

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



消費税の増税後の対策 小売店の33%がセール実施

4月の消費税増税後の消費の落ち込みが予想される中、全国の小売店を対象にした民間シンクタンクの調査によると、増税後にセールを実施すると回答した小売店は33%に上った。「実施しない」は5%にとどまり、「未定」の62%でも「競合他社の動向を見極めて検討する」という対応が目立った。

セールを実施する企業の44%は開始時期を「4月1日」と回答。「季節物の値下げキャンペーンや会員限定のポイント優遇」などの対策で増税後の集客を目指しているようだ。

また増税後の消費行動に関する調査では、46%の消費者が消費を控えると回答。不要不急の商品は買い控える可能性が高いが、62%の消費者は「値引きセールなど、お買い得商品であれば購入を検討する」と回答している。

給与総額が下げ止まり パート比率は過去最高

厚生労働省が発表した2013年の毎月勤労統計による

と、残業代や賞与を含む給与総額は月平均31万4150円だった。3年ぶりに僅かに増加し、減少は下げ止まった。

一方、パート労働者比率は29・41%と過去最高となった。就業形態別では正社員などフルタイムで働く一般労働者の給与は前年比0・7%増だったが、パートは0・6%減と2年ぶりに減少となった。パート労働者の増加が全体の賃金水準を押し下げる形となった。

企業は賃上げに動き出しているが、主に賞与など一時金で対応している実態も裏づけられた。所定内給与は0・6%減と8年連続で減少しているが、賞与などの特別給与は

2・1%増加した。特別賞与は12年から増加に転じている。

3カ月連続好成績なら昇格 6カ月間基準下回ると降格

住宅関連のN社は勤続年齢に関係なく全営業社員を対象に3カ月連続で好成績を達成した場合、昇格させて報奨金も出すこととした。

同社では従来の肩書に応じた手当の額を縮小。その代わりに全営業担当者を対象に「ヘッドセールスマネージャー」から「セールスマネージャー」まで4段階で資格を設定し、資格に応じた手当をつける。昇格には3カ月連続で営業成績が一定の基準を上回る必要がある。

一方、より実績に直結した制度とするために営業成績が不振な場合は格下げも同時に実施することにした。6カ月の営業成績が基準を下回ると、その時点の資格に関係なくセールススタッフに格下げさせる。

今月の 経済用語

法人減税

企業など法人の税負担を軽減する措置。成長戦略の目玉として注目される「法人実効税率の引き下げ」は、法人税と法人住民税、法人事業税などを合わせて法人が実際に負担する税率を引き下げること。

野田政権が2012年度に実効税率を約5%下げ、同時に東日本大震災の復興財源として復興特別法人税を時限的に上乗せした。当初は14年度までの3年間だったが、安倍政権は1年前倒しの13年度末に打ち切ることを決めた。

安倍首相は13年度と14年度の税制改正大綱で投資や雇用拡大を打ち出す政策減税の拡充を打ち出した。今後は国際競争力を比較する指標である実効税率のさらなる引き下げを目指しており、15年度税制改正の焦点となっている。



虚偽・誤認表示の規制 消費者庁が罰則強化へ — 景品表示法の不当表示

有名ホテルや百貨店で虚偽・誤認表示が相次いで発覚し、社会的に大きな問題となりました。不当表示は、それと意識せずにしてしまう場合もありますが、企業の信用が大きく損なわれるだけでなく、行政処分を受けるケースもあります。未然に防ぐには、消費者の視点に立ち、誤認させる表示になつていないかを常日頃チェックすることが重要です。そこで今回は景品表示法が規制する不当表示について取り上げます。

広告やパンフレットなどの商品表示に嘘が書いてあったり、大げさなものであった場合、消費者は安心して商品を購入することができません。そこで景品表示法（不当景品類

●不当表示の事例●

①優良誤認表示

- 牛脂注入加工肉
→「霜降りビーフステーキ」として表示
- ブラジル産の鶏肉
→「大和肉鶏のから揚げ」として表示

②有利誤認表示

- セット売りの食器を「お徳用」と表示
→実際はバラ売り価格と同じだった
- 「全品5割引セール」と表示
→一部商品だけ5割引

及び不当表示防止法）は、消費者の利益を保護するため、商品やサービスに関する不当な表示を制限しています。最近の外食メニューの虚偽・誤認表示では、景品表示法で定められた不当表示にあたるため問題になっています。

景品表示法は食品にかぎらず、商品・サービス全般に適用されます。おおまかに景品表示法の商品表示に関する規制内容を紹介します。

■優良誤認表示の規制

景品表示法は、優良誤認表示、つまり「商品・サービスの内容や規格について、実際のものよりも著しく優良と表示すること、又は事実と比べて著しく優良と表示すること」を規制しています。

例えば、実際は外国産牛であるにもかかわらず、これを国産ブランド牛と表示して売る場合などです。

■有利誤認表示の規制

次に有利誤認表示も規制しています。これは「商品、サービスの価格や取引条件について、実際のものよりも著しく消費者側に有利である（お得）と誤認させる表示や、競争業者よりも著しく消費者側にとって有利である（お得）と誤認させる表示」のことです。

よくあるのが不当な二重価格表示です。例えば、根拠のない販売価格を表示し、「通常価格2万円の品を、今だけ1万円でご提供！」と表示する場合などです。

■取引条件にかかる有利誤認表示の規制

この他、特定の品物、サービスや表示方法については、特別に不当表示の類型が指定されて規制されています。一部を紹介すると、商品の原産国について紛らわしい表示をすること、顧客をおびき寄せるために売るつもりのない超優良な商品を展示するの「おとり広告」などです。

■消費者庁による行政処分

不当表示を行った事業者には、消費者庁長官から、「指示」や「指示に係る措置命令」といった行政処分が課されます。指示や命令に従う限り、刑事罰は科されません。

阪急阪神ホテルズなどのメニュー虚偽表示で、消費者庁は、景品表示法違反の疑いで立ち入り検査した同社と高級ホテル「ザ・リッツ・カールトン大阪」、近畿日本鉄道子会社の近鉄旅館システムズについて、罰則付きで再発防止を求め措置命令を出しました。

一連の虚偽誤認表示事件をうけて、消費者庁は、景品表示法を改正し、商品やサービスの不当表示をした事業者に課徴金の支払いを命じる制度を新たに設ける方向で検討しています。

不当表示か否かは、消費者の視点から客観的に判断されるため、故意・過失を問いません。したがって「偽装」と「誤表示」を区別する意味はあまりないといえます。

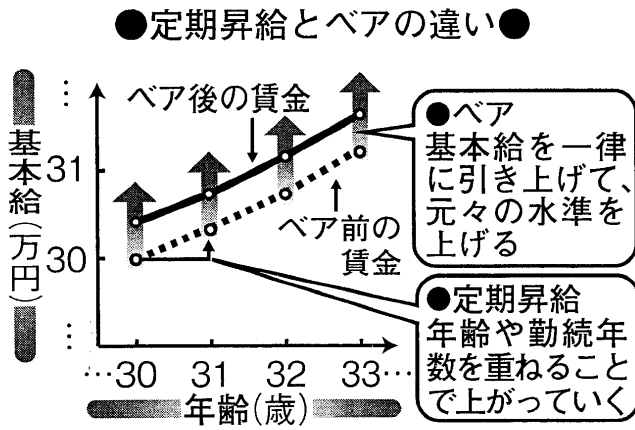
企業は表示責任者としてコンプライアンス意識を持ち、表示内容については常に自主的チェックを行う必要があります。消費者視点に立つて誤認させないよう分かりやすく表示することが重要です。



従業員賃金引上げ 定期昇給とベースアップ 賃上げ検討企業が増加

安部首相が「アベノミクス」の目指す経済の好循環を図るため経済界に賃上げを要請したこともあり、例年以上に賃上げに対する関心が高まっているようです。今年4月に従業員の賃上げを検討している企業もあると思います。そこで今回は賃上げ（定期昇給・ベースアップ）について取り上げてみます。

「賃上げ」と一言で言っていますが、この賃上げには二つの方法があります。



一般的には各企業にある賃金表をもとに、年齢や勤続年数などに応じて毎年自動的に賃金を上げることが「定期昇給」といいます。本来なら誕生日や入社日が異なるので、人によって昇給の時期は違いますが、通常は一定の期日を決めて（通常は年度始めの4月に）一斉に昇給を行います。そのため「定期昇給」（定昇）と呼ばれています。

■ベースアップ（ベア）■

もう一つは、企業業績の向上や賃金相場の上昇などを反映して賃金水準を引上げる（賃金テーブル自体を書き換える）ベースアップ、いわゆる「ベア」です。

ベアは、「ベースアップ」という言葉の通り、ベース（基準となる基本給）自体が上がります。このため近年は総人件費が底上げされるベアよりも毎年調整ができるボーナスで「給料」を調整する企業が多いようです。

賃上げは「定期昇給+ベースアップ」ということになります。

例えば、月給が30万円の場合、定昇2%（6000円）とベア1%（3000円）が実現すれば、月給は30万9000円になります。

定昇が維持されれば、年齢を重ねるごとに賃金は右肩上がりが増えていきますが、従業員の年齢構成が同じならば会社側の人件費負担は増えませんが、一方、ベア実施で企業の人件費負担は将来にわたって増えていくため、ベア実施には慎重な企業が多いようです。

■高まる賃上げ機運

景気回復基調の影響で産業界に賃上げの機運が高まりつつあります。中小企業においても人手不足が深刻な建設関連企業や輸出関連業界で賃上げに踏み切る例が出ていることが日本商工会議所などの調査で明らかになっています。

同調査では定期昇給もしくはベースアップを37.9%の企業が実施

し、ベースアップに慎重な大企業に先駆けて報酬アップに踏み切っている実態が浮き彫りになっています。

■賃上げと労働基準法

定期昇給もベースアップもともに労働基準法上義務付けられているものではありません。また定期昇給とベースアップは必ずしも連動しているわけでもありません。

ただし、昇給に関しては労働基準法で就業規則の中にあらかじめ規定しなければならぬこととなっています。したがって就業規則等の定め方のいかんによっては必ず支払わなければならないかもしれません。例えば「会社は、毎年4月に〇〇円の昇給を行う」と規定していた場合には、定期の昇給額が確定しており具体的な賃金請求権が発生することになります。

一方、「会社の業績等を勘案し原則として毎年〇月に技能・勤務成績が良好な者について行う」「経営状況の悪化その他やむを得ない事情が生じた場合は、その昇給時期を延期し、又は昇給を行わない場合がある」等のような記載であれば、定期昇給は義務とはならないでしょう。その場合でも、使用者は従業員に事前に説明し、理解を得るよう努力することが必要です。



産業競争力強化法が1月20日施行 税制措置も同日から適用へ

産業競争力強化法が1月20日に施行されました。同法は昨秋の臨時国会において、消費税率引上げに伴う経済対策と成長力強化のための総合対策が必要とことから制定され、その施行日が注目されてきました。

また、この経済政策とのパッケージで「民間投資活性化等のための税制改正大綱」(秋の税制改正大綱)も同時に公表されてきました。通常の税制改正大綱は、例年12月に決定・公表されますが、強ちに経済再生を加速させることを目的に、通常の年度税制改正から切り離して、一部前倒しで決定したものとされています。

産業競争力強化法が1月20日から施行されたことを受けて、税制措置についても同日から適用されるものがあります。

平成26年度税制改正大綱に盛り込まれた項目で産業競争力強化法の施行日から適用となるものには、「生産性向上設備投資促進税制の創設」、「事業再編促進税制の創設」、「中

小企業投資促進税制の上乗せ措置」など多くの改正項目があります。

これらの改正項目は、今通常国会において平成26年度税制改正法案の成立が前提となっていますが、同法案が成立すれば、1月20日にさかのぼって適用が開始されます。例えば、生産性向上設備投資促進税制では、企業が、産業競争力強化法の施行日の平成26年1月20日から平成28年3月末までに一定規模以上の生産性向上設備を取得した場合、即時償却または5%(建物・構築物は3%)の税額控除の選択適用が認められます。

したがって、例えば、平成26年3月決算法人など平成26年4月1日前に終了する事業年度において、平成26年1月20日から平成26年3月31日までの間に、生産性向上設備投資促進税制の対象資産を取得した場合に、平成26年4月1日を含む事業年度において、即時償却か5%(建物・構築物は3%)の税額控除の選択適用が認められることとなります。

3月の税務と労務

一 税 務

- ★25年分所得税の確定申告
申告期間…2月17日から3月17日まで
納期限…3月17日
- ★所得税確定損失申告書の提出期限…3月17日
- ★25年分所得税の総収入金額報告書の提出
提出期限…3月17日
- ★確定申告税額の延納の届出書の提出
申請期限…3月17日 延納期限…6月2日
- ★個人の青色申告の承認申請
申請期限…3月17日(1月16日以降新規業務開始の場合
は、その業務開始日から2か月以内)
- ★25年分贈与税の申告
申告期間…2月3日から3月17日まで
- ★個人の道府県民税、市町村民税、事業税(事業所税)の申告
申告期限…3月17日
- ★国外財産調書の提出…3月17日
- ★2月分源泉所得税・住民税の特別徴収税額の納付
納期限…3月10日
- ★個人事業者の25年分の消費税・地方消費税の確定申告
申告期限…3月31日
- ★1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・法人住民税)
申告期限…3月31日
- ★1月、4月、7月、10月決算法人及び個人事業者(25年12月分)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…3月31日
- ★法人・個人事業者(25年12月分及び26年1月分)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…3月31日
- ★7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…3月31日
- ★消費税の年税額が400万円超の4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…3月31日
- ★消費税の年税額が4,800万円超の12月、1月決算法人を除く法人の1月ごとの中間申告(11月決算法人は2カ月分)(消費税・地方消費税) 申告期限…3月31日

二 労 務

- ★労働災害保険事業開始届 提出期限…3月10日
- ★健保・厚保の保険料の納付 納期限…3月31日

消費税が4月に8%に引き上げられます。増税を前に最終チェックは万全にしておきたいものです。▼契約や見積もりにかかわることや価格表示などは売り上げに直接関係します。対応を間違えると増税分の価格転嫁ができなくなるリスクもあります。例えば、見積書や契約書、請求書に増税分の転嫁は正しく明示されているか、価格表示について税抜き表示、税込み表示など適切な表示になっているかなど、今一度、確認しましょう。

消費増税対応、最終チェックを

▼消費増税は周知の事実ということで対応を怠っていると、後々、取引相手とのトラブルの原因にもなりかねません。最悪の場合は価格に転嫁できない事態もあります。▼さらに各種の経過措置などによって、当面の間、5%、8%の税率が混在することになります。返品、値引きや貸し倒れが生じた場合は、最初の取引時点の税率が何%だったのかの情報が重要で、このため元帳や台帳できちんと管理しておきましょう。