

---

# 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	業種別に見た、業況判断DIの推移	I-3
第1-1-3図	業種別に見た、消費支出の推移	I-4
第1-1-4図	企業規模別に見た、業況判断DIの推移	I-7
第1-1-5図	業種別に見た、業況判断DIの推移	I-8
第1-1-6図	企業規模別に見た、売上高の推移	I-9
第1-1-7図	業種別に見た、中小企業の売上高の2019年比（2020年～2022年）	I-10
第1-1-8図	企業規模別に見た、経常利益の推移	I-11
第1-1-9図	企業規模別に見た、設備投資の推移	I-12
第1-1-10図	国内民間設備投資（名目）及び中小企業設備投資の推移	I-13
第1-1-11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-14
第1-1-12図	中小企業の設備投資計画	I-15
第1-1-13図	今後の設備投資における優先度の推移	I-16
第1-1-14図	企業規模別に見た、資金繰りDIの推移	I-17
第1-1-15図	倒産件数の推移	I-18
第1-1-16図	新型コロナウイルス関連破たんの月別判明件数	I-19
第1-1-17図	新型コロナウイルス関連破たんの業種別判明件数	I-20
第1-1-18図	休廃業・解散件数の推移	I-21
第1-1-19図	完全失業率・有効求人倍率の推移	I-22
第1-1-20図	雇用形態別に見た、雇用者数の推移（前年差）	I-23
第1-1-21図	業種別に見た、従業員数過不足DIの推移	I-24
第1-1-22図	時間外労働の上限規制	I-25
第1-1-23図	人手不足への対応方法	I-26
第1-1-24図	直近1年間の人材確保状況（日本国籍）	I-27
第1-1-25図	直近1年間の人材確保状況（外国籍）	I-28
第1-1-26図	人材確保のための方策	I-29
第1-1-27図	国内企業物価指数と消費者物価指数の推移	I-30
第1-1-28図	最終需要・中間需要物価指数の推移（前年比）	I-31
第1-1-29図	輸入物価指数の推移	I-32
第1-1-30図	業種別に見た、原材料商品仕入価格DIの推移	I-33
第1-1-31図	原材料・資源価格の高騰による企業業績への影響	I-34
第1-1-32図	原油高・原材料高・ウクライナ危機・円安などの影響の長期化への対応	I-35
第1-1-33図	ドル円為替レートの長期推移	I-36
第1-1-34図	ドル建て取引の輸出入において円安が10%進展した場合の、 各産業への短期的な影響	I-37
第1-1-35図	原材料や部品の調達遅れの影響（前年比）	I-40

第1-1-36図	世界的な原材料不足によるサプライチェーンへの影響	I-41
第1-1-37図	サプライチェーン内における対策の取組	I-42
第1-1-38図	今後3年間における、貴社が利用する半導体関連素材の供給見込み	I-43
第1-1-39図	半導体関連部品を安定的に供給するための取組	I-44
第1部第2章		
第1-2-1図	感染症流行による企業業績への影響	I-46
第1-2-2図	自社の事業環境に対する感染症の影響への認識	I-47
第1-2-3図	感染症流行を踏まえたデジタル化の取組	I-48
第1-2-4図	感染症流行後の顧客数増加の取組のうち、効果のあったもの	I-50
第1-2-5図	感染症流行を踏まえた事業再構築の実施状況	I-51
第1-2-6図	感染症流行を踏まえた事業再構築の実施状況の内訳	I-52
第1-2-7図	カーボンニュートラルの事業方針上の優先度	I-59
第1-2-8図	カーボンニュートラルの取組状況	I-60
第1-2-9図	取引上の地位別に見た、カーボンニュートラルの取組状況	I-61
第1-2-10図	取引先からの温室効果ガスの把握、カーボンニュートラルに向けた協力要請状況	I-62
第1-2-11図	取引上の地位別に見た、取引先からの温室効果ガスの把握、カーボンニュートラルに向けた協力要請状況	I-63
第1-2-12図	カーボンニュートラルの取組段階別に見た、サプライチェーンで一体となって行うカーボンニュートラルの取組による業績や企業としてのブランド価値への効果	I-64
第1-2-13図	グリーン分野への投資意向	I-65
第1-2-14図	カーボンニュートラルの取組段階別に見た、グリーン分野への事業再構築の取組状況	I-66
第1-2-15図	カーボンニュートラルの取組段階別に見た、グリーン分野の事業再構築が進むことによる企業業績への影響	I-67
第1-2-16図	カーボンニュートラルの取組を促進するために有効と考えられる制度	I-68
第1部第3章		
第1-3-1図	企業規模別に見た、交易条件指数の推移	I-75
第1-3-2図	企業規模別に見た、価格転嫁力の推移（製造業）	I-76
第1-3-3図	一人当たり名目付加価値額上昇率とその変動要因	I-77
第1-3-4図	各コストの変動に対する価格転嫁の状況	I-78
第1-3-5図	最低賃金の推移	I-79
第1-3-6図	従業員規模別に見た、時間当たり所定内給与額の分布（2021年・常用労働者）	I-80
第1-3-7図	従業員規模別に見た、所定内給与額（常用労働者）の推移	I-81
第1-3-8図	業種別に見た、所定内給与額の推移（大企業・常用労働者）	I-82
第1-3-9図	業種別に見た、所定内給与額の推移（中小企業・常用労働者）	I-83
第1-3-10図	従業員規模別に見た、一人当たり平均賃金改定率の推移	I-84
第1-3-11図	春闘による賃上げ率の推移	I-85

第1-3-12図	所定内賃金の動向	I-86
第1-3-13図	企業の成長期待と労働生産性、及び期待成長率と賃金上昇率の関係性	I-87
第1-3-14図	価格転嫁率別に見た、従業員一人当たりの平均賃金改定率	I-88
第1-3-15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-91
第1-3-16図	企業規模別に見た、労働分配率の推移	I-92
第1-3-17図	地域別・常用雇用者規模別に見た、常用雇用者総数	I-101
第1-3-18図	企業規模別に見た、一企業当たりの売上高・ 設備投資額の推移（2009年比の増減率）	I-102
第1-3-19図	男女別に見た、東京圏への流入者の移住の背景	I-103
第1-3-20図	都道府県別に見た、実感的な可処分所得と基礎支出	I-104
第1-3-21図	都道府県別に見た、フルタイム雇用者の平均可処分時間	I-105
第1-3-22図	結婚に必要な状況	I-106
第1-3-23図	理想の数の子供を持たない理由	I-107
第1部第4章		
第1-4-1図	企業規模別・業種別に見た、研究開発費及び売上高比研究開発費の推移	I-110
第1-4-2図	従業員規模別に見た、イノベーション活動の実行状況（2017-2019年）	I-111
第1-4-3図	従業員規模別に見た、イノベーション実現状況（2017-2019年）	I-112
第1-4-4図	イノベーション活動によって得られた効果	I-113
第1-4-5図	研究開発段階における課題	I-114
第1-4-6図	イノベーションにより付加価値を高めた製品の販売開始・サービスの提供開始・ 事業拡大段階における課題	I-115
第1-4-7図	自社のコア技術の強みの認識状況別に見た、イノベーションの事業化状況	I-116
第1-4-8図	新たな市場ニーズの探索状況別に見た、イノベーションの事業化状況	I-117
第1-4-9図	売上高比研究開発費別に見た、自社のコア技術・ノウハウと、 マーケットニーズとのギャップを埋め合わせ、戦略を構想・ 実現する人材支援があった場合の新製品・サービスの事業化	I-118
第1部第5章		
第1-5-1図	工場立地件数と面積の推移	I-133
第1-5-2図	工場立地件数と面積におけるその他地域の割合	I-135
第1-5-3図	地域別に見た、企業誘致が進展した際に期待できる効果	I-136
第1-5-4図	地域別に見た、自社が立地する地域で「同業種」の企業の立地が 進むことに対する期待の有無と期待する効果	I-138
第1-5-5図	地域別に見た、自社が立地する地域で「異業種」の企業の立地が 進むことに対する期待の有無と期待する効果	I-139
第1-5-6図	従業員規模別に見た、自社が立地する地域で「同業種」の企業の立地が 進むことに対する期待の有無と期待する効果	I-141
第1-5-7図	従業員規模別に見た、自社が立地する地域で「異業種」の企業の立地が 進むことに対する期待の有無と期待する効果	I-142

第 1-5-8 図	国内における本所・本社以外の拠点の有無と拠点数……………	I-143
第 1-5-9 図	従業員規模別に見た、過去 10 年程度における立地の有無と直近で立地した地域……	I-144
第 1-5-10 図	立地した際に活用したことのある支援内容……………	I-145
第 1-5-11 図	海外で生産していた製品・部材を国内生産に戻したケースの有無……………	I-146
第 1-5-12 図	国内生産に戻した（戻す）理由……………	I-147
第 1-5-13 図	従業員規模別に見た、今後 5 年程度において計画（検討）している新たな立地の有無と候補地……………	I-150
第 1-5-14 図	今後 5 年程度において計画している（検討中も含む）新たな立地の候補地別に見た、期待する支援内容……………	I-151
第 1-5-15 図	新たな立地の際の候補地別に見た、立地を選択する際に判断に影響を与える要素（地理的要件）……………	I-152
第 1-5-16 図	新たな立地の際の候補地別に見た、立地を選択する際に判断に影響を与える要素（経済・社会環境・政策）……………	I-153
第 1-5-17 図	新たな立地の際の候補地別に見た、立地を選択する際に判断に影響を与える要素（自治体のサポート）……………	I-154
第 1-5-18 図	新たな立地の際の候補地別に見た、今後新たに立地する際に想定される課題……	I-155
第 1-5-19 図	人材ごとの過不足状況……………	I-156
第 1-5-20 図	新たな立地の際の候補地別に見た、新たな立地で必要な人材を確保する方法……	I-157
第 1-5-21 図	人材の過不足別に見た、今後新たに立地する際に必要な人材を確保する難易度……	I-158
第 1-5-22 図	企業誘致政策の目標達成度合い……………	I-159
第 1-5-23 図	企業誘致政策の目標達成度合い別に見た、企業誘致を進めるために実施している取組……………	I-160
第 1-5-24 図	自治体が企業誘致で実施している取組と中小企業が期待する支援内容……………	I-161
第 1-5-25 図	自社が立地する地域の自治体による産業振興に対する評価と企業立地が進展している実感度合い……………	I-162
第 1-5-26 図	優先的に誘致すべき産業分野の検討状況と企業誘致政策の目標達成度合い……………	I-163
第 1-5-27 図	自治体が今後、企業誘致に力を入れていきたい産業分野……………	I-164
第 1-5-28 図	優先的に誘致すべき産業分野の検討状況別に見た、自治体が今後企業誘致に力を入れていきたい産業分野……………	I-165
第 1-5-29 図	従業員規模別に見た、今後の進出に関心がある産業分野……………	I-166
第 2 部第 1 章		
第 2-1-1 図	直近 10 年間における経営戦略の策定状況……………	II-3
第 2-1-2 図	経営戦略を策定した際の検討プロセス……………	II-3
第 2-1-3 図	ターゲットとする市場の分析を起点に経営戦略を策定した企業の、自社の経営資源の分析状況……………	II-4
第 2-1-4 図	自社の経営資源の分析を起点に経営戦略を策定した企業の、ターゲットとする市場の分析状況……………	II-4
第 2-1-5 図	自社の経営資源の分析有無別に見た、競合他社と比較した経営戦略の自己評価（ターゲットとする市場の分析を起点として経営戦略を策定した企業）……………	II-5

第2-1-6図	ターゲットとする市場の分析有無別に見た、競合他社と比較した経営戦略の 自己評価（自社の経営資源の分析を起点に経営戦略を策定した企業）……………	II-6
第2-1-7図	経営戦略を策定した際の工夫・取組……………	II-6
第2-1-8図	経営戦略策定時に、ターゲットとする市場の分析を進めた際の視点……………	II-7
第2-1-9図	経営戦略を策定した際に、最終的に選定した市場の特徴……………	II-8
第2-1-10図	経営戦略策定時に選定した市場の特徴別に見た、 売上高増加率と付加価値額増加率の水準（中央値）……………	II-9
第2-1-11図	経営戦略を策定した際に、競合他社が多い市場を選定した理由……………	II-10
第2-1-12図	競合他社が多い市場を選定した理由別に見た、 付加価値額増加率の水準（中央値）……………	II-11
第2-1-13図	ターゲットとする市場を選定した際の、必要な経営資源の確保状況……………	II-12
第2-1-14図	ターゲットとする市場を選定した際の、必要な経営資源の確保状況別に見た、 付加価値額増加率の水準（中央値）……………	II-12
第2-1-15図	経営戦略を実行した際に活用した、経営資源の強み……………	II-13
第2-1-16図	活用した経営資源の強み別に見た、売上高増加率の水準（中央値）……………	II-14
第2-1-17図	経営戦略策定時の工夫・取組別に見た、売上高増加率の水準（中央値）……………	II-15
第2-1-18図	既存事業拡大と新規事業創出の概念図……………	II-21
第2-1-19図	直近10年間における既存事業拡大と新規事業創出の取組状況……………	II-22
第2-1-20図	既存事業拡大と新規事業創出の取組の、自社の成長への寄与度……………	II-23
第2-1-21図	新規事業創出を開始した際の、既存事業の業績……………	II-24
第2-1-22図	既存事業の業績別に見た、新規事業創出の成長への寄与度……………	II-25
第2-1-23図	新規事業創出に取り組んだ際の、既存事業で培った経営資源の活用状況……………	II-25
第2-1-24図	既存事業で培った経営資源の活用状況別に見た、 新規事業創出の成長への寄与度……………	II-26
第2-1-25図	経営者就任前・就任後における、経営者の成長意欲の有無……………	II-31
第2-1-26図	経営者就任前・就任後において、第三者との交流により、 成長意欲が高まった経験の有無……………	II-32
第2-1-27図	経営者就任前後の成長意欲の変化別に見た、 経営者就任後の第三者との交流状況……………	II-33
第2-1-28図	経営者就任前・就任後において、成長意欲を高めることにつながった交流先……………	II-34
第2-1-29図	経営者のリスクリングの取組状況……………	II-36
第2-1-30図	経営者が行っているリスクリングの取組内容……………	II-37
第2-1-31図	経営者のリスクリングの取組状況別に見た、売上高増加率の水準（中央値）……………	II-38
第2-1-32図	役員・社員に対するリスクリングの機会の提供状況……………	II-39
第2-1-33図	経営者のリスクリングの取組状況別に見た、 役員・社員に対するリスクリングの機会の提供状況……………	II-40
第2-1-34図	役員・社員に提供しているリスクリングの機会……………	II-41
第2-1-35図	役員・社員に対するリスクリングの機会の提供状況別に見た、 売上高増加率の水準（中央値）……………	II-42
第2-1-36図	直近10年間における人材戦略の策定状況……………	II-44

第2-1-37図	人材戦略の策定状況別に見た、従業員数増加率の水準（中央値）	II-45
第2-1-38図	経営戦略と人材戦略の紐づけ状況	II-45
第2-1-39図	経営戦略と人材戦略の紐づけ状況別に見た、売上高増加率の水準（中央値）	II-46
第2-1-40図	直近10年間における右腕人材の有無	II-50
第2-1-41図	右腕人材の経歴	II-50
第2-1-42図	既存事業拡大と新規事業創出に取り組んだ際の、右腕人材の関与度合い	II-51
第2-1-43図	右腕人材の有無別に見た、売上高増加率の水準（中央値）	II-52
第2-1-44図	人材戦略の策定状況別に見た、右腕人材の有無	II-52
第2-1-45図	経歴別に見た、右腕人材の知識・スキル	II-53
第2-1-46図	経歴別に見た、右腕人材を選定した際に重要視した要素	II-54
第2-1-47図	右腕人材を育成した際の工夫・取組	II-55
第2-1-48図	経歴別に見た、直近10年間における変革人材の有無	II-57
第2-1-49図	内部で育成した変革人材の知識・スキル	II-58
第2-1-50図	外部から確保した変革人材の知識・スキル	II-59
第2-1-51図	既存事業拡大と新規事業創出に取り組んだ際の、変革人材の関与度合い	II-60
第2-1-52図	変革人材の有無別に見た、売上高増加率の水準（中央値）	II-61
第2-1-53図	人材戦略の策定状況別に見た、変革人材の有無	II-62
第2-1-54図	内部で育成した変革人材を選定した際に、重要視した要素	II-63
第2-1-55図	変革人材を内部で育成した際の工夫・取組	II-64
第2-1-56図	外部から確保した変革人材を選定した際に、重要視した要素	II-65
第2-1-57図	変革人材の外部からの確保方法	II-66
第2-1-58図	外部から確保した変革人材との契約形態	II-67
第2-1-59図	経営の透明性を高める取組の実施状況	II-74
第2-1-60図	経営の透明性を高める取組を開始したきっかけ	II-75
第2-1-61図	従業員規模別に見た、経営の透明性を高める取組の実施状況	II-76
第2-1-62図	経営の透明性を高める具体的な取組の実施状況	II-77
第2-1-63図	経営の透明性を高める取組の実施状況別に見た、売上高増加率の水準（中央値）	II-78
第2-1-64図	経営の透明性を高める取組の効果	II-79
第2-1-65図	経営者からの権限委譲の状況	II-85
第2-1-66図	従業員規模別に見た、経営者からの権限委譲の状況	II-85
第2-1-67図	経営者からの権限委譲の状況（業務内容別）	II-86
第2-1-68図	経営者からの権限委譲を進めたことによる効果	II-87
第2-1-69図	経営者からの権限委譲を進めたことによる効果別に見た、 既存事業拡大と新規事業創出の取組状況	II-88
第2-1-70図	経営者からの権限委譲の状況別に見た、売上高増加率の水準（中央値）	II-89
第2-1-71図	経営者からの権限委譲を進めた際の、社員の動きに統一感や 一貫性を持たせるための工夫・取組の内容	II-90
第2-1-72図	新規事業創出に取り組んだ際の、組織体制の工夫・取組	II-92
第2-1-73図	新規事業創出の成長への寄与度別に見た、 組織体制に関する工夫・取組の実施状況	II-93

第2-1-74図	新規事業創出に取り組んだ際の、既存事業に従事する社員の理解状況別に見た、理解を得るための工夫・取組の実施状況……………	II-94
第2-1-75図	企業規模別に見た、直接輸出・直接投資企業割合の推移……………	II-104
第2-1-76図	業種別に見た、海外展開の実施状況……………	II-105
第2-1-77図	海外展開実施による売上高・経常利益への貢献度……………	II-106
第2-1-78図	海外展開の強み別に見た、売上高・経常利益への貢献度……………	II-107
第2-1-79図	輸出実施企業と輸出非実施企業の労働生産性……………	II-108
第2部第2章		
第2-2-1図	休廃業・解散企業の損益別構成比……………	II-115
第2-2-2図	年代別に見た、中小企業の経営者年齢の分布……………	II-116
第2-2-3図	後継者不在率の推移……………	II-117
第2-2-4図	経営者の年代別に見た、後継者不在率低下の寄与度……………	II-118
第2-2-5図	経営者の年代別に見た、事業承継の意向……………	II-119
第2-2-6図	事業承継・廃業予定年齢……………	II-120
第2-2-7図	経営者の年代別に見た、後継者の選定状況……………	II-121
第2-2-8図	後継者の選定理由……………	II-122
第2-2-9図	後継者候補に対する引継ぎ意思の伝達状況……………	II-123
第2-2-10図	事業承継の類型……………	II-127
第2-2-11図	近年事業承継をした経営者の就任経緯……………	II-128
第2-2-12図	事業承継実施企業の承継後の売上高成長率（同業種平均値との差分）……………	II-129
第2-2-13図	事業承継経過年別に見た、売上高成長率の分布……………	II-130
第2-2-14図	事業承継類型別に見た、事業承継の準備期間……………	II-132
第2-2-15図	事業承継類型別に見た、後継者の準備期間中の取組……………	II-133
第2-2-16図	先代経営者の引退後の勤務形態……………	II-135
第2-2-17図	事業承継後の意思決定の状況別に見た、従業員からの信認状況……………	II-136
第2-2-18図	事業承継後の意思決定の状況別に見た、事業承継前と比較した投資額の変化……………	II-137
第2-2-19図	事業承継後の意思決定の状況別に見た、後継者の準備期間中の取組……………	II-138
第2-2-20図	事業承継後の意思決定の状況別に見た、先代経営者の事業承継後の役割……………	II-139
第2-2-21図	先代経営者との事業承継後の処遇に関する対話状況別に見た、先代経営者の事業承継後の関与に対する満足度……………	II-140
第2-2-22図	事業承継を契機とした従業員の自主性の変化……………	II-143
第2-2-23図	事業承継を契機とした従業員の自主性の変化別に見た、売上高年平均成長率の分布……………	II-144
第2-2-24図	事業承継を契機とした従業員の自主性の変化別に見た、従業員の自主性を促す取組の実施状況……………	II-145
第2-2-25図	権限委譲の状況別に見た、事業承継を契機とした従業員の自主性の変化……………	II-146
第2-2-26図	事業再構築の取組状況……………	II-149
第2-2-27図	事業承継時の経営者年齢別に見た、事業再構築の取組状況……………	II-150
第2-2-28図	事業再構築を実施した理由……………	II-151



第2-2-29図	事業再構築の効果	II-152
第2-2-30図	事業再構築の取組状況別に見た、売上高年平均成長率の分布	II-153
第2-2-31図	事業再構築の効果（売上高・付加価値額・従業員数以外）	II-154
第2-2-32図	事業再構築を進める上での課題	II-156
第2-2-33図	事業承継後の意思決定の状況別に見た、事業再構築の取組状況	II-157
第2-2-34図	事業再構築の検討開始時期別に見た、事業再構築の効果（売上高の増加）	II-158
第2-2-35図	従業員からの信認状況別及び事業再構築の取組状況別、 売上高年平均成長率の分布	II-159
第2-2-36図	事業再構築を行った際の反応	II-160
第2-2-37図	先代経営者や従業員から理解を得るための取組	II-161
第2-2-38図	事業再構築の売上高増加への寄与状況別に見た、 事業再構築を成功させるための取組	II-162
第2-2-39図	事業再構築の売上高増加への寄与状況別に見た、後継者の準備期間中の取組	II-163
第2-2-40図	事業承継を契機とした従業員の自主性の変化別に見た、事業再構築の取組状況	II-169
第2-2-41図	従業員の自主性の変化及び事業再構築の取組状況別に見た、 売上高年平均成長率の分布	II-170
第2-2-42図	M & A件数の推移	II-173
第2-2-43図	事業承継・引継ぎ支援センターの相談社数・成約件数の推移	II-174
第2-2-44図	希望するM & Aの相手先企業の特徴（買い手）	II-175
第2-2-45図	M & Aの目的（買い手）	II-176
第2-2-46図	M & Aの満足度別に見た、最も重視したM & Aの相手先企業への確認事項	II-177
第2-2-47図	M & Aを実施する際の障壁（買い手）	II-178
第2-2-48図	中小企業におけるPMIの認知度	II-180
第2-2-49図	PMIの検討開始時期別に見た、M & Aの満足度	II-181
第2-2-50図	M & Aの目的・戦略の明確化状況別に見た、M & Aの満足度	II-182
第2-2-51図	M & Aの目的・戦略の明確化状況別に見た、売上高成長率（中央値）	II-183
第2-2-52図	PMIを実施する際の課題	II-184
第2-2-53図	M & Aの具体的な効果	II-185
第2-2-54図	開業率・廃業率の推移	II-188
第2-2-55図	業種別の開廃業率（2021年度）	II-189
第2-2-56図	都道府県別開廃業率（2021年度）	II-190
第2-2-57図	企業の社齢別に見た、常用雇用者数の純増数	II-191
第2-2-58図	開廃業率の国際比較	II-192
第2-2-59図	経営者の年代別に見た、現在の事業の起業目的	II-193
第2-2-60図	事業に対して現在満足していること	II-194
第2-2-61図	経営者の年代別に見た、起業の準備段階で生じた課題	II-195
第2-2-62図	経営者の年代別に見た、起業に踏み切れた理由	II-196
第2-2-63図	経営者が創業時に身につけていた能力・強み	II-199
第2-2-64図	売上高成長率の水準別に見た、経営者が創業時に身につけていた能力・強み	II-201

第2-2-65図	経営者が創業時に身につけていた能力・強みの数別に見た、 売上高成長率の分布	II-202
第2-2-66図	同業での就業経験の有無別に見た、黒字化達成期間の分布	II-203
第2-2-67図	創業時の人材確保（人数面・能力面）状況別に見た、売上高成長率の分布	II-204
第2-2-68図	創業期に確保した重要度の高い人材	II-205
第2-2-69図	創業期に最も有効だった採用方法	II-206
第2-2-70図	開業資金の規模別に見た、売上高成長率・従業員数増加率の分布	II-208
第2-2-71図	開業資金の規模別に見た、外部資金調達の有無	II-209
第2-2-72図	創業計画への記載状況	II-210
第2-2-73図	創業計画の充実度別に見た、外部資金の調達達成状況	II-211
第2-2-74図	創業時に実施した差別化の取組内容	II-215
第2-2-75図	創業時に実施した差別化の取組内容別に見た、売上高成長率の分布	II-216
第2-2-76図	創業時の差別化の取組の有無別に見た、売上高成長率・従業員数増加率の分布	II-217
第2-2-77図	創業時の差別化の取組の有無別に見た、創業計画の項目別記載状況	II-218
第2-2-78図	各成長段階における、確保できた重要度の高い人材	II-221
第2-2-79図	創業時と現在における、経営者が身につけている能力・強みの比較	II-222
第2-2-80図	定期的な事業計画の見直しの頻度別に見た、外部環境への対応状況	II-223

### 第2部第3章

第2-3-1図	業種別に見た、受注量の状況（対2019年比、2021年比）	II-227
第2-3-2図	業種別に見た、受注単価の状況（対2019年比、2021年比）	II-228
第2-3-3図	業種別に見た、原材料・仕入コストの状況（対2019年比、2021年比）	II-229
第2-3-4図	業種別に見た、人件費の状況（対2019年比、2021年比）	II-230
第2-3-5図	業種別に見た、エネルギーコスト（電気料金、燃料費等）の状況 （対2019年比、2021年比）	II-231
第2-3-6図	直近1年の各コストの変動に対する価格転嫁の状況	II-232
第2-3-7図	価格転嫁につながった理由	II-233
第2-3-8図	取引金額が最も大きい販売先への依存度（取引依存度）別に見た、 コスト全般の変動に対する価格転嫁の状況	II-234
第2-3-9図	直近10年の販売先数の変化別に見た、コスト全般の変動に対する 価格転嫁の状況	II-235
第2-3-10図	価格転嫁が困難な理由	II-236
第2-3-11図	デジタル化の取組段階	II-250
第2-3-12図	時点別に見た、デジタル化の取組状況（従業員規模別）	II-251
第2-3-13図	従業員規模別に見た、デジタル化に取り組んだきっかけ	II-252
第2-3-14図	事業承継の実施有無とデジタル化の取組状況	II-253
第2-3-15図	従業員規模別に見た、事業承継をきっかけとした デジタル化の取組段階の進展状況	II-254
第2-3-16図	事業承継をきっかけとしたデジタル化に取り組んだ理由	II-255
第2-3-17図	従業員規模別に見た、デジタル化の取組段階が進展していない要因	II-257

第2-3-18図	時点別のデジタル化の取組状況（市区町村の人口規模別）	II-259
第2-3-19図	市区町村の人口規模別に見た、デジタル化の取組に関わる環境	II-260
第2-3-20図	デジタル化の取組に関わる環境の要素例	II-261
第2-3-21図	企業が所在する市区町村の人口規模別に見た、デジタル化の 取組に関わる「自治体」要素の重要度と現状	II-262
第2-3-22図	企業が所在する市区町村の人口規模別に見た、デジタル化の 取組に関わる「ITベンダー」要素の重要度と現状	II-263
第2-3-23図	企業が所在する市区町村の人口規模別に見た、デジタル化の 取組に関わる「日常的に相談できる事業者」要素の重要度と現状	II-264
第2-3-24図	企業が所在する市区町村の人口規模別に見た、デジタル化の 取組に関わる「その他」要素の重要度と現状	II-266
第2-3-25図	デジタル化を推進している部署（人）	II-267
第2-3-26図	デジタル化の取組段階別に見た、経営者がデジタル化を推進している割合	II-268
第2-3-27図	デジタル化の推進に向けた戦略的な取組の例	II-269
第2-3-28図	デジタル化のビジョン・目標の設定の実施状況と効果	II-270
第2-3-29図	デジタル化の取組を推進する際の業務の棚卸しの実施状況と効果	II-271
第2-3-30図	デジタル化の取組に対する評価指標の設定及び管理の状況と効果	II-272
第2-3-31図	デジタル化の取組に対する費用対効果の検討状況と効果	II-273
第2-3-32図	IT投資が機動的に行えるようなデジタル化関連予算の確保状況と効果	II-275
第2-3-33図	デジタル化の取組段階別に見た、デジタル化の推進に向けた 戦略的な取組の実施状況	II-276
第2-3-34図	デジタル化の戦略を推進する人材とデジタル化の技術を担う人材	II-282
第2-3-35図	デジタル化の戦略を推進する人材の確保状況と確保できている人材	II-283
第2-3-36図	デジタル化の技術を担う人材の確保状況と確保できている人材	II-284
第2-3-37図	デジタル化の取組段階別に見た、デジタル化の技術を担う人材のスキルレベル	II-285
第2-3-38図	経営者のデジタルスキル育成のための取組の実施状況と取組内容	II-289
第2-3-39図	デジタル人材の確保・育成に向けた取組例	II-290
第2-3-40図	デジタル化の戦略を推進する人材の確保状況別に見た、 デジタル人材の確保・育成に向けた取組の実施状況	II-291
第2-3-41図	デジタル化の技術を担う人材の確保状況別に見た、 デジタル人材の確保・育成に向けた取組の実施状況	II-292
第2-3-42図	デジタル人材の確保・育成に向けた取組の実施数別に見た、人材の確保状況	II-293
第2-3-43図	従業員規模別に見た、デジタル化の取組に関する支援機関への相談経験の有無	II-294
第2-3-44図	デジタル化に関する支援機関への相談内容	II-295
第2-3-45図	従業員規模別に見た、デジタル化に関する取組で支援機関を活用した際に 得られた成果	II-296
第2-3-46図	従業員規模別に見た、デジタル化について今後支援を求めたい内容	II-297
第2-3-47図	中小企業のデジタル化に関する支援経験と5年前と比較した相談件数	II-300
第2-3-48図	支援経験のある相談内容と最も強みを発揮できる支援内容	II-301
第2-3-49図	中小企業のデジタル化に対する自機関の支援能力の評価	II-302

第2-3-50図	中小企業のデジタル化支援に関する他の支援機関との連携状況と 連携している支援機関	II-304
第2-3-51図	中小企業のデジタル化支援に関する他の支援機関との連携頻度別に見た、 連携の効果	II-305
第2-3-52図	中小企業のデジタル化支援に関する他の支援機関との連携頻度別に見た、 現在（2022年）における自機関の支援能力の評価	II-306
第2-3-53図	中小企業のデジタル化に関する他の支援機関の支援内容の把握度合い別に見た、 デジタル化支援に関する連携状況	II-307
第2-3-54図	支援機関別に見た、相談員一人当たり支援件数	II-314
第2-3-55図	支援機関別に見た、支援対象企業の業績傾向	II-315
第2-3-56図	支援対象企業の業績傾向別に見た、課題解決割合	II-316
第2-3-57図	支援機関が単独で対応できる経営課題（経営課題別）	II-317
第2-3-58図	支援機関が単独で対応できる経営課題（支援機関別）	II-318
第2-3-59図	支援対象企業の業績傾向別に見た、3年前と比べて支援の重要性が高まった 経営課題	II-319
第2-3-60図	経営者の成長意欲の高低別に見た、事業者が利用して満足度の高かった 支援機関	II-320
第2-3-61図	経営者の成長意欲の高低別に見た、各経営課題における支援機関の 利用検討状況	II-321
第2-3-62図	支援機関別に見た、事業者の本質的な課題設定の状況	II-322
第2-3-63図	支援機関を利用した事業者における、本質的な課題設定を伴う支援を受けた 経験の有無	II-323
第2-3-64図	事業者の支援機関に対する本質的な課題設定への期待	II-324
第2-3-65図	支援機関別に見た、伴走支援の実施状況	II-325
第2-3-66図	支援機関別に見た、伴走支援件数の増減状況（3年前比較）	II-326
第2-3-67図	伴走支援による事業者の成長・発展への寄与に係る支援機関の認識	II-327
第2-3-68図	伴走支援の取組の進展がもたらす効果に係る支援機関の認識	II-328
第2-3-69図	伴走支援の実施状況別に見た、伴走支援を実施する上での課題	II-329
第2-3-70図	伴走支援の実施状況別に見た、伴走支援を実施する上での課題の解決策	II-330
第2-3-71図	支援ノウハウの蓄積状況別に見た、課題解決割合	II-343
第2-3-72図	支援ノウハウの蓄積状況別に見た、本質的な課題設定の状況	II-344
第2-3-73図	支援ノウハウの蓄積状況別に見た、伴走支援の実施状況	II-344
第2-3-74図	OJTの実施状況別に見た、支援ノウハウの蓄積状況	II-345
第2-3-75図	有効事例を共有する場の有無別に見た、支援ノウハウの蓄積状況	II-345
第2-3-76図	各相談員の支援能力の見える化状況別に見た、OJTの実施状況	II-346
第2-3-77図	相談員同士の連携状況別に見た、課題解決割合	II-347
第2-3-78図	各相談員の支援能力の見える化状況別に見た、相談員同士の連携状況	II-348
第2-3-79図	組織全体の支援計画策定状況別に見た、課題解決割合	II-349
第2-3-80図	組織全体の支援件数の見える化状況別に見た、支援計画の策定状況	II-350
第2-3-81図	経営課題別に見た、他機関との連携状況	II-355

第2-3-82図	経営課題別に見た、他機関との連携の成果……………	II-357
第2-3-83図	経営課題別に見た、連携先支援機関……………	II-359
第2-3-84図	経営課題別に見た、連携時の役割……………	II-360
第2-3-85図	各相談員の支援能力の対外発信状況別に見た、経営課題別他機関との連携状況……………	II-361
第2-3-86図	支援機関別に見た、他機関からの理解状況……………	II-362
第2-3-87図	支援機関別に見た、他機関に対する理解度……………	II-363
第2-3-88図	事業者が支援機関の利用を検討する経営課題と、 支援機関における単独での対応状況……………	II-364
第2-3-89図	他機関に対する理解度別に見た、他機関との連携状況……………	II-365
第2-3-90図	他機関に対する理解度別に見た、他機関との連携の成果……………	II-366