

## 新型コロナウイルスが中小企業に及ぼす影響等

- ・「悪影響あり」87.1%、依然として極めて厳しい状況
- ・7割の企業で「資金繰りに支障」、企業存続にも影響
- ・賃上げを計画するも、46.2%の企業が実施を見送り
- ・今後の経営方針は、「守りの経営」(73.6%)が圧倒的多数
- ・「第2波」懸念86.8%、「自助努力で対応困難」74.4%

新型コロナの国内初感染者が確認されて約半年が経過した。緊急事態宣言解除後、感染者数は低水準で推移してきたが、ここへきて一部でクラスターが発生するなど感染が再び拡大しており、予断を許さない状況となっている。政府の緊急経済対策等の効果が期待されるが、第2波への警戒感もあり、今後とも先行き不透明な状況が続くものとみられる。そのような中、中小企業の現状について調査を実施した。

調査時点：2020年7月上旬

依頼先数：1,400社

調査対象：大阪シティ信用金庫取引先企業（大阪府内）

有効回答数：1,340社

調査方法：聞き取り法

有効回答率：95.7%

従業者 業種	5人未満	5～19人	20～49人	50人以上	計	構成比
製造業	132社	228社	62社	23社	445社	33.2%
卸売業	82	85	14	5	186	13.9
小売業	102	49	10	6	167	12.4
建設業	93	132	18	6	249	18.6
運輸業	6	43	21	10	80	6.0
サービス業	113	71	17	12	213	15.9
計	528	608	142	62	1,340	100.0
構成比	39.4%	45.4%	10.6%	4.6%	100.0%	-

## ( 要 旨 )

### 1 . 新型コロナの影響

新型コロナウイルス感染拡大により、「悪影響がある」企業は 87.1%で、前月調査より 3.1 ポイント増加した。悪影響の急速な拡大は和らいたが、依然として極めて厳しい状況が続いている。

悪影響の内容については、「製(商)品・サービスの受注・販売の減少」(85.5%)が圧倒的に多く、8割を超えた。

### 2 . 資金繰りへの支障

資金繰りに「支障が出ている」企業は 71.4%で、前月調査より 1.1 ポイント増加した。緊急融資や休業補償などにより、増加傾向に歯止めがかかったが、「今後支障が出そう」とする企業が 22.6%あり、予断を許さない状況である。

### 3 . 今年の賃上げへの影響 (賃上げ計画あり企業を対象)

今年賃上げ計画のあった企業のうち、賃上げを「計画どおり実施した」企業は 23.1%である。一方、「計画どおり実施できなかった」企業は 76.9%に及び、「実施を見送った」企業(46.2%)が半数近くに達した。

### 4 . 今後の経営方針

今後の経営方針について、「守りの経営」とする企業(73.6%)が「攻めの経営」とする企業(26.4%)を大きく上回った。コロナ禍により先行きが見通せず不安感が増大しており、昨年 12 月調査と比べ、「守りの経営」とする企業が 25.3 ポイント大幅に増加した。

「攻めの経営」の施策としては、「新(製)商品・サービスの開発、取り扱い」(49.7%)や「生産・販売方法等の変更」(38.1%)が上位。

「守りの経営」の施策としては、「諸経費の削減」(73.4%)が圧倒的に多数。

### 5 . 自社経営における懸念材料

一番の懸念材料は、「新型コロナ感染の第 2 波到来」(86.8%)で、8割を超え極めて多く、第 2 波に対する危機感の大きさを物語っている。次いで、「国内消費・需要の冷え込み」(70.9%)が約 7 割と多く、「資金繰りの悪化」(41.3%)も約 4 割が懸念している。

### 6 . 感染第 2 波への対応

感染第 2 波に対して、「自助努力で十分に対応可能」とする企業は 25.6%である。これに対し、「自助努力だけでは困難」とする企業が 74.4%と、支援を必要とする企業が圧倒的に多い。その内訳は、「外部支援が少し必要」(52.3%)が 5 割を超え多いが、「外部支援が相当必要」(22.1%)も 2 割以上みられた。

## 1. 新型コロナの影響

### (1) 経営への悪影響

すべての企業に対し、新型コロナウイルスの感染拡大による経営への影響について聞いた結果が(第1表-1)である。

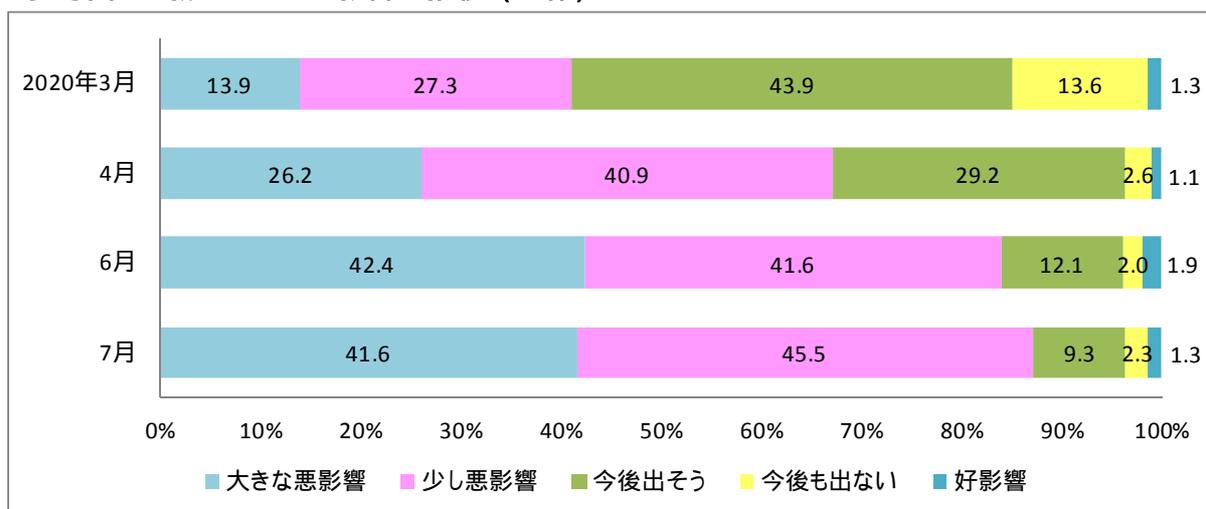
全体でみると、「大きな悪影響がある」とする企業は41.6%で、「少し悪影響がある」企業は45.5%である。この両者を合計した「悪影響あり(+)」とする企業は87.1%と、前月調査(84.0%)と比べ3.1ポイント増加した。悪影響の急速な拡大は和らいだが、依然として極めて厳しい状況が続いている。

業種別でみると、新型コロナの悪影響は全業種で8割以上に及んでいる。「大きな悪影響がある」企業割合は、小売業(68.9%)でおよそ7割と他の業種より高くなっており、最も深刻な打撃を受けている。

第1表-1 経営への悪影響

区分		項目	大きな悪影響	少し悪影響	今後出そう	悪影響なし	むしろ好影響	計	(%)
業種別	製造業		40.2	48.1	8.5	1.8	1.4	100.0	悪影響あり+
	卸売業		48.4	40.8	5.4	1.6	3.8	100.0	88.3
	小売業		68.9	23.9	3.0	2.4	1.8	100.0	89.2
	建設業		24.9	58.2	16.1	0.4	0.4	100.0	92.8
	運輸業		43.8	46.2	7.5	2.5	0	100.0	83.1
	サービス業		35.7	46.0	11.7	6.1	0.5	100.0	90.0
規模別	5人未満		46.0	40.9	9.7	2.6	0.8	100.0	81.7
	5~19人		38.5	48.7	9.2	1.8	1.8	100.0	86.9
	20~49人		35.2	53.5	6.4	2.8	2.1	100.0	87.2
	50人以上		48.4	35.5	12.9	3.2	0	100.0	88.7
全体			41.6	45.5	9.3	2.3	1.3	100.0	83.9
2020年6月調査			42.4	41.6	12.1	2.0	1.9	100.0	87.1
2020年4月調査			26.2	40.9	29.2	2.6	1.1	100.0	84.0
2020年3月調査			13.9	27.3	43.9	13.6	1.3	100.0	67.1
									41.2

<参考図> 新型コロナの影響の推移（全体）



(2) 悪影響の内容

前項1(1)で、「悪影響あり」ないし「今後出てくる」と答えた企業(全企業の96.4%、1,291社)に対し、事業活動面の具体的な悪影響について聞いた結果が(第1表-2)である。

全体で見ると、「製(商)品・サービスの受注・販売の減少」(85.5%)が圧倒的に多く、8割を超えた。国内需要の減退が大きく影響している。以下、「営業自粛、商談・イベント等中止・延期」(39.8%)、「国内流通の停滞等による材料・商品等の調達難、遅れ」(25.8%)、「顧客や従業員の感染症防止策等に伴う経費増」(13.7%)が続いている。一方、「中国など海外取引(輸出入)に支障、渡航制限等」(9.2%)や「仕入・販売先や生産拠点の変更等によるコスト増」(7.0%)は比較的少ない。

業種別で見ると、「製(商)品・サービスの受注・販売の減少」とする企業割合は、すべての業種で7割以上と圧倒的に高くなっている。

第1表-2 悪影響の内容

(複数回答、%)

項目	業種						
	全体	製造業	卸売業	小売業	建設業	運輸業	サービス業
製(商)品・サービスの受注・販売の減少	85.5	94.2	88.6	88.1	80.5	73.1	73.0
営業自粛、商談・イベント等中止・延期	39.8	41.0	44.9	27.0	40.2	35.9	43.9
国内流通の停滞等材料・商品等の調達難	25.8	29.8	26.7	15.7	29.7	39.7	13.8
感染症防止策等に伴う経費増	13.7	11.4	8.5	18.2	13.4	16.7	18.9
海外取引(輸出入)に支障、渡航制限等	9.2	10.5	25.0	3.1	2.8	10.3	4.6
仕入・販売先や生産拠点変更(コスト増)	7.0	8.9	9.7	8.8	6.1	1.3	2.6

## 2. 資金繰りへの支障

すべての企業に対し、新型コロナウイルスの影響で、自社の資金繰りに支障が出ているかどうか聞いた結果が（第2表）である。

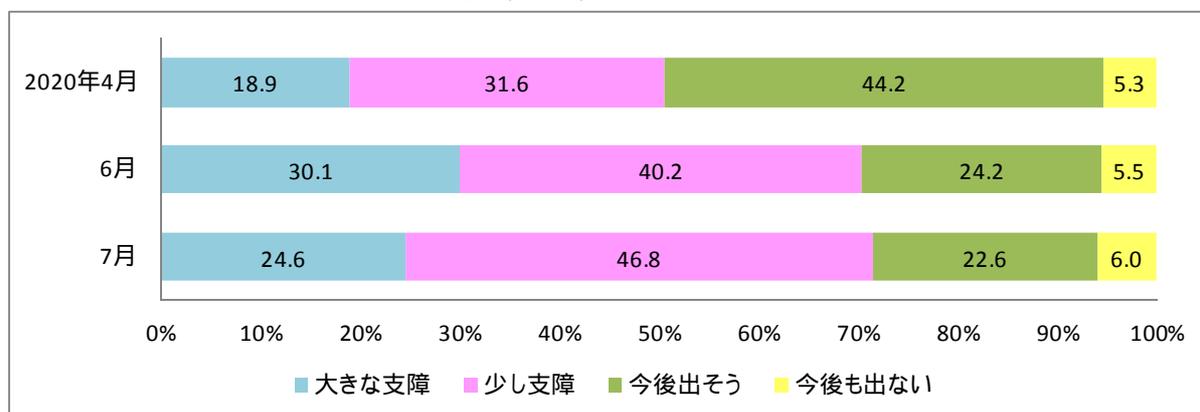
全体で見ると、「大きな支障が出ている」（24.6%）と「少し支障が出ている」（46.8%）を合計した「すでに支障が出ている（+）」企業は71.4%で、前月調査（70.3%）より1.1ポイント増加した。緊急融資や休業補償などにより、増加傾向に歯止めがかかったが、「今後支障が出そう」とする企業が22.6%あり、予断を許さない状況である。今後、資金繰りがさらに悪化すれば、企業の存続にも大きな影響を及ぼしかねない。

業種別で見ると、「すでに支障が出ている」企業割合は、小売業（79.6%）でおよそ8割と最も高くなっている。

第2表 資金繰りへの支障

区分		大きな支障	少し支障	今後出そう	支障なし	計	(%)	
							すでに支障+	支障あり++
業種別	製造業	24.3	48.8	21.1	5.8	100.0	73.1	94.2
	卸売業	30.1	44.6	19.4	5.9	100.0	74.7	94.1
	小売業	47.3	32.3	15.0	5.4	100.0	79.6	94.6
	建設業	12.5	52.6	30.5	4.4	100.0	65.1	95.6
	運輸業	18.8	53.7	22.5	5.0	100.0	72.5	95.0
	サービス業	19.2	46.5	25.4	8.9	100.0	65.7	91.1
規模別	5人未満	30.3	45.1	18.7	5.9	100.0	75.4	94.1
	5～19人	21.5	48.4	25.5	4.6	100.0	69.9	95.4
	20～49人	18.3	47.2	25.3	9.2	100.0	65.5	90.8
	50人以上	21.0	45.1	21.0	12.9	100.0	66.1	87.1
全体		24.6	46.8	22.6	6.0	100.0	71.4	94.0
2020年6月調査		30.1	40.2	24.2	5.5	100.0	70.3	94.5
2020年4月調査		18.9	31.6	44.2	5.3	100.0	50.5	94.7

<参考図> 資金繰りへの支障の推移（全体）



### 3. 今年の賃上げ計画への影響

今年、賃上げを計画していた企業（全企業の40.4%、541社）に対し、新型コロナウイルスにより賃上げ計画に影響があったかどうか聞いた結果が（第3表）である。

全体でみると、「計画どおり実施した」企業は23.1%である。一方、「計画どおり実施できなかった」企業は76.9%に及ぶ。その内訳は、「ア．計画より減額して実施した」企業が30.7%であるのに対し、「イ．実施を見送った」企業は46.2%である。新型コロナウイルスの影響による経営状況の悪化で、今年の賃上げを見送った企業割合は半数近くに達した。賃上げの凍結は、消費マインドの減退につながり、今後の景気回復の足かせになるかもしれない。

業種別でみると、「イ．実施を見送った」とする企業割合は、小売業（60.0%）で6割にのぼり、卸売業（54.5%）でも5割を超えた。

第3表 今年の賃上げ計画への影響 ( % )

区分	項目	計画どおり 実施した	計画どおり 実施できず	計画どおり 実施できず		計
				ア．減額	イ．見送り	
業 種 別	製 造 業	24.0	76.0	28.0	48.0	100.0
	卸 売 業	13.2	86.8	27.3	54.5	100.0
	小 売 業	12.5	87.5	27.5	60.0	100.0
	建 設 業	29.6	70.4	28.7	41.7	100.0
	運 輸 業	17.0	83.0	41.5	41.5	100.0
	サービス業	24.1	75.9	39.2	36.7	100.0
規 模 別	5人未満	20.0	80.0	20.0	60.0	100.0
	5～19人	21.8	78.2	31.8	46.4	100.0
	20～49人	28.0	72.0	35.5	36.5	100.0
	50人以上	26.7	73.3	35.5	37.8	100.0
全 体		23.1	76.9	30.7	46.2	100.0

## 4. 今後の経営方針

### (1) 「攻め」か「守り」か

すべての企業に対し、新型コロナウイルス感染拡大防止が求められるなかでの今後の経営方針を聞いた結果が(第4表-1)である。

全体でみると、「思い切った攻め」(2.9%)と、「どちらかと言えば攻め」(23.5%)を合計した「攻めの経営(+)」とする企業は26.4%である。これに対し、「どちらかと言えば守り」(53.7%)と、「徹底した守り」(19.9%)を合計した「守りの経営(+)」とする企業は73.6%と7割を超えた。

これを昨年12月調査と比べると、「守りの経営」とする企業が25.3ポイント大幅に増加した。コロナ禍により先行きが見通せず不安感が増大しており、多くの企業で守りの姿勢を余儀なくされているものとみられる。

業種別にみると、「守りの経営」とする企業割合はすべての業種で12月調査より増加しており、サービス業(63.9%)を除いて7割以上となった。

第4表-1 今後の経営方針

(%)

区分	項目	思い切った攻め	どちらかと言えば攻め	どちらかと言えば守り	徹底した守り	計	「攻め」+	「守り」+	12月比増減
									(ポイント)
業種別	製造業	1.3	19.1	56.2	23.4	100.0	20.4	79.6	24.6
	卸売業	2.7	24.2	52.1	21.0	100.0	26.9	73.1	25.6
	小売業	1.8	25.2	46.1	26.9	100.0	27.0	73.0	14.6
	建設業	3.6	24.5	59.0	12.9	100.0	28.1	71.9	35.4
	運輸業	1.3	25.0	53.7	20.0	100.0	26.3	73.7	26.8
	サービス業	7.0	29.1	49.8	14.1	100.0	36.1	63.9	24.1
規模別	5人未満	2.6	18.0	54.0	25.4	100.0	20.6	79.4	22.9
	5~19人	2.6	28.0	53.1	16.3	100.0	30.6	69.4	21.4
	20~49人	3.5	21.8	59.2	15.5	100.0	25.3	74.7	39.5
	50人以上	6.5	30.6	45.2	17.7	100.0	37.1	62.9	36.8
全体		2.9	23.5	53.7	19.9	100.0	26.4	73.6	25.3
2019年12月調査		5.6	46.1	44.1	4.2	100.0	51.7	48.3	-

## (2) 「攻めの経営」の施策

前項4.(1)で、自社の今後の経営方針を「攻め」と答えた企業(全企業の26.4%、354社)に対し、取り組む施策について複数回答で聞いた結果が(第4表-2)である。

全体で見ると、「新製(商)品・サービスの開発、取り扱い」と答えた企業が(49.7%)が最も多く、半数近くに達した。次いで、「生産・販売方法等の変更」が38.1%、「設備投資の実施」が24.1%、「正社員・パート等の採用による増員」が22.2%、「新業種・業態への進出など事業の多角化」が15.6%で続いている。

第4表-2 「攻めの経営」の施策 (複数回答、%)

項目 \ 業種	全体	製造業	卸売業	小売業	建設業	運輸業	サービス業
新製(商)品・サービスの開発、取り扱い	49.7	60.7	70.0	55.6	37.1	38.1	35.1
生産・販売方法等の変更	38.1	39.3	38.0	40.0	35.7	14.3	44.2
設備投資の実施	24.1	32.6	12.0	20.0	24.3	33.3	22.1
正社員・パート等の採用による増員	22.2	12.4	10.0	26.7	30.0	47.6	24.7
新業種・業態への進出など事業の多角化	15.6	14.6	10.0	17.8	17.1	28.6	14.3

## (3) 「守りの経営」の施策

前項4.(1)で、自社の今後の経営方針を「守り」と答えた企業(全企業の73.6%、986社)に対し、取り組む施策について複数回答で聞いた結果が(第4表-3)である。

全体で見ると、「諸経費の削減」と答えた企業が73.4%で圧倒的に多い。次いで、「設備投資の手控え、資産等の圧縮」が24.4%、「減産、販路縮小など業容の縮小」が20.9%、「採用の手控え、欠員の無補充による減員」が19.5%、「新製(商)品・サービスの開発や取扱の延期・中止」が10.5%の順となった。また、「とくに施策を講じる予定はない」は9.7%であった。

第4表-3 「守りの経営」の施策 (複数回答、%)

項目 \ 業種	全体	製造業	卸売業	小売業	建設業	運輸業	サービス業
諸経費の削減	73.4	77.1	73.5	73.8	66.7	78.0	69.9
設備投資の手控え、資産等の圧縮	24.4	31.6	19.9	9.0	25.4	37.3	16.9
減産、販路縮小など業容の縮小	20.9	26.3	19.1	20.5	18.1	13.6	16.2
採用の手控え、欠員の無補充による減員	19.5	20.3	12.5	22.1	22.0	27.1	15.4
新製(商)品等の開発や取扱の延期・中止	10.5	11.6	17.6	9.0	7.3	3.4	8.8
とくに施策を講じる予定はない	9.7	4.8	11.0	13.1	14.1	3.4	14.7

## 5. 自社経営における懸念材料

すべての企業に対し、自社経営において現在懸念していることは何か、複数回答で聞いた結果が（第5表）である。

全体で見ると、「新型コロナ感染の第2波到来」と答えた企業（86.8%）が8割を超え極めて多く、一番の懸念材料となった。第2波に対する危機感の大きさを物語っている。次いで、「国内消費・需要の冷え込み」（70.9%）が約7割と多く、「資金繰りの悪化」（41.3%）も約4割が懸念。以下、「取引先の休廃業・倒産」が26.1%、「燃料・原材料・商品等仕入コストの上昇」が24.7%と続いている。

第5表 自社経営における懸念材料

（複数回答、%）

項目	業種						
	全体	製造業	卸売業	小売業	建設業	運輸業	サービス業
新型コロナ感染の第2波到来	86.8	87.4	87.6	86.8	85.5	91.3	84.5
国内消費・需要の冷え込み	70.9	76.2	71.0	74.3	63.9	71.3	65.3
資金繰りの悪化	41.3	48.3	41.9	39.5	37.8	41.3	31.5
取引先の休廃業・倒産	26.1	36.0	30.6	15.0	22.9	31.3	12.2
燃料・原材料・商品等仕入コストの上昇	24.7	29.2	25.3	20.4	26.9	35.0	11.7
経費増（人件費を除く）	14.8	18.2	14.0	13.2	11.2	13.8	14.1
中国など外国経済の動向	11.3	17.1	18.3	8.4	3.6	6.3	6.1
人手不足、人件費の増加	11.0	10.1	5.9	10.8	16.5	13.8	10.3

## 6. 感染第2波への対応

仮に、感染第2波により再び「緊急事態宣言」が発令された場合の対応について、すべての企業に聞いた結果が（第6表）である。

全体でみると、「自助努力で十分に対応可能」と答えた企業は25.6%である。これに対し、「自助努力だけでは困難」とする企業は74.4%と、4社に3社にのぼる。その内訳をみると、「ア.自助努力だけでは難しく、外部からの支援が少し必要」(52.3%)が5割超え多いが、「イ.外部からの支援が相当必要」(22.1%)も2割以上みられた。感染第2波が到来すれば、事業活動の停滞、資金繰りの悪化など企業経営は正念場を迎えそうである。

業種別でみると、「自助努力だけでは困難」とする企業割合は、小売業(81.4%)で唯一8割を超え、また「イ.外部からの支援が相当必要」(37.7%)が4割近くあり、とくに深刻さがうかがわれる結果となった。

第6表 感染第2波への対応

(%)

区分	項目	自助努力で 対応可能	自助努力だ けでは困難	ア.外部支援 少し必要		計
				イ.外部支援 相当必要		
業種別	製造業	22.5	77.5	54.4	23.1	100.0
	卸売業	26.3	73.7	52.2	21.5	100.0
	小売業	18.6	81.4	43.7	37.7	100.0
	建設業	28.1	71.9	55.0	16.9	100.0
	運輸業	32.5	67.5	55.0	12.5	100.0
	サービス業	31.5	68.5	50.7	17.8	100.0
規模別	5人未満	25.9	74.1	47.2	26.9	100.0
	5~19人	23.0	77.0	57.4	19.6	100.0
	20~49人	31.7	68.3	50.7	17.6	100.0
	50人以上	33.9	66.1	50.0	16.1	100.0
全体		25.6	74.4	52.3	22.1	100.0

テーマ：新型コロナ感染を踏まえた今後の業況見通し等(2020年7月調査)

【製造業】

- ・インターネット販売をやっけいこうと検討中(ケーキ)
- ・販路の見直しを図る(和菓子)
- ・第2波に備えつつ、来期以降に事業の拡大の準備をする(プリント刺繍)
- ・中国工場止まると同社にも波及するため、受注も大幅に減少する(トムソン加工)
- ・観光業の復活に期待している(印刷)
- ・6～8月は間違いなくメーカー、製造業は痛手となる(プラスチック成型)
- ・第2波も予想され、今年度に関して終息は見込めない(チューブ製品)
- ・当面は静観し、経済動向を見て判断する予定(ダイカスト製品製造加工)
- ・第2波に備えた準備をする(鉄工)
- ・受注が低く推移するため、それに合わせた経費削減などを行う(製缶)
- ・第2波が出た場合は融資も検討する(機械部品加工)
- ・工場稼働が大幅に低下している状況(シャフト)
- ・受注回復には相当な時間を要する見込み(メッキ)
- ・年内は売上前年比3～4割ダウンの見通し。5割ダウンの補助金もらえず厳しい(蝶番、プレス加工)
- ・最悪の状態は終わったが、まだまだ改善までには時間を要する(金属加工)
- ・収束後に向けて、設備の見直し等を行い、生産性の向上を目指す(ドアスコープ)
- ・国内景況感に左右されやすく、自社としては耐えるしかない(金型)
- ・海外との取引については契約内容を慎重に検討して対応していく方針(産業機械)
- ・新型コロナの影響で設備案件が軒並み延期や中止となっており、現状まだ動き出しは弱い(配電盤)
- ・北米を中心に車の販売台数が激減しており、大打撃である。海外市場の回復を待つしかない(自動車関連部品)
- ・予防対策を行い、積極的に受注確保に努める(販促商品加工)

【卸売業】

- ・国内で販売する先を増やしていく。取引先からのヒアリングに力を入れる(繊維品)
- ・新商品開発等、企画力を発揮し、競争力を強化する(二輪車用繊維品)
- ・飲食店の休業の影響を考え、売上減少にどう対応していくか検討中(鮮魚)
- ・売上は増加しているが、キャンセル(品切れによる)等による経費の増加が心配(医薬品)
- ・テレワークを採用したいが、現実的に困難(鋳物)
- ・取引先の販売力も低下しており、新たな取引先や販売方法を検討(かばん輸入)
- ・東南アジアはまだ外出禁止等あり、物流が動いていない(肥料輸入)
- ・コロナの影響で仕入が安定しない。販売先も発注取り消し等もあり資金繰りは厳しい(靴)
- ・中国からの輸入が多く、一時は輸入が遅れたが、今は平常の流れ(ヘアアクセサリ)

【小売業】

- ・国内の消費意欲が回復し、車、レジャーにお金が回らないと業績の回復は難しい(自動車ガラス)

- ・第2波が出たとしても自助努力で対応する（家電商品）
- ・販売形態がネット通販であるが、購買意欲の低下および取扱商品の再考が必要（電化製品）
- ・出来る限りアルバイトを減らし営業を行うも、家賃負担も大きく事業継続が厳しい（飲食店）
- ・第2波到来すると、資金繰りが非常に苦しくなる（飲食店）
- ・第2波を前提として営業方法、資金繰りを考えている（海鮮居酒屋）
- ・店頭での持ち帰り商品の販売等、売上を確保できる手段の増加を考えている（焼き鳥居酒屋）
- ・周辺企業が通常業務に戻り、消費意欲が回復するまでは厳しい（居酒屋）

## 【建設業】

- ・業界は人手不足であるため、売上減少している中でも人の確保に努め、新規受注に対応できる体制を整えている（土木建築）
- ・横のつながりを駆使し、売上の維持・増加に努める（管工事、土木工事）
- ・業況見通しが不透明なことから、経費削減に努めていく（ダム、トンネル土木）
- ・長期化すれば公共投資の予算減少の影響は出てくると思うが、外注を多用して対応可能（道路工事）
- ・一般顧客の仕事もあるので、今後間違いなく仕事が減ると思う（水道工事）
- ・現在展開している新事業への設備等を進めていく（ガス管工事）
- ・長期的な景気の冷え込み、企業の設備投資減少が懸念材料（排煙装置設計施工）
- ・一時止まっていた現場も動いてきているため、業況は若干悪化しているが、見通しはそこまで悪くない（建設工事）
- ・住宅関連の商材が入手できず工事が止まっていた。第2波到来でさらに売上減少が予想される（住宅リフォーム工事）
- ・エアコン、トイレ等の商品確保が難しく、商品の在庫薄になった（リフォーム）
- ・今後は現場が特定の業種や会社にかたよりにないように工夫し、リスク分散を図る（内装工事）
- ・スーパー等、商業施設の出店の手控えが重なり大きな影響が出た（冷蔵設備施工）
- ・有事の取引先への対応を事前にシミュレーションする（塗装工事）
- ・景気回復に備え、人員増加・不動産等設備投資を行い、スタートダッシュを切る計画（電気通信工事）
- ・大阪万博、IRなどこれからの大阪経済に上昇の兆しがあったが、新型コロナによる冷え込みは当面続くと思われる（解体工事）

## 【運輸業】

- ・取引先に感染者が出た場合、身動きがとれない。完全に止まる（機械部品の運送）
- ・テレワークを実施しながら、従業員の感染リスクを減らす（土木運搬）
- ・他業態への進出に力を入れる（貸切旅客運送）
- ・国内流通の取扱量は回復傾向にあり、人員確保の対策を今後行う予定（運送）
- ・運送にプラスアルファの価値を付けてサービスを提供する。業況は緩やかに改善する見込み（運送）

## 【サービス業】

- ・国内でのショーがないと厳しい。コロナの3密で展示会も出来ず、回復を待つのみ（自動車整備）
- ・物件の引き合いが格段に少なくなっている（不動産仲介、賃貸）
- ・高齢者が多いため、利用者が減少することは目に見えてわかる（通所介護）
- ・イベントや工事が中止となれば影響が大きい。数多くの現場に入ることでリスク軽減を図る（警備）