



W
Power Alliance Tax Accountant Office
パワーアライアンス税理士法人
News

編集 発 行 人

パワーアライアンス税理士法人
税理士 若 杉 治
〒151-0073
東京都渋谷区笹塚3-37-1
第1花井ビル2F
TEL 03 (5365) 4744(代)
FAX 03 (5365) 4745
E-mail info@wakasugi.zei-mu.net

8月

(葉月) AUGUST

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	31
月	4	18	・
火	5	19	・
水	6	20	・
木	7	21	・
金	8	22	・
土	9	23	・

8月の税務と労務

- | | |
|--|--|
| 国 税 ／7月分源泉所得税の納付
8月11日 | 国 税 ／個人事業者の消費税等の中間申告
9月1日 |
| 国 税 ／6月決算法人の確定申告
(法人税・消費税等) 9月1日 | 地方税 ／個人事業税第1期分の納付
都道府県の条例で定める日 |
| 国 税 ／12月決算法人の中間申告
9月1日 | 地方税 ／個人住民税第2期分の納付
市町村の条例で定める日 |
| 国 税 ／9月、12月、3月決算法人
の消費税等の中間申告
(年3回の場合) 9月1日 | |

ワンポイント 消費税のみなし仕入率の経過措置

金融・保険業、不動産業で見直された消費税の簡易課税制度のみなし仕入率に経過措置が設けられ、本年9月30日までに「簡易課税制度選択届出書」を提出すれば、来年4月1日以後開始する課税期間であっても、届出書に記載した適用開始課税期間の初日から2年間は、改正前のみなし仕入率が適用されます。



ベンチャー企業の現状

○新規上場の企業が増加

日本ではこれまで、大きく分けて三回のベンチャーブームがありました。

第一次ブームは一九七〇年代初めで、日本電産など「ものづくり」に強みを持つハイテク産

業が数多く創業しました。

第二次ブームは八〇年代で、情報サービス化の流れの中でソフトバンクなどが現れました。

第三次ブームの九〇年代以降は、IT分野で起業が相次ぎました。

現在は、ITが加速度的に進歩して通信環境が良くなったり、クラウドコンピューティングが普及等したことで、アイデアさえあれば低コストで起業できる時代となっています。

株式市場から見ても、活力ある企業が生まれ成長することは、日本経済にとって非常に重要です。

日本の株式市場は、米国の株式市場よりもベンチャー企業の活力に依存する度合いが大きくなっているからです。

我が国の上場企業約三五〇〇社のうちバブル崩壊後に新規上場した企業は半数以上にのぼります。

バブル崩壊後に出現した企業は、世界有数の通信会社となったソフトバンクや世界進出を進めているユニクロなど。上場で資金集めに成功したことが企業

規模を拡大させた一因となっています。

二〇一三年には五八社が新規上場し、〇七年の一二一社以来の高水準となっており、足元で新規上場企業が増えてきていることは、株式市場にとって追い風となっています。

○未上場企業への資金供給が貧弱な日本

我が国の新規上場企業の規模は、米国に比べると小さいものとなっています。二〇一三年に上場した企業が調達した資金は、平均で二〇億円弱にとどまっています。

日本では、ベンチャー企業は成功段階で早い時期に新規上場に踏み切っています。

これは、ベンチャー企業が飛躍するために資金を調達しようとしても有力な選択肢が乏しいからです。

上場していないベンチャー企業に資金を提供する市場が未成熟で、株式上場による資金調達を選ばざるを得ないという現実があります。

○日米でベンチャー企業への投資額に大きな差

我が国では、新しい会社に対するスクマナーを供給することが少ないため、新規上場を成長段階で早い時期に行わざるを得ない状況にあります。

課題としては、上場するには会社の体制づくりや情報開示の義務等があり、事業以外のことに経営資源が振り向けられ、成長の阻害になる場合も多々あります。

なお、米国のベンチャー市場では、M&Aが投資マネーを循環させる大きな役割を果たしています。全米ベンチャーキャピタル協会によると、米国のベンチャーキャピタルの投資先がM&Aの対象となった件数が二〇一二年に四八七件もありました。新規上場企業への投資が四九件だったのを大幅に上回っています。

資金力と技術力を持つ大企業がベンチャー企業を買収すること、新しい成長分野を伸ばすことにつながります。投資先が

買取されることで資金を手にしたベンチャーキャピタルも新たなベンチャー企業へと資金を回します。

我が国でも大企業によるベンチャー投資が増えてきています。新たな分野への進出の種を外部企業に求め始めています。自社の技術や人材だけでは開発できないことをベンチャー企業に求めるやり方です。

今まで大企業は、ベンチャー企業を下請け企業のように低く見ていましたが、これからは対等なパートナーとして、両社で新たな成長分野の開拓に臨むくらいの意識が必要な時代になってきています。

○起業家の育成・支援

日本では大学を卒業すると大企業への就職を第一に優先して考えます。米国のように優秀な理系の学生がシリコンバレーの創業間もないベンチャー企業に入社するなど、起業する文化がまだ未熟な段階です。

起業で成功した事例が米国などに比べて少ないため、前例主

義の保険会社や機関投資家がなかなかベンチャー企業に資金を振り向けないことや、ベンチャー企業への投資促進措置であるエンジェル税制もあまり機能していません。これは、税制のメリットが低いことや使い勝手が悪いなどの要因が挙げられます。以上からベンチャー企業がまだ日本では育ちにくい環境となつていきます。このような中でベンチャー企業を立ち上げて成功している事例を紹介します。

【事例1】N社（化粧品等充填装置、成型装置製造）

N社の社長は、開業以前は化粧品のOEM会社に勤務していましたが、ここでの関連から、大企業が入ってこない狭い市場において、サーボモーターを用いてファンデーションなどの化粧品の圧縮成型を可能とする装置の開発に成功しました。

これまで職人の経験と勘に頼っていた化粧品成型をコンピュータ管理でプレスパターンをコントロールすることにより、圧縮成型が不可能だった粉末を自在に固定化することができるよう

うになりました。

これによって化粧品・食品・医療等の充填装置、成型装置の設計・製造分野に進み、現在、国内特許を二〇件、国外特許二〇件も取得し、他社は容易に参入できない状況となっています。

また、下請けでないことから親企業の意向も関係なく、景気等にもそれほど左右されない企業体質となっています。売上は毎年上昇が続いています。

【事例2】U社（ミドリムシ活用の食品、化粧品 従業員六二名）

T大卒業生が設立した企業で、ミドリムシを中心とした微細藻類に関する研究開発を行っています。

以前からクロレラの研究をしていたY社との共同研究により、石垣島にてミドリムシの大量培養に成功しました。これにより、ミドリムシ活用の機能性食品（人間に必要な栄養素の大部分を含む）や化粧品の分野に進出しています。

今後は、宇宙食や製鉄所の二酸化炭素削減にもミドリムシが

役立つことから、食料問題や環境問題等への解決策の一つとしても注目されています。

【事例3】M社（光学機器製造従業員二七名）

M社は、創業以来、自社ブランドの測定工具顕微鏡や光学レンズなどを主に製造してきました。

こうした光学機器の焦点微調整で培った微細な技術・ノウハウが異なる用途に応用できないかと考え、位置決め分野に着目し、アリ溝式ステ이지を開発し製品展開を図りました。知的特許を国内一五件、国外五件、意匠権四〇件等で保護しています。汎用位置決め用途の必需品として認められ、世界に販路を拡大中です。

以上の事例から、特許などの法的手続きで自社の事業を保護すること、大手企業では採算が取れない小さな市場への進出などが考えられます。また、提携企業、大手企業、大学、研究機関との共同開発も検討が必要で

海外で「寿司・刺身」は大人気

日本貿易振興機構（ジェトロ）が本年3月に公表した「日本食品に対する海外消費者アンケート調査（6都市比較版）」によると、好きな外国料理は、全体で「日本料理」がトップだったことが分かりました。

「日本料理」が好きな理由の1～3位には「味の良さ」、「健康に配慮」、「洗練され

ている・高級感」となっています。一方で、「価格が高い」（18.1%）との回答もあります。

好きな日本料理は、「寿司・刺身」が多く、以下、「天ぷら」、「焼き鳥」、「ラーメン」です。寿司・刺身は6都市全てで1位でした。

調査はモスクワ、ホーチミン、ジャカルタ、バンコク、サンパウロ、ドバイに居住する10～50代の男女、各都市500人、合計3,000人からの回答です。

好きな外国料理

（単位：％）

	1位	2位	3位	1～3位合算
日本料理	38.4	17.2	10.7	66.3
イタリア料理	15.6	15.9	14.9	46.4
中国料理	14.0	16.6	11.9	42.5
韓国料理	5.4	10.5	8.6	24.6
アメリカ料理	4.1	7.9	9.9	21.9
フランス料理	4.0	7.1	7.7	18.8
タイ料理	2.9	5.0	5.5	13.4
インド料理	5.1	3.5	3.9	12.5
メキシコ料理	1.2	3.1	6.0	10.3
中東・アラブ料理	1.7	3.7	4.3	9.7

「日本食品に対する海外消費者アンケート調査（6都市比較版）」（ジェトロ）から抜粋

介護と育児のできる職場へ

近年、雇用者の介護問題と育児問題が深刻さを増しています。

A研究所の調査では、「介護リスクのある親」を持つ会社員は51～55歳で51.4%、56～60歳で44.5%、46～50歳で42.7%、41～45歳で30%でした。

また、総務省調査では介護を理由に離職する人は、2008年～12年の合計で48万6,000人です。

一方、出産・育児のため離職した人は、2008年～12年の合計で125万5,000人です。

育児をしている雇用者665万人の中で、晩婚化で介護と育児を同時にしないといけない社員が出てきています。

B氏は「もう一度職場復帰できる環境は必要。20～30代の育児休暇がとりやすい職場は介護でもその雰囲気になる」と指摘しています。

企業にとって社員の介護と育児を保障できる環境づくりが必要でしょう。

掃除

Q1 掃除に関するクイズです。
ある場所です。

山、千葉などに東京、ミッキーマウス

Q2 Q1を作るときに一番大切にした考えとは、どんなことでしょうか？

Q3 お客様に「と」をプレゼントする「を」を実現する

Q4 ために一番力を入れて大切にしている仕事は何でしょうか？
Q3の仕事には具体的な目標があります。

い、キレイにする
職場を毎日掃除することはムリかも知れませんが、掃除は定期的にしたいものです。

《答》1..東京デイズニールン
ド2..夢・感動3..掃除
4..赤ちゃん・ハイハイ