

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



電子帳簿等保存制度の特設サイトをオープン

国税庁は、電子帳簿等保存制度の特設サイトを開設した。電子帳簿保存法は、税務関係帳簿書類のデータ保存を可能とする法律で、同法に基づく各種制度を利用することで、デジタル化を図ることができ、また、取引に関する書類

に通常記載される情報（取引情報）を含む電子データをやり取りした場合は、当該データに関する保存義務やその保存方法等についても同法によって定められている。

同サイトでは、主に電子帳簿保存法に基づく「電子取引」「電子帳簿・電子書類」「スキャナ保存」について、説明が行われている。

また、パンフレットやQ&A、問い合わせ先なども掲載されている。

<https://www.nta.go.jp/law/joho-zeikaisshaku/sonota/jirei/tokusetsu/index.htm>

デジタル化をワンストップで支援ポータルサイト「みらデジ」開設

経済産業省は、中小企業のデジタル化をワンストップで支援するポータルサイト「みらデジ」をオープンした。

経営者としてのビジョンや経営上の課題、デジタル化に対する取り組み状況や意識など5つの質問に回答するだけで、同地域・同業種の事業者と比較した自社のデジタル化の進捗状況などを把握できる。特別なアプリのダウンロードなどは必要なく、スマートフォンやPCで誰でも無料で

利用できる。

<https://www.miradigi.go.jp/>

「物価上昇手当」を支給物価高騰に伴う生活支援

物価上昇に伴う従業員の生活支援として、家電量販大手のN社は、毎月1万円の「物価上昇応援手当」の支給を始めたと発表した。幹部を除く正社員と契約社員が対象。手当の支給を通じて従業員が安心して働ける環境を整える。

7月支給分の給与から導入。少なくとも今年度は継続する方針で、来年度以降は物価の動向などを考慮して継続するか判断する。

全国の消費者物価指数は、10か月連続上昇。これに伴い、「インフレ特別手当」「物価高騰特別手当」などの名目で従業員の生活を支援する企業が増えている。

国債費



国の借金である国債の償還や利子の返済のために充てる費用。2022年度の国の一般会計当初予算107兆5964億円のうち、国債費は24兆3393億円に上る。一般会計のうち22.6%を国債費が占める。

国債費は償還期限を迎えた国債の元本を返済するための償還費と、発行した国債の利払い費の2つに分かれる。22年度当初予算で償還費は16兆733億円、利払い費は8兆2660億円だった。赤字国債や建設国債など普通国債の発行残高は増加の一途をたどり、100兆円に迫る。積み上がった国債の償還費と利払い費は毎年の予算編成を制約する要因になる。



「おとり広告」の禁止 景品表示法の不当表示

—まぎらわしい表現に注意

回転ずしチェーン大手の「スシロー」が、実際と異なる表示で不当に客を誘う「おとり広告」を行っていたとして、消費者庁は運営会社に再発防止などを命じる措置命令を出しました。景品表示法では、提供できない商品で集客し、別の商品を買わせる行為を「おとり広告」として禁じています。そこで今回は景品表示法の「おとり広告」について取り上げます。

●おとり広告に該当する表示例●

- ・実在しないため、販売できない商品を表示
- ・実在するが、実際には販売の対象となりえない商品を表示
- ・実在するが、販売する意思がない商品を表示
- ・商品の供給量が著しく限定されているにもかかわらず、その旨を明示していない
- ・商品の販売期間が限定されているにもかかわらず、その旨を明示していない

景品表示法で禁止されている「おとり広告」とは、その商品が、実際には購入できないもの、または販売できない商品、販売する意思がない、販売量・販売期間が限られているのにそれが明記されていない一などに該当し、消費者に誤認を与えるようまぎらわしい広告のことです。具体的には、宣伝した商品がなかったり、広告と実物との間に品質や規格・形態・価格面で差があったり、正当な理由がないのに広告商品を販売しなかったりする場合であり、これに違反した場合には排除命令が出される場合があります。

おとり広告の禁止は、一般消費者の利益を守ることで同様、正直に商売をしている事業者を守ることも目的としていいます。

的消费者としていいます。

◇ ◇ ◇

消費者庁と公正取引委員会によると、スシローはテレビCMやウェブ広告で「冬の味覚！豪華かにつくし」とうたい、ズワイガニなどすし4貫を税込み858円で販売すると宣伝。しかし、対象店舗の9割強で在庫不足により終日提供できない日が1日以上あったほか、販売初日から提供のない店舗もありました。

これらの商品については「売切御免」と表記し、売り切れた時点で販売停止をすることも明示していました。しかし、公正取引委員会は、期間中に多くの店舗で販売停止が起きたことを重視。「供給量が著しく限定されていたにもかかわらず大々的にキャンペーンして集客したこと」「品切れになってもそれを告知せず集客し続けていたこと」などを問題視して景品表示法違反と認定しました。

■おとり広告に関する

ガイドライン

消費者庁のガイドラインによりまず、広告に表示された商品が店頭で陳列されていない、広告に表示された数量の全部または一部について販売できない、広告の写真の品揃えの全部または一部を販売できない、

表示された店舗の一部で販売できない店舗がある場合などは、実際と異なる表示で不当に客を誘う「おとり広告」に該当する可能性があるとしていいます。

また実際の販売数量が著しく限定されている場合は、その販売数量を広告やピラ等に明瞭に記載されていなければならず、単に「数量限定」の記載では足りないとされています。

■意図しない「おとり広告」

おとり広告は、意図的に行われる場合に限りません。例えば、仕入・購買部と販売・広告部が分かれており、両部門間での連携がとれていないことにより、広告した販売商品の仕入れが十分に確保されていないことや、仕入れ数量が限られていることが販売部門に十分伝わっていない場合には、意図せず、結果的におとり広告になってしまう事態が生じ得ます。

こうした「意図しないおとり広告」を防ぐためには、キャンペーン等での広告表示に関し、仕入・購買部と販売・広告部の間で連携し、内容を確認することが重要です。

また、十分な数量を仕入れることができないといった事情が判明した場合には、早期に広告表現やキャンペーン方法を見直す必要があります。



賃上げと物価上昇 最低賃金が大幅引上げ

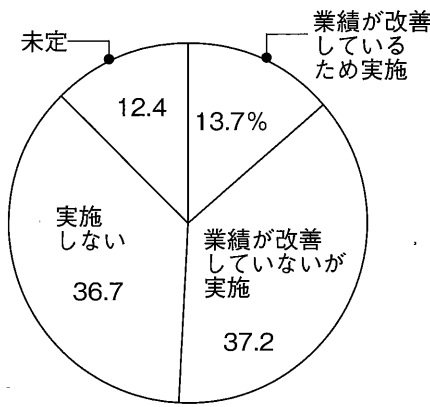
■価格転嫁と生産性の向上■

日本商工会議所は、今年度に賃上げを実施した中小企業の割合は50.9%に達したとの調査結果を発表しました。人材確保のために賃上げを実施する企業が多いようですが、最近の原材料価格の高騰などで、企業の収益環境はより厳しさを増しています。そこで今回は、物価が上昇する中での賃上げについて考えてみます。

日本商工会議所の調査によると、賃上げの理由(複数回答)は「人材確保・定着」が91.4%と最も多く、2位は「物価が上昇しているため」で29.2%。

経営者からは「人手不足の中、物

●中小企業の2022年度賃上げ動向●



※日本商工会議所調査

価も上昇しており、賃上げを行わないと人材が確保できない」「従業員定着に向けたベースアップと手当を新設した」「一旦雇用をカットすると再雇用は難しい。今頑張っている人のために賃金アップした」などの声が上がっています。

一方、原材料価格の高騰など物価動向の影響を受けて、賃金改善に消極的な企業も多くあり、特に、価格転嫁が進んでいない企業においては、賃金改善がある割合も低下する傾向がみられます。

賃上げを「見送る・未定」とした企業のうち、「今後の経営環境・経済状況が不透明」を挙げた企業が0.9ポイント増の76.9%と最多となりました。

■最低賃金が平均31円引き上げ■

現在、全国平均で時給930円となつている最低賃金の引き上げについて、労使の代表などが参加する厚生労働省の審議会は、全国平均で31円、率にして3.3%引き上げるとする目安を示しました。

引き上げ額は、昨年度の全国平均28円を上回り、最低賃金が時給で示されるようになった2002年度以降で最大です。実際の引き上げ額は都道府県ごとに設置されている審議会での議論を経て決まることとなります。

今回、過去最大の引き上げとなつたのは、物価の上昇、中でも生活必需品の値上がり幅が大きいことを踏まえ、最低賃金に近い賃金水準で働く人の生計維持を重視したことが要因です。

一方、最低賃金の改定による影響を受けやすく、新型コロナウイルスの感染再拡大で影響が懸念される中小企業や、原材料などの高騰を十分に価格転嫁できていない企業にとっては、最低賃金の大幅引き上げは経営的に厳しいのが現状です。

■適正な価格転嫁■

中小企業庁がまとめた「価格交渉促進月間のフォローアップ調査」に

よると、直近6カ月間のコスト上昇分のうち何割を価格転嫁できたを聞いたところ、「3割〜1割程度」と回答した企業が22.9%と最も多く、次いで「0割」と全く価格転嫁できていないと回答した企業が22.6%に上りました。発注側企業との価格交渉協議についても、「協議自体ができていない」とする回答が1割に上っています。

また、コスト上昇分を相対的に価格転嫁できている業種は、化学、機械製造、金属、食品製造、電機・情報通信機器など。逆に価格転嫁できていない業種は、トラック運送、通信、廃棄物処理、放送コンテンツ、金融・保険などでした。

人件費の上昇を価格に転嫁できないければ、企業収益が圧迫され、賃上げは進みません。結果として消費は伸びず、企業も製品の価格を引き下げざるを得なくなります。こうした悪循環を断ち切るためにも、適正な価格転嫁は不可欠です。

企業においても賃上げの原資を確保するため、業務内容や組織、プロセスなどを変革するDX(デジタルトランスフォーメーション)の促進など、生産性を向上させる工夫がより必要となりそうです。



■低未利用土地の活用促進 長期譲渡所得100万円控除 確認書交付実績は5150件

国土交通省は7月25日、「低未利用土地の活用促進に向けた長期譲渡所得100万円控除制度」の利用状況を公表しました。

それによると、制度が開始された令和2年7月から令和3年12月までの、自治体による低未利用土地等確認書の交付実績は5150件でした。

利用状況の概要

全ての都道府県で交付実績があり、1件当たりの譲渡の対価の額は平均247万円。また、譲渡前の低未利用地等の状態は、「空き地」が55%、「空き家」が27%で、譲渡後の利用用途については、「住宅」が61%となっています。所有期間については、30年以上保有している土地等が全体の約6割を占めています。都道府県別に上位の確認書交付数をみると、「北海道」が351件で最多、次いで「茨城県」325件、「鹿児島県」244件。市町村別では、「宮崎県都城市」94件、「山形県鶴岡市」64件、「三重県津市」57件と続きます。

売却インセンティブを付与

この制度は、地方部を中心に全国的に空き地・空き家が増加する中、新たな利用意向を示す者への土地の譲渡を促進するため、個人が保有する低未利用土地等を譲渡した場合の長期譲渡所得の金額から100万円を控除することで、土地の有効活用、地域活性化、更なる所有者不明土地の発生の予防を図ることを目的に、令和2年度税制改正において創設されました。適用期間は、令和2年7月1日から令和4年12月31日までとなっています。

適用要件は、①土地とその上物の譲渡の対価の額の合計が500万円以下、②都市計画区域内の低未利用土地等（譲渡前に低未利用であること及び譲渡後に買主により利用されることについて市区町村が確認したものに限る）の要件を満たす取引について適用されます。宅建業者が空き家の中古住宅を買い取り、一定のリフォームを行った後に売却をする（買取再販）場合も含まれます。

9月の税務と労務

—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12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…9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…9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…9月30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…9月30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…9月30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…9月30日

—労務—

- ★健保・厚保の保険料の納付
納期限…9月30日

財政運営の基本として、「入るを量りて出づるを制す」という言葉があります。歳入を正しく把握し、それに見合った歳出を決めるといふ意味です。企業経営においても同じことが言えます。収入以上の支出をしなれば、利益は必ず残ります。そして、安定的に利益を上げるには、しっかりと「入るを量り」、それに見合った「出づるを制す」必要があります。いくら売上が上がったとしても、売上看見合われない出費が続くようでは、何

入るを量りて出づるを制す

か問題が起こったときに、持ちこたえられなくなります。▼ただ、何でも出費を抑えればよいというものではありません。出費すべきときは出費するのが商売の原則です。景気が悪くなると、経費削減やコストダウンばかりに目が向きがちですが、それだけでは巻き返せません。売上を極大に、経費を極小に、どうすれば一番利益が出るか、常に新しいアイデアを考え、創意工夫を続けていくことがより大切といえます。