

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.844 2023.10.24

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2023年10月12日号

中期経済見通し (2023~2033年度)

経済・金融フラッシュ 2023年10月12日号

企業物価指数(2023年9月)

~契約通貨ベースの輸入物価指数
(前月比)が12カ月ぶりのプラス

経営TOPICS

統計調査資料

機械受注統計調査報告 (令和5年8月実績)

経営情報レポート

中堅・中小企業にこそ必要な パーパス経営の実践法

経営データベース

ジャンル:入社・退職・休職 > サブジャンル:社会保険

海外出向者の社会保険 給与計算の基本について

発行:税理士法人 森田会計事務所

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

中期経済見通し (2023~2033年度)

ニッセイ基礎研究所

1 世界の実質GDP成長率は、コロナ禍からの回復が進展する一方で、長期化する高インフレと金融引き締めの影響で2023年には3%程度まで減速することが見込まれる。その後はインフレ率の低下でいったん持ち直すものの、少子高齢化を背景とした新興国の成長鈍化により、予測期間末には2%台後半まで低下することが予想される。

実質GDP成長率の推移



(資料) 内閣府経済社会総合研究所「国民経済計算年報」

2 日本の2033年度までの10年間の実質GDP成長率は平均1.1%と予想する。

潜在成長率はゼロ%台前半まで低下しているが、新型コロナウイルスの感染拡大を受けた景気の急速な落ち込みの影響が大きく、経済の正常化に伴い2020年代半ばには1%程度まで回復することが見込まれる。

消費者物価上昇率(除く生鮮食品)は、2022年度の3.0%から2023年度が2.8%、2024年度が1.6%へと低下した後、1%台半ばから後半の推移が続き、10年間の平均で1.6%と予想する。「物価安定の目標」の2%を維持することはできな

いが、デフレからの脱却は実現するだろう。

潜在成長率の寄与度分解



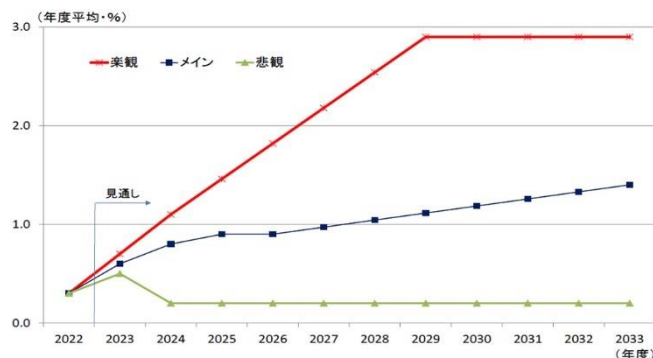
(注) 22年度までは実績値に基づく推計値、23年度以降は予測値に基づく推計値

(資料) 内閣府「国民経済計算年報」、「固定資本ストック速報」、総務省「労働力調査」他

3 日本銀行は、2024年度にYCCの撤廃、2025年度にマイナス金利を解除し、金融政策の正常化が進むだろう。

長期金利は予測期間末にかけて上昇に向かうが、日本銀行が引き締めの金融環境を回避するために大幅な上昇を抑制することから、予測期間末でも1%台半ばにとどまることが予想される。

シナリオ別日本長期金利の見通し



(資料) 実績は Thomson Reuters、見通しはニッセイ基礎研究所

「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。

企業物価指数(2023年9月) ～契約通貨ベースの輸入物価指数 (前月比)が12ヵ月ぶりのプラス

ニッセイ基礎研究所

1 国内企業物価指数(前年比)は 伸びの鈍化が続く

日本銀行が10月12日に発表した企業物価指数によると、2023年9月の国内企業物価の前年比は2.0%(8月:同3.3%)と9ヵ月連続で伸びが鈍化した。内訳をみると23類別中、19類別が上昇し、4類別が低下した。飲食料品は前年比5.4%(8月:同6.1%)、石油・石炭製品は同3.2%(8月:同7.4%)とそれぞれ伸びが鈍化した。また、電力・都市ガス・水道は政府による電気・ガス価格激変緩和対策により前年比▲18.0%(8月:同▲11.5%)と3ヵ月連続でマイナスとなった。

国内企業物価指数の推移



(資料)ともに日本銀行「企業物価指数」

(年・月)

2 輸入物価(契約通貨ベース)の 前月比は12ヵ月ぶりのプラス

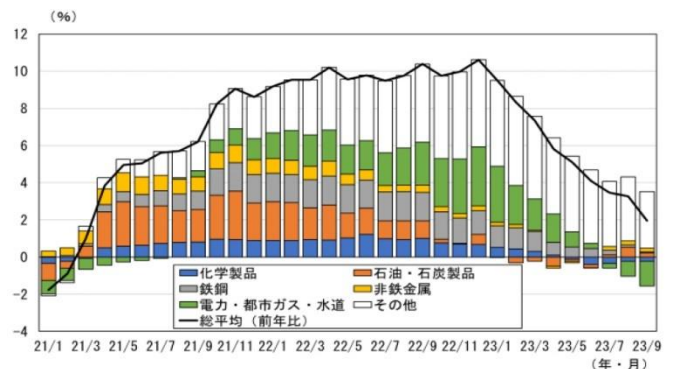
2023年9月の輸入物価は、契約通貨ベースでは前月比0.6%(8月:同▲0.2%)と12ヵ月ぶりにプラスに転じた。また、2023年9月の円相場(対ドル)は前月比2.0%とプラスとなったことで、円ベースでは同2.1%(8月:同1.7%)と2ヵ月連

続でプラスとなった。円ベースの前年比は▲14.0%(8月:▲11.4%)と6ヵ月連続でマイナスとなった。契約通貨ベースで輸入物価の内訳をみると、10類別中4類別でプラス、2類別で横ばい、4類別でマイナスとなった。飲食料品・食料用農水産物は前月比▲0.5%(8月:▲0.2%)と6ヵ月連続でマイナスとなった。一方、石油・石炭・天然ガスは前月比2.4%(8月:同▲0.3%)11ヵ月ぶりにプラスに転じた。

3 今後も国内企業物価指数 (前年比)は伸びが縮小

国内企業物価指数(前年比)は9ヵ月連続で伸びが鈍化し、2%台となった。円ベースの輸入物価は、原油価格が上昇し、円安が進行したことから、前月比は2.1%と2ヵ月連続でプラスとなり、今後もプラスを維持する公算が大きい。物価上昇圧力は残っているが、国内企業物価指数(前年比)の先行きは前年の高い伸びの裏がでることもあり、伸びが縮小するだろう。

国内企業物価指数の前年比寄与度分解



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。

機械受注統計調査報告 (令和5年8月実績)

内閣府 2023年10月12日公表

2023(令和5)年8月の機械受注動向

1 需要者別受注動向(季節調整値)

最近の機械受注の動向を前月比で見ると、受注総額は、7月9.8%増の後、8月は14.0%減となった。

需要者別にみると、民需は、7月26.6%増の後、8月は23.7%減となった。

このうち、民間設備投資の先行指標である「船舶・電力を除く民需」は、7月1.1%減の後、8月は0.5%減となった。

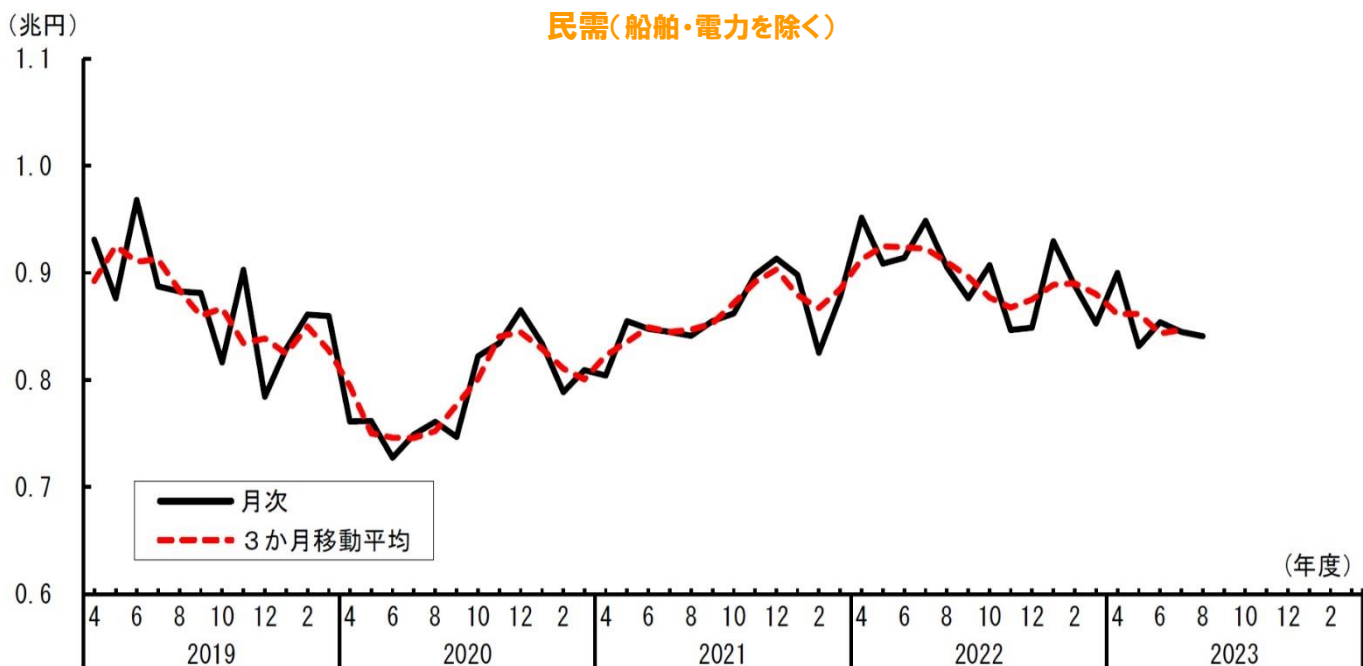
内訳をみると製造業が2.2%増、非製造業(船舶・電力を除く)が3.8%減であった。

一方、官公需は、7月0.7%増の後、8月は防衛省、国家公務で増加したものの、「その他官公需」、地方公務等で減少したことから、22.3%減となった。

また、外需は、7月1.6%増の後、8月は航空機、鉄道車両等で増加したものの、産業機械、船舶等で減少したことから、7.1%減となった。

なお、最終需要者が不明である代理店経由の受注は、7月7.9%減の後、8月は原動機で減少したものの、道路車両、重電機等で増加したことから、10.1%増となった。

機械受注は、足踏みがみられる



2 民需の業種別受注動向(季節調整値)

製造業からの受注を前月比で見ると、合計では、7月 5.3%減の後、8月は 2.2%増となった。

8月の受注を業種別にみると、前月比で増加したのは 17 業種中、化学工業 (206.1%増)、造船業 (52.5%増) 等の7業種で、非鉄金属 (48.9%減)、食品製造業 (39.8%減) 等の 10 業種は減少となった。

一方、非製造業からの受注を前月比で見ると、合計では、7月 49.1%増の後、8月は 36.9%減となった。

8月の受注を業種別にみると、前月比で増加したのは 12 業種中、リース業 (113.2%増)、不動産業 (26.4%増) 等の9業種で、電力業 (79.4%減)、金融業・保険業 (15.8%減) 等の 3業種は減少となった。

対前月(期)比

(単位:%)

期・月 需要者	2022年 (令和4年)		2023年 (令和5年)			2023年 (令和5年)			
	7-9月 実績	10-12月 実績	1-3月 実績	4-6月 実績	7-9月 見通し	5月 実績	6月 実績	7月 実績	8月 実績
受注総額	△9.3	△1.0	△8.7	7.1	△2.8	△2.9	0.2	9.8	△14.0
民需	△1.9	△8.3	7.1	△2.2	△2.1	△5.3	3.2	26.6	△23.7
〃(船舶・電力を除く)	△1.6	△4.7	2.6	△3.2	△2.6	△7.6	2.7	△1.1	△0.5
製造業	△2.8	△10.6	1.9	1.1	△2.3	3.2	1.6	△5.3	2.2
非製造業(除船・電)	△0.4	2.1	3.2	△8.8	△1.4	△19.4	9.8	1.3	△3.8
官公需	△8.4	△3.6	19.9	12.2	△22.5	8.9	△2.9	0.7	△22.3
外需	△12.8	2.4	△21.4	10.7	3.1	12.0	△6.9	1.6	△7.1
代理店	△3.7	1.4	0.1	0.6	1.8	△20.4	19.5	△7.9	10.1
民需(船舶電力を除く) 3か月移動平均	-	-	-	-	-	0.0	△2.1	0.4	-

(備考) 1. 季節調整値による。季節調整系列は個別に季節調整を行っているため、需要者別内訳の合計は全体の季節調整値とは一致しない。

2. △印は減少を示す。

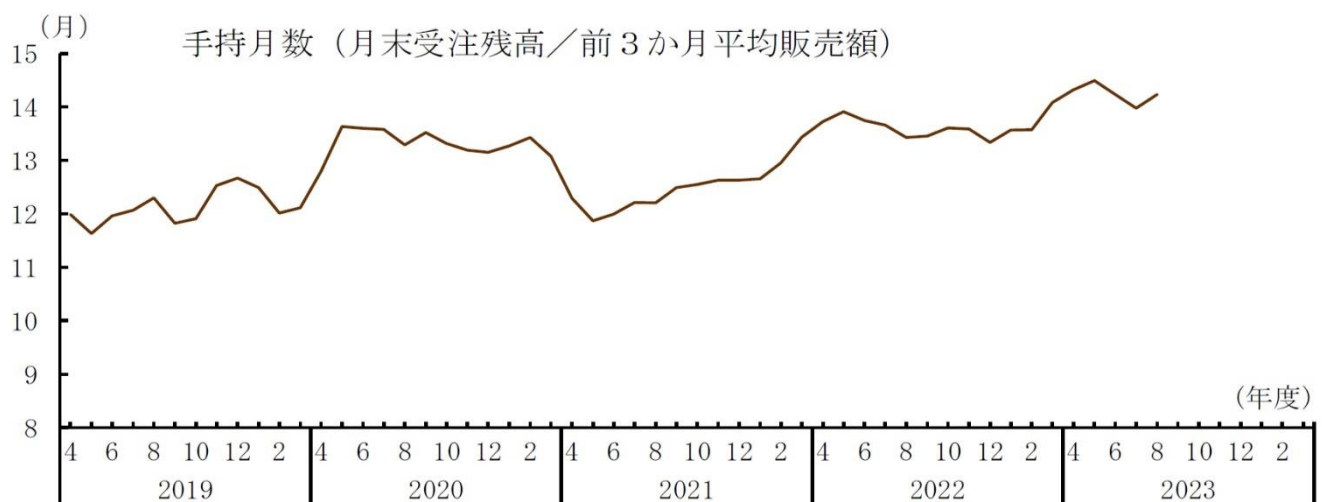
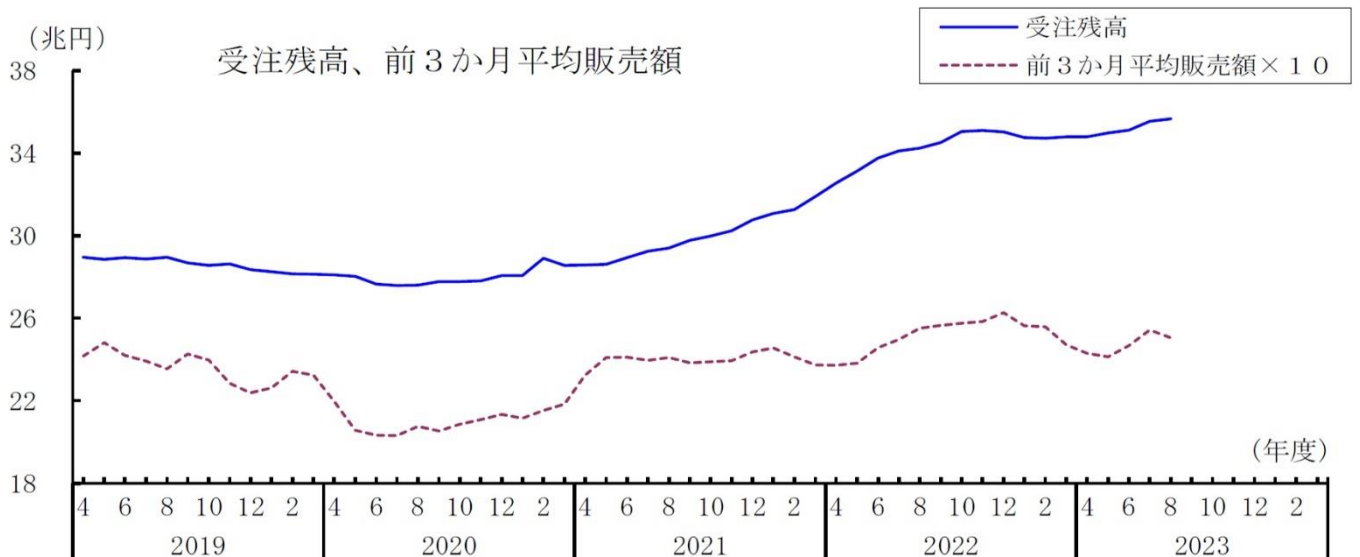
3. 見通しは 2023 年 6 月末時点の調査。

3 販売額、受注残高、手持月数(季節調整値)

8月の販売額は2兆 4,232 億円(前月比 4.9%減)で、前3か月平均販売額は2兆 5,040 億円(1.5%減)となり、受注残高は35兆 6,500 億円(同 0.3%増)となった。

この結果、手持月数は 14.2 か月となり、前月差で 0.3 か月増加した。

受注額、販売額、受注残高、手持月数(総額、季節調整値)



機械受注統計調査報告(令和5年8月実績)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

中堅・中小企業にこそ必要な パーパス経営の 実践法

1. 中小企業にも効果が期待されるパーパス経営
2. 自社のパーパスは社史を振り返り発掘
3. パーパスを経営にスムーズに実装する方法
4. パーパス経営の取組み事例



参考資料

『中小企業白書2022』（中小企業庁） 『パーパス経営』（野村総合研究所レポート）
『パーパスドリブんな組織の作り方』（日本能率協会永井恒男著） 『実践パーパス経営』（日経BP社伊吹英子著）
『パーパスマネジメント』（株式会社インプレス丹羽真理著） 他

1

企業経営情報レポート

中小企業にも効果が期待されるパーパス経営

自社の存在意義を明確化し、社会に与える価値を示す「パーパス (Purpose)」が企業経営で注目されています。

パーパスを経営に取り入れたパーパス経営は、徐々に浸透してきていますが、その内容を十分把握している経営者はあまり多くない状況であると思われます。

本レポートでは、「パーパスとはどのようなものであるのか」および「パーパス経営を自社に導入する際のポイント」について解説します。

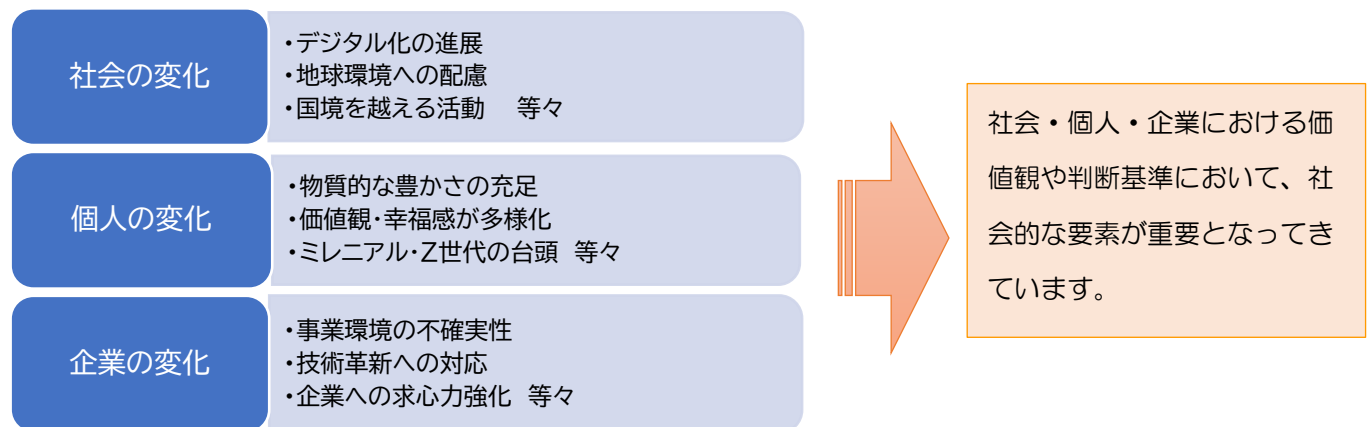
■ パーパスが求められる背景

企業経営にパーパスが求められる背景には様々な要因があります。

それらに共通しているものをまとめると、「社会の変化」、「個人の変化」およびそれに対応する「企業の変化」の3つの変化に集約され、中でも1番大きな要因は、社会の変化にあるといわれています。

これには、近年注目されている ESG 関連投資や SDGs への取組みなどが浸透してきたことも深く関連しています。

■ パーパスが求められる背景



「社会の変化」は、地球環境へ配慮した環境意識や社会貢献意欲の高まりが背景にあり、「個人の変化」は、物質的な豊かさを追い求める意識からコトへの消費等へ意識が変化したり、幸福感の多様化が背景にあります。

そして「企業の変化」は、SDGs へ取組む企業の増加やビジネスモデルの変化などが背景にあります。

社会や個人の変化に対して、企業としての存在意義を示すためにパーパス経営が注目され、導入する企業が増えています。

2

企業経営情報レポート

自社のパーパスは社史を振り返り発掘

■ パーパスは作るものでなく発掘するもの

パーパスは、社会と企業の関係性を表したものともいわれています。そのため、通常のブランディングやマーケティングが対象とする消費者や株主だけでなく、企業に関わる幅広いステークホルダーに向けて発信していくことが重要です。

また受け手側にも発信したパーパスを理解して頂き、共感、そして社会へ浸透し共鳴を呼びよようになっていくことが望まれます。

パーパスを軸に経営を行い、共鳴を呼びには以下のステップを踏んでいきます。

■ パーパス経営が社会へ浸透していくステップ



① 発掘

パーパスは策定というよりも発掘するという感覚で深掘りしていくことが重要です。他の企業でも通用するような借り物の言葉ではなく、自社の歴史や社風、これまでの取組み等を振り返りながら、パーパスを発掘していきます。

② 共感

パーパスをただ暗記して「全員が暗唱できるようになる」ことがゴールではありません。

関係者からの共感が必要です。そのために、まずは社員個々人のパーパスとの重なりを確認し、企業パーパスに共感してもらうことが重要です。

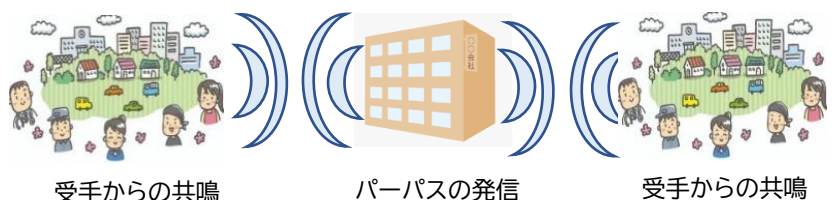
③ 実装

実装という言葉は馴染みが無いかもしれませんが、ここではパーパスを経営に織り交ぜていく文脈から、実装という言葉を使用します。パーパスを経営の基軸にして、各事業戦略にパーパスを織り交ぜて実装させ、統一されたメッセージを発信していきます。

④ 共鳴

パーパスを実装したメッセージは、単に共感を呼びだけでなく、それが受け手のパーパスと響き合い、共鳴していく状態になります。

■ 発信したパーパスが社会で共鳴している



3

企業経営情報レポート

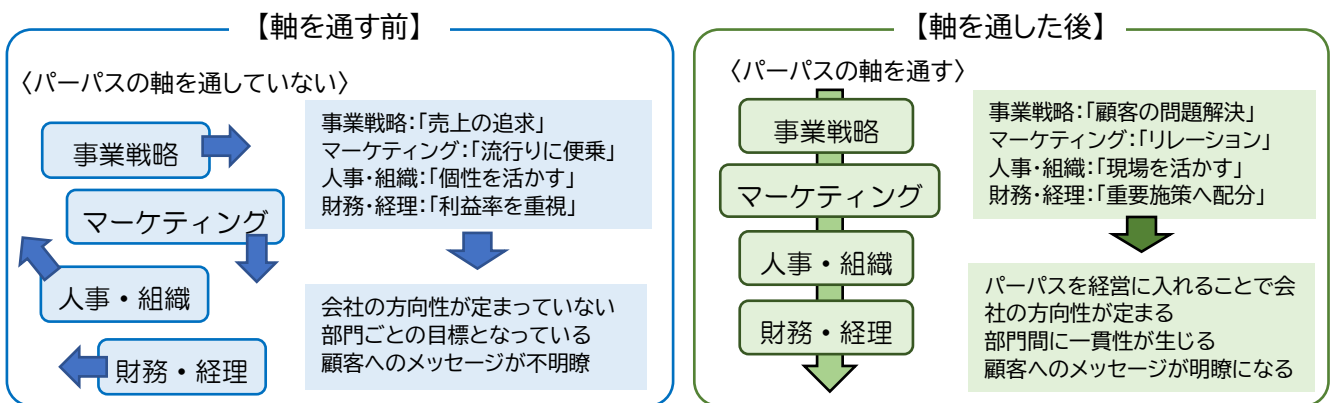
パーパスを経営にスムーズに実装する方法

■ 経営の中心にパーパスを置く

自社内で発掘されたパーパスは掲げるだけではなく経営に実装していく必要があります。

パーパスを経営へ実装させるということは、パーパスを軸に戦略を策定し、各事業部においてもパーパスを意識して事業展開させていくことです。

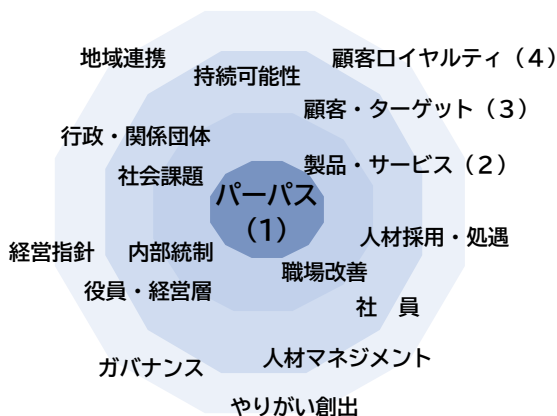
■ パーパスを経営の軸へ



パーパスを軸に経営を行うことで、社外に向けての製品・サービスはもちろんのこと、社内の間接部門においても、一貫したメッセージを発信することが可能になります。

経営へ実装する際は、ステークホルダーや地域・社会を踏まえた視点を取り入れることを忘れずに行っていきます。

■ パーパスを経営の中心へ



【パーパス経営の視点】

- (1) 中心となるパーパスを確認
- (2) 活用していく場面を想定
- (3) 対象となるステークホルダーの特定
- (4) 経営テーマとの関連づけ

↓

パーパス経営に対する社会からの共感・共鳴

パーパスを経営の中心に置き、活用場面や対象者、経営テーマと関連させます。一貫性のあるメッセージを発信していくことにより、社会から共鳴を呼ぶことに繋がります。

4

企業経営情報レポート

パーパス経営の取組み事例

■ 事業継承を機会にし、若手メンバーでパーパスを発掘

社名	K社	従業員数	50名
本社	神奈川県	業種	製造業

K社の現社長は、入社した当時から、父親である先代の社長に対してリーダーシップを感じながらも、トップダウン型の組織による硬直さを感じていました。そこで事業継承を機に、社員の意識が社内ではなく顧客に向くような自律型組織を目指しました。

さらに、自律型組織に欠かせないのは、組織の旗印が必要であると認識し、社員と一緒にパーパスの発掘に着手しました。

● 自社の歴史を振り返る

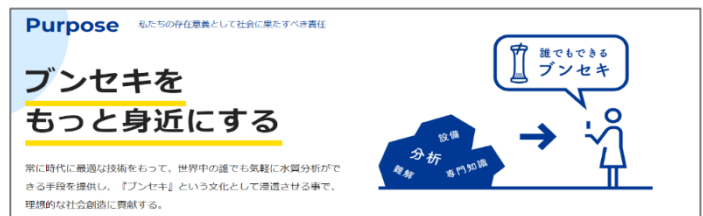
社長は、まず積極的に社員との意思疎通を図り、「企業として何を目指し、社員は何を期待して毎日集まっているか」を聞き出しました。その結果、多くの社員は、自社サービスを通じて提供している「環境を守る」という同社の使命に愛着と誇りを感じていることが分かりました。

また、先代の時代にも積極的に新規事業の展開をしており、硬直的と思っていた社長にとって意外な気付きにもなりました。社長自身「強みを活かし、事業の幅を広げていく。という方向性が明確となった」と振り返っています。

● 次代を担う若手社員によるパーパスの策定プロジェクトを発足

社長自ら社史を振り返るだけでなく、パーパスが形骸化しないよう若手社員を中心に策定プロジェクトチームを発足させました。そこで聞き出した過去の情報等を踏まえて、不変の使命を埋め込みながらパーパスとして明文化していきました。また、日々の業務や顧客との実体験をパーパスと結びつけるようにしていきました。

このような継続的な取組みによって社内の雰囲気も変化し、社員同士の打合せや顧客への積極的な提案も増えていくなど手応えを感じるまでに至っています。



【K社のパーパス】

視覚的にもインプットされるよう、イラストも加え、分かりやすいものにするなど工夫しています。

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。

海外出向者の社会保険

Q
uestion

海外出向者の社会保険は、
出向先と出向元のどちらで適用されるのでしょうか。

A
nswer

出向者の人事労務管理と賃金の支払いを出向元である貴社が行う場合には、健康保険と厚生年金保険及び雇用保険の被保険者資格は継続されますが、労災保険については、海外派遣者特別加入制度に加入する必要があります。

もし、海外出向者の人事労務関係が出向先で行われ、賃金の大半が、出向先企業から支給される場合には、貴社との雇用関係はないものとみなされ、貴社で取得した被保険者資格を継続することはできません。

したがって、この場合には、我が国の健康保険に代わるものとして、公的な医療保険制度が実施されている国では、現地の会社でその公的保険に加入し、ない国では、日本の海外傷害保険に加入するようにします。なお、厚生年金保険については、被保険者資格は継続されませんので、年金の空白期間をつくらないためには、国民年金の任意加入制度（国民年金法附則第5条参照）を利用することになります。

1. 海外派遣者として特別加入することができる範囲

- 独立行政法人国際協力機構等開発途上地域に対する技術協力の実施の事業（有期事業を除きます。）を行う団体から派遣されて、開発途上地域で行われている事業に従事する方
- 日本国内で行われる事業（有期事業を除きます。）から派遣されて、海外支店、工場、現場、現地法人、海外の提携先企業等海外で行われる事業に従事する労働者
- 日本国内で行われる事業（有期事業を除きます。）から派遣されて、海外にある次の表に定める数以下の労働者を常時使用する事業に従事する事業主及びその他労働者以外の方
- 派遣される事業の規模の判断については、海外の各国ごとに、かつ、企業を単位として判断します。例えば、日本に本社があって海外に事業場を持つ企業の場合には、日本国内の労働者も含めると総数では上表の規模を超える場合であっても、派遣先のそれぞれの国ごとの事業場において上表の規模以内であれば特別加入することができます。

2. 新たに特別加入を申請する場合の手続き

派遣元の団体または事業主が、日本国内において実施している事業（有期事業を除きます。）について、労災保険の保険関係が成立していることが必要です。なお、派遣先の事業については、有期事業も含まれます。海外派遣者の派遣の形態（転勤、在籍出向、移籍出向等）や派遣先での職種、あるいは派遣先事業場の形態、組織等については問いません。

給与計算の基本について

給与計算担当者のための給与計算の基本について
教えてください。

Q
uestion

A
nswer

毎月中旬に年金事務所または健康保険組合から、前々月分の社会保険料を口座振替により受領したという旨と、前月分の社会保険料を口座振替により受領する旨が記載された『保険料納入告知額・領収済額通知書』が送付されます。また、同時に事業所が指定している金融機関には『納入告知書』が送付されます。

『保険料納入告知額・領収済額通知書』には、従業員と事業主負担分の社会保険料の合計額、児童手当拠出金の金額が記載されています。

前月に賞与を支給している場合は、賞与の社会保険料も合算されています。

『保険料納入告知額・領収済額通知書』に記載されている金額を確認し、事業所が指定している金融機関に社会保険料を納付します。末日には社会保険料が自動的に引き落とされます。

■納付期限

『保険料納入告知額・領収済額通知書』が送付された月の末日（給与を支払った月の翌月末日）
※納付期限が土日祝日の場合は、土日祝日明けまで

■納付先

事業所指定の金融機関

■納付後

翌月中旬に年金事務所または健康保険組合から、社会保険料を口座振替により受領した旨が記載された『保険料納入告知額・領収済額通知書』が送付されます。

■ポイント

事業所が社会保険料を納付する金融機関を指定していない場合は、事業所に『納入告知書』が直接送付されます。『納入告知書』を基に、最寄りの金融機関、年金事務所または、健康保険組合で社会保険料を納付します。

なお健康保険と厚生年金保険はそれぞれ全国健康保険協会と年金事務所に組織が分割されましたが、保険料の納付については年金事務所で健康保険、厚生年金保険の保険料を一括で納付することとなっています。

週刊 WEB 企業経営マガジン No. 844

【著 者】日本ビズアップ株式会社

【発 行】税理士法人 森田会計事務所

〒630-8247 奈良市油阪町456番地 第二森田ビル 4F

TEL 0742-22-3578 FAX 0742-27-1681

本書に掲載されている内容の一部あるいは全部を無断で複製することは、法律で認められた場合を除き、著者および発行者の権利の侵害となります。