

特別企画：人口減少に対する企業の意識調査**企業の 90.2%が人口減少を「マイナスの影響がある」**

～ 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 月調査とともに行った。

※調査期間は 2017 年 8 月 18 日～8 月 31 日、調査対象は 171 社で、有効回答企業数は 51 社（回答率 29.8%）。

※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 90.2%、「自社の属する業界」では 88.2%、「自社」では 78.4%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、「経営課題だが、それほど重要ではない」が 39.2%、「重要な経営課題である」と考える企業は 27.5%となり、3 社に 2 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 21.6%にとどまる
3. 人口減少への対応策、「労働力人口の減少に対応した商品・サービスの開発・拡充」がトップ。次いで、「国内の店舗網・販売先等の拡大充実」が続く。
4. 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」(72.5%) が突出して高く、以下、「販路拡大」(25.5%)、「他企業との連携」(21.6%) 「外部の技術力の獲得」(19.6%)、「企画提案力の獲得」(17.6%)、「技術開発・研究開発」(13.7%) 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割近く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90.2%（全国88.7%）と9割に達した。「プラスの影響がある」0.0%（全国0.6%）や「影響はない」3.9%（全国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見えてくる。

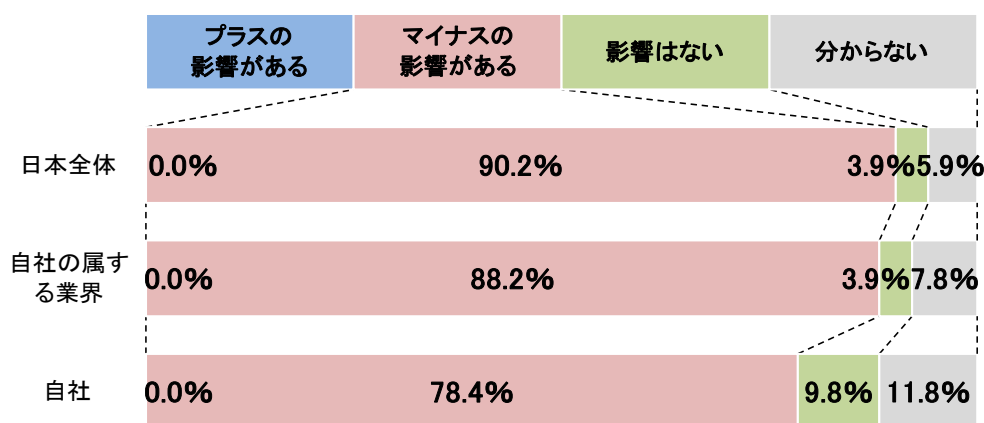
また、「自社の属する業界」では、「マイナスの影響がある」が88.2%（全国84.8%）と8割を超えた。「プラスの影響がある」は0.0%（全国1.5%）、「影響はない」は3.9%（全国5.4%）にとどまった。

「自社」に対する影響では、「マイナスの影響がある」が78.4%（全国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0.0%（全国1.6%）、「影響はない」は9.8%（全国9.5%）で、1ケタ台となった。

企業からは、「不動産は人がいて必要となるもので、人が減るのは需要が落ちる。需要が落ちれば業界は衰退する」（不動産業）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）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）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、その他意見として「外にチャレンジするチャンスととらえている為、海外も含めてチャレンジしていく」（不動産業）や「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）など、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）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：母数是有効回答企業51社

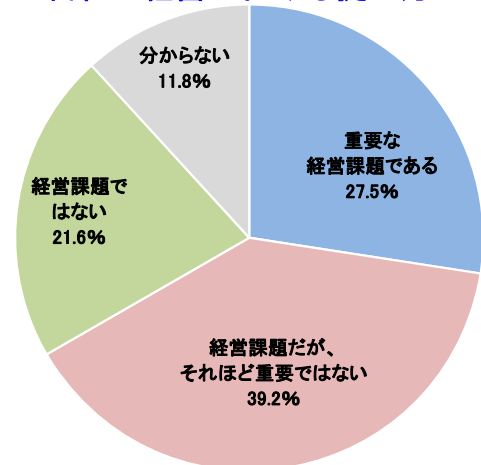
2. 人口減少が「それほど重要ではない」と考える企業は 39.2%

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、「経営課題だが、それほど重要ではない」は 39.2% で最も高かった。企業の 5 社に 2 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。一方、「重要な経営課題である」と回答した企業の割合が 27.5% となり、経営課題として認識する企業は 3 社に 2 社にのぼった。他方、「経営課題ではない」(21.6%) は 2 割台にとどまった。

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見えてくる。

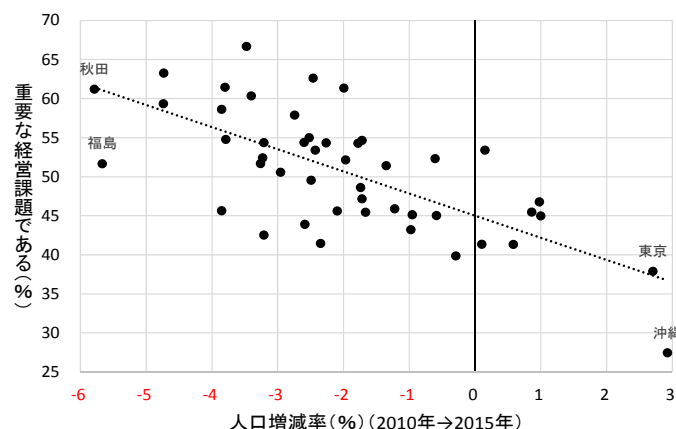
企業からは、「当県では人口は増加しているが、いずれ減少に転じるものと考えられる。しかしながら全国と比較すればその影響が顕在化するには、相当の時間を要しよう」(中小企業) や「出産・子育て環境の公的・民間企業の仕組みの充実が必須と考える」(小規模企業)、「人口減少社会が企業経営に与える影響は『人手不足をもたらすこと』であり『顧客を減らすこと』である」(自動車部品・付属品卸売)、「労働力の確保のために外国人の雇用を検討せざるを得ないが、国をはじめとした各方面の援助・指導が必要」(米麦卸売) といった声があがった。また、「人口減少は抗えない現実であり、その現実の中でどう対応出来るかが経営力だと考える」(事務所用・店舗用装備品製造) や「柔軟に自ら変化していくしかない」(土木工事) 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) 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51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、「労働力人口の減少に対応した商品・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、「労働力人口の減少に対応した商品・サービスの開発・拡充」が17.6%と最も高かった（複数回答、以下同）。次いで、「国内の店舗網・販売先等の拡大・充実」（7.8%）、「高齢化に対応した商品・サービスの開発・拡充」（5.9%）、「海外向け商品・サービスの開発・拡充」（5.9%）「観光需要を喚起する商品・サービスの開発・拡充」（5.9%）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）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）、「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）などの声があがった。

他方、今後の対応策では、「労働力人口の減少に対応した商品・サービスの開発・拡充」（37.3%）と「高齢化に対応した商品・サービスの開発・拡充」（31.4%）、「観光需要を喚起する商品・サービスの開発・拡充」（31.4%）は、現在と同様に上位にあがった。次いで、「少子化に対応した商品・サービスの開発・拡充」（29.4%）を行うとした企業は、現在より25.5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、「世帯人員数の減少に対応した商品・サービスの開発・拡充」（23.5%）は19.6ポイント上昇しているほか、「異分野事業への進出」（21.6%）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）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）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	
労働力人口の減少に対応した商品・サービスの開発・拡充	1	17.6	1	37.3	19.7
国内の店舗網・販売先等の拡大・充実	2	7.8	9	13.7	5.9
高齢化に対応した商品・サービスの開発・拡充	3	5.9	2	31.4	25.5
海外向け商品・サービスの開発・拡充	4	5.9	10	11.8	5.9
観光需要を喚起する商品・サービスの開発・拡充	5	5.9	2	31.4	25.5
少子化に対応した商品・サービスの開発・拡充	6	3.9	4	29.4	25.5
世帯人員数の減少に対応した商品・サービスの開発・拡充	7	3.9	5	23.5	19.6
海外の店舗網・販売先等の拡大・充実	8	3.9	12	9.8	5.9
国内の店舗網・販売先等の削減・集約	9	2.0	10	11.8	9.8
店舗以外の販売経路（ネット販売・宅配等）の拡大・充実	10	2.0	7	15.7	13.7
異分野事業への進出	11	2.0	6	21.6	19.6
海外の店舗網・販売先等の削減・集約	12	0.0	13	7.8	7.8
海外市場への進出	13	0.0	7	15.7	15.7
その他		9.8		21.6	11.8
特に何もしていない／する予定はない		29.4		19.6	-9.8

注：母数は有効回答企業51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72.5%で突出して高かった（複数回答、以下同）。次いで、「販路拡大」（25.5%）と「他企業との連携」（21.6%）が2割台で続いたほか、「外部の技術力の獲得」（19.6%）、「企画提案力の獲得」（17.6%）、「技術開発・研究開発」（13.7%）、「ITノウハウの獲得」（13.7%）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』『小売』が最も高く、『サービス』『建設』『製造』が8割を超えた一方、『不動産』は2割台だった。「販路拡大」では『小売』が最も高く、「他企業との連携」では『不動産』が唯一5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」は全国、沖縄いずれも7割を超えている一方、「技術開発・研究開発」では全国、沖縄とも1割超となっている。

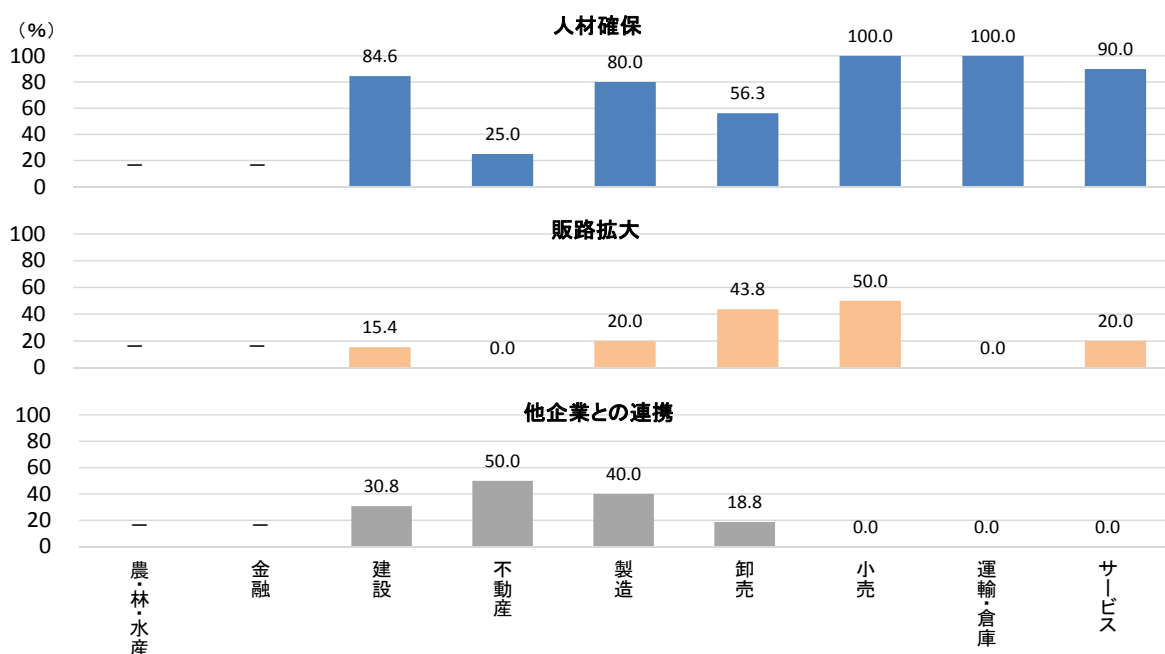
企業からは、「技術職に不測の事態があった時に対応できる人材が不足していく」（建物サービス）や「若手が少なく、急激な人員変化によるスキル・ノウハウの維持が一番難しい」（家庭用電気機械器具卸売）などの意見がみられた。

対応策実施の阻害要因（複数回答）

	(%)
1 人材確保	72.5
2 販路拡大	25.5
3 他企業との連携	21.6
4 外部の技術力の獲得	19.6
5 企画提案力の獲得	17.6
6 技術開発・研究開発	13.7
7 ITノウハウの獲得	13.7
8 各種の規制	9.8
9 資金調達	7.8
10 海外情報の収集	3.9
11 技術やノウハウの海外流出	2.0
12 取引先の海外移転	0.0
13 知的財産の海外流出	0.0
その他	2.0
特になし	15.7

注：母数は有効回答企業51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 27.5%と 3 割近くにのぼり、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(171 社、有効回答企業 51 社、回答率 29.8%)

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「従業員数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) 帝国データバンク 沖縄支店 担当：上野

TEL 098-861-6851 FAX 098-861-6863 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。