

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.736 2021. 8. 17

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2021年8月6日号

OPECプラス減産縮小・デルタ株 拡大でも原油価格が高止まるワケ

経済・金融フラッシュ 2021年8月11日号

景気ウォッチャー調査(21年7月)

～感染再拡大や緊急事態宣言再発出から
先行きへの警戒感強まる

経営 TOPICS

統計調査資料

消費動向調査

(令和3年7月実施調査結果)

経営情報レポート

持ち直しの動きが続いている国内景気 統計データによる2021年経済特性

経営データベース

ジャンル:人事制度 > サブジャンル:接遇向上

電話をかける時の留意点 電話営業のポイント

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

発行:税理士法人 常陽経営

OPECプラス減産縮小・デルタ株 拡大でも原油価格が高止まるワケ

ニッセイ基礎研究所

1 WTI先物は7月前半に2年9カ月ぶりの高値となる1バレル75ドル台に乗せたが、その後軟調となり、足元では70ドルの節目を割り込んでいる。

この背景には、予想を超えるOPECプラスの減産縮小決定とデルタ株を中心とする主要国でのコロナ感染拡大がある。

原油価格(WTIと東京ドバイ)



(注) WTI 先物は期近物。ドバイは東京原油スポット市場中東産ドバイ原油、翌月または翌々月渡し、現物、FOB、中心値
(資料) Financial Times、日本経済新聞

2 しかし、足元のWTI先物は69ドル台と昨年末の水準を20ドル余り上回っており、底堅さがうかがわれる。

(1)根強い需要回復期待、(2)需給調整弁としてのOPECプラスの存在、(3)イラン核合意を巡る協議の難航、が原油価格の下支え要因になっているためだ。

3 原油相場について先行き半年程度の見通しを考えると、今後も高止まりが予想される。

需要面では今後も欧米主要国で大規模なロックダウンが回避されるとともに、

世界におけるワクチン普及とそれに伴う経済活動正常化の広がりが見込まれる。回復に寄与することが見込まれる。

また、供給面ではOPECプラスが調整弁としての機能を維持することが期待される。需要の動向を慎重に見極め、必要であれば減産縮小ペースを調整するだろう。イラン核協議の早期合意は見込みづらいが、仮に合意に至って同国が増産に踏み切る場合でも、OPECプラスが減産を拡大して吸収を図ると考えられる。

OPECプラスは概ね60ドルから80ドルを適正レンジと見なしていると推察されることから、レンジを外れる場合には減産幅の調整が図られる可能性が高い。

従って、メインシナリオとしては、60ドル台後半～70ドル台前半を中心に推移すると予想している。

4 ただし、原油価格の不確実性も高止まりするだろう。コロナの動向は不透明感が強いという、OPECプラスに関しても不協和音が表面化して最悪枠組みが瓦解するリスクが残る。さらに、最近ではイランを巡る地政学リスクが高まっている。不確実性が高いという原油価格はボラティリティが高いだけに、急変動するリスクも念頭に置いておく必要がある。

ネット
ジャーナル

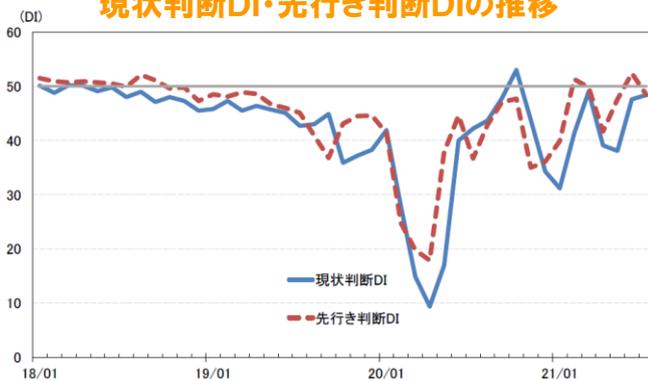
景気ウォッチャー調査(21年7月) ～感染再拡大や緊急事態宣言再発出から 先行きへの警戒感強まる

ニッセイ基礎研究所

1 景気の現状判断DIは2か月連続上昇、 先行き判断DIは2か月ぶりに低下

8月10日に内閣府が公表した2021年7月の景気ウォッチャー調査(調査期間:7月25日から月末)によると、3か月前との比較による景気の現状判断DI(季節調整値)は48.4と前月から0.8ポイント上昇した。他方、2～3か月先の景気の先行き判断DI(季節調整値)は48.4と前月から4.0ポイント低下した。先行きDIは再び50を割った。

現状判断DI・先行き判断DIの推移



(出所) 内閣府「景気ウォッチャー調査」(2021年7月調査、調査期間:7月25日から月末、季節調整値)

2 景気の現状判断DI(季節調整値): 家計動向関連が上昇

現状判断DI(季節調整値)は、4月に9.4まで落ち込んだ後に、5月から6か月連続で改善し、10月には50を超えた。

その後の感染拡大により、11月から下落に転じ、21年1月には31.2まで落ち込んだが、2月、3月と大幅上昇に転じていた。しかし、一部地域に対する休業要請を伴う緊急事態宣言再発出などにより、4月

は大きな落ち込みとなり、5月もわずかに低下した。沖縄県以外に対する緊急事態宣言が解除されたことなどから、6月は3か月ぶりに上昇した。調査期間前の7月12日から東京都に緊急事態宣言が再発出されたが、7月調査でもDIの改善は続いた。

3 景気の先行き判断DI(季節調整値): 全ての内訳で下落

2～3か月先の景気の先行き判断DI(季節調整値)は、20年7月に感染拡大への懸念で大きく落ち込んだ後に、11月を除いて上昇し、21年3月から2か月連続で大きく低下したものの、5月、6月と再び上昇していたが、再度低下した。

感染再拡大による先行きへの警戒感が強まっている。景気の先行き判断DIの回答者構成比でも、悪化又は現状維持と回答した割合は増加し、改善と回答した割合は減少した。

先行き判断DI・回答者構成比



(出所) 内閣府「景気ウォッチャー調査」(2021年7月調査、調査期間(7月25日から月末)、原数値)

消費動向調査 (令和3年7月実施調査結果)

内閣府 2021年8月2日公表

調査結果の概要

1 消費者の意識（二人以上の世帯、季節調整値）

(1) 消費者態度指数

令和3（2021）年7月の消費者態度指数は、前月差 0.1 ポイント上昇し 37.5 であった。

(2) 消費者意識指標

消費者態度指数を構成する各消費者意識指標について、令和3（2021）年7月の動向を前月差で見ると、「暮らし向き」が 0.4 ポイント上昇し 39.0、「収入の増え方」が 0.3 ポイント上昇し 37.9、「雇用環境」が 0.1 ポイント上昇し 35.1 となった。一方、「耐久消費財の買い時判断」は 0.6 ポイント低下し 37.8 となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差 1.2 ポイント低下し 40.2 となった。

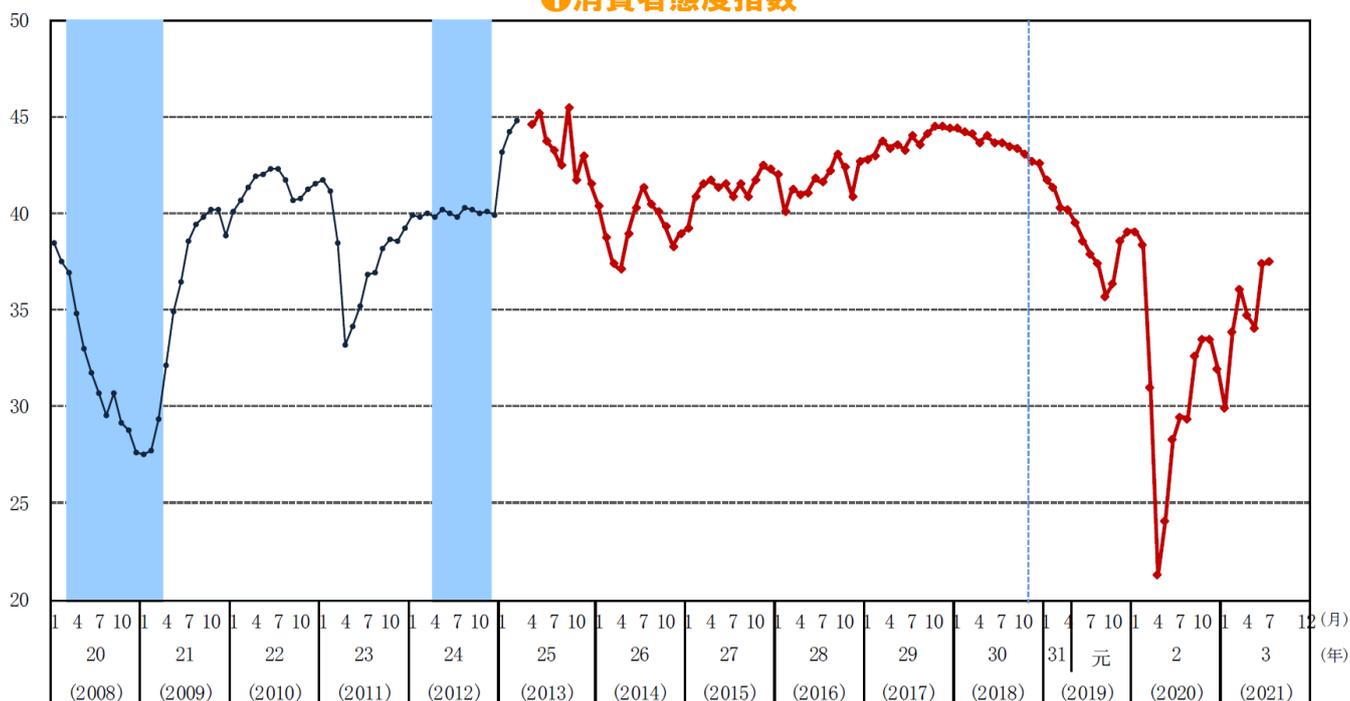
消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

		令和3年 (2021年)						
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
消費者態度指数を構成する意識指標	消費者態度指数	29.9	33.9	36.1	34.7	34.1	37.4	37.5
	(前月差)	▲ 2.1	4.0	2.2	▲ 1.4	▲ 0.6	3.3	0.1
	暮らし向き	32.4	36.2	38.0	36.9	36.5	38.6	39.0
	(前月差)	▲ 2.5	3.8	1.8	▲ 1.1	▲ 0.4	2.1	0.4
	収入の増え方	33.6	35.6	37.2	36.6	36.0	37.6	37.9
	(前月差)	▲ 1.5	2.0	1.6	▲ 0.6	▲ 0.6	1.6	0.3
雇用環境		21.5	27.7	31.0	29.1	27.7	35.0	35.1
	(前月差)	▲ 2.5	6.2	3.3	▲ 1.9	▲ 1.4	7.3	0.1
耐久消費財の買い時判断		32.0	36.1	38.1	36.2	36.2	38.4	37.8
	(前月差)	▲ 2.1	4.1	2.0	▲ 1.9	0.0	2.2	▲ 0.6
意識の指標	資産価値	35.0	39.4	40.3	39.8	39.8	41.4	40.2
	(前月差)	▲ 0.3	4.4	0.9	▲ 0.5	0.0	1.6	▲ 1.2

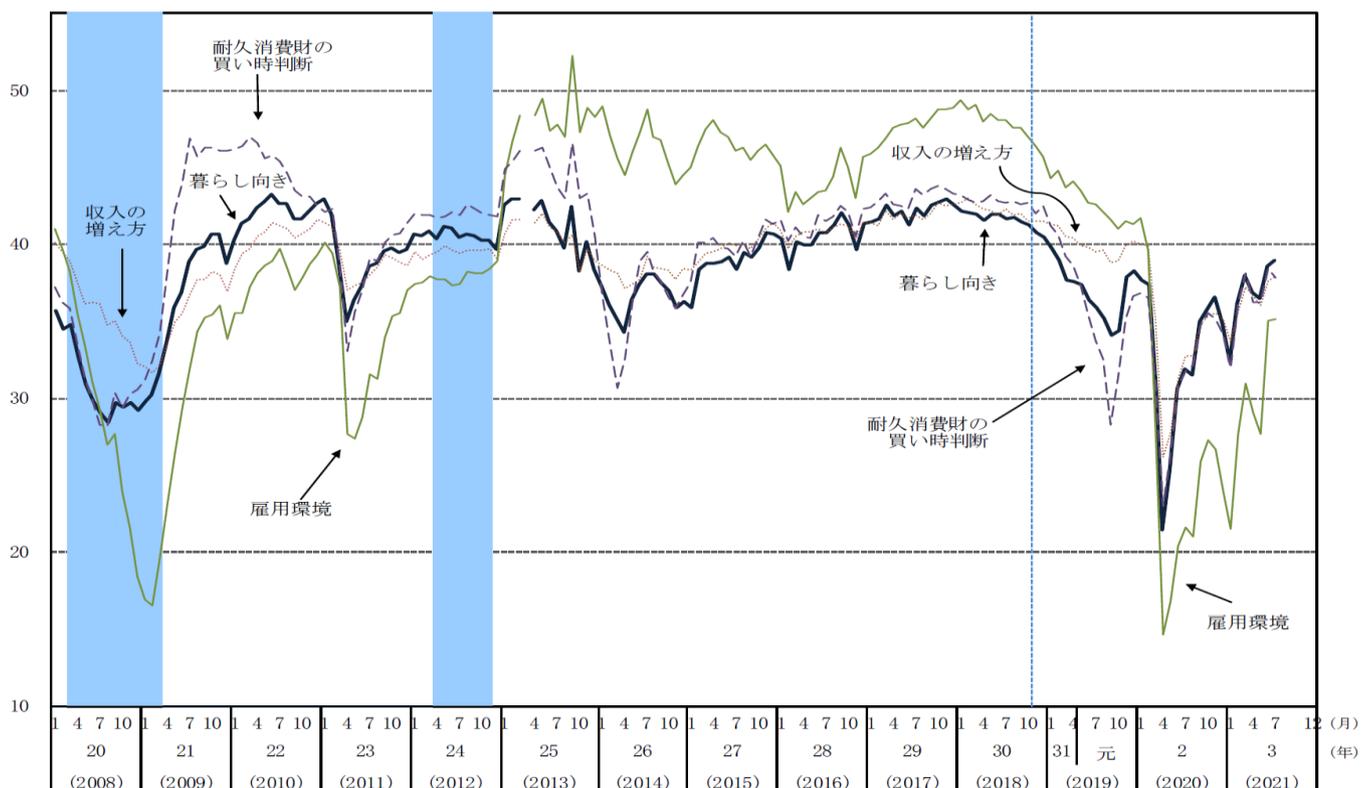
(注) 消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

消費者態度指数と各消費者意識指標の推移(二人以上の世帯、季節調整値)

①消費者態度指数



②消費者態度指数を構成する消費者意識指標



(注) 1.シャドー部分は景気後退期を示す。ただし、平成30(2018)年10月に暫定の山を設定しているが、それ以降については、まだ谷が設定されていないことから、シャドーは付けていない。

(注) 2.平成25(2013)年3月までは訪問留置調査。平成25(2013)年4月から平成30(2018)年9月までは郵送調査、平成30(2018)年10月から 郵送・オンライン併用調査で実施(郵送・オンライン併用調査は同年10月調査より新規世帯に対して順次導入。ただし、調査1か月目の新規世帯には、調査員が調査対象世帯を訪問して調査依頼・調査票配布・調査票回収を行うため、オンラインによる回答は同年11月調査から実施、以下同。



経営情報
レポート
要約版



経 営

持ち直しの動きが続いている国内景気 統計データによる 2021年経済特性

1. 2021年 日本経済の推移
2. 「売り手」優勢と捉えるべき労働市場
3. 景気回復を示す地域別の景況判断と雇用情勢
4. コロナ禍でも躍進する中小企業の取り組み事例



参考資料

『月例経済報告 2021年7月19日』内閣府 『景気ウォッチャー調査 2021年7月8日』内閣府政策統括官 『地域経済報告～さくらレポート～2021年7月5日』日本銀行 『地域経済動向 2021年6月4日』内閣府政策統括官 『労働力調査 2021年6月29日』総務省労働局 『総務省統計局ホームページ』総務省統計局 『基礎研レポート 2021年5月12日』ニッセイ基礎研究所 『日本公庫つなぐ Vol.22 2021年4月16日』日本政策金融公庫

1

企業経営情報レポート

2021年 日本経済の推移

日本の景気は、コロナ禍による経済の減速感が底をつき、ワクチン接種が広がりつつあるため、年後半にかけて経済活動が正常化に向かい、緩やかに持ち直すことが期待されています。

本レポートでは、2021年の地域別経済動向や企業の取り組み状況等をまとめていますので貴社の経営判断にお役立ていただければ幸いです。

■ 政府発表は「厳しい状況にあるなか、持ち直しの動きが続いている」

本年7月19日に内閣府が発表した「月例経済報告」のなかで、経済の基調判断を以下のように述べています。

景気は、新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるなか、持ち直しの動きが続いているものの、一部で弱さが増している。

- 個人消費は、このところサービス支出を中心に弱い動きとなっている。
- 設備投資は、持ち直している。
- 輸出は、緩やかな増加が続いている。
- 生産は、持ち直している。
- 企業収益は、感染症の影響により、非製造業では弱さがみられるものの、総じてみれば持ち直している。
- 雇用情勢は、感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、雇用者数等の動きに底堅さもみられる。
- 消費者物価は、横ばいとなっている。

出典：内閣府 月例経済報告 2021年7月19日発表

また、同報告において、5月まで国内景気の先行きに対する懸念材料として挙げていた「感染拡大による下振れリスクの高まり」との表現を6月から3ヶ月ぶりに削除しており、先行きについては、「感染拡大の防止策を講じ、ワクチン接種を促進するなかで、各種政策の効果や海外経済の改善もあって、持ち直しの動きが続くことが期待される。ただし、感染の動向が内外経済に与える影響に十分注意する必要がある。また、金融資本市場の変動等の影響を注視する必要がある」としています。

■ 政府施策の基本的な方向性

本年7月19日に内閣府が発表した「月例経済報告」において、今後の経済政策の基本的方向性を示し、コロナ禍における経済停滞からの脱却に向けての施策が重点項目として挙げられています。

2

企業経営情報レポート

「売り手」優勢と捉えるべき労働市場

本年6月29日に総務省統計局が発表した「労働力調査」のなかで、「雇用状況」、「求人倍率」、「完全失業率」に焦点をあて、以下のとおりまとめました。

新型コロナウイルスの感染拡大防止に向けての緊急事態宣言に伴う休業要請、自粛ムードによって、特に都市部での飲食店、小売店、サービス業、それに付随する卸売業などが事業の縮小を余儀なくされた結果、有効求人倍率の減少を招きましたが、アフターコロナ時代に成長が見込まれている業務領域も多いことから、売り手優勢と捉え、従業員の確保・定着・育成に目を向けていかなければならない状況であると考えられます。

■ 役員を除く雇用者数の増減推移

正規の職員・従業員数は3,556万人と前年同月対比で22万人増加し、12ヶ月連続の増加です。

また、非正規の職員・従業員数は2,061万人と同16万人増加し、2ヶ月連続の増加です。

一方、役員を除く雇用者に占める非正規の職員・従業員の割合は36.7%と前年同月と比べ変化はありません。

2021年 5月	男女計			男			女		
	実数	対前年 同月増減	割合	実数	対前年 同月増減	割合	実数	対前年 同月増減	割合
役員を除く雇用者	5616	36	-	2992	-8	-	2624	44	-
正規の職員・従業員	3556	22	63.3	2350	19	78.5	1206	2	46.0
非正規の職員・従業員	2061	16	36.7	642	-27	21.5	1418	42	54.0
パート	1018	32	18.1	120	-1	4.0	898	33	34.2
アルバイト	415	-6	7.4	196	-15	6.6	219	10	8.3
労働者派遣事業所の派遣社員	138	1	2.5	55	-1	1.8	83	2	3.2
契約社員	294	1	5.2	162	3	5.4	132	-2	5.0
嘱託	112	-6	2.0	70	-4	2.3	42	-2	1.6
その他	83	-8	1.5	38	-9	1.3	44	1	1.7

また、主な産業別の就業者数を比較すると医療・福祉が大きく増加し、金融業・保険業、不動産業・物品賃貸業が大きく減少しています。

昨年、新型コロナウイルス感染症の影響を強く受けた「宿泊業・飲食サービス業」に関しては、依然減少傾向にあります。

2021年 5月	農業、 林業	非農林業	建設業	製造業	情報 通信業	運輸業、 郵便業	卸売業、 小売業	金融業、 保険業	不動産 業、物品 賃貸業	学術研究、 専門・ 技術 サービス業	宿泊業、 飲食 サービス業	生活関連 サービス業、 娯楽業	教育、 学習 支援業	医療、 福祉	サービス業 (他に分類 されない もの)
実数	210	6457	484	1027	248	347	1049	156	128	254	368	224	349	892	470
対前年同月 増減	-7	18	-2	-14	9	-14	9	-13	-10	4	-8	0	9	51	3
対前年同月 増減率(%)	-3.2	0.3	-0.4	-1.3	3.8	-3.9	0.9	-7.7	-7.2	1.6	-2.1	0.0	2.6	6.1	0.6

出典：上下とも 総務省労働局 労働力調査 2021年6月29日発表

3 企業経営情報レポート

景気回復を示す地域別の景況判断と雇用情勢

地域別の経済動向は、内閣府が四半期毎に公表している日本の各地域の経済動向を調査した「地域経済動向」と日本銀行が四半期毎に公表している「地域経済報告」があります。

内閣府の「地域経済動向」は、概況、分野別の動き、地域別の動向、主要指標、参考資料から構成されており、日本銀行の「地域経済報告」は、各地域の景気判断の概要、地域別金融経済概況、参考計表から構成されています。本レポートでは、日本銀行の「地域経済報告」を中心にまとめました。この「地域経済報告」では、日本全国を北海道、東北、北陸、関東甲信越、東海、近畿、中国、四国、九州・沖縄の9地域に区分した上で地域毎の景況判断をしています。

■ 先行きの期待感が示された各地域の需要項目別の判断

以下は、日本銀行が示す各地域の需要項目別の景況判断です。

新型コロナウイルス感染症の影響から引き続き厳しい状態にあるものの、多くの地域で「基調としては持ち直している」または「持ち直しつつある」と総括されています。ワクチン接種の進展でサービス消費が持ち直すことへの期待感が企業の間で強まっています。

	公共投資	設備投資	個人消費	生産
北海道	公共工事の発注の動きを示す公共工事請負金額は、高水準で推移している	6月短観（北海道地区）における2021年度の設備投資は、前年を上回る計画となっている	スーパー、ドラッグストア、家電販売は、底堅い動きとなっており、乗用車販売は、持ち直しが一服している	電気機械などでは持ち直しており、輸送機械では持ち直しのペースが鈍化している
東北	震災復旧・復興関連工事を中心に、緩やかに増加している	先送りされた案件の再開に加え、需要増加を見込んだ能力増強投資などがみられる	スーパーやドラッグストア、ホームセンターは堅調に推移している	生産用機械は増加傾向にあり、電子部品・デバイスも車載・スマホ向けを中心に緩やかに増加している
北陸	出来高、請負金額ともに高水準を維持している	引き続き能力増強・省力化投資がみられている	能力増強・省力化投資の再開や新規の投資に踏み切る動きがみられており持ち直しつつある	電子部品・デバイスは増加しており、生産用機械は、持ち直している
関東甲信越	国土強靱化関連予算等により高水準で推移している	全体として持ち直している	スーパーの売上高は、食料品や日用品を中心に堅調に推移している	汎用・生産用・業務用機械、電気機械などが増加している
東海	高めの水準で推移している	製造業では、引き続き産業構造の変革に向けた研究開発投資が見込まれている	全体としては持ち直し傾向にあり、スーパー、ドラッグストア、家電販売は堅調である	増加基調にあり、鉱工業生産は、自動車関連を中心に増加している
近畿	公共施設の建築工事や高速道路建設工事などを中心に増加している	SDGsに対する意識の高まりなどを受けて増加している	家電販売額、乗用車販売は、持ち直しており、スーパー等販売額は、持ち直しの動きが続いている。	緩やかな増加を続けており、電子部品・デバイスや生産用機械を中心に緩やかな増加を続けている
中国	平成30年7月豪雨の復旧・復興需要がみられる中で、高水準で推移している	6月短観（中国地区）における2021年度の設備投資は、前年を上回る計画となっている	スーパー売上高は、底堅く推移しており、家電販売・乗用車販売は、横ばい圏内で推移している	化学、鉄鋼は、持ち直しており、電子部品・デバイスは、高操業を続けている
四国	国土強靱化関連工事が増加しており、全体的に増加している	6月短観（四国地区）における2021年度の設備投資は、前年を上回る計画となっている	家電販売は、高水準となっており、乗用車販売は、横ばい圏内の動きとなっている	化学は、持ち直しの動きがみられ、汎用・生産用機械も低水準ながら、持ち直しの動きがみられる
九州沖縄	高水準で推移している	6月短観（九州・沖縄地区）における2021年度の設備投資（除く電気・ガス）は、前年を上回る計画となっている	家電販売は、堅調に推移しており、乗用車新車登録台数は、持ち直している	電子部品・デバイスは、増加しており、汎用・生産用・業務用機械は、半導体関連向けを中心に増加している

出典：日本銀行 地域経済報告 2021年7月5日発表を編集

4

企業経営情報レポート

コロナ禍でも躍進する中小企業の取り組み事例

■ 地域の事業者等と協力し、農家と消費者をつなぐA社の事例

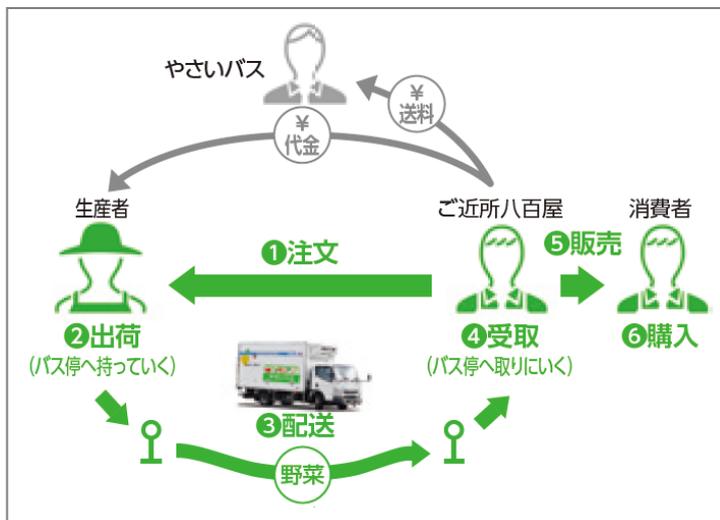
A社は、コロナ禍におけるスーパーの三密や買い物弱者問題の解決、地産地消の推進、生産農家支援のため、一般消費者向けに路面店「ご近所八百屋」の取り組みを開始しました。

「ご近所八百屋」は、地域をよく知る建築会社、ガソリンスタンド等の事業者が運営しますが、仕入れや流通は、農産物の流通ノウハウを持つ同社が担当する仕組みです。地域に「ご近所八百屋」が増えることで、地域の良質な生鮮品を良好な状態で流通でき、現在、県内外で10数店舗を展開しています。鮮度を保ち迅速に届けるため、地域の共同配送システムの構築をしています。

直売所や道の駅、青果店、卸売業者の倉庫などを集出荷場であるバス停に設定し、「やさいバス」と名付けた冷蔵車が巡回しています。

農家が出荷した品物を、その日のうちに受け取り、生産者及び購買者双方の利益向上につながっています。

■ やさいバスの仕組み(同社ホームページより)



商品の受取り、出荷にはバス停を利用し、自社のトラックを使った共同配送でコストを削減しています。また、生産者と購買者のメリットは下記のとおりです。

生産者のメリット	購買者のメリット
<ul style="list-style-type: none"> ● 販路が拡大する ● ニーズの動向がつかめる ● 配送の手間が減る 	<ul style="list-style-type: none"> ● 新鮮な野菜が届く ● 生産者から直接買える ● 仕入れコストが削減できる

ジャンル:人事制度 > サブジャンル:接遇向上

電話をかける時の留意点

電話で、相手に気持ち良く話をしてもらう
(聞いてもらう)ためのポイントを教えてください。

電話をかけるとき、以下に留意してみましょう。

①相手の都合を考えた時間帯か？

例えば、主婦なら 10 時～11 時、もしくは 14 時～16 時が最も手薄で自由の利く時間だと言われています。

このように相手の時間を考慮することが必要です。

②話の要点やステップをメモに書き出すなどの準備はできているか？

頭で考えていても、実際会話していると、言い忘れ、聞き忘れがよく起こります。メモしておくことは重要です。それがそのまま戦略を立てることにもなります。

③自分自身の気持ちが準備できているか？

嫌々ながらかけると声に出ます。確実に相手に伝わりよい結果にはつながらないことを覚えておいてください。自分で自分の気持ちを前向きにさせてから電話をかけます。

④相手が出てから直ぐに「自分は誰か」「何故電話をかけているのか」を述べているか？

自分の名を名乗るのはマナーとして最低必要です。何処の誰かわからない電話は相手に不快感を与えます。また目的をハッキリさせた方が相手に安心感を与えます。

⑤「今(お話して)よろしいでしょうか？」と相手の都合を確かめているか？

少し話してから確認をしましょう。忙しい人も中にはいるのです。怒って切る人もいるかもしれません。少し話せば事の流れて「少しなら」と言ってくれる人は多いはずです。

⑥「3分ほど宜しいでしょうか？」と時間について明確にしているか？

場合によっては時間を区切ります。すると相手は安心します。

3分だけというのも「まあそのくらいだったらよいか」と許容する限度時間だからです。

⑦相手が渋った場合深追いしていないか？

相手が渋るとしつこくしてしまいがちですが、これは益々相手に嫌われ疎まれる可能性を高めます。時間をあらためる、方法・手法をあらためる等して深追いはしないように。

⑧最後に必ず「ありがとうございました」と心を込めて言っているか？

終わりよければ全てよし、最後に丁寧に言うことで、より相手に好印象を残すことができます。

ジャンル:人事制度 > サブジャンル:接遇向上

電話営業のポイント

電話は便利なツールだと思いますが、電話営業のポイントを教えてください。

電話営業には「電話というコミュニケーションの道具」としての持つ特性を知っておきましょう。道具の持つメリットと限界（デメリット）を知ることによって、電話の強みをフル活用することが可能になります。

■メリット

- **面談時間の節約**
面談よりも時間がかかりません。
- **訪問時間や金銭の節約**
移動の交通時間やお金が節約できます。
- **気軽に話せる**
面と向かっては言いにくいことや、了承しにくいこともあります。顔が見えない分、気軽に話すことができる側面も持っています。
- **次のステップへの移行が簡単**
話をした後、資料を送る、アポイントをとる等、次のステップが比較的容易にできます。相手も気安く申し出を受けられることができるということです。但し、いきなり見込みをつめる、契約を取るという高い目標設定に対しては効果的の道具とは言えないでしょう。
- **工夫するチャンスが豊富**
声のみの勝負です。営業マンの優劣が如実に現れます。ですから工夫すればかなりの効果が期待できるということです。様々な具体的方法は他の Q&A を参考にしてみてください。

■限界(デメリット)

- **道具性が少ない**
コミュニケーションは通常、相手の表情や動作からの情報量が多いのです。つまり電話は声や言葉だけなので、その他を使うことができません。資料やカタログも見せることができないのです。
- **込み入った話ができない**
電話ではなかなか言いにくい、または伝わりにくい（道具性が少ないため）ということがあります。また周囲に人がいるということによって話せないということもあるでしょう。
- **居留守を使われる可能性がある**
本当に在席しているかしていないかは、なかなか判断の難しいところです。
- **相手の表情が読みにくい**
ということは本心か、乗り気なのか等の判断材料が少ないということです。
- **結論が出しにくい**
電話では結論が出しにくいことがありますので、最後は直に話すのも手でしょう。