

週刊 企業経営**WEB MAGAZINE**
マガジン

発行 税理士法人優和

1

ネットジャーナル**Weeklyエコノミスト・レター 2012年5月18日号**

2012・2013 年度経済見通し

～再び電力供給制約に直面する日本経済

経済・金融フラッシュ 2012年5月15日号

中国の最新経済指標と

預金準備率引き下げ

2

経営TOPICS**統計調査資料**

月例経済報告

(平成 24 年5月)

3

経営情報レポート

平成 24 年度助成金の活用ポイントを徹底解説

最新助成金の活用法

4

経営データベース**ジャンル:営業拡大 サブジャンル:マーケティング**

口コミマーケティングの重要性

口コミプロモーションの実施手段

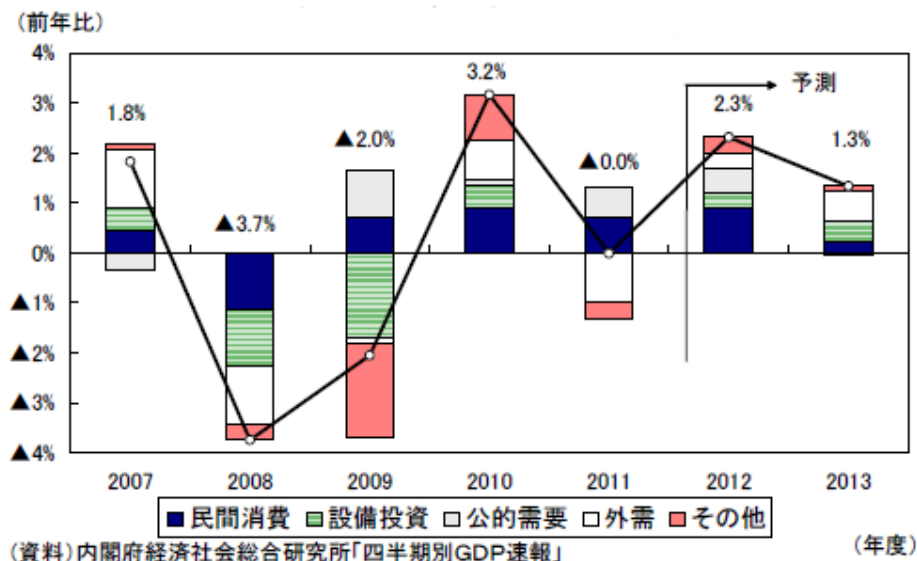
2012・2013 年度経済見通し

～再び電力供給制約に直面する日本経済

要旨

- 1 2012年1-3月期の実質GDPは、個人消費、公的固定資本形成が政策効果などから高い伸びになったことに加え、外需が小幅ながらプラスに転じたため、前期比1.0%（年率4.1%）の高成長となった。
- 2 1-3月の高成長の一因となった復興需要は、2012年度入り後も景気を下支えすることが見込まれる。ただし、復興需要によるGDPの押し上げ幅は2012年度前半がピークでその後は減衰していくため、成長率は2012年度後半以降、大きく低下する可能性が高い。実質GDP成長率は2012年度が2.3%、2013年度が1.3%と予想する。
- 3 日本経済は2011年夏に続き2012年夏も電力供給制約に直面することになる。今回の見通しでは、昨年と同様に企業、家計双方の努力、工夫などによって経済活動に大きな支障が生じないことをメインシナリオとしている。
- 4 ただし、今年の節電は早朝や夜についても消費電力の抑制を要請するなど、昨年以上に厳しい面がある。政府の今後の対応次第では景気が下振れするリスクがあるだろう。

実質GDP成長率の推移(年度)



中国の最新経済指標と 預金準備率引き下げ

要旨

1 景気を牽引する3つの柱が揃って鈍化

5月10日に中国税関総署が発表した4月の輸出額は前年同月比4.9%増の1632.5億ドル、輸入額は同0.3%増の1448.3億ドルで、貿易収支は184.2億ドルの黒字となった。景気のひとつの柱である輸出の動きをみると、信用不安に揺れる欧州(EU)向けの輸出額が3月に続き前年同月比でマイナスになったのに加え、米国向けも10%増と3月より4ポイント低下し、全体でも3月の8.9%増を4ポイント下回った。

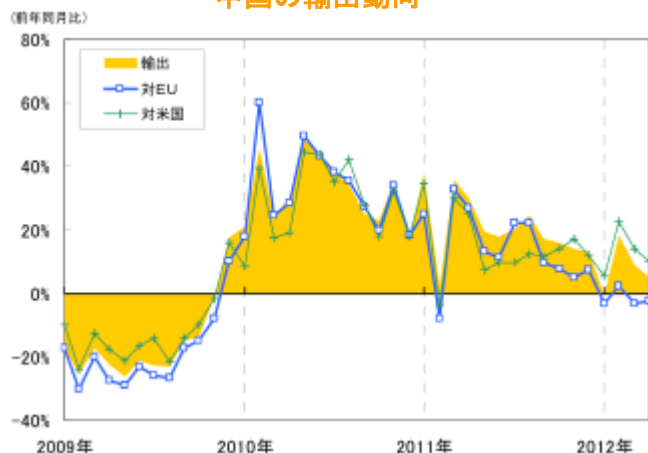
また、11日に中国国家統計局が発表した3月の小売売上高(社会消費品零售总额)は1兆5603億元で、前年同月比14.1%増と3月の同15.2%増を1.1ポイント下回った。季節調整後の前月比でも1.13%増と前月の1.19%増(改定後)よりも伸び率が鈍化した。今回の景気減速局面のボト

ムである1月の0.91%増(改定後)は上回っており、小売売上高の伸びは一応上向きを維持している。

2 インフレ懸念は煽るも、やや弱まる

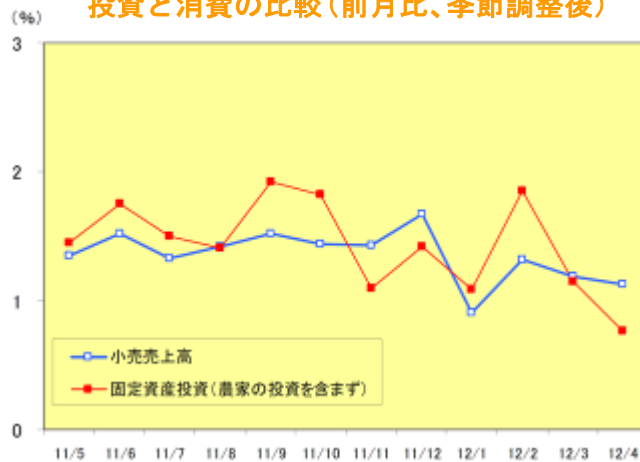
一方、同時に発表された4月の消費者物価指数(CPI)は前年同月比3.4%上昇と、前回発表の3月より0.2ポイント低下、中国政府が今年度の抑制目標とする4%前後を3カ月連続で下回った。前月比の動きをみると、4月は食品が0.9%低下したものの、交通通信や居住費などエネルギー関連の物価が上昇しており、サービス価格も0.5%上昇していることから、インフレ懸念が払拭できた訳ではない。但し、最近の国際的な石油価格の下落を受けて、5月9日には中国国家発展改革委員会がガソリンとディーゼル油の価格引下げを発表したため、当面はインフレよりも景気の方が心配される状況といえる。

中国の輸出動向



(資料) CEIC (中国税関総署)

投資と消費の比較(前月比、季節調整後)



(資料) CEIC (中国国家統計局)

月例経済報告

(平成 24 年5月)

概 況

1 我が国経済の基調判断

景気は、依然として厳しい状況にあるものの、復興需要等を背景として、緩やかに回復しつつある。

- 生産は、緩やかに持ち直している。輸出は、持ち直しの動きがみられる。
- 企業収益は、減少してきたものの、下げ止まりの兆しもみられる。設備投資は、このところ持ち直しの動きがみられる。
- 企業の業況判断は、大企業製造業で下げ止まっており、全体としては小幅改善となっている。
- 雇用情勢は、持ち直しているものの、東日本大震災の影響もあり依然として厳しい。
- 個人消費は、緩やかに増加している。
- 物価の動向を総合してみると、下落テンポが緩和しているものの、緩やかなデフレ状況にある。

先行きについては、復興需要等を背景に、景気回復の動きが確かなものとなることが期待される。ただし、欧州政府債務危機を巡る不確実性が再び高まっており、これらを背景とした金融資本市場の変動や海外景気の下振れ等によって、我が国の景気が下押しされるリスクが存在する。また、電力供給の制約や原油高の影響、さらには、デフレの影響等にも注意が必要である。

2 政策の基本的態度

政府は、大震災からの復興に全力を尽くすとともに、欧州政府債務危機等による先行きリスクを踏まえ、景気の下振れの回避に万全を期す。また、デフレ脱却に断固として取り組み、全力を挙げて円高とデフレの悪循環を防ぐ。

このため、平成 23 年度の補正予算に盛り込まれた施策を迅速に実行するとともに、平成 24 年度予算を着実に執行する。

政府は、日本銀行と一体となって、速やかに安定的な物価上昇を実現することを目指して取り組む。デフレ脱却に向け、日本銀行に対しては、政府との緊密な情報交換・連携の下、適切かつ果敢な金融政策運営を期待する。日本銀行は、4月 27 日、資産買入等の基金の増額等を決定した。

1 消費・投資などの需要動向

個人消費は、緩やかに増加している。

個人消費は、エコカー補助金等の政策効果もあって、緩やかに増加している。消費者マインドは、持ち直している。実質雇用者所得は、底堅く推移している。需要側統計（「家計調査」等）と供給側統計（鉱工業出荷指数等）を合成した消費総合指数は、3月は前月から増加し、3ヵ月移動平均でも増加した。

個別の指標について、最近の動きをみると、「家計調査」（3月）では、実質消費支出は前月から減少し、「除く住居等ベース」でも前月から減少した。販売側の統計をみると、小売業販売額（3月）は前月から減少した。新車販売台数（4月）は、3ヵ月連続で減少したものの高水準を維持している。家電販売は、地デジ放送移行期間終了に伴い大幅に落ち込んだものの、このところ下げ止まっている。旅行は、底堅く推移している。外食は、おおむね横ばいとなっている。

先行きについては、雇用・所得環境が安定的に推移するなかで、政策効果もあって、緩やかな増加傾向が続くと見込まれる。ただし、電力供給の制約には留意が必要である。

設備投資は、このところ持ち直しの動きが見られる。

設備投資は、このところ持ち直しの動きがみられる。これを需要側統計である「法人企業統計季報」でみると、2011年7-9月期は減少し、2011年10-12月期は増加している。機械設備投資の供給側統計である資本財出荷は、おおむね横ばいとなっている。ソフトウェア投資は、緩やかに増加している。

「日銀短観」によれば、2012年度設備投資計画は、製造業では2年連続の増加、非製造業では5年連続の減少となり、全産業では2年ぶりの減少が見込まれている。設備過剰感は、おおむね横ばいとなっている。また、「法人企業景気予測調査」によれば、2012年度設備投資計画は、大企業製造業では増加、大企業非製造業では減少が見込まれている。先行指標をみると、機械受注は、緩やかに増加している。建築工事費予定額は、このところ弱含んでいる。先行きについては、企業収益が持ち直すなかで、復興需要もあって、持ち直していくと見込まれる。

住宅建設は、このところ持ち直しの動きが見られる。

住宅建設は、このところ持ち直しの動きがみられる。総戸数は、3月は前月比7.6%減の年率84.8万戸となった。総床面積も、おおむね総戸数と同様の動きをしている。首都圏のマンション総販売戸数は、持ち直しの動きがみられる。

先行きについては、雇用・所得環境が安定的に推移するなかで、復興需要もあって、持ち直していくことが期待される。ただし、建設労働者の需給状況に注視が必要である。

公共投資は、堅調に推移している。

公共投資は、平成23年度補正予算の効果等から、堅調に推移している。

公共投資の関連予算をみると、国の平成23年度予算では、補正予算において約4.0兆円の予算措置を講じることとしたため、補正後の公共投資関係費は前年度を上回った。平成24年度一般会計予算及び東日本大震災復興特別会計予算では、公共事業関係費について前年度当初予算比6.6%増としている。平成24年度地方財政計画では、投資的経費のうち地方単独事業費について、前年度比0.2%増としている。

2012年4月の公共工事請負金額及び3月の公共工事受注額は、平成23年度補正予算の効果等から、前年を上回った。先行きについては、補正予算による押し上げ効果が引き続き見込まれる。

輸出は、持ち直しの動きがみられる。輸入は、横ばいとなっている。貿易・サービス収支の赤字は、横ばいとなっている。

輸出は、欧州経済の停滞は続いているものの、全体として、持ち直しの動きがみられる。地域別にみると、アジア向けの輸出は、持ち直しの動きがみられる。アメリカ向けの輸出は、増加している。EU向けの輸出は、下げ止まりつつある。先行きについては、アメリカ経済の回復等を背景に、持ち直していくことが期待されるが、海外景気の下振れリスク等に留意する必要がある。

輸入は、横ばいとなっている。地域別にみると、アジア、アメリカ、EUからの輸入は、ともに横ばいとなっている。先行きについては、当面、横ばい圏内の動きとなることが見込まれる。

貿易・サービス収支の赤字は、横ばいとなっている。3月の貿易収支は、輸出金額は増加したものの、輸入金額が大幅に増加したため、赤字幅は拡大した。また、サービス収支の赤字幅は、横ばいとなっている。

2 企業活動と雇用情勢

生産は、緩やかに持ち直している。

生産は、国内外における自動車販売が堅調に推移していること等から、緩やかに持ち直している。生産の先行きについては、内需の増加や電子部品の需給改善等を背景に、持ち直し傾向が続くものと期待されるが、海外景気の下振れリスクや電力供給制約等に留意する必要がある。

なお、製造工業予測調査においては、4月は増加、5月は減少が見込まれている。また、第3次産業活動は、緩やかに持ち直している。

平成 24 年度助成金の活用ポイントを徹底解説 最新助成金の活用法

ポイント

- 1 平成 24 年度における助成金の動向
.....
- 2 求職者支援制度に関する助成金
.....
- 3 成長分野に関する助成金
.....



1 平成 24 年度における助成金の動向

■ キーワードは「震災対策」「成長分野への補助」

高齢化と少子化の進展によって、このままでは就業者人口が大幅に減少していくことが予想されています。

このような状況の中で、就業者人口を確保し、経済の拡大を図っていくためには、多くの国民に就業の機会を拡大していくことが必要になってきます。

政府の方針は以下のとおりです。

労働市場への「参加保障」の理念により、人々の就労を促進する政策（積極的労働市場政策）を推進し、「雇用の拡大（就業率の向上）」と「ディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）」を実現すること、すなわち、できる限り多くの人働きがいのある人間らしい仕事ができるようにする必要がある。というものです。

このような施策を受けて、厚生労働省における平成 24 年度の雇用政策は、従来通り「若者」「高齢者」「女性」「障がい者」に焦点を当てています。

本年度はそれに加え、東日本大震災の被災地等の雇用創出を図るとともに、急激な円高による雇用への影響を緩和するための対応に重点が置かれています。

■平成 23 年～平成 24 年度新設される主な助成金

- ①成長分野人材育成プログラム助成金の拡充
- ②特定求職者制度の拡充

■平成 23 年度廃止された主な助成金

- ①高年齢者等共同就業機会創出助成金
- ②高年齢者雇用確保充実奨励金

■ 今年度の主な助成金

(1) 求職者支援制度の創設

「職業訓練により能力を身につけることでより安定した就職を目指し、真剣に求職活動を行う方のための制度」として求職者支援制度が創設され、平成23年10月1日より施行されることとなりました。

雇用保険を受給できない失業者等の特定求職者（※）の方に対し、

- 無料の職業訓練を実施

⇒ 「求職者支援訓練」、「公共職業訓練」が受講可能

- 本人収入や世帯収入・資産要件等、一定の要件を満たす場合は、職業訓練の受講を容易にするための給付金を支給

⇒ 「職業訓練受講給付金」を支給

① 職業訓練受講手当：月10万円

② 通所手当：通所経路に応じた所定の額(定期券代等)

- 訓練期間中及び訓練修了後も、ハローワークが積極的な就職支援を実施

⇒ 「就職支援計画」を策定

※ 特定求職者：雇用保険の適用がなかった方、加入期間が足りず雇用保険を受けられなかった方、雇用保険の受給が終了した方、学卒未就職者や自営業廃業者の方

(2) 成長分野への助成金

厚生労働省では、東日本大震災の影響や、経済社会のグローバル化、急速な円高に伴う生産拠点の海外移転により、地域産業の衰退や国内の雇用喪失が懸念されることから、企業の新事業展開を人材育成面から支援することになりました。

具体的には、事業展開を図る企業に対し、具体的な事業化に必要な技能の付与を行うための教育訓練カリキュラムの開発・教育訓練の実施等の支援を行うこととなります。

	助成金名称	支給対象	取扱機関	活用度
1	中小企業基盤人材確保助成金	健康・環境分野および関連するものづくり分野に新分野進出企業	ハローワーク 労働局	B
2	成長分野人材育成プログラム助成金	離職者を新たに雇用し、当該企業等の中核的業務もしくはその業務に付随する業務に従事	ハローワーク 労働局	B

- 活用度A：使い勝手が良く、広くその制度を利用・理解する価値のある制度

- 活用度B：Aよりは制限があるが、利用される場面が多い助成金

- 活用度C：使い勝手はさほど良くはないが、状況によっては検討すべき助成金

2 求職者支援制度に関する助成金

■ 認定職業訓練実施奨励金

(1) 制度の概要

求職者支援訓練が円滑かつ効果的に実施されることを奨励するため、求職者支援訓練を実施する訓練機関に対し、一定の支給要件を満たす場合、認定職業訓練実施奨励金（認定職業訓練実施基本奨励金〔基本奨励金〕と認定職業訓練実施付加奨励金〔付加奨励金〕）が支給されることになりました。

(2) 対象分野

- ① IT基礎分野：システム・エンジニアなど
- ② 営業・販売・事務分野：営業、販売、事務、貿易等の業務に携わる者
- ③ 医療事務分野：医療事務員、医療秘書
- ④ 介護福祉分野：ホームヘルパー、訪問介護員、保育士、福祉関連の事務員
- ⑤ 農業分野：農業技術者、農耕・養蚕作業員、養畜作業員、植木職、造園師
- ⑥ 林業分野：林業技術者、林業作業員、伐木・造材作業員
- ⑦ 警備保安分野：警備員、鉄道警備員、空港警備員、劇場警備員

など 20 分野

(3) 受給金額

訓練生 1 名につき

- 基本奨励金：基礎コース 6 万円・実践コース 5 万円
- 付加奨励金：実践コースで、修了者等の就職率の区分に応じて、40%以上 55%未満は 1 万円、55%以上は 2 万円が追加で支給されます。

(4) 受給ポイント

- ① 職業訓練機関として、認可を受ける事が必要になります。また、訓練生に対して給料を支払う必要はありません。訓練終了後に直接雇用することも可能です。
- ② トライアル雇用型の年齢要件はこれまで 25 歳以上 40 歳未満でしたが、平成 22 年 12 月 1 日以降にトライアル雇用を開始した場合、年齢の下限をなくし 40 歳未満になっています。

3 成長分野に関する助成金

■ 中小企業基盤人材確保助成金

(1) 制度の概要

厳しい雇用環境の中、今後、人材需要が見込まれる健康・環境分野および関連するものづくり分野に新分野進出等（創業や異業種進出）を行い、新たに経営基盤を強化するための人材（基盤人材）を雇い入れた場合、その基盤人材の賃金の一部に相当する額として、一定額を支給します。助成金を受給するには、改善計画（※）を作成し、都道府県知事の認定を受けることが必要です。

※改善計画：中小企業労働力確保法に基づき、中小企業者が雇用管理の改善について取り組むとした計画。

(2) 受給要件

- ① 年収 350 万円以上の賃金（臨時給与、特別給与など臨時に支払われた賃金および3カ月を超える期間ごとに支払われる賃金を除きます）で雇い入れられる者
- ※ 第1期の支給申請において175万円以上、第2期の支給申請において年間で350万円以上、かつ、第2期で70万円以上支払われていることが必要。
- ② 新分野進出等に必要な施設や設備などに要する費用について、250万円以上負担していること

(3) 改善計画で必要とされる主な項目

- ① 新事業の目的・出資者の概略・事業開始までの経緯について
- ② 新事業の内容について
- ③ 労働条件等について
- ④ 収支計画（月平均）
- ⑤ 改善事業に必要な資金の調達方法

(4) 受給金額

1人につき：140万円（5人まで）

経営データベース ①

ジャンル: 営業拡大 > サブジャンル: マーケティング



口コミマーケティングの重要性

口コミマーケティングの重要性について教えてください



■ 口コミマーケティングとは何か

「口コミマーケティング」とは、文字通り「人から人への情報伝達を介してマーケティング活動を行う」手法です。この口コミマーケティングは、1950年代のアメリカで、初めて正式なマーケティング手法として活用され始めました。

ある広告代理店が、依頼主から要請のあったキャンペーン商品について、2人1組の「作業員」のペアを作り、街中や地下鉄、エレベータ内、スタジアムなど、大勢の人が集まる場所で、「〇〇は本当にいい商品だった」、「××は本当にお買い得だった」といった会話をさせました。この意図的な口コミ手法の効果はてき面で、それまで全く売れなかった商品が、突然、あるデパートで何千個も売れるという結果を招きました。

■ 口コミマーケティングが重要な理由

今「口コミマーケティング」の持つ重要性が大きく変化しています。その大きな要因は、「企業の社会的責任の増大」、「携帯電話」と「インターネット」の普及です。この3つの要素がここ数年の間に急速に、かつ広く社会に浸透しました。この3つの要因がマーケティングに与えた影響は3つに留まりません。

- 企業の不正、不良品に対する社会的批判の増大
- 携帯電話での写真撮影
- 携帯による電話連絡の即時化・容易化
- インターネット上での情報が双方向化
- ブログ、mixi 等でのコミュニティーの形成
- 携帯電話によるメール
- 携帯電話でのインターネット
- 携帯電話普及の年齢層の拡大（若年層、高齢層）
- インターネット上で有力ユーザーが出現

ワン・トゥ・ワン・マーケティング時代の到来と言われはじめて、もう20年になろうとしています。ここに来て、ワン・トゥ・ワン・マーケティングはさらに進化していると言えます。

「企業の社会的責任の増大」、「携帯電話」、「インターネット」の普及は下記のような要素を企業にもたらしました。

- 企業の誠実性への要求
- マーケティング情報の双方向化
- 情報伝達の高速化
- 情報伝達範囲の広域化

従来のワン・トゥ・ワン・マーケティングは、企業側から一方的に発信されるものでしたが、これからは、顧客との双方向の情報交換を前提にしたマーケティングを実践することが成功のポイントになります。

経営データベース ②

ジャンル: 営業拡大 > サブジャンル: マーケティング



口コミプロモーションの実施手段

口コミプロモーションの実施手段について教えてください

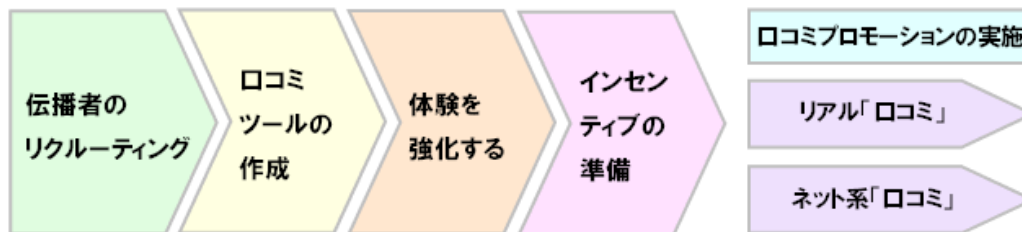


■ 口コミプロモーションの実施手段

実際に口コミによって商品やサービスをプロモーションする手順を説明します。口コミプロモーションでは、まず口コミしてくれる人をリクルーティングすることからはじめます。これと平行して、口コミしてもらうためのツールを作成します。ツールとは、対象商品のスペック、特徴、利点などをまとめたシートなどです。

この2つの作業が完了したら、実際に口コミしてくれる人に対して、オリエンテーション（体験を強化する）を行います。理想としては、面談して口頭で説明するのがベターですが、距離的な問題等がある場合にはメールなどで趣旨を説明し、質問に対しても電話やメールで対応するという方法をとることもできます。

ここでのポイントは、口コミしてくれる人に「目的」を明確に理解してもらい、効果に対するインセンティブなど、口コミしてくれる人、口コミを受ける人に対するメリットをきちんと準備しておくことです。



■ 伝播者のリクルーティング方法

商品やサービスの対象が一般消費者であり、ウェブサイトを持っている場合には、そこからのリクルーティングが最も効率的です。その際、ウェブサイト自体がある程度認知されており、頻りに訪問されていることが条件です。

ウェブサイトの認知度が低かったり、サイト自体がない場合には、顧客リストなどをもとに、電話やメールで個別アンケートなどを実施して、アプローチする方法があります。しかし、この方法はとても非効率なため、他者の力を利用することも考えます。

ひとつには、対象商品やサービスのターゲットとなる顧客が集まる実際のコミュニティ、あるいはコミュニティサイトにリクルーティングの告知を行う方法です。ターゲットに広く告知できるメリットがありますが、インセンティブ目的の擬似協力者が集まる恐れもあります。

もうひとつには、広告会社や職域・地域配布のフリーペーパー発行会社などが組織している消費者や読者モニターを利用する方法があります。これらのメリットは、ビジネスとして実施しているため、豊富や登録会員から最適なターゲットを抽出し、情報の伝え方や結果報告がしっかりシステム化していることです。ただし、それなりの費用は覚悟しなければなりません。

また、対象となるターゲット顧客が法人である場合は、その法人と親密な取引関係にある企業に対して依頼する方法もあります。

いずれの方法を取るにしても、口コミしてくれる人に対してどんなメリットがあるかを明確にしておくことが成功のポイントです。また、口コミしてくれる人が自信を持って薦めてくれるに恥じない商品やサービスであるかどうか最も重要なポイントであることは言うまでもありません。