第一部　令和元年度の中小企業の動向

第1章　中小企業・小規模事業者の動向

本章では、我が国経済の動向について概観するとともに、中小企業・小規模事業者の動向及び中小企業・小規模事業者を取り巻く経営環境について見ていく。

第1節　我が国経済の現状

始めに、我が国経済の動向について概観する。実質GDP成長率の推移を確認すると、2019年の年間成長率は0.7％となり、2018年を上回った。（第1-1-1図）。2019年の動きについて見ると、公需が経済を下支えする一方で、消費税率引上げに伴う一定程度の駆け込み需要の反動減や、台風や暖冬の影響等により第4四半期は民需が弱い動きとなったため、5四半期ぶりのマイナスとなっている。次に、産業面の活動状況について、「全産業活動指数（経済産業省）」により、「鉱工業生産指数」、「第3次産業活動指数」、「建設業活動指数」それぞれの動きを確認する（第1-1-2図）。まず、鉱工業の活動状況については、2016年第2四半期以降持ち直してきたが、2018年に入って横ばい傾向で推移した後、2019年第4四半期には、2018年半ばより低下していた輸出向け出荷が一段と低下したことに加え、国内向け出荷も低下したことにより、大幅な低下となった。次に、サービス業や小売業など第3次産業については、2014年第2四半期以降上昇傾向で推移していたが、2019年第4四半期に大幅に低下した。続いて、建設業については、2019年前半は上昇で推移したものの、2019年後半は一転して低下傾向となっている。最後に、上記三つの指標の組合せで作成される全産業活動指数を確認すると、2019年第3四半期までは堅調に推移した後、2019年第4四半期に低下に転じている。次に、企業の景況感について、日本銀行「全国企業短観経済観測調査」（以下「日銀短観」という。）の業況判断DIの推移を確認する（第1-1-3図）。製造業、非製造業共にリーマン・ショック以降、総じて回復基調が続いていたが、2018年以降は横ばいから低下傾向で推移している。また、製造業については特に落ち込みが大きく、2019年の第4四半期は2013年以来のマイナスとなった。

第2節　中小企業・小規模事業者の現状

本節では、中小企業・小規模事業者に焦点を当て、業況、収益、投資、資金繰り、倒産状況、取引環境などといった中小企業・小規模事業者の動向や中小企業・小規模事業者を取り巻く状況について確認していく。

1　業況

始めに、中小企業の業況について、調査対象の8割が小規模企業である、中小企業庁・（独）中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」（以下、「景況調査」という。）の業況判断DIの推移を確認する（第1-1-4図）。

中小企業の業況は、リーマン・ショック後に大きく落ち込み、その後は東日本大震災や2014年4月の消費税率引上げの影響でところどころで落ち込みはあるものの、総じて緩やかな回復基調で推移してきた。2019年に入ると、米中貿易摩擦の影響による外需の落ち込みや、2019年10月の消費税率引上げに伴う一定程度の駆け込み需要の反動減に加え、台風や暖冬等の影響もある中で、業況判断DIの低下が続いている。この業況判断DIの推移を地域別に見たものが第1-1-5図である。これを見ると、地域によっても推移にばらつきが見られるものの、足元では、全ての地域で業況判断DIが低下していることが分かる。続いて、業種別に、業況判断DIを確認すると、オリンピック開催に伴う建設需要の拡大の影響を受けた建設業を除き、2019年の業況判断DIは低下傾向で推移した。また、足元の2020年1-3月期は小売業を除いて低下した（第1-1-6図）。

2　売上高・経常利益

次に、中小企業の収益の状況について、財務省「法人企業統計調査季報」を用いて売上高と経常利益の動きについて見ていく。

中小企業の売上高は、リーマン・ショック後及び2011年の東日本大震災発生後に大きく落ち込み、2013年頃から横ばいで推移した後、2016年第3四半期より増加傾向となっていた。2019年はこの傾向に変化が見られ、中小企業の売上高は2019年第3四半期に減少に転じた（第1-1-7図）。続いて、中小企業の経常利益は売上高同様、リーマン・ショック後に大きく落ち込んだが、その後は緩やかな回復基調が続いている。2019年を通じた動きを見ると、大企業の経常利益が2019年第2四半期に減少に転じた中、中小企業の経常利益は横ばいで推移している（第1-1-8図）。

3　設備投資・ソフトウェア投資・研究開発投資

次に、中小企業の投資の動向について見ていく。

まず、中小企業の設備投資は、2013年以降強含みで推移していたが、2016年以降はほぼ横ばいで推移している（第1-1-9図）。また、設備の過不足感について、企業規模別、業種別に、生産・営業用設備判断DIの推移を確認する（第1-1-10図）。全体的に、2009年をピークに過剰感が徐々に解消され、製造業では2017年前半、非製造業では2013年半ばに不足に転じた。その後、非製造業は依然として設備の不足感が続いている一方、製造業では2018年後半から不足感が弱まっていることが分かる。続いて、中小企業がどのような目的で設備投資を行っているかについて確認する（第1-1-11図）。まず直近の2017年度では、「既存建物・設備機器等の維持・補修・更新」が最も多くなっており、10年間でその割合が増加していることが分かる。一方で、「既存事業部門の売上増大」、「新規事業部門への進出・事業転換・兼業部門の強化など多角化」、「省力化・合理化（管理部門）」の割合は、2007年度と比較して減少していることが分かる。次に、IT関連指標としてソフトウェア投資の推移について確認する。中小企業のソフトウェア投資は長期にわたって横ばいで推移しており、足元では大企業との差が広がりつつある（第1-1-12図）。また、ソフトウェア投資比率について見ると、足元で大企業は上昇傾向で推移している一方、中小企業は低下から横ばい傾向で推移しており、その差が広がっている（第1-1-13図）。次に、新たな製品・サービスを生み出すための研究開発活動について見ていく。第1-1-14図は、売上高に占める研究開発費の割合の推移である。これを見ると、中小企業の売上高に占める研究開発費の割合は、業種にかかわらず、ほぼ横ばいで推移しており、同業種の大企業に比べて低水準にあることが分かる。また、研究開発を実施している中小企業の割合を示したのが第1-1-15図である。これを見ると、業種によって実施割合の水準は異なるものの、中小企業の中でも従業員規模が大きくなるほど実施割合が総じて高いことが見て取れる。研究開発を行うためには、十分な設備・人材・資金などの経営資源が必要であり、企業規模の小さな企業にとって、研究開発に取り組むことは必ずしも容易でないことが示唆される。

4　資金繰り・倒産

始めに、中小企業の資金繰りDIについて景況調査を用いて確認すると、リーマン・ショック後に大きく落ち込み、その後は東日本大震災や2014年4月の消費税引上げに伴い一時的に落ち込みは見られたものの、改善傾向で推移してきた。2019年に入るとこうした動きに変化があり、資金繰りDIはやや低下傾向となった（第1-1-16図）。また、中小企業向け貸出金の推移についても確認すると、2012年まではおおむね横ばいで推移してきたが、2013年以降は右肩上がりで推移しており、2019年も堅調に増加した（第1-1-17図）。続いて、倒産件数の推移について確認する（第1-1-18図）。我が国の倒産件数は、2009年以来10年連続で減少してきたが、2019年の倒産件数は11年ぶりに前年を上回った。しかし、長期的に見ると倒産件数の最も少なかった1990年以降の30年間で3番目に少ない水準である。また、これを規模別に見ると、倒産件数の大部分を小規模企業が占めていることが分かる（第1-1-19図）。

5　取引環境

ここでは、中小企業の取引環境を概観する。まず、日銀短観を用いて企業規模別に仕入価格DIと販売価格DIの動向を確認すると、2016年頃から仕入価格DIが上昇し、それに応じて販売価格DIも上昇していたが、2018年から足元にかけて仕入価格DI、販売価格DI共に低下に転じている（第1-1-20図）。

また、販売価格DIから仕入価格DIを引いた数値である交易条件指数の推移について見ると、2000年代に入ると、大企業と中小企業の差が徐々に開きはじめ、足元でもその差は埋まらずに推移している（第1-1-21図）。

6　海外展開・インバウンド需要

第1-1-22図は、企業規模別の直接輸出企業の割合の推移である1。これを見ると、中小企業の輸出企業割合は長期的に増加傾向にあることが分かる。また、中小企業の輸出額と売上高に占める輸出額の割合の推移を見ると、足元では減少が見られるものの、長期的にはいずれも増加傾向にあることが分かる（第1-1-23図）。

次に、中小企業の海外直接投資の状況を確認する。第1-1-24図は、企業規模別の海外現地法人の保有率の推移である。これを見ると、海外子会社を保有する中小企業の割合は長期的に増加傾向にあることが分かる。

また、第1-1-25図は、海外直接投資を行っている中小企業が進出した国・地域の構成の推移である。これを見ると、2000年代は進出先として中国が最も多かったが、近年の構成比では減少傾向となっている。その中国に代わってASEANへの進出が増加しており、2017年は全体の約3分の1を占めている。続いて、インバウンド需要の動向について確認すると、訪日外国者数は2011年以降、一貫して増加している（第1-1-26図）。これに伴い、訪日外国者の旅行消費額も年々増加している。

7　商店街の現状

ここでは、商店街について、その現状を見ていく。まず、商店街の最近の景況について確認すると、2018年度は「衰退の恐れがある/衰退している」と回答した割合が68％と最も多くなっているものの、2009年度と比べるとその割合は低下しており、景況は一定の改善が見られる（第1-1-27図）。

また、これを立地市区町村の人口規模別に見ると、人口規模が小さくなるにつれて「衰退の恐れがある/衰退している」と回答した割合が高くなっている（第1-1-28図）。

次に、最近3年間の来街者数の変化について推移を見ると、2018年度は「減った」と回答した割合は依然として5割を超えているものの、2009年度以降その割合は改善傾向で推移している（第1-1-29図）。続いて、来街者が減少した要因について見ると、2018年度は「魅力のある店舗の減少」が最も多くなっている。また、「地域の人口減少」を来街者の減少要因として回答する割合が、2009年度から2018年度にかけて著しく増加していることが見て取れる（第1-1-30図）。

第3節　人手不足の状況と雇用環境

昨今、人口が減少傾向にあるとともに、生産年齢人口が減少していることにより、人手不足が深刻化している。本節では、人手不足の状況と雇用環境について概観するとともに、中小企業における働き方改革への対応状況について見ていく。

始めに、我が国の人口の推移と年齢別構成比について確認する（第1-1-31図）。我が国の人口は2008年をピークに、2011年以降は減少が続いている。また、この傾向は将来にわたって継続すると見込まれ、2065年には8,808万人になるものと推計されている。第1-1-32図は、就業者数と就業率の推移を示したものである。就業者数は2013年以降、7年連続で増加している。また、就業率についても2012年を底に上昇を続けている。

第1-1-33図は、就業率の10年ごとの変化を性別及び年齢別に見たものである。女性の結婚・出産期に当たる年代に一旦就業率が低下し、育児が落ち着いた時期に再び上昇するというM字カーブについて、M字の谷の部分が浅くなってきており、全体としても女性の就業率が上昇している。また、60歳以上の労働者層についても就業率が上昇している。このように、我が国全体としての生産年齢人口が減少する中で、女性や高齢者の労働参加が着実に進んでいることが分かる。

続いて、企業の雇用状況について見ていく。第1-1-34図は、従業者規模別の非農林業雇用者数の推移を示したものである。従業者規模30人未満の事業所の雇用者数は減少傾向で推移している一方、従業者規模100人以上の事業所の雇用者数は増加傾向で推移している。第1-1-35図は、中小企業の人手不足感について業種別に見たものである。2013年第4四半期に全ての業種で従業員過不足DIがマイナスになり、その後も人手不足感は強まり続け、足元では改善が見られるものの、人手不足感は依然として強いことが分かる。続いて、企業の人材確保の状況について見ていく。第1-1-36図及び第1-1-37図は、従業者規模別に見た大卒予定者の求人数及び就職希望者数の推移である。まず、従業者数299人以下の企業については、求人数の減少と就職希望者数の増加により、足元の求人倍率は2019年卒の9.9倍から2020年卒の8.6倍と低下したものの、依然として高水準となっている。一方で、従業者数300人以上の企業については、足元の求人倍率は横ばいだが、求人倍率が1倍を下回っており、求人数より就職希望者が多い状況が続いている。

第1-1-38図は、転職者数の推移について、前職と現職をそれぞれ中小企業と大企業に分けて示したものである。これを見ると、大企業から中小企業への転職者数は横ばいで推移している一方で、中小企業から大企業への転職者数は増加傾向となっている。

ここからは、（株）帝国データバンクが「令和元年度取引条件改善状況に関する調査等事業2」において実施したアンケートの結果を利用し、中小企業の人手不足の状況について詳しく見ていく。第1-1-39図は、従業員規模別に人員の過不足状況を確認したものである。これを見ると、従業員規模が大きい企業ほど、人員が「不足」している企業の割合が高くなる傾向にある。第1-1-40図は、人員の過不足別に見た、直近1年間の売上高の動向である。これを見ると、人員が「不足」していると回答した企業において、直近1年の売上高が「増加」した企業の割合が最も高く、特に業績が拡大基調にある企業ほど人手不足にあることが分かる。

第1-1-41図は、業種別3に見た、人員不足による影響である。これを見ると、「〔2〕サービス業」、「〔3〕その他」において、「売上機会の逸失」と回答した企業の割合が最も高くなっている。その一方で、「〔1〕製造業」においては、「残業時間の増大」と回答する企業の割合が最も高くなっている。また、「〔1〕製造業」においては「納期遅れなどのトラブル」と回答した企業も34.0％存在している。第1-1-42図は、業種別に見た、不足している職種の状況である。これを見ると、「製造業」においては「現場職」と回答した企業の割合が77.0％となっており、工場や店舗などでの働き手不足が深刻であることが分かる。他方、「サービス業」では、「技術職（設計、システムエンジニア、デザイナー、運転手などの専門職）」が不足しているという企業が69.7％と最も高い結果となっている。ここまでは、人手不足の状況について確認してきたが、続いて、労働者の雇用環境について見ていく。第1-1-43図は、従業者規模別の給与額の推移である。いずれの企業規模においても給与額は上昇しているものの、企業規模間で引き続き水準に開きが見られる。第1-1-44図は、従業者規模別の賃上げ率の推移を示している。これを見ると、299人以下の企業も足元では賃上げ率が上昇傾向にあるものの、おおむね300人以上の企業の賃上げ率を下回って推移しており、従業者規模による格差は引き続き拡大しているといえる。賃上げに関連して、最低賃金の推移を見ると、最低賃金は毎年引き上げられており、近年は引上げ幅も大きくなっていることが分かる（第1-1-45図）。

魅力的な職場づくりを行うことは、人手不足の解消に向けた有効な手段である。政府は2019年4月1日より「働き方改革関連法」を順次施行しており、全ての企業に対して労働環境の整備を促している。まずは、この「働き方改革関連法」のスケジュールを確認していく。

＜働き方改革の工程表＞

（1）時間外労働の上限規制

大企業は2019年4月1日から、中小企業は2020年4月1日から、時間外労働の上限について、月45時間、年360時間を原則とし、臨時的な特別の事情がある場合でも、年720時間、単月100時間未満（休日労働含む）、複数月平均80時間（休日労働含む）を限度に設定することが義務付けられる。原則である月45時間を超えることができるのは、年6回までとなる。

（2）年5日の年次有給休暇の確実な取得

大企業・中小企業共に、2019年の4月1日から、使用者が、法定の年次有給休暇付与日数が10日以上の全ての労働者について、毎年5日、年次有給休暇を確実に取得させることが義務付けられた。

（3）同一労働同一賃金～雇用形態にかかわらない公正な待遇の確保～

2020年4月1日から、同一企業内において、正規雇用労働者と非正規雇用労働者（パートタイム労働者・有期雇用労働者・派遣労働者）との間で、基本給や賞与などのあらゆる待遇について、不合理な待遇差が禁止される（中小企業におけるパートタイム・有期雇用労働法の適用は2021年4月1日）。

（4）割増し賃金率の引上げ

大企業では既に施行されているが、中小企業でも、2023年の4月1日から、適用猶予措置が廃止され、月60時間を超える時間外労働について、割増し賃金率を50％以上とすることが義務付けられる。

上記で見たように、年5日の年次有給休暇の取得は、既に中小企業にも適用が開始されている。また、時間外労働の上限規制や同一労働同一賃金についても順次適用が開始され、中小企業はこれらに対して着実に対応していくことが求められる。

ここからは、（株）帝国データバンクが「令和元年度取引条件改善状況に関する調査等事業」において実施したアンケートの結果から、上記で確認した働き方改革に対する取組状況を確認していく。

第1-1-47図は、従業員規模別に見た、働き方改革における内容別の理解度である。

これを見ると、働き方改革については、総じて一定程度の理解が得られていることが分かる。従業員規模別に理解度を見ていくと、従業員規模が小さい企業ほど、「十分に理解している」という企業割合が低下していく傾向にある。

また、既に施行されている「年次有給休暇の確実な取得」と「時間外労働の上限規制」に関しては、「全く理解していない」と回答した企業はほとんど存在しないが、今後施行される「同一労働・同一賃金の実施」に関しては、従業員規模が20名以上の中小企業でも約1割が「全く理解していない」状況にある。第1-1-48図は、従業員規模別に見た、働き方改革全般への対応状況である。

これを見ると、既に「対応済みである」と回答した企業の割合は、従業員規模300名以下の中小企業で3割を超える。他方、「対応は困難」と回答した企業の割合は従業員規模が小さいほど高くなる傾向にある。以上に関連して、コラム1-1-1では、魅力ある職場づくりに取り組む中小企業の好事例及び働き方改革を後押しする支援策を紹介する。また、コラム1-1-2では、外国人材の受入れの状況について概観する。さらに、事例1-1-1と事例1-1-2では、今後更に期待される女性活躍の推進に取り組む企業の事例を紹介する。

第4節　消費税率引上げの中小企業・小規模事業者への影響

2019年10月に、2014年4月以来の消費税率引上げが実施された。本節ではこの消費税率引上げによる中小企業・小規模事業者への影響について見ていく。

第1-1-49図は、GDPの個人消費について2014年と2019年の消費税率引上げ前後を比較したものである。これを見ると、2019年10月の消費税率引上げに伴い、一定程度の駆け込み需要の反動減があったことが分かる。他方で、2014年4月の消費税率引上げと比べると、今回の駆け込み需要と反動減は前回ほどでなかったと見られる。第1-1-50図は、今後の暮らし向きの見通しなどについての消費者の意識を示す消費者態度指数の推移を見たものである。同図において、2019年10月以降は上昇傾向に転じて持ち直しの動きが見られていたが、足元では新型コロナウイルス感染症の影響が反映されたことから低下した。

こうした消費の動向や消費者の意識は、企業の業績にどのような影響をもたらしているだろうか。

第1-1-51図は、景況調査を用いて、消費税率引上げ前後の中小企業の売上DIの推移を示したものである。いずれの業種においても、売上DIは消費税率引上げ時に低下しているものの、前回の2014年4月の消費税率引上げと比較すると、サービス業を除き低下幅は小さいことが分かる。第1-1-52図は、中小企業に対して消費税率引上げによる業績への影響について尋ねたものを、消費税率引上げ前後で比較したものである。これを見ると、消費税率引上げ前の6月調査の結果と比べて、消費税率引上げ後の11月調査では、「全く影響はないと思う」と回答した事業者が約1割増加し、反対に「かなり影響があると思う」と回答した事業者が約1割減少しており、全体として、消費税率引上げ前に想定したほど業績への影響はなかった可能性がある。第1-1-53図は、消費税率引上げ後の価格設定の方法について、業種別に見たものである。いずれの業種においても、半数以上の事業者が「全ての商品・サービスの価格を一律2％引上げている」と回答している。他方、小売業やサービス業では何らかの方法で価格を据え置いている事業者が4分の1程度存在することが見て取れる。消費税は価格への転嫁を通じて、最終的には消費者が負担することが予定されている税であり、取引の中で適切に転嫁されていくことが重要である。第1-1-54図は、消費税の転嫁状況を事業者間取引と消費者向け取引について見たものである。事業者間取引については約9割、消費者向け取引については約8割の事業者が「全て転嫁できている」と回答している。一方で、事業者間取引については2％、消費者向け取引については3％の事業者が「全く転嫁できていない」と回答しており、消費税を適切に転嫁できていない事業者が一定数存在している。

第5節　中小企業・小規模事業者を取り巻くリスク

2019年度は、台風等の自然災害や、新型コロナウイルス感染症など、我が国の中小企業に大きな影響を与える事象が相次いで発生した。堅調に事業活動を行っていたとしても、こうした予期せぬリスクにさらされ、事業の継続が困難になることがある。本節では、不測の事態が生じた際の影響を可能な限り小さくするためには、事前の備えが重要であるとともに、リスクを新たな価値の創造につなげる企業も存在することを示す。

1　自然災害の影響

我が国は世界の中でも自然災害が多く、2019年も台風などの自然災害が立て続けに発生し、多くの中小企業の経営に影響をもたらした（第1-1-55図）。また、こうした災害にかかる各種損害保険の支払保険金額について見ると、2018年と2019年に発生した災害が過去と比較しても、規模の大きい災害であったことが分かる（第1-1-56図、第1-1-57図）。では、こうした頻発する自然災害に対する企業の対応状況はどうだろうか。第1-1-58図は、企業規模別に自然災害に対する経営上のリスクへの対応状況を示したものである。これを見ると、「十分に対応を進めている」、「ある程度対応を進めている」と回答した割合は、大企業が約4割であるのに対して、中小企業は約2割となっており、大企業と比べて中小企業の自然災害へのリスク対応が進んでいない状況が分かる。

また、大企業、中小企業共に半数以上が「あまり対応を進めていない」、「ほとんど対応を進めていない」と回答しており、企業規模にかかわらず自然災害のリスクに対する取組は十分に進んでいないことが見て取れる。

2　新型コロナウイルス感染症の影響

自然災害以外に、そのリスクが実際に影響となって表れたのが新型コロナウイルス感染症の発生である。

新型コロナウイルス感染症は、2019年12月に確認されて以降、感染が国際的に広がりを見せ、世界保健機関（WHO）が2020年1月30日に「国際的に懸念される公衆衛生上の緊急事態」を宣言するに至った。また、我が国でも2月25日に「新型コロナウイルス感染症対策の基本方針」を決定し、講じていくべき対策などをとりまとめた。

新型コロナウイルスの感染拡大により、国民生活は当然のこと、企業活動への影響も発生している。経済協力開発機構（OECD）は、2020年の実質GDP伸び率について、2019年11月時点では2.9％（世界）、0.6％（日本）と予測していたが、新型コロナウイルスの感染拡大の影響を踏まえ、2020年3月に2.4％（世界）、0.2％（日本）に下方修正した。7 8 また、2020年3月の内閣府の月例経済報告では、基調判断について「景気は、新型コロナウイルス感染症の影響により、足元で大幅に下押しされており、厳しい状況にある。」と、述べられている。

第1-1-59図は、政府系金融機関や商工団体など9に設置した「新型コロナウイルスに関する経営相談窓口10」の利用状況を示したものである（3月31日時点）。これを見ると、寄せられている相談はほぼ全て資金繰り関連であり、「飲食業（28.5％）」、「製造業（21.5％）」、「卸売業（17.9％）」、「小売業（17.8％）」、「宿泊業（6.9％）」の事業者からの相談が多いことが分かる。第1-1-60図は、相談件数の多い各業種について、中小企業数と中小企業の付加価値額を見たものである。特に、「宿泊業，飲食サービス業」では付加価値額に占める中小企業の構成比が相対的に大きく、中小企業の数も多いことが分かる。新型コロナウイルス感染拡大による操業停止や休業によって売上げが計上できない場合、給与などの固定費は現預金などの手元資産から拠出せざるを得ない。

第1-1-61図は、業種別、規模別に企業の固定費と流動性の高い手元資産の比率を見たものであるが、特に「宿泊業」や「飲食サービス業」でこの比率が低くなっていることから、こうした業種で資金繰り難が深刻化する可能性が示唆される。第1-1-63図は、中小企業が中国に持つ海外子会社（以下、「中国子会社」という。）の数を業種別に見たものである。これを見ると、中小企業においては、「卸売業（20.3％）」、「その他の製造業11（11.1％）」、「生産用機械（8.8％）」、「輸送機械（6.6％）」、「化学（6.0％）」、「金属製品（5.9％）」の中国子会社が多いことが分かる。なお、中国で新型コロナウイルスの感染者が最も多く出ている湖北省における中小企業の中国子会社数12は、「輸送機械」が最も多くなっている。第1-1-64図は、国・地域別に見た、日本の輸入額・輸出額に占める割合を示したものである。これを見ると、輸入・輸出共に、中国、米国、EUが大きな割合を占めていることが分かる。

第1-1-65図は、国内需要のうち中国依存度が高い製品を見たものである。これを見ると、主に家計が購入する消費財では、「携帯電話機」、「ニット製衣服」、「織物製衣服」、「民生用電気機器（エアコンを除く。）」は中国依存度と国内需要が共に大きく、中国からの輸入減少の影響も大きいことが分かる。また、企業が用いる中間財については、「電線・ケーブル」、投資財については、「パーソナルコンピュータ」、「電子計算機附属装置」の中国依存度と国内需要が共に大きいことが分かる。第1-1-66図は、仕入高の中国依存度が高い業種を見たものである。これを見ると、「電気機械器具製造業」や「電子部品・デバイス・電子回路製造業」、「生産用機械器具製造業」、「情報通信機械器具製造業」などで中国依存度と仕入額が共に大きくなっており、こうした業種では中国からの輸入が減少すると生産活動に大きな影響が及ぶことが分かる。第1-1-67図は、我が国における足元の輸入額を上位5か国について見たものである。これを見ると、中国からの輸入額が前年同月比で大幅に減少していることが分かる。第1-1-68図は、中国からの足元の輸入額を輸入品目別に見たものである。これを見ると、「電気機器」や「一般機械」、「衣類及び同附属品」などが輸入の減少に大きく寄与していることが分かる。第1-1-69図は、中国の足元のPMIを製造業と非製造業について見たものである。これを見ると、新型コロナウイルスの感染が拡大した2020年2月に大きく低下した後、3月には概ね1月の水準まで急回復していることが分かる。第1-1-70図は、鉱工業生産指数を基に、国内の鉱工業の生産動向を見たものである。これを見ると、2020年2月速報は生産全体で前月比0.4％の上昇である。生産を大きく動かした業種を見ると、「電子部品・デバイス工業」、「無機・有機化学工業」、「鉄鋼・非鉄金属工業」が上昇に大きく寄与する一方で、「自動車工業」、「輸送機械工業」、「生産用機械工業」などが大きく低下する方向に寄与していることが分かる。

新型コロナウイルスの感染拡大による生産への影響について、2020年2月は、中国からの部品調達の停滞による影響が大きかったが、我が国の主要な輸出先（第1-1-64図〔2〕）である欧米での感染拡大を受け、今後は輸出の減少による影響も大きくなっていく可能性もある。

〔2〕インバウンドの減少を始めとする国内消費の減退

第1-1-71図は、（独）国際観光振興機構の訪日外客統計を基に、訪日外客数について国・地域別に見たものである。これを見ると、2020年2月の訪日外客数（推計値）は108.5万人で、前年同月に比べて58.3％減少していることが分かる。また、国・地域別に見ると、中国で▲87.9％、韓国で▲79.9％と特に減少幅が大きいことが分かる。第1-1-72図は、2019年の訪日外国人の宿泊先都道府県について見たものである。これを見ると、東京都や大阪府、北海道などで訪日外国人の宿泊者数が多いことが分かり、訪日外客数の減少の影響を大きく受けることが予想される。第1-1-73図は、（一社）日本百貨店協会の「全国百貨店売上高概況」を基に、地区別の百貨店売上高について見たものである。これを見ると、2020年2月の全国の百貨店売上高は前年同月に比べて12.2％減少しており、地区別に見ると、札幌（▲25.8％）や大阪（▲21.0％）で特に減少幅が大きくなっていることが分かる。第1-1-74図は、百貨店の免税総売上高の推移について見たものである。これを見ると、2020年2月の売上高は前年同月の34.6％と大幅に減少していることが分かる。

第1-1-75図は、宿泊旅行統計調査を基に、宿泊施設別に、客室稼働率の推移を見たものである。これを見ると、2020年2月は、いずれの宿泊施設においても、前年同月及び前々年同月に比べて、低い水準になっていることが分かる。

第1-1-76図は、（一社）日本フードサービス協会が2月後半以降の新型コロナウイルスの売り上げへの影響（概況）についてまとめたものである。大幅な落ち込みを報告する店舗も多いことが分かる。第1-1-77図は、東海旅客鉄道（株）の調査を基に、新幹線の月次利用状況を見たものである。これを見ると、2020年3月1日～25日の輸送量は対前年比45％と大きく減少していることが分かる。第1-1-78図は、国土交通省が宿泊・旅行・貸切バス・航空産業の2020年3月・4月の見通しを調査した結果をまとめたものである。これを見ると、各産業ともに、大幅な業績の悪化が懸念されていることが分かる。

〔3〕中小企業・小規模事業者の企業活動への影響

第1-1-6図（再掲）は、中小企業庁・（独）中小基盤整備機構「中小企業景況調査」（以下、「景況調査」という。）における業況判断DIの推移を産業別に見たものである。足元の2020年1-3月期は小売業を除いて低下している。第1-1-79図は、製造業について、業況判断DIの推移を業種別に見たものである。足元の2020年1-3月期は「パルプ・紙・紙加工品」で特に大きく低下している。第1-1-80図は、サービス業について、業況判断DIの推移を業種別に見たものである。足元の2020年1-3月期は「対事業所サービス業（運送・倉庫）」、「宿泊業」で特に大きく低下している。

第1-1-81図は、景況調査の調査対象企業からのコメントの抜粋である。

第1-1-82図は、日本商工会議所が実施した商工会議所LOBO調査における業況DIの推移を産業別に見たものである。ここでも2020年2月以降大幅に景況感が悪化していること、また先行き見通しも更に悪いことが分かる。雇用への影響も懸念される。第1-1-83図は、一般職業紹介状況を基に、有効求人倍率の推移について見たものである。2020年1月に大きく低下している13が、2月は僅かな低下にとどまっている。第1-1-84図は、事業所規模別に、新規求人数の推移について見たものである。足元で大きく低下しているわけではないが、前年に比べて新規求人数は減少傾向にあり、今後の動向を注視する必要がある。

第1-1-85図は、（株）東京商工リサーチの「第2回 新型コロナウイルスに関するアンケート調査」14（以下、「コロナアンケート」という。）を基に、2020年3月時点の新型コロナウイルスによる企業活動への影響の有無について見たものである。これを見ると、大企業に比べると割合がやや低いものの、「現時点ですでに影響が出ている」と回答した中小企業が5割以上いることが分かる。第1-1-86図は、3月時点における、新型コロナウイルスにより出ている影響について見たものである。「マスクや消毒薬など衛生用品が確保できない」と回答した企業が51.1％と最も多く、次いで「売上（来店者）が減少」、「イベント、展示会の延期・中止」などが多いことが分かる。第1-1-87図は、3月時点における、新型コロナウイルスによる今後の懸念について見たものである。「感染拡大」と回答した企業が74.3％と最も多く、感染拡大を抑えることが企業にとっても重要であることが分かる。なお、新型コロナウイルス感染症が経済に与える影響に対して、政府としては、2020年2月に緊急対応策第1弾、3月に緊急対応策第2弾を講じている（第1-1-88図、第1-1-89図）。後とも、感染の状況とともに、地域経済及び世界経済の動向を十分に注視し、必要な対策を講じていくことが求められる。

3　リスクへの備え

以上で見てきたようなリスクが生じた際の影響を可能な限り小さくするためには、事前の備えが重要である。ここでは、中小企業における「事業継続計画（BCP）」の策定状況や、感染症対策として今般注目を集めた「テレワーク」の導入状況について見ていく。

〔1〕事業継続計画（BCP）の策定

企業の事業活動に影響を及ぼすリスクは自然災害や感染症のまん延、テロなどの事件の発生、大事故、サプライチェーンの途絶、サイバー攻撃など多岐にわたっている。こうした不測の事態が発生しても、重要な事業・業務を中断させない、又は中断しても可能な限り短期間で復旧させるための方針、体制及び手順などを示した「行動計画」のことを「事業継続計画（BCP：Business Continuity Plan）」（以下、「BCP」という。）という。

2017年5月、2018年5月、2019年5月に（株）帝国データバンクが実施したアンケート「事業継続計画（BCP）に対する企業の意識調査」15を基に、企業のBCPに対する意識を見ていく。第1-1-90図は、BCPを「策定している」、「現在、策定中」、「策定を検討している」企業に対し、事業の継続が困難になると想定しているリスクについて聞いたものである。これを見ると、「自然災害」を回答した企業は約7割と最も多く、「感染症（インフルエンザ、新型ウイルス、SARSなど）」と回答した企業も約2割存在していたことが分かる。第1-1-91図は、企業規模別にBCPの策定状況について見たものである。これを見ると、「策定している」、「現在、策定中」、「策定を検討している」と回答した割合は、大企業が約6割に対して、中小企業は約4割となっている。また、中小企業の約半数は「策定していない」と回答しており、大企業に比べて中小企業のBCP策定が進んでいない状況が見て取れる。

続いて、中小企業のBCPの策定状況を時系列で見たものが第1-1-92図である。これを見ると、大規模災害が相次いで発生している中、BCPの策定状況にほとんど進展が見られないことが分かる。では、なぜ中小企業においてBCPの策定が進んでいないのだろうか。第1-1-93図は、BCPを策定していないと回答した企業における、その理由を示したものである。最も多い回答は、「策定に必要なスキル・ノウハウがない」となっており、BCPの策定は中小企業にとってハードルの高い取組と認識されていることが分かる。また、そもそもBCPの策定に「必要性を感じない」とする企業が24.6％存在している。こうした状況を踏まえ、中小企業の災害対応能力を高めるため、2019年5月に「中小企業強靱化法」が成立し、同年7月に施行されている。同法に基づき、事業継続力強化計画の認定を受けた事業者に対し、税制措置や金融支援を講ずるとともに、補助金採択に当たっての優遇措置などを講じている。第1-1-94図は、BCPを「策定している」とした企業が感じている効果を示したものである。BCP策定の直接的な効果である「従業員のリスクに対する意識の向上」のほかに、「事業の優先順位が明確になった」、「業務の改善・効率化につながった」と回答している企業が一定割合存在することが見て取れる。BCPの策定は、単にリスクへの対応力を高めるだけでなく、BCP策定のプロセスを通じて自社の事業を見直すきっかけとなっていることが分かる。また、約25％の企業が「取引先からの信頼が高まった」としており、BCPの策定は持続的な取引関係の構築にも資するといえよう。

〔2〕テレワークの導入

「新型コロナウイルス感染症対策の基本方針」では、「患者・感染者との接触機会を減らす観点から、企業に対して発熱等の風邪症状が見られる職員等への休暇取得の勧奨、テレワークや時差出勤の推進等を強力に呼びかける。」としている。

一方で、中小企業におけるテレワークの導入率は低い。第1-1-95図は、平成30年通信利用動向調査を基に、資本金規模別にテレワークの導入状況を見たものである。これを見ると、資本金規模が小さい企業は、テレワークを導入している割合が低い傾向にあることが分かる。第1-1-96図は、テレワークを導入しない理由を見たものである。これを見ると、「テレワークに適した仕事がないから」を回答した割合が最も多く、次いで「業務の進行が難しいから」、「情報漏えいが心配だから」、「導入するメリットがよく分からないから」が多いことが分かる。他方、テレワークを「導入している」企業が導入の効果を感じているかを見たのが第1-1-97図である。これを見ると、「非常に効果があった」、「ある程度効果があった」と回答した企業は全体の79.2％存在することが分かる。また、資本金規模別に割合はやや異なるが、「1,000万円未満」で56.5％、「1,000万円～3,000万円未満」で74.0％存在することが分かる。第1-1-98図は、テレワークの導入目的について見たものである。これを見ると、「定型的業務の効率性（生産性）の向上」と回答した企業が56.1％と最も多い一方、「非常時（地震、新型インフルエンザ等）の事業継続に備えて」と回答した企業も15.1％と少ないながら存在することが分かる。

最後に、コロナアンケートを基に、今回の新型コロナウイルス感染症の感染拡大を防ぐために、テレワーク（在宅勤務・リモートワーク）を導入した企業の割合について見たのが第1-1-99図である。ここでも中小企業におけるテレワーク実施率は14.2％にとどまることが分かる。以上より、規模が小さい企業はテレワークの導入率が低い傾向にあるものの、導入後効果を感じている企業も多くいることが分かった。また、新型コロナウイルスの感染拡大を経てもなおテレワークの導入率は低いままであることも分かった。

事例1-1-3は、感染症に特化したBCPを策定していたことで、テレワークなどの感染症対策を速やかに実施できた事例である。今回の感染症の流行を機に、生産性向上と事業継続力の強化の両方の観点から、BCPの策定やテレワークの導入を検討していくことも重要といえよう。

また、感染症の流行は、従業員の雇用環境や生活面にも影響を与える。事例1-1-4は、感染リスクに注意を払いながらも、従業員の生活を守るための措置をとった事例である。従業員の健康と生活を守るために、中小企業自身ができる取組を考えることが重要である。

〔3〕新たな価値の創造

最後に、感染症の影響が広がる中でも、新たな価値創造に取り組む企業についてまとめたのが第1-1-100図である。こうした厳しい環境においても、変化を前向きに捉え、新しいビジネスを生み出している企業も多く存在していることが分かる。

第6節　まとめ

中小企業・小規模事業者の業績は2019年以降横ばいから低下傾向で推移し、業況にも一服感が見られる。また、設備投資についても横ばい傾向で推移する中、一部の業種において不足感が解消し過剰となっている状況が見られた。他方、中小企業・小規模事業者の人手不足感は依然として強く、新卒や転職市場で大企業と比べて中小企業・小規模事業者が人材を獲得できていないことが明らかとなった。感染症の影響による厳しい状況が続くと見込まれる中、中小企業・小規模事業者は多様な課題に対処することが求められている。