

SMC代表の

# よもやま話

## 原油の影響

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



アメリカとイラン戦争の影響により、**原油価格の影響がいたるところに出てきました。**  
最初はガソリン代が少し上がるだけかな?と考えていましたが、取引価額もどんどん上昇しています。ホルムズ海峡の封鎖だの停戦だの先物もブレブレです。4月現在、生活への影響も徐々に出てきました。**医療系では手袋等の資材、建築関係では建築資材やシンナー関係、飲食系では包装資材等**といった話をよく伺います。石油はいろいろな商品に利用されていることを改めて実感します。

変わったところだと、**バニラアイスの香料にも石油が利用されている**ようです。私はハーゲンダッツやあずきバーが好きなので、こちらはどちらも石油を利用していません!ガリガリ君も好きですが、ソーダの香料に利用されているようです。これら全ての商品は**運送によって成り立つため、やはりガソリン代の上昇はシンプルに物価上昇**につながり、ますます財布を痛めることになります。東日本大震災やコロナは10年に一度の危機と言われますが、このイラン戦争がそうならないよう、願うばかりです。

# 若手税理士の税金教室



## 2026年9月に国税庁の新システム「KSK2」が始動

著者

SMC税理士法人:代表社員  
多治見事務所:代表  
長縄 龍哉

国税庁が進める新たな基幹システム「KSK2」が、2026年9月から本格稼働予定とされています。これまでのKSK(国税総合管理システム)は、法人税や消費税など税目ごとに管理する「縦割り型」の仕組みでした。一方でKSK2は、税目や地域をまたいで情報を管理できる仕組みへと見直され、提出書類についてもAI-OCRによりデータ化されるなど、「紙からデータ」への転換が大きな特徴です。

現在のKSKシステム

個別でデータ管理

|       |            |            |     |      |    |
|-------|------------|------------|-----|------|----|
| e-tax | 所得税<br>消費税 | 法人税<br>消費税 | 〇〇税 | 債権管理 | 徴収 |
|       |            |            |     |      |    |

KSK2

統合データベースで管理

|       |            |            |     |      |    |
|-------|------------|------------|-----|------|----|
| e-tax | 所得税<br>消費税 | 法人税<br>消費税 | 〇〇税 | 債権管理 | 徴収 |
|       |            |            |     |      |    |

この変更により、税務行政はデータを活用した効率的な運用へと進んでいきます。申告内容や各種情報を横断的に分析することで、**従来よりもリスクに応じた調査や指導**が行われやすくなります。

そのため、**企業規模に関わらず、数値の整合性や説明の一貫性がこれまで以上に重視される流れ**になると考えられます。

経営者の皆様は、今のうちから準備を進めておくことが重要です。まだ時間はありますが、導入後に慌てないためにも早めの対応をおすすめします。

- ・経理業務のデジタル化(紙中心からの脱却)
- ・証憑と会計データの一致確認
- ・インボイス制度、電子帳簿保存法への対応状況の見直し
- ・社内チェック体制の整備 などなど

日々の処理精度を高め、「実態と数字が一致している状態」を維持することが、将来の税務リスクを抑えるポイントになります。

# 中小企業の利益とお金にまつわるアレコレ

## コスト高時代を乗り切る！ 「値上げ(価格転嫁)」が資金繰りを救う

著者 株式会社SMC総研  
代表取締役  
小川 弘郎



昨今、材料費や外注費などといったいわゆる変動費、そして人件費などの固定費が高騰しています。しかし、「値上げをすると客離れが怖い」と価格転嫁を躊躇している経営者は少なくありません。

以前のコラムでお伝えした通り、経営において重要なのは「売上」ではなく、売上から材料費や外注費といった変動費を除いた「限界利益」、いわば「粗利」です。コストが高騰しているのに販売価格を据え置けば、商品の一つ売ったときに得られる実質的な儲けである粗利は確実に減少します。粗利が減れば、毎月の固定費を賄うことができず会社の「基礎体力」が失われ、結果として手元の資金繰りを急激に悪化させてしまいます。

そこで不可欠なのが「適正な値上げ(価格転嫁)」です。値上げによって単価が上がれば、粗利が改善します。

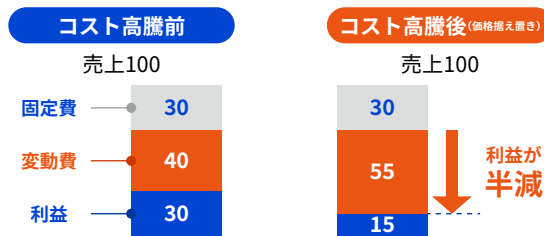
仮に客数が少し減ったとしても、粗利額の向上によって会社全体に残る利益とキャッシュが増加するケースは実は多いのです。粗利が低いのに売上だけを追っても、忙しいだけでお金

は残りません。この悪循環を断ち切るためには、勇気を持った価格改定が資金繰りを救う特效薬となります。

まずは自社の試算表から経費を「固定分解(固定費と変動費に分ける)し、最低限いくら粗利額が必要なのかシミュレーションしてみてください。そこからどれだけ「適正な値上げ」をすればいいのかがわかります。

SMCでは、このような「利益とお金」の作り方をサポートしていますので、資金や経営にお困りの方は、どうぞお気軽にご相談ください。

### 価格を据え置くと…



# 企業側 社労士による 人事戦略講座

## 『独身税』の正体とは？ 静かに増える人件費に注意

著者 社会保険労務士法人 絆:代表  
山口 剛志



「これって独身税ですよ？」最近、こんな声をよく聞きます。2026年4月から始まる「子ども・子育て支援金制度」は、医療保険に上乗せして徴収される新たな負担。税金ではなく社会保険の仕組みで、全世代で子育てを支える制度とされています。保険料が徴収される対象は、健康保険や国民健康保険の加入者など。

徴収は給与天引きで、標準報酬月額に対して0.23%。社員・会社ともに0.115%ずつ負担します。

たとえば標準報酬30万円なら、それぞれ月345円程度の増加です。なお、将来的には最大約0.4%程度まで引上げが想定されています。

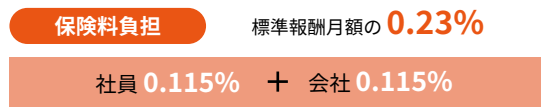
徴収されたお金は子育てに使われるのですが、子どもがいない人も負担し、しかも給付は子育て世代へ。独身者は支援される実感がなく、不公平に感じられるため「独身税」と呼ばれる所以です。

ここで見落とされがちなのが企業負担です。

会社は従業員と同額を負担するため、既存の「子ども・子育て拠出金(0.36%)」に加えて、さらに0.115%が上乗せされます。つまり、気づかないうちに人件費が増えていく「サイレントコスト」です。

実務面では、給与計算での徴収漏れ防止やシステムのアップデート確認が必須です。

小さな負担に見えて、積み上がると無視できません。自社の人件費への影響を一度確認しておくことをおすすめします。



例:標準報酬30万円なら約345円/月

### 見落とされがち企業負担

既存の「子ども・子育て拠出金0.36%」に加えてさらに0.115%が上乗せ

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

## 「借金で節税」は本当？ 意外と知らない相続税のからくり

「借金をすれば相続税が安くなる」という話を聞いたことがありますか？結論から言えば、**単に現金を借りるだけでは節税になりません。**

ポイントは、借金で得た資金を「**相続税評価額が下がる資産**」に組み替えることにあります。

相続税は、現預金や不動産などの「プラスの財産」から、借入金などの「マイナスの財産」を差し引いた正味の遺産額に課税されます。

例えば、1億円の現金を借りてアパートを建てたとしましょう。現金はそのままの金額で評価されますが、**不動産(建物や土地)の相続税評価額は、市場価格(時価)の6~7割程度にまで下がります。**さらに賃貸用であれば評価減の特例も適用されます。

その結果、「**1億円の借金(マイナス)**」が「**約6,000万円の不動産(プラス)**」を上回り、**差し引きで財産の評価額を圧縮**できるため、節税が実現するのです。

ただし、この手法にはリスクも伴います。

空室が発生して家賃収入が減っても、借金の返済や金利負担は止まりません。また、2024年からはマンション評価の見直しが行われるなど、行き過ぎた節税への規制も強まっています。「借金」はあくまで手段です。

節税という目先の利益だけでなく、**相続人がその借金を無理なく返済していけるか、不動産として収益性があるかという、長期的な視点での事業計画が不可欠**といえるでしょう。

現金をそのまま  
保有した場合

1億円を借りてアパートを  
建てた場合(賃貸用)

|                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| プラスの財産              | 1億円<br>(現金はそのまま評価) |
| マイナスの財産             | —                  |
| 差引の財産評価額<br>(課税対象額) | 1億円                |

|                     |                          |
|---------------------|--------------------------|
| プラスの財産              | 約6,000万円<br>(不動産の相続税評価額) |
| マイナスの財産             | ▲1億円<br>(借入金)            |
| 差引の財産評価額<br>(課税対象額) | ▲約4,000万円<br>(財産評価額を圧縮)  |

# 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

## 競争と差別化する「アンチアルゴリズム」という考え方

現代のマーケティングやSNS運用において、アルゴリズムへの最適化は不可欠です。

しかし、**数値上の正解を追う「アルゴリズム至上主義」は、ブランドの独自性やファンとの深い繋がりを損なう危険があります。**

多くの企業が数字を追求するあまり、どの媒体も似通ったコンテンツで溢れる「情報の同質化」が起きています。

アルゴリズムに好まれる定型的な発信は、短期的には効率的ですが、中長期的にはユーザーに飽きられ、ブランドが埋もれる原因となります。

そこで提唱されているのが、計算された正解からあえて外れる「アンチアルゴリズム」という考え方です。

これは単にアルゴリズムを無視するのではなく、ユーザーに深く刺さる表現を優先することを指します。

**数値だけでは測りきれない作り手の熱量やこだわりを投影**することで、効率性だけでは生み出せない「共感」や「信頼」を勝ち取ることができるのです。

アルゴリズムを理解しつつも、最後は「人対人」のコミュニケーションであることを忘れない姿勢が重要です。

**数値化できない「らしさ」を大切にすることこそが差別化を図り、持続可能なファンベースを築く鍵**となります。

このアプローチには唯一の正解がないからこそ、伴走するパートナーの存在が力になります。

SMCマーケティングは、お客様に最適なプランをご提案します。ぜひお気軽にご相談ください。