



横浜事務所 〒221-0056  
横浜市神奈川区金港町 6-3 横浜金港町ビル 3 階  
TEL 045-442-0851 FAX 045-453-2851

銀座事務所 〒104-0061  
東京中央区銀座 6-2-1 ダヴィンチ銀座ビル 2 階  
TEL 03-3573-0070 FAX 03-3572-2480

<http://www.supt.jp/>

### 子会社への支援は当たり前！？

猛暑で心身ともにぐったりの日々ですね。。個人的には涼しくなってほしいと思いますが、経済的には気温が1度上がると飲み物を飲んだり、エアコンが売れたり、行楽地でお金を落とすため経済効果が4,333億円押し上げるなどと言われます(第一生命経済研究所)。この経済効果とは単純にある出来事のプラス(又はマイナス)の一方のみを集計しているため、気温があがることにより売れなくなるものについては考えていないので単純には信じられないものです。

猛暑のおかげか(?)親会社が調子に戻ってきて、子会社はなかなか苦しい状況を脱せなかったりします。苦しむ子会社の整理・再建を検討する企業のなかには、債権放棄、損失負担、無利息貸付などの方法で子会社支援を行うケースもあります。これらの支援は親会社なのだから当たり前で経費となると思う方もいらっしゃると思いますが、実は税務上の寄付金の対象とされる場合があるので要注意です！

例えば赤字子会社の再建のために親会社が子会社に対して無利息貸付をした場合に、本当に無利息で貸し付けを行う必要があるのかどうかを検討する必要があります。

通達には、子会社の倒産防止のためやむを得ず行われるもので、合理的な再建計画に基づくもの等であるならば寄付金と取り扱わないとしています。つまり逆に言いますと親会社から子会社への「つなぎ融資」を無利息等で行う場合に、合理性がなければ親会社側で通常受け取るべき利息の金額は寄付金として認定され、一定の金額が損金不算入とされ課税されます。ここで「合理的な再建計画」は、①支援額の合理性として自己努力を加味した必要最低限の金額となっているか?②再建を管理して状況を把握しているか?③支援者の範囲が相当であるか?④負担割合が事業の関連から見て合理的に決められているか?の4点について総合的に判断しなければなりませんのでよくご検討ください。

最後に親会社と子会社が完全支配関係であり、「寄付金」と認定された場合にはグループ法人税制により「全額損金不算入」とされますので10月1日以後の取引においては、更に注意が必要となります。

### 「万一他店のほうが安い場合、他店の価格より5%割引きます」・・・このメッセージの本当の意味！！

家電量販店やスーパーの広告などでこれと似たようなフレーズを目にしませんか？

宣伝文句を読む限り、激しい価格競争が繰り広げられているように思えます。ところが、この広告の意図するところは価格競争をしかけるのではなく価格競争を抑制するところにあります。

たとえば表題の広告を家電量販店A電機が出しているとします。そして競合するB電器が、とある3DテレビをA電機より安い価格で販売していたとします。皆さんがお客様の立場だとして、その3Dテレビがどうしても欲しかったらどうしますか?B電器のチラシを持ってA電機に飛び込みますよね、B電器価格の5%引きで買えますから。そうするとB電器はいくら思い切った値付けをしても客はそのことをA電機に告げてさらに安い価格でA電機から購入するのでB電器は売上を獲得できません。一方、A電機も本音はB電器の表示価格からさらに5%も値引きしたくありませんから、一度報告があれば表示価格をB電器と同じにするでしょう。B電器の方は、安くしてもA電機に客を奪われ、A電機の表示価格も自社と同一になるのであれば、最初から無駄な価格競争に訴えず、A電機と同じ価格で販売しようとするでしょう。つまり「他店より安くする」という一見威勢のいい広告の裏には「うち(A電機)の表示価格を下回る安売り合戦はやめよう」という、同業者への強いメッセージが込められていることがわかります。このように、他店よりも割引するという家電量販店の宣言は、価格維持の効果を持ちます。つまりこの広告是一种の「非価格競争戦略」といえます。非価格競争戦略として一般に知られるのは「差別化戦略」ですが、今後、同様のチラシを見かけましたら、こんな非価格競争戦略もあるということをお知らせしたいと思います。