

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.643 2019.10.1

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2019年9月24日号

中国経済：景気指標の総点検 (2019年秋季号)

～7-9月期の成長率は5%台に減速する恐れも！

経済・金融フラッシュ 2019年9月20日号

資金循環統計(19年4-6月期)

～個人金融資産は、前年比2兆円減の1860兆円、
流動性預金の割合は過去最高を更新

経営 TOPICS

統計調査資料

全国小企業月次動向調査

(2019年8月実績、9月見通し)

経営情報レポート

自社の経営効率改善、生産性向上に繋げる 中小企業におけるAIの活用事例

経営データベース

ジャンル：内部統制 サブジャンル：公益通報者保護法

公益通報の対象となる不正行為 不正行為の通報先

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

発行：税理士法人 KJ グループ

中国経済:景気指標の総点検 (2019年秋季号)

～7-9月期の成長率は5%台に減速する恐れも！

ニッセイ基礎研究所

1 中国では経済成長の勢いが再び鈍化してきた。19年第2四半期（4-6月期）の成長率は実質で前年比6.2%増と前四半期の同6.4%増を0.2ポイント下回った。

中国経済は18年に債務圧縮（デレバレッジ）と米中貿易摩擦の影響で成長の勢いが鈍化し始めたが、ここもと再び減速した主因は米中対立による景気下押し圧力である。他方、消費者物価はアフリカ豚コレラの影響で上昇してきたが、今年度の抑制目標「3%前後」を下回っている。



(資料) 中国国家统计局のデータを元に作成

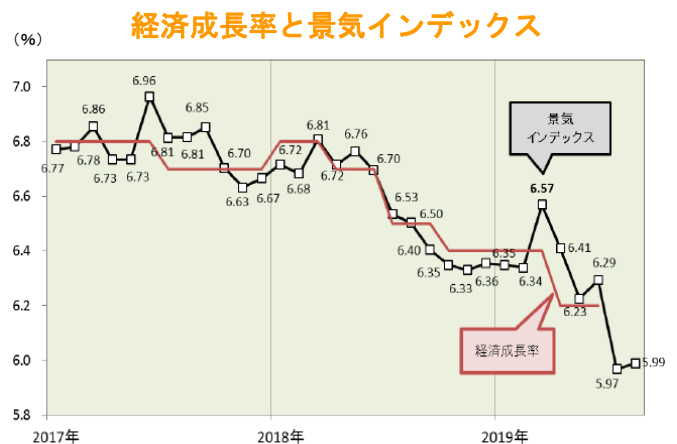
2 景気10指標を点検すると、需要面では、輸出は底ばい状態にあり、消費は弱含み、投資の減速には歯止めが掛からない。

供給面をみると、製造業はPMIが4ヵ月連続で50%割れとなるなど低迷しており、非製造業は商務活動指数が50%を上回っているものの、その勢いには陰りが見られる。

また、8月の電力消費量は前年比3.6%

増と低水準、貨物輸送量は同6%前後の伸びで底ばい、工業生産者出荷価格と通貨供給量(M2)も3ヵ月連続で下向き“×”となっている。

3 「景気インデックス」（工業生産、サービス業生産、製造業PMIの3つを合成加工したもので、月次の景気指標の動きを成長率に換算するとどの程度かを表示）の推移をみると、18年3月の6.81%をピークに減速し始めた。その後19年3月には一時6.57%まで回復したものの長続きせず、7月と8月は6%を小幅に下回るころまで減速してきた。中国国家统计局は10月18日(金)に国内総生産(GDP)を発表する予定だが、9月に景気が上向かないようだと、19年7-9月期の成長率は5%台に減速する恐れがある。



(注) 景気インデックスは、工業生産、サービス業生産、製造業PMIを用いて筆者が合成加工した指数

「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。

資金循環統計(19年4-6月期) ～個人金融資産は、前年比2兆円減の1860兆円、 流動性預金の割合は過去最高を更新

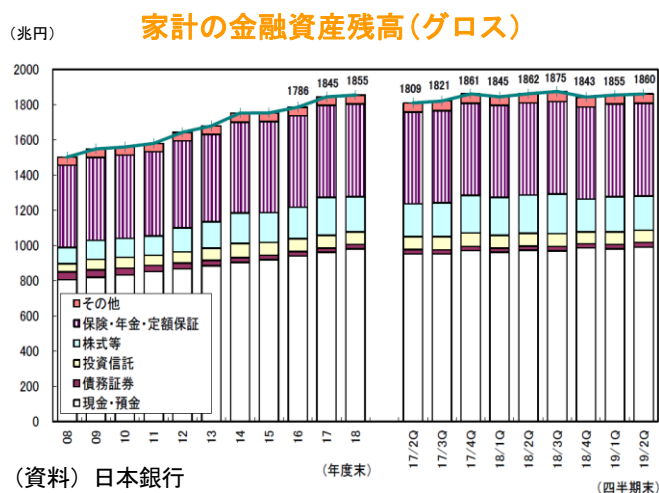
ニッセイ基礎研究所

1 個人金融資産(19年6月末): 3月末比5兆円増

2019年6月末の個人金融資産残高は、前年比2兆円減(0.1%減)の1860兆円となった(注1)。年間で資金の純流入が18兆円あったものの、昨年終盤等の株価下落によって、時価変動(注2)の影響が年間でマイナス20兆円(うち株式等がマイナス19兆円、投資信託が1兆円)発生したことで、資産残高が目減りした。

(注1) 今回、年次遡及改訂に伴い、2005年以降の値が遡及改定されている。

(注2) 統計上の表現は「調整額」(フローとストックの差額)だが、本稿ではわかりやすさを重視し、「時価(変動)」と表記。

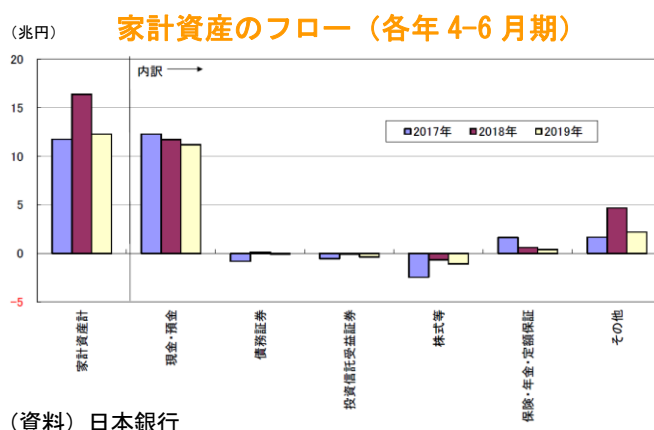


2 内訳の詳細:流動性預金の資産に 占める割合は過去最高を更新

4-6月期の個人金融資産への資金流出入について詳細を確認すると、例年同様、季節要因(賞与の有無等)によって現預金が純流入(積み増し)となった。内訳では、従来同様、流動性預金(普通預金

など)が大幅な純流入となる一方で、定期性預金が純流出となった。

定期性預金からの純流出は14四半期連続となっており、この間の流出規模は累計で37兆円に達した。預金金利がほぼゼロの状況が続くなか、引き出しに制限のある定期性預金からの資金流出には歯止めがかかっていない。定期性預金の残高はまだ424兆円も残っているため、今後も流出が続きそうだ。



3 その他注目点:海外勢の国債保有高が 過去最高を更新、企業の対外投資は堅調

2019年4-6月期の資金過不足(季節調整値)を主要部門別にみると、昨年10-12月期同様、家計と企業部門が資金余剰となる一方、一般政府と海外が資金不足となった。10-12月期との比較では、企業と家計の資金余剰減少(企業1.2兆円減、家計4.0兆円減)が目立つ。

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。

経営 TOPICS
統計調査資料
抜粋

全国小企業月次動向調査 (2019年8月実績、9月見通し)

日本政策金融公庫 2019年9月24日公表

結果の概況

小企業の売上DIは、マイナス幅が縮小～9月もマイナス幅が縮小する見通し～

1 売上

2019年8月の売上DIは、7月(▲7.5)からマイナス幅が0.5ポイント縮小し、▲7.0となった。9月は、▲0.5とさらにマイナス幅が縮小する見通しとなっている。

業種別にみると、製造業(▲4.1→▲17.1)ではマイナス幅が拡大した一方、非製造業(▲8.0→▲5.7)ではマイナス幅が縮小した。

9月は、製造業で▲9.0、非製造業で0.5と、ともに上昇する見通しとなっている。

2 採算

2019年8月の採算DIは、7月(5.1)から5.2ポイント上昇し、10.3となった。

9月は、12.6とさらに上昇する見通しとなっている。

3 雇用

2019年9月の従業員過不足DIは、22.3となった。

4 東京オリンピック・パラリンピックの影響

2019年9月調査において、2020年開催の東京オリンピック・パラリンピックによる業況へのプラスの影響があると回答した企業割合は、4.3%となった。

マイナスの影響があると回答した企業割合は、5.5%となった。

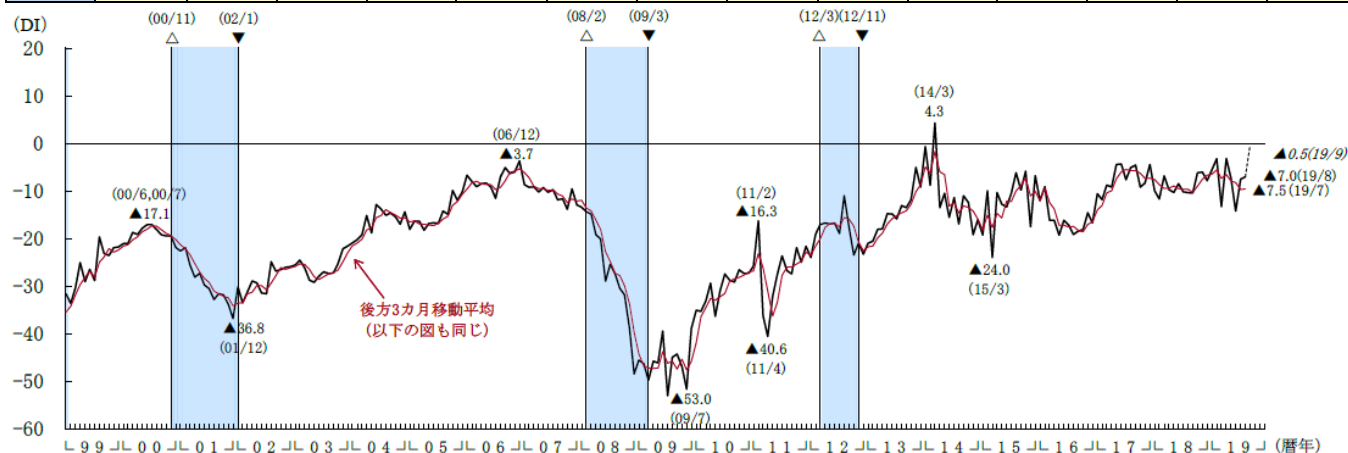
1 売上

- 8月の売上DIは、7月からマイナス幅が0.5ポイント縮小し、▲7.0となった。
9月は、▲0.5とさらにマイナス幅が縮小する見通しとなっている。
- 業種別にみると、製造業(▲4.1→▲17.1)ではマイナス幅が拡大した一方、非製造業(▲8.0→▲5.7)ではマイナス幅が縮小した。
9月は、製造業で▲9.0、非製造業で0.5と、ともに上昇する見通しとなっている。
- 非製造業では、卸売業、飲食店、サービス業で上昇している。
9月は、飲食店を除く全ての業種で上昇する見通しとなっている。

売上DIの推移(全業種計、季節調整値)

	2018 8月	9月	10月	11月	12月	2019 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
--	------------	----	-----	-----	-----	------------	----	----	----	----	----	----	----	----

実績	▲ 10.4	▲ 10.4	▲ 6.2	▲ 6.0	▲ 7.8	▲ 5.6	▲ 3.2	▲ 13.3	▲ 3.2	▲ 7.4	▲ 14.2	▲ 7.5	▲ 7.0	-
見通し	▲ 2.6	▲ 7.3	▲ 9.1	▲ 1.1	▲ 1.3	▲ 4.1	▲ 3.0	▲ 2.8	▲ 7.9	▲ 8.8	▲ 5.9	▲ 1.6	▲ 0.8	▲ 0.5



(注) 1 DIは前年同月比で「増加」企業割合－「減少」企業割合。

2 —は実績、-----は見通し。斜体は見通しの値を示す。△は景気の山、▼は景気の谷、シャドー部分は景気後退期を示す(以下同じ)。

業種別売上DIの推移(季節調整値)

	2018年	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2019年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	(見通し)
製 造 業	▲ 10.4	▲ 11.4	▲ 6.2	▲ 0.6	▲ 9.1	▲ 10.0	▲ 12.8	▲ 10.1	3.1	▲ 9.3	▲ 15.2	▲ 12.0	▲ 12.9	▲ 2.2	▲ 14.1	▲ 16.2	▲ 4.1	▲ 17.1	▲ 9.0	製 造 業	
金属・機械	▲ 2.9	▲ 1.3	9.7	22.5	6.1	▲ 14.5	▲ 10.1	▲ 4.3	11.3	▲ 7.1	▲ 17.2	▲ 5.7	▲ 2.6	▲ 8.9	▲ 11.9	▲ 13.7	1.9	▲ 16.9	▲ 11.6	金属・機械	
その他製造	▲ 15.8	▲ 19.8	▲ 19.1	▲ 17.2	▲ 22.1	▲ 11.5	▲ 14.9	▲ 14.2	▲ 6.0	▲ 9.6	▲ 15.4	▲ 16.4	▲ 20.8	3.8	▲ 15.1	▲ 15.0	▲ 9.4	▲ 22.8	▲ 12.8	その他製造	
非 製 造 業	▲ 6.1	▲ 9.4	▲ 11.0	▲ 9.5	▲ 10.3	▲ 10.5	▲ 10.1	▲ 5.7	▲ 6.4	▲ 7.8	▲ 4.5	▲ 2.5	▲ 13.2	▲ 3.3	▲ 6.6	▲ 13.8	▲ 8.0	▲ 5.7	0.5	非 製 造 業	
①卸 売 業	▲ 2.7	▲ 7.4	▲ 2.7	▲ 7.4	▲ 0.4	▲ 4.0	▲ 6.2	2.7	▲ 0.7	▲ 5.7	▲ 0.1	▲ 0.8	5.6	▲ 0.3	▲ 26.2	▲ 14.5	▲ 19.5	▲ 10.8	4.1	①卸 売 業	
織・衣・食	▲ 3.1	▲ 13.5	▲ 12.1	▲ 24.7	▲ 20.3	▲ 18.1	▲ 18.1	▲ 11.4	▲ 14.3	▲ 16.6	▲ 17.5	▲ 17.3	▲ 20.2	▲ 10.1	▲ 38.8	▲ 17.6	▲ 26.9	▲ 25.5	▲ 9.2	織・衣・食	
機械・建材	▲ 3.0	▲ 7.5	10.9	3.7	14.1	4.7	4.6	14.7	8.4	1.2	11.3	10.1	22.9	2.9	▲ 10.8	▲ 13.8	▲ 14.3	▲ 1.8	14.5	機械・建材	
②小 売 業	▲ 7.3	▲ 9.7	▲ 12.0	▲ 11.5	▲ 13.9	▲ 12.0	▲ 15.9	▲ 8.5	▲ 13.2	▲ 13.1	▲ 14.7	▲ 9.0	▲ 15.6	▲ 1.4	▲ 10.6	▲ 14.7	▲ 13.6	▲ 18.1	▲ 1.2	②小 売 業	
耐久消費財	▲ 12.5	▲ 5.2	▲ 2.1	▲ 0.4	▲ 3.4	▲ 2.3	▲ 3.3	0.3	0.5	3.9	▲ 17.7	3.7	▲ 6.8	7.0	▲ 14.9	▲ 3.3	▲ 31.1	▲ 10.3	16.9	耐久消費財	
非耐久消費財	▲ 8.5	▲ 10.1	▲ 14.0	▲ 13.7	▲ 16.0	▲ 13.9	▲ 19.4	▲ 10.3	▲ 14.7	▲ 16.1	▲ 12.7	▲ 11.2	▲ 19.5	▲ 2.6	▲ 9.8	▲ 17.0	▲ 10.3	▲ 19.7	▲ 4.2	非耐久消費財	
③飲 食 店	▲ 13.6	▲ 15.5	▲ 30.0	▲ 16.7	▲ 24.9	▲ 14.9	▲ 18.6	▲ 13.5	▲ 9.6	▲ 12.3	▲ 4.2	▲ 1.6	▲ 12.6	0.2	▲ 6.2	▲ 1.6	5.2	8.0	4.7	③飲 食 店	
④サービス業	6.4	▲ 8.7	▲ 9.4	▲ 5.8	▲ 5.6	▲ 11.1	▲ 5.3	1.7	0.6	▲ 2.2	1.5	▲ 2.0	▲ 14.0	▲ 13.5	▲ 2.2	▲ 25.1	▲ 18.2	▲ 4.2	▲ 1.3	④サービス業	
事業所向け	▲ 1.4	4.2	▲ 2.0	▲ 4.7	5.2	▲ 5.0	4.6	8.0	7.2	5.2	3.6	8.8	▲ 2.2	▲ 0.2	4.6	▲ 12.7	▲ 13.3	▲ 3.9	5.5	事業所向け	
個人向け	10.0	▲ 13.2	▲ 12.1	▲ 5.4	▲ 9.2	▲ 13.5	▲ 8.7	▲ 1.3	▲ 0.2	▲ 4.9	0.4	▲ 5.1	▲ 16.1	▲ 18.1	▲ 4.6	▲ 28.0	▲ 20.3	▲ 4.9	▲ 4.3	個人向け	
⑤建 設 業	▲ 5.5	▲ 12.5	7.3	▲ 7.9	▲ 1.6	▲ 6.9	3.2	▲ 9.8	6.2	0.4	▲ 0.1	6.3	3.3	▲ 5.3	2.5	▲ 10.4	3.8	▲ 2.0	1.9	⑤建 設 業	
⑥運 輸 業	14.8	▲ 19.9	▲ 1.9	▲ 2.8	0.8	▲ 2.9	▲ 2.8	▲ 6.3	▲ 10.9	▲ 22.1	▲ 6.5	3.9	▲ 20.2	3.3	▲ 19.6	3.8	21.5	0.3	0.7	⑥運 輸 業	
道路貨物	18.5	▲ 17.8	1.4	2.4	4.3	▲ 5.2	▲ 4.0	▲ 4.4	▲ 7.7	▲ 21.9	▲ 1.3	11.7	▲ 14.6	9.5	▲ 16.5	12.2	26.9	3.3	2.1	道路貨物	
個人タクシー	▲ 6.3	▲ 23.0	▲ 21.3	▲ 23.3	▲ 13.7	0.8	8.9	▲ 20.3	▲ 22.0	▲ 31.6	▲ 32.2	▲ 11.5	▲ 50.7	▲ 18.6	▲ 42.0	▲ 34.0	▲ 3.9	▲ 21.1	▲ 10.4	個人タクシー	
全 業 種 計	▲ 6.8	▲ 9.7	▲ 10.3	▲ 8.5	▲ 10.2	▲ 10.4	▲ 10.4	▲ 6.2	▲ 6.0	▲ 7.8	▲ 5.6	▲ 3.2	▲ 13.3	▲ 3.2	▲ 7.4	▲ 14.2	▲ 7.5	▲ 7.0	▲ 0.5	全 業 種 計	

(注) 1 網掛けは、前月から低下した数値。

2 季節調整は業種ごとに行っている。

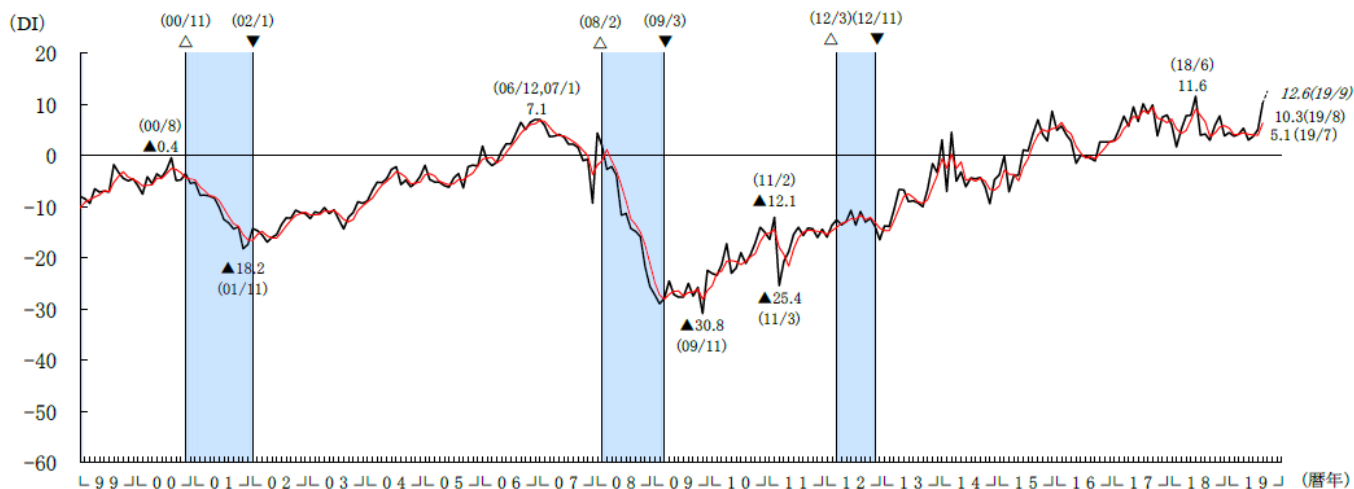
2 採算

- 8月の採算DIは、7月から5.2ポイント上昇し、10.3となった。
- 9月の採算DIは、12.6とさらに上昇する見通しとなっている。

採算DIの推移(全業種計、季節調整値)

2018	9月	10月	11月	12月	2019	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
8月					1月								

実績	4.3	3.0	5.9	7.8	3.9	4.5	3.8	4.2	5.3	3.1	3.8	5.1	10.3	-
見通し	11.7	11.2	9.2	12.8	10.5	9.9	9.3	9.8	7.1	▲ 0.5	6.5	7.6	12.5	12.6

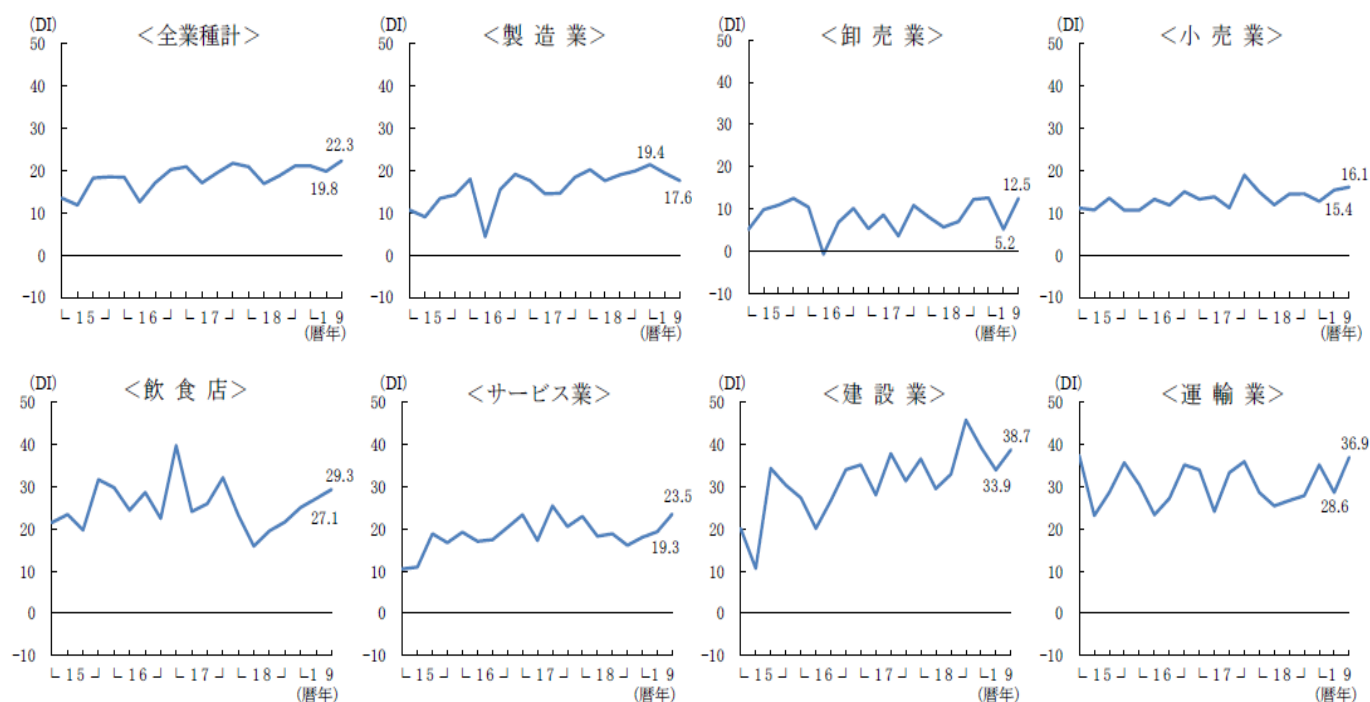


(注) DIは「黒字」企業割合－「赤字」企業割合。

3 雇 用

- 2019年9月の従業員過不足DIは、22.3となった。
- 業種別にみると、建設業が38.7と最も高く、次いで運輸業（36.9）、飲食店（29.3）の順となっている。

従業員過不足 DI の推移



- (注) 1 このところ（3カ月程度）の仕事量からみた従業員数の過不足を尋ねたもの。
2 DIは「不足」企業割合－「過剰」企業割合。
3 調査期は、各年の3、6、9、12月。

全国小企業月次動向調査（2019年8月実績、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。



経営情報
レポート
要約版

経

営



自社の経営効率改善、生産性向上に繋げる 中小企業における AIの活用事例

- 1.AI進化の歴史と最近の動向
- 2.AIの進化で変わってきたビジネスや社会生活
- 3.中小企業におけるAI活用の効果
- 4.AIの活用による業務改善及び生産性向上事例



AI進化の歴史と最近の動向

ここ数年、AI（人工知能）の進化が目覚ましく、大手企業やITベンチャー企業ではその導入・活用が進められています。一方で、一部の中小企業においても営業力の強化や管理業務工数の低減など、既にAIの活用による成果が見られます。本レポートを通じて、AIの概要をご理解いただき、中小企業での活用事例等をご参考に、自社の経営改善のヒントにご活用ください。

■ また注目を集めている AI（人工知能）

プロの棋士に勝った事例や、医師がわからなかった病名の発見などの輝かしい話題から、クレープやビールの新製品の開発まで、人工知能（AI）の活躍が話題になることが増えています。

従来の技術では人間を超える性能を発揮するまでには至りませんでした。研究開発は進み、現在の人工知能は第三のブームに突入したといわれています。

人工知能は、自ら学習を重ねて高度に成長していくことにより劇的に進化し、人間の能力を超え、技術革新スピードが爆発的に加速する『シンギュラリティ』（技術的特異点）を起こします。

これにより、人間の仕事の相当数を人工知能が奪うと言われているなど、私たちの生活を根本から変える可能性があることから、今AIが大変な注目を集めています。

■ 機械が奪う職業・仕事ランキング（※米国上位15位）

1位	小売店販売員
2位	会計士
3位	一般事務員
4位	セールスマン
5位	一般秘書
6位	飲食カウンター接客係
7位	商店レジ打ち係や切符販売員
8位	箱詰め積み降ろしなどの作業員
9位	帳簿係などの金融取引記録保全員
10位	大型トラック・ローリー車の運転手
11位	コールセンター案内係
12位	乗用車・タクシー・バンの運転手
13位	中央官庁職員など上級公務員
14位	調理人（料理人の下で働く人）

2

15位 ビル管理人

企業経営情報レポート

ダイヤモンドオンライン

AIの進化で変わってきたビジネスや社会生活

■ 人工知能の社会への応用

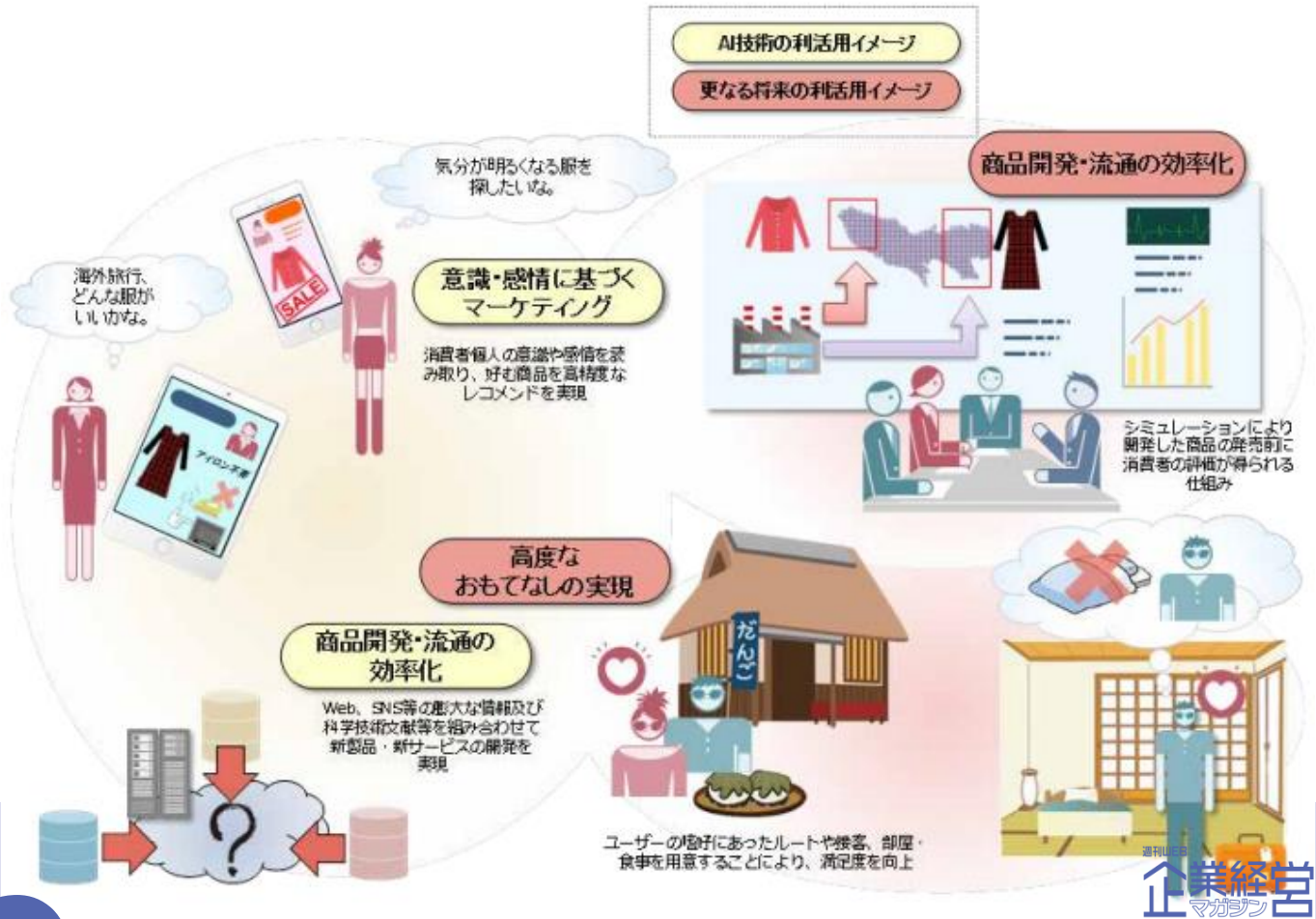
シンギュラリティによる私たちへの影響を懸念する声がある一方で、人工知能技術による生活の進化に向けた取り組みが各所で進められています。

ここでは、総務省の「次世代人工知能推進戦略」報告書から、その一部を分野別に紹介します。

① ビジネス分野

人工知能技術は、Web、SNS 等の情報を活用したマーケティングのみならず、科学技術文献等も用いたイノベーション支援等をも可能としています。さらには脳活動情報や表情等から人の感情を把握し、商品の改良や消費者へのレコメンドに役立て、快適な消費活動を促進していきます。

■ ビジネス分野における人工知能活用イメージ



3

企業経営情報レポート

出典：総務省「次世代人工知能推進戦略」報告書

中小企業におけるAI活用の効果

前章で説明したように社会的な変化が起こっている一方で、中小企業の現場では「AI の実用化はまだまだ先の話ではないか」「世間で騒がれているのは分かるが、仕事にどう結び付けるかのイメージがわからない」と考えている方も多くいらっしゃると思います。

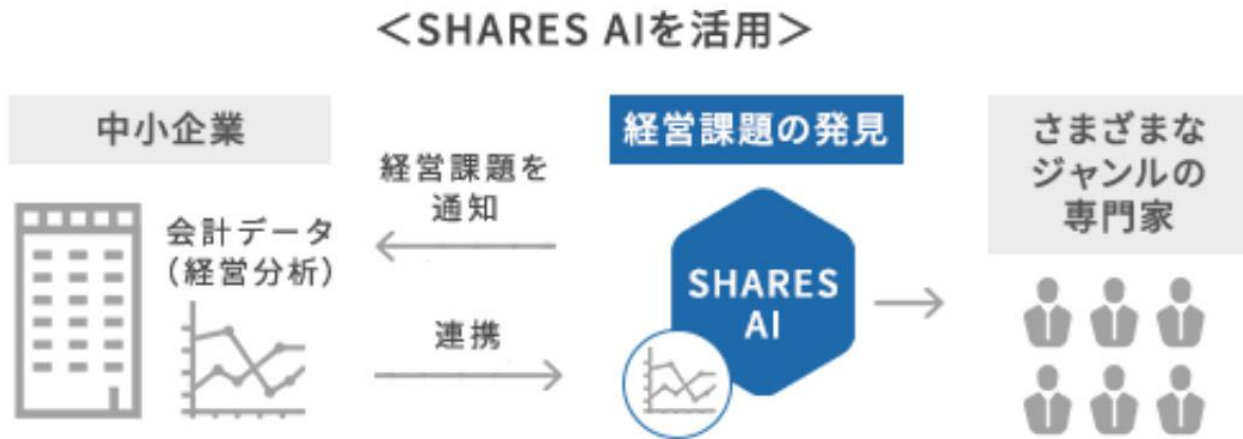
しかし、中小企業においても下記のような場面においては、AI 活用による経営改善効果が十分に期待できます。

■ バックオフィス業務の軽減

有名な AI ツールのひとつにクラウド会計ソフトがあります。クラウド会計ソフトは、中小企業のバックオフィス業務の負担を軽減することを目的に作られており、AI 技術を活用した自動仕分け機能による勘定科目の自動提案や、自動消し込み機能、不良債権の探知検知機能や不正データの検知機能などが搭載されています。

また、経営分析ソフトの SHARES は、自社の会計データをアップロードすることにより、同業種の企業と比較し、助成金の申請や融資に関する提案などのサービスも行われています。

■人工知能を使った経営分析エンジン「SHARES」



SHARES AI が自動で経営課題を発見し、専門の顧問のように企業にわかりやすく表示。

出典：株式会社ココペリインキュベートホームページ

■営業活動の強化

株式会社 WEIC のクラウド型の営業支援システム「SALES BASE (セールスベース)」では、約 400 万件の企業情報を有する独自のデータベースをもとに、AI を活用することで制度の高い見込み顧客を抽出し、同社のコールセンターからその見込み顧客のニーズ情報の収集を行い、新規アポイントを確保し、クライアント企業の営業担当のスケジュールに反映させるとして、営業活動の強化を図っている。

4

企業経営情報レポート

AIの活用による業務改善及び生産性向上事例

すでに中小企業を対象に、AI を活用したシステムサービスが多数開発されている一方で、大企業でもなく、ハイテク IT 企業でもない中小企業が AI を活用した業務改善や生産性向上を図っている事例について紹介します。

■画像認識機能によるレジ装置(ベーカリーショップ)

システム開発企業である株式会社ブレイン

■パンの画像認識

では、画像認識機能によるレジ装置を開発し、現在では全国のパン屋等で導入が進められています。

客が複数のパンを載せたトレーをレジ横のカメラ下に置くと、このシステムがパンの画像認



識を行い、パンの種類を個別に判断し、それぞれの価格と数量から購入金額を算出する仕組みとなっています。

人員不足やレジ担当スタッフの教育コストを課題視している店舗でも、このシステムを導入することで、パンの種類を覚えていない新人や日本での勤務経験が浅い外国人スタッフも業務をこなすことができるようになりました。

また、レジ会計に掛かる工数そのものも低減されたことから店舗の生産性向上や顧客の会計待ちによるストレス軽減も実現しています。

■ クラウド型の顧客おもてなしサービス(ラーメン店)

ラーメン店の「鶏ポタ THANK」では、来店客全員の顔を覚えることを目的として、AI とロボットを活用した「クラウド型”顧客おもてなしサービス”」を導入しました。

本サービスは、日本マイクロソフト株式会社と株式会社ヘッドウォータースが提供するロボットがスタッフの代わりに客の顔を覚えるというシステムになっています。

同店では、客が予め専用のモバイルアプリに顔登録を行い、店頭で食券を購入する際に、コミュニケーションロボット「SOTA (ソータ)」に顔を見せることで、顔認証により来店回数に応じたトッピングをサービスする内容となっています。

このように、既に中小企業においても AI の導入・活用が進められています。

経営
データ
ベース

Q
uestion

A
nswer

ト全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報」をご覧ください。

公益通報の対象となる不正行為

公益通報の対象となる不正行為とはどのようなものですか。

通報対象事実というのは、主として、国民の生命や身体、財産、その他の利益の保護にかかる所定の法律に違反する犯罪行為をさします。

■ 通報の対象となる不正行為

具体的には、刑法、食品衛生法、金融商品取引法、独占禁止法など 434 の法律が対象になります。これらの法律は、国民の健康、安全、環境保護など、公益性の高いものとして選ばれたものです。

【通報の対象となる法令違反行為】

● 刑罰規定に違反する行為

- ・横領、盗み（刑法違反）
- ・有害成分を含む食品を販売すること（食品安全法違反）

③外部の適切な通報先

公正な報道を行うものとして社会的に認知されている新聞社、テレビ局などは、不正行為の発生または被害拡大の防止に必要な通報先となります。また、消費者相談センターなどの非営利法人も、被害拡大の防止を目的とする外部の適切な通報先になります。

■通報先ごとの通報可能な要件

通報者が保護される公益通報の要件は、通報先ごとに定められています。

これは、事業者の対外的な信用に大きく関わるため、監督官庁や報道機関等に対する外部通報は、内部通報よりも要件が過重されています。

【通報先ごとの要件】

①事業者に内部通報する場合

犯罪行為などの不正行為が生じている、またはまさに生じようとしていると「思料する」ことが要件となっています。事業者内部の通報は、そのまま外部に流れることはないため、早期発見、是正を目的として、緩やかな規定になっています。

②監督官庁に通報する場合

不正行為が生じ、またはまさに生じようとしていると信するに足る「相当の理由」があることが、保護要件になります。真実性を裏付ける相応の証拠など、客観的に見て合理的な理由がなければなりません。ただし、通報が真実でなかったとしても、真実と信じたことについて合理的な理由があれば、保護の対象になります。

③報道機関などの外部に通報する場合

報道機関などの外部組織に通報する場合は、行政機関などへの通報に比べ、さらに保護の対象となる要件が加重されています。