

T-NEWS

1

【 Vol.056 】



福島県会津地方の郷土玩具「赤べこ」は、平安時代にまん延した疫病を払った赤い牛が由来。疫病退散・福を呼ぶ縁起物です。

- 新型コロナの損失と災害損失欠損金の繰戻し還付
- 小規模事業者持続化補助金の活用を！
- コロナ禍で副業希望者、昨年より増加

土屋 敬の「つれづれ雑記」

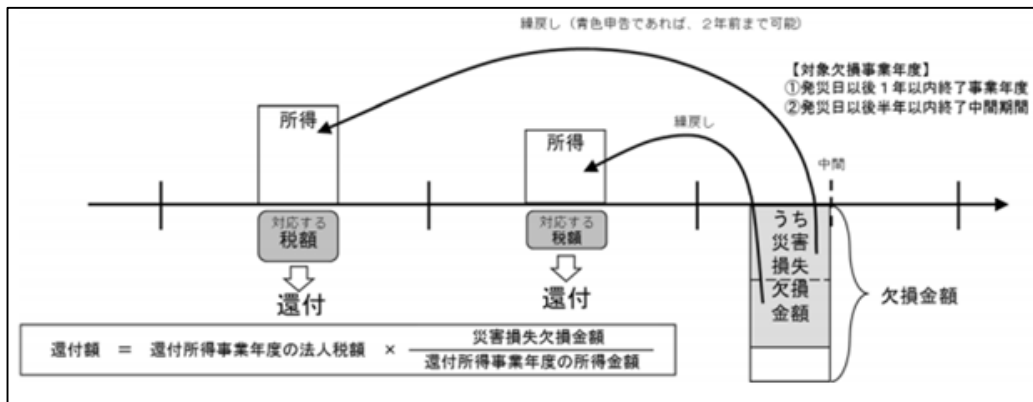
新型コロナの損失と災害損失欠損金の繰戻し還付

■ 災害損失欠損金の繰戻しによる法人税の還付

青色申告書を提出する法人について、その確定申告書を提出する事業年度に生じた欠損金額がある場合に、その法人の請求によりその事業年度開始の日前1年以内に開始したいずれかの事業年度に繰り戻して法人税の還付を受けることができる「青色欠損金の繰戻し還付制度」がある。

こちらは、これまで中小企業者等（資本金の額が1億円以下の法人など）のみが利用可能だったが、今般の新型コロナウイルス感染症の影響により令和2年2月1日から令和4年1月31日までの間に終了する事業年度において生じた欠損金額については、資本金の額が1億円超 10 億円以下の一定の法人にも拡大されている。

これとは別に、「災害損失欠損金の繰戻し還付制度」がある。こちらは、災害のあった日から同日以後1年を経過する日までの間に終了する各事業年度または災害のあった日から同日以後6月を経過する日までの間に終了する中間期間において生じた災害損失欠損金額を、その災害欠損事業年度開始の日前1年（青色申告書を提出する法人である場合には、前2年）以内に開始した事業年度に繰り戻して法人税の還付を受けることができる制度である。青色・白色の区分も資本金の大小による制限もなく、全法人が適用可能である。



出典：財務省「欠損金の繰戻しによる還付の特例」

https://www.mof.go.jp/tax_policy/brochure3.pdf#search=%E6%AC%A0%E6%90%8D%E9%87%91%E3%81%AE%E7%B9%B0%E6%88%BB%E3%81%97%E3%81%AB%E3%82%88%E3%82

実務上、2期以上ある還付所得事業年度のいずれに繰戻しをするかは任意であり、法人が適用要件等の範囲内で有利に選択することができる。

■ 災害損失欠損金の範囲について

国税庁から「国税における新型コロナウイルス感染症拡大防止への対応と申告や納税などの当面の税務上の取扱に関するFAQ」が公表されているが、そこで「法人税の災害損失欠損金の範囲について」が述べられている。

新型コロナウイルス感染症に関連して、学校の臨時休業や外出自粛の要請等が行われたことにより、棚卸資産や固定資産などに損失が生じている場合や、感染症の拡大や発生を防止するための消毒等の費用を支出している場合、これらの損失や費用の額は、「災害により生じた損失の額」に該当する。

【災害損失欠損金に該当する例】

- ・飲食業者などの食材(棚卸資産)の廃棄損
- ・感染者が確認されたことにより廃棄処分した器具備品などの除却損
- ・施設や備品などを消毒するために支出した費用
- ・感染発生の防止のため、配備するマスク、消毒液、空気清浄機などの購入費用
- ・イベントなどの中止により、廃棄せざるを得なくなった商品などの廃棄損

※繰戻し還付の対象となる災害損失とは、棚卸資産や固定資産に生じた被害(損失)に加え、その被害の拡大・発生を防止するために緊急に必要な措置を講ずるための費用が該当する。

【災害損失欠損金に該当しない例】

- ・客足が減少したことによる売上減少額
- ・休業期間中に支払う人件費
- ・イベントなどの中止により支払うキャンセル料、会場借上料、備品レンタル料

※棚卸資産や固定資産の被害の拡大・発生を防止するために直接要した費用とはいえないものについては、災害損失欠損金に該当しない。

(今村 京子 マネーコンシェルジュ税理士法人)

ソニー生命保険株式会社

〒100-8179 東京都千代田区大手町1-9-2
大手町フィナンシャルシティグランキューブ
ホームページ www.sonylife.co.jp/

担当者の身分・権限などについてのお問い合わせは
下記のフリーダイヤルをご利用ください。

<カスタマーセンター> ☎0120-158-821

担当者

(支社・営業所) 仙台ライフプランナーセンター第2支社第4営業所
(氏名) ライフプランナー 土屋 敬
(住所) 〒983-0852
仙台市宮城野区榴岡4-2-3 仙台MTビル 15F
(電話) 022-296-5472 (FAX) 022-296-5474 (携帯) 090-9538-2463
(E-mail) takashi_tsuchiya@sonylife.co.jp

小規模事業者持続化補助金の活用を！

■小規模事業者持続化補助金とは

小規模事業者持続化補助金(以下、持続化補助金という)とは、小規模事業者が行う販路開拓や生産性向上の取組に要する経費の一部を支援する制度である。現在「一般型」と新型コロナウイルス感染症の影響を受ける事業者向けの「コロナ特別対応型」の2種類がある。制度の特徴は、商工会、商工会議所のサポートを受けながら経営計画書、補助事業計画書を作成し、審査を経て採択が決定された後、所定の補助を受けることができる。

また、事業者の事業再開を後押しするため、業種別ガイドライン等に基づいて行う感染防止対策を「事業再開枠」として追加で支援される。特に追加の対策が必要な施設で事業を営む事業者「特例事業者」については、更に追加で支援される。

■「一般型」と「コロナ特別対応型」との違い

「一般型」はコロナ対策と関係なく、経営計画に基づく、小規模事業者の販路開拓や生産性向上の取組に要する経費の一部を支援する。具体的な対象経費としては、看板の設置、チラシ作成、HP作成、設備導入にかかる経費などがあり、本事業の完了後、概ね1年以内に売上に繋がることが見込まれる事業活動を対象とする。

一方、「コロナ特別対応型」は新型コロナウイルス感染症の影響を乗り越えるため、補助対象経費の6分の1以上が、以下のA～Cいずれかの要件に合致する投資を行う小規模事業者の販路開拓や生産性向上の取組に要する経費の一部を支援する制度となる。

A: サプライチェーンの毀損への対応

→ 顧客への製品供給を継続するために必要な設備投資や製品開発を行うこと

B: 非対面型ビジネスモデルへの転換

→ 非対面・遠隔でサービス提供するビジネスモデルへ転嫁するための設備・システム投資を行うこと

C: テレワーク環境の設備

→ 従業員がテレワークを実践できるような環境を整備すること

■対象となる小規模事業者

商業・サービス業（宿泊・娯楽業を除く）	常時使用する従業員の数...5人以下
サービス業のうち宿泊業・娯楽業	常時使用する従業員の数...20人以下
製造業その他	常時使用する従業員の数...20人以下

■ 持続化補助金の上限、補助率

一般型		コロナ特別対応型
最大150万円 (原則50万円)	補助金上限額	最大200万円 (原則100万円)
2/3	補助率	A: サプライチェーンの毀損への対応...2/3 B: 非対面ビジネスモデルへの転換...3/4 C: テレワーク環境の整備...3/4
50万円	事業再開枠上限	50万円
50万円	特例事業者上乗せ上限	50万円

なお、事業再開枠を申請するためには、通常枠またはコロナ特別枠の申請が必要で補助金申請金額は、通常枠またはコロナ特別枠≧事業再開枠とする必要があるので、注意されたい。

(岩成 直哉 マネーコンシェルジュ税理士法人)

ソニー生命保険株式会社

〒100-8179 東京都千代田区大手町1-9-2
 大手町フィナンシャルシティグランキューブ
 ホームページ www.sonylife.co.jp/

担当者の身分・権限などについてのお問い合わせは
 下記のフリーダイヤルをご利用ください。

<カスタマーセンター> ☎0120-158-821

担当者

(支社・営業所) 仙台ライフプランナーセンター第2支社第4営業所

(氏名) ライフプランナー 土屋 敬

(住所) 〒983-0852

仙台市宮城野区榴岡4-2-3 仙台MTビル 15F

(電話) 022-296-5472 (FAX) 022-296-5474 (携帯) 090-9538-2463

(E-mail) takashi_tsuchiya@sonylife.co.jp

コロナ禍で副業希望者、昨年より増加

■コロナ感染拡大を受けて副業への意欲高まる53%が回答

エン・ジャパンは10月12日、「副業」実態調査結果を発表した。この調査は、自社サイトの「エン転職」上で、ユーザーを対象に副業に関するアンケートを実施し、6,325名から回答を得たもの。

調査結果によると、「現在、副業を希望していますか？」と伺ったところ、49%が「希望している」（非常に希望している:24%、やや希望している:25%）と回答した。昨年の調査より希望者は8ポイントアップしている。しかし、副業を希望する人の割合が増える一方で、現在勤めている会社で副業が認められていると答えたのは、27%にとどまっているのが実情である。

また、「新型コロナウイルスの感染拡大を受け、副業への意欲は高まりましたか？」と伺ったところ、53%が「副業への意欲は高まった」と回答している。オンラインでできる仕事が増えて、今まで以上に副業を有効活用しやすくなっていることも関係しているとみられる。副業を希望する人の声として、「景気が悪くなったときにボーナスに大きく響くので、いざというときの貯蓄用に副業をしておきたい」というようなものもある。会社側もこのような考えを持っている人が増えてきていることを理解したうえで対応を考えていく必要がある。

■副業を希望する理由「失業したときの保険」増加

副業希望者に対して希望する理由を伺ったところ、「収入を増やしたい」（88%）が最多となった。これは昨年同様であるが、目立ったところでは、「失業したときの保険」と回答した割合は22%と、昨年より8ポイントも増加しており、新型コロナウイルス感染拡大の影響が色濃く出ていると考えられる。

実際に将来の仕事に対して不安を抱く人が多いのは確かであり、賞与減額や解雇、倒産のニュースが増えれば、さらにこの傾向は強くなっていくであろう。会社が副業を容認し、細かいルール作りをしていくのが望ましいといえる。

■厚生労働省は、副業・兼業の促進に力を入れている

厚生労働省は「副業・兼業の促進に関するガイドライン」を発表しており、その中で企業の対応について以下のように見解を述べ、副業・兼業の解禁を促している。

裁判例を踏まえれば、原則、副業・兼業を認める方向とすることが適当である。副業・兼業を禁止、一律許可制にしている企業は、副業・兼業が自社での業務に支障をもたらすものかどうかを今一度精査したうえで、そのような事情がなければ、労働時間以外の時間については、労働者の希望に応じて、原則、副業・兼業を認める方向で検討することが求められる。

副業を全面的に禁止すれば会社に黙って副業に従事する従業員もいるかもしれない。その結果として本業に支障が出たりする可能性もあるし、過重労働で体調を壊す可能性もある。

各企業の人事労務関連の担当者は、従業員の働き方が大きく変化し、仕事への価値観も時代とともに変わってきていることをよく理解して、コロナ禍ではさらに柔軟な対応をしていかなければならない。

副業への対応の遅れは、優秀な社員ほど社外へ流出するきっかけになりやすく、会社としては大きな損害になる。副業により人間関係が広がり、知見、視野も広がって本業へのプラスになるというメリットもあるので、慣例的に禁止にしてきた会社は、従業員の視点に立って再度、副業に関する自社の方針について見直す必要があるのではないだろうか。

参照:エン転職「6000人が回答!『副業』実態調査」

<https://corp.en-japan.com/newsrelease/2020/24252.html>

厚生労働省「副業・兼業の促進に関するガイドライン」

<https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11200000-Roudoukijunkyouku/0000192844.pdf>

庄司英尚(株式会社アイウェーブ 代表取締役、アイウェーブ社労士事務所 代表、社会保険労務士)

ソニー生命保険株式会社

〒100-8179 東京都千代田区大手町1-9-2
大手町フィナンシャルシティグランキューブ
ホームページ www.sonylife.co.jp/

担当者の身分・権限などについてのお問い合わせは
下記のフリーダイヤルをご利用ください。

<カスタマーセンター> ☎0120-158-821

担当者

(支社・営業所) 仙台ライフプランナーセンター第2支社第4営業所

(氏名) ライフプランナー 土屋 敬

(住所) 〒983-0852

仙台市宮城野区榴岡4-2-3 仙台MTビル 15F

(電話) 022-296-5472 (FAX) 022-296-5474 (携帯) 090-9538-2463

(E-mail) takashi_tsuchiya@sonylife.co.jp



「リモートコンサルティング」、好評です

新型コロナウイルス感染症に関する最近のニュースによると、40歳未満でも重症化する方、後遺症と闘っている方が少なくないそうです。

こんな時期だからこそ、保障内容の再点検を。昨年6月からスタートしたリモートによる面談もオススメです。インターネット環境と指定のブラウザがあれば、アプリ等のインストールも不要です。仕事や家事の隙間時間に、ぜひお声がけください。



土屋 敬のつれづれ雑記 『つながりの経済』

大寒とはいえ、例年以上に寒い日が続いておりますね。
皆さまお変わりございませんか？

昨年10月から今月中旬まで、
藤村正宏さんのオンライン講座(エクスマ塾)に参加しておりました。

藤村さんは、
「モノ」ではなく「体験」を売る視点のマーケティング手法、
『エクスペリエンス・マーケティング(通称エクスマ)』の創始者。
私が20年以上もマーケティングの師と仰いでいる人です。

エクスマ塾ではたくさんの素敵な仲間と出会い、多くの刺激を受けました。
なかでも印象に残ったのは、この言葉。

『『つながり』の方が、マスよりも信頼されている』(藤村正宏)

現代は情報が溢れているため、
「正しい情報が何なのか」、「自分が欲しい情報はどれなのか」が、分かりづらくなっています。
だからこそ、自分が信頼している人が信頼しているモノやコトを信頼することになるということ。

「どんなに優れた宣伝も、家族のひと言にはかなわない。
どんなに優れた広告も、仲間の勧めにはかなわない。
どんなに優れたマーケティング戦略も、個人と個人とのつながりにはかなわない」(藤村正宏)

2025年を目処に5Gの整備が進み、
世の中は新しい仕事のスタイル、新しい生活、新しいモノの考え方に変化していきます。

情報や人脈に価値を置く時代へと移り変わる今こそ、
オンラインやSNSを活用し、つながっている人に向けた【個】の発信をすることが大切。
共感されることでファンを増やし、選ばれるエクスマ的思考が
どんなビジネスにおいても必要になってくるように思います。

信頼できる人が 信頼しているものを 信頼する時代へ。

正直、SNSやオンラインなど大の苦手なのですが(笑)、
これまでの考え方ややり方を変えて、いろいろチャレンジしてみようと思っています。
引き続きご指導、ご鞭撻のほど宜しくお願い致します！

2021年も張り切って、笑顔で一緒に頑張ってみましょう！

