



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。

ようやく新型コロナ感染拡大、天候とも落ち着き、秋晴れが割と広がるようになりました。彼岸の時期も過ぎ、いよいよ10月に差し掛かって来ます。今月中で緊急事態宣言がすべて解除される報道も出ています。季節柄お出かけしやすいシーズンですが、移動が増えるとまた感染が拡大するようですので、当面は感染予防に気を付けながらの活動になりそうです。

今回のオリジナルの記事は、仕入れ税額控除と帳簿や請求書の保存の意味合いに関する記事・先日約20年ぶりに改正された脳・心臓疾患の労災認定の基準についての記事です。それ以外の記事はマーケティング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。



意外な落とし穴に注意,消費税の仕入れ税額控除と帳簿や請求書の保存の意味合い。最近の裁判例を踏まえて

21.09.06 | オリジナルメルマガ



輸入貨物の引き取り以外では,原則として,個人事業主(当事務所もこちらに該当)あるいは法人は,消費税の課税取引を行い,課税売上高が1000万円を超えると,消費税の納税義務が生じます。

ここでは,消費税の細かな話には触れませんが,ここ数年税務調査の事前通知と帳簿や請求書の保存をしたといえるかどうか(仕入れ税額控除を認めないことで納税者側に大きな負担が生じた)ケースがありましたので,この話を触れておきます。

なお,以下では課税取引とは何か・非課税取引や不課税取引,特定仕入れ・基準期間・免税事業者の話などは長くなるため割愛します。

○仕入れ税額控除とは?

とはいえ,いきなりではわかりにくいので,仕入れ税額控除とは何かということについて触れておきます。大あざっばに行って消費税は,一種の預かり金としてお客様からお支払いいただいた消費税を納税する制度といえます。仕入れた材料に手を加え,販売する場合,仕入れ及び販売のいずれもが消費税の課税取引であれば,それぞれに消費税の支払いが転嫁されます。つまり,仕入れの場面では,仕入れ額に消費税が上乗せされ(これを販売側に負担させることは独占禁止法などの別の法律違反の問題が出てきます),仕入れの販売業者が納税します。販売の場面では消費税分を上乗せし,販売した側が納税することになります。

こうした仕入れ⇒販売の流れの中で蓄積された仕入れに関する消費税額を差し引くことを「仕入れ税額控除」といいます。消費税では,他の税額控除を含めて税額控除分を差し引くことで納税する消費税分がおおまか決まってきます。そのため,仕入れ税額控除が認められるかどうかはかなり重要なポイントになってきます。

仕入れ税額控除には,控除の対象とした取引が課税仕入れに該当する取引かどうか(該当しないと控除はできません)・昨年法改正がなされましたマンションの仕入れとして購入しその後賃貸(住宅については非課税取引)に売却まで使っていた場合の消費税の扱い等様々な問題があります。今回ここまで触れていることはできませんが,今回の帳簿や請求書などの保存という話に必要な限度で触れておきます。

仕入れ税額控除を受けるには、これまで何度かの法改正がなされましたが、現在は帳簿と区分記載等請求書の保存が義務付けられています。最近話に聞くようになりましたインボイス（適格請求書・適格簡易請求書）の導入が令和5年10月1日からなされますが、保存に関してはこの請求書とともに帳簿についても保存しておく必要があります。簡易課税制度の適用を受ける場合には問題にはなりません。

そして、仕入れ税額控除を受けるには、帳簿と請求書の保存をしておくか・保存していない場合には災害などやむを得ない事情によることが必要とされています。この規制はインボイス導入後も変わりません。

○裁判例における請求書や帳簿の保存とは？

今回触れる裁判例の判断のもとになった最高裁の判断として、最高裁平成16年12月16日判決などがあります。このケースでは、税務調査に対して帳簿の提出に協力をしなかった（ただし、税務調査は適法に行われた）ところ、仕入れ税額控除を認めず消費税の課税処分等を行ったものです。

問題となったのは、帳簿や請求書の「保存」の意味ですが、結論として保存+税務調査時に税務署職員から提示を求められた場合に提示できるようにしておく状態を指すと判断しています。「保存」という言葉から飛躍している感はありますが（実際反対意見でその旨述べられています）、国内で行われた課税仕入れの事実を帳簿や請求書の県債により確認できる場合に、仕入れ税額控除の適用を認めるのが法令の趣旨であることを理由としています。

○最近の裁判例で問題となったこと等

ごく最近、税務調査での帳簿や請求書などの資料開示に納税者サイドが応じない・応じるか否かのやり取りが繰り返されたケースで、「保存」していないから、仕入れ税額控除を認めなかったケースが存在します（東京地判令和1年11月21日判決・東京高判令和2年8月26日で維持され、その後上告不受理）。

このケースでは、税務調査を行う場面で法令上原則として要求されている事前通知がなされなかった・その理由を確認できる案で税務調査に応じられないというやり取りがなされているうちに、課税処分がなされたという点に特徴があります。

税務調査時に事前通知とは、調査日時や場所・目的・対象期間・対象となる帳簿資料等を調査を行う前に税務官庁から納税側に原則通知する義務を課しているものです。例外的に、事前通知をしていたのでは、違法不当な行為が容易になされる・調査の遂行に支障があるなどの場合に不要とされています。

このケースでは、事前通知なし調査の理由が何であるかが帳簿開示や調査協力の前提として問題になっていました。また、裁判においても例外に当たる話の通知や説明なく調査を行おうとする場合も先ほどの最高裁の判断と同様に考えられるのかも争点となっていました。

結論として、調査妨害などを防ぐために事前通知なしが認められている等の理由からその性質上納税者に開示できる性質の喪ではないと判断しています。この理由付けによると、税務官庁側に本来事前通知に関する法規制が及び、それゆえ争訟の場面では説明義務が生じるとは思われますが、調査の場面では説明の必要なく、納税者側は調査に応じる必要が出てきます。先ほどの最高裁の判断を前提にすると、一端は帳簿の開示に応じたうえで、国家賠償請求などを考える必要が出てくるものと思われます。もちろん、そこまでの話かという話を考える必要はあります。こうした点もあり、この判断には疑義を訴える見解も存在します（一例として、ジュリスト1562号134ページから137ページの評釈）。

このケースでは、判決文から伺われる限り、担当税理士の方の意向が強く働き（弁護士も代理人であったケース）という面がありますが、手続きの違法が基本的には課税処分を取り消し事由にはならないという裁判例の傾向もあり、どのような対応が得策かを検討する必要があるでしょう。

脳・心臓疾患の労災認定の基準が約20年ぶりに変更されました。改正のポイントは？

21.09.23 | オリジナル



○ 過労死の労災認定基準の基本的な考え方とは？

脳血管疾患・虚血性心疾患などの脳・心臓疾患は、動脈硬化などによる血管の病変や動脈瘤、心筋変性などが長い年月を経て発生・形成し、次第に進行して悪くなるとされています。

ただ、これにさらに過重な業務によって負荷が加わると血管病変が年月を経て自然に発生する場合と比べて著しく進んで、脳・心臓疾患が発症する場合があります。こういった脳・心臓疾患の発症に影響がある業務によって、明らかに過重な負荷があるものとして、発症に近い時期の業務の負荷・長時間にわたる疲労の蓄積を考慮しています。労基法75条2項では、「業務上の疾病」の範囲を厚生労働省令で定めるとしていますが、労基施行規則別表第1の2で、8号に列挙されています。この8号に該当するかの判断にあたって基準となる項目について今回約20年ぶりに改正されました。

なお、認定基準が扱う対象疾病は、脳血管疾患と虚血性心疾患等に大きく分けられますが、今回虚血性心疾患等の中に「重篤な心不全」が加えられています。

○ 脳血管疾患等の認定基準で実務上問題となるのは？

認定基準では、(1)から(3)のいずれかの業務による明らかな「過重負荷」を受けたことで、発症した脳・心臓疾患は業務に起因する疾病と取り扱うとしています。

(1) 発症前の長期間にわたり著しい疲労の蓄積をもたらす特に過重な業務（以下、「長期間の過重業務」といいます。）に就労したこと。

(2) 発症に近接した時期に特に過重な業務（以下、「短期間の過重業務」といいます。）に就労したこと。

(3) 発症直前から前日までの間に、発生状態を時間的、場所的に明確にしうる異常な出来事（以下、「異常な出来事」といいます）に遭遇したこと。

脳・心臓疾患を原因とする過労死等の認定は、業務で過重な負荷があったかどうかを中心にされますが、過重な負荷とみられる「異常な出来事」、「短期間の過重業務」「長期間の過重業務」のうち、実務で問題に

なるのは短期間・長期間の過重業務とされています。

短期間の過重業務で「発症に近接した時期」は発症前おおむね1週間とされています。発症前1か月間より短い期間だけに過重な業務がかかっていたときで、それより前の業務が過重とまで言えないため、「長期間の過重業務」にあたらぬ場合、発症前1週間を含めその期間に就労した業務が過重かどうかで見て、特に過重といえれば「短期間の過重業務」に就労したと判断するとしています。業務が過重かどうかの判断については、労働時間の長さが最も重要な要因として、発症直前から前日までの労働時間数、発症前1週間の労働時間数、休日の確保の状況などから検討して評価するとされています。

長期間の過重業務については、発症前の一定期間の就労実態などからみて、発症時の疲労の蓄積がどの程度であったかという点から判断するとしています。発症前の長期間とは発症前おおむね6か月間としています。それ以前の業務については、疲労の蓄積にかかる業務の過重性を評価する上で付加的要因として考慮するとしています。業務の過重性についての具体的な評価については労働時間が長いほど業務の過重性が増すと言えることから、発症日1か月間・2か月間ないし6か月間の労働時間が1か月当たり概ね80時間を超える時間外労働があれば、業務と発症との関連性が強いと評価できることを踏まえて判断するとしています。そこまで至らない（発症前1か月ないし6か月間にわたり1か月当たりおおむね45時間を超える時間外労働が認められない）場合は、業務と発症との関連性が弱いとしていますが、おおむね45時間を超えて時間外労働時間が長くなるほど、業務と発症との関連性が徐々に強まると評価できるとしています。

なお、この労働時間に関する部分についてはこれまで通り基準の変更はありません。

○ 今回の改正のポイントは？

長時間の過重業務については、労働時間についての評価の仕方と労働時間以外の負荷とみる要因（拘束時間が長い勤務、出張が多い、休日がない連続勤務など）は維持しています。これに加えて、新たに今回労働時間数からみて発症との関連性が強いとまで行かないがそれに近い時間外労働があり、これに一定の労働時間以外の負荷があれば、総合評価して業務と発症との関連性が強いと評価すると明示しました。

また労働時間以外の勤務間インターバルが短い勤務や、重量物の運搬作業や人力での掘削作業などの身体的負荷が大きい作業などが新たに評価される対象として追加されることになりました。

短期間の過重業務については、発症前おおむね1週間継続して深夜時間帯に及ぶ時間外労働を行うなど過度の長時間労働が認められる場合、業務と発症との関連性が強いと判断できるとしています。また、異常な出来事については、業務に関連した重大な人身事故や重大事故に直接関与した場合その他4つの例示がなされ、そういった場合に当たれば業務と発症との関連性が強いと判断されるとしています。

それ以外にも具体的な考慮要素などが今回改められた認定基準には細かく記載されています。

今後は今回の改正を踏まえて、労働時間がいわゆる過労死ラインにまで達していない場合でも、労働時間以外の負荷の内容、状況によっては過労死が認められやすくなる可能性が出てきています。労働時間の管理については引き続きしっかり行う必要があります。ただ、それ以外の負荷要因、たとえば勤務間インターバルが短い、あるいは身体的負荷が大きい作業などに従業員の方を従事させる場合には、今回の認定基準を踏まえて、過労死が認められる可能性があるような労働環境になっていないかについても気を付けるべきといえるでしょう。

QRコードを使ったマーケティング施策と効果の測定方法

21.09.07 | ビジネス【マーケティング】



現在、決済をはじめとして、さまざまな場面で使われているQR

コード。

マーケティングの世界でも、消費者にスマホでQRコードを読み込んでもらい、商品のキャンペーンサイトの閲覧を促すといった施策がよく行われています。

また、Googleアナリティクスなどに代表されるアクセス解析ツールを使えば、QRコードを活用したキャンペーンの効果を測定することも可能になります。

今回は、マーケティング施策でよく活用されているQRコードと、その効果の測定方法についての基本を解説します。



さまざまなシーンで活用されているQRコード

QRコードは、1994年に自動車部品メーカーであるデンソーの開発部門（現：デンソーウェーブ）が開発しました。

従来のバーコードの数十倍から数百倍の情報量を扱うことができる革新的な二次元コードで、『Quick Response』の頭文字をとってQRコードと名付けられました。

QRコードの仕様は一般公開されており、**使用許可や使用手続きなどを経ることなく誰でも無料で利用することができます。**

そのため、QRコードは世界中に広まり、今や物流や在庫管理、電子決済のほか、イベント会場への入出場記録、商品やサービスのアカウント登録など、さまざまなシーンで活用されています。

また、スマートフォンがあれば誰でもQRコードに埋め込まれた情報にアクセスできるため、店頭のポップにLINEのQRコードを付けて『友だち登録』を促したり、商品にQRコードを付けてプレゼントキャンペーンの応募サイトに誘導したりなど、QRコードを前提とした販売施策は今や一般的となりました。

マーケティングでは効果の測定が大切

QRコードの作成は、デンソーウェーブなどが提供しているQRコード作成用のWebサイトやアプリなどで簡単に行うことができます。

ただし、単にチラシやDMなどの紙媒体にQRコードを掲載しただけでは、自社サイトにユーザーを誘導するだけで終わってしまいます。

マーケティングの本質は、**そのQRコードを活用した施策にどのくらいの効果があったのかを正確に見極める**ことにあります。

チラシ等にQRコードを付与すると同時に、その効果を測定する仕組みを作っておかないと、サイトを訪問したユーザーがQRコード経由なのか、それとも検索サイト経由なのかを判断することはできません。

QRコードと連動したキャンペーンの効果を測定するには、**Googleアナリティクスなどのアクセス解析ツール**が便利です。

Googleアナリティクスの場合、QRコードで読む込むURLを『パラメータ付きURL』にすることで、QRコード経由でサイトを開いたことを確認することができます。

パラメータとは、URLの末尾に追加する文字列（変数）のことで、これによりユーザーがどの経路からサイトにアクセスしたかを解析することができるのです。

URLパラメータには、**ページ内のコンテンツ表示を最適化するなどの機能を持たせたアクティブパラメータ**と、**ユーザーのアクセス経路の情報を収集する目的で付与するパッシブパラメータ**があり、Googleアナリティクスで測定用に使用されるのは、このパッシブパラメータです。

パラメータ付きURLは、Googleから提供されているURL生成ツールで作成できるほか、仕組みがわかれば手動で追加することも可能です。

また、デンソーウェーブが提供している『クルクルManager』のサイトを利用すれば、QRコードの作成から、アクセス解析や作成履歴の閲覧までもが可能となっています。

作成したQRコードの効果測定を行った結果、QRコード経由でサイトを開いたユーザーがほとんどいないのであれば、キャンペーンを見直す必要がありますし、逆に多ければ、次のキャンペーンも同じ方向性で進めることができます。

キャンペーンを改良していくためにも、この測定は必要不可欠です。

QRコードを活用する際は、ユーザーの追跡や効果測定を行い、その後の施策につなげていくようにしましょう。

※本記事の記載内容は、2021年9月現在の法令・情報等に基づいています。