

OWNER'S LIFE

発行: エヌピー通信社 電話: 03-3971-0111 (代表) 日本新聞協会 / 日本記者クラブ / 国税庁記者クラブ / 国会記者会 会員社

www.owners-life.com

オーナーズライフ ドクターズエディション

DOCTOR'S EDITION

vol. 42 2017 July



院長なら知っておきたい

交際費を損金にするコツ

税務調査で必ずマークされる

落とせるものなら経費で落としたい。飲むたびに領収書はもらっているけど、実際にどこまで経費で落とせるか分からない。いつの時代も院長や自営業者を悩ませるのが「交際費」の扱いだ。交際費は税務調査で特に狙われやすく、否認されれば多額の追徴金が課税される。だが是非を判定する際には基準があり、それをしっかり押さえておけば否認を恐れることはない。

交際費は基本的に法人税の課税対象だ。本来、法人税は事業者の利益に対して課される税金だが交際費に限っては、お金が無駄に流れた「損失」にもかかわらず税金がかかる。遊興の性質が強い交際費を経営のための支出と認めないという考えが根底にある。だが接待は次の仕事につながるものもあり、業務に無関係とは言えない。そのため、交際費には上限を定めた上での損金算入ルールが設けられている。

現在、損金に含まれる交際費の上限は、①資本金1億円超の大企業ならば「交際費のうち、飲食費の50%」、②資本金1億円以下の中小は「交際費のうち飲食費の50%か、800万円のどちらが多いほう」、③個人事業主は「上限なし」となっている。交際費は私的な飲み代と混ざりやすいこともあり、税務調査では必ずチェックされる。交際費に当たらないと否認されてしまえば、損金にできないばかりか加算税や延滞税も課される。では税務署は飲み代が交際費に当たるかどうかを何で判定するのか。重要なのは3つのポイントだ。

1つ目は、仕事に関係あるかどうか。例えば院長や役員が一人で飲みに出かけて領収書を切っても、それは私的な飲食であり交際費ではない。一方、部下や同僚を伴えば、それは「内部交際費」となり損金化が可能だ。ただし、特定の部下や同僚だけを伴って飲みに出かけ、その費用がかさむと従業員への「給与」として課税されてしまう。2つ目は、仕事に関係ある飲み代かを説明できる証明の存在だ。領収書はもちろん、参加者の名前、関係性、人数などを記録しておくことが望ましい。3つ目のポイントは、金額が常識の範囲内であるということ。取引先と2人だけなのに100万円の飲食であれば税務署としては看過しがたい。ただしあくまで基準であり、取引記録や財務書類で業務との関係性をき

ちゃんと説明できれば、高額でも損金になるケースはある。これ以外に、そもそも交際費に含まずに損金で落とす道もある。「飲食費5千円ルール」だ。これは、外部の人間を1人以上招いての飲食で、その代金が1人当たり5千円以下であれば、その全額を「交際費」ではなく「飲食費」として損金にできるというもの。特例のために人数を増やしたり、形式的に外部の人間を1人だけ混ぜたりというような行いは、加算税のなかでも罰則の厳しい「加重算税」の対象にもなり得るので気を付けたい。さらに注意点を挙げると、一口に「5千円」といっても、その法人が消費税抜の会計処理を採用しているなら実際の上限は約5400円、税込処理ならば5000円までとなる。

ひとたび税務調査が入れば、必ずチェックされるのが交際費だ。その時に痛くもない腹を探られないためにも適切な対応を心がけたい。

2017 夏の野菜分譲マンション一戸建てセレクション特集

http://ps.nikkei.co.jp/map1706/

エヌピー通信社のホームページに有益情報が満載!

OWNER'S LIFE
特集

とりあえず？ 知っておきたい基礎知識

不倫は税金面でも高くつく？
夫婦の財産分与が課税されることも

最近では芸能界や政界で「浮気」や「不倫」という単語があちこちで飛び交っている。本人らの道義上の責任はどうあれ、日本では1947年に姦通罪が廃止されて以降、そういった行為自体は犯罪でないことは言うまでもない。ただし民事的責任となれば話は別で、配偶者に訴えられると不倫をした本人もその相手も莫大な慰謝料を支払うこともある。さらに離婚ともなれば財産分与に養育費とさまざまな形で負担が発生し、もちろん税も例外ではない。一生知らなくて済むならそれでいい、離婚にまつわる税金について見てみる。

慰謝料は非課税
とはいうものの…

伊丹十三監督の映画『マルサの女』では、山崎努演じる会社経営者が内縁の妻について語るシーンが登場する。

「もう少し情が移ってきたら結婚して、本当に愛情がわいて財産を分けられたら、離婚するんだよ。離婚して慰謝料をガバッと払うの。慰謝料には税金がかからないからね。そうやって財産を移しといて、また彼女と結婚するの」

この言葉に対しては主人公が「財産を移した途端に彼女が逃げちゃう可能性もありますね」と厳しいツッコミを入れるわけだが、男の言うとおり、離婚に伴う慰謝料には原則として税金がかかることはない。これは不倫相手から得た慰謝料なども同様の扱いで、不倫などに限らず、損害賠償金や慰謝料などによる収入は原則として非課税とされている。

ただし男が計画を実行したとして、思惑通りに相手に財産を移せるかといえは難しいかもしれない。慰謝料のうち非課税となるのは、あくまで「社会通念上それにふさわしい金額」のみとされている。

心に受けた傷を金額に換算するのは非常に難しいとはいえ、あまりに高額な慰謝料は過大だと課税される可能性がある。

世間を騒がせている芸能人などの場合、結構な財産を持っていることが多いから、離婚に発展すれば莫大な慰謝料が発生するだろうが、それでも限度はあるということだ。

ちなみに過去にあった芸能人の不倫による慰謝料の最高額は、国内では1988年に離婚した演歌歌手の千昌夫さんが前妻に対して支払った50億円といわれている。

財産移転のための
‘偽装、は通用せず

では夫婦が離婚する際の財産分与にまつわる税金はどうなるのだろうか。離婚での財産分与によって現金や不動産、株式などの資産を受け取った場合、贈与税は原則として一切かからない。これは、財産分与は夫婦の間で、新たな財産の取得ではないという考え方による。養育費も同様に非課税となる。

ただし慰謝料と同様に、これらも正当と思われる金額を大幅に逸脱しているときには課税の対象になり得る。おおむね「夫婦の財産の2分の1」を大きく超えた場合に課税される可能性があるが、実際にはあくまで夫婦の資産状況や離婚の原因などで総合的に判断されるようだ。また離婚したにもかかわらず仲良く共同生活を続けているなど、そもそも離婚自体が財産移転のための方便だと判断されたときも、課税される。冒頭に挙げた映画のような偽装離婚は認められないということになる。

不動産が絡むなら
節税策を考慮する

分与で得た不動産については、取得税は免除されるものの、改めて登記を行う際の登録免許税は免除されない。また、いうまでもないが、取得以後の固定資産税の課税義務は免れない。

財産を受け取った側に原則として課税義務が生じない一方で、財産を渡した側については事情が異なる。

現金で財産を分与すれば税金はかからないが、住宅や土地などの不動産を分与によって渡したときには、譲渡所得があったものとして所得税が課されるのだ。財産をタダで手放した上に課税されるというのだからなんとも理解しにくい話ではある。

ただし、すべてのケースで税負担が発生するわけではない。つまり、分与する不動産の価値が取得時より下がっていれば、そもそも譲渡益が発生していないとみなされて税額はゼロとなる。住居を買った時より手放す時のほうが価値が下がっていることがほとんどなので、実際にはこの時点で不動産分与に課税される可能性は減ると言っている。

もし不動産が都市部などにあると、取得したと

きよりも価値が上がっている場合には、税負担を抑える2つの方法がある。

1つ目は、「居住用財産の譲渡所得の特例」だ。この特例は、自分が居住している住居を売却したとき、3千万円までを譲渡所得から控除できるといわれるのだ。ただし別荘や投資用のマンションなど、自宅以外の不動産には適用できないことに加え、「夫婦間や親子間の譲渡には適用されない」という注意点が気になることを覚えておきたい。つまりこの特例は、離婚後に使わなければならない意味がないということだ。

そして2つ目は、「贈与税の配偶者控除の特例」だ。20年以上婚姻関係を続けている夫婦間で住宅を譲り渡すときには、2千万円までを非課税とするもので、通常の暦年贈与の非課税枠と合わせて2110万円まで税金がかからないことになる。1つ目の特例とは逆に、こちらは配偶者でなければ適用されないため、離婚後には使えない。離婚前にしか使えない配偶者控除と、離婚後にしか使えない譲渡所得の特例。2つの方法で、財産分与にまつわる税負担を抑えられるわけだ。

「コミュニケーションとデジタル化」 ICT化の推進で、地域から支持される診療所へ



**医療機関同士の
コミュニケーションは
アナログからデジタルへ**

医療機関のコミュニケーションは、大きく二つに区別できます。ひとつは、診療所と病院、診療所と薬局、診療所と訪問看護ステーションといった「医療機関同士」のコミュニケーションです。

コミュニケーションを行う上で、長らく書類によるやり取りが行われてきました。たとえば、診療所が患者さんを病院に紹介する場合は、「診療情報提供書（紹介状）」を発行します。また、診療所が処方薬を薬局にオーダーする場合は「処方せん」を発行します。診療所が訪問看護ステーションに患者さんの訪問看護を依頼する場合は、「訪問看護指示書」を発行します。このように、医療機関同士のコミュニケーションは、従来「紙」を用いて行われてきました。しかしながら、これらの書類は、電子カルテやレセコンなどIT機器の普及が進んでいることを受けて、デジタルでやり取りすることで業務の効率化を図る動きが見られます。2025年の完成を目標に進められている「地域包括ケアネットワーク」の推進を受けて、2016年にこれらの書類をデジタルでやり取りすることが、一定のルールの下で認められました。

一定のルールとは、地域連携ネットワークやプライベートネットワークなど、セキュリティレベルの高いネットワーク環境が求められています。いま、医療機関同士の情報共有をデジタルでやり取りする時代がやってきているのです。

**電子カルテの
書類作成機能を
使いこなそう**

電子カルテには、これらの

政府は患者さんが「かかりつけ医」や「かかりつけ薬剤師」を持つことを推奨しており、患者さんが気軽に相談できる医療機関として診療所や調剤薬局を位置付けています。このような時代、いかに患者さんから診療所や薬局が信頼いただくことができるかが大切になっていきます。信頼は密接なコミュニケーションから生まれます。診療所にとって、いま「コミュニケーション」は重要なテーマとなっています。

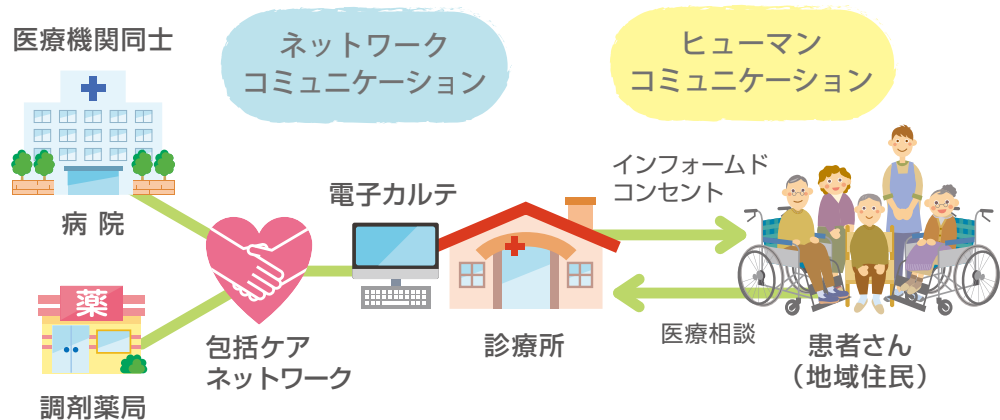
さまざまな書類を簡単に作成する機能が備わっています。

電子カルテには書類のひな形が用意され、カルテに書かれた様々な情報をコピー&ペーストするだけで簡単に作成することができます。また、書類に書かれる文言についても、定型文（フォーマット）をあらかじめ登録しておけば、スムーズに文書を作成することが可能になります。電子カルテは、カルテに蓄積された情報を2次利用して、様々な書類をスピーディに作成することができるのです。

この機能を使いこなせば、診療情報提供者や診断書を即時発行することができます。「明日、取りに来てください」といった、患者さんを書類の受け取りだけで再訪させることもなくなります。書類をスピーディに発行することは診療所の差別化にもつながるのです。

**患者さんに
支持されるための
コミュニケーション**

もうひとつは、医師と患者さん、



薬剤師と患者さんといった「対患者さん」のコミュニケーションです。これについては、政府がかかりつけ医やかかりつけ薬剤師を推進しているように、診療所や薬局については、

コミュニケーションを高め、いかに患者さんに指名されるようになるかが大切になっていきます。

患者さんとの密度の高いコミュニケーションを図るためには、医師、薬剤師のみならず、事務スタッフなど全スタッフの接遇やコミュニケーション能力が重要になります。

昨今、接遇やコミュニケーションについて、医療機関でも重視されるようになってきました。また、患者満足度と医師による説明は、待ち時間以上に相関関係にあるという調査結果があるように、説明力、すなわちコミュニケーション力は大変重要になっていきます。医療はサービス業であり、コミュニケーションや接遇は基本のスキルです。しかし、他のサービス業に比べて、命を預かる現場ですから、プライバシーに最高レベルの配慮を払い、丁寧に患者さんの立場になってコミュニケーションを行うことが求められています。

地域住民から支持される診療所になるためには、先に挙げたICT化を進めることで、「ネットワークコミュニケーション」を行うためのインフラを整備し、接遇やコミュニケーションを高めることで、「ヒューマンコミュニケーション」を向上させていく必要があるのです。



MICTコンサルティング 代表 大西大輔

2001年一橋大学大学院MBAコース卒業後、医療経営コンサルティングファーム「日本経営グループ」入社。医療IT機器の展示場「メディプラザ」を設立。東京、大阪、福岡の3拠点を管理する統括マネージャーを経て、2016年にコンサルタントとして独立し、「MICTコンサルティング」を設立。過去2000件を超える医療機関へのシステム導入の実績から、医師会、保険医協会などの医療系の公的団体を中心に講演活動および執筆活動を行っている。



最強のメディアコンテンツ

ブランディング出版

出版コンサルタント 高橋恒夫



出版費用は 広告費用と割り切る

本を出すといっても、プロの作家をはじめ、よほど多くの著書を持つ有名経営者や医師、学者、または芸能人や政治家でもない限り、出版社から「ウチで本を出しませんか」とは言ってくることはありません。声が掛かるとすれば、「出版費用は著者持ちで自著を発行しませんか」というものです。ここで「なあんだ、お金がかかるのか、じゃあいいや」と放り投げる選択はもったいないと思います。この選択肢を捨てた後にどうするかといえば、結局は広告を出すか、自院パンフを刷り直すか、もしくはウェブサイトを更新するから、やはりお金を使うのですから。プロの作家ではないのですから、出版費用は広告経費だと思って割り切るべきです。

費用を負担して自著を出すことは、いわばブランディング戦略の一つです。本というアナログ媒体の持つパワーやオーソリティーについては前回述べたとおりで、開業医が積極的に活用すべき手法です。

「本の形のパンフ」と本の違い

では、どうやって「本を出すところ」を見付けられるのか。結局のところ、これが本連載の核心でもあります。こういった出版社でどのような編集者と組んで本を生み出せるかで、勝負の半分は

● 流通できなきゃ「本」じゃない ●

決すると言えらるからです。そのためには、出版の仕組みを知ることから始めたいと思います。

まずは「本」とは何かです。三省堂の大辞林では「書物。文書」とあり、ネット百科事典のウィキペディアでは「複数枚の紙が一方の端を綴じられた状態になっているもの」とあります。物質としての「本」の説明としてはこれらで十分ですが、出版界での本の説明としては適切ではありません。書籍流通上、「本」として認められるのは、大雑把に言えば、裏表紙にISBN（国際標準図書番号）とCではじまる図書分類コードなどからなる「書籍JANコード」が記載され、一定のルールに基づいた二段のバーコードがあるものを指します。

これらがあることで、出版社から発行された書籍であると認められ、国立国会図書館に納本され永久保存されます。さらに全国すべての書店で取り寄せが可能になるのです。

つまり、自分でパソコンからプリントアウトして片側を糸やノリで綴じたとしても、それは「本の形」になっただけで、「出版」したことになるはず、書店で販売されることも基本的にありません（この例外については後々説明します）。

どんなにお金をかけて「本の形」にした自院パンフレットも、勝手に値段を付けたとしても、それは

「本」ではないのです。以前、「自費出版」ビジネスが流行したときには、こうした「本の形」にするだけのものが全国的に見られ、「話が違ふ」と、裁判に発展したケースも多くありました。

二段のバーコードが ブランディング価値を高める

こうした出版の基本を知っていただくだけで、「あなたの思いを出版します」と謳っている業者が、「出版」せずに「本の形」にするだけで法外な金額を取るような場合でも、自分で「おかしいぞ」と疑問を抱くことができるでしょう。

そして、自院宣伝物でない証拠としての出版社の表記と、裏表紙の二段のバーコードこそが、ブランディングツールとしての威力を発揮するのです。患者さんやその予備軍のひとが手にして捨てにくいのは、「本の形」の冊子ではなく、「出版された本」なのです。いかに立派な体裁でも「流通できないう本じゃない」と覚えておいてください。

こうした、著者が費用の一部を負担して出版する本を「カスタム出版」もしくは連載タイトルにもある「ブランディング出版」と呼びます。以前は「自費出版」という言葉でひとくりにされていましたが、出版の体裁がいまいで、最近では「本の形」にするだけのことを自費出版と呼ぶことが多いようです。

(つづく)



院長のミカタ

「患者さん最優先」

すべてのドクターに共通する、徹底した姿勢です。

尊い命を守るドクターにとって、時間、はなによりも貴重なもの。その時間を捻出するためには、瞬時に判断がくだせるだけの、正確で詳細な「情報」の収集・分析が不可欠です。

「医聖」ヒポクラテスは、「人生は短く、術の道は長い」と説きます。医療は「仁術なり」ともいいますが、多くの時間を「仁術」に割くためには、わずらわしい「算術」も、おろそかにするわけにはいきません。

院長先生は、まず医師であり、同時に経営者でもあります。「院長のミカタ」は、先生方の強い「味方」として、経営者の目線での「見方」を提供してまいります。

充実した「仁術」を施すためには、経営の安定と強化を図る必要があります。「院長のミカタ」は、医療経営の現場で役立つ、実践的な「算術」の情報を発信していきます。

財務・税務分野の報道に特化した新聞社として唯一、日本新聞協会に加盟するエヌピー通信社。創立69年の老舗専門新聞社が、すべての開業医に向けて発行しているのが――

『院長のミカタ』

ほかにはない、「院長先生だけに特化した経営・財務・税務専門情報紙」です。ご購読のお申し込みは下記へご記入の上、FAXでお願いたします。また、小社のホームページからでもお申し込みいただけます。

新規購読特典として、年間購読料9000円(税込・送料含)。定価は9720円)でお申し込みいただけます。さらに、1カ月分をサービス(合計13報分)してお送りいたします。この機会にご購読いただけますよう、お願い申し上げます。

エヌピー通信社
『院長のミカタ』編集部

お申し込み日 平成 年 月 日

お申込者様ご記入欄

最新号より1年間購読お申込み。
(新規購読特典で13カ月分)

※ 過去号(バックナンバー)の送付をご希望の場合は、チェック欄に☑印をご記入ください。在庫に限りがありますので、品切れの際はご容赦願います。

フリガナ		フリガナ	
病院名 または 診療所名		ご購読者名 または 購読部署名 (ご担当者名)	
お届け先 ご住所	〒		
TEL	()	FAX	()
メールアドレス	@		

購読申込書

発行体裁

月刊 (毎月28日付発行)・タブロイド判・12頁建以上

購読特典

- 年間購読料 9720円 → **新規購読特価 9000円**
- 1カ月分追加サービス → **合計13報分をお届け!**
- 『社名の由来』小冊子 → **購読者全員にプレゼント**

右のお申し込み欄、または同封した申込書へ必要事項をご記入の上、下記のFAX番号へお送りください。

無料Fax **0120-613-336**

・ご記入いただいた内容は紙面上の参考のみ使用し、お名前等の公表は一切行いません。また個人情報保護法に準拠した取り扱いいたします。詳細は当社ホームページ <http://www.np-net.co.jp/> のプライバシーポリシーをご参照下さい。
・ご記入いただいたご住所、メールアドレス等に今後弊社より各種ご案内(事務連絡、読者調査)をお送りする場合がございます。