



百日紅

# 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

9月

(長月) SEPTEMBER

20日・敬老の日  
23日・秋分の日

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

## 9月の税務と労務

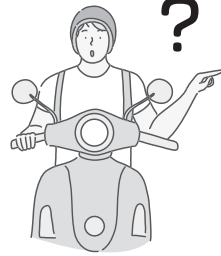
国 税／8月分源泉所得税の納付	9月10日	国 税／1月決算法人の中間申告	9月30日
国 税／7月決算法人の確定申告(法人税・消費税等)	9月30日	国 税／10月、1月、4月決算法人の消費税等の中間申告(年3回の場合)	9月30日



### ワンポイント 内部事務のセンター化(集約処理)

一部の税務署を対象に申告書等の入力や審査、還付金の返還手続、行政指導事務等の内部事務を国税局等に設置したセンターで集約して処理する取組み。なお、センター化に伴い今年7月以降、対象となる税務署管内の納税者が申告書等を書類で郵送する際の送付先は担当するセンターとなるので注意が必要です。

# 「ギグワーカー」を知っていますか？



最近テレビなどでなんとなく耳にする「ギグワーカー」をご存じですか。

ギグワーカーとは、インターネットを通じ単発の仕事を引き受ける「自営の働き手」のことです。ギグという言葉は、音楽用語の「gig（ギグ）」に由来します。ライブハウスなどで短いセッションやクラブで一度限りの演奏のことを指した英語のスラングで、「一度限りの仕事を請け負う労働者」という意味から「ギグワーカー」と呼ばれるようになりました。

代表的な例として、「Uberイーーツ」の配達員を見ていきます。Uberイーーツは、さまざまな飲食店が登録しており、顧客

が必要な時に食事を配達してくれるサービスです。

通常、飲食店の配達サービスであれば、事業者が雇用している人員を使って配達するものですが、Uberイーーツの場合、配達員を直接雇用するのではなく、一回の配達ごとに報酬が発生する外注方式になっています。事業者は、配達員をアルバイトとして雇う場合、配達するものがなくても時給として給与を支払うリスクがあります。ギグワーカーに依頼すればその必要はなくなるというメリットがあります。また、ギグワーカー側からみても、シフトが決められないので、好きな時に好きなだけ仕事ができるという自由度がメリットとなります。

## 1 ギグワーカーのメリット

(1) 柔軟な働き方  
時間の拘束がなく、柔軟な働き方ができるのが最大のメリットです。自分のスキルや都合に合わせてさまざまな仕事を自分で選択できるのが特徴です。

(2) 副業収入が増える  
副業を認める企業が増えていく中、ギグワーカーは本業がある人でも短時間の空き時間を活用して仕事ができるので、プラスアルファの収入が期待できます。

(3) 育児や介護と両立しやすい  
まとまった時間がなく正社員をあきらめている人でも働くことができます。自分で働く時間を決めることができるので育児や介護との両立が可能です。

## 2 ギグワーカーのデメリット

(1) 賃金が安い  
海外では年収一、〇〇〇万円を超えるギグワーカーもいますが、それはほんの一握りで、総じて賃金が安いのが実情です。特定の企業に属していないため昇給やボーナスも見込めません。

## (2) 収入が不安定

好きな時に仕事があるとは限らず、固定給も社会保障もありません。仕事がなければ当然収入もなく、病気や怪我をして働けない状態であっても収入が見込まず不安定です。

## (3) すべて自己責任

交通事故に巻き込まれるなど何らかの問題が発生したとしても自分でトラブルを解決しなければならず、何の保証もありません。

## 3 ギグワーカーの問題点

新型コロナウイルスの影響による失業もあり、ギグワーカーは急増しています。ギグワーカーは前記のデメリットにあるとおり、報酬水準が低いケースが多いため、所得格差の拡大につながりかねません。

また、料理宅配員は交通事故のリスクがあり、ITエンジニアリングには長時間作業による腰痛などが問題となっています。新たな働き方として急拡大するなか、保護するための法整備が急がれます。

## 4 ギグワーカーの日本における位置付け

日本の就業者は大きく分類して、雇用契約の有無で「雇用者」と「非雇用者」とに分かれます。「雇用者」には、終身・フルタイムの正規雇用と、契約期間が決まったアルバイトや派遣社員などの非正規雇用があります。「非雇用者」は、フリーランスの専門職や個人事業主などの自営業者をいいます。

Uberイーツなどの料理宅配員であるギグワーカーは原則、この自営業者に位置付けられる「非雇用者」なのです。

労働基準法などは、使用者の指揮命令下で働き賃金を支払われる「労働者」を対象にしており、主に「雇用者」が想定されています。つまり、ギグワーカーは含まれていないのです。雇用保険や労災保険などの社会保障制度も労働法上の「労働者」が中心で、同じ職種であっても「雇用者」と「非雇用者」では大きな格差が生まれています。

そのような中、日本では今年三月、ギグワーカーの取引を独

占禁止法などで保護するガイドラインが公表され、報酬の支払い遅延防止といった策がとられています。また、労災保険の特別加入をギグワーカーにも認める方針で年内に省令を改正する予定です(今年六月現在)。

ただ、保険料は自己負担です。雇用者の場合は事業主が支払うため、ギグワーカーに仕事の仲介を行うアプリ側であるプラットフォーム運営事業者に負担を求め声があります。そのほか、雇用保険や最低賃金を適用する動きもあります。

一方、海外ではさらに踏み込んだ保護に動く国が始めています。各国の動きをみてみましょう。

(1) アメリカ  
今年三月、ギグワーカーの団結権の保護などを盛り込んだ「団結権保護法」が下院で可決されています。

(2) スペイン  
今年五月、料理宅配員が対象ではありませんがギグワーカーを「雇用者」と位置づけ、会社勤めの働き手と同等に扱う政令を定めました。企業側は同日から三カ

月以内にギグワーカーと雇用契約を結ぶなどの対応が必要となり、社会保障制度などの適用拡大につながる見通しです。

(3) 韓国  
昨年十二月、労働実態が雇用者と変わらないギグワーカーなどに雇用保険の適用を拡大する法案が可決されました。

(4) イギリス  
今年二月、最高裁がライドシェアの運転手を雇用法上の労働者とする判決を下しました。

(5) ドイツ  
昨年十二月、連邦労働裁判所がギグワーカーの一部を雇用者と判断しました。

## 5 今後の動向

シェアリングエコノミー(共有経済)の成長で今後も世界的にギグワーカーが増加することは避けられません。雇用者を標準的な働き方として作られてきた年金や社会保障制度は再設計が必要不可欠です。

国際労働機関(ILO)によれば、ギグワーカーの時間当たりの報酬は世界平均にすると三・四ドル(約三七〇円)にとど

まります。IT系などでは、雇用に比べて六〇八割安いという統計もあります。ギグワーカーの急増は、社会不安や経済格差の拡大につながりかねません。

しかし一方で、ギグワーカーの中には高度な技能をもつ技術者やクリエイターもいます。一律に雇用者と同様に扱うと働き方の自由度がそがれ、新たなビジネスチャンスも生まれにくくなります。多様な働き方に合わせた、きめ細やかなルール作りが必要となってきます。

銀行や大手メーカーなど今まで副業に消極的だった企業でも解禁が始まっています。法整備と同時に、企業側も新たな働き手としてギグワーカーを見直し、日本が長時間労働社会に戻ることは避け、新しい働き方に合わせた健康確保などを工夫していくべきです。それには休息時間の確保が鍵となりますが、労働者ごとに調整した支援が求められます。法整備が前提となりますが、固定費を抑えられるギグワーカーを中小企業も活用する方向を模索していく必要はあるでしょう。

## ゼロパーティデータ

ユーザーがWebページに訪れた際のアクセス動向や各種フォームへの入力記録がまとめられた「クッキー」はネット広告の市場拡大を牽引してきました。特に自社以外の第三者のサイトを経由した「サードパーティデータ」は企業が消費者の好みを知ることができる便利なツールとして普及しています。しかし、自らの情報が意図しない形で収集され、おすすめ商品が勝手に表示される気味悪さなどから、個人が反発し始めてきています。欧州連合 (EU) はすでにクッキー利用を法的に制限し、グーグルは2022年にサードパーティへの対応を打ち切ることになっています。

その一方で、多くの企業は消費者と接点を維持する方法を模索しています。そこで、注目されているのが「ゼロパーティデータ」です。これは、消費者が企業に対して、特定の対価と引き換えに意識的に提供するデ

ータのことをいいます。既存顧客の購買履歴など「ファーストパーティ (自社保有) データ」とは区別され、消費者自ら提供したリアルタイムかつ正確な情報として信頼性の高いゼロパーティデータは「同意を得たファーストパーティデータ」ということになります。

古くから企業は顧客の声を集めるため、アンケートなど能動的な手法でいわゆる「お客様の声」を拾おうとしてきました。これには日数やコストがかかるのも現実です。しかし、第三者に頼れなくなった今、再び企業は消費者の声を地道に拾う努力が求められています。同意を得たゼロパーティデータを集める手法を開発する動きもありますが、規模面でのデメリットを踏まえて今一度原点に立ち返り、商売の原点であるお客様の声に耳を傾けることです。

プライバシーや個人情報を守る体制を整えているという事実こそ企業への信頼度が増し、ビジネスの持続可能性を高める効果も期待できます。

## サボリ願望

献立を考えなくて済むオイシックスの「ミールキット」、浴槽全体に洗剤のミストをかけて60秒後に洗い流すだけの「ルックプラスバスタブクレンジング」、スプレーして流すだけの食器用洗剤「キュキュット Clear 泡スプレー」、洗顔しなくて済む顔マスク「サボリーノ」。これらは、すべて売れ行きが好調のヒット商品です。4月には缶ビールをジョッキに移し替えずに生ジョッキを味わえるアサヒビールの「生ジョッキ缶」はあっという間に売り切れ、一時期販売休止になりました。

NHKの世論調査で家事の時間に変化があったかどうか聞いたところ、「変わらない」が63%、「増えた」が24%でした。在宅の仕事が増え、家事の負担はできるだけサボりたいのが本音です。

働き方が多様化し、手抜きし、合理化し、いかにサボるかが市場化するこのご時世。新たなビジネスチャンスを生む！サボらず考えてみたいところですよ。

## オンライン会議中のマナー

すっかりオンライン会議が定着しました。オンライン独特のマナーはたくさんありますが、なかでも無頓着になりがちなのが視線と服装です。画面の写り方でずいぶん印象が変わります。普段、人と話すときは相手の目を見るのがマナーですが、画面上ではなかなか難しいもので反応がないように思えてしまいます。うなづいたり、手で合

図をしたり記号を送ったり反応があるほうが相手も落ち着くでしょう。服装にも注意です。ストライプやチェックは模様がちらちらするので避けたほうが良いでしょう。肌をきれいに見せるライトも無表情にみえがちです。相手に好印象を与えてスムーズなやりとりができるよう会議前に必ず相手からの見え方をチェックしましょう。