

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.831 2023.7.18

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2023年7月7日号

減産連発でも上がらない原油価格

～今後の方向性は？

経済・金融フラッシュ 2023年7月10日号

米雇用統計(23年6月)

～雇用者数が市場予想を下回る伸びに留まった
一方、時間当たり賃金は予想を上回る

経営TOPICS

統計調査資料

景気ウォッチャー調査

(令和5年6月調査)

経営情報レポート

企業の持続的な発展につなげる ウェルビーイング経営の実践法

経営データベース

ジャンル:税務戦略 > サブジャンル:決算対策

決算期に留意すべき点

交際費の取り扱い

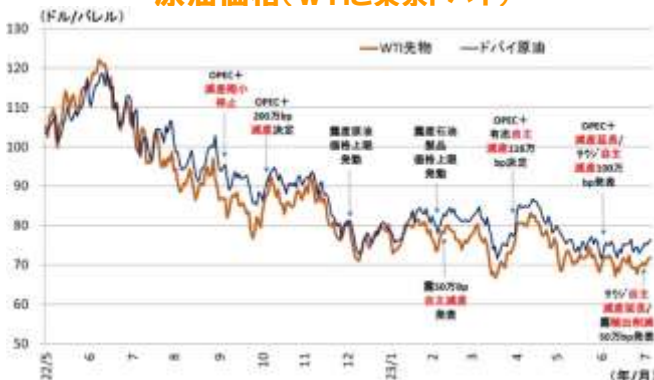
減産連発でも上がらない原油価格 ～今後の方向性は？

ニッセイ基礎研究所

1 年初以降、OPECプラス加盟国が幾度も追加減産を表明しているにもかかわらず、原油価格は昨年末の水準を下回り、伸び悩みが続いている。その背景には、以下などがあると考えられる。

- ① 中国経済の先行き懸念（需要面）
- ② 利上げに伴う欧米経済の減速懸念（需要面）
- ③ ロシアの生産量高止まり（供給面）、OPECプラスの足並みの乱れ（供給面）

原油価格(WTIと東京ドバイ)



(注) WTI 先物は期近物。ドバイは東京原油スポット市場中東産ドバイ原油、翌月または翌々月渡し、現物、FOB、中心値
(資料) Financial Times、日本経済新聞

2 国際的に有力なエネルギー調査機関は、世界的な原油需給がタイト化に向かい、今年後半には供給不足に陥るとの見方を依然として維持しているが、投機筋は悲観的な見方に大きく傾いている。

投機筋の買い越しは直近で2012年7月以来の低水準に留まっている。

今後、欧米中などの需要が減少する一方で、主要産油国の生産調整が追い付かず、原油の国際需給が緩和する可能性が織り込まれているものと推測される。

3 今後の原油価格の見通しを考えると、大きなカギとなるのは世界の需要を左右する中国ならびに欧米の景気動向と考えられる。

筆者の中心的な見通しとしては、中国経済は様々な課題を抱えつつも回復に向かうと見込んでいる。

今後「5%」とする成長率目標の達成が危ぶまれる状況になれば、経済対策による景気のコトコトも期待される。

また、欧米については、遠からず利上げが打ち止めとなることで大幅な景気後退は避けられると見ている。

OPECプラスによる大規模な追加減産は想定していないが、価格上昇に向けた抑制的な生産姿勢が続くだろう。

この結果、年後半には次第に原油需給のタイト化が確認されるようになる可能性が高い。

投機筋は足元で悲観に振れすぎていると見ているため、その修正を余儀なくされることも原油価格の持ち直しに働くと想定している。

具体的な水準(WTIベース)としては、夏の間は1バレル70-75ドルを中心に推移した後、秋から上昇基調となり、年末には80ドルをやや上回る水準で着地すると見込んでいる。

「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」よりご確認ください。

米雇用統計(23年6月)

～雇用者数が市場予想を下回る伸びに留まった一方、時間当たり賃金は予想を上回る

1 結果の概要:雇用者数が市場予想を下回った一方、失業率は市場予想に一致

7月7日、米国労働統計局(BLS)は6月の雇用統計を発表した。非農業部門雇用者数は、前月対比で+20.9万人の増加^(注)(前月改定値:+30.6万人)と+33.9万人から下方修正された前月、市場予想の+23.0万人(Bloomberg集計の中央値、以下同様)を下回った。

^(注)季節調整済の数値。以下、特に断りがない限り、季節調整済の数値を記載している。

2 結果の評価:雇用の伸び鈍化も労働需給の逼迫を背景とした賃金上昇圧力は継続

6月の非農業部門雇用者数は市場予想を下回ったほか、後述するように過去2ヵ月分も合計で▲11.0万人の大幅な下方修正となった。

この結果、4-6月期の月間平均増加ペースは+24.4万人増と1-3月期月期の同+31.2万人増からは明確に鈍化したものの、新型コロナ流行前の1年間(19年3月~20年2月)の同+19.0万人は上回っており、依然として堅調な雇用増加が持続していることを確認した。

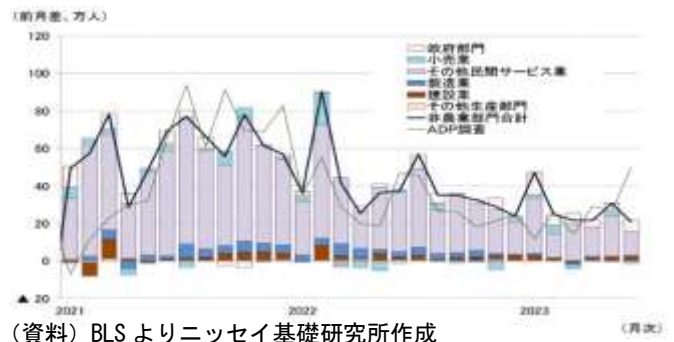
3 事業所調査の詳細:広範なサービス部門で雇用の伸びが鈍化

事業所調査のうち、民間サービス部門は前月比+12.0万人(前月:+23.6万人)と前月から雇用の伸びは鈍化した。

民間サービス部門の中では、医療・社

会扶助サービスが前月比+6.5万人(前月:+6.5万人)と前月並みの伸びを維持した一方、専門・ビジネスサービスが+2.1万人(前月:+6.1万人)、娯楽・宿泊業が+2.1万人(前月:+2.6万人)と前月から伸びが鈍化した。さらに、小売業が▲1.1万人(前月:+2.3万人)、運輸・倉庫が▲0.7万人(前月:+1.7万人)、卸売業が▲0.4万人(前月:+0.4万人)と前月から減少に転じた。

非農業部門雇用者数の増減(業種別)



4 家計調査の詳細:労働参加率は4ヵ月連続横這い

家計調査のうち、6月の労働力人口は前月対比で+13.3万人(前月:+13.0万人)とほぼ前月並みの増加となった。

内訳を見ると、就業者数が+27.3万人(前月:▲31.0万人)と前月から大幅な増加に転じた一方、失業者数が▲14.0万人(前月:+44.0万人)と減少に転じた。

非労働力人口は+5.0万人(前月:+4.5万人)と3ヵ月連続の増加となった。

経済・金融フラッシュの全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

景気ウォッチャー調査 (令和5年6月調査結果)

内閣府 2023年7月10日公表

今月の動き(2023年6月)

6月の現状判断DI(季節調整値)は、前月差 1.4 ポイント低下の 53.6 となった。
 家計動向関連DIは、住宅関連等が上昇したものの、飲食関連等が低下したことから低下した。企業動向関連DIは、製造業等が低下したことから低下した。
 雇用関連DIについては、低下した。
 6月の先行き判断DI(季節調整値)は、前月差 1.6 ポイント低下の 52.8 となった。
 家計動向関連DI、企業動向関連DI、雇用関連DIが低下した。
 なお、原数値でみると、現状判断DIは前月差 0.9 ポイント低下の 53.6 となり、先行き判断DIは前月差 1.2 ポイント低下の 53.6 となった。
 今回の調査結果に示された景気ウォッチャーの見方は、「景気は、緩やかに回復している。先行きについては、5類感染症への移行も終わり、改善テンポに一服感がみられるものの、緩やかな回復が続くとみている。」とまとめられる。

1. 全国の動向

1 景気現状判断DI(季節調整値)

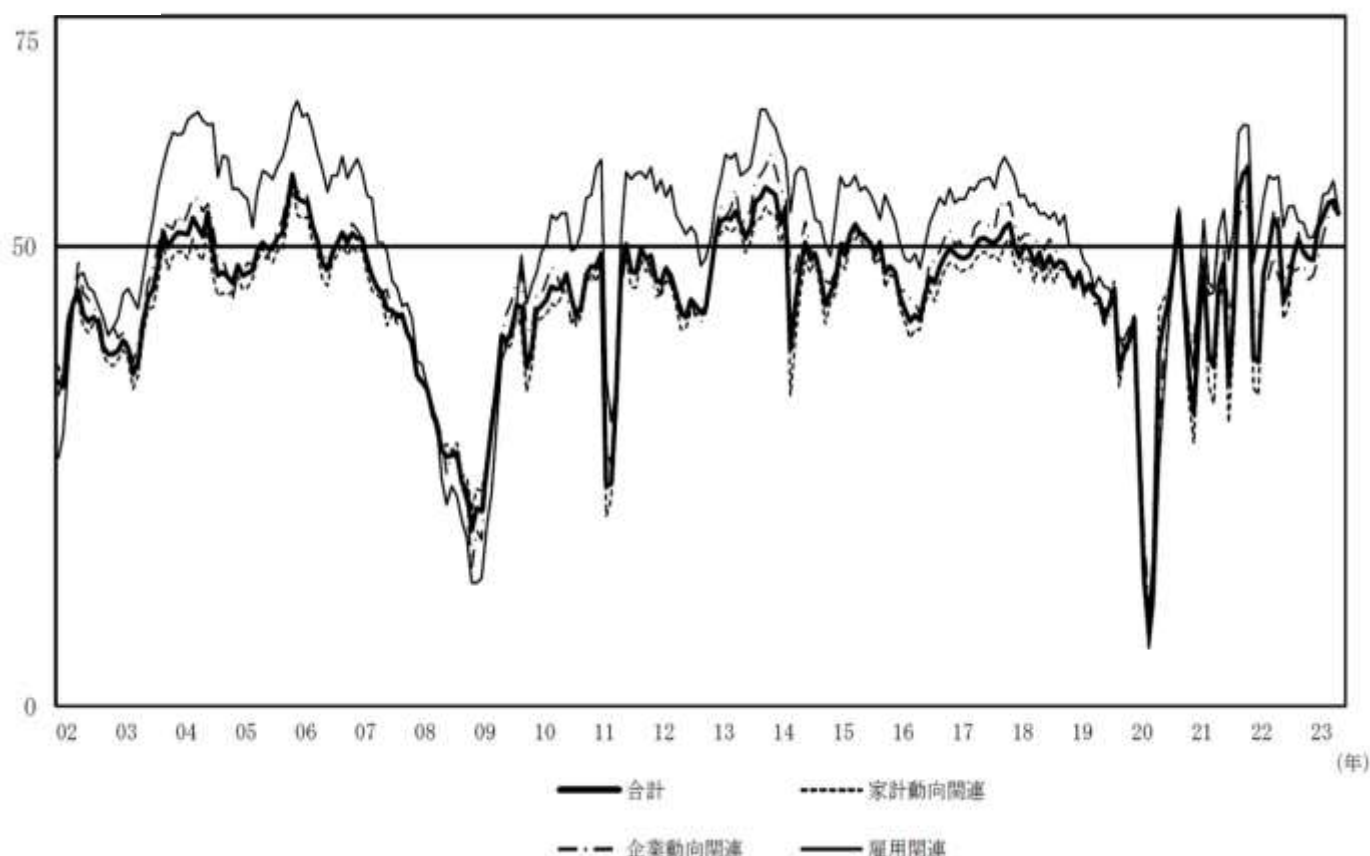
3か月前と比較しての景気現状に対する判断DIは、53.6 となった。
 家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのDIが低下したことから、前月を 1.4 ポイント下回り、5か月ぶりの低下となった。

景気現状判断DI(季節調整値)

| (DI) | 年 月 | 2023 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | (前月差) |
|--------|--------|-----------|------|------|------|------|------|--------|
| 合計 | | 48.5 | 52.0 | 53.3 | 54.6 | 55.0 | 53.6 | (-1.4) |
| 家計動向関連 | | 48.6 | 52.9 | 53.7 | 54.9 | 54.9 | 53.6 | (-1.3) |
| 小売関連 | | 48.3 | 51.3 | 51.3 | 53.2 | 53.1 | 50.1 | (-3.0) |
| 飲食関連 | | 48.9 | 60.2 | 62.5 | 59.9 | 61.1 | 57.4 | (-3.7) |
| サービス関連 | | 50.0 | 56.6 | 57.9 | 59.1 | 59.2 | 60.7 | (1.5) |
| 住宅関連 | | 44.5 | 42.0 | 45.9 | 46.1 | 45.4 | 49.5 | (4.1) |
| 企業動向関連 | | 46.8 | 48.7 | 51.1 | 53.2 | 54.3 | 53.3 | (-1.0) |
| 製造業 | | 45.8 | 47.7 | 50.4 | 49.6 | 51.2 | 50.1 | (-1.1) |
| 非製造業 | | 48.4 | 50.2 | 52.0 | 56.7 | 56.8 | 55.8 | (-1.0) |
| 雇用関連 | | 51.0 | 52.6 | 55.6 | 55.8 | 57.1 | 54.1 | (-3.0) |

(D I)

景気の現状判断DI(季節調整値)



2 景気の先行き判断DI (季節調整値)

2～3か月先の景気の先行きに対する判断DIは、52.8となった。家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのDIが低下したことから、前月を1.6ポイント下回った。

景気の先行き判断DI(季節調整値)

| (DI) | 年 | 2023 | | | | | | |
|--------|---|------|------|------|------|------|------|--------|
| | 月 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | (前月差) |
| 合計 | | 49.3 | 50.8 | 54.1 | 55.7 | 54.4 | 52.8 | (-1.6) |
| 家計動向関連 | | 49.4 | 51.3 | 54.3 | 56.4 | 54.1 | 52.4 | (-1.7) |
| 小売関連 | | 49.9 | 50.6 | 52.4 | 55.8 | 53.4 | 50.4 | (-3.0) |
| 飲食関連 | | 49.1 | 55.8 | 60.7 | 59.9 | 58.6 | 58.2 | (-0.4) |
| サービス関連 | | 49.3 | 52.6 | 57.9 | 58.8 | 55.9 | 56.0 | (0.1) |
| 住宅関連 | | 45.4 | 45.7 | 46.7 | 46.5 | 46.9 | 47.1 | (0.2) |
| 企業動向関連 | | 49.1 | 48.4 | 52.9 | 53.2 | 53.6 | 53.3 | (-0.3) |
| 製造業 | | 47.7 | 47.8 | 52.7 | 52.0 | 53.7 | 52.7 | (-1.0) |
| 非製造業 | | 50.4 | 49.1 | 53.6 | 54.4 | 54.1 | 53.7 | (-0.4) |
| 雇用関連 | | 48.9 | 52.9 | 55.4 | 56.8 | 58.2 | 54.3 | (-3.9) |

II. 各地域の動向

1 景気の現状判断DI（季節調整値）

前月と比較しての現状判断DI（各分野計）は、全国12地域中、3地域で上昇、9地域で低下であった。最も上昇幅が大きかったのは東北（1.9ポイント上昇）で、最も低下幅が大きかったのは北陸（6.1ポイント低下）であった。

景気の現状判断DI(各分野計)(季節調整値)

| (DI) | 年 月 | 2023 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | (前月差) |
|------|--------|-----------|------|------|------|------|------|--------|
| 全国 | | 48.5 | 52.0 | 53.3 | 54.6 | 55.0 | 53.6 | (-1.4) |
| 北海道 | | 49.5 | 52.8 | 52.6 | 52.8 | 53.3 | 52.8 | (-0.5) |
| 東北 | | 44.6 | 50.2 | 51.8 | 49.5 | 48.9 | 50.8 | (1.9) |
| 関東 | | 48.0 | 51.4 | 51.1 | 53.3 | 54.1 | 53.9 | (-0.2) |
| 北関東 | | 43.9 | 48.2 | 48.9 | 53.3 | 52.5 | 51.4 | (-1.1) |
| 南関東 | | 49.6 | 52.5 | 51.9 | 53.3 | 54.7 | 54.9 | (0.2) |
| 東京都 | | 53.7 | 58.5 | 56.5 | 56.9 | 58.4 | 57.8 | (-0.6) |
| 甲信越 | | 47.3 | 51.7 | 54.9 | 51.2 | 55.0 | 52.4 | (-2.6) |
| 東海 | | 48.8 | 51.1 | 49.3 | 52.0 | 52.5 | 52.4 | (-0.1) |
| 北陸 | | 44.1 | 52.4 | 52.6 | 53.8 | 54.4 | 48.3 | (-6.1) |
| 近畿 | | 50.4 | 53.6 | 55.2 | 56.4 | 55.5 | 54.5 | (-1.0) |
| 中国 | | 46.8 | 49.8 | 53.2 | 54.2 | 54.2 | 52.3 | (-1.9) |
| 四国 | | 50.1 | 52.1 | 54.6 | 55.1 | 56.2 | 57.1 | (0.9) |
| 九州 | | 53.1 | 56.1 | 56.7 | 55.7 | 55.7 | 55.6 | (-0.1) |
| 沖縄 | | 61.3 | 66.2 | 62.2 | 63.6 | 63.2 | 61.3 | (-1.9) |

2 景気の先行き判断DI（季節調整値）

前月と比較しての先行き判断DI（各分野計）は、全国12地域中、4地域で上昇、8地域で低下であった。最も上昇幅が大きかったのは四国（1.6ポイント上昇）で、最も低下幅が大きかったのは沖縄（5.4ポイント低下）であった。

景気の先行き判断DI(各分野計)(季節調整値)

| (DI) | 年 月 | 2023 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | (前月差) |
|------|--------|-----------|------|------|------|------|------|--------|
| 全国 | | 49.3 | 50.8 | 54.1 | 55.7 | 54.4 | 52.8 | (-1.6) |
| 北海道 | | 44.4 | 52.3 | 55.8 | 56.0 | 53.9 | 54.3 | (0.4) |
| 東北 | | 45.3 | 51.1 | 53.0 | 53.7 | 52.2 | 52.9 | (0.7) |
| 関東 | | 47.4 | 49.7 | 53.1 | 55.5 | 54.1 | 53.0 | (-1.1) |
| 北関東 | | 47.4 | 49.7 | 53.6 | 56.1 | 52.3 | 53.2 | (0.9) |
| 南関東 | | 47.4 | 49.7 | 53.0 | 55.2 | 54.7 | 52.9 | (-1.8) |
| 東京都 | | 51.4 | 53.3 | 58.1 | 59.1 | 58.7 | 54.9 | (-3.8) |
| 甲信越 | | 46.0 | 49.9 | 52.8 | 56.2 | 55.0 | 52.0 | (-3.0) |
| 東海 | | 46.4 | 48.8 | 51.3 | 54.7 | 54.6 | 52.9 | (-1.7) |
| 北陸 | | 49.5 | 46.3 | 49.7 | 51.5 | 51.1 | 51.0 | (-0.1) |
| 近畿 | | 48.6 | 52.7 | 56.5 | 56.4 | 55.2 | 54.3 | (-0.9) |
| 中国 | | 49.3 | 52.1 | 55.4 | 55.3 | 54.3 | 53.8 | (-0.5) |
| 四国 | | 49.4 | 48.8 | 54.5 | 54.2 | 52.7 | 54.3 | (1.6) |
| 九州 | | 54.2 | 55.2 | 56.1 | 57.1 | 55.3 | 54.7 | (-0.6) |
| 沖縄 | | 64.6 | 57.9 | 61.8 | 60.5 | 65.1 | 59.7 | (-5.4) |

景気ウォッチャー調査（令和5年6月調査）の全文は、
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



経営

企業の永続的な発展につなげる

ウェルビーイング 経営の実践法

1. ウェルビーイング経営の必要性
2. ウェルビーイングが会社にもたらす3つのメリット
3. ウェルビーイング経営の実践方法
4. ウェルビーイング経営の取り組み事例



■参考資料

【厚生労働省】：平成26年度 厚生労働白書 【公益社団法人日本WHO協会】：健康の定義 【内閣官房 非財務情報可視化研究会】：人的資本可視化指針 【自民党】：日本Well-being計画推進特命委員会 第六次提言 他

1

企業経営情報レポート

ウェルビーイング経営の必要性

「ウェルビーイング経営に取り組んだことで自社の生産性が高まった。」こんな記事を目にした方も多いのではないのでしょうか。本レポートでは、昨今注目度が高まっているウェルビーイング経営にスポットをあて、その導入効果や実践方法について解説します。

なお、ウェルビーイングには SDGs「すべての人に健康と福祉を（good health and well-being）」に代表されるように「福祉」の概念も含まれていますが、本レポートでは「経済」や「経営」に関わる内容に焦点を絞って解説しています。

■ ウェルビーイングとは

(1)ウェルビーイングという言葉の意味

ウェルビーイングという言葉は、1964年設立のWHO（世界保健機構）設立者の一人であるスーミン・スー博士が「健康」を定義づけした際に使用された「well-being」が最初とされています。

現代日本においては「幸福・安寧」もしくは「肉体的・精神的・社会的に良好な状態」と訳され、大辞泉にも記載されています。

■ WHOによるウェルビーイングの定義

| | |
|----------------|---|
| WHO憲章における健康の定義 | Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity. |
| 日本WHO協会訳 | 健康とは、病気でないとか、弱っていないということではなく、肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態 |

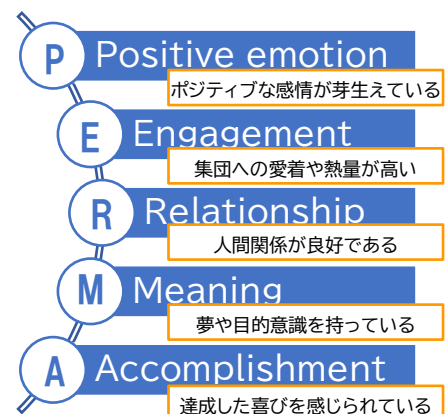
(2)ウェルビーイングの定義(構成要素)

ウェルビーイングの定義は様々ありますが、本レポートではPERMA（パーマ）モデルを「精神的・社会的に良好な状態」として定めます。

PERMAモデルとは、米国ペンシルベニア大学マーティン・セリグマン博士による幸福や充実に関する要素を表現するモデルで、5つの構成要素が全て満たされた時、人間は心理的な繁栄を持続できるとされています。

そこで本レポートは、ウェルビーイングを『健全な身体と良好な精神により、社会的もしくは組織的に安心感と充足感を維持でき、幸福を実感している状態』として定義します。

■幸福・充実の要素「PERMAモデル」



2

企業経営情報レポート

ウェルビーイングが会社にもたらす3つのメリット

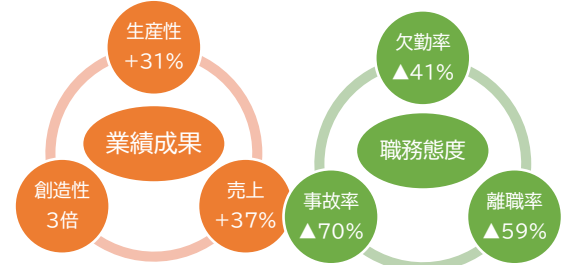
■ 社員による思考の変化とパフォーマンスの向上

(1) 幸福度とパフォーマンスの関係性

カリフォルニア大学教授ソーニャ・リュボミルスキーらの225件の学術研究によると、幸福感の高い社員の生産性は平均で31%、売上は37%、創造性は3倍高く、さらに職務態度にも良い影響が出るとされています。

つまり、ウェルビーイングを高めることは、企業にも大きな成果を生むことが明らかとなっています。

■ 幸福度が高い社員のパフォーマンス

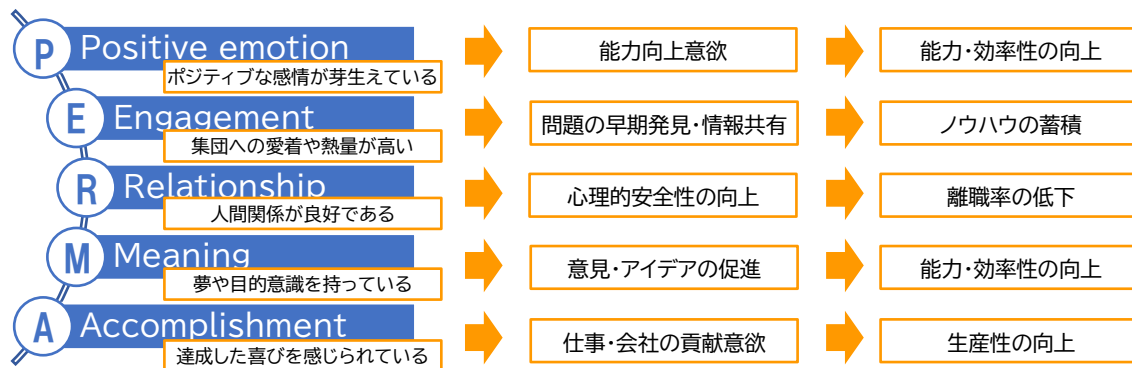


出典：DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビューから著者作

(2) 社員の思考・行動の変化

ウェルビーイングとパフォーマンスの関係性として、具体的な社員の思考や行動をPERMAモデルにあてはめると、以下のように良い影響を及ぼすと考えられます。

■ ウェルビーイングによる思考・行動の変化と会社の成果



Positive emotion（ポジティブな感情）が高いと、社員自らがやりたいことを実行に移す原動力を得ている状態であり、能力や効率向上意欲を持つことができます。

Engagement(集団への愛着)が高いと、組織に対して積極的に係わるため報・連・相や情報発信をするようになり、会社としては様々なノウハウを蓄積することができます。

Relationship（人との関係）が高いと、心理的安全性（人間関係の中でも不安を感じない状態）が高まり、対人関係のストレスを軽減することができます。

Meaning（夢や目的意識）が高いと、長期的な目線で仕事に取り組むため、的を射た意見やアイデアを創出することができ、イノベーションにつながる可能性を高めます。

Accomplishment（達成感）は、タスクや目標を前向きに捉え、仕事を通して会社への貢献意欲にもつながり、継続的な生産性の向上が期待できます。

3

企業経営情報レポート

ウェルビーイング経営の実践方法

ウェルビーイング経営を『経営戦略』と据えて全社一丸となって進めていくには、自社の実態を把握し、しっかり事前準備をすることが重要です。

■ ウェルビーイングの調査方法

社員のウェルビーイングを把握する様々な調査方法から、ここでは以下の3つを紹介します。

■ ウェルビーイングの調査方法

- ①健康診断、ストレスチェック、労務調査 ②意識調査（エンゲージメントサーベイ） ③1on1面談

①健康診断、ストレスチェック、労務調査

専門医による定期的な健康診断とストレスチェックを実施し、肉体的、精神的な状態を調査します。また、心身ともに大きな影響を与える労働時間の実態を的確に把握するため、リーダーにより直接、部下の勤務状況を調査することも重要です。

②意識調査(エンゲージメントサーベイ)

社員の会社に対する愛着や仕事の熱量を可視化するため、エンゲージメントサーベイという紙面または面談での質問形式による調査で、精神的、社会的な状態を把握します。

実施する際は社員に目的を理解してもらい、結果は一部の上層部のみで管理することを伝え、本音を出せる環境で回答してもらいます。

■ エンゲージメントサーベイの質問事例

- 「会社のビジョンや目標に共感していますか？」
- 「個人の目標設定や評価制度は透明で公平ですか？」
- 「仕事の内容は興味深く、満足していますか？」 など

③1on1面談

社員が本音を話せるよう1対1の面談の場を設け、ストレスや仕事の価値観、さらに将来のキャリアプランなどのヒアリングで社員の精神的、社会的な状態を調査します。面談者は組織の直属上司に限定せず、人事部など客観的な立場で傾聴できる人物が担当します。

■ 面談者が意識する留意点

- 社員に面談の目的をしっかりと伝え、必要とする回答を促す
- 結果は匿名性を優先することを約束し、面談者が味方であることを理解してもらう

4

企業経営情報レポート

ウェルビーイング経営の取り組み事例

■居心地の良い職場から、働き甲斐のある職場へ

| | | | |
|----|-----|-----|-----|
| 社名 | 〇社 | 社員数 | 54名 |
| 本社 | 群馬県 | 業種 | 宿泊業 |

〇社は、日本屈指の温泉地において、創業70年を超える老舗旅館を営んでいます。特に料理と社員の接客には口コミ評判が高く、顧客満足度の高い旅館でしたが、社員の定着率が低く、厳しい運営が続きました。そこで社長は、社員の声を徹底的にヒアリングし、社員の意識改革を促進しました。

■従業員満足の高い会社へ向けた取り組み



(1)居心地の良い職場

10年程前まで、顧客満足度に力を入れるあまり、厳しい接客指導や欠勤を認めない勤務体制など、社員にとっては不満が募る職場環境となっていました。その様な中で社員10名が一度に退職する事態となり、旅館は休館に追い込まれました。この経験から、社員の主体性に委ねる運営にシフトし、外部機関のモラルサーベイでは高い結果となりましたが、依然退職率は毎年高く、サービスレベルを維持するのがギリギリの状態が続きました。そこで社長と女将は、毎日社員一人ひとりと15分の面談を始め、数か月続けるうちに「給料が高く、怒られない」から続けているという声が多数あがる一方で、仕事や旅館に対する愛着の声は極めて少なく、高いモラルサーベイ結果は、居心地の良いだけの職場によるものと気づきました。

(2)働き甲斐のある職場へ

そこで勤続年数に関わらず、日替わりで接客リーダーを定め、朝礼時にメンバーへ本日の目標を共有する取り組みを始めました。目標は「丁寧なお辞儀を心がける」など簡単なものから始まり、1年後には社員自ら「お客様からありがとうを10回言ってもらおう」など定量的で高い目標を掲げるようになりました。その結果、社員同士でお互いの接客を評価しあい、先輩社員は率先して後輩のフォローをするようになりました。

(3)社員満足度と顧客満足度No.1の旅館へ

毎日の面談は実施し続けており、業務効率やお客様に喜んでもらうアイデアも活発になりました。仕事に対するモチベーションだけでなく、なんでも話せる職場として組織風土が定着してきたと実感できるようになりました。特に新入社員の定着率は地域No.1と誇れるほど改善し、サービスレベルも高まって、他社との差別化が図られています。

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

ジャンル: 税務戦略 > サブジャンル: 決算対策

決算期に留意すべき点

会社の決算期を迎えるにあたり
税務上の視点から留意すべき点を教えてください。

■現金残高の確認

現金の实在残高と帳簿上の残高が一致しているか否かの再確認を行うとともに、残高の多寡についても併せて確認する必要があります。

■売掛金残高の確認

取引先毎の残高が一致していることを確認し、出来る限り取引先に対し残高確認書により確認を行うことが望ましいと思われます。

■受取手形の確認

受取手形のうち、裏書譲渡・割引手形を改めて確認し、その所在及び期日を再確認しておくことが望ましいです。

■棚卸

自社の棚卸評価方法を再確認し、適正な実地棚卸が実施されるよう十分な準備が必要になります。併せて、決算時点で適正在庫となるよう仕入の調整を行うことも有効であると思われます。

■仮払金の整理

決算を迎えるにあたり、仮払金・立替金などについては、必ず整理しておく必要があります。

■固定資産の確認

これまでに計上してある固定資産が実在するかどうかについて、棚卸をする必要があります。既に滅失しているものは速やかにその理由を確認し、除却する必要があります。

■買掛金残高の確認

- ×後の仕入について漏れなく計上する必要があります。
- ×後の仕入については必ず納品書等により確認してください。

■未払金残高の確認

期間損益を求めるにあたり、当期発生した経費についても漏れなく計上する必要があります。ただし、損金計上する為には、事業の用に供している必要がありますので、必ず使用実態を確認する必要があります。

■売上高の確認

×後の売上についても漏れなく計上する必要があります。万が一にも漏れた場合には、脱税行為となりますので、十分に注意が必要となります。

■資産計上すべき取引の有無

備品消耗品費等、固定資産計上すべき取引が無いかどうかを確認し、資産計上すべきものについては計上し、決算前に適正な利益検討が出来るようにしておく必要があります。

ジャンル: 税務戦略 > サブジャンル: 決算対策

交際費の取り扱い

交際費に認定されないための
取り扱いについて教えてください。

■販売促進費の場合

税務で売上割り戻し又は販売奨励金と交際費の区分基準とされているのは、代替課税の有無であります。

すなわち得意先である事業者に金銭で支出する場合は、必ず当該事業者の収益に計上されることとなりますし、物品で交付する場合も、事業用資産であればやはり当該事業者の収益に計上されます。

よって、交際費と認定されないための具体的基準は以下のようになります。

■売上割り戻しなど

- ① 金銭または事業用資産または少額物品によって交付すること
- ② 得意先である事業者が収益計上すること
- ③ 原則的収益計上 a 売上高比例 b 売掛金回収高比例 c 売上高の一定額ごと
- ④ 特例的支出基準 a 得意先の営業地域の特殊事情 b 協力の度合い

■景品費用

- ① 事業用資産・少額物品であること ② 景品としての種類及び金額の確認ができること

■販売奨励金など

- ① 販売促進の目的であること ② 金銭または事業用資産を交付すること
- ③ 特定の地域の得意先である事業者に対するものであること ④ 相手先が収益計上すること

■広告宣伝費の場合

一般に、広告宣伝費と交際費の区別のポイントは、その支出が不特定多数の者を対象にしているかどうかになります。したがって、たとえば一般消費者に対して抽選で旅行・観劇に招待した場合は広告宣伝費になりますが、得意先に対して旅行・観劇に招待した場合は交際費として処理することになります。

■会議費の場合

税法上、会議費と交際費の形式的な区分基準、会議費として認められる金額基準は示されていません。したがって、以下などをもとに社内で区分基準を作成し、その基準にしたがって継続的に処理するのが望ましいと思われます。

- ① 時間帯（昼か夜か、また会議中か会議後か） ② 場所（会議を行うのにふさわしい場所か）
- ③ 単価（相手方の地位等によりその金額が異なってくる場合もある）
- ④ アルコールの程度（会議の後は不可、会議の途中であれば、当然、その食事後会議が再開できる程度）