

10月の税務

- 10月11日
 1. 9月分源泉所得税・住民税の特別徴収税額の納付
- 10月17日
 2. 特別農業所得者への予定納税基準額等の通知
- 10月31日
 3. 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〉
 4. 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〉
 5. 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〉
 6. 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)
 7. 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〉
 8. 消費税の年税額が4800万円超の7月、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か月分)〈消費税・地方消費税〉
- 10月中において市町村の条例で定める日
 9. 個人の道府県民税及び市町村民税の納付(第3期分)

中央税務会計事務所ニユース

《通信欄》

朝晩は涼しくなってきました。秋を感じて
ききました。かいかかお過ごしでしょうか。
新型コロナウイルスに関する生活調
査というものがありません。これは博報堂
生活総合研究所の調査で「生活総研」
の「生活調査」で検索できます。感染拡大
前の普段の状態を百点とすると、現在
は何点かを聞いた指標です。対象
者は首都圏の20才～69才の男女1500名。
9月の「生活自由度」は62点とあつて
います。調査開始より一番低い点が
62点(令和2年5月)と比べると9点
高い状況です。前年同月から8.3点増
加となっています。この指標は「不自由
」行動の抑制度、「行動の実態度」と
いう3つの項目からなっています。不自由
は前日と比べて海外の情勢、「自分や家族
の健康」に関して不安のポイントが減った
と感じています。一方で「自分や家族の仕事
収入のポイントが上がります。」「行動の抑
制度」につきましても外出、「外食」規
制、「ギャンブル」等全ての項目で控えめ
行動についてポイントが減っています。
最後に「行動の実態度」ですが、こ
うは取り組んでいる行動30項目ありま
す。その中で「インターネット通販や出前の利用
」「自宅用車での移動」のポイントが減少して
います。前年同月比だと「家の中でゲーム
」「娯楽」や「インターネット通販等」遊ぶ時間
をさげる行動・思い物のポイントが大幅
に減少しました。回答理由に「感染未増
への不安もあるが、対策しながら行動して
いる。不自由に慣れた」といった声があります。

●発注者企業と価格交渉の実施状況●

発注側企業に協議を申し込み、話し合いに応じてもらった。(協議の結果、価格が変更されなかった場合も含む)	61.4%
コストは上昇しているものの、自社で吸収可能と判断したため、発注側企業に協議を申し込まなかった。	12.4%
発注量の減少や取引を断られるおそれがあること等を考慮し、発注側企業に協議を申し込まなかった。	5.5%
発注側企業に協議の申し込みを行ったが、応じてもらえなかった。	2.9%
取引価格を減額するために、発注側企業から協議を申し込まれた。(協議に至らない一方的な通知を含む)	1.5%



価格転嫁の拒否と 買いたたき規制の強化

—公正取引委員会

公正取引委員会と経済産業省は、燃料費や仕入れ価格の上昇を取引価格に反映しない「買いたたき」をめぐり、法律上の解釈をこれまでより厳しく認定しました。適正な値上げ要請に対し、不当に従来の取引価格で納入させた場合、下請法や独占禁止法に該当する可能性があります。そこで今回は価格転嫁の拒否と買いたたき規制の強化について取り上げます。

下請法(下請代金支払遅延等防止法)はこれまで、企業に極端に低い価格で発注したり、理由なく据え置いたりする行為を「買いたたき」と認定し禁じてきました。ただ公取委は物価上昇圧力で中小を含めた賃上げが求められるなか、より踏み込んだ対応が必要だと考え、買いたたき行為を厳しく認定しました。

公取委の下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準によりますと、下請け企業が価格転嫁を求めたのかかわらず、門前払いするような行為は、それ自体が買いたたきに該当する可能性が高くなります。

また、協議に応じない理由を書面やメールなどで説明しないケースも、

新たに買いたたきに該当すると明示しました。これまで回答手法は例示していませんでしたが、口頭によるやりとりをできる限り少なくする狙いがあります。

■買いたたきの事例■

・親事業者は、下請事業者から燃料価格が上昇したため、上昇分の取引価格への反映を求められたにもかかわらず、運送料金は荷主との間で既に決まっておき、荷主の業界の景気が悪い状況で下請事業者に利益を還元することは困難であるとして、下請事業者と十分に協議をすることなく、一方的に従来どおりに取引価格を据え置いていた。【道路貨物運送業】

・親事業者は、下請事業者から、鋼材の仕入価格が高騰したことを理由に単価の引き上げを求められたにもかかわらず、顧客が認めない限り、値上げ要請には応じないとして、下請事業者と十分に協議をすることなく一方的に従来どおりに単価を据え置いていた。【輸送用機械器具製造業】

■企業の対応■
 〈受注者側〉
 下請事業者(受注者)は弱い立場にあり、取引先との関係悪化が懸念されますが、勇気をもって価格交渉

に臨む必要があります。

価格交渉では、価格の根拠となる客観的なデータを提示する必要があります。材料費の高騰であれば、この材料がこのくらい上がっているの、その分の値上げをお願いする。

もし無理ならば、価格の安い他の材料を使用することもできる、というように、対案や代替案を用意しておくことよいでしょう。交渉経緯は、書面で残すように心掛けましょう。

〈発注者側〉

値上げ要請に対し、「真摯に対応する」必要があります。要請を即座に拒否することは、法的リスクが高まるといえます。受注者(下請事業者)から詳しく事情をヒアリングし、値上げに応じるときは応じましょう。値上げに応じない場合や、要請より値上げ幅を抑える場合には、合理的な理由が必要となります。

〈下請かけこみ寺〉

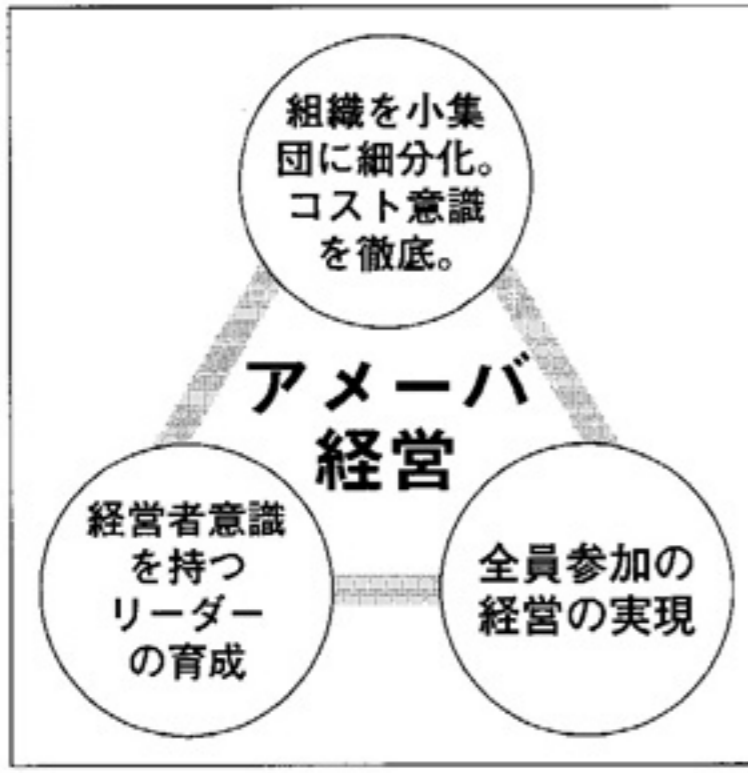
下請かけこみ寺は、国が下請取引の適正化を目的として、各都道府県に設置した「無料の相談窓口」です。代金の未払い、減額、返品、受領拒否、買いたたき等の取引上のトラブル解決に向けて、専門の相談員・弁護士のアドバイスを受けることができます。



稲盛氏に学ぶ経営哲学 「アメイバ経営」を实践

京セラを一代で世界的企業に成長させ、経営破綻した日本航空の再建に尽力した京セラの稲盛和夫名誉会長が亡くなりました。少人数の集団を組織化して採算の向上を図る「アメイバ経営」を実践したことも知られ、故・松下幸之助と並び、「経営の神様」とも呼ばれました。そこで今回は、稲盛氏の経営哲学について考えてみます。

稲盛氏は鹿児島市で生まれ、鹿児島大学工学部を卒業後、京都の碍子（がいし）メーカーに就職し、1959年（昭和34年）に知人から出資を受けて、資本金300万円で京セラミック、現在の京セラを設立しました。みずから開発した工業製品



向けのファイインセラミックスの技術をもとに事業を拡大し、一代で世界的な企業に成長させました。

また1984年（昭和59年）には通信の自由化の流れを受けて電電公社、現在のNTTに対抗するため第二電電（DDI）を設立し、2000年にKDDなどと合併して今のKDDIに発展させました。

さらに、2010年（平成22年）には経営破綻した日本航空の会長に就任。社員に対して採算性の意識を徹底して持たせることで再建を実現し、破綻から2年8か月という異例の早さで東京証券取引所への再上場につなげるなど、経営手腕を発揮しました。

こうした稲盛氏の実体験から生ま

れたのが「アメイバ経営」と呼ばれる経営手法です。

組織をアメイバ（細胞）に見立てて、数人単位の小集団に細分化し、その小集団にリーダーを任命し、各アメイバをひとつの企業とみなし、独立採算制で運営する手法です。各アメイバの成績を日々明確にし、経営者意識を持ったリーダーを育て、また、社員の末端まで、コストを意識した体制を構築するものです。

アメイバ経営の目的は、「全員参加経営」を目指すことにあります。全従業員が経営者の視点を持つことで、一人ひとりが自分の収益性や状況を認識し、創意工夫や自発的な意思行動をしていくことにつながります。

■「フィロソフィ」（哲学）■

こうした経営や組織運営を行うベイスとなる考え方が稲盛氏の経験則から生まれた「フィロソフィ」と呼ばれる哲学（考え方）です。

企業の在り方や進む方向性を示す「企業理念」という言葉があります。が、「フィロソフィ」は、行動を決定する根拠となる価値観やルール、行動規範に近い概念です。

稲盛氏は、「フィロソフィ」とは「公平、公正、正義、誠実、忍耐、努力、利他」などの言葉で表される、人間

として正しい判断基準と定義していません。誰に対しても恥じることのない公明正大な経営や組織運営を行っていく重要性を説いた考え方は、こうした考え方は、京セラやKDDIのほか、日本航空の経営再建にも生かされ、アメイバ経営を導入している多くの企業では、自社に適した「フィロソフィ」を定義しています。

また、稲盛氏は、経営者本人が常に自らに厳しく「フィロソフィ」を課し、その姿を示すことができれば、それを見た従業員もおのずから「フィロソフィ」の実践に努めようとする、と説いています。

稲盛氏の経営哲学は、国内外の多くの経営者に受け継がれています。海外ではネット通販最大手、アリババグループの創業者、ジャック・マー氏や、中国の通信機器大手、ファーウェイの創業者など、中国を代表する経営者も稲盛氏の経営哲学を取り入れていきます。

実際に多くの大企業を成功に導いたアメイバ経営ですが、その哲学には中小企業にとっても有益な教訓が詰まっています。全員参加型の経営手法や「フィロソフィ」の考え方も、自社にアレンジして導入してみたいかがでしょうか。