



NAO Letter

NAO 税理士法人

編集発行人
代表社員
高井直樹

〒500-8335
岐阜市三歳町4-2-10
TEL 058(253)5411(代)
FAX 058(253)6957

◆ 8月の税務と労務

8月

(英月) AUGUST

10日・山の日

国 税／7月分源泉所得税の納付 8月11日

国 税／6月決算法人の確定申告(法人税・消費税等)

8月31日

国 税／12月決算法人の中間申告 8月31日

国 税／9月、12月、3月決算法人の消費税等の中間

申告(年3回の場合) 8月31日

国 税／個人事業者の消費税等の中間申告 8月31日

地方税／個人事業税第1期分の納付

都道府県の条例で定める日

地方税／個人住民税第2期分の納付

市町村の条例で定める日

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	31	.	.	.	.	.



セーフティネット貸付(経営環境変化対応資金) 社会的、経済的環境の変化等外的要因により、一時的に売上の減少等業況悪化をきたしている事業者を対象に、中小企業は7億2,000万円(小規模事業者等4,800万円)を限度に日本政策金融公庫が行う融資制度。新型コロナウイルス感染症を踏まえ、要件を緩和した特例措置が行われています。

金の把握

ところで、一般的に景気の上昇期あるいは下降期への急激な変化期には、多くの企業が資金の確保に大変神経を使います。今回は、企業に必要な運転資金について、金融機関に申し込む際の知っておきたい事項に関して見ていきます。

金融機関の融資担当者は、借入申込者にまず「借入はどうして必要になったのですか」といった借入金の目的（資金使途）を質問します。

資金使途別に分類しますと、

[illegible]

例えば在庫資金。売上増加に伴う在庫の積み増しは在庫資金と呼ばず、増加運転資金に含まれます。健全な資金需要であり、同時に恒常化が予想されます。

これに対し、季節的に仕入れた在庫、例えば夏物の婦人服が秋を過ぎても見込み違いにより売れ残る場合の在庫増は、実質的に商品価値を失ったものとなる、結果として損失になり当面

融資担当者とは、前述のような質問を重ねることにより、借入申込者の所要運転資金を推定します。同時に融資担当者にとつては、本当の必要理由を隠した申込みではないか、例えば、社長が関係者へ転貸する資金、子会社の赤字を穴埋めする資金等の借入れのためではないか、と分析しているのです。

三 売上増加と運転資金

もつとも、原材料や商品の仕入も買掛や手形です。ですから、必要運転資金は両社の差額分です。表2のように試算します。

同表の試算は大雑把なものです。これは、経費は即現金支払い、利益は出ていない、減価償却費も無視という前提です。

これらの点を考えた後の額が必要金額となります。また、金融機関で割引してくれば、受取手形は期日前に現金化でき、割引額だけ資金は少なくて済みます。

業績不振となり売上が減少してきたときは、お金が余るのでしようか。

事例（表3）は、販売や仕入の条件は、先の増加運転資金の場合（表2）と同じとします。しかし、売上は逆に月

二〇〇万円減少するとします。
 売掛と手形だけに限定して考えれば、売掛金・受取手形の額（八四〇万円）と買掛金・支払手形の額（二六四万円）の差額である五七六万円だけ資金は少なくて済む計算です。
 しかし現実には、売上が減少するような事態では赤字となります。売上が減少するまでは、なんとか赤字は出していないかったとしても、これまで二〇〇万円の（減少した）売上でカバーしてきた経費一四〇万円分前後の赤字が予想されます。
 売上の減少に見合って原材料の仕入は少なくなってきましたが、その他の諸経費は同じように掛かるからです。
 表3の事例では、企業努力により経費を節減し、三カ月後には赤字を解消する前提で、赤字の額を四二〇万円とみています。
 また、割引手形がマイナスとなっているのは、売上が減少し、割引引く手形も少なくなるからです。そして、このような状態では、すでに手形は全額割引しているからです。

〈表2〉売上が増加するときの必要運転資金

販売条件

- ① 売上は、月 200 万円増加する見込み
- ② 売掛金の期間は、1.5 カ月（月末締め、翌月末支払い）
- ③ 売掛金の決済は、現金 10%、受取手形 90%、手形のサイトは 3 カ月

仕入条件

- ① 原材料費は売上の 30%
- ② 買掛金の期間は、1.7 カ月（毎月 25 日締め、翌月末支払い）
- ③ 買掛金の決済は、現金 10%、支払手形 90%、手形のサイトは 3 カ月

売掛金	300	増加額	200 × 売掛期間 1.5 カ月
受取手形	540	増加額	200 × 手形での受取る割合 90% × 受取手形サイト 3.0 カ月
計 (A)	840		
買掛金	102	材料の仕入増加額 (売上増) 200 × 原材料費率 30% × 買掛期間 1.7 カ月	
支払手形	162	仕入増加額 (売上増 200 × 30%) × 手形で支払う割合 90% × 支払手形サイト 3.0 カ月	
計 (B)	264		

(単位：万円)

必要運転資金 = (A) - (B) = 576 万円

(注) 売掛金や買掛金の平均滞留期間 (サイト) は、最長日数と最短日数との平均で算出する。

例えば原材料費の場合、今月末に決済されるのは前々月の 26 日の仕入 (掛け期間は 2.2 カ月) と前月 25 日の仕入です (この買掛期間は、前月 26 日から当月末までの 1.2 カ月)。(2.2 カ月 + 1.2 カ月) ÷ 2 = 1.7 カ月

〈表3〉売上が減少するときの必要運転資金

売掛金	- 300	減少額	200 × 売掛期間 1.5 カ月
受取手形	- 540	減少額	200 × 手形での受取る割合 90% × 受取手形サイト 3.0 カ月
計 (A)	- 840		
買掛金	- 102	材料の仕入減少額 (売上減) 200 × 原材料費率 30% × 買掛期間 1.7 カ月	
支払手形	- 162	仕入減少額 (売上減 200 × 30%) × 手形で支払う割合 90% × 支払手形サイト 3.0 カ月	
割引手形	- 540	受取手形の減少から割引する手形がない	
長期借入金の返済	- 300	1 年間の返済額 (仮定)	
赤字額	- 420	140 (売上 200 - 原材料 60) × 3 カ月	
		これまで赤字が出ない程度であったが、売上減から赤字となる	
計 (B)	- 1524		

(単位：万円)

必要運転資金 = (A) - (B) = 684 万円

事業継続力強化計画認定制度

自然災害などにかかる防災・減災対策に取り組む中小企業が、その取組を「事業継続力強化計画」としてとりまとめ、経済産業大臣が認定する制度で、昨年7月から開始されています。

同計画の記載項目は、事業継続力強化計画基本方針に沿って、①計画の目標、②ハザードマップなどを活用した自然災害などにおけるリスクの認識と被害想定策定、③発災時の初動対応手順（安否確認、被害の確認・発信手順等）策定、④ヒト・モノ・カネ・情報などを守るための事前対策、訓練などの実行性の確保に向けた取組などを記載します。また、複数の中小企業が連携して取り組む「連携事業継続力強化計画」の認定を受けることもできます。

同様のものとしてこれまでもBCP（事業継続計画）がありましたが、計画の策定が難しく企業からハードルが高いと認識さ

れ、浸透しませんでした。これを教訓に真に必要な部分だけでも、事前対策の計画に取り組んでもらうためにできたのが同計画の認定制度で、申請書はA4で4枚程度と比較的簡易なもので申請することができるようになりました。

認定を受けた中小企業には、金融支援として低利融資、信用保証枠の拡大等のほか、補助金（ものづくり補助金、持続化補助金）の優先採択が、税制措置としては防災・減災のために取得等をした自家発電機、排水ポンプ等の「機械装置」や、制震・免震ラック等の「器具備品」、防火シャッターや排煙設備等の「建物附属設備」について特別償却制度が適用されます。また、認定されると、中小企業庁のホームページ上に地域ごとにファイルを分け、都道府県別のシートに事業者名が公表されるほか、認定ロゴマークを活用でき、会社案内や名刺での認定のPRが可能です。

なお、今年4月末日時点での計画の認定件数は累計5,920件に達しています。

トキ消費

「モノ消費」、「コト消費」の次の潮流は「トキ消費」ではないか、と大手広告会社のH社は指摘します。

同社は「トキ消費」を“同じ志向を持つ人たちと一緒に、その時（トキ）、その場でしか味わえない盛り上がりを楽しむ消費”と定義しています。

例えば、札幌のヨサコイ祭り。見知らぬ各人、各団体が集まり、見知らぬ同士でも一緒に記念撮影などをして盛り上がりを共創します。

2010年代、ソーシャルメディアが浸透すると、様々な体験がインターネット上で受発信可能に。まるで誰かの体験でも、自分でも体験したい、できそうだという環境が生じてきました。そして、その体験を疑似的なものに終わらせたくない、その時その場に存在することに新たな価値を見出します。

今後、「トキ消費」は発展していくと思われる。

非常識の力

自分たちの信じている常識以外のことを「非常識」といいます。そして「非常識」には、その存在を知っていても好ましいことを認めたくない意識がある。要するに、常識とは過去の成功事例の集まりのことです。あくまでも過去の成功であって、現在や未来の成功ではありません。従って、世の中の価値観が変われば、もはや成功と言えない

「良い会社である」、「社員に勤勉な者が多い」。常識の塊のように全員が揃って働く。この良い会社には、すでに世の中に広く存在しているものが多く、新たな価値観を盛り込めるでしょうか。さらに、失敗しても常識の範囲内での処理で原因がよく分からない。非常識を認めてこそ、次の時代を切り開く力を持つのではないのでしょうか。