調査計画

1　調査の名称（■特定一般統計調査　□その他の一般統計調査）

中小企業実態基本調査

2　調査の目的

中小企業基本法第10条の規定（定期的に、中小企業の実態を明らかにするため必要な調査を行い、その結果を公表しなければならない。）に基づき、中小企業を巡る経営環境の変化を踏まえ、中小企業全般に共通する財務情報、経営情報及び設備投資動向等を把握するため、中小企業全般の経営等の実態を明らかにし、中小企業施策の企画・立案のための基礎資料を提供するとともに、中小企業関連統計の基本情報を提供するためのデータ収集を行うことを目的とする。

3　調査対象の範囲

（1）地域的範囲（■全国　□その他）

（2）属性的範囲（□個人　□世帯　□事業所　■企業・法人・団体　□地方公共団体　□その他）

統計法第２条第９項に規定する統計基準である日本標準産業分類に掲げる大分類Ｄ－建設業、Ｅ－製造業、Ｇ－情報通信業、Ｈ－運輸業，郵便業、Ｉ－卸売業，小売業、Ｋ－不動産業，物品賃貸業、Ｌ－学術研究，専門・技術サービス業、Ｍ－宿泊業，飲食サービス業、Ｎ－生活関連サービス業，娯楽業及びＲ－サービス業（他に分類されないもの）のうち、「表１　調査の範囲」に掲げる業種及び規模に属する企業（個人企業を含む。）から選定した企業。

表１　調査の範囲

１．業種の範囲

業種	業種の範囲
建設業	日本標準産業分類に掲げる大分類Ｄ－建設業
製造業	日本標準産業分類に掲げる大分類Ｅ－製造業
情報通信業	日本標準産業分類に掲げる大分類Ｇ－情報通信業
運輸業，郵便業	日本標準産業分類に掲げる大分類Ｈ－運輸業，郵便業のうち、「中分類43道路旅客運送業」、「中分類44道路貨物運送業」、「中分類45水運業」、「中分類47倉庫業」、「中分類48運輸に附帯するサービス業」、「中分類49郵便業(信書便事業を含む）」
卸売業，小売業	日本標準産業分類に掲げる大分類Ｉ－卸売業，小売業
不動産業，物品賃貸業	日本標準産業分類に掲げる大分類Ｋ－不動産業，物品賃貸業
学術研究，専門・技術サービス業	日本標準産業分類に掲げる大分類Ｌ－学術研究，専門・技術サービス業のうち、「中分類72専門サービス業（他に分類されないもの）」、「中分類73広告業」、「中分類74技術サービス業（他に分類されないもの）」
宿泊業，飲食サービス業	日本標準産業分類に掲げる大分類Ｍ－宿泊業，飲食サービス業
生活関連サービス業，娯楽業	日本標準産業分類に掲げる大分類Ｎ－生活関連サービス業，娯楽業
サービス業	日本標準産業分類に掲げる大分類Ｒ－サービス業（他に分類されないもの）のうち、「中分類88廃棄物処理業」、「中分類89自動車整備業」、「中分類90機械等修理業（別掲を除く）」、「中分類91職業紹介・労働者派遣業」、「中分類92その他の事業サービス業」

２．企業規模の範囲

業種	企業規模の範囲	
建設業	資本金3億円以下又は従業者300人以下	
製造業	資本金3億円以下又は従業者300人以下	
情報通信業	中分類37通信業	：資本金3億円以下又は従業者300人以下
	中分類40インターネット附随サービス業	：資本金3億円以下又は従業者300人以下
	小分類413新聞業	：資本金3億円以下又は従業者300人以下
	小分類414出版業	：資本金3億円以下又は従業者300人以下
	上記以外	：資本金5千万円以下又は従業者100人以下
運輸業，郵便業	資本金3億円以下又は従業者300人以下	
卸売業，小売業	中分類50～55の卸売業	：資本金1億円以下又は従業者100人以下
	中分類56～61の小売業	：資本金5千万円以下又は従業者50人以下
不動産業，物品賃貸業	小分類693駐車場業	：資本金5千万円以下又は従業者100人以下
	中分類70物品賃貸業	：資本金5千万円以下又は従業者100人以下
	上記以外	：資本金3億円以下又は従業者300人以下
学術研究，専門・技術サービス	資本金5千万円以下又は従業者100人以下	
宿泊業，飲食サービス業	中分類75宿泊業	：資本金5千万円以下又は従業者100人以下
	上記以外	：資本金5千万円以下又は従業者50人以下
生活関連サービス業，娯楽業	小分類791旅行業	：資本金3億円以下又は従業者300人以下
	上記以外	：資本金5千万円以下又は従業者100人以下
サービス業	資本金5千万円以下又は従業者100人以下	

4　報告を求める個人又は法人その他の団体

（1）報告者数

調査票甲（法人企業用）：約2.8万社（母集団の大きさ：約160万社）

調査票甲（個人事業者用）：約2.2万社（母集団の大きさ：約120万社）

調査票乙：約6.0万社（母集団の大きさ：約160万社）

（2）報告者の選定方法（□全数　■無作為抽出(□全数階層あり）　□有意抽出）

調査実施時期に利用可能な最新の事業所母集団データベースの年次フレームを母集団情報に、産業中分類・従業者規模別層化無作為二重抽出※により選定する。（詳細は別添２「中小企業実態基本調査の標本設計」参照）

※二重抽出とは、抽出された報告者の中から、さらに詳細調査の対象となる企業を無作為抽出することにより、全ての報告者が詳細調査に回答したものと見なす推計を行えるようにする抽出法である。

本調査においては、詳細調査を「調査票乙」により実施し、それ以外の調査を「調査票甲」により実施する（６（２）参照）。

また、各府省が実施する法人企業又は個人企業を対象とする基幹統計調査、一般統計調査において、同一客体に対して統計調査が過度に集中して実施されることのないよう、調査客体の選定に際して、所要の措置を講ずるものとして、事業所母集団データベースの調査履歴情報との照合の他、以下の統計調査との重複是正を行う。ただし、産業中分類・従業者規模別に見て極めて大きな「売上高」を有する企業（外れ値企業）は除く。

・法人企業統計調査（財務省）

・個人企業経済調査（総務省）

５　報告を求める事項及びその基準となる期日又は期間

（1）報告を求める事項

①企業の概要（設立年、会社形態、従業者数、事業所数、海外の子会社・関連会社、大企業の子会社・関連会社、法人番号）

※海外の子会社・関連会社については、○

②決算（売上高、営業費用、営業外収益、営業外費用、経常利益又は経常損失、税引前当期純利益又は税引前当期純損失、税引後当期純利益又は税引後当期純損失、資産・負債及び純資産）　＊○

③輸出の状況　＊

④企業全体の事業別売上高割合（売上高の内訳）　＊

⑤設備投資の状況（設備投資、リース利用、中小企業者等の少額減価償却資産の取得額の損金算入、中小企業投資促進税制、中小企業経営強化税制）　＊

⑥研究開発の状況（研究開発、能力開発、特許権・実用新案権・意匠権・商標権）　＊○

⑦受託の状況　＊

⑧委託の状況　＊

⑨取引金融機関　＊○

⑩事業承継

⑪中小企業の会計に関する基本要領

⑫中小企業関連政策の認知状況

⑬中小企業の動向（デジタル化、脱炭素化、賃上げ、会社・事業の買収及び売却）

※賃上げ、会社・事業の買収及び売却については、＊

〔集計しない事項の有無〕　無□　有■

法人番号（調査票甲法人企業用、調査票乙）：

事業所母集団データベースに登録し、同データベースを充実させるために用いるものであり、集計は行わない。

事業を開始した年（調査票甲個人事業者用）：

調査票の振り分けを確認する（個人事業者用で正しいか）ために用いるものであり、集計は行わない。

貴社の会社形態（調査票甲法人企業用、調査票乙）：

調査票の振り分けを確認する（法人企業用で正しいか）ために用いるものであり、集計は行わない。

消費税込み・税抜きについて（調査票甲法人企業用、調査票甲個人事業者用、調査票乙）：

消費税込み推計値を作成するために用いるものであり、集計は行わない。

売上高（売上（収入）金額）の内訳で最も大きい割合を記入した内訳項目（貴社の主たる事業）（調査票甲法人企業用、調査票甲個人事業者用、調査票乙）：

産業小分類については中小企業基本法上の「中小企業者の範囲」に該当するか否かを判定するために用いるものであり、集計は産業中分類で行っている。

事業承継の意向に係るその他の自由記述（調査票甲法人企業用、調査票甲個人事業者用、調査票乙）：

自由記述欄となっており、集計は行わない。

（2）基準となる期日又は期間

毎年６月１日現在によって行う。ただし、（1）において「＊」を付した事項については、原則として、最近決算期の１年間とする。また、「○」は最近決算期末時点によって行う。

6　報告を求めるために用いる方法

（1）調査系統

中小企業庁－民間事業者－報告者

（本調査は、調査の標本設計、調査名簿作成、調査票の配布・取集、督促・疑義照会、報告書作成等の全てを包括的に民間に委託している。）

（2）調査方法

■郵送調査　■オンライン調査（■政府統計共同利用システム　□独自のシステム　□電子メール）

□調査員調査　□その他（　　）

〔調査方法の概要〕

ア　調査票の配布

中小企業実態基本調査は、中小企業庁から業務を受託した民間事業者が、報告者に調査票を郵送で配布する。

イ　調査票の提出

報告者が、所定の事項を、調査票に記入し郵送による提出、又は、オンライン調査票に入力することにより回答を提出する。

なお、報告者に応じて以下の３種類の調査票を用いて調査を実施する。

①調査票甲：調査票乙以外の調査

・調査票甲　法人企業用

・調査票甲　個人事業者用

②調査票乙：二重抽出による詳細調査（法人企業のみ）

・調査票乙

7　報告を求める期間

（1）調査の周期

□１回限り　□毎月　□四半期　■１年　□２年　□３年　□５年　□不定期　□その他（　　）

（１年を超える場合又は不定期の場合の直近の実施年：　　年）

（2）調査の実施期間又は調査票の提出期限

調査の実施期間：毎年７月上旬～９月１日（９月１日が土休日に当たる場合には、その直前の営業日）

8　集計事項

別添１「集計事項」による

9　調査結果の公表の方法及び期日

（1）公表・非公表の別（■全部公表　□一部非公表　□全部非公表）

（2）公表の方法（■e-Stat　□インターネット（e-Stat以外）　□印刷物　□閲覧）

（3）公表の期日

本調査の速報及び確報の公表日はそれぞれ以下のとおり。

速報：翌年２月下旬

確報：翌年６月下旬

10　使用する統計基準等

■使用する→■日本標準産業分類　□日本標準職業分類　□その他（　　）

□使用しない

調査対象の範囲の画定に当たって、統計法第２条第９項に規定する統計基準である日本標準産業分類によるとともに、集計結果の表章についても、同分類の大分類及び中分類による。

11　調査票情報の保存期間及び保存責任者

保存期間：記入済み調査票は毎年調査実施年の翌年２月末日まで、調査票の内容を記録した電磁的記録媒体は常用

保存責任者：中小企業庁事業環境部企画課調査室長

別添１　集計事項

統計表

集計項目		集計区分（注1）				
		（1）	（2）	（3）	（4）	（5）
1	会社全体の従業者数	◎	◎	○	○	○
2	資産及び負債・純資産（法人企業）	◎	◎	○	○	○
3	売上高及び営業費用	◎	◎ 注2	○	○ 注2	○
4	設備投資とリースの状況	○	○	○	○	○
5	事業承継の状況	◎	◎	○	○	○
6	海外展開と輸出の状況	○	○	○	○	○
7	売上高の内訳	○	○	○	○	○
8	研究開発の状況	○	○	○	○	○
9	受託・委託の状況	○	○	○	○	○
10	取引金融機関の状況	○	○	○	○	○
11	中小企業税制の利用状況	○	○	－	－	－
12	中小企業の会計の状況（法人企業）	○	○	－	－	－
13	中小企業関連政策の認知状況	○	○	－	－	－
14	大企業の子会社・関連会社（法人企業）	○	○	－	－	－
15	中小企業の動向	◎	◎	－	－	－

（注）１　集計区分は、以下の５区分である。

（1）産業別・従業者規模別表　（2）産業中分類別表　（3）産業別・資本金階級別表（法人企業）　（4）産業別・売上高階級別表　（5）産業別・設立年別表

２　当該部分は、「法人企業」「個人事業者」の別に集計する。

３　◎印は速報で公表する。

別添２

中小企業実態基本調査の標本設計

Ⅰ　基本的な考え方

１　標本設計

（１）目標精度

① 標本サイズを決めるために設定する目標精度は、過去の調査における達成精度及び他の統計調査の精度を参考に設定する。

② 基本となる産業中分類・従業者規模別の層（以下「基本となる層」という。）のほか、表章との関連を考慮し、表章を行う区分の一部（産業大分類・従業者規模別、産業中分類別）についても、公表できる最低限の精度となるよう目標精度を設定する。

③ 回答者の負担軽減の観点から、甲票（基本票）及び乙票（詳細票）の２種類の調査票を使用し、基本となる層ごとに、抽出された標本から乙票の対象となる企業を無作為抽出する二重抽出とし、乙票についても目標精度を設定する。なお、法人企業 50 人以上の標本は、二重抽出せず、全て乙票の対象とする。

（２）標本サイズの設定

中小企業を対象に郵送調査（回答は郵送又はオンライン）により実施することから、抽出すべき標本サイズは、回収率を考慮して基本となる層ごとに設定する。ただし、事業所母集団データベースに利用可能な産業中分類情報が格納されていない企業が多数存在する場合、各産業大分類・従業者規模別層内に産業中分類不詳層（以下「中分類不詳層」という。）を設け、各産業大分類・従業者規模別層内の産業中分類判明分における産業中分類別の企業数構成比及び各産業大分類・従業者規模別層内の産業中分類不詳企業の割合により、中分類不詳層の標本サイズを設定する。

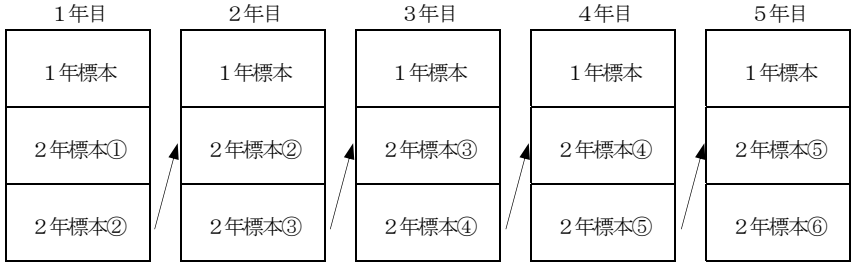
なお、従業者規模 50 人以上の層の標本サイズについては、当該層を更に資本金規模別（3,000 万円未満、3,000 万円以上）に分割し、母集団の大きさ（外れ値企業数を除く）を基に按分する。

２　標本抽出

前年から継続して調査対象となる標本を一定数確保することで経年的な変化を的確に把握するため、基本となる層（・中分類不詳層）ごとに、標本の３分の２は２年間継続して調査対象とするものとし、うち半数ずつ毎年入れ替えるローテーションサンプリングにより抽出する。

なお、外れ値企業は抽出率＝１（全数を調査）とする。

ローテーションサンプリングのイメージ



※１年目の２年標本①は実際には調査対象となるのは１年のみ。

３　母集団の大きさによる推定（復元の方法）

①　基本となる層（・中分類不詳層）別の抽出率が異なるため、母集団の大きさによる推定は、基本となる層ごとに実施する。また、外れ値企業は抽出率＝１として推計する。

② 甲票で調査していない項目の推計は、乙票個票の拡大係数を各個票（有効回答）の標本抽出時の層

（事前の層）で設定して個票を拡大推計した上で、甲票の個票単位で実施する。

③ 復元に当たっては、個票を各個票（有効回答）の標本抽出時の層（事前の層）で設定した拡大係数により拡大した上で、調査票回収後の結果を踏まえた層（事後の層）毎に標本平均を算出し、母集団の大きさにより推定する。

④ 母集団の大きさによる推定に際しては、従業者規模は法人企業４区分（従業者５人以下 、６～20 人、21～50 人及び 51 人以上）並びに個人企業の合計５区分により層化する。なお、標本設計時と母集団の大きさによる推定（復元の方法）時の従業者規模区分は異なる。

※事業所母集団データベースに利用可能な産業中分類情報が格納されていない企業が多数存在する場合、③の拡大係数の算出の際に用いる母集団企業数は、基本となる層・中分類不詳層別の母集団の大きさを用いる。また、④の母集団の大きさによる推定の際に用いる母集団企業数は、基本となる層別の母集団の大きさを用いる（産業中分類情報が格納されていない企業数を各産業大分類・従業者規模別層内の産業中分類判明分における産業中分類別の企業数構成比及び各産業大分類・従業者規模別層内の産業中分類不詳企業の割合により、各産業大分類・従業者規模別層内の各産業中分類に按分して求める）。

Ⅱ　標本設計（「標本設計の流れ」の各 Step を参照）

（１）基本となる層の設定（Step０、Step１）

事業所母集団データベースの情報を基に、中小企業実態基本調査の対象企業を抽出する。標本設計の層を次のように設定する。

① 業種別（産業中分類）

② 従業者規模別（５区分）

法人企業４区分（従業者数５人以下、６～20 人、21～49 人及び 50 人以上）並びに個人企業の合計５区分（なお、従業者規模別には常用雇用者数を用いる）

（２）基本となる層ごとの母集団の大きさの確認（Step２）

経済センサス - 活動調査の調査結果に基づき、基本となる層別に見て極めて大きな「売上高」を有する企業がある場合は、当該企業を外れ値企業とし、漏れなく全数を調査の対象とする（抽出率＝１）。

（３）目標精度及び標本サイズの設定（Step３～８）

外れ値企業以外の標本サイズの計算は以下のとおり行う。

① 各層別の目標精度（売上高総和の標準誤差率）を以下のとおり設定する。

標準誤差率を求める層		全体	うち乙票分
基本となる層（産業中分類・従業者規模層）		15%	20%
	うち、法人企業 50 人以上層[1]	15%	
産業中分類層	－	10%	15%
産業大分類・従業者規模層		８%	10%
	うち、法人企業 50 人以上層	８%	

[1] 法人企業 50 人以上層は、Step７で全体の標本サイズを乙票分の標本サイズとするよう置き換える。

② 経済センサス - 活動調査の調査結果を基に、基本となる層ごとの「売上高」の分散を算出し、これと抽出時の母集団の大きさ（外れ値企業を除く）から、①で定めた基本となる層別の目標精度を達成するために必要な標本サイズ（全体分及び乙票分）を、下記の数式を用いて計算する（Step３-１、３-２）。

売上高総和の標準誤差率は、次の式による。

売上高総和：
$$T_X = \sum_{h=1}^{L} \sum_{i=1}^{n_h} X_{hi}$$

売上高総和の標準誤差：
$$\sqrt{V(T_X)} = \sqrt{\sum_{h=1}^{L} N_h(N_h - n_h)\frac{Var(X_h)}{n_h}}$$

売上高総和の標準誤差率：
$$\frac{\sqrt{V(T_X)}}{T_X}$$

h ＝ 層（基本となる層）
N_h ＝ 第h層の母集団の大きさ（外れ値企業を除く）
n_h ＝ 第h層の標本サイズ
X_{hi} ＝ 第h層のi番目の企業の経済センサス - 活動調査の売上高
T_x ＝ 標準誤差率を求める層の経済センサス - 活動調査の売上高総和
$Var(X_h)$ ＝ 経済センサス - 活動調査の売上高の第h層内分散

また、基本となる層において、乙票の対象となる必要標本サイズが 30 件未満の場合は、標本サイズを 30 件とする。ただし、母集団の大きさ（外れ値企業を除く）が 30 未満の場合は、当該母集団の大きさとする。

③ ②で求めた基本となる層別の標本サイズにより産業中分類別の全体及び乙票分で期待される標準誤差率を算出した際、①で定めた産業中分類別の全体分及び乙票分の目標精度を充たさない場合には、産業中分類別の各目標精度を満たすように基本となる層に全体分及び乙票分の標本サイズを積み増す（Step４-１、４-２）。

④ ③で求めた基本となる層別の標本サイズにより産業大分類・従業者規模別の全体及び乙票分で期待される標準誤差率を算出した際、①で定めた産業大分類・従業者規模別の全体分及び乙票分の目標精度を充たさない場合には、産業大分類・従業者規模別の各目標精度を満たすように基本となる層に全体分及び乙票分の標本サイズを積み増す（Step５-１、５-２）。

⑤ 法人企業 50 人以上層については、基本となる層（・中分類不詳層）を更に資本金規模別（3,000 万円未満、3,000 万円以上）に分割し、基本となる層（・中分類不詳層）・資本金規模別の母集団の大きさ（外れ値企業数を除く）を基に比例配分により標本サイズを配分する（Step６）。

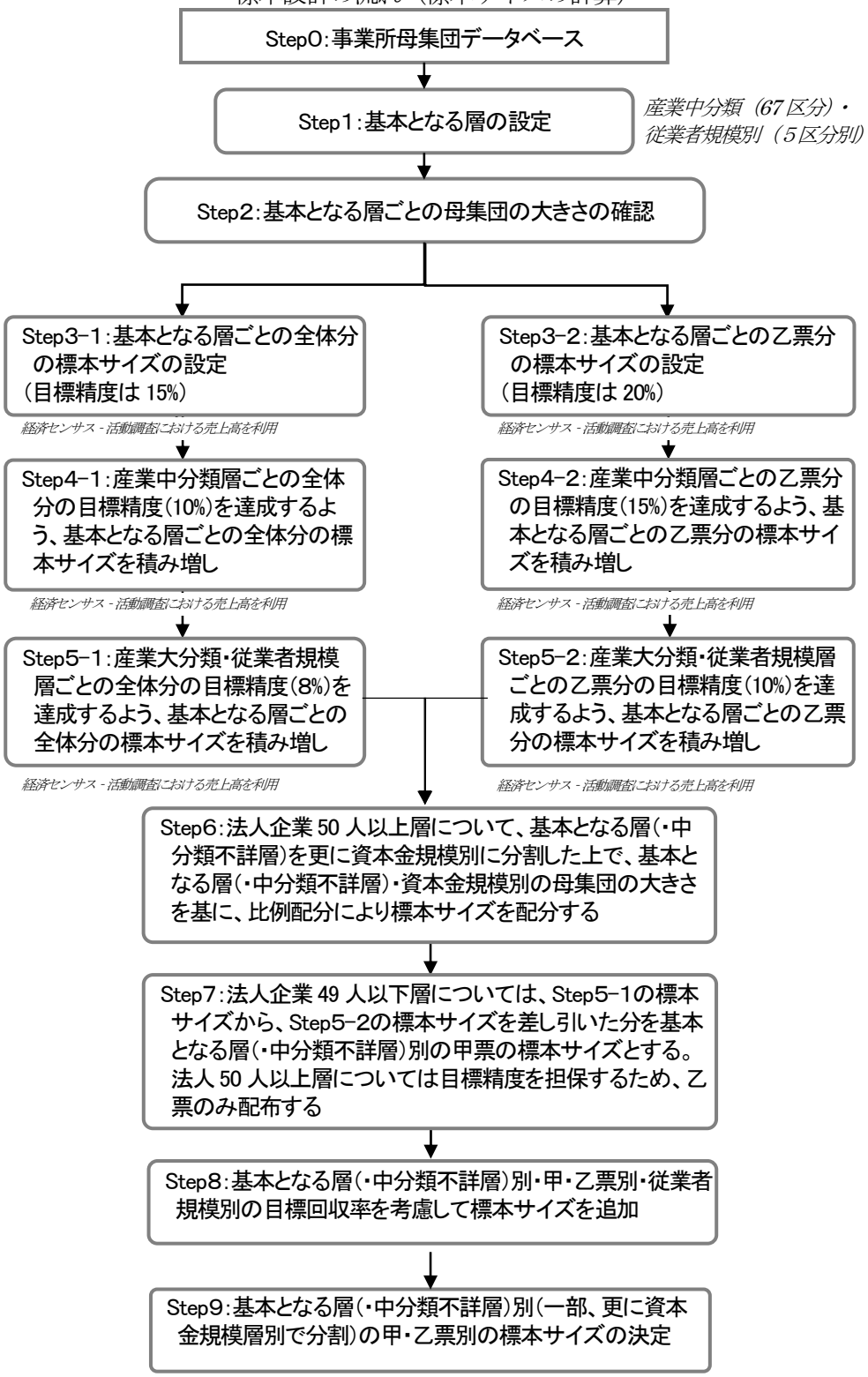
⑥　法人企業 49 人以下層には、④で求めた基本となる層（・中分類不詳層）別の全体分の標本サイズから乙票分の標本サイズを差し引いて、甲票分の標本サイズを求める。甲票で調査していない項目は乙票から推計するが、法人企業 50 人以上層については目標精度を担保するため、乙票のみ配布する（Step７）。

⑦ 基本となる層（・中分類不詳層）別に甲票・乙票の目標回収率で除して、目標回収率を考慮した標本サイズを算出する。なお、目標回収率は、過去の中小企業実態基本調査における実績等を参考（概ね、甲票（法人企業）を 55%程度、甲票（個人企業）及び乙票（法人企業 49 人以下）を 50%程度、乙票（法人企業 50 人以上）を 60%程度（それぞれ±5%以内の範囲で運用））とする（Step８）。

⑧ （２）の外れ値企業のうち、法人企業については乙票、個人企業については甲票とし、それぞれ、⑦の標本サイズに加算する。

※事業所母集団データベースに利用可能な産業中分類情報が格納されていない企業が多数存在する場合、Step3～Step5 では産業中分類情報が格納されていない企業数を各産業大分類・従業者規模別層内の産業中分類判明分における産業中分類別の企業数構成比及び各産業大分類・従業者規模別層内の産業中分類不詳企業の割合により、各産業大分類・従業者規模別層内の各産業中分類に按分して求めた基本となる層別の母集団の大きさを用いる。また、Step5-1、5-2 と Step6 の間で、基本となる層別の全体分及び乙票分の標本サイズを、各産業大分類・従業者規模別層内の産業中分類判明分における産業中分類別の企業数構成比及び各産業大分類・従業者規模別層内の産業中分類不詳企業の割合により、各中分類不詳層にも配分し、基本となる層・中分類不詳層別の母集団の大きさを設定する。Step7、Step8 は中分類不詳層も基本となる層と同様に処理を行う。

標本設計の流れ（標本サイズの計算）



Ⅲ　標本抽出

1　中小企業実態基本調査の母集団名簿の作成

事業所母集団データベース等を基に、次の手順により中小企業実態基本調査の母集団名簿を作成する。

① 企業（「単独事業所」若しくは「本社・本店等」）への絞り込み

② 中小企業実態基本調査の対象範囲の絞り込み

2　標本抽出

Ⅰ　基本的な考え方で述べたように、標本の３分の２は２年間の継続標本として調査対象とするものとし、うち半数ずつ毎年入れ替えるローテーションサンプリングにより抽出する。したがって、基本となる層（・中分類不詳層）別の甲乙票ごとに、３分の１は１年度のみの調査、３分の１は２年間の継続標本の１年目、残りの３分の１は２年間の継続標本の２年目となるよう抽出する。ただし、母集団の大きさが標本サイズに対して十分に大きくない場合は、この限りではない。

Ⅳ　母集団の大きさによる推定（復元の方法）

以下のとおり実施する。

① 母集団の大きさは、抽出時の母集団の大きさによる。ただし、母集団の推定時までに、抽出時の年次フレームと同年の年次フレームが更新され、かつ、利用可能な場合は、この限りでない。

② 回答数及び有効回答数は以下のとおりとする。

回答数 ＝ 有効回答数 ＋ その他の回答数

有効回答数 ＝ 集計企業数

その他の回答数 ＝ 廃業、休業又は対象外等企業数

その他の回答は、推計・集計から除外する。

③ 個票の拡大係数及び拡大推計値

個票の拡大係数は、各個票（有効回答）の標本抽出時の層（事前の層）で設定する。

したがって、調査の結果、産業中分類又は従業者規模が移動した場合でも、標本抽出時の産業中分類・従業者規模（事前の層）で拡大係数を設定し、拡大推計を行う。

個票の拡大係数　＝ 個票が属する層の標本抽出時の母集団の大きさ／個票が属する層の有効回答数

個票の拡大推計値 ＝ 個票の拡大係数 × 個票データ

④ 甲票で調査していない項目の推計（法人企業のみ）

甲票で調査していない調査項目は、拡大推計後の乙票の推計値を用いて、甲票の個票単位で推計した後、拡大推計を行う。

⑤ 母集団の推定

③、④の拡大推計値を基に、下式により母集団を推定する。

(ア)標本平均（１企業当たり）の算出（事後の層）

当該層の標本平均 ＝ Σ当該層の個票の拡大推計値 ／ Σ当該層の個票の拡大係数

(イ)母集団の大きさによる推定

当該層の母集団の推定値 ＝ 当該層の母集団の大きさ* × 当該層の標本平均

※母集団の大きさによる推定に際しては、従業者規模は法人企業４区分（従業者５人以下 、６～20人、21～50 人及び51 人以上）並びに個人企業の合計５区分により層化する。（表章に用いる母集団の大きさの設定も同様に５区分により層化）

※事業所母集団データベースに利用可能な産業中分類情報が格納されていない企業が多数存在する場合、③の拡大係数の算出の際に用いる母集団企業数は、基本となる層・中分類不詳層別の母集団

の大きさを用いる。また、⑤の母集団の大きさによる推定の際に用いる母集団企業数は、基本となる層別の母集団の大きさを用いる（産業中分類情報が格納されていない企業数を各産業大分類・従業者規模別層内の産業中分類判明分における産業中分類別の企業数構成比及び各産業大分類・従業者規模別層内の産業中分類不詳企業の割合により、各産業大分類・従業者規模別層内の各産業中分類に按分して求める）。

以上

中小企業実態基本調査の回収率（直近５年度分）

調査年度	回収率	オンライン回答率(※)	有効回答率
令和７年度	46.3%	61.1%	41.1%
令和６年度	46.3%	61.6%	41.1%
令和５年度	46.5%	54.5%	41.7%
令和４年度	46.6%	51.9%	41.1%
令和３年度	48.8%	47.8%	44.9%

※ オンライン回答率＝オンライン回答数／回答数（郵送＋オンライン）×100%