

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.656 2020.1.7

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2019年12月27日号

中国経済：景気指標の総点検 (2019年冬季号)

～19年10-12月期の成長率は6.1%に改善へ！

経済・金融フラッシュ 2019年12月27日号

鉱工業生産(19年11月)

～10-12月期は前回の消費増税後を上回る大幅減産に

経営 TOPICS

統計調査資料

労働力調査(基本集計)

2019年(令和元年)11月分(速報)

経営情報レポート

「共有」が生み出す新たなビジネスの方向性
シェアリングエコノミーの動向

経営データベース

ジャンル：会社法 > サブジャンル：M&A対策
会社分割と事業譲渡の違い
M&Aが盛んに行われている要因

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

発行：税理士法人 常陽経営

ネット
ジャーナル

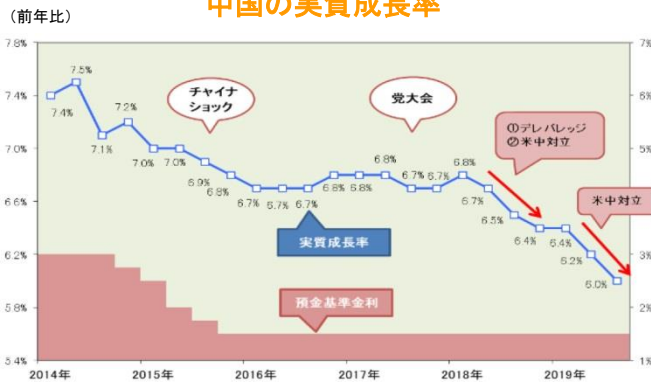
中国経済：景気指標の総点検 (2019年冬季号)

～19年10-12月期の成長率は6.1%に改善へ！

ニッセイ基礎研究所

1 中国では経済成長の勢いの鈍化傾向が続いている。中国国家統計局が10月18日に公表した19年7-9月期の成長率は実質で前年比6.0%増と、4-6月期の同6.2%増を0.2ポイント下回り、2四半期連続で減速することとなった。一方、消費者物価は抑制目標の「3%前後」を上回ってきた。アフリカ豚コレラの蔓延で豚肉が2倍超に高騰し食品を押し上げた。但し、食品・エネルギーを除くコアは同1.4%上昇に留まるなど、それ以外は概ね安定している。

中国の実質成長率



(資料) 中国国家統計局、中国人民銀行のデータを元に作成

2 景気10指標を点検すると、需要面では、輸出の不振が続いており、投資の水準が低いと、回復力は乏しい。一方、供給面から見ると、工業生産、製造業PMI、非製造業PMIが揃って上向いたため、景気減速には歯止めが掛かったと判断できる。また、その他の景気指標を見ると、電力消費量は2カ月連続で上向き(○)となったものの、工業生産者出荷価格と通貨供給量(M2)は横ばいで、道路貨物輸送量は3カ月連続で下向き(×)となった。これらを総括すると、これまで減速

傾向にあった中国経済は19年7-9月期に底打ちし、その後は持ち直してきているものの、景気回復の持続性に関しては未だ不透明な状況にあると考えられる。

3 「景気インデックス」(工業生産、サービス業生産、製造業PMIの3つを合成加工したもので、月次の景気指標の動きを成長率に換算するとどの程度かを表示)の推移をみると、18年3月の6.81%をピークに減速し始め、19年7-8月には5%台に突入した。しかし、9月には中国政府が次世代通信規格(5G)投資を促進し始めたことを背景に、ハイテク製造業の生産がV字回復したため6%台を回復することとなった。なお、中国国家統計局は20年1月17日(金)に、19年10-12月期の国内総生産(GDP)を公表する予定だ。12月の景気指標が余程の悪化とならない限り、前四半期を上回る可能性が高い(筆者の予想は前年比6.1%増)。

経済成長率と景気インデックス



(注) 景気インデックスは、工業生産、サービス業生産、製造業PMIを用いて筆者が合成加工した指数

ネット
ジャーナル

鉱工業生産（19年11月） ～10-12月期は前回の消費増税後を上回る大幅減産に

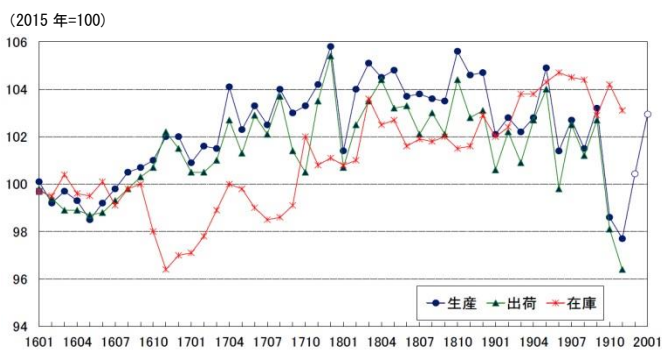
ニッセイ基礎研究所

1 11月の生産は2ヵ月連続の低下

経済産業省が12月27日に公表した鉱工業指数によると、19年11月の鉱工業生産指数は前月比▲0.9%（10月：同▲4.5%）と2ヵ月連続で低下したが、事前の市場予想（QUICK集計：前月比▲1.2%、当社予想は同▲2.0%）を若干上回る結果となった。出荷指数は前月比▲1.7%と2ヵ月連続の低下、在庫指数は前月比▲1.1%と2ヵ月ぶりに低下した。

11月の生産を業種別に見ると、輸出の低迷や台風19号による工場の操業停止の影響で10月に前月比▲7.9%の大幅減産となった自動車が増産から同4.5%と持ち直し、グローバルなITサイクルの底入れを背景に在庫調整が進む電子部品・デバイスが前月比0.1%と2ヵ月連続で上昇したが、世界的な設備投資の減速に伴う資本財輸出の低迷を反映し、生産用機械（前月比▲8.9%）、汎用・業務用機械（前月比▲1.2%）が2ヵ月連続の減産となった。

鉱工業生産・出荷・在庫指数の推移

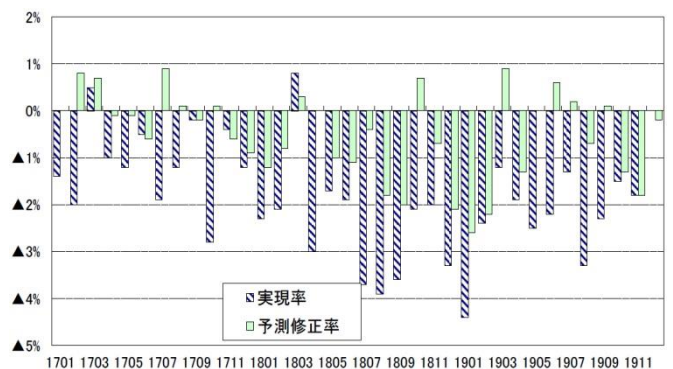


(注) 生産の19年12月、20年1月は製造工業生産予測指数で延長
(資料) 経済産業省「鉱工業指数」

2 10-12月期の減産幅は前回の消費増税後を上回る公算

製造工業生産予測指数は、19年12月が前月比2.8%、20年1月が同2.5%となった。生産計画の修正状況を示す実現率（11月）、予測修正率（12月）はそれぞれ▲1.8%、▲0.2%であった。19年11月の生産指数を12月の予測指数で先延ばしすると、19年10-12月期の生産は前期比▲3.5%となる。実際の生産が計画を下回る傾向が続いていることを考慮すれば、10-12月期は前回の消費増税後（14年4-6月期の前期比▲2.9%）以上の大幅減産となる可能性が高くなった。前回の消費増税後の減産は増税前の駆け込み需要の反動による部分が大きかったが、今回は駆け込み需要による増産がほとんど見られなかったにもかかわらず増税後に大きく落ち込んでいる。生産の基調は前回の消費増税後よりかなり弱い。

最近の実現率、予測修正率の推移



(資料) 経済産業省「製造工業生産予測指数」 (年・月)

労働力調査 (基本集計)

2019年 (令和元年) 11月分

総務省 2019年12月27日公表

結果の概要

【就業者】

- 就業者数は6762万人。前年同月に比べ53万人の増加。83か月連続の増加。
- 雇用者数は6046万人。前年同月に比べ63万人の増加。83か月連続の増加。
- 正規の職員・従業員数は3526万人。前年同月に比べ7万人の増加。2か月連続の増加。非正規の職員・従業員数は2186万人。前年同月に比べ44万人の増加。26か月連続の増加。
- 主な産業別就業者を前年同月と比べると、「学術研究、専門・技術サービス業」、「情報通信業」、「建設業」などが増加。

【就業率】

- 就業率は60.9%。
前年同月に比べ0.5ポイントの上昇。

【完全失業者】

- 完全失業者数は151万人。前年同月に比べ17万人の減少。3か月ぶりの減少。
- 求職理由別に前年同月と比べると、「勤め先や事業の都合による離職」が同数。「自発的な離職(自己都合)」が12万人の減少。「新たに求職」が2万人の減少。

【完全失業率】

- 完全失業率(季節調整値)は2.2%。
前月に比べ0.2ポイントの低下。

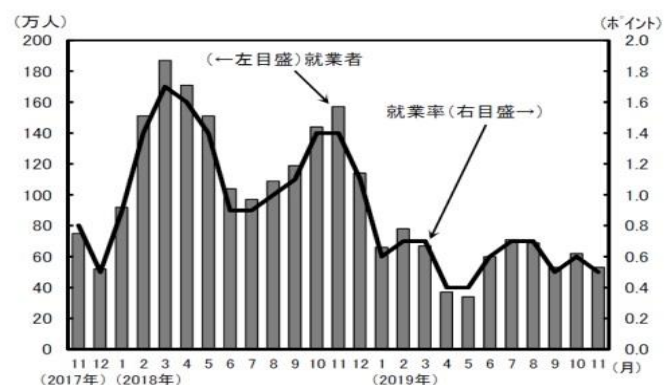
【非労働力人口】

- 非労働力人口は4175万人。前年同月に比べ46万人の減少。54か月連続の減少。

原数値	実数 (万人, %)	対前年同月増減 (万人, ポイント)			
		11月	10月	9月	8月
就業者	6762	53	62	53	69
自営業主・家族従業者	676	-3	-2	2	-9
雇用者	6046	63	50	51	72
(雇用形態別雇用者)					
正規の職員・従業員	3526	7	4	-9	-18
非正規の職員・従業員	2186	44	40	59	82
パート	1045	4	6	16	22
アルバイト	498	15	4	21	15
労働者派遣事業所の派遣社員	147	11	15	11	7
契約社員	277	-2	-3	10	24
嘱託	124	4	8	2	7
その他	95	11	11	0	6
(主な産業別就業者)					
農業、林業	212	2	5	6	-4
建設業	513	11	-3	-16	-9
製造業	1062	-1	-20	2	22
情報通信業	228	13	-7	4	16
運輸業、郵便業	341	-6	3	4	9
卸売業、小売業	1066	3	-16	-37	-41
学術研究、専門・技術サービス業	251	19	13	4	-8
宿泊業、飲食サービス業	420	-7	14	32	7
生活関連サービス業、娯楽業	239	1	11	6	17
教育、学習支援業	333	6	1	0	13
医療、福祉	845	-13	16	22	5
サービス業(他に分類されないもの)	460	6	7	-3	12
就業率	60.9	0.5	0.6	0.5	0.7
うち15~64歳	77.9	0.6	0.8	0.6	0.9
うち20~69歳	79.1	1.0	0.9	0.9	1.1
完全失業者	151	-17	1	6	-13
男	89	-12	-3	6	-6
女	61	-5	5	0	-7
(理由別)					
非自発的な離職	37	-2	-1	-3	-7
うち勤め先や事業の都合	22	0	3	0	-3
自発的な離職(自己都合)	63	-12	2	-2	0
新たに求職	35	-2	1	5	-6
非労働力人口	4175	-46	-74	-71	-59

季節調整値	実数 (%)	対前月増減 (ポイント)			
		11月	10月	9月	8月
完全失業率	2.2	-0.2	0.0	0.2	0.0
男	2.3	-0.2	-0.1	0.2	0.0
女	2.0	-0.3	0.1	0.2	-0.1

就業者の対前年同月増減と就業率の対前年同月ポイント差の推移



1 就業状態別 15 歳以上人口

- 前年同月に比べ、労働力人口は36万人(0.5%)の増加、非労働力人口は46万人(1.1%)の減少。
- 15～64歳の労働力人口は前年同月と同数、非労働力人口は41万人(2.6%)の減少。
- 65歳以上の労働力人口は35万人(3.9%)の増加、非労働力人口は5万人(0.2%)の減少。

就業状態別 15 歳以上人口

2019年11月	実数			対前年同月増減		
	男女計	男	女	男女計	男	女
15歳以上人口 総数	11097	5363	5734	-6	0	-5
15～64歳	7504	3801	3703	-37	-15	-22
65歳以上	3593	1562	2031	32	15	17
(再掲) 20～69歳	7781	3918	3863	-94	-42	-51
労働力人口 総数	6913	3843	3070	36	0	37
15～64歳	5985	3291	2695	0	-22	23
65歳以上	927	552	375	35	22	13
(再掲) 20～69歳	6295	3484	2810	-19	-37	18
就業者 総数	6762	3753	3009	53	11	42
15～64歳	5849	3211	2638	20	-11	31
65歳以上	913	542	371	33	22	11
(再掲) 20～69歳	6152	3400	2752	0	-24	24
完全失業者 総数	151	89	61	-17	-12	-5
15～64歳	136	80	57	-20	-11	-8
65歳以上	14	10	4	2	0	2
(再掲) 20～69歳	143	83	59	-19	-13	-6
非労働力人口 総数	4175	1516	2659	-46	-2	-44
15～64歳	1511	507	1004	-41	6	-47
65歳以上	2664	1010	1655	-5	-7	3
(再掲) 20～69歳	1478	431	1047	-79	-6	-72
労働力人口比率 総数	62.3	71.7	53.5	0.4	0.0	0.7
15～64歳	79.8	86.6	72.8	0.4	-0.2	1.1
65歳以上	25.8	35.3	18.5	0.8	1.0	0.5
(再掲) 20～69歳	80.9	88.9	72.7	0.7	0.0	1.4
就業率 総数	60.9	70.0	52.5	0.5	0.2	0.8
15～64歳	77.9	84.5	71.2	0.6	0.1	1.2
65歳以上	25.4	34.7	18.3	0.7	1.1	0.4
(再掲) 20～69歳	79.1	86.8	71.2	1.0	0.3	1.5

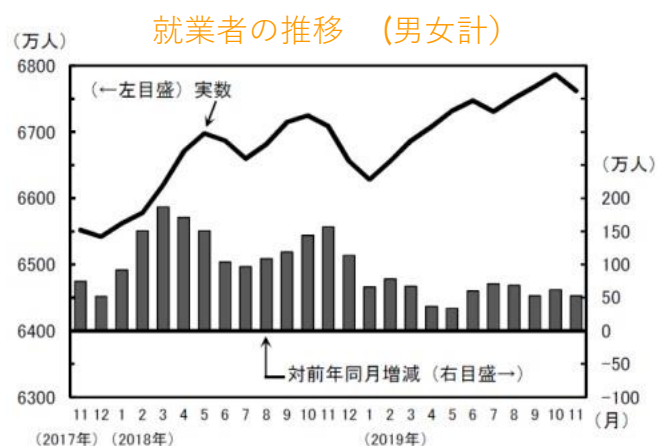
2 就業者の動向

1 就業者数

- 就業者数は6762万人。前年同月に比べ53万人(0.8%)の増加。83か月連続の増加。男性は3753万人、11万人の増加。女性は3009万人、42万人の増加。

男女別就業者

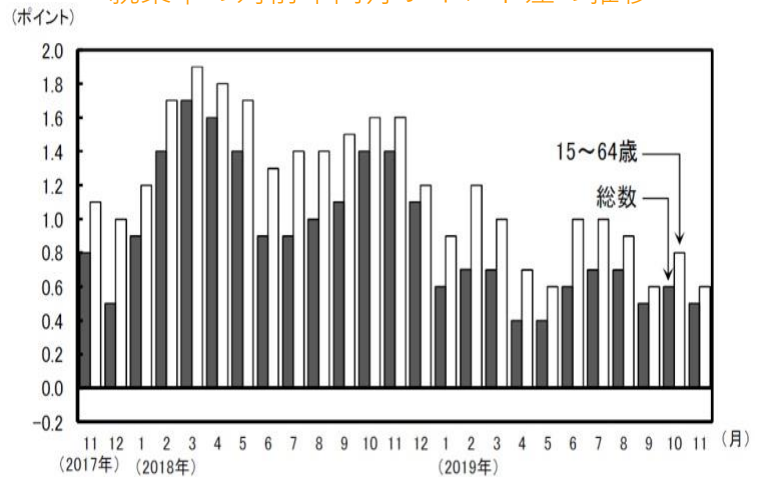
2019年11月	実数 (万人)	
	実数	対前年同月増減
就業者	6762	53
男	3753	11
女	3009	42



2 就業率

- 就業率(15歳以上人口に占める就業者の割合)は60.9%。前年同月に比べ0.5ポイントの上昇。
- 15~64歳の就業率は77.9%。前年同月に比べ0.6ポイントの上昇。男性は84.5%、0.1ポイントの上昇。女性は71.2%、1.2ポイントの上昇。
- 20~69歳の就業率は79.1%。前年同月に比べ1.0ポイントの上昇。

就業率の対前年同月ポイント差の推移



3 従業上の地位

- 自営業主・家族従業者数は676万人。前年同月に比べ3万人(0.4%)の減少。
- 雇用者数は6046万人。前年同月に比べ63万人(1.1%)の増加。83か月連続の増加。男性は3297万人、6万人の増加。女性は2749万人、57万人の増加。

従業上の地位別就業者 (万人)

2019年11月	実数	対前年 同月増減
就業者	6762	53
自営業主・家族従業者	676	-3
雇用者	6046	63
男	3297	6
女	2749	57

4 雇用形態

- 正規の職員・従業員数は3526万人。前年同月に比べ7万人(0.2%)の増加。2か月連続の増加。
- 非正規の職員・従業員数は2186万人。前年同月に比べ44万人(2.1%)の増加。26か月連続の増加。
- 役員を除く雇用者に占める非正規の職員・従業員の割合は38.3%。前年同月に比べ0.5ポイントの上昇。

雇用形態別役員を除く雇用者

(万人, %)

2019年11月	男女計			男			女		
	実数	対前年 同月増減	割合	実数	対前年 同月増減	割合	実数	対前年 同月増減	割合
役員を除く雇用者	5712	51	-	3046	2	-	2666	49	-
正規の職員・従業員	3526	7	61.7	2343	-25	76.9	1183	33	44.4
非正規の職員・従業員	2186	44	38.3	703	28	23.1	1483	16	55.6
パート	1045	4	18.3	121	2	4.0	924	2	34.7
アルバイト	498	15	8.7	252	9	8.3	247	7	9.3
労働者派遣事業所の派遣社員	147	11	2.6	58	8	1.9	89	3	3.3
契約社員	277	-2	4.8	143	-1	4.7	134	-1	5.0
嘱託	124	4	2.2	81	6	2.7	42	-2	1.6
その他	95	11	1.7	48	4	1.6	47	7	1.8

注) 割合は、「正規の職員・従業員」と「非正規の職員・従業員」の合計に占める割合を示す。



「共有」が生み出す新たなビジネスの方向性

シェアリング エコノミーの動向

- 1.注目されるシェアリングエコノミー
- 2.シェアリングエコノミーの動向
- 3.日本市場における課題と取組み
- 4.国内のシェアリングエコノミー企業事例



参考文献

シェアリングエコノミー(アルン・スンドララジャン [著] 日経 BP 社)
 はじめようシェアリングビジネス
 (一般社団法人シェアリングエコノミー協会 [監修] 日本経済新聞出版社)
 2017年版 中小企業白書(経済産業省)
 週刊 エコノミスト 2017年8月8日号(毎日新聞出版)

1

企業経営情報レポート

注目されるシェアリングエコノミー

近年、スマートフォンの普及等 IT の利活用環境の変化に伴い、「シェアリングエコノミー」が登場し、我が国の経済の仕組みを変えつつあります。

モノやサービスを個人間で取引する新しい経済活動として注目され、政府が 2017 年 6 月に発表した「未来投資戦略 2017」において、シェアリングエコノミー推進に向けた具体的施策が記載されました。シェアリングエコノミーは海外を中心に利用が進み市場が拡大傾向にありますが、我が国でも様々な分野で新たなサービスが次々と開発されており、今後の市場拡大が予想されています。

しかしながら、我が国におけるシェアリングエコノミーは今まさに黎明期にあり、中小企業におけるシェアリングエコノミーのサービスに対する認知度については、まだまだ高いとは言えません。本レポートでは、国内でのシェアリングエコノミーの動向と市場拡大に向けた展望について、国内企業のサービス事例の紹介とともに解説します。

■ シェアリングエコノミーのビジネスモデル

シェアリングエコノミーについては本格的な普及が始まって 10 年にも満たず、現時点でも一義的な定義はないと言われてはいますが、基本的にはインターネットを介して個人間でモノや場所、技術などを賃貸・売買取引するサービス形態を指します。

従来のビジネスは事業者が消費者にサービスを提供する、いわゆる「B to C」が一般的です。

一方、シェアリングエコノミーでは多くの場合、個人が使用していないモノや場所などを貸し出す「提供者」となり、借り手である「利用者」も多くの場合個人となります。

そして、提供者と利用者をつなぐ「シェア事業者」が、マッチングの場としてのプラットフォームを提供します。

■ 図1-1. シェアリングエコノミーのビジネスモデル



2

企業経営情報レポート

シェアリングエコノミーの動向

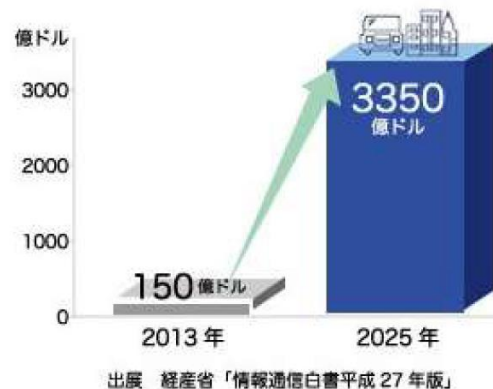
■ 急拡大が見込まれるシェアリングエコノミー市場

新たなビジネス分野として注目されるシェアリングエコノミーの市場は急成長するとみられています。米 PwC の推計によると、世界の市場合計額は 2013 年時点で 150 億ドル程度であったものが、2025 年には 20 倍超の 3,350 億ドルにまで拡大すると予測されています。

国内市場規模については、法整備等の問題で海外に比べ普及は遅れているものの、2014 年度に約 233 億円、2018 年度までには 462 億円にまで拡大すると予測されています。近年これほど急速に広がるに至った最大の要因は、IT の飛躍的な普及にあります。スマートフォン、SNS などにより、個人の持つ情報が不特定多数の個人に瞬時に可視化され、ソーシャルメディア上で他者とのコミュニケーションが一般化されつつあること、また、位置情報（GPS）や決済システムの向上などテクノロジーの進化が市場拡大を後押ししてきたと言えるでしょう。

■ 図2-1. シェアリングエコノミーの市場規模

図表：総務省 平成27年版情報通信白書
特集テーマ「ICTの過去・現在・未来」本編より

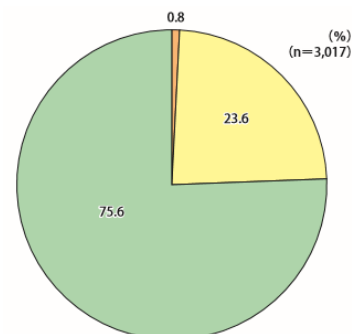


(出典) PwC「The sharing economy - sizing the revenue opportunity」

■ 中小企業でも高まりを見せるシェアリングエコノミーへの関心

市場拡大が期待されるシェアリングエコノミーですが、図2-2の通り、我が国の中小企業のシェアリングエコノミーに対する認知度は、「活用している」もしくは「知っているが活用していない」を含めても約25%という結果となり、中小企業においては、これから広く知られていく余地が多く残されていることがわかります。

■ 図2-2. シェアリングエコノミーの認知度



■ 活用している ■ 知っているが、活用していない ■ 知らない

資料：中小企業庁委託「中小企業の成長に向けた事業戦略等に関する調査」(2016年11月、(株)野村総合研究所)

しかしながらシェアリングエコノミーを認知している企業については、「関心があり、参入を検討している」と「事業参入を検討していないが、関心はある」を合わせると、どの立場においても約半数近くの企業が事業参入への関心があると答えており、今後認知度が高まるにつれて中小企業での活用事例も増えていくことが期待されます。

3

企業経営情報レポート

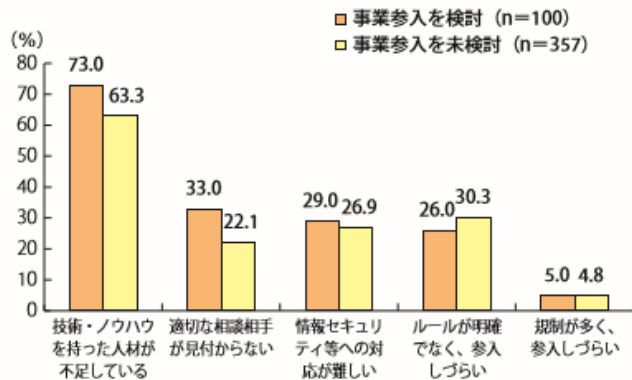
日本市場における課題と取組み

■ シェアリングエコノミーの活用に向けた課題

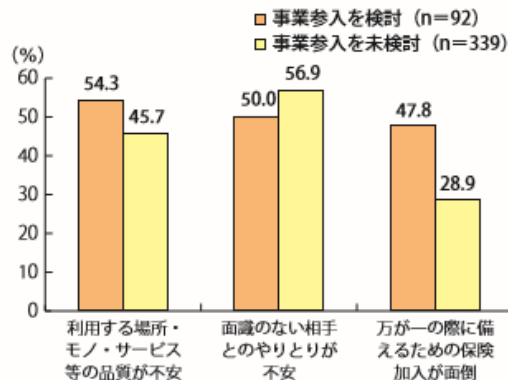
多くのビジネスチャンスが潜んでいる反面、シェア事業者、提供者、利用者それぞれの立場で、シェアリングエコノミーを活用していくための課題も見えてきています。参入を検討する際は、様々な課題に対し、今どのような対策が打ち出され、どのように活用すればよいかを知っておく必要があります。図3-1にシェア事業者、提供者および利用者における、共通の課題と個別の課題を集計したデータを示します。

■ 図3-1. シェアリングエコノミーを活用していない企業における課題

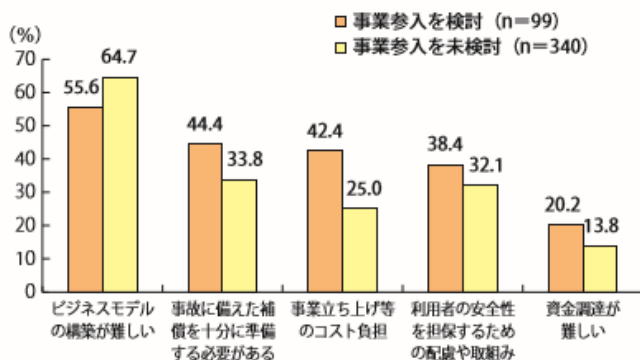
(1) 共通の課題



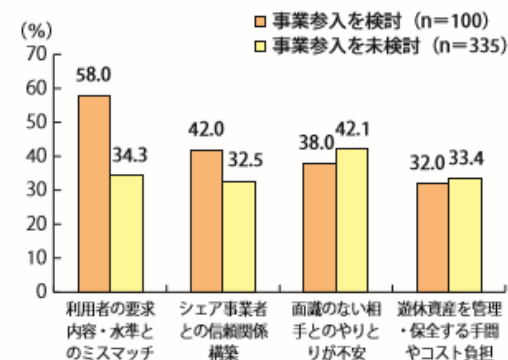
(2) モノ・サービス等の利用者として



(3) プラットフォームの提供者（シェア事業者）として



(4) モノ・サービス等の提供者として



資料：中小企業庁委託「中小企業の成長に向けた事業戦略等に関する調査」(2016年11月、(株)野村総合研究所)

(注)1. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

2. シェアリングエコノミーへの関心度について、「関心がない」と回答した企業を除いて集計している。

(1) シェア事業者、提供者、利用者共通の課題

シェア事業者、提供者および利用者の立場からみた共通の課題として、「技術・ノウハウを持った人材が不足している」「適切な相談相手が見つからない」といった情報源の不足を課題とした企業が多いことがわかります。また、情報セキュリティへの対応の難しさや、ルールが明確でないことによる参入のしづらさが挙げられています。

4

企業経営情報レポート

国内のシェアリングエコノミー企業事例

■ コインロッカーの不便さを解消する「空間」シェアサービス

駅前のコインロッカーの代わりに、喫茶店や小売店の店舗で荷物を預かるシェアサービスが登場しています。

「ecbo（エクボ）」はネットやスマートフォンで行先を入力すると、荷物を預かってもらえる飲食店や物販店などが表示されるサービスを、2017年1月から東京都の渋谷駅周辺をメインに開始しました。日本語、英語、中国語、韓国語の4言語に対応し、ベビーカーやゴルフバッグなどの大きな荷物も対応可能としています。

店舗側は荷物をスマートフォンで撮影し、顧客のスマートフォンに転送することでその画像が引換券となり、利用者を特定することができます。店舗にとっても集客につながり、相乗効果を生み出しているビジネスモデルといえます。

■「ecbo cloak」 webサイト



■ 長距離「ライドシェア」サービスで天塩町と稚内市を結ぶ「notteco」

高齢化・人口減少が進む北海道天塩町では1987年に鉄道が廃止され、町民の足は自家用車とバスとなりました。しかしバスは本数も少なく、自家用車を持たない高齢者にとっては不便な環境にありました。その不便さを解消するために天塩町は2017年3月より日本最大級の相乗りマッチングサービス「notteco（ノッテコ）」と提携し、天塩～稚内間での相乗り交通事業を展開しています。

天塩町の住民が生活圏での中核都市となる稚内市へ向かう理由の多くは通院で、つまりは高齢者の利用が中心となるため、webでのサービスに限らず、役場窓口や電話で受付ができる様にサービスのカスタマイズを行っている点も特徴です。

料金は片道1,000円程度で、バスと電車を乗り継いだコストの50%程度と、費用面でも利用者にメリットが生まれています。

■notteco webサイト



会社分割と事業譲渡の違い

事業譲渡と会社分割というやり方があるようですが、その違いを教えてください。

Q
uestion

自社の事業を他社に譲り渡すという点で、事業譲渡と会社分割はとても似ていますが、目的が大きく異なります。譲渡にかかる手続きと、譲渡後の両者の関係を考慮したうえで事業譲渡と会社分割、どちらがよいかを選択することになります。

A
nswer

事業譲渡と会社分割は、両者とも自社の事業を他社に譲り渡すときに行われる方法です。事業譲渡は厳密には会社法上の組織再編手法にはあらず、単に「事業を売買する」という売買契約のことです。

一方、会社分割は会社法に規定された組織再編手法であり、単に事業の売買を行うのではなく、会社の一部をほかの会社に承継させることを指します。

両者とも「Xという事業が、A社からB社に移った」というように、結果は同じように見えます。しかし、もともと目指しているものが違いますので、対価や手続きなどに大きな違いが出てきます。

【譲渡対象事業の対価】

事業譲渡の場合は「事業の売買」ですので、原則として譲渡対象事業の対価は金銭で支払うこととなります。一方、会社分割の場合は「会社の一部をほかの会社に承継させる」ということとなりますので、原則として譲渡対象事業の対価は株式を使うこととなります。

【債権者保護手続き】

債権者保護手続きとは、株式会社が債権者の利害に重大な影響を及ぼすおそれのあることを行う場合に、債権者に通知することを指します。通知から1カ月以内に債権者が異議を申し出ると、株式会社は債権者に対して弁済や担保の提供などを行わなければならないことになっています。会社分割の場合は、債権者保護手続きが必要ですが、事業譲渡の場合は不要です。ただし、事業譲渡の場合は、債権者ごとに個別に同意を取り付ける必要がありますので、一括して債権者への了解を取り付けられる会社分割のほうが、手続きの手間はかからないでしょう。

【労働者の承継】

事業譲渡の場合、譲り受けた事業に従事していた労働者を雇い入れる場合は、労働者個人と個別に交渉する必要があります。会社分割の場合は「労働契約承継法」の定めに従うことになっており、分割契約に定めがある場合は、譲渡事業に主として従事していた者は「当然に承継」となり、それ以外の者は「原則承継」になります。

ジャンル：会社法 > サブジャンル：M & A対策

M & A が盛んに行われる要因

中小企業においてM & A が盛んに行われている要因としては、どのようなものが挙げられますか。

中小企業の「M&A」では、シナジー効果（相乗効果）があるかどうかが大きなポイントとなります。大企業とは異なり、中小企業には営業力や商品開発力など何か不足しているケースが多くあります。この不足部分を相互に埋めあうことができるのが中小企業のM&Aといえます。

1. 先行き不安

規制緩和・自由化が進み競争が激化、空洞化、世の中のトレンドの変化など、企業経営を取り巻く環境はこれまでと大きく変わってきています。これらの影響を受けやすい中小企業は、難題を乗り越え生き残りをかけ、さまざまな戦略の展開を考えてはいるものの、経営資源の乏しさ等により困難なことも多く、事業や業界の先行き不安に悩む企業が増えています。

2. 後継者難

中小企業の約6割は後継者がいないと言われていています。子どもはいるものの跡を継がないまたは継がせられないといったケースもあり、こうした企業は、いずれは廃業という事態に直面してしまいます。近年、中小企業にとって後継者問題が深刻化しています。

3. 経営者となるべき人材の育成困難

金融機関の借入金のある会社の場合、経営者の多くは個人資産を担保に供するなどの個人保証を行っており、従業員が経営者になる際にはその保証を旧経営者から本人に変更する手続きを行わなければなりません。従業員本人がそれに同意しない、または、金融機関において個人保証の切替えに対する同意がすぐには得られない等のケースが考えられます。

また、金融機関の借入金のない会社は、個人保証の問題はないので従業員への経営交代は可能ですが、その従業員もいずれは世代交代を迎えるので、社内で次々に経営者となるべき従業員を育成していかなければならずこれも難しいことであるといえるでしょう。

4. 選択されるM & A

「第三者への企業譲渡」では、多くは第三者への株式譲渡の形式を取るため、創業者利益を獲得できるばかりでなく、従業員の継続雇用、取引先との継続取引、会社名が残るなど、創業者にとっては多くの利点があります。税金面でも、株式譲渡の場合、現在は譲渡益に対して20%の課税で済むため、清算より手取りベースで大きなメリットがあります。

こうしたことを背景に、「第三者への企業譲渡」を決断される経営者が増えているのです。