



# ハグマンレター



FROM ユアブレーション 尾上会計事務所

P1



コラム

## 優勝試合に立ち合える確率は？

たまには下世話な話題で失礼します。

野球に限らずスポーツでどこかのチームを応援する時の最大の喜びは、スタンドで優勝の瞬間に立ち会えることかと思えます。ご存じのとおり、これが阪神タイガースに限ってはなかなかそのタイミングがやってきません。

1985年に優勝した年は大学1年生で東京におり、当時の後樂園他何度か球場に足を運んで応援しました。しかし最後は神宮球場で掛布がホームランを打って優勝が決まった試合を自宅のテレビで観ていた私は、近くにいるのに球場のスタンドでそのシーンに立ち会えなかったことをすごく残念に思いました。

次のチャンスがやってきたのが、7年後の1992年でした。この頃まだ東京で働いていたので、シーズン終盤の神宮球場とか関東開催の休日の試合はチケットを買い漁って行きました。当時はインターネット予約もなく球場に並んでチケットを買ってた時代です。しかし最終的に野村監督率いるヤクルトに破れ優勝ならず。神宮球場でサヨナラ負けした時に、帽子からメガホンからユニフォームからすべてグラウンドに投げ入れて阪神ファンを辞めました。

それ以降ずっと無関心で生きていましたが、姫路へ帰って来てしばらくした頃、2003年についてその日がやってきました。その年もまったく甲子園へ観戦には行ってませんでした。優勝の可能性が現実化してきた終盤になって、以前の悔しかった感情が頭の中に蘇り、これは行かなあかんとヤフーオークションでチケットを買い集めました。そして甲子園についてその瞬間を迎えました。

マジック2から連敗続きで甲子園に戻ってきた阪神は、この試合もリードを許す厳しい展開でしたが、赤星のサヨナラヒットで逆転勝ちしました。マジック1として遅れて始まった神宮球場での結果によって優勝となるため、ファンは帰らずその場で待機しました。その間約1時間、甲子園名物の焼き鳥とビールを両手に盛り上がり、時に六甲嵐を歌い、選手とともにウェイブをする。まさに至福の時間でした。星野監督が宙に舞い、挨拶した時はみんなで泣いてました。

昨年のご存知のとおりスタートから突っ走り、今年こそ間違いないと言われながらも予定とおり？後半大失速。それでも最終戦に勝ってヤクルトが負ければ優勝の可能性があったわけです。その最終戦も、勝てば優勝のチャンスがあるのにまったく勝つ気がしない試合。何とも不甲斐ない敗戦。

そして今シーズン、批判も多い矢野監督の退任宣言もあって何となくイヤな雰囲気の中始まりました。そして初戦の楽勝ムードからの大逆転負けが何ともまたイヤな負け方。これが後を引きずってか現在までまさかの9連敗。まだシーズン始まったばかりですが、いきなり暗雲立ち込めてます。今年こそと思ってたのにまた今年もないのでしょうか？



## 「適格請求書発行事業者」の事業者登録について

P2

令和5年10月から消費税の「インボイス制度」がいよいよ施行されることとなりますが、一般の消費税が課税となっておられる事業者様は、令和5年3月31日までに「適格請求書発行事業者」の事業者登録を行う必要があります。

私どもの事務所で関与させていただいているお客様につきましては、遅くなりましたがこの4月から事前確認のうえで一斉登録を行わせていただきます。担当者から確認の書面を頂戴しまして当方にて登録いたしますので、ご確認の程よろしくお願ひ申し上げます。

なお、現在消費税の免税事業者となっておられる事業者様または来年度以降もその可能性が高い事業者様につきましては、将来の取引形態等を検討の上、個別にどう対応するかを選択する必要があります。特に個人事業者様につきましては、そもそも消費税が暦年（1月から12月）での選択となりますので、遅くとも今年中には選択して課税事業者の届け出をするかどうかの選択を迫られます。該当する事業者様には、担当者が個別に対応させていただきますので、お待ちください。



## PX マイポータルご利用のおすすめ

毎月の給与処理と年末調整の合理化に関してのご提案です。

特に従業員数の多い事業者様では、毎月給与明細を封筒に入れて手渡しするといった従来型の給与処理を行っておられると、手間と時間を要しておられるのではないのでしょうか？給与明細を折るのも封筒に入れて封をするのも、結構手間がかかるものですね。

TKCの給与処理ソフトPXシリーズを使っただいておられるお客様には、オプションとしてPXマイポータルというサービスがありまして、給与明細を紙で発行せずメールで各個人へ送ることができるようになります。もちろんスマートフォンへの送信も可能ですので、製造業など一人一人個別にメールアカウントを会社が与えていなくても利用できます。印刷が必要な時は各自が印刷する仕組みとなっております。

また、年末調整の処理についても総務経理はとても楽になります。扶養情報や保険料控除などの情報も、届いたメールから専用サイトにアクセスし、各自が入力するようになります。最近では、保険料控除なども紙から電子データでの受取に変わりつつありますが、その電子データもそこから読み取ることが可能となります。

ご関心おありの事業者様は、弊社事務所担当者へお尋ねください。

※新たにハクションレターの配信先をご紹介頂ける場合には、お手数ですがにを入れご返信ください。

下記へ配信してください。

ユアブレーション 尾上会計事務所 宛

FAX 079-288-0997

会社名 \_\_\_\_\_

TEL \_\_\_\_\_

FAX \_\_\_\_\_



## 2 番手の下剋上起きるコロナ禍の新ブランド価値

日経ビジネス (3/28 No.2134) 掲載のブランド・ジャパン 2022 (一般生活者編) ランキング表によるとポテトチップスのブランド 1 位と 2 位が逆転 一カルビーが 49 位、湖池屋が 14 位— その要因は湖池屋が ①巣ごもりで家飲みをする人の増加に着目した商品の改良、開発「在宅ワークをした日はストレスを解消する刺激のある味がほしくなる」「たまの会社日から帰宅したときには安らぎを与えてくれるものがほしい」といった消費者マインドの変化を SNS 等で数多く収集。

②社内で①のデータをもとに朝令暮改ならぬ朝令朝改といえるスピード感で商品化に取り組んだこと。③商品の付加価値に 2 番手ならではのオリジナリティがあること。これは他社にない個性を磨くことを常に意識している社風が土台となっている。

ハンバーガーチェーンでもマクドナルドが 39 位と順位を落としたのに対してモスバーガーは 43 位と伸びた (前年比較)。

要因はモスバーガーが「時間がたってもおいしい」ことをコロナ禍前から消費者に浸透させ続けた。※モスバーガーの調査によると販売に占めるテイクアウトの比率 (55%) が店内食を上回り、しかも調理後 10 分以上経った商品を食べている人が多い。

またテイクアウト以外にも新たな販売チャネルとして「Oisix」と協力して会員限定で客が自宅で調理するハンバーガーを宅配する試みを始めている。冷凍庫に常備し、食べたいときに電子レンジで調理できる便利さが受けている。湖池屋の「KOIKEYA The 麴塩」をつまみに家飲みし、休日には花見&ドライブがてらモスバーガーをテイクアウトしてみませんか。(記事担当：村瀬)

一般生活者編 **ランキング表**

巣ごもり需要 2年目も、ネットサービス・食品などが上位入り

順位	2022年	順位	2021年	企業ブランド
1	1	14	110	YouTube
2	2	15	25	Google
3	6	16	78	NISSIN 日清食品
4	4	16	60	MUJI 無印良品
5	80	18	8	楽天市場
6	20	19	44	CUP NOODLE カップヌードル
6	3	20	20	UNIQLO ユニクロ
8	48	21	95	SUNTORY サントリー
9	7	22	30	Amazon アマゾン
10	12	23	41	ニトリ
11	54	24	42	Panasonic パナソニック
11	15	25	38	DAISO ダイソー
13	17	26	50	Nintendo 任天堂
		27	10	
		28	36	
		29	20	
		30	23	
		31	72	
		32	60	
		33	174	
		33	13	KOIKEYA 湖池屋
		35	90	meiji 明治
		36	49	House ハウス食品
		37	108	ヤマト運輸
		38	55	Disney ディズニー
		39	14	USJ ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
		39	11	7-ELEVEN セブン-イレブン
		41	56	PayPay
		42	122	AEON イオン
		43	75	glico 江崎グリコ
		43	5	LINE
		45	53	Microsoft マイクロソフト
		46	15	Häagen-Dazs ハーゲンダッツ
		47	43	Apple アップル
		47	40	AJINOMOTO 味の素
		49	34	キュービー
		50	34	WORKMAN ワークマン
		50	34	T-fal ティファール
		50	33	LION ライオン
		50	33	チキンラーメン
		53	83	STUDIO GHIBLI スタジオジブリ
		55	85	テレビ東京
		55	85	NIKE ナイキ
		55	85	mizkan ミツカン
		55	85	Seria セリア
		55	85	丸亀製麺
		55	85	McDonald's マクドナルド
		55	85	LAWSON ローソン
		55	85	永谷園
		55	85	MOS BURGER モスバーガー
		55	85	SONY ソニー
		55	85	Windows
		55	85	iPhone
		55	85	サッポロ一番
		55	85	KFC ケンタッキーフライドチキン
		55	85	Calbee カルビー
		55	85	STARBUCKS スターバックス コーヒー
		55	85	セブン&アイ・ホールディングス

調査概要 調査機関は日経BPコンサルティング。監修は、日経BPコンサルティングが設立する「ブランド・ジャパン企業委員会」。2021年11月10日から12月5日の間にインターネット利用者に対して、独自の調査システムを用いて、ブランドのポジショニングを明らかにする設問への回答を求めた。一般生活者編の調査対象は企業ブランド(企業名・グループ名)と製品・サービスブランドの合計1000。18歳以上の男女の調査対象者からの回収数は4万1000。ビジネス・バーン編の調査対象は、企業ブランドのみ500ブランド。18歳以上の有職者からの回収数は2万1000。

※今後アクションレターの配信をご希望されない方は、お手数ですが□に✓を入れご返信ください。

今後希望しない  
会社名

ユアブレーション 尾上会計事務所 宛  
TEL

FAX 079-288-0997  
FAX



P4

## 取引先マスターを持つ会計ソフト

私どものお客様で普段お使いいただいている TKC の会計ソフトである FX2 または FX4（略して FX シリーズ）は、弥生会計や勘定奉行と大きく異なる点が 2 つあります。

ひとつは、TKC の FX シリーズが月次更新（締め）を行った後は、仕訳の遡及訂正（一度締めたものを選んで訂正すること）ができないという点です。

この点は、弥生会計や勘定奉行を普段お使いの会社様にとっては、いつでも遡って修正できるのが都合がいいので、不都合極まりないことかもしれません。しかし、毎月をきっちり処理して締める習慣がつけば、問題はないはずでしょうし、逆に、遡及訂正できないということが、仕訳の信頼性ひいては月次の試算表や年次の決算書の信頼性の確保に役立つものとして、重要な位置づけがされております。

それともうひとつの大きな違いは、TKC の FX シリーズは、会計ソフトのデータの中に取引先マスターを持つという点です。

TKC はずっと昔から、すべての会計ソフトの仕訳の入力項目の一つに「取引先」があり、事前に入力した取引先の名称から選んで入力することが必須となっていました。弥生会計や勘定奉行では、取引先専用の入力欄はなく、したがって取引先マスター（取引先データベース）もないため、入力するとすれば摘要欄に手打ちするしかありません。

そもそも取引先名を入力させる仕組みとなっていたのは、法人税法や消費税法に定める規定に一定の条件の下では「取引の相手方」を記録する必要があり、それを確実に守るために、専用の入力欄を設けていたものでした。

入力項目がひとつ多いと選択や登録にも時間がかかり、手間を要していたものが、実は最近になって IT 技術の進歩や DX（デジタルフォーメーション）と言われる合理化の波に乗って、まさに脚光を浴びようとしています。

例えば現在では、株式会社等の法人はそれぞれに「法人番号」が付与されていて、基本情報などは公表されホームページなどでも情報が入手できます。FX シリーズでは、インターネットに接続した状態では、取引先マスターの作成において、会社名から検索して住所等の情報を反映させ登録することができるようになっていきます。

さらに、令和 5 年 10 月に施行される消費税法の改正によりいわゆる「インボイス制度」が導入された後は、取引の相手方が消費税の課税事業者かどうかを判別して、消費税の処理を変更しないといけなくなります。そして当面の間適用される経過措置がさらにその処理を複雑にします。この場面で TKC の FX シリーズでは、取引マスターのデータを読み込んで消費税の処理を自動判別する機能が追加される予定です。これまで他社ソフトとは違うと自負しておりましたが、ここに来てさらにその違いがクローズアップされるのではないかと期待しております。他社ソフトをお使いの事業者様におかれましては、この際に TKC の FX シリーズへの切り替えをご検討ください。クラウド形式のもございますので。

※今後ハクシオンレターの配信をご希望されない方は、お手数ですが  に  を入れご返信ください。

今後希望しない

会社名

ユアブレーション 尾上会計事務所 宛

TEL

**FAX 079-288-0997**

FAX