

2015.09.15

**週刊WEB**

発行  
税理士法人日下事務所

# 企業経営マガジン

## 1 ネットジャーナル

**Weeklyエコノミスト・レター 2015年9月9日号**

米国経済の見通し

一国内要因からは底堅い成長の持続を予想。

懸念される海外経済動向と米資本市場への影響。

**経済・金融フラッシュ 2015年9月10日号**

企業物価指数(2015年8月)

～輸入物価は下落基調が強まる

## 2 経営TOPICS

**統計調査資料**

景気動向指数

平成27年7月分(速報)

## 3 経営情報レポート

**ジャンル:経営**

社員の成長が強い組織をつくる!

社員を成長させる習慣化のポイント

## 4 経営データベース

**ジャンル:その他経営関連 サブジャンル:会社格付**

会社格付けの意義

銀行による融資先の格付けの変化

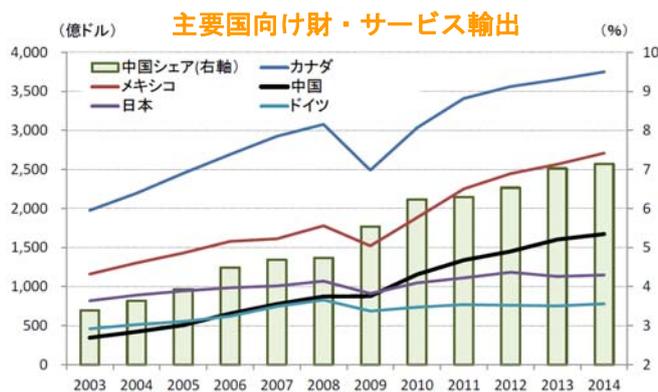
# 米国経済の見通し

—国内要因からは底堅い成長の持続を予想。  
懸念される海外経済動向と米資本市場への影響。

## 要旨

1 米国の4-6月期成長率（前期比年率）は、+3.7%と1-3月期の+0.6%から大幅に加速した。さらに、1-3月期がプラス成長に上方修正された結果、1-3月期の成長鈍化が悪天候などの一時的な要因による可能性が高まった。米国経済は労働市場の改善を背景に個人消費主導の底堅い成長が持続している。

2 一方、中国株式市場が大幅下落したことを受けて、中国経済の動向が注目されており、米国経済への影響が懸念されている。米資本市場の動向に注意する必要があるものの、貿易面などからの实体经济への影響は軽微である。

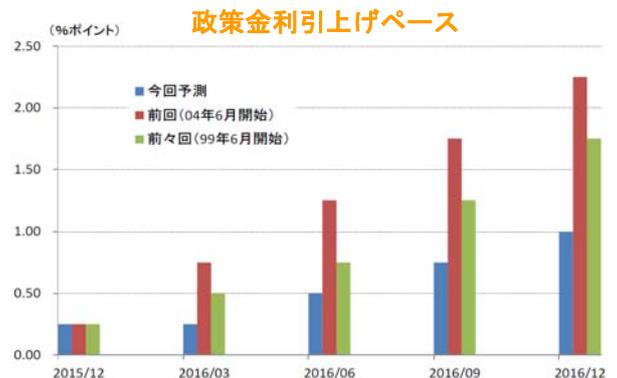


(注) 中国シェアは、米国の財・サービス輸出合計に占める中国向けのシェア  
(資料) BEA よりニッセイ基礎研究所作成

3 中国経済のハードランディングが回避され、米資本市場が安定化する前提で、成長率（前年比）は15年が+2.5%、16

年が+2.7%と個人消費主導の堅調な伸びを予想している。

4 金融政策は、政策金利の引上げ時期が近づいている。物価面からは利上げを急ぐ理由が希薄なほか、中国問題の資本市場も含めた米国経済への影響を見極めるため、FRBは12月まで政策金利の引上げを待つとみられる。来年以降の利上げペースも過去に比べて緩やかとみられる。



(注) FF 目標金利。前回、前々回は政策金利引上げ開始からの経過時間毎の政策金利引上げ幅。

(資料) FRB よりニッセイ基礎研究所作成。

5 長期金利は、上昇を予想するものの、物価の大幅な上昇が見込まれないことから、緩やかな上昇に留まろう。

6 米国経済見通しに対するリスクとしては、中国経済のハードランディングなどの海外経済の減速や米資本市場の不安定な動きが長期化することが挙げられる。

# 企業物価指数(2015年8月) ～輸入物価は下落基調が強まる

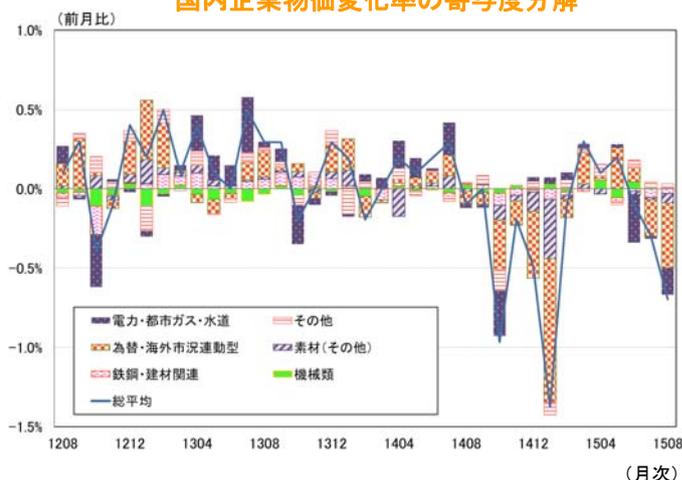
## 要旨

### 1 国内企業物価は前年比▲3%台が続く

9月10日に日本銀行から発表された企業物価指数によると、2015年8月の国内企業物価は前年比▲3.6%（7月：同▲3.1%）と事前の市場予想（QUICK集計：前年比▲3.3%）を下回る結果となった。前月比では▲0.6%（7月：同▲0.3%）と3ヵ月連続でマイナスとなり下落幅が拡大した。

国内企業物価の前月比寄与度をみると、為替・海外市況連動型（前月比▲0.4%）、電力・都市ガス・水道（同▲0.2%）、素材（その他）（同▲0.1%）が物価下落に寄与した。為替・海外市況連動型は、原油価格の下落を背景に石油・石炭製品（8月：前月比▲5.5%）が下落したほか、中国の景気減速に伴う国際商品市況の悪化を受け、銅地金など非鉄金属（前月比▲2.9%）がマイナスとなったことが影響している。また、素材（その他）はベンゼンなど化学製品（前月比▲0.6%）が物価押し下げに寄与した。燃料費価格の引下げから電力・都市ガス・水道（7月：前月比▲0.2%→8月：同▲2.5%）は下落幅が拡大している。一方、その他については価格転嫁を背景とした食料品の値上げなどから上昇を続けていたが、前月比0.0%と横ばいとなった。

国内企業物価変化率の寄与度分解



(資料) 日本銀行「企業物価指数」

### 2 輸入物価は下落基調が強まる

8月の輸入物価（円ベース）は前年比▲9.6%（7月：同▲7.3%）と前月から下落幅が拡大した。前月比（円ベース）では▲1.9%（7月：同▲1.7%）と2ヵ月連続のマイナスとなった。輸入物価の前月比寄与度をみてみると、石油・石炭・天然ガス（前月比▲1.3%）、金属・同製品（前月比▲0.4%）、機械器具（前月比▲0.1%）が物価下落に寄与した。8月の輸入物価は原油価格の下落による物価押し下げ圧力が高まったため、前月比では下落幅が拡大したとみられる。また、金属・同製品のマイナス寄与は中国の景気減速などを背景に銅地金などが軟調だったことが影響したようだ。足元の原油価格の下落は、企業のコスト低下を通じて収益の改善に寄与する。

# 景気動向指数 平成27年7月分(速報)

## 1 概要

**1** 7月のC I（速報値・平成22(2010)年=100）は、先行指数：104.9、一致指数：112.2、遅行指数：115.7となった<sup>(注)</sup>。

先行指数は、前月と比較して1.6ポイント下降し、5か月ぶりの下降となった。3か月後方移動平均は0.17ポイント下降し、4か月ぶりの下降となった。7か月後方移動平均は横ばいとなった。

一致指数は、前月と比較して0.1ポイント下降し、2か月ぶりの下降となった。3か月後方移動平均は0.44ポイント下降し、2か月ぶりの下降となった。7か月後方移動平均は0.09ポイント下降し、2か月ぶりの下降となった。

遅行指数は、前月と比較して0.1ポイント上昇し、2か月連続の上昇となった。3か月後方移動平均は0.33ポイント下降し、7か月ぶりの下降となった。7か月後方移動平均は0.19ポイント上昇し、5か月連続の上昇となった。

## 2 一致指数の基調判断

景気動向指数（C I一致指数）は、足踏みを示している。

## 3 一致指数の前月差に対する個別系列の寄与度は以下の通り

寄与度がプラスの系列	寄与度	寄与度がマイナスの系列	寄与度
C10：有効求人倍率(除学卒)	0.14	C2：鉱工業用生産財出荷指数	-0.28
C3：耐久消費財出荷指数	0.12	C7：商業販売額(卸売業)(前年同月比)	-0.13
C5：投資財出荷指数(除輸送機械)	0.11	C1：生産指数(鉱工業)	-0.11
C6：商業販売額(小売業)(前年同月比)	0.07	C9：中小企業出荷指数(製造業)	-0.08
C8：営業利益(全産業)	0.04		
C4：所定外労働時間指数(調査産業計)	0.01		

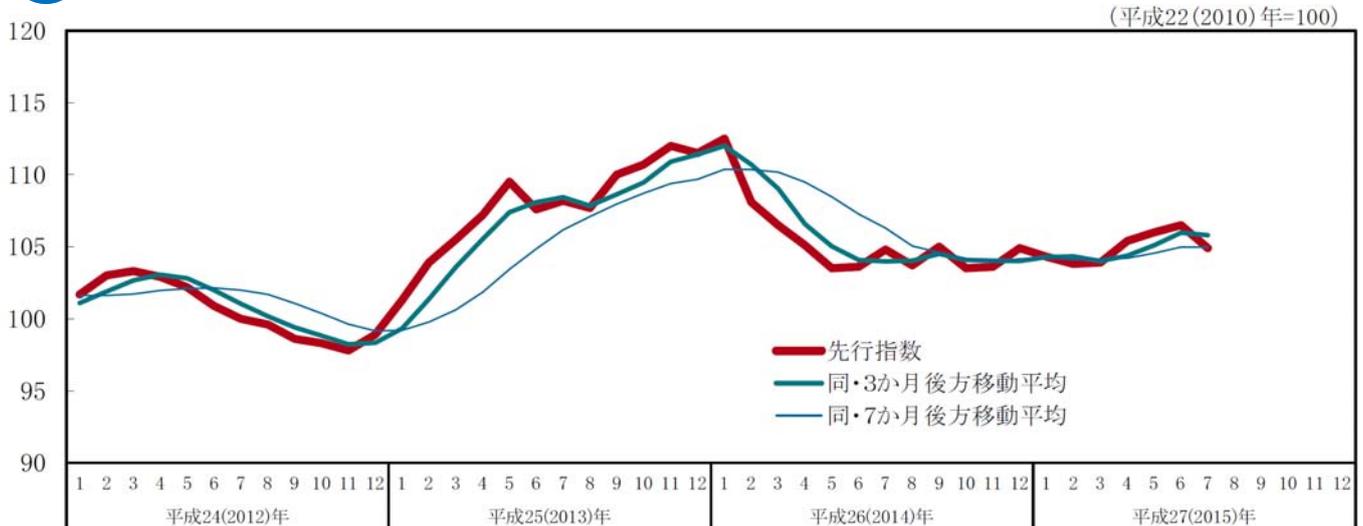
「C4 所定外労働時間指数(調査産業計)」「C8 営業利益(全産業)」は現時点では算出に含まれていないため、トレンド成分を通じた寄与のみとなる。なお、各個別系列のウェイトは均等である。

(注) 公表日の3営業日前(平成27年9月2日(水))までに公表された値を用いて算出した。

## 2 速報資料

### 1 CI先行指数の動向

#### 1 先行指数の推移



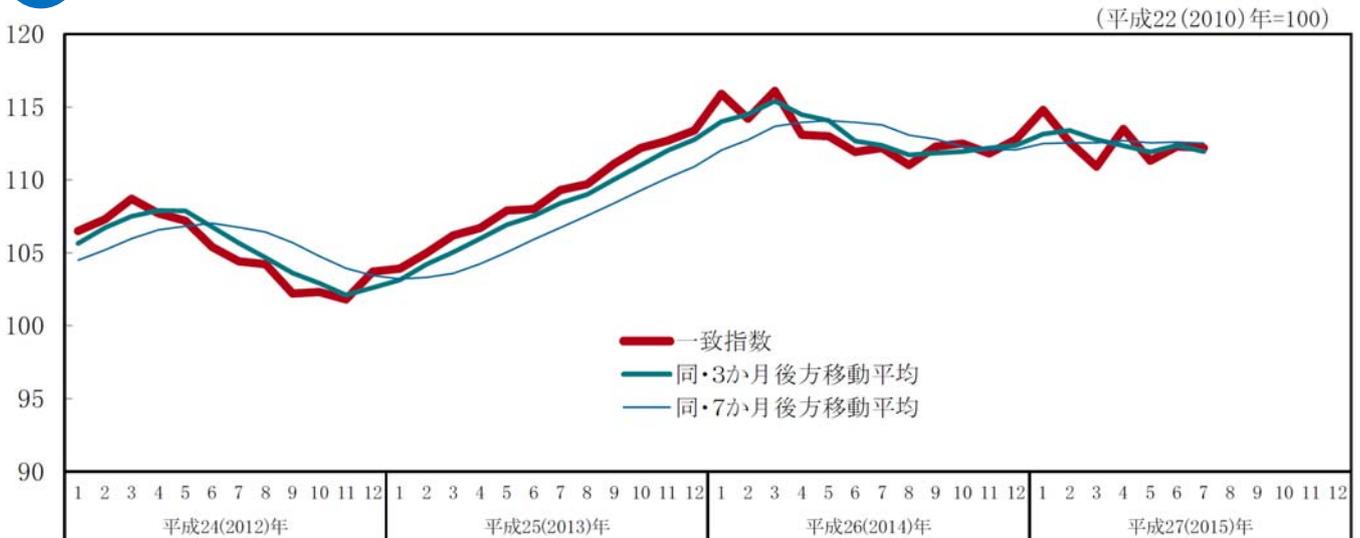
#### 2 先行指数採用系列の寄与度

		平成27(2015)年					
		2月	3月	4月	5月	6月	7月
C I 先行指数	前月差(ポイント)	103.8	103.9	105.4	106.0	106.5	104.9
	寄与度	-0.5	0.1	1.5	0.6	0.5	-1.6
L1 最終需要財在庫率指数	前月差	3.7	1.8	-2.0	2.0	-3.3	-2.3
	寄与度(逆サイクル)	-0.37	-0.17	0.22	-0.21	0.37	0.28
L2 鉱工業用生産財在庫率指数	前月差	6.3	-1.0	-0.9	4.0	-2.2	-1.0
	寄与度(逆サイクル)	-0.54	0.16	0.16	-0.49	0.35	0.19
L3 新規求人数(除学卒)	前月比伸び率(%)	-3.5	-5.0	5.4	2.1	-0.4	1.4
	寄与度	-0.53	-0.58	0.60	0.18	-0.15	0.11
L4 実質機械受注(製造業)	前月比伸び率(%)	-0.4	0.3	10.2	10.2	-14.2	
	寄与度	-0.03	0.00	0.34	0.34	-0.59	
L5 新設住宅着工床面積	前月比伸び率(%)	3.8	1.8	-0.7	-1.5	12.3	-10.9
	寄与度	0.21	0.09	-0.07	-0.12	0.72	-0.88
L6 消費者態度指数	前月差	1.4	1.3	0.0	0.3	0.5	-1.4
	寄与度	0.49	0.45	-0.03	0.10	0.19	-0.66
L7 日経商品指数(42種総合)	前月比伸び率(%)	0.8	-1.2	1.1	0.6	-0.8	-1.3
	寄与度	0.11	-0.28	0.21	0.09	-0.22	-0.37
L8 マネースtock(M2)(前年同月比)	前月差	0.1	0.1	0.0	0.5	-0.2	0.2
	寄与度	0.07	0.07	-0.01	0.45	-0.20	0.18
L9 東証株価指数	前月比伸び率(%)	5.2	6.3	2.4	2.2	1.6	-0.9
	寄与度	0.24	0.29	0.10	0.08	0.03	-0.14
L10 投資環境指数(製造業)	前月差	-0.21	-0.23				
	寄与度	-0.25	-0.27				
L11 中小企業売上げ見通しD I	前月差	0.1	5.5	-1.6	1.6	0.6	-4.9
	寄与度	-0.01	0.32	-0.14	0.09	0.01	-0.40
一致指数トレンド成分	寄与度	0.10	0.06	0.08	0.06	0.08	0.08
3か月後方移動平均	前月差(ポイント)	104.3	104.0	104.4	105.1	106.0	105.8
	寄与度	0.06	-0.33	0.37	0.73	0.87	-0.17
7か月後方移動平均	前月差(ポイント)	104.1	104.1	104.2	104.6	105.0	105.0
	寄与度	-0.15	0.03	0.06	0.36	0.41	0.00

(注) 逆サイクルとは、指数の上昇、下降が景気の動きと反対になることをいう。「L1 最終需要財在庫率指数」及び「L2 鉱工業生産財在庫率指数」は逆サイクルとなっており、したがって、指数の前月差がプラスになれば、C I 先行指数に対する寄与度のマイナス要因となり、逆に前月差がマイナスになれば、プラス要因になる。

## 2 CI一致指数の動向

### 1 一致指数の推移



### 2 一致指数採用系列の寄与度

		平成27(2015)年					
		2月	3月	4月	5月	6月	7月
C I 一致指数	前月差(ポイント)	112.6	110.9	113.5	111.3	112.3	112.2
	寄与度	-2.2	-1.7	2.6	-2.2	1.0	-0.1
C1 生産指数(鉱工業)	前月比伸び率(%)	-3.1	-0.8	1.2	-2.1	1.1	-0.6
	寄与度	-0.42	-0.11	0.18	-0.32	0.16	-0.11
C2 鉱工業用生産財出荷指数	前月比伸び率(%)	-3.7	-1.8	1.2	-2.4	0.9	-1.5
	寄与度	-0.45	-0.25	0.18	-0.38	0.14	-0.28
C3 耐久消費財出荷指数	前月比伸び率(%)	-3.5	4.7	-7.0	-5.9	6.5	1.5
	寄与度	-0.25	0.20	-0.23	-0.46	0.46	0.12
C4 所定外労働時間指数(調査産業計)	前月比伸び率(%)	-0.6	-0.9	0.5	-1.3	1.0	
	寄与度	-0.10	-0.16	0.08	-0.26	0.19	0.01
C5 投資財出荷指数(除輸送機械)	前月比伸び率(%)	-8.8	-1.5	3.8	-1.5	1.5	0.9
	寄与度	-0.58	-0.14	0.39	-0.16	0.15	0.11
C6 商業販売額(小売業)(前年同月比)	前月差	0.3	-8.0	14.6	-1.9	-2.0	0.6
	寄与度	0.03	-0.67	0.75	-0.20	-0.21	0.07
C7 商業販売額(卸売業)(前年同月比)	前月差	-0.9	-3.7	9.2	-5.6	5.2	-1.5
	寄与度	-0.06	-0.26	0.66	-0.43	0.40	-0.13
C8 営業利益(全産業)	前月比伸び率(%)	0.2	0.2				
	寄与度	0.03	0.03	0.05	0.04	0.03	0.04
C9 中小企業出荷指数(製造業)	前月比伸び率(%)	-2.4	-1.3	2.7	-1.3	-0.8	-0.4
	寄与度	-0.34	-0.19	0.41	-0.21	-0.12	-0.08
C10 有効求人倍率(除学卒)	前月差	0.01	0.00	0.02	0.02	0.00	0.02
	寄与度	-0.01	-0.13	0.12	0.12	-0.15	0.14
3か月後方移動平均		113.4	112.8	112.3	111.9	112.4	111.9
前月差(ポイント)		0.27	-0.63	-0.44	-0.43	0.47	-0.44
7か月後方移動平均		112.5	112.5	112.7	112.5	112.6	112.5
前月差(ポイント)		0.05	-0.01	0.17	-0.17	0.07	-0.09

(注) C Iはトレンド(長期的趨勢)と、トレンド周りの変化を合成し作成されるが、トレンドの計算に当たっては、現時点で未発表の系列(前月比伸び率(%)又は前月差が未記入である系列)についても、過去のデータから算出(60ヶ月から欠落月数を引いた後方移動平均)した長期的傾向(トレンド成分)を使用している。そのため、現時点で未発表の系列にもトレンドによる寄与度を表示している。

# 社員の成長が強い組織をつくる！ 社員を成長させる 習慣化のポイント

## ポイント

- 1 成長企業に見られる組織と人の特性  
.....
- 2 良い習慣を身に付ける3つのステップ  
.....
- 3 仕事上手になるための行動習慣  
.....



### ■参考文献

「仕事ができる社員、できない社員」 吉越 浩一郎 著 三笠書房  
「仕事で成長しつづける 52 の法則」 和田 裕美 著 日経BP社  
「習慣を変えられれば人生は変えられる」 郭 錦珠 著 教育評論社  
「30 日で人生を変える 続ける習慣」 古川 武士 著 日本実業出版社

# 1 成長企業に見られる組織と人の特性

## ■ 成長企業に必要な2つの要素

### (1) 「良い組織風土」になるための基本原則

「良い組織風土」を築き上げたいと願う経営者は多いと思います。良い組織とは、共通の価値感を持っている組織、高い目標を常に追いかけている組織が当てはまりますが、これらは以下の4つの基本原則で整理することができます。この4つの基本原則に基づいた組織作りを行うことが、「良い組織風土」の構築につながっていきます。

### ■ 良い組織風土になるための4つの基本原則

#### ① ビジョン、方針が経営者から示されている

- 経営者から明確なビジョン、方針が示され、社員一人ひとりまで浸透している
- ビジョン達成のための業績目標を示している

#### ② 目標達成までの成功ストーリーがある

- 業績目標達成のための達成指標が明確になっている
- 業績・目標達成までのプロセスが明確になっている

#### ③ 経営管理体制が徹底されている

- マネジメントサイクルがきめ細かく行われている（月次⇒週次⇒日次）
- 意思決定のスピードが速い

#### ④ 社内コミュニケーションが円滑である

- 協働関係ができている
- ほうれんそうが徹底して行われ、情報交換ができている

### (2) 「良い人材」になるための基本原則

自社にとって良い人材とは、自社の価値感を共有し、高い使命感を持って、仕事をやり遂げる社員です。このような社員が多く育つと、それが企業の成長にも寄与できるようになります。下記に示す4つの基本原則を身に付けさせることで、正しいモノの見方や考え方を持った「良い人材」が数多く輩出されます。

### ■ 良い人材になるための4つの基本原則

#### ① 強い使命感を持っている

- 自社の価値感を共有し、自身の役割について高い自覚を持っている
- 最後まで、やり抜く責任感がある

#### ② チャレンジ意欲が高い

- 挑戦意欲が高く、新しいテーマに対して積極的に取り組んでいる
- 過去にこだわらず、新しい方法を創意工夫して取り組んでいる

#### ③ プロ意識を持ち、着実に課題を遂行している

- 高い専門性を追及し、業務を行っている
- 業務目標達成にあらゆる手を尽くしている

#### ④ チームワークを持ち、取り組んでいる

- 協力し合うという意識が高い
- チーム（組織）を重んじる

## 2 良い習慣を身に付ける3つのステップ

行動習慣は、1ヶ月で習慣化出来ると言われています。まずは、習慣化したいテーマが決まったら、1ヶ月続けてみましょう。ポイントは、とにかく1ヶ月間毎日続けることです。毎日続けることで、脳に習慣を覚えさせることができます。習慣化に取り組む過程では「3つの壁」が立ち上がり、対策を立てることが必要です。

### ■ 3つの壁を乗り越えるポイント

#### ■ 習慣化を妨げる3つの壁

①第1の壁（～1週間） 負担感が大きく、やめたくなる

対策 → まずは続ける。やったことを記録に残す

②第2の壁（～3週間） 仕事や他人に振り回される

対策 → パターンを決め、自分自身の仕組みをつくる。例外事項を決める

③第3の壁（～1ヶ月） 飽きてくる

対策 → 変化をつける（やり方を少し変える）

#### （1）第1の壁（～1週間）

習慣を身に付ける過程における最初の壁が反発期です。この反発期を乗り越えることができれば、成功する確率は非常に高くなります。

この時期においては、「とにかく続ける」ことだけに集中することです。結果は気にせず、まずは行動することがポイントです。例えば、早朝ランニングを開始するという目標を立てて取り組む場合には、最初は短い距離を走ることから始めます。最初から全部を完璧に始めようとすると、かえって反発期の壁に跳ね返されてしまう恐れがあります。

また、記録に残しておくこともポイントです。上記の例では、ランニング後にカレンダーや手帳に距離、コースなどをチェックします。チェックすることで、視覚に訴えることができ、自分自身のモチベーションを高める効果が期待できます。

#### （2）第2の壁（～3週間）

始めてから1週間までは、天候の悪化、体調の悪化などで、せっかく始めたことでもそれを理由にして、辞めてしまう恐れがあります。この期間においては、継続出来る仕組みやルールを決めておくことがポイントです。例えば、雨の日は早起きは続け、自宅で体操をするなどの回避策を立てておきます。習慣化が上手い人は、このような回避策を立てています。

習慣化は、毎日やることが大事なので、毎日少しでも続けることが望ましいです。

## ■例外ルールと対策例

- ①体調不良時 ⇒ いつもよりも量を控える
- ②悪天候時 ⇒ 違うことを行う
- ③予定変更時 ⇒ 特別にやらない など

この不安定期には、「予定どおりには事が進まない」というぐらいの気持ちになり、そのような環境変化にも対応出来る柔軟性を身に付けることが必要です。この時期の対策としては、出来るだけ行動をパターン化することです。身に付けたい習慣を毎日行う時間や場所を決めるなど、規則正しくパターン化します。その方が、生活のリズムにその習慣が浸透し、行動しやすくなります。パターン化し、むしろ決まった時間にやらないとなんだか落ち着かないという状態になれば前進したと言えます。

### (3) 第3の壁（～1ヶ月）

習慣化の過程における、最後の壁がこの倦怠期です。この時期になると、そろそろ飽きてきたり、効果が出てこないとやることに意味を感じなくなることがあります。しかし、せっかくここまで続けてきたのですから、なんとか乗り越えたい壁です。

この倦怠期を乗り越えるポイントは、変化を与えることです。身に付けようとする習慣はそのままに、環境を変えたり、自分にご褒美を与え、やる気のスイッチを入れます。ランニングであれば、走るルートを変える。ダイエットであれば、食べるメニューを変えるなどの方法です。

また、自分のやる気を高めるスイッチを入れることも効果的です。例えば、ランニングに誰かを誘って自分に競争心を掻き立てる、ダイエットを続けている自分にご褒美の買い物を行うなどです。そして、この時期においては、新たにチャレンジする習慣を考え始めてみても良いでしょう。今の習慣を身に付けた後に、次に目指す目標を自分自身に設定することで、良い習慣が連鎖的に増えていきます。

有名な話ですが、イチローが最多安打記録を更新した際に、「小さいことを積み重ねるのが、とんでもないところに到達するただ一つの道」というコメントを残しています。継続することこそが、成果を挙げるためには重要であることを思い出してください。

## ■自分のやる気を高めるスイッチ例

①ご褒美	自分のための買い物、デザートを食べる
②ほめられる	誰かにほめてもらう（友人、同僚、家族など）
③遊び心	できたら手帳に印をつける、気に入ったウェアを買う
④理想像をイメージ	自分が尊敬している人（モデル）を描く、見る
⑤形から入る	気に入ったウェア、文具を揃える
⑥誘惑を断ち切る	テレビを消す、いつもの飲み会を断る など

### 3 仕事上手になるための行動習慣

#### ■ 仕事上手になるための10の行動習慣

1日の時間は、24時間しかありません。仕事ができるか、できないかは、この24時間をいかに効率良く使えるかにかかっています。時間管理が上手になれば、仕事の効率が上がり、重要な仕事に時間を割くことができ、自分自身の能力アップにもつながります。

以下に、仕事上手になるための10のポイントをまとめましたので、実践していただきたいと思います。

ポイント	概要
①仕事の開始時間を早くする	始業時刻の前や、朝早い時間に仕事をすると、電話や打ち合わせなどに邪魔されることがなく、自分の時間が確保できます。また、この時間には、頭を使う仕事を行うとより効率的に仕事を進めることができます。
②ToDoリストを活用する	緊急度の高い仕事を最優先にするなど優先順位をつけることです。このリストを作成することで、自分の一日仕事が見える化し、段取りを考えた仕事ができるようになり、効率的に仕事が進められます。
③時間を区切る	例えば、1日8時間働くとしたら、1時間毎に8つに区切り、同じように仕事も8つのタスクに分けて、重要な仕事から先に片付けていきます。制限時間があると集中力も上がり、生産性も上がります。
④仕事を阻害するものはまとめて行う	本来の仕事を阻害するものとして、メールや取引先への連絡などがあります。それらは時間を決めて、まとめて行います。時間は1日の中でもなるべく遅い方がよいとされています。
⑤メール、電話は最小限にする	メールは、最低必要なことだけをまとめれば、自分の書いたメールに対する返信も短くなるので、メールを読む時間も短縮できます。電話については、用件が済んだら長話しをせずに電話を切ることを心がけます。
⑥会議の時間を短くする	報告だけで済むものは、社内メールなどで資料データを事前に送付するだけで会議の時間は短くできます。また、会議時間を1時間と決めるなど、予め時間を設定しておくのも会議を短くするポイントです。
⑦自動化する	どんな些細なことでも自動化出来るものは、自動化します。例えば、テキストの入力補助や、PC操作のショートカットキーを活用することも自動化の一つの方法です。
⑧電子化する	会社で必要な書類を電子化することで、時間の節約ができます。長期的な視点で見ても、出来ることから少しずつ始めていくべきです。
⑨身の回りを整える	これは、誰でもすぐに始められることです。退社するとき、長時間離席するときに、机の上の物を片付けます。そうすると、頭の切り替えが出来る他、余計な資料を探す時間を省略でき仕事の効率化にもつながります。
⑩リセットする	長時間集中力を持続するのは難しいので、仕事を始めて数時間後に集中力が途切れてきたなと思ったら、一度リセットしましょう。一般的には、2時間くらいが集中出来る限度と言われています。

# 経営データベース ①

ジャンル: 企業運営 > サブジャンル: 社内不正防止



## 会社格付けの意義

会社格付けの意義について教えてください。



### 1. 公開情報の品質を保証する

株式市場や債券市場において、債券や株式の取引を円滑におこなうためには、債券や株式を発行する企業に関する情報（財務に関する情報、営業に関する情報等）の開示が求められています。企業がどれだけ詳細に情報を公開するかということも重要ですが、その情報が正しい情報であると保証することも当然重要です。そこで、企業会計では会計監査を行ない公開情報の品質を保証するのです。

### 2. 「財務の素人」でも理解できるような情報にしなければならない

しかし、保証された情報が十分に公開されていても、それだけでは十分ではありません。株式や債券を購入する投資家のうち多くは会計の専門家ではないので、会計情報を提供されても、その情報を判断する能力はないケースが多いでしょう。

情報は提供されても、受け取る側が理解できなければ意味はありません。

### 3. 素人でも容易に理解できる「格付制度」

そこで、考え出されたのが格付けという制度です。専門機関が企業の経営状態を分析し、債務の元金の返済能力を簡単な記号で表示するというものです。企業財務の素人でも一目でわかるように工夫されています。

### 4. 格付会社とは

格付けを行う専門機関は、民間企業として存在しています。アメリカの「ムーディーズ」や「スタンダード アンド プアーズ」が有名です。日本では、日本公社債研究所、日本格付研究所、格付投資情報センターがあります。債券を発行して資金調達を行おうとする企業は、このような「格付会社」から格付けをしてもらいます。「なぜ格付けが必要なのか」というと、債券を買う投資家が格付けを参考にして債券を買うか買わないかをきめるので、格付けがないと債券が売れず、資金調達ができなくなってしまうのです。

### 5. 市場規律とは

格付け会社は、甘い格付けを行うと信用をなくして倒産してしまいます。したがって、正しい格付けを行うように常に、市場からプレッシャーを受けているのです。

このように、格付会社は、誰かがその格付け内容をチェックするのではなく、市場に任せておけば一定の規律が保たれています。そして、このような規律を市場規律と呼びます。



### 銀行による融資先の格付けの変化

銀行による融資先の格付けはどう変化してきているのでしょうか。



体質強化に乗り出そうとしても、自転車操業的な資金繰りを余儀なくされる企業にとっては、まずその泥沼から抜け出すことが先決であり、財務体質改善への作戦と戦略を練って行かなければなりません。

すでに時代は「担保主義から決算重視に価値転換」してきています。従来は融資の際に担保の有無でしたが、担保のみならず、企業が今後成長していくプロセスを重視するようになってきています。企業格付けの査定においては「決算書の内容（定量的要因）」と複数の資料を参考に採点する「主観的要素（定性的要因）」で決まります。

また、金融機関に提出する決算書も赤字だと融資してくれないからと粉飾した決算書を提出する企業もありますが、「百害あって一利なし」です。

金融機関は独自で不良債権や減価償却の償却不足などを控除した「実態B/S」を作成し、これも企業格付け決定の重要な項目となっています。つまり、金融機関にはすべて「お見通し」であることを肝に銘じなければなりません。

以下に企業格付け改善のポイントを示しますので参考にしてください。

- ① 自社企業の金融機関の格付けアップについてよく理解をする。
- ② 自社の力量に応じた金融機関がどこであるのか、選択基準を明確にする。
- ③ 融資決定は多くの金融機関は本店・本部サイドで行う。その際の各支店長の仕事は「融資先の情報収集と将来性への根拠の証明」にあると割り切る。但し、決算や経営計画の内容については社長が出向いて自ら説明をしなければ第一関門のクリアーはできない。
- ④ これからの粉飾決算（減価償却の取り止めを含む）は命取りになることを肝に銘じる。キャッシュフロー経営は現金経営である。簡易方式では決算書のつじつまが合わないところがある。また、元金支払の源泉となり得る減価償却費の未計上は、実質資金不足であることを物語る。
- ⑤ 早めに決算の事前検討を行い、極力赤字決算は避ける。決算書の事前検討は、次期経営計画の要。
- ⑥ 「自己資本比率」を高めるため、総資産を圧縮する。遊休資産の売却はなかなかできないが、財務体質の改善には早急な手でもある。しかし、むやみやたらに資産売却は、会社の信用を損ねていく場合があるので、金融機関との調整及び、資産処分に対する確固たる信念が必要となってくる。
- ⑦ 赤字企業ほど経営計画書が必要である。経営者自身が羅針盤を持たなければ、役員・幹部・社員に対して、航海の指示を示せない。わが社の進むべき方向とビジョンを示すことからすべてが始まる。企業は「赤字マンネリ病」にかかっていると、赤字が当たり前となり、企業寿命が終えようとしてもピンと来ていない。