

週刊WEB

# 企業経営 マガジン

2016  
465  
2/16

ネット  
ジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2016年2月15日号

**QE速報：10-12月期の実質GDPは前期比▲  
0.4%(年率▲1.4%)～民間消費の大幅減少など  
から2四半期ぶりのマイナス成長**

経済・金融フラッシュ 2016年2月10日号

**企業物価指数(2016年1月)  
～急激な原油安で大幅なマイナス**

経営  
TOPICS

景気ウォッチャー調査  
平成28年1月調査結果

経営情報  
レポート

いよいよ本格化する「モノのインターネット時代」  
IoT (Internet of Things) の概要と動向

経営  
データ  
ベース

ジャンル:事業承継・相続 サブジャンル:相続税の基本ジャンル  
相続発生時の心構え  
相続人が生前勤務していた会社から受け取った弔慰金

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

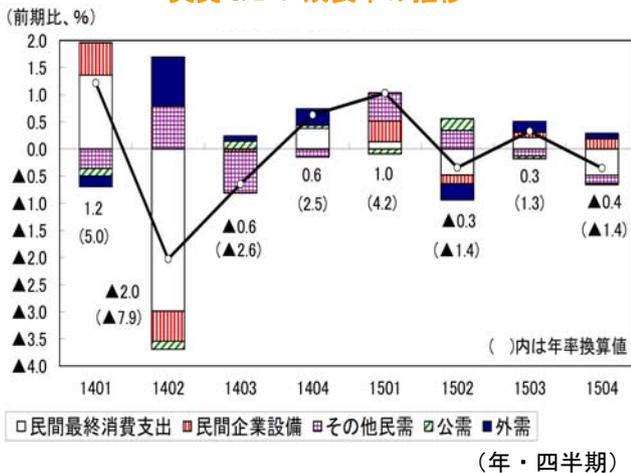
発行:税理士法人日下事務所

# QE速報: 10-12月期の実質GDPは前期比 ▲0.4%(年率▲1.4%)~民間消費の大幅減少 などから2四半期ぶりのマイナス成長

## 要旨

- 1 2015年10-12月期の実質GDPは、前期比▲0.4%（年率▲1.4%）と2四半期ぶりのマイナス成長となった（当研究所予測1月29日：前期比▲0.6%、年率▲2.2%）。

実質GDP成長率の推移



- 2 設備投資は前期比1.4%と2四半期連続で増加したが、民間消費が前期比▲0.8%の大幅減少となったことに加え、これまで堅調だった住宅投資も前期比▲1.2%と4四半期ぶりに減少したことから、国内民間需要が2四半期ぶりの減少となった。

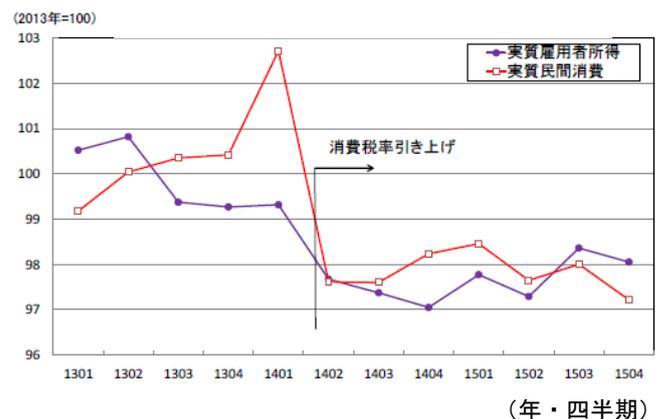
- 3 政府消費は増加を続けたが、2014年度補正予算の効果一巡から公的資本形成が前期比▲2.7%の大幅減少となったことから公的需要も減少した。外需は小幅ながら成長率を押し上げたが国内需要の落

ち込みをカバーすることはできなかった。

- 4 日本経済は2014年度末にかけて持ち直していたが、2015年度に入ってからは一進一退となっており、消費増税から2年近くたっても底離れできずにいる。

- 5 現時点では、2016年1-3月期は民間消費が増加に転じることなどから前期比年率1%程度のプラス成長を予想しているが、うるう年による押し上げも含まれており実態としてはほぼゼロ成長とみている。年明け以降の金融市場の混乱が实体经济に波及すれば、景気が足踏み状態から後退局面に陥る恐れがあるだろう。

実質雇用者所得と実質民間消費の推移



(注) 実質雇用者所得＝一人当たり実質賃金×雇用者数(いずれも季節調整値)

(資料) 内閣府「四半期別GDP速報」、厚生労働省「毎月勤労統計」、総務省「労働力調査」

# 企業物価指数(2016年1月)

## ～急激な原油安で大幅なマイナス

### 要旨

#### 1 急激な原油安で大幅なマイナス

2月10日に日本銀行から発表された企業物価指数によると、2016年1月の国内企業物価は前年比▲3.1%（12月：同▲3.5%）と事前の市場予想（QUICK集計：前年比▲2.8%）を下回る結果となった。前月比では▲0.9%（12月：同▲0.4%）と前月から下落幅が拡大した。

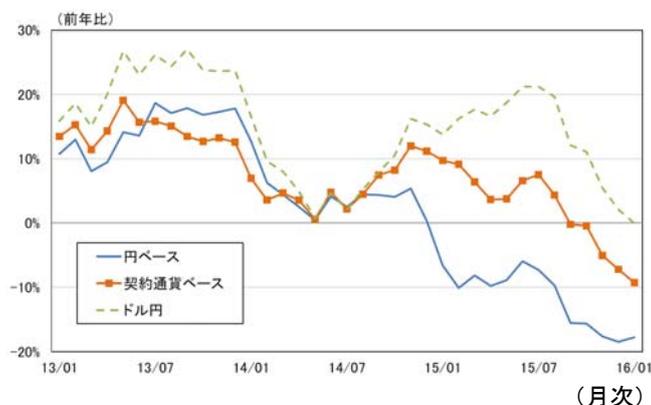
国内企業物価の前月比寄与度をみると、為替・海外市況連動型（前月比▲0.6%）、素材（その他）（同▲0.1%）、鉄鋼・建材関連（同▲0.1%）、電力・都市ガス・水道（同▲0.0%）、機械類（同▲0.0%）、その他（同▲0.1%）といずれも物価下落に寄与した。為替・海外市況連動型は、石油・石炭製品や非鉄金属の下落を反映して、大幅なマイナスを続けている。素材（その他）は、アジア需給の悪化を背景とした化学製品の弱さを反映して、下落幅を拡大している。鉄鋼・建材関連も、アジア需給の悪化に伴うスクラップ類や鉄鋼の下落を主因に、マイナスを続けている。電力・都市ガス・水道は、原油価格の下落を反映した電力・都市ガスの燃料調整から、ペースを鈍化させつつも下落を続けている。その他については、加工食品の上昇一服でプラス幅が幾分縮小している。

#### 2 円安の一巡が輸入物価を下押し

1月の輸入物価（円ベース）は前年比▲17.8%（12月：同▲18.5%）と前月から下落幅が縮小した。契約ベースでは前年比▲16.6%（12月：同▲18.2%）と大幅なマイナスが続き、円ベースは▲17.8%（12月：同▲18.5%）と契約ベースでの下落幅を上回っている。輸入物価（円ベース）の前年比寄与度をみてみると、石油・石炭・液化天然ガス（前年比▲12.6%）、金属・同製品（同▲2.5%）、食料品・飼料（同▲0.8%）、化学製品（同▲0.5%）、機械器具（同▲1.0%）、その他（同▲0.3%）といずれも輸入物価の押し下げに寄与した。

石油・石炭・液化天然ガスは、2015年12月以降の急激な原油安を反映して大幅なマイナスが続いている。

輸入物価指数と為替レート



(資料) 日本銀行「企業物価指数」

# 景気ウォッチャー調査 平成28年1月調査結果

## 今月の動き(2016年1月)

1月の現状判断DIは、前月比2.1ポイント低下の46.6となった。

家計動向関連DIは、飲食関連などが低下したこと等から低下した。企業動向関連DIは、製造業及び非製造業が低下したことから低下した。雇用関連DIについても、低下した。

1月の先行き判断DIは、前月比1.3ポイント上昇の49.5となった。

家計動向関連DI及び企業動向関連DIは上昇した一方で、雇用関連DIは低下した。

なお、季節調整値でみると、現状判断DIは前月比2.0ポイント低下の48.5となり、先行き判断DIは前月比1.7ポイント低下の49.4となった。

今回の調査結果に示された景気ウォッチャーの見方は、「景気は、中国経済に係る動向の影響等がみられるが、緩やかな回復基調が続いている。先行きについては、中国経済や株価等の動向への懸念がある一方で、観光需要や受注増加への期待がみられるが、先行き判断DIが2か月連続の下落となったこともあり、懸念要因がマインドの基調に与える影響に留意する必要がある」とまとめられる。

### ●調査の目的

地域の景気に関連の深い動きを観察できる立場にある人々の協力を得て、地域ごとの景気動向を的確かつ迅速に把握し、景気動向判断の基礎資料とすることを目的とする。

### ●調査期日及び期間

調査は毎月、当月時点であり、調査期間は毎月25日から月末である。

### ●利用上の注意

1. 分野別の表記における「家計動向関連」、「企業動向関連」、「雇用関連」は、各々家計動向関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断、企業動向関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断、雇用関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断を示す。
2. 表示単位未満の端数は四捨五入した。したがって、計と内訳は一致しない場合がある。

### ●DIの算出方法

景気の現状、または、景気の先行きに対する5段階の判断に、それぞれ以下の点数を与え、これらを各回答区分の構成比(%)に乗じて、DIを算出している。

評価	良くなっている 良くなる (良い)	やや良くなっている やや良くなる (やや良い)	変わらない 変わらない (どちらともいえない)	やや悪くなっている やや悪くなる (やや悪い)	悪くなっている 悪くなる (悪い)
点数	+1	+0.75	+0.5	+0.25	0

## 全国の動向

### 1 景気の現状判断DI

3か月前と比較しての景気の現状に対する判断DIは、46.6となった。家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのDIが低下したことから、前月を2.1ポイント下回り、2か月ぶりの低下となった。また、横ばいを示す50を6か月連続で下回った。

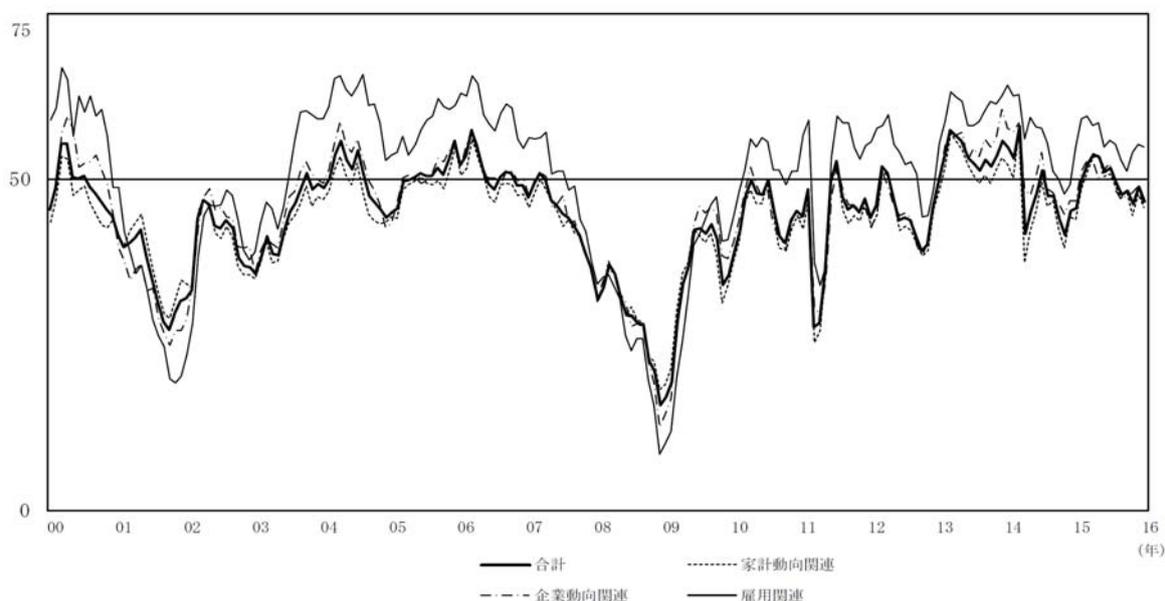
図表1 景気の現状判断DI

(DI)	年	2015					2016	
	月	8	9	10	11	12	1	(前月差)
合計		49.3	47.5	48.2	46.1	48.7	46.6	(-2.1)
家計動向関連		48.8	47.0	48.1	44.4	47.7	45.6	(-2.1)
小売関連		48.1	45.7	47.0	41.4	45.1	45.1	(0.0)
飲食関連		47.0	43.8	46.2	44.6	52.9	45.0	(-7.9)
サービス関連		50.8	50.5	50.6	49.2	51.1	46.9	(-4.2)
住宅関連		47.3	45.4	48.7	49.1	49.7	45.6	(-4.1)
企業動向関連		48.3	46.9	47.4	47.8	48.9	45.9	(-3.0)
製造業		46.4	45.1	47.2	47.9	46.0	45.2	(-0.8)
非製造業		50.0	48.5	47.3	47.4	51.2	46.6	(-4.6)
雇用関連		55.2	52.7	51.1	54.0	55.1	54.8	(-0.3)

図表2 構成比

年	月	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている	DI
2015	11	1.7%	15.1%	54.2%	24.2%	4.8%	46.1
	12	1.9%	20.8%	51.1%	22.8%	3.5%	48.7
2016	1	1.3%	16.8%	53.7%	23.7%	4.6%	46.6
(前月差)		(-0.6)	(-4.0)	(2.6)	(0.9)	(1.1)	(-2.1)

図表3 景気の現状判断DI



## 2 景気の先行き判断DI

2～3か月先の景気の先行きに対する判断DIは、49.5となった。雇用関連のDIが低下したものの、家計動向関連、企業動向関連のDIが上昇したことから、前月を1.3ポイント上回った。また、横ばいを示す50を6か月連続で下回った。

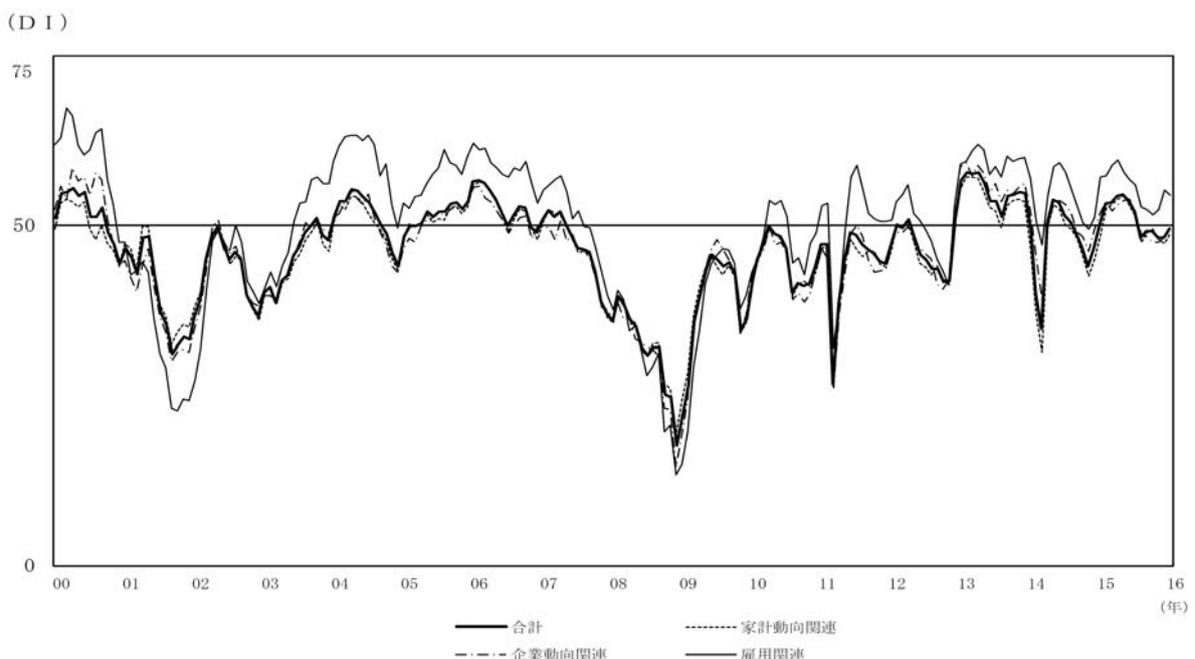
図表4 景気の先行き判断DI

(DI)	年 月	2015 8	9	10	11	12	2016 1	(前月差)
合計		48.2	49.1	49.1	48.2	48.2	49.5	(1.3)
家計動向関連		47.4	48.9	49.3	47.9	47.2	48.8	(1.6)
小売関連		46.2	48.2	49.1	47.4	47.3	48.1	(0.8)
飲食関連		46.4	48.6	50.9	49.4	42.6	47.2	(4.6)
サービス関連		50.0	50.7	49.9	48.3	47.3	50.5	(3.2)
住宅関連		47.0	47.2	47.2	48.4	50.7	49.7	(-1.0)
企業動向関連		48.7	48.3	47.5	47.4	48.2	49.2	(1.0)
製造業		48.3	47.7	47.8	46.5	47.3	48.6	(1.3)
非製造業		49.0	48.8	47.1	48.1	48.6	50.0	(1.4)
雇用関連		52.7	52.3	51.5	52.2	55.2	54.4	(-0.8)

図表5 構成比

年	月	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる	DI
2015	11	1.7%	18.2%	55.5%	20.2%	4.3%	48.2
	12	1.6%	17.5%	56.6%	20.5%	3.7%	48.2
2016	1	1.8%	20.6%	55.1%	18.9%	3.6%	49.5
(前月差)		(0.2)	(3.1)	(-1.5)	(-1.6)	(-0.1)	(1.3)

図表6 景気の先行き判断DI



「景気ウォッチャー調査 平成28年1月調査」結果の全文は、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。

# いよいよ本格化する「モノのインターネット時代」 IoT (Internet of Things) の概要と動向

## ポイント

- 1 IoT (Internet of Things) の概要
- 2 身近にある IoT の事例
- 3 消費・サービス業の IoT
- 4 製造業・モノづくりの IoT
- 5 中小企業で活用している IoT 事例



### ■参考文献

『週刊ダイヤモンド 2015/10/3』(株式会社ダイヤモンド社)

『すべてわかる IoT 大全 2016』(日経 BP 社)

『IoT まるわかり』(三菱総合研究所)

# 1 IoT (Internet of Things) の概要

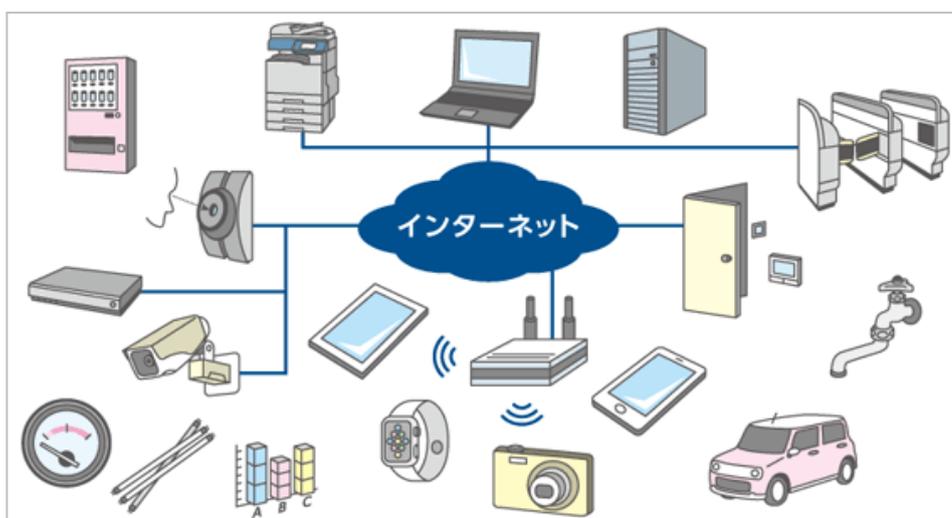
## ■ IoT(Internet of Things)とは何か

「IoT」とは、Internet of Things の略で「モノのインターネット化」と定義されています。あらゆるモノがインターネットにつながることによる革新と捉えられることもあります。これまでネットワークとは無縁だったものが対象になるため、今後、市場規模が爆発的に大きくなるといわれています。

## ■IoT の定義

コンピュータなどの情報・通信機器だけでなく、世の中に存在する様々な物体（モノ）に通信機能を持たせ、インターネットに接続したり相互に通信することにより、自動認識や自動制御、遠隔計測などを行うこと。

## ■IoT の全体像



(出典：日本経済新聞)

## ■ IoT 時代のセキュリティの課題

IoT の利用者は、多岐にわたると予想されています。そして、そうした人々に向けて、さまざまなサービスが展開されると期待されています。この結果、当初想定していなかったサービスやアプリケーションと IoT デバイスがつながることが考えられ、思わぬリスクにさらされる恐れもあります。

セキュリティの世界では、常に弱いところが狙われます。IoT デバイス単体ではセキュリティ対策を講じていても、それが連携するサービスやアプリに脆弱性があれば、そこが糸口となって侵害を受け、情報漏えいや誤作動などにつながる恐れがあります。IoT デバイスを開発する側はもちろん、サービスやアプリを開発する側にも、これまで以上にセキュリティへの対応が求められることになるでしょう。

## 2 身近にある IoT の事例

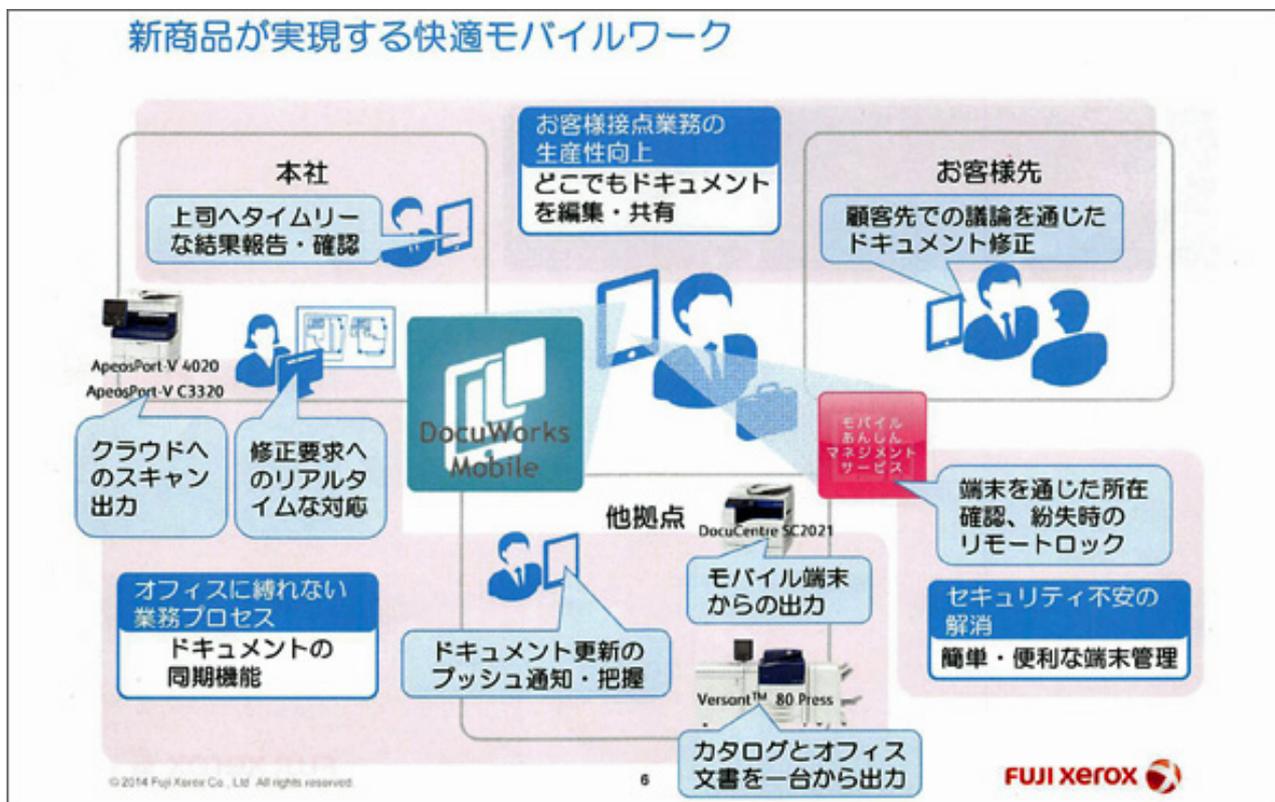
### ■ 経営関連の IoT

#### (1) 書類や資料、手書きメモなどをデジタル化

富士ゼロックス株式会社では、複合機やビジネスプリンターといったデバイスと、IT 利活用のためのソリューションサービスを両輪として中小企業の業務支援に注力しています。

それは、文書管理サービス「DocuWorks」をスマートフォン、タブレットに対応させ、文書の閲覧・編集、クラウドサービスや文書管理サーバとの連携、複合機へのプリントといった機能をすべて端末から利用できる仕組みです。

#### ■ DocuWorks が提供するモバイルワーク



(出典：富士ゼロックス株式会社 HP)

例えば、営業訪問時に用意する書類や資料、手書きメモなどをデジタル化し、持参する印刷物はカタログだけにするといった使い方です

図面や提案書をタブレットで見せ、修正があればその場で編集し、クラウドサーバ経由で本社スタッフともリアルタイムに共有します。あとは上長に電話をかけて承認を得れば商談スピードの向上が図れる仕組みです。

ドキュメント共有のためのクラウドサービス「Working Folder」と連携させることで、デジタル化した文書そのものをタブレットにダウンロードさせずに閲覧できます。

## 3 消費・サービス業のIoT

### ■ 小売・店舗のIoT

近年、スマートフォンの普及が、マーケティング手法を一変させました。例えば、スマートフォン・アプリにより、広告やクーポン配布などはより効率的・効果的に実施できるようになりました。

また、最近では、GPSを使った位置情報測位機能を活用したエリアマーケティングなども一般化しています。

これらは、IoT活用型のマーケティングと定義されます。IoT活用型マーケティングでは、商品購入者の心理・感情も把握できるようになります。将来的には「手には取ったが最終的に購入しなかった商品に対する、消費者の心理・感情」や、「商品を購入・利用し始めた後の、消費者の満足度・不満度」といった、企業が従来、収集・把握することが難しかった情報までも把握できる可能性もあります。

## 4 製造業・モノづくりのIoT

### ■ 製造業におけるIoT

#### (1) 自社が製造する製品のIoT化

顧客先で稼動している自社製品の状態に関する様々なデータを収集・解析することで、以下のような活用が考えられ、既に多くの事例があります。

##### ① 付加価値サービスの提供

消耗部品の正確な交換時期などを提供、稼動状況レポートの提供、省エネを促進する稼動方法のアドバイスなど、モノ（製品）とコト（サービス）をセットで提供することで、顧客対応力の向上や新マーケットの創出が期待されています。

##### <主な事例>

- イ) GE/Predix                      ロ) コマツ/KOMTRAX                      ハ) キヤノン/NETEYE
- ニ) 日産リーフ・損保ジャパン/ドラログ

##### ② 顧客ニーズの把握

よく使われている機能/使われていない機能、使用環境や使用時間による性能変化を分析することで、顧客ニーズや製品の実性能を把握し次の製品企画に反映させるなどの事例があります。

##### <主な事例>

- イ) ホンダ・IBM/バッテリー・トレーサビリティ・システム

### ③ 製品機能の提供

製品機能の一部をサーバー側で提供することで、高機能化を図っている製品も現れています。

#### <主な事例>

イ) ホンダ/インターナビ      ロ) 日産/CARWINGS

## (2) 自社の製造現場のIoT化(工場のIoT化)

製造現場の設備・機器など生産に関わるモノをIoT化し、製造関連のデータを収集・分析します。そして、ワークと設備、部品と搬送装置などモノ同士がつながって協調して動くことで、生産性向上、品質向上、さらにはエネルギー効率の向上が期待されています。

### ① つながるモノ

- |               |                         |
|---------------|-------------------------|
| イ) ワーク(部品/製品) | ロ) 設備・機器                |
| ハ) 搬送装置       | 二) 作業員(ウェアラブル/モバイル端末経由) |

### ② つながる効果

- イ) 設備・機器がデータを収集してくれる
- ロ) ワークと設備がデータ(品目情報/加工条件など)を交換しながら協調して動く
- ハ) 設備同士が協調して動く  
(交互にタイミングをずらして動作することで電力ピーク値を制御するなど)

## 5 中小企業で活用しているIoT事例

### ■ 中小企業にも広がる設備稼働状況の遠隔監視・メンテナンス効率化の事例

(株)オー・ド・ヴィは、飲料水自動販売機・浄水器の製造・販売・保守、清涼飲料水の製造を手掛ける従業員数12人の中小企業です。スーパーマーケット等に設置される飲料水の自動販売機を製造・販売しており、IoTを活用して、自動販売機に通信モジュールを導入し、稼働状況を自動的に収集する仕組みを構築しました。

週に1回、水の販売量や濾過状態などの機器状況を自動販売機が自動的にメールで送信する仕組みです。従来は、スーパーマーケット等の設置先が自動販売機を確認、機器状況をFAXで送信し、担当者がパソコンに手入力していました。

現在はデータをパソコンに転記する必要がない上、故障時には即時に警告メールが送信されるため、保守担当者の対応が迅速になりました。この取り組みにより、自動販売機の稼働率の上昇や、顧客満足度の向上を達成しました。

また、省力化によって業務規模拡大が可能になり、北海道から沖縄までのスーパーマーケットに設置できるようになりました。

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。



## 相続発生時の心構え

相続時に注意しなければならない点とは何ですか？



相続は、死亡によって開始します（民882条）。即ち、人の死亡があって相続が始まります。人の死亡があると、その相続人は、相続開始の時から、被相続人の一切の権利義務を承継することになります。ただし、一身専属のもの、例えば、運転免許証、医師免許、税理士資格等は承継できません。

相続上の問題は大きく2つになります。1つは「相続争い」、もう1つは「相続税の納税」です。相続争いは、普段の生活の上でも良く聞かれることと思います。いろいろなケースがあり、一言では言いきれませんが、何故、相続争いになるのか、相続争いとならないため、そして、相続税の納付が出来ず、相続破産（相続税支払いのため、家屋敷を手放す）にならないための心構えはについて考えてみたいと思います。

### ■ 相続をさせる人の心構え

相続をさせる立場の人は、次の点を考慮して対策を進めましょう。

- 親にとっては子供であっても、子供同士は兄弟姉妹
- 残された配偶者の面倒を誰が見るのか、見てほしいのか
- 財産をどのように分けて欲しいのか、分けた後の維持管理は可能か
- 相続税はどのくらいか、納税は可能か
- 親族、知人等で相続の横やりを入れそうな人の排除

### ■ 相続人となるべく人の心構え

民法では、各相続人の相続分が決められ子供という立場から見れば、家を継いだ人も、分家に出た人も、他家に嫁いだ人も相続分は同じです。しかし、各相続人の家族構成・経済状況も異なり、また、家を継いだ人、事業の承継をした人等、それぞれの家に対する貢献度も異なります。したがって、相続人は、次の点を考慮して分割を考えるとよいでしょう。

- 遺産分割による取得は腹八分目がちょうどよい
- 相続人の意見には、その配偶者の意見も入る
- 親の面倒を見る人、家業を継いだ人のことを考える
- 自分の取得のみではなく納税方法も考える（納税を考慮した遺産分割）

## 経営データベース ②

ジャンル: 事業承継・相続 > サブジャンル: 相続税の基本



**相続人が生前勤務していた会社から受け取った弔慰金**  
父が死亡し、生前勤務していた会社から弔慰金として800万円贈られました。  
弔慰金にも相続税はかかりますか。



弔慰金については、原則非課税ですが、一定額をこえる実質上退職手当金等と認められるものは相続税の課税対象となります

### 1 相続税が課税されない範囲

弔慰金と名がつけばすべて退職手当金等にならないとすると、税の公平の見地から不公平が生じることになりますので、弔慰金のうち、一定額を超えるものは「退職手当金等」として相続財産とみなされ、相続税の課税対象となります。

すなわち、遺族が受ける弔慰金、花輪代、葬祭料等については、実質的に退職金と認められる場合を除き、雇用主ごとに次に掲げる部分まで弔慰金と認められ相続税の課税対象となりません。

#### ■弔慰金と認めらる範囲

- |                 |       |                |
|-----------------|-------|----------------|
| (1) 業務上の死亡の場合   | ..... | 給与（賞与を除く）の3年分  |
| (2) 業務上以外の死亡の場合 | ..... | 給与（賞与を除く）の6ヶ月分 |

### 2 上記の範囲を超える金額

1の範囲を超える金額については退職手当金等として相続財産とみなされて相続税の課税の対象となります。

課税の対象となった退職手当金等については、（500万×法定相続人の数）の非課税限度額に達するまでの金額は非課税となり、それを超える金額は課税価格に算入され、相続税が課税されます。

### 3 退職手当金等に該当しない弔慰金

次のような特定の法律等による弔慰金等については、上記の枠を超えていても退職手当金に該当しないものとされます。

- |   |
|---|
| (1) 労働基準法に規定する遺族補償および葬祭料                          |
| (2) 従業員の業務上の死亡に伴い労働協約、就業規則等に基づき支給される弔慰金等の遺族給付金 など |