

特別企画

2021年10月21日

【有効回答1万286社】

第18回「新型コロナウイルスに関するアンケート」調査

◇調査結果のポイント◇

- ・コロナの企業活動への影響、「継続している」が70.2%
- ・中小企業の「廃業検討率」は6.4%に低下
- ・事業再生の可能性、中小企業は6.9%で過去最高
- ・コロナ禍の収束、「2023年以降」が41.6%
- ・「在宅制度化」、定着には企業規模で大きな差
- ・アパレル小売の半数、「コロナ後も売上高は回復はしない」

おかげさまで129年



株式
会社

東京商互リサーチ

<https://www.tsr-net.co.jp>

「廃業検討率」は過去最低、「抜本再生検討率」は過去最高 ～ 第18回「新型コロナウイルスに関するアンケート」調査 ～

問合先：情報本部

電話：03(6910)3155

9月30日で緊急事態宣言、まん延防止等重点措置が全面解除された。東京商工リサーチは解除後の10月1日～11日に企業アンケートを実施した。

中小企業の「廃業検討率」（廃業を検討する可能性）は6.4%で、昨年8月に設問を設定以降で最低だった。一方、再生支援協議会や事業再生ADR、民事再生法などを活用した「抜本再生」の検討可能性は、中小企業の6.9%が「ある」と回答。同様の設問を設定した第14回調査（3月）は5.6%、前回（8月）は5.6%で、前回調査より1.3ポイント上昇。3回の調査では最高となった。

コロナ禍の収束時期について、「年内」との回答は3.4%にとどまった。「2023年以降」は41.6%（2,709社）で、コロナ禍の影響はまだ1年以上続くと考える企業が多いことがわかった。

感染再拡大の防止に向けた在宅勤務は、大企業の66.1%が「現在、実施している」と回答したのに対し、中小企業は31.3%にとどまった。また、大企業の49.2%が在宅勤務を制度化していると回答したが、中小企業では22.2%にとどまった。企業規模により25ポイント以上の開きが生じており、コロナ禍での働き方改革の定着は中小企業ほど難しいようだ。

※ 本調査は10月1日～11日にインターネットによるアンケート調査を実施。有効回答1万286社を集計、分析した。

※ 前回（第17回）調査は、2021年8月24日公表（調査期間：8月2日～11日）。

※ 資本金1億円以上を大企業、1億円未満や個人企業等を中小企業と定義した。



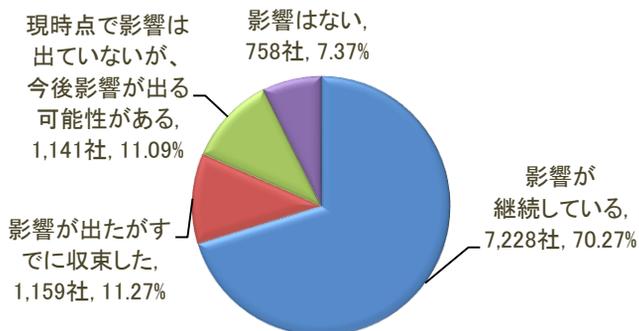
Q1. 新型コロナウイルスの発生は、企業活動に影響を及ぼしていますか？（択一回答）

影響が「すでに収束」が初の1割超

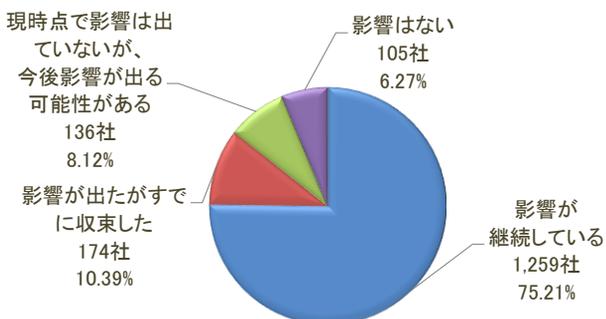
最多は、「影響が継続している」で70.2%（1万286社中、7,228社）。一方、「影響が出たがすでに収束した」は11.2%（1,159社）で、第7回調査（2020年8月）に本設問を設定して以降、初めて1割を上回った。

規模別では、「影響が継続している」は大企業が75.2%（1,674社中、1,259社）だったのに対し、中小企業は69.3%（8,612社中、5,969社）だった。大企業ほど影響が長引いていると認識しているようだ。

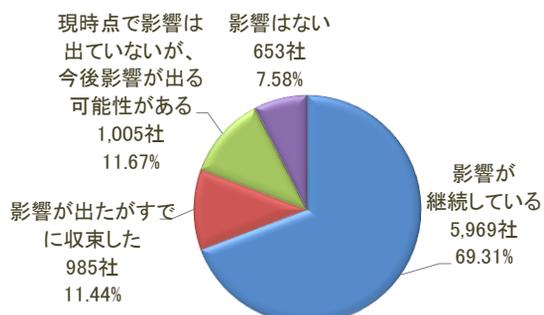
（全企業 10,286社）



（資本金1億円以上 1,674社）



（資本金1億円未満 8,612社）



Q2. 貴社の2021年9月の売上高は、前年同月（20年9月）を「100」とすると、どの程度でしたか？

中央値、中小企業は「100」を割り込む

今年9月の売上高を聞いた。Q1で「影響が継続している」、「影響が出たがすでに収束した」と回答した企業のうち、6,334社から回答を得た。

「100以上」は51.2%（3,249社）で、48.7%が前年割れ（減収）だった。

規模別の「減収企業率」は、大企業が35.8%（849社中、304社）に対し、中小企業は50.7%（5,485社中、2,781社）で、中小企業が15ポイント近く上回った。

中央値は全企業が100（2021年7月は100）、大企業が100（同102）、中小企業が99（同100）だった。

業種別「売上半減率」（前年同月比50以下）、「飲食業」がトップ

9月の売上高が前年同月と比べて半減（50以下）した企業を業種別で分析した（業種45分類、回答母数20以上）。

「売上半減率」が最も高かったのは、「飲食業」の31.9%（72社中、23社）で唯一、3割を超えた。以下、「宿泊業」の18.8%（53社中、10社）、旅行や葬儀、結婚式場などを含む「その他の生活関連サービス業、娯楽業」の13.3%（112社中、15社）、「教育、学習支援業」の12.0%（25社中、3社）、花卉や文房具、印章、楽器類が含まれる「各種商品卸売業」の11.3%（44社中、5社）と続く。

9月の売上高(前年同月比)

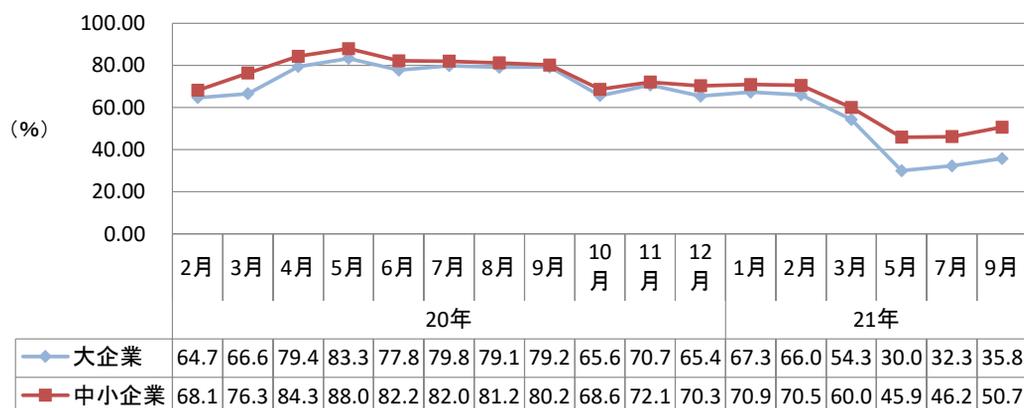
()内は構成比

	中小企業	大企業	全企業
100以上	2,704社 (49.30%)	545社 (64.19%)	3,249社 (51.29%)
90~99	1,201社 (21.90%)	191社 (22.50%)	1,392社 (21.98%)
80~89	653社 (11.91%)	64社 (7.54%)	717社 (11.32%)
70~79	377社 (6.87%)	28社 (3.30%)	405社 (6.39%)
60~69	197社 (3.59%)	10社 (1.18%)	207社 (3.27%)
50~59	161社 (2.94%)	5社 (0.59%)	166社 (2.62%)
40~49	60社 (1.09%)	6社 (0.71%)	66社 (1.04%)
30~39	57社 (1.04%)	0社 (0.00%)	57社 (0.90%)
20~29	30社 (0.55%)	0社 (0.00%)	30社 (0.47%)
10~19	24社 (0.44%)	0社 (0.00%)	24社 (0.38%)
0~9	21社 (0.38%)	0社 (0.00%)	21社 (0.33%)
合計	5,485社 (100%)	849社 (100%)	6,334社 (100%)

21年9月の売上高が前年比「半減」以下の業種(降順・上位15)

順位	名称	構成比	回答	母数
1	飲食業	31.94%	23	72
2	宿泊業	18.87%	10	53
3	生活関連サービス業、娯楽業	13.39%	15	112
4	教育、学習支援業	12.00%	3	25
5	各種商品卸売業	11.36%	5	44
6	建設業	10.94%	58	530
7	学術研究、専門・技術サービス業	10.00%	28	280
8	農・林・漁・鉱業	8.70%	2	23
9	情報サービス・制作業	8.24%	31	376
10	繊維工業	7.45%	7	94
11	不動産業	7.38%	9	122
12	汎・生産・業務用機械器具製造業	5.63%	21	373
13	飲食料品卸売業	5.53%	12	217
14	輸送用機械器具製造業	5.38%	5	93
14	機械器具小売業	5.38%	5	93

減収企業率 推移



※2021年度より不定期実施

Q3. 貴社の2021年9月の売上高は、コロナ禍前の一昨年（2019年）9月を「100」とすると、どの程度でしたか？

「宿泊業」の落ち込みが深刻

コロナ前の2019年9月と比較した売上高を聞いた。Q1で「影響が継続している」、「影響が出たがすでに収束した」と回答した企業のうち、6,222社から回答を得た。

「100以上」は33.2%（2,070社）で、66.7%が減収だった。規模別では、大企業の60.3%（820社中、495社）、中小企業の67.6%（5,402社中、3,657社）が減収だった。

業種別（業種45分類、回答母数20以上）では、「宿泊業」の67.9%（53社中、36社）が半減（50以下）と回答した。唯一、6割を超えた。「飲食業」は43.0%（72社中、31社）だった。

中央値は全企業が90、大企業が90、中小企業が90だった。

2021年9月の売上高が19年比「半減」以下の業種（降順・上位15）

9月の売上高（2019年同月比）

（）内は構成比

	中小企業	大企業	全企業
100以上	1,745社 (32.30%)	325社 (39.63%)	2,070社 (33.27%)
90～99	1,013社 (18.75%)	219社 (26.71%)	1,232社 (19.80%)
80～89	877社 (16.23%)	121社 (14.76%)	998社 (16.04%)
70～79	621社 (11.50%)	75社 (9.15%)	696社 (11.19%)
60～69	408社 (7.55%)	37社 (4.51%)	445社 (7.15%)
50～59	275社 (5.09%)	19社 (2.32%)	294社 (4.73%)
40～49	131社 (2.43%)	8社 (0.98%)	139社 (2.23%)
30～39	135社 (2.50%)	5社 (0.61%)	140社 (2.25%)
20～29	91社 (1.68%)	6社 (0.73%)	97社 (1.56%)
10～19	66社 (1.22%)	3社 (0.37%)	69社 (1.11%)
0～9	40社 (0.74%)	2社 (0.24%)	42社 (0.68%)
合計	5,402社 (100%)	820社 (100%)	6,222社 (100%)

順位	名称	構成比	回答	母数
1	宿泊業	67.92%	36	53
2	飲食業	43.06%	31	72
3	生活関連サービス業、娯楽業	33.03%	36	109
4	教育、学習支援業	32.00%	8	25
5	繊維・衣服等卸売業	18.06%	13	72
6	建設業	17.15%	89	519
7	各種商品卸売業	16.28%	7	43
8	学術研究、専門・技術サービス業	16.06%	44	274
9	不動産業	15.83%	19	120
10	飲食料品小売業	15.79%	6	38
11	その他の製造業	15.38%	10	65
12	機械器具小売業	13.33%	12	90
13	農・林・漁・鉱業	13.04%	3	23
14	繊維工業	12.90%	12	93
15	情報サービス・制作業	12.30%	45	366

Q2とQ3で売上高が「101」以上の業種 「非鉄金属製造業」がトップ

Q1で「影響が継続している」、「影響が出たがすでに収束した」と答えた企業のうち、Q2とQ3で売上高「101」以上の回答をそれぞれ業種別（業種45分類、回答母数20以上）で分析した。

Q2の前年9月との比較では、「非鉄金属製造業」が70.2%（37社中、26社）で最も多かった。次いで、「鉄鋼業」の66.6%（63社中、42社）だった。

Q3のコロナ禍前との比較でも、トップは「非鉄金属製造業」の52.7%（36社中、19社）だった。以下、「飲食料品小売業」の36.8%（38社中、14社）、「電気機械器具製造業」の33.9%（233社中、79社）と続く。「非鉄金属製造業」のみ5割を超える結果となった。

21年9月の売上高が前年比「増加」の業種（降順・上位10）

順位	名称	構成比	回答	母数
1	非鉄金属製造業	70.27%	26	37
2	鉄鋼業	66.67%	42	63
3	木材・木製品製造業	56.41%	22	39
4	建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	56.20%	231	411
5	パルプ・紙・紙加工品製造業	55.13%	43	78
6	化学工業、石油製品製造業	50.83%	61	120
7	ゴム製品製造業	50.00%	17	34
7	家具・装備品製造業	50.00%	14	28
9	プラスチック製品製造業	48.09%	63	131
10	金属製品製造業	47.73%	105	220

21年9月の売上高が19年比「増加」の業種（降順・上位10）

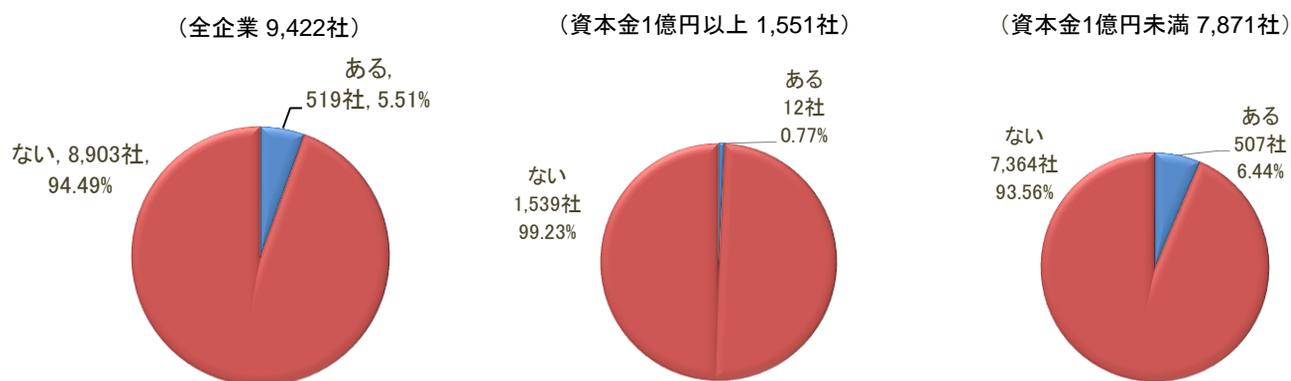
順位	名称	構成比	回答	母数
1	非鉄金属製造業	52.78%	19	36
2	飲食料品小売業	36.84%	14	38
3	電気機械器具製造業	33.91%	79	233
4	化学工業、石油製品製造業	33.61%	40	119
5	鉄鋼業	30.00%	18	60
6	建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	29.85%	117	392
7	木材・木製品製造業	29.73%	11	37
8	金属製品製造業	29.17%	63	216
9	プラスチック製品製造業	28.68%	37	129
10	ゴム製品製造業	28.57%	10	35

Q4. コロナ禍の収束が長引いた場合、「廃業」（すべての事業を閉鎖）を検討する可能性はありますか？（択一回答）

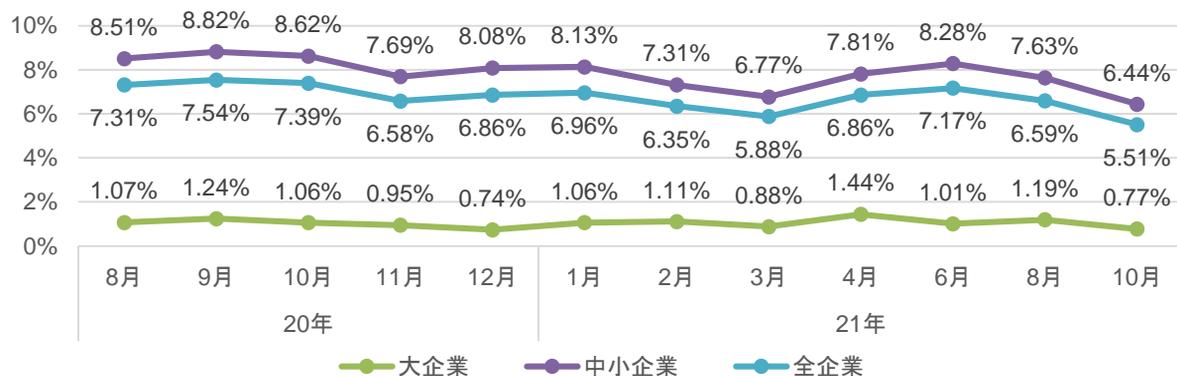
中小企業の「廃業検討率」、6%台に改善

廃業を検討する可能性が「ある」は5.5%（9,422社中、519社）、「ない」は94.4%（8,903社）だった。「ある」は前回調査（8月）より1ポイント以上改善した。第7回調査（2020年8月）で本設問を設定して以降、最低となった。

規模別では、大企業で「ある」と回答した企業は0.7%（1,551社中、12社）にとどまったが、中小企業は6.4%（7,871社中、507社）だった。中小企業は、過去最低となった。



「廃業検討率」推移



※2021年度より不定期実施

業種別「飲食店」が3割超え

廃業検討の可能性が「ある」と回答した企業を業種別で分析した（業種中分類、回答母数20以上）。

構成比が最も高かったのは、「飲食店」の35.7%（56社中、20社）だった。以下、「織物・衣服・身の回り品小売業」の25.0%（24社中、6社）、「道路旅客運送業」の25.0%（20社中、5社）、「宿泊業」の24.4%（49社中、12社）と続く。

前回調査（8月）との比較では、「織物・衣服・身の回り品小売業」が13.1ポイント改善した。

廃業検討の可能性「ある」業種別（降順・上位10業種）

順位	業種	構成比	回答	母数
1	飲食店	35.71%	20	56
2	織物・衣服・身の回り品小売業	25.00%	6	24
2	道路旅客運送業	25.00%	5	20
4	宿泊業	24.49%	12	49
5	その他の教育、学習支援業	22.22%	6	27
6	繊維・衣服等卸売業	16.25%	13	80
7	その他の生活関連サービス業	14.89%	7	47
8	印刷・同関連業	12.00%	12	100
9	飲食料品小売業	10.91%	6	55
10	広告業	9.84%	6	61

Q5. Q4で「廃業」を検討する可能性が「ある」と回答された方に伺います。検討するのは、いつ頃ですか？

「1年以内」、中小企業では36.6%

Q4で「ある」と回答した企業517社から回答を得た。

「1年以内」は36.3%（188社）だった。大企業の「1年以内」は25.0%（12社中、3社）、中小企業は36.6%（505社中、185社）だった。一方、大企業の「25カ月以上（先）」は50.0%（6社）、中小企業は33.2%（168社）だった。

()内は構成比

	中小企業	大企業	全企業
1カ月以内	2社 (0.40%)	1社 (8.33%)	3社 (0.58%)
2～3カ月	18社 (3.56%)	0社 (0.00%)	18社 (3.48%)
4～6カ月	64社 (12.67%)	2社 (16.67%)	66社 (12.77%)
7～12カ月	101社 (20.00%)	0社 (0.00%)	101社 (19.54%)
13～24カ月	152社 (30.10%)	3社 (25.00%)	155社 (29.98%)
25カ月以上	168社 (33.27%)	6社 (50.00%)	174社 (33.66%)
合計	505社 (100.00%)	12社 (100.00%)	517社 (100.00%)

Q6. コロナ禍が収束するのは、いつ頃だと考えますか？（択一回答）

「年内」は3.4%にとどまる

コロナ禍の収束時期の予想を聞いた。「年内」は3.4%（6,503社中、222社）にとどまった。

最も多かったのは「2022年1月～6月頃」の29.8%（1,942社）だった。

「2023年以降」も41.6%（2,709社）あった。先進国を中心にワクチン接種が進むが、早期の収束は難しいとの見通しが大半を占めた。

()内は構成比

	中小企業	大企業	全企業
2021年内	187社 (3.45%)	35社 (3.24%)	222社 (3.41%)
2022年1～6月	1,620社 (29.87%)	322社 (29.81%)	1,942社 (29.86%)
2022年7～12月	1,370社 (25.26%)	260社 (24.07%)	1,630社 (25.07%)
2023年1～6月	653社 (12.04%)	129社 (11.94%)	782社 (12.03%)
2023年7～12月	1,022社 (18.85%)	178社 (16.48%)	1,200社 (18.45%)
2024年以降	571社 (10.53%)	156社 (14.44%)	727社 (11.18%)
合計	5,423社 (100.00%)	1,080社 (100.00%)	6,503社 (100.00%)

Q7. コロナ禍の収束が長引いた場合、再生支援協議会や事業再生ADR、民事再生法などを活用して「事業再生」を検討する可能性はありますか？（択一回答）

中小企業の「ある」、6.9%

「ある」は5.9%（8,841社中、529社）で、過去2回の調査（第14回4.9%、前回4.8%）を含めて最高となった。「ない」は94.0%（8,312社）だった。

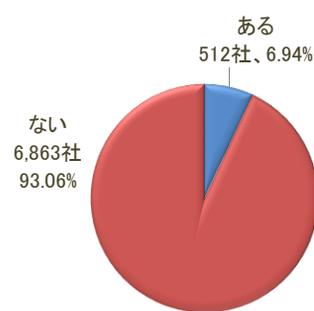
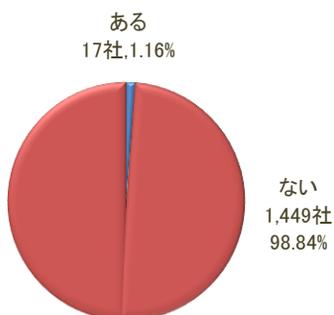
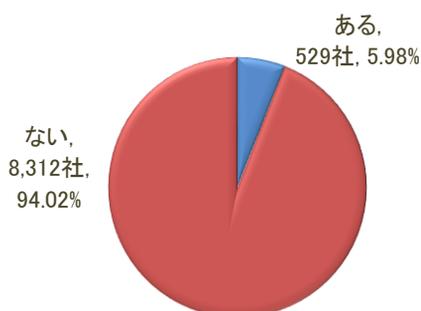
規模別で見ると、大企業で「ある」は1.1%（1,466社中、17社）、中小企業は6.9%（7,375社中、512社）だった。ともに、過去2回の調査を含めて最高となった。

前回調査（8月）では、大企業の「ある」は1.0%、中小企業は5.6%だった。中小企業は1.3ポイント悪化した。過剰債務への対応を含め、抜本再生へのニーズが一定程度あることがわかった。

（全企業 8,841社）

（資本金1億円以上 1,466社）

（資本金1億円未満 7,375社）



Q8. Q7で「ある」と回答された方に伺います。「事業再生」を検討する可能性があるのは、いつ頃ですか？

()内は構成比

中小企業の「1年以内」、43.2%

Q7で「ある」と回答した企業526社から回答を得た。

「1年以内」は43.3% (228社) だった。大企業の「1年以内」は47.0% (17社中、8社)、中小企業は43.2% (509社中、220社) だった。

	中小企業	大企業	全企業
1カ月以内	13社 (2.55%)	0社 (0.00%)	13社 (2.47%)
2～3カ月	32社 (6.29%)	0社 (0.00%)	32社 (6.08%)
4～6カ月	71社 (13.95%)	2社 (11.76%)	73社 (13.88%)
7～12カ月	104社 (20.43%)	6社 (35.29%)	110社 (20.91%)
13～24カ月	146社 (28.68%)	4社 (23.53%)	150社 (28.52%)
25カ月以上先	143社 (28.09%)	5社 (29.41%)	148社 (28.14%)
合計	509社 (100.00%)	17社 (100.00%)	526社 (100.00%)

Q9. 貴社では、「緊急事態宣言」発令の有無は、在宅勤務への取り組みに影響しますか？
(択一回答)

「在宅制度化」、企業規模で大きな差

最多は「在宅勤務は制度化されておらず、宣言の有無に関わらず在宅勤務を認めていない」の43.4% (9,291社中、4,036社) だった。在宅勤務が制度化されているのは、26.7% (2,489社)。

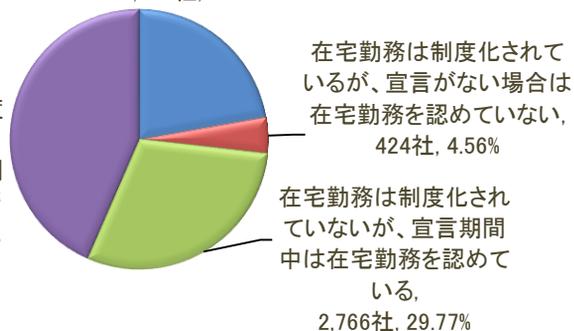
企業規模別では、在宅勤務が制度化されているのは、大企業で49.2%

(1,568社中、772社)、中小企業では22.2% (7,723社中、1,717社) だった。25ポイント以上の開きがあり、企業規模によって在宅勤務への対応が割れている。

(全企業 9,291社)

在宅勤務は制度化されており、宣言の有無に関わらず在宅勤務を認めている、
2,065社、22.23%

在宅勤務は制度化されておらず、宣言の有無に関わらず在宅勤務を認めていない、
4,036社、43.44%



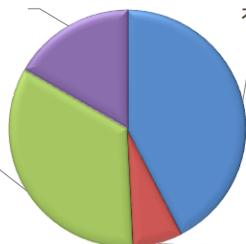
(資本金1億円以上 1,568社)

在宅勤務は制度化されておらず、宣言の有無に関わらず在宅勤務を認めていない
262社
16.71%

在宅勤務は制度化されており、宣言の有無に関わらず在宅勤務を認めている
666社
42.47%

在宅勤務は制度化されていないが、宣言期間中は在宅勤務を認めている
534社
34.06%

在宅勤務は制度化されているが、宣言がない場合は在宅勤務を認めていない
106社
6.76%



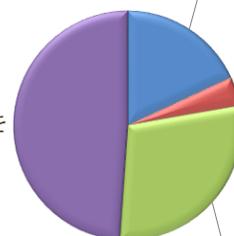
(資本金1億円未満 7,723社)

在宅勤務は制度化されており、宣言の有無に関わらず在宅勤務を認めている
1,399社、18.11%

在宅勤務は制度化されておらず、宣言の有無に関わらず在宅勤務を認めていない
3,774社
48.87%

在宅勤務は制度化されているが、宣言がない場合は在宅勤務を認めていない
318社、4.12%

在宅勤務は制度化されていないが、宣言期間中は在宅勤務を認めている
2,232社、28.90%



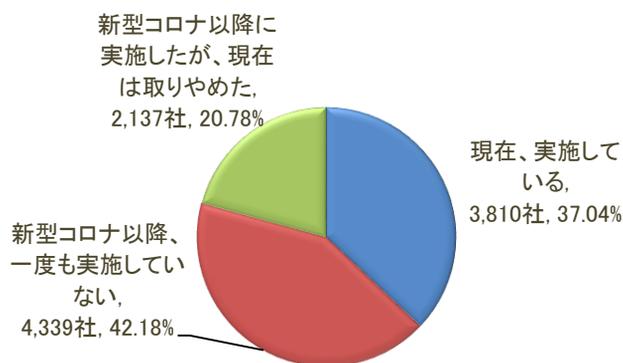
Q10. 貴社では、「新型コロナウイルス」の感染拡大を防ぐため、在宅勤務・リモートワークを実施していますか？（択一回答）

「現在実施」は37.0%

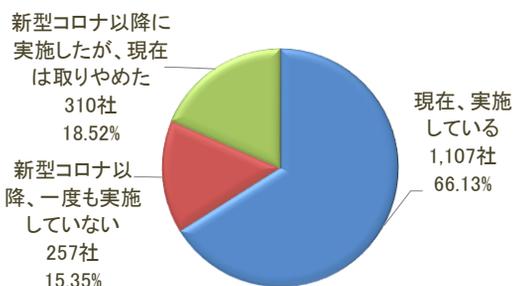
在宅勤務を「現在、実施している」は、37.0%（1万286社中、3,810社）だった。同一設問を設定した第16回調査（2021年6月）では38.3%で、1.3ポイント下落した。

規模別では、大企業で「現在、実施している」は66.1%（1,674社中、1,107社）に対して、中小企業は31.3%（8,612社中、2,703社）だった。第16回調査（6月）では、それぞれ69.1%、32.8%。

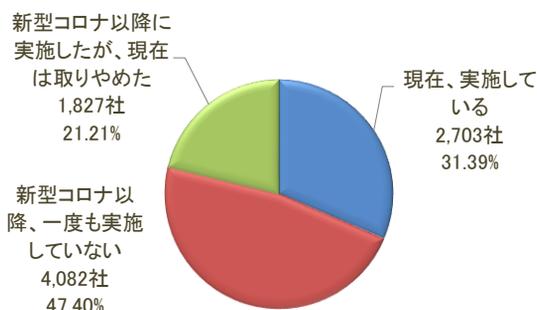
（全企業 10,286社）



（資本金1億円以上 1,674社）



（資本金1億円未満 8,612社）



Q11. Q10で「現在、実施している」とご回答いただいた方にお伺いします。従業員の何割が実施していますか？（1～10の整数でご回答ください。）

「在宅率」7割以上、実施企業の34.3%にとどまる

在宅勤務を「現在、実施している」企業のうち、3,256社から回答を得た。最多は「1割」の20.5%（669社）だった。第16回調査では25.6%だった。

政府は「出勤者数7割削減」を呼びかけているが、達成している企業は34.3%（1,117社）にとどまった。規模別では、「7割以上」は大企業が29.7%（888社中、264社）、中小企業は36.0%（2,368社中、853社）だった。

第16回調査の「7割以上」は、大企業が23.8%、中小企業が30.9%だった。

（）内は構成比

	中小企業	大企業	全企業
1割	506社 (21.37%)	163社 (18.36%)	669社 (20.55%)
2割	296社 (12.50%)	97社 (10.92%)	393社 (12.07%)
3割	232社 (9.80%)	134社 (15.09%)	366社 (11.24%)
4割	109社 (4.60%)	47社 (5.29%)	156社 (4.79%)
5割	286社 (12.08%)	123社 (13.85%)	409社 (12.56%)
6割	86社 (3.63%)	60社 (6.76%)	146社 (4.48%)
7割	167社 (7.05%)	83社 (9.35%)	250社 (7.68%)
8割	136社 (5.74%)	54社 (6.08%)	190社 (5.84%)
9割	119社 (5.03%)	44社 (4.95%)	163社 (5.01%)
10割	431社 (18.20%)	83社 (9.35%)	514社 (15.79%)
合計	2,368社 (100%)	888社 (100%)	3,256社 (100%)

Q12. コロナ禍が収束した後、貴社の売上高はコロナ前と比較してどうなると考えますか？
(択一回答)

「コロナ後も回復しない」、アパレル小売が50.0%

最多は「現在コロナ前より売上高が落ちており、コロナ後は回復する」の51.5% (8,093社中、4,169社) だった。

業種別(業種中分類、回答母数20以上)にみると、いわゆるアパレル小売が含まれる「織物・衣服・身の回り品小売業」では50.0% (28社中、14社) の企業が「現在コロナ前より売上高が落ちており、コロナ後も回復はしない」と回答した。

()内は構成比

	中小企業	大企業	全企業
現在コロナ前より売上高が落ちており、コロナ後は回復する	3,525社 (51.29%)	644社 (52.79%)	4,169社 (51.51%)
現在コロナ前より売上高が増加しており、コロナ後も好調が持続する	1,498社 (21.80%)	286社 (23.44%)	1,784社 (22.04%)
現在コロナ前より売上高が落ちており、コロナ後も回復はしない	1,314社 (19.12%)	176社 (14.43%)	1,490社 (18.41%)
現在コロナ前より売上高が増加しているが、コロナ後は落ち込む	536社 (7.80%)	114社 (9.34%)	650社 (8.03%)
合計	6,873社 (100.00%)	1,220社 (100.00%)	8,093社 (100.00%)

「コロナ前より売上高が落ちており、コロナ後は回復する」
業種別(降順・上位10業種)

順位	業種	構成比	回答	母数
1	広告業	70.59%	36	51
2	洗濯・理容・美容・浴場業	68.00%	17	25
3	医療業	67.50%	27	40
4	倉庫業	65.71%	23	35
5	繊維・衣服等卸売業	62.34%	48	77
6	宿泊業	62.30%	38	61
7	不動産取引業	61.84%	47	76
8	はん用機械器具製造業	61.36%	81	132
9	物品賃貸業	59.79%	58	97
10	輸送用機械器具製造業	58.97%	69	117

「コロナ前より売上高が落ちており、コロナ後も回復
はしない」業種別(降順・上位10業種)

順位	業種	構成比	回答	母数
1	織物・衣服・身の回り品小売業	50.00%	14	28
1	道路旅客運送業	50.00%	12	24
3	政治・経済・文化団体	43.90%	18	41
4	印刷・同関連業	39.09%	43	110
5	その他の生活関連サービス業	36.54%	19	52
6	宿泊業	32.79%	20	61
7	娯楽業	32.14%	18	56
8	飲食店	31.75%	20	63
9	自動車整備業	31.03%	9	29
10	家具・装備品製造業	28.57%	10	35



今回のアンケート調査は、緊急事態宣言、まん延防止等重点措置が解除された10月1日～11日に実施した。外出自粛や飲食店への営業自粛の要請が緩和され、中小企業の「廃業検討率」は過去最低の6.4%と落ち着き、前回調査(8月)の7.6%から1ポイント以上改善した。経済活性化に伴う将来キャッシュフローへの期待が、「廃業検討率」の改善に繋がったとみられる。

中小企業再生支援協議会や事業再生ADR、民事再生法などを活用した「抜本再生」の検討可能性は、中小企業の6.9%が「ある」と回答し、過去最高となった。実質無利子・無担保融資や新型コロナウイルス特例リスケなどで、企業債務は高止まりしている。経済活動が収縮し、人流抑制が続くなかでは、既存債務の処理とその後の成長に向けた再建プランは描きにくい。

ワクチン接種の広がりや感染拡大の抑制で、将来予測がある程度可能になると再建プランの立案は具体化に向けた動きが加速するだろう。「廃業検討率」の低下と「抜本再生検討率」の上昇は、そうした企業の期待感を映し出しているとみられる。

ただ、「現在コロナ前より売上高が落ちており、コロナ後も回復しない」との回答は18.4%にのぼり、コロナ禍の収束状況に関係なく、将来予測が厳しい企業は少なくない。事業再構築に向けた取り組みも動き出し、今後は過剰債務への対応を含めた抜本再生も焦点になっている。だが、それ以前にビジネスモデルの劣化や代表者の高齢化など、根本的な課題を抱えた企業も多く、事業再構築や再生をすべての企業が望んでいるわけではない。

事業再構築や再建、事業譲渡、M&Aなどは、事業の将来性や債務解消のメドが立たないと抜本的な対応を取りにくいのが実情だ。コロナ禍に薄日が差し始めたとは言え、ポストコロナの業況を悲観する企業もあり、コロナ禍の企業支援策は難しい時期に差し掛かっている。