

小規模事業者景況調査報告書（第23号）

●北海道経済概況の推移（経済産業省北海道経済産業局）

	令和3年8月	9月
総括判断	新型コロナウイルス感染症の影響により、厳しい状況にあるが、一部に持ち直しの動きがみられる	新型コロナウイルス感染症の影響により、厳しい状況にあるが、持ち直しの動きがみられる
生産活動	緩やかに持ち直している	緩やかに持ち直している
個人消費	持ち直しの動きに弱さがみられる	一部に弱さが残るものの、持ち直しの動きがみられる
観光	低迷している	低迷している
公共工事	増加している	減少している
住宅建設	持ち直しの動きがみられる	持ち直しの動きがみられる
民間設備投資	増加している	増加している
雇用動向	弱い動きがみられる	弱い動きがみられる
企業倒産	件数、負債総額とも減少している	件数は減少、負債総額は増加している

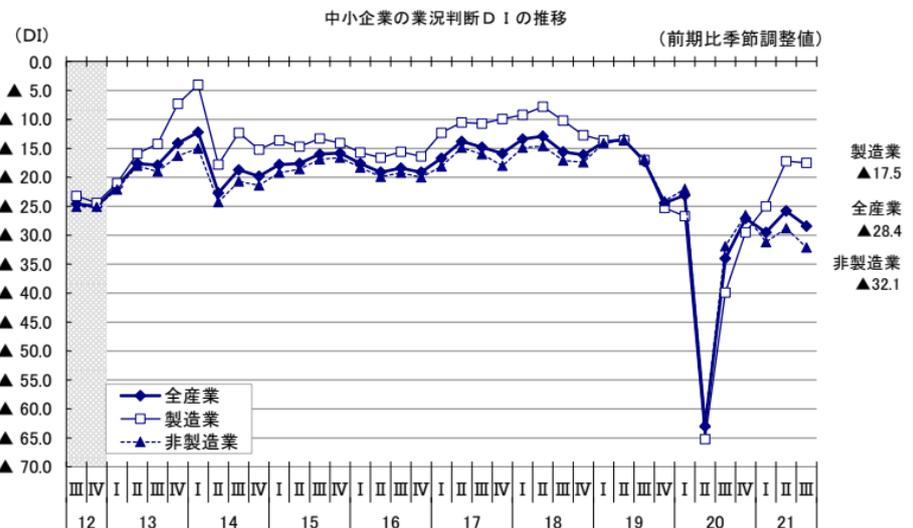
●道北経済概況の推移（財務省北海道財務局旭川財務事務所）

	令和3年5月	令和3年8月
総括判断	新型コロナウイルス感染症の影響により、観光が引き続き厳しい状況にあるなど、持ち直しに向けたテンポが緩やかになっている。	新型コロナウイルス感染症の影響により、観光が引き続き厳しい状況にあるなど、持ち直しに向けたテンポが緩やかになっている。
個人消費	新型コロナウイルス感染症の影響により、持ち直しのテンポが緩やかになっている。	新型コロナウイルス感染症の影響により一部に弱さがみられるなか、持ち直しのテンポが緩やかになっている。
観光	新型コロナウイルス感染症の影響により、引き続き厳しい状況にあり、弱まっている。	新型コロナウイルス感染症の影響により、引き続き厳しい状況にあり、弱まっている。
公共事業	前年を上回る。	前年を下回る。
住宅建設	一進一退の状況にある。	持ち直しつつある。
雇用情勢	新型コロナウイルス感染症の影響により、弱含んでいる	新型コロナウイルス感染症の影響により、弱含んでいる

●中小企業景況調査（独立行政法人 中小企業基盤整備機構）

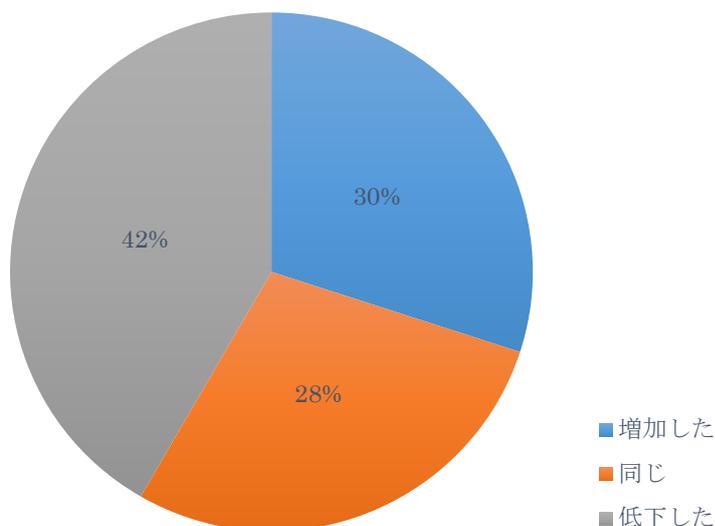
2021年7～9月期の全産業の業況判断DIは、(前期▲25.8→)▲28.4(前期差2.6ポイント減)となり、2期ぶりにマイナス幅が拡大した。

製造業の業況判断DIは、(前期▲17.2→)▲17.5(前期差0.3ポイント減)となり、5期ぶりにマイナス幅が拡大した。非製造業の業況判断DIは、(前期▲28.8→)▲32.1(前期差3.3ポイント減)と2期ぶりにマイナス幅が拡大した。



●あさひかわ商工会では、地域内小規模事業者の「景況確認」についての調査を令和3年7月1日～令和3年9月30日までの期間実施し、その概要を以下のとおりまとめました。

全業種の売上高DI値



全業種 DI $\Delta 12$

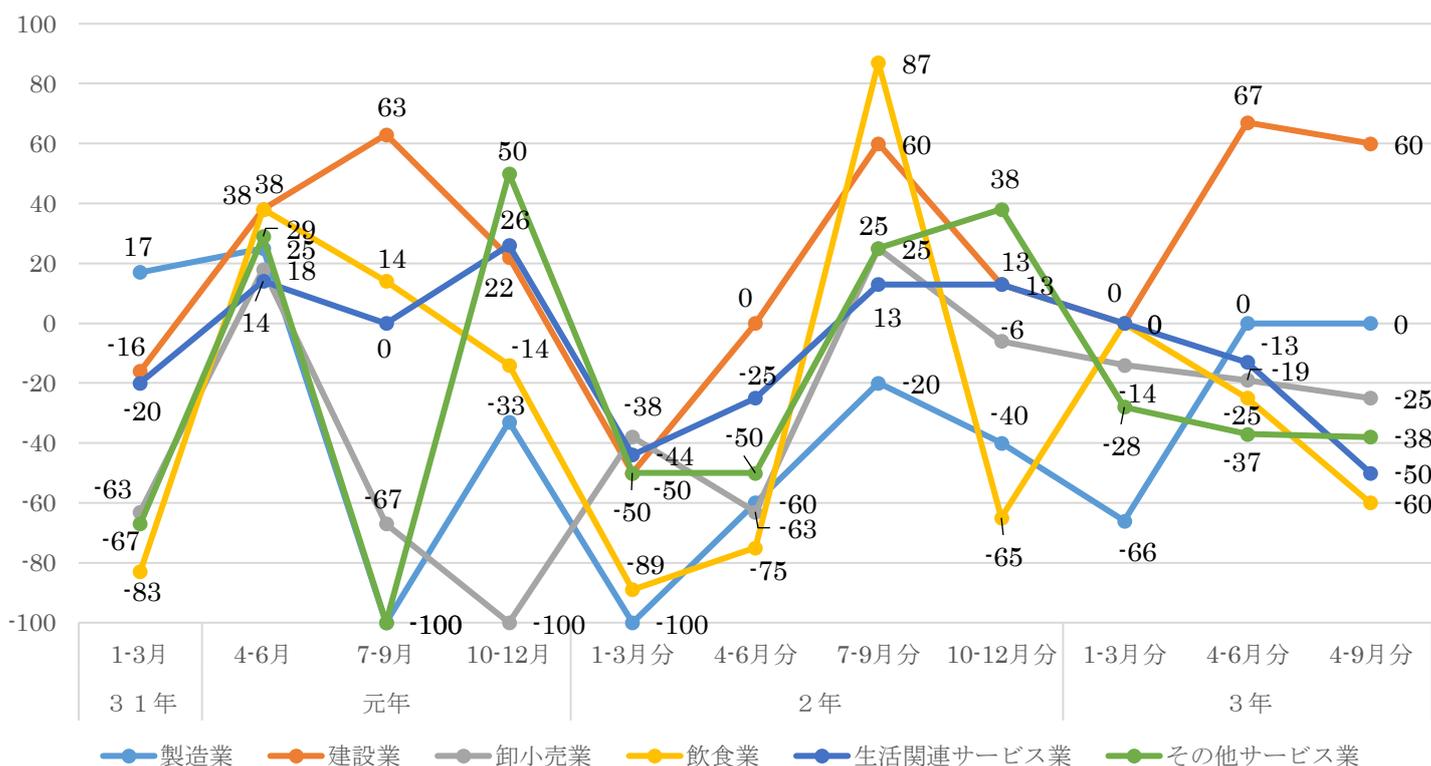
個人事業所	41 件
法人事業所	19 件
合計	60 件

業種	件数
製造業	5 件
建設業	15 件
卸小売業	16 件
飲食業	8 件
生活関連サービス業	8 件
その他サービス業	8 件
合計	60 件

全業種の売上高DI値は、 $\Delta 12$ と前回調査より14ポイント減少であった。

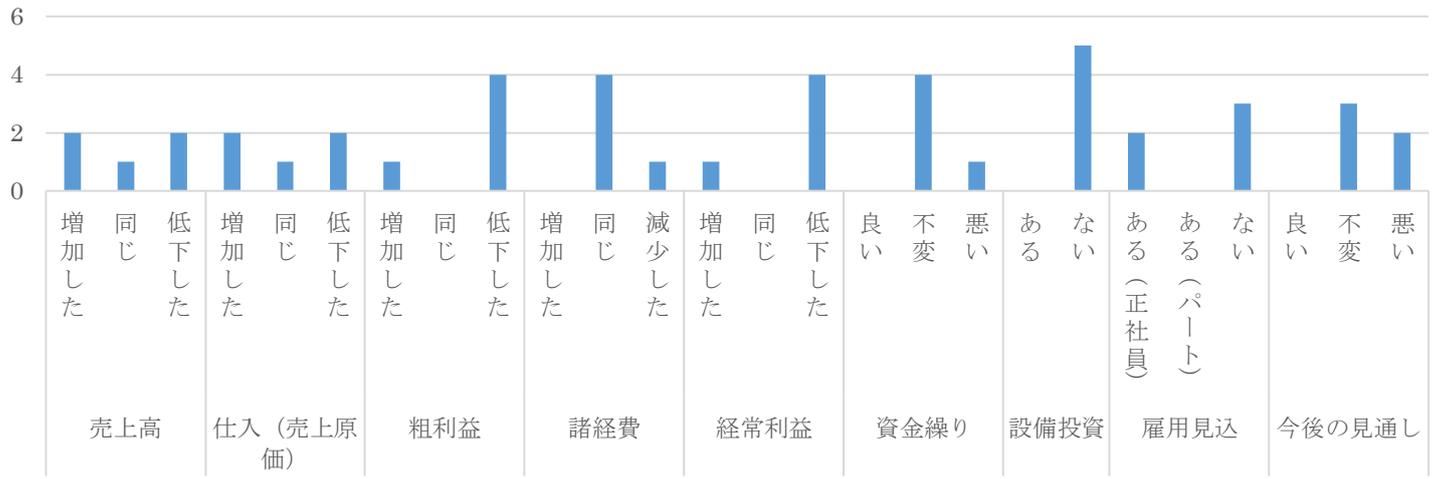
業種別には、製造業が0ポイントと前回調査時同じであった。建設業は、60ポイント（7ポイントの減少）、卸小売業は、 $\Delta 25$ ポイント（6ポイントの減少）、飲食業は、 $\Delta 60$ ポイント（35ポイントの減少）、生活関連サービス業は、 $\Delta 50$ ポイント（37ポイントの減少）、その他サービス業は、 $\Delta 37$ ポイント（前回同じ）となった。

業種別売上高DI値の推移

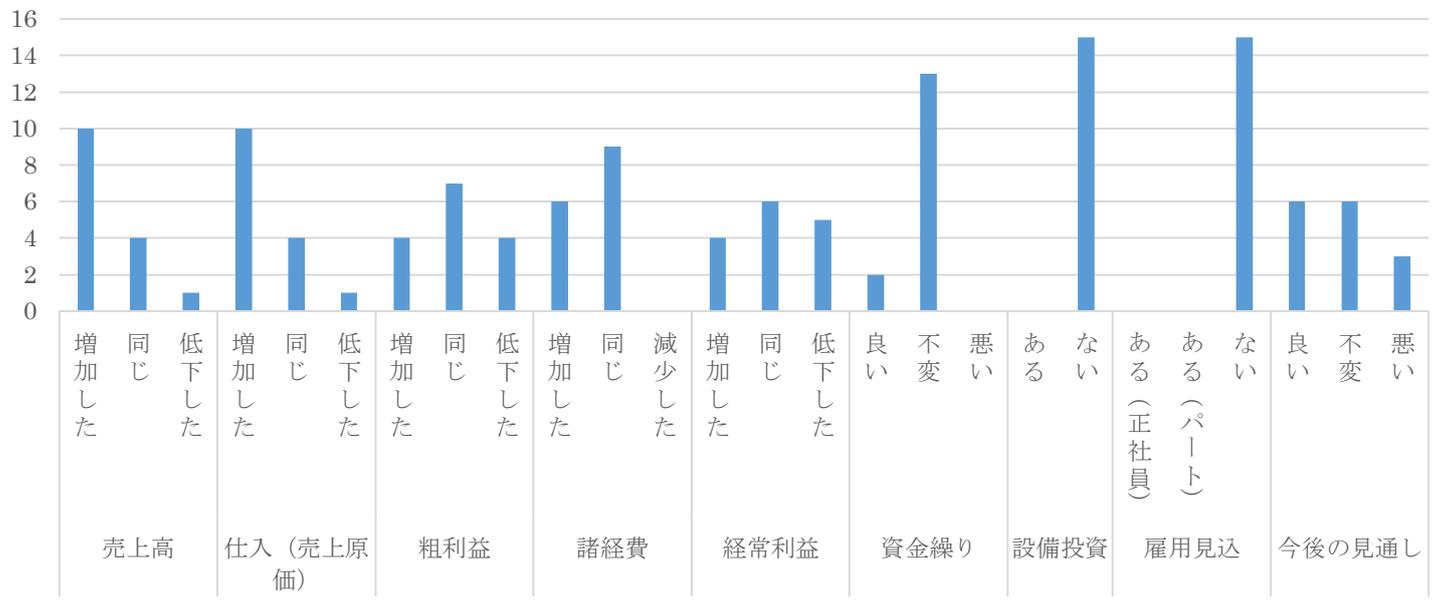


売上高DI = 売上増加企業割合 - 売上減少企業割合

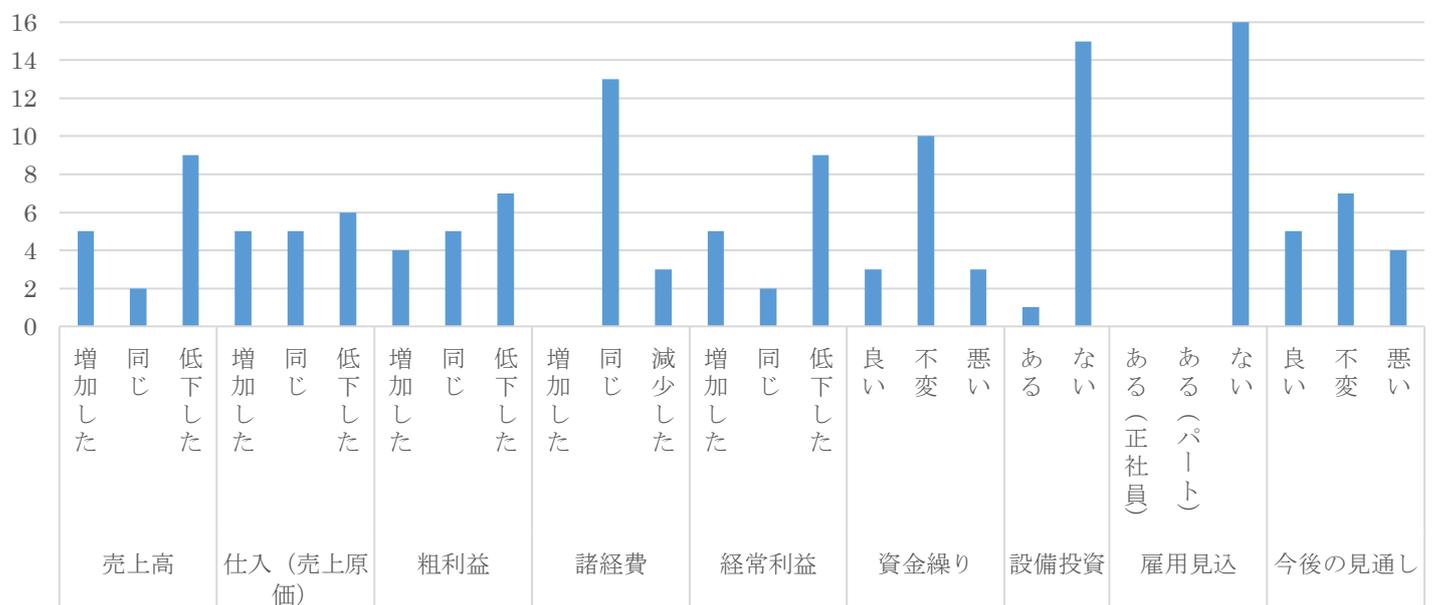
製 造 業



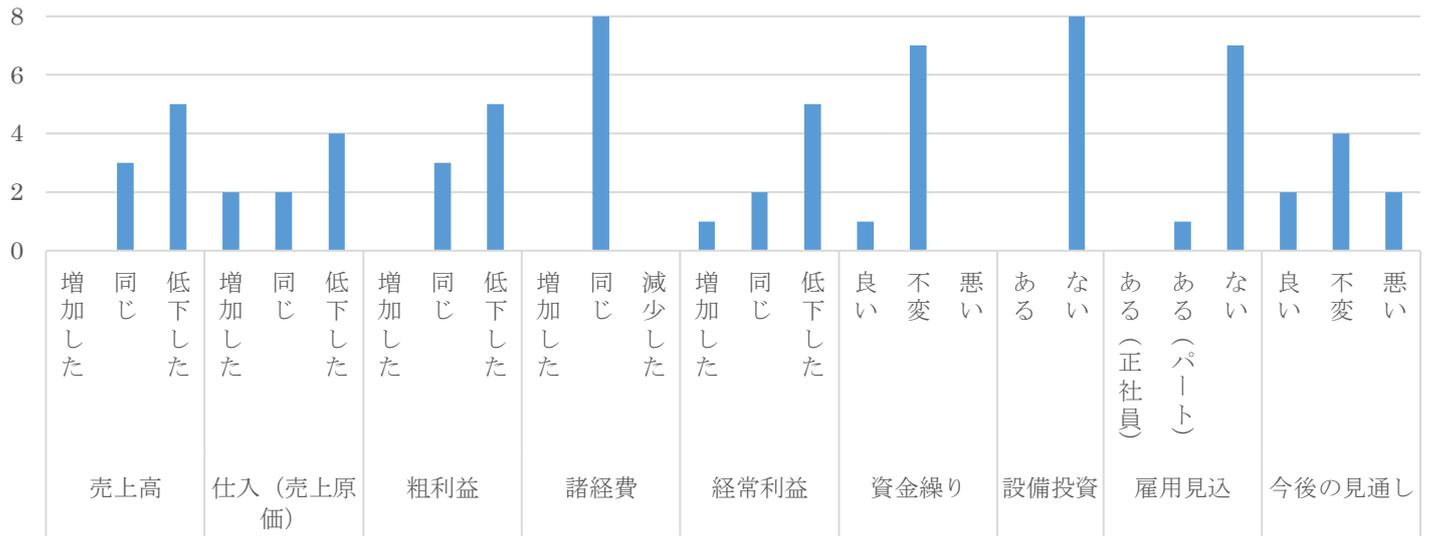
建 設 業



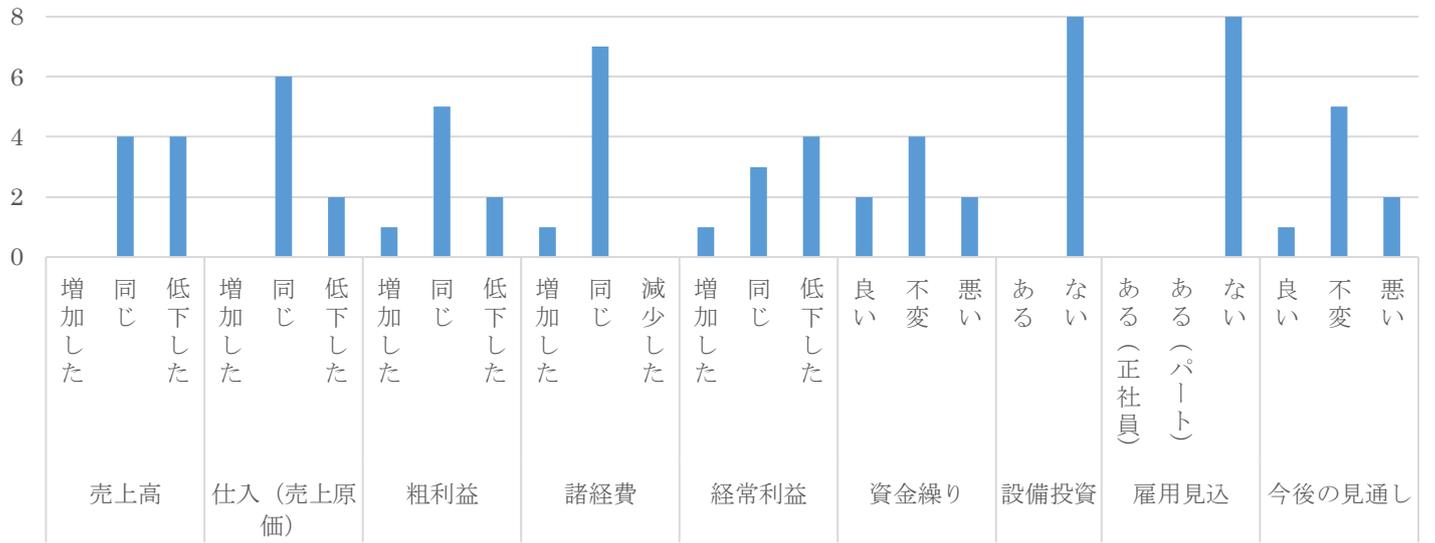
卸小売業



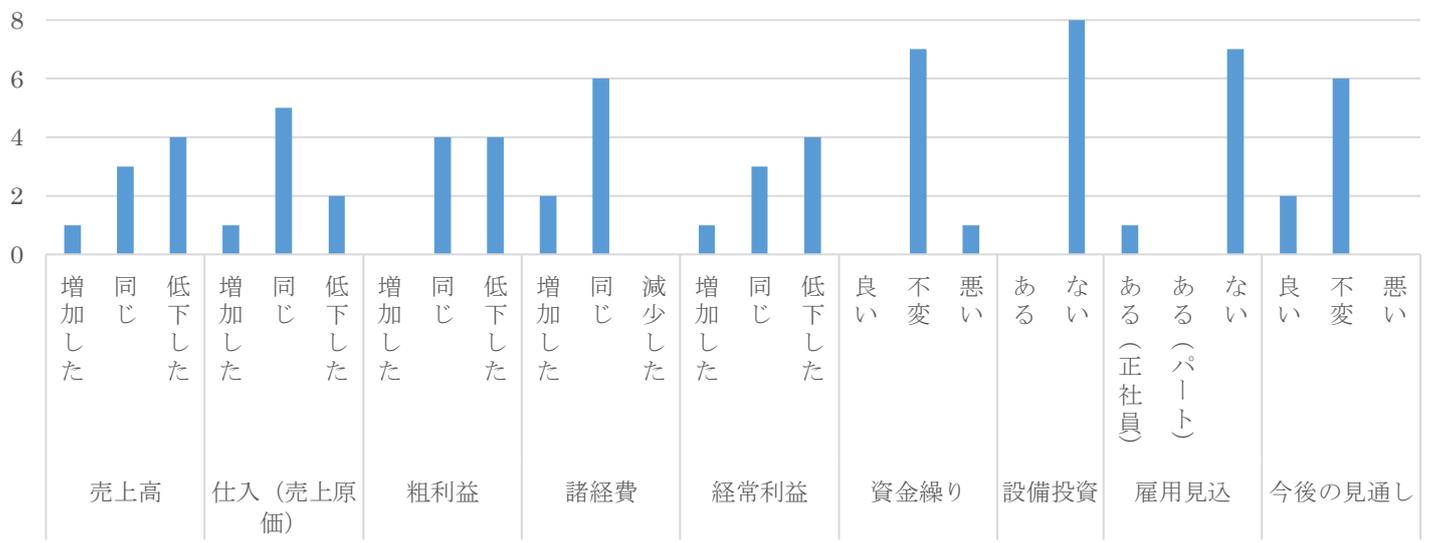
飲 食 業



生活関連サービス業



その他サービス業



消費者の意識変化と小規模事業者の底力（小規模企業白書より）

2020年は、新型コロナウイルス感染症（以下、「感染症」という。）により、我が国経済には未曾有の事態が生じ、小規模事業者の経営に甚大な影響が及んでいる。感染予防意識の向上や外出自粛など消費者の意識・行動が変化し、小規模事業者を取り巻く環境が急速に変化している。本章では、感染症流行による小規模事業者への影響や消費者の意識・行政変化について概視し、こうした厳しい環境の中での小規模事業者の販路開拓や新事業創出への取組について考察する。

第1章 小規模事業者を取り巻く環境の変化と対応

第4節 感染症流行を踏まえた事業の見直しと対応

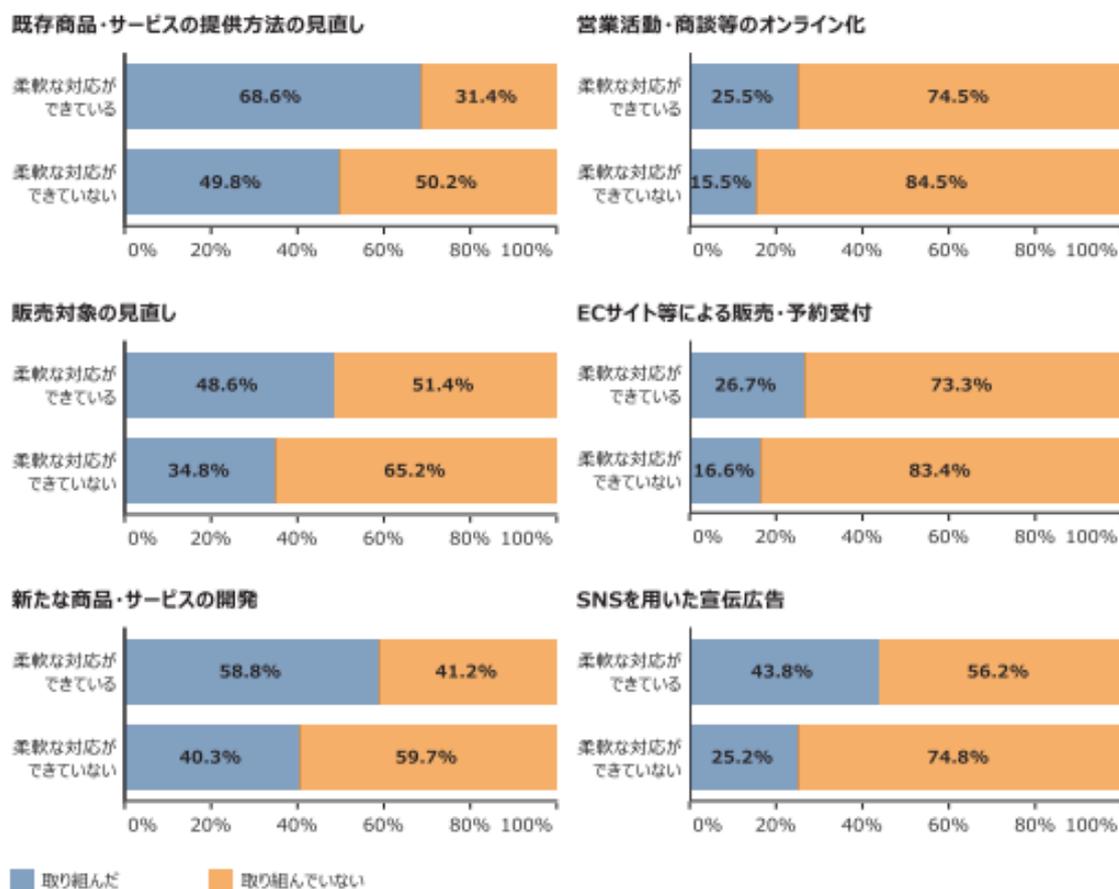
ここまで、感染症流行による小規模事業者への影響と消費者の意識・流行の変化を中心に経営環境の変化を確認した。ここではこうした変化に柔軟に対応した小規模事業者について「事業者アンケート調査」と交えて考察する。

2. 感染症流行下における顧客数の維持・増加のための取組

第2-1-40図は、感染症流行による経営環境変化への対応状況別に、顧客数の維持・増加のための取組状況を示したものである。いずれの取組においても、「柔軟な対応ができる」と回答する者は、「取り組んだ」と回答する割合が高いことが分かる。

＜第2-1-40図＞

感染症流行による経営環境変化への対応状況別、顧客数の維持・増加のための取組状況



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者の環境変化への対応に関する調査」

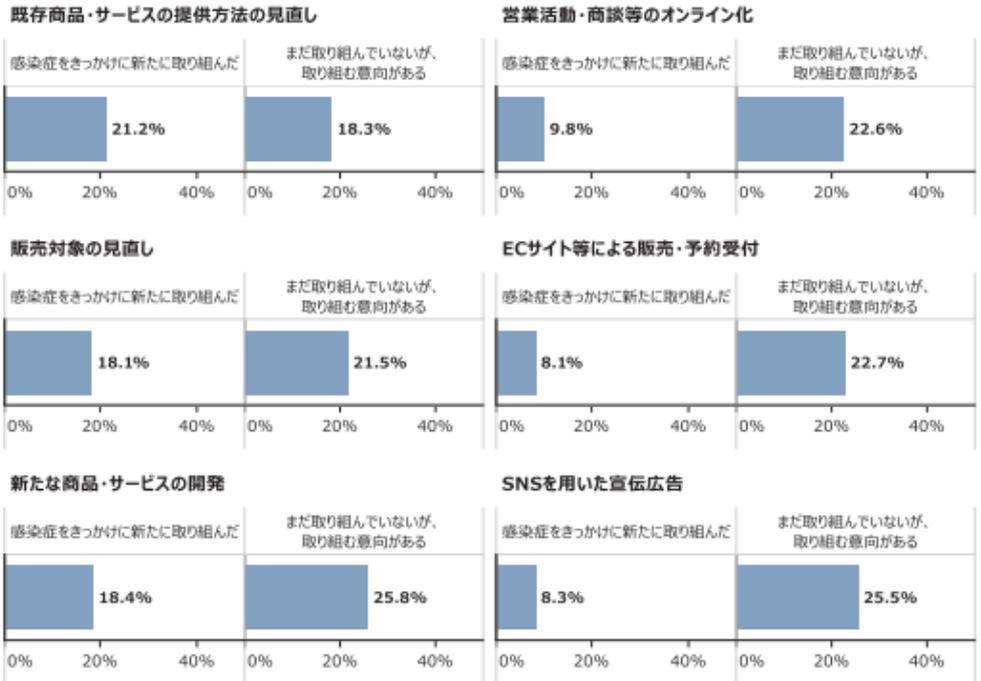
(注)1. 感染症流行による経営環境の変化への柔軟な対応が、「十分できている」又は「ある程度できている」と回答した者を「柔軟な対応ができている」、「どちらとも言えない」又は「あまりできていない」、「全くできていない」と回答した者を「柔軟な対応ができていない」と集計している。

2. 各取組に対して、「感染症流行前から取り組んでいた」又は「感染症をきっかけに取り組んだ」と回答した者を「取り組んだ」と集計し、「まだ取り組んでいないが、取り組む意向がある」又は「特に取り組む意向はない」と回答した者を「取り組んでいない」と集計している。

3. 有効回答数(n)は以下のとおり。柔軟な対応ができている：n = 2,787、柔軟な対応ができていない：n = 3,352。

<第 2-1-42 図>

BtoC型事業者の、顧客数の維持・増加のための取組状況
 (感染症をきっかけに新たに取り組んだ者と、まだ取り組んでいないが、取り組む意向がある者)

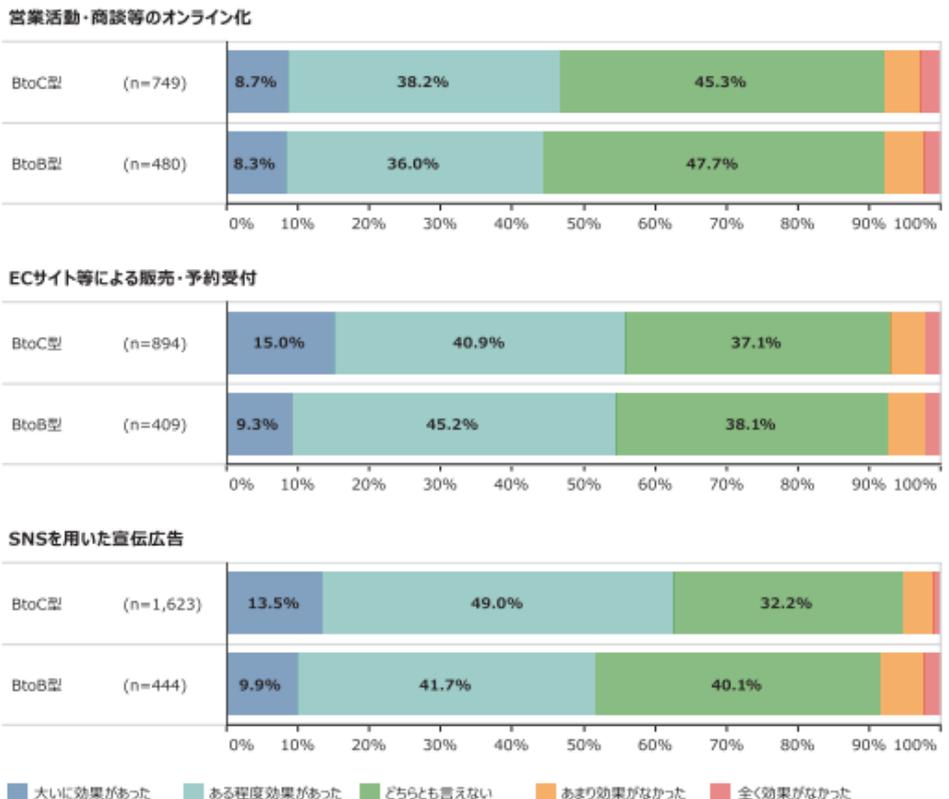


資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者の環境変化への対応に関する調査」
 (注)1. 各取組に対して「感染症流行前から取り組んでいた」、「特に取り組む意向はない」と回答した者は、表示していない。
 2. 有効回答数(n)は以下のとおり。BtoC型事業者：n = 3,972。

BtoC型事業者の、顧客数の維持・増加のための取組ごとに、感染症流行後に取組を始めた者と、今後取り組む意向のある者の割合を示したものが第 2-1-42 図である。これを見ると、「営業活動・商談等のオンライン化」や「ECサイト等による販売・予約受付」、「SNS を用いた宣伝広告」といったオンラインツールの活用においては、相対的に「感染症をきっかけに新たに取り組んだ」と回答する者の割合は低いが、「まだ取り組んでいないが、取り組む意向がある」と回答する者が一定程度存在し、オンラインツールの活用が更に進む可能性がある。

<第 2-1-45 図>

顧客属性別、オンラインツールの活用による感染症流行後の顧客数の維持・増加への効果



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者の環境変化への対応に関する調査」
 (注)それぞれの取組について、「感染症流行前から取り組んでいた」又は「感染症をきっかけに新たに取り組んだ」と回答した者について、集計している。

第 2-1-45 図は、顧客属性別に、オンラインツールの活用による感染症流行後の顧客数の維持・増加への効果を示したものである。いずれにおいても、約半数が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答していることが分かる。

BtoC型事業者においては、「SNS を用いた宣伝広告」について、効果があったと回答する者の割合は比較的高く、BtoC型事業者に対して顧客数の維持・増加への有用性が高いことが示唆される。