

# 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

<https://www.mhlw.go.jp/content/000764163.pdf>

希望者70歳まで再雇用  
成果に応じ賞与4段階



## 中小企業のIT導入状況 Web会議システムが最多

商工組合中央金庫（商工中金）は、取引先中小企業を対象とした IT 導入・活用に関する調査結果を公表した。新型コロナウイルスの影響の前後で特に変化のあった項目は営業部門の「テレワーク・Web会議システム」の導入

で、IT導入を実施・検討している企業の63・2%が実施。

また、ITの導入活用を実施・検討していない企業の制約要因については、「人材の不足」が最も高く、次いで「社内の体制や仕組みが不十分」、投資費用（ランニングコスト含む）の順に高かった。

詳細は、商工中金HP  
[https://www.shokochukin.co.jp/assets/pdf/nr\\_210409\\_01.pdf](https://www.shokochukin.co.jp/assets/pdf/nr_210409_01.pdf)

## 働き方改革推進支援助成金 労働時間短縮コースなど

「働き方改革推進支援助成金

金（労働時間短縮・年休促進支援コース）」の受付が開始された。生産性を向上させ、労働時間の縮減や年次有給休暇の促進に向けた環境整備の取り組みに対する支援コース。

助成対象は、①労務管理担当者に対する研修、②労働者に対する研修、③外部専門家によるコンサルティング、④就業規則・労使協定等の作成・変更、⑤人材確保に向けた取り組み、⑥労務管理用ソフトウェア、労務管理用ソフトウェアの増進に資する設備・機器の導入・更新など。要件など詳細は厚労省HP

空調機メーカーのD社は、

社員が希望すれば70歳まで働き続けられるように、再雇用制度を拡充する。報酬設計も見直し、賞与には4段階の上げ幅を設け、成果に報いる評価を目指す。ベテラン層の意欲を引き出し、事業拡大に必要な人材力を強化する。

これまでは65歳までを再雇用期間と位置づけ、それ以上の年齢については会社側が求める人材についてのみ「シニアスキルスペシャリスト契約社員」として雇用していた。賞与は標準的な評価に比べて最大で6割多い金額を受け取れる4段階評価の仕組みを取り入れた。

## 予防接種法



予防接種法の法改正で、新型コロナウイルス感染症の予防接種にかかる費用は全額国が負担する。

また、接種による健康被害で製造販売業者が損害賠償を求められた場合は、国が肩代わりして損失を補償する。

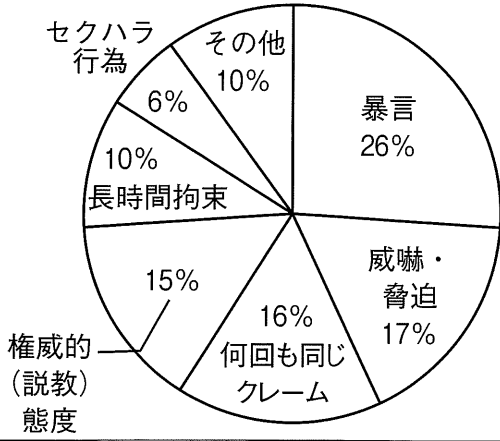
新型コロナウイルスのワクチン接種は、蔓延を予防するため緊急の必要があるとする「臨時接種」に位置づけられ、接種の対象者には「努力義務」が課せられる。強制ではないが、接種を受けることに努めなければならないという規定。接種の判断は国民自らの意思に委ねられる。企業においては、ワクチン接種を条件に出社の有無を設定したり、証明書を提出させるなど、接種しなかった従業員を不利益に取り扱うことはできない。



# カスタマーハラスメント 悪質クレームの対応策 —顧客による「カスタハラ」—

顧客や消費者などによる理不尽なクレーム、度を越した要求、暴言や暴行などの行為は、カスタマーによるハラスメントとして、いわゆるカスタマーハラスメント「カスタハラ」と呼ばれ、近年、社会問題となっています。そこで今号では、いわゆるカスタハラと企業の対応策について取り上げます。

カスタハラの内訳



※「その他」は「金品の要求」「暴力行為」「土下座の強要」「SNSなどネット上での誹謗（ひぼう）中傷」など

権威的(説教)態度

カスタハラとは、「カスタマー＝顧客」、「ハラスメント＝嫌がらせ」という意味で、顧客という立場を利用して行われる不当な要求や理不尽なクレームを総称する言葉として使われています。商品やサービスに関係のない要求や過度な値引き要請、暴言、インターネット上の誹謗・中傷などの行為などが当てはまります。顧客などからのクレームについて、その内容が正当なものであれば、企業としては、当然、真摯に対応する必要があります。企業としては、顧客からのクレームが正当な要望なのか、それともカスタハラなのかを見極めることが重要です。

■正当なクレームとカスタハラ■  
正当なクレームとカスタハラの違い

は、一般的に求められる範囲の顧客サービスを逸脱するような要求をしてきているかどうかポイントです。例えば買った商品が不良品だった場合、交換や返金を求めることは当然ですし、あるいは、この商品は役に立たなかった、レストランのこの料理がおいしくなかったといった書き込みは、個人の主観に基づく評価にすぎません。

一方、従業員が身の危険を感じるほど怒鳴ったり、脅したりしたら脅迫罪に問われる可能性があります。怒鳴らないとしても店に長時間居座れば不退去罪に、土下座させる行為は強要罪、暴力を振るえば暴行罪や傷害罪になる可能性があります。

また、SNSを通じて虚偽の内容を書き込めば、名誉毀損や信用毀損になる可能性があります。

正当なクレームとカスタハラの区別をつけるのは難しい場合があります。従業員の間で事例を共有し、判断基準を示しておくといでしょう。

■企業側の対策■

基本的には、不当な要求には毅然と拒絶しつつ、まともに取っ組み合いうのではなく、相手を「かわす」「受け流す」ことが第一の対応といえます。

まず、名前、住所、連絡先を聞いてください。「申し訳ありませんが、お名前をうかがえないならお答えできません」と交渉を打ち切ってしまうと、さまざまな意味で理不尽な要求はしにくくなる傾向があります。

また、怒りのあまり大きな声で怒鳴る人がいますが、途中で遮ってはいけません。火に油を注ぐことになりません。すつきりするまでしゃべるだけしゃべらせて下さい。怒りが収まりつつあるのを見計らって何らかの解決策を提示してみましょう。

もつとも、店舗や事務所での長時間の居座りや暴力的な行為などがあつた場合には、躊躇することなく警察へ通報するという選択肢を常に持っていることが大切です。

いざ悪質クレームがあつた場合はどうするか、あらかじめ対応フローを考えておくといでしょう。

カスタハラは、業種・業態によりその被害の実態や必要な対応も異なります。したがって、業種・業態における被害の実態や業務の特性を踏まえた対応マニュアルや方針などを定め、現場のアルバイトを含めて社内情報共有しておきましょう。

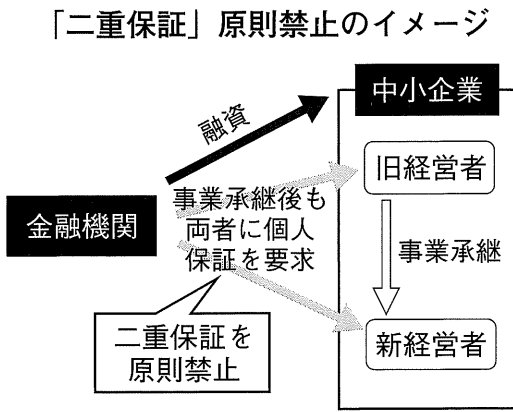


# 経営者保証に関する ガイドラインの特則

## ■事業継承時の保証解除など

経営者保証が事業承継の阻害要因とならないよう、原則として前経営者、後継者の双方からの二重徴収を行わないことなどを盛り込んだ「経営者保証に関するガイドライン」の特則が令和2年4月から運用が開始されています。そこで今号では、事業承継時に焦点を当てた「経営者保証に関するガイドライン」の特則の概要を紹介します。

「経営者保証ガイドライン」は、事業資金調達における経営者保証に關して、「中小企業（債務者）、経営者（保証人）、金融機関（債権者）の自主的・自律的なルール」として、



平成26年2月に公表されました。ガイドラインに法的な強制力はありませんが、金融庁の銀行に対する監督指針となっています。事業承継を進めるうえで「経営者保証」が大きなネックになっているのが現状です。後継者が多額の責任を負う経営者保証を嫌がり事業承継を拒むこともありえます。そのような場合、事業承継自体を断念せざるを得なくなります。中小企業庁の調査によると、後継者候補が事業承継を拒否する理由の約6割が「経営者保証」と回答しています。そこで、経営者保証が事業承継の阻害要因とならないよう、原則として前経営者、後継者の双方からの二重徴収を行わないことなどを盛り込

んだ「ガイドライン」の特則が令和2年4月から運用開始となりました。主な内容は以下のとおりです。

①前経営者と後継者の個人保証の二重徴収の原則禁止  
前経営者と後継者の双方から二重に個人保証を徴収することを原則禁止。

②後継者との保証契約は柔軟に対応  
後継者に経営者保証を求めることが事業承継のネックになっている事を考慮し、後継者に対する経営者保証については柔軟に対応する。

③前経営者との保証契約を適切に見直す  
令和2年4月1日からの改正民法の施行により、第三者保証の利用が制限されることや、金融機関においては、経営者以外の第三者保証を求めないことを原則とする融資慣行の確立が求められていることを踏まえ、保証契約の適切な見直しを検討する。

■事業承継時に経営者保証を不要とするための要件  
経営者保証を提供することなしに事業承継を希望する場合には、以下に掲げる体制整備が求められます。  
①法人と経営者との関係の明確な区分・分離

具体的には、法人の業務、経理、資産所有等に関し、法人と経営者の関係を明確に区分・分離し、法人と経営者の間の資金のやりとり（役員報酬・賞与、配当、オーナーへの貸付等）を社会通念上適切な範囲を超えないものとするなど、法人個人の一体性の解消に努めることが必要です。

②財務基盤の強化  
財務状況及び経営成績の改善を通じた返済能力の向上等により信用力を強化する。

事業承継に向けて事業承継計画や事業計画を策定する際に、現経営者と後継者が対象債権者とも対話しつつ、将来の財務基盤の強化に向けた具体的な取組みや目標を検討し、計画に盛り込むことで、対象債権者とも認識を共有することが必要です。  
③財務状況の正確な把握、適時適切な情報開示等による経営の透明性確保  
資産負債の状況（経営者のものを含む）、事業計画や業績見通し及びその進捗状況等に関する対象債権者からの情報開示の要請に対して、正確かつ丁寧に信頼性の高い情報を開示・説明することにより、経営の透明性を確保する必要があります。



# ワーケーション旅費の取り扱い ～業務遂行の必要性がポイントに～

近年、新しい働き方の一つとして、「ワーケーション」が注目されています。ワーケーションとは、ワーク（仕事）とバケーション（休暇）を組み合わせた造語で、観光地などの普段の職場とは異なる場所で働きながら休暇を取る過ごし方です。

先般、ワーケーションを推進する観光庁は、仕事と休暇を組み合わせた場合の旅費の取り扱いについて、次のような考え方を示しました。

## 【出張中に私的な旅行をした場合の往復旅費】

業務の遂行上、直接必要と認められる旅行と認められない旅行とを併せて行った場合の旅費については、原則、法人の業務の遂行上直接必要と認められる旅行の期間と認められない期間との比率等により按分し、前者に係る金額は旅費、後者に係る金額は給与となります。

ただし、その旅行の直接の動機が業務の遂行のためであり、その機会に観光を併せて行うものである場合は、その往復の旅費は、法人の業務の遂行上直接必要と認められるもの、つまり旅費として取り扱われます。

## 【出張の翌日に休暇を取得して付近を観光した場合の往復旅費】

出張後、休暇を取得して観光をする場合であっても、その出張に係る旅行が業務の遂行上直接必要なものとして認められる場合には、一般的に、その出張に係る往復の交通費については、その従業員に対する給与として課税する必要はありません。

なお、その出張に係る旅行が業務の遂行上直接必要なものであるか否かは、その旅行の目的、旅行先、旅行経路、旅行期間等を総合勘案して実質的に判定することになります。

## 【私的な旅行先の空き時間においてテレワークをした場合の往復旅費】

通常、私的旅行は法人の業務を遂行するために行う旅行とは認められませんので、私的旅行の合間の時間に一部業務を行ったとしても、その私的旅行に係る往復の交通費は、法人の業務の遂行上直接必要なものとは考えられず、その従業員が負担すべき費用と認められるため、その往復の交通費を法人が負担した場合は、原則として、その従業員に対する給与として課税する必要があります。

## 6月の税務と労務

### 一 税 務

- ★ 所得税の予定納税額の通知  
通知期限…6月15日
- ★ 個人の道府県民税及び市町村民税の納付（第1期分）  
納期限…6月、8月、10月及び1月中（均等割のみを課する場合にあっては6月中）において市町村の条例で定める日
- ★ 5月分源泉所得税・住民税の特別徴収税額・納期の特別を受けている者の住民税の特別徴収額（前年12月～5月分）の納付  
納期限…6月10日
- ★ 4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…6月30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…6月30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…6月30日
- ★ 10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…6月30日
- ★ 消費税の年税額が400万円超の1月、7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…6月30日
- ★ 消費税の年税額が4,800万円超の3月、4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（2月決算法人は2ヵ月分）（消費税・地方消費税）  
申告期限…6月30日

### 一 労 務

- ★ 令和3年度労働保険年度更新手続き  
申告・納付期限…6月1日～7月12日
- ★ 健保・厚保の保険料の納付  
納期限…6月30日

「不景気の時に創業した会社は潰れにくい」とよく言われます。これは厳しい環境で生まれたからという理由もあるでしょうが、実は他にも大きなポイントがあります。不景気になると不動産価格が下がるため、オフィス賃料も低下します。また、廃業や事業縮小の影響で優良な中古品などが市場に多く出回ります。さらに、大手企業が人材整理を行ったり、就職難になったりするため、創業したばかりの小さな企業でも優秀な人材を獲得するチャンスが大きく開か

## 不景気がチャンスに

「顧客離れ」が起こりやすくなります。よりお得な商品やサービスを探そうと、顧客は敏感になっていきます。「ちよつと他の商品も試してみようかな」という気持ちを持つ顧客が多くなると、大切な顧客を守る側は大変です。しかし、攻める側にとつては、入り込むチャンスが大いに広がります。▼新型コロナの影響は難局といえますが、見方を変えればチャンスともいええます。逆風も立ち位置を変えれば、順風となります。