

補助金採択後の経営力向上計画を検討していますか？

第10回事業再構築補助金は6月30日(金)、15次ものづくり補助金は7月28日(金)が公募締切となっています。これから申請される会社、すでに申請された会社は書類の準備など大変だったかと思います。

無事に補助金が採択をされた後、経営力向上計画の申請について検討していますでしょうか。

経営力向上計画の認定を得ることで、税制優遇を受けることができ、大きな節税効果が期待できます。今回は経営力向上計画(A 類型)を申請するにあたり、対象資産、税制優遇などをまとめさせていただきます。

○対象資産

設備の種類	細目	最低価格	販売開始時期
機械装置	全て	160万円以上	10年以内
工具	測定工具及び検査工具	30万円以上	5年以内
器具備品	全て	30万円以上	6年以内
建物付属設備	収益を獲得するために行う活動の用に直接供される資産が対象	60万円以上	14年以内
ソフトウェア	設備の稼働状況等に係る情報収集機能及び分析・指示機能を有するもの	70万円以上	5年以内

※中古資産は対象になりません。

○税制優遇

・中小企業経営強化税制（即時償却又 or 取得価格の10%税額控除）

○申請期限

・原則、設備取得前に認定を受ける

※設備取得後でも認定を受けられる特例あり（取得後60日までに提出）

○準備すること、確認すること

・G Biz ID の取得

・工業会証明書が発行されるか（ベンダー・メーカーに問い合わせ）

※工業会証明書が発行されなくても、認定を受けられる場合あり（B 類型など）

○注意事項

・申請書提出から認定までは約1か月

・税制の適用を受けるためには、事業年度内に認定を受ける必要あり

補助金を活用しない場合でも、金額が大きい設備投資の予定がありましたらご相談ください。

中小企業と大企業どっちが稼いでる!?

国税庁が令和5年3月に発表した会社標本調査についてご紹介します。

令和3年度分会社標本調査は、令和3年4月1日から令和4年3月31日までの間に終了した事業年度について、約280万社の法人の売上、所得、欠損金その他の情報を集計したものです。

I 資本金1億円以下の中小法人 法人数は全体の99.4%、売上合計774兆円、所得合計27兆円

業種	法人数 社	利益計上法人(黒字会社)				欠損法人(赤字会社)			
		黒字法人数 社	黒字割合 %	平均売上 百万円/社	平均所得 百万円/社	赤字法人数 社	赤字割合 %	平均売上 百万円/社	平均 繰越欠損金 百万円/社
不動産業	355,807	160,170	45.0%	175.2	18.4	195,637	55.0%	54.8	4.0
金融保険業	48,490	20,200	41.7%	223.3	31.3	28,290	58.3%	129.4	12.6
建設業	457,123	192,753	42.2%	345.2	17.9	264,370	57.8%	111.4	4.1
サービス業	851,955	333,485	39.1%	345.8	23.4	518,470	60.9%	135.9	5.9
卸売業	230,505	87,512	38.0%	1,228.4	42.4	142,993	62.0%	297.5	5.9
鉱業	3,077	1,134	36.9%	1,099.7	67.9	1,943	63.1%	177.3	10.5
農林水産業	35,890	12,792	35.6%	255.1	14.0	23,098	64.4%	141.3	6.5
運輸通信公益事業	94,551	32,834	34.7%	725.7	34.6	61,717	65.3%	225.3	12.5
製造業	308,218	99,217	32.2%	5,398.7	49.8	209,001	67.8%	1,456.8	7.9
小売業	311,828	99,268	31.8%	686.1	23.4	212,560	68.2%	177.7	4.5
料理飲食旅館業	132,455	37,991	28.7%	238.2	15.0	94,464	71.3%	110.9	9.2
合計	2,829,899	1,077,356	38.1%	461.4	25.8	1,752,543	61.9%	153.3	6.0

II 資本金1億円超の大規模法人 法人数は全体の0.6%、売上合計393兆円、所得合計29兆円

業種	法人数 社	利益計上法人(黒字会社)				欠損法人(赤字会社)			
		黒字法人数 社	黒字割合 %	平均売上 百万円/社	平均所得 百万円/社	赤字法人数 社	赤字割合 %	平均売上 百万円/社	平均 繰越欠損金 百万円/社
不動産業	1,110	893	80.5%	16,803.2	2,300.8	217	19.5%	1,634.5	425.2
金融保険業	2,066	1,370	66.3%	36,657.5	3,578.5	696	33.7%	3,149.9	457.5
建設業	686	617	89.9%	40,996.3	2,783.2	69	10.1%	7,565.9	257.8
サービス業	4,449	2,834	63.7%	13,144.4	1,505.3	1,615	36.3%	2,375.6	296.1
卸売業	1,972	1,699	86.2%	42,276.9	1,432.5	273	13.8%	10,815.7	393.3
鉱業	56	42	75.0%	34,458.6	9,923.7	14	25.0%	10,900.2	3,779.6
農林水産業	73	37	50.7%	11,729.6	634.9	36	49.3%	706.3	144.8
運輸通信公益事業	1,457	1,152	79.1%	28,951.7	2,228.9	305	20.9%	16,602.3	2,068.7
製造業	4,059	3,212	79.1%	204,788.9	2,913.9	847	20.9%	86,688.9	937.0
小売業	655	463	70.7%	56,039.9	2,900.5	192	29.3%	16,683.2	787.0
料理飲食旅館業	200	89	44.5%	16,317.2	1,064.4	111	55.5%	4,154.7	652.9
合計	16,783	12,408	73.9%	29,285.7	2,351.7	4,375	26.1%	6,910.6	621.8

(注1) 製造業には繊維工業、出版印刷業、化学工業、鉄鋼金属業、機械工業、食料品製造業、その他の製造業を含みます

(注2) 欠損法人には繰越欠損金を控除した結果、所得が0円となった法人を含みます

融資相談をする際のポイント

長きに渡ったコロナ禍からの売上回復、原価の高騰、人件費の上昇等、皆様も顧問先の経営者様からご相談される機会が多いのではないのでしょうか。企業のコスト増加要因が非常に多い中で資金対策については是非これまで以上に注意を払い取り組んでいただきたいと思います。今回は資金需要の増加にあたり融資相談をする際のポイントを金融機関の視点も踏まえてお話しさせていただきます。

【資金用途を明確に】

一般的に下記のように運転資金を計算します。

《経常運転資金＝売上債権＋棚卸資産－仕入債務》

金融機関は申込金額が妥当かどうか、2～3期分の決算書を確認し動きのない不良債権はないか、不良在庫はないか確認し審査をします。その上で金融機関に融資金額と共に資金用途を明確に伝えることは重要です。その資金は何に使用するのか。借入することでどのような成果が得られるのか。利益が計上でき返済が確実である点等、運転資金の場合、資金用途の具体的な内容や直近試算表以外の資料を銀行から要求されないケースが多いですが、銀行担当者からすると以上のような情報が明確に説明できれば、審査をスムーズに進めることが出来る為、こちら側から情報を伝えていきましょう。

【資金繰り表の活用】

資金繰り表とは「企業の資金がいつ・いくら足りなくなるのか」を確認する為の資料であり、融資の申込金額に妥当性があるか否かを判断する為に必要となっています。売上・仕入と入金・支払のタイミングはどの業種でもズレるのが一般的です。その為、損益が黒字であっても現預金はマイナスであったり、その逆の状況も頻繁に起こります。こうしたことから、各金融機関は損益とは違う視点で企業の実態を把握する必要があります。その為、金融機関は資金繰り表も重要視しています。自社で作成することで実際にいくら資金が必要なのかを把握することができますし、数字に強い経営者として金融機関からも信頼を得ることができるようになりますので、直近の決算書からは是非資金繰り表を作成してみましょう。

【融資相談は時期も大事】

金融機関の成績は4月～9月の上半期、10月～3月が下半期で9月末に半期の数字の仮決算を行います。この仮決算の成績は対外的に公表をする為、どの銀行もこの7月以降は9月末の仮決算に向けて、融資残高の増強を目指し、融資提案や新規開拓が活発になっていきます。融資相談をするチャンスの時期とも言えます。

金融機関が新規開拓をする際には、事前に会社 HP、不動産の登記簿謄本、帝国データバンク等を活用し、融資できる可能性が高い企業に訪問します。もし取引銀行だけでなく既存取引の無い金融機関の渉外担当者が、飛び込みで営業に来た際には、いい提案を受けるチャンスかもしれませんので門前払いするのではなく、決算書を渡した上で、提案を聞いてみるのもいいでしょう。

【最後に】

今月は資金調達の中で銀行融資を受ける際のポイントをご説明させていただきました。融資相談の極意は早め早めに相談をすることです。資金繰りに厳しくなってから相談しても金融機関の融資審査での見方も厳しくなっていきます。最悪の場合、資金調達できないケースもあります。企業のコスト増加要因を意識し、万一にも困った際に資金の調達手段を事前に考えておけば選択の幅も広がります。様々な資料が必要になりますが、事前に準備して資金需要に合わせ、早めの融資相談をすることで銀行の融資可能額を把握しておくことも大事です。今回のポイントを押さえ、資金対策については是非これまで以上に余裕をもってご準備をしていただきたいと思います。

雇用契約書の作成における注意点

雇用契約書の取り交わしは実施されているでしょうか。雇用契約書は使用者と労働者との間で、労働条件についての合意文書として重要な役割を担います。そのため会社と労働者との間に認識のズレが生じないように、給与額や雇用条件の変更時期には、社員一人一人と取り交わします。

①労働契約とは

使用者と労働者との間で「労務の提供」と「労働の対価としての賃金の支払い」についての合意がなされることを労働契約と言います。労働基準法では、「労働契約の締結の際には、賃金および労働時間等の一定の事項については、書面により明示しなければならない。」と規定されています。また、「明示された労働条件と事実が相違する場合は、労働者は労働契約を即時に解除することが出来る」と法律で定められていますので、実態と乖離がないよう十分注意が必要です。労働者との齟齬が生じないように専門家の意見を聞くことをお勧め致します。

②労働条件通知書と雇用契約書の違い

労働条件通知書とは、使用者が労働者へ労働条件を明示するために使用する書面を言います。一方、雇用契約書とは、使用者と労働者の間に成立した雇用契約の内容を記したものであり、さらに両者の署名又は記名押印を必要としますので、合意がなされたことを証明する書面としての効力を持ちます。

また、2019年4月施行の法改正より、書面以外の通知方法（労働者が希望した場合に限り、ファクシミリや電子メール等の送信による労働条件の明示方法）も可能となりました。

労働条件通知書のみで運用されている会社も多いですが、労働者との合意を証明する文書として保管するために、雇用契約書の運用をお勧め致します。

③雇用契約書の記載内容

雇用契約書の記載内容には大きく二種類あります。具体的には次の通りです。

(1) 書面で明示しなければならない項目（絶対的記載事項）

⇒雇用契約書に必ず記載して下さい。

- ・雇用契約の期間、雇用期間更新の有無
- ・就業場所、仕事の内容
- ・始業終業時刻、休憩時間、休日、休暇
- ・所定労働時間を超える労働の有無
- ・賃金の決定、計算、支払いの方法
- ・退職に関する事項（解雇の事由を含む）

*パートタイマーであれば以下の項目も同様に、書面での明示義務があります。

- ・昇給の有無
- ・退職手当の支給の有無
- ・賞与の支給の有無
- ・労働条件に関する相談窓口

(2) 制度があれば、書面又は口頭で明示しなければならない項目（相対的記載事項）

⇒雇用契約書に記載することをお勧めします。

- ・昇給の有無
- ・退職手当の定め（労働者の範囲、決定方法、計算方法、支払の時期）
- ・臨時に支払われる賃金（賞与など）
- ・災害補償、業務外の傷病扶助に関する事項
- ・社員負担の食費、作業用品費
- ・安全衛生、職業訓練、表彰、制裁、休職

④雇用契約書の取り交わしの実務ポイント

(1) 雇用契約書は給与額や雇用条件の変更時期には取り交わしましょう。また、賃金以外の労働条件が例年と同じ内容であっても、雇用契約書を繰り返し、読み返しますので、「知らなかった。見落としていた。」といった説明不足を減らすことができるので取り交わしを推奨します。

(2) 会社控、本人控の2通を用意しましょう。

1通のみ作成しても、契約書としては成立しますが、トラブルが起きたとき、すぐに双方で雇用契約書が確認できるように2部作成します。

また、その場でサインしてもらうのではなく、一旦持ち帰って次の日に提出してもらうようにします。「その場でサインを強要された」等と言われないように雇用契約書の内容を十分に確認する時間を与えるためです。翌日回収できない場合であっても、「5日以内」等の期限を明確に設けましょう。

(3) 該当の給与計算期間前に取り交わしましょう。

賃金の内容に変更がある場合は、必ず、その給与計算期間が始まる前に取り交わしを行います。

⑤令和6年4月より労働条件明示の制度改正！

- (1) 全ての労働契約の締結時と有期労働契約の更新時に、就業場所・業務の変更の範囲を明示
- (2) 有期労働契約の締結時と更新時に、更新上限（通算契約期間または更新回数の上限）の有無と内容を明示
- (3) 無期転換申込権が発生する更新のタイミングごとに、無期転換申込機会と無期転換後の労働条件の明示

雇用契約書の作成や、就業規則の見直しについてお困り事がございましたら、ぜひご相談下さい。



『ストーリーブランディング100の法則』

川上 徹也(著)
 日本能率協会マネジメントセンター
 (2023/4)
 1,815円

人気コピーライターが考える顧客に「商品の価値を伝える」のストーリーの立て方のメソッド本です！

【感想】

日本の製品やサービスは、価格が低く、品質の高い商品が多く存在しています。

そのため、自社の商品を自画自賛する企業も多いでしょう。

ただ、物＝商品そのものを売ろうとすると「品質」「価格」「広告」が土俵に立ってしまい、中小企業においては、どうしても大手企業に負けてしまい、お客様からいい商品だと思ってもらえる可能性が低くなりがちです。

本書では、「ストーリーブランディング」として、物語(ストーリー)の力で、お店、会社、商品を輝かせる具体的な手法や、物語の種の植え方として、成功事例を多く紹介しています。

ストーリーブランディングを行う目的としては、人が買い物するときやサービスを受ける際の行動原理として、2つ定義しています。

1. 頭で買う＝理性的消費 → 普段の買い物や食事など。実用性、利便性を求める時に働く。
2. 心で買う＝感情的消費 → 趣味などの実用的ではないが商品に一目惚れしてしまった時に働く。

理性的消費は、ライバルとの差別化は難しく、規模が大きい会社が圧倒的有利です。

ストーリーブランディングを使用する際は、

感情的消費を目指して、人間の感情を揺さぶる「物語(ストーリー)」を利用してみましょう。

【以下引用】

・あなたの商品、会社、お店が売れ続けるためには、満足の上をいく、心に響く何かを提供する必要があります。これで初めて、お客さんの「記憶に残る」ことができるのです。

そのために必要な要素が「物語(ストーリー)」なのです。

例えば、以下のようなものが「物語の種」になります。

- ① 経営者や創業者の「生い立ち」「志」「理念」「キャラクター」
- ② ファンを育てるコミュニティ活動や社会貢献活動
- ③ 経営理念やスローガンなどのフレーズ
- ④ その会社ならではの制度
- ⑤ 従業員の接客対応

・「志」「理念」「哲学」「世界観」「ビジョン」「ミッション」(流行りの言葉でいうと「パーパス)などは、外部だけではなく、内部に向けてもきっちり発信していきましょう。いわば会社やお店が「進むべき道」を示すということです。

価値＝コトを売るためのストーリーの設計のやり方や、具体的な事例が詰まった一冊です。

本書を読めば、物語の種のヒントが見つかるかもしれません。