



もみじ

Yamamoto Acc office



山本総合会計ニュース

編集発行人
税理士

山本孝久

〒152-0003
東京都目黒区碑文谷5-12-1
TS碑文谷ビル2F
TEL 03 (3791) 8863
FAX 03 (3791) 8292

11月

(霜月) NOVEMBER

3日・文化の日
4日・振替休日
23日・勤労感謝の日

日	・	10	24
月	・	11	25
火	・	12	26
水	・	13	27
木	・	14	28
金	1	15	29
土	2	16	30
日	3	17	・
月	4	18	・
火	5	19	・
水	6	20	・
木	7	21	・
金	8	22	・
土	9	23	・

11月の税務と労務

- | | |
|---|---|
| 国 税 ／10月分源泉所得税の納付
11月11日 | 国 税 ／3月決算法人の中間申告
12月2日 |
| 国 税 ／所得税予定納税額の減額承認申請
11月15日 | 国 税 ／個人事業者の消費税等の中間申告
(年3回の場合) 12月2日 |
| 国 税 ／所得税予定納税額第2期分の納付
12月2日 | 地方税 ／個人事業税第2期分の納付
都道府県の条例で定める日 |
| 国 税 ／9月決算法人の確定申告
(法人税・消費税等) 12月2日 | |
| 国 税 ／12月、3月、6月決算法人の消費税等の中間申告
(年3回の場合) 12月2日 | |

※税を考える週間 11月11日～11月17日

ワンポイント

個人番号カードと通知カード

マイナンバー制度では、平成27年10月に個人番号と住所・氏名・生年月日・性別が記載された紙製の「通知カード」が郵送で送られ、28年1月から申請によりICチップを埋め込んだ顔写真付きの「個人番号カード」が市区町村で交付されます。通知カード単体では本人確認はできず、制度の利用には運転免許証等が必要です。

経済財政諮問会議

民間有識者

日本銀行総裁

経済産業大臣

民間有識者

民間有識者

▷ 位置づけ ◁

経済財政諮問会議は、経済財政の政策形成に民間の有識者の意見を反映させつつ、内閣総理大臣がリーダーシップを発揮することを目的に、内閣府に設置されています。

最初に設置されたのは平成13年1月ですが、平成21年に鳩山内閣が「国家戦略室」を設置したことで、経済財政諮問会議は開催されなくなりました。しかし、昨年12月に誕生した第2次安倍内閣によって、再開されることになりました。

▷ 構成員 ◁

この会議は、議長と10名以内の議員で構成されています。議長は内閣総理大臣が務め、議員は内閣官房長官と経済財政政策担当大臣、内閣総理大臣が指定する人が充てられます。今までは、総務大臣、財務大臣、経済産業大臣が議員に指定されています。ただし、必要に応じて他の国務大臣を臨時議員として会議に参加させることはできます。

内閣総理大臣は、経済や財政に関する政策について優れた識見を持つ、いわゆる民間有識者を議員として任命します。民間有識者の人数は、議員数の4割以上を確保することが決められています。

▷ 小泉内閣時代 ◁

平成13年4月に始まった小泉内閣では、経済財政諮問会議が最も重要な政策会議として位置づけられました。これまでは、財務省が予算編成に大きな影響力を与えていましたが、小泉内閣では、経済財政諮問会議で経済に関するデータを検討したうえで基本方針を閣議決定し、予算の全体像を決め、この基本方針に沿って各省の概算要求を査定するという手順を踏むようになりました。

小泉内閣は、金融機関の不良債権問題を抜本的に解決することや、郵政や道路公団の民営化、社会保障制度改革、地方への税源移譲といった改革を進めてきました。金融システム改革や規制改革、官業の民営化といった改革を進めるにあたって、経済財政諮問会議が果たした役割は大きいといえるでしょう。

▷ 第2次安倍内閣 ◁

第2次安倍内閣は、今年の1月に経済財政諮問会議を再開させました。それから半年で15回の会議が開催されました。

会議では、まず緊急経済対策やデフレ脱却に向けた取り組み、雇用と所得の増大に向けた取り組みについて話し合われています。さ

らに6月には「骨太方針」策定、8月には平成26年度概算要求基準についても議論されています。

▷ 骨太方針 ◁

6月に出された骨太方針の素案によると、停滞した20年から脱却し、デフレからの早期脱却と日本経済の再生を目指しています。そのために①大胆な金融政策、②機動的な財政政策、③民間投資を喚起する成長戦略の「三本の矢」を推進していきます。それによって、①マクロ経済環境の好転が企業の決断を促し、成長戦略を前進させる、②企業収益の改善が国内投資の拡大や賃金上昇・雇用の増加を生み、消費の拡大をもたらす、③経済再生が財政健全化を促し、財政健全化の進展が経済成長の進展に寄与する、という3つの好循環を作り出すことを目指しています。具体的には、名目GDP成長率を3%程度、実質成長率を2%程度、10年後には1人当たり名目国民総所得を150万円以上拡大することが期待されています。

平成26年度概算要求基準についてみると、「骨太の方針」に対応するために、「新しい日本のための優先課題推進枠」を設定し、別途要望できる仕組みになっています。

最近、3Dプリンタに注目が集まっています。大手家電販売店では、8月上旬から3Dプリンタを取り扱う店舗も出ています。

3Dプリンタの仕組み

3Dプリンタには、材料となる樹脂や金属を少しずつ積層させながら固めて、立体物を作る「3D積層造形技術」が用いられています。高密度エネルギービームを使って金属材料を溶解し積層を造形するものや、熱可塑性樹脂を加熱して溶解し積層を造形するもの、光硬化樹脂を用いるものなどがあります。

高密度エネルギービームを使う3Dプリンタは高価なので、産業用として考えられています。現在はチタン合金やニッケル合金が用いられていますが、今後はセラミックなどの新素材に対応することが期待されています。

3Dプリンタの現状

欧米では金属を使用した3D積層造形技術が確立されており、シェアを独占しています。その割合は、ドイツとスウェーデンだけで4分の3以上を占めています。一方、装置の導入シェアをみると、アメリカがトップで4割弱を占めています。日本も導入シェア10%を占めています。主に試作用として使われています。

3Dプリンタの課題

3Dプリンタが普及するためには、解決しなければいけない課題があります。そ

3D積層造形技術

樹脂
金属
チタン合金
ニッケル合金
セラミック

れは「価格」と「スピード」です。

現在、産業用の3Dプリンタのシェアは外国製が多く、1台1億円するものもあります。しかしこの3Dプリンタを導入しても、生産性や仕上がりの面で明確なメリットを感じにくいのが現状です。

そこで、産業技術総合研究所と3Dプリンタメーカー、自動車メーカーなどが共同開発するプロジェクトが始まっています。このプロジェクトでは、5年間で製造速度を10倍に高めることを目標としています。これは自動車部品に換算すると、月に約3,000台生産するペースに相当します。将来的には、耐熱性の高い金属などにも対応させることで、航空機の部品などが製造できるようになることが期待されています。

企業の取り組み①

横浜にあるシーメット株式会社は、光造形装置の開発を行っています。この会社が開発した装置は、樹脂に紫外線レーザー光を照射して立体を造形するものです。装置を開発したきっかけは、自動車エンジンの内部での液体の流れを評価したいというニーズを受けたことですが、実物に近く透明度の高い試作品を作れることから、図面では読み取れない不具合を見つけることができ満足度の高い製品開発につながると評判です。この会社では、得意である試作品の分野だけではなく、製品を量産する分野への装置開発を進めています。

企業の取り組み②

小田原にある株式会社コイワイでは、積層砂型造形装置を開発しています。

「砂型」は、鋳物部品を作る方法として昔から行われていた方法ですが、砂型を作るための「型」が必要で、型の分割や組み立てといった数多くの工程を必要とします。この会社が開発した砂型積層装置を使うと、直接砂型を作ることができるので、工期を短くすることや高精度で複雑な形状も一体成型できるようになります。今では、砂型を使わない「3D金属粉末積層工法」の開発に取り組んでいます。

欧米が先行している3Dプリンタですが、日本の技術力でこの分野を開拓していつてもらいたいものです。

食の志向の変化と 野菜チップス

日本政策金融公庫が平成22年に「食の志向」の調査をしたところ、手作り志向を重視する傾向が見られました。

この調査は、インターネットにより全国の20代～70代の男女各1,000人を対象に行ったものです。

デフレの影響もあり、経済性を重視する志向は高い水準を保っていますが、前回の調査と比べると2.5ポイント程度減少しています。一方で、節約を意識して支持されていた手作り志向は前回の調査より3ポイント増加しました。これは、「手作り」が節約を意識したものではなく、調理の楽しさや食育・地産地消の意識の高まりが背景となっているようです。

食と健康は切っても切れない関係のようで、経済環境に関わらず高水準を保っています。今年の食の志向の調査でも、現在よ

りも高いポイントをあげています。年代別に見ると、20代や30代に比べて、40代～70代の健康志向はかなり高い水準にあります。

ただし、食品の購入量の変化を見ると、健康のイメージが強い「野菜」の購入量は、減少傾向にあります。

そんな中、大手スナック菓子メーカーが、野菜チップス事業を強化しています。このメーカーでは、5年ほど前から野菜チップスの商品開発を行っていました。販売当初は20代OL層を狙ってコンビニ市場に出したものの、ほとんど売れませんでした。しかしターゲットを40代～50代の主婦に、販売チャンネルをスーパーに変えたところ、野菜の自然な甘みやヘルシーさへの満足感から支持を集めました。

スナック菓子は10億円の売上げをあげるとヒット商品といわれていますが、このメーカーは野菜チップスの売上げを、2017年には100億円を突破することを目指しています。

減少するガソリンスタンド

経済産業省が昨年7月に発表した資料によると、2011年度末時点での国内のガソリンスタンドは約3.8万か所、ピーク時に比べて4割近く落ち込んでいます。

帝国データバンクは、2006年度から2012年度までに倒産や休廃業などしたガソリンスタンド経営者について分析しています。それによると、2007年度以降ほぼ毎年50件程度の業者が倒産しています。また休廃業や解散をした業者は倒産件数の4倍発生しており、これらの業者の代表者年齢を見ると50代以上が9割以上を占めています。

ガソリンの仕入れ価格が上昇していることに加えて、昨年10月より始まった環境税の負担分を価格に転嫁できずにいることや、2010年に改正された「危険物の規制に関する規則」により40年以上前に設置された貯蓄用地下タンクは改修が義務付けられたために、改修費用を捻出できずに廃業に追い込まれたことが原因だと分析されています。

ホワイトハッカー

「ハッカー」というと、他人のコンピュータに侵入してシステムを破壊する人がイメージされます。しかし本来の「ハッカー」には悪い意味はなく、コンピュータ技術に精通した人を指します。悪意を持ってコンピュータに侵入しシステムを破壊する人は、「クラッカー」や「ブラックハット」と呼ばれます。ハッカーのうち、特にその技

術を善良な目的に活かす人を、「ホワイトハッカー」といいます。昨年末から今年の初めにかけて四人の誤認逮捕者を出して社会問題となった「PC遠隔操作事件」のように、個人を狙ったサイバー犯罪が増加しています。日本では馴染みの薄かった、セキュリティコンテストやサイバー犯罪に関するシンポジウムも開催されるようになり、ホワイトハッカーに対する注目は高まっています。