

経営管理 マガジン

10

2022 October

P2 経営 TOPICS

消費者に誤解を与えていませんか？ おとり広告になってしまう危険性

P3 データで見る経営

男女間の格差は生産性に直結？ 格差をなくすとパフォーマンスが向上

P4 税務・会計 2分セミナー

経営者のための退職金制度とは？ 小規模企業共済制度で節税を実現

P5 労務 ワンポイントコラム

証拠があるほうが有利な労働紛争 企業が日頃から記録すべきことは？

P6 社長が知っておきたい 法務講座

口コミサイトで誹謗中傷などが発生！ 店側が行うべき削除依頼と法的な対応策

P7 増客・増収のヒント

運用のルールを理解したうえで ドローンをビジネスに活かす方法

P8 経営なんでも Q&A

業務の属人化を防いで効率もアップ！ 顧客情報を社内で共有する方法とは



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

消費者に誤解を与えていませんか？ おとり広告になってしまう危険性

『おとり広告』とは、商品を購入できないにも関わらず、購入できるかのような表示をした広告を指します。これには、事業者側が意図していなくてもおとり広告になってしまうケースもあります。具体的にどのような内容がおとり広告になるのか、確認しておきましょう。

消費行動を妨害するおとり広告は 景品表示法によって規制の対象に

大手回転寿司チェーンのスシローが、ウニやカニを使用した期間限定商品について、提供できない店舗があることを把握しながら、2021年の9月から数カ月にかけてテレビCMなどで宣伝を続けていたとして、消費者庁と公正取引委員会が合同調査を実施。不当景品類および不当表示防止法（景品表示法）違反に当たるとして、2022年の6月に運営会社のあきんどスシローに対し、再発防止などを求める措置命令を出しました。さらにスシローでは、同年の7月にも生ビールの半額キャンペーンを巡ってトラブルが起きています。店内に貼られた生ビール半額のポスターに誘われ、客が生ビールを注文したところ、会計時に通常の価格を請求されたという話がSNSで拡散。開始日より前に広告を掲示していた“フライング広告”だったとして、スシロー側は謝罪し、生ビールを購入した客に、差額の返金などの対応を行いました。

このように、実際には提供できない商品やサービスを提供できるように表示する広告のことを『おとり広告』と呼びます。景品表示法の第5条第3号では、不当に消費者を誘引し、消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害する可能性があるとして、おとり広告を不当表示に指定し、規制の対象としています。

ただし、実際におとり広告に該当する表示は、商品やサービスが提供できないケースだけではなくありません。たとえば、商品やサービスの提供できる量や期間が限られているにも関わらず、その事実を広告で明瞭にしていない場合や、告知しておきながら合理的な理由がないまま、商品やサービスの提供を妨げる行為を行っている場合も、おとり広告に該当します。紛らわしい表示や、正しい判断を困難にさせる表示がおとり広告になるため、広告を打ち出す際には、消費者に誤認されないか、今一度確認しておきましょう。

広告と販売実態が食い違うものは おとり広告に該当する可能性がある

店舗をチェーン展開している企業において、同一の商品を複数の店舗で取り扱う際にも注意が必要です。広告に記載された店舗の一部に広告商品を取り扱わない店舗がある場合も、おとり広告に該当します。

また、割引セールの際にも、広告の表記には気を配らなければなりません。割引商品の個数が限られており、実際に買い求める消費者数が割引商品の個数を大幅に超えることが容易に予想される場合は、広告に商品名や販売個数など、販売する割引商品の詳細を明瞭に記載する必要があります。さらに、広告した商品を見せなかったり、説明を拒んだりする行為も、『合理的な理由がないまま、商品やサービスの提供を妨げる行為』に該当するため、おとり広告になります。

商品の情報を一般消費者に伝え、商品の販売促進や集客力のアップに役立つ広告は、顧客を誘引したいあまり、結果的におとり広告になってしまうことも少なくありません。おとり広告によって消費者庁から措置命令を受けると、広告の差し止めはもちろん、再発防止策の策定や、景品表示法違反の周知なども行う必要があります。もし、この措置命令にも従わない場合は、事業者には2年以下の懲役または300万円以下の罰金（法人に対しては3億円以下）が科せられる可能性があります。広告作成の際は、おとり広告にならないよう、十分に注意することが大切です。



男女間の格差は生産性に直結？ 格差をなくすとパフォーマンスが向上

賃金差や企業における女性管理職の割合などから、日本は諸外国と比べても男女間の格差が大きいといわれています。近年の研究では、男女間の格差が少なければ少ないほど、労働者の生産性は向上することがわかってきました。わが国の男女格差の現状について考えます。

男女格差は先進国のなかで低順位 遅れをとる日本は賃金差も顕著

世界経済フォーラムが公表する『世界男女格差レポート』では、世界の男女格差をジェンダーギャップ指数という形で示しています。2022年7月に発表されたレポートで、日本は全146カ国のなかで116位。前回の120位からは上昇したものの、22位のイギリスや27位のアメリカには大差となり、99位の韓国や102位の中国にも及ばず、先進国のなかで最下位でした。ちなみに、1位から3位は、北欧のアイスランド、フィンランド、ノルウェーが占めています。

経済協力開発機構（OECD）が行った調査では、日本は男女間の賃金差も大きく、諸外国のなかでも大きく遅れをとっていることがわかります。各国の男性の賃金の中央値を100とした場合の女性の賃金の中央値について、OECDの加盟国の平均が88.4だったのに対し、日本は77.5と大きく下回りました。

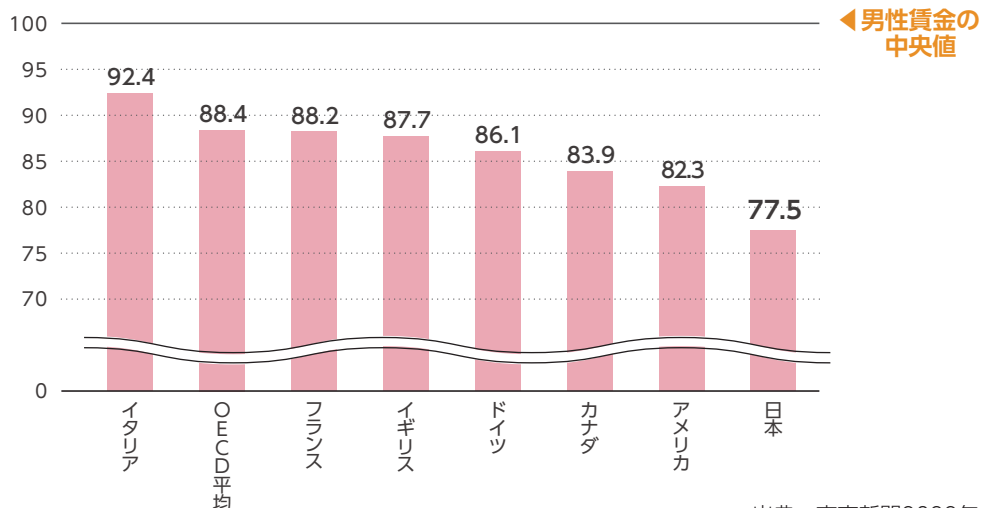
男女の賃金差を縮小するために 企業内の賃金差の公表が義務化

政府は、男女の賃金差の縮小を図るため、女性活躍推進法を改正。2022年7月から常時雇用する労働者が301人以上の一般事業主に対して、男女の賃金差の公表を義務付けました。常時雇用する労働者が301人以下の事業主についても、施行後の状況次第で義務化されることが予想されます。

オックスフォード大学が発行する学術誌『Quarterly Journal of Economics』に掲載された研究結果やOECDが公表するデータでも、男女格差がある労働環境では労働者の生産性が低下するとの報告があります。2022年に公表された『男女共同参画白書』では、民間企業の各役職に占める女性の割合は課長級が12.4%、部長級はわずか7.7%でした。女性の管理職への登用などで賃金アップを図り、男女格差の解消を目指しましょう。

主要各国の男女賃金格差

各国の男性賃金の中央値を100とした場合の、女性賃金の中央値をグラフ化したもの。
日本は男性賃金100に対して女性賃金が77.5となっている。



出典：東京新聞2022年5月21日記事

税務・会計 2分セミナー

経営者のための退職金制度とは？ 小規模企業共済制度で節税を実現

経営者が会社経営から退く際は、自ら退職金を準備する必要があります。しかし業務に追われて、退職金の準備にまで手が回らないことも多いのではないのでしょうか。そこで活用したいのが、小規模企業共済制度です。制度の内容と、利用方法について説明します。

掛け金は500円単位で調整でき 課税対象所得からの全額控除も

小規模企業の経営者や役員のなかには「会社運営のために資金を残しておきたい」「適切な退職金の額や準備方法を知らない」といった理由から、自らの退職金を会社で準備していないケースが少なくありません。しかし、経営から退いた後の生活を考えると、従業員と同様に退職金を受け取っておく必要があります。従業員には各会社の規定に沿った退職金が支払われますが、経営者は会社の資金状況を踏まえて自らが退職金の額を決め、積み立てていくことがあります。

退職金の積立にはさまざまな方法があります。そのなかでも経営者や役員自身が個人で積立をする『小規模企業共済』は節税効果が高く、全国で160万人近くの経営者や役員、個人事業主が加入しています。

小規模企業共済制度は、小規模企業の経営者や役員、個人事業主に向けた退職金制度で、国の機関である中小企業基盤整備機構（中小機構）が運営しています。廃業や退任した経営者らの生活の安定や事業の再建などを支援する目的で1965年に誕生しました。

この制度の特徴は、高い節税効果です。小規模企業共済は確定申告の際に、掛け金の全額を課税対象所得から控除することができます。掛け金は500円単位で、最少額の千円から上限額の7万円まで自由に設定することが可能です。たとえば毎月最大額の7万円の掛け金を積み立てるように設定すれば、年間で84万円を課税対象所得から控除できることとなります。

また、この掛け金は小規模企業共済への加入後も自由に増やしたり減らしたりできます。最初は少額の掛け金からスタートして、徐々に掛け金を増やしていったり、逆に、資金繰りが苦しければ、掛け金を減らしたりが可能です。大切なのは、負担にならない金額の掛け金を毎月コツコツ積み立てていくことです。

加入してから一定期間を超えると 掛け金が増えて戻ってくる

積み立てた共済金に満額や満期などはなく、経営者や役員の退任時や、会社の廃業時等に受け取ることになります。共済金の受け取りは、一括か分割、もしくは一括と分割の併用を選ぶことができます。一括の場合は退職所得ですが、分割の場合は公的年金等の雑所得扱いとなるため、税金を抑えることができます。

さらに掛け金は運用されるため、一定年数を超えると共済金（一定の請求事由を除く）がこれまでの掛け金の合計を超え、掛金納付月数と共済事由に応じた共済金を受け取ることができます。ただし、小規模企業共済は経営者や役員の退職に備えた共済制度なので、途中で解約してしまうと元本割れを起こして、掛け金の全額が戻ってこない場合があるため、注意が必要です。

また、加入していれば、いつでも低金利の貸付制度を利用できるのもメリットの一つです。新規事業展開時や事業承継時等、資金繰りが困難なときなど、必要に応じて掛け金の範囲内で、借入れを行なうことができます。

税負担が軽くなり、貸付制度も利用できる小規模企業共済は、後ろ盾のない中小企業の経営者等や個人事業主にとって心強い制度です。経営者や役員で退職金の準備をしていないのであれば、加入を検討してみたいかがでしょうか。





証拠があるほうが有利な労働紛争 企業が日頃から記録すべきことは？

『労働紛争』は、あっせんや調停、もしくは裁判所での労働審判を経て解決を図るケースがほとんどです。証拠が揃っていない側という側があった場合、いない側が不利になる可能性もあります。そこで今回は、労働紛争における証拠の重要性とその集め方を説明します。

多くの企業が抱える労働紛争 主張を通すために必要な記録とは

厚生労働省が公表した『令和3年度個別労働紛争解決制度の施行状況』によると、あっせんの申請件数は3,760件と前年度比11.6%減少したものの、総合労働相談件数は124万2,579件で、14年連続100万件を超えました。

あっせんとは、紛争調整委員会が労使の間に入り、話し合いで解決を図る制度です。日本国内の企業数は約367万4,000社であり、年間の総合労働相談件数で割ると3分の1近くの企業が何らかの労働問題を抱えていることになります。

労働相談が労働紛争に発展した場合は、さまざまな制度を活用して解決の道を探るのが一般的です。主な制度として、行政機関が実施主体となる『あっせん』のほかに『調停』があります。また、裁判所が実施主体となる制度として『民事調停』や『少額訴訟』、『労働審判』があります。

いずれの場合も、大切なのはできるだけ迅速に解決を図ることです。労働紛争が長引くと職場の士気に影響し、会社の評判によくない影響を与えるかもしれません。労働紛争を早期かつ円満に解決することで、会社や従業員に及ぼす悪影響を抑えることができます。そのためにも重要なのが、事業者が労務関連の記録を日頃から取っておくことです。

問題が発生した際に、普段の労務管理上の記録が残っていれば、いざという時に事実関係の確認や整理に役立ちます。また、あっせんや調停、民事調停や労働審判などの場でも、主張の正当性を裏付ける重要な証拠として提出できます。しかし証拠が揃っていないと事実確認ができないため、事業者側の不利になってしまうこともあるので注意しましょう。

同僚等の供述による『人証』と さまざまな書類による『書証』

先述の通り、申し立てる労働紛争の内容について、事業者側の主張を通すには証拠が必要です。証拠には、書証と人証があり、書証は文字で書かれた証拠書類のことをいいます。人証は証人や鑑定人などが供述する内容を証拠とするものです。

労働紛争解決の場における証人とは、たとえば、自社のほかの従業員や取引先関係業者、もしくは当事者の家族などの供述が該当します。労働審判では必要に応じて、労働審判委員会が証人から直接事情を聴取することもあります。そして民事訴訟では、当事者同士の主張や書証などで立証が尽くされた後に、証人に対して弁護士が口頭で質問し、その供述を証拠とすることがあります。

一方、労働紛争解決における書証は、紛争の内容ごとに異なり、非常に多くの書類が証拠として認められます。労働者の履歴書や雇用契約書、労働条件通知書、給与明細書などは用意しておきたい書類の一つです。労働環境を巡る紛争であれば、就業規則や給与規程、労使協定書や業務指示書なども必要です。解雇や雇い止めなど人事にまつわる紛争であれば、辞令や懲戒処分通知書、労働者に対しての報告書や始末書などが証拠になります。ほかにも、許可を取ったうえで相手との会話を録音したICレコーダーのデータや、防犯カメラの映像、紛争に関係するメールのやり取りやSNSなどの記録、やり取りに使用した簡単なメモなども、証拠として認められる可能性があります。

ちなみに、あっせんは証拠がなくても申し立てができますが、証拠を提出することでスムーズな解決につながることもあります。労働紛争に備えて、自ら要不要の取捨選択をせずに、証拠になりそうなものは記録に残しておくことをおすすめします。



社長が知っておきたい 法務講座

口コミサイトで誹謗中傷などが発生！ 店側が行うべき削除依頼と法的な対応策

現在では多くの方が口コミサイトを参考に使っています。接客業や小売業の集客に、口コミサイトは欠かせないものとなっていますが、その一方で、誹謗中傷や風評被害が発生することもあります。客足を遠ざける悪い口コミの対処法を紹介します。

店舗が無視できない影響力の強さ もし悪い評価をつけられたら…

2022年6月、大手飲食店系口コミサイト『食べログ』に対し、焼肉チェーン店を運営する『韓流村』が起こした裁判の判決が言い渡されました。韓流村は食べログ側のアルゴリズムの変更による評価点の下落が、売上の減少につながったとし、食べログを運営するカクコムに、損害賠償を請求していました。

東京地裁は判決で、アルゴリズムの変更は優越的な地位の乱用や独禁法違反にあたり、カクコムに3,840万円の賠償を命じました。一方で、判決では「評価は消費者による店選びにおける唯一の指標ではない」とし、アルゴリズムの変更の差し止めは認められませんでした。つまり、今後も口コミサイトの行うアルゴリズムの変更によって、飲食店の評価が変わってしまう可能性があるということです。

判決では「唯一の指標ではない」とされた口コミサイトの評価ですが、消費者庁が実施した『令和3年度消費者意識基本調査』の「商品やサービスを購入する際に重視していること」のなかでは、「口コミや評価」を「重視している」と答えた人が56.4%と、半数以上になることがわかっています。この結果からも「唯一の指標」ではないものの、多くのユーザーが口コミを参考にしていることがわかります。店の基本的な情報を掲載し、おすすめの商品をアピールする口コミサイトは、集客力の向上に寄与します。ただ影響力が強すぎるため、得られるのはよい効果ばかりではありません。身に覚えのない事実無根のクレームや過剰で辛辣な評価は、客足を遠ざける要因にもなります。

過度に悪い評価がついてしまったときは口コミサイトの運営者に、その評価を削除してもらうよう依頼することができます。しかし、実際に削除するかどうかは運営側の定めた基準に沿って判断されるため、必ずしも削除されるわけではないのは要注意です。

削除依頼の具体的な手順と 最終手段「情報開示請求」とは

食べログでは口コミの投稿にガイドラインを定めており、このガイドラインに抵触した口コミは削除されることになっています。ガイドラインでは、店に悪影響を及ぼす事実確認が難しい事項（衛生関係、調理方法、経営方針）や、誹謗中傷、断定的批判、不適切な表現、個人的なクレームやトラブルへの文句などを禁じています。

たとえば、「〇〇は化学調味料を使っている」などの口コミは事実であったとしても、食べログ側では確認ができないので、投稿してはならないことになっています。自店舗に対する口コミがこれらのガイドラインに違反している場合は、食べログの問い合わせフォームから削除依頼を行います。

食べログ側がガイドラインに抵触していると判断すれば、該当する口コミは削除されます。ただし、「この客の評価には納得できない」などの主観的な理由で、削除が認められることはありません。

では、個人のブログや小規模な口コミサイトに誹謗中傷が掲載されたケースではどうでしょうか。その場合は、法的な手段も選択肢に入れておく必要があります。もし、事実無根な誹謗中傷などの口コミを削除してもらえない場合は、プロバイダ責任制限法に基づき、サイトの管理者に投稿者の情報の開示を求めることになります。これは、裁判所の仮処分などにより、ネット上で誹謗中傷などを行った投稿者の情報の開示を求めるものです。情報開示請求によって口コミの投稿者を特定することで、差止請求や損害賠償請求を行うことも可能になります。ただし、情報開示請求を認めてもらうためには、法的根拠を明らかにするための証拠集めなどが必要です。請求を行う際には、裁判所で認められるかどうか、訴えたい投稿の内容をよく確認しましょう。

💡 増客・増収のヒント

運用のルールを理解したうえで ドローンをビジネスに活かす方法

今や一般にも普及が進むドローンは、もともと軍事用に開発されたものでした。近年は建設や物流、インフラや農業など幅広い事業分野で活用が進み、今後も活用の場が増えると思われています。今回は、ドローンを導入するメリットや実際の活用事例を紹介します。

課題解決やコスト削減にも効果的 ビジネスで活用できるドローン

無線で遠隔操作できる小型無人航空機・ドローンの市場規模が拡大しており、今後も右肩上がり拡大すると予想されています。

特にここ数年はビジネス分野でドローンの導入が進んでおり、インフラや建築分野での活用が目立ちます。

その理由には、高所や災害地、危険区域などで行われる点検や測量作業における、作業員の安全確保が大きな課題としてあったことが関係しています。2016年頃からドローンの導入が進み、こういった課題の解決に一役買うようになりました。

たとえば、危険を伴う業務の安全性が向上したほか、人員の削減や工数の短縮によるコストダウンもドローンを導入するメリットの一つです。とりわけインフラ・建築分野においてドローンの需要が高まっており、その傾向は続いていくと見られています。

そして、インフラや建築と並んで、ドローンの活用が期待されているのが、物流の分野です。宅配便の取り扱い個数が増加する一方で、配達するドライバーが不足しており、こうした課題がドローンの活用によって緩和できます。すでに楽天やAmazon、クロネコヤマトやJALといった大手企業が参入を発表し、ドローンで配送を行う実証実験も数多く行われています。

さらにベンチャー企業の参入も相次いでおり、香川県高松市のスタートアップ・かもめやは、少子高齢化による定期航路の減少・廃止といった離島における物流問題の解決に取り組んでいます。

ほかにも、日本で初めて空飛ぶクルマの実現を目指しているSkyDriveは、重量物の運搬が可能な産業用ドローン、SkyLiftを開発。クレーンの導入やヘリコプターの離発着が難しい、山間部への荷物の運搬を実現しようとしています。

許可申請や機体の登録が義務化 自由度の高いレベル4解禁も間近

ほかにも、農業分野においては農薬散布や土壌調査での活用、セキュリティ分野では警備員の代わりに防犯監視を行うといった場面での活用が進んでいます。エンターテインメント分野では、テレビ番組や映画の空撮にドローンは欠かせないといえるでしょう。

さまざまな分野でドローンが活用されるなか、法整備も進められています。新規導入にあたっては、ドローンに関するルールを把握する必要があります。2022年6月20日からは、重量100g以上のドローンが航空法の規制対象となり、飛行許可承認申請や機体の登録が義務化されました。申請や登録をせずにドローンを飛ばした場合は航空法違反となる可能性があるため注意が必要です。

また、航空法では空港周辺や人口密集地区、国の重要な施設、150メートル以上の上空などが禁止エリアに設定されており、ドローンを飛ばすことができません。

さらに、安全運用のルールとしてドローンには飛行技術に応じた『飛行レベル』が設定されています。レベル1が『目視内での操縦飛行』、レベル2が『目視内飛行(自動/自律飛行)』、レベル3が『無人地帯における目視外飛行』、レベル4が『有人地帯における目視外飛行』と定められており、これまではレベル3の山間部や離島間などに限られた飛行までしか認められていませんでした。しかし、政府はレベル4の実現と、操縦ライセンスの国家資格化に向けて法整備を進めており、2022年度中にレベル4が解禁される見込みです。国土交通省も『離島・山間部でレベル4を実現し、その後、人口密度の高い地域、多数機同時運航へと発展』というロードマップを発表しました。

法整備が進みつつある過渡期の今、ドローンを活用した事業展開を検討するタイミングかもしれません。そのためにもルールの理解に努めましょう。

経営なんでも Q&A

業務の属人化を防いで効率もアップ! 顧客情報を社内で共有する方法とは



現在、当社ではテレワークを推奨しています。テレワークはメリットが多いものの、コミュニケーションが取りづらく、相談も活発には行われていません。顧客情報の共有も最低限しか行われないため、業務が属人化していると感じています。効率的な情報共有の方法があれば教えてください。



テレワークなど円滑なコミュニケーションが難しい環境では、業務が一人の従業員に偏り、属人化してしまうリスクがあります。十分な情報共有がされていないなかで従業員の欠勤などが続くと、大きなトラブルに発展しかねません。情報共有の重要性を確認するとともに、一般的に使用されているツールを紹介します。

業務をスムーズに回すには 円滑な情報共有が欠かせない!

テレワークなどの状況下では、どうしても業務上の情報が一人の従業員に溜まっていく傾向にあります。業務の属人化は会社にとって、あまりよいことではありません。たとえば業務内容や進捗状況、仕事の進め方などを一人の担当従業員しか把握していないと、その従業員が休んだり、退職したりした際に、業務の停滞を招いてしまいます。ほかの従業員が業務を引き継ごうにも、担当者にはわからないことも多く、結果として顧客対応が遅れ、会社が信用を失うことにもつながります。

また、情報共有ができていないことで、業務効率の低下を招いてしまうこともあります。たとえば、同じ顧客に別の従業員からも商品案内を送ったり、すでに引越している顧客にDMを送ってしまったりと、本来は必要のない業務を重ねていくことになります。

逆に、情報共有がきちんと行われていれば、営業戦略も立てやすく、顧客にも適切なタイミングで商品のアピールができるでしょう。何かトラブルが起きた際にも、問題の発生を全員が把握していれば、迅速に対応し、解決を図ることが可能になります。また、業務の内容を把握している担当者を探したり、情報を聞いて回ったりというような、手間のかかるコミュニケーションを減らすことにもなります。

スプレッドシートや管理アプリなど 便利なツールを活用して情報共有

情報共有ツールやビジネス系のチャットツールなどを活用すれば、テレワークでもスムーズな情報共有が可能になります。コストをかけたくないのであれば、Googleスプレッドシートを使って、タスク管理をする方法もおすすめです。GoogleスプレッドシートはMicrosoftのExcelと同じ使用感のため、Excelに慣れていれる人であれば簡単に使うことができます。チームでタスクを共有でき、ネット環境があればどこからでも進捗状況を更新できるのがメリットです。さらに、外部ツールと連携できるアドオン機能や、ToDo用やスケジュール管理用などのテンプレートが充実しているのも魅力です。

また、取引先の名刺も、名刺管理アプリを活用して社内で共有するとよいでしょう。『Eight Team』や『Wantedly People』、『CAMCARD』などの名刺管理アプリは、文字を電子テキスト化する精度の高いOCR機能を備えています。スマホで名刺を撮影するだけで簡単にデータ化できるため、情報を入力すべき名刺が溜まってしまったり、ファイルにしまったままになったりという事態を避けられます。

業務の属人化を防ぎ、効率化を図るためには、情報の共有が欠かせません。便利なツールを導入しながら、情報共有体制の構築などを進めていきましょう。