

消費税率アップ対応セミナー!

主催
日時
場所

増税前に経営者が 理解する事ズバリ!

消費税増税の理解と経営者の
利益意識の向上

株式会社 アイユート



代表取締役：服部 正雄

株式会社 アイユート
代表取締役 服部 正雄

思い...

35年余りの経理・総務畑での経験を生かし、
中小建設業の『脱！どんぶり勘定』の補佐役として、
2007年に創業。

厳しい業界の中で勝ち残るために、
『計数管理』と『意識改革』の必要性を
1人でも多くの社長に理解していただき、
中小建設業の勝ち残りに寄与しています。



< 経歴 >

1952年名古屋に生まれる。卒業後、総務・経理畑一筋のサラリーマン生活。
特に、設備工事業、ハウスメーカーにて
“原価管理の改善”、“事業計画の作成”など、数々の経営改革を実践。
現在に至る。

〔経済産業省 後援/ドリームゲート・アドバイザー〕

〔名古屋市新事業支援センター 専門相談員〕〔名古屋市小規模事業金融公社 経営アドバイザー〕

〔名古屋商工会議所 会員〕〔建設業経理事務士〕

I 消費増税の概要

I - ①消費税の歴史

<1979年>

昭和54年1月

同年10月

総選挙で惨敗

(竹下登)氏は蔵相

大平首相が一般消費税の導入閣議決定

<1987年>

昭和62年2月

同年5月

廃案 (竹下登)氏は自民党幹事長

中曽根首相が売上税の関連法案を国会提出

<1988年>

昭和63年12月

(竹下登)首相の時消費税法成立

(1989年)

平成元年
4月1日より

消費税率 (3) % 始まる

1997年

平成9年
4月1日より

橋本首相の時消費税率 (5) % に増税

2004年

平成16年
4月1日より

免税事業者の免税点 (3千万) ↓ 1千万に引き下げ (

簡易課税制度の適用上限 (2億円) ↓ 5千万に引き下げ)

(2014年)

(平成26年)
4月1日より

(指定日平成25年10月1日) 消費税率 (8) % に増税

2015年

平成27年
10月1日より

(指定日平成27年4月1日) 消費税率 (10) % に増税予定

I 消費増税の概要

I - ②消費税の種類

○免税事業者(売上高1,000万以下)届出(選択)

○簡易課税業者(売上高5,000万以下)届出(選択)

図表 簡易課税方式におけるみなし仕入率

第1種事業・・・卸売業	[90%]
第2種事業・・・小売業	[80%]
第3種事業・・・製造業・建設業・農業等	[70%]
第4種事業・・・その他の事業(飲食店業・金融保険業)	[60%]
第5種事業・・・不動産業・運輸通信業・サービス業(飲食店業を除く)	[50%]

I 消費増税の概要

I - ②消費税の種類

○本則課税業者(売上高5,000万以上)

・売上時に預かった消費税－仕入時に支払った消費税＝納付

○個別対応方式

仕入控除税額＝課税売上対応分に係る消費税額＋(共通対応分に係る消費税額×課税売上割合)

○一括比例配分方式

仕入控除税額＝その課税期間中の課税仕入等に係る消費税額の合計額×課税売上割合

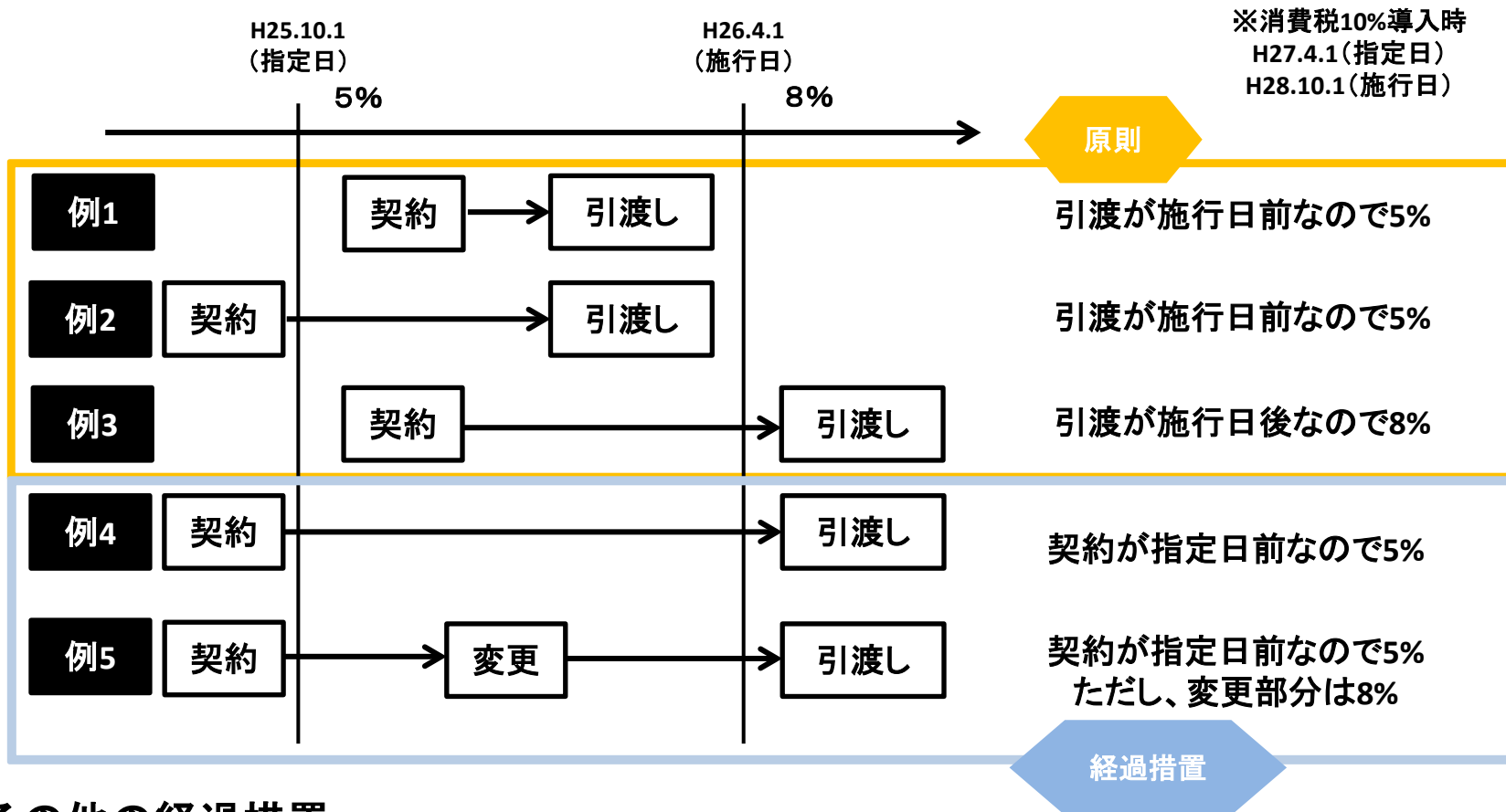
○消費税の税率内訳

	現行	平成26年4月1日～	平成27年10月1日～
消費税	4%	6.3%	7.8%
地方消費税	1%	1.7%	2.2%
税率(合計)	5%	8.0%	10.0%

I 消費増税の概要

I-③ 消費税率の経過措置

○工事請負への適用例



○その他の経過措置

- ・旅客運賃等 ・電気料金等 ・資産の貸付 ・指定役務の提供(冠婚葬祭の施設提供)
- ・予約販売に係る書籍等 ・指定新聞雑誌等 ・通信販売
- ・有料老人ホームの入居契約等

I 消費増税の概要

I - ④ 経過措置の対応と注意点

建設工事の経過措置注意点

○前受金(例 1・2・4・5)は5%

**○原則工事の前受金(例3)は8%
(10月以降の契約で4月1日以降の完成工事)**

○経過措置の対象は「工事請負契約」のみ

売買契約の建売住宅マンション中古住宅は原則対象外

○重要なのは契約日(着工日竣工日ではない)

○下請工事の請負契約も同様に適用

○公共工事の仮契約日も同様に適用

納材業者の注意点

納品日が3月31日迄は5%

(請求日ではない)

納品日付の圧力



I 消費増税の概要

I - ④ 経過措置の対応と注意点

小売業

○経過措置により税抜表示が可能(メニュー表・チラシ等)

(平成25年10月1日～29年3月31日迄)

税込価格の表示しなくてもよい=税抜表示可)

○消費者に誤解させない価格表示が必要

(1) ○○○(税抜き)

(2) ○○○(税抜価格)

(3) ○○○(税別)

(4) ○○○(税別価格)

(5) ○○○(本体)

(6) ○○○(本体価格)

(7) ○○○+税

(8) ○○○+消費税

表示方法	～2014年3月31日	2014年4月1日 ～2015年9月30日		予定				
	税率：5%			2015年10月1日 ～2017年3月31日 税率：10%の場合	2017年4月1日～ 特別措置法終了予定 税率：10%の場合			
外税	10,000円+税	そのまま	10,000円+税	そのまま	10,000円+税	変更	×	(内税①か②に変更)
内税①※	税込 10,500円 (本体 10,000円)	変更	税込 10,800円 (本体 10,000円)	変更	税込 11,000円 (本体 10,000円)	そのまま	税込 11,000円 (本体 10,000円)	
内税②	税込 10,500円	変更	税込 10,800円	変更	税込 11,000円	そのまま	税込 11,000円	

I 消費増税の概要

I - ④ 経過措置の対応と注意点

○広告媒体の価格の変更

○26年4月1日に全値札の変更は必要か？

- ・新税率の適用後も旧税率に基づく税込表示が残る場合
- ・新税率の適用前から新税率に基づく税込表示が行われる場合
- ・店内等で税抜表示や旧税率に基づく税込価格等の表示が混じる場合

○値引等の広告表示に注意

- ・消費税分を値引する宣伝や広告は禁止
- ・消費税は当店が負担等も禁止

〈「消費税」という文言を含まない表現は、何が認められる？〉



消費税との関連性がはっきりしない
「春の生活応援セール」



たまたま消費税率の引き上げ幅と一致するだけの
「3%値下げ」

I 消費増税の概要

I-⑤ 消費増税特需と予測

○前回(平成8~9年)の消費税特需と反動

- ・前回同様、経過措置があった
- ・平成8年はハウスメーカーを中心に10%以上の売上UP
- ・平成9年は反動で10%売上ダウン
- ・但し、公共工事の予算額は平成9年迄上り調子で民間分カバー

○今回

- ・前回同様、ある程度の特需ありそう(アベノミクスとの兼ね合い)
- ・住宅供給過多もあり、前回ほどではないと予測
- ・住宅ローン控除の拡大対象は8%物件
- ・公共工事の予算増の期待
- ・1年半後の10%移行もあり、不透明感強い



I 消費増税の概要

I - ⑤ 消費増税特需と予測

【消費増税の影響に対する主な市場の見方】

(業種)

住宅・不動産

自動車・家電

百貨店

銀行

建設

たばこ・食品

運輸

コンビニ・スーパー

医薬品

(消費増税の影響)

駆け込み需要・反動減

駆け込み需要・反動減

高額品に駆け込み需要・反動減

住宅ローンに駆け込み需要・反動減

住宅比率小さい。公共投資の議論が焦点

値上げで転嫁可能、影響少なく

値上げで転嫁可能、影響少なく

日常消耗品や必需品は影響少なく

増税に絡む薬価改定で収益下押し



Ⅱ 増税時の対策

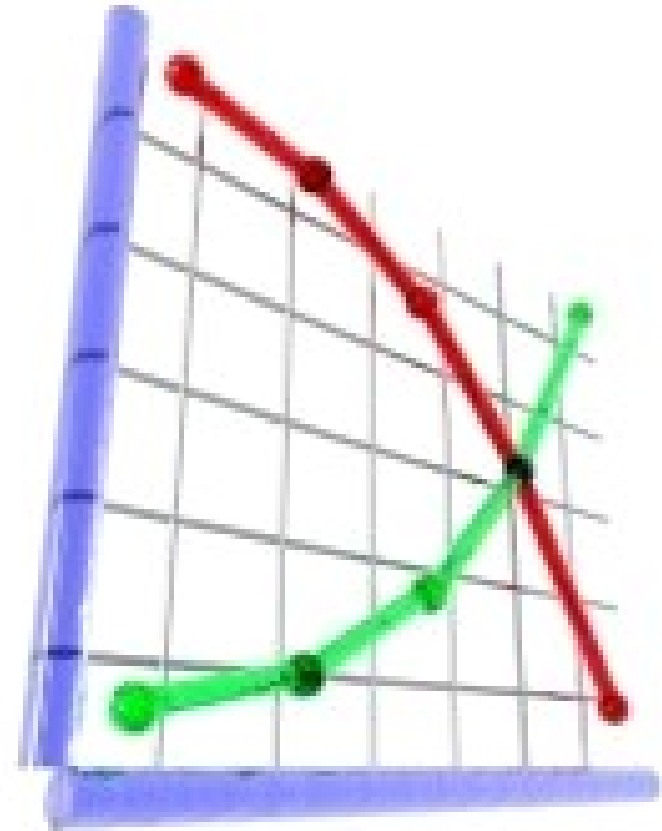
Ⅱ－① 駆け込み需要の対応

○駆け込み需要の対応

- ・3月31日が分岐点
- ・建設工事の場合
3月31日 32日 33日……
全て3月31日に工事終了
- ・部材不足 職人不足

○駆け込みバブル商品の特徴

- ・買い慣れているもの
- ・保存がきくもの
- ・必ず使うもの
- ・比較的安価なもの
- ・流行に影響されないもの

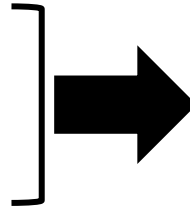


Ⅱ 増税時の対策

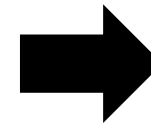
Ⅱ－② 在庫不足による機会損失

○販売計画

- ・製品別
- ・地域別
- ・業種別
- ・担当別



金額、数量の設定



活動計画
実践

○仕入計画

- ・販売計画に合わせる
- ・締切日の意識(資金繰り)

○滞留在庫と過剰在庫

(デッドストック) (オーバーストック)

- ・資金繰りに与える影響
- ・黒字倒産？



Ⅱ 増税時の対策

Ⅱ－③ 混在する税率の対応(5% 8% 10%)

- リース契約は将来3本立になる
引落時の仕訳は賃借料1本(会計処理)
- 見積書は消費税別途表示
- 20日×切の請求書対応
(3/21-3/31は5%) (4/1-4/20は8%)
- 3月迄の売上分が4月以降返品、値引時の税率
- 課税仕入 非課税仕入の区別

Ⅱ 増税時の対策

Ⅱ-③ 混在する税率の対応(5% 8% 10%)

- ・会計システム 基幹システムの対応確認
- ・社内の消費税に対する理解
- ・税理士さんへの説明(お任せは×)
- ・中小企業税制 助成金等情報収集



Ⅲ 増税後の資金繰り対応

Ⅲ－① 消費税の発生時と納付時

中間申告は直前の課税期間の確定消費税額に応じて、次のようになる。

直前の課税期間の確定消費税額	48万円以下	48万円超～400万円以下	400万円超～4,800万円以下	4,800万円超	
中間申告の回数	中間申告不要	年1回	年3回	年11回	
中間申告提出・納付期限		各中間申告の対象となる課税期間の末日の翌日から2月以内			-
中間納付税額		直前の課税期間の確定消費税額の1/2	直前の課税期間の確定消費税額の1/4	直前の課税期間の確定消費税額の1/12	
1年の合計申告回数	確定申告1回	確定申告1回 中間申告1回	確定申告1回 中間申告3回	確定申告1回 中間申告11回	

○発生は取引毎に発生 納付とのタイムラグ

○仮受消費税－仮払消費税＝納付税額（未払消費税）

（資金繰り上無利子で運用）

○滞納者に対する取立

○ポイントは正しく転嫁する事

（建設会社からの税込の発注書に注意）

Ⅲ 増税後の資金繰り対応

Ⅲ-① 消費税の発生時と納付時

例 **本体価格1,000万の商品**

4月に税込1,050万の発注書

本体価格 1,000万 × 本体価格 9,722,222

消費税 50万 消費税 777,778

仕入時

本体仕入 8,000,000

消費税 640,000

粗利益は200万ではなく、

$9,722,222 - 8,000,000 = 1,722,222$ 円となり、



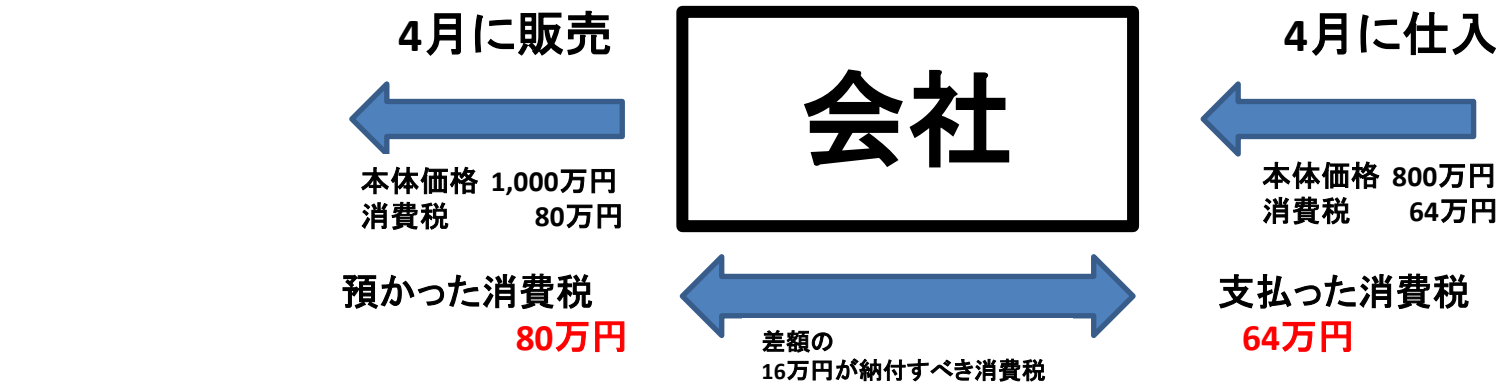
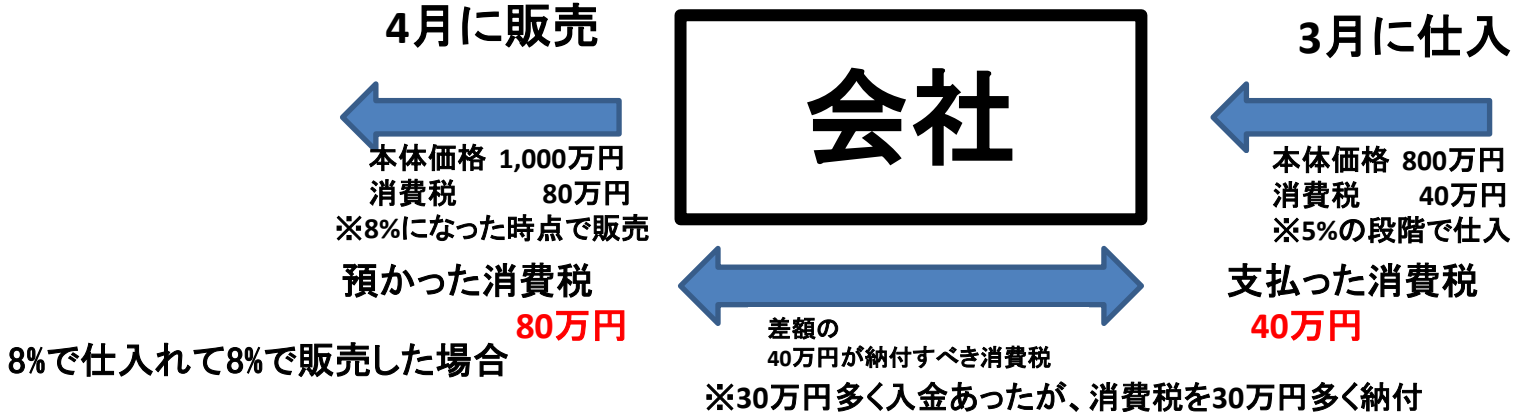
277,778円分
消費税は4月以降
8%分で換算



277,778円
結果的に粗利益
の減少となり
損する! ?

Ⅲ 増税後の資金繰り対応

Ⅲ-② 税率アップと申告納税額



○粗利益＝200万円は変わらない

○但し、5%の時の場合 50万円－40万円＝10万円納付の為
6万円納付時の金額が増加

○10%になれば、業績は同じでも納付時の金額は2倍(5%⇒10%)

○赤字でも消費税は発生する

人件費は消費税が不課税であるため、「支払消費税」が発生しない。

そのため、会社の決算は赤字でも「仮受消費税>仮払消費税」となりがちで、赤字でも納付する消費税が発生する。

Ⅲ 増税後の資金繰り対応

Ⅲ－③ 納付時の資金負担

- 中間納付税額、確定納付税額のアップに対応
- 資金繰り表に納付金額を入れる
- 毎月の月次試算表等から納付税額(預り資金)を意識
- “消費税貯金”の考え方
消費税納付負担の為の備えとして別途口座に預金

目安

	消費税が5%	消費税が8%	消費税が10%
消費税貯金	売上の2%～3%	売上の3.2%～4.8%	売上の4%～6%

- 資金管理の重要性を認識

Ⅲ 増税後の資金繰り対応

Ⅲ－④ 売掛金の回収と仮受消費税

○売掛金が回収出来ないと仮受消費税も回収出来ない

例 売上発生時

本体価格 1,000万 = 売掛金 納付時
仮受消費税 80万 = 1,080万 仮受消費税 80万－仮払消費税64万＝16万円納付

回収出来ないと、仮払として支払った64万と納付した16万 計80万円は、
資金繰り上立替となる

○売掛金の管理が重要



IV 与信管理と資金調達

IV—①

なぜ建設業に倒産が多いか??

- 市場規模の縮小(業者数)
- 工事期間が長い
- 金額が大きい(運転資金が必要)
- キャッシュの動きと収益の計上に時間のズレが生じる
- 完成工事、未成工事の管理が出来ていない
- 正しい原価が把握されていない
- 赤字工事も請けざるをえない
- 大手ゼネコンは【請金－経費＝支払】

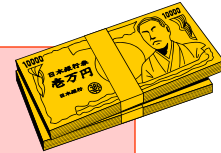


IV 与信管理と資金調達

IV-② 入金 > 出金

勘違いしている社長の話

景気が悪くなるので
早くお金を返さないかん?!



返済は、出金
借入は、入金



売掛管理の関心不足

えっ!

黒字倒産!

えっ!

赤字続きでも
倒産しない会社!

IV 与信管理と資金調達

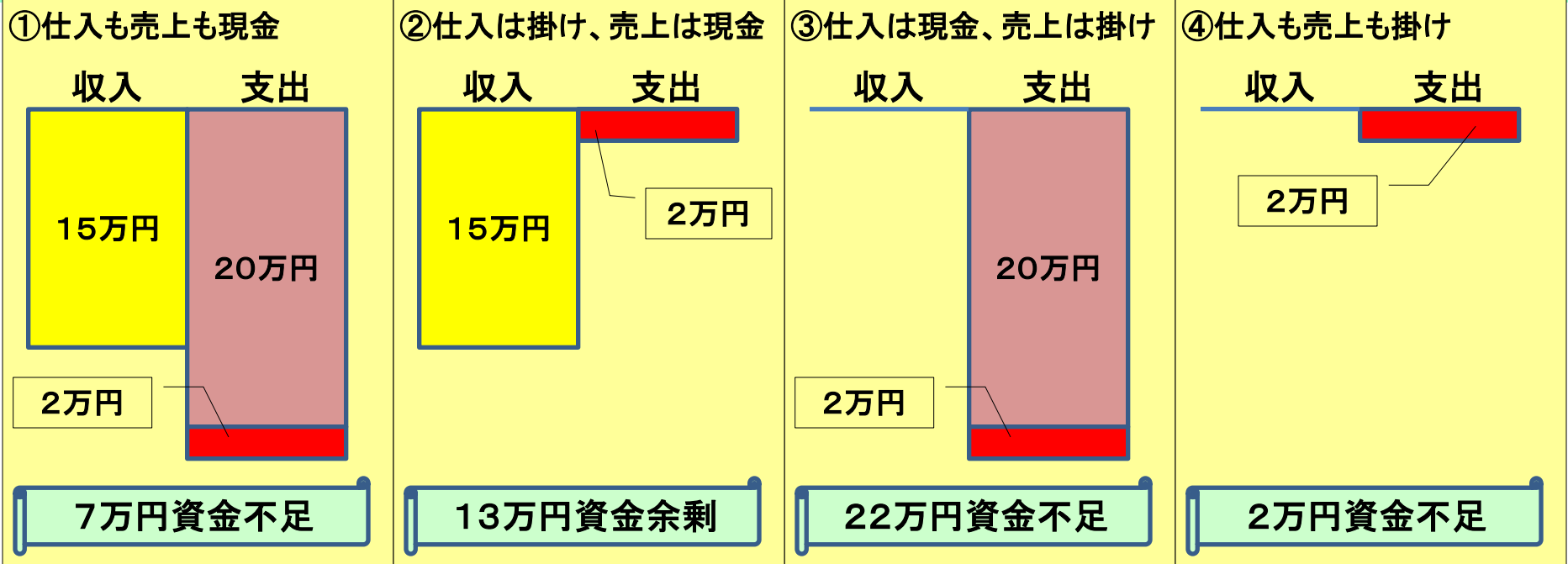
IV-③ 収支と収益の違い

お金がいくら足りないか
 又、いくら余るか(キャッシュフロー) <収支>
 という事と
 いくら売上げて、いくら儲かったか <収益>
 は、全く別です

資金は現金主義
 利益は発生主義

だから資金管理は
 重要です！

10万円の商品を2個仕入れ、その内1個を15万円で売りました。経費は2万円です。
 利益はどれも $15万円 - 10万円 - 2万円 = 3万円$
 資金は、4パターン。〔経費は現金支出〕



IV 与信管理と資金調達

IV-④ 与信管理(与信のミスで優良会社も窮地に)

<目的>・「リスクはつきものだが、なるべくリスクから遠ざかる」

例えば、内容の良い会社か、悪い会社か知らなくて取引をしている手形を取っている会社と、仮に取引はしていても相手の状況を知っていれば、業界の噂、社員の動向、給与の未払い等つかんで、いち早く手を打てる。

知っているのと、知らずに付き合うのでは、大きな違い！

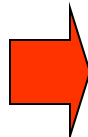
20%を占める取引先

手形回収・割引済み

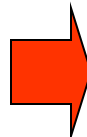
倒産



- ・割引手形買戻し資金
- ・売掛金回収不能
- ・仕掛工事ストップ
- ・即20%の受注先失う



銀行の条件
厳しくなる



情報入手の仕入先
条件変更



IV 与信管理と資金調達

IV—⑤ 資金調達能力

あと、いくらぐらい会社で借りられるか。

・・・自分の会社へ出せる預金は？

・・・担保余力は？

会社の資金調達能力

個人の資金調達能力

社長さん、こんな事を考えたことありますか？

調達能力拡大

V 利益計画と利益感度分析

V-① 見栄えの良い決算書

	✖	○	✖	○
売上	1,000	1,050	1,000	1,000
原価	750	750	750	750
粗利益	250	300	250	250
販管費	270	270	270	240
営業利益	△ 20	30	△ 20	10
営業外収益 (雑収入)	60	10	60	30
営業外費用	30	30	30	30
経常利益	10	10	10	10

Diagram illustrating the flow of adjustments between the two tables:

- From the first table (red border) to the second table (green border):
 - 営業外収益 (雑収入) decreases by 50 (60 to 10).
 - 営業外費用 increases by 30 (30 to 60).
 - 販管費 decreases by 30 (270 to 240).

V 利益計画と利益感度分析

V—② 年度利益計画 粗利益 > 固定費

売上 100	変動原価 85	
	粗利益 15	固定費 15

変動原価 と 固定費

固定費 の把握

粗利益 = 固定費

収支0の情態

V 利益計画と利益感度分析

V-③ 年度利益計画の立て方 粗利益 > 固定費

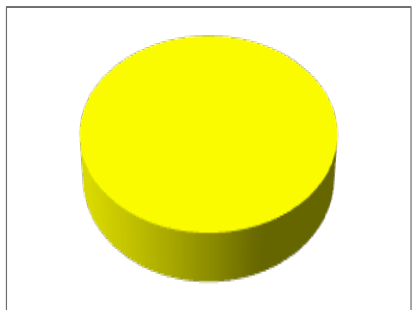
売上 100	変動原価 80	
	粗利益	固定費 15
		利益 5

- ① 目標利益を決める
- ② 固定費を具体的につかむ
- ③ 商品別・部門別・地区別・お客様別等具体的な粗利益率と粗利益額の合計 = 目標利益と固定費
- ④ 毎月売上高と粗利益額をチェック (粗利益額が重要)
- ⑤ 社員公示して売上、粗利益に興味を持たせて目標管理、利益意識向上を図る

V 利益計画と利益感度分析

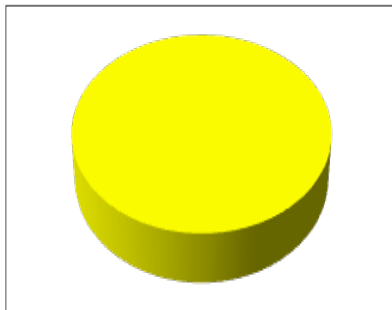
V-④ 目標達成グラフ

売上粗利益高 目標達成グラフ(平成26年7月期)



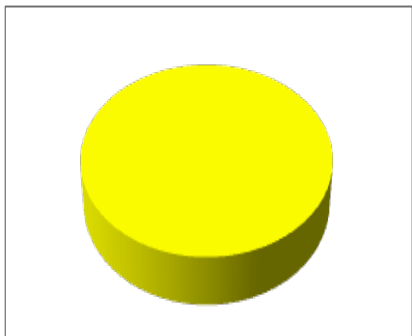
A商品	金額	達成度
粗利益高	5,000	100%

目標粗利益高	5,000	100%
--------	-------	------



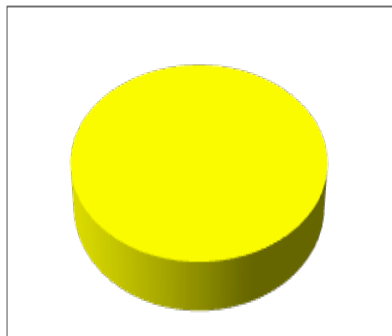
B商品	金額	達成度
粗利益高	7,000	100%

目標粗利益高	7,000	100%
--------	-------	------



C商品	金額	達成度
粗利益高	4,000	100%

目標粗利益高	4,000	100%
--------	-------	------

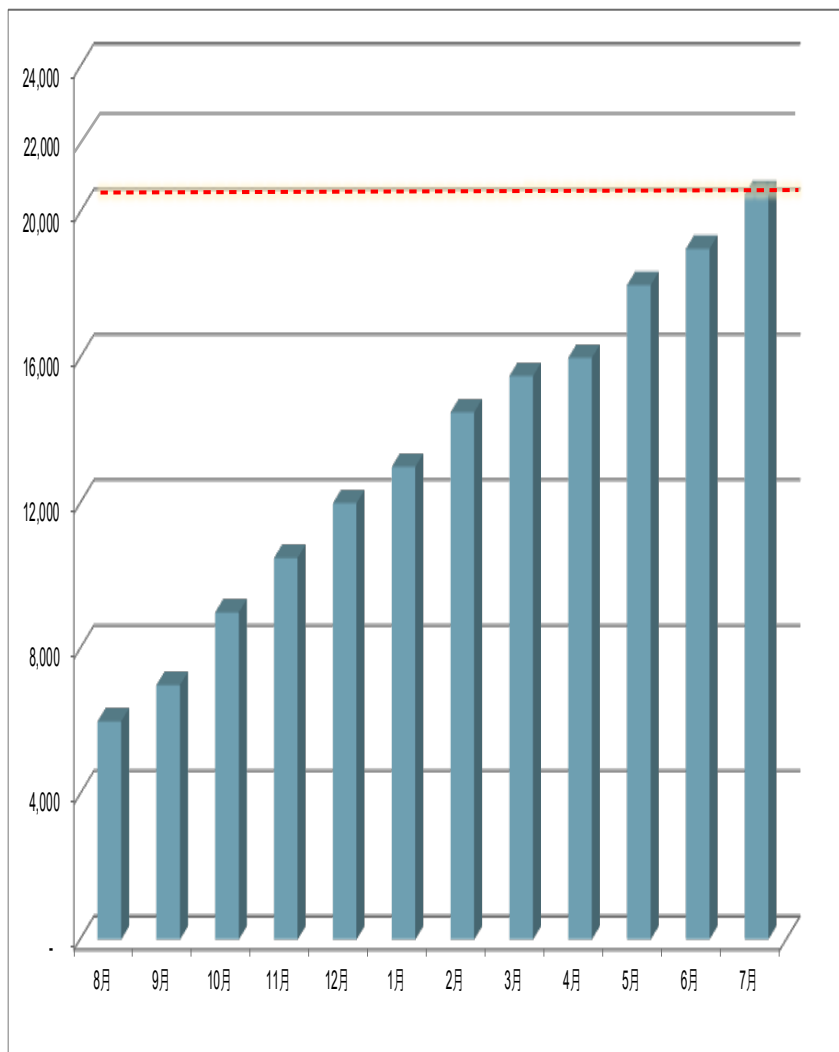


D商品	金額	達成度
粗利益高	4,000	100%

目標粗利益高	4,000	100%
--------	-------	------

単位：万円

単位：万円

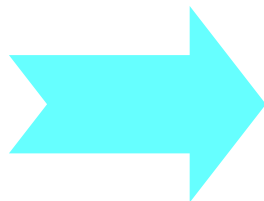


目標粗利
2億円

V 利益計画と利益感度分析

V—⑤ 限界利益額の把握

売上 10億	変動原価 8.5億	
	粗利益 1.5億 粗利益率 (15%)	固定費 1.7億
	赤字 0.2億	



売上 11.34億	変動原価 9.64億	
	粗利益 1.7億 粗利益率 (15%)	固定費 1.7億

- ・2千万の赤字をなくす為に売上を上げる方法
- ・2千万の赤字をなくす為の必要売上高は11億3400万
- ・13.4%のアップが必要

V 利益計画と利益感度分析

V—⑥ 利益感度分析

2千万の赤字をなくすには・・・

①固定費を下げる

1.7億→1.5億に下げると
 $1.5 / 1.7 = 88.24\% \rightarrow 11.76\%$
つまり、11.76%の固定費がダウンが必要

②原価低減の実施

8.5億→8.3億に下げると
 $8.3 / 8.5 = 97.65\% \rightarrow 2.35\%$
つまり、2.35%の原価がダウンが必要

③値引きを止める

又は、少し高く売ると
 $10.2 / 10 = 102\% \rightarrow 2\%$
つまり、2%の値引防止が必要

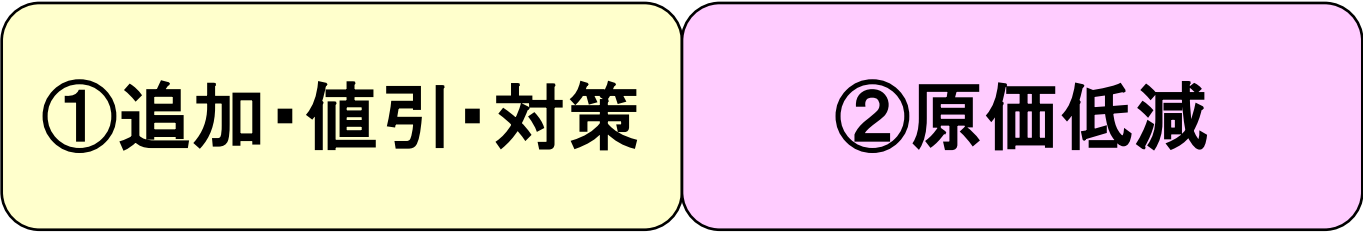
④売上アップ

$11.34 / 10 = 113.4\% \rightarrow 13.4\%$
つまり、13.4%の売上アップが必要

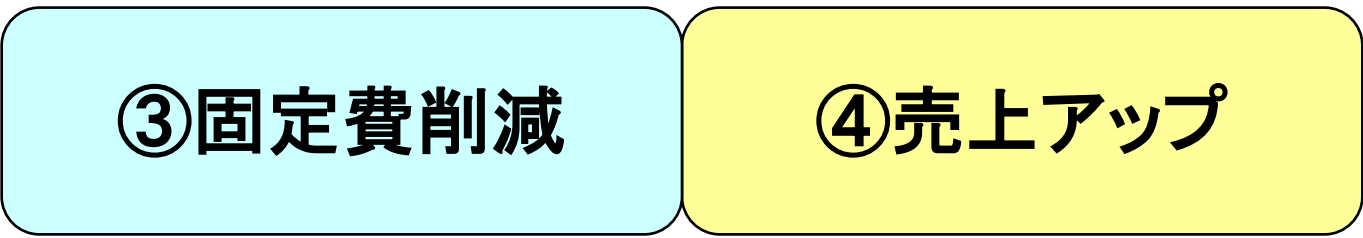
	変動原価 8.5億	
売上 10億	限界利益 1.5億	固定費 1.7億
	赤字 0.2億	



V 利益計画と利益感度分析
V-⑦ 経営改善戦略の策定



「固定費削減」「売上アップ」より重視



必要な事は、**計数管理**



利益意識の向上

社内へ浸透する仕組み作りを！