

2015.11.24

週刊WEB

発行
税理士法人日下事務所

企業経営マガジン

1 ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2015年11月17日号
2015～2017年度経済見通し(15年11月)

経済・金融フラッシュ 2015年11月16日号

【タイGDP】7-9月期は前年同期比+2.9%

～公共投資と観光は鈍化も、輸出持ち直しで景気減速を回避

2 経営TOPICS

統計調査資料

2015(平成27)年7～9月期四半期別GDP速報
(1次速報値)

3 経営情報レポート

少数精鋭で成果を上げる！
個人とチームが取組む「段取り術」

4 経営データベース

ジャンル:営業拡大 サブジャンル:ビジネスコーチング

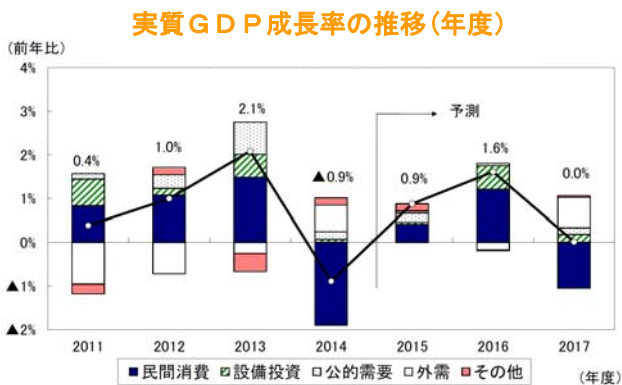
コーチング導入の効果

パーソナルコーチングとビジネスコーチングの違い

2015～2017年度 経済見通し(15年11月)

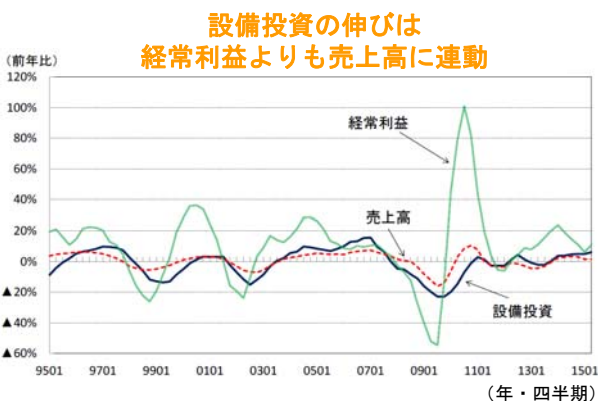
要旨

1 2015年7-9月期の実質GDPは前年比年率▲0.8%と2四半期連続のマイナス成長となった。日本経済は2015年度入り後足踏み状態が続いているが、個人消費の持ち直し、在庫調整の進展など明るい兆しも見られる。



(資料) 内閣府経済社会総合研究所「四半期別GDP速報」

2 10-12月期は民間消費、設備投資の増加を主因としてプラス成長に復帰すると予想するが、輸出、設備投資を中心に下振れリスクがある。

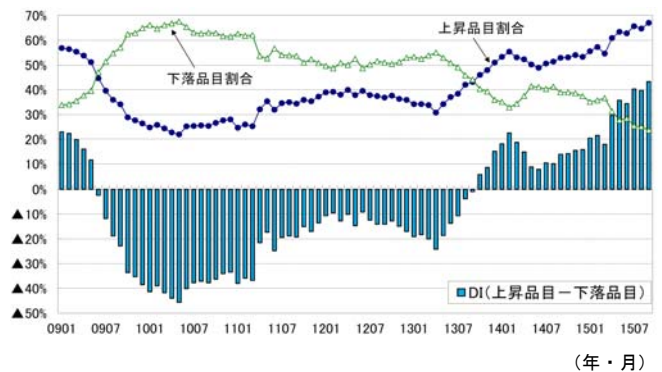


(注) 前年比の4四半期移動平均
(資料) 財務省「法人企業統計」

3 2016年度末にかけては消費税率引き上げ前の駆け込み需要もあり高めの成長となった後、2017年度は消費増税の影響から成長率が大きく低下するだろう。実質GDP成長率は2015年度が0.9%、2016年度が1.6%、2017年度が0.0%と予想する。

4 消費者物価上昇率(生鮮食品を除く総合)は2015年末までには再びプラスとなり、2016年度後半には1%台まで伸びを高めるが、2017年度入り後は消費税率引き上げに伴う景気減速の影響から伸びが頭打ちとなるだろう。年度ベースでは2015年度が0.1%、2016年度が1.0%、2017年度が0.8%(消費税率引き上げの影響を除く)と予想する。

消費者物価(除く生鮮食品)の 「上昇品目数(割合)ー下落品目数(割合)」



(注) 消費税率引き上げの影響を除いている。
(資料) 総務省統計局「消費者物価指数」

【タイGDP】

7-9月期は前年同期比+2.9%

～公共投資と観光は鈍化も、輸出持ち直して 景気減速を回避

要旨

1 7-9月期は前年同期比+2.9%

2015年7-9月期の実質GDP成長率は前年同期比+2.9%の増加と、前期の同+2.8%から上昇したほか、Bloomberg調査の市場予想(同+2.5%)を上回った。また前期比(季節調整値)は+1.0%と前期の同+0.3%から上昇した。

需要項目別に見ると、純輸出の改善が成長率上昇の主因となったことが分かる。民間消費は前年同期比+1.7%(前期:同+1.6%)と食料・飲料や住宅・光熱費を中心に上昇し、政府消費は前年同期比+1.0%(前期:同+3.8%)と低下した。また投資は前年同期比▲1.2%(前期:同+2.7%)とマイナスに転じた。民間投資は前年同期比▲6.6%(前期:同▲3.2%)とマイナス幅が拡大し、公共投資は前年同期比+15.9%と高水準ながらも前期の同+24.7%から低下した。

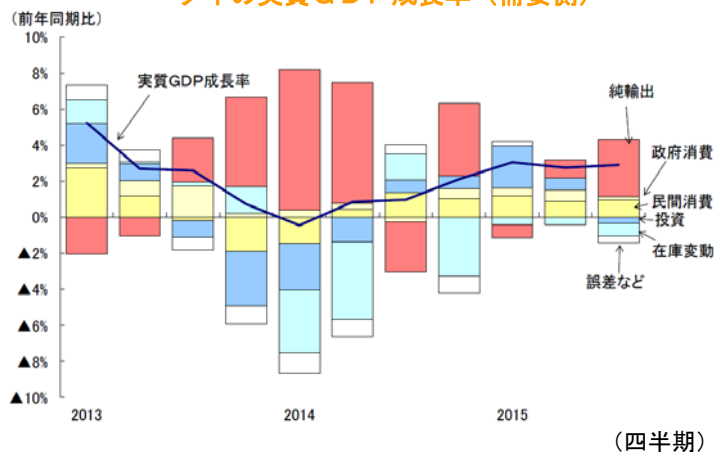
2 公共投資と観光は鈍化も、輸出持ち直して 景気減速を回避

7-9月期は公共投資と観光業が鈍化したものの、財貨輸出の持ち直しと輸入縮小が成長率を押し上げ、全体として景気減速は免れた。しかし、足元の海外需要の弱さを鑑みれば輸出の持ち直しが続く可能性は低く、また公共投資と観光業が再び加速するとは期待できないだけに、政府の景気刺激策の効果が上がらなければ2%台の成長が続く恐れがある。

輸出は景気減速しているアジア向けを中心に引き続き減少したものの、マイナス幅は縮小した。緩和的な金融政策がバーツ安を促して価格競争力が向上したことや、タイ製品が中国企業のサプライチェーンに組み込まれているために中国の通貨切り下げの悪影響が表れなかったことも、輸出の持ち直しに寄与したと見られる。

一方、景気を支える公共投資と観光業は鈍化した。公共投資は輸送インフラや水資源などの開発案件や追加の景気刺激策の執行開始によって前期から更に拡大したが、前年比では鈍化した。また観光は8月のバンコク爆弾テロを受けて中国人観光客数が減少し、9月の外国人観光客数は前年比8.7%増と7月の同39.4%増から失速した。

タイの実質GDP成長率(需要側)



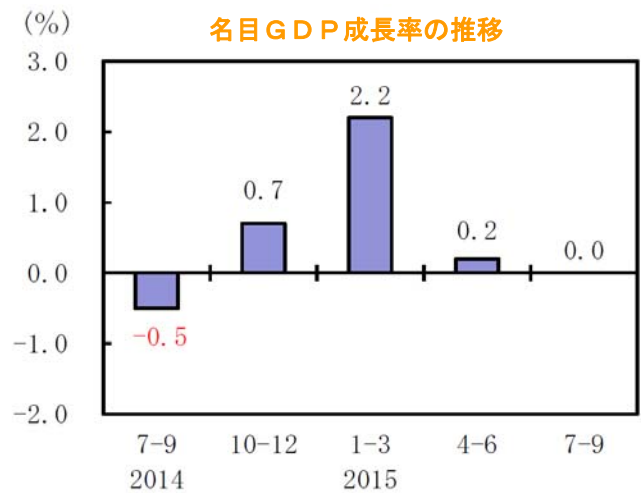
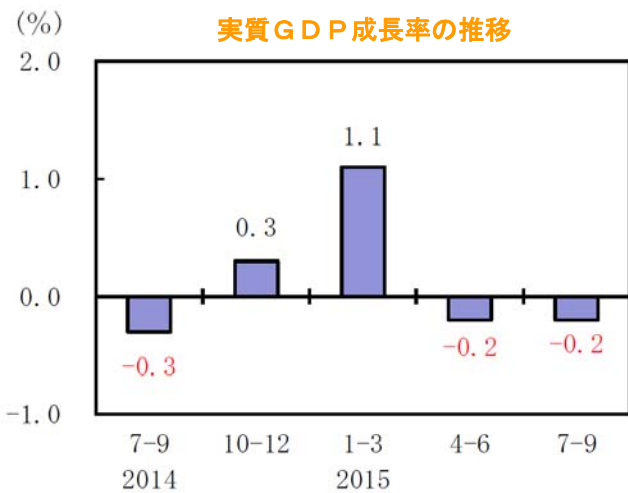
(資料) CEIC

2015(平成27)年7~9月期 四半期別GDP速報(1次速報値)

I 国内総生産(支出側)及び各需要項目

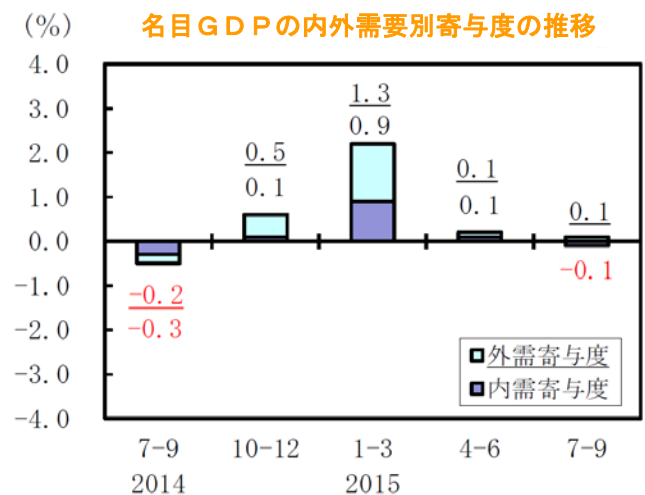
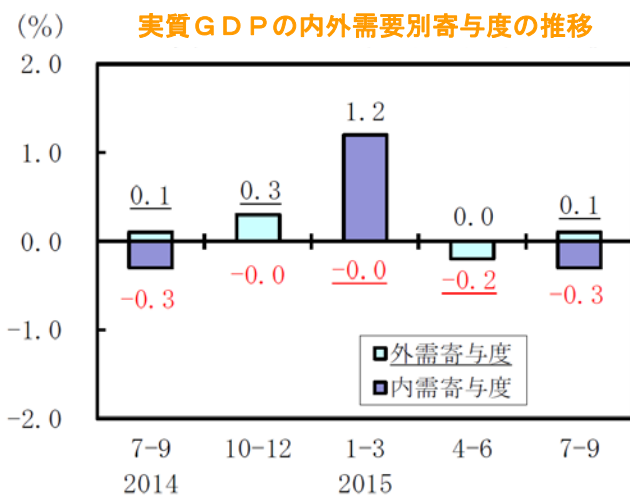
1 GDP成長率(季節調整済前期比)

2015年7~9月期の実質GDP(国内総生産・2005暦年連鎖価格)の成長率は、▲0.2%(年率▲0.8%)となった。また、名目GDPの成長率は、0.0%(年率0.1%)となった。



2 GDPの内外需別の寄与度

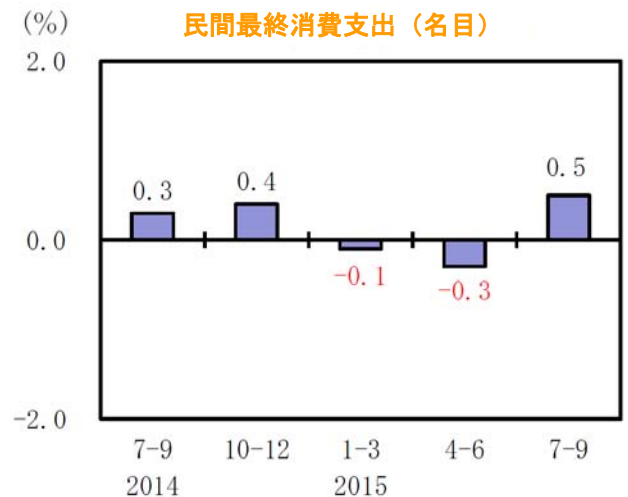
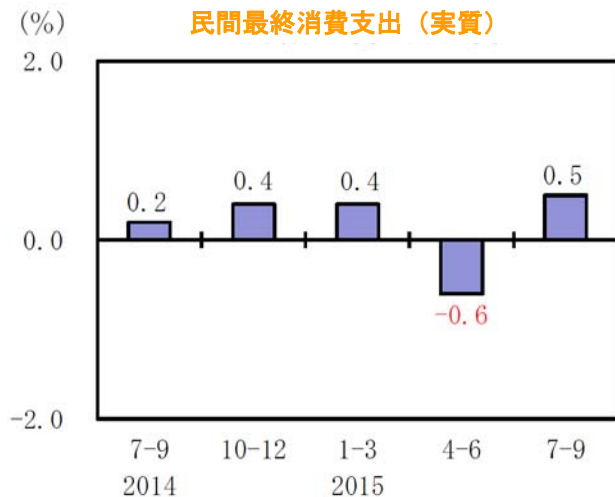
GDP成長率のうち、どの需要がGDPをどれだけ増加させたかを示す寄与度でみると、実質は国内需要(内需)が▲0.3%、財貨・サービスの純輸出(輸出-輸入)が0.1%となった。また、名目は国内需要(内需)が▲0.1%、財貨・サービスの純輸出(輸出-輸入)が0.1%となった。



3 需要項目別の動向（季節調整済前期比）

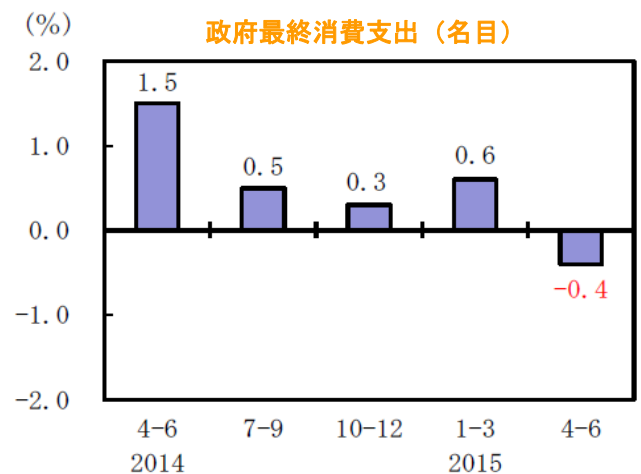
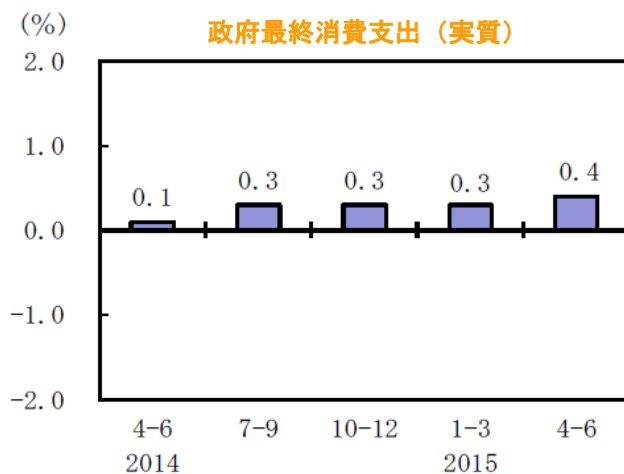
(1) 民間需要の動向

民間最終消費支出は、実質0.5%（4～6月期は▲0.6%）、名目0.5%（4～6月期は▲0.3%）となった。そのうち、家計最終消費支出は、実質0.5%（4～6月期は▲0.6%）、名目0.5%（4～6月期は▲0.4%）となった。家計最終消費支出（除く持ち家の帰属家賃）は、実質0.6%（4～6月期は▲0.8%）、名目0.6%（4～6月期は▲0.4%）となった。



(2) 公的需要の動向

政府最終消費支出は、実質0.3%（4～6月期は0.6%）、名目0.5%（4～6月期は▲0.2%）となった。公的固定資本形成は、実質▲0.3%（4～6月期は2.1%）、名目0.3%（4～6月期は2.1%）となった。公的在庫品増加の成長率への寄与度は、実質▲0.0%（4～6月期の寄与度は▲0.0%）、名目▲0.0%（4～6月期の寄与度は▲0.0%）となった。



(3) 輸出入の動向

財貨・サービスの輸出は、実質2.6%（4～6月期は▲4.3%）、名目2.0%（4～6月期は▲2.8%）となった。財貨・サービスの輸入は、実質1.7%（4～6月期は▲2.8%）、名目1.3%（4～6月期は▲3.0%）となった。

4 デフレーターの変動

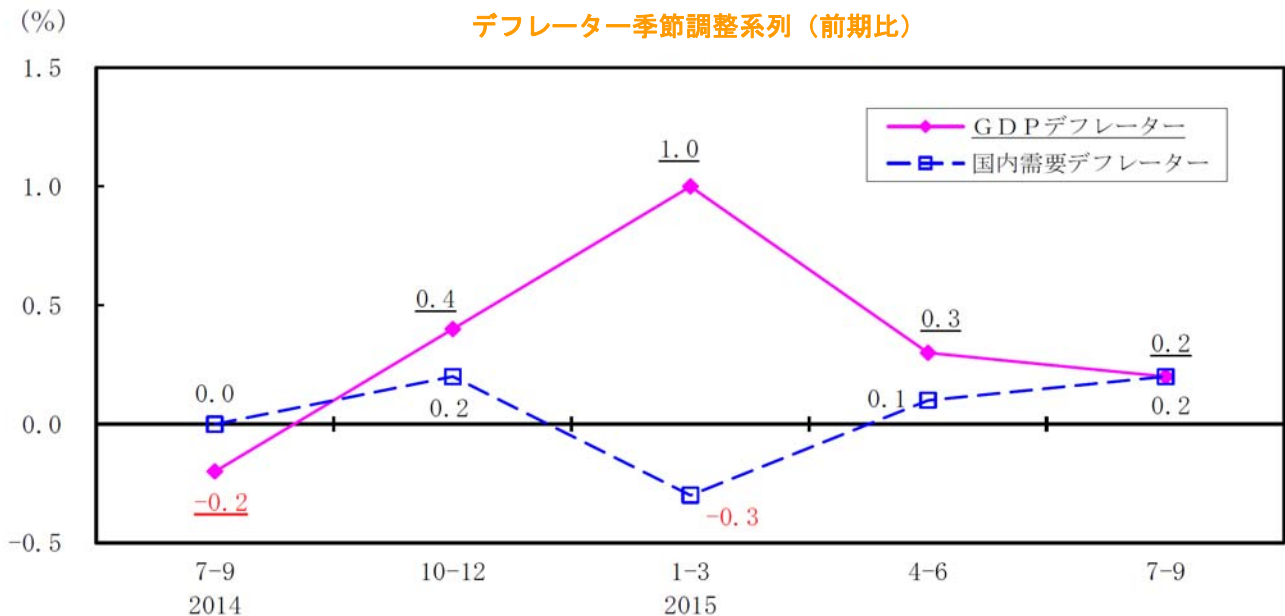
(1) 四半期デフレーター季節調整系列^(注) (前期比変化率)

GDPデフレーターは、0.2% (4~6月期は0.3%) となった。

国内需要デフレーターは、0.2% (4~6月期は0.1%) となった。

財貨・サービスの輸出デフレーターは▲0.6% (4~6月期は1.5%)、財貨・サービスの輸入デフレーターは▲0.5% (4~6月期は▲0.1%) となった。

(注) 四半期デフレーター季節調整系列 = (名目季節調整系列 / 実質季節調整系列) × 100

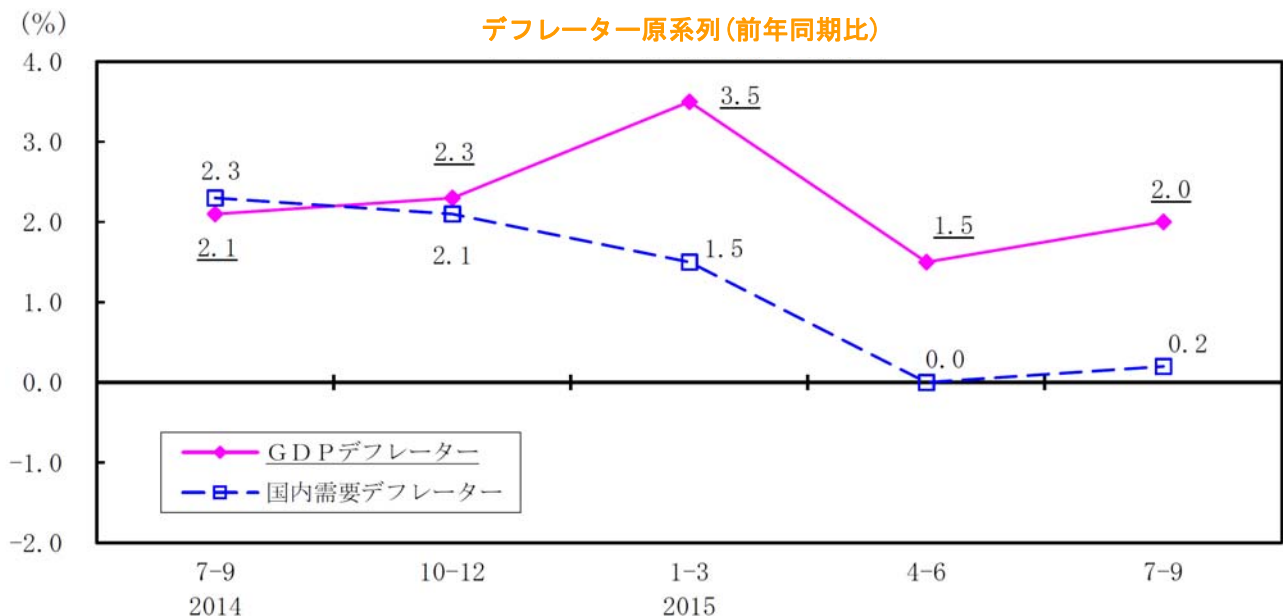


(2) 四半期デフレーター原系列 (前年同期比変化率)

GDPデフレーターは、2.0% (4~6月期は1.5%) となった。

国内需要デフレーターは、0.2% (4~6月期は0.0%) となった。

財貨・サービスの輸出デフレーターは1.7% (4~6月期は3.1%)、財貨・サービスの輸入デフレーターは▲7.2% (4~6月期は▲4.6%) となった。



「2015年7~9月期四半期別GDP速報」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。

少数精鋭で成果を上げる！ 個人とチームが取組む「段取り術」

ポイント

- ① 個人・チームの成果を最大にする「段取り」
.....
- ② 個人の「段取り力」を高めるポイント
.....
- ③ チームの「段取り力」を高めるポイント
.....



<参考文献>

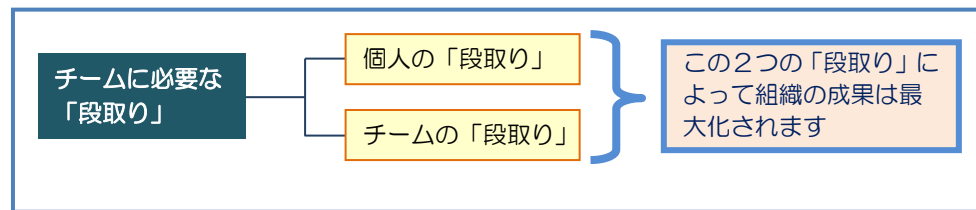
- 「モレ・ムダ・ミスのない段取りのつけ方業務の進め方」(日本実業出版) 神谷 一博 著
- 「段取り力を磨けば業務は成功する」(C&R研究所) 高橋 宗照 著
- 「仕事効率を劇的にアップさせる頭のいい段取りの技術」(日本実業出版) 藤沢 晃治 著
- 「段取りの教科書」(中経出版) 吉原 靖彦 著
- 「仕事力が3倍アップする時間活用法」(実務教育出版) 水口 和彦 著

1 個人・チームの成果を最大にする「段取り」

■ 少数精鋭組織において成果を上げるためには「段取り」が必要

今日、企業が置かれている厳しい経営環境においては、「少数精鋭」で高い業績を上げられる組織が求められています。

■ チームに必要な2つの段取り



「少数精鋭」の組織においては、必然的に一人あたりの業務量は増加するため、一人ひとりが時間のロスをなくし、いかにコストパフォーマンスを最大化できるかを考えなければなりません。つまり、個人及びチームにおいて「段取り」を考えた業務を行うということです。個人の能力向上やチームの業績はこの「段取り」に大きく左右されます。

■ 上手な段取りによって生み出される成果

個人	<ul style="list-style-type: none"> ● 業務のミス、モレ、ムダを防ぐ ● 業務を効率的に行う ● 優先度の高い業務から着手できる ● 先の業務に取り掛かることができる ● 新たな能力開発テーマに取り組む時間ができる
チーム	<ul style="list-style-type: none"> ● チームメンバー全員の力を十二分に発揮できる ● チームの業績（成果）を上げる ● 新たなテーマに着手できる ● 問題の芽を早期に摘むことができる ● 業務改善ができる

■ 段取り上手と段取り下手に見られるそれぞれの行動パターン例

いわゆる「段取り上手」と言われる人は、優先順位をつけながら、計画的に、かつムダなく業務を進めています。右記に、ある職場における2人の社員の段取りについて比較した例を紹介します。明らかにAさんの方が「段取り力」は高く、Bさんのような業務の進め方では、作業効率が上がらず、余計なコスト（時間、お金）がかかることは明白です。

「段取り上手」になるためには、業務が完了するまでのプロセスを描くことができる「計画性」と、与えられた業務を確実に成し遂げようとする「実行力」が鍵を握ると言えます。

■ 指示された業務に対する取組み方の比較例

	段取り上手なAさん	段取り下手なBさん
指示されたとき	● 業務の全体構想を練り、大まかな期間を想定する	● 何も考えずに、手当たり次第にできることから着手
計画の立てかた	● ゴール（期日）から逆算し、1日ごとに行う業務を明確にした計画を立てている	● 取組み期間中に、出来るときに行うという計画を立てている
業務の進め方	● 業務をすぐに始める準備ができており、すぐ業務に着手している	● 準備をしておらず、業務の着手までに時間がかかる
期日管理	● 予め、予定表に入れ、予定通りに業務を進める ● 進捗チェックを毎日欠かさずに行っている	● 期限のある業務について、期限が迫ってから焦って行う ● 進捗チェックは、ほとんど行っていない
期日設定	● 当初期日より数日前に期限を設定し、余裕を持って対応できる	● 指示された期日を期限にしている（やり直しがあった場合には、間に合わない可能性がある）
トラブル発生時	● すぐに原因を探り対応策を検討	● 対応が後手後手になってしまう

2 個人の「段取り力」を高めるポイント

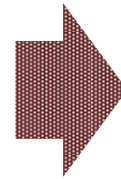
■ 自身の「段取り力」をチェックし、カイゼンを図る

段取り上手な人は、カイゼン上手とも言われます。

他社に負けない業務をしたい、もっと利益の出る業務をしたい、もっと効率の高い業務をしたいといった上昇志向の意欲を持っています。この意欲がカイゼンの原動力となり、段取り力の向上にもつながります。自身の段取りをカイゼンするために、これまでの段取りをチェックしてみましょう。チェック項目があれば、即カイゼンを行い、「段取り力」を向上させる必要があると言えます。

■ 自身の段取り度チェック

項目	チェック
●前日の準備は十分であったか	
●ミスした段取りはなかったか	
●モレが生じた段取りはなかったか	
●取り組む仕事の優先順位は的確だったか	
●段取りの手順は効率的だったか	
●余分な手間、時間をかけていないか	
●使用した資料、データを整理、保管したか	
●報・連・相を確実に行ったか	
●明日の準備は完了したか	



チェックのつかない項目については、即カイゼンします。このチェックを毎日行うと「段取り力」が向上します。

■ 業務の「見える化」で段取り上手になる

私たちは、自分の業務について、スケジュールが見えていないと、大事な業務を後回しにしてしまったり、忘れてしまったために挽回するのに余計な時間がかかってしまうことがあります。このような状況にならないためには、自分の業務を「見える化」し、段取りよく業務を行っていかねばなりません。右記は、職種別の日常、非日常的な業務例です。いずれの業務についても、「見える化」することによって段取り力を高めることができます。

■ 職種別業務例

職種	日常業務	非日常業務
営業職	<ul style="list-style-type: none"> ●新規顧客獲得活動 ●既存客へのアフターフォロー ●営業資料作成 	<ul style="list-style-type: none"> ●クレーム対応 ●新商品の企画 ●接待
総務職	<ul style="list-style-type: none"> ●社員の勤怠管理 ●広報活動 ●備品管理や印刷等の庶務 	<ul style="list-style-type: none"> ●組織図、規程等の改定 ●人事評価の集計 ●書類等の棚卸
経理職	<ul style="list-style-type: none"> ●受発注管理 ●入出金管理 ●社会保険料、税金等の計算 	<ul style="list-style-type: none"> ●ベンダーとの価格交渉 ●資産の棚卸 ●決算書類の作成

「見える化」する方法としては、自分の今後のスケジュールをアウトプットする方法と、実際の業務内容をアウトプットする方法があります。

また、日常業務にのみ偏って段取りを考えがちですが、非日常業務についても年に数回の業務ではあるものの、やり直しが困難なことから「段取り力」は欠かせません。

①日常業務は、スケジュールを「見える化」し、段取り力を高める

一般的な方法として自分自身の予定表を作成する方法があります。一つひとつの業務を優先順位に従って遂行し、完了した業務についてはチェックしていきます。

予定が見えると段取りも見えてきます。ポイントは、自分に合った予定表を活用することです。To-Doリストを作成し、今週やるべきこと、今日やるべきこと、時間帯別にやるべきことを整理し、大一中一小へとブレイクダウンすることにより上手い段取りを組むことが可能となります。

②非日常業務は、業務フローの「見える化」で、確実に段取りを行う

業務の流れをフローチャートに落とし込み、自身の業務について、作業の洗い出しを行い、段取り項目を整理していく手法です。

■「段取り力」を高めるために5つのMでチェックする

スケジュールや業務内容をアウトプットして、見やすく、理解しやすくなったところで、最終的な段取りチェックを行います。チェックは、ムダ、ムリ、ムラ、モレ、ミスという「5つのM」がないかどうかという観点で行います。

さらに一歩進めて、より良い段取りはないかという点から見直せば、より完璧です。こうした点からのチェックは、段取りを厳密に検討・評価する力を養います。そのことも含めて、ここで得た成果は、今回ばかりではなく、将来的によりレベルの高い段取りづくりに役立ちます。

■5つのMで最終チェック

①ムダはないか	● 日程をかけすぎているか ● 重複している業務はないか
②ムリはないか	● 日程にムリはないか ● 業務レベルにムリはないか
③ムラはないか	● 不要な待ち時間がないか ● 同じ業務に偏っていないか
④モレはないか	● 休祭日を見逃していないか ● 必要な業務を網羅しているか
⑤ミスはないか	● 期限が正しく設定されているか ● 業務手順に矛盾や逆順はないか

さらに一歩進めて、以下のより良い段取りはないかという点から見直せば、より完璧です。

■より良い段取りを目指すチェック項目

- 簡素化できる業務はないか
- 一括してできる業務はないか
- 削除できる業務はないか
- 日程を短縮できる業務はないか

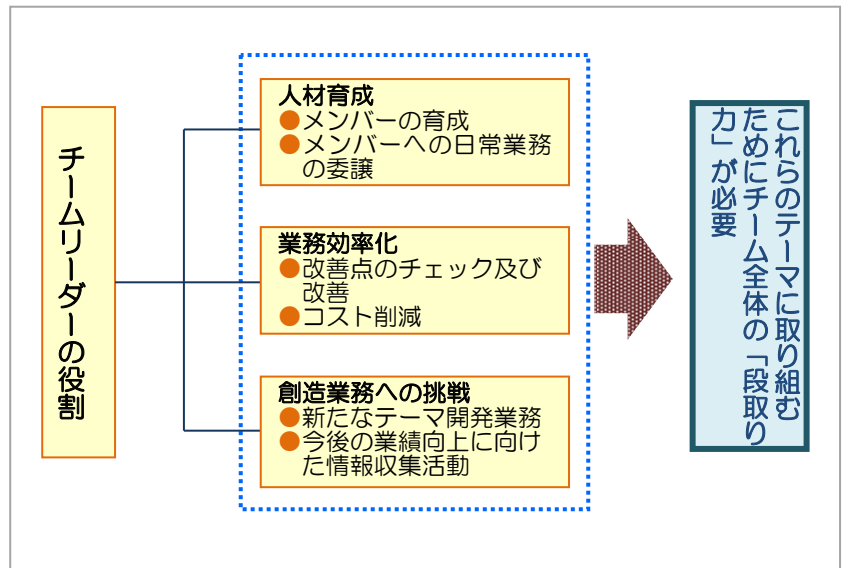
3 チームの「段取り力」を高めるポイント

■ チームの成果を最大化させるためには、チームとしての「段取りが」必要

少数精鋭の組織において、最大の成果を発揮するためには、一人ひとりの能力を最大限発揮させ、業務効率化を継続して取り組むほか、将来のチーム業績向上に向けた新たなテーマ（商品、サービス）開発などを行わなければなりません。

これらを全て行うためには、チーム全体の「段取り力」を上げていく必要があります。そのためには、チームリーダーが中心となって取り組んでいく役割を担っています。

■ チームリーダーの役割



■ メンバーの能力を高める「段取り術」

チームの目標達成を図るために考えるべきことは、いかにメンバー全員の能力を発揮させることができるかどうかです。育成面において留意しなければならないことは、業務を行うための能力を高める指導を継続して行うことです。

例えば、リーダーが定型業務をメンバーに委譲したい場合、あらかじめ委譲する業務を誰に、いつまでに任せるかなどの整理を行ったり、委譲した業務をいつ、どのようにチェックするのかなどを考えなければなりません。これらは、全て育成面での「段取り」と言えます。

■ チームリーダーが育成面において行うべき「段取り」

- メンバーの能力を把握し、どのように得意とする能力を発揮させるかを検討する
- 定型業務などの日常業務を、メンバーの誰に、いつ委譲するかを検討する
- メンバーの業務の取組み状況について、継続してチェックし、改善点は即指導する
- さらにメンバーの能力を高めるための次の委譲すべき業務を考える

■ まとめ

本レポートにおいて、解説してきた段取り術については、習慣化されることによって自身の業務スキルの向上につながり、それが、チーム力の向上に寄与し、強い組織へとつながっていきます。したがって、まずは個人レベルでの段取り術を身につけるためにも、日常業務における段取りを意識した業務遂行の実践が必要となります。

経営データベース ①

ジャンル: 営業拡大 > サブジャンル: ビジネスコーチング



コーチング導入の効果

コーチングを取り入れることで、企業内にどのような変化を起こすことが出来ますか？



上位下達で業績を向上させる時代は終わりました。もちろん、上からの指示命令がなければ組織は機能しませんし、これにより、ある程度の成果を出すことは出来ます。

しかし、それ以上の成果を望むとなると上位下達だけでは難しいのです。なぜなら、社員はいつまでも「やらされている」という気持ちが強く、まして上司部下の人間関係がうまくいっていない場合においては、その傾向は顕著に現れていきます。

そこで必要となってくるのが、コーチングという手法です。コーチングの目的は、「部下との信頼関係をつくる」ことと、「部下の自発的行動を促す」ことにあります。

コーチングを取り入れることにより、上司には以下のような変化が現れてきます。

- 部下やチームメンバーのことをよく観察し、部下の考え方や行動を理解する
- 頷きや合の手など、相手に合わせたコミュニケーションを図り相手に対する共感を示す
- 話し手の問題であることを意識し、自分の主観で意見を言ったり、感情的になったりしない
- 本人が「何を言いたいのか」に集中し、途中でさえぎったりせずに最後まで聞く
- 部下やチームメンバーの存在や行動を承認し、モチベーションを高め、信頼関係を築く
- 部下やチームメンバーが現実派、社交派、友好派、理論派のどのタイプであるかを把握し、行動傾向に合わせたコミュニケーションを図る
- 部下やチームメンバーに深く考えさせ、新しいアイデアを引き出したり、気づきを促す質問ができる
- 部下やチームメンバーを本気にさせ、確実に行動を起こさせるための核心を突く質問やフィードバックができる
- 部下やチームメンバーのゴールをイメージ化させることでモチベーションを高め、その後、行動レベルに詳細化する質問ができる
- 目標が達成できるよう的確なアドバイスをタイミングよく行なうことができる

日経BP社が、社員のやる気を阻害する要因について、22歳～39歳の職業を持つ男女各2,000人、合計4,000人を抽出して行った調査結果では、「経営陣や上司への信頼関係をなくしたとき」ということが第1位でした。

コーチングを取り入れて、上司が部下との信頼関係を構築することで、部下はやる気を出し、自発的行動を行って最高のパフォーマンスを発揮してくれます。

経営データベース ②

ジャンル: 営業拡大 > サブジャンル: ビジネスコーチング



パーソナルコーチングとビジネスコーチングの違い パーソナルコーチングとビジネスコーチングの違いについて教えてください



ビジネスコーチングを活用して、業績を向上させるためにはいくつかのポイントがあります。企業の業績を向上させるには、業績管理の体制をどのように構築していか
に有効に機能させるかということが鍵を握ります。そのためのポイントは、以下の点
に集約されます。

■ パーソナルコーチングとビジネスコーチングの違い

	パーソナルコーチング		ビジネスコーチング
目的	<ul style="list-style-type: none">● 個人の人生におけるテーマの解決● 豊かな人生を送る	↔	<ul style="list-style-type: none">● 一体感のある組織の構築● 組織を目標に導く
対象	<ul style="list-style-type: none">● 個人 (1対1)	↔	<ul style="list-style-type: none">● 特定の部門または企業組織 (1体N)
テーマ	<ul style="list-style-type: none">● 個人成果 (人生・転職等)	↔	<ul style="list-style-type: none">● ビジネス組織上の成果(業績)
スキル	<ul style="list-style-type: none">● コミュニケーションスキル	↔	<ul style="list-style-type: none">● ビジネススキル
手法	<ul style="list-style-type: none">● 質問→思考→話す→気づく	↔	<ul style="list-style-type: none">● 質問→書く→話す→共有→気づく (ツールと会議体)

パーソナルコーチングは個人の問題解決が目的であるのに対し、ビジネスコーチングは組織の活性化を通じた企業業績向上が目的です。また、パーソナルコーチングは個人を対象にしているのに対し、ビジネスコーチングは組織、特に上司が管轄する組織を対象にしています。

テーマについては、パーソナルコーチングは個人の成果であるのに対し、ビジネスコーチングは組織の成果ということになります。パーソナルコーチングは、個人対個人であるのでコミュニケーションスキルが必要となりますが、ビジネスコーチングはそのコミュニケーションスキルに加えてビジネススキルが必要となります。

最大の違いは、パーソナルコーチングがその場で答えを出させるための一連の手法であるのに対し、ビジネスコーチングはそれを組織で共有するための手法が加わります。具体的には、パーソナルコーチングは「質問⇒思考⇒話す⇒気づく」というプロセスですが、ビジネスコーチングは、「質問⇒書く⇒話す⇒共有⇒気づく」というプロセスとなり、そのためのツールと会議体が重要となります。