

2014.9.9

週刊WEB

発行
税理士法人ゼニックス・コンサルティング

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 2014年9月5日号

金融市場の動き(9月号)
～円安再開、その持続性を考える

経済・金融フラッシュ 2014年9月5日号

【7月米貿易統計】
7月も貿易赤字は縮小、3カ月連続

2 経営TOPICS

統計調査資料

景気動向指数
平成26年7月分(速報)

3 経営情報レポート

会社を伸ばす人材を確保する！
人材募集・選考・採用のポイント

4 経営データベース

ジャンル:経営実務 サブジャンル:環境経営・環境会計

企業の環境リスク
環境会計の機能と役割

金融市場の動き(9月号)

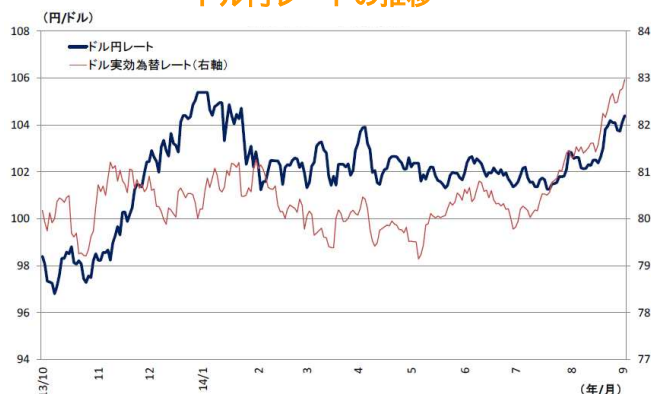
～円安再開、その持続性を考える

要旨

1 (為替)ドル円レートは、8月下旬以降急ピッチな円安ドル高となり、昨年末の水準をほぼ回復している。この間、米サイドでは、堅調な経済指標が続いているという点では従来と変わりがないが、QE3終了までのカウントダウンが残り僅かとなる中で、ジャクソンホールでのイエレン議長講演がそれほどハト派的でなかったことが加わり、米利上げに市場の意識が向かった。米2年債利回りが明確に上昇し、ドル高圧力になっている。また、日本サイドでは、内閣改造によってGPIFへの思惑が高まったことが円安に効いた。つまり、事実としては従来から特段の変化はみられないのだが、先行きへの市場の期待の変化が8月下旬以降に大きく動いたと考えられる。今後の展開としても、基調としての円安ドル高は続くと考えているが、一本調子とはいかないだろう。現状の円安ドル高は投機筋主導の色彩が強いうえ、利上げは米株式市場にとっては逆風になるため、一時的にリスク回避的な円買いが発生する可能性が高い。また、早ければ今月にも発表される見込みのGPIFの運用変更については、円安材料ながらも既に国内株と外国証券の比率引き上げはかなり織り込まれてしまった。ポジティブ・サプライズを起こすハードル

は上がっており、予想の範囲内と受け止められた場合は一旦巻き戻しの円買いも有り得る。

ドル円レートの推移



(資料) Datastream

(注) 実効為替レートはロイター算出のもの

- 2 (日米欧金融政策) 日銀は8月、9月の金融政策決定会合で現行の政策維持を決定。増税後の景気は弱含みが目立つ状況だが、日銀の強気のスタンスに変化なし。
- 3 (金融市場の動き) 8月は円安ドル高、ユーロ続落、長期金利はさらに低下した。当面のドル円は緩やかな円安ドル高、ユーロドルは下値を探った後、方向感を欠く展開になると予想。長期金利はボックス圏内の動きを予想する。

金利・為替予測表(2014年9月5日現在)

	2014年			2015年	
	4-6	7-9	10-12	1-3	4-6
日本	実績				
10年金利 (平均)	0.6	0.5	0.6	0.7	0.7
アメリカ	予想				
FFレート (期末)	0-0.25	0-0.25	0-0.25	0-0.25	0-0.25
10年金利 (平均)	2.6	2.5	2.9	3.2	3.4
ユーロ圏	実績				
ECB市場介入金利(期末)	0.15	0.05	0.05	0.05	0.05
10年金利 (ドイツ、平均)	1.4	1.0	1.1	1.2	1.3
ドル円 (平均)	102	103	106	107	108
ユーロドル (平均)	1.37	1.33	1.29	1.29	1.28
ユーロ円 (平均)	140	137	137	138	138

【7月米貿易統計】

7月も貿易赤字は縮小、3カ月連続

要 旨

1 結果の概要: 3カ月連続の赤字幅縮小

9月4日、米商務省の国勢調査局および経済分析局（BEA）は7月の貿易統計（速報値）を公表した。7月の財・サービスを合計した輸出額（季節調整済、国際収支ベース）は1980.23億ドル、輸入額（同）は2385.68億ドルとなり、貿易収支は405.46億ドル（前月改定値：408.10億ドル）であった。市場は7月の貿易収支で424億ドル（Bloomberg集計の中央値）と赤字幅の拡大を予想していたが、予想に反して赤字幅が縮小したことになる。貿易赤字は3カ月連続で縮小しており、7月の縮小幅は小幅にとどまったものの、6月と比べて赤字幅は2.64億ドルだけ縮小している（前月は同26.55億ドルの赤字縮小）。

2 結果の詳細: 非石油財貿易も2カ月連続で赤字幅縮小

（サービス貿易）サービス貿易の黒字幅が拡大に転じる

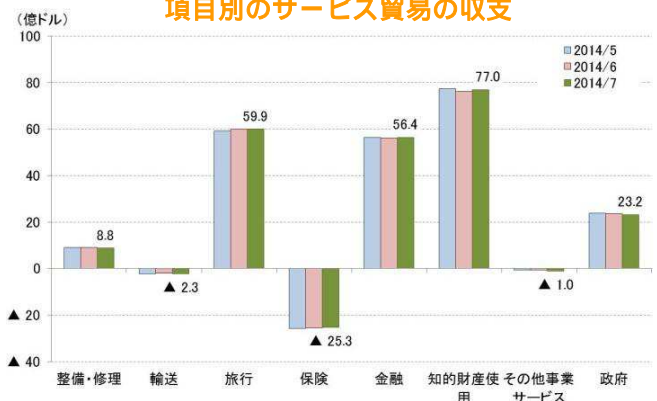
7月のサービス貿易（国際収支ベース）を見ると、輸出額が594.48億ドル（財・サ輸出に対するシェア30.0%）、輸入額が398.03億ドル（財・サ輸入に対するシェア16.7%）となり、収支は196.45億ドル（黒字）。前月比年率の伸び率は、輸出が+1.4%（前月：同+3.5%）、輸入が+0.7%（前月：同+5.8%）、前年同月比の伸び率では輸出が+4.2%（前月：同+4.1%）、輸入が+3.5%（前月：同+3.0%）となった。サービス収支は黒字基調が続くが、5・6月については前月比で見た輸入の伸びが輸出を上回っていたため、サービス収支の黒字額が減少に転じていた。

米国の貿易収支



（注）季節調整済、国際収支統計ベースの財およびサービス貿易の合計
（資料）Datastream

項目別のサービス貿易の収支



（注）季節調整後のサービス輸出・サービス輸入
（資料）Datastream

景気動向指数

平成26年7月分(速報)

1 概要

1 7月のC I (速報値・平成22年=100)は、先行指数：106.5、一致指数：109.9、遅行指数：117.5 となった。(注)

先行指数は、前月と比較して0.6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横ばい、7か月後方移動平均は0.79ポイント下降し、5か月連続の下降となった。

一致指数は、前月と比較して0.2ポイント上昇し、2か月ぶりの上昇となった。3か月後方移動平均は0.40ポイント下降し、4か月連続の下降、7か月後方移動平均は0.28ポイント下降し、2か月連続の下降となった。

遅行指数は、前月と比較して0.8ポイント下降し、3か月ぶりの下降となった。3か月後方移動平均は0.10ポイント下降し、2か月連続の下降、7か月後方移動平均は0.42ポイント上昇し、51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
C6：投資財出荷指数(除輸送機械)	0.32	C5：所定外労働時間指数(調査産業計)	-0.20
C2：鉱工業生産財出荷指数	0.11	C11：有効求人倍率(除学卒)	-0.12
C7：商業販売額(小売業)(前年同月比)	0.10	C3：大口電力使用量	-0.11
C10：中小企業出荷指数(製造業)	0.10	C4：耐久消費財出荷指数	-0.10
C8：商業販売額(卸売業)(前年同月比)	0.04		
C1：生産指数(鉱工業)	0.02		
C9：営業利益(全産業)	0.12		

「C9 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。

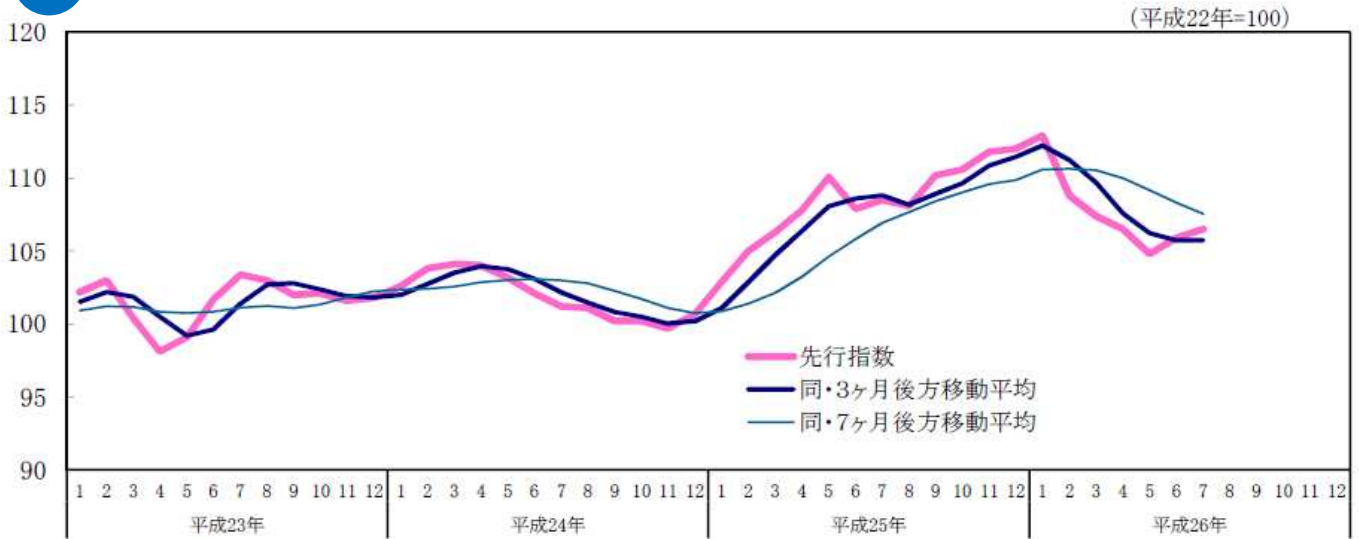
(注) 原則として、公表日の3営業日前(平成26年9月2日(火))までに公表された値を用いて算出している。

なお、「法人企業統計季報」関連の4系列(「L10 投資環境指数(製造業)」に用いる「営業利益(製造業)」及び「総資本額(製造業)」、「C9 営業利益(全産業)」、「Lg3 実質法人企業設備投資(全産業)」に用いる「法人企業設備投資(全産業)」)については、内閣府にて独自に季節調整替えを行った後、平成26年7月分速報からの改訂状況の公表時に平成26年4~6月期分までの値を反映させる。

2 速報資料

1 CI先行指数の動向

1 先行指数の推移



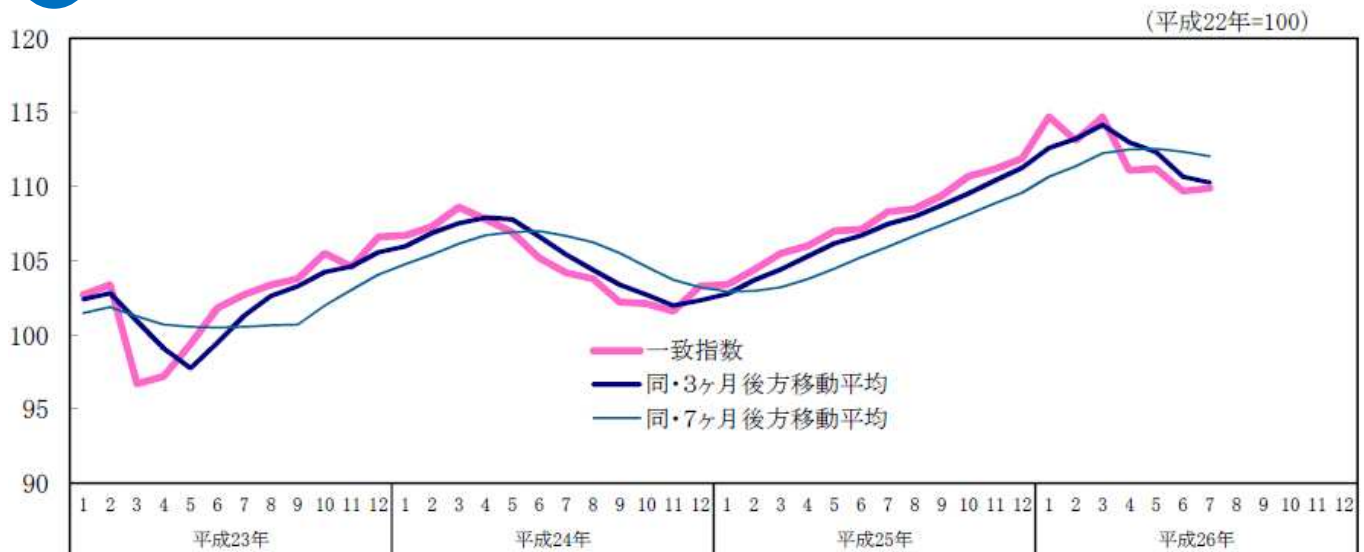
2 先行指数採用系列の寄与度

		平成26年(2014)					
		2月	3月	4月	5月	6月	7月
CI先行指数	前月差(ポイント)	108.8	107.4	106.5	104.8	105.9	106.5
	寄与度	-4.1	-1.4	-0.9	-1.7	1.1	0.6
L1 最終需要財在庫率指数	前月差	3.7	-0.1	1.6	5.8	6.4	-0.2
	寄与度(逆サイクル)	-0.49	-0.08	-0.27	-0.71	-0.52	-0.03
L2 鉱工業生産財在庫率指数	前月差	5.3	1.5	-1.8	1.3	2.3	-5.5
	寄与度(逆サイクル)	-0.77	-0.26	0.19	-0.22	-0.33	0.66
L3 新規求人数(除学卒)	前月比伸び率(%)	-2.9	-2.2	3.7	-1.5	1.0	-1.5
	寄与度	-0.44	-0.34	0.33	-0.29	0.02	-0.31
L4 実質機械受注(船舶・電力を除く民需)	前月比伸び率(%)	-4.3	18.9	-9.4	-19.7	8.8	
	寄与度	-0.20	0.34	-0.45	-0.87	0.36	
L5 新設住宅着工床面積	前月比伸び率(%)	-9.5	-4.1	1.6	-7.4	4.6	-5.7
	寄与度	-0.64	-0.28	0.07	-0.52	0.27	-0.45
L6 消費者態度指数	前月差	-2.1	-0.7	-0.3	2.6	1.3	0.6
	寄与度	-0.89	-0.34	-0.18	0.43	0.46	0.22
L7 日経商品指数(42種総合)	前月比伸び率(%)	0.5	-0.7	-0.2	-0.6	0.5	0.5
	寄与度	0.00	-0.23	-0.14	-0.23	0.01	0.02
L8 長短金利差	前月差	-0.03	0.06	-0.02	-0.05	0.00	-0.04
	寄与度	-0.04	0.09	-0.02	-0.06	0.01	-0.05
L9 東証株価指数	前月比伸び率(%)	-5.8	-0.9	-1.6	0.3	6.1	2.4
	寄与度	-0.38	-0.09	-0.13	-0.01	0.32	0.12
L10 投資環境指数(製造業)	前月差	0.05	-0.04				
	寄与度	-0.09	-0.19				
L11 中小企業売上げ見通しD.I.	前月差	-9.9	-8.8	-15.9	8.8	2.6	2.3
	寄与度	-0.70	-0.60	-0.76	0.32	0.13	0.13
一致指数トレンド成分	寄与度	0.57	0.59	0.48	0.43	0.38	0.37
3ヶ月後方移動平均	前月差(ポイント)	111.2	109.7	107.6	106.2	105.7	105.7
	寄与度	-1.00	-1.53	-2.13	-1.34	-0.50	0.00
7ヶ月後方移動平均	前月差(ポイント)	110.6	110.5	110.0	109.2	108.3	107.5
	寄与度	0.04	-0.10	-0.53	-0.83	-0.84	-0.79

(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、CI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26年(2024)					
		2月	3月	4月	5月	6月	7月
CI一致指数	前月差(ポイント)	113.1	114.7	111.1	111.2	109.7	109.9
		-1.6	1.6	-3.6	0.1	-1.5	0.2
C1 生産指数(鉱工業)	前月比伸び率(%)	-2.3	0.7	-2.8	0.7	-3.4	0.2
	寄与度	-0.28	0.07	-0.38	0.08	-0.38	0.02
C2 鉱工業生産財出荷指数	前月比伸び率(%)	-1.1	-0.9	-3.4	0.2	-3.4	1.0
	寄与度	-0.14	-0.12	-0.47	0.01	-0.40	0.11
C3 大口電力使用量	前月比伸び率(%)	-0.8	0.3	-1.6	0.2	-0.4	-0.4
	寄与度	-0.19	0.03	-0.40	0.02	-0.11	-0.11
C4 耐久消費財出荷指数	前月比伸び率(%)	-5.3	-2.7	-0.3	-7.4	-4.1	-1.7
	寄与度	-0.29	-0.14	-0.01	-0.35	-0.26	-0.10
C5 所定外労働時間指数(調査産業計)	前月比伸び率(%)	-0.5	2.1	-0.5	-1.3	-0.7	-1.2
	寄与度	-0.08	0.28	-0.09	-0.22	-0.12	-0.20
C6 投資財出荷指数(除輸送機械)	前月比伸び率(%)	-4.5	2.3	-5.7	-1.5	-0.8	3.6
	寄与度	-0.38	0.20	-0.53	-0.13	-0.07	0.32
C7 商業販売額(小売業)(前年同月比)	前月差	-0.8	7.4	-15.3	3.9	-0.2	1.1
	寄与度	-0.06	0.49	-0.87	0.35	-0.02	0.10
C8 商業販売額(卸売業)(前年同月比)	前月差	-2.4	5.5	-10.5	1.7	0.8	0.3
	寄与度	-0.13	0.36	-0.69	0.13	0.07	0.04
C9 営業利益(全産業)	前月比伸び率(%)	2.4	2.4				
	寄与度	0.23	0.23	0.16	0.14	0.13	0.12
C10 中小企業出荷指数(製造業)	前月比伸び率(%)	-2.3	0.9	-1.9	0.8	-4.9	0.8
	寄与度	-0.29	0.10	-0.27	0.09	-0.40	0.10
C11 有効求人倍率(除学卒)	前月差	0.01	0.02	0.01	0.01	0.01	0.00
	寄与度	0.02	0.12	-0.05	0.00	-0.01	-0.12
3ヶ月後方移動平均	前月差(ポイント)	113.2	114.2	113.0	112.3	110.7	110.3
		0.63	0.94	-1.20	-0.64	-1.66	-0.40
7ヶ月後方移動平均	前月差(ポイント)	111.4	112.2	112.5	112.6	112.3	112.1
		0.69	0.88	0.25	0.07	-0.22	-0.28

(注) CI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。

「景気動向指数 平成26年7月(速報)」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。

会社を伸ばす人材を確保する！ 人材募集・選考・採用のポイント

ポイント

- ① 人材募集から採用面接までの準備
.....
- ② 採用面接の留意点と人材評価の仕方
.....
- ③ 採用面接時の質問・評価シートの事例集
.....



参考文献

- 「1週間で会社が変わる！ 採用の教科書1」 稲田 行徳 著（ビジネス・ベストセラー出版）
- 「原因×集中×結果の人材マネジメント方程式」 菊谷 寛之 著（労働調査会）
- 「『会社を伸ばす人材』を見つける採用面接マニュアル」 斎藤 之幸 著（すばる舎リンケージ）

1 人材募集から採用面接までの準備

人手不足による企業経営の危機が各情報誌で取り上げられています。人手不足を理由とした企業倒産は、バブル崩壊後の景気停滞期にはほとんど見られませんでした。昨年くらいから目立ち始め、今年の上半期ですでに去年の件数に迫る勢いだと報じられています。

また、賃上げによる人材獲得競争は、中小企業の経営を圧迫させる要因にもなっています。そこで、本レポートでは、人手不足と採用難の悪循環から脱却するための「良い人材採用のポイント」について解説いたします。

■ 募集広告作成時の留意点

求人は、一昔前はハローワーク（公共職業安定所）で募集するという方法が主流でしたが、今は様々な方法があります。どんな人材を求めるかによって、媒体も選ぶ必要があります。ここを間違えると、経費ばかりかかって効果が期待できません。その一つひとつについて、特徴をまとめると下記のとおりです。

募集媒体	特徴
ハローワーク	無料であり公的機関なので、安心というメリットがある反面、良い人材が来ない、良質な人材が集まりにくいという評価があるのも事実。
新聞折り込み広告	近場から、パートや勤務地限定社員などを募集する場合に利便性を発揮する。費用は一般的なもので4～5万円から20万円～30万円ほどかかる上、安易な応募者も出てくるので定着率に問題があるといった問題がある。
就職情報誌	折り込み広告よりは広範囲からの募集が可能。気軽に利用できる反面、費用は一般的なもので10万円前後から、場合によっては20～30万円ほどかかる。
新聞広告	広範囲に募集をかけることができ、良質の人材が得られやすいという評価がある。掲載先は、所在地域で高いシェアを誇る新聞社を選ぶと良い。ただし、折り込み広告と比較してコストが高いというデメリットがある。
人材紹介業者	人材派遣業者が兼業しているケースが多い。手数料は高額なため、良質な業者選定に注意を払う必要がある。
インターネット	自社のホームページを通じた求人募集や、ネット上で仲介する専門業者を活用する方法。費用面でのメリットが大きいので近年主流になってきている。

募集媒体と広告作成のポイント

応募者が具体的にイメージできるものを心掛ける
経営者からのメッセージや経営理念などがあれば、会社のイメージも良くなる
勤務時間や休日・休暇制度などの記載は明確にする。特に残業時間数を軽視しないこと
「どんな人材を求めているか」といった具体的な募集人材の記述を行うこと
募集広告で成功するには、経営者自らが多くの広告を見て、自身が心動かされる広告とはどんなものかを学習する

2 採用面接の留意点と人材評価の仕方

■ 履歴・職務経歴書のチェックポイント

履歴書や職務経歴書は、原則として面接時の参考資料として位置づけます。
履歴書・職務経歴書のチェックポイントをまとめると以下のとおりです。

履歴書・職務経歴書のチェックポイント

1. 履歴書での評価ポイント

- 文字から判断できること—どんな性格か
- 写真から判断できること—どんな雰囲気か
- 学歴から判断できること—当社相応の人材か否か
- 職歴から判断できること—おおよその経歴および転職回数と在籍年数
- 志望動機から判断できること—真剣さはどうか
- 本人希望欄から判断できること—自分本位かどうか

2. 職務経歴書での評価ポイント

- 文章能力はどうか—文章能力が必要な部署での採用が目的であれば採点しておく
- 内容でプラス・マイナスの点—面接時に確認。現時点では参考情報にとどめておく
- 気になる点—メモしておいて、面接時に確認する

■ 社会人としてのベースを判断する

面接時における遅刻や服装、態度、立ち居振る舞いも重要な判断尺度となります。
評価のポイントは以下のとおりです。

対象	判断尺度
遅刻	遅刻の理由によっては、やむを得ない場合もあるが、原則として大きな減点対象となる。時間という約束を守らなかった、あるいは軽視したことが問題。これは、責任感の欠如、もしくは劣る人間であることを意味する。
礼儀作法	挨拶やお辞儀の仕方、部屋への入り方が該当する。また、表情や動作、声や視線など、礼儀作法の裏に垣間見れる挙動も評価対象となる。 ただし、よくできたからといって、あまり大きな得点にはしない方がよい。
服装	原則はスーツ姿の正装が望ましい。その理由は、正装でないこと自体が問題ではなく、「わが社に対する姿勢」が問題となる。その他の清潔感、雰囲気、装飾品の趣味もチェックポイントとなる。
態度	落ち着きの有無や、尊大さ、謙虚さ、姿勢といった態度の評価。これらは新卒者の場合は、事前にある程度学習したり教育訓練をしてくるから、その分を割り引いた評価が必要になる。 姿勢などもチェックしたい。見た目は、意外なほど中身を表現している。

■ 面接開始にあたり応募者の緊張をほぐす工夫

第一に肝心なことは、原則として面接担当者は応募者を迎え入れてあげることです。これは、

応募者の緊張をほぐしてやり、ありのままの自分を出してもらうためには、笑顔の対応が良いとされています。また、面接担当者が経営者である場合には、経営者自身もありのままでの対応が望ましいです。理由は、経営者との良い人間関係が築けるか否かを判断するためには、双方ともありのままを表面に出すことが望ましいからです。

いくつかの例外を前提とした上で、原則は優しい笑顔で語りかけ、相手がリラックスして話し、質問にも答えられる雰囲気を出してあげることが大切です。

アイスブレイクの言葉をいくつか用意しておくといいでしょう。

■ 志望の真剣さを評価する

(1) 関心度を知る

志望動機の質問は、自社への関心の度合いを知る上で最も大切です。どんなに良い人材でも、この志望動機が低い加減では、採用しても仕事に身が入らず長続きしません。

また反対に、あまりにもこの動機が強い場合も要注意です。その理由は、どうしても入社したいという思い込みが強い場合、わずかなイメージの違いを知っただけで幻滅を感じ、早期退職してしまいがちになるからです。

関心度を評価するポイント

動機が明確で意欲が感じられることが最低条件。さらに入社後に挑戦したい仕事や、自分のキャリアビジョンが見えていることが望ましい。

(2) 認識・興味を知る

わが社の仕事内容やその大変さ、面白さ、業界の知識、扱う商品の知識について質問します。ただし、深い具体的知識は必要ありません。具体的に色々知っていたとしても、それは面接用に仕入れた知識であって意味がないものがほとんどです。

認識・興味を評価するポイント

少なくとも業界や扱う製品、商品などの一般的知識を言える、もしくは関心を持っている。

(3) 志望の真剣さを見るチェックポイント

1. 質問に対する回答から分かる「できる応募者」

志望動機が明確で意欲的 わが社の製品、サービス内容を、ある程度は理解している
自己の目標が具体的かつ明確である
自分のこれまでとこれからのキャリアビジョンがある

2. 質問に対する回答から分かる「できない応募者」

幼稚な志望動機 わが社の製品、サービスをまったく知らない
指示待ちの態度が見て取れる これまでの仕事や、応募先の統一性があまりにもない
わが社の強みや弱みなど、考えたこともなさそう

3 採用面接時の質問・評価シート的事例集

■ 仕事や生き方に対する姿勢を判断する質問例

評価のポイント

1. 仕事能力、責任感、向上欲を探る
2. 社会のおきてに対する考え方を知る
3. 責任感や忍耐力を問う

質問例

前の会社を辞めた理由は何ですか？
 あなたが仕事をする目的は何ですか？ 自己向上のため、家族のため、社会のため、賃金のため等、お話しください。
 あなたの仕事から得られる会社利益と人件費との関係について、思うところを述べてください。
 働くことを通じて、何を得られると考えていますか？
 以前の職場での人間関係はどうでしたか？ 不満なことなどありませんでしたか？

■ 人物を見るための質問例

評価のポイント

1. 将来性を含めた人物の全体像を知る
2. 周囲の人との関係性を見る
3. 素直さ、誠実さを見る
4. 本性を見抜く

質問例

常日頃、両親はあなたにどんなことを言っていますか？
 あなたの夢、将来への大きな目標について話してください
 最近のニュースで感じていることは何ですか？
 友人や知人で大きな夢を持っている人はいますか？ その人をどう思いますか？
 今までで一番嫌だったこと、嬉しかったことは何でしょうか？ その理由も教えてください。

正社員版 評価シート例

評価基準	5	4	3	2	1
志望の真剣さを見る メモ					
知識・経験を見る メモ					
人柄・自己認識度を見る メモ					
話力・説得力を見る メモ					
理解力・対応力を見る メモ					
仕事や生き方に対する姿勢を見る メモ					
行動力・積極性を見る メモ					
モラトリアム傾向を見る メモ					
人物を見る メモ					
本音を見る メモ					
その他特記事項					
総合評価	5 — 4 — 3 — 2 — 1				
判定	採用・保留・不採用				

経営データベース ①

ジャンル: 経営実務 > サブジャンル: 環境経営・環境会計



企業の環境リスク

企業の環境リスクには、どのような可能性が考えられますか。



人為活動によって生じた環境の汚染や変化（環境負荷）が、環境の経路を通じて、ある条件のもとで人の健康や生態系に影響を及ぼす可能性（おそれ）のことです。またそうして引き起こされた環境汚染によって被害補償を求められる可能性をリスクとして捉えることができます。

環境リスクの要因としては、一般に化学物質が念頭に浮かびますが、その他に自然環境の改変行為、温室効果ガス（二酸化炭素など）の排出による大気中濃度の増大、フロンによるオゾン層の破壊など環境保全上の支障となるおそれのあるすべての要因が対象となります。

従って、このような環境をめぐる動きとしては、環境省などが主体となって法令がつくられたほか、国際的な圧力が高まっているため、企業にとっては将来の投資や出費を伴う事態を想定しておく必要があります

具体的には以下の3点に集約できるでしょう。

現在企業に適用されている環境法令の遵守
新たな環境法令の制定あるいは基準値の規制強化
土壌汚染、水質汚濁の浄化費用負担

日本の企業は法令の存在自体は認識しているものの、遵守する意識が薄い企業が多いようです。環境で問題を起こした企業は同様な傾向にあり、企業ぐるみの印象を外部に与え、企業イメージをダウンさせる結果となります。

また、国民全体の環境意識が高まり、監督官庁による新たな環境法令の制定、または現環境法令の規制強化が、企業の存続に関わる自体も考えられます。例として、ダイオキシンの規制により、廃棄物処理業者は多額の投資により焼却装置の改修をするか、または事業からの撤退をしなければならなくなりました。

一方、製造工場を保有する企業は、土壌汚染、水質汚濁に対して汚染の浄化費用負担が求められるようになりました。2003年2月には、「土壌汚染対策法」が施行され、土壌汚染者あるいは土地の所有者に浄化義務が存在すると明示されています。



環境会計の機能と役割

環境会計の機能と役割について教えてください。



1 環境会計の定義

環境会計とは、企業等が、持続可能な発展を目指して、社会との良好な関係を保ちつつ、環境保全への取り組みを効率的かつ効果的に推進していくことを目的として、事業活動における環境保全のためのコストとその活動により得られた効果を認識し、可能な限り定量的（貨幣単位又は物量単位）に測定し伝達する仕組みです。

2 環境会計の機能と役割

環境会計の機能は内部機能と外部機能に分けられます。

（１）内部機能

企業等の環境情報システムの一環として、環境保全コストの管理や、環境保全対策のコスト対効果の分析を可能にし、適切な経営判断を通じて効率的かつ効果的な環境保全への取組を促す機能です。

内部機能は、企業等の内部において、環境保全対策に要したコストとその効果を評価して環境保全対策をより効率的、効果的なものにするために、また、環境保全活動

が事業活動に与える影響を把握するために有効です。すなわち、経営者や関係部門等による環境情報システムとしての環境会計の利用を通して経営管理ツールとしての役割が期待されます。

（２）外部機能

企業等の環境保全への取り組みを定量的に測定した結果を開示することによって、消費者や取引先、投資家、地域住民、行政等の外部の利害関係者の意思決定に影響を与える機能です。

外部機能は、環境会計情報を、環境報告書を通じて環境保全への取り組み姿勢や具体的な対応等と併せて公表することによって、企業等の環境保全への取り組みを利害関係者に伝達するために有効です。公表によって外部の利害関係者に対して説明責任を果たすと同時に、環境に配慮した事業活動に対する適切な評価に結びつく役割が期待されます。

