

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.931 2025.7.29

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター
2025年7月24日号

中国:25年4~6月期GDPの評価

~夏霧が立ち込める中国経済。堅調な成長率とは裏腹に懸念材料は山積

経済・金融フラッシュ

2025年7月22日号

米住宅着工・許可件数 (25年6月)

~着工・許可件数ともに
前月、市場予想を上回る

経営TOPICS

統計調査資料

消費者物価指数(全国)

2025年(令和7年)6月分(2020年基準)

経営情報レポート

ジョブ型人事の有効性を活かす 中小企業向けジョブ型人事制度の設計方法

経営データベース

ジャンル:税務戦略 > サブジャンル:税務調査

税務調査の区分

売上と仕入の調査ポイント

中国：25年4～6月期GDPの評価 ～夏霧が立ち込める中国経済。堅調な成長率とは裏腹に懸念材料は山積

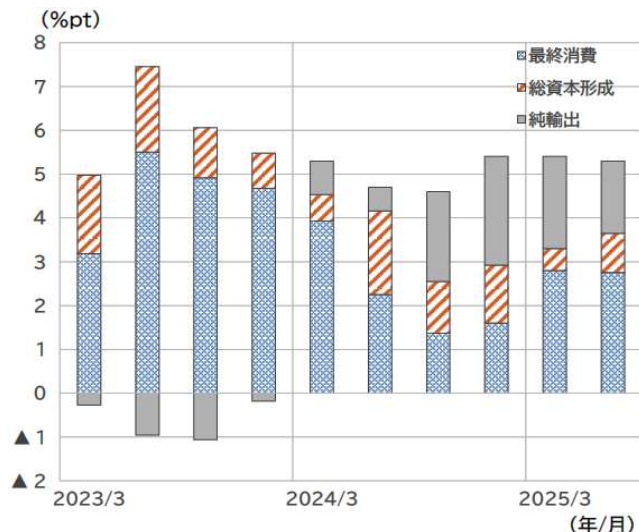
ニッセイ基礎研究所 本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

1 中国国家统计局が2025年7月15日に発表した25年4～6月期の実質GDP成長率は、前年同期比+5.2%と、前期（25年1～3月期）の同+5.4%から小幅に減速した。季節調整後の前期比（年率）は、+4.5%と前期の+4.9%から減速した。

2 前年同期比成長率の需要項目別寄与度をみると、最終消費が+2.8%pt（前期+2.8%pt）、総資本形成が+0.9%pt（同+0.5%pt）、純輸出が+1.7%pt（同+2.1%pt）であった。

純輸出に関しては、輸出が堅調な一方、輸入の減少幅が縮小したことで寄与度が低下したとみられる。内需に関しては、経済対策の下支えが続いている。ただし、投資は実質ベースで減速していることから、在庫増により総資本形成の寄与度が高まった可能性がある。

実質GDP成長率の需要項目別寄与度



（資料）ともに中国国家统计局、CEICよりニッセイ基礎研究所作成

3 産業別の実質GDP成長率をみると、第1次産業は前年同期比+3.8%（前期同+3.5%）、第2次産業は同+4.8%（前期同+5.9%）、第3次産業は同+5.7%（前期同+5.3%）であった。

製造業や情報通信・ソフトシェア・ITが堅調なほか、金融業が改善した一方で、建築業が急減速した。不動産業の成長率は、辛うじて前年増を維持している。

産業別の実質成長率（前年同期比）

	2024年 (4-6月期)	2024年 (7-9月期)	2024年 (10-12月期)	2025年 (1-3月期)	2025年 (4-6月期)
国内総生産	4.7	4.6	5.4	5.4	5.2
第1次産業	3.6	3.2	3.7	3.5	3.8
第2次産業	5.6	4.6	5.2	5.9	4.8
製造業	6.2	5.0	6.2	6.8	6.5
建築業	4.3	3.0	3.4	3.1	▲0.6
第3次産業	4.2	4.8	5.8	5.3	5.7
交通・運輸・倉庫・郵便業	6.5	6.6	7.9	7.2	5.6
卸小売業	5.3	5.0	5.7	5.8	6.0
宿泊飲食業	5.9	5.9	6.6	5.1	5.2
金融業	4.3	6.2	6.5	3.8	5.8
不動産業	▲3.8	▲1.2	2.0	1.0	1.0
情報通信・ソフトウェア・IT	10.2	10.0	9.6	10.3	11.8

4 米中摩擦によって対米輸出は悪化しているものの、輸出全体は堅調であり、外需と政策効果による安定が続いている。

もっとも、自動車などで価格競争が深刻化しており、GDPデフレーターは、9四半期連続で前年同期比マイナスとなった。

当面は様子見姿勢での経済運営が続くと見込まれるが、政策の息切れ感が強まってきたなか、翌年も視野に追加経済対策が検討され始める可能性はある。

米中交渉の動向や、足元で強化され始めた過当競争是正の動きなどにも引き続き注視が必要だろう。

「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」よりご確認ください。

米住宅着工・許可件数(25年6月) ～着工・許可件数ともに前月、市場予想を上回る

ニッセイ基礎研究所

本レポートの文書(画像情報等含む)に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

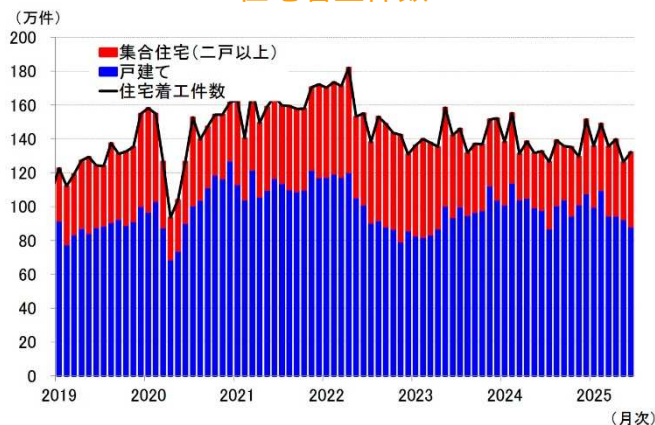
1 結果の概要:住宅着工、許可件数ともに市場予想を上回る

7月18日、米国センサス局は6月の住宅着工、許可件数を発表した。

住宅着工件数(季節調整済、年率)は132.1万件(前月改定値:126.3万件)と125.6万件から上方修正された前月、市場予想の130.0万件(Bloomberg集計の中央値)を上回った。

先行指標である着工許可件数(季節調整済、年率)は139.7万件(前月:139.4万件)とこちらも前月、市場予想の138.7万件を上回った。

住宅着工件数



(資料)ともにセンサス局よりニッセイ基礎研究所作成

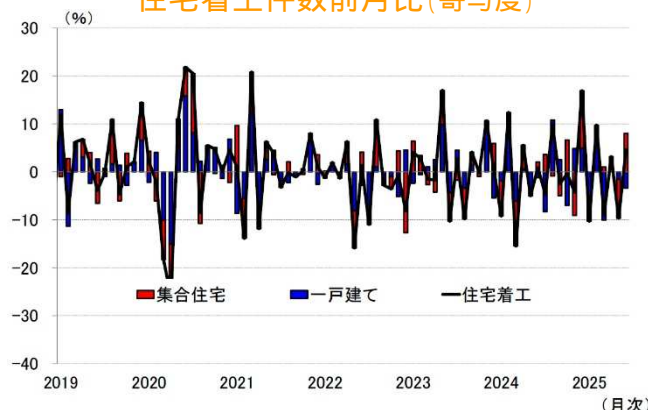
2 結果の評価:戸建ての減少が続く一方、集合住宅は大幅に増加

住宅着工件数の伸びは前月比+4.6%(前月:9.7%)と前月からプラスに転じた。

戸建て住宅が4.6%(前月:2.3%)と2ヵ月連続のマイナスとなったものの、集合住宅が+30.0%(前月:25.1%)

と2桁のプラスに転じて着工件数全体を押し上げた。

住宅着工件数前月比(寄与度)



前年同月比は0.5%(前月:4.0%)とマイナス幅は縮小したものの、2ヵ月連続のマイナスとなった。

集合住宅が+26.6%(前月:+5.6%)と前月からプラス幅が拡大した一方、戸建てが10.0%(前月:7.1%)と6ヵ月連続のマイナスとなったほか、マイナス幅が拡大して全体を押し下げた。

地域別寄与度(前月比)は、西部が0.3%ポイント(前月:+3.8%ポイント)と小幅ながら前月からマイナスに転じた一方、中西部が0.8%ポイント(前月:3.1%ポイント)、南部が0.4%ポイント(前月:4.8%ポイント)とマイナス幅縮小も、2ヵ月連続のマイナスとなった。

これに対して北東部が+6.1%ポイント(前月:5.6%ポイント)とプラスに転じて全体を押し上げた。

経済・金融フラッシュの全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

消費者物価指数(全国)

2025年(令和7年)6月分(2020年基準)

総務省 2025年7月18日公表

2025年(令和7年6月分) 概況

(1) 総合指数は2020年を100として111.7

前年同月比は 3.3%の上昇 前月比(季節調整値)は 0.1%の上昇

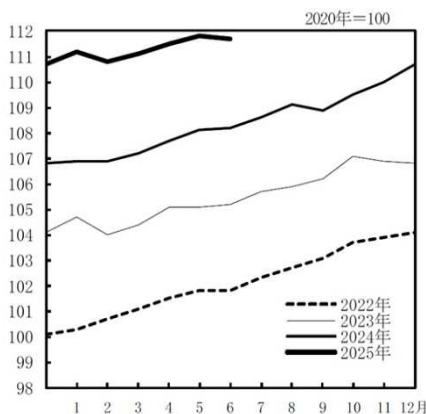
(2) 生鮮食品を除く総合指数は111.4

前年同月比は 3.3%の上昇 前月比(季節調整値)は 0.1%の上昇

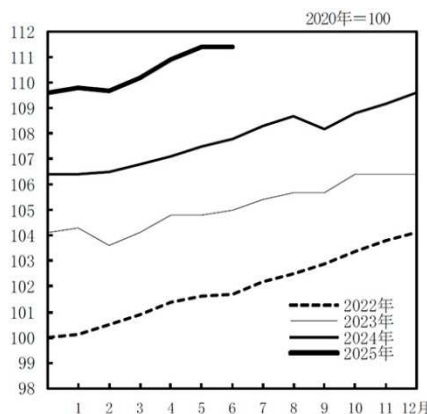
(3) 生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数は110.3

前年同月比は 3.4%の上昇 前月比(季節調整値)は 0.4%の上昇

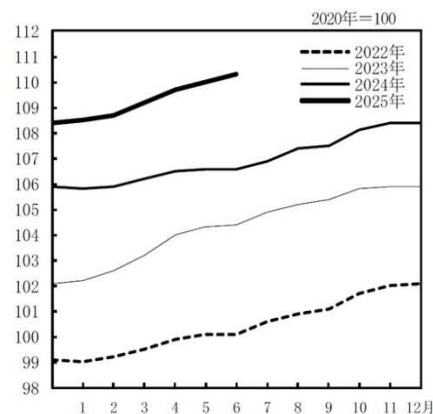
総合指数の動き



生鮮食品を除く
総合指数の動き



生鮮食品及びエネルギー
を除く総合指数の動き



総合、生鮮食品を除く総合、生鮮食品及びエネルギーを除く総合の指数及び前年同月比

原数値		6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
総合	指数	108.2	108.6	109.1	108.9	109.5	110.0	110.7	111.2	110.8	111.1	111.5	111.8	111.7
	前年同月比 (%)	2.8	2.8	3.0	2.5	2.3	2.9	3.6	4.0	3.7	3.6	3.6	3.5	3.3
生鮮食品を除く総合	指数	107.8	108.3	108.7	108.2	108.8	109.2	109.6	109.8	109.7	110.2	110.9	111.4	111.4
	前年同月比 (%)	2.6	2.7	2.8	2.4	2.3	2.7	3.0	3.2	3.0	3.2	3.5	3.7	3.3
生鮮食品及びエネルギーを除く総合	指数	106.6	106.9	107.4	107.5	108.1	108.4	108.4	108.5	108.7	109.2	109.7	110.0	110.3
	前年同月比 (%)	2.2	1.9	2.0	2.1	2.3	2.4	2.4	2.5	2.6	2.9	3.0	3.3	3.4

前年同月との比較(10大費目)

10大費目指数,前年同月比及び寄与度

原数値	総合	生鮮食品 を除く 総合	生鮮品 及びエ ネルギー を除く 総合	食料			住居	光熱 ・ 水道	家具 ・ 家事用品	被服及 び履物	保健 医療	交通 ・ 通信	教育	教養 娯楽	諸雑費
				生食	鮮品	生鮮食 品を除 く料									
指数	111.7	111.4	110.3	124.6	120.5	125.4	104.0	120.1	122.3	111.3	104.3	99.6	95.6	115.0	106.0
前年 同月比 (%)	(3.5) 3.3	(3.7) 3.3	(3.3) 3.4	(6.5) 7.2	(-0.1) 1.6	(7.7) 8.2	(1.1) 1.0	(7.7) 3.4	(3.0) 2.7	(2.6) 2.6	(2.0) 1.5	(2.7) 2.4	(-5.6) -5.6	(3.0) 2.8	(1.3) 1.2
寄与度		3.20	2.97	2.03	0.07	1.96	0.21	0.26	0.12	0.09	0.07	0.32	-0.16	0.27	0.07
寄与度 差		-0.29	0.11	0.19	0.07	0.11	-0.01	-0.30	-0.01	0.00	-0.02	-0.04	0.00	-0.02	-0.01

(注)()は,前月の前年同月比及び寄与度。各寄与度は,総合指数の前年同月比に対するものである。

[総合指数の前年同月比に寄与した主な内訳]

10大費目	中分類、前年同月比(寄与度)	品目、前年同月比(寄与度)	
上昇	食料	穀類 29.0%(0.67) 調理食品 6.9%(0.26) 菓子類 9.0%(0.24) 外食 4.5%(0.22) 肉類 6.0%(0.16) 飲料 8.7%(0.15)	うるち米(コシヒカリを除く) 99.2%(0.39) など おにぎり 19.1%(0.03) など チョコレート 39.2%(0.14) など すし(外食) 6.5%(0.03) など 鶏肉 7.8%(0.04) など コーヒー豆 40.2%(0.05) など
	住居	設備修繕・維持 4.8%(0.17)	火災・地震保険料 7.0%(0.06) など
	光熱・水道	電気代 5.5%(0.20)	
	交通・通信	通信 5.9%(0.17)	通信料(携帯電話) 11.9%(0.16) など
	教養娯楽	自動車等関係費 1.5%(0.13)	自動車保険料(任意) 4.1%(0.07) など
		教養娯楽サービス 2.1%(0.11) 教養娯楽用品 5.0%(0.10)	宿泊料 6.5%(0.07) など ペットフード(キャットフード) 30.6%(0.04) など
	下落	教育	授業料等 -9.6%(-0.18)

前月との比較(10大費目)

10大費目の前月比及び寄与度

原数値	総合	生鮮食品 を除く 総合	生鮮品 及びエ ネルギー を除く 総合	食料			住居	光熱 ・ 水道	家具 ・ 家事用品	被服及 び履物	保健 医療	交通 ・ 通信	教育	教養 娯楽	諸雑費
				生食	鮮品	生鮮食 品を除 く料									
前月比 (%)	-0.1	0.0	0.2	0.2	-2.0	0.6	0.0	-1.0	0.1	-0.2	0.0	0.0	-0.1	-1.0	0.0
寄与度		-0.01	0.16	0.07	-0.09	0.16	0.00	-0.07	0.01	-0.01	0.00	0.00	0.00	-0.09	0.00

(注)各寄与度は,総合指数の前月比に対するものである。

総合指数の前年同月比の変動に寄与した項目

総合の前年同月比の上昇幅は0.2ポイント縮小(5月 3.5% 6月 3.3%)

- ・生鮮食品により総合の上昇幅が 0.07 ポイント拡大

生鮮食品を除く総合の前年同月比の上昇幅は0.4ポイント縮小(5月 3.7% 6月 3.3%)

- ・電気代、ガソリン、都市ガス代、灯油などのエネルギーにより総合の上昇幅が 0.40 ポイント縮小
- ・家庭用耐久財により総合の上昇幅が 0.02 ポイント縮小
- ・水道料により総合の上昇幅が 0.04 ポイント縮小
- ・生鮮食品を除く食料により総合の上昇幅が 0.11 ポイント拡大
- ・通信料(携帯電話)により総合の上昇幅が 0.12 ポイント拡大

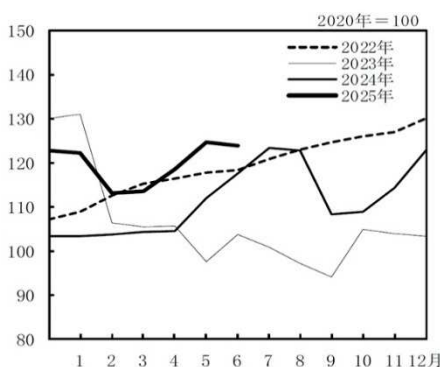
エネルギー構成品目の前年同月比及び寄与度

	万分比 ウエイト	2025年5月		2025年6月			
		前年同月比(%)	寄与度	前月比(%)	前年同月比(%)	寄与度	寄与度差
エネルギー	712	8.1	0.63	-2.1	2.9	0.23	-0.40
電気代	341	11.3	0.40	-0.5	5.5	0.20	-0.20
都市ガス代	94	6.3	0.06	-0.3	2.8	0.03	-0.04
プロパンガス	57	3.9	0.02	0.2	2.7	0.02	-0.01
灯油	38	8.5	0.04	-3.4	4.8	0.02	-0.02
ガソリン	182	4.8	0.10	-6.1	-1.8	-0.04	-0.14

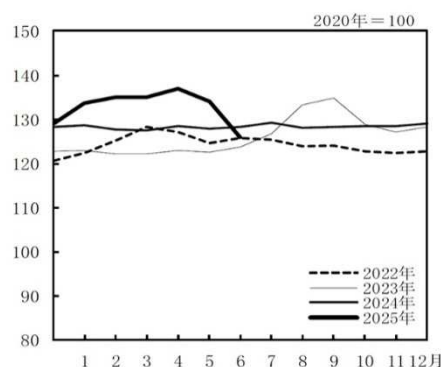
他の主な項目の前年同月比及び寄与度

	万分比 ウエイト	2025年5月		2025年6月			
		前年同月比(%)	寄与度	前月比(%)	前年同月比(%)	寄与度	寄与度差
生鮮食品を除く食料	2230	7.7	1.84	0.6	8.2	1.96	0.11
家庭用耐久財	132	3.8	0.06	-0.2	2.5	0.04	-0.02
教養娯楽用耐久財	77	0.6	0.00	0.1	1.0	0.01	0.00
宿泊料	81	7.5	0.09	-5.2	6.5	0.07	-0.01
水道料	97	2.2	0.02	-3.7	-2.3	-0.02	-0.04
通信料(携帯電話)	271	3.0	0.04	8.7	11.9	0.16	0.12

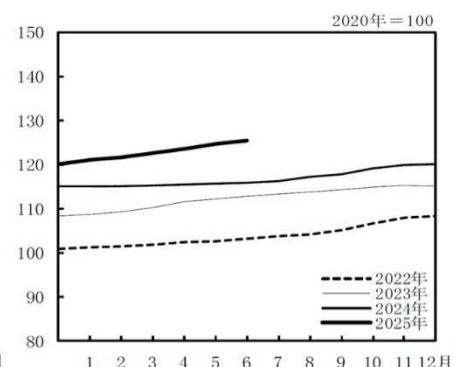
電気代指数の動き



ガソリン指数の動き



生鮮食品を除く食料指数の動き



消費者物価指数(全国)2025年(令和7年)6月分(2020年基準)の全文は、
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



経営情報
レポート
要約版



人 事

ジョブ型人事の有効性を活かす 中小企業向け ジョブ型人事制度 の設計方法

1. ジョブ型人事を取り入れるメリット・デメリット
2. 職務記述書を作らないジョブ型等級の枠組み
3. 人事評価表をJDの代替とする評価制度の構築
4. マーケットペイを実現する賃金制度



参考文献

『ジョブ型人事制度の教科書』(柴田 彰、加藤 守和 著、日本能率協会マネジメントセンター) 『職務記述書 作成と運用』(労務行政研究所 著、労務行政研究所) 『合理的人事マネジメント』(林 明文 著、中央経済社)

1

企業経営情報レポート

ジョブ型人事を取り入れるメリット・デメリット

近年注目されている「ジョブ型人事」とは、企業が人材を採用する際に、従業員に対して職務内容を明確に定義して雇用契約を結び、労働時間ではなく職務や役割で評価する制度です。

欧米諸国では広く普及していますが、日本政府もこれを推奨しており、大企業を中心にすでに導入が進んでいます。

そこで本レポートでは、中小企業におけるジョブ型人事のメリット・デメリットを踏まえて、この制度の設計から導入方法までを紹介します。

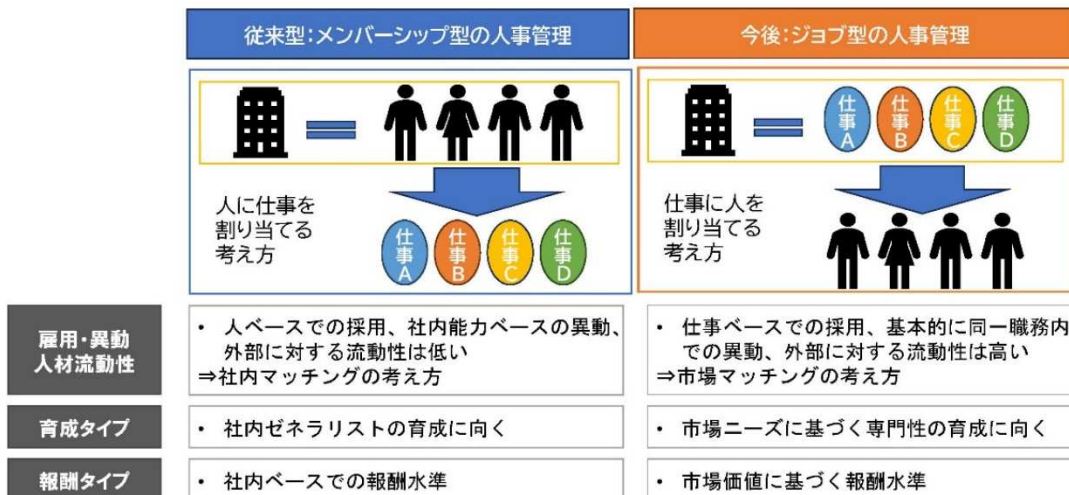
■ 政府がジョブ型を推す背景とその考え方の転換

内閣官房が発表した「ジョブ型人事指針」では、推進の目的として、主に労働市場における人材の流動性の向上や国際競争力の強化が示されています。

対して、採用後に配置転換をしながら適応する職務を見つけていく従来の「メンバーシップ型人事」は、新卒一括採用や年功序列が主流で、労働市場の流動性は低い状態でした。

今後、ジョブ型人事が日本全体に広まっていくことにより、職務ごとの市場価値に基づいた報酬が明示され、徐々に良い条件を求める労働者の転職意欲が高まり、結果として労働市場全体の流動性が向上すると考えられています。

メンバーシップ型とジョブ型の人事の違い



また、グローバルな競争力を増すという視点でも、職務別の専門人材の育成が急務です。

ジョブ型人事は職務内容と必要なスキル・経験等を明確化する仕組みであり、当然のことながら専門性もしっかりと定義するため専門人材の育成に向いています。

少子高齢化、労働力不足といった我が国の環境下で経済成長を維持するため、限られた労働力の専門性・生産性を向上させるための有効策でもあります。同様に、ジョブ型人事の導入は企業の持続的な成長に有効な策の1つになると考えます。

2

職務記述書を作らないジョブ型等級の枠組み

前章ではジョブ型人事のメリットとデメリットについてみてきましたが、主に中小企業ではメンバーシップ型の仕事の進め方での衝突や、制度設計・運用負荷増大の懸念があります。これらのデメリットを解消し、中小企業がジョブ型人事を実現する方法はあるのでしょうか。ここでのキーとなる重要なポイントは、一般に作成が必須とされる職務記述書の取り扱いにあります。

そこで本章では、一般的な職務記述書の項目を紹介した上で、職務記述書を作成せずに目的とするジョブ型人事のメリットを活かすための等級制度の構築方法について解説します。

■ ジョブ型人事制度における職務記述書(ジョブディスクリプション)の役割

一般的に、職務記述書 (Job Discription 以降 J D) に明示される項目は、以下の通りです。

一般的な職務記述書(JD)における明示項目

職務記述書に明示する項目	
職務の名称	: 営業マネージャー、製造技術者 など
職務の目的・ミッション	: この職務が存在する理由、組織において有するミッション
職務の持つ責任	: その職務の成果責任やそれを行うために有する権限の範囲
主な職務内容	: 具体的な職務内容のうち主要なもの
レポートライン	: 指揮命令系統としての報告先
必要な人材要件・資格	: 任用にあたって求める専門知識・スキル ...他項目多数あり

J Dの主目的は「組織が求める人材を明確化し、採用・評価・育成といった人事管理に一貫性をもたらすこと」「担ってもらふ職務自体を社員と相互理解すること」の2つです。

目的から考えると、実はJ Dに記載する項目は企業別に自由に変更することが可能です。

ただし、J Dの目的と注意点を踏まえると、どのような企業でも特に重要な項目は、 ~ です。これらの項目はJ Dの中核であり、単なる業務内容の羅列にしないという注意が必要となります。なお、一般的なジョブ型人事制度の導入では、J Dの作成対象は、「ジョブ型の人事管理をする職務全体」であり、職務調査を元に作成します。その量は企業規模によって異なりますが、少なくとも数十枚、多いと千枚単位になることもあります。

たとえ数十枚であっても中小企業が ~ までの項目を全て記載することは大きな負担となります。そこで、J Dの目的を捉え、制度全体で代替機能を持たせることで、中小企業でもジョブ型人事を導入することが可能になります。

■ J Dを用いずにジョブ型の人事管理を行う考え方の全体像

前節で述べた、中小企業がジョブ型人事を導入する際にJ Dを作成することは現実的でないことから、その代替機能を持たせた現実的な案の全体像及び「等級制度の構築方法」についての詳細を解説します。

3

人事評価表をJDの代替とする評価制度の構築

本章では、前章で構築した等級制度を土台とし、評価制度を通じて個々の職務を具体的に表現する方法について解説します。ここでの重要なポイントは、「人事評価表を職務別のJDの代替として機能させる」ことです。

具体的には、等級制度で定義した「ミッション」「成果責任」「遂行義務」を、職務ごとに詳細な評価項目として人事評価表に落とし込んで評価制度を構築することにより、JDに頼ることなく、各職務の遂行度を適切に評価することが可能となります。

■ 評価制度の基本構造

以下は、前章で述べた等級制度の基本構造と整合性を持たせながら、各職務に特化した、より詳細な評価を可能とする評価制度の基本的な構造です。

職務を詳細に表現する評価制度の基本構造

成果責任の評価（職務の最終アウトプットを測る最終 KPI 達成度評価）

各職務に求められる最終的な成果を KPI（重要業績評価指標）として設定し、その達成度を評価する。KPI は職務ごとに具体的に設定され、数値目標として定量的に評価する。これにより、各職務において何を達成すべきかが明確になり、社員の成果達成に向けた意識と行動を促進する。

ミッションの評価（成果責任達成に向けた役割遂行度・再現性を測るプロセス KPI の評価）

成果責任達成のために設定されたミッションの具体的な取り組み内容の結果、すなわちプロセスとなる KPI を評価する。ミッションは、成果責任である KPI 達成のための中間目標、あるいはミッションとして重要なプロセスの結果指標を設定。この評価では最終結果の KPI だけでなく、その結果に至るまでの職務毎のプロセス・貢献度を評価の対象とすることで成果の再現性を高める。従業員のモチベーション向上やプロセス改善への意識を高める効果もある。

遂行義務の評価（定量のみで測れない基本的な職務の遂行度の定性評価）

職務毎の日々の基本的な行動を評価する。成果責任、ミッションという2つの評価要素を支える土台であり、日々の職務における基本的な遂行、遵守状況などの行動を測定する。定量のみで測れない定性的な評価とし、詳細な評価項目は、職務毎の主要な遂行業務を基に設定する。これにより、従業員の日常的な行動や業務遂行スキルの発揮度を把握し、改善・育成を促すことが可能。

これらの3つの評価要素を人事評価表に組み込むことで、中小企業においても、従来のJDを活用したジョブ型人事制度と同等の効果を得られるような制度設計となっています。

■ 成果責任を最終 KPI とし、評価する方法

成果責任は前述の通り、職務別の最終アウトプットとなる KPI を基準に評価するように構築します。サンプルとしての営業職・製造職の成果責任評価例を紹介します。

4

企業経営情報レポート

マーケットペイを実現する賃金制度

ここまででJDを代替したジョブ型人事の基盤構築について解説してきましたが、職務ごとの市場価値を加味した最終的な賃金水準の設計は非常に重要です。

そこで本章ではマーケットペイ(市場に基づく賃金)の基本概念と実際の設計プロセスについて述べることにします。

■ マーケットペイ型賃金の基本概念とメリット

マーケットペイとは、従来の社内重視の日本型賃金とは異なる市場の賃金水準を基準とした賃金設計手法です。以下は、マーケットペイ型賃金を導入するメリットです。

マーケットペイ型賃金導入のメリット

優秀な人材の獲得：市場競争力のある賃金水準を提示し、専門性が高い優秀な人材を惹きつけやすくする。

社内の賃金格差の適正化：職務の市場価値での賃金決定を行うため、年功・属人性がある賃金よりも公正性が高くなる。

ジョブ型人事とのスムーズな連携：職務毎の明確な区分管理を行うジョブ型人事では、職務別のマーケットペイが可能になる。

■ マーケットペイを取り入れる際の設計ポイント

市場相場を判断するデータの選択は、マーケットペイ設計の最初の重要なステップです。以下を考慮しながら、自社に最適なデータを選ぶことが肝要です。

市場データの検討プロセス

自社の競争環境を考慮したデータ元選定(基本は賃金構造基本統計調査)

同業、同規模の業界別水準：原則は左記の相場をベースとする。

規模違いの同業水準：事業拡大を目指す場合や高度な専門人材を必要とする場合については、大企業の水準や1つ上の企業規模水準も参考に用いる。

役職別、職種別の特化データの取得：上記の中でさらに役職別、職種別賃金データを活用・加工することで、より精度の高い市場相場の算定が可能。

データ中の参考数値の選択

中央値：平均的な水準であり原則として用いる値。職種別の中間値となる給与水準に使用し、そこに対し〇%上回る等の論拠を以って賃金を設計。

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

ジャンル: 税務戦略 > サブジャンル: 税務調査

税務調査の区分

税務調査の区分について教えてください。

区分

強制調査	悪質脱税容疑者に対し、裁判所が発行した捜査礼状をもとに、国税局査察部の国税査察官による有無をいわず強制的に証拠物件や書類を押収して行なわれる調査です。これは相当多額で悪質な脱税が探知された場合に行なわれ、俗に「マルサのガサ入れ」といわれています。
任意調査	任意調査というのは、申告の内容について確認をするという意味で調査するものです。とくに、あらかじめ脱税又は不正の事実をつかんだということで行なわれるではありません。したがって、事前に調査の予定日を連絡してくるなど、企業の側から言えば都合のよい調査といえます。しかし、任意とはいっても、税法上の質問検査権を持って調査にあたるわけですから、正当な理由なしにその行使を断った場合には、所定の罰則が課せられます。通常、調査という場合には、この任意調査のことであり、一般に数多く経験する調査です。

特別調査

これは、前述の強制調査と任意調査の中間的な性格の調査といえましょう。広義には任意調査の分類に入りますが、申告内容に特に疑問が持たれ、その規模も割合大きいものがこの対象とされるようです。特別調査は、国税局の資料調査課の国税実査官が行なうものと、税務署の特別調査部門の国税調査官により行なわれるもの及びこれらの合同により行なわれるものがあります。国税局の資料調査課は各種の資料源を開発したり、各税務署からの上申等により調査の難易度が高いもの、例えば事務所が何ヶ所もあったり、取引銀行があちこちにあるなど広域調査を必要とするもの、事案の内容が複雑で多くの事務料を必要とするものなどを担当しています。

手順

税務調査対象を選定し、質的管理区分の中から、法人の申告状況や納税実績、これまでの調査結果などに基づいて、3段階に区分して管理されます。

3段階による法人の質的管理区分

第1グループ法人	申告内容や納税実績が良好と判定された法人
第2グループ法人	第1グループ法人及び第3グループ法人以外の法人
第3グループ法人	過去の一定期間に不正を行なった法人 取引先等の不正に加担した法人 暴力団関係者が絡む法人 国税局又は税務署が重点調査業種に指定した業種に属する法人

ジャンル: 税務戦略 > サブジャンル: 税務調査

売上と仕入の調査ポイント

売上(売上除外)と仕入の
税務調査のポイントを教えてください。

売上(売上除外)と仕入の調査のポイント

<p>売上 (売上除外) について</p>	<p>仕入に見合った売上となっているか 期末の売上を翌期に繰り延べていないか スクラップ売却などの雑売上や自家消費などの売上は計上しているか 荷造費や運賃などの経費が売上高と連動しているか 売上に見合わないほどの多額のリベートが支払われていないか 正常な売上を見本品や試供品として処理していないか 掛売上が除外されていないか 商品や得意先の一部を計上除外していないか 売上代金を仮受けや借入といった名目にしていないか 特許料・ノウハウ使用料の支払いが多くなっていないか 個人資産や個人名義預金の増え方に異常なものはないか レジスターが正しく打たれているか 建設業などで、追加工事分や値増し分などが隠されていないか</p>
<p>仕入について</p>	<p>納品書、請求書、領収証などが保管・整理されているか 上記の伝票や書類に架空のものはないか 売上に見合った仕入となっているか 前期からの繰越しの額は正しいか 受取りリベートの計上漏れがないか 仕入帳の記載金額、内容は正しいか 支払代金の決済に異常なものはないか。支払期間が異常に長くなっていないか。 実際の支払日と領収証の受領日にズレはないか 異常な大口預金仕入や臨時の仕入はないか 仕入れた現物と帳簿の数字は一致しているか 仕入が異常に増減している月はないか (仕入伝票と請求書や領収証との照合や、その筆跡、訂正箇所の追及まで行われる)</p>