

- P2 所長所感  
次の世代へできることから  
始めよう
- P3 税務相談室  
非居住者が、日本国内の  
不動産を処分する場合
- P4 インフルエンサー  
マーケティング
- P5 インボイス制度の導入
- P6 Topics  
東京証券取引所の市場再編
- P7 「株式投資型クラウド  
ファンディング」による  
資金調達  
文化街道  
郷土料理「りゅうきゅう」から  
学ぶ食品ロス削減
- P8 一寸一言  
デジタル遺産  
ニュースを読む  
デジタル庁発足

# ZAKKAN FORUM





所長 公認会計士 中野 雄介

東京2020オリンピックは1年遅れでなんとか開催にこぎつけ、世界の国や地域の代表が熱戦を繰り広げました。皆さんも手に汗握りながら応援し、テレビの映像を通して歓喜の瞬間を共有されたことでしょうか。本大会は地元日本で開催され競技時間帯が生活リズムにマッチしていたことやコロナで外食が制限されていたため、近年のオリンピックの中でも多くの競技をリアルタイムで観戦できたのではないのでしょうか。また、日本はメダル総数、金メダル数とも史上最多となり、会場で喜びを分かち合うことはできなかったかもしれませんが、多くの日本人一人ひとりの心に残る印象深い大会であったと思います。

本大会から多くの新種目が加わりました。3x3バスケットボール、サーフィン、スケートボード、スポーツクライミング等、若者を中心に人気とされる競技が多く採用されていたように思います。組織や団体において幅広く一般受けすることばかりを考えるのではなく、少々偏っていても新しい世代のことを優先的に考えて政策や方針に反映させることが必要になっていると感じます。一見、一般受けしないものであっても最高水準のものであれば、だれもが感動し納得し、ファンとなっていくことを今夏のオリンピックは証明してくれたと思います。

若い世代を上手に取り込み次世代へと引き継ぎ新陳代謝していかなければ、どんな社会も活性化されず発展は望めません。とりわけ、少子化、人口減少が進行する中ではこのような視点は重

要であると思います。

コロナによって、ぼんやりと抱いていた将来への不安が、目の前にリアルに突きつけられ、社会変容が推進されたとも言われますが、急激な変容による弊害もあるでしょう。特に、若い世代への影響が気になります。人は必要な時期に必要な体験を通して刺激を受けることでより豊かな人格が形成されます。それらの人材が社会の中核で活躍することによって、より良い社会が実現するのだと思います。若者が人と会うことを制限されたことは、多感な年頃に同世代の濃密な交わりを通して受ける影響や体験が得られなかったことを意味します。また、若者の持つ大きなエネルギーが抑え込まれ発散されないことは、個人の人格形成の観点だけでなく、活力ある社会形成にとっても大きな損失であると考えます。

組織の抱える課題を解決するためには、その担い手の育成もセットです。コロナを機に、将来何を残したいのかを明確にして、若い世代を信じて思い切った投資をしていくことも必要になるでしょう。一方で思い切った施策は、その恩恵を受けられない層からの反発を招き、やがて分断をもたらす危険性も孕んでいます。分断を避け生き生きとした組織を持続するためには、慎重なケアも必要になるでしょうが、そのカギは施策そのものよりもむしろ年長者のマインドセットや行動変容にあるのかもしれませんが。それらを踏まえて私たち一人ひとりが次世代へできることを真剣に考え、実行していくべき時が来ています。

非居住者が、日本国内の不動産を処分する場合  
私は、海外に居住しています。  
10年前に購入した日本にある不動産を、私の居住国にある関連会社に移転したいと考えています。移転方法や日本の税制について教えてください。

### 1. 移転の形態

- ・生前贈与 不動産所有者が生前に贈与する
- ・死因贈与 不動産所有者が自身の死亡を原因として贈与する
- ・遺贈 遺言により譲り渡す
- ・売買 代金を支払って不動産を売主から買主へ移転する

### 2. 日本国内の税制の取り扱い

#### (1) 贈与・遺贈する場合

##### 贈与者・遺贈者

移転時の時価で譲渡したものとして、譲渡所得税が課税されます。

例 時価3億円、取得費2億円、譲渡費用920万円  
譲渡所得金額: 3億円 - (2億円 + 920万円) = 9,080万円  
所得税: (9,080万円 - 48万円 × 1) × 15.315% = 1,383万円

##### 受入れる会社

移転時の時価で受け取ったものとして、受贈益を計上して課税されます。

例 時価3億円  
法人税: 3億円 × 23.2% = 6,960万円

##### 登録免許税

移転先の会社は、所有権移転の登記による登録免許税を負担します。

例 不動産の固定資産税評価額 1.8億円  
登録免許税: 1.8億円 × 2% = 360万円

#### (2) 売買する場合

##### 売主

譲渡時に、譲渡金額の10.21%を差し引かれて譲渡金額を受け取ります。<sup>(※2)</sup> 差し引かれた金額は、確定申告で精算します。

例 売買価額3億円、取得費2億円、譲渡費用920万円  
売買時: 3億円 × 10.21% = 3,063万円  
確定申告:  
譲渡所得金額: 3億円 - (2億円 + 920万円) = 9,080万円  
所得税: (9,080万円 - 48万円 × 1) × 15.315% - 3,063万円 = ▲1,680万円

##### 買主の会社

売買による課税は生じません。

##### 登録免許税

令和5年3月31日までの登記の場合、税率は土地:1.5%、建物:2%です。

例 固定資産税評価額 土地:1.62億円、建物:0.18億円  
登録免許税: 1.62億 × 1.5% + 0.18億円 × 2% = 279万円

#### (3) 贈与・遺贈と売買の比較

贈与・遺贈と売買を比較すると、下表のように贈与・遺贈の方が会社で計上する受贈益課税と登録免許税の税率差の分だけ負担が多くなります。上記例では、その差は7,041万円となります。

贈与・遺贈 (ダブル課税)	贈与者・遺贈者	所得税	譲渡課税	確定申告	譲渡益の15.315%(長期譲渡の国税) ・非居住者のための住民税はなし
	受贈法人	法人税	受贈益課税	確定申告	・時価に対する法人税 ・外国法人のため住民税はなし
	受贈法人	登録免許税			不動産の固定資産税評価額の2%
売 買	売主	所得税	譲渡課税	譲渡時 確定申告	譲渡対価の10.21%(源泉徴収) ・譲渡益の15.315%(長期譲渡の国税)→通常は源泉徴収税額の精算により還付 ・非居住者のため住民税はなし
	買主	登録免許税			・土地の固定資産税評価額の1.5% ・建物の固定資産税評価額の2.0%

※不動産取得税は、上記の方法により差がないため比較の対象外としています。

日本国内の税制は、不動産の移転について取引形態、所有者と相手先の住所や所在地などの事情により、結果は様々ですので事前のご相談をお勧め致します。

参考書籍:「海外勤務者の税務と社会保険・給与Q&A」藤井恵著 清文社

税理士 野呂 和代



# インフルエンサーマーケティング

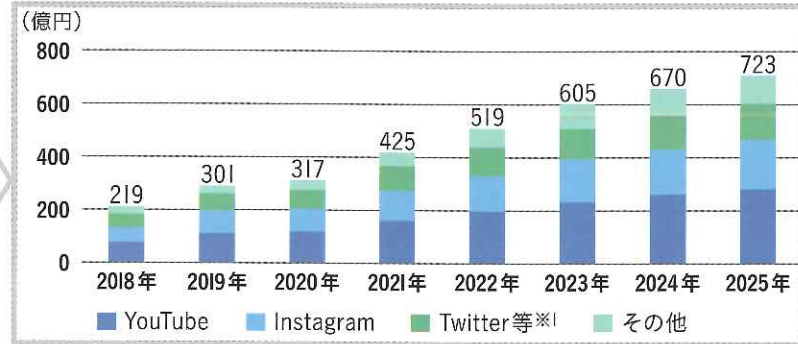


近年、インフルエンサーマーケティングの市場規模が拡大傾向にあります。

インフルエンサーマーケティングとは、芸能人や有名YouTuber、インスタグラマーなど影響力がある人物（インフルエンサー）に企業が広告発信を依頼し、SNS上などで特定の商品やサービスを紹介してもらうことで、その認知度を高めたり購買意欲を促進したりするマーケティング手法をいいます。

その市場規模は今後も拡大が見込まれており、2021年の市場規模は425億円、2025年にはその約1.7倍の723億円になる見通しです。

## インフルエンサーマーケティングの市場規模推計・予測 2018年-2025年



※1 Twitter等には、ブログも含む  
 (出典：サイバー・パス/デジタルインファクト調べ 2020年10月)

調査結果の背景には、SNSの普及だけでなく、昨年からコロナ禍での外出自粛に伴いSNSの利用時間が増加したことで、巣ごもり需要と適合したことも要因として考えられます。新型コロナウイルス感染症の終息にはまだまだ時間を要することが想定され、直接会っての営業やイベント開催などが難しい中で、人との接触を出来る限り回避するために、このようなSNSを通じたマーケティングが注目されています。

インフルエンサーマーケティングの大きな特長として、SNSを通して発信・拡散されることで、より多くのユーザーに認知してもらえることや、インフルエンサーから消費者目線で商品やサービスを紹介してもらえるため、ユーザーの共感を得やすいことなどが挙げられます。

この他にも数多くの利点がありますが、その活用方法を誤ってしまうと企業に悪影響を及ぼす可能性もあるため、十分に注意が必要です。

利点	課題
<ul style="list-style-type: none"> <li>• SNS上で発信されることで、情報が拡散されやすい</li> <li>• 消費者目線のレビューにより、ユーザーの共感を得やすい</li> <li>• フォロワーの属性に応じたターゲティングが可能</li> <li>• SNS上で行われるため、データの取得や効果の分析を行いやすい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 起用するインフルエンサーの選定が難しい</li> <li>• ステルスマーケティング(ステマ=やらせ)だと誤解される可能性がある</li> <li>• 投稿内容の管理が難しく、炎上リスクがある</li> </ul>

特に、ステマとの誤解を招いた場合やモラルや配慮に欠けた投稿がなされた場合には、インフルエンサー自身の炎上リスクがあり、結果として企業の信用も大きく損なう可能性もあるため、実施する際には細心の注意が必要です。

このようなリスクに対する管理体制の構築は必須ですが、上手に活用することで企業の商品・サービスの認知スピードや拡散範囲は、一夜で日本中のみならず世界にまで発信されるため、従来とは比較にならない効果をもたらす可能性があります。

より良い商品やサービスを開発・提供するという、企業経営の本質の部分はこれまでと変わることはありませんが、広告主もメディアも新たな企業広告の手段の一つとして、インフルエンサーマーケティングの活用を積極的に検討する時代になったと思われます。

公認会計士 鈴木 洵平

# インボイス制度(適格請求書等保存方式)の導入

令和3年10月1日より適格請求書(インボイス)発行事業者の登録受付が開始されます

## 1 区分記載請求書と適格請求書(インボイス)との違い

インボイスとは、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ための請求書や納品書、その他これらに類する書類のことをいいます。

● 現行の区分記載請求書とインボイスとの記載事項の比較

区分記載請求書(現行)	インボイス
<p>〇〇(株) 御中 (株)△△</p> <p>●年■月分</p> <p>■月▲日 割りばし 550円</p> <p>■月▲日 牛肉 ※5,400円</p> <p>合計 43,600円</p> <p>(10%対象 22,000円)</p> <p>(8%対象 21,600円)</p> <p>※は軽減税率対象</p>	<p>〇〇(株) 御中 (株)△△(T1234...)</p> <p>●年■月分</p> <p>■月▲日 割りばし 550円</p> <p>■月▲日 牛肉 ※5,400円</p> <p>合計 43,600円</p> <p>② 10%対象 22,000円 内税 2,000円</p> <p>8%対象 21,600円 内税 1,600円</p> <p>※は軽減税率対象</p>
<p>【記載事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・請求書発行事業者の氏名または名称</li> <li>・取引年月日</li> <li>・取引の内容(軽減対象税率の対象品目である旨)</li> <li>・税率ごとに区分して合計した対価の額</li> <li>・書類の交付を受ける事業者の氏名または名称</li> </ul>	<p>【記載事項】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・区分記載請求書に以下の事項が追加されたもの</li> <li>①登録番号(課税事業者のみ登録可)</li> <li>②適用税率</li> <li>③税率ごとに区分した消費税額等</li> </ul>

(出典：国税庁)

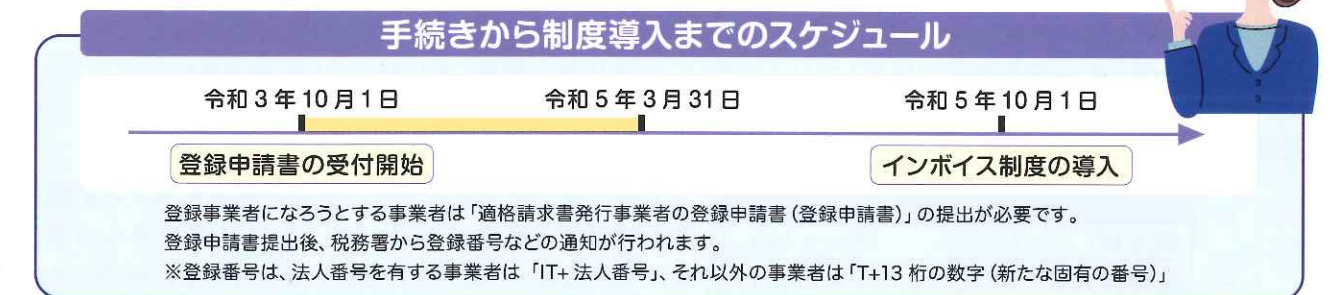
現行の請求書の記載事項に、①登録番号、②適用税率、③消費税額の3項目が追加されました。ただし、不特定多数の者に対して資産の譲渡や役務を提供する事業者については、適用税率と消費税額等の記載は必ずれか1つとされ、書類の交付を受ける事業者の氏名又は名称の記載は不要です。

## 2 登録事業者となるための手続き・スケジュール

インボイス制度が導入される令和5年10月1日から登録事業者となるためには、令和3年10月1日から令和5年3月31日までに登録申請書を提出する必要があります。

同期間内において免税事業者が登録申請する場合には、課税事業者選択届出書を提出する必要はありません。尚、令和5年4月1日以後に登録申請する場合には、課税事業者選択届出書を合わせて提出する必要があります。

登録事業者(適格請求書発行事業者)のみが、適格請求書(インボイス)を交付することができます。



(出典：国税庁)

## 3 義務内容

- ・ 売り手側において買い手側から交付の請求があった場合には、適格請求書及び適格返還請求書を交付すること。
- ・ 買い手側において仕入れ税額控除の適用を受けるためには、必要事項を記載した帳簿と売り手側から交付を受けたインボイスを保存していること。

例外として、以下の取引についてはインボイスの保存が免除されています。

- ① 3万円未満の公共交通機関を利用した旅客運送
- ② 3万円未満の自動販売機又は自動サービス機により行われる商品の販売等
- ③ 郵便切手類のみを対価とする郵便・貨物サービス(郵便ポストに差し出されたものに限る)

これまで免税事業者として消費税の申告・納付を免除されていた事業者は、適格請求書を発行する登録事業者となるか、適格請求書を発行しない免税事業者となるかの選択が必要です。

税理士 田中英弘



Topics

# 東京証券取引所の市場再編

東京証券取引所では2022年4月から、市場一部・二部・マザーズ・JASDAQ (スタンダード及びグロース) の5つの市場区分が再編され、プライム市場・スタンダード市場・グロース市場の3つに移行します。

## 現在の市場区分の問題点

### ① 市場一部が最上位市場にもかかわらず、上場企業全体の6割が集中している。

その原因として、市場一部に直接上場する場合と比べ、二部やマザーズから鞍替え上場する基準が緩くなっていること、また上場廃止基準が上場基準より緩くほとんど退出がない、といった問題点が指摘されていました。

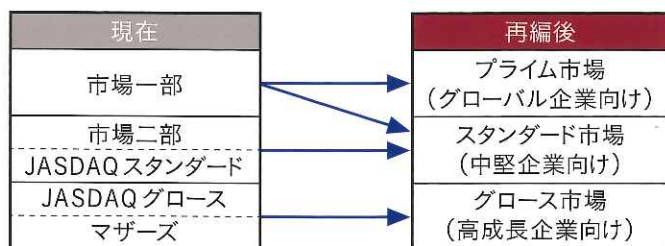
### ② 市場二部・マザーズ・JASDAQの位置付けで重複があり、分かりづらい。

JASDAQは大阪証券取引所と東証が統合される際、東証に取り込まれましたが、そのコンセプトに二部やマザーズと重複が生じていました。

## 新市場区分

原則として、現在の各市場の上場企業は矢印の先の市場に移行します。それ以外の市場に移行したい場合は、通常の新規上場審査を受ける必要があります。

注目すべきは、一部上場企業はプライム市場とスタンダード市場の2つから選択する点です。



## 新市場区分の上場基準

項目	プライム市場	スタンダード市場	グロース市場
株主数	800人以上	400人以上	150人以上
流通株式数	20,000単位以上	2,000単位以上	1,000単位以上
流通株式時価総額	100億円以上	10億円以上	5億円以上
時価総額	250億円以上	-	-
流通株式比率	35%以上	25%以上	25%以上

原則は新規上場基準と上場維持(廃止)基準が同様となり、市場移行でも同様の上場基準を満たす必要があります。特にプライム市場では、現行の一部へ直接上場する場合の基準をベースに設定されています。このため、二部やマザーズから鞍替え上場した企業や業績が低迷している企業は、当該基準を満たしていないことが想定されます。

**経過措置** 例えばプライム市場は下記のように、現在の市場廃止基準をベースに経過措置が設けられます。

項目	経過措置
株主数	800人以上
流通株式数	10,000単位以上
流通株式時価総額	10億円以上
流通株式比率	5%以上

上場企業が新市場区分の上場維持基準を満たさず経過措置を適用する場合は、あわせて「上場維持基準への適合に向けた計画書」の開示を行う必要があります。そのため成長への戦略が描けない企業はスタンダード市場を選択せざるを得なくなりそうです。

## 再編までのスケジュール

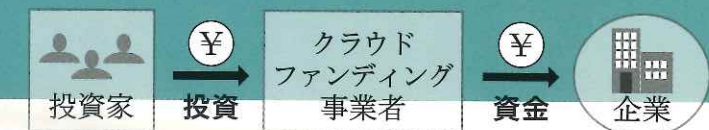
2021年6月30日	移行基準日、東証から上場企業に対して7月9日に新市場区分の上場基準に適合しているか否かを知
2021年9月～12月	上場基準を踏まえて、上場企業が新市場区分を選択
2022年1月11日(予定)	移行日に上場企業が所属する新市場区分の一覧が公表
2022年4月4日	新市場区分へ一斉に移行

すでに上場企業に対しては上場基準に適合しているか否かの通知が行われており、市場移行を行っている最中です。新聞報道によれば、一部上場企業約2,200社のうち600社超がプライム市場の基準を満たしていないとのことです。

2022年1月11日、各上場企業がどのような選択をするのかが注目されます。

公認会計士 三牧 潔

# 「株式投資型クラウドファンディング」による 資金調達



株式投資型クラウドファンディングとは、リスクマネー(ベンチャービジネスや経営不振企業などを対象にしたリスクを伴う投資資金)供給を目的に、2015年に創設された非上場株式の発行を通じた資金調達を行うための制度です。

世の中には、「ベンチャー企業を応援したい」という人はたくさんいますが、今までは良い仕組みがなかったために、そのお金がベンチャー企業に入りませんでした。株式投資型クラウドファンディングはそれを変える仕組みと言えます。

もちろん株式投資なので自由に資金を集められる訳ではなく、少額要件(一発行者による調達総額は年間1億円未満)やプラットフォーマー(金融一種免許がある会社)を経由しなければ募集できないといった金融商品取引法の規制はあります。

実際にクラウドファンディングを成功させた企業をみると、解体工事現場に低コストで安全なシステムを開発する「社会問題の解決に挑戦している企業」や、ネット上での円滑なコミュニケーションを実現する為の次世代二次元コード技術を研究している「新しい技術を生み出し未来を作る企業」といった、社会の発展につながる企業が資金を集めることに成功している印象です。株式投資型クラウドファンディングは、今後この様な社会に役立つ企業がもっと生まれる基盤になる可能性があります。

公認会計士試験合格者 山崎 真実

出典「農林水産省ホームページ」

街文化

岸本 優里枝

郷土料理

「りゅうきゅう」から学ぶ

食品ロス削減

先日、夕食で余ったお刺身を見て、旅先で食べた大分県の郷土料理「りゅうきゅう」をふと思い出しました。驚くほど美味しかったあの懐かしい思い出の味を再現できないかと思いつき、作り方を調べたことが、私が食品ロスについて考えるきっかけでした。

「りゅうきゅう」とは、新鮮な地魚を醤油、酒、みりん、ごま、しょうがで作ったタレと和えていたたく一種の保存食です。旬の魚を捌いた後の切れ端や余った刺身を使うのが一般的で、1年を通して食べられる無駄のない地産地消の保存食として地元に浸透していったといえます。

世界では深刻な食糧問題がある一方で、日本での食品ロスの量は年間600万t、そのうち家庭から発生する量は約5割近くの276万tにもなります。ここ数年減少傾向ではありますが、いまだ国民1人当たり1日茶碗1杯に相当する量(130g)が廃棄されています。

食品ロスの削減は、昨今よく耳にするSDGsの目標のひとつです(ターゲット12.3および12.5)。「りゅうきゅう」を通して知った食品を無駄にしない工夫を、消費者である私達が意識し習慣にすることで食品ロスを削減することに繋がると思っています。

郷土料理のような先人たちが受け継がれた知恵や各地で伝承される文化が、現代、そして未来の問題解決に導く助けになると改めて実感しました。



一言

## デジタル遺産



「デジタル遺産(資産)」とは、スマホやパソコンなどの電子端末、あるいはネットワーク上で保有管理されている電子データ全般を指します。

令和2年度総務省情報通信白書によると、スマートフォンの世帯保有割合は8割を超えており、今や生活必需品となっています。

最近では、「お気に入りの写真をSNSにアップロードする」、「生活費はQRコード決済で、振込・株式取引はネット口座で」といったことが当たり前前の日常になっており、電子端末には個人情報や金融資産情報(電子マネー、株取引など)が詰まっています。

放置したまましていると「デジタル遺産の申告漏れ」、「FX取引で相場が急変動して多額の追加証拠金が必要になった」、「故人のSNSアカウントを使って犯罪行為が行われた」などのトラブルが発生する恐れがあります。

端末内の重要情報は、ID・パスワードで守られているため本人以外では解約等の手続きが非常に困難です。トラブルを未然に防ぐためにも「デジタル遺産(遺品)」の存在や、ID・パスワードなどを近親者へ事前に伝えておくことが、今まで以上に重要となります。

(アナログ太郎)

## デジタル庁 発足

新型コロナウイルス感染症禍では、現金給付に伴う行政手続きの遅れや連携不足が露呈しました。また、電子行政の取組具合でも日本は世界各国に遅れをとっています。

こうした状況を打破すべく、令和3年9月にデジタル庁が発足しました。デジタル庁が予定している業務のひとつにマイナンバーの普及があります。マイナンバーカードを全国民に行き渡るようにするほか、マイナンバーカードと運転免許証の一体化といった活用促進が計画にあげられています。

また、各種給付金の申請後、即時に入金できるように、マイナンバーと銀行口座の紐づけを促進する案が提案されています。現在紐づけの申請が出来るのは金融機関の窓口のみですが、マイナポータルサイトからオンライン手続きで、マイナンバーと複数の銀行口座をまとめて紐づけできるようにするというものです。

さらには、行政機関全体で情報を共有するためのクラウドを整備し、ワンスオンリーのサービスを提供する計画が進められています。

ワンスオンリーとは「一度提出した情報は再提出不要」の考え方で、例えば住民票の写しの添付不要化といった取り組みです。今後のさらなるワンスオンリーサービスとして、例えば転出届と転入届、印鑑登録など、関連する内容の手続きが一本化されていくことも期待されます。

河村 哲也



中野公認会計士事務所  
NAKANO C.P.A. OFFICE

発行所 中野公認会計士事務所  
〒602-0054 京都市上京区今出川通小川西入  
TEL.075-431-4361 FAX.075-431-4365  
<http://www.nakano-cpa.com/>

発行人 中野 雄介



▲  
バックナンバーはこちらから  
ご覧いただけます

表紙写真  
「秋、見つけました」  
こんな時代だからこそ、自然の移ろいを  
愛でる心を大切にしたいものです。

浅野 良治  
(清友監査法人)