

小規模事業者の現状把握 (事務局資料)

令和8年2月3日

中小企業庁 経営支援部 小規模企業振興課

小規模事業者の全体像

- 全企業数の99.7%が中小企業、84.5%が小規模事業者^{※1}。
- 小規模事業者数は、10年で約50万者、5年で約20万者程度減少。
- 小規模事業者の業種割合は、卸・小売業やサービス業が6割程度。

図1 事業者数・従業者数（2021年）

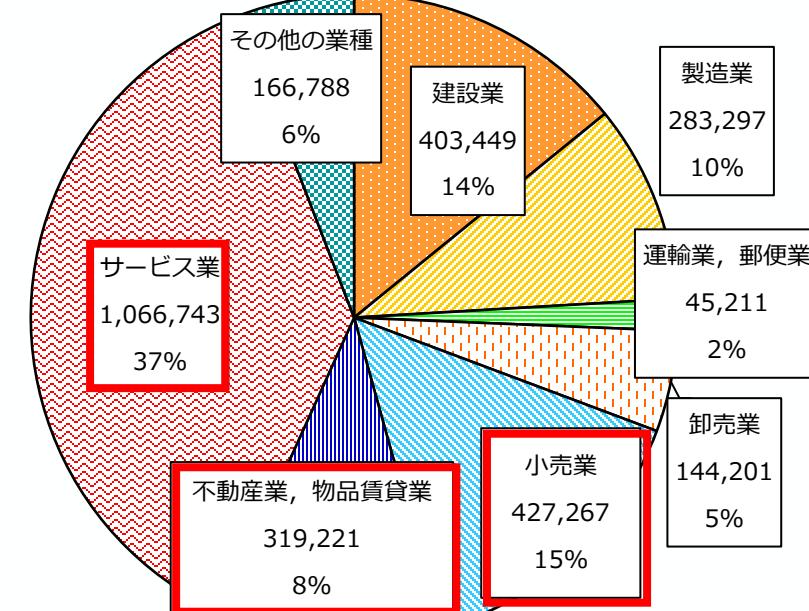
	事業者数	従業者数
大企業	1.0万者 (0.3%)	1,438万人 (30.3%)
中小企業	336.5万者 (99.7%)	3,310万人 (69.7%)
うち 小規模事業者	285.3万者 (84.5%)	973万人 (20.5%)

（出典）令和3年経済センサス-活動調査- 再編加工

図2 小規模事業者数の推移^{※2}



図3 小規模事業者の業種別事業者数（2021年）



※1 小規模事業者は、おおむね常時使用する従業員の数が20人（商業又はサービス業に属する事業を主たる事業として営む者については、5人（宿泊業、娯楽業は除く））以下の事業者をいい、個人事業主やフリーランスも含まれる。

※2 経済センサスでは、フリーランス、S O H O等の外観で把握困難な事業所を補足することが難しい。このため、税務統計と差が生じている。税務統計上は、営業等所得がある個人・個人事業主数は412万者（令和3年国税庁統計「申告所得税」）となる。

小規模企業振興基本法・小規模企業振興基本計画

- 小規模企業振興基本法は、中小企業基本法の基本理念にのっとり、小規模企業の振興について、事業の持続的発展を基本原則とした施策の体系を構築。また、国は小規模企業の振興に関する施策を総合的に策定・実施する責務を有するとされている。
- 小規模企業の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、小規模企業振興基本計画を定めることとしており、小規模企業をめぐる情勢の変化、小規模企業の振興に関する施策の効果に関する評価を踏まえ、おおむね5年毎に見直すこととしている。（閣議決定事項）

小規模企業振興基本法

基本原則（第3条、第4条）

中小企業基本法の基本理念である「成長発展」のみならず、技術やノウハウの向上、 安定的な雇用の維持等を含む「事業の持続的発展」を基本原則として位置づける。

国の責務（第5条）

小規模企業の振興に関する施策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する。

関係行政機関は連携し、小規模企業に関する情報提供等を通じて国民の理解を深めるよう努める。

基本方針（第6条）

次に掲げる基本方針に基づき、小規模企業の振興に関する施策を講ずるものとする。

- ①需要に応じた商品の販売、新事業展開の促進
- ②経営資源の有効な活用、人材育成・確保
- ③地域経済の活性化に資する事業活動の推進
- ④適切な支援体制の整備

基本計画（第13条）

小規模企業の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための基本計画の策定

- 一 小規模企業の振興に関する施策についての基本的な方針
- 二 小規模企業の振興に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策
- 三 小規模企業の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

小規模企業をめぐる情勢の変化、小規模企業の振興に関する施策の効果に関する評価を踏まえ、おおむね5年ごとに変更

小規模企業振興基本計画

第1章 小規模企業の振興に関する施策についての基本的な方針

「現状認識」、「基本的考え方」、「4つの目標」を規定

第2章 小規模企業の振興に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策

「4つの目標」に従って、政府が講ずべき「重点施策」を規定

第3章 小規模企業の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

「政府以外を含めた必要な取組」として、「地方公共団体の責務」、「小規模事業者の努力等」、「関係者相互の連携及び協力」を規定

小規模企業振興基本計画（第Ⅲ期）のポイント（令和7年3月）

- 現在、日本経済は大きく変化するチャンスを迎えており、「潮目の変化」の今、官民で国内投資と賃上げを継続し、デフレ脱却を実現できるか否かの正念場。賃金上昇が物価上昇を上回ることで消費が増加し、企業の国内投資が堅調なトレンドを維持する好循環を定着させることが重要であり、小規模事業者もまた例外ではない。一方、小規模事業者の経営を巡る環境は、「大幅な賃上げ」「少子高齢化・人口減少」「人手不足」など、急速かつ大規模な変化を遂げつつある。
- こうした時代の転換点にあって、事業の拡大を目指す意欲的な事業者はもとより、事業を持続し地域を支え続ける事業者においても、時代の変化に応じて経営力を向上させ、これまで以上に「稼ぐ力」を高めていく必要。小規模事業者の「特性、強み」を発揮し、地域課題解決を含め「新たな需要が喚起される分野」に積極的に取り組むとともに、提供する付加価値に適切な価格を設定することにより、小規模事業者にとっても稼ぐ力を高める好機（ビジネスチャンス）となり、経営の自走化や地域経済の成長発展につながる。小規模事業者が減少する中でもその「機能」を育成・維持し、地域経済を成長させ、社会を機能させる適応策を講じていくという考え方は、地方創生の理念とも合致。
- 経営資源に乏しい小規模事業者が、事業環境の変化を踏まえながら経営課題に単独で対応していくことは極めて困難であり、支援機関による伴走支援は一層その重要性を増しているが、身近な支援機関である商工会・商工会議所において人員不足や支援ノウハウ・知見の不足が顕在化していることから、支援体制の強化（経営指導員等の人事費や商工会館の施設整備費等の事業費の確保、デジタルツールの活用やナレッジ・ノウハウの共有等による支援の質の向上や業務効率化、広域的な支援体制の構築等）を図っていく必要。また、地方公共団体が主体となり、支援機関同士が緊密に連携し、地域で総力を挙げて取り組む必要。
- 頻発化・激甚化する自然災害からの早期の復旧・復興に向け、引き続き、国・都道府県・市町村が一体となった支援も必要。
- これらを踏まえ、国が講ずべき重点施策として、「経営力の向上（経営者のリテラシー向上、取引適正化対策等）」「支援機関の体制・連携強化」「多発する大規模災害等への対応」等を掲げるとともに、地域における産業政策の主体としての自走化を目指し「地方公共団体の責務」を掲げた。

小規模企業振興基本計画（第Ⅲ期）の構成

第1章 小規模事業者の振興に関する施策についての基本的な方針【法第13条第2項第1号】

1. 現状認識
2. 基本的考え方
3. 4つの目標【法第6条第1～4号】

（1）需要を見据えた経営力の向上

－経営者の意識改革、事業の持続的発展、意欲ある事業者の成長発展－

（3）地域経済の活性化、地域住民の生活向上・交流促進

－地域の持続的発展、地域経済・生活・コミュニティの活性化－

（2）経営資源の有効活用、人材の育成・確保

－新陳代謝の円滑化、事業継続力の強化、人手不足対応、多様な人材の育成・確保・活用－

（4）支援体制の整備その他必要な措置

－支援機関の体制強化、国と地方公共団体との連携強化、手続の簡素化－

第2章 小規模事業者の振興に関し、政府が総合的かつ計画的に講すべき施策（15の重点施策）【法第13条第2項第2号】

1. 需要を見据えた経営力の向上に係る重点施策

【法第6条第1号】

（重点施策1）経営者のリテラシー（経営戦略・会計・知的財産等）向上

（重点施策2）経営計画の策定

（重点施策3）需要開拓・新事業展開

（重点施策4）取引適正化対策

2. 経営資源の有効活用、人材の育成・確保に係る重点施策

【法第6条第2号】

（重点施策5）起業・創業

（重点施策6）事業承継・円滑な廃業・再チャレンジ

（重点施策7）多発する大規模災害等への対応

（重点施策8）事業継続力の強化

（重点施策9）人手不足対応、人材の育成・確保・活用

3. 地域経済の活性化、地域住民の生活向上・交流促進に係る重点施策【法第6条第3号】

（重点施策10）地域経済の活性化

（重点施策11）地域の生活・コミュニティの活性化

（重点施策12）地域課題解決の推進

4. 支援体制の整備その他必要な措置に係る重点施策

【法第6条第4号】

（重点施策13）支援機関の体制・連携強化

（重点施策14）国と地方公共団体との連携強化

（重点施策15）手続きの簡素化・施策情報の提供

第3章 小規模事業者の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため必要な事項【法第13条第2項第3号】

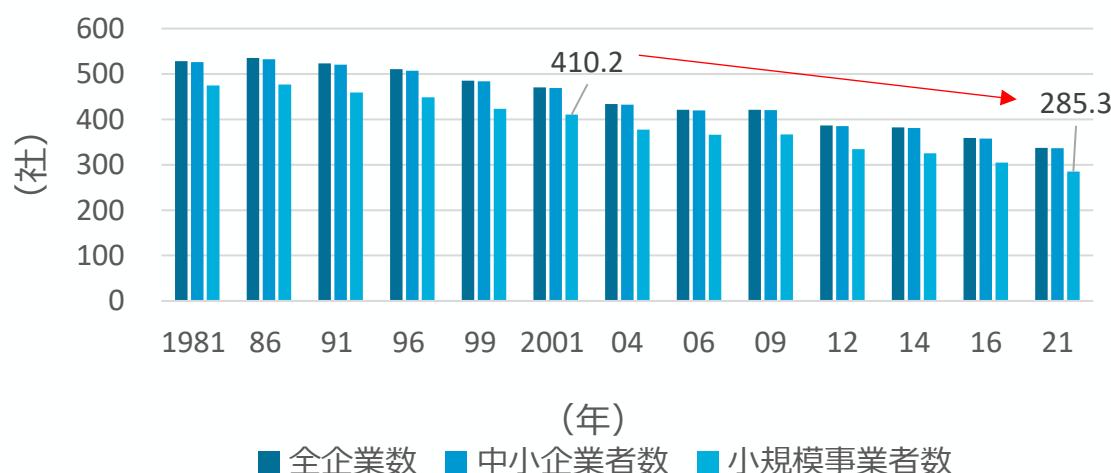
1. 地方公共団体の責務【法第7条】
2. 小規模事業者の努力等【法第8条】
3. 関係者相互の連携及び協力【法第9条】

小規模事業者数の推移

- 中小企業全体の事業者数は、過去20年で469万社から28%減少して337万社。小規模事業者数は、410万社から31%減少し、285万社。
- 2015年から2020年にかけて、常用雇用者数の増加により小規模事業者から卒業した企業数は4.0万社(1.4%)、逆に中小企業等から小規模事業者となった企業数は6.7万社(2.5%)。
- 廃業・転出した小規模事業者は81.7万社(28.7%)、開業・転入した小規模事業者は59.1万社(20.7%)と、廃業・転出した事業者が多く、小規模事業者総数が減少。

注) 経済センサスに基づく本調査の定義は、厚生労働省「雇用保険事業年報」と異なる点に注意。

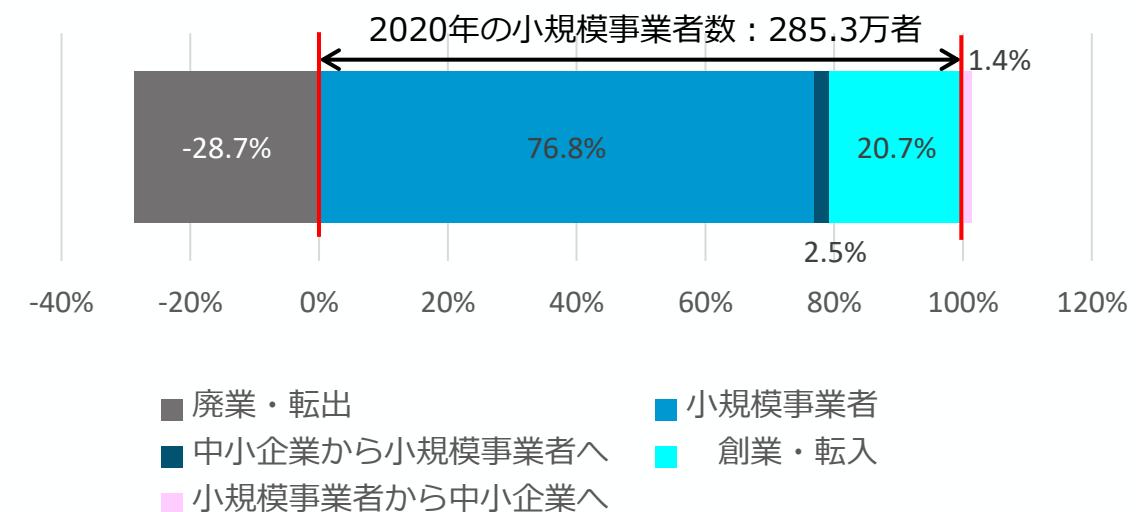
小規模事業者数の推移 (1981年→2021年)



資料) 中小企業庁「2016年版小規模白書」(1981~2014年)、中小企業ウェブサイト(2016.2021)より
三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

注) 1.1991年までは「事業所統計調査」として行われた。2.企業数は1986年以降に総務省において統計を取り始めており、1981年は中小企業庁において事業所統計から再編加工した計数である。3.2012年の数値より、中小企業及び小規模事業者の企業数(事業者数)に政令特例業種を反映している。

小規模事業者の新陳代謝 (2015→2020年)



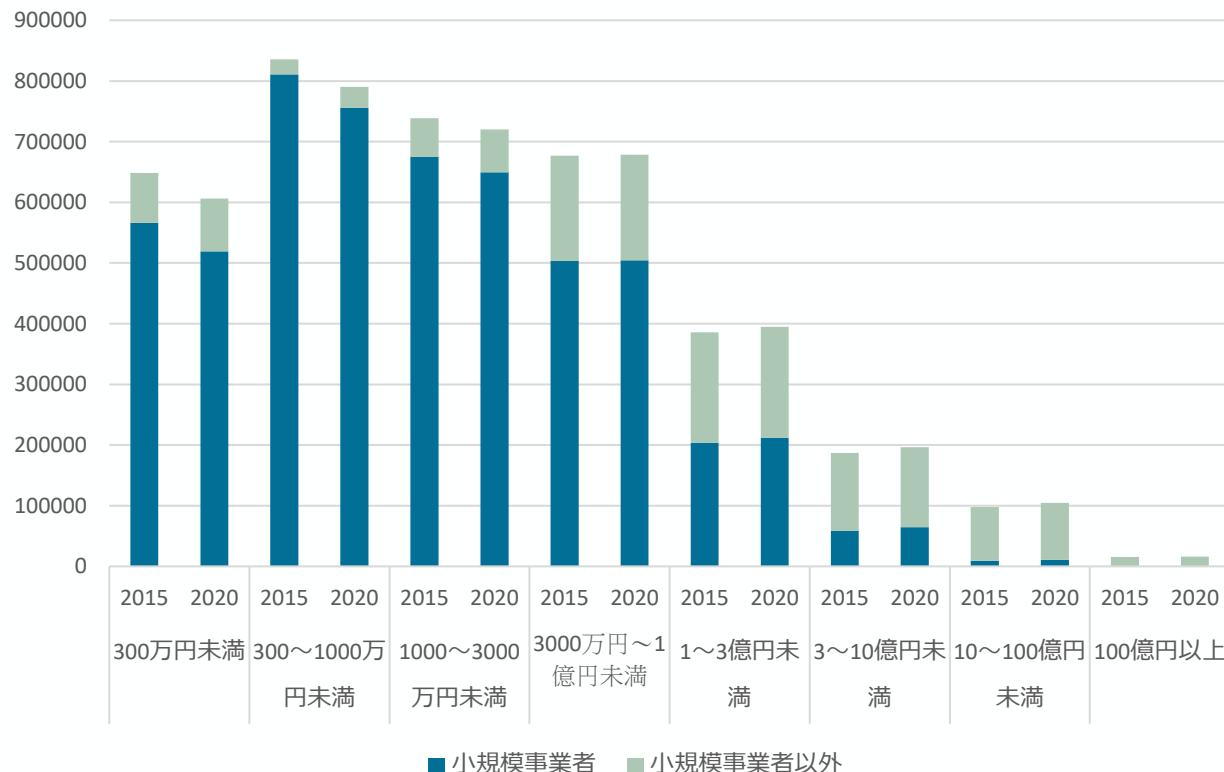
資料) 経済産業省「平成28年/令和3年 経済センサス(活動調査)」より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

注) 経済センサスの2時点の個票からデータを接続し、2015年時点での小規模事業者の2020年時点の区分を把握し集計。なお、廃業には当該調査区域からの転出を、また、創業には当該地域への転入を含む。

小規模事業者全体の売上高の分布

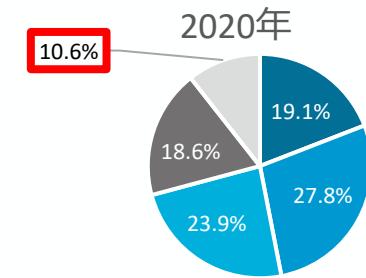
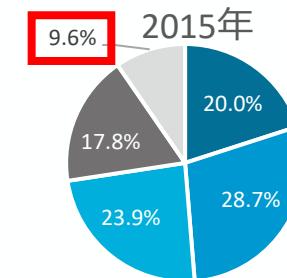
- 2015年から2020年にかけて、売上高3000万円未満の小規模事業者数は減少しているものの、売上高1億円以上の小規模事業者数は増加している。
- 売上高規模別構成比を見ると、売上高3000万円未満の小規模事業者が7割程度であり、売上高1億円以上の小規模事業者は10%ほど存在している。

売上高規模別企業数

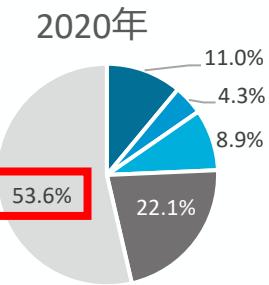
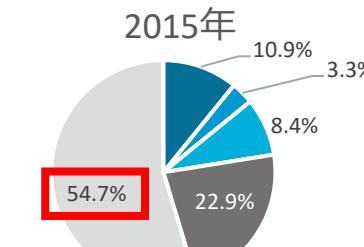


売上高規模別構成比 (%)

小規模事業者



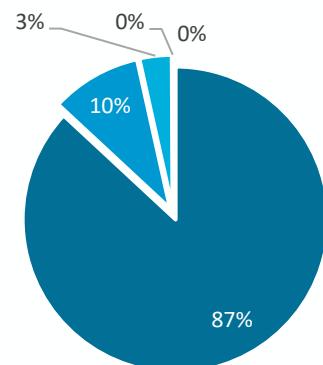
小規模事業者以外



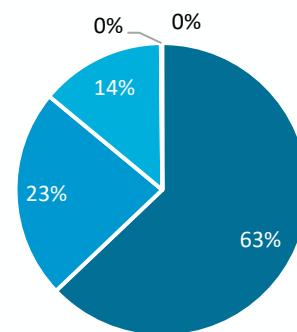
売上高と常用雇用者数の関係

- 売上高3000万円未満の小規模事業者では家族経営が中心であるのに対し、売上高1億円以上では、2人以上の常用雇用者数を有する事業者が8割を超え、家族経営から組織的な経営へと移行。
- 売上高3000万円～1億円の小規模事業者では、常用雇用者数が2人以上の事業者が6割を超えており、成長志向の小規模事業者であれば成長のポテンシャルがあると考えられるのではないか。

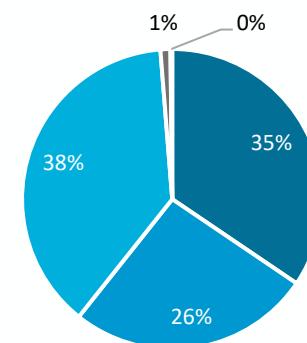
売上高300万円未満



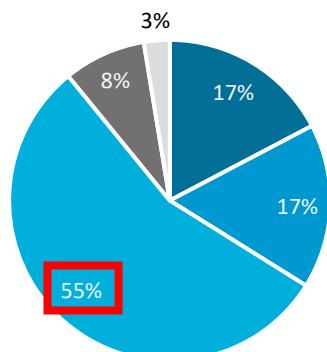
売上高300万円～1,000万円



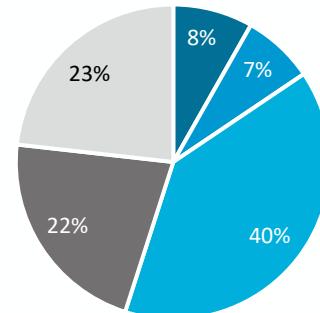
売上高1,000万円～3,000万円



売上高3,000万円～1億円



売上高1億円以上



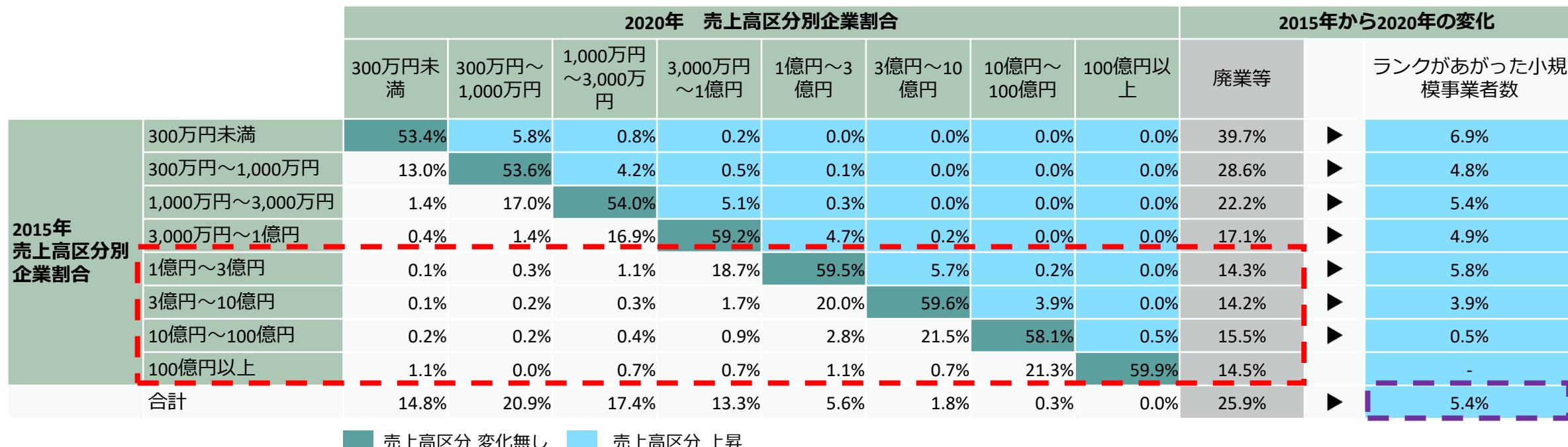
常用雇用者数 (2020年)

- 0人
- 1人
- 2～5人
- 6～10人
- 11～20人

小規模事業者の売上高の時点変化（パネルデータ分析）

- 5-6割の小規模事業者が2015年から2020年の売上高区分を維持している一方、売上高区分が上昇した小規模事業者は5.4%、下降したのは2割程度。
- 廃業・転出率は、売上高区分の低い企業ほど高く、1億円以上になると15%程度で安定する傾向。

売上高区分別にみた企業数の変化（2015年→2020年）



資料) 経済産業省「平成28年/令和3年 経済センサス（活動調査）」より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

注) 経済センサスの2時点の個票を用い、売上高のランク別に企業数を集計。なお、同一区分内の事業者であっても、売上高は増加もしくは減少している可能性がある。

2015年に小規模事業者の定義に該当した事業者に限って集計したものであり、開業・転入した事業者や2015年に中小企業であった事業者は含まれていない。

【参考】実数値

小規模事業者の売上高の時点変化（パネルデータ分析）

- 5-6割の小規模事業者が2015年から2020年の売上高区分を維持している一方、売上高区分が上昇した小規模事業者は15.3万社、下降したのは38.0万社。
- 廃業・転出数は、売上高区分の低い企業ほど多い、1億円以上になると減少する傾向。

売上高区分別にみた企業数の変化（2015年→2020年）

	2015年 売上高区分別 企業割合	2020年 売上高区分別企業割合								2015年から2020年の変化	
		300万円未満	300万円～1,000万円	1,000万円～3,000万円	3,000万円～1億円	1億円～3億円	3億円～10億円	10億円～100億円	100億円以上	廃業等	ランクがあがった小規模事業者数
2015年 売上高区分別 企業割合	300万円未満	302,484	32,920	4,632	1,012	166	51	21	3	225,074	► 38,805
	300万円～1,000万円	105,311	435,059	34,154	4,215	417	66	12		231,887	► 38,864
	1,000万円～3,000万円	9,171	114,744	365,046	34,539	1,768	175	28	3	149,947	► 36,513
	3,000万円～1億円	1,997	7,241	85,083	298,370	23,724	956	83	4	86,121	► 24,767
	1億円～3億円	290	630	2,319	38,038	121,224	11,578	313	3	29,210	► 11,894
	3億円～10億円	70	98	203	976	11,774	35,094	2,315	3	8,395	► 2,318
	10億円～100億円	16	15	34	81	249	1,930	5,211	42	1,391	► 42
	100億円以上	3	2	2	3	2	60	169	41		153,203
合計		419,342	590,707	491,473	377,233	159,325	49,852	8,043	227	732,066	►

■ 売上高区分 変化無し ■ 売上高区分 上昇

資料) 経済産業省「平成28年/令和3年 経済センサス（活動調査）」より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

注) 経済センサスの2時点の個票を用い、売上高のランク別に企業数を集計。なお、同一区分内の事業者であっても、売上高は増加もしくは減少している可能性がある。

2015年に小規模事業者の定義に該当した事業者に限って集計したものであり、開業・転入した事業者や2015年に中小企業であった事業者は含まれていない。

成長志向の小規模事業者の特徴

- 成長志向の小規模事業者は、売上高が一定水準（例えば1億円）に達すると、賃上げ原資の確保につながる「稼ぐ力」が高く、事業継続性が向上するなど、経営体としての基礎が固まるものと考えられることから、地域における良質な雇用の創出、廃業する事業者の事業引継等を通じたエッセンシャル・サービス維持、地域内の他の小規模事業者への波及（インフルエンサーとしての役割）などが期待できる。
- 主な成長要因を踏まえ、成長志向の小規模事業者の経営者が持つリテラシーの特徴を抽出し、横展開する方法を検討してはどうか。

項目	主な成長要因	
経営者	・経営計画・事業計画の作成、金融機関との融資交渉（言語化する過程の気づき、試行錯誤、自社・競合・市場の分析） ・支援機関（無料）への積極的な相談、情報収集	・諸計画の認定（モチベーション向上・自信）
ヒト	・採用の工夫（求める人材の明確化、ミスマッチ回避） ・会計・受発注・人事等に係るクラウドサービスや業務代行サービスの活用 ・業務の標準化・マニュアル化	・安心・安全な就労環境の整備 ・商工団体や地域内での扶け合い／協業
モノ	・値上げ（適切な値付け）／価格転嫁（原価計算） ・工程のデジタル化・機械化（コスト低減、管理の質の向上）	・経営計画に敵った設備投資 ・在庫管理改善／廃棄の削減
力ネ	・成長資金（設備投資、販路開拓等）の調達 ・補助金等の積極活用	
コト	・競合との差別化、多角化、新事業進出・販路開拓、技術力・企画力向上 ・需要の引き込み、SNS等の情報発信、EC活用	