



適格請求書(インボイス)について

適格請求書(インボイス)の準備をしましょうね。
 令和5年10月1日より「**適格請求書(インボイス)制度**」が導入されます。
 私たち事業者が納める消費税は次の算式で算出されます。
 納める消費税=受取消費税額-仕入税額控除額(支払いした消費税)
 いまは仕入税額控除額(以下Aという)は帳簿方式と言って帳簿に記載されている課税仕入れから算定
 しています。例えば事業年度の材料費が税込み1億1千万円であれば材料費についていえば仕入税額
 控除額Aは1千万円と算定します。
令和5年10月1日からはこの方式は廃止されます。

導入される「適格請求書(インボイス)制度」とは?

1. 適格請求書を発行できるのは「**適格請求書発行業者**」に限られます。
 適格請求書発行業者になるためには**令和3年10月1日から令和5年3月31日までに「適格請求書発行
 事業者登録申請書」を税務署に提出**することが義務付けられています。税務署から「**登録番号**」が交付
 されます。
2. この登録申請をできるのは課税事業者(免税事業者は除かれます。)のみです。
 いまは売上金額が1千万以下の事業者は消費税を免除されていますが、登録申請をするには、令和
 5年3月31日までに「**課税事業者選択届出書**」を提出し、課税業者となる必要があります。

「適格請求書(インボイス)」とは?

請求書や納品書に次の項目を記載して取引業者に交付します。
 ①登録業者の氏名又は名称及び**登録番号**
 ②取引年月日 ③取引内容(軽減税率の対象品目である旨)
 ④税率ごとに区分して合計した対価の額(税抜き又は税込み)及び**適用税率**
 ⑤消費税額等(端数処理は一請求書あたり、税率ごとに1回ずつ)
 ⑥書類の交付を受ける事業者の氏名又は名称
 今までの請求書と異なるのは上記の**登録番号**と**適用税率**の記載のみです。
 基本的に大きく異なるのは、適格請求書がないと仕入税額控除が出来ない!、という事です。

四ヶ所十郎

こちら総務部便り

Vol.24

2021
霜月号

経営状況分析について③



前回までは、経営状況分析について8つの指標があるうちの、**1.負債抵抗力** ①純
 支払利息比率(X1)と②負債回転期間(X2)について、**2.収益性・効率性** ③総資本
 売上総利益率(X3)と ④売上高経常利益率(X4)について説明しましたが、今回は
3.財務健全性 ⑤自己資本対固定資産比率(X5)と⑥自己資本比率(X6)について説
 明します。

計算式は、下記ようになります。

(財務健全性)			
自己資本対固定資産比率(X5)	自己資本	350.0%	自己資本=純資産合計 →連結決算の場合、自己資本=純資産合計-少数株主持分 固定資産=0かつ自己資本<0の場合上限値とみなす 固定資産=0かつ自己資本>0の場合上限値とみなす
	固定資産	76.5%	
自己資本比率(X6)	自己資本	68.5%	自己資本=純資産合計 →連結決算の場合、自己資本=純資産合計-少数株主持分 総資本=負債+純資産合計 総資本=0の場合下限値とみなす
	総資本	-68.6%	

⑤自己資本対固定資産比率(X5)・・・固定資産がどの程度自己資本で調達されている
 かをみる比率で数値が高いほど良い。

***自己資本=純資産・・・総資産から負債を引いた金額**

自己資本が分子で固定資産が分母です。
 この数式から考えると、自己資本が多く、固定資産は少ないほうが良いということ
 になります。
 自己資本が多く・・・ということは、負債は少ないほうが良いということです。

⑥自己資本比率(X6)・・・総資本に対して自己資本の占める割合を見るもので、資本蓄
 積の度合いを示す比率で数値が高いほど良い。

***総資本・・・負債と純資産の合計**

上記の式は

$$\frac{\text{自己資本}}{\text{総資本}} = \frac{\text{自己資本}}{\text{負債} + \text{自己資本}}$$

となるので

ここでも負債は少ないほうが良いということになります。

⑤⑥の計算式から考えると・・・

1. 固定資産と負債(借入金)は少ないほうが良い。

2. 利益をだして自己資本を増やす。

ということになります。
 *次号は、【4.絶対的力量】についてです。

~北原~



無料オンラインツールを
活用して集客力アップ!

令和3年10月15日に久留米市で開催したセミナーに参加する機会がありました。
 セミナーで無料オンラインツールを活用して集客力アップすることを聞かせていただきました。コロナ禍の
 時代にとても役に立つ情報で今回の新聞でこちら総務部の顧客の皆様にもシェアしたいと思ひます。

SNS利用



飲食店や小売店のように、店舗を運営している方がSNS集客を実施すると、これまで売上の
 主流だった実店舗や、ネットショップ以外からの集客や販路の拡大を図ることができます。
 たとえば、Instagram上で販売している商品や店舗の紹介をすることにより、店舗を知らな
 ない人からの知名度を上げることが可能になります。その際、プロフィールに自社サイトのリン
 クを貼っておくことで、投稿に興味を持ったお客様がサイトを訪れるという、一つの販路をつくること
 ができます。またTwitterやLINE公式アカウントなど、その他のSNSにおいても同じことが言えるので、多くの
 企業では複数のSNSを活用して、情報を拡散しているところも多く存在します。

チラシ作成



SNSに投稿すること以外もう一つ方法があります。それはチラシを作成することですね。イン
 ターネットが普及した一方で、スマホなどを十分使いこなせず、チラシなどの紙媒体を「情
 報源」として活用している層もいます。チラシ集客ならそのような層にも情報を届けること
 ができます。今回ご紹介したいチラシ作成ツールはCanvaというデザインツールです。Canva
 はオンラインで使え、パソコンでもスマホでも使えます。Canvaでチラシ以外にロゴ、ポスター、名刺、カ
 ード、クーポンなども無料で手軽に作成することができます。Canvaの最大のメリットは無料で手軽に始められる
 ことです。
 デザインソフトでプロも使うAdobe Illustratorは多機能ですが、毎月利用料を払わなくてはなりません。
 Canvaには有料のプランもありますが、無料でも十分な機能が使えます。

動画作成



動画が60秒間で伝えられる情報量は、文字情報にして180万語、WEBページ3,600ページ
 に相当するといわれています。写真やテキストに比べ、短い時間で多くの情報を明確に伝え
 られます。
 動画では、映像やアニメーションを駆使し、そこにナレーションや文字を乗せることでお客
 様にわかりやすく伝えられます。お客様が商品やサービスの魅力を理解すれば、「買ってみたい」「利用して
 みたい」という購買意欲が高まるでしょう。
 また、YouTubeやTwitter、Instagramなど、SNSでの拡散による宣伝効果や、検索エンジン最適化の評価
 が上がりやすいといったメリットもあります。
 今回ご紹介したいのはCapcutという無料な動画編集アプリです。スマホに無料でダウンロードできます。
 スマホで撮影した動画を直接にスマホで編集し、プロのような動画を作成できてとても使いやすいと思
 います。作成した動画をYouTubeなどのSNSやホームページに載せて動画で情報拡散し、新しいお客様
 に社内のことを知ってもらいましょう。

以上が私がセミナーで勉強できたことです。紹介したツールをご存知になる方もいらっしゃるかもしれませ
 んが、宜しければ活用してみてください。コロナ禍を乗り越えるように営業を頑張ります。

フウ

