

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



資料半減運動で 本業の効率も向上

ITサービスのS社は、社内会議や顧問向け資料などで作成する資料を半減させる取り組みを実施している。

上司が部下に資料作成を依頼する際には、目的や内容、ボリュームもしつかり伝える。曖昧な指示では資料を作成する時間がかかるうえ、チェックした後の手直しにも時間がかかる。このため、資料

を半減させるには、まず上司が的確な指示を与えることが重要となる。

資料半減の指示は、単に資料を減らすことが目的ではない。本業のシステム開発においても、上司が曖昧な指示を与えると、結果的に無駄な作業が多くなり、効率が悪くなってしまう。資料半減運動の教訓は、本業にも生かされている。

パート社員、3段階で 正社員に登用

流通業のS社はパート従業員の正社員への積極的登用を進めている。パート社員は入社後、G1からスタート。目標達成と適正チェックをクリ

アすれば、部下を指導する立場になれる。

売り場リーダーであるG2への昇進は週30時間以上働くことが条件になっているほか、目標達成度合いと適正がチェックされる。上位25位以内に入ることが昇進の最低条件。厳しい条件をクリアしなければ、部下を指導するポジションにならないということに責任感につながる。

売り場責任者であるG3に到達すれば、希望者全員が正社員になれる。ハードルは高いが、努力次第で入社から2〜3年で到達できる。例年、G3到達者の半数以上が正社員を希望している。G1からスタートしたパート

社員が副店長クラスとして活躍している店舗もあるという。

非喫煙社員の ボーナスアップ

フィットネス施設のK社は、喫煙していない社員に対し、ボーナスを加算する制度を導入した。喫煙者に禁煙を促すことで社員の健康改善や労働効率の向上につながる。

過去半年間に喫煙しなかった社員に対し、年2回のボーナスにそれぞれ1万円ずつ加算する。原則として自己申告制だが、確認方法などについては今後詳細を詰める。

現在、喫煙者の比率は2割程度。禁煙は労働効率が高まるとして以前から社を挙げて推奨してきたが、新制度でテコ入れする。社員の健康管理は企業の義務であり、健康産業に携わる同社としては、喫煙者の比率を下げることを会社の責務として位置づけている。

社会保険料



社会保険には年金、医療、介護、労働の4つの制度がある。国民は所得などに応じて社会保険料を支払う義務がある。会社員の場合、医療や年金の保険料は労使で折半する。保険料は高齢者に払う公的年金や医療・介護など社会保険給付費の主な財源。国や自治体も給付費の一部を負担している。会社員や自営業者など職業によって加入する保険が異なる。会社員の年金は厚生年金、医療は勤め先の企業に健康保険組合がある場合は健保組合、勤め先に健康保険組合がない場合は全国健康保険協会(協会けんぽ)に加入する。自営業者の年金は国民年金、医療は市町村の国民健康保険となる。介護保険料は40歳以降に支払い義務が生じ、現役の会社員の場合、原則、労使折半で負担する。

法律



「消費税還元セール」禁止 「全品3%値下げ」は容認

「消費税」の文言は認めず

2014年4月の消費税増税時の「消費税還元セール」を禁止する特別措置法案が国会で審議されていますが、セールの表示をめぐる小売業界が反発しています。どんなセールの文言が問題となるのでしょうか。そこで今回は特別措置法の「消費税還元セールの禁止」について概略を解説します。

現在審議されている特別措置法は正式名称を「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法案」といいます。2017年3月限りの時限立法の法案です。

法案では「取引の相手方に消費税を転嫁しない旨の表示」をしてはな

■消費増税時のセール表示の例■

◎認める ×認めず

春の生活応援セール	◎
春の感謝セール	◎
価格据え置きセール	◎
全商品3%値下げ	◎
消費税増税分値下げセール	×
消費税増税分の価格据え置きセール	×

(7月中にもガイドラインを作成)

らないと定めています。「消費税還元セール」との表示は、消費税負担を消費者には転嫁しないという「表示」であり、これを禁止するものです。しかし、この「消費税還元セール」表示禁止の規制については、小売業界などは反対しています。「消費税還元セール」の表示禁止は企業の販売促進策や価格などの競争を縛りかねないからです。

■「下請けいじめ」を防止■

小売業者が大規模小売業者で納入業者が中小企業の場合、その力の差からなかなか「転嫁」できないという現実があります。

大手の小売店やメーカーは優越的な立場を利用して、納入業者や下請け業者に対して消費税の価格転嫁を

拒否することも考えられます。それによって自らは消費者に対して「還元します」とアピールしながら、実際は納入業者や下請けは仕事を失わないために泣く泣く受け入れて、消費税の増税分を価格に転嫁できずに自己負担するケースが少なくありません。転嫁できないため従業員の賃金カットなどで消費税「還元」の財源を生み出すケースも考えられます。

日本商工会議所などが2011年に実施したアンケートによれば、売上高1000万円以下の企業の約半数が「消費税が上がっても、販売価格にほとんど転嫁できない」と答えています。

現行の独占禁止法でもこうした「優越的地位の乱用」を取り締まることは可能ですが、違反行為の認定は難しいのが現状です。

法案の本質的な部分は、大規模小売業者などが納入業者に対し値引きや買い叩きにより、消費税の価格転嫁を拒否することを禁じた点にあります。つまり、交渉力の弱い立場への増税負担のしわ寄せを避けることです。

そのようなことがない限りは、つまりは消費税相当額を自らの判断で負担する限りは、大規模小売業者な

どが消費者から消費税を受け取らなくても、それは自由な競争であって、縛られるべきものではないといえます。

ただ、現実問題、大規模小売業者と中小の納入業者との間の力関係から、納入業者が負担を強いられることがありうるので、予防的にこのような規制を設けるといえるものです。

他方で、特別措置法案も「消費税還元セール」という表示は禁止するというだけで、自由な価格設定を許してはいけないと言っているわけでもありません。

■今夏にガイドライン■

一律に「還元セール」を禁止してしまうのは、価格面などの競争を阻害する要因にもなるほか、表現の自由にもかかわる問題です。セールの文言への指針によると、「春の感謝セール」はOK、「消費税増税分値下げセール」はOK、「消費税増税分値下げセール」はOK、「消費税増税分の価格据え置きセール」はNG、「価格据え置きセール」はNG、「全商品3%値下げ」は現在、容認する方向で調整されています。

このため政府は禁止される表示の例などをガイドラインとしてこの夏に策定する予定ですので、そのガイドラインの表示例などに注目したいと思います。



■中小企業組合制度■ 中小企業が連携、組織化 経営資源の強化にも有効

中小企業は、一般に大企業に比べて経営規模が小さく、資金調達力、情報収集力等の経営資源が不足していることから不利な立場に立たされている場合が少なくありません。そこで中小企業同士が連携し、不利な条件を補う方法として「中小企業組合」があります。そこで今回は中小企業の連携・組織化による中小企業組合について解説します。

中小企業が厳しい経営環境の変化に対応していくためには、個々の企業の自助努力はもとより、中小企業者同士が連携、組織化することにより経営基盤の安定化を図ることが重

●中小企業組合のメリット●

- ・資金調達の円滑化
- ・協力関係による取引条件の改善、販売促進、事業提携など
- ・経営ノウハウ、情報収集力の向上
- ・中小企業助成策の利用

●中小企業組合の各種形態●

- ①企業組合…小規模または個人向き
- ②協同組合…事業統合に適している
- ③事業協同組合…組合員の事業を支援する共同事業を行う
- ④商工組合…業界全体の改善・発展を図る代表組織。

要です。そこで「組合」を組織し、共同事業を通じて企業間で相互補完を図ることが効果的な方策です。この制度は、共同購入、共同生産・加工、共同販売、共同金融などの各種共同事業を活発に実施し、スケールメリットを発揮することなどにより、実績を上げてきました。

また、従来から多く行なわれてきている共同施設等のハード面でのスケールメリットを追求する事業だけではなく、共同受注・販売等ソフト面での共同化を図る事業や、異業種の連携による研究開発、新製品開発にも効果をあげています。

他方、技術や情報など不足する経営資源を他の企業との緩やかなネット

トワークによって補完するケースも増えてきています。さらに、これらのネットワークを発展させて、研究開発・情報化・環境リサイクル・介護福祉等に係る新たな組合設立の動きも見られます。

組合の設立に当たっては、中小企業者が行おうとする共同事業の種類・内容によって組合の種類を選ぶことが大切です。

■組合の種類と主な事業■

中小企業の組合は、それぞれ法律によって設立されており、いくつかの種類がありますが、その主なものは下記のとおりです。

・事業協同組合・

最も多く利用されている組合形態で、4人以上で設立できます。

同じ課題をもった中小企業が相互扶助の精神の下、共同事業を通じて経営の効率化を図るものですが、最近では異業種が連携して組合を設立し、新技術・新製品開発、新事業分野開拓などを目指すものが増えていきます。

構成員が主体性を維持し、相互扶助の精神の下、共同事業により経営の効率化を図るものであるため法人

税等が軽減されています。

・企業組合・

個人事業者や勤労者が4人以上で設立できます。現在、個人が創業する一段として注目されており、会社と比べて小額の資本で法人格と有限責任を取得することができる、いわば、簡易な会社ともいえるべき組合です。

・協同組合・

中小企業がお互いの事業を統合（協業）し、事業規模を適正化することにより、生産性の向上を図ることを目的とした組合です。

最新の設備を共同で導入することにより生産工程を協業化したり、原材料の仕入れや販売部門を効率化するため数社で協業化するケースもあります。また部品加工業者と完成品メーカーによる一貫生産等にも活用されています。

・商工組合・

業界全体の改善と発展を図ることを目的とした組合です。組合の地区は原則として1以上の都道府県とすること、その地区内の同業者の2分の1以上が組合員であることが設立の条件です。業界を代表する同業組合的性格を持つ組織です。



教育資金の一括贈与 非課税措置Q&Aについて

本年度税制改正で、贈与税緩和策として創設された「教育資金の一括贈与の非課税」措置は、この4月1日から適用が開始されています。

この特例は、祖父母等（贈与者）が、子・孫（受贈者）名義の金融機関の口座等（教育資金口座）に教育資金を一括して拠出した場合、この資金について30歳未満の子・孫ごとに1500万円（学校等以外に支払う金銭については500万円）まで非課税とするものです。

文部科学省はこのほど、ホームページ上で公表していた「教育資金の一括贈与に係る贈与税非課税措置について」のQ&Aを大幅に追加しました。

同資料では、制度が創設された背景や概要のほか、①「制度の概要」、②「1500万円までの非課税枠について」、③「500万円までの非課税枠について」、④「具体的な費用について」、⑤「領収書等について」の5項目について、28問のQ&Aが現在掲載されています。

詳しくみてみると、500万円まで非課税枠の対象となる学校等以外の教育資金の具体例としては、学習塾・家庭教師、そろばん、キャンプ等の体験活動などの「学習」、スイミングスクール、野球チームでの指導などの「スポーツ」、ピアノの個人指導、絵画教室、バレエ教室などの「文化芸術活動」、習字、茶道などの「教養の向上のための活動」を挙げており、これらの教育活動の指導の対価（月謝、謝礼、入会金など）として払う費用や施設使用料、これらの活動で使用する物品の購入費用が対象となることが明記されています。

また、制度の適用を受けるためには金融機関を利用し、領収書等の資料を提出することになりますが、提出する資料として領収書のほか、支払日付、金額、支払内容、宛名、支払先の名称・住所が分かるものであれば領収書の代わりとして認められる場合があることなども明記されています。

6月の税務と労務

税務

- ★所得税の予定納税額の通知
通知期限…6月17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（24年12月～25年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…7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…7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…7月1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…7月1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…7月1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…7月1日

労務

- ★労働災害保険事業開始届 提出期限…6月10日
- ★健保・厚保の保険料の納付 納期限…7月1日

かつて松下幸之助氏は「景気を興すのは、我々自身である」と語った。1966年、東京オリンピックの特需が終わった年のことだ。金融引き締めで景気に急ブレーキがかかり、企業倒産が相次いだ。松下電器産業（現パナソニック）も経営危機に陥った。▼幸之助氏は不振を打開するため、販売会社に対して「もつと売れ」と檄を飛ばすことはなかった。販売不振は不景気の影響だけではない。売れない理由を考え、売れる商品を産み出

民間が景気を興す

す。反省からのスタートだった。そして、松下は新製品を次々と送り出し、カラーテレビなど「新・3種の神器」とともに走り始めた。産業界では新日鉄の誕生など大型合併も相次いだ。政府頼みの企業再生ではなかった。▼現在、アベノミクスによる経済効果で景気は上昇基調にある。しかし、景気を興すのは民間企業である。企業自身の改革、成長戦略をしっかりと構築しなければ、いつか国の米びつは底をいつてしまう。