

2022年度大阪府内企業経営実態調査

2022年11月1日

大阪府政策企画部・商工労働部

<目次>

| | | |
|--------------------|-------|----|
| ◆調査概要 | | 2 |
| ◆回答企業の属性 | | 3 |
| ◆要約 | | 4 |
| ◆結果詳細 | | |
| I 業績の状況 | | 10 |
| II 資金繰りの状況 | | 20 |
| III 雇用の状況 | | 25 |
| IV 働き方改革等の取組み | | 33 |
| V デジタル化の取組み | | 40 |
| VI 海外販売・調達 | | 44 |
| VII 新事業展開・事業継続の取組み | | 48 |

◆趣旨

新型コロナウイルス感染症の影響の長期化に加え、物価の高騰等による、経済への影響が続く中で、企業の経営の実態や取組等を把握し、新たな支援策等の検討に活かすため、府内企業の現状について調査を実施。

◆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(令和2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】 2022年7月11日(月)~7月29日(金) ※但し、郵送による回収は8月9日(火)回収分まで集計

【回答率】 回収率35.3% (有効発送数 9,322 / 有効回答数 3,291 <郵送:2,372/web:919>)

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。

回答企業の属性

「企業規模」

| | 社数 | % |
|----------|-------|-------|
| 大企業 | 182 | 5.5 |
| 中小企業 | 3,099 | 94.2 |
| うち小規模事業者 | 664 | 20.2 |
| 不明 | 10 | 0.3 |
| 合計 | 3,291 | 100.0 |

※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事業者の定義に基づき抜き出した。

「主な販売先」

| | 社数 | % |
|------------|-------|-------|
| BtoC | 1,015 | 30.8 |
| BtoB | 1,981 | 60.2 |
| どちらとも言いがたい | 256 | 7.8 |
| 不明 | 39 | 1.2 |
| 合計 | 3,291 | 100.0 |

※商品・製品・サービスを販売・提供する相手が、一般消費者 = BtoC(Business to Customer)、事業者 = BtoB(Business to Business)に分類。

「業種」

| | 社数 | % |
|-----------------|-------|-------|
| 建設業 | 284 | 8.6 |
| 製造業 | 782 | 23.8 |
| 情報通信業 | 94 | 2.9 |
| 運輸業、郵便業 | 218 | 6.6 |
| 金融業、保険業 | 21 | 0.6 |
| 不動産業、物品賃貸業 | 143 | 4.3 |
| 卸売業 | 335 | 10.2 |
| 小売業 | 336 | 10.2 |
| 宿泊業 | 21 | 0.6 |
| 飲食サービス業 | 185 | 5.6 |
| 教育、学習支援業 | 42 | 1.3 |
| 医療、福祉 | 274 | 8.3 |
| 学術研究、専門・技術サービス業 | 165 | 5.0 |
| 生活関連サービス業、娯楽業 | 137 | 4.2 |
| その他のサービス業 | 247 | 7.5 |
| その他 | 3 | 0.1 |
| 不明 | 4 | 0.1 |
| 合計 | 3,291 | 100.0 |

「主な分野」

| | 社数 | % |
|----------------------|-------|-------|
| 外食 | 224 | 6.8 |
| 日用品 | 380 | 11.5 |
| 理美容・化粧品、美容サービス | 107 | 3.3 |
| 医療、医薬、医療機器、ヘルスケア | 235 | 7.1 |
| 衣料品・装飾品 | 156 | 4.7 |
| 観光、レジャー、ホテル、旅客運送 | 116 | 3.5 |
| 学校・教育、学生向け商品・サービス等 | 52 | 1.6 |
| イベント、冠婚葬祭 | 53 | 1.6 |
| 自動車 | 179 | 5.4 |
| 情報・通信機器・サービス | 94 | 2.9 |
| 環境、エネルギー、化学、資源 | 92 | 2.8 |
| 産業用・民生用機械、電気機器等の耐久財 | 276 | 8.4 |
| インフラ工事、インフラ設備 | 208 | 6.3 |
| 住宅、住宅設備、オフィスビル・テナント | 417 | 12.7 |
| 金融、保険、シンクタンク、調査、公的機関 | 40 | 1.2 |
| その他 | 527 | 16.0 |
| 不明 | 135 | 4.1 |
| 合計 | 3,291 | 100.0 |

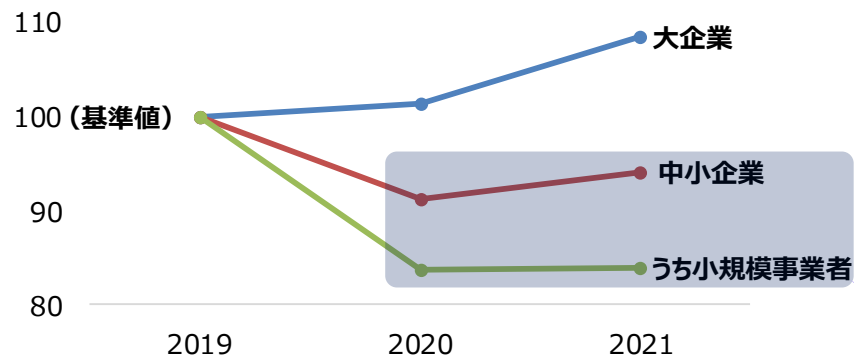
要約

① 府内企業の業績の推移

コロナ禍前に比べ、中小企業、特に小規模事業者の回復が遅れており、業種では宿泊、飲食サービスなど対面サービスが主体となる企業で回復の遅れが目立つ。

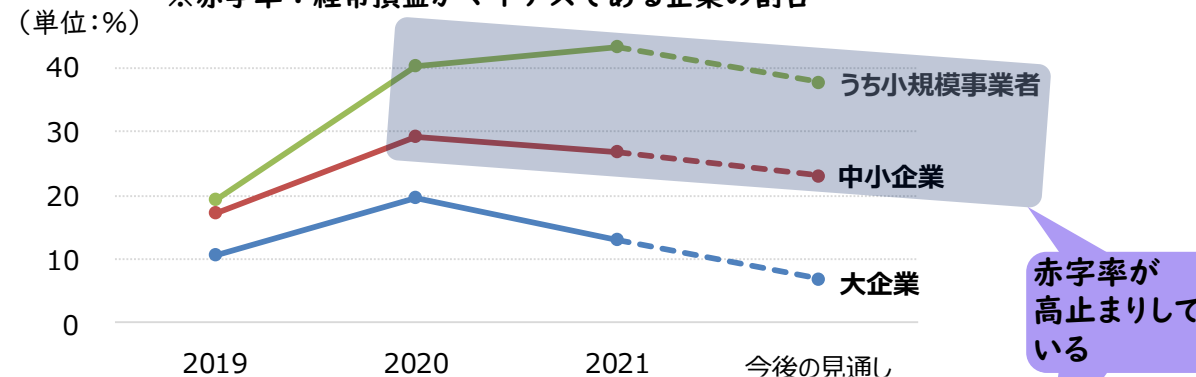
《売上高指数(※)の推移》

※売上高について2019年度を「100」とした場合の2020年度・2021年度の値



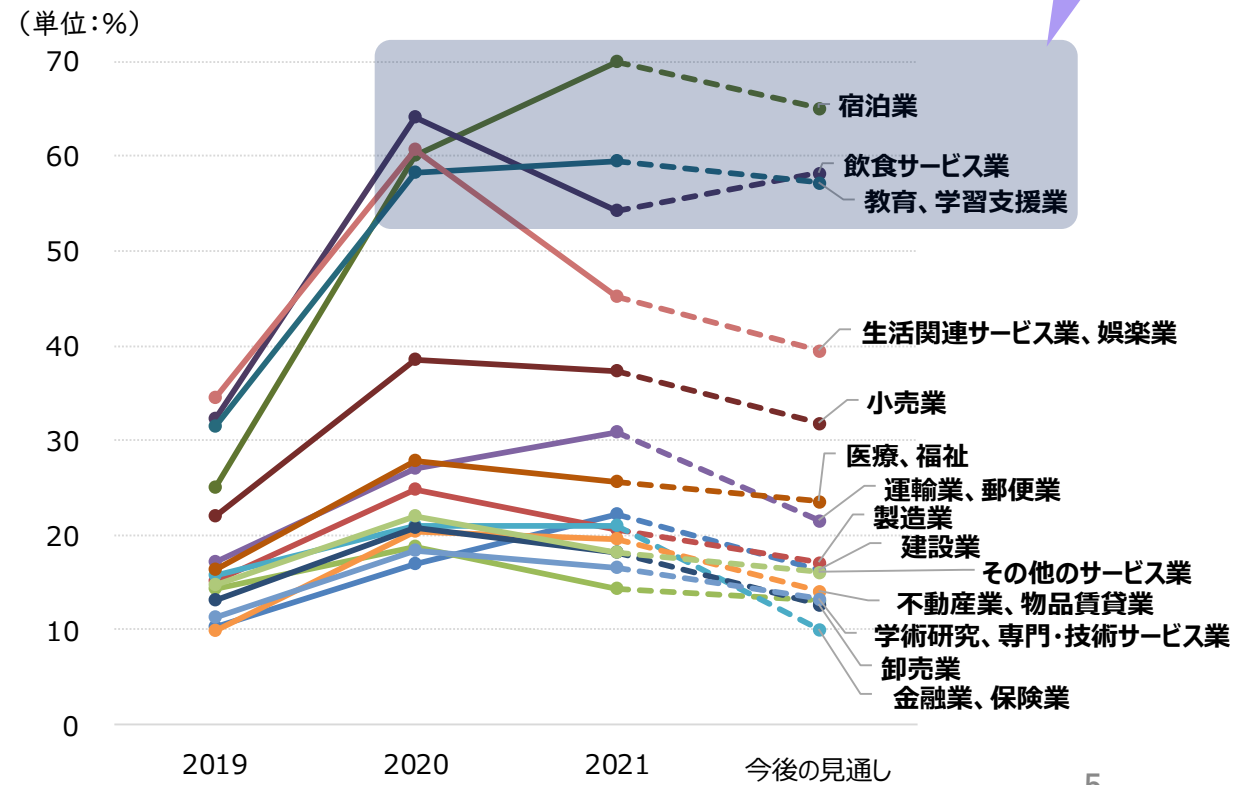
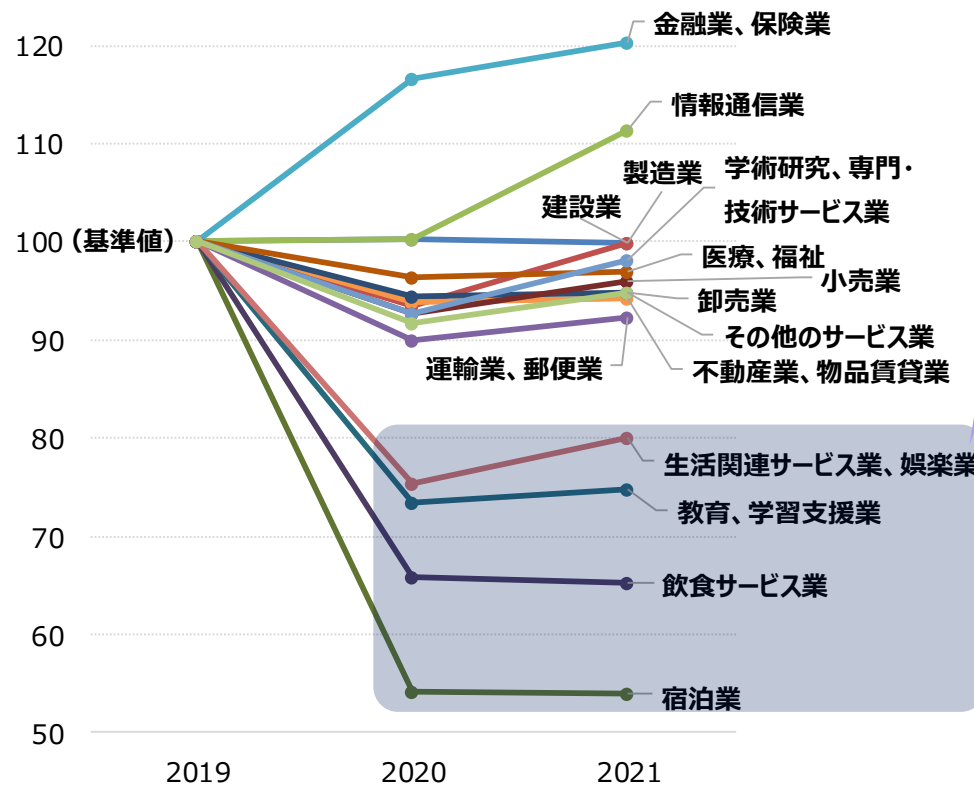
《赤字率(※)の推移》

※赤字率：経常損益がマイナスである企業の割合



赤字率が高止まりしている

2019年の水準に戻っていない



② 府内企業の資金繰り

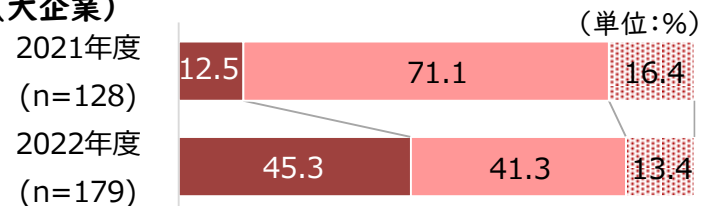
府内企業の資金繰りは改善しているものの、コロナ関連制度融資を活用した府内中小企業の半数近くが返済に不安を感じている。

《府内企業の資金繰り》

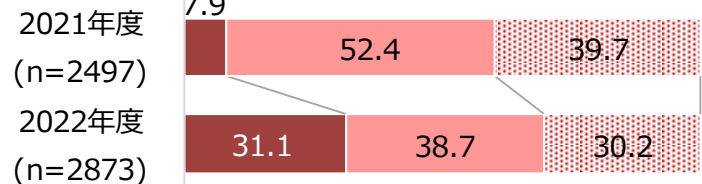
◆全ての企業規模で資金繰りは改善しているものの、規模が小さくなるほど資金不足の割合が高くなる

【企業規模別】

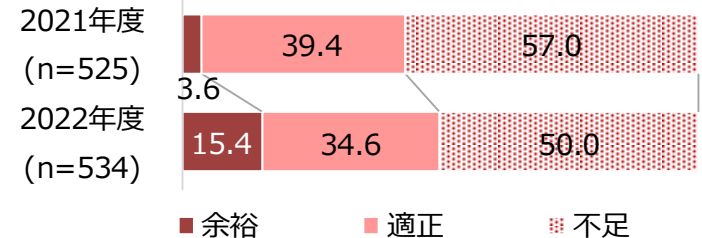
(大企業)



(中小企業)



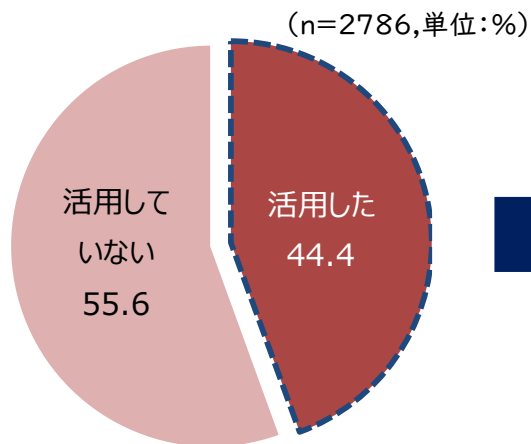
(うち小規模事業者)



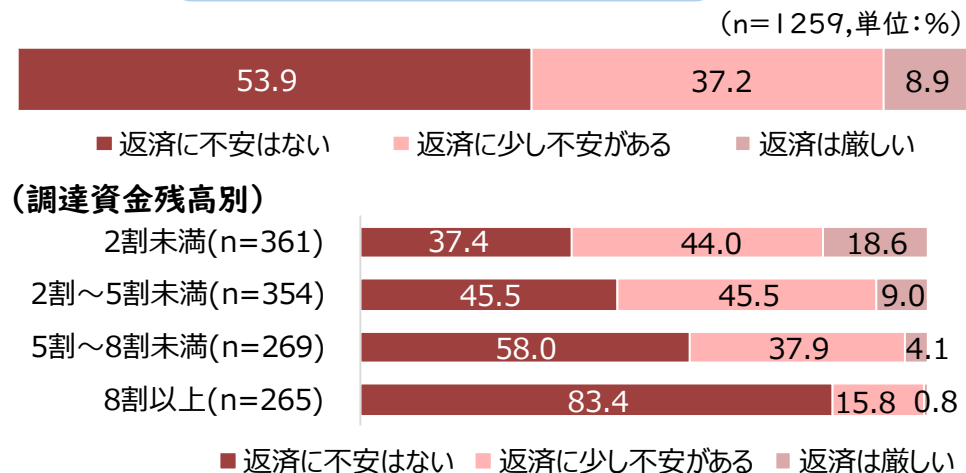
府内中小企業のコロナ関連制度融資の活用と返済見通し

- ◆府内中小企業の4割超がコロナ関連の制度融資を活用
- ◆制度融資活用した府内中小企業の8.9%は「返済は厳しい」と考えているなど、46.1%が返済に不安を感じている
- ◆調達した資金の残高が「2割未満」の企業では、「返済は厳しい(18.6%)」の割合が高いなど、残高が少なくなるほど、返済に不安を持つ企業が多くなる

活用の有無

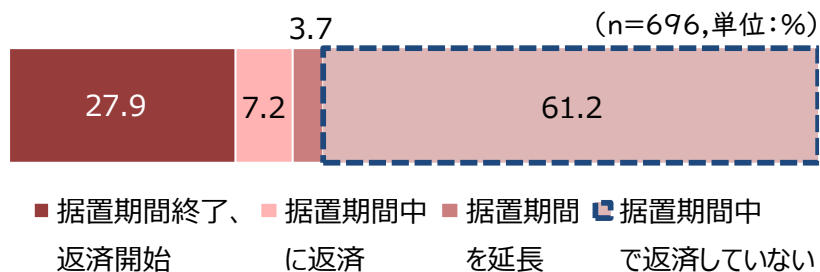


活用企業の返済見通し

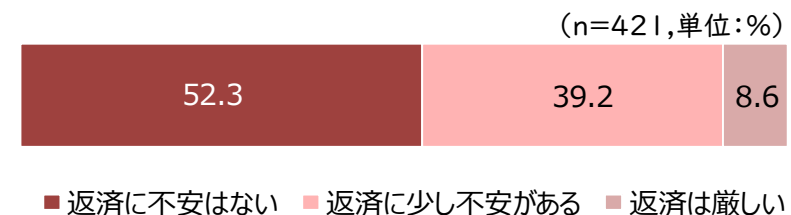


- ◆コロナ関連の制度融資のうち「新型コロナウイルス感染症対応資金(いわゆるゼロゼロ融資)」を活用した府内中小企業では、約35%が返済を開始している一方で、約6割は、まだ据置期間中で返済していない
- ◆据置期間中の企業のうち、8.6%は「返済は厳しい」と考えているなど、47.8%が返済に不安を抱えている

ゼロゼロ融資活用企業の返済状況



「据置期間中」企業の返済見通し



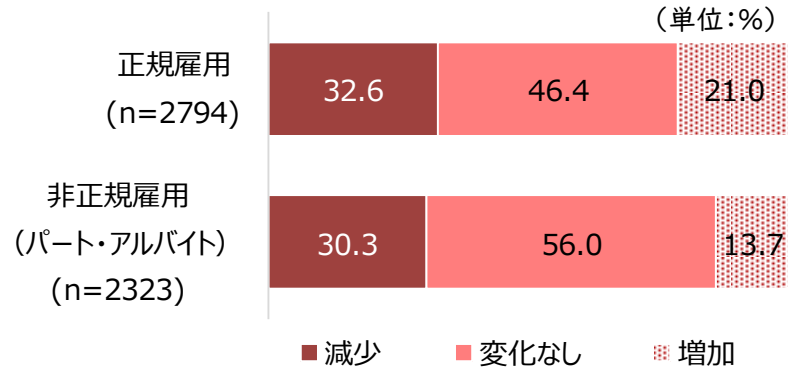
③ 府内企業の雇用

コロナ禍前よりも従業者数を減らす企業が多く、人手不足感は高まっており、大企業、中小企業ともに採用に積極的な企業が多くみられる。

《コロナ禍以降の従業者数と人手不足感の推移》

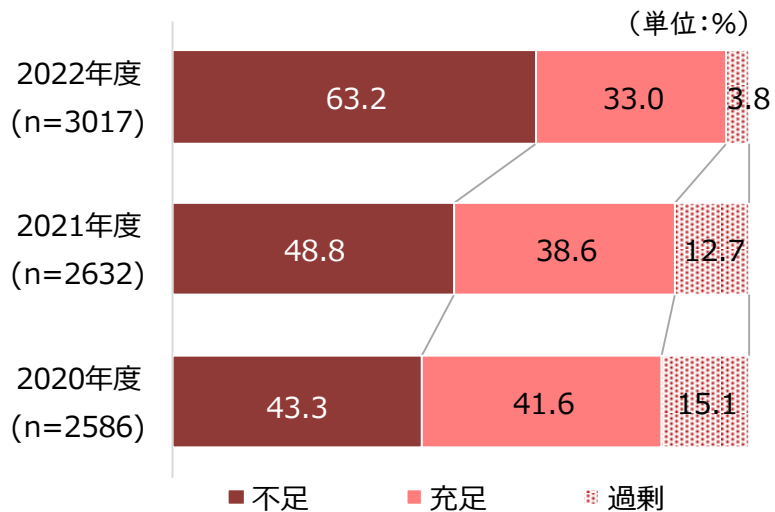
コロナ禍前と比較した従業者数

◆コロナ禍前（2019年度）に比べ、正規、非正規ともに従業者数が減少している企業が多い



コロナ禍以降の人手不足感の推移

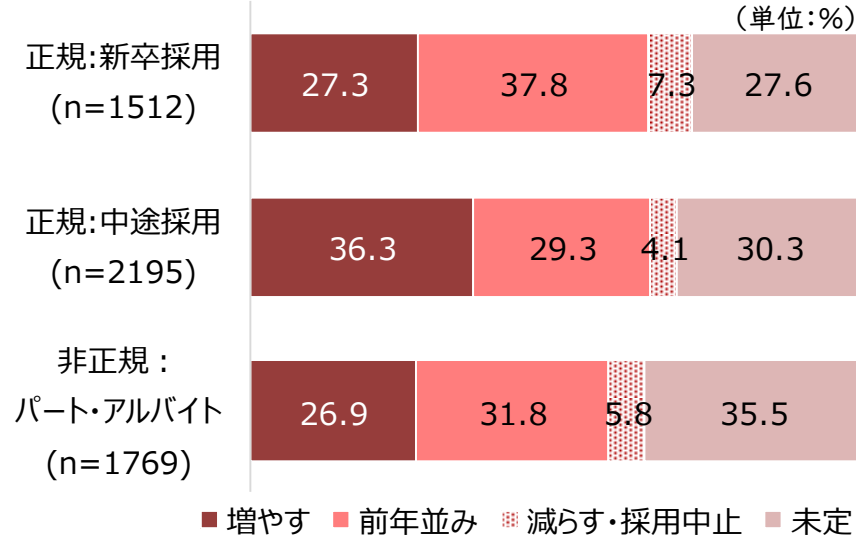
◆コロナ禍以降、人材不足感は年々増加



府内企業の採用意向

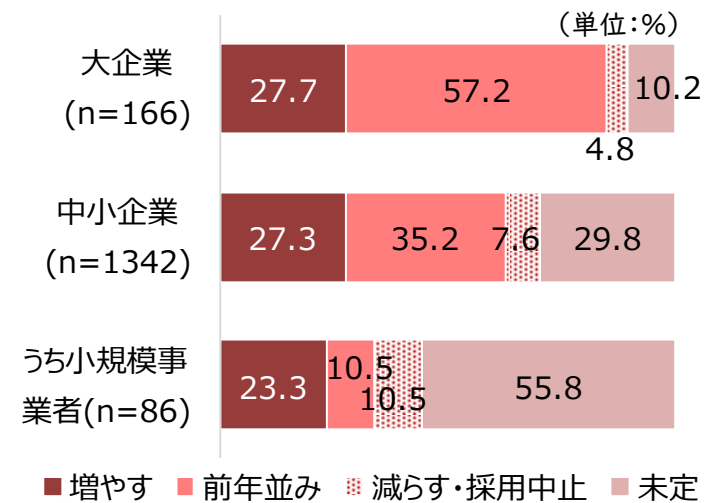
採用意向（採用形態別）

◆府内企業は27.3%が新卒採用を、また36.3%が中途採用をそれぞれ増加する予定



企業規模別の新卒採用意向

◆大企業、中小企業ともに約27%が新卒採用の増加を予定しているが、中小企業では未定も多い



新卒採用意向別の人材不足DI(※)

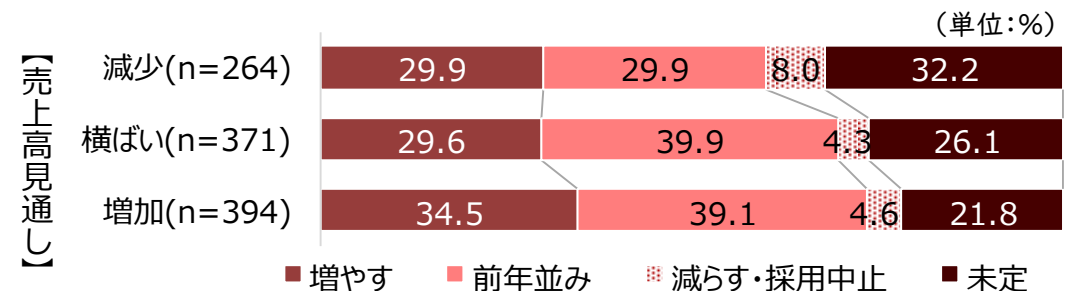
◆新卒採用を増加させる企業は人材不足感が強い

| | |
|----------|------|
| 増やす | 83.8 |
| 前年並み | 67.3 |
| 減らす・採用中止 | 37.4 |
| 未定 | 63.1 |

※「不足」の割合から「過剰」の割合を引いたもの。

人手不足企業の売上高見通し別の新卒採用意向

◆人手が不足する企業でも、売上高の見込みが悪い企業は新卒採用を「増やす」企業の割合はやや低く、逆に「未定」とする割合はやや高くなる

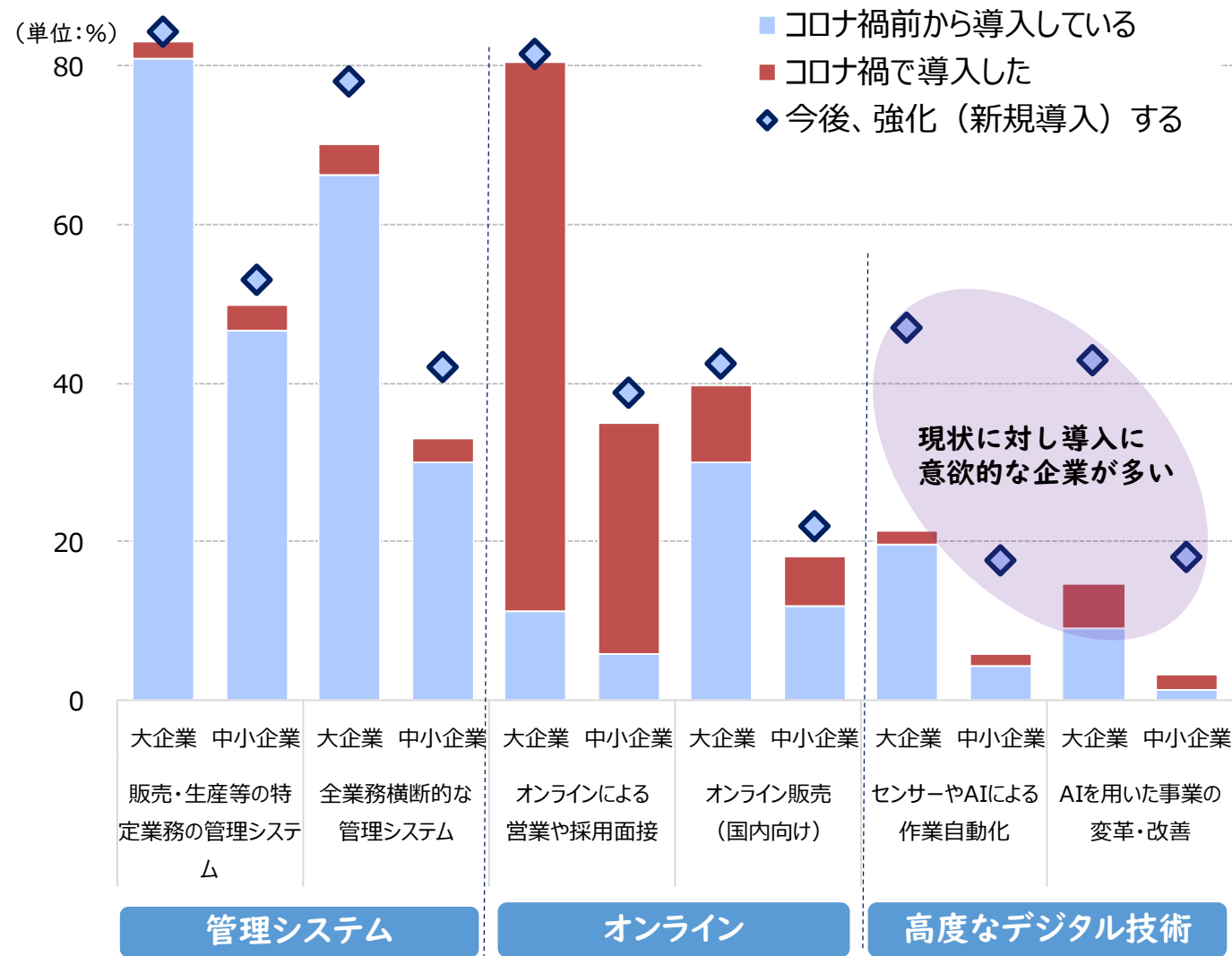


④ 府内企業のデジタル化の取組み

中小企業にデジタル化の遅れがみられるが、高度なデジタル化に意欲を示す企業も少なくない。またデジタル技術を幅広く導入する企業ほどその効果を実感。

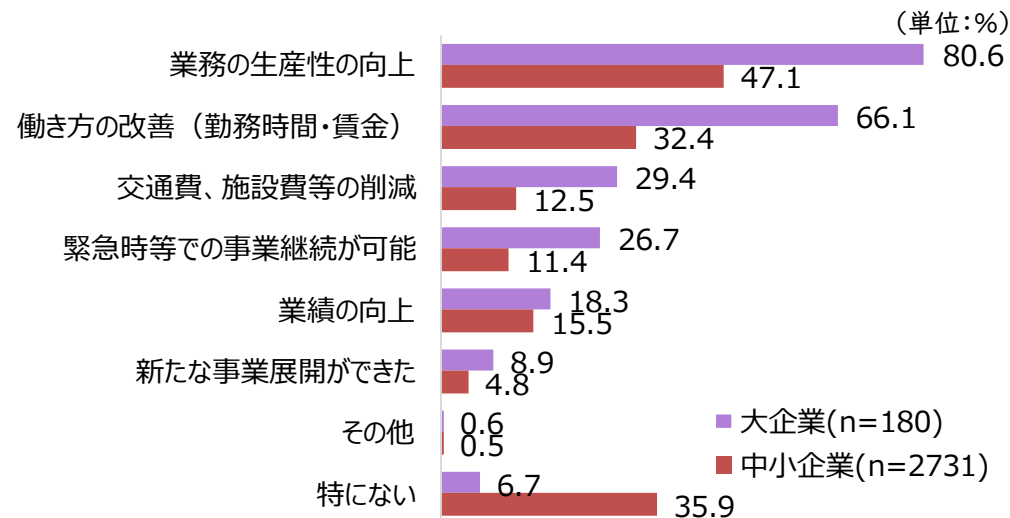
府内企業によるデジタル技術導入の現状と今後

◆中小企業は、大企業に比べてデジタル技術導入に遅れがみられるが、高度なデジタル技術の導入に意欲的な中小企業は少なくない



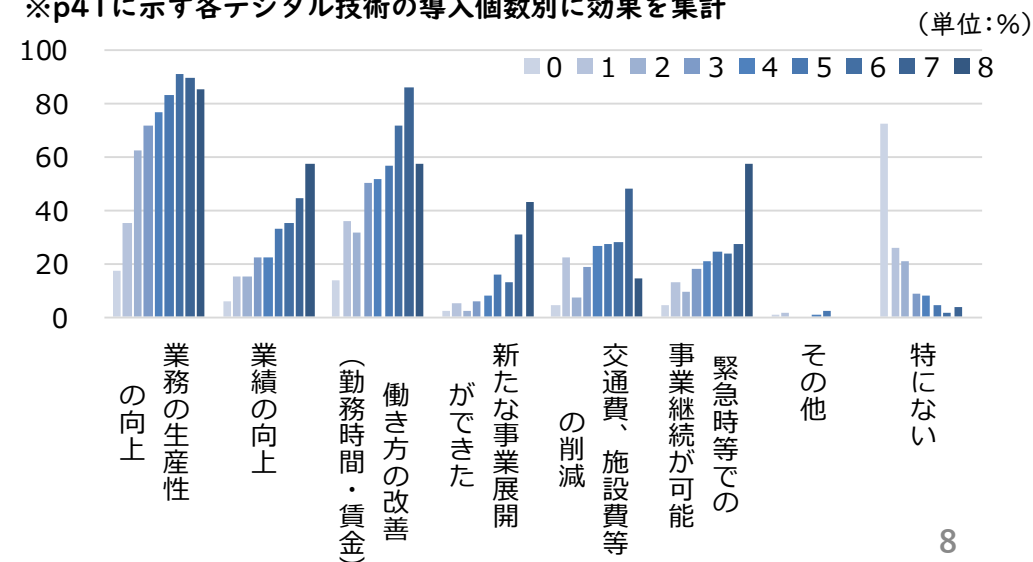
デジタル技術導入の効果

◆デジタル化は、生産性向上や働き方改革に効果があるとみられている
◆デジタル技術を幅広く導入する企業ほど効果を実感している



(デジタル技術等の導入回数(※)別)

※p41に示す各デジタル技術の導入回数別に効果を集計



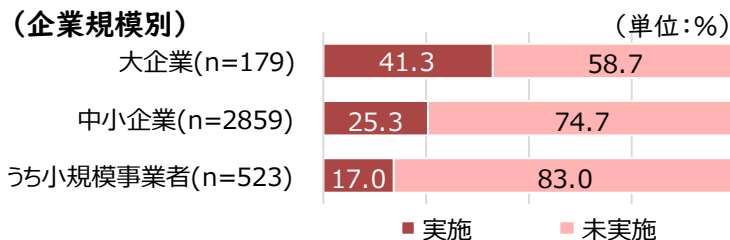
⑤ 府内企業の事業再構築の取組み

事業再構築に取り組む企業は、コロナ禍などの各種の社会事象から悪影響を受けている企業が多いが、売上高については明るい見通しを持っている傾向がある。

《事業再構築（※）の実施状況》

◆2020年4月以降に事業再構築を実施した府内企業は、大企業で41.3%、中小企業で25.3%、小規模事業者では17.0%

◆業種別では、コロナ禍以降、業績悪化が顕著であった業種で実施率が高い



(業種別の実施率)

| 業種 | 実施率(%) |
|------------------------|--------|
| 宿泊業(n=19) | 47.4 |
| 飲食サービス業(n=152) | 40.8 |
| 卸売業(n=329) | 33.1 |
| 製造業(n=755) | 32.6 |
| 教育、学習支援業(n=34) | 32.4 |
| 生活関連サービス業、娯楽業(n=114) | 31.6 |
| 情報通信業(n=89) | 28.1 |
| 小売業(n=283) | 26.5 |
| 金融業、保険業(n=19) | 26.3 |
| 学術研究、専門・技術サービス業(n=150) | 22.0 |
| 医療、福祉(n=251) | 19.1 |
| 不動産業、物品賃貸業(n=128) | 17.2 |
| 建設業(n=273) | 16.8 |
| その他のサービス業(n=233) | 16.3 |
| 運輸業、郵便業(n=211) | 15.2 |

※事業再構築とは、新分野進出(新市場参入、新商品等の導入)、業種転換、業態転換(提供・製造方法の変更)、事業再編(合併・買収、分社化、事業譲渡)など

事業再構築の実施と各種の社会事象

◆事業再構築を実施する企業の社会事象の影響度平均値は、全ての項目で、未実施企業を下回っていることから、実施企業は社会事象から悪影響を受けている傾向がある

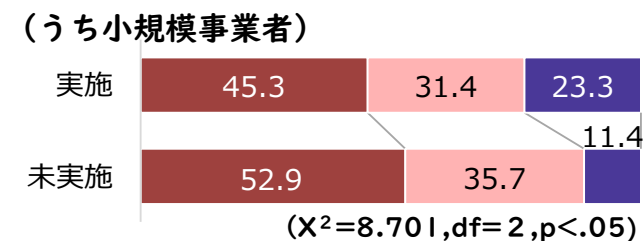
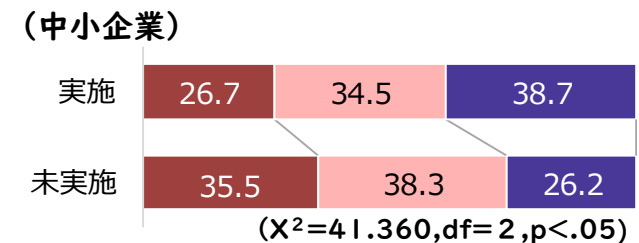
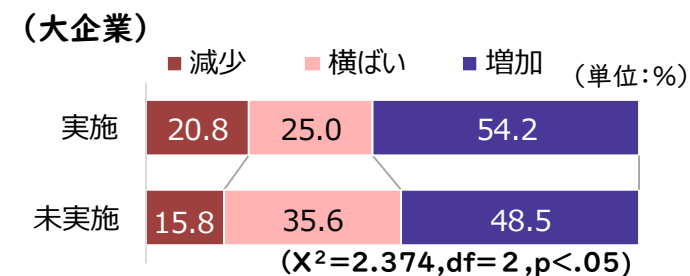
| 社会事象 | 事業再構築の実施有無 | 度数 | 社会的事象の影響度の平均値(※) | 有意確率(注) |
|-------------------|------------|------|------------------|---------|
| 新型コロナウイルスによる消費の変動 | 実施 | 777 | 1.85 | p<.05 |
| | 未実施 | 2195 | 1.96 | |
| 中国のゼロコロナ政策による都市封鎖 | 実施 | 775 | 2.24 | p<.05 |
| | 未実施 | 2181 | 2.34 | |
| 調達困難 | 実施 | 766 | 2.30 | n.s. |
| | 未実施 | 2155 | 2.35 | |
| 急激な円安 | 実施 | 771 | 1.99 | p<.05 |
| | 未実施 | 2173 | 2.20 | |
| ロシア・ウクライナ情勢 | 実施 | 775 | 2.15 | p<.05 |
| | 未実施 | 2175 | 2.29 | |
| 仕入価格高騰 | 実施 | 782 | 1.56 | p<.05 |
| | 未実施 | 2183 | 1.78 | |

注) P<.05: 5%水準で統計的に有意 n.s.: 統計的有意差は認められない

※6つの社会事象の影響度について、好影響がある=5、やや好影響がある=4、特に影響はない=3、やや悪影響がある=2、悪影響がある=1として、事業再構築の実施有無別に平均値を算出し、その差を統計的に検定。

事業再構築の実施と売上高の見通し

◆企業規模を問わず、未実施企業に比べ、事業再構築の実施企業は、売上高増加の見通しを持つ割合が高く、加えて中小企業では実施企業の方が「減少」の割合が低いことから、実施企業の方が売上高の見通しが明るい傾向があることがわかった



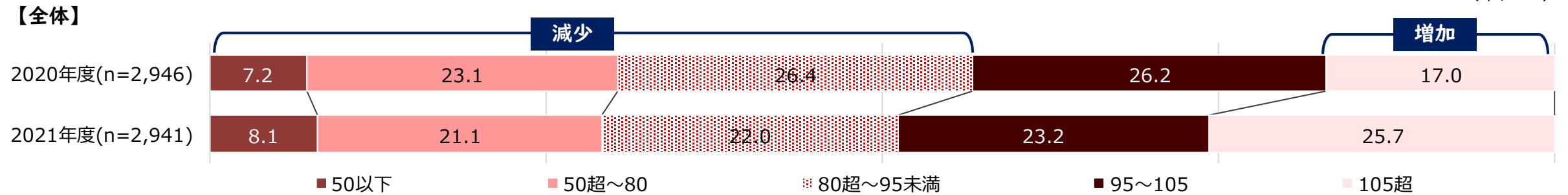
I 業績の状況

I-1 府内企業の売上高の推移 ①

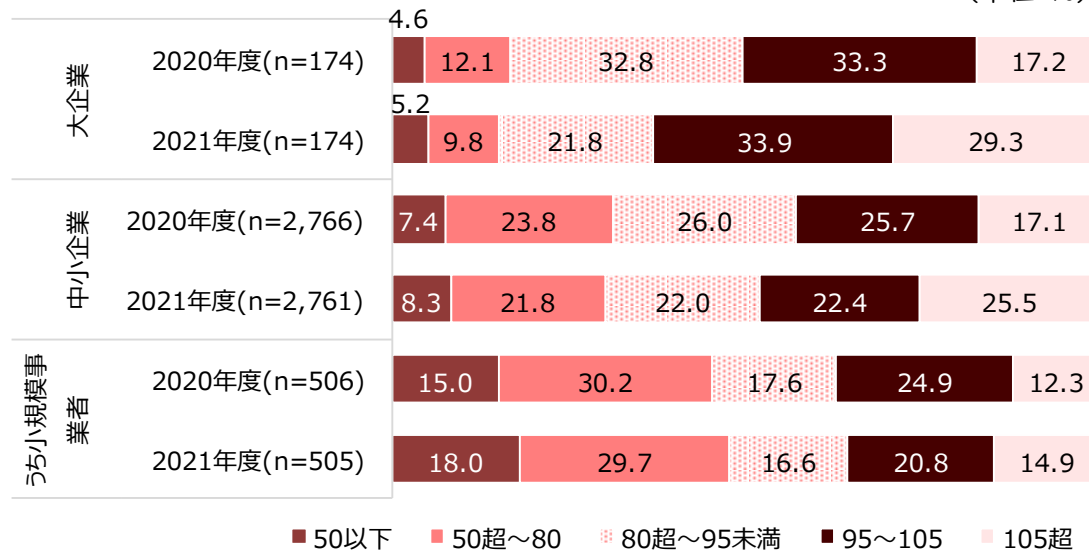
【コロナ禍以降に売上高が減少している企業が多く、企業規模では小規模ほど、販売先別ではBtoCにおいて減少傾向が強い】

- ◆ 府内企業の売上高は、コロナ禍の影響が強まった2020年度に6割弱が減少、2021年度はやや持ち直しも過半数の企業はコロナ禍以前よりも低水準にある
- ◆ 企業規模別の売上高では、大企業に比べ中小企業、特に小規模事業者で減少する企業割合が高く、回復も遅れている
- ◆ 販売先別では、BtoCの4割超で売上高が2割以上減少しており、BtoBよりも落ち込みが大きく、回復も遅れている

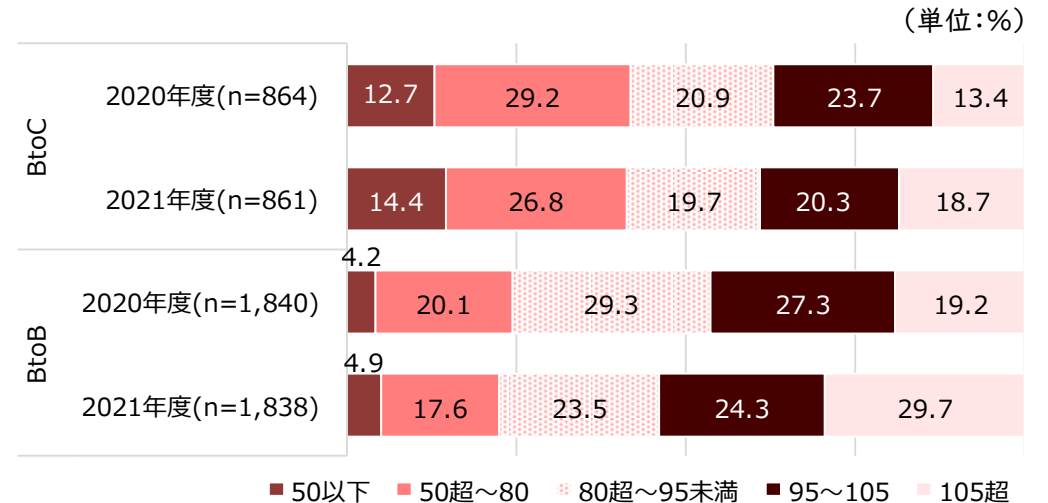
《売上高指数(※)の推移》 ※売上高指数：売上高について、2019年度を「100」とした場合の2020年度・2021年度の値



【企業規模別】 (単位:%)



【販売先別】 (単位:%)



I-2 府内企業の売上高の推移 ②

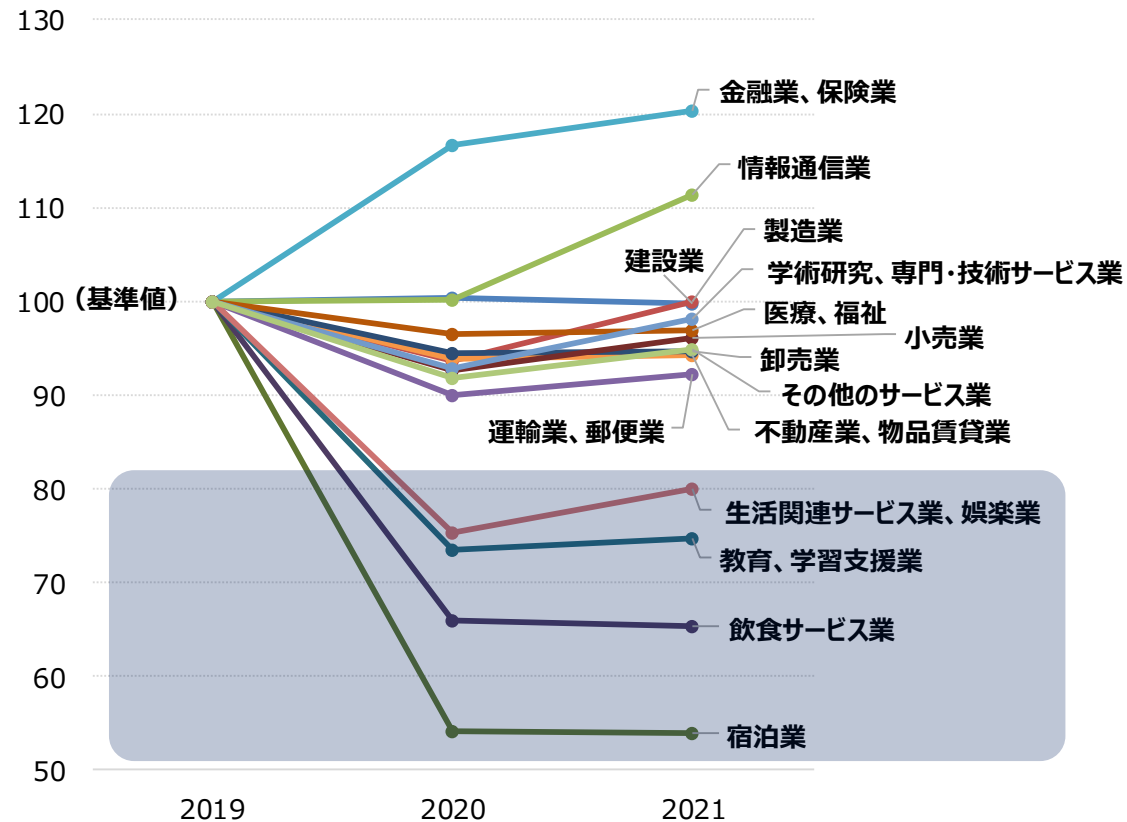
【行動規制の影響を受けやすい業種や分野では、売上高が減少している企業が多く、回復の遅れも顕著】

◆業種別の売上高では、「宿泊業」、「飲食サービス業」、「教育、学習支援業」、「生活関連サービス業、娯楽業」は、2020年度に減少する企業の割合が高く、**2021年度も引き続き低調に推移しており回復が遅れている**

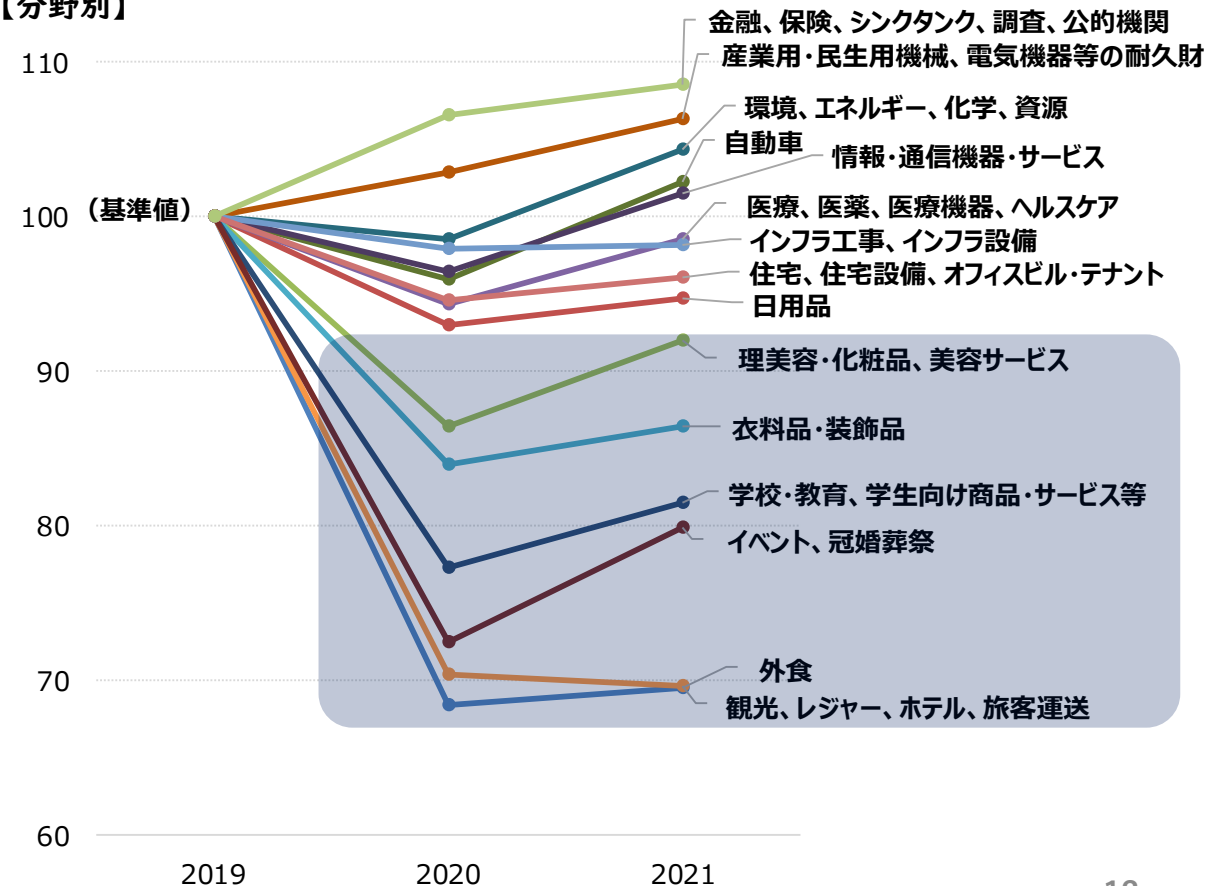
◆分野別では、2020年度に、「外食」、「観光、レジャー、ホテル、旅客運送」をはじめ、「イベント、冠婚葬祭」、「学校・教育、学生向け商品・サービス等」、「衣料品・装飾品」、「理美容・化粧品・美容サービス」が大きく落ち込むが、このうち**「外食」、「観光、レジャー、ホテル、旅客運送」は2021年度も低調に推移**

《売上高指数(※)の推移》 ※売上高指数：売上高について、2019年度を「100」とした場合の2020年度・2021年度の値

【業種別】



【分野別】



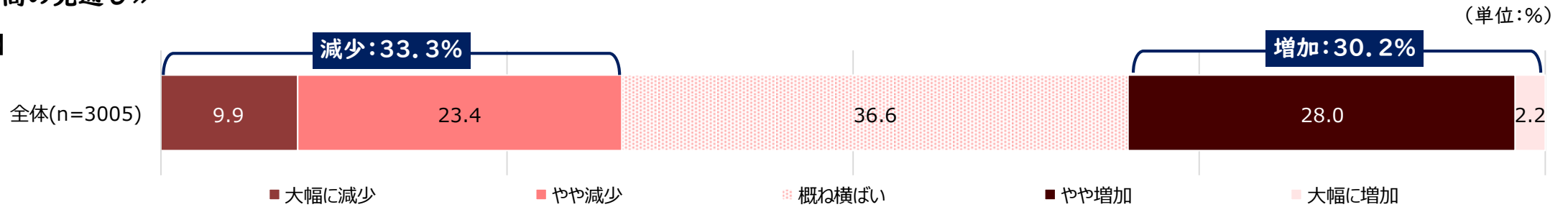
I-3 府内企業の売上高の今後1年程度の見通し ①

【売上高の見通しは、全体では増加と減少は約3割と同水準であるが、小規模事業者は5割超が減少と厳しい状況を想定】

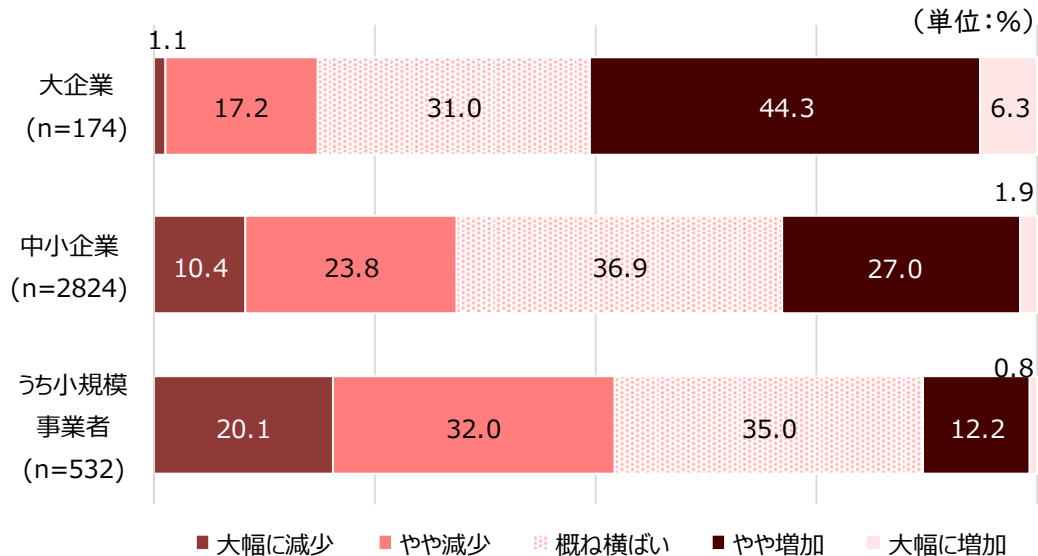
- ◆府内企業の、今後1年程度の売上高の見通しは、「増加」30.2%、「横ばい」36.6%、「減少」33.3%とやや減少が多い
- ◆企業規模別では、大企業は「増加」が約5割、「減少」は2割未満であるのに対し、中小企業では「減少(34.2%)」が「増加(28.9%)」を上回っており、特に小規模事業者は、「減少」が5割超と、小規模なほど売上高の見通しが悪い傾向がみられる
- ◆販売先別では、BtoBに比べBtoCの方が売上高の見通しが悪い傾向がみられる

《売上高の見通し》

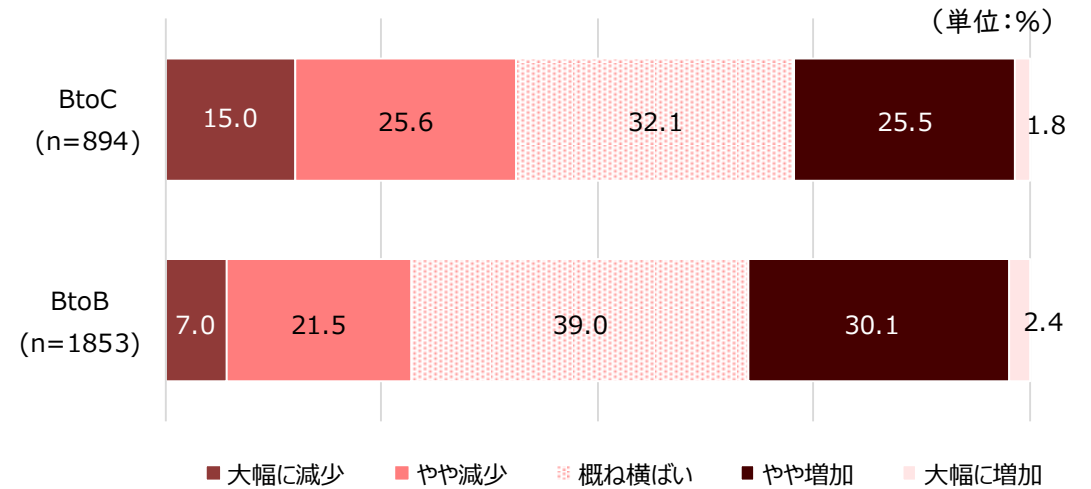
【全体】



【企業規模別】



【販売先別】



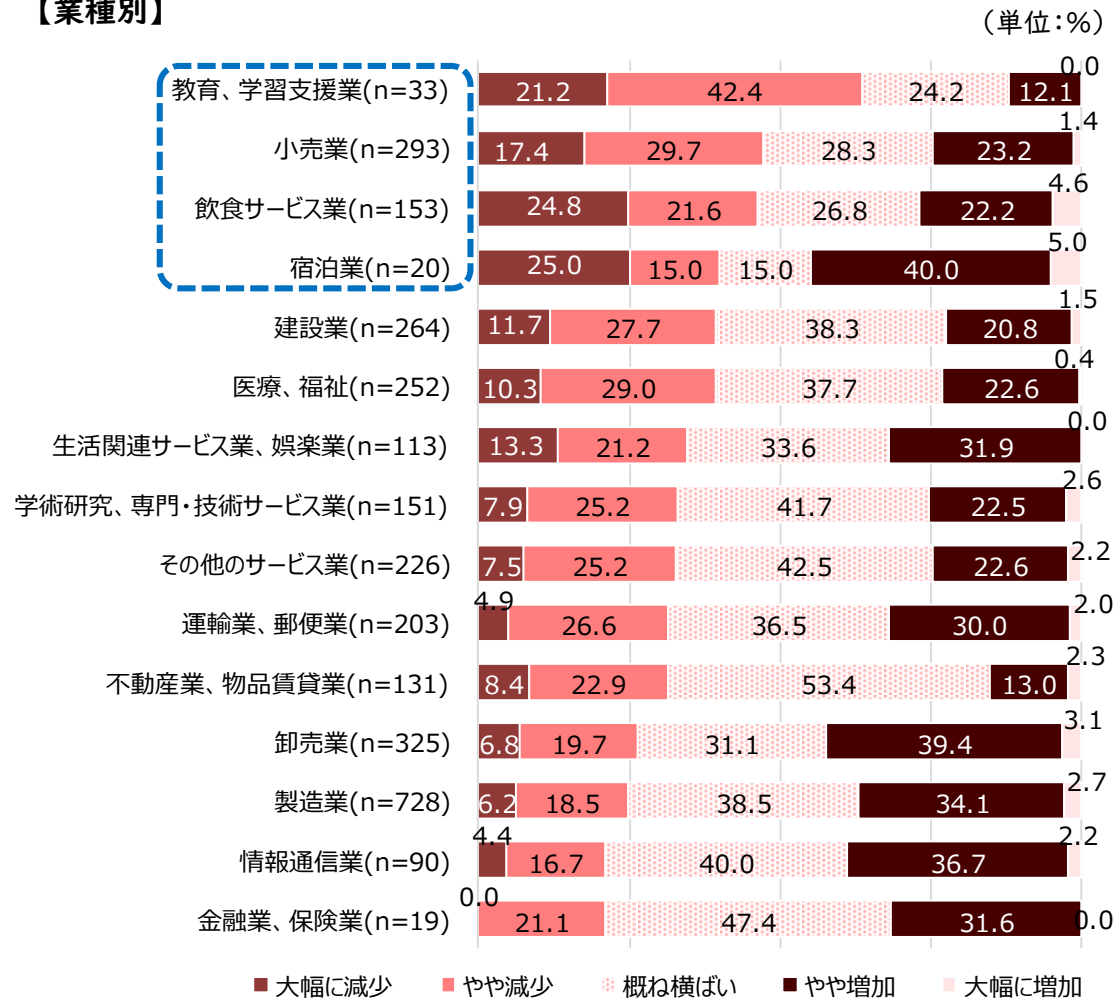
I-4 府内企業の売上高の見通し ②

【対面サービス中心の業種では、売上高について依然として厳しい見通しを持っているが、観光関連分野では明るい見通しを持つ企業が増えている】

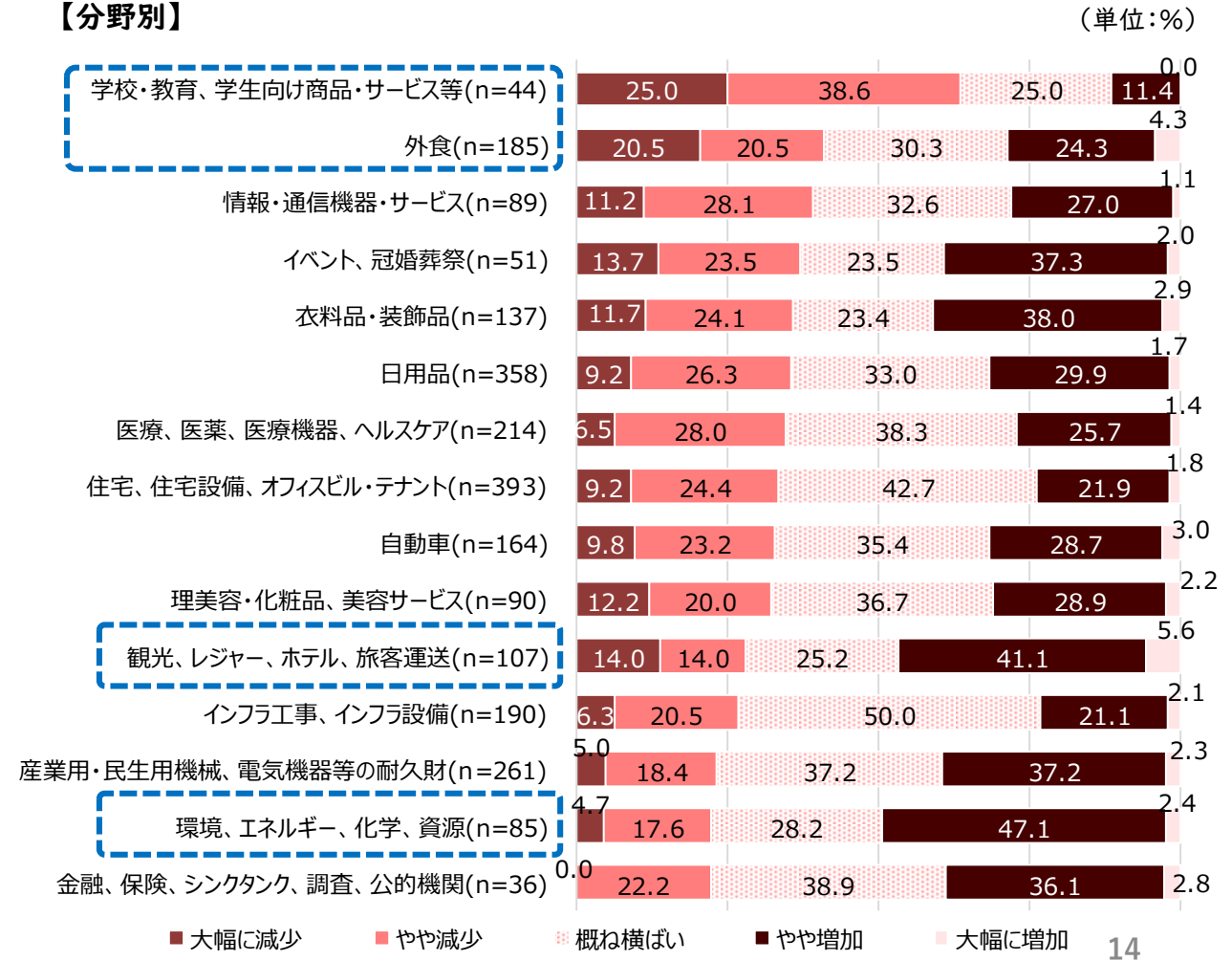
◆業種別では、「教育、学習支援業」では6割超、「小売業」、「飲食サービス業」、「宿泊業」では、4割以上が売上高の減少を見込んでおり、対面サービスが中心となる業種では厳しい見通しを持つ企業が多い

◆分野別では、「学校・教育、学生向け商品・サービス等」で6割超、「外食」で4割超が売上高の減少を見込んでいるが、「観光、レジャー、ホテル、旅客運送」では46.7%が「増加」、「環境、エネルギー、化学、資源」では49.5%が「増加」と明るい通しを持つ企業が多い

【業種別】



【分野別】



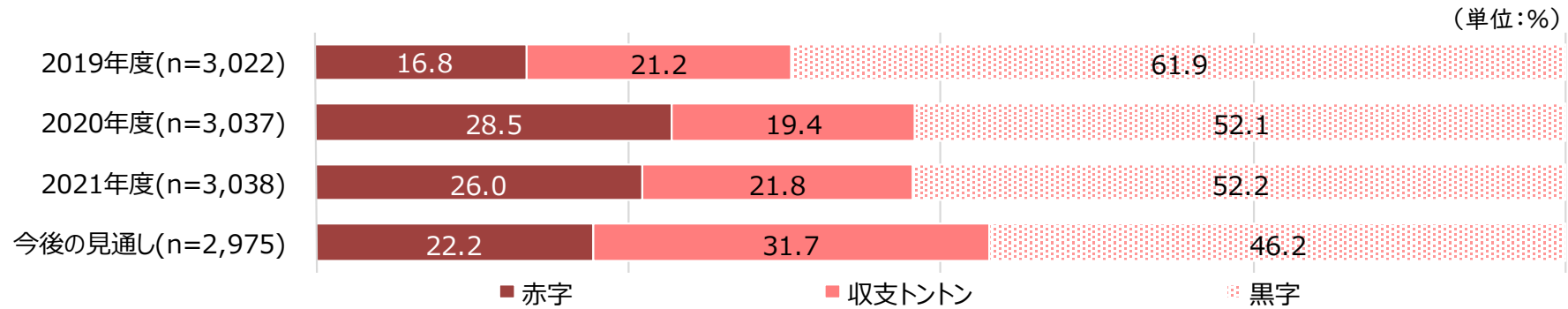
I-5 府内企業の収益の推移 ①

【コロナ禍後に府内企業の収益性は悪化し、その後、改善傾向にあるものの、未だコロナ禍前の水準には戻っていない】

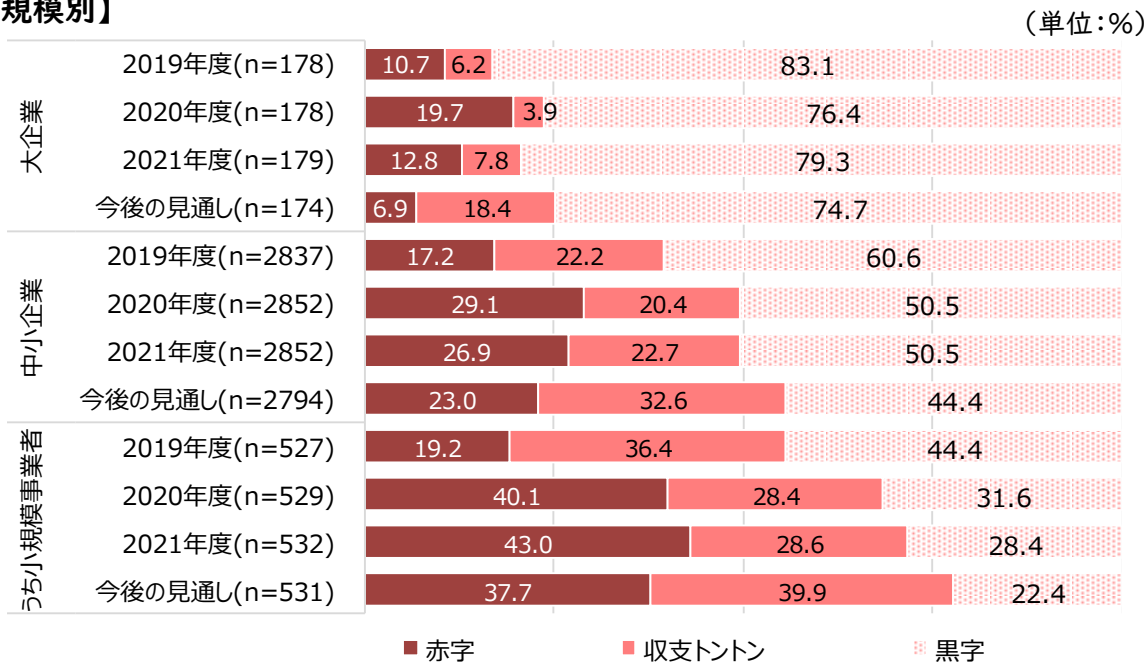
- ◆ 府内企業の収益状況は、コロナ禍に入った2020年度に「赤字」の割合が増加し、その後、改善傾向にあるものの依然として2019年の水準には戻っていない
- ◆ 企業規模別では、いずれの規模でも収益は改善傾向にあるが、小規模になるほど「赤字」の割合が高く、回復にも遅れがみられる
- ◆ 販売先別では、BtoBに比べ、BtoCの方が「赤字」の割合が高い傾向がある

《収益の推移》

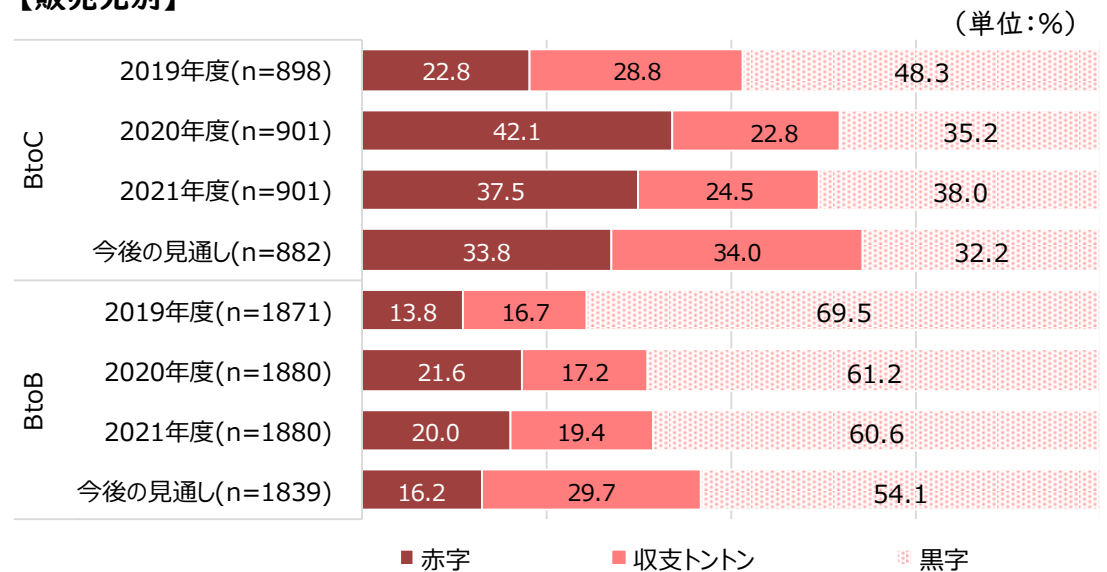
【全体】



【企業規模別】



【販売先別】



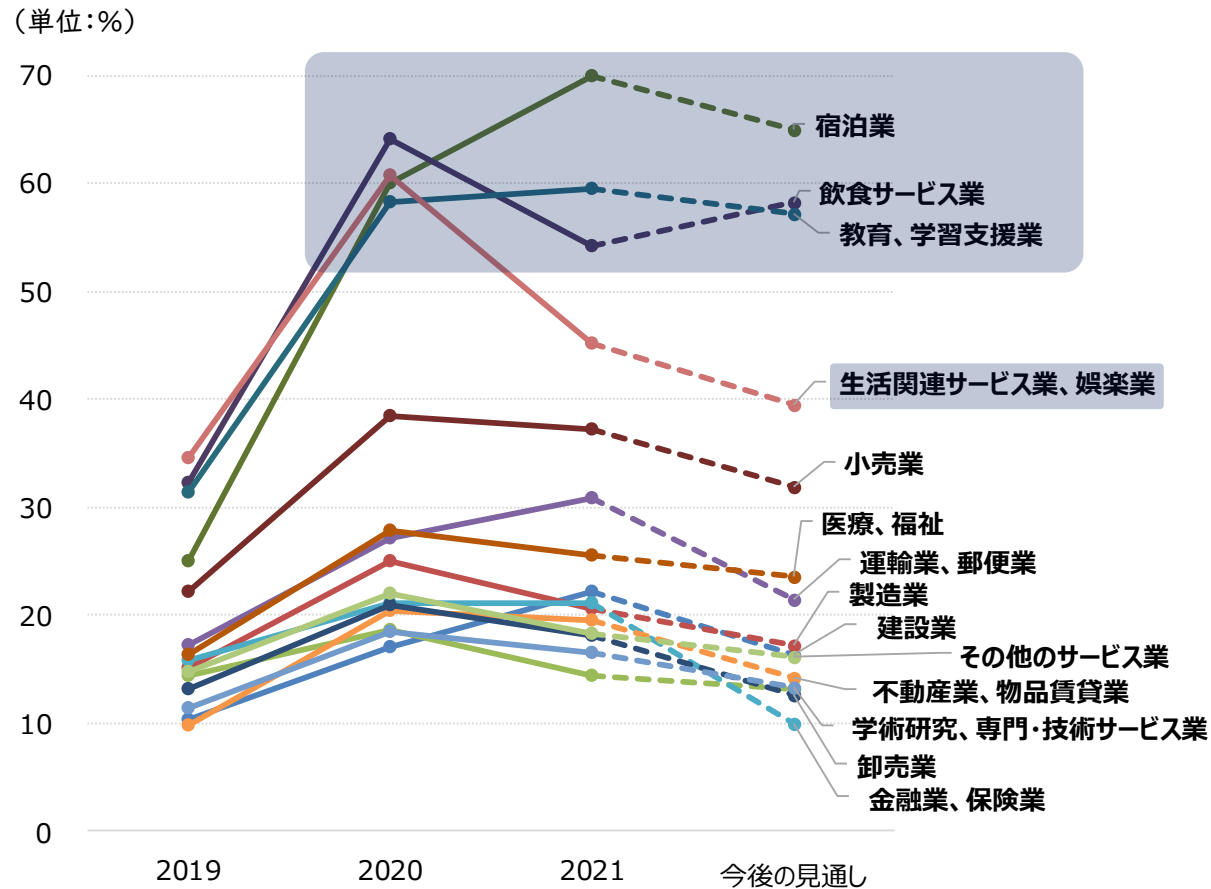
I-6 府内企業の収益の推移 ②

【コロナ禍に入り対面サービスが中心となる業種や分野の企業で収益性が悪化しており、それらの業種、分野では未だ回復に至っていない企業も多い】

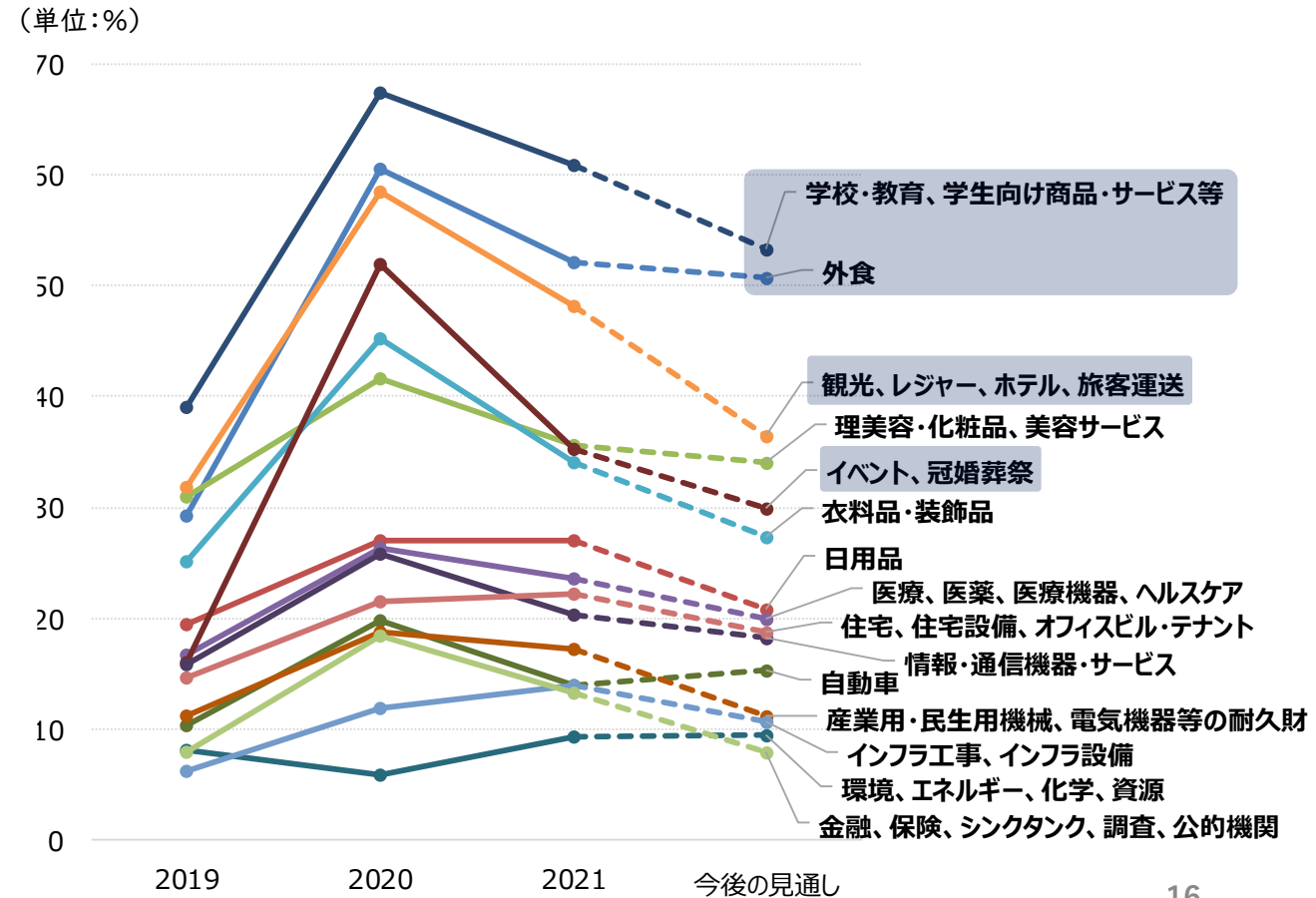
◆業種別では、2020年度は、「宿泊業」、「飲食サービス業」、「教育、学習支援業」、「生活関連サービス業、娯楽業」など対面サービスが中心となる業種の多くの企業が「赤字」に転じ、その後、「生活関連サービス業、娯楽業」は改善しつつあるが、その他の3業種は依然として収益性が悪い状況が続いている

◆分野別では、「学校・教育、学生向け商品・サービス等」、「外食」、「観光、レジャー、ホテル、旅客運送」、「イベント、冠婚葬祭」で、2020年度に「赤字」の割合が急増し、その後、改善の見通しが立ちつつあるものの「学校・教育、学生向け商品・サービス等」、「外食」は回復の動きが鈍い傾向がある

【業種別の赤字率の推移】 ※赤字率：経常損益がマイナスである企業の割合



【分野別の赤字率の推移】

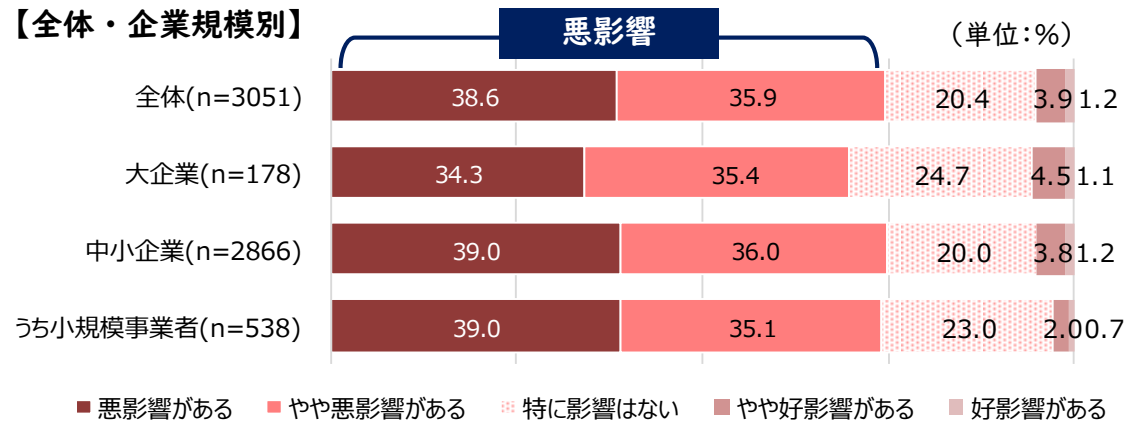


I-7 各種の社会事象の影響 ①

【コロナ禍による需要減退は多くの府内企業に悪影響を及ぼしており、また中国のゼロコロナ政策による都市封鎖は貿易関連業務に悪影響が出ている】

- ◆新型コロナウイルスによる消費変動は、府内企業の74.5%に悪影響（やや悪影響を含む）を及ぼしており、特に「宿泊業」、「飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「教育、学習支援業」、「医療、福祉」などでその傾向が強い
- ◆コロナ禍に関連した中国のゼロコロナ政策による都市封鎖は、全体で約5割の企業に悪影響を及ぼしており、企業規模別では規模が大きいほどその傾向がやや強く、また業種別では、「卸売業」、「宿泊業」、「製造業」、「運輸業、郵便業」など貿易やインバウンド消費に関わる業種に強く影響を及ぼしている

《a.新型コロナウイルスによる消費変動の影響》



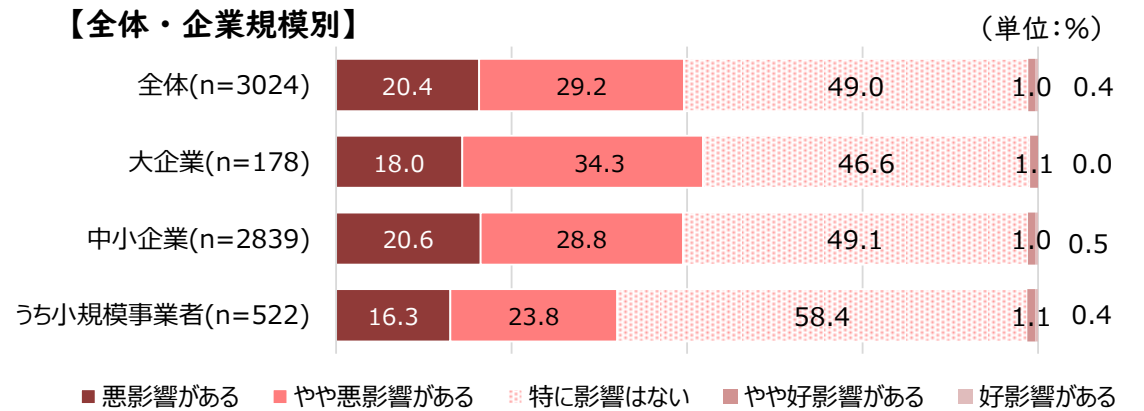
【業種別】

「悪影響がある」「やや悪影響がある」の合計割合の上位8業種

| 業種 | 割合 (%) |
|----------------------|--------|
| 宿泊業(n=20) | 100.0 |
| 飲食サービス業(n=159) | 93.1 |
| 生活関連サービス業、娯楽業(n=117) | 87.2 |
| 教育、学習支援業(n=36) | 86.1 |
| 医療、福祉(n=249) | 82.7 |
| 運輸業、郵便業(n=207) | 79.2 |
| 小売業(n=291) | 79.0 |
| 卸売業(n=331) | 75.5 |

(単位:%)

《b.中国のゼロコロナ政策による都市封鎖の影響》



【業種別】

「悪影響がある」「やや悪影響がある」の合計割合の上位8業種

| 業種 | 割合 (%) |
|------------------|--------|
| 卸売業(n=330) | 76.1 |
| 宿泊業(n=19) | 68.4 |
| 製造業(n=740) | 67.0 |
| 運輸業、郵便業(n=203) | 65.0 |
| 小売業(n=288) | 49.0 |
| 飲食サービス業(n=155) | 47.1 |
| 建設業(n=267) | 44.9 |
| その他のサービス業(n=233) | 35.2 |

(単位:%)

I-8 各種の社会事象の影響 ②

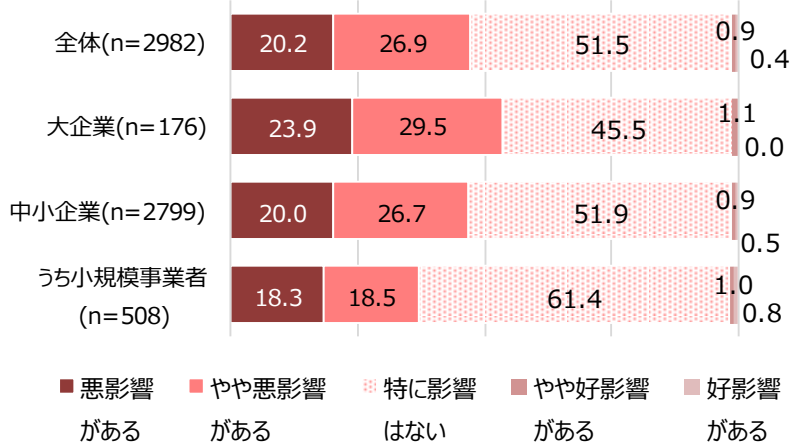
【府内企業は、各種の社会現象により悪影響を受けているが、大企業ほどその傾向が強い】

- ◆府内企業の47.1%が、資材等の調達困難による悪影響を受けており、業種では「製造業」、「建設業」、「運輸業、郵便業」でその割合が高い
- ◆急激な円安により、府内企業の6割超が悪影響を受けており、業種では「飲食サービス業」、「卸売業」、「製造業」でその割合が高い
- ◆ロシア・ウクライナ情勢により、府内企業の56.2%に悪影響を受けており、業種では「宿泊業」、「飲食サービス業」、「製造業」でその割合が高い
- ◆いずれの社会的事象においても、企業規模別では大企業ほど悪影響を受けている割合が高い傾向がある

《c. 調達困難の影響》

【全体・企業規模別】

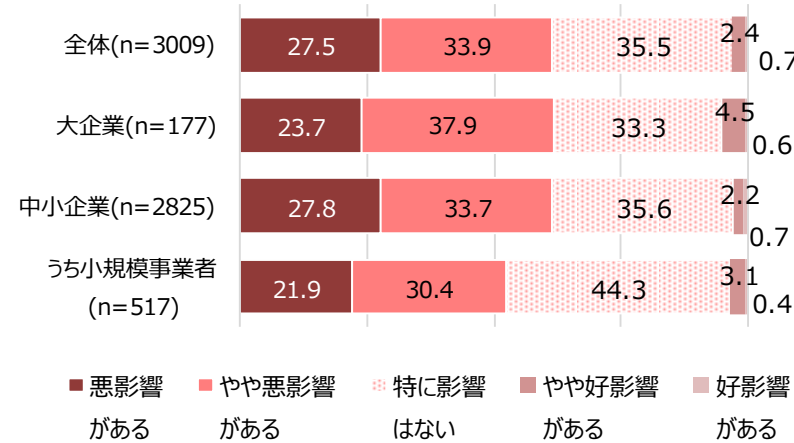
(単位:%)



《d. 急激な円安の影響》

【全体・企業規模別】

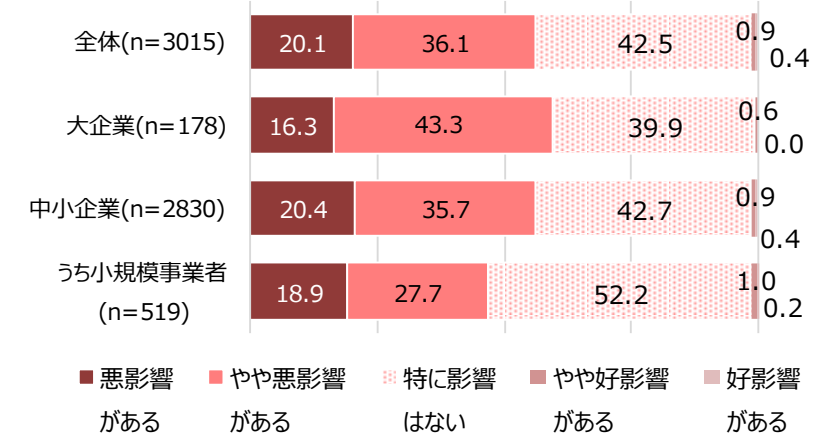
(単位:%)



《e. ロシア・ウクライナ情勢の影響》

【全体・企業規模別】

(単位:%)



【業種別】

「悪影響がある」「やや悪影響がある」の合計割合の上位8業種

(単位:%)

| | |
|------------------|------|
| 製造業(n=730) | 60.8 |
| 建設業(n=264) | 59.8 |
| 運輸業、郵便業(n=203) | 59.1 |
| 卸売業(n=327) | 55.4 |
| 宿泊業(n=19) | 52.6 |
| 情報通信業(n=92) | 44.6 |
| 飲食サービス業(n=148) | 41.2 |
| その他のサービス業(n=231) | 41.1 |

【業種別】

「悪影響がある」「やや悪影響がある」の合計割合の上位8業種

(単位:%)

| | |
|----------------|------|
| 飲食サービス業(n=151) | 83.4 |
| 卸売業(n=330) | 79.1 |
| 製造業(n=730) | 74.8 |
| 運輸業、郵便業(n=206) | 69.9 |
| 小売業(n=289) | 66.4 |
| 宿泊業(n=19) | 57.9 |
| 建設業(n=266) | 56.0 |
| 情報通信業(n=92) | 51.1 |

【業種別】

「悪影響がある」「やや悪影響がある」の合計割合の上位8業種

(単位:%)

| | |
|------------------|------|
| 宿泊業(n=19) | 84.2 |
| 飲食サービス業(n=152) | 78.3 |
| 製造業(n=738) | 72.9 |
| 運輸業、郵便業(n=206) | 68.9 |
| 卸売業(n=330) | 67.3 |
| 建設業(n=266) | 56.8 |
| 小売業(n=287) | 55.7 |
| その他のサービス業(n=233) | 39.9 |

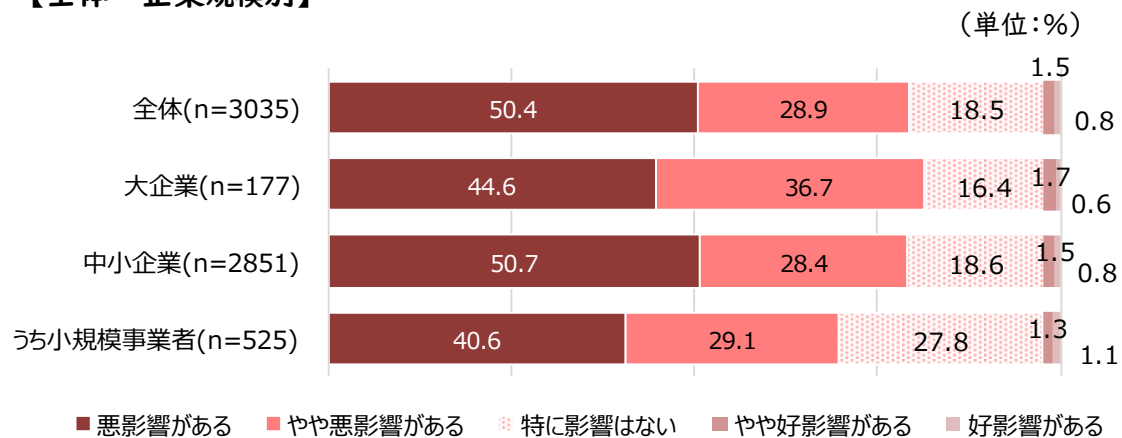
I-9 各種の社会事象の影響 ③

【府内企業の約8割が仕入価格の高騰による悪影響を受けており、そのうち4割超が価格転嫁が出来ておらず、収益性に不安を抱える企業も多い】

- ◆仕入価格の高騰は、府内企業の79.3%に悪影響を及ぼしており、業種別では、「飲食サービス業」、「宿泊業」、「製造業」、「卸売業」で9割以上の企業が悪影響を受けている
- ◆仕入価格の高騰に直面する企業のうち43.0%がほとんど価格転嫁できておらず、企業規模が小規模になるほどその傾向が強くなる
- ◆仕入価格高騰に対する価格転嫁が出来ていない企業の3割超が経常利益を赤字になるとの見通しを持っている傾向がある

《f.仕入価格高騰の影響》

【全体・企業規模別】



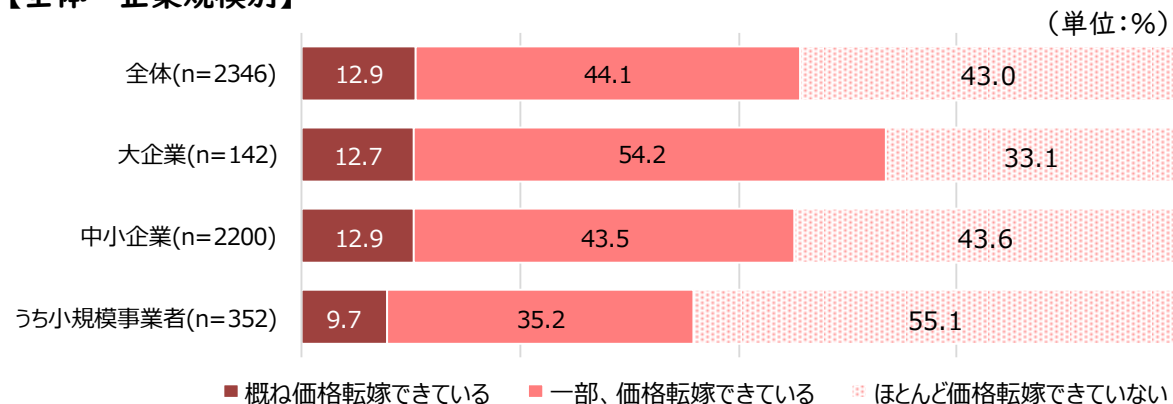
【業種別】

「悪影響がある」「やや悪影響がある」の合計割合の上位8業種

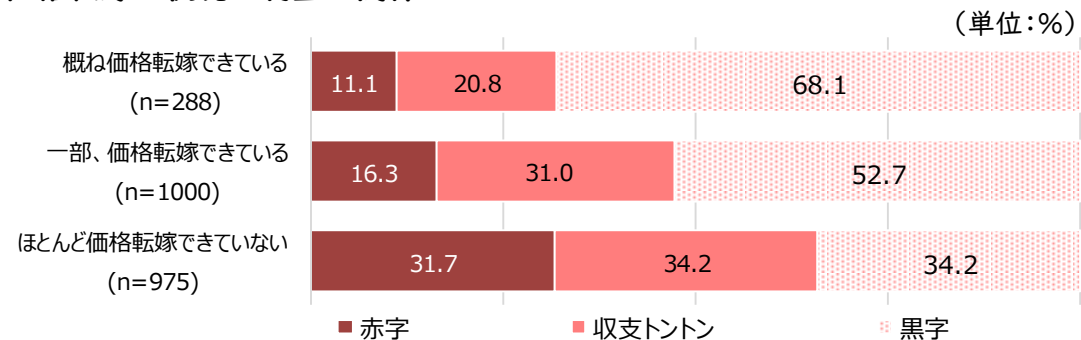
| 業種 | 割合 (%) |
|----------------------|--------|
| 飲食サービス業(n=156) | 95.5 |
| 宿泊業(n=19) | 94.7 |
| 製造業(n=744) | 93.4 |
| 卸売業(n=330) | 91.8 |
| 建設業(n=268) | 86.6 |
| 小売業(n=290) | 83.8 |
| 運輸業、郵便業(n=207) | 83.6 |
| 生活関連サービス業、娯楽業(n=113) | 75.2 |

《仕入価格高騰の影響を受けている企業の価格転嫁の状況》

【全体・企業規模別】



《価格転嫁の状況と利益の関係》



($X^2=152.423, df=4, p<.05$)

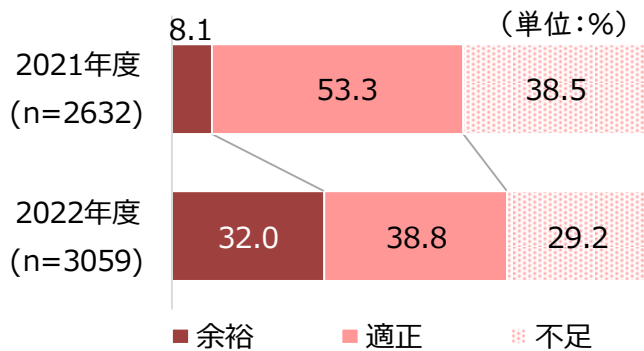
Ⅱ 資金繰りの状況

Ⅱ-1 資金の過不足感

【府内企業の資金不足感は改善傾向にあるが、小規模事業者や業績悪化が顕著な業種では依然として資金不足感が強い】

- ◆全体では、資金が「不足」する企業は29.2%と、2021年度から9.3ポイント減少しており、府内企業の資金繰りは改善している
- ◆企業規模別では、いずれも「不足」の割合は減少しているが、中小企業は約3割、小規模事業者は約5割と大企業に比べ資金不足感が強い
- ◆業種別では、「宿泊業」、「教育、学習支援業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「飲食サービス業」といった業績悪化が顕著な業種で資金不足感が強い

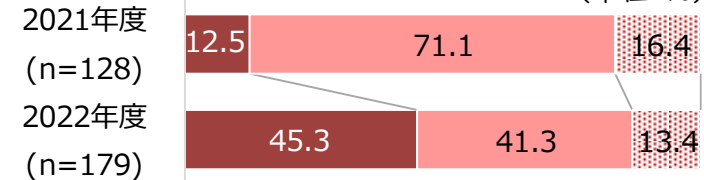
【全体】



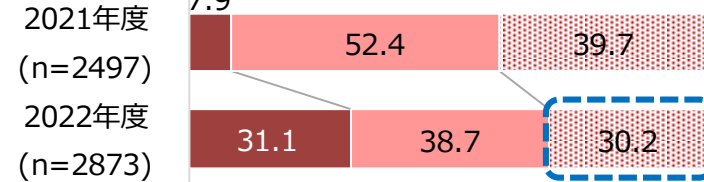
※2021年度のデータの出所は、2021年7月実施の大阪府「新型コロナウイルス感染症の影響下における府内企業の実態調査」、2021年9月15日。

【企業規模別】

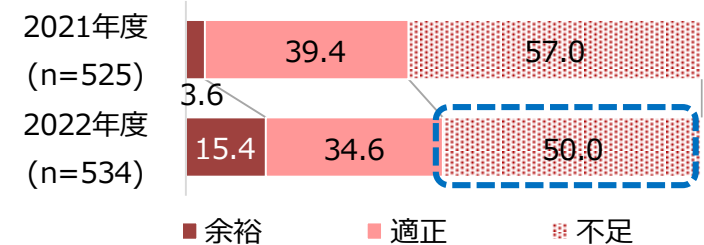
(大企業)



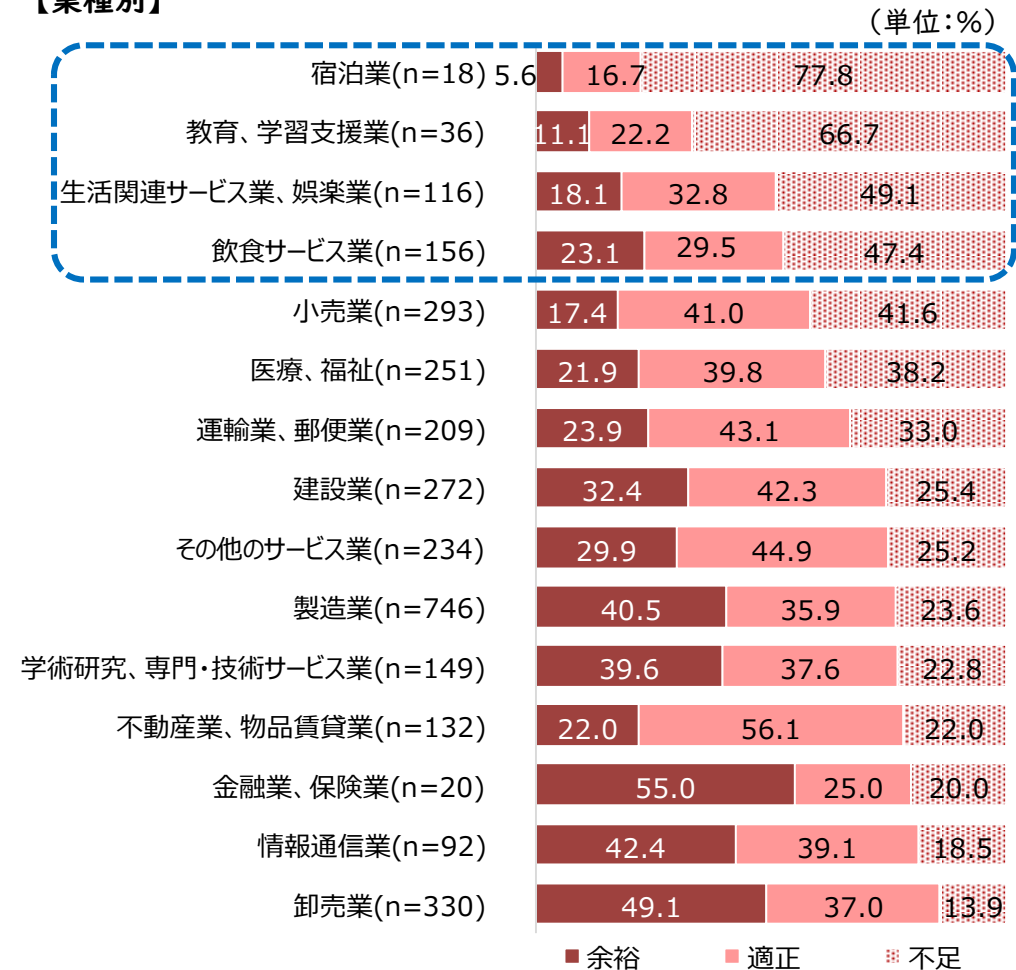
(中小企業)



(うち小規模事業者)



【業種別】

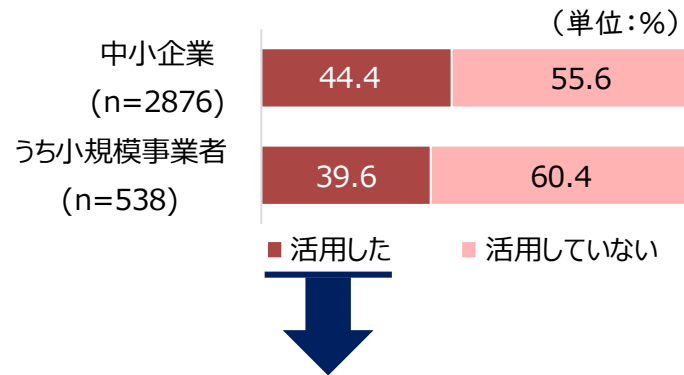


Ⅱ-2 コロナ関連の制度融資活用状況（中小企業のみ集計）

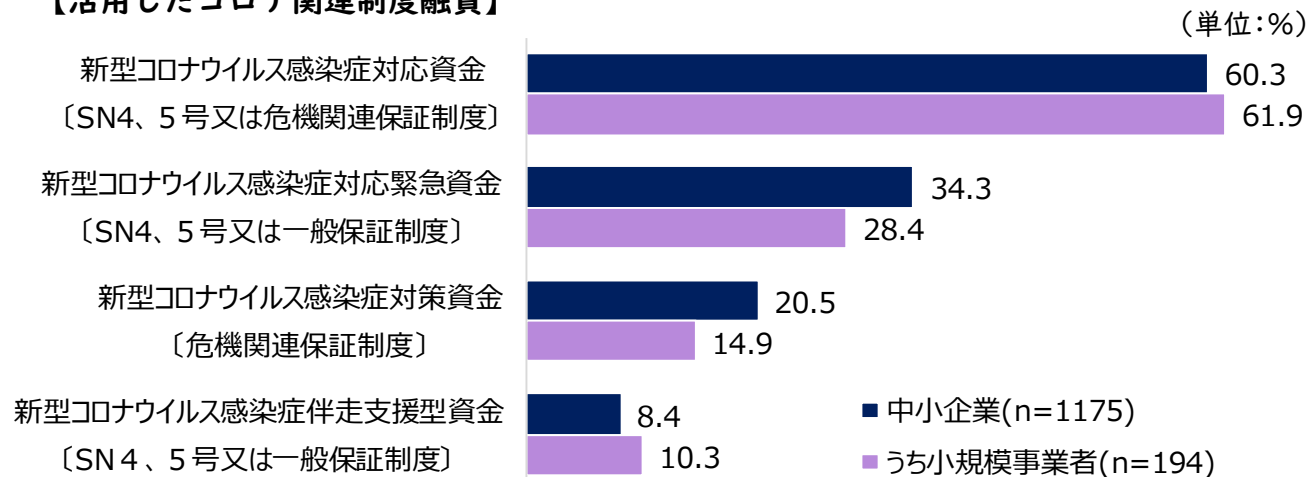
【府内中小企業の約4割がコロナ関連の制度融資により資金を調達し、主に既存事業の運転資金に活用している】

- ◆府内の中小企業の4割超がコロナ関連の制度融資を活用
- ◆コロナ関連の制度融資活用企業のうち約6割がゼロゼロ融資と言われる新型コロナウイルス感染症対応資金を活用
- ◆調達した資金の使途は、大多数の8割超が既存事業の運転資金としており、このほか既存事業の設備資金や今後の備えが約2割であった

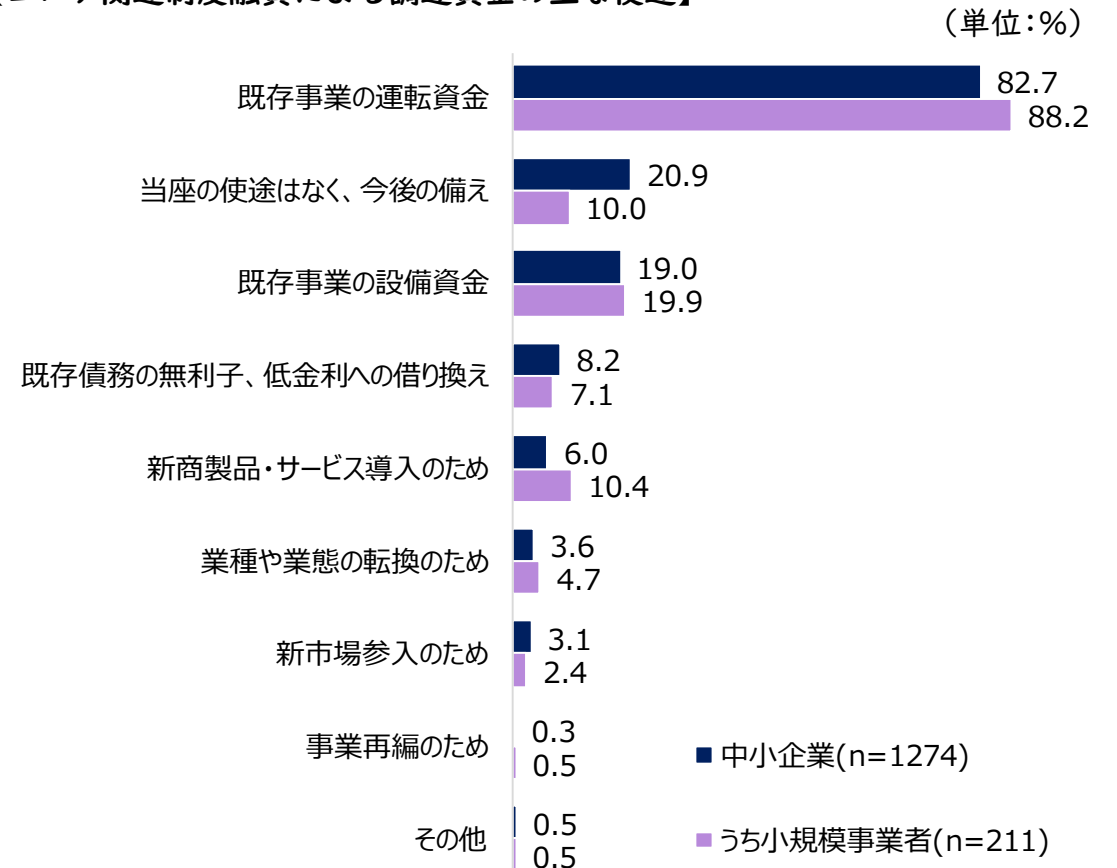
【コロナ関連制度融資の活用状況】



【活用したコロナ関連制度融資】



【コロナ関連制度融資による調達資金の主な使途】



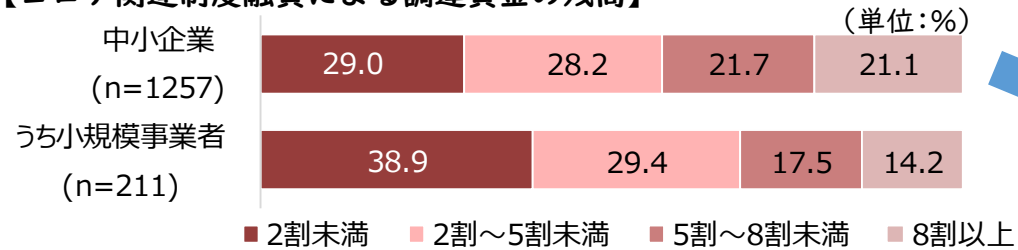
Ⅱ-3 コロナ関連の制度融資の返済（中小企業のみ集計）

【コロナ制度融資を活用した府内中小企業の半数近くが、返済に厳しさや不安を抱えており、特に小規模事業者でその傾向が顕著】

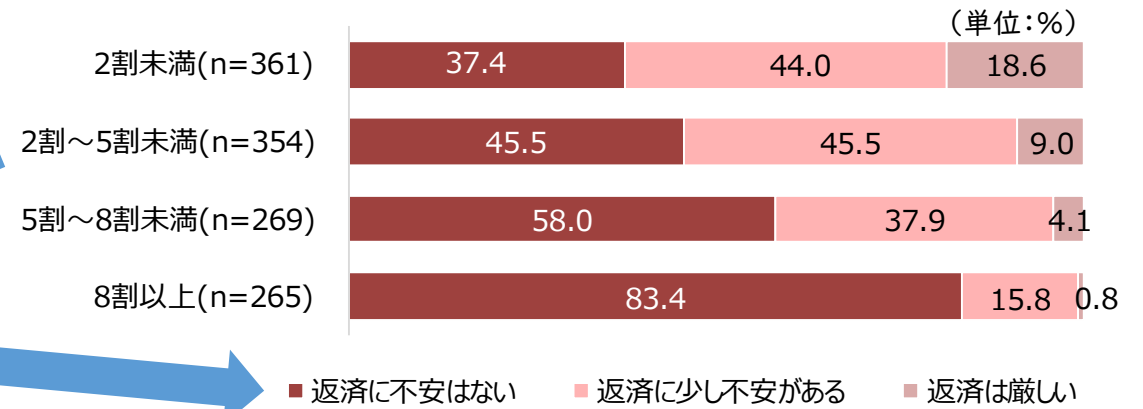
◆コロナ関連の制度融資による調達資金の残高が8割以上である中小企業の8割超は返済に不安はないが、残高が2割未満では、2割弱が「返済が厳しい」と考えており、不安を抱える企業が6割を超えている

◆ゼロゼロ融資を活用した中小企業の約6割がまだ据置期間中であるが、そのうちの47.8%が返済に不安があり、小規模事業者ではその割合は約7割となる

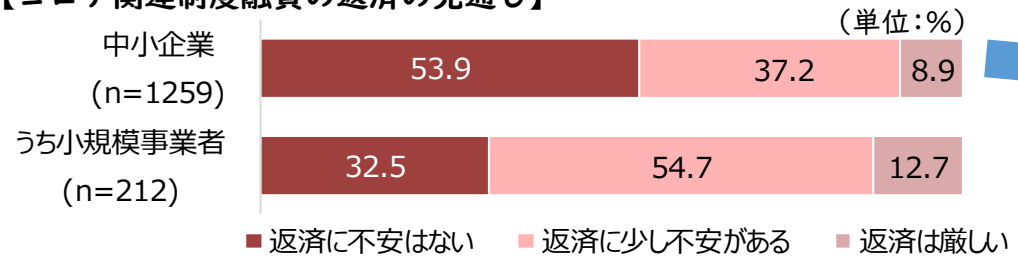
【コロナ関連制度融資による調達資金の残高】



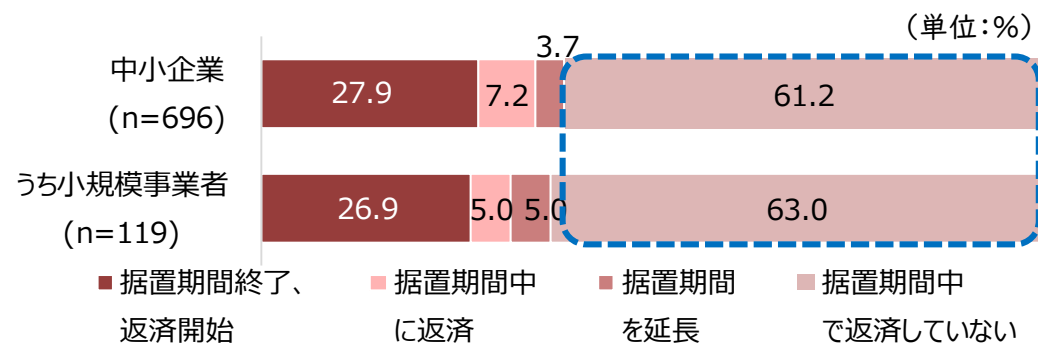
【コロナ関連制度融資の調達資金残高と返済の見通し（中小企業）】



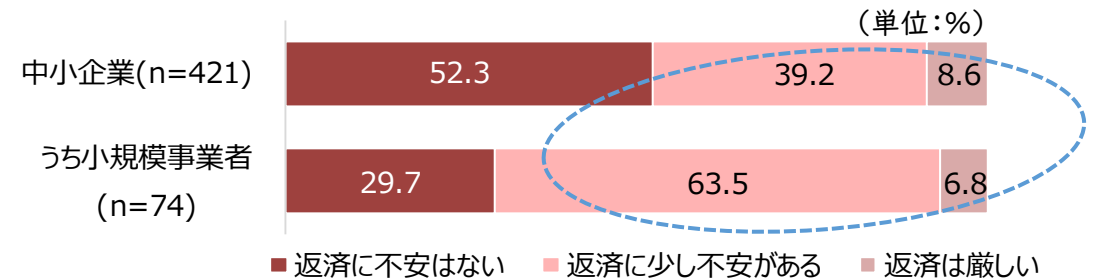
【コロナ関連制度融資の返済の見通し】



【新型コロナウイルス感染症対応資金（ゼロゼロ融資）活用企業の返済状況】



【ゼロゼロ融資の据置期間中である企業の返済見通し】



注) 他のコロナ関連制度融資を重複活用する企業が一部含まれており、その企業の場合は、全ての制度融資について返済の見通し

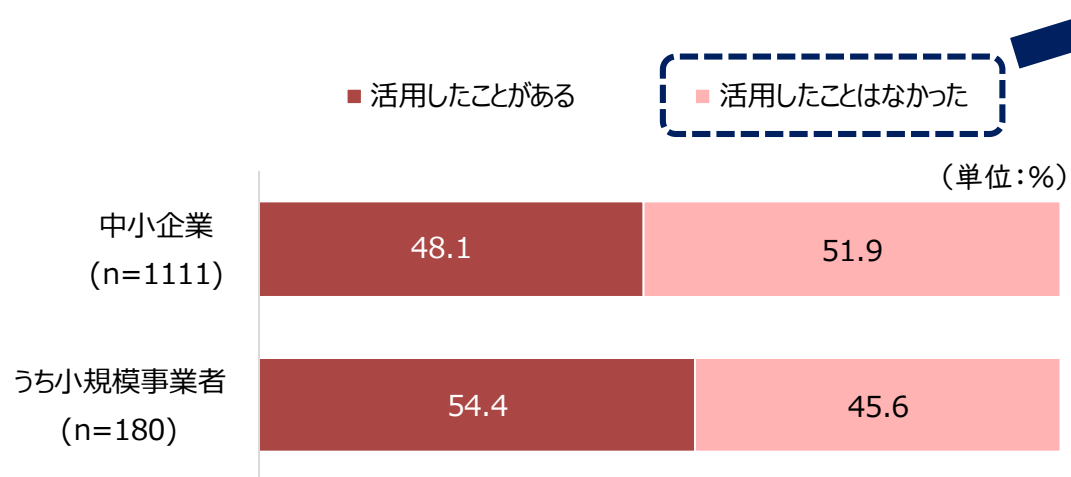
II-4 制度融資の活用実績（中小企業のみ集計）

【コロナ関連制度融資の活用企業の約半数はこれまでに制度融資の活用経験がなかった】

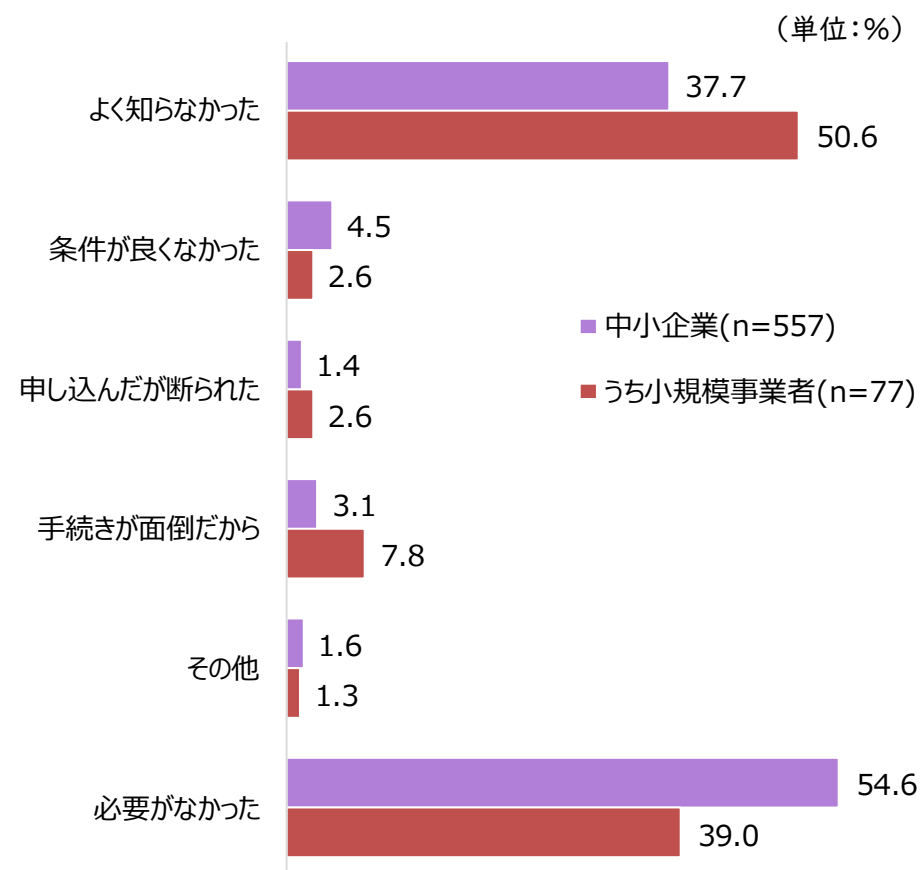
◆コロナ関連の制度融資を活用した中小企業の約半数は、これまで制度融資を活用したことがなかった

◆これまで制度融資を活用してこなかった理由は、中小企業では「必要がなかった（54.6%）」が最も多く、次に「よく知らなかった（37.7%）」とする企業が多いが、小規模事業者のみでは、「よく知らなかった（50.6%）」が過半数を占める

【コロナ関連制度融資以前の制度融資活用実績】



【これまで活用したことない理由】



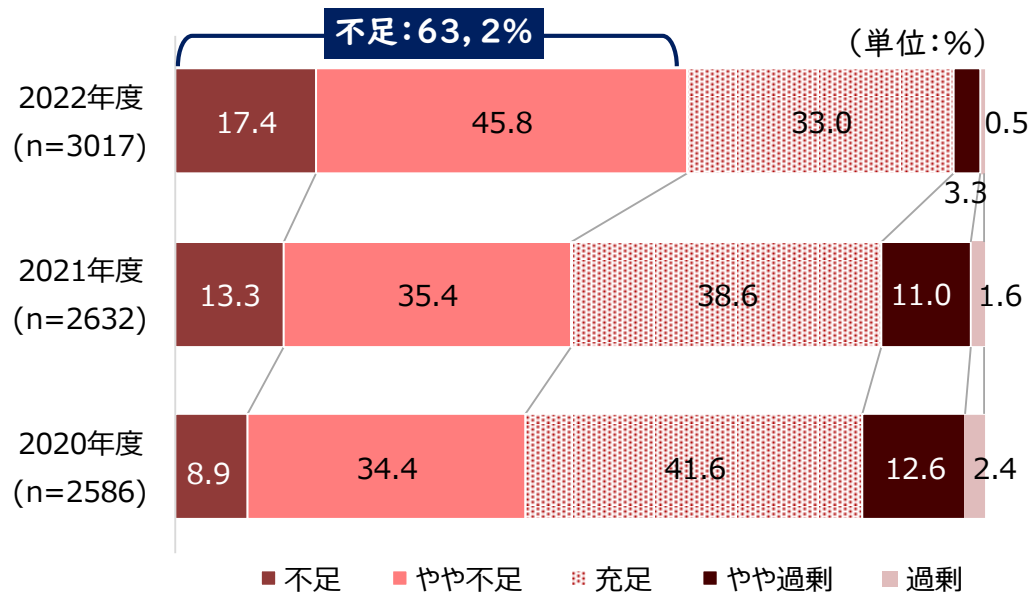
Ⅲ 雇用の状況

Ⅲ-1 雇用の現状【人手不足感】

【府内企業の人手不足感は昨年よりも強まっている】

- ◆人手不足感を持つ府内企業は**63.2%**と、昨年から14.5ポイント上昇し、同様に人材不足DIも昨年から上昇するなど、**府内企業の人手不足感が強まっている**
- ◆企業規模別の人材不足DIは、大企業(62.6)と同様に**中小企業(59.6)**も高い水準にあり**人手不足感が強い**
- ◆業種別では、「情報通信業」、「建設業」で人手不足感が強いが、業績悪化が顕著な「宿泊業」、「飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」なども人材が不足すると認識する企業が多い

【人材の過不足感】



※各年度のデータの出所。

2020年度：大阪府「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」、2020年8月31日。

2021年度：大阪府「新型コロナウイルス感染症の影響下における府内企業の実態調査」、2021年9月15日。

【人材不足DI】

※人材不足DI=「不足」と「やや不足」の割合の合計から「やや余剰・過剰」と「余剰・過剰」の割合の合計を引いたもので、値が大きくなるほど人手不足感が強い。

【全体】

| | |
|--------|------|
| 2022年度 | 59.4 |
| 2021年度 | 36.1 |
| 2020年度 | 28.2 |

【企業規模別 (2022年度)】 (単位:%)

| | |
|-----------------|------|
| 大企業(n=179) | 62.6 |
| 中小企業(n=2831) | 59.3 |
| うち小規模事業者(n=515) | 37.9 |

【業種別 (2022年度)】

| | | | |
|------------------|------|------------------------|------|
| 情報通信業(n=92) | 75.0 | 生活関連サービス業、娯楽業(n=112) | 57.1 |
| 建設業(n=269) | 74.7 | 製造業(n=731) | 56.6 |
| その他のサービス業(n=235) | 73.6 | 学術研究、専門・技術サービス業(n=152) | 49.3 |
| 飲食サービス業(n=147) | 68.7 | 卸売業(n=328) | 48.5 |
| 運輸業、郵便業(n=206) | 67.0 | 金融業、保険業(n=20) | 30.0 |
| 医療、福祉(n=252) | 66.3 | 教育、学習支援業(n=35) | 22.9 |
| 宿泊業(n=20) | 65.0 | 不動産業、物品賃貸業(n=127) | 22.0 |
| 小売業(n=286) | 60.1 | | |

Ⅲ-2 雇用の現状【コロナ禍以前との比較①】

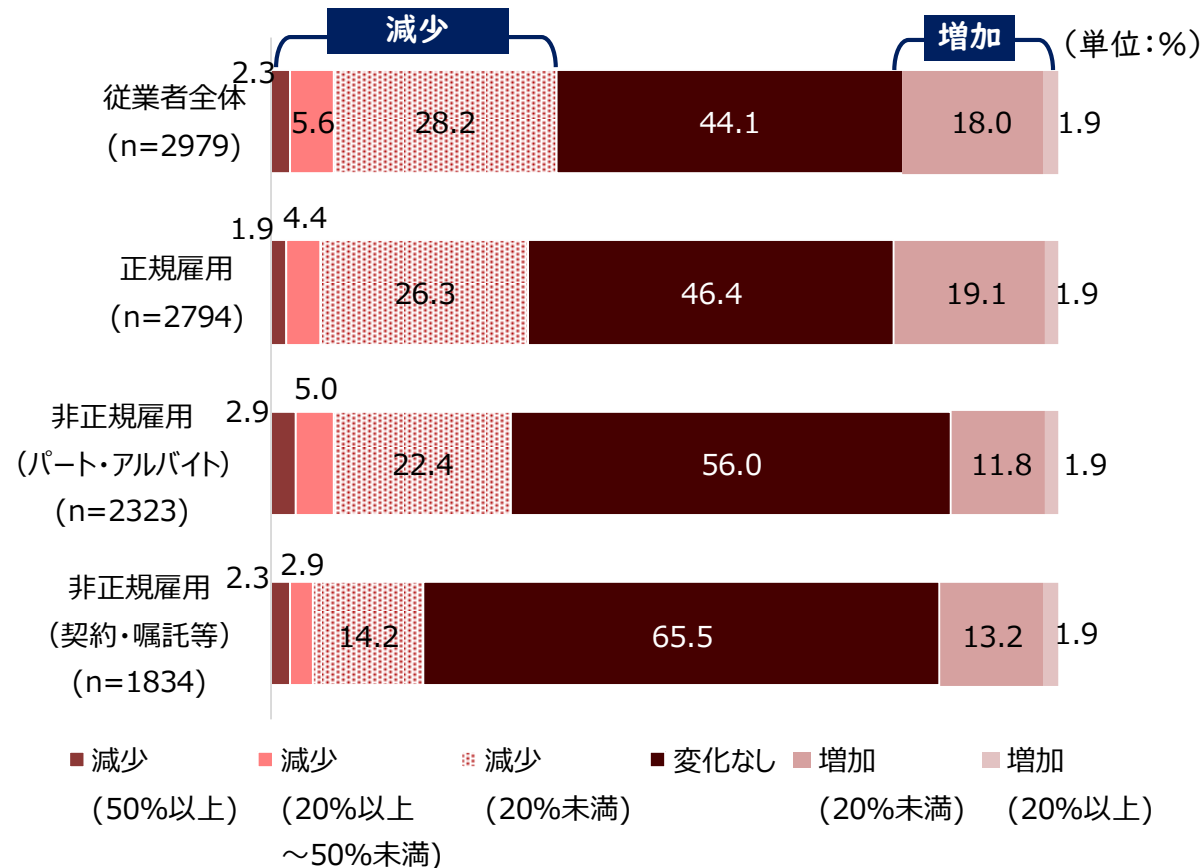
【コロナ禍以前に比べ、従業者数が減少している企業が多く、大企業よりも中小企業、特に小規模事業者ほどその傾向が強い】

- ◆コロナ禍前と比べた従業者数は、正規雇用、非正規雇用のいずれにおいても「減少」企業が多い
- ◆正規雇用は、非正規雇用に比べ、「減少」企業が多いが、同時に「増加」企業も多く、従業者数の変動が大きい
- ◆企業規模別では、大企業では、「増加（32.6%）」が「減少（32.0%）」を上回っているが、中小企業、小規模事業者では「減少」の割合が高い

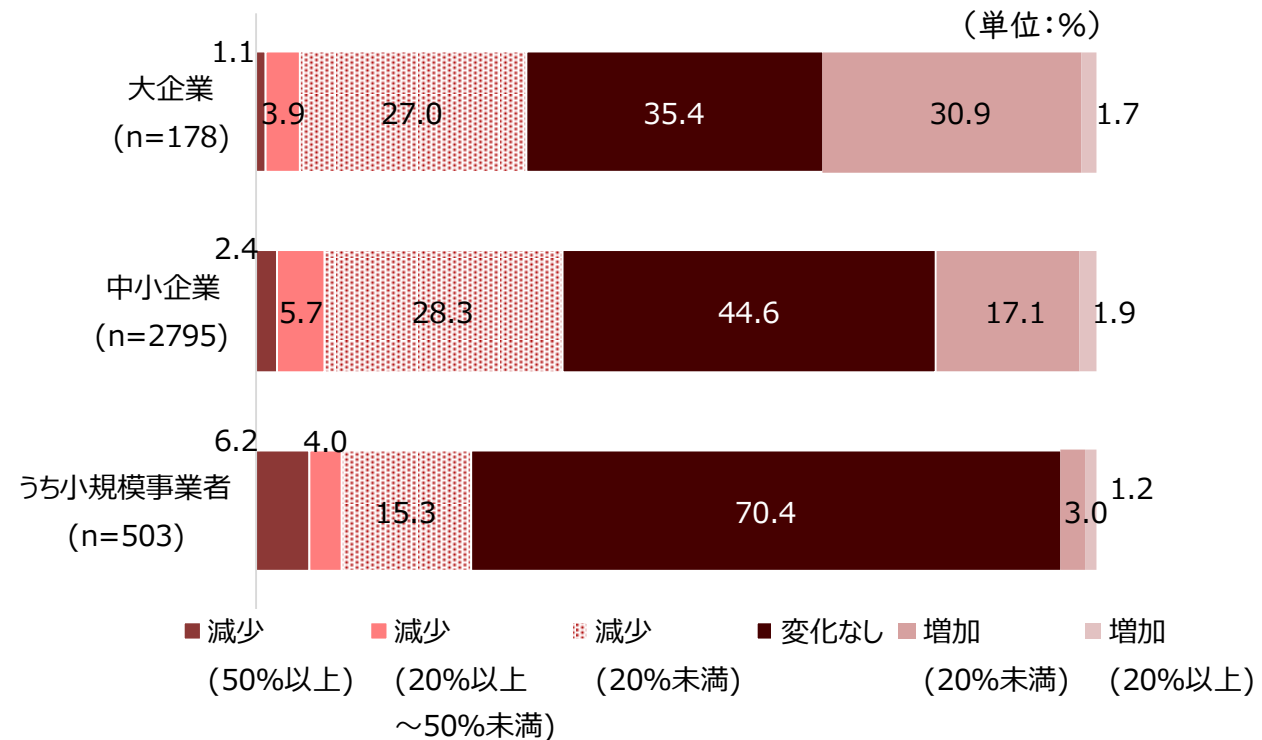
《従業者の変化》 コロナ禍前（2019年7月）に比べた現在（2022年7月）の状況

※各雇用形態について、もともと採用していない企業は集計から除く

【雇用形態別】



【企業規模別（従業者全体）】



Ⅲ-3 雇用の現状【コロナ禍以前との比較②】

【業績悪化が顕著な業種ではコロナ禍前に比べ従業員数が減少している企業が多い】

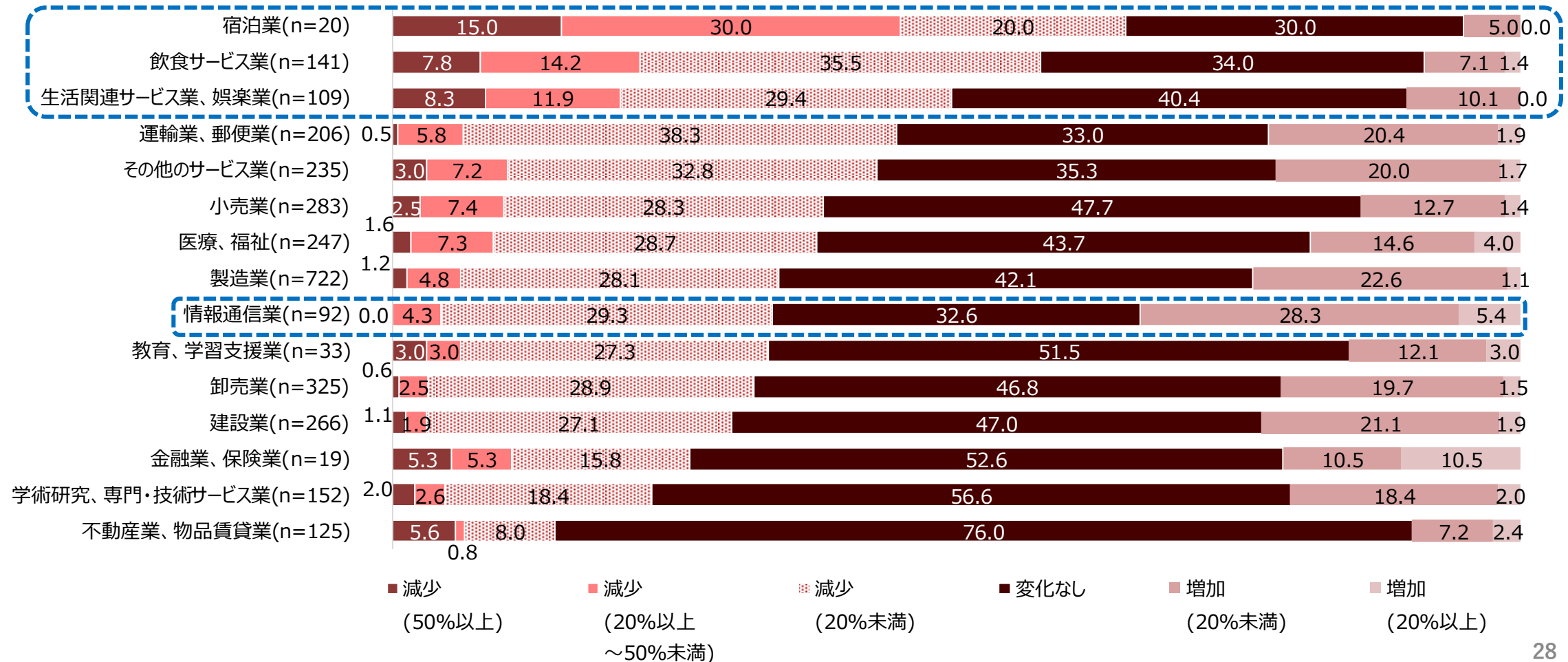
- ◆業績悪化が顕著であった「宿泊業」、「飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」では、コロナ禍前に比べ多くの企業で従業員数が減少
- ◆人材不足DIが高水準にあり、人手不足感が強い「情報通信業」では、「減少」と「増加」が同程度であった

≪従業員の変化≫コロナ禍前（2019年7月）に比べた現在（2022年7月）の状況

※各雇用形態について、もともと採用していない企業は集計から除く

【業種別（従業員数全体）】

（単位：%）



Ⅲ-4 採用予定①

【府内企業の約3分の2は、正規雇用（新卒及び中途）の採用を前年並みかそれ以上と予定している】

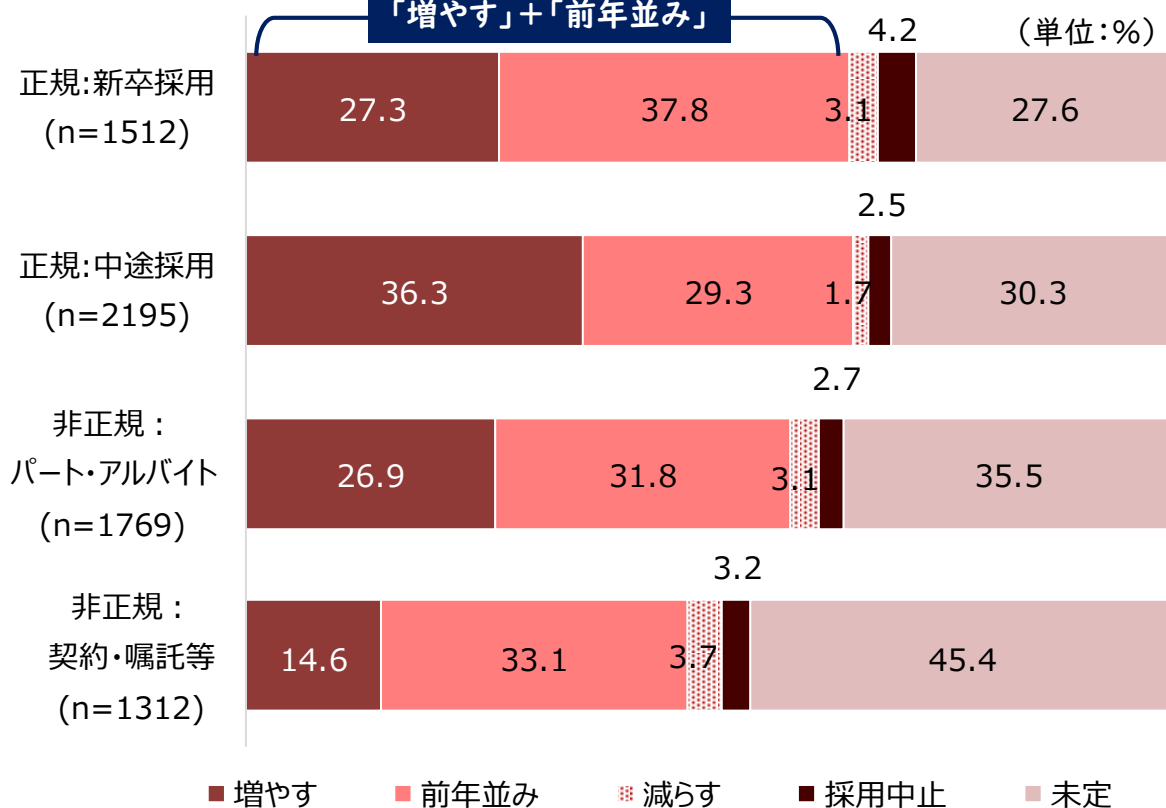
◆2022年の採用数を「増やす」府内企業は、新卒は27.3%、中途採用は36.3%であり、それぞれ「前年並み」を加えると全体の約65%が前年並みかそれ以上の新卒及び中途の採用を予定

◆企業規模別の新卒採用予定では、「増やす」企業の割合は、大企業と中小企業で同程度

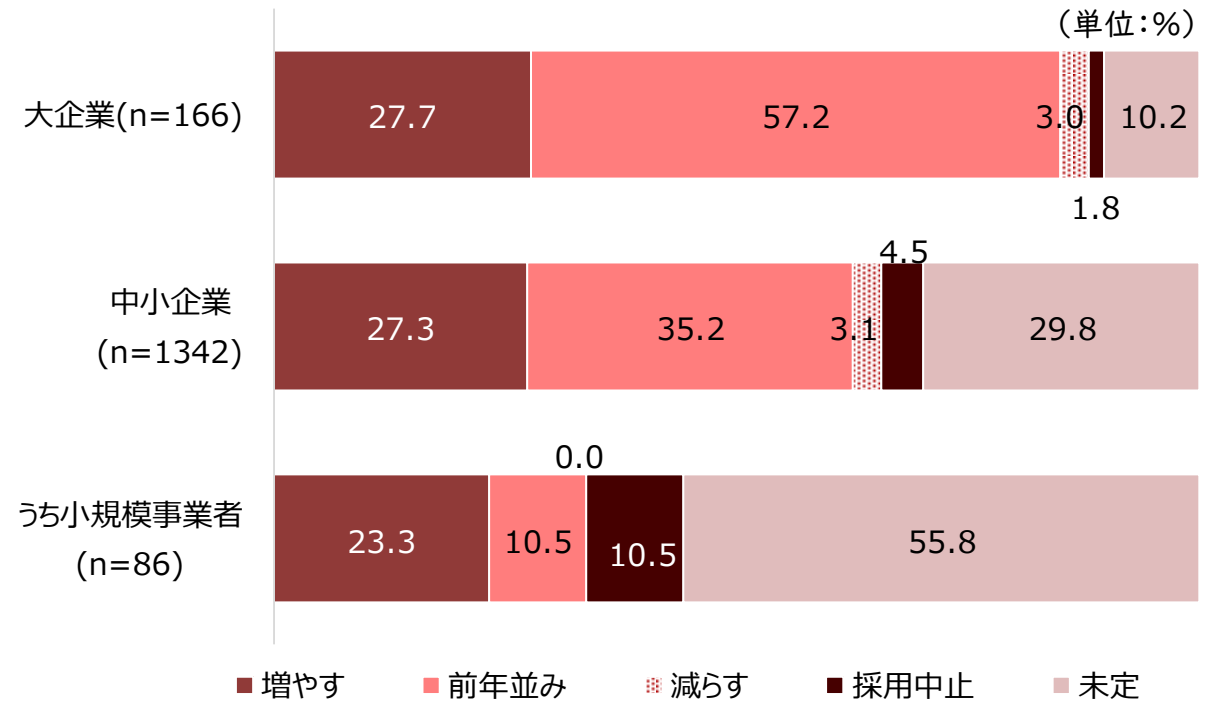
《2022年度の採用予定（新卒採用のみ2023年4月採用予定）》

※各採用形態について、もともと採用予定のない企業は集計から除く

【採用形態別】



【規模別の新卒採用予定】



Ⅲ-5 採用予定②

【新卒採用に意欲的であるのは、人手不足感の強い業種や、コロナ禍以降に業績が悪化し従業者数が減少した業種】

- ◆新卒採用を「増やす」予定の企業が多い業種は、人手不足感の強い「建設業(38.2%)」、「情報通信業(36.6%)」などであり、加えて、コロナ禍以降に業績悪化が顕著で従業者数が減少した「飲食サービス業(37.1%)」、「生活関連サービス業、娯楽業(30.4%)」も、採用に意欲的である
- ◆分野別では、「情報・通信機器・サービス(40.0%)」、「理美容・化粧品、美容サービス(34.1%)」、「外食(33.8%)」などが新卒採用に意欲的である。

《2022年度の採用予定（新卒採用のみ2023年4月採用予定）》

※新卒採用予定がもともとない企業は集計から除く

【業種別の新卒採用予定】

| 「増やす」の上位5業種 | (単位：%) |
|-----------------------|--------|
| 建設業(n=178) | 38.2 |
| 飲食サービス業(n=62) | 37.1 |
| 情報通信業(n=71) | 36.6 |
| 学術研究、専門・技術サービス業(n=69) | 33.3 |
| 生活関連サービス業、娯楽業(n=46) | 30.4 |

| 「減らす」+「採用中止」の上位5業種 | (単位：%) |
|---------------------|--------|
| 生活関連サービス業、娯楽業(n=46) | 17.4 |
| 教育、学習支援業(n=15) | 13.3 |
| 情報通信業(n=71) | 9.9 |
| 医療、福祉(n=117) | 9.4 |
| 小売業(n=124) | 8.9 |

※サンプル数が10未満は対象外。

【分野別の新卒採用予定】

| 「増やす」の上位5分野 | (単位：%) |
|----------------------------|--------|
| 情報・通信機器・サービス(n=55) | 40.0 |
| 理美容・化粧品、美容サービス(n=44) | 34.1 |
| 外食(n=77) | 33.8 |
| 産業用・民生用機械、電気機器等の耐久財(n=141) | 31.2 |
| 住宅、住宅設備、オフィスビル・テナント(n=191) | 30.4 |

| 「減らす」+「採用中止」の上位5分野 | (単位：%) |
|--------------------------|--------|
| 理美容・化粧品、美容サービス(n=44) | 18.2 |
| イベント、冠婚葬祭(n=25) | 16.0 |
| 学校・教育、学生向け商品・サービス等(n=21) | 14.3 |
| 医療、医薬、医療機器、ヘルスケア(n=99) | 13.1 |
| 情報・通信機器・サービス(n=55) | 9.1 |

Ⅲ-6 採用予定と人手不足感、業績予測の関係

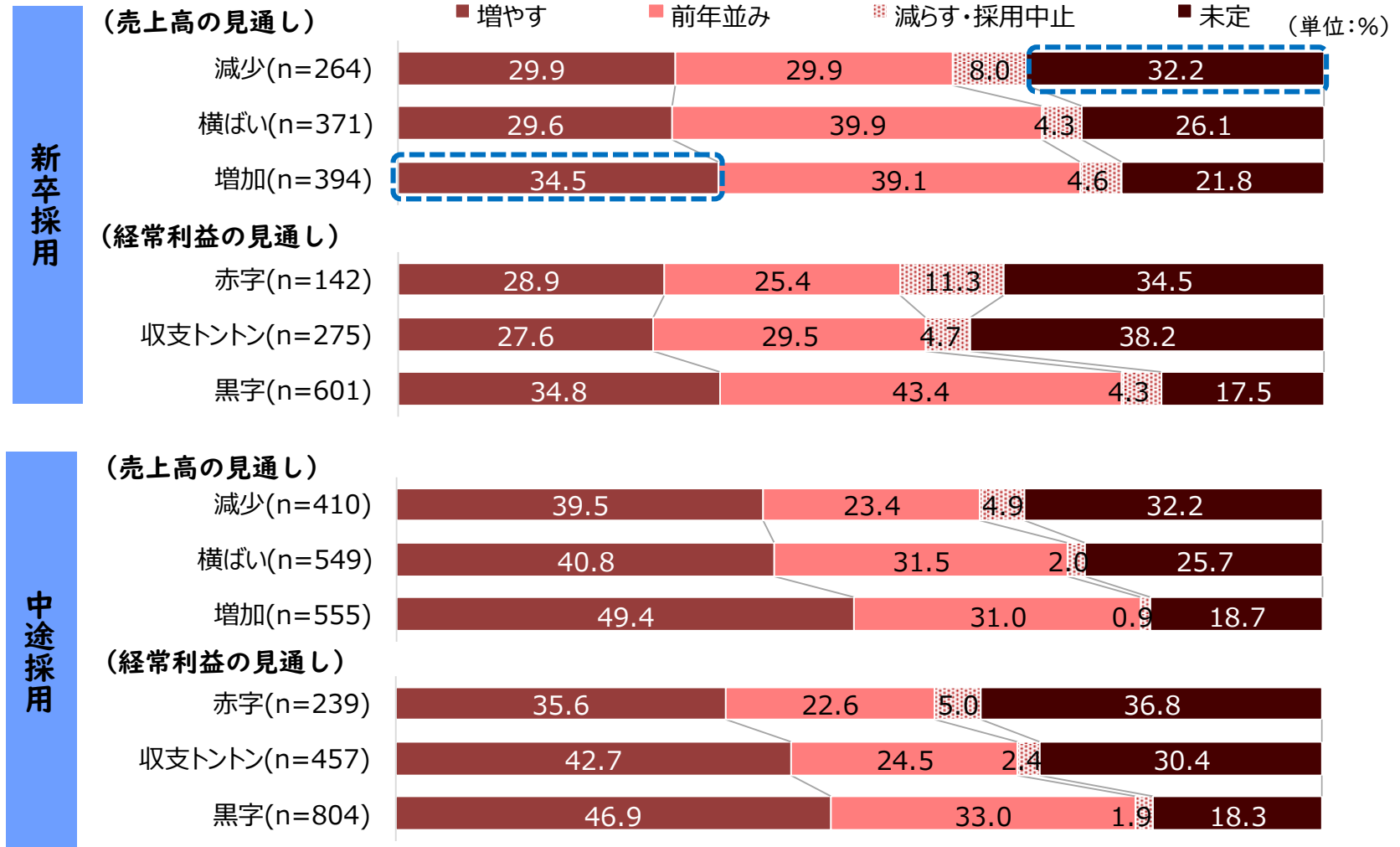
【人手不足感が強い企業ほど、採用に意欲的であるが、不足感が強いが業績の見通しが暗い企業では採用について決めかねている企業が多くなる】

- ◆ 正規（新卒・中途）の採用を「増やす」企業では、人材不足DIが80超と人手不足感が強く、逆に「減らす・採用中止」企業の人手不足感は相対的に低い
- ◆ 人材が不足する企業のなかでも、業績見通しが明るい企業の方が採用意欲は高く、逆に見通しが暗い企業では、採用を「未定」とする企業が多い

【正規（新卒・中途）の採用意向別の人材不足DI】

| | 新卒採用 | 中途採用 |
|----------|------|------|
| 増やす | 83.8 | 87.6 |
| 前年並み | 67.3 | 69.5 |
| 減らす・採用中止 | 37.4 | 29.2 |
| 未定 | 63.1 | 55.6 |

【人手不足企業（※）の業績見通し別の採用意向】 ※人材の過不足感で「不足」と回答した企業



Ⅲ-7 雇用関連助成金の活用状況

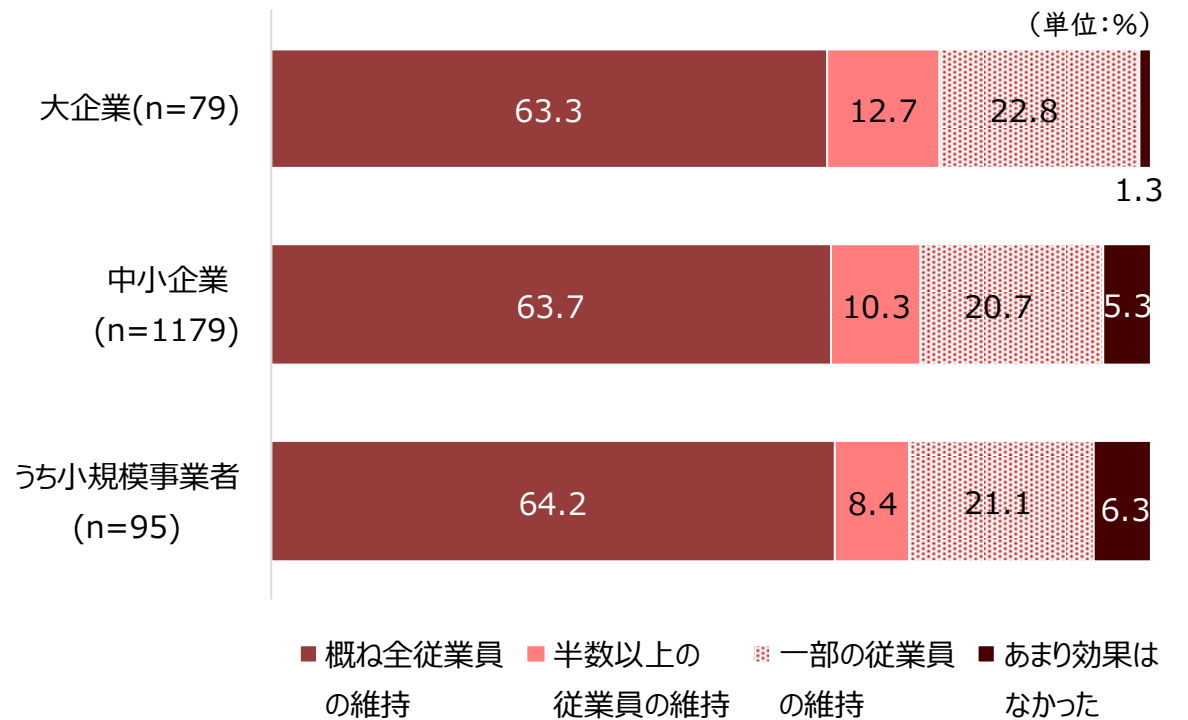
【雇用関連の助成金では、雇用調整助成金の活用が最も多く、活用した企業の6割超が全従業員の雇用維持に効果があったと考えている】

- ◆雇用関連助成金のうち「雇用調整助成金」を活用する企業が、大企業（45.1%）、中小企業（40.9%）、小規模事業者（18.3%）のいずれの規模でも最も多い
- ◆雇用調整助成金及び緊急雇用安定助成金の活用効果として、いずれの企業規模においても6割超が「概ね全従業員の維持」に役立ったと考えている

【雇用関連助成金の活用状況（企業規模別）】

| | (単位:%) | | |
|--------------------------|----------------|------------------|---------------------|
| | 大企業 (n=175) | 中小企業 (n=2838) | うち小規模事業者 (n=514) |
| 雇用調整助成金 | 45.1 | 40.9 | 18.3 |
| 緊急雇用安定助成金 | 9.7 | 8.9 | 4.1 |
| 小学校休業等対応助成金 | 24.0 | 16.3 | 3.7 |
| 人材確保等支援助成金 (テレワークコース) | 1.7 | 1.2 | 0.0 |
| 大阪府雇用促進支援金 | 6.3 | 7.4 | 4.5 |
| その他 | 2.3 | 2.3 | 2.3 |
| 活用したものはなし | 45.1 | 46.5 | 74.7 |

【雇用調整助成金・緊急雇用安定助成金の活用効果（企業規模別）】



IV 働き方改革等の取組み

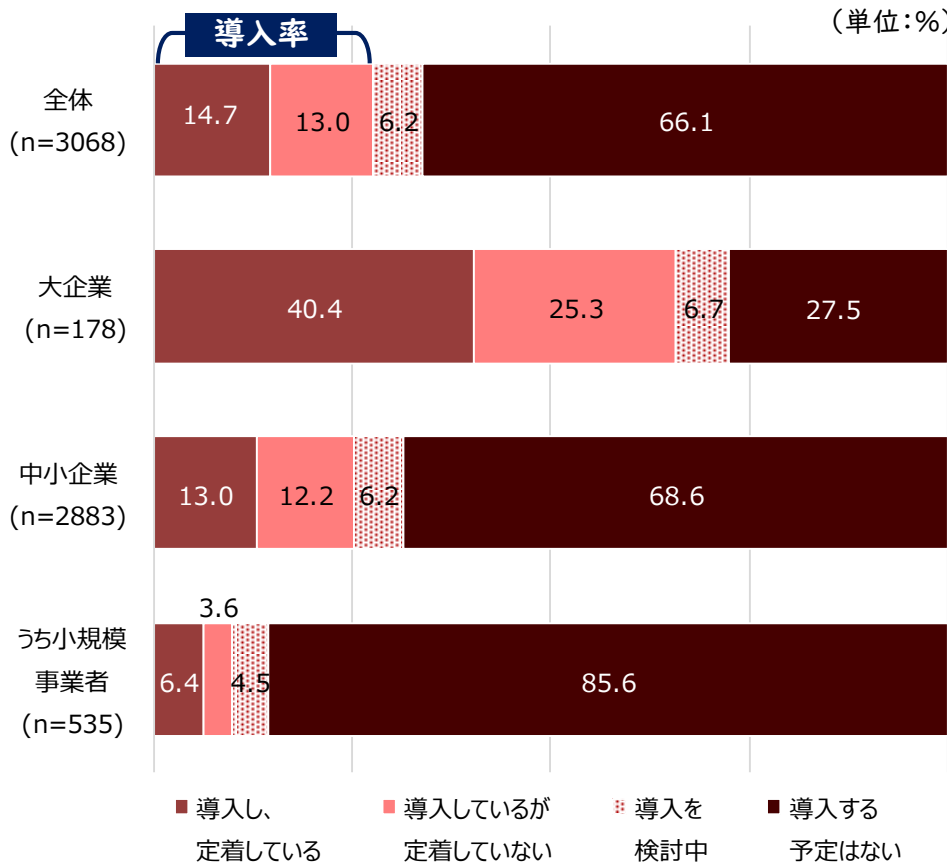
IV-1 テレワークの導入・定着状況

【テレワークの導入は、小規模な企業や対人サービスが中心となる業種で遅れが目立つ】

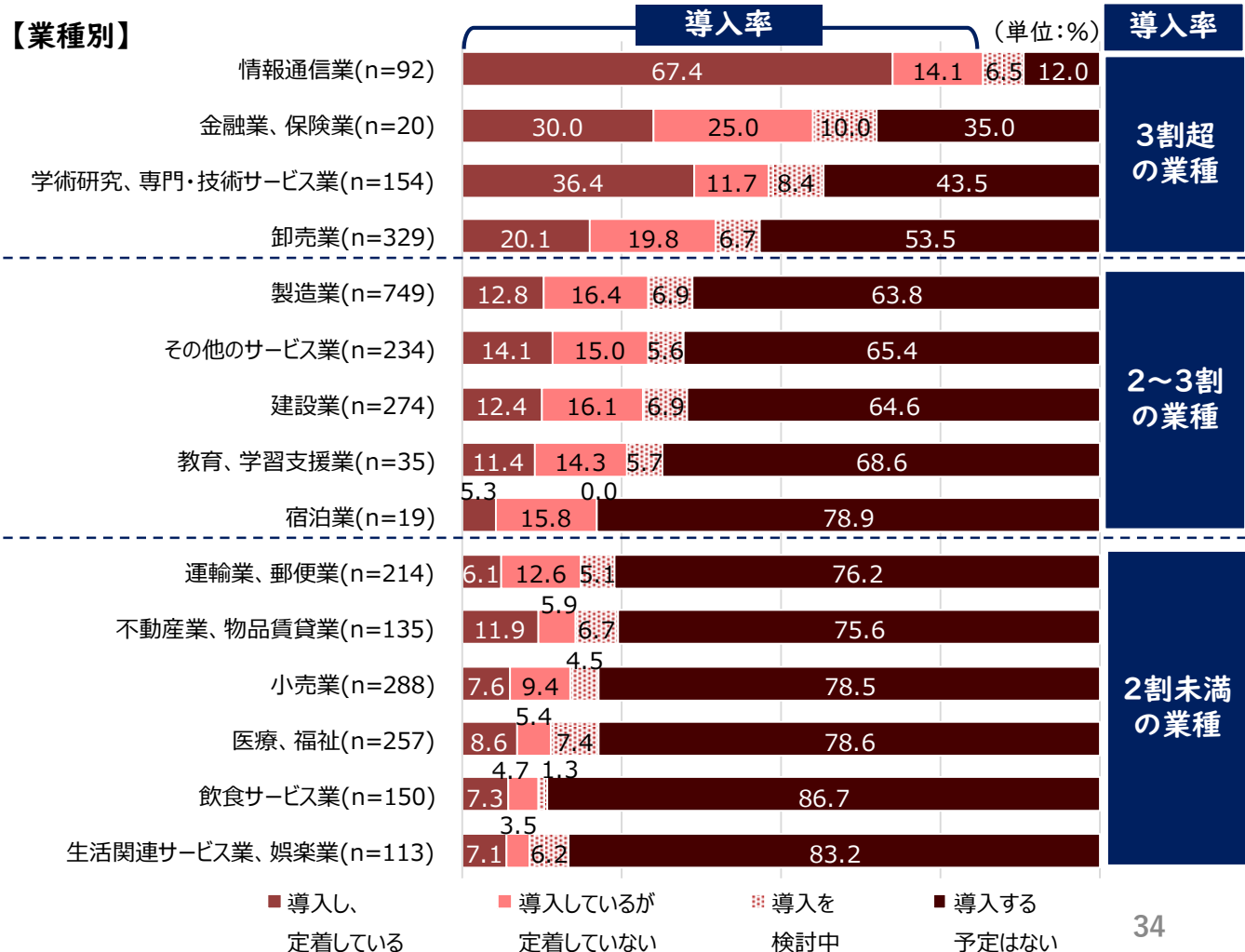
- ◆府内企業のうち、テレワークを導入する企業は27.7%で、そのうち半数程度ではテレワークが定着している
- ◆企業規模別のテレワーク導入率は、大企業（65.7%）に比べ中小企業（25.2%）、小規模事業者（10.0%）と規模が大きくなるほど高く、定着率も同様の傾向
- ◆業種別のテレワーク導入率は、「情報通信業（81.5%）」、「金融業、保険業（55.0%）」、「学術研究、専門・技術サービス業（48.1%）」、「卸売業（39.9%）」が上位となる一方で、「生活関連サービス業（10.6%）」、「飲食サービス業（12.0%）」、「医療、福祉（14.0%）」、「小売業（17.0%）」が進んでいない

《テレワークの導入・定着状況》

【全体・企業規模別】



【業種別】



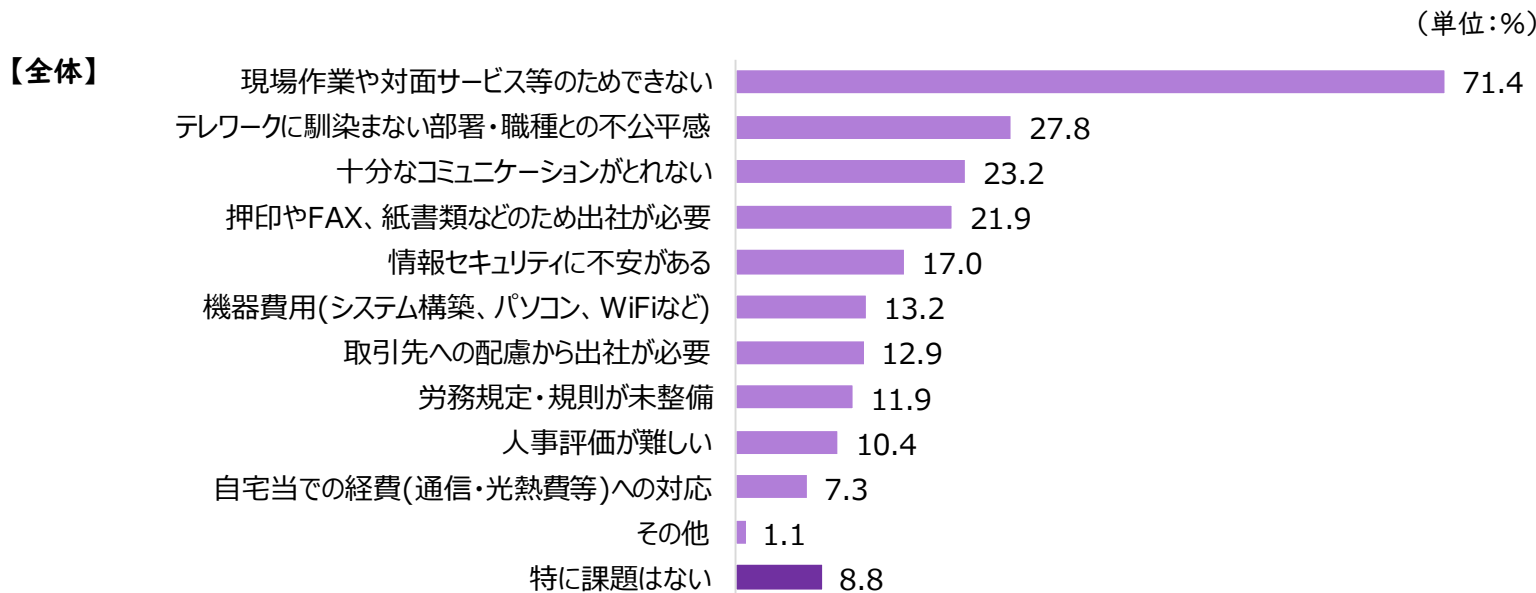
IV-2 テレワーク導入・定着の課題

【テレワーク導入・定着の最大の課題は、仕事に馴染まないことであるが、既に定着している企業の課題はコミュニケーションや部署間の不公平感】

◆テレワーク導入・定着の課題は、「現場作業や対面サービス等のためできない(71.4%)」が突出して多く、仕事内容がテレワークに馴染まないことを課題とする企業が、企業規模や導入率の高低の違いに関係なく多い

◆テレワークが定着している企業では、コミュニケーションがとれないことや、部署・職種間の不公平感、FAX等のため出社が必要な業務が課題の上位となっている

《テレワークの導入・定着の課題》



【導入・定着状況別(上位3位)】

(単位:%)

| 導入状況 | 課題 | 回答率 | 導入状況 | 課題 | 回答率 |
|----------------|---------------------------|------|-----------|---------------------------|------|
| 導入し、定着している | 1位 十分なコミュニケーションがとれない | 38.6 | 導入を検討中 | 1位 現場作業や対面サービス等のためできない | 65.1 |
| | 2位 テレワークに馴染まない部署・職種との不公平感 | 37.9 | | 2位 テレワークに馴染まない部署・職種との不公平感 | 44.4 |
| | 3位 押印やFAX、紙書類などのため出社が必要 | 33.6 | | 3位 押印やFAX、紙書類などのため出社が必要 | 36.5 |
| 導入しているが定着していない | 1位 現場作業や対面サービス等のためできない | 72.5 | 導入する予定はない | 1位 現場作業や対面サービス等のためできない | 81.2 |
| | 2位 テレワークに馴染まない部署・職種との不公平感 | 54.7 | | 2位 テレワークに馴染まない部署・職種との不公平感 | 18.2 |
| | 3位 押印やFAX、紙書類などのため出社が必要 | 38.3 | | 3位 十分なコミュニケーションがとれない | 15.6 |

【企業規模別(上位3位)】

(単位:%)

| 企業規模 | 順位 | 課題 | 回答率 |
|---------------------|----|------------------------|------|
| 大企業 (n=178) | 1位 | 現場作業や対面サービス等のためできない | 66.9 |
| | 2位 | テレワークに馴染まない部署・職種との不公平感 | 50.6 |
| | 3位 | 押印やFAX、紙書類などのため出社が必要 | 38.8 |
| 中小企業 (n=2783) | 1位 | 現場作業や対面サービス等のためできない | 71.6 |
| | 2位 | テレワークに馴染まない部署・職種との不公平感 | 26.3 |
| | 3位 | 十分なコミュニケーションがとれない | 22.2 |
| うち小規模事業者 (n=497) | 1位 | 現場作業や対面サービス等のためできない | 64.4 |
| | 2位 | 押印やFAX、紙書類などのため出社が必要 | 12.5 |
| | 3位 | 十分なコミュニケーションがとれない | 11.7 |

【導入率による業種グループ別(上位3位)】

(単位:%)

| 業種グループ | 順位 | 課題 | 回答率 |
|-------------------|----|------------------------|------|
| 3割超 (n=589) | 1位 | 現場作業や対面サービス等のためできない | 48.9 |
| | 2位 | 十分なコミュニケーションがとれない | 38.7 |
| | 3位 | テレワークに馴染まない部署・職種との不公平感 | 36.8 |
| 2割~3割 (n=1286) | 1位 | 現場作業や対面サービス等のためできない | 77.6 |
| | 2位 | テレワークに馴染まない部署・職種との不公平感 | 32.7 |
| | 3位 | 押印やFAX、紙書類などのため出社が必要 | 24.3 |
| 2割未満 (n=1087) | 1位 | 現場作業や対面サービス等のためできない | 76.1 |
| | 2位 | テレワークに馴染まない部署・職種との不公平感 | 17.1 |
| | 3位 | 押印やFAX、紙書類などのため出社が必要 | 14.7 |

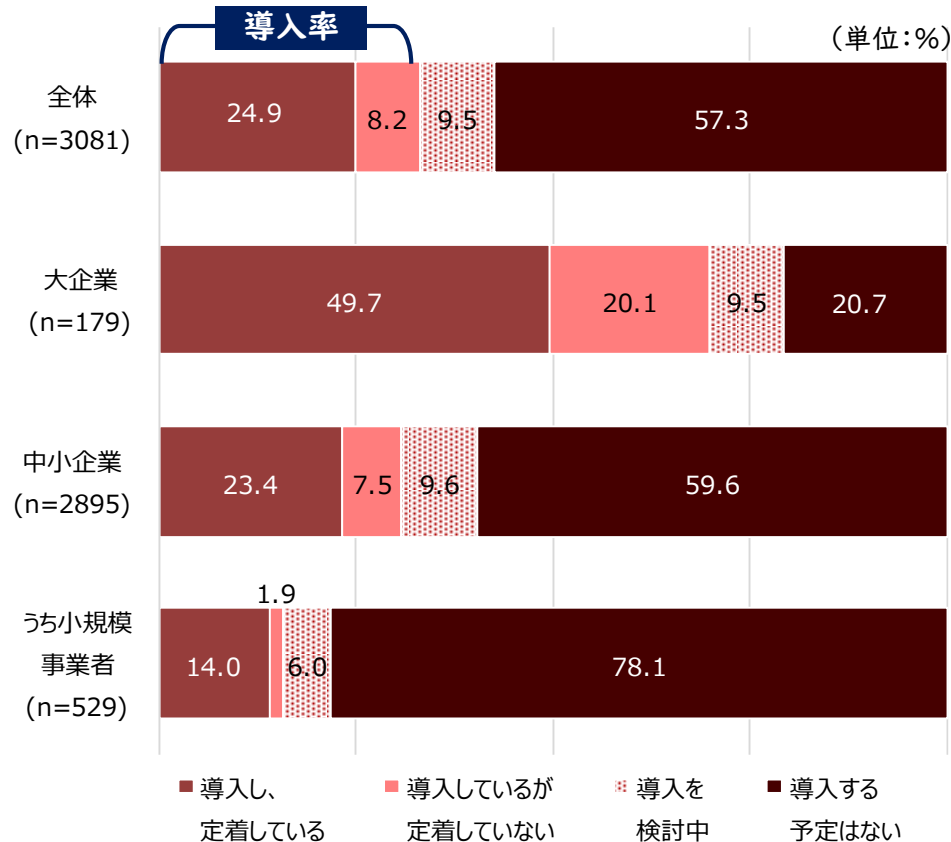
IV-3 フレックスタイム制度・時差出勤等の導入・定着状況

【柔軟な勤務形態は、府内企業の約3分の1が導入しており、4分の1で既に定着している】

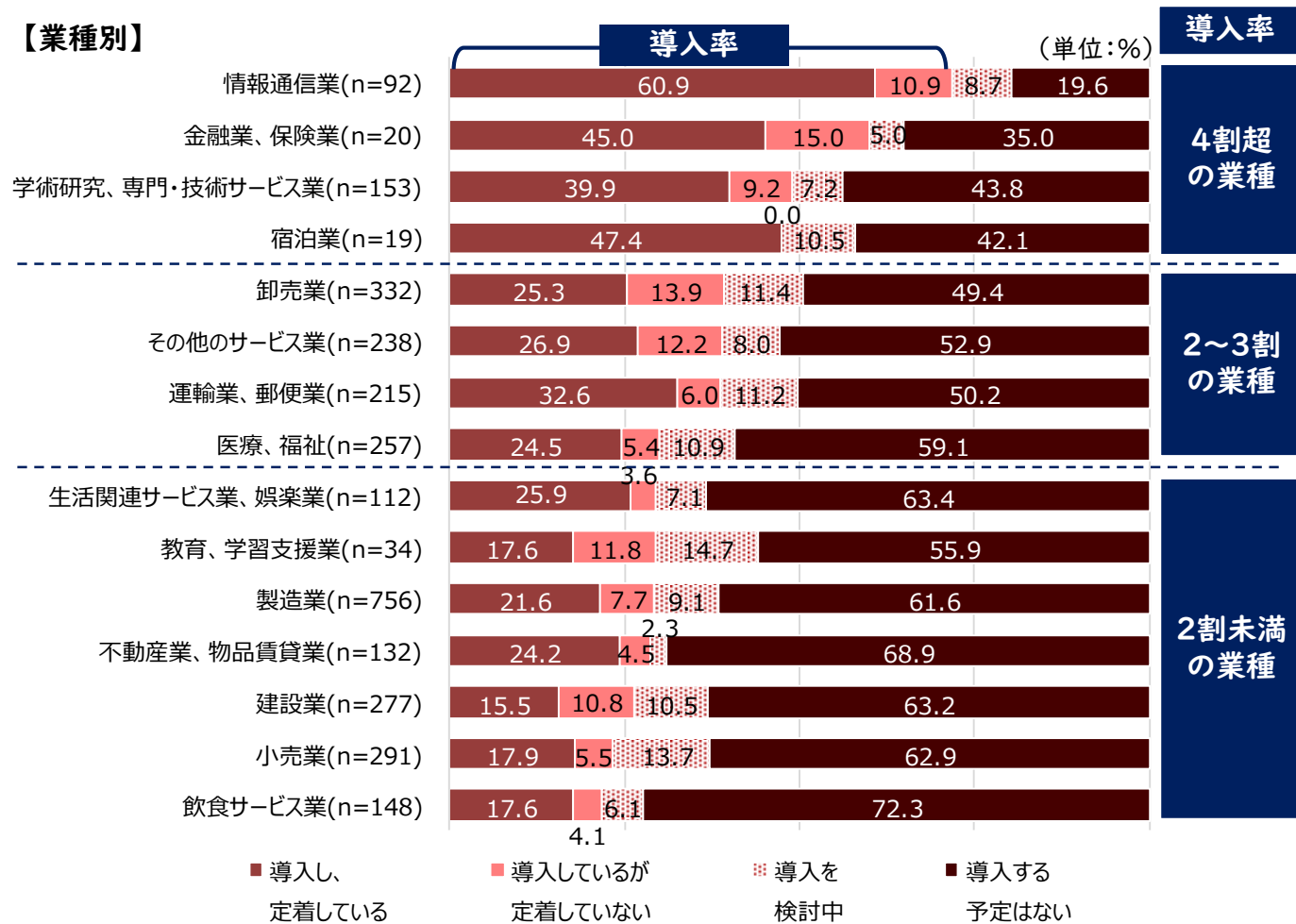
- ◆府内企業のうち、フレックスタイム制度や時差出勤といった柔軟な勤務形態を導入している企業は33.1%であり、24.9%の企業では既に定着している
- ◆企業規模別では、大企業の約7割は柔軟な勤務形態を導入しており、約5割で既に定着しているが、中小企業では導入が約3割と規模による差がみられる
- ◆業種別では、「情報通信業(71.8%)」、「金融業、保険業(60.0%)」、「学術研究、専門・技術サービス業(49.1%)」とテレワーク導入率の高い業種で、柔軟な勤務形態が導入されている。

《フレックスタイム制度・時差出勤等の導入・定着状況》

【全体・企業規模別】



【業種別】



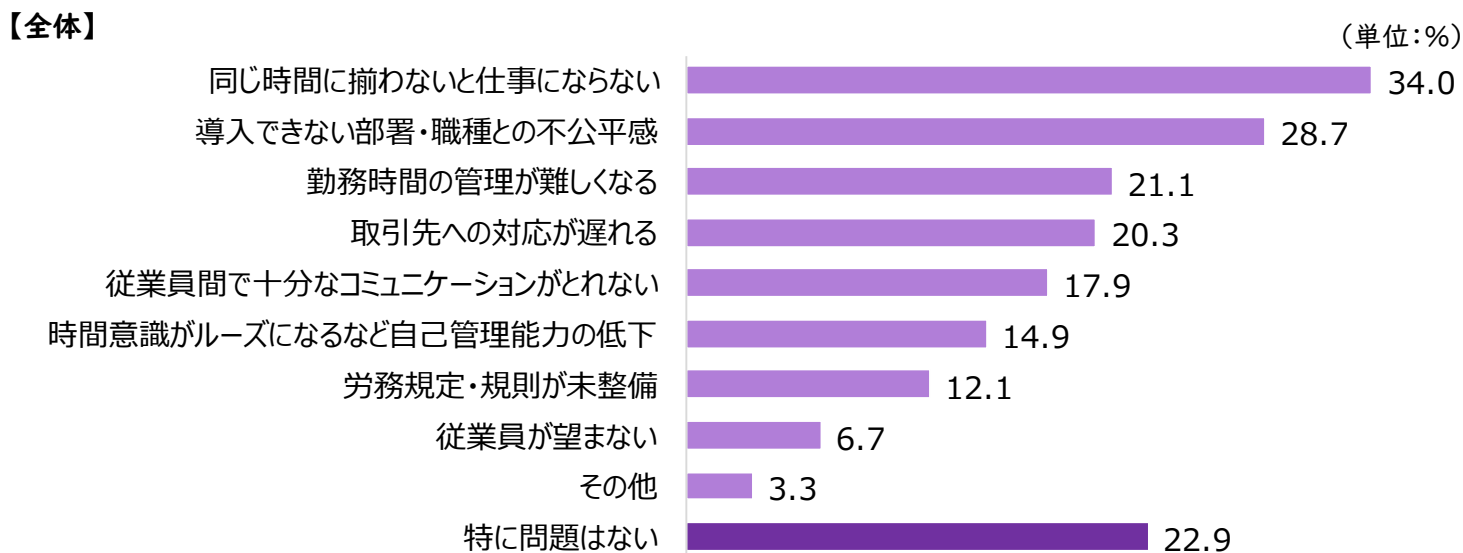
IV-4 柔軟な勤務形態の導入・定着の課題

【柔軟な勤務形態の導入を検討する企業や導入後の定着を目指す企業は、部署間の不公平感や勤務時間の管理を課題と認識】

◆ 柔軟な勤務形態の導入・定着の課題は、「同じ時間に揃わないと仕事にならない(34.0%)」、「導入できない部署・職種との不公平感(28.7%)」、「勤務時間の管理が難しくなる(21.1%)」「取引先への対応が遅れる(20.3%)」を挙げる企業が多い反面、2割超の企業は「特に問題はない(22.9%)」と考えている

◆ 柔軟な勤務形態が既に定着している企業の半数近くは「特に問題はない(47.6%)」と考えているが、定着していない企業や導入を検討する企業では、部署間の不公平感や勤務時間の管理に課題が課題と認識する企業が多い

《フレックスタイム制度・時差出勤等の柔軟な勤務形態の導入・定着の課題》



【導入・定着状況別（上位3位）】

| 導入状況 | 課題 | 回答率 |
|----------------|---------------------------|------|
| 導入し、定着している | 1位 特に問題はない | 47.6 |
| | 2位 導入できない部署・職種との不公平感 | 22.6 |
| | 3位 勤務時間の管理が難しくなる | 16.8 |
| 導入しているが定着していない | 1位 導入できない部署・職種との不公平感 | 50.0 |
| | 2位 従業員間で十分なコミュニケーションがとれない | 29.6 |
| | 3位 勤務時間の管理が難しくなる | 28.8 |
| 導入を検討中 | 1位 導入できない部署・職種との不公平感 | 43.0 |
| | 2位 同じ時間に揃わないと仕事にならない | 28.9 |
| | 3位 勤務時間の管理が難しくなる | 28.2 |
| 導入する予定はない | 1位 同じ時間に揃わないと仕事にならない | 48.4 |
| | 2位 導入できない部署・職種との不公平感 | 25.8 |
| | 3位 取引先への対応が遅れる | 23.8 |

【企業規模別（上位3位）】 (単位:%)

| 企業規模 | 順位 | 課題 | 回答率 |
|---------------------|----|-------------------|------|
| 大企業 (n=177) | 1位 | 導入できない部署・職種との不公平感 | 45.2 |
| | 2位 | 勤務時間の管理が難しくなる | 27.1 |
| | 3位 | 特に問題はない | 23.2 |
| 中小企業 (n=2782) | 1位 | 同じ時間に揃わないと仕事にならない | 35.2 |
| | 2位 | 導入できない部署・職種との不公平感 | 27.5 |
| | 3位 | 特に問題はない | 22.9 |
| うち小規模事業者 (n=500) | 1位 | 特に問題はない | 38.0 |
| | 2位 | 同じ時間に揃わないと仕事にならない | 36.8 |
| | 3位 | 取引先への対応が遅れる | 18.6 |

【導入率による業種グループ別（上位3位）】 (単位:%)

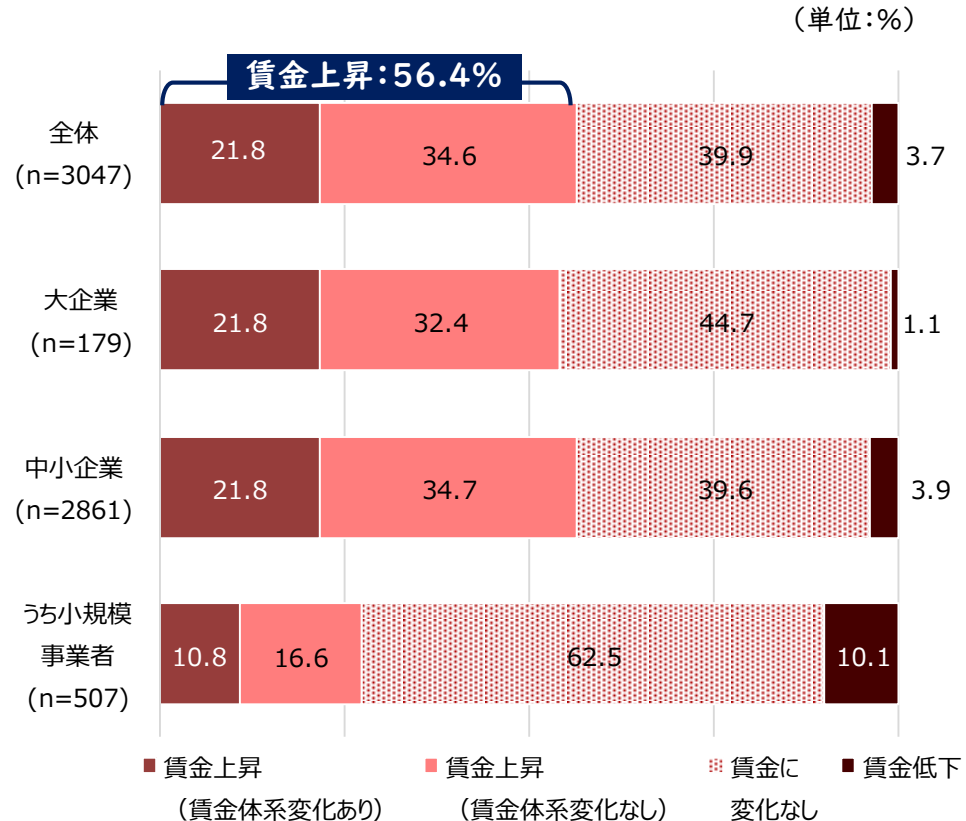
| 業種グループ | 順位 | 課題 | 回答率 |
|------------------|----|------------------------|------|
| 4割超 (n=278) | 1位 | 特に問題はない | 36.3 |
| | 2位 | 時間意識がルーズになるなど自己管理能力の低下 | 21.9 |
| | 3位 | 導入できない部署・職種との不公平感 | 20.9 |
| 3～4割 (n=997) | 1位 | 導入できない部署・職種との不公平感 | 29.7 |
| | 2位 | 同じ時間に揃わないと仕事にならない | 29.2 |
| | 3位 | 勤務時間の管理が難しくなる | 24.7 |
| 2割未満 (n=1685) | 1位 | 同じ時間に揃わないと仕事にならない | 40.5 |
| | 2位 | 導入できない部署・職種との不公平感 | 29.3 |
| | 3位 | 特に問題はない | 21.8 |

IV-5 賃金水準・体系の変化

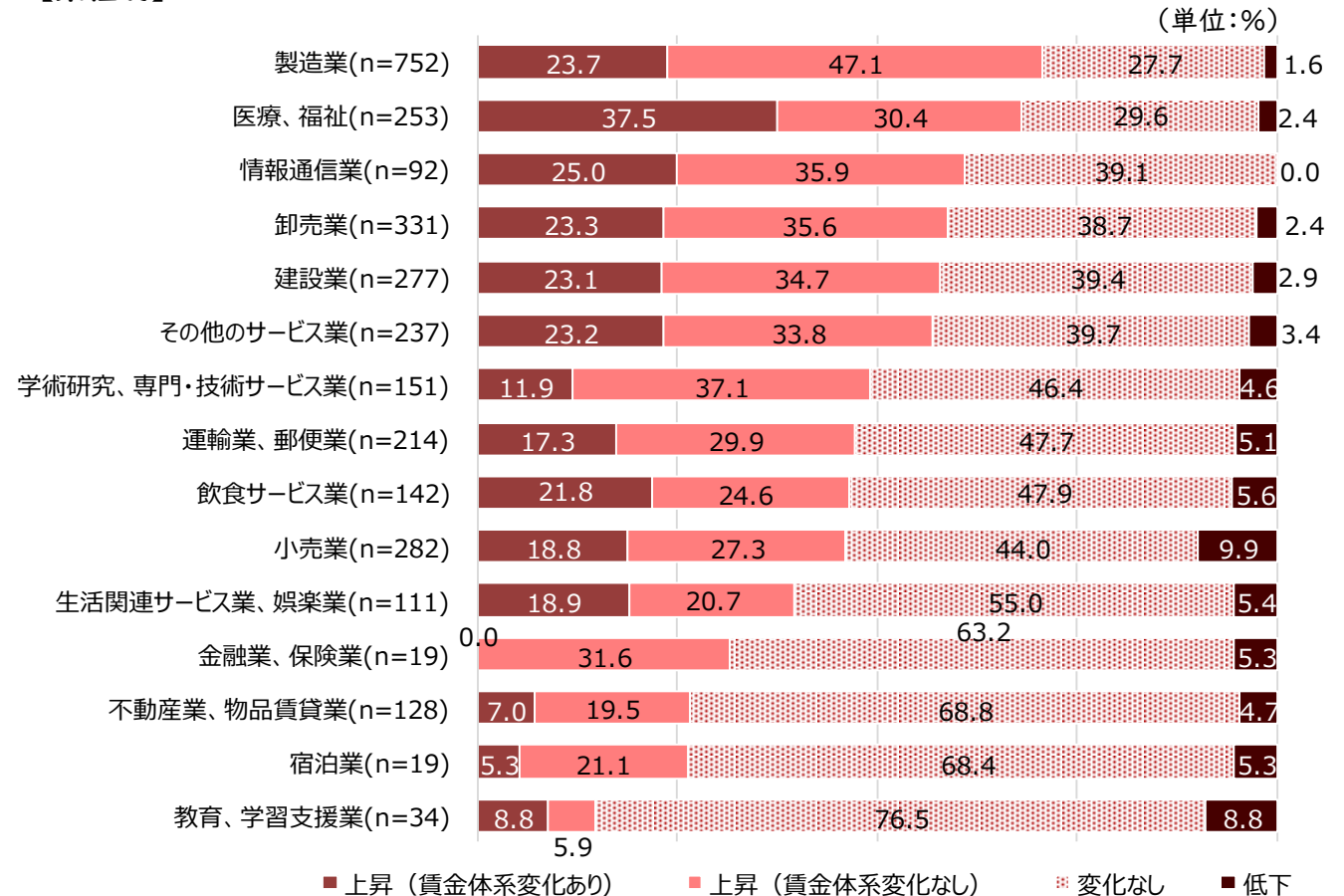
【府内企業の半数以上が、コロナ禍以前に比べ賃金が上昇しており、その割合は中小企業が大企業を上回っている】

- ◆ 2019年以降に賃金が上昇した府内企業は56.4%であり、賃金体系を見直したうえで賃金が上昇した企業は21.8%であった
- ◆ 企業規模別では、賃金が上昇した企業の割合は、中小企業（56.5%）が大企業（54.2%）をわずかに上回っている
- ◆ 業種別の賃金上昇企業の割合では、「製造業（70.7%）」、「医療、福祉（68.0%）」、「情報通信業（60.9%）」が比較的高い一方で、コロナ後の業績悪化が顕著であった「教育、学習支援業（14.7%）」や「宿泊業（26.3%）」では低い水準になっている

【2019年以降の賃金の変化（全体・企業規模別）】



【業種別】



IV-6 社外研修の実施と従業員への支援

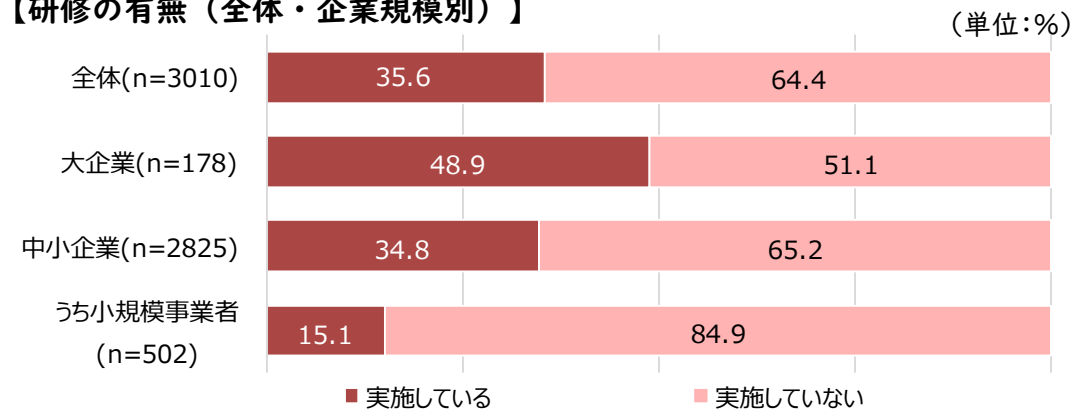
【府内企業の約3分の2は、業務に直結する社外研修を実施しており、従業員向けに費用負担などの支援を実施する企業も多い】

◆業務に直結した内容の社外研修を導入する企業は、大企業で48.9%、中小企業で34.8%。小規模事業者では15.1%と規模が大きくなるほど積極的であり、導入企業が従業員向けに実施する支援では、「費用負担」が最も多く、続いて「勤務時間の融通」、「賃金等処遇への反映」が挙げられている

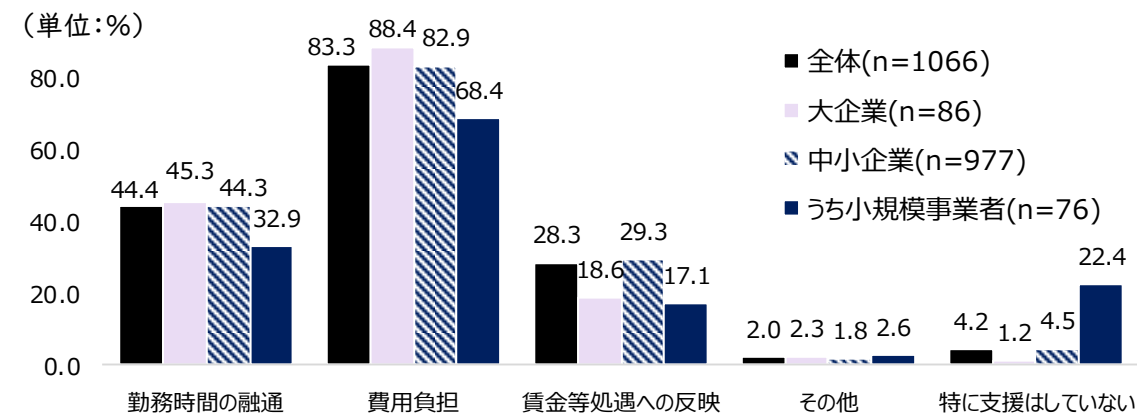
◆業務には直結しない内容の社外研修を導入する企業は、業務に直結する場合に比べ少なく、導入する企業が従業員向けに実施する支援も業務に直結する場合に比べて少なくなる

《業務に直結する社外研修の場合》

【研修の有無（全体・企業規模別）】

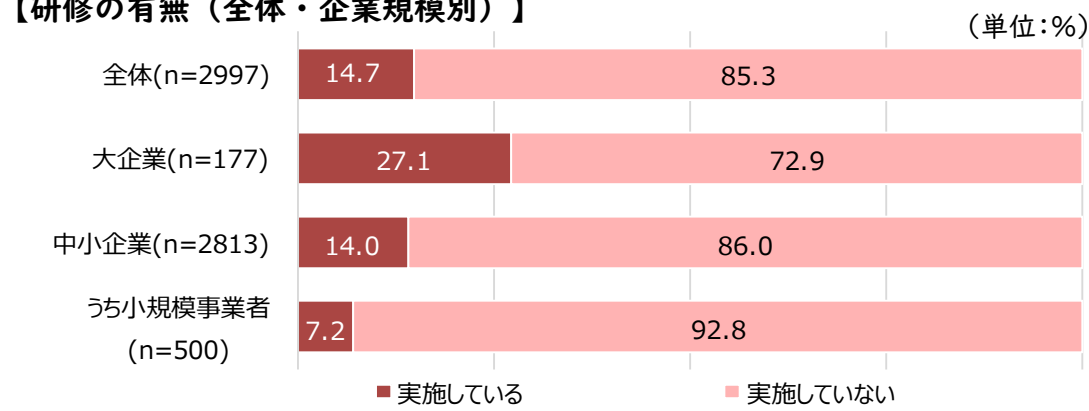


【従業員向けに実施する支援（全体・企業規模別）】

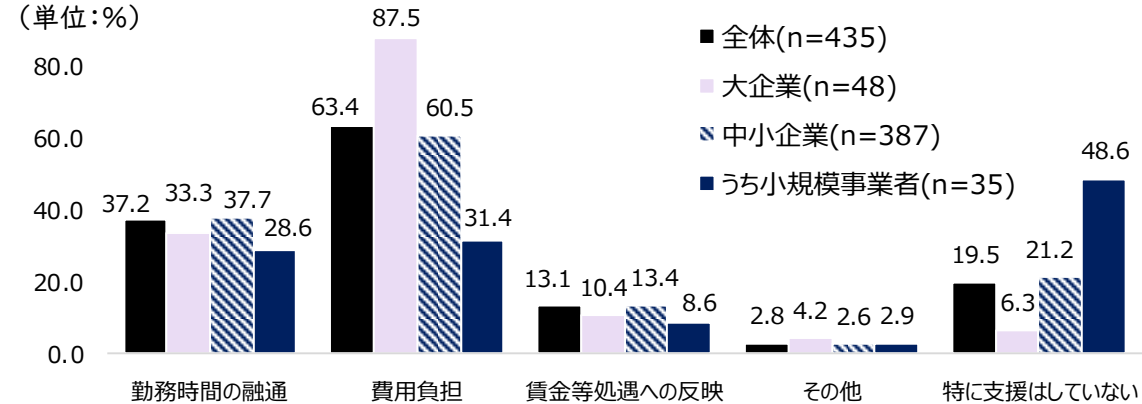


《業務に直結しない社外研修の場合》

【研修の有無（全体・企業規模別）】



【従業員向けに実施する支援（全体・企業規模別）】



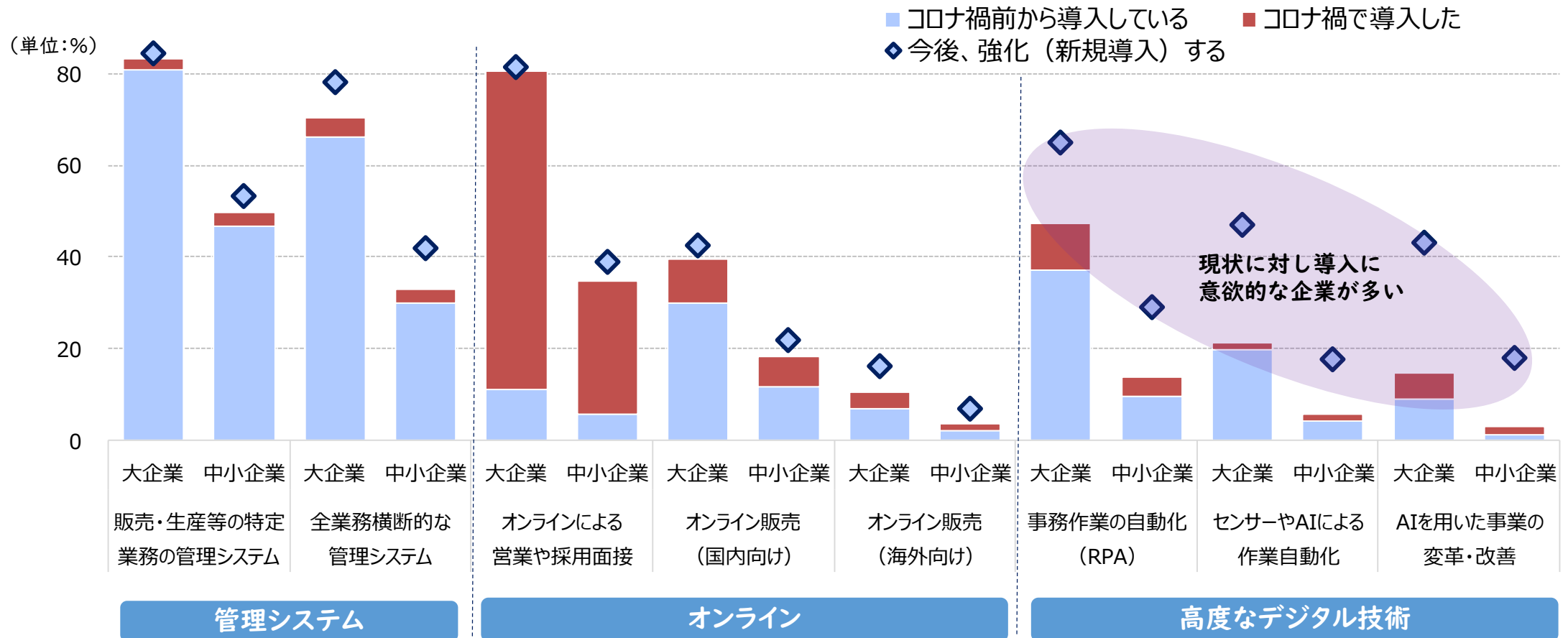
V デジタル化の取組み

V-1 デジタル技術の導入状況

【中小企業は、大企業に比べてデジタル技術導入が遅れがみられるが、高度なデジタル技術の導入に意欲を示す中小企業は少なくない】

- ◆大企業では、特定業務の管理システムは8割超、業務横断的なシステムは約7割が導入済みであるが、中小企業では、それぞれ5割と3割と導入が遅れている
- ◆オンラインによる営業や採用面接は、大企業、中小企業ともにコロナ禍において急速に導入が進んだ
- ◆RPAやAIなどの高度なデジタル技術の導入は、現状では大企業でもあまり進んでいないが、現状の水準に比べ今後の強化や新規導入については、大企業、中小企業ともに導入意欲を示す企業が多く、今後の進展が期待できる

【デジタル技術導入の現状と今後（企業規模別）】



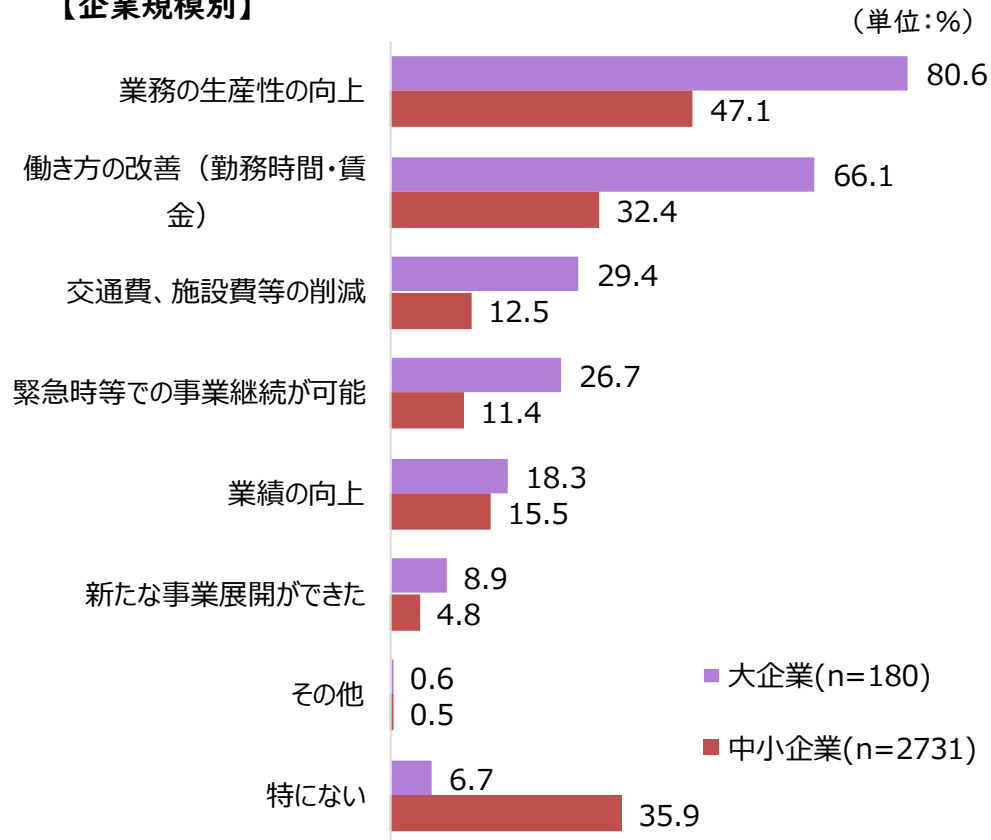
V-2 デジタル技術導入の効果

【デジタル化は生産性向上や働き方改革に効果があるとみられており、デジタル技術を幅広く導入する企業ほど効果を実感している】

- ◆ デジタル化による効果としては、大企業、中小企業ともに「業務の生産性の向上」、「働き方の改善」を挙げる企業が多いが、全体的に大企業の方が効果を感じている企業の割合が高く、中小企業では「特にない(35.9%)」とする企業が3分の1以上を占めている
- ◆ 前シートのデジタル技術の導入個数と効果の関係をみると、個数が多い企業ほど効果を感じている企業の割合が高くなり、逆に個数が少ないほど、「特にない」と回答する企業の割合が高くなることから、デジタル技術を幅広く活用する企業ほど効果を感じていると考えられる

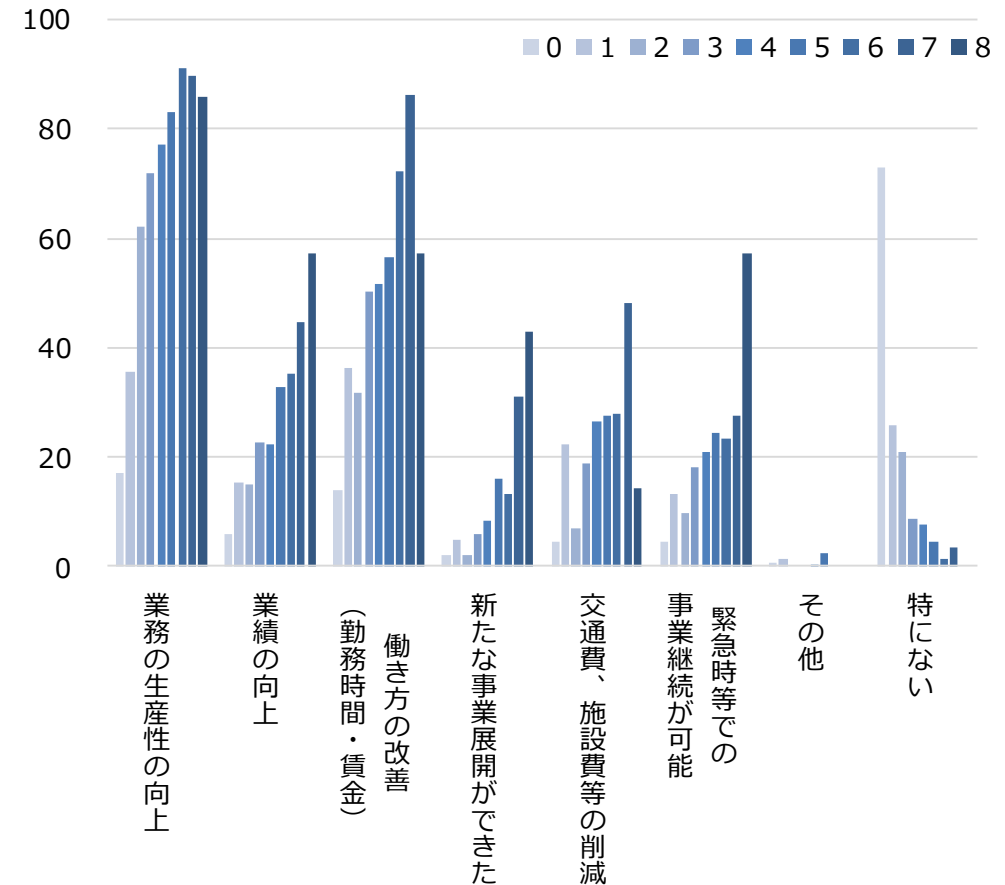
《デジタル化の効果》

【企業規模別】



【デジタル化の効果 (デジタル技術等の導入個数別)】

(単位:%) ※前ページのデジタル技術導入個数(最大8)別に効果を集計



V-3 IT研修の実施状況

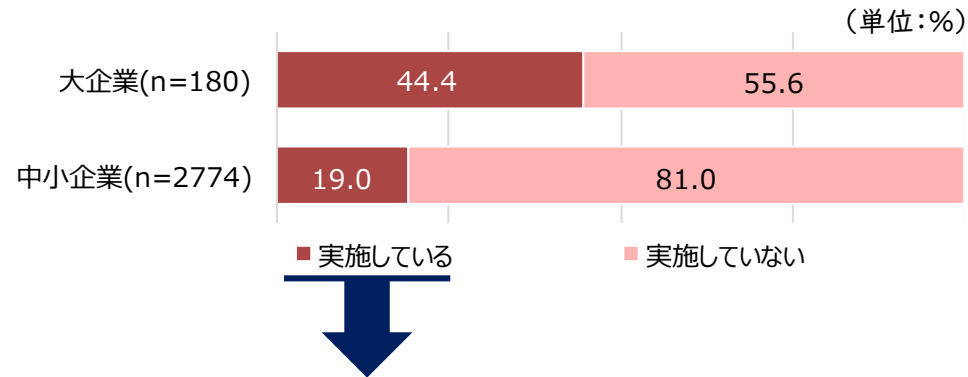
【IT研修を実施する企業は大企業で4割超、中小企業で2割以下であり、研修内容は日常的なシステム活用を目的としたものが多い】

◆IT研修を実施する企業は、大企業で44.4%、中小企業で19.0%

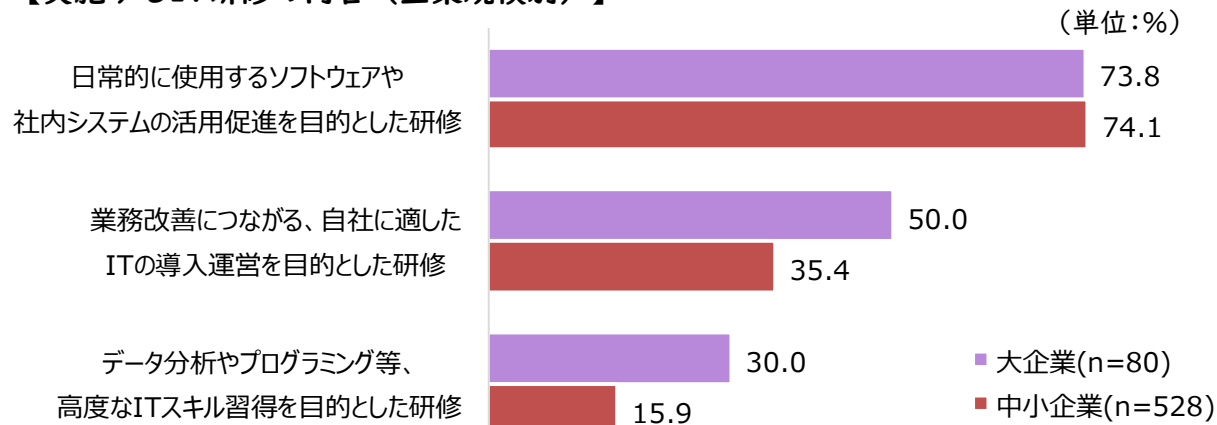
◆IT研修を実施する企業において、日常的に使用するシステム等の活用促進を目的とした研修は大企業、中小企業ともに7割超となっているが、ITによる業務改善を目的とした研修やプログラミング等の高度なITスキル習得を目的とした研修は、大企業の方が積極的に実施している。

◆デジタル技術導入の個数が多いほど、各種のIT研修を実施している傾向がある

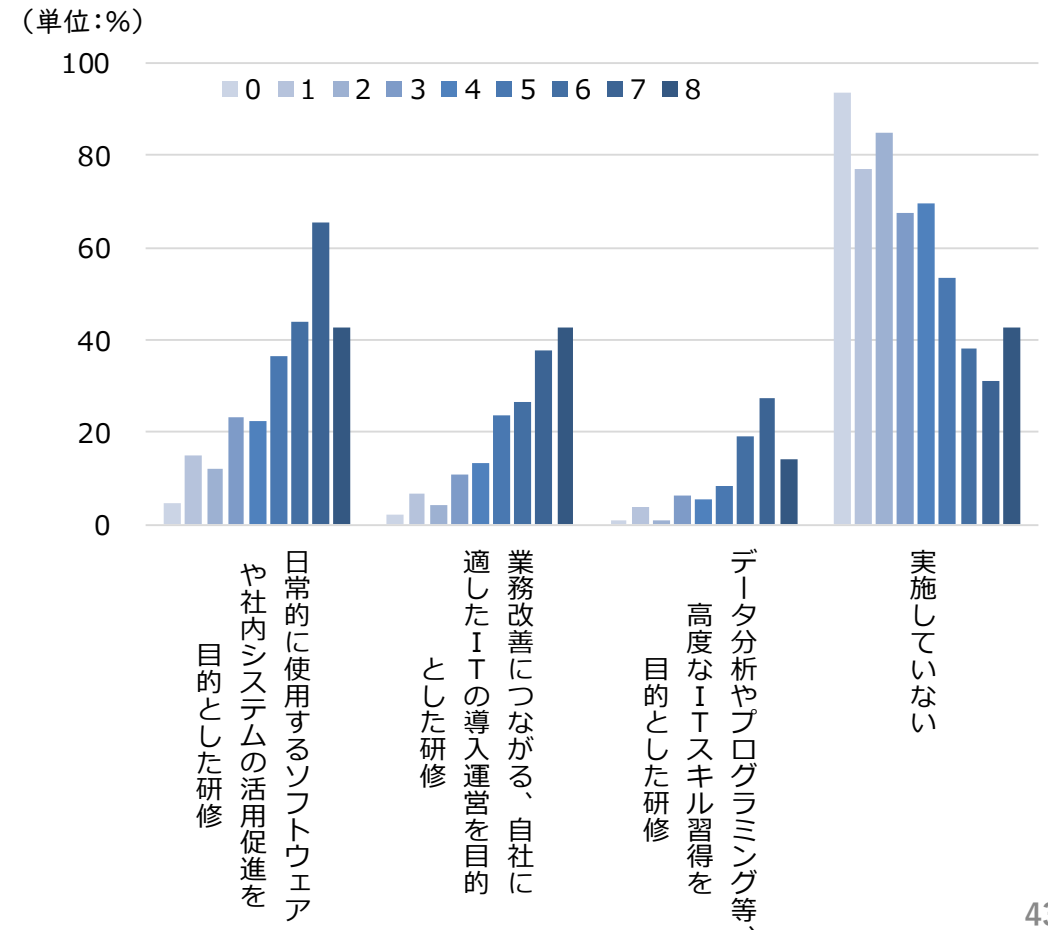
【IT研修の実施状況（企業規模別）】



【実施するIT研修の内容（企業規模別）】



【IT研修の実施状況（デジタル技術等の導入個数別）】



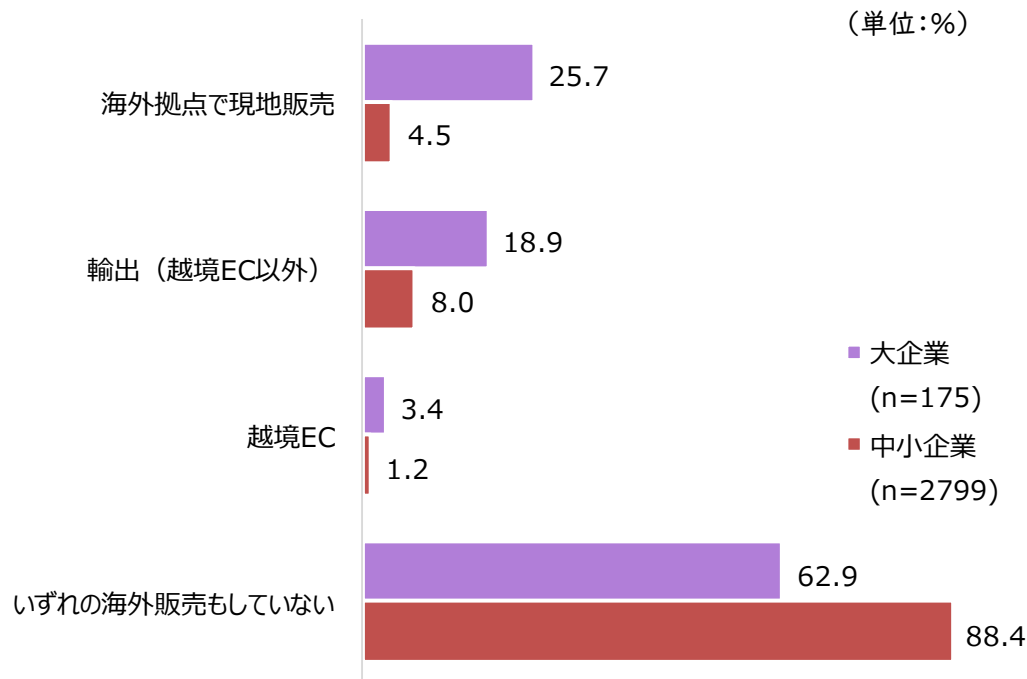
VI 海外販売・調達

VI-1 海外販売の実施状況と重視する国・地域

【海外販売を実施する企業では、大企業、中小企業ともに今後は、ASEANを重視する企業が多い】

- ◆海外販売を実施する企業は、大企業では海外拠点を置き現地で販売するケースが多いが、中小企業は輸出が多い
- ◆海外販売先として現在、最も重視する国・地域は、大企業では「中国(42.1%)」が最も多いが、中小企業では「ASEAN(37.4%)」が最も多い
- ◆海外販売先として、今後、最も重視する国・地域では、大企業、中小企業ともに最も多いのは「ASEAN」であり、次に「中国」とする企業が多い

【海外販売の実施状況（企業規模別）】



【海外販売実施企業の最も重視する国・地域の現状と今後（企業規模別）】

(単位:%)

| | 大企業 | | 中小企業 | |
|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 現在 (n=57) | 今後 (n=60) | 現在 (n=278) | 今後 (n=300) |
| 米国 | 8.8 | 8.3 | 12.9 | 13.0 |
| 欧州 | 7.0 | 8.3 | 9.4 | 9.3 |
| 中国 | 42.1 | 31.7 | 28.8 | 20.7 |
| ASEAN | 29.8 | 40.0 | 37.4 | 37.7 |
| インド | 0.0 | 1.7 | 0.4 | 4.7 |
| 中東 | 0.0 | 1.7 | 0.7 | 0.7 |
| アフリカ | — | 0.0 | — | 0.3 |
| その他海外 | 12.3 | 5.0 | 10.4 | 9.0 |
| 海外販売の予定はない | — | 3.3 | — | 4.7 |

※「アフリカ」、「海外販売の予定はない」は今後のみ

VI-2 海外販売の課題

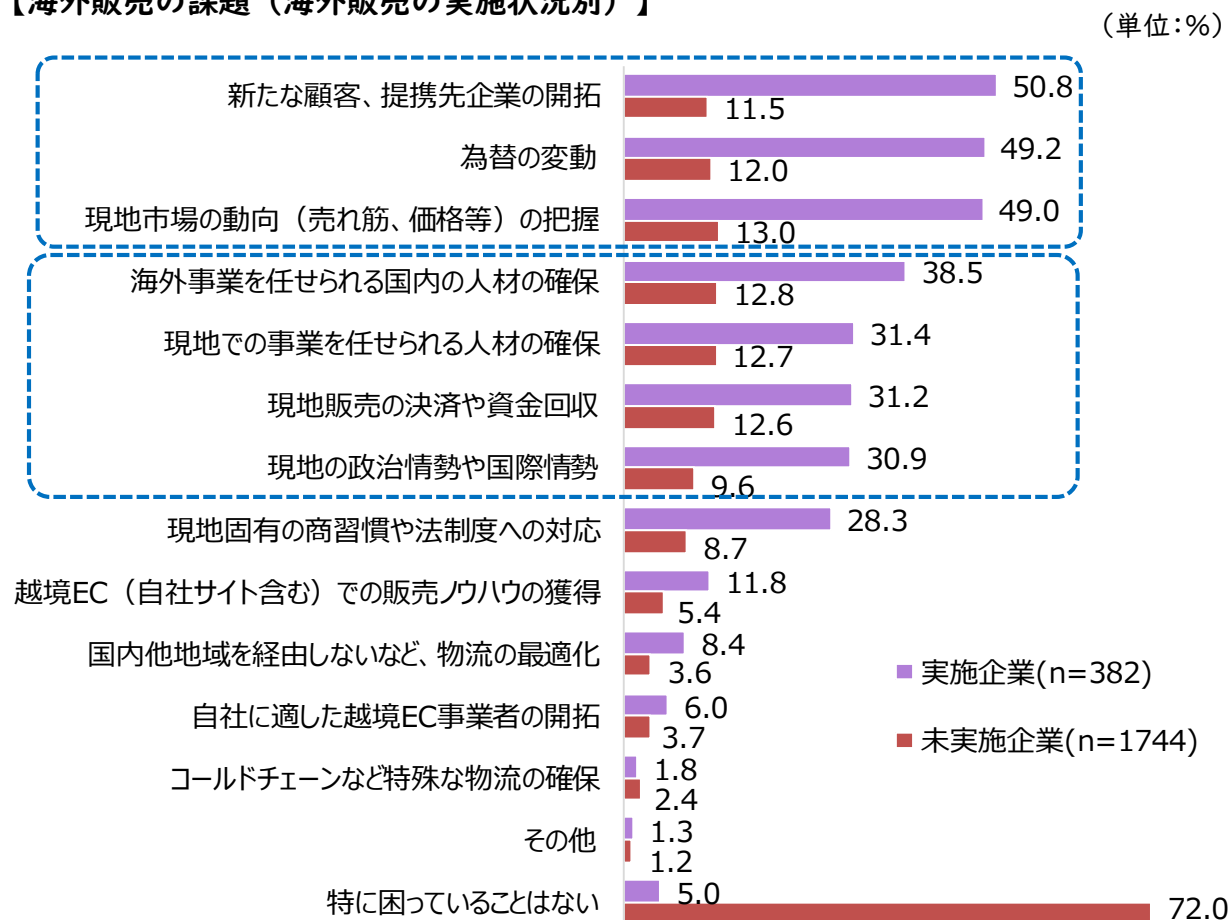
【海外進出企業の約5割は販売面と為替変動を課題としており、約3割は、海外事業を担う人材の確保や現地決済、現地政治・国際情勢を課題としている】

◆海外販売を実施する企業の約半数は、「新たな顧客、提携先企業の開拓(50.8%)」や「現地市場の動向(売れ筋、価格等)の把握(49.0%)」といった販売面に課題を持つ企業が最も多く、「為替の変動(49.2%)」を課題とする企業も多い

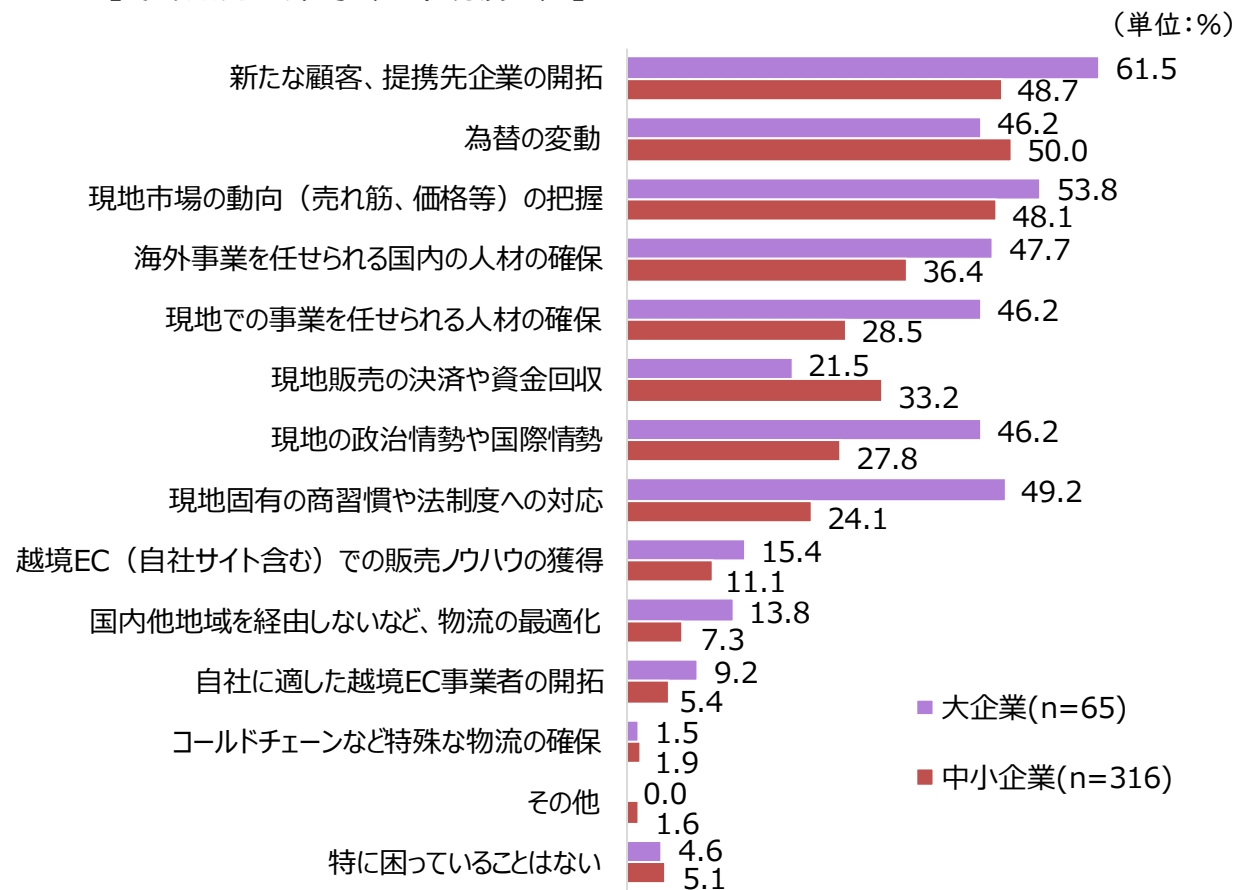
◆このほか、海外販売を実施する企業の3割超が国内や現地で事業を任せられる人材確保や現地での決済、現地政治・国際情勢を課題と認識している

◆企業規模別では、全体的に大企業の方が課題認識が強いが、「為替の変動」は、中小企業の方がやや課題とする企業の割合が高い

【海外販売の課題（海外販売の実施状況別）】



【海外販売の課題（企業規模別）】

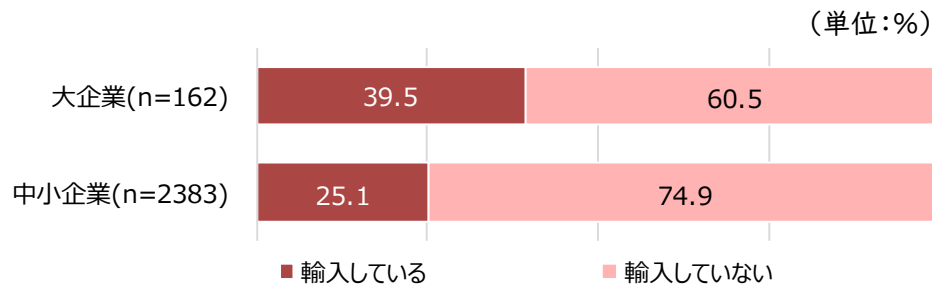


VI-3 海外調達方針の変化

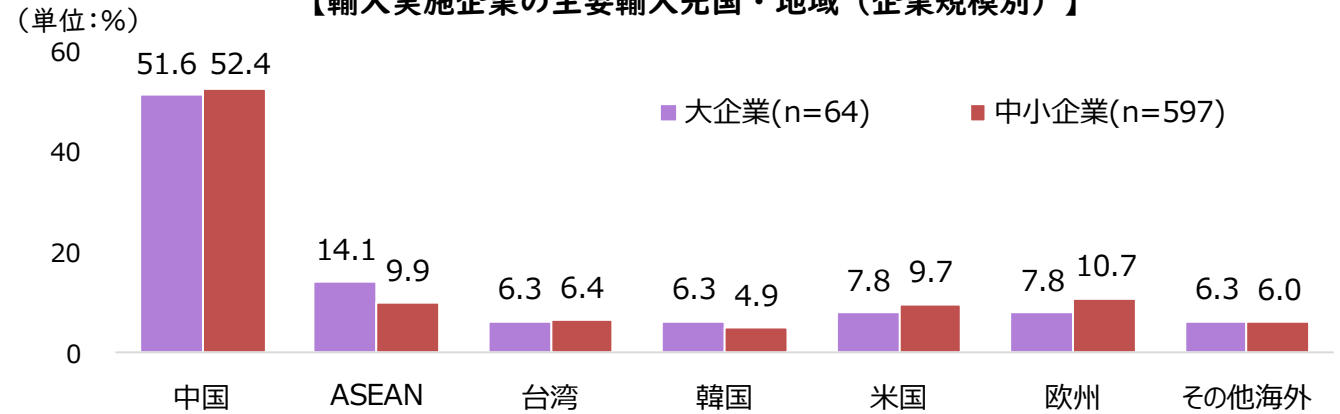
【海外調達について、国内を含めた分散化によるサプライチェーンの再構築が進んでおり、特に中国を主要調達国とする企業でその動きが顕著】

- ◆海外調達を行う企業の主な調達先は、大企業、中小企業ともに「中国」が5割超を占める
- ◆今後の海外調達方針ではいずれの国・地域でも現状維持が過半数を占めるものの、「中国」及び「韓国」では方針変更が4割以上を占めている。
- ◆海外調達方針を変更する企業では、「国内と海外の両方で分散化」、「海外減少、国内増加」が多く、国内を含めた分散化によるサプライチェーンの再構築に取り組む様子が見えてくる。

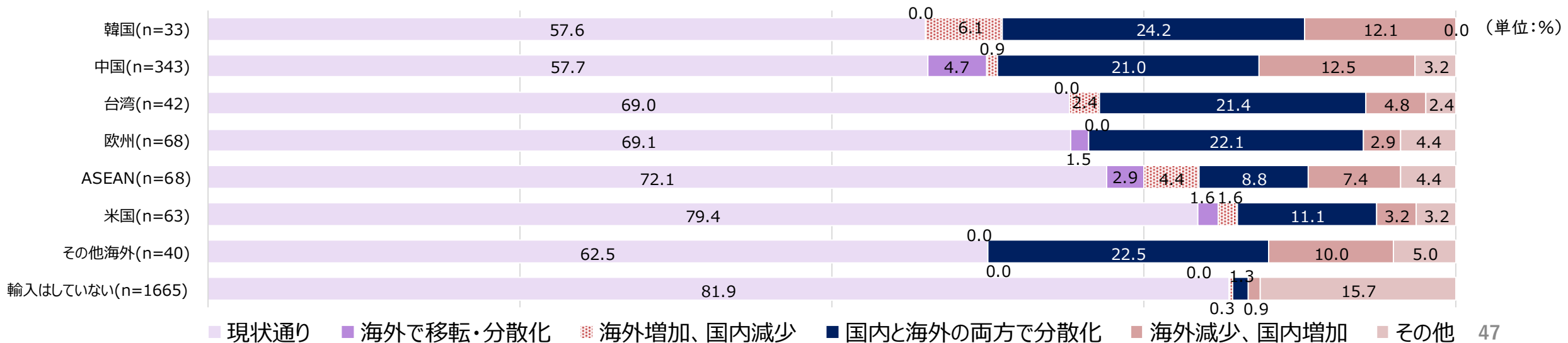
【輸入の実施状況（企業規模別）】



【輸入実施企業の主要輸入先国・地域（企業規模別）】



【今後の海外調達方針（国・地域別）】



VII 新事業展開・事業継続の取組み

VII-1 事業再構築の実施状況

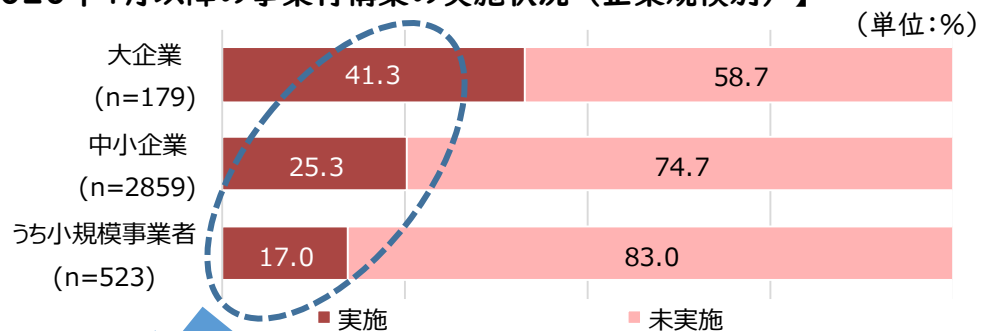
【大企業の4割超、中小企業の約25%が新分野進出などの事業再構築に着手】

◆2020年4月以降に事業再構築(※)を実施した府内企業は、大企業で41.3%、中小企業で25.3%、小規模事業者では17.0%であり、いずれの企業規模でも新分野進出を実施する企業が多数を占めている

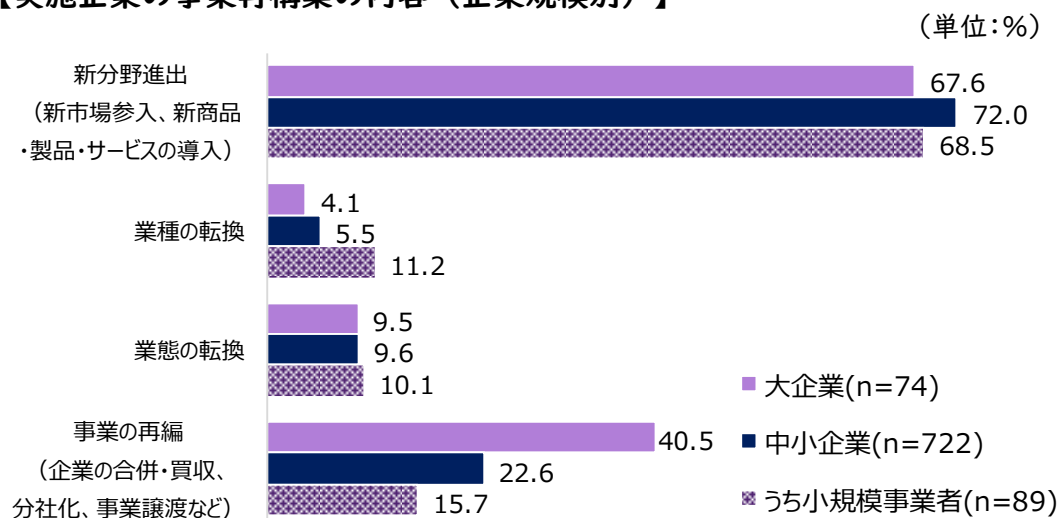
◆業種別では、コロナ禍以降、業績悪化が顕著であった「宿泊業(47.4%)」、「飲食サービス業(40.8%)」で事業再構築を行う企業が多い。

※事業再構築とは、新分野進出(新市場参入、新商品等の導入)、業種転換、業態転換(提供・製造方法の変更)、事業再編(合併・買収、分社化、事業譲渡)など。

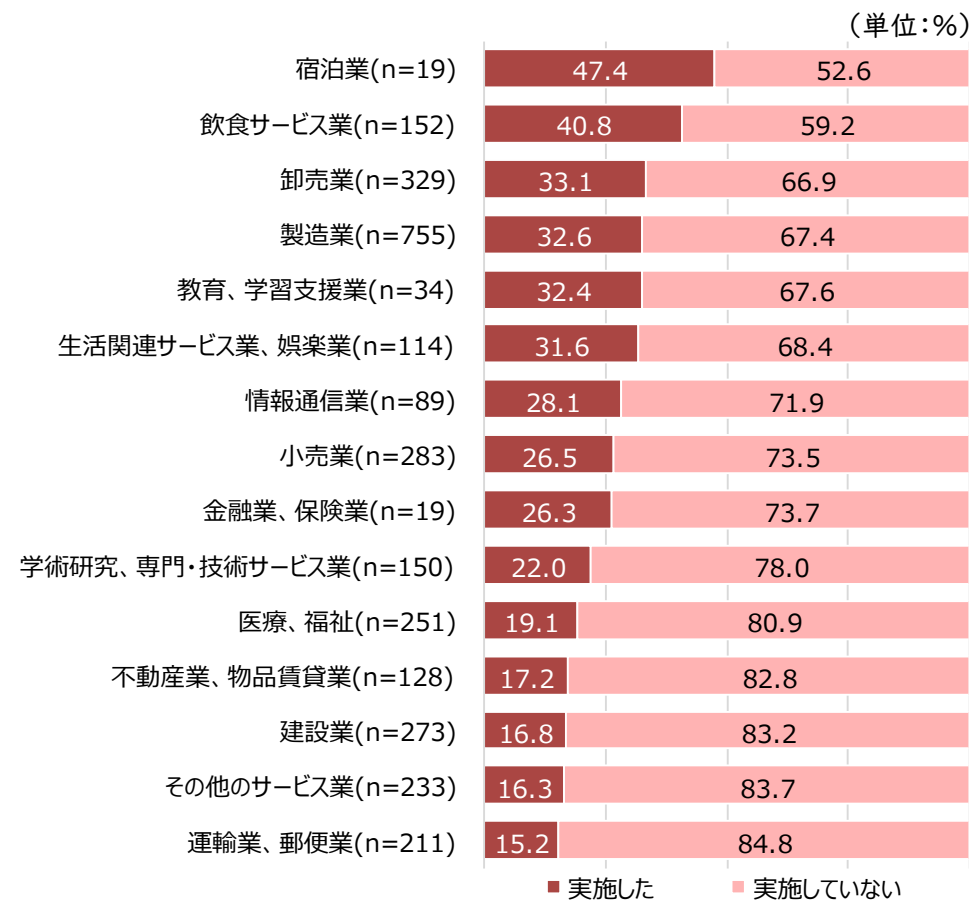
【2020年4月以降の事業再構築の実施状況(企業規模別)】



【実施企業の事業再構築の内容(企業規模別)】



【事業再構築の実施状況(業種別)】



Ⅶ-2 事業再構築と社会事象の影響及び業績見通し

【事業再構築に取り組む企業は、各種の社会事象から悪影響を受けている企業が多いが、売上高については明るい見通し持っている傾向がある】

- ◆事業再構築を実施する企業の社会事象の影響度平均値は、全ての項目で、未実施企業を下回っていることから、**実施企業は社会事象から悪影響を受けている傾向があることがわかった**（調達困難を除く5項目は統計的に有意な差があると認められている）
- ◆企業規模を問わず、未実施企業に比べ、事業再構築の実施企業は、売上高増加の見通しを持つ割合が高く、加えて中小企業では実施企業の方が「減少」の割合が低いことから、**実施企業の方が売上高の見通しが明るい傾向があることがわかった**（全企業規模で、統計的に有意な差があることが認められている）

【事業再構築実施有無と社会事象の影響】

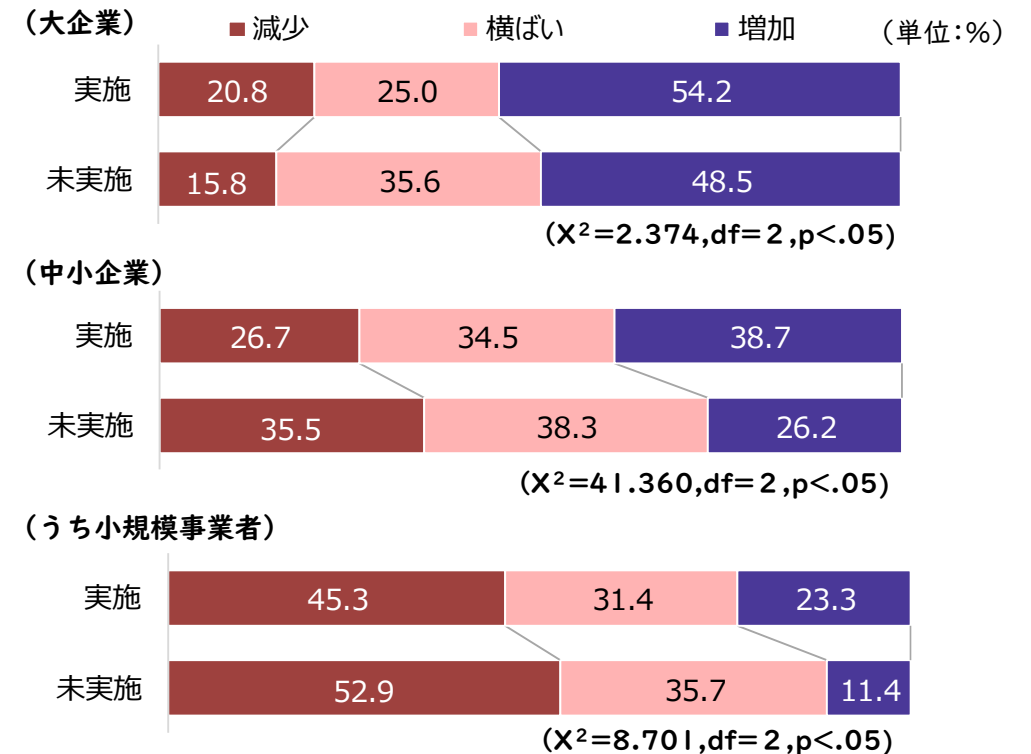
| | 事業再構築 の実施有無 | 度数 | 社会的事象の 影響度の平均値 (※) | t 値 | 自由度 | 有意確率 (注) |
|-------------------|----------------|------|--------------------------|-------|--------|-------------|
| 新型コロナウイルスによる消費の変動 | 実施 | 777 | 1.85 | 2.796 | 1279.3 | p<.05 |
| | 未実施 | 2195 | 1.96 | | | |
| 中国のゼロコロナ政策による都市封鎖 | 実施 | 775 | 2.24 | 2.935 | 2954.0 | p<.05 |
| | 未実施 | 2181 | 2.34 | | | |
| 調達困難 | 実施 | 766 | 2.30 | 1.553 | 2919.0 | n.s. |
| | 未実施 | 2155 | 2.35 | | | |
| 急激な円安 | 実施 | 771 | 1.99 | 5.481 | 1309.9 | p<.05 |
| | 未実施 | 2173 | 2.20 | | | |
| ロシア・ウクライナ情勢 | 実施 | 775 | 2.15 | 4.248 | 1374.9 | p<.05 |
| | 未実施 | 2175 | 2.29 | | | |
| 仕入価格高騰 | 実施 | 782 | 1.56 | 6.493 | 1514.1 | p<.05 |
| | 未実施 | 2183 | 1.78 | | | |

注) P<.05: 5%水準で統計的に有意 n.s.: 統計的有意差は認められない

※6つの社会事象の影響度について、好影響がある=5、やや好影響がある=4、特に影響はない=3、やや悪影響がある=2、悪影響がある=1として、事業再構築の実施有無別に平均値を算出し、その差を統計的に検定。

【事業再構築実施有無と売上高の見通し】

※売上高見通しの「大幅に増加」と「やや増加」を「増加」に
「大幅に減少」と「やや減少」を「減少」に集約して集計



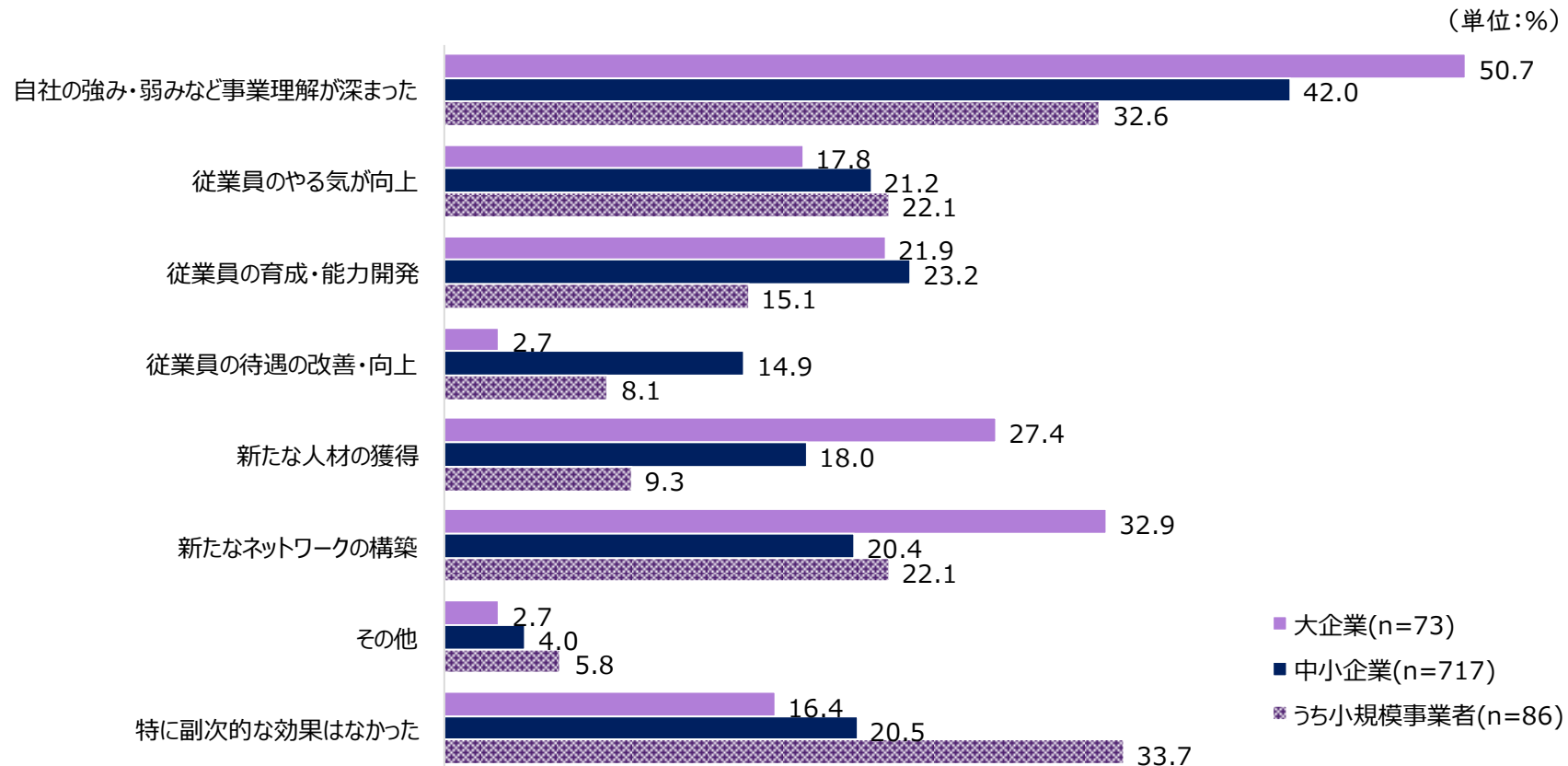
VII-3 事業再構築による副次的効果

【事業再構築を実施する府内企業は、自社の強みや弱みなど自社事業の客観的評価といった副次的な効果を得ている】

◆事業再構築を実施による事業収益以外の副次的な効果として、「自社の強み・弱みなど事業理解が深まった」と、事業再構築を実施することが自社事業を客観的に捉え評価することに役立ったと考える企業が大企業(50.7%)、中小企業(42.0)とともに多い

◆自社事業の理解以外の副次的効果では、大企業では、新たな人材獲得やネットワーク構築を挙げる企業が多く、中小企業では、従業員のモチベーション向上や人材育成・能力開発を挙げる企業が多い

【事業再構築による副次的効果（企業規模別）】



Ⅶ-4 事業承継等の予定①

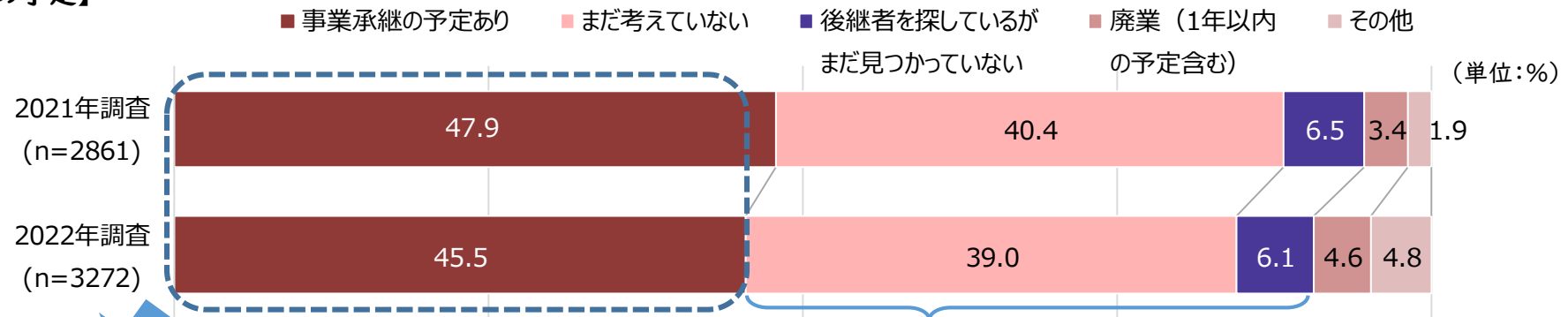
【事業承継について府内企業の半数近くは既に予定を有しているが4割は未検討】

◆府内企業のうち、事業承継について予定の有る企業は45.5%と昨年からやや減少

◆「まだ考えていない(39.0%)」と「後継者を探しているが見つからない(6.1%)」という事業承継について未決定の企業は45.1%と、予定のある企業と同程度であり、また4.6%は1年以内に廃業を予定

◆事業承継の予定がある府内企業では、「親族内承継」が約3分の2、「親族外の役員・従業員」が約4分の1を占めている

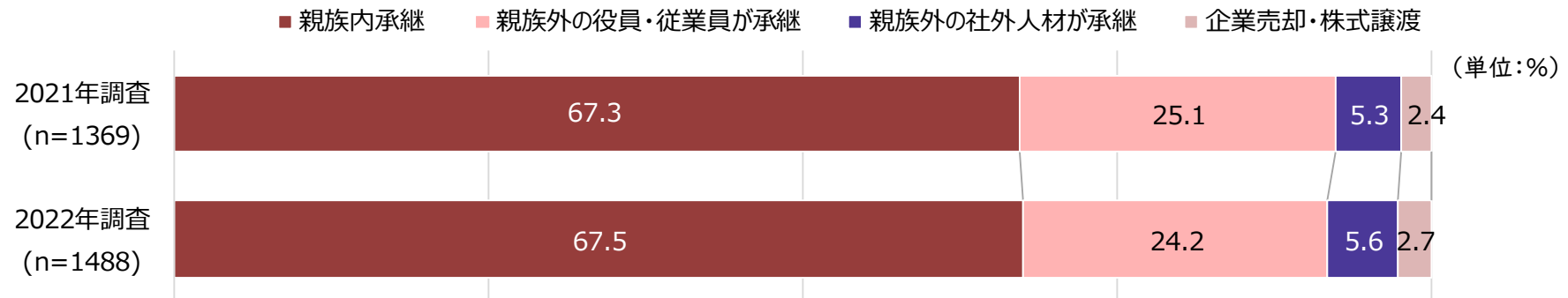
【事業承継等の予定】



未決定企業：45.1%

※「まだ考えていない」及び「後継者を探しているが見つからない」企業

【予定する事業承継の内容】



※2021年度調査:新型コロナウイルス感染症の影響下における府内企業の実態調査- 府内企業の経営状況とデジタル化・新事業の取組み - <速報>
<https://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/topics-data.html>

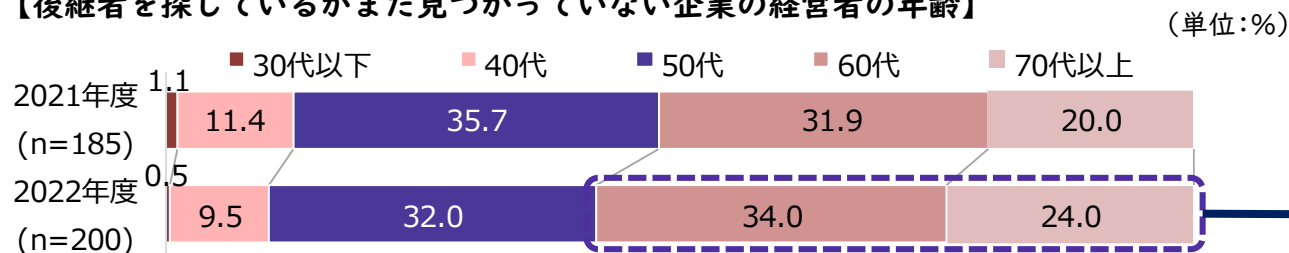
VII-5 事業承継等の予定②

【後継者が見つからない企業の6割弱、また考えていない企業の2割強は経営者年齢が60歳以上であり、それ以外の企業に比べ業績の見通しが悪い傾向】

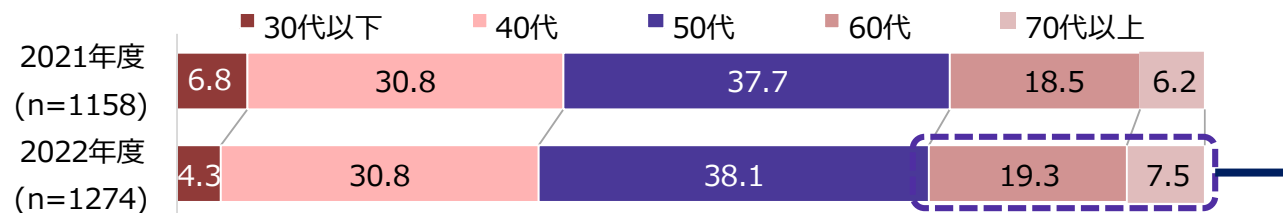
- ◆後継者について後継者を探しているがまだ見つからない」企業の58.0%、また「まだ考えていない」企業の26.8%は、経営者の年齢が60代以上
- ◆経営者年齢が60代以上の未決定企業は、それ以外に企業に比べて、売上高や経常利益についての見込みが悪い傾向
- ◆ 廃業（予定含む）企業のうち、7割超はもともと自分の代で廃業することを想定していた

《後継者が未決定の高齢経営者企業》

【後継者を探しているがまだ見つからない企業の経営者の年齢】



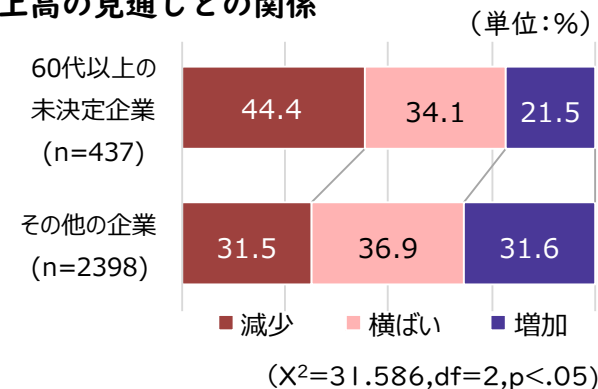
【後継者についてまだ考えていない企業の経営者の年齢】



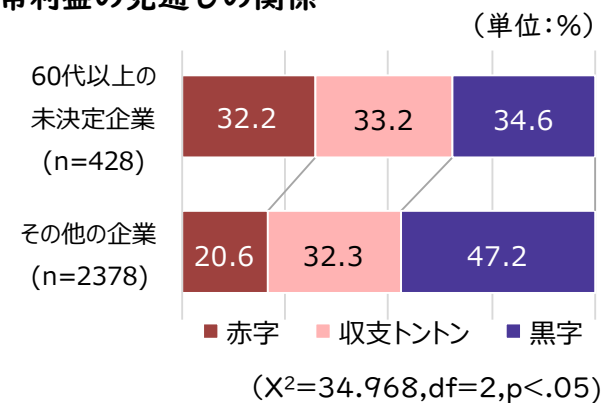
経営者年齢
60代以上の
未決定企業

【経営者年齢60代以上の未決定企業と業績見通し】

①売上高の見通しとの関係

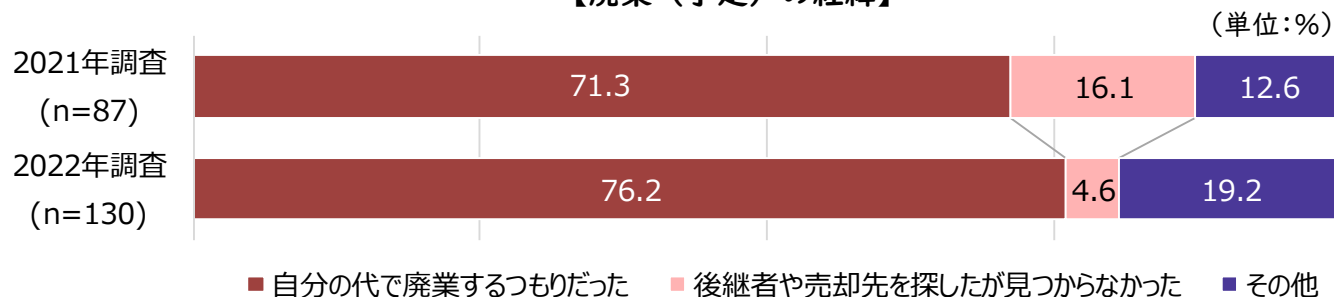


②経常利益の見通しとの関係



《廃業（予定）企業》

【廃業（予定）の経緯】



Ⅶ-6 BCPの策定状況

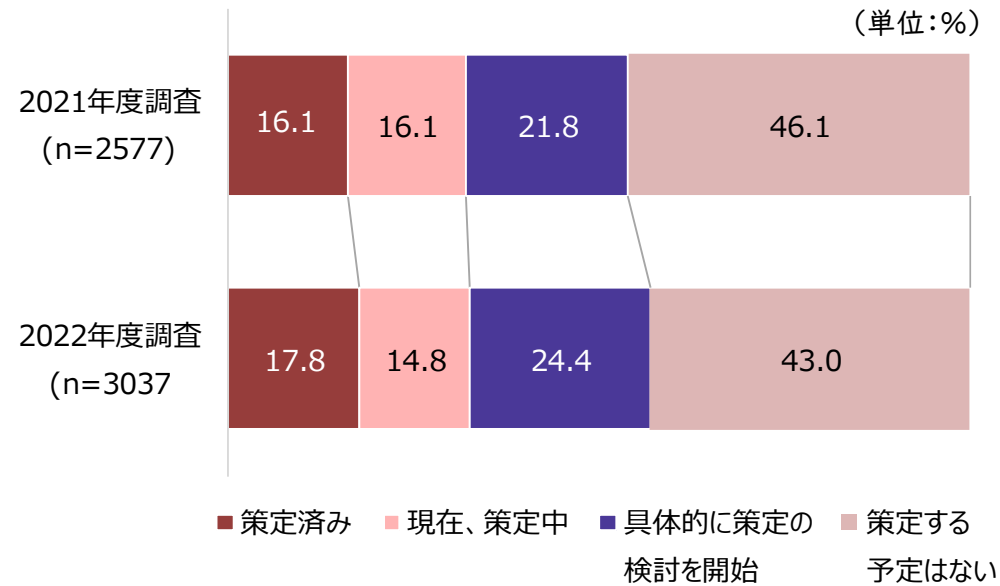
【BCP策定率は企業規模により大きく異なり、策定できていない企業では知識不足を課題として挙げる企業が多い】

- ◆ 府内企業のBCP(※)策定率は、17.8%と昨年に比べ1.7ポイント増加する一方で、策定する予定のない企業の割合は、43.0%と昨年よりも3.1ポイント減少
- ◆ 企業規模別のBCP策定率は、大企業の52.0%に比べ、中小企業は15.7%、うち小規模事業者では2.7%と規模により開きがある

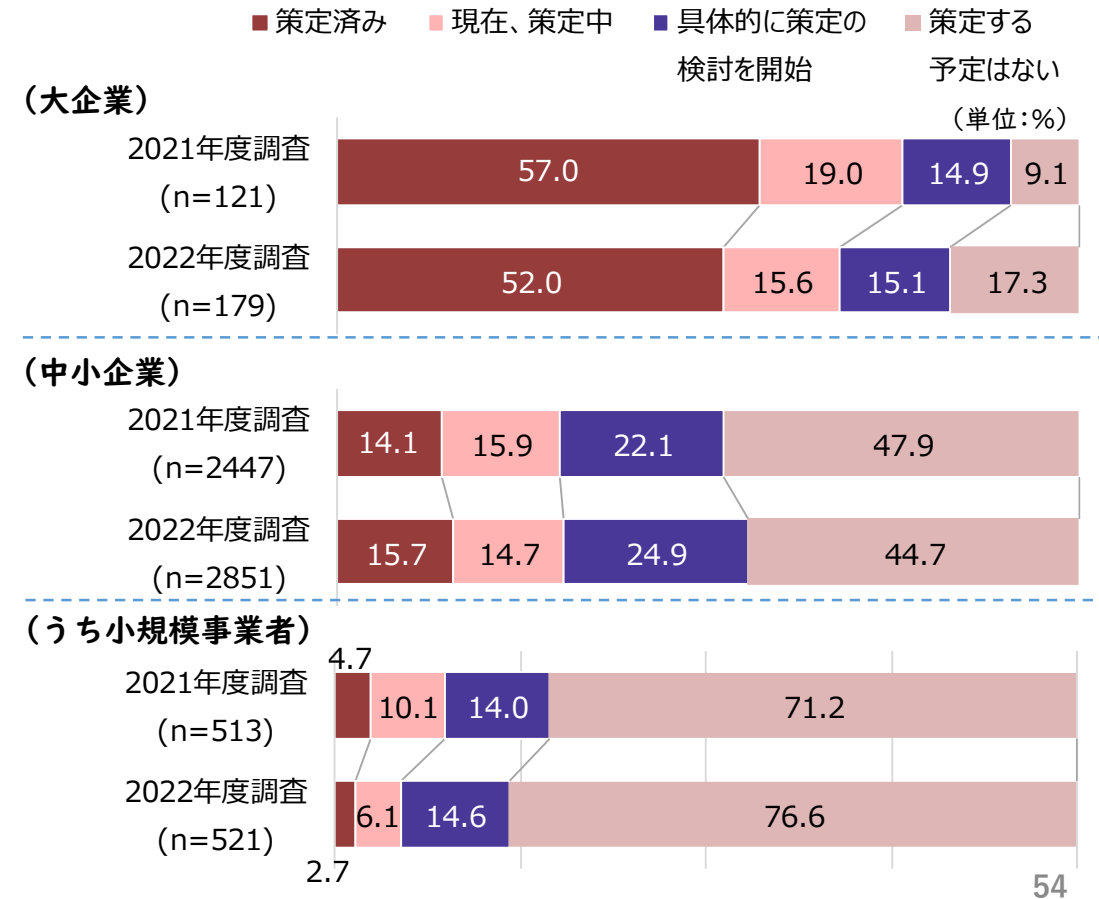
※BCP(Business Continuity Plan)：企業が、災害等の緊急事態時でも、重要な業務が継続できる方策や戦略を記述した事業継続計画。

《BCP策定状況》

【全体】



【企業規模別】



《お問い合わせ先》

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) 主任研究員 越村
電話番号 : 06-6210-9474