

週刊WEB

企業経営 マガジン

2016
466
2/23

ネット
ジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2016年2月19日号

17年度予算教書

—オバマ大統領任期最後の予算教書。将来に
対して意欲的な提案も実現の可能性は低い

経済・金融フラッシュ 2016年2月18日号

貿易統計16年1月

～原油安で貿易黒字(季節調整値)が拡大

経営
TOPICS

四半期別GDP速報

2015(平成27)年10～12月期(1次速報値)

経営情報
レポート

経済の先行きと経営の方向性が見える！
「経済指標」の読み方

経営
データ
ベース

ジャンル:経営計画 サブジャンル:新規事業計画

マーケット分析

新規事業計画書の必要性

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

発行:税理士法人日下事務所

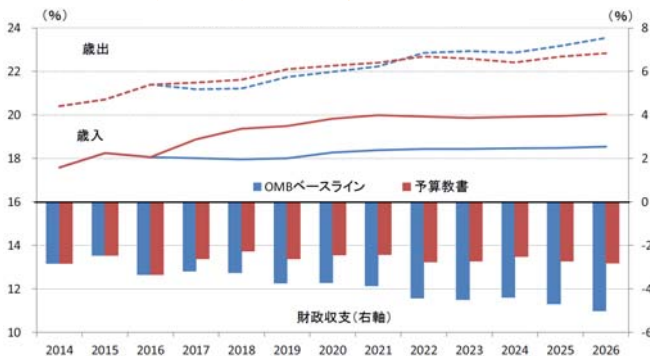
17年度予算教書

ーオバマ大統領任期最後の予算教書。将来に対して意欲的な提案も実現の可能性は低い

要旨

1 歳入増によって財政赤字を削減することで、18年度以降も強制歳出削減を回避して歳出を増加させるほか、今後10年間で2.9兆ドルの財政赤字削減を盛り込んだ意欲的な予算案となっている。

歳出入、財政収支見通し (GDP 比)



(注) 行政予算管理局 (OMB) による試算、ベースラインは現行法を前提にした試算。
(資料) 行政予算管理局よりニッセイ基礎研究所作成

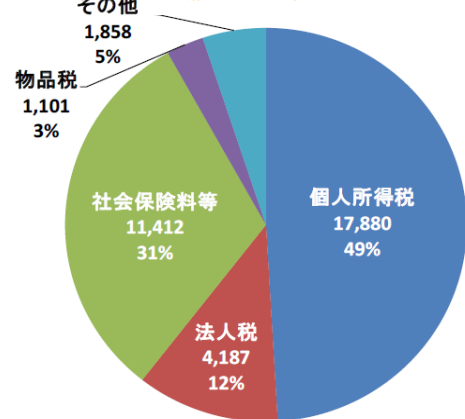
2 歳入面では、前年度と同様、中低所得者層に対して減税を行う一方、富裕層や多国籍企業に対する課税強化が提案されたほか、新たに大規模金融機関や石油業者に対する課税強化が提案された。

3 一方、歳出面では中低所得者対策に加え、気候変動対策として新たにクリーン・エネルギー関連の公共インフラ投資などの予算が盛り込まれた。

4 2015年超党派予算法によって既に17年度予算の大枠は決まっているため、政

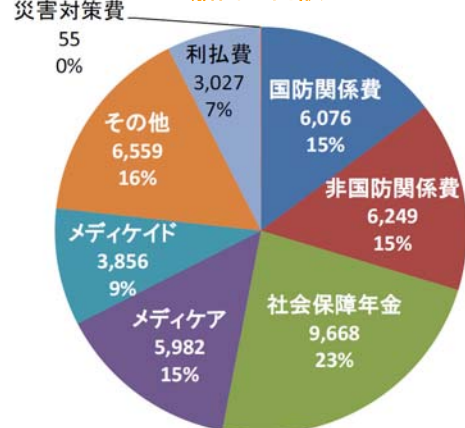
府閉鎖の可能性は低い。もっとも、石油税の導入を含む税制改革などで共和党の反発が強まるとみられ、共和党が多数を占める議会では、予算教書は議会に提出され次第廃案 (dead on arrival on Capitol Hill) との声が大きく、予算教書で示された政策の実現可能性は低い。

歳入の内訳



(注) 17年度予算教書、億ドル
(資料) OMB よりニッセイ基礎研究所作成

歳出の内訳



(注) 17年度予算教書、億ドル
(資料) OMB よりニッセイ基礎研究所作成

貿易統計16年1月

～原油安で貿易黒字(季節調整値)が拡大

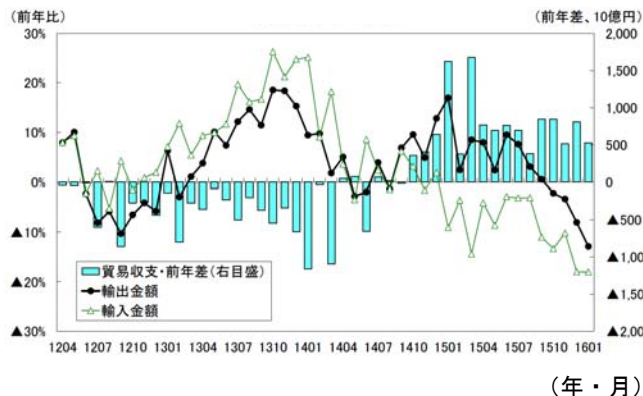
要旨

1 季節調整値の貿易収支は3ヵ月連続の黒字

財務省が2月18日に公表した貿易統計によると、16年1月の貿易収支は▲6,459億円と2ヵ月ぶりの赤字となり、ほぼ事前の市場予想（QUICK集計：▲6,802億円、当社予想は▲4,774億円）通りの結果となった。輸出は前年比▲12.9%（12月：同▲8.0%）と減少幅が拡大したが、輸入が前年比▲18.0%（12月：同▲18.0%）と輸出の減少幅を上回ったため、貿易収支は前年に比べ5,278億円の改善となった。

輸出の内訳を数量、価格に分けてみると、輸出数量が前年比▲9.1%（12月：同▲4.4%）、輸出価格が前年比▲4.1%（12月：同▲3.8%）、輸入の内訳は、輸入数量が前年比▲5.1%（12月：同▲5.0%）、輸入価格が前年比▲13.6%（12月：同▲13.7%）であった。

貿易収支の推移



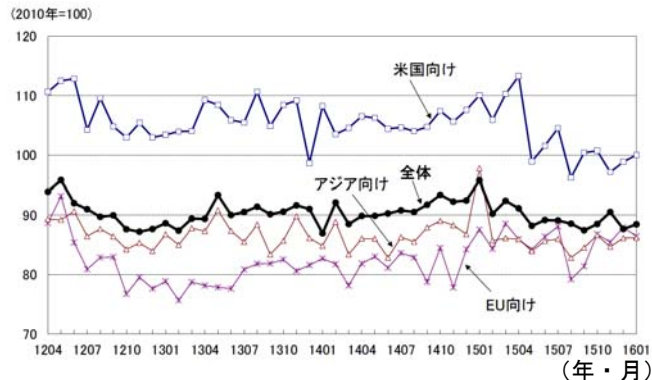
(資料) 財務省「貿易統計」

2 輸出数量は横ばい圏の動き

1月の輸出数量指数を地域別に見ると、米国向けが前年比▲8.4%（12月：同▲8.3%）、EU向けが前年比▲1.1%（12月：同5.0%）、アジア向けが前年比▲11.9%（12月：同▲0.8%）となった。アジア向けの落ち込みが特に大きくなったが、前年1月が前年比15.4%の高い伸びとなった反動の影響も考えられる。1月、2月は春節の影響で振れが大きくなりやすいため、2月の結果と合わせてみる必要があるだろう。

季節調整値（当研究所による試算値）では、米国向けが前月比1.2%（12月：同1.8%）、EU向けが前月比▲1.7%（12月：同2.9%）、アジア向けが前月比0.0%（12月：同1.7%）、全体では前月比0.9%（12月：同▲3.1%）となった。月々の振れを均してみれば、いずれの地域向けも横ばい圏の動きが続いている。

地域別輸出数量指数(季節調整値)の推移



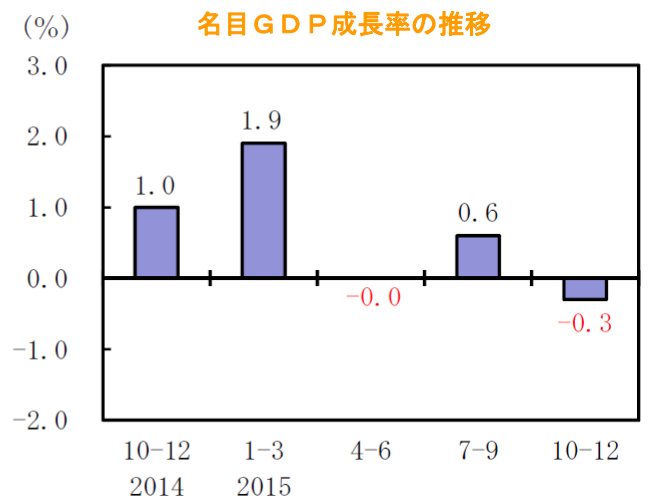
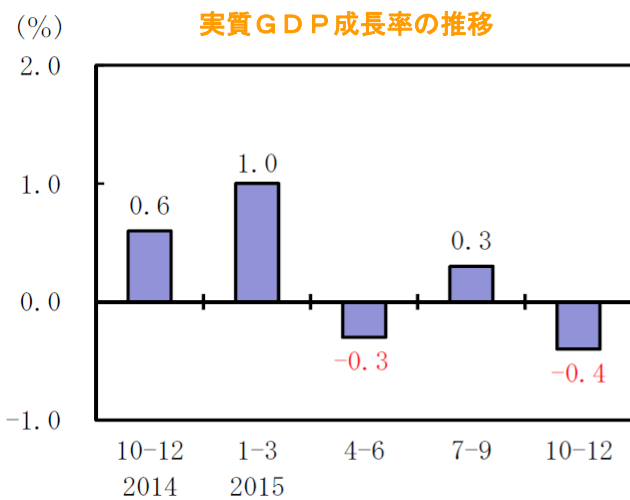
(資料) 財務省「貿易統計」

2015 (平成27) 年10~12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

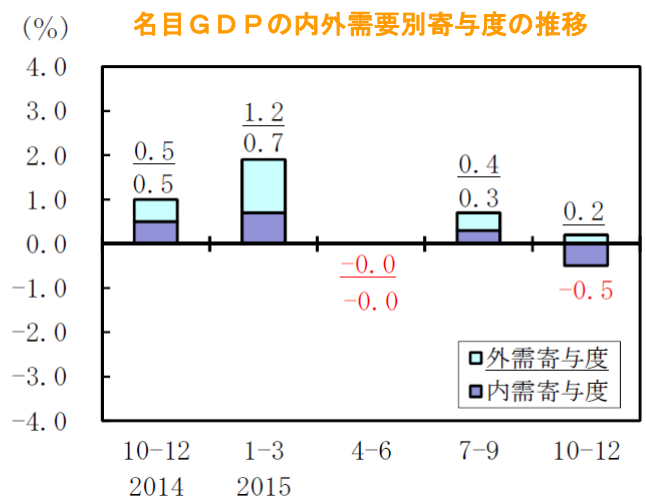
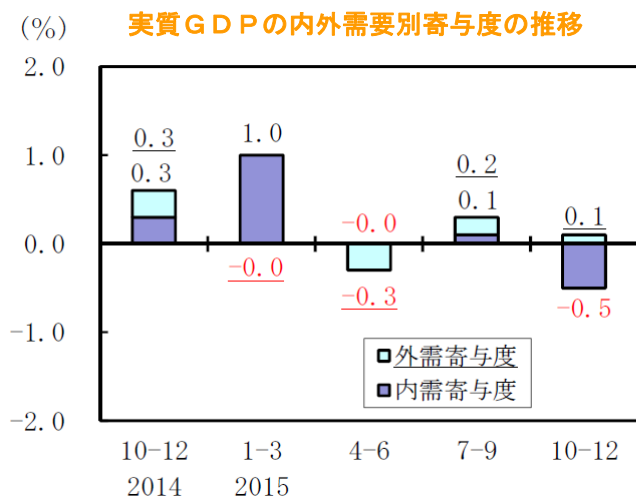
1 GDP成長率 (季節調整済前期比)

2015年10~12月期の実質GDP (国内総生産・2005暦年連鎖価格) の成長率は、▲0.4% (年率▲1.4%) となった。また、名目GDPの成長率は、▲0.3% (年率▲1.2%) となった。



2 GDPの内外需別の寄与度

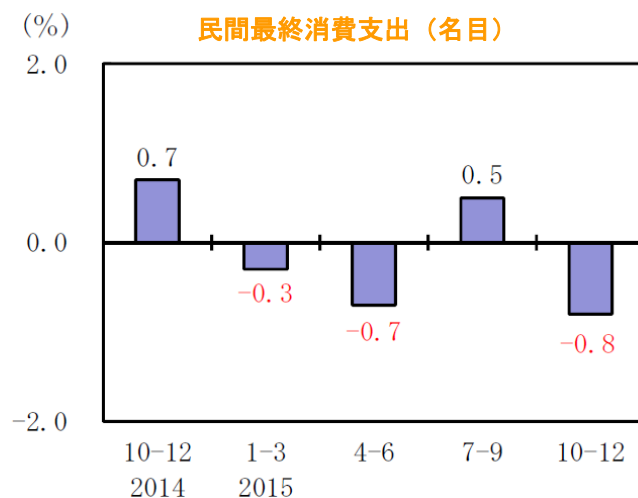
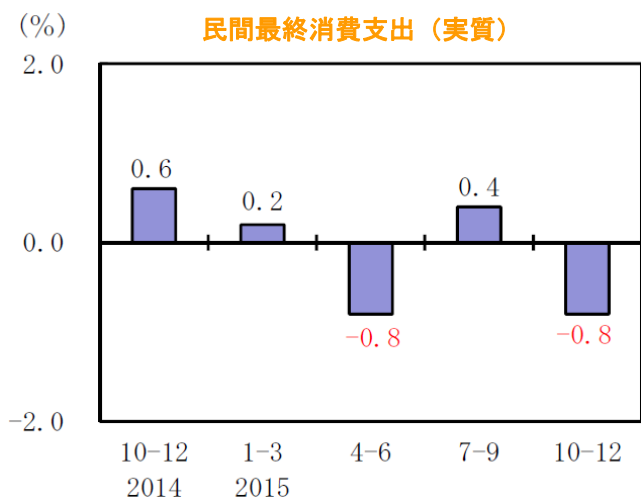
GDP成長率のうち、どの需要がGDPをどれだけ増加させたかを示す寄与度でみると、実質は国内需要(内需)が▲0.5%、財貨・サービスの純輸出(輸出-輸入)が0.1%となった。また、名目は国内需要(内需)が▲0.5%、財貨・サービスの純輸出(輸出-輸入)が0.2%となった。



3 需要項目別の動向（季節調整済前期比）

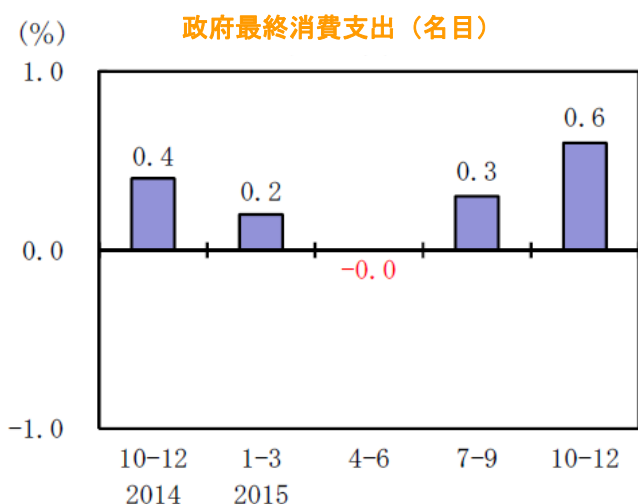
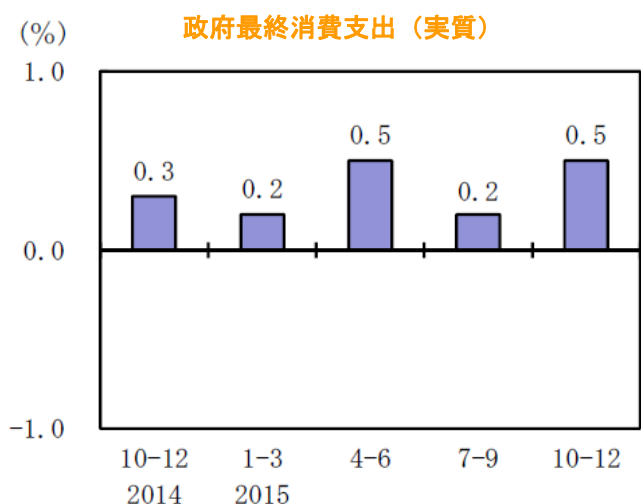
(1) 民間需要の動向

民間最終消費支出は、実質▲0.8%（7～9月期は0.4%）、名目▲0.8%（7～9月期は0.5%）となった。そのうち、家計最終消費支出は、実質▲0.9%（7～9月期は0.4%）、名目▲0.8%（7～9月期は0.5%）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▲1.1%（7～9月期は0.4%）、名目▲1.0%（7～9月期は0.5%）となった。



(2) 公的需要の動向

政府最終消費支出は、実質 0.5%（7～9月期は0.2%）、名目 0.6%（7～9月期は0.3%）となった。公的固定資本形成は、実質▲2.7%（7～9月期は▲2.0%）、名目▲2.2%（7～9月期は▲1.8%）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%（7～9月期の寄与度は0.0%）、名目 0.0%（7～9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▲0.9%（7～9月期は2.6%）、名目▲3.3%（7～9月期は2.8%）となった。財貨・サービスの輸入は、実質▲1.4%（7～9月期は1.3%）、名目▲4.0%（7～9月期は0.7%）となった。

4 デフレーターの変動

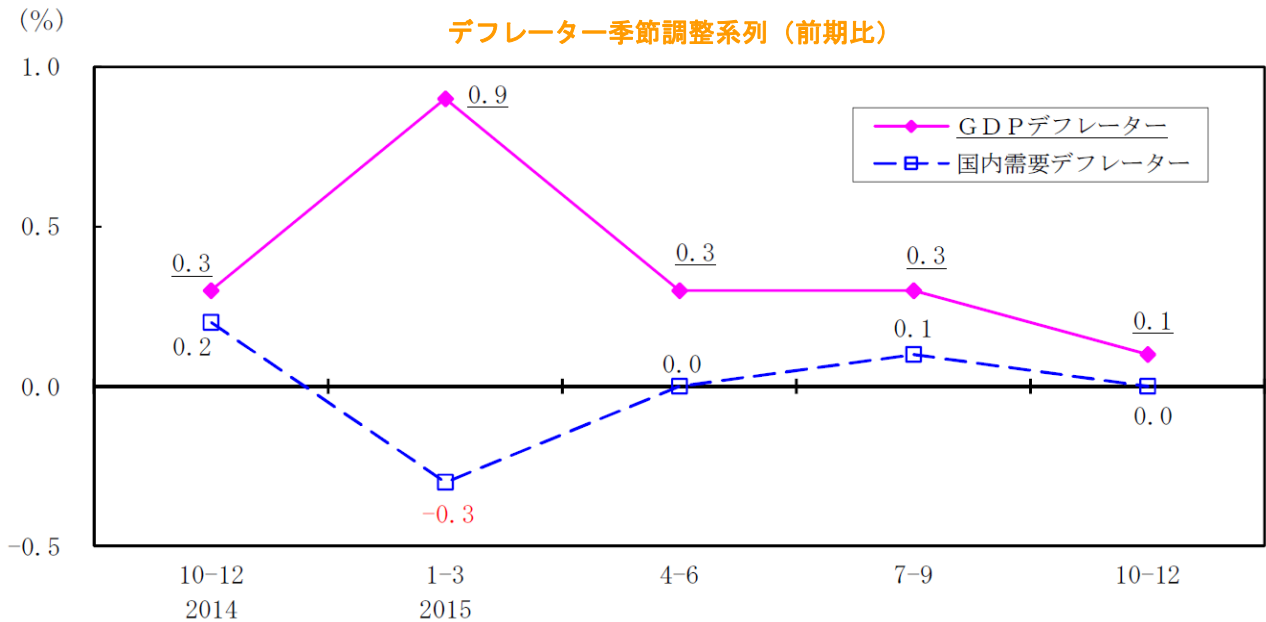
(1) 四半期デフレーター季節調整系列^(注) (前期比変化率)

GDPデフレーターは、0.1% (7~9月期は0.3%) となった。

国内需要デフレーターは、0.0% (7~9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▲2.4% (7~9月期は0.2%)、財貨・サービスの輸入デフレーターは▲2.6% (7~9月期は▲0.6%) 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

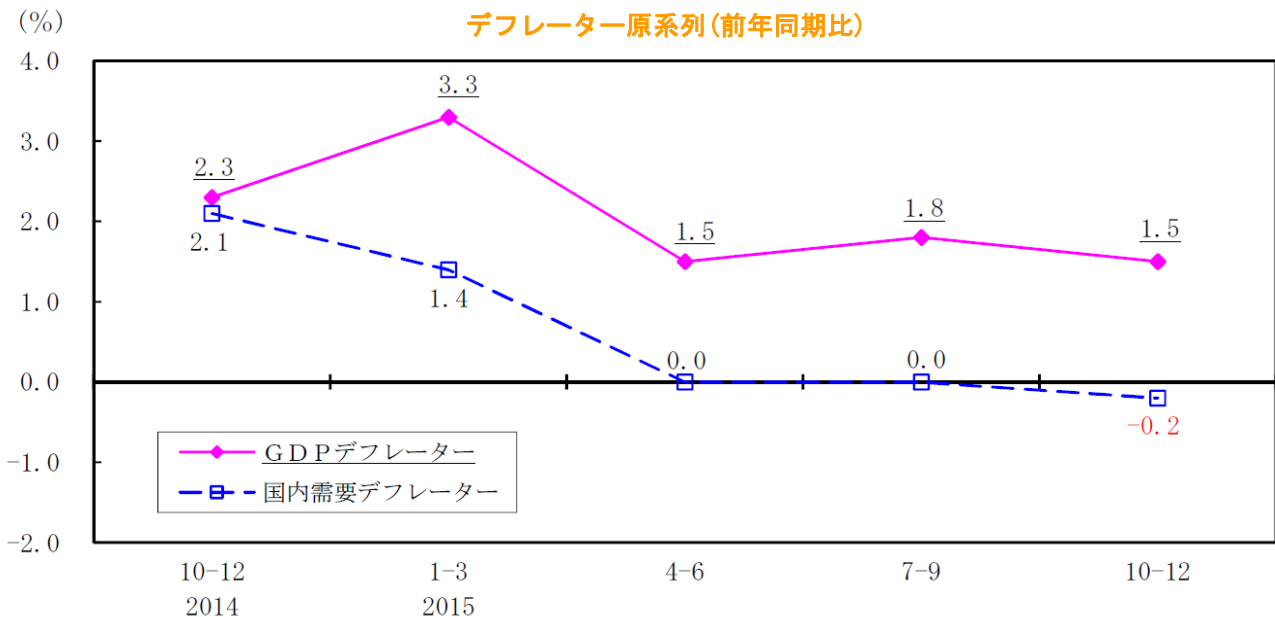


(2) 四半期デフレーター原系列 (前年同期比変化率)

GDPデフレーターは、1.5% (7~9月期は1.8%) となった。

国内需要デフレーターは、▲0.2% (7~9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▲4.0% (7~9月期は1.6%)、財貨・サービスの輸入デフレーターは▲11.8% (7~9月期は▲7.2%) となった。



経済の先行きと経営の方向性が見える！ 「経済指標」の読み方

ポイント

- 1 「経済指標」とは？
- 2 経済の現状と見通しを知る
- 3 雇用環境の実態と先行きを知る
- 4 物価の動向を知る



参考文献

経済指標の読み方 上・下（日本経済新聞社 編）
初心者のための経済指標の見方・読み方（塚崎公義 著、東洋経済新報社）
日本銀行 ホームページ／日本相互証券株式会社 ホームページ
総務省統計局 ホームページ／Bloomberg ホームページ

1 「経済指標」とは？

■ 「経済指標」の見方

「経済指標」は、実にたくさんのもので存在するため、全部見ることは到底不可能です。そこで、自社にとってどんな情報が必要なのかを見極め、各経済指標の特性を理解した上で、経済指標を取捨選択し、利用していくことが重要になります。

まずは、経済指標を見る上で押さえておきたい注意点をまとめました。

- どのような目的で、何を、どのように測ったかを理解する
 - 数量の統計か？ 金額の統計か？
 - 「指数」……ある年を基準として、現在の水準がどうかを示す数値。
例えば、2000年のガソリン価格を100とすると、2014年に5%価格が上がった場合、「105」となります。
ただし、通常複数項目をまとめて指数化していますので、その場合は加重平均（重要度に応じてウェイトを付けて平均する）します。
 - 「D.I.」……「良い」という回答から「悪い」という回答の割合を引いた値。
例えば、「良い」55%「悪い」45%の場合、D.I.は「10」となります。「良い」10%「どちらでもない」90%「悪い」0%でも結果は同じになります。
- 景気よりも先に動く指標（先行指標）か、遅れて動く指標（遅行指標）かを理解する
 - 「先行指標」……景気の先行きを示す指標。景気予測に使用する。
(例) 株価、長短金利差、新規求人率等
 - 「一致指標」……景気の現状を示す指標。現状把握に使用する。
(例) 百貨店販売額、有効求人倍率等
 - 「遅行指標」……景気に遅れて表われる指標。実際どうであったか確認する。
(例) 家計消費支出、完全失業率等
- 季節性のある指標は、「季節調整値」で見る
 - 指標の比較には「前年比」が広く用いられていますが、景気の転換点を把握するタイミングが遅れる可能性があるなど、問題点もあります。
そこで、「季節調整値」を使います。「季節調整値」は、季節要因による変動を除いた「実力」を表す値です。

例えば、12月はケーキが年平均の10倍売れるとすると、12月の売上げの1/10が「実力」だと考えれば、他の月の売上と比較することができます。
プロは複雑な計算をしていますが、下記のような方法でも、ある程度の値をつかむことができます。

$$12月の売上高 \div \frac{\text{過去10年の12月の売上の平均（10個のデータの平均）}}{\text{過去10年の売上の月平均（120個のデータの平均）}}$$

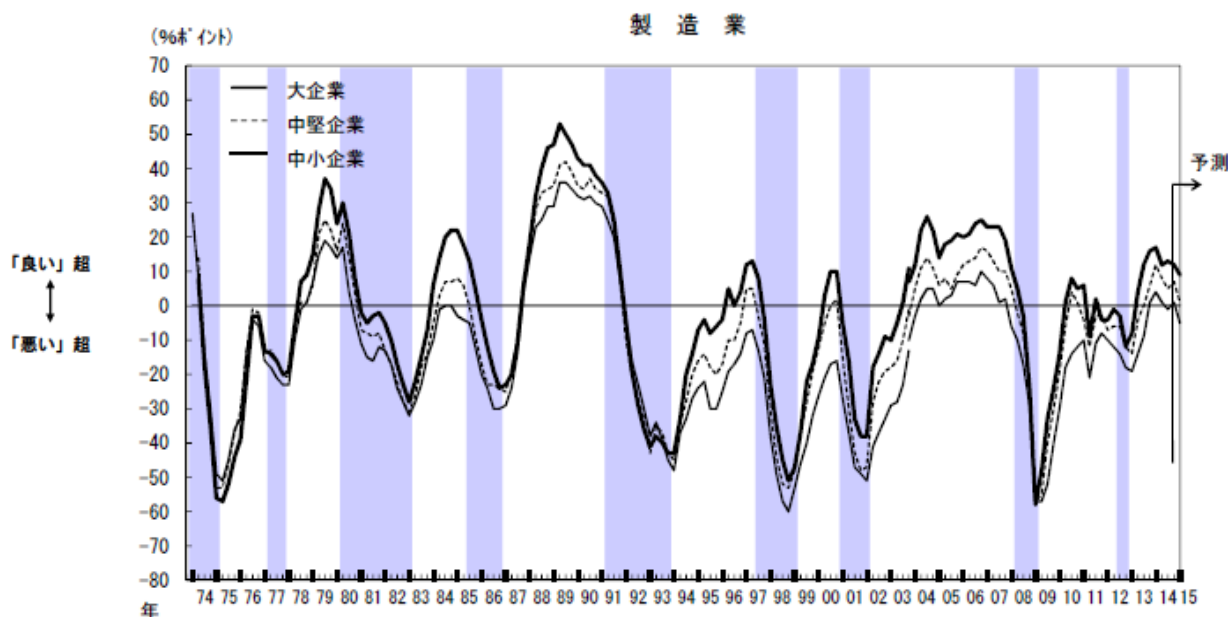
2 経済の現状と見通しを知る

■ 日銀短期経済観測調査

正式名称は「全国企業短期経済観測調査」で、日本銀行調査統計局経済統計課が発表していることから、通称「日銀短観」と呼ばれています。

総務省の事業所・企業統計調査をベースに、常用雇用者数 50 人以上の民間企業約 8,300 社を対象とし、総売上高、経常利益、人件費、設備投資額等について、実績値と今後の見込み（予定）をアンケート調査し、年 4 回公表しているものです。中でも、「大企業製造業の業況判断 D. I.」は特に注目されています。

■ 業況判断 D. I. の推移



(出所：日本銀行)

シャドー部分は景気後退期を表していますが、業況判断 D. I. と概ね同じ動きをしており、整合性が高いことがわかります。直近では、消費増税の影響から、中小企業で「悪い」に傾いていることが上のグラフから見て取れます。

■ GDP(国内総生産)

GDP(国内総生産)とは、国内で1年間に新しく生み出されたモノやサービスの合計額です。「国内」なので、企業が海外支店等で生産したモノやサービスは含みません。

GDPには①名目GDPと②実質GDPがあります。その関係性は、以下のとおりです。

$$\text{②実質GDP} = \text{①名目GDP} - \text{物価上昇率}$$

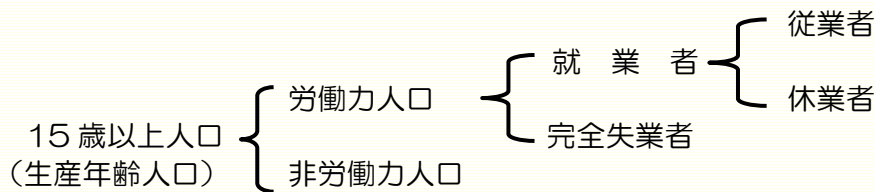
3 雇用環境の実態と先行きを知る

■ 完全失業率

「完全失業率」は、労働力人口に占める完全失業者の割合のことで、全国から約4万世帯を抽出して実施する標本調査で、調査員が戸別訪問して調査票をまとめ、総務省が集計・発表しています。

労働力人口……15歳以上人口（生産年齢人口）から非労働力人口（無業で仕事を探していない人）を引いたもの

完全失業者……調査期間中仕事をしなかったが、就業が可能で、就業を望んでおり、実際に職を探したか、過去に行った求職活動の結果を待っている人



一般的には、景気が悪くなれば完全失業率は上がり、良くなれば下がります。

また、景気が好転すれば労働市場へ職を求める人が流入しますので、労働力人口が増えます。就業者を上回る勢いで労働力人口が増えれば、完全失業率は上がります。

■ 有効求人倍率

「有効求人倍率」は、全国の公共職業安定所が取り扱った求人、求職件数を集計し、求職者数に対する求人数の割合を算出する事で、労働市場の需給動向、就職難易度を示すものです。

有効求人倍率が低いことは、求職者数の割には求人数が少ないことを示し、仕事に就くのが難しいことを意味しています。逆に、高いことは雇用情勢が良いことを示しています。

また、新規求人数は景気に敏感に反応し、景気の上昇局面では増加し、後退局面では減少します。これは、企業が求人を抑制し、人件費の削減を進めるためです。景気の山（ピーク）には、はっきり先行して減り始めますので、先行指標としても活用できます。

■ 雇用統計(非農業部門雇用者数、失業率)

「雇用統計」は、アメリカ労働省が毎月第1金曜日に公表していますが、前月のデータが翌月上旬に発表されるというタイミングの早さ、金融政策の判断に重要視されているという理由などから、市場の注目度が最も高い経済指標です。

特に、非農業部門雇用者数の前月比増減と、失業率は注目されていますが、景気の遅行指標であることには注意が必要です。

4 物価の動向を知る

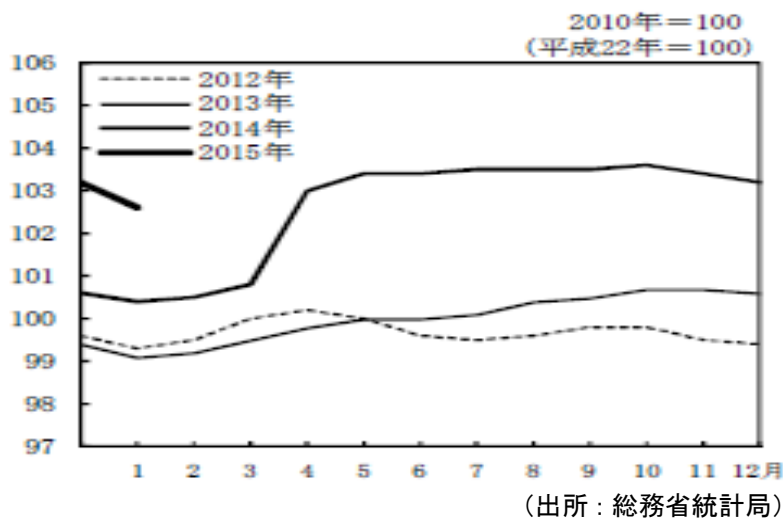
■ 全国消費者物価指数(CPI)

物価関連の指標で最も注目されるのが、この「全国消費者物価指数」です。

「全国消費者物価指数(CPI)」は、消費者が購入する商品を約600品目に分けて調査し、物価がどのように変化しているかを指数で表します。指数は、ある時点でウェイトを固定し、その時点に比べて価格がどう動いたかを調べる**ラスパイレス型**を採用しています。実態に合わせるため、ウェイトは5年に一度見直しを行います。年金の物価スライドの基準になるなど、政策決定にも利用されており、総務省から毎月26日を含む週の金曜日に発表されています。

生鮮食品は、天候などの要因によって価格が変動しやすく、他の商品やサービスの価格変動を見えにくくしてしまうため、「生鮮食品を除く総合」で物価の趨勢を見るのが一般的です。アメリカの消費者物価指数でも同じ考え方から「食糧、エネルギーを除く「コア消費者物価指数」で見るのが一般的になっています。

■ 全国消費者物価指数（生鮮食品を除く総合）の推移



■ CRB指数

アメリカの調査・出版会社コモディティ・リサーチ・ビューロー社が発表している、最も代表的な国際商品指数です。アメリカ国内の商品取引所に上場するエネルギー、産業素材、貴金属、農産物、畜産物、食品の17種類の先物価格を指数の形で算出し、発表しています。その他ロイター指数、DJ・AIG先物指数などの国際商品指数と比べると、穀物や加工食品のウェイトが高いのが特徴です。

商品価格は需給要因、産出国の地政学・政治要因の他、近年は投機筋の動きもあり、非常に変動しやすくなっています。

様々な原料を輸入に頼っている日本にとって、原料価格の動きを押さえておくことは、経営上非常に重要であると言えます。

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。

経営データベース 1

ジャンル: 経営計画 > サブジャンル: 新規事業計画



マーケット分析

マーケット分析はどのようにすればよいのでしょうか。



マーケット分析を行うには、業界情報と社会経済情報の収集を行う必要があります。

イ) 業界情報

自社だけで経営環境情報を収集しようとしても、おのずからそこには限界があり、特に中小・中堅企業では、業界紙の購読、業界団体への参加などを通して、業界の構造変化、問題点、将来の予測など得るべき情報は多くあります。

ロ) 社会経済情報

あらゆる企業は、その経営環境の変化の影響から逃れることはできません。そこで広く社会や経済の情報を入手し、自社に与える影響を予測して、その対応を常に検討していかなければなりません。現代では、新聞、雑誌、TV、インターネットなどからあらゆる情報を得ることができますが、その中から自社に影響を与え、また利用できる情報を選別し、見極めることが必要です。

<収集目的に合わせたデータ>

分析に必要なデータを収集方法別に分類すると「プライマリー・データ」と「セカンダリー・データ」があります。「プライマリー・データ」とは、調査したい目的に合わせて新たに収集するデータのことを指します。また、「セカンダリー・データ」とは、既に存在するデータを指し、何らかの目的で収集されたデータのことを指します。

データを収集する際には、まず比較的収集しやすい「セカンダリー・データ」を、各種情報源を活用して効率的に収集します。時間やコストのかかる「プライマリー・データ」は、どのような情報が必要なのかを考慮した上で収集します。そして、両データを組み合わせる上で分析を行うのが効果的な方法です。

データの種類	情報源	
セカンダリー・データ	公共刊行物	政府、業界団体、大学等が刊行する白書、統計、報告書等
	雑誌・書籍・新聞	ビジネス雑誌、専門雑誌、関連書籍、一般紙、専門誌等
	自社資料	決算書、既存の調査報告書、営業日報等
	その他	インターネット、マーケティング関連機関の資料等
プライマリー・データ	実査	定量調査（アンケート調査）、定性調査（インタビュー調査）
	観察	購買行動の観察、売場の観察等
	実験	キャンペーン、試販、一時陳列、テストマーケティング等
	その他	顧客クレーム、従業員へのヒアリング、外部調査機関等

経営データベース ②

ジャンル: 経営計画 > サブジャンル: 新規事業計画



新規事業計画書の必要性

新規で事業を始める際、新規事業計画書が必要だといいますが、その必要性を教えてください。



1. 事業計画を策定する利点

実際に起業してみたものの、事業がうまく軌道に乗らずに失敗してしまうケースが多々あります。事業がうまくいかない原因は色々と考えられますが、事業計画を立てずに、自己の思い入れだけで起業してしまったという例が目立ちます。経営環境が激しく変化する昨今、後に思いがけないことで失敗してしまうのを防止するためにも、どのような事業であっても事業計画を策定する必要があります。

事業計画を立てることによって、以下の2つの利点があると考えられます。

- ① 自己の事業の実現可能性を客観的に判断できる
- ② 関係者（出資者・銀行・地方自治体など）の説得に活用できる

① 自己の事業の実現可能性を客観的に判断できる

事業計画書には、将来のビジョン・事業コンセプト・マーケティング戦略・売上予測・資金繰りなどを記載しますが、これらの項目を何度も精査することによって、事業が成功するか、あるいは失敗してしまうかという見込みを、客観的に判断できるようになります。また、その過程で、自分が本当にやりたいことが何なのか、気づく場合もあります。

② 関係者（出資者・銀行・地方自治体など）の説得に活用できる

銀行、地方自治体などから融資を受ける場合、事業計画書を提出しなければならないケースがほとんどです。事業計画書の提出が必須でない場合であっても、事業計画書を添付して事業の魅力をアピールしたほうが、融資は受けやすくなる可能性が高いです。特に書面での審査が中心の公的な制度融資においては、事業計画書の添付効果は抜群と言えるでしょう。

2. 事業計画書の大まかな構成

- ① 経営環境分析（SWOT分析・市場分析・競合分析・ポジショニングマップなど）
- ② 事業構想（経営理念・将来ビジョン・事業コンセプト・リスクの洗い出しなど）
- ③ 数値計画（売上予測・目標損益計算書・人員計画・損益分岐点分析・資金繰りなど）

事業計画書には特に決まった様式はありませんが、上記3つの項目はどの事業を起業する場合であっても、必ず記載すべき項目です。