

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.952 2026.1.6

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター

2025年12月24日号

**トランプ関税でも
世界経済が強い理由**

経済・金融フラッシュ

2025年12月24日号

米GDP(25年7-9月期)

~前期比年率+4.3%と堅調な
個人消費から市場予想
(+3.3%)を大幅に上回る

経営TOPICS

統計調査資料

消費者物価指数(全国)

2025年(令和7年)11月分(2020年基準)

経営情報レポート

**持続可能な社会を実現する
中小企業が取組むべき
グリーントランスフォーメーション**

経営データベース

ジャンル: 会社法 > サブジャンル: 会社設立

**株式会社の設立手続き
会社の設立登記終了後に行う諸官庁への届出**

発行: 税理士法人 森田会計事務所

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

ネット
ジャーナル

トランプ関税でも 世界経済が強い理由

ニッセイ基礎研究所

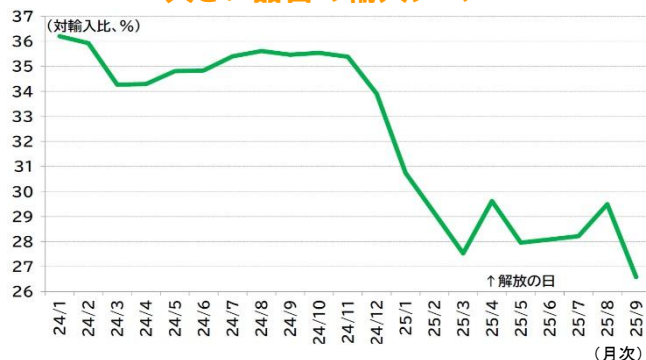
本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

1 トランプ関税による世界経済の減速が懸念されたが、世界経済は足もとまで底堅い状況が続いている。

IMFの25年の世界成長率見通しは、トランプ関税を受けて3.3%から2.8%に引き下げられたが、10月には再び3.2%に上方改定された。

2 世界経済が底堅い理由として、想定ほど関税率が上昇していないこと、および、関税ショックの影響を米国経済が吸収できており、短期的な悪影響が顕在化していないこと、が考えられる。

トランプ関税による関税率上昇幅が 大きい品目の輸入シェア



(注) US Census の貿易データの地域・HS2 桁品目ごとに24年と25年6-8月期の関税率を比較し、10%ポイント以上上昇しているものの輸入シェア

(資料) US Census

3 想定ほど関税率が上昇していない要因として、①関税導入から徴収までのタイムラグのほか、②想定関税率（本稿ではWTO集計の加重平均関税率を採用）の過大評価、③関税回避のための輸入構成の変化（高関税地域・品目のシェア低下）が考えられる。また、実際のデータでも②③

の影響が確認できる（③については上記の図を参照）。

4 関税ショックの負担先は、トランプ関税後の輸入物価の上昇が限定的であること（交易条件はわずかに改善している）から、主に米国内で生じていると見られる。

5 物価を分配面から寄与度分解すると、トランプ関税による税の大幅な上昇を4-6月期は企業利益と人件費、7-9月期は人件費で主に吸収されており、関税ショックによるコスト増は当初は（米国の）企業と消費者、その後は主に消費者が被ったと言える。

6 トランプ関税の影響が顕在化していないように感じられるのは、当初の関税負担の一部が企業利益で吸収され、また、労働生産性の改善や基調的な株高なども手伝って、消費者負担が抑制され、需要の減速として顕在化していないためと考えられる。

7 今後、タイムラグを伴って、物価上昇や消費・投資の減速が生じる可能性がある一方、政府の減税策などによって関税負担した消費者や企業が負担を相殺する恩恵を期待できる状況であれば、悪影響が顕在化しない可能性も考えられる。

「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GDP(25年7-9月期) ～前期比年率+4.3%と堅調な個人消費から 市場予想(+3.3%)を大幅に上回る

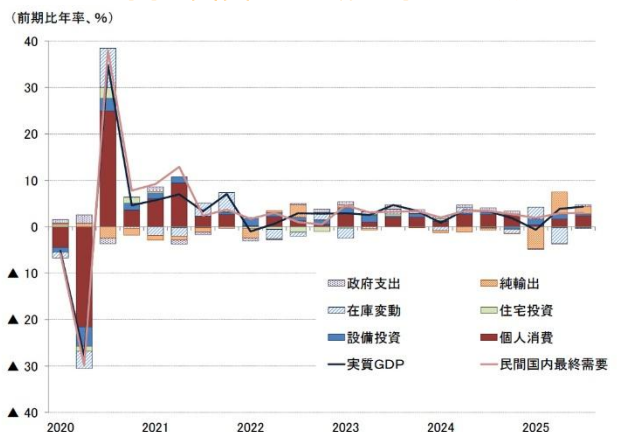
本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

1 結果の概要：成長率は堅調な個人消費 を背景に前期、市場予想を上回る

12月23日、米商務省の経済分析局（BEA）は政府閉鎖の影響で当初予定（10月30日）からおおよそ2ヵ月遅れて25年7-9月期のGDP統計（初期推計）を公表した。7-9月期の実質GDP成長率（以下、成長率）は、季節調整済の前期比年率（注）で+4.3%（前期：+3.8%）と23年7-9月期（+4.7%）以来2年ぶりの高水準となり、市場予想（Bloomberg集計の中央値、以下同様）の+3.3%を大幅に上回った。

（注）以降、本稿では特に断りの無い限り季節調整済の実質値を指すこととする。

米国の実質GDP成長率（寄与度）



（注）季節調整済系列の前期比年率
（資料）BEA よりニッセイ基礎研究所作成

7-9月期の成長率を需要項目別に見ると、住宅投資が▲5.1%（前期：▲5.1%）と前期並みのマイナス。これでマイナス成長は3期連続となった。

また、在庫投資の成長率寄与度も▲0.22%ポイント（前期：▲3.44%ポイン

ト）と前期からマイナス幅は縮小したものの、2期連続で成長率を押し下げた。

一方、設備投資が前期比年率+2.8%（前期：+7.3%）と前期から伸びが鈍化したものの、3期連続のプラス成長を維持したほか、政府支出が+2.2%（前期：▲0.1%）と前期からプラス成長に転じた。

また、外需の成長率寄与度が+1.59%ポイント（前期：+4.83%ポイント）と前期からプラス幅は縮小したものの、2期連続で成長率を押し上げた。さらに、当期は個人消費が前期比年率+3.5%（前期：+2.5%）と堅調な伸びだった前期からさらに伸びが加速した。

2 結果の詳細：（個人消費・個人所得）財、 サービス消費ともに前期から伸びが加速

7-9月期の個人消費は、財消費が前期比年率+3.1%（前期：+2.2%）、サービス消費が+3.7%（前期：+2.6%）といずれも前期から伸びが加速した。財消費では、耐久財が+1.6%（前期：+2.3%）と前期から伸びが鈍化した一方、非耐久財が+3.9%（前期：+2.2%）と前期から伸びが加速して財消費全体を押し上げた。

耐久財では、自動車・自動車部品が▲6.8%（前期：+9.7%）と前期からマイナスに転じたほか、家具・家電も▲4.1%（前期：▲2.1%）と2期連続のマイナスとなった。

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。

消費者物価指数(全国)

2025年(令和7年)11月分(2020年基準)

総務省 2025年12月19日公表

2025年(令和7年11月分)概況

(1) 総合指数は2020年を100として113.2

前年同月比は 2.9%の上昇 前月比(季節調整値)は 0.4%の上昇

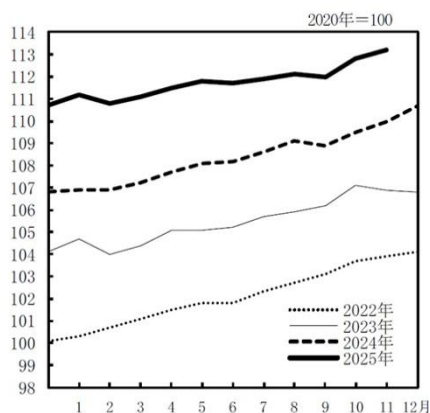
(2) 生鮮食品を除く総合指数は112.5

前年同月比は 3.0%の上昇 前月比(季節調整値)は 0.3%の上昇

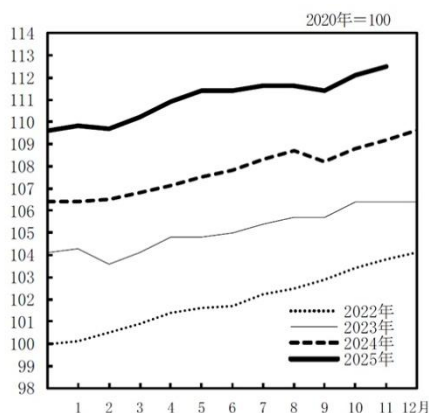
(3) 生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数は111.6

前年同月比は 3.0%の上昇 前月比(季節調整値)は 0.2%の上昇

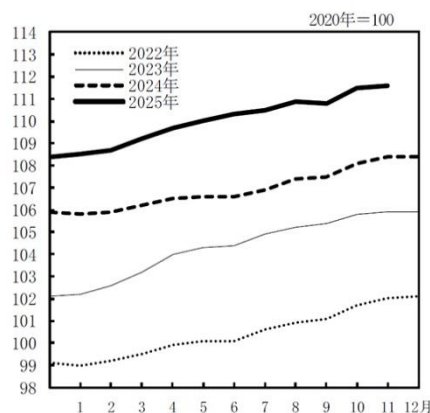
総合指数の動き



生鮮食品を除く
総合指数の動き



生鮮食品及びエネルギー
を除く総合指数の動き



総合、生鮮食品を除く総合、生鮮食品及びエネルギーを除く総合の指数及び前年同月比

原数値		2024年 11月	12月	2025年 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
総合	指数	110.0	110.7	111.2	110.8	111.1	111.5	111.8	111.7	111.9	112.1	112.0	112.8	113.2
	前年同月比 (%)	2.9	3.6	4.0	3.7	3.6	3.6	3.5	3.3	3.1	2.7	2.9	3.0	2.9
生鮮食品 を除く 総合	指数	109.2	109.6	109.8	109.7	110.2	110.9	111.4	111.4	111.6	111.6	111.4	112.1	112.5
	前年同月比 (%)	2.7	3.0	3.2	3.0	3.2	3.5	3.7	3.3	3.1	2.7	2.9	3.0	3.0
生鮮食品 及びエネ ルギーを 除く総合	指数	108.4	108.4	108.5	108.7	109.2	109.7	110.0	110.3	110.5	110.9	110.8	111.5	111.6
	前年同月比 (%)	2.4	2.4	2.5	2.6	2.9	3.0	3.3	3.4	3.4	3.3	3.0	3.1	3.0

前年同月との比較(10大費目)

10大費目指数、前年同月比及び寄与度

原数値	総合	生鮮食品を除く総合	生鮮食品及びエネルギーを除く総合	食料	生食	鮮品	生鮮食品を除く料	住居	光熱・水道	家具・家事用品	被服及び履物	保健医療	交通・通信	教育	教養娯楽	諸雑費
指数	113.2	112.5	111.6	128.6	130.6	128.3	104.5	117.9	122.7	113.3	104.6	101.0	95.6	116.8	106.1	
前年同月比(%)	(3.0) 2.9	(3.0) 3.0	(3.1) 3.0	(6.4) 6.1	(2.2) 1.5	(7.2) 7.0	(0.9) 0.9	(2.2) 3.0	(1.8) 1.8	(2.5) 2.3	(0.8) 0.8	(3.6) 3.3	(-5.6) -5.6	(2.6) 2.3	(0.7) 0.6	
寄与度		(2.89) 2.83	(2.73) 2.64	(1.83) 1.76	(0.10) 0.07	(1.74) 1.69	(0.18) 0.19	(0.15) 0.21	(0.08) 0.07	(0.09) 0.08	(0.04) 0.04	(0.48) 0.44	(-0.16) -0.16	(0.25) 0.22	(0.04) 0.04	
寄与度差		-0.06	-0.09	-0.07	-0.03	-0.04	0.01	0.06	0.00	-0.01	0.00	-0.04	0.00	-0.02	0.00	

(注)()は、前月の前年同月比及び寄与度。各寄与度は、総合指数の前年同月比に対するものである。

[総合指数の前年同月比に寄与した主な内訳]

10大費目		中分類、前年同月比（寄与度）	品目、前年同月比（寄与度）
上昇	食料	穀類 15.8%(0.41) 菓子類 8.8%(0.24) 調理食品 6.3%(0.24) 外食 4.2%(0.20) 飲料 8.4%(0.15) 肉類 4.3%(0.12) 乳卵類 7.7%(0.11)	うるち米（コシヒカリを除く） 37.0%(0.22) など チョコレート 26.7%(0.11) など おにぎり 13.8%(0.02) など すし（外食） 7.0%(0.03) など コーヒー豆 51.6%(0.07) など 鶏肉 9.8%(0.04) など 鶏卵 12.8%(0.04) など
	住居	設備修繕・維持 3.4%(0.12)	外壁塗装費 4.5%(0.02) など
	光熱・水道	電気代 4.9%(0.17)	
	交通・通信	自動車等関係費 2.4%(0.21) 通信 6.9%(0.20)	自動車保険料（任意） 6.9%(0.12) など 通信料（携帯電話） 14.5%(0.19) など
	教養娯楽	教養娯楽サービス 2.6%(0.14)	宿泊料 9.2%(0.11) など
下落	教育	授業料等 -9.6%(-0.18)	高等学校授業料（公立） -94.1%(-0.15) など

前月との比較(10大費目)

10大費目の前月比及び寄与度

原数値	総合	生鮮食品を除く総合	生鮮食品及びエネルギーを除く総合	食料	生食	鮮品	生鮮食品を除く料	住居	光熱・水道	家具・家事用品	被服及び履物	保健医療	交通・通信	教育	教養娯楽	諸雑費
前月比(%)	0.3	0.4	0.1	0.4	0.2	0.5	0.1	3.8	-0.6	0.4	0.1	-0.2	0.0	-0.3	-0.1	
寄与度		0.33	0.10	0.12	0.01	0.12	0.02	0.26	-0.03	0.02	0.01	-0.02	0.00	-0.03	0.00	

(注) 各寄与度は、総合指数の前月比に対するものである。

総合指数の前年同月比の変動に寄与した項目

■総合の前年同月比の上昇幅は 0.1 ポイント縮小(10 月 3.0% → 11 月 2.9%)

- ・生鮮食品により総合の上昇幅が 0.03 ポイント縮小

■生鮮食品を除く総合の前年同月比の上昇幅は変わらず。(10 月 3.0% → 11 月 3.0%)

- ・ガソリンがマイナスに転じたものの、電気代の上昇幅が拡大し、エネルギーにより総合の上昇幅が 0.03 ポイント拡大
- ・生鮮食品を除く食料により総合の上昇幅が 0.04 ポイント縮小

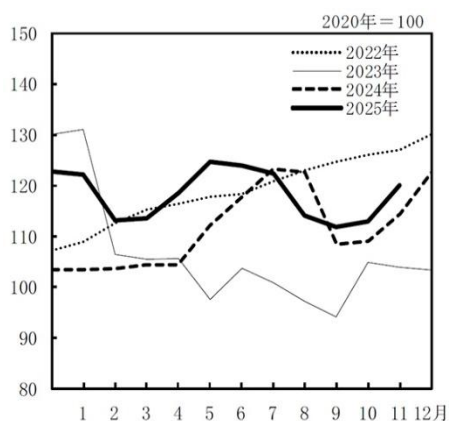
エネルギー構成品目の前年同月比及び寄与度

	万分比 ウェイト	2025年10月		2025年11月			
		前年同月比(%)	寄与度	前月比(%)	前年同月比(%)	寄与度	寄与度差
エネルギー	712	2.1	0.16	3.1	2.5	0.19	0.03
電気代	341	3.5	0.12	6.3	4.9	0.17	0.06
都市ガス代	94	1.3	0.01	3.8	0.9	0.01	0.00
プロパンガス	57	-0.2	0.00	0.9	0.4	0.00	0.00
灯油	38	5.9	0.03	-0.5	5.5	0.03	0.00
ガソリン	182	0.0	0.00	-1.0	-0.9	-0.02	-0.02

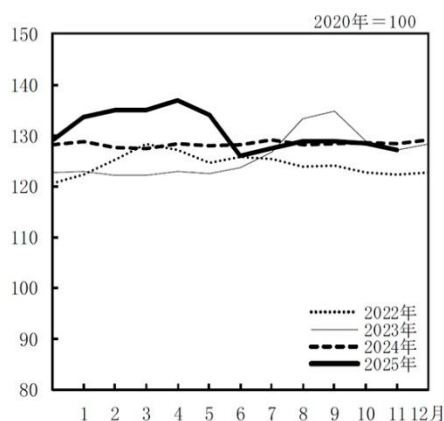
他の主な項目の前年同月比及び寄与度

	万分比 ウェイト	2025年10月		2025年11月			
		前年同月比(%)	寄与度	前月比(%)	前年同月比(%)	寄与度	寄与度差
生鮮食品を除く食料	2230	7.2	1.74	0.5	7.0	1.69	-0.04
家庭用耐久財	132	0.4	0.01	-1.9	0.6	0.01	0.00
教養娯楽用耐久財	77	-2.6	-0.02	-1.3	-3.7	-0.03	-0.01
宿泊料	81	8.5	0.10	1.3	9.2	0.11	0.01

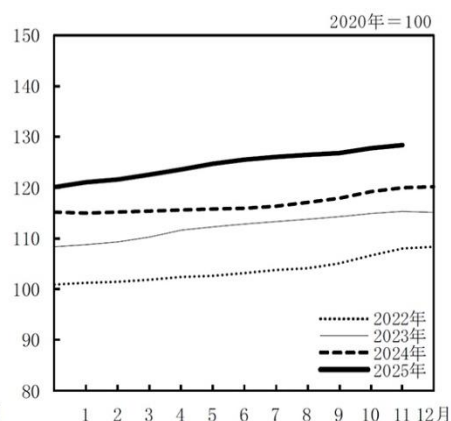
電気代指数の動き



ガソリン指数の動き



生鮮食品を除く食料指数の動き



消費者物価指数(全国)2025年(令和7年)11月分(2020年基準)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



持続可能な社会を実現する 中小企業が取組むべき グリーントランスフォーメーション

1. GXが求められる背景と中小企業が取組むべき理由
2. GXの定義と取組むことで期待される効果
3. GX推進の具体的なステップ
4. 中小企業のGX成功事例紹介



参考資料

【中小企業庁】：2024年度版 中小企業白書

【経済産業省】：我が国のグリーントランスフォーメーション政策、中小企業等のGX推進に向けて

【環境省】：SBT等の達成に向けたGHG排出削減計画策定ガイドブック 2022年度版

1

企業経営情報レポート

GXが求められる背景と中小企業が取組むべき理由

近年注目が高まっている GX（Green Transformation／グリーントランスフォーメーション）は、持続可能な社会を実現するための対応として、日本でも徐々に推進されています。この GX とは、脱炭素と経済成長の両立を目指し、エネルギー転換や産業構造の変革を進める取組みのことを指します。

そこで、本レポートでは、GX の概要や、新たに GX を始める上での具体的なステップと取組み事例を紹介し、中小企業の社会的意義の向上や自社での今後の取組みの参考にさせていただければ幸いです。

■ GXに対する国際社会の動向と日本の変遷

（１）GXに対する国際社会の動向

気候変動への対応は、いまや全人類が避けて通ることのできない地球規模の課題となっています。特に近年は、世界各国で脱炭素社会の実現に向けた政策が加速しており、その中心にある概念が「グリーントランスフォーメーション（以降 GX）」なのです。

この GX の推進は、2015 年に採択された「パリ協定」が土台となっており、世界の約 200 か国が産業革命以後の気温上昇を 1.5℃以内に抑えることが目標として掲げられています。その後、主要国は相次いでカーボンニュートラル宣言を打ち出し、GX に向けた取組みを制度・市場の両面から加速させてきています。

また、GX の動向は国際的な金融・投資の判断にも影響を及ぼしており、ESG 投資（環境・社会・ガバナンスを重視した投資）は年々増加傾向にあります。2022 年時点で、世界の ESG 資産は約 41 兆ドルに達したとされています。

さらに、G7 や COP（気候変動枠組条約締約国会議）では、GX 関連の政策調整や炭素価格制度の整備も進められており、もはや GX は単なる環境対策にとどまらず、経済競争力の源泉ともなりつつあります。

■主要各国のカーボンニュートラル目標

国・地域	宣言した年月	達成予定年
日本	2020 年 10 月	2050 年
欧州連合（EU）	2019 年 12 月	2050 年
アメリカ合衆国	2021 年 4 月	2050 年
中国	2020 年 9 月	2060 年
インド	2021 年 11 月	2070 年

（２）GXに対する日本の対応の変遷

日本では、2020 年 10 月のカーボンニュートラル宣言以前、1993 年に UNFCCC（United Nations Framework Convention on Climate Change～気候変動に関する国際連合枠組条約）を批准していましたが、その当時の取組み状況は「国際社会の一員としての参加」が主で、具体的な国内対策は限定的となっていました。

2

企業経営情報レポート

GXの定義と取組むことで期待される効果

■ GXの定義と主要な取組み事項

(1) GXの定義

GX（Green Transformation／グリーントランスフォーメーション）とは、気候変動への対応を経済社会の成長機会と捉え、エネルギーの転換や産業構造の変革を通じて脱炭素社会への移行を図る取組みの総称をいいます。

具体的には、環境負荷を低減しながら国際競争力を確保・強化するための戦略的施策であり、再生可能エネルギーの導入、エネルギーの効率化、グリーン投資の促進などを通じて、持続可能な社会の実現を目指すことを指しています。

そしてこれは、単なる環境対策にとどまらず、温室効果ガスの排出削減と経済成長の両立を目指す包括的な変革であり、政府・企業・個人すべてのレベルで取組むべき課題とされています。

(2) GXの主要な取組み事項

既に GX に取組んでいる企業は数多く存在しています。そこで GX 推進にはどのような項目や目的があるのかを、取組み事例とともに以下に記載します。

■ GX推進項目と目的、取組み例

GX 推進項目と目的	取組み例
再生可能エネルギーの導入拡大 目的：化石燃料依存からの脱却	・ 屋根や遊休地への太陽光パネルの設置 ・ 再エネ由来の電力（グリーン電力）に契約切り替え ・ 再エネ電力を供給する小売電力会社への切り替え
省エネルギーの徹底 目的：エネルギー使用効率の最大化	・ 高効率 LED 照明や空調機器への更新 ・ 断熱性の高い建材や窓へのリフォーム ・ 省エネ診断（公的支援制度あり）の実施
カーボンプライシング制度の導入対応 目的：排出にコストを持たせ行動変容を促す	・ 自社の CO₂排出量を可視化・定量把握 ・ 地方自治体などで試行されている排出量取引制度への参加 ・ 炭素税のコスト影響を見据えた経営計画見直し
サプライチェーン全体での脱炭素対応 目的：取引関係全体での環境責任の共有	・ 取引先企業からの CO₂排出量報告要請に対応 ・ 自社が部品や素材のエコ仕様を要求・選定する立場となる ・ 環境配慮型調達方針の策定と開示
グリーン投資・技術開発の促進 目的：競争力あるグリーン技術の開発・導入	・ GX 関連補助金・助成金の活用 ・ 脱炭素技術（例：電動フォークリフト、蓄電池など）の導入 ・ 自治体や業界団体との連携による共同研究・モデル事業への参加

参考：経済産業省『我が国のグリーントランスフォーメーション政策』、経済産業省『中小企業等のGX推進に向けて』
中小企業庁『2024年度版 中小企業白書』

上記表からも、様々な項目と目的、取組み事項があることが分かります。では実際に中小企業が GX に取組むことでどのような効果が期待できるのか、以降で詳しく解説します。

3

企業経営情報レポート

GX推進の具体的なステップ

ここまでで紹介してきた GX は、決して単発的な取り組みではなく、事業の中に組み込まれるべきものです。

とはいえ、取り組みを始めてもすぐに成果が出るというものではないため、現状を正しく把握し、自社の実情に合った計画を立て、段階的に取り組みを進めていくことが肝要といえます。

そこで本章では、中小企業が GX を進めていくために押さえておきたい基本的なステップを、順を追って解説します。

■ GX推進の具体的なステップ

GX を新たに推進する上では、実施可能な取り組みを選定し実行することが最も重要であり、そのためにはいくつかのステップを踏む必要があります。

以下に GX 推進の具体的なステップを記載します。

STEP 1	
現状を知る (自己診断)	・ 自社のエネルギー使用量、排出量、コスト構造を可視化する ・ Scope1・2 の排出量の概算把握 ・ 従業員の環境意識や社内体制の確認
※Scope1：企業自身が所有・管理する施設・車両などからの GHG 排出 ※Scope2：他社から購入した電力や熱の使用に伴う排出	
STEP 2	
GX 計画を立てる	・ 自社の業種や規模に応じた GX の優先分野を整理 ・ 短期（すぐできること）・中長期（時間や投資が必要なこと）に分類 ・ 可能であれば GX 目標や KPI を設定
STEP 3	
実現可能で即効性のある対策から始める	・ 即効性がある対策（省エネ・節電・意識改革など）から着手 ・ 外部支援（補助金・専門家）を活用しながら進める ・ 成果を見える化し、社内外に共有する
STEP 4	
振り返りと改善	・ 導入後の効果検証（エネルギーコスト削減など） ・ 従業員の反応などのアンケート調査 ・ 改善点や次のアクションを定期的に見直す

4

企業経営情報レポート

中小企業のGX成功事例紹介

事例1：GXを通じてコスト改善に繋げたA社の事例

企業概要

社員数	正社員 約 80 名	業種	総合電子機器メーカー
所在地	福井県	売上高	約 1,000 百万円

A社は、プリント基板の設計・実装・組立や分析計測器の組立・調整等の事業を行う総合電子機器メーカーです。同社は、各工場に「省エネ推進チーム」を配置し、工場間で優良事例を横展開するなど、省エネ活動が企業文化として根付いていました。

そのような中、取引先においてサプライチェーン単位で省エネ・省CO₂を捉える考え方が普及してきたことから、さらなる省エネ・省CO₂に取り組むことになりました。

(1) A社のGX推進

同社は、最初に経済産業省の省エネ診断を活用し、エネルギー消費量の見える化に取り組みました。その上で、電力会社の協力で収集した各設備のエネルギーの使用比率を算出し、空調設備の室外機のフィンの清掃や蛍光灯のLED化を図るなど、診断結果の報告書で提案された7つの改善策を実行しました。



出展：中小企業庁『2024年版 中小企業白書』

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。

ジャンル:会社法 > サブジャンル:会社設立

株式会社の設立手続き

会社設立にあたっての決めるべき項目などについて教えてください。

株式会社の設立手続きには、発起設立と募集設立の 2 種類があります。以下では、一般的な発起設立の流れを紹介します。

会社の基本事項の決定	●①会社名、②事業の目的、③本店所在地、④資本金、⑤発起人、⑥役員、⑦営業年度、⑧取扱銀行、⑨設立時期などを決めます。 ●発起設立と募集設立があります。 ●許認可が必要な業種に該当する場合は早めに準備。
類似商号の調査	●登記所へ出向き、同一市町村内で同一の事業を行っている他人が使っている商号と同一、または類似の商号がないかをチェック。 類似商号の調査 → 登記所（本店所在地を管轄する法務局）で検索
会社の印鑑を作る	●設立時に届け出る代表者印を作る。同時に、銀行印、角印、ゴム印なども発注。
発起人会の開催	●発起人会を開いて、これまでできてきたことを確認し、発起人会議事録を作成します。発起人が 1 人の場合は、発起人議事録ではなく、発起人決定書を作成します。
個人の印鑑証明書の取得	●①発起人全員各 1 通、②発起人総代 1 通、③代表取締役 1 通
定款を作成する	●定款は会社の根本規則をさだめた「憲法」です。 ●株式の引受け、取締役・監査役の選任も定款に記載します。
定款の認証を受ける	●定款を公証人役場に提出し、認証を受けます。 3通提出、1 通は公証役場に保存、1 通は会社保存用、もう一通は登記申請用。 ●発起人全員の印鑑証明書が必要。
出資金を金融機関に払い込む	●発起人の代表者の個人口座に出資金を払い込みます。 「払込証明書」を作成し、これに預金通帳のコピーをホッチキスでとめます。 ●募集設立の場合は「株式払込保管証明書」を発行してもらいます。
取締役・監査役を決定する	●設立時取締役・設立時監査役を決定し、それぞれ「就任承諾書」を作ります。
取締役・監査役の調査	●「調査書報告書」の作成 ●株式の払込みなどが正しくおこなわれたかを調査します。
登記申請書類を作成する	●申請書は一定のルールに従って作成します。
設立登記の申請	●出資払込完了日(保管証明に記載の日)から 2 週間以内に行います。 ●会社設立登記の申請と同時に代表者印の届出も行います。
審査結果の揭示(補正)	●登記官の審査により不備があれば補正に訂正します。
会社の誕生	●会社の誕生の日は、登記が完了した日ではなく、申請した日です。 ●登記簿謄本・印鑑証明書の交付を申請します（様々な届出で必要です） ●会社が誕生すれば銀行に法人口座を開設します。
諸官庁への届出	●会社の登記が無事に終了すると、税務署や労働基準監督署、社会保険事務所などへの届出が必要になります

ジャンル:会社法 > サブジャンル:会社設立

会社の設立登記終了後 に行う諸官庁への届出

会社の設立登記終了後に行う諸官庁への届出 について教えてください。

諸官庁に法人設立届の提出が必要です。

提出先は以下の通りですが、提出期限が定められており、期限後提出にはデメリットがあります。

詳しくは、該当先にお問い合わせ下さい。

①設立登記後の 税務申告	設立登記が完了すると、税務署への各種届出や申請が必要になります。法人設立届出書や給与支払事務所等の届出書を提出し、納税義務のある税目を確認する必要があります。 主な税目は、法人税、消費税、源泉所得税があります。期限内に正しく手続きを行わないと、延滞税などのペナルティが課されますので注意が必要です。
②従業員 の社会保険手続き	従業員を雇用する場合、労働基準監督署や年金事務所への届出が必要になります。健康保険や厚生年金保険などの社会保険への加入手続きを行う必要があります。 従業員の資格取得日から 5 日以内に手続きを行わないと、過怠加算金が発生する可能性がありますので、期限を守ることが重要です。
③労働保険 の手続き	労働者災害補償保険は、業務上の事由や通勤途上の事故で負傷した場合の補償を目的とする強制加入の保険制度です。 事業主は労働基準監督署への保険関係成立届の提出が義務付けられています。 届出から 10 日以内に手続きを行わないと、延滞金が発生する可能性がありますので注意が必要です。
④雇用保険 の手続き	雇用保険は、労働者の失業給付などを目的とした強制加入の社会保険制度です。 常時従業員を 1 人以上雇用している事業所は、公共職業安定所への事業所設置届の提出が義務付けられています。 届出から 5 日以内に手続きを行わないと、延滞金が発生する可能性がありますので注意が必要です。
⑤印紙税の納付	設立登記申請書や定款認証申請書などの法務局への申請書類には、印紙税が課されます。 会社設立時に納付した印紙税の金額が不足していた場合は、追加で納付する必要があります。期限内に納付を行わないと、延滞金が発生する可能性がありますので注意が必要です。

週刊 WEB 企業経営マガジン No. 952

【著 者】日本ビズアップ株式会社

【発 行】税理士法人 森田会計事務所

〒630-8247 奈良市油阪町456番地 第二森田ビル 4F

TEL 0742-22-3578 FAX 0742-27-1681

本書に掲載されている内容の一部あるいは全部を無断で複写することは、法律で認められた場合を除き、著者および発行者の権利の侵害となります。