No.174

2010.3.30 発行

週刊 企業経営ウェブマガジン

発行
株式会社　常陽経営コンサルタンツ

1 ネットジャーナル 要旨

Weeklyエコノミスト・レター　2010年3月26日号
日本のGDP統計の何が問題なのか

経済・金融フラッシュ　2010年3月26日号
消費者物価（全国 10 年2月）
～下落品目数が1年4ヵ月ぶりに減少

2 経営 TOPICS 抜粋

統計調査資料
平成 21 年度能力開発基本調査結果の概要

3 経営情報レポート 要約版

大不況時代を乗り切るための
不況期における雇用対策の進め方

4 経営データベース

ジャンル：著作権　サブジャンル：改正著作権法（平成 22 年 1 月施行）
急速に進むIT化に対応した「改正著作権法」
知らないうちに侵してしまう著作権法違反へのリスク管理

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。日本ビズアップ株式会社

ネットジャーナル
「Weekly
エコノミスト・レター」
要 旨

ニッセイ基礎研究所
2010年3月26日号

日本のGDP統計の何が問題なのか

要　旨

1 日本のＧＤＰ統計の信頼性をめぐる議論が高まっている。2009 年 7-9 月期の実質ＧＤＰは昨年 11 月に公表された 1 次速報では前期比年率 4.8%の高成長だったが、その後下方修正が繰り返され、直近では同▲0.6%のマイナス成長となっている。

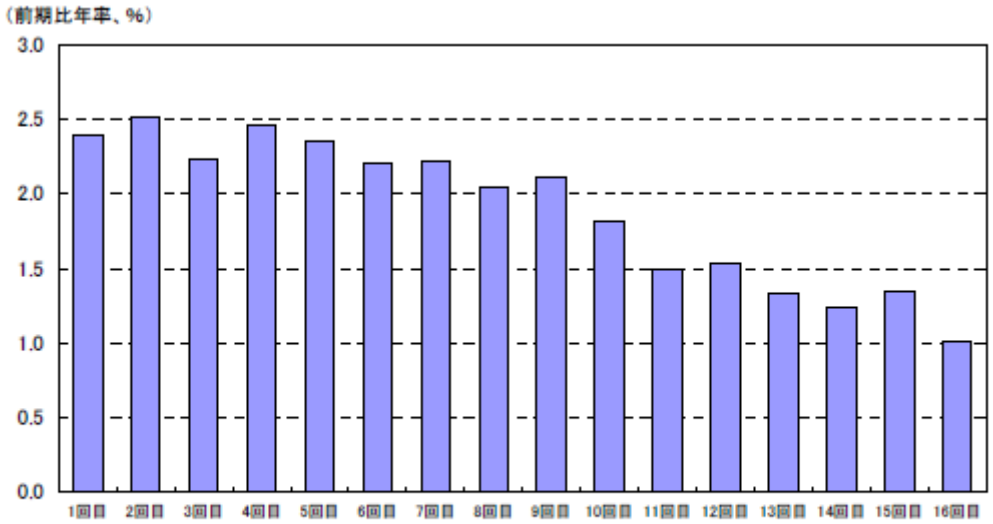
2 実質ＧＤＰ成長率の１次速報から２次速報への改定幅は米国（速報値→確定値）よりも大きいが、その差は平均的に見ればそれほど大きなものではない。

3 問題は、日本のＧＤＰ統計は当期だけでなく翌期以降も改定が繰り返され、それにもかかわらず成長率が真の値になかなか近づかないことである。

4 内閣府は今年の夏頃までに設備投資、民間在庫を中心に推計手法を見直すことを検討しているが、部分的な見直しでは本質的な問題は解決しない。ある程度時間がかかったとしても抜本的な見直しに取り組むべきである。

5 ＧＤＰ統計の推計精度の改善は、速報の推計方法を見直すことで速報値を確報値に近づけるという方向で進められてきたが、確報の推計方法を見直すことにより速報値と確報値の乖離を縮小させるといった発想も必要ではないか。

改定が繰り返されても真の値に近づかない日本のGDP成長率



（注）1回目は1次速報値、2回目は2次速報値、3回目は翌期1次速報値、4回目は翌期2次速報値・・・・・・
各回の成長率と最新の成長率（真の値）との差（05/4～08/1の平均）
（資料）内閣府「四半期別GDP速報」

ネットジャーナル
「経済・
金融フラッシュ」
要 旨

ニッセイ基礎研究所
2010年3月26日号

消費者物価（全国 10 年2月）

～下落品目数が1年4ヵ月ぶりに減少

要　旨

1 コア CPI の下落率は 0.1 ポイント縮小

総務省が３月 26 日に公表した消費者物価指数によると、２ 月の消費者物価（全国、生鮮食品を除く総合、以下コア CPI）は前年比▲1.2%となり、下落率は前月から 0.1 ポイント縮小した。事前の市場予想（ロイター集計：▲1.2%、当社予想も▲1.2%）通りの結果であった。

食料（酒類除く）及びエネルギーを除く総合は前年比▲1.1%（1 月:同▲1.2%）、総合は前年比▲1.1%（1 月：同▲1.3%）となった。

コア CPI の内訳を見ると、ガソリン価格（1 月:前年比 19.1%→2 月:同 17.8%）の高い伸びが続く中、灯油（1 月：前年比 3.0%→2 月：同 8.2%）の上昇幅が拡大し、電気代（1 月：前年比▲9.7%→2 月：同▲9.4%）、ガス代（1 月：前年比▲7.0%→2 月：同▲6.1%）の下落幅が縮小したため、エネルギー価格は前年比▲0.3%（1 月：同▲1.0%）と下落幅が縮小した。

食料品（生鮮食品を除く）は前年比▲1.4%（1 月：同▲1.5%）と７ヵ月連続で下落したが、下落幅は前月よりも縮小した。また、売上不振などから値下げの動きが続いていた家具・家事用品（1 月：前年比▲5.5%→2 月：同▲5.3%）、被服及び履物（1 月：前年比▲1.4%→2 月：同▲1.0%）も下落幅が縮小した。

2 物価下落品目数が１年４ヵ月ぶりに減少

消費者物価指数の調査対象 524 品目（生鮮食品を除く）を、前年に比べて上昇している品目と下落している品目に分けてみると、2 月の上昇品目数は 135 品目（1 月は 130 品目）、下落品目数は 335 品目（1 月は 342 品目）となった。上昇品目数の割合は 25.8%（1 月は 24.8%）、下落品目数の割合は 63.9%（1 月は 65.3%）、「上昇品目割合」－「下落品目割合」は▲38.2%となり、前月の▲40.5%からマイナス幅が縮小した。

下落品目数が前月に比べ減少したのは 1 年 4 ヵ月ぶりであり、東京都区部では 2 月に続き 3 月も下落品目数が減少した。

コア CPI の下落率は夏場以降縮小が続いてきたが、品目数で見てもようやく下落に歯止めがかかりつつある。

消費者物価指数の推移

（前年同月比、%）

	全国			東京都区部		
	総合	生鮮食品を除く総合	食料（酒類除く）及びエネルギーを除く総合	総合	生鮮食品を除く総合	食料（酒類除く）及びエネルギーを除く総合
08年 10月	1.7	1.9	0.2	1.2	1.5	0.4
11月	1.0	1.0	0.0	1.1	1.1	0.2
12月	0.4	0.2	0.0	0.8	0.8	0.2
09年 1月	0.0	0.0	▲0.2	0.5	0.5	▲0.3
2月	▲0.1	0.0	▲0.1	0.5	0.6	▲0.1
3月	▲0.3	▲0.1	▲0.3	0.2	0.4	▲0.4
4月	▲0.1	▲0.1	▲0.4	▲0.1	0.0	▲0.6
5月	▲1.1	▲1.1	▲0.5	▲0.8	▲0.7	▲0.9
6月	▲1.8	▲1.7	▲0.7	▲1.5	▲1.3	▲1.0
7月	▲2.2	▲2.2	▲0.9	▲1.8	▲1.7	▲1.1
8月	▲2.2	▲2.4	▲0.9	▲1.7	▲1.9	▲1.1
9月	▲2.2	▲2.3	▲1.0	▲2.1	▲2.1	▲1.4
10月	▲2.5	▲2.2	▲1.1	▲2.4	▲2.2	▲1.4
11月	▲1.9	▲1.7	▲1.0	▲2.2	▲1.9	▲1.3
12月	▲1.7	▲1.3	▲1.2	▲2.2	▲1.9	▲1.5
10年 1月	▲1.3	▲1.3	▲1.2	▲2.1	▲2.0	▲1.4
2月	▲1.1	▲1.2	▲1.1	▲1.8	▲1.8	▲1.3
3月	—	—	—	▲1.8	▲1.8	▲1.2

（資料）総務省統計局「消費者物価指数」

経営 TOPICS
❖
「統計調査資料」
抜 粋

厚生労働省
2010年3月23日公表

平成 21 年度
能力開発基本調査結果の概要

調査結果の概要　～企業における能力開発の取組みがやや低下～

1 企業調査

（1）ＯＦＦ－ＪＴ及び自己啓発支援に支出した費用（図１、図２）

教育訓練に支出した費用の労働者一人当たり平均額（費用を支出している企業の平均額、以下同様）をみると、ＯＦＦ－ＪＴは 1.3 万円（平成 20 年度調査（以下「前回」という。）2.5 万円）、自己啓発支援は 0.4 万円（前回 0.8 万円）と減少した。

図１　ＯＦＦ－ＪＴに支出した費用の労働者一人当たり平均額

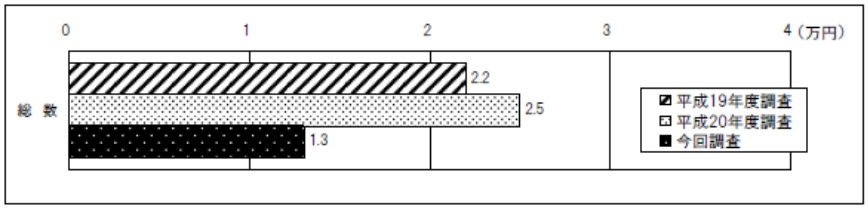
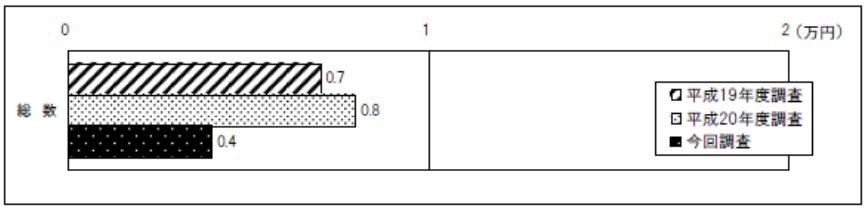


図２　自己啓発支援に支出した費用の労働者一人当たり平均額



【用語の定義】

■ **常用労働者**
①期間を定めずに、又は１か月を超える期間を定めて雇われている者
②臨時又は日雇労働者で、調査日前の２か月の各月にそれぞれ１８日以上雇われた者

■ **正社員**
常用労働者のうち、雇用期間の定めのない者であって、パートタイム労働者などを除いた、いわゆる正社員をいう。

■ **正社員以外**
常用労働者のうち、上記正社員以外の人をいう（「嘱託」、「契約社員」、「パートタイム労働者」又はそれに近い名称で呼ばれている人など）。

■ **ＯＦＦ－ＪＴ**
業務命令に基づき、通常の仕事を一時的に離れて行う教育訓練（研修）のことをいい、例えば、社内で実施（労働者を１ヵ所に集合させて実施する集合訓練など）や、社外で実施（業界団体や民間の教育訓練機関など社外の機関が実施する教育訓練に労働者を派遣することなど）が、これに含まれる。

■ **ＯＪＴ**
日常の業務に就きながら行われる教育訓練のことをいう。直接の上司が、業務の中で作業方法等について、部下に指導することなどがこれにあたる。

■ **自己啓発**
労働者が職業生活を継続するために行う、職業に関する能力を自発的に開発し、向上させるための活動をいう（職業に関係ない趣味、娯楽、スポーツ健康増進等のためのものは含まない。）。

（２）従業員に対する能力開発の方針

①「選抜重視」か「全体重視」か（図３、図４）

正社員に対する教育方針については、「労働者全体の能力を高める教育訓練」を重視する又はそれに近いとする企業は 49.5%（前回 40.4%）であり、「選抜した労働者の能力を高める教育訓練」を重視する又はそれに近いとする企業は 50.6%（前回 59.5%）である。

一方、正社員以外に対する教育方針については、「労働者全体の能力を高める教育訓練」を重視する又はそれに近いとする企業は 46.7%（前回 46.0%）であり、「選抜した労働者の能力を高める教育訓練」を重視する又はそれに近いとする企業は 53.2%（前回 54.1%）である。

前回と比べると、正社員では「労働者全体の能力を高める教育訓練」を重視する又はそれに近いとする企業が増加し、「選抜した労働者の能力を高める教育訓練」を重視する又はそれに近い企業の割合に近づいている。

今後の方向付けをみると、正社員、正社員以外ともに「労働者全体の能力を高める教育訓練」を重視する又はそれに近いとする企業割合が高くなり、正社員では 54.8%に対し、正社員以外では 50.4%となっている。

図３　重視する教育訓練対象の範囲（正社員）

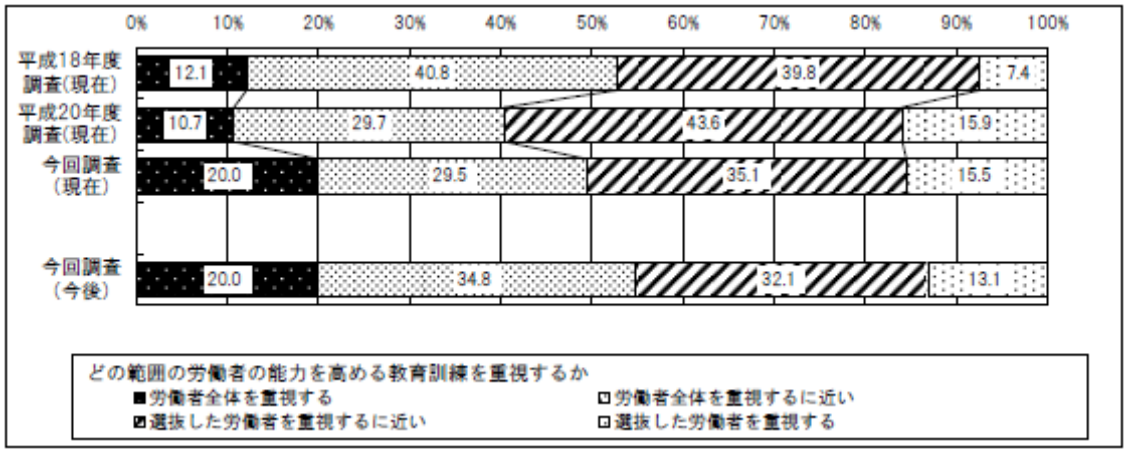
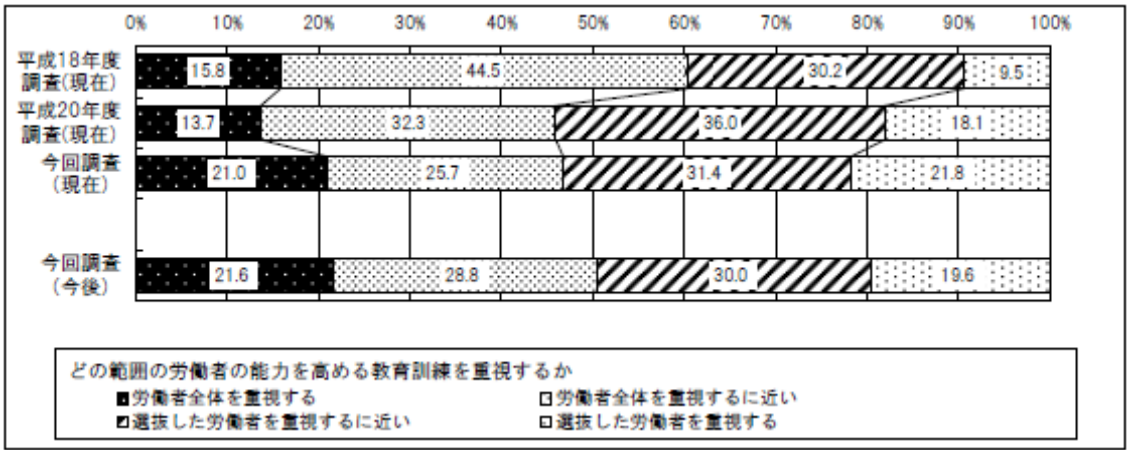


図４　重視する教育訓練対象の範囲（正社員以外）



②「ＯＪＴ」か「ＯＦＦ－ＪＴ」か（図５、図６）

正社員に対する教育訓練の方法については、「ＯＪＴ」を重視する又はそれに近いとする企業割合は 70.8%（ 前回 74.4%）であり、「ＯＦＦ－ＪＴ」を重視する又はそれに近いとする企業割合は 29.2%（ 前回 25.6%） である。

一方、正社員以外に対する教育訓練の方法においては、「ＯＪＴ」を重視する又はそれに近いとする企業割合が 78.2%（前回 80.0%） である。

前回と比べると、「ＯＦＦ－ＪＴ」を重視する又はそれに近いとする企業は、正社員についてはやや増加しているが、正社員以外についてはほぼ横ばいとなっている。

今後の方向付けをみると、正社員、正社員以外ともに「ＯＦＦ－ＪＴ」を重視する又はそれに近いとする企業割合が高くなり、正社員では 33.6%に対し、正社員以外では 24.2%となっている。

図５　重視する教育訓練（正社員）

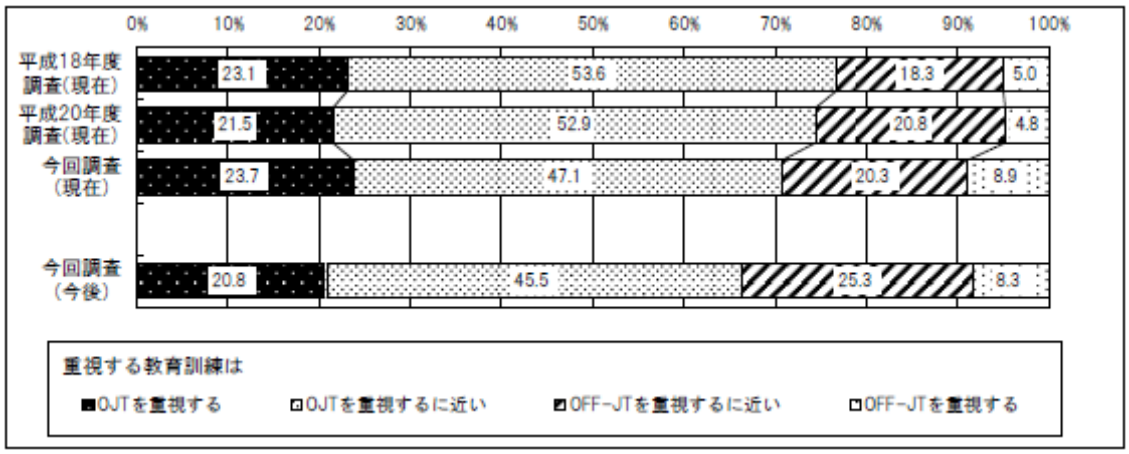
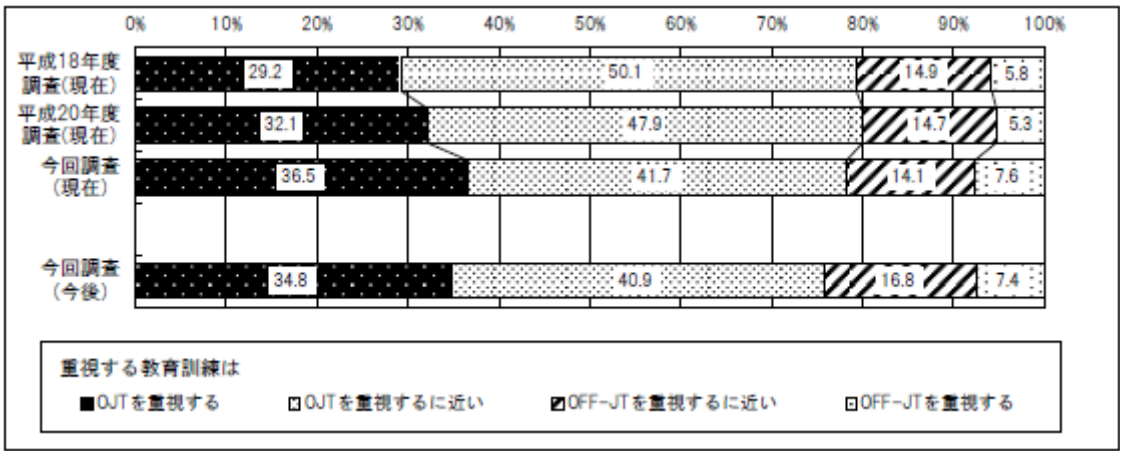


図６　重視する教育訓練（正社員以外）



経営情報レポート　要約版

ジャンル：人事･労務

大不況時代を乗り切るための
不況期における雇用対策の進め方

ポ イ ン ト

1. 不況期の雇用対策の手順
2. 契約社員の雇止め･一時帰休対策
3. 賞与支給額圧縮･賃金引き下げ対策
4. 退職勧奨･整理解雇対策
5. 雇用調整助成金の活用方法

＜参考文献＞
■「トラブルを起こさない退職・解雇の実務と法律知識」　石嵜信憲 著　日本経営協会総合研究所
■「賃下げ・首切り・借金切りまとめてご指導いたします」木全三千男 著　日本法令
■「ビジネスガイド 2009 年３月号」　鈴木潔 編　日本法令
■「ビジネスガイド 2008 年４月号」　鈴木潔 編　日本法令
■「人事マネジメント 2009 年３月号」　株式会社ビジネスパブリッシング

1 不況期の雇用対策の手順

サブプライムローン問題に端を発する金融危機以降、急速に冷え込んだ景気を反映して、企業の雇用情勢も厳しさを増し、企業の内定取消や、製造業を中心とする契約社員の雇止め、派遣切りが社会問題化しています。多くの企業は、急激な業績悪化による事業縮小、人員削減という状況にありますが、社員から雇止めの無効や不当解雇の主張、損害賠償請求されるリスクがあることに留意しなければなりません。

雇用環境の悪化は深刻化してします。総務省から発表された平成 21 年５月の労働調査では、完全失業率は 5.2%で４ヶ月連続上昇しています。潜在的な失業者を考慮すると、完全失業率は８%を超えるとも言われています。再就職の厳しさも相まって、雇止めや解雇で争いとなるケースが急増しています。

このような状況を考えると、今後も人員削減や賃下げなどを検討せざるを得ない企業が増えることも予想されます。そこで、本レポートでは、雇止めや解雇、賃金の引き下げなどといった社会問題化している労務課題とその実務対応について解説します。

また、最近申請が急増している中小企業緊急雇用安定助成金について解説します。

■ 1｜不況期の雇用対策の選択肢

(1)不況時における雇用対策は「人件費抑制・削減」

雇用対策は、「人件費抑制・削減」と「人材活性化」の２つに大別できます。

「人件費抑制・削減」は経費削減策、「人材活性化」は価値創出策という捉え方ができます。このうち、「人材活性化」は、中長期的な人材戦略として取り組むべき課題であり、不況時だけの人事施策ではありません。また、即効性のある対策にはなりません。即効性のある対策は、経費削減策、つまり、人件費抑制・削減ということになります。

■主な人件費抑制・削減策

●新規採用抑制、退職不補充	●早期退職優遇制度	●賃金引き下げ
●内定取消	●非正社員の雇止め・解約	●退職勧奨
●派遣契約、請負契約の解約	●賃上げ抑制	●整理解雇
●賞与カット	●出向、転籍	

2 契約社員の雇止め・一時帰休対策

■ 1｜契約社員の雇止めの予告

労働契約の形態には、期間の定めのない契約と、期間の定めのある「有期労働契約」があります。

前者が主に正社員に適用されるのに対し、後者は、パートタイマー、契約社員などに一般的な契約形態です。有期労働契約で、会社が契約期間の満了をもって労働契約を終了させることを「雇止め」といいます。雇止めは、元々の定め通りに契約を終了させる行為であるため、違法ではありません。しかし、雇止めの予告が必要とされる場合があります。

■雇止めの予告が必要とされるケース

有期労働契約を３回更新 or １年を超えて継続勤務

↓

30 日以上前に更新しないことを予告しなければならない

雇止めは、契約に定めてあった通りの行為ですが、状況によってはそれが無効とされることがあります。その場合、雇止めは解雇と同等に扱われます。従って、いわゆる「解雇権濫用の法理」が類推適用され、客観的に合理的な理由を欠き、社会通念上相当であると認められない場合は、無効とされます。

雇止めの可否はどのような基準で判断されるか、以下に示します。

■雇止めの可否の判断基準

①雇用の臨時性・常用性
②更新の回数
③雇用の通算期間
④期間契約の更新管理の状況
⑤雇用継続の期待をもたせる言動・制度

} 等を総合的に判断

3 賞与支給額圧縮・賃金引き下げ対策

■ 1｜賞与支給額圧縮の合理性

「賞与」も、就業規則や労働契約に定めがあれば、賃金となります。しかし、会社の支払義務が具体的にどうなるかは、就業規則の定め方によって違ってきます。

■就業規則での賞与の規定の仕方

①賞与は毎年６月 10 日と 12 月 10 日にそれぞれ基準内賃金の２ヵ月分を支払う

●その規定にしたがって、賞与を支払わなければなりません。
●賞与の月数を、上記規定より少なくする、あるいはゼロにするという場合は、就業規則の不利益変更の法理が適用されます。

②賞与は会社の業績および本人の勤務成績により、原則として毎年６月と 12 月に支払う

●支給額、支給月数や支給日を会社が決めたとき、始めて具体的な支払義務が発生します。

上記②の定めであれば、賞与不支給でも法的な問題はありません。ただし、長年の間、賞与を支給していて、急に不支給にした場合は、早い時期に経営上の理由等を説明し、社員の理解を得られるようにしなければなりません。

■ 2｜賞与支給額圧縮の合理性

賃金引き下げの様に、労働条件を切り下げることは、労働契約の不利益変更になります。契約ですから、当事者の合意が基本です。ただし、一定の要件を満たせば、就業規則を変更することによって、個々の労働契約も変更されたとみなすことができます。

4 退職勧奨・整理解雇対策

■ 1｜退職勧奨の実施方法

退職勧奨の１つとして、早期退職優遇制度があります。早期退職優遇制度とは、退職金割増などの優遇措置を講じ、早期の退職を促す制度です。①恒常的な制度として設ける場合、②期限を区切った時限的制度とする場合、の２通りがあります。業績悪化への対応として早期退職優遇制度を実施する場合は、②の期限を区切った方式となります。

■早期退職優遇制度 実施のステップ

①人員削減の対象、目標値、募集時期の検討

↓

②退職条件の優遇措置の検討

↓

③組合・社員との協議

↓

④希望退職制度導入の正式決定（取締役会決議）

↓

⑤社員への説明

↓

⑥社員からの応募の受付、承認、合意書の作成

早期退職優遇制度では、退職する、しないは社員の自由意思に任されています。そのため、高業績を上げている社員など、会社として残ってほしい社員が退職してしまう可能性もあります。それを避けるため、早期退職優遇制度を適用するのは、会社が認めた社員に限定することは可能です。その場合、割増退職金の支払も、会社が認めた者だけにすることも可能です。

経営データベース 1

ジャンル： 著作権 ＞ サブジャンル： 改正著作権法（平成 22 年 1 月施行）

Question 急速に進むＩＴ化に対応した「改正著作権法」

Answer 総務省より平成 21 年４月７日に公表された、平成 20 年「通信利用動向調査」によると、国内のインターネット利用者数は 9,091 万人、人口普及率は 75.3%（前年比 23 ポイント増）に達しました。５人に４人がインターネットを利用しているということです。
諸外国に比較し遅れているインターネットを利用したビジネスの促進や違法なコンテンツの流通を抑止する目的から、平成 21 年６月、著作権法が改正されました。改正著作権法は 2010 年１月より施行される予定です。
中小企業の経営において著作権法というと馴染みの薄い法律ですが、理解することにより新たなビジネスチャンスに繋がる可能性もあります。また、知らないうちに自社の事業や従業員が著作権法を侵害してしまっている可能性も大いに考えられます。著作権法の内容を十分に理解し、自社の経営やリスク管理に役立てると良いでしょう。

１　著作権とは

著作権法は、知的財産権のひとつである著作権の範囲と内容について定める法律で、著作者の権利およびこれに隣接する権利を定め、その保護を目的とします。日本では明治 32 年に初めて制定され、現行のものは昭和 46 年に施行されました。
知的財産権とは、特許権、実用新案権、意匠権、商標権といった工業所有権と文化的な創作物を保護の対象とする著作権、トレードシークレット、ノウハウなどを加えたものの総称です。著作物を創作した時点で自動的に権利が発生（無方式主義）し、以後著作者の死後 50 年まで保護されるのが原則です。

■「改正著作権法」の概要

①インターネット等を活用した著作物利用の円滑化を図るための措置
- ●インターネットで情報検索サービスを実施するための複製等
- ●過去の放送番組等をインターネットで二次利用する際に権利者が所在不明等である場合の利用
- ●国立国会図書館における所蔵資料の電子化

②違法な著作物の流通抑止のための措置
- ●インターネット販売等で海賊版と承知の上で行う販売の申出は権利侵害とする（罰則有り）
- ●違法なインターネット配信による音楽・映像を違法と知りながら複製することを私的使用目的でも権利侵害とする（罰則なし）

③障害者の情報利用の機会の確保
- ●視覚障害者向け録音図書作成が可能な施設を公共図書館等にも拡大。
- ●聴覚障害者のための映画や放送番組への字幕や手話の付与を可能に。
- ●発達障害等で利用困難な者に応じた方式での複製も可能に。

２　「著作権法」違反における罰則規定

著作権法には、罰則規定が設けられていますが、今回の改正においてその対処となるのは、「インターネット販売等で海賊版と承知の上で行う販売の申出」のみであり、その規定は以下のようなものとなります。

５年以下の懲役または 500 万円以下の罰金

その他の項目に関しても、罰則は無くてもその疑いがある場合は家宅捜査も可能ですし、仮にダウンロードしたものを他の者とシェアしていた場合は、権利者が損害賠償請求を起こすことも可能なのです。著作権法を侵害しないよう、十分気を付けなければなりません。

Question 知らないうちに侵してしまう著作権法違反へのリスク管理

Answer

1　コンプライアンスと著作権法

近年、企業経営においてコンプライアンスの重要性が叫ばれていますが、その対象に著作権法が含まれるのは言うまでもありません。しかし、各企業でコンプライアンスのために社内規定や違反防止マニュアルなどを詳細に作成していますが、企業が有する著作権に関する管理規程、特に職務著作等がある場合の権利に関する規程はありますが、コンプライアンスの観点から、日常業務において具体的に遵守すべき規範の内容を定めた社内規程やマニュアルを見ることは滅多にありません。
しかし、企業内で行う日常業務において、多くの行為で著作権法に触れるものが存在します。これらの行為を一律に禁止すると、日常業務に著しい障害が生じ、業務が滞るといった事態を引き起こしかねないという矛盾が生じてしまいます。

2　日常業務における著作権法を侵害する行為

企業運営において、著作権侵害の危険性を含んだ業務を排除することは、非常に困難なことでしょう。日常業務における著作権法侵害にあたるであろう行為をしっかりと把握し、そのような行為を極力行わぬよう努めなければなりません。
企業内において、業務上日常的に行われている著作物の利用行為は、次のようなものが考えられます。

①新聞記事、雑誌、書籍等に掲載された文字、絵、図面、写真などの著作物をコピー（複製）や切り抜きをし、それをファイルして保管する。
②これらの著作物をデジタルデータ化（複製）し、それをＰＣやその他の記録媒体に保存（複製）する。
③ＣＤ－ＲＯＭやＷＥＢ上のデジタルデータをコピーもしくはダウンロードして保存（複製）する。
④①ないし③の方法で保管もしくは保存された文書やデータを利用して、社内文書やプレゼン用資料を、アナログ形式（紙媒体）もしくはデジタル形式（記録媒体）で作成（複製）する。
⑤①ないし④の複製物を、社内もしくは社外に配布（譲渡）する。
⑥①ないし④の形式で存在する著作物を、ＯＨＰやパソコンの画面上に表示（上映）し、又は社内ＬＡＮやインターネットを使って送信（公衆送信）する。
⑦ＣＤ－ＲＯＭやＤＶＤに記録されたコンピュータ・プログラムやデータベースなどを、複数のＰＣにインストール（複製）したり、バックアップ目的でコピー（複製）する。

出典：「日常業務の中の法違反を防ぐ！著作権法違反防止マニュアル」さくら共同法律事務所

上記の行為は、いずれも日常の業務においてよく見られる行為です。しかし、上記の複製行為は、企業内もしくは業務上の複製行為には私的使用を目的とした複製（30 条）に関する規定の適用がないことを前提にするなら、いずれも著作権者を侵害する行為となります。
また、作成された複製物を他者に提供する行為も、社外はもちろん社内でも、著作権者を侵害することになるのです。
さらに、著作物を社内ＬＡＮやインターネットなどを通じて多数の社員に送信する行為、すなわち、少数の社員間のメール送信などを除き、多数の社員に対する送信行為、そして著作物を多数の社員が視聴可能な状態にＯＨＰもしくはパソコンの画面に映し出す行為も著作権の侵害にあたります。
リスクを避けるためにも、著作権法の内容を把握し、従業員にも周知する必要があります。