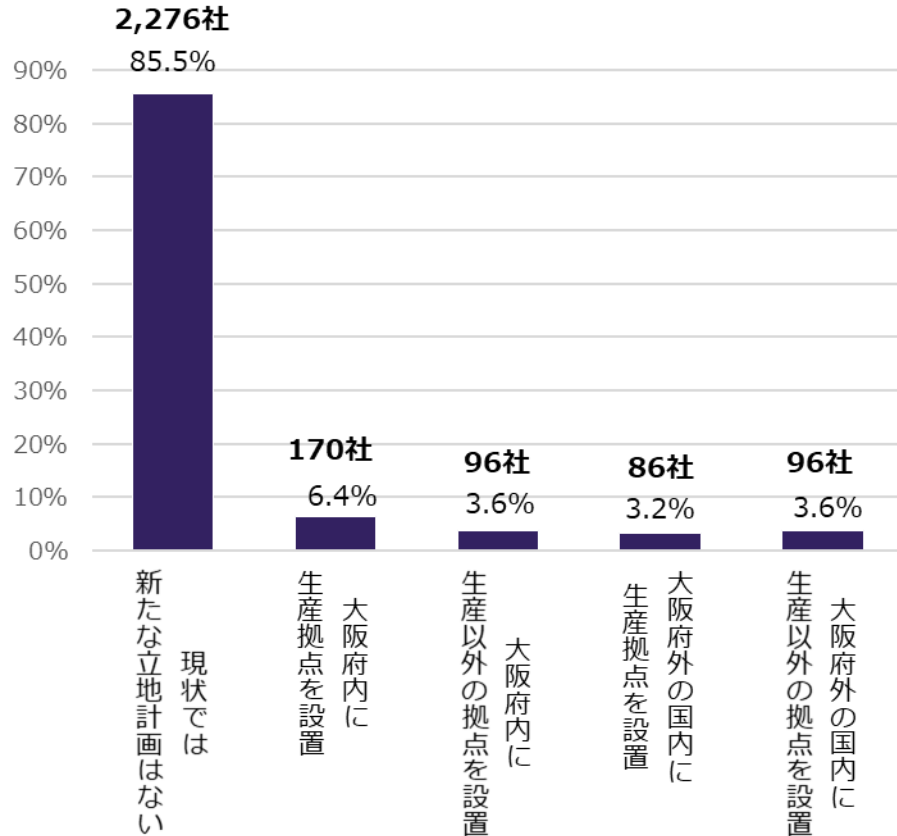


II-6 国内の拠点立地計画

【中小企業を中心に、大阪府内に新たな生産拠点やそれ以外の拠点の立地計画を持つ企業が一定みられる】

- ◆ 府内企業のうち、府内に新たな生産拠点の立地計画を持つ企業は170社で、そのうち8割は中小企業
- ◆ 生産以外の拠点の府内立地計画を持つ企業は96社あり、そのうち約4分の3は中小企業で、大企業も一定みられた

◆国内の拠点立地計画



◇拠点立地計画のある企業の内訳

	企業規模			合計
	大企業	中小企業	小規模事業者	
大阪府内に生産拠点を設置	6.6%	80.2%	13.2%	100.0%
大阪府内に生産以外の拠点を設置	15.8%	76.8%	7.4%	100.0%
大阪府外の国内に生産拠点を設置	13.1%	81.0%	6.0%	100.0%
大阪府外の国内に生産以外の拠点を設置	13.8%	80.9%	5.3%	100.0%

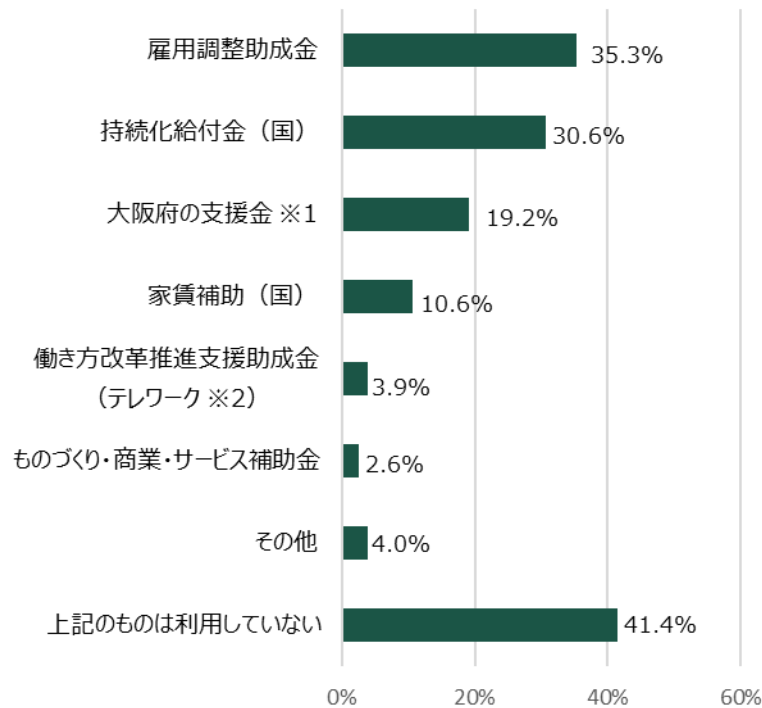
Ⅲ 支援策等の活用状況

Ⅲ-1 支援金・助成金の活用状況

【府内企業は、雇用調整助成金や国の持続化給付金、大阪府の支援金などの支援金・助成金を活用】

- ◆ 府内企業が活用した支援金・助成金では、「雇用調整助成金（35.3%）」が最も多く、続いて「持続化給付金（30.6%）」、「大阪府の支援金（19.2%）」の活用が多い
- ◆ 雇用調整助成金は従業者の多い大規模ほど利用率が高く、持続化給付金や大阪府の支援金は小規模ほど利用率が高い傾向がある

◆支援金・助成金等の活用状況



【企業規模別】

	企業規模		
	大企業	中小企業	小規模事業者
雇用調整助成金	43.3%	39.6%	13.5%
持続化給付金 (国)	12.3%	27.5%	51.5%
大阪府の支援金 ※1	—	18.6%	28.2%
家賃補助 (国)	8.4%	10.6%	11.0%
働き方改革推進支援助成金 (テレワーク ※2)	3.9%	4.5%	1.2%
ものづくり・商業・サービス補助金	0.5%	2.8%	2.9%
その他	4.4%	4.2%	2.5%
上記のものは利用していない	48.8%	41.5%	38.2%

※1:大阪府の支援金とは、「大阪府休業要請支援金（府・市町村共同支援金）」及び「大阪府休業要請外支援金」を指す。

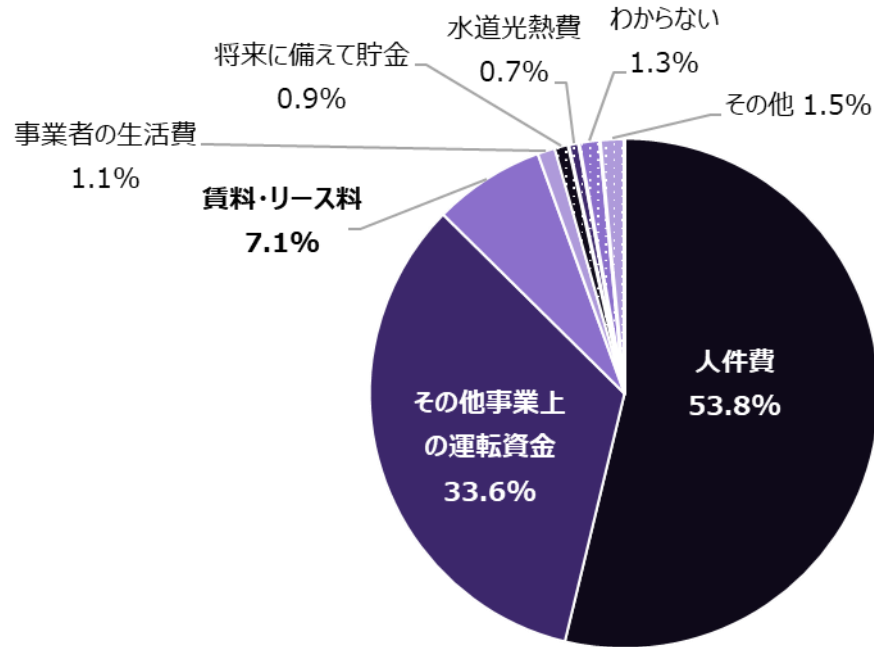
※2:正式名称は、「働き方改革推進支援助成金（新型コロナウイルス感染症対策のためのテレワークコース）」。

Ⅲ-2 大阪府の支援金の主な使途

【大阪府の支援金を活用した企業の主な使途は、中小企業では人件費、小規模事業者では運転資金】

- ◆ 大阪府の支援金を活用した府内企業の主な使途は、「人件費(53.8%)」や「その他事業上の運転資金(33.6%)」
- ◆ 主な使途を企業規模別で見ると、従業員数が多い中小企業では「人件費(60.4%)」、小規模事業者では「その他事業上の運転資金(49.1%)」

◆大阪府の支援金【休業要請支援金（府・市町村共同支援金）／大阪府休業要請外支援金】の主な使途



【企業規模別】

	企業規模	
	中小企業	小規模事業者
人件費	60.4%	34.2%
その他事業上の運転資金	28.4%	49.1%
賃料・リース料	6.8%	7.9%
事業者の生活費	0.3%	3.5%
将来に備えて貯金	0.9%	0.9%
水道光熱費	0.3%	1.8%
その他	1.5%	1.8%
わからない	1.5%	0.9%

※「大阪府休業要請支援金（府・市町村共同支援金）」及び「大阪府休業要請外支援金」は、大企業は支給対象外。

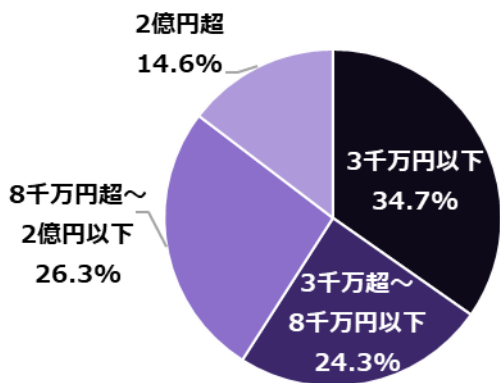
Ⅲ-3 資金需要と調達状況

【コロナ禍の影響のなかで、府内企業は一定の資金を調達できているが、調達状況は規模により差がみられる】

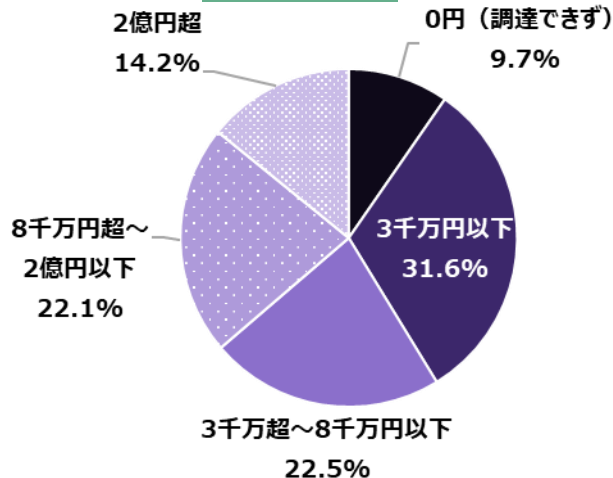
- ◆ 府内企業の2020年4月以降における資金需要（希望額）は大企業では2億円以上、小規模事業者では3千万円以下が中心で、中小企業では、3千万円以下が約3割、8千万円以下で5割超
- ◆ 中小企業では3分の2（66.8%）が希望通り調達できており、50%～100%未満を含めると8割以上が一定の資金調達ができているが、小規模事業者では希望通りの調達は5割弱に留まり、十分に資金調達できていない企業が多い

◆資金需要と調達状況

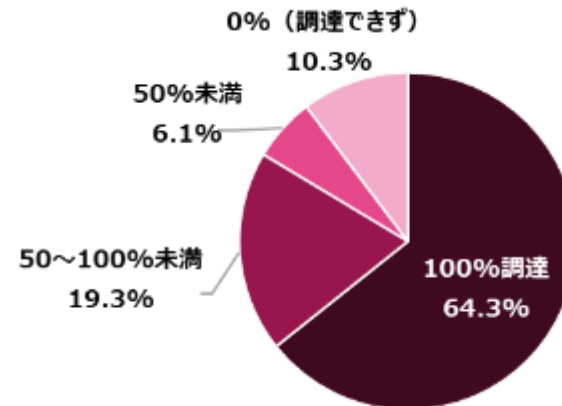
希望額



調達額



調達率



【企業規模別】

	大企業	中小企業	小規模事業者
3千万円以下	7.5%	28.5%	70.4%
3千万円超～8千万円以下	9.4%	26.4%	18.9%
8千万円超～2億円以下	17.0%	30.6%	8.7%
2億円超	66.0%	14.5%	1.9%

	大企業	中小企業	小規模事業者
0円（調達できず）	7.5%	8.3%	17.3%
3千万円以下	7.5%	26.5%	61.4%
3千万円超～8千万円以下	7.5%	25.1%	14.7%
8千万円超～2億円以下	13.2%	26.0%	5.6%
2億円超	64.2%	14.1%	1.0%

	大企業	中小企業	小規模事業者
0%（調達できず）	7.7%	8.9%	17.6%
～50%未満	0.0%	5.8%	9.3%
50～100%未満	15.4%	18.5%	24.4%
100%調達	76.9%	66.8%	48.7%

Ⅲ-4 制度融資での資金調達状況

【制度融資は、コロナ禍で生じた府内の中小企業や小規模事業者の資金需要に対応】

- ◆ 府内企業の資金需要額は中小企業で8千万円以下、小規模事業者で3千万円以下が多数（Ⅲ-3参照）であったが、制度融資での調達額を有利子制度（無利子制度は上限4千万円）で比べると、大阪府の場合は3千万円前後が多いが、国では3千万円前後と8千万円超が多い
- ◆ 制度融資の調達率は、府、国ともに一部減額を含め9割超であるが、国の制度では減額されるケースがやや多い

◆資金需要と調達状況

【府の制度融資（無利子）】

	申込額	調達額
調達できず（0円）	-	9.8%
3千万円未満	15.2%	15.5%
3千万円	41.6%	40.7%
3千万円超～4千万円	43.1%	34.0%

【府の制度融資（1.2%固定金利）】

	申込額	調達額
調達できず（0円）	-	3.0%
3千万円未満	17.6%	18.9%
3千万円	16.5%	16.6%
3千万円超～5千万円以下	35.8%	33.1%
5千万円超～8千万円以下	18.8%	18.3%
8千万円超	11.4%	10.1%

【国の制度融資（無利子）】

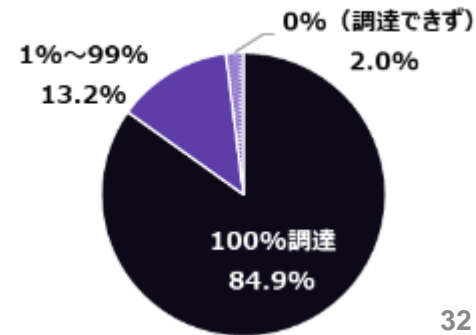
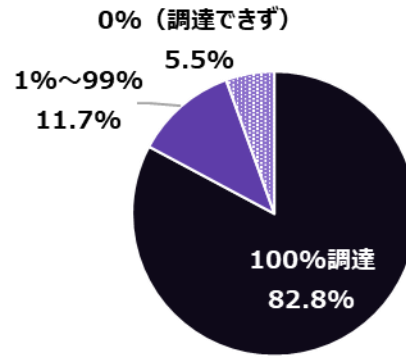
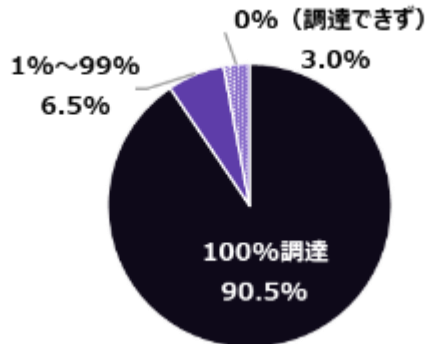
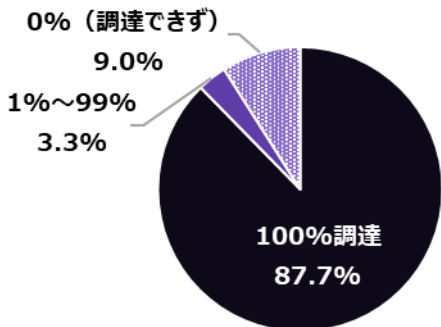
	申込額	調達額
調達できず（0円）	-	8.2%
3千万円未満	36.7%	38.2%
3千万円	45.0%	40.0%
3千万円超～4千万円	18.3%	13.5%

【国の制度融資（有利子）】

	申込額	調達額
調達できず（0円）	-	1.9%
3千万円未満	28.6%	31.8%
3千万円	13.7%	14.0%
3千万円超～5千万円以下	13.7%	11.5%
5千万円超～8千万円以下	11.2%	8.9%
8千万円超	32.9%	31.8%

※国の制度融資：
日本政策金融公庫の制度融資を指す。

◇調達率



Ⅲ-5 制度融資の利用経験と情報の入手元

【制度融資を活用した府内企業の約4割は、これまで制度融資を活用したことがなく、また情報は金融機関等や自ら調べることで入手している】

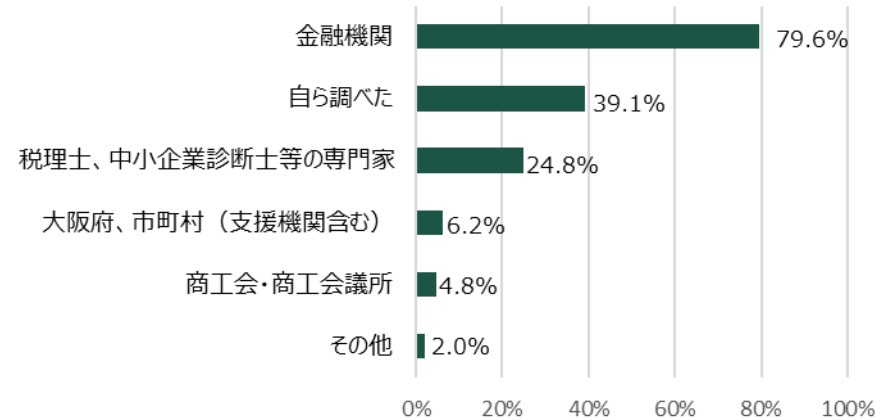
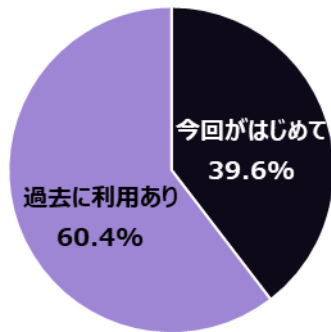
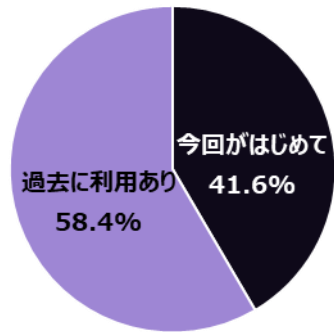
- ◆ 制度融資を活用した中小企業、小規模事業者のうち、およそ4割がこれまで制度融資を活用したことがなかった
- ◆ 府内の中小企業、小規模事業者は、制度融資に関する情報を「金融機関(79.6%)」から入手するケースが多く、それ以外ではホームページ等で「自ら調べた(39.1%)」とする企業や「税理士、中小企業診断士等の専門家(24.8%)」から入手するケースが多い

◆制度融資の利用経験

◆制度融資に関する情報の入手元

【府の制度融資】

【国の制度融資】

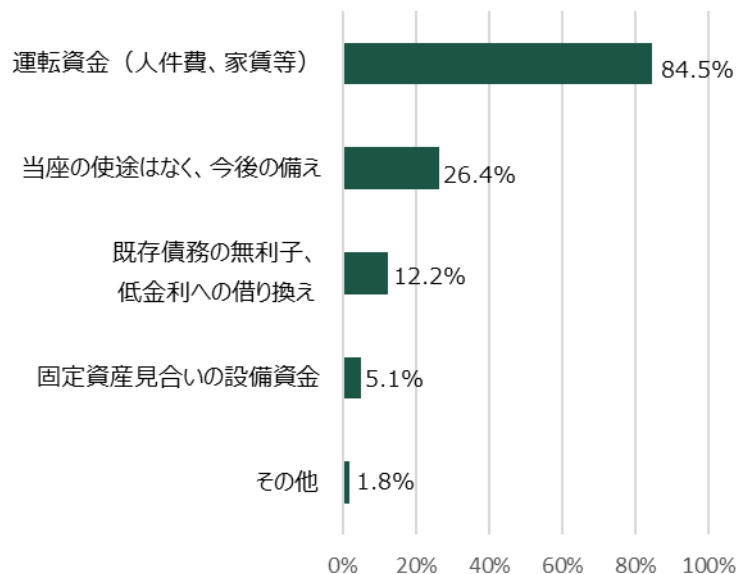


Ⅲ-6 調達した資金の主な使途

【制度融資を活用して調達した資金の主な使途は人件費や家賃などの運転資金】

- ◆ 府内企業が制度融資を活用して調達した資金の主な使途は「運転資金（人件費、家賃等）（84.5%）」であり、中小企業と小規模事業者の別にも主な使途は同様であった。

◆国・大阪府の制度融資で調達した資金の主な使途



【企業規模別】

	企業規模	
	中小企業	小規模事業者
運転資金（人件費、家賃等）	85.0%	81.8%
当座の使途はなく、今後の備え	26.6%	25.0%
既存債務の無利子、低金利への借り換え	10.4%	21.2%
固定資産見合いの設備資金	4.9%	6.1%
その他	1.8%	1.5%

IV 雇用状況

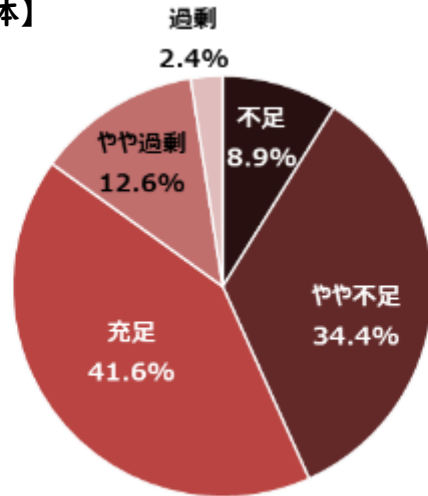
Ⅳ-Ⅰ 企業の人材不足感

【府内企業の雇用状況は人材不足感が強いが、業種や市場分野により不足感は大きく異なる】

- ◆ 府内企業の43.3%が人材不足であり、人材過剰は15.0%にとどまる（人材不足感DI=28.2）
- ◆ 人材不足感が強い業種は「医療・福祉」、「建設業」、「その他のサービス業」、市場別では「インフラ」、「金融、保険、公的機関」、「医療、医薬、健康」、「情報・通信サービス」など
- ◆ 一方で、市場別の「衣料品・ファッション」では過剰感の方が強くなるなど、業種により不足感は大きく異なる

◆人材不足感（DI値※）

【全体】



全体の人材不足感DI=28.2

※計算式

（「不足」8.9%+「やや不足」34.4%）
 -（「過剰」2.4%+「やや過剰」12.6%）

【業種別（DI値）】

医療、福祉	63.3
建設業	61.9
その他のサービス業	58.7
教育、学習支援業	44.4
情報通信業	41.7
小売業	38.7
学術研究、専門・技術サービス業	30.6
運輸業、郵便業	28.6
金融業、保険業	21.1
不動産業、物品賃貸業	19.4
卸売業	12.6
生活関連サービス業、娯楽業	10.1
宿泊業、飲食サービス業	9.5
製造業	8.0
その他	25.0

【市場別（DI値）】

インフラ	49.7
金融、保険、公的機関	47.6
医療、医薬、健康	41.6
情報・通信サービス	40.3
住宅、住宅設備	35.5
環境、エネルギー、化学、資源	33.9
飲食料品、生活雑貨等	29.1
学校・教育関係	28.6
観光、ホテル、旅客運送	18.1
機械、電子、電気機器等	14.3
理美容、化粧品	13.1
イベント、冠婚葬祭	6.3
自動車	3.8
衣料品・ファッション	-2.5
その他	39.0

IV-2 従業者数の増減

【コロナ禍の影響のなか、府内企業の従業者数は減少し、非正規雇用ではやや改善するが今後も減少する見込み】

◆ 府内企業は人材不足感が強い(IV-1参照)が、「これまで(2020年1月~7月)」の従業者数は「正規」、「非正規」とともに減少した

※企業の意図としては人材不足感が強いが、コロナ禍の影響や従業者自身の意図により実際の従業者数は非正規を中心に減少したと考えられる

◆ 「今後(2020年7月~2021年3月)」の見込みでは、「正規」はプラスに転じるが、「非正規」は引き続きマイナスとなる

◆ 従業者数の増減のDI値(※)

※「これまで(2020年1月~7月)」と「今後(2020年7月~2021年3月)」の各期における従業者数の「増加」の割合から「減少」の割合を差し引いた値

	正規		非正規 (契約・嘱託社員等)		非正規 (パート・アルバイト)	
	これまで	今後	これまで	今後	これまで	今後
全体	-0.7	6.5	-7.3	-4.4	-10.4	-2.9
301人以上	14.6	-3.1	-5.7	-1.4	-11.3	-3.8
51~300人	4.5	11.1	-7.5	-4.9	-10.4	-3.1
21~50人	-5.5	7.3	-6.0	-4.1	-8.2	-4.8
20人以下	-8.6	1.1	-10.7	-5.9	-13.8	1.2
BtoB	2.7	9.8	-4.3	-2.6	-5.6	-3.6
BtoC	-9.0	0.3	-9.3	-4.6	-17.1	0.0

◇ 今後(2020年7月~2021年3月)の従業者数増減の見込み(DI値)

【今後の減少(上位3)】

業種	正規		非正規(契約・嘱託社員等)		非正規(パート・アルバイト)	
	DI値	業種	DI値	業種	DI値	業種
宿泊業、飲食サービス業	-6.1	宿泊業、飲食サービス業	-16.9	その他のサービス業	-9.9	
運輸業、郵便業	-1.5	金融業、保険業	-14.3	製造業	-7.1	
生活関連サービス業、娯楽業	1.0	学術研究、専門・技術サービス業	-9.2	建設業	-5.7	

市場

市場	正規		非正規(契約・嘱託社員等)		非正規(パート・アルバイト)	
	DI値	市場	DI値	市場	DI値	市場
イベント、冠婚葬祭	-4.4	観光、ホテル、旅客運送	-10.9	観光、ホテル、旅客運送	-11.1	
観光、ホテル、旅客運送	0.0	自動車	-10.0	金融、保険、公的機関	-8.6	
金融、保険、公的機関	0.0	機械、電子、電気機器等	-8.0	自動車	-6.7	

【今後の増加(上位3)】

業種	正規		非正規(契約・嘱託社員等)		非正規(パート・アルバイト)	
	DI値	業種	DI値	業種	DI値	業種
情報通信業	17.8	教育、学習支援業	8.3	学術研究、専門・技術サービス業	8.5	
金融業、保険業	17.6	情報通信業	3.8	教育、学習支援業	7.7	
建設業	13.5	その他のサービス業	2.1	医療、福祉	2.3	

市場

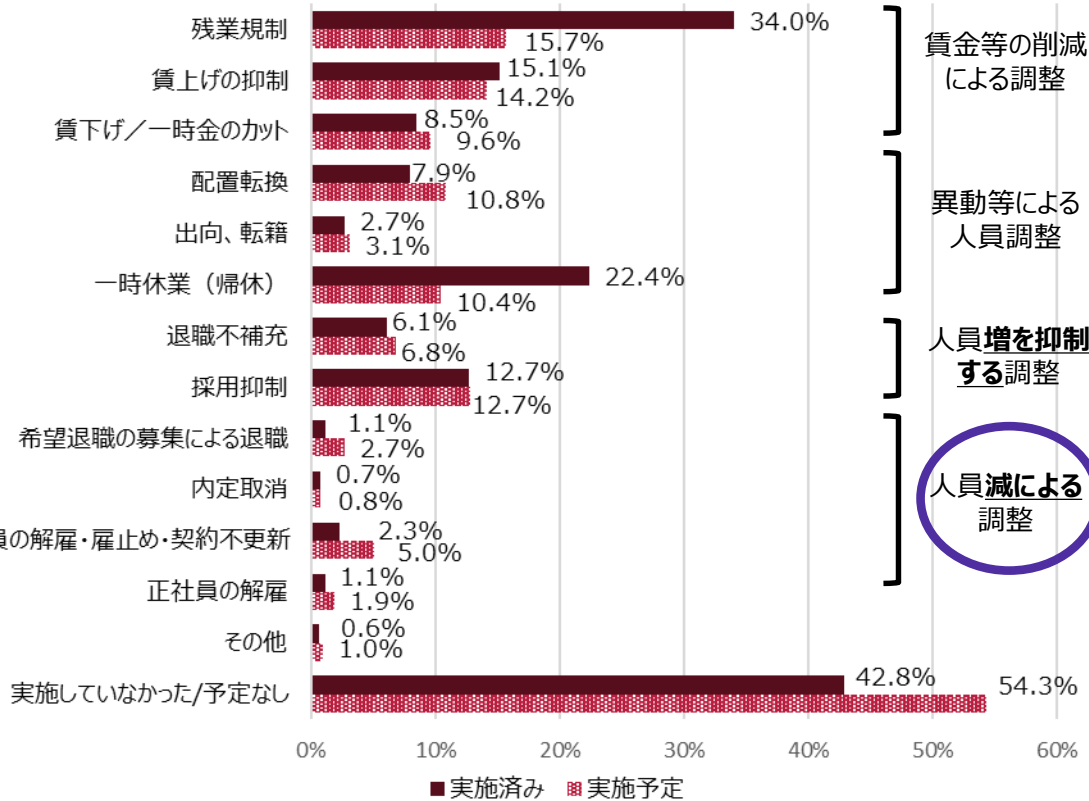
市場	正規		非正規(契約・嘱託社員等)		非正規(パート・アルバイト)	
	DI値	市場	DI値	市場	DI値	市場
理美容、化粧品	19.6	情報・通信サービス	3.5	理美容、化粧品	10.7	
インフラ	13.0	イベント、冠婚葬祭	2.2	医療、医薬、健康	2.4	
環境、エネルギー、化学等	12.5	環境、エネルギー、化学等	1.2	飲食料品、生活雑貨等	0.2	

IV-3 雇用調整の実施状況

【雇用調整を実施した府内企業は半数程度で、調整方法は主に賃金等の削減や異動等】

- ◆ コロナ禍で、府内企業の4割超は雇用調整を実施しておらず、過半数は今後も実施を予定していない
- ◆ 府内企業が実施した雇用調整は、残業規制などの「賃金等の削減による調整」や一時休業（帰休）などの「異動等による人員調整」が中心
- ◆ 解雇や雇止めなど「人員減による調整」は全体的に少ないが、業種別では「教育、学習支援業」、「宿泊業、飲食サービス業」で実施率がやや高く、今後の実施予定では、市場別の「自動車」、「衣料品・ファッション」でやや高くなるなど、業種や属する市場で差がみられる

◆雇用調整の実施状況



《人員減による調整の実施状況・予定》

【業種別（上位4）】

<実施済み>

教育、学習支援業	13.3%
宿泊業、飲食サービス業	9.8%
生活関連サービス業、娯楽業	7.9%
その他のサービス業	6.6%

<実施予定>

生活関連サービス業、娯楽業	14.1%
小売業	10.7%
宿泊業、飲食サービス業	10.0%
製造業	8.5%

【市場別（上位3）】

<実施済み>

観光、ホテル、旅客運送	8.9%
理美容、化粧品	7.9%
衣料品・ファッション	6.9%

<実施予定>

自動車	12.2%
衣料品・ファッション	11.9%
観光、ホテル、旅客運送	11.7%

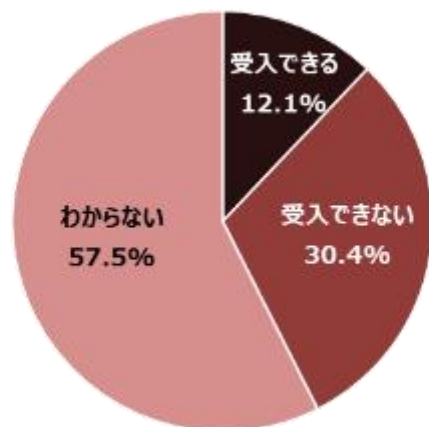
IV-4 人材の受入・送出（雇用シェア）の意向

【取引先や関係先に限らず人材の受入や送出により雇用を調整する雇用シェアの実施意向を持つ企業はまだ少ないが一定みられる】

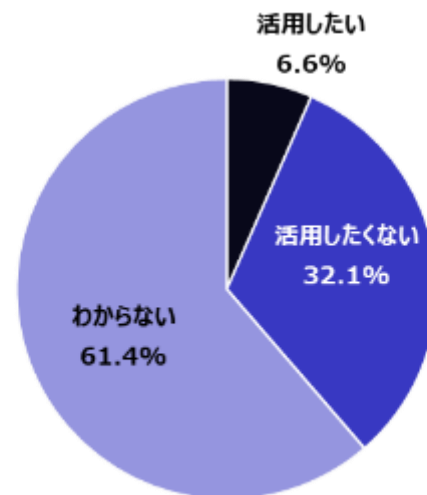
- ◆ 取引先、関係先に限らず広く一時的に人材を「受入できる」企業は12.1%、また一時的な人材の送出を「活用したい」企業は6.6%
- ◆ 業種別で人材受入が可能な割合が高いのは、「建設業」、「医療・福祉」「その他のサービス業」など
- ◆ 業種別で人材送出が可能な割合が高いのは、「建設業」、「宿泊、飲食サービス業」、「その他のサービス業」など

◆雇用シェア（※）の取組みにおける今後の意向

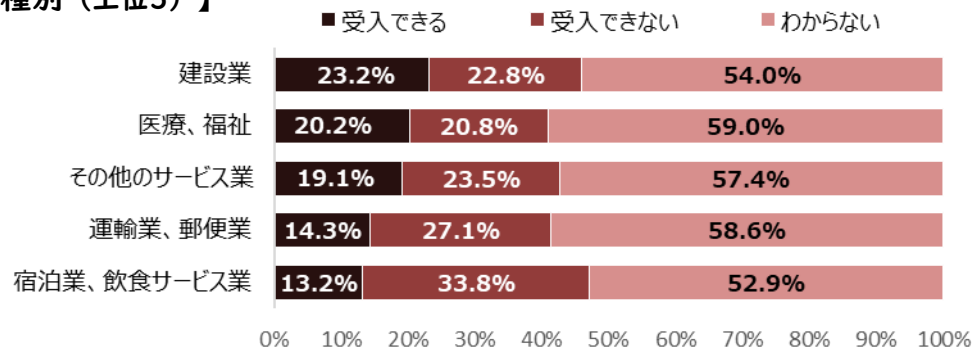
<人材の受入>



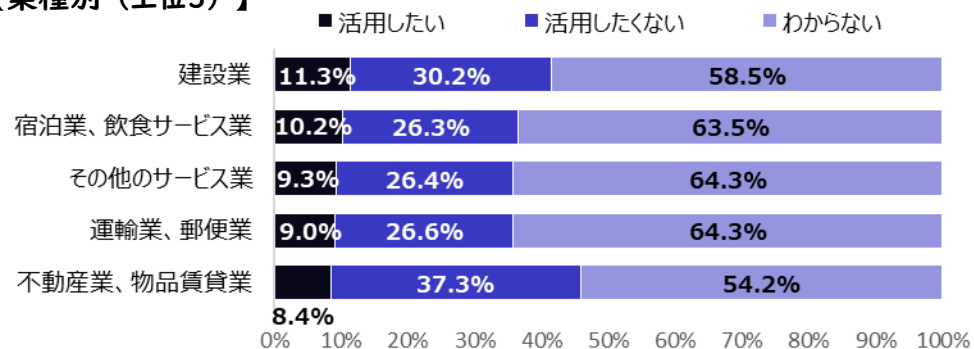
<人材の送出>



【業種別（上位5）】



【業種別（上位5）】



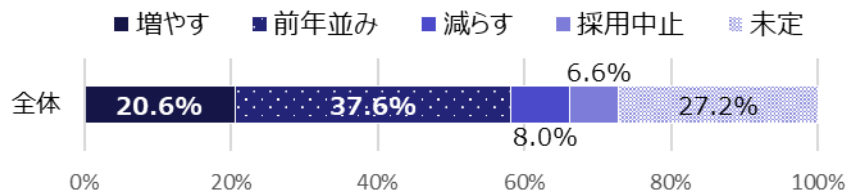
※本調査では、取引先やグループ企業など既存の関係先に限らず、企業間で一時的な出向などにより人材の受入・送出を行い雇用を調整することを「雇用シェア」と定義した。

IV-5 新規卒業者（新卒）採用の予定

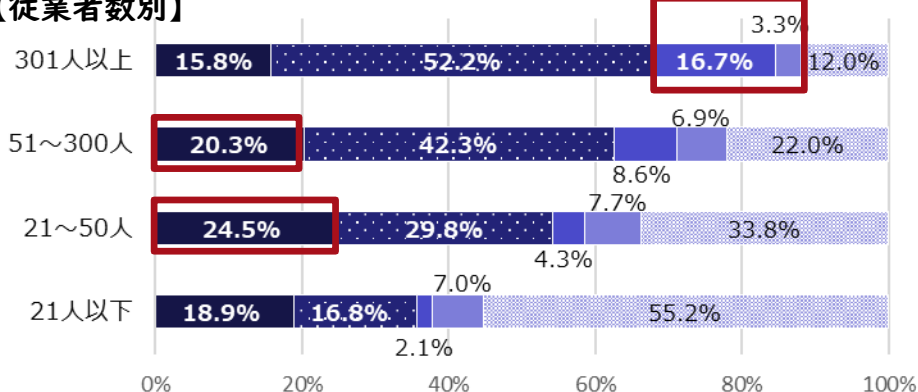
【府内企業の新卒採用（2021年3月卒）は、増加が減少を上回るが、採用を未定とする企業も多く不確実性を含む】

- ◆ 府内企業の新卒採用予定では、「採用中止」は6.6%に留まるものの、「未定」が27.6%と不確実性が高い状況にある
- ◆ 従業者数別では、「301人以上」で「減らす（16.7%）」と「採用中止（3.3%）」で採用減となるが、中規模では2割超が採用を増やす予定
- ◆ 業種別で採用増の割合が高いのは「建設業」、「医療、福祉」など、採用減の割合が高いのは「製造業」、「生活関連サービス業、娯楽業」など

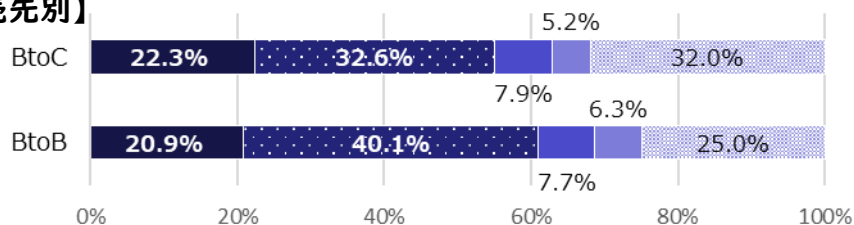
◆新規卒業者（2021年3月大学等卒業予定者）の採用予定



【従業者数別】



【販売先別】



【業種別（上位5※）】

	増やす
建設業	31.5%
医療、福祉	28.1%
金融業、保険業	25.0%
卸売業	21.6%
情報通信業	20.8%

	減らす	採用中止
製造業	10.8%	9.9%
生活関連サービス業、娯楽業	16.0%	4.0%
宿泊業、飲食サービス業	11.4%	8.6%
情報通信業	12.5%	5.6%
卸売業	8.5%	6.8%

【市場別（上位5※）】

	増やす
環境、エネルギー、化学、資源	27.4%
住宅、住宅設備	23.9%
インフラ	22.7%
飲食料品、生活雑貨等	22.0%
医療、医薬、健康	21.2%

	減らす	採用中止
衣料品・ファッション	9.8%	15.7%
イベント、冠婚葬祭	12.5%	12.5%
観光、ホテル、旅客運送	12.9%	11.3%
機械、電子、電気機器等	11.5%	8.5%
飲食料品、生活雑貨等	8.1%	8.6%

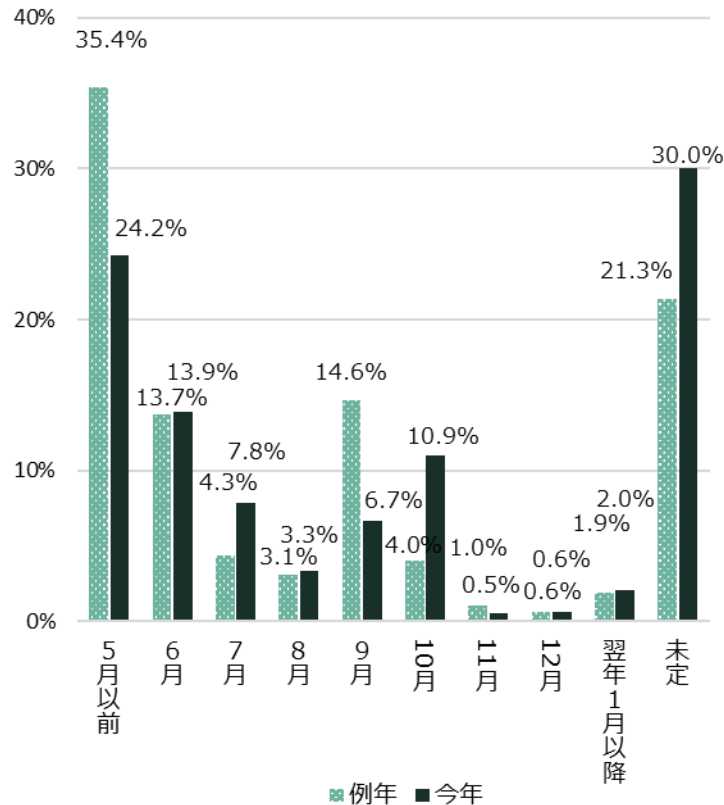
※「減らす」「採用中止」は、両方の合計が多い各5項目を掲載。

IV-6 新規卒業者の選考（面接）開始時期とズレ

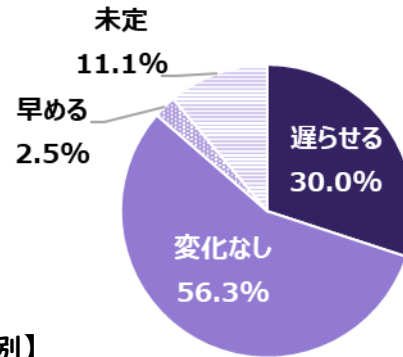
【府内企業の約3分の1は、新卒採用の選考開始時期を遅らせる見通し】

- ◆ 府内企業の3割が、新規卒業者の選考（面接）の開始時期を「遅らせる（30.0%）」と回答し、また1割強が「未定（11.1%）」と回答していることから、3分の1程度の企業で採用開始時期が遅れているとみられ、特に大規模よりも中規模でその傾向が強い
- ◆ 例年では「301人以上」は5月以前に、「51～300人」は5月以前と9月の実施が多いが、今年はいずれも1～2か月遅らせる見通し

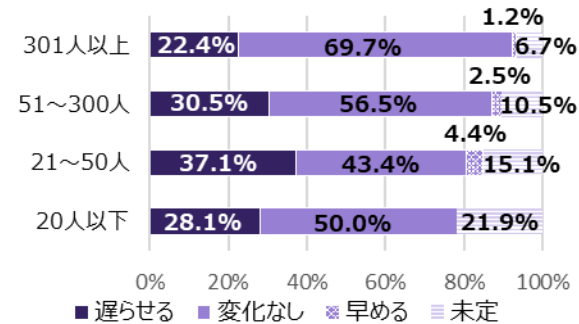
◆新規卒業者（2021年3月大学等卒業予定者）の選考（面接）開始時期



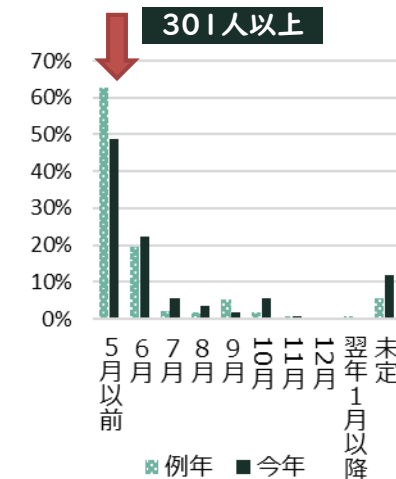
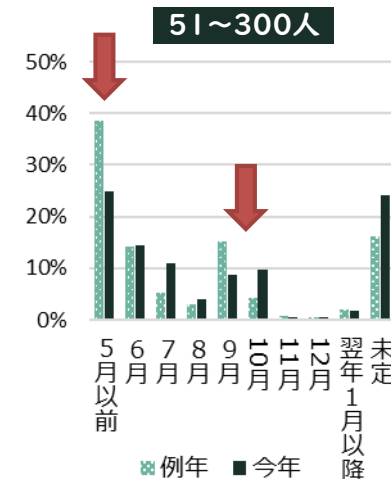
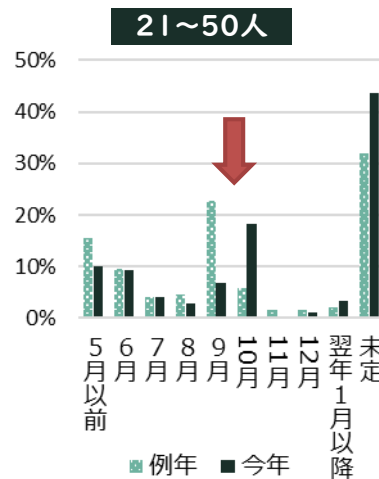
◆新規卒業者の選考（面接）開始時期のズレ



【従業者数別】



【従業者数別】



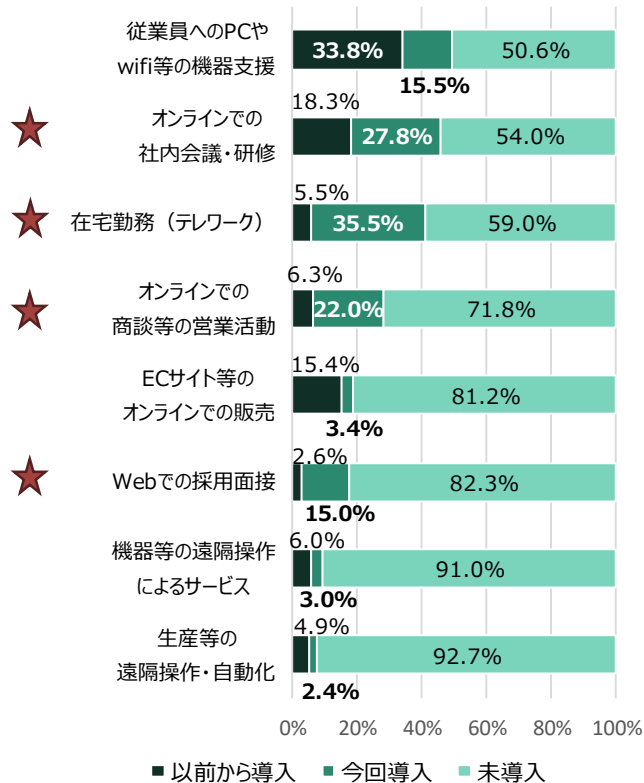
V ICT導入状況

V-1 ICT導入状況と今後の導入意向

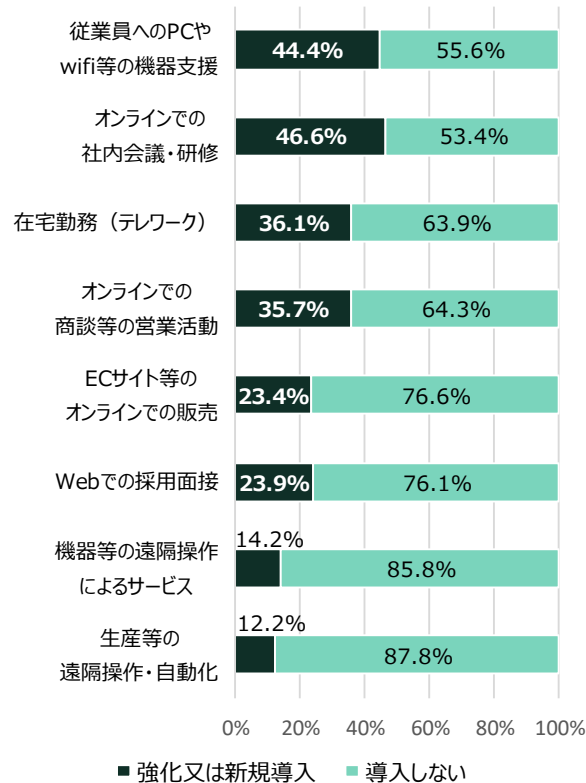
【コロナ禍の事業活動への影響が契機となり、府内企業のICT導入が加速】

- ◆ コロナ禍において府内企業の半数近くがオンライン会議を導入し、在宅勤務やWeb面接、オンライン営業を新たに導入する企業も増加
- ◆ 今後も、社内の会議（46.6%）や在宅勤務（36.1%）だけでなく、営業活動（35.7%）や採用面接（23.9%）などの社外活動でも活用が進展
- ◆ 社内会議や採用面接、営業活動など各分野において、今回初めてICTを導入した企業の7~9割以上が今後も取組みを強化していく

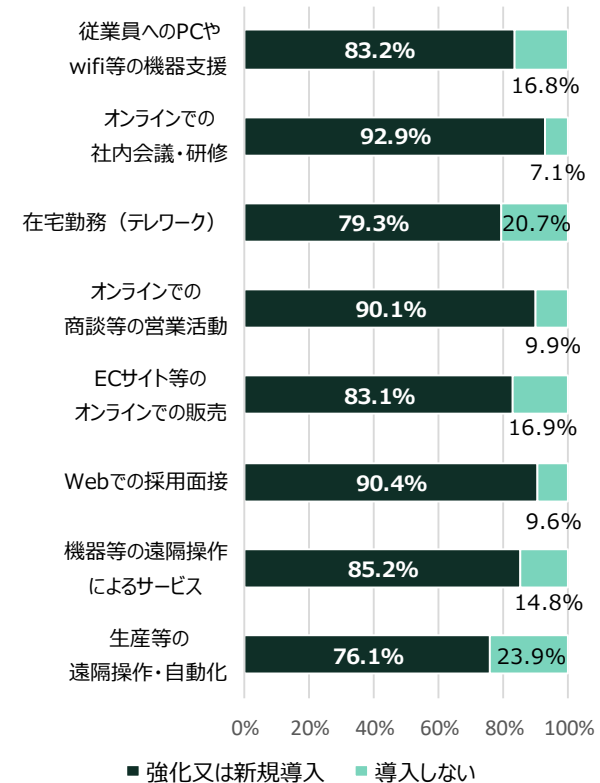
◆ICT導入状況【現状】



◆ICT導入予定【今後】



◆今回初めて導入した企業の予定【今後】



★ = 「以前から導入」より「今回導入」の割合が高かった項目

V-2 今回導入が進んだ事業活動内容の属性

【ICT導入は大企業で顕著であるが、中小企業、小規模事業者でも導入は進展】

- ◆ 企業規模別では、「現状」、「今後」とも規模が大きいほど導入率が高いが、中小企業、小規模事業者においても今回のコロナ禍により導入が進展
- ◆ 業種別の導入率では、いずれの事業活動でも「情報通信業」が最も高いが、次に「学術研究、専門・技術サービス業」や「卸売業」が高い

◆在宅勤務（テレワーク）

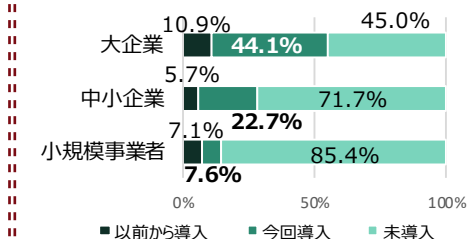
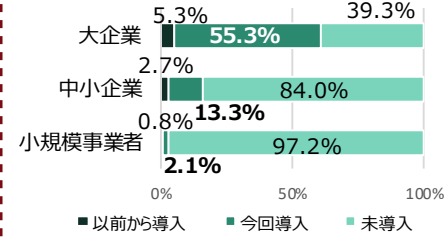
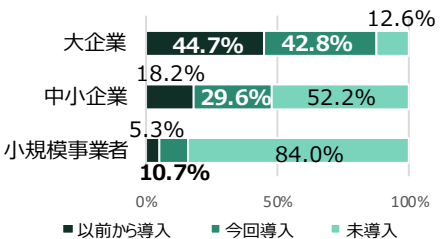
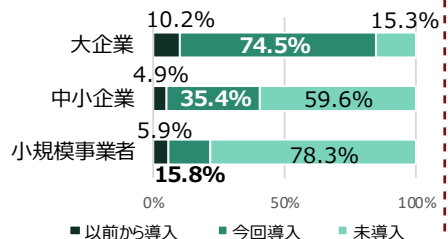
◆オンラインでの社内会議・研修

◆Webでの採用面接

◆オンラインでの商談等の営業活動

現状

企業規模



業種 (上位3)

今回導入率	
情報通信業	78.6%
学術研究、専門・技術サービス業	58.4%
卸売業	44.7%

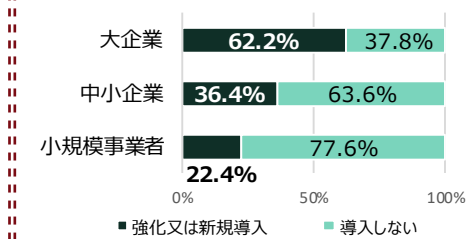
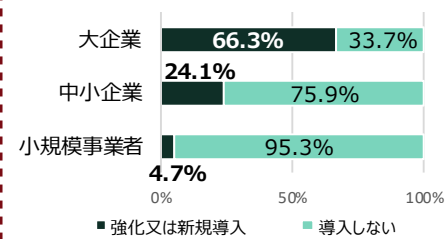
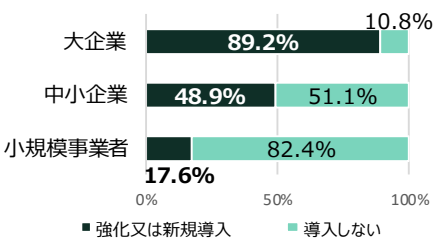
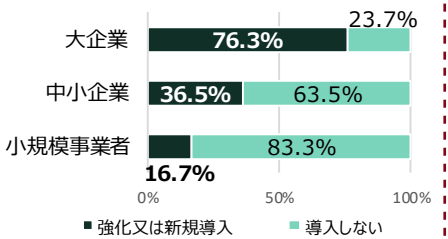
今回導入率	
情報通信業	60.6%
生活関連サービス業、娯楽業	34.0%
学術研究、専門・技術サービス業	30.3%

今回導入率	
情報通信業	38.5%
学術研究、専門・技術サービス業	18.9%
その他のサービス業	18.5%

今回導入率	
情報通信業	53.8%
卸売業	31.6%
製造業	30.6%

今後

企業規模



業種 (上位3)

強化又は新規導入率	
情報通信業	85.2%
学術研究、専門・技術サービス業	60.8%
卸売業	48.3%

強化又は新規導入率	
情報通信業	88.6%
学術研究、専門・技術サービス業	59.8%
卸売業	57.7%

強化又は新規導入率	
情報通信業	63.5%
学術研究、専門・技術サービス業	29.5%
卸売業	25.2%

強化又は新規導入率	
情報通信業	65.0%
卸売業	50.6%
学術研究、専門・技術サービス業	49.0%

V-3 ICT導入の効果

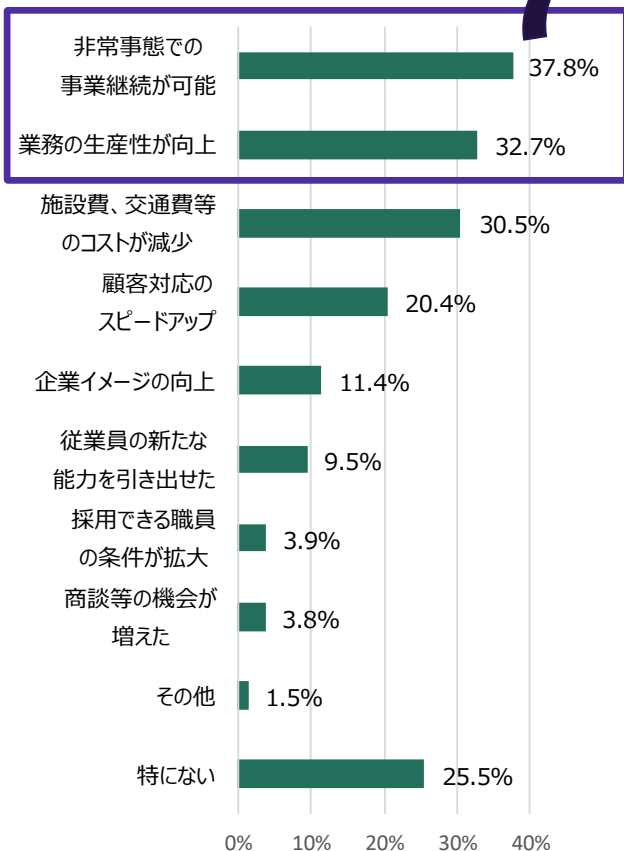
【事業活動へのICT導入は、コロナ禍での事業継続や生産性向上に貢献】

◆ ICT導入の主な効果は「非常事態での事業継続が可能(37.8%)」と「業務の生産性が向上(32.7%)」

◆ 「非常事態での事業継続が可能」は、「大企業」や「情報通信業」、「学術研究、専門・技術サービス業」などICT導入率の高い企業で割合が高い

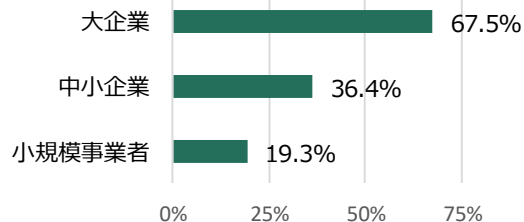
◆ 「業務の生産性が向上」は、「生活関連サービス業、娯楽業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「卸売業」ではおよそ4割が効果があったと回答

◆ICT導入の効果



非常事態での事業継続が可能

【企業規模別】

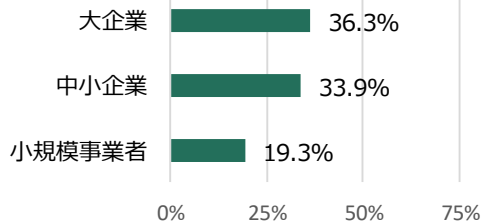


【業種別】

上位	情報通信業	60.3%
	学術研究、専門・技術サービス業	53.2%
	卸売業	41.9%
	⋮	⋮
下位	宿泊業、飲食サービス業	25.9%
	運輸業、郵便業	21.5%
	生活関連サービス業、娯楽業	19.3%

業務の生産性が向上

【企業規模別】



【業種別】

上位	生活関連サービス業、娯楽業	40.4%
	宿泊業、飲食サービス業	39.7%
	卸売業	38.0%
	⋮	⋮
下位	小売業	27.1%
	運輸業、郵便業	26.9%
	その他のサービス業	23.7%

V-4 今回導入企業の継続・強化意向

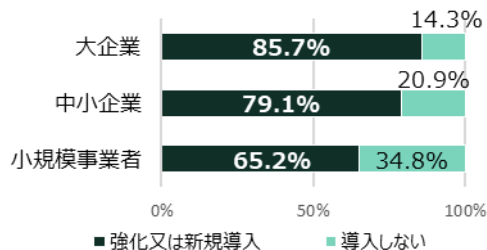
【今回初めて導入した企業では、中小企業や小規模事業者でも多数が今後もICT活用の継続・強化を志向】

◆ ICT導入率は大規模ほど高い傾向がみられた（V-2参照）が、**中小企業、小規模事業者でも今回初めて導入した企業の継続・強化割合が高い**

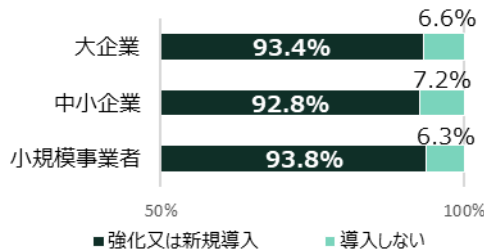
◆ 今回導入した企業のうち継続率の高い業種は「情報通信業」、「製造業」で、「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」は低い

<今回導入企業の今後の継続・強化意向（企業規模別）>

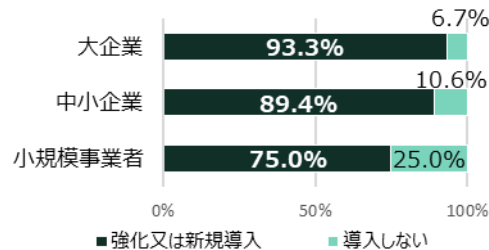
◆在宅勤務（テレワーク）



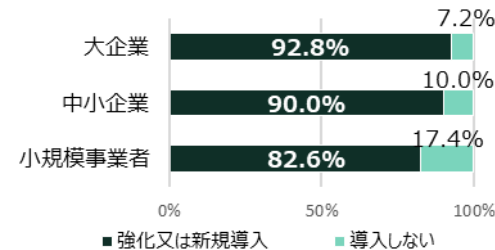
◆オンラインでの社内会議・研修



◆Webでの採用面接



◆オンラインでの商談等の営業活動



【継続・強化する企業の割合（業種別）】

上位	情報通信業	89.2%
	学術研究、専門・技術サービス業	83.0%
	医療、福祉	82.4%
	⋮	⋮
下位	不動産業、物品賃貸業	72.2%
	宿泊業、飲食サービス業	64.7%
	生活関連サービス業、娯楽業	61.1%

上位	情報通信業	97.8%
	製造業	95.0%
	その他のサービス業	94.6%
	⋮	⋮
下位	生活関連サービス業、娯楽業	86.7%
	宿泊業、飲食サービス業	85.7%
	運輸業、郵便業	82.6%

上位	製造業	98.3%
	情報通信業	96.6%
	学術研究、専門・技術サービス業	94.1%
	⋮	⋮
下位	その他のサービス業	78.3%
	運輸業、郵便業	66.7%
	宿泊業、飲食サービス業	66.7%

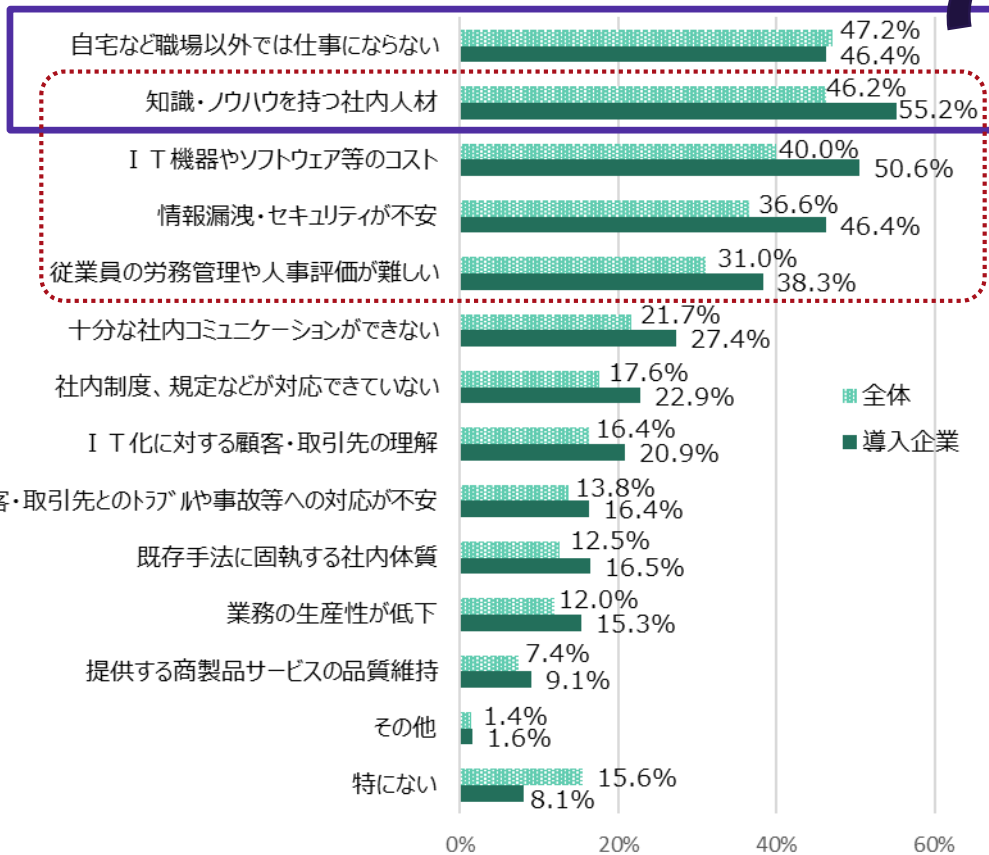
上位	建設業	95.7%
	製造業	92.6%
	小売業	92.3%
	医療、福祉	92.3%
下位	⋮	⋮
	運輸業、郵便業	76.9%
	生活関連サービス業、娯楽業	75.0%
	その他のサービス業	73.7%

V-5 ICT導入の課題

【ICT導入企業の課題は知識ノウハウの不足やICT機器・ソフトウェアのコスト】

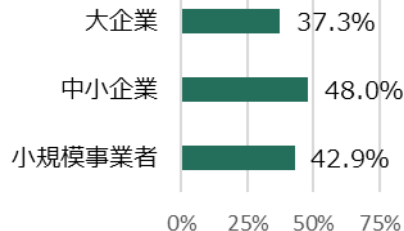
- ◆ ICT導入における主な課題は、「自宅など職場以外では仕事にならない(47.2%)」、「知識・ノウハウを持つ社内人材(46.2%)」
- ◆ 特に導入企業では、知識ノウハウの不足やICT機器・ソフトウェアのコスト、セキュリティ面を課題に挙げる企業が多い
- ◆ 「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」では、職場以外で仕事にならないことや知識・ノウハウの不足への課題認識が強い

◆ICT導入の課題



自宅など職場以外では仕事にならない

【企業規模別】

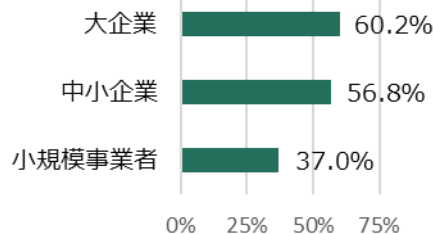


【業種別 (上位3)】

宿泊業、飲食サービス業	62.9%
生活関連サービス業、娯楽業	61.7%
医療、福祉	61.6%

知識・ノウハウを持つ社内人材

【企業規模別】



【業種別 (上位3)】

その他のサービス業	56.7%
宿泊業、飲食サービス業	56.5%
生活関連サービス業、娯楽業	55.0%

V-6 導入する事業活動内容の多様化

【府内企業では、今後、ICTを導入する事業活動の多様化が進展】

- ◆ 全体での多様性得点(※)は、現状(1.14)から今後(1.42)で増加(+0.28)しており、今後、府内企業では多様な事業活動でICT導入が進展
- ◆ 企業規模別では、大規模ほど現状の多様性得点が高く、今後の増加数も多いが、中小企業、小規模事業者でもICT導入の多様化が進む見込み
- ◆ 従業員の平均年齢別では20代、30代で現在の多様性得点が高く、今後も若年層ほど増加する傾向がある一方で、60代以上では減少
- ◆ 業種別では、「学術研究、専門・技術サービス業」、「卸売業」、「医療、福祉」、「製造業」でICT導入の多様化が進展する見込み

◆ICT導入業務内容の多様性得点

現状	今後	増減数
1.14	1.42	0.28

【企業規模別】

	現状	今後	増減数
大企業	2.55	2.97	0.42
中小企業	1.16	1.48	0.32
小規模事業者	0.42	0.59	0.17

【業種別】

	現状	今後	増減数
学術研究、専門・技術サービス業	1.43	1.89	0.46
卸売業	1.46	1.90	0.44
医療、福祉	0.70	1.05	0.35
製造業	1.35	1.69	0.33
小売業	1.06	1.37	0.32
建設業	0.75	1.06	0.30
宿泊業、飲食サービス業	0.68	0.96	0.28
その他のサービス業	0.91	1.11	0.20
情報通信業	2.80	2.98	0.18
不動産業、物品賃貸業	0.76	0.90	0.14
生活関連サービス業、娯楽業	1.05	1.19	0.13
運輸業、郵便業	0.76	0.85	0.10
金融業、保険業	1.21	1.15	-0.06
教育、学習支援業	1.50	1.30	-0.20
その他	1.50	1.80	0.30

【従業員の平均年齢別】

	現状	今後	増減数
20代以下	1.34	2.02	0.68
30代	1.70	2.08	0.38
40代	1.19	1.52	0.33
50代	0.56	0.79	0.23
60代以上	0.38	0.36	-0.02

※ICT導入の多様性得点

事業活動におけるICT活用の多様性を評価するための指標。

調査した各種業務でのICT導入の8項目のうち、「在宅勤務(テレワーク)」、「従業員へのPCやwifi等の機器支援」を除く、販売、生産、採用等の事業活動に関する6項目について1項目の導入を1得点として再集計。

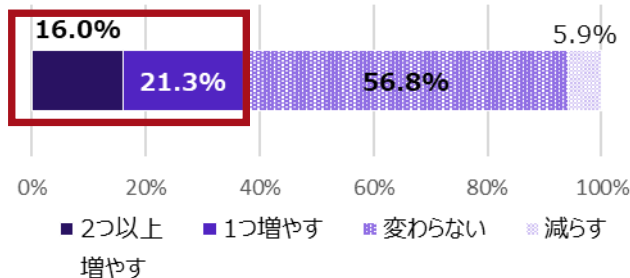
表の「現状」と「今後」は、それぞれの多様性得点の平均値、「増減数」は「現状」から「今後」を差し引いた値。

V-7 多様化の効果と課題

【多様な事業活動でのICT導入を目指す企業では、生産性向上やコストダウンに効果を感じており、セキュリティ面への課題認識が強い】

- ◆ ICTを導入する事業活動分野を増やす企業(37.3%)は、減らす企業(5.9%)を大きく上回っている
- ◆ 企業規模別では、**中小企業で増加が4割と、多様な事業活動での活用に意欲的な企業が多い**
- ◆ 多様性の向上意欲の高い企業ほど、生産性向上やコストダウンにより効果を感じており、セキュリティ面などの課題意識が高い傾向がある

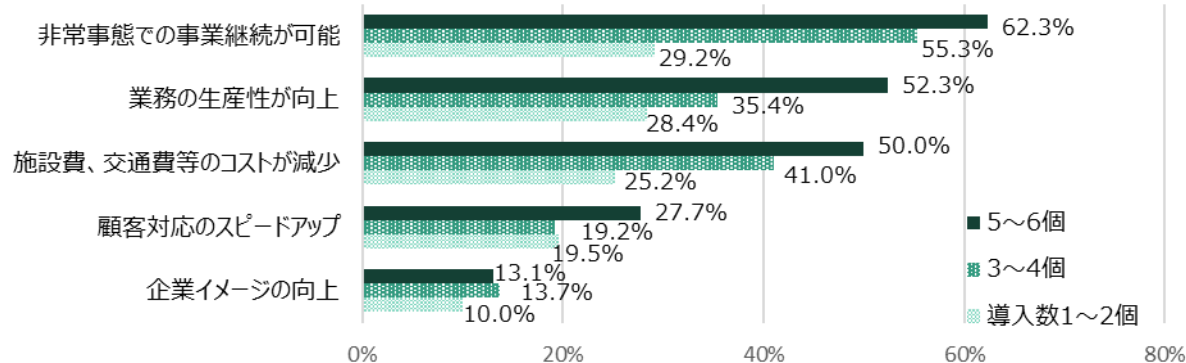
◆ICT導入の多様性得点の変化(※)



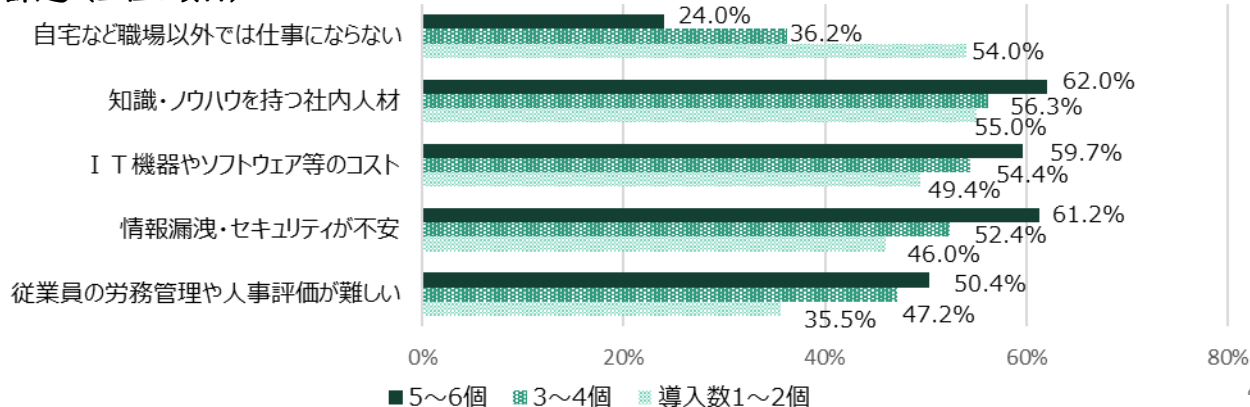
※多様性得点の現在から今後の個数の変化

◆ICT導入の多様性による効果と課題の違い

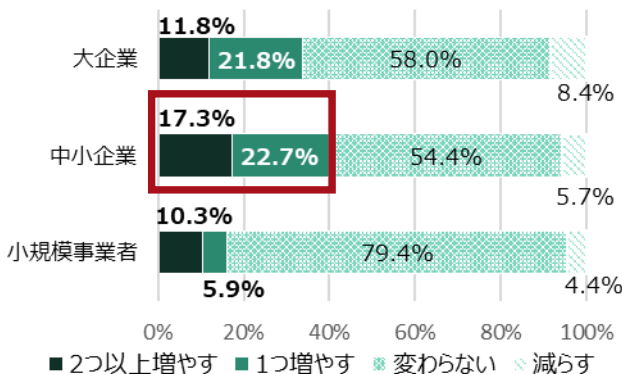
<効果(上位5項目)>



<課題(上位5項目)>



【企業規模別】



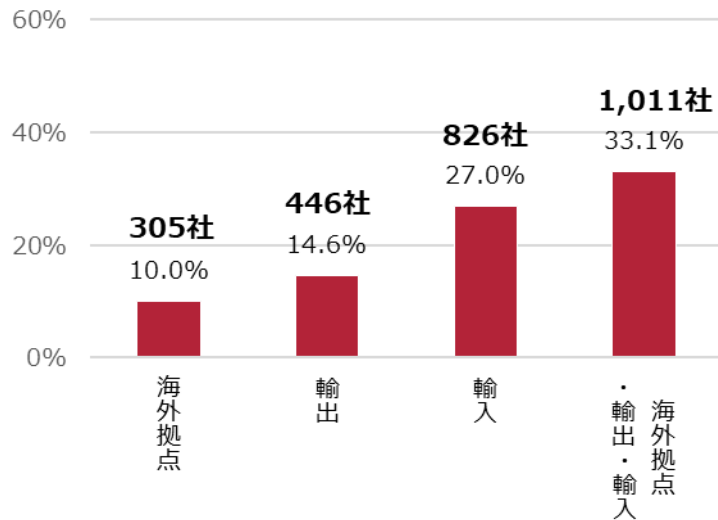
VI 海外展開状況

VI-1 海外展開企業の属性

【府内企業のうち海外事業を行う企業は、大企業や製造業、卸売業で高い】

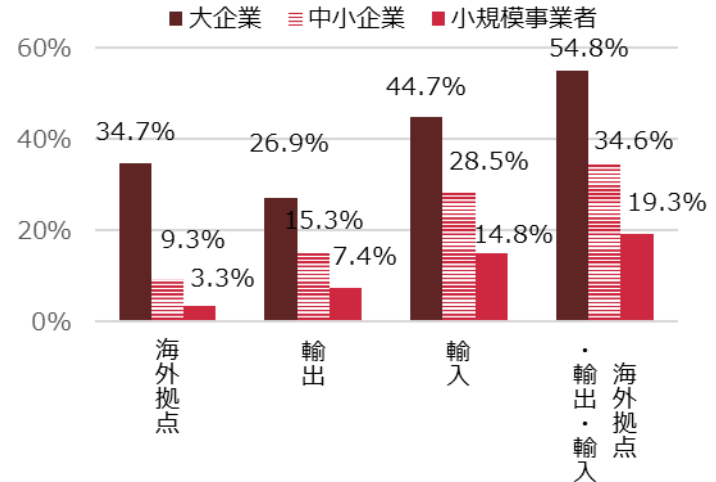
- ◆ 府内企業のうち、海外拠点は10.0%、輸出は14.6%、輸入は27.0%、これらのいずれかの海外事業を行う企業は33.1%
- ◆ いずれの海外事業においても大企業の実施率が高いが、輸入では中小企業で28.5%、小規模事業者で14.8%と一定割合実施
- ◆ 業種別では、いずれの海外事業でも「製造業」と「卸売業」の実施率が高いが、輸入では、「小売業(26.3%)」、「生活関連サービス業、娯楽業(18.5%)」、「宿泊業、飲食サービス業(17.1%)」でも、2割前後の企業で実施している

◆海外展開状況



◆海外展開企業の属性

【企業規模別】



【業種別（上位5）】

海外拠点		輸出		輸入	
製造業	22.0%	製造業	33.3%	卸売業	59.0%
卸売業	16.4%	卸売業	29.4%	製造業	43.6%
教育、学習支援業	10.0%	金融業、保険業	9.1%	小売業	26.3%
建設業	7.1%	情報通信業	7.6%	生活関連サービス業、娯楽業	18.5%
情報通信業	6.7%	小売業	6.5%	宿泊業、飲食サービス業	17.1%

- ◇ 海外拠点：海外に事業所（支店、子会社、関係会社等）を保有する企業
- ◇ 輸出：海外への販売（間接取引含む）のある企業
- ◇ 輸入：海外から調達（間接取引含む）のある企業
- ◇ 海外拠点・輸出・輸入：海外拠点、輸出、輸入のいずれかがある企業

VI-2 海外展開先の国・地域

【府内企業の海外事業の相手国・地域は中国を筆頭に、タイ、ベトナムなどのASEAN諸国、台湾、韓国などのアジアNIEsが中心】

- ◆ 海外事業の相手国・地域は、全ての事業で「中国」が最も多く、それ以外では、海外拠点で「タイ」、「ベトナム」のASEAN諸国、輸出、輸入で「台湾」、「韓国」のアジアNIEs(※)が多い
- ◆ 大企業では、いずれの海外事業においても「中国」、「タイ」、「台湾」、「北米」が相手国・地域の上位となっている
- ◆ 中小企業や小規模事業者では、「中国」のほか「ベトナム」、「タイ」や「韓国」、「台湾」が相手国・地域の上位となっている

◆海外展開先の国・地域

海外拠点		輸出		輸入	
中国	58.0%	中国	66.8%	中国	73.2%
タイ	29.5%	台湾	45.4%	台湾	24.5%
ベトナム	26.2%	韓国	44.1%	韓国	23.5%
北米	22.0%	タイ	43.4%	欧州	23.0%
台湾	20.3%	北米	41.0%	ベトナム	20.2%
欧州	16.4%	ベトナム	35.4%	タイ	17.9%
シンガポール	15.1%	欧州	35.4%	北米	16.9%
韓国	14.1%	インドネシア	30.5%	インドネシア	9.3%
インドネシア	13.8%	香港	28.8%	インド	7.9%
香港	12.5%	シンガポール	25.9%	マレーシア	7.4%
マレーシア	9.8%	マレーシア	24.6%	香港	5.7%
フィリピン	7.9%	インド	19.3%	フィリピン	4.6%
インド	7.5%	フィリピン	18.5%	シンガポール	3.5%
ミャンマー	3.6%	その他アジア	14.1%	その他アジア	3.5%
カンボジア	3.0%	ミャンマー	5.9%	ミャンマー	1.9%
その他アジア	2.6%	カンボジア	4.9%	カンボジア	1.5%
ラオス	0.7%	ラオス	3.4%	ラオス	0.2%
その他	8.5%	その他	15.1%	その他	11.3%

※アジアNIEs(新興工業経済地域)は、アジアにおいて70年代以降から外国資本を積極的に受け入れるなどして急速な工業化を進め、高い経済成長率を達成した国・地域の総称であり、台湾、香港、韓国、シンガポールを指す。

◆海外展開企業の属性

【企業規模別(上位5)】

海外拠点	大企業		中小企業		小規模事業者	
	中国	64.5%	中国	56.7%	中国	44.4%
	タイ	42.1%	タイ	26.2%	ベトナム	16.7%
	北米	42.1%	ベトナム	25.2%	タイ	11.1%
	台湾	35.5%	台湾	16.2%	シンガポール	11.1%
	欧州	34.2%	北米	15.7%	韓国	11.1%

輸出	大企業		中小企業		小規模事業者	
	中国	73.2%	中国	67.7%	中国	45.2%
	タイ	60.7%	台湾	44.4%	タイ	29.0%
	台湾	60.7%	韓国	44.1%	インドネシア	25.8%
	北米	57.1%	タイ	41.9%	台湾	25.8%
	韓国	55.4%	北米	39.4%	北米	25.8%
	欧州	55.4%				

輸入	大企業		中小企業		小規模事業者	
	中国	68.4%	中国	75.2%	中国	65.0%
	タイ	30.6%	台湾	24.7%	台湾	18.8%
	台湾	28.6%	韓国	24.2%	韓国	18.8%
	欧州	28.6%	欧州	22.9%	ベトナム	15.0%
北米	27.6%	ベトナム	20.8%	欧州	15.0%	

VI-3 海外展開企業のコロナ禍での課題

【海外展開企業では国際経済の停滞や渡航制限のため、営業・販売活動に影響が出ている】

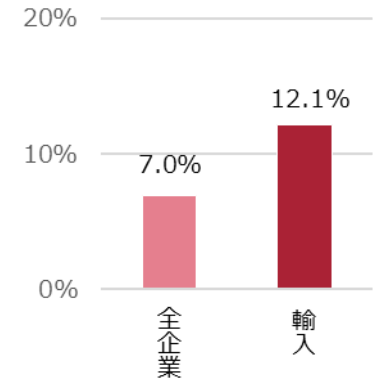
- ◆ 海外事業を行う企業のコロナ禍の影響・課題は、輸出や輸入が困難なことや、渡航制限による事業推進が困難なことを挙げる企業が多いが、それ以上に「営業活動や販売活動ができない」、「展示会・商談会・イベントの中止・延期」など、営業・販売活動ができないことを挙げる企業も多い
- ◆ 輸入企業では調達先の分散化、海外拠点企業では海外生産品の国内生産の意向を持つ企業が他に比べ多い

◆海外展開企業の2020年2月～7月までの影響・課題

	全企業	海外拠点	輸出	輸入
営業活動や販売活動ができない	53.2%	70.3%	68.9%	68.8%
市場縮小（需要減少）	47.5%	55.2%	52.9%	54.9%
決まっていた取引・受注・予約のキャンセル・延期	42.2%	47.2%	44.5%	44.9%
展示会・商談会・イベントの中止・延期	30.1%	53.1%	48.8%	46.9%
資金繰りの悪化	23.7%	18.5%	19.9%	21.9%
取引先の休業・事業縮小による事業推進難	22.8%	25.9%	26.3%	26.2%
人材確保が難しい	13.6%	6.3%	7.7%	8.4%
出勤の制限等により事業推進が困難	11.8%	16.1%	16.5%	13.6%
海外からの調達（輸入）が困難	8.2%	21.3%	18.2%	24.2%
渡航制限により海外事業の推進が困難	7.9%	44.1%	34.9%	22.6%
国内の事業者等からの調達が困難	7.3%	7.0%	7.4%	8.7%
海外への輸出が困難	4.4%	16.1%	23.4%	10.5%
取引先等からの資金回収が困難	4.0%	8.4%	5.0%	5.5%
需要が急増したが、対応しきれない	2.4%	3.1%	3.8%	4.3%
その他	3.0%	1.4%	1.2%	1.6%
特になし	7.4%	3.5%	1.9%	2.3%

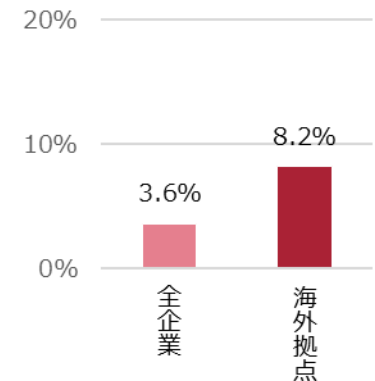
◆調達先の分散化に取り組む予定の輸入企業

※今後の新規または強化する取組み（Ⅱ-3参照）において「調達先の分散化」を選択した企業の割合



◆海外生産依存度の高い製品の国内生産に取り組む意向のある海外拠点をもつ企業

※新たな社会環境に対応した新事業（Ⅱ-5参照）において「海外生産依存度の高い製品の国内生産」を選択した企業の割合

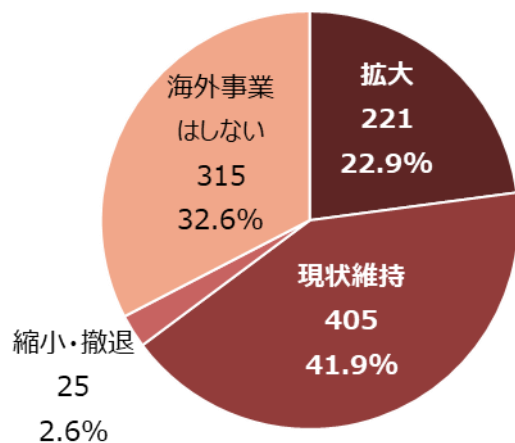


VI-4 海外展開企業の今後の展開 ①

【コロナ禍で、輸入企業を中心に海外事業を停止する企業が見られる反面、新たに海外事業に取り組む企業も存在】

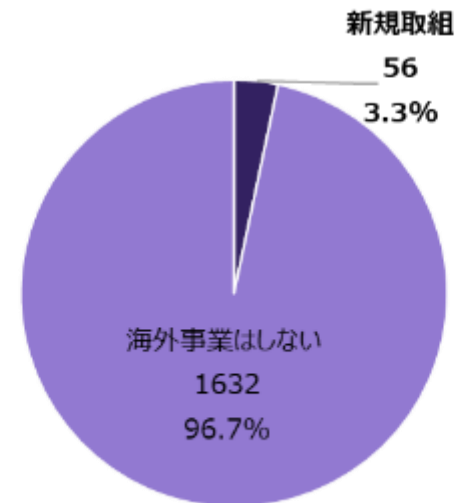
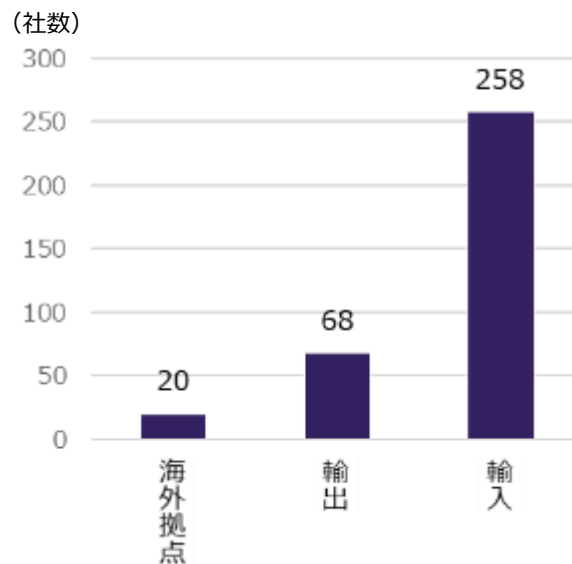
- ◆ 海外事業の実施企業のうち、今後「拡大」を志向する企業は221社である一方で、海外事業を停止する企業は315社
- ◆ 海外事業を停止する企業(315社)のうち、258社は輸入企業
- ◆ これまで海外事業を行っていなかった未実施企業のうち、新たに海外事業に取り組む企業は56社

◆ 海外事業【海外拠点、輸出、輸入】実施企業の今後の海外事業の方向性



◆ 海外事業【海外拠点、輸出、輸入】未実施企業の今後の海外事業の方向性

◇ 「海外事業はしない」と回答した企業の現在の海外事業内容



VI-5 海外展開企業の今後の展開 ②

【海外事業を拡大する企業や新規に取り組む企業は中小企業や製造業、卸売業が多いが、海外事業を停止する企業も同様の規模、業種に多い】

◆ 海外事業の実施企業で今後、拡大を志向する企業は「中小企業（174社）」に多く、業種では「製造業（106社）」、「卸売業（74社）」を中心に多様な業種でみられた。また新規に取り組む未実施企業でも、同様に中小企業や製造業、卸売業が多い

◆ 海外事業を停止する企業は「中小企業（252社）」に多く、業種では「製造業」のほか「卸売業」「小売業」などで多い

◆海外展開企業の今後の海外事業の方向性（企業規模、業種別）

（社数）

【企業規模別】	実施企業				未実施企業
	拡大	現状維持	縮小・撤退	海外事業はしない	新規取組
大企業	36	53	6	20	5
中小企業	174	308	18	252	43
小規模事業者	9	43	1	43	7

【業種別】	実施企業				未実施企業
	拡大	現状維持	縮小・撤退	海外事業はしない	新規取組
製造業	106	175	3	104	15
卸売業	74	128	11	69	10
小売業	6	22	5	40	5
建設業	5	21	2	19	1
運輸業、郵便業	6	13	0	16	3
宿泊業、飲食サービス業	4	6	3	21	2
情報通信業	5	11	0	7	4
生活関連サービス業、娯楽業	3	9	0	9	1
その他のサービス業	4	5	1	10	2
学術研究、専門・技術サービス業	5	7	0	5	6
医療、福祉	1	2	0	8	2
不動産業、物品賃貸業	0	2	0	5	2
金融業、保険業	0	2	0	1	0
教育、学習支援業	1	1	0	1	1

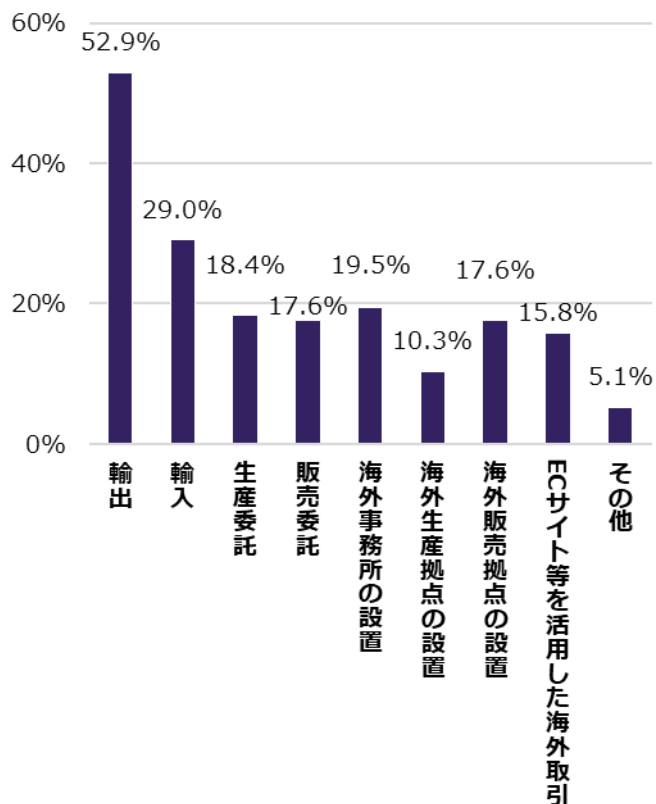
VI-6 今後、海外事業を新規取組み・拡大する企業の事業内容と国・地域

【海外事業を新規もしくは拡大する企業の多くが、アジアを中心に現地需要獲得を目的としている】

◆ 新規・拡大する海外事業は、「輸出（52.9%）」が最も多く、次に「輸入（29.0%）」が多く、そのほか販売委託や、海外販売拠点の設置、ECサイト等活用など、海外需要獲得に向けた取組みがみられる

◆ 新規・拡大に取り組む国・地域は、「ベトナム（48.7%）」、「中国（45.2%）」、「タイ（32.6%）」とアジア中心

◆ 今後、海外事業を新規取組み・拡大する企業の事業内容



◆ 今後、海外事業を新規取組み・拡大する国・地域

国・地域		
	(社数)	(%)
ベトナム	112	48.7%
中国	104	45.2%
タイ	75	32.6%
北米	70	30.4%
欧州	68	29.6%
台湾	64	27.8%
インドネシア	45	19.6%
インド	37	16.1%
韓国	36	15.7%
シンガポール	32	13.9%
マレーシア	26	11.3%
フィリピン	26	11.3%
ミャンマー	25	10.9%
香港	25	10.9%
カンボジア	15	6.5%
その他アジア	15	6.5%
ラオス	7	3.0%
その他	22	9.6%

【企業規模別（上位5）】

(社数)

大企業		中小企業		小規模事業者	
中国	17	ベトナム	89	ベトナム	8
北米	16	中国	82	台湾	7
ベトナム	15	タイ	58	中国	5
欧州	14	北米	52	タイ	5
タイ	12	欧州	52	シンガポール	4

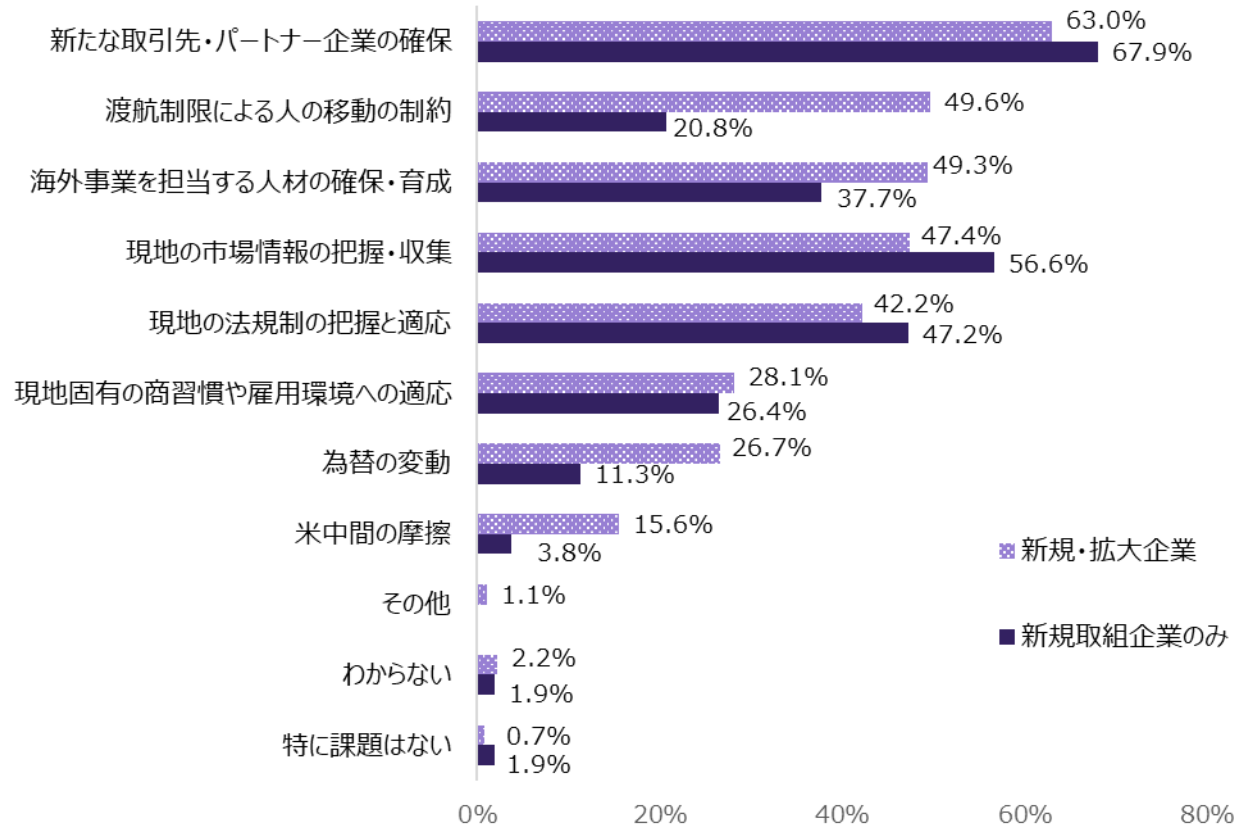
VI-7 今後、海外事業を新規取組み・拡大する企業の課題

【海外事業を新規もしくは拡大する企業の課題は、取引先・パートナーの確保や渡航制限だが、新規取組企業では現地情報の入手が課題】

◆ 海外事業を新規・拡大する企業の主な課題は、「新たな取引先・パートナー企業の確保（63.0%）」や「渡航制限による人の移動の制約（49.6%）」

◆ 海外事業が未経験である新規取組企業の課題は、取引先・パートナーの確保のほか、現地の市場情報や法制度など**現地情報の入手が中心**

◆ 今後、海外事業を新規取組み・拡大する企業の課題



VII その他

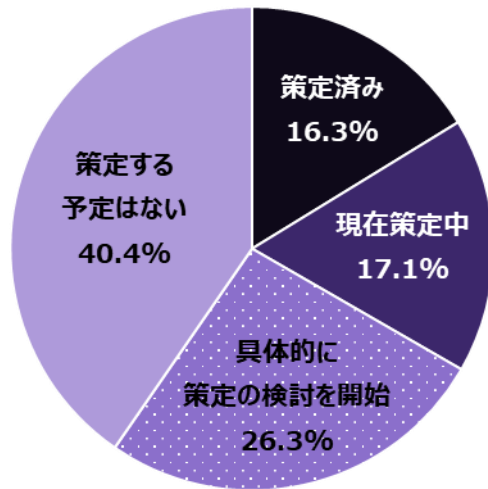
<BCP策定状況、後継者不在の高齢経営者の経営状況>

VII-1 BCPの策定状況

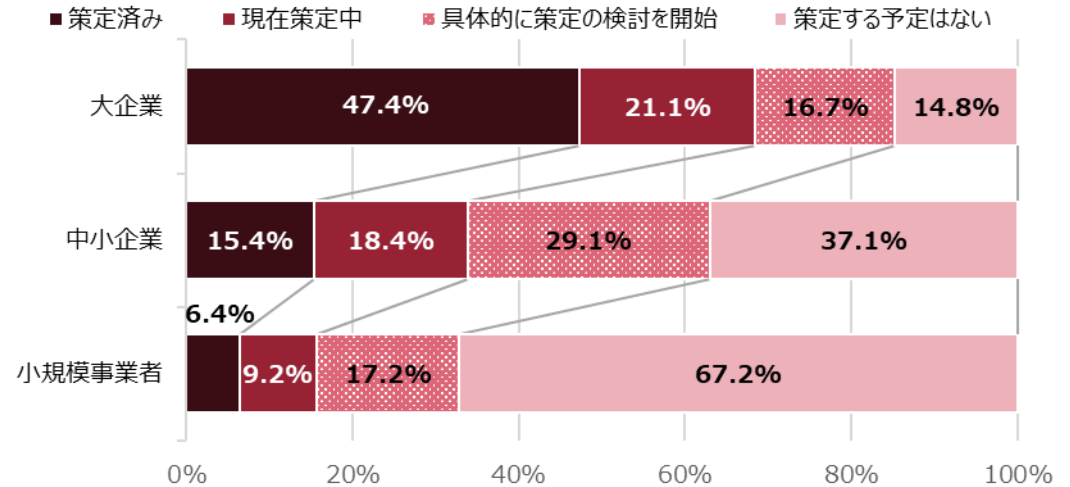
【府内企業のBCP策定状況は企業規模により差がみられるが、いずれの規模でも今後、策定する企業が増加するとみられる】

- ◆ 府内企業のBCP（※）策定率は16.3%であるが、現在策定中の企業は17.1%、策定を検討する企業は26.3%と今後、増加の見込み
- ◆ BCPを既に策定している府内企業は、大企業で47.4%、中小企業は15.4%、小規模事業者は6.4%と企業規模により差があり、現在策定中や具体的に策定を検討する企業でも大規模ほど割合が高いが、いずれの規模においても今後、BCPを策定する企業は増加するとみられる

◆BCPの策定状況



【企業規模別】



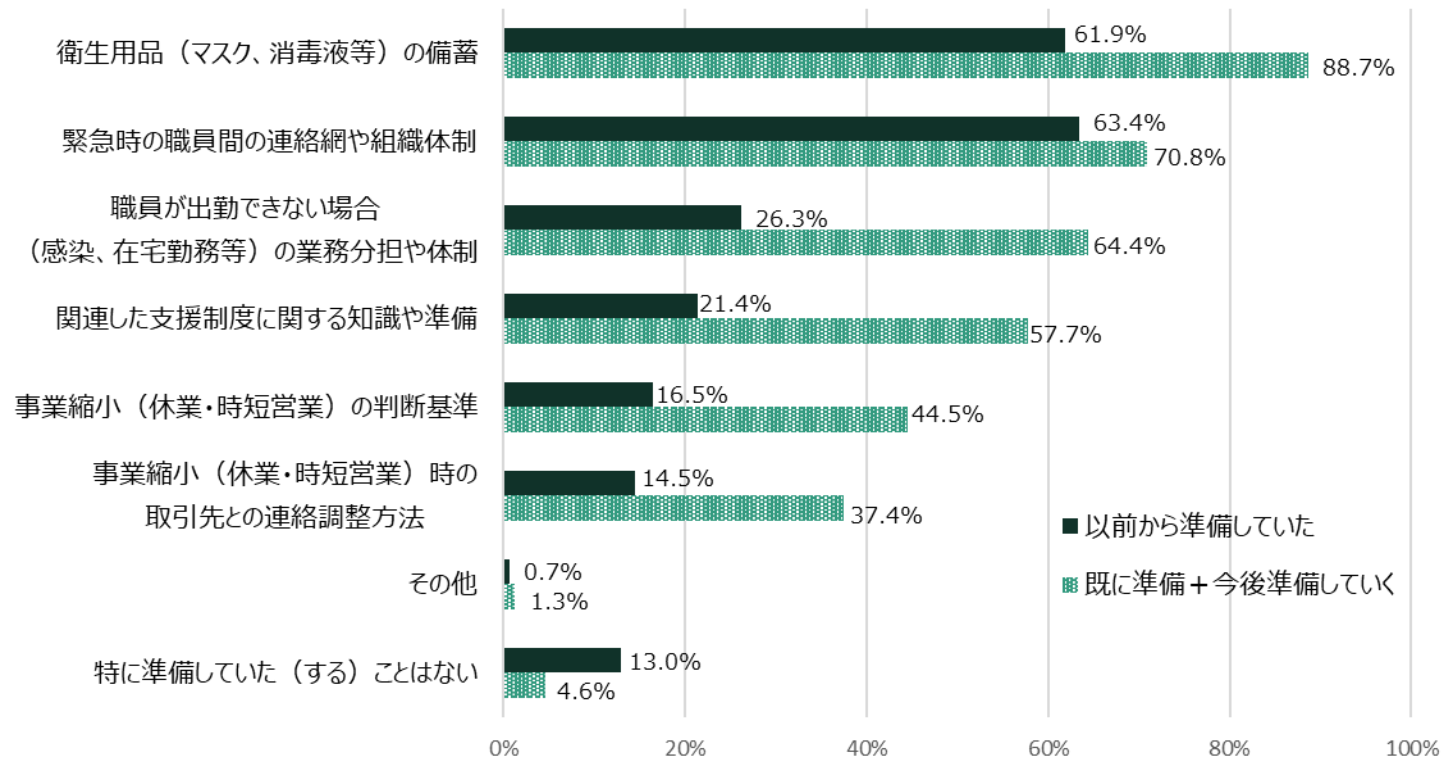
※ BCP:企業が、災害等の緊急事態時でも、重要な業務が継続できる方策や戦略を記述した事業継続計画 (Business Continuity Plan) の略

Ⅶ-2 疫病型BCPの準備状況と準備予定

【府内企業の多くが、コロナ禍での経験を活かし、疫病等を前提とした緊急事態に対応するための準備を予定】

- ◆ 府内企業の6割は、コロナ禍以前から「緊急時の職員間の連絡網や組織体制」や「衛生用品（マスク、消毒液等）の備蓄」を準備をしていた
- ◆ コロナ禍を経験し、府内企業の多くが「職員が出勤ができない場合（感染、在宅勤務等）の業務分担や体制」や「関連した支援制度に関する知識や準備」、「事業縮小（休業・時短営業）の判断」などの準備を予定

◆疫病型BCPの準備状況と準備予定



VII-3 高齢経営者の後継者の有無

【経営者が60代以上で後継者が不在の府内企業は16.0%】

- ◆ 府内企業のうち、「後継者を探しているがない」企業は6.5%で、「後継者をまだ考えていない」企業は42.8%
- ◆ 後継者がおらず、かつ経営者が60代以上（後継者不在の高齢経営者）である府内企業は16.0%で、企業規模別では大企業で23.0%、中小企業では13.6%、小規模事業者では23.3%

◆後継者の有無（経営者の年齢別）

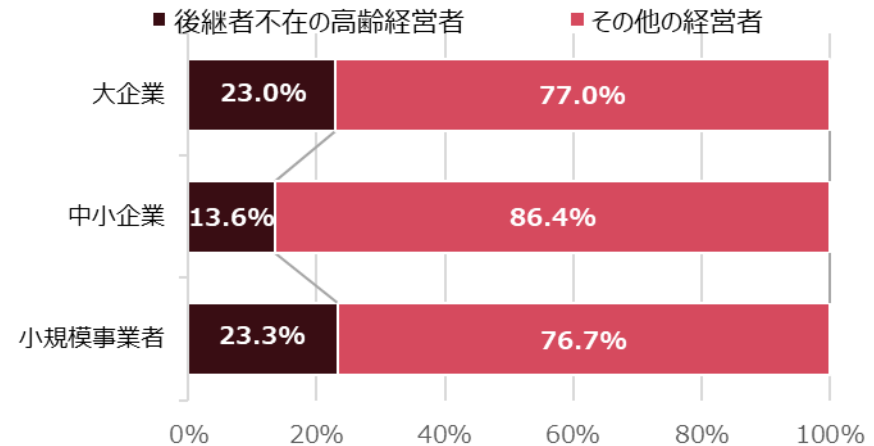
	後継者が 確定している	後継者の 候補がいる	後継者を 探しているが 候補がない	後継者を まだ考えて いない	合計
30代以下	11 11.1%	8 8.1%	1 1.0%	79 79.8%	99 100.0%
40代	31 5.6%	111 19.9%	18 3.2%	398 71.3%	558 100.0%
50代	87 9.9%	300 34.1%	54 6.1%	440 49.9%	881 100.0%
60代	227 24.7%	335 36.4%	81 8.8%	277 30.1%	920 100.0%
70代以上	218 41.8%	183 35.1%	39 7.5%	81 15.5%	521 100.0%
合計	574 19.3%	937 31.5%	193 6.5%	1275 42.8%	2979 100.0%

※「後継者不在の高齢経営者」と定義

◆後継者不在の高齢経営者の属性

	(社数)	(%)
後継者不在の高齢経営者	478	16.0%
その他の経営者	2,501	84.0%

【企業規模別】

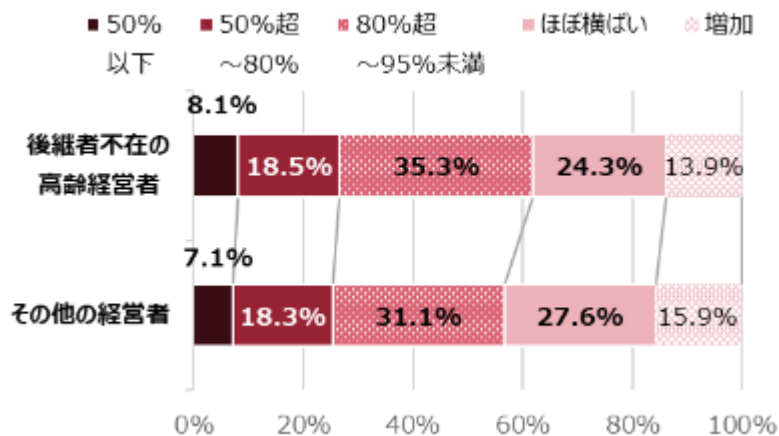


Ⅶ-4 後継者不在の高齢経営者の今後

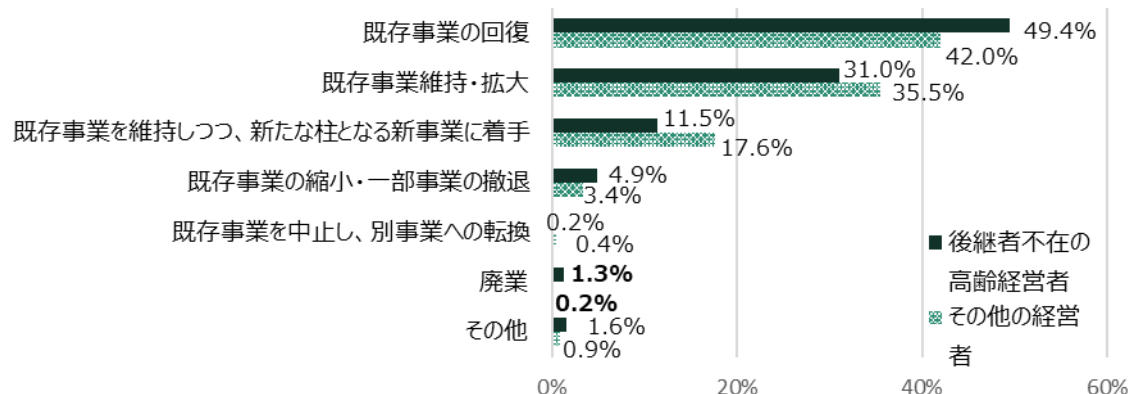
【後継者不在の高齢経営者の企業の業績の見通しは他の企業と顕著な差がないが、今後の事業活動では、やや既存事業の回復に注力】

- ◆ 後継者不在の高齢経営者の企業は、その他の経営者の企業に比べ、今期の売上高や利益の見込みにおいて大きな差異はみられない
- ◆ 後継者不在の高齢経営者はその他の経営者に比べ、今後の事業の展望・方向性については、全体的に同様の傾向にあるが、やや既存事業の回復に注力する割合が高く、また今後の新規または強化する取組みでは、全体的にやや取組み割合が低い

◆今期の売上高の見込み



◆後継者不在の高齢経営者の企業の今後の展望・方向性

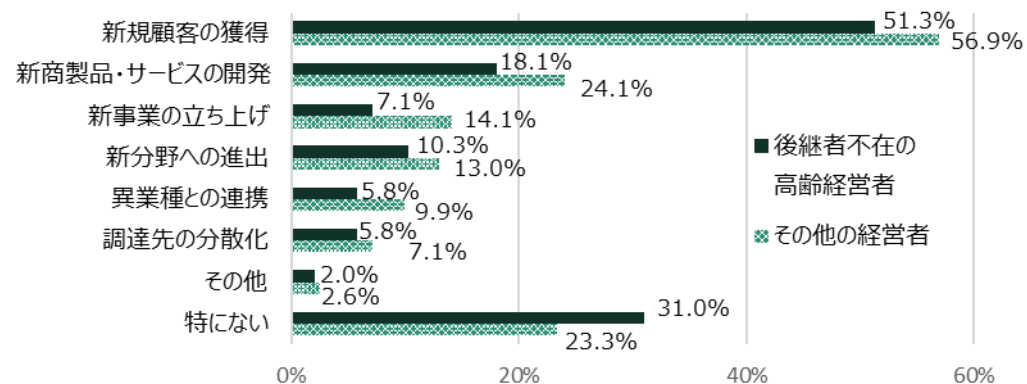


◆一人あたりの経常利益額の赤字割合

	今期見込み	前期との差引(※)
後継者不在の高齢経営者	17.8%	6.7
その他の経営者	18.5%	7.5

※ 「今期見込み」の赤字割合から「前期」の値を差し引いた数値(ポイント)であり、値が大きいほど赤字割合が増加していることを示す

◆後継者不在の高齢経営者の企業の今後の新規または強化する取組み



《お問い合わせ先》

【調査の趣旨について】

大阪府 政策企画部 企画室 推進課

担当者：木内・福田

電話：06-6944-7690

【調査の集計・分析について】

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)

担当者：越村・松永

電話：06-6210-9474