

経営管理 マガジン

05

2020 May

P2 経営 TOPICS

注目が集まる『SDGs』を 経営に役立てる際のポイント

P3 データで見る経営

動画配信サービスに見るビジネスモデル
ニーズは『課金型』から『定額制』へ！

P4 税務・会計 2分セミナー

消費税の仕組みを理解して
事業者の負担を軽減しよう！

P5 労務 ワンポイントコラム

従業員とのトラブルに発展させない
不利益変更の注意点とは？

P6 社長が知っておきたい 法務講座

トラブルを予防する
ビジネス契約のいろは

P7 増客・増収のヒント

定額でサービスを提供する！
注目を集める『サブスク』のしくみとは？

P8 経営なんでも Q&A

無駄なく業務効率を上げるには？
アウトソーシングの活用法



税理士法人

GrowUp

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



注目が集まる『SDGs』を 経営に役立てる際のポイント

2015年に国連総会で決定された、17種類の国際社会共通目標である『SDGs(持続可能な開発目標)』。今や多くの企業や公益団体が、その活動に即した目標を掲げています。今回は、SDGsとビジネスの関連性、自社に導入する際のポイントを紹介します。

SDGsを経営に取り入れることで 得られるメリットとリスク回避

SDGsには、2001年に国連サミットで策定された『ミレニアム開発目標(MDGs)』という前身がありました。

MDGsは発展途上国向けの開発目標として、貧困の撲滅や女性の地位向上など8つのゴールを掲げて活動をしていましたが、2015年に達成期間を迎えたことにより、その指針を引き継ぐものとしてSDGsが策定されました。

『地球上の誰一人取り残さない』を誓ったSDGsは、『貧困をなくそう』『産業と技術革新の基盤をつくろう』『気候変動に具体的な対策を』など、17の目標を掲げています。持続可能な消費生産形態の確保や経済成長と雇用、海洋資源の保全や生物多様性損失の阻止にも着目した目標は、発展途上国だけでなく先進国も含めて取り組むべきものだとして、日本をはじめ多くの先進国で取り込まれるようになりました。

では、なぜ多くの企業がSDGsを意識した取り組みを行っているのでしょうか？

SDGsを経営に取り入れた社会貢献を考える企業が増えているということは、その企業が他企業と連携したり取引をしたりする場合に、自社と同じようにSDGsを経営に取り入れている企業を選ぶ確率が上がります。

次に、リスクを回避できるというメリットもあるでしょう。SDGsに定められている目標やターゲットは、『企業が求められている倫理や理念』として読み解くこともできます。そのため、SDGsを一つの基準として経営に落とし込むことにより、経営リスクを回避する目的で使うこともできるのです。たとえば、SDGsには『ジェンダー平等を実現しよう』という目標もあるため、男女差別意識が高い企業ではないことを提示でき、採用時の応募者や消費者からの評判にもよい影響を与えます。

自社の事業とSDGsの目標を 照らし合わせ、経営ヒントを得る

SDGsに設定されている17の目標には、169のターゲット(具体目標)が紐づいており、それがビジネスのヒントになります。たとえば、『飢餓をゼロにする』という目標に対しては以下のようなターゲットが設定されています。

『5歳未満の子どもの発育阻害や消耗性疾患について国際的に合意されたターゲットを2025年までに達成するなど、2030年までにあらゆる形態の栄養不良を解消し、若年女子、妊婦・授乳婦及び高齢者の栄養ニーズへの対処を行う』

もしも飲食業を展開している企業であれば、SDGsのこれらのターゲットを意識することで“あらゆる形態の栄養不良を解消するために何ができるか”という視点を持てるかもしれません。自社のビジネスにターゲットを照らし合わせることにより、どのようなビジネスを展開できるか、そのヒントを得られるのです。

SDGsを経営に取り入れるためには、まず自社の既存の事業とSDGsの目標を照らし合わせ、可視化することがポイントです。そのうえで、公式サイト上で『SDGsへの取り組み事例』として紹介したり、事業案内のパンフレットに事例を記載するなどの情報開示を行ったりすれば、比較的成本もかからずにアピールすることが可能になります。

SDGsのロゴやアイコンは、一定のルールを守れば自由にダウンロードして利用することが可能です。名刺にロゴをプリントするだけでも、世界的目標に寄り添った企業であることを印象づけられるでしょう。

SDGsは、2030年を目標年として、持続可能な開発目標を掲げています。企業に取り入れるメリットに注目し、ぜひ経営に活かしてみたいかがでしょうか。

データで見る経営

動画配信サービスに見るビジネスモデル ニーズは『課金型』から『定額制』へ!

近年、映画やドラマなどの動画をスマートフォンなどの携帯端末で楽しむ人が増えてきています。その理由の一つには、定額制の動画配信サービスが広く普及していることが考えられます。そこで今回は、動画配信サービスの市場データから、時代の新たなビジネスモデルを検証します。

動画配信の売上を急上昇させた『サブスクリプション』

これまで消費者向けの動画配信サービスは、広告が表示されて無料でコンテンツを視聴できる『広告収入型モデル』と、有料でダウンロードしてパソコンやスマートフォンに保存ができる『課金型モデル』の二つがメインでした。その課金型のサービスを、月額料金を支払うことで視聴し放題にしたビジネスモデル『サブスクリプション(通称サブスク)』の登場により、動画配信の売上は世界的に急上昇しました。

2018年公表の総務省の『世界の動画配信市場規模・契約数の推移及び予測』によると、2017年には定額制サービスの動画配信売上高は260.7億ドルを記録。2018年以降の予測値も契約数とともに上がり続けています。その状況からは、今後のサブスク需要は高まり続け、主流のビジネスモデルとなることが考えられます。

動画だけではなく服、家もサブスク利用の時代に

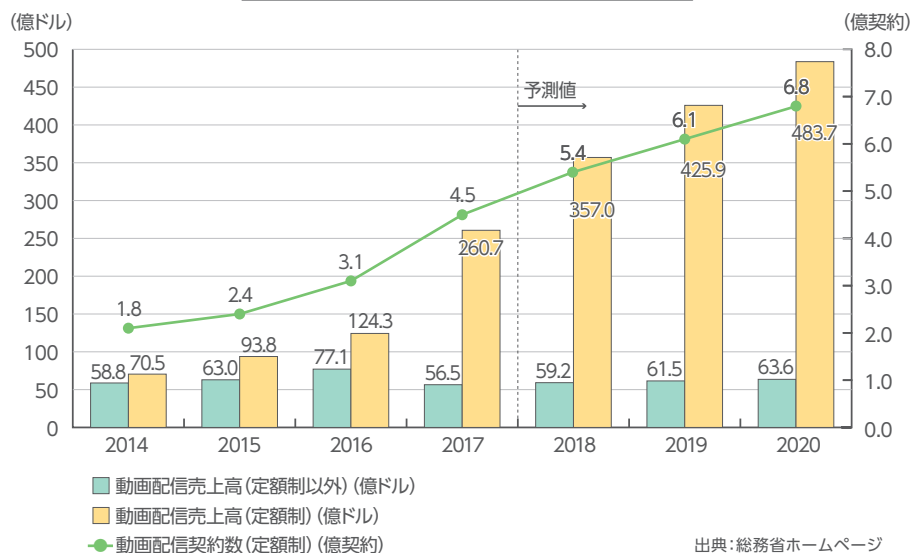
サブスクによるネット配信サービスの売上変動は、動画に限らず音楽や漫画などの業界にも起きています。日本でも2015年にAppleやLINEなど多くの企業が同サービスを提供しはじめ、2016年から課金型と定額制の売上高は逆転しました。

今では、エンターテインメント業界以外にもファッション、英語学習教材、さらには『定額全国住み放題』という多拠点型シェアハウスなど、サブスクを取り入れる企業が続々と増えています。『定額+し放題』へのニーズは、今後もさらに高まっていくでしょう。

消費者が気楽に、お得に楽しめるこのビジネスモデルを自社の事業に活かせるかどうか、検討してみるのはいかがでしょうか。

本誌7ページでサブスク活用のヒントも紹介していますので、ぜひご一読ください。

世界の動画配信市場規模・契約数の推移及び予測



税務・会計 2分セミナー

消費税の仕組みを理解して 事業者の負担を軽減しよう!

事業者が納める税金にはさまざまな種類がありますが、そのなかでも特にわかりにくいのが消費税です。きちんと理解しておかないと、事業者にとって大きな負担となる場合があります。そこで今回は、消費税で損をしないように、その仕組みについて紹介します。

消費税の仕組みと 免税事業者とは？

消費税は基本的には年に一度精算し、多く受け取っている分を国に納めることになっています。

ただし、『免税事業者』に該当する場合は消費税を納税しなくてもかまいません。免税事業者の条件は『基準期間』の課税売上高および『特定期間』の課税売上高等が1,000万円以下になる場合です。基準期間とは、個人の場合は前々年、法人の場合は前々事業年度、『特定期間』とは、個人の場合は前年1月1日から6月30日、法人の場合はその事業年度の前事業年度開始の日以後6カ月の期間を指します。

会社を設立するスタートアップのときには、できるだけ長い期間、免税事業者として消費税の負担を抑えたいところです。基準期間がない場合、資本金が1,000万円を超える法人は課税事業者となりますので、免税事業者になるためには、資本金1,000万円未満からのスタートであることが必要です。

資本金が1,000万円未満であれば、1期目は基準期間も特定期間もなく消費税が免除となります。さらに2期目も消費税を免除されるためには会計年度をいつにするかも重要です。1期目が7カ月以下の場合には特定期間に該当しないため、2期目は基準期間も特定期間もなく消費税は免除されることとなります。たとえば9月～翌8月を会計年度とする場合、会社設立を2月以降にすれば1期目は7カ月以下となり、2期目も消費税が免除となるのです。

このほかに2期目の消費税を免除とするためには、以下の2つの要件のいずれかがあれば免税業者に該当することになっています。

- 特定期間の課税売上高が1,000万円以下
 - 特定期間の給与等支払額の合計額が1,000万円以下
- 3期目からは、原則通り、基準期間の課税売上高と特定期間の課税売上高等で判断することになります。

消費税を納税する タイミングとは？

課税事業者として消費税を納税するときは、基準期間における課税売上高が5,000万円以下であれば簡易課税を選択することができます。

- **原則課税**……『課税売上に係る消費税額－課税仕入等に係る消費税額』として計算。正確な納税額が出やすい反面、実際の課税仕入等の税額を計算するという手間が発生。
- **簡易課税**……仕入控除税額を課税売上高に対する税額の一定割合とみなします。この一定割合を『みなし仕入率』と呼びますが、みなし仕入率については、卸売業や小売業などの6つの区分ごとに割合が異なります。
 - ・第一種事業（卸売業）90%
 - ・第二種事業（小売業）80%
 - ・第三種事業（製造業等）70%
 - ・第四種事業（その他の事業）60%
 - ・第五種事業（サービス業等）50%
 - ・第六種事業（不動産業）40%

また、消費税の納税期限は『課税期間の終了の日の翌日から2カ月以内』で、1年分を計算して消費税の確定申告書を提出し、そのタイミングで納付します。

ただし、納付する消費税の額が大きい場合は事業者の負担を減らすため、一定の条件に該当する場合は中間申告と中間納付の制度が設けられています。

- ・直前の課税期間の確定消費税額（地方消費税は含まれません）が48万円超～400万円以下：中間申告は1回
- ・400万円超～4,800万円以下：中間申告は3回
- ・4,800万円超～：中間申告は11回

以上のような消費税の仕組みを理解しておく、事業者は負担を抑えることができるでしょう。



従業員とのトラブルに発展させない 不利益変更の注意点とは？

会社の経営状態によって、労働時間の延長や基本給の減給、手当の廃止など、社員にとって不利益となる労働条件の変更を行わざるを得ないことがあります。このような変更を『不利益変更』と呼びます。今回は、不利益変更を行う際に注意したいポイントをまとめました。

不利益変更の手順と危険性とは？

原則として、従業員の合意なく会社が一方的に不利益変更を行うことはできません。そのため、『不利益変更』を行う際には、以下の手順が必要となります。

(1) 従業員への説明と合意の獲得

会社が希望する不利益変更の内容について従業員に説明を行い、合意を得る必要があります。個別に説明を行うのが理想的ですが、労働組合がある場合は労働組合と話し合い、合意を得るといった流れになります。

(2) 就業規則の変更

合意を得られたら、就業規則を変更して周知し施行することになります。就業規則の届出義務がある会社は、労働基準監督署に届出を行います。

基本は上記の方法ですが、労働者の受ける不利益の程度、労働条件の変更の必要性、変更後の就業規則の内容の相当性、労働組合等との交渉の状況その他の事情に照らして合理性が認められれば、就業規則を変更することで全従業員の合意をとらずに不利益変更を行うことができます。しかし、この方法は裁判例からみても容易ではなく、かつ従業員からすれば一方的に就業規則を変更されたことになりすから、下記のようなさまざまな問題を起す危険性があります。

● 従業員の士気が下がる

一方的に賃金や手当などがカットされてしまうと従業員が不信感を抱き、士気の低下につながるものが予想されます。そのため、従業員同士が不満をぶつけ合い、大量の退職者が出る・顧客を抱えたまま独立されるなどのトラブルになる可能性も否定できません。

● 労使紛争

会社は合理性があると考えていたとしても、従業員から未払賃金の請求訴訟を起されるなど、労使紛争を招くケースがあります。また、労働基準監督署に通報されて立ち入り調査を受けることも起こり得ます。

不利益変更を行う際の注意点とは？

一步間違えれば、会社も取り返しのつかないダメージを負いかねない不利益変更。話をスムーズに進めるためには、どのようなことに注意すればよいのでしょうか。

● 従業員の心情に配慮して手順を踏む

最初から紛争を見越して弁護士を間に入れて交渉してもらおう、社会保険労務士に不利益変更について通知してもらおうなど、会社側としてはできるだけ手を割かずに進めたいと考えるかもしれませんが、従業員にとってはそれが『強硬な姿勢』とネガティブに映ってしまうこともあります。

従業員数が多い会社ではむずかしいかもしれませんが、可能な限り経営陣が従業員一人ひとりに対して不利益変更に関する説明を行うことで、誠意ある対応だと評価されて穏便に進めることができるのではないのでしょうか。

● できるだけ不満を残さないように配慮する

単純に労働時間が延びたり、賃金や手当がカットされたりすると、従業員の間で『これまで得られていたものが得られなくなった』という不満が募ってしまいます。

そこで、不利益変更を行う代わりとして、定年を延長するとか、福利厚生を充実させるなど、従業員がメリットを感じるような代案を提案し、納得してもらおうのもポイントです。

労働条件の不利益変更は、対応を誤ると、大きなトラブルに発展しかねません。その一方で、従業員の不満が最小限に抑えられるよう、誠意ある対応を進めることによって、従業員からの信頼を得られる機会でもあります。

問題なく手続きができるよう、従業員の心情などに配慮して進めていきましょう。



トラブルを予防する ビジネス契約のいろは

ビジネスにおいて契約を交わすことは不可欠ですが、契約には双方が単純に約束ごとを決めるだけでなく、将来起こるかもしれないトラブルを予防するという目的もあります。そこで今回は、トラブル予防のための契約に対する基本的な考え方を紹介します。

契約自由の原則と 契約書に書くべき内容とは？

まず知っておきたいのが『契約自由の原則』です。これは、一方的に不利な契約を強制されない自由、契約内容を当事者同士で決められる自由などのことです。

ただし、麻薬の売買契約などは『公序良俗に反する』として、当事者同士が合意しても無効です。

次に、契約書の形式に関しては『最低限決めておかなければトラブルになりかねない』と思われる以下の基本的な条項は、ほぼ共通しています。

●契約内容

たとえば、『A社から甲という建物をB社が買うことについて契約する』などがそれにあたります。

●契約期間・効力発生日

1年ごとの自動更新であれば、いつからいつまでで1年と定めるのかを明らかにします。また、契約書の最後に記載する契約締結日と効力発生日が異なる場合は、契約書に効力発生日を明記します。

●報酬対価

売買契約の場合は売買の対象となるものとその対価、請負契約であれば報酬額、雇用契約であれば給与額などが報酬対価に該当します。金額を記載するときには、税込価格なのか税抜価格なのかなど、複数の解釈が生じないように明記します。

●禁止行為

行ってほしくない行為を明文化して禁止します。

●契約解除

契約を継続することがむずかしい場合に備えて、一定の条件下で契約を解除できるようにしておきます。

●合意管轄

裁判になり、民事訴訟法で決められた第一審の裁判所が遠くの地域になった場合、コストがかかる可能性があります。そこで、できるだけ近くの裁判所で裁判ができるように合意管轄を定めておきます。

契約書を作成するときに 注意したい点とは？

契約書を作成する際に、注意すべき点を紹介します。

●ひな形をそのまま使わない

ひな形は、必要箇所だけを書き換えればそのまま使うことができるため、非常に便利です。しかし、不特定多数の人が利用しやすいように作られているため、書かれている条項だけではカバーしきれないことが多くあるのです。

また、必要のない条項が入っていることもあるため、ひな形はあくまでも参考程度にとどめ、個別の契約に合わせて作成することがポイントです。

●できるだけ具体的に明記する

契約を結ぶために話し合い、合意した内容については、できるだけ具体的に契約書に落とし込むことが大切です。

仮に『甲は、乙の作製したAという製品に不備があった場合は修正を依頼することができる』という条項があった場合、『不備』がどこまでのレベルのものを指すのか、修正依頼は何回までできるのかがその一文だけではわかりません。実際にトラブルになったときに揉めないためにも、細部まで取り決めて文字で残すようにします。

契約書には最低限記載すべき内容と、作成の際、注意したい点があります。トラブルが発生しないように、以上の基本を押さえておきましょう。





増客・増収のヒント

定額でサービスを提供する！ 注目を集める『サブスク』のしくみとは？

最近よく耳にする『サブスクリプション』（以下、サブスク）とは、『料金を支払うことで一定期間サービスの利用権を提供する』というビジネスモデルをいいます。現在、幅広い業種でサブスクが活用されています。サブスクの特徴やメリット、デメリットについて考えてみましょう。

利用者側は定額で充実したサービスを受けられる

近年、人気を集める『サブスク』のサービス。代表的なものといえば、以下があげられます。

- 定額で電子書籍が読み放題の『Kindle Unlimited』
- 定額で音楽が聴き放題の『Apple Music』や『Spotify』
- 定額で動画が見放題の『Netflix』や『Hulu』
- 定額でWordやExcelなどのアプリケーションが使い放題の『Office365』

『定額制』という考え方自体は古くからあり、新聞の定期購読やスポーツジムの月会員なども一種のサブスクと考えられます。しかし、近年目立つのは、従来は売り切り型だった商品やサービスをサブスクで提供するというスタイルです。対象は、洋服や家具、車、ゲームソフト、カフェなど多岐に渡り、今後も思わぬものがサブスク化される可能性は十分にあります。

利用者視点でのサブスクのメリットとしては、たとえば、ソフトウェアや車などの場合、初期費用をかけずに気軽に利用を始められる点があげられます。月単位で契約できるものも多いため、利用する月だけ契約するという柔軟な利用方法も可能です。

ソフトウェアなど、アップデートやバージョンアップへの対応が必要なものなら、常に最新のサービスを受けられるのもメリットです。

本や音楽、動画などの場合、購入頻度が高い人であれば、サブスクのほうが割安に感じるでしょう。保存管理のための物理的なスペース（あるいはスマホのストレージ容量など）を気にする必要もありません。

もちろん、デメリットもあります。たとえば、利用しなくても料金は発生してしまう、利用頻度が低いと割高に感じる、長く利用すると買い切り型よりも高額になる場合がある、などがあげられるでしょう。

サービスを提供する側のメリット・デメリット

一方、サービスを提供する側のメリットとしては以下のことがあげられます。

- 顧客との継続的な関係が築ける
売り切り型の商品の場合、商品を買ったら顧客との関係が終了します。継続的な関係を結ぶためには定期的にDMを送ったりセールを行ったりといった施策を打ち出さなければなりません。その点、サブスクはサービスの利用開始後も関係が継続します。
- 集まったデータをマーケティングに活用できる
顧客との関係が続くためユーザーデータが集まりやすく、サービスの改善などに活かすことができます。
- 新規顧客を獲得しやすい
安価なサブスクは、必要性・緊急性が低くても利用の可能性が高まります。たとえば、数千円の商品を1点だけ選んで購入するのに比べ、『月々1,000円で利用し放題』は消費者の心理的なハードルを下げます。
- 売上の試算がしやすい
定額料金のため、入金の手も立てやすく、継続的に安定した売上を得ることができます。

しかし、デメリットもあります。たとえば、飽きられないために常にコンテンツのブラッシュアップが必要であり、ITの進化に合わせた機能改善も必須です。また、利用者が少なくとも魅力的なコンテンツを十分に用意しなければ始まらないため、利益が出るまでに時間がかかることも覚悟しなければなりません。

ビジネスの可能性を広げるサブスク。導入を検討する際は、利用者・提供者双方のメリット・デメリットをふまえて戦略を立てることが大切です。

経営なんでも Q&A

無駄なく業務効率を上げるには？ アウトソーシングの活用法



人材不足の解消やコスト削減のためにアウトソーシングを活用したいのですが、アウトソーシングに向いている業務、内製すべき業務がわかりません。どのように判断し、活用すればよいのでしょうか？



アウトソーシングに向いているのは、反復継続する大量の定型業務や、高度な専門知識が必要となる業務です。業務を社外に委託することによって何を期待しているのかは、企業によって異なります。自社の懸念点を考慮しながら、メリットが出るように業務を切り分けることがポイントです。

アウトソーシングは社員の業務効率を上げるために活用

会社の主戦力である社員に、自分のコア業務に集中してもらえというのが、アウトソーシングを取り入れた際の最も大きなメリットです。

たとえば人事部には、『求人広告の出稿を代理店に依頼する』『応募者の情報をとりまとめる』『面接結果を応募者に送る』などの業務があります。こうした誰にでもできる業務は、アウトソーシングすることで社員の負担を減らすことにつながります。その結果、『どのような人材を集めたいかという要望を明確化する』『求人広告の中身を精査する』『応募者と面接を行い選考する』などの、社員が本来やるべき業務に集中させることが可能になります。

また、パートスタッフなどが病気などで欠勤したときには、社員が代わりにその業務を行わなければならないときもあります。しかし、アウトソーシングは指揮監督権も委託した会社に委譲できるため、スタッフが休業したときにも先方が人材を補充します。業務人数に欠員が出ることがありません。

一方、デメリットとしては、自社で同じ業務を担当する人がいなくなる点にあります。『ノウハウが社内にたまらない』という懸念を持つ会社も多いようです。その際は、アウトソーシング会社との連携を密にして報告を受けるようにする、業務をマニュアル化して可視化しておくなどの対策をとるとよいでしょう。

大量の定型業務と専門業務を任せることで業務効率化に

アウトソーシングに向いている業務は、大きくわけて二つあります。一つは、『定型業務』です。請求書の発送や給与の振込処理、源泉徴収票の発送など、大量に同じ作業が反復継続して発生するような定型業務は、イレギュラーな対応も少なく属人化もしにくいいため、アウトソーシングに適している業務といえます。

もう一つは、『専門特化した業務』です。税務や労務に精通している社員を見つけるのは難易度が高いうえ、能力給などが必要になりコストがかかる可能性があります。法人税や消費税の申告業務や雇用契約書の作成など、専門的な知識と経験が求められる業務を外部に委託するのも、業務効率化といえます。

アウトソーシングを活用する際は、内製とのバランスを見極め、メリットの多い判断を心がけましょう。

