

小川富也税理士事務所だより

編集発行人
税理士・行政書士
小川 富也
〒796-0068
八幡浜市浜之町180番地
TEL 0894-24-3355
FAX 0894-24-2882



訪日外国人が上半期最高 15・6%増1590万人

観光庁は、今年上半期（1～6月）の訪日外国人客数が前年同期比15・6%増の約1,590万人で、上半期として過去最多だったと発表した。今年1年でみると、過去最多だった2017年（2869万人）を上回り、3000万人を超える勢いだ。国・地域別で最も多かった

のは中国で405・6万人（前年同期比23・6%増）。韓国が401・6万人（同18・3%増）、台湾が250・6万人（同9・5%増）と続いた。いずれも同期間で過去最多だったという。好調な伸びが続く中国に加え、昨月に引き続き欧米豪9カ国全てで前年同月比2桁増を記録した。

同庁では、「航空路線の新規就航や増便、チャーター便の就航による航空座席供給量の増加に加え、継続的に展開している訪日旅行プロモーションの効果も相まって、訪日外客数全体としては堅調に推移している」と分析している。

タブレット導入で 訪問客数を2倍に

証券会社のI社は、営業部門の社員にタブレット端末を配布し、業務効率につなげている。金融商品の顧客説明時に使うほか、出先からも日報作成などの社内業務をこなせるようにした。

顧客の資産や取引履歴といった詳細な情報を見やすくするための機能も充実した。これまでのように営業活動後に会社に戻って作業をする必要がなくなり、より多くの顧客を回ったり、出先から直接帰宅できるという。今後は営業職1人当たりの

訪問客数を現状の2倍にする一方で、残業時間を8割減を目指している。業務効率化による勤務時間の減少で収入が目減りしないように営業職向けの成果報酬制度も併せて拡充する。

効率化で削減した残業代 賞与に上乗せ還元

家電のA社は、業務の効率化で削減した残業代の一部を夏季賞与に上乗せして還元した。残業の抑制が収入減少にならないようにして、社員のやる気を高める狙い。

同社では業務の見直しなどで残業時間を前年同期比で月平均2・4時間減らした。削減した残業代の3分の1を社員の賞与に還元した。上乗せ分は平均で従業員の基本月給の約4%。残業代を減らして満足するのではなく、生産性の改善を進めることを目的に、この仕組みは今後も継続していくという。

源泉徴収



所得が発生した時点で税を徴収する制度。給与、利子、配当などが対象で、企業はサラリーマンに毎月収入が発生したときに所得税を天引きして税務署に代わりに納税している。

個人事業主の場合は毎年、確定申告して納税するが、会社員の場合は国は効率的に税金を集めることを優先し、源泉徴収している。

毎月の源泉徴収によって税金が天引きされ続け、最後に年末調整と呼ばれる作業で1年分の帳尻合わせをすることで、会社員の税金負担は本人が計算をすることなく終了できるようなっている。会社員にとっては手間がかからず楽という面があるが、納税意識を持ちづらいとの指摘もある。

法律



メール、PCの監視と 従業員のプライバシー

—モニタリングの留意点

電子メールやパソコン(PC)は、企業の効率的な業務運営に不可欠となっている反面、従業員が職場の電子メールを私的に利用したり、あるいは、業務とは関係のないホームページの閲覧に時間を費やしたりするなどの問題も発生しています。従業員のメールやウェブのアクセス履歴を会社で監視(モニタリング)することは、従業員のプライバシーの問題もあります。そこで今回は、メールやPCのモニタリングとプライバシーの問題について考えてみます。

- トラブルにならない
モニタリングのポイント●
- ・監視する社員が、社内で監視する立場にあること
 - ・監視すべき合理的な理由があること
 - ・監視の方法が適正であること
 - ・監視に関する規程や就業規則への記載があること
 - ・同規定や就業規則が従業員に対して十分に周知されていること

メールやインターネットのシステム、及びその上に記録される履歴は会社の資産であり、また、従業員に

は、職務に専念する義務があります。

このため会社が業務上の必要性があつてチェックする分には問題ありません。ただし、やり方を間違えると従業員のプライバシー侵害行為となるため注意が必要です。

■経済産業省のガイドライン■

経済産業省の「個人情報保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドライン」では、企業が行う従業員に関するモニタリングの留意点について、以下のよう

に定めています。

①モニタリングの目的、すなわち取得する個人情報利用目的をあらかじめ特定し、社内規程に定めるとともに、従業員に明示すること。

②モニタリングの実施に関する責任者とその権限を定めること。

③モニタリングを実施する場合には、あらかじめモニタリングの実施について定めた社内規程案を策定するものとし、事前に社内に徹底すること。

④モニタリングの実施状況については、適正に行われているか監査又は確認を行うこと。

目的も分からずに監視されることは不愉快で不安になるものです。監視によつて得られるメリット以上に、会社と従業員の信頼関係に悪影響を与えては本末転倒です。ちよつとしたリフレッシュのつもりでの私

の利用まで許されないとすると、息苦しい職場になってしまいます。業務上の必要性があつてやむを得ず監視を行う場合は、まずその目的

について従業員に十分な説明を行い、同意を得ることが第一です。また、社員の常識の範囲内での息抜き

や、休憩時間中の私的行為までを管理する意図ではない旨も説明すべきでしょう。

■プライバシー侵害となるケース■

無制限、無限定なモニタリングは、社員のプライバシーの侵害につながり、違法となるおそれもあります。

ガイドラインでは以下のようなケースを例として挙げています。

①職務上、従業員の電子メールの私的使用を監視するような責任ある立場にない者が監視した場合。

②監視する責任ある立場にある者でも、監視する職務上の合理的必要性が全くないのに専ら個人的な好奇心などから監視した場合。

③社内の管理部署その他社内の第三者に対して監視の事実を秘匿したまま個人の恣意に基づく手段方法により監視した場合。

■就業規則でルールを明確化■

モニタリングに関する社内規定や就業規則が存在しなかったり、従業員にその内容が周知されていないと、プライバシーの侵害とみなされる場合がありますので、注意が必要です。

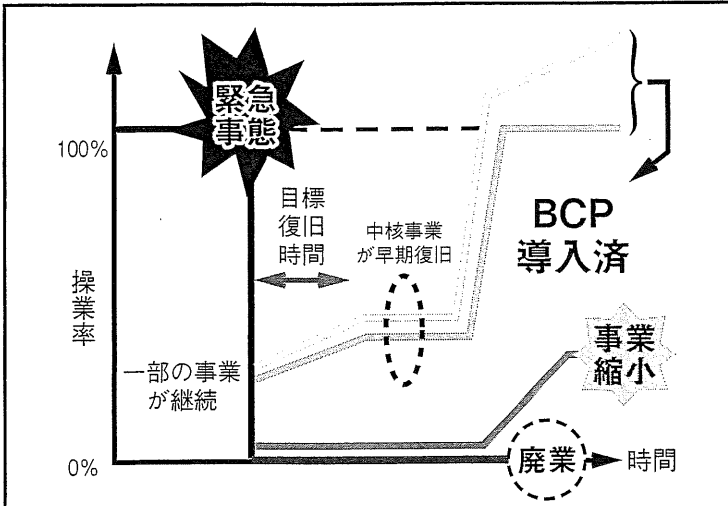
モニタリングを適正な方法で行うためには、事前にルールが明確になつていなければならないため、就業規則に定めておくのが一番です。そして、ルールを定めた上で、「これらのルールの遵守状況を調査するため、会社がモニタリングを実施することがある」ということを明記し、事前に周知しておくといふでしょう。



事業継続計画 (BCP) 「もしもの時」に備え

■自然災害などのリスク

近年、企業が自然災害によって事業運営が困難になったり、時にはその存続自体が危うくなったりするケースが増えていきます。集中豪雨や震災など、ますます多様化するリスクに対しては、単に災害予防という視点だけでなく、災害によるダメージから企業がいかに早く立ち直れるかが求められるようになっていきます。そこで今回は、災害に強い企業づくりを図るための「事業継続計画 (BCP)」について取り上げます。



自然災害など、緊急事態が発生した後も、一定以上の水準で重要な事業を継続するとともに、許容される時間内に復旧するため、緊急事態を想定し、事前に準備をしておくことが重要です。このような考え方に基づき、あらかじめ事業の優先順位や代替策などを定め、準備をしておく計画がBCP (Business Continuity Plan・事業継続計画) です。

本来、企業が緊急事態対策に取り組む理由は、「生き残るため」に他なりません。つまり、緊急対策とは、いざという時に企業が生き残るための戦略であり、業種・規模に関わらずどの企業でも、必ず何らかの形で取り組まなければならない課題なのです。「もしもの時」が来ても最悪の事

態に陥ることがないよう備えておく、それは重要な経営戦略といえます。

しかしながら、多くの中小企業ではこうしたリスクに、依然として対応できていないのが現状です。その主な原因は、中小企業にとって「本当にやらなければならない対策」と「やった方がいい対策」が混然としており、対応を難しくしている面があります。

■BCPのメリット

BCPを策定することにより、企業が重要業務 (中核業務) を中断せずに、あるいは中断しても目標の復旧時間内に重要業務を再開することで、顧客の他社流出やマーケットシェアの低下防止、雇用の確保などが図られます。

また平常時においても、自社の経営実態が把握でき、こうした日々の経営管理を再確認することができます。これにより、変化に強い企業体質の変革も可能です。また、取引先や社外からの信用が高まり中長期的な業績向上も期待できます。

■BCP策定のステップ

被害を受けると一番会社の経営に影響を与えてしまう事業、いわゆる中核事業を見定め、これに影響を及

ぼしうるケースの事業継続計画の策定から考えてみましょう。

中核事業を見定めたら次は、復旧するまでの具体的なガイドラインの作成に入ります。中核事業をどの程度復旧させるのか、そのレベル、つまり「目標復旧レベル」を設定したうえで、そのレベルに到達に要する「目標復旧時間」を設定してみましょう。

被害を受けてから復旧するまではインフラ基盤が崩壊していたり、物資の供給がうまくいかなかったりと、最悪の事態を様々なパターンで想定しておくといいでしょう。その際の目安として、資金、労働力、資源、情報が、普段の約2割程度しか使えないと仮定してみましょう。こうした状況下で、どのようにすれば平常時の営業になるべく近づけられるかを考えなければなりません。

重要なことは、なるべく多くの被害を想定し、普段よりも業務遂行が難しい状況において、復旧のためのあらゆる方法を模索することです。

平常時は使わないルートでの物資の供給を図ったり、あらかじめ会社間で相互扶助の関係を結んだりするのもよいでしょう。多種多様なアイデアを出すことができれば、事業継続計画 (BCP) の存在意義もますます高まります。

税務



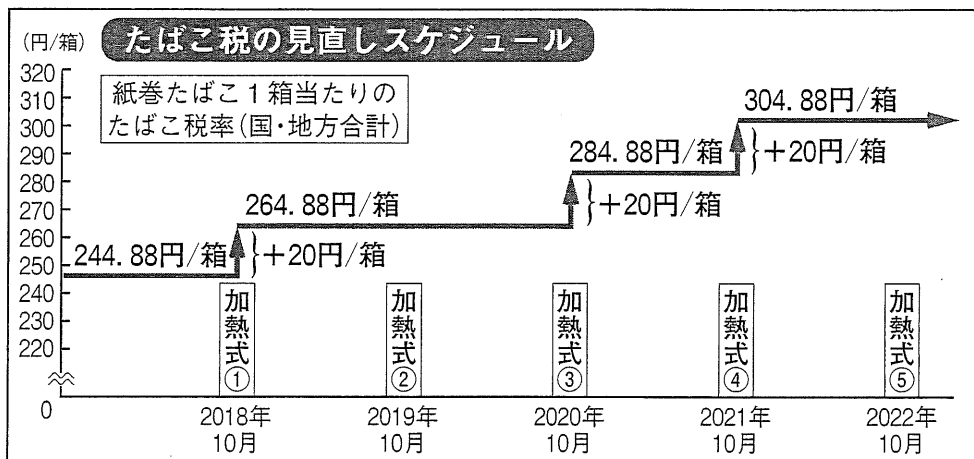
◆平成30年度税制改正 たばこ税の税率引き上げ

平成30年度税制改正において、たばこ税の見直しが行われ、税率が引き上げられることとなりました。

高齢社会を背景とした社会保障関係費の増加等もあり、引き続き国・地方での厳しい財政事情にあることを踏まえ、国および地方のたばこ税の税率を1本当たり3円（1箱当たり60円）引き上げます。

ただし、税率の引き上げにあたっては、消費者や葉たばこ農家、たばこ小売店等への影響に配慮し、平成30年（2018年）10月1日から、1本当たり1円（1箱当たり20円）ずつ3回に分けて段階的に実施します。

また、近年急速に市場が拡大している加熱式たばこについては、加熱式たばこの課税区分を新設した上で（従前は「パイプたばこ」に分類）、その製品特性を踏まえた課税方式への見直しが平成30年（2018年）10月1日から、5回に分けて段階的に実施されます。



「ドリルを売るんじゃない。穴を売るんだ」。これは元ハーバード・ビジネススクール名譽教授のセオドア・レビット氏が、「マーケティング発想法」という著書で述べた言葉です。この格言が意味するところは、顧客が欲しているのは、「穴」であり、「ドリル」ではないということ。つまり、ドリルという「商品」ではなく、それによってもたらされる穴という「メリット」を求めているのです。▼モノを売る側（ドリル）の視点で売り込みをかけてしま

欲求の本質を見抜く

いがちですが、実際は買う側の視点で本当に欲しがっているもの（穴）を提供しなければ、ビジネスは成り立ちません。ドリルの機能を説明することも有効ですが、「どのような穴をあげたいのか？」という顧客の本当のニーズを理解する方がより重要といえます。▼マーケティングにとって大切なことは、より高性能の製品を作ることでも、よりたくさん製品を作ることでもありません。顧客の「欲求の本質」を見抜くということが何よりも重要です。

9月の税務と労務

一 税 務

- ★8月分源泉所得税・住民税の特別徴収税額の納付
納期限…9月10日
- ★7月決算法人の確定申告（法人税・消費税・地方消費税・法人事業税・（法人事業所税）・法人住民税）
申告期限…10月1日
- ★1月、4月、7月、10月決算法人の3月ごとの期間短縮に係る確定申告（消費税・地方消費税）
申告期限…10月1日
- ★法人・個人事業者の1月ごとの期間短縮に係る確定申告（消費税・地方消費税）
申告期限…10月1日
- ★1月決算法人の中間申告（法人税・消費税・地方消費税・法人事業税・法人住民税）（半期分）
申告期限…10月1日
- ★消費税の年税額が400万円超の1月、4月、10月決算法人の3月ごとの中間申告（消費税・地方消費税）
申告期限…10月1日
- ★消費税の年税額が4,800万円超の6月、7月決算法人を除く法人・個人事業者の1月ごとの中間申告（5月決算法人は2ヵ月分）（消費税・地方消費税）
申告期限…10月1日

一 労 務

- ★健保・厚保の保険料の納付
納期限…10月1日