

News Letter

2023
July
Vol.214

ビジネス・アソシエツ あいわ税理士法人



発行元

(株)ビジネス・アソシエツ 108-0014 東京都港区芝 4-3-5 ファースト岡田ビル 7F TEL 03-5520-5330
あいわ税理士法人 108-0075 東京都港区港南 2-5-3 オリックス品川ビル 4F TEL 03-5715-3316 | FAX03-5715-3318

Contents

- ・ [デジタルインボイス](#)
- ・ [怒りのコントロール](#)
- ・ [パスワード使い回しのリスク](#)
- ・ [独自デザインの伝票入力画面](#)
- ・ [新 Web サイトと GA4](#)
- ・ [Plaza-i 最新バージョン情報](#)
- ・ [「リースに関する会計基準（案）」等の公表について](#)
- ・ [エンジェル税制の改正について～スタートアップ企業への投資の促進～](#)

II デジタルインボイス

電子インボイスとデジタルインボイス

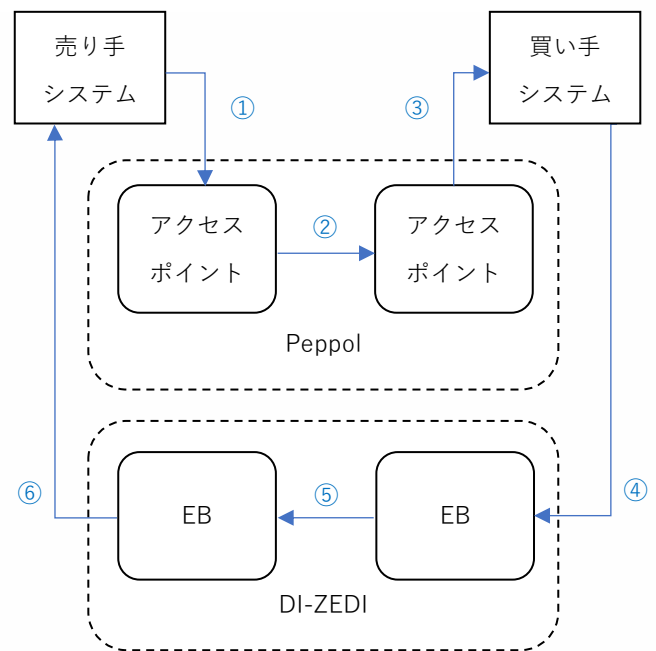
2023年10月からインボイス制度がスタートしますが、インボイス制度への対応と共に、インボイスの電子化による電子取引を検討されている方も多いのではないかと思います。

電子取引に対応するにあたり、比較的容易にできるのは、紙で出力しているインボイスをPDFにして相手先にメールで送る方法です。このように、紙のインボイスを電子データ化したものを「電子インボイス」と言います。手軽にできる反面、紙を電子に置き換えただけで手作業によるオペレーションも残り業務としては今までと大きく変わらないことから、デジタイゼーション(Digitization と呼ばれるデジタル化になります。

単に電子化するだけでなく、手作業を減らして業務効率を大幅に改善することを目指す場合、インボイスをデータのまま相手方に送り、関連する業務でデータを利用できるようにする必要があります。システムで自動処理することを前提にした構造化された電子インボイスのことを、「デジタルインボイス」と言います。デジタル化により業務プロセスの変革を目指すデジタイゼーション(Digitalization) と呼ばれるデジタル化になります。

デジタルインボイスのイメージ図

日本でも、デジタル庁が主導してデジタルインボイスの環境が整ってきています。次のイメージ図は、デジタルインボイスにより期待される業務の流れです。



- ① 売り手は、システムからデジタルインボイスを発行してアクセスポイントに渡します。
- ② 売り手のアクセスポイントから買い手のアクセスポイントにインボイスデータが流れます。
- ③ 買い手は、買い手のアクセスポイントからデジタルインボイスをシステムで受領します。
- ④ 買い手は、システムから振込データを作成し、EB (Electronic Banking) に取り込みます。

- ⑤ 買い手の EB から売り手の EB に振り込みデータが流れます。
- ⑥ 売り手は、EB から入金データをシステムに取り込みます。インボイス No をキーにして、確実に入金自動消込を実行します。なお、インボイス No を振込データで売り手に渡すには、③において、買い手の発注伝票番号などをキーにして、仕入とインボイス No を結び付ける、経費は自動で債務計上してインボイス No と結び付ける、といったような対応が必要になるかもしれません。

国際規格 Peppol

データを企業間でやりとりする場合、送り手と受け手でデータの構造を共有しておかないと、双方でデータを利用することはできません。そのため、インボイスなどの電子文書をネットワーク上でやり取りするための「文書仕様」「運用ルール」「ネットワーク」を定めた、Pan European Public Procurement Online (Peppol、ペポル) という国際規格があります。Peppol は国際的な非営利組織である Open Peppol が管理しています。日本のデジタル庁も、2021 年 9 月に OpenPeppol の正式メンバーになっています。欧州各国のみならず、オーストラリア、ニュージーランドやシンガポールなどの欧州域外の国も含め 30 か国以上で利用が進んでいるグローバルな標準仕様です。Peppol ネットワークに参加することで、参加する他の企業とデジタルインボイスをやり取りすることができます。

日本版 Peppol

Peppol ネットワークに参加すればデジタルインボイスをやり取りすることができますが、同じインボイス発行という業務でも、国ごとに商習慣の違いがあります。例えば、締め毎に請求する合算請求書は、日本特有のものと言われています。そこで、日本では、会計・業務システムベンダーや税務・会計の専門家が参加しているデジタルインボイス推進協議会 (E-Invoice Promotion Association、EIPA、エイパ) が、Peppol をベースに拡張した日本版 Peppol 「Peppol BIS Standard Invoice JP PINT」(以下、JP PINT) を作成し、2022 年 10 月 28 日に正式公表しました。

アクセスポイント

Peppol ネットワークでインボイスを送るには、ネットワークの入り口であるアクセスポイントからデータを送る必要があります。アクセスポイントのサービスは、Peppol の管理・運用等を行う Peppol Authority が認定した「認定 Peppol Service Provider」が提供することができます。日本の事業者では、アルトア株式会社 (弥生株式会社の子会社)、ファーストアカウントリング株式会社、富士通 Japan 株式会社、株式会社マネーフォワード、株式会社エヌ・ティ・ティ・データ・ビジネスブレインズ、株式会社オーグス総研、株式会社 T K C、株式会社トラベルデータ、ウイングアーク 1 s t 株式会社が認定されています。(2023 年 6 月 14 日時点)

また、インボイスを受け取る側も、受け手のアクセスポイントからデータを受け取ることになります。

今までは、企業間でインボイスをやりとりするには、クラウド請求書発行システムなどの仕組みを個別に用意する必要がありましたが、そのようなシステムが無くても、JP PINT に従ったデータをアクセスポイントと送受信すれば、Peppol ネットワークを通してインボイスデータをやりとりすることが可能になります。

データを蓄積することはできない

インボイス制度では、授受したインボイスのデータを残しておく必要がありますが、Peppol にはクラウド請求書発行システムのようなデータを蓄積する仕組みは無いようです。そのため、電子帳簿保存法に従ってインボイスデータをしっかりと蓄積しておく必要があります。なお、改ざん防止のための措置としては、「タイムスタンプ付与」や「クラウド請求書発行システムのような履歴が残るシステムでの授受・保存」といった方法以外にも、「改ざん防止のための事務処理規程を定めて守る」でも構わないとされています。その他、「日付・金額・取引先」で検索できるようにし、ディスプレイ・プリンタ等を備え付けておけば良いので、電子取引を蓄積するためのハードルは、それほど高くはありません。

全銀 EDI (DI-ZEDI)

全銀協は、2023 年 4 月 24 日に、JP PINT に対応した金融 EDI 情報表示「DI-ZEDI (ディーアイゼディ)」を制定したことを公表しました。DI-ZEDI が JP PINT と連携することで、インボイス番号をキーにした入金自動消込処理が可能になることが期待されています。現在も全銀協の入金データをシステムに取込みして自動消込をすることはできませんが、現状の入金データにはキーとなる情報が無いため、最初に発生した売掛金から順番に消込するなど、一定のルールで消込するしかありません。例えば、毎月定額で発生する請求とスポットで発生する請求が混在するような場合など、色々な売掛金に対してまとめて入金があると、どうしても思った通りには自動消込ができない場合があります。このように、現在は入金消込に苦労している場合でも、JP PINT と DI-ZEDI により、入金消込の完全自動化が実現するかもしれません。

おわりに

JP PINT は昨年に公表されたばかりですし、DI-ZEDI も今年に決まったばかりです。最初は PDF による電子インボイスで電子取引をスタートし、各社の Peppol の利用状況を確認してからデジタルインボイスを進めるのも一つの方法かもしれません。現在は、インボイスの送受信をサポートする SaaS が多く生まれ、今がチャンスとテレビ CM など多く流していますが、Peppol の利用が日本で広まった場合、これらのサービスの必要性が薄れる可能性もあります。

Peppol はインボイスだけでなく受発注などの他の電子文書をネットワーク上でやり取りするための仕組みであるため、日本版 Peppol もインボイスからスタートして成功したら、受発注など他の電子取引にも拡張していくのかもしれない。

Plaza-i においても、JP PINT や DI-ZEDI の普及状況やお客様のニーズを踏まえて、アクセスポイントへの請求データ転送、アクセスポイントからの請求データ取込、DI-ZEDI に対応した支払データの転送、DI-ZEDI に対応した入金データの取込等に対応することを検討していきます。

II 怒りのコントロール

はじめに

アンガーマネジメントという喜怒哀楽の中の「怒り」の感情と上手に向き合う方法が、ある程度体系化されていることを知り、その概要についてご紹介致します。筆者は、怒ってしまった後に、後悔することがありますが、後から冷静になって考えると、もっと別の言い方もあったと考えるこ

とがよくあります。

アンガーマネジメントの定義

この分野に関し、日本アンガーマネジメント協会（※1）という組織があり、会員は、数万人に及ぶそうです。こちらの協会では、アンガーマネジメントとは、1970年代にアメリカで生まれたとされている怒りの感情と上手に付き合うための心理教育、心理トレーニングであり、怒らないことを目的とするのではなく、他者との違いを受け入れ、怒る必要があることは上手に怒れ、怒る必要のないことは怒らなくて済むようになることを目標としている、とあります。感情の一つなのでなくせないが、上手く付き合おうということでしょう。例えば、青色発光ダイオードの発明で、ノーベル物理学賞を受賞した中村修二さんはモチベーションを高める方法を聞かれ、「怒りだ」と答えたそうです。

怒りのメカニズム

人はなぜ怒るのか、自分がこうあるべきだと信じている価値観、判断の価値基準にしているものをコアビリーフと呼ぶそうです。このあるべき姿・状態・言い方・ルール・形とのギャップに対し、怒りが生じるようです。職場や家庭で「こうあるべきはずなのに、なぜわかってくれないんだ」「そんなこと当たり前だろう」と怒りが生じたことは筆者の過去を振り返っても何度もあります。その怒りは、どういうメカニズムで怒りにつながるのか。①イベント発生・出来事遭遇②意味付け③怒り発生、の3段階です。①に対し、人は自分のコアビリーフに照らし合わせ、②意味づけをし、結果③怒りの発生となります。

怒りのコントロール方法

アンガーマネジメントでは、認識に問題があるから問題のある行動をする、という考え方に立ち、「認識の修正」と「行動の修正」の2点をセットで考え、コントロールしようという考え方を前提とし、コアビリーフの歪みを修正することを考えます。つまり、認識の修正方法を考えます。例えば実際に怒ったことの記録（アンガーログ）をつけて、自分の怒りの認識パターンを客観視することを基本とします。また「行動の修正」は怒りのままに行動しないようにするために「衝動のコントロール」と「長期的な行動の修正」の2種類があります。「衝動のコントロール」は、カットとなったときに、余計なことを言わない、しないようにし、「長期的な行動の修正」は、コミュニケーションの仕方でも誤解や不快を与えてしまう言い方を回避しつつ、自分の意見を主張するためのコミュニケーションの仕方を学ぶことです。

アンガーマネジメントでの重要ポイントは、「いかに怒りにくい仕組みをつくるか」であり、ストレスと怒りの感情は深く関係しているため、ストレスログを付けることも推奨しています。ストレスは、変えやすいもの（自分で除けるもの）と変えにくいもの（自分で除けない性質のもの）があると言います。除けるストレスは除き、それ以外は、受け入れる方が建設的と考えます。ストレスは4つに分類できると言います。

1. 重要かつ自分で変えられる
2. 重要かつ自分で変えられない
3. 重要でないかつ自分で変えられる
4. 重要でないかつ自分で変えられない

自分が何を最優先にしたいかを考え、それを基準にすることで自分が変えられること、変えられないことの区別をつけ、変えられないことは受け入れるように心がけることで、

ストレスに振り回されることを減らそうということです。このように怒りを記録化し、自分の怒りのパターンを客観視するだけで、アンガーマネジメントができる人も少なくないそうです。書くだけでもストレスは激減するそうです。

もう一つ、怒りにくい仕組みのためにトリガー思考という考えをご紹介します。これは、コアビリーフが怒りの発生源であるのに対し、その怒りが表面に出るときのきっかけです。怒りのきっかけ、引き金の傾向を探ることを通じて自分の意識や考えと向き合うことが重要なようです。

終わりに

怒りをコントロールするためのアンガーマネジメントをご紹介します。衝動的に怒ってしまい、他人を傷つけてしまったとしても一度言ってしまった言葉は取り消せません。怒りのコントロールの一助になれば幸いです。

※1 一般社団法人 日本アンガーマネジメント協会

<https://www.angermanagement.co.jp/>

※2 参考図書

日本アンガーマネジメント協会代表理事 安藤俊介『アンガーマネジメント入門』（朝日文庫 2022年4月30日第17刷発行）

II パスワード使い回しのリスク

先日スマホが故障したため買い替えしました。電話帳やアルバムは外部バックアップで楽に復元できましたが、アプリ移行に手間取りました。

使っているアプリは10種類くらいかなという感覚でしたが、いざリストアップすると電子マネー、金融系、メールやSNS、そして特に多かったのがショッピング系で、あまり使っていないアプリも少額のポイント惜しさに再インストールしました。結局40種類以上あったのですが、インストール以上に面倒だったのがIDやパスワードを全部認証し直す作業です。

サービスによって英字の大文字/小文字、数字、●文字以上などルールが異なり、記号必須であったり対応している記号がバラバラだったり、全く記憶も記録もしていなかったため大量のパスワード再発行作業にうんざりしながら何とか完了しました。それでもいくつか同じパスワードだったサービスは楽に認証できて良かったという一方、使い回しの危険性も感じた一件でした。

パスワードを使いまわしている人は87.6%

パスワード使い回しについて2022年10月にAironWorks株式会社が10代～70代の全国の男女約700名を対象としたアンケート調査結果があります。

抜粋すると

- プライベートで利用するWEBサイトやアプリで、同一のパスワードを使いまわしている人は87.6%
- そのうち、5つ以上のサービスで同一のパスワードを使いまわしていると答えた人は49.3%
- 仕事用とプライベートで同一のパスワードを1つ以上使いまわしていると答えた人は44.1%

となります。

1つのサービスから情報が洩れると、連鎖的に他サービスで不正アクセスされる

内閣サイバーセキュリティセンター（NISC）ではパスワー

ド使い回しのリスクを警告しています。パスワードを使い回している人を狙った「パスワードリスト攻撃」と呼ばれる攻撃があります。あるネット上のサービスが外部から攻撃を受けたり、悪意ある社員が情報を持ち出す等で情報が漏洩したとします。

もし 20 のサービスで同じ ID とパスワードを使いまわしていた場合、1 つのサービスから情報漏洩すると 20 サービスで不正アクセスされる可能性があります。またブラウザの自動記憶機能やパスワード管理サービスを利用している方も少なくないと思いますがマルウェアやパスワード管理サービスへの攻撃などによりパスワードごと盗まれるリスクがあります。

先のアンケート結果について本音を言うと、サービスごとに全部違うパスワードにしている人が 10% 以上いるという事に驚きましたが、住所氏名電話番号、メールアドレスといった個人情報登録が必須のサービスも少なくないため意識を変えないと危険という事でしょう。

NISC ではこれら対策としてパスワードを紙のノートやメモ帳機能で書き留めておくことを案内しています。覚えられないからと 1 つのパスワードを使い回すくらいなら、サービス毎に別のパスワードを作って何かに書き記して安全な場所に保管した方が良く、PC やスマホの機能やアプリを使いこなすのが難しいと思う方には紙媒体が最適解という事です。メモ帳機能も多要素認証で守られたクラウド連携のメモアプリの方が強固な場合もあります。多要素認証に対応しているサービスではそれを利用することも重要でしょう。

パスワードは必ず漏洩すると想定して対処すべし

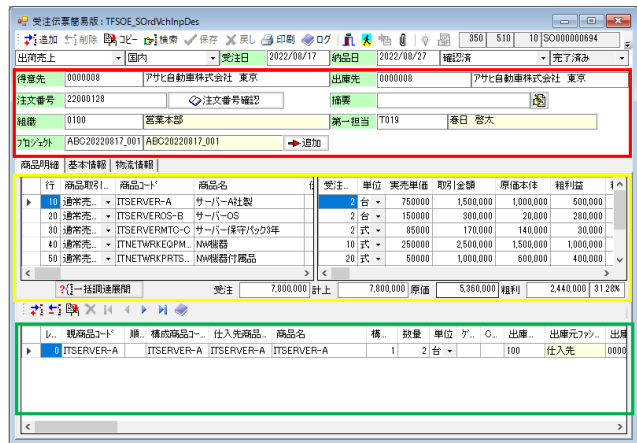
NISC は「パスワードは必ず漏洩すると想定して対処すべし」とも述べています。しかしながら数多くのサービスを使っている場合にそれぞれ異なる ID やパスワードで管理するかというと、これも現実的では無いと感じます。私は個人情報漏洩や金銭的な被害の出ないサービスと不正アクセスされると困るサービスで分け、後者だけは多要素認証または自分にしか分からない法則性を決めてパスワードに組み込むという方法で落とし所しました。情報が漏れた場合のリスクと利便性のバランスをどこで取るか、この機会に利用中のサービスを棚卸してみたいかがでしょうか。

II 独自デザインの伝票入力画面

はじめに

2023 年 1 月号の News Letter で、「ERP に求められるもの」と題して、これからの ERP には「経営者が求める情報を正確かつタイムリーに把握すること」だけでなく「経営情報の末端にいる担当者の負担の緩和」が求められることを挙げました。その上で、Plaza-i での取り組みとして見積伝票や受注伝票のデザインを自由に変更し、各社の業務に最適化した入力画面を作成する機能をご紹介しました。今回はこの独自デザインの伝票入力画面について詳しくご紹介いたします。

自由なレイアウトで入力画面を作る



上の画面イメージは受注伝票の入力画面です。赤枠で囲った部分はヘッダ情報、黄色で囲った部分は商品明細、緑で囲った部分は調達指示明細を表示しています。Plaza-i の標準機能として提供している受注伝票入力メニューでは、これら 3 つの入力エリアはそれぞれ別のタブに分かれていますが、上記の図では表示項目を限定することでタブを移動することなく主要な表示項目を一覧できるようにデザインしています。

Plaza-i には以前から既存のメニューにあるテキストボックス等の入力項目から自社の運用で不要なものを削除したり、利用頻度の低い項目へは tab キーでフォーカスが当たらないようにしたりするなど、画面の見え方や使い勝手を向上する機能（ユーザキャプションマスター）があります。しかし、タブを超えて項目を一覧表示させるような、画面デザインを大元から変更する機能はありませんでした。今回ご紹介する入力画面のカスタマイズ機能を使えば、自社の運用に最適化された入力画面を自由に作成することができ、業務効率の向上が見込めます。本機能は現在、SFM 営業案件登録、SOE 見積伝票入力、SOE 受注伝票入力でご利用頂けます。

取引形態ごとに複数の入力画面を作る

伝票入力に最適な画面デザインは取引形態によって変わりますが、本機能は受注タイプなどの取引タイプ（取引形態）ごとに最適化したデザインの入力画面を作成することが可能です。例えば、国内取引と海外取引では入力項目が異なるため 2 種類の入力画面を作成するとします。その場合、国内取引用の入力画面を開くメニューと海外取引用の入力画面を開くメニューを 2 つ作成します。メニューを開くとそれぞれの入力画面で利用したい取引タイプのみが利用できるようなっているため、誤った取引タイプを選択してしまうことはありません。また、受注明細照会など他のメニューから伝票を表示する場合も独自デザインの入力画面がセットアップされていればその画面を開きます。

おわりに

現状、本機能のセットアップは弊社に依頼して頂く必要があります。有償作業とはなりますが、日々の伝票入力業務の効率化を図りたいという場合は、弊社サポート窓口（03-5520-5330 内線 71）(support@ba-net.co.jp)までお問い合わせください。

II 新 Web サイトと GA4

BA コーポレートサイトをリニューアル

この 7 月、弊社ビジネス・アソシエイツのコーポレートサ

イト (<https://www.ba-net.co.jp/>) をリニューアルいたしました。2015年のリニューアル以降、企業情報や製品情報に関するコンテンツなどを提供してきた本サイトですが、お客様の必要とする情報や資料にアクセスしやすく、またより充実したコンテンツの提供を目的にリニューアルを行いました。企業カラーであるパーガンディ色を基調とし、プロフェッショナルとしての堅実さ、高級感を表現しています。タブレットやスマートフォンなどの端末では見づらいといったこれまでの課題にも、コンテンツが適切に表示されるレスポンシブデザインで対応しております。いまの主流デザインの特徴は、1つの画面に情報を詰め込み過ぎないこと、大きな写真を用い視覚的な情報から直感的な理解を促す構成があげられます。BAサイトもこれを適宜取り入れたものになっています。



Webサイトの役割とは

ここ数年はコロナ禍の影響もあり、コミュニケーションは対面からオンラインへ移行、また購買プロセスにも変化が生じています。ある調査では、BtoBの製品・サービスの購買プロセスにおいて、サイトの記載情報だけで、あるいは営業担当者とは会わずに製品・サービスの選定や購入決定をした人は、コロナ禍以前と比べ30%前後増加したそうです。また取引先の営業担当者と商談を開始する前に、既に購買までのプロセスの57%を完了しているというデータもあります。(出典：CEB, MIC Customer Purchase Research Survey, 2011) 製品・サービスの情報収集段階において、企業のWebサイトにアクセスする傾向は強く、サイトの情報がこれまで以上に重要になっているのが分かります。

購買行動とコンテンツ

Webサイトはいわばショールームの役割を担っています。提供される製品・サービスへの理解を深めるだけでなく、その企業の考え方や方針、さらには顧客にとって知りたい有益な情報を得られる場ともなります。顧客と企業とのコミュニケーションの出発点として、あらゆる顧客の購買行動に寄り添った有益なコンテンツ(情報)を提供することが求められます。私たちビジネス・アソシエイツのWebサイトでも、これまで以上に充実したコンテンツを届けたいと考えております。筆者もかねて、ユーザ企業様の導入事例や同職種の企業担当へのインタビュー、製品のTIPS記事など様々なコンテンツを作成し、そのなかでお客様がたまたまあるコンテンツに興味を持ち、直接お問い合わせをいただいた経験もあります。Webサイトはデザインや使いやすさだけでなく、見る人にとって関心のある情報が提供できているか、がポイントです。作成して終わりではありません。必要な情報を随時アップデートしていくために、Webサイトの状況を把握する診断も欠かせません。

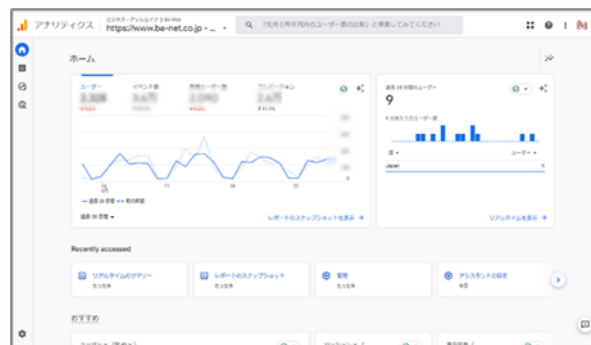
Web解析ツール：Google Analytics

どんな方がどれくらいアクセスして見ているか、ど

こを改善すべきか、そういった診断のために使用するのがWeb解析ツールです。その中でも「Google Analytics」というツールは、Googleが無料で提供しているもので、国内上場企業の約80%が利用していると言われるほど、多くの方に使われています。7月にこのツールにも大きな動きがありましたので、簡単に紹介したいと思います。これまで「Google Analytics」ではUA(ユニバーサルアナリティクス)という機能が提供されてきました。しかし2023年7月1日をもってUAでのデータ計測が停止となり、計測レポートへのアクセスも1年後には終了となります。7月からはGA4(グーグルアナリティクス4)と呼ばれる最新バージョンに完全移行しています。

GA4とは

では最新のGA4は、これまでと何が違うのでしょうか? GA4はデータの収集と分析を行うプラットフォームに変わりありません。ただ従来のUAから、単純に設定方法や画面が変更となっただけでなく、軸となるデータの捉え方や計測方法が変わっています。より柔軟で本質をとらえたデータ解析ができるようになるかと考えられています。一例をあげると、従来であれば、直帰率の高いページは即ちそのページから遷移せずに離脱してしまったとして、改善の余地があると判断しがちでした。ただ真実は、そのページに埋め込まれた動画をしっかり閲覧し、滞在時間も長くエンゲージメントも高かったということです。GA4では、顧客軸で計測をするという考え方をとっています。そのため複数デバイスをまたぐと同一ユーザと認識されなかったこれまでと違い、きちんと個人の行動をとらえた数値の計測がかない、お客様の洞察がよりしやすくなると考えられます。



AIを使った指標も

またGA4には機械学習の機能も取り入れられ、注目されています。推定コンバージョンや予測指標といったもので、通常と違う動きをとらえるなど、従来のパターンを学習して今後の予測をしてくれます。GA4が発表されてから、仕様変更が続き常にアップデートされてきました。様々な機能を日々キャッチアップしながら、お客様目線にたったお役にたつWebサイトを今後も追求していきたいと思ます。

さいごに

Plaza-iをご利用いただいている皆さまには、改めて一新したBAコーポレートサイトをご覧いただければ幸いです。また導入事例にご協力いただいているユーザ企業の皆さまにも感謝申し上げます。最後に、Plaza-iご利用ユーザ様向け「サポートサイト」はメンテナンスを完了しております。今後はサポートサイトも、コンテンツの充実や使いやすさを目指し、皆さまの視点にたったサイト作りを行ってきたいと思います。

|| Plaza-i 最新バージョン情報

2023年7月24日現在までリリースしております、最新のPlaza-iバージョン情報をお知らせ致します。

- ・ Plaza-i.NET V2.03.18.04

II 「リースに関する会計基準(案)」等の公表について

1. はじめに

2023年5月2日に企業会計基準委員会(ASBJ)から「リースに関する会計基準(案)」及び「リースに関する会計基準の適用指針(案)」が公表されました。これらの会計基準案等は、2016年に公表されたIFRS第16号「リース」及び米国の会計基準Topic842「リース」との整合性を意図して公表されたものです。本稿では、本会計基準案等における借手及び貸手の会計処理の概要をご紹介します。

2. 借手の会計処理

① 資産及び負債の認識

本会計基準案等では、原則としてすべてのリース取引について、リース開始日(貸手が借手による原資産の使用を可能にする日)に使用権資産及びリース負債を計上することとされています。

② 資産及び負債の測定

使用権資産はリース負債の計上額に、リース開始日までに支払った借手のリース料及び付随費用を加算して算定することとされており、リース負債は原則としてリース開始日において未払である借手のリース料からこれに含まれている利息相当額の合理的な見積額を控除し、現在価値により算定することとされています。

借手のリース料は、以下のものから構成されます。

- (1) 借手の固定リース料
- (2) 指数又はレートに応じて決まる借手の変動リース料
- (3) 残価保証に係る借手による支払見込額
- (4) 借手が行使することが合理的に確実である購入オプションの行使価額
- (5) リースの解約に対する違約金の借手による支払額(借手のリース期間に借手による解約オプションの行使を反映している場合(「③リース期間」参照。))

③ リース期間

借手のリース期間については、以下のように決定することとされています。

借手が原資産を使用する権利を有する解約不能期間に次の(1)及び(2)の両方を加えた期間

- (1) 借手が行使することが合理的に確実であるリースの延長オプションの対象期間
- (2) 借手が行使しないことが合理的に確実であるリースの解約オプションの対象期間

④ 使用権資産の償却

使用権資産の償却については、基本的に現行の基準等からの変更はなく、以下の通りとされています。

・所有権が借手に移転すると認められるリース：原資産を自ら所有していたと仮定した場合に適用する減価償却方法と同一の方法により算定。耐用年数は経済的使用可能予想期間とし、残存価額は合理的な見積額とする。

・上記以外のリース：定額法等の減価償却方法の中から企業の実態に応じたものを選択適用した方法により算定。耐用年数は借手のリース期間とし、残存価額はゼロとする。

⑤ リース負債、支払利息の処理

リース負債及び支払利息の処理についても、基本的に現行の基準等と同様に、以下のように定められています。

リース開始日における借手のリース料とリース負債の計上額との差額(利息相当額)を借手のリース期間中の各期に利息法に基づき配分することとされています。ただし、使用権資産総額に重要性が乏しいと認められる場合は、簡便的な取扱い(借手のリース料から利息相当額の見積額を控除しない、又は利息相当額の総額を借手のリース期間に定額法により配分)を採用することができます。

⑥ 短期リース及び少額リース

以下に該当する場合には、リース開始日に使用権資産及びリース負債を計上せず、借手のリース料を借手のリース期間にわたって原則として定額法により費用として計上することを認めるとされています。

短期リース：リース開始日において借手のリース期間が12か月以内であるリース

少額リース：次の(1)又は(2)を満たすリース(いずれかの適用を選択する)

- (1) 企業の事業内容に照らして重要性の乏しいリースで、リース契約1件当たりの借手のリース料が300万円以下のリース
- (2) リース1件ごとに、原資産の価値が新品時におよそ5千米ドル以下のリース

3. 貸手の会計処理

貸手の会計処理については、基本的に現行の基準等の定めを維持するとされていますが、収益認識会計基準との整合性から、リース料受取時に売上高と売上原価を計上する方法を廃止するとされています。

① ファイナンス・リース

・製品又は商品を販売することを主たる事業としている企業が、同時に貸手として同一の製品又は商品を原資産としている場合：リース取引開始日に貸手のリース料から利息相当額を控除した金額で売上高を計上し、同額でリース投資資産(所有権移転ファイナンス・リースの場合はリース債権)を計上する。また、原資産の帳簿価額により売上原価を計上する。各期の受取リース料は利息相当額と元本回収とに区分し、前者を各期の損益として処理し、後者を元本回収額とする。

・原資産と同一の製品又は商品を販売することを主たる事業としていない場合：リース開始日に、原資産の現金購入価額によりリース投資資産(所有権移転ファイナンス・リースの場合はリース債権)を計上する。受取リース料の会計処理は上記と同様。

② オペレーティング・リース

貸手のリース料を貸手のリース期間にわたり原則として定額法で計上することとされています。そのため、フリーレント(契約開始当初数か月間賃料が無償となる契約条項)やレントホリデー(契約を継続する場合に一定期間賃料が無償となる契約条項等)について無償期間も含めた貸手のリース期間全体にわたり每期同額が計上され、収益認識会計基準との整合性が図られています。

4. 適用時期

最終化された会計基準の公表後2年程度経過した4月1日以降に開始する連結会計年度及び事業年度から適用することとし、早期適用も認めることとされています。

II エンジェル税制の改正について～スタートアップ企業への投資の促進～

1. はじめに

「スタートアップ5か年計画」では、スタートアップ企業は社会的課題を成長のエンジンに転換して、持続可能な社会を実現するまさに「新しい資本主義」の考え方を体現するものと位置付けています。

しかし、我が国のスタートアップエコシステムは人材・事業・資金の各面で課題があり、欧米諸国と比較してもスタートアップ企業やユニコーン企業の数が低い水準で推移しています。特に資金面について事業化前段階（プレシード・シード期）の企業への投資は限定的となっています。

この課題を包括的に解消するべく、岸田政権は令和4年を「スタートアップ元年」とし、日本の経済成長とイノベーションの推進を目指し、起業家やベンチャーキャピタリストに対する支援策を展開しました。その中で、目標実現のために掲げた「スタートアップ育成5か年計画」の一環として、個人投資家に対する税制優遇措置であるエンジェル税制の拡大が令和5年度税制改正により行われました。

今回は、税制改正により非課税措置などが増設された、エンジェル税制について解説いたします。

2. 概要

エンジェル税制とは、個人投資家が一定の要件を満たすスタートアップ企業など創業から間もない企業に対して投資を行った場合、株式投資利益に対する課税について下記の税制優遇が受けられる制度です。

投資時点

●優遇措置 A

- ① (投資額-2,000円)をその年の総所得金額等から控除可能
- ② 上限は800万円又は総所得金額等×40%のいずれか低い方

●優遇措置 B

- ① 投資額をその年の他の株式譲渡益から控除可能
- ② 控除上限なし

●プレシード・シード特例（税制改正により増設）

- ① 投資額をその年の他の株式譲渡益から控除可能
- ② 控除上限なし

株式売却時点

●譲渡損、繰越控除の特例

株式の売却により生じた譲渡損失は、その年の他の株式譲渡益と通算可能（その年に通算しきれなかった部分については、翌年以降3年にわたって順次株式譲渡益と通算可能）となります。

また、投資企業が上場しないまま破産、解散等して株式の価値がなくなった場合にも、その損失の金額を株式の譲渡損失とみなして譲渡益と通算し、通算しきれなかった部分についても翌年以降3年にわたり通算が可能となります。

通常、未上場株式を売却したことにより生じた譲渡損失は、その年の未上場株式譲渡益との通算に限られ、上場株式譲渡益と通算をすることができず、翌年以降に繰越することも

できません。

しかし、エンジェル税制適用会社の株式を売却したことにより生じる譲渡損失については、上記のとおり通算及び繰越しが可能となります。

●取得価額の調整

優遇措置 A、B の適用を受けている場合は、投資した年に受けた控除額分だけ、その株式の取得価額が減額されます。（譲渡益が発生した場合も同様）

そこで、今回の税制改正のポイントであるプレシード・シード特例では、投資した年において控除した金額について20億円を上限として非課税となり、優遇措置 A、B のような取得価額の調整が不要となりました。

優遇措置 A、B の場合

前提条件：投資金額：40億円 投資時の控除額：20億円 売却額50億円

譲渡益 50億円 - (40億円 - 20億円) = 30億円

プレシード・シード特例の場合

前提条件：投資金額：40億円 投資時の控除額：20億円 売却額50億円

譲渡益 50億円 - 40億円 = 10億円

（注）エンジェル税制は、基本的に住民税について適用はありませんが、譲渡損が出た場合の通算及び損失の繰越しについては適用がありますのでご注意ください。

3. 適用要件

本制度の適用を受けようとする場合、次の(1)投資家要件(2)企業要件を、払込みをした日時点(※1)ですべて満たす必要があります。

(※1)事前確認を受ける場合は、その申請の日時点

(1) 投資家要件

- ① 投資先会社が同族会社(※2)である場合には、持分割合の大きいものから数えて第3位までの株主グループの持分割合を順次加算し、その割合が初めて50%超になる時における株主グループに属していないこと
(※2)同族会社とは、その会社の上位3位までの株主グループが、当該企業の株式等を50%超保有している会社を指します。
- ② 投資先会社に自らが営んでいた事業の全部を承継させた個人及びその親族等でないこと
- ③ 金銭の払込みにより投資先会社の株式を取得していること

(2) 企業要件

- ① 特定中小会社等(※3)に該当すること
(※3)特定中小会社等とは、次に掲げる法人をいいます。
 - ・特定中小会社
 - イ) 中小企業等経営強化法に規定する特定新規中小企業者に該当する株式会社
 - ロ) 設立の日以後10年を経過していない中小企業者に該当する一定の株式会社など
 - ・特定新規中小会社
 - イ) 中小企業等経営強化法に規定する特定新規中小企業者に該当する一定の株式会社

- ロ) 設立の日以後 5 年を経過していない中小企業者に該当する一定の株式会社など
- ② 外部（特定の株主グループ以外）からの投資を 1 / 6 以上取り入れている会社であること（プレシード・シード特例を受ける場合は、1 / 2 0 以上）
- ③ 大規模法人グループの所有に属していないこと
- ④ 未登録・未上場の株式会社であること
- ⑤ 風俗営業等に該当する事業を行う会社でないこと
- ⑥ それぞれの優遇措置について、設立経過年数ごとに一定の要件を満たすこと

(3) その他

エンジェル税制の適用を受けるためには、投資先の企業から適格企業（3.（2）の企業要件を満たす企業）である確認書の交付及び確定申告が必要になります。

4. 起業特例

（起業した際に発起人が受けられる特例）

(1) 概要

この制度は、一定の要件を満たす場合に発起人が会社の設立時とその株式の売却時に下記の優遇が受けられる制度です。

設立時点

出資した金額をその年の株式譲渡益から 20 億円を上限として控除が可能

株式売却時点

上記 2 のプレシード・シード特例と同様

本制度の適用を受けようとする場合、次の①起業家要件②企業要件を、それぞれ①は設立時、②は設立した年の 12 月 31 日時点で満たす必要があります。

① 起業家要件

- イ) 設立した会社の発起人であること
- ロ) 設立した会社に自らが営んでいた事業の全部を承継させた個人及びその親族等でないこと
- ハ) 金銭の払込により株式を取得していること

② 企業要件

- イ) 設立 1 年未満の中小企業者であること（大規模法人グループに属している場合は適用対象外）
- ロ) 外部からの投資を 1%以上取り入れていること
- ハ) 未登録・未上場の株式会社であること
- ニ) 風俗営業等に該当する事業を行う会社でないこと
- ホ) 他の事業者から譲り受けた事業を主たる事業としていないこと
- ヘ) 設立経過年数ごとの一定の要件（試験研究や販管費の金額に関するものなど）を満たすこと

この制度はエンジェル税制の適用を受ける場合に比べると要件を満たしやすく、起業意欲の促進が期待されます。

5. その他の改正点（提出書類の省略化）

今回のエンジェル税制の改正では、税制優遇措置の拡大のほか、手続規定についても一部提出書類の簡素化や添付書類の廃止などが組み込まれています。従来までの煩雑な手

続規定を廃止し利便性を向上させることで、投資家がよりエンジェル税制を利用しやすいようにし、スタートアップ企業への投資を後押ししようという狙いがあります。

6. おわりに

今回はエンジェル税制の概要を解説いたしました。ページの都合上、詳細については割愛している部分も多くあります。より詳しい優遇措置に関する内容や、適用要件、各種提出書類は経済産業省のホームページよりご確認ください。

<https://www.meti.go.jp/policy/newbusiness/angeltax/index.html>

投資家がエンジェル税制の適用を受ける場合は、その投資先企業がエンジェル税制の要件を満たすかを中小企業庁ホームページから確認することになります。投資家自らがその会社の実情を確認するなど、一定のハードルが存在します。そのため、仲介会社を利用して投資する株式投資型クラウドファンディングを利用する方法が現在増加傾向にあります。この方法の場合、従来は投資額に一定の制限が設けられていましたが、改正により一部制限が廃止されたことで、より仲介会社を利用した投資がしやすくなり、今後スタートアップ企業への投資が増加していくことが期待されます。