

SMC代表の

よもやま話

きたなシュラン

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



近くの商店街にあるきたなシュラン (とんねるずのみなさんのおかげでした流行ったけど、美味しい) 系の中華料理屋さんが残念ながら閉店してしまいました。明らかに私よりも年齢が刻まれた店舗です。腰の曲がったおじいさん、おばあさんが経営されていたのでいつかは、、、と覚悟していましたがとうとう閉店です。昨今の物価高もあると思いますが、やはり最大の課題は「後継者不足」。これは

かりは致し方がない現実です。税理士の視点で少し見れば、昔ながらの「自宅兼店舗」は家賃負担がない分、**資金的には楽という強みがありました。**それでもなお、暖簾を下ろすという決断。数字だけでは割り切れない、**事業承継の難しさを痛感します。**そういえば、昨年未も好きだった味噌おでん屋さんが後継者がおらず閉店しました。残念ですがまだまだあるお店を応援したいです。

若手税理士の税金教室



夏は、税務調査のハイシーズン!?

著者

SMC税理士法人:代表社員
多治見事務所:代表
長縄 龍哉

毎年夏から秋にかけては、**税務調査が本格化する時期と言われて**います。税務署では7月に人事異動が行われることが多く、新しい体制が整うと調査担当者が本格的に動き始めます。そのため、例年**8月後半から11月頃にかけて税務調査の件数が増加する傾向**があります。

さらに、今年は2026年9月から次世代基幹システム「KSK2」が導入され、税務署側ではAIや統計分析ツールとの連携がより深まります。

税務調査と聞くと、「何か悪いことをしていると来る」と思われる方もいますが、必ずしもそうではありません。**売上規模の拡大、長期間調査が行われていない、業種特有のリスクがあるなどの理由で調査対象となることもあります。**

税務調査でよく確認されるのは、売上の計上漏れ、役員や家族への支払い、交際費の内容、現金取引、棚卸資産の計上状況などです。

税務調査の対策として最も重要なのは、調査直前に慌てるのではなく、**日頃から適切な経理処理を行うことです。**領収書や請求書の保存状況、契約書の整備、会計データと実態の一致などを**改めて確認しておく**とよいでしょう。

夏は税務調査のハイシーズンです。「うちは大丈夫」と考えるのではなく、一度自社の経理体制を見直す良い機会として活用してみたいかがでしょうか。**税務調査は怖いものではなく、日頃の管理体制を確認する機会でもあります。**事前準備ができていれば、落ち着いて対応することができます。



夏のハイシーズンに向けて改めて確認!



01

領収書や請求書の保存状況

02

会計データと実態の一致

03

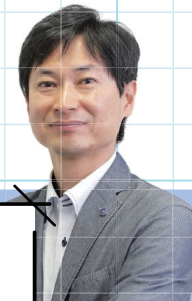
契約書の整備

中小企業の利益とお金にまつわるアレコレ

「経営計画」と「経営改善計画」は何が違う？ 目的と見せる相手の違い

著者

株式会社SMC総研
代表取締役
小川 弘郎



経営計画と経営改善計画、名前は似ていますが何が違うのでしょうか？どちらも会社の未来を描く大切なものですが、その「目的」と「見せる相手」が大きく異なります。

まず「経営計画」は、いわば自社の「羅針盤」です。3年後、5年後に会社をどう成長させたいか、そのためにどれだけの売上や利益が必要かを示すもので、主に見せる相手は「社長自身」と「社員」です。社内の目標を共有し、未来に向かって進むための“社内向け”の計画と言えます。そのため、社長や会社の「夢」達成計画となります。以前のコラムでお伝えした「月次決算」と連動させて毎月の進捗を確認することで、その効果はさらに高まります。

一方、「経営改善計画」は、主に「銀行をはじめとする外部関係者」に向けて作られる計画です。業績が悪化して資金繰りが厳しくなった時や、借入金の返済猶予（リスケジュール）を銀行にお願いする際などに作成を求められます。「無駄な固定費をどう削減

し、どうやって利益を出して確実にお金を返すのか」という具体的な再構築を示し、銀行からの支援を取り付けるための“外部へのコミットメント（約束）”としての役割を持ちます。そのため、計画の内容は実効性や実現可能性が要求されます。

経営計画で自社の未来を描き、万が一のピンチには経営改善計画で立て直す。どちらの計画も、中小企業の資金繰りや経営を安定させるためには欠かせません。いずれにしても「計画」を立ててそれに基づいて経営を行っていくことが中小企業には必要といえます。

SMCグループでは、自社の現状を正しく把握し、利益とお金を生み出すための各種計画策定をサポートしています。資金や経営の先行きにお悩みの方は、どうぞお気軽にご相談ください。

企業側 社労士による 人事戦略講座

その社会保険料、本当に合っていますか？ 算定基礎届と月額変更届

著者

社会保険労務士法人 緯・代表
山口 剛志



日本年金機構から「算定基礎届」が送付される時期です。算定基礎届は、4月・5月・6月に支払った給与を基に、9月から翌年8月までの社会保険料を決定するための手続きです。毎年行う手続きですが、新設法人や社会保険事務に慣れていない企業では未対応という場合も少なくありません。しかし算定基礎届を提出しない場合、年金事務所から督促を受けたり、職権によって保険料が決定されて余分な保険料を納めかねません。放置は禁物です。

一方で、実務上さらに注意したいのが「月額変更届（随時改定）」です。

月額変更届とは、固定的賃金の変動により給与額が大きく増減した場合に、社会保険料を見直すための手続きです。

この月額変更届の提出漏れが多く見受けられます。「昇給」「通勤手当の増額」「役員報酬の変更」「各種手当の変更・新設」時は要注意です。

手続きを怠ると、本来納めるべき社会保険料との差額につい

て、最大24か月分を遡って徴収されます。その際、会社負担分だけでなく、従業員負担分についても徴収が必要になります。しかし、過去の保険料を従業員へ請求すると、「なぜ今さら払わなければならないのか」「会社のミスではないのか」というトラブルに発展することも少なくありません。

社会保険の手続きは、一度漏れてしまうと後からの修正が大きな負担となります。月額変更届の対象にならないか、一度確認しておくことをお勧めします。

● 社会保険の主な手続き

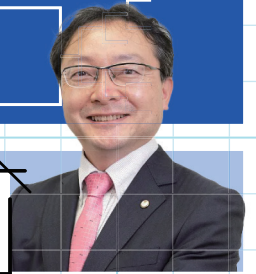
01 算定基礎届
毎年手続き

02 月額変更届
随時改定

一度確認がおすすめ！

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

非上場株式の評価方法に「60年ぶり」の大見直し!?

現在、中小企業のオーナーが所有する非上場株式の相続税評価ルールについて、抜本的な見直しに向けた議論が進められています。今秋（2026年秋）にも改正案がまとまり、税制改正を経て2028年1月からの新ルールが適用されると予想している専門家が少なくありません。

■なぜ今、見直しが入るのか？

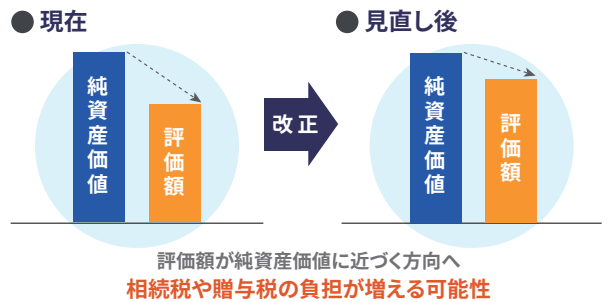
現行ルールでは、会社の規模が「大会社」に該当すると、類似する上場企業の株価を基にする「類似業種比準方式」を100%適用して株価を計算できます。しかし、この方法は実際の資産価値（純資産）よりも評価額が極端に低く抑えられる傾向があります。結果として、同じ資産規模でも大会社に仕立て上げることで莫大な金額の税負担を回避するような「行き過ぎた節税スキーム」が横行し、会計検査院からも不公平であると強い指摘が出ていました。

■今後の方向性と経営への影響

見直し後は、大会社であっても純資産の価値がより厳格に反

映される仕組みへと変わり、これまでに比べて株価の評価額が大きく引き上げられる（＝相続税や贈与税の負担が増える）可能性が濃厚です。一方で、事業承継の現場への悪影響を抑えるため、既存の「事業承継税制（納税猶予制度）」の要件緩和なども同時に検討される見通しです。

経営者や後継者の皆様にとっては、これまでの株価対策の前提が根底から覆る可能性があります。



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

【AI導入の落とし穴】「見せかけAI」に騙されないためには？

最近ニュース等で「AIで業務効率化」という言葉をよく目にしませんか？

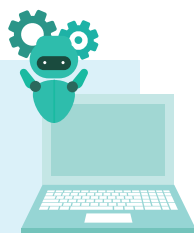
人手不足に悩む企業にとって魅力的な響きですが、ここには大きな落とし穴があります。

単純なプログラムや手作業に過ぎないのに、流行りに乗じて「AI」とラベルを貼っただけの「見せかけAI (AI Washing)」が急増しているのです。

安易に導入すると、金銭的損失や社会的信用の失墜につながりかねません。

騙されないために商談では、

- ① ベースのLLM・アルゴリズムは何か
- ② データの出所と二次利用の有無
- ③ AIが判断に迷った際の人間の介入法
- ④ 同業他社での具体的な削減時間
- ⑤ システムの弱点



という5つのポイントをストレートにぶつけてみましょう。「何でもできます」と答える業者は不誠実な可能性が高いです。

AIは正しく活用すれば、中小企業が大会社に対抗するための強力な武器になります。しかし、AIは魔法ではなく、特定の課題を解決する「道具」に過ぎません。

まずは今の業務フローを整理し、小さな範囲から試していく地道なステップこそが無駄な投資を防ぐ近道です。

「AIを導入すべきか迷っているが、高額な契約を迫られないか不安だ」

「今の広告施策が実は無駄だらけ？」

とお悩みの方は、ぜひ一度SMCマーケティングの「無料相談」をご利用ください。

トレンドに流されない「本質的な戦略」をご提案します。