週刊WEBマガジン
Vol.995

企業経営

2026.11.24







ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2026年11月16日号

QE速報:2026年7-9月期の実質GDPは前期比▲0.0%（年率▲0.1%）

～民間消費の落ち込みを主因として4四半期ぶりのマイナス成長

経済・金融フラッシュ 2026年11月16日号

中国の不動産関連統計（26年10月）

～販売の落ち込みが縮小、在庫は緩やかに減少

経営TOPICS

統計調査資料 景気ウォッチャー調査（令和8年10月調査）

経営情報レポート

2026年中小企業白書からわかる中小企業の経営実態と稼ぐ力の強化

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:経費削減

経費削減の方法

アウトソーシングの方法

発行：税理士法人ブレインパートナー

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

Weeklyエコノミスト・レター要旨　2026年11月16日号

ネット
ジャーナル

QE速報：2026年7-9月期の実質GDPは前期比▲0.0%（年率▲0.1%）

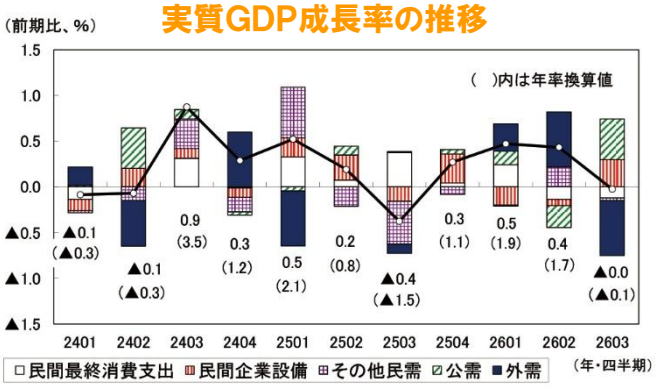
～民間消費の落ち込みを主因として4四半期ぶりのマイナス成長

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　2026年7-9月期の実質GDPは、前期比▲0.0%（年率▲0.1%）と4四半期ぶりのマイナス成長となった（当研究所予測10月30日：前期比▲0.1%、年率▲0.3%）。

実質GDP成長率の推移



（資料）内閣府経済社会総合研究所「四半期別ＧＤＰ速報」（以下同）

2　物価上昇率の高まりによる実質購買力の低下や天候不順の影響で民間消費が前期比▲0.3%の減少となったことがマイナス成長の主因である。一方、高水準の企業収益を背景に設備投資は前期比1.6%の高い伸びとなった。

3　外需寄与度は前期比▲0.6%（前期比年率▲2.4%）と3四半期ぶりのマイナスとなった。

財貨・サービスの輸出が前期比▲0.2%と減少する一方、代替調達の進展に伴う原油輸入量の急増を主因として財貨・サービスの輸入が同2.5%の増加となった。

4　原油の代替調達に伴う輸入増加による成長率の押し下げ（前期比寄与度▲0.5%）は、国家備蓄の放出がほぼなくなったことによる公的在庫変動のプラス寄与（同0.5%）によってほぼ相殺されている。

両者を合わせた成長率への影響はほぼ中立となった。

＜需要項目別結果＞

（前期比、%）

	2026年4-6月期			2026年7-9月期		
	改定値 (11/16)	2次速報値 (9/8)	差	1次速報値 (11/16)	当社予測 (10/30)	差
実質ＧＤＰ	0.4	0.4	0.1	▲0.0	▲0.1	0.1
（前期比年率）	(1.7)	(1.4)	(0.3)	(▲0.1)	(▲0.3)	(0.2)
内　需	▲0.2	▲0.1	▲0.1	0.6	0.4	0.2
（寄与度）	(▲0.2)	(▲0.1)	▲0.1	(0.6)	(0.4)	0.2
民　需	0.0	0.1	▲0.1	0.2	0.3	▲0.1
（寄与度）	(0.0)	(0.1)	▲0.1	(0.1)	(0.2)	(▲0.1)
民間最終消費支出	▲0.3	0.0	▲0.3	▲0.3	▲0.3	0.0
民間住宅	▲0.6	▲0.6	▲0.0	▲1.1	▲0.2	▲1.0
民間企業設備	▲0.4	▲0.9	0.6	1.6	1.4	0.2
民間在庫変動　（寄与度）	(0.3)	(0.3)	(0.0)	(0.0)	(0.1)	(▲0.1)
公　需	▲0.9	▲0.8	▲0.1	1.8	0.7	1.1
（寄与度）	(▲0.2)	(▲0.2)	▲0.0	(0.4)	(0.2)	(0.3)
政府最終消費支出	1.5	1.7	▲0.1	▲0.0	▲0.4	0.4
公的固定資本形成	▲0.6	▲0.5	▲0.2	▲1.1	▲2.4	1.4
財貨・サービスの純輸出（寄与度）	(0.6)	(0.5)	(0.1)	(▲0.6)	(▲0.4)	(▲0.2)
財貨・サービスの輸出	1.6	0.4	1.2	▲0.2	2.0	▲2.2
財貨・サービスの輸入	▲1.3	▲1.7	0.4	2.5	4.8	▲2.3
名目ＧＤＰ	1.4	1.3	0.1	0.4	0.5	▲0.1

5　マイナス成長の主因となった民間消費の減少は、天候不順による一時的な影響が大きいが、こうした影響が解消されても、物価上昇の加速が消費の回復を妨げる可能性が高い。

現時点では、2026年10-12月期はプラス成長に復帰するものの、民間消費が伸び悩むことなどから、前期比年率0%台半ばとなり、マイナス成長の後としては低めの伸びにとどまると予想している。

「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。

ネット
ジャーナル

中国の不動産関連統計（26年10月）
～販売の落ち込みが縮小、在庫は緩やかに減少

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。

ニッセイ基礎研究所

1 不動産販売床面積

・中国国家統計局が2026年11月16日に26年10月の不動産関連統計を発表した。不動産販売床面積の前年同月比（当社試算値）は、▲19.1%となった（前月は▲20.7%）。当社試算の季節調整値の前月比は、+5.5%となった（前月は▲2.9%）。

不動産販売床面積

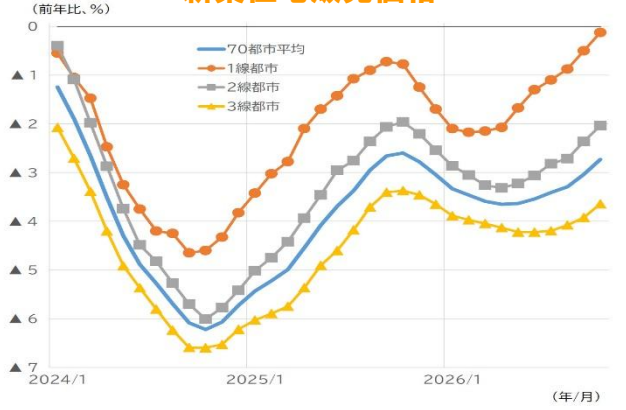


（注）1・2月は年初来累計。地方別の寄与度は前月まで。
（資料）中国国家統計局、CEICより、ニッセイ基礎研究所作成
（以下同）

2 新築住宅販売価格（70都市）

・26年10月の新築住宅販売価格（70都市単純平均）は、前年同月比で▲2.7%となった（前月は▲3.0%）。1～3線都市で下落幅が縮小した。前月比では、▲0.15%となった（前月は▲0.14%）。1線都市の上昇幅が縮小し、2線都市では下落幅が拡大した。

新築住宅販売価格



3 不動産開発投資

・不動産開発投資の前年同月比（当社試算値）は、▲33.2%となった（前月は▲26.3%）。当社試算の季節調整値の前月比は、▲6.9%となった（前月は▲3.1%）。

4 不動産開発景気指数

・不動産開発景気指数(注)は、25年12月まで発表されていたが、26年に入り、データの公表は停止されている。

（注）不動産開発投資を基準指標とし、不動産投資・資金・面積・販売関連の指標を選び、季節要因を取り除いて算出した指標。通常、100が最適、95～105が適度、95以下が不景気、105以上が過熱気味。

5 その他指標

・不動産開発資金の前年同月比（当社試算値）は、▲25.3%となった（前月は▲26.4%）。

・完成在庫床面積は7.44億㎡で、前年同月比のマイナス幅は前月から拡大した。住宅着工床面積（3カ月後方移動平均、以下同）は前年同月比のマイナス幅が縮小した一方、住宅竣工床面積はマイナス幅が拡大した。

当期不動産開発資金



（注）1・2月は年初来累計。

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。

経営 TOPICS
統計調査資料
抜 粋

景気ウォッチャー調査（令和8年10月調査）

内閣府　2026年11月10日公表

今月の動き（2026年10月）

10 月の現状判断ＤＩ（季節調整値）は、前月差 0.9 ポイント低下の 46.1 となった。

家計動向関連ＤＩは、飲食関連が上昇したものの、小売関連等が低下したことから低下した。

企業動向関連ＤＩは、非製造業が上昇したことから上昇した。雇用関連ＤＩについては、低下した。10 月の先行き判断ＤＩ（季節調整値）は、前月差 0.9 ポイント低下の 46.5 となった。

家計動向関連ＤＩ、企業動向関連ＤＩ、雇用関連ＤＩが低下した。

なお、原数値でみると、現状判断ＤＩは前月差 0.1 ポイント上昇の 46.5 となり、先行き判断ＤＩは前月差 0.7 ポイント低下の 46.4 となった。

今回の調査結果に示された景気ウォッチャーの見方は、「景気は、持ち直しの動きがみられる。

先行きについては、中東情勢による不透明感等が残るものの、持ち直しの動きが続くとみられる。」とまとめられる。

Ⅰ. 全国の動向

1 景気の現状判断DI（季節調整値）

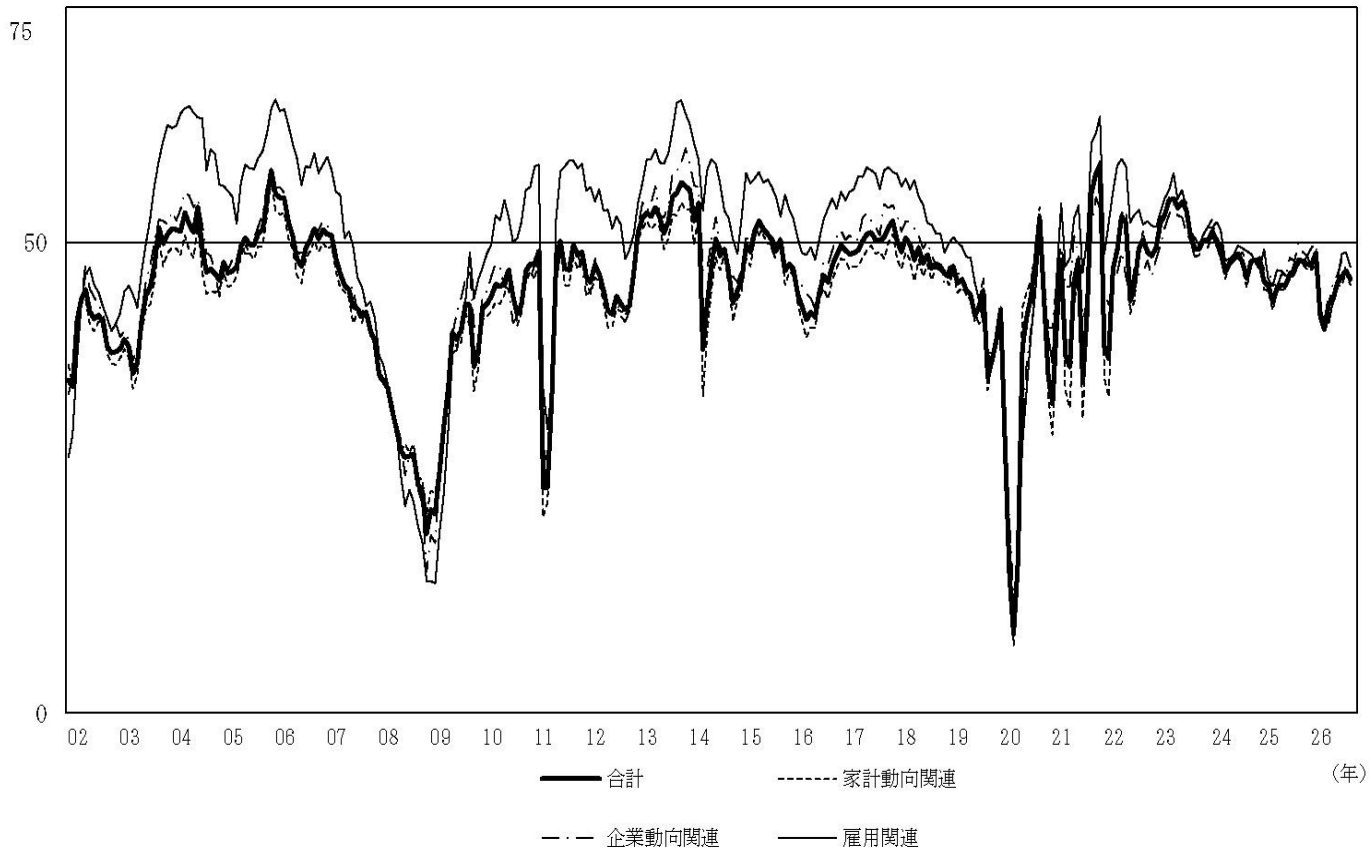
３か月前と比較しての景気の現状に対する判断ＤＩは、46.1 となった。企業動向関連のＤＩは上昇したものの、家計動向関連、雇用関連のＤＩが低下したことから、前月を 0.9 ポイント下回り、６か月ぶりの低下となった。

景気の現状判断DI（季節調整値）

（ＤＩ）	年	2026						
	月	5	6	7	8	9	10	(前月差)
合計		43.6	44.0	45.7	46.4	47.0	46.1	(-0.9)
家計動向関連		43.8	43.5	45.4	45.5	46.8	45.5	(-1.3)
小売関連		44.4	42.8	45.0	44.7	45.5	43.4	(-2.1)
飲食関連		44.5	41.8	47.5	46.2	46.7	48.7	(2.0)
サービス関連		44.3	46.4	46.4	46.8	50.5	49.8	(-0.7)
住宅関連		34.8	38.4	41.9	46.1	40.3	40.3	(0.0)
企業動向関連		43.7	45.6	46.6	48.2	47.1	47.6	(0.5)
製造業		46.0	46.4	47.2	48.8	47.3	46.0	(-1.3)
非製造業		42.0	44.8	46.0	48.0	46.9	49.3	(2.4)
雇用関連		41.5	43.9	46.1	48.8	49.0	47.4	(-1.6)

（ＤＩ）

景気の現状判断DI（季節調整値）



2 景気の先行き判断DI（季節調整値）

２～３か月先の景気の先行きに対する判断ＤＩは、46.5 となった。

家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのＤＩが低下したことから、前月を 0.9 ポイント下回った。

景気の先行き判断DI（季節調整値）

（ＤＩ）	年	2026						
	月	5	6	7	8	9	10	(前月差)
合計		40.7	45.7	45.8	48.3	47.4	46.5	(-0.9)
家計動向関連		40.9	45.7	45.7	48.0	47.0	46.4	(-0.6)
小売関連		40.9	45.9	45.9	47.0	47.3	45.7	(-1.6)
飲食関連		42.4	46.0	42.9	47.7	43.9	45.1	(1.2)
サービス関連		42.6	46.8	47.3	51.2	48.5	49.4	(0.9)
住宅関連		31.4	38.2	38.0	42.2	41.0	39.2	(-1.8)
企業動向関連		40.4	45.9	46.0	49.1	47.8	46.9	(-0.9)
製造業		41.0	46.0	45.4	49.8	47.9	48.1	(0.2)
非製造業		39.8	45.4	45.9	48.8	48.1	46.4	(-1.7)
雇用関連		39.2	44.8	46.5	48.6	48.4	46.2	(-2.2)

Ⅱ. 各地域の動向

1 景気の現状判断DI（季節調整値）

前月と比較しての現状判断ＤＩ（各分野計）は、全国 12 地域中、２地域で上昇、10 地域で低下であった。最も上昇幅が大きかったのは南関東（2.5 ポイント上昇）で、最も低下幅が大きかったのは沖縄（10.2 ポイント低下）であった。

景気の現状判断DI（各分野計）（季節調整値）

（ＤＩ）	年	2026						
	月	5	6	7	8	9	10	（前月差）
全国		43.6	44.0	45.7	46.4	47.0	46.1	(−0.9)
北海道		39.4	46.1	45.3	46.9	50.5	48.2	(−2.3)
東北		40.6	39.7	42.3	42.7	46.1	43.5	(−2.6)
関東		44.6	44.5	46.8	46.1	45.5	47.2	(1.7)
北関東		42.9	41.0	42.0	42.6	45.0	44.3	(−0.7)
南関東		45.2	45.7	48.5	47.3	45.7	48.2	(2.5)
東京都		47.4	47.9	49.3	50.5	48.8	49.4	(0.6)
甲信越		42.6	46.1	46.0	52.7	49.3	49.1	(−0.2)
東海		41.1	44.2	43.6	46.5	45.5	44.1	(−1.4)
北陸		44.2	45.1	48.0	46.4	49.4	49.8	(0.4)
近畿		43.9	42.3	44.3	46.0	44.1	43.2	(−0.9)
中国		44.2	45.0	46.6	45.6	47.3	46.8	(−0.5)
四国		44.9	42.0	49.5	48.3	48.2	43.7	(−4.5)
九州		47.6	45.7	45.8	48.0	48.3	47.7	(−0.6)
沖縄		53.2	51.5	56.6	48.8	56.2	46.0	(−10.2)

2 景気の先行き判断DI（季節調整値）

前月と比較しての先行き判断ＤＩ（各分野計）は、全国 12 地域中、５地域で上昇、７地域で低下であった。最も上昇幅が大きかったのは沖縄（3.8 ポイント上昇）で、最も低下幅が大きかったのは北海道（5.6 ポイント低下）であった。

景気の先行き判断DI（各分野計）（季節調整値）

（ＤＩ）	年	2026						
	月	5	6	7	8	9	10	（前月差）
全国		40.7	45.7	45.8	48.3	47.4	46.5	(−0.9)
北海道		41.8	48.1	43.8	48.3	49.2	43.6	(−5.6)
東北		39.1	45.2	45.5	46.3	43.8	44.5	(0.7)
関東		42.1	46.3	46.1	47.6	47.6	46.9	(−0.7)
北関東		39.3	46.2	45.1	46.1	47.4	48.0	(0.6)
南関東		43.1	46.3	46.4	48.1	47.6	46.6	(−1.0)
東京都		45.2	48.8	47.5	50.1	50.1	49.2	(−0.9)
甲信越		38.3	47.5	46.9	48.9	49.9	44.7	(−5.2)
東海		38.7	45.6	46.5	49.4	46.7	42.9	(−3.8)
北陸		36.1	41.7	45.9	47.2	48.4	47.0	(−1.4)
近畿		39.6	43.3	43.4	46.2	44.9	44.5	(−0.4)
中国		40.9	43.8	44.7	49.9	47.4	46.4	(−1.0)
四国		42.8	46.3	47.6	50.0	46.8	47.5	(0.7)
九州		44.4	48.5	49.0	49.8	49.9	50.2	(0.3)
沖縄		50.3	52.2	48.2	53.1	54.3	58.1	(3.8)

景気ウォッチャー調査（令和８年１０月調査）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



経　営

2026年中小企業白書からわかる

中小企業の経営実態と稼ぐ力の強化

1. 中小企業の業況と経営課題
2. 「稼ぐ力」を高める労働生産性の向上
3. 人材の確保・活用と経営リテラシーの強化
4. 企業の経営改善に向けた成功例



■参考資料

【中小企業庁、（独）中小企業基盤整備機構】：「中小企業景況調査」　**【中小企業庁】**：2026年版 中小企業白書
【（株）帝国データバンク】：令和７年度中小企業の経営課題と事業活動に関する調査　他

1 企業経営情報レポート

中小企業の業況と経営課題

近年の持続的な賃上げに向けた原資の確保、労働供給制約社会の到来、物価・金利上昇などを背景に、中小企業を取り巻く経営環境は大きな転換点にあることが指摘されています。

中小企業はこれらの経営課題に対応すべく、労働生産性の向上、人材確保を同時に実現する「稼ぐ力」によって、経営力を強化することがより一層必要となっています。

そこで、本レポートでは、2026 年の中小企業白書をもとに中小企業を取り巻く経営実態と、経営力を強化し、経営改善に成功した企業の事例を紹介します。

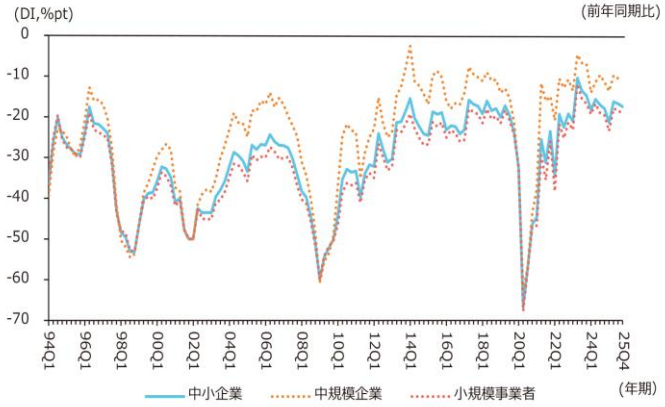
■ 中小企業の業況

中小企業の業況判断 DI は、2020 年に新型コロナウイルス感染症の影響で大きく落ち込んだ後、2023 年第 2 四半期には中小企業で 1994 年以降最高の水準を記録しました。

しかし、その後は再び低下し、足踏みの傾向が続いています。規模別に見ても、中規模企業・小規模事業者ともに同様の動きが見られます。

■図1-1　規模別 業況判断DIの推移

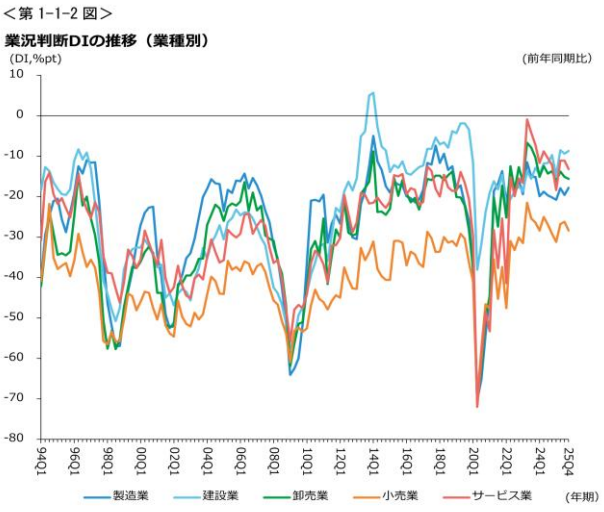
<第 1-1-1 図>



資料：中小企業庁・（独）中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」
（注）ここでの「業況判断DI」は、前年同期と比べて、業況が「好転」と答えた企業の割合（%）から、「悪化」と答えた企業の割合（%）を引いたもの。

■図1-2　業種別 業況判断DIの推移

<第 1-1-2 図>



資料：中小企業庁・（独）中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」
（注）ここでの「業況判断DI」は、前年同期と比べて、業況が「好転」と答えた企業の割合（%）から、「悪化」と答えた企業の割合（%）を引いたもの。

中小企業庁・（独）中小企業基盤整備機構：「中小企業景況調査」（2026 年版中小企業白書 第 1-1-1 図、第 1-1-2 図）

業種別に見ると、2020 年第 2 四半期にはいずれの業種も大きく悪化しましたが、その後は回復傾向となりました。

ただし、2023 年上半期以降は、ほとんどの業種で足踏みの傾向が続いています。

業種ごとの回復力には差があり、受注環境、価格転嫁力、人材確保力の違いが業況に影響していると考えられます。

2 企業経営情報レポート
「稼ぐ力」を高める労働生産性の向上

■ 労働生産性の現状を正しく把握する

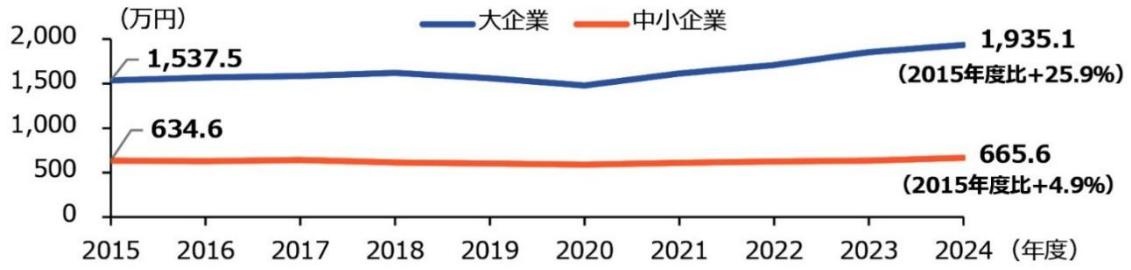
中小企業の経営力を強化するためには、稼ぐ力≒付加価値を生み出す力として捉え、その中心指標となる労働生産性を高めることがポイントとなります。

労働生産性は、従業員一人当たりが生み出す付加価値額であり、人手不足下で企業が成長するための重要指標といえます。

企業規模別に見ると、大企業の労働生産性は上昇傾向にある一方、中小企業はおおむね横ばいで推移しており、規模間格差が広がりやすい構造が見られます。

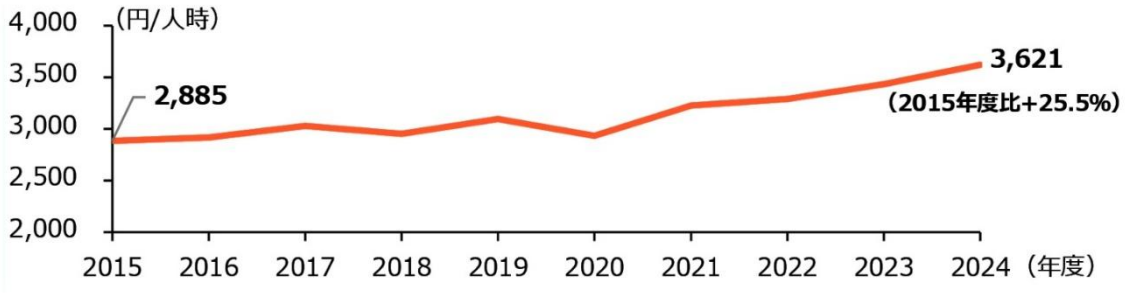
ただし、中小企業の中にも大企業を上回る労働生産性を有する企業が存在することから、規模の大小だけではなく、経営の手法によって差が生じていると考えられます。

■図2-1 労働生産性の推移（企業規模別）



中小企業庁：2026 年版　中小企業白書・小規模企業白書の概要

■図2-2 中小企業の時間当たり労働生産性の推移



中小企業庁：2026年版　中小企業白書・小規模企業白書の概要

■ 成長投資で付加価値額を増やす

労働生産性を高める方法の一つは、分子である付加価値額を増やすことです。付加価値額を増やす取り組みとして、成長投資、研究開発、人材育成、価格転嫁、経営戦略、事業承継・M&Aなどが考えられます。

特に成長投資は、生産能力の拡大や新事業への進出、AI 活用などを通じて、売上高と付加価値を高める重要な手段です。

企業経営情報レポート

3 人材の確保・活用と経営リテラシーの強化

■ まずは「すぐ使える業務」から始める

成長投資を実行する企業ほど、新しい設備、AI、デジタルツール、新事業を担う人材が必要になります。

採用難が続く中では、求人票を出すだけでは十分な成果を得られません。就職希望者は賃金、働きやすさ、成長機会、管理職のマネジメント、会社の将来性などを総合的に見ているからです。

したがって、成長投資を人材確保につなげるには、「新しい仕事に挑戦できる会社」「専門性を高められる会社」であることを社内外に示す必要があります。

業務の棚卸しを行い、省力化や役割分担の見直しとセットで、研修体系、キャリアパス、評価基準を整備することが重要です。

成長投資上の課題	制度・研修の方向性
新設備・新事業を担う人材が不足する	必要スキルを明確化し、採用要件、等級要件、研修計画に反映する。
投資後の現場運用が定着しない	業務フロー、役割分担、OJT、改善提案制度を整備する。
管理職が変革を推進できない	評価者研修、原価・財務研修、部下育成研修を実施し、管理職の役割を明確にする。

採用力は、人事制度の完成度と連動します。等級、賃金、評価、育成が整理されている会社は、社員に将来像を示しやすくなります。

■ 経営リテラシーが成長投資の実行力を左右する

経営力の土台として「経営リテラシー」の強化・実践が重要であるとされています。経営リテラシーは、財務・会計、組織・人材、運営管理、経営戦略の４分野で整理されています。

成長投資を行う際には、投資額、回収期間、設備稼働率、人員配置、原価、価格設定を理解し、投資後の運用を改善し続ける力が求められます。

特に人事制度の運用では、管理職が経営リテラシーを持つことが不可欠です。

売上、利益、原価、労働時間、品質、顧客満足、設備稼働率を理解していなければ、部下の目標設定や評価が曖昧になります。

評価者研修や管理職研修では、単なる評価シートの付け方だけでなく、成長投資を成果に変えるための経営数字と人材育成を結び付ける視点が必要です。

4 企業経営情報レポート
企業の経営改善に向けた成功例

■ 事例①:中期経営計画と評価制度の連動により、付加価値向上を実現

株式会社ジェット	■所在地：福島県　■創業：1986年　■従業員数：54名 ■事業内容：設備工事業　■資本金：5,500万円

(1)企業概要と経営課題

同社は、建物配管などの工事やメンテナンスを手掛ける企業です。創業以来、社長の強いリーダーシップで事業を伸ばしてきましたが、2010年から2020年頃にかけて売上高が伸び悩み、10億円の壁に直面しました。

背景には、長年のトップダウン型経営により、社員が指示待ちになりやすく、将来ビジョンを実現するための経営戦略や行動計画が明確になっていないという課題がありました。

(2)取り組み内容

同社は中小機構のハンズオン支援を活用し、幹部社員を中心としたプロジェクトメンバーにより中期経営計画と行動計画を策定しました。


貯水槽設備の点検の様子



ハンズオン支援による取組の様子

中小企業庁：2026年版　中小企業白書より

部門別・担当者別に「開拓対象とする顧客」「見積書件数」などのKPIを設定し、月次検討会で営業活動の振り返りと改善提案を行いました。さらに、特徴的なのは、人事評価制度を見直し、毎月の成果を適切に評価できる体制を整えた点です。

(3)結果

取り組み前の2019年6月期に9億9,000万円だった売上高は、2021年6月期に10億円を超え、2025年6月期には12億1,000万円となりました。社員の自発的なミーティングが増え、社内コミュニケーションも活発化し、社員定着率はほぼ100%に近い水準となっています。

取り組みポイント	
	①経営計画を現場のKPIに落とし込み、日々の行動と結び付けた ②人事評価制度を見直し、成果や改善活動が評価される仕組みにした ③幹部・社員を巻き込んだPDCAにより、指示待ち体質から主体的な組織へ転換した

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。

経営データベース

Question

Answer

ジャンル：その他経営関連 ＞ サブジャンル：経費削減

経費削減の方法

経費削減の方法として、借入金の圧縮が効果的であると聞きますが、その効果を教えてください。

企業として取り組む経費削減手法には、借入金の圧縮による支払利息の軽減の検討があります。遊休資産や不良資産の売却による借入圧縮などで、支払利息の軽減が可能となります。

1. 借入圧縮、借入条件の見直しによる支払利息の減少

金融機関に対して、借入条件の交渉を行うことも有効な方法です。

例えば、短期プライムレートに連動する借入金を市場調達金利に対応した借入に切り替えるなど、金利負担が軽減できる可能性もあります。売掛債権の早期回収のための具体的な方法として、売掛債権回収期間の短縮や、早期資金化があります。

また、確実に売掛債権を回収するためには、取引先の信用調査を定期的に実施し、確実に債権回収が図れるかどうかを見極めることも必要です。さらに、販売先の経営状況が思わしくないといった情報を入手したら、たとえ大口取引先であっても販売をやめ、場合によっては商品の引き揚げを検討することも必要です。

2. 在庫の見直し

自社にとって最低限必要な在庫（適正在庫）数量を決定し、現在どれくらいの余剰在庫を抱えているのかを把握します。そして、この余剰分をいかに早くお金に換えることができるかを、常に考える必要があります。売れる見通しのない在庫は、思い切って仕入価格や製造価格以下になってしまっても、一気に販売してしまう勇気も必要です。常に適正在庫を維持するための「在庫管理手法」をしっかりまとめることは、立派な経営改善となります。

3. 資産の処分

バブル期に購入した塩漬けとなっている土地、株式、ゴルフ会員権などは資金を生まないばかりか、固定資産税等の維持費がかかります。このような遊休資産は、思い切って処分すべきです。

4. 買掛債務の条件交渉

買掛債務の支払期間の支払期間を延ばすことは、運転資金減少要因による借入金減少の可能性があるほか、資金繰り改善にも役立ちます。仕入先に対して、できるだけ支払を延ばすような支払条件の交渉を検討すべきです。

ただし、仕入先からの信用が低くなる可能性もあるため、交渉する際には、経営の現状を正しく伝え、相手に信用してもらえるような交渉が必要です。

経営データベース

Question

Answer

ジャンル：その他経営関連 ＞ サブジャンル：経費削減

アウトソーシングの方法

アウトソーシングの方法と利用例を教えてください。

会社の競争力を高めるためには、コア業務、生産性の低い業務については、コスト削減を検討するべきです。

それには、アウトソーシングの活用が有効です。本業と関連の低い業務や間接部門の業務、専門性の求められる業務を外部に委託し、経営資源を中核事業に集中させれば、競争力の向上と経営効率の向上が実現可能となります。

アウトソーシングにより固定費の変動費化が図られ、景気、業績への対応が柔軟になり、会社の経営体質の改善にも寄与します。

❶給与計算の委託	月々の給与計算や社会保険の計算は、定型的な業務ではありますが、複雑かつ時間も相当かかります。専門性の高い業者に委託することで処理時間が早くなり、結果として自社の社員が行うより効率化が図られます。
❷管財業務の委託	業歴が長い会社で本社ビルのほか、工場、倉庫、営業所、社宅、保養所など多数の自社施設を持っている会社がありますが、こうした施設や設備の管理、メンテナンスは人手と手間がかかるものです。 施設管理を行う管財業務は、ビルの大規模補修などの専門知識を持った会社に委託し、社員をコア業務に振り向ければ生産性は向上します。
❸社宅・保養所の管理運営の委託	社宅や保養所は、不動産価格の低迷により、不良資産化しているケースもあります。また、保有していると管理運営のコストもかかります。売却せずに管理運営をアウトソーシングすれば管理要員が不要となり、費用が削減できます。
❹清掃・警備の委託	清掃・警備などは、専門性は高いものの本来業務ではありません。こうした業務は、自社でパートなどの形で直接雇用するよりは、アウトソーシング化を図った方が人件費負担が下がり、コスト削減が実現します。
❺運送業務の委託	ルートセールスなどは納品や検品に時間がかかり、また燃料費などの負担もあって、生産性の高い業務ではありません。営業担当者は営業業務に専念させ、納品などは業者に委託するとコスト削減に加え、生産性が高まります。
❻電話業務の委託	電話営業などでコールセンターを活用する方法があります。コールセンターとは、電話回線をコンピュータと連動させ、顧客情報や過去の購買履歴を瞬時に把握し、オペレーターが営業活動を行うものです。 見込み客や顧客ニーズの発掘を営業要員が行うのは非効率であり、外部に委託するほうが生産性も高まります。コールセンターは、人件費の安い地域に所在しており、コスト削減にもつながります。
❼販売促進業務の委託	新製品を販売するときに、大規模な販促活動を行って商品の知名度を上げ、その後の販売につなげるケースが多くあります。自社の営業社員のみで販促活動を行うには、人手不足で通常の営業活動がおろそかになり、既存商品の売上に影響を及ぼすことも考えられます。このような短期間で集中して営業活動を行う場合には、外部委託する方が人件費負担も削減でき、効率的です。