

## 4月の税務

- 4月11日
  1. 3月分源泉所得税・住民税の特別徴収税額の納付
- 4月15日
  2. 給与支払報告に係る給与所得者異動届出  
4月1日現在で給与の支払を受けなくなった者があるときは4月15日までに関係の市町村長に要届出
- 5月2日
  3. 公共法人等の道府県民税及び市町村民税均等割の申告
  4. 2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〉
  5. 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〉
  6. 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〉
  7. 8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)
  8. 消費税の年税額が400万円超の5月、8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〉
  9. 消費税の年税額が4800万円超の1月、2月決算法人を除く法人の1月ごとの中間申告(12月決算法人は2か月分)〈消費税・地方消費税〉
- 4月中において市町村の条例で定める日
  10. 軽自動車税(種別割)の納付  
賦課期日…4月1日
  11. 固定資産税(都市計画税)の第1期分の納付
- 4月1日から20日又は最初の固定資産税の納期限のいずれか遅い日以後の日までの期間
  12. 固定資産課税台帳の縦覧期間
- 市町村が固定資産の価格を登録したことを公示した日から納税通知書の交付を受けた日後3月を経過する日までの期間等
  13. 固定資産課税台帳への登録価格の審査の申出

### 《通信欄》

奥い冬が長ければ暖かくなり桜が満開となり春を感じます。

4月になり新年度が始まり、学費や入社費等、コロナに配慮しながらも催されることだと思えます。そんな中、4月1日より成人が20歳から18歳に引き下げられます。

これによって様々な取り扱いに變化がありそうですが、今回は贈与税について、ご案内したいと思います。

直系の父母、祖父母から成人した子・孫への贈与は特別の税率を適用し、他の贈与よりも低い税率となっています。これが成人の扱いが18歳になったことにより適用が以前より2年早く使うことができ、様になりました。このように成人とは贈与を受けた年の1月1日時点で18歳以上とされます。例えば今年の7月に18歳になるという場合は、1月1日時点ではまだ17歳なので適用されない点に注意です。また10万円以下の贈与は非課税、30万円以下の贈与は10%、10万円超は直系からであっても20%と、この点は直系からであっても20%でなくとも変わりません。それ以上の贈与は段階的に細かく税率が異なっているのをご確認の上、贈与を校討されることをおすすめ致します。

近年、この10万円贈与税の制度が改正によって行えなくなるとは注目を集めています。来年以降どうなるかは依然不透明です。なので1年1年しっかり校討することが大切です。(中島)



## ■取引先と共存共栄を目指す

# 「パートナーシップ構築宣言」とは ～宣言企業は補助金の加点措置も～

長引くコロナ禍によって、企業を取り巻く環境は大きく変化しています。このような状況の中、特に中小企業や小規模事業者においては、発注先からの値下げの要請、不合理な計画返上といった取引条件の「しわ寄せ」が懸念されています。

このような課題に対応するため、「パートナーシップ構築宣言」の取り組みがスタートし、注目されています。そこで今号では、同制度の概要や宣言するメリットについて紹介します。

## ■導入の背景

新型コロナウイルスの影響が長期化するこ  
とにより、日本経済は大きなダメージを受けています。このような状況下では、リーマンショック後のように、大企業が中小企業に対し、取引価格の引下げなどを行うことが懸念されます。こうした「しわ寄せ」を未然に防ぐためには、大企業と中小企業の取引関係を適正なものにする  
仕組みが必要です。  
加えて、人口減少による国内マーケット規模の縮小が予想される中、

大企業と中小企業が協力・連携し、サプライチェーン全体の生産性向上を図ることが求められています。そこで、令和2年5月に開催された、経済界・労働界の代表者や関係閣僚をメンバーとする第1回「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議」において、「パートナーシップ構築宣言」の仕組みが導入され、同年6月から登録募集が始まりました。この仕組みにより、大企業と中小企業が共に成長すること、取引先との持続可能な関係を築くことを目指しています。

## ■取り組み内容

パートナーシップ構築宣言とは、企業規模の大小に関わらず、企業が「発注者」の立場で自社の取引方針を代表者の名前で宣言するもので、宣言する取り組みの内容は次の2つです。

(1) サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列等を超えた新たな連携  
(2) 親事業者と下請事業者との望ましい取引慣行（下請中小企業振興法に基づく「振興基準」の遵守）  
(1)については、次の中から積極的に取り組み項目を特定し、具体的に取り組み内容を示す必要があります。

- ① 企業間の連携（オープンイノベーション、M&A等の事業承継支援等）
- ② IT実装支援（共通EDIの構築、データの相互利用、IT人材の育成支援等）
- ③ 専門人材マッチング
- ④ グリーン化の取り組み（脱・低炭素化技術の共同開発、生産工程等の脱・低炭素化、グリーン調達等）
- (2) の振興基準の遵守については、業界の取引形態に合わせて変更することが可能ですが、宣言する取り組み内容として次のようなものが示されています。

① 価格決定方法（不合理な原価低減要請を行わない、取引対価の決定について下請事業者から協議の申入れがあった場合には協議に応じ労務費上昇分の影響を考慮するなど下請事業者の適正な利益を含むよう十分に協議する等）

② 型管理などのコスト負担（製品の成形加工用に活用されていない不要な型の廃棄を促進する、下請事業者に対して型の無償保管要請を行わない等）

③ 手形などの支払条件（下請代金は可能な限り現金で支払う、手形で支払う場合には割引手数料を下請事業者の負担にしない等）

④ 知的財産・ノウハウ（知的財産取引に関するガイドラインや契約書のひな形に基づいて取引を行う、取引上の立場を利用したノウハウの開示や知的財産権の無償譲渡などは求めない等）

⑤ 働き方改革等に伴うしわ寄せ（取引先も働き方改革に対応できるよう適正なコスト負担を伴わない短期発注や急な仕様変更を行わない等）

（※宣言は、全国中小企業振興機関協会が運営するポータルサイト上に掲載され、各企業が行う取り組みの「見える化」を行います。）



## ■メリットと効果

宣言を行った企業は、パートナーシップ構築宣言の「ロゴマーク」を使用できるようになり、名刺などに記載することで、取引先と共存共栄の関係を築こうとする会社（ホワイト企業）であることを対外的にPRすることができまます。

また、ものづくり補助金や省エネ補助金などの一部の補助金で、交付審査の際に有利となる「加点措置」を受けられます。

ポータルサイトで公開されているアンケート結果によると、発注側の94%が「宣言」を意識して仕入先との取引条件の協議をしており、受注側（取引先に「宣言企業」がいる企業）の半数以上が「宣言」の効果を実感したとあります。

なお、宣言を検討した際に魅力と感じた内容としては、「共存共栄の精神に賛同した」65・5%、次いで「取組姿勢を発信できる」48・2%、「ポータルサイト上に公表される」39・1%となっています。

宣言によるメリットはもちろん重要ですが、「取引先と共に成長する」というパートナーシップ構築宣言の基となる精神に賛同している回答が多いことが分かります。

## ■宣言の作成・登録

「パートナーシップ構築宣言」の作成・登録は次の手順で行います。

### 【手順①…準備】

まずは、「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイトからひな形をダウンロードし、記載見本・記載要領を参考に自社の取り組み内容に合わせて宣言文を作成の上、PDFに変換します。

### 【手順②…登録】

登録ページから「パートナーシップ構築宣言」をPDFでアップロードします。

### 【手順③…公開】

登録した宣言は、数日内には登録企業一覧にて公開されます。ただし、主務大臣の指導・助言を受けた場合など、「宣言」を履行していないと認められる場合には、ポータルサイトへの掲載が取りやめになることもあります。

企業規模の大小に関わらず、部品や資材の仕入れを行っている企業では、パートナーシップ構築宣言を行うことで様々なメリットがあります。令和4年3月8日現在、宣言企業数は6396社となっており、今後増えていくことが予想されます。

## パートナーシップ構築宣言の概要

国際競争力強化や新型コロナウイルス克服後の未来を切り拓くことを目指し、サプライチェーン全体での「付加価値向上」の取組みや規模・系列等を超えた「オープンイノベーション」などの新たな連携を促進すること、そして新型コロナウイルス感染症の影響など経済状況の悪化を踏まえて中小企業・小規模事業者への「取引条件のしわ寄せ」を防止するとともに、「下請取引の適正化」を進めることなどを目的としています。

### 1. サプライチェーン全体での付加価値向上へ

- サプライチェーンの頂点企業が、サプライチェーン全体の競争力向上を自らの課題と考え、サプライチェーン全体の競争力向上や信頼関係の強化が期待される。
- 系列・業種・規模・地域を超えた「オープンイノベーション」の推進が期待される。
- 「イコールパートナー」として新たな取引関係を生むツールとしての活用が期待される。

### 2. 親事業者と下請事業者の望ましい取引慣行の遵守が進む

- 宣言策定の過程で、自社の取引が振興基準に適合しているか確認するきっかけになる。
- 「発注者と受注者の間」や「大企業の経営層と購買部門の間」にある取引価格の実態に関する認識ギャップの解消や、取引条件の「しわ寄せ」防止、「適正な取引価格」の実現につながる。
- サプライチェーンの中で、取引先に価格協議を申し入れるきっかけにできると期待できる。
- 取引先との共存共栄の関係を築こうとする会社（ホワイト企業）として、認知される。
- 「SDGs」（持続可能な開発目標）の取組みを同時達成。「CSR」（企業の社会的責任）や「CSV」（共通価値の創造）等にも合致する。

### 宣言企業の特典

- ▶ 「宣言」が公式ポータルサイトに掲載・公表される
- ▶ 宣言企業は「ロゴマーク」を使うことができる
- ▶ 一部の補助金（ものづくり等補助金や省エネ補助金等）で加点措置が講じられる

### ロゴマーク

