



さくら

FP NEWS

TAX & ASSET
MANAGEMENT



(編集発行人)

ザイコム・ジャパン株式会社

代表取締役 **山村英治**

〒150-0034

東京都渋谷区代官山町17-1
代官山アドレス・ザ・タワー1812

TEL 03-5728-8360

FAX 03-5728-8361

info@zaicom.jp

4月

(卯月) APRIL

29日・昭和の日 30日・国民の休日

日	月	火	水	木	金	土
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

ワンポイント 自筆証書遺言の方式緩和

昨年の民法（相続法）改正で、今年1月13日から作成する自筆証書遺言の方式が緩和され、これまで遺言書の全文を本人が自書しなければなりませんでした。添付する財産目録については、パソコンでの作成や、通帳のコピー等が認められ、自書でなくてもよいとされました。ただし、各頁に署名押印は必要です。

4月の税務と労務

- 国 税 / 3月分源泉所得税の納付 4月10日
- 国 税 / 2月決算法人の確定申告(法人税・消費税等) 5月7日
- 国 税 / 8月決算法人の中間申告 5月7日
- 国 税 / 5月、8月、11月決算法人の消費税の中間申告(年3回の場合) 5月7日
- 地方税 / 給与支払報告に係る給与所得者異動届の提出 4月15日
- 地方税 / 固定資産税(都市計画税)の第1期分の納付
市町村の条例で定める日(原則4月中)
- 地方税 / 土地・家屋価格等縦覧帳簿の縦覧 4月1日~4月20日
または最初の納期限のいずれか遅い日以後の日まで
- 地方税 / 軽自動車税の納付
市町村の条例で定める日(原則4月中)
- 労 務 / 労働者死傷病報告(休業4日未満:1月~3月分) 5月7日

改正 消費税 税率の引上げと 軽減税率への対応策

これまで二〇一五年、二〇一七年の二度にわたり、先送りされてきた消費税の一〇%への引上げと軽減税率制度の導入が、いよいよ今年十月一日からスタートします。

軽減税率制度については、飲食料品の取扱い（販売）がない事業者も、仕入れや経費に軽減税率対象品目が出てきますので、全ての事業者が軽減税率の対応をする必要が出てきます。以下、実務に必要なポイントを改めて整理してみます。

1 軽減税率制度

(1) 制度の概要

今年十月一日以降に行う飲食料品（食品表示法に規定する食品（酒類を除く。））及び定期購読契約が締結された週二回以上発行される新聞の譲渡を対象品

目とし、税率は八%（国分六・二四%、地方分一・七六%）。なお、外食やケータリング等は対象には含まれません。

(2) スケジュールにみる準備と対策

① まず実施すること

自社商品の中に軽減税率の対象品目がどれだけあるか、購入する軽減税率対象商品はあるのかなどを確認します。また、仕入税額控除のための帳簿及び請求書等の記載事項、納税事務（税額の計算）など、今一度、従業員等と確認しておいたほうがよいでしょう。

② 十月一日用の準備

レジや会計ソフトを改修したり、税率引上げ後の値段を決め、値札を貼り替える等の準備が必要です。特に九月三十日は周到に準備しておくことが大切です。

なお、消費税の軽減税率制度の実施に伴うシステム修正費用の税務上の取扱いは、次のとおりです。

プログラムの修正が、ソフトウェアの機能の追加・機能の向上等に該当する場合には、その修正に要する費用は資本的支出として取り扱われることになりませんが、消費税法改正による軽減税率制度の実施に対して、現在使用しているソフトウェアの効用を維持するために行われるものであれば、新たな機能の追加・機能の向上等には該当せず、修正に要する費用は、修繕費として取り扱われます。

ただし、プログラムの修正の中に、新たな機能の追加・機能の向上等に該当する部分が含まれている場合には、この部分に関しては資本的支出として取り扱われるので、注意が必要です。

(3) 適格請求書等保存方式の導入

二〇二三年十月から、適格請求書等保存方式（インボイス方式）が導入されます。「登録を受けた課税事業者」が交付する

適格請求書又は適格簡易請求書及び帳簿の保存が仕入税額控除の要件とされます。

※ 適格請求書の記載事項は、

発行者の氏名又は名称及び登録番号、取引年月日、取引の内容（軽減税率対象品目である場合はその旨の記載を含む）、税率ごとに合計した対価の額及び適用税率、消費税額等、交付を受ける事業者の氏名又は名称です。

なお、免税事業者は適格請求書発行事業者にはなれません。

(4) 適格請求書等保存方式導入までの経過措置

二〇一九年十月一日から二〇二三年九月三十日までは、現行の請求書等保存方式を維持しつつ、区分経理に対応するための措置として、以下の措置が適用されます。

① 区分記載請求書等保存方式

（請求書等に「軽減税率の対象品目である旨」、「税率ごとに合計した対価の額」を加えたもの）

② 売上げ又は仕入れを税率ごとに区分することが困難な事

業者に対し、売上税額又は仕入税額の計算の特例が設けられます。

(5) 免税事業者からの仕入れの特例(経過措置)

免税事業者からの仕入れについては仕入税額控除の対象になりませんが、適格請求書等保存方式の導入後六年間は、免税事業者からの仕入れについて一定割合の仕入税額控除が認められます。

(6) 軽減税率Q&A

国税庁では、制度の周知等を図るため、軽減税率制度に関するQ&Aを公表しています。

この中では、軽減税率の対象となるかどうかの取り引きについて具体的に示されています。

例えば、リベート(販売奨励金)については、事業者が販売促進の目的で、課税資産の販売数量、販売高等に応じて取引先に支払うものは、「売上げに係る対価の返還等」に該当します。その適用税率は、対価の返還等の対象となった課税資産の譲渡等の内容に応じて判断することとなり、その取引が「飲食料品の譲渡」であれば、軽減税率が適用

されます。

会社内や事業所内にある社員食堂で提供する食事は、その食堂において社員や職員に飲食料품을飲食させる役務の提供を行うものであることから、「食事の提供」に該当し、軽減税率の適用対象外となります。

また、インターネット等を利用した通信販売であっても、販売する商品が「飲食料品」に該当する場合には、「飲食料品の譲渡」に該当し、軽減税率の適用対象となります。

2 価格設定や宣伝・広告等

政府は、昨年十一月二十八日に「消費税率引上げに伴う価格設定について(ガイドライン)」を公表しています(下図参照)。

具体的に見ると、価格の表示については、総額表示(税込表示)を原則としつつ、「○○円(税抜価格)」、「○○円(本体価格)」、「○○円+税」といった表記も差し支えないことを明らかにしています。


一方、小売店が値引きセール等を開催する際の宣伝・広告に関する規制としては、「消費税還

元セール」や「当店が消費税を負担しています」、「消費税上昇分値引きします」といった消費税と直接関連した形での宣伝等を行うことは、これまで通り禁止されています。ただし、「十月一日以降二%値下げ」や「十月一日以降〇%ポイント付与」といった表示は問題ないとい

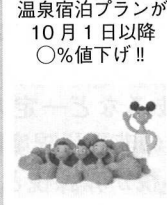
宣伝・広告に関する規制

○ 禁止されない表示

「10月1日以降〇%値下げ」などの表示は問題ない




温泉宿泊プランが10月1日以降〇%値下げ!!



× 禁止される表示

「消費税還元セール」など、消費税と直接関連した宣伝・広告は禁止



3 国の支援策

軽減税率対策補助金事務局(中小企業庁)では、軽減税率制度導入により複数税率への対応が必要となる中小企業・小規模事業者等が、複数税率対応のレジの導入や、受発注システムの改修などを行うに当たって、その経費の一部を補助する「軽減税率対策補助金」による事業支援を行っています。

今年一月(一部は二月)の申請分からは、制度が大幅に拡充されています。

主なものでは、レジの設置・改修、受発注システムの改修等に要する経費の補助率を原則「四分の三以内」(三万円未満のレジ一台のみ導入する場合は「五分の四以内」)に引き上げています。また、事業者間取引における請求書等の作成に対応する受発注・請求書管理システムの開発・改修、事務機器等の導入費用を対象に追加しています。

なお、補助金を受けるには導入・改修、支払完了期限や補助金申請期限があります。

所得税

青色申告特別控除の見直し

青色申告特別控除の控除額が、2020年分以後の所得税から見直されます。

(1) 制度の内容

事業所得または不動産所得のある方が青色申告をしていると、青色申告特別控除の適用を受けることができます。現行の青色申告特別控除額は、取引を正規の簿記の原則に従って記録している場合には65万円、それ以外の場合は10万円とされています。

(2) 改正の内容

この青色申告特別控除について、2018年度税制改正において所得税の各種控除の見直しが行われ、基礎控除を10万円引上げて48万円とすることを踏まえ、基礎控除との合計額が改正前と同額になるよう調整するため及び税務手続の電子化の促進のため見直しが行われました。

具体的には、取引を正規の簿記の原則に

従い記録している場合の控除額が55万円に引き下げられます。ただし、次のいずれかの要件を満たす場合には、従来どおりの65万円控除を受けることができます。

① その年分の事業に係る仕訳帳及び総勘定元帳について電磁的記録の備付け等を行っていること（電子帳簿保存を利用していること）

② その年分の所得税の確定申告書、貸借対照表及び損益計算書等の提出を、提出期限までにe-Taxを使用して行うこと

なお、電子帳簿保存を行うには、帳簿の備付けを開始する日の3か月前の日までに申請書を税務署に提出する必要がある、原則として課税期間の途中から変更することはできません。ただし、2020年に限っては、同年9月29日までに申請書を税務署に提出して同年中に承認を受け、同年12月31日までの間に仕訳帳及び総勘定元帳の電磁的記録による備付け及び保存を行っていれば、65万円の控除が受けられます。

住宅取得等資金の贈与税の特例 ～住宅ローンの返済資金は？

2021年12月31日までの間に、父母や祖父母など直系尊属から贈与を受けて、居住用の住宅の新築、取得等をした場合で、受贈者が贈与を受けた年の1月1日時点で20歳以上であるなど一定の要件を満たすときは、一定の非課税限度額までの金額について、贈与税が非課税となる特例（住宅取得等資金の贈与税の特例）が設けられています。この特例は、住宅ローンの返済資金の贈与を受けた場合にも適用することができるのでしょうか？

この点、住宅取得等資金の贈与税の特例は、居住の用に供する家屋の新築や取得・増改築等の対価に充てるための金銭の贈与を受けた場合に限られているものです。住宅ローンを返済するための金銭はこれらに該当しないため、返済資金の贈与を受けた場合に非課税の特例を受けることはできません。

接待飲食費

関係会社の役員との飲食費

法人が支出する交際費等の額のうち接待飲食費の額の五〇％相当額は損金に算入することができます。このときの接待飲食費に社内飲食費は含まれません。この社内飲食費の支出の対象者について法令では、「専ら当該法人の役員若しくは従業員又はこれらの親族に対する」と規定されており、「自社の役員、従業員（親族を含む。）に該当し

ない者に対する接待等のために支出する飲食費等であれば、社内飲食費には該当しません。そのため、親会社の役員等やグループ内の他社の役員等に対する接待等のために支出する飲食費については社内飲食費には該当しないこととなります。

年次有給休暇に関する改正（労働基準法）

今年四月より、働き方改革の一環として、労働基準法の年次有給休暇の付与に関する改正が行われ、年次有給休暇の日数のうち年五日については、使用者が時季を指定して取得させることが義務付けられました。

年次有給休暇は、心身のリフレッシュを図ることを目的とし、労働者が請求する時季に与えることが原則とされています。ところが、同僚への気兼ねや請求することへのためらい等の理由から、取得率が低調な現状にあり、年次有給休暇の取得促進が課題となっていたため、これを解消すべく制度改正が行われました。

今回は、制度の概要と運用時の注意点をお伝えします。

一 基本的なルール

まずは、年次有給休暇についての基本的なルールをみていく

こととします。

(一) 付与の要件

雇入れの日から起算して六か月継続勤務し、全労働日の八割以上出勤した労働者（管理監督者や有期雇用労働者も含みません）には、年十日の有給休暇が付与されます。

その後は、一年ごとに付与日数が増え、継続勤務年数が雇入れ日から六年六か月経ったときに最多となる年二十日の付与を行うこととされています。

パートタイム労働者など所定労働日数が少ない労働者（所定労働時間が週三〇時間未満、かつ、週四日以下または年間二百十六日以下）については、所定労働日数に応じた日数が付与（比例付与）されます。例えば、週四日の者は、六か月経過時に七日付与し、六年六か月経過時に十五日を付与します。

(二) 取得時季

年次有給休暇を取得する日は、労働者が指定することによって決まり、使用者は指定された日に年次有給休暇を与えなければなりません。

一日単位で取得することが原則ですが、労働者が半日単位での取得を希望し、使用者が同意した場合であれば、半日単位で与えることも可能です。

なお、労働者の指定した日に年次有給休暇を与えると、事業の正常な運営が妨げられる場合は、使用者に休暇日を変更する権利（時季変更権）が認められています。例えば、同一期間に多数の労働者が休暇を希望したため、その全員に休暇を付与し難い場合等が該当します。

(三) 計画年休（計画的付与）

年次有給休暇の付与日数のうち、五日を超える部分については、労使協定を結ぶことにより、計画的に休暇取得日を割り振る

ことができます。

(四) 時間単位年休

労使協定を締結し、一時間単位で与えることができます（上限は一年で五日分まで）。半日単位は労使協定は不要ですが、時間単位は協定締結が条件とされている点に注意を要します。

(五) 時効

年次有給休暇の請求権の時効は二年です。前年度に取得されなかった年次有給休暇は翌年度に与える必要があります。

二 改正点

(一) 対象者

年次有給休暇付与日数が十日以上の労働者に限られています。そのため、前述の比例付与の対象者については雇入れ後の継続勤務により付与日数が十日以上となったとき（例えば、週四日勤務の者は三年六か月経過）から対象となります。前年度から繰り越した年次有給休暇の日数がある場合であっても、前年からの繰り越し日数を含まずに、当年度に付与される法定の年次有給休暇の日数が十日以上である労働者が対象となります。

なお、改正法が施行される今年四月一日以後、最初に十日以上を付与した年次有給休暇について五日を取得させる義務が生じるものであり、今年四月より前に付与した年次有給休暇については十日以上ある場合であっても、使用者に時季指定義務が発生しません（年五日取得させなくとも、法違反とはなりません）。

(二) 時季指定義務

年次有給休暇を付与した日（基準日）から一年以内に、「五日」について取得時季を指定して年次有給休暇を取得させなければなりません。例えば、四月一日に入社した者は、六か月経過後の十月一日が基準日となり、翌年九月三十日までの間に五日を取得させます。

なお、法定の付与日より前倒して付与している場合は付与した日から一年間とされ、入社と同時に十日を付与した場合は、入社日からの一年間で五日を取得させます。入社時に三日・六か月経過時に七日のように分割して付与している場合は、合計日数が十日となったとき（六か

月経過時）が基準日とされ、その日から一年間となります。

また、全社で基準日を合わせるため、入社二年目以降の付与日を四月一日にするなど、付与する日の統一を行っている（例えば、入社後六か月経過時に十日、翌年四月一日の全社一斉付与日に十一日）などの場合は、重複が生じるそれぞれの期間を通じた期間（前の期間の始期から後の期間の終期までの期間）の長さに応じた日数（比例按分した日数）を当該期間に取得させることも認められます。

具体的には、二〇一九年十月一日が初年度の基準日で、二〇二〇年四月一日が二年目の基準日の場合は、二〇一九年十月一日（一年目の基準日）から二〇二一年三月三十一日（二年目の基準日から一年後）までの期間（十八か月）に、七・五日（ $18 \div 12 \times 5$ 日）以上の年次有給休暇を取得させることをいいます。

(三) 時季指定の方法

時季指定に当たっては、労働者の意見を聴取しなければなりません。

また、できる限り労働者の希望に沿った取得時季になるよう、聴取した意見を尊重するよう努めなければなりません。

(四) 時季指定を要しない場合

既に五日以上の年次有給休暇を請求・取得している労働者に対しては、使用者による時季指定をする必要はありません。

つまり、「使用者による時季指定」、「労働者自らの請求・取得」、「計画年休」のいずれかの方法で労働者に合計五日以上の年次有給休暇を取得させればよいこととなります。

(五) 年次有給休暇管理簿

使用者は、労働者ごとに年次有給休暇管理簿を作成し、年次有給休暇を与えた期間中及び当該期間の満了後三年間保存しなければなりません。

管理簿に記載する主な項目は、次のとおりです。

・時季（年次有給休暇を取得した日付）

・日数

・基準日

年次有給休暇管理簿は労働者名簿または賃金台帳とあわせて調製することができます。また、

必要などきにいつでも出力できる仕組みとした上で、システム上で管理することも差し支えありません。

(六) 就業規則への記載

使用者による年次有給休暇の時季指定を実施する場合は、時季指定の対象となる労働者の範囲及び時季指定の方法等について、就業規則に記載しなければなりません。

(七) 罰則

違反した場合には、次の罰則が科されることがあります。

・年五日の年次有給休暇を取得させなかった場合：三〇万円以下の罰金

・使用者による時季指定を行う場合において、就業規則に記載していない場合：三〇万円以下の罰金

・労働者の請求する時季に所定の年次有給休暇を与えなかった場合：六か月以下の懲役または三〇万円以下の罰金

厚生労働省のホームページには運用例等を記したパンフレットも公開されていますので、併せてご活用・ご確認ください。

電子メール等による労働条件明示（労働基準法の改正）

労働者を雇い入れたときは、労働条件を明示することが義務づけられ、そのうち労働契約期間や就業場所、労働時間や賃金等の一定事項については「書面の交付」により明示することとされています。

今年4月1日以降は、明示方法に関する改正が行われ、ファクシミリや電子メール等により明示をすることも可能とされましたので、主な注意点を掲げます。

(1) 労働者の希望

ファクシミリや電子メール等による送信は、その方法によることを労働者が希望した場合に認められる明示方法で、希望がないときは従来どおり書面の交付により明示をすることとなります。

(2) 受信者を特定して送信

電子メール等による場合は、「受信をする者を特定して情報を伝達するために

用いられる電気通信の送信の方法」とされ、電子メールのほかSNSのメッセージ機能等を利用した電気通信もこれに該当します。

なお、情報の保存期間が一定期間に限られるサービスもあることから、労働者自身で書面として出力し情報を保存するように伝えることが望ましいとされています。

(3) 記録の出力が可能であること

電子メール等の本文又は添付されたファイルを受信者が出力し、書面を作成することができるものに限られます。

(4) 明示の様式

明示の様式は自由ですが、紛争の未然防止の観点から、明示しなければならない事項に加え、明示を行った日付や、当該電子メール等を送信した担当者の個人名だけでなく労働条件を明示した主体である事業場や法人等の名称、使用者の氏名等を記入することが望ましいとされています。

任意継続被保険者の標準報酬月額（健康保険）

平成31年度における協会けんぽの任意継続被保険者の標準報酬月額の上限額は、30万円に変更されました（変更前28万円）。

任意継続被保険者の標準報酬月額は、①と②のうち少ない額とされています。

① 資格を喪失した時の標準報酬月額
② 前年（1月から3月までの標準報酬月額については、前々年）の9月30日時点における全ての被保険者の標準報酬月額の平均額に基づき算出した額

平成30年9月30日時点の標準報酬月額の平均額は291,181円（標準報酬月額第22級30万円に該当）となり、上限額が引き上げられることとなりました。

例えば、退職時の標準報酬月額が36万円であった場合、退職後は30万円がその者の標準報酬月額とされ、その額に保険料率を乗じて保険料額を算出します。

健康保険組合の場合は、上限額は各組合にお問い合わせください。

労働保険の追加給付（労災保険・雇用保険）

今年一月、厚生労働省の毎月勤労統計調査で賃金額が低めに算出されていたことが判明、過去の給付額に影響が生じたことから追加給付等を行うこととされました。対象の可能性がある方の一例を掲げます。

① 雇用保険：基本手当、再就職手当、雇用継続給付などを平成十六年八月以降に受給

② 労災保険：傷病（補償）年

金、障害（補償）年金、遺族（補償）年金、休業（補償）給付などを平成十六年七月以降に受給

③ 助成金：雇用調整助成金の対象となった休業等期間の初日が平成十六年八月から二十三年七月の間又は、平成二十六年八月以降の事業主厚生労働省のHPに相談窓口の案内があります。

企業の社会的責任とは



経営コンサルタント・A氏と
工務店経営者・B氏の対話。

A…「僕は大学卒業後は、どの
会社に入ろうか迷ってね」

B…「俺は迷ったことないよ。

工業高校を出たらスキルを身
につけ賃金が高い所に移る。

その後、また賃金の良い所に
転職すると決めていたから」

A…「Bさんは色々あったと思
うけど、結局、工務店を創業
したよね」

B…「友人と二人で始めた頃は
金はないし、ただただ人の倍
以上働いていた。しかし、人
を雇わなければ稼ぐのに限界
があると分った（現在、従業
員数一二名）」

A…「じゃあ、人使いは荒かった
のではないの？」

B…「ウン。荒いというより、確
かに厳しいよ。俺は、仕事が
出来ない奴は分かるから、す
ぐに辞めてもらった」

A…「……」

B…「ある時、仕事中に時間を気
にして時計を見ていた奴が何
人かいた。そこで、翌日の朝、
みんなに、時計は俺が預かっ
ておく」と言って、時計を出
させた。しかし、たまたまそ
の日は三時で予定の仕事が終
わったので、ゼネコンの監督
者に帰る報告をしてみんなを
帰した。その時はみんな喜ん
でいたよ」

大企業のサラリーマンを経験
後、コンサルタント業に転職し
て二年目のAさんは、Bさんの
行動、考え方は頭では理解でき
るものの、釈然としません。
理由は、企業が事業を行う目
的は、利潤追求だけではないの
かということ。世間一般では、
この姿勢に対する風当たりが強い
ということにも一因があると思
うのです。

一 利潤追求に 社会的使命がある

企業の社会的責任論を説く人
には「企業の目的は社会貢献に
あり、利潤追求はその手段であ
る」といいますが、この論理を
推し進めていくと、利潤追求と
いう手段とはまったく別途に、
企業が社会的責任を達成する手
段があると受け取れます。

しかし、企業という組織はそ
の他の法人と違い、利潤追求と
いう手段をもぎ取られてしま
うと、社会的に存在するのは不可
能です。

また、「利潤は社会的貢献に
対する報酬である」と説く人も
います。しかし、利潤が社会的

貢献に対する報酬であるならば、
公益法人が高い利潤をあげてし
かるべきですが、現実はその
ではありません。

いずれにしても、企業にとつ
て、利潤は欠く事のできない
根幹であり、それを企業の目的
としているのが、社会貢献に対
する報酬として規定しようが、
所詮、言葉の問題ではないでし
ょうか。

企業は社会から大切な人・物・
資本等事業活動に必要な資源を
預かっています。特定の人間や
グループでそれらを占有するも
のではありません。その上で、
企業は人・物・金を有効に使う
責任があり、その責任を測る尺
度が「利潤」です。

したがって、「利潤を追求す
ることが何よりの社会的責任で
ある」と言えます。

言うまでもありませんが、企
業の利潤は、その一部が税金と
なり、国や地方自治体が行う社
会福祉や社会資本の整備等の大
きな部分を占めます。

二 利潤の中身を分析する

繰り返しになりますが、企業

はあくまでも営利を追求し、利潤をあげて社会的責任を果たすものです。

とは言っても、現在、盛んに言われている地域住民運動、消費者からの追及、労働者の言い分などにしても、企業に「利潤追求をするな」というのではなく、利潤の中身を問題視している、いわば、消費者や従業員を無視した「搾取的利潤」を問題にしていると捉えるべきではないでしょうか。

利潤を、算式を使って説明しますと、「売上高－原価＝利益（利潤）」が従来の考え方。

この式から利潤を大きくするには、①売上高を大きくする、②原価を下げる、の二つの方法しかありません。

売上高を大きくするには、ときには生産者や販売者側にとって都合の良い情報だけを提示する、一方、原価引下げの手段に経営側だけに都合の良い、成果主義の導入を労働者に押し付け、利潤をあげようと試みます。

経営者は「売上高－原価＝利益」を、更に分析・検討していく必要があると思います。

さて、消費者（顧客）は、企業の都合を考慮するわけでもなければ、原価を保証するつもりもなく、あくまでも、企業が自分に何を与えてくれるのか、どういう価値を提供するかを判断し、その対価でお金を払います。つまり、企業が利益を出すためには、顧客に対する「貢献的価値」を実現しなければならぬ、ということなのです。

その実現の上で人件費と経費をまかない、継続していくための利益を出していかなければならない（これらは固定費）。

また、その貢献的価値に使われるのが、材料費、外注加工費、仕入費用（これらは変動費）です。そして、貢献的価値が高くなればなるほど、それに要する変動費は比例的に増加していきますが、顧客と関係のない固定費は一定です。

三 利潤は

「付加価値の創造」といえる

前述の算式「売上高－原価＝利益」、これを分析します。

「売上高－変動費＝人件費＋経費＋利益」。つまり、人件費

＋経費＋利益が利潤といい、ある人は「生産価値」、ある人は「創造価値」と呼びますが、一般的に「付加価値」という言葉で表現します。

こう考えてくると従来、顧客は企業側で決めた原価と、企業側で決めた利益の合計額を支払わされていると見てきている面がありそうです。

ところが、第一に顧客のことを考えて企業が「利益追求」をしていると捉えれば、企業の利潤追求への見方が変わってくると思います。

四 従業員の労働は

「原価」であるか？

「売上高－原価＝利益」ということを固定的に考える経営者は、原価は売上高を獲得するために要した全ての費用という概念で捉え、その中で最も大きな部分を占めるのが人件費（賃金）と考えます。そこで、「減量経営」と名目を掲げ、人件費を圧縮する企業が続出しました。

「売上高－原価＝利益」の固定的な考え方には従業員からの反発があります。

そこで「売上高－賃金以外の原価＝賃金＋利益」と、式を変えてみましょう。つまり、賃金＋利益が前述の付加価値であると同視します。

このことにより、利潤を獲得することは、経営者側は企業を存続させるために、従業員は生活を守るために、ともに協力していこうという方向で動くことになりそうです。

●結論として

改めて、中小企業経営者は社会から人・物・資本等を預り、真の「利潤」を追求していくよう望まれている点を強調します。

〈注〉

企業の売上高と諸費用は相互に密接な関係があり、売上高が増加すれば諸費用も一般に増加し、売上高が低下すれば諸費用も一般に減少しますが、売上高と費用の増減割合は決して単純なものではありません。ある種の費用は売上高の増減にほぼ比例して増減し変動費と呼ばれるのに対し、他の種の費用は売上高の増減に全く関係なく一定し、固定費と呼ばれます。

義父の社長と別れて 独立すべきか

問 私は大手精密機器メーカーに勤務後、妻の父親が経営するビルクリーニング会社で専務として働いています。

いま、頭を抱えているのは、社長と私の経営方針が異なることです。これまでの成り行きからみて、これでは仕方がないから独立してやっていこうと思っていますが、いかがなものでしょうか。

答 ご質問によりますと、社長と専務の確執は行き着くところまで行ったとの判断のようですが、果たして、この判断は正しいかどうか。改めてこちらから疑問を呈します。

まず、この様な場合は、やはり何が何でもケンカ別れとなっははいけません。企業の発展・維持に2人組み合わせさせて生かせる方法はないかと論ずるべきでしょう。

このときの注意事項をあげてみます。

第一に、経営方針という大事な話合いや討議をする場合は、社長と専務の二人だけで行わないことです。この様な時こそ、顧問など第三者を入れ、重要事項を決めていくようにします。

第二に、両者の責任・権限を明確にして業務の分担を明確にすることです。

その時々で権限や命令系統が変わったりしては、これが従業員の行動を混乱させる原因になります。

第三は、他社にも散見されるのですが、リーダーの立場にいる社長とか専務はどの様な認識の下に行動すべきかが、案外、分かっていないことが多いです。これについては専門家に依頼し、意見を聞く必要があると思います。

第四として、社長の娘婿という立場から自分のホンネ、社長の言い分をよく考えてみることです。

そして、これらの対策がいずれも不調に終わるとしたら、社長と袂を分かつことになるでしょう。

ワクワク系マーケティング

ある過疎の町にあったスーパーの話です。

そのスーパーの社長は売上が激減し、廃業しようかとKさん(ワクワク系マーケティングの提唱者)に相談しました。

Kさんは「売れない原因を間違えると対応策を間違えるよ」と教えます。

するとその年、過去最高の売上が出ました。翌年もその翌年も。何をやったのか。

商品も値段も同じ…。社長はお客様をワクワクさせたのです。

例えば「福岡県朝倉市のF農園の梨です。F農園の4つの梨園は九州北部豪雨で壊滅しました。豪雨の翌日、Fさんは絶望的になりました。しかし、一つだけ持ちこたえた梨園がありました。Fさんはその梨園を見て希望の光が見えました。これが豪雨を持ちこたえた梨です」と宣伝しました。

この説明を読むと買いたくなる人も少なくないでしょう。

人は心が動くと言動します。お客様をいかにワクワクさせるか考えましょう。

「ほめる」と「しかる」

「損失の心理的インパクトは利益のインパクトの二倍」と言われています。

例えば、「一〇〇円をどこかで落とした悲しみは、どこかで二〇〇円拾うことよりやくぜ口になる」ということです。

「ほめられる」ということは心にとって利益になる。一方、「しかられる」ことは損失です。

ビジネス社会では叱られるこ

とが多い。若者といえども、叱られてストレスが強くなると考え方が転換していく。「こんな頑張っている自分が責められるべきではない。頑張っていない者が罰せられるべきだ」等の判断で勝手な正当化を行っていきませぬ。

御社では叱る回数が増えていませんか？一度叱る、に対して二度ほめてやっとゼロになることを忘れないで下さい。

おひとりさまの現状

2015年に実施された国勢調査によると、世帯人員別の一般世帯数は、世帯人員が1人の世帯が1,800万世帯を超えて最も多く、一般世帯全体の約35%を占めています。2010年の国勢調査と比べて約160万世帯増えており、増加率も最も高くなっています。

一方、世帯人員が3人以上の世帯はいずれも、2010年の調査と比べると減少しており、特に世帯人員が6人以上の世帯は15%以上減少しています。世帯人員が2人の世帯数は増加していますが、これは世帯人員が1人の世帯の予備軍と考えられることから、今後はますます世帯人員が1人の世帯、いわゆる「おひとりさま」世帯が増加すると考えられます。

カラオケ

従来、カラオケは大勢の人と一緒に楽しむものでした。それが最近では、誰にも気兼ねなく自分一人で好きな歌を好きなだけ歌いたいというニーズが増えているようで、一人でカラオケを楽しむ設備を備えたカラオケ店が出てきています。

お店によって「ヒトカラ」や「ワンカラ」など呼び方の違いだけではなく、楽器の演奏が出来るお店や、本格的な音響設備を備えたお店

など、一人で楽しむことができるよう様々な工夫がされたお店があります。

焼肉

一人で焼肉店に入るとは気が引ける、という方も多いと思います。特に女性の方にとっては、ハードルが高いものではないでしょうか。

一人で焼肉を楽しみたいという人に対応するため、大手焼肉チェーン店でも一人焼肉に対応する店舗が増えています。さらには、一人焼肉専門店も出てきています。

一人焼肉専門店では、自分専用の小型のロースターを備えたり、お肉を少量や一切れずつオーダーすることができたりと、一人で焼肉を楽しめる工夫がなされているお店になっています。

旅行

ある大手旅行会社では、「おひとり参加限定の旅」を展開しています。このツアーでは、参加者全員がおひとり参加で、友人同士や夫婦などでの参加は断っているそうです。また一部のツアーは除きますが、1名1室を確約しています。

この会社では、20年以上前から「ひとり旅」ツアーを取り扱っており、毎月11日を「ひとり旅の日」として、記念ツアーが企画されています。ひとり旅ツアーは、

海外旅行や女性限定のひとり旅、現地集合・現地解散のツアーも用意されています。

ソロウェディング

数年前から、一人で結婚式を行う「ソロウェディング」が話題になっています。

ソロウェディングには大きく分けて2つあります。

1つ目はフォトスタジオなどが用意しているプランで、衣装選びからヘアメイク、撮影までを数時間から1日かけて行います。

2つ目は旅行会社やホテルが主催する宿泊付きプランで、1日目は衣装選びやディナーを楽しみ、2日目に撮影を行うものが主流です。

どちらも、プロのカメラマンやヘアメイクスタッフが対応し、中にはオプションで新郎役の男性と一緒に撮影できる場所もあるようで、本番の結婚式の雰囲気を楽しむことができます。

ソロウェディングが選ばれる理由は、「すぐに結婚する予定はないけれど、ウェディングドレスを着てみたい」といったウェディングドレスへの憧れだけではなく、「結婚式ではウェディングドレスだったので今度は和装を着たい」という人もいるようです。独身だけではなく既婚者も行えるところがソロウェディングの長特長です。

背景

就業者が激減し人材不足が深刻な状態にある林業の分野において、少ない人材を次世代の林業の担い手として育成することが重要です。また、IT技術を駆使して森林管理を可視化することによって安全面でもコスト面でも効率的な経営が可能になる「スマート林業」への取り組みが、全国的に広がっています。

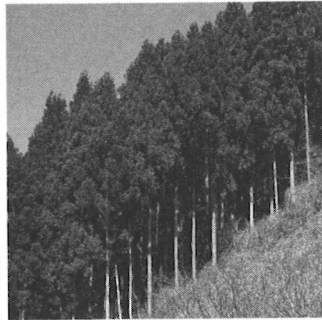
平成28年に森林法が改正され、市町村が所有者や境界の情報を林地台帳として整備する仕組みが創設されました。林野庁は、この台帳情報を活用したスマート林業の実現に向けた取り組みの推進を目指しています。

森林情報の 高度化に向けた取組

森林についての情報は、従来は紙ベースで管理されていました。また実際に現地に入って何日もかけて調査を行っていました。林業生産者は小規模や零細が多く、情報をバラバラに所有している状態でした。

このような森林情報を集約するとともに、デジタル化して森林情報管理システム(森林GIS)によって一元的に管理するシステムが導入されました。森林GISでは、森林計画図を空中写真や森林簿などと重ね合わせて表示することなどができます。また、ドローンを用いて森林を空撮することや、航空レーザ計測などによって、立木や地形の情報を従

スマート林業



来よりも正確に把握できるようになっています。これらの情報を現地に入って得ようとすると、急斜面で作業することが多くなり、重労働で危険が伴います。スマート林業の取り組みが進むことで、安全性も高まっているといえます。

森林情報の 共有化に向けた取組

森林に関する情報は、森林資源情報や森林計画図、所有者情報など、様々なものがあります。今までこれらの情報は、都道府県が管理するもの、市町村が管理するもの、林業事業者などが管理するものに分かれており、これらの情報を共有することが十分に行われていませんでした。

そこで、共通のシステム仕様を国が整備することで森林クラウドを構築し、これらの情報の共有化を進め

ることで、林業の効率化や省力化に向けた実践的な取り組みを支援していきます。

生産や流通における 取り組み

生産段階においても人材不足は大きな問題で、効率的な人員や機械の配置が不十分でした。そこで近年では、作業の効率化や安全性が向上した機械が開発されるようになりました。

例えば、木材の曲がりの有無や強度を自動で判定する、原木品質判定機能付きハーベスタ(農業機械)が開発されています。また、高齢化する林業従事者の負担を少しでも軽くするため、林業用アシストスーツや、伐採した木材の集材を遠隔操作でできる機械も開発されています。

また流通段階では、木材加工業者や工務店などの木材を扱う事業者の需要情報と、林業生産者の供給情報を共有する仕組みが不十分でした。そのような現状を踏まえて、ICTを活用して木材生産と流通全体のコストダウンと木材価格の向上を図る、木材サプライチェーンマネジメントの構築が進められています。このシステムによって、林業生産者からはサイズや用途別の生産情報が、木材加工業者や工務店などからは建築部材設計情報やサイズ別の需要情報が、お互いに共有されるようになります。

前述の原木品質判定機能付きハーベスタで得られた品質情報についても、共有化されています。

#7119

急な病気やケガなどで救急車を呼ぶかどうか、または今すぐ病院に行くかどうか、判断に迷うことがあります。そのときに相談をすることができる、救急安心センターの救命救急システムがあります。

このシステムは、まず「#7119」へ電話をします。電話をすると、相談員や看護師、医師から電話でアドバイスを受けることができます。病気やケガの症状を説明すると、応急手当の方法や受診手段、適切な医療機関についての助言や、緊急性がある場合には救急車を出動させる体制が構築されています。

このシステムが構築された背景には、救急出動件数の増加、救急車の現場到着時間や病院収容時間の遅延があるようです。実際に救急出動件数は、平成18年には約524万件だったのが、平成28年には621万件と、約100万件も増加しています。また、現場

到着時間は、平成18年に6.6分だったのが平成28年は8.5分に、病院収容時間も、平成18年の32.0分から平成28年には39.3分に伸びています。実際にこのシステムを導入したことによって、救急車を利用する軽症者の割合や、医療機関の時間外受付者数が減少しており、救命救急システムの効果が出ているようです。平成29年度に実施された世論調査では、救命救急システムのような住民の救急相談に応じる電話窓口の設置が必要と回答した人が7割以上を占めていました。

しかし、このシステムは、全国に設置されていません。平成30年10月1日現在では、宮城・茨城・埼玉・東京・新潟・大阪・奈良・鳥取・福岡の都府県と、札幌市周辺・横浜市・神戸市・田辺市周辺に限られています。#7119以外の番号で実施している県は、山形・栃木・千葉・香川に限られています。救急車を適正に利用してもらうためにも、このシステムを全国に普及させることが進められています。

社内カンパニー制

社内の事業部門を1つの会社として扱い、権限と責任を与えて独立採算制で運営させる経営手法を「社内カンパニー制」といいます。日本では、1994年にソニーが初めて導入しました。

社内カンパニー制は、業務意思決定を速めることや利益責任を明確にすることができ、メリットがあります。実際にカンパニー制導入が進んだ頃は、スピーディーな意思決定が行えず、国際的な入札などの場面で、提案が海外他社より優れていても落札できなかったという事例が多くありました。

一方、社内カンパニー制を導入したことで、自部門の利益を優先するあまり、社内の別の部門に関心を示さなくなり、部分最適行動をとるようになることや、部門間や部門と本社との情報共有が進まなくなるというデメリットが指摘されました。そのためカンパニー制を導入しても短期間で放棄する企業もありました。

トラッキング現象

電源プラグをコンセントに長い間差しっぱなしにしておく、電源プラグとコンセントとの間にホコリが溜まります。溜まったホコリに湿気が加わると電気が流れるようになり、やがて炎が発生します。このような現象を「トラッキング現象」といいます。

コンセントにプラグが差し込まれているだけで発生します。トラッキング現象を防ぐためには、電気製品を使用しないときはコンセントからプラグを抜いておくことや、プラグに溜まったホコリを掃除することが大切です。洗面所や台所などの湿気が多い場所や家具の裏は、特に注意が必要です。また、トラッキング防止加工されたプラグやトラッキング防止用プラグカバーも販売されています。