

現実を反映する統計とは

8月13日に公表された、4～6月のGDP（国内総生産）は年率で6.8%減となり、大幅なマイナスとなった。いうまでもなく要因は消費税率引き上げの影響であるが、この結果は民間エコノミスト42人による事前予測とほぼ一致していた（ESPフォーキャスト調査、日本経済研究センター）。株価をみてもGDP発表前後で大きな変動はなく、概ね想定の範囲内だったといえよう。今後、政府は7～9月期のGDP成長率などをもとに消費税率10%への引き上げに対する判断を12月までに行うとしている。上述の民間エコノミストは4%台の成長を予測しているが、安倍首相がどのような判断を行うのか注目される。

GDPは経済統計のなかでも特に重要度の高い統計であるが、さまざまな基本統計をもとに推計する二次統計である。そのため、基本統計の方法や結果が変われば、GDPの数字も変わりうる。

例えば、GDPのうち個人消費を購入者側から推計するときに使用する基本統計は、主に「家計調査」と「家計消費状況調査」、「全国消費実態調査」（いずれも総務省）である。このうち「家計消費状況調査」において、総務省は食料、衣類、書籍のほか、音楽配信や電子書籍などのデジタルコンテンツ、ホテルや航空券予約など22品目について、ネットショッピングによる消費（以下、ネット消費）の動向を把握する対象項目を2015年1月から追加するとしている。これまでネット消費について十分に把握できていなかったこともあり、今後のGDP統計にも影響を与えられらる。

ネット消費の市場規模は4～5兆円規模に達する可能性も指摘されているが、これは個人消費全体（295兆円）の約1.7%に相当する。また、ネットショッピングの利用世帯の割合は24.3%に達している。今後もネット消費は拡大が予想され、消費動向の把握に欠かすことはできないであろう。結果として、GDPがより実態を反映した統計に改善することで、政府が行う社会保障や震災復興、景気対策などさまざまな政策の妥当性を高めることにもつながる。統計調査も一步一步、変化しているのである。

（撞球者）

防災の日とBCP

9月1日は、防災の日。関東大震災（1923年）から今年で91年がたった。当然ながら筆者には当時の体験はないが、毎年この時期が近づくと、書店などで震災の文字や関連記事を多く目にする。また近年では、自然災害が多いように感じられ、東日本大震災は言うに及ばず、2014年も2月には大雪による被害や流通網の大混乱、夏場には大型台風や集中豪雨などの悪天候が襲い、甚大な被害を受けた地域もあった。

こうした自然災害はいつ起こるかわからないし、企業活動への影響という側面から考えると、業績に関連してヒト・モノ・カネ・情報へのマイナスの影響は計り知れない。では、このような影響を避けるために、一体どれほどの企業が“万が一への備え”を行っているだろうか。ここで振り返ってみたい。

帝国データバンクでは、東日本大震災が発生した2011年、12年と過去2回に渡り、企業の事業継続計画（Business Continuity Plan、BCP）に関して、全国2万社強の企業へ意識調査を実施した（特別企画「BCP(事業継続計画)についての企業の意識調査」2011年6月、12年3月発表）。それによると、2011年調査では、東日本大震災前までのBCPについて、策定率は約1割、認知度は約4割だったものが、翌2012年の調査では、認知度は6割強と上昇したものの、策定率は1割強と微増にとどまった。

これ以降、同様の意識調査は未実施のため、参考値ではあるが、その後の変化を内閣府の調査結果からみると、2013年度のBCP策定率は、中堅企業では2011年度比4.5ポイント増の25.3%で、策定中（12.0%）を含めると4割弱にのぼり、防災意識という点では高まりがうかがえる（「平成25年度 企業の事業継続及び防災の取組に関する実態調査」2014年7月発表）。

他方、調査結果について、BCPの策定を含めた事業継続全体の取り組みをみると、中堅企業では「目標復旧時間の設定」や「経営資源の把握」などの項目が大企業に比べて遅れている。特に、経営体力が比較的弱い中小企業では、こうした把握・認識の有無が、有事の際に「事態の把握」、「初動対応」、「取引先など関係者への状況報告」などの行動の差に表れると、BCPの専門家から聞いたことがある。

加えて、その専門家いわく「BCPは計画したあと、具体的な訓練と見直しこそが大事」と話していたことを思い出した。なにも事業継続に限った話ではないが、策定した計画を具体的な実行レベルまで引き上げるには、やはり定期的な訓練とその見直し、改善を図っていくことは大事なこと。上記調査でもBCPの教育・訓練を実施している企業が全体で7割以上に対して、点検・評価・是正・改善を行っている企業は同4割にとどまっており、今後の課題に挙げられている。

当コラムの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

恥ずかしながら、筆者自身も仕事を計画したあと、十分なチェックや評価、改善ができなかったということがあるが、しかし、それではよい方向には進まない。BCP の取り組み同様、しっかり行動できるように、チェックと改善を意識していきたいと思う。

(稲)

「妖怪」頼みではない強さ

数カ月前のある日、4歳の息子が「ゲラゲラボ、ゲラゲラボ」と歌い、踊り出した。繰り返し踊っているの、それは何の歌なのかと尋ねると、「妖怪“ボ”ッチの歌」と言うだけで、本人もその妖怪“ボ”ッチが何なのかは分からないという。ただ保育園の友達が踊っているの、自分もその真似をしているというのだ。もちろんこれは小学生を中心に爆発的な人気を誇る「妖怪ウォッチ」のこと。(株)レベルファイブ(福岡市中央区)が手がけるニンテンドー3DS用ゲームソフトとして昨年発売され、出荷本数は100万本を突破。その後アニメや漫画、玩具などに展開され、日本経済新聞社が発表した2014年上期の日経MJヒット商品番付の「西の関脇」に選ばれている。息子が歌っていたのは、そのテレビアニメのオープニングテーマ「ゲラゲラポーのうた」であり、子供達の間で大人気だというのだ。

この妖怪ウォッチの関連グッズを手がけるのが(株)バンダイであり、そのバンダイを統括する(株)バンダイナムコホールディングスが8月5日に、第1四半期決算を発表した。トイホビー事業における妖怪ウォッチ関連商品は通期で70億円の売上を見込んでいたところ、第1四半期実績で65億円となり、上期の売上見込みを100億円超へ大幅に上方修正する、嬉しい誤算となった。

しかし一方で、「関連商品であるDX妖怪ウォッチ、妖怪メダルを中心に、発売日前日から店舗に並んでやっと購入できる」「品薄のためにネット上で商品が高値で取引されている」と報道されており、こうした事態を受けて同社は、決算発表会見で生産体制の強化を約束することとなった。

バンダイナムコホールディングスは、2012年度に最高益、2013年度に最高売上を達成し、2014年度もほぼ前年並みを計画している。この好業績を支えているのが「妖怪ウォッチ」の爆発的な人気であるのはもちろんだが、同じトイホビー事業の「ガンダム」「仮面ライダー」「アイカツ！」など定番キャラクター商品の人気継続のほか、ゲームソフト等のコンテンツ事業も好調と、妖怪ウォッチ頼みでない、豊富な人気コンテンツを抱えることも見逃せない。

前述のヒット商品番付で「西の横綱」に選ばれた「アナと雪の女王」は、数々の人気コンテンツを抱えるディズニーによるものだ。ディズニーリゾートを手がける(株)オリエンタルランドは、平日午後6時以降に入園できるチケット「アフター6パスポート」の料金を、9月から500円値上げして3,900円にした。消費増税に合わせ4月に100円値上げしたばかりだが、再び値上げをしても入園者減少などの影響は少ないと判断し、強気の再値上げに踏み切っている。

バンダイナムコとディズニー双方に言えるのは、「妖怪ウォッチ頼み」でなく、「アナ雪頼み」でない、強力なコンテンツを複数有するということである。人気コンテンツを継続して輩出し、

当コラムの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

TDB**主観・客観** TDB 景気動向調査 (URL: <http://tdb-di.com/>)

息の長いコンテンツへ成長させていく力がある。そうしたコンテンツがあるため、価格競争にさらされることなく、強気の価格戦略が打ち出せているといえよう。社会現象を巻き起こしている「妖怪ウォッチ」や「アナと雪の女王」の人气が今後も続き、息の長いキラーコンテンツとなるのか否か、今後の動向に注目したい。

(星月)

当コラムの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

女性がさらに活躍する時代を迎えるために

政府は、「日本再興戦略」のなかで「2020年に指導的地位に占める女性の割合30%」を掲げている。ここでいう指導的地位とは、役員、管理職などを指す。少子高齢化、人口減少の進行が著しいなか、女性がこれまで以上に活躍をし、女性の力を活かすことは、日本の経済や社会の活性化、安定を実現していくためには必要な条件といえる。

帝国データバンクが2014年8月に発表した「女性登用に対する企業の意識調査（有効回答：1万1,017社）」では、女性の管理職割合が10%に満たない企業は、81.1%にのぼる。また、総務省統計局「労働力調査」によると、管理的職業従事者に占める女性割合は、日本は11.1%である。なお、米国（43.1%）、フランス（39.4%）、ドイツ（30.3%）となっていることから、国際的に見ると日本は低い水準にあることがわかる。

日本の女性労働者の特徴として、女性労働力率（女性人口に占める女性労働者の比率）が、20歳代後半から30歳代にかけて落ち込む“M字カーブ”を長年に渡って描き続けてきたことがあげられる。総務省統計局「労働力調査（長期時系列）」によると、2012年時点の女性労働力率は、25歳～29歳（77.6%）、30歳～34歳（68.6%）、35歳～39歳（67.7%）と下落を続ける一方、40歳～44歳（71.7%）、45歳～49歳（75.7%）は上昇に転じている。これは、女性労働者が、結婚や出産・育児などのライフイベントにとまらぬ労働市場から退場した後、再び労働市場に復帰している実態を表している。将来、女性管理職を増やすためには、“M字カーブ”を解消することが必要となる。具体的には、政府や企業が育児休暇制度や保育環境の充実を図り、男性の育児参加を促し、女性が労働市場から退場することなく働き続けることができ、管理職候補となる女性労働者が増えることが重要だ。

同時に、「男女雇用機会の均等」がより進むことを期待したい。

長年にわたって、男性の「終身雇用」「年功序列」を前提とした長期雇用に基づき、男性が金銭的な収入をとまらぬ社会的な職業に就く（女性は家事労働を担う）ものという“男性中心の労働観”が、広く社会や組織、労働者の間に根付いてきたことは、否定しようがないことである。しかし、昨今では、将来的に「終身雇用」「年功序列」が成立し続けることは困難であるということが社会的に認識されつつあり、また、女性の社会進出が進むことで、少しずつではあるが“男性中心の労働観”も解消されつつあるように思われる。

政府は大臣や主要ポストに女性の登用を模索するなど、「2020年に指導的地位に占める女性の割合30%」の実現に動いている。規模の大小を問わず全国の企業の間でも、女性がさらに活躍できる環境を実現するための取り組みが加速することを期待したい。

（青磁）

当コラムの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

「経営者保証に関するガイドライン」に基づく金融機関の対応状況、公表へ

「経営者保証に関するガイドライン」の適用が開始されてから半年が経過した。同ガイドラインは、企業が金融機関から融資を受ける際に、“経営者保証（経営者個人の連帯保証）なし”での融資を検討するように金融機関に求めたものだ。

現在、日本には中小企業が 400 万社以上存在（個人事業主を含む）し、その中で金融機関から融資を受けている企業の 8 割以上が経営者保証を提供していると言われている。経営者保証を金融機関に提供していると、万が一、経営する企業が倒産した場合、経営者個人も破産せざるを得なくなってしまう。“事業の失敗”が“人生の失敗”となり、最悪の場合、自ら死を選ぶ経営者もいるくらいだ。こうした不幸を防ぎ、経営者の再チャレンジを促進するため、同ガイドラインが作成された。そして、6 月に金融庁が、“同ガイドラインの活用に関して金融機関等により広く実践されることが望ましい取り組み”を事例集として公表するなど、積極的な活用を促している。

こうしたなか、金融庁は、中小企業金融円滑化法施行後、同法に基づく貸付条件の変更等の状況について総数を公表していたように、「経営者保証に関するガイドライン」を活用した取り組みの総数も公表すべく準備を進めている。円滑化法の時と同じ手法で、金融機関から報告される件数を金融庁で取りまとめる方式である。まずは、2014 年 4 月から 9 月までの実績が公表されると想定されている。

「数字ありきではない」と金融庁幹部は強調するが、金融機関が金融庁へ数字を報告する以上、金融機関側は数字を意識せざるを得ない。一部金融機関では、すでに優良融資先で経営者保証を外してもリスクが少ない先をピックアップし、報告用の数字を作っていると聞かれる。作られた数字によって飾り付けられる“見せかけのガイドライン”にならないことを祈るばかりだ。

(すうどく)