

週刊WEB

# 企業 経営

MAGA  
ZINE

Vol. 650 2019. 11. 19

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2019年11月14日号

## QE速報：7-9月期の实质GDPは 前期比0.1%（年率0.2%）

～消費増税前にもかかわらず低成長

経済・金融フラッシュ 2019年11月13日号

## 企業物価指数（2019年10月）

～国内企業物価は消費税率引き上げ後でも前年比マイナス

経営 TOPICS

統計調査資料  
景気ウォッチャー調査  
（令和元年10月調査）

経営情報レポート

中小企業の生産性を向上させる！  
テレワークの導入・実践法

経営データベース

ジャンル：その他経営関連 > サブジャンル：シェアリングエコノミー  
シェアリングエコノミー活用に向けた課題  
円滑に推進するための取り組み

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

発行：税理士法人 森田会計事務所

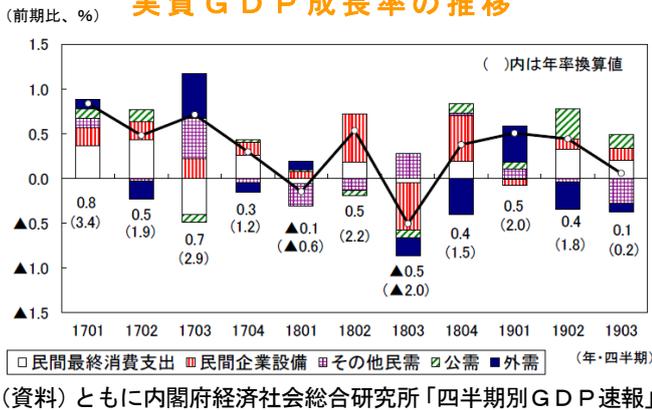
ネット  
ジャーナル

# QE速報：7-9月期の実質GDPは 前期比0.1%（年率0.2%）

ニッセイ基礎研究所 ～消費増税前にもかかわらず低成長

**1** 2019年7-9月期の実質GDPは、前期比0.1%（年率0.2%）と4四半期連続のプラス成長となった（当研究所予測10月31日：前期比0.1%、年率0.2%）。

## 実質GDP成長率の推移



**2** 外需寄与度が前期比▲0.2%と2四半期連続で成長率を押し下げたが、消費増税前の駆け込み需要を主因として民間消費が前期比0.4%の増加となったこと、高水準の企業収益を背景に設備投資が前期比0.9%と好調を維持したことに加え、政府消費、公的固定資本形成がいずれも増加したことから、外需のマイナスを国内需要の増加がカバーする形となった。

## 実質家計消費支出の推移



**3** 消費増税前の駆け込み需要は0.9兆円と試算される。軽減税率の導入、消費増税対策の影響などから、駆け込み需要の大きさは前回増税前の4割程度だったとみられる。

**4** 2019年7-9月期はかろうじてプラス成長を確保したものの、前回の消費増税前の伸び（2014年1-3月期：前期比年率3.9%）を大きく下回った。駆け込み需要が小さかったことに加え、駆け込み需要を除いた消費の基調が弱いことも影響している。

**5** 2019年10-12月期は、前回増税時に比べれば規模は小さいものの、駆け込み需要の反動減が発生すること、税率引き上げに伴う物価上昇によって実質所得が低下することから、民間消費が大きく減少し、明確なマイナス成長になることが予想される。

## 消費増税前の駆け込み需要の比較 (家計消費支出)



(注) ニッセイ基礎研究所による試算値

「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」よりご確認ください。

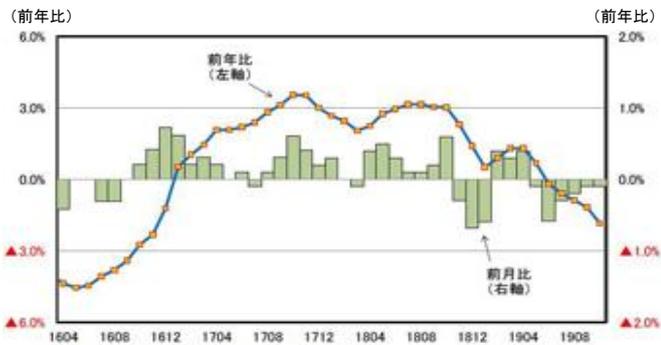
# 企業物価指数（2019年10月） ～国内企業物価は消費税引き上げ後でも 前年比マイナス

ニッセイ基礎研究所

## 1 国内企業物価は消費増税も 前年比でマイナスが続く

11月13日に日本銀行から発表された企業物価指数によると、2019年10月の国内企業物価指数は前年比▲0.4%（9月：同▲1.1%）と、消費税引き上げ後にもかかわらず5ヵ月連続の前年比マイナスとなった。事前の市場予想（QUICK集計：前年比▲0.3%、当社予想は同0.0%）を下回る結果となった。また、消費税引き上げ分を除いた10月の国内企業物価は、前年比▲1.9%となり、9月の同▲1.1%から下落幅が拡大した。

### 国内企業物価指数（前年比・前月比）の推移



(注) 消費税を除くベース。前月比は夏季電力料金調整後(資料)とともに日本銀行「企業物価指数」

## 2 輸入物価は上昇に転じる

10月の輸入物価指数<sup>(注1)</sup>は、契約通貨ベースでは前月比0.1%（9月：同▲1.5%）と2ヵ月ぶりにプラスに転じた。一方、10月のドル円相場では、前月比0.6%の円安水準となったことから、円ベースでは前月比0.7%（9月：同▲0.8%）と6ヵ月ぶりの上昇となった。

契約通貨ベースで輸入物価指数の内訳

をみると、アジア向けの堅調な需要を背景としてニッケル地金が前月比12.7%（9月：同16.5%）の大幅上昇となるなど、金属・同製品が前月比0.7%（9月：同1.0%）と3ヵ月連続の上昇となったほか、石油・石炭・天然ガスが前月比1.0%（9月：同▲5.1%）とプラスに転じた。

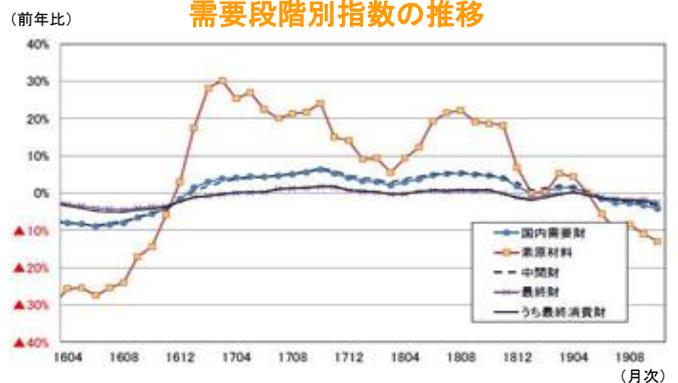
(注1) 輸入物価指数は、消費税を除くベースで作成されている

## 3 国際商品市況を反映し素原材料は 下落幅が拡大

10月の需要段階別指数（国内品+輸入品）<sup>(注2)</sup>をみると、素原材料が前年比▲12.9%（9月：同▲11.0%）、中間財が前年比▲3.4%（9月：同▲2.7%）、最終財が前年比▲2.4%（9月：同▲1.7%）となり、すべての需要段階で下落幅が拡大した。

(注2) 需要段階別指数は、消費税を除くベースで作成されている

### 需要段階別指数の推移



経済・金融フラッシュの全文は、  
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」  
よりご確認ください。

# 景気ウォッチャー調査 (令和元年10月調査)

内閣府 2019年11月11日公表

## 今月の動き (2019年10月)

10月の現状判断DI(季節調整値)は、前月差10.0ポイント低下の36.7となった。家計動向関連DIは、小売関連等が低下したことから低下した。企業動向関連DIは、製造業等が低下したことから低下した。雇用関連DIについては、低下した。

10月の先行き判断DI(季節調整値)は、前月差6.8ポイント上昇の43.7となった。雇用関連DIが低下したものの、家計動向関連DI、企業動向関連DIが上昇した。

なお、原数値で見ると、現状判断DIは前月差9.4ポイント低下の36.3となり、先行き判断DIは前月差6.9ポイント上昇の43.6となった。

今回の調査結果に示された景気ウォッチャーの見方は、「このところ回復に弱い動きがみられる。なお、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動や台風19号等による影響が一部にみられる。先行きについては、海外情勢等に対する懸念もある一方、持ち直しへの期待がみられる。」とまとめられる。

### ●調査の目的

地域の景気に関連の深い動きを観察できる立場にある人々の協力を得て、地域ごとの景気動向を的確かつ迅速に把握し、景気動向判断の基礎資料とすることを目的とする。

### ●調査期日及び期間

調査は毎月、当月時点であり、調査期間は毎月25日から月末である。

### ●利用上の注意

1. 分野別の表記における「家計動向関連」、「企業動向関連」、「雇用関連」は、各々家計動向関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断、企業動向関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断、雇用関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断を示す。
2. 表示単位未満の端数は四捨五入した。したがって、計と内訳は一致しない場合がある。

### ●DIの算出方法

景気の現状、または、景気の先行きに対する5段階の判断に、それぞれ以下の点数を与え、これらを各回答区分の構成比(%)に乗じて、DIを算出している。

評価	良くなっている 良くなる (良い)	やや良くなっている やや良くなる (やや良い)	変わらない 変わらない (どちらともいえない)	やや悪くなっている やや悪くなる (やや悪い)	悪くなっている 悪くなる (悪い)
点数	+1	+0.75	+0.5	+0.25	0

## 全国の動向

### 1 景気の現状判断D I（季節調整値）

3か月前と比較しての景気の現状に対する判断D Iは、36.7となった。

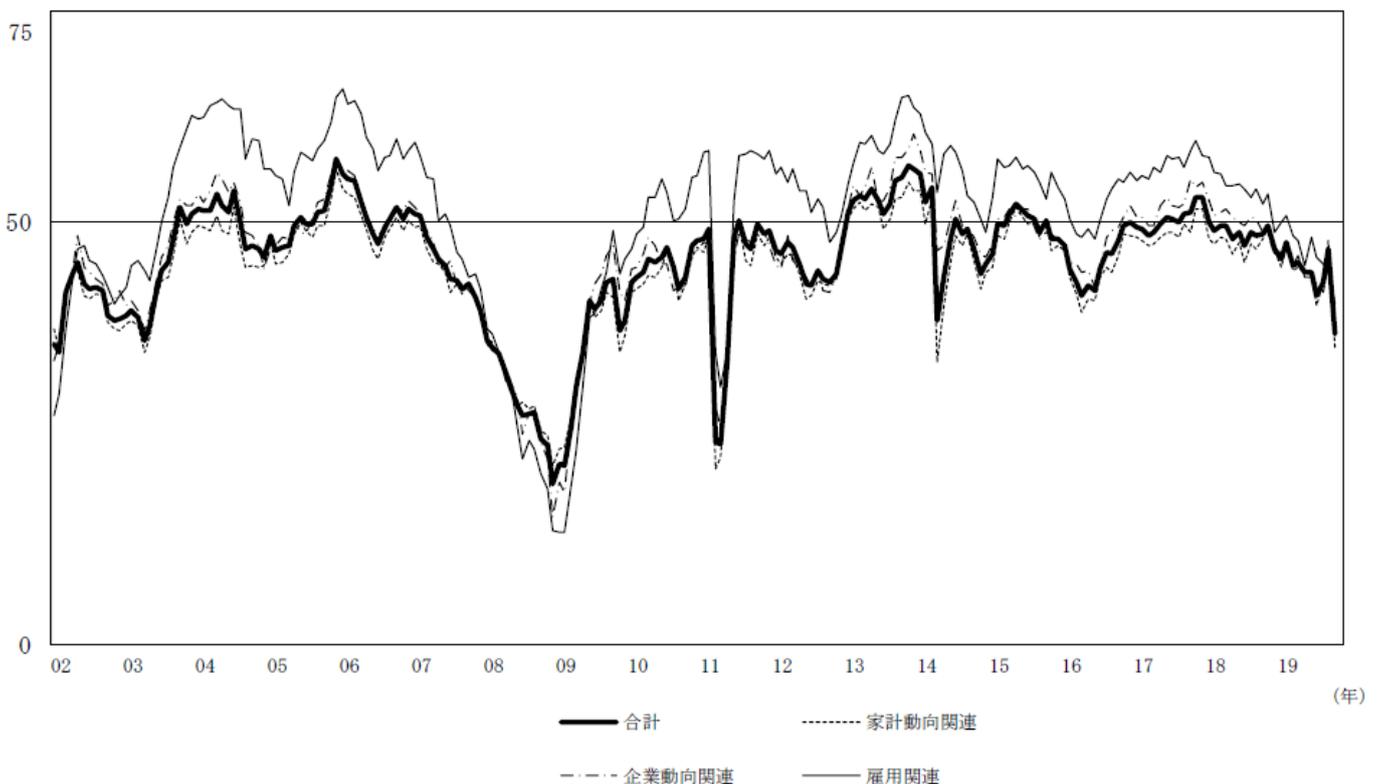
家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのD Iが低下したことから、前月を10.0ポイント下回り、3か月ぶりの低下となった。

景気の現状判断D I（季節調整値）

(D I)	年 月	2019 5	6	7	8	9	10	(前月差)
合計		44.1	44.0	41.2	42.8	46.7	36.7	(-10.0)
家計動向関連		44.1	43.6	40.0	42.8	47.7	35.0	(-12.7)
小売関連		43.4	43.8	39.0	42.6	50.0	31.8	(-18.2)
飲食関連		40.7	43.0	40.0	39.3	42.6	35.1	(-7.5)
サービス関連		47.2	43.7	41.1	43.9	45.5	40.1	(-5.4)
住宅関連		41.3	41.7	43.2	42.7	42.1	41.3	(-0.8)
企業動向関連		43.5	43.5	42.8	41.7	45.1	40.5	(-4.6)
製造業		42.9	44.3	41.3	38.8	43.3	38.6	(-4.7)
非製造業		44.5	42.8	43.7	43.8	46.1	41.8	(-4.3)
雇用関連		44.9	48.1	45.8	45.0	44.0	40.2	(-3.8)

(D I)

景気の現状判断D I（季節調整値）



## 2 景気の先行き判断D I（季節調整値）

2～3か月先の景気の先行きに対する判断D Iは、43.7となった。

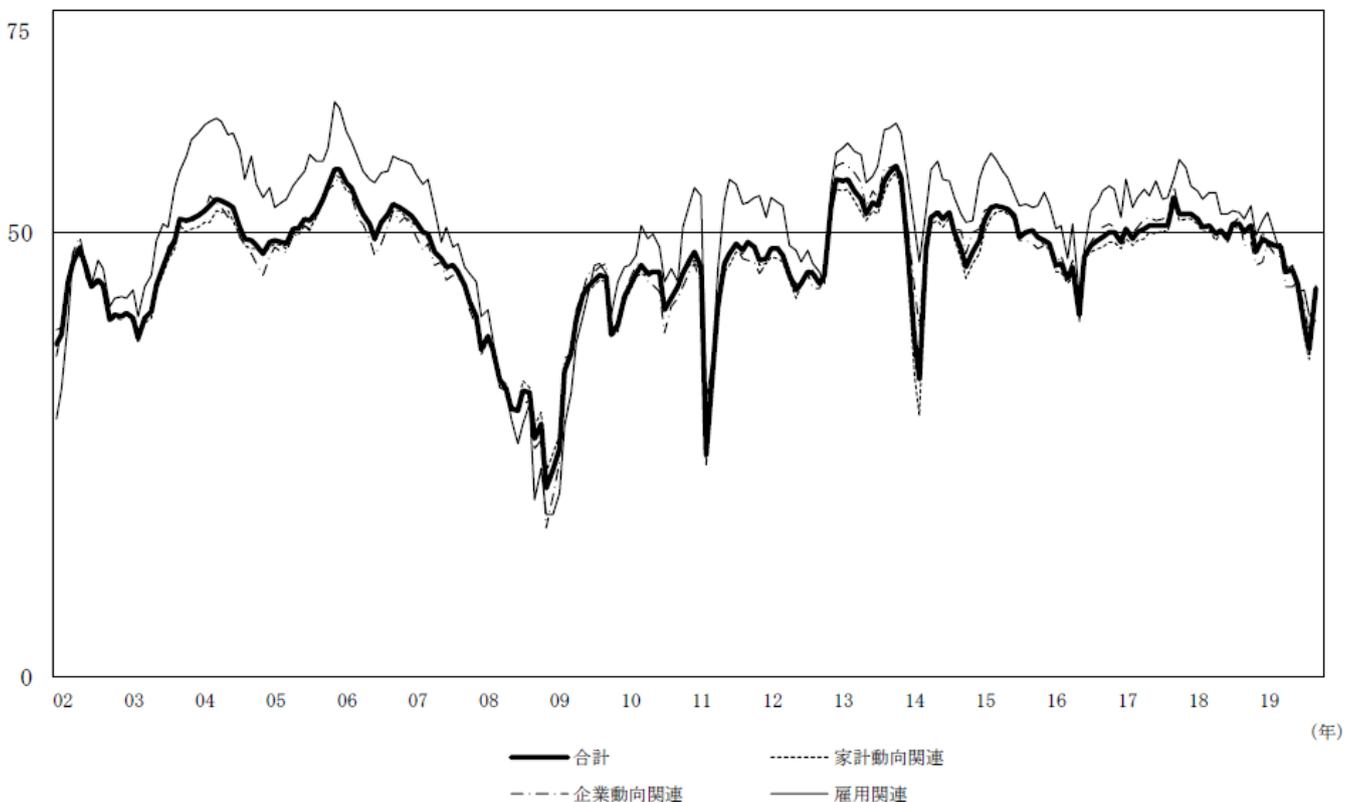
雇用関連のD Iは低下したものの、家計動向関連、企業動向関連のD Iが上昇したことから、前月を6.8ポイント上回った。

景気の先行き判断D I（季節調整値）

(D I)	年 月	2019 5	6	7	8	9	10	(前月差)
合計		45.6	45.8	44.3	39.7	36.9	43.7	(6.8)
家計動向関連		46.1	46.2	44.4	38.4	35.7	44.1	(8.4)
小売関連		46.8	47.3	45.1	36.1	32.6	44.1	(11.5)
飲食関連		45.0	45.7	37.0	39.1	36.9	40.1	(3.2)
サービス関連		45.9	44.9	45.4	42.8	40.8	45.9	(5.1)
住宅関連		42.0	43.9	42.1	39.5	39.9	41.4	(1.5)
企業動向関連		44.0	44.0	44.5	41.7	38.6	44.0	(5.4)
製造業		42.6	42.7	42.6	40.5	39.3	44.4	(5.1)
非製造業		45.1	44.8	46.1	42.6	37.8	43.7	(5.9)
雇用関連		45.7	46.4	43.4	43.5	40.8	40.1	(-0.7)

景気の先行き判断D I（季節調整値）

(D I)



景気ウォッチャー調査（令和元年10月調査）の全文は、  
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



経営情報  
レポート  
要約版

人 事



# 中小企業の生産性を向上させる！ テレワークの 導入・実践法

1. 新しい働き方への対応が必要な理由
2. テレワークの導入・実践法
3. 中小企業のテレワーク導入事例



## 参考文献

- 「あなたのいるところが仕事場になる」(大和書房)
- 「テレワークで生き残る！中小企業のためのテレワーク導入・活用術」(商工中金経済研究所)
- 「テレワークで働き方が変わる！テレワーク白書 2016」(株式会社インプレス R&D)

# 1

## 企業経営情報レポート

# 新しい働き方への対応が必要な理由

### ■ 働き方改革への対応

#### (1) 新しい働き方として注目されている「テレワーク」

最近、「ワークスタイル変革」という言葉が急に世の中に普及してきています。2010年代に入り、企業を取り巻く経営環境が大きく変わってきました。グローバル化が進展し、国際競争は激化、経営のスピードや多様性、イノベーションがこれまで以上に求められています。

一方で、日本社会は少子高齢化に向かっており、労働力人口が大幅に減少、人材の確保が難しくなりつつあります。従来の男性管理職中心、同質な発想、長時間労働、固定的な勤務制度では、これらの課題への対応は困難です。

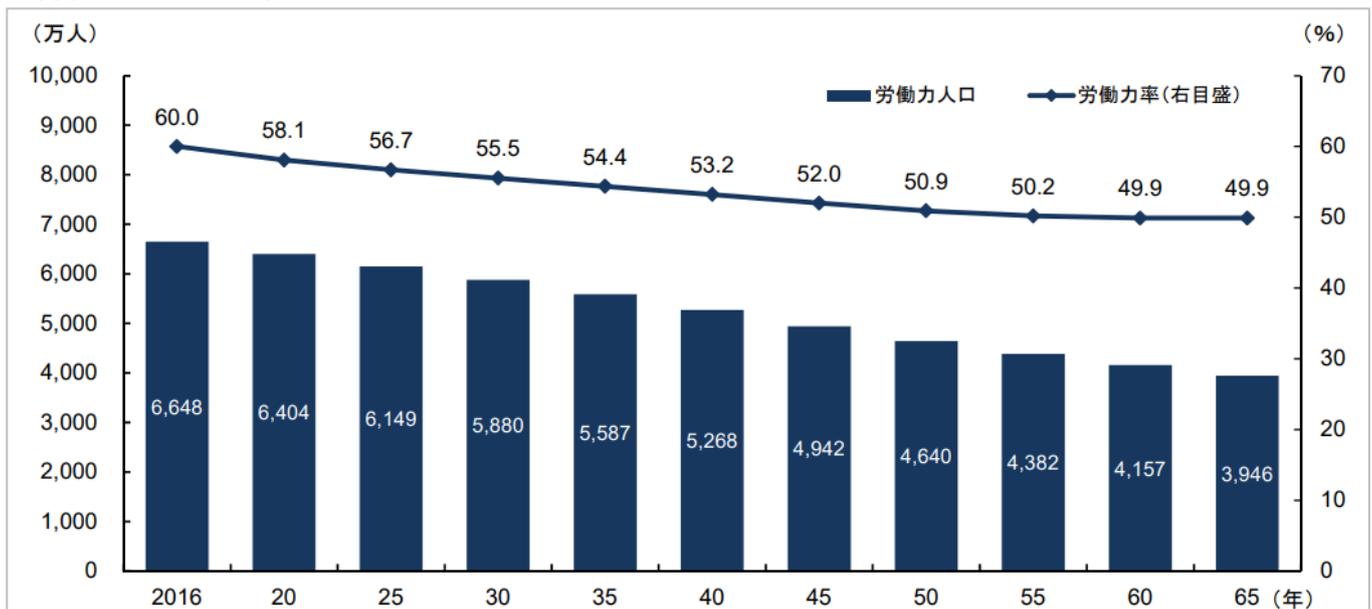
そこで、経営戦略としての「働き方の変革＝ワークスタイル変革」が注目されるようになってきたのです。では、ワークスタイル変革とは具体的にどのようなことなのでしょうか。

本レポートでは事例にもとづき、新しい働き方として注目されている「テレワーク」について解説いたします。

#### (2) 少子高齢化の特徴と課題

少子高齢化は、日本社会が抱える大きな構造問題です。少子高齢化は出生率の減少と長寿化により、総人口よりも労働力人口（15歳以上で、労働する能力と意思をもつ者の数）・労働力率（15歳以上人口に占める労働力人口の割合）の減り方が大きいことが特徴です。

### ■ 労働力人口の減少



出典：みずほ総合研究所 みずほインサイト 2017年5月31日公表

日本社会が豊かで住みやすいといわれる現在の水準を維持していくためには、労働力人口が減少していく中でも経済成長を続けることが欠かせません。

そのためには「労働力率を上げる」、「働き手を増やす」、「生産性を上げる」ことが必要です。そこで、女性や高齢者、外国人などが新たな働き手として期待されています。

ところが、日本では、20代後半～30代の女性が結婚や出産を契機に一度仕事を離れ、子どもに手がかからなくなってから戻ってくる傾向が見られます。

この傾向は、女性の社会進出が進んだ欧米諸国ではすでに解消されています。

働き手の不足を解消するためには、女性が子育てをしながら仕事をしやすい環境を整えることで、潜在的な女性の労働力をいかに引き出すかが課題になっています。

## ■ ワークスタイル変革の効果

### (1) 全社で取り組むワークスタイル変革

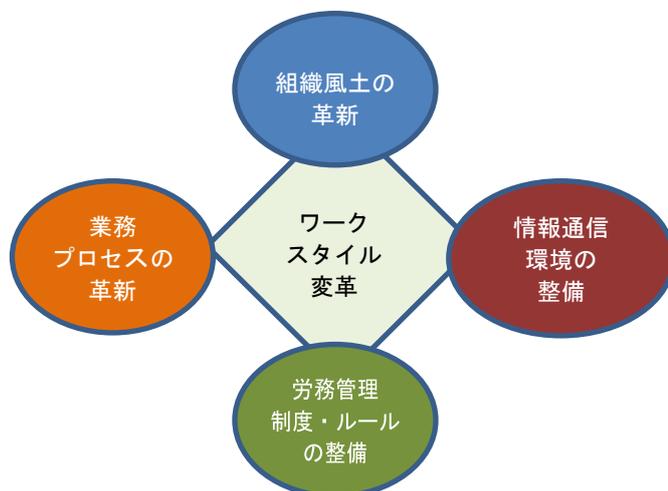
ワークスタイル変革に期待される効果を整理すると、以下のようになります。

#### ■ ワークスタイル変革の効果

- |                |             |
|----------------|-------------|
| ①多様な人材の獲得・維持   | ②グローバル化への対応 |
| ③生産性の向上        | ④長時間労働の削減   |
| ⑤ワークライフバランスの向上 | ⑥イノベーションの創出 |
| ⑦コミュニケーションの活性化 |             |

これらを達成するために、企業として必要な項目は「組織風土の革新」「業務プロセスの革新」「労務管理制度・ルールの整備」、それからフレキシブルな働き方を実現させるためのベースとなる「情報通信環境の整備」の4分野にわたる取り組みです。

#### ■ ワークスタイル変革のための4要素



ワークスタイル変革はすなわち、経営者・人事部・情報システムだけではなく、全社で連携しながら取り組むべき活動です。

実際にワークスタイル変革に取り組む企業では、総務・人事・情報システム部門が核となった全社組織横断的なプロジェクトチームが推進役となっている場合も多いのです。

# 2

企業経営情報レポート

## テレワークの導入・実践法

### ■ テレワーク導入の手順・ポイント

#### 1) 導入目的を明確にする

テレワークの導入を進める際、最初にしなくてはならないことが「当社では、どんな目的でテレワークを導入するのか」を明確にすることです。そして、それを経営者から管理職、一般社員、パート社員も含め、全社員で共有することが重要です。

目的を明確にしないままテレワーク導入を進めると、「判断基準」が曖昧になってしまいます。

自社の事業の方向を明確にした上で、これから直面するであろう課題を洗い出し、それらを解決することをテレワークの目的として明確化します。

### ■ テレワーク導入の目的（例）

- ① 出産時に退職する女性社員が多いので、早期復帰しやすくするためにテレワークを導入する
- ② 高齢社員が多いので、介護離職を防止することをテレワーク導入の目的とする
- ③ 社屋移転に合わせて、事務所スペースを削減できるテレワークを実現させる
- ④ 冬は雪が多いので、大雪でも自宅で仕事ができるよう、テレワークを導入する
- ⑤ 開発人材が不足することが予想されるので、開発人材の確保を目的にテレワークを導入する

#### (2) 業務の洗い出しから始める

次に、今の仕事をテレワークするにはどうすればいいかを議論します。

そのためには、まず「今の仕事」を把握する必要があります。

その際のポイントは、「テレワークでできると思われる仕事」だけでなく、全ての仕事を洗い出してリスト化することが重要です。手間のかかる作業ですが、今後テレワークを推進していく上で重要な作業になります。

まずは社員全員ではなく、テレワークを推進する担当者が自らの業務について洗い出しを実施し、テレワークの試行を実施する社員、対象となる社員について広げていくと良いでしょう。

その後、この洗い出しリストをもとに、どのようにして「仕事のやり方」を変えていくかを検討していきます。

#### (3) テレワーク視点で業務を仕分けする

業務の洗い出しリストから、一つひとつの業務内容を確認しつつ「テレワークが可能かどうか」という視点で分類すると良いでしょう。

# 3

## 企業経営情報レポート

# 中小企業のテレワーク導入事例

### ■ 離職防止のためにテレワークを導入したA社

#### (1) Google Appsを活用してテレワークを導入

A社では、家庭の事情などで転居、退職せざるを得ない技術社員の離職防止を目的にテレワークを導入しました。テレワークの実施にあたっては、サテライトオフィスとして戸建て住宅を借り上げて光回線を導入し、テレワークツールとして社内クラウドである Google Apps をそのまま活用しました。

### ■ Google Appsの概要

Google Apps (グーグルアップス) とは、Google の提供するコミュニケーションツールとコラボレーションツールがセットになったグループウェアとしても利用可能な組織向けのオンラインアプリケーションパック。Google Apps の全てのアプリケーションは、ウェブブラウザだけで利用が可能。どこからでもデータにアクセスすることができ、異なる OS や端末間でも問題なく共有できます。

#### ① Gmail

1人30GBの大容量。ラベルによる管理と強力な検索機能で整理も不要。迷惑メール・ウイルス対策も標準装備。

#### ② Googleカレンダー

社内全体やグループでスケジュール共有が可能。会議の招待や出欠確認も一目でわかる。

#### ③ Googleドライブ

あらゆる形式のファイルを安全に保管、共有。Windows や Mac、Android、iPhone、iPad から利用可能。

#### ④ Googleドキュメント

文書・表計算・プレゼンテーションファイルの作成はウェブで完結。複数ユーザーにより共有や共同編集も可能。

#### ⑤ ハングアウト

手軽なテキストチャットと最大15ユーザーまで参加可能なビデオチャット。モバイルでも利用可能。

#### ⑥ Googleサイト

社内ポータルサイトも簡単に作成。専門知識は不要、カスタマイズも簡単、情報へのアクセスと共有ができる。

当該技術者の生産性を高めるために、客先での打ち合わせにビデオ会議を利用して同席させています。支店（遠隔拠点）にスキルを持った社員を配置できない場合は、本社から訪問することなくテレワークで技術支援を行っています。

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

ジャンル：その他経営関連 > サブジャンル：シェアリングエコノミー

## シェアリングエコノミー 活用に向けた課題

シェアリングエコノミーの活用に向けた課題はどのようなことでしょうか。

シェア事業者、提供者、利用者それぞれの立場で、シェアリングエコノミーを活用していくための課題があります。

### ■シェア事業者、提供者、利用者共通の課題

シェア事業者、提供者および利用者の立場からみた共通の課題として、「技術・ノウハウを持った人材が不足している」「適切な相談相手が見つからない」といった情報源の不足を課題とした企業が多いことがわかります。また、情報セキュリティへの対応の難しさや、ルールが明確でないことによる参入のしづらさが挙げられています。

### ■シェア事業者の課題

シェア事業者が抱く課題としては、総じて「ビジネスモデルの構築が難しい」という回答が多い結果となっています。これまでにないビジネスのため既存の法律との関係が不明確であることが一因です。また、事故に備えた補償の準備や、事業立ち上げ等のコスト負担といったように、事業立ち上げ時の課題が挙げられています。

### ■提供者の課題

事業参入を検討している企業においては「利用者の要求内容・水準とのミスマッチ」を課題と回答した企業が最も多く、利用者とのトラブルを不安に感じていることが読み取れます。

また、「シェア事業者との信頼関係構築」も高い割合となっており、提供者としてはステークホルダー間での関係構築を特に重視しているといえます。

### ■利用者共通の課題

事業参入を検討している企業においては「利用する場所・モノ・サービス等の品質が不安」といった点が挙げられている一方で、事業参入を未検討の企業では、「面識のない相手とのやりとりが不安」という課題が最も多い結果となっており、事業参入への検討状況の違いにより、不安視する点が異なっていることがわかります。

ジャンル：その他経営関連 > サブジャンル：シェアリングエコノミー

## 円滑に推進するための取り組み

シェアリングエコノミーを円滑に推進していくための取り組みは、どのようなものがあるのでしょうか。

認証制度、日本版レギュラトリー・サンドボックス、シェアビジネス向けの保険の活用など様々な対策があります。

### ■信頼・信用を担保する認証制度

一般社団法人シェアリングエコノミー協会は、国が取りまとめたシェアリングエコノミー・モデルガイドラインに沿った自主ルールを策定し、これに適合していることを証明する認証制度を2017年6月から導入しました。外部有識者から組織される認証委員会が申請企業のサービスについて認証基準に達していると認めた場合に、そのサービスを運営するシェア事業者に対して「認証マーク」の使用権が付与される制度です。この認証制度を活用することにより、シェア事業者にとって以下のようなメリットが生まれます。

#### ●シェア事業者のメリット

- ①一定の安全安心の仕組みが担保されたサービスとして差別化が図られる
- ②保険料の割引を受けられる
- ③自治体連携がスムーズになる
- ④シェアリングビジネスの海外展開に寄与する

また、提供者・利用者にとっても、安全・安心が担保されたプラットフォーム上での取引によって、面識がない相手とのやりとりに対する不安の解消にもつながります。

### ■信頼構築と本人確認

シェアビジネスにおいては、提供者が個人の場合、そのサービスレベルや信頼度を事前に把握することは困難です。また悪意のある利用者により、提供者である個人に危害が及ぶことも想定しうるため、利用者を信頼できることが重要になります。そのためシェア事業者は、提供者と利用者双方の信頼を後押しする仕組みを作る努力が求められます。

取り組みの事例としては、プラットフォーム上にユーザー同士が評価するレビューシステムを作り、信頼性の目安を可視化したり、ユーザーの本人確認を行うシステムやサービスを導入することで、提供者・利用者双方の不安を解消することができます。

代表例として「TRUSTDOCK™」と呼ばれる本人確認代行サービスがあります。

## 週刊 WEB 企業経営マガジン No. 650

---

【著 者】日本ビズアップ株式会社

【発 行】税理士法人 森田会計事務所

〒630-8247 奈良市油阪町456番地 第二森田ビル 4F

TEL 0742-22-3578      FAX 0742-27-1681

---

本書に掲載されている内容の一部あるいは全部を無断で複写することは、法律で認められた場合を除き、著者および発行者の権利の侵害となります。

---