



NAOだより

編集発行人

NAO税理士法人

代表社員

赤堀 安宏

〒500-8335

岐阜市三歳町4-2-10

TEL 058(253)5411(代)

FAX 058(253)6957

◆ 8月の税務と労務

8月

(葉月) AUGUST

11日・山の日

国 税／7月分源泉所得税の納付 8月10日

国 税／6月決算法人の確定申告(法人税・消費税等)

8月31日

国 税／12月決算法人の中間申告 8月31日

国 税／9月、12月、3月決算法人の消費税等の

中間申告(年3回の場合) 8月31日

国 税／個人事業者の消費税等の中間申告 8月31日

地方税／個人事業税第1期分の納付

都道府県の条例で定める日

地方税／個人住民税第2期分の納付

市区町村の条例で定める日

日	月	火	水	木	金	土
.	.	.	.	.	.	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	.	.	.	.	.



国際観光旅客税の引上げ 日本から出国する際に航空券などの代金に上乗せして徴収される税金。これまでは出国1回につき1,000円でしたが、今年7月以降の出国から3,000円へと引き上げられました。税収はオーバーツーリズム(観光公害)対策や、日本人が安心安全に海外旅行を楽しめるようにするための環境整備などに充てられます。

分野調整法

中小企業の事業機会を守る

分野調整法は、正式名称を「中小企業の事業活動の機会の確保のための大企業者の事業活動の調整に関する法律」といい、大企業が中小企業の携わる事業分野に過度に入りすぎないように調整するための法律です。

1950年代半ば以降、日本は鉄道や自動車などのインフラ整備、テレビやクーラーの普及などにより、年平均10%超という高度経済成長を遂げたものの、1973年のオイルショックにより経済成長が突如としてストップしました。原材料費や燃料費が高騰し、企業規模を問わず、さまざまな国内企業の経営を圧迫しました。

これを受け、製造業や小売業、サービス業など、それまで中小企業が多く占めていた分野に大企業が参入するケースが相次ぎました。規模が大きく資金力がある大企業は、充実した設備で大量の商品を生み出すことができるため、中小企業は対抗できず、廃業に追い込まれるケースも少なくありませんでした。

中小企業の倒産が続くと、地域経済の衰退にもつながる可能性があります。この事態を重く見た国は「中小企業の権利を守りつつ、自由な市場競争を阻害しすぎない」ためのルール

を整備するため、1977年に分野調整法を成立させました。

調整の仕組み

分野調整法では、中小企業が多く手がけている事業分野に大企業が参入し、中小企業の経営機会を奪う恐れがある場合、国が間に立って調整を行う仕組みがとられています。

過去には、炭酸飲料の「ラムネ」や「シャンメリー」、さらには「豆腐」などで分野調整法における調整が実施されたことがあります。

例えば豆腐の場合、昔から地域ごとに中小企業（いわゆる「町の豆腐屋さん」）が製造・配達を行っていましたが、そこへ大企業が参入し、工場で大量生産された豆腐がスーパーなどで出回ってしまったため、昔ながらの中小企業の廃業懸念が高まりました。このため、分野調整法に基づき国が介入し、大企業に対して製造・販売規模を抑えるよう勧告が行われました。

勧告中心だが罰則もあり

分野調整法による国の介入では「勧告」や「命令」が行われますが、命令に至るケースは極めてまれである点は押さえておく必要があります。大企業に対して「中小企業の活躍の場を奪わないで欲しい」と事業規模の抑制や参入時期の調整を勧

告として求め、その後に命令を出す段階まで進むケースは減多にありません。勧告の場合は、あくまでも調整対象となる大企業の「自主的な対応に期待する」というスタンスであり、法的な強制力はありません。

ただし、罰則規定は設けられています。例えば、国が求める資料の報告を怠ったり、虚偽の報告を行ったりした場合には、十万円以下の罰金刑に処せられる可能性があります。なお、この報告とは、中小企業などが調査を申し出た事業に関し、大企業に対して求められる事業計画や価格帯、販売ツールなどの資料を指します。その他、国が実施する立ち入り検査への協力を拒否したり、妨害行為を行った際も罰則の対象となり得ます。

現在の位置づけ

分野調整法は、勧告が行われるまで一定の時間を要することや、現在ではあまり利用されておらず、実務上は「独占禁止法」や「中小受託取引適正化法」などにより、問題となっている企業に直接規制をかけるような方法が多く採られているようです。

しかし、違法ではない大企業の参入に対して国が調整を行える仕組みとして、分野調整法は現在も存続しています。

企業の評判に関わるリスク

悪評などが広がることで企業の信頼や価値が低下し、損失が生じる可能性を指す言葉が「レピュテーションリスク」です。評判や名声などを意味する英語「reputation(レピュテーション)」が発祥の造語です。

「悪い評判」が 企業活動に与える影響

企業にとって信頼は生命線です。「あの企業の商品は壊れにくい」「あの店の料理は美味しい」といった良い評価や評判が増えるほど、顧客が集まり、企業の利益へとつながります。その一方で、「質が落ちた」「不味い」などの悪評が広がれば、顧客離れや売上低下、つまり「レピュテーションリスク」が高まります。

昨今では、店舗や商品に対する評価のみならず、その企業の体制や社員の言動が評判に影響を及ぼすケースも増えています。飲食店社員の悪ふざけ動画の拡散、個人情報への漏えい、行政処分、社内のパワハラ体制が露呈した場合などです。これは、インターネットの発展に伴いSNSが普及したことで、さまざまな意見や投稿が一瞬で広がるようになった点が要因として挙げられます。通常であれば注目されることのない、一般人が投稿した何気ない一言でも、結果として大炎上というレピュテーションリスクにつながる可能性が増加しているということです。

さらに厄介なことに、一

レピュテーション リスク

度低下したレピュテーションを回復することは容易ではありません。悪い評判を完全に払拭するためには、相当の企業努力が求められます。

評判を守るための 主な取組み

企業が自社のレピュテーションを低下させないためには、主に次のような対策が必要です。

①企業体制の整備

レピュテーションリスクを防ぐためには、外部に安心して自社商品やサービスを提供できる体制を整えることが重要です。例えば、入社時やフォローアップ、配置転換時などの節目ごとに社員教育を行い、商品・サービス提供側のスキルアップや倫理感を養う方法も有効です。また、提供する商品・サービスの品質管理や提供環境管理により、

常に質の良いものを安心して提供できるような環境を整える必要もあります。

②モニタリングの実施

SNS投稿や口コミ、アンケート、問合せサービスなど、自社に対する意見が集まるさまざまな媒体を定期的にチェックし、外部からの意見を収集・検討します。特に、ネガティブな口コミやクレームが急増する事態には気を付ける必要があります。会社が把握していない場面で批判的なコメントが広がっている可能性があるためです。

③リスク発生時の対応

社内で細心の注意を払って対応をしていたとしても、時には悪い評判が広まってしまうケースがあります。このような場合は、迅速かつ誠実な対応が不可欠です。具体的には、まずは悪評の出所の事実確認や関与者、被害の大きさを確認し、必要に応じて公式発表やお詫び文などの事後的な対応、そして再発防止策など未来に向けての対応を取ります。対応が遅れたり、不誠実な姿勢は、更なる悪評の火種となりますので避ける必要があるでしょう。

④再発防止策の策定

レピュテーションリスクへの対応後は、再発を防ぐための対応策や現体制の見直しを行います。リスク発生後の対応如何によっては、むしろ企業イメージの向上につながる可能性もありますので、リスク発生から収束までの一連の流れをマニュアル化しておくことも非常に有効です。

お得に利用！ 「駐車場シェアリングサービス」

昨今、民泊やカーシェアなどのさまざまな「シェアリングサービス」が人気を博しています。その一つとして注目されているのが「駐車場シェアリングサービス」です。

駐車場シェアリングサービスとは、空いている駐車スペースを時間単位・1日単位で貸し出すサービスのことです。日本では、「特P」や「akippa」などが代表的で、いずれのシステムでも個人・法人を問わず駐車場オーナーになることができます。オーナー登録を行う際は、まず個人（法人）情報やメールアドレスを登録してアカウントを取得し、駐車場の住所や写真、広さ、料金などを登録した上で、運営会社の審査を受けることになります。

一方、利用者側は、まず専用アプリやWebサイトで場所や日時を入力して、希望の駐車スペースを検索します。その上で、

クレジットカードなどで決済を行い利用します。駐車スペースには管理人が常駐しているわけでないの、人の手を介さず希望の駐車場を利用することが可能です。

駐車場シェアリングサービスのメリットとして価格面が挙げられます。一般的なコインパーキングより安価で利用できるケースが多く、事前予約制を取っているため確実に駐車場を利用できる点も利点です。

他方、駐車場オーナー側のメリットは、空いているスペースを有効活用して収益化することができる点にあります。また、特別な建物を造る必要がなく、初期投資無しで空き地を駐車場として活用できる点もメリットの一つでしょう。その一方で、もともと駐車場として整備されていない場所であるが故に十分なスペースがとられていなかったり、分かりづらい場所にあったりするケースも報告されています。利用時には事前に広さや車両制限の有無、キャンセルポリシーなどをしっかり確認しておく必要があるでしょう。

うま確フード

うま確フードとは、見た瞬間「絶対に美味しい」と直感でき、実際に食べても期待を裏切らない食べ物を指します。「うま確」とは「確実に美味しい」といった意味で、チーズがとろけて伸びるピザ、肉汁があふれる鉄板ハンバーグ、湯気の立つ熱々のラーメンなど、視覚だけで味のクオリティが想像できるものが典型例です。

また、うま確フードには「映える」ことも欠かせません。インスタグラムやTikTokなどの流行に伴い、トレンド商品には「写真映え」が求められるようになりました。美味しさが一目でわかる「うま確フード」がSNSなどに投稿されることで、投稿者は再生数が伸び、閲覧者は見た目も味も保証された食事を安心して選べるという、双方が得をする結果が生まれます。

フェイクニュースが溢れ、ネット上の情報の真偽を見極めにくい昨今は特に、食べて失敗するリスクが少ない「うま確フード」を選ぶ傾向が強まっているようです。

ひつこく歳時記 箸の日

8月4日は「箸の日」です。「は（8）」「し（4）」の語呂合わせに由来し、1975年に制定されました。愛知県の割り箸製造業者が提唱したもので、2014年には日本記念日協会により正式な記念日として認定されています。

箸は日本人の生活に欠かせない道具であり、二本を揃えて使う形状から、「縁結び箸」や「夫婦箸」、「厄除け箸」などで、神社で授与される縁起物としても親しまれています。箸の日には、長年使用した箸に感謝を込めてお清めする「箸供養」が各地で行われています。

ちなみに、11月11日も箸の日です。こちらは日中韓の専門家が所属する「箸の国際学術シンポジウム」によるもので、箸の世界遺産登録を目指す活動の一環として制定されました。