奉行クラウド CUSTOMER SUCCESS

導入事例

エイアンドダブリュ沖縄株式会社

所在地 沖縄県浦添市　従業員数 1,110人（2026年6月25日時点）　業種 飲食業



クラウド化 / ペーパーレス化 / 情報の一元管理
シームレスな情報連携 / 全体最適化 / 業務プロセスの自動化

導入サービス

- 総務人事奉行クラウド
- 給与奉行クラウド
- 法定調書奉行クラウド
- 奉行Edge給与明細電子化クラウド
- 奉行Edge年末調整申告書クラウド

店舗や人員が増えても、担当者の業務負荷が比例して増えない体制に。
【従業員満足度】と【本部の生産性向上】を同時に実現。

業務課題

オンプレミス型のシステムの場合、雇用保険・社会保険の**料率変更時の手動アップデート作業**に課題。
また、1,000名を超える従業員の**給与明細を専用紙に印刷し、所属ごとに仕分けて配付する作業**も大きな手間になっていました。

導入の決め手

コストを理由に他サービスに決定するも、操作性や処理速度、給与・人事の連携性に課題。
1,000名を超える従業員の給与計算・労務管理を行うことに大きな不安が残り、経営陣に説明し、**マスタ連携や法改正対応への安全性に加え、快適に操作ができる『奉行クラウド』**を決断。

導入効果

給与は法改正が多いので更新対応が早いのが助かっています。従業員名簿の作成や各種データ集計もスムーズに。
給与明細も一括配信でき、**店舗スタッフから「給与明細をスマホで確認できて便利になった」**という声も上がっています。

動画で詳しく
https://ourl.jp/mYRcX

沖縄生まれのおいしさと笑顔を、これからも

1963年、沖縄に生まれたA&W。
アメリカンスタイルのハンバーガーやルートビアを通じて、
地域の皆さまに「おいしさ」と「楽しさ」をお届けしてきました。
これからも、安心・安全な商品と心のこもったサービスで、
沖縄の笑顔あふれる未来をつくっていきます。



A&W ALL AMERICAN FOOD
沖縄県内で展開中! 23店舗



A&W牧港店



A&W名護店



A&W糸満店



A&W Casual DINING プラザハウス店

エイアンドダブリュ沖縄株式会社　〒901-2131 沖縄県浦添市牧港1196番地　TEL:098-878-2362　www.awok.co.jp

あなたの「?」を「!」にする。
プロフェッショナルひろば

■社会保険労務士法人アピエンス

東京都千代田区神田三崎町2-10-11写真製版会館2階
https://www.upiens.com/

社会保険労務士法人 Upiens アピエンス

2017年開業。人事労務コンサル、社会保険・労働保険の手続き、給与計算アウトソーシング、規程整備、IPO支援、労務DDなどを行っています。職員18名（うち社労士8名、有資格者3名）が3チーム体制で顧問先を支援しています。代表の最初の顧問先が奉行をご利用だったことから、職員全員が奉行の運用に精通しています。顧問先はIT企業を中心に、コンサル業、リサイクル業、薬業、出版業など多岐に渡っています。

課題？

増加する労務トラブルにどう対応？火種となりやすい「勤怠」と「給与」

労務トラブルで最も多いのが「未払い残業代」勤怠と給与に問題があると社員満足度も低下

インターネットや生成AIの普及により、従業員が自身の労務問題に関する情報を容易に入手できるようになり、企業が労務トラブルで訴訟を起こされるリスクが高まっています。実際、近年は労働関係の訴訟が4000件超で高止まりしている状況です。特に、訴訟の対象となることが多いのが、勤怠や給与に関する労務トラブルです。とりわけ、問題視されるのが、未払い残業代。スタートアップ企業や中小企業などで、勤怠の記録や給与計算のミスがあったり、未払い残業代があるのを放置していたりすると、それを問題点として従業員に訴えられるケースが増えています。

私たち、人事労務のプロフェッショナルも、労務コンサルティングを依頼された際、先に見るのは勤怠と給与が適切に処理されているか否かです。例えば、過去の給与の支払い状況を精査し、未払い残業代がないか、その他、勤怠や給与に問題がないかを徹底的に見てリスクを洗い出します。勤怠と給与に問題が潜んでいる可能性が高いからです。

また、勤怠と給与に問題があると、訴訟に至らなくても従業員の満足度が下がる要因になります。それだけ重要なことであるのに、問題を抱えながらも、その問題点に気がつかないまま経営を行っている企業が少なくないのが現状です。

法改正や専門化によって労務管理の内製化が困難

企業側は専門知識を持つ人材を確保することが重要となります。しかし、それを困難にしているのが、労働関係法令や社会保険制度の改正が頻繁に行われることや、勤怠管理・給与計算において企業独自の複雑なルールが存在し、最新の法令を常にキャッチアップしながら適正な運用を行う必要があることです。さらに、労務管理に求められる専門性が非常に高まっていることに加え、年度更新や算定基礎届、賞与計算、住民税、年末調整など特定の時期に業務負荷が集中する業務もあることから、人材の内製化は難しい状況となっています。

そうした現実に対応するため、スタートアップ企業や中小企業が行っているのが、労務管理のアウトソーシングです。私たち社労士事務所も多くの企業の給与計算などをアウトソーシング業務として引き受けています。企業にとっては専門家の力を借りて、法律に則って着実に給与が処理できるだけでなく、人事部が採用や評価、社内制度の構築などの業務に集中できるようになることが大きなメリットです。

今回のプロフェッショナル

社会保険労務士法人アピエンス 法人代表
特定社会保険労務士
堀内（ほりうち） 和（かず）氏



上場企業の営業部、人事部の勤務を経て、アイリス社労士法人を共同創業。その後、社労士法人アピエンスを設立し、現在は人事労務コンサルティング、IPO支援、労務DDを中心に顧問先支援を行っている。

社会保険労務士法人アピエンス
社会保険労務士
田中（たなか） 美穂（みほ）氏



事業会社の総務人事部、給与計算部を経てアイリス社労士法人に入社。その後社労士法人アピエンスにて勤務。給与計算、給与システム構築など社労士業務全般を担当し、顧問先の業務支援を行っている。

解決策！

顧問先と“クラウド化”で情報共有 社内専門家の育成支援にも活用

労務管理のクラウド化で社労士と企業が即時連携 給与計算を透明化し企業側は必要なデータも即入手

労務管理をアウトソーシングする企業が増える中、最も有効な手段となっているのが、クラウド化されたシステムを導入し、社労士事務所と顧問先の双方から利用できる仕組みを構築することです。給与計算などの業務をオンプレミスのシステムで丸ごとアウトソーシングすれば、負荷が減り、顧問先は確かに楽になります。しかし、オンプレミスの場合、「業務は現状どうなっているのか」「どんな情報やデータに基づいて計算しているのか」を顧問先がすぐに確認することはできません。さらに、欲しいデータがある時はそのつど社労士事務所への依頼が必要です。不便で非効率なのが課題となっています。

それらの諸課題を一気に解決するのがクラウド化です。顧問先と社労士事務所のリアルタイムの連携が実現し、顧問先はいつでも業務の現状や計算の根拠を確認できるようになります。また、より高度な連携も可能になります。例えば、給与計算では顧問先が「何をどう改善したいのか」を言葉だけで整理しきれない場合でも、クラウド上で同じ画面、同じデータを確認しながら、勤怠の集計方法、支給・控除項目の設定、確認手順などを、社労士とともに整理することができます。現状の運用課題を共有しやすくなり、社労士は、顧問先にとってより分かりやすく、ミスが少ない給与計算の進め方を提案できるようになるわけです。

加えて、顧問先は社労士側に依頼することなく、クラウド上からいつでも労務関連の必要なデータを入手できるようになります。社労士・顧問先双方の工数削減と業務効率化につながる点も大きなメリットです。

「奉行iクラウド HR DX Suite」は一気通貫で管理が容易 顧問先の人事スタッフの育成支援にも寄与

そして、数あるクラウドシステムの中でも有力なツールが「奉行iクラウド HR DX Suite」です。給与計算を含む、総務・人事・労務業務をクラウド上で一元管理できます。特長はすべての業務を一気通貫で管理できること。データの二重入力、転記ミスがなくなり、安心して業務に取り組めます。

ユーザーインターフェースが優れており、使いやすいこともポイントです。業務の流れに即した形でシステムが構築されているため、特にマニュアルを読み込まなくても作業をすることが可能です。実際、私たちの事務所では戸惑うことなく利用できています。

用途に応じたデータ活用も容易です。例えば、給与のデータについては、個々の従業員はもちろんのこと、部門別や月別、年度別など任意の区分で自在にアウトプットできます。双方ともに欲しいデータが即時に入手でき、業務改善や戦略づくりに役立てられる点が魅力です。他社のシステムでは改めて集計が必要な場合も多く、汎用性の高さは際立っていると思います。

さらに、私たちの事務所では「奉行クラウド」を新たな支援の形で活用しています。それは、顧問先の人事スタッフが給与計算などの労務管理業務を円滑に行えるよう支援することです。同じ画面とデータを見ながら設計・処理する方法をお伝えすることによって、顧問先の人材育成に貢献できます。また、経験値やスキルを高めていただくことによって、より専門性の高い目標設定や効率化を目指すことができます。クラウドシステムを通じて、顧問先・社労士事務所双方の問題解決につながると考えています。



「離職を防ぐ」令和のマネジメント術

執筆者
小泉 正典
(こいずみ まさのり)

社会保険労務士 小泉事務所(目黒区上目黒)代表。一般社団法人SRアップ21理事長・東京会会長。専門分野は、労働・社会保険制度全般および社員がイキイキと働きやすい職場作りコンサルティング。「60歳からの得する年金 働きながら「届け出」だけでお金がもらえる本」(講談社)などの著書やメディア掲載・セミナー・講演多数。



第3回

データから見る離職の兆しと組織の課題

少子高齢化で労働人口が減ってきています。人手不足での倒産件数も2026年上半期で227件発生し、上半期としては5年連続で前年を上回り、過去最多を更新しました(※)。防ぎようのない離職があるのは仕方ないことですが、離職を減らせるのであれば、企業も社員もWin-Winとなります。経営者や人事の勘も大切ですが、データの活用をすることで、より早めに変化を捉えられ、組織の課題を改善できます。

(※)帝国データバンク「人手不足に対する企業の動向調査(2026年7月)」

データで捉える組織の課題

近年は離職だけでなく、必要最低限の仕事のみを行う「静かな退職」も問題となっています。「静かな退職」となっている社員の多くは、離職は望んでおらず、業務も行っているため、一見問題がないように見えます。しかし、会社と心理的に距離をおき、評価にも関心がなく、コミュニケーションも難しい状況のため、生産性が上がる見込みはなく、周囲にも良い影響を与えません。離職も「静かな退職」も、様々な積み重ねの結果であり、そこに至るまでの変化がどこにあったのか、などのデータから捉えることができれば、「○○部は残業が多くなってきている」「勤続○○年あたりの離職が多い」といった、組織としての課題も見つけやすくなります。

代表的なデータ指標

- **エンゲージメントサーベイ**
  従業員が会社や仕事に対して抱く「愛着度」や「貢献意欲」を測る調査。
- **モラールサーベイ**
  従業員の「士気」や「モチベーション」を測る調査。
- **勤怠データ**
  残業時間／欠勤／遅刻早退／休職(育児介護休業を含む有給休暇取得率など)
- **人事データ**
  人事評価／勤続年数／人事異動記録(昇降格を含む)／面談記録／給与／年齢／性別／家族構成　など
- **ストレスチェック**

サーベイとは、もともと調査、検査を意味する英語(Survey)からきたものです。現状や全体を把握するために、広い範囲で調査を行い、課題や問題点を探るために行われるものとなります。

データの活用

ただデータを集めただけでは、変化の兆しを捉えきれません。また、一つのデータだけでは予測が難しく、複数のデータを組み合わせることで有効性が高まり、予測もしやすくなります。

データ活用の進め方(例)

1. エンゲージメントサーベイ、勤怠、人事、ストレスチェックなどのデータを同じ基準で揃える
2. 離職者と在職者の違いを比較し、共通する傾向や、どの指標が離職前に悪化しているかなどを確認する
3. 分析の結果について、現場にフィードバックする
4. 必要があれば、面談や業務内容の見直しや量の調整、配置転換などを行い、社員の離職防止と組織の課題改善を図る

上記は一例です。データ活用方法は、自分の会社に合わせて、より効果が高まるように、どんどんアップデートして



いきましょう。まずはしっかりと現状に向き合うことが大切です。

データ収集、分析の際の注意点

むやみやたらとデータを収集することは、あまり意味がありません。またデータの個人情報保護やプライバシーにも注意が必要です。そのためには、データの利用目的を明確にし、どんなデータが必要なのかを確認します。データ利用目的の明確化は、社員への説明や個別の同意の際にも必要となります。ストレスチェック結果についても、社員の同意がなければ会社は結果を確認することができません。基本的には、データの利用は同意が前提です。各サーベイなどを匿名化し、個人を特定できないようにする、データへのアクセス権限を管理し、データを扱える人員を制限するなどが考えられます。サーベイは、匿名性の確保を行うことで、本音を引き出しやすくなります。

しかし、せっかくサーベイを実施しても、上辺の回答であったり、結果をそのままにして分析しなかったり、分析しても現場までフィードバックしないと、離職の予防や組織の課題解決にはなかなか結びつきません。また、必要だからといってやたらと回答に時間がかかる（詳細すぎる）設問や、未回答の社員に対して、回答を促す連絡を何度も行うことは、そのこと自体が負担となってしまいます。おざなりな回答が多くなれば、データの信頼性は低くなってしまいます。



データだけを信用しすぎない

データで確認することで変化が分かりやすくなるのが、データ分析の良いところですが、あまりにデータだけを見て判断すると、優秀な人材の流出につながりかねません。データはあくまで予測の材料です。例えば、『勤怠の乱れがあり、成果も以前より落ちている、残業もあまりしていない。エンゲージメントスコアも低下気味』というデータだけで判断して、人事異動や降格を決定してしまった社員が、実は『家族が急病で入院してしまい病院と家庭の対応が必要だった。もう回復したので以前のように働くつもりだったが、そのような対応をされたのでその社員は離職を決意した。』ということも有り得ない話ではなくなります。データはあくまで予測を示しているにすぎません。確かにその時点での事実を表しますが、どのように分析をするか、結果をどう捉えるのかによっても、判断は違ったものとなる場合があります。一方的な判断をするのではなく、しっかりと対象の事由や対象者と向き合い、問題点を改善することが目的です。

データを収集しようとして、無理に大規模なサーベイを実施する必要はありません。今ある勤怠や人事データの分析からだけでも、課題と改善策は見つかるはずです。現状の整理と把握から始めてみるのも方法の一つです。

2028（令和10）年4月からは、労働者数50人未満の事業場でもストレスチェックが義務化となります。まだストレスチェックを実施していない場合であれば、義務化前でも実施することでデータの一つの指標となります。

スキルアップ ポイント

突然の自然災害から会社と従業員を守るために

近年、地震や豪雨などの自然災害が各地で発生しています。被害に遭われた皆様にお見舞い申し上げるとともに、お亡くなりになられた方々に心よりお悔やみ申し上げます。
自然災害はいつ発生するか分かりません。突然の自然災害から会社と従業員を守るために、日頃から備えておくべきことや必要な対策を確認しておきましょう。

【執筆者】小泉 正典 こいずみ まさのり

社会保険労務士 小泉事務所（目黒区上目黒）代表。一般社団法人SRアップ21理事長・東京会会長。専門分野は、労働・社会保険制度全般および社員がイキイキと働きやすい職場作りコンサルティング。
「60歳からの得する年金 働きながら「届け出」だけでお金がもらえる本」（講談社）などの著書やメディア掲載・セミナー・講演多数。



●従業員を「守る」ために

自然災害に遭ったとしても、会社として取引先等へ迅速な対応をするのと同時に、「働いてくれている従業員を守ること」が大きな使命でもあります。従業員を守るという意味はいくつかあります。一つは、平常時に「生活を守る」ことです。働いてもらった対価として給与を支払うことで、従業員とその家族の生活を支えます。そしてもう一つが、災害などの危機から「生命を守る」ことです。

●自社の防災力を知る

首都直下型地震や南海トラフ地震など、今後も大規模な地震が発生する可能性があると言われています。特に都市災害においては、二次災害を最小限に食い止めることが重要な課題であり、このため、企業の震災対策については対応が必要になります。そして、万が一災害が起こってしまった場合には、一日も早く業務を再開することが、事業の存続や企業イメージを損なわないためにも重要です。業務中に被災した場合は、自身はもちろん、事業の再開に必要な資産（お金・情報・建物や資機材等のモノ）も従業員が守らなければなりません。まずは自社の防災力がどの程度であるのかを把握しましょう。

❶建物の耐震強度を確認
❷身の回りや行動範囲内におかれている什器・備品その他で、震動によって倒れたり、落ちてきやすいものの確認
❸地震の時に倒れたり、位置が動くなどで、入口をふさぐ恐れのあるような場所にロッカー等が置かれていないか確認（どうしても置く場合は、しっかり固定）
❹消火器や避難器などの扱い方が分かるかどうか
❺通信手段を確保
❻ヘルメットなどの防災用品、水、缶詰などの備蓄品を用意
❼定期的な防災訓練を実施しているか
❽ビル入居の場合、他のテナントと協力体制があるか
❾非常持出品の確認

非常持出品とは、災害時に優先して持ち出す必要がある金品・文書などのことで、各部署において予め定めておきます。また、それは非常持出品責任者を中心として、特定の場所に整理・保管され、災害時に速やかに搬出できるようにしておくことが望ましいです。

（表1）のように、日頃の備えが重要であるのはもちろんのこと、災害対策マニュアルの作成が重要視されています。災害対策マニュアルとは、災害発生時に社員の具体的な行動を示す指針となるものであり、事前に作成することで、災害時には様々な場面で社員が的確に対応するための助けとなるものです。

●災害対策マニュアル作成のポイント

緊急時には、人の思考力・判断力は平常時に比べて格段に落ちます。そのため、事前に災害対策マニュアルや災害対策本部設置のマニュアルの作成が重要となります。

※内容は執筆時のものです。変更等がある場合があります。

OINT



(表1)防災・備蓄用品チェックリスト例

☐ 消火器	☐ 飲料水	☐ マッチ・ローソク	☐ 食器セット	☐ ティッシュペーパー
☐ 軍手(皮手袋)	☐ カップラーメン	☐ 拡声器	☐ ラジオ	☐ 缶詰
☐ マスク	☐ クラッカー	☐ 自転車	☐ 担架	☐ 乾パン
☐ 雨合羽	☐ ヘルメット	☐ 簡易トイレ	☐ タオル	☐ 鍋・やかん
☐ バケツ	☐ 懐中電灯・常備灯	☐ アルファ米	☐ 小銭	☐ ラップ
☐ ロープ	☐ 救急箱	☐ ごみ袋	☐ 電池	
☐ サバイバルナイフ	☐ 毛布	☐ カセットコンロ	☐ ポリタンク	

災害対策マニュアル作成のポイント

❶簡潔で誰もが理解できること
❷人命の安全確保を最優先していること
❸災害時の実態に即していること
❹責任者は一人に限定せず代行者を定めておくこと
❺緊急連絡網を作成しておくこと(安否確認システム活用でも良い)
❻通常時の防災活動に利用できること

災害対策本部設置について

❶災害が起こってしまったら、災害対策本部(以下本部)を設置します。
本部の構成メンバーや設置場所、情報収集、応急救護等の役割分担を予め決めておきます。新たに組織を作らずに総務部は指揮班、営業部は情報収集班等と事前に役割を決めておくのもよいでしょう。
❷本部には社内の最高方針を決定できる人を置くことが必要です。
❸時間外や休日に本部を設置する場合も想定し、徒歩や自転車で事業所に到着できる人を含んでおくことが必要です。

■災害対策マニュアル例

安全確保	●慌てず人命を優先して行動する
安否確認	●社員および家族の安否を確認する ●出張・休暇中の社員にも連絡し、状況を把握する ●外来者の安否確認を行う
避　難	●避難の必要が生じた場合は、誘導班や社内放送の指示に従い、落ち着いて行動する ●避難は原則として一階に向かうものとする。建物の耐震性に問題がある場合は近くの空き地に避難する ●社外にいる社員の場合は、周囲の状況から移動可能と判断されたときは、自宅または避難場所等へ移動する
消　火	●出火を発見した者は大声で連呼し、付近の人に出火した箇所等を知らせる ●消火できない場合、消防署へ連絡し、出入口の扉等を閉めて避難する ●延焼が拡大し、危険が迫った場合は、近くの広域避難場所に避難する
救護活動	●閉じ込められた人や負傷者の救助・応急処置を行う ●重傷者は対策本部と連携して医療機関へ搬送する
非常持出	●非常持出品管理班が搬出する
被害状況の把握	●社員及び家族の安否の確認に努める。そして、安全が十分に確保されるよう対策本部を中心に救援・救護対策を実施する ●自宅にいる社員の場合は、電話連絡が可能なときは、本人及び家族の安否について、所属長に連絡する ●会社施設等(建物・情報システム・車両等)の被災状況がどの程度であるかを把握し、速やかに企業活動再開の準備を行う ●取引先の被害状況についても把握し、事業再開にあたり必要な措置を講じる ●交通状況を把握し、社内に通達する
二次災害防止	●書類は机等に収納する ●落下しやすい物品は床に置くなどする ●コンセントを抜き、ガスの元栓を閉める
帰　宅	●ビル入居の場合は、防災センターに非常階段の混雑状況を確認し、指示に従う ●交通機関不通の場合は、被害状況を確認し安全な帰宅ルートを確認の上、徒歩で帰宅する
その他	●社員の家族の安否確認を優先する。必要に応じて管理者が家族の安否を確認し、社員へ連絡する ●必要に応じて地域住民や関係組織と連携し、避難所等での救援活動に協力する

準備や対策をしていても、とっさの場合には動けないことも多いものです。防災意識を高めるためにも、定期的な防災訓練を行うことが大切です。また、備蓄品も消費期限の確認だけでなく、確認時点での社員数に応じたものとなっているか確認し、不足や不良品があれば買い足しておきましょう。

スキルアップ ポイント

40万円未満は即時償却へ
ただし償却資産税は、別の話

最近、パソコンを発注しようとしたら値段がずいぶん上がっていて驚かされました。この物価上昇にはうんざりします。そんな中、少額減価償却資産の特例が30万円未満から40万円未満へと広がりました。ありがたい改正ですが、「即時償却できること」と「償却資産税がかからないこと」は別の話です。枠が広がった分、選び方しだいで地方税の負担は増えます。ここでは資産の購入処理について整理していきます。

【執筆者】上田 智雄 うえだ ともお

いっしょに税理士法人 代表社員・税理士。東京・恵比寿で、ITを活用した「気楽に相談できる会計事務所」を率いる。中小企業の資金繰りや事業承継の相談に数多く対応し、専門用語を避けたわかりやすい解説を信条とする。廃業支援ポータル『円満廃業.com』編集長。



●40万円になる。ただし「いつ買ったか」で決まる

令和8年度税制改正で、中小企業者等の少額減価償却資産の特例が動きました。一度に損金にできる取得価額の基準が30万円未満から40万円未満になりました。年間の合計限度額300万円は据え置きで、適用期限は令和11年3月31日まで3年延長されました。物価が上がって30万円に収まらない機材が増えていたため、制度が現場に追いついたと感じます。

気をつけたいのは適用の始まりです。この基準は事業年度で切り替わるのではなく、「令和8年4月1日以後に取得等をする減価償却資産」から、つまり、原則として取得等をした日で判定します。3月決算以外の会社では、ひとつの事業年度に30万円と40万円の基準が同居するので今期の決算はひと手間かかります。

●10万・20万・40万、そして償却資産税

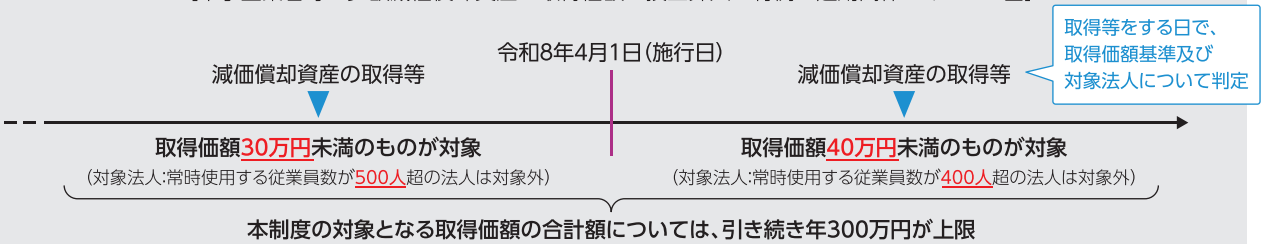
ここからが本題です。40万円未満を一度に経費にできるのはありがたいことです。しかし、即時償却できることと、償却資産税がかからないことは別です。

少額の資産には入口が3つあります。10万円未満は全額を損金に算入できます。20万円未満なら一括償却資産として3年で均等償却できます。中小企業者等なら40万円未満まで全額を損金に算入できます。ここまでは法人税・所得税の世界です。

分かれるのは固定資産税、いわゆる償却資産税のほうです。「10万円未満で一時に損金算入したもの」と、「20万円未満で3年一括償却したもの」は申告対象から除かれます。ところが、「中小企業特例を使って損金にした資産」は、金額にかかわらず申告対象になります。東京都主税局の申告の手引きにも、国税と地方税の

40万円未満の即時償却が使えるのはいつからか

［中小企業者等の少額減価償却資産の取得価額の損金算入の特例の適用関係のイメージ図］



出典：国税庁「令和8年度 法人税関係法令の改正の概要」17ページ（同庁の図を引用）

※内容は執筆時のものです。変更等がある場合があります。

OINT



10万・20万・40万と償却資産税の申告対象

分類		取得価額の区分	処理方法	損金算入	償却資産税の申告
費用計上		①10万円未満	全額を損金算入	取得した事業年度に即時	対象外
原則:資産計上	一括償却資産	②10万円以上20万円未満	3年間で均等償却	取得年度から3年	対象外
	中小企業者等の特例	③10万円以上40万円未満	全額を即時損金算入(年300万円まで)	取得した事業年度に即時	対象
	—(特例なし)	④40万円以上	法定耐用年数で通常償却	耐用年数にわたり複数年	対象

※③は常時使用する従業員400人以下の中小企業者等が対象です(改正前は500人以下)。
※20万円以上40万円未満には②の選択肢がありません。③を使っても通常償却でも、償却資産税の対象になります。
出典:中小企業庁「少額減価償却資産の特例」、東京都主税局「令和8年度 固定資産税(償却資産)申告の手引き」6〜7ページ・22ページを基に作成

主な違いとして明記されています。

たとえば15万円のノートパソコン。一括償却資産なら3年かけて落ち、償却資産税はかかりません。中小企業特例なら一気に落とせますが、償却資産として申告に載り続けます。

●免税点は180万円へ。効いてくるのは買い方

償却資産税の申告対象でも、必ず課税されるとは限りません。税制改正で免税点は150万円から180万円に上がります。同じ市町村内で同じ所有者が持つ償却資産の課税標準額の合計が、これに満たなければ、原則として課税されません。

ただし時期がずれます。40万円未満の即時償却は令和8年4月1日以後に取得等をした資産から。一方、免税点の180万円は令和9年度以後の年度分からです。償却資産に係る固定資産税は、毎年1月1日を賦課期日として課税されるため令和8年度分は、まだ150万円で判定されます。

先日、パソコンをまとめ買いされた会社がありました。1台あたりの金額と処理の選び方しだいで、償却資産税の申告に載るかどうかが変わるところだったのですが、請求書は「ノートパソコン一式」の1行だけ。台数も単価もありません。請求書は買ったあとに届きます。各部署が個別に発注すれば、何を何台購入したのか、経理部門で把握できない場合があります。また、この購入の仕方によって、手放すまで毎年の償却資産税にも影響があるのです。

■買う前に経理へ一報

そこで社内ルールをひとつ。「10万円以上のものを買うなら、事前に経理へ一報」。10万円が最初の分かれ目だからです。買う前なら単価も台数も確認でき、一括償却と特例のどちらが有利かについても、その場で判断できます。

●毎月、現物を見に行く

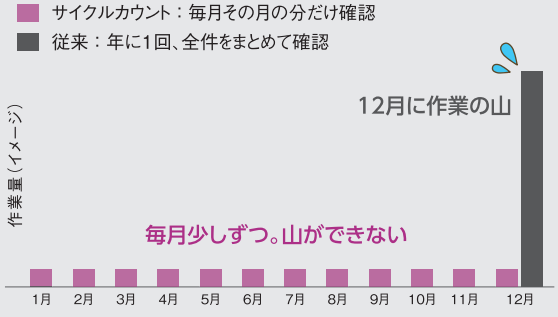
こうした税額を適切にコントロールするには、資産台帳を正しく管理することが第一歩です。そのためには、結局のところ現物を見ることが重要です。とはいえ、年に一度、全件を確認するのは負担が大きいものです。そこでおすすめしたいのが「サイクルカウント」です。

やり方はシンプルです。まず、PCや備品などの資産ごとに管理番号や資産情報を読み取れるQRコードを作成し、印刷したタグ(シール)を資産に貼り付けます。そのうえで資産台帳を12分割し、毎月確認する対象を決めておきます。あとは毎月、対象資産のQRコードをスマホで読み取り、台帳情報と照合するだけです。

捨てたはずの機械が台帳に残る「幽霊資産」も、その月のうちに気づけます。壊れて使えなくなったものは、台帳に残さず、その期に除却損として処理します。適切に対応することで、法人税や償却資産に係る固定資産税の適正な申告にもつながります。

そして何より、年に一度の棚卸が「行事」ではなくなります。決算期末や1月末の申告直前に、全件を確認し直すような事態が起きません。

台帳を12分割して毎月回す「サイクルカウント」



40万円への拡充は、使い方しだいで償却資産税の負担を増やします。その結果を決めるのは期末ではなく、資産を購入するときです。日々の小さな確認を欠かさない。いい会社は、期末にバタバタしないのです。

特別連載コラム

10年先も揺るがない会社へ
逆境をチャンスに変える資金戦略

第3回

値下げ交渉の前に
利益体質をつくる原価・コスト改善

先日、ある焼き鳥屋の社長さんが「鶏肉の仕入価格が10年前の1.5倍になった」とこぼしておられました。思い切って値上げをしたらお客さまが減り、それでも仕入は上がり続ける。値上げと客離れの追いかけっこです。仕入先への値下げ交渉に走る前に、できることはまだあります。今回は財務の強さを、原価とコストの側から考えます。

執筆者
上田 智雄
(うえだ ともお)



いっしょに税理士法人 代表社員・税理士。東京・恵比寿で、ITを活用した「気楽に相談できる会計事務所」を率いる。中小企業の資金繰りや事業承継の相談に数多く対応し、専門用語を避けたわかりやすい解説を信条とする。廃業支援ポータル「円満廃業.com」編集長。

●固定費の節約には限界がある

多くの会社が最初に手をつけるのは、固定費の節約です。電気をこまめに消す、コピー用紙を減らす、保険や通信の契約を見直す。どれも大切な取り組みです。ただ、これらで節約できる数字を並べてみると、ここには限界があると分かります。固定費の大半は家賃と人件費で、そこを除いた「節約できる部分」は思いのほか小さい。数千円、数万円の経費を積み上げて削っても、仕入価格が1割上がれば一瞬で吹き飛んでしまう規模感なのです。

金額として本当に大きいのは、やはり原価です。飲食業なら売上の3割前後、卸や小売ならもっと高い比率を占めます。ここが1%動くだけで、利益は目に見えて変わります。細かい経費節約を積み上げるより、原価の設計をひとつ見直すほうが、はるかに効くのです。

では、仕入先に値下げを迫ればよいのでしょうか。ここは、少し立ち止まりたいところです。いまは仕入先自身も、原材料費、エネルギー費、人件費という三重苦のなか、価格転嫁がままならないからです(図1)。強い交渉で単価を押し下げても、相手が体力を失えば、品質が落ちるか、供給が止まるか、最悪の場合は取引先ごと消えます。値下げに応じてくれていた業者さんが廃業し、別の仕入先を探したら以前より高くついた、という話も耳にします。値下げ交渉が効くとしても一時的です。

削れるとしたら、相手の利益ではなく、自社の「使い方」のほうです。同じ満足をどうすれば安く実現できるのか。そもそも、その品質はどこまで必要なのか。原価改善の入口は、交渉ではなく設計にあるように思います。

●ニーズとウォンツを分ける

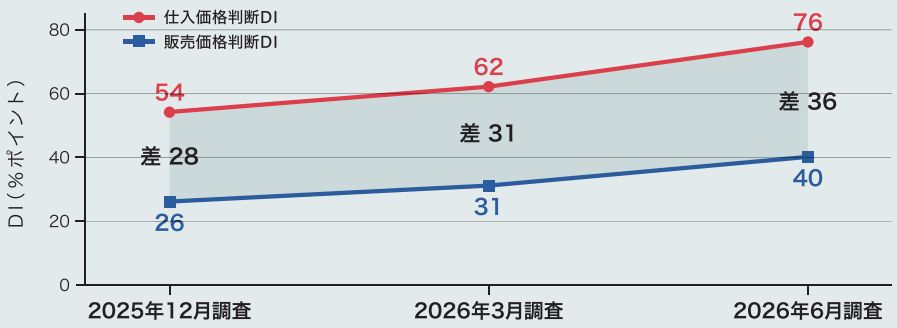
設計を考えるとき、最近、私が使いやすいと思っているのが、**ニーズ(Needs)とウォンツ(Wants)という物差しです。**答えを出す道具ではなく、一緒に考えるための道具です。

ニーズとウォンツの違い

ニーズは、最低限、絶対に外せない土台のこと。「外したら終わり」というお客さまが必要としているものです。一方のウォンツは、「本当はこうしてほしいな」という本音の部分です。口には出さないけれど、お客さまが思っていることです。

ここで、かき氷を例に考えてみましょう(図2)。「かき氷を食べたい」というのはシンプルなニーズです。水とシロップだけであれば原価を抑えやすく、ここでは300円で販売するケースを考えます。一方、「もっと楽しくかき氷を食べたい」というのがウォンツです。同じ氷でも、可愛い小さな傘を挿し、涼しげな器に盛り付け、練乳をかけて席まで運べば、より特別な体験を提供で

(図1) 仕入価格の上昇と価格転嫁の実態



出典:日本銀行「全国企業短期経済観測調査(短観)」中小企業・製造業(2025年12月・2026年3月・2026年6月調査)を基に作成



(図2) **同じかき氷が、300円にも1,000円にもなる**

区分	内容	原価	売価	粗利	粗利率
基本(ニーズ)	かき氷(氷+シロップ)	30円	300円	270円	90%
オプション(ウォンツ)	傘・練乳・器を変更し席まで提供(追加分)	120円	700円	580円	83%
合計	フル装備	150円	1,000円	850円	85%

※金額はすべて説明用の例示です。基本は原価を抑えて標準化し、オプションには相応の価格と品質で応える、という構造を示しています。

(図3) **原価率⬇1%・販管費率⬇1%・売上⬆1%の効き方**

	現状	原価率⬇1%	販管費率⬇1%	売上⬆1%(値上げ)
売上高	10,000万円	10,000万円	10,000万円	10,100万円
売上原価	3,000万円	2,900万円	3,000万円	3,000万円
販管費	6,500万円	6,500万円	6,400万円	6,500万円
営業利益	**500万円**	**600万円**	**600万円**	**600万円**
利益の変動率	**ー**	**+20%**	**+20%**	**+20%**

※売上+1%は値上げの場合です(数量も原価も変わりません)。3つとも営業利益は+20%で、異なるのは手の届きやすさです。

きます。そうすることで、1,000円という価格設定も考えられます。増えた原価はわずかでも、価格はその何倍にもなります。

焼き鳥屋さんに置き換えてみます。ニーズは、値段も含めて安心して食べられる焼き鳥が出てくること。ここが崩れたら、お客さまは来てくれません。ウォンツは、これに上乗せするプラスアルファで、「比内地鶏や希少部位を味わいたい」「おなかいっぱいまで食べたい」といった、お客さまによって異なる、もう一歩の願いです。

この2つに分けて、社長と一緒に考えてみました。話しているうちに、原価を抑えられる箇所が少しずつ浮かび上がってきました。「量はいまの3分の2でも十分かもしれない」「一品は原価の安い市販品に置き換える」。もちろん正解はわかりません。正解を持っているのは、お客さまです。

●原価率を1%動かして、確かめる

売上1億円の飲食店で試算しました(図3)。原価率を1ポイント下げると営業利益は2割増えます。販管費率を1ポイント下げても、値上げで売上を1%上げても同様に2割増です。率で見れば効き方は等しいですが、異なるのは「手の届きやすさ」です。販管費の1ポイントは人件費と家賃で、そう簡単にはコントロールできません。原価の1ポイントは、ニーズに絞った最低限の構成にしていけば届く可能性があります。

正直に言えば、いちばんやりやすいのは値上げです。自分が宣言すれば実現できるからです。ただし一律の値上げは、いちばんお客さまを失う手でもあります。冒頭の社長さんが痛い思いをされたのも、そこでした。

だから、値上げは「おなかいっぱいまで食べたい」「希少部位を味わいたい」といったウォンツにだけ、相応の価格をのせる形にします。このニーズとウォンツの区分は、原価の話であると同時に、選択的な値上げの設計図でもあります。

ただし、一気に進めるのはリスクがあります。お客さまが支持するかどうかは、やってみないと分かりません。メニューや提供の仕方、大きさをまず2割だけ変えてみる。うまくいったら採用する。毎日データを見て、判断して動き続ける。一足飛びの成果はありません。こうして積み重ねた原価・コスト改善が、その会社のビジネスモデルの強みになるのです。

\ おいしい・カンタン・脳に効く /

脳に喝! レシピ

執筆者
佐治 直樹（さじ なおき）
国立長寿医療研究センター もの忘れセンター 副センター長

1975年、愛知県生まれ。岐阜大学医学部卒業後、内科・神経内科を研修。その後、川崎医科大学脳卒中医学（特任講師／特任准教授）、国立長寿医療研究センターもの忘れセンター（医長・副センター長）等で勤務。2023年より内閣府健康・医療戦略推進事務局（参事官補佐）に出向し、認知症基本法をはじめとする医療行政に従事。2025年、現職に復帰。研究テーマは、腸内細菌、歯周病、難聴など生活習慣と認知機能との関連。論文執筆や講演も多数。



秋の香り♪どっさりキノコの炊き込みご飯

2～3人分（用意するもの：米、キノコ、油揚げ）



〈材料〉
米…2合
水…適量
キノコ…各50g（お好みでしめじ、えのき、まいたけなど）
油揚げ…1枚

調味料
・料理酒…大さじ1
・薄口醤油…大さじ2
・顆粒和風出汁…小さじ1

〈作り方の手順〉
❶キノコと油揚げは食べやすい大きさに切る。
❷炊飯器で米・水と調味料を軽く混ぜ、具材を入れて炊飯する。
❸炊き上がったら全体を混ぜて完成。

脳への効果

キノコには**ビタミンD**や**食物繊維**、**抗酸化成分**が含まれていて**認知症予防効果**が期待できます。
キノコの**水溶性抗酸化物質（エルゴチオネイン）**が炊き込みで米に移行するため、無駄なく摂取できます。

秋サバの味噌煮

2人分（用意するもの：サバ、ネギ）

〈材料〉

サバの切り身…2	煮汁
ネギ…1本	・水…100mL
しょうが…1片	・酒…大さじ3
味噌…大さじ3	・みりん…大さじ2
	・砂糖…大さじ2
	・醤油…大さじ1

〈作り方の手順〉
❶サバを軽く水洗いし、ペーパータオルで水気をとる。
❷ネギを3cm大に、しょうがを薄切りにする。
❸サバの皮目に切れ目を入れ、熱湯をかけて霜降りにする。
❹ネギ、しょうが、煮汁を鍋に入れ、皮目を上にしてサバを並べ、落とし蓋をして5分ほど中火で煮る。
❺味噌を溶き入れ、煮汁をサバにかけながら3分ほど弱火で煮る。
❻落とし蓋をして5分ほど弱火で煮汁を煮詰める。



脳への効果

サバに豊富に含まれる**DHA・EPA**は**認知症リスクを軽減**します。また、味噌は大豆由来の発酵食品であり、大豆と発酵食品にも**認知症予防効果**が期待できます。
味噌からの塩分の摂り過ぎには注意しましょう。

解答時間の目安 10分

回転図形

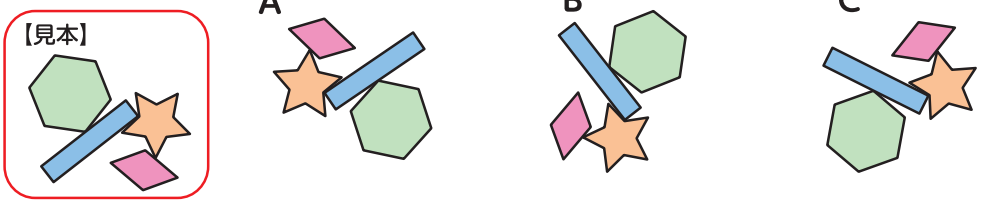
✓回転図形

様々な図形で構成された【見本】が4つあります。各問題ごとに【見本】と違うものを1つずつ見つけて、アルファベットで答えてください。

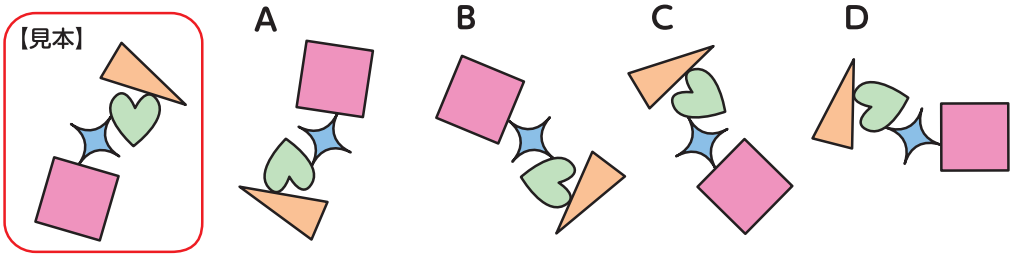
（1）



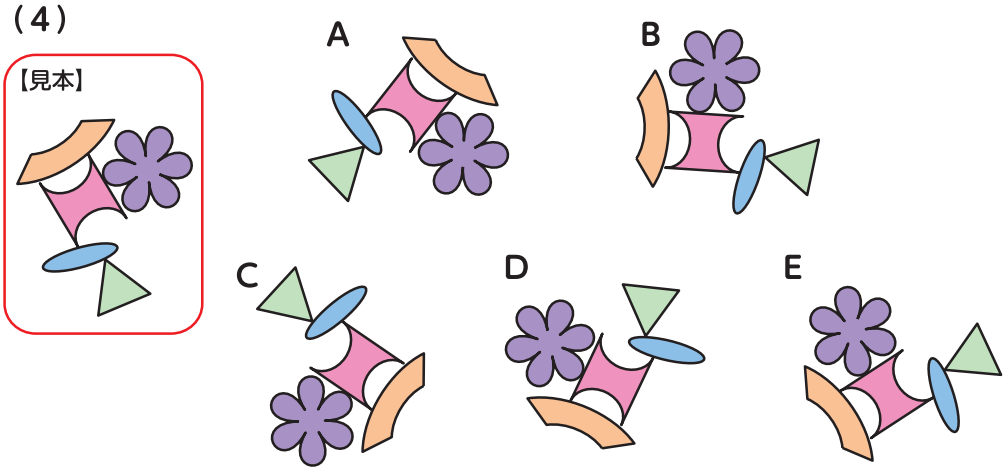
（2）



（3）



（4）



解答

（1）	（2）	（3）	（4）

身につけたい現代人の基礎知識

“働く”をよく知るための「労働経済学」

2021年のノーベル経済学賞はアメリカの大学教授3氏が共同受賞。彼らの主な研究分野が労働経済学でした。
カリフォルニア大学のデビッド・カード氏は最低賃金の引き上げが必ずしも雇用減につながるわけではないことを示し、世界を驚かせています。
このページでは私たちの“働く”をよく知るために、労働経済学における研究テーマを簡単に紹介します。

知っておきたい労働経済学

物価と賃金の現在地～物価は

物価は急上昇している

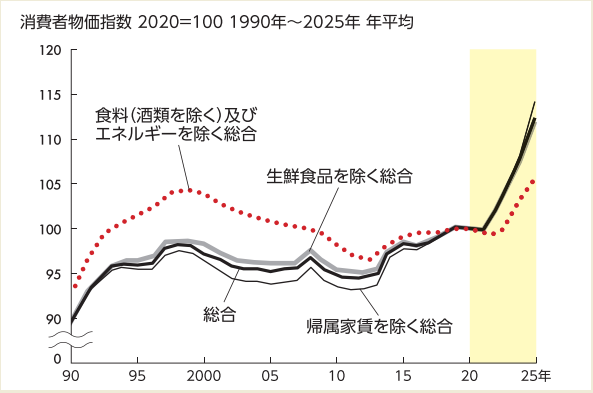


企業物価指数が3か月連続で上昇

2026年9月に主要メーカーで約5千品目が値上げとなりました。これは2023年4月以来の大規模なものでした。2026年10月以降も生活必需品や建設資材など、さまざまな品目で値上げが予定されています。さて、これからもこのような物価上昇が続いていくのでしょうか。そして、物価上昇に負けないほどに賃金は上昇していくのでしょうか。この特集では、内閣府などの資料をもとに、近年の物価と賃金について考察します。

最初に、物価の状況について見ていきましょう。物価の動向を見る際は「企業物価指数（企業間で取引される商品の価格水準）」と「消費者物価指数（家庭が購入するモノやサービスの価格動向）」を考察することが重要です。前者は先行指標、後者は遅行指標と呼ばれ、両者を合わせて分析することで物価の実態をより正確に把握することができるからです。日銀が9月11日に発表した8月の国内企業物価指数（2020年平均=100、速報）は、前年同月比7.6%上昇の136.1で、3か月連続で7%台となりました。このことは「直近では物価上昇が続く可能性が高い」ことを示唆しています。というのも、消費者が購入する前の価格水準が上昇していれば、小売における価格水準も高くなると予想できるからです。

一方の「消費者物価指数」は下のグラフを見て分かる通り、すでに大幅な上昇となっています。特に2020年代に入ってから急勾配で上昇していることがわかります。消費者物価指数については、モノの価格水準が先行し、サービスの価格水準が後追いするという傾向があります。つまり、人件費の価格転嫁は遅れがちということです。実際、サービス価格については、これまでモノの価格に比べると低い伸びになっていましたが、ここに来て上昇幅が拡大傾向に。これは、タクシー代や鉄道運賃、郵便料金、火災・地震保険料のほか、これまで据え置かれてきた家賃の引上げも影響していると推測されます。



出典：総務省統計局「消費者物価指数」

実質賃金がプラスに。賃金やボーナスが増

次に賃金の状況について見ていきましょう。賃金については「名目賃金（現金給与総額）」と「実質賃金（実際に買えるモノやサービスの量）」を見ることが重要です。というのも、名目賃金が上昇しても実質賃金が下落した場合、実際に買えるモノやサービスの量が減ることになり、生活が楽になっているという実感を持ちにくいからです。厚生労働省の毎月勤労統計調査によると、2026年7月の1人当たりの実質賃金は前年7月に比べて2.0%増、名目賃金は43万4,507円となり、実質賃

労働経済学とは？



“働く”に関する事象すべてを研究対象としています。例えば保育園が増加すると、女性の就業率はどのように変化するかといった具合です。就業率が上がれば消費行動は変わり、経済が動きます。このように労働経済学は教育、人事、環境など、多様かつ広範な研究テーマを含んでいるのです。

これからも上がり続けるのか～

金については7か月連続での増加となりました。つまり、最近7か月は物価上昇を上回る賃金上昇が起こったと言えそうです（これまでは実質賃金がマイナスでした）。これは、春季労使交渉による高水準の賃上げや、夏のボーナス増で名目賃金が伸びたことが影響していると推測されます。

賃上げは一様ではない。賃上げの格差は広がるか

このような状況を見るに、さまざまな企業において賃上げが大きく広がっているのは確かでしょう。しかし、賃上げが必ずしも労働者全体に広がっているわけではないことに留意が必要です。例えばフルタイム労働者とパートタイム労働者を比較すると、前者は賃上げが続く一方で後者はそうでないケースも。さらに、賃上げを実現できた企業とそうでない企業で明暗が分かれるケースも目立ちます。日本商工会議所の調査によると、小規模企業において5%以上の賃上げを実施した企業の割合は2024年度の23.5%から2025年度に27.0%と上昇した一方で、賃上げなし、または賃金を引き下げたという企業の割合は30.1%から31.1%にやや上昇しています。一般的に、中小企業は付加価値に占める人件費の割合である労働分配率が高水準にあり、賃上げ余力が少ないとされます。こうしたなか、付加価値を高めて賃上げを実現できた企業とそうでない企業という二極化が生じているのです。

若年層と中高年層の賃上げ格差も見逃せません。フルタイム労働者における2021年から2024年までの3年間の賃金累積上昇率は、30代前半以下の若い年齢層では9%程度となり、中高年層に比べて高い伸びとなりました。若年層については、近年の初任給の引き上げ幅が拡大傾向にあることも追い風でしょう。今後は、賃上げが中高年層にも着実に広がっていくか注視する必要があります。産業別、職業別でも賃上げ格差が見られます。産業別におけるフルタイム労働者の所定内給与月額は電気・ガス・熱供給・水道業が最も高く、宿泊・飲食サービス業が最も低くなっています。この傾向は2019年以来変わっておらず、賃金の産業間格差は縮小していないことがわかります。職業別では、一般的に有効求人倍率の低い事務従事者でプラス11.2%と平均の賃金上昇率（9.6%）より高い伸びとなっています。一方で、保安職業従事者でプラス3.7%、建設・採掘従事者でプラス2.4%と、現業系の職種で、人手不足が厳しいにもかかわらず、平均の賃金上昇率を大きく下回っている状況です。

労働経済学での議論

物価上昇は当面続く 各々で対策を講じたい

上述したように、直近7か月では実質賃金が上昇しており、政府の言うところの「賃金と物価の好循環（賃金が物価よりも上がる）」が実現しているようです。とはいえ、この状況が長く続くとは限りません。というのも、企業物価指数が急上昇し、原油価格が高騰するなかで、食料品や日用品、電気・ガス代などが今後も上昇すると見込まれるからです。専門家からは「今秋以降、再び実質賃金がマイナスに転じる」という声もあるなかで、油断できない状況が続くでしょう。

物価は短期間でも変動する一方、一般的に賃金の改定機会は限られています。そのため、物価が上昇する局面では、賃金の上昇が物価上昇に追いつくまでにタイムラグが生じることがあります。つまり、多くの労働者は「生活が楽になった実感を持てない」ということになるでしょう。こうしたなかで、当面の物価上昇に対応するための方策を各自考え、実行する必要があります。

参考資料：日本経済レポート（内閣府、2025年）、令和7年度 年次経済財政報告（内閣府）、企業向けサービス価格指数（日本銀行、2026年7月速報）

基本を極める
ビジネスの
心得
by
akiko mizuki

仕事をスムーズに進める感情対応

ディエスカレーションで感情の連鎖を止める

クレームや職場の不満は、その場だけの問題ではありません。感情の高ぶりが周囲に伝わると、コミュニケーションの行き違いや余計な摩擦が生まれ、仕事が滞ってしまいます。
今回注目したいのが「ディエスカレーション（de-escalation）」です。
感情の温度を下げ、対話できる状態をつくることが、仕事をスムーズに進める力になります。

美月あきこ
国際線客室乗務員の経験を活かし、人財育成トレーナーとして年間180回以上の講演・研修を行う。CA経験者のポテンシャルを付加するオリジナルサービスを提供するCA-STYLEを主宰。著書に『ファーストクラスで学んだひとつ上のおもてなし』、『ファーストクラスに乗る人のシンプルな習慣』（以上、祥伝社）など多数。



感情が高ぶったときこそ、まず「落ち着く」

ディエスカレーションという言葉をご存知でしょうか。怒りや興奮など、感情の高まりをさらにエスカレートさせず、落ち着いて対話できる状態へ導く考え方です。相手を言い負かすのでも、すぐに納得させるのでもなく、まず「話ができる状態」をつくることです。これは、海外のサービスや医療、教育などの現場で、対立や感情の高まりに対応する際の考え方として使われています。クレーム対応では、つい「正しい説明をしなければ」と考えがちです。しかし、相手の感情が高ぶっているときに正論を重ねても、「こちらの話を聞いてくれない」と感じさせてしまい、さらに感情を高ぶらせることがあります。

まずは相手の感情を受け止めて、「ご不快な思いをされたのですね」「ご心配だったと思います」「そのように感じられたのですね」などと声をかけます。大切なのは、相手の主張すべてに同意することではなく、感情だけを受け止めることです。感情の温度が少し下がれば、相手もこちらも話を聞き、考えられる状態になります。そこから事実を確認し、解決策を考える。この順番が、結果として対応をスムーズにします。

「人」ではなく「事実」に戻す

感情を受け止めたら、次は「何が起きたのか」という事実に戻します。「誰が悪いのか」に焦点が移ると、問題解決より責任追及が中心になってしまいます。事実に戻すことで、チームは再び「どうするか」を考えられるようになります。

職場の不満がこじれるとき、よくあるのが、「人」に対する不満や悔しさが含まれてしまうケースです。

◎「〇〇さんは仕事が遅い」ではなく、「今日、この作業に予定より30分多くかかった」。
◎「△△さんが協力してくれない」ではなく、「必要な情報が共有されていなかった」。

このように、人への評価ではなく、観察できる事実に置き換えるのです。すると、「誰が悪いのか」から「なぜそうなったのか」「次はどうすればいいのか」へ視点を変えることができます。ディエスカレーションでは、不満をそのまま次の人へ渡すのではなく、感情を受け止め、事実を整理します。それだけでも、職場の余計な摩擦を減らすことができます。

「感情→事実→行動」で、仕事を前に進める

感情を落ち着かせ、事実を整理したら、最後は「では、どうするか」です。感情の中に留まり続けるのではなく、次の行動へバトンを渡すことがポイントです。この切り替えができる職場ほど、トラブルが起きても仕事の流れを崩しにくくなります。

例えばクレームがあったとき、「大変だったね」で終わらせるのではなく、**「何が起きた？」「どこで行き違った？」「次はどうする？」**とチームで整理してみます。**「感情→事実→行動」**という流れができると、一つのクレームが職場全体の不満へ広がることを防げます。

反対に、感情が整理されないまま、「あの人が悪い」「また同じことが起きる」と不満が連鎖すると、人間関係の調整や責任の押し付け合いなど、本来の仕事とは別のところに時間とエネルギーを使うことになります。つまり、感情の連鎖を止めることは、職場の雰囲気を良くするだけではなく、仕事そのものをスムーズに進めることにつながります。

……

クレームや不平不満をゼロにすることはできません。だからこそ、発生した感情をそのまま次の人へ渡さないことが大切です。「感情を受け止める」「事実に戻す」「次の行動につなげる」。ディエスカレーションの考え方を職場に取り入れると、対立を必要以上に大きくせず、問題解決へスムーズに移ることができます。これが「なぜ、あの職場はいつも仕事が早いのか」という問いへの一つの答えになります。

プレゼント付きアンケート

アンケートにお答えいただいた方の中から抽選で70名様に素敵な商品をプレゼント!
※当選者の発表は商品のお届けをもって代えさせていただきます。

〈応募期間〉
12/18(金)まで
www.obcnet.jp▶

Amazonギフトカード

25名様 5,000円分
20名様 2,000円分
25名様 500円分

Amazonギフトカードをメールでお届け

※当選通知は「gc-orders@gc.email.amazon.co.jp」または「do-not-reply@amazon.co.jp」から届きます。受信設定をお願いいたします。
※Amazonギフトカードの当選者はNetサービスの会員登録メールアドレスにお送りさせていただきます。
※AmazonはAmazon.com,Inc.またはその関連会社の商標です。

プレゼント付きアンケートは、
奉行Netサービス
▼
ホーム タブ
▼
特設サポートサイト・コンテンツ
▼
から応募できます。



「アンケート」の項目は、2026年11月20日～12月18日「奉行Netサービス」に掲載されます。

読者の声

掲載させていただいた方には、Amazonギフトカード3,000円分をプレゼント!
プレゼントアンケート応募時に、ご意見やご感想をお寄せください。

福岡県 岩本様

いつも今後すぐに役立つ情報を先頭に持ってきていただき、目を引くので情報取得にとても役に立っています。また、制度改正についての情報は奉行EXPRESSを通して知ることが多いのでとても助かっています。今後もよろしくお願いします。

〈編〉「奉行EXPRESS」では、タイムリーなテーマを取り上げた特集記事を冒頭のページに掲載しています。これからも、読者の皆様が制度改正にスムーズに対応できるよう、情報をお届けしてまいります。

長崎県 宮原様

以前当選した際には、ギフトカードをキーボードの購入に活用しました。その後、そのキーボードを困っていた社員へ渡すことができ、社員の役に立てたことをうれしく思っています。今後もプレゼント内容が充実した状態で続いていくことを期待しています。

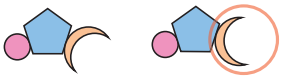
〈編〉素敵なご活用例をありがとうございます。読者アンケートにお答えいただいた方の中から抽選でAmazonギフトカードをプレゼントしています。皆様からいただいた貴重なご意見は、本冊子の企画・内容だけでなく、関係部署の業務改善にも活用しています。今後とも、アンケートへのご回答やご意見をぜひお寄せください。

奉行EXPRESSは全ページPDFでダウンロードできます。
奉行Netサービス ▶ 資料ダウンロード

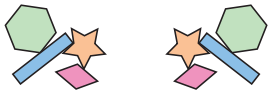


■ 頭のストレッチ 回転図形 解答

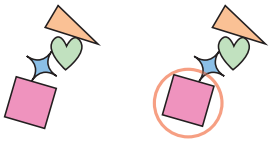
(1) **B** 三日月形の図形の角度が違う。



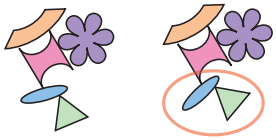
(2) **C** 左右が反転している。



(3) **B** 四角形が左にずれている。



(4) **D** 楕円形と三角形の角度が違う。



解答	(1)	(2)	(3)	(4)
	B	C	B	D

奉行EXPRESS 2026 AUTUMN
2026年11月20日発行 通巻119号

発行人 和田成史
企画・編集・営業 OBC営業本部 マーケティング推進室
制作・デザイン 株式会社電通プロモーション
株式会社ストラーダ

弊社はお客様の個人情報を以下の目的で利用いたします。
①奉行EXPRESSに関するご連絡・ご案内・プレゼントの発送・取材先等の連絡
②誌面、OBCの各種サービス向上のアンケート
③個人情報を特定できない形式の統計資料としての利用
弊社、個人情報保護方針(プライバシーポリシー)に関しましては弊社ホームページhttps://www.obc.co.jp/をご覧ください。

※QRコードは株式会社デンソーウェーブの登録商標です。

次号のお知らせ
奉行EXPRESS 2027 WINTER 2027年2月中旬発行予定

2026年11月20日発行（通巻第119号）　発行：株式会社オービックビジネスコンサルタント　発行人：和田成史　〒163-6029 東京都新宿区西新宿6-8-1 住友不動産新宿オークタワー29F

経理・総務のみなさま

キントーン × **奉行クラウド** で

紙・Excelの申請や二重入力もっと減らせます！



kintone キントーン

キントーンで承認後は奉行クラウドに自動連携！

二重入力の工数減、ミス削減に！



財務会計システム 勘定奉行クラウド
給与計算システム 給与奉行クラウド
販売管理 仕入・在庫管理システム 商蔵奉行クラウド



いつでもどこでも申請。
進捗も一目でわかるから
申請が滞らない！

例えばこんな申請に！ **交通費** **新規取引先・得意先** **請求書** など……

お客さまの声 | アイサンテクノロジー株式会社 様



2〜3日かかっていた人事系の申請処理が即時に完結するようになりました。

さらに、承認後は給与奉行クラウドへデータを連携し、
抜け漏れなく給与に反映できるようになりました。

キントーンなら、AIとノーコードであらゆる業務課題を解決！

顧客管理 / 日報 / 交通費申請 / 受発注管理 / 見積作成 / 経費精算 / 売上管理 / 契約書管理 / 問合せ管理 / グラフ集計 / タスク管理 / 社員管理





料金：月額 1,800円（税抜）/ 人　初期費用：無料

※ 10ユーザーからご契約いただけます。1ヶ月単位で契約が可能です

キントーン×奉行クラウドの活用事例をもっとチェック！