

週刊WEB

企業経営

MAGAZINE

Vol.622 2019.4.23



ネット
ジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2019年4月12日号

景気後退は回避できるのか

経済・金融フラッシュ 2019年4月17日号

貿易統計(19年3月)

～輸出は低迷が続くが、輸入の大幅減少から1-3月期の外需寄与度は前期比0.3%程度のプラスへ

経営
TOPICS

統計調査資料

機械受注統計調査報告

(平成31年2月実績)

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:IT・情報技術 サブジャンル:ICT・IoT・ビッグデータ

IoTの定義と全体像

企業経営に活かせるIoT事例

京都税理士法人
KYOTO CERTIFIED TAX ACCOUNTANT COMPANY

京都本社
〒601-8328 京都市南区吉祥院九条町30番地1 江後経営ビル
TEL: 075-693-6363 FAX: 075-693-6565

滋賀本社
〒525-0059 滋賀県草津市野路1丁目4番15号 センシブルBLDG ZEN 6階
TEL: 077-569-5530 FAX: 077-569-5540

大阪支社
〒530-0001 大阪府大阪市北区梅田1-1-3 大阪駅前第三ビル31F
TEL: 06-6344-1683 FAX: 06-6344-1578

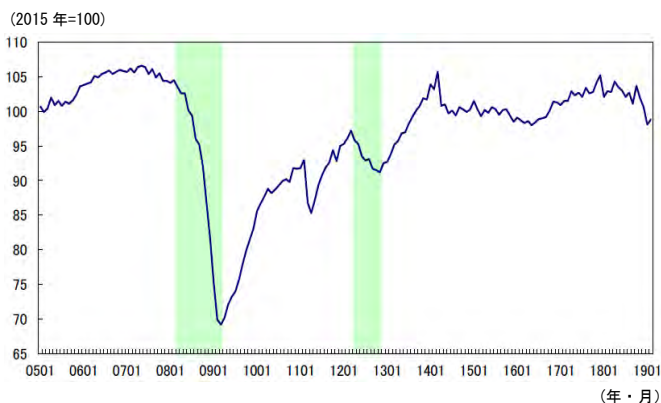
景気後退は回避できるのか

ニッセイ基礎研究所

1 内閣府の「景気動向指数」では、2019年1月のCI一致指数が前月差▲2.5ポイントの大幅低下となり、CI一致指数の基調判断が、それまでの「足踏み」から「下方への局面変化」に下方修正された。

2月の基調判断は据え置かれたが、3月のCI一致指数が前月差マイナスとなれば、基調判断は「悪化」に下方修正されることになる。

景気動向指数・CI一致指数の推移



(注) シャドー部分は景気後退期
(資料) とともに内閣府経済社会総合研究所「景気動向指数」

2 1985年以降、CI一致指数の基調判断が悪化となったことは6回ある(2008年3月以前の判断は筆者による)が、いずれも事後的に景気後退と認定されている。

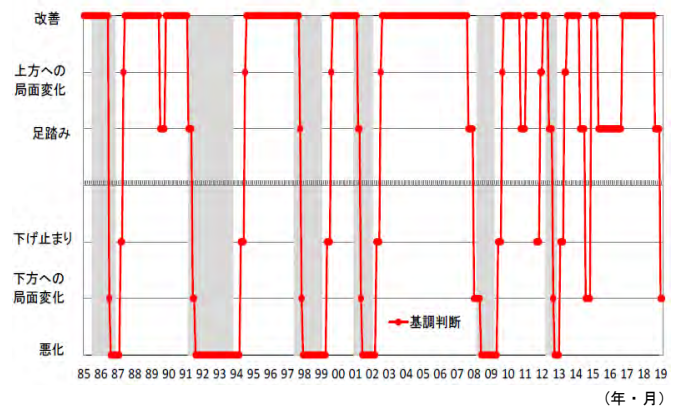
ただし、直近のCI一致指数を用いて基調判断を行うと、2015年5月から2016年9月まで「悪化」となるが、この期間は景気後退とは認定されなかった。

3 2019年3月以降のCI一致指数の動き次第で基調判断が「悪化」となる可能性

があるが、このことは景気後退の十分条件ではない。

景気後退の目安のひとつはCI一致指数の下落率が過去の景気後退局面と同程度となることだが、現時点では景気後退とならなかった2014年4月以降の停滞期の落ち込みを下回っている。

景気動向指数の基調判断と景気循環 (1985年1月～)



(注) シャドー部分は景気後退期
08年4月以降は内閣府による基調判断、08年3月以前は内閣府の基準を用いた筆者による基調判断

4 景気後退回避の鍵を握るのは輸出動向だ。米国、欧州経済は減速しているが、低迷が続いていた中国経済は下げ止まりの兆しが見られる。

国内需要は一定の底堅さを維持しているため、景気動向指数の基調判断が「悪化」に転じたとしても、中国経済の持ち直しに伴い輸出が下げ止まれば、景気後退が回避される可能性が高まるだろう。

貿易統計(19年3月)

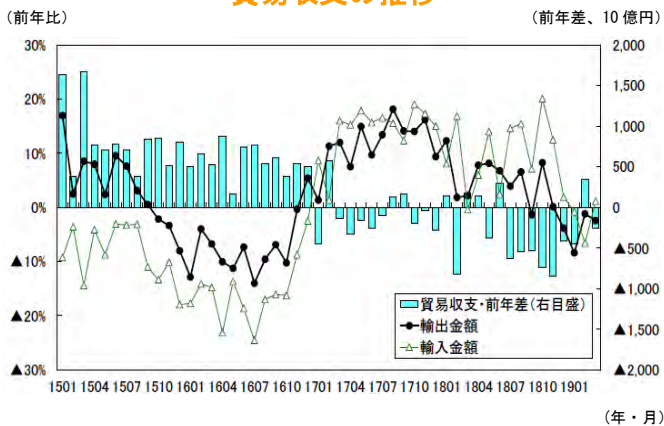
～輸出は低迷が続くが、輸入の大幅減少から1-3月期の外需寄与度は前期比0.3%程度のプラス

1 貿易収支(季節調整値)は再び赤字へ

財務省が4月17日に公表した貿易統計によると、19年3月の貿易収支は5,285億円と2ヵ月連続の黒字となり、事前の市場予想(QUICK集計:3,800億円、当社予想は3,925億円)を上回る結果となった。

輸出が前年比▲2.4%(2月:同▲1.2%)と減少幅が拡大する一方、輸入が前年比1.1%(2月:同▲6.6%)と3ヵ月ぶりに増加したため、貿易収支は前年に比べ▲2,557億円の悪化となった。

貿易収支の推移



(資料) とともに財務省「貿易統計」

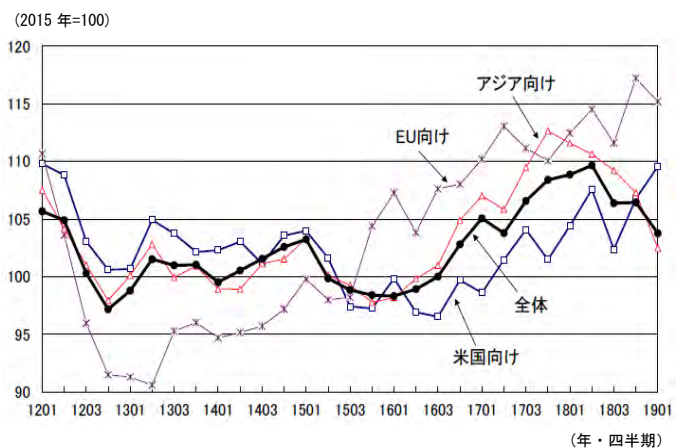
2 アジア向け輸出の減少ペース拡大

19年3月の輸出数量指数を地域別に見ると、米国向けが前年比0.3%(2月:同4.1%)、EU向けが前年比4.8%(2月:同4.7%)、アジア向けが前年比▲8.0%(2月:同▲1.3%)となった。

1-3月期の地域別輸出数量指数を季節調整値(当研究所による試算値)で見ると、米国向けが前期比2.6%(10-12月

期:同4.3%)、EU向けが前期比▲1.7%(10-12月期:同5.0%)、アジア向けが前期比▲4.5%(10-12月期:同▲1.8%)、全体では前期比▲2.5%(10-12月期:同0.0%)となった。

地域別輸出数量指数(季節調整値)の推移



3 1-3月期の外需寄与度は0.3%程度のプラスに

3月までの貿易統計と2月までの国際収支統計の結果を踏まえて、19年1-3月期の実質GDPベースの財貨・サービスの輸出入を試算すると、輸出が前期比▲2%程度の減少、輸入が前期比▲3%台半ばの減少となった。輸入の減少幅が輸出の減少幅を上回ることにより、1-3月期の外需寄与度は前期比0.3%(10-12月期:同▲0.3%)と4四半期ぶりのプラスとなることが予想される。

機械受注統計調査報告

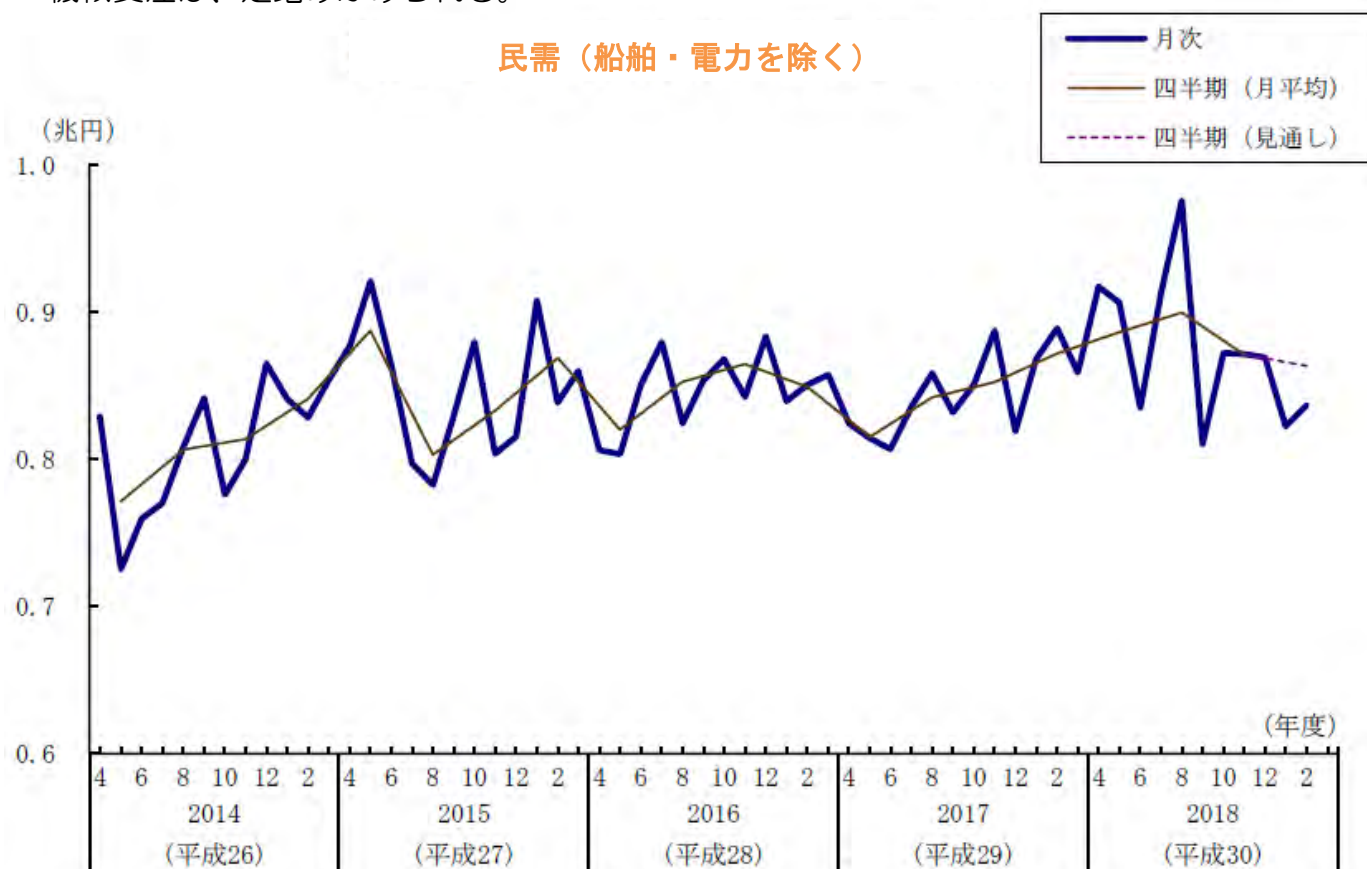
(平成31年2月実績)

内閣府 2019年4月10日公表

平成31年2月の機械受注実績

機械受注は、足踏みがみられる。

民需（船舶・電力を除く）



- (備考) 1. 四半期（月平均）は季節調整済みの月平均値を期央月の位置に表示(例えば7～9月の 月平均値は8月の位置に表示)。
 2. 「2019年1～3月（見通し）」の計数は、「見通し調査（2018年12月末時点）」の季節調整値を3で割った数値。
 3. 2019年1月調査（同年3月13日公表）において、季節調整系列の遡及改訂を行ったため、それに伴い「2019年1～3月見通し」（同年2月18日公表）も改訂されている。（以下同）。

2019(平成31)年2月の機械受注動向

1 需要者別受注動向(季節調整値)

最近の機械受注の動向を前月比でみると、受注総額は、1月7.9%減の後、2月は5.4%増となった。

需要者別にみると、民需は、1月0.0%増の後、12月は1.1%減となった。

このうち、民間設備投資の先行指標である「船舶・電力を除く民需」は、1月5.4%減の後、

2月は1.8%増となった。

内訳をみると製造業が3.5%増、非製造業（船舶・電力を除く）が0.8%減であった。

一方、官公需は、1月2.7%増の後、2月は地方公務、「その他官公需」で減少したものの、防衛省、運輸業等で増加したことから、2.2%増となった。

また、外需は、1月18.1%減の後、2月は原動機、工作機械等で減少したものの、電子・通信機械、産業機械等で増加したことから、19.0%増となった。

なお、最終需要者が不明である代理店経由の受注は、1月1.3%減の後、2月は重電機、道路車両等で減少したことから、8.8%減となった。

対前月(期)比

(単位:%)

期・月 需要者	2018年 (平成30年)				2019年 (平成31年)				
	1-3月 実績	4-6月 実績	7-9月 実績	10-12月 実績	1-3月 見通し	11月 実績	12月 実績	1月 実績	2月 実績
受注総額	△1.5	1.8	1.7	2.5	△9.7	△1.7	△6.1	△7.9	5.4
民需	△4.6	7.3	1.2	△5.7	1.2	△9.5	6.8	0.0	△1.1
〃(船舶・電力を除く)	2.3	1.6	1.5	△3.2	△0.9	△0.1	△0.3	△5.4	1.8
製造業	0.1	4.7	△1.0	△4.1	△2.0	△4.4	△4.4	△1.9	3.5
非製造業(除船・電)	2.1	0.4	3.4	△1.9	1.5	1.8	5.6	△8.0	△0.8
官公需	△3.1	4.4	17.9	△6.3	△23.4	△23.2	△11.3	2.7	2.2
外需	△1.8	△1.0	△0.5	10.4	△12.9	17.6	△18.1	△18.1	19.0
代理店	0.6	2.9	△0.6	4.4	△3.6	△3.6	0.3	△1.3	△8.8

- (備考) 1. 季節調整値による。季節調整系列は個別に季節調整を行っているため、需要者別内訳の合計は全体の季節調整値とは一致しない。
2. △印は減少を示す。
3. 見通しは2018年12月末時点の調査。

2 民需の業種別受注動向(季節調整値)

製造業からの受注を前月比で見ると、合計では、1月1.9%減の後、2月は3.5%増となった。

2月の受注を業種別にみると、前月比で増加したのは17業種中、造船業(269.3%増)、石油製品・石炭製品(80.1%増)等の8業種で、化学工業(54.7%減)、パルプ・紙・紙加工品(52.2%減)等の9業種は減少となった。

一方、非製造業からの受注を前月比で見ると、合計では、1月11.4%増の後、2月は5.3%減となった。

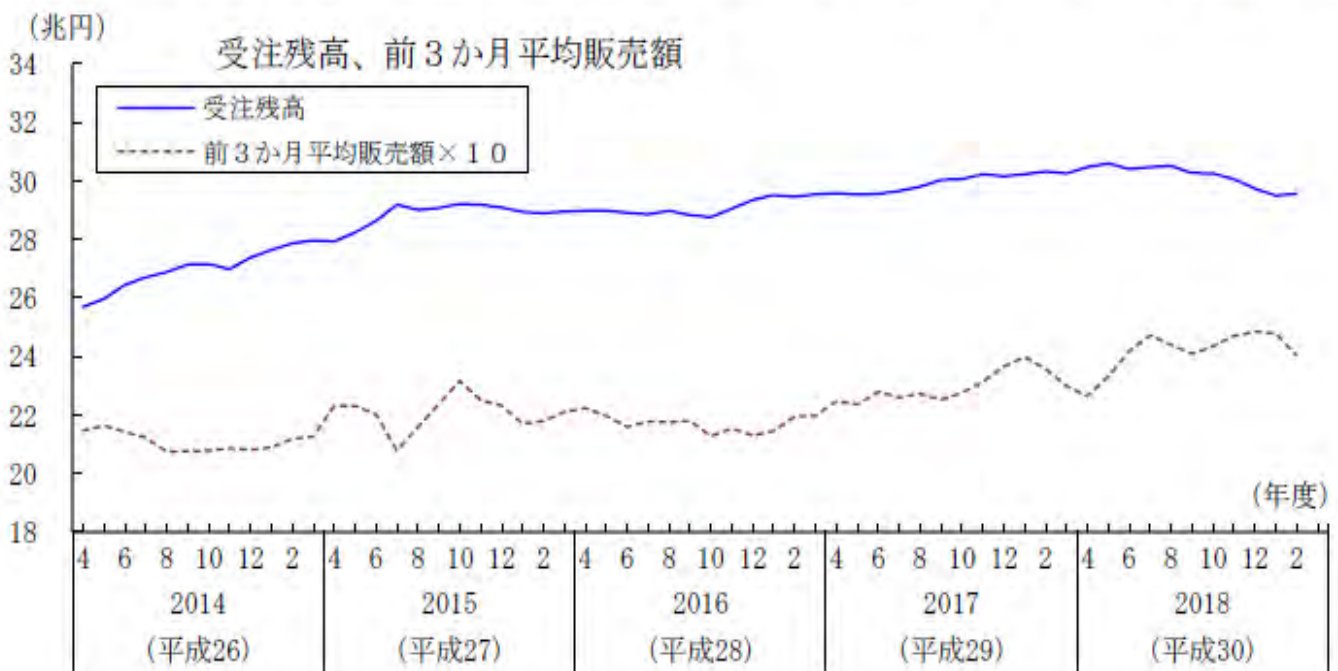
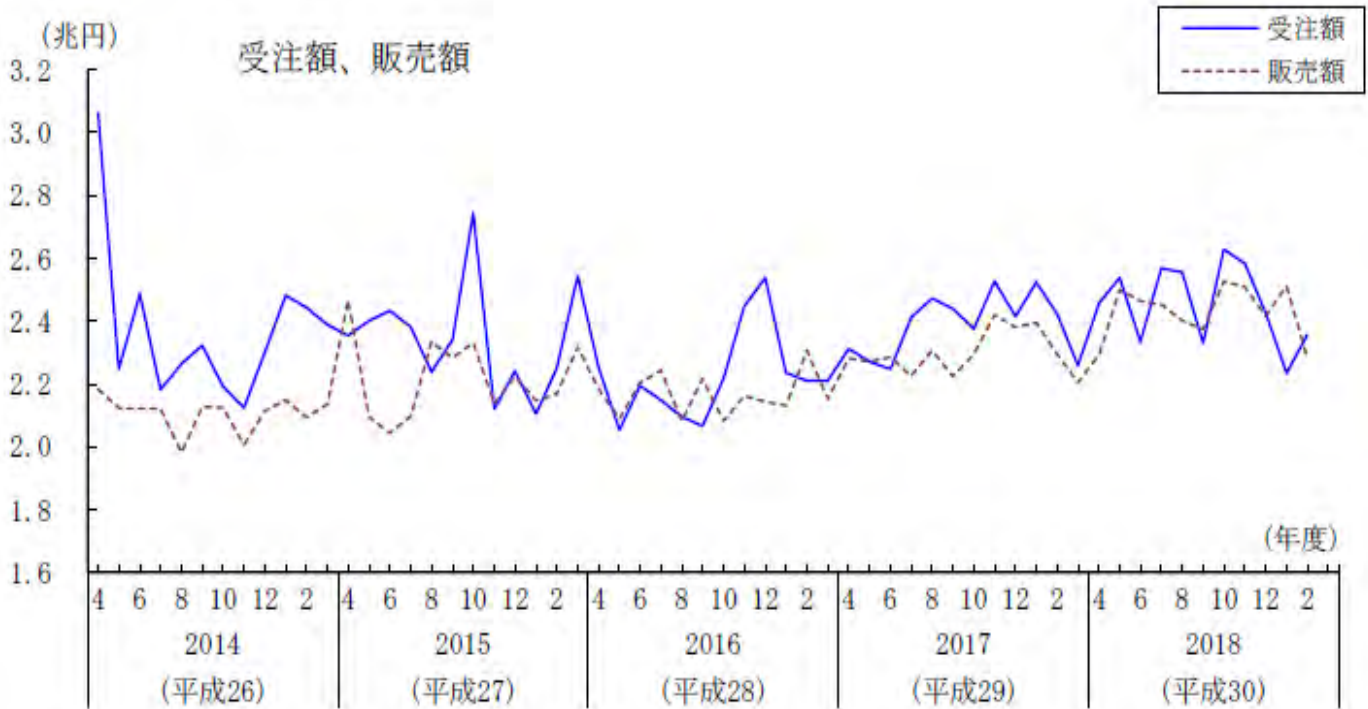
2月の受注を業種別にみると、前月比で増加したのは12業種中、運輸業・郵便業(47.1%増)、通信業(26.2%増)等の6業種で、電力業(47.5%減)、リース業(35.9%減)等の6業種は減少となった。

3 販売額、受注残高、手持月数(季節調整値)

2月の販売額は2兆 2,818 億円（前月比 9.1%減）で、前3か月平均販売額は2兆 4,028 億円（同 3.0%減）となり、受注残高は29兆 5,476 億円（同 0.2%増）となった。

この結果、手持月数は 12.3 か月となり、前月差で 0.4 か月増加した。

受注額、販売額、受注残高（総額、季節調整値）





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。

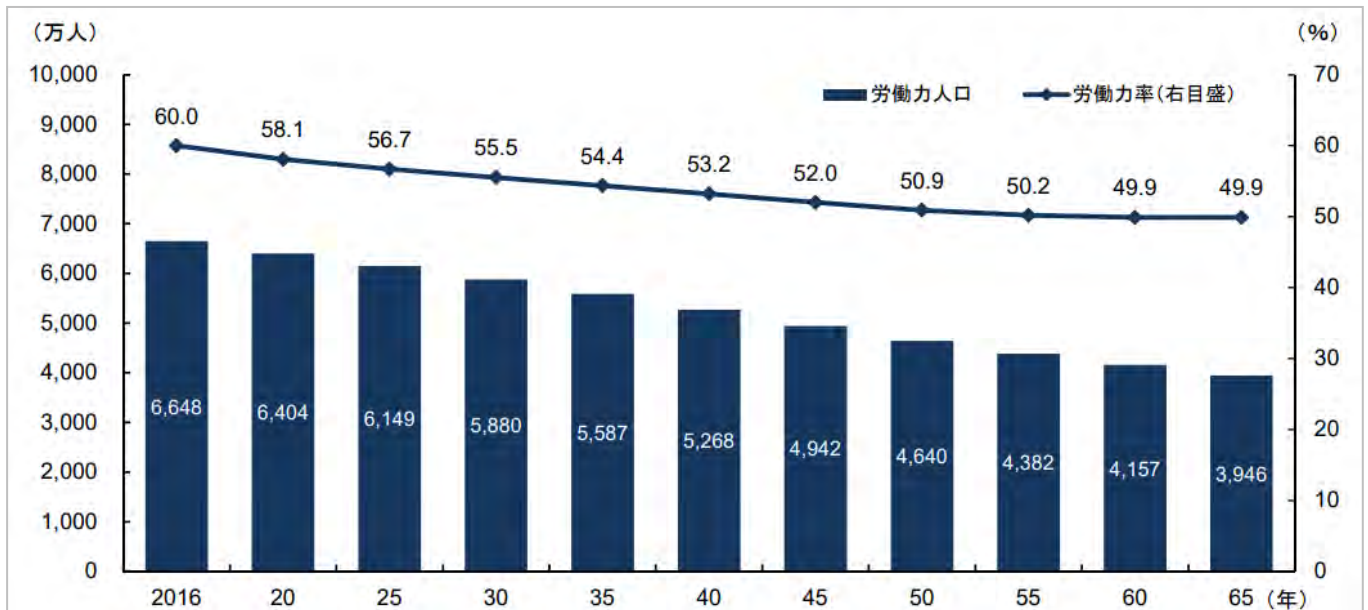
そこで、経営戦略としての「働き方の変革＝ワークスタイル変革」が注目されるようになってきたのです。では、ワークスタイル変革とは具体的にどのようなことなのでしょうか。

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

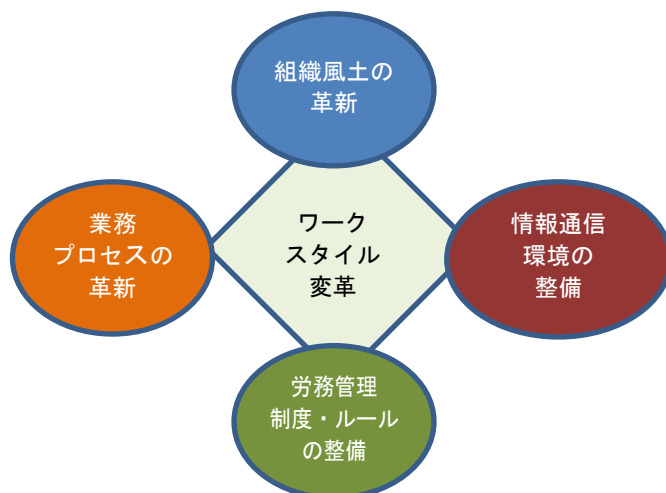
ワークスタイル変革に期待される効果を整理すると、以下のようになります。

■ 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。

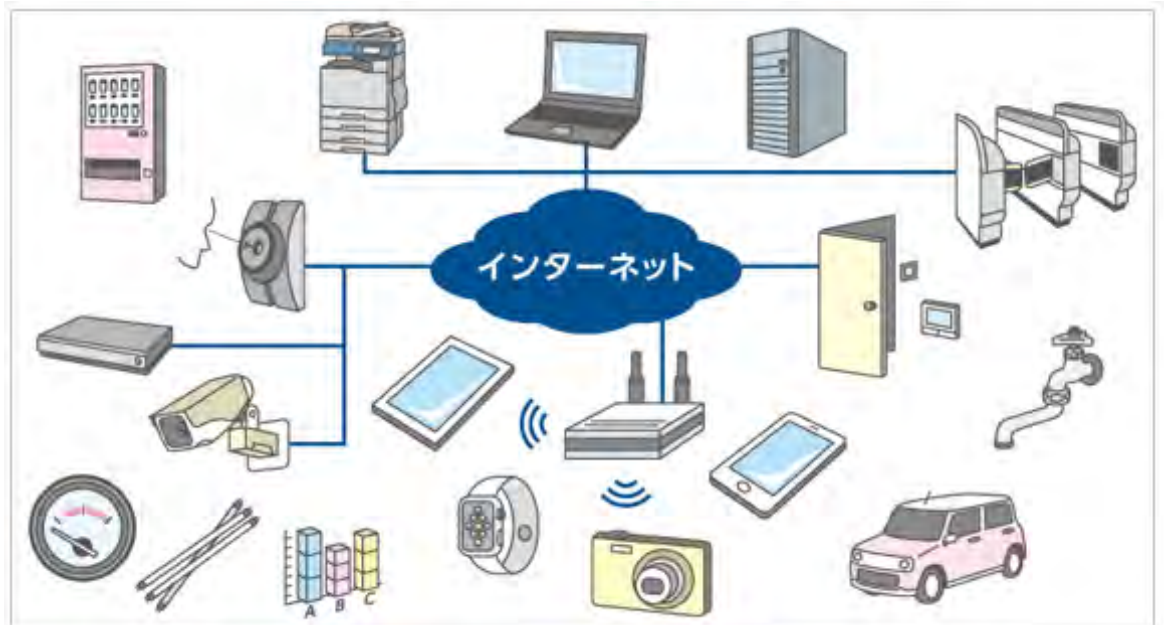
ジャンル:IT・情報技術 > サブジャンル:ICT・IoT・ビッグデータ

IoTの定義と全体像

IoTとはどのようなものですか。

IoTとは、「Internet of Things」の略で「モノのインターネット化」と定義されています。あらゆるモノがインターネットにつながることによる革新と捉えられることもあります。これまでネットワークとは無縁だったものが対象になるため、今後、市場規模が爆発的に大きくなるといわれています。

■IoTの全体像



(出典：日本経済新聞)

(1)モノ(Things)の定義

Thingsを直訳すると「物」ですが、IoTで定義されるThingsはこの世界に存在するあらゆる「形ある物」を指します。身近な例を挙げると、テレビ、車、電化製品のように日常的に使う物や、時計、スマートフォン、眼鏡など普段から肌身離さず持っている物、さらに、洋服、くつ、財布といった電子的ではないアナログな物もThingsに含まれます。

このように、Thingsの指す範囲は、インターネットにつながりやすいデジタル機器に限ったものではなく、アナログな物も含まれます。

(2)IoTとIoEの違い

IoTからさらに進んだ「IoE(Internet of Everything)」という概念も登場しています。

IoEは全てのモノがインターネットにつながるという概念で、IoTが接続するモノやコンテンツだけでなく、人もデータも全てをつなぐのがIoEの概念です。

ジャンル:IT・情報技術 > サブジャンル:ICT・IoT・ビッグデータ

企業経営に活かせるIoT事例

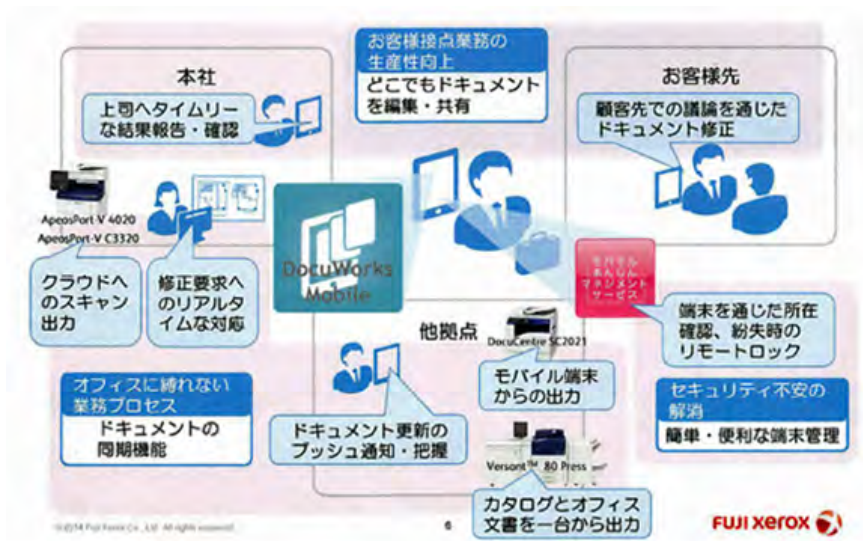
企業経営に活かせるIoTの事例を教えてください。

富士ゼロックス株式会社では、複合機やビジネスプリンターといったデバイスと、IT 利活用のためのソリューションサービスを両輪として中小企業の業務支援に注力しています。

(1)書類や資料、手書きメモなどをデジタル化

それは、文書管理サービス「DocuWorks」をスマートフォン、タブレットに対応させ、文書の閲覧・編集、クラウドサービスや文書管理サーバとの連携、複合機へのプリントといった機能をすべて端末から利用できる仕組みです。

■DocuWorksが提供するモバイルワーク



(出典：富士ゼロックス株式会社 HP)

例えば、営業訪問時に用意する書類や資料、手書きメモなどをすべてをデジタル化し、持参する印刷物はカタログだけにするといった使い方です。図面や提案書をタブレットで見せ、修正があればその場で編集し、クラウドサーバ経由で本社スタッフともリアルタイムに共有します。あとは上長に電話をかけて承認を得れば商談スピードの向上が図れる仕組み

です。ドキュメント共有のためのクラウドサービス「Working Folder」と連携させることで、デジタル化した文書そのものをタブレットにダウンロードさせずに閲覧できます。

(2)ビル管理にIoTを活用

株式会社竹中工務店は、IoT とクラウドシステム、機械学習エンジンなどを活用した、次世代のビルエネルギー管理システムの構築と提供をしています。このビル管理システムは、これまでビルごとに独立して機能していた機能を、クラウド上の共通プラットフォームに接続し、空調や照明などの設備や環境センサーからデータをクラウドで収集、統合監視できるようにしました。