

週刊WEB

企業経営

MAGA
ZINE

Vol.768 2022.4.5

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2022年3月23日号

【アジア・新興国】

東南アジア経済の見通し

～オミクロン株の影響は限定的、
22年はワクチン普及で経済正常化が進む

経済・金融フラッシュ 2022年3月29日号

雇用関連統計(22年2月)

～まん延防止等重点措置の影響で、
対面型サービス業の休業率がさらに上昇

経営TOPICS

統計調査資料

全国小企業月次動向調査

(2022年2月実績、3月見通し)

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: マネジメントスキル > サブジャンル: ストックオプション

ストックオプションのメリット ストックオプション用語の定義

ネット
ジャーナル

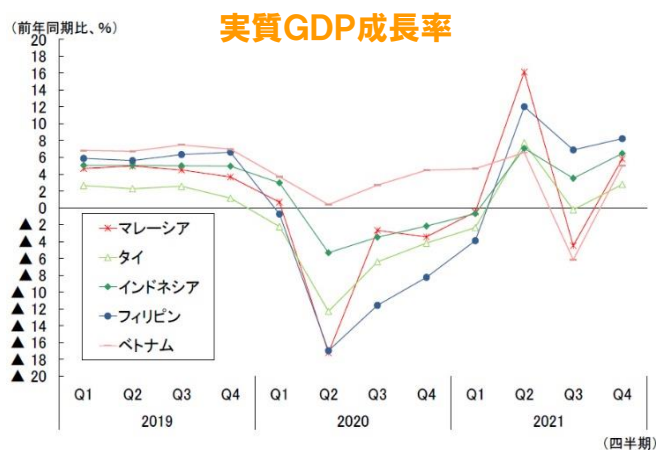
ニッセイ基礎研究所

【アジア・新興国】

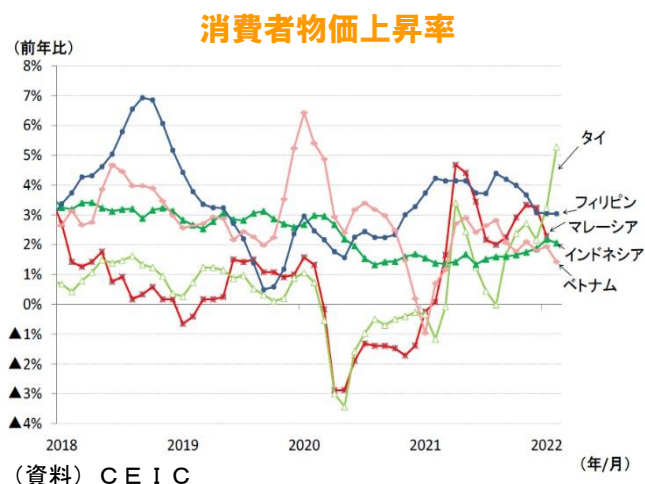
東南アジア経済の見通し

～オミクロン株の影響は限定的、 22年はワクチン普及で経済正常化が進む

1 2021年10-12月期は東南アジア地域でワクチン接種の進展に伴い感染状況の改善が続くなか、昨年半ばに実施した厳しい活動制限措置が段階的に緩和されたことにより経済活動の再開が進み、プラス成長に回復した。

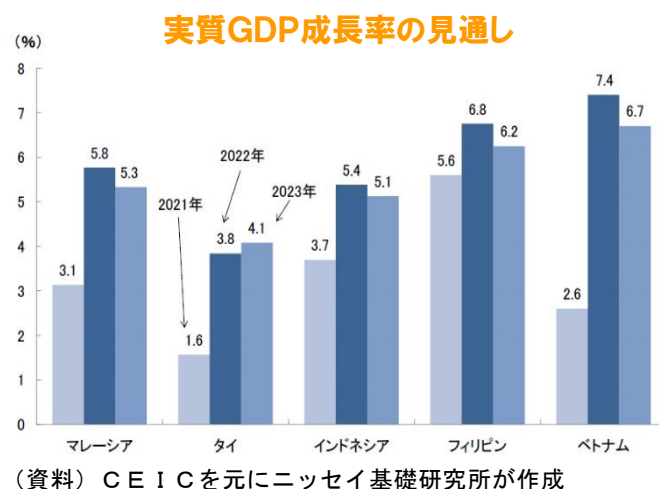


2 消費者物価上昇率は、当面は商品市況高騰の影響が広がり上昇傾向が続くだろう。その後もワクチン普及に伴う感染状況の改善や経済再開が進むなかで労働需給が引き締まり、年末にかけてやや高めの水準で推移すると予想する。



3 金融政策は、当面の物価上昇が警戒水準には達しないこと、またコロナ禍でダメージを受けた経済の回復を後押しするため、当面は各国の政策金利が据え置かれるだろう。しかし、各国経済の回復や米国の金融引締めに伴う資金流出圧力の高まりなどから22年半ば頃から利上げに踏み切るようになると予想する。

4 経済の先行きは、オミクロン株の感染再拡大の影響は1-3月期の実質GDPを押し下げるものの、各国では都市封鎖などの厳しい活動制限措置が実施されておらず、経済への影響は限定的となりそうだ。その後も新たな変異株出現の懸念がくすぶるが、ワクチンの普及により柔軟な感染対策と経済活動の両立が可能となるため、22年は経済正常化による景気回復が続くと予想する。



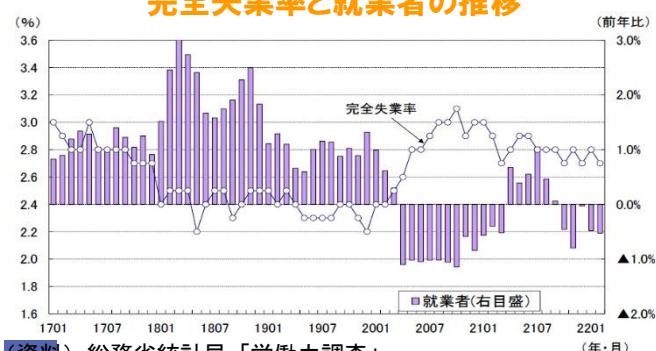
「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

雇用関連統計(22年2月) ～まん延防止等重点措置の影響で、 対面型サービス業の休業率がさらに上昇

1 失業率は前月から0.1ポイント低下の2.7%

総務省が3月29日に公表した労働力調査によると、22年2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%、当社予想は2.9%)となった。労働力人口が前月から3万人の増加となる中、就業者は前月と変わらず、失業者は前月から▲3万人減の188万人(いずれも季節調整値)となった。失業者の内訳を求職理由別(季節調整値)にみると、雇用契約の満了や事業の都合といった非自発的離職による者の割合が31.9%(1月:30.9%)と3ヵ月連続で上昇した。失業率は横ばい圏で推移しているが、失業の中身は深刻化している。

完全失業率と就業者の推移



2 対面型サービス業の休業率がさらに上昇

休業者数は242万人となり、前年に比べて12万人の増加(1月:同4万人増)となった。休業率(休業者/就業者)を産業別にみると、飲食店(12月:2.2%→1月:6.5%→2月:9.5%)、宿泊業(12月:1.9%→1月:6.0%→2月:6.1%)、娯楽業(12月:2.8%→1月:4.1%→2月:5.3%)がいずれも2ヵ月連続で上昇

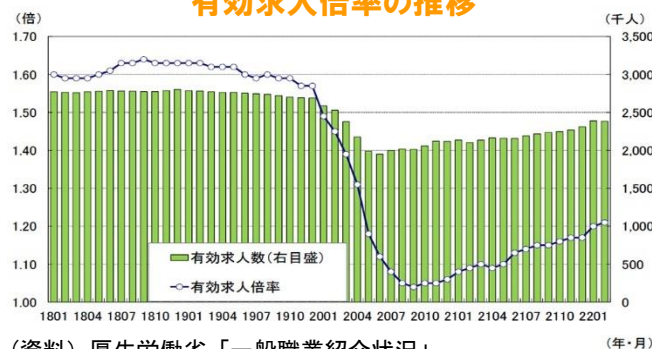
した(休業率は原数値)。1月に続き2月も多くの地域でまん延防止等重点措置が継続していたことが対面型サービス業の休業率の上昇につながったとみられる。

3 有効求人倍率の改善が続く

厚生労働省が3月29日に公表した一般職業紹介状況によると、22年2月の有効求人倍率は前月から0.01ポイント上昇の1.21倍(QUICK集計・事前予想:1.20倍、当社予想も1.20倍)となった。有効求人数が前月比▲0.2%と1年2ヵ月ぶりに減少したが、有効求職者数が同▲1.4%とそれ以上に減少したことが求人倍率の改善につながった。

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0.05ポイント上昇の2.21倍となった。新規求職申込件数が前月比▲7.2%の大幅減少となり、新規求人数(同▲4.8%)の減少幅を上回った。

有効求人倍率の推移



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。

全国小企業月次動向調査 (2022年2月実績、3月見通し)

日本政策金融公庫 2022年3月22日公表

結果の概況

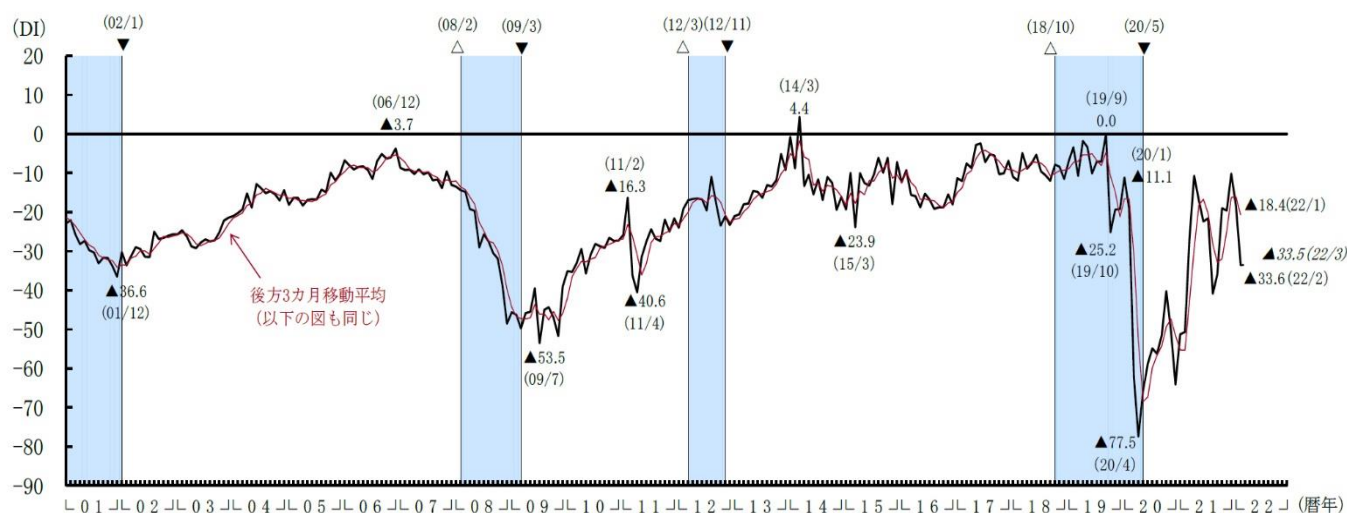
[概況] 小企業の売上DI(2月実績)は、マイナス幅が拡大

1 売上

- 2月の売上DIは、1月からマイナス幅が15.2ポイント拡大し、**▲33.6**となった。
3月は、**▲33.5**と2月からほぼ横ばいとなる見通しとなっている。
- 業種別にみると、製造業(▲17.6→▲7.8)ではマイナス幅が縮小した一方、非製造業(▲19.6→▲37.3)ではマイナス幅が拡大した。3月は、製造業では**▲18.6**とマイナス幅が拡大する一方、非製造業では**▲35.4**とマイナス幅が縮小する見通しとなっている。
- 非製造業では、建設業を除く全ての業種でマイナス幅が拡大している。
3月は、飲食店とサービス業、運輸業でマイナス幅が縮小する見通しとなっている。

売上DIの推移(全業種計、季節調整値)

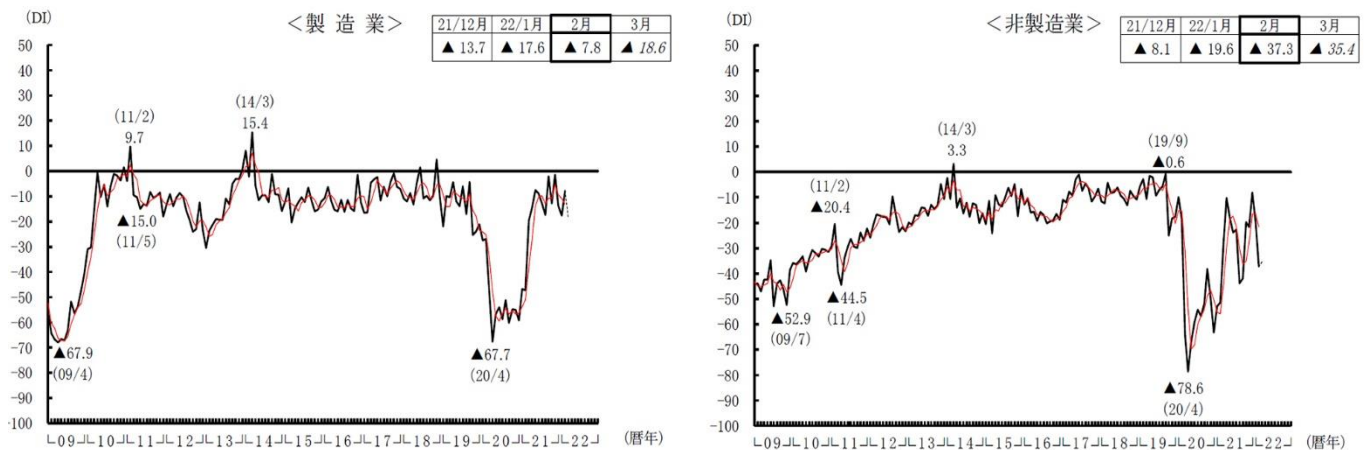
	2021 2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2022 1月	2月	3月
実績	▲50.7	▲26.9	▲10.7	▲17.0	▲22.4	▲21.6	▲40.9	▲36.0	▲19.0	▲19.6	▲10.2	▲18.4	▲33.6	-
見通し	▲53.6	▲41.9	▲16.5	▲7.6	▲21.9	▲28.4	▲30.9	▲42.0	▲23.9	▲11.4	▲17.3	▲12.1	▲36.1	▲33.5



(注) 1 売上DIは前年同月比で「増加」企業割合－「減少」企業割合

2 ーは実績、...は見通し。斜体は見通しの値を示す。△は景気の山、▼は景気の谷、シャドー部分は景気後退期を示す。

業種別売上DIの推移(季節調整値)



		(見通し)																			
		2020年 9月	10月	11月	12月	2021年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2022年 1月	2月	3月	
製 造 業		▲60.2	▲54.8	▲55.1	▲59.2	▲46.8	▲47.2	▲19.5	▲14.4	▲7.6	▲8.9	▲12.7	▲17.4	▲2.1	▲12.8	▲1.4	▲13.7	▲17.6	▲7.8	▲18.6	製 造 業
	金属・機械	▲64.2	▲60.5	▲63.0	▲64.0	▲46.9	▲50.0	▲21.0	▲6.6	▲12.2	▲4.4	7.1	0.1	11.6	▲2.5	13.7	1.7	▲6.2	▲5.5	▲13.8	金属・機械
	その他製造	▲58.3	▲52.9	▲52.5	▲53.8	▲43.8	▲45.7	▲19.6	▲13.7	▲4.2	▲11.2	▲27.2	▲37.1	▲15.8	▲25.1	▲19.0	▲26.0	▲24.6	▲10.9	▲21.5	その他製造
非 製 造 業		▲51.8	▲38.1	▲49.5	▲63.3	▲52.9	▲51.5	▲27.7	▲10.1	▲18.0	▲23.9	▲22.6	▲43.9	▲41.9	▲19.7	▲21.7	▲8.1	▲19.6	▲37.3	▲35.4	非 製 造 業
①卸 売 業		▲44.2	▲37.4	▲42.1	▲38.9	▲46.0	▲45.0	▲17.5	▲23.3	▲13.1	▲12.5	▲17.1	▲38.3	▲29.3	▲29.7	▲7.7	▲11.8	▲13.8	▲25.8	▲27.6	①卸 売 業
織・衣・食		▲56.0	▲50.1	▲55.5	▲60.3	▲58.1	▲62.1	▲22.2	▲19.2	▲24.0	▲43.7	▲28.0	▲56.2	▲45.4	▲36.2	▲6.2	▲12.0	▲23.7	▲33.0	▲27.6	織・衣・食
機械・建材		▲36.8	▲26.3	▲31.2	▲24.5	▲38.8	▲35.6	▲9.4	▲27.7	▲6.6	6.0	▲8.9	▲25.7	▲19.1	▲22.4	▲7.1	▲11.9	▲8.4	▲23.4	▲26.7	機械・建材
②小 売 業		▲46.5	▲38.4	▲42.9	▲55.0	▲43.6	▲40.9	▲20.3	▲12.6	▲14.9	▲19.3	▲17.5	▲46.9	▲33.9	▲23.2	▲14.0	▲18.6	▲24.6	▲31.4	▲34.2	②小 売 業
耐久消費財		▲37.8	▲28.2	▲22.0	▲21.4	▲19.7	▲11.3	▲0.0	▲9.9	1.6	▲10.9	▲37.9	▲41.6	▲30.8	▲25.7	▲35.4	▲24.7	▲43.0	▲34.1	▲42.0	耐久消費財
非耐久消費財		▲47.8	▲39.2	▲46.2	▲63.1	▲51.5	▲46.3	▲25.2	▲12.6	▲17.6	▲20.6	▲14.1	▲47.3	▲34.0	▲21.4	▲8.6	▲18.6	▲24.1	▲30.1	▲36.1	非耐久消費財
③飲 食 店		▲61.4	▲34.9	▲69.1	▲93.0	▲89.6	▲82.9	▲50.2	▲8.3	▲19.9	▲50.3	▲34.6	▲70.9	▲67.9	▲7.9	▲23.4	24.3	▲19.1	▲66.4	▲59.8	③飲 食 店
④サービス業		▲55.3	▲43.2	▲54.7	▲66.8	▲53.8	▲52.2	▲19.2	▲4.3	▲21.4	▲25.2	▲23.7	▲31.3	▲45.5	▲19.2	▲27.7	▲2.1	▲15.2	▲35.1	▲30.6	④サービス業
事業所向け		▲40.8	▲28.8	▲41.1	▲52.2	▲35.2	▲31.5	▲14.9	▲21.8	▲13.3	▲9.9	▲30.8	▲22.2	▲28.2	▲3.5	▲3.8	▲4.4	▲22.8	▲16.4	▲12.6	事業所向け
個人向け		▲59.0	▲47.3	▲58.0	▲71.5	▲60.1	▲59.2	▲22.0	0.9	▲23.6	▲29.1	▲21.8	▲33.6	▲50.1	▲23.8	▲34.4	▲1.5	▲13.4	▲41.4	▲32.2	個人向け
⑤建 設 業		▲42.2	▲37.0	▲32.3	▲34.7	▲33.1	▲34.4	▲25.3	▲12.7	▲13.2	▲12.0	▲21.7	▲35.8	▲20.3	▲31.3	▲35.7	▲29.4	▲32.2	▲23.2	▲23.3	⑤建 設 業
⑥運 輸 業		▲50.6	▲42.2	▲43.4	▲49.5	▲44.8	▲62.7	▲24.0	▲21.0	6.9	7.3	▲2.5	▲21.1	▲16.1	▲12.0	▲4.9	▲10.9	▲8.7	▲37.1	▲23.8	⑥運 輸 業
道路貨物		▲41.0	▲33.7	▲33.9	▲36.9	▲35.5	▲53.8	▲28.0	0.3	7.2	12.6	▲2.5	▲17.0	▲8.6	▲14.3	▲8.1	▲18.8	▲6.5	▲31.5	▲19.6	道路貨物
個人タクシー		▲100.0	▲87.9	▲93.5	▲100.0	▲83.6	▲90.1	▲66.1	▲33.7	▲8.0	▲17.7	▲21.3	▲47.6	▲56.1	▲5.0	6.0	29.1	▲13.0	▲47.6	▲52.0	個人タクシー
全 業 種 計		▲51.5	▲40.2	▲50.4	▲64.1	▲51.3	▲50.7	▲26.9	▲10.7	▲17.0	▲22.4	▲21.6	▲40.9	▲36.0	▲19.0	▲19.6	▲10.2	▲18.4	▲33.6	▲33.5	全 業 種 計

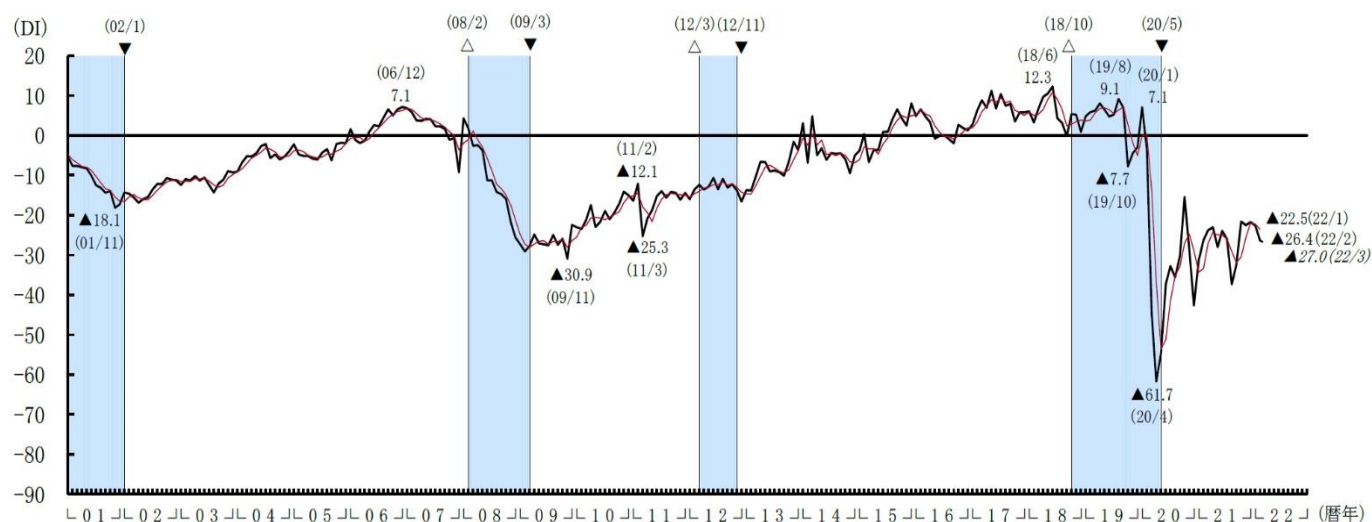
(注) 1 網掛けは、前月から低下した数値。 (注) 2 季節調整は業種ごとに行っている。

2 採算

- 2月の採算DIは、1月からマイナス幅が3.9ポイント拡大し、**▲26.4**となった。
- 3月の採算DIは、**▲27.0**とマイナス幅が拡大する見通しとなっている。

採算DIの推移(全業種計、季節調整値)

	2021 2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2022 1月	2月	3月
実績	▲26.2	▲23.8	▲23.0	▲28.0	▲23.9	▲26.0	▲37.4	▲32.5	▲21.6	▲22.5	▲21.8	▲22.5	▲26.4	-
見通し	▲31.0	▲27.2	▲21.8	▲20.4	▲25.2	▲24.3	▲31.8	▲38.2	▲20.9	▲17.1	▲23.6	▲21.4	▲29.4	▲27.0

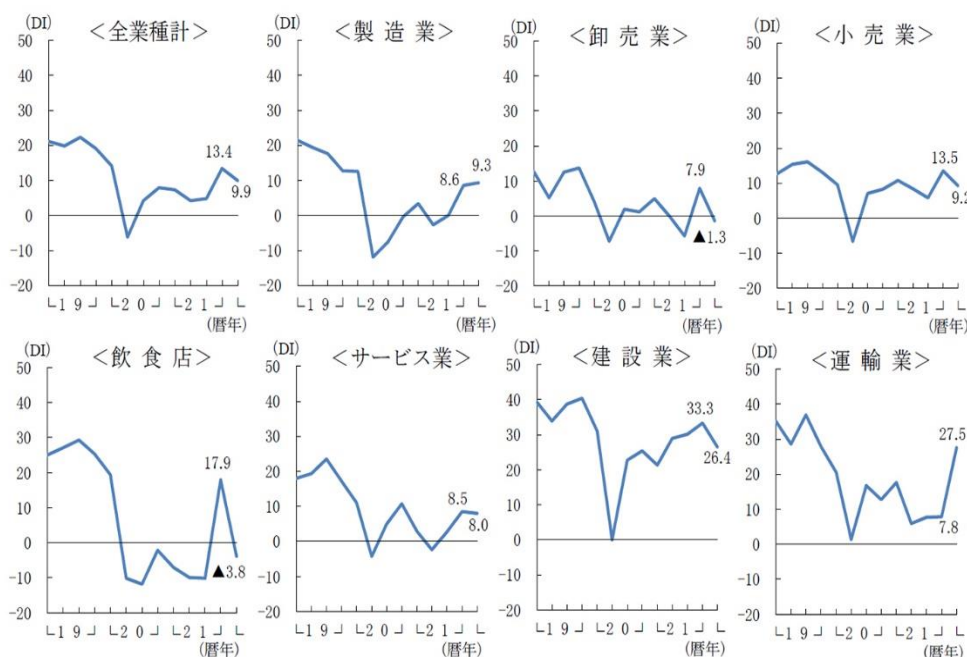


(注) 採算DIは「黒字」企業割合－「赤字」企業割合。

3 雇用

- 従業員過不足DIは、9.9となった。業種別にみると、運輸業が27.5と最も高く、次いで建設業（26.4）、製造業（9.3）の順となっている。
- 従業員の給与水準が1年前と比べて「上昇」と回答した企業割合は、27.1%となった。業種別にみると、飲食店が35.2%と最も高く、次いで製造業（33.2%）、建設業（28.0%）の順となっている。

従業員過不足DIの推移



給与水準の動向 (1年前との比較)

	上昇	ほとんど変わらない	低下
全業種計 (n=1,084)	27.1	68.7	4.2
<業種別内訳>			
製造業 (n=250)	33.2	65.2	1.6
卸売業 (n=137)	20.4	78.1	1.5
小売業 (n=226)	23.0	72.1	4.9
飲食店 (n=71)	35.2	59.2	5.6
サービス業 (n=200)	25.5	69.0	5.5
建設業 (n=157)	28.0	68.8	3.2
運輸業 (n=43)	25.6	55.8	18.6

(注) 1 このところ (3 カ月程度) の仕事量からみた従業員数の過不足を尋ねたもの。
2 従業員過不足 DI は、「不足」企業割合－「過剰」企業割合。

(注) 定期昇給、昇格・降格による
上昇・低下を除いての回答。

全国小企業月次動向調査（2022年2月実績、3月見通し）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



労 務

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おもいます。

(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。

ジャンル:マネジメントスキル > サブジャンル:ストックオプション

ストックオプションのメリット

ストックオプション制度導入のメリットと その注意すべき点について教えてください。

ストックオプション制度とは、新株予約権と呼ばれるもので、会社役員や従業員等があらかじめ定めた価格で株式を購入できる権利をいいます。

導入することにより、以下のメリットを得ることができます。しかし、同時に「注意すべき点」もあります。

1. メリット

①インセンティブとしての効果	権利保有者の利益が株価上昇と直接連動しているため、権利保有者は株価上昇のために会社業績の向上に努めるというインセンティブとしての効果が期待できます。
②報酬コストの低減効果	権利付与による報酬額は株価上昇に連動するため、株価上昇により報酬額が増大しても、会社としてのコストは変わりません。会社としては株価を活用した低コストの成功報酬制度といえます。
③人材確保・流出防止効果	会社の業績向上に伴う株価上昇により、巨額の報酬を獲得することも可能な魅力的な成功報酬制度を活用することにより、優秀な人材の確保および人材流出を防ぐ効果が期待できます。
④アナウンスメント効果	ストックオプション制度を導入することにより、会社が自社の株価や業績を強く意識しているという経営姿勢をアピールするアナウンスメント効果が期待できます。
⑤株主の利益向上効果	制度導入に伴い、株価向上のための企業業績向上のインセンティブが働くことにより、実際に業績ならびに株価が上昇すれば、既存株主にとっても株式価値向上につながります。

2. 注意すべき点

(1)従業員の士気の低下をもたらす可能性

付与基準の不明確さによる不平等感や、付与後に株価が上昇せず、期待した利益が得られそうにない場合の失望感などにより、従業員の士気が低下する可能性があります。

(2)経営陣のモラルの低下をもたらす可能性

経営陣が、報酬の増大化を図るため株価第一主義となり、不当な決算処理や株価対策などモラルの低下をもたらす可能性があります。

(3)株式価値の希薄化

権利行使により、時価より低い権利行使価格で株式を発行することとなり、既存株主にとっては、株式価値の希薄化につながります。また、新規株式公開に際しては、過度な潜在株の存在は、公開後の不確定要素とみなされる可能性があります。

ジャンル:マネジメントスキル > サブジャンル:ストックオプション

ストックオプション用語の定義

ストックオプションに用いられる用語の
定義について教えてください。

ストックオプションに関する会計基準の適用指針（以下、適用指針）においては、ストックオプション特有の用語が数多く使用されています。

ここでは、基準における用語の定義を下記に説明します。

用語	定義
自社株式 オプション	自社の株式（財務諸表を報告する企業の株式）を原資産とするコール・オプション（一定の金額の支払いにより、原資産である自社の株式を取得する権利）をいい、新株予約権はこれに該当します。
ストック オプション	自社株式オプションのうち、特に企業がその従業員等に報酬として付与するもの。

従業員等	企業と雇用関係にある使用人のほか、企業の取締役、会計参与、監査役および執行役ならびにこれに準ずる者を言います。
報酬	企業が従業員等から受けた労働や業務執行などのサービスの対価として、従業員等に給付されるものを言います。
行使価格	ストックオプションの権利行使に当たり、「払い込むべきもの」として定められたストックオプションの単位当たりの金額を言います。
付与日	ストックオプションが付与された日をいい、会社法における募集新株予約権の割当日（会社法第 238 条第 1 項第 4 号）がこれにあたります。
権利確定日	権利の確定した日をさします。権利確定日が明らかではない場合には、原則として、権利行使期間の開始日の前日を権利確定日と見なします。
権利行使期間	ストックオプションを付与された従業員等がその権利を行使できる期間です。
権利行使日	ストックオプションを付与された者がその権利を行使したことにより、行使価格に基づく金額が払い込まれた日を言います。
対象勤務期間	ストックオプションと報酬関係にあるサービスの提供期間であり、付与日から権利確定日までの期間を言います。
勤務条件	ストックオプションのうち、条件付きのものにおいて、従業員等の一定期間の勤務や業務執行に基づく条件を言います。
業績条件	ストックオプションのうち、条件付きのものにおいて、一定の業績（株価を含む）の達成または不達成に基づく条件を言います。
公正な評価額	市場価格に基づく価額を言います。市場価格がない場合でも、当該ストック・オプションの原資産である自社の株式の市場価格に基づき、合理的に算定された価額を手に入れるときには、その価額は公正な評価額と認められています。
失効	ストックオプションが付与されたものの、権利行使されないことが確定することを言います。