

◎ポストコロナ見据えた企業の事業再構築を

新型コロナウイルスへの感染者が急増し、第3波の到来との見方も出ている。冬が深まるにつれ、さらなる感染者の増加も懸念されており、感染拡大の阻止は急務だ。しかしその一方で、ポストコロナの経済のあり方を検討することも政府の役割だ。コロナ収束後の新しい経済社会を構築するため、早急な議論が不可欠だ。

菅政権でポストコロナ後の成長をにらんだ改革の具体策作りを担っているのが成長戦



略会議で、年末に成長戦略中間取りまとめを策定する。現在議論されているテーマは「国内企業の事業再構築」や「労働移動の円滑化」「新しい働き方の実現」などとなっている。その中で焦点の一つが「国内企業の事業再構築」だ。成長戦略会議事務局によると、感染拡大が長期化した場合に「廃業を検討する」と回答した企業は、大企業で1・1%、中小企業で8・6%となっている。廃業の検討まではいかなくとも、新型コロナウイルスの感染拡大が自社の経営に及ぼす長期的な影響では、国内企業の58・7%が「顧客嗜好の変化に合わせたビジネスモデルの再考」、54・4%が「デジタル主導の組織への変革の加速」と考えている。もちろん現在は、新型コロナウイルスの感染拡大について警戒感を持って対処すると同時に、事業の継続、雇用の維持ができるよう政府が

支援することが必要となっている。しかし、それでも新型コロナウイルスが終息するまでのウィズコロナの時代がある程度期間、続くことが不可避と考えれば、これまでのビジネスモデルを維持することが困難になることは現実的で、国内企業も淘汰が進むということになる。だが、自然の淘汰に委ねては構造改革がなかなか進まないことも事実。ポストコロナの国内企業の活性化を考えるなら、むしろ積極的に構造変革を起こす必要があるだろう。

雇用情勢などには留意するのは当然だし、感染拡大の地域の状況や企業業績の状況に注意を払うのも当然なのだが、政府の政策としては、事業再構築を進める企業への支援に段階的に移行させることが求められる。

成長戦略会議事務局によると、国内企業が考えている事業再構築の方向性は「新たな商品・サービスの開発」が35・

8%、「既存の商品・サービスの販売・提供方法の変更」が23・6%となっており、「他社事業の統合・連携、他社への事業売却等」は13・1%と、企業を超えた事業再編への意欲は低いとされている。

業種や業態の転換は企業自身も検討している事業再編だが、それを一歩進めてM&Aなども進めるためにどう青写真を描くのか、それが今後の成長戦略のカギの一つになる。