



メタセコイア

# ハ ン ズ 通 信

編 集 発 行

TOUGH SHOP 広島  
代理店 株式会社ハNZ

〒730-0051  
広島市中区大手町3丁目7-2  
TEL. 082(544)6311  
FAX. 082(544)6312

## ◆ 11月の税務と労務

- 国 税／10月分源泉所得税の納付 11月10日
- 国 税／所得税予定納税額の減額承認申請 11月17日
- 国 税／所得税予定納税額第2期分の納付 12月1日
- 国 税／9月決算法人の確定申告(法人税・消費税等) 12月1日
- 国 税／12月、3月、6月決算法人の消費税等の  
中間申告(年3回の場合) 12月1日
- 国 税／3月決算法人の中間申告 12月1日
- 国 税／個人事業者の消費税等の中間申告  
(年3回の場合) 12月1日
- 地方税／個人事業税第2期分の納付  
都道府県の条例で定める日

11月

(霜月) NOVEMBER

3日・文化の日 23日・勤労感謝の日 24日・振替休日

| 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 | .  | .  | .  | .  | .  | .  |

※税を考える週間 11月11日～11月17日

ワン  
ポイント

**税を考える週間** 税の役割や意義を理解し、納税意識を高めることを目的とした啓発活動が「税を考える週間」です。毎年この時期には各地で税に関する様々な広報イベントや講演会が開かれるほか、児童・生徒から募集した税に関する作文や書道・標語などの作品展・表彰式、税務行政への功労者に対する納税表彰なども行われます。

# 成長性分析 をしよう



「最近あの会社、急成長しているな」  
「どんどん利益を上げていっている」  
周りからそんな風に思われている、または、思っていることはありませんか。  
実は本当に成長しているとは限らず、利益を上げる一方、コストが発生していて経営難の可能性もあります。しっかりと判断し見極めるために、成長性分析をしてみましょう。

成長性分析とは

「成長性」とは、企業の一定期間の経営拡大の度合い、今後の可能性について表したものをいいます。成長性は売上の増減だけでは測れません。売上が伸びても利益を伸ばすための設備投資や新たな人材の採用、未来のための研究費など何らかのコストが発生しています。

また、取り巻く環境に対する考慮も必要です。自社が前年比20%の成長率でも市場が50%と急成長しているなら、成長とはいえないでしょう。このような一見判断することができない部分を考慮し分析を行うことが、企業の成長性を本質的に確認するうえで重要です。

「成長性分析」は、財務諸表などを用いて売上高や利益だけをみて判断しただけではわからない部分も考慮に入れ、多角的、総合的に判断し分析することを指します。算出データを毎年比較することで成長度合いを知る

ことができます。

## 成長性分析の目的

成長性分析を行うことは、企業の伸びしろを知ることが目的です。単に、成長率、伸び率を知ることであればありません。将来、企業がどれくらい安定性や拡大性があるのかを判断します。

過去数年間のデータと現在の売上高や利益などの数値を比較して、事業拡大や利益向上に繋がる対策を具体的に考えます。

売上高が伸びているからといって、それに伴ってコストが高んでは利益として手元に残る資本は少なくなるといった経営にならないために、成長性分析は必要不可欠な分析方法です。

## 成長性分析の10の指標

成長性分析を行うにあたって、さまざまな側面から企業の成長性を見極めます。複数の指標を利用して、多角的な視点から分析を行うことが大切です。

### ① 売上高増加率

成長性分析で代表的な指標です。前期と比較して、売上高が

どれぐらい伸びたかを判断する指標となります。

売上高増加率Ⅱ（当期売上高－前期売上高）÷前期売上高×100

- ・前期より↑成長
- ・前期より↓衰退

ポイント 単一年のデータではなく、数年間単位のデータ推移を見ることがポイントです。

### ② 経常利益増加率

企業の本業以外の利益も含めた総利益である「経常利益」の伸び率を知る指標です。企業の収益力を示します。

経常利益増加率Ⅱ（当期経常利益－前期経常利益）÷前期経常利益×100

- ・売上高増加率と合わせて参照することが重要

・売上高、経常利益がともにアップ  
・優れた経営状態

・売上高アップ、経常利益ダウン  
・コストの見直しが必要

### ③ 営業利益増加率

企業が本業で生み出した利益である「営業利益」の伸び率を知る指標です。企業による数値の差が出やすいのが特徴です。

営業利益増加率Ⅱ（当期営業利益－前期営業利益）÷前期営業利益×100

・数値がマイナス↓経営悪化ポイント

たとえば、マイナス100%は前期営業利益を失った状態を意味し、売上アップのテコ入れが必要です。

#### ④ 総資本増加率

前期と比較し、総資本がどれくらい増加したかを知るための指標です。

総資本増加率Ⅱ（当期総資本－前期総資本）÷前期総資本×100

・プラスが続くことが望ましく、値が大きいほど伸び率が高いポイント

総資本増加率には、資本だけでなく借入金などの負債も含まれるため、負債の増加で高い指標となる可能性もあります。負債の返済年数が長いと企業の安定度を下げる原因になり経営への影響は大きくなります。純資産増加率を合わせて活用するとよいでしょう。

#### ⑤ 純資産増加率

総資本から負債を差し引いた

純資産を確認するための指標です。純資産は自己資本と基本的に同額であるため「自己資本増加率」とも呼ばれます。

純資産増加率Ⅱ（当期末純資産残高－前期末純資産残高）÷前期末純資産残高×100

・数値が高い↓経営状態は良好・前期より低い↓経営が不安定

#### ⑥ 従業員増加率

従業員数の増減数を利用し企業の成長性を判断する指標です。

従業員増加率Ⅱ（当期従業員数－前期従業員数）÷前期従業員数×100

・従業員数増加↓事業規模拡大、売上高も増加ポイント

近年、設備投資をする

ことで人員削減する企業も増えていきます。その場合は、従業員数は減少する反比例の結果となります。この指標だけでは企業の成長率を判断できない可能性もあるため、他の指標も併用し総合的な分析を行いましょう。

#### ⑦ 一株当たり当期純利益

「EPS」(Earnings Per Share)の略)と表記されることも多い、企業の発行する一株当たりの利

益額を示す指標です。対外的に役立つ指標です。

一株当たり当期純利益Ⅱ（当期純利益÷普通株式の期中平均発行済株式数）

・一株当たりの当期純利益が高い↓外部からの評価が高い

#### ⑧ 新規顧客増加率

顧客の増加から成長性を判断する指標です。

新規顧客増加率Ⅱ（当期新規顧客数－前期新規顧客数）÷前期新規顧客数×100

ポイント リピート客が多い場合などもあるため、他の指標と併用することが必要です。

#### ⑨ 顧客単価

顧客1人当たりが1回で支払う平均購入額を表す指標です。

顧客単価Ⅱ（当期総売上高÷総顧客数）

ポイント

前記⑧に変化がなくても顧客単価が増加すれば売上が上がります。事業安定化のために重要な指標ですので、定期的に見直しましょう。

#### ⑩ 労働生産性増加率

従業員1人当たりまたは1時

間当たりに生み出される付加価値を判断する指標です。

労働生産性増加率Ⅱ（当期労働生産性－前期労働生産性）÷前期労働生産性×100

ポイント 高いほど少ない労力で生産性が上がります。少子高齢化、人手不足が課題となつて

いる今、大切な指標といえます。

#### 分析手法と活用

当期データだけでは経営状態の正確な把握が難しいため、過去数年間のデータから分析します。主に前期と当期の値を比較して分析します。前期と比較する対前年度比率、前期との差額で比較する伸び率、特定の基準年度と比較する対基準年度比率などの分析手法があります。

さまざまな指標から複合的に分析し、自社の経営状態の推移をまとめておくと、成長計画も立てやすくなります。市場の動向を知るために競合他社のデータも比較対象となります。成長性分析を行うことで、事業の見通しが立ちます。

# インボイスの交付 迷いやすいポイント



消費税のインボイス制度が始まって2年が経過しました。経済活動の形態はさまざまであることから、この間にも事業者等からは数々の質問が国税庁に寄せられています。今回は、これらの質問より国税庁が新たに取扱いを示したものを中心に、消費税のインボイス制度について取り上げます。

## 消費税のインボイス制度

初めに、消費税の仕組みとインボイス制度について簡単に

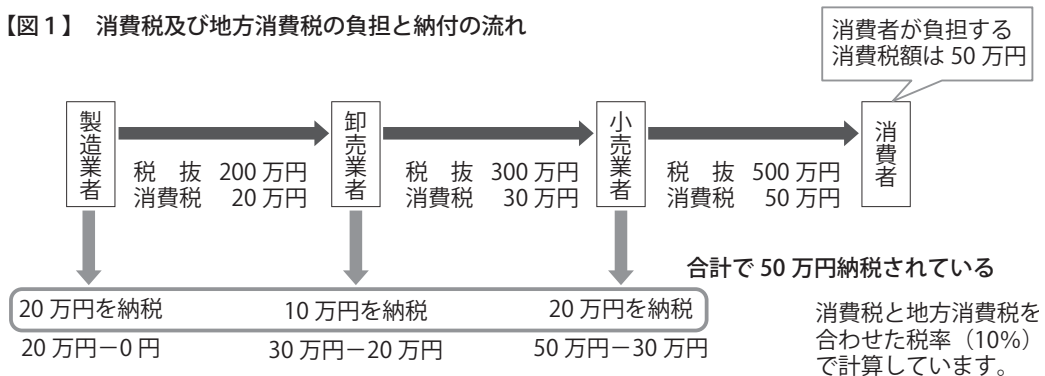
さらいします。

消費税は、商品や製品の販売、サービスの提供などに課税される税で、消費者が負担し事業者が納付します。生産や流通などの各取引段階で二重三重に課税されて、税が累積しない仕組みが採られています。具体的には、課税売上に係る消費税額から、課税仕入等に係る消費税額を控除（以下「仕入税額控除」）して、納税額を計算します。【図1参照】

仕入税額控除をするためには、その金額が正しいことを確認できるよう、適格請求書（以下「インボイス」）の保存が必要になります。インボイスは、売手が買手に対して、正確な適用税率や消費税額等を伝えるもので、一定の事項が記載された書類やデータをいいます。請求書に限らず、所定の事項が記載された書類であれば、領収書や納品書などの名称を問わず、インボイスになります。

インボイス制度は、令和5年10月1日からスタートし、それ以降はインボイスがない仕入れや経費については、原則として

【図1】 消費税及び地方消費税の負担と納付の流れ



仕入税額控除ができません。ただし、一定の経過措置が設けられています。

## インボイスの交付に係る金銭的負担

インボイスの交付については、書面だけではなく電子データにより提供することも認められています。インボイスを電子データで提供することとしている事業者が、書面でのインボイスの交付を求められた場合に、相手方に手数料の負担を求めることは、問題があるのでしょうか。

その手数料などが、印刷代のように書面の発行などの事務負担等に係る費用として社会通念上相当と認められるものである場合には、直ちに問題とはなりません。ただし、取引の相手方に対して取引上の地位が優越しているような場合に、著しく高額な手数料などの負担を求めることは、優越的地位の濫用として、独占禁止法上の問題となる可能性があります。

なお、受領する手数料等は「書面によるインボイスの交付」という課税資産の譲渡等の対価に

該当しますので、その手数料等についてもインボイスの交付義務が生じます。

## インボイスの再発行

インボイスの発行事業者は、取引の相手方である課税事業者からの求めに応じてインボイスを交付する義務が生じます。商品などの販売時にインボイスを交付している場合、後日再交付を求められても、改めて交付する義務はありません。

一方で、インボイスを取引の相手方に一度も交付していない場合で後日インボイスの交付を求められたときは、インボイスを交付する義務があります。これは、もしレジシステムの仕様などにより一定期間しか発行で



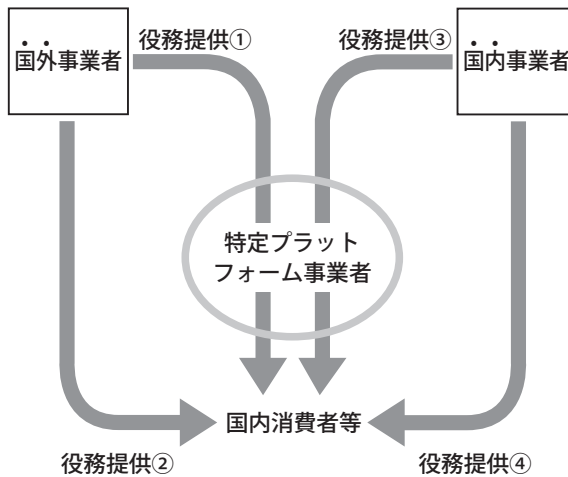
きないとしても、そのことをもって交付義務が免除されることはありません。相手方からの具体的な取引記録が示され、インボイスを交付すべき事情があることを認められる場合には、手書きによるなど何らかの対応を行う必要があります。

なお、インボイスを交付しようとしたものの顧客が受け取らず物理的な交付ができなかったような場合は、交付したこととして差し支えありません。

## プラットフォーム課税

事業者が日本国内の消費者などに対して行うアプリ配信等の電気通信利用役務の提供については、その事業者が国内事業者か国外事業者であるかに係わらず、役務の提供を行う事業者が申告・納税を行うこととされてきました。これが令和7年4月1日以後、国外事業者がデジタルプラットフォームを介して行う消費者向け電気通信利用役務の提供で、かつ、特定プラットフォーム事業者を介してその役務の対価を收受するものについては、その特定プラットフォーム

【図2】 消費税のプラットフォーム課税 国税庁資料より



ム事業者が役務の提供を行ったものとみなして、申告・納税を行うこととされました。これを消費税の「プラットフォーム課税」といいます。【図2参照】

自社が、プラットフォームを介して海外から消費者向け電気通信利用役務の提供に該当するアプリの配信を受けた場合、そのアプリの配信がプラットフォーム課税の対象とならないときは、国外事業者であるアプリ配信者がインボイスを交付することになります。

なります。一方、プラットフォーム課税の対象となる場合は、特定プラットフォーム事業者がインボイスを交付することになり、これらのインボイスを保存することで仕入税額控除を行うことができます。特定プラットフォーム事業者の氏名又は名称や、その事業者に係るデジタルプラットフォームの名称は、国税庁ホームページの「特定プラットフォーム事業者名簿」に公表されています。

改正前後の消費者向け電気通信利用役務の提供に係る申告納税義務者

|     | 役務提供①         | 役務提供② | 役務提供③ | 役務提供④ |
|-----|---------------|-------|-------|-------|
| 改正前 | 国外事業者         | 国外事業者 | 国内事業者 | 国内事業者 |
| 改正後 | 特定プラットフォーム事業者 | 国外事業者 | 国内事業者 | 国内事業者 |

# 〈健康保険制度〉 被扶養者の認定要件変更



令和7年10月1日から、19歳以上23歳未満の被扶養者に関する認定要件（健康保険制度）が変更されました。

今回は、令和7年7月4日に厚生労働省より発せられた通知（保発0704第1号・年管発0704第1号）等に基づき認定要件の変更について解説します。

## 一 見直しの背景

従来の認定要件（年間収入130万円未満）は、被扶養者が就労しようとする場合において、就業時間や収入を一定範囲に抑えざるを得ないという就業調整の実態を生んでいました。

昨今、社会全体で人手不足が深刻化しており、特に若年層の就業意欲を阻害しない制度設計が求められていたところです。

令和7年度の税制改正において、現下の厳しい人手不足の状況における就業調整対策等の観点から、19歳以上23歳未満の者への「特定扶養控除の見直し」と「特定親族特別控除の創設」が行われたことを踏まえ、健康保険制度においても整合性を図り、認定要件が見直されることとなりました。

## 二 変更内容

「19歳以上23歳未満の認定対象者（被保険者の配偶者を除く。）」は、被扶養者の認定要件のうち、年間収入の要件が「150万円未満」に引き上げられました。

従来の「130万円未満」の要件は、60歳以上または障害者等に対して「180万円未満」となる特例を除き、全年齢において共通していましたが、今回の見直しは19歳以上23歳未満の範囲に限って変更されたことに注意を要します。

## 三 変更後の認定要件の取扱い

「150万円未満」の要件は、具体的には次のように取り扱われます。

### (1)

19歳以上23歳未満である認定対象者（以下「認定対象者」と表記）が被保険者と同一世帯の場合

① 認定対象者の年間収入が150万円未満であって、かつ、被保険者の年間収入の2分の1未満の場合は、原則として被扶養者に該当するものとされます。

### (2)

①の条件に該当しない場合であっても、当該認定対象者の年間収入が150万円未満であって、かつ、被保険者の年間収入を上廻らない場合には、当該世帯の生計の状況を総合的に勘案して、当該被保

険者がその世帯の生計維持の中心的役割を果たしていると認められるときは、被扶養者に該当するものとして差し支えありません。

### (2)

認定対象者が被保険者と同一世帯に属していない場合認定対象者の年間収入が、150万円未満であって、かつ、被保険者からの援助に依る収入額より少ない場合には、原則として被扶養者に該当するものとされます。

### (3)

前記(1)および(2)により被扶養者の認定を行うことが実態と著しくかけ離れたものとなり、かつ、社会通念上妥当性を欠くこととなると認められる場合

その具体的事情に照らし最も妥当と認められる認定を行うものとされます。

### (4)

前記(1)から(3)の取扱いによる被扶養者の認定通知の適用日（令和7年10月1日）後の被扶養者の認定について行うものとされます。

したがって、適用日より前に遡って申請する場合、適用日前の期間については従来要件（1

30万円未満）が適用されます。  
**(5) 被扶養者の認定をめぐる、関係者間に問題が生じている場合**

被保険者又は関係保険者の申し立てにより、被保険者の勤務する事業所の所在地の地方厚生（支）局保険主管課長が関係者の意見を聴き適宜必要な指導を行うものとされます。

#### 四 認定に関するQ&A

前記の通知と併せて発せられた「19歳以上23歳未満の被扶養者に係る認定に関するQ&A」について「厚生労働省」を基に、認定要件見直しと関連する事項をお伝えします。

**Q 1** なぜ19歳以上23歳未満の被扶養者に係る認定について年間収入の要件を変更するのですか。また、なぜ配偶者は今回の変更の対象とならないのですか。

**A 1** 今回の見直しは、令和7年度税制改正において、19歳以上23歳未満の親族等を対象とする特定扶養控除の見直しおよび特定親族特別控除の創設が行われたことを受け

て、これらの税制措置との整合性を図るため、健康保険制度における同年齢層の被扶養者認定要件が見直されたものです。

配偶者は、所得税法上、特定扶養控除の対象とはならず、別途「配偶者控除」または「配偶者特別控除」の適用を受けるため、今回の健康保険制度における見直しの対象には含まれていません。

なお、配偶者とは、届出をしていないが、事実上婚姻関係と同様の事情にある者を含みます。

**Q 2** 学生であることは要件ではないのですか。

**A 2** 税制改正における取扱いと同様に、学生であることの要件は求められていません。あくまでも、年齢によって判定することとされています。

**Q 3** 年齢要件（19歳以上23歳未満）については、いつの時点で判定するのですか。

**A 3** 所得税法上の取扱いと同様に、その年の12月31日現在の年齢で判定します。し

たがって、19歳の誕生日を迎える年から22歳の誕生日を迎える年における年間収入要件が「150万円未満」となります。

これまでの健康保険制度には無かった年齢の判定方法のため注意を要します。

例えば、N年10月に19歳の誕生日を迎える場合には、N年（暦年）における年間収入要件は「150万円未満」を用いて判定します。

なお、健康保険法等における取扱いと同様、民法の期間に関する規定を準用するため、年齢は誕生日の前日において加算することから、誕生日が1月1日である者は12月31日において年齢が加算される点に留意してください。

**Q 4** 年間収入が150万円未満かどうかの判定は、所得税法上の取扱いと同様に、過去1年間の収入で判定することとなるのですか。

**A 4** 年間収入が150万円未満かどうかの判定は、従来と同様の年間収入の考え方により判定することとなります。

す。具体的には、認定対象者の過去の収入、現時点の収入又は将来の収入の見込みなどから、今後1年間の収入を見込みます。

**Q 5** 今回の取扱いを踏まえ、被扶養者の削除の届出の取扱いに変更はありますか。

**A 5** 被扶養者の削除の届出の取扱いに変更はありません。

#### （参考）被扶養者の削除

被扶養者の認定後、保険者は少なくとも年1回は被扶養者に係る確認を行うことが望ましいとされています。

その結果、被扶養者の要件を満たしていないことが判明した場合、①認定時には誤り（瑕疵）がなく、その後の事情により被扶養者の要件を満たさなくなった場合には、要件を満たさなくなった時点以降で被扶養者を削除する届出を提出させる、②認定時に誤り（瑕疵）があり、当初から被扶養者の要件を満たしていなかった場合には、認定時に遡って取消す、とされています。

## ナッジとダークパターン

ウェブサイトによく見かける巧妙なデザイン「ダークパターン」は、不要な商品の購入やサブスクリプション（定額課金）サービスへの加入など、本来は望まない選択を強いられてしまう手法です。

一方、「ナッジ」は望ましい行動を促すことです。身近な例としては、レジ前の床に貼られた足跡表示があるステッカーや、トイレに「いつも綺麗に使っていただきありがとうございます」と張り紙するなど、「経済的なインセンティブや行動を強制せず行動変容を促す戦略・手法」であるナッジ理論として知られています。

つまり、ナッジとダークパターンはどちらもデザインの持つ力を利用したものです。利用者に不利益が生じるかどうかで区別されます。

OECD（経済協力開発機構）は、ダークパターンを7種類に分類しています。例えば、

ユーザー登録や個人情報の開示を強要する「強制型」や、知らぬ間に契約させ解約方法をわかりにくく煩雑にする「妨害型」、「今だけ」など割引終了を演出し購入を急かす「緊急型」、サイト内に広告を紛れ込ませる「誘導型」があり被害が増えています。

世界的に問題となっているダークパターンに対して、欧米では法整備が進められています。欧州連合（EU）ではデジタルサービス法（DSA）などでダークパターンを禁止。米国は米連邦取引委員会（FTC）法5条で不当・欺瞞的な取引を幅広く禁じているほか、2024年にサブスクを簡単に解約できるよう企業に義務付けています。

しかし日本では、一部は景品表示法や特定商取引法の規制対象になりますが、包括的な規制はできていません。企業側による自主規制のみでは、ダークパターン対策を講じる企業が不利益を被ることになるため、法整備やガイドラインの整備など官民一体の取り組みが必要です。

## 宝くじの使い道

今年も期待を込める「年末ジャンボ宝くじ」の季節がやってきました。1枚300円という比較的安価な金額で、一時的にでも大金を手に入れる夢をみられる、この夢を買う感覚が大きな楽しみの一つです。

宝くじの売上はどう使われているのでしょうか。「宝くじ公式サイト」によると令和5年度販売実績額は8,088億円に上り、当選金として支払われる分が46.7%と最も多いです。高額当せん者の紹介を見ると10年以上買い続けた人が7割で、年齢層は60代以上が目立ちます。

当選金を除いた主な使い道は、全国都道府県及び20指定都市へ納められ、高齢化・少子化対策、防災、公園設備事業など公共的な事業に使われます。歴史的にみても、戦後や阪神淡路大震災など災害からの復興のための資金として役立てられてきました。もし外れても、間接的に社会貢献に繋がる側面があることも満足度を高めてくれます。

### 相手の口調に合わせてみよう

相手の口調に合わせて話すと、相手の気持ちに共感しやすくなることはありませんか？これは「ペーシング」というコミュニケーションスキルの一つで、相手の警戒心を緩め、円滑なコミュニケーションをとるために有効な方法です。相手の話す速度や話し方、声の大きさや高さ、間の取り方などを合わせてみると一体感を生み出し心

地よい空間が形成されます。そのためには相手の状態をよく見ることが重要です。ペーシングは、部下育成、営業、採用面接などさまざまな場面でも、相手のことを知らなくてもすぐに実践できます。まず、大切なのは先入観を捨てて会話をリードしないことです。意識して使うことで、相手との信頼関係をより早く築くことができるでしょう。