

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.760 2022.2.8

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2022年1月31日号

2021年10-12月期の実質GDP

～前期比1.4% (年率5.6%)を予測

経済・金融フラッシュ 2022年2月1日号

雇用関連統計(21年12月)

～対面型サービス業を中心に持ち直すが、
22年入り後は足踏みの可能性

経営TOPICS

統計調査資料

消費動向調査

(令和4年1月実施調査結果)

経営情報レポート

社員のキャリア開発を後押しする リカレント教育推進のポイント

経営データベース

ジャンル:資金繰り > サブジャンル:不動産証券化

不動産を証券化するメリット ノンリコースローンとは

発行:税理士法人ネクサス

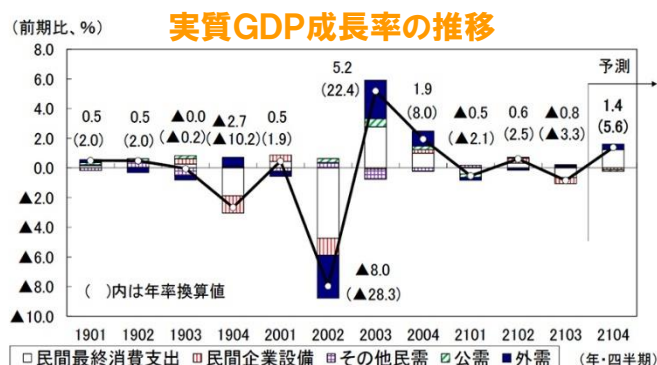
本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

ネット
ジャーナル

2021年10-12月期の実質GDP ～前期比1.4%(年率5.6%)を予測

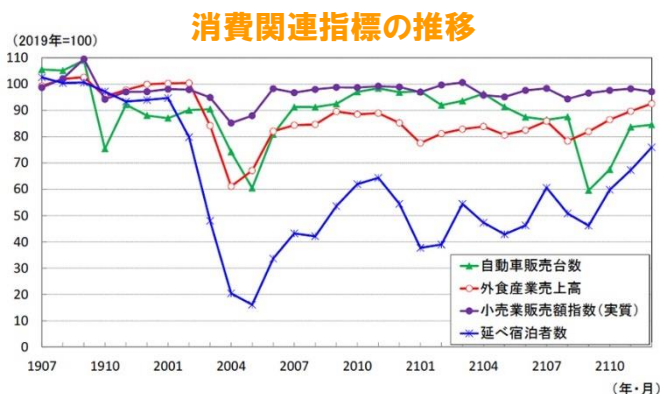
ニッセイ基礎研究所

- 1** 2/15に内閣府から公表される2022年10-12月期の実質GDPは、前期比1.4%(前期比年率5.6%)と2四半期ぶりのプラス成長になったと推計される。



(注) 2103までは当研究所による改定見込値、2104は予測値
(資料) 内閣府経済社会総合研究所「四半期別GDP速報」

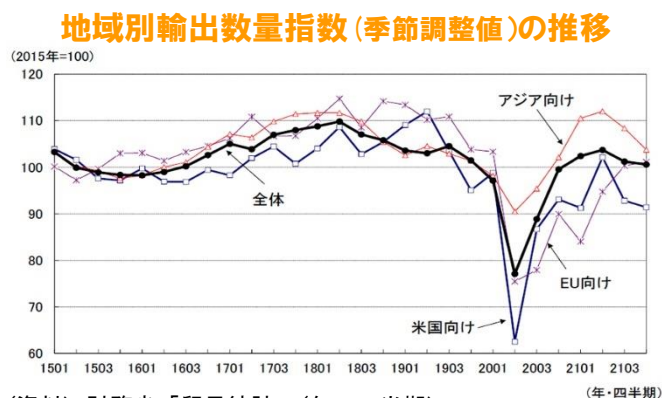
- 2** 外需寄与度が前期比0.4%(年率1.4%)のプラスとなる中、緊急事態宣言の解除を受けて、外食、宿泊などの対面型サービスを中心に民間消費が前期比2.3%の高い伸びとなったことが、成長率を大きく押し上げた。2021年10-12月期の実質GDPはコロナ前(2019年10-12月期)比で▲0.3%の水準まで回復したが、直近



(注) 小売業販売額指数は消費者物価指数(財)で実質化
外食産業売上高、自動車販売台数、延べ宿泊者数はニッセイ基礎研究所による季節調整値
(出所) 経済産業省、日本フードサービス協会、日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会

のピーク(2019年4-6月期)に比べれば▲3.0%低い。

- 3** 2021年入り後、交易条件の悪化に伴う海外への所得流出が続いている。
2021年の交易利得は▲3.8兆円となり、前年から▲6.9兆円の悪化が見込まれる。



(資料) 財務省「貿易統計」(年・四半期)
(注) 直近は21年10、11月の平均

- 4** 2021年10-12月期は高成長となったが、2022年入り後、新型コロナウイルスの感染再拡大を受けて、34都道府県でまん延防止等重点措置が適用されている。2021年1-3月期は民間消費が減少に転じる可能性が高く、成長率の急低下は避けられない。現時点では消費の落ち込みを輸出や設備投資の増加がカバーすることにより、前期比年率1%程度のプラス成長を予想している。

ただし、緊急事態宣言の発令などにより行動制限をさらに強化すれば、マイナス成長に陥る可能性が高まるだろう

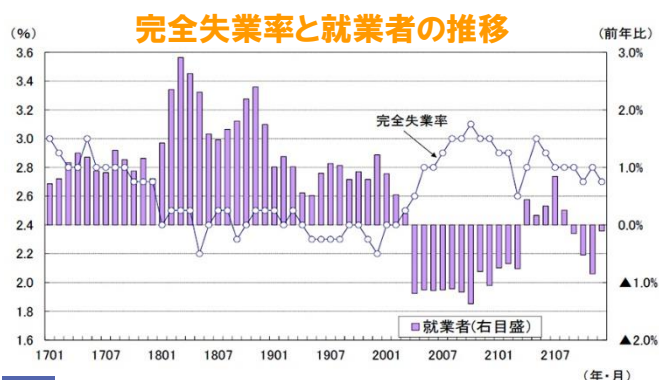
「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

雇用関連統計(21年12月) ～対面型サービス業を中心に持ち直すが、 22年入り後は足踏みの可能性

1 失業率は前月から0.1ポイント低下の2.7%

総務省が2月1日に公表した労働力調査によると、21年12月の完全失業率は前月から0.1ポイント低下の2.7%（QUICK集計・事前予想：2.8%、当社予想も2.8%）となった。労働力人口が前月から43万人の増加となる中、就業者が前月から49万人増加したため、失業者は前月から▲6万人減の186万人（いずれも季節調整値）となった。

労働力人口は8～10月の3ヵ月で▲99万人減少したが、11、12月の2ヵ月で56万人の増加となった。緊急事態宣言の解除を受けて、一時的に労働市場から退出した人の労働参加が進んだ。



2 対面型サービス業の休業率が低下

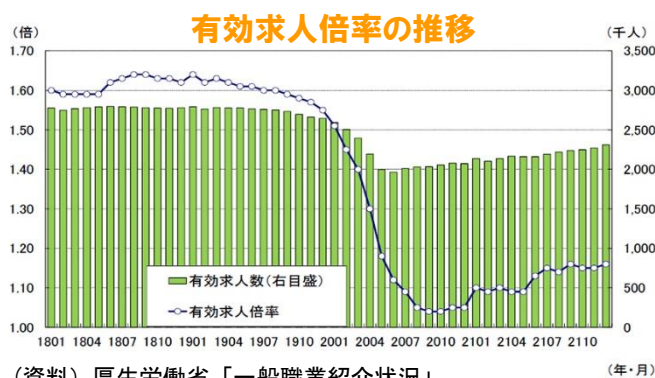
休業者数は189万人となり、前年に比べて▲13万人の減少（11月：同▲11万人減）となった。休業率（休業者／就業者）を産業別にみると、飲食店（11月：3.8%→12月：2.2%）、宿泊業（11月：4.0%→12月：1.9%）、娯楽業（11月：2.9%→12月：2.8%）がいずれも前月か

ら低下した。特に、緊急事態宣言解除後の外食、旅行需要の回復を反映し、飲食店、宿泊業の休業率がコロナ禍では最も低い水準となった（休業率は原数値）。

3 求人数は増加が続く

厚生労働省が12月28日に公表した一般職業紹介状況によると、21年12月の有効求人倍率は前月から0.01ポイント上昇の1.16倍（QUICK集計・事前予想：1.16倍、当社予想も1.16倍）となった。

有効求人数が前月比1.8%の増加となり、有効求職者数の伸び（同1.6%）を上回った。有効求人倍率の先行指標である新規求人倍率は前月から0.17ポイント上昇の2.30倍となった。新規求人数が前月比4.5%の高い伸びとなる一方、新規求職申込件数が同▲3.0%の減少となったことが、求人倍率の大幅改善につながった。



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。

消費動向調査 (令和4年1月実施調査結果)

内閣府 2022年1月31日公表

調査結果の概要

1 消費者の意識（二人以上の世帯、季節調整値）

(1) 消費者態度指数

令和4（2022）年1月の消費者態度指数は、前月差 2.4 ポイント低下し 36.7 であった。

(2) 消費者意識指標

消費者態度指数を構成する各消費者意識指標について、令和4（2022）年1月の動向を前月差で見ると、「雇用環境」が 4.8 ポイント低下し 36.7、「耐久消費財の買い時判断」が 2.2 ポイント低下し 34.3、「暮らし向き」が 1.8 ポイント低下し 36.8、「収入の増え方」が 1.0 ポイント低下し 38.9 となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差 0.7 ポイント低下し 39.7 となった。

(3) 基調判断

消費者態度指数の動きから見た1月の消費者マインドの基調判断は、足踏みがみられる。（下方修正。前月の表現：持ち直しの動きが続いている。）

消費者態度指数と消費者意識指標（二人以上の世帯、季節調整値）

		令和3年 (2021年)						令和4年 (2022年)
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
消費者態度指数		37.5	36.7	37.8	39.2	39.2	39.1	36.7
(前月差)		0.1	▲ 0.8	1.1	1.4	0.0	▲ 0.1	▲ 2.4
消費者態度指数を構成する意識指標	暮らし向き	39.0	38.1	39.2	39.1	38.1	38.6	36.8
	(前月差)	0.4	▲ 0.9	1.1	▲ 0.1	▲ 1.0	0.5	▲ 1.8
	収入の増え方	37.9	37.6	38.1	39.1	39.4	39.9	38.9
	(前月差)	0.3	▲ 0.3	0.5	1.0	0.3	0.5	▲ 1.0
	雇用環境	35.1	33.2	36.1	41.0	42.9	41.5	36.7
	(前月差)	0.1	▲ 1.9	2.9	4.9	1.9	▲ 1.4	▲ 4.8
	耐久消費財の買い時判断	37.8	37.7	37.8	37.7	36.5	36.5	34.3
	(前月差)	▲ 0.6	▲ 0.1	0.1	▲ 0.1	▲ 1.2	0.0	▲ 2.2
意識の指標の	資産価値	40.2	40.6	42.2	40.3	40.7	40.4	39.7
	(前月差)	▲ 1.2	0.4	1.6	▲ 1.9	0.4	▲ 0.3	▲ 0.7

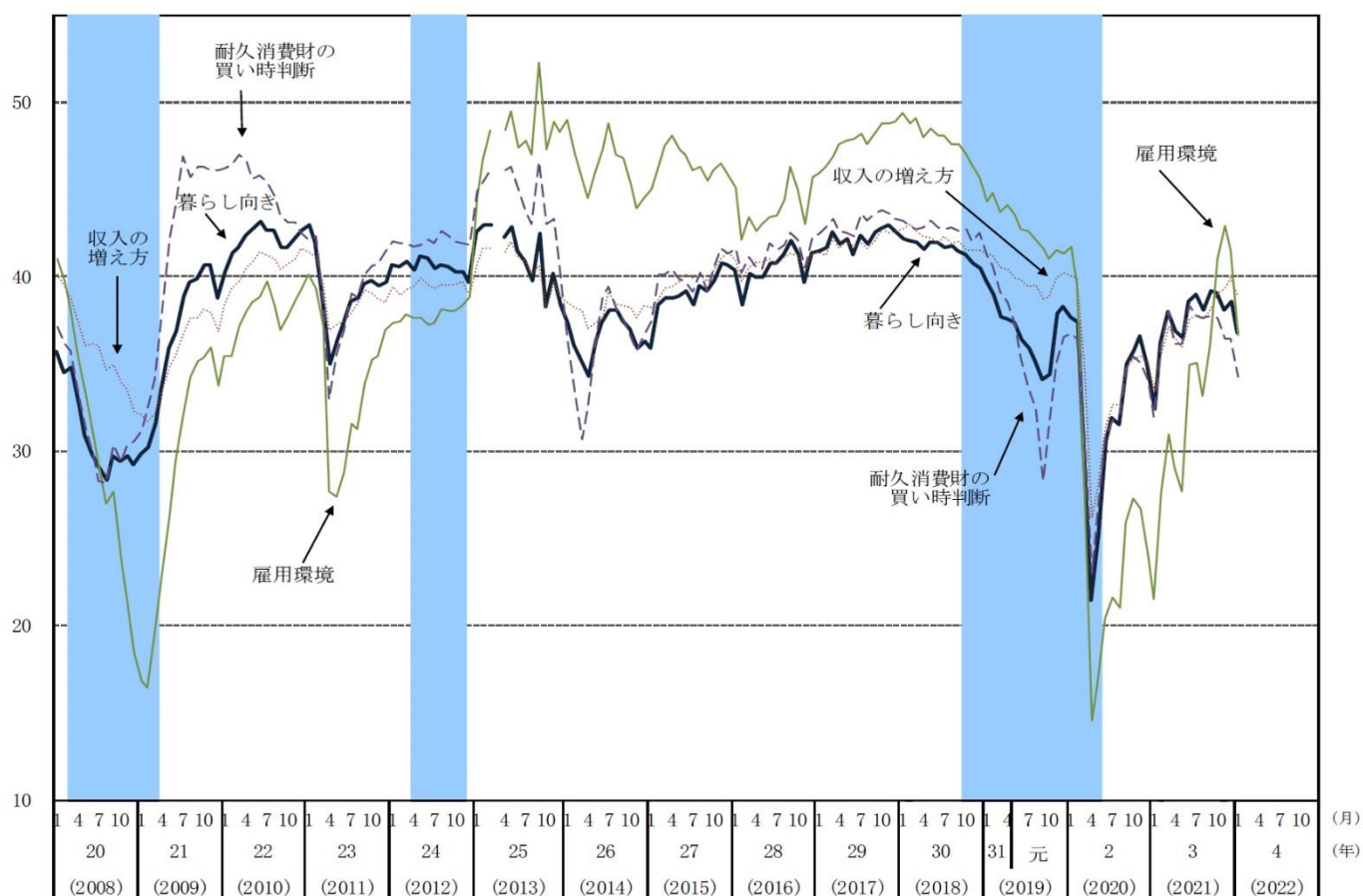
(注)消費者態度指数（季節調整値）は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目の消費者意識指標（季節調整値）を単純平均して算出している。

消費者態度指数と各消費者意識指標の推移(二人以上の世帯、季節調整値)

①消費者態度指数



②消費者態度指数を構成する消費者意識指標



(注) 1.シャドー部分は景気後退期を示す。

(注) 2.平成 25 (2013) 年 3 月までは訪問留置調査。平成 25 (2013) 年 4 月から平成 30 (2018) 年 9 月までは郵送調査、平成 30 (2018) 年 10 月から 郵送・オンライン併用調査で実施 (郵送・オンライン併用調査は同年 10 月調査より新規世帯に対して順次導入。ただし、調査 1 か月目の 新規世帯には、調査員が調査対象世帯を訪問して調査依頼・調査票配布・調査票回収を行うため、オンラインによる回答は同年 11 月調査から実施、以下同。

2 物価の見通し（二人以上の世帯）

令和4（2022）年1月の1年後の物価に関する見通しで、最も回答が多かったのは「上昇する（2%以上～5%未満）」（38.1%）であった。

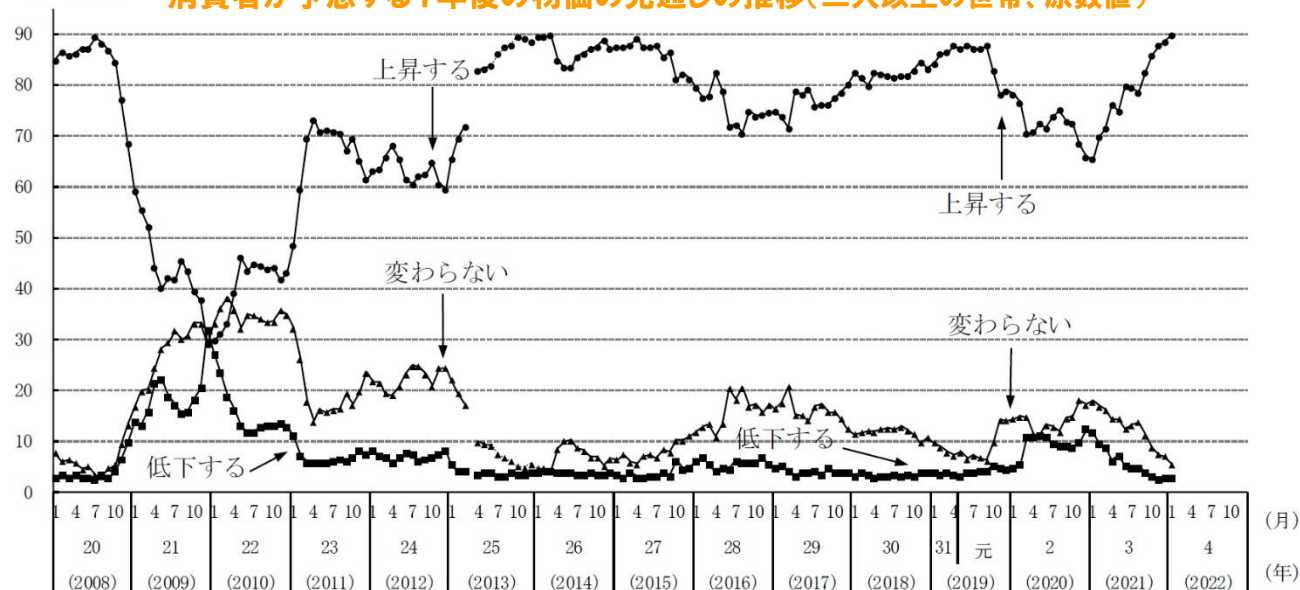
前月差でみると、「上昇する」が1.2ポイント増加したのに対して、「変わらない」が1.5ポイント減少し、「低下する」は前月と変わらず横ばいであった。

消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合が増加している。（据置き）

消費者が予想する1年後の物価の見通し（二人以上の世帯、原数値）（単位：％）

		令和3年 (2021年)						令和4年 (2022年)
		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
低下する	▲5%以上	0.3	0.4	0.4	0.2	0.3	0.4	0.5
	▲5%未満～ ▲2%以上	1.1	1.0	0.8	0.7	0.6	0.7	0.8
	▲2%未満	3.4	3.6	2.7	2.2	1.6	1.6	1.4
	<計> (前月差)	<4.8> (▲0.3)	<5.0> (0.2)	<3.9> (▲1.1)	<3.1> (▲0.8)	<2.5> (▲0.6)	<2.7> (0.2)	<2.7> (0.0)
変わらない	0%程度 (前月差)	13.2 (0.7)	13.7 (0.5)	11.2 (▲2.5)	8.8 (▲2.4)	7.5 (▲1.3)	7.1 (▲0.4)	5.6 (▲1.5)
上昇する	2%未満	31.0	32.2	30.7	26.6	22.7	21.5	20.3
	2%以上～ 5%未満	32.0	30.3	32.8	35.8	35.2	36.3	38.1
	5%以上	16.3	16.0	19.0	23.5	29.7	30.7	31.3
	<計> (前月差)	<79.3> (▲0.6)	<78.5> (▲0.8)	<82.5> (4.0)	<85.9> (3.4)	<87.6> (1.7)	<88.5> (0.9)	<89.7> (1.2)
分からない		2.6	2.8	2.5	2.1	2.2	1.8	2.0

回答割合(%) 消費者が予想する1年後の物価の見通しの推移（二人以上の世帯、原数値）



消費動向調査（令和4年1月実施調査結果）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。



社員のキャリア開発を後押しする リカレント教育 推進のポイント

1. リカレント教育の意義と課題
2. 企業が描くべき社員のキャリア形成のポイント
3. 社員の成長を促すキャリア形成プラン作成法
4. リカレント教育の導入事例



■参考文献

【厚生労働省】ホームページ 【文部科学省】ホームページ 【内閣府】ホームページ
「生涯現役に向けたキャリア戦略」(佐藤文男著 労務行政社) 「稼ぐ力をつけるリカレント教育」(大前研一著 ダイアモンド社) 「能力を磨く」(田坂広志著 日本実業出版社) 「労政時報」(株式会社労務行政)

1

企業経営情報レポート

リカレント教育の意義と課題

■ リカレント教育とは

リカレント教育の本来の意味は、義務教育の終了後、教育と就労を交互に繰り返す教育システムのことです。文部科学省による、リカレント教育の定義は以下のとおりです。

- 「リカレント教育」とは、「学校教育」を、人々の生涯にわたって、分散させようとする理念であり、その本来の意味は、「職業上必要な知識・技術」を修得するために、フルタイムの就学と、フルタイムの就職を繰り返すことである(日本では、長期雇用の慣行から、本来の意味での「リカレント教育」が行われることはまれ)。

我が国では、一般的に、「リカレント教育」を諸外国より広くとらえ、働きながら学ぶ場合、心の豊かさや生きがいのために学ぶ場合、学校以外の場で学ぶ場合もこれに含めている(この意味では成人の学習活動の全体に近い)。

引用元：文部科学省ホームページ

■ リカレント教育の意義

人生 100 年時代を見据え、年齢に関わりなくリカレント教育による学び直しを行い、能力を高めることには、以下のような意義があります。

- 社員が企業任せでなく自らキャリア形成を行うことで自立化が促進され、企業ひいては社会に貢献していくという機運が高まる。
- 新卒で就職した企業に定年まで働くという単線的な職業キャリアではなく、学び直しによって、転職や起業を行うなどの多様なキャリア形成、「人生の再設計」が可能となる。
- 第4次産業革命の技術革新が進む中で、学び直しによって、新技術に対応したスキルや、AI等の機械に代替されにくい能力を身に付けることが可能になり、生涯にわたり活躍できる人材になる。

昨今では、働くことに関する意識・価値観が多様化しており、少子高齢化や労働力人口の減少、定年延長の流れを考慮すると、働く意思のある高齢者に教育を受ける機会を提供していくことも企業にも求められることになります。

■ リカレント教育の重要性と課題

終身雇用の時代が終わり、長期勤続を前提としない企業が増えていく中で、不安定な雇用にさらされるものも出てくる恐れがあります。さらに、昨今は技術進歩が速く、スキルが陳腐化しやすい環境下では、若年期に身につけたスキルだけで、その後の職業人生を全うするのは困難です。

こうした中で、生涯にわたってのリカレント教育の重要性が高まっていくと考えられます。

しかし、国の調査では「コスト」や「時間」がないことがネックとなり、学び直しに取り組むことができない、という回答が上位になっています。

2

企業経営情報レポート

企業が描くべき社員のキャリア形成のポイント

■ 企業に必要なキャリア形成の視点

グローバル化、IT化などの環境変化によって仕事の進め方が大きく変わるなか、キャリア形成の責任は徐々に組織から個人へシフトし、画一的な人事システムは機能しなくなりつつあります。そこに少子高齢化やポスト不足といった構造的な問題が重なったことで、高年齢者も意欲をもって業務に取組み、組織貢献していくか、高い自立意識と学び直しによって継続的に活躍していけるかが、企業にとって重要になります。

この課題の本質は、高年齢の社員が増えていくこと自体にあるのではなく、組織的に活かす力が身についていないことです。

■ 社員のキャリア形成支援における4つの要素

企業が社員に対してリカレント教育を施す場合、入社間もない25歳のときに最初のリカレント教育を行い、35歳、45歳、55歳と10年ごとに再度実施するケースが理想的ですが、ここで重要なのは、年代や役職に応じて教育内容を変えることです。社員に必要なスキルを整理するうえで、以下の4つの要素をイメージすることがポイントになります。

- ①**問題解決力**：現場で求められる能力
- ②**ハードスキル**：IT、ファイナンス、マーケティング、統計など
- ③**ソフトスキル**：リーダーシップ、英語も含むコミュニケーションなど
- ④**構想力**：0から1を生み出す力

あらゆる年代において必要なのは、「問題解決力」と「ソフトスキル」だと言われています。

目の前のタスクを解決する能力やコミュニケーション能力は不可欠であり、年齢や役職を問わず常に維持すべきスキルです。

まずは、新人の頃にきちんと問題解決力とソフトスキルを身につけておくことが大切です。

ハードスキルと構想力については、年代に応じて必要度が変わってきます。若い一般社員は、ITや会計知識等のハードスキルを身につけておく必要があります。

構想力は、中間管理職から経営層に上がるにつれて高めていく必要があります。

ビジネスにはコンセプトやビジョンが不可欠であり、そこから戦略や事業計画を構築していく必要がありますが、根幹をなすのが構想です。自分の頭の中を見える化し、システムの大枠を設計するためには、構想力が求められます。

構想はそのままだと、自分の中に描いた絵に過ぎないので、イラストなどを用いて視覚化する技術も求められます。見えないものをイメージとして人に伝えることができれば、コンセプトやビジョンとして結実させ、事業へと発展させていくことができます。

3 企業経営情報レポート

社員の成長を促すキャリア形成プラン作成法

■ キャリア形成プランの作成

キャリア形成プランの作成を通じて、社員が自身のキャリア形成を考えることで、自発的に何を学ぶべきかが見える化し、学び直しを促す効果が期待できます。真の自立というのは、他者を頼らないということであり、自分自身のキャリアを自己責任でいかに構築していくかという考え方が基本になります。自分のキャリアは企業任せではなく、自分で考えていくことで、社員の自立化が進み、強い組織の基盤づくりへとつながります。

■ キャリア形成プランの作成ステップ

(1) キャリアの振り返り

新入社員の時から今まで、どんな仕事を経験したか、時系列で箇条書きにまとめる。

(2) キャリアの抽出

過去の仕事の中で自分として大変やりがいがあったこと、楽しかったこと、自分にとって思い出に残っている仕事などを掘り起こす。

(3) キャリア形成プランの作成

第2ステップで抽出した仕事をベースに、将来的に自分が目指す方向性、学ぶべき分野を絞り込み、キャリア形成プランに展開する。

(1) キャリアの振り返り

第1ステップは、今までの自分のキャリアの振り返りを行います。40～50代の社員は、社会人になってからこれまでにさまざまな経験をしてきたと思いますが、どのような仕事の経験を積んできたのか、具体的に経験してきた仕事内容を時系列に一度起こしていきます。

つまり、これまでのキャリアの棚卸しです。実際に、このような過去の仕事を振り返るという作業は、意外に時間がかかります。週末を3～4回使い、1回2～3時間かけて丹念に作成することが重要です。

回数を分けて時間をかけて作業する目的は、途中で思い出すことが出てくるため、それを確実にフォローすることにあります。

(2) キャリアの抽出

第2ステップは、第1ステップで作成したキャリアの振り返りを見ながら、過去の仕事の中で自分として大変やりがいがあった仕事、あるいは楽しかった仕事、自分にとって思い出に残っている仕事などを、さらに細かく書き出して深掘りし、キャリアの抽出を行います。

第1ステップは事実を中心に箇条書きで挙げていくのに対して、第2ステップは自分自身の仕事に対する判断や評価を入れ込んでいく作業になります。

4 企業経営情報レポート

リカレント教育の導入事例

■ リカレント教育に取り組む国内企業

リカレント教育の推進には企業のサポートが重要です。
実際に、リカレント教育に取り組んでいる事例をご紹介します。

(1) S社(東京都、製造業、社員数 47 名)

～Web 動画研修コンテンツを活用し、社員をサポート～

電子部品商社として幅広い電子部品を供給し続けるS社は、社内の健康増進の取り組みや働き方改革の事例が評価され、2017年から3年連続で「健康経営優良法人（中小規模法人部門）」（経済産業省/日本健康会議）に認定されるなど、先進的な取り組みを行っています。

社内教育にも力を入れており、Web 動画研修コンテンツ「e-JINZAI for business」を導入し、社員がいつでも、どこでも、好きな分野を学べる環境と整備し、社員 1 人ひとりのモチベーション・スキルアップを継続的に実現しています。

(2) C社(東京都、IT、社員数 468 名)

～退職後6年間であれば、復帰が可能～

ビジネスアプリ作成プラットフォームや、中小企業向けグループウェアを展開するC社では、2012年から、35歳以下の社員を対象に、退職後6年間であれば復帰が可能な「育自分休暇制度」をスタートしました。

この制度は、転職や留学など、環境を変えて成長したい人に、退職後も復帰しやすい環境をつくることを目的としています。会社を離れて新たな知識・スキルを獲得した社員が再集結することで、より強い組織がつけられているようです。

(3) P社(東京都、人材サービス、社員数 5,285 名)

～働き方の選択の一環として、学び直しをサポート～

P社には、ライフステージやキャリアプランにマッチした働く日数・時間・場所・休暇を選択できるという制度があります。その一環として、「Learning（進学・留学）」をサポートしています。

仕事の成果につながる勉強をしたい場合、最長 1 年間の時短勤務、あるいは最長 2 年間の休業が可能です。スキルアップ期間として、社員はこの制度を活用しています。

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。

ジャンル:資金繰り > サブジャンル:不動産証券化

不動産を証券化するメリット

不動産を証券化する「投資家にとってのメリット」とはどのようなことでしょうか？

不動産を証券化するメリットについて、投資家サイドからの利点についてこれを見ていきます。

①なぜ証券化が利用されるのか

不動産の証券化は、オフバランス等、何かしらの目的を達成するためのツールであり、証券化自体が目的ではありません。原資産保有者としては、証券化そのものを目的とするのではなく、その時々売りに適した手法を検討した結果として、最もふさわしいという場合に証券化を選択するということです。

不動産の売買を行なう際に証券化手法を取り入れるメリットは大きく分けると 2 種類に分けられます。投資家すなわち買い側と不動産のオリジネーターすなわち売り側のメリットです。

ここでは、資金の出し手である投資家側のメリットについて見ていきます。

②投資家にとってのメリット

①流動性の向上

投資家にとってキャピタルゲイン、インカムゲインと並んで投資判断の重要なポイントの1つとなるのが、資産の流動性です。現物不動産の場合、いくら換価性の高い物件とはいえ、いざ売却して代金を手に入れようとしてもある程度時間を要するのが普通です。株式等に比べると流動性が低く、強引に売り急げば買い叩かれてしまう恐れもあります。

しかし証券化されていると、証券のままで別の投資家に売却することもできるので比較的早期に投資資金を回収することができます。現金のように換価性及び流動性が高めることができるのです。

②不動産投資リスクの軽減

現物不動産への投資の場合、投資を行なうにあたってはまとまった資金をあらかじめ準備することが必要になります。

一般には多数の現物不動産に投資して、投資リスクを分散することは資金的に困難です。それに比べて、不動産が証券化され投資単位が小口化されていれば複数の証券に投資することが可能となり、結果として投資リスクの分散が図れるのです。

③投資の多様化

アメリカ合衆国では、年金基金・生損保といった機関投資家が、株式や債券と異なったリスク・リターン構造をもつ不動産証券化商品に着目してオルタナティブ投資と位置付け、投資対象に組み入れを行なっています。

このように不動産は債券及び株式とは違った性質を持っています。証券化によって不動産に投資しやすくなれば、投資家は債券や株式に加えて不動産を投資対象とすることによって、投資対象の組み合わせの多様化を図ることができます。

ジャンル:資金繰り > サブジャンル:不動産証券化

ノンリコースローンとは

「ノンリコースローン」とはどのようなことでしょうか？

①資金調達手段の1つ

不動産証券化においてよく利用されている資金調達手段の1つがノンリコースローン（非遡及型ローン）です。

リコースとは「遡及する」という意味であり、通常の不動産を担保とする住宅ローン等（遡及型ローン）の場合、担保不動産を処分して売却代金を充当してもまだローンの残高が残ってしまうと、借入人は残る債務を返済しなくてはなりません。

また別の物件が共同で担保に取られていたり、借入人の返済能力に懸念があると判断されれば借入に際し保証人を同時に取られるといった場合もあります。これが一般的なりコース型のローンです。

②対象物件以外の他の関係者がローンの弁済責任を追及されることはない

これに対して、対象不動産が生み出すキャッシュフロー及び物件の売却代金に返済原資が限定されているのが、ノンリコースローン最大の特徴です。

ノンリコースローンであれば原則として対象物件以外の他の関係者（投資家・原資産保有者）がローンの弁済責任を追及されることはありません。また業歴が浅かったり、あるいは業績の悪いような融資が出にくい会社に対しても、資金調達を拡大する手段となり得るのです。

③厳しくなる対象物件への調査

ただし、対象物件の審査は通常の住宅ローンやアパートローンに比して格段に厳しくなります。実に多岐にわたる、様々な資料をレンダーからは要求されることとなります。

まさに対象物件のキャッシュフローがキモになるのであり、カネを出す側も当然に、細部にわたりチェックを施すこととなるのです。ノンリコースローンを利用する場合はSPC（特定目的会社）を利用することになります。

【ノンリコースローンフロー図】

