

月刊 SMCNEWS 2025. 10 月

Support Management Consultants

SMC代表の

よもやま話

不正防止

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



2024年11月に三菱UFJ銀行の行員の女性が貸金庫の資産を度々、窃盗した事件が公表されました。被害額は20億円とも言われています。方法は封筒保管の予備鍵を利用し、封筒の糊付けして戻すという、なんとも古典的な方法だったようです。利用者の度々の問い合わせも、うまく回避したようです。

日本を代表する銀行でもこのようなありさまなので、**中小企業不正防止は大変です**。ここ数年、社員に不正された(ほぼ窃盗)という案件をよく聞きます。**防止策は二重チェック、監視カメラ、保険、社員の教育、経営者自身のチェック位でしょうか**。不正は経営者自身もショックを受けることが多いので、「常に不正はある」と考えながら経営することがひとまず経営者として大事だと思います。



若手税理士の税金教室



今年の年末調整は10月、11月が勝負!!

著者

SMC税理士法人:代表社員
多治見事務所:代表
長縄 龍哉

年末調整は「12月の行事」ではありません。**9割は10月の段取りで決まります**。今年は改正対応が肝になります。

まず、令和7年12月施行の見直しにより、**基礎控除が合計所得金額に応じて最大95万円へ拡充**(655万円以下は58万円に加算)し、**扶養親族等の所得要件は「48万円以下」から「58万円以下」へ引上げ**られます。あわせて**給与所得控除の最低保障額は65万円**に(旧55万円)なります。

こういった改正に伴い、扶養控除の対象となる年収も変わっております。**今までは103万円を基準で判断していたと思いますが、今年からは123万円を基準に判断する必要があります**。

年収の基準が変わっているので要注意です。ニュースで大々的に取り上げられているので知っている社員さんは知っていると思いますが、扶養控除申告書の内容も変わるため申告書の記載の時に読みながら記載してもらえれば気づくと思います。ただ、今まで通りでいいと思っている社員さんも少なからずいるはずです。

さらに19~22歳の一定の親族について「特定親族特別控除」が新設され、19歳~22歳の親族がいる方については、特定親族特別控除の記載欄が増えましたので記載する必要があります。

扶養の内容を今から社内で案内をして、年末調整の時に判断に迷うことがないようにしておきましょう。**今年は特に早めの動き出しが混乱を避け、スムーズに完了するコツ**になります。

令和7年度税制改正における 所得税関係の変更点

- 1 基礎控除・給与所得控除の引き上げ
- 2 扶養控除・配偶者控除などの所得要件が緩和
- 3 特定親族特別控除の新設

中小企業の利益とお金にまつわるアレコレ

御社に合うのはどの銀行？ 中小企業にマッチした銀行の選び方

著者

株式会社SMC総研
代表取締役
小川 弘郎



「銀行」と一口に言っても、実は様々な種類があり、それぞれに得意なことや役割が違います。自社の状況に合わない銀行と取引していると、いざという時に必要な支援が受けられないかもしれません。円滑な資金調達を実現するためにも、金融機関の種類と特徴を理解し、最適な資金調達パートナーを選びたいものです。金融機関は、中小企業の皆様が主に関わるものとして、主にメガバンク(都市銀行)、地方銀行、信用金庫・信用組合、政府系金融機関に分けられます。

銀行の種類と特徴

メガバンク

全国に支店網を持ち海外取引にも強いですが、**主な顧客は大企業や上場企業**です。融資口ツが小さい小規模事業者は「顧客と見做していない」ことがあり、業績が悪化した際に支援を受けにくい可能性があります。

地方銀行

各地域に根ざした地域密着型の営業活動が特徴です。ただし、メガバンク同様に株式会社であり、株主利益を優先する組織でもあります。

信用金庫/信用組合

地域社会の利益を優先する協同組織であり、**中小企業の身近な相談相手**と言えるでしょう。ただし、営業エリアや融資対象となる企業規模に法律上の制限がある点には注意が必要です。

政府系金融機関

日本政策金融公庫に代表されるように、**民間金融機関では対応が難しい創業期の融資**などを担う、セーフティネットとしての役割を持っています。

重要なのは、**会社の事業規模や成長段階に合わせて取引する銀行を選ぶ**ことです。例えば、創業期や小規模のうちは信用金庫や政府系金融機関を中心に取引を始め、年商が数十億円規模に成長すれば地方銀行、さらに大きくなればメガバンク、というように事業の成長に合わせて取引金融機関を見直していく視点が大切です。自社の現状と将来像をふまえ、**最適な金融機関をメインバンクとして定めつつ、複数の金融機関とバランスよく取引**することが、安定した経営の鍵となります。

企業側**社労士**による**人事戦略講座**

2025年10月～育児介護法改定 企業に求められる内容とは？

著者

社会保険労務士法人 絆:代表
山口 剛志



2025年10月より、育児・介護休業法が改正施行されました。**会社は対応が必要となります。**

対応チェックリスト

- ☒ 「子の看護等休暇」の対象を小学校3年生までに拡大し、取得事由を拡充しましたか？
- ☒ 「所定外労働の免除」対象を小学校就学前まで拡大しましたか？
- ☒ 「3歳～小学校就学前の子を育てる社員」向けに柔軟な働き方(5つの措置から2つ以上)を制度化しましたか？
- ☒ 意向確認や個別配慮の運用ルールを整備・規程化しましたか？

今すぐ行うべきこと

- 改正法に対応した制度設計を行い、同時に就業規則や育児介護休業規程を改定する。
- 制度の運用フローや書式、社員周知資料の準備を行う。
- 社員代表の意見聴取や、社員向け説明を計画的に実施する。

※法改正に対応しない場合、下記リスクが想定されます。

- 法令違反として労働基準監督署からは正指導の対象に
- 育児期社員とのトラブルや訴訟のリスク
- 採用・定着面で不利になり、人材流出やモチベーション低下

法改正は「義務」ですが、対応は「信頼を得るチャンス」でもあります。時代に合った制度設計を通じて、従業員の両立支援と企業の成長を両立させましょう。制度の見直しや規程変更についてご不明な点があれば、社会保険労務士法人 絆までお気軽にご相談ください。

気になる



相続トピックス



著者

SMC税理士法人:代表社員
中津川事務所:代表
岡本 英樹

海外贈与に税金はかかるか

日本企業に勤めて海外に赴任する人、外国の人と結婚して海外に住んでいる人が珍しくない昨今ですが、日本国籍を持つ人が贈与税を回避するために「**国外に住所を移せば有利ではないか**」と考える人がいます。

しかし実際には、それほど簡単ではありません。

一例ですが、贈与する人が国内に住んでいて、贈与を受ける人が国外に住んでいる場合、日本国内の財産、国外の財産のどちらを受け取っても、日本の贈与税の課税対象になります。

反対に、贈与する人が国外に住んでいて、贈与を受ける人が国内に住んでいる場合も同じです。つまり**単に住所を外国に移すだけでは贈与税の網を免れることはできない**のです。

海外居住に関する贈与税

贈与者 \ 受贈者		国外居住		
		国内居住	10年以内に国内住所あり	左記以外
国内居住	国内居住		国内・国外財産ともに課税	
	国外居住	10年以内に国内住所あり		
国外居住	10年以内に国内住所あり			
	上記以外			国内財産のみに課税

さらに、大きなハードルとなるのが「**国外転出時課税制度**」、いわゆる出国税です。これは、**1億円以上の有価証券などを持つ人が国外に転出する際、その資産を売却していなくても「含み益が実現したもの」とみなして課税される**仕組みです。株式や投資信託を多く保有する人が、贈与や相続税を逃れるために国外へ出ても、この段階で課税されてしまう可能性が高いのです。

一方で、国外に住む子や孫へ財産を移す際には「**相続時精算課税**」など一部の制度は適用可能ですが、現地不動産の取得資金贈与などには日本の住宅資金特例は使えません。

国外移住や国外居住の受贈者を利用した節税スキームは、制度的に強く封じられていると言えます。

マーケティング思考の筋トレ



著者

株式会社SMCマーケティング
代表取締役
吉本 昌史

ゼロパーティデータとは?信頼がカギを握る次世代マーケティング

プライバシー保護の強化により、追跡型マーケティングは限界を迎えつつあります。

そんな中で「ゼロパーティデータ」というデータ収集方法が注目されています。

これは、**ユーザー自身が意思を持って提供するデータ**を指し、企業との信頼関係を前提としています。

会員登録時の好きな商品カテゴリ、診断／アンケートでの回答、メール受信の意思表示などの情報が該当します。

企業がユーザーから許可を得て自発的に受け取るという点が、従来のデータ収集との最大の違いです。

ゼロパーティデータの重要性を示す主な理由

- 1 Cookie規制への対応
- 2 AIや機械学習による推測よりも、はるかに高いパーソナライゼーションが可能
- 3 ユーザーに安心感や特別感を与え、結果としてロイヤリティやLTVの向上につながる

ゼロパーティデータは非常にパーソナルな情報のため、扱い方を誤ると信頼を一瞬で失うリスクがあります。

データを扱う際は「収集目的を明確にする」「データの利用方法を開示する」「必要最小限の情報だけを求める」この3点を必ず守りましょう。

一方的な販促から、顧客との「共創」の時代へ。あなたのマーケティングも次のステージに進めてみませんか?

SMCマーケティングでは、ゼロパーティデータを利用したマーケティングを支援しています。ご興味のある方はお気軽にご相談ください。