

2014.9.30

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26日号

中国経済:

景気10指標の動きと7-9月期の成長率(予想)

経済・金融フラッシュ 2014年9月25日号

【8月米住宅販売】

新築が2008年5月以来の50万超

2 経営TOPICS

統計調査資料

平成26年9月

月例労働経済報告

3 経営情報レポート

自社の利益にも直結!

良い職場風土を築くための職場改善活動

4 経営データベース

ジャンル:経営計画 サブジャンル:新規事業計画

新規事業計画書の必要性

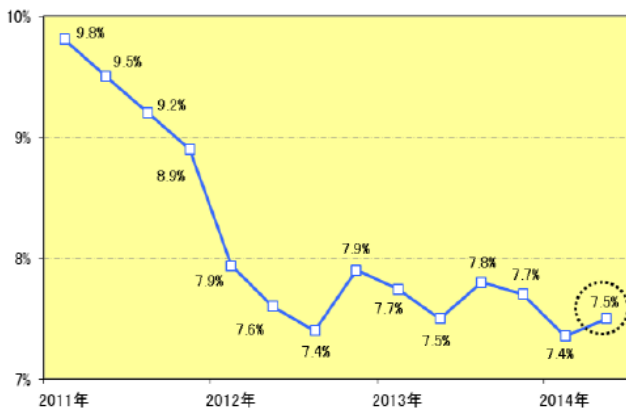
事業計画書の事前評価

中国経済：景気10指標の動きと7-9月期の成長率（予想）

要旨

1 中国の2014年4-6月期の実質GDP成長率は前年同期比7.5%増と1-3月期の同7.4%増を若干上回ったしかし、その後8月には景気の勢いが鈍化して再び下ぶれ懸念が高まってきた。

実質 GDP 成長率（前年同期比）



(資料) CEIC (中国国家統計局)

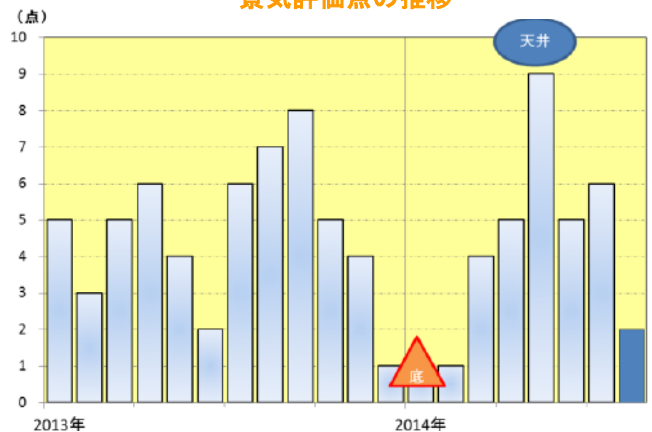
2 需要面を捉える指標としては、個人消費の代表指標である小売売上高、投資の代表指標である固定資産投資、輸出金額の3つがある。小売売上高と輸出金額は一定の伸びを維持しているが、固定資産投資は8月に大きく落ち込んだ。

3 供給面から景気を捉える指標としては、工業生産、製造業のPMI、非製造業の商務活動指数の3つがある。製造業のPMIは8月に落ちたとはいえ高水準だが、非製造業の商務活動指数は盛り上がり欠けており、工業生産は8月に前年同月比6.9%増と大きく落ち込んだ。

4 その他の指標としては、貨物輸送量は上向きつつあり、電力消費量には冷夏という特殊要因もあったため9月は少し回復する可能性もあるが、生産者物価、M2は景気悪化を示唆する内容となった。

5 景気10指標を総合的に見た景気評価点（3カ月前比で上向きなら1点、下向きなら0点として集計したもの）は、5月の9点を天井として8月には2点まで落ち込んだ。景気評価点が下がると成長率も下がることが多いため、7-9月期の成長率は下がる可能性がある。

景気評価点の推移



(資料) 各種公表データを元にニッセイ基礎研究所で独自作成

6 当研究所で開発した回帰モデルを用いて7-9月期の成長率を予想したところ前年同期比7.1%増となった。±0.2ポイント程度の誤差は有り得るものの、今回の成長率は4-6月期を大きく下回ることを覚悟しておいた方がよさそうだ。

【8月米住宅販売】 新築が2008年5月以来の 50万超

要旨

1 結果の概要:新築が2008年5月以来の水準に

9月22日に全米不動産協会（NAR）が8月の中古住宅販売件数を、24日には米国商務省と住宅都市開発省（HUD）が共同で8月の新築一戸建て住宅販売件数を公表した。8月の中古住宅販売件数は季調済の年換算で505万件（前月改定値：同514万件）となり、前月から減少、市場予想の520万件（Bloomberg集計の中央値、以下同様）に届かなかった。

一方、8月の新築一戸建て住宅の販売件数は季調済年換算で50.4万件（前月改定値：同42.7万件）となり、こちらは前月から急拡大、市場予想（43.0万件）を大きく上回った。

住宅販売の動向



2 中古住宅販売の詳細:改善に足踏み

8月の中古住宅販売（季調済）は前月比で▲1.8%（前月：同+2.2%）とマイナスに転じ、前年同月比では▲5.3%（前月：同▲4.5%）と、昨年11月から10カ月

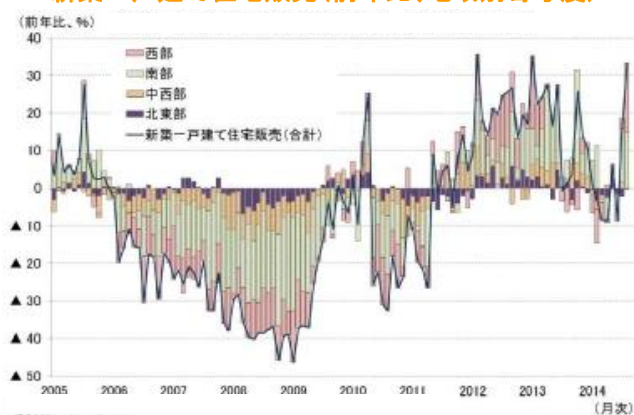
連続で前年の水準を下回っている。

7-8月は前年同月の住宅販売水準が高かったことから、前年同月比ではマイナス幅が大きくなりやすい傾向にあるが、今回は前月比の改善にも足踏みが見られる結果となった。中古販売のうち、約9割を占める中古一戸建て住宅のみで見ると、季調済の年換算で446万件、前月比▲1.8%、前年同月比▲4.9%であった。

3 新築一戸建て住宅販売の詳細:急拡大

8月の新築一戸建て住宅販売は、前月比で+18.0%（前月：+1.9%）となり、急拡大した。前年同月比で見ても+33.0%（前月：+16.3%）となり、前年同月の販売件数が不振だったこともあり、2桁のプラスを記録した前月からさらに拡大している。4つの地域別に見ると、中西部が横ばい、他の3つの地域はプラスとなった。具体的には、北東部が+29.2%、南部が+7.8%、西部が+50.0%となった。

新築一戸建て住宅販売(前年比、地域別寄与度)



平成26年9月 月例労働経済報告

I 概況

1 一般経済の概況

景気は、このところ一部に弱さもみられるが、緩やかな回復基調が続いている。

- 個人消費は、持ち直しの動きが続いているものの、このところ足踏みがみられる。
- 設備投資は、増加傾向にあるものの、このところ弱い動きもみられる。
- 輸出は、横ばいとなっている。
- 生産は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動の影響もあって、弱含んでいる。
- 企業収益は、改善に足踏みがみられる。企業の業況判断は、慎重となっているものの、改善の兆しもみられる。
- 雇用情勢は、着実に改善している。
- 消費者物価は、緩やかに上昇している。

先行きについては、当面、一部に弱さが残るものの、雇用・所得環境の改善が続くなかで、各種政策の効果もあって、緩やかに回復していくことが期待される。ただし、駆け込み需要の反動の長期化や海外景気の下振れなど、我が国の景気を下押しするリスクに留意する必要がある。

2 労働経済の概況

労働経済面をみると、雇用情勢は、着実に改善している。

完全失業率は、7月は前月比0.1%ポイント上昇し、3.8%となった。また、15～24歳層の完全失業率は、前月比0.5%ポイント低下し、6.7%となった。完全失業者数は増加し、就業者数は減少した。労働力人口は6月まで2か月連続で増加した後、7月はやや減少した。

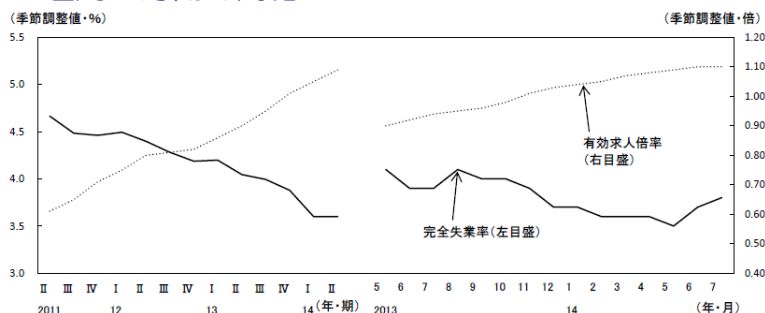
雇用者数はこのところ増加してい

る。新規求人数は横ばい圏内の動きとなっており、有効求人倍率は上昇傾向となっている。製造業の残業時間は弱含んでいる。

賃金をみると、定期給与は底堅く推移している。現金給与総額は緩やかに増加している。

先行きについては、着実に改善していくことが期待される。

■雇用・労働力需給



資料出所 厚生労働省「職業安定業務統計」、総務省統計局「労働力調査」
(注) 完全失業率の2011年第I～III期は総務省統計局による補完推計値。

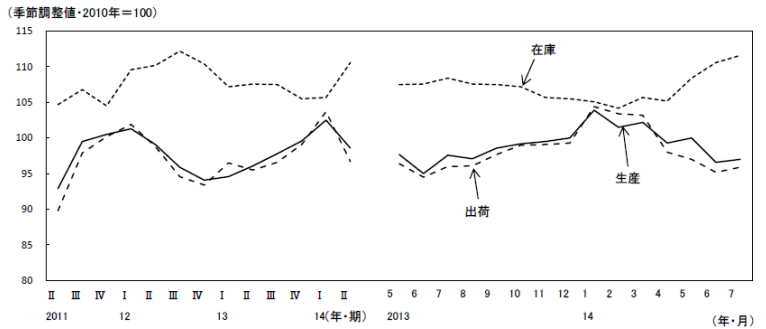
II 一般経済

(1) 生産は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動の影響もあって、弱含んでいる。

2014年7月の鉱工業生産は、0.4%上昇した。業種別にみると、輸送機械は、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動の影響もあって、弱含んでいる。はん用・生産用・業務用機械及び電子部品・デバイスは横ばいとなっている。出荷は前月比0.7%、在庫は同0.9%上昇した。生産の先行きについては、当面、消費税率

引上げに伴う駆け込み需要の反動の影響が残るものの、次第に持ち直しに向かうことが期待される。なお、製造工業生産予測調査においては、8月は前月比1.3%、9月は同3.5%の上昇が見込まれている。

■ 生産・出荷・在庫



(2) 最終需要の動向

① 個人消費は、持ち直しの動きが続いているものの、このところ足踏みがみられる。

二人以上の世帯の実質消費支出は、6月1.5%増となった後、7月0.2%減となった。うち勤労者世帯では、6月1.4%増となった後、7月1.7%増となった。勤労者世帯の平均消費性向は6月74.8%となった後、7月75.3となった。消費者態度指数の推移をみると、8月は前月から0.3ポイント低下し、41.2となった。7月の小売業販売額は0.5%減、大型小売店販売額は1.7%減となった。また、国内新車（乗用車、軽を含む）の登録・届出台数は、7月2.6%減となった後、8月9.5%減となった。

先行きについては、雇用・所得環境が改善するなかで、持ち直していくことが期待される。ただし、駆け込み需要の反動からの持ち直しの動きには、品目によってなおばらつきがみられていることなどから、反動が長引く懸念にも留意が必要である。

② 設備投資は、増加傾向にあるものの、このところ弱い動きもみられる。

財務省「法人企業統計季報」によると、全産業の設備投資は、2014年1～3月期は季節調整済前期比2.8%増加したが、4～6月期は同1.8%減少（うち製造業同7.1%減少、非製造業同0.9%増加）した。また、資本財出荷指数（除、輸送機械）をみると、2014年7月は季節調整済前月比5.2%上昇した。今後の動向については、日本銀行「全国企業短期経済観測調査」（日銀短観、6月調査）では、2014年度の設備投資計画（全規模計、前年度比）は、全産業では1.7%の増加、製造業では10.1%の増加、非製造業は2.4%の減少となっている。また、機械受注（船舶・電力を除く民需）は、2014年6月は季節調整済前月比8.8%、7月は同3.5%増加した。国土交通省「建築着工統計」による非居住用建築物（民間）の工事予定額をみると、2014年6月は季節調整済前月比0.4%増加したが、7月は同15.7%減少した。

先行きについては、これまでの企業収益の改善等を背景に、増加傾向が続くことが見込まれる。

③住宅建設は、このところ減少テンポが緩やかになっている。

新設住宅着工戸数をみると、2014年6月は季節調整済前月比1.3%増加したが、7月は同5.0%減少した。7月は年率83.9万戸となった。

着工床面積は、2014年6月は季節調整済前月比4.6%増加したが、7月は同5.7%減少した。

先行きについては、当面、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動の影響が残るものの、次第に下げ止まりに向かうことが期待される。ただし、建設費の動向や建設労働者の需給状況には引き続き注視が必要である。

④公共投資は、総じて堅調に推移している。

公共機関からの建設工事受注額は、2014年6月は前年同月比10.6%、7月は同21.0%増加した。また、公共工事請負金額（「公共工事前払金保証統計」）をみると、7月は前年同月比3.5%増加したが、8月は同8.1%減少した。

公共投資の関連予算をみると、国の平成26年度一般会計予算では、公共事業関係費について前年度当初予算比12.9%増（特別会計改革の影響等を除くと1.9%増）としている。平成26年度地方財政計画では、投資的経費のうち地方単独事業費について、前年度比4.2%増（東日本大震災分を含む）としている。

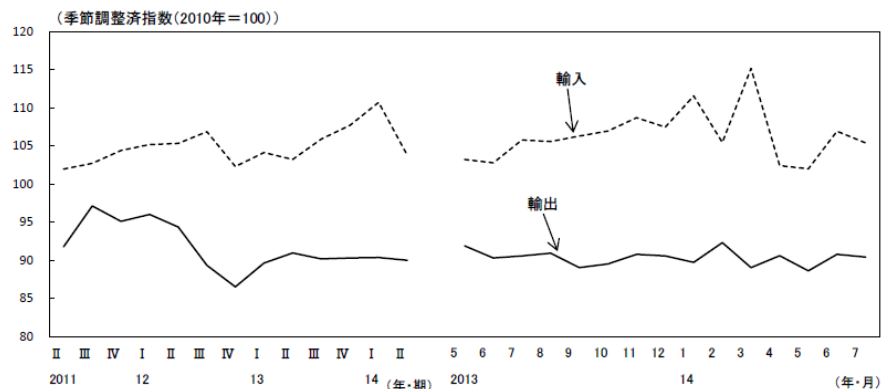
先行きについては、関連予算の執行により、底堅く推移することが見込まれる。

⑤輸出は、横ばいとなってい

る。

■貿易統計

通関輸出（数量ベース、季節調整済前期比）は、2014年6月は2.4%増加したが、7月は0.4%減少した。四半期別では、2014年1～3月期は0.1%増加したが、4～6月期は0.4%減少した。地域別にみると、アジア、アメリカ及びその他地域向けの輸出は、横ばいとなっている。EU向けの輸出は、持ち直しの兆しがみられる。



資料出所 財務省「貿易統計」

先行きについては、海外景気の底堅さ等を背景に、次第に持ち直しに向かうことが期待される。ただし、海外景気の下振れリスクに留意する必要がある。

輸入は、このところ弱含んでいる。通関輸入（数量ベース、季節調整済前期比）は、2014年6月は4.8%増加したが、7月（速報）は1.4%減少した。四半期別では、2014年1～3月期は2.8%増加したが、4～6月期は6.3%減少した。

地域別にみると、アジアからの輸入は、横ばいとなっている。アメリカ及びEUからの輸入は、このところ弱含んでいる。

先行きについては、次第に持ち直しに向かうことが期待される。

自社の利益にも直結！ 良い職場風土を築くための 職場改善活動

ポイント

- 1 良い組織風土づくりが必要な理由
- 2 社員の意識を変え、組織を変革させる活動ポイント
- 3 職場環境改善に有効となる5S活動の進め方
- 4 自ら行動できる社員を育てるポイント



■参考文献

『5Sの基本が面白いほど身につく本』(中経出版)大西 農夫明 著
『5Sの基本と実践がよ〜くわかる本』(秀和システム)石川 秀人 著
『書類・手帳・ノートの整理術』(サンクチュアリ出版)小西 七重・池田 秀之 著
『組織風土変革の進め方』(労政時報)片岡 幸彦 著

1 良い組織風土づくりが必要な理由

■ 売れない時代だからこそ顧客を見つめ直す

昨年の政権交代以降、景気は回復傾向にあります。それを裏付けるデータとして、昨年、日経平均株価は16,000円を超えました。さらに、景気動向を表す実質GDP成長率は、2013年7-9月期では、前期比+0.3%（年率換算+1.1%）と四半期連続のプラスにもなっています。このようなデータが示すとおり、景気は着実に回復しており、その恩恵として大企業の業績は上向いてきています。しかし、中小企業においては、まだ景気回復の実感が持てない経営者も多いという実態もあります。一方、消費者ニーズにおいては、景気低迷期には、とにかく安い商品がもてはやされていましたが、景気回復に伴い、「プチ贅沢」などの言葉が示すように、ある特定の商品については、高額商品も売れるようになってきています。このように景気回復により消費者ニーズは変革してきていますが、そのニーズに対応できずに既存商品・サービスや古い価値観にこだわり続けている企業は、景気回復の波に乗れずに業績が低迷したままの状況になってしまう可能性もあります。

■ 変革できる組織にするためには、組織風土の変革が必要

自社が今後、成長していくためには、従来のビジネスモデルにこだわるばかりでなく、変革していかなければなりません。しかし、自社の方針が社員に浸透していない、古い価値観にこだわっている、あるいは、社内コミュニケーションが悪いなどの状況を抱えていると、自社を変革させていくことは難しくなります。自社が以下のような状況に当てはまる場合には、経営者は、早期に組織風土を変革させることに注力していかなければなりません。

■ 停滞している組織に見られる傾向

- トップの考えが末端まで浸透していない
- 部門間の連携が悪く、顧客ニーズを商品に反映されるまでに時間がかかる
- 自社の方針に不満を持ち、辞めてしまう社員が多い
- 自社の強みが活かされていない
- 社員の意欲が低い

良い組織風土とは、「社員一人ひとりがビジョンを共有し、あらゆる経営環境変化にも対応できるよう常に変化しながら進化できる組織」です。このような組織風土を築き上げるためには、以下のような取り組みが必要となります

■ 組織風土改善に向けて取り組むべき項目

- ① 社員の仕事のやり方を顧客志向に切り替え、顧客ニーズに添えていく
- ② 社員一人ひとりが仕事の意義を考える
- ③ 継続的に業績向上と顧客への品質向上活動を行う

2 社員の意識を変え、組織を変革させる活動ポイント

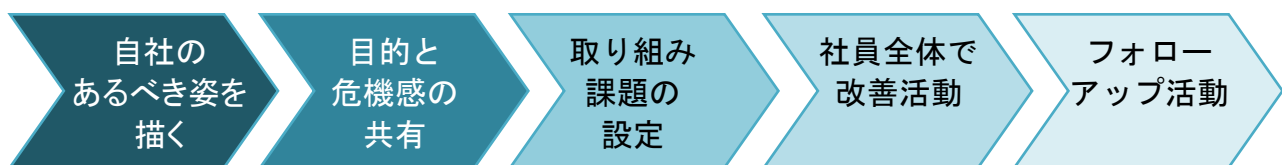
■ 自社を変革する目的と危機感を共有し、変革に向けた活動を行う

自社が変革していくために、まず最初に考えるべきことは、自社の組織風土を何のために変革を行うのかについて社内で共有することです。その意義が共有化されないと、全社一体的な活動に支障をきたしてしまうからです。

変革の必要性の共有化は、危機感の共有とも言えます。危機感の共有ができれば、次に自社の将来のあるべき姿を描きます。

その後、具体的に取り組むべき課題を設定し、目指す方向（ゴール）に向かって、社員全体で改善活動を展開していくことになります。

■ 社員自身が主体となった組織風土変革プロセス



■ 社員を変革活動に主体的に参加させるポイント

人は、自分自身で考え、納得して活動することで、モチベーションが喚起され、大きな成果を上げることが期待できます。

したがって、経営者としては、社員が主体的に取り組めるよう環境づくりを行い、社員のモチベーション向上につなげていくことが必要となります。

取り組みポイントを整理すると、以下の3つにまとめられます。

① 自己決定感、自律感を重視する

社員により洗い出された取り組み課題については、自発的に行うことができる環境をつくることです。経営者は、社員間の議論によって進むべき方向がずれてしまった場面において、自社の理念・ビジョンの再認識させ、軌道修正させる役割を担います。

② 達成感を持たせる

社員の成功体験から得られる効果は計り知れません。「やればできる」という達成感が得られ、自信を持つことができる機会を多くつくっていくことは、社員の成長に大きく寄与します。

③ チームワークの醸成

全社員参加型のプロジェクトを進めることは、チームワークの醸成にもつながります。

その活動においては、組織横断的にメンバーを組むことで、他部署、他部門との交流の機会にもなり、活動を通じて社員の一体感が増すことが期待できます。

3 職場環境改善に有効となる5S活動の進め方

■ 5S活動で職場環境を変える

5S活動は、行動の習慣や意識にも影響を与えます。また、問題箇所を捉えて対策をする過程で、改善マインドを育む効果もあるため、組織風土の変革にも効果が期待できます。

5S活動によって、利益を生む、無駄がなくなるなど、大きな効果が期待できる活動であり、良い職場風土にもつながる活動です。以下に、5S活動の目的を整理しました。

■ 5S活動の目的

- ミスがなく、正確な業務運営を行う
- ものを探す時間のムダを無くす
- お客様に対し、すばやい対応を実現する
- 担当者不在時に業務が停滞することを防止する
- 一人あたりの生産性を向上させる
- 清潔で快適な職場環境を維持する
- クリエイティブな発想を生む環境をつくる
- 自ら率先する行動意識を高める

お客様や近隣企業、地域住民から信頼される企業になることは、永続的に経営していく上で重要なことであると言えます。

これには3つの意味があります。1つ目は「顧客に勧めているものは自社の集大成であり、成果物である」という考え方です。

2つ目は、顧客に対して不満足を与えない仕事をしていこうという意味です。これは一人ひとりの心がけの部分でもありますが、個人の気持ちや頑張りに頼るだけでなく、企業として5Sに取り組むことで、仕事をする基盤の整備を狙っています。

3つ目は、「見た目」です。見た目は、相手の印象に残り、「見た目＝実態」とであると認識されがちです。たとえ相手との接点がない場合であっても、常に周りを意識し、「あるべき姿」に則る姿勢が肝心です。

5S活動の大切さは、企業のトップなど経営幹部に近くなるほど、よくわかっているものの、「なぜ？必要なのか」の説明を省いてトップダウン的に行うため、やらされ意識になり社員のやる気が続かないケースも多いようです。例えば、単純に「見た目が良くない」「みっともない」だけでは納得してくれない社員が多いということです。

つまり、「なぜ5Sが必要なのか」を社員に浸透させる必要があるということです。

5S活動を通じて「モノの考え方」に変革を与えることができれば、難しい改革・改善テーマであっても、成果が出るまでやり抜こうという気持ちが高まるでしょう。

しかし、5S活動ならば何でも良いというわけではありません。残念ながら、効果が出る前に挫折してしまうケースも多くあります。

そこで、組織の土壌を改善し、効果が高く、継続することができる5S活動とはどのようなものなのか、「組織が変わる5S活動の進め方」を紹介します。

4 自ら行動できる社員を育てるポイント

■「報・連・相」で約束事を守らせる

「躰」は、礼儀作法を身に付けさせることでもあります。礼儀作法の中でも基本中の基本といわれるのが、挨拶が当たり前に行えることです。お店に入った時、「いらっしゃいませ」と元気に挨拶されると、元気をもらった気がして、どなたも気持ちがいいはずです。

同じように、事務所や工場に取引先の方が来られた時、元気な挨拶をすると、この会社は気持ちがいいという印象を与えるはずです。つまり、事務所や工場での挨拶は、事務所や工場ができる「営業活動」とも言い換えることができます。

■「報・連・相」で約束事を守らせる

職場を維持するための重要なルールの中に、報告、連絡、相談（報・連・相）があります。これは、仕事を指示したり指示されたり、また、お互いが連携して仕事をする上で欠かせないルールです。指示したり指示されたり、お互いが連携して仕事をする時、以下の点を認識する必要があります。

- ①報告が無ければ、問題把握ができない
- ②連絡が無ければ、連携した行動がとれない
- ③相談が無ければ、問題が起こった後で手を打つ後手管理となる

逆に報・連・相がキッチリできていれば、同じ目的に向かって取り組むことができます。つまり、報・連・相は、職場でのコミュニケーションの基本ルールであり、自ら行動できる社員の必須ポイントでもあります。以下に代表的な報・連・相の内容とタイミングを一覧にしました。

項目	内容	タイミング
報告	仕事の進み具合	仕事の中間と完了時
	出張の内容と問題点	出張後
	指示された仕事の実施状況	随時および中間と完了時
	職場の問題点	発生の都度
	会議、打ち合わせの内容	終了後
連絡	共通の課題	発生の都度
	新たな情報	入手の都度
	職場の問題点	発生の都度
	他部署の状況	発生の都度、中間時
	決定事項、取り決め事項	決定ごと
	行事などの開催	決定ごと
相談	職場の問題と状況	発生の都度、定期的
	判断状況と内容	発生の都度

経営データベース ①

ジャンル: 経営計画 > サブジャンル: 新規事業計画



新規事業計画書の必要性

新規で事業を始める際、新規事業計画書が必要だといいますが、その必要性を教えてください。



1. 事業計画書を策定する利点

実際に起業をしてみたものの、事業がうまく軌道に乗れない、失敗してしまうケースが多々あります。事業がうまくいかない原因は色々と考えられますが、その多くは事業計画書を立てずに自己の思い入れだけで起業してしまったという例が目立ちます。

経営環境が激しく変化する昨今、後に思いがけないことで失敗してしまうのを防止するためにも、どのような事業であっても事業計画書を策定する必要があります。

① 自己の事業の実現可能性を客観的に判断できる

事業計画書には、将来のビジョン・事業コンセプト・マーケティング戦略・売上予測・資金繰りなどを記載しますが、これらの項目を何度も精査することによって、事業が成功するか、あるいは失敗してしまうかという見込みを、客観的に判断できるようになります。また、その過程で、自分が本当にやりたいことが何なのかに気づく場合もあります。自分の頭の中でぼんやりとしている内容を事業計画書に落とし込むことによって、将来の目標、課題、リスクなどが目に見える形で把握できるようになるのです。

② 関係者（出資者・銀行・地方自治体など）を説得させるのに活用できる

銀行、地方自治体などから融資を受ける場合、事業計画書を提出しなければならないケースがほとんどです。事業計画書の提出が必須でない場合であっても、事業計画書を添付して事業の魅力をアピールしたほうが、融資は受けやすくなる可能性が高いのです。特に書面での審査が中心の公的な制度融資においては、事業計画書の添付効果は抜群と言えるでしょう。

2. 事業計画書の大まかな構成

- ① 経営環境分析（SWOT分析・市場分析・競合分析・ポジショニングマップなど）
- ② 事業構想（経営理念・将来ビジョン・事業コンセプト・リスクの洗い出しなど）
- ③ 数値計画（売上予測・目標損益計算書・人員計画・損益分岐点分析・資金繰りなど）

事業計画書には特に決まった様式はありませんが、上記3つの項目は必須記載事項と考えられます。上記の項目は、どの事業を起業する場合であっても、必ず記載すべき項目です。

経営データベース ②

ジャンル: 経営計画 > サブジャンル: 新規事業計画



事業計画書の事前評価

新規事業計画書を作成する際、提出する前に評価を受けた方が良いと聞きましたが、具体的にどのようなところをお願いすれば良いのでしょうか。



銀行や制度融資機関から融資を受ける、またはベンチャーキャピタルから出資を受ける場合には、事業計画書に融資と出資の審査を通るだけの精度が求められます。多くの場合、一度で通ることはありません。そこで、資金の出し手に事前に相談して、事業計画書が通る可能性を高めます。さらに、審査に必要な課題解決を行い、これを「事前評価」でクリアしておきます。

1. 銀行の事前評価

相談する窓口は、法人渉外担当になります。法人渉外担当に説明すると、部門に持ち帰って法人渉外部門で事前評価がなされます。この段階で、ある程度前向きな感触を示されないと、審査にもかけてもらえません（事前評価で不承認となります）。法人渉外部門で前向きな感触を得れば、指摘された事項を修正し、審査部門の人に説明します。審査部門では、数多くの事業計画を審査しているので、説明段階で通る可能性は判断できます。事前評価の段階で審査を通る可能性が見極められたら、正式の申請書類である事業計画書を添付して提出します。しかし、信用格付けが悪いと通りません。あくまで参考と考えます。

2. 制度融資機関の事前評価

制度融資は、直接貸付と代理貸付の2種類があります。代理貸付は、制度融資を扱う銀行が窓口になるので、事前評価の方法は銀行と同じです。直接貸付では、まず事前に相談し、書式に記入する要領も確認します。必要な資料を電話で確認し、予約した窓口で相談します。すると、おおまかな評価が行われ、問題点も指摘してくれます。制度融資と一口にいっても多数の取扱機関があり、評価の厳しさもさまざまです。まず、当該機関に相談してみて、審査を通る可能性を見極めます。

3. ベンチャーキャピタルの事前評価

ベンチャーキャピタルは、出資する代わりに出資先会社の株式を保有します。必然的に、その会社の議決権をもつこととなります。この事実を経営者が理解していない場合が多く、注意が必要です。ベンチャーキャピタルでも、窓口で事前に事業計画書を説明します。ほとんどの場合、多くの課題があると指摘されます。審査の対象になるか否かは、窓口で明確にされます。審査対象にならない場合、その計画は廃棄されてしまいます。