

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



毎日3行の報告書を義務付け社員から意見を吸い上げる

専門商社のS社は、社員から直接、意見を吸い上げるため、毎日3行127文字以内での報告書の提出を義務付けている。「3行提報」と呼ばれる報告書には、競合他社の動きから昼食時間の変更の提案など、報告する内容は何でもよい。

3行報告のおかげで社員には何らか意見を言う習慣が身

についている。日々の仕事に追われていると、自分の業務以外の作業は後回しになりがちだが、どんな小さなことでも報告する習慣があると、他部署からもいろいろな意見が出されてくる。新規事業を立ち上げる際、社内アイデアを募集したところ、厳しい意見を含め、多数の意見が寄せられた。「もの言う社員」は会社にとって一番の資源としてビジネスにつなげている。

WEB商談で業務効率化 時間とコストを大幅削減

不動産のM社は、遠方にいる取引先との商談でインターネットを使った「WEB商談」を取り入れている。WEB商

談は離れた地域をネットをつないで映像や音声などを共有する仕組み。専用回線や端末を使う従来のテレビ会議システムとは異なり、スマートフォン、タブレット、パソコンに備わっているカメラを使って複数の場所を結ぶことができるため、出張経費や時間を節約できる。画面上に資料を表示したり、書き込むことができる。

またWEBを使うことで、社長の「疑似同行」も可能になった。取引先の応接室にタブレットを持ち込めば、遠方の担当者や社長が直接交渉も可能で、信頼関係も構築できる。ただ、WEB商談は万能ではなく、直接会って話した

り、訴えかけることは重要で、WEBとの使い分けが大切だとしている。

定年後も店長で再登板 シニア社員に活躍の場

アパレルのI社は、定年後の社員を店長として再登板させる制度を導入した。定年を迎えた社員の中から販売成績が上位の者を再雇用する。

優秀なシニア社員は多くの顧客を抱えており、顧客の嗜好や要望も反映させやすい。毎月固定的に支払われる給与は下がる一方、販売成績に応じてボーナスが支給されるため、以前を上回る収入が得られる可能性がある。

ベテラン社員でも50代に入ると定年を意識して向上心が失われがちになるが、60歳を過ぎてても活躍できるステージが用意されていれば、定年が近づいてもモチベーションを上げることはできると期待している。

ふるさと納税



自治体に対してふるさと納税(寄附)をすると、ふるさと納税(寄附)額のうち2000円を超える部分について、一定の上限まで、原則として所得税・個人住民税から全額が控除される。

控除を受けるためには、ふるさと納税をした翌年に、確定申告を行うことが必要(原則)。確定申告が不要な給与所得者等について、ふるさと納税先が5団体以内の場合に限り、ふるさと納税先団体に申請することにより確定申告不要で控除を受けられる手続の特例(ふるさと納税ワンストップ特例制度)が創設された。自分の生まれ故郷に限らず、応援したい自治体など、どの自治体に対する寄附でも対象となる。



中小企業の海外進出 法的リスクと注意点 ——トラブルを未然に防ぐ

経済のグローバル化に伴い、中小企業の海外進出も活発になってい
ます。一方で現地との法的トラブルも増加しており、海外展開を考えてい
る企業にとっては、事前の対策がより重要となっています。そこで今回
は海外展開を考えるうえで必要なトラブル防止のための注意点について
考えてみます。

海外展開をする際に経営者として
は、まずコスト面が気になるところ
ですが、契約等の法律問題も無視で
きません。そこで重要なのは、法的
トラブルになってから対応するの
ではなく、これを未然に防ぐこと、つ

●海外で多い法的トラブルの事例●

- ・発注、受注の手續
- ・支払方法、支払通貨。為替変動等の
場合の価格調整の有無・方法
- ・品質管理、品質保証の内容等
- ・下請業者の利用の可否
- ・技術指導をする場合、その範囲及び
方法
- ・契約違反等の場合の損害賠償につい
ての取り決め

まり、「予防」であるということ
です。海外展開の準備段階からトラブ
ルの発生自体を可能な限り排除して
おく必要があります。

法的トラブルが生じてからの解決
となると、現地の弁護士費用・訴訟
費用、翻訳費用などが高額になって
しまう—などといった事態になりか
ねません。結局、泣き寝入りせざる
を得ないケースが少なくないのが現
状です。

トラブルが生じる原因としては、
日本と現地との法制度の違いがあげ
られます。予測可能性が十分ではな
く、事前準備をしてもトラブルを完
全に防ぐことが難しい場合もありま
すが、それでも、現地の情報をしっ
かりと集め、できる限りの対策をし
ておくことが重要です。

■書面契約の重要性■

現地の法律・行政・司法制度の違い
以上に、コミュニケーション不足等
による相互の認識及び理解の違いが
トラブルの大きな要因となります。

そもそも、文化、商習慣、社会通
念等の違いにより、取引の基本的認
識や理解に想定外のずれが生じる可
能性があります。そして、言語の違
いにより、意図を正確に伝えること
が難しいという面があるのに加え、
国内取引の場合には疑問があれば、
その都度、電話やメールで確認する
ところを、海外取引の場合には、母
国語でないことから億劫になってし
まい、憶測や推測で済ましてしま
うことがあります。しかし、基本的認
識や理解に想定外のずれが生じやす
い海外取引の場合こそ、憶測や推測
で済ませずに、相互のコミュニケー
ションによりお互いの意図を正確に
確認していくことが大切です。

そして、確認は口頭だけではなく、
必ず文書に残しておく必要があります。
文書でないと、言語の違いも相
まって誤解につながりやすいです
し、お互いの「合意の証拠」となり
ません。国によっては書面がなけれ
ば保護されない場合もあります。

一般に日本では契約書を簡潔にす
る傾向があり、問題が発生すれば当

事者双方が協議すればよいとの認識
でまずは取引をスタートさせる場合
があります。しかし、海外取引では、
基盤となる商習慣が違うのですから、
そのようなやり方は通用しません。
そこで、契約書には、想定され得る事
項につき、できる限り詳細に取り決
め、盛り込んでおく必要があります。

また、準拠法(どの国の法律で契
約が解釈されるのか)、紛争解決方
法(裁判か仲裁か、裁判管轄または
仲裁地等)を明確にしておく必要が
あります。紛争解決に関して具体例
をあげると、日本・中国間の取引の
場合、日本の裁判所で勝訴判決を得
ても、当該判決を中国では執行でき
ないため、紛争解決方法としては仲
裁を選択するか、裁判を選択するの
であれば、どの国で執行するかを
考慮する必要があります。

■専門家への相談■

契約書の作成にあたっては、その
国特有の事項や、契約書に記載され
ない事項でも、重要な留意点がで
てきますので、実際に海外取引を行
う場合には、国際取引に通じた弁護
士等の専門家に相談することが望ま
しいといえます。不幸にしてトラブ
ルになった場合でも、その芽が生じた
時点ですぐに専門家に相談すること
が重要です。

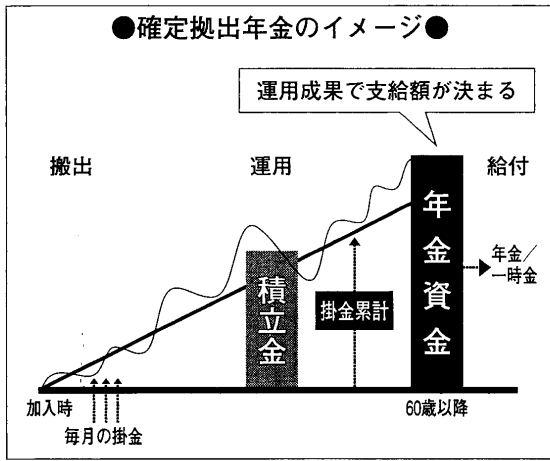


「確定拠出年金」の改正 加入対象者を大幅拡大へ

■中小向け制度も創設

運用成績で受け取る年金額が変わる確定拠出年金制度について、政府は確定拠出年金法の改正案を国会に提出しました。加入条件を大幅に緩和するほか、中小企業向けの「簡易型確定拠出年金制度」も創設する予定です。そこで今回は確定拠出年金制度の主な改正内容について取り上げます。

確定拠出年金は、政府が運営する国民年金や厚生年金に上乘せる私的年金の一種です。受取額が決まっている「確定給付年金」と違い、掛け金の運用成績で受け取る年金が変



動します。自営業者など個人が加入する「個人型」と会社単位で加入する「企業型」があります。自ら選んだ株式や投資信託などで運用します。掛け金は全額が損金または所得控除の対象で、運用益も非課税というメリットがある一方、運用は自己責任であり、運用結果次第では元本割れするリスクもあり得ます。改正案では、2017年1月から「個人型」の加入制限を事実なくし、専業主婦や企業年金に加入している会社社員、公務員などが個人型の確定拠出年金を利用できるようになります。これにより約2700万人が個人型の確定拠出年金を利用できるようになり、財政状況が厳しい公的年金を補完する私的年金の拡充を図る考えです。

■中小向け「簡易型」を創設

改正案には中小企業の企業年金普及策も盛り込みました。従業員が100人以下の企業を対象に、掛け金の上限を5000円程度に抑えた「簡易型確定拠出年金制度」を創設します。「簡易型」は、設立時書類を半分以下に省略するなど簡素化し、行政手続を金融機関に委託することを可能としました。

「個人型」への小規模事業主掛金納付制度は、個人型に加入している従業員に対して、事業主が追加で掛金拠出を可能とするもので、企業として年金制度を新たに導入する手間を省いて、実質的に企業が従業員に対して確定拠出年金制度を用意していることと同等の効果が得られます。事業主が個人型に拠出した掛金は、従業員の給与所得に係る収入に含めず、かつ、事業主には損金算入が認められるため、税制上のメリットがあります。

また、従来は企業型の掛金を「月5・5万円」など月単位で規制していたものを「年66万円」など年単位で規制することに変更し、年限度額の範囲内で賞与時等に使い残し分の一括拠出等が可能になります。

■「持ち運び」が可能に
改正案では、転職や出産後の再就

職などそれぞれの事情にあわせて、確定拠出年金を持ち運べることも可能にしました。

現行制度では、確定給付型年金から転職時に移管することは可能ですが、確定拠出年金の場合、新しい職場の企業年金が確定給付型だと持ち運べません。制度改正により、自分が加入する確定拠出年金を新たな勤務先に移管できるようになります。

■注意すべきこと

確定拠出年金は、税制上のメリットがある一方、注意しなければならぬ点ももちろんあります。運用リスクは個人(加入者)自ら負うこととなり、年金の受取り額が運用実績により増えたり減ったりします。運用結果が悪くても補填はありません。

また、退職後の年金資産が目的の制度であるため、60歳になるまで途中解約できません。一度拠出したお金は、預金のように途中で自由に引き出すことができない点は注意しておく必要があります。

確定拠出年金は老後期のための貯蓄ですが、お金が必要なタイミングは老後期だけではなく、貯蓄のすべてが老後の備えに充ててしまうことのないようにライフプランをよく考えた上でバランスの良い貯蓄プランが必要となるでしょう。



◆国税庁◆ 調査課所管法人用 「自主点検・監査の確認表」を公表

国税庁はこのほど、調査課所管法人を対象に、「申告書の自主点検と税務上の自主監査」に関する確認表を作成・公表しました。調査課所管法人とは、原則として資本金が1億円以上の法人で、管轄は税務署ではなく、国税庁および国税局の調査課の管轄になる法人のことをいいます。

納税者から提出された申告書のチェックや税務調査の結果から、誤りが生じやすいと認められる事項を取りまとめ、「申告書確認表」および「大規模法人における税務上の要注意項目確認表」として、同庁ホームページに掲載。「申告書確認表」は提出直前の申告書の自主点検に、また、「大規模法人における税務上の要注意項目確認表」は申告書を作成する前の決算調整事項や申告調整事項の把握漏れ等の自主監査に活用してもらいたいとしています。

国税庁では、確認表の活用により、継続して自主点検・自主監査を実施してもらおうことで、申告誤りや税務

処理誤りが予防されていけば、結果として、税務上のリスクの軽減につながると思っています。また、確認表については、適正申告の一助になればとの趣旨で提供しているものなので、申告書に添付する必要はなく、平成27年3月以降に決算期が到来する法人を対象としています。

調査課所管法人に対して確認表の活用を促進することとした理由について、国税庁では、「調査課所管法人においては、既に、税務面においても適正申告に向けた自主的な対応を行っている法人も少なくない」とした上で、「そうした法人の自主性を後押しし、効率的に税務コンプライアンスの維持・向上を図っていくことが、納税者における税務上のリスクの軽減のほか、国税当局にとっても事務の効率化に繋がるもの」との期待を示しています。

〈国税庁掲載HP〉
<http://www.nta.go.jp/tetsuzuki/shinkoku/hojin/sanko/tk.htm>

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（26年12月～27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…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

—労務—

- ★健保・厚保の保険料の納付 納期限…6月30日

「マーケティング」というと、何か難しいイメージがありますが、簡単に言うと、「顧客のニーズを把握し、これを満たして販売につなげる戦略」といえます。顧客ニーズは顧客が一番知っています。つまり、マーケティングの基本は「客のことは客に聞け」ということです。今も昔も商売の鉄則に変わりはありません。▼自分が優れていると思う商品を顧客に販売しても売れないことがあります。そんなときは「こんなに良い商品なのになぜ客は買わないのか」と顧客に責任を求めてしまう気持ちにもなります。しかし、商品が売れないということは、顧客ニーズを読み違えたか、価格設定や商品の提案方法などが悪かったことなどが考えられます。いづれにせよ、売れなかった責任は顧客ではなく、顧客のニーズに答えられなかった自分の側にあります。▼顧客のニーズは絶えず変化し、多様化・高度化しています。これに答えるのがマーケティング戦略であり、その出発点は常に顧客の側にあるのです。

「客のことは客に聞け」

顧客に責任を求めてしまう気持ちにもなります。しかし、商品が売れないということは、顧客ニーズを読み違えたか、価格設定や商品の提案方法などが悪かったことなどが考えられます。いづれにせよ、売れなかった責任は顧客ではなく、顧客のニーズに答えられなかった自分の側にあります。▼顧客のニーズは絶えず変化し、多様化・高度化しています。これに答えるのがマーケティング戦略であり、その出発点は常に顧客の側にあるのです。