



## 【キーワード】 インボイス制度

2023年スタートのインボイス制度  
今から準備を進めておこう

消費税に関する適格請求書等保存方式(インボイス制度)が2023年10月1日から始まります。医療機関には縁遠いと思われるかもしれませんが、登録事業者となる選択をしなければならない場合もあります。いつ、どのように対応すればいいのか、MMPG 副理事長で青木会計代表社員の青木恵一先生に話を聞きました。

2023年10月開始まで  
残るは15カ月

2019年10月に消費税率が10%となるのに合わせ、軽減税率が導入されました。これにより、複数の税率が存在することになりました。

消費税を納付するのは消費者から消費税を預かった事業者です。納税の際に事業者は、「売上先から受け取った消費税額」から「仕入先に支払った消費税額」を差し引く「仕入税額控除」を行います。これには、支払った消費税額を正確に算出する必要があり、消費税率ごとに税額を明示した請求書等の発行が必要となります。

ただ、これまでは“練習期間”として「区分記載請求書等を発行することでよい」とされていました。しかし、23年10月1日からは「適格請求書等保存方式」(インボイス制度)が導入され、厳密な運用が求められるようになります。インボイス制度の下では、税務署長に申請して登録を受けた課税事業者である「適格請求書発行事業者」が交付する「適格請求書」(インボイ

ス)等の保存が、仕入税額控除の要件となります。

事業者への課税売上の  
有無で対応変わる

医療機関の多くは、収益のほとんどを社会保険診療報酬で得ているため、消費税については免税事業者の割合が多くなっています。医科の場合、個人では77.9%、法人で64.1%が免税事業者です。

先に、インボイスの発行は「税務署長に申請して登録を受けた課税事業者」と記しました。つまり、免税事業者である多くの医療機関はインボイスの発行ができません。

医療機関が「買い手」となる取引では、発行されたインボイスを受け取るだけですから問題はありません。一方、医療機関が「売り手」となる取引ではどうでしょう。

「売り手」は、基本的にはインボイスを発行しなければなりません。買い手が一般個人の場合、必ずしも対応する必要はありません。

医療機関の場合、事業者に対する課税売上有る場合に対応する必要があります。具体的には、以

下のようなケースが考えられます。

- ▽企業から社員の健康診断や予防接種などを受託している
- ▽企業が費用を負担して社員に業務上必要な検査を受けさせている
- ▽医療機関が企業から産業医報酬を受け取っている(医師個人が給与として受け取るものを除く)
- ▽企業からの顧問収入、受託収入、治験収入、テナント収入がある
- ▽売店で企業等の従業員が社用の買い物をする

こうした場合、インボイスがなければ、買い手側の事業者が仕入税額控除を受けられず、損失を被ることになってしまいます。

申請期限まで9カ月  
今から準備を

免税事業者が課税事業者になるには、課税期間が始まる前日までに「課税事業者選択届出書」を提出し、インボイス発行事業者に登録する必要があります。

登録申請は21年10月に始まっています。23年10月の制度開始時に登録番号を保有しようとする場合には、23年3月31日までに

申請する必要があります。

ということは、多くの免税事業者である医療機関は、3月31日までに登録事業者として課税事業者となるか、免税事業者として残るかを決めなければなりません。あと、残り9カ月ですから、まさに、今から検討を始めなければならぬのです。

### 保険診療のみであれば大きな変化はなし

課税事業者か免税事業者か、何を基準に決めればよいのでしょうか。

図表は、日本商工会議所の「中小企業・小規模事業者のためのインボイス制度対策」というパンフレットに示されたものです。医療機関も多くは「中小企業・小規模事業者」であり、これが参考になります。

保険診療のみの医療機関は、図表の③「一般消費者のみ」に該当します。一方、前述のような「事業者に課税売上有る場合」には、②「課税事業者と一般消費者が混在している」に相当します。この場合、「事業者への販売の多寡によってインボイス発行事業者になることを検討する」ということになります。

免税事業者が来年10月以降に取り得る対応は、以下の3つです。

- ①登録申請を行い、登録を受け、インボイスを発行する
- ②インボイスを発行せず消費税相当額または一定額を値引き

③インボイスを発行せず値引きもしない

このどれを選択するのか、それぞれシミュレーションをしながら考えましょう。

①の場合、課税事業者になることを意味し、消費税の納付が必要になります。②は、自らは消費税を納付していないため、消費税分を値引きし、相手先に損失が発生しないようにするものです。③は、取り引きを喪失する可能性が高いでしょう。

### まずは消費税の現状の理解を

その際に検討すべき事項としては、以下が考えられます。

▽インボイスの発行に対する取引先

の意向、ニーズ

▽インボイスを発行するための手間とコスト(手書きで対応するか、システムで対応するかを検討含む)

▽インボイスを発行せずに消費税相当額の値引きをした場合の負担

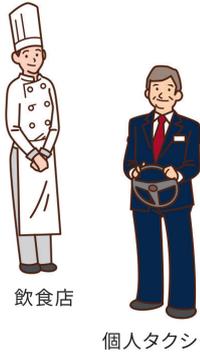
▽インボイスを発行せずに取り引きを失った場合の損失

▽免税事業者では課税選択した場合の消費税納税負担

ただ、これらの対応を実施する前に、まずは自法人の消費税に対する現在の対応を確認しておくことが必要です。課税売上がどのくらいあって、その相手先はどこで、何カ所くらいあるのかをきちんと把握しましょう。

さらに、インボイス制度をきちんと理解したうえで、準備を始めるといいでしょう。

図表 販売先による考え方

販売先の区分	①事業者のみ	②事業者と一般消費者が混在	③一般消費者のみ
自社の業種(例)	建設業・製造業等  建設業(ひとり親方) 製造業	飲食店・タクシー等  飲食店 個人タクシー	学習塾・ゲームセンター等  学習塾 ゲームセンター
基本的な対応方針	インボイス発行事業者になることを検討する	事業者への販売(例えば、飲食店での法人の接待利用など)の多寡によって、インボイス発行事業者になることを検討する	販売先に事業者がない限り、インボイス発行事業者になる必要はない

出典:日本商工会議所「中小企業・小規模事業者のためのインボイス制度対策」