

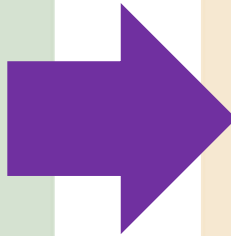
# コロナ禍後の新しい ビジネススタイルに向けて

～コロナ禍で生じた変化と課題、解決キーワード～

# コロナ禍でおきたこと・変化

## 課題

- 出社できない／出張できない／営業できない
- ハンコ押印のためオフィスへ行く
- 商品を手にとって商談できない
- 接触機会の削減
- 感染者発生の際の対応
- 輸出／輸入の動きが停滞



## 対応策

- オンラインでの打ち合わせ／商談／名刺交換
- 電子決裁の導入
- VRにより商品の質感を再現
- キャッシュレス決済、ロボット活用
- BCP／労務管理の見直し
- 国内サプライチェーンの再構築／新規分野への参入（マスク製造等）

# 市内企業に生じた変化

- ▶ 市内企業のテレワーク・オンラインシステム整備が加速  
3密回避補助金申請状況 78件（申請全305件中、9月28日現在）
  - ▶ 製造業A社では、外出自粛要請発出以降従業員の半数をテレワークへ切り替え
  - ▶ 卸売業B社／サービス業C社では、対面販売のみからオンライン営業やネット販売併用の営業へ移行中
  - ▶ サービス業D社では、動画配信サービスを開始予定
  - ▶ 市内飲食店など5店が連携し、屋外の店舗駐車場にて飲食販売を兼ねたイベントを開催
  - ▶ 多数の飲食店でテイクアウト販売を開始
- など

# コロナ禍における社会・価値観の変化

## 社会の変化

- ・ ソーシャルディスタンス、3密回避 ・ 外出／長距離移動の自粛、巣ごもり
- ・ テレワーク ・ オンライン学習／診療の推進 ・ 非接触／非対面の定着
- ・ デリバリー、ネット販売の拡充 ・ プラスチックごみの増加
- ・ 多くの業界で業績悪化、倒産発生、非正規雇用雇止め

## 価値観の変化

- ・ 国内回帰（日本／地元の魅力の再構築） ・ 分散化（都市／本社集中からの脱却）
- ・ 消費意欲の減退、大量生産大量消費からの脱却（DIY／自炊機会の増加）
- ・ 環境意識の向上 ・ ワークライフバランスの変化（子育てとテレワークの両立 など）

# 各産業分野の変化

新エネルギー・産業技術総合開発機構 技術戦略研究センター作成  
「コロナ禍後の社会変化と期待されるイノベーション像」より転載

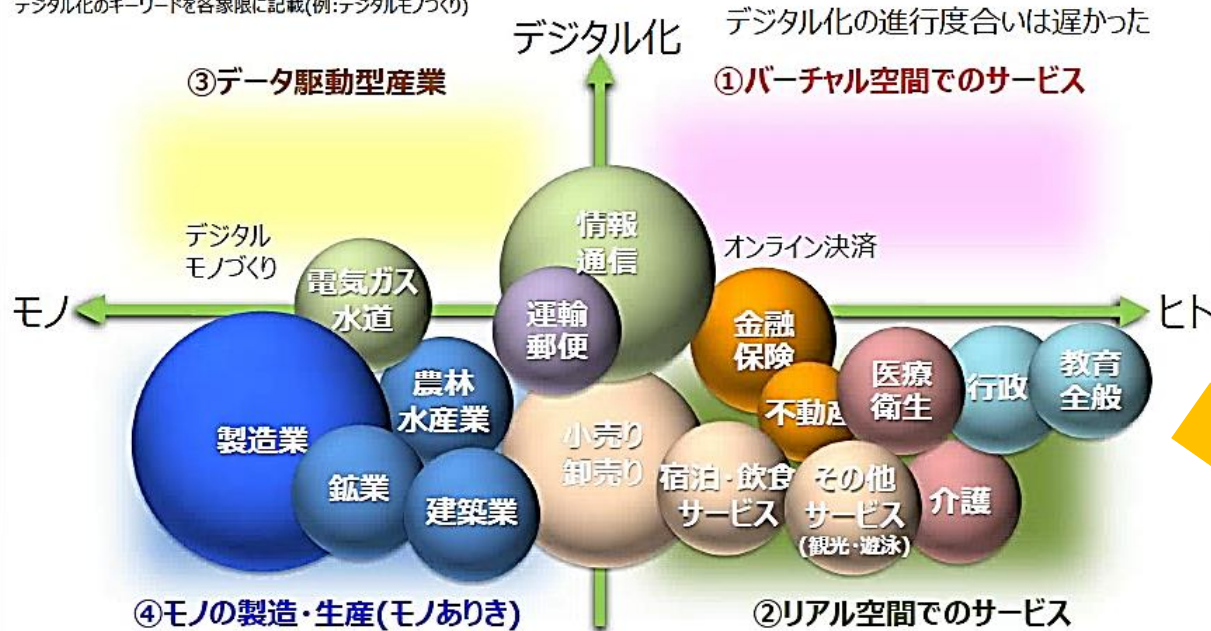
## コロナ禍による各産業分野の変化(コロナ禍前)



Technology Strategy Center

### ■ ヒトとモノへの関係度合、デジタル化の浸透・進展度合いに応じて産業分野を分類

注:球の大きさは概算市場規模、名称は日本標準産業分類参照  
デジタル化のキーワードを各象限に記載(例:デジタルモノづくり)



30

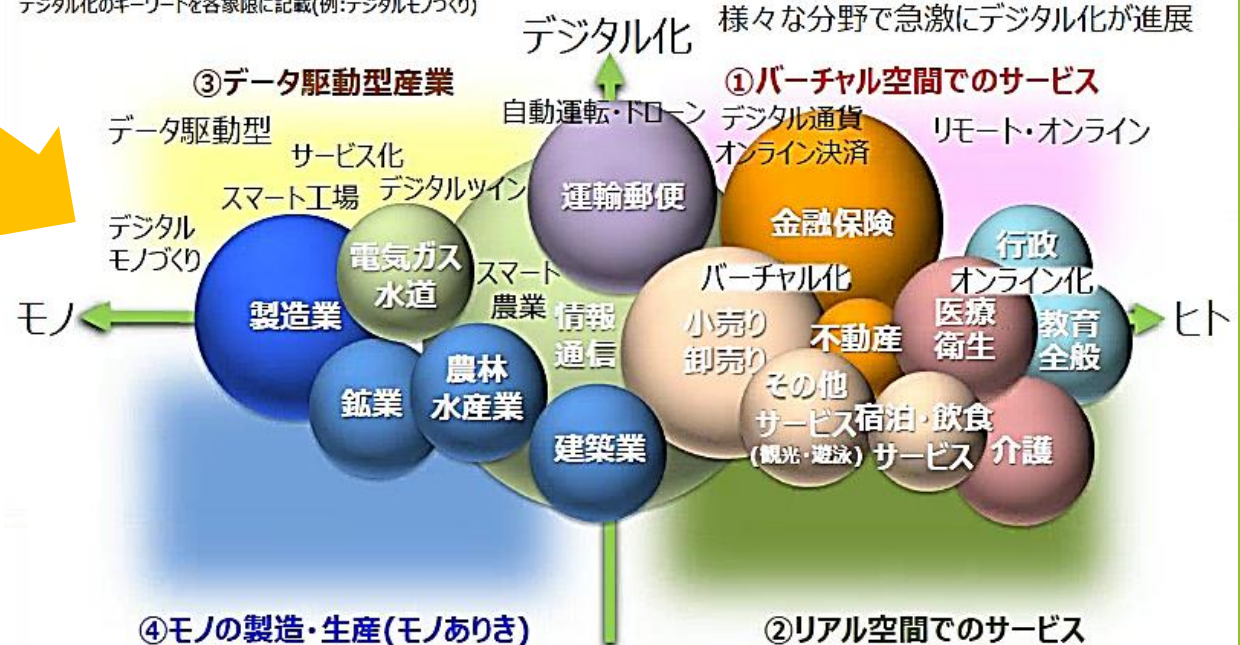
## コロナ禍による各産業分野の変化(コロナ禍後)



Technology Strategy Center

### ■ コロナ禍を受け、全産業分野において少なからずデジタル化が浸透・進展する

注:球の大きさは概算市場規模、名称は日本標準産業分類参照  
デジタル化のキーワードを各象限に記載(例:デジタルモノづくり)



各象限毎にコロナ禍後に期待されるイノベーション像が異なる

# コロナ禍における変化から生じた課題

コロナ禍の変化の中で重要度が増した課題

**分散化**

(サテライト  
オフィス/  
テレワーク)

オンライン  
商談  
ネット販路

機械化  
無人化

キャッ  
シュレス  
決済導入

**デジタル  
シフト**

リスク  
マネジ  
メント

失業/  
余剰労  
働力

自然  
環境と  
の共存

サプライ  
チェーン  
強靱化

新規顧客  
販路開拓

営業力  
交渉力

働き方  
改革

労務管理  
の見直し

事業  
承継

販売価格  
の値上げ

新商品  
サービス  
展開

広告  
宣伝

設備  
投資

**人手  
不足**

市内事業者が従来から抱えていた課題 (R1 実態調査結果より判明した課題)

# コロナ禍後の新しいビジネススタイル 支援策

働き方改革

機械／無人化

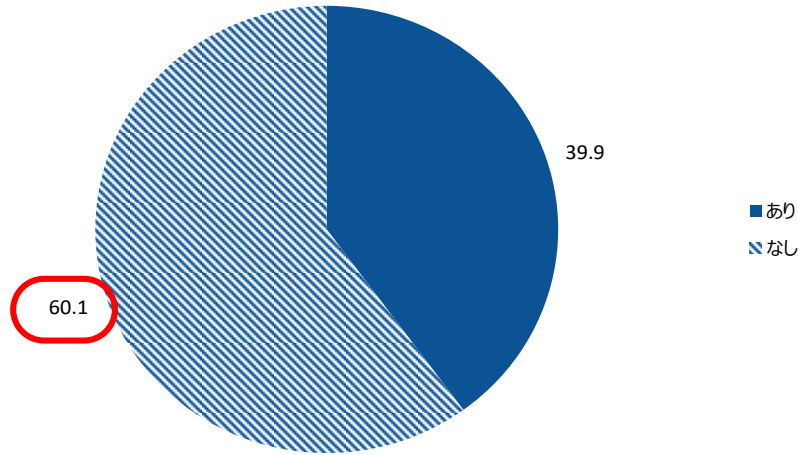
デジタルシフト

新規販路開拓

リスクマネジメント

# 市内企業の状況 (R1実態調査より)

F8 自社ホームページの有無(n=388)



## 市内企業の販売・仕入取引件数 (都道府県上位抜粋)

取引先の本社所在地	販売取引 (件)	仕入取引 (件)	販売取引 - 仕入取引 (件)
静岡県	1,678	1,677	1
東京都	566	408	158
愛知県	124	161	▲ 37
大阪府	107	137	▲ 30
神奈川県	63	55	8
埼玉県	40	37	3
滋賀県	28	9	19
千葉県	24	14	10
福島県	19	3	16
福岡県	17	19	▲ 2
茨城県	15	7	8
岐阜県	15	20	▲ 5
京都府	15	21	▲ 6

事業所の課題 (製品・サービス)	n=	Q2-1 事業所の課題 (製品・サービス)											
		新しい製品・サービスの展開	製品やサービスのブランド化	地域資源の活用	製品の品質管理	営業力・交渉力の向上	サービス力の向上	広告・宣伝	インターネットを活用した予約・販売	インターネットを活用した情報発信	販売価格の値上げ	納品スピードの向上	他社との技術・資本提携
全体	365	27.1	12.6	6.3	11.8	29.9	17.5	20.5	9.6	16.7	24.7	6.3	3.3
建設	55	25.5	10.9	7.3	10.9	50.9	9.1	16.4	1.8	18.2	12.7	7.3	5.5
製造	67	29.9	16.4	6.0	26.9	26.9	1.5	4.5	4.5	9.0	40.3	9.0	3.0
卸売	15	33.3	6.7	6.7	6.7	60.0	13.3	13.3	13.3	26.7	13.3	13.3	0.0
小売	77	29.9	16.9	7.8	10.4	22.1	16.9	26.0	14.3	20.8	24.7	3.9	0.0
不動産	3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
宿泊	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
飲食	27	25.9	3.7	7.4	14.8	7.4	44.4	29.6	7.4	14.8	51.9	11.1	0.0
運輸	6	33.3	16.7	0.0	16.7	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
その他サービス(個人向け)	48	25.0	18.8	2.1	4.2	20.8	37.5	31.3	20.8	22.9	16.7	2.1	6.3
その他サービス(企業向け)	20	25.0	10.0	0.0	5.0	30.0	30.0	20.0	0.0	15.0	15.0	5.0	10.0
その他	36	25.0	5.6	8.3	5.6	33.3	8.3	25.0	5.6	16.7	16.7	5.6	5.6

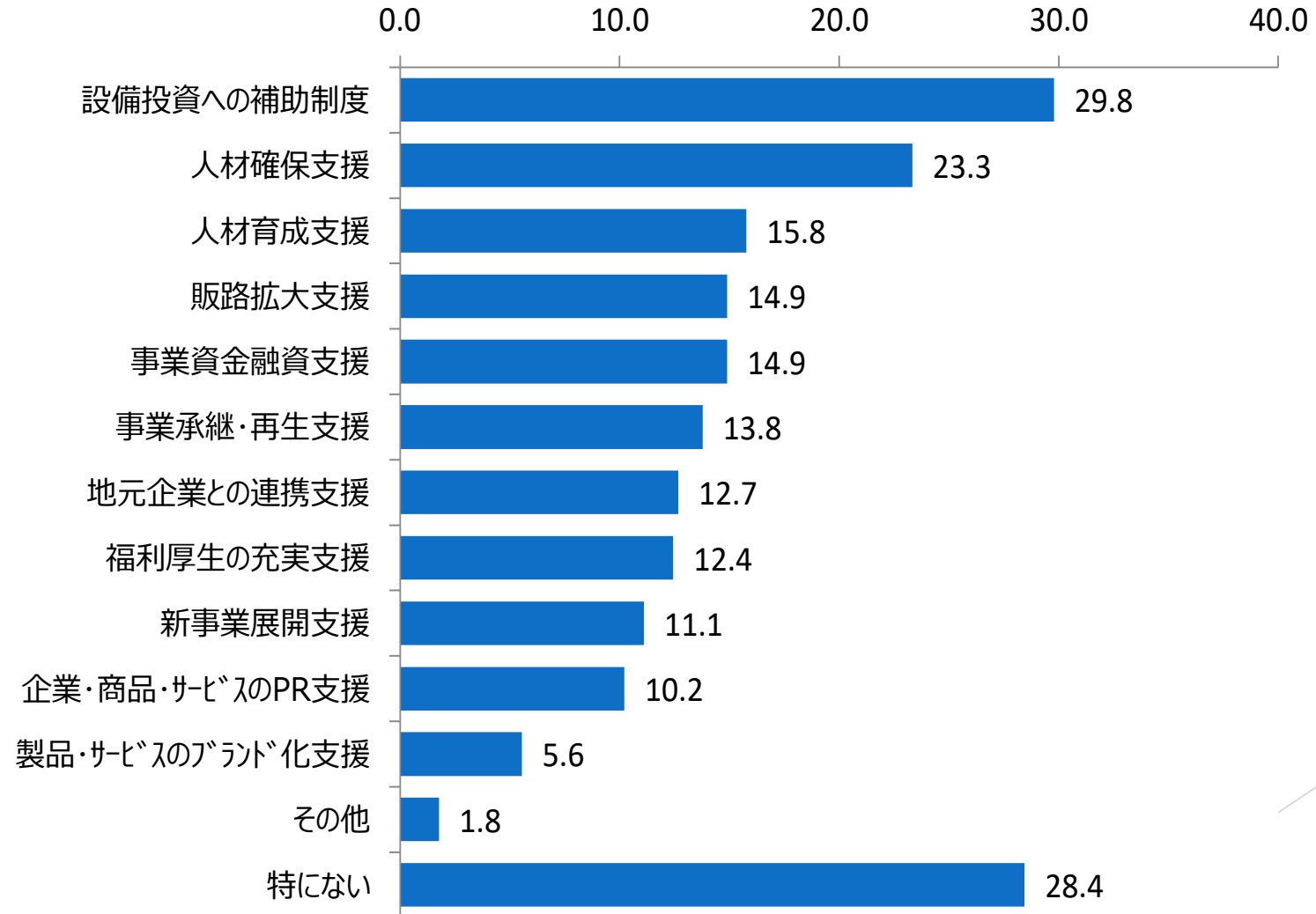


# 事業者が市に期待する支援策／コロナ禍以前（R1実態調査より）

Q17 市に今後期待する中小企業・小規模企業支援策などについて

教えてください。(複数回答可)(n=450)

(%)



# 事業者が市に期待する支援策／コロナ禍

コロナ禍以前の支援分野 0.0 10.0 20.0 30.0 40.0

設備投資への補助制度 29.8

人材確保支援 23.3

人材育成支援 15.8

販路拡大支援 14.9

事業資金融資支援 14.9

事業承継・再生支援 13.8

地元企業との連携支援 12.7

福利厚生充実支援 12.4

新事業展開支援 11.1

企業・商品・サービスのPR支援 10.2

製品・サービスのブランド化支援 5.6

コロナ禍で  
需要減

既存施策

- ・ 地域産業振興事業費補助金  
(機械設備整備(生産/加工設備)事業)
- ・ 学生向け就職支援事業(リアル説明会需要は減)

コロナ禍で  
需要増

既存施策(内容が十分かについては要検討)

- ・ 販路開拓事業費補助金  
(ただしリアル展示会補助への需要は減)
- ・ 経済変動対策貸付利子補給金他利子補給事業
- ・ おびサポ個別相談/セミナー
- ・ 企業懇話会/異業種交流会
- ・ 地域産業振興事業費補助金  
(研究開発事業/ICT導入事業)
- ・ 島田の逸品事業

コロナ禍で新しく生じた支援分野

- ・ 新しい働き方支援
- ・ 機械化/無人化支援
- ・ 新規販路開拓支援
- ・ リスクマネジメント支援

施策候補

- ・ テレワーク/サテライトオフィス推進支援
- ・ 生産/加工設備以外の設備投資支援
- ・ オンラインや新分野参入への支援
- ・ リスクマネジメント体制整備支援

# 実態調査の結果×コロナ禍 まとめ

- ・ コロナ禍以前、事業者が市に期待していた支援策のうち、「設備投資補助」「人材確保支援」はコロナ禍で需要減、逆に「事業資金融資支援」「地元企業との連携」「新事業展開」などは需要増
- ・ 「新規顧客開拓（そのための営業力、サービス力、広告宣伝）」に課題感がある一方、現状は近隣住民・市内県内企業、または一部大都市との取引に限定されている→コロナ禍で課題感増
- ・ あらゆる業種／業務でデジタルシフトが大幅に加速（インターネットによる販路拡大・情報発信）など

## 【新規販路開拓】 ECサイトの立ち上げ

（「新しい生活様式」に対応した名産品・観光商品などの販売促進（オンライン）事業）

- ▶ 市内の「飲食店」「地域物産」「宿泊施設」「交通・体験」をオンライン上で購入・予約できる仕組みを構築（プラットフォーム）
- ▶ 商品等購入のチャンネルの増加、商品を取りまとめることでの相乗効果、デジタルシフトに対応した購入方法 など
- ▶ 「地域経済・地域活動の回復」「強靱な経済構造の構築」を目指す
- ▶ 令和2年度中に運用開始予定

## 【新規販路開拓】ビジネスニーズ参入支援事業

① コロナ禍後において新たに発生・顕在化したビジネスニーズの事業化に取り組む市内中小企業者等に対し、新規事業参入に係る経費の一部を補助

▶ 想定される経費／具体事業例

- ・ コロナ禍での需要急増に伴い、マスク製造に乗り出した場合の必要経費
- ・ コロナ禍でのデリバリー増加にともない、需要が急増した冷凍や真空パックの製造に乗り出した場合の必要経費 など

② 参入事業を検討している事業者向けのセミナー／個別相談会開催、専門家派遣

## 【働き方改革】 「新しい働き方」 支援事業

- ① リモートワークやテレワークなど「新しい働き方」を実施する市内企業に対し必要経費の一部を補助
  - ▶ 想定される経費：通信機器の導入費、勤怠・労務管理／電子決裁システムの導入費、就業規則／労使協定等の作成や変更に係る経費 など
  
- ② 市内にサテライトオフィスを開設する市外企業に対し必要経費の一部を補助
  - ▶ 想定される経費：建物改修費、建物賃借料、通信費、設備購入費 など
  
- ③ 事業を検討している事業者向けのセミナー／個別相談会開催、専門家派遣

## 【機械／無人化】IT・IoT設備投資支援事業

- ① 市内中小企業者等がIT・IoTを活用した生産性向上に取り組むため、新たなIT・IoTシステムを導入する場合に必要な経費の一部を補助
  - ▶ 想定される経費：非接触／非対面のためのロボットや機械の導入、営業及び製造現場におけるVRの導入 など
- ② 事業を検討している事業者向けのセミナー／個別相談会開催、専門家派遣

## 【リスクマネジメント】 BCP策定支援事業

① 市内中小企業者等の新型コロナウイルス感染症に対応した事業継続計画（BCP）策定または既に策定済のBCPの変更に係る経費の一部を補助

▶ 想定される経費：コンサルティング料 など

② ①で策定または変更したBCPを実践するために必要な経費の一部を補助

▶ 想定される経費：サプライチェーンの再構築、安否確認システム、  
感染症対策用物品設備、  
感染症を想定した備蓄品（マスク、消毒液等） など

③ 事業を検討している事業者向けのセミナー・個別相談会開催、専門家派遣