

週刊WEB

企業経営

マガジン

2016
483
6/28

ネット
ジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2016年6月24日号

中国経済：景気指標の総点検と今後の注目点 (2016年夏季号) ～景気評価点は「低位」から「中位」に改善

経済・金融フラッシュ 2016年6月23日号

ASEANの消費者物価(6月号) ～原油安要因の一巡と干ばつによる 食品価格の上昇は継続

経営
TOPICS

統計調査資料

全国小企業月次動向調査 (2016年5月実績、6月見通し)

経営情報
レポート

数精鋭で成果を上げる！
個人とチームが取組む「段取り術」

経営
データ
ベース

ジャンル：会社法 サブジャンル：会社運営

株式譲渡制限会社とは
決算公告の具体的な手続き

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

発行：村田健二税理士事務所

中国経済：景気指標の総点検と 今後の注目点(2016年夏季号) ～景気評価点は「低位」から「中位」に改善

要旨

1 中国経済を供給面から点検すると、4-5月の工業生産は前年同月比6.0%増と第1四半期（1-3月期）の前年同期比5.8%増を0.2ポイント上回る水準で推移しており、工業生産を見る限り第2四半期（4-6月期）の成長率は前四半期を上回る可能性がでてきた。但し、非製造業には陰りが見え始めており、第2四半期は非製造業が成長率の足かせとなりそうである。

2 次に、需要面を点検すると、4-5月の小売売上高は1-3月期の伸びを小幅に下回る水準で推移している。固定資産投資は、1-3月期は好調なスタートだったものの、4-5月には大きく伸びが鈍化、特に民間投資の落ち込みが顕著である。輸出は1-3月期よりはマイナス幅を縮小したものの、世界経済の回復が緩やかと想定される中では大きな期待はできない。

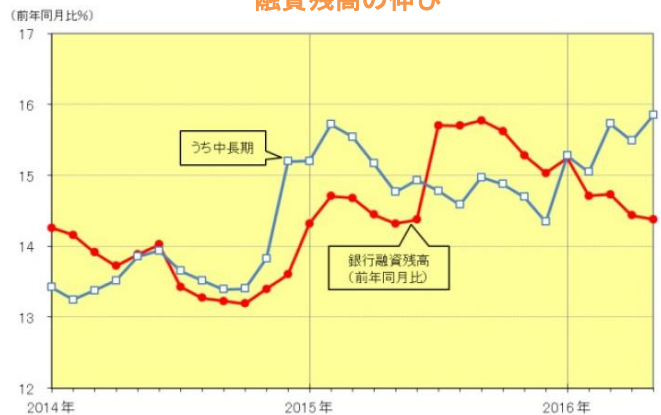


(資料) CEIC (出所は中国国家統計局)のデータを元にニッセイ基礎研究所で推定

(注) 累計で公表されるデータを元に推定、1・2月は共に2月時点累計(前年同期比)

3 その他の重要指標を点検すると、電力消費量は第2次産業・第3次産業ともに前年を上回る伸びを回復した一方、道路貨物輸送量は前年を下回る伸びに留まっている。工業生産者出荷価格は、原油価格などの反転を受けてマイナス幅を縮小したが、耐久消費財はむしろ下落傾向を強めている。

融資残高の伸び



(資料) CEIC (出所は中国人民銀行)のデータを元にニッセイ基礎研究所で作成

4 景気評価点を見ると、昨年12月から今年2月までは3-4点の「下位水準」で低迷、景気下振れ懸念が強かった。しかし、3月以降は5点前後の「中位水準」へ上昇、景気下振れ懸念は薄れた。そして、現在の景気は「中位水準」で一進一退を繰り返している。

5 今後の注目点としては、「4-6月期GDP（7/15公表）が前四半期を下回るか」、「落ち込みの目立つ民間投資の動向」、「新規輸出受注が回復してきた輸出の動向」の3点が挙げられる。

ASEANの消費者物価(6月号)

～原油安要因の一巡と干ばつによる食品価格の上昇は継続

要旨

1 ASEAN主要6カ国消費者物価指数

ASEAN主要6カ国の消費者物価指数（以下、CPI）の上昇率（前年同月比）は国際商品価格の低迷を受けて依然として低水準にあるが、昨年後半以降は原油安による物価下押し要因の一巡や干ばつによる食品価格の上昇を受けて、総じて緩やかな上昇傾向にある。

ASEAN 6カ国 消費者物価上昇率



2 インドネシアは2ヵ月連続で低水準

インドネシアの16年5月のCPI上昇率は前年同月比3.33%増と、前月の同3.60%から低下し、2ヵ月連続で3%台の低水準を記録した。6月に始まるラマダン（断食月）を前に食料を中心にインフレ圧力が強まると見られたが、内需の弱みや政府による物価抑制策を受けて下落した。

3 タイは2ヵ月連続のプラス

タイの16年5月のCPI上昇率は前年同月比0.46%増と、前月の同0.07%増から一段と上昇して2ヵ月連続のプラスとなった。

4 マレーシアは3ヵ月連続で低下

マレーシアの16年5月のCPI上昇率は前年同月比2.0%増（前月：同2.1%増）と、今年2月の同4.2%増をピークに3ヵ月連続で低下している。主に昨年4月のGST（物品・サービス税）導入による物価押し上げ要因の一巡が影響しており、幅広い品目で低下傾向が見られた。

5 シンガポールは住宅・光熱費が大きく低下

シンガポールの16年5月のCPI上昇率は前年同月比1.6%減と、制度変更の影響で前月の同0.5%減から低下した。主要品目別に見ると、住宅・光熱費が同6.4%減と前月の同1.9%減から大きく低下した。

6 フィリピンは前月の同1.1%増から上昇

フィリピンの16年5月のCPI上昇率は前年同月比1.6%増と、前月の同1.1%増から上昇した。インフレ率は昨年後半から上昇傾向にあるものの、依然として中央銀行のインフレ目標の範囲内（2-4%）を下回る低水準に止まっている。

7 ベトナムは緩やかに上昇

ベトナムの16年5月のCPI上昇率は前年同月比2.3%増と、前月の同1.9%増から上昇した。CPI上昇率は緩やかな上昇が見られるものの、依然として政府目標の5%を大きく下回る水準に落ち着いている。

全国小企業月次動向調査 (2016年5月実績、6月見通し)

結果の概要

小企業の売上DIは、マイナス幅が拡大～6月はマイナス幅が縮小する見通し～

1 売上

2016年5月の売上DIは、4月(▲18.0)からマイナス幅が2.3ポイント拡大し、▲20.3となった。6月は、▲12.6とマイナス幅が縮小する見通しとなっている。

業種別にみると、製造業(▲14.1→▲14.1)では横ばいとなった一方、非製造(▲17.8→▲21.5)ではマイナス幅が拡大した。

2 採算

2016年5月の採算DIは、4月(3.0)から5.1ポイント低下し、▲2.1となった。6月は、1.9と上昇する見通しとなっている。

3 賃金

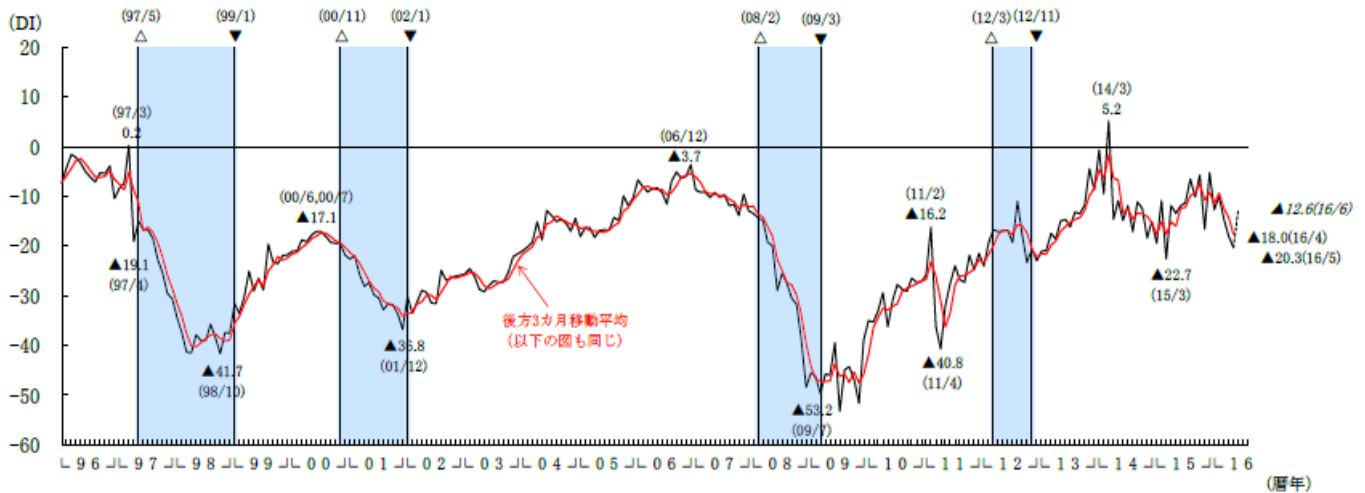
2016年4月以降の賃金総額が「増加した」と回答した企業割合は、24.1%となった。「増加した」企業にその理由を尋ねると、「基本給を上げた」が72.2%と最も多く、次いで「従業員(正社員)を増やした」が19.8%となっている。

1 売上

- 5月の売上DIは、4月からマイナス幅が2.3ポイント拡大し、▲20.3となった。6月は、▲12.6とマイナス幅が縮小する見通しとなっている。
- 業種別にみると、製造業(▲14.1→▲14.1)では横ばいとなった一方、非製造(▲17.8→▲21.5)ではマイナス幅が拡大した。6月は、製造業では▲12.2、非製造業では▲12.7と、ともにマイナス幅が縮小する見通しとなっている。
- 非製造業では、卸売業や飲食店、サービス業でマイナス幅が拡大している。6月は、建設業を除く全ての業種でマイナス幅が縮小する見通しとなっている。

売上DIの推移(全業種計、季節調整値)

	2015/5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2016/1月	2月	3月	4月	5月	6月
実績	▲13.4	▲11.9	▲11.3	▲6.5	▲10.1	▲5.7	▲16.6	▲5.3	▲12.7	▲10.1	▲14.6	▲18.0	▲20.3	-
見通し	▲6.6	▲9.7	▲7.2	▲9.5	▲8.8	▲6.1	▲6.5	▲5.7	▲4.0	▲8.1	▲3.5	▲6.4	▲15.8	▲12.6



- 1 DIは前年同月比で「増加」企業割合－「減少」企業割合。
- 2 —————は実績、-----は見通し。斜体は見通しの値を示す。
▲は景気の山、▼は景気の谷、シャドー部分は景気後退期を示す（以下同じ）。

業種別売上DIの推移（季節調整値）

	2015年												2016年					
	1月	2月	3月	4月	5月	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
製造業	▲13.6	▲9.8	▲19.2	▲14.1	▲11.4	▲9.7	▲12.8	▲3.0	▲13.9	▲15.5	▲15.6	▲10.6	▲12.7	▲11.1	▲10.5	▲14.1	▲14.1	▲12.2
金属・機械	▲6.6	▲1.6	▲16.1	▲10.4	▲15.3	▲16.0	▲16.5	▲8.5	▲18.3	▲18.9	▲17.2	▲9.2	▲11.0	▲15.0	▲10.9	▲16.3	▲13.8	▲8.1
その他製造	▲19.4	▲15.6	▲20.0	▲13.5	▲7.8	▲2.9	▲8.1	▲4.8	▲10.9	▲11.9	▲19.3	▲10.9	▲13.8	▲6.6	▲8.0	▲8.3	▲13.7	▲15.6
非製造業	▲20.6	▲11.7	▲23.1	▲10.9	▲14.1	▲12.4	▲11.2	▲6.9	▲9.7	▲4.6	▲14.5	▲5.4	▲13.0	▲10.6	▲15.1	▲17.8	▲21.5	▲12.7
①卸売業	▲11.2	▲15.7	▲28.3	5.0	▲8.0	▲0.6	▲10.0	▲9.8	▲10.8	▲8.9	▲12.6	▲8.8	▲15.5	▲7.5	▲12.4	▲5.7	▲24.0	▲9.7
織・衣・食	▲17.7	▲7.2	▲35.5	▲1.9	▲4.9	2.2	▲6.5	▲14.5	▲8.4	▲0.7	▲8.8	▲9.8	▲18.7	▲17.1	▲21.2	▲13.9	▲27.6	▲28.3
機械・建材	▲5.5	▲21.4	▲20.0	▲2.2	▲6.3	0.9	▲12.5	▲6.8	▲14.1	▲14.9	▲19.0	▲3.3	▲11.7	▲0.6	▲1.3	▲11.7	▲17.7	5.8
②小売業	▲31.7	▲24.5	▲30.4	▲17.0	▲19.3	▲14.5	▲12.8	▲8.8	▲15.5	▲4.6	▲24.5	▲5.8	▲18.5	▲21.2	▲12.1	▲25.7	▲21.1	▲18.9
耐久消費財	▲35.4	▲25.6	▲38.6	▲28.2	▲19.1	▲23.3	▲2.5	▲1.4	▲8.6	▲2.2	▲15.8	▲2.0	▲6.4	▲22.8	▲9.6	▲30.2	▲18.8	▲25.7
非耐久消費財	▲31.9	▲24.2	▲29.0	▲13.7	▲20.6	▲12.6	▲14.1	▲9.8	▲16.6	▲4.9	▲25.5	▲7.4	▲21.8	▲20.6	▲13.0	▲23.5	▲22.8	▲18.6
③飲食店	▲5.5	▲0.1	▲4.8	▲12.3	▲8.4	▲3.9	▲13.5	▲4.5	▲1.3	▲2.6	▲12.9	▲5.5	▲8.0	2.0	▲9.6	▲24.1	▲28.7	▲19.6
④サービス業	▲21.7	▲3.3	▲25.7	▲1.9	▲14.7	▲20.2	▲11.7	▲10.9	▲10.1	▲6.6	▲15.1	▲6.4	▲9.5	▲4.8	▲17.6	▲5.6	▲21.6	▲8.4
事業所向け	▲20.7	▲18.0	▲20.0	▲16.6	▲13.3	▲8.1	▲13.2	▲5.0	▲17.0	▲19.7	▲18.0	▲9.2	▲7.2	10.0	▲16.5	▲13.3	▲9.4	▲0.6
個人向け	▲22.3	3.4	▲29.1	2.8	▲15.6	▲22.9	▲11.7	▲11.7	▲8.2	▲2.0	▲16.0	▲5.8	▲10.4	▲7.1	▲19.7	▲3.3	▲25.6	▲12.4
⑤建設業	▲17.0	▲14.9	▲16.7	▲14.9	▲13.4	▲10.6	▲4.0	▲10.5	▲4.8	▲6.4	▲2.5	▲3.1	▲8.4	▲11.1	▲15.0	▲16.1	▲14.0	▲14.6
⑥運輸業	▲9.0	13.3	▲10.7	▲6.9	▲13.8	▲13.9	▲18.9	▲15.5	▲33.8	▲8.6	▲7.5	▲1.0	1.2	▲13.5	▲15.5	▲12.5	▲7.9	▲5.7
道路貨物	▲12.2	1.0	▲11.0	▲9.9	▲17.1	▲20.5	▲20.4	▲23.9	▲40.7	▲10.8	▲9.2	▲1.9	1.9	▲19.4	▲15.1	▲8.4	▲0.7	▲2.2
個人タクシー	3.2	28.6	0.1	13.0	2.3	2.7	▲6.3	26.0	▲0.4	2.8	▲6.0	5.1	▲0.8	▲22.9	▲5.3	▲23.1	▲32.2	▲15.7
全業種計	▲19.4	▲10.9	▲22.7	▲11.9	▲13.4	▲11.9	▲11.3	▲6.5	▲10.1	▲5.7	▲16.6	▲5.3	▲12.7	▲10.1	▲14.6	▲18.0	▲20.3	▲12.6

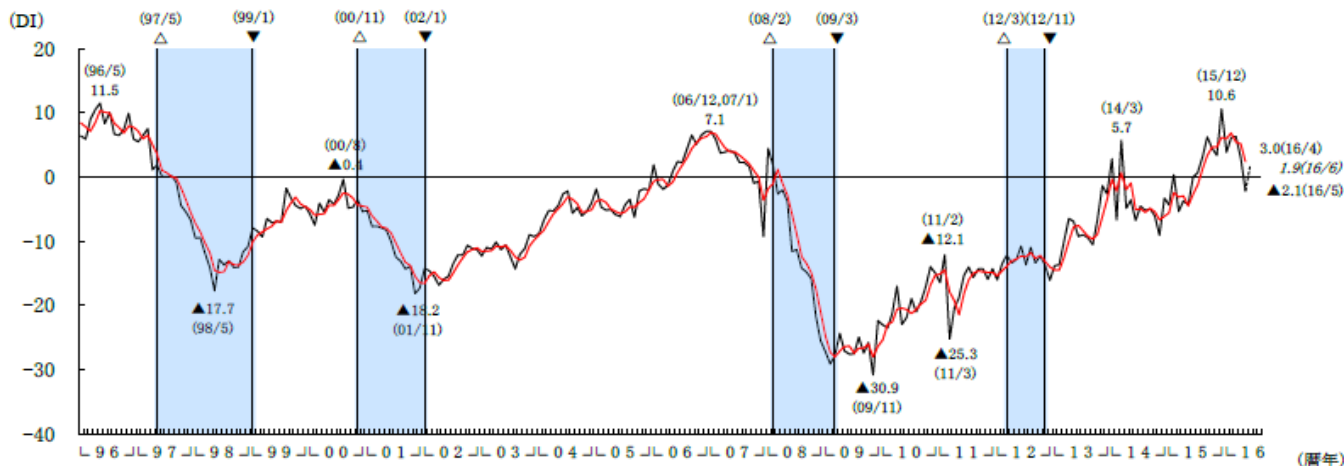
- (注) 1 網掛けは、前月から低下した数値。
2 季節調整は業種ごとに行っている。

2 採算

- 5月の採算DIは、4月から5.1ポイント低下し、▲2.1となった。
- 6月の採算DIは、1.9と上昇する見通しとなっている。

採算DIの推移（全業種計、季節調整値）

	2015/5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2016/1月	2月	3月	4月	5月	6月
実績	▲4.4	▲0.1	0.7	3.1	6.2	4.5	3.4	10.6	3.9	6.1	6.3	3.0	▲2.1	-
見通し	0.9	3.5	7.2	▲1.2	6.3	8.0	2.4	9.3	12.0	3.5	13.9	9.0	4.1	1.9



(注) DIは「黒字」企業割合－「赤字」企業割合。

3 賃金の状況

- 4月以降の賃金総額が「増加した」と回答した企業割合は、24.1%となった。業種別にみると、製造業が31.9%と最も高く、次いで建設業（26.7%）となっている。
- 賃金総額が「増加した」企業にその理由を尋ねると、「基本給を上げた」が72.2%と最も多く、次いで「従業員（正社員）を増やした」（19.8%）となっている。

賃金総額の動向

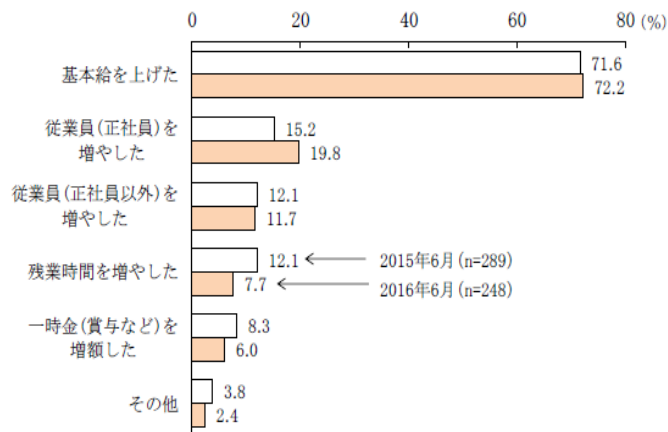
(1) 4月以降の賃金総額の動向（前年同期比）

① 全業種計	増加した			変わらない			減少した			DI
	2015年6月	2016年6月	2015年6月	2016年6月	2015年6月	2016年6月	2015年6月	2016年6月		
2015年6月(n=1,001)	29.1	24.1	58.2	64.2	12.7	11.7	16.4	12.4		
2016年6月(n=1,115)										
② 業種別										
製造業	2015年6月(n= 218)	2016年6月(n= 229)	2015年6月	2016年6月	2015年6月	2016年6月	2015年6月	2016年6月	DI	
			38.1	31.9	51.4	55.5	10.6	12.7	27.5	
									19.2	
卸売業	2015年6月(n= 130)	2016年6月(n= 151)	20.0	17.2	64.6	71.5	15.4	11.3	4.6	
									5.9	
小売業	2015年6月(n= 208)	2016年6月(n= 220)	23.6	20.9	66.3	66.8	10.1	12.3	13.5	
									8.6	
飲食店	2015年6月(n= 76)	2016年6月(n= 82)	26.3	24.4	55.3	63.4	18.4	12.2	7.9	
									12.2	
サービス業	2015年6月(n= 192)	2016年6月(n= 216)	29.7	22.2	59.9	67.6	10.4	10.2	19.3	
									12.0	
建設業	2015年6月(n= 132)	2016年6月(n= 146)	28.8	26.7	55.3	63.0	15.9	10.3	12.9	
									16.4	
運輸業	2015年6月(n= 45)	2016年6月(n= 71)	40.0	23.9	42.2	62.0	17.8	14.1	22.2	
									9.8	

(注)

- 賃金総額は、従業員の基本給、残業手当、社会保険料等を含む人件費の総額。
- 回答割合は四捨五入して表記しているため、合計が100%にならない場合がある。
- 賃金総額DIは「増加した」企業割合－「減少した」企業割合。

(2) 4月以降の賃金総額が増加した理由（複数回答）



(注) 1 (1)で「増加した」と回答した企業に、その内容を尋ねたもの。
2 複数回答のため、合計は100%にならない。

<賃金の状況についてのコメント>

- 数年前に業績悪化を理由に人件費の削減を行った際に、業績が回復したら給与は元に戻していくと約束したので実行している（建材卸売業）
- 周りが賃金を上げているので、仕方なく上げた（コンビニエンスストア）
- 売上が増えた分を臨時給として還元した（一般貨物自動車運送業）
- パート社員1名を正社員に登用し、新たにパート社員1名を採用した（織物整理業）

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

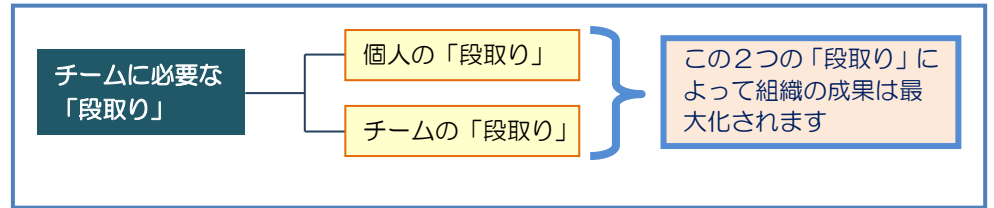
- 「モレ・ムダ・ミスのない段取りのつけ方業務の進め方」(日本実業出版) 神谷 一博 著
- 「段取り力を磨けば業務は成功する」(C&R研究所) 高橋 宗照 著
- 「仕事効率を劇的にアップさせる頭のいい段取りの技術」(日本実業出版) 藤沢 晃治 著
- 「段取りの教科書」(中経出版) 吉原 靖彦 著
- 「仕事力が3倍アップする時間活用法」(実務教育出版) 水口 和彦 著

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、出来る時にやる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

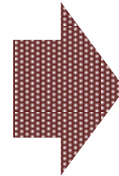
■ 自身の「段取り力」をチェックし、カイゼンを図る

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



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

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→中→小へとブレー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ないか ● 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
②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

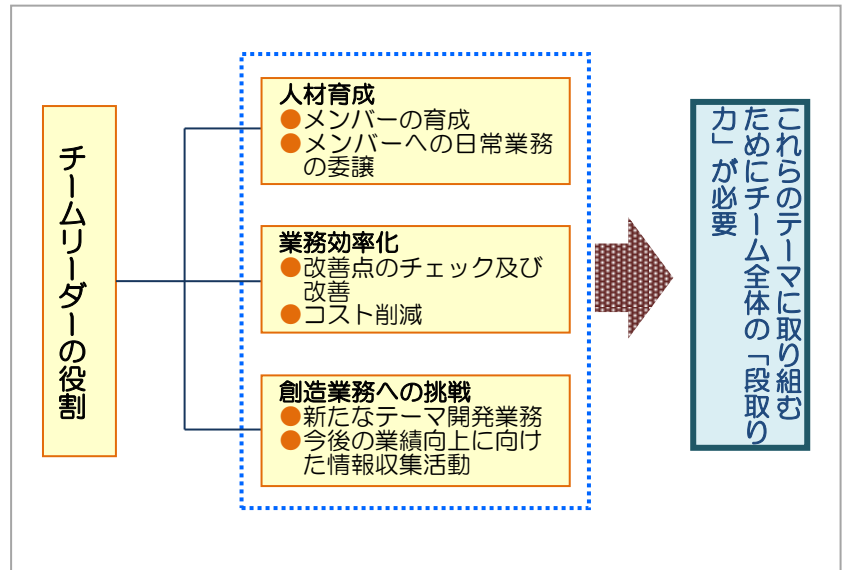
3 チームの「段取り力」を高めるポイント

■ 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。

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: 会社法 > サブジャンル: 会社運営



株式譲渡制限会社とは

株式譲渡制限会社とはどのような会社のことですか。
また、株式譲渡制限会社のメリットについて教えてください。



「株式譲渡制限会社」とは、すべての株式の譲渡を制限している株式会社のことです。新会社法では、有限会社制度の廃止により、株式譲渡制限会社であるかどうかは制度設計の新たな基準となってきます。

これまで、有限責任タイプの会社は、公開・大企業を想定した厳格な規制の株式会社と、非公開・中小企業を想定した簡易な規制の有限会社の2つがありましたが、近年、会社類型の選択が硬直化しており、規制が形骸化していると指摘されていました。

新会社法では、このような状況を踏まえて、有限会社制度を廃止して株式会社制度に一本化するとともに、「株式譲渡制限会社」には、株式会社でありながら現行の有限会社に準じた簡易な規制を選択することを許容しています。

会社法が施行されるまでは、大規模な会社は株式会社、中小規模の会社は有限会社という住み分けがありましたが、会社法では新たな有限会社は作れなくなり、株式会社一本にまとめています。そのため、同じ株式会社でも大規模企業向けの会社と、従来の有限会社に相当するような中小規模企業向けの会社2つに区別されています。その区別は、以下のような「公開会社」と「株式譲渡制限会社」にあたります。

■公開会社と株式譲渡制限会社の特徴

公開会社	譲渡制限株式がない、もしくはあっても一部である会社	大規模企業向け
株式譲渡制限会社	すべての株式に譲渡の制限をつけている会社	中小規模企業向け

■株式譲渡制限会社になるには

株式譲渡制限会社になるには、定款に「当会社の株式を譲渡により取得するには、取締役会（株主総会）の承認を受けなければならない」という規定を加える必要があります。

「取締役会（株主総会）」となっているのは、株式を譲渡してよいかどうかを決定するのは、取締役会がある会社であれば取締役会、ない会社では株主総会であるためです。

なお、有限会社は事実上、株式譲渡制限がかかっていました。そのため、定款に株式譲渡制限に関する項目がない場合が多いでしょう。

有限会社から株式会社に組織変更する際には、定款に株式譲渡制限に関する条項を盛り込むことを忘れないようにしてください。うっかり忘れると、公開会社扱いになってしまいます。

経営データベース ②

ジャンル: 会社法 > サブジャンル: 会社運営



決算公告の具体的な手続き

当社は株式会社で決算公告を官報で行うと定款に記載してあります。具体的にどのような手続きをすればよいのでしょうか。



官報への決算公告の掲載は、最寄りの官報販売所に直接掲載の申し込みをするか、官報のホームページ経由で申し込むことが可能です。決算公告を怠った場合は、罰金刑が科されると会社法で定められています。また、これからの企業は決算公告だけではなく、積極的な情報開示に取り組むことが求められます。

■決算公告の方法

まず、すべての株式会社は決算公告を行う義務を負っていることを認識してください。

例外的に、証券取引法の規定により、有価証券報告書を提出している株式会社には決算公告の義務はありませんが、これは有価証券報告書を提出しているもので、あらためて決算公告は行わなくてよいということです。規模の大小に関係なく、決算公告はしなければならないのです。

なお、有限会社（特例有限会社）、および持分会社（合名会社・合資会社・合同会社）には決算公告の義務はありません。決算公告は、以下の3つの方法から選択することができます。

- 官報に掲載する方法
- 時事に関する事項を掲載する日刊新聞紙に掲載する方法
- 電子公告により掲載する方法

決算公告の方法は定款に記載していますが、定款に記載がない場合は、自動的に官報による公告を選択したものとみなされます。なお、官報・日刊新聞紙を選択した場合は要旨のみ、つまり貸借対照表（大会社の場合は貸借対照表と損益計算書）のまとめたものを掲載すればよいことになっています。電子公告（つまりホームページ）の掲載を選択した場合は、全文を掲載しなければなりません。全文を公開したくない場合は、日刊新聞紙より費用が安い官報が、ほとんどの会社では現実的な選択肢になると思います。

■官報への決算公告掲載方法

官報とは、独立行政法人国立印刷局から、行政機関の休日を除いて毎日発行されている新聞のようなものです。法令の公布は、官報を通じて行われています。

決算公告を官報に掲載するには、最寄りの官報販売所に直接掲載の申し込みをするか、官報のホームページ経由で申し込むこととなります。官報のホームページには、申し込みに関する詳細な手続きや、料金表、原稿のひな形も用意されており、手軽に掲載の申し込みができるようになっていますのでお勧めです。