

特別企画：中国地方 人口減少に対する企業の意識調査

「人口減少は重要な経営課題」45%の企業が認識

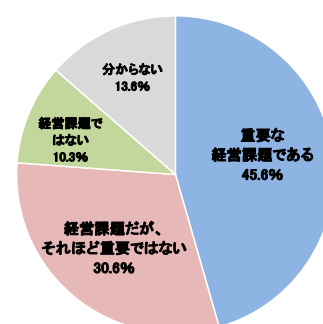
～対応への阻害要因、「人材確保」が8割近くに～

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1億2558万3658人だった。8年連続で減少し、減少幅は1968年に調査を開始して以降で最大となった。また、少子高齢化が進行する中、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いる。一方、厚生労働省が発表した2017年の高齢者調査で100歳以上の高齢者は全国で6万7824人となり、20年間で約6.7倍に増えたことが分かった。今後も人手不足による生産への影響や個人消費の減退など、日本経済や企業の成長に与える悪影響が懸念される。

この状況を踏まえ、帝国データバンク広島支店では、中国地方に本社を置く企業へ人口減少に対する意識について調査を実施した。今回の調査期間は、2017年8月18日～31日。調査対象は1239社で、有効回答企業数は575社（回答率46.4%）。

■自社の経営における人口減少の捉え方



注：母数は有効回答企業575社

調査結果（要旨）

- 人口減少が与える影響について、「日本全体」では企業の89.7%、「自社の属する業界」では85.9%、「自社」では80.9%が「マイナスの影響がある」と認識
- 自社の経営における人口減少の捉え方について、「重要な経営課題である」と考える企業は45.6%、「経営課題だが、それほど重要ではない」が30.6%。4社に3社が経営課題として捉えている。「経営課題ではない」は10.3%にとどまる
- 現在の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17.2%でトップに。「国内の店舗網・販売先等の拡大・充実」が12.2%で続く
今後の人口減少への対応策、「異分野事業への進出」が28.2%でトップになるも一部に難しいとの声も。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」が26.6%で続く
- 人口減少への対応策を実施する際の阻害要因、「人材確保」が78.8%でトップに。次いで、「販路拡大」が36.2%で続く

1. 人口減少による影響、8割以上が「マイナスの影響がある」と回答

(1) 日本全体への影響

人口の減少が「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」と回答した企業が575社中516社、構成比89.7%と約9割に達した。「プラスの影響がある」(0.9%)は1%にも満たず、「影響はない」(2.1%)も3%を下回り、人口減少は日本経済に与える影響が非常に大きいと認識していることが分かった。

■人口減少による影響(日本全体)

(構成比%、カッコ内社数)

	プラスの影響がある	マイナスの影響がある	影響はない	分からない	合計
全国	0.6 (66)	88.7 (9,101)	3.1 (320)	7.6 (778)	100.0 (10,265)
中国	0.9 (5)	89.7 (516)	2.1 (12)	7.3 (42)	100.0 (575)
大企業	0.0 (0)	93.3 (98)	2.9 (3)	3.8 (4)	100.0 (105)
中小企業	1.1 (5)	88.9 (418)	1.9 (9)	8.1 (38)	100.0 (470)
うち小規模	2.3 (3)	86.0 (111)	2.3 (3)	9.3 (12)	100.0 (129)
農・林・水産	0.0 (0)	100.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)
金融	0.0 (0)	87.5 (7)	0.0 (0)	12.5 (1)	100.0 (8)
建設	1.3 (1)	91.0 (71)	1.3 (1)	6.4 (5)	100.0 (78)
不動産	0.0 (0)	100.0 (10)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (10)
製造	1.0 (2)	87.6 (169)	1.6 (3)	9.8 (19)	100.0 (193)
卸売	0.7 (1)	91.9 (137)	2.0 (3)	5.4 (8)	100.0 (149)
小売	0.0 (0)	91.2 (31)	5.9 (2)	2.9 (1)	100.0 (34)
運輸・倉庫	3.7 (1)	88.9 (24)	0.0 (0)	7.4 (2)	100.0 (27)
サービス	0.0 (0)	87.3 (62)	4.2 (3)	8.5 (6)	100.0 (71)
その他	0.0 (0)	100.0 (3)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (3)

注1: 網掛けは、ブロック全体以上を表す

注2: 全国の母数は有効回答企業1万265社。中国は575社

(2) 自社の属する業界への影響

人口の減少が「自社の属する業界」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」が575社中494社、構成比85.9%となった。「プラスの影響がある」は1.6% (9社)、「影響はない」は3.8% (22社)にとどまった。ただ、「マイナスの影響がある」の比率は「日本全体」(89.7%)を3.8ポイント下回った。一方、「プラスの影響がある」「影響はない」はともに『日本全体』を上回った。

■人口減少による影響(自社の属する業界)

(構成比%、カッコ内社数)

	プラスの影響がある	マイナスの影響がある	影響はない	分からない	合計
全国	1.5 (153)	84.8 (8,708)	5.4 (550)	8.3 (854)	100.0 (10,265)
中国	1.6 (9)	85.9 (494)	3.8 (22)	8.7 (50)	100.0 (575)
大企業	1.9 (2)	91.4 (96)	1.0 (1)	5.7 (6)	100.0 (105)
中小企業	1.5 (7)	84.7 (398)	4.5 (21)	9.4 (44)	100.0 (470)
うち小規模	3.1 (4)	81.4 (105)	4.7 (6)	10.9 (14)	100.0 (129)
農・林・水産	0.0 (0)	100.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)
金融	0.0 (0)	87.5 (7)	0.0 (0)	12.5 (1)	100.0 (8)
建設	2.6 (2)	91.0 (71)	2.6 (2)	3.8 (3)	100.0 (78)
不動産	0.0 (0)	100.0 (10)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (10)
製造	1.0 (2)	81.3 (157)	4.7 (9)	13.0 (25)	100.0 (193)
卸売	1.3 (2)	88.6 (132)	4.7 (7)	5.4 (8)	100.0 (149)
小売	2.9 (1)	94.1 (32)	0.0 (0)	2.9 (1)	100.0 (34)
運輸・倉庫	3.7 (1)	88.9 (24)	3.7 (1)	3.7 (1)	100.0 (27)
サービス	1.4 (1)	78.9 (56)	4.2 (3)	15.5 (11)	100.0 (71)
その他	0.0 (0)	100.0 (3)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (3)

注1: 網掛けは、ブロック全体以上を表す

注2: 全国の母数は有効回答企業1万265社。中国は575社

(3) 自社に対する影響

人口の減少が「自社」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」が575社中465社、構成比80.9%となった。「プラスの影響がある」は1.7% (10社)、「影響はない」は7.0% (40社)にとどまった。「マイナスの影響がある」の比率は、「日本全体」(89.7%)を8.8ポイント下回り、「自社の属する業界」(85.9%)を5.0ポイント下回った。

■人口減少による影響(自社)

(構成比%、カッコ内社数)

	プラスの影響がある	マイナスの影響がある	影響はない	分からない	合計
全国	1.6 (160)	78.7 (8,074)	9.5 (974)	10.3 (1,057)	100.0 (10,265)
中国	1.7 (10)	80.9 (465)	7.0 (40)	10.4 (60)	100.0 (575)
大企業	1.0 (1)	89.5 (94)	3.8 (4)	5.7 (6)	100.0 (105)
中小企業	1.9 (9)	78.9 (371)	7.7 (36)	11.5 (54)	100.0 (470)
うち小規模	3.9 (5)	72.9 (94)	10.1 (13)	13.2 (17)	100.0 (129)
農・林・水産	0.0 (0)	50.0 (1)	50.0 (1)	0.0 (0)	100.0 (2)
金融	0.0 (0)	75.0 (6)	0.0 (0)	25.0 (2)	100.0 (8)
建設	1.3 (1)	85.9 (67)	7.7 (6)	5.1 (4)	100.0 (78)
不動産	0.0 (0)	80.0 (8)	10.0 (1)	10.0 (1)	100.0 (10)
製造	1.6 (3)	79.3 (153)	5.7 (11)	13.5 (26)	100.0 (193)
卸売	1.3 (2)	80.5 (120)	7.4 (11)	10.7 (16)	100.0 (149)
小売	0.0 (0)	91.2 (31)	5.9 (2)	2.9 (1)	100.0 (34)
運輸・倉庫	3.7 (1)	85.2 (23)	3.7 (1)	7.4 (2)	100.0 (27)
サービス	2.8 (2)	77.5 (55)	8.5 (6)	11.3 (8)	100.0 (71)
その他	33.3 (1)	33.3 (1)	33.3 (1)	0.0 (0)	100.0 (3)

注1: 網掛けは、ブロック全体以上を表す

注2: 全国の母数は有効回答企業1万265社。中国は575社

2. 人口減少が「重要な経営課題」と考える企業が 45.6%に

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」と回答した企業が575社中262社、構成比45.6%で最も高かった。次いで、「経営課題だが、それほど重要ではない」が30.6%（176社）となり、企業の3割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、「経営課題ではない」（10.3%・59社）は1割にとどまり、7割以上の企業が人口減少を経営課題と考えていることが明らかになった。

全国と比較してみると、「重要な経営課題である」（全国45.7%）では大差なく、「経営課題だが、それほど重要ではない」（同28.3%）では2.3ポイント高く、「経営課題ではない」（同10.3%）では2.7ポイント低く、人口減少を経営課題として捉えている点では全国よりも高い結果となった。

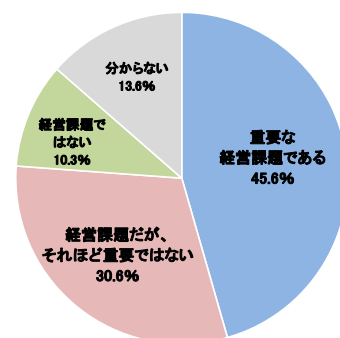
規模別でみると、「重要な経営課題である」では、『大企業』（52.4%・55社）が『中小企業』（44.0%・207社）よりも8.4ポイント高かった。また、「経営課題だが、それほど重要ではない」でも『大企業』（32.4%・34社）が『中小企業』（30.2%・142社）よりも2.2ポイント高く、『大企業』が『中小企業』よりも人口減少をより経営課題であると捉えていることが分かった。

業種別（母数10社以上）でみると、「重要な経営課題である」では、『小売』（64.7%・22社）が最も高かった。消費者に最も近く、人口減少が売り上げの減少につながると考えているとみられる。次いで、『運輸・倉庫』（59.3%・16社）、『建設』（53.8%・42社）が続き、5割を超えた。一方、最も低かったのは『卸売』（36.9%・27社）だった。

「経営課題だが、それほど重要ではない」では、『卸売』（36.2%・54社）が最も高く、『サービス』（33.8%・24社）が続いた。

「経営課題ではない」では、『不動産』（20.0%・2社）が最も高かった。他方、「重要な経営課題である」で最も高かった『小売』（2.9%・1社）が最も低かった。

■自社の経営における人口減少の捉え方



注：母数は有効回答企業575社

■自社の経営における人口減少の捉え方

（構成比%、カッコ内社数）

	重要な経営課題である	経営課題だが、それほど重要ではない	経営課題ではない	分からない	合計
全国	45.7 (4,689)	28.3 (2,901)	13.0 (1,339)	13.0 (1,336)	100.0 (10,265)
中国	45.6 (262)	30.6 (176)	10.3 (59)	13.6 (78)	100.0 (575)
大企業	52.4 (55)	32.4 (34)	5.7 (6)	9.5 (10)	100.0 (105)
中小企業	44.0 (207)	30.2 (142)	11.3 (53)	14.5 (68)	100.0 (470)
うち小規模	44.2 (57)	24.8 (32)	16.3 (21)	14.7 (19)	100.0 (129)
農・林・水産	100.0 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)	100.0 (2)
金融	50.0 (4)	25.0 (2)	12.5 (1)	12.5 (1)	100.0 (8)
建設	53.8 (42)	26.9 (21)	9.0 (7)	10.3 (8)	100.0 (78)
不動産	40.0 (4)	30.0 (3)	20.0 (2)	10.0 (1)	100.0 (10)
製造	46.1 (89)	29.0 (56)	10.9 (21)	14.0 (27)	100.0 (193)
卸売	36.9 (55)	36.2 (54)	13.4 (20)	13.4 (20)	100.0 (149)
小売	64.7 (22)	26.5 (9)	2.9 (1)	5.9 (2)	100.0 (34)
運輸・倉庫	59.3 (16)	25.9 (7)	7.4 (2)	7.4 (2)	100.0 (27)
サービス	38.0 (27)	33.8 (24)	5.6 (4)	22.5 (16)	100.0 (71)
その他	33.3 (1)	0.0 (0)	33.3 (1)	33.3 (1)	100.0 (3)
従業員数別					
5人以下	35.8 (24)	28.4 (19)	19.4 (13)	16.4 (11)	100.0 (67)
6～20人	41.0 (55)	32.1 (43)	12.7 (17)	14.2 (19)	100.0 (134)
21～50人	47.8 (77)	29.2 (47)	9.9 (16)	13.0 (21)	100.0 (161)
51～100人	45.9 (50)	33.9 (37)	5.5 (6)	14.7 (16)	100.0 (109)
101～300人	57.1 (40)	28.6 (20)	7.1 (5)	7.1 (5)	100.0 (70)
301～1000人	48.1 (13)	33.3 (9)	3.7 (1)	14.8 (4)	100.0 (27)
1000人超	42.9 (3)	14.3 (1)	14.3 (1)	28.6 (2)	100.0 (7)
鳥取	43.9 (18)	17.1 (7)	17.1 (7)	22.0 (9)	100.0 (41)
島根	54.3 (25)	23.9 (11)	8.7 (4)	13.0 (6)	100.0 (46)
岡山	45.9 (78)	33.5 (57)	8.2 (14)	12.4 (21)	100.0 (170)
広島	45.0 (104)	32.0 (74)	10.8 (25)	12.1 (28)	100.0 (231)
山口	42.5 (37)	31.0 (27)	10.3 (9)	16.1 (14)	100.0 (87)

注1：網掛けは、ブロック全体以上を表す

注2：全国の母数は有効回答企業1万265社。中国は575社

3. 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17.2%で最も高かった（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」（12.2%）、「労働力人口の減少に対応した商品・サービスの開発・拡充」（11.8%）、「異分野事業への進出」（10.8%）が続いた。いずれも人口減少に伴う売り上げの先細りへの対応策と捉えることができる。

■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	17.2	3	25.4	8.2
国内の店舗網・販売先等の拡大・充実	2	12.2	7	15.0	2.8
労働力人口の減少に対応した商品・サービスの開発・拡充	3	11.8	2	26.6	14.8
異分野事業への進出	4	10.8	1	28.2	17.4
海外市場への進出	5	9.6	6	16.0	6.4
海外向け商品・サービスの開発・拡充	6	9.4	8	14.3	4.9
店舗以外の販売経路（ネット販売・宅配等）の拡大・充実	6	9.4	5	16.7	7.3
少子化に対応した商品・サービスの開発・拡充	8	8.0	4	17.4	9.4
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	5.6	9	12.0	6.4
海外の店舗網・販売先等の拡大・充実	10	4.0	10	10.1	6.1
国内の店舗網・販売先等の削減・集約	11	3.7	12	5.6	1.9
観光需要を喚起する商品・サービスの開発・拡充	12	2.4	11	8.7	6.3
海外の店舗網・販売先等の削減・集約	13	0.5	13	5.0	4.5
その他		3.7		7.0	3.3
特に何もしていない／する予定はない		28.3		20.9	-7.4

注：母数は有効回答企業575社

今後の対応策では、現在の対応策で4番目の「異分野事業への進出」（28.2%）が最も高く、現状の事業だけでは人口減少に対して十分に対応できないと考える企業が多いといえる。次いで、「労働人口の減少に対応した商品・サービスの開発・拡充」（26.6%）、「高齢化に対応した商品・サービスの開発・拡充」（25.4%）が続いた。『現在の対応策』と『今後の対応策』との変化幅が最も大きかったのは「異分野事業への進出」（17.4ポイント）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」（14.8ポイント）が続いた。

4. 対応への阻害要因、「人材確保」がトップの78.8%に

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78.8%と突出して高かった（複数回答、以下同）。人口減少は消費の縮小につながるばかりでなく、よりよい人材の採用による自社の製造能力・販売能力の向上が阻害されると考える企業が圧倒的に多いことが分かった。次いで、「販路拡大」（36.2%）が続き、新たな取引先の開拓が難しいと考えている企業が多いといえる。以下、「技術開発・研究開発」（19.3%）、「企画提案力の獲得」（16.2%）、「他企業との連携」（13.4%）が続き、自社と同業他社と比較した場合の不足している部分を阻害要因として意識していると考えられる。

■対応策実施の阻害要因（複数回答）

	(%)
1 人材確保	78.8
2 販路拡大	36.2
3 技術開発・研究開発	19.3
4 企画提案力の獲得	16.2
5 他企業との連携	13.4
6 ITノウハウの獲得	9.4
7 外部の技術力の獲得	8.3
8 資金調達	6.1
8 各種の規制	6.1
10 海外情報の収集	4.7
11 取引先の海外移転	3.7
12 技術やノウハウの海外流出	2.4
13 知的財産の海外流出	1.9
その他	0.9
特になし	8.5

注：母数は有効回答企業575社

【企業からの声】

○人口減少に関する意見や自社への影響など

- ・住宅着工件数が減少すると思う。また、空き家も増えており、先行きが心配（岡山・不動産）
- ・最終製品を作っているわけではないので直接的な影響はないが、間接的に最終製品の需要が減ることにより当社製品を値切られる可能性がある（岡山・機械製造）
- ・労働力不足は生産体制に大きく影響し、技術の維持・承継が今以上に難しくなる。ひいては、労働者の賃金上昇を吸収できない状況がくるのではないだろうか（広島・機械器具卸）
- ・地域の人口が減少すると費用対効果を考慮されて公共工事等が減少していく（山口・建設）
- ・属する業界で高齢化が顕著に進み、先行きが不安である。また、新卒採用は全く望めなくなり、中期計画を修正せざるを得ない状況である（岡山・建設）
- ・ファッションの分野において消費減に直接つながる可能性が高い（岡山・繊維製造）
- ・人口減少と少子高齢化がすすめば、消費動向の変化について行けない企業群の再編が起こるだろう。また、労働力確保の観点では、待遇面で大手と差がある中小企業で人材確保がさらに困難になるだろう（岡山・鉄鋼製造）
- ・地方の中小企業で就業者が益々いなくなり事業の遂行が困難になる（山口・建設）
- ・就職する人がえり好みして、汚れる仕事、きつい仕事、危険な仕事などは敬遠される。作業員が不足することが考えられ、先行き不安である（山口・運輸・倉庫）

○人口減少への対応策ほか

- ・国内での人材確保が難しくなる中、海外からの採用を行っていく（広島・機械製造）
- ・省力化設備（測量機器・ドローン）の投資を行っている（山口・建設）
- ・海外への販売を今後は本気で取り組まなければいけない（山口・食品製造）
- ・工場での人手不足、技術者不足に対応するニーズが高まり、設計・対案を提案している。今後は高齢者の就業が可能な工場設備の提案を行う（岡山・建設）
- ・工業高校への出張教育で業界の認知度を高め、若年者へのアピールを行っている（広島・建設）
- ・自社でできる効果的な手段が見当たらない（岡山・金融）
- ・新規事業への参入もひとつの選択肢ではあるが難しい状況である（島根・建設）
- ・何もしてきていないので、何もできない（広島・建設）

【内容に関する問い合わせ先】

株式会社帝国データバンク 広島支店 担当：藤井 俊

TEL：082-247-5930 FAX：082-249-1242

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。