
図表索引

図表索引

第1部第1章

第1-1-1図	実質GDP成長率の推移	I-2
第1-1-2図	消費総合指数の推移	I-3
第1-1-3図	商業販売額指数の推移	I-4
第1-1-4図	サービス産業の売上高（前年同月比）の推移	I-5
第1-1-5図	鉱工業生産指数の推移	I-6
第1-1-6図	広義対個人サービス・広義対事業所サービス活動指数の推移	I-7
第1-1-7図	地域別輸出数量指数の推移	I-8
第1-1-8図	地域別輸入数量指数の推移	I-9
第1-1-9図	地域別海外現地法人の売上高の推移	I-10
第1-1-10図	訪日外国人数の推移	I-11
第1-1-11図	新型コロナウイルス感染症による企業活動への影響	I-12
第1-1-12図	企業規模別業況判断DIの推移	I-13
第1-1-13図	地域別業況判断DIの推移	I-14
第1-1-14図	業種別業況判断DIの推移	I-15
第1-1-15図	業種別業況判断DIの推移（サービス業）	I-16
第1-1-16図	企業規模別売上高の推移	I-16
第1-1-17図	企業規模別経常利益の推移	I-17
第1-1-18図	業種別に見た、中小企業の売上高の前年同期比	I-18
第1-1-19図	企業規模別設備投資の推移	I-19
第1-1-20図	企業規模別に見た、設備投資実施割合の推移	I-20
第1-1-21図	業種別に見た、設備投資実施割合の推移	I-20
第1-1-22図	企業規模別・業種別に見た、生産・営業用設備判断DIの推移	I-21
第1-1-23図	中小企業の設備投資計画	I-22
第1-1-24図	企業規模別ソフトウェア投資額の推移	I-23
第1-1-25図	企業規模別ソフトウェア投資比率の推移	I-23
第1-1-26図	中小企業のソフトウェア投資計画	I-24
第1-1-27図	企業規模別・業種別に見た、売上高対研究開発費の推移	I-25
第1-1-28図	業種別・従業者規模別に見た、中小企業における研究開発の実施割合	I-26
第1-1-29図	企業規模別・業種別に見た、能力開発を実施した企業割合の推移	I-27
第1-1-30図	業種別・従業者規模別に見た、中小企業における能力開発の実施割合（法人企業）	I-28
第1-1-31図	今後3年間で最も資金を投じたい分野	I-29
第1-1-32図	今後3年間で資金を投じるために必要な利益・余剰金の確保状況	I-30
第1-1-33図	資金を投じるための利益や余剰金の確保状況別に見た、 今後3年間で最も資金を投じたい分野	I-31
第1-1-34図	企業規模別資金繰りDIの推移	I-32

第 1-1-35 図	中小企業向け貸出金の推移……………	I-33
第 1-1-36 図	倒産件数の推移……………	I-34
第 1-1-37 図	企業規模別倒産件数の推移……………	I-34
第 1-1-38 図	業種別倒産件数の前年比……………	I-35
第 1-1-39 図	「サービス業他」内訳の倒産件数の前年比……………	I-35
第 1-1-40 図	都道府県別の倒産状況（2020 年）……………	I-36
第 1-1-41 図	負債総額 1,000 万円未満の倒産件数の推移……………	I-37
第 1-1-42 図	休廃業・解散件数の推移（東京商工リサーチ）……………	I-38
第 1-1-43 図	休廃業・解散件数の推移（帝国データバンク）……………	I-38
第 1-1-44 図	商店街の最近の景況……………	I-39
第 1-1-45 図	立地市区町村の人口規模別に見た、商店街の最近の景況……………	I-39
第 1-1-46 図	最近 3 年間の商店街への来街者数の変化……………	I-40
第 1-1-47 図	最近 3 年間の商店街への来街者数の減少要因（上位五つ）……………	I-40
第 1-1-48 図	完全失業率・有効求人倍率の推移……………	I-43
第 1-1-49 図	従業者・休業者の推移……………	I-44
第 1-1-50 図	男女別の休業者比率の推移……………	I-45
第 1-1-51 図	業種別の休業者比率の推移……………	I-45
第 1-1-52 図	性別・雇用形態別に見た、雇用者数の前年同月差の推移……………	I-46
第 1-1-53 図	業種別に見た、性別・雇用形態別の雇用者数の前年差……………	I-47
第 1-1-54 図	業種別に見た、性別・雇用形態別の雇用者の割合（2020 年平均）……………	I-48
第 1-1-55 図	業種別従業員数過不足 DI の推移……………	I-49
第 1-1-56 図	従業者規模別雇用者数の前年同月差の推移……………	I-50
第 1-1-57 図	業種別に見た、雇用者数の前年同月比の推移（従業者規模 1～29 人）……………	I-51
第 1-1-58 図	業種別に見た、雇用者数の前年同月比の推移（従業者規模 30～99 人）……………	I-52
第 1-1-59 図	従業者数 300 人以上の企業における大卒予定者求人数・就職希望者数の推移……………	I-53
第 1-1-60 図	従業者数 299 人以下の企業における大卒予定者求人数・就職希望者数の推移……………	I-53
第 1-1-61 図	転職者の規模間移動の状況……………	I-54
第 1-1-62 図	業種別に見た、人員の過不足状況……………	I-55
第 1-1-63 図	従業員規模別に見た、人員の過不足状況……………	I-55
第 1-1-64 図	直近 1 年間の売上高の動向別に見た、人員の過不足状況……………	I-56
第 1-1-65 図	業種別に見た、人員が不足している職種の状況……………	I-57
第 1-1-66 図	業種別に見た、人員不足による影響……………	I-58
第 1-1-67 図	業種別に見た、人員が過剰となっている職種の状況……………	I-59
第 1-1-68 図	業種別に見た、人員過剰への対応方法……………	I-60
第 1-1-69 図	企業規模別仕入価格 DI・販売価格 DI の推移……………	I-76
第 1-1-70 図	企業規模別交易条件指数の推移……………	I-77
第 1-1-71 図	新型コロナウイルス感染症流行前後での受注量の変化……………	I-78
第 1-1-72 図	優位性の有無別に見た、新型コロナウイルス感染症流行前後での受注量の変化……………	I-79
第 1-1-73 図	新型コロナウイルス感染症流行前後の受注単価の変化……………	I-79

第1-1-74図	新型コロナウイルス感染症流行前後の決済条件（支払いサイトや支払方法）の変化	I-80
第1-1-75図	新型コロナウイルス感染症流行前後の取引関係の変化.....	I-81
第1-1-76図	優位性の有無別に見た、新型コロナウイルス感染症流行前後の取引関係の変化 ...	I-82
第1-1-77図	販売先企業から不合理な計画変更や値下げなどの要請の有無.....	I-82
第1-1-78図	リーマン・ショック時と比較した、不合理な計画変更や値下げなどの要請度合 ...	I-83
第1-1-79図	業種別に見た、リモート商談への対応状況	I-84
第1-1-80図	従業員規模別に見た、リモート商談への対応状況	I-85
第1-1-81図	業種別に見た、電子受発注への対応状況	I-85
第1-1-82図	従業員規模別に見た、電子受発注への対応状況	I-86
第1-1-83図	リモート商談・電子受発注に対応したきっかけ	I-87
第1-1-84図	直近1年の各コストの動向（受注側事業者）.....	I-88
第1-1-85図	直近1年のコスト全般の変動に対する価格転嫁の状況（受注側事業者）.....	I-89
第1-1-86図	価格転嫁の状況別に見た、販売先に対する協議の申入れ状況（受注側事業者）.....	I-90
第1-1-87図	販売先との取引価格や単価の交渉機会の有無別に見た、協議の申入れ状況 （受注側事業者）.....	I-91
第1-1-88図	販売先から価格転嫁できない理由の説明の有無（受注側事業者）.....	I-92
第1-1-89図	物品等の納入やサービス提供後の代金の支払期日（最長のもの）（受注側事業者）... ..	I-92
第1-1-90図	支払期日の決定方法（受注側事業者）.....	I-93
第1-1-91図	代金の支払期日の決定方法別に見た、支払期日の状況（受注側事業者）.....	I-94
第1-1-92図	受取代金の手形割合（受注側事業者）.....	I-95
第1-1-93図	現金・手形等の支払手段の決定方法（受注側事業者）.....	I-96
第1-1-94図	現金・手形等の支払手段の決定方法別に見た、受取代金の手形割合 （受注側事業者）.....	I-97
第1-1-95図	受取手形の支払サイト（受注側事業者）.....	I-98
第1-1-96図	手形割引料相当額を勘案した取引価格の設定状況（受注側事業者）.....	I-99
第1-1-97図	代金の支払条件の改善時期・受取手形の支払サイトの短縮時期（受注側事業者）... ..	I-100
第1-1-98図	自然災害による中小企業の被害例（2018～2020年）.....	I-109
第1-1-99図	災害に係る各種損害保険の支払保険金（2020年）.....	I-110
第1-1-100図	過去の主な風水災等による保険金の支払い	I-110
第1-1-101図	自然災害に対する企業の対応状況	I-111
第1-1-102図	自然災害に対する企業の対応状況の推移（中小企業）.....	I-111
第1-1-103図	最も警戒する自然災害（中小企業）.....	I-112
第1-1-104図	自然災害への対策に関する取組内容（中小企業）.....	I-113
第1-1-105図	事業継続計画（BCP）の策定状況	I-114
第1-1-106図	事業継続計画（BCP）の策定状況の推移（中小企業）	I-115
第1-1-107図	事業継続計画（BCP）を策定しない理由（中小企業）	I-116
第1-1-108図	事業の継続が困難になると想定しているリスク（中小企業）	I-117
第1-1-109図	事業継続計画（BCP）を策定したことによる効果（中小企業）	I-118

第1部第2章

第1-2-1図	業種別・企業規模別の企業数の内訳	I-122
第1-2-2図	業種別・企業規模別の従業者数の内訳	I-123
第1-2-3図	業種別・企業規模別の従業者数の内訳（サービス業）	I-124
第1-2-4図	業種別・企業規模別の付加価値額の内訳	I-125
第1-2-5図	業種別・企業規模別の付加価値額の内訳（サービス業）	I-125
第1-2-6図	業種別・資本金規模別の企業数の内訳	I-126
第1-2-7図	業種別・常用雇用者規模別の企業数の内訳	I-127
第1-2-8図	中小企業の売上高の分布（企業）	I-128
第1-2-9図	中小企業の売上高の分布（会社）	I-129
第1-2-10図	中小企業の売上高の分布（個人事業者）	I-129
第1-2-11図	企業規模別従業員一人当たり付加価値額（労働生産性）の推移	I-134
第1-2-12図	企業規模別の労働生産性の水準比較	I-135
第1-2-13図	企業規模別・業種別の労働生産性	I-136
第1-2-14図	業種別に見た、労働生産性の規模間格差（差分）	I-137
第1-2-15図	業種別に見た、労働生産性の規模間格差（倍率）	I-138
第1-2-16図	業種別・企業規模別の労働生産性のばらつき	I-139
第1-2-17図	開業率・廃業率の推移	I-140
第1-2-18図	業種別の開廃業率	I-141
第1-2-19図	都道府県別開廃業率（2019年度）	I-142
第1-2-20図	開廃業率の国際比較	I-143

第1部第3章

第1-3-1図	業種別、目指す姿の類型	I-146
第1-3-2図	業種別・規模別の労働生産性	I-147
第1-3-3図	日本の地域別将来推計人口（2045年）	I-148
第1-3-4図	吸収合併実施企業と非実施企業の労働生産性	I-150
第1-3-5図	中小企業の海外展開比率	I-151
第1-3-6図	今後の中小企業施策の方向性	I-155

第2部第1章

第2-1-1図	小規模事業所の業種別構成比の変化	II-3
第2-1-2図	小規模事業所の従業者の業種別構成比の変化	II-3
第2-1-3図	都道府県別、宿泊業、飲食サービス業の小規模事業所に従事する 従業者の構成割合	II-4
第2-1-4図	都道府県別、小売業の小規模事業所に従事する従業者の構成割合	II-5
第2-1-5図	顧客属性別、2020年の売上高	II-6
第2-1-6図	BtoC型事業者の想定ターゲット別、2020年の売上高	II-7
第2-1-7図	顧客属性別、2020年1月から10月のうち最も売上高が減少した月	II-8
第2-1-8図	業種別、2020年の売上高	II-9

第2-1-9図	小売業の2020年の売上高	II-10
第2-1-10図	業種別、2020年1月から10月のうち最も売上高が減少した月	II-11
第2-1-11図	地域別、2020年の売上高	II-12
第2-1-12図	地域別、2020年1月から10月のうち最も売上高が減少した月	II-12
第2-1-13図	顧客属性別、売上高が感染症流行前の水準に戻ると思う時期	II-13
第2-1-14図	業種別、売上高が感染症流行前の水準に戻ると思う時期	II-14
第2-1-15図	地域別、売上高が感染症流行前の水準に戻ると思う時期	II-15
第2-1-16図	経営者年齢別、感染症流行後の廃業への意識・検討の状況	II-16
第2-1-17図	顧客属性別、感染症流行後の廃業への意識・検討の状況	II-17
第2-1-18図	業種別、感染症流行後の廃業への意識・検討の状況	II-17
第2-1-19図	顧客属性別、感染症流行後に廃業を意識・検討したが、 廃業を思いとどまった理由	II-18
第2-1-20図	消費者態度指数の推移	II-19
第2-1-21図	消費額の推移	II-20
第2-1-22図	国内旅行消費額の推移	II-21
第2-1-23図	訪日外国人数の推移	II-21
第2-1-24図	感染予防を徹底している消費者の割合	II-25
第2-1-25図	男女別、感染流行後の健康意識の変化	II-25
第2-1-26図	感染症流行下における、消費者の地方移住への関心の変化	II-26
第2-1-27図	転入超過数の推移	II-27
第2-1-28図	地域別、テレワーク実施率（就業者）	II-28
第2-1-29図	テレワーク実施者の今後のテレワーク実施希望	II-29
第2-1-30図	感染症流行前後における外出先の変化	II-30
第2-1-31図	ネットショッピングをする世帯の割合の推移	II-31
第2-1-32図	デジタルコンテンツの消費額の推移	II-32
第2-1-33図	年齢階層別、消費者のオンラインツールの利用状況の推移	II-33
第2-1-34図	消費者のSNSの利用目的	II-34
第2-1-35図	我が国のBtoCにおけるEC市場規模とEC化率の推移	II-35
第2-1-36図	性別、年代別、感染症流行下における消費者の応援消費の意向	II-36
第2-1-37図	顧客属性別、感染症流行による経営環境変化への受け止め方	II-37
第2-1-38図	顧客属性別、顧客の意識・行動の変化のうち、 自社の事業にプラスの影響をもたらしている変化	II-38
第2-1-39図	感染症流行による経営環境変化への対応状況別、顧客の意識・行動の変化のうち、 自社の事業にプラスの影響をもたらしている変化	II-39
第2-1-40図	感染症流行による経営環境変化への対応状況別、 顧客数の維持・増加のための取組状況	II-40
第2-1-41図	顧客属性別、顧客数の維持・増加のための取組状況	II-41
第2-1-42図	BtoC型事業者の、顧客数の維持・増加のための取組状況（感染症をきっかけに 新たに取り組んだ者と、まだ取り組んでいないが、取り組む意向がある者）	II-42

第2-1-43図	BtoB型事業者の、顧客数の維持・増加のための取組状況（感染症をきっかけに新たに取引組んだ者と、まだ取引組んでいないが、取引組む意向がある者）……………	II-43
第2-1-44図	顧客属性別、感染症流行前後における顧客との関係づくりにおいて力をいれている取組の変化……………	II-44
第2-1-45図	顧客属性別、オンラインツールの活用による感染症流行後の顧客数の維持・増加への効果……………	II-45
第2-1-46図	顧客属性別、オンラインツールの活用状況別、感染症流行後の商圈の変化……………	II-46
第2-1-47図	BtoC型事業者のオンラインツールの活用状況別、感染症流行後の商圈の拡大状況…	II-47
第2-1-48図	BtoB型事業者のオンラインツールの活用状況別、感染症流行後の商圈の拡大状況…	II-48
第2-1-49図	オンラインツール導入の課題……………	II-51
第2-1-50図	感染症流行下での販路開拓、新事業創出の概念図……………	II-52
第2部第2章		
第2-2-1図	日頃の取組と感染症流行下での効果……………	II-90
第2-2-2図	感染症流行による経営環境変化への対応状況別、売上高回復事業者の割合……………	II-91
第2-2-3図	顧客属性別、強み・課題分析の実施状況……………	II-92
第2-2-4図	強み・課題分析の実施状況別、感染症流行による経営環境変化への対応状況……………	II-92
第2-2-5図	顧客属性別、強み・課題分析の目的……………	II-93
第2-2-6図	強み・課題分析の目的別、感染症流行による経営環境変化への対応状況……………	II-93
第2-2-7図	顧客属性別、強み・課題分析の実施主体……………	II-94
第2-2-8図	強み・課題分析の実施主体別、感染症流行による経営環境変化への対応状況……………	II-94
第2-2-9図	顧客属性別、強み・課題分析への顧客意見の反映状況……………	II-95
第2-2-10図	強み・課題分析への顧客意見の反映状況別、感染症流行による経営環境変化への対応状況……………	II-95
第2-2-11図	強み・課題分析結果の経営への活用状況……………	II-96
第2-2-12図	強み・課題分析結果の経営への活用状況別、感染症流行による経営環境変化への対応状況……………	II-97
第2-2-13図	顧客属性別、経営分析に基づく経営計画の策定・実行及び見直しの状況……………	II-98
第2-2-14図	経営分析に基づく経営計画の策定・実行・見直しの状況別、感染症流行による経営環境変化への対応の状況……………	II-98
第2-2-15図	顧客属性別、財務の管理状況……………	II-99
第2-2-16図	財務の管理状況別、感染症流行による経営環境変化への対応状況……………	II-99
第2-2-17図	顧客属性別、顧客情報の把握状況……………	II-100
第2-2-18図	顧客情報の把握状況別、感染症流行による経営環境変化への対応状況……………	II-100
第2-2-19図	顧客属性別、収集した顧客情報の管理状況と経営への活用状況……………	II-101
第2-2-20図	収集した顧客情報の経営への活用状況別、感染症流行による経営環境変化への対応状況……………	II-101
第2-2-21図	収集した顧客情報の活用方法……………	II-102
第2-2-22図	経営指導員から見て、経営分析への取組は小規模事業者の持続的発展へ貢献するか……………	II-103

第2-2-23図	顧客属性別、主な顧客層……………	II-104
第2-2-24図	顧客属性別、営業戦略……………	II-105
第2-2-25図	顧客属性別、営業戦略別、感染症流行後の常連客・上顧客との関係性……………	II-106
第2-2-26図	感染症流行後の常連客・上顧客との関係性の状況別、売上高回復事業者の割合…	II-107
第2-2-27図	感染症流行後の常連客・上顧客との関係性の状況別、BtoC型事業者の 感染症流行前の顧客との関係づくりとして主に取り組んでいたこと……………	II-108
第2-2-28図	感染症流行後の常連客・上顧客との関係性の状況別、BtoB型事業者の 感染症流行前の顧客との関係づくりとして主に取り組んでいたこと……………	II-109
第2-2-29図	経営指導員から見て、顧客とのつながりは感染症流行下において 小規模事業者の売上げの維持へ効果があるか……………	II-110
第2-2-30図	顧客属性別、地域とのつながりの実態……………	II-113
第2-2-31図	顧客属性別、小規模事業者の商圈……………	II-114
第2-2-32図	地域別、地域とのつながりの実態……………	II-115
第2-2-33図	地域とのつながりの状況別、地域とのつながりが感染症流行後の 売上げの維持に貢献しているか……………	II-116
第2-2-34図	顧客属性別、地域とのつながりが感染症流行後の売上維持に貢献しているか……	II-117
第2-2-35図	地域とのつながりの状況別、BtoC型事業者の同一市区町村内からの 売上げの変化……………	II-118
第2-2-36図	経営指導員から見て、地域とのつながりは感染症流行下において 小規模事業者の売上げの維持へ効果があるか……………	II-119
第2-2-37図	業種別、顧客属性別、ブランド化に対する自己評価……………	II-124
第2-2-38図	創業年別、ブランド化に対する自己評価……………	II-125
第2-2-39図	業種別、顧客属性別、ブランド化している者の、ブランド化の特徴の状況……………	II-126
第2-2-40図	ブランド化に対する自己評価別、感染症流行後においてブランド化が、 継続して顧客から支持を得ることに貢献しているか……………	II-127
第2-2-41図	ブランド化に対する自己評価別、ECサイト等による販売・予約受付の、 感染症流行後の顧客数の維持・増加への効果……………	II-128
第2-2-42図	顧客属性別、ブランド化に対する自己評価別、売上高回復事業者の割合……………	II-129
第2-2-43図	経営指導員から見て、ブランド化は感染症流行下において小規模事業者の 売上げの維持へ効果があるか……………	II-130
第2-2-44図	消費者のSDGsへの認知度の推移……………	II-133
第2-2-45図	企業のSDGsに対する取り組みを知り、実際に取った行動……………	II-134
第2-2-46図	小規模事業者のSDGsへの認知度・取組状況……………	II-135
第2-2-47図	業種別、顧客属性別、小規模事業者のSDGsへの認知度・取組状況……………	II-136
第2-2-48図	顧客属性別、小規模事業者のSDGs17のゴールのうち、関心のあるもの……………	II-137
第2-2-49図	顧客属性別、小規模事業者のSDGsに取り組む目的……………	II-138
第2-2-50図	顧客属性別、小規模事業者のSDGsへの取組の目的に対する効果……………	II-139
第2-2-51図	顧客属性別、SDGsへの認知度・取組状況別、売上高回復事業者の割合……………	II-139
第2-2-52図	経営指導員から見て、SDGsへの取組は 小規模事業者の持続的発展へ貢献するか……………	II-140

第2部第3章

第2-3-1図	相談件数の増減	II-147
第2-3-2図	全体に占める相談の割合が増加した業種	II-148
第2-3-3図	相談件数の多い相談内容の推移	II-149
第2-3-4図	相談件数の多い相談内容の推移（業種別）	II-150
第2-3-5図	商工会・商工会議所の利用頻度	II-151
第2-3-6図	商工会・商工会議所の利用頻度の変化（地域別）	II-152
第2-3-7図	商工会・商工会議所の利用頻度の変化（感染症流行前の利用頻度別）	II-153
第2-3-8図	商工会・商工会議所への期待度の変化（地域別）	II-154
第2-3-9図	商工会・商工会議所への期待度の変化（感染症流行前の利用頻度別）	II-155
第2-3-10図	感染症流行下で満足度の高かった支援策	II-156
第2-3-11図	感染症流行下で満足度の高かった支援策（宿泊・飲食サービス業）	II-157
第2-3-12図	感染症流行前後の情報収集ルート	II-160
第2-3-13図	感染症流行後の経営における相談をした支援機関や関係者	II-161
第2-3-14図	支援策の情報収集状況（感染症流行前の利用頻度別）	II-162
第2-3-15図	経営環境変化への柔軟な対応状況（感染症流行前の利用頻度別）	II-163
第2-3-16図	経営指導員の考える小規模事業者の経営課題	II-164
第2-3-17図	小規模事業者が考える自社の経営課題	II-165
第2-3-18図	デジタル化の取組による事業の持続的発展への貢献	II-166
第2-3-19図	デジタル化に対する考え方	II-167
第2-3-20図	経営指導員の保有する資格	II-168
第2-3-21図	相談・指導延べ件数	II-169
第2-3-22図	得意、あるいは支援した経験が多い領域	II-170
第2-3-23図	得意、あるいは支援した経験が多い領域（年齢別）	II-171
第2-3-24図	商工会・商工会議所だけでは十分な対応が難しいと感じた相談内容	II-172
第2-3-25図	支援の質を高めるために連携を強化したい民間事業者	II-173
第2-3-26図	支援の質を高めるために連携を強化したい民間事業者（年齢別）	II-174
第2-3-27図	相談・支援に当たり重要と考える資質	II-177
第2-3-28図	最も多い相談方法	II-178
第2-3-29図	感染症流行下での「営業・販路開拓」の支援内容	II-179