

**会津若松商工会議所
事業承継アンケート
報 告 書**

**会津若松商工会議所
会津若松中小企業相談所**

会津若松商工会議所 事業承継アンケート

1. 調査の目的

本調査は、平成24年7月以降、全職員による事業所巡回訪問を実施し、現状把握した結果からも明らかに、中小零細企業経営者の高齢化は容赦なく進行し、その大量交代時期が間近に迫っているため、事業承継は避けて通れない問題であり、むしろ、このような状況であるからこそ、企業体力を強化し、今後の事業活動の存続・発展を図る上で、事業承継はその重要性をより一層増している。今回の調査結果を基に会員事業所の現況、課題などを把握し、今後の事業承継事業に結び付けていくことを目的としている。

2. 調査の対象及び調査方法

当所全会員2,651事業所を対象として、郵送等にて回答する方法で実施。

3. 調査期間

平成25年4月20日～5月20日(回答率:14.41% 2,651事業所中382事業所から回答を得る。)

・回答企業の概要

(A)業種について

業種	卸売業	小売業	製造業	サービス業	飲食業	宿泊業	建設業	不動産業
件数	47	77	50	50	22	4	71	6
割合(%)	14.4%	23.5%	15.3%	15.3%	6.7%	1.2%	21.7%	1.8%
業種	医療・福祉業	運輸業	教育・学習支援業	情報通信業	金融・保険業	その他	無記入	合計
件数	10	5	3	0	4	21	12	327
割合(%)	3.1%	1.5%	0.9%	0%	1.2%	6.4%	3.7%	100%

(B)経営形態について

形態	個人	法人	無記入	合計
件数	92	279	11	382
割合(%)	24.1%	73.0%	2.9%	100%

(C)資本金

資本金額	1千万以下	1～3千万	3～5千万	5千万～1億	1億以上	個人(資本金なし)	その他	無記入	合計
件数	149	85	24	9	10	85	2	18	382
割合(%)	39.0%	22.3%	6.3%	2.4%	2.6%	22.3%	0.5%	4.7%	100%

(D)代表者の年齢

年代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	その他	無記入	合計
件数	0	11	47	107	137	59	17	0	4	382
割合(%)	0%	2.9%	12.3%	28.0%	35.9%	15.4%	4.5%	0.0%	1.0%	100%

(E)代表者の代数

	創業者	2代目	3代目	4代目	5代目	それ以上	無記入	合計
件数	159	110	59	21	8	20	5	382
割合(%)	41.6%	28.8%	15.4%	5.5%	2.1%	5.2%	1.3%	100%

・回答企業の業況

(A) 直近決算での売上高

売上高	1千万円未満	1～3千万円未満	3～5千万円未満	5千万～1億円未満	1～3億円未満	3～10億円未満	10億円以上	無記入	合計
件数	59	66	36	54	72	44	36	15	382
割合(%)	15.4%	17.3%	9.4%	14.1%	18.8%	11.5%	9.4%	3.9%	100%

(B) 5年前と比較した直近の営業利益

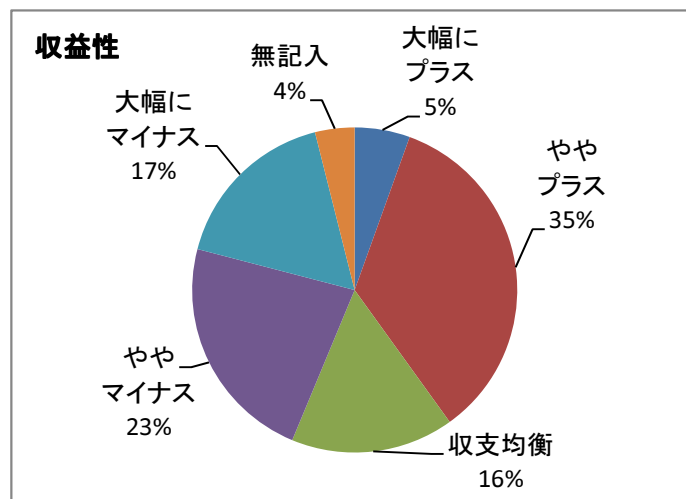
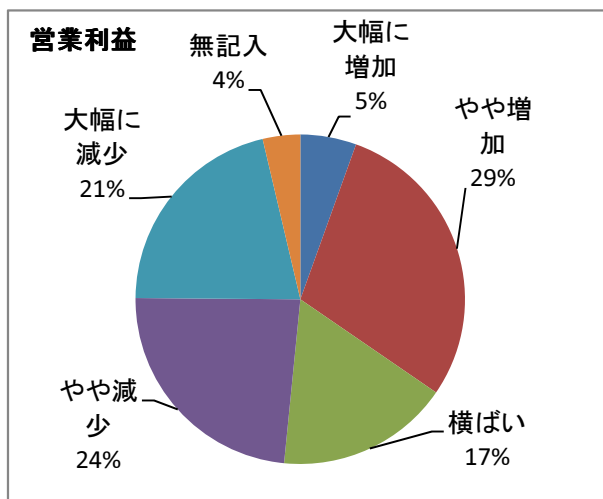
営業利益	大幅に増加	やや増加	横ばい	やや減少	大幅に減少	無記入	合計
件数	21	111	65	90	81	14	382
割合(%)	5.5%	29.1%	17.0%	23.6%	21.2%	3.7%	100%

(C) 直近3年の収益性

収益性	大幅にプラス	ややプラス	収支均衡	ややマイナス	大幅にマイナス	無記入	合計
件数	21	132	62	87	65	15	382
割合(%)	5.5%	34.6%	16.2%	22.8%	17.0%	3.9%	100%

(D) 最近の金融機関からの借入額

借入額	増加傾向	横ばい	減少傾向	なし	無記入	合計
件数	42	113	149	34	44	382
割合(%)	11.0%	29.6%	39.0%	8.9%	11.5%	100%



今回のアンケートに回答いただいた382社の概要及び近年の業況については前述の通りである。業歴については、創業者及び2代目経営者が全体の7割を占め、比較的若い企業からの回答が多いという結果となった。業況については営業利益・収益性とも3～5年前との比較で、横ばい及びプラスとの回答が過半数を超えた。震災前と比べて、わずかだが上昇傾向が見て取れる。

<事業承継について>

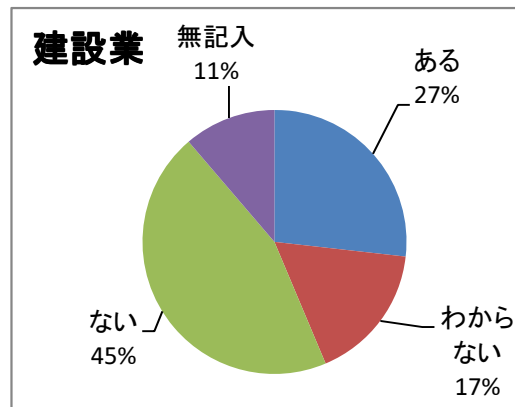
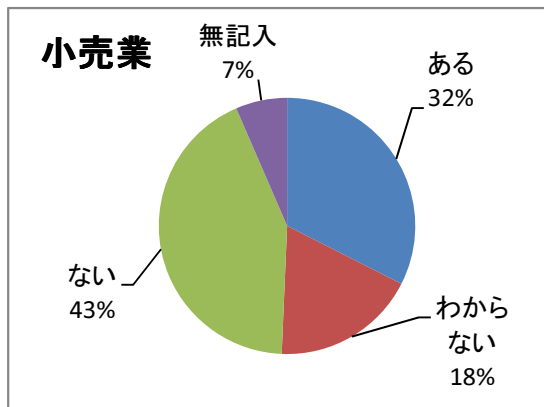
①事業承継の悩みについて

事業承継の悩み	ある	わからない	ない	無記入	合計
件数	98	68	191	25	382
割合(%)	25.7%	17.8%	50.0%	6.5%	100%

*業種別

業種	卸売業	小売業	製造業	サービス業	飲食業	宿泊業	建設業	不動産業
ある	13	25	12	12	4	0	19	2
わからない	8	14	12	9	5	1	12	1
ない	22	33	26	25	12	3	32	3
無記入	4	5	0	4	1	0	8	0
合計	47	77	50	50	22	4	71	6

業種	医療・福祉業	運輸業	教育・学習支援業	情報通信業	金融・保険業	その他	無記入	合計
ある	3	2	0	0	0	2	4	98
わからない	1	1	0	0	1	2	1	68
ない	5	2	3	0	3	16	6	191
無記入	1	0	0	0	0	1	1	25
合計	10	5	3	0	4	21	12	382



半数の事業所が事業承継についての悩みが『ない』と回答している。悩みが『ある』と回答した事業所は4分の1にとどまった。

回答の多かった小売・建設の2業種について別途集計すると、小売業において事業承継について悩みが『ある』と回答した事業所が全体の平均を6ポイント上回り、『ない』とする回答は逆に7ポイント下回った。

建設業では悩みが『ない』事業所は平均を5ポイント下回っているが、悩みを持つ事業所の割合は平均を1ポイント上回る程度であった。

他の業種においても、これらの回答比率は平均値に近いものになっており、小売業においては後継者などの事業承継問題が経営課題の大きな部分を占めていることが伺える。

②後継者の有無

後継者の有無	いる	いない	無記入	合計
件数	218	144	20	382
割合(%)	57.1%	37.7%	5.2%	100%

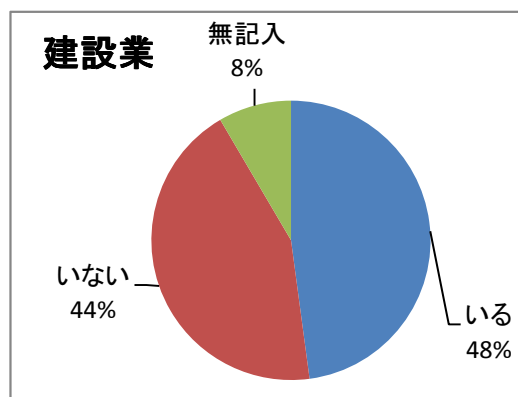
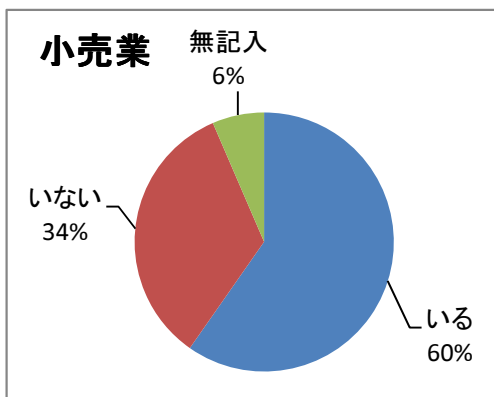
③後継者の所属等 *複数回答あり

	子供	配偶者	兄弟・姉妹	その他親族	親族以外の役員・従業員	その他	無記入	合計
件数	167	4	1	5	27	5	15	224
割合(%)	74.6%	1.8%	0.4%	2.2%	12.1%	2.2%	6.7%	100%

*業種別

業種	卸売業	小売業	製造業	サービス業	飲食業	宿泊業	建設業	不動産業
いる	24	46	28	27	13	3	34	5
いない	19	26	22	21	8	1	31	1
無記入	4	5	0	2	1	0	6	0
合計	47	77	50	50	22	4	71	6

業種	医療・福祉業	運輸業	教育・学習支援業	情報通信業	金融・保険業	その他	無記入	合計
いる	4	4	0	0	3	16	11	218
いない	5	1	3	0	0	5	1	144
無記入	1	0	0	0	1	0	0	20
合計	10	5	3	0	4	21	12	382



後継者の有無については、全体の57%が『いる』と回答しており、後継者が『不在』である、との回答を20ポイント上回った。後継者が誰か、との質問には4分の3の事業所が『子供』と回答。兄弟等と合わせ、親族が後継者であるとの回答は約80%を占めた。

前問と同様に小売・建設の2業種について個別に分析してみると、小売業については後継者が『いる』との回答が平均を3ポイント上回り、『いない』とする回答は逆に平均を3ポイント下回っている。建設業では後継者が『いる』とする回答が平均を9ポイント下回り、『不在』であるとする回答が逆に7ポイント上回っている。

前問では、建設業においては事業承継問題はあまり重要な課題とは捉えられてはいなかったが、実際には後継者が存在する事業所の比率が低く、長期的に事業承継が経営課題として浮上する可能性がある。

④事業承継の時期

	1年以内	1～3年以内	3～5年以内	5～10年以内	10年以上	時期未定	無記入	合計
件数	7	41	32	39	28	71	18	236
割合(%)	3.0%	17.4%	13.6%	16.5%	11.9%	30.1%	7.6%	100%

⑤後継者に期待すること

	新しい経営スタイルでの独自性	事業拡大	現状維持	会社の永続	その他	無記入	合計
件数	73	18	26	19	6	15	157
割合(%)	46.5%	11.5%	16.6%	12.1%	3.8%	9.6%	100%

⑥後継者不在の理由

	人材がない	候補者が承諾しない	継承時期が決まっていない	その他	無記入	合計
件数	62	2	46	34	14	158
割合(%)	39.2%	1.3%	29.1%	21.5%	8.9%	100%

半数以上の事業所が、後継者への事業承継を10年以内としている。

また、後継者に期待することとしては、これまでとは違う『新しい経営スタイルでの独自性創出』を望む意見が最も多く、半数近くに上った。自らが経営者として築き上げてきた経営スタイルを継承して事業の拡大・継続、現状維持を図るよりも、自分のスタイルとは全く別のものを生み出してほしい、との期待感が強いようである。

また、後継者不在の事業所にその理由を尋ねたところ、人材(子供を含め)がない、との回答が4割を占めた。

<企業売却(M&A)について>

①企業売却(M&A)検討の有無

	いる	いない	無記入	合計
件数	11	328	43	382
割合(%)	2.9%	85.9%	11.3%	100%

②企業売却(M&A)検討の理由

	後継者がいない	事業に将来性がない	業績悪化による借入金返済	相続税対策	新事業起業の資金確保	その他	合計
件数	8	3	1	2	0	1	15

③企業売却(M&A)先の探し方

	探す方法がわからない	取引銀行に依頼	商工会議所など公的機関に依頼	税理士などに依頼	自分で探す	その他	合計
件数	6	1	1	1	4	1	14

④企業売却(M&A)実施の時期

	1年以内	1～3年以内	3～5年以内	5～10年以内	10年以上	その他	合計
件数	0	1	3	5	3	0	12

⑤企業売却(M&A)先

	同業者	取引関係者	異業者	わからない	その他	合計
件数	3	2	1	6	0	12

企業売却(M&A)については、『検討している』との回答はわずか3%にとどまった。これは、M&Aについての知識・情報がまだ行き渡っていないための結果だと思われるが、逆に当地域において『M&A』という事業承継の方法がほとんど行われていない、事業承継に際して手法のひとつとして検討されることもない、ということを表していると考えられる。また、小規模個人事業主においては本手法の活用が難しい、という課題もある。

<事業承継に関する相談・支援について>

①事業承継等について具体的に相談した・または相談しようとする外部専門家等

	友人・知人	税理士・公認会計士	弁護士	中小企業診断士	社会保険労務士	司法書士・行政書士	その他民間のコンサルタント
件数	60	171	24	8	26	50	18
割合(%)	16.8%	47.9%	6.7%	2.2%	7.3%	14.0%	5.0%
	M&A仲介業者	金融機関	国・地方自治体の相談機関	商工会議所	その他	無記入	合計
件数	1	45	4	19	51	97	357
割合(%)	0.3%	12.6%	1.1%	5.3%	14.3%	27.2%	100%

②事業承継に関して商工会議所に期待していること

	気軽な相談	専門家紹介	後継者探し支援	後継者育成支援	その他	無記入	合計
件数	119	54	15	79	44	130	441
割合(%)	27.0%	12.2%	3.4%	17.9%	10.0%	29.5%	100%

事業承継等を相談した、またはしようとする相手先としては、税理士・会計士等の税務・会計専門家が半数近くに上った。司法書士・行政書士等の法律関係専門家、また金融機関の回答割合も目立った。

さらに、専門家ではないが、『友人・知人』との回答が税理士・会計士に次いで多く、事業承継がまだ企業の「経営課題」というより、代表者の個人的な悩みという捉え方が多いのではないかと考えられる。

また、今後商工会議所が事業承継に関する相談・支援事業を展開するに際して『気軽な相談』を期待する声が多かった。

<総括>

地方の商店街などでは、以前から後継者難が重要な経営課題として認識され、その早急な対策が叫ばれていたが、いまだに決定的と言える後継者対策は見出されているとは言い難い状況である。

今回、当所会員事業所に対し後継者問題を含め事業承継についてのアンケートを実施、それらの回答結果が本報告書の内容である。

今回の調査では、6割近くの事業所が後継者を有しているとの結果が出た。逆に4割近くの事業所で後継者不在の状況となっており、楽観視できる状態ではない。

しかしながら、事業承継について悩んでいる、と回答した事業所は全体の4分の1となっており、まだ後継者確保・事業承継が経営課題として正しく認識されていないのではないかとと思われる。

事業承継については、法律などに則った形式・手法が確立しているわけではなく、会計や法律の専門家との相談により解決策を模索してゆくしかない。

しかし、今回M&Aについて検討している事業所がわずか3%にとどまるなど、事業承継の手法などに対する意識がまだ高まっていないのではないかとと思われる。

現在、代表者の年齢が若く、まだ後継者問題等が無関係と考えている事業所でもいずれこの問題が顕在化することは確かであり、将来を見据えて承継対策に早くから取り組むべきであると考えられる。

今回、当所ではセミナー・個別相談の開催により、事業所の事業承継対策をバックアップする。将来、各事業所が円滑な事業の承継を進められるよう、本事業を積極的に展開してゆくものである。