
图表索引

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	業種別の業況判断DIの推移	I-3
第1-1-3図	鉱工業生産指数の推移	I-4
第1-1-4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-5
第1-1-5図	消費総合指数の推移	I-6
第1-1-6図	商業販売額指数の推移	I-6
第1-1-7図	サービス産業の売上高（前年同月比）の推移	I-7
第1-1-8図	地域別輸出数量指数の推移	I-8
第1-1-9図	地域別輸入数量指数の推移	I-9
第1-1-10図	地域別海外現地法人の売上高の推移	I-9
第1-1-11図	企業規模別業況判断DIの推移	I-10
第1-1-12図	地域別業況判断DIの推移	I-11
第1-1-13図	業種別業況判断DIの推移	I-12
第1-1-14図	業種別業況判断DIの推移（サービス業）	I-12
第1-1-15図	企業規模別に見た、売上高の推移	I-13
第1-1-16図	業種別に見た、中小企業の売上高の前年同期比	I-14
第1-1-17図	業種別に見た、中小企業の売上高の2019年同期比	I-15
第1-1-18図	企業規模別に見た、経常利益の推移	I-16
第1-1-19図	企業規模別に見た、設備投資の推移	I-17
第1-1-20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-18
第1-1-21図	中小企業の設備投資計画	I-19
第1-1-22図	企業規模別に見た、ソフトウェア投資額の推移	I-20
第1-1-23図	企業規模別に見た、ソフトウェア投資比率の推移	I-20
第1-1-24図	企業規模別・業種別に見た、研究開発費及び売上高研究開発費の推移	I-21
第1-1-25図	企業規模別・業種別に見た、売上高対能力開発費	I-22
第1-1-26図	企業規模別に見た、資金繰りDIの推移	I-23
第1-1-27図	業種別に見た、借入金月商倍率の推移	I-24
第1-1-28図	中小企業向け貸出金の推移	I-24
第1-1-29図	倒産件数の推移	I-25
第1-1-30図	企業規模別倒産件数の推移	I-25
第1-1-31図	休廃業・解散件数の推移	I-26
第1-1-32図	商店街の最近の景況	I-27
第1-1-33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-27
第1-1-34図	商店街への来街者数の変化	I-28
第1-1-35図	商店街への来街者数の減少要因	I-29
第1-1-36図	開業率・廃業率の推移	I-30

第 1-1-37 図	業種別の開廃業率	I-31
第 1-1-38 図	都道府県別開廃業率 (2020 年度)	I-32
第 1-1-39 図	開廃業率の国際比較	I-33
第 1-1-40 図	企業規模別に見た、直接輸出企業割合の推移	I-34
第 1-1-41 図	中小企業の業種別輸出額及び売上高輸出比率の推移	I-35
第 1-1-42 図	企業規模別に見た、直接投資企業割合の推移	I-35
第 1-1-43 図	完全失業率・有効求人倍率の推移	I-36
第 1-1-44 図	従業者・休業者の推移	I-37
第 1-1-45 図	雇用形態別に見た、雇用者数の推移 (前年差)	I-38
第 1-1-46 図	雇用形態別に見た、雇用者数の推移 (前年同月差)	I-38
第 1-1-47 図	業種別に見た、雇用者数の前年同月比の推移	I-39
第 1-1-48 図	業種別に見た、従業員数過不足 DI の推移	I-40
第 1-1-49 図	従業者規模別に見た、雇用形態別雇用者数の推移 (前年同月差)	I-41
第 1-1-50 図	業種別に見た、雇用者数の前年同月比の推移 (従業員規模 1~29 人)	I-42
第 1-1-51 図	業種別に見た、雇用者数の前年同月比の推移 (従業員規模 30~99 人)	I-43
第 1-1-52 図	原油先物取引の価格推移	I-49
第 1-1-53 図	天然ガス先物取引の価格推移	I-50
第 1-1-54 図	アルミニウム先物取引の価格推移	I-51
第 1-1-55 図	銅先物取引の価格推移	I-51
第 1-1-56 図	原油等の輸入価格が 1 割上昇した場合の産出価格の上昇率 (上位 10 部門)	I-52
第 1-1-57 図	価格上昇率が高い商品の生産に従事する 中小企業の企業数、従業者数、付加価値額	I-53
第 1-1-58 図	企業規模別に見た、仕入価格 DI・販売価格 DI の推移	I-54
第 1-1-59 図	企業規模別に見た、交易条件指数の推移	I-54
第 1-1-60 図	国内企業物価指数と消費者物価指数の推移	I-55
第 1-1-61 図	需要段階別に見た、企業物価指数の推移	I-56
第 1-1-62 図	原油・石油製品の仕入価格の変化	I-57
第 1-1-63 図	価格上昇分の製品等価格への転嫁	I-57
第 1-1-64 図	価格転嫁の見通し	I-58
第 1-1-65 図	価格転嫁が困難な理由	I-58
第 1-1-66 図	2021 年に災害救助法の適用を受けた災害	I-63
第 1-1-67 図	事業継続計画 (BCP) の策定状況の推移 (中小企業)	I-64
第 1-1-68 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-65
第 1-1-69 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) 2019 年、2020 年	I-66
第 1-1-70 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-67
第 1-1-71 図	事業継続計画 (BCP) を策定しない理由 (中小企業)	I-68
第 1-1-72 図	企業規模別に見た、従業員一人当たり付加価値額 (労働生産性) の推移	I-71
第 1-1-73 図	企業規模別の労働生産性の水準比較	I-72
第 1-1-74 図	企業規模別・業種別の労働生産性	I-73
第 1-1-75 図	業種別に見た、労働生産性の規模間格差 (差分)	I-74

第1-1-76図	OECD加盟国の労働生産性（2020年）	I-75
第1-1-77図	最低賃金の推移	I-76
第1-1-78図	企業規模別に見た、労働分配率の推移	I-77
第1-1-79図	休廃業・解散件数と経営者平均年齢の推移	I-85
第1-1-80図	休廃業・解散企業の代表者年齢の構成比	I-86
第1-1-81図	休廃業・解散企業の損益別構成比	I-87
第1-1-82図	感染症による影響が長引いた場合、廃業を検討する可能性	I-88
第1-1-83図	廃業検討状況別に見た、2022年1月売上高の分布（2019年同月比）	I-89
第1-1-84図	廃業を検討する時期	I-90
第1-1-85図	業種別に見た、廃業を検討する可能性のある企業の割合（上位10業種）	I-91
第1-1-86図	年代別に見た中小企業の経営者年齢の分布	I-92
第1-1-87図	後継者不在率の推移	I-93
第1-1-88図	経営者年齢別に見た、試行錯誤（トライアンドエラー）を 許容する組織風土の有無	I-94
第1-1-89図	経営者年齢別に見た、新事業分野への進出の状況	I-95
第1-1-90図	M&A件数の推移	I-96
第1-1-91図	中小企業のM&A実施状況	I-97
第1-1-92図	買い手としてのM&A実施意向のある企業の相手先企業の探し方	I-98
第1-1-93図	買い手としてM&Aを実施する際の障壁	I-99
第1-1-94図	M&A実施後の満足度別に見た、M&A実施の具体的効果	I-100
第1-1-95図	M&Aの相手先の経営者年齢	I-101
第1-1-96図	M&Aの相手先経営者の年齢別に見た、相手先のM&Aの目的	I-102
第1-1-97図	売り手としてのM&A実施意向のある企業の相手先企業の探し方	I-103
第1-1-98図	売り手としてM&Aを実施する際の障壁	I-104
第1-1-99図	起業後の成長意向別に見た、起業準備者が引き継ぎたい経営資源	I-107
第1-1-100図	起業準備者が経営資源を引き継ぎたい理由	I-108
第1-1-101図	経営資源の引継ぎの相談相手	I-109

第2部第1章

第2-1-1図	新規陽性者数の推移（2020年1月～2021年12月）	II-3
第2-1-2図	新規陽性者数の推移（2022年1月～）	II-4
第2-1-3図	感染症流行前（2020年1月18日～同年2月14日）と比べた人口変動率	II-5
第2-1-4図	業種別に見た、中小企業の営業利益（2019年同期比）	II-9
第2-1-5図	業種別に見た、中小企業の借入金（2019年同期比）	II-10
第2-1-6図	業種別消費支出の推移①（感染症流行前同時期対比）	II-11
第2-1-7図	業種別消費支出の推移②（感染症流行前同時期対比）	II-12
第2-1-8図	感染症による企業活動への影響	II-13
第2-1-9図	感染症流行前後における債務の過剰感	II-13
第2-1-10図	新型コロナウイルス関連破たんの月別判明件数	II-14
第2-1-11図	新型コロナウイルス関連破たんの業種別判明件数	II-15

第2-1-12図	2019年同月比IIP（鉱工業生産指数）の推移	II-24
第2-1-13図	2019年同月比小売業6業態の販売額の推移	II-25
第2-1-14図	2019年同月比自動車新規登録台数の推移	II-26
第2-1-15図	2019年同月比延べ宿泊者数の推移	II-27
第2-1-16図	決済回数地域別割合	II-31
第2-1-17図	人口1万人当たり決済回数	II-32
第2-1-18図	決済金額地域別割合	II-33
第2-1-19図	人口1万人当たり決済金額	II-34
第2-1-20図	決済手段別に見た、各地域における決済回数の割合	II-35
第2-1-21図	決済手段別に見た、各地域における決済金額の割合	II-36
第2-1-22図	キャッシュレス利用シーン別に見た、各地域における決済回数の割合	II-37
第2-1-23図	キャッシュレス利用シーン別に見た、各地域における決済金額の割合	II-38
第2-1-24図	平日・休日別に見た、キャッシュレス決済の平均単価	II-39
第2-1-25図	持続化給付金の申請件数の推移	II-40
第2-1-26図	持続化給付金の給付件数の推移	II-41
第2-1-27図	持続化給付金 都道府県別給付実績 業種別給付実績	II-42
第2-1-28図	持続化給付金 売上減少対象月の割合	II-43
第2-1-29図	持続化給付金 資本金別売上減少率	II-44
第2-1-30図	家賃支援給付金の申請件数の推移	II-45
第2-1-31図	家賃支援給付金の給付件数の推移	II-46
第2-1-32図	家賃支援給付金 都道府県別給付実績 業種別給付実績	II-47
第2-1-33図	家賃支援給付金 売上減少対象月の割合	II-48
第2-1-34図	雇用調整助成金の支給決定件数の推移	II-49
第2-1-35図	持続化給付金を受給する場合の事業継続見込み	II-50
第2-1-36図	持続化給付金を受給した場合の事業継続率	II-50
第2-1-37図	政府系金融機関における融資承諾件数の推移	II-51
第2-1-38図	政府系金融機関における中小企業向け 新型コロナ対策資本金劣後ローンの承諾件数の推移	II-52
第2-1-39図	信用保証協会の保証承諾件数の推移	II-53
第2-1-40図	伴走支援型特別保証制度の承諾件数の推移	II-54
第2-1-41図	貸付条件変更の申込み・実行件数の推移	II-55
第2-1-42図	中小企業再生支援協議会一次相談対応件数の推移	II-56
第2-1-43図	中小企業向け貸出残高の推移（金融機関業態別）	II-57
第2-1-44図	事業再構築の実施状況	II-58
第2-1-45図	事業再構築の実施状況（従業員規模別）	II-59
第2-1-46図	事業再構築の実施状況（業種別）	II-59
第2-1-47図	事業再構築の実施状況別、売上高の変化（中央値）	II-60
第2-1-48図	経営戦略の見直し頻度別、事業再構築の実施状況	II-61
第2-1-49図	事業再構築の内容	II-61
第2-1-50図	事業再構築の開始時期	II-62

第2-1-51図	事業再構築の規模	II-62
第2-1-52図	事業再構築による売上面での効果	II-63
第2-1-53図	事業再構築の開始時期別、売上面での効果	II-63
第2-1-54図	事業再構築による売上面以外の効果	II-64
第2部第2章		
第2-2-1図	有形・無形資産投資と全要素生産性の関係性	II-71
第2-2-2図	ブランドの構築・維持のための取組の有無	II-71
第2-2-3図	取引先属性別に見た、ブランドの構築・維持のための取組の有無	II-72
第2-2-4図	ブランドの構築・維持のための取組の有無別に見た、 売上総利益率の水準（2021年）	II-73
第2-2-5図	ブランドの構築・維持のための取組の有無別に見た、 ブランドの取引価格への寄与	II-73
第2-2-6図	ブランドの構築・維持のための取組内容	II-74
第2-2-7図	ブランドの取引価格への寄与別に見た、 ブランドの構築・維持のための取組内容	II-74
第2-2-8図	ブランドの構築・維持に取り組む企業が活用しているブランド要素	II-75
第2-2-9図	ブランドの取引価格への寄与別に見た、活用しているブランド要素	II-76
第2-2-10図	顧客志向の商品・サービス・事業開発の実践状況別に見た、 ブランドの取引価格への寄与	II-77
第2-2-11図	デザイン経営の取組状況及びデザイン経営の認知状況	II-86
第2-2-12図	デザイン経営の取組状況（従業員規模別）	II-87
第2-2-13図	デザイン経営の体制	II-88
第2-2-14図	デザイン経営による効果	II-89
第2-2-15図	デザイン経営の取組状況別に見た、ブランドの取引価格への寄与	II-90
第2-2-16図	重視する経営課題	II-95
第2-2-17図	経営者が従業員に求めるスキル（現在と5年前）	II-96
第2-2-18図	経営者の年齢別に見た、従業員の能力開発に対する積極性	II-97
第2-2-19図	能力開発に対する積極性別に見た、従業員の仕事に対する意欲	II-98
第2-2-20図	業種別に見た、従業員に対する能力開発の目的	II-99
第2-2-21図	能力開発に対する積極性別に見た、能力開発計画や方針の有無	II-100
第2-2-22図	能力開発に対する積極性別に見た、 求める人材像や従業員の目指す姿の明確化	II-100
第2-2-23図	能力開発計画や方針の有無別に見た、売上高増加率（中央値）	II-101
第2-2-24図	求める人材像や従業員の目指す姿の明確化の状況別に見た、 売上高増加率（中央値）	II-101
第2-2-25図	業種別に見た、計画的なOJT研修の実施有無	II-102
第2-2-26図	売上高増加率の水準別に見た、 OJT研修の効果を高めるために実施している取組	II-103
第2-2-27図	業種別に見た、OFF-JT研修の実施有無	II-104

第2-2-28図	業種別に見た、実施しているOFF-JT研修の内容……………	II-105
第2-2-29図	能力開発に対する積極性別に見た、 従業員一人当たりのOFF-JT研修に関する年間支出額（中央値）……………	II-106
第2-2-30図	計画的なOJT研修及びOFF-JT研修の実施状況……………	II-106
第2-2-31図	計画的なOJT研修及びOFF-JT研修の実施状況別に見た、 売上高増加率（中央値）……………	II-107
第2-2-32図	業種別に見た、自己啓発支援の実施有無……………	II-108
第2-2-33図	業種別に見た、実施している自己啓発支援の内容……………	II-109
第2-2-34図	求める人材像や従業員の目指す姿の明確化の状況別に見た、 従業員一人当たりの自己啓発支援に対する年間支出額（中央値）……………	II-110
第2-2-35図	能力開発の取組状況別に見た、従業員の仕事に対する意欲……………	II-111
第2-2-36図	従業員規模別に見た、人事評価制度の有無……………	II-114
第2-2-37図	従業員規模別に見た、導入している人事評価の手法……………	II-115
第2-2-38図	従業員規模別及び人事評価制度の有無別に見た、売上高増加率（中央値）……………	II-116
第2-2-39図	人事評価制度の見直し状況別に見た、売上高増加率（中央値）……………	II-117
第2-2-40図	従業員規模別に見た、人事評価制度を設けていない理由……………	II-118
第2-2-41図	従業員規模別に見た、導入している賃金制度・給与体系……………	II-119
第2-2-42図	業種別に見た、直近5年間の賃上げの実施状況……………	II-120
第2-2-43図	従業員規模別に見た、直近5年間の賞与・一時金の支給状況……………	II-121
第2-2-44図	賃上げ実施及び賞与・一時金の支給状況別、売上高増加率の水準……………	II-122
第2-2-45図	実施している福利厚生施策……………	II-123
第2-2-46図	従業員の仕事に対する意欲別に見た、福利厚生施策を実施する背景……………	II-124
第2-2-47図	従業員規模別に見た、組織体制の見直しの状況……………	II-128
第2-2-48図	組織体制の見直しのきっかけ……………	II-129
第2-2-49図	従業員規模別及び組織体制の見直しの有無別に見た、 売上高増加率（中央値）……………	II-130
第2-2-50図	従業員規模別に見た、定期的な人事異動の実施有無……………	II-131
第2-2-51図	人事異動の際に最も重視する基準……………	II-132
第2-2-52図	業種別に見た、外部人材の活用意向……………	II-134
第2-2-53図	従業員規模別に見た、外部人材の活用を検討している分野……………	II-135
第2-2-54図	従業員規模別に見た、外部人材の活用意向がある理由……………	II-136
第2-2-55図	外部人材の活用状況別に見た、売上高増加率（中央値）……………	II-137
第2-2-56図	外部人材の活用状況別、活用に当たっての課題・障壁……………	II-138
第2-2-57図	経営理念・ビジョンの構成要素……………	II-141
第2-2-58図	経営理念・ビジョンの明文化の状況……………	II-142
第2-2-59図	取引先属性別に見た、経営理念・ビジョンの内容……………	II-143
第2-2-60図	経営理念・ビジョンの内容（労働生産性の変化）……………	II-144
第2-2-61図	経営理念・ビジョンの具体的な内容（自由回答）……………	II-145
第2-2-62図	ステークホルダーに関する経営理念・ビジョンを掲げる企業……………	II-146

第2-2-63図	顧客・社員・取引先に関する 経営理念・ビジョンと社会への貢献を掲げる企業……………	II-146
第2-2-64図	現在の経営理念・ビジョンを策定した経営者……………	II-147
第2-2-65図	現経営者が経営理念・ビジョンを継承した方法……………	II-147
第2-2-66図	継承方法別に見た、感染症下において、 経営理念・ビジョンに立ち返り経営判断を下した機会……………	II-148
第2-2-67図	経営理念・ビジョンを策定した動機・きっかけ……………	II-149
第2-2-68図	策定の動機・きっかけ別に見た、感染症下において、 経営理念・ビジョンに立ち返り経営判断を下した機会……………	II-150
第2-2-69図	策定の動機・きっかけ別に見た、 経営理念・ビジョンが従業員の統率やモチベーション向上に寄与した機会……………	II-151
第2-2-70図	経営理念・ビジョンを見直した経験別に見た、経営戦略との整合性……………	II-152
第2-2-71図	経営理念・ビジョンに対する従業員の受け止め方や反応……………	II-154
第2-2-72図	経営理念・ビジョンに対する従業員の受け止め方や反応別に見た、 経営理念・ビジョンの浸透状況……………	II-155
第2-2-73図	経営理念・ビジョンの浸透状況（労働生産性の変化）……………	II-156
第2-2-74図	経営理念・ビジョンの浸透状況別に見た、 経営者が経営理念・ビジョンの浸透に向けて重要と考えること……………	II-157
第2-2-75図	経営理念・ビジョンの浸透状況別に見た、 浸透に向けて取り組んだ行動・取組……………	II-158
第2-2-76図	経営理念・ビジョンの浸透状況別に見た、浸透による効果……………	II-160
第2-2-77図	マクロ環境の情報収集・分析状況……………	II-164
第2-2-78図	市場環境の情報収集・分析状況……………	II-165
第2-2-79図	競合他社の情報収集・分析状況……………	II-166
第2-2-80図	活用している外部環境の情報収集手段……………	II-167
第2-2-81図	内部環境の情報収集・分析状況……………	II-168
第2-2-82図	マクロ環境の情報収集・分析状況別に見た、 労働生産性の水準（2019-2020年平均の中央値）……………	II-169
第2-2-83図	市場環境の情報収集・分析状況別に見た、 労働生産性の水準（2019-2020年平均の中央値）……………	II-169
第2-2-84図	競合他社の情報収集・分析状況別に見た、 労働生産性の水準（2019-2020年平均の中央値）……………	II-170
第2-2-85図	内部環境の情報収集・分析状況別に見た、 労働生産性の水準（2019-2020年平均の中央値）……………	II-170
第2-2-86図	事業領域を見直した経験の有無……………	II-173
第2-2-87図	事業領域を見直した時期……………	II-173
第2-2-88図	事業領域の見直し経験の有無別に見た、事業環境の情報収集・分析状況……………	II-174
第2-2-89図	事業領域見直し時に重視した点……………	II-175
第2-2-90図	経営戦略の見直し頻度……………	II-177

第2-2-91図	経営戦略の見直し頻度別に見た、 労働生産性の水準（2019-2020年平均の中央値）	II-178
第2-2-92図	経営戦略の経営計画への落とし込み状況	II-179
第2-2-93図	経営戦略の浸透度	II-179
第2-2-94図	経営計画への落とし込み状況別に見た、経営戦略の浸透度	II-180
第2-2-95図	経営戦略の浸透度別に見た、 労働生産性の水準（2019-2020年平均の中央値）	II-181
第2-2-96図	KPIの利用状況	II-182
第2-2-97図	KPIの認識状況	II-182
第2-2-98図	KPIの認識状況別に見た、 労働生産性の水準（2019-2020年平均の中央値）	II-183
第2-2-99図	KPIの確認頻度	II-183
第2-2-100図	KPIの確認頻度別に見た、労働生産性の水準（2019-2020年平均の中央値）	II-184
第2-2-101図	業種別に見た、経営者年齢の構成比（中小企業と大企業）	II-186
第2-2-102図	業種別に見た、経営者の就任経緯（中小企業と大企業）	II-187
第2-2-103図	業種別に見た、経営者の経営歴（中小企業と大企業）	II-188
第2-2-104図	就任経緯別に見た、経営者に就任した年齢	II-189
第2-2-105図	就任経緯別に見た、経営者就任前の他社企業での勤務経験	II-190
第2-2-106図	就任時の年齢別に見た、経営者就任前に経験した職域	II-191
第2-2-107図	就任経緯別に見た、経営者に就任した動機	II-192
第2-2-108図	経営者就任時の動機と現在、会社を経営する動機	II-193
第2-2-109図	経営者の年齢別に見た、利益の主な使い道（5年前と現在）	II-194
第2-2-110図	利益の主な使い道別に見た、売上高増加率（中央値）	II-195
第2-2-111図	従業員規模別に見た、経営者の経営・マネジメント業務に充てる時間の比率	II-196
第2-2-112図	経営者の経営・マネジメント業務に充てる時間の 比率別、売上高増加率（中央値）	II-197
第2-2-113図	経営に関する学習時間に対する自己評価	II-198
第2-2-114図	経営方針別に見た、経営に関する学習時間確保の状況	II-199
第2-2-115図	経営に関する学習時間確保の状況別、売上高増加率（中央値）	II-200
第2-2-116図	経営に関する学習時間確保の状況別、1か月の平均学習時間	II-201
第2-2-117図	経営方針別に見た、 経営知識・スキルを習得するために直近5年間に実施した取組	II-202
第2-2-118図	経営に関する学習時間確保の状況別、学習の動機	II-203
第2-2-119図	学習の動機別に見た、 経営知識・スキルを習得するために直近5年間に実施した取組	II-204
第2-2-120図	学習内容の実践状況別、売上高増加率（中央値）	II-205
第2-2-121図	経営知識・スキルを習得するために有益な学習機会	II-206
第2-2-122図	経営に関する学習をしない理由	II-207
第2-2-123図	因子分析の結果	II-210
第2-2-124図	経営者に求められる六つの知識・スキル	II-211

第2-2-125図	経営者の強みとする知識・スキル別に見た、利益の主な使い道	II-212
第2-2-126図	経営者の強みとする知識・スキル別に見た、従業員の仕事に対する意欲	II-213
第2-2-127図	売上高増加率の水準別に見た、六つの知識・スキルの高さ	II-214
第2-2-128図	知識・スキルの水準別に見た、経営に関する学習時間	II-215
第2-2-129図	訪日外国者数及び旅行消費額の推移	II-216
第2-2-130図	海外展開の実施状況及び今後の意向	II-218
第2-2-131図	海外展開実施企業が最も強く感じている課題	II-219
第2-2-132図	海外展開を実施していない企業が最も強く感じている課題	II-219
第2-2-133図	世界のBtoC-EC市場規模（推計）	II-220
第2-2-134図	越境ECの市場規模の推移（推計）	II-220
第2-2-135図	越境ECの利用状況	II-221
第2-2-136図	中小企業におけるSDGsの取組状況	II-226
第2-2-137図	温室効果ガス排出量の把握状況	II-227
第2-2-138図	温室効果ガス排出量の把握状況（業種別）	II-228
第2-2-139図	脱炭素化に向けた取組の実施状況	II-229
第2-2-140図	脱炭素化に向けた取組の実施状況（従業員規模別）	II-230
第2-2-141図	取引先からの脱炭素化に向けた取組の要請状況（従業員規模別）	II-230
第2-2-142図	脱炭素化の取組内容	II-231
第2-2-143図	脱炭素化に取り組まない理由	II-232
第2-2-144図	脱炭素化の取組状況別に見た、温室効果ガス排出量の把握状況	II-232
第2-2-145図	脱炭素化に前向きとなる効果	II-233
第2-2-146図	脱炭素化を進めることによる効果	II-234
第2-2-147図	ビジネスと人権に関係した世界的な取組の流れ（主なもの）	II-237
第2-2-148図	企業活動における人権尊重の重要性の認識状況（従業員規模別）	II-238
第2-2-149図	人権方針の策定状況（従業員規模別）	II-239
第2-2-150図	人権デュー・ディリジェンスの実施状況（従業員規模別）	II-240
第2-2-151図	販売先からの人権尊重に関する取組の働きかけや要請の有無 （従業員規模別）	II-241
第2-2-152図	借入金の過剰感	II-244
第2-2-153図	現在の借入金の過剰感別に見た、借入金月商倍率（2021年）の分布	II-245
第2-2-154図	現在の借入金の過剰感別に見た、借入金の返済見通し	II-246
第2-2-155図	現在の借入金の過剰感別に見た、 新たな資金調達ができなくなることへの懸念感	II-246
第2-2-156図	現在の借入金の過剰感別に見た、感染症収束後の事業の方向性	II-247
第2-2-157図	成長投資のための資金調達の手段（売上規模別）	II-248
第2-2-158図	成長投資への資金調達として借入れを選択した理由（売上規模別）	II-249
第2-2-159図	成長投資への資金を借入れて調達したことへの考え（売上規模別）	II-250
第2-2-160図	今後の増資による資金調達の活用意向（売上規模別）	II-251
第2-2-161図	増資による資金調達を検討したいと思う理由（売上規模別）	II-251
第2-2-162図	エクイティ・ファイナンスのメリット	II-252

第2-2-163図	国内スタートアップ資金調達額推移	II-256
第2-2-164図	投資家タイプ別投資額の推移	II-257
第2-2-165図	ベンチャーキャピタル投資（対GDP比）の国際比較	II-258
第2-2-166図	起業に当たり最も影響を受けた人	II-258
第2-2-167図	周囲に起業家がいる人の割合	II-259
第2-2-168図	日本で起業が少ない原因	II-259
第2部3章		
第2-3-1図	業種別に見た、受注量及び受注単価の変化（2021年）	II-263
第2-3-2図	業種別に見た、感染症下での販売先数の変化	II-264
第2-3-3図	業種別に見た、感染症下での販売先数増加の要因	II-264
第2-3-4図	感染症下での販売先数の変化の状況別に見た、取引先との接触頻度	II-265
第2-3-5図	企業間取引におけるデジタル化の状況	II-266
第2-3-6図	企業間取引におけるデジタル化に対応したことによる効果	II-267
第2-3-7図	業種別に見た、直近1年間の各コストの動向	II-268
第2-3-8図	業種別に見た、直近1年のコスト全般の変動に対する価格転嫁の状況	II-269
第2-3-9図	コスト変動を価格転嫁できなかった際の対応	II-269
第2-3-10図	業種別に見た、直近1年間の各コストの変動に対する価格転嫁の状況	II-270
第2-3-11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、 コスト全般の変動に対する価格転嫁の状況	II-271
第2-3-12図	取引価格や単価の交渉の機会のきっかけ	II-271
第2-3-13図	販売先との交渉の機会が設けられていない要因	II-272
第2-3-14図	価格転嫁の達成状況（スコアリングの結果）	II-272
第2-3-15図	時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位	II-283
第2-3-16図	時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位（業種別）	II-284
第2-3-17図	時点別に見た、事業方針におけるデジタル化の優先順位（従業員規模別）	II-285
第2-3-18図	今後のデジタル化の優先順位別に見た、 感染症流行前後の各指標の変化と水準	II-286
第2-3-19図	DXのフレームワーク	II-287
第2-3-20図	デジタル化の取組段階	II-288
第2-3-21図	時点別に見た、デジタル化の取組状況	II-289
第2-3-22図	感染症流行前と現在におけるデジタル化の取組状況	II-290
第2-3-23図	従業員規模別に見た、感染症流行前と現在におけるデジタル化の取組状況	II-291
第2-3-24図	業種別に見た、感染症流行前と現在におけるデジタル化の取組状況	II-292
第2-3-25図	業種別に見た、感染症流行前と比べたデジタル化の取組状況の増加率 （段階3～4の企業）	II-293
第2-3-26図	取組状況別に見た、労働生産性と売上高の変化	II-294
第2-3-27図	感染症流行下の取組状況の進展別に見た、労働生産性と売上高の変化	II-295
第2-3-28図	経営者年齢別に見た、デジタル化の取組状況	II-296

第2-3-29図	デジタル化の取組状況別に見た、 感染症収束後の事業方針におけるデジタル化の優先順位……………	II-297
第2-3-30図	業種別に見た、2020年と2021年のIT投資額……………	II-300
第2-3-31図	2020年のIT投資額別に見た、2021年のIT投資額……………	II-301
第2-3-32図	取組状況の進展別に見た、年間のIT投資額……………	II-302
第2-3-33図	IT投資額の内訳として最も多かったもの……………	II-303
第2-3-34図	業種別に見た、IT投資額の傾向と今後の計画……………	II-305
第2-3-35図	デジタル化の取組状況別に見た、今後のIT投資の計画……………	II-306
第2-3-36図	IT投資額別に見た、手元流動性の水準……………	II-307
第2-3-37図	IT投資額別に見た、業務効率化の状況……………	II-308
第2-3-38図	IT投資額別に見た、デジタル化による競争力強化の状況……………	II-309
第2-3-39図	デジタル化の取組状況別に見た、デジタル化に取り組む際の課題……………	II-312
第2-3-40図	デジタル化の取組状況別に見た、デジタル化に関する情報の入手経路……………	II-313
第2-3-41図	無償のデジタルスキル習得プログラムの活用状況……………	II-314
第2-3-42図	デジタル化の取組状況別に見た、積極的なIT投資を行っている背景……………	II-315
第2-3-43図	デジタル化の取組状況別に見た、積極的なIT投資を行っていない背景……………	II-316
第2-3-44図	デジタル化による業務効率化の状況（段階3～4の企業）……………	II-317
第2-3-45図	デジタル化による業務効率化の効果（労働生産性の変化）……………	II-318
第2-3-46図	デジタル化のステップ……………	II-319
第2-3-47図	デジタル化の取組状況別に見た、デジタル化による取組効果……………	II-320
第2-3-48図	デジタル化の取組状況別に見た、デジタル化による副次的な効果……………	II-321
第2-3-49図	主なITツール・システムと四つの導入目的……………	II-327
第2-3-50図	業種別に見た、コミュニケーション分野の導入状況……………	II-328
第2-3-51図	業種別に見た、バックオフィス分野の導入状況……………	II-329
第2-3-52図	業種別に見た、セールス分野の導入状況……………	II-330
第2-3-53図	業種別に見た、サプライチェーン分野の導入状況……………	II-331
第2-3-54図	ここからアプリの閲覧数……………	II-332
第2-3-55図	ITツール・システムの導入状況別に見た、売上高の変化率と自己資本の状況……………	II-333
第2-3-56図	分野別に見た、ITツール・システムの導入及び検討したきっかけ……………	II-334
第2-3-57図	ITツール・システムの導入状況別に見た、業務効率化の状況……………	II-335
第2-3-58図	セールス・サプライチェーン分野の導入状況別に見た、 デジタル化による取組効果……………	II-336
第2-3-59図	分野別に見た、主に活用しているITツール・システム……………	II-337
第2-3-60図	取組状況の進展別に見た、主に活用しているITツール・システム……………	II-338
第2-3-61図	デジタル化の取組状況別に見た、今後のクラウドサービスの活用方針……………	II-339
第2-3-62図	今後のクラウドサービスの利用方針の理由……………	II-340
第2-3-63図	デジタル化の取組状況別に見た、 ITツール・システムの導入時に重視する取組……………	II-341
第2-3-64図	情報の管理方法の状況……………	II-346
第2-3-65図	業種別に見た情報の管理方法……………	II-347

第2-3-66図	2021年におけるデジタル化の優先度と情報の管理方法の関係	II-348
第2-3-67図	業種別に見たデータ入力の方法	II-349
第2-3-68図	電子化できない主たる理由	II-350
第2-3-69図	2021年における電子化できない主たる理由とデジタル化の優先度の関係	II-351
第2-3-70図	データベース化できない理由	II-352
第2-3-71図	データクレンジングの状況	II-353
第2-3-72図	データクレンジングの状況別に見たデータの見える化の有無	II-354
第2-3-73図	データクレンジング及び見える化の実施状況と データ利活用の効果の実感の関係	II-355
第2-3-74図	分析における課題	II-356
第2-3-75図	データ利活用において相談を行った先	II-357
第2-3-76図	過去5年間での社外の相談相手からの助言の有無別に見た、 マクロ環境に関する情報収集・分析状況	II-367
第2-3-77図	過去5年間での社外の相談相手からの助言の有無別に見た、 市場環境に関する情報収集・分析状況	II-368
第2-3-78図	過去5年間での社外の相談相手からの助言の有無別に見た、 競合他社の情報収集・分析状況	II-369
第2-3-79図	過去5年間での社外の相談相手からの助言の有無別に見た、 内部環境分析に関する情報収集・分析状況	II-370
第2-3-80図	支援機関から見た、中小企業が自己変革を進める上で重要な取組	II-371
第2-3-81図	支援機関別に見た、支援対象事業者との面談頻度	II-372
第2-3-82図	支援機関別に見た、支援対象事業者との面談時間	II-373
第2-3-83図	支援対象事業者との面談頻度別に見た、面談時間	II-373
第2-3-84図	支援機関別に見た、支援対象事業者との対話状況	II-374
第2-3-85図	今後適応が必要な産業構造及び経営構造	II-375
第2-3-86図	経営支援における基本的なプロセス	II-376
第2-3-87図	技術的課題と適応課題の比較	II-377
第2-3-88図	課題「解決」型の伴走支援と、課題「設定」型の伴走支援の比較	II-378
第2-3-89図	自己変革への「5つの障壁」と第三者支援の必要性	II-379
第2-3-90図	伴走者との対話を通じた、経営者の自己変革までのプロセス	II-380
第2-3-91図	経営力再構築伴走支援モデルの三要素	II-381
第2-3-92図	経営力再構築伴走支援モデルに重要な「対話」の構成要素と効果	II-382