



キミガヨラン

ハンズ熊本通信

編集発行
(株)ハンズ熊本

〒860-0811
熊本県熊本市中央区本荘
6丁目8-7
TEL. 096 (375) 4340
FAX. 096 (375) 4341

◆ 11月の税務と労務

11月

(霜月) NOVEMBER

3日・文化の日 23日・勤労感謝の日

- 国 税 / 10月分源泉所得税の納付 11月10日
- 国 税 / 所得税予定納税額の減額承認申請 11月15日
- 国 税 / 所得税予定納税額第2期分の納付 11月30日
- 国 税 / 9月決算法人の確定申告(法人税・消費税等) 11月30日
- 国 税 / 12月、3月、6月決算法人の消費税等の
中間申告(年3回の場合) 11月30日
- 国 税 / 3月決算法人の中間申告 11月30日
- 国 税 / 個人事業者の消費税等の中間申告
(年3回の場合) 11月30日
- 地方税 / 個人事業税第2期分の納付
都道府県の条例で定める日

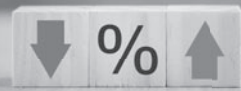
日	月	火	水	木	金	土
.	.	.	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	.	.

※税を考える週間 11月11日～11月17日

ワンポイント

郵便料金の改定 燃料価格をはじめとする物価や人件費などのコスト上昇を受けて10月から郵便物の特殊取扱料金が値上げされました。主なものは、一般書留料及び現金書留料が435円→480円、簡易書留料が320円→350円、内容証明料(謄本1枚)が440円→480円。「ゆうパック」の基本運賃も平均で約1割値上げされています。

原価率をた 意識した 経営を！



原価率を意識した経営は非常に重要です。原価率を把握し、適切にコントロールすることは企業の利益の確保や健全な経営に繋がるからです。そもそも、原価率とは何でしょうか？

一 原価率を把握しよう

原価率とは、売上に対する原価の比率のことです。

原価率の算出方法

原価率 \parallel 売上原価（製造原価） \div 売上高

顧客にとって原価率が高いとそれだけ良いものを安く手に入られる可能性が高くなります。しかし、企業にとっては原価率が高ければ、売上に対する商品

や材料費などの仕入れの割合が多いということになり、その結果、利益が少なくなり、つまり、原価率が高すぎると、売上を多く上げても利益が少なく経営を圧迫する可能性があります。逆に、原価率が低すぎると商品やサービスの品質低下などの悪影響を招き顧客が不満を抱く可能性があります。原価率が低くてもそれに見合った付加価値があれば問題ありませんが、付加価値がなければ割高と思われる原因となり、顧客離れに繋がります。

したがって、原価率は適正レベルを維持することが望ましいということですが、

原価率を計算するためには「売上高」と「売上原価」を知る必要

があります。売上高は一定期間の本業による売上の合計額です。一般的には一会計期間中の売上を指し、売上原価は以下の式で求められます。

売上原価の算出方法

売上原価 \parallel 期首（商品）
棚卸高 $+$ 当期仕入高 $-$
期末（商品）棚卸高

棚卸は、決算時に必ず行う処理で商品在庫の数を確認して評価額の計算を行います。

二 原価率が上がる原因

「ロス率」

ロス率とは、売上に貢献できなかった売上原価がどのくらいあるのかを示す数字です。たとえば、100個仕入れたもののうち、品出しの際5個が破損してしまった場合95個しか販売できなくなり、さらにそのうち10個が売れ残り劣化した場合には15個が販売できません。

ロスした商品はそのまま原価に上乘せされ原価率を押し上げる結果となります。原価率を決定する際に忘れてはならないのは、どの程度のロスが出ているのか、また、どの程度ロスを許容できるかを考慮することです。ロス率には、次の3つの主な原因があります。

- ① 棚卸によるロス：帳簿上の在庫と実際の在庫が合わないことから発生するロス
- ② 廃棄によるロス：賞味期限切れや破損などの理由で商品を廃棄することで発生するロス
- ③ 機会喪失によるロス：顧客からの注文に対応できなかったために生じるロス

どのような原因でロスが生じたかを分析することは重要です。特に、②、③は経営の悪化に直結します。具体的には、仕入個数を間違えて大量に仕入れたり、在庫品を破損してしまうことでロスが出てしまうなどの人的ミスや、人的ミス以外にも市場のニーズが急速に変化してロスが生じることもあります。

ロス率の算出方法

ロス率 \parallel ロス金額 \div 売上高 $\times 100$

ロス金額とは、実際にロスした金額がいくらかなのかです。

通常価格から値引き販売の場合、「値引き金額×値引きした個数」、商品が破損、賞味期限切れ等による廃棄の場合、「通常の販売額×廃棄した個数」で計算されます。

例…通常販売1000円を100個仕入れ、値引き販売90円を5個、廃棄個数5個の場合
売上高 \parallel 1000円 \times 100個 \parallel 100000円

ロス金額 \parallel (1000円 \times 90円) \times 5個 \parallel 45000円

ロス率 \parallel 45000円 \div 100000円 \times 100 \parallel 45%

三 原価率の目安は？

前述のとおり、原価率が低ければ多くの利益を得ることができまますが、原価率を下げすぎると品質低下が起こりえます。そこで、大切なのは業種や経営方針、取り扱う商品や製品に適切な原価率を設定することです。指針として、「経済産業省企業活動基本調査」の結果から製造業、卸売業、小売業それぞれの

原価率の推移 (%)

	製造業	卸売業	小売業
2017年度	79.5	88.6	71.7
2018年度	80.4	88.6	71.8
2019年度	81.1	88.2	71.8
2020年度	80.8	87.6	71.2
2021年度	79.6	87.1	70.3

経済産業省資料より

業種の2021年度の原価率の平均をみてみましょう。この調査の対象は、従業員50人以上で資本金または出資金が3000万円以上の企業です。

(1) 製造業

製造業の2021年度の売上高は1企業あたり226億6160万円、売上原価は180億4110万円で原価率は79.6%となります。推移をみるとおよそ80%前後が目安です。

(2) 卸売業

卸売業の2021年度の売上高は、1企業当たり391億3930万円、売上原価は341億10万円で原価率は87.1%と

なります。

卸売業は他の業種に比べて原価率が高い傾向にあり、およそ88%前後が目安です。

(3) 小売業

小売業の2021年度の売上高は1企業あたり262億9210万円、売上原価は184億9230万円で原価率は70.3%です。

小売業は原価率が低い業種となっており、およそ71%前後が目安です。

いずれもあくまでも業種別の目安であり自社での最適な原価率は取り扱う商品やサービス、経営方針によって変わります。
〔参照：経済産業省…2022年企業活動基本調査確報「2021年度実績」〕

四 原価率を抑えるための具体策

原価率 (売上原価÷売上高)

を抑えるためには分母の売上高を上げるか、分子の売上原価を下げるかとなります。

★売上高を上げる

・ 販売価格を上げる：競合他社の値付けや顧客ニーズを見

極め販売価格を上げる。その際、顧客離れしないよう慎重に行う

★売上原価を下げる

- ・ 仕入量の見直し：大量発注して仕入単価を下げたり、継続して仕入れるなど仕入業者と上手く価格交渉してみる。
- ・ そのうえで最適な在庫量を把握しキープすることで原価率を低下させる
- ・ 仕入先の見直し：より安い仕入先や細かい発注が可能か検討
- ・ 仕入材料の見直し：品質とバランスを考えて材料費を抑制

- ・ 在庫の管理方法の徹底：ロスが起こる原因を追究しトラブルが起こりにくくする。自社のみで完結できる対策。
- ・ 原価率が低い商品を主力に：広告宣伝に力を入れる

五 最後に

原価率を意識した経営は利益の最大化や安定に繋がります。自社にとっての適切な原価率を検討することが第一歩です。



新型コロナウイルス感染症の位置付けが2類から5類に移行されてから半年が経過し、イベントや旅行などがコロナ前の状態に戻りつつあります。これから忘年会シーズンに向かい、企業の接待を含めて、再び飲食をする機会も増えてくることでしょう。

そこで今回は、飲食代に関する税法上の取り扱いについて確認します。

一 飲食代(交際費等)の取り扱い

飲食代に限らず交際費等は損金不算入が原則ですが、資本金又は出資金1億円以下の中小法人は、親会社の資本金が5億円以上の100%子会社等を除き、年800万円までは損金算入が認められています。飲食代については、1人5千円以下の少額なものは交際費等から除外することができます(以下「5千円基準」といいます)。また一定の法人には、1人5千円を超えた場合でも、その50%相当額を損金算入することができます(以下「50%損金算入の特例」といいます。表1参照)。

二 対象となる飲食代

5千円基準も50%損金算入の特例も、対象となる飲食代の範囲は、「得意先等」との「飲食のみの接待」になります。自社の役員や社員、またはその役員や社員の親族などだけを対象とした飲食代、得意先とのゴルフや旅行などの途中での飲食代は、対象ではありません。また、食事券などを贈答することや飲食

表1 交際費等の取り扱い

資本金の額等	1億円以下(注)	1億円超100億円以下	100億円超
5千円基準	○	○	○
50%損金算入の特例	○	○	×
年800万円定額控除	○	×	×

有利選択

(注) 資本金5億円以上の法人の100%子会社等は除く

表2 帳簿書類等の記載事項

	5千円基準	50%損金算入の特例
書類等	書類(指定書式なし) 領収書に記載や会社独自の様式も認められる	帳簿書類(青色申告の記帳・保存義務の帳簿等) なお、領収書に記載や会社独自の様式も帳簿書類に含まれる
記載事項	①飲食年月日 ②得意先名等 ③参加者数 ④飲食金額、飲食店名等 ⑤その他飲食を明らかにする書類	左記のうち、③以外の事項



代を肩代わりすることも、対象にはなりません。

一方、テーブルチャージ料やサービス料などは、飲食に類する行為として、5千円基準や50%損金算入の特例の対象になります。

三 帳簿書類等の記載と保存要件

5千円基準や50%損金算入の特例の適用を受ける場合、必要事項が記載された書類を保存することが要件になります。記載が必要な事項は、①飲食年月日、②得意先名等・当社との関係・参加者氏名、③参加者数（5千円基準のみ必要）、④飲食

金額・飲食店名・住所、⑤その他飲食を明らかにする必要事項です（前頁表2参照）。

四 飲食代の消費税

消費税の経理処理には、「税込経理方式」と「税抜経理方式」があります。金額の判定は、会社が採用している消費税の経理処理方法が税込経理方式であれば税込金額で、税抜経理方式であれば税抜金額で行います。したがって、税込経理方式の方が税抜経理方式より交際費等の金額は大きくなります。

消費税の適用税率には、標準税率（10%）と飲食料品などに適用される軽減税率（8%）があります。飲食代でテイクアウトをした場合などは軽減税率が適用されますが、飲食店で飲食をした場合は、標準税率が適用されます。

また酒類は標準税率になります。

五 制度に関するQ&A

最後に、飲食代にまつわる誤りやすい事例や注意点をQ&Aを用いて取り上げます。

Q1 飲食代について「5千円基準」の取り扱いがあると聞きました。飲食代で1人5千円を超えた場合、5千円以下の部分を交際費等の額から除外することはできますか。

A1 交際費等の額から除外される飲食代は、1人当たりの金額が5千円以下の費用それ自体が対象となります。そのため、1人5千円を超える飲食代について、その飲食代のうち5千円を超える部分だけを交際費等にすることはできず、その飲食代のすべてが交際費等になります。

Q2 飲食代について5千円基準や50%損金算入の特例を適用する場合、必要事項を帳簿書類等に記載する必要がありますが、注意すべき点がありますか。

A2 帳簿書類等への記載事項に、「参加した得意先などの氏名又は名称及びその関係」があります。これは、社内飲食代ではないことを明らかにするものです。そのため、「○○会社・□□部・△△◇◇（氏名）・卸売先」のように、相手方の氏名

や名称の全てを記載する必要があります。

ただし、参加者の一部が不明の場合や参加者が多数の場合には、その参加者が真正である限りにおいて、「○○会社・□□部・△△◇◇（氏名）部長他10名・卸売先」のような記載であっても差し支えありません。

Q3 5千円基準や50%損金算入の特例の制度は、「飲食その他これに類する行為のために要する費用」について適用することができそうですが、どのようなものが対象となりますか。

A3 「飲食その他これに類する行為のために要する費用」には、例えば得意先などの業務の遂行や行事の開催に際して弁当の差し入れを行うための「弁当代」などが挙げられます。この場合に対象となる弁当は、得意先などにおいて差し入れ後相応の時間内に飲食されるものが想定されるものを前提としています。なお、単なる飲食物の詰め合わせを贈答する行為は、いわゆる中元・歳暮と変わらないため、制度の対象ではありません。

元との 派遣先区分 責任区分 (労働者派遣)



派遣労働者の労働条件や安全衛生を確保するため、労働基準法や労働安全衛生法の各規定との間でどちらに責任を負わせるかが区分されています。

今回は、通達「派遣労働者に係る労働条件及び安全衛生の確保について」(基発0930第5号)などを基に、主に「労働条件」に関する派遣元と派遣先の責任区分について解説します。

一 はじめに……………

派遣労働者の労働条件・安全衛生の確保に当たって、重要とされていることを3点お伝えします。これらを踏まえた上で各責任区分などをご覧ください。

- ① 派遣元・派遣先の双方が、自らの責任を十分に理解しそれぞれの義務を果たすこと。
 - ② 派遣元・派遣先は、労働者派遣契約の相手方の責任についても互いに理解し、その上で適切な連携を図ること。
 - ③ 特に、安全衛生を確保するためには、派遣先が派遣労働者の危険又は健康障害を防止するための措置を現場の状況に即し適切に講ずること。
- 二 労働条件の確保……………
- (一) 派遣元が実施すべき重点事項
- ① 契約期間
派遣元は、有期労働契約を1回以上更新し、かつ、雇入れの日から起算して1年を超えて継続勤務している派遣労働者との有期労働契約を更新しようとする場合には、当該契約の実態及び当該労働者の希望に応じて、契約期間をできる限り長くするよう努めなければならぬこととされています(努力規定)。
 - ② 労働条件の明示
派遣労働者と労働契約を締

- 結するとき、労働基準法第15条の明示事項のほか、労働者派遣法第34条第1項の就業条件の明示も行う必要があります。
- 明示内容に異なる部分もある(労働者派遣法の就業条件明示には、指揮命令者、派遣期間、苦情処理の申出先などがある)ことから、それぞれの法律において明示すべきとされている事項に気をつけましょう。
- ③ 最低賃金
賃金の支払いは派遣元が行いますが、最低賃金の取り扱いは注意を要します。
例えば、A県の派遣元から、B県にある派遣先に労働者を派遣する場合は、派遣「先」であるB県の最低賃金を適用し、その最低賃金額以上の賃金を支払う必要があります。
- ④ 休業手当
派遣労働者を、使用者の責めに帰すべき事由により休業させる場合には、派遣元が、休業手当(平均賃金の6割以上)を支払わなければなりません。

- ⑤ 労働時間の管理
派遣労働者の労働時間の管理は、後述するように派遣先において行うこととされていますが、労働時間に関する法令違反がないよう派遣元においても累計労働時間を把握、管理することが必要とされています。
- ⑥ 派遣元と派遣先との間で、労働時間に関する連絡体制を整えておきましょう。
- ⑦ 36協定の締結・届出
時間外・休日労働協定(36協定)は、派遣元で締結・届出をする必要があります。
- ⑧ 割増賃金の支払

賃金の支払いは、派遣元が行います。

⑧ 年次有給休暇
派遣元は、派遣労働者に法定の年次有給休暇を与えます。派遣先への代替労働者の派遣、派遣先における業務量の調整など、派遣労働者が年次有給休暇を取得しやすくなる体制を確立していくことが望ましいです。

⑨ 就業規則
派遣労働者とそれ以外の労働者を合わせて常時10人以上の労働者を使用する派遣元は、派遣労働者にも適用される就業規則を作成する必要があります。

派遣元は、派遣労働者から請求されたときに年次有給休暇を与えることが派遣元の通常の運営を妨げる場合には、派遣元は他の時季にこれを与えることができます。派遣元の事情は、直ちには派遣元が時季変更権を行使する理由にはなりません。事業の正常な運営を妨げるか否かは、派遣元の事業で判断します。

⑩ 無期転換ルール
派遣労働者も無期転換ルールの対象となります。無期転換ルールとは、有期労働契約が反復更新されて通算5年を超えたときに、労働者の申込みにより無期労働契約に転換できるルールです。

(一) 派遣先が実施すべき重点事項
次に、派遣先が実施すべき事項を見ていきます。

① 労働時間の適正把握
派遣先は、派遣労働者の労働時間を適正に把握しなければなりません。

② 時間外・休日労働
派遣先で時間外・休日労働を行わせる場合には、派遣元

の事業場で36協定を締結・届出することが必要です。36協定で定めた範囲を超えて時間外労働等を行われた場合、派遣先が労働基準法違反とされます。

派遣先は、派遣元の36協定の内容等を把握し、その範囲内に留める必要があります。

三 安全衛生の確保

(一) 派遣元が実施すべき事項

派遣元は、雇入れ時の安全衛生教育、一般健康診断などを実施します。長時間労働者から申出があったときの面接指導、ストレスチェックなども派遣元が行います。

派遣先は、派遣元の適用労働者として扱われますが、保険給付の請求様式(療養補償給付請求書など)には、派遣先の証明欄もありますので、保険給付の請求手続きの際は、派遣先とも連絡をとりながら進めていきましょう。

※「労働者死傷病報告」については、次の派遣先の項目において触れます。

(二) 派遣先が実施すべき事項

派遣先では、危険または健康障害の防止措置を実施します。

その他、従事する業務についての安全衛生教育、一定の有害業務に常時従事する派遣労働者への特殊健康診断も行います。

派遣元に対して安全衛生教育に関する情報を提供するなど、派遣元・派遣先が協力しながら安全衛生の対策を講じていきましょう。

労働事故に対する保険給付については、前述のとおり、請求する際に、派遣先の証明も必要になります。労働事故が発生したときは、発生日時や場所、被災時の状況などをできる限り詳しく記録し、派遣元に対して連絡をするなど連携を図っていくとよいです。

なお、死亡・休業者が生じたときの「労働者死傷病報告」は、派遣元・派遣先のどちらも作成・提出が必要で、まずは派遣先が作成し、派遣先を管轄する労働基準監督署に提出します。その写しを派遣元に送付し、それを基に派遣元においても作成し、派遣元を管轄する労働基準監督署に提出します。

需要が高まる無人店舗

最近、無人店舗をよく見かけるようになりました。特に、冷凍餃子をはじめとする自動販売機ビジネスを中心に無人店舗が全国に急増しています。需要が高まる理由は何でしょうか。

新型コロナウイルスによる非接触・非対面ニーズが高まったことはいうまでもありません。時間や人目を気にせず気軽に買えるという点も消費者に支持されているポイントです。従来の無人販売といえば野菜の路上販売やコインランドリーでしたが、大きく状況を変えるきっかけになったのはDX(デジタルトランスフォーメーション)の浸透です。顔認証やAI搭載カメラなどの普及によってコンビニ、化粧品、トレーニングジムなど様々な業界で無人化が進み無人販売を行いやすい環境が整いつつあります。

無人販売の最大のメリットは人件費の削減です。お客様が商品・サービスを選び会

計をセルフで済ませることが基本となります。それにより接客や会計のスタッフは不要となり、在庫の補充管理など最低限の作業で済むことから省人化による人件費の削減が可能で人手不足の解消にも繋がります。

また、24時間販売が可能となることも大きなメリットです。有人店舗の場合、定休日や営業時間外など販売機会の損失がありますが24時間365日営業できるため新たな客層を取り込める可能性もあります。デメリットとしては人件費が削減できる一方で、防犯カメラやセンサーの設置、決済システムの導入などの初期投資が発生することです。防犯カメラ搭載とはいえ無人のため盗難等の恐れはあります。

収支シミュレーションを行い事業計画は必要ですが、数年後は無人店舗が当たり前の時代がくるかもしれません。その時慌てないように今から無人店舗の存在を認識し、商品や販売システムに個性を持たせる運営で成功させましょう。

昼飲みで営業強化

昼飲みとは、その名の通り昼間からお酒を飲むことですが、海外では珍しいことではなく近年、ランチタイムから飲むスタイルが日本でも定着化してきています。昼飲みを上手く取り込むことは新規顧客獲得や売り上げアップに繋がります。

人気の理由としては、昼間にリラックスできる非日常感が味わえ、起きている間にアルコールを分解・消化するため肝臓の負担が軽くなります。昼営業を強化すると普段子どもや介護が必要な家族がいると飲みに出かけられない新たな顧客層を獲得できます。

昼飲みは、お客様があまり入らない昼と夜の間のアイドルタイムや休日のランチタイムを利用しメニューの割引サービスを行い集客を図ります。薄利多売になりますが早い時間帯からの呼び込みや店内が賑わっている状態を作っておくことが夜営業の利益率アップに有利です。

ジビエの利活用

日本では毎年11月15日〜2月15日まで狩猟が解禁となりジビエのシーズンです。ジビエとは、フランス語で食用となる野生の鳥獣、またはそれらの肉や料理を意味します。

ここ最近フランス料理以外の飲食店やファストフード店でも取り扱われ注目度がアップしています。代表的なものは鹿や猪ですが、これらは低カロリーで

高タンパクのため健康や美容にもよく、アスリート食としても大人気です。近年、増加した野生鳥獣による被害が深刻化し耕作放棄や離農の増加に繋がっています。

そんな厄介者をジビエ料理に変えて消費しようという取り組みが活発化し捕獲鳥獣の処理費用の軽減、日本の農林業を守ることに繋がります。SDGsの観点からも注目を浴びています。