

KNC NETWORK NEWS

2017年4月8日 発行

経営一言:どんな世界にも、初めから玄人のような者はいない。未知の世界に飛び込むことを恐れる必要はない。
(作家 百田 尚樹氏)

所長コメント:未知に期待し、未知を楽しむ。何事も変化の中で面白味を知る。始めから出来る人はいない。訓練・鍛錬を続けて身につけていく。体験しない限り本物にならない。



(有)北野財經システム
税理士法人 Y. K. C.

大阪市淀川区西中島 7-1-26
オリエンタル新大阪ビル 707号
TEL: 06-6304-7857・FAX: 06-6304-8851
<http://kncc.co.jp>

気になる記事:ビットコイン対応26万店。投資対象から決済へ

仮想通貨ビットコインを新たな決済手段として店舗に導入する動きが広がり始めた。ビックカメラは週内に都内2店舗でビットコインによる決済を開始。リクルート系も今夏をめどに26万店で利用できるようにする。投資が中心だったビットコインの利用が店舗での決済手段に広がる。国内でビットコインで支払いができる店舗は現在4500カ所程度にとどまる。現金以外ではSuicaや楽天Edyといった電子マネーの普及が先行している。ビットコインは世界での利用者数が2000万人を超え、価格が変動するため投資目的の売買が大半だったが、外資に両替することなく自分のビットコイン口座で決済できることから、海外渡航先での利用が拡大している。

中間納税、決算前に前払い 《税務》

前年に20万円を超える法人税を納付した会社は、事業年度開始から半年経過後の2カ月以内に、今期分の税金を前払いする「中間申告・中間納税」をしなければなりません。

中間申告の方法には、前年度の納付税額の2分の1を納める「予定申告方式」と、今期分の業績を仮決算して納める「仮決算方式」の2種類があります。予定申告方式は税額の計算が簡単なので、多くの企業が使われています。

一方の仮決算方式は、事業年度の途中で減価償却や引当金の計上など本決算と同様の計算が必要になりますので、手続きが煩雑になりがちです。しかし、前期と比較して業績が大きく悪化した会社は、仮決算方式の方が中間納税時の税額を減らせるので利用を検討をされるのもいいかもしれません。

中間申告で納税した分は仮の金額であり、本決算のときに調整する必要があります。納付額が多過ぎれば還付され、不足があれば追加で納めることになります。

専門書籍をセットで購入、損金処理は 《税務》

会社で書籍を購入するとき、どのような経理処理をすればよいのでしょうか。時が経過しても価値が下がらない古文書などの書籍を除き、通常の書籍は年が経つごとに価値が下がると考えられるので、「減価償却資産」となります。耐用年数表で「備品」に区分され、原則では5年で償却することになっています。例えばセット価格が30万円の書籍なら、いったん30万円を資産計上し、その後減価償却していきます。

ですが、価格が10万円未満であれば購入した年に経費にできる特例の対象になるので、実務上では書籍を購入した年に損金にします。

なお、資本金が1億円以下で社員が1千人以下の青色申告法人であれば、平成30年3月までは30万円未満の資産は全て一括で損金処理できます。

中古資産の耐用年数 《税務》

中古の事業用資産の耐用年数は、国税庁が定めた法定耐用年数をそのまま使うのではなく、法定耐用年数が過ぎている資産は「法定耐用年数の2割の年数」、一部を経過した資産は「法定耐用年数から経過年数を引いた年数+経過年数の2割の年数」の計算式を使います。

税法上では本来、申告する会社が「あとどれくらい資産を使えるか」を自ら見積もるのが原則とされていますが、一般的に独自査定は難しいので、簡易な計算式を使うことになっています。

訪問販売開始の留意点 《経営》

近年は通信販売(特にネット販売が盛ん)が隆盛で、店頭販売や訪問販売の一部が低迷しています。江戸時代は「振り売り又は棒手振り(ぼてふり)」と言われる、鮮魚・豆腐・冷水・花・野菜・蚊帳・草履等をおかついで売り歩く商売でした。富山の置き薬等も同じ訪問販売です。時代の変遷により、カタログ・パンフレット等を持ったセールスマンが各戸を訪問して自動車・化粧品・健康食品・保険等を販売する訪問販売が盛んな時期もありました。しかし、住宅様式や労働事情の変化(気軽に玄関ドアを開けてもらえない、夫婦共稼ぎが増えて留守宅が多い)等により、訪問自体が効率よく出来なくなっています。

ところが、お客が徒歩や車で店頭に行くことが困難になる(買物難民と言う)高齢化社会が到来しています。そこで再び、訪問販売や自宅の近くに店舗機能がやって来る販売形態(行商の一種)を要望している人が増えています。そこで、店頭販売の低迷または拡大策に悩む店舗は、訪問販売(行商も含めて)に活路を求められる場合があります。その場合の留意点は、訪問販売で使う経営資源(商品サービス・客層ターゲット・営業技法・接客・販促策等)と店頭販売との相違点を明確に認識することです。また、店頭販売で培った信用が最大の武器になる事を忘れてはなりません。