

【第二種郵便物認可】

企業が接待や取引先との懇親、贈答などに使う交際費が増えている。空前の好景気を演出したバブル期のような派手さとはもとのりないが、税制改正と景気回復が相乗効果を生んだ。働き方改革の一環で仕事の話をするワーキングランチが広がるなどスタイルも様々。平成流社用族の需要は、停滞する消費の活性化になれるだろうか。

東京都中央区のお誂れ亭(かつぽ)。「日本橋ゆかり」。夕方に打ち合わせを終えた中堅IT(情報技術)企業の首脳(69)と、取引先の広告会社の社員ら4人が集まった。「本日はありがとうございました」といいます。「ビールで乾杯を終え場も和む。「新事業の拡大に合わせて接待を増やしている」と同首脳。「個室から埋まっていく」とゆかりの3代目、野永喜三氏は語る。1人平均1万5千円だった支払代金は昨年夏から2万円程度に上がってきた。

前年度比5%増

国税庁の会社標準調査によると、接待や社内の懇談費などを合わせた交際費は2012年度以降、右肩上がり伸びている。14年度は5.4%増の3兆2505億円だ。15年度以降のデータはまだだが、財務省の法人企業統計で販売管理費から減価償却費や人件費などを除いて目安額をみると、前年度と比べ5%超の伸びを維持しているよう

接待消費 じわり復活

「ビジネスに必要」税が演出



交際費の支出額はリーマン・ショック前の水準に

だ。きっかけは13、14年度税制改正だ。消費増税の影響を和らげるため「接待、お歳暮、お中元」が実現した。大企業では社内飲食を除く交際費の半分まで、中小企業は年間800万円までは全額損金算

ホテルニューオータニを訪ねると、16年度の領収書の発行枚数が14年度より1割増加しそうだという。ホテル内の和食店の売り上げは右肩上がり。「ビジネスの話しながら会食を兼ねる接待が増えている。20人収容の部屋が多く利用されるようになり、昼食接待も伸びる傾向にある。

入を認めて税がかからなくなった。ある損害保険会社は14年度、税制改正を機に代理店との懇親などに使う交際費を13年度より4%増やした。16年度見込みで3%増やす生命保険会社もある。税理士の伊藤謙信氏には設立して10年に満たない会社からの相談が多く舞い込む。「税制改正で交際費に対する心理的障壁が下がり、売り上げに必要な経費として捉えられるようになった」(伊藤氏)。「08年のリーマン危機後に接待の回数を減らしていたが、最近では戻ってきた」(メガバンク関係者)。吉祥銀座本店(東京・中央)は訪日客減少を補って接待が上向き、2月は入客数が5%増えた。20年の東京五輪を控え、建築や不動産の関係者が多いという。

昼食利用も伸び

消費はまだ力強さを欠く。総務省の家計調査によると2人以上の世帯の消費支出で外食は、16年にかけて3年連続で前年より減った。ところが総務省のサービス産業動向調査をみると飲食店の売り上げは増加傾向だ。法政大の菅幹雄教授は接待など「企業による消費がプラスになっている」と分析する。(大島有美子)