



ひまわり

W
PA Certified Public Tax Accountants Office
パワーアライアンス税理士事務所

News

編集 発行人

パワーアライアンス税理士事務所
税理士 若杉 治
〒151-0073
東京都渋谷区笹塚3-37-1
第1花井ビル2F
TEL 03 (5365) 4744(代)
FAX 03 (5365) 4745
E-mail info@wakasugi.zei-mu.net

7月

(文月) JULY

23日・海の日 24日・スポーツの日

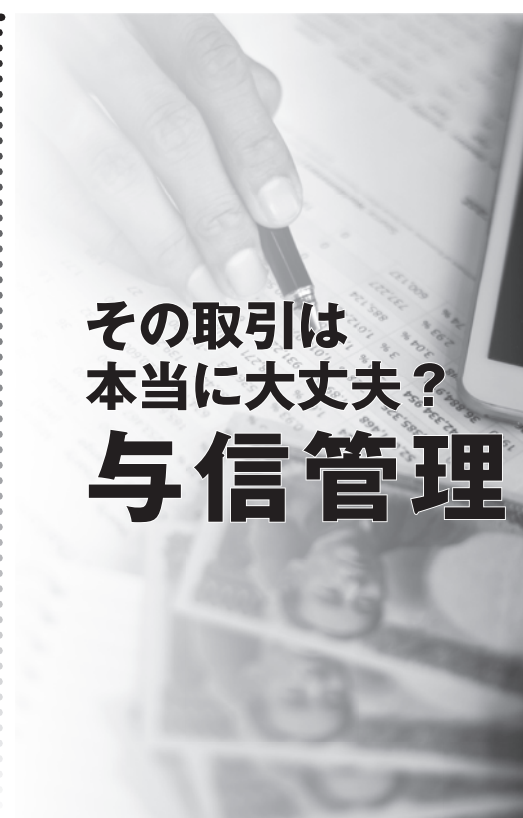
日	月	火	水	木	金	土
.	.	.	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	.

ワンポイント 少額減価償却資産の特例の延長

中小企業者等が取得価額 30 万円未満の減価償却資産を導入した場合に合計 300 万円を限度に全額損金算入できる特例について、令和 2 年度税制改正では、設備投資を促進するため適用期限が 2 年延長されました。一方、連結納税適用事業者と従業員 500 人超の法人は適用対象から除かれています。

7 月の税務と労務

- 国 税／6月分源泉所得税の納付 7月10日
- 国 税／納期の特例を受けた源泉所得税(1月～6月分)の納付 7月10日
- 国 税／所得税予定納税額の減額承認申請 7月15日
- 国 税／所得税予定納税額第1期分の納付 7月31日
- 国 税／5月決算法人の確定申告(法人税・消費税等)、11月決算法人の中間申告 7月31日
- 国 税／8月、11月、2月決算法人の消費税の中間申告(年3回の場合) 7月31日
- 地方税／固定資産税(都市計画税)第2期分の納付
市町村の条例で定める日
- 労 務／社会保険の報酬月額算定基礎届 7月10日
- 労 務／労働保険料(概算・確定)申告書の提出(全期・1期分)の納付 7月10日
- 労 務／障害者・高齢者雇用状況報告 7月15日
- 労 務／労働者死傷病報告(4月～6月分) 7月31日



その取引は 本当に大丈夫？ 与信管理

I 与信管理はなぜ必要か？

皆様の会社では、与信管理をきっちりと行っておられるでしょうか。利益や売上拡大路線ばかりに目がとらわれて、そのあたりを疎かにしていると大変なことになるります。

与信管理とは簡単に言えば「この会社と取引しても大丈夫かどうか？」ということに加え、「この会社とはどの程度の規模まで取引額を増やしても大丈夫（いわゆる焦げ付かない）

か？」という判断を取引先ごとに設定し、定期的に見直すことをいいます。
まずは、なぜ与信管理が必要とされるのかその理由を確認しておきましょう。

1 本当の意味の「利益を守る」

帳簿上はいったん売上や利益を計上できたとしても、取引先が破綻するなどの理由で、商品の売上代金が回収できないこと

になれば、結果として本当の意味で企業は利益を生み出していません。与信管理をきっちり行わないと、いったん帳簿上に利益を計上しても、将来的には本当の利益を損なう可能性があります。

日本では、一般的に、企業が商品やサービス等を提供する際、手付金や前受金等として先に現金を受け取りません。取引先を信用し商品やサービスを先に提供したうえで売掛金として処理します。

そして締め日と支払日をお互いで決めて支払ってもらう習慣となつています。

しかし、確実に代金を支払ってもらえる保証はなく、また手形取引もあり、資金化に非常に時間がかかったりすることもあります。そして、もし回収できない場合や手形が不渡りになった場合には、結果的に大きな損失を計上することになります。

利益の損失を回避するために与信管理は、必要不可欠なものなのです。

2 資金繰りの計画が狂う

企業では、毎月の売掛金の入金予定から仕入や給与など経費の支払予定を計画しているかと思いますが。与信管理ができておらず、取引先からの売掛金の入金が遅延し回収できなくなれば、自社の資金繰りに狂いが生じ、支払予定の仕入代金や給与等の支払いができなくなりま

す。不足した資金は金融機関や経営者の個人資産などから調達する必要があるため、支払いを遅らせる必要があります。

3 信用度の低下

与信管理をしていないことで、取引先企業の管理ができない企業とみなされ、逆に自社の対外的な信用度が低下し、信用が落ちてしまいます。信用がなくなると、逆に自社の与信限度額が減つてしまい、必要な仕入が思ったようにできなくなったり、金融機関からの借入可能額などが減つてしまう可能性もあ

ります。

優良な企業として成長をし続けるためには、与信管理をしつ

II 与信管理の手順

与信管理を行うには以下の手順で行います。

ステップ1

〈取引先への信用調査〉

まずは取引先について集められるだけの情報を集め、信用できる取引先であるかを調査します。例えば、取引先を訪ねた際に、社内の状況や取引担当者、経営者がどんな感じであったかを確認しながら財務諸表などを入手し、基本中の基本ですが、登記簿謄本などで実在する会社かどうか、役員の構成なども含めて内容を確認することも重要です。集めた情報を分析して取引先の信用力を評価し、取引するのにふさわしいかどうかを評価します。評価には、一般的には以下の分析を用います。

(1) 定量分析

貸借対照表や損益計算書といった財務諸表から数値の分析をする。

かりと行い、信用のおける企業との継続的な取引を行える体制を築いていくことが大切です。

(2) 定性分析

経営者の資質や得意分野など数値では表せない特徴を分析する。

(3) 商流分析

商売形態、決済条件、仕入先や販売先の先にあるエンドユーザーなどの商売全体の流れを分析する。

自社で行うのが第一ですが、効率も優先したい場合は、依頼費用はかかりますが企業の情報が集められるサービスや信用調査会社を活用しましょう。調査にかかる膨大な時間が削減可能です。

調査会社には依頼すると、客観的な判断をしてもらえるので調査漏れなども防止できます。代表的な信用調査会社としては、「東京商工リサーチ」、「帝国データバンク」、「リスクモンスター」などがあります。

ステップ2

〈取引の可否判断〉

ステップ1の分析をもとに、取引先が信用できる会社かどうか取引をしてもよいかを判断していきます。取引先の現状の支払能力や将来性といった項目等に重点を置き判断を行っていく必要性があります。自社の基準を設け、ルール化しておくといでしょう。

倒産した場合のリスク等も考慮し、支払日などの取引条件を設定し、取引が可能であれば基本契約書を作成します。

ステップ3

〈与信限度額の設定〉

与信限度額とは取引先ごとに、取引金額または売掛金の上限金額を設定することです。リスクが過剰にならないように設定します。取引期間についても設定を行いましょう。

基本的には営業部門から与信限度額、取引条件を申請し、社内権限規程に基づき決裁者により取引可否を含めた決裁を行います。

与信枠の設定方法は一般的に下記の二通りがあります。

(1) 自社の財務状況から純資産や売掛債権残高を基に設定する方法

(2) 取引先の財務状況を確認し、純資産や仕入債権残高を基に設定する方法

与信限度額の設定は取引の開始時のみではなく、定期的に見直しをすることが大切です。

ステップ4

〈締め日や月末時点の売上債権残高と与信限度額の比較〉

定期的に売上債権残高と与信限度額の比較を必ず行いましょう。比較する際の基準として、①売掛債権の入金が遅れていないか、②取引金額の増額がなされていないか、③同業他社への支払いなどで遅延が生じたり、信用力が低下していないか。

売上債権残高と与信限度額の比較を定期的に行った上で、定期的に必ず適正な与信枠の見直しを実施します。取引が大きい先では決算情報も常に更新していくことが大切です。財務状況の悪化や、決済や取引の条件が守られているかなどを常にチェックしましょう。

クレド (Credo)

「クレド」とは、ラテン語で「信条」、「志」、「信じる」などを意味する言葉で、カトリック教会におけるミサの式文の一つである「信仰宣言」を指す言葉でもあります(信仰宣言は「私は信じる(＝クレド)」から始まるため)。

これが現代のビジネス社会においては、「企業経営において経営者や従業員が意思決定や行動の拠り所にする基本方針(簡潔かつ具体的な表現を用いる点、作成や改訂に従業員が関与できる点、実務に直結する点などが、経営理念や社訓などと異なる)」(三省堂 大辞林 第三版より)という意味で広く知られています。上記説明文の通り、企業理念や社訓と似てはいますがより具体的な内容を持ち、折々に経営者及び従業員がとるべき行動の指針とするために確認できるものです。

さらには改訂が求められる時には経営者

のみならず従業員も主体的に策定に関わることになり、より一層職務への誇りを高めるものともなります。

クレドは1943年、アメリカのジョンソン・エンド・ジョンソンで初めて作られました。顧客、社員、地域社会、そして株主という4つの利害関係者に対する責任を具体的に明示したもので、1982年に同社製品への毒物混入事件が起きた際、同社はこのクレドに沿って迅速で的確な行動をとり、危機を乗り切ったそうです。このことからクレドに基づく経営効果が認められるようになり、その後多くの会社がクレドを取り入れたそうです。

クレドはその社内だけで共有するのみならず、ホームページ上に掲載されており、誰でも閲覧することができます。クレドのビジネス活用で特に有名なのは先ほどのジョンソン・エンド・ジョンソンとホテル経営のザ・リッツ・カールトンで、しばしば様々な媒体で紹介されています。

タックスヘイブン

「タックスヘイブン」のことを『タックスヘブン (tax heaven＝税金天国)』と誤解している人が多いですが、正しくはタックス (TAX)「税金」のヘイブン (haven)「避難所」、租税回避地という意味で、外国資本及び外貨獲得の為に、意図的に税金を優遇(無税または極めて低い税率)して、企業や富裕層の資産を誘致している国や地域のことを一般的に指します。

タックスヘイブンとされている国は、モナコ公国やサンマリノ共和国が有名です。他ではカリブ海地域のバミューダ諸島、バハマ、バーズン諸島、ケイマン諸島、中近東ではドバイ(アラブ首長国連邦)やバーレーンなども、タックスヘイブン政策を行っています。アジア地域の香港やマカオ、シンガポールなども、税率が極めて低いため、事実上タックスヘイブンにあたります。

日本も優良企業や富裕層の流出を防ぐために、対応して欲しいものです。

レジ袋有料化

近年プラスチックごみ削減の必要性が叫ばれる中、二〇二〇年七月一日、プラスチック製レジ袋有料の義務化がいよいよスタートしました。かねてから、小売業各社では独自の取り組みとしてレジ袋有料化やプラスチック製ストロー使用の削減などが進められてきましたが、経済産業省・環境省発表の先行事例によると、発表された四社の有

料化実施後のレジ袋辞退率が、一番低いところでも七七%となっています。一度で使い捨てられる「ワンウェイ」のプラスチック製品については、今や世界的な問題となっています。今回の義務化は、プラスチック製買物袋を扱う小売業を営む全ての事業者が対象であり、消費者もまた意識の変わりが求められています。