

社長のマネジメントをサポート

経営管理マガジン

10

October
2017



02 経営TOPICS

有効求人倍率がバブル期超え！ 就職支度金で囲い込みを図る企業がでてきている

03 データで見る経営

「商品的魅力」よりも「人的魅力」を
消費者は求めている

04 税務・会計2分セミナー

赤字になったら前期の法人税を取り戻せる
「欠損金の繰戻しによる還付」制度とは？

05 労務ワンポイントコラム

短時間労働者にも社会保険を適用して
魅力ある企業を構築しよう！

06 社長が知っておきたい法務講座

見えないところで起こっているかも？
マタハラの防止措置が義務化された

07 増客・増収のヒント

情報共有する組織文化を生み出すには
クラウド型の情報共有ツールが便利！

08 経営なんでもQ&A

英語教育を社内制度に
するときの注意点は？

問い合わせ：永井会計事務所

住所：神奈川県藤沢市稲荷 1-9-52-2

TEL：0466-21-7530

FAX：0466-81-8150

本誌掲載記事の無断転載を禁じます

有効求人倍率がバブル期超え！ 就職支度金で囲い込みを図る 企業がでてきている

厚生労働省によると、2017年6月の有効求人倍率は1.51倍になりました。この数値はバブル期の有効求人倍率である1.46倍を超えており、高度経済成長期だった1974年2月以来の1.53倍に到達しそうな勢いです。雇用の売り手市場が続いている中、囲い込みのために内定者へ支度金を支払う企業がでてきています。

就職支度金として 200万円を支払う企業も!?

就職支度金は、就職に伴う新居への引越し代や就職先への移動費として活用されるものです。

ある大手IT企業では転職者に対して200万円程度の就職支度金を支払った実績があるといえます。

「こんなことは資金が潤沢な企業しかできない」と思っている方もいらっしゃるかもしれませんが、人材確保が困難な地方企業の中にも就職支度金を準備しているところはあるようです。

業務内容や給与制度といった企業本来の魅力だけで人材を惹きつけられればいいのですが、他社との差をつけづらいのが現状です。人手不足が今後も続く場合は、就職支度金を支払うことが当たり前になるかもしれません。急な対応に追われないよう、事前に就職支度金の会計処理について見ていきましょう。

就職支度金を支給する場合は 雑所得として源泉徴収を行う

就職支度金は雇用契約を前提として支払われるため、給与所得として処理するのではなく、雑所得として処理を行います。100万円までは支払額の10.21%、100万円を超える場合はその超える部分について20.42%を源泉所得税として徴収しなければいけません。

就職支度金を非課税としたい場合は、「雇用契約を前提として支払う金額」と「転居に伴う費用の部分」を明確に分けて支給する必要があります。こうすることで転居に伴う費用については非課税にすることが可能です。

就職支度金は、あくまで最終手段です。まずは自社の魅力が求職者に伝わっているのか、求人票や自社サイトを見直す必要があるでしょう。就職支度金の導入を検討している方は、お問い合わせください。



「商品的魅力」よりも「人的魅力」を消費者は求めている

2017年6月19日に企業広報戦略研究所が「第2回企業魅力度調査」が発表しました。本調査は全国1万人に実施されたもので、質問は「人的魅力」「会社の魅力」「商品的魅力」の3つの要素で分けられています。今回の調査結果を見ていながら、消費者のニーズがどこにあるのかを探っていきましょう。

「経営者」の魅力が求められている？

3つの要素のうち最もポイント数が高かったのは「人的魅力」の9万6,839ポイントで、次いで「商品的魅力」の8万8,239ポイントと「会社の魅力」の6万8,197ポイントが続きます。割合を見ると、「人的魅力」は全体の38%を占め、「商品的魅力」は34%、「会社の魅力」は27%でした。

「人的魅力」に紐づいた質問の中で最も回答数が多かったのは「ビジョンを掲げ、業界を牽引している」の51.6%でした。ほかにも、「信頼できるリーダー・経営者がいる」(42.9%)や「チャレンジスピリットあふれたリーダー・経営者がいる」(39.0%)といった回答が多く、人的資源のなかでも特に“経営者”に注目している消費者が多いことがわかります。

「人的資源」に対する回答が多いですが、「会社の魅力」や「商品的魅力」が消費者に影響を与えないわけではありません。「会社の魅力」に関するもの

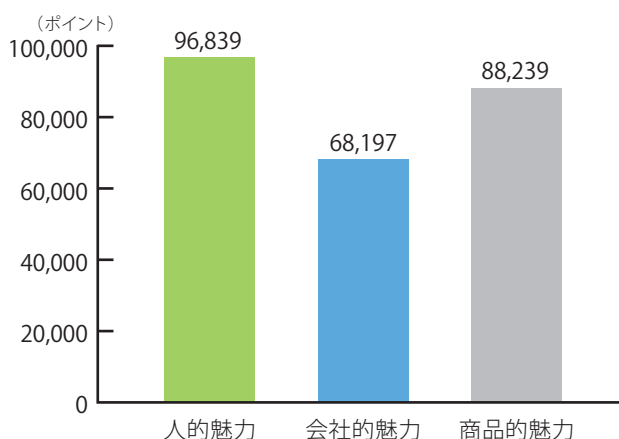
では「安定的な収益基盤がある」(46.4%)が、「商品的魅力」だと「優れた機能・効果を持つ商品・サービスを提供している」(38.6%)への回答が多くありました。当たり前ですが、会社の基盤となる商品・サービスの品質を求めている消費者が多いことがわかります。

問題発生時の対応が企業の評価を左右する

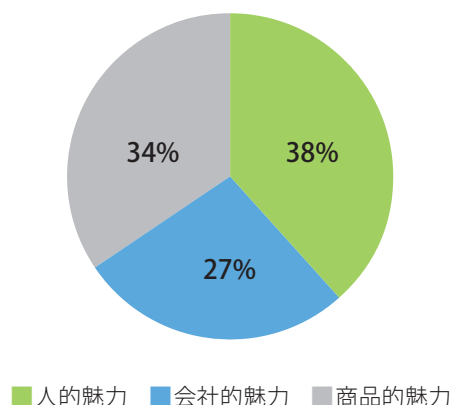
消費者が一番求めるであろう「商品的魅力」よりも、「人的魅力」ポイントが上回ったのはどうしてでしょうか？

要因のひとつとして、問題発生時の対応が影響を与えていると考えられます。本調査の自由回答欄では「商品に違和感があったとき、丁寧に対応してもらった」というコメントがありました。商品本来の質はもちろん大切ですが、社員の対応力も求められる時代になってきているのです。消費者に選ばれる企業するためには、社員教育に注力することも欠かせませんね。

グラフ1 要素別の魅力ポイント数



グラフ2 魅力ポイントの割合



出典：企業広報戦略研究所「第2回企業魅力度調査」

赤字になったら前期の法人税を取り戻せる「欠損金の繰戻しによる還付」制度とは？

黒字経営にこだわりを持ち、キャッシュフローの改善を試行錯誤している経営者は多くいらっしゃるでしょう。とはいえ経済環境の急激な変化も起こり得る昨今、急に経営悪化によって赤字経営になることも少なくありません。「今までは黒字決算だったけど、今期は赤字決算になってしまった！」というときに、前期に納付した法人税の一部を戻してもらえる「欠損金の繰戻しによる還付」制度を解説します。

資本金1億円以下の法人が利用できる制度

「欠損金の繰戻しによる還付」制度とは、“前期は黒字だったけど、今期に赤字になってしまった会社”が前期に納付した法人税の一部を返してもらえる制度です。還付を受けられる要件は以下となります。

【対象となる法人】

- 期末の資本金が1億円以下の法人
※親会社の資本金が5億円以上かつ100%子会社の場合は対象となりません。
- 次の3つの要件を満たしている
 - (1) 還付所得事業年度から欠損事業年度の前事業年度までの各事業年度について、連続して青色申告書である確定申告書を提出していること。
 - (2) 欠損事業年度の青色申告書である確定申告書をその提出期限までに提出していること。
 - (3) 上記(2)の確定申告書と同時に「欠損金の繰戻しによる還付請求書」を提出すること。

還付金額の計算方法を押さえておこう！

還付請求できる金額の計算は以下となります。
「還付所得事業年度(前期)の法人税額」×「欠損事業年度(今期)の欠損金額」÷「還付所得事業年度の所得金額」

具体的な数字で算出してみましょう。

- 前期の所得金額(黒字):2,000万円
- 前期に納付した法人税:600万円
- 今期の欠損金額(赤字):1,000万円

$600\text{万円} \times 1,000\text{万円} \div 2,000\text{万円} = 300\text{万円}$
還付金額は300万円になります。

なお、還付の対象になるのは“法人税”のみで、法人事業税と法人住民税は還付されません。ただし、法人住民税に関しては、翌期以降に繰越控除を受けられます。

デメリットとしては税務調査に入られる？

繰戻還付制度を利用すると、税務調査に入られる可能性が高くなります。

還付請求書を受け取った税務署長は、「その欠損金額や必要な事項について調査した上で法人税を還付し、又は請求の理由がない旨を書面により通知する」と規定されているためです。必ずしも税務調査に入られるわけではありませんが、本制度を利用する際は専門家に相談した方が良いでしょう。

今回は「解散等による特例適用」などについては解説を省略しています。より詳しく知りたい方はお問い合わせください。



短時間労働者にも社会保険を適用して 魅力ある企業を構築しよう！

2017年4月から、従業員500人以下の企業に勤める短時間労働者も社会保険が適用されることになりました。社会保険の適用を拡大すれば、将来の不安を少しでも解消できる働きやすい職場づくりが可能となります。今回は社会保険の適用が認められるための要件をご紹介します。

500人以下の企業には 「労使の合意」が必要

これまで、厚生年金保険や健康保険の加入要件は「週30時間以上働くこと」でしたが、2016年10月には週20時間以上働いている短時間労働者も、一定の要件を満たせば加入できるようになりました。しかしこの適用は、「従業員501人以上の企業」に限定されていたのです。

2017年4月になって、従業員500人以下の企業に勤めている短時間労働者も厚生年金保険・健康保険に加入できるようになりました。

適用拡大が認められる短時間労働者の条件は、以下のとおりです。

- ① 1週間あたりの決まった労働時間が20時間以上であること
- ② 1ヶ月あたりの決まった賃金（賞与・残業代・通勤手当を含めず）が8万8,000円以上であること
- ③ 雇用期間の見込みが1年以上であること
- ④ 学生でないこと（夜間・通信・定時制の学生を除く）
- ⑤ 従業員500人以下で働いていて、社会保険に加

入することについて労使で合意がなされている

労使の合意とは、厚生年金保険の被保険者である従業員の2分の1以上の同意を得たうえで、事業主が管轄の年金事務所に申し出ることです。健康保険組合に加入している場合は、健康保険組合にも申し出なければいけません。

社会保険の適用を拡大すると 助成金がもらえる

社会保険の適用を拡大すれば、助成金の申請ができます。ただし、本制度を利用して短時間労働者に社会保険を適用し、基本給を増額した事業であることが条件です。申請が通れば、労働者1人当たり最大9万5,000円の助成を受けられます。

また、短時間労働者の所定労働時間を5時間以上延長し、社会保険を適用させた事業主に対しては、労働者1人当たり最大19万円の助成金がもらえます。

社会保険制度を充実させれば、採用の際に他企業と差別化を図れますし、従業員の離職防止にもつながります。この機会に導入を検討してみてはいかがでしょうか。





社長が
知っておきたい
法務講座

見えないところで起こっているかも？ マタハラの防止措置が義務化された

妊娠や出産を理由に職場で不当な扱いを受ける「マタニティーハラスメント（以下、マタハラ）」。「マタハラ問題を放置していると、経営者も管理責任を取らされることになります。今回は、マタハラの実態と対処法についてご紹介いたします。

女性派遣社員の約半数はマタハラを受けている

2015年に厚生労働省が実施した「妊娠等を理由とする不利益取扱いに関する調査」によると、派遣社員のうち48.7%の人がマタハラを経験したことがあるとのこと。正社員の21.8%と比べると高い数値であることがわかります。雇用が不安定で立場が弱い派遣社員が、マタハラ被害にあうケースが多いようです。

マタハラ行為をした相手は「職場の直属上司（男性）」が最も多く、19.1%を占めました。一方、同性である「職場の直属上司（女性）」も11.1%を占め、「職場の同僚、部下」の割合は男性よりも女性の方が上回っています。「あなたが休んだ分が、私にしわ寄せとしてくる」といった逆恨みから、マタハラにつながるケースが増えているようです。

義務化された5つの防止措置

「妊娠や出産、産前産後の休業」「育児休業の申出・取得」といったことを理由に、退職強要や解雇、降格、契約の更新拒否（雇止め）などを行うのは法律で禁止されています。事業主は、法律に基づいてマタハラの防止措置を講じなければいけません。

男女雇用機会均等法および育児・介護休業法の改正によって、2017年1月1日から事業主は次の5つを義務付けられています。

①マタハラを防止するための啓発や事業主の方針の明確化

実際に起きたハラスメントの内容の提示や、ハラスメントを撲滅する方針を明確にします。また、就業規則などで妊娠や出産、育児、介護休業に関する制度を明文化させます。

②相談を適切に対処ができる体制の整備
被害を受けた人が相談する機関や目撃者が相談しやすい窓口を設けます。

③マタハラが発生したときの迅速な措置
マタハラが発生してしまった際に、適切に対応し、再発を防止するための措置を講じます。

④マタハラの原因や背景となる要因を解消するための措置

マタハラの原因を解消するために業務体制の整備などを行います。

⑤プライバシーといった秘密保持体制の確立

マタハラの被害を受けた相談者や行為者のプライバシー保護のために措置を講じます。また、事実関係の確認に協力した人を不当に扱わない制度の確立や周知をします。

以上5つの措置は、業種や規模などに関わらず、すべての事業主に義務づけられています。「規模が小さいから」という理由で、法律は無視できませんので注意しましょう。





情報共有する組織文化を生み出すには クラウド型の情報共有ツールが便利！

社員同士の情報共有は会社を成長させるうえで欠かせません。特に得意先や競合会社の情報は、売上に直結する可能性があります。ただ、社員同士が自然と情報共有できる組織をつくるのは困難です。今回は情報共有に役立つツールを紹介いたします。

月額780円で 情報共有ツールを利用できる

ミーティングやメールなど、情報を共有するための手段はさまざまです。なかには、情報共有専用のソフトを活用している企業もあるでしょう。

サイボウズが手がける「kintone(キントーン)」は有名な情報共有ツールです。kintoneでは社内情報だけでなく、顧客データやクレーム、契約書といった情報も簡単に共有できます。

情報共有ツールはミーティングやメールと比べ、社員の時間を奪わずに情報の蓄積をすることが可能です。しかし導入費用が高く、中小企業では手が出しにくいところが問題でした。ところが最近では、安い費用で利用できるクラウド型が主流になってきています。kintoneもクラウド型で、初期費用はかからず社員1人あたり月額780円で利用可能です。またクラウド型はスマホにも対応しており、移動時間やスキマ時間でも入力ができます。

ソフトを導入しただけでは 情報共有の文化は根付かない

情報共有ツールを導入したからといって、社員が活用してくれるかはわかりません。「めんどろ」「必要ない」と感じる社員もでてくるでしょう。会社命令として情報共有を無理強いしても長く続かないので、社員自身が「情報を共有したい」と思える環境をつくるのが大切なのです。情報共有してくれる社員を増やすには、次の3ステップを踏むのが効果的です。

1. 基本情報を入力してもらう

ツールとして全社員が活用できるように、ある程度の情報を蓄積しておく必要があります。新入社員からよく受ける質問など、全社員にとって必要な情報を入力しておくとういでしょう。この段階では責任者を決めて業務として取り組んでください。

2. 情報共有ツールを見るように促す

社員から業務について質問があれば口頭で伝えるのではなく、情報共有ツールを確認するように促します。社員には「教育時間を省ける」というメリットを感じてもらいましょう。

3. 不明点があれば情報共有ツールに入力する

情報共有ツールに記載されていない質問があった場合は、新たに追加していきます。

このサイクルを続けることで、「情報共有ツールを見れば、なんでもわかる！」という状況を社内に生み出せます。情報共有するメリットを社員に感じてもらえれば、何も言わなくても情報共有ができる会社をつくれるでしょう。



英語教育を社内制度にするときの注意点は？



海外展開を視野に入れているのですが、社内に英語を話せる人がいません。社内制度として英語教育を充実させたいと考えているのですが、注意点はありますか？



“動機づけ”が大切。「海外事業部の管理職を任せる」など、英語教育を行うメリットや目的をはっきりしておかなければ、いい教育制度を整えても社員のやる気が長続きしません。

これまで海外展開をする企業のほとんどは大手企業でしたが、中小企業にとっても他人事ではなくなってつつあります。インターネットが発達したことにより、海外への商品販売が簡単になってきているのです。海外展開へのハードルは年々低くなってきています。

そんな中、今後必要となるのは英語を話せる人材でしょう。社内制度として英語教育に取り組んでいる企業も少なくありません。海外展開を予定していないある地方銀行でも、海外展開する企業が増えるのに合わせて英語教育を始めたようです。「英語なんて話せなくてもいい」と思っている企業でも、外的要因によっては必要な能力となるかもしれません。

Skypeを利用したネット型の英語研修が人気

英語研修は社内に講師を呼ぶ「講師派遣型」や、研修会社まで講義を受けに行く「受講型」が主流です。この2つは研修時間を自由に選べないので、社員の負担になってしまう可能性があります。

そんな中、最近人気なのが「Skype」といったインターネットサービスを活用した「オンライン型」です。オンライン学習に力を入れているリアリーングリッシュ株式会社では、約4万円の費用で社員の好きな時間に研修を受けられます。オンライン型だと、1対1で講師と会話ができるので、習熟速度の向上も見込めます。

目的を明確にすることが社員のやる気につながる

英語教育を始めるうえで注意しなければならないのは、社員の“モチベーション”です。英語は一朝一夕で習得できません。長期にわたって勉強し続ける必要があります。質の高い英語研修を導入しても、社員のやる気が長続きせず、成果につながっていない企業は多くあります。

英語を勉強してもらうためには、まず学習目的を明確にしておく必要があります。ここで大切なのは、目的を社員の言葉に言い換えることです。「海外支社を出店する」ではなく「今後出店する海外支社を任せる」の方が、社員は自身の心に落とし込めます。社員目線に立った目的を掲げるようにしましょう。

英語教育を社内制度として取り組むには、多くのコストと時間を費やさなければいけません。売上につながるように目的を明確にしてから始めるようにしましょう。

