

新型コロナウイルス感染症を契機とした新事業展開に関する調査

【調査結果-概要版】

2021年11月
福井県商工会議所連合会

(1) 調査目的・背景

新型コロナウイルス感染症の拡大は事業経営に大きな影響を与えた。コロナ禍により各市場環境が大きく変動する中、企業はそれに対応した事業展開が求められている。そこで本調査により、県内各企業における新事業展開の実態を把握し、今後の商工会議所事業や行政等への提言の参考とする。

(2) 調査期間

令和3年9月1日（水）～9月15日（水）

(3) 調査方法

- ・調査票を郵送による配布・回収
- ・ネット回答フォームによる回収

(4) 調査対象

県内7市の商工会議所の会員企業3,000社

(5) 回答企業数

1,165社（回収率 38.8%）
〔 郵送 961社
ネット 204社 〕

◎調査結果概要

1. 新型コロナウイルス感染症による影響について

1) 新型コロナウイルスの発生前後を比較した経営への影響（売上）について

◎約7割が売上減少したと回答

新型コロナウイルスの流行前後と比較した、売上でみた経営への影響については、「大きく悪化した」が32.3%、「やや悪化した」が41.8%となり、74.0%の事業所が少なからず悪影響を受けていると回答。一方で「好転した」という回答は3.4%にとどまった。「影響はない」は22.6%であった。

2) 経営悪化の要因について

◎取引先からの受注減及び消費者の消費減

新型コロナウイルスの影響で経営が悪化したと回答した事業所にその要因を尋ねたところ、「取引先からの受注減」が60.0%、「消費減少」が51.7%と回答の半数以上を占めた。次いで「イベントの減少」が34.0%、「移動自粛等による商談機会減少」が24.4%と続いた。

3) with コロナ、ポストコロナを意識した取り組みについて

◎消毒液、仕切り板の設置や事業所内感染対策が7割超

with コロナ、ポストコロナのための対策や取り組みについて尋ねたところ、労務面では職場環境改善として「事業所内感染対策の実施」が76.9%で最も高く、「従業員の健康維持の取組」46.4%、「雇用調整助成金等の活用」32.6%と続いた。

労務面以外では「消毒液、仕切り板の設置」が71.0%で最も高く、続いて「換気等の設備投資」28.0%と職場内での感染対策の取り組みが目立った。他には「販路の新規開拓」、「事務所入退出の管理化」、「オンライン商談実施」などの意見があった。

2-1. 新事業展開への取り組み状況や予定について

4) コロナ禍以降（2020年3月以降）の新事業展開の取り組み状況について

◎新事業を始めた、または予定している事業所は34.2%

コロナ禍を一つの契機に、新事業を既に取り組み始めている事業所は15.7%であった。「今後取り組みを予定している」は18.5%であり、既に始めている事業所と合わせて、34.2%がコロナ禍を契機に新事業を始めたか予定をしている。一方で、「取り組む予定はない」が64.9%となった。

5) 新事業を行う/行わない理由について

◎既存事業の売上減少のために行うが約6割、既存事業に集中するために行わないが約6割

新事業を行う理由としては「既存事業の売上減少」が64.5%で最も高い。売上減少は取引先からの受注減少や消費需要の低下が大きな要因となっている。一方で行わない理由としては「既存事業に集中する」が62.1%で最も高い。

2-2. コロナ禍以後に取り組む新事業展開の内容について

6) 新事業展開の取り組み内容について

◎新商品・サービスの開発が約6割、既存商品・サービスの刷新が約5割

新事業に取り組む事業所に取り組み内容を尋ねたところ、「新しく商品・サービスを開発する」が47.6%、「既存の商品・サービスを刷新する」が37.1%、「両方を行う」が15.3%であった。

新商品・サービスの開発における取組内容については、主たる業種までは変えずに異なる商品・サービスを取り扱う「新分野への進出」が52.4%と約半数を占めた。既存業種と異なる「異業種への進出」は25.1%であった。

既存の商品・サービス刷新における取組内容については、「販売促進策の見直し」が53.3%で約半数を占め、次いで「対象顧客の変更」41.1%、「商品の製造工程の変更」20.6%と続く。

7) 新事業展開にあたり必要となった投資額について

◎500万円未満の投資が約6割

新事業展開を行うにあたり必要となる投資額について尋ねたところ、「100万円未満」が29.1%、「100万円以上～500万円未満」が29.9%と500万円未満の投資が59.0%となった。1,000万以上の投資は27.1%であった。従業員数が少ないほど投資額は少なく、従業員数が多いほど投資額が大きい傾向になった。

また、最も費用が掛かったものについては「生産設備購入費」が27.7%で最も高い。次いで「建設・増改築費」が14.8%、「器具備品購入費」が13.2%であった。

8) 必要な費用な手当方法について

◎補助金・助成金の利用が最多も、自己資金のみの回答もほぼ同率

新事業展開にあたり必要となる費用の手当方法について尋ねたところ、「補助金・助成金の利用」が42.4%で最も高いが、「自己資金のみ」も40.7%でほぼ同率となった。それらに続くのは「融資の利用」で32.0%であった。

9) 新事業展開にあたる人員の採用について

◎約6割が採用なし

新事業展開にあたって、人員の採用を行うかを尋ねたところ、「採用した」13.3%、「採用予定」22.1%となった。「採用しない」は64.6%であった。

10) 新事業展開による効果について

◎次年度以降の効果発現予想が多く、具体的には売上増加効果を予想

新事業展開による効果が出ているかについては、「次年度以降」が最多で59.1%、「既に効果が出ている」が19.0%、「今年度中」が14.6%。一方で「効果が出そうにない」は7.3%となった。

具体的な効果の内容については、「売上増加」が最も高く、73.8%。次いで「知名度・信用力向上」が36.0%、「成長性向上」が28.0%と続いた。

3. 新事業を行う上での自社の課題について

1 1) 新事業展開を検討するにあたっての課題とその解決策について

◎ヒト・モノ・カネの不足

新事業を行うにあたっての課題については、「人材」45.1%、「販路開拓」43.2%、「資金」41.4%、「ノウハウや技術の獲得」39.1%と続いた。経営資源の3要素である「ヒト・モノ・カネ」の不足が課題となっていることが浮き彫りになった。

上記の課題解決のため取り組みについては、「補助金・助成金活用」が33.6%で最も高い。次いで「販路開拓」が30.6%、「事業計画策定」が26.2%、「従業員の教育」が23.7%と続いた。

また、新事業展開のために必要だと考える支援内容についても、課題に沿う形となり、「知識やノウハウの提供」が46.4%で最も高い。次いで、「販路開拓支援」と「更なる補助金」が同率で40.1%、「人材の紹介」が27.6%と続いた。

1 2) 新事業展開やコロナ禍の経営についての相談先について

◎税理士・会計士が最多も、次いで相談しないが多い

新事業展開やコロナ禍での経営にあたっての相談先について尋ねたところ、「税理士・会計士」が34.1%で最も高くなった。決算等での顧問契約を結んでいることで経営に深く関わり、相談しやすいことが考えられる。それに続いたのが「相談はしない」で32.5%であった。

1 3) ポストコロナ社会に向けて行政に求める企業支援について

◎補助金や助成金制度の設置が強く求められている。

ポストコロナ社会を見据えて、行政に求める支援策について尋ねたところ「補助金・助成金制度」が68.2%で最も高くなった。他には「経済活動を優先した施策」26.2%、「消費喚起策」26.1%、「新規事業へ意欲ある企業の優遇措置」23.0%となった。