

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



実質無利子・無担保の融資 緊急対策で9月末まで延長

政府は、原材料価格の上昇を踏まえた緊急経済対策を決定した。

中小企業関連としては、日本政策金融公庫などがウクライナ情勢や原油価格の上昇の影響を受けている企業に行う「セーフティネット貸付」の金利を引き下げるほか、日本政策金融公庫と商工中金などが

が新型コロナウイルスで影響を受けた企業に行う実質無利子・無担保の融資や危機対応融資の申し込みの期限を、これまでの今年6月末から9月末までに延長する。

原油価格高騰への対応としては、ガソリンの基準価格を1リットル172円程度から当面168円程度に引き下げ、石油元売り会社への補助金の上限を25円から35円に引き上げる。

今後1年の値上げ動向調査 企業の43・2%が値上げ予定

帝国データバンクは、企業の今後1年の値上げ動向についてアンケートを実施した。

主要商品・商材、サービスの値上げ動向をみると、約3割の企業で「2021年10月～2022年3月の間にすでに値上げした」（32・7%）と回答（複数回答）。

また、2022年4月以降1年以内で値上げしたもしくはする予定の企業は43・2%となり、今後も値上げが続く見通し。

すでに値上げをした企業の割合を業種別にみると、2021年ごろから価格の高騰がみられる鋼材などの「鉄鋼・非鉄・鋳業」は59・8%と全体（32・7%）を27・1ポイント上回っている。他方、今後1年以内で値上げを行う企

業について、「飲食料品・飼料製造」が73・1%と高くなっている。

商店街づくりのノウハウ集 先進的な事例を分析、紹介

中小企業庁は「地域の持続可能な発展に向けた商店街づくりのノウハウ集」をまとめ公表した。商店街を取り巻く環境が大きく変化する中、商店街を活性化するためにはどうしたらよいかを、全国の先進的な事例を交えて分析、紹介している。

ノウハウ集では、商店街を取り巻く環境や消費者ニーズ、商店街の強み・弱みなどの現状分析のためのプロセスや手法を記載。その上で、個別の商店街のありたい姿を描く手法も記載し、活性化に向けた組織体制や人材の在り方などを紹介している。

詳細は中小企業庁HP
<https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2022/220426shoutengai.html>

消費者物価指数



消費者が購入する各種商品やサービスの小売価格の変動を調査した経済指標。物価そのものの変動を測定することが目的で、「経済の体温計」とも呼ばれている。

小売段階の商品の価格の動きを総合してみるもので、日常生活で購入する食料品、衣料品、電気製品などの商品や、授業料、家賃、理髪料などのサービス料金の価格の動きを全体としてまとめて示している。季節的な影響で価格が変動しやすい生鮮食品を除いた「コア指数」が特に注目されている。

金融政策における判断材料として使用しているほか、賃金、家賃や公共料金改定の際の参考に使われるなど、官民を問わず幅広く利用されている。



「著作権フリー」の素材 利用する際の留意事項

—使用許諾の条件を確認

販促用チラシやホームページを作成する際、イラストや写真など、いわゆる「著作権フリー」のフリー素材を利用する場合も多いと思います。しかし、フリー素材だからといって、どのように使ってもいいわけではないという点には注意が必要です。そこで今回は、著作権フリーの素材を利用する上での注意について考えてみます。

「著作権フリー」という言葉は、必ずしも著作権を放棄するという意味ではなく、一般的には「提供するイラストや写真などの素材を無料で使ってもよい」ということで、「著作権（財産権）を行使しないこと」を意味します。

●フリー素材利用上の注意●

- 使用は無料であっても著作権は放棄されていない場合が多い
- 再加工、改変、二次配布の可否
- 素材の商品化（営利目的）の可否
- クレジット（出典）の明記

ひとことで「著作権フリー」と言

っても、その意味は、①著作権を放棄する、②著作権は放棄しないが、無料で利用することを許諾する、③著作権の保護期間が終了した一など様々です。

このため、フリー素材と書かれていたからといって、著作権が放棄されているとは限らず、使用料は無料でも使い方は著作者が定めている場合が多いため、利用の仕方によっては、有料であったり、著作権侵害となる可能性もあります。

インターネット上で公開されているフリー素材の多くは、「条件の範囲内で、無料で利用することが許可されている」となっているようです。例えば、「いらすとや」は有名であり、街中の広告や官公庁の掲示物

でも見かけることがあります。「いらすとや」の利用規約をみると、「素材のイメージを損なうような攻撃的・差別的・性的・過激な利用」や「素材自体をコンテンツ・商品として再配布・販売」することは禁じられています。

また、「素材を21点以上使った商用デザイン」（ただし、重複はまとめて1点）は無料ではなく有料での利用となります。

他のサイトでも、素材を利用する際の条件が利用規約に明記されていることが多いようです。

例えば、提供するフリー素材について、再加工可・再配布可・商用利用可というものから、加工禁止、商用利用禁止のものまで様々あります。また、フリー素材を使用する際、

ダウンロード元のウェブサイト名等を表記することが義務付けられているケースがあります。クレジット表記の方法については、利用規約等ルールが定められていることが多いようです。

クレジット表記の要否については、フリー素材の掲載サイトごとに方針が分かれる部分なので、利用規約を確認する際には気を付けるべきポイントといえます。

そのため、フリー素材を利用する場合には、サイト内の利用規約をしっかり確認しましょう。規約に違反した利用を行うと、フリー素材であっても、著作権侵害に問われる可能性があります。注意が必要です。

■フリーソフトの利用

前提として、ソフトウェアは著作物です。そのため、ソフトウェアをインストールして利用するためには、著作権者の許諾が必要です。

「フリーソフト」は、著作権者が、ソフトウェアの著作権を維持しつつ、利用者が無料で利用することを認めているソフトウェアといえます。無料で利用はできますが、著作権の保護期間は切れていませんし、著作権が著作権者により放棄されているわけでもありません。

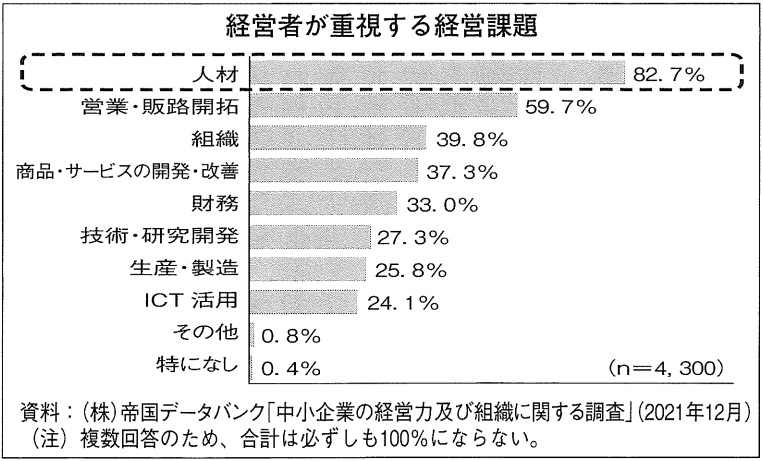
そのため、著作権者により、改変、頒布、商用利用などが制限されている場合もあります。改変後のソースコードの公開義務や、商業目的での使用・再配布を禁止している場合も多くみられます。

フリーソフトであっても、利用規約の範囲内で自由に利用できるものと考え、使用前にどのような義務が利用者（ライセンサー）に課されているのかよく確認しましょう。



2022年版中小企業白書 コロナ禍と事業再構築 人材への投資が重要

中小企業庁は、「2022年版中小企業白書」を公表しました。白書では、中小企業を取り巻く経営環境は、感染症の拡大や原油・原材料価格の高騰など、引き続き厳しい状況にあると指摘しています。今号では、白書の中からコロナ禍での事業再構築をはじめ、人的資本、ブランド構築など無形資産の重要性について考えてみます。



白書では、原材料価格の高騰や新型コロナウイルス感染症などに直面する中小企業の動向を分析しました。それによると、今後の経営上の不安要素として「原材料価格・燃料コストの高騰」をあげた企業の割合は67・4%で、前年調査の14・5%から大幅に高くなりました。中小企業の賃上げ原資の確保のためには、適正な価格転嫁が欠かせないと指摘しています。

業種別の価格転嫁の達成状況をみると、金属や化学などで進んでいる一方、運送や印刷、自動車・自動車部品などで遅れている状況です。白書では、業界ごとの取引慣行の違いなどが影響しているとした上で、業者間の競争が激しい業界は値上げが難しい実態が浮かび上がっています。

また、「1年以内に効果が出る見込み」は26・4%、「数年以内に効果が出る見込み」は34・7%で、合計96%強が効果を意識しています。事業再構築を「すでに行っている」と回答した企業を業種別にみると、宿泊業・飲食サービス業が21・8%、小売業が15・8%などとなり、感染症の影響の大きい業種で実施割合が高いことが分かりました。

また、小規模事業者をみると、約8割が事業の見直しに取り組んでいることが分かりました。既存製品の情報発信の強化に加えて、コロナに対応した商品やサービス導入など新商品の開発に取り組む企業が増加しました。

また、「1年以内に効果が出る見込み」は26・4%、「数年以内に効果が出る見込み」は34・7%で、合計96%強が効果を意識しています。事業再構築を「すでに行っている」と回答した企業を業種別にみると、宿泊業・飲食サービス業が21・8%、小売業が15・8%などとなり、感染症の影響の大きい業種で実施割合が高いことが分かりました。

また、無形資産投資の一つであるブランド構築は、オリジナルの付加価値を有し、利益率の向上に有効です。白書では、自社のブランドコンセプトの見直しを行い、改めてブランドコンセプトを明確化したことで、ブランド力が高まり、販路の拡大などに繋がっている企業の事例なども紹介しています。

また、小規模事業者をみると、約8割が事業の見直しに取り組んでいることが分かりました。既存製品の情報発信の強化に加えて、コロナに対応した商品やサービス導入など新商品の開発に取り組む企業が増加しました。

事業再構築の取り組み
新型コロナウイルス感染症への対応として「事業再構築」を実施した企業の34・9%が「すでに効果が出始めている」と回答しています。

新たな市場に新たな商品・サービスを提供する事業再構築に取り組み、実際にシナジー効果(新規開拓した販路の既存事業への活用等)を上げている企業も多いようです。特に2020年12月以前と早期に取り組んだ企業は43・3%が「売上面で効果が出始めている」と回答しており、あらためて事業再構築の重要性を指摘しています。

また、無形資産投資の一つであるブランド構築は、オリジナルの付加価値を有し、利益率の向上に有効です。白書では、自社のブランドコンセプトの見直しを行い、改めてブランドコンセプトを明確化したことで、ブランド力が高まり、販路の拡大などに繋がっている企業の事例なども紹介しています。

無形資産への投資

企業の成長(付加価値向上)を促す方法として、労働力の確保や有形資産投資の増加も挙げられますが、人的資本やブランド構築などをはじめとする無形資産投資の増加も成長を促す方法の一つです。

また、小規模事業者をみると、約8割が事業の見直しに取り組んでいることが分かりました。既存製品の情報発信の強化に加えて、コロナに対応した商品やサービス導入など新商品の開発に取り組む企業が増加しました。



民法改正(成年年齢引下げ)に伴う 贈与税・相続税の改正のあらまし

民法の改正により、令和4年4月1日から、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられたことに伴い、贈与税・相続税の規定における20歳を基準とする要件についても18歳に引き下げる改正が行われています。

国税庁はこのほど、改正の概要を紹介するパンフレットをHP上に掲載し、贈与・相続等の時期によって、受贈者や相続人等の年齢に関する要件が異なっていることについて注意を呼びかけています。

受贈者や相続人等の年齢要件

内容をみると、贈与税の区分では、原則60歳以上の父母または祖父母から20歳以上の子または孫に対し、財産を贈与した場合に選択できる「相続時精算課税」をはじめ、「住宅取得等資金の非課税等」、「贈与税の特例税率」、「相続時精算課税適用者の特例」の年齢要件が、4月1日以後は、その年の1月1日において「18歳以上」となりました。

さらに、「事業承継税制」の年齢要件は、4月1日以後、贈与の日にあって「18歳以上」、「結婚・子育て

資金の非課税」は、4月1日以後、結婚・子育て資金管理契約締結の日において「18歳以上50歳未満」となりました。

また、相続税では、「未成年者控除」の年齢要件が、4月1日以後、相続等の日において「18歳未満」となりました。

相続時精算課税の事例

なお、同パンフレットでは、3つの事例を挙げて今回の見直しによる変更点を説明しています。例えば、相続時精算課税についての例示では、「私は、令和4年3月に父から現金500万円の贈与を受けました。同年10月に私は19歳になりますが、この贈与について相続時精算課税の適用を受けることができますか」との問いに対し、「贈与の日は令和4年3月31日以前であるところ、あなたの年齢はその年の1月1日において18歳となるため、相続時精算課税の適用を受けることはできません。したがって、暦年課税により贈与税額を計算して申告することとなります」と回答しています。

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・納期の特例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4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11日
- ★ 健保・厚保の保険料の納付
納期限…6月30日

「疾風に勁草を知る」ということわざがあります。疾風（しつぷう）とは激しく吹く風のことで、勁草（けいそう）は強い草を意味します。激しい風が吹いて、初めて強い草かどうかが見分けられることから生まれた言葉です。普段は同じように見える草も、疾風が吹いた時に、折れてしまう草と、風が吹いても折れない強い草（勁草）が分かります。今はまさに、「コロナ禍」という疾風が吹いている

疾風に勁草を知る

状態です。企業も同じで、経営が安定しているときには危機は見えにくいのですが、逆風が吹くと鮮明になってきます。▼コロナ禍の影響がいつまで続くかは分からず、まだまだ先が読めない状況です。あらためて、自分たちにできることはないか、何を変えるべきかを考えていきましょう。今はどんな烈風に曝されようと、大地にしっかりと根を張った企業体質を作るまたとないチャンスともいえます。