



コムラサキ

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

10月

(神無月) OCTOBER

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

ワンポイント ふるさと納税の申告手続き簡素化

これまでふるさと納税を行い確定申告で寄附金控除を受ける際は、寄附ごとに自治体の「寄附金の受領書」が必要でした。令和3年分確定申告からは手続きが簡素化され、国税庁から指定を受けたふるさと納税サイトを運営する特定事業者が発行する「寄附金控除に関する証明書」の添付で済むようになります。

10月の税務と労務

- 国 税 / 9月分源泉所得税の納付 10月11日
- 国 税 / 特別農業所得者への予定納税基準額等の通知 10月15日
- 国 税 / 8月決算法人の確定申告 (法人税・消費税等) 11月1日
- 国 税 / 2月決算法人の中間申告 11月1日
- 国 税 / 11月、2月、5月決算法人の消費税等の中間申告 (年3回の場合) 11月1日
- 地方税 / 個人の道府県民税及び市町村民税の第3期分の納付 市町村の条例で定める日
- 労 務 / 労働者死傷病報告(7月~9月分) 11月1日
- 労 務 / 労災の年金受給者の定期報告 (7月~12月生まれ) 11月1日
- 労 務 / 労働保険料第2期分の納付 11月1日 (労働保険事務組合委託の場合は11月15日)



企業経営の中でも販売価格の値決めは企業収益に結びつきため、その対応は慎重です。家電量販店のB社対Y社や、ハンバーガーチェーンのM社対他のハンバーガーチェーン、近隣商店街での薬局店間の価格競争などには、厳しさがありません。今回は、消費者の価格に対する反応を「参照価格」(経済学用語)を中心に値決めについて考えてみます。

一 参照価格

まず「参照価格」の説明に入る前に、次の問題を考えてみて下さい(注・問題の設定から図1までは、星野崇宏慶応義塾大学教授の説明を基に解説します)。

現在、商品の値決めを考えています。
九〇〇円で一日一〇〇個売れている商品があります。より多く売れるよう一か月間一〇〇〇円の値引きをしたところ、一日一五〇個売れるようになりました。

- さて問題です。値引きをやめて九〇〇円に戻した場合、売上げはどうなるでしょうか？
- ① 消費者が商品の価値を認めているので、一〇〇〇〜一五〇〇の間で売れていく。
 - ② 元は九〇〇円で買っていた消費者が一日一〇〇人いたので、一日一〇〇個になる。
 - ③ 一日一〇〇個以下になってしまう。

多くの実験を行った結果、現実の消費者は③の行動をとったのです。

現代経済学は人間の意思決定を分析の対象にしていますが、消費者の買物動向については、次のように分析します。

消費者の日常の買い物では商品の価格に対して「時間をかけて評価するのではなく、現在の状況を基準(つまり参照価格)に考え、これが得かどうかの比較で判断している」とします。

二 プロスペクト理論

参照価格について、現代経済学(この一分野で行動経済学)から、理論(プロスペクト理論)を進めます。

プロスペクト理論では、事例の一〇〇円値引きは、参照価格の九〇〇円から一〇〇円値引きがあった。つまり、お得感(価値がある)があり、売上げが増える。

では、値引き後の八〇〇円から九〇〇円にすると、企業側は九〇〇円に「戻した」と考えますが、消費者側は一〇〇円の「値上げがあった」(痛手感)となり、

購入を控えるのです。

さて、プロスペクト理論の斬新な点は、利得(差額を受け取る)と損失(差額を支払う)では、同じ額でも損失のときの心理的価値の変化幅が大きく、損失を回避する行動をとる(事例の回答③です)と分析するのです。

この消費者心理を図で説明します。

図1は、プロスペクト理論の概要です。

縦軸に心理的価値(お得感・痛手感)、横軸に参照点(参照価格)を原点とした差額を表示。

図1の注意点の一つ目は、参照点が元の価格九〇〇円と値引き後の八〇〇円で同じ原点となっていることです。そして二つ目は、右側は一〇〇円値引きされたので一〇〇円の利得(実際に一〇〇円は受け取りませんが)、左側は一〇〇円の損失(実際に一〇〇円を余分に支払うこととなります)を表します。

そして三つ目は、④と⑤となっている長さの違いは、図2で説明します。

図2は、同じ一〇〇円でも心理的価値(感じ方)の違いを表

しています。

①は八〇〇円から（この場合、参照点が八〇〇円）一〇〇円の値上げがあった大きさで、②は九〇〇円から（この場合、参照点が九〇〇円）一〇〇円の値引きがあった大きさで、①は②を上回るといふダニエル・カーネマンとエイモス・トベルスキーの共同研究による成果です（カーネマンは、二〇〇二年、ノーベル経済学賞を受賞）。

図3は、経済学の本に出きます効用関数で、図1及び図2が横軸に対しS字を描いていることの説明です。

紙面の都合上、図3は図2の参照点より上の部分ですが、最初の一〇〇円の値引きの効用は②、その後さらに一〇〇円の値引きの効用は①、同様にまた値引きをした場合は③、これを見ますと、だんだん効用は減少していく、つまり、S字型カーブとなります。

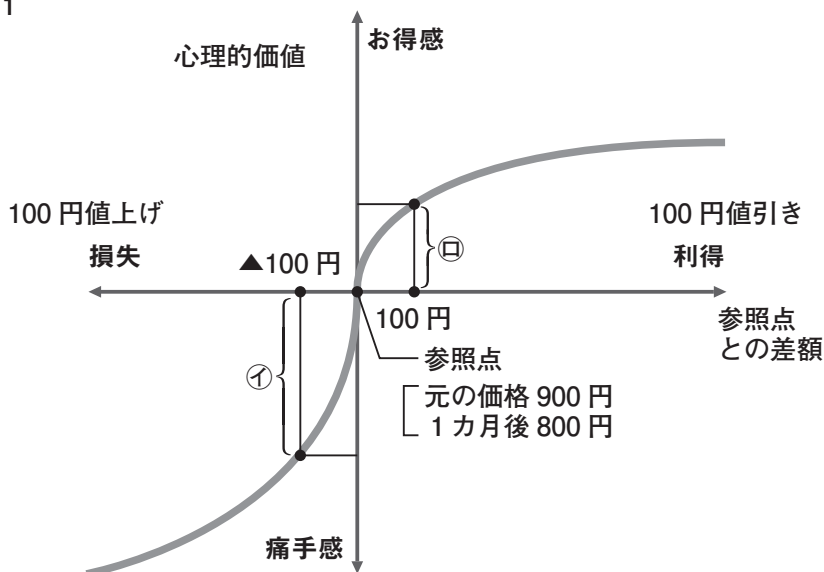
三 結論

最後に、プロスペクト理論は、「価格はなるべく変えない」「価格を直接下げるリスク」を説明

していますが、理解して頂けたでしょうか。
是非、企業経営の参考にしていただきたいと思えます。

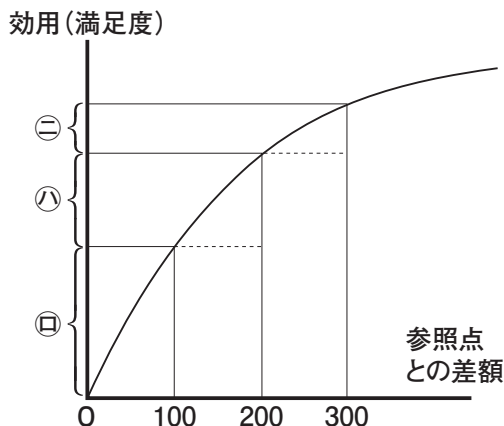
プロスペクト理論と参照価格

図1



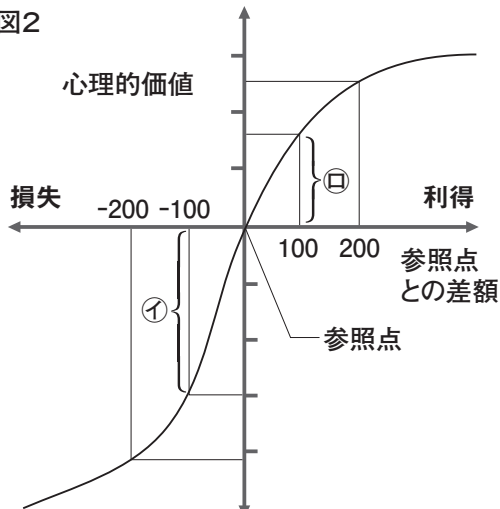
※ 星野崇宏氏の図より作成

図3



※ 効用関数の図より作成

図2



※ ダニエル・カーネマン氏の図から作成

劣後ローン融資制度

コロナ禍により、大小を問わず企業では売り上げが急減し、自己資本が毀損されているところが多くあります。現在、政府の緊急経済対策として日本政策金融公庫の特別貸付やセーフティネット保証をはじめとする緊急融資が行われており、これらを利用して当面の資金確保がなされています。

多くの融資利用者は、企業維持に追われた形で負債が膨らんでいますが、その一方で、コロナ禍であぶり出された経営課題に向き合い事業の立て直し、変革を進めようとしています。

この事業の立て直し、変革には「時間」が必要です。そこで、通常の融資を補完する資本増強策として、融資制度「劣後ローン融資制度」があります。同制度は、まだ中堅企業等の数少ない利用に止まっていますが、今後の経営基盤強化策として中小企業の経営者の方も知っておく必要がありま

す。

劣後ローン融資制度のメリット・デメリットは、以下のとおりです。

〈メリット〉

- ① 元本の返済順位が他の債権よりも低債権であること
- ② ほとんど5～15年の期間を定め、期間終了後（満期時）に元本一括返済するものであること
- ③ 借入期間中に元本の返済はなく、金利のみを支払うもので、手元資金として置いておけること
- ④ 借入金なので負債ではあるが、金融機関は資本とみなす（疑似資本）こと

〈デメリット〉

- ① 元本の返済順位が他の債権より低い債権であることから、金融機関にとっては貸倒れのリスクがあるため、通常の融資よりも金利が高くなること
- ② 金融機関にとって融資対象の企業とは連携し事業を推進していくことになり、資料の提出、説明に時間がかかること

地域人口の減少

新聞、テレビ等マスコミは、盛んに日本の人口減少問題を報道しています。

減少の要因は、一人の女性が一生の間に生む子供の数（合計特殊出生率）の低迷が続いていることです。

この出生率減少の算出には、次の数式で考えると明確になります。例を挙げて計算してみましょう。

ある都市の人口は100万人で、毎年1%ずつ人口が減少。このとき、この年のn年後（nは1年後、2年後…10年後）では、人口は「複利計算」によって、「 $100(1 - 0.01)^n = 100 \times 0.99^n$ 」です。

この式に従い人口の変化を追うと、現在100万人の場合、10年後90.4万人、20年後81.7万人、30年後73.9万人、40年後66.8万人、50年後60.5万人となります。

そして、50年後には100万人都市は、半減に近い60万人都市になるということです。

仕事・私事・志事

「うちは個人商店ですよ。僕は会社で働きたいんです」
そう言ってB君を皮切りに九名いた社員の七名が辞めました。
運送業のAさんは、さすがに落ち込み、自信が揺らぎました。
そして、社員である「ヒト」(人間)を相手にすることは、カネやモノの扱いは大いに違うことに気が付きました。
今までは仕事は自分がいない

とまわっていない感じ(「仕事」は「私事」でした。葛藤はあつたものの「社員を信じる心、任せる度量、待つことの勇気が必要」と仕事を任せることに踏み切りました。任せ方を知らない社長と任せられたことのない社員のとまどいが生じるもの…。しかし、結果、社員の士気が上がり、三年もすると経営は安定していききました。
まさに、「仕事」は「志事」である、と言えるでしょう。