

# 地域中核・中堅企業における投資動向調査

---

2024年10月28日

第1回中堅企業等東北円卓会議

## 目的

- 政府は、半導体など重要産業の**国内立地を促進**するとともに、地域の持続的な成長に向けて、地域経済を牽引する**中堅企業への支援強化**を進めており、**今後の地域経済や地域産業の発展において新たな契機が到来**。
- 一方、地域では拡大する企業立地に対し、**受け皿不足(産業用地・インフラ)**、**経済効果の波及不足(取引・消費)等の課題**が発生。
- 日商として「地域の特性を生かして、高い付加価値を創出し、地域経済に好循環を促す」観点から、「**地域にとって重要な産業の維持・発展に資する支援策の拡充・強化**」を要望するにあたっての基礎資料とするため、各地商工会議所、地域中堅・中核企業を対象とした調査を実施。当所としても域内企業の動向を把握するため、対象数を拡大し独自調査を実施した。

## 期間

- 9月26日（木）～10月10日（木）

## 対象

- 仙台市および近隣市町村に所在する地域未来牽引企業・中核企業

## 回答数

- 30者（対象先89者、回答率33.7%）

## 方法

- 対象企業に依頼書と調査票を郵送。
- 依頼状に記載のウェブフォームまたは、メール添付で回答いただいた。

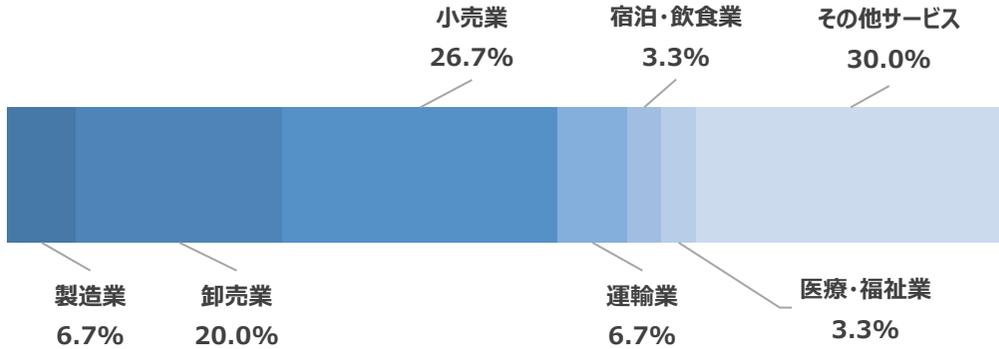
## 調査項目

- ■ 過去5年程度の拠点新設等の設備投資実績、背景・内容
- ■ 今後5年程度の拠点新設等の設備投資予定、背景・内容
- ■ 地域の若者・女性の確保・定着に向けた良質な雇用の創出

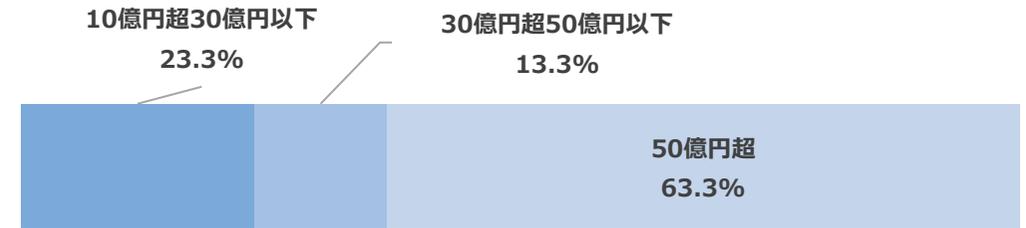
※中核・中堅企業の例：①**地域未来牽引企業**等に認定されている企業、②**従業員2,000名以下の中堅企業**や、中堅企業への成長を目指す中小企（従業員100名以上等、比較的規模が大きい事業者）等

n=30

## 回答企業業種



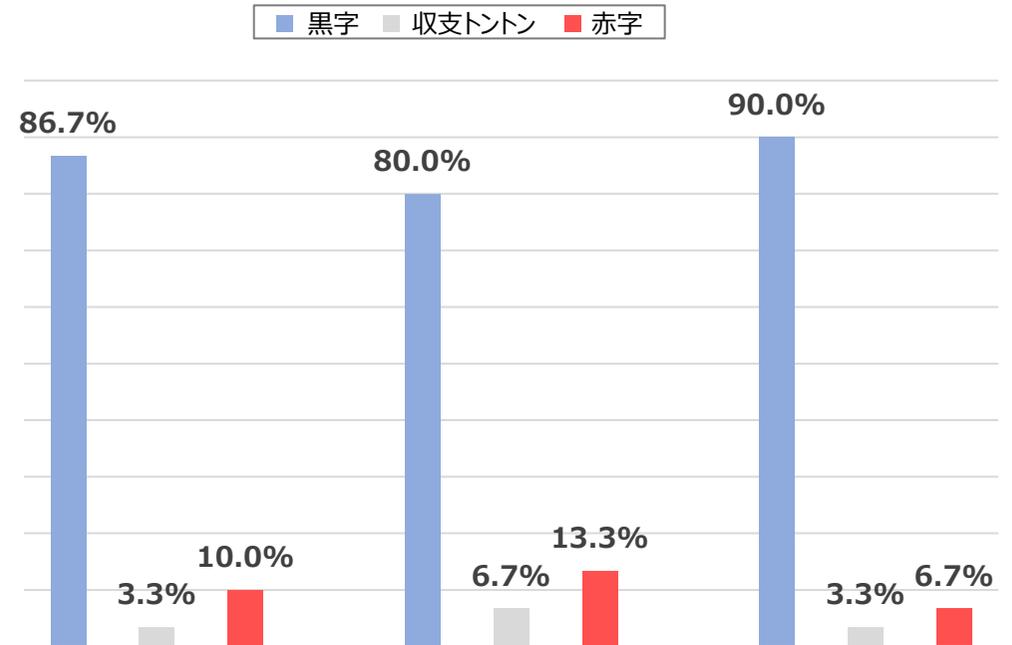
## 直近決算期(前期)の売上高



## 資本金額



## 近年の収益状況



## 従業員数

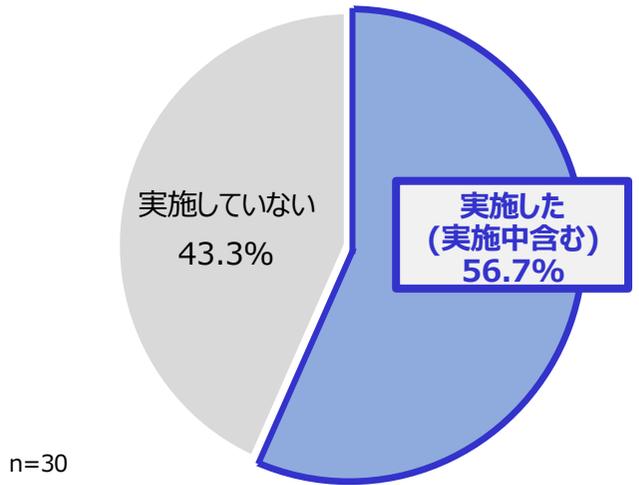


①コロナ前(2019年) ②コロナ禍(2020-2022年) ③直近決算期(2023年)

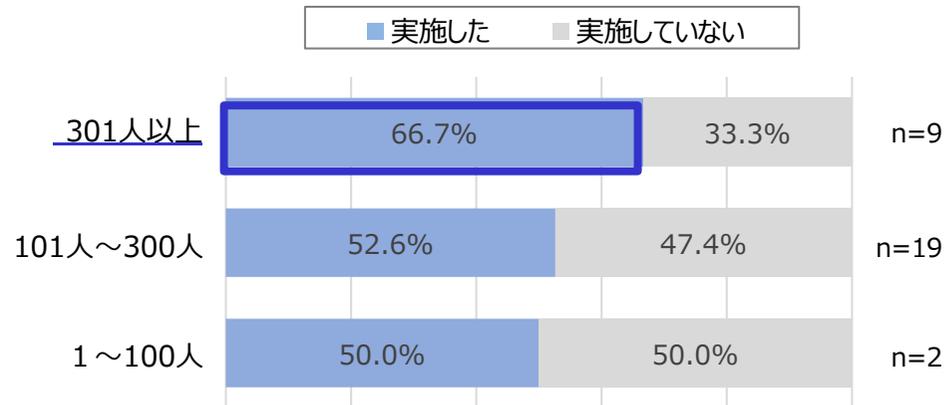
# 拠点（工場、研究開発、物流、営業、本社・支社等）の新設・拡張・移転等の投資実績、計画

- 過去5年程度の投資実績をみると、約6割の企業が拠点の投資を実施。従業員規模別では、301人以上の企業の約7割が実施している。
- 今後5年程度の投資実績をみると、約5割の企業が拠点投資を計画・検討している。従業員規模別では、301人以上の企業の約8割が計画・検討中。地域中核・中堅企業は、高い投資意欲を持っていると推察される。

## 過去5年程度の拠点新設・拡張・移転



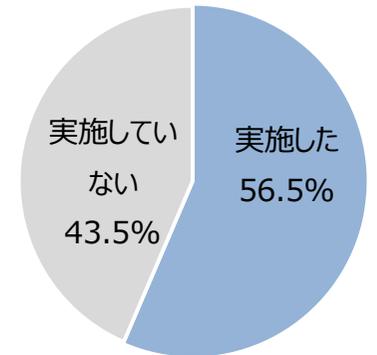
### (従業員規模別)



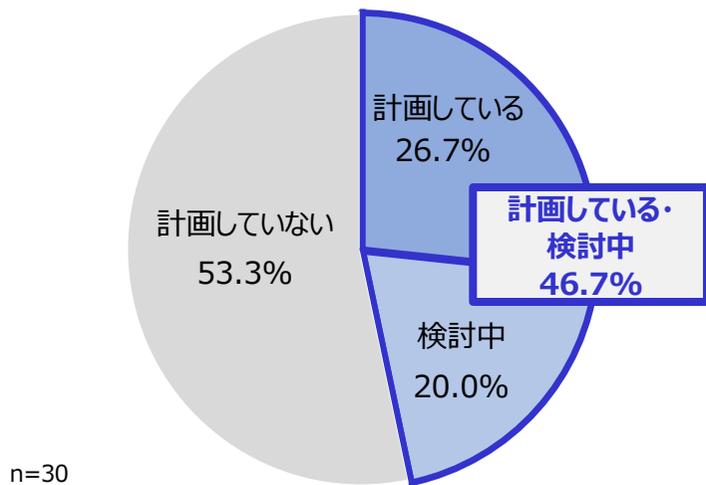
### <参考>日商調査結果

n=156

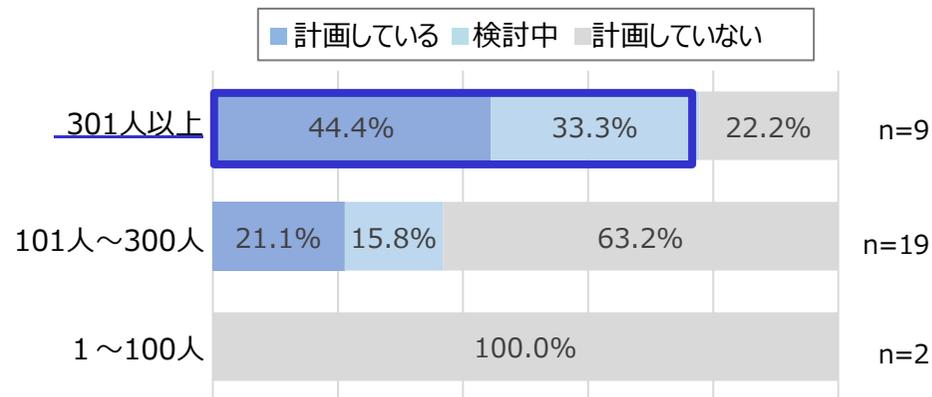
### 過去5年程度の拠点新設・拡張・移転



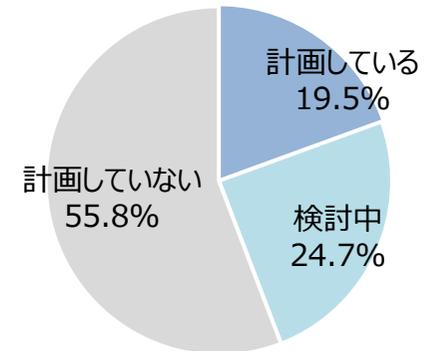
## 今後5年程度の拠点新設・拡張・移転計画



### (従業員規模別)



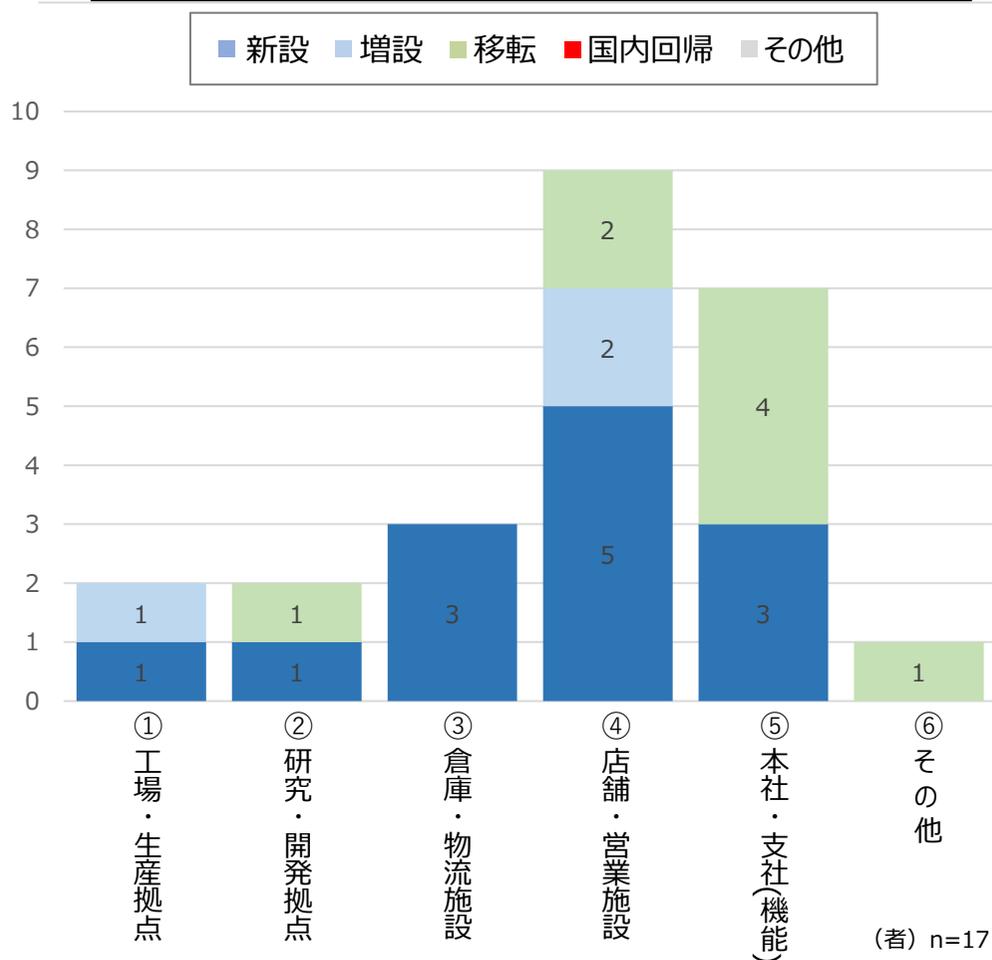
### 今後5年程度の拠点新設・拡張・移転計画



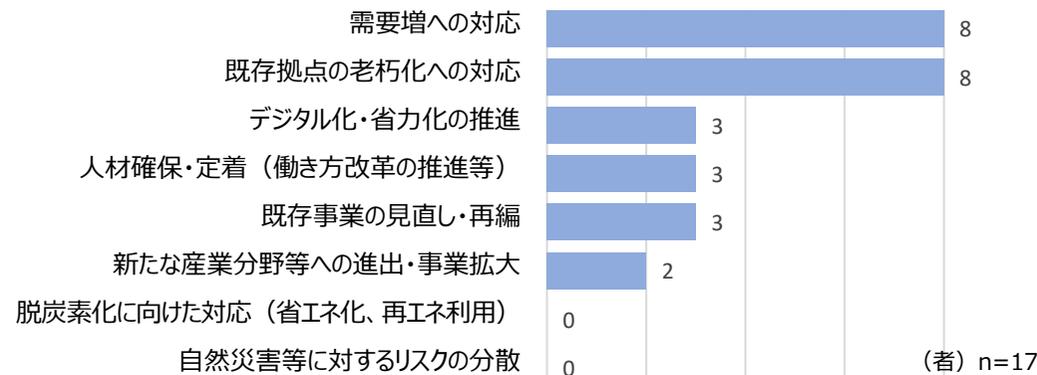
# 過去5年程度における投資動向

- 過去5年程度に投資を行った拠点は、店舗・営業施設が最も多く、次いで本社・支社（機能）。店舗・営業施設は新設が多い一方、本社・支社（機能）は移転が半数を超える。倉庫・物流施設は全て新設となった。
- 投資理由は、需要増の対応、老朽化対応が多いものの、人手不足を背景としたデジタル化・省力化や、人材定着に向けた投資、既存事業の見直し・再編のための投資も行われている傾向。
- 全国での調査結果とほぼ同じ傾向ではあるが、新たな産業分野への挑戦を契機とした投資は弱い動きとなっている。

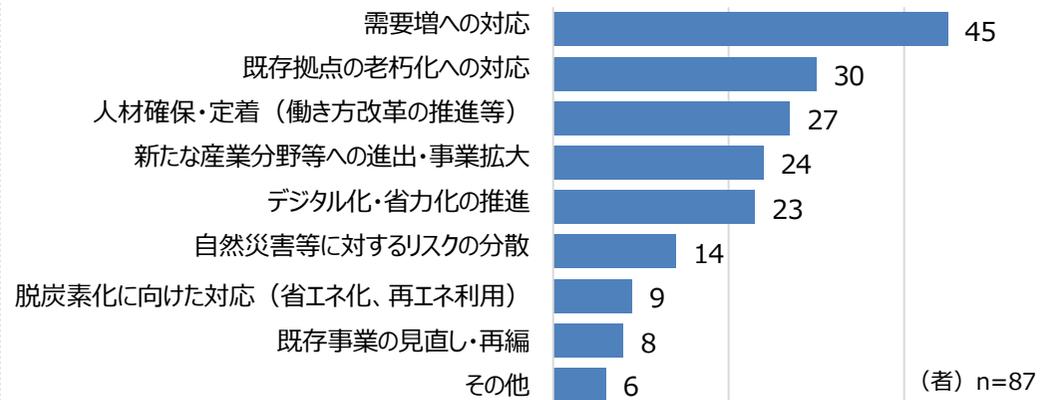
## 投資を行った拠点



## 投資理由、背景



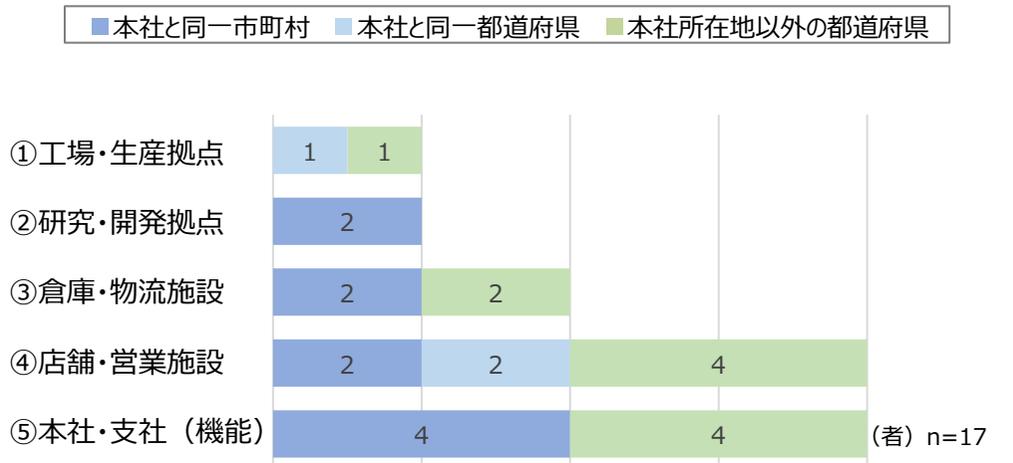
## 投資理由、背景 <参考>日商調査結果



# 過去5年程度における投資動向

- ・ 拠点立地地域は、「工場・生産拠点」を除き、本社と同一地域と、本社所在地以外の都道府県に立地する企業が半々となっている。
- ・ 立地先の選定理由をみると、用地スペックや、交通アクセス、本社近接性といった地理的条件を重視する企業が多い。
- ・ 経済・社会環境や、サポートを選定理由とした企業は限定的となっている。

## 拠点立地地域

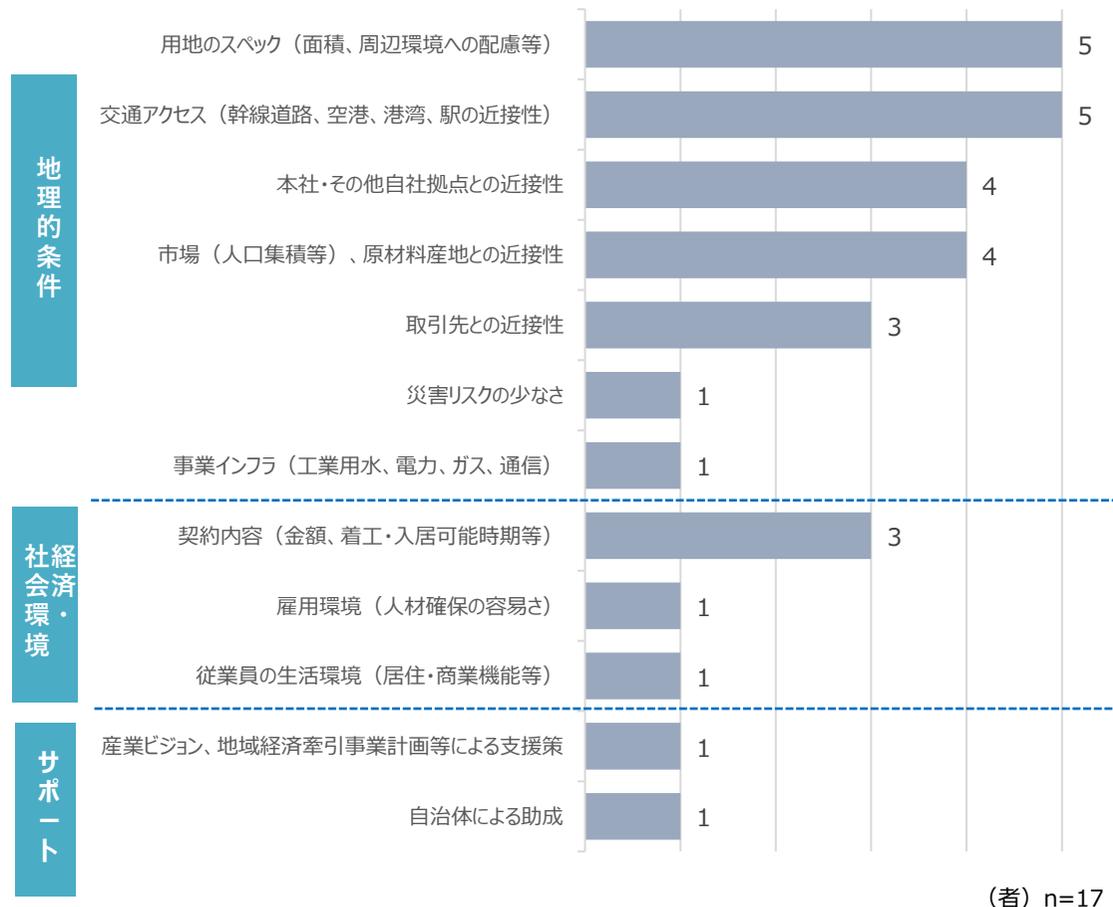


### (地域における企業の投資例)

#### ■菓子製造・小売業（宮城県仙台市）

- ・ 需要増に対応するため、菓子製造のための工場と集客施設を併設した拠点を新設。
- ・ 新工場の投資額は製造ラインを含めて9億円。また、既存工場に1億円の新しいラインの導入を予定しており、合計の投資額は10億円。
- ・ 工場見学や飲食を目的に来場者が増加。人流が生まれたことで、近隣地域における飲食店等の開業が相次ぐなど、地域の賑わい創出にも貢献している。

## 立地先の選定理由

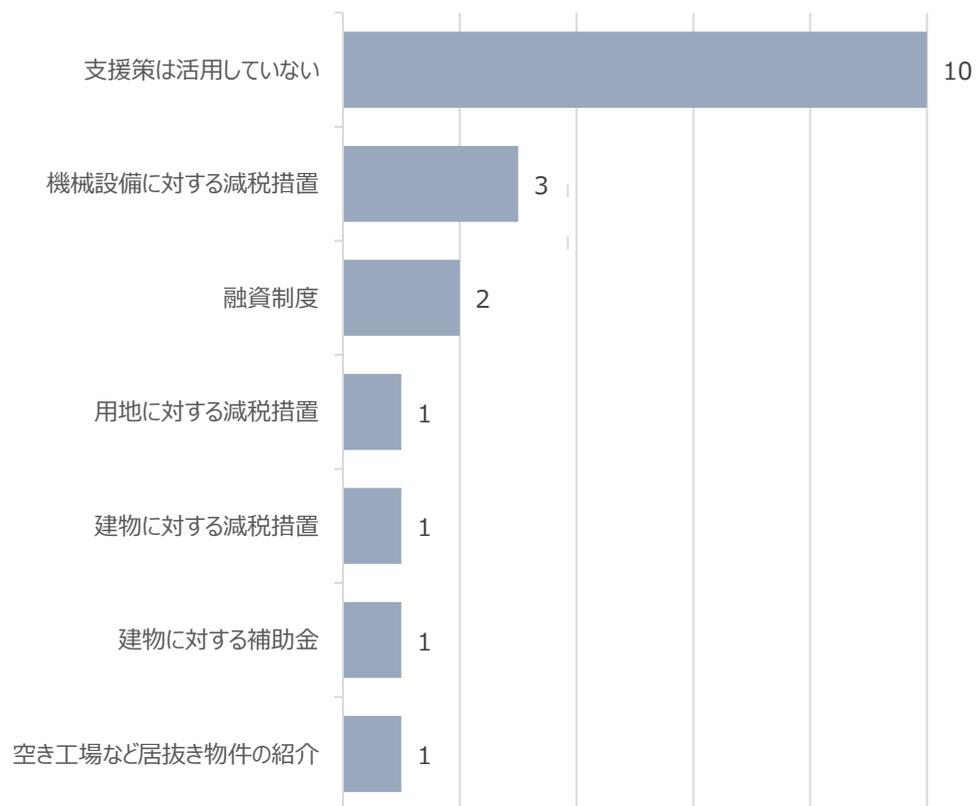


# 新規投資に関し、活用した（したい）支援策

- 新規投資に際しては、支援策を活用していない企業が多く見られた。一方で、これから投資を行うにあたっては、機械設備に対する減免措置や補助金等のニーズは高い。
- 積極的な情報提供を求める声も多く、行政や支援機関からのアプローチ含め、サポート体制の充実化により活用を促すことが必要。

## 新規投資に関し、活用した支援策

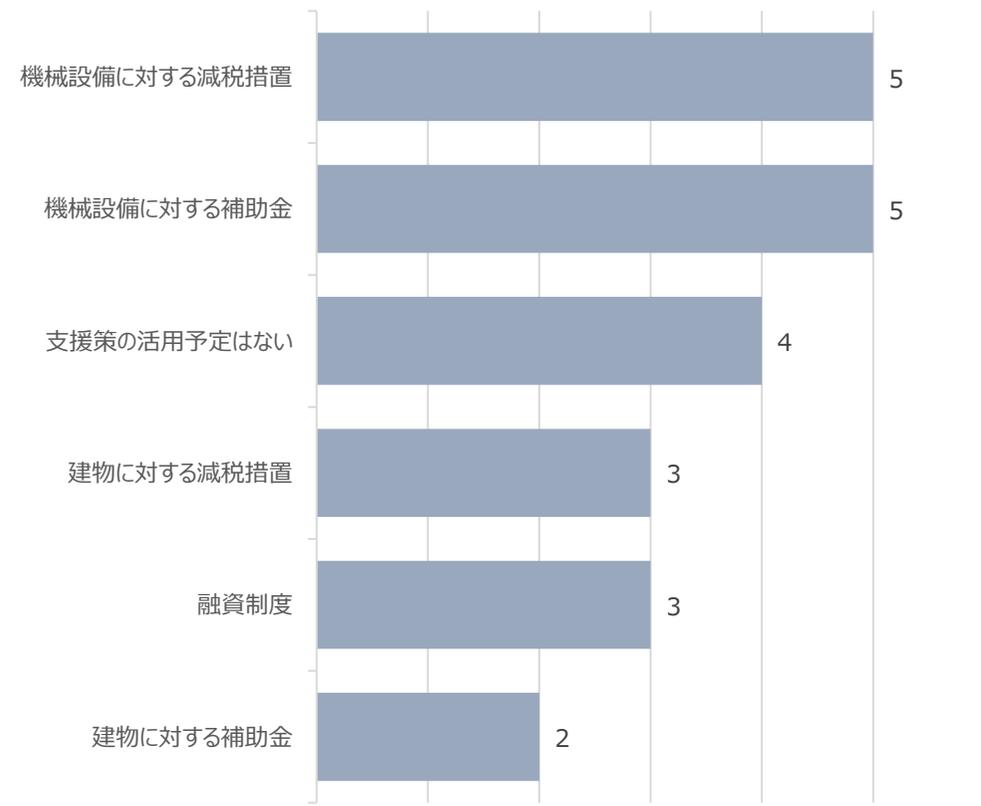
（初期投資に関する支援）



（者） n=17

## 今後5年程度の新規投資に関し、活用したい支援策

（初期投資に関する支援）



（者） n=14

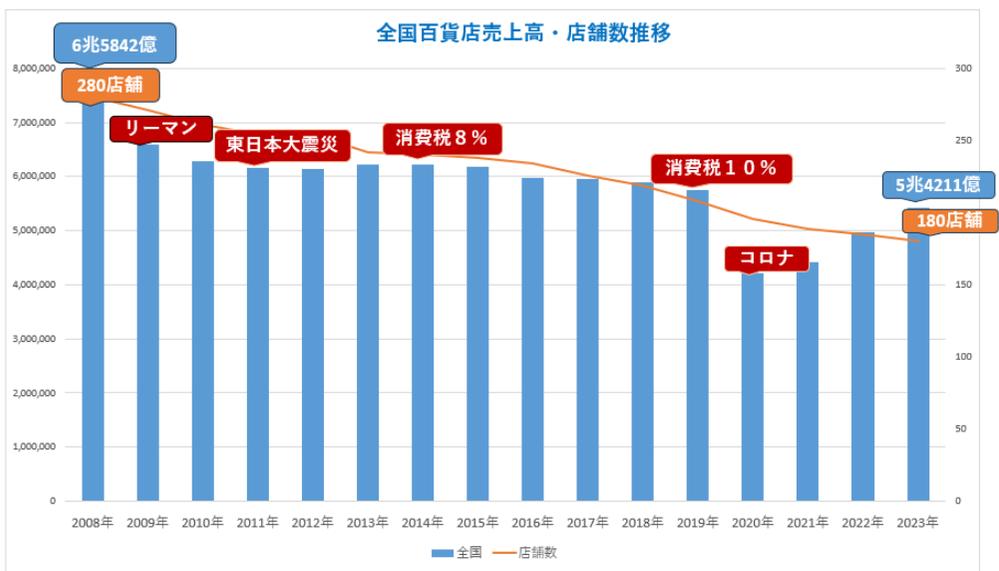
# 株式会社 藤崎

中堅企業としての業界の課題・ニーズ

株式会社藤崎 代表取締役会長兼社長  
藤崎 三郎助

# 百貨店業界の売上高と店舗数の推移

## 2008年～2023年の動き



出典：日本百貨店協会

## 地方での閉店が加速



出典：消えゆく地方のデパート、「ゼロ県」も漸増 多数の地方店を抱える近鉄百貨店の生存戦略 - 産経ニュース (sankei.com)参照

# 東北の百貨店の状況

## 東北の百貨店業界の動き

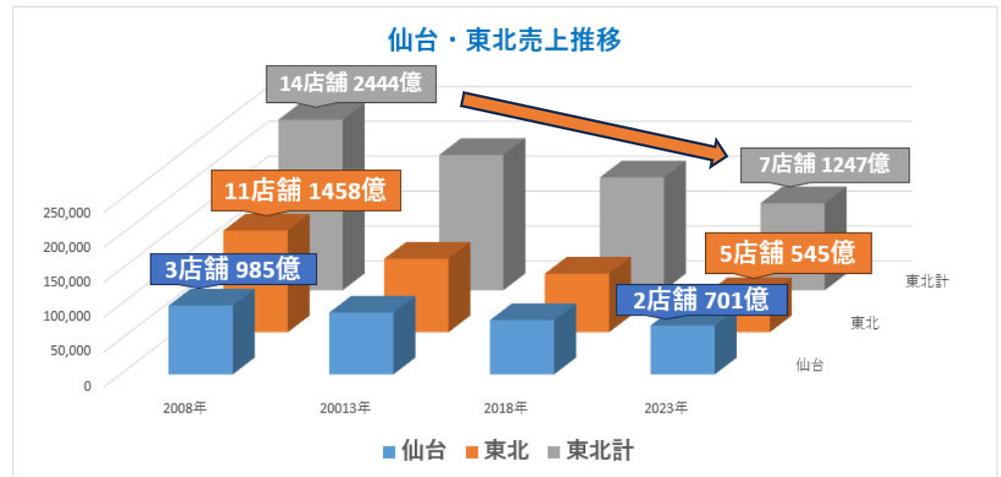
| 地区            | 店舗名            |
|---------------|----------------|
| 青森            | 松木屋            |
|               | 中三             |
|               | マエダ            |
| 秋田            | 正札竹村           |
|               | タカヤナギ          |
| 岩手            | 川徳             |
|               | マルカン           |
| 宮城            | 藤崎             |
|               | 三越             |
|               | ダックビブレ         |
| 山形            | 仙台十字屋          |
|               | 大沼             |
|               | 山形松坂屋<br>山形十字屋 |
| 福島            | 中合             |
|               | 大黒屋            |
| <b>16社30店</b> |                |
| <b>3,625億</b> |                |

■平成11年（1999年）  
東北の百貨店は16社30店

■売上規模は3,625億円

■令和5年（2023年）  
店舗数は7社7店  
売上高は1,247億円  
(1999年比▲2,378億円)

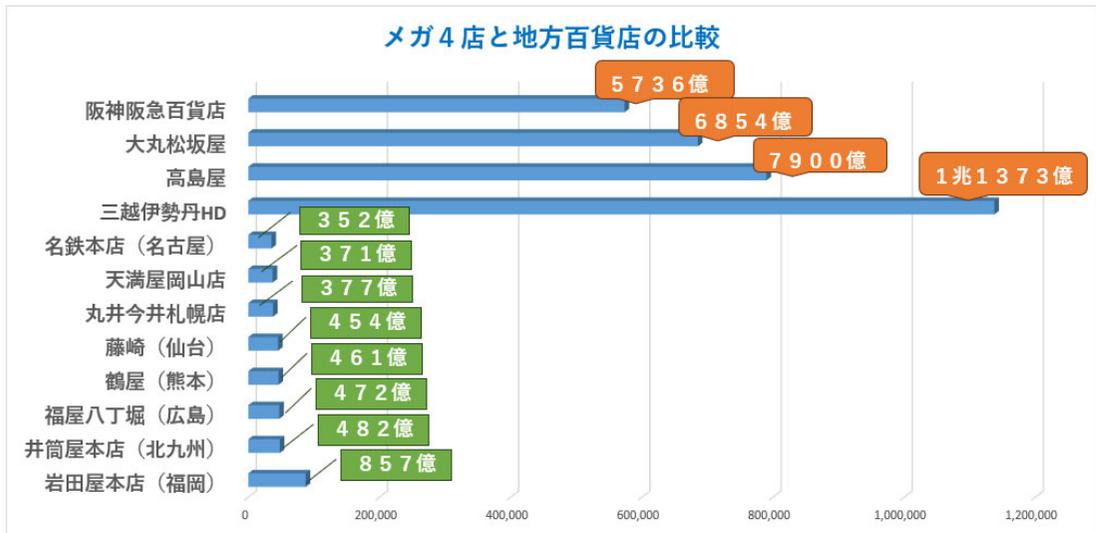
## 2008年～2023年の売上高・店舗数



出典：東北百貨店協会

# 地方百貨店の課題①

## メガ百貨店と地方百貨店の規模感



出典：FASHONSNAP.COM <https://www.fashionsnap.com/article/department-2023-result/>  
 2024.06.28 Fri. - 16:26 JST  
 日本百貨店協会

## 二極集中のインバウンド

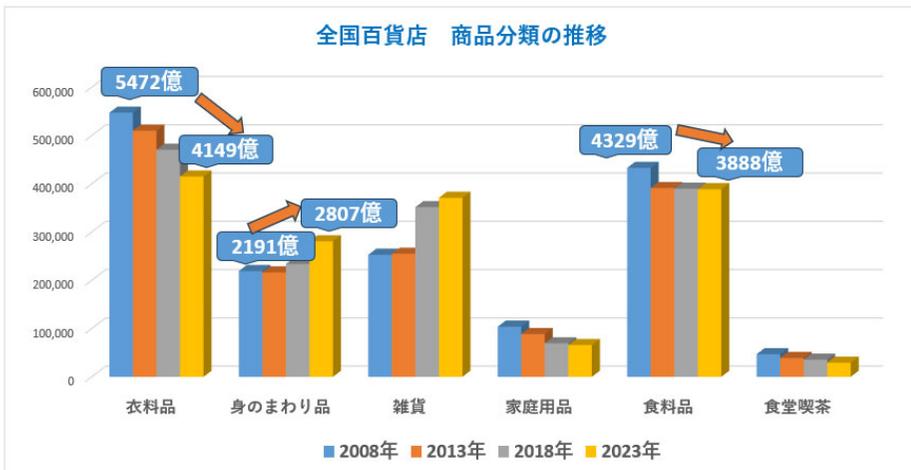
全国百貨店インバウンド免税売上高 (2023年1月~12月)

| 地区別       | 店舗数       | 免税売上高 (百)      | 前年比         | 構成比            |
|-----------|-----------|----------------|-------------|----------------|
| 札幌        | 4         | 10,223         | 609%        | 2.93%          |
| 東京        | 16        | 148,409        | 288%        | 42.59%         |
| 名古屋       | 5         | 10,431         | 3142%       | 2.99%          |
| 大阪        | 7         | 120,148        | 264%        | 34.48%         |
| 福岡        | 4         | 22,534         | 389%        | 6.47%          |
| <b>小計</b> | <b>36</b> | <b>311,745</b> | <b>297%</b> | <b>89.47%</b>  |
| 北海道       | 1         | 32             | 1600%       | 0.01%          |
| 東北        | 2         | 743            | 502%        | 0.21%          |
| 関東        | 26        | 5,323          | 195%        | 1.53%          |
| 中部        | 4         | 367            | 517%        | 0.11%          |
| 近畿        | 10        | 28,987         | 494%        | 8.32%          |
| 中国四国      | 6         | 696            | 385%        | 0.20%          |
| 九州        | 3         | 554            | 528%        | 0.16%          |
| <b>小計</b> | <b>52</b> | <b>36,702</b>  | <b>404%</b> | <b>10.53%</b>  |
|           | <b>88</b> | <b>348,447</b> | <b>305%</b> | <b>100.00%</b> |

出典：日本百貨店協会

# 地方百貨店の課題②

## 売上構造の変化

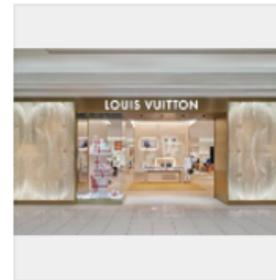


## ハイエンドブランドの地方撤退が加速

ルイ・ヴィトンが茨城県から消える 1年前は郡山と浜松から撤退、「全国展開」の今後

9/8(日) 19:10 配信 63

JCASTニュース  
ビジネス&メディアウォッチ



2023年11月10日オープンしたルイ・ヴィトン大丸札幌店

高級ブランドのルイ・ヴィトンが、茨城県水戸市の店舗を2024年12月25日に営業終了とする。水戸京成百貨店にある、県内唯一の直営店だという。

【画像】閉店もあれば新規開店するケースも

ルイ・ヴィトンは日本各地に幅広く、店舗展開してきた。ただ昨23年も、福島県郡山市と静岡県浜松市の店舗を閉じている。

# 地域未来牽引企業として

## 個社の視点

### ■投資計画

#### 顧客戦略

#### ○デジタルによる顧客接点の拡大

- ・ 外商顧客専用サイトの新設
- ・ 顧客CRM戦略遂行のためのDX
- ・ SNS活用による発信（人的投資）

#### ○対象商圏の拡大

- ・ 東北の富裕層へのアプローチ（人的投資）

#### 人材戦略

- ・ 求める人材像の変化に対応した採用サイトの更新を含め採用活動の見直し
- ・ 若手の活躍・定着、シニア層の活躍促進に向けた人事制度の見直し
- ・ タレントマネジメントシステムの導入

## 面的な視点

#### ○一番町地区の街並み形成

- ・ 本館を中心に大町館・一番町間・FT館  
ロレックス・ロエベを出店  
特にグランドフロアに高質なショップを  
揃え上質な街並み形成を実現
- ・ 近隣商業ビルへテナント紹介（モンクレール）

#### ○本館再開発

- ・ 百貨店の枠を超え、街づくり、観光、  
産業、コミュニティ等、横断的な活動の  
拠点になる複合施設をイメージ
- ・ 居住者・来街者・就業者・商業者等をエリアに呼び込み  
シナジーによる賑わい創出を検討
- ・ 行政、東北大学（2024年6月包括連携協定）等との連携

# 地域未来牽引企業として

## 良質な雇用の創出

### ■女性活躍推進

- ・ Happy Woman Programの開催  
次期リーダー候補24名の女性社員を対象にキャリアアップにつながるプログラム開催 2H×6回
- ・ えるぼし、くるみんの資格認定

### ■人材育成

- ・ ITパスポート取得推進

### ■ベースアップ、初任給引き上げ実施

## 地域産業への波及

### ■地域百貨店とのコラボレーション

- ・ 福屋（広島）、丸広（川越）

### ■地ビールの共同開発

- ・ クロスBプラス内のビール醸造所  
「BATSUJI BREWING」との共同開発
- ・ 石巻ホップワークス様と新入社員によるビールプロジェクト

### ■『都の杜・仙台』との取り組み

- ・ 令和元年5月に仙台市が地域産品のブランディングや販路開拓を目的に  
立ち上げ。

### ■地域の名産品の情報収集とブランディング

- 及び発信の基点として地域17店舗の活用

# 地域未来牽引企業として

## 地方百貨店との取り組み

## 産学官民・地域企業との協業・ブランディング

**FUKUYAMA x Fukuya**  
**宮城 ご当地フェア**  
9月19日～25日  
福屋八丁堀本店地階 特設会場

宮城産の銘品を、お土産にもぴったりな価格でご紹介。お土産にもぴったりな価格でご紹介。お土産にもぴったりな価格でご紹介。

- 宮城産の銘品 1,032円
- 宮城産の銘品 1,080円
- 宮城産の銘品 1,151円
- 宮城産の銘品 880円
- 宮城産の銘品 880円
- 宮城産の銘品 2,668円
- 宮城産の銘品 3,456円
- 宮城産の銘品 301円
- 宮城産の銘品 2,160円
- 宮城産の銘品 2,219円
- 宮城産の銘品 1,500円
- 宮城産の銘品 3,000円

**Fukuya**

### 仙台・盛岡の2百貨店と協業、川越の丸広百貨店に東北の銘品ずらり

永沼仁 2024年9月27日 11時00分

朝日新聞デジタル > 仙台・盛岡の2百貨店と協業、川越の丸広百貨店に東北の銘品ずらり > 写真・図版



接客する丸広、藤崎、川徳の社員ら＝埼玉県川越市新富町2丁目、永沼仁撮影



藤崎が初めて企画したオリジナルクラフトビール。醸造は9月1日、初めて企画したクラフトビール「都の社ビール」のシュエーラム、アイスローマーンを発売しました。クラフトビール内ビール醸造所「JATSUJI BEWING」との共同開発。青森県の醸造本拠の協賛で、200本限定で販売した投入り(330ml、880円)は1日3時間限定で完売、たるはほかのクラフトビールで提供します。



左から | 東北大学 長坂徹也副学長、福永健二社長、株式会社藤崎 藤崎三郎助会長、小野専直取締役

都の社・仙台  
MIYAKO NO MORI  
SEIHOJAI  
**藤崎百貨店**

仙台市と連携協定。  
地域産品のブランディングと  
販路拡大を目指し  
2019年5月よりスタート

出典: <https://www.tohoku.ac.jp/japanese/2024/06/news20240614-fujisaki.html>  
東北大学ウェブサイト