

週刊WEB

# 企業 経営

MAGA  
ZINE

Vol.824 2023.5.30

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2023年5月19日号

## 日米欧のコロナ禍後の 資金循環

経済・金融フラッシュ 2023年5月19日号

## 消費者物価(全国23年4月)

~年度替わりの価格改定で上昇ペースが加速

経営TOPICS

統計調査資料

## 機械受注統計調査報告

(令和5年3月実績および令和5年4~6月見通し)

経営情報レポート

## リスクへの対応が企業の存続を左右する リスクマネジメント体制の構築法

経営データベース

ジャンル:資金繰り> サブジャンル:クラウドファンディング

## クラウドファンディングの5つの類型 クラウドファンディングの活用法

発行:税理士法人日下事務所

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

# 日米欧のコロナ禍後の資金循環

ニッセイ基礎研究所

**1** 欧米の部門別資金過不足を見ると、コロナ禍直後に家計部門の資金余剰、政府部門の資金不足がそれぞれ急拡大した。

その後、家計部門の資金余剰は米国ではコロナ禍前を下回る水準まで低下、ユーロ圏ではコロナ禍前水準程度にとどまっている。

これに対応する形で、政府部門の資金不足は米国ではコロナ禍前水準まで低下しているが、ユーロ圏では依然としてコロナ禍前水準を上回る状況にある。

**2** 日本の資金過不足は欧米と同様に、コロナ禍直後に家計部門の資金余剰、政府部門の資金不足がそれぞれ増加した。

その後の推移はユーロ圏と類似しており、家計部門の資金余剰額は減少したものの「過剰貯蓄」の取り崩しはあまり進まず、政府部門の資金不足額（財政赤字額）もそれほど縮小していない。

家計・企業の投資動向



(注) 季節調整値、家計投資率は簡易的な試算値、米国の最新値はNIPAデータより筆者推計

(資料) Datastream

**3** 欧米ではコロナ禍でも家計や企業の投資の落ち込みは限定的で、かつ迅速に回復した。

しかし足もとでは、中銀による積極的な金融引き締めを反映して家計や企業の投資に減速感が見え始めている。

また、コロナ禍直後に急拡大した金融部門のバランスシートも足もとで拡大が止まっている。ただし、企業投資や金融機関貸出の鈍化はそれほど鮮明ではない。

**4** 欧米中銀は金融引き締め姿勢を堅持しており、今後、さらに資金調達環境が厳格化し、投資の減速が鮮明になっていく可能性がある。

半面、企業が収益力を維持し、投資の減速が緩やかなものにとどまる可能性もある。

グリーン化や経済安全保障に関連した供給網の再構築への対応、デジタル化など人手不足に対応するための労働生産性向上への取り組みは投資の底堅さに寄与する要因となる。

この場合、利上げによる景気減速効果が限定的となり、インフレ率の鎮静化に時間を要するかもしれない。今後、金融引き締めの効果がどのようなペースで波及するかが注目される。

「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。

# 消費者物価(全国23年4月) ～年度替わりの価格改定で上昇ペースが加速

ニッセイ基礎研究所

## 1 コアCPI上昇率が4%台に

総務省が5月19日に公表した消費者物価指数によると、23年4月の消費者物価(全国、生鮮食品を除く総合、以下コアCPI)は前年比3.4%(3月:同3.1%)となり、上昇率は前月から0.3ポイント拡大した。事前の市場予想(QUICK集計:3.4%、当社予想も3.4%)通りの結果であった。エネルギー価格の下落率が拡大したが、食料(生鮮食品を除く)や鉄道運賃など、幅広い品目で年度替わりの価格改定(値上げ)が実施されたことがコアCPIを押し上げた。

### 消費者物価指数(生鮮食品除く、全国)の要因分解



(注) 制度要因は消費税、教育無償化、Go To トラベル事業、全国旅行支援  
(資料) とともに総務省統計局「消費者物価指数」

## 2 物価上昇品目の割合がさらに上昇

消費者物価(除く生鮮食品)の「上昇品目数(割合)一下落品目数(割合)」消費者物価指数の調査対象522品目(生鮮食品を除く)を前年に比べて上昇している品目と下落している品目に分けてみると、4月の上昇品目数は433品目(3月は427品目)、下落品目数は46品目(3月

は52品目)となり、上昇品目数が前月から増加した。上昇品目数の割合は83.0%(3月は81.8%)、下落品目数の割合は8.8%(3月は10.0%)、「上昇品目割合」-「下落品目割合」は74.1%(3月は71.8%)であった。

## 3 コアCPI上昇率は夏場まで3%前後で高止まり

23年4月のコアCPIは、エネルギー価格の下落率が拡大する一方、年度替わりの値上げが幅広い品目で実施されたことから前月から伸びが高まった。コアCPI上昇率は、5月には再生可能エネルギー発電促進賦課金の引き下げにより電気代の下落率がさらに拡大することを主因として鈍化するが、6月には電力各社が申請している値上げが認可され、電気代が再び上昇することもあり、夏場までは3%前後で高止まりすることが見込まれる。

### 消費者物価(除く生鮮食品)の「上昇品目数(割合)一下落品目数(割合)」



(注) 消費税率引き上げの影響を除いている。

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5年3月実績および令和5年4～6月見通し)

内閣府2023年5月22日公表

### 2023(令和5)年3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見ると、受注総額は、2月0.8%減の後、3月は2.8%減となった。

需要者別にみると、民需は、2月3.1%増の後、3月は12.3%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、2月4.5%減の後、3月は3.9%減となった。内訳をみると製造業が2.4%減、非製造業(船舶・電力を除く)が4.5%減であった。

一方、官公需は、2月45.8%増の後、3月は防衛省、国家公務で増加したものの、「その他官公需」、地方公務等で減少したことから、15.5%減となった。

また、外需は、2月2.3%増の後、3月は原動機、航空機等で増加したものの、産業機械、道路車両等で減少したことから、10.5%減となった。

なお、最終需要者が不明である代理店経由の受注は、2月6.8%減の後、3月は道路車両、鉄道車両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、5.4%増となった。

次に四半期別の受注動向を前期比で見ると、受注総額は、2022(令和4)年10～12月1.0%減の後、2023年1～3月は8.7%減となった。

需要者別にみると、民需は、10～12月8.3%減の後、1～3月は7.1%増となった。

このうち、「船舶・電力を除く民需」は、10～12月4.7%減の後、1～3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、2.6%増となった。

また、官公需は、10～12月3.6%減の後、1～3月には地方公務、運輸業で減少したものの、「その他官公需」、防衛省等で増加したことから、19.9%増となった。

一方、外需は、10～12月2.4%増の後、1～3月には船舶、原動機で増加したものの、電子・通信機械、産業機械等で減少したことから、21.4%減となった。

なお、代理店経由の受注は、10～12月1.4%増の後、1～3月には産業機械、重電機等で減少したものの、道路車両、電子・通信機械等で増加したことから、0.1%増となった。

## 2 民需の業種別受注動向(季節調整値)

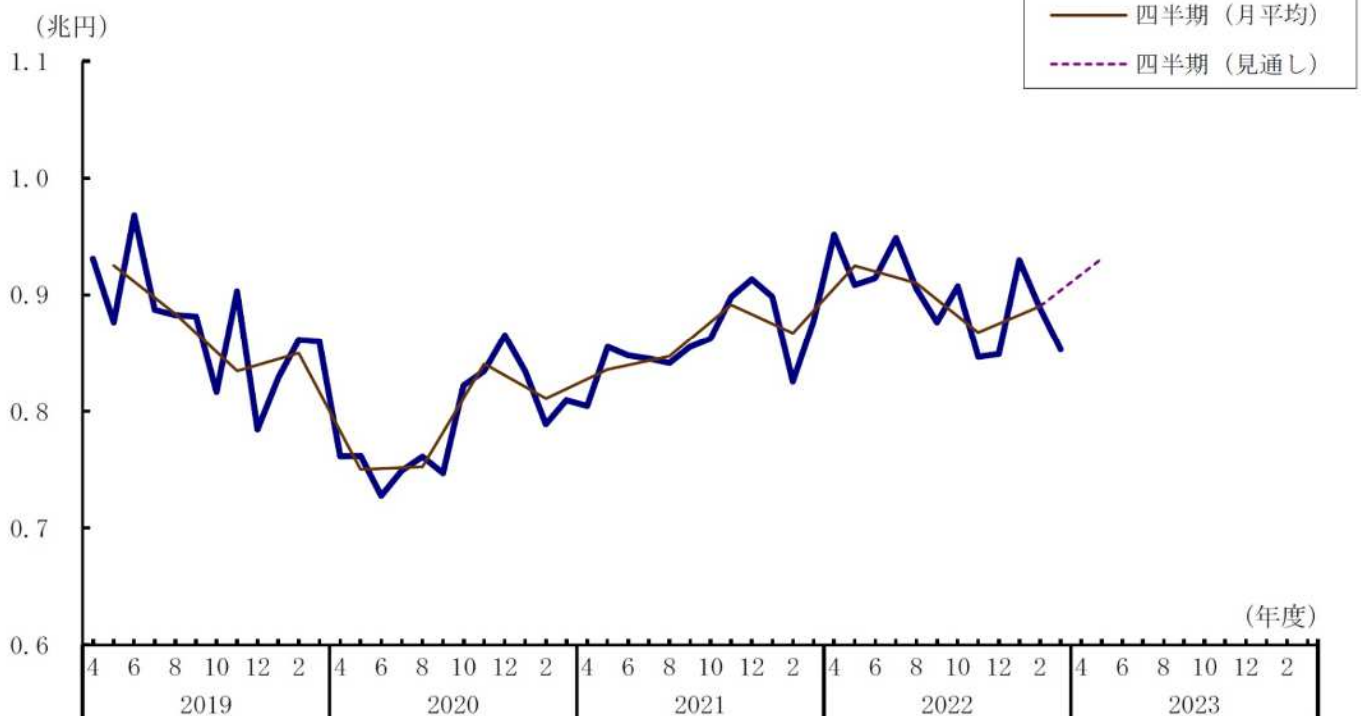
製造業からの受注を前月比で見ると、合計では、2月 10.2%増の後、3月は 2.4%減となった。3月の受注を業種別にみると、前月比で増加したのは 17 業種中、造船業 (351.0%増)、鉄鋼業 (49.8%増) 等の6業種で、非鉄金属 (72.2%減)、石油製品・石炭製品 (39.2%減) 等の 11 業種は減少となった。

一方、非製造業からの受注を前月比で見ると、合計では、2月 3.9%減の後、3月は 12.6%減となった。3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、建設業 (19.7%増)、金融業・保険業 (19.1%増) 等の4業種で、不動産業 (50.9%減)、電力業 (27.1%減) 等の8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見ると、製造業からの受注は合計では、10~12月 10.6%減の後、1~3月には 1.9%増となった。1~3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、造船業 (67.5%増)、石油製品・石炭製品 (36.4%増) 等の8業種で、情報通信機械 (21.5%減)、「その他輸送用機械」 (13.5%減) 等の9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、10~12月 4.5%減の後、1~3月は 9.7%増となった。1~3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、建設業 (30.8%増)、運輸業・郵便業 (29.2%増) 等の6業種で、鉱業・採石業・砂利採取業 (52.1%減)、卸売業・小売業 (9.7%減) 等の6業種で減少となった。

民需(船舶・電力を除く)



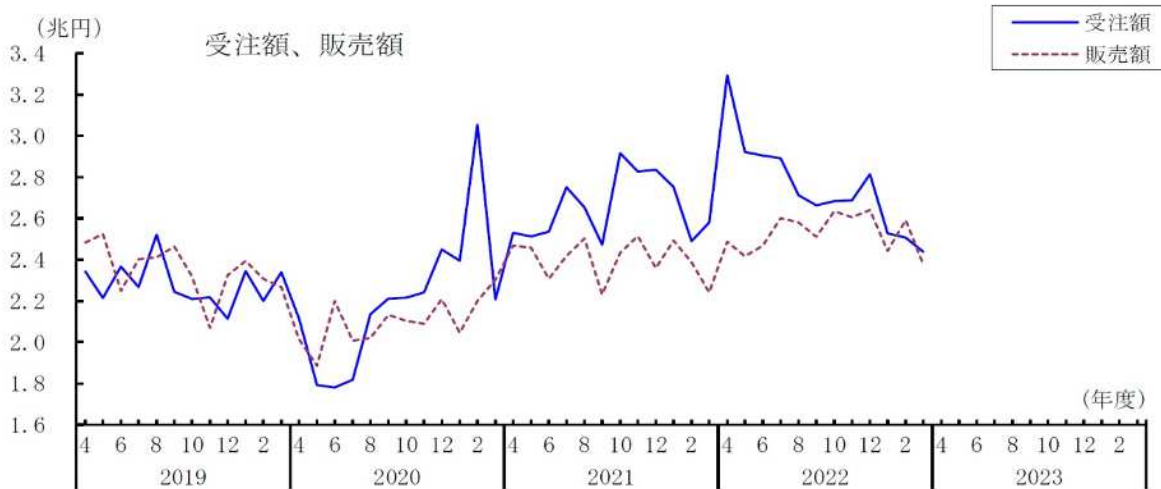
(備考) 1. 四半期 (月平均) は季節調整済みの月平均値を期央月の位置に表示(例えば7~9月の月平均値は8月の位置に表示)。  
2. 「2023年4~6月(見通し)」の計数は、「見通し調査(2023年3月末時点)」の季節調整値を3で割った数値。

### 3 販売額、受注残高、手持月数(季節調整値)

3月の販売額は2兆3,765億円(前月比8.3%減)で、前3か月平均販売額は2兆4,699億円(同3.4%減)となり、受注残高は34兆7,808億円(同0.2%増)となった。

この結果、手持月数は14.1か月となり、前月差で0.5か月増加した。

#### 受注額、販売額、受注残高、手持月数(総額、季節調整値)



機械受注統計調査報告(令和5年3月実績および令和5年4~6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。



# リスクへの対応が企業の存続を左右する リスクマネジメント 体制の構築法

1. 企業を取り巻くリスクが経営に与える影響
2. リスク対策に必要となるリスク分析と評価
3. リスクマネジメント推進体制構築のポイント
4. 項目別リスク対応策



## ■参考資料

【金融庁】：監査マニュアル ISO31000規格 COSO-ERM規格 【厚生労働省】：労働衛生管理チェックリスト  
 【日本内部監査協会】：ERM研究会発表資料 【帝国データバンク】：2021年BCP策定企業意識調査  
 【全社的なマネジメント】：中央経済社 【リスクマネジメント集中講座】：オーム社

# 1

## 企業経営情報レポート

# 企業を取り巻くリスクが経営に与える影響

企業を取り巻くリスクは、多種多様、複雑多岐にわたります。事故や災害、訴訟の提起、諸制度の大幅な改定、為替・株価変動など、企業に損失を与える要因は数限りなく列挙されます。

さらに、昨今では感染症に対する対応や社員の SNS による内部管理体制の暴露等々様々なリスクも生じてきています。このような中、本レポートでは、企業が実際に取り組むべきリスクマネジメントについて実際の進め方におけるポイントをご紹介します。

### ■ リスクとは何か

#### (1) リスクの種類

企業活動におけるリスクは、一体どの位の数があるのでしょうか。

下記の表は一般的に企業を取り巻くリスクの代表的なものを記載しました。

#### ◆ リスクの種類例

| 項目の視点 | リスク例                         |
|-------|------------------------------|
| 政治    | 法改正、国際社会の圧力、戦争、規制変更など        |
| 経済    | 原材料資源の価格乱高下、貿易摩擦、株式市場の変動など   |
| 社会    | 風評、意識の変化、地域との関係、ライフスタイルの変容など |
| 自然災害  | 気候変動、感染症の流行など                |
| 事故・故障 | 設備老朽化、火災、盗難、サイバーテロ、交通事故など    |
| 事務管理  | 顧客対応、内部管理体制不備、文書流出など         |

これらのリスクに全て対応していくことが経営上は求められます。ではリスクマネジメントとは、世の中にある全てのリスクを洗い出し対応していくことなのでしょうか。限りある経営資源の中ですべてのリスクに対応することは現実的ではありません。

企業活動におけるリスクマネジメントは、世の中にある全てのリスクに対応することではなく、企業活動に影響を及ぼすリスクに限定されます。

#### (2) リスクの定義

企業経営上でのリスクとは何か確認していきます。企業経営の視点から行うリスクマネジメントは、ISO31000 として ISO 規格にも定められており、他の国際規格でも、ERM (Enterprise Risk Management (全社的リスクマネジメント) – COSO-ERM 規格) 等があります。これらの規格の中で、リスクについて次のように定義しています。

#### ◆ リスク定義

**ISO31000** 目的に対する不確かさの影響

**COSO-ERM** 事象が起これば戦略達成やビジネス目標に影響を与える可能性



# 2

## 企業経営情報レポート

# リスク対策に必要なリスク分析と評価

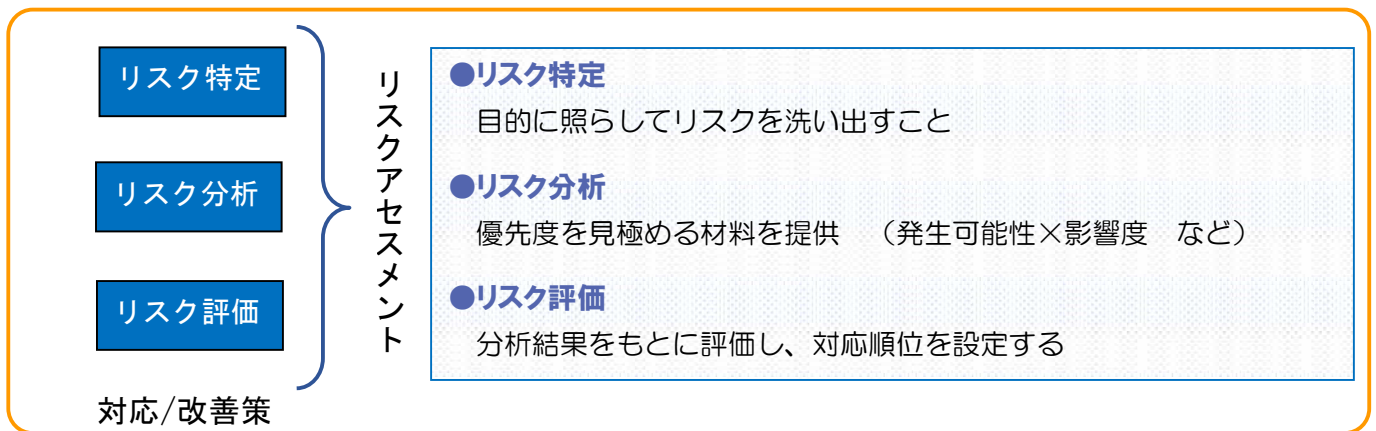
### ■ リスクを特定する

#### (1) リスクアセスメントの概要

リスクへの対応は、変化する事業環境に応じる必要があります。その際の中心的な活動にリスクアセスメントがあります。

本章では、このリスクアセスメントの手順に従い、それぞれのポイントを確認していきます。

#### ◆ リスクアセスメントの概要



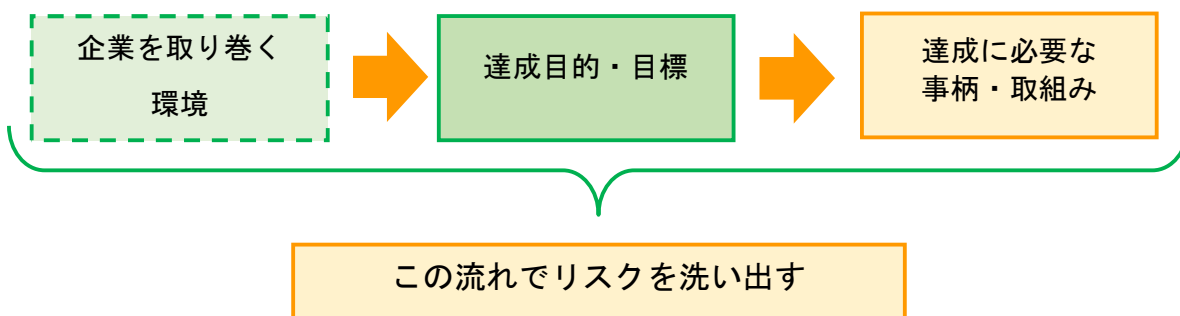
上記がリスクアセスメントの一般的な項目とステップになります。

#### (2) リスクを特定する

リスクアセスメントの手順に従うと、まずはリスクを特定する必要があります。

ここで思い出していただきたいことは、「リスクは目的によって浮き立つ」ということです。

#### ◆ リスクを特定する前に洗い出し



### ■ リスク分析

洗い出されたリスクに対してどの位の影響度・大きさがあるかを見ていくのがリスク分析になります。大きさの指標をみる評価軸（モノサシ）などの設定も重要なポイントです。

# 3

## 企業経営情報レポート

# リスクマネジメント推進体制構築のポイント

### ■ 全社的リスクマネジメント体制構築の必要性

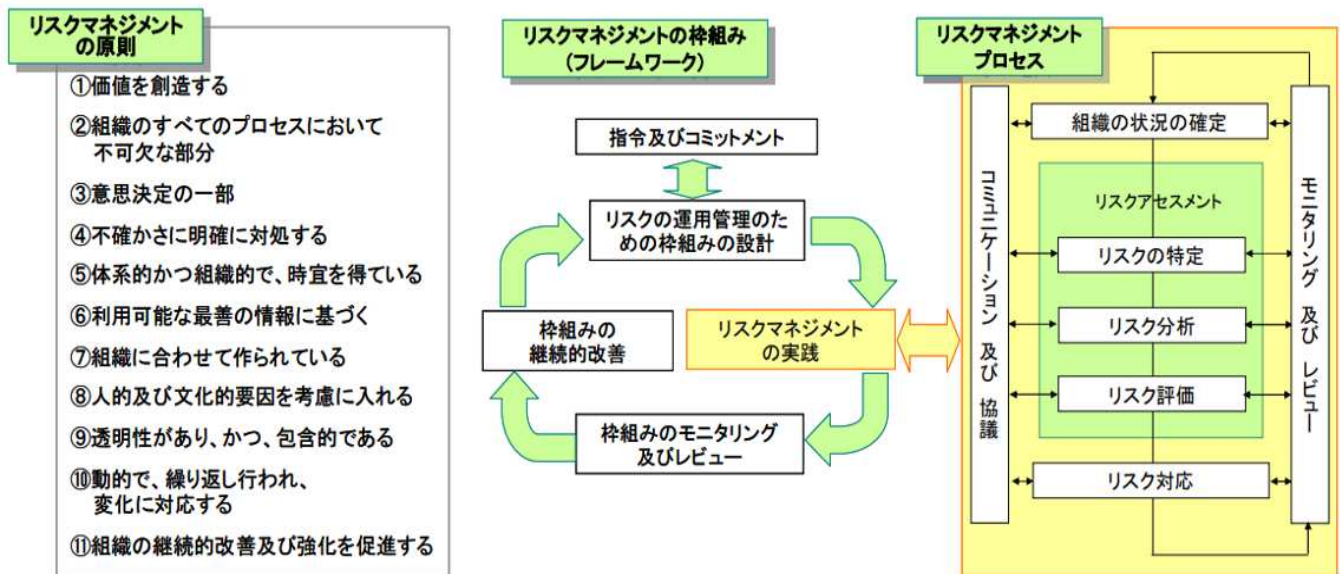
前章までにおいて、企業経営を取り巻くリスクには様々なものがあることを説明するとともに、そのリスク防止への取り組み手順についても説明してきました。

リスク防止への取り組みについては、部門/部署単位であれば対応範囲が限定されるために、対応しやすい面がありますが、全社的に及ぶリスクに対応していくためには、全社的な視点で体制を整えた上で、リスク対応策を講じていく必要があります。

この全社的なリスク体制のことを、ERM (EnterpriseRiskManagement) と呼んでいます。

### ◆ERMとは

企業が経営をしていく上で起こる可能性がある、あらゆるリスクに対して企業全体で管理するという体制のこと



JISQ31000 で示されているリスクマネジメントの全体像

### ■ 推進体制の構築におけるポイント

リスクへの対応は、継続的な実施がポイントです。日々の業務の中でリスクに向き合うことができているか、プロセスを管理していくこと、さらに、全社的にマネジメントの視点を持ちながら推進部署の設置をすることが重要です。

#### (1) 組織体制の整備

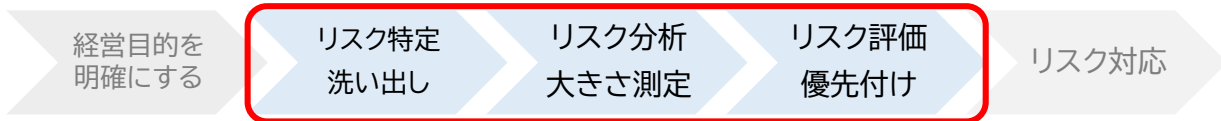
全社的リスクマネジメントは、トップダウンによる方が効果的です。トップダウンにより、下記のような組織体制整備が望まれます。

# 4 企業経営情報レポート

## 項目別リスク対応策

これまでリスクマネジメント手法について解説してきましたが、本章では、特に重要なリスク特定～リスク評価におけるチェックポイントを解説します。

### ◆リスクマネジメントの実施事項



この3項目は、リスク対策において特に重要

### ■ リスク特定時のチェックポイント

対象とする事象/事柄に対して次の3つの視点でチェックします。

#### ◆リスク特定時のチェックポイント

- ✓ 事業目標達成に影響を与えうる事象を、見落とすことなく考慮しているか。
- ✓ 事象は潜在的影響がプラスかマイナスかにかかわらず、とりあげているか。
- ✓ 内部から影響を受けるもの、外部から影響を受けるもの双方をとりあげているか。

経営者は、事業目的に影響を与えうるすべての事象を考慮し、潜在的にマイナスの影響をもつ事象はリスク評価と対応を行い、プラスの影響をもつ事象はビジネス機会として捉える必要があります。

また経営幹部による全社的な事象識別のディスカッションがなされ、戦略導入や目標達成に影響を与える重要な事象が特定される必要があります。このときに、すべての外部要因と内部要因が認識され、かつ事業体レベルと事業活動レベルでの「事象識別」の整合性が図られているか確認することも重要です。

#### 【リスクの識別事例：電力会社】

ERM（全社的リスクマネジメント）部門を設置し、(a)企業の最も重大なリスクの識別(b)優先順位付け・分析・監視するリスクマップの設計(c)各事業単位のリスクマネジメントの支援を行う。

##### (a)のリスク識別の方法：

隔年での企業全体の戦略策定時に ERM 部門が各事業部門に対し年度事業計画策定とあわせて主要リスクの提出を要請する。ERM 部門では各事業部門から提出された主要リスクをレビュー・集計し各主要リスクの影響と確率をグラフ化し、取締役会に報告する。

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:資金繰り > サブジャンル:クラウドファンディング

# クラウドファンディングの 5つの類型

クラウドファンディングの  
 5つの類型について教えてください。

日本のクラウドファンディングのビジネスモデルを「資金提供者への金銭的リターンの形態」という切り口で分類すると、以下に分けることができます。

## (1) 寄付型クラウドファンディング

被災地や途上国支援など、社会意義の高いプロジェクトに対して寄付を行うことができるのが寄付型クラウドファンディングです。

基本的にリターンはありませんが、プロジェクトによって、サイト内で活動報告などを閲覧することができます。

## (2) 購入型クラウドファンディング

最新の技術を用いたプロダクトや、ユニークな映画やイベントなど、バラエティに富んだプロジェクトに対して支援を行うことができるのが購入型クラウドファンディングです。

リターンとして、支援金額に応じた商品やサービスのチケット等が手に入ります。リターン目当てで支援するユーザーが多く、商品やサービスの先行販売サイト的な役割を担っています。

## (3) 融資型クラウドファンディング

寄付型・購入型に比べると日本での浸透度は低いですが、実は世界のクラウドファンディング市場シェアが、最も高いのが融資型クラウドファンディングです。投資家から集めた資金で、資金調達ニーズのある企業に対して融資を行います。小口の資金を集めて大口化することにより、これまで個人にはハードルの高かった不動産投資や海外投資などの好条件な投資案件に参加できるようになります。リターンとして返済金利の一部が分配されます。

## (4) ファンド投資型クラウドファンディング

応援したい事業者に対して、匿名組合を通じて投資をすることができます。リターンとして、契約期間中の売上の一部を分配金として受け取ることができます。

また、投資家特典として、投資先の企業の商品やサービスがもらえる場合もあります。

## (5) 株式投資型クラウドファンディング

金融審議会において議論されていることにより注目が集まっているのが、この株式投資型クラウドファンディングです。

ジャンル:資金繰り > サブジャンル:クラウドファンディング

# クラウドファンディングの活用法

クラウドファンディングの活用方法を教えてください。

ネットサービスを通じたクラウドファンディングの流れを解説します。  
クラウドファンディング運営会社のサービス状況により多少異なりますが、一般的には以下のとおりです。

## STEP1 プロジェクトの登録・投稿

利用したいクラウドファンディング運営会社に、資金を調達した結果、達成したい目的、内容などの必要事項を申請（登録・投稿）します。



## STEP2 プロジェクトの審査

その後、クラウドファンディング運営会社による審査が始まります。審査期間は、「約1週間〜」、「非公開」等、運営会社によって異なります。審査基準は、サイト内で公開されます。



## STEP3 プロジェクトの開始

審査を通過したらプロジェクトを公開し、資金収集を開始します。プロジェクトに載せる文章、写真などの素材、見せ方の工夫などによって、収集できる資金額が変わります。



## STEP4 SNS等で情報拡散、閲覧者・支援者への活動報告

クラウドファンディングでの資金集めを成功させるコツは、まずは閲覧者を増やすことです。活動母体のSNS等で情報を告知してPRします。さらに、こまめに途中経過を報告する等、見ている方が「支援したくなる」「育成している気持ちになる」仕組みをつくるのが大切です。



## STEP5 プロジェクトの終了

目標金額を達成した場合、そのネットサービスの手数料を差し引かれた金額が口座に振り込まれます。一方、目標金額を達成しなかった場合は、「未達成」として支援金は支援者に返金され、プロジェクトは終了します。



## STEP6 支援者へお礼をする

クラウドファンディングでは、プロジェクトが終了した後のフォローも重要です。事前にネット上などで約束した「支援者特典」があるならば、それを実行しなければいけません。