

# 会員企業の景況及び 後継者問題等調査結果（抜粋）

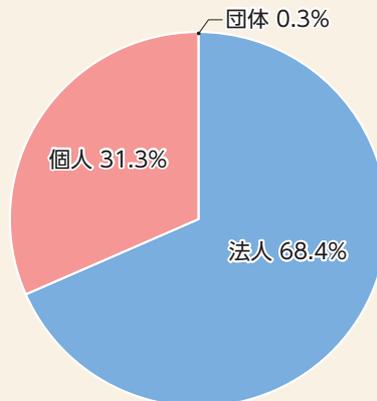
当所では会員事業所の皆様の景況・経営課題や支援要望等の調査を行い、今後の事業活動・施策に資するため、会員企業景況調査を実施いたしました。本調査の結果を踏まえ各部会委員会等で協議し来年度事業計画に反映させていく。また併せて個別会員企業の皆様の支援を行ってまいります。

## ■調査対象

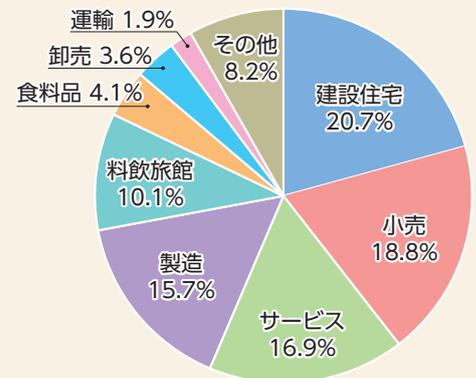
佐久商工会議所会員企業  
1907社  
 〈実施時期〉  
平成27年12月  
 〈調査方法〉  
郵送によるアンケート方式  
 〈回収率〉  
21.9% (418社)  
1月8日現在  
 〈業種〉  
日本標準産業分類により

## 属性

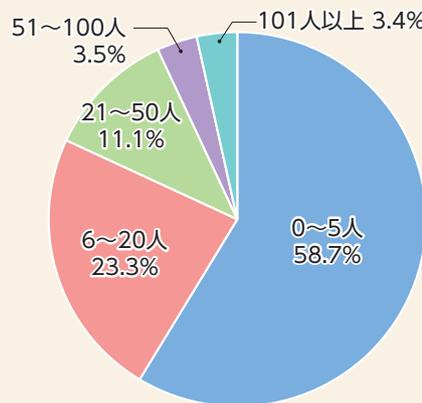
### ■組織分類別回答者数



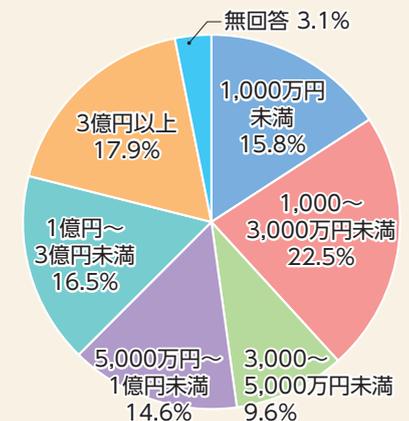
### ■業種別回答者数



### ■従業員規模別回答者数



### ■売上別回答者数



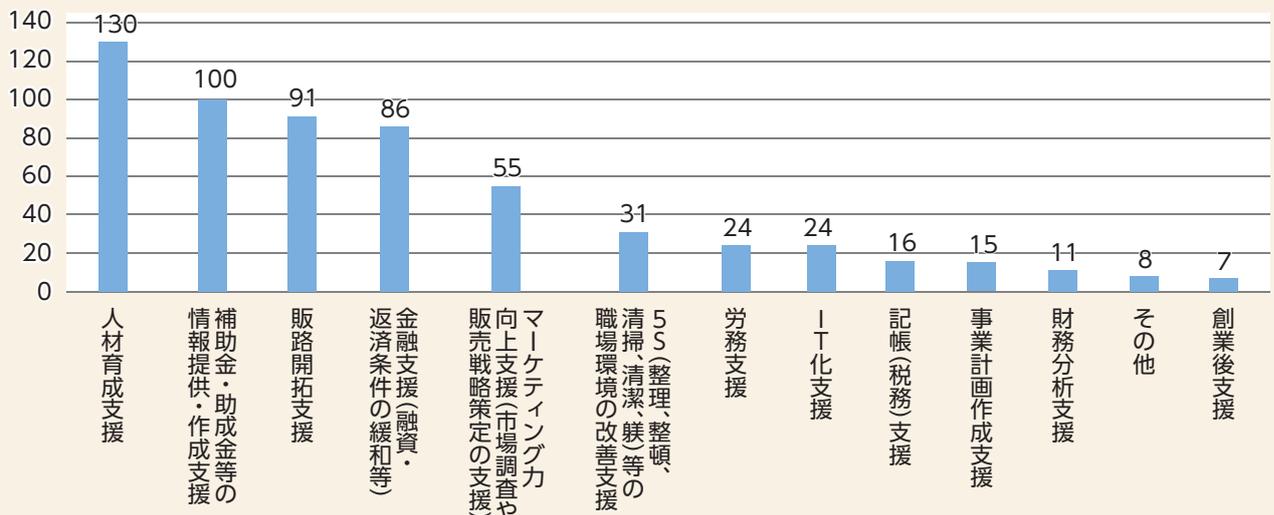
## ★求めている支援内容（上位3つの複数回答）

### 人材育成支援がトップ。補助金等の情報提供も求められている

求めている支援として「人材育成」「補助金等の情報提供・作成支援」「販路開拓支援」「金融支援」の順に回答がある。

### ■経営基盤の強化に向けて求める支援

回答者数



## 売上・利益・売上見込ともに約半数が横ばい、減少傾向は約3割。

近年（H27.9月～11月と前年H26.9月～11月との比較）の売上・収益状況（利益）については全体で横ばいが約5割。減少が約3割、増加していると答えた企業は約2割となっている。（9ページグラフ）

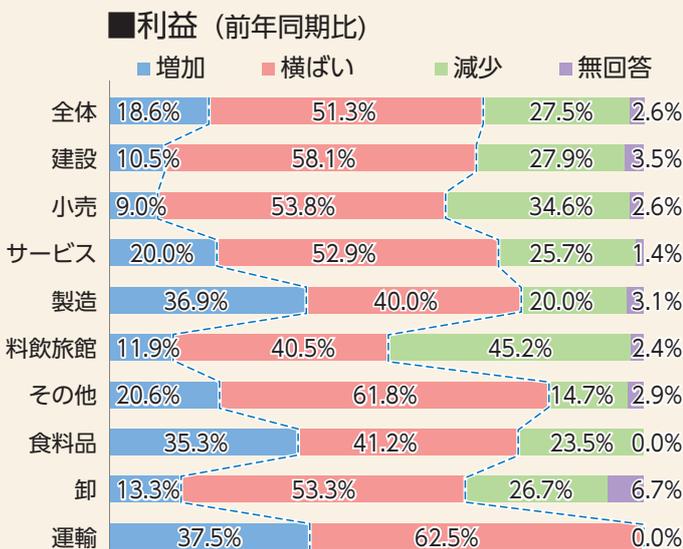
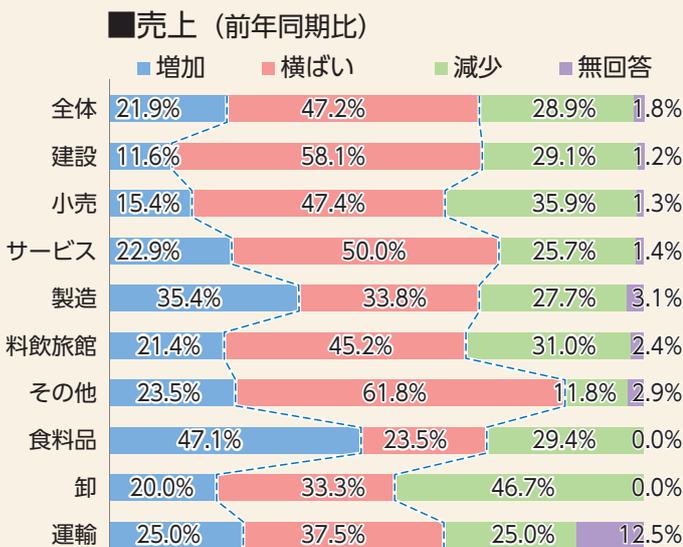
### ■全体と比較した業種別特徴と増減の理由

全体回答（415企業）

建設業 (86企業)	売上・利益ともに「横ばい」と回答した企業が約6割を占める。増加と回答した企業は全体より10%以上低く先行きの見通しも慎重。減少の理由として「公共事業の減少（複数事業者）」「和室の減少による受注減（製畳業）」「新築物件の建設減少（建築業）」「人口減少や少子化進行（不動産業）」等の回答。
小売業 (78企業)	売上・利益を「減少」と回答した企業の割合は約35%と全体比で高い傾向である。「増加」した企業の中には「インターネット販売が好調なため（衣料品販売）」と対面販売だけでなくインターネット等を活用した販路開拓に取り組んでいる企業もあるが、「葬儀の形態の変化の対応に苦慮（葬祭業）」「生け花をする若い人が少ない、専門店以外のスーパーでも取扱（生花店）」など業界全体の問題を抱えていると回答した企業もある。
サービス業 (70企業)	売上・利益ともに約半数が「横ばい」と回答。「減少」と回答した企業では「安価な理髪店が多くなった（理容業）」「パソコン、プリンターの普及によりPOP等個人で制作してしまう（広告業）」「習い事の多様化によるピアノ離れ（ピアノ教室）」「テロによる旅行中止（旅行業）」などがあげられた。
製造業 (65企業)	全体と比較して売上・利益とも「増加」と回答した割合が高い。また先行きについても堅調な見通しを示している。「増加」の理由として「取引先からの受注増加（金型部品）」「インバウンドによる爆買の好影響で受注増（プラスチック成型）」「新商品新規取引先の開拓（リサイクル製品製造業）」もあった。一方で「減少」は「中国の景気減速（プラスチック成型）」「取引先の海外進出による（金属加工）」「取引先の在庫調整（機械）」と回答する企業もあった。
料飲旅館業 (42企業)	「利益」について45.2%が「減少」と回答。また先行きについても「減少」を懸念する企業が35.7%と高い。「減少」理由として「消費税増税の影響（飲食店）」「来店頻度の減少により休業日数の増加（スナック）」「売上は横ばいであっても原材料高騰のため利益を圧迫。今後益々の値上げが懸念されるため先行きは不安である（飲食店）」という回答。「増加」と回答した企業には「小規模事業持続化補助金を得て店舗改装（飲食店）」として補助金を活用して販促につなげた企業もある。
食料品 (17企業)	約半数が「売上」「利益」とも増加。今後も売り上げ増を見込んでいる。「増加」の理由として「新商品投入、人員配置の見直し（酒造業）」「自己ブランド清酒も売上増加に転じてきた、又焼酎のOEMが好調（酒造業）」「市場の変化（地ビール製造業）」など酒造関係業者が堅調である。
卸業 (15企業)	46.7%が売上減少。先行きの見通しも慎重。「減少」理由として「前年の雪害による需要の反動（農業資材卸・鋼材卸）」との回答があった。一方で「関東地方など新規取引先の拡大（青果卸）」など「増加」の理由として回答している。
運輸業 (8企業)	37.5%で「利益」「今後の売上」増加と回答。「利益増加」とした企業は「車両数を増やし顧客のニーズを満たす・人員確保による（運送業）」と回答。一方「近年業種的に最も影響を受けている業界（タクシー業）」と回答している。 ※回答数が8社であるため数値に全体との比較は難しい部分もある。

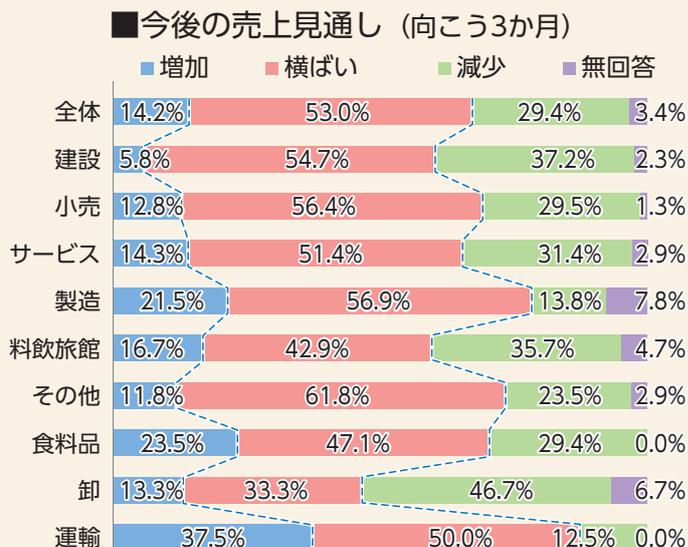
## ★売上・利益

※ 1: 売上及び収益状況（利益）は H27.9 月～11 月と前年（H26.9 月～11 月）との前年同期 3 か月間比較。

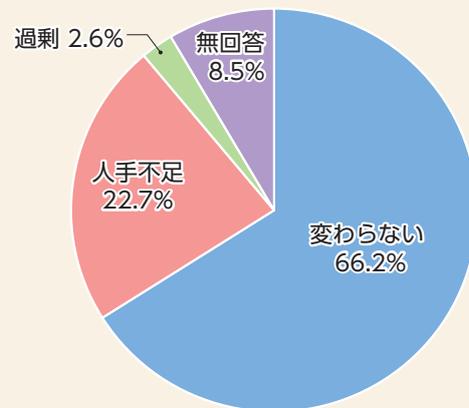


## ★今後の売上見通し

※ 2: 売上見通しは H27.11 月と比べ向こう 3 か月（H27.12 月～H28.2 月）の見通し



## ■雇用状況（前年同月比）



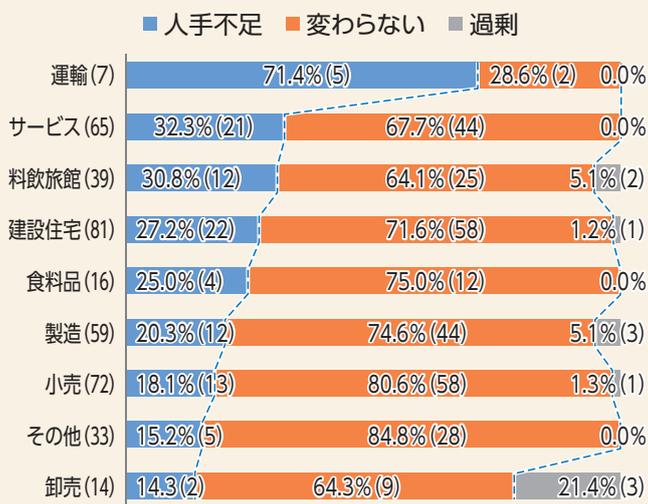
## ★雇用

### 「人手不足」と回答した企業は2割強

雇用状況（前年同月比）については66.2%の企業が変わらないと回答しているが、全体の22.7%の企業では人手不足であると回答している。

業種別の割合では、運輸業が7割強と他業種と比べ人手不足の現状がうかがえる。次いでサービス業、料飲旅館業の順となっている。運輸業においては若者の車離れや運転手の高齢化、規制緩和による新規参入がしやすくなっており雇用の確保に課題を抱えている。中小企業白書2015では「業種別の従業員の人材の不足感が、サービス業や建設業においてその傾向が顕著である。この要因としては、昨今の人口の高齢化に伴う医療・福祉関連の労働需要や、復興需要の強まりが考えられる。こうした人材不足は、景気回復基調の中で、中小企業・小規模事業者の健全な成長の阻害要因となる可能性がある」としている。

## ■業種別雇用状況（ ）は回答者数



★事業承継対策 (回答者数:361企業)

全体の31.0% (112企業) は後継者が決まっている。但し、長野県平均の36%より5ポイント低い結果。

全体の31.0%が既に「後継者が決まって」おり、「後継者候補がいる (21.9%)」と合わせると52.9%の企業で後継者及び後継者候補がいると回答。

(株)帝国データバンクが2014年に実施した「後継者問題に関する長野県内企業の実態調査 (対象5,331企業)」によると「後継者あり」と回答した企業は全体の36%であり、当所アンケート結果31.0%は長野県平均より低くなっている。

「代表者がまだ若いので後継者を決める必要がない」が13.6%。「後継者は決まっていないが事業は承継したい」との回答は17.4%。

一方で16.1% (58企業) が事業承継困難

- ・「現在の事業を継続するつもりはない」との回答が50企業 (13.9%)
- ・「後継者がいないため、M&Aによる売却」との回答が8企業 (2.2%)

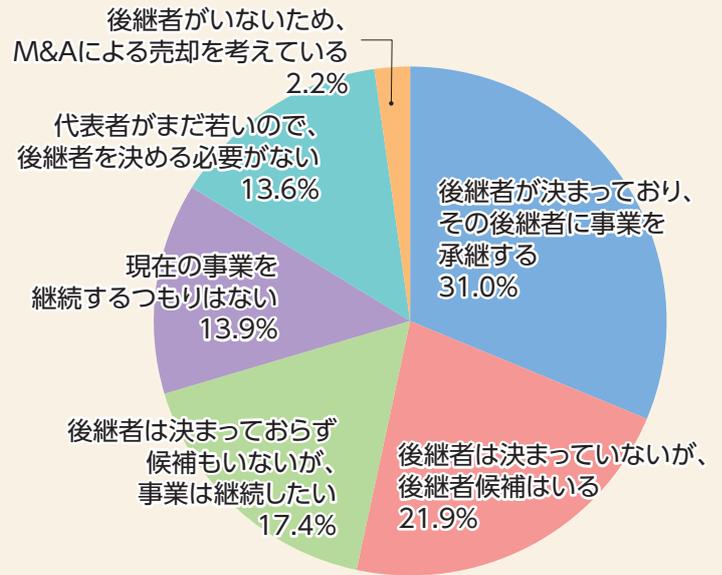
合わせて58企業 (16.1%)が現状で事業を継続していくことが困難と回答。

その理由として (複数回答)

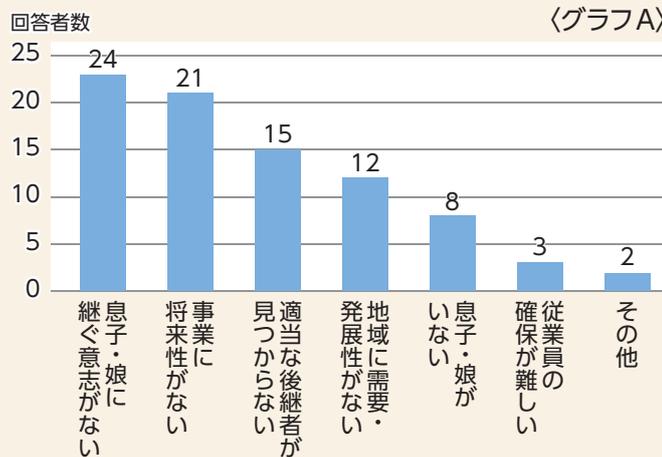
- ・息子・娘に次ぐ意思がない (24企業) ・事業に将来性がない (21企業) ・適当な後継者が見つからない (15企業) ・需要発展性がない (12企業) ・息子・娘がいない (8企業) となっている。〈グラフA〉

業種別にみると建設業 (14社) 小売業 (14社) サービス業 (10社) となっている。〈グラフB〉、規模別では5人以下の企業が51社となっており小規模企業ほど事業を継続することが困難と回答している。組織別では個人が38企業、法人が20企業と回答している。経営譲渡 (M&A) という手段もあるので当所でも支援策を講じていきたい。お気軽にご相談下さい。

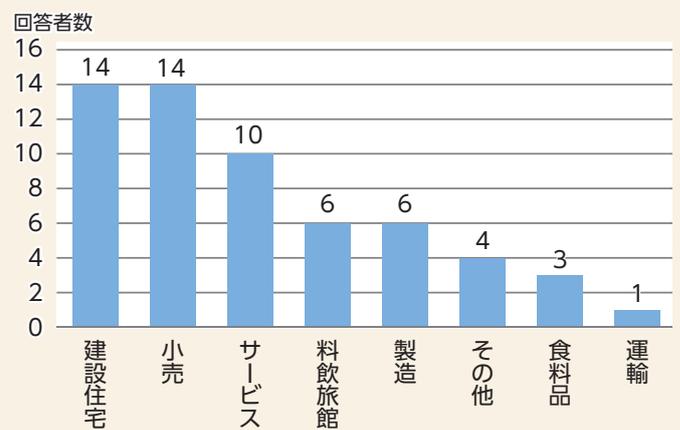
■事業承継の予定



■事業継続が困難と回答した企業の理由 (複数回答) 〈グラフA〉



■事業継続が困難な企業の業種 〈グラフB〉



★地域の活性化についてご意見要望等ご記入ください。

下記のような回答をいただいた。

- 製造業をはじめ、地域産業支援の拠点施設の早期立ち上げ
- 集客力のある公共施設 (多目的ホール、プロ野球開催可能な球場) の整備、文化事業の活性化
- 高齢化社会に向けて健康産業やインフラの充実 (ウォーキング道路やサイクリング道路の整備) 移住政策の強化
- 地域資源の活用PR・ブランド化 (地酒・野菜果物・佐久鯉等)
- 地域振興リーダー (まちづくりのキーマン) 養成が必要
- 高齢者が自立して暮らすことのできる都市整備に注力すべき。
- 若い事業主が一体化して意見を出し合える機会・場所。
- 産学官三者合同による誘客活動。軽井沢の次に佐久に立ち寄りたくなる街づくり
- 佐久南IC周辺整備事業の地域への影響の事前調査
- 中部横断自動車道の全線開通実現
- 様々なメディアを用いた情報発信。
- 大型激安店舗の規制