

# 小川富也税理士事務所だより

編集発行人  
税理士・行政書士  
**小川 富也**  
〒796-0068  
八幡浜市浜之町180番地  
TEL 0894-24-3355  
FAX 0894-24-2882



## 1企業当たり経常利益31.4%増 中小企業庁が実態調査

中小企業庁が発表した「令和4年中小企業実態基本調査速報(令和3年度決算実績)」によると、1企業当たりの売上高は1億8010万円で前年度比5.0%増加した。1企業当たりの経常利益は871万円で31.4%増加した。1企業当たりの従業員数は9.2人となり0.8%減少した。

売上高の変化を産業別にみると、増加しているのは、不動産業・物品賃貸業(13.3%増)、小売業(12.3%増)など8産業。このうち、宿泊業・飲食サービス業は4.2倍、生活関連サービス業・娯楽業が2.2倍と大幅な増益となった。

社長の年齢構成比は70代が27.0%と最も高く、次いで60代が26.4%、50代が22.7%だった。

## 公示地価1.6%上昇 2年連続プラスに

国土交通省が発表した2023年1月1日時点の公示地価は、全国の全用途平均が前年比で1.6%上昇し、2年

連続でプラスとなった。用途別に見ても、住宅地、商業地いずれも上昇幅が拡大した。地域差はあるものの、新型コロナウイルス流行の影響が和らぎ、地価の回復傾向が鮮明となった。

地域別では、東京、大阪、名古屋の3大都市圏の全用途平均が2.1%上昇し、地方圏は1.2%の上昇だった。商業地は全国で1.8%上昇。オフィスや店舗が集まる都心部がけん引した。コロナ禍からの経済活動の正常化が進み、特にインバウンド(訪日外国人)回復期待から観光地での上昇が目立つ。

住宅地も都市部でマンション価格の高騰や交通利便性の

高い郊外の住宅需要が伸びて1.5%の上昇(22年は0.5%上昇)となった。

## 厚生労働省がLINE公式アカウント 助成金などの支援情報を提供

厚生労働省は、LINE公式アカウント(アカウント)を開設した名・厚生労働省)を開設した同省では、これまで情報提供ツールとして、新型コロナウイルス感染症に特化したLINE公式アカウントを運営していたが、今回、新たなアカウントを開設したことで、新型コロナウイルス感染症以外さまざまな支援情報も提供できるようになった。

新アカウントでは、支援情報(「新型コロナウイルス」、「雇用・労働」、「健康・医療」、「福祉・介護」、「年金」、「他の分野」の6分野)について自動で回答が表示されるFAQ機能を搭載している。

また、「プッシュ通知」機能もあり、定期的にメッセージを受け取ることもできる。



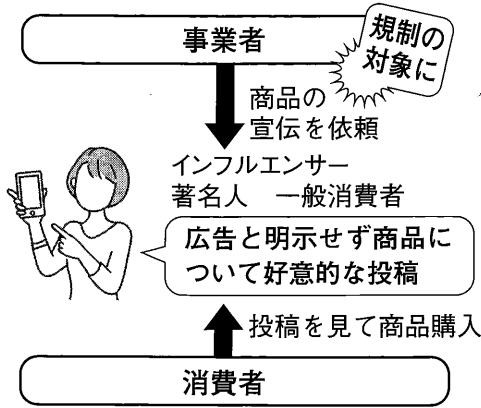
## 給与のデジタル払い

企業が銀行口座だけでなく、厚生労働大臣が指定した資金移動業者(OOPayなど)にも賃金を振り込むことができる制度で、4月1日に解禁された。

賃金の支払い・受取方法として、労働者側の同意がある場合に限り、企業はスマートフォン決済アプリや電子マネー口座に給与を支払うことができる。

デジタル払い先の口座に入金しておける金額については、100万円までという上限が設けられた。100万円を超えた場合、別の銀行口座などへ自動的に送金される仕組みで、送金先の銀行口座は、利用者があらかじめ登録する必要がある。

●ステルスマーケティングのイメージ●



「ステルスマーケティング」(ステマ)とは、広告主から金銭などの対価を受け取りながら、公平な口コミのような体裁を装いながら商品な

「ステルスマーケティング」(ステマ)とは、広告主から金銭などの対価を受け取りながら、公平な口コミのような体裁を装いながら商品などを宣伝する手法です。敵のレーダーに察知されないステルス戦闘機のように、消費者から広告と気づかれにくいことから名付けられました。ステマには、事業者が利用者を装って自社の商品やサービスを高く評価する「なりすまし型」や事業者が著名人等に金銭その他の経済的利益を提供しながら、それを隠して表示させる「利益提供型」などがあります。いずれの行為も消費者の商品選択の判断をゆがめるだけでなく、本来公正であるべき企業間の競争を阻害する行為ともいえます。



ステルスマーケティング  
景品表示法の禁止行為に  
— いわゆる「ステマ」の規制

そのために、消費者庁は、広告であることを隠して中立性を装う行為を景品表示法の「不当表示」に追加し、違反した場合は広告主を行政処分の

対象とすることを決めました。例えば、電子商取引(EC)サイトで指定された商品を購入し、高評価のレビューを書き込めば、購入代金が返金されたり、商品が無料になったりする、いわゆる「不正レビュー」「やらせレビュー」などが想定されます。自社製品の高評価を求めただけでなく、他社の商品をおとしめる書き込みも対象となります。また、事業者と投稿者などの間に関係が思と客観的に認められない関係があるケースも含まれます。例えば企業がSNS(交流サイト)で影響力のある「インフルエンサー」に金銭や物品、イベント招待など経済上の利益を提供し、目的に沿った書き込みがされた場合などが想定されます。

これらのは投稿は今後、「広告」「プロモーション」などの文言で事業者の表示と同一である旨を明示する必要があります。また広告の表示を大量のハッシュタグの中に埋もれさせて、わかりにくくした場合も禁止行為に該当します。あくまでも、消費者が「広告だとわかるように表示」する必要がありますということです。 どういうケースが広告なのかという点については線引きが曖昧である

ため、消費者庁は、「事業者が表示の内容の決定に関与した場合」は、広告とみなすとしています。例えば、①事業者自ら、あるいは社員が第三者に成りすまして投稿する  
②インフルエンサーに商品を提供してSNSに「おすすめ!」と投稿するよう依頼して、投稿してもらった。  
③消費者に報酬を支払い、高い評価の口コミを依頼して投稿してもらった。などのケースが想定されます。

■企業側の注意点■

表示方法については、消費者が事業者の表示であることを判別できるものであれば、問題とはならないとされています。そのため、例えば、インフルエンサーなどに商品の宣伝を依頼する際には、文章であれば文言中に「PR」「宣伝」といった文言を入れてもらうよう頼んだり、動画であればテロップで「広告」と表示してもらったりすれば、「不当表示」とされる判断される可能性はほとんどないと思われれます。また、気を付けて見ないとわからないほど小さな字で表示したり、一瞬だけ表示したりするなど、方法が不適切な場合は仮に「広告」と表示しても不当表示とされる可能性がありますので注意が必要です。



## ■経営者保証ガイドライン 経営者の個人保証 本年4月より見直し

本年4月より中小企業向け融資において、経営者が個人保証する「経営者保証」の仕組みが見直され、金融機関が保証人を求める場合は、その理由などについて具体的に説明することが義務づけられました。そこで今号では、「経営者保証ガイドライン」の概要と改正内容について取り上げます。

経営者保証とは、中小企業が金融機関から融資を受ける際、経営者個人が会社の連帯保証人となる（保証

### ●経営者保証ガイドラインの3要件●

- ① 法人と経営者の関係が明確に区分・分離されている
- ② 財務基盤が強化されており、法人のみの資産や収益力で返済が可能である
- ③ 金融機関に対し、適時適切に財務情報が開示されている

※3要件の全てまたは一部を満たせば、経営者保証なしで融資が受けられる可能性がある。

債務を負う）ことです。企業が倒産して融資の返済ができなくなった場合は、経営者個人が企業に代わって返済することが求められるため、経営者自らも自己破産に追い込まれるケースも少なくありません。

また、経営者による思い切った事業展開や早期の事業再生、円滑な事業承継を妨げる要因になっていると指摘されています。

こうした問題を背景に2014年から全国銀行協会と日本商工会議所が策定した「経営者保証に関するガイドライン」の適用が始まりました。

**【経営者保証ガイドラインの3要件】**  
ガイドラインでは、下記の3つの要件を満たすことで、経営者保証なしでの新規融資や、既に受けている

融資の経営者保証を解除できる可能性があるとしています。

- ① 法人と経営者との関係の明確な区分・分離
- ② 財務基盤が強化されており、法人のみの資産や収益力で返済可能
- ③ 財務状況の正確な把握、適時適切な情報開示等による経営の透明性の確保

例えば、事業上の必要が認められない法人から経営者への貸付は行わないことなどや、内部留保は潤沢ではないが、好業績が続いており、借入の順調な返済が可能である、年1回の決算報告に加え、定期的に試算表、資金繰り表等を借入金金融機関に提出し、業況報告する一などがあげられます。

ガイドラインでは、上述の①～③の3つの要件の全て、または一部を満たした場合、金融機関は、要件の充足度合いに応じて、経営者保証を求めないことなどを検討しなければならぬとしています。

経営者保証を解除するかどうかの最終判断は、金融機関に委ねられています。ガイドラインの適用により、近年、経営者保証に依存しない融資が増加傾向にあります。

#### 【改正点】

金融庁の発表によると、本年4月

以降、金融機関が事業資金の融資の際に個人保証を求める場合には、①どの部分が十分ではないために保証契約が必要となるのか、個別具体的な内容

②どのような改善を図れば保証契約の変更・解除の可能性が高まるか、個別具体的内容

上記①、②の内容について、経営者側に具体的に説明することが義務づけられました。加えて、金融機関は、保証人に対する説明内容を記録しなければなりません。

#### 【留意点】

今回の改正は、金融機関に経営者の個人保証に頼らず、事業性を評価した融資を促したり、また個人保証が不要と思われる融資先にまで個人保証をとっている場合は是正なども目的にしています。

企業が経営者保証を提供しない融資を希望する場合は、ガイドラインに定められた「法人と経営者との関係の明確な区分・分離」などの対応を取る必要がある一方、融資を実行する金融機関においては、無保証による貸し倒れリスクを慎重に検討することが予想されるため、今後の審査においては、これまで以上に、具体性の高い事業計画が求められる可能性があります。



# 令和5年度税制改正関連法が成立 NISA拡充やインボイス対応など

3月28日、NISAの拡充などを盛り込んだ令和5年度税制改正関連法が参院本会議で成立しました。中小企業関連では、主に次のような措置が行われました。

## 中小企業経営強化税制(延長)

中小企業等経営強化法による認定を受けた計画に基づく設備投資について、即時償却または税額控除10%のいずれかの適用を認める措置が2年間延長されました。

## 中小企業投資促進税制(延長)

一定の設備投資を行った場合、特別償却30%または税額控除7%のいずれかの適用を認める措置が2年間延長されました。

## 生産性向上や賃上げに資する中小企業設備投資に関する固定資産税の特例(創設)

雇用者全体の給与が1・5%以上増加することを従業員に表明し、市町村認定の「先端設備等導入計画」に基づき、年平均5%以上の投資利益率が見込まれる投資計画の対象となる機械装置等を導入した場合に、最大5年間、固定資産税を3分の2軽減する特例が創設されました。

## 中小企業防災・減災投資促進税制(拡充・延長)

認定を受けた事業継続力強化計画に基づき、自然災害に備える中小企業の防災・減災設備投資に特別償却18%を認める措置について、対象設備に耐震装置を追加した上で、2年間延長されました。

## インボイス負担軽減措置(創設)

10月スタートのインボイス制度の導入にあたり、中小企業・小規模事業者の負担軽減や影響最小化のため、次のような措置が講じられました。

①免税事業者がインボイス発行事業者になった場合の納税額を売上税額の2割に軽減する3年間の負担軽減措置

②一定規模以下の事業者の行う少額の取引につき、帳簿のみで仕入税額控除を可能とする6年間の負担軽減措置

③少額の返還インボイスについて交付義務を免除

※なお、10月1日からインボイス発行事業者になるための登録申請期日については、9月30日まで延長されています。

## 5月の税務と労務

### 一 税 務

- ★特別農業所得者の承認申請  
申請期限…5月15日
- ★個人の道府県民税・市町村民税の特別徴収税額の通知  
(1)通知方法…特別徴収義務者経由、納税義務者へ通知  
(2)通知期限…5月31日
- ★自動車税の納付  
(1)賦課期日…4月1日  
(2)納期限…5月中において都道府県の条例で定める日
- ★鉱区税の納付  
(1)賦課期日…4月1日  
(2)納期限…5月中において都道府県の条例で定める日
- ★4月分源泉所得税・住民税の特別徴収税額の納付  
納期限…5月10日
- ★3月決算法人の確定申告(法人税・消費税・地方消費税・法人事業税・(法人事業所税)・法人住民税)  
申告期限…5月31日
- ★3月、6月、9月、12月決算法人・個人事業者の3月ごとの期間短縮に係る確定申告(消費税・地方消費税)  
申告期限…5月31日
- ★法人・個人事業者の1月ごとの期間短縮に係る確定申告(消費税・地方消費税) 申告期限…5月31日
- ★9月決算法人の中間申告(法人税・消費税・地方消費税・法人事業税・法人住民税)(半期分)  
申告期限…5月31日
- ★消費税の年税額が400万円超の6月、9月、12月決算法人・個人事業者の3月ごとの中間申告(消費税・地方消費税)  
申告期限…5月31日
- ★消費税の年税額が4,800万円超の2月、3月決算法人を除く法人・個人事業者の1月ごとの中間申告(1月決算法人は2ヵ月分、個人事業者は3ヵ月分)(消費税・地方消費税) 申告期限…5月31日
- ★確定申告税額の延納届出による延納税額の納付  
納期限…5月31日

### 一 労 務

- ★健保・厚保の保険料の納付 納期限…5月31日

組織運営には、上司から部下に伝える「上意下達」は必要です。しかし、上司は指示するだけ、部下はそれに従うだけにとどまっています。企業の実績は、ありません。それだけではなく、「下意上達」、つまり、部下からも上司に対し、言うべきことがある環境が「全員参加型経営」には欠かせません。たとえ若手社員であっても、一人ひとりが一つの独立経営体の主人公であり、経営者であるという心構えを持ち、改善すべきと思っ

## 上意下達と下意上達

たことを提案するなど、若手社員にも、主体的な経営への参加が求められます。▼全員参加型経営を目指すには多様な意見を尊重することも大切です。多様な意見を生むのは、多様な個性です。一人ひとりの個性を互いに受け入れ、尊重し、切磋琢磨することが欠かせません。▼組織において「下意上達」が行き渡り、多様な個性が生かされることで、知恵は集まります。すなわち、競争力の強化につながるのです。