

中小企業の平均自己資本比率は30.6%で 前年より2.9ポイント上昇

DATA

今回は平成22年中小企業実態基本調査速報(要旨)から中小企業の自己資本比率についてお知らせします。

グラフは中小企業の平均自己資本比率を業種別にまとめたものです。22年調査では、中小企業(法人)の平均自己資本比率は30.6%。前年よりも2.9ポイント上昇しています。業種別に見ると「情報通信業」「サービス業」「製造業」の比率が高くなっています。

これを従業者規模別に見ると以下の通りです。

従業者5人以下…16.2%

6～20人…29.6%

21～50人…33.2%

51人以上…35.6%

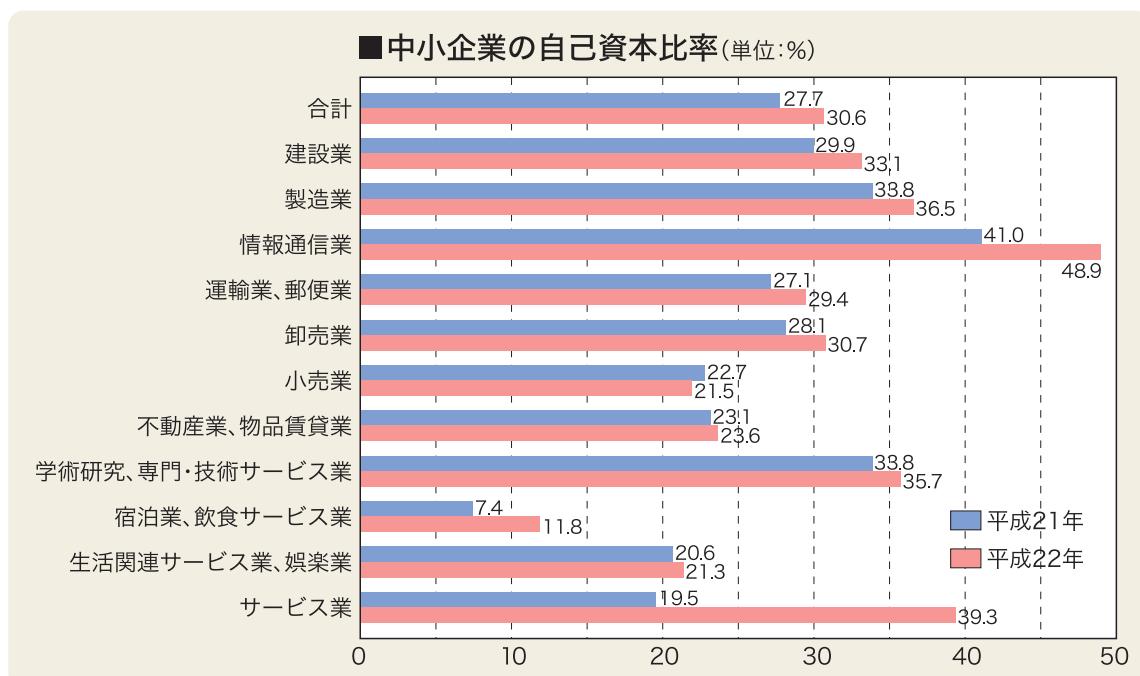
従業者規模が大きいほど自己資本比率が高いことがわかります。

自己資本比率を上げる方法は以下の2つです。

「利益を上げ、これを内部留保として蓄積していく」

「資産のスリム化をはかり、財務リストラを行なっていく」

つまり、自己資本比率が上がる=高収益経営と筋肉質経営が実現するのです。

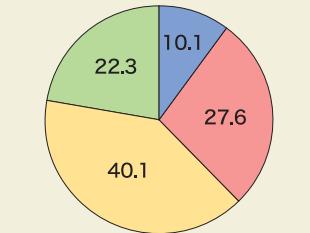
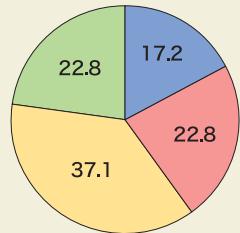
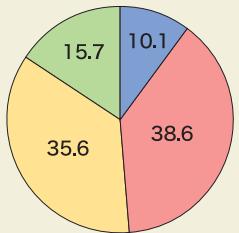


職場の変化

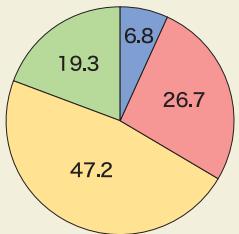
「仕事以外の話題で盛り上がりがない」が半分弱

■最近の職場の変化について(単位:%)

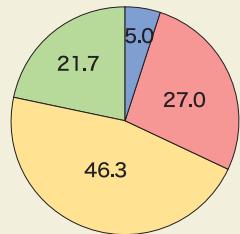
仕事以外の話題で盛り上がることが少なくなった 職場にいても昼食は個別に取ることが多くなった 上司との会話が少なくなった



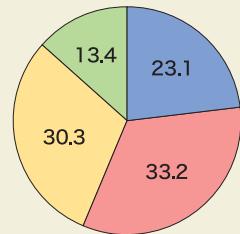
メンバー同士で助け合うことが少なくなった



メンバー同士の会話が少なくなった



職場のメンバーと誘い合って飲みに行くことが少なくなった



■あてはまる ■どちらかといえばあてはまる ■どちらかといえばあてはまらない ■あてはまらない

今回は産業能率大学の「第2回ビジネスパーソンのコミュニケーション感覚調査」の一部を紹介します。

グラフは最近の職場の変化について6項目のアンケートの回答を示しています。「仕事以外の話題で盛り上がる人が少なくなった」という項目で「あてはまる」「どちらかといえばあてはまる」の回答者の合計が48.7%と半分弱を占めています。「職場のメンバーと誘い合って飲みに行く人が少なくなった」に関しては、過半数の56.3%に達しました。

それ以外の項目については「あてはまらない」「どちらかといえばあてはまらない」が過半数で、特に深刻な結果ではなかったようです。

しかし、同調査の「あなたの職場ではギスギスした雰囲気はありますか」という質問では以下の結果が出ています。

ある…8.0%　どちらかといえばある…28.2%

どちらかといえばない…49.9%　ない…13.9%

実際に4割近くが「職場でギスギスした雰囲気がある」と回答。御社の職場としての雰囲気も、いま一度確かめたほうがいいかもしれません。

「ゆとり世代」の若手社員と、 どうコミュニケーションを取ればいい？& A

Q:最近の若手社員は「ゆとり世代」と呼ばれています。

どのようにしてコミュニケーションを取ればよいのでしょうか？

A:ゆとり世代によく見られる代表的なタイプを2つ挙げ、それぞれの対処法を紹介します。

[叱られ・挫折社員]

「大学全入時代」ともいわれる現代、ゆとり世代は挫折や困難に立ち向かった経験が少ない傾向にあります。また、両親や学校の先生、近所の大人等から叱られた経験が少ないのも、ゆとり世代の特徴です。こうした「叱られ社員」「挫折社員」にとって、社会人生が初の本格的な叱られ経験、挫折経験になります。

このタイプには特にコミュニケーションをまめに取ることが必要です。万一叱るときには「今の苦しい経験が、必ず成長につながる」と、明るい未来を示すといった細かいフォローが欠かせません。

このタイプは以前ひどく叱られたり、ちょっとした失敗をしたことで、トラウマを抱えているケースが少なくありません。コピーをとる、荷物を運ぶといったどんな些細な雑用に対しても「ありがとう。助かったよ」と感謝の意を示してほめれば、自信につながります。小さな成功体験を重ねることで才能が開花する可能性も秘めているのです。

[ネットで固めた情報通社員]

ゆとり世代はすでに小学生のころから携帯電話やパソコンを使いこなし、情報社会で育っています。それゆえ、インターネットを駆使した情報収集が得意です。

しかし、ネットを駆使して集めた情報を鵜呑みにして、そのままアウトプットするので、オリジナルの考え方や答えが反映されていません。自分自身で考えて回答を導くという行動が習慣づいていない人も珍しくありません。

このタイプに対しては「なぜ、そう思うのか？」「どうして、この判断をしたのか？」と質問してみましょう。少々突っ込んだ質問をすれば、オリジナルの回答を考えざるを得なくなります。自分なりの答えを用意することを習慣づけさせるのです。

このタイプの社員が自ら考える習慣をつけると、コミュニケーション能力が高まり、有能な人材として育つ可能性があるでしょう。

取引先や社員に支払った震災の見舞金は経費になる？

Q & A

Q：今回の震災で、被災した取引先があります。また、被災地区にも営業所があり、社員が数人います。幸い無事だったのですが、自宅が若干損傷したこと。こうした取引先や社員に対して見舞金を送る場合、税務上の扱いはどうなるのでしょうか？

A：震災に関する次のような見舞金は、会社の経費として認められます。

- 一定の基準にしたがって従業員などに支給した見舞金
- 取引先の復旧の過程において支出した見舞金

取引先に対する見舞金について「一定の基準」は要件となっていません。取引先が通常の営業活動を再開するための復旧過程において支出した災害見舞金は交際費には該当せず、全額経費となります。特に今回のような震災への見舞金であれば、大きな金額を支出しても、経費としては問題ないことになります。

では、従業員等に支給する災害見舞金品が福利厚生費として取り扱われるための「一定の基準」とは、どのようなものでしょう？

法人が、被災した自己の従業員に支給する災害見舞金品が福利厚生費として取り扱われるための「一定の基準」とは以下の通りです。

- ①被災した全従業員に対して被災した程度に応じて支給されるものであるなど、各被災者に対する支給が合理的な基準による
- ②支給金額も、支給を受ける者の社会的地位等に照らし、被災に対する見舞金として社会通念上相当である。

また、この「一定の基準」については、あらかじめ社内の慶弔規程等に定めていたもののほか、今回の災害を機に新たに定めた規程等であっても、これに該当するものとして取り扱われます。

詳しいことは会計事務所におたずねください。

目標は具体的かつ細分化することで実現へと近づく

HINT

企業経営において大切なのは目標です。目標を掲げることで、社員が一丸となってひとつにまとまるからです。では、どんな目標を立てればいいのか？「良い会社にする」「お客様から喜ばれる会社にする」という目標も悪くないのですが、いまひとつ内容があいまいで、人によって解釈が違ってしまいます。それよりも「売上(利益)3億円」「シェア1位」「ユーザー数5000人」といった、具体的かつ明確な数値を目標に掲げると、社員の考えがまとまりやすくなります。こうした会社全体の目標を、商品、部署、個人ごとに細分化して、全体の目標の実現に近づけるのです。

細分化は「分担」「分類」「分解」

会社全体の目標は先に挙げた「売上」「シェア」「顧客数」といった具体的数値を入れたものでよいでしょう。今度はそれを個別に落とし込みます。

目標の細分化は次の要領で行います。

- 1.担当者や店舗、営業所ごとに「分担」
- 2.商品や曜日ごとに「分類」
- 3.単価や数量、時間などに「分解」

目標細分化の例を業種別にみてみると、だいたい次のようにになります。

[小売店・飲食店]

(売上)店舗、曜日、時間帯、商品ごと等に客単価、購入客数の目標。店舗ごとの目標は地域や家賃、売り場面積を考慮して分担

(原価・経費)仕入や原材料費等は単価・数量(受払・ロス・在庫も含む)の目標。人件費は時給・接客効率(購入客数あたりのスタッフ人数)等の目標

[製造業・卸売業]

(売上)担当者・商品ごと等の単価・数量の目標

(原価・経費)拠点・商品ごと等の変動費・固定費の目標。変動費のうち原料費等は単価・数量(受払・ロス・在庫も含む)の目標を、人件費は時給・生産効率(時間あたりの生産量や売上、利益など)等の目標

設定した目標は、実績の進捗を管理する必要があるのは言うまでもありません。社の管理能力に合わせて無理ない目標を立ててみましょう。

課題図書を配布して 人格形成と広い視野をはぐくむ 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「全社員に毎月課題図書」を紹介します。

「全社員に毎月課題図書」とは、毎月1冊ずつ課題図書を決めて、全社員に配布する制度。それに対してレポートを提出した社員には2000円前後の報奨金を支給しています。

レポートの品質を追求するための報奨金

同制度の狙いは人格形成にあるといわれています。書籍には著者の知識やノウハウ、思い、生き方などが凝縮しており、それをわずか2000円弱で体得できます。多くの本を読むことで広い視野が芽生え、問題に直面しても乗り越えられる力を養うことができるのです。

報奨金の狙いは、レポートの品質を追求するため。価値があるアウトプットをするには、1時間程度はかかります。その時間に対しては時給に近い2000円を会社が支払うという意味が込められているそうです。

報奨金を設けていることで、レポートの提出率が上がります。「うちの社員は本を読んでいない」とお嘆きの社長さんは、取り入れてみてはいかがでしょう。

ストレスで後ろ向きになりがちな心を 浄化できる一冊!

BOOK REVIEW



『心の持ち方』

ジェリー・ミンチントン 著
弓場 隆 訳
ディスカヴァー・トゥエンティワン
定価 1,300円(税別)

★こんな方におすすめ

- 不況や震災でなかなか前向きになれないビジネスパーソン
- 自分に自信をなくしているビジネスパーソン
- 日常生活にストレスを感じているビジネスパーソン
- 人生で成功したいビジネスパーソン

長引く不況と震災によるダメージで、ビジネスをはじめいろいろなことがうまくいかないと、ため息をついてしまいがちな現代。黙っていると、後ろ向きな気持ちになってしまいがちです。

本書は、そんな方におすすめの一冊。あたりまえだけど忘れてしまいがちな、50のサクセスマインドが綴られています。

50のサクセスマインドは「自分を大切にするために」「さわやかに生きるために」「前向きに考えるために」「目標を達成するために」「自分らしく生きるために」「よい人間関係をつくるために」の6つのカテゴリーに分類。それぞれ自分が興味ある箇所から読んでも楽しめる構成になっています。

常に前向きでありたい経営者はもちろん、すべてのビジネスパーソンにおすすめの一冊。ストレスで後ろ向きになりがちな心が浄化できます。ちょっと元気がない社員さんにプレゼントすると効果的かもしれません。

「使えるビジネス文書集」

社外、社内から就職、転職までビジネス文書満載

<http://www.ne.jp/asahi/business/bunrei/>

「使えるビジネス文書集」は、社外向け、社内向けから就職、転職まで、あらゆるビジネス文書のひな型を掲載。各文書を作成するにあたってのポイントも明記しております。

さらに「ビジネス文書の基本」と題して、ビジネス文書作成のヒントも掲載。文書の構造、作成手順、悪い文書の特徴など、バラエティーに富んだ情報が満載。ビジネス文書作成業務のスキルアップと効率化が期待できます。

社外、社内から就職、転職までビジネス文書満載…使えるビジネス文書集

The screenshot shows the homepage of the 'Useful Business Document Collection'. At the top, there's a banner with the title '使えるビジネス文書集' (Useful Business Document Collection) in large yellow letters. Below the banner, a message says '会員登録不要、ビジネス文書・ビジネス文例、「ビジネス文書の基本」は、すべて無料提供' (No membership required, business documents and examples, 'Business Document Basics' are all free). On the left side, there's a sidebar with links: 'お問い合わせ', 'サイトマップ', '個人情報について', and '広告掲載について'. In the center, there's a section titled 'ビジネス文書の基本' (Business Document Basics) with a list of 8 points: 1. ビジネス文書の書き方, 2. ビジネス文書の構造, 3. 作成の手順 1, 4. 作成の手順 2, 5. 悪い文書の特徴, 6. ビジネスマールについて, 7. 時候の挨拶・頭語と結語, 8. 上達するためのヒント. To the right of this, there's a 'PR' section with links to '東急百貨店' (Takashimaya Department Store), 'ネットショッピング' (Online Shopping), 'お得な海外航空券・パッケージツアーは【H.I.S.】' (Discounted international air tickets and package tours are available at H.I.S.), and 'サブリメントは、アサヒのオンラインショップへ。' (Sublement is available at Asahi's online shop.). At the bottom, there's a 'pick up! 情報' (Information) section featuring the 'SUUMO' logo. The footer includes links for 'Ads by Google', '文書例文', '社内文書', 'ビジネス', '例文文例', '文書作成', and a large '使えるビジネス文書' button.