

いつもお世話になります。天才ギャグマンガ家の赤塚不二夫さんが亡くなって早2年。来年には、その破天荒な半生が映画化されるようです。赤塚さんが一番お気に入りだったキャラクターはバカボンのパパだとか。今の時代、失敗しても恥をかいても「これでいいのだ」と笑い飛ばすあの懐の深さを見習いたいものですね。

365日が楽しくてたまらない!「商売のヒント」

今月の商売のヒント：【作業の一日延ばしは、仕事の盗人】

単純作業が好きな人は意外と多いようです。純粹にそれが性に合っているという人はさておき、すぐに結果が見えるから達成感を得やすいという理由で単純作業にはまる人も少なくありません。



学生時代にアルバイト先で封筒貼り 1000 枚を頼まれた男性は、「ゆっくりでいいから」と言われたにもかかわらず、いかに短時間で貼り終えるかを自分に課して効率的な方法を編み出し、30分ほどで作業を終えたときには、山積みの封筒を前にうっとりするような達成感を味わったそうです。男性の、「あの達成感を商売でも味わえたら」という思いはごもっともでしょう。

しかし、商売は「作業」ではありません。「仕事」です。仕事で効率的な達成感を求め出したら周囲の信頼を失うはめになります。「作業」と「仕事」は全然違うと言われます。細かい話とはかく、利益を生み出す行動が「仕事」で、仕事のための段取りが「作業」です。データの入力は作業。そのデータを分析して売上戦略を立てるのは仕事。頼まれたものを納品するだけなら作業ですが、ついでに次の注文をお客様から引き出す、もしくは引き出す工夫をすれば仕事です。仕事と作業を厳密に区別すれば一日の大半は作業に費やされています。けれど仕事をしたような錯覚をしてしまうのは、作業をこなした達成感で満腹になっているからでしょう。そこに気づかない人は明日も明後日も作業をどんどん増やして、仕事の時間はどんどん削られていきます。

明治の文学者・吉田敏は『うずまき』という小説の中で「一日延ばしは時の盗人」という名言を残しています。今日やるべきことを明日、明後日と延ばしていくのは時間を盗むようなもの。同じく、日々作業に明け暮れるのは仕事の時間を盗んでいるのと同じこと。「作業の一日延ばしは仕事の盗人」です。晩酌のビールの旨さを引き立てるのは、作業をこなした達成感より仕事で苦労した疲労感。——そんな名言を残した文学者はまだいません。あなたが身をもって示すチャンスです。



今さら聞けない 経済用語

【今月の教えてキーワード：資金洗浄】

犯罪者が不正な取引によって得たお金を偽名口座に隠したり、資金移動を繰り返したりして、出所や所有者を分からなくする行為のこと。マネーロンダリングの訳語で、世界各国の国内総生産の2～5%、日本では少なくとも10兆円程度存在すると見られている。これを規制する法律が相次いで制定され、日本でも2003年には「本人確認法」が施行され、金融機関等による顧客の本人確認、取引記録の作成・保存が義務づけられた。

痛快! えだまめ君

画: ほりひろみ



知っとこ! 「税務のマメ知識」

【もしかして私のケースも相続税の対象に?】

相続や遺贈（いぞう）によって得た、居住用または事業用に使用されていた宅地等。これらは、一定の要件に該当する宅地であれば、相続税の負担を軽減させる「小規模宅地等の特例」の適用を受けることができます。しかし、これが平成22年4月1日から改正され、適用要件が厳しくなりました。例えば、被相続人（亡くなった人）が住んでいた180平米の宅地があったとします。この宅地の評価額が1億円。相続人は子供1人だけで自宅を持って別居していた場合、従来は別居であっても、200平米までは50%の評価減を受けることができたので、相続税の評価額は5000万円でした。しかし、改正後は「相続開始の直前において、被相続人又は被相続人と生計を一にしていた被相続人の親族の事業の用又は居住の用に供されていた宅地等であること。」と改正されました。つまり、例のように自宅を持って別居していた子供が相続した場合、軽減措置はなくそのまま1億円の評価額になってしまうのです。その他にも、共同相続があった場合の適用要件等の改正もありました。改正前までの相続税では「小規模宅地等の特例」を利用することで基礎控除枠に収めることができ、納税負担が生じないケースも少なくありませんでした。今回の改正は、そのような点にも影響する可能性があるので注意が必要です。



今月のあなたの運勢

鑑定: 妙慎

A型

人脈を駆使することでチャンスを取り込める運勢です。社交上手に徹すれば、きっと業績UPにつながります!

B型

身内や部下の世話で心労がありそうですが、仕事は本業に徹し、自分の持ち味を生かすと発展する見込みです。

O型

健康運に注意信号が! 時には心身共に休息も必要です。日頃の生活改善を心がけ、健康管理を徹底しましょう。

AB型

勘違いはトラブルの元凶、よく確かめてから行動を! また、仕事の優先順位を見直すより更に効率化が図れます!

たばこ税の値上げで...

ご存じのように10月1日よりたばこ税が1本あたり3.5円の増税、1箱あたりでは100円以上の値上げとなります。アンケートによると喫煙者の半分以上が今回の値上げを機に禁煙を考えているようで、単純に増税=増収とはいかないようです。逆に禁煙グッズの販売や禁煙クリニック等の収入が増えそうですね。

斉藤会計事務所

斉藤会計.JP

〒160-0022

東京都新宿区新宿 1-23-8 タチハラビル 501

TEL: 03-5368-8761

FAX: 03-5368-8763

ホームページ: <http://www.saito-kaikei.co.jp>

10月の税務・労務

- 8月決算法人の確定申告・・・11/1
- 2月決算法人の中間申告・・・11/1
- 個人住民税の第3期分の納付



11月の税務・労務

- 9月決算法人の確定申告・・・11/30
- 3月決算法人の中間申告・・・11/30
- 所得税の予定納税・・・11/30

税務・経理のトピックス

一般的に会社経営では、企業がどれだけ儲かっているかを考える為、PL（損益計算書）に注視しがちですが、その企業の運営上最も重要である資金繰りを考えた時に、その資金の主な調達先である銀行が会社のBS（貸借対照表）をどの様に見ているかが分かれば、その改善策も自ずと見えてきます。

BSの有効な改善策をご紹介しますので、是非この機会に取り組んでみて下さい。

BS（貸借対照表）		損益計算書	格付け区分
資産超過	繰越欠損金なし	黒字	A 正常先
資産超過	繰越欠損金あり	黒字	B 要管理先以外の要注意先
資産超過	繰越欠損金なし	赤字	B 要管理先以外の要注意先
資産超過	繰越欠損金あり	赤字	B 要管理先以外の要注意先
債務超過	—	赤字	B' 要管理先

金融機関の融資判断は、「担保」重視から「格付け」重視になりました。

金融機関は提出された決算のBSを「自己査定」によって分析し、融資先を「A正常先」「B要管理先以外の要注意先」「B'要管理先」「C破綻懸念先」「D実質破綻先」「E破綻先」の6区分に分類し、「B'要管理先」以下は融資を打ち切るのが一般的です。

それでは、どのようなBSが良いか・・・金融機関の自己査定後で、「自己資本比率」は30%以上、「流動比率」や「経常収支比率」も120%超、「借入依存度」も50%以下で、「債務償還年数」も10年を下回る事が望ましいと言えます。

資産の部では、換金性と処分可能見込額が重視され、固定資産よりも流動資産（中でも「現金残高」）の比率が高いほどよいと言えます。負債及び純資産の部では、流動負債よりも固定負債のウェートを高く。また「繰越利益金」をなるべく多く計上することが良いです。

☆改善ポイント☆

- ① 経営者からの借入金は「固定負債」区分に。（勘定科目は「短期借入金」ではなく、「長期借入金」等を使用）
- ② 「債務超過の自己資本額」の改善を図る。税務上の繰越欠損金がある場合は経営者からの借入を債務免除する事で改善できます。また、相続対策の観点からも早期の処理がお勧めです。
- ③ 「現金」を増加させる為、経常運転資金の改善を図る。資金繰りの流れを理解していない者が締め日に関係なく「忘れない内に」「思い出したから」「忙しいから」と安易な感覚で発注をしないよう、「翌月以降の発注が可能か」を常に徹底する必要があります。
- ④ 仮払金・立替金などは決算時には必ず精算をする事が重要です。金融機関に「経理の精算が不明瞭で、経営者の経営姿勢や管理体制に問題がある可能性あり」と受け取られがちです。
- ⑤ 資産に「含み益」があれば書面でアピール。会計指針でも資産の「含み益」の計上は認められていませんが、この点を口頭では無く！書面でアピールする事で金融機関内の有利稟議書にプラス材料になる可能性があります。たとえば「保険積立金」の決算時点での解約戻金が帳簿価格を上回る場合などです。

自社サイトを敏腕営業マンに↑

サイト戦略コンサルタント

高木 芳紀



こんにちは、サイト戦略コンサルタントの高木芳紀です。

前は、「SEOにおける被リンク（外部要因）」についてお話をいたしました。「ブログをコツコツ継続しましょう」というお話でしたがいかがだったでしょうか？前回から半年ほど経ちますので、その間ずっとブログを更新されていたらしゃれば、強烈なパワーを持った被リンク元サイトになっているはず。さて、今回はそのブログやツイッターなどを使って、小さなお店や会社を「ブランディング」していくことを一緒に考えてみましょう。

ブランディングなんて言いますと、「プラダ？」「グッチ？」もしくは、「パナソニック？」「ソニー？」などという世界的なブランド企業のことを連想されるかもしれませんが、実は小さな会社でもブランディングは十分可能なのです。



ところで、貴社の商品やサービスは、この世の中の「すべての人」に買ってもらいたいものなのでしょうか？もちろん、1人でも多くの方に買ってもらいたいとお考えのことでしょう。しかし実際に商売をする上では、自社製品を取り扱ってくれる有力な問屋が重要であったり、飲食店であれば、全国ではなく「ある程度限られたエリア」の中で有名であればいいだけですよ？そう考えると、貴社もしくはあなたが有名にならなければいけない世界は、そんなに大きいものではなかったりするものです。ですから、「その世界で結構有名な人」を目指してブランディングすれば、案外簡単に一目置かれる存在になれるのです。

そこで重要な役割を果たしてくれるのが、ブログやツイッターなどの「ソーシャルメディア」です。このソーシャルメディアを活用してブランディングしていく一番のポイントはズバリ「楽しんでやること！」、これに尽きます。

「なーんだそんなことか・・・」という声が聞こえてきそうですが、これは私がここ数年間ブログやツイッターに取り組んできて、やっとわかった真理なのです。ブログにしてもツイッターにしても、楽しそうにやっている雰囲気は、見ている人に恐ろしいほど伝わります。逆に、つまらなそうにやっている、上司に命令されてシブシブ書いているようでは、いくら更新していても二度と見に来てはくれないでしょう。ですから、とにかく「自分自身が楽しんでできるスタイル、興味のあるテーマで更新を続けること」。これが唯一とっていいポイントになります。すると、面白いことがおきます。人が寄って来るのです。そしていい仲間が出来ます。不思議なことに、ワイワイ楽しそうにやっていると、ネット上で「目立つ」ようになり、自分では気づかないうちに遠くの知らない人に見られている状態になっていきます。ブログでコメントがもらえるようになるには少し時間がかかりますが、ツイッターでは本当に早くそういう関係が構築できます。早く反応の欲しい方は、ツイッターからはじめることをオススメします。

では、何をやり取りすればいいのか？これはフツウの世間話、趣味の話でかまいません。逆に、無理に仕事の話を持ち出したりすると、「売込みだ！」と引かれてしまうだけです。ブログやツイッターで仲の良い「友達」をどんどん作る。これがソーシャルメディア時代におけるブランディングの第一歩なのです。「偉い人」「すごい人」に見られようとするのではなく、「フレンドリーな人」を目指す。第一段階としては、これでOKです。ぜひ取り組んでみてください。

さて、これまで書いてきたような、「小さな会社がウェブを活用して売り上げを伸ばす方法」について出版をいたしました。『従業員7人の「つばめや」が成功した たった1年で5000万円売上げを伸ばす仕組み』（青春出版社）という本です。このコーナーでお話していることが先取りしてすべて書かれています。よろしければぜひお読みください。次回は「ブログとツイッターでブランディング！（その2）」でまたお会いしましょう！