

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.882 2024.7.30

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター
2024年7月24日号

中国経済の現状と注目点

～好調は持続せず、不動産不況と
貿易摩擦で弱り目に祟り目の中国経済

経済・金融フラッシュ

2024年7月26日号

米GDP (24年4-6月期)

～前期比年率+2.8%と前期から大幅上昇、
市場予想の+2.0%も大幅に上回る

経営TOPICS

統計調査資料

消費者物価指数(全国)

2024年(令和6年)6月分(2020年基準)

経営情報レポート

DX時代に対応するための リスクリングのポイント

経営データベース

ジャンル:会社法 > サブジャンル:機関設計

会社法における機関設計とは 会社法での機関設計の重要性

発行:税理士法人日下事務所

中国経済の現状と注目点

～好調は持続せず、不動産不況と貿易摩擦で弱り目に祟り目の中国経済

ニッセイ基礎研究所 本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

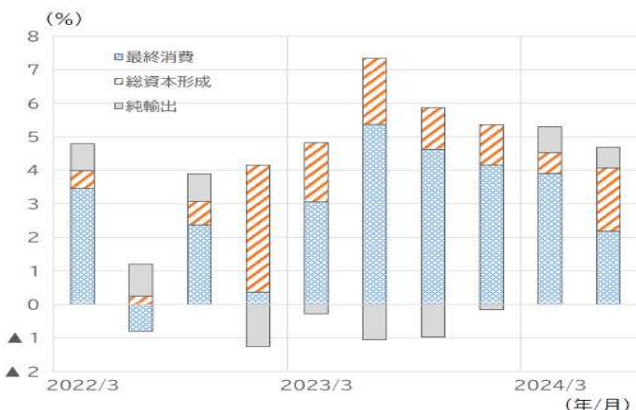
1 2024年4～6月期の実質GDP成長率は、前年同期比+4.7%と、前期（24年1～3月期）の+5.3%から伸びが減速した。季節調整後の前期比も+0.7%と、前期（同+1.5%）から減速している。1～6月累計では前年同期比+5.0%となり、今年の成長率目標である「+5%前後」に対して、まだ目標の達成圏内にある。もっとも、成長の中身をみると、外需や政策支援の効果によるところが依然として大きい。



（資料）中国国家统计局、CEIC より、ニッセイ基礎研究所作成（以下同）

2 成長率の需要項目別寄与度を見ると、最終消費は+2.2%PTと、前期の+3.9%

実質GDP成長率の需要項目別寄与度



PTから低下しており、個人消費の勢いは弱まっている。総資本形成は、+1.9%PTと、前期の+0.6%PTから高まった。

固定資産投資の実質の伸びは減速しており、在庫投資が押し上げに寄与した可能性がある。純輸出の寄与度は、+0.6%PTと、前期の+0.8%PTからプラス幅が小幅に縮小した。

3 産業動向を見ると、「製造業」が同+6.2%と、前期（同+6.4%）からの減速が小幅にとどまった一方、第3次産業では、「不動産業」が5四半期連続でマイナス成長となっているほか、「卸小売業」・「宿泊飲食業」、「金融業」など、主な業種で軒並み減速している。前期に続き、「製造業」主導の景気となっていることがうかがえる。

4 総じて、不動産不況の出口は依然としてみえず、安定した内需の要である個人消費も力強さを欠いたままの状況にある。

このため、今後については、政策支援の効果の持続性や不動産不況の先行きに引き続き注目する必要がある。

また、春先以降欧米諸国との間で激しくなりつつある貿易摩擦も、目下の中国経済を支える堅調な輸出の押し下げとなる恐れがあり、中国にとっては不安な状況が続くことになるだろう。

「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。

ネット
ジャーナル

米GDP(24年4-6月期) ~前期比年率+2.8%と前期から大幅上昇、 市場予想の+2.0%も大幅に上回る

ニッセイ基礎研究所

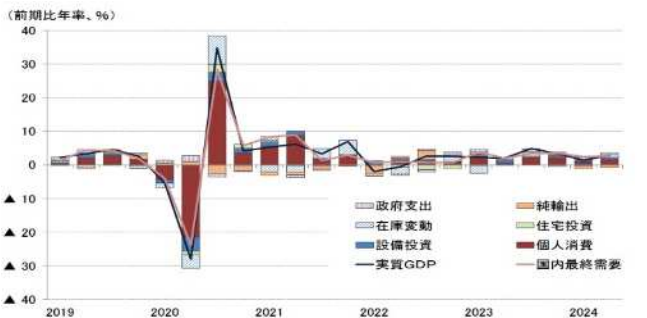
本レポートの文書(画像情報等含む)に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

1 結果の概要:成長率は8期連続のプラス、 前期、市場予想を大幅に上回る

7月25日、米商務省の経済分析局(BEA)は24年4-6月期のGDP統計(1次速報値)を公表した。

4-6月期の実質GDP成長率(以下、成長率)は、季節調整済の前期比年率(注1)で+2.8%(前期:+1.4%)と8期連続のプラス成長となったほか、前期、市場予想(Bloomberg集計の中央値、以下同様)の+2.0%を大幅に上回った。

米国の実質GDP成長率(寄与度)



(注) 季節調整済系列の前期比年率(以下同) (資料) BEAよりニッセイ基礎研究所作成(以下同)

4-6月期の成長率を需要項目別にみると、住宅投資が前期比年率▲1.4%(前期:+16.0%)と2桁の伸びとなった前期の反動もあって4期ぶりにマイナスに転じたほか、外需の成長率寄与度が▲0.72%ポイント(前期:▲0.65%ポイント)と前期からマイナス幅が拡大し、22年1-3月期以来のマイナス幅となった。

一方、個人消費が前期比年率+2.3%(前期:+1.5%)と前期から伸びが加速して成長率を押し上げたほか、設備投資が+5.2%(前期:+4.4%)、政府支出が

+3.1%(前期:+1.8%)といずれも前期から伸びが加速した。

(注1)以降、本稿では特に断りの無い限り季節調整の実質値を指すこととする。

2 結果の詳細:(個人消費・個人所得)自動車関連 やガソリンなどの財消費が大幅に増加

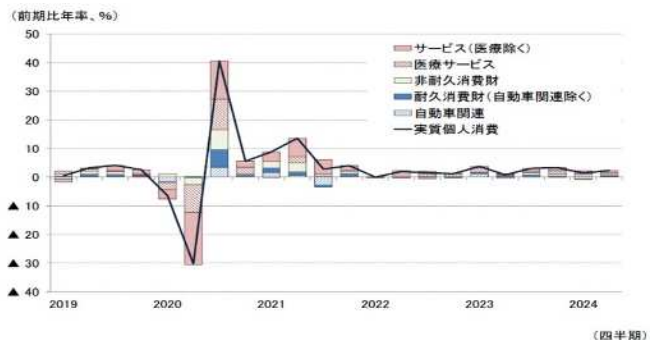
4-6月期の個人消費は、財消費が前期比年率+2.5%(前期:▲2.3%)と前期からプラスに転じた一方、サービス消費が+2.2%(前期:+3.3%)とこちらは前期から小幅ながら伸びが鈍化した。

財消費では、耐久財が+4.7%(前期:▲4.5%)、非耐久財が+1.4%(前期:▲1.1%)といずれも前期からプラスに転じた。

耐久財では、自動車・自動車部品が+4.8%(前期:▲14.0%)と前期の2ケタの大幅なマイナスからプラスに転じたほか、娯楽・スポーツカーも+4.7%(前期:▲2.4%)とプラスに転じた。

さらに、家具・家電も+6.9%(前期:+0.3%)と前期から伸びが加速した。

米国の実質個人消費支出(寄与度)



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。

消費者物価指数(全国)

2024年(令和6年)6月分(2020年基準)

総務省 2024年7月19日公表

2024年(令和6年6月分)概況

(1) 総合指数は2020年を100として108.2

前年同月比は 2.8%の上昇 前月比(季節調整値)は 0.3%の上昇

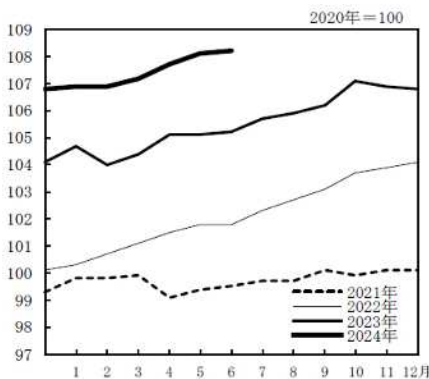
(2) 生鮮食品を除く総合指数は107.8

前年同月比は 2.6%の上昇 前月比(季節調整値)は 0.4%の上昇

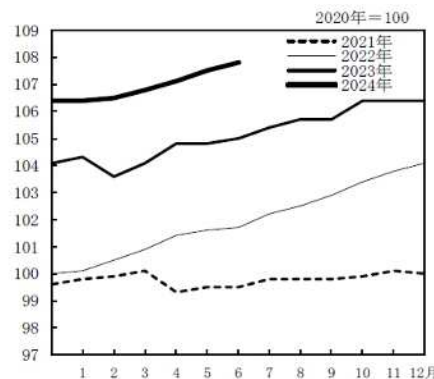
(3) 生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数は106.6

前年同月比は 2.2%の上昇 前月比(季節調整値)は 0.3%の上昇

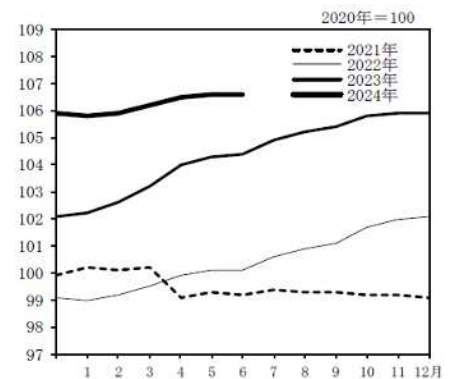
総合指数の動き



生鮮食品を除く
総合指数の動き



生鮮食品及びエネルギー
を除く総合指数の動き



総合、生鮮食品を除く総合、生鮮食品及びエネルギーを除く総合の指数及び前年同月比

2020年=100

原数値		2023年						2024年						
		6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
総 合	指数	105.2	105.7	105.9	106.2	107.1	106.9	106.8	106.9	106.9	107.2	107.7	108.1	108.2
	前年同月比 (%)	3.3	3.3	3.2	3.0	3.3	2.8	2.6	2.2	2.8	2.7	2.5	2.8	2.8
生 鮮 食 品 を 除 く 総 合	指数	105.0	105.4	105.7	105.7	106.4	106.4	106.4	106.4	106.5	106.8	107.1	107.5	107.8
	前年同月比 (%)	3.3	3.1	3.1	2.8	2.9	2.5	2.3	2.0	2.8	2.6	2.2	2.5	2.6
生 鮮 食 品 及 び エ ネ ル ギ ー を 除 く 総 合	指数	104.4	104.9	105.2	105.4	105.8	105.9	105.9	105.8	105.9	106.2	106.5	106.6	106.6
	前年同月比 (%)	4.2	4.3	4.3	4.2	4.0	3.8	3.7	3.5	3.2	2.9	2.4	2.1	2.2

前年同月との比較(10大費目)

10大費目指数, 前年同月比及び寄与度

2020年=100

原数値	総合	生鮮食品を除く総合	生鮮食品及びエネルギーを除く総合	食料	生食	生鮮食品を除く食料	住居	光熱・水道	家具・家事用品	被服及び履物	保健医療	交通・通信	教育	教養娯楽	諸雑費
指数	108.2	107.8	106.6	116.3	118.5	115.9	102.9	116.1	119.0	108.4	102.7	97.3	101.3	111.8	104.8
前年同月比(%)	(2.8)	(2.5)	(2.1)	(4.1)	(8.8)	(3.2)	(0.6)	(6.6)	(2.9)	(2.2)	(1.1)	(2.3)	(-1.0)	(5.2)	(1.2)
寄与度		(2.42)	(1.88)	(1.14)	(0.38)	(0.76)	(0.12)	(0.46)	(0.12)	(0.08)	(0.05)	(0.31)	(-0.03)	(0.49)	(0.07)
寄与度差		2.52	1.93	1.01	0.33	0.68	0.12	0.53	0.16	0.08	0.06	0.34	-0.03	0.51	0.07
		0.09	0.04	-0.13	-0.04	-0.08	0.01	0.08	0.03	0.00	0.02	0.02	0.00	0.02	0.00

(注) ()は、前月の前年同月比及び寄与度。各寄与度は、総合指数の前年同月比に対するものである。

[総合指数の前年同月比に寄与した主な内訳]

10大費目	中分類、前年同月比(寄与度)	品目、前年同月比(寄与度)	
上昇	食料	生鮮野菜 11.5%(0.21)	トマト 15.6%(0.05) など
		生鮮果物 13.7%(0.14)	さくらんぼ 15.7%(0.03) など
		菓子類 5.0%(0.13)	せんべい 19.1%(0.04) など
		穀類 5.4%(0.12)	うるち米(コシヒカリを除く) 13.8%(0.05) など
		外食 2.1%(0.10)	焼肉(外食) 3.3%(0.02) など
		調理食品 2.4%(0.09)	おにぎり 8.3%(0.01) など
		肉類 2.5%(0.07)	豚肉(国産品) 3.8%(0.02) など
		飲料 3.4%(0.06)	果実ジュース 32.1%(0.03) など
住居	設備修繕・維持 2.2%(0.08)	火災・地震保険料 2.8%(0.02) など	
光熱・水道	電気代 13.4%(0.45)		
家具・家事用品	家庭用耐久財 3.9%(0.06)	ルームエアコン 9.3%(0.05) など	
交通・通信	自動車等関係費 3.0%(0.27)	ガソリン 3.7%(0.08) など	
教養娯楽	教養娯楽サービス 7.4%(0.39)	宿泊料 19.9%(0.19) など	
	教養娯楽用品 2.8%(0.06)	ペットフード(ドッグフード) 9.5%(0.01) など	

前月との比較(10大費目)

10大費目の前月比及び寄与度

原数値	総合	生鮮食品を除く総合	生鮮食品及びエネルギーを除く総合	食料	生食	生鮮食品を除く食料	住居	光熱・水道	家具・家事用品	被服及び履物	保健医療	交通・通信	教育	教養娯楽	諸雑費
前月比(%)	0.1	0.3	0.1	-0.4	-3.7	0.2	0.1	3.1	0.4	-0.2	0.6	0.2	0.0	-0.9	0.2
寄与度		0.28	0.06	-0.12	-0.17	0.04	0.01	0.22	0.02	-0.01	0.03	0.03	0.00	-0.08	0.01

(注) 各寄与度は、総合指数の前月比に対するものである。

総合指数の前年同月比の変動に寄与した項目

■総合の前年同月比の上昇幅は変わらず。(5月 2.8%→6月 2.8%)

- ・生鮮食品により総合の上昇幅が 0.04 ポイント縮小

■生鮮食品を除く総合の前年同月比の上昇幅は 0.1 ポイント拡大(5月 2.5%→6月 2.6%)

- ・電気代、ガソリンなどの上昇幅が縮小したものの、都市ガス代などがプラスに転じ、エネルギーにより総合の上昇幅が 0.05 ポイント拡大
- ・家庭用耐久財により総合の上昇幅が 0.03 ポイント拡大
- ・宿泊料により総合の上昇幅が 0.04 ポイント拡大
- ・生鮮食品を除く食料により総合の上昇幅が 0.08 ポイント縮小

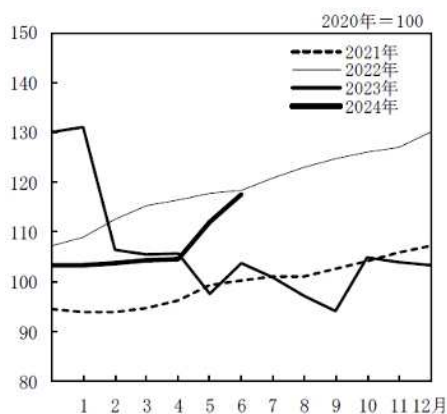
エネルギー構成品目の前年同月比及び寄与度

	万分比 ウエイト	2024年5月		2024年6月			
		前年同月比(%)	寄与度	前月比(%)	前年同月比(%)	寄与度	寄与度差
エネルギー	712	7.2	0.54	2.8	7.7	0.59	0.05
電気代	341	14.7	0.47	5.0	13.4	0.45*	-0.02
都市ガス代	94	-3.2	-0.03	3.1	3.7	0.04*	0.07
プロパンガス	57	-1.4	-0.01	1.4	0.2	0.00	0.01
灯油	38	4.8	0.02	0.0	4.4	0.02	0.00
ガソリン	182	4.5	0.09	0.2	3.7	0.08	-0.02

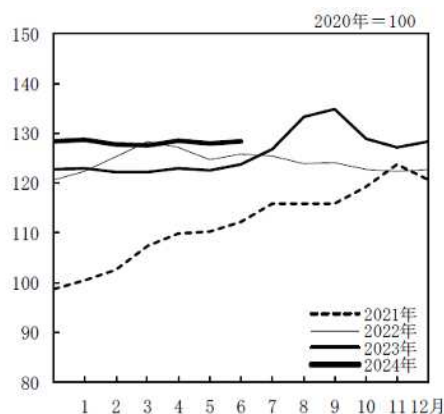
他の主な項目の前年同月比及び寄与度

	万分比 ウエイト	2024年5月		2024年6月			
		前年同月比(%)	寄与度	前月比(%)	前年同月比(%)	寄与度	寄与度差
生鮮食品を除く食料	2230	3.2	0.76	0.2	2.8	0.68	-0.08
家庭用耐久財	132	1.9	0.03	1.1	3.9	0.06	0.03
教養娯楽用耐久財	77	1.7	0.01	-0.3	2.3	0.02	0.00
宿泊料	81	14.7	0.15	-4.4	19.9	0.19	0.04

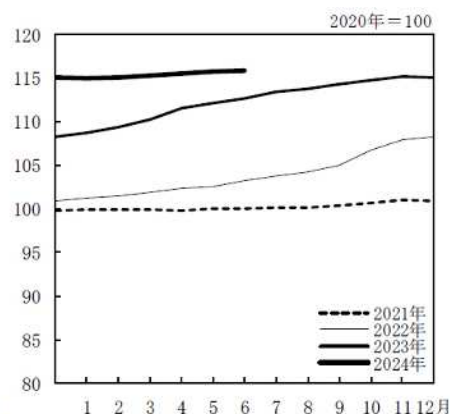
電気代指数の動き



ガソリン指数の動き



生鮮食品を除く食料指数の動き



※「電気・ガス価格激変緩和対策事業」による押し下げ効果(寄与度)は-0.25 [試算値]
(内訳: 電気代は-0.21 [試算値]、都市ガス代は-0.04 [試算値])

消費者物価指数(全国)2024年(令和6年)6月分(2020年基準)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。



人 事

DX時代に対応するための リスクリングの ポイント

1. リスキリングの概要
2. 企業が取り組むべきDX化への対応策
3. リスキリングを推し進めるための3つのポイント
4. リスキリング事例と官民一体の取り組み



参考資料

「リスクリングは経営課題」(小林 祐児著、光文社新書) 「日本の人的資本経営が危ない」(佐々木 聡著、日本経済新聞出版) 「IT人材白書2020」(情報処理推進機構社会基盤センター) HR総研:「社内コミュニケーション」に関するアンケート」 パーソル総合研究所:「リスクリングとアンラーニングについての定量調査」 「味の素グループのデジタル変革(DX)」レポート 他

1

企業経営情報レポート

リスクリングの概要

日本の課題として、人口減少や高齢化に伴う労働人口の減少や、地方と都市部、あるいは大企業と中小企業との間のデジタル格差、そしてデジタル人材不足が指摘されています。

このような背景において、「リスクリング」という言葉が注目されています。

本レポートでは、特に人材確保、育成が重要課題となっている中小企業において、「リスクリング」の進め方、およびそのポイントについて解説します。

■ リスクリングの実態

(1) 政府主導の「リスクリング」

「リスクリング」という言葉は、もともと職業能力の再開発、再教育という意味合いで使われてきた言葉です。この言葉は、最近メディア等でよく耳にするようになりましたが、特にきっかけとなったのは、岸田首相が2022年10月の所信表明演説の場で、「個人のリスクリングの支援に5年で1兆円を投じる」と表明したことです。

その場では、わが国の持続的な成長のため科学技術・イノベーションやスタートアップ、脱炭素、デジタル化に重点を置くと提示したうえで、構造的な賃上げの実現に向け「賃上げと労働移動の円滑化、人への投資という3つの課題の一体的改革を進める」と強調しています。

年功序列的な職能給からジョブ型の職務給への移行、リスクリングへの支援を打ち出し、「企業間、産業間での労働移動の円滑化に向けた指針を2023年6月までに取りまとめる」と表明し、新しい資本主義実現会議（議長・岸田文雄首相）によって労働市場改革の指針取りまとめ作業が進められています。

(2) リスクリングの実態

パーソル総合研究所によるリスクリングの実態調査結果によると、正規雇用者全体で、「一般的なリスクリング経験」と常に新しい専門性やツールなどを学び続けている、という「リスクリング習慣」がある方は3割前後であるのに対して、昨今重視されているデジタル領域のリスクリング経験は、2割程度にとどまっています。

■ 中小企業においてもリスクリングが重要視される理由

(1) DX(デジタルトランスフォーメーション)化の加速への対応

自社に新たな価値を生み出し競争力強化を図るために、DX化が各企業で加速しています。DX化が浸透すると、仕事の流れが大きく変わり、社員に求められるスキルも変化します。

特に、高度なITスキルを持った技術者など、高い専門性を有している人材確保、育成が急務となっています。

2

企業経営情報レポート

企業が取り組むべきDX化への対応策

■ 中小企業でも急がれるDX化のねらい

DXとは「デジタル・トランスフォーメーション」を略した言葉で使われており、今では普通に目にする言葉になりました。

「トランスフォーメーション」という言葉には、単なる改良や改善を超えて、根本から作り替えること、という意味合いが含まれています。一般的には企業がAI、IoT、クラウド等のデジタル技術を活用して事業課題を解決したり、新たな顧客価値を生み出したり、最終的にビジネスモデルの転換を実現することを意味することが多いようです。

中小企業の課題として、人材不足や業務効率化の遅れなどが挙げられており、DXに取り組む中小企業は増えていますが、その背景にはデジタル技術の発展により、比較的高度な技術を安く使えるようになってきていることや、デジタルでできることが急速に増えていることがあります。

これは同時に、デジタル技術を活用して新しいサービスの提供や新たなビジネスモデルを構築しようとする競合他社もいると考えられ、先んじて取り組むべきテーマであるともいえます。

■ DX(デジタル・トランスフォーメーション)化のねらい

- | | |
|---------------------|-------------------|
| ①業務効率化による生産性の向上 | ②既存製品・サービスの高付加価値化 |
| ③新製品・サービスの創出 | ④現在のビジネスモデルの変革 |
| ⑤企業文化や組織マインドの根本的な変革 | |

出典：「IT 人材白書 2020」情報処理推進機構社会基盤センター

■ DX化に向けて避けて通れない社員の「リスクリング」

(1) 中小企業にとってなぜリスクリングが必要であるか

中小企業がDX化を実現するためには、まずは、社員への丁寧な説明が必要です。自社の変革は、大企業以上に社員の不安や抵抗が大きくなる傾向があります。

なぜ自社にDX化が必要となっているのか、その背景や自社および社員へのメリットを丁寧に説明した上で、社員にリスクリングが重要であることを理解してもらう必要があります。

また、中小企業がDX化への取り組みにあたっては、中小企業向けパッケージシステムが普及しており、自社にあったものを選択すれば、大きな開発コストをかける必要性は少ないと考えられます。

ただし、人材に関しては、大企業のように高い人件費をかけてデジタル人材を確保することが難しいため、社内でデジタル人材を育成することが必要です。

3

企業経営情報レポート

リスキリングを推し進めるための3つのポイント

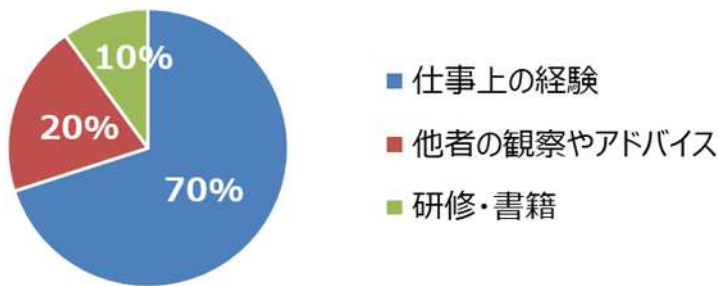
■ 実践を通じたアンラーニングの機会をつくる

アンラーニングとは、これまで得た知識やスキルを捨て、時代にあった新たな知識を取り入れることです。自身のこだわりや慣習に縛られていては、時代の変化が激しい昨今のビジネスシーンに対応することができません。

反対に、常に危機意識を持ち、アンラーニングを心掛けている企業は、時代の潮流に乗ることもできます。コロナ禍において新規事業に乗り出す企業やビジネスモデルそのものを転換する企業がありましたが、アンラーニングが正しく機能した例といえます。

ただし、アンラーニングを行う上で、学習スタイルには様々な形がありますが、成人における「学習に影響を与えた要素」のうち、70%がその人の仕事を通じて得た経験と大多数を占めており、残る20%は他者の観察やアドバイス、10%は能力開発の研修や書籍となっています。

成人における学習に影響を与えた要素



出典：米国ロミンガー社
調査より

アメリカの教育学者であるコルブ氏は、経験に基づいた学習プロセスが、4つのステップから成り立つと定義しました。

- ①具体的な経験 ②内省的な観察 ③抽象的な概念化 ④積極的な実験

様々な経験を積み、自身で振り返り、そこから教訓を引き出し実践し、さらにその実践した経験を振り返る、これを繰り返すことが学びを深めます。

ビジネスパーソンとしての経験を無駄にしないために、「経験学習サイクル」を回すことが重要です。

リスキリングを行う上で、社員が新しい知識を得る手段として、IT リテラシーなど、多くの研修の機会を設けることは必要です。前述の経験学習サイクルになぞらえると、研修で得た知識を実践ですぐに活かせる機会をつくることや、実践を通じて知識を得ることができるOJT研修を充実させることが必要といえます。

4

企業経営情報レポート

リスキリング事例と官民一体の取り組み

■ デジタル人材を育成する社内教育制度をつかった味の素

味の素株式会社は、2020年から2025年までの「中期経営計画」において、「食と健康の課題解決企業として、社会変革をリードする存在になる」というビジョンを掲げ、大幅な組織変革を開始しています。

ビジョン達成のためには、DX推進が重要なポイントと位置づけており、DXにより、生産性・競争力・企業価値を高めていくという方針のもと、「DXビジネス人材育成プログラム」と題した人材育成を展開しています。

DXを実践するのは一人ひとりの従業員であることから、2020年度に「ビジネスDX人材」「システム開発者」「データサイエンティスト」の育成を開始しています。

当初の計画では、2022年までに100人を育成する予定のところ、2021年秋には約2,300人がプログラムを受講しており、同社の従業員の半数以上が受講している状況です。

2030年までに全従業員をリスキリングする目標に向け、順調に人材育成が進んでいます。

経済産業省では、企業のDXに関する自主的取り組みを促すため、DX認定制度を制定していますが、同社は2022年4月1日に認証を取得しています。

■ 味の素(株)におけるDX人材増強計画

<DX人材増強計画 (KPI)>					
	FY20	FY21	FY22	FY23-25	FY26-30
ビジネスDX人材	20人(現在) → 100人体制へ			200人体制へ	全員ビジネス人材へ
システム開発者	50人(現在) → 200人体制へ			200人体制の維持	
データサイエンティスト	10人(現在) → 20人体制へ			30人体制へ	50人体制へ

■ 味の素(株)におけるDXビジネス人材育成プログラム実施状況

(単位：人)

階層	2020年	2021年	2か年合計
初級	801	956	1,757
中級	173	318	491
上級	29	63	92
計	1,003	1,337	2,340

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:会社法 > サブジャンル:機関設計

会社法における機関設計とは

会社法における機関設計とは どのようなことなのでしょうか？

会社法では、株主、取締役、監査役、会計監査人など、それぞれの機関の役割と権限が明確に設計されており、適切な牽制と均衡によって、会社の健全な経営が確保されることを目指しています。

①株主の役割と権限

株主は、会社の所有者としての立場から、重要な意思決定を行う権限を有しています。主な権限としては、取締役や監査役の選任・解任、定款の変更、剰余金の配当などがあげられます。

株主は株主総会において、自らの権利を行使することができます。一方、株主の権利には制限もあり、業務執行には関与できず、経営判断の最終責任は負いません。

②取締役の役割と権限

取締役は、株主から委託を受け、会社の業務執行を行う機関です。会社の代表権を有し、株主総会の決議に従って業務を執行する義務があります。

取締役会設置会社では、取締役会が重要な業務執行の決定を行います。一方で、法令や定款に違反する行為は認められず、善管注意義務や忠実義務を負っています。

③代表取締役の役割と権限

代表取締役は、取締役の中から選定され、会社を代表する権限を有します。会社の業務執行について最終的な決定権を持ち、重要な契約の締結や訴訟行為を行うことができます。

代表取締役には、会社の適切な業務運営と利益追求が求められます。

④監査役の役割と権限

監査役は、取締役の職務執行を監査する機関です。取締役会や重要な会議に出席し、必要に応じて意見を述べることができます。また、取締役に対する違法行為の是正や損害賠償の請求権を有しています。監査役は、独立性が求められ、株主の利益を代表する立場にあります。

⑤会計監査人の役割と権限

会計監査人は、会社の計算書類や財務報告の適正性を監査する公認会計士または監査法人です。

会計監査人は、会社から独立した立場で監査を行い、不正や誤りがないかを確認します。監査報告書を作成し、株主総会に提出する義務があります。

ジャンル:会社法 > サブジャンル:機関設計

会社法での機関設計の重要性

会社法での機関設計の重要性
について解説してください。

会社法における機関設計は、企業の意思決定プロセスや経営管理体制を適切に構築するために非常に重要です。

機関設計を適切に行うことで、株主、取締役、監査役などの権限と責任が明確になり、効率的な意思決定と健全なガバナンスが実現できます。

そのため、設立時から機関設計を慎重に検討する必要があります。

①取締役会設置会社と非設置会社の特徴のまとめ

取締役会設置会社と非設置会社では、機関構成や意思決定プロセスが大きく異なります。

設置会社では取締役会が重要な役割を担いますが、非設置会社では取締役が直接経営判断を行います。

各社の事業規模や株主構成などに応じて、メリット・デメリットを比較検討し、適切な選択をする必要があります。

②機関設計変更のタイミングと留意点

会社は設立時に機関設計を決定しますが、経営環境の変化に応じて、柔軟に変更する必要がある場合があります。

特に大会社や公開会社となった際には、取締役会設置会社への移行を検討しなければなりません。

その際は、ガバナンス体制の変更による影響を十分に検討する必要があります。

③コーポレートガバナンス・コードとの調和

近年、会社には適切なガバナンス体制の構築が求められており、コーポレートガバナンス・コードの趣旨を踏まえた機関設計が重要視されています。

取締役会の実効性確保や監査役の独立性確保など、コードの原則を機関設計に反映させることが望まれます。

④機関設計の継続的な見直しの必要性

一度決定した機関設計でも、経営環境の変化に応じて継続的に見直す必要があります。

事業規模の拡大や新規事業の展開、株主構成の変化など、様々な要因を勘案しながら、機関設計の適切性を常に検証することが求められます。