

2013.6.18

週刊WEB

発行

株式会社 常陽経営コンサルタンツ

企業経営マガジン

1 ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2013年6月14日号

脚光を浴びる国民総所得(GNI)

経済・金融フラッシュ 2013年6月12日号

企業物価指数(2013年5月)

～前年比で上昇幅が大幅に拡大

2 経営TOPICS

統計調査資料

月例経済報告

(平成25年6月)

3 経営情報レポート

顧客・企業を守る!

中小企業の情報セキュリティ対策

4 経営データベース

ジャンル:経営分析 サブジャンル:経営分析の基本

良い企業の「組織風土」とは

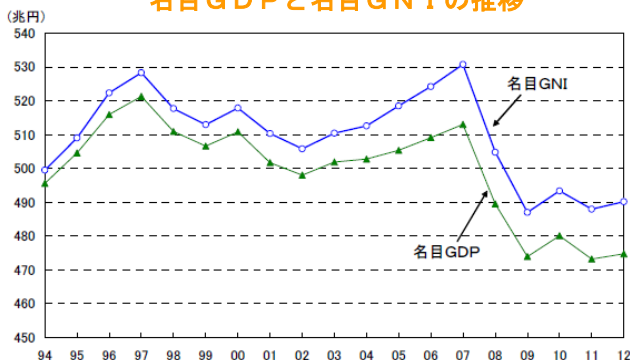
「自社製品と市場の関係性」の分析

脚光を浴びる国民総所得 (GNI)

要旨

1 安倍首相が成長戦略第3弾のスピーチで、1人当たりの国民総所得(GNI)重視を表明したことをきっかけに、「国民総所得」がにわかに脚光を浴びている。

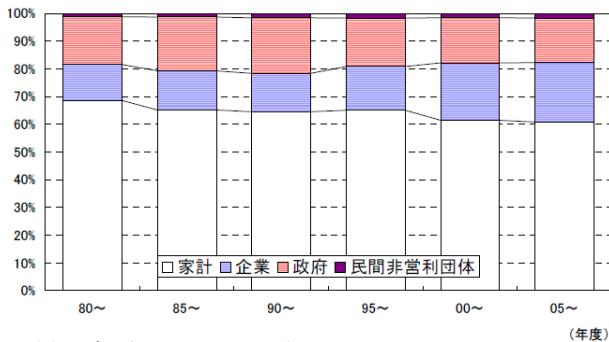
名目GDPと名目GNIの推移



(資料)内閣府「国民経済計算」

2 GNIは家計の所得そのものではない。巨額の対外純資産を背景とした海外からの利子や配当の受取の増加を主因として、名目GNIは名目GDPを上回るペースで拡大しているが、賃金の低迷や低金利による財産所得の減少などから、国民総所得に占める家計の割合は低下している。

生活者の1年後の物価に対する見方

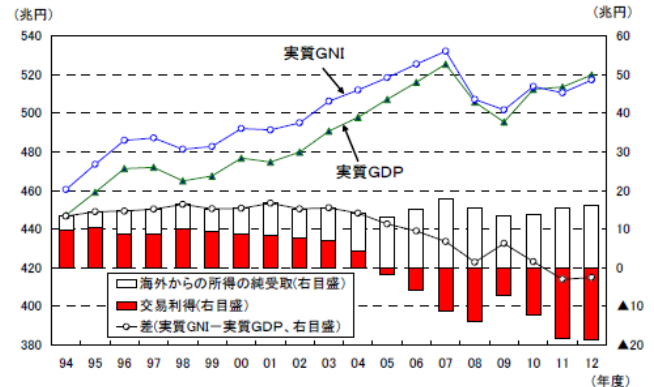


(注)各5年間(05~は7年間)の平均

(資料)内閣府「国民経済計算年報」

3 実質GNIを見る際には、交易条件の影響を考慮する必要がある。日本は長期にわたり交易条件の悪化が続いているため、実質GNI成長率が実質GDP成長率を下回る傾向がある。交易利得はこの10年間で▲26.4兆円も減少している。

実質GDPと実質GNIの推移



(資料)内閣府「国民経済計算」

4 実質GNI成長率が実質GDP成長率よりも高くなるためには、輸入品に対する価格交渉力の強化などを通じて、交易条件の悪化による海外への所得流出に歯止めをかける必要がある。名目では比較的容易だが、実質ベースで実現することは困難な課題といえる。

2013年4月の月次GDPは、前月比0.1%と7ヵ月連続の増加となった。なお、現時点では、2013年4-6月期の実質GDPは前期比0.8%と三四半期連続のプラス成長になると予測している。

企業物価指数 (2013年5月)

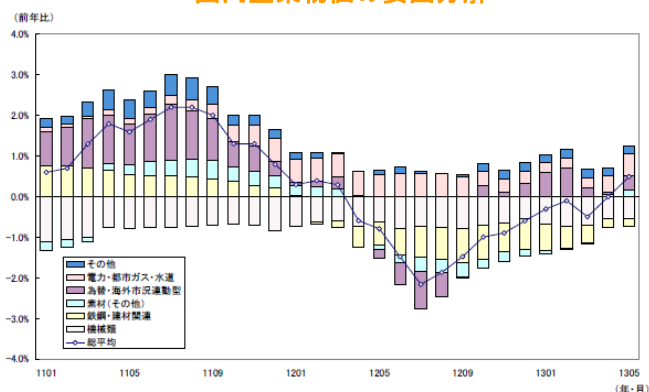
～前年比で上昇幅が大幅に拡大

要旨

1 企業物価指数は前年比で2ヶ月連続の上昇

2013年5月の国内企業物価は前年比0.6%と2ヶ月連続で上昇し、4月の同0.1%から上昇幅が拡大した。また、対前月比では0.1%と6ヶ月連続で上昇した。5月の国内企業物価（前年比）を寄与度別に見てみると、機械類が前年比▲0.5%（4月：前年比▲0.5%）、鉄鋼・建材関連が前年比▲0.2%（4月：前年比▲0.2%）、素材（その他）が前年比0.2%（4月：前年比0.1%）、為替・海外市況連動型が前年比0.4%（4月：前年比0.1%）、電力・都市ガス・水道が前年比0.5%（4月：前年比0.4%）、その他が前年比0.2%（4月：前年比0.2%）となっている。

国内企業物価の要因分解

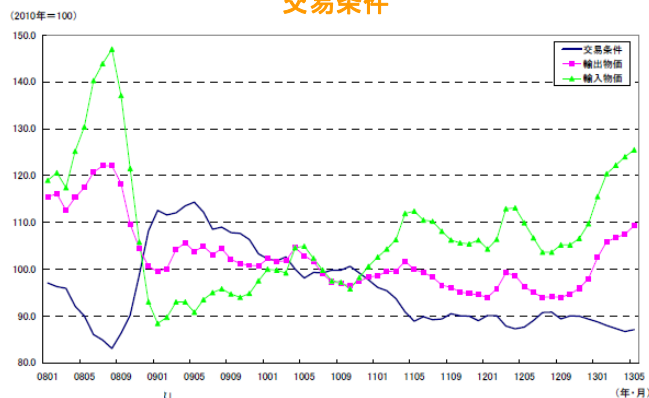


2 交易条件は7ヶ月ぶりに改善

5月の輸出物価は前年比13.5%、前月比1.7%、輸入物価は前年比14.2%、前

月比1.2%となった。一方、契約通貨ベースでは、輸出物価は前年比▲2.3%、前月比▲0.4%、輸入物価は前年比▲4.5%、前月比▲1.3%となった。輸出物価、輸入物価ともに契約通貨ベースでは前年比で下落しているものの、円安が進展しているため、円ベースでは前年比で大幅な上昇となっている。

交易条件



3 消費財は6ヶ月連続で上昇

2013年5月の国内需要財の物価は前年比3.6%（4月：前年比2.2%）となった。その内訳を需要段階別・用途別にみると、素原材料が前年比11.3%（4月：前年比7.2%）、中間財が前年比2.9%（4月：前年比1.8%）、最終財・資本財が前年比1.3%（4月：前年比0.8%）、最終財・消費財が前年比2.3%（4月：前年比1.3%）となった。いずれの財についても、前月より上昇幅が前年比で拡大した。

月例経済報告 (平成25年6月)

概況

1 我が国経済の基調判断

【5月基調判断概要】

景気は、緩やかに持ち直している。

デフレ状況にあるものの、このところ一部に変化の兆しもみられる。

先行きについては、輸出環境の改善や経済対策、金融政策の効果などを背景に、マインドの改善にも支えられ、次第に景気回復へ向かうことが期待される。ただし、海外景気の下振れが、引き続き我が国の景気を下押しするリスクとなっている。また、雇用・所得環境の先行き等にも注意が必要である。

景気は、着実に持ち直している。

- 輸出は、持ち直しの動きがみられる。生産は、持ち直している。
- 企業収益は、製造業を中心に改善している。設備投資は、下げ止まりつつある。
- 企業の業況判断は、改善の動きがみられる。
- 雇用情勢は、厳しさが残るものの、改善している。
- 個人消費は、持ち直している。
- 物価の動向を総合してみると、緩やかなデフレ状況にあるものの、このところ一部に変化の兆しもみられる。

先行きについては、輸出が持ち直し、各種政策の効果が発現するなかで、企業収益の改善が家計所得や投資の増加につながり、景気回復へ向かうことが期待される。ただし、海外景気の下振れが、引き続き我が国の景気を下押しするリスクとなっている。

2 政府の基本的態度

政府は、大震災からの復興を加速させるとともに、デフレからの早期脱却と経済再生の実現に向けて全力で取り組む。このため、「再生の10年」に向けた基本戦略を示す「骨太方針（仮称）」及び「成長戦略（仮称）」を取りまとめる。

日本銀行には、2%の物価安定目標をできるだけ早期に実現することを期待する。

1 消費・投資などの需要動向

個人消費は、持ち直している。

個人消費は、持ち直している。この背景としては、実質雇用者所得が底堅く推移するなかで、消費者マインドが改善していることなどが挙げられる。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、4月は前月から増加し、3か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」（4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（4月）は前月から増加した。新車販売台数、家電販売及び旅行は、このところ底堅い動きとなっている。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・所得環境が改善するなかで、持ち直し傾向が続くと見込まれる。

設備投資は、下げ止まりつつある。

設備投資は、下げ止まりつつある。これを需要側統計である「法人企業統計季報」でみると、2012年10－12月期は増加し、2013年1－3月期は減少している。機械設備投資の供給側統計である資本財出荷は、底堅く推移している。ソフトウェア投資は、弱含んでいる。

「日銀短観」（3月調査）によれば、2013年度設備投資計画は、製造業では3年ぶりの減少、非製造業では2年ぶりの減少となり、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、2013年度設備投資計画は、大企業製造業、大企業非製造業ともに増加が見込まれている。先行指標をみると、機械受注は、3月は大幅に増加し、ならしてみればおおむね横ばいとなっている。建築工事費予定額は、増加傾向にある。

先行きについては、企業収益の改善等を背景に、持ち直しに向かうことが期待される。

住宅建設は、持ち直している。

住宅建設は、持ち直している。持家、貸家の着工は、持ち直している。分譲住宅の着工は、底堅い動きとなっている。総戸数は、4月は前月比3.9%増の年率93.9万戸となった。総床面積も、おおむね総戸数と同様の動きを示している。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、復興需要が引き続き発現するとともに、雇用・所得環境が改善するなかで、持ち直し傾向が続くと見込まれる。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、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24年度一般会計予算では、補正予算において約4.7兆円の予算措置を講じたため、補正後の公共投資関係費は前年度を上回った。平成25年度一般

会計予算では、公共事業関係費について前年度比15.6%増としている。平成25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5.8%減（緊急防災・減災事業費を含めると2.6%増）としている。5月の公共工事請負金額及び4月の公共工事受注額は前年を上回った。先行きについては、関連予算の執行により、強めの動きとなることが見込まれる。

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、増加傾向となっている。

輸出は、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、横ばいとなっている。アメリカ向けの輸出は、持ち直しの動きがみられる。EU向けの輸出は下げ止まっている。

先行きについては、海外景気の底堅さやこれまでの円安方向への動きを背景に、持ち直していくことが期待される。ただし、海外景気の下振れリスク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、アジアからの輸入は、横ばいとなっている。アメリカからの輸入は、弱含んでいる。EUからの輸入は、横ばいとなっている。

先行きについては、次第に持ち直しに向かうことが期待される。

貿易・サービス収支の赤字は、増加傾向となっている。

4月の貿易収支は、輸出金額、輸入金額がともに減少したため、赤字幅は横ばいとなった。また、サービス収支の赤字幅は、拡大した。

2 企業活動と雇用情勢

生産は、持ち直している。

鉱工業生産は、持ち直している。業種別にみると、輸送機械は持ち直している。一般機械、電子部品・デバイスは底堅い動きとなっている。

生産の先行きについては、輸出環境の改善や内需の上向きの動きを背景に、持ち直し傾向で推移することが期待される。なお、製造工業予測調査においては、5月は横ばい、6月は減少が見込まれている。また、第3次産業活動は、持ち直している。

雇用情勢は、厳しさが残るものの、改善している。

雇用情勢は、厳しさが残るものの、改善している。完全失業率は、4月は前月と同水準の4.1%。また、15~24歳層の完全失業率は、前月比1.6%ポイント上昇し、8.1%となった。労働力人口、就業者数、完全失業者数はいずれも増加雇用者数はこのところ持ち直しの動きがみられる。

新規求人数が増加傾向にあることなどから有効求人倍率は上昇している。製造業の残業時間は増加している。賃金をみると、定期給与はこのところ持ち直しの動きがみられる。現金給与総額はこのところ底堅く推移している。

先行きについては、厳しさが残るものの、改善していくことが期待される。

顧客・企業を守る！ 中小企業の情報セキュリティ対策

ポイント

- 1 情報セキュリティ対策の必要性
- 2 守るべき情報とは
- 3 中小企業における3つの情報セキュリティ対策
- 4 ケース別に見る情報セキュリティ対策



<参考文献>

- 「国民のための情報セキュリティサイト」 総務省
- 「よくわかる事例で学ぶ情報セキュリティ」 FOM出版
- 「ビジネスマンのための情報セキュリティ入門」 東洋経済新報社
- 「中小企業の情報セキュリティに関する報告書」、「中小企業における組織的な情報セキュリティ対策ガイドライン」
共に 独立行政法人情報処理推進機構

1 情報セキュリティ対策の必要性

■ 近年の情報流出事件と損害賠償

近年、新聞やニュース等でも情報流出事件や事故が多く報道されています。2005年～2007年が情報流出事件・事故のピークであり、ここ数年は減少傾向にあるものの、情報流出・事故は絶えません。実際にこのような事件があった場合、損害賠償は判例をまとめると以下の通りです。

■ 京都府宇治市

京都府宇治市の住民基本台帳21万数千人分が流出した事件では、外部委託業者のアルバイト大学生に対する宇治市の使用者責任を認め、住民1人当たり1万円（プラス弁護士費用5,000円）の損害賠償の支払い（02年7月11日最高裁判決）。

■ ヤフーBB

運営会社のBBテクノロジーとヤフーに、1人当たり5,500円の損害賠償が課せられた（07年6月21日大阪高裁判決）。

■ なぜ情報を守らなければならないのか

企業は、企業目的の実現のために、顧客満足の高い製品やサービスを作り出し、顧客を獲得し、製品提供やサービス提供を行い、それらの活動から利益を生み出す一連の活動を効果的・効率的に行わなければなりません。これらの活動に関する情報が流出した場合、企業の信用は失墜し、ビジネスにも悪影響を及ぼします。

したがって、企業の競争力や信用にかかわる情報は、積極的かつ継続的に保護し続けなければなりません。

■ 情報流出における企業への影響

| 内部情報流出による悪影響 | 外部情報流出による悪影響 |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">●ライバル企業の営業先回り●設計・製造ノウハウ流出●特許の先願●営業秘密●コピー商品の横行●脅迫 | <ul style="list-style-type: none">●賠償金の支払い●株価の低下●ブランドイメージの低下●謝罪広告●顧客離れ●裁判闘争●対応窓口の設置●売上げ減少●悪評●商談中止●ビジネスチャンスの減少 |

2 守るべき情報とは

■ 守るべき情報資産とは

「情報資産」とは、パソコンやネットワーク機器、ソフトウェアやデータなど、企業が守るべき価値のある資産のことです。パソコンの導入やインターネットの普及により、企業や自治体などの組織における情報資産の量が急増しており、顧客情報など、その企業でのみ使用されるべき情報が外部に流出すると、企業の信用性の低下や損失を招きます。

また、顧客情報などの個人情報はプライバシーの観点からも保護が必要であり、この情報が漏えいしてしまうと、企業・組織の信頼性の低下は避けられませんので、情報は資産と同様企業経営にとって重要なものとして扱う必要があります。

情報資産は「有形資産」と「無形資産」とに分類できます。

| 有形資産の例 | 無形資産の例 |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">●紙に印刷されたデータ●サーバーやコンピュータなどのハードウェア●ネットワーク機器 | <ul style="list-style-type: none">●顧客情報や売上情報などのデータ●人事管理情報●OSやアプリケーションなどのソフトウェア●人間の知識や経験・ノウハウ |

■ 情報資産への脅威

企業が「情報資産」を守るためには、以下のような仕組みをつくる必要がありますが、決して難しいものではありません。

| | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">●盗まれない●コピーされない●聞かれない（盗聴されない） | <ul style="list-style-type: none">●見られない●壊されない●改造・改ざんされない |
|--|---|

しかし、実際にトラブル・事故は起きています。それは、以下のような脅威が情報資産の周りには存在しているからです。

| 脅威 | 例 |
|-----------|------------------------|
| 人による脅威 | 操作ミス、不正行為、不正アクセス |
| 障害による脅威 | ハードウェア障害、ネットワーク障害、設備障害 |
| 自然災害による脅威 | 地震、火災、水害 |

3 中小企業における3つの情報セキュリティ対策

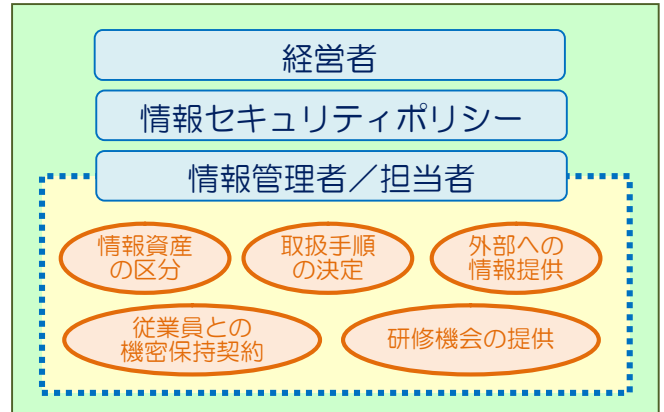
■ 情報セキュリティ対策

① 人的セキュリティ対策

情報資産を守るための管理体制を明確にしたり、利用者のセキュリティ意識を高めたりすることです。

人的セキュリティ対策では、まず情報セキュリティに関しての根本的な考え方である情報セキュリティポリシー（セキュリティ基本方針）を策定します。ここでは、情報セキュリティに関する経営者の意図を従業員に明確にし、実現に対して責任を持つことが求められます。

■ 情報資産管理体制（概念図）



② 物理的セキュリティ対策

施設や建物など、物理的な部分にかかわるセキュリティのことです。業務を行っている建物や重要情報を扱うコンピュータを設置している部屋などを対象に、物理的な方法で実施する情報セキュリティ対策です。物理的な人・物の出入り、施設・設備そのものの品質を言います。

■ 建物・設備

- 重要な情報が管理されている室内は監視を設けること
- ケーブルの引っ掛けなどの人的災害が起こらないように配置・設置すること

■ 無形資産

- 重要な書類、モバイルPC、記憶媒体などについて、整理整頓を行うこと
- 盗難防止対策や確実な廃棄を行う

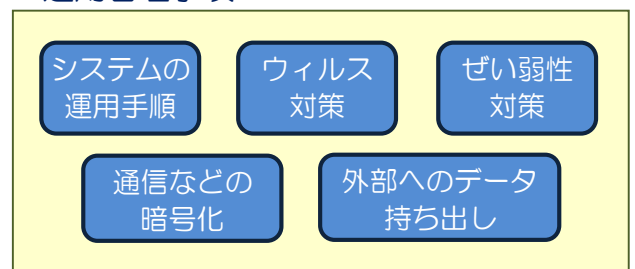
■ 有形資産

- 書類の廃棄（シュレッダー・焼却）手順の決定
- 書類保管場所の施錠管理

③ 技術的セキュリティ対策

情報システム及び通信ネットワークの運用管理はシステム管理とウィルス対策を確実に行うことをいいます。この対策では以下のことを整備し、システム運用管理者を定め、管理者を中心に管理・運用していきます。具体的な項目として、パスワード認証設定やウィルス対策ソフト導入など、定めなければなりません。

■ 情報システム及び通信ネットワークの運用管理事項



4 ケース別に見る情報セキュリティ対策

■ (ケース1) 情報資産の持ち出し

重要な書類やデータは、置き忘れと盗難のリスクがあるため、原則として持ち出しを禁止します。具体的な対策は以下のようなルールを定めます。

- ① データの持ち出し禁止
- ② 持ち出す場合のルールを決める
- ③ 置き忘れ・盗難対策をする→パスワード設定・暗号化・アクセス権設定

■ (ケース2) パソコンやデータを処分する

例えば、個人で購入したパソコンを会社内に持ち込みし、業務を行い、新たなパソコンを購入し、パソコンを廃棄した際に、情報が流出する場合があります。

この場合、表面上データは削除されていますが、全ての情報が完全にパソコンから削除される訳ではありません。一度記憶されたものは、ハードディスクや記憶媒体に残っており、それが情報の流出に繋がります。

このような場合の対策は次の通りとなります。

- ① 個人使用のパソコンの持ち込み禁止
- ② パソコン・記憶媒体を廃棄する場合の取扱いルールの決定

■ (ケース3) ユーザーIDとパスワードの管理

パソコンのOSやソフトウェアのユーザーIDとパスワードが簡便すぎるために、IDやパスワードを特定され、情報が漏えいしてしまったという事例も少なくありません。

まず、確認しなければならない事項は、パスワード等が従業員の電話番号や誕生日など、他人が情報として知ることが可能なものになっていないかを確認します。また、電話番号や誕生日は使っていなかったとしても、例えばパスワード等が「0001」からはじまり、連番になっていないかということも併せて確認します。

その他にも、IDやパスワードを付箋などに記入してパソコンなどに貼っていることも良く見る光景です。

したがって、IDやパスワードは、他人に推測されないよう難解なものにして、厳格に管理する必要があります。また、定期的にパスワード等を変更することも重要です。

経営データベース 1

ジャンル: 経営分析 > サブジャンル: 経営分析の目的



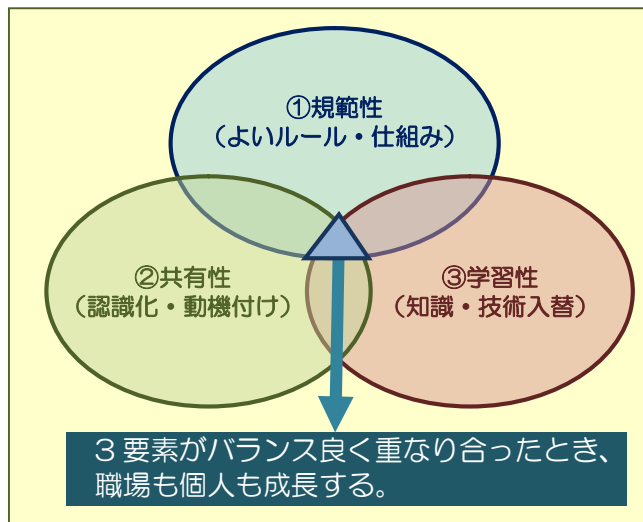
良い企業の「組織風土」とは

良い企業の「組織風土」とは一体どのようなものですか？
そして、その改善の意義とは何ですか？



1 組織風土をみる3要素

組織風土には ①規範性 ②共有性 ③学習性 の3つの要素があり、良い組織ではこれらが活かされ、そしてバランスよく保たれているものです。



①規範性の例

- 定期的な会議や決まった時間に朝礼、掃除が行われる仕組みがある
- 挨拶がきちんと行われ、組織の規律が保たれている
- 管理システムが機能している

②共有性の例

- 経営理念、経営方針等の共通認識
- 会議、ミーティング、個別面談
- 志が共有されている

③学習性の例

- 目標達成のために必要なことの習得度合い
- 成熟性レベルが高いか否か
- 教育必要点の把握

2 停滞している企業の組織風土の共通点

停滞している組織にみられる共通点としては、以下のようなことが挙げられます。

- ① 理念・ビジョンがない
- ② 理念・ビジョンに対する重要性の認識が低い
- ③ 社員の現状満足意識を容認している
- ④ 新しいビジョンに立ちふさがる生涯の発生を許している
- ⑤ 変化を起こすための動機付けがなされていない
- ⑥ 成功体験を積みせていない
- ⑦ リーダーシップが発揮されていない、またはその働きかけが弱い

3 風土の変革なくして経営ビジョンの実現はない

組織風土の変革には時間がかかりますが、風土の変革なくして経営ビジョンの実現はないのです。人間の行動は、ひとりひとりの性格、個性と環境や周囲の状況に左右されます。なかでも先述してきた通り、会社の風土、常識や慣習は社員の行動に大きな影響を与えるものなのです。

だからこそ、経営ビジョンに「ありがたい組織風土、体質」を掲げて、全社あげての体質改善の促進に取り組む必要性があるのです。

経営データベース ②

ジャンル: 経営分析 > サブジャンル: 経営分析の目的



「自社製品と市場の関係性」の分析

「自社製品と市場の関係性」の分析の意義を教えてください。



1 製品・市場別の現状と将来を明確に分析する

業績の基になる製品・市場の状況がどのようなものであるかを明確に分析することによって、業績向上に関する経営課題をはっきりさせることができます。

したがって、製品・市場分析は、「製品・市場別の現状と将来」についてきちんとした分析をおこない、その課題を明確にし、経営計画に反映させるためにおこなうのです。

2 取り組み課題を発見する

製品別の販売状況を得意先別、販路別、地域別等に分けて分析をすることにより、「開拓すべき市場の発見」「既存顧客への商品供給」等の取り組み課題を発見することができます。製品・市場分析は業績に直結するものである、という認識のもと、これに取り組んでいかねばなりません。

3 製品・市場分析の内容

製品・市場分析とは、「現在取り扱っている製品の対象市場における売上状況、成長性、強さ」等を実績に基づいて分析し、事業の質的・量的維持、またはその拡大策を製品と市場の組み合わせの面から明確にするものです。

| 市場 \ 製品 | 現製品 | 新製品 |
|---------|-------|---------|
| 現市場 | 市場浸透 | 製品開発 |
| | 撤退・縮小 | |
| 新市場 | 市場開発 | 製品・市場開発 |

4 市場浸透

現市場における現製品の地位維持、拡大を図るための対策です。例えば、特定のセグメント市場への集中営業、あるいは重点製品の全市場浸透などです。

5 市場開発

現製品で新市場の開拓をするための対策です。

例えば、「特定地域→全国」「事業所向け→個人ユーザー」など、現在では取り組んでいない新しい市場の開拓です。

6 製品開発

現市場に対し、新製品を開発していくことにより事業拡大する対策です。例えば現在取引のある得意先ニーズをつかみ、そのニーズに合った製品改良や、新製品開発をおこない、事業拡大をおこなう手法です。