



# 法人こおりやま

2023. 2

第536号



題名/月の夜曲(20号) 提供/大波 天久 JIAS日本国際美術家協会会員

【コピー・転載禁止】

～従業員向けの情報も満載です。 事業所内にて御回覧下さい～

## インターネットセミナー

600タイトル以上のセミナーが無料で受講できます

郡山法人会のホームページから無料でセミナーがご覧いただけます

<http://www.koriyama-hojinkai.or.jp>

**無料**

郡山法人会

検索

で検索いただけます

会員は専用IDとパスワードを入れてログインする事により多くのコンテンツが視聴可能となります。

ログインIDとパスワードを入力してログインしてください

ログインID

パスワード

ログイン

ID・パスワードは 会員ID: **1101** パスワード: **1005**

● 新型コロナウイルスに関するセミナーも視聴できます ●

## 目次

### 税務署ニュース

確定申告はとっても便利な  
スマホからがおすすです!  
…………… 2

儲かる会社にするための「コスト戦略」…………… 4

若手社員のやる気と成長を促す  
コミュニケーション術…………… 6

企業の未来を切り拓くために、  
急ぎ取り組むべきは…………… 8

コロナ禍で考える安全・安心な暮らし…………… 10

### 税のミニ通信

自民税調令和5年度税制改正大綱  
から予測されるインボイス制度等/  
卯月が先か? 卯の花が先か?  
…………… 11

トピックス…………… 12

税務署ニュース

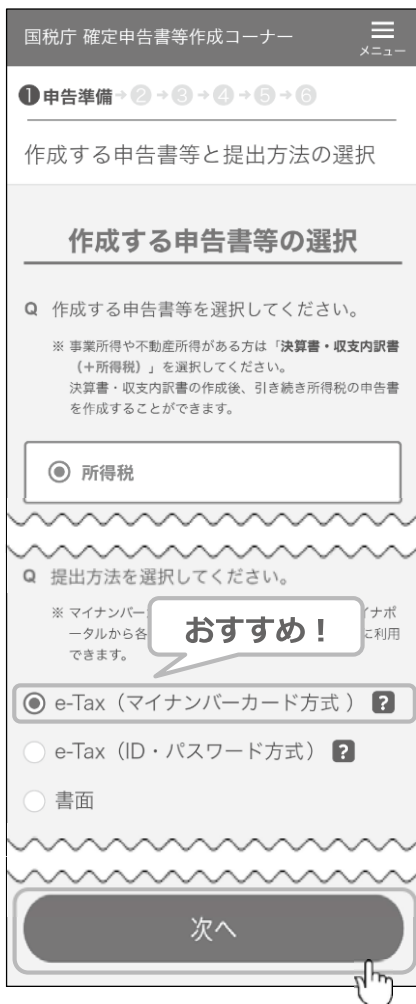
# 自動計算・自動入力・自宅から 確定申告は とっても便利な♪ スマホからがおすすめです！

## STEP 1 「確定申告書等作成コーナー」へアクセス



【確定申告書等作成コーナー】 ※上記以外のブラウザでアクセスすると、エラーが表示されて次の画面へ進むことができませんので、ご注意ください。

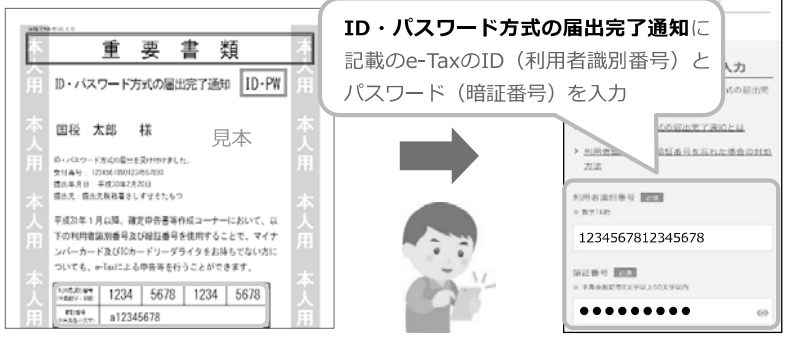
## STEP 2 送信方法の選択



### マイナンバーカード方式



### ID・パスワード方式



⚠ ID・パスワード方式は暫定的な対応ですので、お早めにマイナンバーカードの取得をお願いします。

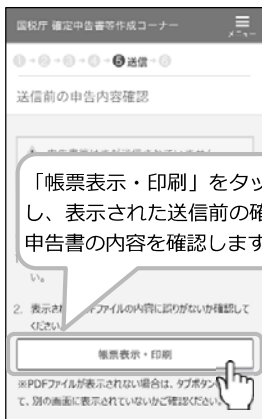
### STEP 3 収入・所得金額や控除等の入力

収入等の入力

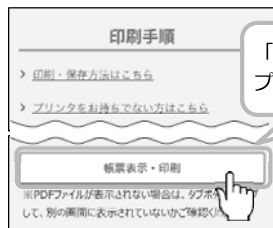
控除等の入力



### STEP 4 申告内容の事前確認・送信



### STEP 5 帳票PDFの保存・確認



保存・確認方法の詳細はこちらから



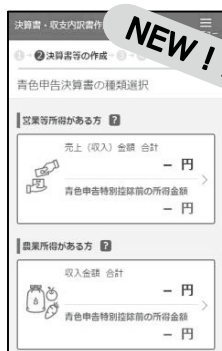
iPhoneの方



Androidの方

### ◎ スマホ申告の便利機能♪

青色申告決算書や収支内訳書がスマホで作成可能に！



給与所得の源泉徴収票をスマホで読み取り！



スマホで撮影するだけで自動入力！



・ご利用には別途通信料がかかります。  
 ・このチラシには開発中の画面が含まれておりますので、実際の画面と異なる場合があります。  
 ・iPhone、Safariの名称及びロゴは、米国及び他の国々で登録されたApple Inc.の商標です。iPhoneの商標は、アイホン株式会社とのライセンスに基づき使用されています。  
 ・Android、Google Chromeの名称及びロゴは、Google LLCの商標または登録商標です。





**コストを下げる必要性!**

「コストダウン」というものは、会社の実績が良いときにはあまり言われず、業績が悪くなると、その掛け声が強くなり、はじめて本気で取り組むことが多いのではないのでしょうか。

商品の売値が他社よりも高ければ、会社のその商品は売れなくなり、売上が伸びなくなってしまう。

それだけに、普段からコストを下げる活動が必要なのです。

そして、お客様に商品やサービスを安価で提供することによって、より多くの

お客様に買ってもらい、会社も売上を伸ばし、利益を上げることができます。

このように、会社経営の第一の目的は、「利益を出す」ことが根源にありますので、経営者がコスト意識を持って、その削減のために継続的に進めることが必要です。

**コストダウン活動は生産現場だけではない!**

製造業の現場では、製品を作るために製造原価の割合がもっとも高いため、生産業務でのコストダウンに重点が置かれています。

一方、小売りや卸などの販売業では、商品を仕入れ

るための費用が大きな割合を占めていますので、コストダウンの重点は、調達業務に置かれます。

また、サービス業では、販売業のように商品が有形ではなく、無形であることが一般的です。

このため、商品ではなく、サービスを提供する社員の費用が大きな割合を占めることとなります。

このように業種や業態によって、発生する費用や割合が違うため、コストダウンの重点が異なります。

コストダウン活動というと、生産現場が主体と思われるがちですが、このように業務ごとに費用は決められていき、製品価格が決まります。

したがって、コストダウンは、それぞれの業務を担う部門ごとに進めることが必要です。

**コストを下げるには「この手順で進めよう!」**

実際のコストダウンに取り組む場合、たとえばいきなり商品の仕入値を下げよ

うとする会社があります。しかし、本当にそれでよいのでしょうか。

コストを下げるには、第一に、「ムダなコスト」を省くところから、開始します。

商品の仕入値を下げる交渉の前に、その商品をどれだけ仕入れる必要があるのか、検討する必要があります。

製造業の場合も同じです。

材料や部品が本当に必要なのか、作る製品で求められるのは何なのか、改めて見直すことが重要になります。

もっと安価な材料で代替がきくようになるかもしれません。

業務についても、それは本当に必要な業務なのか、もっと簡略化できないのか、と検討するほうが先です。

つまり、コストを下げることを進めるにあたって、まず行うのは、商品や製品、業務について先入観を捨てて見直し、必要なこととそうでないことを見分けるということです。

**製造業のコストダウン活動**

1. 製造会社における製品化のステップは、以下のようになります。(左上図)

① 営業部門が、お客様のニーズを捉え、製品づくりの情報を設計部門に文書で伝えます。

② 設計部門が、営業部門の情報をとくに、お客様のニーズを具体的な形の製品にします。

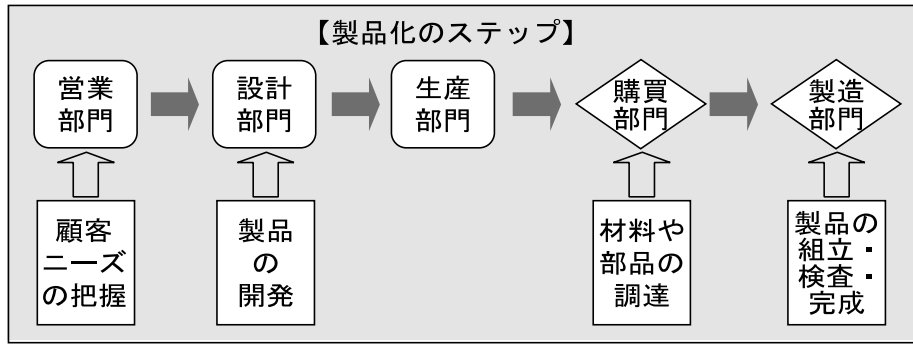
③ さらに設計部門では、製品を作るために必要な材料や部品を決め、その形状、材質、寸法などを取りまとめた図面と仕様書を作成し、生産部門に渡します。

④ 生産部門は資材を調達し、それを組み立て、製品に仕上げます。

2. 「製品のコストの8割は、設計段階で決まる」と言われています。

設計でのコストダウンは、大きく以下の2つに分けることができます。

(1) 設計業務の中で着目すべきコストダウン



①部品点数を見直す  
 ②材料単価でチェックする  
 ③標準化・共通化  
 (2)コストダウンのための仕組み作り  
 一人の設計者が保有できる情報には限りがあります。設計部門では、いろいろな

情報をアイデアとして集約し、整備・管理しておくことが必須となっています。このときに大切なことは、集めたアイデアのひな形をベースに「いくらで作れる」という標準原価を設定しておくことです。

**営業部門の  
コストダウン活動**

この情報によって、新しい製品を開発するにあたって、製品全体の構想から、必要な機能と構造を選択し、原価はおおよそいくらであるかがわかるようにすることが大事なことです。

私が営業活動の指導をした多くの会社では、「ムダ取り」コストダウン」で改善に取り組んでいます。その手順を下記に示します。  
 (1)ムダなものを抽出し排除します。  
 ①受注につながらない訪問  
 ②成果の出ない出張  
 ③結論の出ない会議  
 (2)ステップごとに営業のムダ取りを進めます。  
 ①成果の上がない仕事

はやめる  
 ②活動の要らない部分を捨てる  
 ③従来のやり方を離れ新たな取組みを行う

**管理部門の  
コストダウン活動**

①そもそも、その業務自体が「ムダ」なので、廃止します。  
 ②ITツールの活用や導入を検討します。  
 ③会議やミーティングは内容を見直し統廃合します。

管理部門での経費削減は「自社でコントロールし易いものが多いため、すぐに効果が出やすい」というメリットがあります。全社および部門別に経費をチェックし、削減目標を設定して進めていきましょう。  
**【A社で行った事例】**  
 (1)個人ファイルの廃止  
 ファイルは職場にひとつ、または部門に一つだけあれば十分です。

そして、きちんと分類をして、図書館のように整理して保管しておくことが必要です。

**(2)会議のやり方改善**

配布する資料は1部門1枚だけで、必要な人には回覧するとよいでしょう。会議では出席者全員に資料を配るのではなく、必要なものはプロジェクトで写しだして議論すると効果的です。

**(3)出張費の削減**

会議は通常、本社に支店の人を集めて行いますが、最近は経費削減のため、行わない会社が増えてきています。

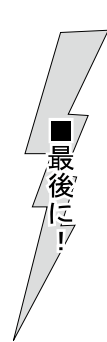
全員が集まらなくてもパソコンや通信を使ったテレビ会議システムを利用すれば出張費の削減が図れます。

**(4)机の共有化**

全員に専用の机を与えるのではなく、大型のデスクをみんなで使うことで、デスクの数を減らし、事務所の面積も少なくて済みます。

しかも、コスト削減できるだけでなく、そこで働く

人たちの生産性にも効果があります。



この大変厳しい不況下では、社長の手腕が会社の行く末に大きく影響を与えることはいうまでもありません。いかに環境変化にスピーディに対応していくかが重要です。

とくに、コストダウンのように全社をあげて取り組まなければならないことに関しては、トップダウンで強力に進めていくことが必要です。また、コストダウン活動は単なる改善活動ではなく、全員参加の組織的かつ継続的な活動でなければなりません。コスト競争に打ち勝ち、生き残っていくためには、全員参加によるコストダウン活動を展開し、いまこそ「下がらぬコストはない！」という考えの上に立って、進めていくことが大事なことです。

育成担当者が身につけたい

若手社員のやる気と成長を促す

コミュニケーション術

WACHIKAKAコミュニケーションズ(株) 代表取締役社長 阿隅 和美

皆様の中には、若手社員育成に関して、指示待ちで主体的に動かない、せっかくなるとすぐに辞めてしまふといった課題をお持ちの方もいるのではないのでしょうか。

実際、入社2〜3年目までの若手社員の相次ぐ離職に頭を悩ませている企業は多く、最近の若手社員の意識の変化に伴い、従来通りの人材育成法ではうまくいかななくなっているというのが現実です。

そこで、本稿では、今の時代のリーダーや育成者として身に付けたい若手社員をやる気にさせ成長を促すコミュニケーションのポイントについて取り上げます。

若手社員の期待と不安

今の若手社員は、1990

年代後半から2010年頃に生まれた、いわゆるZ世代と呼ばれる世代です。

主な特徴として、生まれた時からデジタルデバイスが周りにあり、働き方は仕事とプライベート両方の充実を大切に「ワークライフバランス」を重視する、また一つの職場に定年まで働くことには固執せず、積極的に自己成長やスキル向上を目指した行動をとる傾向にあります。

価値観も多様化し、仕事のモチベーションも、昇格、賃金報酬といった外的要因だけでなく、自分らしさ、働きがいなどの内的要因も大きく影響しています。

実際、厚生労働省「平成30年若年者雇用実態調査の概況」によると、離職の理由と転職の理由は多い順に、下記のようになっています。

【離職の理由】

1位…労働時間・休日・休暇の条件がよくなかった 30.3%

2位…人間関係がよくなかった 26.9%

3位…賃金の条件がよくなかった 23.4%

4位…仕事が自分に合わない 20.1%

【転職の理由】

1位…賃金の条件 56.4%

2位…労働時間・休日・休暇の条件 46.1%

3位…自分に合った仕事 41.6%

4位…自分の技能・能力を活かせる 35.5%

さらに、新入社員の働く上での不安は、1位は同率で「職場での人間関係」「仕事での失敗やミス」だそうです。(一社・日本能率協会2019年度新入社員意識調査報告書)

これらのことから、若手社員とのコミュニケーションで特に重視したいのが、信頼関係を深めることでの心理的な安全性をつくること、そして失敗を恐れず挑戦しようとする意欲と自己成長を促す声掛けと言えるのではないのでしょうか。

若手社員への指示は目的や背景も忘れず伝える

では、仕事の指示をする場面を取り上げ考えてみましょう。

仕事の指示、依頼は、つい、何を、どのように進めるか手段や方法に重きを置きがちです。

しかし、これだと若手社員は「単調な作業ばかりで、何のためにやっているのか分からない」「成長できるか将来が不安」という思考

に陥りがちです。

こうした事態にならないためには、作業がなぜ必要か、これをやり遂げると、社員にとってどのようなスキルアップに繋がるか、お客様や会社はどう貢献できるか、役立つかといった目的や背景など、理由をしっかり伝えることが大切です。

例えば、電話対応が苦手な若手社員に対して、「君にとって毎日の電話対応は、お客様とのコミュニケーション力をつけるために大切な経験値になる。今、しっかり力を付ければ、外勤に出た時に成果がでるから、しっかり準備をしよう」というように理由をしっかりと伝えるのです。

「このくらい言わなくても分かるだろう」ではなく、

しっかり言語化をして伝え自己成長に繋げる意味を若手社員が見いだせるようにしましょう。



## 成長意欲を促す 承認の伝え方

忙しいと、若手社員とのコミュニケーションが疎遠になり、仕事の結果についてのアドバイスや意見に偏りがちです。

しかし、仕事の過程や、取り組む姿勢についての承認の言葉があつてこそ「見守られている」と感じ、心理的な安全性がうまれます。

人は、認められている環境だと、脳内で幸福物質であるドーパミンが分泌され、幸福感を感じるだけでなく、モチベーションがアップする好循環が生まれると言われ、主体的な行動に繋がります。ただ、承認の合図を送る際に気を付けたいのが、ほめるとお世辞の違いです。ほめる対象は、全て事実です。相手の良い所を見つけ、強みを気付かせることで、自信をつけ成長を促します。一方、お世辞やおだてるという行為は、偽り、事実でないことです。

これは、勘違いさせ慢心を引き起こして成長を妨げることになります。

そうはいっても、なかなか、若手社員のほめるところが見当たらないというお声も聞きます。そこで、承認の言葉掛けのポイントをご紹介します。

承認には**存在承認**、**行動承認**、**成長承認**、**成果承認**の4つがあるとされています。

● **存在承認**とは、その人の存在自体を認めることです。

例えば、あいさつをする、名前を入れて声をかけてあげるなどです。

また、存在承認は、言葉だけではなく、笑顔であいさつをする、メールにすぐ反応する、話しかけられたら仕事の手を一旦留めて、相手の目を見て反応を示すといった非言語や態度も大切な要素です。

「気にかけてくれている」「信頼してくれている」と感じ心理的な安全性に繋がります。

● **行動承認**とは行動そのものを承認することで、その人の行いをほめる行為です。

例えば、あいさつや掃除、他の人への気配り、仕事のプロセスといった行動を認めることで、「自分の行動を見てくれている」と感じ、承認欲求を満たすことにつながります。結果が出ていなくても、「いつも書類を整理してくれてありがとう」「見込み客のヒアリングシートが参考になったよ」など行動や努力といった「プロセス」を承認することができま

す。ぜひ「〇〇してくれたのが良かったよ」というフレーズを使って声をかけてみましょう。

● **成長承認**とは、以前と比べて、どれくらい成長できたかを承認することです。

あくまで、その人個人

を基準に比較をした結果の承認です。

例えば、「商品説明がスムーズになったね」「書類のまとめ方がわかりやすくなったね」と伝えることです。自分が気付いていない成長の変化を伝えてもらうことで、自信につながり、やる気を引き出すことができます。

● **成果承認**とは、仕事などの成果を褒めることで相手を認める行為です。「今期は、前期より10%伸びているね」「商談成立おめでとう」など目標を達成したときに「おめでとう」「よかったね」という言葉を伝え承認欲求を満たすことができます。仕事では、承認する対象がわかりやすいため、おそらく簡単にできるはず。メンバーが成果を出したら、それがど

なに小さなものでも、積極的に承認するようにしましょう。そして、シンプルですが一番の報酬の言葉が「ありがとう」という感謝の言葉です。

感謝の言葉を伝える時には「色々ありがとう」という漠然とした伝え方ではなく「〇〇してくれてありがとう」と具体的に伝えると効果的です。

いかがでしょうか。

若手社員は、ブラック企業はもろろん、ホワイト過ぎてやりがいを感じられない、自分の成長がイメージできないと辞めてしまうケースも多くなります。

リーダーや育成担当者として、仕事にどのような理由があり、将来的にどうメリットに繋がるかを端的に伝えることや、承認や励ましの言葉を届けるなどで主体的な挑戦意欲を促す若手社員とのコミュニケーションのポイントを活かし、人材育成の一助にしたいだければ幸いです。



企業の未来を切り拓くために

急ぎ

取り組むべきは

経営コンサルタント 只野博幸

昨年末、公社・日本生産性本部が公表した「労働生産性の国際比較2022」によると、2021年の日本

取りも直さず、日本は効率を重視した仕事に至っていないことを浮き彫りにしているのだ。

の時間当たり労働生産性（就業1時間当たり付加価値）は49.9ドル（5006円/購買力平価換算）だった。OECD加盟国38カ国中27位で、順位で見るとデータが取得可能な1970年以降、最も低い順位になっている。

生産性向上の必要性や意義はますます高まっており、無駄を省き、効率化を進めることであり、そのために必要なスキル向上に従業員個々人が取り組んでいかなければならないことを物語っている。

労働生産性は、投じた労働力（従業員数や労働量）によって生まれた成果（売上高・利益高・付加価値）を指し、投じた労働力より得られた成果が大きければ、労働生産性は高いということになる。

もう一つ、興味深い数字を紹介する。「マークアップ率」だ。製造コストの何倍の価格で販売できているかを示すもので、デンマークが2.84倍、スイスが2.72倍、イタリアが2.46倍となっているのが、日本は1.33倍と低水準で、後塵を拝している。欧米が知的財産を駆使して、製品・サービスの優位性を保ち、競合他社に打ち勝つ要素を確保していることに他ならない。

日本はその成果たる付加価値を生み出す力が弱いと言わざるを得ない。下位にある日本は投入している労働者も労働時間も多いのだが、労働生産性は低い。

日本の企業にあっても、労働者のスキルアップにより、価値を高めてブランド化を図り、企業競争力を培い、価格競争力を上げていかなければ、世界的な競争には勝てない実情にあるのだ。

さらに加えて、日本は人口減少・少子高齢化が世界に類を見ないスピードで進展してきている。人口減少・少子化は勤労世代である労働人口が減っていく。

市場の規模も縮小し、企業間競争は激しいものになっていくことは想像に難くない。企業が生き残っていく上では、労働者個々人がマーカーケットの発想を遺憾なく発揮するスキルを一段と磨いていくことが求められてくるのだ。

国立社会保障・人口問題研究所の推計によれば、2020年の勤労世代である20〜64歳人口は6882万人だが、2040年には5511万人、2050年には4715万人となり、30年間で約3割も減るのである。政府は一昨年、70歳まで雇用の努力義務を企業に課したが、焼け石に水の感

代にあるが、先日、日立製作所が2024年度までに、職務内容に応じて人材を起用する「ジョブ型雇用」を導入し、全グループに広げていくことが新聞で報じられた。

人口減少の局面で見ても、労働者の生産性向上への圧力は増しているのだ。同時に、勤労世代からリタイアした高齢世代は現役時代とは異なり、消費支出を控える傾向も醸し出すだけに、

ジョブ型雇用は職務記述書（ジョブディスクリプション）で職務ごとに必要なスキルを明記し、賃金も職務にに応じて決定され、高くなればなるほど高くなる仕組みで、欧米では一般的な働き方とされている。働きのスキルアップと会社業績を引き上げていく連動した仕組みとなっている。長く定着してきた終身雇

用や年功序列賃金体系が崩壊していくことは避けられそうにない。

企業の未来を形作っていくために、従業員が自社の提供する商品やサービスの価値を高めるためのスキルアップや自己啓発が急務であり、欠かせないものである。経営者として従業員にその機会を多く与えていくことに腐心していきたい。

そして、従業員の働く意欲を削いでいる賃金の問題など、心を砕いていきたい。この30年間近くも賃金が上昇していない現状であれば、労働意欲も上がりづらい。賃上げを行えば、経営が立ち行かなくなるとの危惧を抱く向きも多いが、会社の数字を従業員にオープンにし、自らの賃金は従業員自らが稼ぎ出すとの自発的な思いを強くするものだ。生産性向上の大きな要因ともなるであろう。

企業の未来を切り拓き、難局突破力を培うために、取り組むべき課題が何かはつきりと視界に入ってきているのではなからうか。

企業は生き残っていく上では、労働者個々人がマーカーケットの発想を遺憾なく発揮するスキルを一段と磨いていくことが求められてくるのだ。

企業は生き残っていく上では、労働者個々人がマーカーケットの発想を遺憾なく発揮するスキルを一段と磨いていくことが求められてくるのだ。



「e-Tax」なら国税に関する申告や納税、申請・届出などの手続きがインターネットで行えます。



# e-Tax

国税電子申告・納税システム

## 納税にはダイレクト納付が便利です！

e-Taxを利用して電子申告等をした後に、届出をした預貯金口座から、簡単な操作で即時又は期日を指定して納付することができます。

※事前にダイレクト納付利用届出書の提出が必要です。※届出書の提出から利用可能となるまで、1か月程度かかります。

### 所得税など個人の確定申告書を作成される方へ

国税庁HP「確定申告書等作成コーナー」を利用すれば、スマートフォンやパソコンで申告書を作成することができます。作成した申告書は、マイナンバーカードとマイナンバーカード読取対応スマートフォン（又は、ICカードリーダーライター）を準備すれば、スマートフォン（又は、自宅のパソコン）からe-Taxで提出できます。



e-Taxを利用して所得税及び復興特別所得税の申告をするとこんなメリットが！

添付書類の提出省略（注）

還付がスピーディー

（注）法定申告期限から5年間、税務署から書類の提出又は提示を求められることがあります。



法人会は会社経営の効率化のためにe-Taxの普及を支援しています。

さらに詳しくはWEBへ

イータックス

検索



# コロナ禍で考える安全・安心な暮らし

ジャーナリスト 海部隆太郎

【筆者紹介】 海部隆太郎(かいべりゅうたろう)  
法政大学卒。全国紙記者、IT企業を経てフリー。  
中小企業を中心に幅広い課題を取材・執筆活動を展開する。

米国に住む友人と久しぶりに会った。彼は飛行機を降りた瞬間から“日本流”を心がけマスクを着用しているが、母国ではすでに見ることがない光景だと強調していた。新型コロナウイルスの感染が収まったわけではない。この対応の違いは何だろうか。国民性としが答えはない。

そういえば東日本大震災の時、諸外国から驚きの称賛があったのは、店舗を襲うなどの暴動が日本で起きなかったことである。災害に乗じて自身の利益を得ようとする人は日本にはほとんどいない。逆に被災者の役に立ちたいと思う人ばかりだった。これも国民性の違いが結論だと思うと悲しすぎる。

震災時、私が揺れを感じたのは、東京・大手町の地下鉄ホームだった。地震のアナウンスで一斉に改札口に人が殺到したが、誰もがパスモ(スイカ)を自動改札に触れてから出ていく。こんな非常事態でも決められたことを守るのが日本人なんだと、つくづく自分には欠けている真面目さを感じた。

新型コロナウイルスは別にして、自然災害、交通事故、犯罪など身の回りには気が付かない危険が潜んでいる。だが、コロナ以外に対する危機意識は低い。安全を日頃から意識して備えることで安心があるのだが、直面しないと後回しになってしまうのが現実だ。ただ、企業はそうはいかない。存続するため事業継続計画(BCP)が必要だし、これだけは定めておかなければいけない。

## 空気と安全はタダではない

取材を通して安全な暮らしについて考える機会があった。日々の生活の中で実に多くの製品を使用しているが、製品安全も意識することがない。普通に使えて当たり前であり、メーカーへの信頼もあるからだ。ただ、製品安全を所管する経済産業省で聞くと、重大製品事故は年間約1,000件の発生があり、そのうちの3割は使う側の誤使用や不注意だという。しかも高齢者による割合がかなり高いそうだ。言い換えると7割は製品に問題があるということで、やはり買う側も安全を意識して購入しなければならない。特に安価な製品など、価格のみを重視して購入するのは慎重さが必要だ。コロナ禍で購買機会がネットに向き、さらに海外製品を直接購入することもできる。同省では代理店を通さずに海外から直接入る製品の事故発生は把握しにくく、対策が必要だと強調していた。

安全で安心に暮らせる社会を構築するには災害・防犯の備えとメーカーの製品安全への取り組み、さらには消費者側の意識を高めることが不可欠になる。冒頭の友人いわく、日本は何を食べてもおいしいし何よりも安全だという。犯罪面から見れば確かに日本は安全かもしれないが、他の面からの安全はどうだろう。

空気と安全はタダだという意識があったが、時代の変化はそれらのものを有料化した。そして目に見えないウイルス感染が世の中の仕組みを大きく変えつつある。防衛の問題を入れると話が複雑になるが、企業活動を含め全てのベースになる安全をもう一度見直してみようと考えている。

## 新型コロナウイルス中小企業に関連する

### 施策等リンク集 >>>

【リンク先URL】

<http://www.zenkokuhojinkai.or.jp/>

[links/covid19-links.html](http://www.zenkokuhojinkai.or.jp/links/covid19-links.html)



税のミニ通信

# 自民税調 令和5年度税制改正大綱から予測されるインボイス制度等

令和5年度10月に施行される消費税の適格請求書等保存方式(インボイス制度)については11末時点で約200万社となっているということだが、今回12月16日に発表された税制大綱の段階であるが、影響が大きいと思われるインボイス制度の軽減措置についての直前で発表されたので速報としてご説明したい。



東北税理士会郡山支部  
税理士 加藤 英夫

- ①まず、急激な変化への軽減策として令和5年10月1日からの3年間の間の各課税期間において、免税事業者がインボイス制度の申請により適格請求書発行事業者となったこと又は課税事業者選択届出書を提出したことにより課税事業者となった場合には、現在の簡易課税制度のように、受け取った消費税の2割を納税額とする。
- ②上記①の適用を受けるようとする時は確定申告書にその旨を付記する。
- ③基準期間の課税売上高1億円以下の場合が対象だが、1億円超の場合でも、前年又は前事業年度開始の日以後6か月の期間の課税売上高が5,000万円以下であれば、令和5年10月1日から6年間は支払対価の額が1万円未満であれば帳簿に一定の記載事項を記入すればその消費税額が控除される。
- ④値引き等が1万円未満の場合は返還インボイスは不要

以上であるが、相続税法、電子帳簿保存法についても見直しが行われるようなので注意していただきたい。



## 卯月が先か? 卯の花が先か?

フリーランスライター 藤木 順平

旧暦の4月を「卯月(うづき)」というのはみなさんご存じ。加えて今年は「卯年」である。卯年の卯月。これはめでたい!

卯月の語源を調べると、「4月は卯の花が咲く季節」だから卯月なのである。ご説ごもっともに書いてある。卯の花とはウツギという木の花のこと。しかし、この説は逆だろうという声の方が有力だ。「卯月に咲くから卯の花」である。

十二支を子、丑、寅と数えて4番目が「卯」だから4月は「卯月」という。ならば「子月」「丑月」「寅月」はあるのか? と問われれば読み方は違うが「ある」と答える。古代中国では冬至のある旧暦11月を「子月(しげつ)」,以下、12月を「丑月(ちゅうげつ)」,1月を「寅月(いんげつ)」などと呼んでいる…と、ここで筆は止まった。あれっ? 次の2月は「卯月(ぼうげつ)」なのだが、前段の話と2か月もズレてくる。これは困ったなー。どうということ? この問題はみなさまへの宿題ということにして話を進めよう。

卯年の干支はウサギ。ピヨーンと跳躍の年。同様にこの卯月も新入生、新社会人のみなさんの跳躍の月になりますように!





### 消費税のインボイス制度説明会 開催

1月18日、郡山税務署共催「消費税のインボイス制度説明会」を郡山法人会館で開催した。講義では、消費税の基本的な仕組みからインボイス制度の概要のほか、登録申請相談も行った。



消費税のインボイス制度説明会

### 今年度最後の租税教室を開催しました

1月26日、令和4年度最後となる租税教室を郡山市立行健第二小学校で開催した。社会生活における税の役割や大切さ、身近な税に対する理解を深めてもらえるよう、わかりやすく、楽しく授業を行った。



行健第二小学校



クイズに答える子どもたち

令和4年度は青年部会・女性部会・本会で分担し、管内31の小学校へ出向き、延べ1,568名に租税教室を行いました。また来年度も、一人でも多くの子どもたちに税について興味をもってもらえるよう、租税教育活動に取り組んでまいります。



## Spring恋活 in 郡山 開催のご案内

- 日時:** 令和5年 3月4日(土) 18:00~21:00
- 場所:** 郡山ビューホテルアネックス「コシヨン・ドール」
- 募集人数:** 男性10名 / 女性10名
- 応募資格:**
  - 真剣に恋愛を考えて男女の出会いを求めている25歳以上50歳くらいまでの独身男女
  - 法人会会員企業経営 及び 勤務の方
  - 法人会会員企業の紹介のある方
- 参加費:** 男性4,000円 / 女性3,000円

イベントを盛り上げますので、ご参加をお待ちしています!



お笑いコンビ「母心」ツッコミ担当の関あつしさんが司会に決定!

〈お問い合わせ〉郡山法人会事務局 (TEL:024-933-7777)



法人会の「経営者大型総合保障制度」は1971年に創設されました。想いをつないで50年。これからも会員のみなさまと共に歩み、企業保障の大きな傘で会員のみなさまをお守りしてまいります。

**DJIDO** 大同生命保険株式会社  
郡山支社/  
福島県郡山市中町1-22  
(郡山大同生命ビル4F)  
TEL 024-922-0860

**AIG** AIG損害保険株式会社  
郡山支店/  
福島県郡山市虎丸町24-8  
(富士火災郡山ビル3F)  
TEL 024-933-6211