Weekly Fax Network News　　１９９９年（平成11年）1月11日創刊・毎週月曜日発行

発展を目指す企業家のための経営指南役

社　外　重　役

Selected Clients & Professionals Relationship

No. 435　平成19年　9月18日（火曜日）

発行）株式会社ノースアイランド
東京本社)東京都千代田区丸の内3-2-3 富士ビル5F
Tel.03-3216-2004　Fax.03-3216-0439
大阪支社)大阪市北区堂島2-1-31 ORIX堂島ビル5F
Tel.06-4799-2004　Fax.06-4799-0539

ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞ

シェア調査で10品目が首位交代
生活関連製品分野で目立つ

日本国内の主な商品やサービスの100品目のシェア調査（日本経済新聞社）によると、10品目で首位が交代したことがわかった。

調査開始以来、初めてトップに立ったのは洗濯機で東芝、携帯電話端末でシャープ、クレジットカードで三井住友カード、自動車内装材のＡＢＳ樹脂でＵＭＧ・ＡＢＳなど５品目。また、アイスクリームで17年ぶりに森永乳業が首位奪回という大きな動きがあった。シャンプー・リンスでは花王が返り咲くが、資生堂（３位。２位と同率）の猛烈な追い上げで上位２社は前年比減。クレジットカード（三井住友）はＮＴＴドコモとの携帯クレジットが効を奏した結果で、首位交代は生活関連製品分野で目立った。

交代のなかった90品目の内、48品目で前年首位の企業シェアが低下、または横ばいとなって、競争激化を際立たせている。市場規模が拡大したのは前年並みの58品目だが、首位交代の10品目のうち７品目で市場が拡大した。東芝・洗濯機は入浴前後にエアコン代わりに使える高機能化が買い替え需要を刺激する勢いで注目された。シャープ・携帯端末は画像処理技術の高さを訴求し首位に立った。キヤノン・複写機は高速カラー機投入で２年ぶりに首位奪回した。

ヒットの理由の一つは、製品の利点を明確に打ち出し、新機能でニーズをとらえ、**成熟市場**を掘り起こしたと分析、製品力の有無がシェアに直結する構図が鮮明になっている。

税務会計

給与課税されない食事支給の範囲
現金支給は原則、全額が給与課税

会社が給食制度を設けて社員に支給する食事の現物給与は、①社員が食事の価額の半分以上を負担していること、②（食事の価額）－（社員が負担している金額）が１ヵ月あたり3500円（消費税抜き）以下であること、の２要件のどちらも満たしていれば、給与として課税されない。この要件を満たしていなければ、食事の価額から社員の負担している金額を差し引いた金額が給与として課税の対象となる。

例えば、ある社員に支給した１ヵ月の食事の価額が7000円の場合は、会社と社員がともに3500円ずつ負担すれば課税問題は起こらない。しかし、１ヵ月の食事の価額が5000円でも、社員の負担している金額が2000円の場合には、上記の①の要件を満たさず、食事の価額の5000円と社員負担の2000円との差額の3000円が、給与として課税されることになる。ここでいう食事の価額は、①仕出し弁当など他から購入して支給する食事は、購入した業者に支払う金額、②社員食堂などで会社が作った食事を支給している場合には、食事の材料費や調味料など食事を作るために直接かかった費用の合計額をいう。

また、現金で食事代の補助をする場合には、深夜勤務者に夜食の支給ができないために１食あたり300円以下の金額を支給する場合を除き、補助をする全額が給与として課税される。つまり、通常の昼食の食事代は、現物で支給することが前提となることになる。

今週のキーワード	
成熟市場	**内閣府の消費動向調査（07年３月）によると、携帯電話端末、乗用車、エアコンなど耐久消費財の普及状況はいずれも80%を超えている。他では、パソコン70%、デジタルカメラも60%。車は前年比ゼロ%で成熟市場の典型とされる。このように商品が行き渡り消費が飽和状態に近く、買い替えサイクルに支えられている市場の状態をいう。前年比10%近い急伸をみせた薄型テレビ（普及状況29%）のように革新的技術、斬新な機能や価値提案が市場創出、深耕のカギとされる。**

※配信先の変更、配信停止のご希望はお手数ですが Tel.03-3216-2004 または info@knowsi-land.jp までご連絡ください