



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。

急に暖かくなったと思うと、あちらこちらでハクモクレンの花が開いています。桜はさすがにまだ咲いていないと思っていたのですが、なんと自宅近くの、いつも咲くのが早くないソメイヨシノの枝先に、1、2輪花が開いていました。またここ数日寒くなるようですが、次に暖かくなると一気に桜は開花しそうです。世の中の動きが何かと目まぐるしいですが、こういうときこそ、少し深呼吸して、落ち着いて取り組みたいものです。



今回はクレジットカードの利用明細を保存しないことの税務上のデメリットについての記事と、問題行動がある従業員への対応、就業規則などの持つ意味と注意点に関する記事です。それ以外は今回はマーケティングについての記事です。

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ィルスの早い終息をお祈り申し上げます。

クレジットカードの利用明細（伝票や領収書）を保存しないことの税務上のデメリットは？

22.03.21 | オリジナルメルマガ



クレジットカードの利用をした場合には利用の内容と請求書が明細として郵送やアプリ画面で見ることができません。これとは別にクレジットカード会社から毎月利用状況を記載した請求書が送付されていきます。細かな明細については発行されても保管していない場合等、法令上どうなるのか（税務上の影響はどうか）について触れていきます。詳しくは顧問の税理士の方に聞き指導を受けてみてください。



○関係する税目は？

会社であれば法人税と消費税・個人事業主であれば所得税と消費税が主に関係する項目になります。クレジットカードで利用する項目が全て経費になるわけではありません。法人税では損金・所得税であれば必要経費に該当する支出である必要があります。共通する内容は、原価項目（直接に業務との対応関係があるもの、仕入れ）といわゆる販管費（年度・1年に生じた業務との関連性がある支出、税務通達上は直接的な関連性を要求）であり、ここに該当することが資料からいえる必要があります。

消費税については、仕入税額控除と呼ばれる、自らの商売での前段階で累積した消費税分を消費税額から差し引くことになります。消費税の課税をされる売り上げが年（年度）で5000万円以下であれば簡易課税制度と呼ばれるものが使えます。この場合には仕入税額控除に必要な帳簿や請求書等の保管は必要ではありません。簡易課税制度は届出を行う必要がありますので、届出をしていない場合や売り上げが前提を満たしていない場合には、帳簿や請求書等の保管が必要になります。ここ数年言われていて昨年10月以降登録がスタートし来年10月から始まるいわゆるインボイス制度（適格請求書等保管形式）はここでの請求書等に該当します。改正の前後でここでの請求書等

での要求されている事項を満たせば請求書でなくても構いません。ただし、最高裁判例上、税務調査での提出などを求められた場合には提示できるよう準備をしておくことが要求されています。

ちなみに、クレジットカード会社からの毎月の利用料金請求書には一応明細がかかれていますが、各購入をした業者から交付されていませんので、請求書等にはなりません。消費税法上の請求書等は購入元から交付されているものであるためです。同様の記載は国税庁の質疑応答事例に書かれています。そのため、各利用時の利用明細あるいは購入元からの請求書が必要になります。

○保管の意味合いは？

今述べたところからもわかるように保管は重要な意味合いを持ちます。クレジットカードの細かな利用明細や請求書には消費税の仕入税額控除に必要なとされている記載項目がかかれていますので、保管をしておかないと、消費税の負担金額が大きくなりかねません。先ほど触れましたように、調査時に明細書・請求書は存在している必要があります。一度紛失しているにしても、税務調査の事前通知があった場合（原則として国税通則法で定める税務調査には事前通知が要求されています）には再度取り寄せる等しておく必要があります。繰り返しですが、クレジットカード会社から毎月の請求書を送付してくるものではだめですから注意が必要です。

同様に、支出項目から見て明らかに原価性があるものならばともかく、販管費については業務との対応関係は明らかではありません。支出の裏付けになる請求書等から分からない場合には経費なのかどうか問題になったとき経費であることを示せなくなります。主に課税処分取消訴訟が中心である税務訴訟（もっとも取消訴訟外の種類もあります）では国税当局側が所得の立証責任を負うことにはなっていると一般には考えられているものの、経費であることの積極的な根拠を示せないことは経費ではないことを裏付ける事情であると考えられています（この話と同様の考えを示すものとして租税訴訟の審理について第3版・法曹会178頁）。そのため、経費であることの裏付け資料の存在は重要ですし、税務調査でもこうした考えをもとに対応されます。

クレジットカード会社からの毎月の請求書のみを保管している場合には、一見してどの経費が分からないこともありえます。購入したものなどがわかるように明細をそろえておくことも重要ですが、分からない場合や逆に一見して社長や一族の個人的な支出と見える場合には逆に大きな負担になりかねないために注意が必要です。

小さい会社が適用を受ける法人税法上は民事におけるものと役員の範囲が異なる（みなし役員と呼ばれるものが存在し、社長の一族が含まれ、例えば経理担当の社長の奥さんも該当しかねません）こと・このことを含め隠れた利益処分を経費の名目で行うことで税金逃れをするのではないかということで役員給与として経費（損金）に入れることができる部分に制限を加えられています。隠れ給与になると経費（損金）に税法上は入れることができず・税金が追加で生じる・その支出分が役員自身の税金負担（源泉徴収の対象なので会社が納税し役員に後で請求）が生じることとなります。ここでの役員の税金負担部分を会社から役員への貸し付けの扱いにすることもできますが、返済をしないとさらに給与扱いを受けることになりかねません。ちなみに、住民税など他への影響もあります。

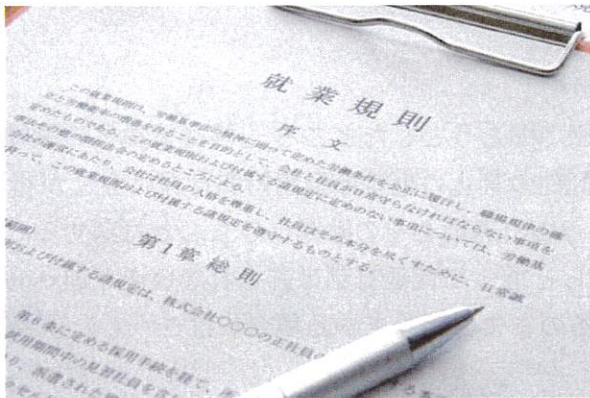
いずれにしても、クレジットカードの利用明細をそろえていることや、その中身には注意をしておく必要があるでしょう。

問題行動のある従業員への対応,就業規則などの規定の持つ意味と注意点とは?最近の裁判例を踏まえて

22.03.21 | オリジナルメルマガ



問題行動のある従業員への対応には、まずは是正を求めることとなります。それで治らず、問題行動が続きその内容が非違行為であれば懲戒処分の検討・退職勧奨も考えることとなります。配置転換や給与の変更というのもありうるようです。このうち、給与の減額や懲戒処分・解雇には法令・裁判例上制約が存在するところです。今回は最近の裁判例である東京地裁令和3年6月23日判決を題材に触れていきます。



○問題となったケースとは?

先ほどの裁判例で問題となったケースでは、化粧品の製造や販売・ヘリコプターなどに関する業務を行っている会社について、ヘリコプター関連の事業を行う部署で部長を務めた人物と会社との争いになります。タイムカードの代理打刻を禁止する就業規則の規定がある中で、代理打刻があったとして会社が行った降格処分と減給、それ以外の減給や解雇の有効性（これに加えて退職金の支給や給与の未払い分）があるかどうか争点になったものです。

一部事実関係についての争い及び会社側の各処分の有効性が大きく問題となっています。

○降格や減給を行うことができる場合とは？

降格は人事評価の上で行うことはできますが、その場合には合理性がその評価について存在する必要があります。非違行為を理由に降格処分を行う場合には懲戒処分になります。この場合には就業規則で定めた場合に該当するほかに、そうするだけの事情や理由も必要になります。減給は降格に伴うもので、降格に問題がなければ問題がないこととなります。

そうした理由のない減給については何かしら就業規則や雇用契約上の取り決め・これらが無い場合には対象従業員の合意が必要になります。合意の有無が問題になることはよくありますし、合意をするだけの事情の存在も必要となります。

懲戒処分は重いものほどそうするだけの事情が必要になります。これは懲戒処分が制裁であるためです。また、前提として事実関係をきちんと確認するとともに言い分を聞く機会を与える必要があります。

○問題となったケースでは？

問題となったケースでは一連の処分を受けた方について、タイムカードの代理打刻（別の方に出退勤の際のタイムカードの打刻をしてもらった）をさせていた点を理由に降格処分を受けています。就業規則上で代理打刻を禁止されていた点を重視されています。

判決文の事実認定では抜き打ち調査を行うとともに言い分を会社側で聞こうとしたところ、当該従業員との間でトラブルが起き言い分を述べることなく去ったとしています。代理打刻の禁止の趣旨は勤務時間管理は会社が行うべきところではありますが、きちんとした内容で行うために本人が自らの出退勤をその時間にきちんと打刻することを要求するものと言えます。そのため、一応時間に間違いがないからと言って代理打刻は許されない点が述べられています。就業規則を設ける際にモデル就業規則その他ひな形をそのまま採用している場合にはこうした項目は当然には入っていません。

このケースでは、こうした趣旨や他の従業員への影響・当該社員の立場等も鑑みて不利益に対して見合うものとして降格処分を有効としています。降格処分がある場合には給与が減額するのはある程度伴いますから、ここも問題なく有効となります。ただし、降格に伴い役付き手当などが入らないことによるものですから、給与規定（賃金規定）をきちんと定めていて連動している場合だけです。連動していない場合には注意が必要です。このことと同じく減給を懲戒処分で行う場合には法令上の上限がある点にも注意が必要です。

これに対してその他の給与減額は無効としています。かくたる合意がなくても減額を行う場合は懲戒処分以外には相当限られており、降格を行ったうえでさらに別途減給というのは相当に大きなハードルが存在します。会社側と対立などがある場合には言及したいところですが、対立が大きい側面では合意をしないケース・話し合いの場面で録音をしているケースも考えられます。退職と引き換えであるかのような言動は減給が無効になるだけでなく、話の内容や方法によってはパワハラに該当する可能性も出てきます。

このケースでの裁判所の判断でも、別途の就業規則上の減給を可能とする規定が存在するかどうか（存在しない）を検討しています。減給を可能とする項目を設けるのであれば、その金額もさることながら、どのような場合に行うことができるのかを検討して決める必要性があります。あまりに恣意的な規定は入れることができません。

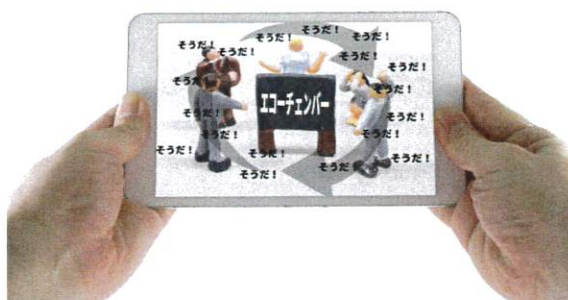
このこと以外の解雇は、先ほどの代理打刻以外の事情も踏まえてのものようですが、このケースでは事実関係も含めて争いとなっています。解雇についてはハードルが高いこともありますし、解雇が無効と裁判所で判断される場合には法律上原則として給与分をすべて支払う必要があります。例外はその方が別に収入を得ていることや就労意思がない場合ですが、解雇を争っている場合には相応のハードルが存在します。このケースでは給与の減額分が無効になっている部分もありますので、解雇を早まって行うことで後で大きなお金の支払いをしなければならなくなる可能性があります。

事実関係や解雇を行うのかどうか等対応については、先の見通しを含めて決めておく必要があります。解雇が争いになりその後の話し合いなどの手続きで解決を図るのであれば、ある程度の犠牲覚悟で進むのもありえます。ただし、そこがうまくいかない場合には負担が大きくなりかねませんので、注意が必要でしょう。

思考が偏ってしまうエコーチェンバー現象の危険性

22.02.22 | ビジネス【マーケティング】

効果のないプロモーションを行っていたり、炎上しそうな企画を進めて



しまったり、マーケティングの世界には落とし穴がいくつもあります。

その要因の代表的なものが、『エコーチェンバー現象』です。

エコーチェンバー現象とは、閉鎖的なコミュニティのなかで同じような価値観を持つ者同士がコミュニケーションを繰り返すことにより、特定の情報だけが増幅される現象のことです。

今回は、問題のあるコンテンツを市場投入してしまうことのないように、エコーチェンバー現象の危険性について解説します。



少人数だと陥りやすいエコーチェンバー現象

エコーチェンバーとは、日本語で『残響室』のことをいいます。

残響室とは、音響の実験を行うための部屋のことで、壁面などを加工し、長い残響が生じるように設計されています。

この残響室になぞらえたエコーチェンバー現象とは、閉鎖的なコミュニティ内で偏った意見や情報が増幅される現象のことで、ほかの異なる意見や情報がかき消されてしまうという特徴があります。

たとえばSNSは、自分と似た趣味嗜好を持つ者同士がつながるため、しばしばこのエコーチェンバー現象が発生するといわれています。

たとえ過激な意見であっても、それが同じ考えや同じ興味関心を持つ人たちの発言であれば、メンバーはその意見が正しいものだと思いこんでしまう傾向があります。

そして、その意見はコミュニティによって増幅され、コミュニティ内の人々はその意見を絶対的に正しいものとして取り扱うようになります。

そしてメンバーたちは、狭い世界で繰り返される意見や情報を、世の中の一般的な常識だと思い込んでしまうのです。

特に、一つのテーマを掘り下げることの多いマーケティング担当者は、このエコーチェンバー現象に陥ってしまうことが多いそうです。

たとえば、ある商品のプロモーションを行うプロジェクトチームが立ち上がり、企画を進めていくなかで、チーム内

の意見だけを頼りにしていると現在進めている企画の落とし穴や大事なことが見えづらくなる可能性があります。同一の目標に向かって仕事をしている仲間からは、反対意見が出にくい傾向にあり、反対意見が出ても、その声はかき消され、チーム内の正解とされている意見が優先されてしまいます。偏った意見によって企画は進んでいき、結果として、あまりユーザーに刺さらないプロモーションが世に出てしまうこととなります。

少人数のコミュニティやチームはどうしても閉鎖的になりがちで、エコーチェンバー現象が起きる可能性も高くなります。

エコーチェンバー現象を防ぐには、やりとりをオープンにし、別の部署や社外からの意見を募り、チームのメンバー全員が多角的な視点を持つことが大切です。

さまざまな立ち位置の人から寄せられる異なる意見は、プロジェクトの軌道修正に役立つでしょう。

検索情報に偏りが出る『フィルターバブル』

コンテンツを製作する際に行う、インターネットでの情報収集の段階でもエコーチェンバー現象に注意する必要があります。

世界中の情報を幅広く取得できると思われがちなネット検索ですが、個人の傾向に合わせた検索結果を表示していることも多くあります。

大手検索サイトのGoogleでは、個人の閲覧履歴や検索履歴からユーザーの好む広告などを表示しており、それが検索結果の表示リストにも並ぶことがあります。

気づかないうちに、取得する情報に偏りが生じるため、方向性のズレたコンテンツを作り続けることにもなりかねません。

自分の趣味嗜好、興味関心のある情報しか取得できないということは、反対に見たくない情報を遮断するということでもあります。

このように見たくない情報をフィルターによって遮断し、泡のように自分の見たい情報に包まれることを『フィルターバブル』といいます。

フィルター越しの情報だけでは、提供される情報が偏っているため、ユーザーが本当に求めているものや見たいものにたどり着けない可能性があります。

フィルターバブルのなかで見ているものは、あくまでそのコンテンツ製作者が満足できるように調節されたものでしかありません。

偏りのないコンテンツを生み出すには、このフィルターバブルから逃れて、多様な情報に触れる必要があります。

まず、ネット検索する場合は、個人の閲覧履歴を残さないようにし、フィルターがかからないようにするなどの工夫をしましょう。

同時に、ネットだけではなく、書籍や新聞、雑誌など、複数のメディアから情報を取得することも大切です。

得たい情報に通じている専門家や識者に聞くという方法も効果的でしょう。

エコーチェンバー現象は考えの幅を狭め、コンテンツを偏ったものにしてしまう可能性が大いにあります。

マーケティング担当者には、自分の感覚や狭いコミュニティのなかで出た意見だけを信じずに、外の情報を得ようとする姿勢が必要だといえるでしょう。