



紫陽花

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

6月

(水無月) JUNE

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

## 6月の税務と労務

- |  |  |
|--|--|
| <b>国 税</b> / 5月分源泉所得税の納付<br>6月12日                          | <b>地方税</b> / 個人の道府県民税及び市町<br>村民税の納付(第1期分)<br>市町村の条例で定める日 |
| <b>国 税</b> / 所得税の予定納税額の通知<br>6月15日                         | <b>労 務</b> / 健康保険・厚生年金保険被<br>保険者賞与支払届<br>支払後5日以内         |
| <b>国 税</b> / 4月決算法人の確定申告(法<br>人税・消費税等) 6月30日               | <b>労 務</b> / 児童手当現況届(市町村役<br>場に提出) 6月30日                 |
| <b>国 税</b> / 10月決算法人の中間申告<br>6月30日                         |  |
| <b>国 税</b> / 7月、10月、1月決算法人の消<br>費税等の中間申告(年3回の<br>場合) 6月30日 |  |

### ワンポイント 郵便料金の見直し

52円だった通常はがきの料金が、6月から62円に引き上げられます。これに伴い往復はがきは124円になります。ただし年賀はがきは52円のまま据え置かれます。また、定形外郵便と、ゆうメール料金の規格外料金が新設され、ともに長辺34cm、短辺25cm、厚さ3cm、重量1kgのいずれかでも超えると規格外となります。

# ウェアラブル市場への進出



IT企業を経営していますが、ウェアラブル市場に進出しようと考えています。市場の現状と今後についてアドバイスをお願いします。

## ○ウェアラブルとは

ウェアラブルとは、身に付けられる、着用できることをいいます。コンピュータを身に付けられるようにした場合で、一般

的に知られているのが、腕時計型の「スマートウォッチ」でしょう。

さらに、ダイエットやスポーツの活動量を計測できる「フィットネス」タイプには、アウトドア仕様のスマートウォッチやリストバンド型、衣服状にしたスマートウエア。また、メガネ型（スマートグラス）や、仮想空間を見ることができるメガネ型の一種で頭にディスプレイ装置を装着するヘッドマウントディスプレイ（HMD）などがある

ります。この他にも、医療用や軍用など様々な種類があります。

## ○ウェアラブル市場

スマートウォッチである米アップルのアップルウォッチや韓国のサムスン電子のギャラクシーなど市場拡大が予想されています。

ウェアラブルの種類は大きく以下の四つに分けられます。

- ①フィットネスウェアラブル
- ②スマートウォッチ
- ③スマートグラス&HMD
- ④その他

二〇一五年のアップルウォッチ登場以降、市場はゆっくり成長しています。どの製品も二〇二〇年に向けて市場拡大が予想されています。

二〇一四年から二〇二〇年までのカテゴリー別の年平均成長率では、フィットネスウェアラブルが一〇・二%、スマートウォッチが六〇・九%、スマートグラス&HMDが二六・七・四%、その他のウェアラブルが一〇・二%となっています。

市場規模を牽引しているのは、

フィットネスウェアラブルで、健康志向の高まりから底堅い推移が見込まれています。一方、市場規模は小さいものの成長率が高いのはスマートグラス&HMDです。

## ○主なウェアラブル

米アンダーアーマーは、二〇一六年一月にセンサーを内蔵したスマートシューズを発表しました。また、台湾のHTCと組んでスマートバンド、心拍数センサー、体重・体脂肪計とスマホアプリをつなげた健康管理システムを立ち上げました。

二〇一六年一〇月、エプソンはGPS機能、脈拍センサー付きのリスタブルGPSを発表。同年夏には、アップルがアップルウォッチシリズ2、サムスン電子がギャクス3を発表しました。

ソニーのクラウド事業者ファウンディングサイトで登場したウエナリストも時計のバンド部分が決済機能等を持つスマートウォッチとして話題になっています。パナソニックの装着型カメラ・アービトレイターは、米国で警察官が装着する製品とし

て知られています。

HMDは、ソニーのプレイステーションVR、米オキュラスVRのオキュラスリフトHTCのヴイヴが有名で、いずれもディスプレイに有機ELを採用しています。ゲームなどの分野で着実に市場が拡大しており、今後は教育分野でも活用が期待されています。

### ○普及していく上での課題

ウェアラブルは購入する必要を感じないという課題が最も多くなっていますが、今はその必要性が顕在化していないだけともいえます。

工場での技能工の技能継承問題などもスマートグラスやHMDなどを活用し技能工の匠の技をデジタル化して継承する取り組みが始まっています。

東大病院などの医療現場においてもウェアラブルは活用されてきており、医療分野は大きな可能性を秘めた市場です。

二〇一六年九月、東レとNTTは心電図を二四時間測定して不整脈の検査ができる新素材を共同開発していることを公表し

ました。米国では、病院に行かずにウェアラブルを装着し生体データを病院に送信することで治療が受けられるサービスも出てきています。また、患者がどこにいても遠隔で医師の診察が可能となつてきています。日本の医療事情は米国と同じではありませんが、バーチャルケアセクターのようなサービスが今後期待されます。

### ○新しい市場

新市場としてはウォンツ（欲求）市場が期待されています。ウォンツとは、なくても困らないがあれば楽しく消費者の購買意欲に訴えかけるものです。

ポケモンGOやポケモンGOプラスのようなウォンツに働きかけるゲームチェンジャー（革新製品）の登場で、腕時計型ウェアラブルへの抵抗感が減り、スマートウォッチの普及が加速する可能性があります。医療分野にもゲーム感覚を取り入れ、例えばリハビリ等をゲームを通じて行うことで楽しみながら継続できることが注目されています。

今後、HMDや生体データを

計算するスマートウォッチ、スマートウェアなど様々なウェアラブルの活用が期待できます。

二〇一六年七月の自転車レースであるツール・ド・フランスでは選手のウェアに生体センサー、サドルにGPSを付け、選手間の距離や自転車の速度、坂の傾斜角度、選手の心拍数など視聴者が楽しめるコンテンツが提供されています。ラグビーの選手にもGPSを装着し、練習を強化したこともあります。

このようにラグビーなどのスポーツでのフィットネス管理のためにウェアラブルデータが活用されています。

着衣型としてはペットに着せるウェアラブルも登場しています。ペットの健康状態を把握できる製品となっています。

### ○まとめ

今後、ウェアラブル市場は大きく進展する可能性があります。それを示唆するようなムーブメント（時代の流れ）やコンテンツ（情報の中身）も出てきています。

社会的必要性に基づいたウェ

アラブル製品から着実に市場が拡大しています。ポケモンGOのようなゲームチェンジャーが登場すると、一瞬にしてウォンツ市場が拡大してニーズも変わり、市場が急拡大する可能性があります。

来るべきウェアラブル市場の本格的な到来に備えて、デザイン性、ブランド化、抵抗感の排除などを検討する必要があります。

持続可能な成長のためにデバイス（各種機器）の供給だけでなく、サービス化も踏まえた包括的なアプローチを意識した取り組みが必要です。個人データのプライバシーやビッグデータの所有権の体制整備などクリアすべき問題も多くなつていますが、新たな市場を獲得するチャンスでもあります。

これまでには限界があり、どの相手（企業、行政、研究所）と組めばよいか、異業種連携によるオープンイノベーションの真価が問われる時でもあります。（参考・日本政策投資銀行「ウェアラブル市場の現状と今後」）



## パートに「選ばれる会社」とは？

「パートタイマーを募集しているが、応募者がゼロというのは初めてだ」とA社・人事担当者は困惑します。

応募者は企業を見抜く手段として、以下の3つの場面で確認していると思われます。

### 1. ホームページを見る

- ① 企業独自のホームページを先ず見て、どのような会社か頭に描く。
- ② インターネット求人サイトから、採用後にどんな仕事に就くか詳しく知る。
- ③ 企業理念・経営者の声
- ④ 教育・研修制度の有無  
ホームページに記載が無い場合、従業員への期待度が低いのか疑問を抱く。  
これらホームページの情報から、頑張っ  
て働けば処遇が良くなるのかを判断する。

### 2. 受付時の対応

- ① 電話の仕方

電話対応で企業の一端が分かる。

- ② 応募時の反応の速さや的確さ  
遅い対応は募集の本気度を疑われても仕方がない。
  - ③ 履歴書送付後の対応  
最近では応募を躊躇させないため、応募時の履歴書は不要という会社が増えて  
いる。
  - ④ あえて「問合せしてみる」  
丁寧な対応で働く意欲を引き出す。受  
付時の対応には、「企業の素の姿」が出  
るものであり、ぞんざいな態度は企業の  
損失になる。
- ### 3. 面接時の対応
- ① 面接者の礼儀により、その企業の人  
に対する基本的敬意が伝わる。
  - ② 仕事内容やシフトについての説明  
この説明に対して応募者の質問、確認  
がされる場合は、やる気があると認める  
こと。
  - ③ その他、質疑応答で、応募者が働き続  
けられるかをジャッジしている。

## 週一万人が消える

「日本の生産年齢人口（一五〜六四歳人口）が減少しており、二〇二七年には週一万人ペースで労働力が消える」との新聞報道がありました。数字の根拠は、人口問題研究所の二〇六〇年までの長期推計です。

六〇万人の減少です。日本が人口減少に入った二〇〇八年からの緩やかな影響は今後十五年間で一層の労働力不足を起すことが予想されます。経済はどうなるかを見る場合、「資本」「労働力」「生産性（技術進歩によって伸びる）」の合算ですが、現状で一番大きな要素は「労働力」です。したがって、経済も今後、急激な減速が起きてくることを考えておく必要があるでしょう。

## 中途採用担当者の本音

従業員規模20人〜50人の会社の採用担当者が面談時にどのように臨んでいるか、経営コンサルタント・A氏は次のように話します。

会社側も応募者に労働力を提供してもらう以上、それに対し給料等環境を整備しなくてはならないので両者間はフィフティ・フィフティの関係である。

一面談は大きくもならず、小さくもならずの話し合い

応募者は「私はこういう人間で、こういうことをやってきた」、一方、会社は「じゃあ我が社ではどういうことをやってくれますか」と考えがちになる。

一応募者は当社では全くの素人、でも人材を補わなくてはならない

面談者の中には受けたら入れそうだが、という会社選びの人は敬遠する。また、人物が良いだけでも心許ない。

一受ける会社の業界を研究して、その業界で働きたいことが決め手になる