

発展を目指す企業家のための経営指南役

No. 433

平成19年 9月 3日(月曜日)

社外重役

Selected Clients & Professionals Relationship

発行)株式会社ノースアイランド
 東京本社)東京都千代田区丸の内3-2-3 富士ビル5F
 Tel.03-3216-2004 Fax.03-3216-0439
 大阪支社)大阪市北区堂島2-1-31 ORIX堂島ビル5F
 Tel.06-4799-2004 Fax.06-4799-0539

| | |
|---|---|
| 経 | 営 |
|---|---|

| |
|------|
| 税務会計 |
|------|

内部統制の取り組み意識強まる 目的は目標達成の仕組み作り

新会社法や日本版SOX法(企業改革法)などを契機に、内部統制の重要性が叫ばれている。上場企業(非上場大企業も含む)に義務付ける日本版SOX法はITによる会計監査制度に重点を置き08年から適用開始される見込み。非上場の中小企業には法的義務はないものの、会社法下であれば内部統制強化は不可避となる。

内部統制の原典はアメリカのCOSOフレームワーク(評価基準の体系)で(1)業務の有効性と効率性(2)財務報告の信頼性(3)関連法規遵守を三大要素とし、先進国はこれに倣っている。内部統制は経営目標を達成するために健全な企業組織の仕組みを作るのが目的である。

「企業活動」(適正な経営目標)が「ルール」(法令遵守)に沿って、達成されるための「仕組み」(コントロール機能)を構築して、常に「チェック」する監査機能を持ち、企業活動の成果を社外へ「報告」(情報・伝達)する一連の作業をいう。

中小企業にとって内部統制の最優先課題は、業務管理(有効性と効率性の向上)とされる。概して経営トップに権限が集中し過ぎたり、職務分掌や業務遂行能力の把握も後回しになるなど、ミスやクレーム、不正発生の原因が潜在しがち。

内部統制評価機構(NPO団体)では今年から非上場企業対象に内部統制整備状況の認定制度を始めるなど、内部統制という“タガ”を再構築する本格的な時機が到来してきている。

夏祭りでの協賛金等支出は寄附金 社名入り提灯の費用は広告宣伝費

全国各地で盆踊りや花火大会などが催されるが、これらの祭りの運営に欠かせないのが企業からの協賛金である。こうした協賛金支出は地域住民との関係を深める格好な機会でもある。

夏祭りに支出した協賛金は、主催する神社の境内や町内会の神酒所などに、提供社名が張り出されるので宣伝的な効果がある。しかし、協賛金という支出は寄附金そのものであるから、税務上は寄附金として処理せざるをえない。一般寄附金として限度額計算を超える部分は損金算入できないことになる。これは、現金で寄附する場合だけでなく、ビールやお酒、ジュースなど品物で差し入れる場合も同様である。

ただし、夏祭りや盆踊りの際に、商店街などの道筋の両側に社名や店名を入れた提灯を吊るす場合の社名入りの提灯の費用は、看板などと同じ効果をもつと考えられることから、広告宣伝費として処理できる。また、花火大会などで花火代を負担することでパンフレットに社名が印刷される場合も広告宣伝費となる。

なお、協賛金に対する消費税の課税関係は、金銭での支出は課税仕入にはできないが、ビールやお酒など現物での寄附は仕入税額控除の対象となる。ただし、現物の支出は、金銭での支出と異なり交際費としなければならない。また、上記の社名入りの提灯やうちわ、花火のパンフレットなど広告宣伝費として処理できる費用も、消費税法上、仕入税額控除の対象となる。

今週のキーワード

C O S O
(コーソー)

トレッドウェイ委員会支援組織委員会の略称。米国企業の経営破綻、粉飾決算などに危機感を強めた米国公認会計士協会は、85年国家委員会を組織し委員長にJ.C.トレッドウェイが就いた。同委員会は不正な財務報告の原因把握、発生減少のための勧告を行う目的だったが、94年に内部統制の統合的枠組み、通称COSOレポートを公表。その中の「経営管理の枠組みそのものが内部統制である」という内部統制フレームワーク概念は事実上のグローバルスタンダードとなる。