

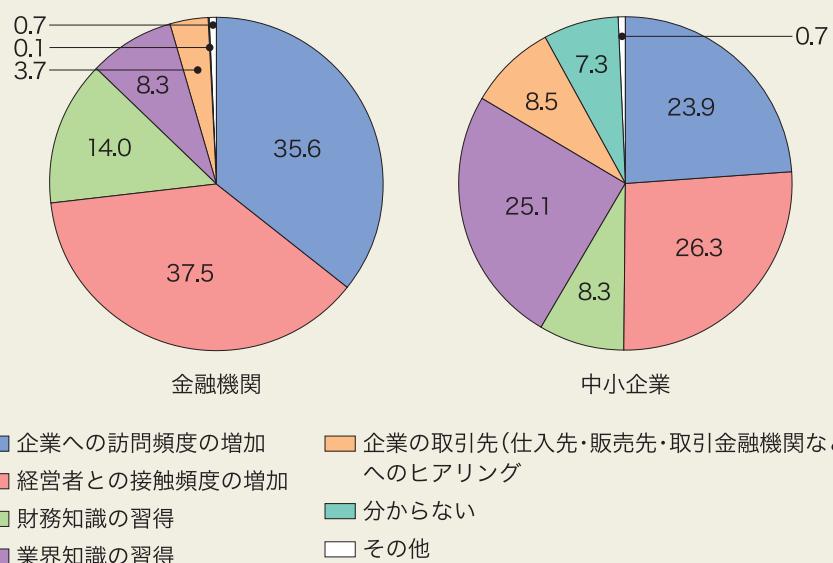
中小企業は金融機関に 「業界知識の習得」をより求めている! DATA

今回は2010年中小企業白書から「中小企業が金融機関に求める経営実態把握の取組内容と金融機関における取組の実態」について紹介します。

グラフは、中小企業が求める取引先企業・経営者の経営実態把握の取組内容と金融機関における取組実態を示しています。「企業への訪問頻度の増加」「経営者との接触頻度の増加」という項目と比べ「業界知識の習得」が中小企業と金融機関との間で認識の相違が大きいことが読み取れます。

金融機関ではこうした取組を中心に、中小企業とのリレーションをより深めていくことが重要だと考えられます。

■中小企業が金融機関に求める経営実態把握の取組内容と
金融機関における取組の実態(単位:%)



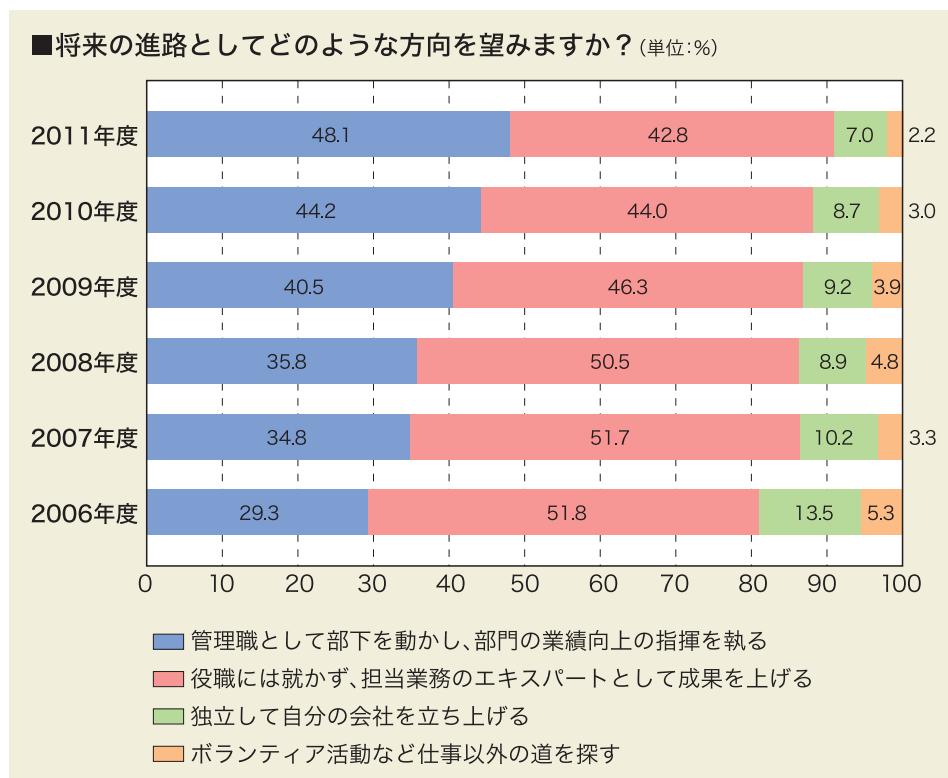
資料:中小企業庁委託「中小企業の資金調達に関する調査」(2009年11月、みずほ総合研究所(株))

中小企業庁委託「企業の雇用情勢及び政府の支援施策に関する調査」(2009年11月、みずほ総合研究所(株))

(注)第1位を3点、第2位を2点、第3位を1点として計算した

新入社員の48%が「管理職として指揮を執りたい」。過去最高値を更新

NUMBER



今回は産業能率大学の「2011年新入社員の会社生活調査」の一部を紹介します。

グラフは「将来の進路としてどのような方向を望みますか？」についての回答。「管理職として部下を動かし、部門の業績向上の指揮を執る」の回答が48.1%と過去最高値を更新しました。半数近くの新入社員が管理職志向ということです。

また、昨年度は「役職には就かず、担当業務のエキスパートとして成果を上げる」という専門職志向の回答とほぼ同じパーセンテージ(44%前後)でした。2011年度に初めて管理職志向が逆転。専門職志向を上回りました。

2011年度の管理職志向の割合は、2000年度の2倍以上に跳ね上がっています。企業はこの点を踏まえて人材教育を進める必要があるでしょう。

だらだら残業をなくすには？

Q & A

Q:節電の一環で、週に1日でも「ノー残業デー」を設けたいと思っています。しかし、当社は伝統的に多くの社員が残業します。なかには仕事が終わっているようでも、社員同士で話をしていてなかなか帰らないというケースも見受けられるようです。こうした「だらだら残業」をなくすにはどうすればよいのでしょうか？

A:残業とは本来「今日中にやらなければいけない業務」「突発的に発生した業務」等、緊急性の高い仕事をするために行います。雑談でだらだら残っていることとは違います。こうした「だらだら残業」をなくすには、残業する場合は事前に申請する制度を導入しましょう。残業することを上司に申請し、承認を得た場合のみ、残業が許可されるのです。こうすることで、無意味なだらだら残業が大きく削減できるでしょう。

また、残業の事前申請制度を導入する際、上司は残業の事前承認をしますが、その残業が本当に緊急性があるのかを確かめましょう。また、残業の結果に対しても確認し、承認しなければなりません。

そして、残業の事前申請については、例えば以下のように就業規則で明確にしておくことも忘れないようにしましょう。

「従業員は命じられた業務を所定労働時間内に終了することを原則とするが、業務の進捗状況によりやむを得ず時間外労働または休日労働の必要があると考へた場合には、事前に上長に対し、業務内容及び必要な時間数を明確にして申し出、時間外労働または休日労働の命令を受けなければならない。従業員が使用者の命令に基づくことなく時間外労働または休日労働を行った場合、会社は当該労働に対する賃金を支払わないものとする」

詳しいことは専門家におたずねください。

ネットショップとの取引はどう始める？

Q&A

Q：あるネットショップから「御社の商品を売ってください」と引き合いがきました。どんな会社か実態がわかりません。取引する際には、どのような点に注意すればよいのでしょうか？

A：ネットショップで楽天、アマゾンのような大手企業はごくわずか。大部分を中小・零細企業や個人事業主が占めています。星の数ほどあるといわれるネットショップから「御社の商品を売ってください」と引き合いが来たとき、売るべきか否かをどこで判別すればよいのでしょうか？

ネットショップの善し悪しを見分ける第一歩は、運営しているスタンスがよくわかる会社を選ぶことです。まず、引き合いが来た会社の通販サイトを見てみましょう。

サイト上で、会社概要をしつかり記載しているかをチェックします。会社概要のページがすぐ見つからない場合は、少々警戒したほうがいいかもしれません。それから「所在地」「運営担当者」「実店舗の有無」などを記載しているかを確かめます。この部分をしつかり掲載していないショップは論外です。次に店主(運営担当者)の紹介・あいさつを掲載しているページの有無をチェックします。ここでショップ経営の姿勢を確かめます。これらページを掲載しているショップは好感が持てるでしょう。

また「品物の選び方・使い方」といった付随情報を載せてたり、単に商品を売るだけでなく、情報提供に意欲的な姿勢を示しているショップは信用がおけるでしょう。

続いて「Yahoo!知恵袋」や「2ちゃんねる」といったコミュニティーサイトで、ネットショップの風評を調べます。問題のあるショップならば、論議されているケースが多いからです。ただし、サイトに出ている情報を盲目的に信用するのは危険です。一部のコミュニティーサイトでは、ターゲット企業内部の「サクラ」が賞賛の意見を故意に書き込み、都合の悪い意見を少数派に見せるような工作をしている場合があるからです。こうしたインターネットの特性も踏まえつつ、気になる意見があれば、判断の参考にすることをおすすめします。

ネットショップのなかには明らかに悪意を持ってアプローチする企業もあります。電話でいきなり引き合いを求め、その場で取引を決めさせ、代金を払わないというようなトラブルは後を絶ちません。最初の取引は少額できっちり払い、その後すぐにロットを増やして掛取引を要求。「得意先からの入金が遅れているので支払いを待ってほしい」と泣きを入れ、のらりくらりと督促を交わすケースも存在します。これらは「パクリ屋」と呼ばれる詐欺師集団である可能性が高いので、注意が必要です。

中小企業庁、中小企業の海外展開を 総合的に支援

HINT

去る6月23日に開催した「第3回中小企業海外展開支援会議」において、中小企業の海外展開支援の総合的な取り組みとして「中小企業海外展開支援大綱」が決定しました。今後、この大綱にしたがって、中小企業庁のほか、会議に参加した支援機関が、5万件の商談を支援するなど、中小企業の海外展開にかかる総合的な支援を行っていきます。

海外展開のあらゆる課題に対応

中小企業の海外展開を円滑に支援するため、平成22年10月に、経済産業大臣を議長として、政府、政府関係団体、中小企業団体、金融機関といった支援機関の参加により、「中小企業海外展開支援会議」を設置しました。

この会議の開催を受け、地域ブロックごとに構築した協議会が、市町村等の関係機関(延べ約4300回の訪問)と約5000社の中小企業からのヒアリングにより把握したニーズを基に「中小企業海外展開 支援大綱」を決定しました。同大綱の重点課題(5つの柱)は以下の通り。

(1)情報収集・提供

必要な情報をきめ細かく提供、支援記録の共有による一貫支援

(2)マーケティング

商品開発、海外展示会への出展、インターネット活用による支援

(3)人材の育成・確保

海外展開に対応できる人材の育成、確保に関する支援

(4)資金調達

金融面の相談体制の充実、資金調達の円滑化

(5)貿易投資環境の改善

海外拠点設立情報の提供、税務・労務・知財等の支援

東日本大震災の被害から早期に脱却するためには、拡大する海外マーケットを成長の糧として取り込むこともひとつ的方法です。詳しいことは中小企業庁等にお問い合わせください。

社内では別の名前を使う!? ビジネスネームの効果

SYSTEM

このコーナーでは、企業のユニークな制度や取り組みを紹介します。

今回はビジネスでは別の名前を使う「ビジネスネーム制度」を紹介します。

「ビジネスネーム制度」は、文字通りビジネスでは別の名前を使う制度。公私を分けて仕事ではプロ意識を持って働いてほしいという狙いがあります。ミスをしてしかられているときも、本名ではなくビジネスネームで呼ばれているので、人格を否定されていると思われないという利点もあります。

商談では会話のきっかけができる

同制度を導入すると、当然名刺にもビジネスネームと本名のどちらも入れます。それだけでお客様との名刺交換時に会話のきっかけができ、商談が盛り上がります。

一方、お客様の業種によっては、ビジネスネームに難色を示すケースもあるでしょう。そのときは、本名の文字のほうが大きい名刺、もしくは本名だけの名刺を出します。そうすることでビジネスネーム導入の弊害を小さくするのです。

ビジネスネームをつけることで、与えられた仕事と役割を遂行するビジネスマンを演じ切ることができます。思い切った改革を進めたい会社は、導入してみるといいかもしれません。

経営企画部の仕事の役割、機能強化の指針がわかる!

BOOK REVIEW



図解でわかる部門の仕事
『経営企画部』
丹羽哲夫 著
日本能率協会マネジメントセンター
定価 1,500円(税別)

★こんな方におすすめ

- 会社の組織のくくりや連携の仕方を見直したい方
- 各部門の業務の効率化を考えている方
- 経営企画部の新設・機能強化を考えている経営者
- 各部門に横串しを通しておきたい経営者

本書は「図解でわかる部門の仕事」シリーズの一冊。企業の成長を伴った成長を実現していく経営戦略策定を主要業務とする「経営企画部」の機能をどのように強化し、それを十分に活かせる業務の内容と進め方を解説。経営企画部に所属する管理職、スタッフに必要な知識・スキルを詳細に掲載しています。これまでの経営戦略、組織体制、経営システムを内外環境変化に適応させる革新を行い、企業の成長軌道に乗せる経営企画部の社内外の役割を明らかにしていきます。

本書の5つのポイントは以下の通り。

- 1.会社の部門の機能と仕事を、図解を用いて具体的に解説
- 2.配属された新卒者から管理職まで幅広い層に役立つ情報を網羅
- 3.基本業務から最新のトレンドまでフォロー
- 4.業務マニュアルとして活用可能
- 5.部門の業務に関する最新の用語集を巻末に添付

経営企画部を設置している、または新設しようと考えている経営者・管理者・スタッフにおすすめです。

「業務用エアコン節電情報」

エアコンの節電方法が学べる

<http://www.daikin.co.jp/setsuden/gyoumu/>

「業務用エアコン節電情報」は空調機大手メーカーのダイキン工業株式会社が自社のWebサイトに掲載している情報。エアコンをはじめとした各種電気製品の節電方法について詳しく説明しています。

エアコンの温度を上げて節電を図るのはいいのですが、猛暑の状態では温度を上げるにも限度があります。冷房効率を考えることで大きな節電につながります。

従業員の健康管理にも留意しつつ節電を推進したい、この夏必見のサイトです。

