

第4章 小規模事業者の企業間連携及び事業承継による労働生産性の向上

本章では、小規模事業者の企業間連携及び事業承継による労働生産性の向上について分析していく。一者当たりの経営資源に乏しい小規模事業者にとって企業間連携は、業務効率化及び付加価値向上の有効な手段である。また、事業承継は小規模事業者が経営を転換させる機会と考えられる。この事業承継を契機として労働生産性向上に取り組む小規模事業者についても分析していく。

第1節 小規模事業者の企業間連携の現状

はじめに、小規模事業者における企業間連携の取組の現状を見ていく。

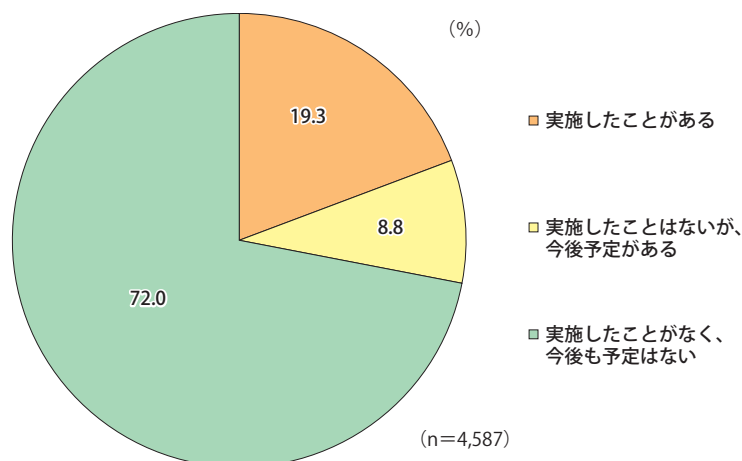
1 企業間連携の実施状況と取組内容

①企業間連携の実施状況

小規模事業者における企業間連携の実施状況を見ていく（第2-4-1図）。小規模事業者のうち19.3%の事業者が企業間連携を「実施したことが

ある」と回答している。また、8.8%の事業者が「実施したことはないが、今後予定がある」としている。

第2-4-1図 企業間連携の実施状況



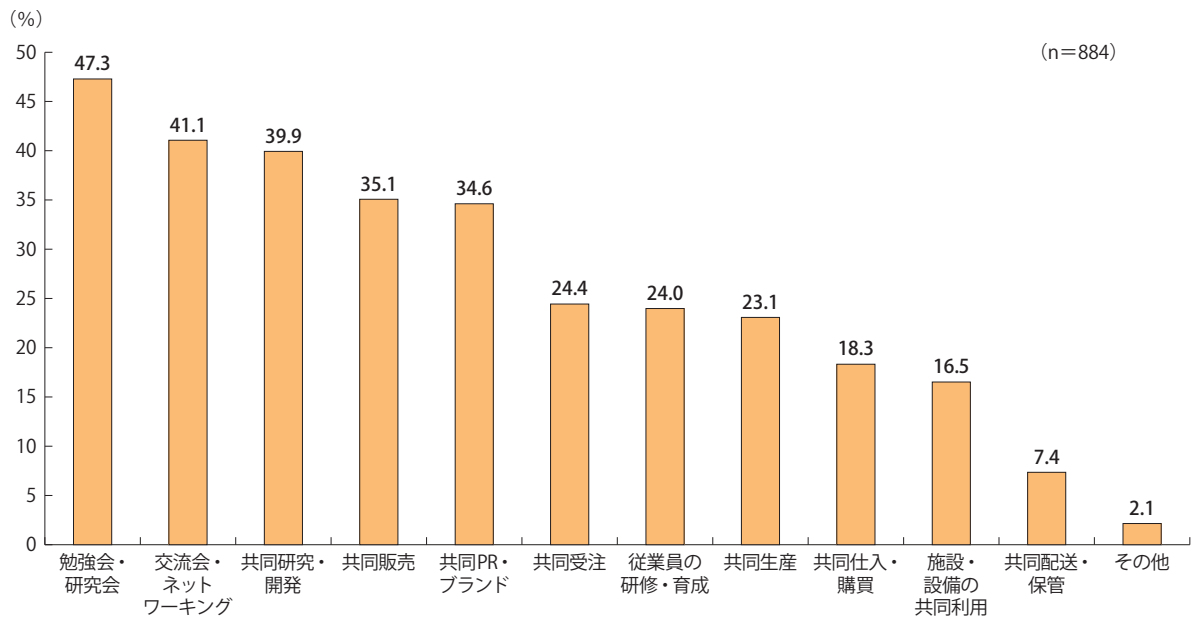
資料：三菱UFJリサーチ & コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

②企業間連携の取組内容

第2-4-2図は、企業間連携を実施したことがある事業者の取組内容を見たものである。実施した

企業間連携の取組内容としては、比較的取り組みやすい「勉強会・研究会」「交流会・ネットワーキング」とする割合が高い。

第2-4-2図 企業間連携の取組内容



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注) 1. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

2. 企業間連携の実施状況について「実施したことがある」と回答した者を集計している。

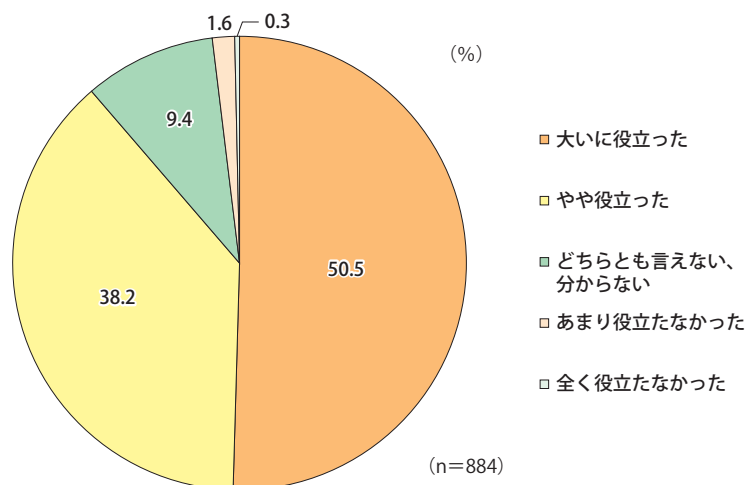
2 企業間連携の効果と課題

①企業間連携の効果

第2-4-3図は、企業間連携の効果を見たものである。企業間連携を「大いに役立った」、「やや役

立った」とする割合は合わせて88.7%と大半を占めており、実際に取り組めば効果を感じることが多いことが分かる。

第2-4-3図 企業間連携の効果



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

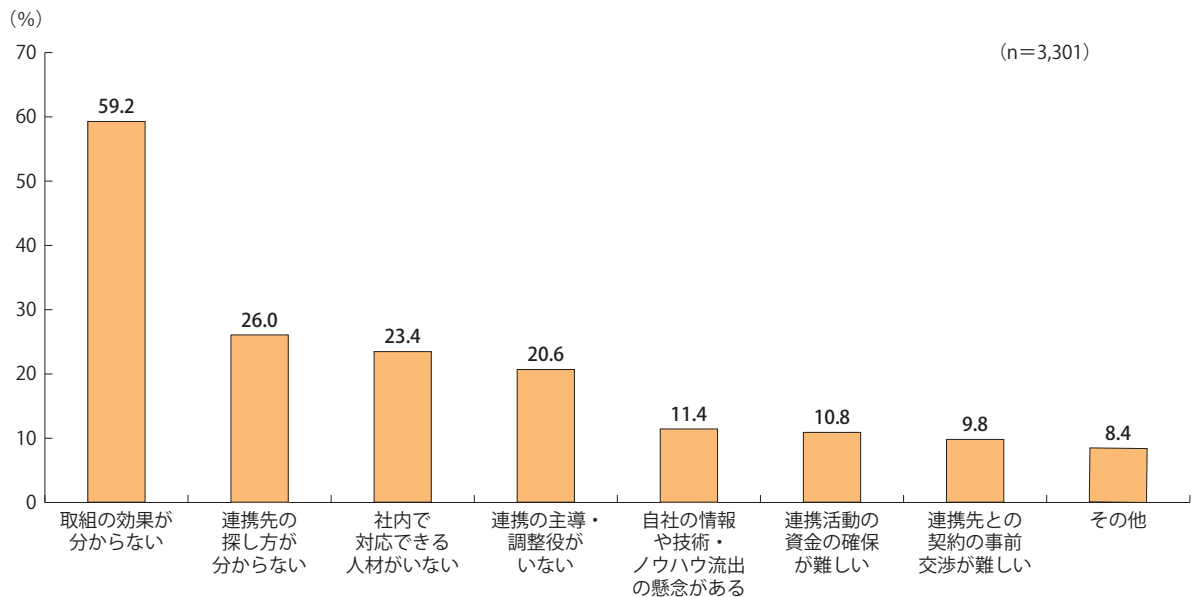
(注) 企業間連携の実施状況について「実施したことがある」と回答した者を集計している。

②企業間連携の課題

第2-4-4図は、企業間連携を実施したことがなく今後も予定がない事業者に対し、企業間連携の課題を聞いたものである。取組の課題としては

「取組の効果が分からない」とする事業者が多い。企業間連携の取組効果を知ることができれば、事業者は経営上の選択肢として企業間連携を検討できると考えられる。

第2-4-4図 企業間連携の課題



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注)1. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

2. 企業間連携の実施状況について「実施したことがなく、今後も予定はない」と回答した者を集計している。

第2節 企業間連携による労働生産性の向上

企業間連携を取り組んだことによる労働生産性 向上の効果を見ていく。

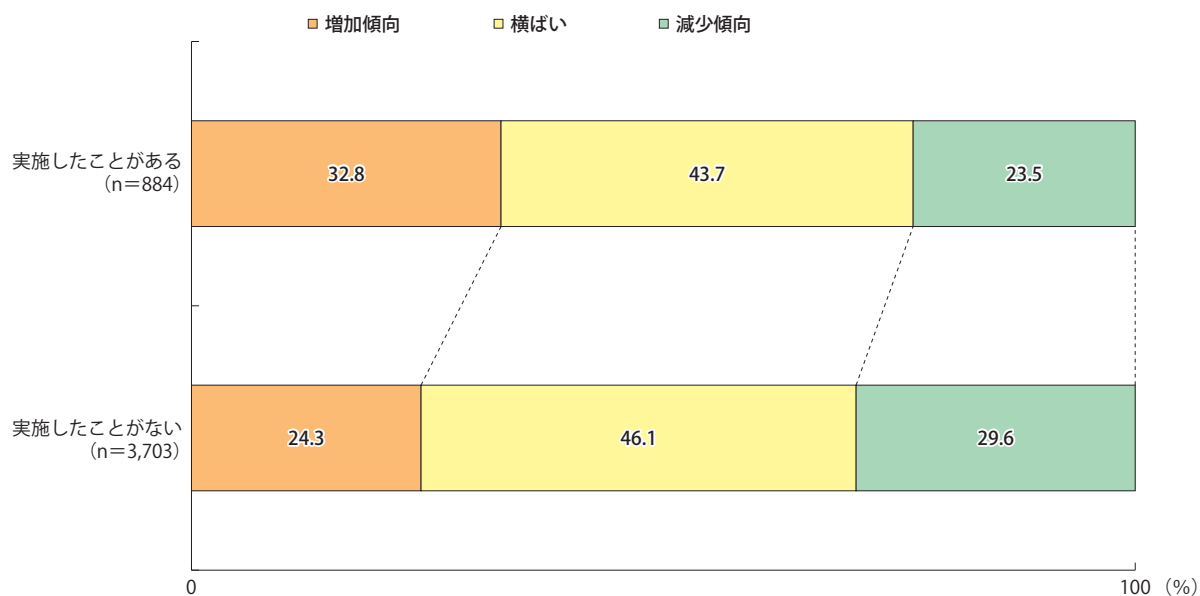
1 企業間連携の実施有無別の経常利益額の傾向

①企業間連携の実施有無別の直近3年間の経常利益額実績

はじめに、第2-4-5図は企業間連携の実施の有無別に直近3年間の経常利益額の実績を見たもの

である。企業間連携を実施した事業者は、実施していない事業者に比べて経常利益額は増加傾向にある。企業間連携を実施した事業者の方が労働生産性は高い傾向にあると推察できる。

第2-4-5図 企業間連携の実施有無別の直近3年間の経常利益額実績



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

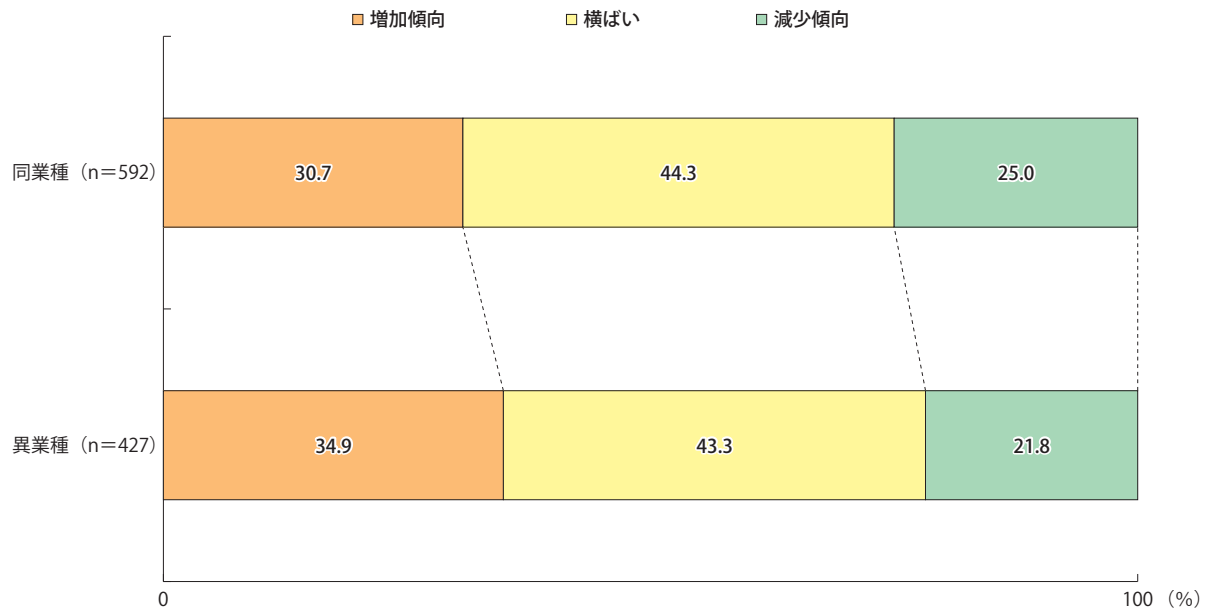
(注) ここでいう「実施したことがない」とは、企業間連携の実施状況について、「実施したことはないが、今後予定がある」、「実施したことがなく、今後も予定はない」と回答した者をいう。

②企業間連携（同業種・異業種）の有無別の直近3年間の経常利益額実績

次に、第2-4-6図は、同業種の企業間連携と異業種の企業間連携別に、直近3年間の経常利益額

の傾向を示したものである。同業種の企業間連携に比べ、異業種連携の方が直近3年間の経常利益額は増加傾向であり、効果が高いことが分かる。

第2-4-6図 企業間連携（同業種・異業種）の有無別の直近3年間の経常利益額実績



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注) 最も重視する連携の取組について、その取組の企業間連携先の相手について「同業種」もしくは「異業種」と回答した者について集計している。

事例 事例2-4-1：三立木材株式会社

「共同事業者と連携することで、人手不足解消とサービス向上を図った企業」

静岡県浜松市天竜区の三立木材株式会社（従業員20名、資本金1,000万円）は、1926年に創業した不動産販売業、木造建設業者である。もともとは、天竜杉をはじめとした地元の木材を販売していたが、安価な外国産材に押されて売上が低迷したため、1989年頃に注文住宅を中心とした事業に転換し営業している。

同社の本社は中山間地域に近く、住民の高齢化や人口減少が進み、今後、住宅需要の減少が見込まれている。そのため、営業拠点として浜松市の市街地にある住宅ショールームを2016年に取得した。

ショールームを取得したが、管理運営を担う人材がいなかったため、専務取締役の河島由典氏の旧知であるデザイナー白川亜紀子氏へ協力を依頼し、共同で管理運営を行うこととした。白川氏がショールームのレイアウト管理等を担当し、市街地エリアの物件の図面作成や打ち合わせのサポートも行う。白川氏からの紹介で、住宅設計やインテリアコーディネーターの経験がある子育て女性スタッフらが協力しており、同

社の人手不足解消に役立っている。顧客からは、女性が打ち合わせに加わることで安心感があるという声があがっており、サービスの向上につながっている。

ショールームは「天竜そだちの家」と名付けオープンしたが、周辺エリアへの周知が不十分であった。天竜商工会の経営指導員の支援のもと、2016年、白川氏と共同で小規模事業者持続化補助金を活用し、周知イベントを月1回半年間実施した。同社は、木工工作のワークショップ等を担当し、白川氏は、告知用のホームページ作成やアロマ教室や石鹸づくり等の女性向けワークショップの企画を行った。イベントは近隣住民の好評を博し、「天竜そだちの家」及び同社の認知度が向上し、住宅建築セミナー等を開催するきっかけになり、需要喚起につながった。

「社内の人材不足を、女性デザイナーと連携することで補うことができました。これからも、天竜杉を扱う当社の強みと女性目線の提案を活かし、サービスの向上を図っていきたいです。」と河島氏は語る。



河島由典氏



ワークショップの様子

事例

事例2-4-2：株式会社ダブルエムエンタテインメント

「企業間連携で地域の観光振興に取り組む企業」

北海道札幌市の株式会社ダブルエムエンタテインメント（従業員なし、資本金1万円）は、自治体やイベント向けにVR（ヴァーチャルリアリティ）コンテンツの制作・開発を行う小規模事業者である。三田健太社長は、2000年代に趣味で行っていた動画投稿等を通じて知名度を高め、2009年に映像制作やWEBデザイン等を手掛ける同社を設立した。

他社との差別化に悩む中、2014年末に流行の兆しを見せたVRに商機を感じ、VR機器とVR撮影用の全天球型カメラを導入した。北海道美唄市のイベントの撮影中に同市の観光課職員と市長の目に留まり、VRを使った市の観光PRアプリ制作業務を受注した。2015年夏には同市の観光VRが完成し、これを使ってタイの観光博でPRした結果、美唄市へのタイからの来訪客は翌年11倍に増加した。三田社長のプロデュース力と動画作成技術が評価され、道内の他の自治体との取引も増えている。

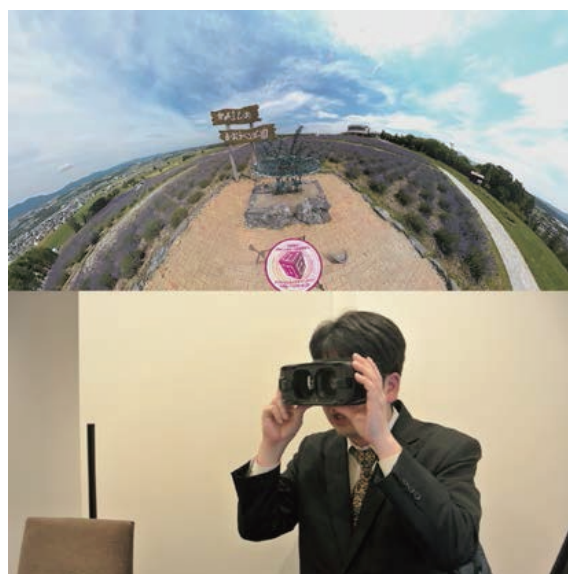
営業、動画撮影、加工・編集に至る一連の業務は、基本的には三田社長が一人に対応してきたが、近年は人脈を活かして、YouTuberへ編集業務の外注や、

VRアプリの制作技術等を持つ企業との連携を進めている。IT系企業の勉強会に参加した際に、三田社長は、富良野でレストランや土産店の運営を行う株式会社JEROPの吉田社長と意気投合し、観光振興について共同プロジェクトを企画した。冬に富良野へ訪れた観光客に、ラベンダー畑のVR動画を体験してもらい、夏の再訪を狙う取組である。同社が、超高精細8K映像で魅力あるVR動画を制作し、JEROPの土産店内に設置した体験ブースで来訪客に提供した。JEROPが販売するラベンダーのアロマオイルを使って、視覚・聴覚だけでなく嗅覚にも働きかけるなど新たな手法も試みている。このような企業間連携により観光客が増えれば、同じ地域の企業の売上向上等、波及効果が期待される。

「北海道が大好きだという気持ちと、社名に冠したエンタテインメント性を忘れずに、観光資源を掘り起こしてVRで発信したい。地元自治体や民間企業と連携してVRを活用し観光振興する方策を考えていきたい。」と三田社長は語る。



三田健太社長



ラベンダー畑VRの様子（上）、VRゴーグル（下）

第3節 事業承継を契機とした労働生産性の向上

事業承継ガイドライン¹によると「後継者の育成期間も含めれば、事業承継の準備には5年～10年程度を要することから、平均引退年齢が70歳前後であることを踏まえると、60歳頃には事業承継に向けた準備に着手する必要がある。」となっており、本節においては60歳以上の経営者に着目し、分析を行う。

また、2017年版中小企業白書によると、小規模事業者の親族内承継による交代後の経営者の平均年齢は47歳となっているため、50歳以下でかつ事業承継後5年未満の企業に着目し、上記の60歳以上の経営者と比較し分析する。

以上のことを踏まえて、事業承継を契機とした労働生産性向上について見ていく。

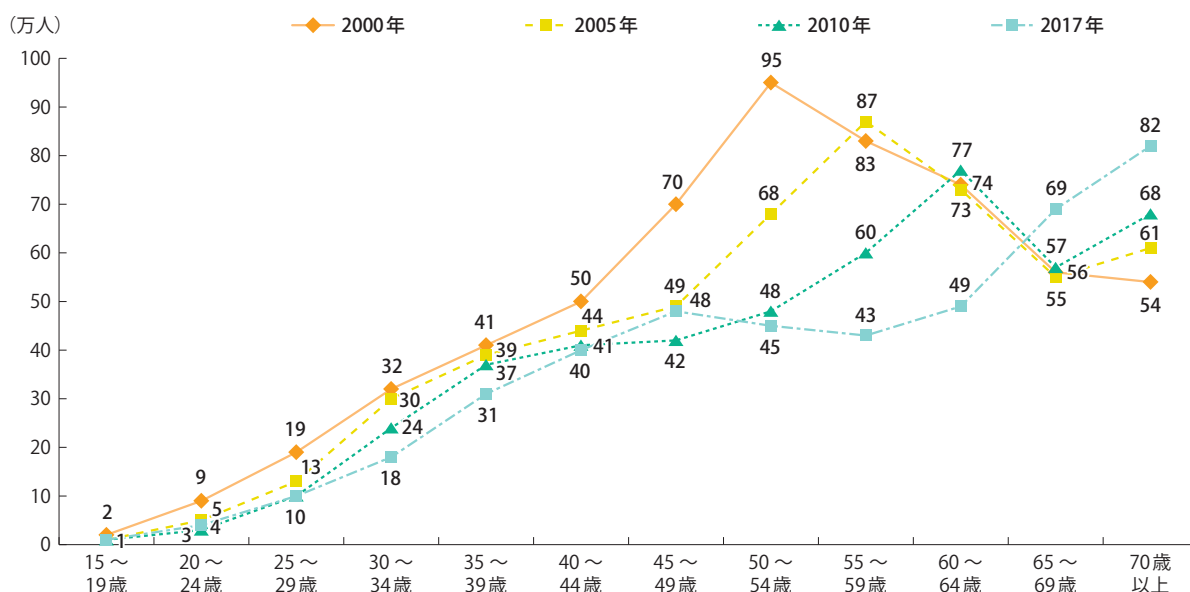
1 事業承継の意向と後継者

①年齢階級別に見た自営業主数

第2-4-7図は年齢階級別に見た自営業主数の推移を示している。2017年調査では「70歳以上」

の経営者が最も多くなっている。2000年からの推移を確認すると、経営者の高齢化が進んでいることが顕著である。

第2-4-7図 年齢階級別に見た自営業主数の推移



資料：総務省「労働力調査（基本集計）」

(注)1. 非農林業について集計している。

2. ここでいう自営業主とは、個人経営の事業を営んでいる者をいう。

②今後の事業承継の意向（60歳以上の経営者）

第2-4-8図は、60歳以上の経営者の、今後の事業承継の意向について見たものである。「承継の

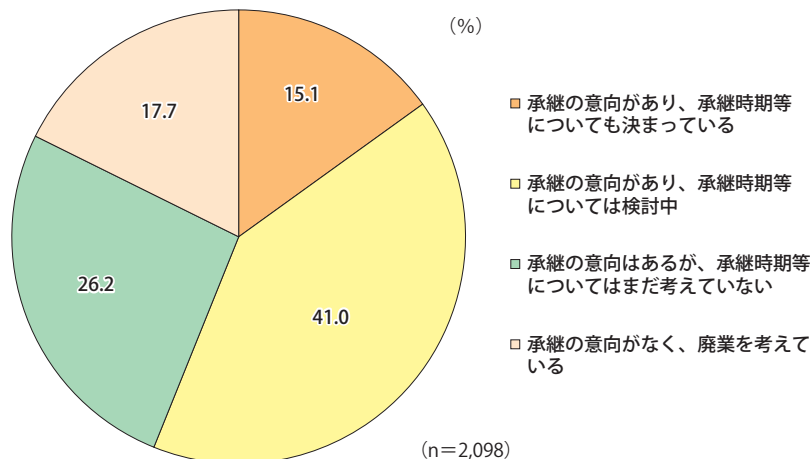
意向があり、承継時期等についても決まっている」とする割合は15.1%となっている。「承継の意向があり、承継時期等については検討中」は

¹ 中小企業庁が2016年12月に策定した「事業承継ガイドライン」とは、中小企業経営者の高齢化の進展等を踏まえ、円滑な事業承継の促進を通じた中小企業の事業活性化を図るため、事業承継に向けた早期・計画的な準備の重要性や課題への対応策、事業承継支援体制の強化の方向性等について取りまとめたものである。

41.0%、「承継の意向はあるが、承継時期等についてはまだ考えていない」は26.2%となっており、承継の意向がある事業者の中でも、事業承継の準備

度合いに差があることが分かる。他方、17.7%の事業者は「承継の意向がなく、廃業を考えている」と回答している。

第2-4-8図 今後の事業承継の意向（60歳以上の経営者）



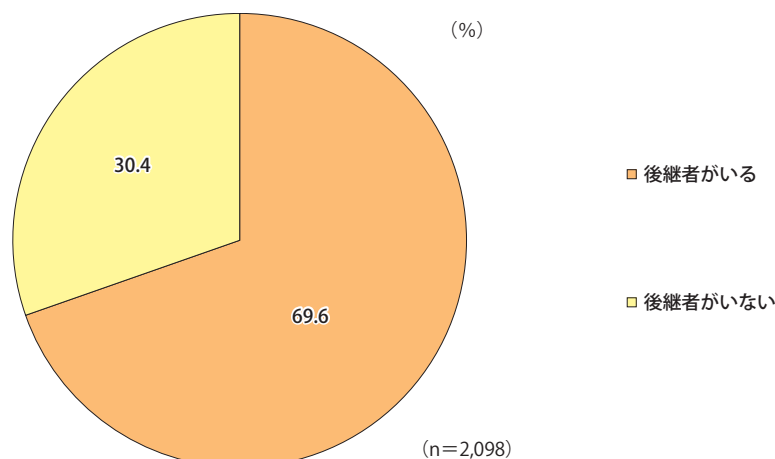
資料：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)
 (注) 60歳以上の経営者について集計している。

③後継者の有無（60歳以上の経営者）

第2-4-9図は、60歳以上の経営者に後継者の有

無について聞いている。後継者がいる割合は、69.6%となっている。

第2-4-9図 後継者の有無（60歳以上の経営者）



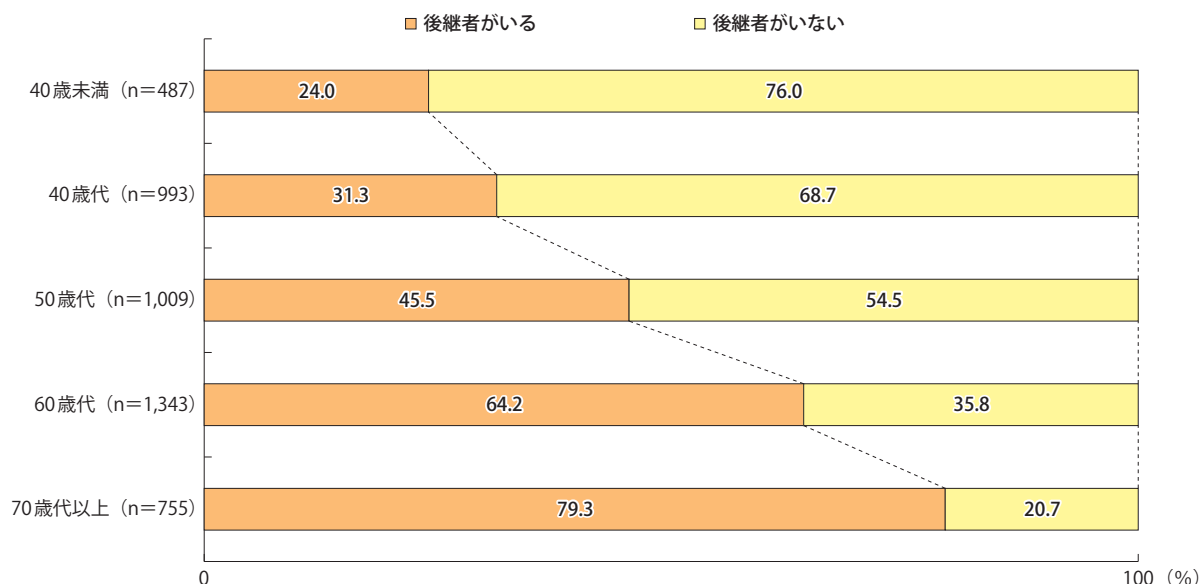
資料：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)
 (注) 60歳以上の経営者について集計している。

④後継者の有無（経営者年齢別）

第2-4-10図では、60歳以上の経営者に限らず、経営者の年齢別に後継者の有無について見てい

く。経営者の年代が上がるほど、後継者がいる割合が増えていることが分かる。

第2-4-10図 後継者の有無（経営者年齢別）



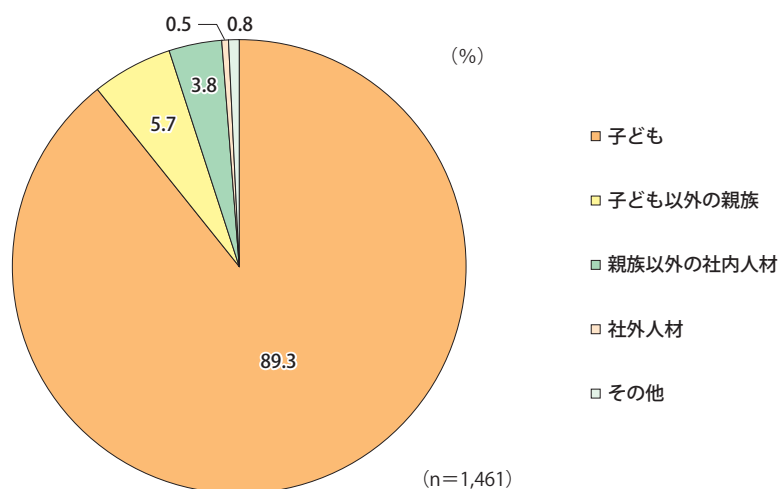
資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

⑤具体的な後継者（60歳以上の経営者）

第2-4-11図では、60歳以上の経営者のうち後継者がいる者に、具体的な後継者の属性について聞いている。小規模事業者の後継者は、およそ9

割が「子ども」となっている。「子ども以外の親族」も合わせた親族内後継者の割合は95%を占め、小規模事業者においては親族内事業承継が大半であることが分かる。

第2-4-11図 具体的な後継者（60歳以上の経営者）



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)
(注) 後継者の有無について「後継者がいる」と回答した60歳以上の経営者について集計している。

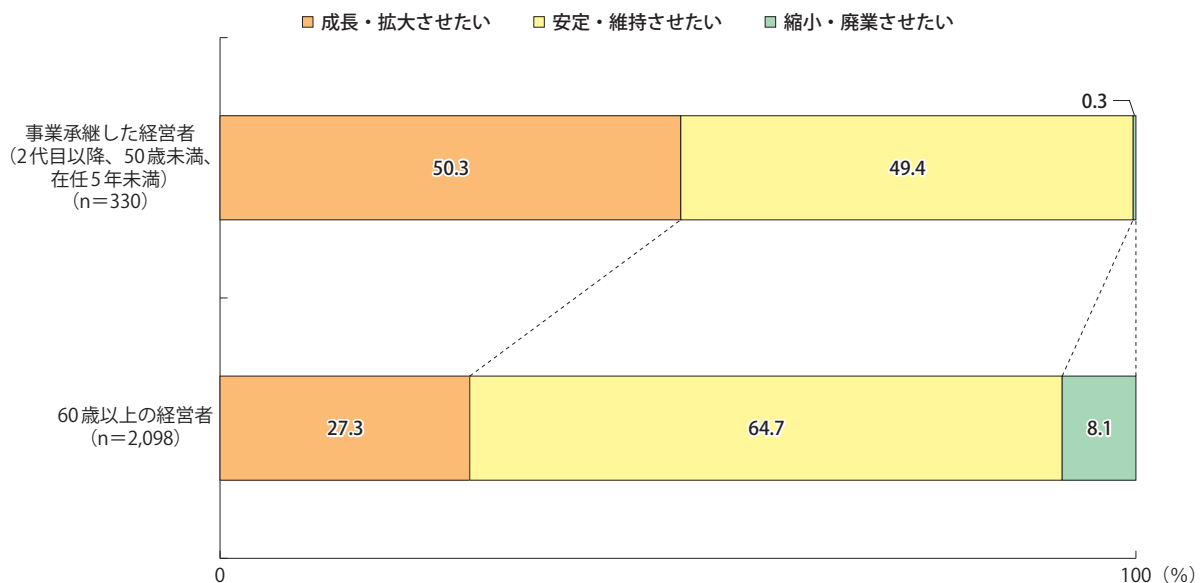
2 事業承継した経営者の事業展開方針と経常利益額の傾向

①今後の事業展開の方針

第2-4-12図では60歳以上の経営者、事業承継した経営者²別に今後の事業展開の方針を見ている。60歳以上の経営者に比べ、事業承継した経

営者の方が今後事業を成長・拡大させたいとする意向が強い。事業者が成長志向を持つためには、事業承継が有効な手段の一つとなる。

第2-4-12図 今後の事業展開の方針（事業承継した経営者、60歳以上の経営者別）



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注) 事業承継した経営者については、2代目以降の経営者・50歳未満・在任5年未満の3つ全ての条件を満たしている者を集計している。

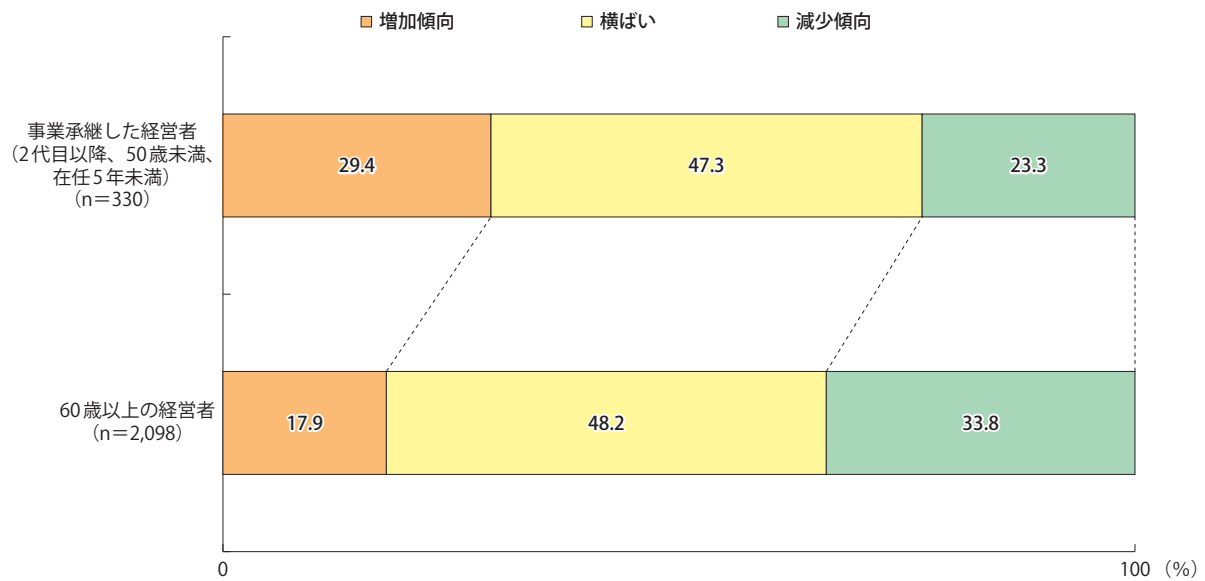
②直近3年間の経常利益額の傾向（事業承継した経営者、60歳以上の経営者別）

第2-4-13図では60歳以上の経営者、事業承継した経営者別に、直近3年間の経常利益額の傾向

を見ている。60歳以上の経営者に比べ、事業承継した経営者の方が直近3年間の経常利益額の実績は増加傾向にある。

² 50歳未満であり、在任5年未満の2代目以降の経営者を「事業承継した経営者」としている。

第2-4-13図 直近3年間の経常利益額の傾向（事業承継した経営者、60歳以上の経営者別）



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注) 事業承継した経営者については、2代目以降の経営者・50歳未満・在任5年未満の3つ全ての条件を満たしている者を集計している。

事例 事例2-4-3：松尾農園

「事業承継を契機にITを使い業務を効率化し、売上向上につながる取組を行う小規模事業者」

長崎県松浦市の松尾農園（従業員4名、個人事業者）は、花や野菜の種苗や園芸用資材の販売を行う小規模事業者である。

松尾秀平氏は、大学を卒業後、地元の大手通販会社に就職し番組制作に携わる中で、自身で仕事の仕組みを作ることに興味を持ち、起業を志した。家業を継ぐ気はなかったものの、起業準備のため実家の松尾農園の手伝いを始めた。手伝ううちに、地域に密着した種苗店の強みを活かした新たな事業展開の可能性に気が付き、起業ではなく、家業を承継することを決断した。2016年に、3代目として父親から事業を承継した。

松尾氏は、承継後、松浦商工会議所の支援を受け、小規模事業者持続化補助金を活用し、種苗店の向かいに農作物直売所を併設したカフェ「Matsuo Nouen + Coffee」をオープンした。直売所では顧客の反応を見るために、種苗店で取り扱う珍しい野菜等を販売するほか、地元農産物を利用したドリンクの提供も行っている。妻の絵里香氏が丁寧に淹れるコーヒーを目当てにカフェに来た顧客が、農産物も購入するなどシナジー効果が生まれている。

多角化に伴い業務量が増加し、キャッシュフロー管理や会計業務に頭を悩ませていたところ、経営指導員の勧めを受け、タブレット端末で業務を行うPOSレジアプリ「Airレジ」を、カフェに導入した。手持ちのタブレットで、注文入力からレシート出力まで行

るため業務時間が削減された。さらに、松浦商工会議所の支援のもと、2017年に軽減税率対策補助金を活用し、種苗店にもタブレット端末等（約17万円、実質負担額7万円）を導入した。手書き伝票が全て電子化され、場所や時間を選ばず日々の売上確認も可能となった。「MFクラウド会計」も導入し、「Airレジ」と連動させている。月額900円程度の使用料で、仕訳や入出金状況等に費やす時間を大幅に削減できたほか、確定申告の書類作成も自動化が図られている。

事業の拡大とともに、2018年1月には、従業員を新たに雇用し、MFクラウド会計の追加機能である「MF給与」を導入することによって、WEB打刻から自動的に給与明細の作成ができるなど、効率的に労務管理を行っている。

空いた時間を活用し、松尾氏は、カフェと種苗店を連動させたSNSの情報発信を積極化し、遠方からの顧客や地元の家族連れや若年層の顧客開拓に結びつけた。また、カフェの売上は年々増加し、新しい事業の柱として成長を続けている。

「SNSは情報の拡散効果が期待できる強力な経営ツールであり、小さな街の小規模事業者と全国のお客様との地理的な距離感も縮めてくれます。今後は、SNSと連動させた全国のお客様向けの種苗のネットショップも本格運用させる予定です。」と松尾氏は語る。



松尾秀平氏と絵里香氏



Matsuo Nouen + Coffee（左）と種苗店（右）

第4節 経営資源の引継ぎを契機とした労働生産性の向上

小規模事業者の事業承継は親族内で行われることがほとんどだが、一部の事業者においては事業の縮小や廃業に際し、経営資源を他者に引き継ぐ

ケースがある。本節では、経営資源を譲り受けた事業者について分析していく。

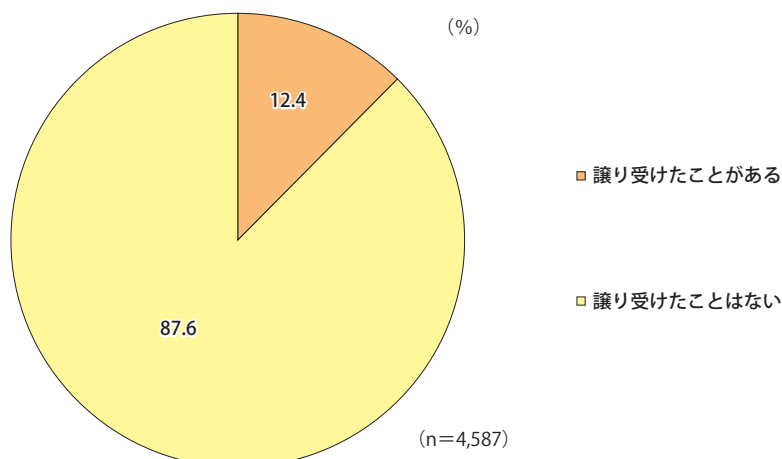
1 経営資源の譲り受けの状況

①経営資源の譲り受けの有無

第2-4-14図は、近年（過去5年程度）事業をやめたり縮小したりする企業等の経営資源を譲り受けたことがあるかを見たものである。小規模事業

者においては、近年（過去5年程度）何らかの経営資源を譲り受けたことがある事業者が12.4%いることが分かる。

第2-4-14図 経営資源の譲り受けの有無



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「小規模事業者等の事業活動に関する調査」（2017年12月）

(注)1.「譲り受け」とは、「事業をやめたり縮小したりする企業や団体が保有する経営資源を、自社の事業に活用するために譲り受けること」とする。

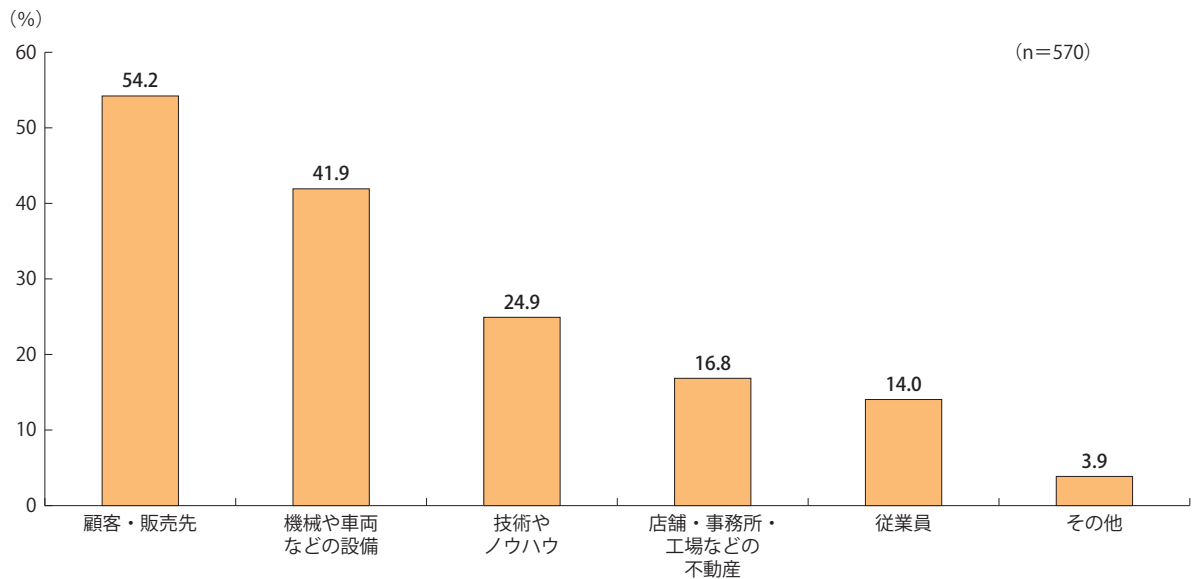
2. ここでいう「譲り受けたことがある」とは、いずれか1つ以上の経営資源を譲り受けたことがあると回答した者をいう。

②経営資源の譲り受けの内容

第2-4-15図は、経営資源を譲り受けたことがある事業者が、実際に譲り受けた経営資源の内容を見たものである。譲り受けた経営資源の内容と

しては、「顧客・販売先」が54.2%と最も高く、次いで「機械や車両などの設備」が41.9%となっている。

第2-4-15図 経営資源の譲り受けの内容



資料：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注)1. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

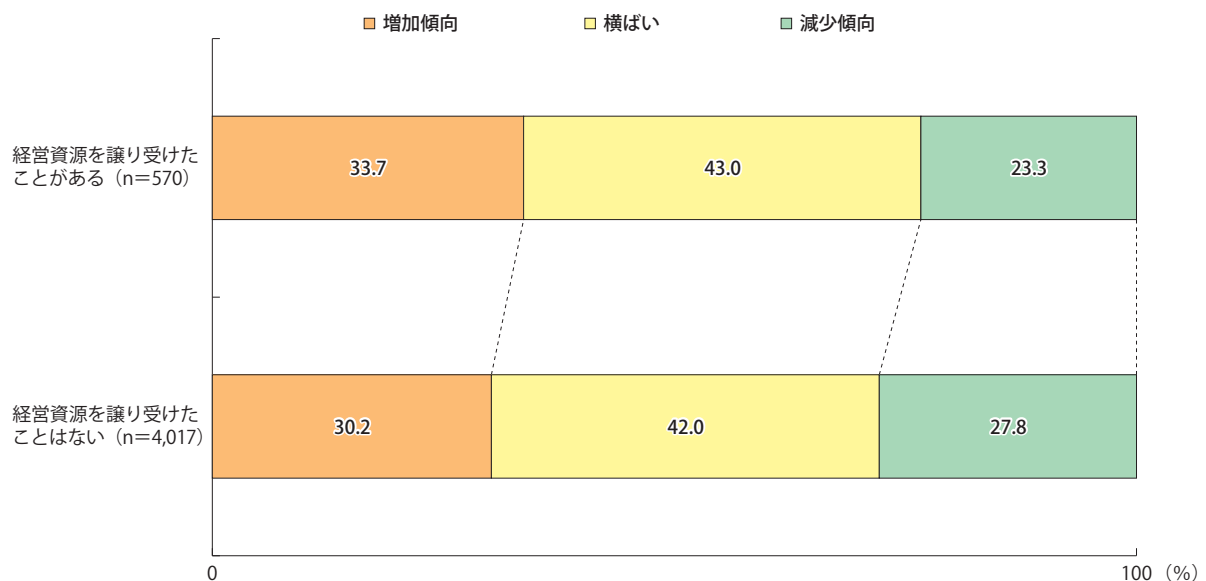
2. 経営資源の譲り受けの有無について「譲り受けたことはある」とした者について集計している。

③直近3年間の売上高の傾向（経営資源の譲り受け有無別）

第2-4-16図は、経営資源の譲り受けの有無別に見た直近3年間の売上高の傾向を見ている。経

営資源を譲り受けたことがある事業者の方が、譲り受けたことがない事業者に比べ、直近3年間の売上高は増加傾向となっている。

第2-4-16図 直近3年間の売上高の傾向（経営資源の譲り受け有無別）



資料：三菱UFJリサーチ＆コンサルティング(株)「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注) ここでいう「経営資源を譲り受けたことがある」とは、いずれか1つ以上の経営資源を譲り受けたことがあると回答した者をいう。

事例

事例2-4-4：藤田鮮魚店、株式会社蔵吉フーズ

「複数の支援機関のサポートを受け、M & Aにより個人事業と法人を統合させた事例」

秋田県秋田市の藤田鮮魚店（従業員3名、個人事業）は、昭和30年に創業した鮮魚販売業者であった。後継者の藤田正仁氏が、高齢の父に代わり実質経営者として経営してきた。保育園等への生鮮魚介類の卸売事業のほか、個人向けに小売事業（店頭販売と移動販売）も行っていた。地域の人口減少と高齢化が進む状況で、特に小売事業の売上が伸び悩み、藤田氏は後継者として事業を運営していく上で将来性に不安を抱えていた。

他方、秋田県秋田市の株式会社蔵吉フーズ（従業員5名、資本金1,000万円）は大手では対応できない様々な注文に応じた水産加工品・鮮魚等を病院、介護施設、ホテル等に販売、またインターネットでゴルフコンペ賞品の注文も全国から受けていたが、佐々木和雄社長が60代となったことをきっかけに、年齢・体力を意識して早めの事業承継を考えた。社内に適当な後継者がいなかったため、事業承継について河辺雄和商工会や県の事業承継相談推進員に相談したところ、秋田県事業引継ぎ支援センターを紹介されM & Aの説明を受けた。

藤田氏は、同商工会青年部長の経験があり、商業振興組合理事長も務めるなど人望が厚かったことから、同商工会経由で株式会社蔵吉フーズのM & Aの打診を受けた。藤田氏は、同商工会を介して株式会社蔵吉フーズの事業内容や財務状況について詳しい説明を受けると、既存の事業と商圏が重ならずシナジーを

発揮できる事業者だと判断し、M & Aを行う決断をした。

藤田氏は、M & Aの手続きを進めるために事業引継ぎ支援センターに相談した。そこで専門の公認会計士の紹介を受け、財務デューデリジェンスや各種契約書の作成等を支援してもらった。また、商工会と事業引継ぎ支援センターは連携して、藤田氏の事業計画書の作成や資金調達策の検討等を支援した。資金面については、引継ぎ時期のスケジュールがタイトであったが、秋田銀行から協力を得て資金調達を行った。

手続き完了後、藤田氏は株式会社蔵吉フーズの代表取締役役に就任した。経営ノウハウについては、当面佐々木氏が取締役として社内に残ることで、スムーズに引継ぐことができた。現在は、株式会社蔵吉フーズに藤田鮮魚店の事業を統合させて営業している。

「小規模な個人事業でしたが、支援機関のサポートのおかげでM & Aを行うことができました。複数の専門家が連携して支援してくれる体制が整っていたことが、非常に心強かったです。M & Aは帳簿上の資産だけでなく、顧客やノウハウ等の経営資源も引き継ぐことができ、事業の拡大に効果的です。事業を引き継いだこれからがより大切になるので、支援機関と連携してさらなる経営革新を図っていきます。」と藤田氏は語る。



社長の藤田正仁氏



加工作業の様子

事例

事例2-4-5：株式会社澤田機工

「後継者不在のなか、M & Aにて会社を譲り渡すことで事業を継続した企業」

高知県高知市の株式会社澤田機工（従業員12名、資本金1,000万円）は、砂利採取船や運搬船等に用いる船舶用クレーン部品製造を主力とし、各種産業用の機械部品、環境整備機械部品等の金属機械加工を手掛けている。

同社は1959年に創業し、澤田保男社長が2代目として1992年に事業承継をしたが、3代目となる後継者が不在のため、2013年に廃業の検討をはじめた。澤田社長が2014年12月、後継者不在を理由とした廃業の相談を取引銀行である四国銀行に行ったところ、他社への事業譲渡（M & A）の提案を受けた。そこで、四国銀行の取り次ぎで高知県事業引継ぎ支援センターへM & Aについて相談した。

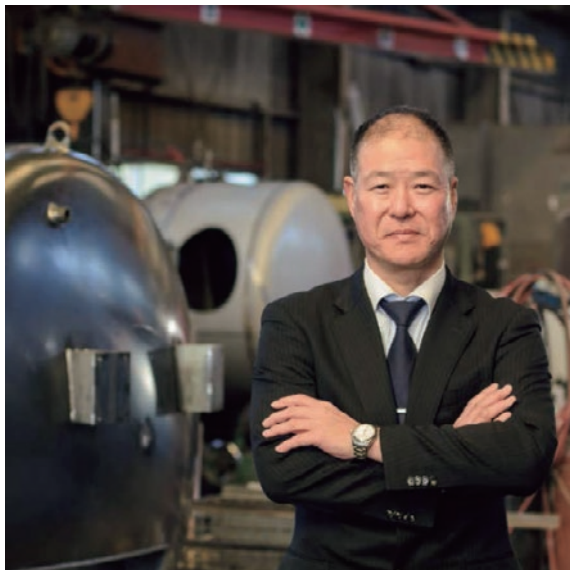
2015年、金属製品製造業の田村プラント工業株式会社（従業員34名、資本金1,000万円）は、事業拡大や業務効率化等を目的とした企業買収を希望し、高知県事業引継ぎ支援センターに相談していた。

2016年3月、事業引継ぎ支援センターを通じ、両

社のマッチングが実現した。田村プラント工業株式会社が株式会社澤田機工を買収することを決めた理由は、同社が有する機械加工技術、設備、顧客であった。

M & Aの仲介は両社と取引実績のあった四国銀行が担当した。両社は、事業引継ぎ支援センターや高知商工会議所の支援を受けながら、営業権の取扱、資産価値の算定等に関して協議・調整を重ね、2016年8月に株式譲渡の形で無事成約に至った。

現在、同社は田村プラント工業株式会社の子会社として事業を継続している。子会社化以降新たに雇用した従業員により従業員の平均年齢が若返り、熟練工から、多能工化を目指す若手への技術継承が進められている。また、田村プラント工業株式会社では、株式会社澤田機工が有する機械加工技術を活かした付加価値向上に取り組み、今後、高品質生産による受注の拡大、新事業の展開を狙っている。



同社の現社長の田村敏明氏



同社工場内の様子と金属機械部品

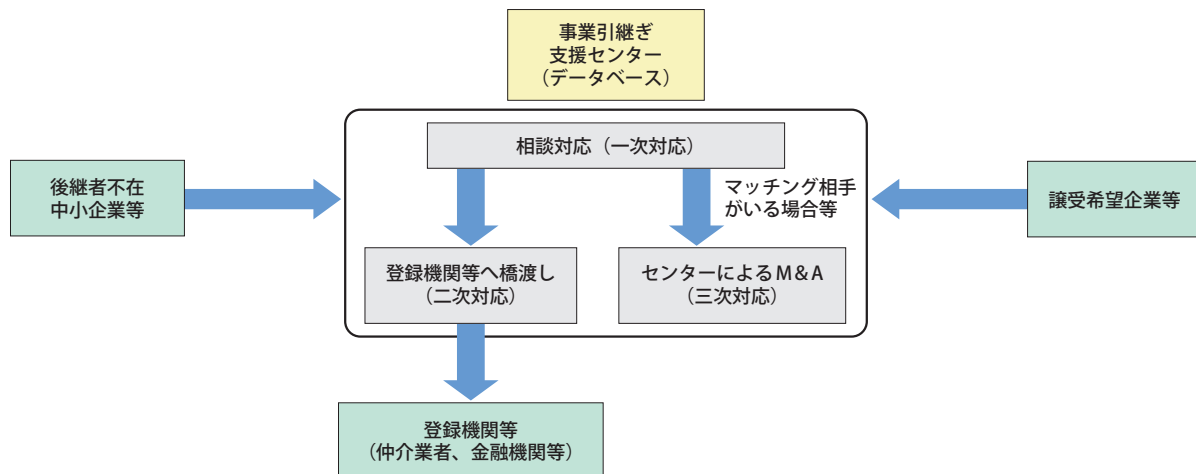
コラム

2-4-1

事業引継ぎ支援センター

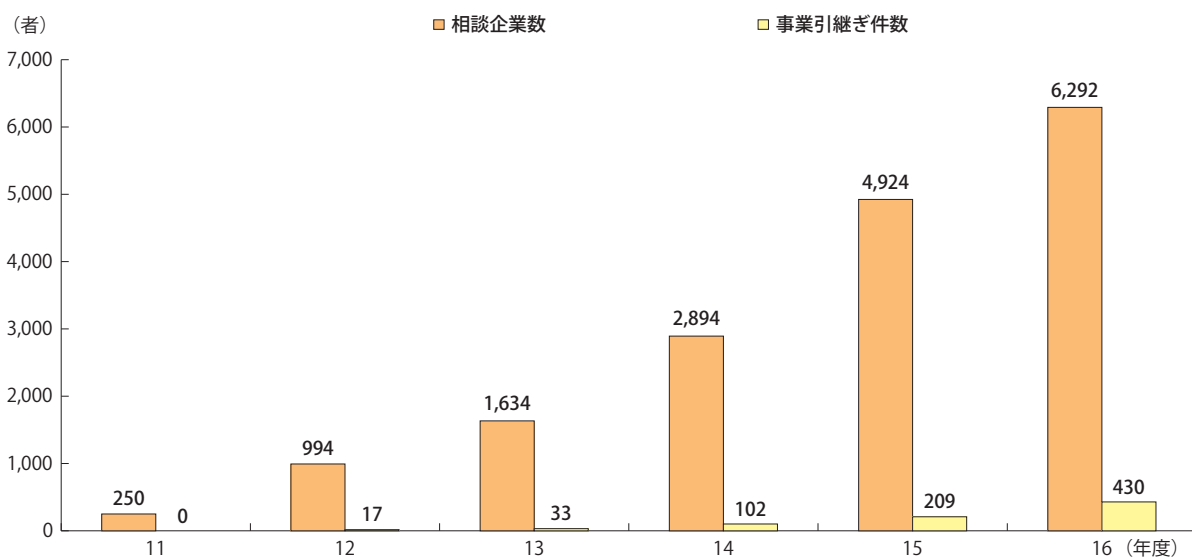
中小企業者等の事業引継ぎや事業承継を円滑に進めるため、各都道府県に設置された「事業引継ぎ支援センター³」が課題解決に向けて助言、情報提供、マッチング支援等を行っている（コラム2-4-1①図）。

コラム2-4-1①図 事業引継ぎ支援センター支援スキーム



事業引継ぎ支援センターは、2011年度の7箇所から2013年度：10箇所、2014年度：16箇所、2015年度：46箇所、2016年度：47箇所となり、全都道府県に設置された。コラム2-4-1②図は、事業引継ぎ支援センターの相談企業数と成約件数について見たものであるが、こうした事業引継ぎ支援センターの設置に併せて相談件数・成約件数が増加していることが分かる。今後も、一層、他の支援機関（地域の商工会・商工会議所、金融機関、土業等）と連携し、事業引継ぎ支援を推進していくことが期待される。

コラム2-4-1②図 事業引継ぎ支援センターの相談企業数と成約件数



資料：中小企業事業引継ぎ支援全国本部資料

³ 事業引継ぎ支援センターは、産業競争力強化法に基づき、中小企業者等の後継者マッチング等を支援するために設立された専門機関である。

第5節 まとめ

本章第1節及び第2節では、小規模事業者の企業間連携の現状と、企業間連携による生産性の向上について見てきた。特に異業種で連携することで効果が高まる割合が高い。事例で示したように、様々な狙いを持って連携に取り組んでいる。

企業間連携の課題としては、「取組の効果が分からない」、「連携先の探し方が分からない」とする割合が高い。様々な企業間連携による効果を伝え、効果的な連携先をつなげる支援があれば、小規模事業者の企業間連携が促進されるだろう。

第3節では、事業承継の意向と後継者について

概観した上で、事業承継した経営者の傾向について見てきた。事業承継した事業者は、成長志向が強い傾向があり、直近の収益力も増加傾向の割合が高いことが分かった。事例で見たように、事業承継は事業の多角化や業務効率化の契機ともなり、労働生産性の向上につながると推察される。

第4節では、経営資源の引継ぎについて見てきた。経営資源は、親族内だけでなく、第三者にも引き継ぐことができ、譲り受けた事業者の事業拡大に寄与する。事業者の円滑な事業承継・経営資源の引継ぎを支援する体制の充実が求められる。