

あけまして
おめでとう
ございます



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

1月

(睦月) JANUARY

1日・元日 2日・振替休日 9日・成人の日

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 軽自動車検時の納税証明書が不要に

令和5年1月より、軽自動車税の納付確認に係る新システム（軽JNKS）が導入され、市区町村が賦課徴収する軽自動車税（種別割）の車両ごとの納付情報を軽自動車検査協会がオンラインで確認できるシステムが運用されます。これにより、軽自動車の継続検査を受ける際の納税証明書の提示が原則不要となります。

1月の税務と労務

- 国 税**／給与所得者の扶養控除等申告書の提出
本年最初の給与支払日の前日
- 国 税**／報酬、料金、地代、家賃等の支払調書の提出
1月31日
- 国 税**／源泉徴収票の交付、提出
1月31日
- 国 税**／12月分源泉所得税の納付
1月10日
（納期の特例を受けている事業所の7～12月分は1月20日）
- 国 税**／11月決算法人の確定申告
（法人税・消費税等）
1月31日
- 国 税**／5月決算法人の中間申告
1月31日
- 国 税**／2月、5月、8月決算法人の消費税等の
中間申告（年3回の場合）
1月31日
- 地方税**／固定資産税の償却資産に関する申告
1月31日
- 地方税**／給与支払報告書の提出
1月31日
- 労 務**／労働保険料の納付（第3期分）
1月31日
（労働保険事務組合委託の場合2月14日まで）

業務委託を視野に ～BPOの活用～



アフターコロナ、円安、原油高と先行き不安で深刻な状況である話題や課題を連日耳にします。コロナ融資の返済もそろそろ始まる頃ですが、売上の伸びがあまり期待できない以上、利益を出すためにはコスト削減しかありません。

コストには変動費と固定費があります。変動費は売上高に比例して増減するので影響は少ないですが注視すべきは固定費です。固定費の中でも大きな比重を占めるのが人件費で、特にア

ベノミクスに期待して採用を増やしたところなどは、人件費の負担はかなり大きいものです。近年、機械化が進み生産部門では人手を必要としなくなっているものの事務管理部門ではAIなどの技術があるものの作業の標準化や機械化はまだまだ難しく人手に頼らざるを得ない状況です。

コロナ禍においては売上が伸びず人件費負担が重いままです。事務管理部門の合理化が必要になってきています。解決策として人員削減というのは短絡的です。コロナ禍が終わり景気回復すればまた人員拡大をせざるを得なくなり、その繰り返しでは根本的な改革にはなりません。逆にこれを好機ととらえ、原点に立ち返って事務管理部門の本来的な役割を見直してみよう。

一 業務を再構築

まず、事務管理部門の役割を果たすうえで、何が必要かという視点に立って業務をチェックして業務を再構築してみよう。仕事の目的は何か？

当に必要な仕事かを見極め、目的がはっきりせず過去からの慣行で行われているものなどがあれば切り捨てます。果たすべき目的に沿った仕事をやっているのか、その仕事のやり方に問題は無いのかといった点を分析します。

次に、「やるべき仕事」と「やらない仕事」に区分します。やるべき仕事は、社内でするか社外に発注するか検討してみます。

二 業務の効率化

社内で処理できない業務や委託したほうが効率や効果が期待できる業務は外部に発注することも選択肢の一つです。最近、注目されているのが「BPO」です。

これは、ビジネス・プロセス・アウトソーシングの略で自社では運用ノウハウがない業務を継続的に外部の事業者へ委託することを指します。業務の効率化を図ることができるため企業全体のコストを削減することになります。

BPOの活用について、詳しくみていきましょう。

三 BPOとは

BPOとは、企業活動における業務プロセスを一括して専門業者に外部委託することです。BPOは名前の通りアウトソーシングの一種ですが、業務対象や委託期間が異なります。アウトソーシングは繁忙期や人手不足など必要性が生じたときに限定的な業務を切り出してその都度外部に委託します。BPOは業務の遂行だけでなく業務設計から業務の効果分析、業務改善に向けた業務プロセスの見直しも委託範囲となりアウトソーシングと比べて対応範囲が広く長期間になりやすいのが特徴です。

四 BPOを導入するメリット

(1) コア業務に集中できる

人手不足の企業は一人が複数の業務を担いコア業務に集中しづらいというケースが多くあります。BPOは専門的な知識やスキルをもとに業務を遂行するため社内で実施しているよりも時間とコストを削減でき、業務品質の向上も期待できます。

(2) 人件費の変動費化

経費には売上に問わず発生する「固定費」と売上に応じて変化する「変動費」があり、コスト削減のためには固定費を削減することが重要です。人件費は固定費ですが外注費は売上に応じて拡大縮小が可能な変動費です。

BPOを活用すれば、従来は固定費としてかかっていた業務の人件費を外注費として変動費化できます。

(3) 顧客満足度の向上

BPO業者は各部門に精通したプロが行う専門業者です。豊富なノウハウを蓄積しているところもあり、自社が任せたい部門を得意としているBPO業者に業務委託すると業務プロセスの進行がスピーディーになります。また、法改正時や最新技術への対応も迅速化することが期待でき顧客満足度も上がります。

五 BPOを導入するデメリット

(1) 自社にノウハウが蓄積されない

業務プロセスを一括して外部

委託すると当該業務ノウハウの社内蓄積が困難となります。

BPO業者と契約解除し再び自社に戻す際、切り出した業務は組織の再編成や人材育成など多くの時間と経営資源が必要となり業務品質が低下する可能性があります。

(2) 機密情報の情報漏洩

BPOを行う際、財務情報や顧客情報などの機密情報をBPO業者と共有することもあります。万が一、機密情報が外部に流出してしまった場合、BPO業者の責任に起因するものであっても発注元企業の社会的責任が問われるおそれがあります。

六 BPO導入のポイント

(1) BPOの対象業務を明確化する

BPOの目的は自社で課題のある業務を一括して外部業者に任せることで時間とコストを削減しコア業務に集中し収益向上が可能な環境を作り出すことです。

BPOの対象業務は一般的にはノンコア業務です。全業務を

棚卸し、自社の社員が担当するコア業務と外部委託するノンコア業務を分別し目的に沿ってどの業務を委託するか決定します。

外部委託するとノウハウが蓄積されないデメリットがあるため将来コア業務になる可能性があるものではないか考慮する必要があります。

(2) サービス内容をしっかりと検討する

BPO業者は各業務のジャンルに精通する専門業者です。業者ごとに蓄積しているノウハウが違うため事務関係が得意なのか、情報システムが得意なのか、自社が切り出したい業務に就いて業者を選定する必要があります。

(3) 個人情報の取扱いなどセキュリティは万全か

BPOでは外部委託する業務に関係する機密情報を提示しなければなりません。情報漏洩などのトラブルが起こると損害賠償になるなど信用を大きく失墜させます。

BPO業者を選ぶ際、相手が適切な情報の取扱いができる企

業かを見極める必要があります。「プライバシーマーク」など情報の取扱いに関する規格を取得しているかも判断材料になります。プライバシーマークは個人情報保護の取り組みに関して適正な体制を取れている企業にしか発行されないのが安心できます。また、中国など外部セクショ

ンへ業務委託する場合は、「ISMS認証」など国際的なセキュリティ規格に準拠しているかも確認しましょう。

今後、ますますBPOは成長事業やコア事業へ経営資源を集中する経営手法として重要度が増してきます。目まぐるしく変化するビジネス環境にも素早く対応できる優れた手段としても注目されます。コア業務とノンコア業務を切り分けたうえで専門家に一任するのは理にかなっており費用対効果をあげられる業務領域を見極めることが重要です。単なる外注ではなく生産性向上を図る経営改革としてBPOを賢く活用してください。

運転免許返納の恩恵

運転免許を自主返納する人が増えています。車は地方では農業など生活必需品なので免許返納すれば生活が不便になる可能性が高いですが、都市部では公共交通機関が整備されているため免許返納は支出を減らすことができる選択肢の一つです。

車を保有している場合、2～3年に一度車検を受けなければなりません。その際、点検・整備費や加入義務のある自動車損害賠償責任保険（自賠責）の保険料、自動車重量税がかかります。車検時以外でも12カ月点検費、故障時の修理代、タイヤやオイル交換の消耗品代が必要です。自賠責ではカバーできない補償に備える任意保険の保険料、毎年払う自動車税もあります。さらに、ガソリン代や駐車場代も月々かかる場合もあります。合計で年間40～50万円となり、車を手放すとこれだけ支出がおさえられることになります。

2012年4月以降、運転免許証を自主返納したときに交付される「運転経歴証明書」は期限なしの本人確認書類として銀行窓口などで使用できるようになりました。高齢ドライバーによる事故が年々増えていることから各自治体や都道府県警では、免許返納を促すため独自の特典が用意されています。

運転ができなくなる不便さを解消するために電車やバスの公共交通機関の割引は勿論のこと、各自治体の対象地域の事業者がタクシー乗車料金を10%割引するケースも多くみられます。

最近では、特典内容がさまざまな企業・団体に広がり、たとえば高島屋では商品の自宅配送が無料になったり、金融商品の金利が優遇されるなど金融サービスにまで広がってきています。各自治体は運転免許自主返納をサポートしてくれる企業を募集しており商品の割引、入場料等の割引など高齢者に喜んでもらえるユニークな提案を求めている、今後さらに充実しそうです。

Z世代の「イミ消費」

Z世代とは1990年代後半から2000年代に生まれ2023年1月現在12～23歳の年齢ですが、この先消費の主体となっていくZ世代の消費行動の特徴を知ることが成長戦略に欠かせません。

Z世代は幼少期からWEBやSNS、動画共有サービスを駆使しデジタルネイティブとも言われ、物を所有することにこだわらないため「モノ消費」より体験重視型の「コト消費」に強い関心があります。また、個性を尊重しジェンダーや社会問題にも関心が強いことから、商品やサービスの機能に社会的・文化的な価値を付加した「イミ消費」が消費行動の特徴です。商品やサービスが産まれるまでのストーリーやエピソードを伝え物語性を付与して共感呼び込むアプローチが必須です。

モノを購入することで、いいコトを体験できるだけでなく間接的に貢献できることに意義を感じるZ世代の消費の在り方は、ますます広がるでしょう。

動画倍速再生で時短?!

最近の大学生は、一方的な講義は長時間苦痛、情報が薄く眠くなるなどの理由でオンライン講義を倍速視聴する学生が半数を超えるといえます。捻出した時間は他の学習、バイト、趣味に充てるそうです。倍速にすることで教育効果が落ちないのでしょうか。

動画倍速再生と教育効果についての相関性はカリフォルニア

大学のデイロン・マフィー氏が学生ら231人を対象に実験を実施し、「動画を倍速で見ても学習理解度は変わらない」という結論が出されています。

もし、動画倍速再生を企業の教育・研修にも活かすことができれば、時間や場所にとらわれずに再生可能、会場費や人件費を削減できるなど、社員にも企業にも効果的だといえそうです。