

週刊WEB

# 企業 経営

MAGA  
ZINE

Vol.637 2019.8.20

ネット  
ジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2019年8月13日号

**2019・2020年度経済見通し**  
(19年8月)

経済・金融フラッシュ 2019年8月13日号

**企業物価指数(2019年7月)**  
～川上からの物価下落圧力が強まる

経営  
TOPICS

統計調査資料

**機械受注統計調査報告**

(令和元年6月実績および令和元年7～9月見通し)

経営情報  
レポート

**働きやすい職場づくりで人材確保・定着につなげる  
健康経営の実践ポイント**

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:株式投資理論

**株を保有するメリット  
投資信託について**

発行:税理士法人 KJ グループ

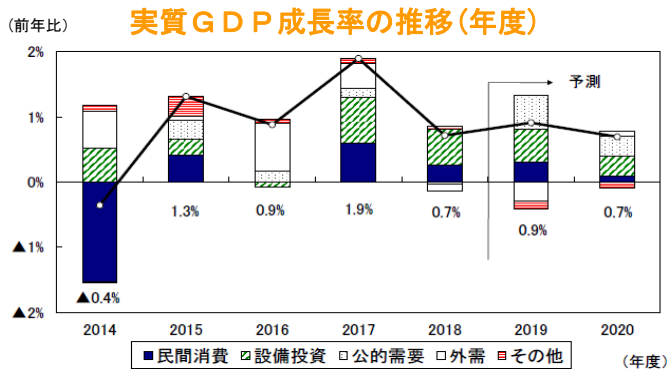
本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

# 2019・2020年度経済見通し (19年8月)

ニッセイ基礎研究所

## <実質成長率:2019年度0.9%、2020年度0.7%を予想>

- 1** 2019年4-6月期の実質GDPは外需の悪化を民間消費、設備投資を中心とした国内需要の高い伸びがカバーし、前期比年率1.8%と3四半期連続のプラス成長となった。



(資料) 内閣府経済社会総合研究所「四半期別GDP速報」

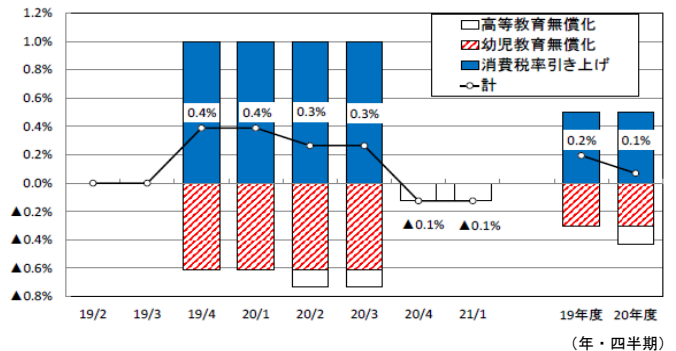
- 2** 鉱工業生産、景気動向指数、企業や家計の景況感などGDP以外の景気関連指標は2019年入り後低調に推移しており、景気の実勢はGDP統計が示すほど強くない。

- 3** 大規模な消費増税対策によって消費税率引き上げによる景気への影響は前回(2014年度)に比べれば小さくなるが、前回の増税時と比べて消費の基調は弱く、外部環境も厳しい。輸出の低迷が長引いた場合には2019年度後半の日本経済は内外需がともに悪化し、景気の牽引役を失う恐れがある。

- 4** 2020年度は東京オリンピック開催に伴う需要の拡大から前半は高めの成長となるが、後半はその反動から景気の停滞色が強まる可能性が高い。実質GDP成長

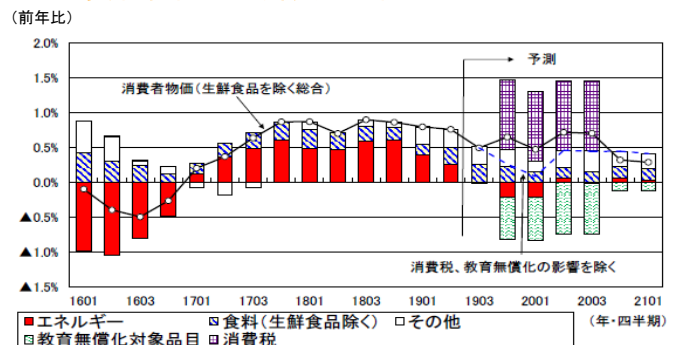
率は2019年度が0.9%、2020年度が0.7%と予想する。

### 消費税率引き上げと教育無償化による消費者物価への影響



- 5** 消費者物価上昇率(生鮮食品を除く総合)は、2019年度が0.6%、2020年度が0.5%と予想する。2019年度下期以降は消費税率引き上げ、教育無償化によって上昇率が大きく変動するが、賃金の伸び悩みからサービス価格の上昇率が高まらないこと、消費増税後には需給面からの上昇圧力が弱まることなどから、1%割れの推移が続くだろう。

### 消費者物価(生鮮食品を除く総合)の予測



「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。

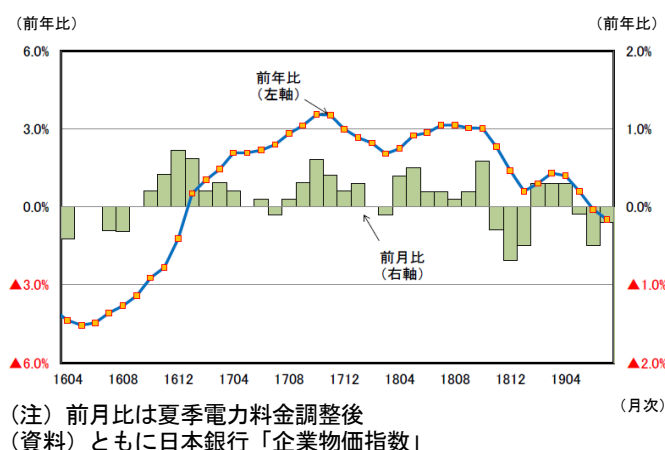
# 企業物価指数(2019年7月) ～川上からの物価下落圧力が強まる

## 1 国内企業物価は

前年比▲0.6%と下落幅を拡大

8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7月の国内企業物価指数は前年比▲0.6%（6月：同▲0.1%）と2ヵ月連続のマイナスとなり、事前の市場予想（QUICK集計：前年比▲0.5%、当社予想は▲0.4%）を下回る結果となった。原油価格の下落を反映し、石油・石炭製品が前年比▲8.2%（6月：同▲5.7%）、化学製品が前年比▲3.7%（6月：同▲2.5%）と下落幅を拡大させたことが押し下げ要因となった。国内企業物価指数の前月比は0.0%（6月：同▲0.5%）の横ばいとなった。なお、夏季電力料金引き上げの影響を除くと、前月比▲0.2%と3ヵ月連続でマイナスとなった。

### 国内企業物価指数（前年比・前月比）の推移



## 2 輸入物価は原油安で下落幅を拡大

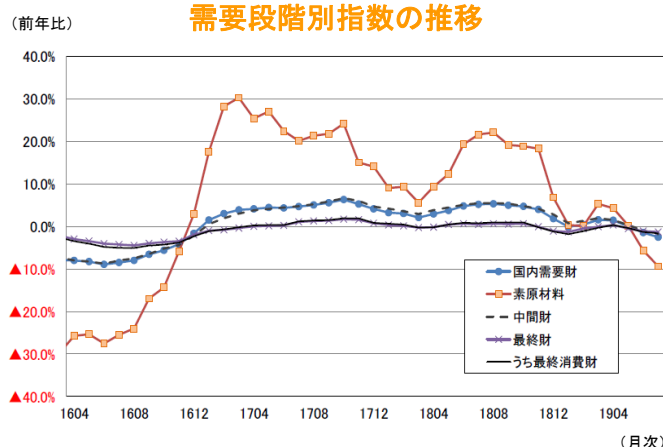
7月の輸入物価は、契約通貨ベースでは前月比▲1.9%（6月：同▲1.0%）と2ヵ月連続のマイナスとなり、下落幅を拡大さ

せた。また、7月のドル円相場では、前月比0.2%の円安水準となったことから、円ベースでは前月比▲1.8%（6月：同▲2.1%）となった。契約通貨ベースで内訳をみると、原油価格の下落を反映し、原油（6月：▲2.0%→7月：同▲9.8%）、ナフサ（6月：0.3%→7月：同▲9.0%）、液化石油ガス（6月：▲8.8%→7月：同▲16.3%）が大きく下落したことから、石油・石炭・液化天然ガスは前月比▲5.3%（6月：同▲1.7%）と下落幅を拡大させた。

## 3 素原材料は下落が続く

7月の需要段階別指数（国内品＋輸入品）をみると、素原材料が前年比▲9.4%（6月：同▲5.7%）、中間財が前年比▲1.9%（6月：同▲1.0%）、最終財が前年比▲1.3%（6月：同▲1.1%）となり、すべての需要段階で下落幅を拡大させた。

### 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。

# 機械受注統計調査報告

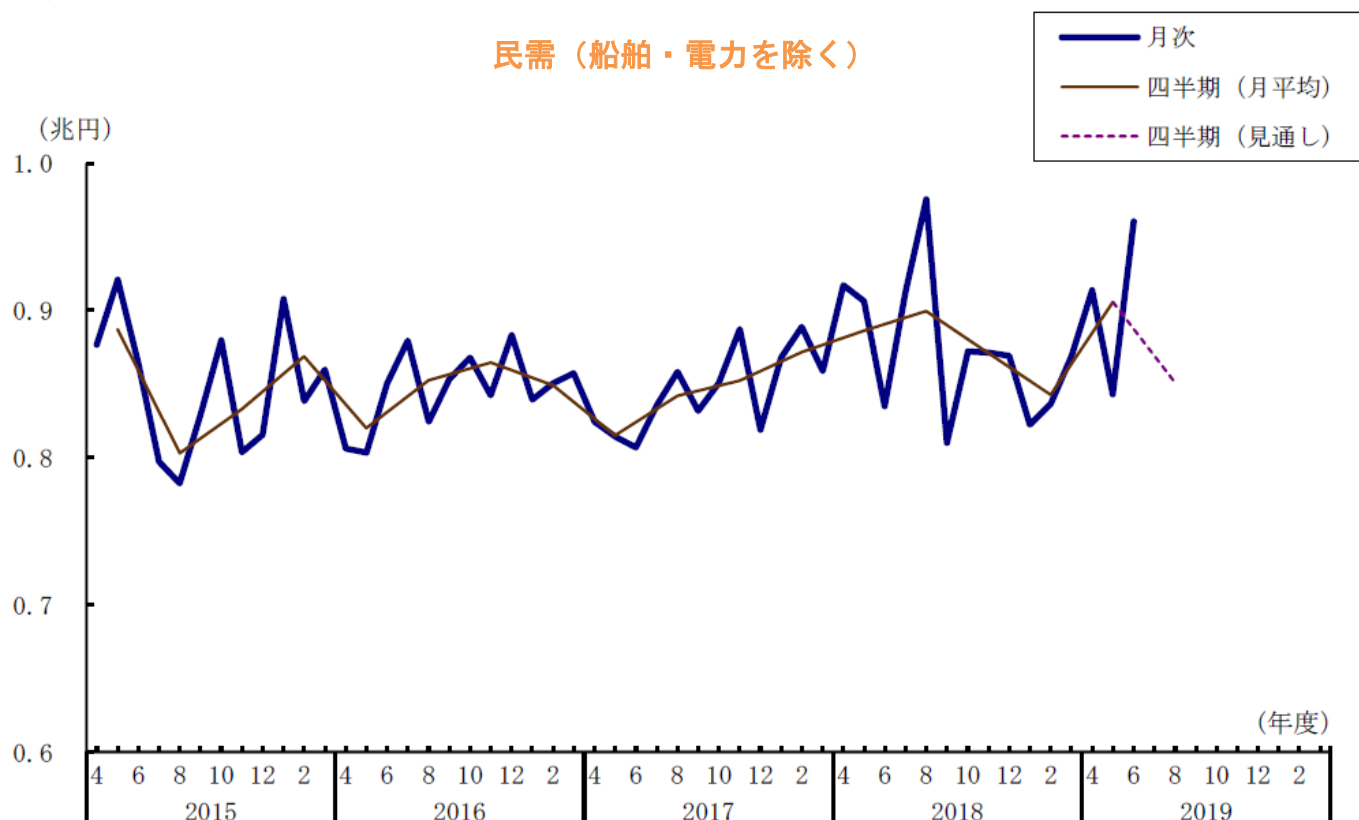
(令和元年6月実績および令和元年7~9月見通し)

内閣府 2019年8月14日公表

## 2019(令和元)年6月の機械受注実績

機械受注は、持ち直しの動きがみられる。

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7~9月（見通し）」の計数は、「見通し調査（2019年6月末時点）」の季節調整値を3で割った数値。(以下同)。

## 2019(令和元)年6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、5月 6.0%減の後、6月は 6.3%増となった。

需要者別にみると、民需は、5月 8.0%減の後、6月は 15.6%増となった。

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、5月 7.8%減の後、6月は 13.9%増となった。

内訳をみると製造業が 1.7%減、非製造業（船舶・電力を除く）が 30.5%増であった。

一方、官公需は、5月 19.5%増の後、6月は防衛省、「その他官公需」等で増加したものの、地方公務、国家公務で減少したことから、30.0%減となった。

また、外需は5月 0.8%減の後、6月は産業機械、工作機械等で減少したものの、電子・通信機械、原動機等で増加したことから、6.7%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、5月 0.4%増の後、6月は原動機で増加したものの、道路車両、産業機械等で減少したことから、13.1%減となった。

次に四半期別の受注動向を前期比でみると、受注総額は、1～3月 10.4%減の後、4～6月は 1.1%増となった。

需要者別にみると、民需は、1～3月 0.9%減の後、4～6月は 7.1%増となった。

このうち、「船舶・電力を除く民需」は、1～3月 3.2%減の後、4～6月には、製造業、非製造業（船舶・電力を除く）ともに増加したことから、7.5%増となった。

また、官公需は、1～3月 24.1%減の後、4～6月には運輸業が減少したものの、国家公務、地方公務等で増加したことから、40.4%増となった。

一方、外需は、1～3月 12.3%減の後、4～6月には道路車両、電子・通信機械等で増加したものの、航空機、鉄道車両等で減少したことから、14.6%減となった。

なお、代理店経由の受注は、1～3月 5.7%減の後、4～6月には重電機、工作機械等で減少したものの、産業機械、道路車両等で増加したことから、1.8%増となった。

### 対前月(期)比

(単位:%)

期・月 需要者	2018年 (平成30年)		2019年 (平成31年)		2019年 (令和元年)	2019年 (平成31年)		2019年 (令和元年)	
	7- 9月	10- 12月	1- 3月	4- 6月	7- 9月	3月	4月	5月	6月
	実績	実績	実績	実績	見通し	実績	実績	実績	実績
受 注 総 額	1.7	2.5	△10.4	1.1	7.3	△4.3	4.3	△6.0	6.3
民 需	1.2	△5.7	△0.9	7.1	0.0	△3.5	10.7	△8.0	15.6
〃 (船舶・電力を除く)	1.5	△3.2	△3.2	7.5	△6.1	3.8	5.2	△7.8	13.9
製 造 業	△1.0	△4.1	△7.7	2.5	2.8	△11.4	16.3	△7.4	△1.7
非製造業(除船・電)	3.4	△1.9	△0.3	13.1	△12.5	13.4	1.2	△9.0	30.5
官 公 需	17.9	△6.3	△24.1	40.4	19.2	△37.7	93.4	19.5	△30.0
外 需	△0.5	10.4	△12.3	△14.6	16.5	9.0	△24.7	△0.8	6.7
代 理 店	△0.6	4.4	△5.7	1.8	△16.8	7.6	4.4	0.4	△13.1

- (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2019年6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みると、合計では、5月 7.4%減の後、6月は 1.7%減となった。

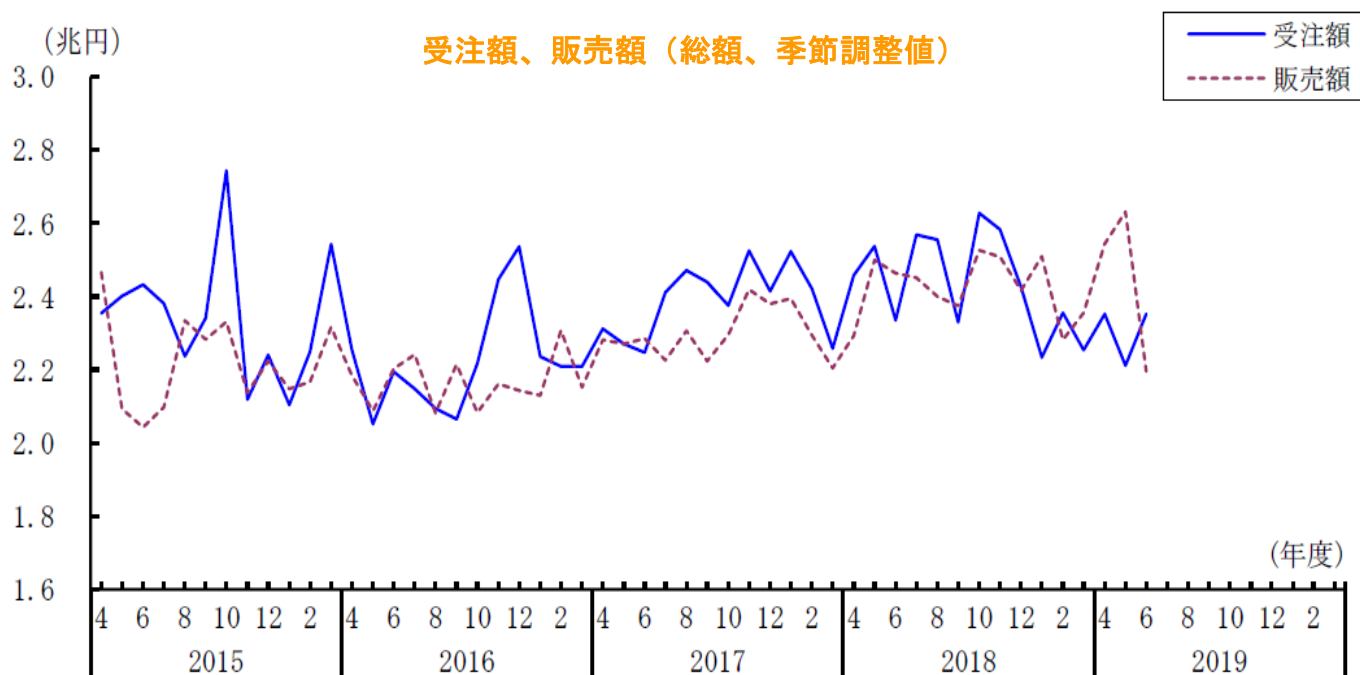
6月の受注を業種別にみると、前月比で増加したのは 17 業種中、非鉄金属（126.5%増）、金属製品（31.0%増）等の5業種で、情報通信機械（63.1%減）、繊維工業（49.2%減）等の12 業種は減少となった。一方、非製造業からの受注を前月比でみると、合計では、5月 10.0%減の後、6月は 29.5%増となった。6月の受注を業種別にみると、前月比で増加したのは 12 業種中、不動産業（97.3%増）、運輸業・郵便業（91.4%増）等の7業種で、リース業（40.0%減）、鉱業・採石業・砂利採取業（30.3%減）等の5業種は減少となった。

次に四半期別の受注動向を前期比でみると、製造業からの受注は合計では、1～3月 7.7%減の後、4～6月には 2.5%増となった。4～6月の内訳を業種別にみると、前期比で増加したのは 17 業種中、食品製造業（26.8%増）、造船業（26.4%増）等の 11 業種で、石油製品・石炭製品（44.4%減）、パルプ・紙・紙加工品（16.4%減）等の6業種で減少となった。一方、非製造業からの受注は合計では、1～3月 7.7%増の後、4～6月は 1.4%増となった。4～6月の内訳を業種別にみると、前期比で増加したのは 12 業種中、不動産業（43.2%増）、運輸業・郵便業（35.0%増）等の7業種で、電力業（15.8%減）、金融業・保険業（12.6%減）等の5業種で減少となった。

## 3 販売額、受注残高、手持月数(季節調整値)

6月の販売額は2兆 1,962 億円（前月比 16.5%減）で、前3か月平均販売額は2兆 4,572 億円（同 2.1%減）となり、受注残高は 28 兆 8,895 億円（同 0.1%増）となった。

この結果、手持月数は 11.8 か月となり、前月差は 0.3 か月増加した。



機械受注統計調査報告（令和元年6月実績および令和元年7～9月見通し）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。



働きやすい職場づくりで人材確保・定着につなげる

# 健康経営の 実践ポイント

- 1.採用活動の強化が急務となっている中小企業
- 2.経済産業省が推奨している「健康経営」
- 3.健康経営優良法人認定取得のポイント
- 4.健康経営を実践している企業の事例



## 参考文献

「健康経営実務必携」(稲田耕平、阿藤通明、坂野祐輔著 日本法令) 「人材戦略がすべてを解決する」(小山昇著 株式会社 KADOKAWA) 「健康経営優良法人取り組み事例集」(経済産業省 商務・サービスグループ ヘルスケア産業課) 「企業の「健康経営」ガイドブック～連携・協働による健康づくりのススメ～」(経済産業省 商務情報政策局 ヘルスケア産業課)

# 1

## 企業経営情報レポート

# 採用活動の強化が急務となっている中小企業

人材確保が困難になっている昨今、中小企業の人材確保、定着に向けた取り組みが急務となっています。

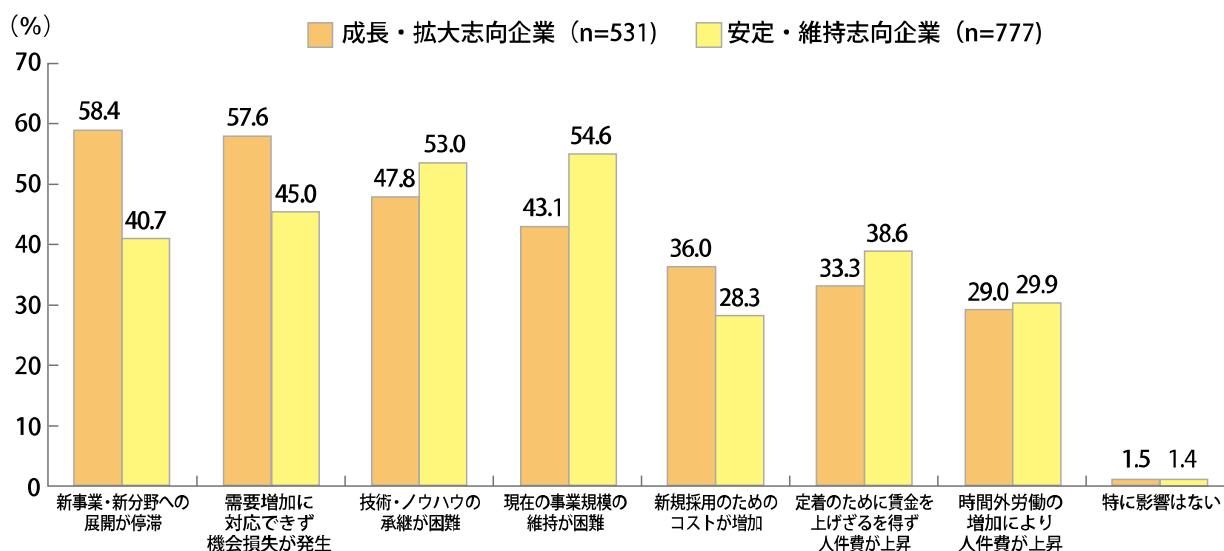
自社の成長は、人材採用の成否に左右されるといっても過言ではありません。

本レポートでは、職場環境の整備等により企業価値を高めることのできる健康経営に着目し、人材確保・定着につながるポイントを解説します。

### ■ 人材確保のために、中小企業が目指すべき「ホワイト企業」化

人材不足によって、中小企業の経営や職場環境に与える影響を示したものが下記のグラフです。人材不足がもたらす経営への影響として「特に影響はない」と回答した企業はごくわずかであり、ほぼ全ての中小企業が人材不足によって経営へ大きな影響を及ぼすと回答しています。

### ■ 中小企業の人材不足による経営への影響



資料) 中小企業庁委託「中小企業・小規模事業者の人材確保・定着等に関する調査」(2016年11月、みずほ情報総研(株))

人材確保、定着への取り組みを強化し、待遇や福利厚生を充実させ、離職率が低いことなどが評価されている企業を「ホワイト企業」と呼ばれることがありますが、中小企業は、このような「ホワイト企業」を目指すことが望まれます。

### ■ ホワイト企業の5つの特徴

- ① 離職率が低い
- ② 職場環境が整備され福利厚生が充実
- ③ 時間外労働が少ない
- ④ 社員の年齢層に偏りが無い
- ⑤ 社員の健康づくりを支援している

# 2

## 企業経営情報レポート

# 経済産業省が推奨している「健康経営」

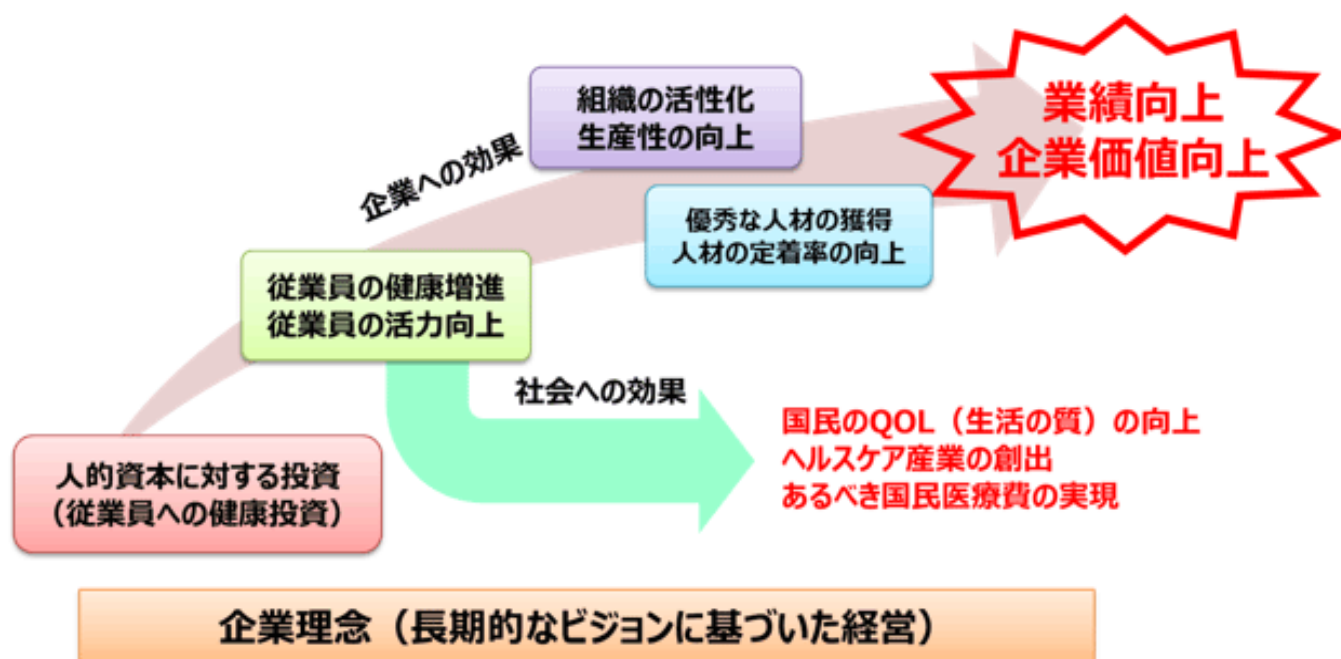
### ■ 健康経営の推奨効果

#### (1)健康管理を戦略的に実績する「健康経営」

健康経営とは、「社員の健康保持・増進の取り組みが、将来的に収益性等を高める投資であるとの考えの下、健康管理を経営的視点から考え、戦略的に実践すること」と定義づけられています。

企業が社員の健康保持・増進に取り組むことは、社員の活力向上や生産性の向上等の組織の活性化をもたらすとともに、その取り組みが評価されると、人材確保にも良い影響をもたらします。

### ■ 健康経営の推進による効果



（出所：健康経営の推進について 経済産業省ヘルスケア産業課データを一部引用）

#### (2)健康経営の実践に向けた体系

健康経営を経営課題として戦略的に実践するためには、組織マネジメントの一環として、健康経営を体系的に理解し、その実践手法を検討する必要があります。

健康経営の実践には、健康経営の取り組みが経営基盤から現場の施策までの様々なレベルで連動・連携していることが重要であり、これは「①経営理念・方針」、「②組織体制」、「③制度・施策実行」、「④評価改善」の取り組みに大別されます。

これらの4つの取り組みの基礎として「⑤法令遵守・リスクマネジメント」が実践されます。

# 3

## 企業経営情報レポート

# 健康経営優良法人認定取得のポイント

### 健康経営優良法人(中小規模法人部門)の認定基準

経済産業省は、従業員の健康管理を戦略的に取り組んでいる法人が社会的に評価される環境を整備することを目的として、平成 28 年度に「健康経営優良法人認定制度」を創設しています。

本制度を運営する日本健康会議では、2019 年 2 月に「健康経営優良法人 2019」として、大規模法人部門 821 法人、中小規模法人部門 2,503 法人を認定しています。その認定を受けるための中小規模法人部門の 2020 年基準は下記の通りです。

### 【認証デザイン】



### 健康経営優良法人2020(中小規模法人部門)の認定基準

大項目	中項目	小項目	評価項目	認定要件
1. 経営理念(経営者の自覚)			健康宣言の社内外への発信及び経営者自身の健診受診	必須
2. 組織体制			健康づくり担当者の設置	必須
3. 制度・施策実行	従業員の健康課題の把握と必要な対策の検討	健康課題の把握	①定期健診受診率(実質100%)	左記①～④のうち2項目以上
			②受診勧奨の取り組み	
			③50人未満の事業場におけるストレスチェックの実施	
		対策の検討	④健康増進・過重労働防止に向けた具体的目標(計画)の設定(※「健康経営優良法人2021」の認定基準では必須項目とする)	
	健康経営の実践に向けた基礎的な土台づくりとワークエンゲイジメント	ヘルスリテラシーの向上	⑤管理職又は従業員に対する教育機会の設定	左記⑤～⑧のうち少なくとも1項目
		ワークライフバランスの推進	⑥適切な働き方実現に向けた取り組み	
		職場の活性化	⑦コミュニケーションの促進に向けた取り組み	
		病気の治療と仕事の両立支援	⑧病気の治療と仕事の両立の促進に向けた取り組み(④以外)	
	従業員の心と身体の健康づくりに向けた具体的対策	保健指導	⑨保健指導の実施又は特定保健指導実施機会の提供に関する取り組み	左記⑨～⑯のうち3項目以上
		健康増進・生活習慣病予防対策	⑩食生活の改善に向けた取り組み	
			⑪運動機会の増進に向けた取り組み	
			⑫女性の健康保持・増進に向けた取り組み	
		感染症予防対策	⑬従業員の感染症予防に向けた取り組み	
		過重労働対策	⑭長時間労働者への対応に関する取り組み	
4. 評価・改善	保険者へのデータ提供(保険者との連携)		⑮メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み	必須
			受動喫煙対策に関する取り組み	
5. 法令遵守・リスクマネジメント(自主申告) ※誓約書参照			定期健診の実施、健保等保険者による特定健康診査・特定保健指導の実施、50人以上の事業場におけるストレスチェックの実施、従業員の健康管理に関連する法令について重大な違反をしていないこと、など	必須

### 中小規模法人部門の要件

業種	従業員数	資本金の額又は出資の総額
卸売業	1人以上 100人以下	1億円以下
小売業	1人以上 50人以下	5,000万円以下
サービス業	1人以上 100人以下	5,000万円以下
製造業その他	1人以上 300人以下	3億円以下

または

# 4

## 企業経営情報レポート

# 健康経営を実践している企業の事例

### ■ 社員全員で楽しみながら続けられる健康経営を推進

**事例企業名**：株式会社 東京堂

**所在地**：青森県むつ市

**事業内容**：オフィス環境トータルプランニング事業、音楽・英語教室運営事業  
テイショナリー・ライフスタイル雑貨専門小売事業 等

### (1)健康経営に取り組むきっかけ

2015 年から従業員の健康管理に取り組んでいますが、その3年ほど前に、女性従業員ががんを患ったことをきっかけに、従業員の予防検診等に積極的に取り組み、健康管理を強化。

社員が健康でいきいきと働く職場環境を整えることが、急病者の抑制や人材定着、企業業績につながると考えたことが健康経営に取り組んだきっかけとなっています。

### (2)健康経営の推進体制

- ①全ての事業場に健康経営の管理統括者を1人ずつ設置し、本社と一体となって健康経営を推進。
- ②社内グループウェアを活用し、全従業員に情報共有しながら全社一体で健康経営を進めており、管理統括部では、毎月テレビ会議も用いて情報共有を図っている。

### (3)取り組みのポイント

#### ①地域の理解を得ながら適切な働き方を実現

- ・2017年4月には、従業員のより働きやすい職場環境を整えるため、各事業所の事業内容に合わせて100通り以上のシフトを制定。
- ・2018年4月からは、1時間単位で有給休暇を取得することを可能としました。これにより有給休暇の取得推進にもつながり、自身の通院や趣味・習い事などの自由な時間を充てることで私生活を充実する事が出来ています。
- ・男性従業員が育児・介護に積極的に参加出来るように、育児・介護休暇取得にも取り組んでいます。子や孫のための休暇を制定し、保育園や学校行事にも参加しやすくなりました。

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:株式投資理論

# 株を保有するメリット

株を保有していると、どのような利益がありますか。

株式投資には、預貯金にはない以下の大きなメリットが4つあります。

- |               |                  |
|---------------|------------------|
| ①配当金（インカムゲイン） | ②値上がり益（キャピタルゲイン） |
| ③株主優待         | ④株式分割            |

## ①配当金（インカムゲイン）

年度ごとの利益の一部が株主に還元されるものであり、一株当りの配当金額は持っている株数、つまり資金の出資額に応じて分配されます。

## ②値上がり益（キャピタルゲイン）

これは値上がりした株式を売却することで得られる利益です。

## ③株主優待

一定数以上の株式を持っている株主が、さまざまなサービスを受けられる制度です。

## ④株式分割

企業がすでに発行している株式を一定の比率で分割し、株式数を増やすというもので、株主にとってはコストをかけずに持株数が増えることになり、一株当りの配当が分割の前後で同じ金額であれば、実質的な増配となります。

株式投資の最大のメリットは、キャピタルゲイン（値上がりによる利益）です。株価が安いときに買い、高くなったときに売却できれば、大きな利益を得る可能性があります。

しかし、利益を得るためにはリスクが存在します。一方、最大のリスクは、保有株式の値下がりや企業倒産があげられます。配当は通常、本決算と中間決算の年2回、あるいは本決算の年1回、業績に応じて株主に支払われます。業績が良いときは増え、悪いときには減るのが一般的です。株価水準と金利によって、配当による利益の良し悪しは左右されます。

その時々金利と株価に対する一株当たりの年間配当額の割合を計算した配当利回りを比較するのが一つの目安となります。また、株式分割とは、発行している株式を一定の比率で分割して、株式数を増やすことです。株主の保有している株式価値は変わりませんが、株式の流通量が増えて売買しやすくなるというメリットがあります。株主優待制度は、企業が自社の株主に対して、配当のほかに、商品券、各種サービス券、自社製品などを提供する制度です。

優待制度を導入する企業は年々増加し、全上場企業のおよそ5社に1社が導入している計算になります。短期売買ではなく中長期的な投資方針を持っている株主には、この株主優待の利用を含めた投資価値を検討することが楽しみの一つになるでしょう。

# 投資信託について

## 投資信託について教えてください。

運用を担う投信委託会社が、投資目的や運用方法を投資家に示します。

投資家は証券会社や銀行などを通じて投信の受益証券を購入。この資金を信託銀行が管理します。実査の運用は投資信託会社が株式や債券の売り方を指示し、運用で得られた売買益や配当金、利子などを投資家に還元します。

### ■投資信託の仕組み

①投資家から資金を集める



②集められた資金を1つにまとめファンドが組成される



③運用のプロ（ファンドマネージャー）が債券や株式などで運用する



④運用成果に応じて投資家に収益が還元される

運用を担う投信委託会社が、投資目的や運用方法を投資家に示します。

投資家は証券会社や銀行などを通じて投信の受益証券を購入。この資金を信託銀行が管理します。実査の運用は投資信託会社が株式や債券の売り方を指示し、運用で得られた売買益や配当金、利子などを投資家に還元します。

長引く低金利や資産運用への関心の高まりから、最近投資信託が注目されています。

個人で銘柄を選択し、売買のタイミングを決めるのは困難、しかも資金が少ないと分散投資にも限界があるといった個人投資家のニーズに応えるものです。

運用がうまくいけば預貯金以上の収益を得ることができますが、一方で運用がうまくいかなければ元本割れすることもあります。そのため運用するには自己責任が求められます。

投信の分類は、設立形態で「契約型」と「会社型」に分けることができます。

投資家と運用者らが契約関係で運用を委託するのが契約型、投資会社を設立してその株式を投資家が保有するのが会社型です。

投資対象では「公社債投信」と「株式投信」に分類できます。

国債や社債など安全性の高い運用を行うのが公社債投信、株式といったハイリスク・ハイリターンをねらうのが株式投信です。