

県内廃業希望 14.0%に

20年度中小企業・個人事業主2倍近くに

県事業承継・引継ぎ支援センター（長野市）が、事業承継支援のニーズを探るため県内の中小企業や個人事業主を対象に調査した結果、廃業を希望する事業者の割合が2020年度に前年度の2倍近くに急増したことが分かった。19年度は調査した1977件のうち7.4%が、20年度は4859件のうち14.0%が廃業を希望する回答。同センターは「廃業が増えれば、地域経済の活力が失われかねない。支援で存続を後押ししていきたい」としている。

20年度の調査では、廃業を感念拡大が影響したかどうかとされている。考える理由の最多は「将来性がない」で27.9%、次いで「需要・成長が見込めない」が26.6%。「後継者がいない」は7.6%だった。

同センターの箱山淳一・事業承継コーディネーターは「廃業希望が14%に増加したことは重く受け止めなければならない」と強調。廃業希望の増加に新型コロナウイルス



新型コロナウイルス後継者不足に追い打ちか 見えぬ先行き経営に見切り

帝国データバンク県内支店によると、2020年に休業・解散した県内企業は3年ぶりに1千件以上を記録。このうち代表者の年齢が60代以上の企業は84.7%に上った。後継者が見つからないことに加え、新型コロナウイルスの先行きが見通せず、高齢の経営者が廃業などの判断に傾いている可能性がある。

17年に経済産業省が公表した推計では、中小企業の廃業急増で、25年ごろまでに約650万人の雇用と約2兆円の国内総生産が失われる可能性を指摘。特に地方での企業の喪失は、地域の生活基盤の劣

ネットワーク事務局（長野市）などを母体に21年4月に発足。前身組織時代に中小企業や個人事業主を対象に実施した事業承継診断から、今回の結果をまとめた。

同センターは、事業承継全般に関わる相談を受け付け、引き継ぎ希望者の紹介なども手掛けている。箱山氏は「廃業希望のほとんどは零細企業や個人事業主。自力では事業承継が難しいことが多く、支援に注力していきたい」としている。事業承継の相談は同センター（☎0266・219・30025）へ。

全国消費者物価0.2%下落

総務省が20日発表した7月の全国消費者物価指数（20年1100、生鮮食品を除く）は、前年同月比0.2%下落の99.8だった。前年同月を下回るのは12カ月連続。今月から指数の算出方法が見直され、値下げが相次ぐ携帯電話料金の影響で指数が押し下げられた。エネルギー価格の値上がりで灯油は0.2%、ガソリンは11.6%それぞれ上がったほか、単一更需要で冷蔵庫は17.1%上昇した。

総務省は、今回の発表に先立ち、今年1〜6月の指数を7月20日に発表した従来の算出方法による6月の生鮮食品を除く消費者物価指数が0.2%上昇の101.7だったが見直しに伴い携帯電話の通信料の比重が増すなどしたために0.5%の下落に下方

より健康志向な第5弾 信栄食品が発売へ

「マッスルギョーザ」再び大豆ミートで

冷凍ギョーザ製造の信栄食品（松本市）は24日、タンパク質を多く含む「マッスルギョーザ」シリーズの第5弾として、肉の代わりに大豆ミートを使った「マッスルギョーザソイ」を発売する。動物由来の原材料を使わず、ベジタリアン（菜食主義者）や健康志向の消費者らに売り込む。

同社の通常のギョーザと比べて、カロリーは45%、糖質は48%、脂質は80%カット。食物繊維が豊富な大豆ミートで肉の食感を再現するため、粒の大きさにもこだわった。

大豆ミートはシリーズ第3弾の「マッスルギョーザベジ」で使っているが、第5弾は菜食主義者や健康志向の人を強く意識し、化学調味料やトランス脂肪酸は含まない。同社の電子商取引サイトなど



大豆ミートを使った「マッスルギョーザソイ」

で、1袋40個入り、送料・税込み1980円で販売する。

同シリーズは2019年春に発売。筋トレやダイエット中の消費者から支持され、売り上げを伸ばしている。シリーズの売り上げは月間約1000万円で、年内に2000万円に引き上げることが目指す。広報担当者は「幅広い消費者から買い求められるよう、シリーズを拡大していく」としている。

生鮮食品とエネルギーを除いた指数は0.6%下落の99.4だった。

総務省は、今回の発表に先立ち、今年1〜6月の指数を7月20日に発表した従来の算出方法による6月の生鮮食品を除く消費者物価指数が0.2%上昇の101.7だったが見直しに伴い携帯電話の通信料の比重が増すなどしたために0.5%の下落に下方