

申告・記帳・決算
新規開業・法人設立
労働保険・一人親方
税金相談・法律相談
《相談は大宮民商へ》

大宮商工新聞



大宮民主商工会 〒330-0856 さいたま市大宮区三橋 3-262
TEL:048-623-6731 FAX:048-622-7162 営業時間:9～17時
休み:土日祝 WEB <http://www.ohmiyaminsyo.jp/index.html>
ホームページ

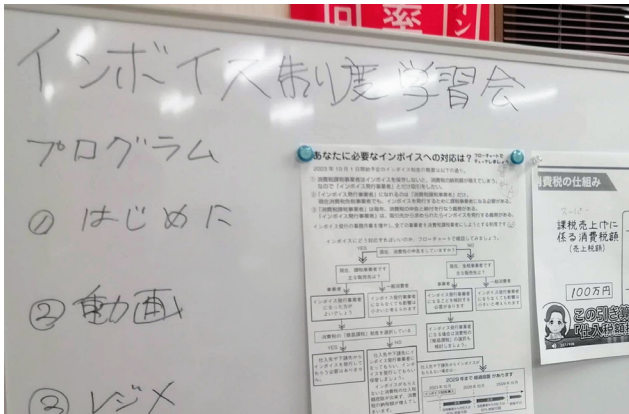


2022年
(令和4年)
10月10日
第1174号



twitter

インボイス学習会 開催 事態の深刻さを実感



9月28日に大宮民商でインボイス学習会を開催しました。今回は主に現在免税業者の方を対象に行ないました。

国税庁の動画や民商のチラシ、独自に作成した資料等を用いて、①消費税の仕組み、②課税業者と免税業者の違い、③インボイス制度の概要という順番で学習していききました。

参加者からは「適格請求書（インボイス）の具体的な書き方は?」「簡易課税って何?」「私はどうすればいいのか?」等さまざまな質問がありました。学習会が終わるころには「できればインボイスには登録したくないが、インボイスが必要な常連客がいなくどうか確認しておかないと」「うちは登録しないとダメだろう

な...」「適格請求書をちゃんと作れるか不安」「課税事業者になったら消費税をいくら払うことになるのか」、現在課税事業者の方からは「下請けがインボイス登録してくれなかった場合に消費税納税額がいくら増えるのか知りたい」という声が上がりました。

課税事業者向け（インボイス登録のために新たに課税事業者になる人も含む）の実務作業を含む学習会も開催する予定です。日程が決まり次第この新聞で告知します。

インボイスに関する相談は随時受け付けていますが、制度が複雑なため、細かい説明・登録した方が良いかの判断には時間がかかります。登録締め

切り（原則令和5年3月31日、特例令和5年9月30日）直前は大変な混雑が予想されますので、極力早めに民商に相談してください。



参加者からは不安の声が続出しました。

《予定表》

10/18(火)婦人部会 13:00～
10/26(水)理事会 19:00～

労働保険料 第2期の 納付期限は 10月31日(月)



対象者には通知がされています。保険料は指定の口座へお振り込みください。

2022年10月分の給与から雇用保険料が上がります

※労働保険でいう「10月分」とは、給与の締め日が10月中に属する分をいいます。

保険料率	一般の事業		建設の事業	
	労働者負担	事業主負担	労働者負担	事業主負担
～R4年9/30	3/1,000	6.5/1,000	4/1,000	8.5/1,000
R4年10/1～	5/1,000	8.5/1,000	6/1,000	10.5/1,000

インボイス制度 反対運動に参加してください

免税業者だった人も消費税の申告納税が発生、インボイスの発行保存の事務負担、本当に厳しい制度です。

アンケートや反対署名を行なえる WEB キャンペーン

STOP! インボイス

「十人十色を守れ!」をスローガンに、各界から賛同人を集めて反対運動を展開中。サイト内の【C.】マークから反対署名サイトに飛べます。



STOP! インボイス

VOICTION (ヴォイクション)

インボイス制度を憂慮した3人の声優、咲野俊介・岡本麻弥・甲斐田裕子が立ち上げた反対アクション。Twitterからも反対運動に連名参加できます。



VOICTION

☆班集金・個別集金ともに15日集金へのご協力をお願いします。☆相談・来所時は事前に電話予約してください。

〈世相〉「インボイス制度に反対!」のデモや問題提起行動は各所で頻繁に行なわれているのに、テレビで全く報道されないのはなぜなのか?

全国業者青年交流会 分科会『SNSマーケティング』で重要性学ぶ

9月18、19日に行なわれた全国業者青年交流会の分科会「SNSマーケティング」の講義内容を一部ですがご紹介します。講師は、西 良旺子(にし よおこ) さん。講義は西さんが編集された『SNS活用ガイドブック』を基に展開されました。

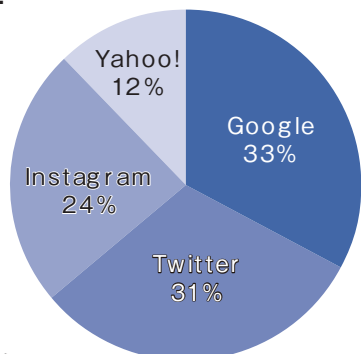
- 待っていてもお客は来ない ●昔は「チラシ限定」が効果あったが、今はSNSの方が効果的
- 「あなたの商品・サービスは、知られていない」ということを自覚しなければいけない
- 今の時代、ネット検索で見つからなければ相手にされない ●SNSからHPやYoutubeに誘導
- ターゲットを絞りSNSで交流 ●動画で商品作成プロセスや作業工程を見せると好感度高し
- 和菓子屋がインスタに調理動画をアップしたら大手デパートからオファーが来たことも
- お寺のweb広告戦略は参考になる（そもそも宗教は「布教」が仕事だから）
- SNSはただの集客ではなく「ファン作り」、公私混同OK、身内から固める

イマドキはSNSから情報を入手

何か知りたいときは、Googleなどでの検索が当たり前になりました。そんな“当たり前”も、若者の中では既に「検索の使い分け」にまで進化しています。

人は、正しい情報を早く手に入れたいと思うもので、メディアが発信する情報よりも、本音で語られた誰かの投稿の方が信用できるという若者も増えています。

■ 検索によく使うのはどれ？ 【みんなのクラウド教室調べ】



SNSによって
つながり方、使い方は違う

ターゲット、自社の体制、使いやすさによりSNSをセレクトする。



グーグル

- 分からないことを探す
- 正しい情報を知りたい

一般ユーザーにとってGoogleの情報は他の検索エンジンよりも「正しい」という認識がある。わからない単語や言葉を検索することが多い。



ツイッター

- 速報を知りたい
- 検索エンジンではヒットしない情報を探す

ニュース速報、ライブ情報、ゴシップ、トレンド情報など、最新の情報を知りたい時に活用することが多い



インスタグラム

- 日常に関することを探す
- 主に画像で情報を知りたい

髪型・洋服・ネイルメイク・食べ物・観光地など

運用に馴れたところで、SNSの種類を増やすことも考えてみましょう。

SNSの種類と特性

	 Facebook	 Twitter	 Instagram	 LINE
属 性	20代～50代 男女幅広く	10～40代以下 若い世代	10～30代 女性が中心	10～50代 幅広い年齢層
拡散性	高い	非常に高い	やや高い	ほとんどない
主な特徴	●実名でアカウント作成「Facebook ページ」という専用ページを個人が作成 ●親密度などの独自の基準に基づき、タイムラインに情報が流れる ●知り合い中心のSNSなので共感度が高い	●140文字 までの字数制限 ●時系列表示のほか、ハイライトやおすすめのツイートも表示される ●複数のアカウントを作成できる ●繋がるための「#(ハッシュタグ)」でリアルタイムを共有	●画像中心のコミュニティ ●ハッシュタグで検索される※ハッシュタグをつけないと検索されにくい ●「ストーリーズ」で可愛く画像を加工できたり、ライブ配信もできる	●「LINE 公式アカウント」という企業アカウントを使用 ●友達登録してくれた方だけに情報を送ることができる ●クーポン、アンケート、スタンプなど多様な機能がある
炎上リスク	低い 実名制なので他のSNSに比べると信頼性が高く、炎上しにくい	高い 匿名やサブアカウントも多く、炎上する場合もある	低い 画像中心のコミュニティなので拡散性も低く、炎上しにくい	低い メッセージアプリなので、炎上しにくい

※冊子『SNS活用ガイドブック』の一部を抜粋して掲載しています。とてもためになる冊子です。無料で入手できます。
「事業用のSNSを始めたい」「今あるSNSをもっと有効活用したい」という方はぜひ入手して参考にしてください。

『SNS活用ガイドブック』は政策金融公庫のホームページから無料でダウンロードできます。



政策金融公庫
出版物