



ゆり

吉沢税務会計事務所だより

発行人

税理士 吉澤 暢 章

事務所 〒399-8602
長野県北安曇郡池田町
大字会染6752-1
TEL 0261(62)2487
FAX 0261(62)7499

7月

(文月) JULY

20日・海の日

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	.

ワンポイント「環境性能割」の廃止

自動車税・軽自動車税の「環境性能割」は、自動車の取得時に燃費性能などに応じて課税される仕組みでしたが、米国の関税措置が国内の自動車産業に及ぼす影響を緩和することや、自動車ユーザーの取得時における負担を軽減・簡素化する観点から、今年3月末をもって廃止されました。

7月の税務と労務

- 国 税／6月分源泉所得税の納付 7月10日
- 国 税／納期の特例を受けた源泉所得税（1月～6月分）の納付 7月10日
- 国 税／所得税予定納税額の減額承認申請 7月15日
- 国 税／所得税予定納税額第1期分の納付 7月31日
- 国 税／5月決算法人の確定申告（法人税・消費税等）、11月決算法人の中間申告 7月31日
- 国 税／8月、11月、2月決算法人の消費税等の中間申告（年3回の場合） 7月31日
- 地方税／固定資産税（都市計画税）第2期分の納付 市町村の条例で定める日
- 労 務／社会保険の報酬月額算定基礎届 7月10日
- 労 務／労働保険料（概算・確定）申告書の提出、納付（全期・第1期分） 7月10日
- 労 務／障害者・高齢者雇用状況報告 7月15日
- 労 務／労働者死傷病報告（4月～6月分） 7月31日

障害者雇用率の引上げ

◇◇障害者雇用率制度◇◇

行政機関や一般企業に対し、その規模に応じて一定割合以上の障害者を雇用することをルール化している制度が「障害者雇用率制度」です。

障害のある人も、当然ながら一般の労働者と同じように働く機会を得て、自立した生活を送ったり、社会へ参加したりする権利を持っています。

障害者雇用率制度は、こうした障害者の権利を保護するために定められた制度です。障害の有無に関わらず、全ての人がそれぞれの能力を活かして希望する仕事に就き、社会に関わる「共生社会」を実現するために設けられています。

◇◇法定雇用率とは◇◇

障害者雇用率制度は、大きく分類すると「雇用義務制度」と「納付金制度」の2つに分けられます。このうち雇用義務制度では、企業などに対し「法定雇用率」以上の人数の障害者を雇用しなければならないことが定められています。

法定雇用率とは、国が定めた「社員全体のうち、障害者を雇用しなければならない最低ライン」のことです。令和6年4月以降、民間企業の法定雇用率は「2.5%」と定められています。これは、社員が100人

いる会社の場合は2.5人、つまり最低「3人」の障害者を雇わなければならないという意味です。法定雇用率がパーセントの設定になっている理由は、企業規模にかかわらず、公平に障害者雇用ルールを適用するためです。なお、「2.5人」のように小数点以下の数値が出てしまった場合は、切り上げ扱いとなるため注意が必要です。

◇◇雇用率の引上げ◇◇

令和5年に、障害者の法定雇用率が段階的に引き上げられることが決まりました。これにより、令和5年度当初は「2.3%」だった法定雇用率は、令和6年4月には前述の通り「2.5%」に引き上げられ、さらに令和8年7月には「2.7%」へ引き上げられます。

法定雇用率を段階的に引き上げるようになった理由としては、企業側に受け入れ体制を整える時間を確保し、採用活動を急ぐことによる労使のミスマッチを防ぐ点などが挙げられます。ただ単に障害者を雇用すれば良いというわけではなく、雇用をする側・される側がともにメリットのある関係を築かなければなりません。

障害者の雇用は、一般労働者と比較すると業務体制や業務内容の関係上、採用に至るまでに一定の時間がかかることが想定されます。

段階的に引き上げることで企業が受け入れ態勢を整えるための準備期間ができ、障害のある人が安心して長く働けるような環境が整うことへとつながります。

なお、この法定雇用率のルールは、一定数以上の社員がいる企業が対象となります。対象となる社員数の基準も、法定雇用率の引上げとともに見直されており、令和5年度は「43.5人以上」であったものが、令和6年4月には「40人以上」、令和8年7月以降は「37.5人以上」へと引き上げられます。

◇◇引上げへの企業の対策◇◇

令和8年7月以降は、社員数37.5人以上の企業には、全体の2.7%以上の障害者を雇用する義務が生じます。

対応にあたっては、まず自社が新たに何人の障害者を雇用すべきかを算出することから始めます。障害者を雇用する際のカウント方法は、障害の程度や内容、労働時間によって異なるため、厚生労働省が公表しているカウントルールを参照し、どの業務にどの社員を配置すべきかを検討する必要があります。

障害の状況によっては、独自のマニュアルを作成する必要もありますので、採用活動とあわせた入念な検討が求められることになります。

ソーシャルリスニングとは

ソーシャルリスニングとは、SNS社会ならではの新たなマーケティング手法の一つです。

現在では、インターネット上に投稿されたクチコミやSNSの内容を集め、分析をする手法として知られており、クチコミの例としてはGoogleや食べログ、楽天、Yahoo! など、SNSではXやInstagram、TikTokの投稿などが挙げられます。

これらのクチコミや投稿をもとに、自社の商品やサービスがどのように受け止められているかといったデータや傾向を洗い出し、改良や開発などに役立てていくシステムがソーシャルリスニングです。

手順

ソーシャルリスニングは、主に次のような流れで行います。

① 事前設定

まず、自社製品の「何」について調査をするのか、テーマを設定します。その上で、クチコミサイトやSNSの種類など、どの媒体を使って調べるのかを選定していきます。

② 内容分析

テーマに対する投稿を集め、それを内容別に分類します。まず大まかに、投稿が「好意的」なのか「否定的」なのか、「中立的」なのかで分類します。ただし、ただ単に「良い投稿」「悪い投稿」だけで判断をするのではなく、内容に含まれる複数の要素を丁寧に読み解く



ソーシャルリスニング

ことが重要です。例えば、「少し高いけど味は美味しい」というコメントには、価格は否定的、味は肯定的といった2つの意味合いが含まれています。このように、投稿全体を評価するのではなく、評価内の要素ごとに評価をすることが、世間の正しい声を拾い上げるために重要なのです。

③ 課題の抽出

賛否両論、ひと通りの意見を洗い出したところで、次は否定的な投稿を集め、内容別に分類します。その後、改善が必要とされる要素を洗い出し、対応の優先順位を定めます。

④ 投稿者の属性推定・分析

課題が明らかになったところで、次は投稿者の性別・年代・利用頻度などを分析し、ユーザーがその商品を利用する要因を探ります。その後、競合他社商品

との差別化状況（なぜ自社商品を選んで使っているのか）を分析し、最終的なマーケティングや商品改善・開発方法の決定へとつなげていきます。

メリット・デメリット

ソーシャルリスニングを実施するメリットには、まずユーザーの本音の意見を得られる点があります。インターネットは、良し悪しはともかく、さまざまな本音が溢れかえっています。街頭インタビューや書面アンケートの場合、相手を気遣った意見が集まるケースが少なくありません。その点、顔の見えないインターネット上だからこそ、忸度なしの本音を集めることができるという点が何よりの利点になります。また、流行が目まぐるしく変わる昨今では、トレンドに最も早く注目が集まるのがインターネットでしょう。つまり、最もリアルタイム性の高い意見を集められるという点も、ソーシャルリスニングのメリットになります。

一方、インターネットの利用世代はまだ若年層などに偏りがちであるため、ネット上の意見が「すべて」ではないという点も念頭に置くべきでしょう。また、言語情報であるため、文脈や本音の解釈を誤ってしまうリスクもあります。つまり、ソーシャルリスニングを実施する場合は、パソコンやスマホシステムの活用に加え、意見の本質を捉える分析力も求められることになります。

テーマパークだけではない 飲食店の「ファストパス」

今、飲食店業界で「ファストパス（優先入店サービス）」への注目が高まっています。ファストパスは、テーマパークの人気アトラクションなどで、一定料金の支払や事前の予約手続きを行うことで待ち時間を短縮させるシステムですが、昨今では行列ができる人気ラーメン店などでも取り入れられ始めています。

一般的な流れとしては、事前にインストールしたスマホアプリやQRコード読み込みなどによる事前予約サイトで来店日時を確保し、来店時に指定料金を支払うことで優先的に入店できるというものです。

ファストパスを利用する顧客側のメリットとしては、まず待ち時間を短縮でき、ストレスなく人気店で飲食を楽しむことができる点が挙げられます。時間のロスが減るため、特に出張や旅行時でも予定を崩すこ

となく計画的に行動することができる点もメリットの一つでしょう。一方、店舗側にとっても、客単価の増加による生産性の改善が期待できるほか、行列に並ぶ客とのトラブルやカスタマーハラスメントの危険性を避けられる効果も期待できます。

日本人はもともと、人気店で長い時間並び続けることに抵抗が薄い国民性といわれていますが、昨今ではさまざまな価値観を持つ海外からの旅行者も増え、また「時間をお金で買う」ことに抵抗がない人が増加しているともいわれています。このような中で、効率化のためにファストパスを導入する店舗がみられるようになりました。

一方で、「行列」を一つの文化と捉え、あえてシステムを導入しない店舗もあります。また、安易に導入してしまうことで事前予約金に不満を持ち、トラブルの発端となるリスクが生じる可能性もあります。ファストパス導入時には、事前に価格設定や既存顧客への配慮など、入念に検討する必要があります。

県民手帳

県民手帳とは、全国の多くの県が発行している、その地域の情報を網羅したスケジュール帳のことです。カレンダーやメモ欄といった通常の手帳機能を備えつつ、地域のガイドブックとしても使うことができます。

県民手帳は県ごとにデザインや記載情報が異なり、その内容は千差万別です。県内の人口や主要産業などの統計データをはじめ、各自治体の連絡先や住所、鉄道やバスの路線図、特産品、観光地などが盛り込まれているケースが多く、出張先や観光地でその土地の県民手帳を購入するファンも少なくないようです。毎年内容が更新され、常に最新情報を仕入れることができます。

県民手帳のもう一つの特徴は、防災情報が含まれていることです。大規模災害でスマホやパソコンが使えない状況でも、紙媒体のため即座に確認できる実用性が高い「防災ブック」として、非常時の備えに有効なツールとなっています。

世界コスプレサミット

「世界コスプレサミット」をご存知でしょうか？

コスプレというと、一部の人が楽しむ趣味嗜好のイメージがありますが、コスプレサミットは世界コスプレサミット実行委員会が開催する有名なイベントで、「コスサミ」や「WCS」とも称されます。日本のアニメなどのポップカルチャーを愛するファンが世界各国・地域から集

まり、新しい形の国際・文化交流を創造するイベントとなっています。実行委員会には外務省も名を連ねていることから、海外での注目度がうかがえます。世界コスプレサミットは2003年より名古屋市内で毎年開催され、コロナ禍には一時オンライン配信へ変更されたものの、その後も現地開催が続いています。今年度の開催は7月31日から3日間となっています。