

中小企業経営者アンケート 「大同生命サーベイ」

2020年度 年間レポート

～コロナ禍を乗り越える中小企業の姿が明らかに～

2020年度は、「新型コロナウイルス感染症の拡大」という未曾有の事態により、わが国の経済は過去に例を見ないほど深刻な影響を受けた1年となりました。

本調査の対象である中小企業においてもその影響は大きく、事業承継に対する考え方の変化なども見られました。

その一方で、新たな事業展開を進めるなど、ピンチをチャンスに変えることでコロナ禍を乗り越えようとする中小企業の姿も明らかとなりました。



<「大同生命サーベイ」の概要>

- 大同生命（以下、当社）では、中小企業の景況感や経営課題の解決に向けた取組みなどに関するアンケート調査「大同生命サーベイ」を毎月実施し、その結果を「月次レポート」としてお届けしています。
 - 今回の「年間レポート」は、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた2020年度を振り返ることで、経営者の皆さまに「経営のヒント」としてお役立ていただくことを目的としています。
- ・ 調査期間 : 2020年4月～2021年3月
 - ・ 調査対象 : 全国の企業経営者（うち約6割が当社ご契約企業）
 - ・ 調査方法 : 当社営業職員が訪問・郵送・Zoomにより調査
 - ・ 回答企業数 : 約12,000社（月平均、詳細は巻末データ参照）

目 次

<巻頭言>

「大同生命サーベイ2020年度年間レポート」発刊に寄せて . . .	P 2
------------------------------------	-----

I. 景況感

1. 業況D I・将来D Iの推移 . . .	P 3
2. 新型コロナウイルスの事業への影響 . . .	P 4

II. コロナ禍における中小企業経営の「5つの変化」とその対応

1. 経営課題の変化 . . .	P 5
2. 働き方の変化 . . .	P 7
3. 資金繰りの変化 . . .	P 9
4. 事業戦略の変化 . . .	P 11
5. 事業承継に対する考え方の変化 . . .	P 13

III. 2021年に期待すること . . . P 14

IV. 回答企業の属性（調査月別） . . . P 15

<調査結果のご利用にあたって>

- ・ 本資料は「大同生命サーベイ」の調査結果の開示を目的としており、当社の統一的な見解を示すものではありません。
- ・ 本資料は当社の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。
引用する際は、「出所：大同生命サーベイ（2020年度年間レポート）」と明記ください。
- ・ 本資料に基づく決定、行為、およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。
- ・ 本資料は、生命保険契約の募集を目的としたものではありません。
- ・ 本資料で表示する「回答率（％）」等は、小数点第1位（景況感是小数点第2位）を四捨五入しています。
また、特に記載がない場合、「無回答」を除いて集計しています。
- ・ 「大同生命サーベイ」は、当社ご契約企業を中心に実施しており、各調査結果に若干の偏りが生じる場合があります。

大同生命WEBサイトで「大同生命サーベイ」のバックナンバーをご覧ください。

<https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/>



<巻頭言>

「大同生命サーベイ2020年度年間レポート」発刊に寄せて

神戸大学経済経営研究所 准教授 柴本昌彦

香川大学経済学部 准教授 海野晋悟

大同生命サーベイ2020年度年間レポートは、新型コロナウイルス感染症の拡大が日本の中小企業・小規模事業者の経営に与えた影響の特徴や甚大さ、アフターコロナへの新たな取り組みの進捗状況、コロナショックによって浮き彫りとなった長期的な問題に関して重要な示唆を与えている。

第1に、コロナショックが日本の中小企業・小規模事業者の経営環境に与えた影響の規模やその特徴が明らかになった。特に、現在の業況DIは2020年4月に大きく悪化し2021年3月時点においても低位で推移しており、新型コロナウイルス感染症拡大やそれに伴う自粛要請の影響は、これまでの経済ショックと比べても日本経済に甚大な影響を及ぼしたことは明白であろう。また、これまでの景気後退局面とは異なる特徴も見られている。特に、バブル崩壊や金融危機時に影響が大きかったと思われる不動産業や建設業では、比較的経営悪化の影響が軽微ではあるものの、サプライチェーンの閉鎖や人員不足といった供給サイドへの影響が甚大であったと思われる製造業、卸売業、医療福祉サービス業や、緊急事態宣言や外出等の自粛要請に伴う営業活動の縮小や国内客の減少といった需要サイドへの影響が甚大であったと思われる宿泊・飲食業、生活関連・娯楽業、小売業が特に影響を受けていたことが分かる。

第2に、中小企業・小規模事業者のコロナショック後の新たな取り組みの状況が明らかとなった。レポートによると、多くの中小企業・小規模事業者は、アフターコロナに向けた対策を既に進めていることが分かる。例えば、需要の低迷に伴い労働需要が低下している傾向が見られるものの、IT人材や今後の新たな事業に対応した人材の確保といった点を重視している企業が存在していることを指摘し、求める人材の質が変化している傾向にあることを報告している。更に、多くの中小企業・小規模事業者が、販路開拓や新商品・サービスの開発等新たな事業展開を進めていることを報告している。一方で、アフターコロナに向けて、在宅ワーク、業務のオンライン化、時差出勤などの「新しい生活様式」の実践が求められているが、この分野での進捗度合いは限定的である。金銭的なコスト負担の軽減も含めた政策面での支援が今後必要であろう。

第3に、コロナ禍で中小企業・小規模事業者が直面している長期的な問題に関しても重要な示唆が得られた。例えば、コロナ禍において業況に甚大な影響を受けた企業を中心に資金繰りの問題に直面しているが、多くの企業が資金繰り対策として、持続化給付金や雇用調整助成金だけではなく、金融機関からの借入を活用していることが分かる。政府による実質無利子無担保融資が広く活用されたことで一時的な資金繰り悪化による影響を避けることができたと評価できるが、今後は新たに債務を抱えた企業への支援のあり方を検討する必要があるだろう。加えて、コロナ禍における将来の経営不安の高まりに伴い、事業承継の機運が後退した可能性も指摘している。これらの問題を解決するための方策を示すことは、日本経済の持続的な成長を実現する上での喫緊の課題である。

I. 景況感

2020年度は、「新型コロナウイルス感染症の拡大」という未曾有の事態により、わが国の経済は過去に例を見ないほど深刻な影響を受けた1年となりました。本調査の対象である中小企業においてその影響は顕著であり、毎年年末に調査している「1年間の経営環境の振り返り」では、2020年の経営環境が「良かった」と回答した企業の割合は13%に留まる一方、「悪かった」は54%となり、調査開始(2015年10月)以降、初めて「悪かった」が「良かった」を上回る結果となっています。

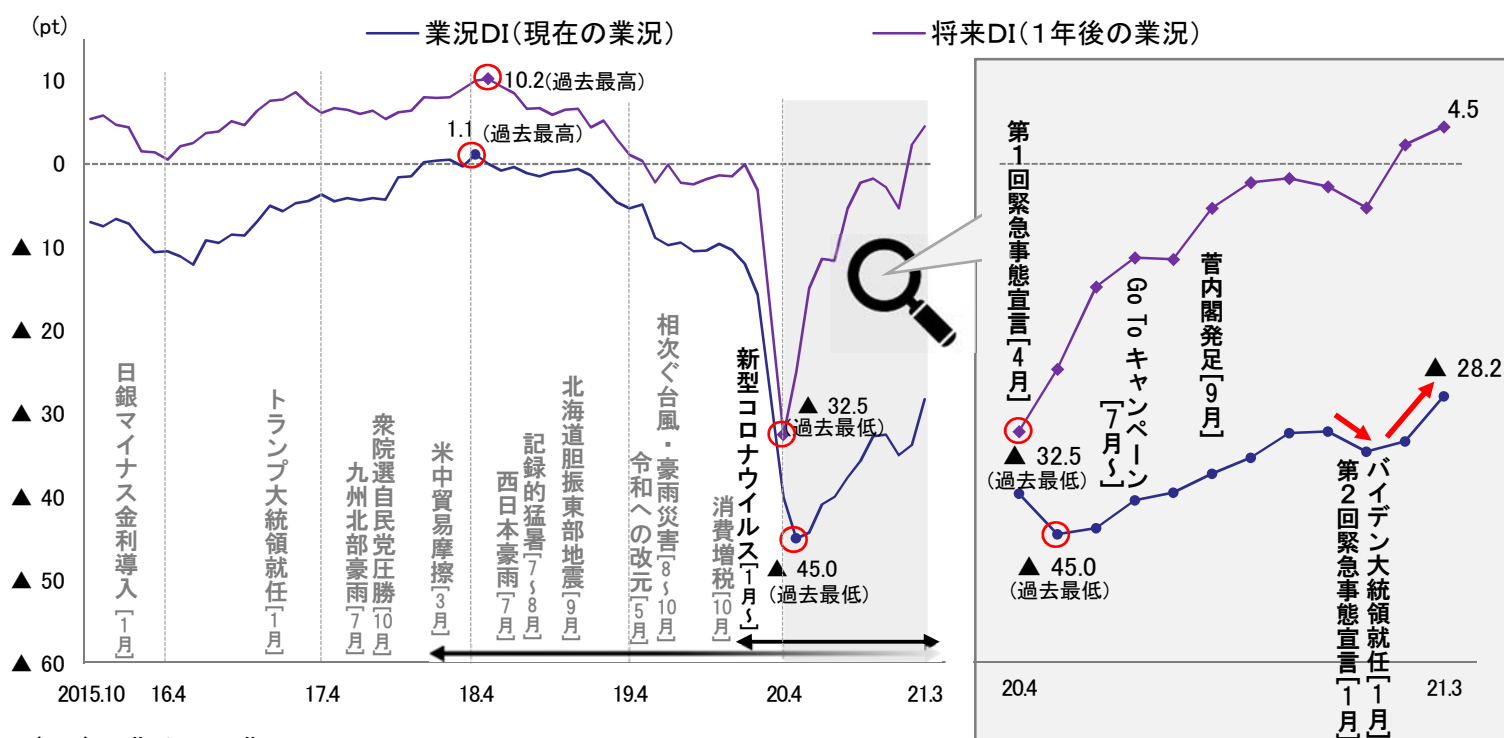
1 業況DIの推移

(1) 業況DI・将来DI(全体)

業況DIは、2020年5月に、調査開始(2015年10月)以降、過去最低値(▲45.0pt)を記録しました。同様に、将来DIは2020年4月に過去最低値(▲32.5pt)を記録しました。

その後は、各種政府支援等により、業況DI・将来DIともに徐々に改善。2021年1月の第2回緊急事態宣言時には第1回緊急事態宣言時ほどの悪化はなく、2021年3月時点では回復基調が続いています。

■大同生命サーベイ業況・将来DI(全体)

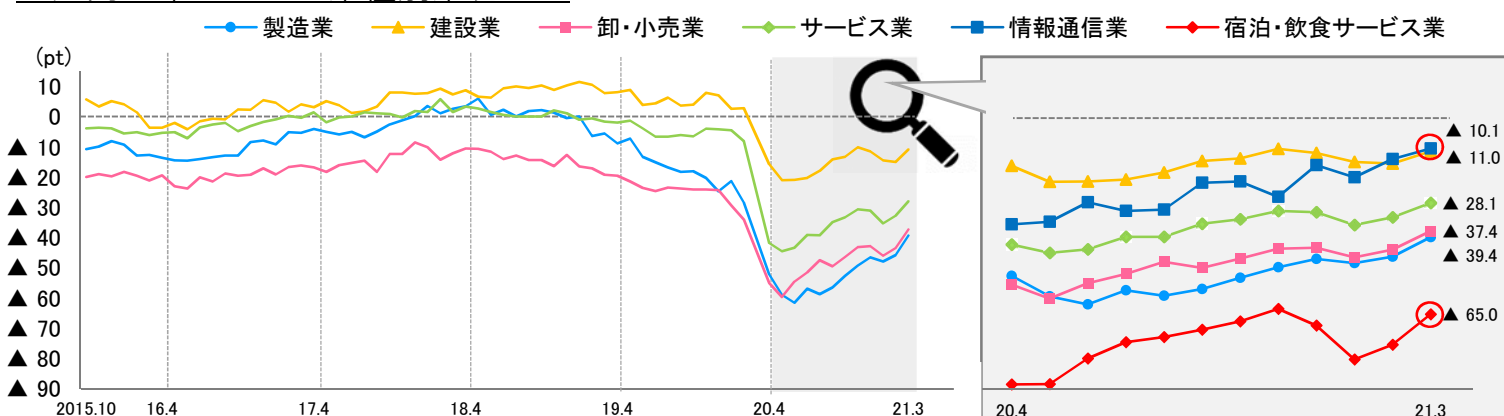


(2) 業種別業況DI

新型コロナの影響を最も受けた業種は「宿泊・飲食サービス業」であり、2021年3月時点で回復傾向が見られるものの、業況DIは▲65.0ptと深刻な状況がうかがえます。

一方、他業種と比べ2021年3月時点の業況が良い「情報通信業(▲10.1pt)」は、リモートワークの定着を含むニューノーマルへスムーズに適応したことが業況の回復の一因と推測されます。また、「建設業(▲11.0pt)」では、コロナ禍での業況悪化が、他業種と比べて限定的であったためと考えられます。

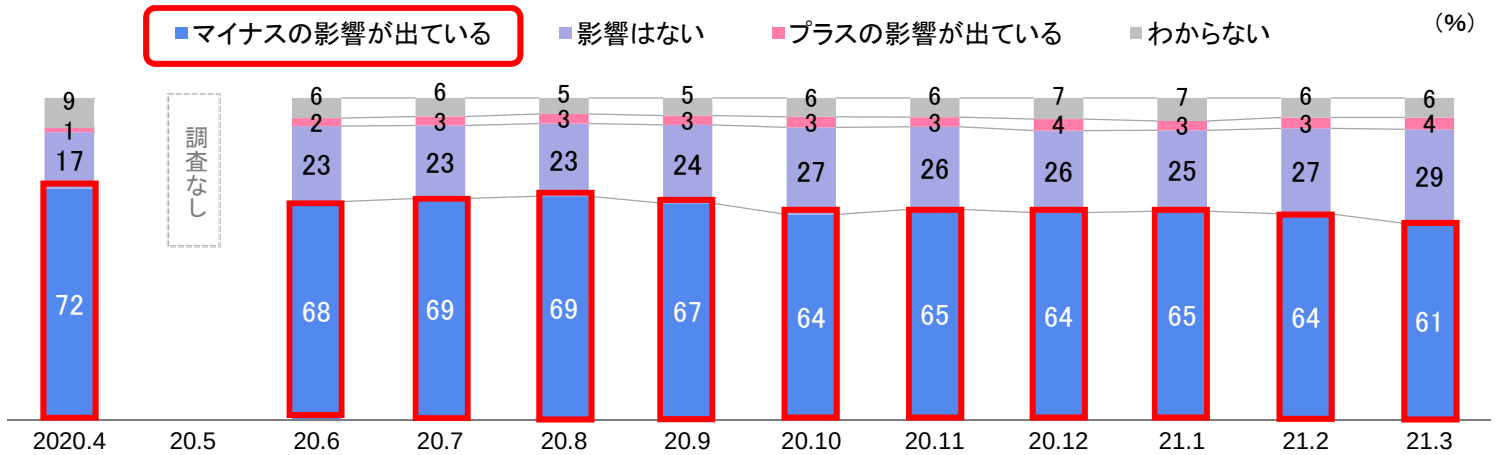
■大同生命サーベイ業種別業況DI



2 新型コロナウイルスの事業への影響

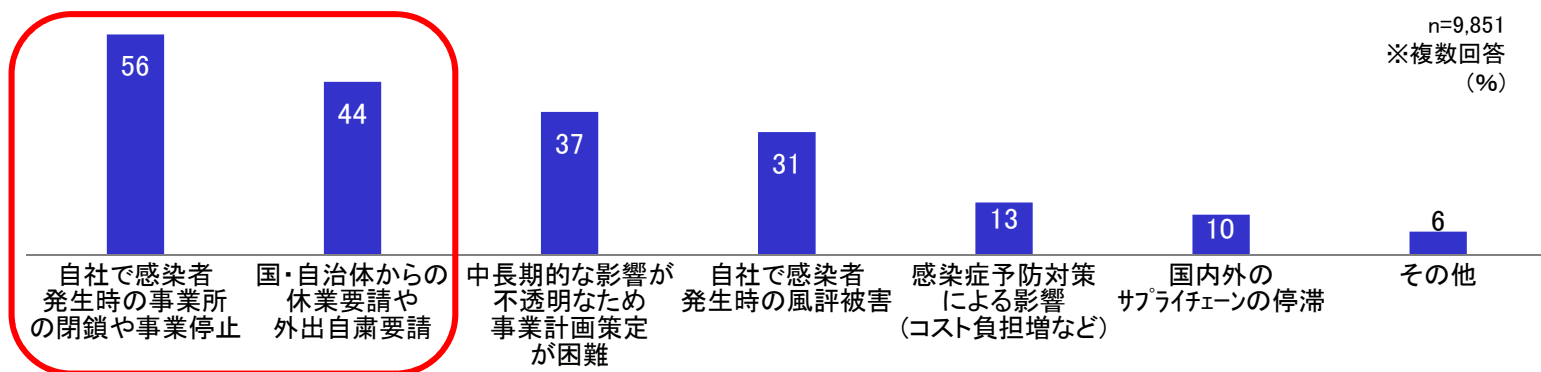
年間を通して、約6割の企業が「マイナスの影響が出ている」と回答した一方で、「影響はない」「プラスの影響が出ている」と回答した企業は約4割となりました。業種別の傾向は、業況DI(前頁1-(2)参照)と同様となり、「宿泊・飲食サービス業」で「マイナスの影響」が大きくなりました。

■新型コロナウイルスの事業への影響



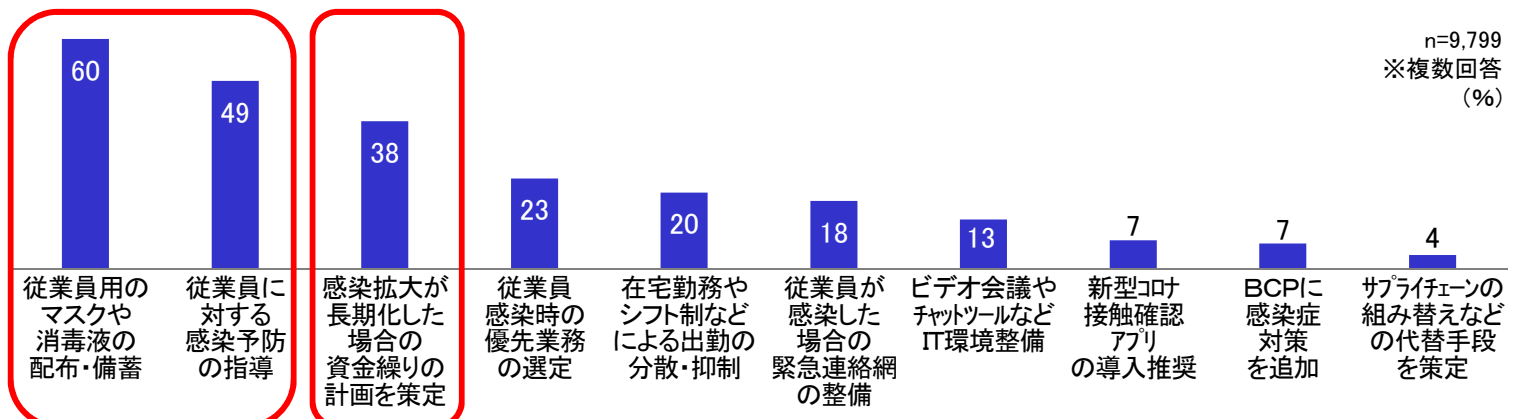
加えて、新型コロナによる事業への影響が大きい事象は、「自社での感染者発生時の事業所の閉鎖や事業停止」や「国・自治体からの休業要請や外出自粛要請」の影響が大きいことが明らかとなりました。

■新型コロナウイルスによる事業への影響が大きい事象(2020年8月調査)



そのため、中小企業は、「従業員用のマスクや消毒液の配布・備蓄」「従業員に対する感染予防の指導」など従業員の健康を守る対応に重点を置くとともに、事業継続に向けた「感染拡大が長期化した場合の資金繰り計画」の策定が課題となっています。

■感染症に対する具体的な対策(2020年8月調査)



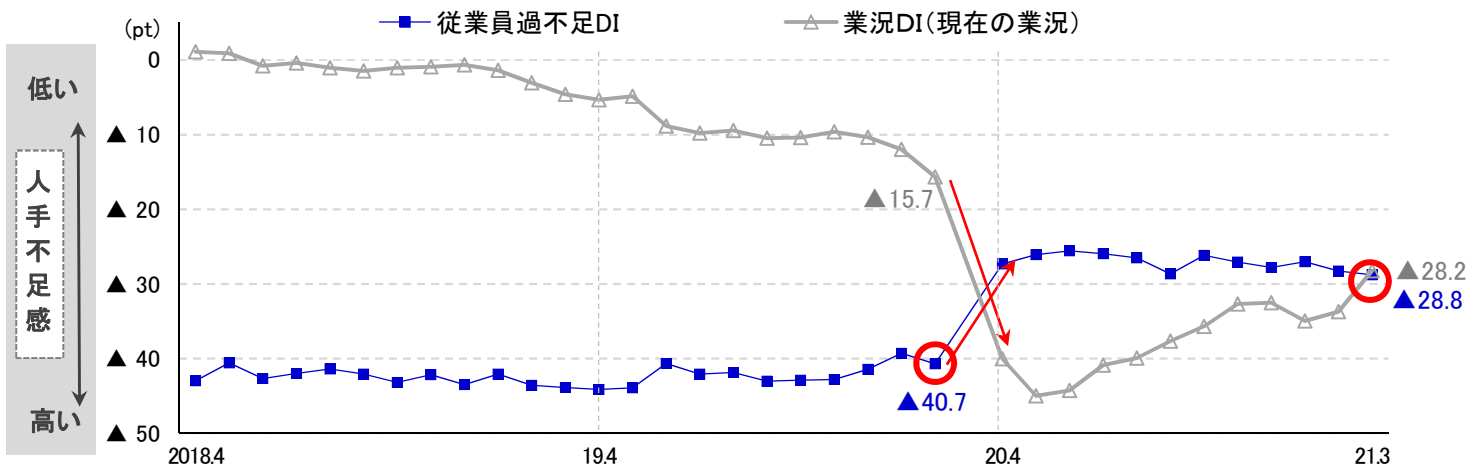
Ⅱ. コロナ禍における中小企業経営の「5つの変化」とその対応

「Ⅰ」の景況感のとおり、コロナ禍において中小企業の経営環境は大きく変化し、それに伴い「経営課題」に変化が見られました。ここでは、変化した経営課題とそれに対応するための取り組み・工夫を「経営者の声」を交えて振り返ります。

1 経営課題の変化

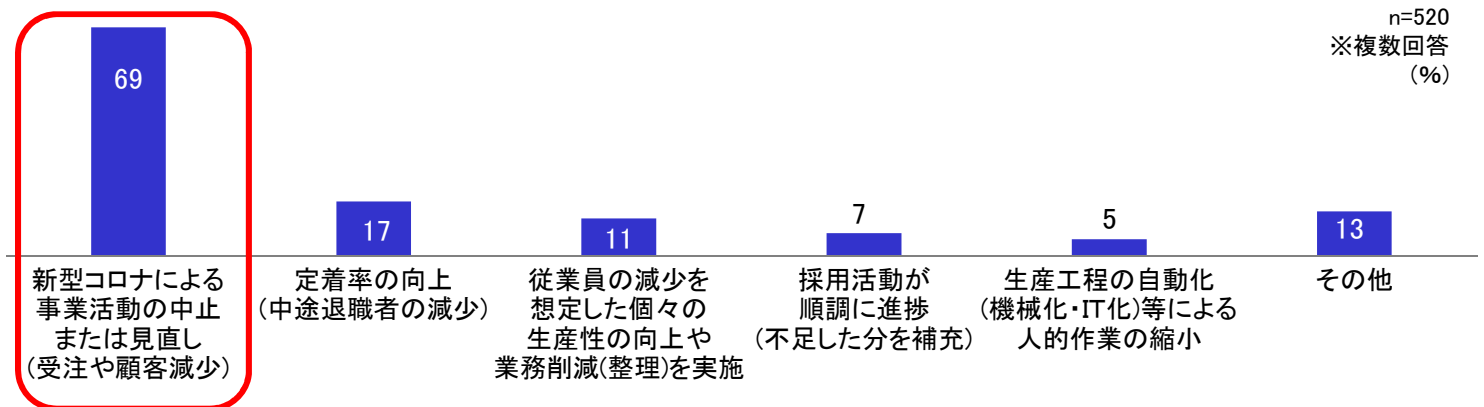
2020年4月以降、業況DIが大幅に低下(業況が悪化)した一方で、従業員過不足DIは大幅に上昇し、2021年3月時点では▲28.8ptと感染拡大前の2020年2月と比べ約15pt高い(人手不足を感じる企業の割合が低い)水準となりました。

■従業員の過不足DIの推移



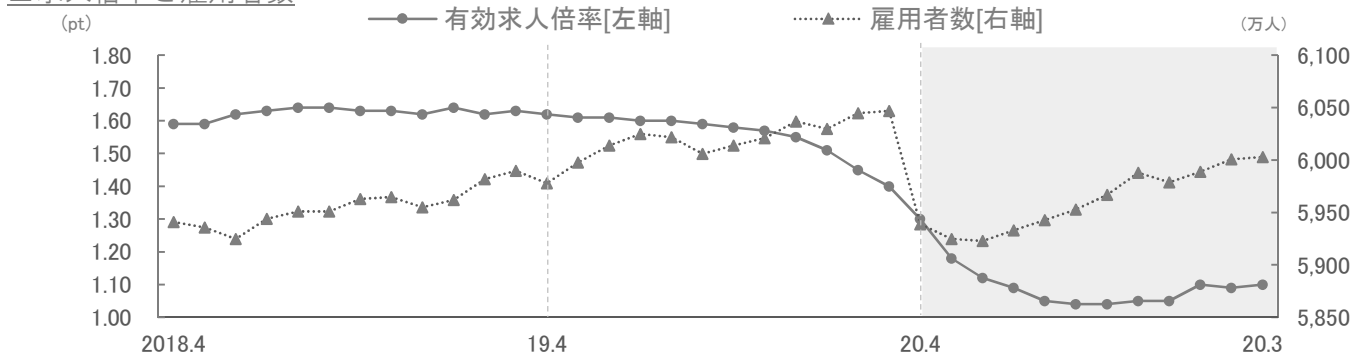
従業員過不足DIが上昇した理由は、「新型コロナによる事業活動の中止や見直し」が要因のひとつと考えられます。

■従業員数が過多の理由(2020年10月調査)



(参考)

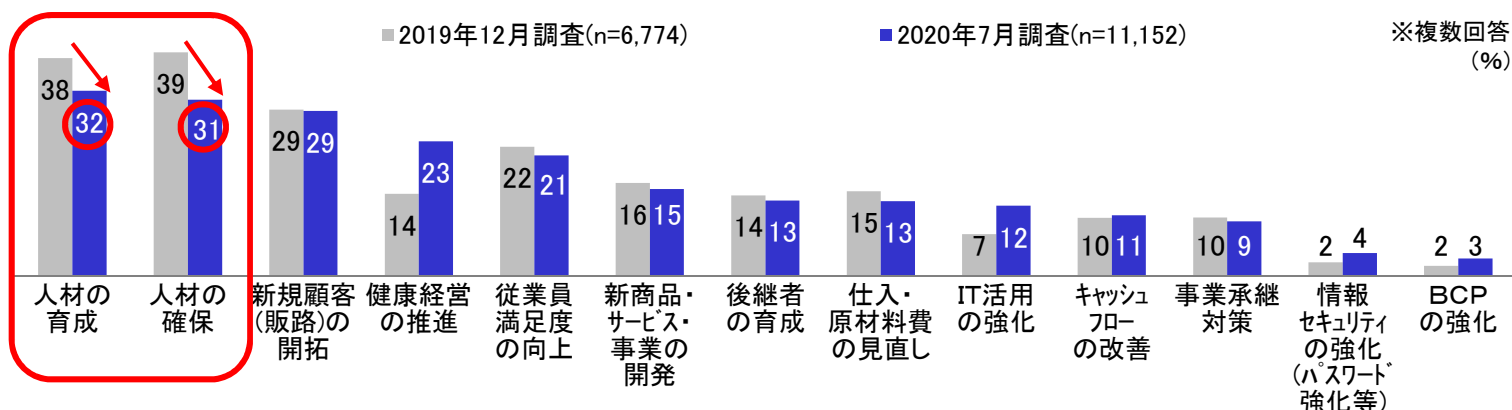
■求人倍率と雇用者数



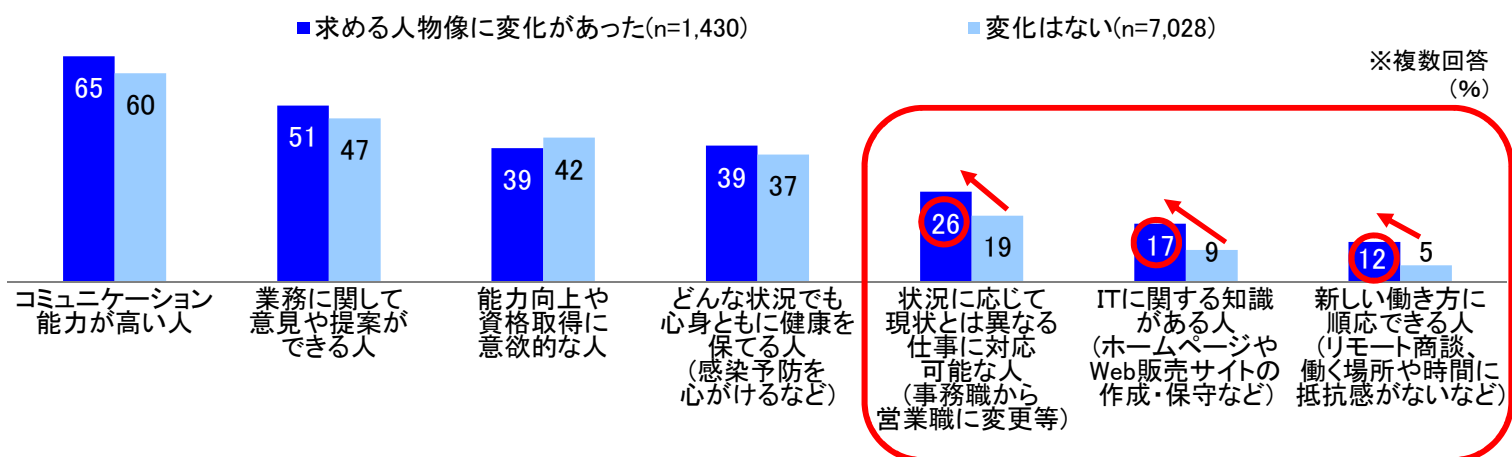
(出所)厚生労働省「一般職業紹介状況」、総務省「労働力調査」

こうした背景から、新型コロナ感染拡大以前に優先度が最も高かった経営課題である「人手の確保」の優先度は低くなりました。また、コロナ禍における従業員に求める具体的な人物像は、「状況に応じて現状とは異なる仕事に対応可能な人材」や「ITに関する知識がある人」などが多くなり、求める人材が変化していることがうかがえます。

■コロナ禍で今後取り組むべき優先度の高い経営課題(2020年7月調査/2019年12月調査との比較)

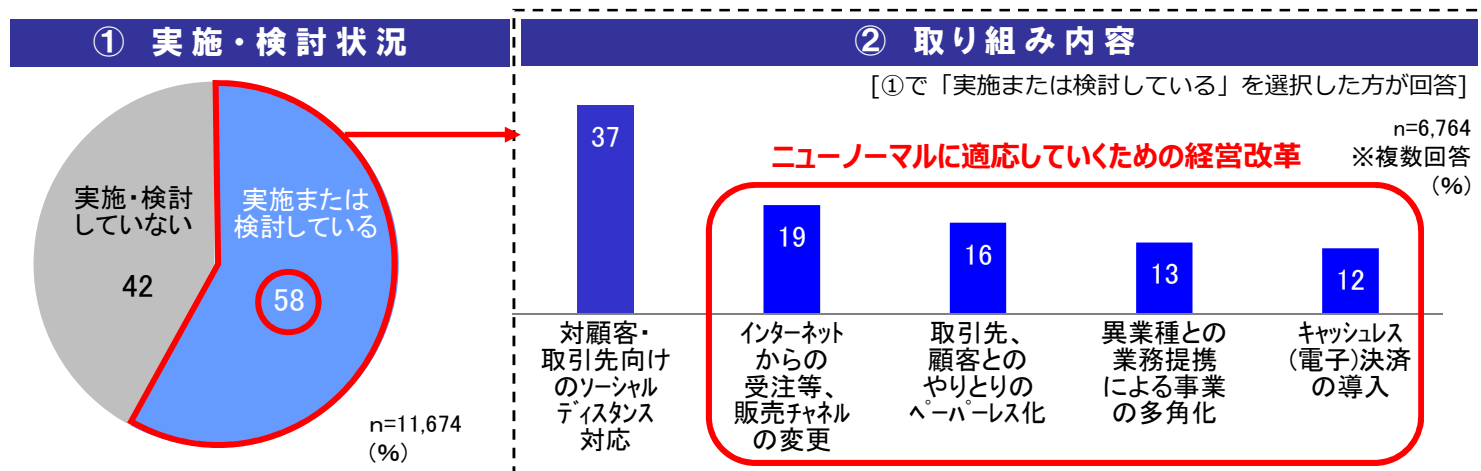


■コロナ禍における従業員に求める人物像(2020年10月調査)



また、新型コロナ感染拡大を機に新しい取り組み・工夫を実施または検討している企業も約6割に上るなど、新型コロナが契機となってニューノーマルに適応していくための経営変革が進んでいることがうかがえます。

■新型コロナ感染拡大を機に実施または検討している新しい取り組み・工夫(2020年7月調査)



データ掲載
調査の詳細

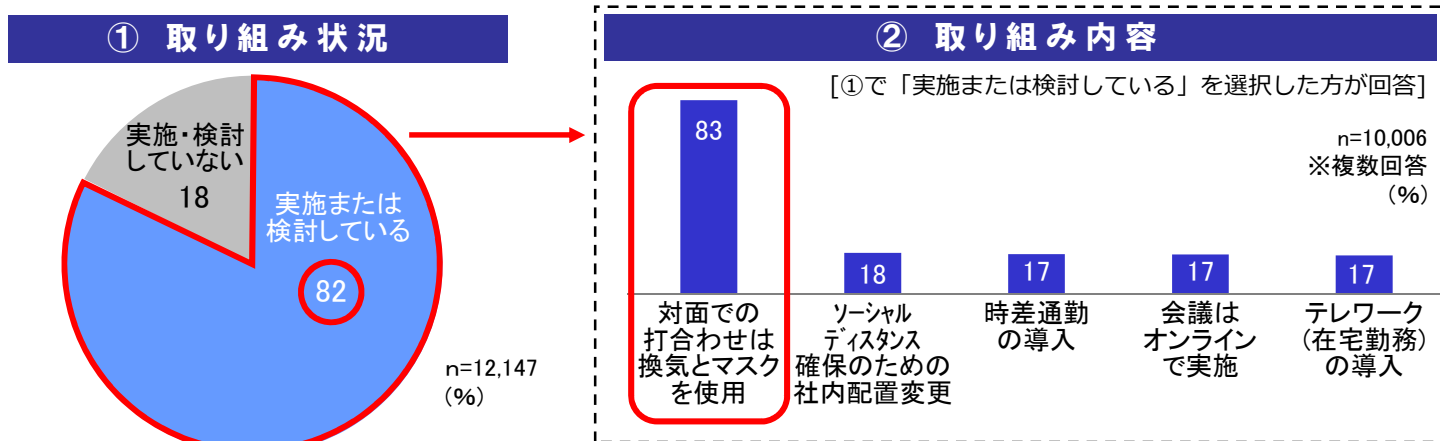
- 2020年7月調査「ウィズコロナ時代の新しい取り組み」 <https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/202007.html>
新型コロナウイルスの影響下で新しい生活様式が求められる中、実施している新しい取り組み・工夫について調査。
- 2020年10月調査「コロナ禍における人材確保・人材育成」 <https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/202010.html>
コロナ禍で経営環境が変化する中、新型コロナウイルス感染拡大前後の従業員数の増減や従業員に求める人物像の変化、また人材育成方法や課題について調査。

2 働き方の変化

コロナ禍での生活様式の変容は中小企業の経営においても同様で、2020年7月調査で厚生労働省が公表した「新しい生活様式」を経営において、「実践している」と回答した企業は約8割に及びました。

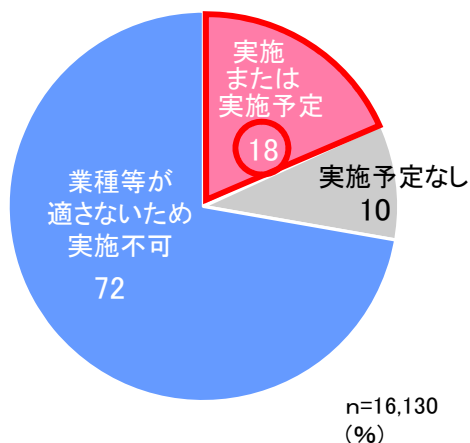
具体的な取り組み内容は、「対面での打合せは換気とマスクを使用」までに留まっていることが明らかとなりました。

■「新しい生活様式」の取り組み状況(2020年7月調査)



さらに、2020年5月度調査で在宅勤務(テレワーク)の実施状況について、「実施または実施予定」は2割弱に留まりました。業種別にみると、「情報通信業」では、「在宅勤務(テレワーク)の実施または実施予定」が74%と最も多く、業種による実施状況の差が顕著となりました。

■在宅勤務(テレワーク)の実施状況(2020年5月調査)

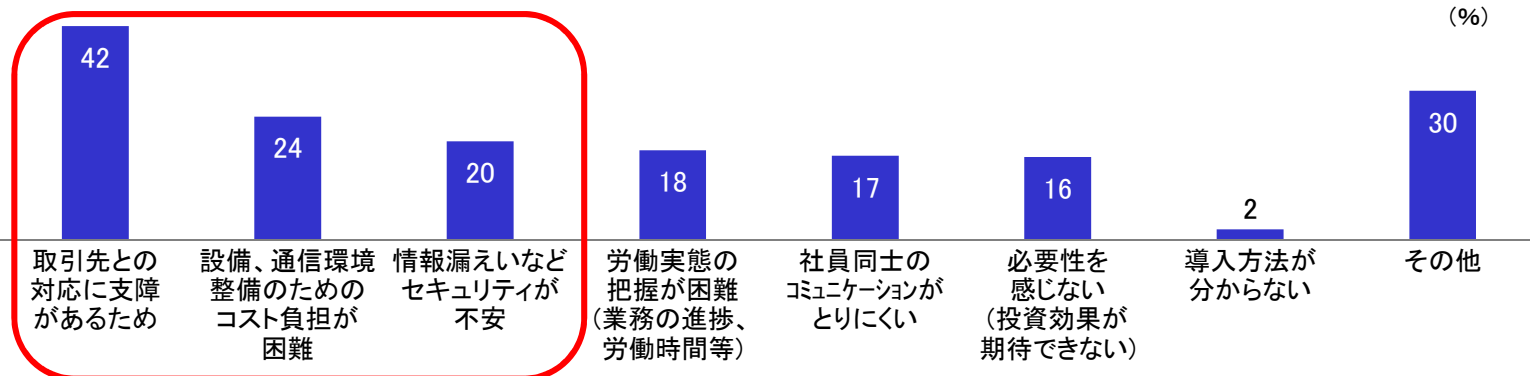


＜業種別＞	回答件数	■業種等が適さないため実施不可 ■実施予定なし ■実施または実施予定		
製造業	3,468	76	8	16
建設業	3,982	81	7	11
卸・小売業	3,311	70	11	18
卸売業	1,776	61	13	26
小売業	1,535	81	9	10
サービス業 ※以下、一部抜粋	4,689	63	11	26
情報通信業	284	14	12	74
運輸業	625	84	7	9
不動産・物品賃貸業	787	50	23	27
宿泊・飲食サービス業	337	9	3	7
医療・福祉業	423	87	5	8
教育・学習支援業	81	47	17	36
生活関連サービス業、娯楽業	303	80	6	14

在宅勤務の実施が困難な理由について、「取引先との対応に支障がある」、「設備、通信環境整備のためのコスト負担が困難」などのコスト面に加え、「情報漏えいなどセキュリティが不安」などが在宅勤務の導入という新しい生活様式の取り組みを妨げていることが明らかとなりました。

■在宅勤務の実施が困難な理由(2020年5月調査)

n=3,699
※複数回答
(%)



経営者の声 在宅勤務を実施していない理由、在宅勤務を全従業員に導入できないその他の理由(自由回答)

- ・ 全従業員を在宅勤務にすると、工場の機械を動かすことができない (北関東/製造業)
- ・ 紙を前提とした業務フローなので、仕事をする仕組みやシステムを変更する必要がある (東北/卸売業)
- ・ F A Xで来る注文書と出荷の対応が必要なため (南関東/製造業)
- ・ 内勤者は在宅勤務を適用できるが、現場担当従業員は難しい (南関東/建設業)
- ・ データベースのアクセスが専用端末(専用線)でなければ不可能なため (南関東/小売業)
- ・ 郵便物の受け取り、または発送のため、交代出勤を行っている (関西/卸売業)
- ・ 生徒は自宅で学習できるが、授業はオンライン配信するため講師は出社している (九州・沖縄/教育・学習支援業)

<参考:在宅勤務による効果(2020年5月調査)>

経営者の声 在宅勤務により、どのような効果を感じていますか(自由回答)

1位 外出自粛要請への対応(新型コロナウイルス感染防止) / 819人

- ・ 外出自粛要請に真摯に対応 (東北/不動産・物品賃貸業)
- ・ 感染症対策をすることで心理的負担の軽減 (南関東/学术研究、専門・技術サービス業)

2位 通勤時間の削減による肉体的・精神的な負担が軽減 / 237人

- ・ 通勤不安による心身の負担が軽減できた (南関東/サービス業)
- ・ 通勤時間の削減により、感染可能性の減少による安心感があつた (南関東/製造業)

3位 通勤時間等の削減により、時間を有効的に使えた / 172人

- ・ 会議等がオンラインになり移動時間がないため、時間を有効に使えた (南関東/情報通信業)
- ・ 移動による時間のロスに気づくことができた (九州・沖縄/卸売業)

4位 育児や介護と仕事の両立ができた / 168人

- ・ 保育園が休園のため、在宅勤務により育児との両立ができた (南関東/建設業)
- ・ 在宅勤務により、育児中の従業員の力を活用できた (九州・沖縄/製造業)

データ掲載
調査の詳細

■2020年5月調査「中小企業の在宅勤務(テレワーク)実施状況」

<https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/202005.html>

新型コロナウイルス感染拡大防止のための「接触8割減」に向け、政府が在宅勤務(テレワーク)の実施を要請するなかで、中小企業の在宅勤務の実施状況や課題について調査。

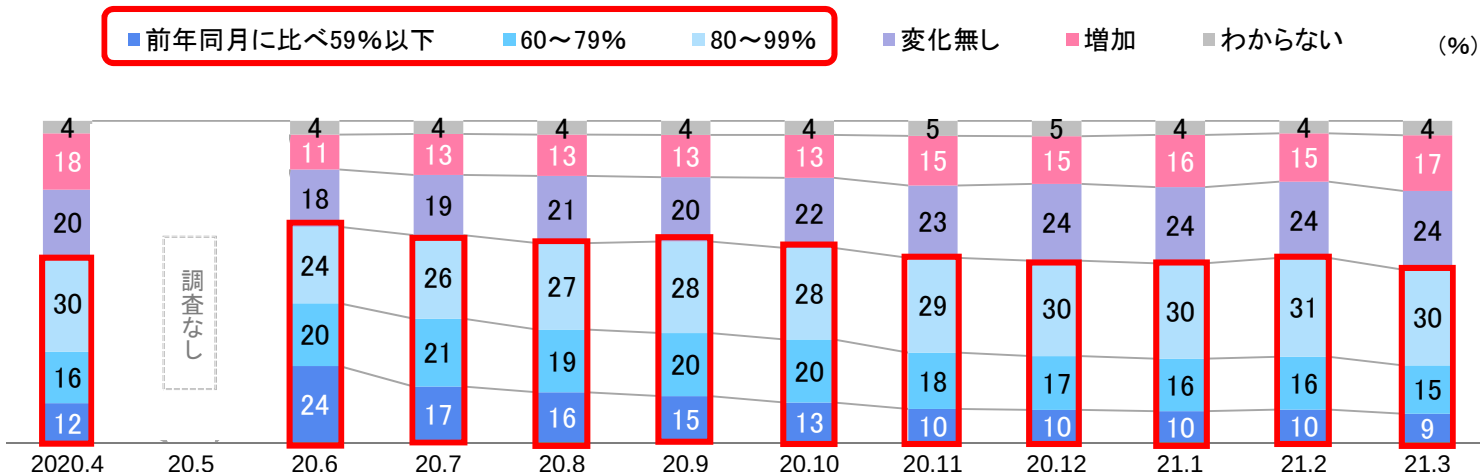
3 資金繰りの変化

年間を通して、約半数の企業で売上が減少しているため、「I-2」(P4)のとおり、事業継続に向けた「資金繰り計画」が重要課題となっています。

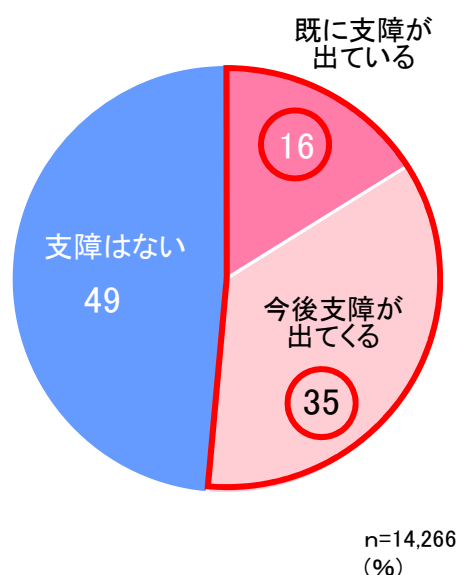
第1回目の緊急事態宣言が解除された直後の資金繰りに関する調査(2020年6月)では、「既に支障が出ている」が16%、「今後支障が出てくる」が35%と、半数の企業で影響が生じ始めていることが明らかとなりました。

「既に支障が出ている」を業種別にみると、第1回目の緊急事態宣言による売上げへの影響が大きい「宿泊・飲食サービス業」で多く、資金繰りの深刻さが顕著となりました。また、経営体力・資金余力が十分ではないケースがある従業員規模が小さい企業ほど「今後支障が出てくる」が多くなりました。

■ 売上げの推移



■ 2020年6月度時点の資金繰り状況(2020年6月調査)

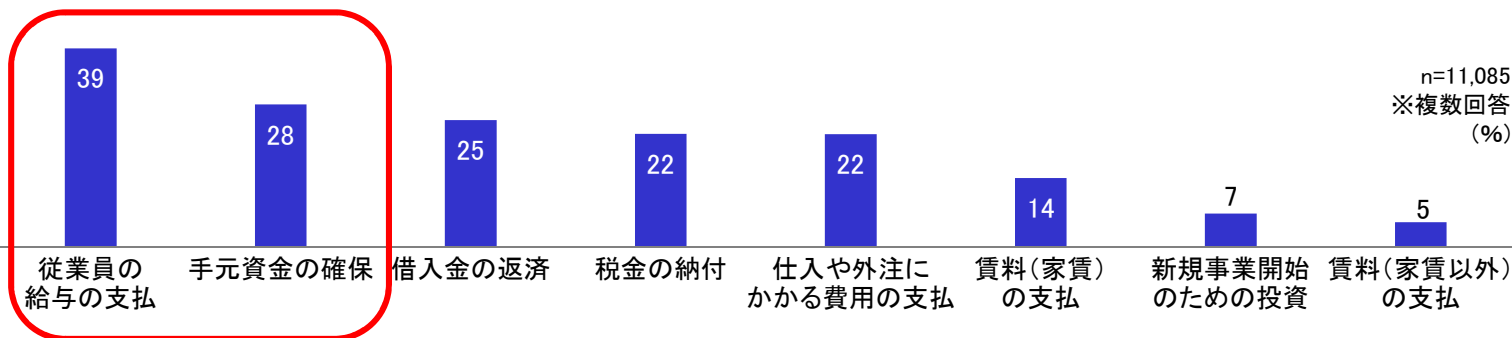


<業種別>		回答件数	■ 既に支障が出ている ■ 今後支障が出てくる ■ 支障はない		
製造業	2,988	17	41	42	
建設業	3,363	11	34	55	
卸・小売業	2,987	19	34	47	
卸売業	1,469	16	33	52	
小売業	1,518	23	35	42	
サービス業 ※以下、一部抜粋	4,428	18	34	49	
情報通信業	232	9	38	53	
運輸業	524	16	38	45	
不動産・物品賃貸業	829	10	29	60	
宿泊・飲食サービス業	356	45	33	21	
医療・福祉業	357	13	33	54	
教育・学習支援業	77	27	34	39	
生活関連サービス業、娯楽業	302	23	31	46	

<従業員規模別>		回答件数	■ 既に支障が出ている ■ 今後支障が出てくる ■ 支障はない		
5人以下	6,013	20	37	44	
6～20人	5,217	15	36	49	
21人以上	2,918	10	32	58	

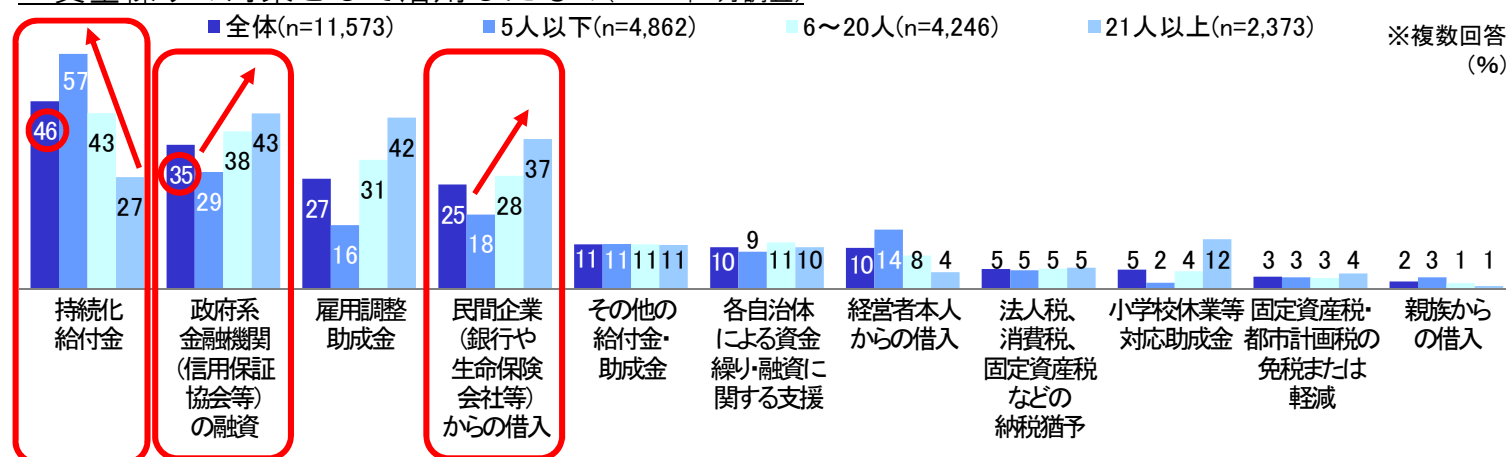
支払い等が負担になっているものは、「従業員の給与の支払」が39%と最も多く、次いで「手元資金の確保」が28%となりました。

■支払い等が負担になっているもの(2020年6月調査)



資金繰り対策は、「持続化給付金」が46%と最も多く、次いで「政府系金融機関の融資」が35%となりました。従業員規模別にみると、金融機関等からの借入など返済が必要な資金調達は、規模が大きいほど利用されている一方、小規模企業では返済不要の給付金である「持続化給付金」を積極的に活用していることが明らかとなりました。

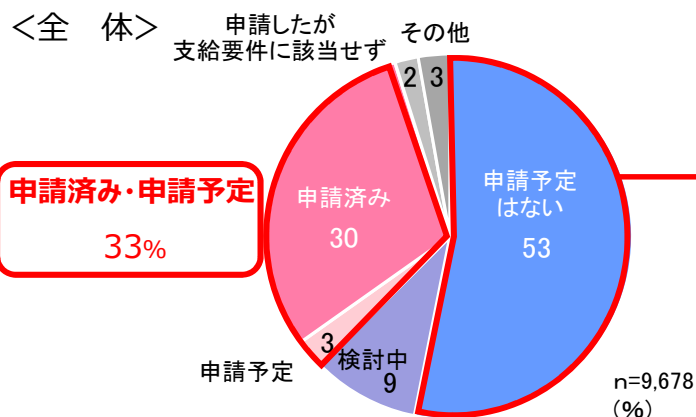
■資金繰りの対策として活用したもの(2020年6月調査)



雇用調整助成金の活用状況(2020年10月調査)では、「申請済み・申請予定」が33%となりました。「申請予定はない」と回答した方(53%)の「申請しない理由」をみると、「支給要件である従業員の休業を実施していない」が54%となりました。

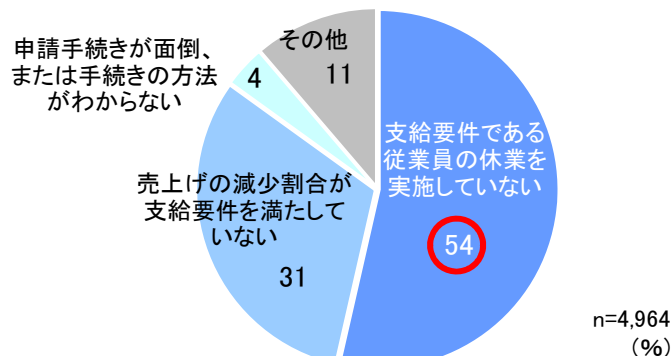
■雇用調整助成金の活用状況(2020年10月調査)

① 申請状況



② 申請しない理由

[①で「申請予定はない」を選択した方が回答]



データ掲載
調査の詳細

■2020年6月調査「新型コロナウイルスによる資金繰りへの影響」

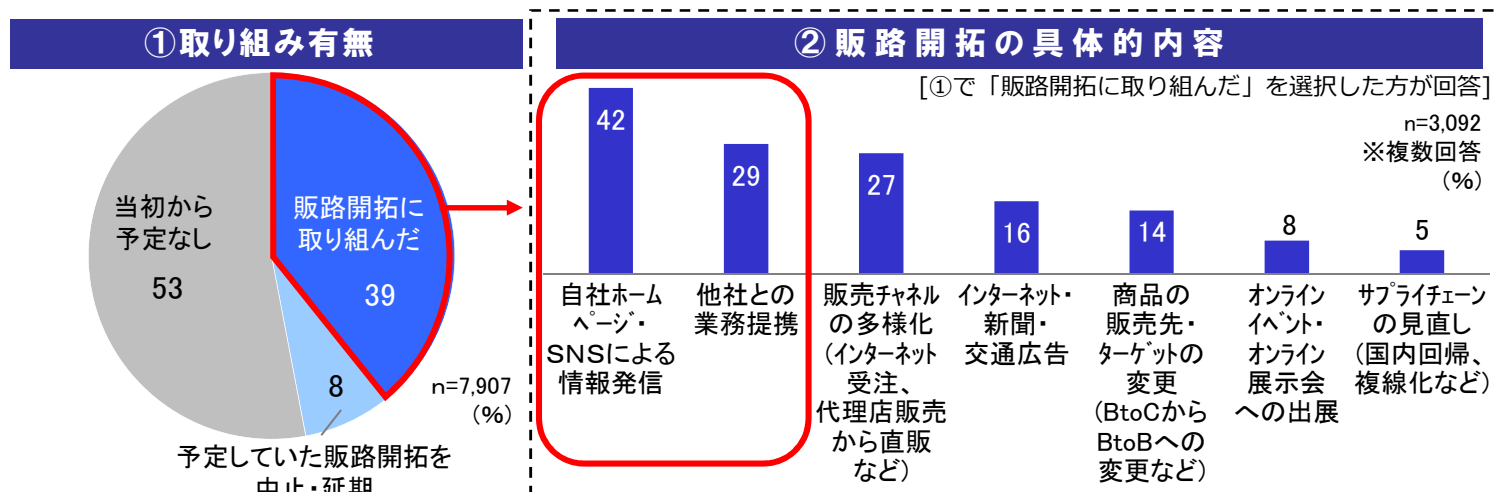
<https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/202006.html>

新型コロナウイルスの感染拡大による中小企業の事業や資金繰りの影響について調査。

4 事業戦略の変化

中小企業はコロナ禍において、販路開拓や新商品・サービスの開発等新たな事業展開を進めています。2021年1月調査では「販路開拓に取り組んだ」が39%となりました。具体的には、「自社ホームページ・SNSによる情報発信」が42%と最も多く、次いで「他社との業務提携」が29%となりました。

■販路開拓の取り組み状況(2021年1月調査)



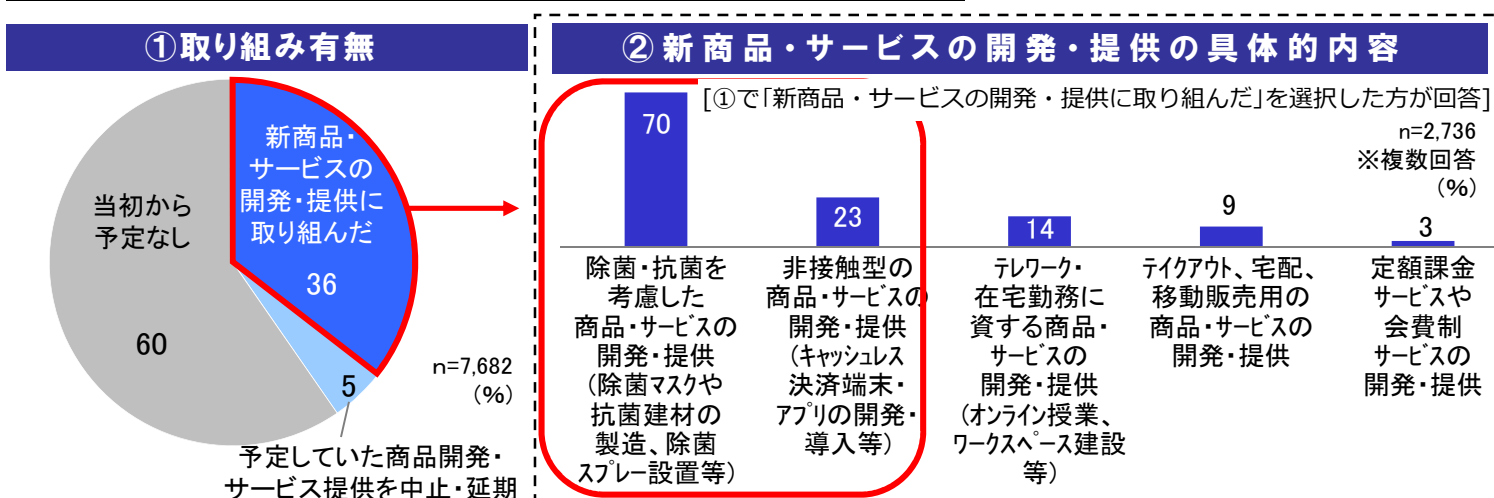
経営者の声

販路開拓の具体的内容(自由回答)

- ・ 既存のお客さまのニーズを確認・分析して、新たな仕事に結び付けている (南関東/卸・小売業)
- ・ 銀行や地方公共団体主催の事業マッチング会に参加 (北関東/製造業)
- ・ 一般顧客向けから業務用機器へ切り替え、新市場に参入 (九州・沖縄/製造業)
- ・ 地域密着型の自社製品の展示会を開催 (九州・沖縄/建設業)
- ・ 自社のホームページから情報発信をリアルタイムで行うことで、受注が増加 (中国/サービス業)
- ・ 商品に自社の情報誌を同梱することで、口コミにつながっている (九州・沖縄/卸・小売業)

また、新商品・サービスの開発・提供に「取り組んだ」は36%。具体的には、「除菌・抗菌を考慮した商品・サービスの開発・提供」が70%と最も多く、次いで「非接触型の商品・サービスの開発・提供」が23%となりました。

■新商品・サービスの開発・提供の取り組み状況(2021年1月調査)



経営者の声

新商品・サービスの開発・提供の具体的内容(自由回答)

- ・ エコ素材を用いた商品の開発 (関西/卸・小売業)
- ・ YouTuberとのコラボ商品を販売 (東海/卸・小売業)
- ・ ターゲットを業務用から家庭用へ変更し、新商品を開発 (北陸・甲信越/製造業)
- ・ 健康、免疫力向上のための食品を開発 (北関東/卸・小売業)

厳しい経営環境が続く中でも、新たなアイデアで苦境を乗り越えるための工夫や苦労について、経営者の声をうかがいました。

経営者の声

ウィズ・コロナ時代において、販路開拓や新商品・サービスの開発・提供する際、工夫または苦労していること（自由回答）

製造業	・ 販路開拓より現在の顧客のニーズを守りつつ、そこから広げていくチャンスを模索（南関東） ・ 電話による営業活動に注力（東海） ・ 他社との比較表を作成し、メリットの見える化を図るなど、お客さまの納得感を高められる工夫を強化（南関東） ・ 他社との差別化をするため、付加価値の高い製品を提供（東海） ・ 企業の体質改善を行い、業務のスリム化、得意分野への特化に注力（九州・沖縄） ・ オンライン会議等で異業種との情報交換を積極的に実施（九州・沖縄）
建設業	・ 新型コロナの抗菌・除菌になる塗料を発売したので、その効果を宣伝（四国） ・ サーマルカメラや防犯カメラなどのデモ機を貸し出しするサービスを実施し、新規顧客を獲得（関西） ・ 海外だけではなく、国内で材料を確保できるルートを再開拓（四国） ・ YouTubeでモデルルームが見られるように対応（南関東） ・ 質の高い材料を扱っていることを、SNSで発信（九州・沖縄） ・ コロナ対策の換気システムやダクトを利用した空調設備を開発・提供（関西） ・ 新商品開発の助成金を利用した他社事例を参考に対策を実施（北陸・甲信越）
卸・小売業	・ 価格競争が激化する中、品質向上やお客さまのメリットを優先（北海道） ・ 異業種が取り組んでいることを自社に活かせるか検討（北陸・甲信越） ・ 海外コンベンションなどに参加し、国内外を問わずに販売取引を実施（関西） ・ 販路先の企業が新型コロナにより業績悪化が著しく、商談が頓挫（北陸・甲信越） ・ 新規販路開拓のため、インターネット販売にも取り組み始めているが、上手く活用出来ていない（関西） ・ パソコンが上手く使えないため、ネット販路開拓の人材が欲しい（四国）
サービス業	・ YouTubeを利用したライブ葬儀を配信（東北） ・ インターネットやテレビ通販などコロナ禍でも売上が伸びているCMを参考にし、購買意欲に訴える広告を制作（北陸・甲信越） ・ 自社商品やサービスを利用したお客さまにアンケートを実施し、ニーズを分析（中国） ・ 訪問ができず、販路開拓が困難のため、既往取引先との取引に注力（南関東） ・ インバウンドの旅行会社のため、海外の新型コロナの状況に左右され、現状が把握しにくい（南関東）

データ掲載 調査の詳細

■2021年1月調査「ウィズ・コロナ時代の販路開拓と新商品の開発・サービスの提供」

<https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/202101.html>

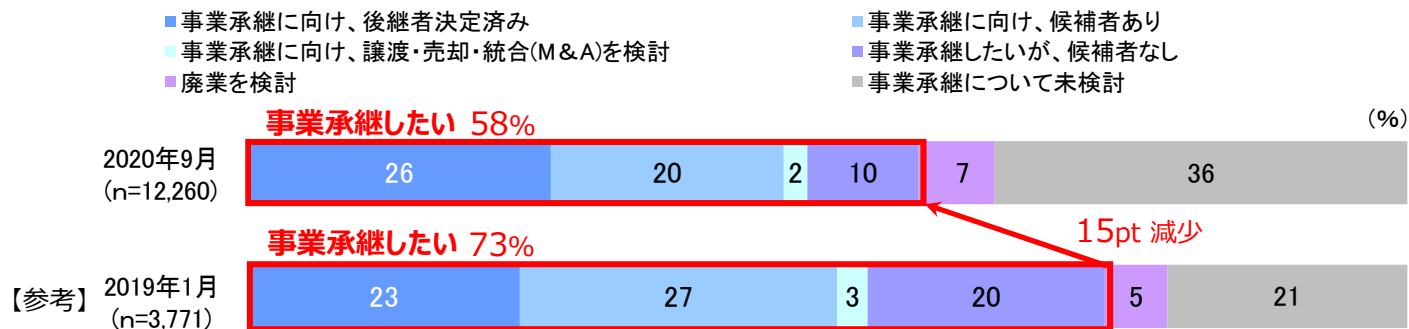
今後取り組むべき経営課題(2020年7月調査)として、「新規顧客(販路)の開拓」と「新商品・サービス・事業の開発」の高まりを受けて、これらの取り組み状況や具体的な内容など実態について調査。

5 事業承継に対する考え方の変化

中小企業庁の試算では、2025年には「後継者未定の70歳以上の経営者」が130万人(中小企業の約3割)にのぼり、廃業の危機に陥る見通しとされ、社会課題となっています。

2020年9月度調査では、「事業承継したい」が58%となり、2019年1月調査と比較すると15pt減少しました。特に、「事業承継に向け候補者あり」「事業承継したいが候補者なし」が大きく減少していることから、コロナ禍で事業承継の機運がやや後退したとも取れる結果となりました。

■事業承継の意向(2020年9月調査)

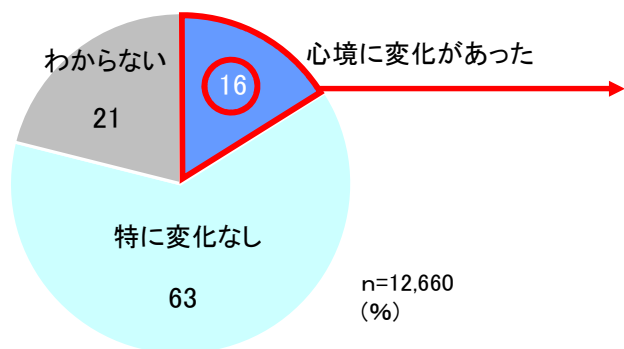


コロナ禍で事業承継の考え方や方向性の「心境に変化があった」は16%となり、その具体的内容は、「事業承継の時期を延期したい」が32%と最も多くなりました。

事業承継の意向についても、新型コロナによる事業の先行き不透明感が影響していることがうかがえます。

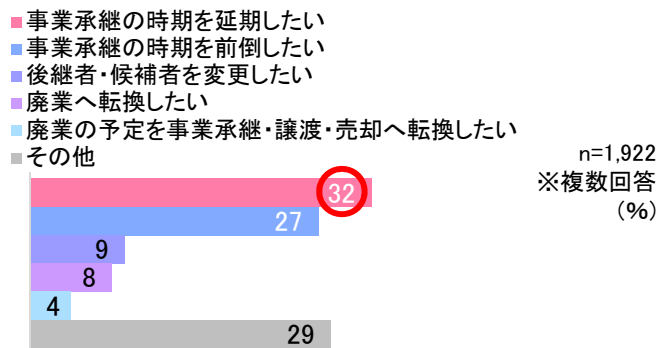
■事業承継の考え方や方向性の変化と変化の内容(2020年9月調査)

① 事業承継の考え方や方向性の変化



② 変化の具体的内容

[①で「心境に変化があった」を選択した方が回答]



＜事業承継の意向別＞ (%)

事業承継に向け、後継者決定済み	11	71	18	n=3,134
事業承継に向け、候補者あり	15	66	19	n=2,421
譲渡・売却・統合(M&A)を検討	16	52	32	n=247
事業承継したいが、候補者なし	17	58	25	n=1,153
廃業を検討	19	65	16	n=789
事業承継について未検討	31	59	10	n=4,247

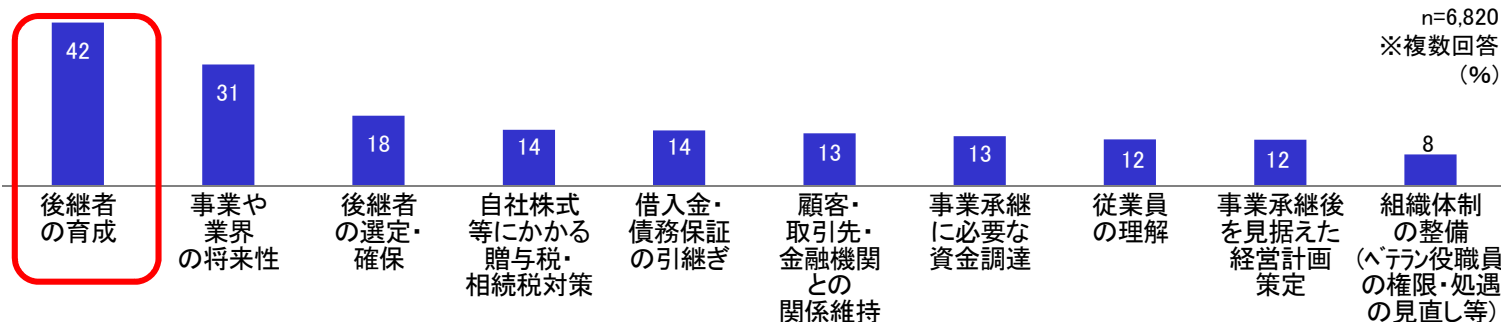
事業承継に対する心境の変化の具体的内容

＜事業承継の意向別＞ (%)

事業承継に向け、後継者決定済み	4	32	41	25	n=543
事業承継に向け、候補者あり	3	13	29	44	n=458
譲渡・売却・統合(M&A)を検討	6	11	16	22	n=79
事業承継したいが、候補者なし	4	9	18	27	n=279
廃業を検討	2	10	10	23	n=124
事業承継について未検討	2	6	9	34	n=395

事業承継にあたっての課題・不安は、「後継者の育成」が42%が最多。事業承継は、後継者が見つかって終わりではなく、中小企業においては企業経営における経営者の役割が大きいことから、事業承継後も企業が成長し続けるために、「後継者の育成」が重要であることがうかがえます。

■事業承継にあたっての課題・不安(2020年9月調査)



データ掲載
調査の詳細

■2020年9月調査「事業承継と後継者育成」

<https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/202009.html>

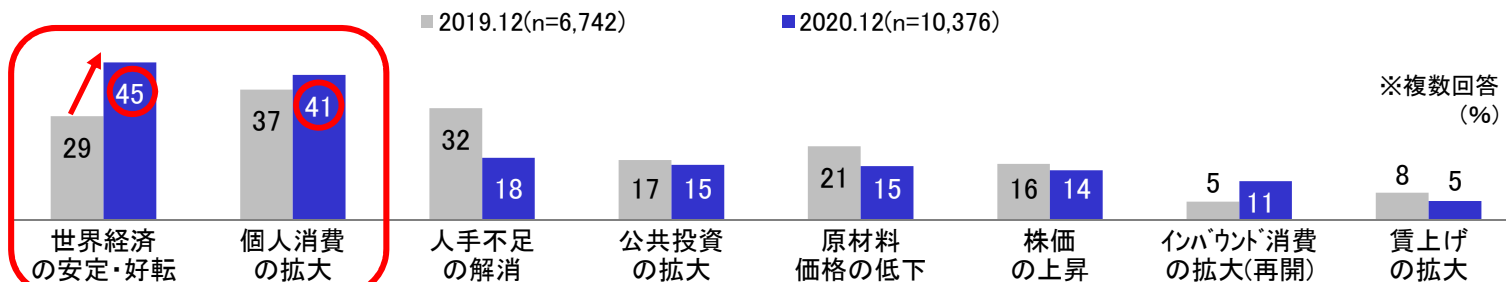
中小企業における事業承継の重要性が高まるなか、コロナ禍を踏まえた、事業承継の意向や後継者育成の現状および課題について調査。

Ⅲ. 2021年に期待すること

全体的に厳しい経営環境となった2020年に変わり、経営者が2021年に期待することは、「世界経済の安定・好転」が45%と最も多く、次いで「個人消費の拡大」が41%となりました。

新型コロナウイルスの収束による、経済回復への期待がうかがえます。

■2021年の経済環境へ期待すること(2020年12月調査/2019年12月調査と比較)



データ掲載
調査の詳細

■2020年12月調査「2020年の振り返りと2021年への期待、情報セキュリティ対策」

<https://www.daido-life.co.jp/knowledge/survey/202012.html>

2020年の経営環境を振り返りと情報セキュリティ対策の実施状況について調査。

<ご参考：2020年度の個別テーマ一覧>

調査時期	個別テーマ
2021年 3月	社員の働きやすい環境づくり
2月	中小企業のがん対策の取組み状況
1月	ウィズ・コロナ時代の販路開拓と新商品の開発・サービス提供
2020年 12月	2020年の振り返りと2021年への期待、情報セキュリティ対策
11月	健康経営の取組み状況
10月	コロナ禍における人材確保・人材育成
9月	事業承継と後継者育成
8月	自然災害・新型コロナウイルス等の感染症への備え
7月	ウィズ・コロナ時代の新しい取り組み
6月	新型コロナウイルスによる資金繰りへの影響
5月	中小企業の在宅勤務(テレワーク)実施状況
4月	新型コロナウイルスによる事業への影響

Ⅳ. 回答企業の属性（調査月別）

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
回答数	17,932	17,267	14,925	12,892	10,455	13,228	14,665	11,924	11,100	8,419	10,953	10,390
従業員規模	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
5人以下	6,103	6,293	6,290	5,695	4,737	6,053	6,777	5,602	5,263	3,938	4,928	4,687
6～10人	3,693	3,455	2,971	2,512	2,005	2,608	2,885	2,283	2,096	1,599	2,023	2,015
11～20人	3,196	3,086	2,480	2,004	1,574	1,960	2,116	1,719	1,575	1,199	1,660	1,517
21人以上	4,791	4,208	3,045	2,534	2,062	2,486	2,751	2,181	2,043	1,605	2,224	2,064
無回答	149	225	139	147	77	121	136	139	123	78	118	107
業種	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
製造業	3,814	3,715	3,109	2,550	2,023	2,529	2,814	2,338	2,118	1,614	2,134	1,970
建設業	4,442	4,261	3,523	3,027	2,361	2,985	3,226	2,557	2,309	1,913	2,438	2,324
卸・小売業	3,719	3,532	3,140	2,799	2,372	2,898	3,204	2,590	2,442	1,845	2,373	2,291
サービス業	5,143	5,013	4,617	3,975	3,290	4,278	4,820	3,920	3,774	2,744	3,590	3,398
その他	681	605	411	439	327	453	498	401	355	248	322	323
無回答	133	141	125	102	82	85	103	118	102	55	96	84
地域	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
北海道	703	928	568	435	297	300	398	482	398	315	386	407
東北	1,690	1,285	863	892	618	742	851	729	743	710	798	805
北関東（※1）	1,168	1,831	2,017	1,953	1,412	1,465	1,682	1,323	1,079	823	1,056	978
南関東（※2）	3,245	3,248	2,856	2,355	2,317	2,925	3,776	2,629	2,421	1,586	2,059	2,021
北陸・甲信越	1,946	1,600	1,295	1,077	971	1,192	1,185	941	931	832	1,116	997
東海	1,271	1,213	1,236	1,385	962	1,084	1,449	1,195	1,107	852	1,307	1,119
関西（※3）	2,628	2,993	2,665	2,108	1,585	2,040	2,322	2,169	2,147	1,362	1,851	1,813
中国	1,959	1,504	1,280	973	858	1,001	924	866	855	850	1,044	956
四国	607	716	470	330	295	437	470	382	351	300	305	245
九州・沖縄	2,715	1,949	1,675	1,384	1,140	2,042	1,608	1,208	1,068	789	1,031	1,049
※1：北関東＝茨城・栃木・群馬・埼玉 ※2：南関東＝千葉・東京・神奈川 ※3：関西＝滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山												
創業年数	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
10年未満	1,200	1,265	1,444	1,352	1,065	1,382	1,551	1,380	1,266	978	1,231	1,185
10～30年未満	3,763	3,756	3,477	3,061	2,538	3,216	3,488	2,867	2,704	2,069	2,641	2,535
30～50年未満	5,706	5,465	4,670	4,017	3,278	4,120	4,526	3,542	3,294	2,535	3,292	3,132
50～100年未満	6,145	5,603	4,483	3,726	3,042	3,794	4,268	3,414	3,180	2,355	3,168	2,970
100年以上	866	736	569	440	353	470	526	443	407	307	376	359
無回答	252	442	282	296	179	246	306	278	249	175	245	209
経営者年齢	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
40歳未満	730	707	743	629	529	622	730	648	590	462	576	532
40歳代	3,796	3,636	3,156	2,767	2,177	2,679	3,053	2,474	2,315	1,810	2,333	2,204
50歳代	5,180	4,990	4,224	3,648	3,026	3,748	4,151	3,481	3,193	2,346	3,191	2,976
60歳代	5,071	4,741	3,972	3,363	2,748	3,545	3,848	3,007	2,856	2,235	2,890	2,682
70歳以上	3,021	2,979	2,698	2,309	1,880	2,482	2,699	2,147	2,005	1,471	1,824	1,870
無回答	134	214	132	176	95	152	184	167	141	95	139	126
性別	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
男性	16,628	15,995	13,898	11,869	9,608	12,142	13,421	10,919	10,165	7,727	10,115	9,512
女性	1,181	1,132	948	943	796	1,011	1,137	905	845	640	743	811
無回答	123	140	79	80	51	75	107	100	90	52	95	67