

新型コロナウイルス感染症の影響

- 6月期で僅かに上向いたが、固定費が大きく減収増益が難しい（宿泊業）
- 小規模でも、小回りの利く特長のある商品を取り扱っている企業は落ち込みが小さい（自動車関連）
- 既に着工している工事が安定した収益源だが、展示場の来場者も激減しており7-8月期の落ち込みが懸念（建設業）
- 緊急事態宣言中は減益したがその後は回復基調にある（ビルメンテナンス業）

資金繰りについて

- 「コロナ枠」で融資のハードルが下がっており、融資のつなぎによってキャッシュの枯渇を回避している事業者が多く、債務超過による廃業は避けられない様を感じる。
- 金融機関でもコンサル・経営相談的なサービスをもっと展開すべき。
- 融資の有無に関わらず、日頃から金融機関と企業がつなげることで、有事の際に迅速な対応が可能となる。

経済回復期・拡大期に向けた課題と対応

- 安全・安心の観点からサービスの付加価値を付けられるか、衛生管理の徹底をアピールできるかが差別化のポイント。
- 外出自粛によりユーザーの情報収集時間が増えたことで、自社の強みをSNS等で発信できている会社が強い。
- 自社に感染者が出た際に、顧客を融通したり仕事を任せられるような業界内の連携強化を進めたい。
- 複数の小型店舗に事業を分散し感染のリスクを軽減するスマートオフィス化が有効。
- リモートワークの導入には原資がかかるので、何らかの支援があると進めやすい。
- 日本中が「7割経済」に突入している中、既存の市場で「新しい生活様式」を手掛かりに他社と差別化できるかが成長の鍵。