

週刊WEB

# 企業 経営

MAGA  
ZINE

Vol.815 2023.3.22

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2023年3月9日号

## 2022~2024年度経済見通し

~22年10-12月期GDP2次速報後改定

経済・金融フラッシュ 2023年3月16日号

## 貿易統計(23年2月)

~中国向けを中心に輸出の低迷が続く

経営TOPICS

統計調査資料

## 機械受注統計調査報告

(令和5年1月実績)

経営情報レポート

## 厳しい経営環境を乗り越える 中小企業の経営強化のポイント

経営データベース

ジャンル:税務戦略 > サブジャンル:税務調査

## 税務調査の区分

## 売上と仕入の調査ポイント

発行:税理士法人ネクサス

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

# 2022～2024年度経済見通し ～22年10-12月期GDP2次速報後改定

ニッセイ基礎研究所

＜実質成長率:2022年度1.2%、2023年度1.0%、2024年度1.6%を予想＞

**1** 2022年10-12月期の実質GDP（2次速報値）は、1次速報の前期比0.2%（年率0.6%）から前期比0.0%（年率0.1%）に下方修正された。



(資料) 内閣府経済社会総合研究所「四半期別GDP速報」

**2** GDP2次速報の結果を受けて、2月に発表した経済見通しを改定した。実質GDP成長率は2022年度が1.2%、2023年度が1.0%、2024年度が1.6%と予想する。

2022年10-12月期の実績値の下振れを受けて、2022年度の見通しを▲0.1%下方修正した。

**3** 輸出が景気の牽引役となることは当面期待できないが、高水準の貯蓄や賃上げの進展を背景に民間消費が回復し、国内需要中心の成長が続くだろう。

2023年の春闘賃上げ率は3.00%と1994年以来の3%台になると想定する。

米国、ユーロ圏のマイナス成長が小幅にとどまることから、日本は景気後退が回避

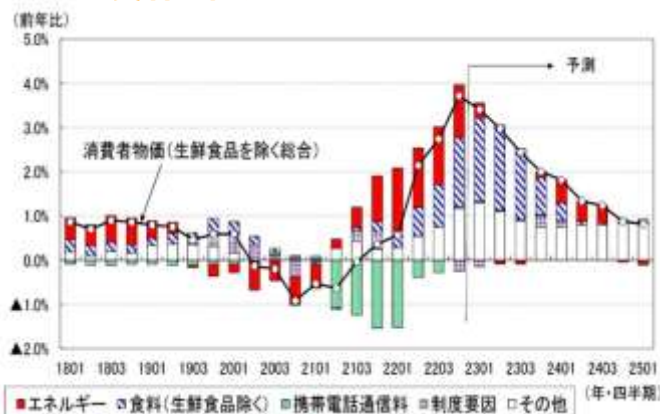
されることをメインシナリオとしているが、景気の回復力は脆弱で下振れリスクが残る。

**4** 消費者物価上昇率（生鮮食品を除く総合）は、2023年2月には政府の物価高対策の影響で4%台から3%程度へ低下するが、電気料金の値上げが認可されれば、エネルギー価格が再び上昇する。

原材料コストを価格転嫁する動きは弱まる一方、賃上げ率の高まりを受けてサービス価格の上昇ペースが徐々に高まるだろう。

消費者物価上昇率（生鮮食品を除く総合）は、2022年度が3.0%、2023年度が2.3%、2024年度が1.1%と予想する。

## 消費者物価(生鮮食品を除く総合)の予測



(注) 制度要因は、消費税、教育無償化、Go To トラベル事業、全国旅行支援

(資料) 総務省統計局「消費者物価指数」2004までは2015年基準、2101以降は2020年基準

「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」よりご確認ください。

# 貿易統計(23年2月) ～中国向けを中心に輸出の低迷が続く

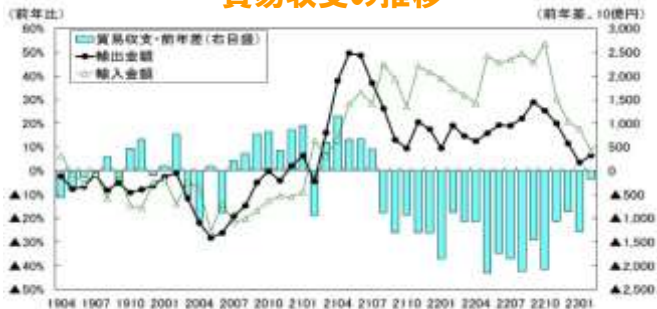
ニッセイ基礎研究所

## 1 貿易赤字(季節調整値)は縮小

財務省が3月16日に公表した貿易統計によると、23年2月の貿易収支は▲8,977億円の赤字となったが、赤字幅は事前の市場予想(QUICK集計:▲10,693億円、当社予想は▲9,515億円)を下回る結果となった。

輸出が前年比6.5%(1月:同3.5%)と前月から伸びを高める一方、円安、原油高の一服により輸入が前年比8.3%(1月:同17.5%)と伸びが大きく鈍化したため、貿易収支は前年に比べ▲1,862億円の悪化となった。

### 貿易収支の推移



(資料) とともに財務省「貿易統計」

## 2 輸出は中国向けが持ち直す一方、 欧米向けは低迷が続く見込み

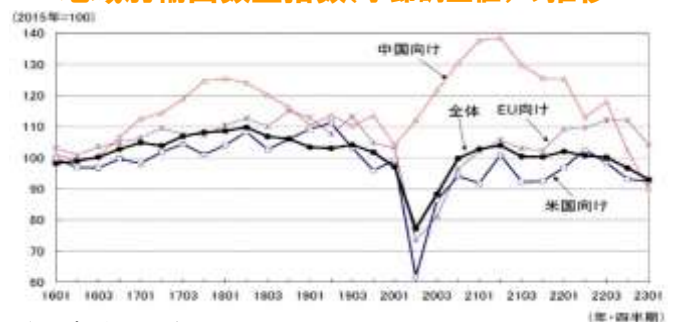
23年2月の輸出数量指数を地域別に見ると、米国向けが前年比▲1.3%(1月:同▲3.4%)、EU向けが前年比1.4%(1月:同▲4.3%)、アジア向けが前年比▲12.8%(1月:同▲15.4%)、うち中国向けが前年比▲27.2%(1月:同▲30.6%)となった。

23年2月の地域別輸出数量指数を季節調整値(当研究所による試算値)で見ると、米国向けが前月比5.4%(1月:同▲3.8%)、EU向けが前月比0.5%(1月:同▲6.6%)、アジア向けが前月比4.6%(1月:同▲4.8%)、うち中国向けが前月比6.4%(1月:同▲9.2%)、全体では前月比1.8%(1月:同▲2.4%)となった。

アジア向け、中国向けは春節の時期のずれ(2022年は2/1～、2023年は1/22～)の影響で、実勢よりも1月が弱め、2月が強めに出ている可能性があるため、基調を判断するためには1、2月を均して見る必要がある。23年1、2月の平均を22年10-12月期と比較すると、米国向けが▲0.9%、EU向けが▲6.9%、アジア向けが▲5.2%、中国向けが▲11.7%、全体では▲3.8%低い。

海外経済の減速を受けて、主要国・地域向け全ての輸出が低調で、特に中国向けの落ち込みが大きくなっている。

### 地域別輸出数量指数(季節調整値)の推移



(注) 直近は23年1月、2月の平均

経済・金融フラッシュの全文は、  
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」  
よりご確認ください。

# 機械受注統計調査報告 (令和5年1月実績)

内閣府 2023年3月16日公表

## 2022(令和5)年1月の機械受注動向

### 1 需要者別受注動向(季節調整値)

最近の機械受注の動向を前月比で見ると、受注総額は、12月4.7%増の後、2023年1月は10.2%減となった。

需要者別にみると、民需は、12月2.8%減の後、1月は12.0%増となった。

このうち、民間設備投資の先行指標である「船舶・電力を除く民需」は、12月0.3%増の後、1月は9.5%増となった。内訳をみると製造業が2.6%減、非製造業(船舶・電力を除く)が19.5%増であった。

一方、官公需は、12月8.5%減の後、1月は地方公務、運輸業で減少したものの、防衛省、国家公務等で増加したことから、5.4%増となった。

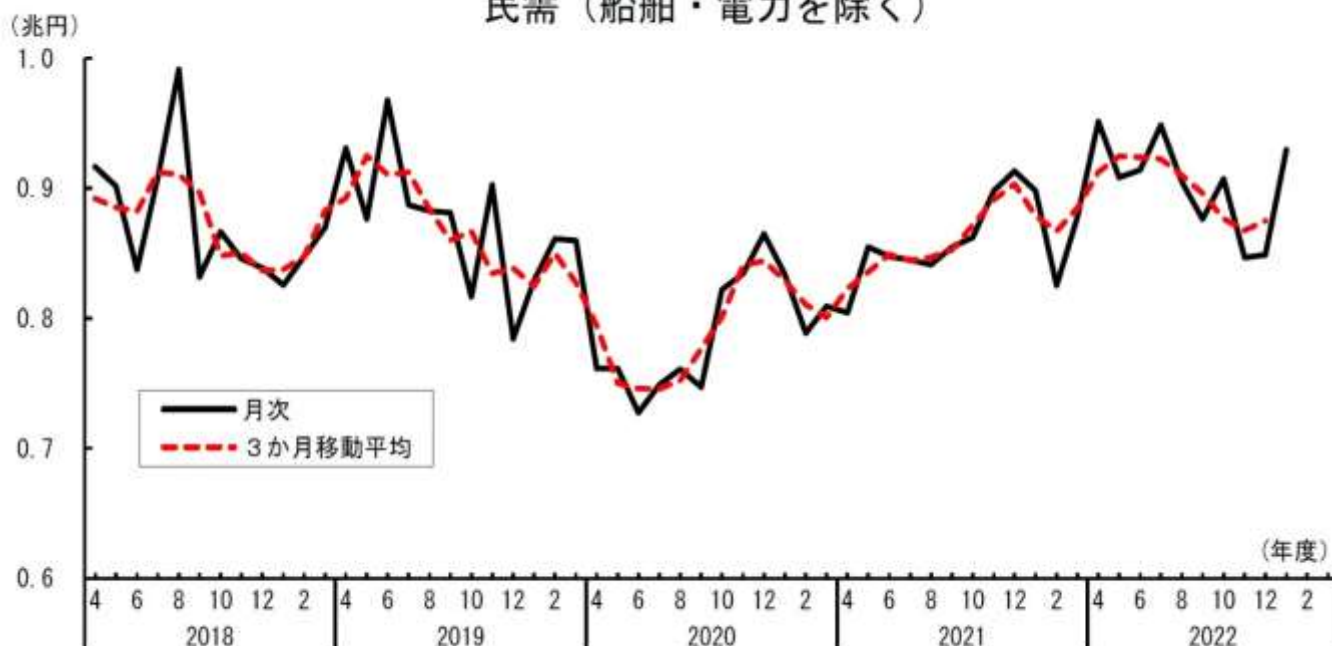
また、外需は、12月10.5%増の後、1月は工作機械で増加したものの、電子・通信機械、鉄道車両等で減少したことから、25.2%減となった。

なお、最終需要者が不明である代理店経由の受注は、12月0.1%増の後、1月は道路車両、産業機械等で減少したものの、重電機、鉄道車両で増加したことから、2.8%増となった。

### 令和5年1月の機械受注実績

#### 機械受注は、足踏みがみられる

#### 民需(船舶・電力を除く)



## 2 民需の業種別受注動向(季節調整値)

製造業からの受注を前月比で見ると、合計では、12月2.5%増の後、1月は2.6%減となった。

1月の受注を業種別にみると、前月比で増加したのは17業種中、窯業・土石製品(85.4%増)、パルプ・紙・紙加工品(48.3%増)等の9業種で、非鉄金属(47.6%減)、情報通信機械(15.9%減)等の8業種は減少となった。

一方、非製造業からの受注を前月比で見ると、合計では、12月4.6%減の後、1月は19.3%増となった。

1月の受注を業種別にみると、前月比で増加したのは12業種中、建設業(99.0%増)、運輸業・郵便業(83.5%増)等の8業種で、鉱業・採石業・砂利採取業(72.3%減)、不動産業(28.2%減)等の4業種は減少となった。

### 対前月(期)比

(単位:%)

期・月 需要者	2022年 (令和4年)				2023年 (令和5年)				
	1-3月 実績	4-6月 実績	7-9月 実績	10-12月 実績	1-3月 見通し	10月 実績	11月 実績	12月 実績	1月 実績
受注総額	△8.8	16.6	△9.3	△1.0	3.8	0.8	0.2	4.7	△10.2
民需	△11.0	9.5	△1.9	△8.3	3.0	△1.1	△1.1	△2.8	12.0
〃(船舶・電力を除く)	△2.7	6.7	△1.6	△4.7	2.9	3.5	△6.7	0.3	9.5
製造業	1.3	5.7	△2.8	△10.6	10.2	△4.1	△8.0	2.5	△2.6
非製造業(除船舶・電)	△5.2	6.9	△0.4	2.1	△3.2	9.0	△2.1	△3.2	19.5
官公需	△4.2	4.0	△8.4	△3.6	19.7	0.3	△5.0	△8.5	5.4
外需	△6.7	22.6	△12.8	2.4	△2.3	△2.1	1.2	10.5	△25.2
代理店	△10.8	10.4	△3.7	1.4	3.5	△1.4	0.4	0.1	2.8
民需(船舶電力を除く) 3か月移動平均	-	-	-	-	-	△2.2	△1.0	0.9	-

(備考) 1. 季節調整値による。季節調整系列は個別に季節調整を行っているため、需要者別内訳の合計は全体の季節調整値とは一致しない。

2. △印は減少を示す。

3. 見通しは2022年12月末時点の調査。

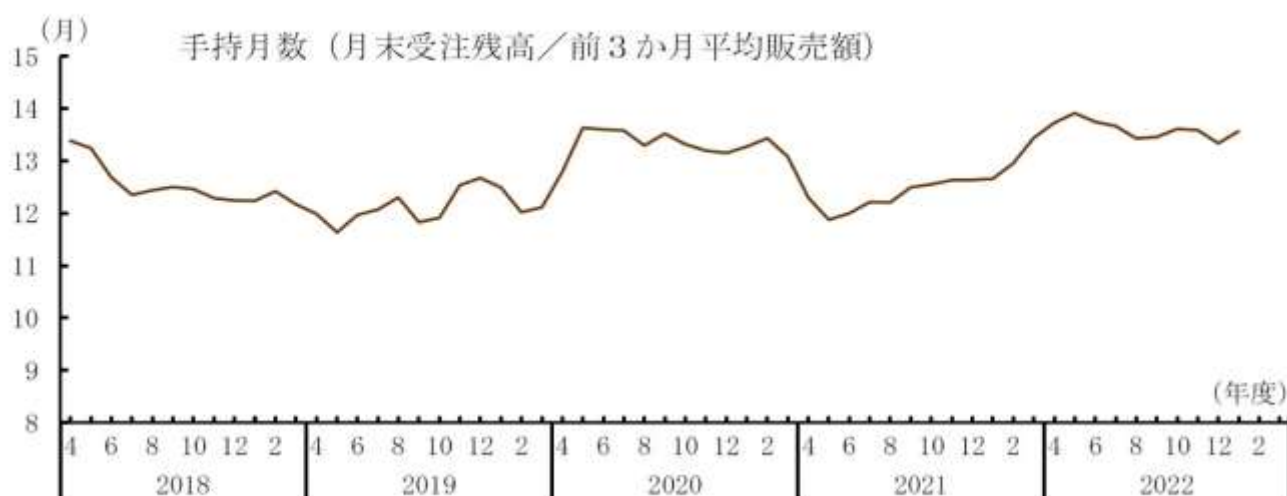
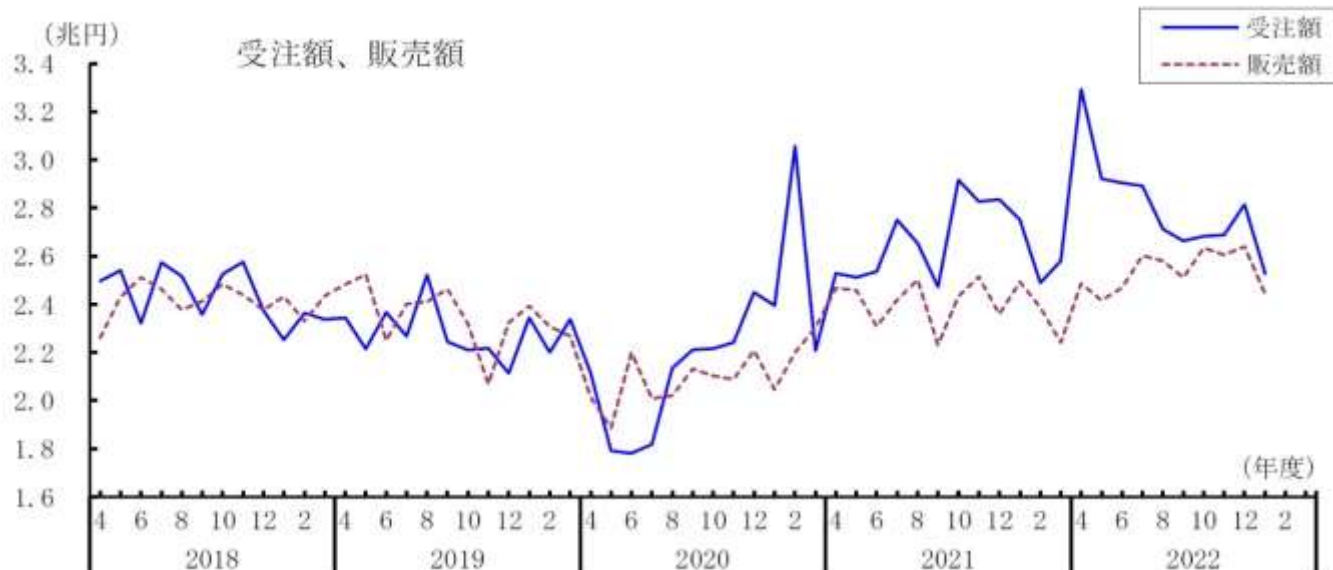
4. 2023年1月調査(同年3月16日公表)において、季節調整系列の遡及改訂を行ったため、それに伴い「2023年1~3月見通し」(同年2月16日公表)も改訂されている。

## 3 販売額、受注残高、手持月数(季節調整値)

1月の販売額は2兆4,421億円(前月比7.5%減)で、前3か月平均販売額は2兆5,623億円(同2.4%減)となり、受注残高は34兆7,563億円(同0.8%減)となった。

この結果、手持月数は13.6か月となり、前月差で0.2か月増加した。

受注額、販売額、受注残高、手持月数(総額、季節調整値)



機械受注統計調査報告(令和5年1月実績)の全文は、  
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



経営情報  
レポート  
要約版



経営

厳しい経営環境を乗り越える

# 中小企業の 経営強化のポイント

1. 中小企業の経営強化を目指した法令の概要
2. 経営革新計画策定のポイント
3. 中小企業の経営強化による支援措置
4. 経営力向上につながった実践事例



## 参考資料

- 【中小企業庁】：「経営革新計画」  
「経営力向上計画策定の手引き」  
「中小企業等経営強化法に基づく支援措置活用の手引き」  
「中小企業等経営強化法経営力向上計画実践事例集」

# 1

## 企業経営情報レポート

# 中小企業の経営強化を目指した法令の概要

中小企業は、人材不足や生産性向上への対応が急務となっています。そのためには、自社で新たな収益拡大の機会となる新規事業の検討や、IT の導入等での省力化による生産性の向上などの取り組みが必要といえます。これらの経営強化を図るための対策を国や行政が後押ししています。本レポートでは、自社の経営強化につながる政策および事例などについて解説します。

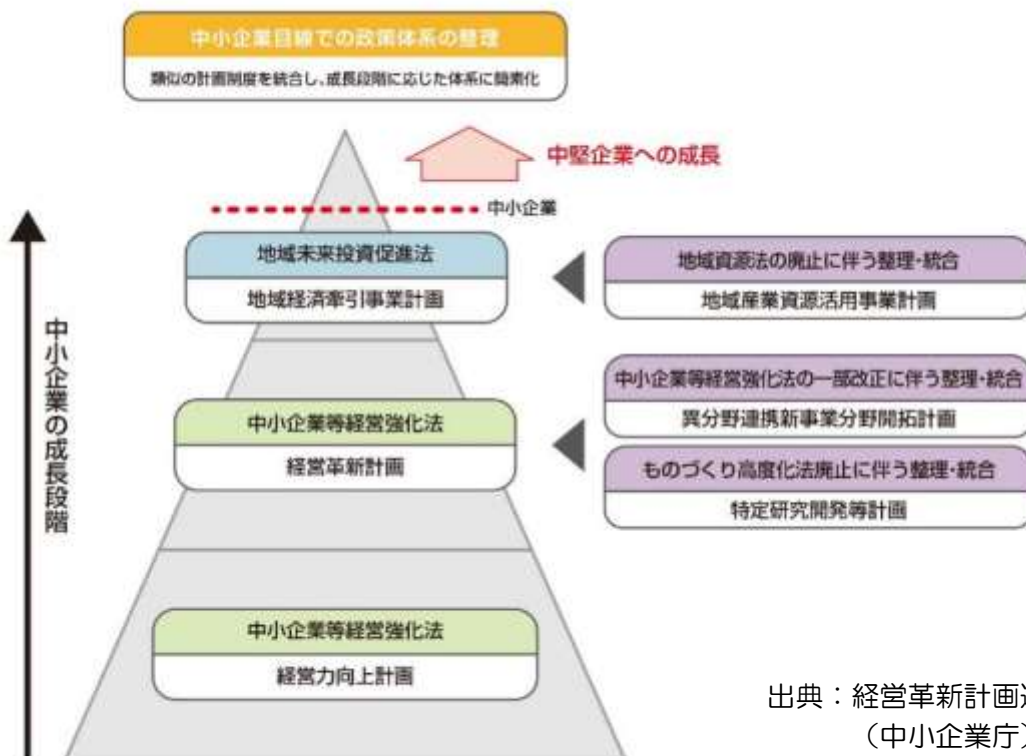
### ■ 中小企業等経営強化法の概要

#### (1) 中小企業等経営強化法とは

中小企業等経営強化法とは、中小企業が「稼ぐ力」を身につけることを、国が後押しするために整備された法律です。具体的には、国が生産性向上に役立つ取り組みを分かりやすく中小企業・小規模事業者等に提供し、生産性を向上させるための取り組みの計画を策定した事業者等を税制面・金融面で支援することが定められています。

2020年10月1日に施行された「中小企業成長促進法」において、中小企業等経営強化法にもとづく新たな事業活動に取り組む「経営革新計画」、基礎体力をつける「経営力向上計画」、地域未来投資促進法にもとづく地域全体の活力向上を目指す「地域経済牽引事業計画」をベースに、生産性向上に向けた取組を支援する計画制度が整理統合され、成長段階に応じた体系に簡素化されました。

### ■ 中小企業等経営強化法の概要



出典：経営革新計画進め方ガイドブック  
(中小企業庁)



# 2

## 企業経営情報レポート

# 経営革新計画策定のポイント

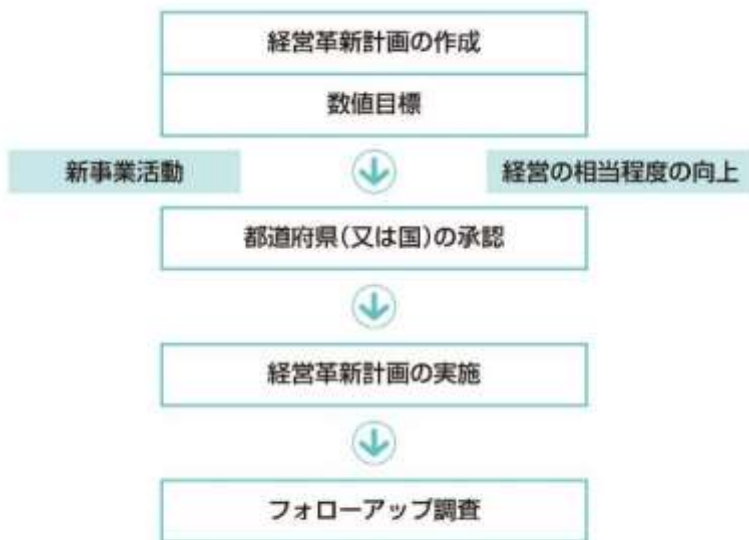
### ■ 経営革新とは

「中小企業等経営強化法」では、「経営革新」を「事業者が新事業活動を行うことにより、その経営の相当程度の向上を図ること」と定義しています。（中小企業等経営強化法 第2条第9項）  
なお、この法律の「経営革新」には、次のような特徴があります。

### ■ 中小企業等経営強化法における「経営革新」の特長

- ①業種による制約条件をつけないで、全業種の経営革新を支援
- ②単独の企業だけではなく、任意グループや組合等の柔軟な連携体制での経営革新計画の実施が可能
- ③具体的な数値目標を含んだ経営革新計画の作成
- ④都道府県等が、承認企業に対して、経営革新計画の開始時から1年目以後2年目以前に、進捗状況の調査（フォローアップ調査）を行うとともに、必要な指導・助言を行う

### ■ 経営革新計画策定の流れ



### ■ 経営革新計画に盛り込む新事業活動

個々の中小企業者にとって「新たな事業活動」であれば、既に他社において採用されている技術・方式を活用する場合でも原則として承認の対象となります。

ただし、業種毎に同業の中小企業の当該技術等の導入状況、および地域性の高いものについては、同一地域における同業他社の当該技術等の導入状況を判断し、それぞれについて既に相当程度普及している技術・方式等の導入については、承認対象外となります。

# 3

## 企業経営情報レポート

# 中小企業の経営強化による支援措置

### ■ 経営革新計画策定による優遇措置

中小企業者に対する融資の制度はいろいろありますが、経営革新計画の承認を受けると、主に次の4つの保証・融資の優遇措置があります。

### ■ 保証・融資の優遇措置

- ①信用保証の特例
- ②日本政策金融公庫の特別利率による融資制度
- ③高度化融資制度
- ④食品等流通合理化促進機構による債務保証制度

#### ①信用保証の特例

「信用保証」とは、中小企業者が金融機関から融資を受ける際、信用保証協会が債務保証をする制度です。本特例は経営革新計画の承認を受けた特定事業者に対して、①普通保証等の別枠設定と②新事業開拓保証の限度額引き上げを行うものです。

#### イ) 普通保証等の別枠設定

「経営革新計画」の承認事業に対する資金に関し、通常の付保限度額と同額の別枠を設けています。

限度額	通常	別枠
普通保証	2億円 (組合は4億円)	2億円 (組合は4億円)
無担保保証 (うち特別小口)	8,000万円 (うち2,000万円)	8,000万円 (うち2,000万円)

+

#### ロ) 新事業開拓保証の限度額引き上げ

経営革新のための事業を行うために必要な資金にかかるもののうち、新事業開拓保証の対象となるもの(研究開発費用)について、付保限度額を引き上げています。

通常 2億円 → **3億円**      組合 4億円 → **6億円**

# 4

## 企業経営情報レポート

# 経営力向上につながった実践事例

### ■ 明治期創業の老舗企業による新価値の創造

#### 企業概要

企業名	株式会社 谷口化学工業所
資本金	5,000 万円
従業員	13 名
事業概要	靴塗料類製造販売、靴付属品製造販売
所在地	東京都

### (1) 同社の現状

1910 年（明治 43 年）、日本における革靴文化の黎明期に創業、「ライオン靴クリーム本舗」のブランド名でシューケア製品を発売。

現在も靴クリーム、靴ワックス、クリーナーなどを主力製品としています。

同社のこだわりは、人の手による高品質なものづくり。「靴を美しく見せるお手入れ用品だからこそ、それ自体も美しくなければならない」というこだわりのもと、クリームの表面を平滑にして光沢を表現する「三度注ぎ」、陳列したときの統一感を演出する手作業でのラベル張り、目視による全数検査など、手間のかかる製品づくりを今日も受け継ぎ、その品質の高さを製品そのもので強く訴えています。またこうした手作りの工程を活かし、各種コラボ製品の小ロット生産も受託しています。

### (2) 計画の内容

利用者の「香り」への評価に着目し、歩くだけで香るフレグランス効果のある靴クリームの実現を目指し、「経営革新計画」の立案に取り組みました。

その計画の立案において、会社をとりまくさまざまな数字が「見える化」され、会社の実情がよりリアルにつかめるようになりました。当時の社内には新製品開発について懐疑的な態度も見られましたが、最終的に新製品が市場で評価されたことにより、社内には一体感が生まれました。

#### 【取り組みの成果】

- 「新製品開発」への取り組みによって、社内の空気が一変、一体感が強化
- 社員が自社の将来への期待感が向上するようになった

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

ジャンル: 税務戦略 > サブジャンル: 税務調査

## 税務調査の区分

税務調査の区分について教えてください。

### ■区分

<b>強制調査</b>	悪質脱税容疑者に対し、裁判所が発行した捜査礼状をもとに、国税局査察部の国税査察官による有無をいわず強制的に証拠物件や書類を押収して行なわれる調査です。これは相当多額で悪質な脱税が探知された場合に行なわれ、俗に「マルサのガサ入れ」といわれています。
<b>任意調査</b>	任意調査というのは、申告の内容について確認をするという意味で調査するものです。とくに、あらかじめ脱税又は不正の事実をつかんだということで行なわれるではありません。したがって、事前に調査の予定日を連絡してくるなど、企業の側から言えば都合のよい調査といえます。しかし、任意とはいっても、税法上の質問検査権を持って調査にあたるわけですから、正当な理由なしにその行使を断った場合には、所定の罰則が課せられます。通常、調査という場合には、この任意調査のことであり、一般に数多く経験する調査です。

### 特別調査

これは、前述の強制調査と任意調査の中間的な性格の調査といえましょう。広義には任意調査の分類に入りますが、申告内容に特に疑問が持たれ、その規模も割合大きいものがこの対象とされるようです。特別調査は、国税局の資料調査課の国税実査官が行なうものと、税務署の特別調査部門の国税調査官により行なわれるもの及びこれらの合同により行なわれるものがあります。国税局の資料調査課は各種の資料源を開発したり、各税務署からの上申等により調査の難易度が高いもの、例えば事務所が何ヶ所もあったり、取引銀行があちこちにあるなど広域調査を必要とするもの、事案の内容が複雑で多くの事務料を必要とするものなどを担当しています。

### ■手順

税務調査対象を選定し、質的管理区分の中から、法人の申告状況や納税実績、これまでの調査結果などに基づいて、3段階に区分して管理されます。

#### 3段階による法人の質的管理区分

<b>第1グループ法人</b>	申告内容や納税実績が良好と判定された法人
<b>第2グループ法人</b>	第1グループ法人及び第3グループ法人以外の法人
<b>第3グループ法人</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>① 過去の一定期間に不正を行なった法人</li> <li>② 取引先等の不正に加担した法人</li> <li>③ 暴力団関係者が絡む法人</li> <li>④ 国税局又は税務署が重点調査業種に指定した業種に属する法人</li> </ol>

ジャンル: 税務戦略 > サブジャンル: 税務調査

# 売上と仕入の調査ポイント

売上(売上除外)と仕入の  
税務調査のポイントを教えてください。

## ■売上(売上除外)と仕入の調査のポイント

売上  
(売上除外)  
について

- ① 仕入に見合った売上となっているか
- ② 期末の売上を翌期に繰り延べていないか
- ③ スクラップ売却などの雑売上や自家消費などの売上は計上しているか
- ④ 荷造費や運賃などの経費が売上高と連動しているか
- ⑤ 売上に見合わないほどの多額のリベートが支払われていないか
- ⑥ 正常な売上を見本品や試供品として処理していないか
- ⑦ 掛売上が除外されていないか
- ⑧ 商品や得意先の一部を計上除外していないか
- ⑨ 売上代金を仮受けや借入といった名目にしていないか
- ⑩ 特許料・ノウハウ使用料の支払いが多くなっていないか
- ⑪ 個人資産や個人名義預金の増え方に異常なものはないか
- ⑫ レジスターが正しく打たれているか
- ⑬ 建設業などで、追加工事分や値増し分などが隠されていないか

仕入について

- ① 納品書、請求書、領収証などが保管・整理されているか
- ② 上記の伝票や書類に架空のものはないか
- ③ 売上に見合った仕入となっているか
- ④ 前期からの繰越しの額は正しいか
- ⑤ 受取りリベートの計上漏れがないか
- ⑥ 仕入帳の記載金額、内容は正しいか
- ⑦ 支払代金の決済に異常なものはないか。支払期間が異常に長くなっていないか。
- ⑧ 実際の支払日と領収証の受領日にズレはないか
- ⑨ 異常な大口預金仕入や臨時の仕入はないか
- ⑩ 仕入れた現物と帳簿の数字は一致しているか
- ⑪ 仕入が異常に増減している月はないか  
(仕入伝票と請求書や領収証との照合や、その筆跡、訂正箇所の追及まで行われる)