

# 月刊 SMCNEWS 9月

2025

9

Support Management Consultants

SMC代表の

## よもやま話

### 最低賃金1,500円に向けて

一般社団法人SMCホールディングス:代表理事  
SMC税理士法人:代表社員

西川 正起



2025年の最低賃金が発表されました。全国63円~64円からアップです。岸田元総理が時給1,500円を2020年代に目指す!と仰ったときは(笑)の気持ちでしたが、今回の上昇を受けて、本気かも。と感じます。

今回の改訂を受けて愛知県は1,140円です。月180時間、14か月(賞与が2ヶ月として)で計算すると年収2,872,800円です。結構、、、な給与です。

ちなみに1,500円の場合、年収3,780,000円となります。皆様、こちらの給与を2029年までに支払う予定は出来てますでしょうか。残念ながら弊社はまだ達成出来ておりません。

しかも、あくまでも最低賃金なだけで、これ以上に給与を上げ続ける必要があります。

給与増、物価高、税金増。我々の活躍の場は広がりそうですが、消費者の立場に立つと苦しい状況が続きそうです。



## 若手税理士の税金教室



### ふるさと納税「ポイント付与禁止」にご注意!



著者

SMC税理士法人:代表社員  
多治見事務所:代表  
長縄 龍哉

皆さん、ご存じでしょうか?2025年10月から、ふるさと納税の運営サイトによる「独自ポイント付与」が禁止されます。これまで楽天やPayPayなどで寄附すると、寄附額に応じてポイントが付与される仕組みがありました。

そのため、ふるさと納税をすることでもらえるポイントを加味した実質的な「お得感」を使用するサイトや寄附先を選ぶ人は多かったのではないでしょうか。



しかし総務省は、2024年6月28日に「ふるさと納税の指定基準の見直し等」を公布し、本来の趣旨である「地域を応援する制度」から外れるとの判断で規制を強化しました。この変更により、2025年10月からポイント還元を禁止し、ポイント還元による差をなくし、返礼品そのものの魅力や自治体の情報発信力が、寄附を集める上での主な基準になります。

どうせふるさと納税をするのであれば、ポイントが付いた方がお得です。返礼品+ポイントの2重取りしたいという場合は、9月末までにふるさと納税を行いましょう。

9月末でに一気にふるさと納税をするときに、選びたい返礼品がない、あとから決めたい、そんな時はカタログ式ふるさと納税を選んだり返礼品の選び方を工夫するとよいでしょう。

## 在庫が資金不足を招く!?気を付けたい「在庫資金」の落とし穴

著者

株式会社SMC総研  
代表取締役  
小川 弘郎



「黒字なのに資金が足りない…」という悩みを抱える中小企業の経営者は少なくありません。その原因の一つとして考えられるのが“在庫”です。売上につながっていない在庫は、帳簿上では「資産」として見えていても、実際には現金がモノに変わって滞留している状態であり、お金が活かされず寝ている状態とも言えます。つまり、お金が回らなくなる要因になり得るのです。

例えば、100万円分の商品を仕入れても、それがすぐに売れなければ、支払いだけが先行し、キャッシュは減っていきます。しかも売れ残った在庫は、時間の経過とともに価値が下がり、値引きや廃棄の対象になってしまうこともあります。このように、過剰な在庫は利益を生むどころか、資金繰りを悪化させる“落とし穴”となるのです。

商品仕入れ  
100万円

→ 売れ残り在庫  
資金が固定化

→ 値引きや廃棄  
価値が減少

重要な意識転換

在庫=資金

こうした事態を防ぐためには、「在庫=資金」という意識を持ち、適正な在庫管理を徹底することが重要です。定期的な棚卸しを行い、売れ筋・死に筋を把握することで、不要な在庫の蓄積を防げます。また、棚卸資産回転率などの数値を活用すれば、在庫の効率性も客観的に評価できます。仕入れも感覚に頼らず、過去の実績や販売計画に基づいて計画的に行なうことが求められます。ただし、販売機会があるにもかかわらず商品がないという状態は避けなければいけませんので、「自社の適正な在庫」はどの程度なのか常に把握しておくことが、販売機会を逃さないことと資金不足とならないことを両立させることにつながります。

在庫管理は、商品管理の問題にとどまらず、経営の生命線である資金繰りに直結しています。過不足のない適正な在庫水準を保つことが、健全なキャッシュフローを支える土台となるのです。

## 企業側による人事戦略講座

### 最低賃金1,500円時代を乗り越えるための企業戦略

著者

社会保険労務士法人 紹:代表  
山口 剛志

最低賃金は、2025年10月から全国平均で時給約1,118円。過去最大の約6%引き上げが予定されています。

※最低賃金額の引上予測額と月給換算額は右表の通り(2025年8月現在の情報)

同時に、政府自民党は2020年代中に全国平均を1,500円へ引き上げる公約を掲げており、これは年間平均7.3%の引上げペースとなります。仮に年率7.3%ずつ上昇し続けた場合の、愛知県における毎年の最低月給の予測額は以下の通り。

都道府県	2024年 最低時給	2025年 10月以降	月給換算 (173h)
愛知	1,077円	1,140円	約197,220円
岐阜	1,001円	1,064円	約183,992円
三重	1,023円	1,086円	約188,178円
東京	1,163円	1,226円	約212,198円
大阪	1,114円	1,177円	約203,621円

愛知県	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
最低時給額	1,077円	1,140円	1,224円	1,314円	1,410円	1,513円
月給換算額	186,330円	197,220円	212,280円	228,540円	246,010円	264,870円

最低賃金未満での支払いは重大な法律違反であり、会社には差額の支払命令はもちろん、社名公表などの罰則を受ける可能性があります。

何より社員の信頼を損ない、企業ブランドにダメージを与えかねません。これは「絶対に守らなければならない義務」です。そのため、中小企業において「最低賃金」を巡る対応は緊急かつ最重要課題であり、最低賃金対策を下記の通り提案します。

①月給制社員についても「時給換算」が最低賃金を下回らないよう確認。

②将来の引上げに備え、コスト削減、労働時間短縮や生産性向上策をいち早く導入する。

最低賃金の引上げはリスクであると同時に、効率化や働き方改革を通じた企業競争力の強化に転換する好機でもあるのです。

気になる

# 相続トピック



## 中小企業オーナー必見! 法人版事業承継税制Q&A

著者

SMC税理士法人:代表社員  
中津川事務所:代表  
岡本 英樹

### Q.1 法人版事業承継税制とは何ですか?

A.1 中小企業のオーナーが亡くなったり、生前に株式を贈与する際、多額の相続税や贈与税が発生します。税金を払うために手放したくない財産を手放さざるを得ないケースもあります。法人版事業承継税制は、その負担を和らげる仕組みで、**一定の条件を満たすと納税が猶予され、特例を利用すれば実質的に100%免除されることもあります。**

### Q.2 誰でも利用できるのですか?

A.2 対象は非上場の中小企業で、誰でも自動的に使えるわけではありません。**特例を利用するには「特例承継計画」を事前に都道府県へ提出しておき必要があります。**つまり、準備をしていないと制度の恩恵を受けられません。現行では、特例承継計画の提出期限は2026年3月31日となっています。

### Q.3 注意点はありますか?

A.3 承継後5年間は、従業員の雇用を一定水準で維持し、毎年「継続届出書」を提出する義務があります。これを怠ると猶予されていた税金を一括で支払うことになり、何千万円単位の負担が発生することもあります。利用するからこそ慎重な管理が必要です。

### Q.4 いつ準備すればよいですか?

A.4 後継者選びや株価の把握、会社の体制づくりには時間がかかります。できるだけ早めに専門家へ相談し、計画的に準備を進めることが、円滑な世代交代と会社の存続につながります。

# マーケティング思考の筋トレ



## 共感が成功の秘訣? 共感マーケティングが変える消費者との関係性

著者

株式会社SMCマーケティング  
代表取締役  
吉本 昌史

近年、共感マーケティングという、消費者の感情や価値観に寄り添い、共感を通じてブランドとの信頼関係を築く手法が注目されています。主な具体的手法は下記の4つです。

### 共感マーケティングの具体的手法

- 1 ストーリーテリングの活用 「なぜこの商品が生まれたのか」「企業が大切にしている想い」などを**ストーリーで伝える**ことで、消費者が感情移入しやすくなり、購買につながります。
- 2 「自分ごと化」を促す メッセージ設計 「こんなお悩みありませんか?」などの**共感コピーで消費者の関心を引き**、サイト滞在時間や問い合わせ率を高めます。
- 3 感情に響く ビジュアルデザイン **写真やイラストを使う**ことで、消費者が情報を理解しやすくなり、離脱防止にも効果的です。
- 4 行動喚起(CTA)の 共感的アプローチ 「今すぐ申し込む」など命令形ではなく、「**まずはお気軽にご相談ください**」といった**寄り添う言葉**が、消費者の心理的ハードルを下げると言われています。

共感マーケティングは、これから時代のマーケティングの基盤となる手法です。企業が持続的に支持されるためには、共感を呼ぶブランド作りとWeb体験が欠かせません。あなたのビジネスにも、ぜひ取り入れてみてはいかがでしょうか。

SMCマーケティングでは、戦略 × 実行スピードで、売上に直結するマーケティングを支援しております。ご興味のある方はお気軽にご相談ください。