「５年以内にM＆Aの可能性」は３割超

目的は後継者不在の解消

― ストライク調べ ―

経営者の高齢化を背景とした企業の後継者不足の問題が改めてクローズアップされる中、ストライクは昨年11月7日～11日の間、インターネットを通じて年代別（20代～70代以上）の意識調査を実施した。経営者が対象で、有効回答者は３１１人だった。

8割以上がM＆Aの提案受けず

M＆A（企業の買収・合併）仲介大手のストライクが、中小企業の経営者に「5年以内に（国内外の）M＆Aに関わる可能性があるか」と聞いたところ、3割超の経営者が「可能性がある」と答えた。M＆Aをする目的で最も多かったのは、「後継者不在の解消」で5割を超えた。事業や営業エリアの拡大といった回答も目立ち、M＆Aが事業の手段として一般的になりつつあることを示す結果となった。

■「譲渡側になる可能性がある」15％

調査結果によると、「5年以内にM＆Aに関わる可能性があるか」との質問に、約33％の人が「可能性がある」と答えた。「譲渡側となる可能性がある」は7・4％、「買収側となる可能性がある」は15％だった。「わからない」は18％、「M＆Aに関わる可能性はない」は48・2％だった。

第一次ベビーブームの時期に生まれた「団塊の世代」の大量退職などを背景に、中小企業では事業をどのように次の世代に伝えていくかが深刻な課題となっている。こうした事情が「譲渡側となる可能性がある」との回答を押し上げたとみられる。

■高齢の経営者ほど後継者不在が深刻に

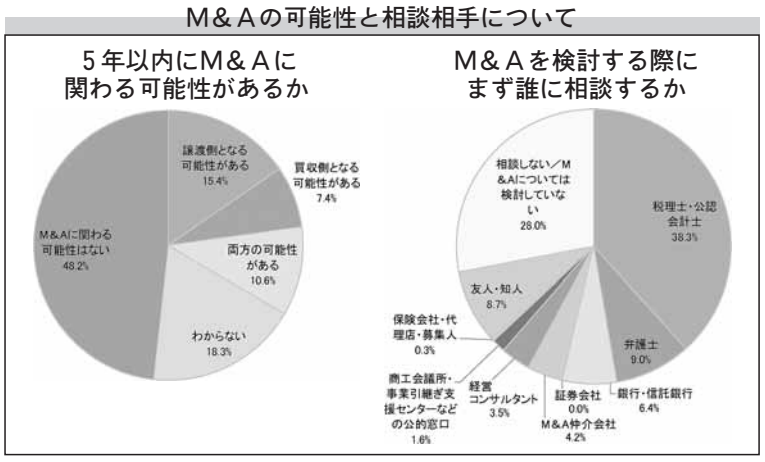
「M＆Aをする目的は何か」との質問に対する回答では、「後継者不在の解消」との回答が53％に達し、高齢化社会の影響が色濃く反映された結果となった。「事業の短期間での拡大」（19％）、「営業エリアの拡大」（16％）、「新規事業への進出」（15％）、「事業の選択と集中」（15％）などが続いた。跡継ぎがいないという回答だけでなく、前向きの事業戦略の選択肢の一つとしてM＆Aを検討している経営者も多い。

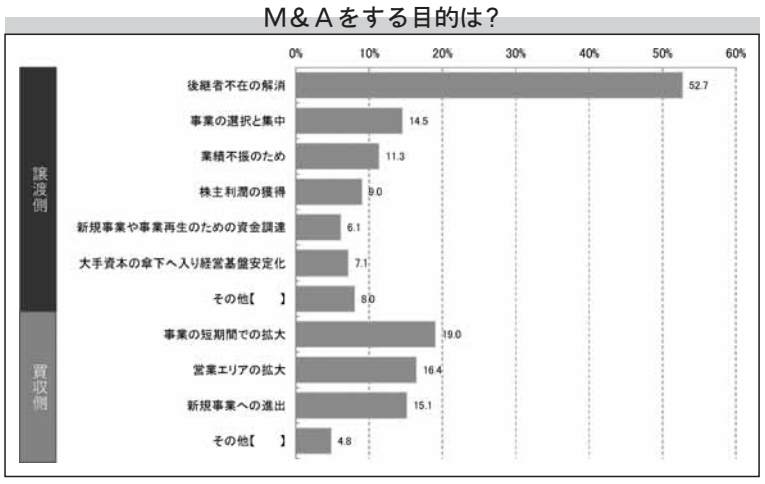
経営譲渡側の目的を年代別にみると、20代では「新規事業や事業再生のための資金調達」が回答の25％と多く、30代では「大手資本の傘下へ入り経営基盤を安定化」が14％と多い。一方で50代～70代以上では「後継者不在の解消」との回答がいずれも5割を超え、経営者が高齢になるほど後継者不在の問題が深刻になっていることをうかがわせた。

■8割以上の経営者が「M＆Aの提案受けたことない」

一方で実際にM＆Aの提案を受けた経営者は少ないのが現状だ。「これまでにM＆Aの提案を受けたことがあるか」との質問に対して、「ある」と答えた経営者は17％にとどまり、「ない」と回答した経営者は83％にのぼった。年代別にみると、若い経営者ほど提案を受けたことがあると答えた人が多かった。特に20代では半数にのぼった。一方で50代～60代で提案を受けたことがある経営者は1割前後にとどまった。

「M＆Aについてどのような提案を受けたか」との質問に対しては「買収」と答えた経営者が58％と最も多かった。「譲渡」は40％、「合併」は37％だった。年代別にみると、20代～30代の経営者には譲渡を促す提案が多く、50代以上の経営者に対しては買収を促す提案が多かった。





第一生命は、少額短期保険準備会社を設立

第一生命は、少額短期保険分野に本格参入することを目的に、準備会社を設立することを決めた。

同準備会社では、関係当局の登録・認可等を前提として、来年度上半期の営業開始を目指して準備を進めていく。

ミレニアル世代や将来の保障中核層として見込まれるZ世代（2000～2010年に生まれ、インターネットが普及した環境で育った世代のこと）は、価値観の多様化やデジタル技術の発展に伴うライフスタイルの変化等を背景に、保険に求めるニーズが「必要な時に必要な分だけ」へと変化している。

「コミュニティー向けのデジタル完結型専用保険を提供」

これらのニーズに柔軟に応えるためには、「C to B（Consumer to Business）」の視点での商品提供がより一層重要になっていくことが予測される。

同社が今後設立を予定している少額短期保険会社では、同じ嗜好を持つコミュニティー等に所属する顧客に対して、コミュニティーごとのフルオーダー型の柔軟な保険商品の提供を行っていくことを目指していく。また、一顧客のさらなる利便性向上のため、契約から請求までの手続きをデジタル完結で行う予定である。

【準備会社概要】
▽商号　第一スマート株式会社
▽設立年月　2020年1月
▽所在地　東京都千代田区有楽町1-13-1
▽代表者　代表取締役社長　益子原　明博
▽資本金　500百万円（資本準備金250百万円を含む）
▽株主構成　第一生命保険株式会社100％

楽天生命が本社を移転

楽天生命は楽天保険グループ間のシナジー最大化による事業拡大ならびに業務の効率化を図るため、2月1日から本社を東京都新宿区の新宿イーストサイドスクエアに移転する。なお、楽天保険グループ各社も同日新宿イーストサイドスクエアに移転する。

●新本社所在地
〒160-0022東京都新宿区新宿6-27-30　新宿イーストサイドスクエア
＊楽天保険グループ／楽天インシュアランスホールディングスとその子会社である楽天生命、楽天損保、楽天少額短期（ペット保険）、楽天インシュアランスプランニング（楽天保険の総合窓口）

濤標

昨年12月、中国の武漢で発生した新型感染症は日増しに患者数が増え、この原稿を書いている1月23日現在、500人を超える状況になっている。

昨年、感染症発生の第一報が入ってきたとき中国の保健衛生当局だけでなく日本の厚労省も「騒ぐほどのことはない」というスタンスだったが、一向に沈静化する兆しはない。

それどころか新規の患者の発生は見られないと言いながら、患者数は増え、武漢だけでなくほかの都市や外国でも患者が確認される事態に陥っている。

昨年、親しくしている公衆衛生の専門家に聞いたところ、「年明けから大変なことになる」という旨の話であったが、展開はまさにそのとおりになってしまった。

中国でも辺境地域での発生ならば封じ込めることも可能であっただろうが、地図を見れば分かるとおり武漢は交通の要に位置しており人の往来の激しいところでもある。他に拡散しないほうがおかしいところでもある。

日本にとっては今年はオリンピックの年であり、さらなるインバウンドの盛り上がりを期待していた矢先に突然、冷や水をかけられた格好になっている。2020年にインバウンド消費8兆円を目指していた政府や関連業者は新型感染症によって来日者数が減ることを避けたいため、極力、状況を矮小化して伝えようとしているのではないかと邪推してしまう。

インバウンドに突然の冷や水

ここ数年、政府・行政において情報・資料の改ざん、廃棄が常態化している。政府が冷静な対応を呼びかけても身近なところで患者が発生するようなことになれば、その言葉をどこまで信じていいものか。ウイルスが変異して強毒化しないことを祈りたい。（F）

新日本保険新聞
生保版
第１～４月曜日発行
発行所　新日本保険新聞社
大阪市西区靱本町１丁目５－15
（郵便番号550-0004）
電話　（06）6225－0550（代表）
FAX　（06）6225－0551（専用）
購読料　１か月2200円
（消費税、送料込み）
©新日本保険新聞社 2020

シンニチ保険Web
www.shinnihon-ins.co.jp
購読者専用バックナンバー閲覧パスワード
Didgeridoo
2020年2月3日 AMまで
※偶数月の第一月曜日正午ごとに変更