



大澤賢悟です。

少し前までは水不足の話も出ていましたが、今年は梅雨がきちんと梅雨をしており、台風も来て雨が多い状況です。そのため、7月後半の梅雨明けが見えてくるまでは、なかなか山の予定が立てにくくて、個人的には困っています。

さて山の予定といえば、今年から山小屋の予約方法も少し変わってきました。ネット予約、事前決済、キャンセル料の設定などを導入する小屋が増えています。山小屋も当然ビジネスなので、予約だけ押さえられて直前キャンセルされると困るという事情は理解できます。食材、人員、ヘリ輸送などを考えれば、キャンセル料を取る方向になるのは自然だと思います。

人気の山域で人気の時期がすぐ埋まることは相変わらずですが、例年よりは予約が埋まるまでに少し時間がかかっている印象です。また、キャンセル料が発生する時期が前倒しされているため、従来より早い段階で予約の空きが出る可能性が高そうです。キャンセルについては、台風などの天候不良は考慮されるかもしれませんが、体調不良などの自己都合ではキャンセル料なしにならないケースが多くなっています。

その結果、「せっかく予約したから」「キャンセル料がもったいないから」という理由で、無理に登る人が増える可能性はあります。ただ、それで遭難した場合に山小屋のせいにするのは違うと思います。登るか、やめるかを判断するのは最終的には登山者本人です。山小屋の予約制度に影響を受ける面はあっても、無理をして登った責任まで山小屋に負わせるべきではないと思います。夏になって山小屋が叩かれることがないことを願っています。

AI議事録作成機器「Plaud Note Pro」の利用について

当事務所では、これまで面談内容について担当者によるメモをもとに記録を作成しておりましたが、今後は面談内容をより正確に記録し、お客様への提案内容の充実を図るため、8月ごろよりAI議事録作成機器「Plaud Note Pro」を活用した議事録の作成を予定しております。

面談内容は「Plaud Note Pro」を利用して文字データ化し、AIを活用した議事録の作成、ご相談内容の整理及び提案事項の検討に利用いたします。

税務・相続・経営に関するご相談では、面談時には重要性が高くないと思われた事項が、その後の検討において有効な提案や対策につながる場合があります。また、複数の制度や選択肢が関係する案件では、担当者だけでは見落とししてしまう論点が存在する可能性もあります。

そのため、作成した議事録をもとにAIを活用した論点整理や検討事項の抽出を行い、人だけでは気付きにくい選択肢や留意点についても確認することで、より良い提案につなげたいと考えております。なお、最終的な検討及び提案については担当者が内容を確認したうえで実施いたします。

文字起こし及び分析に利用するAIサービスについては、入力された情報がAIの学習データとして利用されない契約及び仕組みを採用しております。そのため、お客様との面談内容が外部のAIモデルの学習に利用されることはなく、情報が外部へ漏洩することはありません。

また、議事録作成の過程で生成されるデータについては、当事務所の業務遂行のためにのみ利用し、法令及び当事務所の情報管理方針に基づき適切に管理いたします。

当事務所では、AIを活用しながらも、最終的な判断及びご提案については必ず担当者が責任をもって確認したうえで実施しております。お客様に対して、より質の高いご提案及びサービスの提供につなげるため、何卒ご理解、ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。

働く親が払う保育料は必要経費？

税法でなかなか面白い訴訟が行われています。内容は、個人事業主の弁護士が、保育料を所得税の必要経費として認めるべきだとして国を訴えています。従来の実務では、保育料は育児のための支出であり、事業と直接関係しない家事費とされてきました。これに対して原告側は、保育料は仕事をする時間を確保するための費用であり、業務を行うために必要な支出だと主張しています。

理屈としては十分に検討価値があります。特に、所得税法に「直接関連性」という要件が明確に書かれていないにもかかわらず、実務上その要件で経費性を否定している点は、税務訴訟としても面白い論点です。

ただし、現実的には勝つためのハードルは相当高いです。現在は東京地方裁判所で争っていますが、税務訴訟で実務を大きく変えるには、最終的には最高裁で勝つ必要があります。しかし、本訴訟は仮に納税者が勝つと影響が大きすぎるため、従来の見解が踏襲され、勝つ可能性はかなり低いです。なお、仮に勝ったとしても、サラリーマンには給与所得控除があるため、一般の会社員に影響が出ることはまずないでしょう。

消費税1%への迷走をチャンスに

高市政権が、食料品の消費税を2年間だけ1%にする方向で進んでいます。これに対して農水省や自党内からは、農家の収入減を懸念する声が出ています。

ただ、この話は少し違和感があります。小規模農家の多くは売上1,000万円以下の免税事業者であり、消費税を受け取っても納税する必要がありません。さらにJA経由の一定の取引では、いわゆる農協特例により、農家がインボイスを出さなくても、買い手側は仕入税額控除を受けられます。つまり、農家側は免税のメリットを受けつつ、取引先側の控除も守られやすい仕組みになっています。

そのうえで、食料品の税率が下がるから収入が減る、だから補助金で埋めるべきだ、という話になると、それはどうなのかと思えます。もともと特例で守られている部分があるにもかかわらず、さらに補助で補填するのか、という問題です。

一方で、飲食店が厳しくなるので対応すべきだという意見もあります。ただ、テイクアウトも同じく1%になるのであれば、消費者が単純に自炊だけへ流れるとは限りません。むしろ、外食ではなく持ち帰りを選ぶ層が増える可能性もあります。制度変更が突然行われるわけではなく、事前に一定の時間がある以上、飲食店側も「厳しくなる」で止まるのではなく、ビジネスとして対応策を検討すべきだと思えます。価格設定、テイクアウト商品の設計、原価率、販売導線を早めに見直し、減税を逆に集客や客単価向上につなげる準備をしておく必要があります。

現時点では、大まかな方向性だけが先行しており、制度の詳細がどうなるのかはまだはっきりしていません。そのため、当事者にとっては非常に悩ましい状況だと思えます。しかし、経営者である以上、制度が固まってから動くのでは手遅れです。先に起こり得る変化を想定し、早めに手を打つ必要があります。環境変化をただのピンチとして受け止めるのではなく、価格設計や商品構成、販売方法を見直すきっかけとして、むしろチャンスに変えてほしいですね。

