

# 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



## 採用試験に ビジネスプラン

音楽制作のE社は採用試験でビジネスプランの提案を義務づけた。発想力が豊かで即戦力として期待できる人材の採用を狙う。

採用試験では学齢、国籍を問わず、適正試験も廃止した。その代わり、音楽・娯楽産業に関する新たなビジネスプランを提出してもらおう。インタ

ーネットでの応募で提出されたプランをもとに絞り込んだうえで、数回にわたって内容を練り直させてプレゼンしてもらおう。プレゼンの過程では、歌手のマネジメントやコンサート運営などを週1回のペースで学んでもらう。費用は同社が負担する。

同社はこれまで適正試験や面接で採用を決めてきたが、即戦力と期待できる人材の発想力を取り入れたいとして、ビジネスプランの提案を求めることにした。

## 残業削減へ手当増額 早朝勤務へシフト

中堅商社のI社は残業を削

減させるため社員の働く時間を朝方にシフトする新たな賃金制度を導入する。

時間外手当の割増率を夕方以降に残業するよりも早朝に勤務する方が高くなるよう見直す。午後10時以降の残業は禁止とした。

同社の就業規則では勤務時間は午前9時～午後5時15分。就業時間を超えると25%の割増金、午後10時以降は50%の割増金が支給される。

今後、午後10時以降の残業は禁止し、職場を完全消灯する。そのうえで午前5時～9時に出勤して働く社員には割増金を現行の25%から50%に引き上げる。強制力はないが、

夜型から朝方へのシフトを促す。  
残業削減に取り組む企業は多いが、掛け声倒れになるケースも多い。同社では、「実際の賃金制度に反映させることで働き方の見直しが進むのではないか」とみている。

## 事務部門と管理職も ものづくり研修に参加

精密機器のT社は事務部門の社員や管理職も含めた全社員に、ものづくりの基本を体得させる研修を行っている。ものづくりの会社の理念を全社員で共有することが狙いだ。

研修では、ものづくりに姿勢に関する座学や、やすりがけなどの実務研修を製造部門だけでなく幹部や事務職の社員も受けた。昨年、先行して教育した社員を今後の先生役とする研修も併せて実施した。新入社員などの研修にも反映させていくという。



## 法人実効税率

国税の法人税と地方税の法人住民税、法人事業税などを合わせ、法人が実際に負担する税率。東京都に本社を置く企業の現在の実効税率は国税分が26・08%、地方税分が11・93%の計38・01%で、復興特別法人税を廃止する15年度以降は35・64%となる。

政府は2012年度に法人税率(国税分)を30%から25・5%へ13年ぶりに引き下げた。ただ、14年度までの3年間は法人税額の10%を復興特別法人税として企業に課税しており、現在の法人税率は実質28・05%となっている。  
日本は海外に比べ法人税の実効負担が重く、経済界を中心に成長戦略の一環として法人実効税率の引き下げを求める声は多い。



## 内容証明の効果と目的 訴訟前の証拠にも利用 法的紛争の事前回避にも

支払に応じない相手方に対し、訴訟を起こす前段階として内容証明郵便を送付する場合があります。内容証明そのものに法的効力はありませんが、訴訟になった場合に有力な証拠になることはもちろん、法的紛争を事前に回避する有効な手段と成り得ます。そこで今回は内容証明郵便の効果と目的などについて考えてみます。

### 強い意思表示と心理的效果

内容証明を送ることで、こちらの強い意思を示し、相手方に心理的プレッシャーをかけることもできます。

### ●内容証明の主な目的●

- ①債権の支払、返済を請求する通知  
時効の中断の手段として有効。
- ②債権譲渡の通知  
債権譲渡の通知は「確定日付のある証書」でなければ、第三者に対抗できない。
- ③契約解除の通知
- ④債権放棄の通知  
債権放棄の旨の通知を内容証明ですることにより、それを証拠として損金処理が認められる。

す。普通郵便と比べて、内容証明郵便にはインパクトがあります。それまで支払いを後回しにしてきたようなところが慌てて支払いに応じられるという場合も少なくありません。「万が一、支払いに応じていただけない場合には、訴訟等の法的措置を検討せざるをえません」という文言を入れることで、より強いプレッシャーを与えることも可能です。ただし、内容証明郵便に対し、どのような反応をするかは相手方によって千差万別です。したがって、この心理的效果にも限界があり、過度の期待はできないということは認識しておいたほうがよいでしょう。

### 言い分を明確にしておく

例えば、商品代金の支払請求をす

る場合、商品が多数にわたっていたり、毎月の継続的取引などは、どの商品の代金が未払いなのか、相手方と認識のずれが生じる場合があります。そこで金額について言い分を明確にするため、内容証明を利用することがあります。

### 法的な要件を備えるために

内容証明で文書を送る利点は、①どのような内容の文書が、②いつ到着したのか—について公的な証明を得ることができ、あとで裁判で争いになったときにも強力な証拠となってくれるところにあります。

このような意味で内容証明を送る必要があるのは、例えば、以下のような場面です。

#### ・時効の完成を遅らせるための催告

内容証明によって時効消滅を食い止めることもできます。時効期間が経過する前に催告をしたことを証明する必要がある。いつ、どのようない文書を送ったのかが重要なわけで、内容証明で送る必然性があるわけです。

例えば、企業の売掛金の時効は2年間であり、その間請求してなければ時効により、その債権は消滅してしまいます。その間に請求書を何回も出している、督促しているから

といつても、法的には請求にはなりません。「裁判上の請求」によって始めて時効消滅を防げるのです。しかし、時間がない時などには、まず「内容証明」で、いったん時効を食い止めることができます。ただし、その後6ヶ月以内に裁判上の請求を行なうことが必要です。

また、時効消滅してしまった債権でも相手方に承認させることによつて、債権の回収を図ることも可能となります。

#### ・契約解除等の通知

取引の相手方が債務不履行をしたことを理由に、契約を解除する場合、どのような意思表示を行い、それがいつ相手方に到達したのかが、後の訴訟で重要になりますので、内容証明で送る必要があります。

#### ・債権譲渡の通知

債権譲渡は、譲渡人が債務者に対し、確定日付のある証書によつて、通知等をしなければ、債務者以外の第三者に対抗することができないとされています。このような規定があるため、債権譲渡は内容証明によつて、通知されることとなります。

#### ・債権放棄の通知

債権放棄の旨の通知を内容証明ですることにより、それを証拠として損金処理が認められます。

# 経営ユニバーサル

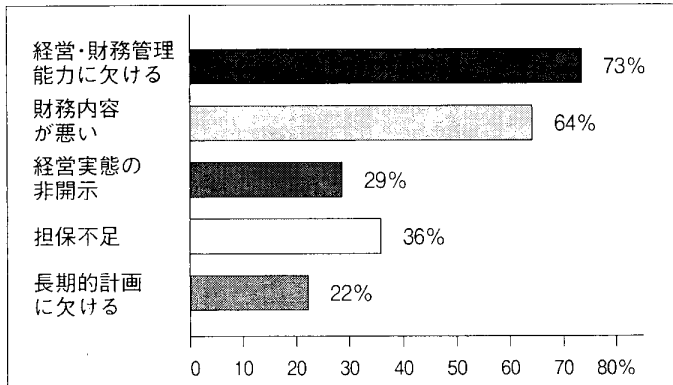
## 金融機関からの融資を円滑に進めるために

### ■事業計画書の作成など

中小企業にとって資金繰りは重要な経営課題です。物的担保や信用力のある保証人がいれば金融機関からの借入はスムーズにいきますが、実際はそうでない中小企業がほとんどです。そこで今回は金融機関からの借入を円滑に進めるうえで重要なポイントについて考えてみました。

一般に中小企業の場合、物的・人的な担保力が弱いのが実態です。この担保力を補うものとして、①事業

### ●中小企業と取引を行う上での留意点(金融機関)●



計画書を通じて経営実態や財務情報を開示すること、②経営者自身の経営・財務管理能力のレベルアップを図ることが重要となります。

### ■事業計画書を通じて

### 経営実態や財務情報を開示

金融機関は、貸出先の選別やリスク管理を徹底してきています。つまり、金利リスク・信用リスクも含めて顧客ごとに取り採算を把握し、高収益をもたらしてくれる顧客に対しては、サービスを充実させ、囲い込みを図り、逆に低収益の顧客に対しては、金利の引き上げやサービスの削減を行っていく傾向があります。中小企業は一般に信用リスクは高く、取引ロットが小さいため、このような管理が徹底されるほど金利や手数料が引き上げられ、渉外担当者

の訪問回数などのサービスが低下することが考えられます。

また、金融機関が中小企業と取引をする際の問題点を見ると、「経営・財務管理能力に欠ける」、「財務内容が悪い」、「実態の非開示」が上位にあげられています(中小企業庁「中小企業金融環境実態調査」)。このような点を踏まえ、財務内容の改善を図るとともに、事業計画書を通じて、自社の健全性を広く開示することが重要となります。

金融機関は、融資先の本業の業況を確認するために、決算書や事業計画書などの書類が早く正確に提出されることも重視しています。

金融機関にとっても融資先の情報開示が適切ならば、その分早めに手を打つことができ、融資可能な方策を経営者と一緒に考えようとするでしょう。自社の強みも弱みもすべて開示することで、信頼を勝ち得る例も多数あります。

一方、中小企業にとっても事業計画を策定することは、今後の事業活動を明確化し、それに基づいて内部資金ではまかなえない金額を想定するなど、キャッシュフローを管理するためにも重要です。

また、金融機関の審査が、有担保主義から債務者の償還能力に重きを

移す動きに対応して、自らの信用力を金融機関に説明するためにも重要といえます。

### ■経営者自身の経営・財務管理能力の向上を

経営者自身の経営・財務管理能力のレベルアップを図ることも重要です。たとえば、月次決算書はきちんとチェックしているか、さらに、決算書のどこに注目してチェックしているか、会社の経営状況・財務状況はどの時点でどのようにチェックしているか、などです。

経営者自身がこうした点についてきちんとチェックしているかが問われるところです。自らスキルアップを図れば、金融機関の担当者とも堂々と交渉することができ、相手側の信頼を得ることもつながります。

そのためには経営に役立つ各種セミナーなどに参加し、情報収集したり、時には専門家の助言を仰ぐことも経営者のスキルアップを図るうえで有効的といえます。

金融機関が重視する経営者の資質は「経営意欲」です。最終的には、経営・財務管理能力に加え、経営に対する強い意志をもって交渉することが重要です。



### 見本品・試供品に要する費用

人通りの多い商店街などで道行く人へシャンプーや化粧品、ドリンクといった見本品や試供品を配布している風景がよくみられます。「この度、新製品が出ましたので実際に使っていただき、気に入れば後日ご購入下さい」といった方法で、新製品PRのための手法として取り入れている企業もあります。

企業が多く、時間とコストをかけ、自信を持って投入した新製品などでは、上手なPR方法で購買の動機付けにつなげたいものです。

では、新製品を得意先等や一般消費者などに見本品・試供品として提供する費用は、税務上どのように取り扱われるのでしょうか。

結論は、一般的に必要と認められる、通常要する費用の範囲内であれば「広告宣伝費」として取り扱われます。

しかし、得意先等や一般消費者へ配布する見本品・試供品が広告宣伝費として認められるためには、それがあくまでもサンプル的なものでなくてはなりません。高額な商品の現物配布や、特定の者への配布といったケースでは、贈答目的の行為と判断され、「交際費」として取り扱われてしまうことも考えられますので注意が必要です。

つまり、広告宣伝費として取り扱われる支出のポイントは、「不特定多数の者に対する宣伝的効果を意図するもの」ということとなります。

なお、ワイン工場などにおいて、見学に訪れた人に対して製品の試飲をしてもらうための費用も広告宣伝費として取り扱われます。車を運転する人にワインの代わりにジュースやコーヒー、お茶などを提供しても同様に広告宣伝費となります。

### 10月の税務と労務

#### 一 税 務 一

- ★特別農業所得者への予定納税基準額等の通知  
通知期限…10月15日
- ★個人の道府県民税及び市町村民税の納付(第3期分)  
納期限…10月中において市町村の条例で定める日
- ★9月分源泉所得税・住民税の特別徴収税額の納付  
納期限…10月10日
- ★8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31日
- ★2月、5月、8月、11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31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31日
- ★2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31日
- ★消費税の年税額が400万円超の2月、5月、11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31日
- ★消費税の年税額が4,800万円超の7、8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(6月決算法人は2カ月分)(消費税・地方消費税)  
申告期限…10月31日

#### 一 労 務 一

- ★労働災害保険事業開始届  
提出期限…10月10日
- ★健保・厚保の保険料の納付  
納期限…10月31日

新たな事業に向けた商品開発のアイデアは何か。これが正確に予測できれば誰も苦労しない。「これが当たり」というアイデアを事前につかむことは難しい。市場の動向や消費者ニーズなどを緻密に分析しながら地道に開発を積み重ねることがヒット作の近道である。▼企業にとつては後悔する新商品も多いが、すべてが失敗というわけではない。結果的にはヒットはしなくても夢のある商品もあり、いつかそのアイデアが役立つ

### 商品開発、成功への道

つとぎが来るかもしれない。「失敗は成功の母」と言われるように失敗を教訓として新たな商品開発につながるケースは少なくない。▼新商品が相次いで登場し、市場の変化のスピードも速いため、市場から撤退を余儀なくされる商品も多い。商品開発は昔と比べて一段とめまぐるしく、競争も厳しくなっている。そんな時代だからこそ「これを実現したい」と夢を掲げて挑む姿勢が商品開発の成功への足がかりになる。