

# 個人企業の平成23年度は 減収減益で推移

DATA

今回は総務省が発表した平成23年度個人企業調査についてお知らせします。

下の表は個人企業(個人経営の事務所) 1事務所当たりの売上高と営業利益を産業別にまとめたもの。各業種とも売上高、営業利益ともに前年同期を下回る期が目立ちます。22年度が2ケタ増と好調だった「製造業」は、今年度は4月以降の売上高が2ケタ台の大幅減少。「サービス業」は22年4～6月期以来、11期連続で減少しています。ただ、減少幅は毎期改善しており、10～12月の営業利益は増益に転じました。

「卸売業」は売上高が安定している一方、営業利益は4月以降低迷。「宿泊業、飲食サービス業」は7～9月に持ち直したものの、年末にかけて再び減少しています。

## ■個人企業1事務所当たり 平成23年度産業別売上高および営業利益

		製造業		卸売業、小売業		宿泊業、飲食サービス業		サービス業	
		売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
実数 (千円)	1～3月期	2042	581	4099	453	2060	361	1221	399
	4～6月期	2059	621	4143	434	2128	394	1279	497
	7～9月期	2108	615	4341	473	2192	446	1248	458
	10～12月期	2364	674	4477	447	2113	400	1301	505
前年同期比 (%)	1～3月期	△4.6	△1.7	11.7	17.7	△5.5	△13.8	△3.7	△9.9
	4～6月期	△23.0	6.2	0.6	△12.1	△3.2	0	△8.5	△5.9
	7～9月期	△16.0	△5.8	9.5	△7.6	1.9	12.6	△4.2	△3.4
	10～12月期	△10.0	△4.4	△2.0	△17.8	△8.0	△6.5	△1.9	7.0

(一事務所あたり)

# 現金給与総額 1990年以降で2番目の低さ

NUMBER

## ■毎月勤労統計調査 平成23年分結果速報

賃金		現金給与総額	きまって支給する給与	所定内給与	所定外給与	特別に支払われた給与
	月間	316,642円 (-0.2)	262,405円 (-0.3)	244,056円 (-0.4)	18,349円 (0.8)	54,237円 (0.3)

労働時間		総実労働時間	所定内労働時間	所定外労働時間	出勤日数	所定外労働時間 (製造業)
	月間	145.6時間 (-0.4)	135.6時間 (-0.4)	10.0時間 (-0.2)	19.0日 (0.0)	14.0時間 (0.7)
	年間	1,747時間 [1,789時間]	1,627時間 [1,646時間]	120時間 [143時間]		168時間 [184時間]

雇用 労働 異動		常用労働者	一般労働者	パートタイム労働者	入職率	離職率
	月間	44,431千人 (0.7)	31,921千人 (0.2)	12,510千人 (1.9)	1.94% ⟨-0.01⟩	1.97% ⟨0.00⟩

### 注

- 1) ( )内は前年比(%)、⟨ ⟩内は前年差(ポイント又は日)、[ ]内は事業所規模30人以上である。
- 2) 総実労働時間、所定内労働時間の年換算値については、各月間平均値を12倍し、小数点以下第1位を四捨五入したものである。  
所定外労働時間については、総実労働時間の年換算値から所定内労働時間の年換算値を引いて算出している。
- 3) 速報値は確報で改訂される場合がある。

毎月勤労統計調査の結果は、厚生労働省のWebページにも掲載されています。

[http://www.mhlw.go.jp/toukei\\_hakusho/toukei/](http://www.mhlw.go.jp/toukei_hakusho/toukei/)

今回は厚生労働省が発表した数字を紹介します。

2月1日に発表された「毎月勤労統計調査結果速報」によれば、2011年の一人平均月間現金給与総額が前年比0.2%減の31万6642円となったとのこと。これは現在の調査形式となつた1990年以降2番目の低さとなるという寂しい結果となりました。

ちなみに最も低い年は2009年。リーマンショックの影響が色濃く反映された一年でした。  
2011年はまだ記憶に新しい東日本大震災による影響と考えられます。

同調査結果速報の概況は↓

[http://www.mhlw.go.jp/toukei\\_itiran/roudou/monthly/23/23-2fp/dl/pdf23p.pdf](http://www.mhlw.go.jp/toukei_itiran/roudou/monthly/23/23-2fp/dl/pdf23p.pdf)

# 試用期間のある採用に関する注意点

## Q & A

**Q:今春に試用期間のある採用を実施しますが、最近巷ではトラブルが多いようです。どのような点に気を付けるべきですか？**

A:書面であらかじめ契約内容をはっきり明示しておくことが大事。あいまいなまま、採用してしまうと後々トラブルになりかねません。お互い「こんなはずではなかった」ということがないようにしましょう。

明示すべき主な労働条件は次の通り。

●労働契約の期間

●就業場所・従事すべき業務

●始業・終業の時刻、所定労働時間を超える労働(早出・残業等)の有無、休憩時間、休日

●賃金の決定、計算・支払いの方法および賃金の締め切り・支払いの時期

●退職に関する事項(解雇の事由を含みます。)

●昇給に関する事項

●臨時に支払われる賃金、賞与および最低賃金額に関する事項

最も大事な条件は期間。労働基準法には試用期間の長さを規定する条文はありませんが、採用時には明確にしてください。一般的には3ヵ月程度が目安とされています。たとえば1年などあまりにも長すぎる期間の場合は、民法上の公序良俗違反に問われる可能性がありますので注意が必要です。

契約期間が満了すれば労働契約は自動的に終了します。経歴詐称や能力の大幅な不足、勤怠不良等がなければ本採用を行うのが通常の流れです。ただし、もう少し様子を見たい場合は試用期間を延長するという選択肢もありますが、労働契約時に以下の2点がはっきりと示されていなければトラブルにつながります。

①就業規則に試用期間を延長する可能性があることが記載されている

②試用期間を延長する場合、文書で本人の同意を得る

口頭で延長を伝えることは絶対に避けましょう。

試用期間は、あくまで本採用の前に労働者の適性・能力を見極めて本採用するか否かを決定する期間。採用される側の身分は不安定であり、むやみに延長すべきではありません。解雇の場合は30日前の予告または30日分以上の平均賃金の支払いを行う必要があります。

試用期間中といっても労働契約は成立しています。その点を十分留意しながらいい人材を採用していきましょう。

# 利益と課税所得の違い

## Q & A

**Q：利益と課税所得はどう違うのですか？ また、なぜ利益よりも課税所得のほうが多くなるのですか？**

A：会社の利益より課税所得が多くなるのは、会計上の収入と費用が、税務上そのまま益金・損金として認められないからです。

会社の税務の目的は、益金と損金から課税所得を算出して、法人税等の税額を計算することです。一方、企業会計の目的は、当期の収入と費用を計上することで適正な当期利益を計算することです。

税務上の益金・損金と会計上の収入・費用の考え方には異なります。例えば、交際費は会計上では全額が費用となります、税務上は全額が損金とはなりません。そのため、課税所得と会計上の利益が違ってくることになるのです。

以上から「会社の利益は200万円なのに、課税所得が300万円」という事態が起こります。推定されるのは、法人税・住民税及び事業税と交際費による影響です。

会社の利益より課税所得が多くなるのは、ほかに以下のようなケースが想定されます。

- 不良債権が発生し、回収の見込みがない売掛金があるため、貸倒引当金を積み増ししたり、貸倒損失を計上したが、貸倒れの事実が客観的でないということで、税務上損金として認められなかった
- 不良在庫の評価損を計上したが、著しく陳腐化したという事実を明らかにできない限り、処分するまでは税務上、評価損の計上ができず、損金にならない
- 従業員の退職に備えて、今期の費用を計上した

詳しいことは会計事務所におたずねください。

# 職場の掃除が経営にもたらす影響とは

## HINT

大阪商工会議所が2012年1月に設置した「掃除でおもてなし」研究会が、「掃除、整理・整頓、清潔」活動が企業経営に及ぼす影響について発表しました。公表された結果は「なかなか片付けられない」という、企業の皆さんには少しショックな数字かもしれません。

### 「清掃、整理・整頓、清潔」活動で売上が10%向上!?

アンケートは大阪府内の企業7,863社に対して行われました。

主な結果としては、自社で清掃活動を行っている企業は89.4%と高く、その目的には「業務・作業効率の向上」が最も多くの答えを集めています(69.9%)。

ではその活動は誰が行っているのでしょうか。「清掃は自社社員が行っている」が68.4%、「清掃は自社社員と外部委託で行っている」が13.5%と8割強の企業がなんらかの形で自社社員による清掃活動を行っているようです。

多くの企業が作業効率アップを目指して行っているこの清掃活動ですが、実際の効果はいかほどのものなのか。

「清掃、整理・整頓、清潔に関する活動の効果」について尋ねると(複数回答)、「職場の環境・公衆衛生・安全性が向上した」(67.1%)が最も多く、続いて「従業員のモチベーション・モラルが向上した」(44.2%)、「社風の確立、経営方針の定着、企業イメージの向上に役立った」(38.6%)と続いています。

さらに、10.1%の企業で「売上が向上した(新規顧客、取引先の獲得など)」と答えている上に36.7%の企業で「作業・業務効率の向上およびコストの削減が実現した」と続いています。

清潔な職場は気持ちよく仕事をするための最低条件。売上アップやコスト削減はあくまで結果論でしかないのでしょうが、職場を綺麗に保つ努力は業績を上げるために必須であると言えそうです。

# 社員の自覚を育てる 「報連相禁止制度」

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「報連相禁止制度」を紹介します。

報告・連絡・相談、略して「報連相」は業務遂行においての最重要事項と社会に出た瞬間に叩き込まれる基本中の基本。しかし、思いのほか、この報連相を禁止する企業があるようです。この報連相、何でもかんでも報告される、CCで送られてくるメールが増えるなど確かにマイナス面もあるものの、やっぱり必要なものでは…？

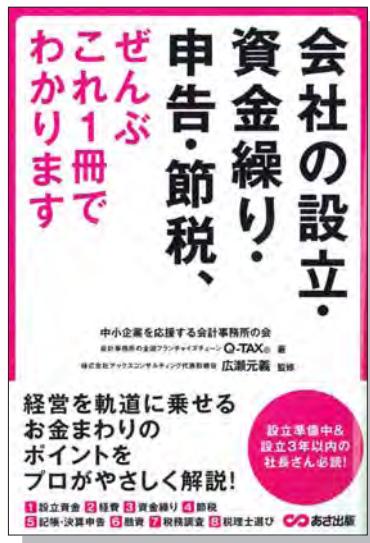
## 判断を他人任せにしない社員を育てる

「報連相禁止制度」の隠れた狙いとは、判断を上司任せにせず責任をもって業務にあたれる社員の育成にあります。同時に、報告する際に無思考のまま伝えるのではなく、必要なことを取捨選択し、要点をまとめて話ができるようにするという狙いもあるようです。

一般的な企業が採り入れるには高いハードルがあるかもしれません、業務に対して無思考になるのも避けたいところ。要点を応用して日頃のコミュニケーションの参考にしてみると良いかもしれません。

# 会社の設立・資金繰り・申告・節税、全部これ1冊でわかります

## BOOK REVIEW



『会社の設立・資金繰り・申告・節税、全部これ1冊でわかります』

中小企業を応援する会計事務所の会  
会計事務所の全国フランチャイズチェーン  
Q-TAX 著  
廣瀬元義 監修  
あさ出版  
定価 1500円(税別)

### ★こんな方におすすめ

- 企業設立準備中のプレ経営者
- 設立から3年以内の企業を経営する経営者
- 設立間もない企業の管理職、社員
- 中小企業に勤める経理担当者

起業をする際、何が必要なのかすべて答えられますか？

同書では起業から経営を軌道に乗せるための資金繰りから税金対策まで、丁寧に解説しています。

- 株式会社設立のポイント
- 経費にまつわる基本と取り扱い方
- 節税、決算、資金繰りのノウハウ etc...

これら、本来であれば堅苦しく難しい内容を、親しみやすい文章とイラスト、豊富な表組みや参考例でまとめてあり、右も左もわからない初心者のかたでも安心して読み進めます。

さらに、経営にまつわるマクロな視点だけではなく、「会計ソフトは何を使えばいいのか?」「役員報酬はいくらにすればいいのか」といった具体的な事柄まで踏み込んで書かれているのもポイント。まさにかゆいところに手が届くガイドブックとなっています。

これから日本経済に活気をもたらすのは新たにビジネスを起こそうと奮闘するベンチャー・スピリットを持った経営者とその同僚たち。ふとした疑問をすぐさま解決するために、同書をお手元に置いておくことをおすすめします。

## お役立ちサイト情報

# 「プロモポータル」

広告・プロモーションの計画づくりに最適!

**<http://promotion.sb-ja.jp/>**

全国の広告・プロモーションに関する情報を集めたポータルサイト。WEBプロモーション、雑誌広告、街頭配布、ルート広告、イベント、交通媒体、サンプリングなど12の手法を対象エリア、ターゲットで検索することができます。広告宣伝や販売促進、マーケティング担当者は自社の販促計画や予算に沿ったオリジナルのプロモーション計画が立てるのに役立ちます。掲載ルート数は365種類。

The screenshot shows the homepage of the Promo Portal. At the top, there's a navigation bar with links for 'トップページ', 'プロモポータル (広告主向け)', 'お申し込みの流れ', '媒体・メディアの皆様へ', and '会社概要'. A search bar is located at the top right. Below the navigation, there's a section titled 'マーケティング 市場調査' with a sub-section for '会員向けアンケートなどの市場調査、試食会といったマーケティング調査を実施'. To the right of this, there's a grid of 12 icons representing different marketing and media types:サンプリング, ルートプロモーション, 街頭配布, 広告, Webプロモーション, 雑誌・折込・DM, 新聞発行・SP, イベント, 交通媒体, マーケティング・市場調査, モバイル端末・プロモーション, and ETC...'. At the bottom left, there's a 'お知らせ' (News) section with a list of recent updates. On the right side, there's a '詳細検索' (Advanced Search) form with dropdown menus for 'フリーワード', '区分', '対象エリア', and '属性', followed by a '検索' (Search) button.

お知らせ

2012/02/23 【パリソニスクオリ】プロモーションを追加しました  
全国のガソリンスタンドG3を活用したサンプリングメディアを追加しました。

2012/02/23 【シルバーライナー】サンプリングを追加しました  
関東、近畿圏のタクシードライバー向けのサンプリングをアップしました。

2012/02/28 【学習塾・塾】ルートメディアを追加しました  
中高生などを対象とした学習塾でのプロモーション企画を掲載しました。

2012/02/28 【医療】サンプリングメディアを追加しました  
全国主要都市での病院スタッフへのプロモーション企画をアップしました。

詳細検索

フリーワード

区分

対象エリア

属性

検索