

特別企画：人口減少に対する企業の意識調査

企業の 45.7%が人口減少を「重要な経営課題」 ～ 商品・サービスの開発・拡充で対応するも、人材確保が阻害要因に ～

はじめに

総務省が発表した住民基本台帳に基づく 2017 年 1 月 1 日時点の人口動態調査によると、日本人の総人口は 1 億 2,558 万 3,658 人となり 8 年連続で減少し、減少幅は 1968 年の調査開始以降で最大となっている。また、少子化が進行するなか、15 歳から 64 歳の生産年齢人口は 1997 年を境に減少を続けており、人手不足を解消するための労働力確保に加えて、日本経済や企業の成長に与える影響が懸念される。

そこで、帝国データバンクは、人口減少が企業経営に及ぼす影響などに関する企業の見解について調査を実施した。なお、本調査は、TDB 景気動向調査 2017 年 8 月調査とともにを行った。

※調査期間は 2017 年 8 月 18 日～8 月 31 日、調査対象は全国 2 万 3,621 社で、有効回答企業数は 1 万 265 社（回答率 43.5%）。

※本調査における詳細データは景気動向調査専用 HP (<http://www.tdb-di.com/>) に掲載している。

調査結果（要旨）

1. 人口減少が与える影響について、「日本全体」では企業の 88.7%、「自社の属する業界」では 84.8%、「自社」では 78.7%が「マイナスの影響がある」と認識
2. 自社の経営における人口減少への捉え方について、「重要な経営課題である」と考える企業は 45.7%、「経営課題だが、それほど重要ではない」が 28.3%となり、4 社に 3 社が経営課題として捉えている。他方、「経営課題ではない」は 13.0%にとどまる
3. 人口減少を重要な経営課題として捉える企業は、すでに人口減少がより顕著な地域ほど高くなる傾向があり、企業経営における捉え方の差につながっている様子がうかがえる
4. 現在、自社の商品やサービスにおいて、人口減少への対応策として行っていることは、「高齢化に対応した商品・サービスの開発・拡充」が 17.5%で最も高い。今後の対応策は、「高齢化に対応した商品・サービスの開発・拡充」(25.7%)が最も高いものの、「異分野事業への進出」(24.3%)を考える企業が現在と比べて 14.2 ポイント上昇
5. 人口減少への対応策を実施する際の阻害要因は、「人材確保」(75.5%)が突出して高く、以下、「販路拡大」(32.2%)、「技術開発・研究開発」(19.1%)、「企画提案力の獲得」(16.6%)、「他企業との連携」(13.9%)が続く

1. 人口減少による影響、企業の約9割が日本にマイナス、8割弱が自社に悪影響と認識

日本全体あるいは地域の人口減少が「日本全体」にとってどのような影響を与えると思うか尋ねたところ、「マイナスの影響がある」と回答した企業は88.7%と約9割に達した。「プラスの影響がある」(0.6%)や「影響はない」(3.1%)は割合が非常に低くなっており、企業は人口減少が日本全体にとって重要な問題として捉えている様子がうかがえる。

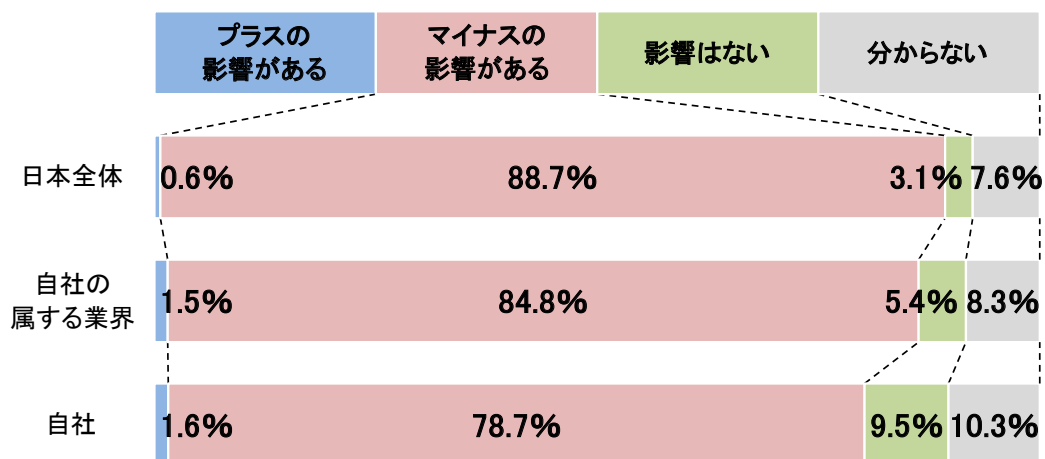
また、「自社の属する業界」では、「マイナスの影響がある」が84.8%と8割を超えた一方、「プラスの影響がある」は1.5%、「影響はない」は5.4%にとどまった。

「自社」に対する影響では、「マイナスの影響がある」が78.7%となり、8割弱の企業が自社にとって人口減少は悪影響をもたらすと考えていることが明らかとなった。また、「プラスの影響がある」は1.6%、「影響はない」は9.5%で、どちらの割合も1ケタ台となった。

企業からは、「経済規模全体が縮小傾向になる」(経営コンサルタント、千葉県)や「人口減少は、税や年金等の国民負担に影響がある」(食料品加工機械製造、神奈川県)といった、経済規模の縮小や国民負担の増大など、マクロ経済全体に与えるインパクトについて不安を感じている意見が多くみられた。また、「従業員の高齢化と新卒者の確保難に直面しており、営業および技術継承に影響がでている」(土木工事、北海道)など、人材確保が難しくなることで、技術やノウハウの継承などを懸念する声も聞かれた。

他方、プラスの影響を見込む企業からは、「人員不足に対してIT化により課題を解決しようとする動きが加速する」(ソフト受託開発、東京都)や「人手確保が困難になることから、生産効率化やM&Aの支援ニーズが拡大している」(経営コンサルタント、大阪府)など、都市部を中心にIT化などを含め新たな需要創出の機会として考える声があがった。また、「人の力より機械や装置に頼る環境になっていく。そのため、人員が減る一方で、設備が増加すると見込む」(発泡・強化プラスチック製品加工、群馬県)といった、事業内容に応じて人口減少に備える意見もみられた。

人口減少による影響



注：母数は有効回答企業1万265社

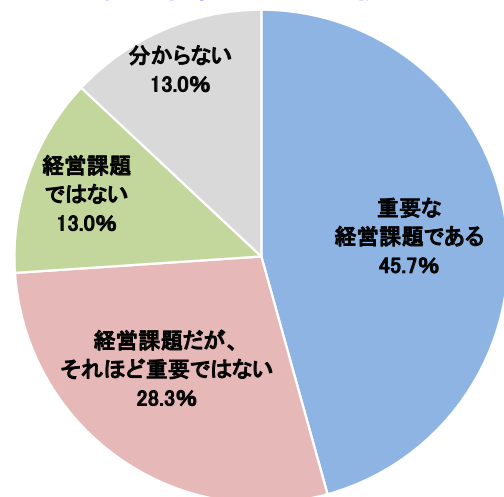
2. 人口減少が「重要な経営課題」と考える企業は 45.7%

自社の経営において、人口減少をどのように捉えているか尋ねたところ、「重要な経営課題である」と回答した企業の割合が 45.7%で最も高かった。「経営課題だが、それほど重要ではない」は 28.3%となり、企業の4社に1社が経営課題と認識する一方で、重要性に関してはやや低く捉えていた。他方、「経営課題ではない」(13.0%)は1割台にとどまっており、概ね4分の3の企業が人口減少を経営課題として考えていることが明らかとなった。

とりわけ「重要な経営課題である」と回答した企業では、すでに人口減少がより顕著な地域ほど高くなる傾向があり、企業経営における危機感につながっている様子がうかがえる。

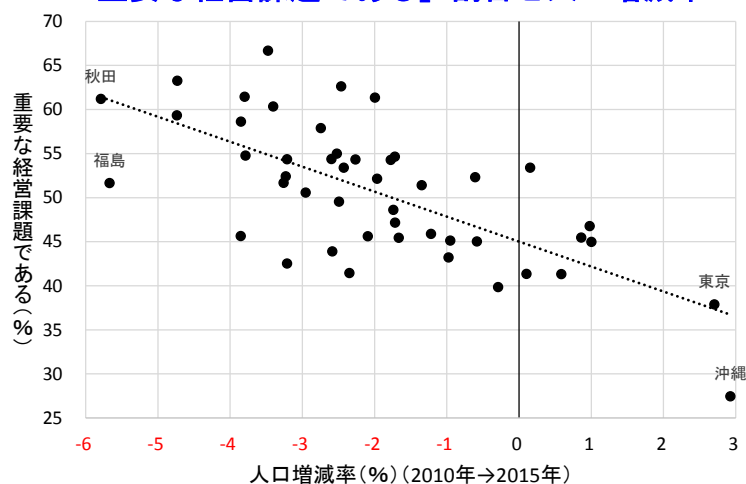
企業からは、「人口減少社会が企業経営に与える影響は『人手不足をもたらすこと』であり『顧客を減らすこと』である」(自動車部分品・付属品卸売、東京都)や「労働力の確保のために外国人の雇用を検討せざるを得ないが、国をはじめとした各方面の援助・指導が必要」(米麦卸売、秋田県)といった声があがった。また、「人口減少は抗えない現実であり、その現実の中でどう対応出来るかが経営力だと考える」(事務所用・店舗用装備品製造、兵庫県)や「柔軟に自ら変化していくしかない」(土木工事、高知県)など、ビジネスモデルの見直しを含めた対応の必要性を指摘する意見も聞かれた。他方、「現時点では経営課題として検討のテーブルに上がっていないが、今後対応が必要となることも想定される」(総合リース、東京都)という声もあった。

自社の経営における捉え方



注：母数は有効回答企業1万265社

「重要な経営課題である」割合と人口増減率



注：人口増減率は、国勢調査(2015年、総務省)より帝国データバンク作成

3. 人口減少への対応策、「高齢化に対応した商品・サービスの開発・拡充」がトップ

現在、自社の商品やサービスにおいて、人口減少に対してどのような対応策を行っているか尋ねたところ、「高齢化に対応した商品・サービスの開発・拡充」が17.5%と最も高かった（複数回答、以下同）。次いで、「労働力人口の減少に対応した商品・サービスの開発・拡充」（12.7%）、「国内の店舗網・販売先等の拡大・充実」（11.9%）、「店舗以外の販売経路（ネット販売・宅配等）の拡大・充実」（10.7%）、「異分野事業への進出」（10.1%）が続いた。

具体的には、「少子化傾向のなか、三世代を狙える商品開発を試みている」（靴卸売、栃木県）や「少子高齢化はマンパワー不足を機械で代替することになるため、その代替となる製品の拡販に力を入れる」（一般産業用機械・装置製造、静岡県）、「人口減少による働き手不足を補うための工場の合理化・無人化のための製品を提案している」（機械工具卸売、香川県）などの声があがった。

他方、今後の対応策では、「高齢化に対応した商品・サービスの開発・拡充」（25.7%）と「労働力人口の減少に対応した商品・サービスの開発・拡充」（25.2%）は、現在と同様に上位にあがった。次いで、「異分野事業への進出」（24.3%）を行うとした企業は、現在より14.2ポイント上昇し、人口減少への対応策として事業の多角化を考えている企業が多くみられた。さらに、「少子化に対応した商品・サービスの開発・拡充」（18.5%）は10.5ポイント上昇しているほか、「海外市場への進出」（16.6%）を挙げる企業も多かった。

具体的には、「中小零細企業の生き残りを考えると、異分野事業も念頭に置いて事業展開していかなければと考えている」（土木工事、京都府）や「人口の減少にともない、国内需要の減退は避けがたいため、新規需要の開拓や海外市場への進出、異分野事業への進出について、今後いっそう検討する必要性が高まるものとする」（情報家電機器小売、東京都）などの意見があがった。

人口減少への対応策として、国内外の店舗網や販売先等の削減・集約は1割未満にとどまる一方、商品やサービスの開発・拡充や異分野事業への進出などが上位にあがるなど、生き残りをかけて前向きな対応策を考えている企業が多かった。

人口減少への対応策の実施状況（複数回答）

	現在の対応策		今後の対応策		変化幅 (pt)
	順位	構成比	順位	構成比	
高齢化に対応した商品・サービスの開発・拡充	1	17.5	1	25.7	8.2
労働力人口の減少に対応した商品・サービスの開発・拡充	2	12.7	2	25.2	12.5
国内の店舗網・販売先等の拡大・充実	3	11.9	8	14.3	2.4
店舗以外の販売経路（ネット販売・宅配等）の拡大・充実	4	10.7	6	16.0	5.3
異分野事業への進出	5	10.1	3	24.3	14.2
海外市場への進出	6	9.4	5	16.6	7.2
海外向け商品・サービスの開発・拡充	7	9.0	7	15.0	6.0
少子化に対応した商品・サービスの開発・拡充	8	8.0	4	18.5	10.5
世帯人員数の減少に対応した商品・サービスの開発・拡充	9	5.7	9	13.6	7.9
海外の店舗網・販売先等の拡大・充実	10	4.4	10	9.9	5.5
国内の店舗網・販売先等の削減・集約	11	4.2	12	8.5	4.3
観光需要を喚起する商品・サービスの開発・拡充	12	3.5	11	8.7	5.2
海外の店舗網・販売先等の削減・集約	13	1.0	13	4.6	3.6
その他		4.3		8.2	3.9
特に何もしていない／する予定はない		31.5		22.2	-9.3

注：母数は有効回答企業1万265社

4. 人口減少への対応、「人材確保」が最大の阻害要因

人口減少への対応策を実施するとき、どのようなことが阻害要因となるか尋ねたところ、「人材確保」が75.5%で突出して高かった（複数回答、以下同）。次いで、「販路拡大」（32.2%）が3割台で続いたほか、「技術開発・研究開発」（19.1%）、「企画提案力の獲得」（16.6%）、「他企業との連携」（13.9%）、「ITノウハウの獲得」（10.4%）が1割超となった。

上位3項目を業界別にみると、「人材確保」では、『運輸・倉庫』が最も高く、『農・林・水産』『建設』が8割を超えた一方、『不動産』は5割台だった。「販路拡大」では『小売』が最も高く、「技術開発・研究開発」では『製造』が唯一3割超となるなど、業界によって、対応策を実施するときの阻害要因が異なっている様子が浮き彫りとなった。

地域別にみると、「人材確保」はいずれの地域も7割を超えている一方、「技術開発・研究開発」では『北陸』と『北関東』のみ2割超となり、各地域の産業構造の違いが表れる結果となった。

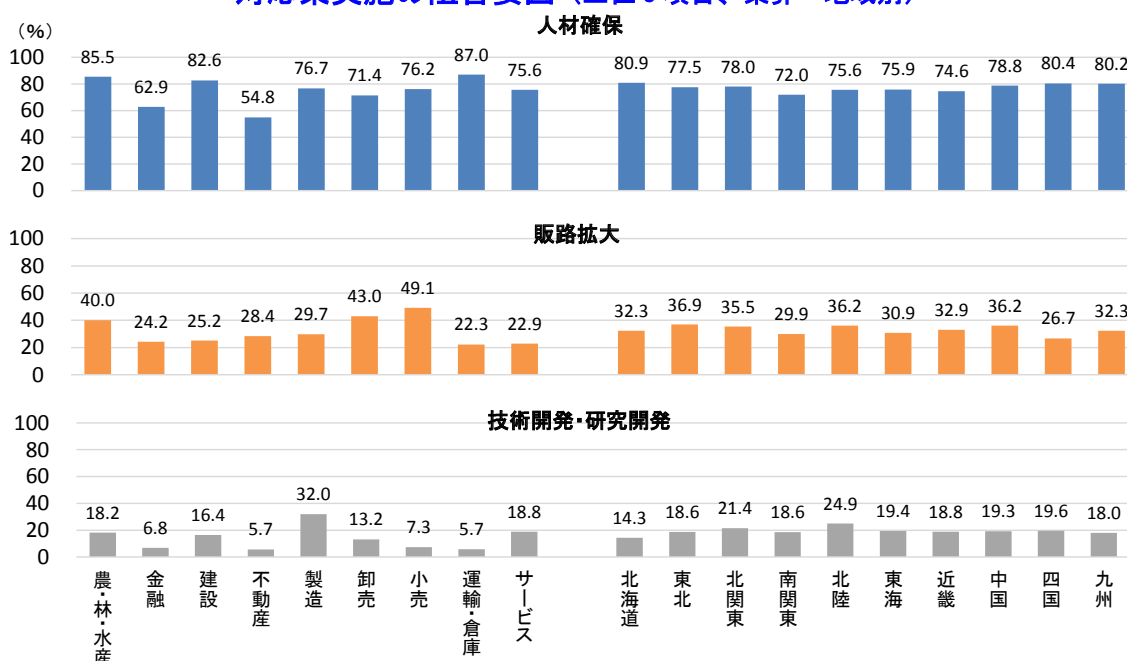
企業からは、「技術職に不測の事態があった時に対応できる人材が不足していく」（建物サービス、東京都）や「若手が少なく、急激な人員変化によるスキル・ノウハウの維持が一番難しい」（家庭用電気機械器具卸売、東京都）などの意見がみられた。

対応策実施の阻害要因（複数回答）

	(%)
1 人材確保	75.5
2 販路拡大	32.2
3 技術開発・研究開発	19.1
4 企画提案力の獲得	16.6
5 他企業との連携	13.9
6 ITノウハウの獲得	10.4
7 外部の技術力の獲得	7.9
8 資金調達	7.8
9 各種の規制	7.4
10 取引先の海外移転	5.3
11 海外情報の収集	4.6
12 技術やノウハウの海外流出	3.3
13 知的財産の海外流出	2.0
その他	1.6
特になし	8.6

注：母数は有効回答企業1万265社

対応策実施の阻害要因（上位3項目、業界・地域別）



まとめ

人口減少社会「元年」と呼ばれる 2011 年以降、日本の人口は減少が続いている。また、1997 年から続く生産年齢人口の減少により、日本経済は人手不足という課題を抱える。こうしたなか、安倍内閣は、「未来投資戦略 2017」や「経済財政運営と改革の基本方針 2017」などにおいて、人口減少と少子高齢化が進むなかで経済成長を実現するため、さまざまな施策を掲げている。

本調査では、企業の約 9 割が人口減少は日本全体にとってマイナスの影響を与えると考えており、さらに 8 割弱の企業が自社にとって否定的な影響をもたらすと捉えていることが明らかとなった。また、人口減少が自社の「重要な経営課題である」とする企業は 45.7%と半数近くにのぼり、とりわけすでに人口減少が顕著な地域ほど企業経営に対して深刻に受け止めている。

人口減少に対しては、商品・サービスの開発や拡充など、企業の生き残りをかけて前向きな対策を考えている企業が多い。しかし、その対策を実施するうえで「人材確保」が最大の阻害要因となることも浮き彫りとなっている。

人口は経済成長の基盤ともいえる。今後も趨勢的に続く人口減少社会における経済成長の実現には、人手不足を補う技術開発やノウハウの蓄積・継承を進めるとともに、企業が実施する対応策の阻害要因を取り除く政策がカギとなる。さらに、生産性の向上を図るためのハードとソフト両面のイノベーションがより重要となろう。

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万3,621社、有効回答企業1万265社、回答率43.5%)

(1) 地域

北海道	530	東海 (岐阜 静岡 愛知 三重)	1,144
東北 (青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	628	近畿 (滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,736
北関東 (茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	705	中国 (鳥取 島根 岡山 広島 山口)	575
南関東 (埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,362	四国 (徳島 香川 愛媛 高知)	311
北陸 (新潟 富山 石川 福井)	558	九州 (福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	716
		合計	10,265

(2) 業界 (10業界51業種)

農・林・水産	55	小売	飲食料点小売業	67	
金融	132		繊維・繊維製品・服飾品小売業	29	
建設	1,476		医薬品・日用雑貨小売業	26	
不動産	299		家具類小売業	8	
製造	飲食料品・飼料製造業	325	(411)	家電・情報機器小売業	37
	繊維・繊維製品・服飾品製造業	112		自動車・同部品小売業	63
	建材・家具・窯業・土石製品製造業	234		専門商品小売業	127
	パルプ・紙・紙加工品製造業	109		各種商品小売業	51
	出版・印刷	187		その他の小売業	3
	化学品製造業	432		運輸・倉庫	453
	鉄鋼・非鉄・鉱業	521		飲食店	39
	機械製造業	444		電気通信業	12
	電気機械製造業	337		電気・ガス・水道・熱供給業	6
	輸送用機械・器具製造業	100		リース・賃貸業	105
(2,959)	精密機械・医療機械・器具製造業	74	サービス	旅館・ホテル	26
	その他製造業	84		娯楽サービス	60
	飲食料品卸売業	366		放送業	12
	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	192		メンテナンス・警備・検査業	153
	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	350		広告関連業	109
	紙類・文具・書籍卸売業	105		情報サービス業	426
	化学品卸売業	285		人材派遣・紹介業	54
	再生資源卸売業	31		専門サービス業	248
	鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸売業	306		医療・福祉・保健衛生業	99
	機械・器具卸売業	934		教育サービス業	20
(2,918)	その他の卸売業	349	その他サービス業	145	
			その他	48	
		合計	10,265		

(3) 規模

大企業	2,159	21.0%
中小企業	8,106	79.0%
(うち小規模企業)	(2,641)	(25.7%)
合計	10,265	100.0%
(うち上場企業)	(307)	(3.0%)

2. 企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業を含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング

【 内容に関する問い合わせ先 】

株式会社帝国データバンク 産業調査部 情報企画課

担当：窪田剛士 TEL 03-5775-3163 e-mail keiki@mail.tdb.co.jp

当リリース資料の詳細なデータは景気動向調査専用 HP (<http://www.tdb-di.com>) をご参照下さい。

リリース資料以外の集計・分析については、お問い合わせ下さい (一部有料の場合もございます)。

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。報道目的以外の利用につきましては、著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。