

NEWSWAVE

新しい時代を切り拓く実践経営情報紙

著者 日本ビズアップ株式会社
発行 税理士法人森田会計事務所
〒630-8247
奈良市油阪町456番地 第二森田ビル 4F
TEL(0742)22-3578 FAX(0742)27-1681

2020年、サイバー攻撃の大幅増加が予想される ワケ 実効性のあるセキュリティ対策とは？

2020年、企業が最も注意すべきはサイバー攻撃だ。オリンピックなどの世界的イベントにはサイバー攻撃が集中する傾向がある。2012年のロンドン大会では、実に2億件もの攻撃があった。急速に攻撃が高度化・巧妙化していることを踏まえれば、東京オリンピックでどのくらい被害が発生するか予想もつかない。しかも、来年は5Gの商用サービスが開始される。当然、ウイルス感染などの拡散スピードが増すため、リスクも高まるというわけだ。さらに、来年4月から中小企業にも残業時間の上限規制が課せられるため、テレワークが増え、公衆Wi-Fiに接続するリスクも高まるだろう。

インターネットに接続すればサイバー攻撃を

受ける可能性がある。ならば、システムで守ればいい。大塚商会の「どこでもコネクト」は、同社の統合監視センターでVPN接続性を監視することでセキュアな通信環境を実現。また、日立ソリューションズの「秘文」は、管理者が許可しないネットワークへのアクセスを強制遮断できる。ソリューションを活用すれば「うっかり」による被害は防げるだろう。

情報流出のリスクは、もはや個人情報そのものの損害賠償にはとどまらない。11月には、2014年のベネッセ個人情報流出事件に対する民事訴訟の判決が出ており、「精神的苦痛」に対して1,000円の支払いをベネッセに命じた。対策をしないことが巨額の賠償につながる可能性もあるため、セキュリティ問題の検討はもはや高度な経営判断といえるのである。

広告宣伝用資産の受贈益の取扱い 「専ら広告宣伝のみ」は特別規定

製造業者等が、販売業者等に広告宣伝用資産を無償又は低価額で譲渡する場合がよく見受けられる。原則として、法人が無償による資産の贈与を受けた場合には、その資産の時価が受贈益として益金の額に算入される。有償であっても、その譲受け価額が時価よりも低い場合には、時価と譲受け価額との差額が受贈益となる。ところが、その資産がネオンや看板などを含む広告宣伝用資産については、その性質上特別の取扱いがある。

それは、広告宣伝用の看板やネオンサインなどのように「専ら広告宣伝のみ」に使用される資産の贈与については、販売店側では受贈益はなかったものとされる税務上の取扱いだ。製造業者側では、取得価額相当額を繰延資産として償却することになる。ただし、自動車や陳列棚、陳列ケース、

冷蔵庫、展示用モデルハウスなどのように、「メーカーの広告宣伝+販売業者の便益」に使われる広告宣伝用資産の場合の処理は少々異なる。

このような広告宣伝用資産の場合には、贈与者である製造業者等の取得価額の3分の2に相当する金額から受贈者側である販売業者等がその資産取得のために支出した金額を控除した金額を受贈益として計上することになる。ただし、その受贈益相当額が30万円以下の場合には、受贈益はないものとして計上は不要となる。一方、製造業者側は、「専ら広告宣伝のみ」のケースと同様に、取得価額相当額を繰延資産として償却することになる。