

経営管理 マガジン

10

2020 October

P2 経営 TOPICS

ますます普及していくIoT 『セキュリティ強化』が大きな課題

P3 データ 見る経営

日本でも需要が増える可能性大!
注目されるシェアリングエコノミー

P4 税務・会計 2分セミナー

知っておくと得をする?
法人税の基礎知識と節税のヒント

P5 労務 ワンポイントコラム

労使間トラブルの解決を目指す
第三者の介入による紛争解決の手段とは

P6 社長が知っておきたい 法務講座

口コミサイトに誹謗中傷を書かれたら
どのように対応すればよい?

P7 増客・増収 のヒント

顧客を増やすためのカギ!
『リード』獲得のヒント

P8 経営なんでも Q&A

複数人で会社を創業したとき
『代表取締役』になれるのは何人まで?



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

ますます普及していくIoT 『セキュリティ強化』が大きな課題

IoT(モノのインターネット)の普及は、5G(第5世代移動通信システム)の登場により加速すると予想されています。しかし、その一方でIoT機器を狙ったサイバー攻撃も急増し、深刻化しています。今回は、IoTの活用とその問題点について考察します。

IoTの技術によって どのようなことができるのか

今やパソコンやスマートフォンだけでなく、冷蔵庫や電子レンジなどの家電製品、車、住宅やビルなどもインターネットにつながる時代です。このように、さまざまな『モノ』がインターネットに接続するしくみを『IoT(Internet of Things)』、日本語で『モノのインターネット』といいます。IoTの技術は、以下のようなことを可能にします。

●離れた場所からモノを操作できる

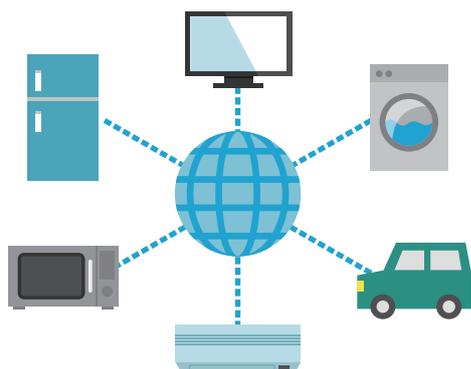
職場にいながら自宅のエアコンを操作するなど、遠隔操作・遠隔制御などができます。

●モノや人・生き物の状態を把握できる

ペットの首輪をインターネットにつなぎ、散歩の距離や脈拍などのデータを飼い主のスマホに送るなど、モノとモノとのあいだでデータの送受信ができます。

●モノの状態を自動で管理できる

日差しが強くなったら空調の温度を下げ、夕方になって涼しくなったら空調を弱めるなど、その場所の温度や湿度などを感知し、自動で管理できるようなしくみも作ることができます。



サイバー攻撃への対策など 解決すべき課題も

総務省の『令和元年版情報通信白書』によると、IoTデバイスは、コネクテッドカーの普及が見込まれる『自動車・輸送機器』、デジタルヘルスケアの市場が拡大している『医療』、スマート工場やスマートシティが拡大する『産業用途(工場、インフラ、物流)』において急速に増加することが見込まれています。

2020年1月には、トヨタ自動車株式会社が静岡県裾野市の東富士工場の跡地に『コネクテッドシティ』を設置する計画を発表し、話題となりました。コネクテッドシティでは無人自動車が走り、室内用ロボットが配置されるなど、IoTを使ったさまざまな技術の検証・実験がなされる予定です。

ただし、IoTにはセキュリティ上の課題もあります。総務省の『サイバーセキュリティ政策の最新動向』(2019年2月公表)によると、2017年に情報通信研究機構(NICT)の調査により観測したサイバー攻撃1,504億回のうち、半数以上がIoT機器を狙ったものでした。IoT機器はセキュリティソフトの導入が難しいこと、また、画面のないIoT機器は異変に気づきにくいいため人的管理が難しいことなどが問題点です。長期にわたって使用する機器は、脆弱性を有したままネットワークに接続され続けるおそれもあります。

このほかの課題として、何らかの不具合が生じたときにIoT機器に連鎖的に障害が発生する点もあげられます。コロナ禍のなか、シャープ株式会社がマスクの生産・販売を始めたところ、ECサイトにアクセスが殺到したためサイトがダウンし、その影響がシャープのIoT家電に及んだこともその一例です。

私たちの生活を便利にしてくれるIoT。一方で、活用する側は、セキュリティなどの課題についても把握し、対策を立てていかななくてはなりません。

データで見る経営

日本でも需要が増える可能性大!? 注目されるシェアリングエコノミー

自分で使う頻度の少ないモノやスキルを複数人でシェアしあったり、共有する『シェアリングエコノミー』が注目されています。日本での認知度は、海外に比べて高いとはいえませんが、今後『シェアリングエコノミー』にはビジネス展開のチャンスがあるかもしれません。

個人間のやりとりに対する不安が 日本では普及の妨げに

所有を必要としないモノやスキルを複数人数で共有する『シェアリングエコノミー』の普及率が、先進国を中心に伸びています。しかし、2018年に総務省が公表した『ICT (Information and Communication Technology/情報通信技術)によるインクルージョンの実現に関する調査研究』によると、日本でのシェアリングエコノミーの認知度・利用率は、アメリカ、イギリス、ドイツ、韓国、中国、オーストラリア、インドのなかで最下位という結果が出ました。

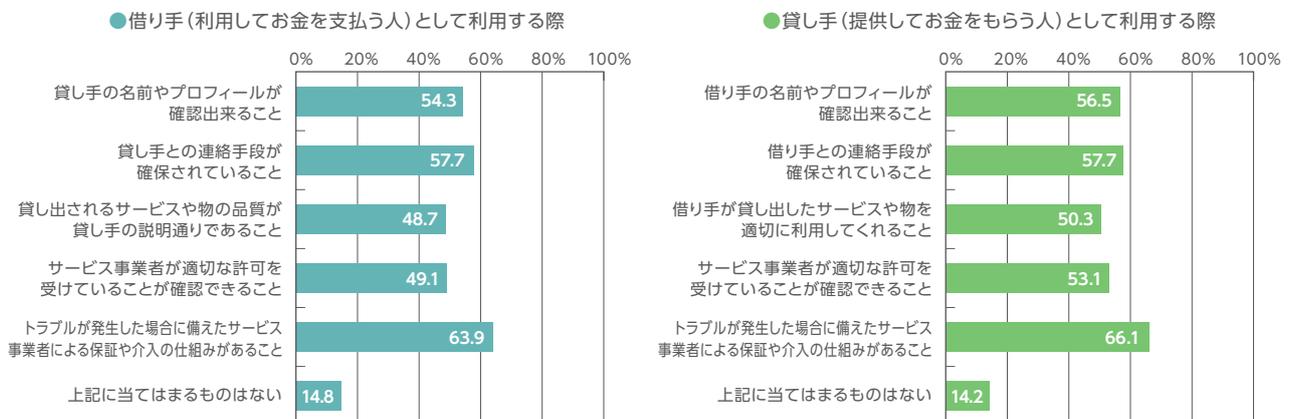
また、同調査によると、日本国内においてシェアリングエコノミーを利用するための条件として、『トラブル発生に備え、サービス事業者の保証や介入の仕組みがある』『貸し手(借り手)との連絡手段が確保されている』『貸し手(借り手)の名前やプロフィールが確認できる』などが、貸し手・借り手ともに50%を上回ることがわかりました。

利用者の不安を払拭することが 大きなチャンスにつながる

前述の資料によれば、日本国内では、相手が信頼できる貸し手(または借り手)であるのか、トラブルになった際のフォローシステムはあるのかといった不安が利用の障壁になっていることがわかります。シェアリングエコノミーの代表的なサービスとして『民泊の仲介サービス』『駐車場シェアリングサービス』『個人の仕事・労働のワークシェアリングサービス』などがあげられるなか、一般的な認知度は高まってはいるものの、利用率は高くありません。これも、“知らない人とシェアする”ことに対する不安が影響した結果といえます。

このように、シェアリングエコノミーは、まだそれほど普及しているとはいえない状況です。貸し手・借り手が抱える不安を払拭することができれば、ビジネスチャンスに繋がるのではないのでしょうか。

シェアリングエコノミーを信頼して利用するための条件



※シェアリングエコノミーを利用していないしは知っている人が対象

税務・会計 2分セミナー

知っておくと得をする？ 法人税の基礎知識と節税のヒント

会社が順調に成長して利益が増えていくと、それに伴って法人税も増えることが考えられます。適切に納税することは大切ですが、支払う税金は最小限にしたいものです。そこで今回は、経営とは切っても切れない関係にある法人税について、知識と節税のヒントをお伝えします。

所得が減ったら 法人税も少なくなる？

法人税は、企業がその事業年度に得た課税所得に対して課されます。つまり、物資の購入や、一定の賞与の支給などで課税所得が減れば、法人税も少なくなります。極端な話をすれば、もしその事業年度に営業活動による利益が出ていても、必要物資の購入等で赤字になった場合には、法人税は課税されません。

ただし、所得を減らすと、金融機関から受けられる融資の金額が少なくなりますし、赤字が3期続くと、融資の審査にきわめて通りにくくなってしまいます。

そこで、利益を繰り延べる方法として、オペレーティングリースを組む方法についてご紹介します。

まず、複数の投資家からなる匿名組合に加盟し出資をします。匿名組合はリース用の物件や物品、機械などを購入してリース契約を締結することでリース料収入を得ますが、その際のリース資産の減価償却費がリース開始から数年間はリース料収入よりも高くなるため、匿名組合に赤字が発生します。その赤字は投資家側の決算にも反映されて損金に計上することになるため、長期間に渡り所得が減少するのです。

このオペレーティングリースを組む方法は、リース資産の種類によっては5～10年にわたって収入を得ながら減価償却費を計上できる方法ですが、リース期間が終わると商品を売却するため、一時的に大きな収益が出てしまいます。その点には注意が必要です。

そのほか、経営者が生命保険に加入し、それを損金に算入することも可能です。ただし、保険料を全額、損金に計上していたのは過去の話で、損金に算入できる要件は厳しくなり、割合はだんだん減ってきています。また、万が一にも保険金が入るようなことがあれば、一時的に大きな収益になります。先のことを見越して検討しましょう。

確定申告、共済、前払い… 法人税に関わるいろいろな制度

そのほか、白色申告を青色申告にすることでも、節税効果が期待できます。大きなメリットは、欠損金が生じた場合、10年間にわたって繰り越し控除が受けられることですが、前年度分に限り、法人税の繰り戻し還付を受けることも可能です。

また、中小企業倒産防止共済制度（経営セーフティ共済）も活用できます。取引先が倒産したときに連鎖倒産を防ぐための貸付が受けられる制度で、月払いしていた掛金（月額20万円が限度）を前納した場合、当期分の月掛金と1年以内の前納掛金をあわせて最大460万円（23カ月分）が損金として計上可能です。

このほか、オフィスの家賃などを一括前払いにすることで、前払いした1年分の家賃の全額を、支払い方法を変更した事業年度の損金に計上できます。たとえば3月期に決算がある場合、1月のうちに2月から翌年1月までの賃料を前払いすれば、その代金は当期の損金として計上することができます。なお、支払った時期から1年を超える期間を対象とする前払費用の支払いは、適用対象外となるのでご注意ください。

また、一度でも一括で前払いの契約に変更をすると、その後は継続して同じ支払方法で払い続けることとなります。何回も使える対策ではないことは理解しておきましょう。

毎年やってくる納税シーズン。できる限り効率的に納税したいと考えをめぐらせる経営者もいます。しかし、短絡的な節税対策をしては、かえって会社のキャッシュフローを圧迫することにもなりかねません。節税商品なども数多く市場に出回っていますが、隠れたリスクがないとも限らないので、慎重に検討しましょう。



労使間トラブルの解決を目指す 第三者の介入による紛争解決の手段とは

残業代の未払い、パワハラ、解雇や雇止めなど、労使間トラブルは後を絶ちません。こうしたトラブルを当事者同士で解決できない場合、第三者の介入による解決方法も模索しなくてはなりません。今回は、さまざまな紛争解決手段についてご説明します。

労使間トラブル解決のための 個別労働紛争解決制度

2020年7月に厚生労働省が発表した『令和元年度個別労働紛争解決制度の施行状況』によると、2019年の総合労働相談件数は118万8,340件で、12年連続で100万件を超えたことがわかりました。

当事者同士で解決が難しい職場トラブルが起きた場合、『個別労働紛争解決制度』を利用して円満な解決を目指すという選択肢があります。各都道府県労働局および全国の労働基準監督署内に設置された『総合労働相談コーナー』で相談を受け付けており、労働者・事業主のいずれもが利用することができます。

相談の解決方法としては以下の2種類が用意されています。

①都道府県の労働局長による助言や指導

労働局が相談者に対し、相談に関連する法令・裁判例などの情報を提供します。相談者から助言・指導の申し出があれば、都道府県労働局長による助言・指導が実施され、解決すれば終了します。当事者に対して何らかの行動や措置を行うことを強制するものではなく、あくまでも自主的に解決することをサポートするものです。

②紛争調停委員会によるあっせん

助言や指導でも問題が解決しない場合、希望に応じて、紛争当事者の間に『あっせん員』と呼ばれる労働問題の専門家を交えての話し合いに移行します。あっせん員が双方の主張の要点を確かめて調整を行い、紛争の解決を図ります。



裁判所で行う労働審判や 訴訟で解決を図るケースも

あっせんでも解決に至らなかったときには、『労働審判』により解決を図るという選択肢があります。労働審判の申し立て先は地方裁判所です。

労働審判では、当事者のほか、裁判官1名(労働審判官)と、労働関係の専門的な知識・経験を持つ2名の労働審判員で構成される『労働審判委員会』が紛争解決に関わります。労働審判では、訴訟手続と同様に、事前に証拠を準備し、的確に主張をする必要があります。原則3回以内という定められた期日(裁判長が指定した日時)のなかで話し合いによる解決を試み、労働審判委員会が最終的に審判を行います。

労働審判で解決できなかった場合は『訴訟』に移行します。あっせんや労働審判では、基本的には当事者の意思を尊重しながら話し合いを進めていくのに対し、訴訟の場合は裁判所が結論を下すこととなります。訴訟には期日の定めはないため、判決が出るまで年単位の時間を要することもありますし、控訴された場合は、解決までの時間がさらに長くなります。

なお、労働基準法に違反している疑いがあると判断された相談については、労働基準監督署や公共職業安定所などによる行政指導が入ることがあります。法定労働時間を大幅に超えた長時間労働や、残業代の不払いなどがこれにあたります。行政指導に従わない会社は、社名を公表されるなどのペナルティを受けることがあります。

会社としては、こうした労働紛争を未然に防ぐことが一番です。そのためにも法令を順守し、労務環境の整備に努めましょう。その一方で、万が一労働紛争に発展したときに備え、紛争解決のために用意されている各種制度について把握しておくことも大切です。



社長が知っておきたい 法務講座

口コミサイトに誹謗中傷を書かれたら どのように対応すればよい？

サービスや商品を探するときによく活用される『口コミサイト』。消費者と企業をつなぐうえで大きな役割を担っている一方、悪意のある書き込みや誹謗中傷による風評被害も問題となっています。こうした書き込みに対して、企業側はどう対応すべきでしょうか。

口コミの発信者に関する情報は 簡単には開示されない

口コミサイトでの悪質な書き込みは、実際に商品やサービスを利用したときに不愉快な思いをしたために、怒りや恨みの気持ちから書かれるケースもあれば、特に根拠がないにもかかわらず愉快犯的に書かれるケースもあります。いずれにしても、正当なクレームであれば、真摯に受け止めたうえでサービスの改善を行うことが先決ですが、事実とはいえ誹謗中傷が書き込まれたときは、対応に注意が必要です。

もし誹謗中傷を受けた場合、会社やお店側がまずできることは、誹謗中傷の口コミを削除してもらうようサイト管理者に求めることです。誹謗中傷の口コミがサイト上にある限り、サイトを見た人はその口コミをもとに会社やお店を判断してしまいます。また、口コミがSNSなどを通じて拡散されてしまえば、書かれている内容がまるで事実であるかのように広まってしまうおそれもあるからです。

悪質な誹謗中傷により会社が損害を受けた場合は、誹謗中傷を書き込んだ本人を突き止め、損害賠償請求や民事訴訟、刑事告訴を行うことも視野に入ってくるでしょう。

この場合の手続きとしては、まずサイト管理者に対して『発信者情報開示請求』をすることになります。ただし、管理者がすぐに請求に応じ、発信者の情報を開示してくれるわけではありません。なぜなら発信者情報は、発信者のプライバシーおよび匿名表現の自由、場合によっては通信の秘密として保護されるべき情報とされているからです。また、単なるサービスへの不満やクレームまで規制してしまえば、表現の自由を不当に規制することにもつながってしまうため、投稿者の個人情報の開示には慎重にならざるを得ないのです。

発信者の特定手続きは 専門家の手を借りスピーディに

前述の理由により、当事者からの開示請求はなかなか認められないのが現状です。そこで多くは、弁護士などを通じて『発信者情報開示請求』を行います。それでも開示が認められない場合は、発信者情報開示請求の仮処分ないし訴訟を起こすことになります。費用も時間もかかりますが、発信者情報を特定することは民事・刑事的責任の追及のために欠かせません。

発信者情報開示請求は、具体的には2段階で行います。まずはサイト管理者に対して行う開示請求で、このとき開示されるのはユーザーの氏名や住所などではなく、IPアドレスとタイムスタンプ（発信時間）です。次に、それをもとにプロバイダに対して、発信者の氏名や住所、メールアドレスなどの個人情報の開示を求めます。

発信者情報開示請求において大事なのは、“できるだけ早く動く”ことです。なぜなら、IPアドレスを含む投稿者のログは長期間保存されておらず、3カ月～6カ月程度で消去されてしまうからです。そのため必要に応じて、ログなどの情報を消去しないよう、仮処分を申し立てることもあります。

口コミサイトに会社や商品に対する誹謗中傷が書き込まれた場合、被害を最小限に抑えるためには迅速かつ適切に対応することが重要です。万が一の時のために、手続きの流れを知っておくとよいでしょう。





増客・増収のヒント

顧客を増やすためのカギ！ 『リード』獲得のヒント

経営者にとって、顧客リストは売上に直結する大事なものです。その顧客リストのなかでも『リード』と呼ばれる“見込み客”のリストは、将来的に顧客を増やす近道といえます。今回は、顧客維持や新規開拓のために『リード』を増やすヒントをご紹介します。

はじめの一步は、 リードと良好な関係を築くこと

企業活動を拡大していくためには、いずれ取引先リストに入るであろうリードをいかに集められるかがとても重要です。闇雲に営業をかけていくよりも、まずはこれから取引相手になる可能性の高いリードとの良好な関係を構築し、そこから営業をかけていけば、商品やサービスを購入してもらえる可能性が高まります。

リード獲得の方法について、Webを活用したマーケティングと、それ以外に分けてご紹介します。

【Webを活用したリード獲得方法の例】

- ダイレクトメールを一斉送信し、問い合わせを獲得する
- SNSで情報を発信し、フォロワーや『いいね』を集めて認知度をあげる
- SNSでコミュニティを作り、登録を促す
- リスティング広告など、オンラインでの広告を使い、問い合わせを獲得する

【紙媒体や対面によるリード獲得方法の例】

- 展示会や商談会に出展し、ブースに来てくれた人と名刺交換をしたり、アンケートをとって連絡先を入手したりする
- 企業などへ飛び込み営業をして、自社の製品やサービスを知ってもらう
- 専門性を生かした無料相談会を開く
- 無料セミナーを実施し、セミナーへの参加を促す
- テレマーケティング（電話での営業）

これらのマーケティング活動は、連動させることで成果はより高くなります。たとえば、無料セミナーの案内を作成してダイレクトメールで一斉送信し、申込みという方法でリードを獲得。無料セミナーを開催したときにビジネスにつながる提案を盛り込み、顧客化することも可能です。

さまざまな関心度にあわせ 窓口を複数用意するのもポイント

初めてコンタクトをとった見込み客は警戒心を持っているため、リードの獲得は容易なことではありません。たとえば、以下のような工夫が必要です。

①自社のアピールより相手のメリットを伝える

商品やサービスの強みをアピールすれば関心を持った顧客が集まるように思えますが、一方的なアピールは顧客に押しつけのように思われる傾向があります。それより、SNSのフォローやセミナーへの参加などが顧客にどんなメリットを与えるのかを伝えましょう。

②成約につながる情報を獲得する

たとえば自社製品の販売契約を結びたいのであれば、所属している会社名や役職名が獲得できると有益です。試用品を手元に届けるため、関連部署の担当者名前なども入手できるとよいでしょう。

③獲得方法を絞らない

リードになりそうな客といっても、その関心度はさまざまです。無料セミナーをぜひ受講したいと思っている人もいれば、日にちがあえば受講したい程度の人もいるでしょう。商品やサービスの認知レベルも見込み客によって異なるので、それぞれに対応できる獲得方法を考えていく必要があります。

企業としては、見込み客だけではなく、長期的に付き合えるであろう取引先も含め、広く押さえておきたいところです。そこで、ダイレクトメールやSNS、電話営業など、商品やサービスにつながる窓口を複数設置して、リード獲得の間口を広げることも大きなポイントです。

顧客リストを充実させるためにも、まずは自社の商品やサービスに興味を持ってもらい、より多くのリードを獲得しましょう。

経営なんでも Q&A

複数人で会社を創業したとき『代表取締役』になれるのは何人まで？



一緒に働いてきた仲間と二人で会社を始めたいと考えています。会社設立後も、上下関係になるのではなく、対等な立場でビジネスを回していきたいので、どちらも代表取締役に就任できれば一番よいのですが、そうしたことは、制度上可能でしょうか。



代表取締役は一人である必要はなく、何人いても構いません。ただし、会社の代表者が複数になるということは、業務上の手続きの面では円滑に進めやすくなる一方で、対立するとこじれるなどのデメリットも存在します。会社印の取扱いなどにも注意が必要です。

意外と知らない 代表取締役の意味と役割

そもそも代表取締役とは、会社を代表する権限を持つ取締役のことです。会社法では、代表取締役について『株式会社の業務に関する一切の裁判上又は裁判外の行為をする権限を有する』と定められています。代表、という名のとおり、会社を対外的に代表して業務を執行することができるのです。

これに対し、取締役は経営を担う役職ではあるものの、会社を代表して業務執行する権限はありません。単独で契約書にサインできるのは、代表取締役だけです。一般的には代表取締役は一人のことが多いため、単独でなくてはならないように思えます。しかし、代表取締役が複数人いても法律的に問題はありませぬ。4人、5人といっても構いません。

代表取締役が複数人いるということは、業務執行権限を持つ人物が複数いるということです。契約を結ぶなど、会社にとって重要な行為を単独でできる人が増えるため、業務執行のスピードが上がるというメリットがあります。ほかに、それぞれが管轄する部署間のパワーバランスが保たれ、人間関係のトラブルが起きにくくなる効果もあるようです。

複数の代表取締役 業務が滞るデメリットも

ほかに、今までとは違う分野のビジネスを手掛ける時に、その分野に強い人材を、新たに代表取締役にする『分立経営』という手法もあります。複数の分野の代表取締役が、それぞれの専門知識を活かしながら、話し合って会社の方向性を決めることができます。

ただ、代表取締役が複数いることはメリットばかりではありません。たとえば、意思決定者が複数いるために業務遂行のスピードが遅くなる、関係性が悪化してトラブルになったときに、権力が均衡しているため余計にこじれる、といったことも起こり得ます。

また、代表取締役が複数人いても、複数の代表取締役が同じ印鑑で会社の代表者印として登録することはできないので、それぞれが代表者印を用意し、印鑑登録をしなければなりません。「どれが本当の代表者印なのか」と客先の混乱を招かないためにも、情報のすり合わせが必要です。

一般的に『代表』といえば一人だろうと想像しますが、実際の法律では複数人の代表取締役を置くことが許されています。経営スタイルと合っていれば、検討してもよいかもしれません。

代表取締役



代表取締役