

発行日:令和 5 年 10 月 27 日

担当:会員サービス課 service@niigata-cci.or.jp

〒950-8711 新潟市中央区万代島5番1号 万代島ビル7階

URL <https://www.niigata-cci.or.jp> E-mail office@niigata-cci.or.jp

定員 200 名
先着順!

日本経済の見通しについて海外情勢を踏まえて解説!

11 月 13 日(月)新潟商工会議所 特別講演会



当所では、フジテレビ【LIVE NEWS α】(レギュラーコメンテーター)など数多くのメディアに出演の馬淵 磨理子 氏を講師に迎え、特別講演会を開催いたします。経営者が押えておくべき日本経済の見通しを、海外情勢を踏まえて解説。さらに日本企業が取るべき戦略についても、企業事例を用いて説明いただきます。

テーマ

アフターコロナで経営者に必要な視点と 企業の取るべき戦略

まぶち まりこ

講師:馬淵 磨理子 氏 (経済アナリスト/日本金融経済研究所代表理事)

【プロフィール】

滋賀県出身。京都大学公共政策大学院修了後、トレーダーとして法人の資産運用を担い、その後経済アナリストとして活躍中。フジテレビ【LIVE NEWS α】(レギュラーコメンテーター)など数多くのメディアに出演。経済アナリストの知見を活かし、企業経営者や一般向けに講演会も数多く行っている。自分の意志で人生の選択ができる世の中を自身のポリシーで誰かの価値観ではなく、自分の価値観で生きる、誰もがしなやかに生きることができる社会を目指して活動中。



【開催日時】令和 5 年 **11 月 13 日(月)** 13:30~15:00 (受付 13:00~)

【会場】新潟グランドホテル 3 階 悠久(中央区下大川前通 3 ノ町 2230 番地)

※駐車券のサービスはございません

【参加費】**無料**(ご参加は当所会員事業所の方に限ります)

【定員】200 名(先着順)

※定員超過の場合のみご連絡いたします。聴講券は発行いたしません。

【ご参加にあたって】

- ・会場での写真・ビデオ撮影、録音等をご遠慮ください。
 - ・咳や熱、喉の痛みなどの症状がある方は出席をご遠慮ください。
- マスクの着脱は個人に判断を委ねますが、マスクの持参を推奨します。

詳細は下記 URL か右記 QR から

<https://www.niigata-cci.or.jp/archives/18578>



【お問合せ】総務課

TEL: 025-290-4204 (土日祝日を除く 9:00~17:30)

インボイス転換事業者は補助上限 50 万円上乘せ

第 14 回公募「小規模事業者持続化補助金」

持続化補助金で
販路開拓！

国では、小規模事業者*等が経営計画を自ら策定し、商工会・商工会議所の支援を受けながら取り組む販路開拓を支援します。

※常時使用する従業員数が「商業・サービス業(宿泊業、娯楽業を除く)」の場合 5 人以下、それ以外の業種の場合 20 人以下である事業者

【補助対象経費】

機械装置等費、広報費、ウェブサイト関連費、展示会等出展費（オンラインによる展示会・商談会等を含む）、旅費、開発費、資料購入費、雑役務費、借料、設備処分費、委託・外注費

【補助率・補助上限】

	通常枠	特別枠			
		賃金引上げ枠	卒業枠	後継者支援枠	創業枠
補助率	2/3 (賃金引上げ枠のうち赤字事業者は 3/4)				
補助上限	50 万円	200 万円			
インボイス 特例	50 万円※ ※インボイス特例の要件を満たす場合は、上記補助上限額に 50 万円を上乘せ				

免税事業者から適格請求書発行事業者に転換する事業者(インボイス転換事業者)を対象に、全ての枠で一律に 50 万円の補助上限を上乘せし、販路開拓(税理士への相談費用を含む)を支援！

【申請要件】

- ・賃金引上げ枠 ⇒ 事業場内最低賃金を地域別最低賃金より+30 円以上とした事業者
- ・卒業枠 ⇒ 小規模事業者として定義する従業員数を超えて規模を拡大する事業者
- ・後継者支援枠 ⇒ アトツギ甲子園のファイナリスト等となった事業者
- ・創業枠 ⇒ 過去 3 年以内に「特定創業支援事業」による支援を受け創業した事業者
- ・インボイス特例 ⇒ 免税事業者のうち適格請求書発行事業者の登録を受けた事業者

※過去の公募回において、「インボイス枠」で採択され事業を実施した事業者は、今回の「インボイス特例」の対象外です。

【応募締切】

令和 5 年 **12 月 12 日(火)** まで

※当所へのご相談は、各受付締切日の 1 週間前までにお願いいたします。

【応募方法】

原則 jGrants による電子申請

※電子申請に必要な G ビズ ID プライムアカウントの発行には、一定の期間がかかりますので、電子申請をお考えの方は、先にアカウントを発行することをお勧めします。

詳細は下記 URL か右記 QR から

<https://s23.jizokukahojokin.info/>



【お問合せ】 経営相談課

TEL：025-290-4212（土日祝日を除く 9：00～17：30）

令和6年1月1
日よりスタート!

電子取引データ保存措置の猶予期間は令和5年12月末まで! 電子帳簿保存法への対応はお済みでしょうか

令和4年度税制改正の「宥恕措置」を適用している場合は、令和5年12月31日までに行う電子取引をプリントアウトして保存し、税務調査の際に提示・提出できるようにしていれば差し支えありませんでした。しかし、適用期限後の令和6年1月1日より、電子取引はシステム等の整備が間に合っていない場合などを除いて、電子データでの保存が必要となります。(データのやり取りが無く紙媒体でのみやり取りしていたものについては、従来同様データ化する義務はありません)

■電子帳簿保存法とは?

税法上保存等が必要な「帳簿」や「領収書・請求書・決算書など(国税関係書類)」を、紙ではなく電子データで保存することに関する制度をいい、3つの制度に区分されています。

① 電子帳簿等保存【希望者のみ】

パソコン等で作成している帳簿や国税関係書類は、プリントアウトして保存するのではなく、電子データのまま保存ができます。例えば、会計ソフトで作成している仕訳帳やパソコンで作成した請求書の控え等が対象です。

② スキャナ保存【希望者のみ】

決算関係書類を除く国税関係書類(取引先から受領した紙の領収書・請求書等)は、その書類自体を保存する代わりに、スマホやスキャナで読み取った電子データを保存することができます。

③ 電子取引データ保存

申告所得税・法人税に関して帳簿・書類の保存義務が課されている者は、注文書・契約書・送り状・領収書・見積書・請求書などに相当する電子データをやりとりした場合には、その電子データ(電子取引データ)を保存しなければなりません。

■データの保存方法についてのポイント

電子取引に該当する国税関係書類は原則として下記の要件を満たして保存する必要があります。

- ・改ざん防止のための措置が取られている(タイムスタンプ付与、修正・削除履歴が残る等)
- ・ディスプレイやプリンタ等で閲覧・データ出力ができる
- ・データを「日付、金額、取引先」で検索できる



詳細は下記 URL か右記 QR から

<https://www.nta.go.jp/law/joho-zeikaishaku/sonota/jirei/tokusetsu/index.htm>

■デジタル化支援制度のご案内

- ・IT 導入補助金 通常枠(補助対象:ソフトウェアやシステムの購入費・利用料)
 - A 類型: 補助額5万円~150万円未満(補助率 1/2)
 - B 類型: 補助額 150万円~450万円以下(補助率 1/2)
- ・IT 導入補助金 デジタル化基盤導入枠(補助対象:上記導入費+ハードウェア費)
 - ソフトウェア分: 下限なし~50万円以下(補助率 3/4)、50万円超~350万円以下(補助率 2/3)
 - ハードウェア分: PC・タブレット 10万円以下(補助率 1/2)
レジ・券売機 20万円以下(補助率 1/2)

【お問合せ】IT 導入補助金 2023 後期事務局コールセンター

TEL: 0570-666-376(土日祝日を除く 9:30~17:30)

今月のテーマ 「カスタマーハラスメントの対応」

カスタマーハラスメント対策について

セクハラ・パワハラなどのハラスメントについては、近年の法律改正等により広く知られており、企業においても適切な対応が行われているところです。最近では、お客が従業員に嫌がらせ等をしたりする「カスタマーハラスメント」が問題となっています。

今回は、顧客等からの著しい迷惑行為である「カスタマーハラスメント」について、企業に求められる対策を検討します。

カスタマーハラスメントとは

企業や業界により、顧客・取引先への対応方法・基準が異なることが想定され、明確に定義づけられませんが、企業の現場では以下のようなものがカスタマーハラスメントであると考えられます。

顧客等からのクレーム・言動のうち、当該クレーム・言動の要求の内容の妥当性等に照らして、当該要求を実現するための手段・態様が社会通念上不相当なものであって、当該手段・対応により、労働者の就業環境が害されるもの。

(本来、顧客等からのクレーム・苦情は、商品・サービスや顧客接客・システム等に対して不平・不満を訴えるもので、それ自体が問題とはいえず、業務改善や新たな商品・サービス開発に繋がるものである点には留意が必要です。)

「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル(厚生労働省)」より

事業活動への影響

「カスタマーハラスメント」は、従業員、企業、他の顧客等に対してさまざまな影響を及ぼすとされています。

特に従業員への影響は看過できません。顧客等から従業員に対する人格や尊厳を侵害する言動により、従業員が身体的・精神的に苦痛を与えられる、業務パフォーマンスの低下、健康不良、休職や退職に至るなど、重大な悪影響が生じます。

企業にとっても、対応するための時間的な損失や、従業員への対応、人員確保、売り上げ低下などの悪影響が懸念されるところです。

企業、事業主には、職場におけるハラスメント防止に「雇用管理上必要な措置を講じること」が義務となっており、カスタマーハラスメントにおいても**企業における対策**

企業として、カスタマーハラスメント対策に組織的に取り組むことにより、企業にとっての悪影響を発生させないことはもとより、従業員の就業環境が守られることにつながります。

＜カスタマーハラスメント対策＞

「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル(カスタマーハラスメント対策作成事業検討委員会)」(厚生労働省)において、カスタマーハラスメント対策が示されています。

☆詳しい内容については、労務管理の専門家にお聞きください！

カスタマーハラスメント対策の基本的な枠組み

カスタマーハラスメントを想定した事前の準備

- ①事業主の基本方針・基本姿勢の明確化、従業員への周知・啓発
 - ・組織のトップが、カスタマーハラスメント対策への取組の基本姿勢を明確に示す。
 - ・カスタマーハラスメントから、組織として従業員を守ると言う基本方針・基本姿勢、従業員の対応の在り方を従業員に周知・啓発し、教育する。
- ②従業員(被害者)のための相談対応体制の整備
 - ・カスタマーハラスメントを受けた従業員が相談できるよう相談対応者を決めておく、または相談窓口を設置し、従業員に広く周知する。
 - ・相談対応者が相談の内容や状況に応じ適切に対応できるようにする。
- ③対応方法、手順の策定
 - ・カスタマーハラスメント行為への対応体制、方法をあらかじめ決めておく。
- ④社内対応ルールの従業員への教育・研修
 - ・顧客等からの迷惑行為、悪質なクレームへの社内における具体的な対応について、従業員を教育する。

カスタマーハラスメントが実際に起こった際の対応

- ⑤事実関係の正確な確認と事案への対応
 - ・カスタマーハラスメントに該当するか否かを判断するため、顧客、従業員等からの情報を基に、その行為が事実であるかを確かな証拠・証言に基づいて確認する。
 - ・確認した事実に基づき、商品に瑕疵がある、またはサービスに過失がある場合は謝罪し、商品の交換・返金に応じる。瑕疵や過失がない場合は要求に応じない。
- ⑥従業員への配慮の措置
 - ・被害を受けた従業員に対する配慮の措置を適正に行う(一人で対応させず、複数名で、組織的に対応する。メンタル不調への対応等)。
- ⑦再発防止のための取組
 - ・同様の問題が発生することを防ぐ(再発防止の措置)ため、定期的な取組の見直しや改善を行い、継続的に取組を行う。
- ⑧①～⑦までの措置と併せて講ずべき措置
 - ・相談者のプライバシーを保護するために必要な措置を講じ、従業員に周知する。
 - ・相談したことを理由として不利益な取り扱いを行ってはならない旨を定め従業員に周知する。

カスタマーハラスメントに発展させないために

【発展させないためのステップ】

1. 対象を明確にして謝罪する

対象を明確にした上で限定的に謝罪します。
「この度は不快な思いをさせてしまい、誠に申し訳ありません」といったように 不快感を抱かしたことにより謝ります。正確に状況が把握できていない段階では企業として非を認めたような発言はせず、事実確認をして社内での判断をしたときに、過失の程度に応じた謝罪をします。



2. 状況を正確に把握する

顧客等が主張する内容を正確に把握します。顧客等から話を聞く際には、途中で発言を遮ることや反論はせず、まずは一通り事情を確認します。
一通り事情を確認した後、顧客等が話す内容に不明確なものがあれば確認をし、不足する情報があれば追加で意見をもらい、顧客等の勘違いがあれば正しい情報を提供します。



3. 現場監督者(一時相談対応者)または相談窓口へ情報共有する

顧客等から確認した情報は、現場監督者または相談窓口対応者に共有します。
相談対応者が正確かつ迅速に状況を把握するため、現場対応者は顧客等の要望のみならず、出来るだけ事実関係を時系列で整理して報告します。

出典:「カスタマーハラスメント対策企業マニュアル」(カスタマーハラスメント対策作成事業検討委員会)(厚生労働省)

新潟県社会保険労務士会ホームページ <http://www.sr-niigata.jp/>

「健康食品」と健康づくりについて

(一社)新潟県労働衛生医学協会
健康づくり推進部 保健師 丸山 要子



テレビ、雑誌、新聞、インターネットなどでよく目にする健康食品。健康づくりのために取り入れたいとお考えの方もいらっしゃると思います。今回は、健康食品と健康づくりについてのお話です。

1 健康食品と医薬品の違い

錠剤・カプセル状の健康食品は、医薬品と混同されやすいのですが、この二つは全く異なるものです。「医薬品にも使われている成分です」との文言で製品の有効性をアピールしている健康食品があります。しかし、表示されている成分の製品中の含有量は、効果が期待できないほど微量であったり、医薬品とは利用目的や利用方法が異なっていたりすることがあります。また、思わぬ健康被害を招くこともあります。

健康食品のうち、国が定めた安全性と効果に関する基準などに従って機能性が表示されている食品は「保健機能食品」といい、「特定保健用食品」、「栄養機能食品」、「機能性表示食品」の3種類があります。健康食品を選ぶときに、参考としてください。

2 健康食品を使用する際に気をつけたいこと

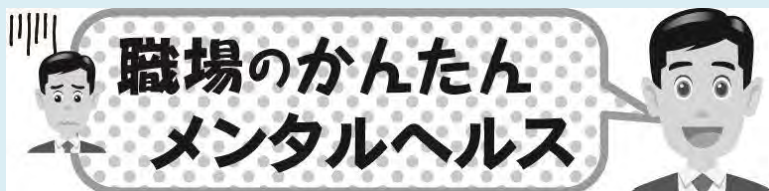
健康食品は医薬品ではありませんので、保健機能食品であっても病気の治療に用いることはできません。健康な人が、健康維持や増進の目的のために食事、運動、休養等のバランスを整えたうえで補助的に役立てることが前提です。また、使用の際には下記に注意が必要です。

- ①アレルギーに注意しましょう。体質に合わない場合はアレルギー反応が出る場合があります。
- ②薬と併用は控えましょう。薬の効果が弱まったり、副作用が強まる場合があります。使う場合は、主治医や薬剤師に相談が必要です。
- ③複数製品の併用はやめましょう。健康被害の可能性を高め、また原因の特定を難しくします。
- ④多量摂取には注意が必要です。たくさん食べれば効果が増すわけではなく、これさえ食べれば健康になるということはありません。かえって体に負担をかける可能性があります。

なお、当会では、管理栄養士や保健師による健康づくりのための生活習慣に関するセミナーもおこなっています。どうぞお気軽にご連絡ください。

TEL : 025-370-1945
(新潟県労働衛生医学協会 健康づくり推進部)





大野 萌子／おおの・もえこ

法政大学卒。一般社団法人日本メンタルアップ支援機構（メンタルアップマネージャ資格認定機関）代表理事、公認心理師、産業カウンセラー、2級キャリアコンサルティング技能士。企業内健康管理室カウンセラーとしての長年の現場経験を生かした、人間関係改善に必須のコミュニケーション、ストレスマネジメントなどの分野を得意とする。

マイナス感情を味方にしよう

怒り、不安、悲しみなど、いわゆるネガティブな感情を、良くないものだと思っていませんか。基本的には、心地の良いものではないので、このような感情が湧くと、「こんなことを考えてはいけない」「こんなふうに思うのは自分が悪いのだ」と自分の気持ちを抑圧してしまう人が多いと感じます。それは、何とか不快な感情から逃れようと、自分の心を守るための防衛反応でもあるのですが、自分の感情を無視したり、否定したりすると、ますますそのネガティブで強い感情を手放せなくなる、「強化」という状態を引き起こす傾向があります。つまり、忘れようとすればするほど、とらわれてしまうという悪循環を生むのです。早い解決を望むなら、その気持ちと向き合うことが必要です。疲れていたり、忙し過ぎたりすると、向き合うエネルギーが保てないことが多いので難しいかもしれませんが、意図的に取り組むことが重要です。まずは、自分自身の気持ちに正直になることです。「怒り」なら、「あいつ本当にムカつく」と怒りを自覚すること。「悲しみ」なら、とことん悲しみに浸るのです。そして行動に移しましょう。

怒りは、2次感情といわれるもので、それを引き起こす1次感情が必ず存在します。何に対しての「怒り」なのかを把握した時点で、ある程度気持ちの整理ができます。その上で、客観的な対処ができると良いですね。

「悲しみ」は、時間薬が必要ともいわれるように、時間がかかることも多いですが、「泣く」という行動や、誰かに話すことで癒やされます。不安や心配は、未来や未知のことに抱きやすく、起こっていないことへの予期不安なので、何らかの準備をすれば軽減されることが多くあります。

このように、マイナス感情を自覚して行動に移すことで、辛い気持ちから早く解放されやすくなります。ネガティブな強い感情にとらわれているときは、動けなくなることが多いので積極的に行動することを意識しましょう。

意識的に抑え込んだ感情は、よどみのように心の底にたまっていき、自分が向き合っていない感情は、時とともに自覚できなくなり、制御できないものへと変化します。そうすると、対処の方法が見つかりづらく、何だか分からない不安や怒りにとらわれやすくなってしまいます。そうなる前に、しっかりと自分の気持ちと向き合みましょう。

日本商工会議所 早期景気観測 調査結果のポイント LOBO 調査 2023年9月結果

業況DIは、4か月連続で足踏み続く。先行きは、円安の伸長等によるコスト増で懸念続く。

・全産業合計の業況DIは、▲9.0（前月比▲0.1ポイント）

- ・建設業では、国土強靱化事業をはじめとする公共工事の受注が堅調に推移し、改善した。小売業では、高付加価値商品の販売やインバウンド需要が好調な百貨店が下支えし、改善した。また、卸売業でも小売業からの引き合い増加で改善した。一方、製造業では、円安の伸長による輸入部材の価格高騰により悪化した。サービス業では、慢性的な人手不足により、飲食・宿泊業を中心に、悪化となった。
- ・各業種の業況はまだら模様となったものの、エネルギー価格の高騰によるコスト増や深刻な人手不足等、業種を問わない課題は山積しており、中小企業の業況は4か月連続で足踏みが続いている。

・先行き見通しDIは、▲12.9（今月比▲3.9ポイント）

- ・インバウンド需要の継続的な回復や、個人消費の拡大を期待する声が聞かれている。一方で、円安の伸長やエネルギー価格等の高騰でコスト増が続く中、賃上げ対応に必要な価格転嫁も十分に行えておらず、収益圧迫が続いている。また、地政学リスクの高まりで世界情勢も不安定な中、インボイス制度や働き方改革など対応すべき諸課題も多く、中小企業の先行きは厳しい状況が続く。

詳細は、日商HP（<https://www.jcci.or.jp/lobo/lobo.html>）を参照。