

令和 2 年度
小規模事業者を取り巻く環境の変化と
需要獲得に関する調査に係る委託事業

調査報告書

令和 3 年 3 月



三菱UFJリサーチ&コンサルティング

目次

1. 背景と目的	1
2. 小規模事業者を取り巻く環境変化と需要獲得に関する先行研究.....	2
(1) 新型コロナウイルス感染症が中小企業の業績に与えた影響	2
(2) 新型コロナウイルス感染症下での新たな取り組み	6
(3) 今後の対応の方向性	9
3. 小規模事業者の事業活動に関するアンケート調査	10
(1) 調査概要	10
(2) アンケート集計結果.....	11
4. 商工団体における小規模事業者の支援に関するアンケート調査	39
(1) 調査概要	39
(2) アンケート集計結果.....	40
5. 事例調査	53
6. 本事業のまとめ	54

参考資料 1 アンケート調査票（小規模事業者向け）

参考資料 2 アンケート調査票（商工団体向け）

1. 背景と目的

我が国の小規模事業者は、新型コロナウイルス感染症の影響により、厳しい経営環境に直面している。特に、移動制限や外出自粛に伴う需要の落ち込みは、対消費者向けの小売業やサービス業などを営む小規模事業者の事業継続に大きな影響を与えた。このように、小規模事業者を取り巻く環境が変化する中、地域の経済や暮らしを支える小規模事業者が持続的に発展していくためには、感染症をきっかけとした社会変容のトレンドや、消費者の新たなニーズを的確につかみ、販路開拓や新事業の創出につなげていくことが必要である。また、こうした小規模事業者の取組を支援する商工団体の役割も大きい。

こうした中、消費者の行動や価値観の変化、需要の変化に迅速かつ柔軟に対応する小規模事業者の取組、販路開拓や新事業の創出を支援する商工団体の取組等について調査・分析し、効果的な政策立案につなげていくことが重要である。

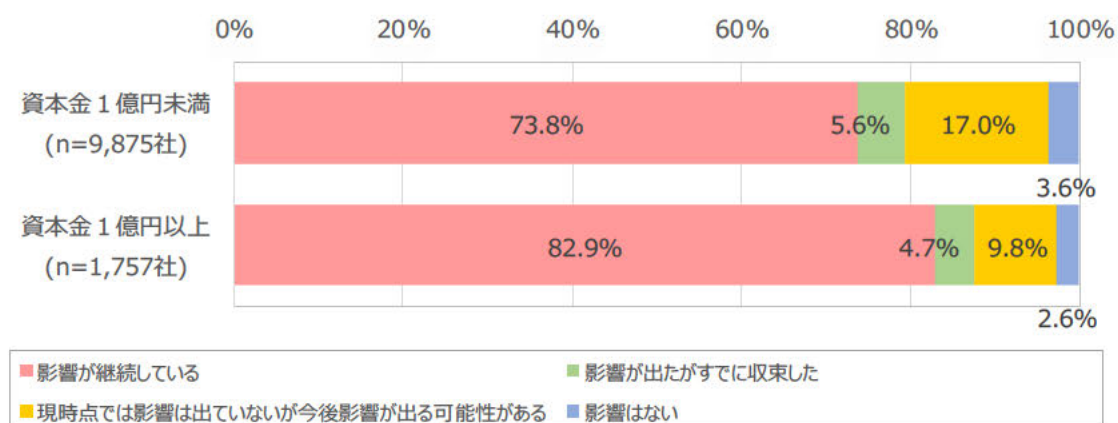
本事業は、上記の事業目的を達成すべく、既存調査等の分析とともに、小規模事業者及び商工団体の実態等を把握するため定量・定性両面のデータを収集・分析し、当該分析結果を基にテーマに即した現状の整理、課題の抽出、政策提言等を取りまとめ、今後の中小企業政策の企画立案や2021年版中小企業白書・小規模企業白書作成等の基礎資料とするものである。

2. 小規模事業者を取り巻く環境変化と需要獲得に関する先行研究

(1) 新型コロナウイルス感染症が中小企業の業績に与えた影響

2021年1月に東京商工リサーチが実施した企業アンケートによれば、新型コロナウイルス感染症が拡大する中で、新型コロナウイルス感染症対策が企業活動に与えた影響は次図表のとおりである。資本金別にみると、1億円未満の事業者の73.8%は「影響が継続している」と回答している。また「影響が出たがすでに収束した」と回答した割合は、5.6%と、規模によらず影響が継続している状況が明らかとなっている。

図表 2-1 新型コロナウイルスが企業活動に与えた影響（2021年1月時点）

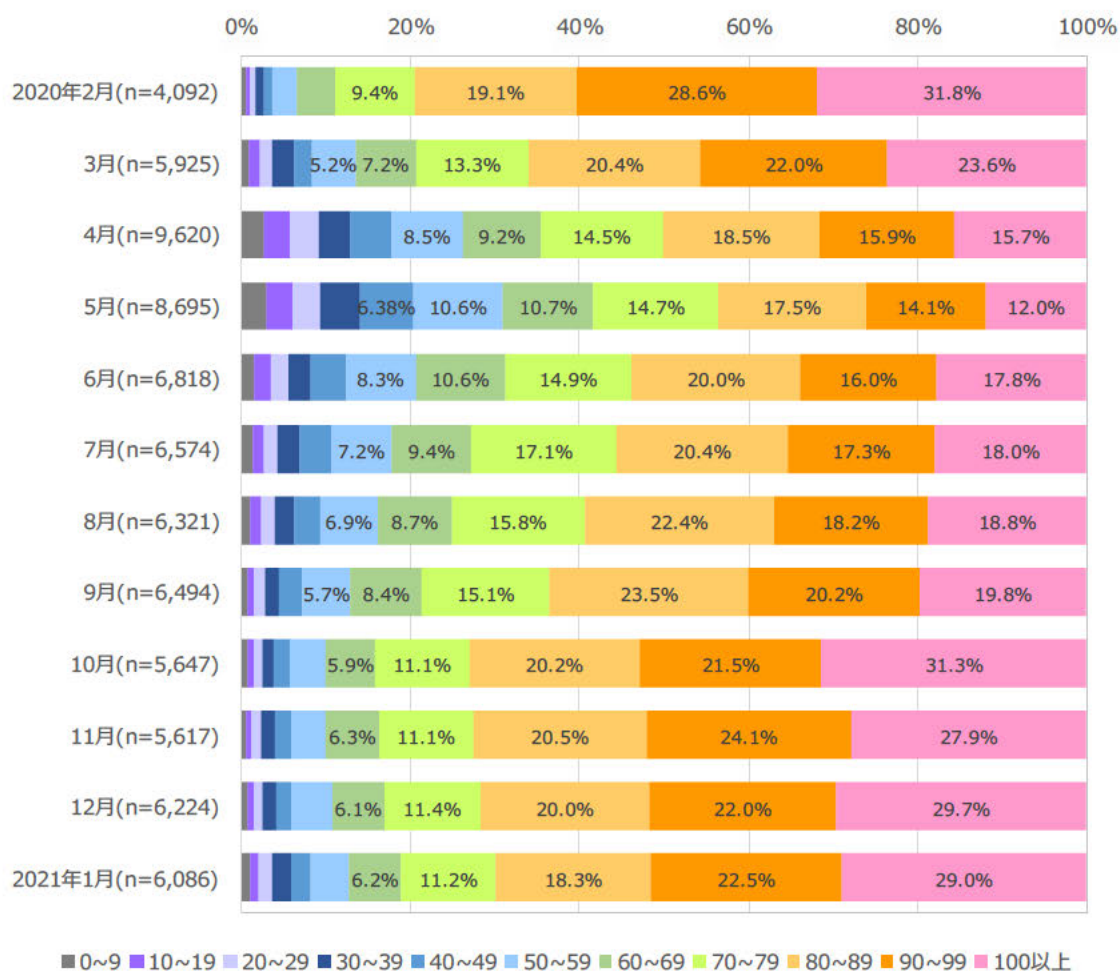


資料) 東京商工リサーチ『新型コロナウイルスに関するアンケート』調査(第13回) 2021年2月18日より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

次に、中小企業の売上高における前年同月比をみると、次図表の通りとなる。

2020年2月には、売上高の前年同月比が100をこえる事業者が31.8%であったが、その後2020年5月にかけて売上高の前年同月比は急速に悪化し、100を切る企業が急増した。

図表 2-2 中小企業の売上高の変化（前年同月を100とした場合）

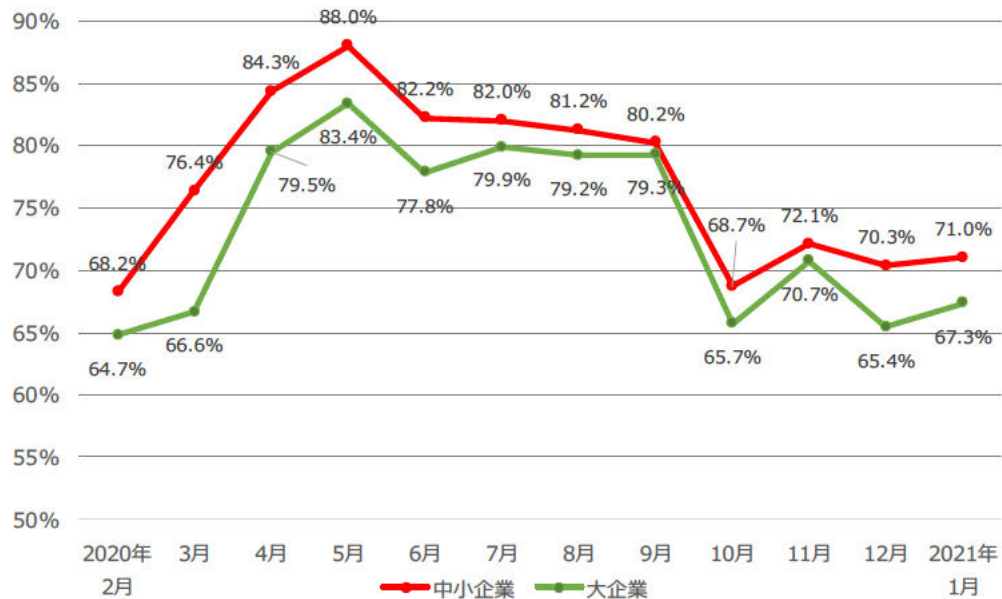


資料) 東京商工リサーチ『新型コロナウイルスに関するアンケート』調査（第5回～第13回）より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

上記のうち、前年同月比が100未満と回答した企業の割合を「減収企業率」として示したものが次図表である。中小企業の減収企業率は、2020年2月時点で68.2%であったが、その後増加し、2021年1月も71.0%が減収の状況が続いている。

また、過去1年間一貫して中小企業の減収企業率は大企業を上回る状況が続いている。

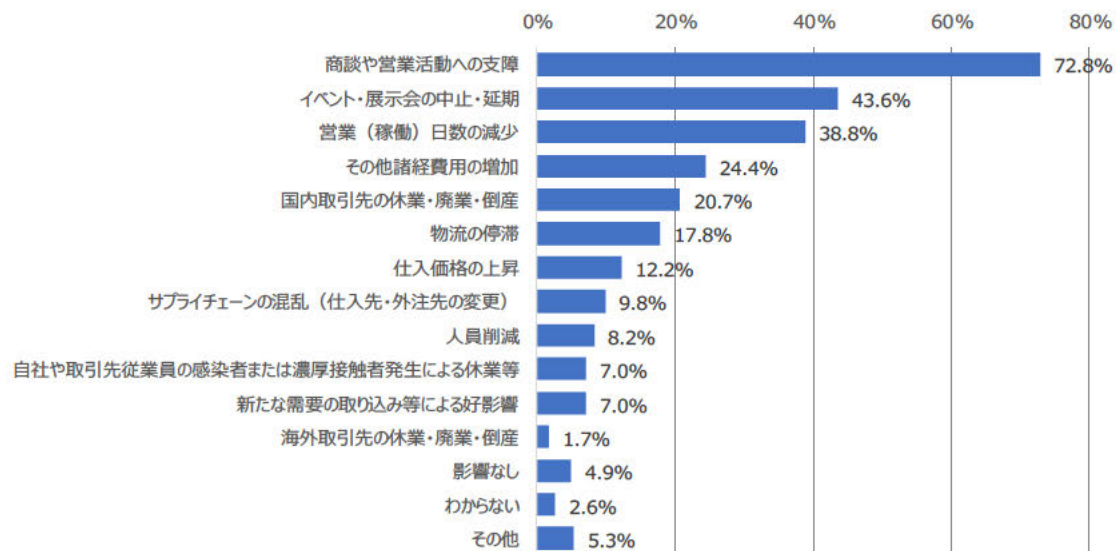
図表 2-3 減収企業率の推移



資料) 東京商工リサーチ『新型コロナウイルスに関するアンケート』調査 (第 13 回) 2021 年 2 月 18 日

東京商工会議所が 2020 年 9 月に実施した都内の中小企業を対象としたアンケート調査によれば、2020 年 3 月以降に、新型コロナウイルス感染症が企業活動に与えた影響として、72.8% が「商談や営業活動への支障」をあげており、「イベント・展示会の中止・延期 (43.6%)」、「営業 (稼働) 日数の減少 (38.8%)」と続いている。

図表 2-4 2020 年 3 月以降の新型コロナウイルスによる企業活動への影響 (MA) ¹

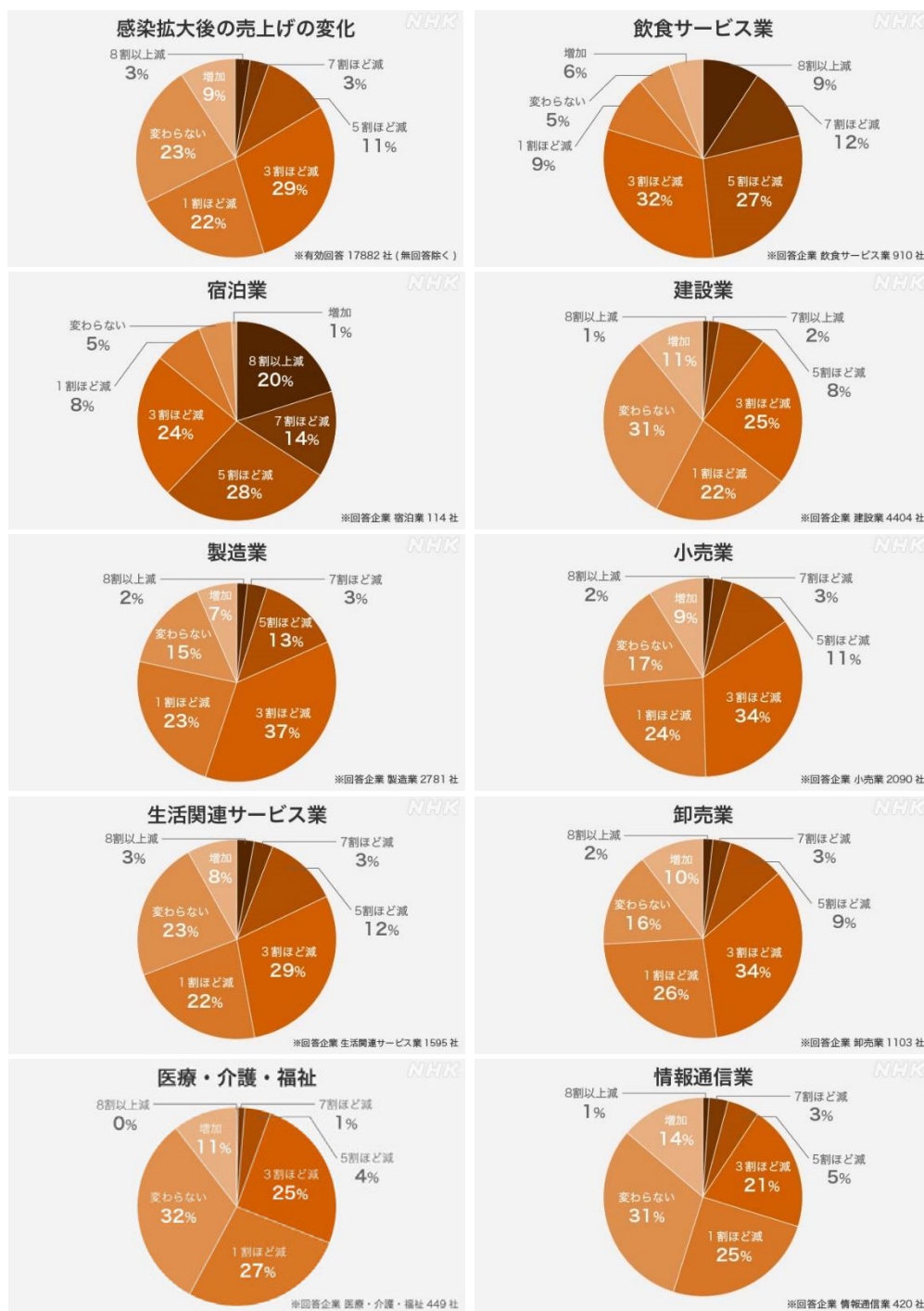


資料) 東京商工会議所『中小企業の経営課題に関するアンケート』調査結果 (全体) 2020 年 12 月 15 日

¹ 注) 23 区内の中小企業・小規模企業 9000 社を対象に郵送・メールにより調査票を送付し、FAX・メール・web により回収。調査期間は 2020/9/28~10/14。回収数・率は 1800 社・20.0% (うち小規模企業者は 776 社)。

NHK と第一生命とが共同で実施した調査によれば²、新型コロナウイルス感染症の業種別の影響として、宿泊業と飲食サービス業にて顕著であることに加え、製造業や建設業、卸売業などでもマイナス影響がみられるとしている。

図表 2-5 新型コロナウイルス感染症が売上に与えた影響（業種別）



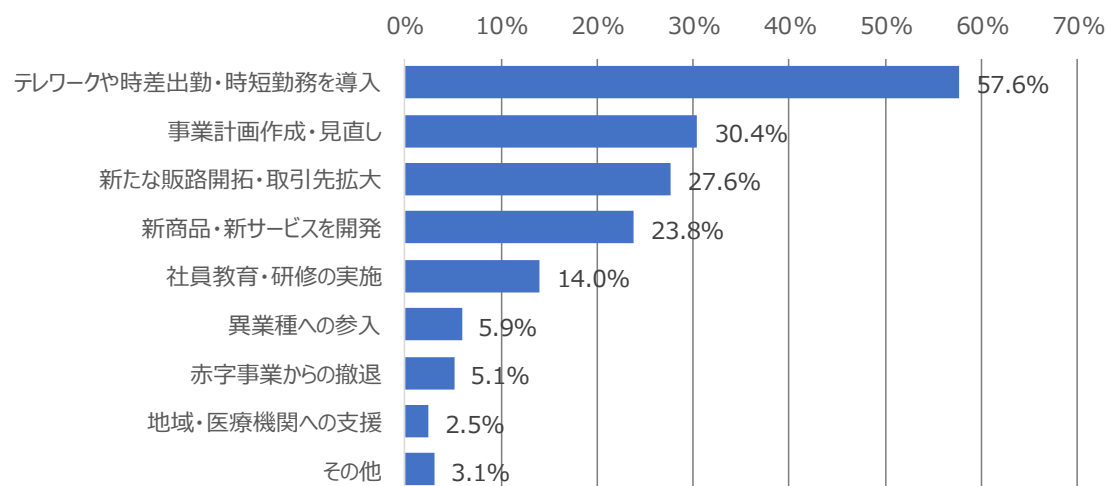
資料) NHK「特設サイト：新型コロナウイルス『データでみる新型コロナ中小企業への影響』2021年1月14日

² NHK と第一生命が共同で実施。第一生命の取引先企業を中心に全国の 50,994 社を対象にアンケート調査を実施。このうち 35.7%にあたる 18,224 社から有効回答を得て NHK が分析を実施。調査期間は 2020/11/20～12/25 である。

（２） 新型コロナウイルス感染症下での新たな取り組み

前節と同様、東京商工会議所が 2020 年 9 月に実施した都内の中小企業としたアンケート調査によれば、2020 年 3 月以降に、新型コロナウイルス感染症の影響をうけて新たに開始した取り組みとして、57.6%が「テレワークや時差出勤、時短勤務を導入」をあげている。

図表 2-6 2020 年 3 月以降の新型コロナウイルスによる影響を受け新たに開始した取組 (MA) ³

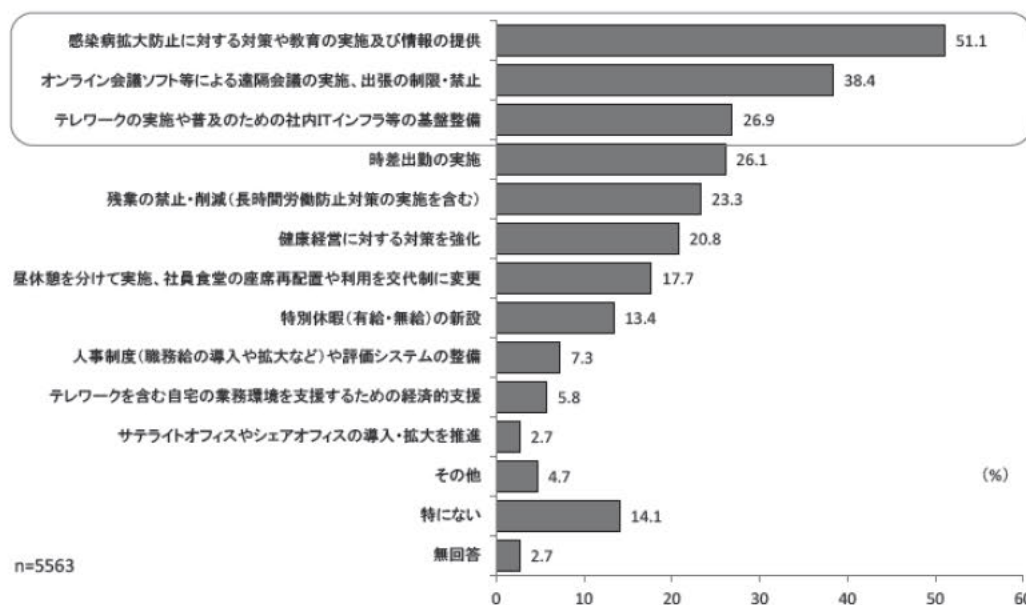


資料) 東京商工会議所 『『中小企業の経営課題に関するアンケート』調査結果 (全体)』 2020 年 12 月 15 日

³ 23 区内の中小企業・小規模企業 9000 社を対象に郵送・メールにより調査票を送付し、FAX・メール・web により回収。調査期間は 2020/9/28～10/14。回収数・率は 1800 社・20.0% (うち小規模企業者は 776 社)。

また、日本生命保険相互会社が実施した全国調査によれば、2020年3月以降に、新型コロナウイルス感染症の影響をうけて、感染拡大防止のために現在実施している人事・労務管理対策として、51.1%が「感染症防止に対する対策や教育の実施および情報の提供」をあげている。

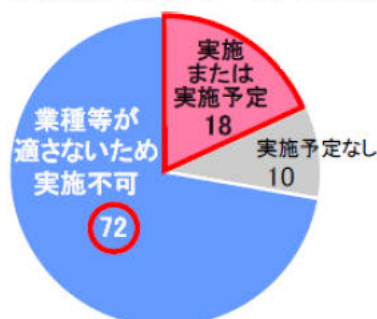
図表 2-7 新型コロナウイルス感染拡大防止のために現在実施している人事・労務管理対策等⁴



資料) 日本生命保険相互会社「ニッセイ景況アンケート調査結果(全国調査結果 2020年度調査)」2020年12月15日

オンライン会議の実施やテレワークなどIT技術を活用した対応について、大同生命保険株式会社「中小企業調査『大同生命サーベイ』月次レポート」によれば、2020年5月時点で、約18%が実施または実施予定としている。地域別にみると、東京や神奈川といった南関東や、兵庫、大阪のほか、沖縄などで全国平均を上回っている。

図表 2-8 在宅勤務(テレワーク)の実施状況⁵



資料) 大同生命保険株式会社「中小企業調査『大同生命サーベイ』月次レポート」2020年5月

⁴ 調査期間：2020年9月～10月、回答企業数：5,563社

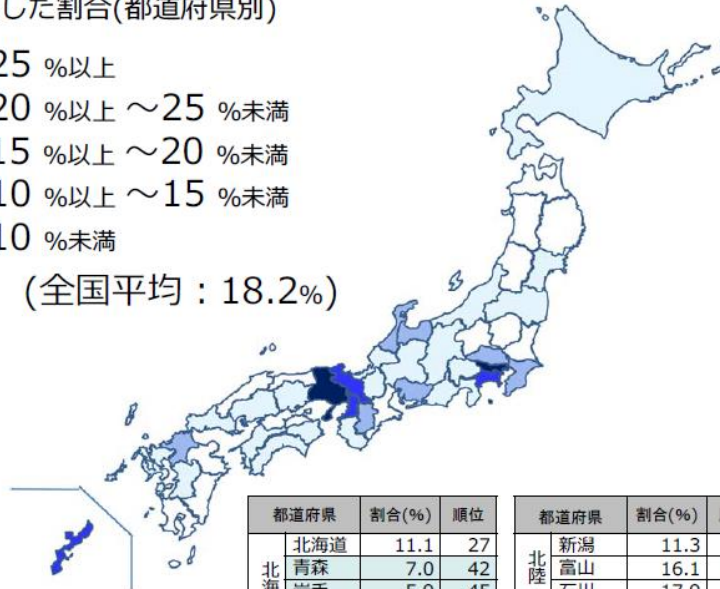
⁵ 調査期間：2020年5月1日～28日、調査対象：全国企業経営者(うち8割が同社契約企業)、調査方法：同社営業職員による訪問、電話、郵送 回答企業数：17,263社

図表 2-9 在宅勤務（テレワーク）の実施状況（都道府県別）

「在宅勤務を実施または実施予定」と回答した割合(都道府県別)

- 25 %以上
- 20 %以上 ～ 25 %未満
- 15 %以上 ～ 20 %未満
- 10 %以上 ～ 15 %未満
- 10 %未満

(全国平均：18.2%)



都道府県	割合(%)	順位
北海道	11.1	27
青森	7.0	42
岩手	5.9	45
宮城	13.3	17
秋田	9.7	34
山形	9.1	37
福島	12.5	23
茨城	9.7	35
栃木	9.4	36
群馬	7.9	40
埼玉	18.7	7
千葉	18.1	9
東京	41.9	1
神奈川	22.8	5

都道府県	割合(%)	順位
新潟	11.3	25
富山	16.1	13
石川	17.9	10
福井	14.8	14
山梨	12.6	22
長野	10.7	30
岐阜	12.8	21
静岡	12.0	24
愛知	17.6	11
三重	8.5	39
滋賀	13.1	18
京都	20.9	6
大阪	23.8	3
兵庫	25.2	2
奈良	18.0	8
和歌山	10.7	29

都道府県	割合(%)	順位
鳥取	7.4	41
島根	7.0	44
岡山	13.6	16
広島	13.9	15
山口	10.3	33
徳島	12.8	20
香川	9.0	38
愛媛	10.4	32
高知	10.5	31
福岡	16.9	12
佐賀	10.8	28
長崎	11.2	26
熊本	12.9	19
大分	5.3	46
宮崎	6.9	43
鹿児島	4.8	47
沖縄	23.7	4

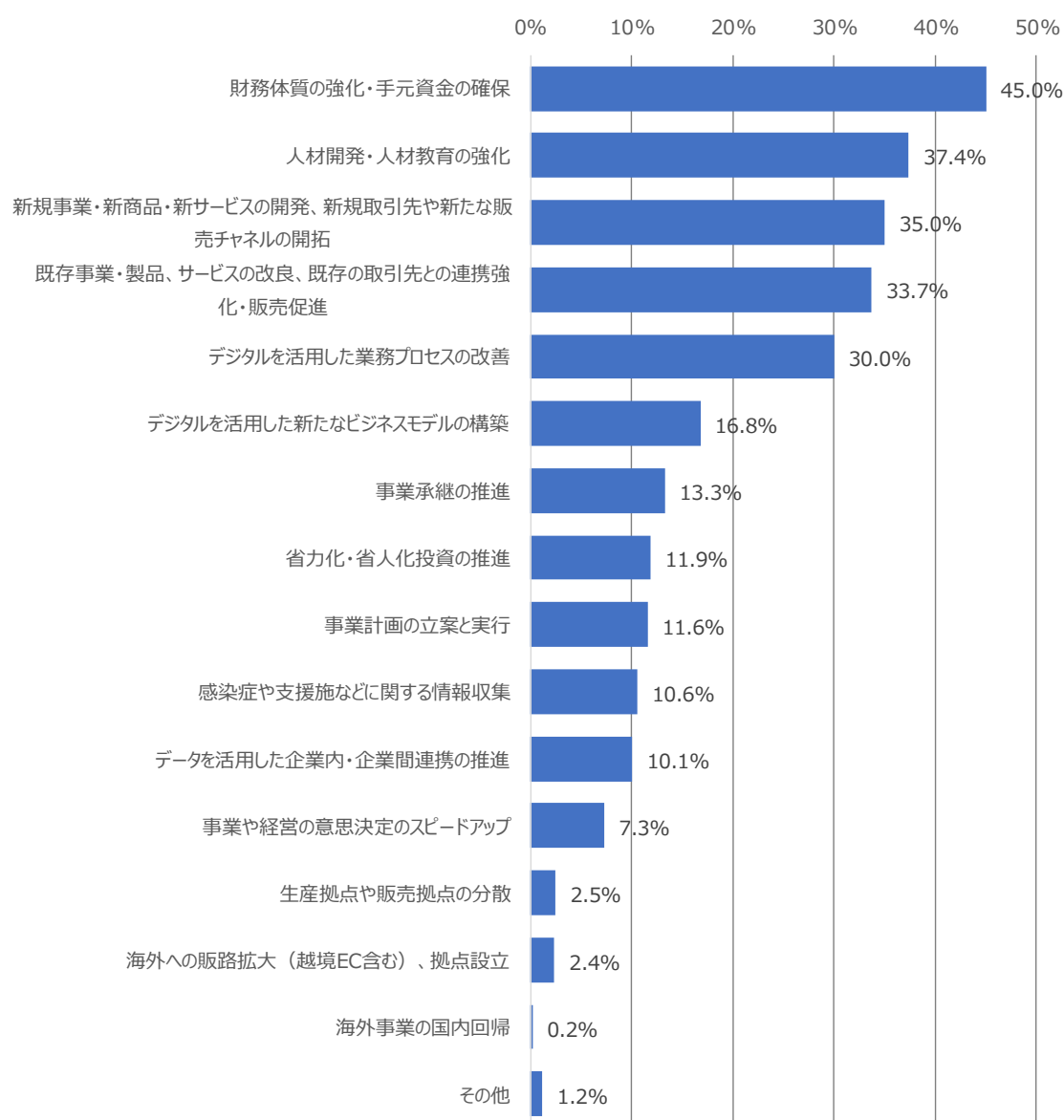
※順位は小数点第2位を含め算出

資料) 大同生命保険株式会社「中小企業調査『大同生命サーベイ』月次レポート」2020年5月

(3) 今後の対応の方向性

前出の東京商工会議所が実施したアンケートによれば、ウィズコロナ、アフターコロナを見据えた経営で重視する点として、「財務体質の強化・手元資金の確保」が最も高く45.0%が選択しているほか、「人材開発・人材教育の強化(37.4%)」「新規事業・新商品・新サービスの開発、新規取引先や新たな販売チャネルの開拓(35.0%)」「既存事業・製品、サービスの改良、既存の取引先との連携強化・販売促進(33.7%)」「デジタルを活用した業務プロセスの改善(30.0%)」など、販路開拓、人材育成・確保、IT化等に係る項目が続いている。

図表 2-10 ウィズコロナ、アフターコロナを見据えた経営で重視する点 (MA)



資料) 東京商工会議所『『中小企業の経営課題に関するアンケート』調査結果(全体)』2020年12月15日

3. 小規模事業者の事業活動に関するアンケート調査

(1) 調査概要

<調査対象>

- ・ 商工会及び商工会議所の会員のうち、中小企業基本法に基づく小規模事業者

<調査方法・回収状況>

- ・ 調査方法：ウェブ入力によるアンケート調査
- ・ 調査実施時期：2020 年 11～12 月
- ・ 有効回収数：6,139 者（商工会の会員 5,832 者、商工会議所の会員 307 者）

(2) アンケート集計結果

問1 本社所在地（SA（シングルアンサー）、以下同様）

	選択肢	n	%		選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0	24	三重県	121	2.0
1	北海道	215	3.5	25	滋賀県	143	2.3
2	青森県	121	2.0	26	京都府	177	2.9
3	岩手県	89	1.4	27	大阪府	40	0.7
4	宮城県	147	2.4	28	兵庫県	173	2.8
5	秋田県	204	3.3	29	奈良県	2	0.0
6	山形県	109	1.8	30	和歌山県	109	1.8
7	福島県	194	3.2	31	鳥取県	65	1.1
8	茨城県	249	4.1	32	島根県	120	2.0
9	栃木県	156	2.5	33	岡山県	201	3.3
10	群馬県	148	2.4	34	広島県	168	2.7
11	埼玉県	139	2.3	35	山口県	97	1.6
12	千葉県	87	1.4	36	徳島県	46	0.7
13	東京都	130	2.1	37	香川県	92	1.5
14	神奈川県	83	1.4	38	愛媛県	41	0.7
15	新潟県	289	4.7	39	高知県	86	1.4
16	富山県	112	1.8	40	福岡県	145	2.4
17	石川県	46	0.7	41	佐賀県	48	0.8
18	福井県	87	1.4	42	長崎県	143	2.3
19	山梨県	112	1.8	43	熊本県	173	2.8
20	長野県	93	1.5	44	大分県	110	1.8
21	岐阜県	251	4.1	45	宮崎県	89	1.4
22	静岡県	157	2.6	46	鹿児島県	199	3.2
23	愛知県	281	4.6	47	沖縄県	52	0.8

問2 組織形態（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	法人	2,594	42.3
2	個人	3,545	57.7

問3 創業年（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	1959 年以前	1,298	21.1
2	1960 年代	552	9.0
3	1970 年代	768	12.5
4	1980 年代	696	11.3
5	1990 年代	645	10.5
6	2000 年代	743	12.1
7	2010～2014 年	587	9.6
8	2015 年以降	850	13.8

問4 従業員数（NA（数値回答）、以下同様）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	0 人	1,528	24.9
2	1 人	1,252	20.4
3	2 人	903	14.7
4	3 人	695	11.3
5	4 人	469	7.6
6	5 人	458	7.5
7	6 人	107	1.7
8	7 人	71	1.2
9	8 人	90	1.5
10	9 人	70	1.1
11	10 人	84	1.4
12	11 人以上	412	6.7

問5 主要業種（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	農業、林業、漁業	72	1.2
2	鉱業、採石業、砂利採取業	4	0.1
3	建設業	642	10.5
4	製造業	1,389	22.6
5	電気・ガス・熱供給・水道業	68	1.1
6	情報通信業	16	0.3
7	運輸業、郵便業	35	0.6
8	卸売業	197	3.2
9	織物・衣服・身の回り品小売業	205	3.3
10	飲食料品小売業	518	8.4
11	その他小売業	557	9.1
12	金融業、保険業	12	0.2
13	不動産業、物品賃貸業	22	0.4
14	学術研究、専門・技術サービス業	90	1.5
15	宿泊業	220	3.6
16	飲食サービス業	1,109	18.1
17	生活関連サービス業	427	7.0
18	娯楽業	27	0.4
19	教育、学習支援業	33	0.5
20	医療、福祉	38	0.6
21	その他のサービス業	427	7.0
22	その他上記以外の分類	31	0.5

問6 主要事業に関する取引形態

6-1 主要事業の商品・サービスの主な販売先（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	一般消費者（B to C）	3,972	64.7
2	事業者（B to B）	2,167	35.3

6-2 「一般消費者（B to C）」回答者の想定ターゲット（SA）

	選択肢	n	%
	合計	3,972	100.0
1	主に住民・勤務者向け	3,173	79.9
2	主に観光客向け	464	11.7
3	ターゲットを設定していない・わからない	237	6.0
4	その他	98	2.5

6-3 「事業者（B to B）」回答社の販売先事業者の主要業種（SA）

	選択肢	n	%
	合計	2,167	100.0
1	農業、林業、漁業	43	2.0
2	鉱業、採石業、砂利採取業	4	0.2
3	建設業	490	22.6
4	製造業	607	28.0
5	電気・ガス・熱供給・水道業	17	0.8
6	情報通信業	9	0.4
7	運輸業、郵便業	18	0.8
8	卸売業	192	8.9
9	織物・衣服・身の回り品小売業	43	2.0
10	飲食料品小売業	203	9.4
11	その他小売業	106	4.9
12	金融業、保険業	2	0.1
13	不動産業、物品賃貸業	13	0.6
14	学術研究、専門・技術サービス業	13	0.6
15	宿泊業	27	1.2
16	飲食サービス業	106	4.9
17	生活関連サービス業	26	1.2
18	娯楽業	5	0.2
19	教育、学習支援業	22	1.0
20	医療、福祉	29	1.3
21	その他のサービス業	64	3.0
22	その他上記以外の分類	128	5.9

問7 『小規模事業者持続化補助金』の活用状況

7-1 申請し採択された年度（MA（複数回答：マルチアンサー）、以下同様）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	-
1	2020 年度	1,410	23.0
2	2019 年度	1,004	16.4
3	2018 年度	643	10.5
4	2017 年度	503	8.2
5	2016 年度以前	1,033	16.8
6	活用したことはない	2,868	46.7

7-2 『小規模事業者持続化補助金』の今後の活用意向（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	活用したい	5,056	82.4
2	活用するつもりはない	1,083	17.6

問8 経営者となった経緯（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	自分で創業した	2,830	46.1
2	親族から承継した	3,082	50.2
3	社内役員・従業員から昇格した	135	2.2
4	その他	92	1.5

問9 経営者の年齢（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	20 代以下	42	0.7
2	30 代	634	10.3
3	40 代	1,468	23.9
4	50 代	1,443	23.5
5	60 代	1,434	23.4
6	70 代	914	14.9
7	80 代以上	204	3.3

問10 事業承継

10-1 2015 年以降の事業承継の実施有無 (SA)

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	実施した	1,045	17.0
2	実施していない	5,094	83.0

10-2 (前問で「2.」と回答した事業者)【1】新型コロナウイルス感染症拡大前および
【2】現在の貴社の事業承継に対する意向 (SA)

			1	2	3	4	5
	合計		事業承継を 検討 (事業 譲渡や売却 を含む)	自分の代で の廃業を検 討	事業承継と 廃業のいず れかで迷い	まだ考えて いなかった ／まだ考え ていない	答えられな い
【1】	感染症拡大前	5,094 100.0	1,557 30.6	673 13.2	303 5.9	2,450 48.1	111 2.2
【2】	現在	5,094 100.0	1,560 30.6	753 14.8	372 7.3	2,286 44.9	123 2.4

問11 新型コロナウイルス感染症拡大前の貴社の売上高 (年商) と利益。

11-1 感染症拡大前の売上高 (年商) (SA)

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	500 万円未満	508	8.3
2	500 万円～1,000 万円未満	989	16.1
3	1,000 万円～3,000 万円未満	2,051	33.4
4	3,000 万円～5,000 万円未満	872	14.2
5	5,000 万円～1 億円未満	848	13.8
6	1 億円～3 億円未満	730	11.9
7	3 億円～5 億円未満	97	1.6
8	5 億円以上	44	0.7

11-2 感染症拡大前の利益（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	黒字	3,478	56.7
2	収支均衡	1,557	25.4
3	赤字	1,104	18.0

11-3 感染症拡大前 5 年間の売上高（年商）の傾向（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	増収傾向	1,867	30.4
2	横ばい	2,702	44.0
3	減収傾向	1,570	25.6

11-4 感染症拡大前 5 年間の利益の傾向（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	増益傾向	1,593	25.9
2	横ばい	3,067	50.0
3	減益傾向	1,479	24.1

問12 新型コロナウイルス感染拡大による業績への影響と回復状況

12-1 感染症拡大による業績への影響（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	大きくプラスの影響を受けた	118	1.9
2	ある程度プラスの影響を受けた	281	4.6
3	どちらとも言えない	1,016	16.5
4	ある程度マイナスの影響を受けた	2,311	37.6
5	大きくマイナスの影響を受けた	2,413	39.3

12-2 （前問で「4.」「5.」と回答した事業者）

同業他社と比較した場合のマイナス影響の程度（SA）

	選択肢	N	%
	合計	4,724	100.0
1	非常に大きい	642	13.6
2	やや大きい	742	15.7
3	同程度	2,578	54.6
4	やや小さい	693	14.7
5	非常に小さい	69	1.5

同業他社と比較した場合の回復状況（SA）

	選択肢	n	%
	合計	4,724	100.0
1	十分回復している	59	1.2
2	ある程度回復している	1,068	22.6
3	どちらとも言えない	1,637	34.7
4	あまり回復していない	1,476	31.2
5	全く回復していない	484	10.2

12-3 感染症拡大による経営環境の変化への総合的な受け止め方（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	従来からの変化が加速した	929	15.1
2	これまでになかった新たな変化が生じた	3,545	57.7
3	どちらとも言えない	1,665	27.1

12-4 感染症拡大による経営環境の変化への柔軟な対応がどの程度できているか（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	十分できている	194	3.2
2	ある程度できている	2,593	42.2
3	どちらとも言えない	1,969	32.1
4	あまりできていない	1,209	19.7
5	全くできていない	174	2.8

12-5 今後5年間の売上高（年商）の見込み（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	増加	1,229	20.0
2	横ばい	2,365	38.5
3	減少	2,545	41.5

問13 新型コロナウイルス感染拡大後の業績

13-1 売上高の変化（NA）

	設問	平均値	中央値	最大値	最小値
1	2020年1～3月の売上高*	87.632	90.000	999	0
2	2020年4～6月の売上高*	67.334	65.000	999	0
3	2020年7～9月の売上高*	76.835	80.000	999	0
4	2020年10～12月の売上高の売上高*	80.399	80.000	999	0
5	年間（2020年1～12月）の見通し	78.490	80.000	999	0

注*) 前年同期を100%とした場合。

13-2 売上高や利益が感染症拡大前の水準に戻ると思う時期（SA）

			1	2	3	4	5	6	7	8
		合計	既に戻っている	2020 年 末まで	2021 年 上半期 頃	2021 年 下半期 頃	2022 年 頃	2023 年 頃	2024 年 以降	戻るこ とはな い
1	売上高	6, 139	966	216	669	1, 306	1, 347	424	292	919
		100. 0	15. 7	3. 5	10. 9	21. 3	21. 9	6. 9	4. 8	15. 0
2	利益	6, 139	908	208	583	1, 191	1, 419	503	383	944
		100. 0	14. 8	3. 4	9. 5	19. 4	23. 1	8. 2	6. 2	15. 4

問14 経営課題

14-1 【1】新型コロナウイルス感染症拡大前の経営課題、【2】現在の経営課題 (MA,各々3つ迄)

	選択肢	【1】感染症拡大前の 経営課題(3つ迄)		【2】現在の経営課題 (3つ迄)	
		n	%	n	%
	合計	6,139	-	6,139	-
1	営業・販路開拓（営業力・販売力の維持強化、新規顧客・販路の開拓）	4,290	69.9	4,125	67.2
2	新商品・新サービスの開発	1,955	31.8	2,002	32.6
3	商品・サービスの高付加価値化（ブランド化）	1,784	29.1	1,644	26.8
4	人材の確保・育成、働き方の改善	1,882	30.7	1,697	27.6
5	後継者の育成・決定	1,045	17.0	972	15.8
6	ITの利活用（ホームページ等による情報発信、インターネットによる受発注、間接業務の削減）	1,319	21.5	1,906	31.0
7	生産・製造（設備増強、設備更新、設備廃棄）	1,237	20.1	1,044	17.0
8	財務（運転資金の確保、設備投資資金の確保、コストの削減、借入金の削減）	1,686	27.5	2,079	33.9
9	技術・研究開発（新技術開発、技術力の強化）	361	5.9	357	5.8
10	その他	71	1.2	102	1.7

14-2 感染症拡大後に廃業を意識・検討したか（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	廃業は意識しなかった	5,071	82.6
2	廃業を意識したが、具体的に検討しなかった	944	15.4
3	廃業を意識し、具体的に検討した	124	2.0

14-3 廃業を思いとどまった理由（MA）（前問で「2.」「3.」と回答した事業者）

	選択肢	n	%
	合計	1,068	－
1	持続化給付金などの支援策により継続のための資金が調達できた	624	58.4
2	実質無利子無担保融資などの融資により継続のための資金が調達できた	389	36.4
3	売上の回復など事業継続の見通しが立ったため	106	9.9
4	自身の生計を維持するため	549	51.4
5	役員や従業員の生計を維持するため	288	27.0
6	取引先企業や利用客に迷惑をかけてしまうため	299	28.0
7	地域経済活性化の役割を果たすため	205	19.2
8	自身の生きがいを失ってしまうため	307	28.7
9	廃業に必要な費用が確保できないため	52	4.9
10	後継者・買い手（M&A 先）が見つかったため	36	3.4
11	その他	43	4.0

問15 新型コロナウイルス感染症拡大後の事業活動

15-1 事業活動に向けて、【1】相談した支援機関や関係者（MA）と、【2】最も有効な情報やアドバイスが得られた支援機関や関係者（SA）

	選択肢	【1】相談した支援機関や関係者（MA）		【2】最も有効な情報やアドバイスが得られた支援機関や関係者（SA）	
		n	%	n	%
	合計	6,139	－	6,139	100.0
1	経営者仲間（取引先を除く）	2,767	45.1	469	7.6
2	経営陣、従業員	1,015	16.5	123	2.0
3	取引先（仕入先・販売先）	1,487	24.2	201	3.3
4	税理士・公認会計士	1,652	26.9	339	5.5
5	士業（税理士・公認会計士を除く）・コンサルタント	443	7.2	101	1.6
6	金融機関	2,069	33.7	265	4.3
7	商工会・商工会議所	5,485	89.3	4,383	71.4
8	公的支援機関（商工会・商工会議所を除く）	426	6.9	88	1.4
9	（上記に該当しない）親族・知人	527	8.6	100	1.6
10	その他	98	1.6	70	1.1

15-2 感染症拡大後に利用した公的支援策（MA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	－
1	持続化給付金	4,346	70.8
2	家賃支援給付金	906	14.8
3	地方自治体による補助金・支援金	3,091	50.4
4	雇用調整助成金	866	14.1
5	持続化補助金	1,758	28.6
6	ものづくり・商業・サービス補助金	178	2.9
7	IT導入補助金	84	1.4
8	働き方改革推進支援助成金（新型コロナウイルス感染症対策のためのテレワークコース）	29	0.5
9	各種 GoTo キャンペーンの活用	1,200	19.5
10	政府系金融機関による実質無利子・無担保融資	1,642	26.7
11	実質無利子・無担保融資以外の政府系金融機関による融資	483	7.9
12	民間金融機関による実質無利子・無担保融資	1,318	21.5
13	実質無利子・無担保融資以外の信用保証付融資	187	3.0
14	いずれも利用していない	466	7.6
15	その他	168	2.7

15-3 感染症拡大後の自社に関連する支援策の情報収集（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	十分収集できている	647	10.5
2	ある程度収集できている	3,867	63.0
3	どちらとも言えない	1,125	18.3
4	あまり収集できていない	443	7.2
5	全く収集できていない	57	0.9

問16 新型コロナウイルス感染症拡大後における顧客の行動・意識の変化のうち、自社事業にプラスの影響をもたらしていること（MA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	－
1	在宅時間の増加、イエナカ消費の拡大	1,172	19.1
2	地域内消費の拡大	1,323	21.6
3	非接触型の製品・サービスの需要増	550	9.0
4	ネット通販やオンラインサービスの利用増	886	14.4
5	衛生意識、健康意識の向上	1,747	28.5
6	応援消費の拡大	711	11.6
7	その他	106	1.7
8	当てはまるものはない	2,163	35.2

問17 顧客数の維持・増加のための取組

17-1 新型コロナウイルス感染症拡大後、顧客数の維持・増加のために行った取組（SA）

			1	2	3	4
		合計	コロナ前から取り組んでいた	コロナをきっかけに新たに取り組んだ	まだ取り組んでいないが取り組む意向がある	特に取り組む意向はない
1	既存商品・サービスの提供方法の見直し	6,139 100.0	2,531 41.2	1,050 17.1	1,164 19.0	1,394 22.7
2	販売対象の見直し	6,139 100.0	1,514 24.7	1,009 16.4	1,345 21.9	2,271 37.0
3	新たな商品・サービスの開発	6,139 100.0	2,006 32.7	986 16.1	1,586 25.8	1,561 25.4
4	営業活動・商談等のオンライン化	6,139 100.0	541 8.8	688 11.2	1,543 25.1	3,367 54.8
5	ECサイト等による販売・予約受付	6,139 100.0	846 13.8	457 7.4	1,370 22.3	3,466 56.5
6	SNSを用いた宣伝広告	6,139 100.0	1,648 26.8	419 6.8	1,568 25.5	2,504 40.8
7	商品・サービスの値下げ	6,139 100.0	290 4.7	145 2.4	446 7.3	5,258 85.6

17-2 取組の効果（SA）

			1	2	3	4	5
		合計	大いに効果があった	ある程度効果があった	どちらとも言えない	あまり効果がなかった	全く効果がなかった
1	既存商品・サービスの提供方法の見直し	3,581 100.0	322 9.0	1,483 41.4	1,577 44.0	147 4.1	52 1.5
2	販売対象の見直し	2,523 100.0	188 7.5	966 38.3	1,217 48.2	112 4.4	40 1.6
3	新たな商品・サービスの開発	2,992 100.0	333 11.1	1,245 41.6	1,272 42.5	111 3.7	31 1.0
4	営業活動・商談等のオンライン化	1,229 100.0	105 8.5	459 37.3	568 46.2	66 5.4	31 2.5
5	EC サイト等による販売・予約受付	1,303 100.0	172 13.2	551 42.3	488 37.5	63 4.8	29 2.2
6	SNS を用いた宣伝広告	2,067 100.0	263 12.7	981 47.5	700 33.9	96 4.6	27 1.3
7	商品・サービスの値下げ	435 100.0	33 7.6	166 38.2	173 39.8	46 10.6	17 3.9

17-3 感染症拡大前の自社商品・サービスにおける主な市場（商圏）（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	同一市区町村内の一部地域	623	10.1
2	同一市区町村	1,799	29.3
3	隣接市区町村	1,487	24.2
4	同一都道府県	809	13.2
5	その他都道府県を含む（隣接市区町村のみの場合は除く）	1,234	20.1
6	海外を含む	144	2.3
7	把握していない	43	0.7

17-4 感染症拡大後の商圈の変化（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	広がった	603	9.8
2	変化なし	4,375	71.3
3	狭まった	773	12.6
4	わからない	388	6.3

17-5 商圈の変化の内容（SA）（前問で「1.」と回答した事業者）

	選択肢	n	%
	合計	603	100.0
1	同一市区町村まで広がった	60	10.0
2	隣接市区町村まで広がった	154	25.5
3	同一都道府県まで広がった	89	14.8
4	他の都道府県まで広がった（隣接市区町村のみの場合は除く）	275	45.6
5	海外まで広がった	25	4.1

問18 デジタル化に対する考え方

18-1 事業方針において、デジタル化の方針・目標が含まれているか（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	事業方針の中に、デジタル化の方針・目標が含まれている	2,025	33.0
2	事業方針の中に、デジタル化の方針・目標が含まれていない	4,114	67.0

18-2 デジタル化に関する考え方の変化（SA）

			1	2	3	4
		合計	事業方針上の優先順位は高い	事業方針上の優先順位はやや高い	事業方針上の優先順位はやや低い	特に必要性を感じない
【1】	感染症拡大前	6,139 100.0	494 8.0	1,275 20.8	2,156 35.1	2,214 36.1
【2】	現在	6,139 100.0	851 13.9	1,783 29.0	1,688 27.5	1,817 29.6

18-3 オンラインツール導入の課題（MA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	－
1	導入の効果がわからない	1,016	16.5
2	自社にあったツールを見つけられない	934	15.2
3	費用がかかる	1,842	30.0
4	活用における人材やノウハウが不足している	2,347	38.2
5	相談できるところが身近にない	351	5.7
6	その他	79	1.3
7	特になし	966	15.7
8	導入は検討していない	1,471	24.0

問19 海外展開に対する考え方

19-1 海外展開に対する考え方の変化（SA）

			1	2	3	4	5
		合計	大いに重要である	ある程度重要である	どちらも言えない	あまり重要ではない	全く重要ではない
【1】	感染症拡大前	6, 139	229	343	480	714	4, 373
		100. 0	3. 7	5. 6	7. 8	11. 6	71. 2
【2】	現在	6, 139	242	333	538	691	4, 335
		100. 0	3. 9	5. 4	8. 8	11. 3	70. 6

19-2 海外展開の開始・拡大への課題（MA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	－
1	販売先の確保	734	12.0
2	必要資金の確保	461	7.5
3	信頼できる提携先・アドバイザーの確保	650	10.6
4	現地の市場動向・ニーズの把握	601	9.8
5	現地の法制度・商習慣の把握	452	7.4
6	海外向け商品・サービスの開発	457	7.4
7	海外展開を主導する人材の確保	402	6.5
8	その他	33	0.5
9	特になし	1,249	20.3
10	海外展開の開始・拡大は検討していない	3,716	60.5

問20 経営分析の実施状況

20-1 強みや課題の分析の実施状況（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	定期的に実施している	1,730	28.2
2	過去に実施したことがある	2,277	37.1
3	実施していない	2,132	34.7

20-2 （前問にて「1.」「2.」と回答した事業者）

強みや課題の分析目的（SA）

	選択肢	n	%
	合計	4,007	100.0
1	新事業展開や既存事業強化、見直しのため	1,569	39.2
2	支援機関や金融機関に求められたため	916	22.9
3	補助金申請等に必要のため	1,522	38.0

強みや課題の分析を実施した人（SA）

	選択肢	n	%
	合計	4,007	100.0
1	自社が単独で実施	887	22.1
2	支援機関や外部顧問などと協力して自社が主体的に実施	1,784	44.5
3	支援機関や外部顧問などが主体的に実施	1,307	32.6
4	その他	29	0.7

強みや課題の分析に顧客の意見をどの程度取り入れたか（SA）

	選択肢	n	%
	合計	4,007	100.0
1	十分取り入れている	674	16.8
2	ある程度取り入れている	2,417	60.3
3	どちらとも言えない	674	16.8
4	あまり取り入れていない	197	4.9
5	全く取り入れていない	45	1.1

強みや課題の分析結果の経営への活用状況（SA）

	選択肢	n	%
	合計	4,007	100.0
1	十分活用できている	428	10.7
2	ある程度活用できている	2,537	63.3
3	どちらとも言えない	804	20.1
4	あまり活用できていない	222	5.5
5	全く活用できていない	16	0.4

20-3 財務や資金繰りの管理状況（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	経営者や役員が主に管理	5,094	83.0
2	税理士等外部顧問が主に管理	729	11.9
3	その他	133	2.2
4	管理していない	183	3.0

20-4 経営分析に基づく経営計画の策定と実行および見直しの状況（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	策定・実行し、見直しを行っている	1,719	28.0
2	策定・実行しているが、見直しは行っていない	1,407	22.9
3	策定したが、実行できていない	807	13.1
4	策定していない	2,206	35.9

20-5 外部環境や経営に関わる情報収集ルート：【1】日常的な情報収集ルート、【2】新型コロナウイルス感染症拡大後に有効であった情報収集ルート（MA,各々3つ迄）

	選択肢	【1】日常的な情報収集ルート(3つ迄)		【2】最も有効だったルート(3つ迄)	
		n	%	n	%
	合計	6,139	－	6,139	－
1	新聞、テレビ等のメディア	3,155	51.4	2,733	44.5
2	業界専門誌	640	10.4	513	8.4
3	インターネット	2,674	43.6	2,562	41.7
4	統計データやレポート	94	1.5	97	1.6
5	セミナーや勉強会	619	10.1	418	6.8
6	取引先や顧客	1,973	32.1	1,665	27.1
7	税理士・公認会計士・コンサルタント	823	13.4	786	12.8
8	経営者仲間	1,679	27.3	1,644	26.8
9	金融機関	685	11.2	746	12.2
10	商工会・商工会議所	4,350	70.9	4,720	76.9
11	公的支援機関（商工会・商工会議所を除く）	214	3.5	247	4.0
12	その他	39	0.6	42	0.7
13	情報収集はしていない	64	1.0	61	1.0

問21 顧客情報の把握

21-1 顧客情報の把握の有無（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	十分意識的に把握している	1,410	23.0
2	ある程度意識的に把握している	3,288	53.6
3	どちらとも言えない	911	14.8
4	あまり意識的に把握していない	446	7.3
5	全く意識的に把握していない	84	1.4

21-2 収集した顧客情報の経営への活用状況（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	十分活用できている	687	11.2
2	ある程度活用できている	2,921	47.6
3	どちらとも言えない	1,597	26.0
4	あまり活用できていない	671	10.9
5	全く活用できていない	263	4.3

21-3 （前問にて「5.」以外と回答した事業者）収集した顧客情報の活用方法（MA）

	選択肢	n	%
	合計	5,876	—
1	重点顧客の分析	1,834	31.2
2	品揃えや、商品・サービスの改善	2,816	47.9
3	キャンペーンやセール案内などの販促に活用（DM送付等）	1,418	24.1
4	その他	78	1.3
5	特定できていない	1,138	19.4

21-4 収集した顧客情報の管理状況（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	十分管理できている	881	14.4
2	ある程度管理できている	2,755	44.9
3	どちらとも言えない	1,387	22.6
4	あまり管理できていない	764	12.4
5	全く管理できていない	352	5.7

21-5 （前問にて「5.」以外と回答した事業者）顧客情報の管理方法（SA）

	選択肢	n	%
	合計	5,787	100.0
1	顧客台帳などを作成し、主に紙で管理している	1,520	26.3
2	顧客情報をエクセルや管理ソフトなど主に電子データで管理している	2,523	43.6
3	その他	91	1.6
4	管理する方法が定まっていない	1,653	28.6

問22 顧客とのつながりを意識した経営

22-1 主な顧客の属性（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	リピート客が多い	4,637	75.5
2	リピート客と新規客が同程度	1,111	18.1
3	新規客が多い	213	3.5
4	わからない	178	2.9

22-2 営業戦略で重視している点（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	新規客の開拓を重視	929	15.1
2	リピート客を一様に重視	2,529	41.2
3	リピート客の中でも優先順位をつけている	862	14.0
4	新規客、リピート客に優先順位はない	1,819	29.6

22-3 顧客との関係づくり：【1】新型コロナウイルス感染症拡大前に主に取り組んでいたこと、【2】感染症拡大後に特に力を入れて取り組んだこと（MA,各々3つ迄）

	選択肢	【1】感染症拡大前の 主な取り組み(3つ 迄)		【2】感染症拡大後に 力をいれたこと（3 つ迄)	
		n	%	n	%
	合計	6,139	-	6,139	-
1	SNS での情報発信	1,580	25.7	1,919	31.3
2	自社 HP での情報発信	1,626	26.5	1,815	29.6
3	EC モールやグルメサイト、宿泊サイトなど外部ネットツールの活用	274	4.5	441	7.2
4	オンラインでのイベントの実施	39	0.6	168	2.7
5	対面でのイベントの実施	930	15.1	319	5.2
6	オンラインでの商談、展示会への参加	70	1.1	362	5.9
7	対面での商談、展示会への参加	1,179	19.2	556	9.1
8	店頭での積極的な声かけやコミュニケーションの徹底	1,715	27.9	1,372	22.3
9	POP や装飾による店頭での情報発信	938	15.3	917	14.9
10	特定の顧客への DM 発送やフォローアップ	884	14.4	907	14.8
11	折り込みチラシやポスティング	698	11.4	725	11.8
12	会員特典やポイントカード	427	7.0	391	6.4
13	その他	93	1.5	130	2.1
14	特になし	1,396	22.7	1,475	24.0

22-4 感染症拡大後の常連客・上顧客との関係性の維持（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	十分維持できている	1,729	28.2
2	ある程度維持できている	3,365	54.8
3	どちらとも言えない	810	13.2
4	あまり維持できていない	198	3.2
5	全く維持できていない	37	0.6

問23 地域とのつながりを意識した経営

23-1 地域とのつながりの程度 (SA)

			1	2	3	4	5
		合計	十分当てはまる	ある程度当てはまる	どちらとも言えない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
1	地域内の需要開拓に取り組んでいる	6,139	1,270	2,493	1,383	574	419
		100.0	20.7	40.6	22.5	9.4	6.8
2	地域活性化への取組に積極的である（地域イベントへの参加など）	6,139	1,354	1,977	1,337	826	645
		100.0	22.1	32.2	21.8	13.5	10.5
3	地域内で事業者間の強いネットワークを持っている	6,139	1,258	2,310	1,477	638	456
		100.0	20.5	37.6	24.1	10.4	7.4
4	地域資源を活用した商品・サービスを提供している	6,139	978	1,366	1,456	927	1,412
		100.0	15.9	22.3	23.7	15.1	23.0

23-2 地域とのつながりの、新型コロナウイルス感染症拡大後の売上維持への貢献度 (SA)

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	大いに貢献している	630	10.3
2	ある程度貢献している	2,260	36.8
3	どちらとも言えない	2,134	34.8
4	あまり貢献していない	747	12.2
5	全く貢献していない	368	6.0

23-3 感染症拡大後の同一市区町村内の顧客や消費者の売上に占める割合 (SA)

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	大幅増加	77	1.3
2	増加	855	13.9
3	横ばい	3,657	59.6
4	減少	1,252	20.4
5	大幅減少	298	4.9

問24 ブランド化

24-1 自社商品・サービス・技術のブランド化の特徴（SA）

			1	2	3	4	5
		合計	十分当てはまる	ある程度当てはまる	どちらとも言えない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
1	独自性を持っている（模倣困難性の高い商品・サービス・技術）	6,139 100.0	1,214 19.8	2,204 35.9	1,251 20.4	678 11.0	792 12.9
2	歴史やストーリーなどを反映したイメージやコンセプトを持っている	6,139 100.0	605 9.9	1,304 21.2	1,737 28.3	1,074 17.5	1,419 23.1
3	デザイン性が高く、顧客の感性に訴えている	6,139 100.0	509 8.3	1,375 22.4	1,910 31.1	1,038 16.9	1,307 21.3

24-2 自社商品・サービス・技術のブランド化に対する評価（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	十分ブランド化できている	347	5.7
2	ある程度ブランド化できている	2,190	35.7
3	どちらとも言えない	1,977	32.2
4	あまりブランド化できていない	704	11.5
5	全くブランド化できていない	921	15.0

24-3 （前問で「5.」と回答した事業者）

自社商品・サービス・技術のブランド化は、新型コロナウイルス感染症拡大後において、
継続して顧客からの支持を得ることに貢献しているか（SA）

	選択肢	n	%
	合計	5,218	100.0
1	大いに貢献している	448	8.6
2	ある程度貢献している	2,332	44.7
3	どちらとも言えない	2,060	39.5
4	あまり貢献していない	323	6.2
5	全く貢献していない	55	1.1

問25 SDGs（持続可能な開発目標）に関する取組

25-1 SDGs への取組状況（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	SDGs について既に取り組を行っている	227	3.7
2	SDGs について取組を検討している	474	7.7
3	SDGs の内容について知っているが、特に取組は検討していない	1,682	27.4
4	SDGs という言葉を聞いたことがあるが、内容は知らない	1,615	26.3
5	SDGs について全く知らない	2,141	34.9

25-2 SDGs の 17 の目標の中で関心があるもの（MA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	—
1	貧困をなくそう	1,593	25.9
2	飢餓をゼロに	1,304	21.2
3	すべての人に健康と福祉を	2,358	38.4
4	質の高い教育をみんなに	1,179	19.2
5	ジェンダー平等を実現しよう	543	8.8
6	安全な水とトイレを世界中に	1,020	16.6
7	エネルギーをみんなにそしてクリーンに	1,409	23.0
8	働きがいも経済成長も	2,039	33.2
9	産業と技術革新の基盤をつくろう	1,123	18.3
10	人や国の不平等をなくそう	1,139	18.6
11	住み続けられるまちづくりを	2,975	48.5
12	つくる責任 つかう責任	1,358	22.1
13	気候変動に具体的な対策を	1,240	20.2
14	海の豊かさを守ろう	1,191	19.4
15	陸の豊かさを守ろう	850	13.8
16	平和と公正をすべての人に	1,205	19.6
17	パートナーシップで目標を達成しよう	613	10.0
18	関心のあるものはない	898	14.6

25-3 経営理念はSDGsの考え方や目的に沿っているか（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	十分沿っている	203	3.3
2	ある程度沿っている	1,308	21.3
3	どちらとも言えない	3,105	50.6
4	あまり沿っていない	847	13.8
5	全く沿っていない	676	11.0

25-4 SDGsに取り組む目的（MA）（前問で「1.」「2.」と回答した事業者）

	選択肢	n	%
	合計	701	–
1	社会的責任の達成	542	77.3
2	自社好感度の向上	251	35.8
3	自社・自社商品・サービスの知名度向上	263	37.5
4	新たな事業機会の獲得	224	32.0
5	取引先との関係維持	139	19.8
6	社内モチベーションの向上	152	21.7
7	その他	14	2.0

25-5 SDGsへの取組の効果（SA）（前問（25-3）で「1.」と回答した事業者）

	選択肢	n	%
	合計	227	100.0
1	大いに効果があった	24	10.6
2	ある程度効果があった	86	37.9
3	どちらとも言えない	112	49.3
4	あまり効果がなかった	4	1.8
5	全く効果がなかった	1	0.4

問26 商工会・商工会議所とのつながり

26-1 新型コロナウイルス感染症拡大前の商工会・商工会議所の利用頻度（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	頻繁に利用していた	2,934	47.8
2	ある程度利用していた	2,623	42.7
3	あまり利用していなかった	442	7.2
4	全く利用していなかった	140	2.3

26-2 感染症拡大後の商工会・商工会議所の利用頻度の変化（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	大幅増加	1,306	21.3
2	増加	2,706	44.1
3	横ばい	2,022	32.9
4	減少	95	1.5
5	大幅減少	10	0.2

26-3 感染症拡大後の商工会・商工会議所への期待度の変化（SA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	100.0
1	高まった	4,910	80.0
2	変化なし	1,214	19.8
3	低くなった	15	0.2

26-4 感染症拡大後で満足度の高かった支援（MA）

	選択肢	n	%
	合計	6,139	－
1	支援策（補助金・給付金・助成金・融資制度等）の情報提供	5,416	88.2
2	営業・販路開拓	1,196	19.5
3	商品・サービスの開発・改善	788	12.8
4	経営計画の策定	1,510	24.6
5	資金繰り	1,981	32.3
6	マル経融資の利用	1,080	17.6
7	補助金・給付金・助成金申請	3,969	64.7
8	人材の確保・育成	176	2.9
9	感染防止対策	1,040	16.9
10	テレワーク、IT 導入	209	3.4
11	事業承継	488	7.9
12	事業縮小・人員整理	20	0.3
13	廃業	15	0.2
14	その他	84	1.4
15	特にない	167	2.7

4. 商工団体における小規模事業者の支援に関するアンケート調査

(1) 調査概要

<調査対象>

- ・ 商工会及び商工会議所の経営相談員

<調査方法・回収状況>

- ・ 調査方法：ウェブ入力によるアンケート調査
- ・ 調査実施時期：2020 年 11～12 月
- ・ 有効回収数：3,729 者

(2) アンケート集計結果

問1 所在都道府県（SA（シングルアンサー）、以下同様）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	100.0
1	北海道	140	3.8
2	青森県	63	1.7
3	岩手県	46	1.2
4	宮城県	128	3.4
5	秋田県	102	2.7
6	山形県	60	1.6
7	福島県	131	3.5
8	茨城県	128	3.4
9	栃木県	79	2.1
10	群馬県	74	2.0
11	埼玉県	101	2.7
12	千葉県	103	2.8
13	東京都	74	2.0
14	神奈川県	46	1.2
15	新潟県	144	3.9
16	富山県	58	1.6
17	石川県	39	1.0
18	福井県	50	1.3
19	山梨県	62	1.7
20	長野県	90	2.4
21	岐阜県	96	2.6
22	静岡県	83	2.2
23	愛知県	134	3.6

	選択肢	n	%
24	三重県	76	2.0
25	滋賀県	71	1.9
26	京都府	93	2.5
27	大阪府	29	0.8
28	兵庫県	95	2.5
29	奈良県	35	0.9
30	和歌山県	62	1.7
31	鳥取県	53	1.4
32	島根県	61	1.6
33	岡山県	113	3.0
34	広島県	94	2.5
35	山口県	50	1.3
36	徳島県	23	0.6
37	香川県	55	1.5
38	愛媛県	44	1.2
39	高知県	45	1.2
40	福岡県	143	3.8
41	佐賀県	44	1.2
42	長崎県	152	4.1
43	熊本県	106	2.8
44	大分県	57	1.5
45	宮崎県	53	1.4
46	鹿児島県	102	2.7
47	沖縄県	42	1.1

問2 回答者（経営指導員）の属性

2-1 年齢（SA）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	100.0
1	20 代以下	183	4.9
2	30 代	840	22.5
3	40 代	1,410	37.8
4	50 代	1,097	29.4
5	60 代以上	199	5.3

2-2 保有している資格等（MA（複数回答：マルチアンサー）、以下同様）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	-
1	日商簿記（2 級以上）	1,176	31.5
2	ファイナンシャルプランナー	731	19.6
3	電子会計実務検定（2 級以上）	125	3.4
4	IT コーディネータ	11	0.3
5	IT パスポート	361	9.7
6	販売士（2 級以上）	298	8.0
7	弁理士	0	0.0
8	税理士	2	0.1
9	社会保険労務士	73	2.0
10	行政書士	44	1.2
11	中小企業診断士	135	3.6
12	公認会計士	0	0.0
13	司法書士	0	0.0
14	その他	555	14.9
15	特になし	1,530	41.0

2-3 経営指導員として働いている通算年数（SA）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	100.0
1	5 年未満	1,012	27.1
2	5 年以上 10 年未満	707	19.0
3	10 年以上 20 年未満	910	24.4
4	20 年以上 30 年未満	771	20.7
5	30 年以上 40 年未満	310	8.3
6	40 年以上	19	0.5

2-4 経営指導員となる直前に就いていた職業（SA）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	100.0
1	小規模事業者の役員、個人事業主	27	0.7
2	中小企業の役員（上記を除く）	4	0.1
3	小規模事業者の正社員	228	6.1
4	中小企業の正社員（上記を除く）	903	24.2
5	大企業の役員	2	0.1
6	大企業の正社員	390	10.5
7	パート・アルバイト、契約社員・派遣社員	288	7.7
8	公務員・団体職員	888	23.8
9	学生（新卒）	659	17.7
10	その他	340	9.1

2-5 1 年間の相談・指導の延べ件数（SA）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	100.0
1	200 件未満	290	7.8
2	200 件以上 400 件未満	1,291	34.6
3	400 件以上 600 件未満	1,231	33.0
4	600 件以上 800 件未満	586	15.7
5	800 件以上 1,000 件未満	196	5.3
6	1,000 件以上	135	3.6

2-6 得意又は支援した経験が多い領域（MA、3つ迄）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	－
1	経営全般	2,694	72.2
2	税務	2,417	64.8
3	労務	1,241	33.3
4	金融	2,160	57.9
5	経営革新	455	12.2
6	デジタル化	341	9.1
7	企業間取引	66	1.8
8	創業	519	13.9
9	ものづくり	130	3.5
10	その他	166	4.5

問3 会員の小規模事業者からの相談件数の前年同時期と比べた増減（感染症拡大後・現在）
（SA）

			1	2	3	4	5
		合計	大幅増加	増加	横ばい	減少	大幅減少
【1】	感染症拡大後（4～6月）	3,729	2,364	1,148	112	47	58
		100.0	63.4	30.8	3.0	1.3	1.6
【2】	現在（11～12月）	3,729	322	1,720	1,291	361	35
		100.0	8.6	46.1	34.6	9.7	0.9

問4 非会員の小規模事業者からの相談件数の前年同時期と比べた増減（感染症拡大後・現在）
（SA）

			1	2	3	4	5
		合計	大幅増加	増加	横ばい	減少	大幅減少
【1】	感染症拡大後（4～6月）	3,729	1,423	1,759	455	41	51
		100.0	38.2	47.2	12.2	1.1	1.4
【2】	現在（11～12月）	3,729	312	1,485	1,544	317	71
		100.0	8.4	39.8	41.4	8.5	1.9

問5 各期間における小規模事業者からの相談への対応方法（感染症拡大前・拡大後・現在）
（SA）

			1	2	3	4	5	6	7
		合計	窓口相談	巡回訪問	オンライン相談	電話	メール	その他	実施できなかった
【1】	感染症拡大前	3,729 100.0	1,697 45.5	1,725 46.3	1 0.0	282 7.6	1 0.0	9 0.2	14 0.4
【2】	感染症拡大後 （4～6月）	3,729 100.0	2,446 65.6	344 9.2	5 0.1	892 23.9	34 0.9	3 0.1	5 0.1
【3】	現在 （11～12月）	3,729 100.0	2,299 61.7	781 20.9	10 0.3	594 15.9	37 1.0	4 0.1	4 0.1

問6 前年同月と比べ、相談が増加した業種（感染症拡大後・現在）（MA）

		【1】 感染症拡大後 （4～6月）		【2】 現在（11～12月）	
	選択肢	n	%	n	%
	合計	3,729	－	3,729	－
1	製造業	1,085	29.1	1,017	27.3
2	建設業	953	25.6	945	25.3
3	卸売業	475	12.7	297	8.0
4	小売業	1,904	51.1	1,531	41.1
5	宿泊業	1,170	31.4	756	20.3
6	飲食サービス業	3,323	89.1	2,776	74.4
7	生活関連サービス業	1,347	36.1	1,062	28.5
8	娯楽業	281	7.5	169	4.5
9	その他のサービス業	746	20.0	598	16.0
10	その他	152	4.1	143	3.8

問7 小規模事業者からの相談が多かった内容（感染症拡大前・拡大後・現在）（MA）

	選択肢	【1】新型コロナウイルス感染症拡大前		【2】感染症拡大後（4～6月）		【3】現在（11～12月）	
		n	%	n	%	n	%
	合計	3,729	－	3,729	－	3,729	－
1	支援策*の情報提供	1,928	51.7	3,010	80.7	2,740	73.5
2	営業・販路開拓	1,488	39.9	211	5.7	670	18.0
3	商品・サービスの開発・改善	358	9.6	35	0.9	148	4.0
4	経営計画の策定	903	24.2	192	5.1	539	14.5
5	資金繰り	1,136	30.5	2,148	57.6	1,376	36.9
6	マル経融資の利用	1,099	29.5	1,011	27.1	565	15.2
7	補助金・給付金・助成金申請	1,793	48.1	2,882	77.3	2,710	72.7
8	人材の確保・育成	208	5.6	19	0.5	59	1.6
9	感染防止対策	58	1.6	574	15.4	609	16.3
10	テレワーク・IT導入	14	0.4	37	1.0	79	2.1
11	事業承継	188	5.0	18	0.5	89	2.4
12	事業縮小・人員整理	10	0.3	28	0.8	44	1.2
13	廃業	34	0.9	23	0.6	75	2.0
14	その他	224	6.0	29	0.8	91	2.4

注）支援策：補助金・給付金・助成金・融資制度等

問8・問9 製造業・非製造業で相談が多かった内容（MA）

新型コロナウイルス感染症拡大後（4～6月）

	選択肢	製造業		非製造業	
		n	%	n	%
	合計	3,729	－	3,729	－
1	支援策*の情報提供	3,001	80.5	3,031	81.3
2	営業・販路開拓	402	10.8	434	11.6
3	商品・サービスの開発・改善	125	3.4	96	2.6
4	経営計画の策定	266	7.1	211	5.7
5	資金繰り	1,942	52.1	1,921	51.5
6	マル経融資の利用	601	16.1	739	19.8
7	補助金・給付金・助成金申請	2,504	67.1	2,807	75.3
8	人材の確保・育成	246	6.6	62	1.7
9	感染防止対策	314	8.4	565	15.2
10	テレワーク・IT導入	49	1.3	33	0.9
11	事業承継	39	1.0	24	0.6
12	事業縮小・人員整理	99	2.7	38	1.0
13	廃業	10	0.3	15	0.4
14	その他	104	2.8	55	1.5

注）支援策：補助金・給付金・助成金・融資制度等

現在（11～12月）

	選択肢	製造業		非製造業	
		n	%	n	%
	合計	3,729	－	3,729	－
1	支援策の情報提供	2,734	73.3	2,799	75.1
2	営業・販路開拓	629	16.9	751	20.1
3	商品・サービスの開発・改善	223	6.0	180	4.8
4	経営計画の策定	403	10.8	362	9.7
5	資金繰り	1,409	37.8	1,400	37.5
6	マル経融資の利用	435	11.7	512	13.7
7	補助金・給付金・助成金申請	2,384	63.9	2,647	71.0
8	人材の確保・育成	267	7.2	97	2.6
9	感染防止対策	351	9.4	611	16.4
10	テレワーク・IT導入	72	1.9	56	1.5
11	事業承継	41	1.1	55	1.5
12	事業縮小・人員整理	96	2.6	41	1.1
13	廃業	18	0.5	35	0.9
14	その他	184	4.9	117	3.1

問10 前設の相談内で商工会・商工会議所だけでは十分な対応が難しいと感じた内容 (MA)

	選択肢	n	%
	合計	3,729	-
1	支援策（補助金・給付金・助成金・融資制度等）の情報提供	612	16.4
2	営業・販路開拓	734	19.7
3	商品・サービスの開発・改善	912	24.5
4	経営計画の策定	432	11.6
5	資金繰り	492	13.2
6	マル経融資の利用	34	0.9
7	補助金・給付金・助成金申請	864	23.2
8	人材の確保・育成	1,894	50.8
9	感染防止対策	988	26.5
10	テレワーク・IT 導入	1,986	53.3
11	事業承継	1,478	39.6
12	事業縮小・人員整理	1,135	30.4
13	廃業	419	11.2
14	その他	111	3.0
15	特になし	162	4.3

問11 小規模事業者からの相談に際し支援の質向上に向け連携強化したい民間事業者（MA）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	-
1	税理士	2,507	67.2
2	公認会計士	393	10.5
3	弁護士	1,191	31.9
4	司法書士	710	19.0
5	行政書士	551	14.8
6	社会保険労務士	2,305	61.8
7	弁理士	389	10.4
8	中小企業診断士	2,547	68.3
9	金融機関	1,975	53.0
10	ベンチャーキャピタル	79	2.1
11	商社	202	5.4
12	商品のバイヤー・販売先	1,408	37.8
13	コンサルティング会社	451	12.1
14	プロダクトデザイナー	303	8.1
15	その他のビジネスマッチング支援者	563	15.1
16	クラウドファンディング事業者	504	13.5
17	EC サイト運営会社	827	22.2
18	IT ベンダー	840	22.5
19	IT コーディネータ	1,255	33.7
20	メディア	553	14.8
21	その他	54	1.4
22	特になし	43	1.2

問12 新型コロナウイルス感染症拡大をきっかけに、小規模事業者向けに実施した「営業・販路開拓」に関する具体的な支援策（MA）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	-
1	テイクアウト・デリバリーの実施支援	2,653	71.1
2	クラウドファンディングの実施支援	251	6.7
3	プレミアム付き商品券や利用券、クーポン券の発行	2,391	64.1
4	食品ロス・売れ残り商品の流通支援	122	3.3
5	宣伝広告、PR活動の実施支援	1,909	51.2
6	オンラインでの商談会・展示会の実施	616	16.5
7	対面での商談会・展示会の実施	420	11.3
8	オンラインでの地域住民向けイベントの実施	85	2.3
9	対面での地域住民向けイベントの実施	236	6.3
10	ECの導入・活用支援	1,444	38.7
11	その他	101	2.7
12	特になし	114	3.1

問13 小規模事業者の相談・支援において、重要と考える資質：【1】新型コロナウイルス感染症拡大前、【2】現在（11～12月）（MA,各々3つ迄）

			1	2	3	4	5	6	7
		合計	傾聴力	診断力	提案力	情報力	ネットワーク	ITスキル	その他
【1】	感染症拡大前	3,729	3,091	1,844	2,285	1,566	1,169	294	28
		-	82.9	49.5	61.3	42.0	31.3	7.9	0.8
【2】	現在	3,729	2,671	1,435	1,942	2,130	1,365	906	29
	（11～12月）	-	71.6	38.5	52.1	57.1	36.6	24.3	0.8

注）各項目の補足：傾聴力…相談内容を引き出し課題を整理する力、診断力…経営状態の診断や分析する力、提案力…経営計画等を提案する力、情報力…最新の施策や業界情報等に精通、ネットワーク…他の支援機関や専門家、企業等を紹介できる、ITスキル…ITツールの導入や運用を支援

問14 小規模事業者の経営課題：【1】新型コロナウイルス感染症拡大前、【2】現在（11～12月）（MA）

		【1】新型コロナウイルス感染症 拡大前		【2】現在（11～ 12月）	
	選択肢	n	%	n	%
	合計	3,729	－	3,729	－
1	営業・販路開拓	3,147	84.4	2,798	75.0
2	新商品・新サービスの開発	1,009	27.1	928	24.9
3	商品・サービスの高付加価値化（ブランド化）	1,414	37.9	1,074	28.8
4	人材の確保・育成、働き方の改善	952	25.5	760	20.4
5	後継者の育成・決定	1,081	29.0	572	15.3
6	ITの利活用	838	22.5	2,136	57.3
7	生産・製造（設備増強、設備更新、設備廃棄）	273	7.3	179	4.8
8	財務	1,470	39.4	1,844	49.5
9	技術・研究開発（新技術開発、技術力の強化）	63	1.7	60	1.6
10	その他	42	1.1	53	1.4

注）各項目の補足：営業・販路開拓…営業力・販売力の維持強化、新規顧客・販路の開拓／ITの利活用…ホームページ等による情報発信、インターネットによる受発注、間接業務の削減／生産・製造…設備増強、設備更新、設備廃棄／財務…運転資金の確保、設備投資資金の確保、コストの削減、借入金の削減／技術・研究開発…新技術開発、技術力の強化

問15 コロナ禍の現在（11～12月）で売上を維持・拡大出来ている小規模事業者の特徴

15-1 顧客とのつながりが強い事業者ほど、現在も売上を維持・拡大できているか（SA）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	100.0
1	強く思う	1,104	29.6
2	ある程度思う	1,881	50.4
3	どちらとも言えない	497	13.3
4	あまりそう思わない	217	5.8
5	全くそう思わない	30	0.8

15-2 地域とのつながりが強い事業者ほど、現在も売上を維持・拡大できているか（SA）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	100.0
1	強くそう思う	668	17.9
2	ある程度そう思う	1,916	51.4
3	どちらとも言えない	781	20.9
4	あまりそう思わない	325	8.7
5	全くそう思わない	39	1.0

15-3 ブランド化されている事業者ほど、現在も売上を維持・拡大できているか（SA）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	100.0
1	強くそう思う	943	25.3
2	ある程度そう思う	1,925	51.6
3	どちらとも言えない	669	17.9
4	あまりそう思わない	175	4.7
5	全くそう思わない	17	0.5

15-4 普段から商工会・商工会議所を活用している事業者ほど、現在も売上を維持・拡大できているか（SA）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	100.0
1	強くそう思う	488	13.1
2	ある程度そう思う	1,785	47.9
3	どちらとも言えない	1,217	32.6
4	あまりそう思わない	205	5.5
5	全くそう思わない	34	0.9

問16 今後の小規模事業者の持続的な発展策についてのお考え

16-1 小規模事業者がデジタル化に取り組むことは、今後の持続的発展に貢献するか（SA）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	100.0
1	大いに貢献すると思う	1,244	33.4
2	ある程度貢献すると思う	1,947	52.2
3	どちらとも言えない	430	11.5
4	あまり貢献しないと思う	97	2.6
5	全く貢献しないと思う	11	0.3

16-2 小規模事業者が経営分析に取り組むことは、今後の持続的発展に貢献するか（SA）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	100.0
1	大いに貢献すると思う	1,630	43.7
2	ある程度貢献すると思う	1,806	48.4
3	どちらとも言えない	239	6.4
4	あまり貢献しないと思う	48	1.3
5	全く貢献しないと思う	6	0.2

16-3 小規模事業者がSDGsに取り組むことは、今後の持続的発展に貢献するか（SA）

	選択肢	n	%
	合計	3,729	100.0
1	大いに貢献すると思う	338	9.1
2	ある程度貢献すると思う	1,766	47.4
3	どちらとも言えない	1,292	34.6
4	あまり貢献しないと思う	273	7.3
5	全く貢献しないと思う	60	1.6

5. 事例調査

ここでは、新型コロナウイルス感染症拡大がすすむなかで、下記多様な取り組みを通じて需要を創出・取り込んだ小規模事業者を分類にそって収集・整理した。

図表 5-1 事例一覧

事例分類	収集事例
1. 自社の強みや課題などを日頃から把握することで、コロナ禍の変化に柔軟に対応することができた事例	12
2. 従来からの地域貢献により、コロナ禍に地元住民からの応援消費を得られた事例	4
3. コロナ禍に商圈を拡大せず、地域内の需要開拓に取り組んだ事例	6
4. 顧客情報の有効活用により、コロナ禍でも効率的に販促に取り組んだ事例	2
5. ブランド化を意識した経営（独自性、ストーリー、感性）によりコロナ禍でも顧客を維持できた事例	7
6. SDG s の考え方を経営に取り入れ、新たな需要を獲得している事例	2
7. 店舗売り上げが減少する中、宅配やテイクアウトを開始、地域の新規顧客を獲得し、常連へとつなげた事例。	5
8. 自社の経営資源を生かし、イエナカ時間の増加、健康消費、など新たなニーズに対応した新商品・新サービスの取組	27
9. コロナ禍で消費者のニーズをとらえ B2B から B2C へ進出した事例。（D2C 等）	10
10. EC を活用した事例（オンライン×EC、キッチンカー×EC 等）	8
11. EC やオンラインを活用して、全国または新たな顧客層へ販路を広げた事例	22
12. 店舗をシェアして、事業を行う事例	3
13. 需要が減少する中、複数企業が連携・コラボレーションにより、新商品・サービス（新たな地域特産品開発等）を行った事例	3
14. コロナ禍を契機としたサブスクの活用	3
15. 既存の形にとらわれない販売方式の展開	2
その他（例：コロナを契機としたスタートアップ、地方移住による地域活性）	7

6. 本事業のまとめ

既往研究を通じ、2020 年度に世界的に猛威をふるった新型コロナウイルス感染症は、2021 年においても引き続き小規模事業者の事業経営に影響を与えている状況が明らかになった。東京商工リサーチ『『新型コロナウイルスに関するアンケート』調査（第 13 回）』等によれば、2021 年 1 月時点でも、売上高 1 億円未満の事業者の 7 割以上は影響が継続していると回答しているほか、同調査における中小企業を対象として算出した、前年同月比が 100 未満と回答した企業割合（減収企業率）は、2020 年 2 月時点での 68.2%であったが、2021 年 1 月も 71.0%が減収状態である。また、業種別では、宿泊業と飲食サービス業へのマイナス影響が顕著だが、製造業や建設業、卸売業など影響は多岐にわたることも明らかとなっている。

こうしたなかで、中小企業等も、事業継続に向けて、テレワークや時差出勤、時短勤務などを導入している状況である。東京商工会議所が実施したアンケートによれば、ウィズコロナ、アフターコロナを見据えた経営で重視する点として、財務体質の強化・手元資金の確保などをはじめ、販路開拓、人材育成・確保、IT 化等に係る項目があげられている。

また、小規模事業者を対象として実施した Web アンケート調査によれば（2020 年 11～12 月実施）、回答者の売上高が対前年と比べて最も下落した四半期は、4～6 月であり、中央値は 65 との回答にくわえ、売上高や利益の水準が感染症拡大前の水準に戻ると言う時期をたずねた結果は、すでに戻っていると回答した割合が 16%程度であったのに対し、2021 年度と回答した割合が 3 割強、2022 年度は 2 割とあわせて 5 割を超えている。また、感染症流行による経営環境変化への小規模事業者の対応として、オンラインツールへの活用意向を持つ小規模事業者は一定程度存在することも分かった。

次に、商工会・商工会議所による経営相談等の実態や感染症流行下における小規模事業者等への支援に係る Web アンケート調査によれば、商工会や商工会議所において、いわゆる経営相談はいずれの地域においても会員・非会員ともに大幅に増加したことが分かった。また、商工会や商工会議所側からみた小規模事業者の課題として、感染症流行の影響により、小規模事業者は経営課題について「営業・販路開拓」に加えて、IT の利活用等「デジタル化」を重要視するといった意識の変化が確認できた。

令和 2 年 11 月吉日

三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング株式会社

経済産業省中小企業庁 委託事業関連調査
「小規模事業者の環境変化への対応に関する調査」
～ご協力のお願い～

拝啓

時下ますますご清栄のことと、お慶び申し上げます。

このたび、三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング株式会社では、中小企業庁より 2021 年版中小企業白書・小規模企業白書の執筆等に関連する「令和 2 年度小規模事業者を取り巻く環境の変化と需要獲得に関する調査に係る委託事業」を受託しました。

そこで、新型コロナウイルス感染症が拡大する中で、小規模事業者への影響や、活動の現状、業績回復に向けた取組等を明らかにするため、全国の小規模事業者様を対象としたアンケート調査（小規模事業者の環境変化への対応に関する調査）を企画・実施する運びとなりました。

つきましては、お忙しいところ恐縮ではございますが、趣旨をご理解いただき、本アンケート調査へご協力賜りたく、何卒宜しくお願い申し上げます。

敬具

【ご回答上のお願い】

1. ご回答は、貴社の経営者又は経営に関わる責任者の方をお願いいたします。
2. 問 1 から順番にご回答ください。なお、一部の方にだけご回答いただく質問もございますので、記載されている案内に従ってご回答ください。
3. ご回答いただいた調査票情報は、当該調査事業の成果物の一部として、経済産業省に提出されます。回答企業及び個人が特定されるような形で集計及び公表されることはございません。
4. 本調査の対象となる「小規模事業者」とは以下に該当する事業者様を指します。

○常時使用する従業員（※）数が **20 人以下**の事業者

○但し、卸売業、小売業、サービス業は、**5 人以下**の事業者

（注：サービス業のうち、**宿泊業・娯楽業**は、常時使用する従業員数が **20 人以下**の事業者）

※ここでの従業員とは、常時雇用する正社員、パート、アルバイトのことを指します。（経営者、役員、無給の家族従業員、派遣・下請従業員等は含みません。）

I : 貴社の基本情報に関する質問

問1 本社所在地

1-1 都道府県を選択して下さい。（画面よりプルダウン）

都・道・府・県

1-2 市（区）町村名（※）を記載して下さい。

※市・町・村まで記載して下さい（例：横浜市、上勝町、青ヶ島村 など）。郡は不要です。

※東京都の方のみ、区名を入力して下さい。

問2 組織形態について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 法人
2. 個人

問3 貴社の創業(※)年について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

※法人設立以前から創業している場合、その活動開始年を選択して下さい。

1. 1959年以前
2. 1960年代
3. 1970年代
4. 1980年代
5. 1990年代
6. 2000年代
7. 2010～2014年
8. 2015年以降

問4 従業員(※)数について当てはまる数字を記載して下さい。該当する従業員がいない場合、「0」と記載して下さい。

※ここでの従業員とは、常時雇用する正社員、パート、アルバイトのことを指します。（経営者、役員、無給の家族従業員、派遣・下請従業員等は含みません。）本設問以降に関しても同様です。

人

問5 貴社の主要業種について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

- | | |
|-------------------|---------------------|
| 1. 農業、林業、漁業 | 2. 鉱業、採石業、砂利採取業 |
| 3. 建設業 | 4. 製造業 |
| 5. 電気・ガス・熱供給・水道業 | 6. 情報通信業 |
| 7. 運輸業、郵便業 | 8. 卸売業 |
| 9. 織物・衣服・身の回り品小売業 | 10. 飲食料品小売業 |
| 11. その他小売業 | 12. 金融業、保険業 |
| 13. 不動産業、物品賃貸業 | 14. 学術研究、専門・技術サービス業 |
| 15. 宿泊業 | 16. 飲食サービス業 |
| 17. 生活関連サービス業 | 18. 娯楽業 |
| 19. 教育、学習支援業 | 20. 医療、福祉 |
| 21. その他のサービス業 | 22. その他上記以外の分類 |

問6 貴社の主要事業に関する取引形態について伺います。

6-1 貴社の商品・サービスの主な販売先について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

- | |
|-----------------------------------|
| 1. 一般消費者（B to C） →次の「6-2」に進んで下さい。 |
| 2. 事業者（B to B） →「6-3」に進んで下さい。 |

6-2 問 6-1 において「1. 一般消費者（B to C）」と回答いただいた方に伺います。貴社の想定ターゲットについて、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

- | |
|------------------------|
| 1. 主に住民・勤務者向け |
| 2. 主に観光客向け |
| 3. ターゲットを設定していない・わからない |
| 4. その他 |

6-3 問 6-1 において「2. 事業者（B to B）」と回答いただいた方に伺います。貴社の販売先事業者の主要業種について、問5の選択肢より、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

問5より番号を選択して下さい：

問7 貴社の『小規模事業者持続化補助金』の活用状況について伺います。

7-1 申請し採択された年度について、当てはまる番号 すべて を選択して下さい。

- | |
|--------------|
| 1. 2020年度 |
| 2. 2019年度 |
| 3. 2018年度 |
| 4. 2017年度 |
| 5. 2016年度以前 |
| 6. 活用したことはない |

7-2 今後の活用意向について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

- | |
|---------------|
| 1. 活用したい |
| 2. 活用するつもりはない |

Ⅱ：貴社の経営者に関する質問

問8 貴社の経営者が、経営者となった経緯について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

- | |
|-------------------|
| 1. 自分で創業した |
| 2. 親族から承継した |
| 3. 社内役員・従業員から昇格した |
| 4. その他 |

問9 貴社の経営者の年齢について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 20代以下
2. 30代
3. 40代
4. 50代
5. 60代
6. 70代
7. 80代以上

問10 貴社の事業承継について伺います。

10-1 2015 年以降の事業承継の実施有無について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 実施した →問11に進んで下さい。
2. 実施していない →次の「10-2」に進んで下さい。

10-2 問 10-1 において「2. 実施していない」と回答いただいた方に伺います。①新型コロナウイルス感染症拡大前および②現在の貴社の事業承継に対する意向について、当てはまる番号をそれぞれ 1つずつ 選択して下さい。

	① <u>感染症拡大前</u> (当てはまる番号 <u>1つ</u>)	② <u>現在</u> (当てはまる番号 <u>1つ</u>)
1. 事業承継を検討（事業譲渡や売却を含む）	1	1
2. 自分の代での廃業を検討	2	2
3. 事業承継と廃業のいずれかで迷い	3	3
4. まだ考えていなかった／まだ考えていない	4	4
5. 答えられない	5	5

Ⅲ：貴社の業績に関する質問

問11 新型コロナウイルス感染症拡大前の貴社の売上高（年商）と利益について伺います。

11-1 感染症拡大前の売上高（年商）について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 500万円未満
2. 500万円～1,000万円未満
3. 1,000万円～3,000万円未満
4. 3,000万円～5,000万円未満
5. 5,000万円～1億円未満
6. 1億円～3億円未満
7. 3億円～5億円未満
8. 5億円以上

11-2 **感染症拡大前**の利益について、当てはまる番号 **1つ** を選択して下さい。

1. 黒字
2. 収支均衡
3. 赤字

11-3 **感染症拡大前** 5年間の売上高（年商）の傾向について、当てはまる番号 **1つ** を選択して下さい。

1. 増収傾向
2. 横ばい
3. 減収傾向

11-4 **感染症拡大前** 5年間の利益の傾向について、当てはまる番号 **1つ** を選択して下さい。

1. 増益傾向
2. 横ばい
3. 減益傾向

問12 新型コロナウイルス感染拡大による業績への影響と回復状況について伺います。

12-1 感染症拡大による業績への影響について、当てはまる番号 **1つ** を選択して下さい。

1. 大きくプラスの影響を受けた →「12-4」に進んで下さい。
2. ある程度プラスの影響を受けた →「12-4」に進んで下さい。
3. どちらとも言えない →「12-4」に進んで下さい。
4. ある程度マイナスの影響を受けた →次の「12-2」に進んで下さい。
5. 大きくマイナスの影響を受けた →次の「12-2」に進んで下さい。

12-2 問 12-1 において「4. ある程度マイナスの影響を受けた」または「5. 大きくマイナスの影響を受けた」と回答いただいた方に伺います。同業他社と比較した場合のマイナスの影響の程度について、当てはまる番号 **1つ** を選択して下さい。

1. 非常に大きい
2. やや大きい
3. 同程度
4. やや小さい
5. 非常に小さい

12-3 問 12-1 において「4. ある程度マイナスの影響を受けた」または「5. 大きくマイナスの影響を受けた」と回答いただいた方に伺います。同業他社と比較した場合の回復状況について、当てはまる番号 **1つ** を選択して下さい。

1. 十分回復している
2. ある程度回復している
3. どちらとも言えない
4. あまり回復していない
5. 全く回復していない

12-4 すべての方に伺います。感染症拡大による経営環境の変化への総合的な受け止め方について、当てはまる番号 **1つ** を選択して下さい。

- | |
|--|
| 1. 従来からの変化が加速した
2. これまでになかった新たな変化が生じた
3. どちらとも言えない |
|--|

12-5 すべての方に伺います。感染症拡大による経営環境の変化への柔軟な対応がどの程度できているかについて、当てはまる番号 **1つ** を選択して下さい。

- | |
|---|
| 1. 十分できている
2. ある程度できている
3. どちらとも言えない
4. あまりできていない
5. 全くできていない |
|---|

12-6 すべての方に伺います。**今後5年間**の売上高（年商）の見込みについて、当てはまる番号 **1つ** を選択して下さい。

- | |
|--------------------------|
| 1. 増加
2. 横ばい
3. 減少 |
|--------------------------|

問13 **新型コロナウイルス感染症拡大後**の業績について伺います。

13-1 2020年の売上高について伺います。**前年同期を「100%」**（※）とした場合の程度について、①各期間の売上高、②年間の見通しについて、それぞれ記載して下さい。

また、③1～10月のうち、売上高が前年同月比で最も減少した月と**前年同月を「100%」**（※）とした場合の程度について、それぞれ記載して下さい。

※それぞれ、整数0～999で記載して下さい。ご不明な場合は、おおよその数値で回答して下さい。

①2020年の各期間の売上高 （前年同期を100%とした場合）	2020年1～3月	▷		%
	2020年4～6月	▷		%
	2020年7～9月	▷		%
	2020年10～12月（見通し）	▷		%
②年間（2020年1～12月）の見通し		▷		%
③1～10月のうち、売上高が前年同月比で最も減少した月	最も減少した月	▷		月
	当該月の売上高 （前年同月を100%とした場合）	▷		%

13-2 売上高や利益が感染症拡大前の水準に戻ると思う時期について、下記選択肢から当てはまる番号をそれぞれ **1 つずつ** 選択して下さい。

売上高		←	【選択肢】
利益			1. 既に戻っている 2. 2020 年未まで 3. 2021 年上半期頃 4. 2021 年下半期頃 5. 2022 年頃 6. 2023 年頃 7. 2024 年以降 8. 戻ることはない

問14 貴社の経営課題について伺います。

14-1 ①新型コロナウイルス感染症拡大前および②現在の経営課題について、当てはまる番号をそれぞれ3つまで選択して下さい。

	①感染症拡大前 (3つまで)	②現在 (3つまで)
1. 営業・販路開拓（営業力・販売力の維持強化、新規顧客・販路の開拓）	1	1
2. 新商品・新サービスの開発	2	2
3. 商品・サービスの高付加価値化（ブランド化）	3	3
4. 人材の確保・育成、働き方の改善	4	4
5. 後継者の育成・決定	5	5
6. ITの利活用（ホームページ等による情報発信、インターネットによる受発注、間接業務の削減）	6	6
7. 生産・製造（設備増強、設備更新、設備廃棄）	7	7
8. 財務（運転資金の確保、設備投資資金の確保、コストの削減、借入金の削減）	8	8
9. 技術・研究開発（新技術開発、技術力の強化）	9	9
10. その他（ ）	10	10

14-2 感染症拡大後に廃業を意識・検討しましたか。当てはまる番号 1 つを選択して下さい。

1. 廃業は意識しなかった	→問15に進んで下さい。
2. 廃業を意識したが、具体的に検討しなかった	→次の「14-3」に進んで下さい。
3. 廃業を意識し、具体的に検討した	→次の「14-3」に進んで下さい。

14-3 問 14-2 において「2. 廃業を意識したが、具体的に検討しなかった」または「3. 廃業を意識し、具体的に検討した」と回答いただいた方に伺います。廃業を思いとどまった理由について、当てはまる番号すべてを選択して下さい。

1. 持続化給付金などの支援策により継続のための資金が調達できたため
2. 実質無利子無担保融資などの融資により継続のための資金が調達できたため
3. 売上の回復など事業継続の見通しが立ったため
4. 自身の生計を維持するため
5. 役員や従業員の生計を維持するため
6. 取引先企業や利用客に迷惑をかけてしまうため
7. 地域経済活性化の役割を果たすため
8. 自身の生きがいを失ってしまうため
9. 廃業に必要な費用が確保できないため
10. 後継者・買い手（M&A先）が見つかったため
11. その他（ ）

Ⅳ：貴社の新型コロナウイルス感染症拡大への対応について

問15 新型コロナウイルス感染症拡大後の事業活動について伺います。

- 15-1 感染症拡大後の経営にあたって、貴社が、①相談した支援機関や関係者について、当てはまる番号すべてを選択して下さい。このうち、②最も有効な情報やアドバイスが得られた支援機関や関係者について、当てはまる番号1つを選択して下さい。

	①相談した支援機関や関係者 (当てはまる番号 <u>すべて</u>)	②最も有効な情報やアドバイスが得られた支援機関や関係者 (当てはまる番号 <u>1つ</u>)
1. 経営者仲間（取引先を除く）	1	1
2. 経営陣、従業員	2	2
3. 取引先（仕入先・販売先）	3	3
4. 税理士・公認会計士	4	4
5. 士業（税理士・公認会計士を除く）・コンサルタント	5	5
6. 金融機関	6	6
7. 商工会・商工会議所	7	7
8. 公的支援機関※（商工会・商工会議所を除く）	8	8
9. （上記に該当しない）親族・知人	9	9
10. その他（ ）	10	10

※「公的支援機関」とは、国や都道府県等が設置（予算措置も含む）する、中小企業が利用可能な支援を提供する団体等を指します。

15-2 感染症拡大後に利用した公的支援策について、当てはまる番号すべてを選択して下さい。

1. 持続化給付金
2. 家賃支援給付金
3. 地方自治体による補助金・支援金
4. 雇用調整助成金
5. 持続化補助金
6. ものづくり・商業・サービス補助金
7. IT導入補助金
8. 働き方改革推進支援助成金（新型コロナウイルス感染症対策のためのテレワークコース）
9. 各種GoToキャンペーン（GoToトラベル、GoToイート、GoToイベント、GoTo商店街）の活用
10. 政府系金融機関による実質無利子・無担保融資
11. 実質無利子・無担保融資以外の政府系金融機関による融資
12. 民間金融機関による実質無利子・無担保融資
13. 実質無利子・無担保融資以外の信用保証付融資
14. いずれも利用していない
15. その他（ ）

15-3 感染症拡大後で自社に関連する支援策の情報の収集状況について、当てはまる番号 1つを選択して下さい。

1. 十分収集できている
2. ある程度収集できている
3. どちらとも言えない
4. あまり収集できていない
5. 全く収集できていない

問16 以下の新型コロナウイルス感染症拡大後における顧客の行動・意識の変化のうち、貴社の事業にプラスの影響をもたらしていることとして、当てはまる番号すべてを選択して下さい。

1. 在宅時間の増加、イエナカ消費の拡大
2. 地域内消費の拡大
3. 非接触型の製品・サービスの需要増
4. ネット通販やオンラインサービスの利用増
5. 衛生意識、健康意識の向上
6. 応援消費の拡大
7. その他（ ）
8. 当てはまるものはない

問17 貴社における顧客数の維持・増加のための取組について伺います。

17-1 貴社において、①現在までに顧客数の維持・増加のために行った取組 1)~7)について、下記選択肢から当てはまる番号をそれぞれ 1 つずつ 選択して下さい。

また、②その取組による新型コロナウイルス感染症拡大後の顧客数の維持・増加への効果について、下記選択肢から当てはまる番号をそれぞれ 1 つずつ 選択して下さい。

	① <u>現在まで</u> の顧客数の維持・増加のための取組状況 (1)~7)について、以下選択肢 1~4 より当てはまる番号をそれぞれ <u>1 つ</u> 選択)	(①において「1」「2」と回答いただいた方のみ回答) ②その取組による <u>感染症拡大後</u> の顧客数の維持・増加への効果 (以下選択肢 1~5 より当てはまる番号を <u>1 つ</u> を選択)
1)既存商品・サービスの提供方法の見直し		
2)販売対象の見直し		
3)新たな商品・サービスの開発		
4)営業活動・商談等のオンライン化		
5)ECサイト等による販売・予約受付		
6)SNSを用いた宣伝広告		
7)商品・サービスの値下げ		

↑

↑

【①の選択肢】

1. コロナ前から取り組んでいた →②に回答して下さい
2. コロナをきっかけに新たに取り組んだ →②に回答して下さい
3. まだ取り組んでいないが、取り組む意向がある
4. 特に取り組む意向はない

【②の選択肢】

1. 大いに効果があった
2. ある程度効果があった
3. どちらとも言えない
4. あまり効果がなかった
5. 全く効果がなかった

17-2 感染症拡大前の貴社の商品・サービスにおける主な市場（商圏）について、当てはまる番号 1 つ を選択して下さい。

1. 同一市区町村内の一部地域 2. 同一市区町村 3. 隣接市区町村 4. 同一都道府県 5. その他都道府県を含む（隣接市区町村のみの場合は除く） 6. 海外を含む 7. 把握していない

17-3 感染症拡大後の貴社における商圏の変化について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 広がった → 次の「17-4」に進んで下さい。
2. 変化なし → 問18に進んで下さい。
3. 狭まった → 問18に進んで下さい。
4. わからない → 問18に進んで下さい。

17-4 問 17-3 において「1. 広がった」と回答いただいた方に伺います。貴社の商圏がどのように広がったかについて、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 同一市区町村まで広がった
2. 隣接市区町村まで広がった
3. 同一都道府県まで広がった
4. 他の都道府県まで広がった（隣接市区町村のみの場合は除く）
5. 海外まで広がった

問18 貴社におけるデジタル化（※）に対する考え方について伺います。

※ここでいうデジタル化とは、アナログデータをデジタルデータに変換・活用し、業務の効率化を図ることや、経営に新しい価値を生み出すことなどを指します。例えば、ワードやエクセルの使用からECの活用などITツールを経営に幅広く活用することを指します。

18-1 貴社の事業方針において、デジタル化の方針・目標が含まれているかについて、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 事業方針の中に、デジタル化の方針・目標が含まれている
2. 事業方針の中に、デジタル化の方針・目標が含まれていない

18-2 ①新型コロナウイルス感染症拡大前および②現在における貴社のデジタル化に対する考え方について、当てはまる番号をそれぞれ 1つずつ 選択して下さい。

	① <u>感染症拡大前</u> (当てはまる番号 <u>1つ</u>)	② <u>現在</u> (当てはまる番号 <u>1つ</u>)
1. 事業方針上の優先順位は高い	1	1
2. 事業方針上の優先順位はやや高い	2	2
3. 事業方針上の優先順位はやや低い	3	3
4. 特に必要性を感じない	4	4

18-3 貴社におけるオンラインツール（営業活動・商談等におけるオンライン活用、EC 活用、SNS 活用など）の導入への課題として、当てはまる番号すべてを選択して下さい。

1. 導入の効果がわからない
2. 自社にあったツールを見つけられない
3. 費用がかかる
4. 活用における人材やノウハウが不足している
5. 相談できるところが身近にない
6. その他（ ）
7. 特にない
8. 導入は検討していない

問19 貴社における海外展開に対する考え方について伺います。

19-1 ①新型コロナウイルス感染症拡大前および②現在における貴社の海外展開に対する考え方について、当てはまる番号をそれぞれ1つずつ選択して下さい。

	①感染症拡大前 (当てはまる番号 <u>1</u> つ)	②現在 (当てはまる番号 <u>1</u> つ)
1. 大いに重要である	1	1
2. ある程度重要である	2	2
3. どちらとも言えない	3	3
4. あまり重要ではない	4	4
5. 全く重要ではない	5	5

19-2 貴社における海外展開の開始・拡大への課題として、当てはまる番号すべてを選択して下さい。

1. 販売先の確保
2. 必要資金の確保
3. 信頼できる提携先・アドバイザーの確保
4. 現地の市場動向・ニーズの把握
5. 現地の法制度・商習慣の把握
6. 海外向け商品・サービスの開発
7. 海外展開を主導する人材の確保
8. その他（ ）
9. 特にない
10. 海外展開の開始・拡大は検討していない

◆ここからは、主に新型コロナウイルス感染症拡大前からの取組とその効果について伺います◆

V：貴社の経営分析に関する質問

問20 貴社における経営分析の実施状況について伺います。

20-1 貴社における強みや課題の分析の実施状況について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

- | | |
|-----------------|-------------------|
| 1. 定期的の実施している | →次の「20-2」に進んで下さい。 |
| 2. 過去に実施したことがある | →次の「20-2」に進んで下さい。 |
| 3. 実施していない | →「20-5」に進んで下さい。 |

20-2 問 20-1 において「1. 定期的の実施している」または「2. 過去に実施したことがある」と回答いただいた方に伺います。強みや課題の分析目的について、最も当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

- | |
|------------------------|
| 1. 新事業展開や既存事業強化、見直しのため |
| 2. 支援機関や金融機関に求められたため |
| 3. 補助金申請等に必要のため |

20-3 問 20-1 において「1. 定期的の実施している」または「2. 過去に実施したことがある」と回答いただいた方に伺います。強みや課題の分析は、①誰が実施しましたか。また②顧客の意見をどの程度取り入れていますか。

①誰が実施しましたか (当てはまる番号 <u>1つ</u>)	1. 自社が単独で実施 2. 支援機関や外部顧問などと協力して自社が主体的に実施 3. 支援機関や外部顧問などが主体的に実施 4. その他 ()
②顧客の意見をどの程度取り入れていますか (当てはまる番号 <u>1つ</u>)	1. 十分取り入れている 2. ある程度取り入れている 3. どちらとも言えない 4. あまり取り入れていない 5. 全く取り入れていない

20-4 問 20-1 において「1. 定期的の実施している」または「2. 過去に実施したことがある」と回答いただいた方に伺います。強みや課題の分析結果の経営への活用状況について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

- | |
|----------------|
| 1. 十分活用できている |
| 2. ある程度活用できている |
| 3. どちらとも言えない |
| 4. あまり活用できていない |
| 5. 全く活用できていない |

20-5 すべての方に伺います。貴社における、財務や資金繰りの管理状況について、当てはまる番号 **1つ** を選択して下さい。

1. 経営者や役員が主に管理
2. 税理士等外部顧問が主に管理
3. その他 ()
4. 管理していない

20-6 すべての方に伺います。経営分析に基づく経営計画の策定と実行および見直しの状況について、当てはまる番号 **1つ** を選択して下さい。

1. 策定・実行し、見直しを行っている
2. 策定・実行しているが、見直しは行っていない
3. 策定したが、実行できていない
4. 策定していない

20-7 すべての方に、貴社における外部環境や経営に関わる情報を収集するルートについて伺います。

①日常的に情報を収集するルート、および②新型コロナウイルス感染症拡大後に有効であった情報収集ルートについて、当てはまる番号をそれぞれ **3つまで** 選択して下さい。

	① <u>日常的に</u> 情報を収集する ルート (3つまで)	② <u>感染症拡大後</u> に有効であ った情報収集ルート (3つまで)
1. 新聞、テレビ等のメディア	1	1
2. 業界専門誌	2	2
3. インターネット	3	3
4. 統計データやレポート	4	4
5. セミナーや勉強会	5	5
6. 取引先や顧客	6	6
7. 税理士・公認会計士・コンサルタント	7	7
8. 経営者仲間	8	8
9. 金融機関	9	9
10. 商工会・商工会議所	10	10
11. 公的支援機関※（商工会・商工会議所を除く）	11	11
12. その他 ()	12	12
13. 情報収集はしていない	13	13

※「公的支援機関」とは、国や都道府県等が設置（予算措置も含む）する、中小企業が利用可能な支援を提供する団体等を指します。

VI：貴社の顧客との関係に関する質問

問21 貴社における顧客情報の把握について伺います。

21-1 貴社における顧客情報の把握の有無について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

- 1. 十分意識的に把握している
- 2. ある程度意識的に把握している
- 3. どちらとも言えない
- 4. あまり意識的に把握していない
- 5. 全く意識的に把握していない

21-2 収集した顧客情報の経営への活用状況について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

- 1. 十分活用できている → 次の「21-3」に進んで下さい。
- 2. ある程度活用できている → 次の「21-3」に進んで下さい。
- 3. どちらとも言えない → 次の「21-3」に進んで下さい。
- 4. あまり活用できていない → 次の「21-3」に進んで下さい。
- 5. 全く活用できていない → 「21-4」に進んで下さい。

21-3 問 21-2 において「5. 全く活用できていない」以外を回答いただいた方に伺います。 収集した顧客情報について、どのように活用していますか。当てはまる番号 すべて を選択して下さい。

- 1. 重点顧客の分析
- 2. 品揃えや、商品・サービスの改善
- 3. キャンペーンやセール案内などの販促に活用（DM送付等）
- 4. その他（ ）
- 5. 特定できていない

21-4 すべての方に伺います。収集した顧客情報の管理状況について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

- 1. 十分管理できている → 次の「21-5」に進んで下さい。
- 2. ある程度管理できている → 次の「21-5」に進んで下さい。
- 3. どちらとも言えない → 次の「21-5」に進んで下さい。
- 4. あまり管理できていない → 次の「21-5」に進んで下さい。
- 5. 全く管理できていない → 問22に進んで下さい。

21-5 問 21-4 において「5. 全く管理できていない」以外を回答いただいた方に伺います。 貴社では、顧客情報をどのように管理していますか。当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

- 1. 顧客台帳などを作成し、主に紙で管理している
- 2. 顧客情報をエクセルや管理ソフトなど主に電子データで管理している
- 3. その他（ ）

4. 管理する方法が定まっていない

問22 貴社の顧客とのつながりを意識した経営について伺います。

22-1 貴社の主な顧客の属性について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. リピート客が多い
2. リピート客と新規客が同程度
3. 新規客が多い
4. わからない

22-2 貴社の営業戦略について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 新規客の開拓を重視
2. リピート客を一様に重視
3. リピート客の中でも優先順位をつけている
4. 新規客、リピート客に優先順位はない

22-3 顧客との関係づくりとして、①新型コロナウイルス感染症拡大前に主に取り組んでいたこと、および②感染症拡大後に特に力を入れて取り組んだことについて、当てはまる番号をそれぞれ 3つまで 選択して下さい。

	① <u>感染症拡大前</u> に主に 取り組んでいたこと (3つまで)	② <u>感染症拡大後</u> に特に 力を入れて取り組んだこと (3つまで)
1. SNSでの情報発信	1	1
2. 自社HPでの情報発信	2	2
3. ECOMールやグルメサイト、宿泊サイトなど外部ネットツールの活用	3	3
4. オンラインでのイベントの実施	4	4
5. 対面でのイベントの実施	5	5
6. オンラインでの商談、展示会への参加	6	6
7. 対面での商談、展示会への参加	7	7
8. 店頭での積極的な声かけやコミュニケーションの徹底	8	8
9. POPや装飾による店頭での情報発信	9	9
10. 特定の顧客へのDM発送やフォローアップ	10	10
11. 折り込みチラシやポスティング	11	11
12. 会員特典やポイントカード	12	12
13. その他 ()	13	13
14. 特になし	14	14

22-4 感染症拡大後の常連客・上顧客との関係性について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 十分維持できている
2. ある程度維持できている
3. どちらとも言えない
4. あまり維持できていない
5. 全く維持できていない

VII：貴社の地域とのつながりに関する質問

問23 地域とのつながりを意識した経営について伺います。

23-1 貴社における地域とのつながりの程度について、当てはまる番号をそれぞれ 1つずつ 選択して下さい。

	十分当てはまる	ある程度当てはまる	どちらとも言えない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
1)地域内の需要開拓に取り組んでいる	1	2	3	4	5
2)地域活性化への取組に積極的である（地域イベントへの参加など）	1	2	3	4	5
3)地域内で事業者間の強いネットワークを持っている	1	2	3	4	5
4)地域資源を活用した商品・サービスを提供している	1	2	3	4	5

23-2 貴社と地域とのつながりによる新型コロナウイルス感染症拡大後の売上維持への貢献度合について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 大いに貢献している
2. ある程度貢献している
3. どちらとも言えない
4. あまり貢献していない
5. 全く貢献していない

23-3 感染症拡大後、同一市区町村内の顧客や消費者の売上に占める割合について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 大幅増加
2. 増加
3. 横ばい
4. 減少
5. 大幅減少

VIII：貴社のブランド化に関する質問

問24 貴社におけるブランド化について伺います。

24-1 貴社または貴社商品・サービス・技術のブランド化の特徴について、当てはまる番号をそれぞれ 1つずつ 選択して下さい。

	十分当てはまる	ある程度当てはまる	どちらとも言えない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
1)独自性を持っている（模倣困難性の高い商品・サービス・技術）	1	2	3	4	5
2)歴史やストーリーなどを反映したイメージやコンセプトを持っている	1	2	3	4	5
3)デザイン性が高く、顧客の感性に訴えている	1	2	3	4	5

24-2 貴社または貴社商品・サービス・技術のブランド化に対する評価について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 十分ブランド化できている →次の「24-3」に進んで下さい。
2. ある程度ブランド化できている →次の「24-3」に進んで下さい。
3. どちらとも言えない →次の「24-3」に進んで下さい。
4. あまりブランド化できていない →次の「24-3」に進んで下さい。
5. 全くブランド化できていない →問25に進んで下さい。

24-3 問 24-2 において「5. 全くブランド化できていない」以外を回答いただいた方に伺います。貴社または貴社商品・サービス・技術のブランド化は、新型コロナウイルス感染症拡大後において、継続して顧客からの支持を得ることに貢献していますか。当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 大いに貢献している
2. ある程度貢献している
3. どちらとも言えない
4. あまり貢献していない
5. 全く貢献していない

IX：貴社の SDGs の取組に関する質問

問25 貴社の SDGs（持続可能な開発目標）（※）に関する取組について伺います。

※SDGsとは、2015年に国連が採択した先進国を含む国際社会全体の2030年に向けた環境・経済・社会についての目標のことをいいます。SDGsには17の目標が設定されています。

25-1 貴社の SDGs への取組状況について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. SDGsについて既に取組を行っている
2. SDGsについて取組を検討している
3. SDGsの内容について知っているが、特に取組は検討していない
4. SDGsという言葉聞いたことがあるが、内容は知らない
5. SDGsについて全く知らない

25-2 SDGs の 17 の目標の中で関心がある番号すべてを選択して下さい。

1. 貧困をなくそう	2. 飢餓をゼロに
3. すべての人に健康と福祉を	4. 質の高い教育をみんなに
5. ジェンダー平等を実現しよう	6. 安全な水とトイレを世界中に
7. エネルギーをみんなにそしてクリーンに	8. 働きがいも経済成長も
9. 産業と技術革新の基盤をつくろう	10. 人や国の不平等をなくそう
11. 住み続けられるまちづくりを	12. つくる責任 つかう責任
13. 気候変動に具体的な対策を	14. 海の豊かさを守ろう
15. 陸の豊かさを守ろう	16. 平和と公正をすべての人に
17. パートナリーシップで目標を達成しよう	18. 関心のあるものはない

25-3 貴社の経営理念は SDGs の考え方や目的に沿ったものですか。当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 十分沿っている
2. ある程度沿っている
3. どちらとも言えない
4. あまり沿っていない
5. 全く沿っていない

25-4 問 25-1 において「1. SDGs について既に取組を行っている」または「2. SDGs について取組を検討している」と回答いただいた方に伺います。SDGs に取り組む目的について、当てはまる番号 すべて を選択して下さい。

1. 社会的責任の達成
2. 自社好感度の向上
3. 自社・自社商品・サービスの知名度向上
4. 新たな事業機会の獲得
5. 取引先との関係維持
6. 社内モチベーションの向上
7. その他 ()

25-5 問 25-1 において「1. SDGs について既に取組を行っている」と回答いただいた方に伺います。SDGs への取組の効果について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 大いに効果があった
2. ある程度効果があった
3. どちらとも言えない
4. あまり効果がなかった
5. 全く効果がなかった

X：貴社の商工会・商工会議所との関係に関する質問

問26 商工会・商工会議所とのつながりについて伺います。

26-1 新型コロナウイルス感染症拡大前における商工会・商工会議所の利用頻度について、当てはまる番号 1つ を選択して下さい。

1. 頻繁に利用していた
2. ある程度利用していた
3. あまり利用していなかった
4. 全く利用していなかった

26-2 **感染症拡大後の商工会・商工会議所の利用頻度の変化について、当てはまる番号 1 つを選択して下さい。**

1. 大幅増加
2. 増加
3. 横ばい
4. 減少
5. 大幅減少

26-3 感染症拡大後の商工会・商工会議所への期待度の変化について、当てはまる番号 **1 つ** を選択して下さい。

1. 高まった
2. 変化なし
3. 低くなった

26-4 感染症拡大後で満足度の高かった支援について、当てはまる番号すべてを選択して下さい。

1. 支援策（補助金・給付金・助成金・融資制度等）の情報提供
2. 営業・販路開拓
3. 商品・サービスの開発・改善
4. 経営計画の策定
5. 資金繰り
6. マル経融資の利用
7. 補助金・給付金・助成金申請
8. 人材の確保・育成
9. 感染防止対策
10. テレワーク、IT導入
11. 事業承継
12. 事業縮小・人員整理
13. 廃業
14. その他（ ）
15. 特にない

以上でアンケートは終了です。ご協力いただき、誠にありがとうございました。

令和2年11月吉日

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

経済産業省中小企業庁 委託事業関連調査
「商工会・商工会議所の小規模事業者支援に関する調査」
～ご協力のお願～

拝啓

時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

このたび、三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社では、中小企業庁より2021年版中小企業白書・小規模企業白書の執筆等に関連する「令和2年度小規模事業者を取り巻く環境の変化と需要獲得に関する調査に係る委託事業」を受託しました。

そこで、新型コロナウイルス感染症が拡大する中で、小規模事業者からの相談実態や業績回復に向けた取組に対する支援実態等を明らかにするため、全国の経営指導員様を対象としたアンケート調査（商工会・商工会議所の小規模事業者支援に関する調査）を企画・実施する運びとなりました。

つきましては、お忙しいところ恐縮ではございますが、趣旨をご理解いただき、本アンケート調査へご協力賜りたく、何卒宜しくお願い申し上げます。

敬具

【ご回答上のお願い】

1. 問1から順番にご回答ください。
2. ご回答いただいた調査票情報は、当該調査事業の成果物の一部として、経済産業省に提出されます。回答者個人が特定されるような形で集計及び公表されることはありません。
3. 回答期間は11月27日（金）から12月18日（金）17時までになります。

I : 基本情報に関する質問

問1 所在地および所属団体名

1-1 都道府県名を選択して下さい。（画面よりプルダウン）

都・道・府・県

1-2 団体名を記載して下さい。

--

問2 ご回答者（経営指導員）の属性

2-1 年齢について、当てはまる番号を**1つ**選択して下さい。

1. 20代以下
2. 30代
3. 40代
4. 50代
5. 60代以上

2-2 保有している資格等について、当てはまる番号を**すべて**選択して下さい。

1. 日商簿記（2級以上）
2. ファイナンシャルプランナー
3. 電子会計実務検定（2級以上）
4. ITコーディネーター
5. ITパスポート
6. 販売士（2級以上）
7. 弁理士
8. 税理士
9. 社会保険労務士
10. 行政書士
11. 中小企業診断士
12. 公認会計士
13. 司法書士
14. その他（ ）
15. 特になし

2-3 経営指導員として働いている通算年数について、当てはまる番号を1つ選択して下さい。

1. 5年未満
2. 5年以上10年未満
3. 10年以上20年未満
4. 20年以上30年未満
5. 30年以上40年未満
6. 40年以上

2-4 経営指導員となる直前に就いていた職業について、当てはまる番号を1つ選択して下さい。

1. 小規模事業者の役員、個人事業主
2. 中小企業の役員（上記を除く）
3. 小規模事業者の正社員
4. 中小企業の正社員（上記を除く）
5. 大企業の役員
6. 大企業の正社員
7. パート・アルバイト、契約社員・派遣社員
8. 公務員・団体職員
9. 学生（新卒）
10. その他（ ）

2-5 1年間の相談・指導の延べ件数について、当てはまる番号を1つ選択して下さい。

※1事業者に3回指導した場合は、3件となります。

1. 200件未満
2. 200件以上400件未満
3. 400件以上600件未満
4. 600件以上800件未満
5. 800件以上1,000件未満
6. 1,000件以上

2-6 得意、あるいは支援した経験が多い領域について、当てはまる番号を3つまで選択して下さい。

1. 経営全般
2. 税務
3. 労務
4. 金融
5. 経営革新
6. デジタル化（※）
7. 企業間取引
8. 創業
9. ものづくり
10. その他（ ）

※ここでのデジタル化とは、アナログデータをデジタルデータに変換・活用し、業務の効率化を図ることや、経営に新しい価値を生み出すことなどを指します。例えば、ワードやエクセルの使用からECの活用などITツールを経営に幅広く活用することを指します。

Ⅱ：コロナ禍の相談実態に関する質問

問3 ①新型コロナウイルス感染症拡大後（４～６月） および②現在（１１～１２月）における、会員の小規模事業者からの相談について伺います。昨年の同時期と比較した相談件数の増減について、当てはまる番号をそれぞれ１つずつ選択して下さい。

	(昨年同時期と比較) 当てはまる番号それぞれ <u>１つずつ</u>	
	① <u>感染症拡大後</u> <u>（４～６月）</u>	② <u>現在</u> <u>（１１～１２月）</u>
１．大幅増加	１	１
２．増加	２	２
３．横ばい	３	３
４．減少	４	４
５．大幅減少	５	５

問4 ①新型コロナウイルス感染症拡大後（４～６月） および②現在（１１～１２月）における、非会員の小規模事業者からの相談について伺います。昨年の同時期と比較した相談件数の増減について、当てはまる番号をそれぞれ１つずつ選択して下さい。

	(昨年同時期と比較) 当てはまる番号それぞれ <u>１つずつ</u>	
	① <u>感染症拡大後</u> <u>（４～６月）</u>	② <u>現在</u> <u>（１１～１２月）</u>
１．大幅増加	１	１
２．増加	２	２
３．横ばい	３	３
４．減少	４	４
５．大幅減少	５	５

問5 ①新型コロナウイルス感染症拡大前、②感染症拡大後（４～６月） および③現在（１１～１２月）における小規模事業者からの相談について伺います。各期間における最も多い相談方法について、当てはまる番号をそれぞれ１つずつ選択して下さい。

	最も多い相談方法それぞれ <u>１つずつ</u>		
	① <u>感染症拡大前</u>	② <u>感染症拡大後</u> <u>（４～６月）</u>	③ <u>現在</u> <u>（１１～１２月）</u>
１．窓口相談	１	１	１
２．巡回訪問	２	２	２
３．ウェブ会議ソフトを使ったオンライン相談	３	３	３
４．電話	４	４	４
５．メール	５	５	５
６．その他	６	６	６
７．実施できなかった	７	７	７

問6 ①新型コロナウイルス感染症拡大後（４～６月）および②現在（１１～１２月）における小規模事業者からの相談について伺います。昨年の同時期と比較して全体に占める割合が増加した業種について、当てはまる番号をそれぞれすべて選択して下さい。

	(昨年同時期と比較) 相談割合が増加した業種それぞれ <u>すべて</u>	
	① <u>感染症拡大後（４～６月）</u>	② <u>現在（１１～１２月）</u>
1. 製造業	1	1
2. 建設業	2	2
3. 卸売業	3	3
4. 小売業	4	4
5. 宿泊業	5	5
6. 飲食サービス業	6	6
7. 生活関連サービス業	7	7
8. 娯楽業	8	8
9. その他のサービス業	9	9
10. その他	10	10

問7 ①新型コロナウイルス感染症拡大前、②感染症拡大後（４～６月）、③現在（１１～１２月）における小規模事業者からの相談について伺います。各期間における相談件数の多い相談内容について、当てはまる番号をそれぞれ3つまで選択して下さい。

	相談件数の多い相談内容それぞれ <u>3つまで</u>		
	① <u>感染症拡大前</u>	② <u>感染症拡大後（４～６月）</u>	③ <u>現在（１１～１２月）</u>
1. 支援策（補助金・給付金・助成金・融資制度等）の情報提供	1	1	1
2. 営業・販路開拓	2	2	2
3. 商品・サービスの開発・改善	3	3	3
4. 経営計画の策定	4	4	4
5. 資金繰り	5	5	5
6. マル経融資の利用	6	6	6
7. 補助金・給付金・助成金申請	7	7	7
8. 人材の確保・育成	8	8	8
9. 感染防止対策	9	9	9
10. テレワーク・IT導入	10	10	10
11. 事業承継	11	11	11
12. 事業縮小・人員整理	12	12	12
13. 廃業	13	13	13
14. その他	14	14	14

問8 新型コロナウイルス感染症拡大後（４～６月）における小規模事業者からの相談について伺います。①製造業および②非製造業で相談件数の多い相談内容について、当てはまる番号をそれぞれ3つまで選択して下さい。

	<u>感染症拡大後（４～６月）</u> 相談件数の多い相談内容それぞれ <u>3つまで</u>	
	①製造業	②非製造業
1. 支援策（補助金・給付金・助成金・融資制度等）の情報提供	1	1
2. 営業・販路開拓	2	2
3. 商品・サービスの開発・改善	3	3
4. 経営計画の策定	4	4
5. 資金繰り	5	5
6. マル経融資の利用	6	6
7. 補助金・給付金・助成金申請	7	7
8. 人材の確保・育成	8	8
9. 感染防止対策	9	9
10. テレワーク・IT導入	10	10
11. 事業承継	11	11
12. 事業縮小・人員整理	12	12
13. 廃業	13	13
14. その他	14	14

問9 現在（11～12月）における小規模事業者からの相談について伺います。①製造業および②非製造業で相談件数の多い相談内容について、当てはまる番号をそれぞれ3つまで選択して下さい。

	<u>現在（11～12月）</u> 相談件数の多い相談内容それぞれ <u>3つまで</u>	
	①製造業	②非製造業
1. 支援策（補助金・給付金・助成金・融資制度等）の情報提供	1	1
2. 営業・販路開拓	2	2
3. 商品・サービスの開発・改善	3	3
4. 経営計画の策定	4	4
5. 資金繰り	5	5
6. マル経融資の利用	6	6
7. 補助金・給付金・助成金申請	7	7
8. 人材の確保・育成	8	8
9. 感染防止対策	9	9
10. テレワーク・IT導入	10	10
11. 事業承継	11	11
12. 事業縮小・人員整理	12	12
13. 廃業	13	13
14. その他	14	14

問10 小規模事業者からの相談があったものの、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について、
当てはまる番号を**すべて**選択して下さい。

1. 支援策（補助金・給付金・助成金・融資制度等）の情報提供
2. 営業・販路開拓
3. 商品・サービスの開発・改善
4. 経営計画の策定
5. 資金繰り
6. マル経融資の利用
7. 補助金・給付金・助成金申請
8. 人材の確保・育成
9. 感染防止対策
10. テレワーク・IT導入
11. 事業承継
12. 事業縮小・人員整理
13. 廃業
14. その他（ ）
15. 特になし

問11 小規模事業者からの相談にあたり、支援の質を高めるために経営指導員として連携を強化したい民間事業者について、
当てはまる番号を**すべて**選択して下さい。

- | | |
|----------------------|--------------------|
| 1. 税理士 | 2. 公認会計士 |
| 3. 弁護士 | 4. 司法書士 |
| 5. 行政書士 | 6. 社会保険労務士 |
| 7. 弁理士 | 8. 中小企業診断士 |
| 9. 金融機関 | 10. ベンチャーキャピタル |
| 11. 商社 | 12. 商品のバイヤー・販売先 |
| 13. コンサルティング会社 | 14. プロダクトデザイナー |
| 15. その他のビジネスマッチング支援者 | 16. クラウドファンディング事業者 |
| 17. ECサイト運営会社 | 18. ITベンダー（※） |
| 19. ITコーディネータ | 20. メディア |
| 21. その他（ | 22. 特になし |

※ITベンダーとは、ソフトウェア、ハードウェア、その集合体であるコンピュータシステムの販売や開発、サポートを行う企業を指します。
ITコーディネータやコンサルティング会社は含みません。

問12 新型コロナウイルス感染症拡大をきっかけに、小規模事業者向けに実施した「営業・販路開拓」に関する具体的な支援策について、当てはまる番号を**すべて**選択して下さい。

- | | |
|----------------------------|-------------------------|
| 1. テイクアウト・デリバリーの実施支援 | 2. クラウドファンディングの実施支援 |
| 3. プレミアム付き商品券や利用券、クーポン券の発行 | 4. 食品ロス・売れ残り商品の流通支援 |
| 5. 宣伝広告、PR活動の実施支援 | 6. オンラインでの商談会・展示会の実施 |
| 7. 対面での商談会・展示会の実施 | 8. オンラインでの地域住民向けイベントの実施 |
| 9. 対面での地域住民向けイベントの実施 | 10. ECの導入・活用支援 |
| 11. その他（ ） | 12. 特になし |

問13 ①新型コロナウイルス感染症拡大前および②現在（11～12月）における小規模事業者に対する相談・支援にあたり、重要と考えていた/考えている資質について、当てはまる番号をそれぞれ3つまで選択して下さい。

	重要と考えていた/考えている 資質それぞれ <u>3つまで</u>	
	① <u>感染症拡大前</u>	② <u>現在</u> <u>（11～12月）</u>
1. 傾聴力（相談内容を引き出し、課題を整理）	1	1
2. 診断力（経営状態の診断や分析）	2	2
3. 提案力（経営計画等を提案）	3	3
4. 情報力（最新の施策や業界情報等に精通）	4	4
5. ネットワーク（他の支援機関や専門家、企業等を紹介）	5	5
6. ITスキル（ITツールの導入や運用を支援）	6	6
7. その他	7	7

問14 ①新型コロナウイルス感染症拡大前および②現在（11～12月）における小規模事業者の経営課題として、重要と
考えていた/考えているものについて、当てはまる番号をそれぞれ3つまで選択して下さい。

	重要と考えていた/考えている 経営課題それぞれ <u>3つまで</u>	
	① <u>感染症拡大前</u>	② <u>現在</u> <u>（11～12月）</u>
1. 営業・販路開拓（営業力・販売力の維持強化、新規顧客・販路の開拓）	1	1
2. 新商品・新サービスの開発	2	2
3. 商品・サービスの高付加価値化（ブランド化）	3	3
4. 人材の確保・育成、働き方の改善	4	4
5. 後継者の育成・決定	5	5
6. ITの利活用（ホームページ等による情報発信、インターネットによる受発注、間接業務の削減）	6	6
7. 生産・製造（設備増強、設備更新、設備廃棄）	7	7
8. 財務（運転資金の確保、設備投資資金の確保、コストの削減、借入金の削減）	8	8
9. 技術・研究開発（新技術開発、技術力の強化）	9	9
10. その他	10	10

Ⅲ：コロナ禍でも安定している小規模事業者の特徴に関する質問

問15 コロナ禍の現在（11～12月）でも、売上を維持（または拡大）できている小規模事業者の特徴について伺います。

15-1 顧客とのつながりが強い小規模事業者（※）ほど、現在も売上を維持（または拡大）できていると思いますか。当てはまる番号を **1つ** 選択して下さい。

※例）リピート客が多い事業者、顧客との関係づくりに積極的に取り組んでいる事業者等

1. 強く思う
2. ある程度思う
3. どちらとも言えない
4. あまりそう思わない
5. 全くそう思わない

15-2 地域とのつながりが強い小規模事業者（※）ほど、現在も売上を維持（または拡大）できていると思いますか。当てはまる番号を **1つ** 選択して下さい。

※例）地域内の需要開拓に取り組んでいる事業者、地域活性化（地域イベントへの参加など）に積極的である事業者、地域内で事業者間の強いネットワークを持っている事業者、地域資源を活用した商品・サービスを提供している事業者等

1. 強く思う
2. ある程度思う
3. どちらとも言えない
4. あまりそう思わない
5. 全くそう思わない

15-3 企業および商品・サービス・技術がブランド化されている小規模事業者（※）ほど、現在も売上を維持（または拡大）できていると思いますか。当てはまる番号を **1つ** 選択して下さい。

※例）保有する商品・サービス・技術が、独自性を持っている（模倣困難性の高い）事業者、歴史やストーリーなどを反映したイメージやコンセプトを持っている事業者、デザイン性が高く顧客の感性に訴えている事業者等

1. 強く思う
2. ある程度思う
3. どちらとも言えない
4. あまりそう思わない
5. 全くそう思わない

15-4 普段から商工会・商工会議所を活用している小規模事業者ほど、現在も売上を維持（または拡大）できていると思いますか。当てはまる番号を **1つ** 選択して下さい。

1. 強く思う
2. ある程度思う
3. どちらとも言えない
4. あまりそう思わない
5. 全くそう思わない

IV：今後の小規模事業者の持続的な発展策に関する質問

問16 今後の小規模事業者の持続的な発展策について伺います。

16-1 小規模事業者がデジタル化（※）に取り組むことは、今後の持続的発展に貢献すると思いますか。当てはまる番号を **1つ** 選択して下さい。

※ここでいうデジタル化とは、アナログデータをデジタルデータに変換・活用し、業務の効率化を図ることや、経営に新しい価値を生み出すことなどを指します。例えば、ワードやエクセルの使用からECの活用などITツールを経営に幅広く活用することを指します。

- 1. 大いに貢献と思う
- 2. ある程度貢献と思う
- 3. どちらとも言えない
- 4. あまり貢献しないと思う
- 5. 全く貢献しないと思う

16-2 小規模事業者が経営分析に取り組むことは、今後の持続的発展に貢献すると思いますか。当てはまる番号を **1つ** 選択して下さい。

- 1. 大いに貢献と思う
- 2. ある程度貢献と思う
- 3. どちらとも言えない
- 4. あまり貢献しないと思う
- 5. 全く貢献しないと思う

16-3 小規模事業者がSDGsに取り組むことは、今後の持続的発展に貢献すると思いますか。当てはまる番号を **1つ** 選択して下さい。

- 1. 大いに貢献と思う
- 2. ある程度貢献と思う
- 3. どちらとも言えない
- 4. あまり貢献しないと思う
- 5. 全く貢献しないと思う

以上でアンケートは終了です。ご協力いただき、誠にありがとうございました。

二次利用未承諾リスト

令和2年度 小規模事業者を取り巻く環境の変化と
需要獲得に関する調査に係る委託事業

令和2年度 小規模事業者を取り巻く環境の変化と
需要獲得に関する調査に係る委託事業

三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)

[illegible]