

インボイス制度開始を契機とした 中小企業のDX支援

令和5年10月のインボイス制度の開始に伴い中小企業の負担が増すが、一方ではDXを進める端緒となり得る。本企画では、金融機関行職員が取引先への確に対応できるようインボイス制度の概要、そして同制度対応に合わせて検討したいDX活用術について解説した。

税理士 島村 智彦
デジタルシフトコンサルタント 新土居 統弥

【1】インボイス制度の概要と実務への影響

令和5年10月1日から「インボイス制度」が開始される。インボイス制度とは、請求書に関する新しいルールのこと、正式には「適格請求書等保存方式」という。

簡潔にいうと、消費税の複税率による買い手の混乱を防ぎ、消費税の控除が正しく行えるようにするための制度である。現行制度との比較は図表1に示したが、現行制度に比べて要件が厳しくなっており、それに伴って売り手・買い手双方ともに事務負担が増えることが懸念されている。その代表的なものは以下二点である。

(1) 請求書等の記載事項の追加（売り手側）

売り手側は従来の請求書の記載項目に加えて、新たに「登録番号」「適用税率」「税率ご

とに区分した消費税額等」を記載する必要がある。「登録番号」とは国税庁が各事業者に交付する番号で、事業者が国税庁に「適格請求書発行者の登録申請書」を提出することで取得できる。

この登録番号の取得にかかる受付は、令和3年10月1日に先行して開始されている。また、現在使用している請求書のフォーマットを改訂する必要もある。市販の請求書作成ソフトであればバージョンアップで対応できるものが多いが、自社で開発しているソフトの場合だとシステムを改修し、制度に適した

図表1 現行制度とインボイス制度の比較

区分	項目	現行制度 (区分記載請求書等保存方式)	インボイス制度 (適格請求書等保存方式)
売り手	請求書等の記載事項	①請求書作成者の氏名 ②取引年月日 ③取引の内容 ④相手方の名前 ⑤軽減税率適用の対象品目である旨 ⑥税率ごとの取引金額	左段①～⑥に加えて ⑦登録番号 ⑧適用税率 ⑨税率ごとに区分した消費税額等
	免税事業者の発行可否	可能	不可
買い手	仕入税額控除の要件	区分記載請求書の保存	適格請求書の保存
	3万円未満の仕入れ	保存義務なし	保存義務あり
	免税事業者からの仕入れ	仕入税額控除可能	仕入税額控除不可

フォーマットを用意する必要がある（図表2参照）。

(2) 消費税の控除の要件（買い手側）

図表2 適格請求書に追加する項目

- 【記載事項】**
- 下線の項目が、現行の区分記載請求書の記載事項に追加される事項です。
 - 不特定多数の者に対して販売等を行う小売業、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ます。

適格請求書

- ① 適格請求書発行事業者の氏名又は名称及び登録番号
- ② 取引年月日
- ③ 取引内容（軽減税率の対象品目である旨）
- ④ 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
- ⑤ 税率ごとに区分した消費税額等*
- ⑥ 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

- ① 適格請求書発行事業者の氏名又は名称及び登録番号
- ② 取引年月日
- ③ 取引内容（軽減税率の対象品目である旨）
- ④ 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）
- ⑤ 税率ごとに区分した消費税額等*又は適用税率

請求書

△△商事(株)
登録番号 T 012345...

11月分 131,200円 ××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
1.0%対象	80,000円	消費税 8,000円

* 軽減税率対象

領収書

スーパー○○
東京都...
登録番号 T 123456...

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		¥324
内 消費税額		¥24
10%対象		¥550
内 消費税額		50
お預り		¥1,000
* 軽減税率対象 お釣		¥126

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

※ ⑤の「税率ごとに区分した消費税額等」の端数処理は、一の適格請求書につき、税率ごとに1回ずつとなります。⇒ 記載に当たっての留意点についてはP7

出所：国税庁「適格請求書等保存法方式の概要－インボイス制度の理解のために－」

買い手側が消費税の控除を受けるためには、「適格請求書発行事業者」が交付した請求書（適格請求書）を保存する必要があります。

つまり、取引先が適格請求書発行事業者でない場合、その仕入分は消費税の控除を受けることができない。現行制度ではそのような制限はないため、インボイス制度へ移行することにより、買い手側では新たに下記二点の作業が生ずる。

① 「適格請求書発行事業者」に該当するかの確認
取引先が適格請求書発行事業者でない場合には買い手側では消費税の控除を受けられないため、取引先に対して現在のステータスを確認する作業が必要となる。

② 取引先のステータスに応じた仕訳入力
仕訳入力時に、請求書の発行元が適格請求書発行事業者

または免税事業者かの分類や、それに応じた消費税の入力作業が発生する。

これが、インボイス制度へ移行することにより、売り手・買い手ともに相応の事務負担が増えるケースがある。一方で、「電子インボイス」を上手く活用することで、その事務負担を大幅に軽減することができることも期待されている。

【2】電子インボイスについて

電子インボイスとは、日本のソフトウェア会社の団体が令和2年7月に設立した「電子インボイス推進協議会」が中心となって進めている適格請求書を電子化する仕組みである。

電子インボイスの利活用により、請求から支払、入金消し込み業務等が電子化されることにより取引業務の一連を効率的に行うことができる。

さらにその周辺業務もデジタル化させることでバックオフィスの幅広い業務においても効率化が期待できる。

電子インボイスはすべての規格が統一されることになる。また請求書のやり取りが電子メールやインターネット上のサイトでできるようになり、売り手・買い手の双方で下記のようなメリットが生じる。

(1) 経理業務の自動化

前出のとおり、インボイス制度では取引先のステータスに応じた消費税の入力作業が必要となる。具体的には、入力担当者は取引先から受け取った請求書の登録番号や適用税率を確認し、それに応じて個別に消費税の入力を行う。

これが電子インボイスになると、請求書の情報を会計システムに自動で取り込むことが可能になり、消費税の計算もシステムで自動化できる。さらに、社内の基幹システム

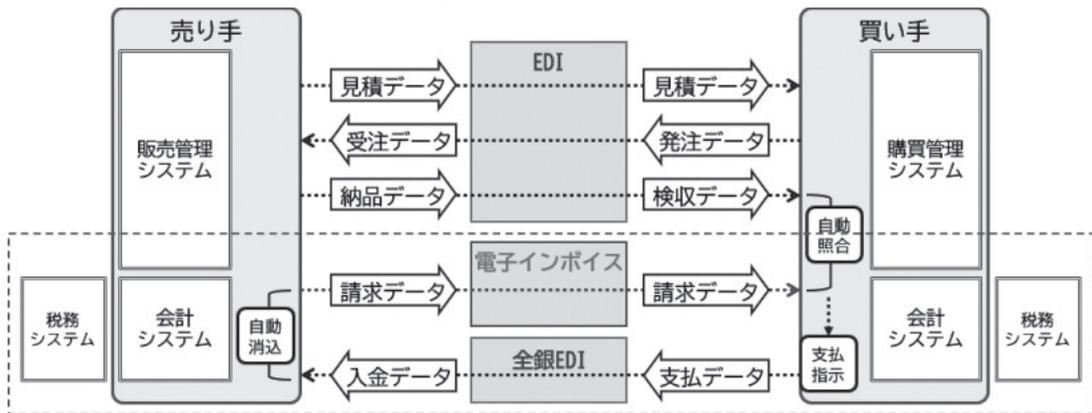
が相互連携できなければ、販売管理システムの取引情報をもとに会計システムでの処理も自動化でき、帳簿との突合作業を行う必要がなくなる。

(2) 入金消し込み業務の効率化

請求書が紙面もしくはデータの場合、それだけでは請求書がどの債権に対応しているかを把握できないため、経理担当者はその都度、対象債権を特定させる作業（消し込み業務）を行う必要がある。

これが電子イ

図表3 電子インボイスを用いた自動消し込みのイメージ



2023年10月までに実現を目指す領域

出所：電子インボイス推進協議会HPより

図表4 DX (デジタルトランスフォーメーション)

D : デジタル技術を徹底的に使いこなす



デジタルを最適な形で活用できるヒトの育成と意識改革

求書の検索性を向

こと、必要な請

望ましい。

求書の検索性を向

望ましい。

ンボイスとなると、請求情報・入金情報に、売り手と買い手で共通したIDが付与できるようにするため、請求書と対象債権の突合作業が容易に行えるようになる。それによって、従来発生していた消し込み業務にかける時間を大幅に削減することができる(図表3参照)。

(3) 請求書の保管、管理、検索の簡便化
 現行制度では、買い手側は3万円未満の請求書において保存義務はない。これに対しインボイス制度では、金額に関わらず全ての請求書の保存が義務化されている。そのため、紙面で請求書をやり取りしている場合、インボイス制

度に移行すること
 で、それまで以上に請求書の保管スペースや外部保管料が必要になる。
 電子インボイスであれば請求書はネットワーク上で管理するため、保管にかかるスペースや費用は不要になる。また、ファイル名に統一のルールを設けておくことで、必要な請求書の検索性を向

上させることが可能となる。
【3】インボイス制度とDX
 インボイス制度の検討に際して、合わせて検討を推奨したいことが、全社のデジタル化である。外部環境の変化に対応するために必要となるデジタルツールは何か?今後の事業展開を見据えて、部門最適でなく全社最適となる考え方で向き合うことが大切である。
 電子インボイスへの取り組みは、取引業務一連をデジタル化・効率化するための一つであることは間違いない。ただ一方で、それだけでは部門最適の域を出ないのではないだろうか。今後DX(デジタルトランスフォーメーション、以下DX)推進に取り組もうとするのであれば、さらに大きな視点や視座を持つことが望ましい。

【4】デジタル化やDXを取り巻く背景
 DXには様々な定義、使われ方があるが、経済産業省では以下のように定義されている。「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること」(経済産業省『DX推進ガイドライン』より)

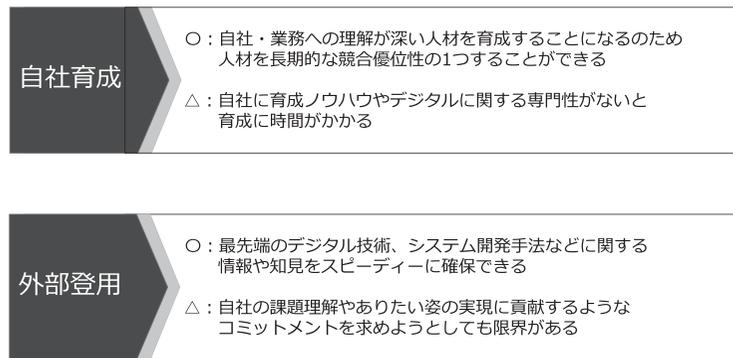
ヨシ)は「変態」と訳される。よく蝶に喩えられるが、幼虫がさなぎになり、蝶になるという大きな変貌・変化の過程が「変態」である。Xとは「変化」では辿り着かない目標を目指すためのものである。D Xを区分することで、「D」は手段であり、目標達成するために「X(変態)」することであるとわかる。

つまりDXとは、デジタルありきの「D↓X」ではなく、「X↓D」の順に考えて取り組んでいくことが大切である。そして中小企業にとってのXとは、戦略の改革よりもデジタルを活用する「ヒトの意識改革」が中心となるケースが多い(図表4参照)。

【5】DXの取り組み方

DXに向き合う際にまず考えることは「そもそもどういう会社になりたいのか?」「そのような会社になりたいのはな

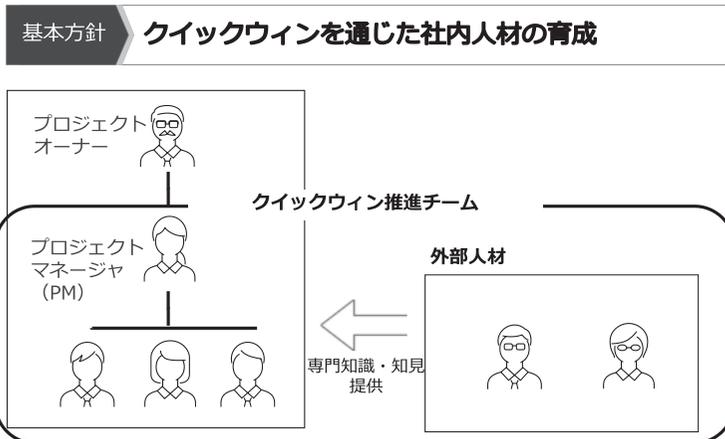
図表5 デジタル時代に求められる人材と教育
自社育成か外部登用か



ぜか?」という問いである。「どういう会社になりたい。それは○○だから」が決まると、自ずとやることは決まる。従来は「計画的に」過去の経験や実績からゴールまでの

道のりを明確にしやすい状況があった。一方で、現在は外部環境の変化のスピードが変わり、近い将来も予測ができない現状がある。このような時代だからこそ「ありたい姿」

人材戦略の基本方針



デジタル化プロジェクトの責任者はITに詳しい人ではなく、会社の業務をよく知っていて会社をよくしたいと思っている人

を定めることが大切だ。まず前に進みながら、その都度軌道修正をすることとなる。取り組み方は次の二点を紹介したい。

- (1) クイックウィン

デジタルの活用においては、現場の反発が起きるケースもある。今までのやり方を変えるたくない、より作業が増えるのではないか、という声である。そのため、「クイックウイン」にて、短期間で目に見える改善、成果を出すことを目指していく。このクイック

ウインを通じて、変革の機運を高めて、より難度が高く時間かかる改善施策に取り組みでいく。クイックウインへの取り組みは、例えばコミュニティケーションツールの導入や、携帯デバイスの貸与等、コア業務に関わらない施策が効果的である。

(2) クラウドツールの徹底的な活用

運用に際しては、自社の業務に合ったシステムを開発せず、「標準的なクラウドツール」を徹底的に活用することが効果的である。業務をシステムに合わせることで、結

果的に他社・業界で標準的な業務プロセスに変えていくことができる。クラウドツールの機能向上（アップデート）は日進月歩で行われているため、ツールのアップデートに合わせて業務プロセスを変えていくことが成功への最短ルートである。

【6】金融機関としてどう対応すべきか

デジタル活用の際には、従来のIT部門やその担当者に一任せず、新たに部門横断型の組織（あるいはプロジェクト）を設置することを推奨する。なぜなら、部門を横断して調整をすることができ、変革していくことが重要だからである。複数部門を所管する部長あるいは役員がこの組織を統括し、若手メンバーをリーダーに抜擢すると推進力が生じると考える。リーダーはITの知見があるだけでは

なく業務の実態を熟知しており、会社をよりよくしたいという思いが強いメンバーが適任である。そのようなメンバーであれば、全社にとつての最適解を考え、業務をITツールに合わせていく過程をコントロールしやすいからである。

また一方で、ITやデジタルに関して幅広い知見が必要となるケースが多い。自社採用のみで補おうとせず、システムベンダーではない中立的な第三者の意見を取り入れながら進めることで、自社にマッチした改革が進みやすくなる。例えば、業界に知見があり、ITやデジタルを活用した改善支援を得意とする専門家やコンサルタントなどが適任である（図表5参照）。

【7】取引先のありたい姿を描く

電子インボイス制度を効果

的に活用することは、経理や決算業務を今まで以上に効率化することができると考えられる。それをクイックウインとし、ぜひとも全体最適の視点で全社におけるデジタル活用の検討を推奨したい。その際に重要なことは、会社としてのありたい姿を描くことである。その実現に向けた手段としての「D（デジタル活用）」を検討し、「X（変革）」への第一歩を踏み出すことがDX成功への取り組みになると考える。

（みらいコンサルティング株式会社）



みらいコンサルティング(株)