

【図表索引】

第1部第1章

第1-1-1図	全国の現状判断DI	3
第1-1-2図	実質GDP成長率の伸び率の要因分解（前期比寄与度）	4
第1-1-3図	我が国の輸出	4
第1-1-4図	為替レート	5
第1-1-5図	実質実効為替レート	6
第1-1-6図	原油価格・食料価格指数	6
第1-1-7図	国内家計最終消費支出	7
第1-1-8図	新車販売状況	8
第1-1-9図	薄型テレビの出荷状況	8
第1-1-10図	内窓・リフォーム用ガラスの出荷状況	9
第1-1-11図	建設工事の受注高	10
第1-1-12図	中小企業の業況判断DI	11
第1-1-13図	業種別・規模別の業況判断DI	12
第1-1-14図	中小企業の景況DI	12
第1-1-15図	地域別・業種別の景況DI	13
第1-1-16図	規模別・業種別の売上高	14
第1-1-17図	規模別・業種別の売上高経常利益率	14
第1-1-18図	規模別・業種別の製造工業生産指数	15
第1-1-19図	中小企業の資金繰りDI	16
第1-1-20図	足下の中小企業の資金繰りDI	16
第1-1-21図	景気対応緊急保証等及び公的金融の貸付条件の変更の利用実績	17
第1-1-22図	規模別・業種別の倒産件数	18
第1-1-23図	中小製造業の設備投資	19
第1-1-24図	業種別の従業員過不足DIと完全失業率	19
第1-1-25図	規模別の新規求人数の伸び率の要因分解（前年同月比寄与度）	20
第1-1-26図①	2011年3月、2012年3月の大卒者の求人倍率	21
第1-1-26図②	新卒者就職支援プロジェクト及びドリームマッチプロジェクト	21
第1-1-27図	円高の影響	22
第1-1-28図	円高の影響の1995年との比較	23
第1-1-29図	今後の円高対策（製造業）	23
第1-1-30図	原材料仕入単価DI、売上単価・客単価DI	24
第1-1-31図	原油・石油製品の価格高騰の影響	24
第1-1-32図	2011年の不安要素	25

第1部第2章

第1-2-1図①	被災地域の企業数、製造品出荷額等、商品販売額	27
第1-2-1図②	被災地域の企業数、事業所数	28
第1-2-2図	青森県、岩手県、宮城県、福島県の商工業等の被害額	29
第1-2-3図	青森県、岩手県、宮城県、福島県における都市雇用圏（2005年）	30
第1-2-4図	津波被災地域における企業及び就業者の業種別割合	30

第1-2-5図	津波の中小企業への影響	31
第1-2-6図	青森県、岩手県、宮城県、福島県の商工会が把握している会員企業の被災状況	32
第1-2-7図	青森県、岩手県、宮城県、福島県の水産関連施設の被害状況	33
第1-2-8図	地震被災地域の企業及び就業者の業種別割合	34
第1-2-9図	地震の中小企業への影響	35
第1-2-10図	原子力発電所事故の避難区域等における企業及び就業者の業種別割合	40
第1-2-11図	原子力発電所周辺地域の企業への影響	41
第1-2-12図	東京電力管内都県の企業及び就業者の業種別割合	44
第1-2-13図	計画停電の中小企業への影響と東京電力の管内企業及び管内企業と 直接取引を行う管外企業数	45
第1-2-14図	東日本大震災の影響	47
第1-2-15図	被災地域における出荷金額上位5品目	48
第1-2-16図	2011年3月の鉱工業生産指数（地域別）及び中小企業への影響	48
第1-2-17図	震災による中小企業の需要への影響	50
第1-2-18図	小売業販売額（大型小売店を除く）の前年同月比増減率	51
第1-2-19図	訪日外国人数及び中小観光業への影響	51
第2部第1章		
第2-1-1図	中小企業の企業数、従業者数、製造業付加価値額	58
第2-1-2図	中小企業の企業数、従業者数、製造業付加価値額（市区町村人口規模別）	59
第2-1-3図	業種別の中小企業の企業数の割合	60
第2-1-4図	業種別の中小企業の企業数の割合（市区町村人口規模別）	60
第2-1-5図	業種別の中小企業の従業者数の割合	61
第2-1-6図	業種別の中小企業の従業者数の割合（市区町村人口規模別）	61
第2-1-7図	労働生産性の分布（製造業）	62
第2-1-8図	資本装備率の分布（製造業）	63
第2-1-9図	売上高経常利益率の分布	63
第2-1-10図	自己資本比率の分布	64
第2-1-11図	自社の強みとする事業分野	65
第2-1-12図	自社の特徴及び自社が主に事業活動を行う市場	66
第2-1-13図	自社の市場内の位置付け	67
第2-1-14図	自社の経済、社会への貢献	67
第2-1-15図	中小企業であることのメリット	68
第2-1-16図	中小企業であることのデメリット	69
第2-1-17図	規模別の事業所の数	69
第2-1-18図	規模別の事業所の従業者数	70
第2-1-19図	中小事業所の数（業種別の寄与度）	70
第2-1-20図	中小事業所の従業者数（業種別の寄与度）	71
第2-1-21図	規模別の製造業の付加価値額	71
第2-1-22図	中小製造事業所の付加価値額の増加率（業種別の寄与度）	72
第2-1-23図	労働生産性（製造業）	72
第2-1-24図	資本装備率（製造業）	73
第2-1-25図	売上高経常利益率	73

第2-1-26図	自己資本比率	74
第2-1-27図	規模別の付加価値額（製造業）	81
第2-1-28図	輸送用機械器具製造業の取引構造	82
第2-1-29図	自社の系列組織への所属状況	84
第2-1-30図	自社の系列取引（直近取引比率）	84
第2-1-31図	系列組織の取組内容	85
第2-1-32図	系列組織に属することのメリット	85
第2-1-33図	系列組織に属することのデメリット	86
第2-1-34図	系列組織に属する中小企業の存在（大企業の認識）	87
第2-1-35図	系列組織内の企業との取引意向	87
第2-1-36図	自社の特徴及び自社が主に事業活動を行う市場（製品、サービス）	93
第2-1-37図	自社の製品、サービス、技術（中小企業）	94
第2-1-38図	中小企業の数（1986～2006年）	97
第2-1-39図	主要国の実質GDP成長率（2010年及び2015年までの見通し）	97
第2-1-40図	1ドル85円の円高が継続した場合の影響	98
第2-1-41図	電気自動車等の影響（自動車部品の変化）	99
第2-1-42図	自社が直面している課題（中小企業）	100
第2-1-43図	今後取り組むべきこと（中小企業）	100
第2-1-44図	販売額に占める中小小売店の割合	103
第2-1-45図	中小小売店の品目別販売額の割合	104
第2-1-46図	商店街の経済的地位	104
第2-1-47図	商店街の類型、立地環境	105
第2-1-48図	商店街の営業店舗の有無	106
第2-1-49図	1日当たりの平均歩行者数	106
第2-1-50図	商店街の来街者の主な客層	107
第2-1-51図	商店街の来街者の居住地からの所要時間	107
第2-1-52図	居住地から商店街までの主要交通手段	108
第2-1-53図	商店街事業者が販売・提供する商品、サービス	109
第2-1-54図	商店街の経済及び社会への貢献	109
第2-1-55図	商店街がなくなった場合の影響	110
第2-1-56図	商店街の来街者向けの取組	114
第2-1-57図	顧客ニーズの把握方法	115
第2-1-58図	ニーズ情報の活用方法	115
第2-1-59図	魅力ある店舗を集めるための取組	116
第2-1-60図	魅力ある店舗を集めるための課題	116
第2-1-61図	商店街の地域住民向けの取組	118
第2-1-62図	地域住民向け取組を実施する際の連携・協力団体	119
第2-1-63図	地域住民向け取組を実施する際の課題	119
第2-1-64図	商店街の地域住民向け取組への参加経験と希望	120
第2-1-65図	小売業の年間販売額及び売場面積	121
第2-1-66図	売場面積規模別の小売業の年間販売額及び売場面積	122
第2-1-67図	市区町村別の売場面積別の小売業の年間販売額及び売場面積	123
第2-1-68図	日頃利用する買い物場所及び方法	124
第2-1-69図	品目別の主な購入場所及び方法	124

第2-1-70図	競合環境	125
第2-1-71図	消費ニーズや関心の変化（今後5年間）	126
第2-1-72図	商店街の商品、サービス等の強みと今後強化すべきもの	127
第2-1-73図	今後10年程度を展望した商店街の課題	128
第2-1-74図	商店街の課題への対応策	129
第2部第2章		
第2-2-1図	景気対応緊急保証制度の保証承諾実績	135
第2-2-2図	景気対応緊急保証制度を利用した理由	135
第2-2-3図	景気対応緊急保証制度利用の最大のメリット	136
第2-2-4図	セーフティネット貸付及び中小企業向け危機対応貸付の実績	137
第2-2-5図	公的金融機関の貸付条件の変更実績	137
第2-2-6図	中小企業の資金繰り支援策（新成長戦略実現に向けた3段構えの経済対策 ～円高、デフレへの緊急対応～（ステップ1））	138
第2-2-7図	金融機関の貸出条件変更に対する姿勢の変化 （中小企業金融円滑化法施行前後の比較）	139
第2-2-8図	貸付条件変更申請時の金融機関の対応（中小企業の認識）	139
第2-2-9図	貸付条件の変更内容	140
第2-2-10図	中小企業が条件変更期間中に行った経営努力	140
第2-2-11図	自社の経営に関する中小企業金融円滑化法の評価	141
第2-2-12図	中小企業金融円滑化法がなかった場合の影響	141
第2-2-13図	運転資金欠乏を原因とする倒産件数	142
第2-2-14図	貸付条件の変更を申請しない理由	142
第2-2-15図	中小企業の資金繰り支援策（円高・デフレ対応のための緊急総合経済対策 ～新成長戦略実現に向けたステップ2）	143
第2-2-16図	借換保証制度	143
第2-2-17図	金融機関に融資を受けたい資金	144
第2-2-18図	中小企業の成長基盤として重視・積極的に対応している分野	145
第2-2-19図	雇用調整助成金等に係る休業等実施計画届受理状況（対象者数）	145
第2-2-20図	今までに効果があった中小企業支援施策及び今後必要な中小企業 支援施策	146
第2-2-21図	東京都大田区、静岡県浜松市、大阪府東大阪市の製造事業所数	147
第2-2-22図	事業引継ぎ件数	148
第2-2-23図	事業を譲り受ける目的	148
第2-2-24図	事業を譲り渡す目的	149
第2-2-25図	自分の代で廃業を検討する理由	149
第2-2-26図	事業の引継ぎ時の課題	150
第2-2-27図	事業引継ぎを仲介する際の障壁	150
第2-2-28図	事業引継ぎの相談を受けた際の対応	151
第2-2-29図	地域中小企業の事業引継ぎ円滑化支援	152
第2-2-30図	中小企業の民事再生申請件数	153
第2-2-31図	中小企業の窮境原因	154
第2-2-32図	再生計画の内容	154
第2-2-33図	再生支援に際して重視する判断基準	155

第2-2-34図	再生計画の内容（債務免除）	155
第2-2-35図	再生支援開始後支援の継続に障害となる要素	156
第2-2-36図	個人保証債務額と個人資産額との比較	156
第2-2-37図	取引行数による個人保証債務の整理状況	157
第2-2-38図	経営者の交代の有無	157
第2-2-39図	経営者の交代の有無別にみた個人保証整理手続	158
第2-2-40図	私的整理における債務免除状況	158
第2-2-41図	個人保証の履行	159
第2-2-42図	履行請求による負担	159
第2-2-43図	貸借対照表	160
第2-2-44図	損益計算書	160
第2-2-45図	事業再生により実現できた内容	161
第2-2-46図	資金調達構成	164
第2-2-47図	メインバンク	166
第2-2-48図	メインバンクの自社の強みに対する理解度（中小企業の認識、 接触頻度別）	166
第2-2-49図	メインバンクの自社の強みに対する理解度（中小企業の認識、 資料提出状況別）	167
第2-2-50図	メインバンクへの借入申込で多かった対応（中小企業の認識）	167
第2-2-51図	中小企業の信用リスクを把握する際の問題点	168
第2-2-52図	決算書の信頼性を向上させるための取組	169
第2-2-53図	金融機関と中小企業の接触方法	170
第2-2-54図	重視する相談項目	171
第3部第1章		
第3-1-1図	開廃業率の算出方法	179
第3-1-2図	事業所・企業統計調査及び経済センサス—基礎調査による開廃業率（年平均）	180
第3-1-3図	事業所・企業統計調査による業種別の開廃業率 （2004～2006年、企業単位、年平均）	181
第3-1-4図	雇用保険事業年報による開廃業率	183
第3-1-5図	会社数及び設立登記件数による開廃業率	183
第3-1-6図	起業の担い手	184
第3-1-7図	起業希望者及び起業家の性別及び年齢別構成	185
第3-1-8図	各国の開廃業率	185
第3-1-9図	起業活動に対する態度と意識	186
第3-1-10図	起業年別の事業所の割合（製造業）	187
第3-1-11図	企業の生存率	187
第3-1-12図	起業に際しての経営上の工夫	188
第3-1-13図	大学発ベンチャーの累積企業数	189
第3-1-14図	創設後の一企業当たりの売上高	190
第3-1-15図	創設後に中小企業から大企業に成長した企業の業種構成	191
第3-1-16図	開廃業及び存続事業所による雇用変動（2004～2006年、事業所単位）	192
第3-1-17図	雇用増加に対する累積貢献度（2002～2007年）	194
第3-1-18図	ガゼル企業の創設年の分布	194

第3-1-19図	ガゼル企業の業種構成	195
第3-1-20図	起業家の収入、仕事、生活に対する満足度	196
第3-1-21図	女性の起業の担い手	197
第3-1-22図	男女別起業の動機・目的	197
第3-1-23図	男女別事業分野の選択理由	198
第3-1-24図	男女別起業業種の構成	198
第3-1-25図	男女別起業家の年齢構成	199
第3-1-26図	男女別常用雇用者及び自営業主の割合	199
第3-1-27図	年齢階層別起業の動機・目的	200
第3-1-28図	年齢階層別起業の経緯	201
第3-1-29図	年齢階層別起業業種の構成	201
第3-1-30図	起業家の類型	203
第3-1-31図	起業の動機・目的	203
第3-1-32図	起業に踏み切ったきっかけ	204
第3-1-33図	起業の経緯	204
第3-1-34図	起業の形態選択の理由	205
第3-1-35図	事業分野の選択理由	205
第3-1-36図	起業時及び起業後の課題	206
第3-1-37図	起業資金の調達先	207
第3-1-38図	金融機関からの起業資金の借入れ	207
第3-1-39図	起業時の人材確保	208
第3-1-40図	類型別起業の動機・目的	209
第3-1-41図①	類型別起業時の課題	209
第3-1-41図②	類型別起業後の課題	210
第3-1-42図	新創業融資制度の実績	211
第3-1-43図	(株)日本政策金融公庫の融資を受けた2006年に起業した企業の動向	211
第3-1-44図	起業した事業の成果が得られている要因	213
第3-1-45図	起業家の属性が起業後の成果に与える影響	215
第3-1-46図	業種別の転出入率及び開廃業率(2004～2006年、事業所単位、年平均)	219
第3-1-47図	産業大分類間での業種転換(1997～2007年、企業単位)	220
第3-1-48図	産業分類別の業種転換した企業の割合	220
第3-1-49図	製造業内の業種転換(1997～2007年、事業所単位)	221
第3-1-50図	卸売・小売業内の業種転換(1997～2007年、事業所単位)	221
第3-1-51図①	製造業内の業種別事業所変動(2006～2007年、事業所単位)	222
第3-1-51図②	卸売・小売業内の業種別事業所変動(2002～2007年、年平均、事業所単位)	223
第3-1-52図	業種転換した事業所の割合(製造業)	223
第3-1-53図	業種転換による成長	224
第3-1-54図	転業類型別の転業後の売上高、経常利益、従業員数	226
第3-1-55図	転業の分類	227
第3-1-56図①	転業前後の業種(能動的転業)	229
第3-1-56図②	転業前後の業種(受動的転業)	229
第3-1-57図	転業の動機・目的	230
第3-1-58図	事業分野の選択理由	230
第3-1-59図	転業時の課題	231

第3-1-60図	転業を行うに当たって要した費用	232
第3-1-61図	新規事業が黒字転換するまでに見込んでいた期間と実際に要した期間	232
第3-1-62図	転業後の売上高、経常利益、従業員数（類型別）	233
第3-1-63図	転業直後及び転業後の影響	234
第3-1-64図	転業直後及び転業後の影響（類型別）	234
第3-1-65図	転業の成果が得られている要因	235
第3-1-66図	転業の成果が得られている要因（類型別）	236
第3-1-67図	転業に際して活用した／今後活用したい支援策	237
第3-1-68図	転業に際して活用した／今後活用したい支援策（類型別）	238
第3部第2章		
第3-2-1図	我が国の15～64歳人口	241
第3-2-2図	業種別・規模別の従業者数と労働生産性	241
第3-2-3図	労働生産性の向上のための取組の重要度	242
第3-2-4図	①顧客数拡大の取組の実施状況と実施した企業の効果	243
第3-2-5図	②顧客単価上昇の取組の実施状況と実施した企業の効果	244
第3-2-6図	③人材確保・育成の取組の実施状況と実施した企業の効果	245
第3-2-7図	④技術革新の取組の実施状況と実施した企業の効果	247
第3-2-8図	⑤IT化の取組の実施状況と実施した企業の効果	249
第3-2-9図	⑥自動化の取組の実施状況と実施した企業の効果	250
第3-2-10図	⑦省エネの取組の実施状況と実施した企業の効果	251
第3-2-11図	⑧業務工程改革の取組の実施状況と実施した企業の効果	252
第3-2-12図	中小企業の労働生産性の向上のための課題	254
第3-2-13図	中小企業の対売上高費用率と営業利益率（2009年度）	255
第3-2-14図	労働生産性の向上のために重要な取組（10年前／現在）	256
第3-2-15図	労働生産性の向上のために重要な取組（短期的／中長期的）	256
第3-2-16図	中小企業の支援ニーズ	257
第3-2-17図	各国・地域の名目GDPの推移	259
第3-2-18図	アジア新興国における世帯可処分所得別の家計人口	260
第3-2-19図	アジア諸国の情報通信インフラの状況	260
第3-2-20図	消費地としての国外に関する中小企業の意識	261
第3-2-21図	業種別の輸出企業の割合（中小製造業）	262
第3-2-22図	業種別の輸出企業の数（中小製造業）	262
第3-2-23図	地域別の輸出企業の割合（中小製造業）	263
第3-2-24図	サービスの国際取引に係る4つのモード	264
第3-2-25図	サービスの輸出企業の割合	265
第3-2-26図	業種別の直接投資企業の割合（中小企業）	265
第3-2-27図	業種別の直接投資企業の数（中小企業）	266
第3-2-28図	地域別の直接投資企業の割合（中小企業）	266
第3-2-29図	国外で販売・提供する財・サービス	269
第3-2-30図	日本と同じ財・サービスを国外で販売・提供する理由	269
第3-2-31図	現地の競合する財・サービスと比較した品質水準	270
第3-2-32図	現地の競合する財・サービスと比較した価格水準	270
第3-2-33図	現地の主要販売先が重視する嗜好	271

第3-2-34図	市場シェアの確保状況	272
第3-2-35図	現地における現在の販売額の傾向	272
第3-2-36図	シェア確保企業とシェア非確保企業の現地での情報収集の取組の比較	273
第3-2-37図	シェア確保企業とシェア非確保企業の主要販売先の嗜好の各項目に 対する理解度の比較	274
第3-2-38図	シェア確保企業とシェア非確保企業の自社の強みの比較	275
第3-2-39図	シェア確保企業とシェア非確保企業の自社の財・サービスの付加価値を 高める取組の比較	275
第3-2-40図	シェア確保企業とシェア非確保企業の自社の弱みの比較	278
第3-2-41図	国内における中小企業と外国との関わり	281
第3-2-42図	外国と関わりを持つことによる中小企業への効果	282
第3-2-43図	中小企業の輸入総額に占める地域別割合	282
第3-2-44図	輸入を行ったことによる効果	283
第3-2-45図	中小企業が輸入を行うに際して直面する課題	283
第3-2-46図	訪日外国人数	284
第3-2-47図	事業所規模別の延べ宿泊者数	284
第3-2-48図	外国人宿泊者の受入の有無による定員稼働率の比較	285
第3-2-49図	外国人観光客に対して自社の財・サービスを提供するに当たって感じる課題	287
第3-2-50図	外国人観光客の訪日による事業機会を取り込むための取組	287
第3-2-51図	社内に事業のグローバル化に対応できる人材がいる中小企業の割合	288
第3-2-52図	外国人人材の職種	289
第3-2-53図	外国人人材を活用するために中小企業が必要と感じる取組	289
第3-2-54図	対内直接投資の国際比較	290
第3-2-55図	外資系企業の数と常用雇用者数（非一次産業）	290
第3-2-56図	国内における外国企業や外資系企業との関わりの内容 （外国企業や外資系企業と関わりがある中小企業に占める割合）	291
第3-2-57図	外資系企業の国内販売額	292
第3-2-58図	外資系企業の国内調達額	292
第3-2-59図	外資系企業の国内への進出による事業機会を取り込むための取組	293
第3-2-60図	売上高研究開発費比率	293
第3-2-61図	研究施設を所有している企業の割合	294
第3-2-62図	外国投資家の株式又は持分が3分の1を超えた事由	297
第3-2-63図	M&Aにより外資系企業になった中小企業数	297
第3-2-64図	外国企業や外資系企業からの出資に対する中小企業の考え方	298
第3-2-65図	外国企業や外資系企業からの出資に抵抗がある理由	298
第3-2-66図	外資導入企業及び国内企業、国内中小企業の労働生産性	299
第3-2-67図	国外との経済連携の進展による中小企業への影響	300
第3-2-68図	国外との経済連携の進展により想定される自社のメリット	300