

# 地方経済情報 Weekly No. 253

## 業態転換でニューノーマルを生き抜く

～コロナ禍に求められる嗅覚と判断力～

### 1. コロナ禍で加速した業態転換

コロナ禍の外出自粛や消費意欲停滞などの影響で、多くの業種で厳しい経営環境が続いています。コロナ禍を生き抜く戦略として広がりを見せているのが「業態転換」です。例えば、店舗販売のみの小売業者がネット販売やECモールに参入することなどが挙げられます。(株)東京商工リサーチの調査によると、本年10月時点で、5社に1社が業態転換を検討している状況です(図表1)。

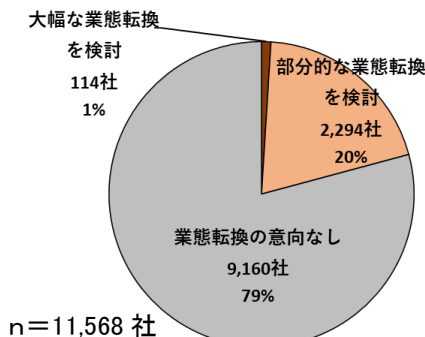
### 2. デリバリーサービス活用の事例

業態転換の一種である、飲食業や小売業におけるデリバリーサービスへの参入事例は、コロナ前も含めて多く見られます(図表2)。出前ポータルサイト「出前館」や、宅配代行サービス「Uber eats」では、本年4月の緊急事態宣言後に利用者が6割増えています。自前の宅配網を持たない事業者でも、このような会社に委託することで、自社の商品を宅配することが可能となります。また、家での時間を楽しむという、コロナ禍が生んだ新たなライフスタイルや価値観により、デリバリーの需要は今後も続くと考えられます。

### 3. すべて業種で自社の業態を見直すきっかけに

業態転換には、「公助」の後押しもあります。本県では、「熊本県中小企業者業態転換等支援事業補助金」が導入されました。これは、コロナ禍の環境変化に応じたビジネスモデルの再構築への取組みに対して補助を行う事業です。受付は終了しましたが、現在国が業態転換を促す新たな支援策の検討を始めており、追加実施も予想されます(図表3)。今後は、飲食業や小売業のみならず、全ての業種で自社のビジネスモデルが持続可能であるかが問われます。業態転換にもリスクは伴いますが、今後は、顧客・市場のニーズ変化を捉える嗅覚と的確な判断により、ニューノーマルを生き抜く柔軟さが求められます。

【図表1】業態転換の意向



- ・調査方法: インターネットによるアンケート調査
- ・対象地域: 全国
- ・業種内訳: 非公表であるが、日本標準産業分類「中分類」単位で集計しており、一定の業種への偏りはない(飲食店91社)

資料: (株)東京商工リサーチ「第9回 新型コロナウイルスに関するアンケート調査」(2020年10月)

【図表2】デリバリーサービス活用の事例

社名<業種>	業態転換の内容(計画を含む)
(株)ライフコーポレーション<スーパー(小売業)>	アマゾンジャパンと提携し、デリバリー事業へ参入。配送エリア拡大。
ロイヤルHD(株)<飲食業>	デリバリーやテイクアウト専門店の出店。
(株)吉野家HD<飲食業>	デリバリー専門店の出店。

資料: 各社ホームページより当研究所作成

【図表3】国が検討する業態転換支援補助金の概要

新設	業態転換を支援する補助金
	持続化給付金の代替と位置付け、1社当たり最大200万円超の支給を想定

資料: 『熊本日日新聞』2020年11月20日朝刊9面「中小の業態転換へ補助」

担当: 研究員 嶋田