

Market Flash

メタバース No2 ～未来世界か現実逃避か！？～

インボイス制度について

2022.10



日本アルプス電子 株式会社
NIHON ALPS ELECTRONICS CO.,LTD.



～メタバース～

1. メタバースビジネス

メタバースにかかわるビジネスとしていろいろな形態が考えられるが、大きく分けて

①メタバースのプラットフォームやツールを提供するビジネス

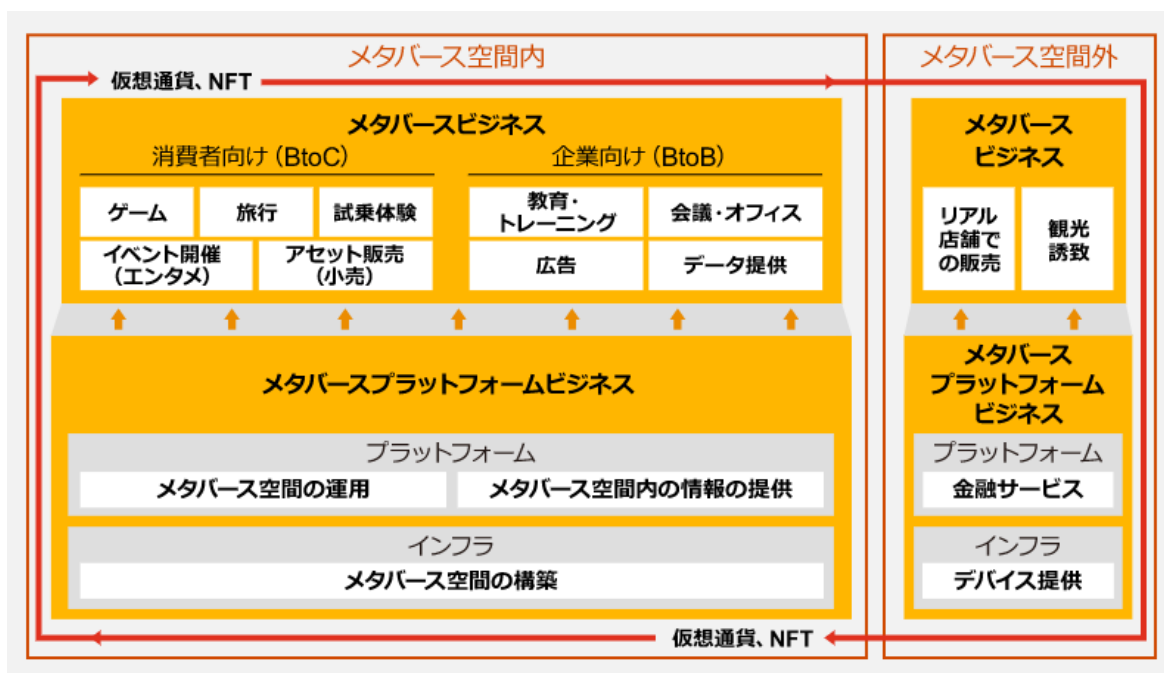
②メタバースを利用してメタバース内で行うビジネス

に分けられる。(PWCの見解)

メタバースの定義が定まっていない中で、MetaやSandbox、多くのベンチャー企業などがプラットフォーム構築に注力している。メタバースはWeb3.0時代にはなくてはならない技術とされていると同時にWeb2.0時代のGAFAに代表される中央集権的社会から分散型社会（誰でもが平等にビジネスができる社会）の構築を目指していると言われている。分散型社会を実現するためには、単一の巨大なプラットフォームではなく、大小さまざまなプラットフォームが存在し、誰もがそれらのプラットフォームを自由に行き来できる、そのような世界を目指しているようである。

とはいっても、ビジネスの世界、Metaを始めとするWeb2.0世代の大企業はじめ多くのベンチャーがWeb3.0世界の陣取り合戦を繰り広げているのがメタバースの現在位置である。

さて、メタバースビジネスの概要をもう少し詳しく見ていこう。



<プラットフォームビジネス>

①メタバースそのものの構築と提供

メタバース空間を構築し、提供するビジネス。構築のみ請け負う場合や、運用を請け負う場合も想定される。多くはメタバース空間独自のコインの発行も兼ねることになり、通貨発行からの収益を見込むことができる。

②メタバース向けデバイスの提供

メタバースを利用するための空間に没入するための各種デバイス（VRなど）の製造・販売ビジネス。

③メタバース空間外での金融サービスの提供

メタバース空間で入手したアイテムやコインを売買できるマーケットの運営ビジネス。



～メタバース～

<メタバース内ビジネス>

メタバースを利用してメタバース内で行うビジネスで、以下のようなビジネスが考えられる。

- ① イベントの開催：コンサートなど
- ② 教育・トレーニング：接客、トラブル対応などの訓練、教育・研修など
- ③ 会議サービス（ワークプレイス）：コミュニケーション、マーケティングに活用
- ④ 展示会・マーケットプレイス
- ⑤ ゲーム・アミューズメント：バーチャルライフなどの疑似体験

また、三菱総合研究所も同じような分類の仕方をしている
メタバースの応用型7類型の概要（出所：三菱総合研究所）

応用型	概 要
① 製品設計・レビュー	製品開発時に、デザインレビューなどを効率的に行うような利用形態(3D CADを遠隔・同期して共同作業を行うような使い方)。エージェントは視線・視点のみでもOK。
② 人流・動線シミュレーション	BIM/CIM*やバーチャルツインなど、リアルを模擬したモデル空間でのシミュレーションに、人の挙動に関する要素を加えた利用形態。
③ ロールプレイスペース	メタバースを人やAIの教育・訓練・検証の場として活用するというもの。アバター店員の接客やトラブル対応の訓練など。将来、疑似人格AIの訓練・評価の場として活用可能。
④ ワークプレイス	メタバースをコミュニケーション・コラボレーションの場として活用するというもの。本人の表情やジェスチャーをアバターが再現できるようになることが望まれ専有アバターの利用が基本となる。
⑤ イベント	メタバースをコンサートなどの大規模イベント用に活用するというもの。事前に作りこまれたコンテンツを大規模に配信。サービス提供側とのコミュニケーションは相当に制限される。
⑥ 展示会・マーケットプレイス	メタバース内で展示会や商品販売を行うタイプの応用(リアルな社会のモノやサービス)。販売対象物の形状や機能を再現することに注力。
⑦ バーチャルライフ	メタバース内でアバターを介して多様な生活行動を体験するというもの。ゲーム・アミューズメント領域におけるメタバースはこのタイプを目指したものが多く。

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）がもたらしたパンデミックによって、会議やカンファレンスの多くはオンライン上で行われることになった。それにより、バーチャルイベントは社会的な潮流となりつつある。ある調査によると、**パンデミック以前にバーチャルイベントに参加したことのある人の割合は45%だったが、今では87%に上っている**。また、このトレンドに刺激されたイベント主催者の90%以上が、2022年にはさらに多くのバーチャルイベントを計画するとしている。**メタバース空間では、観客数の上限はなく、環境デザインも限りなく無制限なことから、主催者や協賛者にとって大きな魅力と言えるであろう**。イベントやカンファレンスは、空間を提供する不動産業者や広告代理店など、さまざまな事業者が関わる大きなビジネスとなりつつある。



～メタバース～

また、メタバースビジネスを参加者の観点から区分してみると以下の5つに分けることができる。

- ① **オルガナイザー（組織者）**：メタバース内でのイベントの主催者、点在する様々な要素を集積して新たな価値を創造するハブとして機能することにより収益を得る
- ② **インベスター（投資家）**：メタバース内の土地や家屋、コスチュームなどアイテムの売買、有償貸与などにより収益を得る
- ③ **プレーヤー**：ゲーム内で獲得するNFTアイテムやトークンの獲得で収益を得る
- ④ **クリエイター**：メタバース内でのゲーム、アバター、アイテムなどを作製し販売して収益を得る
- ⑤ **サービスプロバイダー**：メタバース内店舗の店員やガイドなど各種サービスをアバターとして提供して収益を得る

形態	概要	事例
クリエイター	運営者が準備した環境等を使ってメタバース内で利用可能なゲームやアバター、各種オブジェクトなどを開発・生産。課金や販売などで収益化。	Robloxなどのメタバース内ゲーム開発
サービスプロバイダー	メタバース内の店舗店員やガイドなど各種サービスをアバターとして提供。労働対価を得る。	clusterなど(メタバースイベントのアバターアルバイト等)
オルガナイザー	メタバース内に点在するさまざまな要素を集積し、新たな価値を創造するハブとして機能することで対価を得る。	(各種ボトムアップ的イベント企画等)
インベスター	メタバース内の土地や資産を投資対象として購入し、地代や転売益等で収益化。	Decentraland等
プレーヤー	メタバース内の活動(アイテム取得やステージクリア)がそのまま収益化(P2E)。	Web3系メタバースゲーム

出所：三菱総合研究所

<メタバーストゲームの違い>

オンラインゲームではゲーム内で得られるアイテムや通貨（トークン）を、プレーヤーが現金化することは規約により禁じられている。これは、ゲーム運営側に収益機会を集中するという意味も多少あるが、ゲーム運営側が最も警戒しているのは現金化を可能とすることにより、換金目的のプレーヤーの大規模な参入を引き起こし、ゲームの世界観が崩壊するという点である。

一方、メタバースの場合、決まったシナリオやあらかじめ設定されたイベント等などの要素は少なく、参加者が自ら開発・提供するコンテンツに頼る傾向が強くなっている。このような場合、**参加者の活動に対して対価を支払うことは世界観の崩壊にはつながらないので、活動を通じて得た対価（ゲーム内トークン）をリアルな貨幣として換金することができる。**実際、20年近い歴史を持つSecond Lifeでは、**リンデンドルというメタバース内で利用する通貨を米ドルに換金することができる。**

しかし、このような価値（と呼べるか疑問ではある）の売買を目的としてメタバース内でバブルが発生して実社会を破壊するような現象が発生することは容易に想像できる。このことが私がメタバースの将来に疑問を持つ大きな理由でもある。



～メタバース～

2. メタバースビジネスへの取組み

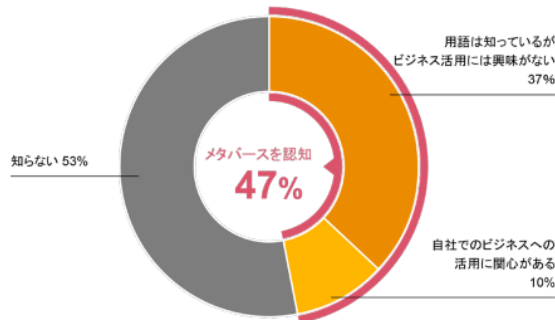
2022年3月にPwCコンサルティング合同会社が行った「メタバースのビジネス利用の実態と課題」の調査結果から日本の現状を知ることができる。いくつかの結果を参考に掲載する。

1. メタバースのビジネス利用における認知率と期待

メタバースの認知率は47%と約半数が認識しており、自社ビジネスでの活用に関心がある企業は10%である。

本調査のスクリーニングのために企業パネルより72,033社に対して予備調査を行いました。うち無作為抽出した10,000社の「メタバース」という用語に対する認知率は、47%と5割に達する勢いでした。これは一般の人々のメタバース認知率が約2割～3割※1とされているのに比較すると高いと言えます。また今般のメタバースの盛り上がり鑑みると、今後さらに増加していくと思われます。さらに、メタバースという言葉を知り興味を持っている企業を対象に本調査(n=1,085)を行いました。本調査ではメタバースのビジネス活用への興味度合いを尋ねており、「自社でのビジネス活用にとても関心がある」「自社でのビジネス活用に少し関心がある」と回答した割合は20%に及んでいます。本調査の結果を、メタバースという言葉を知らない企業も含めた母集団に割り戻すと、約10%の企業がメタバースを自社ビジネスに活用することに関心があると言えます(図表1)。

図表1 メタバースの認知状況



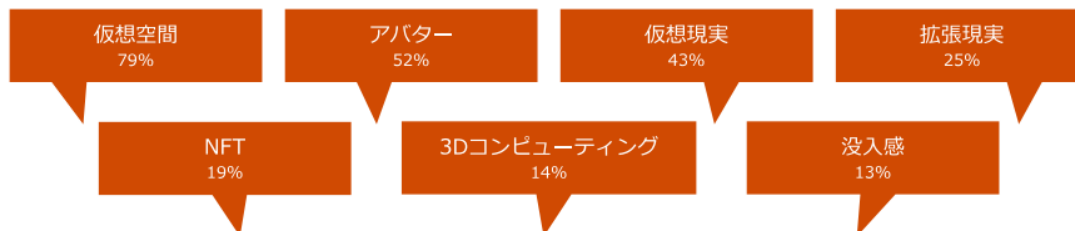
集計対象: 認知率...予備調査回答者より無作為に抽出(n=10,000)
関心度合い...本調査全回答者(n=1,085)

※1 日本トレンドリサーチ調査「メタバースの利用に関するアンケート」(2022年1月)

「メタバース」と聞いて想起するワードは、「仮想空間」「アバター」「仮想現実(VR)」「拡張現実(AR)」「NFT」など、概念・テクノロジー含め広範囲にわたっており、いまだ黎明期の状態と推察される。

本調査の対象である、メタバースに興味がある日本の企業1,085社に尋ねたところ、「メタバース」によって想起されるワード(複数回答)は、仮想空間(79%)を筆頭に、アバター(52%)、仮想現実・VR(43%)、拡張現実・AR(25%)、NFT(19%)と続き、世間一般に想起される概念的なワードが先行しています。メタバースがテクノロジー系の新たなキーワードとして、仮想の空間であると認識されているあたりまでは共通しているものの、依然としてメタバースの正しい理解や、実際の経済圏とビジネス化のイメージまでは距離があると考えられ、黎明期の状態であると推察されます。

メタバースで想起する言葉・ワード:



集計対象: 本調査全回答者(n=1,085)



～メタバース～

メタバースは87%の企業にとって、脅威よりはチャンスであると捉えられている。特に「新規ビジネスの創出」がチャンスと考える理由のトップに挙げられており、低成長時代を打破する起爆剤としての期待がうかがえる。

メタバースに興味がある日本の企業1,085社に、メタバースのビジネスへの影響について尋ねたところ、9割近くが、メタバースを「脅威」ではなく「チャンス」であると捉えていることが分かりました。

87%

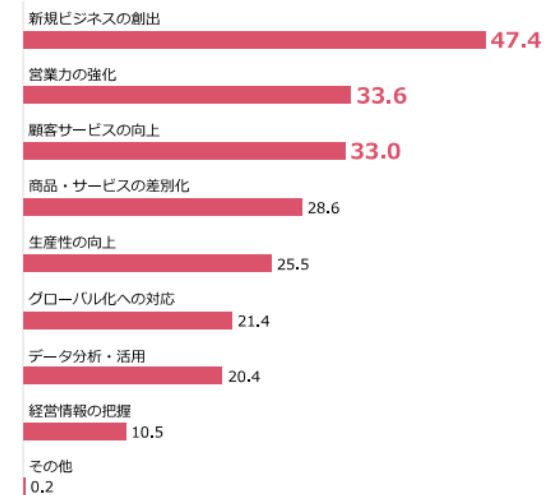
メタバースのビジネスへの影響について
87%がチャンスと捉えている

集計対象：本調査全回答者 (n=1,085)

さらに、メタバース活用を期待しているビジネスチャンスをも具体的に見ると、複数回答で、47%が「新規ビジネスの創出」を挙げると、トップラインの拡大への期待がうかがえます。続いて、「営業力の強化」や「顧客サービスの向上」など、顧客接点の強化に期待していることも分かりました。なお、現状は顧客接点など表層的な取り組みへの活用に対する期待が中心となっており、データ分析・活用や経営情報の把握といった社内業務での活用への期待は、まだそれほど高くはないようです（図表2）。

図表2 メタバースのビジネスチャンス

単位：%



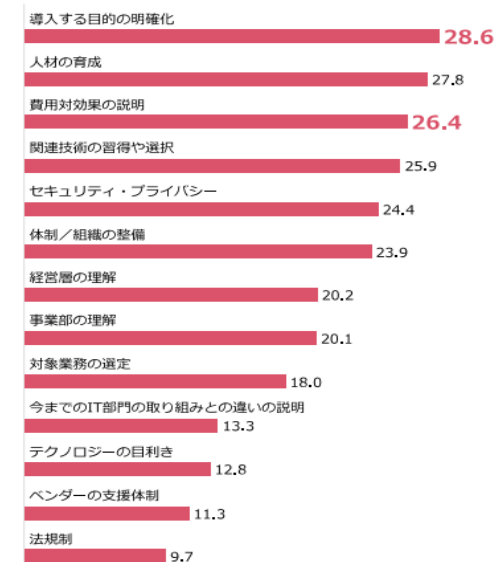
集計対象：自社のビジネス活用でチャンスと捉えていると回答している企業 (n=946)

メタバースの活用目的として67%の企業が既存ビジネスの拡大を考えているものの、47%にあたる約半数の企業は新規ビジネスの創出を企図している。ところが導入の課題として「導入する目的の明確化」「費用対効果の説明」が挙げられるなど、いまだ活用イメージの明確になっていない現状がうかがえる。

メタバースに興味がある日本の企業1,085社に、導入にあたっての課題を尋ねたところ（複数回答）、「導入する目的の明確化」「費用対効果の説明」などを挙げた企業が3割に上りました。ここから、メタバースへの取り組みにはスピード感が必要との認識の一方で、説明責任を果たすことの内部的な障壁があることへのジレンマが存在する可能性が見えます（図表7）。

図表7 メタバース活用の課題

単位：%



集計対象：本調査全回答者 (n=1,085)

既存事業 67%

新規事業 47%

集計対象：メタバースのビジネス活用について検討中、予算化済み、具体的な案件を推進中の企業 (n=410)

総括

メタバースの認知率は既に5割に迫っており、そのうちの2割は自社ビジネスへの利用に興味を持っている。また、メタバースは9割もの企業が脅威よりも機会として捉えていることが分かった。しかしながら、導入する目的の明確化や費用対効果の説明などに課題を抱えている企業も多く、いまだ活用イメージが明確になっていないというのがうかがえる。



～メタバース～

3. メタバースビジネスの経済規模

メタバースの定義は明確になっていない現状、メタバースビジネスの経済規模についても様々な予測がある。例えば、**Bloombergが2021年12月に公開した2024年に8,000億ドル規模**、カナダのデジタル資産投資会社である**Grayscaleが2021年11月に発表した2025年のバーチャルワールド市場が4,000億ドル規模**などがある。さらに、最近では英国のCitiグループが、2030年の潜在市場として8～13兆ドルという、非常に大きな予測値（期待値）を公表。なお、時期は明示していませんが、Morgan Stanleyでは米国におけるメタバースの潜在市場として8兆ドル規模であるとの予測値を公表している。

三菱総研が各社から公開されたメタバース市場規模の予測結果を整理したところ、おおよそ3つのタイプに類型化できることがわかった。

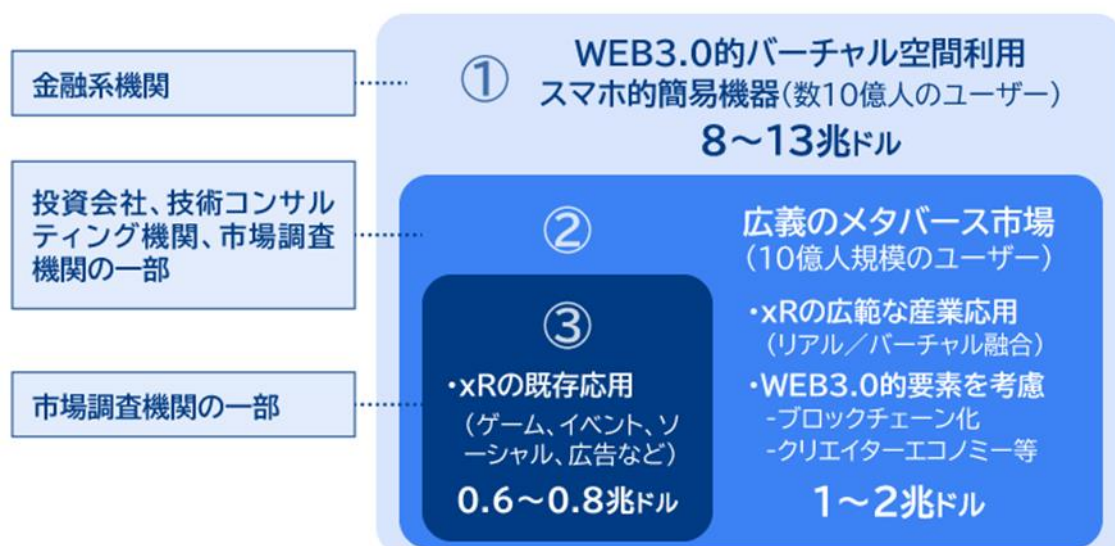
2030年頃の市場規模でみると、①10兆ドル規模、②1～2兆ドル規模、③1兆ドル未満の3つになる。

10兆ドル内外（①）としているのはCitiに代表される金融系機関である。これらの機関では、メタバースを、ポストインターネット（Web3.0として言及されるコンセプト）の中核的な場として位置づけている。例えばCitiの場合、メタバースへのアクセスも、スマホ、タブレット、PCを含むマルチデバイス対応のいわゆる「視聴型」かつ没入感を重視しないものを中心に考えているようで、**アクセス人口がグローバルで数10億人規模となることを想定している**。

1兆ドル未満（③）という予測は一部の市場調査機関によるもの。これらの機関は、xR市場として従来予測されてきた値とほぼ類似した数字をメタバース市場として公表しているようだ。VR（Virtual Reality）、AR（Augmented Reality）、MR（Mixed Reality）等のxRデバイス市場を、「場」の観点でとらえている。

1～2兆ドル規模（②）の予測結果は、多くの市場調査機関や投資機関が示しているもの。これらの機関も、メタバースはXRデバイスを中心にアクセスするものであるととらえているが、WEB3.0の中核技術であるとされる、ブロックチェーン技術を活用したオープンメタバースやクリエイターエコノミーなどへの期待が強調されている。

2030年頃のメタバース市場規模に対する予測値の整理





～メタバース～

4. メタバースビジネスの主な企業例

*** Meta Platforms (旧Facebook) ***

Facebookは、明示的にメタバース企業になると宣言し、2021年10月に社名を「Meta Platforms」に変更。メタバースの要素技術のひとつであるxRに関して同社が蓄積する知見を活かし、次の経済圏として期待されるメタバース事業へ注力する。

- Meta (Facebook) のメタバース関連の取り組み 2021年7月 メタバースに取り組む事業部門を設置
- 2021年8月 VR端末「Oculus Quest2 (現Meta Quest2)」を用いたサービス「Horizon Workrooms」のβ版(試作品)を公開
- 2021年9月 メタバース構築に向け、2年間で5,000万ドルの投資を発表。研究基金を立ち上げ、xR技術の研究を支援
- 2021年10月 社名を Meta Platforms Inc. に変更

メタバース事業に注力するMetaの狙い

- ◆ モバイルインターネットではAppleやGoogleにOSやハードウェアのレイヤーで覇権を握られている状況。同社はメタバースの体験をリッチにし、没入感を演出する重要な技術要素であるxRに注力してきている。メタバース事業で覇権を取るゴールが考えられる。
- ◆ Facebook社への安全性やプライバシーに対する批判が2021年時点で強まっていた。社名変更によるイメージ戦略も考えられる。
- ◆ これは公表発言されているものではないが、ザッカーバーグ氏の頭の中には、途中で頓挫してしまった仮想通貨「Libra」の復活があるのではないだろうか

Horizon Workroomsの概要

- ◆ 参加者は身振り・手振りなどを通じてアバターを操作できる。より実際の会議に近いコミュニケーションを仮想空間で行える。
- ◆ VR上で最大16人利用可能。
- ◆ Web会議のVR版のような状態。現状、エンタメ要素はなく、ビジネス利用を企図している。





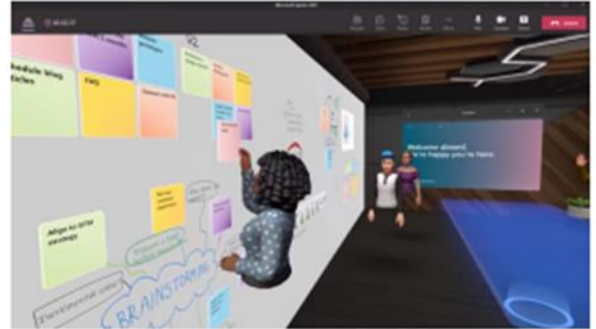
～メタバース～

*** Microsoft ***

Microsoftは、TeamsにMR（複合現実）機能をもつ「Microsoft Mesh」を融合したサービスを提供予定。仮想空間上でメタバースとデジタルツインを活用して、複数拠点にいる関係者の共同作業を実現できる技術「インダストリアルメタバース」を開発中。（2022年5月）

Mesh for Microsoft Teams

- ◆ ビデオ会議・コラボレーションツール「Teams」をメタバース対応にしたもの（2021年11月発表）。2022年提供予定。
- ◆ 以下の2機能を融合したもの。①別の場所にいる人々が、共通のホログラフィックエクスペリエンスを通して共同作業に参加できる「Microsoft Mesh」の Mixed Reality（複合現実）機能 ②仮想会議への参加やチャット送信、共有ドキュメント上でのコラボレーションなどを可能にする「Teams」の生産性ツール
- ◆ スマートフォン、ノートPC、MRヘッドセットから利用できる。



インダストリアルメタバース（川崎重工業と共同開発）

- ◆ デジタルツイン*環境をクラウドサービスMicrosoft Azure上に構築し、Mesh for Microsoft Teamsのユーザが、Azure上のデジタルツインを使って共同作業ができるようにする。
- ◆ 仮想空間上の現物をもとに、精度の高い検討ができ、検討結果を円滑に現物に反映できるようになる。

*デジタルツインとは、現実世界の情報をIoTセンサーなどを用いて収集し、**現実そっくりの状態（双子、ツイン）を仮想世界に構築してシミュレーションすること。**

川崎重工HPより

「同社は、Azure IoT や Azure Percept によるエッジコンピューティングと AI を活用することで、ロボットに故障が発生した場合、迅速な解決が可能となるだけでなく、予兆保全を行うことで、未然にトラブルを防ぐことも可能になります。さらに、遠隔地にいるエキスパートのアドバイスや支援を、複数の拠点で同時に、リアルタイムで得られるようになります。」

また、Azure Digital Twins のとシミュレーションによる、仮想空間上での過去、現在、未来の動作状態の把握によって、物理的に離れた拠点でのトラブル原因特定と解決を可能にします。

今後、同社は、設計、開発から試験までのすべての工程を仮想空間上で実行できる環境の実現に向けて、マイクロソフトと連携して「インダストリアルメタバース」に取り組んでいきます。」



（11月号に続く）



～インボイス制度～

令和5年10月1日から、複数税率に対応した仕入税額控除の方式として、「適格請求書等保存方式」（インボイス制度）が開始される。
その概要を簡単にまとめてみた。

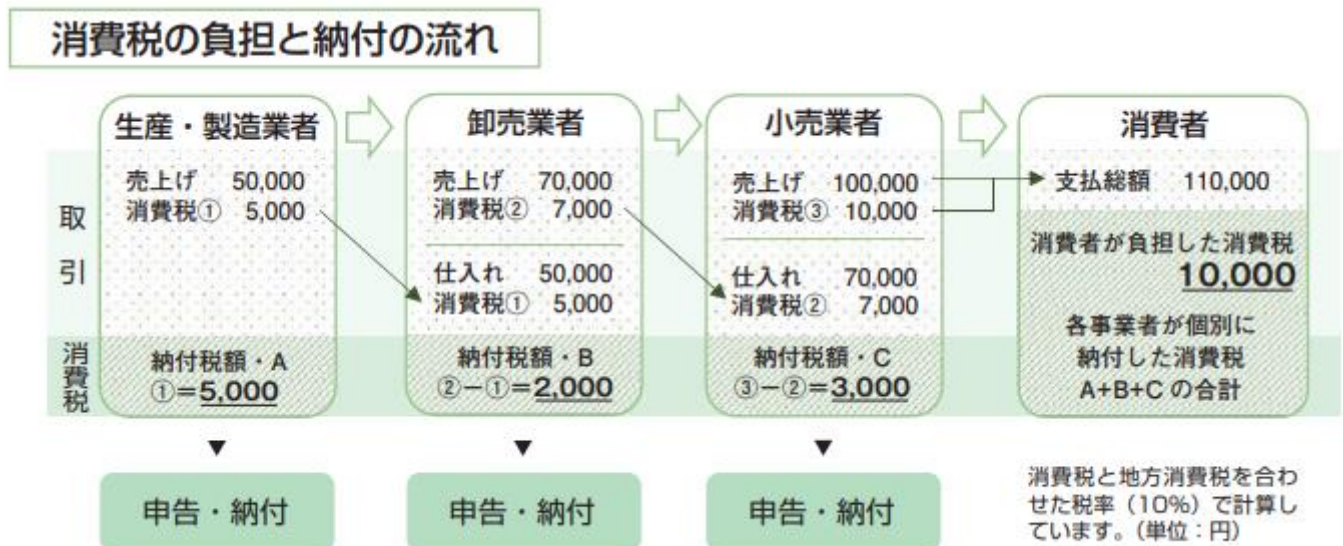
<概要>

売手であるインボイス発行事業者は、買手である取引相手（課税事業者）から求められたときは、インボイスを交付しなければならない（また、交付したインボイスの写しを保存しておく必要がある）。

買手は仕入税額控除の適用を受けるために、原則として、取引相手（売手）であるインボイス発行事業者から交付を受けたインボイスの保存等が必要となる。

<消費税の仕組み>

まず現在の消費税の仕組みを見てみよう



税率は、

標準税率 10%

軽減税率 8%（食品などに適用）

◆ 消費税の計算方法

課税売上に係る消費税額から、
課税仕入れ等に係る消費税額を差し引いて
（「仕入税額控除」という）計算する

計算方法

$$\text{消費税額} = \text{課税売上に係る消費税額※（売上税額）} - \text{課税仕入れ等に係る消費税額※（仕入税額）}$$

※ 消費税額は、税率ごとに区分して計算する必要があります。

仕入税額控除

現在は、消費税の非課税取引を除いて、
誰から仕入れても対価の10%（あるいは8%）
が仕入税額控除の対象となる。

インボイス制度は、この仕入控除できる対象が、「適格請求書発行事業者」に限られることになる。



～インボイス制度～

<インボイス制度概要>

◆ 導入の背景

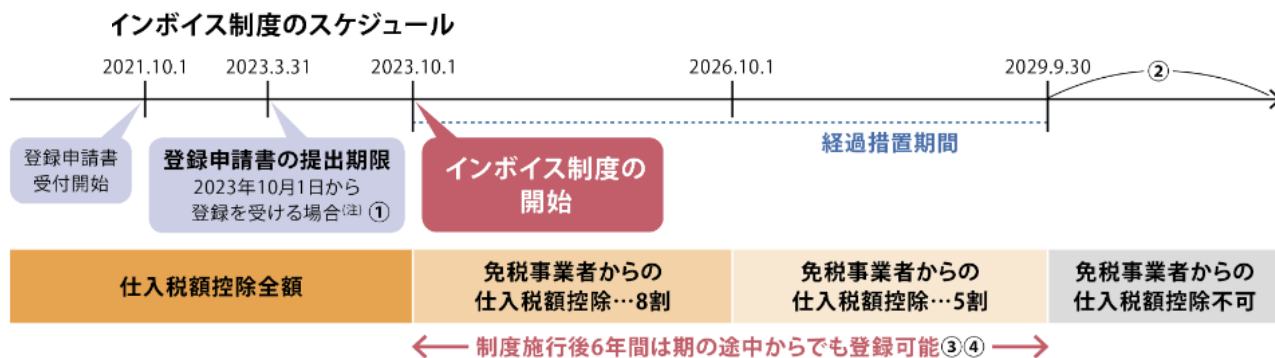
インボイス制度は売手が買手に対し正確な適用税率や消費税額を伝える手段、としていますが、実際にはいわゆる「益税」問題がある。前頁の例で卸売業者が免税業者であれば、国に納税されるのは8,000円となり、消費者が最終的に負担した消費税10,000円との差額2,000円は卸売業者のポケットに入ったままとなる。これを「益税」という。これを排除するために課税業者として登録した事業者が発行した適格請求書でなければ仕入控除を受けられないようにしたもの。

◆ 適格請求書とは

適格請求書発行事業者のみインボイス（適格請求書）を発行できる。

インボイスを発行するためには、所轄の税務署に登録申請書を提出して「適格請求書発行事業者」として登録する必要がある。登録されると登録番号が発行され国税庁のホームページで公表される。

◆ 制度挿入までのスケジュール



「適格請求書発行事業者」の登録申請は2021年10月～2023年3月31日までに登録申請書を提出しなければならない。

免税事業者への経過措置

インボイス制度は、小規模な免税事業者に対する影響が大きいため、激変緩和措置として2029年9月30日までは、免税業者からの仕入れについて段階的に80%、50%の仕入税額控除を認めている。

免税業者は、選択肢として、

- ① 適格請求書発行事業者として登録する
- ② 簡易課税制度を選択
- ③ 免税業者のまま

期間	買い手が控除することができる税額割合
2023年10月1日～2026年9月30日まで	仕入れ等の税額の80%
2026年10月1日～2029年9月30日まで	仕入れ等の税額の50%
2029年10月1日～	ゼロ

上記に選択肢は2023年3月31日までに行うこともできるが、

2029年までの経過措置の期間中に登録することもできる（手続き方法はそれぞれ異なる。詳しくは国税庁ページご参照）



～インボイス制度～

<適格請求書の概要>

◆ 現状（区分記載請求書）の記載事項

帳簿と区分記載請求書の記載例

請求書

（株）〇〇御中 XX年11月2日

（XX年11月2日取引分）

割り箸	550円
牛肉 ※	5,400円
...	...
合計	43,600円

※は軽減税率対象品目

（10%対象 22,000円）
（8%対象 21,600円）

（株）△△

税率ごとに区分して合計した税込対価の額

税率（10%、8%）の異なることに合計した税込金額を記載する。

軽減税率の対象品目である旨

- 軽減税率対象品目に「※」や「☆」等の記号を記載する。
- 記号が軽減税率対象品目を示すことを明らかにする。

総勘定元帳（仕入れ） （株）〇〇

XX年	月	日	摘要	借方	貸方
11	2		（株）△△ 雑貨	22,000	
11	2		（株）△△ 食料品 ※	21,600	
...	...	...	...	...	...

※は軽減税率対象品目

【請求書】
これ以外に、例えば次のような方法があります。

- 同一請求書内で、商品を税率の異なることに区分し、区分した商品が軽減税率の対象であることを表示する。
- 税率の異なることに請求書を分けて発行する。

【帳簿】
税率区分欄を設け、「8%」と記載する方法や税率コードを記載する方法も認められます。

- ①請求書発行者の氏名又は名称 ②取引年月日 ③取引内容（軽減税率の対象商品である旨）
④税率ごとに区分して合計した税込対価の額 ⑤請求書受領者の氏名又は名称

◆ 適格請求書の記載事項

右の下線の項目が、追加された項目

不特定多数の者に対して販売を行う小売業、飲食店業、タクシー業等に係る取引については、適格請求書に代えて、**適格簡易請求書**を交付することができる

適格請求書は、書面での交付に代えて、**電子データ**で提供することもできる

請求書、領収書、納品書レシート等のいずれであっても、必要項目が記載されていればインボイスに該当する

適格請求書

- 適格請求書発行事業者の氏名又は名称及び登録番号
- 取引年月日
- 取引内容（軽減税率の対象品目である旨）
- 税率ごとに区分して合計した対価の額（税抜き又は税込み）及び適用税率
- 税率ごとに区分した消費税額等※
- 書類の交付を受ける事業者の氏名又は名称

適格簡易請求書

- 適格請求書発行事業者の氏名又は名称及び登録番号
- 取引年月日
- 取引内容（軽減税率の対象品目である旨）
- 税率ごとに区分して合計した対価の額（税抜き又は税込み）
- 税率ごとに区分した消費税額等※又は適用税率

請求書

（株）〇〇御中 ← ⑥

11月分 131,200円

△△商事（株） 登録番号 T 012345... × × 年11月30日

日付	品名	金額
11/1	魚 *	5,000円
11/1	豚肉 *	10,000円
11/2	タオルセット	2,000円
...	...	...
合計	120,000円	消費税 11,200円

8%対象 40,000円 消費税 3,200円
10%対象 80,000円 消費税 8,000円

※ 軽減税率対象

領収書

スーパー〇〇 東京都... 登録番号 T 123456... ← ①

XX年11月30日

ヨーグルト *	1	¥108
カップラーメン *	1	¥216
ビール	1	¥550
合計		¥874

8%対象 内 消費税額 ¥24
10%対象 内 消費税額 50

お預り ¥1,000
お釣 ¥126

⑤ 適用税率又は消費税額等のどちらかを記載 ※両方記載することも可能



～インボイス制度～

* 注意事項 *

「税率ごとに区分した消費税額等」の端数処理

取引に係る税抜価額又は税込価額を税率ごとに区分して合計した金額に対して、10%又は8%を乗じて得た金額に対して端数処理を行い（「切り上げ」「切り下げ」「四捨五入」など任意）「消費税額」を算出する。

これは、一適格請求につき、税率ごとに1回の端数処理しか認められていない。

したがって、下の例②のように商品ごとに消費税を計算して端数処理しそれを合計して税額を算出することは認められない。

【例①：認められる例】

〇〇(株) 御中

〇年11月30日

(株)△△

請求金額(税込) 60,197円

(T123…)

※は軽減税率対象

取引年月日	品名	数量	単価	税抜金額	消費税額
11/2	トマト ※	83	167	13,861	(注) -
11/2	ピーマン ※	197	67	13,199	-
11/15	花	57	77	4,389	-
11/15	肥料	57	417	23,769	-
8%対象計				27,060	端数処理 → 2,164
10%対象計				28,158	端数処理 → 2,815

(注) 個々の商品ごとの消費税額を参考として記載することは、差し支えありません。

【例②：認められない例】

左記のように税抜価額を税率ごとに区分して合計した金額に対して10%又は8%を乗じて得た金額に端数処理を行います。以下のように、個々の商品ごとに消費税額を計算し、その計算した消費税額を税率ごとに合計し、適格請求書の記載事項とすることはできません。

取引年月日	品名	数量	単価	税抜金額	消費税額
11/2	トマト ※	83	167	13,861	→ 1,108
11/2	ピーマン ※	197	67	13,199	→ 1,055
11/15	花	57	77	4,389	→ 438
11/15	肥料	57	417	23,769	→ 2,376
8%対象計				27,060	→ 2,163
10%対象計				28,158	→ 2,814

※ 各商品の消費税額を個別に計算し、その後税率ごとに合計して端数処理を行うことは認められない。

<インボイス制度への対応>

◆ 適格請求書発行事業者の義務

- 適格請求書の交付
- 適格返還請求書の交付：返品や値引きなど、売り上げに係る対価の返還等を行う場合、適格返還請求書を交付する（詳細国税庁ページ）
- 修正した適格請求書の交付：交付した適格請求書に誤りがあった場合に、修正した適格請求書を交付する
- 写しの保存：交付した適格請求書の写しを保存する（交付した日の属する課税期間の末日の翌日から2月を経過した日から7年間保存する必要がある）

◆ 適格請求書発行事業者の準備

- 適格請求書発行事業者の登録申請：2023年3月31日まで
- 自社が発行する請求書等の確認：必要記載事項と消費税額の計算方法を満たしているか確認
- 販売管理システムの対応：適格請求書の作成システムなどの導入



～インボイス制度～

◆ 経理業務のチェックポイント

➤ 取引先が適格請求書発行事業者化を確認

➤ 仕分けの入力と消費税額の計算

①勘定科目ごとに商品明細を分類し

②その商品の税率別・課税区分別に税抜き金額を集計し

③それぞれの税率をかけて税込金額を計算する

④税込金額の合計が、適格請求書に記載された税率別の税込金額の合計と異なる場合は、仮払消費税等で差額調整する

➤ 仕入税額控除の経過措置の適用：免税業者取引においては経過措置として仮払い消費税等の計算をする必要がある

＜免税事業者の注意点＞

免税業者とは左記の要件の事業者であるが、最も影響を受けられるのが、企業などから仕事を請け負うFP、社会保険労務士、行政書士、システムエンジニア、デザイナーなどのフリーランスであろう。

- ・基準期間^{注1}の課税売上高が1,000万円以下
- ・特定期間^{注2}の課税売上高または給与等支払額が1,000万円以下
- ・設立後2年以内の法人で、資本金の額が1,000万円以下

注1：基準期間…個人の場合は前々年、法人の場合は前々事業年度

注2：特定期間…個人の場合は前年の前半6カ月、法人の場合は前事業年度の前半6カ月

免税業者の選択肢としては、以下の3通りが考えられる。

①免税業者のまま ②課税事業者になる ③簡易課税業者になる

◆ 免税業者のまま

免税業者のまましていると、取引先から、消費税は支払えないとされて、消費税分の値下げを要求されることがまず、考えられる。

現状

・利益の計算
770万円－220万円＝550万円

所得税・住民税 約62万円
税引き後手取り **約488万円**

設定…免税事業者であるFP。主な業務は企業等の退職金制度やiDeCo導入・活用法の相談業務、執筆や講演など、取引先は事業者
売上高は770万円（うち消費税70万円）で、仕入れ等が220万円（うち消費税20万円）
白色申告者・すべて税込み経理処理・仕入れは売り上げに連動して発生する
所得控除合計は所得税・住民税ともに200万円

①消費税分を支払ってもらえなくなった場合

・利益の計算 700万円－220万円＝480万円

所得税・住民税 約46万円
税引き後手取り **約434万円**

②2割の取引先からの仕事がなくなった場合

・利益の計算 616万円－176万円＝440万円

所得税・住民税 約38万円
税引き後手取り **約402万円**

①この場合、手取り額は約434万円と大きく減少する

②あるいは、取引を切られるケースも考えられる。仮に2割の顧客が離れら場合は、訳402万円とさらに減少することになる。

実際に、上記のようなことが起こるかどうかは、その免税業者と取引先の力関係にもよるだろう。



～インボイス制度～

◆ 課税業者となる

課税業者になると今まで負担することのなかった50万円の消費税を支払わなければならず、現状より手取りは減少する

◆ 簡易課税を選択した場合

この例では、課税業者による納税額より、簡易課税による納税額が小さくなり、手取り額は一番多くなる。
簡易課税においてはみなし仕入れ率を適用して仕入税額控除額を計算するため、実際の仕入や経費の内容によっては、課税業者より納税額が減少するケースは少なくない。

事業区分によるみなし仕入れ率によっても減少額は違ってくるが、選択するかどうかは下記のようなメリット・デメリットを考慮して選択すべきであろう。

◆ 激変経過措置

このような小規模事業者にとっては、今回のインボイス制度導入の影響が大きいいため、その激変緩和措置として2029年9月30日までは、免税業者からの仕入について段階的に80%、50%の仕入税額控除を認めている。

激変緩和措置の内容

期間	買い手が控除することができる税額割合
2023年10月1日～ 2026年9月30日まで	仕入れ等の税額の80%
2026年10月1日～ 2029年9月30日まで	仕入れ等の税額の50%
2029年10月1日～	ゼロ

◆ 適格請求書等保存方式（インボイス制度）の手引き

<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/zeimokubetsu/shohi/keigenzeiritsu/pdf/0022009-090.pdf>

◆ 適格請求書等保存方式の概要

<https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/zeimokubetsu/shohi/keigenzeiritsu/pdf/0020006-027.pdf>

③原則課税の場合

- ・消費税の納税額
70万円－20万円＝50万円
- ・利益の計算
770万円－220万円－50万円（消費税）＝500万円

所得税・住民税 約50万円
税引き後手取り **約450万円**

④簡易課税の場合

- ・消費税の納税額
70万円－35万円（＝70万円×50%）＝35万円
- ・利益の計算
770万円－220万円－35万円（消費税）＝515万円

所得税・住民税 約53万円
税引き後手取り **約462万円**

事業区分	みなし仕入れ率	事業内容
第1種事業	90%	卸売業
第2種事業	80%	小売業、農業・林業・漁業（飲食料品の譲渡に係る事業）
第3種事業	70%	建設業、製造業（製造小売業）
第4種事業	60%	料理飲食業・加工賃その他これに類する料金を対価とする役務の提供を行う事業（第3種事業以外）
第5種事業	50%	FP、運輸通信業、金融・保険業、サービス業（料理飲食業以外）
第6種事業	40%	不動産業

簡易課税のメリット・デメリット

メリット

1. 事務負担が軽減（原則課税の場合は、請求書・領収書等について適格請求書等か否かの確認、税率の区分のほか取引内容の詳細な帳簿への記載、経過措置期間中のデータ入力の手間が増加）
2. みなし仕入れ率を適用して仕入税額控除額を計算するため、原則課税より納税額が減少するケースは少なくない（なお、反対に原則課税より納税額が増加する場合もある。ここでは事業者によりメリット・デメリットが混在）

デメリット

1. 簡易課税制度を選択すると2年間に変更することができない
2. 多額の設備投資をしても、還付はない
3. 複数事業を営んでいる場合、売上げに係る消費税を業種ごとに区分しなければ、一番低いみなし仕入れ率で控除額を計算しなければならない
4. 基準期間の課税売上高が5,000万円を超えると、原則課税により計算しなければならない