

## 第1部 令和2年度(2020年度)の小規模事業者の動向

中小企業庁ウェブサイトにて掲載(中小企業白書 小規模企業白書 2021年版① 第1部にも同じ内容を掲載)

## 第2部 消費者の意識変化と小規模事業者の底力…………… II-1

### 第1章 小規模事業者を取り巻く環境の変化と対応…………… II-2

- 第1節 小規模事業者の産業構造の実態…………… II-2
- 第2節 感染症流行による小規模事業者への影響…………… II-6
- 第3節 感染症流行による消費者の意識・行動の変化…………… II-19
- 第4節 感染症流行を踏まえた事業の見直しと対応…………… II-37
- 第5節 まとめ…………… II-89

### 第2章 経営環境の変化に強い小規模事業者の特徴…………… II-90

- 第1節 日頃からの経営分析…………… II-91
- 第2節 顧客・地域とのつながり…………… II-104
- 第3節 自社又は商品・サービス・技術のブランド化…………… II-124
- 第4節 SDGsへの取組…………… II-133
- 第5節 まとめ…………… II-145

### 第3章 感染症流行下の商工会・商工会議所の取組と小規模事業者支援…………… II-146

- 第1節 商工会・商工会議所の相談実態と小規模事業者からの評価…………… II-146
- 第2節 感染症流行下における小規模事業者の課題と商工会・商工会議所の支援…………… II-164
- 第3節 まとめ…………… II-183

## 令和2年度において講じた小規模企業施策

……………中小企業庁ウェブサイトにて掲載

## 令和3年度において講じようとする小規模企業施策

……………中小企業庁ウェブサイトにて掲載

付注…………… III-1

参考文献…………… III-7

図表索引…………… III-9

### 【中小企業庁ウェブサイト】

#### 2021年版中小企業白書

<https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2021/PDF/chusho.html>



#### 2021年版小規模企業白書

<https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2021/PDF/shokibo.html>



その他更新情報があれば、中小企業庁ウェブサイトにて掲載していますのでご参照ください。



# 本書で取り上げた事例一覧

## 第1部 令和2年度(2020年度)の中小企業の動向

※第1部は中小企業庁ウェブサイトにて掲載

### 第1章 中小企業・小規模事業者の動向

事例	企業名等	所在地	事例	掲載ページ
1-1-1	株式会社ふらここ	東京都中央区	正社員・パート社員を問わず、皆で助け合う組織風土を醸成し、日本の人形文化を継承していく企業	I-66

## 第2部 消費者の意識変化と小規模事業者の底力

### 第1章 小規模事業者を取り巻く環境の変化と対応

事例	企業名等	所在地	事例	掲載ページ
2-1-1	出汁茶漬 網元茶屋	愛媛県松山市	包丁さばきを伝授し、『骨取り』ハモで町おこしに取り組む茶漬店	II-53
2-1-2	北映 Northern Films	北海道北見市	感染症流行で苦しむ地元事業者を支援したことで、認知度向上と収益アップに成功した事業者	II-54
2-1-3	奉還町商店街振興組合	岡山県岡山市	来店者を他店にも誘導する『ぐるり奉還町』で来街者の回遊性を高めた商店街	II-55
2-1-4	だしダイニング楓	埼玉県川口市	テイクアウト商品の充実で、感染症流行下でも柔軟な営業体制を続けることができた飲食店	II-57
2-1-5	株式会社大人ウェディング	東京都港区	結婚式需要の変化に対応し、ウェディングドレスの長期レンタルサービスを始めた企業	II-58
2-1-6	株式会社ダルマン	東京都文京区	感染症流行下、『ムジンノフクヤ』で非対面型の店舗を展開する古着店	II-59
2-1-7	山本製作所有限公司	愛知県豊川市	感染症流行下での非接触・マスク需要に着目して、新たな事業分野に進出した企業	II-61
2-1-8	有限会社砂原石材	岐阜県飛騨市	巣籠もり需要に着目し、事業者向け製品を改善し家庭用販売に進出した企業	II-62
2-1-9	オステリアメタメタ	兵庫県赤穂市	感染症流行下においても新天地への移住により移転開業した飲食店	II-64
2-1-10	Licca	群馬県みなかみ町	地域の特性に合った環境配慮型事業を移住して立ち上げた事業者	II-65
2-1-11	テクナード株式会社	岐阜県羽島市	楽器演奏者用マスクを開発し、感染症流行下であってもニッチな分野に進出する企業	II-67
2-1-12	小川タクシー有限公司	千葉県東金市	外出自粛が続く中、『便利タクシー』で新サービスを提供するタクシー会社	II-68

2-1-13	有限会社共栄旅行サービス	埼玉県 草加市	地元密着型の旅行業の強みをいかし弁当の宅配事業で感染症を乗り越える企業	II-70
2-1-14	Cerca Travel株式会社	京都府 京都市	動画配信、オンラインツアーをきっかけに映像制作事業を始めた企業	II-71
2-1-15	有限会社山城屋	大分県 由布市	自社の強みや経営資源をいかし、感染症流行下でも新規事業に積極的に取り組む旅館	II-72
2-1-16	株式会社クローネ	神奈川県 鎌倉市	感染症流行による来店客数減への対策に、SNSを活用して顧客との接点を増やした企業	II-74
2-1-17	大洗海風ヨガスタジオ	茨城県 大洗町	レッスンのオンライン化で新たな顧客層を取り入れたヨガスタジオ	II-75
2-1-18	合同会社WhyKumano	和歌山県 那智勝浦町	新サービス『オンライン宿泊』で、新規顧客を開拓したゲストハウス	II-76
2-1-19	旅館 比与志	埼玉県 秩父市	SNSでの丁寧な情報発信と地元事業者との連携で感染症を乗り越える旅館	II-78
2-1-20	さ〜どぶれいす	高知県 高知市	地域の飲食店と連携して、新たな需要の掘り起こしに取り組む企業	II-79
2-1-21	有限会社マルキチ阿部商店	宮城県 女川町	感染症が流行する中で、他社と連携して経営効率化と販路開拓に取り組んだ企業	II-80
2-1-22	城南信用金庫	東京都 品川区	『テイクアウト支援サイト』で感染症流行下の飲食店テイクアウトを支援する信用金庫	II-82
2-1-23	一般社団法人北海道国際流通機構	北海道 札幌市	輸出に係るコストとリスクを低減し、中小企業の海外進出を支援する機関	II-83
2-1-24	株式会社Catalu JAPAN	東京都 中央区	製品と店舗をつなぐ新しい流通サービスにより、地方中小製造業の販路開拓を支援する企業	II-84

## 第2章 経営環境の変化に強い小規模事業者の特徴

事例	企業名等	所在地	事例	掲載ページ
2-2-1	有限会社源泉館	山梨県 身延町	心が伝わる手書きのニュースレターで築いた顧客とのつながりに支えられた温泉旅館	II-111
2-2-2	株式会社カメラ時計店	奈良県 御所市	売らないイベントとSNSでの情報発信で顧客とのつながりを強化し、感染症流行下でも業績を維持する小規模事業者	II-112
2-2-3	合同会社ねっか	福島県 只見町	地域に愛される焼酎づくりで地域ブランドを生み出した酒蔵会社	II-120
2-2-4	カゴノオト	高知県 四万十町	地元ならではのパン菓子のブランド訴求で、ファンからの支持を獲得している事業者	II-131
2-2-5	株式会社鳥取銀行	鳥取県 鳥取市	県産ジビエのブランド化により、地域活性化に取り組む金融機関	II-132
2-2-6	株式会社きぬのいえ	埼玉県 寄居町	サステナブルな衣類の供給を目指し、職人技をいかした染め直しの新サービスを始めた企業	II-141



### 第3章 感染症流行下の商工会・商工会議所の取組と小規模事業者支援

事例	企業名等	所在地	事例	掲載ページ
2-3-1	有限会社松輝製網	三重県 川越町	感染症流行後、商工会と連携しながら積極的に新規事業に取り組んだ企業	II-158
2-3-2	KOYASU FARM	福岡県 宇美町	商工会が提案する支援策を柔軟に取り入れながら新規事業の拡大に取り組む事業者	II-159
2-3-3	山口商工会議所	山口県 山口市	テイクアウト用サイトの開設やプレミアムチケットの販売で地元事業者を支える商工会議所	II-180
2-3-4	熊本県商工会連合会	熊本県 熊本市	大型イベントをオンライン開催に切り替え地元事業者のPR支援に取り組む支援機関	II-181
2-3-5	庄原市キャッシュレス決済推進協議会	広島県 庄原市	行政と複数の経済団体との連携による地域循環型ICカードシステムの導入	II-182

# 本書で取り上げたコラム一覧

## 第1部 令和2年度(2020年度)の中小企業の動向

※第1部は中小企業庁ウェブサイトにて掲載

### 第1章 中小企業・小規模事業者の動向

コラム	タイトル	掲載ページ
1-1-1	地域コミュニティにおける商業機能の担い手である商店街に期待される新たな役割	I-41
1-1-2	働き方改革への対応状況	I-61
1-1-3	外国人材の受入れについて	I-67
1-1-4	副業・兼業を通じた多様な人材の活用	I-70
1-1-5	「未来志向型の取引慣行に向けて」に基づく取組の更なる浸透に向けて	I-101
1-1-6	振興基準	I-103
1-1-7	パートナーシップ構築宣言	I-104
1-1-8	デジタルプラットフォーム取引透明化法の施行と相談窓口の開設	I-106
1-1-9	「事業継続力強化計画」認定制度	I-119

### 第2章 中小企業・小規模事業者の実態

コラム	タイトル	掲載ページ
1-2-1	フリーランスの実態	I-130

### 第3章 中小企業・小規模事業者政策の方向性

コラム	タイトル	掲載ページ
1-3-1	中小企業・小規模事業者政策の政策評価	I-153



## 第2部 消費者の意識変化と小規模事業者の底力

### 第1章 小規模事業者を取り巻く環境の変化と対応

コラム	タイトル	掲載ページ
2-1-1	AT（アドベンチャーリズム）	II-22
2-1-2	JAPANブランド補助金を活用した海外展開	II-49
2-1-3	「小規模事業者持続化補助金」～経営計画に基づく販路開拓～	II-85

### 第2章 経営環境の変化に強い小規模事業者の特徴

コラム	タイトル	掲載ページ
2-2-1	地域一帯型オープンファクトリー	II-121
2-2-2	九州SDGs経営推進フォーラム	II-142

### 第3章 感染症流行下の商工会・商工会議所の取組と小規模事業者支援

コラム	タイトル	掲載ページ
2-3-1	感染症流行下における中小企業診断士による電話相談窓口事業	II-175

## 本文を読む前に（凡例）

- 1 この報告の中で、中小企業とは、中小企業基本法第2条第1項の規定に基づく「中小企業者」をいう。また、小規模企業とは、同条第5項の規定に基づく「小規模企業者」をいう。さらに、中規模企業とは、「小規模企業者」以外の「中小企業者」をいう。「中小企業者」、「小規模企業者」については、具体的には、下記に該当するものを指す。

業種	中小企業者（下記のいずれかを満たすこと）		うち小規模企業者
	資本金	常時雇用する従業員	常時雇用する従業員
①製造業・建設業・運輸業 その他の業種（②～④を除く）※	3億円以下	300人以下	20人以下
②卸売業	1億円以下	100人以下	5人以下
③サービス業※	5,000万円以下	100人以下	5人以下
④小売業	5,000万円以下	50人以下	5人以下

※下記業種については、中小企業関連立法における政令に基づき、以下のとおり定めている。

### 【中小企業者】

#### ①製造業

- ・ゴム製品製造業：資本金3億円以下又は常時雇用する従業員900人以下

#### ③サービス業

- ・ソフトウェア業・情報処理サービス業：資本金3億円以下又は常時雇用する従業員300人以下
- ・旅館業：資本金5,000万円以下又は常時雇用する従業員200人以下

### 【小規模企業者】

#### ③サービス業

- ・宿泊業・娯楽業：常時雇用する従業員20人以下

- 2 この報告では、一般に公表されている政府の統計資料を再編加工したものや民間諸機関の調査等を主として利用した。資料の出所、算出方法、注意事項等についてはそれぞれの使用箇所に明記してあるが、統計ごとに共通する注意事項は以下のとおりである。なお、この報告でいう「再編加工」とは、各統計調査の調査票情報を中小企業庁で独自集計した結果であることを示す。

#### （1）経済産業省「企業活動基本調査」

従業者数50人以上かつ資本金又は出資金3,000万円以上の法人企業を調査対象としているため、調査結果には小規模企業が含まれていないことに注意を要する。なお、本調査の正式名称は「経済産業省企業活動基本調査」だが、本書においては「企業活動基本調査」と記述することとする。



(2) 財務省「法人企業統計調査年報」及び「法人企業統計調査季報」

法人企業を対象としているため、特に小規模層については、全体的な傾向を示すものではない。また、標本抽出と回収率の点から見て、小規模法人の調査結果については幅を持って考える必要がある。なお「季報」は、資本金1,000万円未満の法人を含んでいないことに注意を要する。

(3) 総務省「事業所・企業統計調査」、「経済センサス-基礎調査」及び総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

本統計は事業所単位及び企業単位双方で集計されている。この報告において、本統計を利用した企業ベースの分析には、個人事業者も含む。ただし、「事業所・企業統計調査」の個人事業者については、名寄せができないため、過去からの連続性を優先し、「本所・本店」のみの従業者数により企業規模の判定を行っている。また、「経済センサス-基礎調査」及び「経済センサス-活動調査」は、「事業所・企業統計調査」と調査の対象は同様だが、調査手法が異なることから、「事業所・企業統計調査」との差数が全て増加・減少を示すものではないことに注意を要する。

- 3 中小企業・小規模事業者に関する統計を見ていく場合、中小企業・小規模事業者は大企業と異なり、指標によっては企業間のばらつきが大きいため、平均値は中小企業・小規模事業者の標準的な姿を代表していない可能性があることに注意を要する。
- 4 各統計値については、過去分にわたって更新される可能性がある。
- 5 この報告に掲載した我が国の地図は、我が国の領土を包括的に示すものではない。

## 中小企業白書・小規模企業白書について

- ・ 中小企業白書は、中小企業基本法に基づく年次報告。2021年版で58回目。
- ・ 小規模企業白書は、小規模企業振興基本法に基づく年次報告。2021年版で7回目。

### ● 中小企業基本法（抄）

（年次報告等）

第十一条 政府は、毎年、国会に、中小企業の動向及び政府が中小企業に関して講じた施策に関する報告を提出しなければならない。

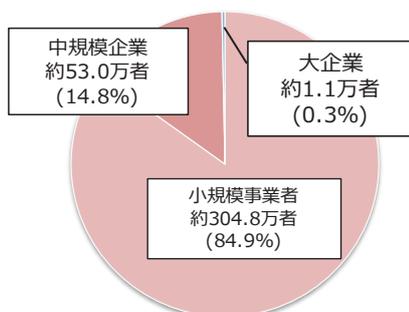
2 政府は、毎年、中小企業政策審議会の意見を聴いて、前項の報告に係る中小企業の動向を考慮して講じようとする施策を明らかにした文書を作成し、これを国会に提出しなければならない。

### ● 中小企業基本法上の中小企業の定義

業種	中小企業		うち 小規模事業者
	資本金	または 従業員	従業員
製造業 その他	3億円以下	300人以下	20人以下
卸売業	1億円以下	100人以下	5人以下
サービス業	5,000万円以下	100人以下	5人以下
小売業	5,000万円以下	50人以下	5人以下

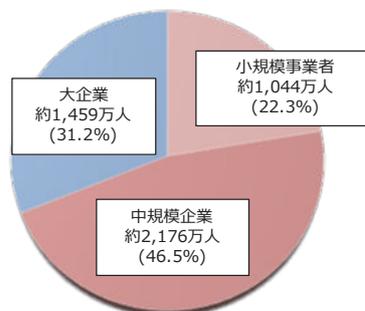
### 企業数(2016年)

中小企業は全企業の99.7%



### 従業者数(2016年)

中小企業の従業者は全体の約70%



### 付加価値額(2015年)

中小企業の付加価値は全体の約53%

