

週刊WEB

企業経営

MAGA
ZINE

Vol.724 2021. 5. 18

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2021年5月7日号

プラチナ価格は大化けするか？

～既に6年ぶりの高水準に浮上

経済・金融フラッシュ 2021年5月10日号

米雇用統計(21年4月)

～雇用者数(前月比)は+26.6万人と
市場予想の+100万人を大幅に下回る

経営 TOPICS

統計調査資料

景気動向指数

(令和3(2021)年3月分速報)

経営情報レポート

怒りを上手にコントロールする！ アンガーマネジメント実践法

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:株式投資理論

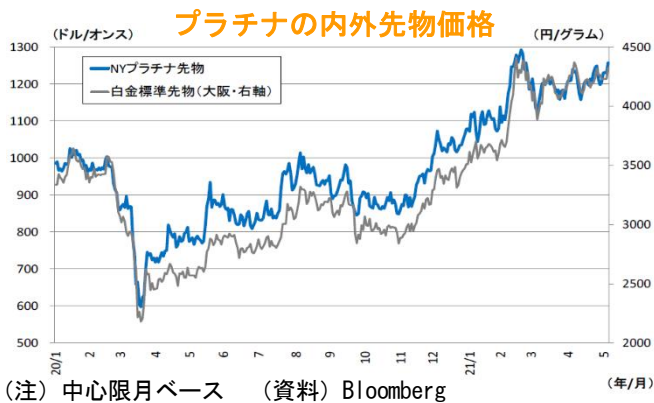
株を保有するメリット 投資信託について

ネット
ジャーナル

プラチナ価格は大化けするか？ ～既に6年ぶりの高水準に浮上

ニッセイ基礎研究所

1 NYプラチナ先物価格1トロイオンス1250ドル前後と約6年ぶりの高水準を回復し、金価格の約7割まで持ち直している。昨年春以降、プラチナ価格上昇を促した要因としては、「経済活動の再開に伴う世界経済の回復」による自動車向け需要等の回復と、「世界的な脱炭素機運の高まり」を背景とした燃料電池用の需要拡大期待が挙げられる。特に脱炭素の一環として、主要国ではガソリン車やディーゼル車の販売禁止方針が相次いで打ち出されていることから、その代替として大量のプラチナを使用するFCV（燃料電池車）が普及することで、プラチナ需要が大きく拡大することが期待されている。



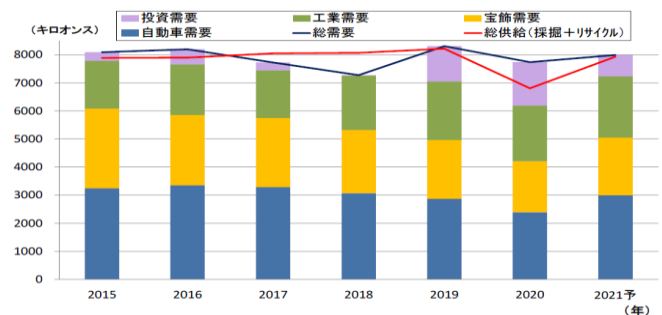
2 先行きに目を転じた場合、今後もプラチナ価格への追い風は続き、上昇に向かう可能性が高いとみている。今後も世界でワクチンの普及が進むことで経済活動が正常化に向かい、自動車向け需要の回復が続くとみられるためだ。

3 また、今後は水素に絡むプラチナ需要の拡大も期待される。ただし、この実現性

については不確実性の高さが否めない。

脱炭素機運の後退などの政治的リスクが残るほか、プラチナの供給量が限られていることがFCV普及を妨げる可能性があるためだ。FCV普及のためにはプラチナ使用量の効率化が求められるが、劇的に効率化されたり、高性能な代替材料が開発されたりする場合には、プラチナ需要の拡大に寄与しなくなってしまう。

プラチナの需給動向（暦年）



4 以上の通り、プラチナ価格には追い風が吹いており、FCVの普及如何で将来的に価格が大きく上昇する（大化けする）可能性もある。しかし、政治的・技術的要因によって普及が頓挫してしまえば価格が下落するリスクもあり、不確実性が高い。投資に当たっては、「脱炭素→水素需要増→プラチナ需要増」という単純な連想に過度に引きずられることなく、各国政府や関連業界の動向を慎重に見定める必要がある。

「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

米雇用統計(21年4月) ～雇用者数(前月比)は+26.6万人と 市場予想の+100万人を大幅に下回る

ニッセイ基礎研究所

1 結果の概要:雇用者数、失業率ともに 市場予想を下回る(失業率は上昇)

5月7日、米国労働省(BLS)は4月の雇用統計を公表した。

非農業部門雇用者数は、前月対比で+26.6万人の増加^(注1)(前月改定値: +77.0万人)と、+91.6万人から下方修正された前月、市場予想の+100.0万人(Bloomberg集計の中央値、以下同様)を大幅に下回った。

(注1) 季節調整済の数値。以下、特に断りがない限り、季節調整済の数値を記載している。

2 結果の評価:雇用回復のモメンタムは大幅に 低下も、一時的な要因が見極める必要

4月の非農業部門雇用者数は、米国内のワクチン接種の進捗に伴い経済活動正常化の動きが広がっていたことから、大幅な雇用増加が見込まれていたものの、市場予想を大幅に下回る結果となった。

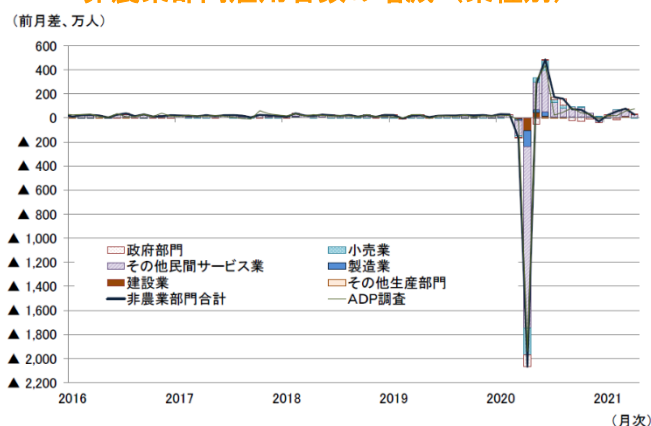
中身を見ると新型コロナで大きな影響を受けた娯楽・宿泊業で前月比+33.1万人と顕著な雇用回復がみられる一方、半導体不足で生産が抑制されている自動車・自動車部品で▲2.7万人減少したほか、人材派遣業でも▲11.4万人減少した。

3 事業所調査の詳細:娯楽・宿泊業は回復基調 が持続も、広範な業種で雇用の伸びが鈍化

事業所調査のうち、民間サービス部門は前月比+23.4万人(前月: +54.2万人)と前月から伸びが大幅に鈍化した。

民間サービス部門の中では、娯楽・宿泊業が前月比+33.1万人(前月: +20.6万人)と前月から伸びが加速するなど顕著な回復となった一方、医療・社会扶助サービスが+1.9万人(前月: +5.1万人)と前月から伸びが鈍化した。

非農業部門雇用者数の増減(業種別)



(資料) BLS よりニッセイ基礎研究所作成

4 家計調査の詳細:失業率は上昇も 労働市場再参入の影響の可能性

家計調査のうち、4月の労働力人口は前月対比で+43.0万人(前月: +34.7万人)と前月から伸びが加速した。

内訳を見ると、就業者数が+32.8万人(前月: +60.9万人)と伸びが鈍化したものの、失業者数が+10.2万人(前月: ▲26.2万人)と前月から増加に転じて労働力人口を押し上げた。

一方、非労働力人口は▲33.0万人（前月：▲26.3万人）とこちらは2ヵ月連続の減少となった。

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。

景気動向指数 (令和3(2021)年3月分速報)

内閣府 2021年5月12日公表

結果の概要

1 3月のCI(速報値・平成27(2015)年=100)は、先行指数:103.2、一致指数:93.1、遅行指数:93.3なった(注1)。

先行指数は、前月と比較して4.3ポイント上昇し、10か月連続の上昇となった。3か月後方移動平均は1.93ポイント上昇し、9か月連続の上昇となった。7か月後方移動平均は1.92ポイント上昇し、7か月連続の上昇となった。一致指数は、前月と比較して3.2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1.30ポイント上昇し、9か月連続の上昇となった。7か月後方移動平均は1.53ポイント上昇し、5か月連続の上昇となった。

遅行指数は、前月と比較して2.2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0.87ポイント上昇し、2か月連続の上昇となった。7か月後方移動平均は0.24ポイント上昇し、18か月ぶりの上昇となった。

(注1) 公表日の3営業日前(令和3(2021)年5月7日(金))までに公表された値を用いて算出した。

2 一致指数の基調判断

景気動向指数(CI一致指数)は、改善を示している。

3 景気動向指数(一致指数)個別系列の推移

	単位	2020/12	2021/1	2	3	
C I 一致指数 (前月差)	2015年 =100 (ポイント)	89.2 (0.5)	91.6 (2.4)	89.9 (▲1.7)	93.1 (3.2)	
(3か月後方移動平均(前月差))	(ポイント)	(1.36)	(1.00)	(0.40)	(1.30)	
(7か月後方移動平均(前月差))	(ポイント)	(2.20)	(1.94)	(1.26)	(1.53)	[寄与度]
C1 生産指数(鉱工業)	2015年 =100	94.0	96.9	95.6	97.7	[0.28]
C2 鉱工業用生産財出荷指数	2015年 =100	94.8	97.8	96.0	99.1	[0.41]
C3 耐久消費財出荷指数	2015年 =100	94.3	96.9	88.6	93.1	[0.32]
C4 労働投入量指数 (調査産業計)	2015年 =100	100.2	101.6	98.7	102.7	[0.48]
C5 投資財出荷指数 (除輸送機械)	2015年 =100	91.3	98.0	96.7	93.5	[▲0.00]
C6 商業販売額(小売業) (前年同月比)	%	-0.2	-2.4	-1.5	5.2	[0.64]
C7 商業販売額(卸売業) (前年同月比)	%	-4.8	-5.5	-4.2	2.4	[0.44]
C8 営業利益(全産業)	億円	126,827	-	-	-	[▲0.00]
C9 有効求人倍率(除学卒)	倍	1.05	1.10	1.09	1.10	[0.14]
C10 輸出数量指数	2015年 =100	100.2	103.6	99.3	105.0	[0.49]

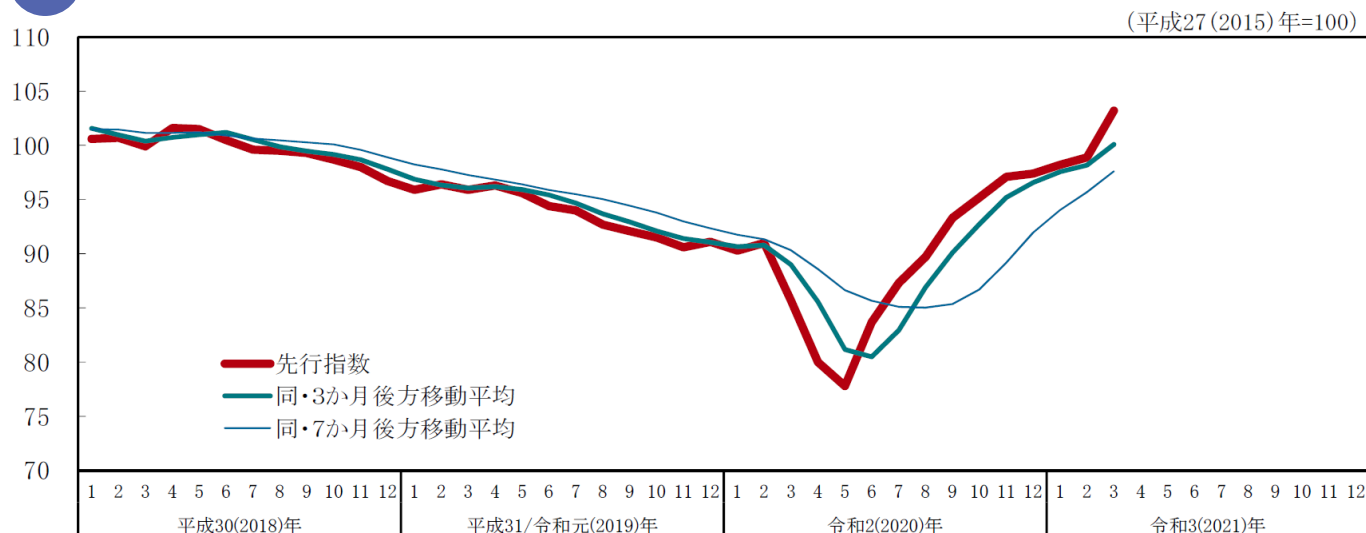
※寄与度は、一致指数の前月差に対する個別系列の寄与度を示す。

当該系列の寄与度がプラスは、当該系列の寄与度がマイナスは、
「C4 所定外労働時間指数(調査産業計)」「C8 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。

資料

1 CI先行指数の動向

1 先行指数の推移



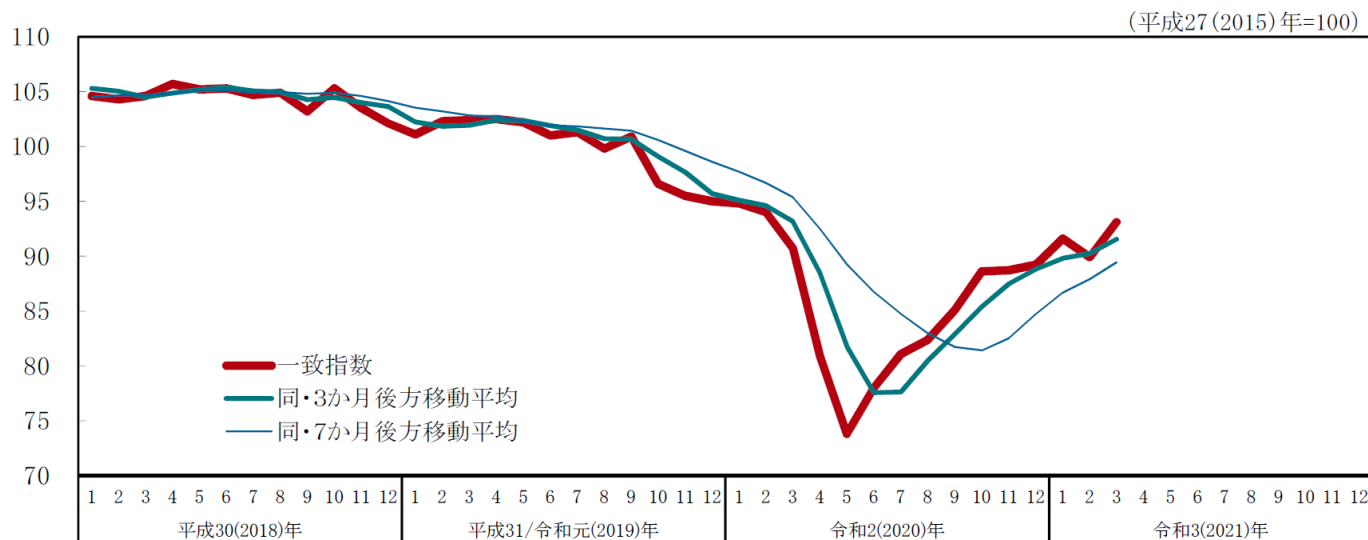
2 先行指数採用系列の寄与度

		令和2(2020)年			令和3(2021)年		
		10月	11月	12月	1月	2月	3月
CI 先行指数	前月差(ポイント)	95.2	97.1	97.4	98.2	98.9	103.2
	寄与度	1.9	1.9	0.3	0.8	0.7	4.3
L1 最終需要財在庫率指数	前月差	-2.8	0.6	1.8	-6.3	1.7	1.6
	寄与度(逆サイクル)	0.29	-0.02	-0.14	0.68	-0.14	-0.16
L2 鉱工業用生産財在庫率指数	前月差	-9.5	-1.3	-0.7	-5.1	0.8	-3.0
	寄与度(逆サイクル)	0.78	0.19	0.11	0.70	-0.13	0.54
L3 新規求人数(除学卒)	前月比伸び率(%)	-5.2	8.6	0.9	-5.4	-2.8	8.0
	寄与度	-0.32	0.69	0.08	-0.54	-0.39	1.10
L4 実質機械受注(製造業)	前月比伸び率(%)	7.7	-1.6	10.1	-4.3	-5.4	
	寄与度	0.22	-0.06	0.29	-0.15	-0.20	
L5 新設住宅着工床面積	前月比伸び率(%)	-2.7	0.6	-2.9	0.3	3.1	8.0
	寄与度	-0.13	0.05	-0.14	0.03	0.19	0.51
L6 消費者態度指数	前月差	0.9	0.0	-1.5	-2.1	4.0	2.2
	寄与度	0.31	0.01	-0.49	-0.59	0.73	0.96
L7 日経商品指数(42種総合)	前月比伸び率(%)	1.1	1.1	2.0	2.1	3.4	1.7
	寄与度	0.18	0.17	0.34	0.38	0.54	0.32
L8 マネースtock(M2)(前年同月比)	前月差	0.0	0.1	0.0	0.3	0.2	-0.1
	寄与度	-0.04	0.03	-0.05	0.20	0.11	-0.17
L9 東証株価指数	前月比伸び率(%)	-0.2	5.2	3.9	3.5	3.7	1.9
	寄与度	-0.02	0.26	0.19	0.17	0.18	0.09
L10 投資環境指数(製造業)	前月差	0.37	0.40	0.40			
	寄与度	0.37	0.39	0.39			
L11 中小企業売上げ見通しDI	前月差	6.0	5.3	-4.4	-2.3	-1.8	14.6
	寄与度	0.35	0.31	-0.24	-0.13	-0.10	1.06
一致指数トレンド成分	寄与度	-0.08	-0.06	-0.04	-0.02	-0.04	0.01
3か月後方移動平均	前月差(ポイント)	92.7	95.2	96.6	97.6	98.2	100.1
	寄与度	2.63	2.47	1.37	1.00	0.60	1.93
7か月後方移動平均	前月差(ポイント)	86.7	89.2	92.0	94.0	95.7	97.6
	寄与度	1.35	2.45	2.80	2.07	1.66	1.92

(注2) 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 鉱工業用生産財在庫率指数」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

		令和2(2020)年			令和3(2021)年		
		10月	11月	12月	1月	2月	3月
C I 一致指数	前月差(ポイント)	88.6	88.7	89.2	91.6	89.9	93.1
	寄与度	3.5	0.1	0.5	2.4	-1.7	3.2
C1 生産指数(鉱工業)	前月比伸び率(%)	2.1	0.7	-0.2	3.1	-1.3	2.2
	寄与度	0.23	0.09	-0.02	0.39	-0.17	0.28
C2 鉱工業用生産財出荷指数	前月比伸び率(%)	2.8	0.2	0.1	3.2	-1.8	3.2
	寄与度	0.31	0.02	0.01	0.40	-0.24	0.41
C3 耐久消費財出荷指数	前月比伸び率(%)	7.4	-2.6	-2.9	2.8	-8.6	5.1
	寄与度	0.39	-0.15	-0.16	0.17	-0.56	0.32
C4 労働投入量指数(調査産業計)	前月比伸び率(%)	2.4	-2.7	0.5	1.4	-2.9	4.1
	寄与度	0.24	-0.29	0.05	0.17	-0.34	0.48
C5 投資財出荷指数(除輸送機械)	前月比伸び率(%)	3.4	1.8	-1.0	7.3	-1.3	-3.3
	寄与度	0.27	0.14	-0.08	0.65	-0.12	-0.00
C6 商業販売額(小売業)(前年同月比)	前月差	15.1	-5.8	-0.8	-2.2	0.9	6.7
	寄与度	0.74	-0.35	-0.07	-0.19	0.09	0.64
C7 商業販売額(卸売業)(前年同月比)	前月差	8.0	-2.3	4.1	-0.7	1.3	6.6
	寄与度	0.45	-0.14	0.24	-0.05	0.09	0.44
C8 営業利益(全産業)	前月比伸び率(%)	7.0	6.5	6.1	-0.00	-0.00	-0.00
	寄与度	0.51	0.48	0.44	-0.00	-0.00	-0.00
C9 有効求人倍率(除学卒)	前月差	0.00	0.01	0.00	0.05	-0.01	0.01
	寄与度	0.01	0.12	0.02	0.61	-0.10	0.14
C10 輸出数量指数	前月比伸び率(%)	4.8	3.0	0.0	3.4	-4.2	5.7
	寄与度	0.35	0.22	0.00	0.29	-0.37	0.49
3か月後方移動平均		85.4	87.5	88.8	89.8	90.2	91.5
	前月差(ポイント)	2.50	2.10	1.36	1.00	0.40	1.30
7か月後方移動平均		81.4	82.5	84.7	86.7	87.9	89.5
	前月差(ポイント)	-0.30	1.12	2.20	1.94	1.26	1.53

(注3) C I 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か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(令和3年3月分速報)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。



怒りを上手にコントロールする！

アンガーマネジメント 実践法

1. アンガーマネジメントとは
2. 「怒り」の本質を知る
3. 「怒り」への上手な対処法
4. 自分の感情を上手に伝える方法



■参考資料

『アンガーマネジメント 叱り方の教科書』（安藤俊介著 文昇堂） 『アンガーマネジメント 怒らない伝え方』（戸田久実著 かんき出版） 『怒りが溶ける！ 優しくなれる！ アンガーマネジメント』（大正谷成晴、西村智宏、箱田高樹共著 コミックス出版）

1

企業経営情報レポート

アンガーマネジメントとは

職場や日常生活において、誰しも怒りの感情を抱く瞬間はあるものですが、この怒りの感情を自分の思うがままに相手にぶつけると、周囲との関係は悪化します。

職場において、怒られた部下が上司に対してパワハラだと感じた割合は、怒った側の上司がパワハラだと感じた割合の3倍以上あり、認識の違いが大きいというデータもあります。

本レポートでは、怒る際の感情コントロールを可能にするアンガーマネジメントのポイントについて解説します。

■ アンガーマネジメントが注目されてきた背景

(1) 怒る人が増えた理由

社会が複雑化し競争も激化している中で、多様な価値観を持つ人が集まったビジネスの場面では、考え方の違いや世代間のギャップなどから上司と部下に考え方の食い違いが生じやすく、そのギャップにストレスを感じると、怒りが生まれやすくなります。

また、社会生活が便利になりすぎているため、不便や不快なことに対する忍耐力が低下し、些細なことに対してもイライラしやすい人が増えたのも、その要因のひとつでしょう。

(2) アンガーマネジメントが広まった背景

アンガーマネジメントは、怒り(anger)の感情と上手に付き合うための技術であり、怒りをなくすことではありません。怒る必要があるときに、上手に怒ることも含みます。すなわち、怒りを知り、対処できるようになるための技術です。アンガーマネジメントは、1970年代にアメリカで開発された怒りの感情をマネジメントするための「感情理解教育プログラム」です。

このプログラムは、身近な人へのDVや犯罪者への矯正プログラムとしてカリフォルニア州を中心に実施され、その取り組みは大きな成果がみられており、全米の教育機関や企業でも広く導入されてきました。最近では日本でも、教育の現場や企業の研修などで広がりをみせています。

■ アンガーマネジメントは「怒り」の技術である

(1) 上司が叱らない理由

上司が感情的な言葉を発すると、その後の上司と部下の関係がぎこちなくなったり、行き過ぎた指導になると、部下からパワハラであると訴えられるケースも増えています。それを恐れて上司が部下を叱らなくなると、上司の発言力は低下し、部下は好き勝手な行動をして、統制のきかない組織になってしまうかもしれません。よって、ビジネスの場面では、部下に対して叱ること、怒ることは、上司の考え方を指導する上では必要です。感情を上手にコントロールした叱り方を身に付けることができれば、部下は成長し、生産性も向上することが期待できます。

2

企業経営情報レポート

「怒り」の本質を知る

■ 怒りの感情が沸いてくる構造

(1) 怒りは自分の身を守るための感情

怒りは、自分の身を守る防衛のための感情ともいわれます。動物が敵に襲われそうになったときには、恐怖を抑えて敵と対峙しますが、人間にも同じような反応があります。このとき脳内にアドレナリンが分泌され、心拍数が上がり戦闘態勢になります。

感情的になって部下を攻撃してしまうのは、上司自身、無意識に自分が傷つかないようにしている場合があるかもしれません。

(2) 怒りに隠れた感情を探る

怒りは、二次感情ともいわれています。怒りはとても強い感情のため、その裏側にどんな感情が潜んでいるのか、私たちはなかなか気づけないのです。

怒りの裏側には、本来分かって欲しい感情である「一次感情」があります。

① 一次感情：心配、焦り、不安など

② 二次感情：一次感情を基にした反応

- 「こうあってほしい」「○○であるはず」という期待、理想が裏切られたとき、分かって欲しいと思うことが、分かってもらえなかったときに怒りは生まれる
- その時に感じる気持ち、「悲しい」「つらい」「寂しい」「悔しい」「不安」「困惑」…といった気持ちが怒りとなってあふれる

怒ってカッとなると、怒りの感情だけが表に出てしまいがちです。そうすると、相手に本来分かってほしかった本当の気持ち（一次感情）を理解してもらえないままになってしまうのです。

心の状態をコップと水に例えて考えてみます。心配、焦り、不安などの感情を水とし、その感情の許容量をコップとします。コップに入っている水の量が少なければ、さらに注ぎ足しても溢れませんが、水が沢山入っている状態では、すぐに溢れてしまいます。

この溢れてしまった水が「怒り」です。例えば、部下がしょっちゅうミスや失敗を繰り返すような場合、イライラしやすくなっているかもしれません。

人によって、持っているコップの大きさは違いますし、状況によって、コップに満たされている水の量も違います。この心のコップが溢れないように、水が溜まってきたら時々コップの外にこぼして、気持ちをリセットするような方法を持っておくと良いでしょう。

また、心のコップを大きくして、水が溜まっても溢れにくい、すなわち怒りにくい思考パターンをつくることで、気持ちに余裕が生まれます。

3

企業経営情報レポート

「怒り」への上手な対処法

■ 怒りが鎮まるのは6秒

勢いで怒りを爆発させてしまった後に、「言い過ぎた」「どうしてあんな対応をしてしまったのだろう」と後悔してしまうケースがあります。カチンときたときに「反射的な行動をとらない」ことが重要です。例えば、部下の言動に対して「売り言葉に買い言葉」というように反射的に反応すると、感情にまかせた不適切な対応になってしまう危険性があります。

怒りのピークは、ほんの数秒間、一般的には約6秒間といわれています。怒りが消失しなくても、この数秒間をやり過ごすことができれば、大きな失敗は回避できます。

怒りをクールダウンさせる方法がいくつかあります。そこで、怒りに対する反応を数秒間遅らせるためのテクニックを紹介します。状況に応じて試してみましょう。

■ 6秒ルール

イラっとした場面で爆発しそうになる感情を抑えるには6秒

■ 怒りを鎮める5つのポイント

■ 怒りを鎮める5つのポイント

- | | | |
|-------------|------------|------------|
| ①深呼吸をする | ②その場を離れる | ③思考をストップする |
| ④目の前の物に集中する | ⑤感情をリセットする | |

(1) 深呼吸をする

怒りやストレスを感じる時は、自然と呼吸が浅くなり、緊張が高まります。落ち着いた場所で呼吸を整える時間をとることができると、リラクゼーション効果によって怒りを軽減する効果が得られます。呼吸に意識を集中することで、反射的な言動を防ぐこともできます。

その方法は、静かにゆっくりと口から息を吐き、吐ききったら自然に鼻から吸い込みます。ゆっくりと数をかぞえ、吐くほうを長くするように意識して繰り返します。

深呼吸は、誰でも簡単に取り組むことができるうえ、静かに呼吸を整えることで冷静な自分を取り戻すことができます。

(2) その場を離れる

イライラして冷静に対応できない時は、その場を離れるという選択もあります。

その場を離れることで冷静な感情を取り戻すことができます。

4

企業経営情報レポート

自分の感情を上手に伝える方法

■ 怒ったときのNGワード

(1) いつも・必ず・絶対

- 「君は、注意散漫だからいつも同じ失敗を繰り返してしまう」
- 「複数の業務が重なると必ず一つは忘れるよね」
- 「この仕事は絶対やらないよね」

「いつも」「必ず」「絶対」という言葉が口ぐせになっている人は要注意です。

これらは、一方的に相手を決めつけてしまうので、怒っているときには使わないほうが良いでしょう。言われた相手も「いつも失敗するわけじゃない」「忘れないときもある」と反論したくなり、素直に注意を聞き入れられないかもしれません。たまたま今回起こった出来事が、「いつも」起こるとは限りません。「何事にも例外がある」「違う場合もあるかもしれない」ということを念頭において、決めつけにならないように注意しましょう。また、「いつも」「必ず」とひとまとめにせず、今回の出来事だけに焦点をあてて話すように心がけましょう。

(2) なんで？

- 「この前も教えたのに、なんでできないの？」
- 「昨日申し送りをしたのに、なんで伝わっていないの？」

「なんで？」という言葉は、相手を責めてしまうことがあります。「なんで？」と聞かれても答えようがないと、とりあえず謝るか、言い訳するか、反論するか、不毛なやりとりになるだけです。しかし、ビジネスの現場でミスや事故が起きた時は、その事実を振り返り、対策を講じ、安全性を高めていくことが求められます。

出来事を振り返る際、理由を探り分析する作業は不可欠です。その上で、「なんでできないの？」を「どうしたらできるかな？」に言い換えてみてください。

否定でなく、一緒に考えようとする姿勢が伝わると思います。

(3) 前から思っていたけど

- 「前から思っていたけど、ちゃんとメモをしないから忘れるのよ」
- 「そのうちミスをすると前から思っていたけど、やっぱりね」

怒った時に、「前から思っていた」と過去を持ち出すのもNGです。

話の論点が逸れて、本来伝えたいことが定まらなくなります。

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。

株を保有するメリット

株を保有していると、どのような利益がありますか。

株式投資には、預貯金にはない以下の大きなメリットが4つあります。

- | | |
|---------------|------------------|
| ①配当金(インカムゲイン) | ②値上がり益(キャピタルゲイン) |
| ③株主優待 | ④株式分割 |

①配当金(インカムゲイン)

年度ごとの利益の一部が株主に還元されるものであり、一株当りの配当金額は持っている株数、つまり資金の出資額に応じて分配されます。

②値上がり益(キャピタルゲイン)

これは値上がりした株式を売却することで得られる利益です。

③株主優待

一定数以上の株式を持っている株主が、さまざまなサービスを受けられる制度です。

④株式分割

企業がすでに発行している株式を一定の比率で分割し、株式数を増やすというもので、株主にとってはコストをかけずに持株数が増えることになり、一株当りの配当が分割の前後で同じ金額であれば、実質的な増配となります。

株式投資の最大のメリットは、キャピタルゲイン（値上がりによる利益）です。株価が安いときに買い、高くなったときに売却できれば、大きな利益を得る可能性があります。

しかし、利益を得るためにはリスクが存在します。一方、最大のリスクは、保有株式の値下がりや企業倒産があげられます。配当は通常、本決算と中間決算の年2回、あるいは本決算の年1回、業績に応じて株主に支払われます。業績が良いときは増え、悪いときには減るのが一般的です。株価水準と金利によって、配当による利益の良し悪しは左右されます。

その時々金利と株価に対する一株当たりの年間配当額の割合を計算した配当利回りを比較するのが一つの目安となります。また、株式分割とは、発行している株式を一定の比率で分割して、株式数を増やすことです。株主の保有している株式価値は変わりませんが、株式の流通量が増えて売買しやすくなるというメリットがあります。

株主優待制度は、企業が自社の株主に対して、配当のほかに、商品券、各種サービス券、自社製品などを提供する制度です。短期売買ではなく中長期的な投資方針を持っている株主には、この株主優待の利用を含めた投資価値を検討することが楽しみの一つになるでしょう。

投資信託について

投資信託について教えてください。

運用を担う投信委託会社が、投資目的や運用方法を投資家に示します。

投資家は証券会社や銀行などを通じて投信の受益証券を購入。この資金を信託銀行が管理します。

実査の運用は投資信託会社が株式や債券の売り方を指示し、運用で得られた売買益や配当金、利子などを投資家に還元します。

■投資信託の仕組み

①投資家から資金を集める



②集められた資金を1つにまとめファンドが組成される



③運用のプロ（ファンドマネージャー）が債券や株式などで運用する



④運用成果に応じて投資家に収益が還元される

運用を担う投信委託会社が、投資目的や運用方法を投資家に示します。

投資家は証券会社や銀行などを通じて投信の受益証券を購入。この資金を信託銀行が管理します。実査の運用は投資信託会社が株式や債券の売り方を指示し、運用で得られた売買益や配当金、利子などを投資家に還元します。

長引く低金利や資産運用への関心の高まりから、最近投資信託が注目されています。

個人で銘柄を選択し、売買のタイミングを決めるのは困難、しかも資金が少ないと分散投資にも限界があるといった個人投資家のニーズに応えるものです。

運用がうまくいけば預貯金以上の収益を得ることができますが、一方で運用がうまくいかなければ元本割れすることもあります。そのため運用する際には自己責任が求められます。

投信の分類は、設立形態で「契約型」と「会社型」に分けることができます。

投資家と運用者らが契約関係で運用を委託するのが契約型、投資会社を設立してその株式を投資家が保有するのが会社型です。

投資対象では「公社債投信」と「株式投信」に分類できます。

国債や社債など安全性の高い運用を行うのが公社債投信、株式といったハイリスク・ハイリターンをねらうのが株式投信です。