



けいそう
勁草法律事務所

「疾風に勁草を知る」
「会社経営者・個人事業主の皆様にとって
いつでも頼れる存在に」

稲荷町電停方面から当事務所所在ビル
JR広島駅から徒歩8分／稲荷町電停 徒歩2分

お問い合わせ、ご予約
082-569-7525

おはようございます。勁草法律事務所です。

ここ最近湿度が低く、梅雨とは思えない晴れ間が広がり、逆に急な暑さについていけない方もおられることと思います。今年は紫陽花が咲くのも早かったですが、今日通り掛かったところでは夾竹桃の花がもう咲いていました。新型コロナは緊急事態宣言が延長になり、もうあと一か月弱は今の状況が続きそうで落ち着かないところですが、この暑さも相まって体調管理にはくれぐれもお気をつけてお過ごし頂ければと思います。

今回のオリジナルの記事は、従業員がSNSで業務に関わる情報を漏洩するのを防ぐ方法等に関する記事、SNS投稿や動画投稿サイトで自社消費・サービスをPRするにあたって注意すべきことについての記事です。それ以外の記事は今回は税務会計に関するものになります。

御社・御事務所のご経営・運営に少しでもお役立て頂ければ幸いです。引き続き新型コロナウイルスの早い終息をお祈り申し上げます。



従業員がSNSで業務に関わる情報を漏洩するのを防ぐには？

21.05.30 | オリジナルメルマガ



FacebookやTwitter, InstagramといったSNS（ソーシャルメディア）を日ごろから利用されていることと思います。Facebookは公開範囲を限定することができますし、Instagramは非公開の設定をすることも可能です。ただ、限られた公開範囲にしていたとしても、その中でたとえば業務で知りえた個人に関する情報を掲載した場合、それを見た人から拡散するリスクは十分にあります。そうはいても、従業員の方にそういったSNSを業務外を含め全く利用しないようにと求めることは現実的ではありません。

今回は、従業員の方々がSNSを利用することを前提に、その中で業務に関する事項等を掲載されないようにするにはどうしたらよいか、また仮にそういった掲載があった場合の対処法について取り上げます。



○業務に関わる情報を漏らさないように研修等で伝えることが大事

よくあるのは、投稿されたあとのことを深く考えずに、業務に関わる情報などを書いてしまうというケースです。例えば来店者経由でコロナ感染が拡大した場合、その来店者の情報がSNSに公開されてしまうという場合です。

看護師や薬剤師など一定の職にある人が漏らすときには、秘密漏示罪という刑法上の犯罪に該当するおそれが出て来ます。仮に処罰されなかったとしても、そういった重要な個人情報が洩れる会社、ということで地域での信頼や評判に大きな影響を与えかねません。ですから、日ごろよりそういった漏洩が起きないように対処をすることが何より大切になります。

就業規則に業務により知りえた情報を外部に漏らさないようにと定め、そういったケースがあると懲戒処分にあたる旨規定してあることも多いでしょう。しかし、就業規則に定めるだけであれば、日ごろから従業員があまり確認するものではないことから、浸透しにくいといえるでしょう。日ごろから朝礼や会議で確認する、研修を行うなどして定期的に情報漏洩が起きないように、また起きた場合はどういった問題が生じるのか、具体的にイメージしてもらえるようにすることが大切になってきます。

また、SNSを利用する際のルールやどういった発信をしないようにすべきか、問題ある発信をした場合にどのような制裁がありうるかについては、ガイドラインで具体的に定める方が良いでしょう。

SNSの種類や仕様などは常に変わることから、一度定めてしまってもそのままにするのではなく、必要に応じて定期的に見直すことも必要でしょう。

OSNSによるトラブルが発生した場合対応する部署を設けるとスムーズ

前述のような研修や就業規則・ガイドラインで定めていたとしても、従業員による問題あるSNSが見つかったりすることがあります。

そのような場合にスムーズに対応できるようにするために、窓口を設けておくのも一つです。対応する担当者を決めておくと、いざそういった相談などがあった場合に誰が対応するかであたふたせずに済むでしょう。実際に問題あるSNSがあるときは、その後拡散するリスクがあります。拡散してしまってからでは、削除請求などの手続きを取る手間が出てくるため、会社での負担が大きくなりかねません。そうなる前にできるだけ早めに対処できるように整備しておくことも今後より重要になるでしょう。

また、実際に問題ある書き込みが見つかった場合には誰が書き込みをしたのかなど調査をした上で、どのような対応が必要になるか検討します。そして、実際に業務に関する情報が洩れていたのであれば、それに関する被害者の方への謝罪や今後の改善策を説明する機会を設けることが必要になります。こういった部分に関する対応については、以後の法的トラブル回避の必要性が高いことが多いため、専門家などに相談することで慎重に進めることが大切になってきます。

SNS投稿や動画投稿サイトで自社商品・サービスをPRするにあたって注意すべきこととは？

21.05.30 | オリジナルメルマガ



もうすでに自社のビジネスを広く知ってもらうためにSNS投稿や動画投稿サイトを利用されている方がおられます。さらにこのコロナ禍の中、往来が制限されているということもあって、これからこういった投稿やサイトの利用を本格的に行う方も増えてきているのではと思います。ただ、登録にあたっては個人利用の場合と異なり、規約やポリシー上の制限が課されていることがあります。また、利用の仕方によっては、別の法律の規制に反しないか注意する必要がある出てくる場合があります。

そこで今回はこういったSNS投稿や動画投稿サイトをビジネスで利用するにあたっての注意点について取り上げます。



○まずは当該SNSの規約・ポリシーの確認を。

昨年4月の民法改正により、「定型約款」の定めが新たに設けられました。SNSの規約やポリシーは、規約を適切に表示し、それに対して利用者が同意をすることで登録すればその規約やポリシーがユーザーやサイトを運営する会社と利用者との契約内容になります。具体的に法人（ビジネス）アカウントが取得できるか、商用で使えるか、その場合どういったアカウントであれば使うことが出来るかといった点は規約などで確認をすることが出来ます。

例えば、Facebook、Instagramとも法人（ビジネス）アカウントの作成ができます。Facebookの場合、個人アカウントでは私的利用目的でないとタイムラインの使用ができないとされています。ビジネス利用であればFacebookページを別途作成されますので、そちらを使うことが想定されています。

OSNSでキャンペーンを行う場合には規約等のほか、景品表示法にも注意を。

割と見られるのが、SNSを使って懸賞などのキャンペーンを行う場合です。FacebookやTwitterなどでは、懸賞なども含めキャンペーンなどをSNSで行うときの注意事項を取り決めているものがありますので、懸賞を行う場合には必ず規約などを確認してからするようにしましょう。Twitterでは「キャンペーンの実施についてのガイドライン」でルールが定められています。

また、Instagramの場合には、「Instagramプロモーションガイドライン」、「Instagramコミュニティガイドライン」「開発者ポリシー」がこういったキャンペーンを行うにあたって参照すべき箇所になります。ただ、分かりにくいのが難点になっています。「Instagramプロモーションガイドライン」では、公式ルール・規約と資格要件（年齢・居住地域の設定など）、プロモーション・提供される商品や賞金に適用される規則や規制を遵守し、合法的に運営することが求められています。こういった懸賞などによるキャンペーンを行うときは、景品表示法の規制がかかってきますから、こちらの規定にも目配せしておく必要があります。

「Instagramコミュニティガイドライン」では、「いいね！」やフォロー、コメントを含むやり取りの見返りとして、金銭や金券などのプレゼントを申し出ないように、とあります。結局のところ、Instagramを使って行えるキャンペーンは、プロモーションを行う商品やサービスに関するものであって、抽選・選考の上該当者が選ばれること、抽選・選考にあたっての条件を明記してあること（指定のハッシュタグをつけて写真投稿・テーマに沿ったコメントをする、など）が必要になります。ですから、フォローといいねをした人全員にプレゼント、といった企画は抽選・選考を経ずInstagramのガイドラインに抵触するおそれがあるので注意しましょう。

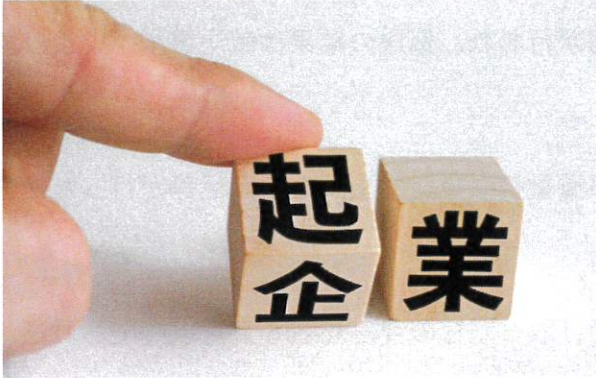
他方、景品表示法上は「景品類」にあたるには顧客を誘引するための手段として・事業者が自己の供給する商品またはサービスの取引に付随して相手方に提供する・物品、金銭その他の経済上の利益、であることが必要とされています。そのため、懸賞に応募するための条件が上記のようなSNSのアカウントをフォローすることだけであれば、商品やサービスの購入がなくても応募ができるということになります。そのため、「事業者が自己の供給する商品またはサービスの取引に付随して相手方に提供する」（取引に付随して）という要件にあたらなないので、結局キャンペーン応募でプレゼントされるものは景品表示法上規制対象になる「景品類」にはあたらなくなります。したがって景品表示法上の問題は出て来ないということになります。

しかし、SNSへのキャンペーン申し込みにあたって、商品を購入して番号などの入力が必要、とすると、取引に付随するような事情が出てくるので、景品表示法の適用も踏まえての対応がされている必要が出てきます。

このように、特にSNSを使ってのキャンペーンを行う場合には、当該SNSで独自に定められている規約やガイドラインなどを参照することを要するほか、景品表示法などの法律の規制も確認しなければならないことに注意しましょう。

会社設立後に必要な『税務手続き』を把握しておこう

21.05.25 | ビジネス【税務・会計】



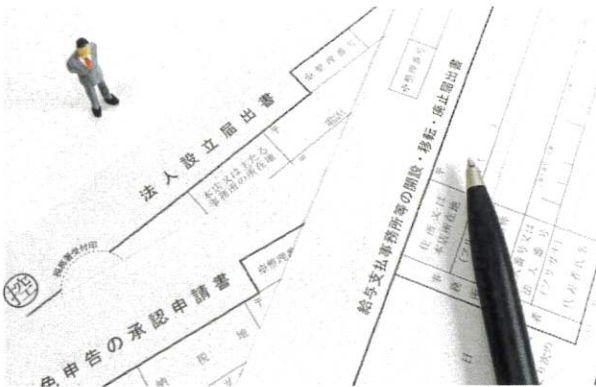
定款の作成や設立登記などを行い、晴れて会社を設立した後

も、実際に法人として運営していくには、税務関係、労働・社会保険関係のさまざまな届出が必要となります。

このうちもっとも提出する書類が多いのが、税務関係の届出です。

届出に関しては、要件や書式などが細かく決まっており、書類によって提出期限も異なるため、注意が必要です。

今回は、経営者なら知っておきたい、会社設立後に必要となる税務手続きについて紹介します。



法人設立後に税務署に提出が必要な書類

会社設立後に必要となる税務関係の届出書類には、一般的に、『法人設立届出書』を筆頭に、『青色申告の承認申請書』『給与支払事務所等の開設届出書』の3つがあります。

法人によっては、このほかの書類が必要となるケースもありますが、まずはこの3つについて、確認していきましょう。

いずれも提出先は所轄の税務署となります。

●法人設立届出書

会社を設立した事実や代表者氏名、事業所の所在地、事業の目的など、いわゆる会社概要を税務署に届け出るためのもので、税務関係の書類のなかでは最も基本的な書類です。

添付書類の『定款、寄付行為、規則又は規約等の写し』とともに、会社の設立の日以後2カ月以内に提出しなくてはなりません。

提出すると、税務署から税金関連の書類が送られてきます。

●青色申告の承認申請書

確定申告の際に青色申告を行うための書類です。

確定申告には白色申告と青色申告があり、青色申告を選択すれば、少額減価償却資産（30万円未満）の取得価額の損金算入や欠損金の繰越控除、欠損金の繰り戻し還付などが受けられるメリットがあるため、こちらを選択する会社がほとんどでしょう。

青色申告をするためには、前もって青色申告の承認申請書を提出して承認を受ける必要があります、提出しない場合は自動的に白色申告になります。

申請書の提出期限は、会社設立の日以後3カ月以内もしくは最初の事業年度の終了日のうち、いずれか早い日の前日までとなります。

●給与支払事務所等の開設届出書

会社が従業員に給与を支払う際に、源泉徴収をするために必要な書類です。

事務所を開設した日から1カ月以内に届け出る必要があります。

法人設立届出書は自治体にも提出が必要

なお、『法人設立届出書』の提出先は、税務署だけではありません。

法人住民税や事業税などの地方税を納めるために、各都道府県の所管の県税・都税事務所と、市区町村役場にも提出しなければなりません。

提出に関するルールは自治体ごとに定められているので、それに従うようにしましょう。

たとえば、東京都の場合、『定款、寄付行為、規約等の写し』と『履歴事項全部証明書の写し』を添付し、事業を開始した日から15日以内に提出するよう定められています。

特例を受ける場合に提出が必要となる書類

以上にあげた書類のほか、特例等を受けたい場合などに任意で提出する書類として、以下のようなものもあります。

●源泉所得税の納期の特例の承認に関する申請書

従業員が常時10人未満の会社は、給与や賞与、税理士等の士業に係る源泉所得税を、半年に一度の納付とする特例を受けることができます。

申請書の提出先は所轄の税務署で、提出した日の翌月に支払う給与等から適用されます。

●棚卸資産の評価方法の届出書

自らがどの方法で棚卸資産を評価するのかを税務署に知らせるためのもので、提出しない場合は自動的に『最終仕入原価法』で評価することになります。

届出書は、最初の事業年度の確定申告書の提出期限までに、所轄の税務署に提出します。

●減価償却資産の償却方法の届出書

自らがどの方法で減価償却資産の償却を行うのかを税務署に知らせるためのもので、提出しない場合は機械装置や車両運搬具、器具備品は自動的に『定率法』を採用することになります。

法人の減価償却の方法については、機械装置、車両運搬具、器具備品などは定額法と定率法のいずれかを選択でき、建物、建物付属設備、構築物、ソフトウェアなどについては定額法で行うことが決められています。

届出書は、最初の事業年度の確定申告書の提出期限日までに、所轄の税務署に提出します。

会社設立の際の届出は記入すべきことが多く、手間がかかりますが、役所側から催促されることはないため、経営者自身が忘れずに提出しなければいけません。

提出すれば節税効果が見込めるものもありますから、記入漏れなどがない状態で期限内に提出できるように、しっかりと準備をしておくことが肝要です。

※本記事の記載内容は、2021年5月現在の法令・情報等に基づいています。