



水仙

Power Alliance Tax Accountant 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

12月 (師走) DECEMBER

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

12月の税務と労務

- 国 税** / 給与所得者の年末調整
今年最後の給与を支払う時
- 国 税** / 給与所得者の基礎控除申告書兼配偶者控除等申告書兼所得金額調整控除申告書・保険料控除申告書・住宅借入金等特別控除申告書の提出
今年最後の給与を支払う前日
- 国 税** / 11月分源泉所得税の納付
12月12日
- 国 税** / 10月決算法人の確定申告
(法人税・消費税等) 1月4日
- 国 税** / 4月決算法人の中間申告
1月4日
- 国 税** / 1月、4月、7月決算法人の消費税等の中間申告 (年3回の場合)
1月4日
- 地方税** / 固定資産税・都市計画税 (第3期分) の納付
市町村の条例で定める日
- 労 務** / 健康保険・厚生年金保険被保険者賞与支払届
支払後5日以内

ワンポイント 医療費集計フォーム

国税庁HPの確定申告書等作成コーナーにある、医療費をエクセルなどの表計算ソフトで入力・集計するためのフォーマット。医療費の領収書が多い場合でも、画面の案内に従って金額等を入力することで医療費控除の明細書がスムーズに作成でき、作成後はe-Tax又は印刷して提出することができます。



市場指数 (Index)

市場指数とは

市場指数とは、株式や債券などを取引する市場の状況を表す基準となる数値のことで、インデックス (Index) とも呼ばれます。主な市場指数には、日経平均株価や東証株価指数 (TOPIX)、NYダウ (ダウ工業株30種平均) があります。

市場指数の種類

市場指数には、株式市場指数と債券市場指数があります。

株式市場指数は「株式インデックス」ともいい、複数の銘柄の株価をルール化された計算式によって集約し、数値化した指数のことです。主要市場指数である日経平均株価の場合は、東京証券取引所におけるプライム市場に上場している銘柄のうち、主要となる225社分の株価を平均した数値が市場指数として公表されています。

一方、債券市場指数は「債券インデックス」ともいい、複数の銘柄の債券価格をルール化された計算式によって集約し、数値化した指標のことです。国内で展開されている主な債券市場指数には、野村證券株式会社が公表する「野村BPI」などが挙げられます。

市場指数の計算方法

市場指数は、あらかじめ

定められた計算法に基づき割り出された銘柄群の株価を平均し、1つの値として算出します。算出方法には、単純平均や加重平均などの内容が挙げられます。

単純平均とは、2種以上ある株式の数値を単純に平均して求める方法のことで、主に日経平均株価などで用いられています。例えば、単純平均株価指数を求める場合は、対象銘柄の株価を総合計し、銘柄の数で除して求めます。

単純平均を採用する場合、シンプルに平均値を求めるという方法から市場全体の価格の流れを把握することが可能になるというメリットがあります。その一方で、品薄の株や株価水準が高い値高株の影響を受けやすい点や株式分割を引き受ける権利が消失する権利落ちの修正を加味していないという点から、変動の連続性を把握しにくいというデメリットもあります。

加重平均とは、数値を平均して求める単純平均とは異なり、それぞれの株式などを取り巻く重みに応じて平均値を算出する方法で、主に東証株価指数 (TOPIX) などで用いられています。なお、この「重み」とは、トータルの金額に占める割合のことです。

加重平均は、同じ銘柄でありながら異なる株価の株式を購入する場合などに真

価を発揮し、単純平均の場合と比較すると、市場の実態をより忠実に算出できることがメリットです。

加重平均の計算法について、具体例を挙げてみましょう。株価200円のA株を1,000株、株価300円のB株を1,500株購入する場合の加重平均値は、 $(200 \times 1,000 + 300 \times 1,500) \div (1,000 + 1,500) = 260$ になります。なお、このケースで単純平均値を算出すると、 $(200+300) \div 2 = 250$ です。

株式投資による税金事情

市場指数に基づき実際に株式投資や債券投資を行った場合は、状況に応じて税金がかかります。

例えば、購入していた株や債券を購入時より高価格で売却した際には、その差額分の利益には、譲渡益として20.315% (所得税15.315%、住民税5%)の税金がかかります。

譲渡益の申告は、他の給与所得などとは分離して税額計算を行う「申告分離課税」方式を取ります。つまり、株式や債券取引で利益が出た場合は年末調整ではなく確定申告を行わなければなりません。

なお、申告は、上場株式と一般株式に区分して税金を計算をする点にも注意が必要です。

CRM (顧客関係管理) とは

CRMとは「カスタマーリレーションシップマネジメント」の頭文字を取った略語で、「顧客関係管理」と訳されるケースが多くみられます。企業がクライアントと有効な関係性を構築し、維持していくために必要な情報、たとえば顧客の基本情報やこれまでに購入した商品の履歴、打ち合わせの内容、SNSを活用したやり取りなどの情報が総合的に格納された管理システムのことです。

CRMの必要性

多種多様な商品が溢れている昨今、クライアントに自社の展開商品を選んでもらった上で長く付き合えるような関係性を築き上げるためには、日頃からのコミュニケーションが重要になります。

CRMは、このような顧客との関係性を構築するための手助けとなる管理システムを展開しています。たとえば、担当クライアントの氏名や年齢層などの情報からこれまでの取引商品や嗜好などを情報として一元化することで、クライアントの要望に沿った形でのマーケティングを展開することができます。それにより、クライアント側に「自社の必要としているサービスを提供してくれる会社」として認識され、良好な関係性を築き上げることへとつながります。

CRM (顧客関係管理) の効果と 注意点



SFAツールやMAツールとの相違点

CRMと類似のツール機能として混同しやすいものとして、SFAツールやMAツールなどが挙げられます。

SFAとは、「セールスフォース オートメーション」の略語で、「営業支援システム」とも呼ばれています。不況やコロナ禍において不透明な経済情勢が続く中、各社では従前のように特定の営業マンの裁量にゆだねられるような営業スタイルからの変革を求められるようになりました。そのためには、営業活動の効率化が必要不可欠となります。

SFAを用いることで、営業に必要な情報や業務フローの一部を自動化することが可能となり、営業にまつわるデータの一元化・分析が実現され、業務の効率化へとつながります。

一方、MAとは、「マーケティング オートメーション」の略語で、「新規顧客獲得支援システム」のことです。これまでは、クライアントに向けて営業担当が

新規商品の導入を持ちかけるスタイルが一般的でしたが、IT普及を受け、クライアント自身が営業担当の情報を持たずして容易に情報を入手できるようになりました。

このような状況に対応するため、各々のクライアントの要望に合わせた提案がいち早く実現できるよう、MAツールを利用するケースが増加しています。たとえば、各種SNSを活用して自社ホームページへと誘導する方法や自社サイト内にポップアップ通知を導入する方法などを用いて、見込みのあるクライアント(見込み顧客)の獲得を図る方法などがあります。

CRM導入時の注意点

実際にCRMを企業が導入する場合、まずはコスト面に注意しなければなりません。現在はさまざまなCRMシステムが展開されていますが、導入にあたり初期費用がかかるケースが多くみられます。

システムの導入費用としては、一括購入を行う場合や月額制の場合があり、使用料に消費税がかかることも前提でコスト計上を行う必要があります。また、新たなシステムを導入する場合は業務マニュアルの作成や、システムを利用する社員への教育にかかる時間やコストの想定も忘れてはなりません。中には、無料お試し期間が設けられているシステムもあるので、費用対効果を計算しながら試用する方法も有効でしょう。

クリエイターエコノミー

あらゆるジャンルにおいて、個人が生み出した商品を提供することで収入を得ることができる商業スタイルのことです。

「クリエイター」は、自身の能力を活用して視認できる商品として提供することができる者を指します。これまでは、歌手や美術家、舞踏家、画家、デザイナーなど、一部の限られた人物がクリエイターとして活躍し、他の人々はこれらのクリエイターの作品を消費者として享受するスタイルが一般的でした。

しかし、インターネットが普及するにつれ、立場やジャンルを問わず、全ての人々がクリエイターとして活躍するチャンスを得られるようになりました。先駆けとなったのは2000年前後に流行した「ブログ」を活用したコンテンツの発信です。世界各地に「ブロガー」と呼ばれるブログ利用者が続出し、専門知識や経験がなくてもさまざまな

内容を不特定多数に向けて発信することができました。

クリエイターエコノミーには、「メディアプラットフォーム」、「インフルエンサーマーケティング」、「オーディエンスが直接課金するサービス」の3種があります。

メディアプラットフォームとは、YouTubeやTikTok、Instagramなどで配信コンテンツを作成し、広告収入を得ることで収益化するスタイルです。2017年はデジタル広告費がテレビや雑誌を超えてトップに立つという快挙を達成しています。

インフルエンサーマーケティングとは、SNSにおいて多大な影響力を持つ「インフルエンサー」に商品の宣伝を依頼し、商品の売上を目論むスタイルです。また、オーディエンスが直接課金するサービスとは、クラウドファンディングやBASEなどを活用し、クリエイターと消費者がダイレクトに取引をすることができるスタイルのことです。

帰省暮

帰省暮とは、年末年始やお盆の時期に一時的に故郷へ帰る「帰省」と、年末の時期に日頃よりお世話になった方へ感謝を伝えるために贈り物を送る「お歳暮」を合わせることで生まれた造語のことです。

ここ数年、新型コロナウイルス感染症の流行が続いている影響で思うように帰省することができない人々が増えたことで、せめてもの気持ちを込めて帰省できない代わりに故郷に住む家族や親戚に向けて贈り物を送る風習のことが「帰省暮」と呼ばれるようになりました。

帰省暮には、昨今生まれた新たな風習ということもあり、贈る時期や価格相場の目安は特に設けられていません。

配送業者の業務が集中する年末年始を避けた上で、自身の帰省するタイミングに合わせてお中元・お歳暮と同等程度の品を贈ると良いでしょう。

週休3日制

会社などで、1週間となる7日のうち、3日間を休日とする制度のことです。

一般企業の場合、週休2日制が多く採用されていますが、それよりも1日多く休日を設定することで、育児や介護、その他プライベートのために費やす時間に充てることができます。その他のメリットとしては、短時間で効率的に成果をあげる

業務スタイルが定着し、企業の生産性を高める効果や、週休3日制を導入する企業として対外的なアピールをすることができ、優秀な人材確保へとつながる可能性なども期待されています。その一方で、就労時間短縮による顧客や社内でのコミュニケーション不足や業務の停滞のリスク、制度導入後の賃金設定や就労日短縮による一日の長時間労働化などの懸念点についても検討する必要があります。