

経営管理 マガジン

01

2020 January

P2 経営 TOPICS

取引先の経営悪化の影響を 最小限にするためのリスクヘッジとは？

P3 データで見る経営

導入率19.1%!
日本におけるテレワークの現状とは？

P4 税務・会計 2分セミナー

経営者なら押さえておきたい
源泉徴収の基本的な流れとは？

P5 労務 ワンポイントコラム

トラブルを未然に防ぐために
知っておきたい労働基準法の基礎知識

P6 社長が知っておきたい 法務講座

会社のホームページに従業員の写真を
掲載する際の注意点とは？

P7 増客・増収のヒント

『アサーティブコミュニケーション』で
顧客との関係をより円滑に

P8 経営なんでも Q&A

従業員に身元保証人を求めるときの
法律上の注意点とは？



税理士法人

Grow Up

税理士法人GrowUp

滋賀相続相談所

【草津事務所】
〒525-0037
草津市西大路町6-2
TEL:077-532-8368
FAX:077-532-8398

【彦根事務所】
〒522-0074
彦根市大東町13-1 上野第2ビル2階 南角
TEL:0749-47-6368
FAX:0749-47-6369

取引先の経営悪化の影響を 最小限にするためのリスクヘッジとは？

会社経営を安定して続けていくためには、取引先にも目を配る必要があります。なぜならば、取引先の業績悪化の影響を受けて連鎖倒産してしまう会社もあるからです。今回は取引先の業績悪化の兆候の例と対策についてご紹介します。

取引先の業績悪化がわかる 主な兆候とは？

業績が悪化している企業には、いろいろな兆候が出るといわれています。ここでは典型的な兆候についてご紹介します。

(1) 支払猶予の依頼があった

取引先の支払猶予の依頼は、業績悪化の典型的な例といえるでしょう。

たとえば、業績が悪化して、資金繰りが困難になってしまった場合、売掛金の支払日を延期してほしいという申し出があったり、手形ジャンプを求められたりすることがあります。

(2) 社長の不在が多く、つかまらない

急に社長が不在がちになり、なかなか連絡が取れなくなると注意したほうがよいでしょう。なぜならば、お金の工面のために、外を走り回っていて連絡がつきにくくなっていることもあれば、督促を避けるためにあえて連絡を取らないようにしているという可能性が考えられるからです。

(3) 会社訪問時に異変が見られる

取引先を訪問する機会があれば、経営悪化の兆候に早めに気づくことが可能です。

たとえば、いつもと比べて社員の雰囲気や暗い、机の上などが雑然としていて整理整頓がされていないといった環境の変化が見られれば危険信号です。このほか、退職社員が急に増えて、社員の数が減っていると、何らかの社内トラブルが起きている可能性も考えられます。

以上のような兆候が見られた場合は、経営状態が思わしくない可能性があると考えて、あらかじめ対策を立てておくことが重要です。

取引先の倒産リスクが 高まっているときの対策とは？

取引先の倒産リスクが高まっていると思われるときには、売掛金を回収できない危険性が高いでしょう。念のために貸倒引当金を積み立てたり、取引額にリミットを設けたりして、できるだけ債権そのものを減らしながらも債権保全のための対策を取ることが望ましいといえます。

取引先の業績の悪化によって、自社が連鎖倒産しないためには、新たな取引先に対しては信用調査を行い、信頼できる企業かどうかを見極めることが重要となります。さらに、既存の取引先であっても、何らかの業績悪化の兆候を感じた場合は信用調査を行うなどして、できるだけ早いうちから対策を立てておきましょう。

また、経営セーフティ共済（中小企業倒産防止共済制度）に加入しておくことも有効です。掛金は損金または経費算入もできるため、節税にもなります。

このほか、取引先とは必ず契約書を交わし、取引の範囲や債権の特定や支払日、支払が遅滞したときの対処法など、債権を保全するために必要な条件についてもできるだけ明確に定めておくことが必要です。



データで見る経営

導入率19.1%! 日本におけるテレワークの現状とは？

2018年におけるテレワーク導入率は19.1%でした（総務省の『平成30年通信利用動向調査の結果（概要）』より）。働き方改革などで注目されているテレワークですが、日本ではまだまだ普及しているとはいえないのが現状です。

仕事内容や企業規模に左右されるテレワーク

総務省の『平成30年通信利用動向調査の結果（概要）』によれば、2018年のテレワークの導入率は前年（13.9%）と比べると、5.2ポイントアップしたものの、まだまだ低いというのが現状です。

産業別に見てみると、情報通信業や金融・保険業での導入率は約40%と平均値（19.1%）よりも高い反面、運輸業・郵便業で8.7%と導入率は低い結果となっています。導入しない理由として多かったのが『テレワークに適した仕事がないから』という回答で、全体の73.1%を占めていることから、テレワークが産業や仕事内容に左右されることがわかります。

資本金規模で見ると、導入企業は資本金50億円以上の規模が最も多く53.3%を占め、資本金が少なくなるほど、導入率が低下する傾向にあります。

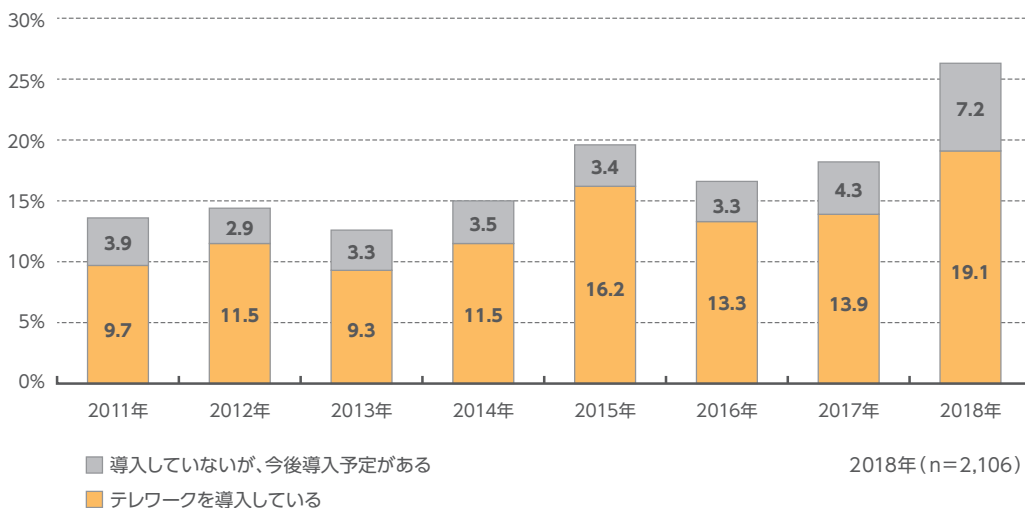
テレワークの効果を 実感している企業は8割以上

テレワークを導入した目的として多かったのが、『定型的業務の効率性（生産性）の向上』と『勤務者の移動時間の短縮』でした。また、導入効果としては『非常に効果があった』『ある程度効果があった』と回答した企業は81.6%と非常に高い割合です。

一方、マイナスの効果があったとした企業は全体の0%で、あまり効果がなかったとした企業は1.0%でした。このことから、実際にテレワークを導入した企業では、導入の手応えを感じていることがわかります。

働き方改革などの影響もあり、今後ますます活用が期待されているテレワーク。会社の規模や産業によっても導入差はありますが、今後さらに普及することが期待されます。

テレワークの導入状況



税務・会計 2分セミナー

経営者なら押さえておきたい 源泉徴収の基本的な流れとは？

源泉所得税はよく耳にする言葉ですが、なぜ毎月天引きされているのか、最終的にどのようなのかなど、その一連の流れを知らない経営者もいるのではないのでしょうか。そこで今回は、源泉徴収の基本的な流れや納付義務が生じる場合などについて解説していきます。

会社が従業員に代わって 所得税を納付する理由とは？

源泉所得税とは、会社が従業員や業務委託先となる個人にお金を支払うときに、支払額からあらかじめ所得税分を天引きし、本人に代わって会社が納付する所得税のことです。そして、この一連の流れを『源泉徴収』と呼びます。

では、なぜ会社が天引きして代わりに支払うことになっているのでしょうか。

原則として、所得税は個人が1月1日から12月31日までに得た課税所得に対して課税されますが、課税された所得税は確定申告時に一括納付するというのが本来の流れです。

しかしそうすると、一度に数十万円という高額な所得税を納めなければならず、個人にとっては負担が大きくなります。万が一、未払いとなってしまうと、国の財政にとってもよい影響はありません。

そこで、あらかじめ概算で所得税を計算しておき、毎月会社が天引きして納付するという形を取っているのです。

源泉徴収の意味と 一連の流れとは？

では、従業員の場合、どのように源泉徴収を行えばよいのでしょうか。具体的な流れを見ていきます。

(1) 従業員を雇用するとき

まず、初めて従業員を雇う場合には、給与支払事務所等の所在地の所轄税務署長に『給与支払事務所等の開設・移転・廃止届出書』を提出し、開設手続きを行う必要があります。

(2) 従業員を雇用した後

従業員を雇って給与を支払うことになった場合には、原則として、給与を支払った月の翌月10日までに、税務署に従業員の給与から天引きした源泉所得税を納付しなければなりません。

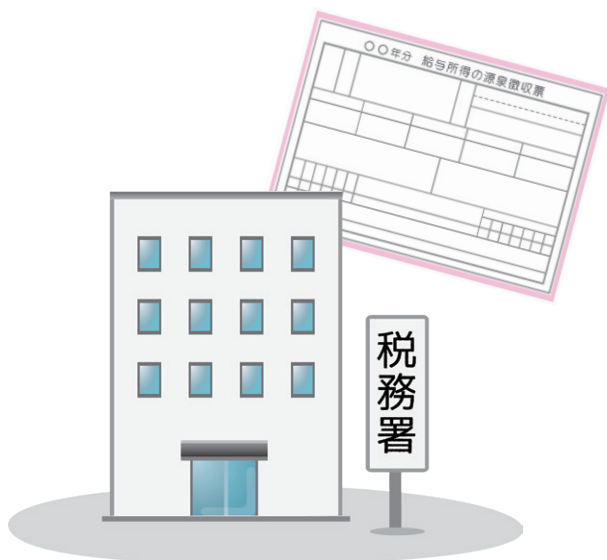
ただし、給与等の支給人員数が10人未満の場合、『源泉所得税の納期の特例の承認に関する申請書』を提出し、その承認を受けることで、源泉所得税を年2回(1月と7月に各6カ月分)にまとめて納付することができます。

(3) 年末調整のとき

年末調整とは、雇用している従業員について、1月1日から12月31日までの1年分の所得を国に報告する制度のこと。年末調整の時点でその年の従業員の所得が確定して、あわせて納税すべき所得税の額も確定します。

これまで源泉徴収をしてきたなかで従業員が所得税を納め過ぎていれば還付されることになり、納付した源泉所得税が不足していれば追加で納付することになります。その名の通り、年末に所得税を調整するというわけです。

会社経営を行ううえで、源泉徴収や年末調整の業務を経理の担当者や顧問税理士などに任せている経営者は多いものです。実務を任せるとしても、源泉所得税がどういったものかという仕組みは知っておくことが大切です。





トラブルを未然に防ぐために 知っておきたい労働基準法の基礎知識

近年、従業員や退職者が経営者に対して未払残業代や未払退職金を請求するといった労使紛争が増えています。トラブルを紐解くと、経営者が労働基準法を熟知していないために起きているケースが多いものです。そこで知っておきたい労働基準法の基本を解説します。

労働基準法は弱い立場の労働者を守るための法律

経営者が労働基準法を知らないことで起きるトラブルには、たとえば、以下のようなケースがあげられます。

- 退職金の取り決めがなされているのに退職金が支払われていない
- 残業しているのに給与に反映されていない
- 在職中に有給休暇を取らせてもらえなかった
- 上司と口論になって「辞める」と発言したことにより、圧力を受けて退職させられた
- 正社員として働いていたところ仕事が原因でケガをしてしまい、休職後復帰したが退職に追い込まれた

こうしたトラブルには主に労働基準法が関わっています。そもそも労働基準法は、経営者側ではなく、一般的に経営者よりも弱い立場に立たされることが多い労働者を守るための法律です。まずは、この点を理解しておくことがとても大切です。

労働者を守るための法律であるため、労働基準法では労働者ではなく経営者に多くの義務が課せられています。また、労働基準法を経営者が守らなかった場合、経営者には罰則が科されることもあるのです。

たとえば従業員に強制労働をさせた場合、1年以上10年以下の懲役、または20万円以上300万円以下の罰金となります。また、法定休日として必ず週に1日以上は休日を与えなければならないとされていますが、休日を与えなかった場合には6カ月以下の懲役、または30万円以下の罰金となります。



労働基準法で経営者に課せられている義務とは？

労働時間や有給休暇などについては、労働基準法で明確に定められています。

・労働時間・休憩

労働基準法では、法定労働時間を1日8時間・週40時間以内としています。これを超えて従業員に労働させる場合は、『36協定』という時間外労働の協定書を従業員代表者との間に結ばなければなりません。また、労働時間が6時間を超え8時間以下の場合は45分以上、8時間を超える場合は60分以上の休憩を与えることも義務づけられています。

・年次有給休暇

正社員のように週5日以上勤務し、継続勤務年数6カ月以上の従業員には有給休暇を10日付与。その後勤続年数が増えるごとに付与日数は増加します。パートタイマーなどの時短勤務で週4日以下の勤務の場合でも、継続勤務年数と1週の勤務日数に応じて年次有給休暇が付与されることになっています。有給休暇の付与はフルタイム勤務の従業員だけではありません。

また、2019年4月からは年に10日以上有給休暇が付与される全ての従業員（管理職を含む）に年5日の有給休暇を消化させることが義務付けられました。

・産前産後休業

産前休業は出産予定日の6週間前（双子以上の場合には14週間前）から取得でき、本人の希望によっては取得しないことも可能です。産後休業は出産の翌日から8週間とされていますが、出産の翌日から6週間までは本人の希望にかかわらず就業させてはいけません。

近年増えている労働者と経営者のトラブルの根底には、経営者の労働基準法に対する認識が足りないことが原因となっています。改めて労働基準法の重要なポイントについて押さえておきたいところです。



社長が知っておきたい 法務講座

会社のホームページに従業員の写真を掲載する際の注意点とは？

ホームページ上で、従業員の集合写真などを掲載している会社は多いと思いますが、従業員の法的権利に対する配慮は十分になされているでしょうか。今回は、従業員の写真をホームページに掲載する際の注意点について、在職中、退職後に分けて、解説していきます。

個人が特定できる写真をHP上に掲載した際の問題点は？

(1) 在職中の場合

個人が特定できる写真は個人情報にあたります。そのため、会社のホームページ上に従業員個人が特定できる写真を掲載する場合、前提として、個人情報保護法に則った対応がなされている必要があります。具体的には、従業員の個人情報を取得・利用する場合の利用目的を、あらかじめ、就業規則や雇用契約書の中で明示しておくとか、掲載の都度、同意を取得するなどの対応が必要です。そういった措置も取らずに無断で写真を掲載した場合は、個人情報保護法違反ということになります。

また、憲法13条により認められる権利に『肖像権』があります。肖像権とは、端的にいうと、自分の容姿・容貌についてむやみに撮影されたり、公表・利用等されたりしないようにする権利のことをいいます。そのため、自社で働いている従業員でも、個人が特定できる写真を本人に無断で使用・公表等することは、その従業員の肖像権の侵害にあたるともいえます。

もちろん、従業員本人が「ホームページで使っている」と同意していれば、個人情報保護法違反にも肖像権の侵害にもなりません。必ず従業員の同意を得てから、ホームページに掲載するようにしましょう。

(2) 退職後の場合

従業員の在職中に撮影した個人が特定可能な写真を、退職後に会社のホームページで使った場合、個人情報保護法違反や肖像権の侵害となるのでしょうか？

・肖像権の観点

肖像権について考えた場合、在職中も、また、退職に際しても、従業員本人から同意を取っていないという場合は、肖像権侵害となる可能性が高いでしょう。

『在職中に掲載同意は取っていたが、退職に際しては同意をとっていない』という場合も、通常、従業員は『在職

している間は写真の掲載を許可する』という趣旨で同意をしている可能性が高いと考えられます。したがって、退職後の同意まではしていないと見るべきで、この場合も肖像権侵害の可能性が高いでしょう。

・個人情報保護法の観点

他方、個人情報保護法の観点から見た場合、前者は、利用目的の本人への通知等がなされていないといえる場合が多いでしょうし、後者については、同意を取得した時に通知した『利用目的の範囲』を超えたものにあたるというため、従業員から、個人情報保護法に違反すると主張される可能性もあります。

実は、従業員の在職中にホームページへの掲載同意を得ていたにもかかわらず、退職後も使い続けたことで「肖像権の侵害だ」といって画像の削除や慰謝料などを請求されるケースが増えているのです。

このようなケースにおける慰謝料の金額は、裁判でそれほど多額が認定されることは少ないかもしれませんが、元従業員の意向を無視してずっと掲載し続けたりすれば苦痛・不快感が増大し、それを慰謝料増額の事由として考慮される可能性はあります。また、そのような請求以前に、会社の対応が不当であるなどとSNSで拡散等された場合には、会社の評判・名声が低下するといったリスクも生じかねません。

したがって、従業員の退職後も写真を掲載する可能性がある場合は、退職後の掲載同意も得ておくほうが賢明です。このとき、後から同意の有無でトラブルにならないよう、口頭ではなく書面で同意を取ることが重要になります。

しかし、そもそも会社のホームページには、在籍している従業員の写真を掲載するのが、会社の実体に即した情報発信です。退職後の写真掲載への同意の有無にかかわらず、従業員の退職後には、なるべく早めに、従業員が特定されるような画像を削除ないし差し替えるのが穏当な対応といえるでしょう。

💡 増客・増収のヒント

『アサーティブコミュニケーション』で顧客との関係をより円滑に

どのような企業でも顧客満足度の向上が求められています。そのため、顧客の要求にできる限り応えようとして、結果的に企業が損をする場合があります。そんな悩みを解決する手法としておすすめしたいのが、今回紹介する『アサーティブコミュニケーション』です。

顧客とのコミュニケーションで失敗しやすい二つのケースとは？

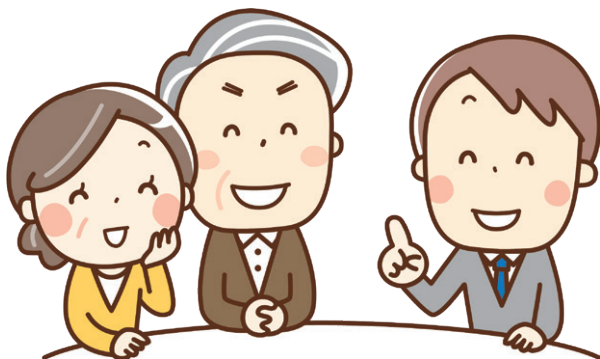
ビジネス上のコミュニケーションにおいて、多くの人が失敗しやすいケースが二つあります。

一つ目が、顧客からの無理な要求に対して上手に断ることができず、不利な条件で取引をしてしまうケースです（受動的なコミュニケーション）。

二つ目が、自社の意見を主張したときの対応に問題があり、顧客に悪印象を与えてしまうケースです（攻撃的なコミュニケーション）。

受動的でも攻撃的でも、一方に不快感が残ってしまい、円滑な関係は築けません。その結果、顧客との間に摩擦が生まれてしまい、顧客離れを招くおそれがあります。

顧客との関係において重要なのは、お互いの意見を表明し、双方が納得したうえで落としどころを見つけることにあります。そこで、役立つのが『アサーティブコミュニケーション』です。



自社の意見を主張しながらも顧客との関係を深めるコツとは

アサーティブコミュニケーションとは、相手の意見も受け入れたうえで、自分の意見を主張する手法のことです。ポイントは、以下の三つです。

(1) 顧客の気持ちを尊重する

人は共感されることで、感情が和らぎます。「確かにそうですね」「その意見には、私も共感します」など、言葉にして共感を表すようにしましょう。そうすると、相手の苛立ちや怒りなどの感情が収まる場合があります。

(2) 感情的にならず、客観的な事実を、具体的に述べる

顧客が感情的になっているからといって、こちらまで感情をあらわにしてしまってはうまくいきません。意見を主張するときには、感情ではなく客観的な事実を、できるだけ具体的に述べるのが重要です。

(3) 単に断るだけでなく、提案をする

顧客の要望に対して「できません」ときっぱり断ってしまうと、顧客側に不快感が残ります。そこで、おすすめしたいのが、「そのご要望にはお応えできかねますが、代わりに……」と代替案を提示することです。顧客のニーズを汲んでいるという好印象を与えることができます。

顧客を獲得し、長く付き合っていくためには、コミュニケーションを円滑にして信頼関係を深めることが不可欠です。その点、アサーティブコミュニケーションであれば、双方が意見を主張しながらも、納得のいく取引を行うことができます。その結果、増客・増収を期待することができるでしょう。

経営なんでも Q&A

従業員に身元保証人を求めるときの 法律上の注意点とは？



従業員が会社のお金を横領した、顧客情報を漏洩したなど、会社に何らかの損害を与えた場合のリスクヘッジの一つとして、従業員に対して身元保証人を求めようと考えています。この制度を導入する際の注意点には、どのようなことがありますか？



身元保証の期間と責任の範囲でしょう。一度、身元保証契約を結んでも、無期限で身元保証契約が存続するわけではありません。身元保証契約を継続するのなら、契約の更新が必要となります。また、従業員が会社は何らかの損害を与えたとしても、身元保証人に無制限に損害賠償をしてもらえないのです。

トラブルが起きたときのための リスクヘッジとしての身元保証人

『身元保証人』という語感から、素性或経歴に偽りが無いことを証明するものと認識している人も多岐かもしれません。しかし、身元保証の目的はそれだけではありません。従業員が会社は何らかの損害を与えたときに、従業員だけでなく身元保証人にも賠償責任を負わせるというのが大きな目的です。

新入社員のなかには10代、20代という若年層も多く、従業員自身に資力がないことも多々あるため、身元保証人という制度を設けることで会社がリスクヘッジをしているといえます。

身元保証人には両親を立てるケースが一般的ですが、法律上特に条件はなく、各社が就業規則等で定めることができます。ただ、身元保証の目的から考えて、安定した収入があり、独立して生計を維持している人を身元保証人とすることが望ましいでしょう。

気をつけたいのが、従業員側が、身元保証人制度を、単に素性或経歴に間違いがないことを保証するものと認識しているケースです。

実は、身元保証書を新社員が代わりに書いていたり、身元保証人本人の同意を得ていなかったりするケースも少なくないのです。身元保証書は必ず身元保証人の自署と実印の押印を求めて、さらに添付書類として印鑑証明書を提出してもらいましょう。

身元保証人には 保証期間や責任の限度がある

従業員の損害賠償責任を身元保証人も負うとはいえ、無限に責任を負わせることは酷です。そこで、身元保証人の責任を過度に重くすることを防止するために、『身元保証に関する法律』によって身元保証人の保証期間や解除権などが定められています。

この法律によれば、身元保証契約の存続期間は、期間の定めがなければ3年、期間の定めがある場合でも最長5年となっています。更新期間も最長5年です。

また、一定の場合には、身元保証人から会社に対し、将来に向けて身元保証契約を解除することができ、これを身元保証人の解除権といいます。

なお、損害賠償責任についての金額が折り合わない場合には、以下にあげる事情のほか、すべての事情を総合的に考慮して裁判所が損害賠償額を決定することになります。

- 従業員の監督に関する使用者の過失の有無
- 身元保証人が身元保証を引き受けた経緯や事情、身元引受にあたりどの程度の注意を払っていたか
- 従業員が従事する業務の内容や身上の変化

身元保証の法的意義や範囲を正しく理解し、万が一、従業員が会社に損害を与えてしまった場合に適切に対応できるよう備えましょう。