

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.894 2024.10.29

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター
2024年10月23日号

中国経済:24年7~9月期の評価
~小幅減速にとどまるも内需悪化には
歯止めがかからず、見かけよりも厳しい状況

経済・金融フラッシュ
2024年10月21日号

米住宅着工・許可件数(24年9月)
~着工件数は前月から小幅に減少も市場予想
を上回る。戸建て住宅に回復の兆し

経営TOPICS

統計調査資料
機械受注統計調査報告
(令和6年8月実績)

経営情報レポート

**企業の持続的な発展につなげる
ウェルビーイング経営の実践法**

経営データベース

ジャンル:税務戦略 > サブジャンル:税務調査
**棚卸資産の調査について
税務調査の実際の手順**



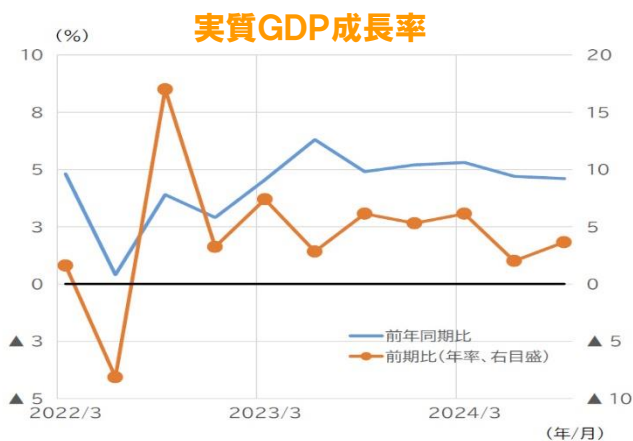
中国経済：24年7～9月期の評価 ～小幅減速にとどまるも内需悪化には 歯止めがかからず、見かけよりも厳しい状況

ニッセイ基礎研究所

本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

1 中国国家统计局が2024年10月18日に発表した24年7～9月期の実質GDP成長率は、前年同期比+4.6%と、前期（24年4～6月期）の同+4.7%から小幅に減速し、1～9月期の累計では、同+4.8%となった。

他方、季節調整後の前期比（年率）は、前期比+3.6%と前期の同+2.0%から加速した。



実質GDP成長率の需要項目別寄与度



(資料) ともに中国国家统计局、CEIC より、ニッセイ基礎研究所作成

2 前年同期比成長率の需要項目別寄与度をみると、最終消費が+1.3%pt（前期+2.2%pt）、総資本形成が+1.2%pt（同+

1.9%pt）、純輸出が+2.0%pt（同+0.6%pt）であった。

純輸出に関しては、輸出が高い伸びを続けた一方、輸入は減少したとみられる。

内需の減速と輸出の拡大という年初来の構図のもと、政府消費悪化等の影響により内需の悪化度合いは強まっている。

3 産業別の実質GDP成長率をみると、第1次産業は前年同期比+3.2%（前期同+3.6%）、第2次産業は同+4.6%（前期同+5.6%）、第3次産業は同+4.8%（前期同+4.2%）となった。

製造業や建築業、卸小売業で減速が続いた一方、宿泊飲食業は横ばいとなり、金融業は加速した。不動産業は6四半期連続でマイナス成長となっているが、マイナス幅は1～3月期をピークに縮小傾向にある。

4 総じて、全体として内需が自律的回復力を欠いた不安定な状態に変わりはない。

GDPデフレーターは、6四半期連続で前年同期比マイナスとなっており、デフレーション懸念も依然根強い。

他方、9月単月では指標の一部に上向き兆しがみられる。今後は経済対策の効果により改善傾向が持続し、内需の減速に歯止めがかかるが注目点となるだろう。

「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。

米住宅着工・許可件数(24年9月) ～着工件数は前月から小幅に減少も市場予想を上回る。戸建て住宅に回復の兆し

ニッセイ基礎研究所

本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

1 結果の概要:住宅着工は市場予想を上回る一方、許可件数は市場予想を下回る

10月18日、米国センサス局は9月の住宅着工、許可件数を発表した。

住宅着工件数（季節調整済、年率）は135.4万件（前月改定値：136.1万件）と135.6万件から上方修正された前月を下回った一方、市場予想の135.0万件（Bloomberg集計の中央値）は上回った。

先行指標である着工許可件数（季節調整済、年率）は142.8万件（前月改定値：147.0万件）と147.5万件から下方修正された前月、市場予想の146.0万件も下回った。

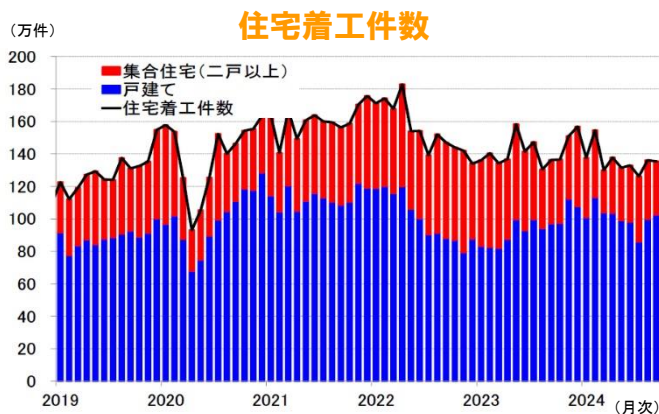
月連続でマイナスとなり、着工件数全体を押し下げた。

前年同月比は▲0.7%（前月：+4.3%）と前月からマイナスに転じた。内訳をみると、戸建てが+5.5%（前月：+6.0%）と2ヵ月連続でプラスを維持した一方、集合住宅が▲16.2%（前月：▲0.3%）とこちらは9ヵ月連続のマイナスとなった。

戸建ては足元で回復の兆しがみられる。

地域別寄与度（前月比）は、北東部が+4.8%ポイント（前月：▲4.7%ポイント）と前月からプラスに転じた一方、中西部が▲1.3%ポイント（前月：+1.3%ポイント）、南部が▲1.9%ポイント（前月：+10.0%ポイント）、西部が▲2.1%ポイント（前月：+1.2%ポイント）といずれも前月からマイナスに転じた。

先行指標である住宅着工許可件数は、前月比が▲2.9%（前月：+4.6%）と前月からマイナスに転じた。

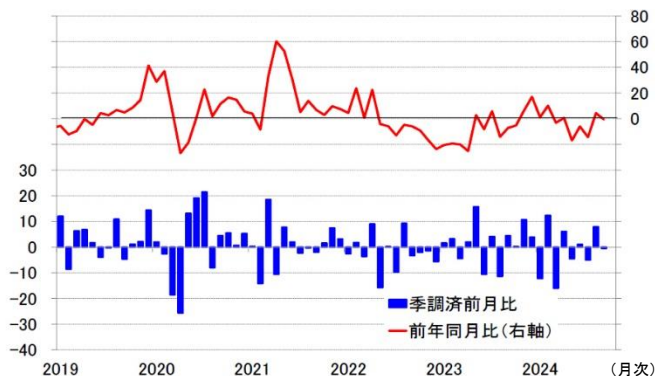


(資料) とともにセンサス局よりニッセイ基礎研究所作成

2 結果の評価:戸建ては回復の兆しも、7-9月期の住宅投資は2期連続のマイナスへ

住宅着工件数の伸びは前月比▲0.5%（前月：+7.8%）と小幅ながら前月からマイナスに転じた。戸建てが+2.7%（前月：+16.1%）と2桁の伸びとなった前月に続いてプラスを維持したものの、集合住宅が▲9.4%（前月：▲10.0%）と2ヵ

(前月比、%) 住宅着工許可件数(伸び率) (前年同月比、%)



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。

機械受注統計調査報告 (令和6年8月実績)

内閣府 2024年10月16日公表

2024(令和6)年8月の機械受注動向

1 需要者別受注動向(季節調整値)

最近の機械受注の動向を前月比で見ると、受注総額は、7月 0.0%増の後、8月は 3.0%減となった。

需要者別にみると、民需は、7月 4.1%減の後、8月は 4.2%減となった。

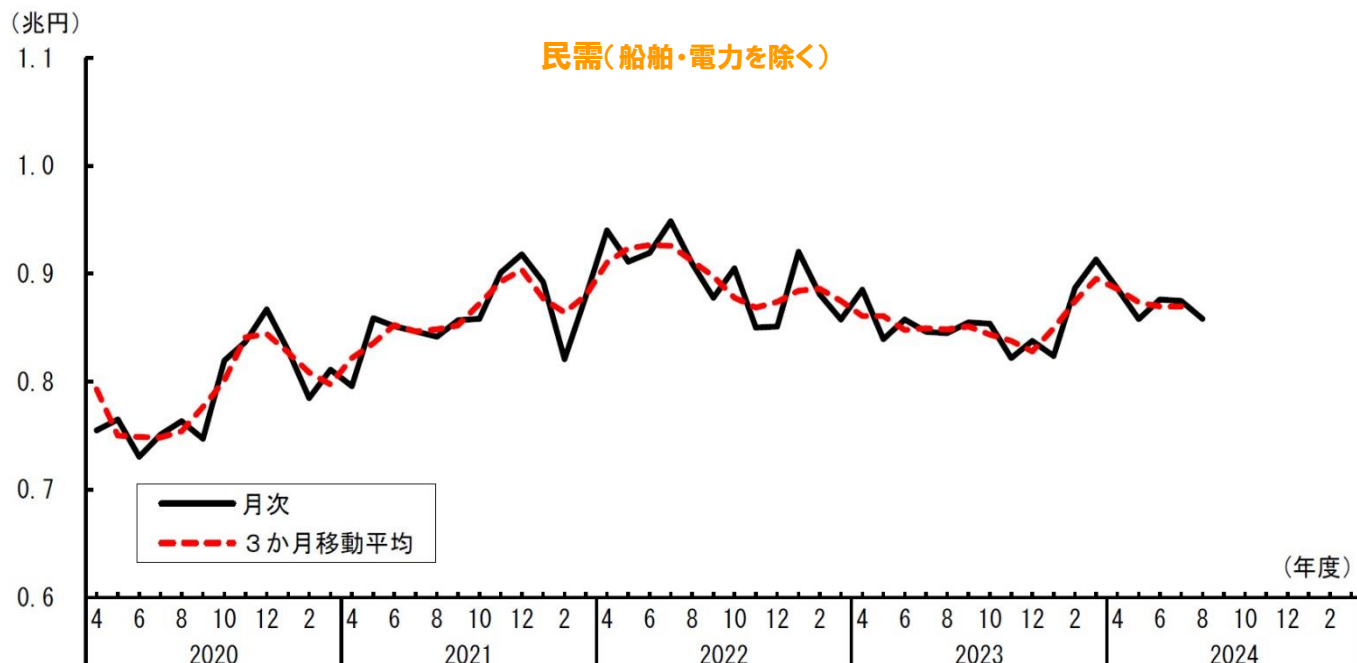
このうち、民間設備投資の先行指標である「船舶・電力を除く民需」は、7月 0.1%減の後、8月は 1.9%減となった。内訳をみると製造業が 2.5%減、非製造業（船舶・電力を除く）が 7.7%減であった。

一方、官公需は、7月 5.6%減の後、8月は「その他官公需」、国家公務等で減少したものの、防衛省で増加したことから、33.1%増となった。

また、外需は、7月 8.0%増の後、8月は電子・通信機械、航空機で増加したものの、船舶、原動機等で減少したことから、15.3%減となった。

なお、最終需要者が不明である代理店経由の受注は、7月 15.3%増の後、8月は重電機、鉄道車両で増加したものの、道路車両、電子・通信機械等で減少したことから、8.7%減となった。

機械受注は、持ち直しの動きに足踏みがみられる



2 民需の業種別受注動向(季節調整値)

製造業からの受注を前月比でみると、合計では、7月 5.7%減の後、8月は 2.5%減となった。

8月の受注を業種別にみると、前月比で増加したのは 17 業種中、パルプ・紙・紙加工品 (37.5%増)、食品製造業 (32.9%増) 等の8業種で、「その他輸送用機械」(38.0%減)、情報通信機械 (28.4%減) 等の9業種は減少となった。

一方、非製造業からの受注を前月比でみると、合計では、7月 7.0%減の後、8月は 2.3%減となった。

8月の受注を業種別にみると、前月比で増加したのは 12 業種中、通信業 (43.9%増)、不動産業 (17.4%増) 等の5業種で、運輸業・郵便業 (34.4%減)、卸売業・小売業 (23.6%減) 等の7業種は減少となった。

対前月(期)比

(単位: %)

期・月 需要者	2023年 (令和5年)		2024年 (令和6年)			2024年 (令和6年)			
	7-9月 実績	10-12月 実績	1-3月 実績	4-6月 実績	7-9月 見通し	5月 実績	6月 実績	7月 実績	8月 実績
受注総額	2.0	0.7	6.3	7.4	△3.8	7.2	△6.0	0.0	△3.0
民需	7.6	△6.2	△1.3	16.4	△7.0	17.4	△20.6	△4.1	△4.2
〃(船舶・電力を除く)	△1.4	△1.3	4.4	△0.1	0.2	△3.2	2.1	△0.1	△1.9
製造業	△2.6	△0.0	0.9	2.8	2.4	1.0	△0.3	△5.7	△2.5
非製造業(除船・電)	△0.2	1.1	6.8	△3.7	1.1	△7.5	2.4	7.5	△7.7
官公需	2.6	△0.1	55.1	△33.6	35.3	△2.0	13.9	△5.6	33.1
外需	2.0	4.6	△4.7	21.7	△8.2	9.1	2.0	8.0	△15.3
代理店	△3.0	4.9	3.2	△7.3	△3.0	△5.3	△0.5	15.3	△8.7
民需(船舶電力を除く) 3か月移動平均	-	-	-	-	-	△1.4	△0.4	0.0	-

(備考) 1. 季節調整値による。季節調整系列は個別に季節調整を行っているため、需要者別内訳の合計は全体の季節調整値とは一致しない。

2. △印は減少を示す。

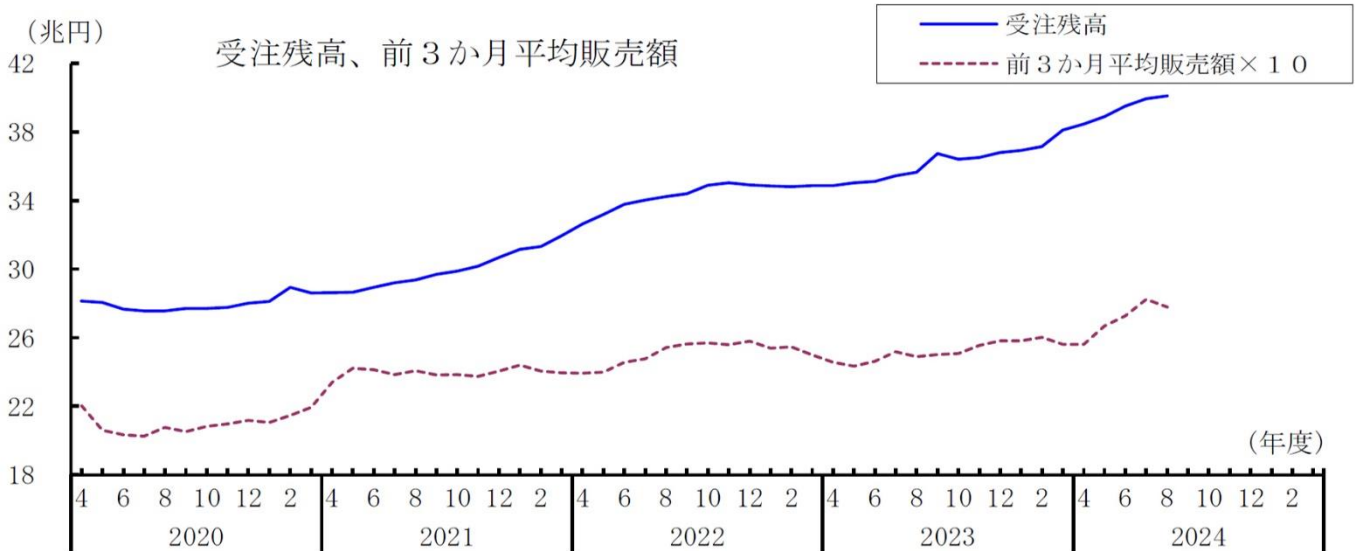
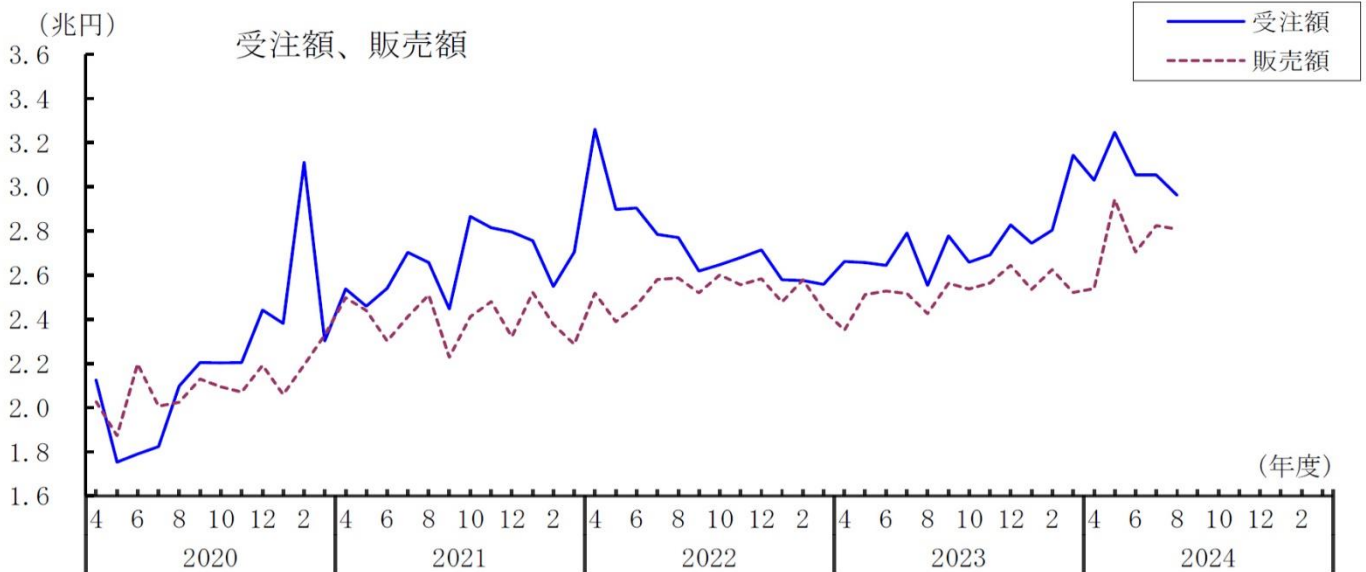
3. 見通しは 2024 年 6 月末時点の調査。

3 販売額、受注残高、手持月数(季節調整値)

8月の販売額は2兆 8,083 億円(前月比 0.5%減)で、前3か月平均販売額は2兆 7,789 億円(同 1.6%減)となり、受注残高は40兆 1,163 億円(同 0.4%増)となった。

この結果、手持月数は 14.4 か月となり、前月差で 0.3 か月増加した。

受注額、販売額、受注残高、手持月数(総額、季節調整値)



機械受注統計調査報告(令和6年8月実績)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



経 営

企業の永続的な発展につなげる

ウェルビーイング 経営の実践法

1. ウェルビーイング経営の必要性
2. ウェルビーイングが会社にもたらす3つのメリット
3. ウェルビーイング経営の実践方法
4. ウェルビーイング経営の取り組み事例



■参考資料

【厚生労働省】：平成26年度 厚生労働白書 【公益社団法人日本WHO協会】：健康の定義 【内閣官房 非財務情報可視化研究会】：人的資本可視化指針 【自民党】：日本Well-being計画推進特命委員会 第六次提言 他

1

企業経営情報レポート

ウェルビーイング経営の必要性

「ウェルビーイング経営に取り組んだことで自社の生産性が高まった。」こんな記事を目にした方も多いのではないのでしょうか。本レポートでは、昨今注目度が高まっているウェルビーイング経営にスポットをあて、その導入効果や実践方法について解説します。

なお、ウェルビーイングにはSDGs「すべての人に健康と福祉を（good health and well-being）」に代表されるように「福祉」の概念も含まれていますが、本レポートでは「経済」や「経営」に関わる内容に焦点を絞って解説しています。

■ ウェルビーイングとは

(1)ウェルビーイングという言葉の意味

ウェルビーイングという言葉は、1964年設立のWHO（世界保健機構）設立者の一人であるスーミン・スー博士が「健康」を定義づけした際に使用された「well-being」が最初とされています。

現代日本においては「幸福・安寧」もしくは「肉体的・精神的・社会的に良好な状態」と訳され、大辞泉にも記載されています。

■WHOによるウェルビーイングの定義

WHO憲章における健康の定義	Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity.
日本WHO協会訳	健康とは、病気でないとか、弱っていないということではなく、肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態

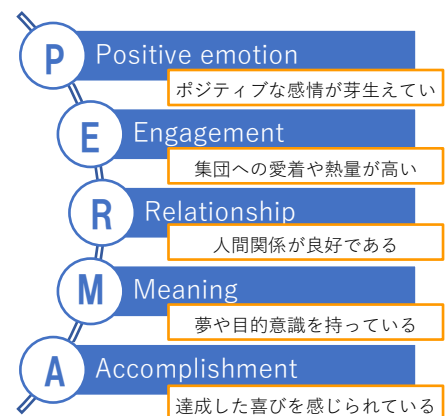
(2)ウェルビーイングの定義(構成要素)

ウェルビーイングの定義は様々ありますが、本レポートではPERMA（パーマ）モデルを「精神的・社会的に良好な状態」として定めます。

PERMAモデルとは、米国ペンシルベニア大学マーティン・セリグマン博士による幸福や充実に関する要素を表現するモデルで、5つの構成要素が全て満たされた時、人間は心理的な繁栄を持続できるとされています。

そこで本レポートは、ウェルビーイングを『健全な身体と良好な精神により、社会的もしくは組織的に安心感と充足感を維持でき、幸福を実感している状態』として定義します。

■幸福・充実の要素「PERMAモデル」



2

企業経営情報レポート

ウェルビーイングが会社にもたらす3つのメリット

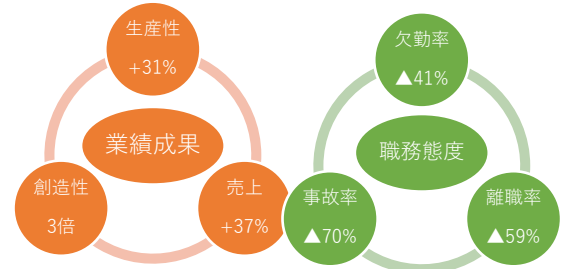
■ 社員による思考の変化とパフォーマンスの向上

(1) 幸福度とパフォーマンスの関係性

カリフォルニア大学教授ソーニャ・リュボミルスキーらの225件の学術研究によると、幸福感の高い社員の生産性は平均で31%、売上は37%、創造性は3倍高く、さらに職務態度にも良い影響が出るとされています。

つまり、ウェルビーイングを高めることは、企業にも大きな成果を生むことが明らかとなっています。

■ 幸福度が高い社員のパフォーマンス

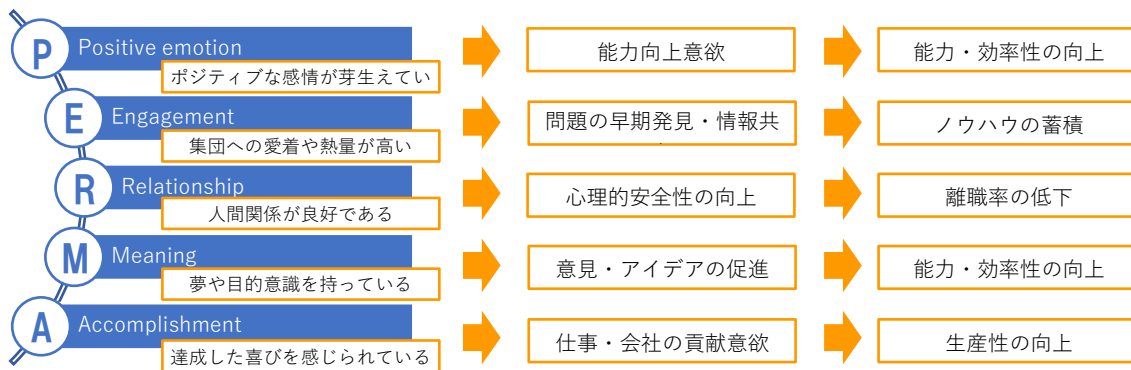


出典：DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビューから著作

(2) 社員の思考・行動の変化

ウェルビーイングとパフォーマンスの関係性として、具体的な社員の思考や行動を PERMA モデルにあてはめると、以下のように良い影響を及ぼすと考えられます。

■ ウェルビーイングによる思考・行動の変化と会社の成果



Positive emotion (ポジティブな感情) が高いと、社員自らがやりたいことを実行に移す原動力を得ている状態であり、能力や効率向上意欲を持つことができます。

Engagement (集団への愛着) が高いと、組織に対して積極的に係わるため報・連・相や情報発信をするようになり、会社としては様々なノウハウを蓄積することができます。

Relationship (人との関係) が高いと、心理的安全性 (人間関係の中でも不安を感じない状態) が高まり、対人関係のストレスを軽減することができます。

Meaning (夢や目的意識) が高いと、長期的な目線で仕事に取り組むため、的を射た意見やアイデアを創出することができ、イノベーションにつながる可能性を高めます。

Accomplishment (達成感) は、タスクや目標を前向きに捉え、仕事を通して会社への貢献意欲にもつながり、継続的な生産性の向上が期待できます。

3

企業経営情報レポート

ウェルビーイング経営の実践方法

ウェルビーイング経営を『経営戦略』と据えて全社一丸となって進めていくには、自社の実態を把握し、しっかり事前準備をすることが重要です。

■ ウェルビーイングの調査方法

社員のウェルビーイングを把握する様々な調査方法から、ここでは以下の3つを紹介します。

■ ウェルビーイングの調査方法

- ①健康診断、ストレスチェック、労務調査 ②意識調査（エンゲージメントサーベイ） ③1on1面談

①健康診断、ストレスチェック、労務調査

専門医による定期的な健康診断とストレスチェックを実施し、肉体的、精神的な状態を調査します。また、心身ともに大きな影響を与える労働時間の実態を的確に把握するため、リーダーにより直接、部下の勤務状況を調査することも重要です。

②意識調査(エンゲージメントサーベイ)

社員の会社に対する愛着や仕事の熱量を可視化するため、エンゲージメントサーベイという紙面または面談での質問形式による調査で、精神的、社会的な状態を把握します。

実施する際は社員に目的を理解してもらい、結果は一部の上層部のみで管理することを伝え、本音を出せる環境で回答してもらいます。

■ エンゲージメントサーベイの質問事例

- 「会社のビジョンや目標に共感していますか？」
- 「個人の目標設定や評価制度は透明で公平ですか？」
- 「仕事の内容は興味深く、満足していますか？」 など

③1on1面談

社員が本音を話せるよう1対1の面談の場を設け、ストレスや仕事の価値観、さらに将来のキャリアプランなどのヒアリングで社員の精神的、社会的な状態を調査します。面談者は組織の直属上司に限定せず、人事部など客観的な立場で傾聴できる人物が担当します。

■ 面談者が意識する留意点

- 社員に面談の目的をしっかりと伝え、必要とする回答を促す
- 結果は匿名性を優先することを約束し、面談者が味方であることを理解してもらう

4

企業経営情報レポート

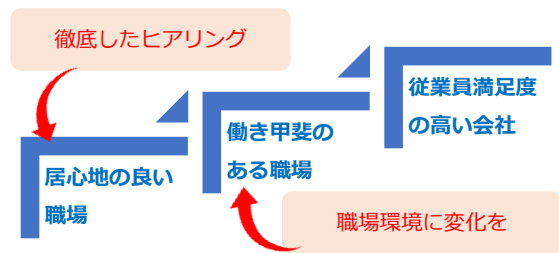
ウェルビーイング経営の取り組み事例

■ 居心地の良い職場から、働き甲斐のある職場へ

社名	〇社	社員数	54名
本社	群馬県	業種	宿泊業

〇社は、日本屈指の温泉地において、創業 70 年を超える老舗旅館を営んでいます。特に料理と社員の接客には口コミ評判が高く、顧客満足度の高い旅館でしたが、社員の定着率が低く、厳しい運営が続きました。そこで社長は、社員の声を徹底的にヒアリングし、社員の意識改革を促進しました。

■ 従業員満足の高い会社へ向けた取り組み



(1) 居心地の良い職場

10 年程前まで、顧客満足度に力を入れるあまり、厳しい接客指導や欠勤を認めない勤務体制など、社員にとっては不満が募る職場環境となっていました。その様な中で社員 10 名が一度に退職する事態となり、旅館は休館に追い込まれました。この経験から、社員の主体性に委ねる運営にシフトし、外部機関のモラルサーベイでは高い結果となりましたが、依然退職率は毎年高く、サービスレベルを維持するのがギリギリの状態が続きました。そこで社長と女将は、毎日社員一人ひとりと 15 分の面談を始め、数か月続けるうちに「給料が高く、怒られない」から続けているという声が多数あがる一方で、仕事や旅館に対する愛着の声は極めて少なく、高いモラルサーベイ結果は、居心地の良いだけの職場によるものと気づきました。

(2) 働き甲斐のある職場へ

そこで勤続年数に関わらず、日替わりで接客リーダーを定め、朝礼時にメンバーへ本日の目標を共有する取り組みを始めました。目標は「丁寧なお辞儀を心がける」など簡単なものから始まり、1 年後には社員自ら「お客様からありがとうを 10 回言ってもらおう」など定量的で高い目標を掲げるようになりました。その結果、社員同士でお互いの接客を評価しあい、先輩社員は率先して後輩のフォローをするようになりました。

(3) 社員満足度と顧客満足度 No.1 の旅館へ

毎日の面談は実施し続けており、業務効率やお客様に喜んでもらうアイデアも活発になりました。仕事に対するモチベーションだけでなく、なんでも話せる職場として組織風土が定着してきたと実感できるようになりました。特に新入社員の定着率は地域 No.1 と誇れるほど改善し、サービスレベルも高まって、他社との差別化が図られています。

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。

棚卸資産の調査について

棚卸資産の調査内容と評価方法について教えてください。

Q
uestion

A
nswer

■棚卸資産について税務調査の視点

<p>① 実地棚卸の 原始記録の調査</p>	<p>帳簿の突合に加え、帳簿記録の正否が納品書、仕入伝票等と照合しているかどうか調べられます。そのため、実地棚卸の際には、現物を実際に観察し、実地棚卸手続きにより在庫を確認し、帳簿上における実地棚卸リストと差異が生じないようにしておかなければなりません。</p> <p>そのためには、少なくとも決算期における確定・中間において実地棚卸を行い、過不足があれば随時修正しておかなければなりません。いずれにせよ実地棚卸は完全に行わないと、税務調査では大きな不信感が生ずることになります。</p>
<p>② 預け品等の社外在庫品や未着品等、添付品、特定品目の調査</p>	<p>預け品、未着品等については、仕入伝票などにより、実質的な現品確認と伝票の処理との差異が生じていないか調べられます。</p>
<p>③ 備品・貯蔵品等の期末大量購入</p>	<p>期末に大量の備品・消耗品等を購入した場合、期末において未使用・保管中のものであれば、棚卸資産として計上する必要があります。よって、これらの品目についても納品書、伝票等と照合しているかどうか調べられます。例えば会社案内、各種パンフレット等の作成を行い、全額損金に計上している場合でも、その中に未使用・保管中のものがあれば、その分を棚卸資産として計上しなければなりません。</p>

■評価方法

棚卸資産をどの評価方法で評価するかは、原則として以下の8種類の方法の中から自社の棚卸資産の性質や計算の手間、価格の動き等を考慮して選択することとなります。

<p>① 最終仕入 原価法</p>	<p>期中に一番近い時に取得した棚卸資産の一単位当たりの取得価額をもって期末棚卸資産の一単位当たりの評価額とする方法</p>
<p>② 個別法</p>	<p>期末棚卸資産の全部について、その個別の取得価額によって評価する方法</p>
<p>③ 先入 先出法</p>	<p>期末に大量の備品・消耗品等を購入した場合、期末において未使用・保管中のものであれば、棚卸資産として計上する必要があります。よって、これらの品目についても納品書、伝票等と照合しているかどうか調べられます。</p> <p>例えば会社案内、各種パンフレット等の作成を行い、全額損金に計上している場合でも、その中に未使用・保管中のものがあれば、その分を棚卸資産として計上しなければなりません。</p>
<p>④ 後入 先出法</p>	<p>後に取得したのから先に払い出されたものと仮定し、期末棚卸資産は期首及び期首近くに取得したのから順次なるものとみなし、そのみなされた取得価額をもって期末評価額を計算する方法</p>
<p>⑤ 総平均法</p>	<p>期首棚卸資産の取得価額の総額と期中に取得した棚卸資産の取得価額の総額との合計額を、その総数量で除した一単位当たりの単価によって期末評価額を計算する方法</p>
<p>⑥ 移動 平均法</p>	<p>期中に棚卸資産を取得する都度、その時の在庫資産とその時に取得した資産とにより順次平均単価を改訂し、期末から最も近い時に改訂された平均単価をもって期末棚卸資産の一単位当たりの評価額とする方法</p>
<p>⑦ 単純 平均法</p>	<p>期中に取得した棚卸資産について単位の異なるごとに一単位当たりの取得価額を合計、これを異なる単価の数で除して計算した価額をもって期末棚卸資産の一単位当たりの評価額とする方法</p>
<p>⑧ 売価 還元法</p>	<p>期末棚卸資産に係る通常の販売予定価額の総額に原価率を乗じて計算した金額をもってその取得価額とする方法</p>

ジャンル: 税務戦略 > サブジャンル: 税務調査

税務調査の実際の手順

税務職員がおこなう調査の手順について教えてください。

通常の税務調査は以下のような順番で行われます。ここでは、典型的な2日のパターンで説明します。

■1日目

10:00	<ul style="list-style-type: none"> ①朝 10 時になると、税務職員がやってきます。 ②会社の経営方針、業務内容、販売方法、会社組織、業種の特殊性等について質問されます。 ③元帳や得意先元帳、会計伝票等の提示を求められます。
12:00	昼食（調査官は通常、外で昼食を食べます。）
13:00	<ul style="list-style-type: none"> ④売上げ内容のチェック（調査修正項目のうち 19%を占めます。以下同） ⑤原価の内容のチェック（5%） 棚卸の計上漏れが多い特に、仕掛品の経常もれが多い。期末で、受注して、すでに作業を開始していれば仕掛品です。材料費は、会社側もよく計上しますが、計上漏れでよく指摘されるのが、作業に関わった人件費部分です。また、外注費、賃金のチェックは該当者の住所や電話の確認がされます。 ⑥反面調査との突合 税務署が予め取引先や銀行の調査をしていて当社に関する資料を持参している場合があります。不一致がある場合は、厳しく問い詰められます。
16:40	⑦帰る準備 明日の宿題等が出されます。

■2日目(最終日の場合)

10:00	<ul style="list-style-type: none"> ①昨日の続き ②費用損失等のチェック（29%） うち、他科目中の交際費の認定が 23%と一番多く、その他、修繕費、寄付金、旅費等のチェックが多いようです。 ③利用資産等のチェック（18%） 会社の業務にきちんと使われているか？など ④その他の項目
12:00	昼食（調査官は通常、外で昼食を食べます。）
13:00	⑤問題点の絞込み 問題点の証拠固めをします。
15:30	⑥最終結論の確認 この日でほとんど修正の結論が出ますが、持ち帰って検討となっても何もない場合もあります。
16:50	⑦帰る準備 後日、調査官から顧問税理士に税務署での検討結果の報告があります。

修正がある場合には、修正申告書を提出するとともに、税金を納めなくてはなりません。修正がある場合は延滞金や罰金がかかります。