

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2月3日号**

金融市場の動き

～ドル安材料追加で円独歩高の恐れも

経済・金融フラッシュ 2012年2月1日号

米 11 月住宅価格

～20 都市指数は前月比で7ヵ月連続の下落

2

経営TOPICS**統計調査資料**

労働力調査(基本集計)(平成 23 年 12 月分 速報)

3

経営情報レポート

社員の意識改革を図る！

中小企業のコンプライアンス対策

4

経営データベース**ジャンル:企業経営 サブジャンル:経費削減**

経費削減の基本的考え方

経費削減に対する意識の持ち方

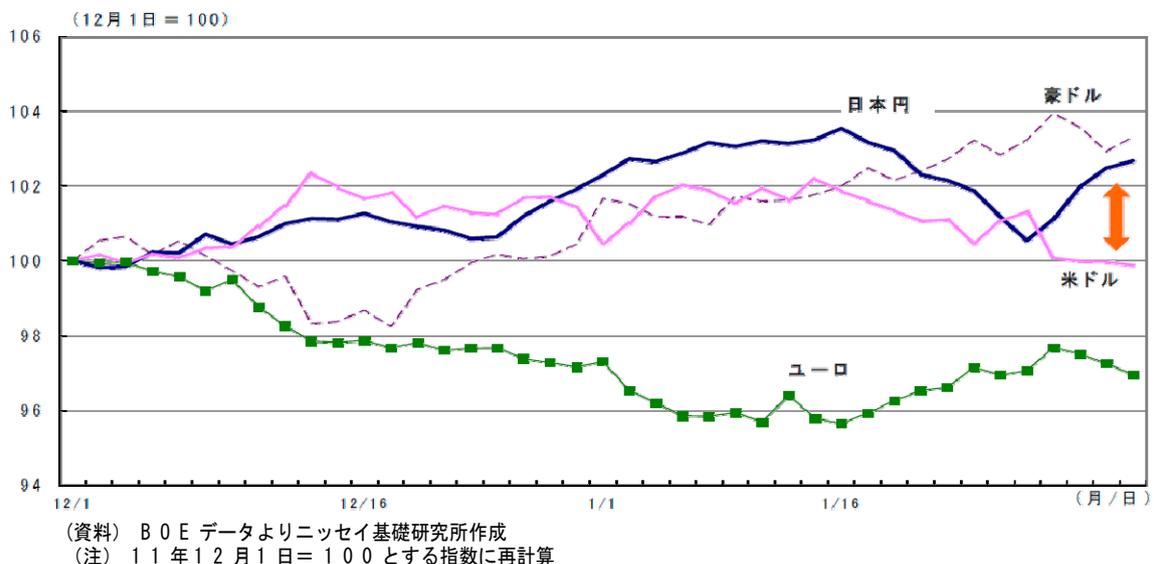
金融市場の動き

～ドル安材料追加で円独歩高の恐れも

要旨

- 1 (ドル安圧力強まる) 円ドルレートは足元1ドル76円割れ寸前と、昨年10月末介入以来の円高ドル安水準にある。実効ベースでも1月下旬から円が急上昇する一方でドルが下落し、両者の乖離が広がっている。先月下旬のFRBによる時間軸延長後に米長短金利が低下し、日米金利差の縮小が円高ドル安に繋がったようだ。
この時間軸が今後もドル安圧力として働き続ける可能性が高い。足元はユーロ安がやや持ち直したことで円はまだ救われている面があるが、今後再びユーロ下落局面が到来したときには正念場を迎える。
ユーロ売り円買いが進む一方で、従来と比べてドル買いが抑制されることにより円高ドル安が進む懸念がある。
- 2 (日米欧金融政策) 1月の金融政策は、日本とユーロ圏が現状維持、米国が超低金利政策の時間軸を延長した。各中銀とも欧州問題などによる下振れリスクに対する強い警戒姿勢を崩しておらず、今後も緩和的スタンスを継続する。なお、ECBは今月末に2度目となる3年物大量資金供給を実施する予定。
- 3 (金融市場の動き) 1月の金融市場では、昨年来の欧州不安が強い状況が続いた後に警戒感がやや後退し、ユーロ為替や株価が持ち直した。しかしながら、ユーロ圏はまだ危機の解決途上段階にあり、今後も綱渡りの政治交渉が続く。従って、市場ではリスク回避色の強い展開が予想される。

主要通貨の実効レート (日次)



米 11 月住宅価格

～20 都市指数は前月比で7ヵ月連続の下落

要 旨

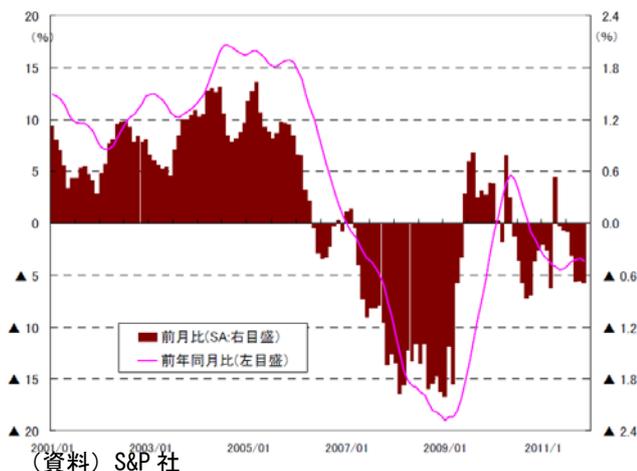
1 7ヵ月連続の下落でボトムに接近する展開

S & P社発表の 11 月ケース・シラー 20 都市住宅価格指数は、前月比▲0.7%と前月 (▲0.7%)、前々月 (▲0.7%) に続き下落を見せた。前月比の下落は7ヵ月連続、市場予想は同▲0.5%だった。また、「季節調整前(NSA)」値では同▲1.3%の下落、こちらは8月まで5ヵ月連続の上昇を見せた後3ヵ月連続で下落となるが、下落幅は比較的大きかった。

一方、前年比では▲3.7% (10 月▲3.4%) と 14 ヵ月連続の下落が続いた。市場予想は同▲3.3%だった。

S & P社では「低金利と成長率の回復にもかかわらず住宅価格は下落している。11 月はほとんどの都市で下落した。トレンドは下落方向にあり、近いうちにターニングポイントを迎える兆候は殆ど見られない」とコメントしている。

ケース・シラー20 都市住宅価格指数の推移



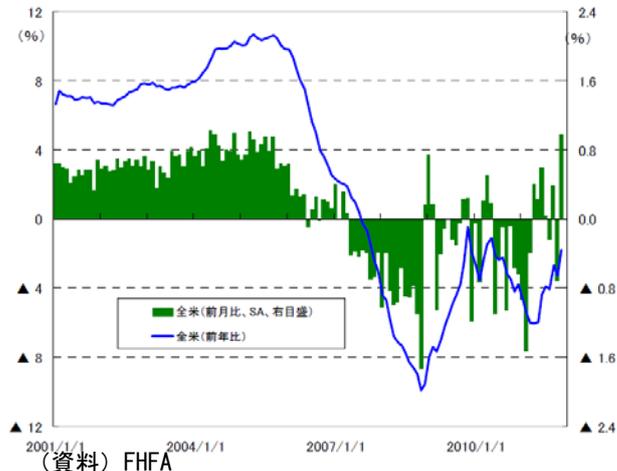
2 コアFHFA月例指数は前月比 1.0%の上昇

FHFA(連邦住宅金融局) 発表の 11 月月例住宅価格指数は前月比 1.0%と2ヵ月ぶりに上昇に転じ、市場予想(横ばい)を上回った。伸び率では 2005/9 月以来の高率となる。

一方、全米を9地域に分けた各住宅価格指数では、大西洋岸中部の前月比▲0.2%を除くと全地域が前月比プラスとなった。上昇幅が最大だったのは内陸部西南地域の同 2.1%で、山間部の 2.0%、内陸部北東地域の 1.6%が続く。また、前年比では内陸部西南地域が 2.1%、内陸部北西地域が 0.1%のプラスとなったのを除くと、他の全地域で下落した。

前年比では 2010 年の年初にかけて下落幅を縮小した後一時拡大傾向を見せたが、11 月までの上昇で再び下落幅が縮小している。同指数がピークだった 2007 年4月からの下落率は▲18.8%となる。

FHFA 月例 HPI の推移 (%)



労働力調査(基本集計)

(平成23年 12月分 速報)

結果の概要

【就業者】

- 就業者数は 6222 万人。前年同月に比べ 10 万人の減少
- 雇用者数は 5488 万人。前年同月に比べ 13 万人の増加
- 主な産業別就業者を前年同月と比べると、「卸売業、小売業」、「製造業」などが減少、「医療、福祉」などが増加

【就業率】

- 就業率は 56.4%。前年同月と同率

【完全失業者】

- 完全失業者数は 275 万人。前年同月に比べ 24 万人の減少
- 求職理由別に前年同月と比べると、「勤め先都合」が 13 万人の減少。「自己都合」が 3 万人の減少

【完全失業率】

- 完全失業率(季節調整値)は 4.6%。前月に比べ 0.1 ポイントの上昇

【非労働力人口】

- 非労働力人口は4539万人。前年同月に比べ24万人の増加

原 数 値	実 数 (万人, %)	対前年同月増減 (万人, ポイント)			
		12月	11月	10月	9月
就業者	6222	-10	8	-22	-33
雇用者	5488	13	24	-24	-28
自営業主・家族従業者	710	-25	-15	0	-4
農業, 林業	196	-7	-14	-9	-5
建設業	499	-8	7	-9	0
製造業	1025	-9	-15	-21	-19
情報通信業	191	2	-4	-9	-6
運輸業, 郵便業	360	2	-4	-8	-17
卸売業, 小売業	1049	-15	-6	-4	-9
学術研究, 専門・技術サービス業	202	-3	24	29	8
宿泊業, 飲食サービス業	386	-5	-7	-13	-21
生活関連サービス業, 娯楽業	247	-1	0	-3	-5
教育, 学習支援業	300	-2	2	14	20
医療, 福祉	681	38	24	23	25
サービス業(他に分類されないもの)	451	-2	15	-7	-6
就業率	56.4	0.0	0.1	-0.2	-0.2
うち15~64歳	70.3	0.2	0.3	0.2	0.0
完全失業者	275	-24	-38	-46	-65
男	175	-15	-25	-28	-43
女	100	-9	-13	-19	-22
定年又は雇用契約の満了	29	-4	-3	-1	-3
勤め先都合	68	-13	-17	-23	-30
自己都合	97	-3	-8	-13	-18
学卒未就職	11	-3	-1	0	-2
新たに収入が必要	39	-2	-7	-10	-7
その他	26	1	0	0	-4
非労働力人口	4539	24	22	59	85

季節調整値	実 数 (%)	対前月増減 (ポイント)		
		12月	11月	10月
完全失業率	4.6	0.1	0.0	0.4
男	5.0	0.2	0.0	0.4
女	4.0	-0.1	0.1	0.4

2 就業状態別人口

- 前年同月に比べ、労働力人口は 34 万人(0.5%)の減少、非労働力人口は 24 万人(0.5%)の増加
- 15～64 歳の労働力人口は 47 万人(0.8%)の減少、非労働力人口は 2 万人(0.1%)の減少

表 1 就業状態別人口

平成23年12月	男女計		男		女	
	実数	対前年 同月増減	実数	対前年 同月増減	実数	対前年 同月増減
15歳以上人口	11037	-13	5329	-7	5708	-6
労働力人口	6497	-34	3769	-22	2728	-12
就業者	6222	-10	3593	-8	2628	-3
完全失業者	275	-24	175	-15	100	-9
非労働力人口	4539	24	1559	17	2980	7
労働力人口比率	58.9	-0.2	70.7	-0.3	47.8	-0.2
就業率	56.4	0.0	67.4	-0.1	46.0	0.0
15～64歳人口(生産年齢人口)	8052	-52	4052	-25	4000	-27
労働力人口	5924	-47	3418	-26	2506	-21
就業者	5658	-26	3250	-14	2408	-13
完全失業者	266	-21	168	-12	98	-9
非労働力人口	2127	-2	633	2	1493	-5
労働力人口比率	73.6	-0.1	84.4	-0.1	62.7	-0.1
就業率	70.3	0.2	80.2	0.1	60.2	0.1

II 就業者の動向

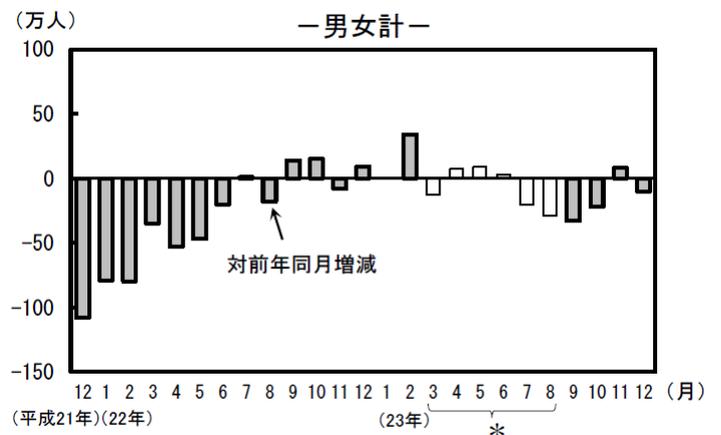
1 就業者数

- 就業者数は 6222 万人。前年同月に比べ 10 万人(0.2%)の減少。男性は 8 万人の減少、女性は 3 万人の減少

表 2 男女別就業者

平成23年12月	(万人)	
	実数	対前年 同月増減
就業者	6222	-10
男	3593	-8
女	2628	-3

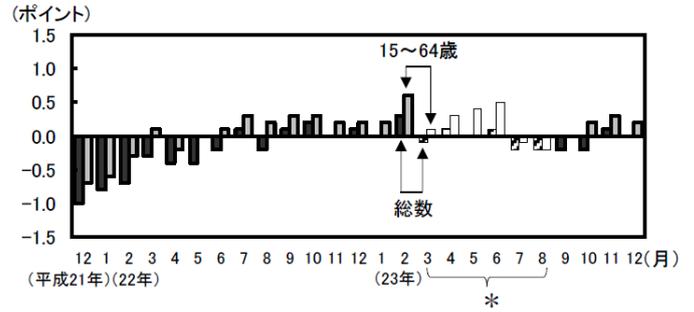
図 1 就業者の推移(男女計)



2 就業率

- 就業率(15歳以上人口に占める就業者の割合)は56.4%。前年同月と同率
- 15~64歳の就業率は70.3%。前年同月に比べ0.2ポイントの上昇。
男性は80.2%。0.1ポイントの上昇。
女性は60.2%。0.1ポイントの上昇

図2 就業率の対前年同月ポイント差の推移



* 平成23年3~8月は、岩手県、宮城県及び福島県を除く全国

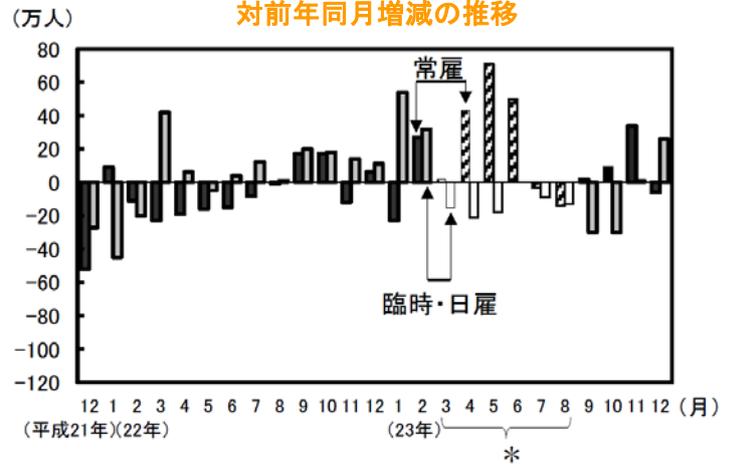
3 従業上の地位

- 雇用者数は5488万人。前年同月に比べ13万人(0.2%)の増加。
男性は3139万人。8万人の増加。
女性は2349万人。5万人の増加
- 自営業主・家族従業者数は710万人。前年同月に比べ25万人の減少
- 非農林業雇用者数及び対前年同月増減
非農林業雇用者…5440万人と、19万人(0.4%)増加
常 雇…4652万人と、6万人(0.1%)減少
臨時雇…677万人と、17万人(2.6%)増加
日 雇…112万人と、9万人(8.7%)増加

表3 従業員の地位別従業者

(万人)		
平成23年12月	実 数	対前年 同月増減
就業者	6222	-10
雇用者	5488	13
男	3139	8
女	2349	5
うち非農林業雇用者	5440	19
自営業主・家族従業者	710	-25

図3 非農林業雇用者の従業上の地位別対前年同月増減の推移



4 従業者規模

- 企業の従業者規模別非農林業雇用者数及び対前年同月増減
1~29人規模……1582万人と、10万人(0.6%)減少
30~499人規模……1869万人と、41万人(2.1%)減少
500人以上規模……1454万人と、65万人(4.7%)増加

社員の意識改革を図る！ 中小企業のコンプライアンス対策

ポイント

- 1 **コンプライアンス違反を引き起こす背景**
.....
- 2 **社内体制を整備し、コンプライアンス体制を強化する**
.....
- 3 **啓蒙活動でコンプライアンス体制を定着させる**
.....



1 コンプライアンス違反を引き起こす背景

■ コンプライアンスとは何か？

コンプライアンスとは、企業や個人が社会活動を遂行する上で、社会とのかかわりで守るべき行動規範です。法令や社内の諸ルール遵守のことで、「法令遵守」「企業遵法」という概念を総括する言葉です。

このほかにも、確立された社会規範（社会常識、倫理観など）を守ることを総称しています。整理すると、コンプライアンス経営で遵守すべきルール（社会規範）は、次の3つにまとめることができます。

①法規範	法律、条例、その他政府の規制など
②社内規範	社内ルール、業務マニュアルなど
③倫理規範	企業倫理、社会的規範など

このうちの倫理規範については、その捉え方について定説があるわけではなく、その捉え方はそれぞれの企業の考え方に委ねられています。このように、一言でコンプライアンスといっても、その範囲を定めることは難しく、画一的に捉えることはできません。

そのため、企業で発生する不祥事には、次のようなさまざまな要素が複合的に絡み合っ発生します。

①企業理念・使命感の喪失

会社への忠誠心の欠如、世論からの影響

②役職員の社会常識、倫理観の喪失

会社、自己の利益重視による顧客無視

③同質化した職場

ルール違反行為に対する無関心、なれあい主義の横行

④内部監査体制の機能不全

監査、検査機能がない、もしくはあっても機能していない

⑤不適切な人的交流

役人との癒着、反社会勢力との交際

本レポートでは、このような点に対応するための組織風土改善への取り組み方についてまとめています。是非ともご活用下さい。

2 社内体制を整備し、コンプライアンス体制を強化する

■ 自社のコンプライアンス体制を構築する

コンプライアンス体制を強化するためには、経営者自身がコンプライアンス方針を示し、不正を許さず、不正を起こさせない仕組みを構築することが必要です。

以下でコンプライアンス体制が整備されている建設会社A社の例を紹介します。

A社はホームページにおいても以下の内容を公開しており、外部に対してコンプライアンスへの取り組みを全社的に行っていることを宣言しています。

【A社のコンプライアンスへの取り組み方針】

国際化や情報化が進展し、ビジネスの迅速さが求められる時代において、コンプライアンスが経営に占める重要度は、ますます高まっています。当社は「企業行動規範」を定めて法令を遵守するとともに、信用と社会的責任を重んじ健全な経営を行います。

■ コンプライアンス推進体制図



● コンプライアンス委員会

コンプライアンスをはじめとする企業倫理意識を社員等関係者全員に浸透させ、未然に違法行為を防ぐ仕組みを構築するために、主要な役員等で構成されるコンプライアンス委員会を設置しています。

● コンプライアンス室

コンプライアンス委員会の事務局機能としてコンプライアンス室を設置し、マニュアルの作成、教育・研修計画の立案等を担当しています。

● コンプライアンス推進担当者

事務局からの連絡事項の伝達や教育・研修の取りまとめ等、実際のコンプライアンス活動を推

進めるために、本社各部門および全支店にコンプライアンス推進担当者を配置しています。

●コンプライアンス教育・研修の実施

毎年度、全社員を対象としてコンプライアンス教育・研修会を開催し、社員のコンプライアンスに対する理解を高めています。前期は「コンプライアンスマニュアル」を、後期は「建設業法遵守のためのマニュアル」をテキストとして毎年2回研修を実施しています。

●コンプライアンス相談窓口の設置

企業活動や社員の行動が、法令、コンプライアンスマニュアル等から逸脱していると思われる場合に、違反行為を未然に防止できるよう、電子メール、電話等で通報および相談できる窓口を設けています。

●違反者に対する措置の厳格化

法令等違反行為に対して、会社規定に則り厳正に処分することを周知するとともに、役員を含めた就業規則を整備しています。

●重大な法令違反行為に対する通報の義務化

指名停止、営業停止など会社に重大な損害を与える行為を知った場合、会社に通報することを義務化しています。

●コンプライアンスに関わる規程、マニュアル類の整備

「企業行動規範」で定めた内容について、社員が具体的に守らなければならない事項をコンプライアンスマニュアルにわかりやすくまとめ、イントラネットで公開しています。また、以下の規程・マニュアル類を整備し、コンプライアンス活動に対する社員の理解に役立てています。

- 建設業法遵守のためのマニュアル
- 独占禁止法遵守マニュアル
- 個人情報保護マニュアル
- 暴力団対策マニュアル
- 公益通報者保護規程

■ 自社のコンプライアンスマニュアルを作成する

具体的な制度運用方法としては、全社員にコンプライアンス経営の徹底を図るためのコンプライアンスマニュアルを作成し、全員に配布し、日常的にも指導、教育を徹底していくことが必要です。

3 啓蒙活動でコンプライアンス体制を定着させる

■ コンプライアンスを啓蒙するための具体的研修例

コンプライアンス研修の実施にあたり、教育を通してどのような人材を育成したいのかを明確にする必要があります。どのような人材になればいいのか、そのような人材が増えると職場や組織はどのようなのかを示すことで、コンプライアンスへ取り組む意義を確認できます。下記のような階層別コンプライアンス研修体系を整備して、意識醸成を図ることが大切です。

■ 階層別コンプライアンス研修の例

① 新人～一般職員	コンプライアンスの基礎知識習得
● コンプライアンスは自社にとってどのような影響を及ぼすか	
● 社員の心構え、規範行動の遵守	
② 主任～係長	コンプライアンスの対処法の理解
● 部下の行動見本としてのあり方	
● コンプライアンス事例に対する対処法の理解	
③ 課長～部門長	コンプライアンスの組織的な問題解決策の実践
● 組織におけるコンプライアンス機能	
● 機能を有効にするための管理職の役割	
④ 経営者層	
● 法人の社会的使命と経営者の責任	
● 社内コンプライアンス体制の構築法	

■ 一般社員向けコンプライアンス研修のカリキュラム例

時間帯	テーマ
10：00～11：00	1. わが社の創業精神およびコンプライアンスに関する法律基礎知識
11：00～12：00	2. 最近の不祥事によって失敗した企業の事例研究 ＜事例ビデオ視聴、グループディスカッション＞
13：00～14：00	3. わが社の就業規則の理解
14：00～15：00	4. わが社における過去のインシデントについて ＜グループディスカッション＞
15：00～16：00	5. わが社の行動規範の見直し ＜グループディスカッション、発表＞

経営データベース ①

ジャンル: 企業運営 > サブジャンル: 経費削減



経費削減の基本的考え方

よく経費を削減しろと言われますが、企業における経費削減とはどのようなことなのでしょう？
ただ経費を使わないようにすれば良いのでしょうか？



1 経費削減の目的を理解する

経営者であれば、業績を伸ばしたい、会社を大きくしたいと考えるのは、当然のことですが、売上を増加させるには時間がかかる場合もあります。

売上を増加させることももちろん重要ですが、利益を確保することを第一に考えると、経費の削減についても着目しなければなりません。

また、経費削減は売上増加に比べると短期間で効果を上げるため、具体的にどの経費について削減するのかを検討しなければなりません。ただし、経費削減で一番注意しなければならないことは、それが最終目的でないという点です。

つまり、経費削減することを目的としてしまうと、経営自体をもっと良くしていこうという意識が低くなってしまいます。最終目的は、会社の利益を上げることであり、経費削減はそれに寄与するものであるということを理解しなければなりません。

経費削減とは、業務の効率化を目指すものであり、会社の中のどこに無駄な部分があるのかを見出し、それを削減することなのです。

2 利益を出すには2つの方法しかないことを理解する

利益が出なければ、当然、会社の経営は継続できません。

その利益を生み出すには、「売上を上げること」と、「経費を下げること」の2つの方法しかないことを理解させなければなりません。

【利益を生み出す2つの方法】

- 売上げを上げること
- 経費を下げること

当然、片方だけ達成されても、もう片方が不十分であれば、利益は残せないことを社員に意識づける必要があります。

経営データベース ②

ジャンル: 企業運営 > サブジャンル: 経費削減



経費削減に対する意識の持ち方

従業員に対して、経費削減の意識を持たせたいと思っています。どうすれば、全従業員に経費削減の意識を浸透させることができるでしょうか？



1 全社で取り組むという意識を持つ

経費削減には、様々な方法がありますが、大きく分けると「仕入」、「一般管理費」、「人件費」、「業務管理」、「金融費用」、「節税」などに分けることができます。

■経費削減の際に着目する費用

- | | | |
|-------|--------|--------|
| ●仕入 | ●一般管理費 | ●人件費 |
| ●業務管理 | ●金融費用 | ●節税 など |

これらは、決して、経営者のみでできるものではありません。経費削減を実現するためには、全社が一丸となって取り組まなければなりません。社員に経費削減の意識を持たせることが必要なのです。

会社を継続していくためには、利益を得ることが必要です。社員の中には、自分さえよければ会社の利益は関係ないという意識を持ち、紙の無駄遣いや事務用品の紛失・過剰要求する者が現れることもあります。これら経費削減の意識が乏しい社員による行為の積み重ねが、経費の無駄を招くこととなります。

これらの行為を防止するためには、社員に経費について常に高い意識を持たせる必要があります。

2 経費削減に対する意識をどのように持たせるか

最近では、経費削減というと、真っ先に人件費の削減に着手しようとする会社が多く見られます。

しかし、経費削減を全社一体的に行なうことを考えると、人件費を削減された社員に経費削減の意識をさらに高めるようにといても、モチベーションを高めることは難しくなります。

人件費が削減されたことにより、モチベーションが低下してしまい、その影響で売上が低下してしまうようであれば、その経費削減は成功したとは言えません。

3 ルールを決め経費削減につなげる

経費削減を実現するための重要な要素として、継続性が挙げられます。本来、経費削減に関しては、1回ぐらいでうまくいくことは少ない、ということを理解し、継続して経費削減に取り組まなければなりません。経費削減は、細かな積み重ねであり、1つひとつの取組みを着実に行うことで、その結果として利益に貢献します。