

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.879 2024.7.9

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター
2024年6月26日号

中国経済:景気指標の総点検
(2024年夏季号)

経済・金融フラッシュ
2024年6月27日号

資金循環統計(24年1-3月期)
~個人金融資産は前年比146兆円増の2199兆円
と大きく増加、企業の資金余剰も急拡大

経営TOPICS

統計調査資料

毎月勤労統計調査
(令和6年4月分結果確報)

経営情報レポート

社員の育成・定着を実現させる
社員ロイヤリティ向上のポイント

経営データベース

ジャンル:経営戦略 > サブジャンル:IPO(株式公開)

株式公開のメリット、デメリット
株式公開の社内規定類の整備

中国経済：景気指標の総点検 (2024年夏季号)

ニッセイ基礎研究所

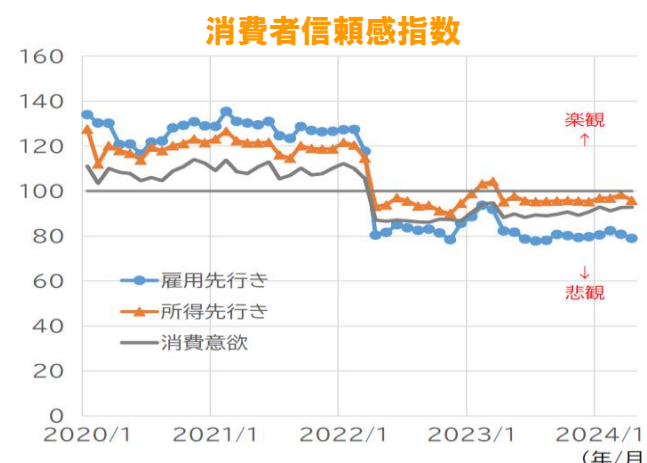
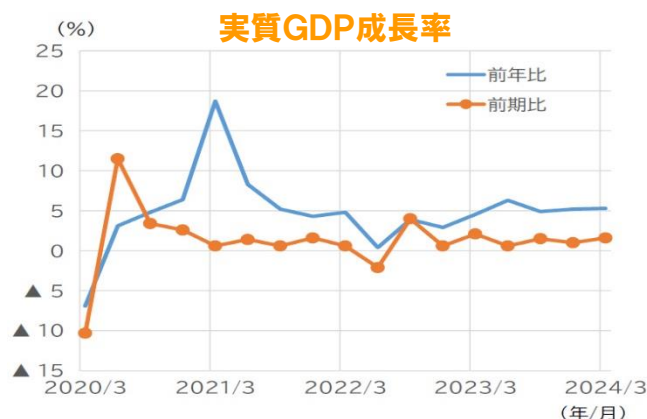
本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

1 2024年1～3月期の実質GDP成長率は、前年同期比+5.3%と、前期（23年10～12月期）の+5.2%から伸びが小幅に加速した。

また、季節調整後の前期比も+1.6%と、前期（同+1.0%）から加速している。

今年の成長率目標である「+5%前後」に対して、比較的好調な出だしとなった。

もっとも、好調の主因は外需となっている。内需改善の度合いについては、5月にかけてまだら模様の状況が続いている。



(資料) ともに中国国家统计局、CEIC より、ニッセイ基礎研究所作成

2 実質GDP成長率（前期比）を予測するために作成している景気評価点について、

○（3カ月前に比べて上向き）の数は、24年1～3月期は、1月が5点、2月が3点、3月が5点と、23年末からやや上向いており、実質GDP成長率（前期比）は加速した。これに対して、24年4～6月期については、4・5月がそれぞれ3点、6点と、分岐点（5点）前後で推移している。

実質GDP成長率（前期比）は横ばい推移か減速となることが予想される。



(注) 月次GDPは、鉱工業生産、サービス業生産、建築業PMIをもとに推計。

3 景気インデックス（鉱工業生産、サービス業生産、建築業PMIを合成加工して毎月の実質GDP成長率を推計したものは、24年4～5月期で前年同期比+4.6%である。24年1～3月期の実質GDP成長率は前年同期比+5.3%であり、そこから減速となる。4～6月期の実質GDP成長率（前年同期比）は、6月の景気次第で振れるとは言え、同+4%台後半まで低下する可能性が高い。なお、公表予定日は、7月15日（月）となっている。

「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」よりご確認ください。

資金循環統計(24年1-3月期) ～個人金融資産は前年比146兆円増の2199兆円 と大きく増加、企業の資金余剰も急拡大

ニッセイ基礎研究所

本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

1 個人金融資産(24年3月末):

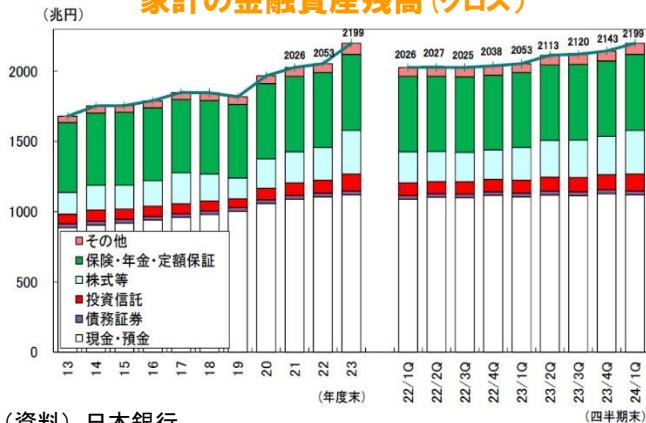
前年比146兆円増、前期末比56兆円増

2024年3月末の個人金融資産残高は、前年比146兆円増(7.1%増)の2199兆円となった。過去最高であった昨年12月末の水準を上回り、5四半期連続で過去最高を更新した。^(注1)

年間で見ただけの場合、資金の純流入が23兆円あったほか、株高・円安が大きく進んだことで時価変動^(注2)の影響がプラス124兆円(うち国内株式等がプラス83兆円、投資信託がプラス21兆円)発生し、個人金融資産残高を大きく押し上げた。

- ^(注1) 今回、2005年以降の計数が遡及改定されている。
^(注2) 統計上の表現は「調整額」(フローとストックの差額)だが、本稿ではわかりやすさを重視し、「時価(変動)」と表記。

家計の金融資産残高(グロス)



(資料) 日本銀行

2 家計の資金流入の詳細:

NISA拡充の影響で投信が大幅増

1-3月期の個人金融資産への資金流入について詳細を確認すると、例年同様、季節要因(賞与の有無等)によって現預金が純流出(取り崩し)となった。

現預金(9.2兆円の純流出・前年同期は10.5兆円の純流出)の内訳としては、季節的な要因もあり、現金(3.3兆円の純流出)、流動性預金(普通預金など・0.8兆円の純流出)、定期性預金(5.1兆円の純流出)とともに純流出となった。

次に、リスク性資産等への投資フロー(時価の変動は含まない)を確認すると、まず代表格である株式等が1.2兆円の純流出(前年同期は0.5兆円の純流入)となった。株価が過去最高値圏へ上昇したことで利益確定売りが優勢になったとみられる。

3 その他注目点: 企業の資金余剰が過去最大に、日銀の国債保有割合はやや低下

1-3月期の資金過不足(季節調整値)を主要部門別にみると、民間非金融法人(企業)の資金余剰が14.4兆円と過去最大^(注3)を記録した。資源・エネルギー高が一服するなかで価格転嫁が進展したうえ、設備投資が伸び悩んだことなどが余剰拡大の背景にあると考えられる。

一方、家計部門については3.0兆円の資金余剰となった。2四半期ぶりに余剰に転換したが、余剰の水準はコロナ禍前^(注4)をやや下回る。物価上昇による実質賃金の押し下げが影響したと考えられる。

- ^(注3) 統計で遡れる2005年4-6月期以降
^(注4) 2017~19年における各四半期の平均は4.0兆円の資金余剰

経済・金融フラッシュの全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

毎月勤労統計調査 (令和6年4月分結果確報)

厚生労働省 2024年6月24日公表

(前年同月と比較して)

- 現金給与総額は 295,709 円(1.6%増)となった。うち一般労働者が 378,533 円(2.1%増)、パートタイム労働者が 108,952 円(2.5%増)となり、パートタイム労働者比率が 30.48%(0.62 ポイント上昇)となった。
なお、一般労働者の所定内給与は 333,522 円(2.3%増)、パートタイム労働者の時間当たり給与は 1,315 円(3.6%増)となった。
- 共通事業所による現金給与総額は 1.8%増となった。
うち一般労働者が 1.7%増、パートタイム労働者が 2.6%増となった。
- 就業形態計の所定外労働時間は 10.5 時間(2.8%減)となった。

※令和6年1月分確報において、母集団労働者数の更新作業（ベンチマーク更新）を行いました。ベンチマーク更新に伴って賃金・労働時間及びパートタイム労働者比率に乖離が生じることから、令和6年の前年同月比等については、令和5年にベンチマーク更新を行った参考値を作成し、この参考値と令和6年の値を比較することにより算出しています。

(事業所規模5人以上、令和6年4月確報)

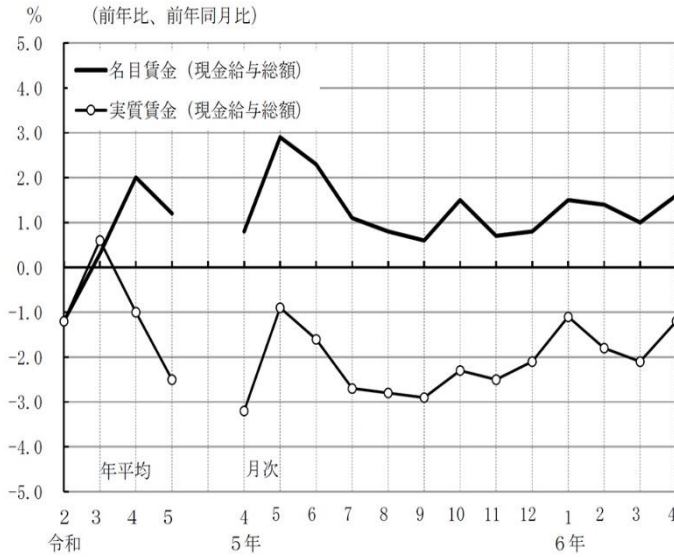
区分	就業形態計		一般労働者		パートタイム労働者	
	前年比(差)		前年比(差)		前年比(差)	
月間現金給与額						
	円	%	円	%	円	%
現金給与総額	295,709	1.6	378,533	2.1	108,952	2.5
きまって支給する給与	283,316	1.6	361,096	2.1	107,932	2.8
所定内給与	263,255	1.8	333,522	2.3	104,812	2.7
(時間当たり給与)	—	—	—	—	1,315	3.6
所定外給与	20,061	-1.2	27,574	-0.6	3,120	3.1
特別に支払われた給与	12,393	2.2	17,437	3.5	1,020	-12.4
実質賃金						
現金給与総額	—	-1.2	—	-0.7	—	-0.2
きまって支給する給与	—	-1.2	—	-0.7	—	0.0
月間実労働時間数等						
	時間	%	時間	%	時間	%
総実労働時間	141.5	-0.9	167.9	-0.5	82.0	-0.8
所定内労働時間	131.0	-0.7	153.8	-0.3	79.7	-0.9
所定外労働時間	10.5	-2.8	14.1	-2.7	2.3	4.5
	日	日	日	日	日	日
出勤日数	18.2	0.0	20.1	0.0	14.0	0.1
常用雇用						
	千人	%	千人	%	千人	%
本調査期間末	50,628	1.2	35,198	2.9	15,430	-2.6
	%	ポイント	%	ポイント	%	ポイント
パートタイム労働者比率	30.48	0.62	—	—	—	—

注1：前年比(差)は、単位が%のものは前年同月比、ポイント又は日のものは前年同月差である。

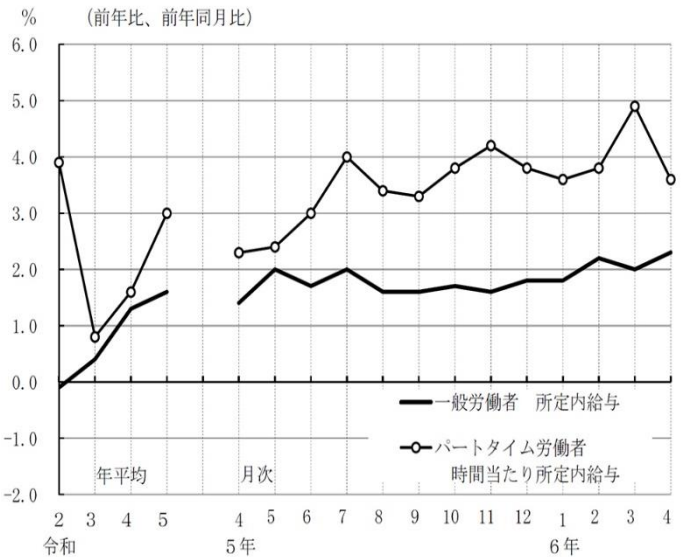
注2：今回の調査対象事業所数は32,730事業所、回答事業所数は25,316事業所、回収率は77.3%であった。

[賃金の動き]

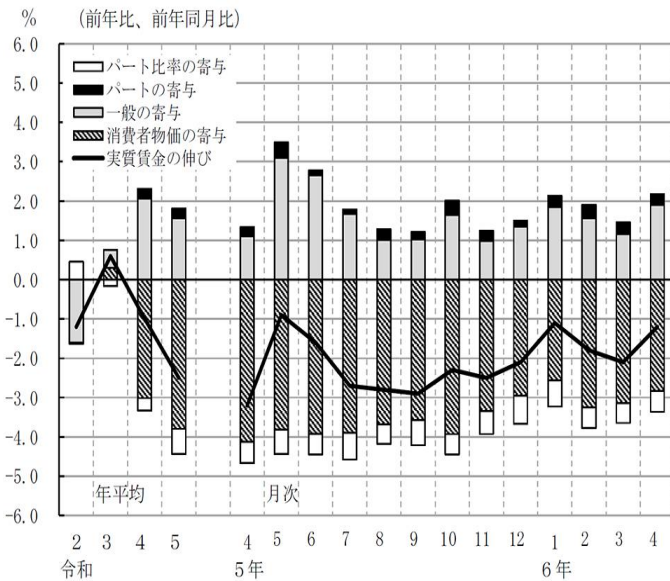
労働者全体



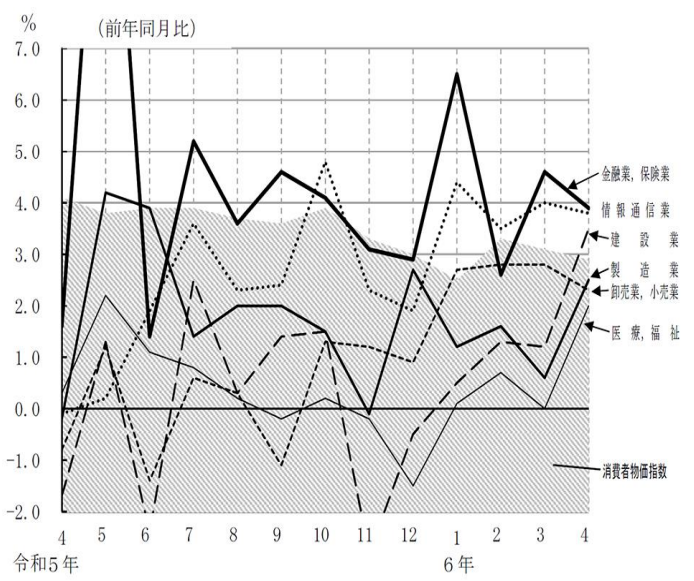
一般労働者とパートタイム労働者



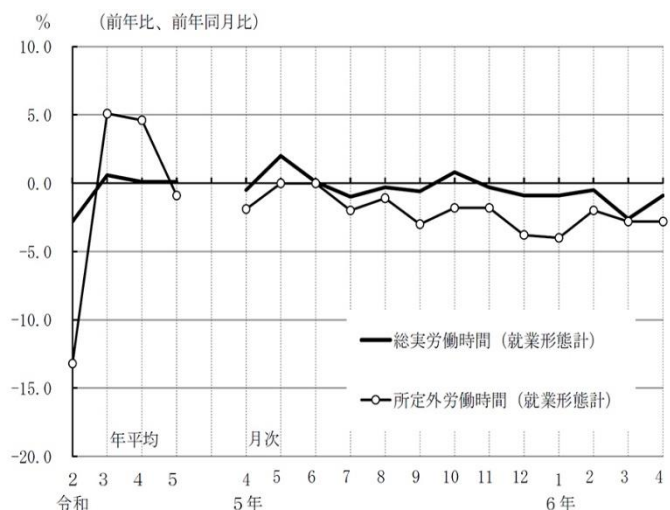
実質賃金(現金給与総額)の前年比、前年同月比の要因分解



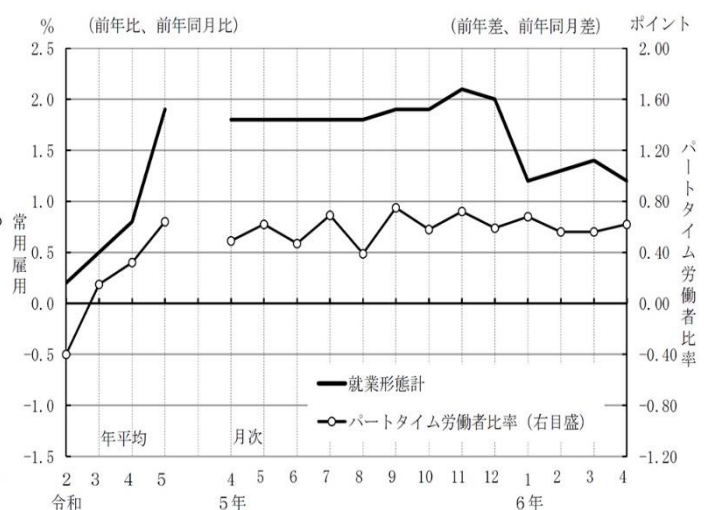
産業別名目賃金(現金給与総額)及び消費者物価指数の前年同月比



労働時間の動き



常用雇用、パートタイム労働者比率の動き



月間現金給与額

(事業所規模5人以上、令和6年4月確報)

産 業	現金給与総額		きまって支給		所定内給与		所定外給与		特別に支払われ	
	前年比		する給与	前年比	前年比		前年比		た給与	前年比
就業形態計	円	%	円	%	円	%	円	%	円	%
調査産業計	295,709	1.6	283,316	1.6	263,255	1.8	20,061	-1.2	12,393	2.2
鉱業、採石業等	294,322	-17.2	293,837	-17.3	269,218	-19.1	24,619	10.1	485	5.4
建設業	384,818	3.5	360,752	1.8	337,974	2.4	22,778	-5.0	24,066	36.2
製造業	336,901	2.5	323,891	2.1	294,349	2.7	29,542	-3.6	13,010	14.5
電気・ガス業	477,350	0.0	465,416	2.4	406,354	1.6	59,062	7.1	11,934	-46.0
情報通信業	451,300	3.8	413,830	4.0	376,911	4.0	36,919	2.8	37,470	3.9
運輸業、郵便業	340,066	0.7	323,953	2.0	279,764	2.4	44,189	-0.9	16,113	-19.8
卸売業、小売業	262,734	2.3	249,076	1.9	235,766	1.9	13,310	1.7	13,658	12.1
金融業、保険業	411,567	3.9	397,169	3.7	369,234	3.8	27,935	3.2	14,398	12.4
不動産・物品賃貸業	351,547	-4.0	327,743	-1.8	304,588	-1.9	23,155	-0.1	23,804	-26.8
学術研究等	433,518	0.9	406,612	2.7	379,009	3.5	27,603	-5.6	26,906	-21.4
飲食サービス業等	135,116	0.1	131,241	-0.8	123,488	-0.9	7,753	-0.2	3,875	41.7
生活関連サービス等	211,819	1.5	205,733	2.2	196,394	2.3	9,339	0.9	6,086	-17.8
教育、学習支援業	316,977	0.1	309,559	0.5	302,042	0.6	7,517	-1.9	7,418	-14.3
医療、福祉	268,590	2.0	262,948	1.9	248,480	1.7	14,468	4.4	5,642	8.2
複合サービス事業	316,138	-0.9	300,492	-0.1	281,700	-0.2	18,792	2.2	15,646	-15.0
その他のサービス業	253,488	2.8	246,606	2.6	227,338	3.0	19,268	-0.9	6,882	8.4
一般労働者	円	%	円	%	円	%	円	%	円	%
調査産業計	378,533	2.1	361,096	2.1	333,522	2.3	27,574	-0.6	17,437	3.5
鉱業、採石業等	295,304	-17.8	294,816	-17.8	270,047	-19.7	24,769	9.1	488	4.5
建設業	401,335	3.8	376,049	2.2	351,946	2.7	24,103	-4.7	25,286	36.4
製造業	366,910	2.4	352,230	1.9	319,337	2.6	32,893	-4.0	14,680	14.5
電気・ガス業	493,138	0.2	480,739	2.5	418,815	1.8	61,924	7.4	12,399	-45.6
情報通信業	471,893	3.7	432,068	3.6	393,056	3.7	39,012	2.7	39,825	3.6
運輸業、郵便業	376,729	0.0	358,042	1.4	307,608	1.9	50,434	-1.9	18,687	-20.5
卸売業、小売業	389,573	3.5	365,591	2.9	343,385	2.8	22,206	3.5	23,982	15.4
金融業、保険業	440,534	4.4	424,733	4.1	394,023	4.2	30,710	3.1	15,801	14.1
不動産・物品賃貸業	413,319	-3.7	383,968	-1.3	355,502	-1.5	28,466	1.4	29,351	-26.9
学術研究等	468,368	1.5	438,637	3.4	408,187	4.1	30,450	-4.9	29,731	-20.7
飲食サービス業等	324,705	1.9	308,357	0.1	282,376	-0.3	25,981	5.5	16,348	52.2
生活関連サービス	326,742	3.3	314,854	4.1	298,599	4.2	16,255	4.0	11,888	-16.3
教育、学習支援業	417,395	0.0	407,239	0.5	396,800	0.5	10,439	-2.5	10,156	-14.7
医療、福祉	338,558	1.4	330,860	1.3	310,490	1.1	20,370	3.6	7,698	10.1
複合サービス事業	350,060	-0.5	331,618	-0.1	310,604	-0.2	21,014	2.4	18,442	-7.2
その他のサービス業	310,644	3.0	301,101	2.8	275,572	3.1	25,529	-0.7	9,543	10.7
パートタイム労働者	円	%	円	%	円	%	円	%	円	%
調査産業計	108,952	2.5	107,932	2.8	104,812	2.7	3,120	3.1	1,020	-12.4
鉱業、採石業等	138,654	31.9	138,654	32.0	137,887	32.2	767	-8.8	-	0.0
建設業	123,846	-3.6	119,065	-4.8	117,234	-4.7	1,831	-15.0	4,781	47.0
製造業	137,107	4.0	135,216	3.9	127,984	3.5	7,232	11.3	1,891	10.8
電気・ガス業	165,543	4.0	162,790	7.3	160,249	6.9	2,541	31.1	2,753	-62.1
情報通信業	146,391	13.5	143,793	12.7	137,859	13.2	5,934	2.3	2,598	93.7
運輸業、郵便業	133,405	2.1	131,799	2.5	122,811	2.0	8,988	8.0	1,606	-16.5
卸売業、小売業	104,376	4.3	103,607	4.5	101,404	4.6	2,203	5.2	769	-15.0
金融業、保険業	161,062	-3.4	158,797	-2.7	154,860	-3.3	3,937	30.8	2,265	-37.4
不動産・物品賃貸業	112,493	2.1	110,159	1.0	107,561	1.7	2,598	-19.5	2,334	81.5
学術研究等	143,189	4.7	139,821	5.1	135,938	5.0	3,883	12.0	3,368	-10.4
飲食サービス業等	78,833	0.5	78,661	0.7	76,319	1.0	2,342	-8.9	172	-35.3
生活関連サービス	96,773	0.1	96,495	0.2	94,080	0.4	2,415	-8.1	278	-20.1
教育、学習支援業	96,196	2.1	94,798	2.2	93,705	2.1	1,093	18.2	1,398	-5.1
医療、福祉	128,185	3.1	126,667	3.2	124,044	3.1	2,623	6.2	1,518	-11.4
複合サービス事業	154,110	-8.1	151,819	-2.7	143,638	-2.6	8,181	-3.2	2,291	-80.3
その他のサービス業	123,914	6.5	123,065	6.7	117,990	6.5	5,075	9.6	849	-13.5

毎月勤労統計調査（令和6年4月分結果確報）の全文は、
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



経営情報
レポート
要約版



人 事

社員の育成・定着を実現させる

社員ロイヤリティ 向上のポイント

1. 社員ロイヤリティが企業にもたらす影響
2. 社員の本音を掴む測定手法
3. 社員ロイヤリティを向上させる施策
4. 社員のモチベーション向上につなげた企業事例



参考資料

「エンゲージメントカンパニー」(広瀬元義著、株アックスコンサルティング) 「ワークエンゲージメントの実践法則」(柴田郁夫著、大学教育出版) 「会社を変える最強のモチベーション戦略表彰制度」(太田肇著、東洋経済) 「中小企業・小規模事業者の人手不足対応事例集」(経済産業省)

EmotionTechホームページ 月間総務オンライン

社員ロイヤリティが企業にもたらす影響

中小企業は、人材確保が難しくなっている中で、社員の定着を図ることが課題となっています。定着につながるキーワードとして「ロイヤリティ」が重要視されてきていますが、「ロイヤリティ」とは、忠誠や忠義などと訳され、その意味では、日本の企業においてロイヤリティのある社員は少ないといわれています。人材不足が課題となっている中小企業にとって、社員の定着につなげるためにもロイヤリティのある社員の育成を図ることが重要です。

本レポートでは、社員のロイヤリティを高めるためのポイントについて解説します。

■ 社員ロイヤリティとは

(1) 中小企業への浸透度が低い社員ロイヤリティ

労働人口の減少を背景に、日本においては「労働生産性」の向上が喫緊の課題となっています。

こうした中、政府が推進する働き方改革への対応が本格化していますが、労働時間の削減といった業務効率に偏りがちの面が見られます。

「働き方改革」の目指すところが、競争力を失わない企業経営を目指すこととすれば、限られた経営資源でいかに最大の効果を創出するかという点も、見落としてはなりません。

中小企業においては、「人」が最も重要な経営資源となっていますので、いかに人を育て上げていくのかが問われています。そこで昨今注目が集まっているのが「社員ロイヤリティ」です。

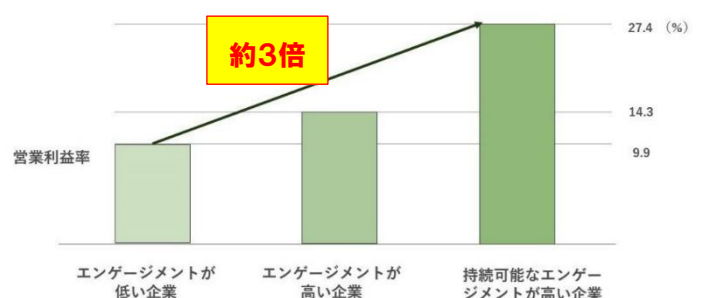
しかし、中小企業で社員ロイヤリティの向上を経営の重点課題に掲げ、具体的な取り組みを行っている経営者はまだ少ないといわれています。その主な原因は、社員ロイヤリティの向上がどの程度経営に影響するのか定量的な分析が不足していることが考えられます。

(2) 社員ロイヤリティ向上につながるエンゲージメント

ロイヤリティは、社員が会社への忠誠心を持っている状態を指すのに対して、エンゲージメントとは、社員が会社に対して抱く思い入れのことを指します。ロイヤリティは会社への愛情にもつながるため、エンゲージメントの高さにも連動します。米国の大手コンサルティングファームであるウィリス・タワーズワトソン社が過去に行った調査では、このエンゲージメントと営業利益率、労働生産性には正の相関関係があることがわかっています。

その調査では、「エンゲージメントが低い会社」に比べ、「エンゲージメントが高い会社」では1年後の業績が約1.4倍、「持続可能なエンゲージメントが高い会社」では約3倍という明確な違いが出ています。

■ 「持続可能なエンゲージメント」がもたらす企業業績への効果



出典：ウィリス・タワーズワトソン社に基づく調査結果を加工

2

社員の本音を掴む測定手法

■ 従業員による自社の推奨度を測定する「eNPSSM」

(1) 従業員の推奨度を測定する「eNPSSM」とは

eNPSSMとは、EmployeeNetPromoterScoreの略で、従業員のロイヤリティを可視化する指標です。この指標は、米国の大手コンサルティング会社であるペイン・アンド・カンパニーのF・ライクヘルド氏が提唱した、顧客ロイヤリティを可視化する指標であるNPS[®]（NetPromoterScore）をアップルが店舗で働く従業員のロイヤリティマネジメントに活用し始めたところから普及したものです。

eNPSSMは、仕事へのやりがい、自社への愛着、業務やコミュニケーションに対する満足度など、従業員の意識を定量的に把握でき、次の改善アクションプランを明確にできるといったメリットがあげられます。一般的に、eNPSSMが高い企業ほど社員ロイヤリティが高く、業績や生産性も高くなる傾向があります。

北欧のあるリテール銀行の例では、eNPSSMが上位25%の指標の支店は下位25%の支店に比べて、顧客満足度が2.5倍ほど高いことがわかっており、eNPSSMが高い支店では従業員がより質のいいサービスを顧客に提供できていることが伺えます。また、オランダの介護施設における調査では、eNPSSMが高いほど離職意思が低くなる傾向が確認されています。

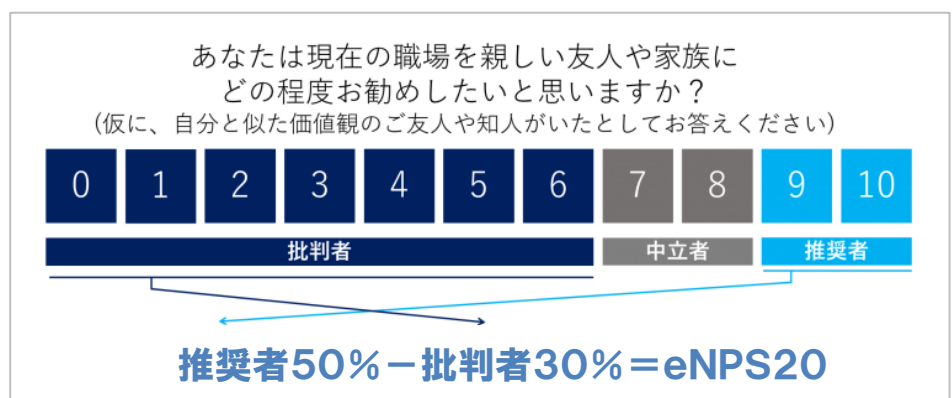
(2) 「eNPSSM」の計算方法

eNPSSMを算出するためには、「あなたは現在の職場で働くことをどの程度親しい友人や家族に勧めたいと思いますか？」と質問し、0～10点で評価してもらいます。

その中で0～6点を付けた人を「批判者」、7～8点を付けた人を「中立者」、9～10点を付けた人を「推奨者」と分類します。

eNPSSMは「推奨者」の割合（仮に50%）から「批判者」の割合（仮に30%）を引いた数値（50%-30%=20%）となります。つまり、推奨者が増えるほど、また批判者が減るほど数値が高くなるように設計されています。

点数区分	結果
0～6点	批判者
7～8点	中立者
9～10点	推奨者



出典：EmotionTechホームページより引用

3

企業経営情報レポート

社員ロイヤリティを向上させる施策

■ ロイヤリティを高める6つの施策

(1) 自分の考えをしっかりと述べる機会を創る

ロイヤリティの高い社員は、常に自分の考えを持って仕事に取り組んでいます。例えば、会議で積極的に意見を述べたり、トラブルに対しても自発的に動き、解決を図ろうとします。

ポイントは、全社員の意見を述べる機会を積極的に設けることです。

(2) 社員一人ひとりの役割を明確にする

ロイヤリティの高い社員は、常に自分の目標や役割を理解して仕事しています。そのような社員は作業効率も高く、さらに周囲からの信頼も厚いことが多いです。

ポイントは、社員一人ひとりの経験、スキルに応じた達成目標や役割を明示することです。

(3) 問題意識を醸成させて、全社レベルで問題解決に取り組む

ロイヤリティの高い社員は、常に仕事にやりがいを持って取り組んでいます。さらに自分の仕事に全力で取り組むことに満足しているというだけでなく、常に問題意識を持ち、その解決に向けて積極的に取り組むことができます。ポイントは、社員の問題意識を醸成するために、改善課題を全員から抽出してもらい、全員で改善活動に取り組むことです。

(4) 適正な人事評価の実施

人事評価制度は、社員のロイヤリティを高めるために重要です。どの社員も、自分は会社から認められているか、評価されているのかなどの承認欲求を持っており、その欲求を満たすことがロイヤリティの向上につながります。

そのために、社員に期待する成果や行動を評価基準として明確に示し、評価結果をフィードバックすることが必要です。注意しなければならないのは、評価基準や評価結果の報酬への反映方法が曖昧だと不満の原因になります。公正な評価に基づく適正処遇の実現は重要です。

(5) 定期的なミーティングの実施

人事評価を実施している企業では、評価結果のフィードバック面談を行っているケースが多いですが、この面談は年に1～2回程度に限られ、話す内容も評価結果に関する内容になることが多く、コミュニケーションの機会が不足しているといえます。社内コミュニケーションを深め、ロイヤリティを向上させるためには1on1ミーティングが有効です。

(6) 社内コミュニケーションの改善

社内コミュニケーションが不足している職場では、仕事に関する情報共有ができずにミスやトラブル発生につながりやすく、社員は仕事へのやりがいを喪失してしまう恐れがあります。

4

企業経営情報レポート

社員のモチベーション向上につなげた企業事例

■ 社員コミュニケーションとモチベーション向上につなげた事例

企業概要

企業名	株式会社世古工務店
資本金	5,100万円
従業員	グループ計40人
事業概要	建設業、製造業
所在地	三重県鈴鹿市

(1) 取り組みのきっかけ

業界の恒常的な問題である技能工（大工職等）の高齢化は、同社でも避けて通れない状況になっており、対応に迫られていました。また、残業と休日出勤が慢性的になっており、社員にとっては心身面で大きな負担となっていました。

(2) 具体的な取り組み

人材確保が重要課題となっており、新卒技能工を獲得するため、「お仕事見学会」「インターンシップ」を実施。伝統的な工具と現在の工具の違い等、学生目線でわかり易い研修を行っていました。

また、社員の主体性を伸ばすべく、「組織活性化プロジェクト」を立ち上げ、メンバーに研修旅行の行き先や会社イベントを一任し、部署を超えた社内コミュニケーションが向上する機会をつくりました。

さらに、社員のモチベーション向上につながる取り組みとして、就業規則には「グッド〇〇制度」を明記し、表彰や手当を支給する制度を導入しています。

■ 取り組みの成果

- 「お仕事見学会」や「インターンシップ」を通じた新卒者への魅力発信により、新卒の技能工の採用に成功。
- 長時間労働、休日出勤などの業界の慣習を打破するために、インタラクティブホワイトボードを導入し、社内のコミュニケーションを活発化し業務効率化が実現。
- 就業規則に「グッド〇〇制度」を明記し、チャレンジ精神を醸成することで、社員のモチベーションが向上し、顧客増加につながった。

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。

ジャンル:経営戦略 > サブジャンル:IPO(株式公開)

株式公開のメリット、デメリット

株式公開におけるメリットと
デメリットを教えてください。

(1)株式公開のメリット

①資金調達機会の拡大	株式公開により、企業は新たな資金調達手段を得ることができます。公募増資によって調達した資金は、事業拡大や新規事業への投資、設備投資などに活用できます。これにより、企業の成長を加速させることが可能となります。
②企業価値と知名度の向上	上場企業は、一般投資家から資金を調達できるだけでなく、企業活動に対する社会的信頼も高まります。また、メディアへの露出が増えることで、企業の知名度が向上し、ブランド力の強化にもつながります。
③人材確保の優位性	優秀な人材を確保するためには、企業の将来性や成長可能性が重要です。上場企業は、株式公開を機に企業価値が高まり、有望な人材を惹きつけやすくなります。また、従業員のモチベーション向上にもつながります。
④株式の流動性の確保	株式公開により、株式の売買が容易になり、流動性が高まります。これにより、株主は必要に応じて株式の売買ができるようになり、資金の出し入れが柔軟になります。
⑤企業統治の強化	上場企業は、証券取引所の上場維持基準を満たす必要があり、コーポレートガバナンスの強化が求められます。このことで、経営の透明性が高まり、企業統治体制が整備されます。

(2)株式公開のデメリット

①公開コストが発生する	株式公開には多額の費用がかかります。主な費用として、証券取引所への上場料、監査法人への監査費用、証券会社への引受手数料などがあります。上場準備のための社内体制整備や情報開示体制の構築にも費用がかかり、中小企業にとっては大きな負担となる可能性があります。
②情報開示義務が生じる	上場企業は、株主や投資家に対する説明責任を果たすため、決算情報や重要事実を適時に開示する義務があります。開示情報の作成には人的・時間的コストがかかり、内部統制体制の整備なども必要となるでしょう。虚偽の開示があれば、課徴金や損害賠償責任が発生する可能性もあります。
③経営陣の株式売却が制限される	創業者や経営陣は、一定期間、保有株式の売却が制限されます。これは株価の大幅な下落を防ぐための措置ですが、自身の資産運用に支障をきたす可能性があります。また、株式売却によって経営権が移転する恐れもあり、企業経営に影響を及ぼすリスクがあります。
④株価変動リスクが発生する	株式公開後は、企業の業績や市場環境の変化に応じて株価が変動します。株価の下落は企業価値の低下につながり、資金調達力の低下や従業員のモチベーション低下を招く恐れがあります。また、企業買収の標的となるリスクも存在します。
⑤株主との利害対立が生じる可能性	株主は利益の最大化を望みますが、経営陣は長期的な企業価値向上を重視するため、両者の利害が必ずしも一致しません。株主総会での議決権行使や買収防衛策の導入をめぐり、対立が生じる可能性があります。株主との適切な関係構築が経営課題となるでしょう。

ジャンル:経営戦略 > サブジャンル:IPO(株式公開)

株式公開の社内規定類の整備

株式公開の社内の規定類はどの程度整備したらよいのでしょうか?

■IPO(株式公開)の社内規定類の整備

①定款及び株主総会関連規程の整備

上場企業として適切なコーポレートガバナンス体制を構築するため、定款の見直しと株主総会関連規程の整備が重要です。

定款では、事業目的や発行可能株式総数などの基本的な事項を定めます。

また、株主総会運営規則や株主提案権行使規程など、株主の権利保護に係る規程を整備する必要があります。

これらの規程は法令を遵守し、株主の権利が適切に行使できるよう定めなければなりません。

②取締役会関連規程の整備

取締役会は、上場企業の重要な意思決定機関です。そのため、取締役会規則や関連する委員会規程を整備し、取締役会の適切な運営を確保することが不可欠です。

取締役会規則では、取締役会の権限や審議事項、運営方法などを規定します。また、指名・報酬などの委員会規程においても、委員会の役割や構成要件を明確にする必要があります。

③情報開示及びインサイダー取引防止規程の整備

上場企業には、適時適切な情報開示が義務付けられています。そのため、開示情報の管理や開示手続きなどを定めた情報開示規程を整備する必要があります。

また、インサイダー取引を防止するための規程も欠かせません。インサイダー取引防止規程では、インサイダー情報の管理方法や役職員の行為規範などを定めます。

④リスク管理及び内部統制規程の整備

上場企業には、事業活動に伴うリスクをコントロールし、適切に管理する体制が求められます。

そのため、リスク管理規程や内部統制規程を整備する必要があります。

リスク管理規程では、リスクの種類や管理方針、対応体制などを定めます。内部統制規程では、業務の適正性を確保するための体制や手続きを規定します。

⑤コンプライアンス関連規程の整備

企業は、法令や社会規範を遵守する体制を構築しなければなりません。そのため、コンプライアンス規程や関連する行動規範などを整備する必要があります。

コンプライアンス規程では、コンプライアンス体制や役職員の責務などを定めます。