

経営管理 マガジン

08

2023 August

P2 経営 TOPICS

ビジネスでの活用も始まった『NFT』 今押さえない基礎知識と活用事例

P3 データで見る経営

過去最高となった外国人労働者数
その課題と企業に求められるもの

P4 税務・会計 2分セミナー

売掛金を売却して資金を調達！
ファクタリングの利用方法と注意点

P5 労務 ワンポイントコラム

倒産しても企業の責任は残る？
賃金を受け取る権利『労働債権』とは

P6 社長が知っておきたい 法務講座

世界の複数の国に特許を出願！
海外展開に重要な『PCT国際出願制度』

P7 増客・増収のヒント

ポイントを確認！ 市場規模拡大中の
インフルエンサーマーケティングとは？

P8 経営なんでも Q&A

競合他社との差別化を図るツール
プロダクトブランディングとは何か



あしたの会計事務所

(白根裕也税理士・公認会計士事務所)

〒110-0016 東京都台東区台東 4-13-20 ハクセンビル 4階

tel : 03-6231-7314

fax : 03-6735-4608

URL : <https://ashitak.com/>



あした 会計

検索

ビジネスでの活用も始まった『NFT』 今押さえない基礎知識と活用事例

まだ一般的というわけではありませんが、最近『NFT』がメディアやインターネットなどで話題になっています。個人はもちろん、ビジネスでも活用され始めているNFTとはどのようなものか、基礎知識やその活用事例について解説します。

話題の『NFT』とは何か？ なぜ注目されているのかを知る

NFTとは『Non-Fungible Token』の略語であり、日本語では『非代替性トークン』と訳されます。非代替性は「替えがない」という意味です。トークンはユーザーがオンライン取引で本人認証として使用するもので、暗号化のうえ電子保管されている資産や著作権などがこれにあたります。ネットバンキング取引などでなじみがある人も多いでしょう。

ネットワーク上で無数に出回っているデジタルデータは、本来複製や編集が可能なものです。しかし裏を返せば、悪意のある者がデータを簡単に複製・改ざんしたり、ネットワーク管理者が自己都合でサービスを終了したりすることが簡単にできてしまいます。自身が作成したデータが悪意で使用されると、その人の知的財産権が侵され、健全な取引が脅かされることとなります。

しかし、NFTはブロックチェーン技術によってデジタルデータ内に所有権や所有証明書を登録できる仕組みになっています。ブロックチェーン技術とはデータの履歴を過去から現在まで鎖のようにつないで管理する方法で、ネットワーク全体でデータを分散管理し、複製・改ざんしにくいのが特徴です。この技術により、NFTは代替不可能な所有権や所有証明書として機能しています。

NFTはデジタル資産と関連づけることで、デジタル資産の所有者や取引履歴の管理・追跡を可能にします。前述の通り、デジタルデータは複製可能ですが、NFTを活用することでそのデータは唯一無二になり、ひいては安全性が担保できるのです。これが、NFTが注目を集めている理由でしょう。

唯一無二の証明で投資対象に 高額取引される『NFTアート』

NFTの代表的な活用事例に『NFTアート』があります。デジタルアートはもともと複製できるという理由から、これまでは投資対象ではありませんでした。しかし、NFTを活用したNFTアートは「データそのものの唯一性を証明できる」「改ざんが不可能」「作成者や所有者を記録可能」という3つの特徴によって、デジタルアートでも改ざんされることなく、従来のアート作品のように高額で売買されるようになったのです。近年では、NFTアートは投資対象としても注目されています。世界的に著名なNFTアーティストが作品を発表しており、なかには約75億円で取引されたものもあります。歴史的な芸術家の作品と同じような価値で扱われているのです。

NFTは法整備の問題など課題があるものの、今後のビジネス界でも広く活用されていくことになるでしょう。個人・法人を問わず、デジタル資産が健全に守られることで知的財産への投資がより活発化し、企業の新たな利益創出のきっかけになるかもしれません。



過去最高となった外国人労働者数 その課題と企業に求められるもの

厚生労働省によると、日本で働く外国人労働者数は2022年10月末現在で過去最高を更新しました。新型コロナウイルス感染拡大による影響も落ち着きはじめ、外国人労働者は今後もますます必要とされるでしょう。受け入れに際して企業に求められることについて解説します。

在留外国人労働者は約183万人 アジア中心に増加の一途をたどる

外国人雇用状況の届出は、すべての企業に対して義務づけられています。厚生労働省の公表によると、日本企業の外国人労働者数は約182万人で前年比9.5万人増、過去最高を更新しました(2022年10月末現在)。対前年増加率は5.5%と、5.3ポイントの大幅増でした。

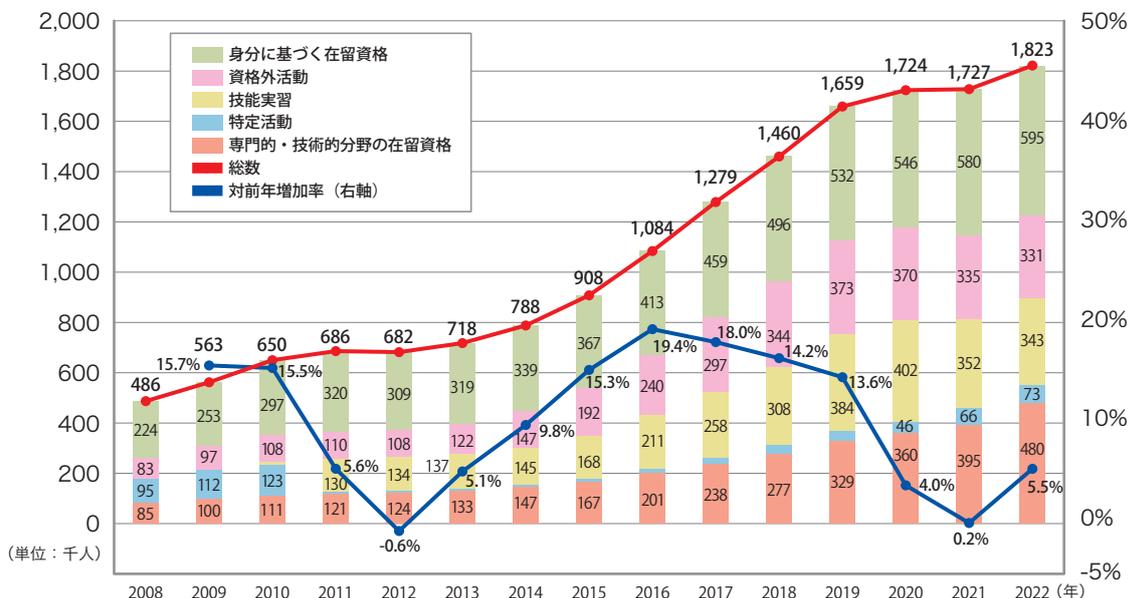
国籍別ではベトナムが最多の約46.2万人(外国人労働者数全体の25.4%)、中国が約38.5万人(21.2%)、フィリピンが約20.6万人(11.3%)の順です。在留資格別では、永住者や日本人配偶者などの『身分に基づく在留資格』が約59.5万人(32.7%)と最も多く、『専門的・技術的分野の在留資格』が約47.9万人(26.3%)、『技能実習』が約34.3万人(18.8%)と続きます。

経済的魅力が低減した日本経済 外国人労働者に選ばれる企業とは？

日本企業の人材不足が深刻化するなか、もはや外国人労働者を活用しないという選択肢はないでしょう。日本で働く外国人労働者が増加の一途であることは、今回のデータからも明らかです。しかし、外国人労働者の増加が喜ばしい一方、日本全体で取り組まねばならない課題もあります。外国人労働者を安価な労働者と位置づけ、技術実習や留学という名のもとで、不当な低待遇で受け入れるといった体質も未だ存在しているからです。

企業には外国人の権利を守り、丁寧に受け入れる謙虚な姿勢が求められます。円安から日本経済の魅力は薄れつつある今、外国人労働者にとって日本企業は魅力があるのかどうか問われるフェーズに突入したといえるでしょう。

在留資格別外国人労働者数の推移



出典：「外国人雇用状況」の届出状況まとめ【本文】(令和4年10月末現在)

税務・会計 2分セミナー

売掛金を売却して資金を調達！ ファクタリングの利用方法と注意点

『ファクタリング』とは、売掛債権をファクタリング会社に売却し、売掛金が支払われる前に現金を得る資金調達法の一つです。売掛債権を早期に現金化できるメリットはありますが、デメリットやリスクもあります。ファクタリングを利用する際の注意点について解説します。

支払い期日を待たずに現金化 ファクタリングの特徴と利用方法

企業間の一般的な商取引においては、商品やサービスを販売・提供しても、その日のうちに代金が支払われるわけではありません。たとえば、取引先が『月末締め翌月末払い』と定めていれば、代金が支払われるのは翌月末になります。このとき、販売した側の企業には、すでに売上が確定しているため、代金を請求できる権利を得ていることになり、この権利を『売掛債権』、入金されていない代金を『売掛金』といいます。ファクタリングとは、売掛金を回収するまでのタイムラグを利用して、いち早く売掛債権を現金化し資金を調達する手法です。

ファクタリングは債権の売買契約であり、売掛債権をファクタリング企業に買い取ってもらうものです。ファクタリング企業と利用企業の2社間契約タイプと、この2社に取引先を加えた3社間契約タイプがあります。2社間契約の場合、利用企業がファクタリング申し込み後に審査が行われます。申し込みの際には、法人登記簿謄本、身分証明書、決算書や確定申告書、売掛債権を証明できるものなどを提出するのが一般的です。審査通過後、双方の企業が出した条件について合意に至れば、売掛債権の売買が成立し、利用企業には手数料を引いた代金が入金されます。利用企業は取引先から売掛金を回収できたら、すぐにファクタリング企業に支払いを行います。3社間契約の場合は、取引先が直接ファクタリング企業へ支払いを行います。

2社間契約の場合は取引先にファクタリング利用を知られることがなく、信頼関係が崩れる心配がない一方、3社間契約よりも手数料が高いというデメリットがあります。

ファクタリングを装って貸付を行う 悪質なヤミ金融業者に要注意！

ファクタリングは本来の売掛金の支払日より早く現金が手に入るため、資金調達的手段として多くの事業者利用されています。しかし、利用するうえで、いくつか注意点があります。

まず、ファクタリング会社と契約を結ぶ際は、トラブルに備えて必ず契約書を作成して控えを受け取りましょう。

ファクタリング利用時に売掛先から入金された売掛金は、原則として指定された日までに、一括でファクタリング会社に入金する必要があります。資金繰りが苦しいからといって、入金を遅らせたり、分割で入金したりすることはできないので注意してください。入金の期日は、一般的に売掛金の入金日から10～15日以内ほどになります。

そして、最も注意しなければならないのは、ファクタリングを装って高金利の貸付を行うヤミ金融業者の存在です。売掛金に対して、売掛債権の買取代金が著しく低額であったり、手数料が著しく高額であったりする場合は要注意です。

また、譲渡した債権の回収(集金)が、ファクタリング企業から利用企業へ委託されており(つまり、利用企業がみずから債権回収を行う)、売掛金を回収できない場合に、利用企業が債権を買い戻す、もしくは利用企業の自己資金で支払う必要がある契約の場合は、ファクタリングを装った違法な貸付けの疑いがあります。悪質なファクタリングによって、資金調達ができないばかりか、多額の手数料を請求されるというケースも多く、金融庁でも注意喚起をしています。ファクタリングを利用する場合に少しでも心配ごとがあれば、専門家に相談することをおすすめします。



倒産しても企業の責任は残る？ 賃金を受け取る権利『労働債権』とは

企業が倒産したとしても、企業は未払いの賃金を従業員に支払う義務があります。このような賃金を『労働債権』といい、倒産手続きの種類によってその優先順位が変わります。労働債権の概要や未払い賃金に係る制度などについて確認しておきましょう。

倒産手続きの種類によって 労働債権の優先順位が変わる

経営不振が続いて企業が倒産した場合、未払いの賃金や退職金などがあることは珍しくありません。従業員にとっては賃金を受け取る権利、企業にとっては賃金を支払う義務を『労働債権』といい、労働債権はほかの債権に優先して保護されています。同様に、未払いの退職金を『退職金債権』、倒産前に人員整理を行い、解雇予告手当が発生しながら支払っていなかった場合はこれを『解雇予告手当債権』といいます。

労働債権などが優先的に保護されるとはいうものの、倒産時にはほかにも権利者がいたり、未払いの税金や社会保険料があることも多く、すべての債務を支払う資力がないのが一般的です。そこで、倒産手続きの種類によって、債権の優先順位が決められています。

会社更生手続きの場合、労働債権は納期未到来の税金と同じく最優先で扱われ、抵当権付きの債権よりも優先されます。ただし、すべての労働債権が同じ扱いを受けるわけではなく、優先されるのは手続き開始前6カ月以降の給与に限ります。

民事再生手続きの場合、労働債権は抵当権付きの債権に次ぐ順位になります。そのため、税金や社会保険料と同じく、一般債権より優先的に支払われることとなります。

破産の場合、労働債権は破産手続き開始3カ月前の未払い賃金に限って、抵当権などの被担保債権に次ぐ優先順位で扱われます。そのほかの未払い賃金は税金などよりも下位の扱いとなります。

任意整理の場合、労働債権は一般債権より優先されます。しかし、抵当権付きの債権や税金の優先順位より低い順位です。

企業に代わって国が支払い 従業員を守る未払賃金立替払制度

前述の通り、原則として労働債権は担保のない一般債権より優先して扱われます。従業員保護の観点から、従業員には企業に対して未払いの賃金などを請求する賃金等請求権も認められています。しかし、経営状態の悪化により倒産した企業には、支払う資力がない場合も多いでしょう。そのような場合には、従業員は『未払賃金立替払制度』を利用することができます。

この制度は未払賃金や退職金の8割を、企業に代わって国が支払う制度です。労災保険の『社会復帰促進等事業』として行われ、制度の実施主体は、独立行政法人労働者健康安全機構となっています。立替払を受けるには、倒産した企業が1年以上事業を継続しているなど、一定の条件を満たす必要があります。また、従業員の退職時の年齢に応じて88万円から296万円の範囲で上限額も設定されています。従業員を守るためには、できるだけ倒産や破産といった最悪のケースを避けたいのはいうまでもありません。しかし、不測の事態に備え、倒産手続きにおける労働債権などの優先順位についても理解しておきましょう。





世界の複数の国に特許を出願! 海外展開に重要な『PCT国際出願制度』

PCT国際出願制度は、一つの出願願書を条約にしたがって提出するだけで、PCTに加盟する複数の国へ同時に特許出願したことになるという制度です。海外展開を検討する際は、自社製品を保護するためにも、PCT国際出願制度について理解を深めておきましょう。

一度の出願でPCT加盟国のすべてに出願したのと同じ効果がある

特許権は原則として、権利を取得した国でしか保護されません。日本で特許を取得したとしても、海外ではその効力が生じないため、その国ごとに特許出願を行う必要があります。

海外で特許を取得するには、各国に個別で特許を出願する方法と、PCT国際出願制度を利用する方法があります。個別で出願する場合は、その国の言語や様式にしたがって、それぞれ出願願書を作成し、各国の特許庁に直接提出する必要があります。これを『直接出願』と呼びます。

しかし、国内出願を行う国が多ければ多いほど、手間やコストもかかり、何より出願が遅れてしまいます。特許は『先願主義』といって、同一の内容であれば先に出願した者に特許権が与えられます。出願が遅れると、第三者に特許を先に取得されてしまうかもしれません。

そこで、活用したいのがPCT国際出願制度です。PCT(Patent Cooperation Treaty)は、世界知的所有権機関が管理する国際条約の一つで、日本語では『特許協力条約』と訳されます。このPCTに基づくPCT国際出願制度は、国際的に統一された出願願書を自国の特許庁に提出するだけで、現在157カ国あるPCT加盟国のすべてに国内出願したのと同じ効力を得ることができるというものです。また、出願日についても、PCT国際出願をした日が、各国の国内出願日になります。

つまり、日本の事業者がPCT国際出願制度の様式にしたがって作成した日本語もしくは英語の出願願書を日本の特許庁に提出すれば、PCT加盟国であるすべての国に対して、同時に特許を出願したことになるというわけです。

各国の手続に移行するかどうかは調査などの結果をもとに判断する

PCT国際出願制度を利用するうえで注意したいのは、PCT国際出願制度はあくまで国際出願の手続のための制度で、必ずしも希望する国の特許を取得できるわけではないということです。特許を取得できるかどうかは、その国の審査に委ねられることとなります。

PCT国際出願制度を利用して出願書類を提出すると、まずその発明に類似したものが出願されていないか国際調査機関が調査します。これを『国際調査』といいます。出願者は、この国際調査の結果と、特許審査官による見解書をもとに、他国で特許を取得できる可能性を精査し、特許を取得したい国を選定します。国が決まったら、出願日から30カ月以内に、その国が認める言語に翻訳した翻訳文をその国の指定官庁に提出します。このように、PCT国際出願から各国の国内に手続が移ることを『国内移行手続』と呼びます。移行後は、それぞれの国で審査を受け、認められれば特許を取得することができます。

PCT国際出願制度では、出願者が希望すれば、特許を取得するための要件について予備的な審査を受けることも可能です。『国際予備審査』と呼ばれるこの審査は、各国の特許取得を約束するものではありませんが、信頼性は高く、有効な判断材料になります。

海外展開における自社製品の模倣品対策や他社による権利侵害の回避などのためには、その国で特許を取得しておくことが大切です。一方で、特許を取得できる可能性が低い国については、特許を取得せずにビジネスを展開しなければならないことも念頭に置いておきましょう。

💡 増客・増収のヒント

ポイントを確認! 市場規模拡大中のインフルエンサーマーケティングとは?

近年、SNSなどの普及により『インフルエンサー』という言葉を目にするようになり、それをマーケティングに活用するケースが増えてきました。今回は、インフルエンサーマーケティングの重要性、自社で導入するメリットや注意点について、事例を交えつつ解説します。

インフルエンサーの定義と特徴 活用するメリットとデメリットとは

インフルエンサーとは、その言動が世間や人の思考・行動に大きな影響を与える人物のことです。たとえば有名なスポーツ選手やテレビタレント、ファッションモデル、ブロガーやYouTuberなどがそれにあたります。そして、このようなインフルエンサーを活用して企業のマーケティングを行うことを『インフルエンサーマーケティング』といいます。

インフルエンサーマーケティングは、主にSNS上で大きな影響力をもつインフルエンサーに自社の製品やサービスをPRしてもらうことでクチコミを誘発し、消費者の購買行動に影響を与えるものです。コミュニケーション型のマーケティング手法であり、企業が消費者に対して直接メッセージを発信する従来型のマーケティングと比べ、消費者の視点を取り入れた共感性と訴求力の高いPRが可能になります。商品やブランドに対する認知や購買意欲の向上が期待できるメリットがあり、その市場規模は年々拡大傾向にあります。

インフルエンサーマーケティングの成功事例は数多くあります。たとえば、コカ・コーラボトラーズジャパン株式会社は、コロナ禍による外出自粛時に、自宅で楽しめるダンス動画を数パターン制作しました。複数の人気TikTokerにダンス動画をPRしてもらい、『#おうちでリフレッシュ』のタグをつけての投稿を促し、大成功しました。

また、カビキラーなどを販売するジョンソン株式会社が、タレントの辻希美さんとタイアップした事例も有名です。4人の子育てに奮闘する辻さんがブランドイメージに合致したこともあり、YouTuberで多くの視聴回数を得ました。

2023年10月からステマ規制強化 忘れてはならないリスクと注意点

多くのメリットがあるインフルエンサーマーケティングですが、デメリットもあります。広告臭が強すぎると『ステルスマーケティング(以下「ステマ」)』を疑われる可能性もあります。ステマとは企業から報酬をもらって製品のPRを依頼されていることを隠し、あたかも自然に製品を見つけたかのように宣伝をすることです。ステマが発覚すると炎上し、インフルエンサーだけでなく企業の社会的信用を失う可能性もあります。

ここ数年でステマによる炎上が続いた結果、2023年10月からステマに対する規制が強化されることになりました。広告と明示せず、クチコミや感想を装って宣伝した場合は事業者名の公表、改善されない場合は2年以下の懲役または300万円以下の罰金を科すものです。

インフルエンサーマーケティングはアイデア次第で資金力の少ない中小企業でも大きな効果を得られる可能性がある一方、炎上やイメージダウンにつながるリスクも潜んでいます。現在では、インフルエンサーマーケティングを専門で請け負う企業も多数あります。メリットとデメリットを理解したうえで、これらの企業の利用も視野にいれつつ、インフルエンサーマーケティングの導入を検討してはいかがでしょうか。



経営なんでも Q&A

競合他社との差別化を図るツール プロダクトブランディングとは何か



中小企業であるわが社は、自社の商品やサービスをどう浸透させていくのかに大変苦心しており、いろいろ情報収集するなかで『プロダクトブランディング』という言葉を知りました。プロダクトブランディングとはこういったブランディングなのか、そしてどのように活用すればよいのでしょうか。



ブランディングは、消費者に他社との違いを区別してもらうための手段です。そのなかの一つであるプロダクトブランディングは、商品が持つ本来の価値をさらに高めて、消費者に対して存在感を印象づける活動といえます。品質や性能だけでなく、企画・製造・宣伝・販売に至るまでコンセプトを明確化することが大切です。

プロダクトブランディングは 中小企業にこそ必要な考え方

プロダクトブランディングは商品ブランドを確立するためにあります。たとえばパッケージキャラクターをシンボルとして商品化に取り組んだ『ガリガリ君』や、「レッドブル、翼を授ける」というキャッチフレーズだけで商品イメージを伝えた『レッドブル』などは、プロダクトブランディングの代表例といえるでしょう。消費者に自社商品へ興味を持ってもらい、他社商品との比較の結果、自社商品を購入してもらうことがプロダクトブランディングの目的です。そのためには効果的なアプローチが重要となります。

類似した商品やサービスがあふれている現代では、よい商品だからといって消費者が購入してくれるとは限りません。たとえば、魅力的なパッケージと工夫のないパッケージとでは、商品への期待感は異なります。また、高品質な商品であっても、どこがどう優れているのかを明確に伝えられなければ、他社商品との比較検討の際に想起されにくくなります。

そこで、商品の特徴はもちろん、パッケージや商品名、宣伝方法などをブランドのコンセプトに基づいて設計し、他商品との違いをアピールしていくわけです。これは企業規模の大小には関係せず、企業の工夫次第で実行できることであるため、中小企業にこそ必要な考え方といえるでしょう。

プロダクトブランディングの構築 方法の確立には長期的視点が必要

プロダクトブランディングを計画するうえで参考になるのが、消費者の購買決定モデル『AISAS(アイサス)』(2005年に電通が商標登録)という考え方です。AISASでは、消費者の購買行動は『製品を認知・注目し(Attention)』、『興味関心を持ち(Interest)』、『検索などにより比較・検討して(Search)』、『購入(Action)』、そして『共有する(Share)』の手順を踏むものと説いています。

これらの手順について可能な限り細分化し、分析、反映・改善を継続的に行うことが大切です。そのためには、まず商品について消費者に伝えたいメッセージや感じてほしいことを整理し、宣伝方法や媒体など、それにふさわしい伝達手段を決定します。ここでは製品やサービスそのものの特徴を消費者目線で捉えることが大切です。また、ロゴやパッケージ、キャッチコピーなどを駆使して、感覚的に訴求することも効果的でしょう。

ブランドは一朝一夕には構築できず、顧客のイメージや評価が蓄積されていくことで確立されます。顧客がその製品に対してポジティブな価値を見出すまで、PDCAを回して改善していくことが重要です。特に知名度の低い商品は、長期的な視点で考えていくことが肝要です。時代の流れにあわせ、プロダクトブランディングに取り組んでいきましょう。