

## 2022年度版 中小企業白書・小規模企業白書が発表されました

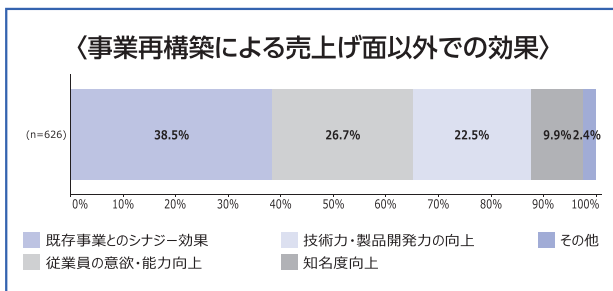
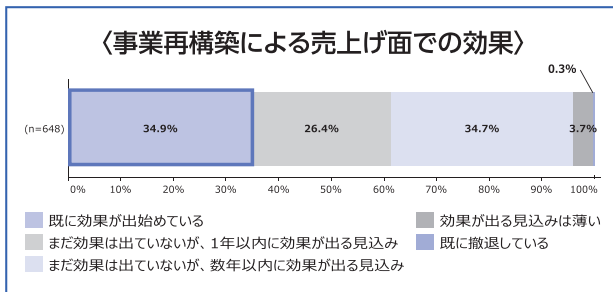
2022年版の中小企業白書及び小規模企業白書が令和4年4月26日に中小企業庁より発表されました。

今回は、新型コロナウイルス感染症の流行や原油・原材料価格の高騰等の外部環境に直面する中小企業・小規模事業者の動向、中小企業・小規模事業者のそれぞれが自己変革に向けて、新たな挑戦を行うために必要な取組について、企業事例を交えながら分析を行っています。本誌では、白書概要から抜粋して掲載しておりますが、中小企業庁HPにて白書全文がご覧いただけますので、ぜひご一読ください。

中小企業庁HP:<https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/index.html>

### 1. 中小企業における足下の感染症への対応

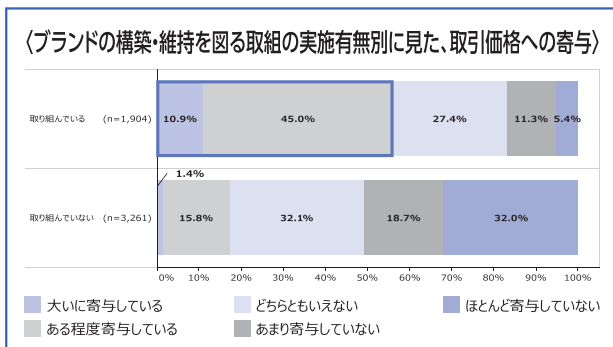
感染症下において事業再構築を行い、既に売上げ面での効果を実感する企業も存在。また、早期に取り組んだ企業ほど既に効果を実感している。事業再構築に取り組む企業は、売上げ面の効果だけでなく、既存事業とのシナジー効果(新規開拓した販路の既存事業への活用等)も実感している。



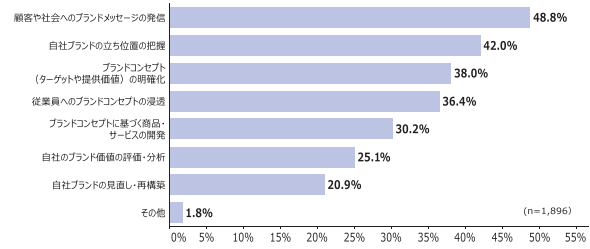
### 2. 企業の成長を促す経営力と組織

#### (1) ブランド構築

ブランドの構築・維持を図る取組を行っている企業は、自社ブランドが取引価格へ寄与している割合が高い。ブランドの構築・維持のための取り組みとしては、自社のブランドの発信だけでなく、ブランドコンセプトの明確化や従業員への浸透などを行うことも必要。



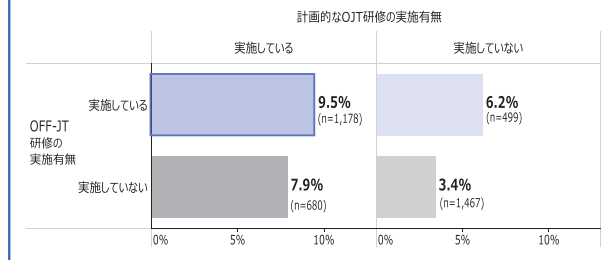
#### 〈ブランドの構築・維持のための取組の実施状況〉



#### (2) 人的資本への投資

中小企業が重視する経営資源は「ヒト」であり、従業員の仕事に対する意欲向上の観点からも、従業員の能力開発に取り組むことが重要。計画的なOJT研修、OFF-JT研修いずれも実施している企業では、売上高増加率が最も高い。

#### 〈計画的なOJT研修及びOFF-JT研修の実施状況別に見た、売上高増加率〉



#### (3) 中小企業が対応を迫られる外部環境

##### ・海外展開

中小企業においても、2016年以降、越境ECを利用して企業の割合は増加傾向。越境ECを利用している企業でも、販売先に関する情報不足や自社ブランド認知度向上の難しさなどの課題を抱えている。

#### 〈ECを活用している中小企業における、越境ECの利用状況〉

