



コスモス

税務と経堂

編集発行人
税理士

三木 泰

事務所 〒597-0071
貝塚市加神1-11-17
TEL 072(431)1644

10月

(神無月) OCTOBER

11日・体育の日

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
31						

ワンポイント 認定NPO法人

NPO法人(特定非営利活動法人)のうち、一定要件を満たすことにより国税庁長官の認定を受けたもの。個人や法人が認定NPO法人へ寄附した場合、寄附金控除の適用や損金算入が認められます。平成13年度税制改正で創設され、平成22年8月1日現在、認定の有効期間内にあるNPO法人数は173法人です。

10月の税務と労務

- 国 税/9月分源泉所得税の納付 10月12日
- 国 税/特別農業所得者への予定納税基準額等の通知 10月15日
- 国 税/8月決算法人の確定申告 (法人税・消費税等) 11月1日
- 国 税/2月決算法人の中間申告 11月1日
- 国 税/11月、2月、5月決算法人の消費税等の中間申告 (年3回の場合) 11月1日
- 地方税/個人の道府県民税及び市町村民税の第三期分納付 市町村の条例で定める日
- 労 務/労働者死傷病報告(7月~9月分) 11月1日
- 労 務/労災の年金受給者の定期報告 (7月~12月生まれ) 11月1日
- 労 務/労働保険料第2期分の納付 11月1日 (労働保険事務組合委託の場合は11月15日)

ITによる生産性向上

会社に合ったベンダー選びが重要

ある商工会議所は、地域の中小企業を対象に「中小企業におけるIT導入と生産性向上に関する実態調査」を実施しました。

同調査は、一般の中小企業とITベンダー（システムの提案・開発会社）の計八〇〇社を対象にアンケート調査を実施するとともに、業績が良好な中小企業に対する事例調査も行っています。以下、調査結果をみていきましょう。

売上増の中小企業はITを活用

ここ三年間の売上が増加傾向にある一般の中小企業では、コンピュータ・携帯電話を「活用

している」は「していない」企業の三倍にのぼり、これらの機器を活用しないと効率的なビジネスを行えないことを裏打ちしています。

また、サポートの良いITベンダーを選ぶことにより、「生産性が向上」八一%、「新規受注の獲得」六九%という成果に結び付いています。

一般の中小企業におけるIT活用の工夫の事例として、「戦略的な業務はシステム化しない方法もある」、「汎用ソフトでも自社独自のやり方で高度活用できる」、「システムをメンテナンスしながら上手に使い続ける」、「営業マンは雇えなくてもウェブサイトで販売」などが



ありました。

ITベンダーが中小企業の味方となるための取組みとして、顧客及び顧客の業務を徹底して理解したり企業経営がわかる社員による教育、ユーザーとのコミュニケーションを促進する姿勢を示すことなどが挙げられています。

ITによる生産性向上のための十カ条

ITによる生産性向上のための注意すべき十カ条は

① 業務の「見える化」を行う
IT化を効果的に進めるには、まずすべての業務を細かく洗い出し、フローチャートなどの図

にまとめることから始めます。業務の「見える化」によって、自社の業務の実態を把握することが効果的なIT化への第一歩です。

② 問題点を把握する

洗い出した業務の中から問題点を探し出します。商品開発力や技術力など企業の根幹に関わる問題はITでは解決できません。在庫の棚卸や納期、伝票処理等はITで解決できる可能性が高くなります。

③ IT投資のロードマップを描く
予算は限られているので、最終的にどのような情報システムを構築するかを考え、そのゴールに向かってどういう順番でIT化を進めるかロードマップを描きます。

④ 自社で開発するか外注するかを決める
ソフト開発を自社で行えばコストも節約でき、機能の追加も比較的容易となります。そのための人材育成も大切です。このような人材がいれば、専門のベンダーに外注する際もベンダー任せにすることなく、要件を的

確に伝えられ、仕様書も把握できず。

⑤ ベンダーの力量を知る

ベンダーがどのような分野に強いのか、それが自社のニーズに合っているかを判断します。サポート体制も重要な確認事項で、サポートが充実しているベンダーは信頼性が高いです。

⑥ 自社のニーズを理解してもらう

ベンダーを活用する際に最も重要なことは、自社の業務内容や現在置かれている状況、解決すべき問題を伝え、理解してもらうことです。何としてもクライアントのニーズを掴み、解決方法を提案できるベンダーに依頼したいもの。自身のリスクを回避することに熱心なベンダーは避けた方が良いでしょう。

⑦ ベンダー任せにしない

ベンダーの提案が良さそうに見えても、なぜそのように提案するのか、納得がいくまで説明してもらいます。納得がいけない場合は、別のベンダーにも相談してみましょう。どれだけ頼れるベンダーでも、決して依存してはいけません。なお、ベン

ダーと協議する際には、議事録を作成し、相互に確認することが重要です。

⑧ 効果を測定・検証する

IT化は投資であるため効果を測定することが必要。IT化で仕事の流れを変えることも大切です。ソフトの導入に合わせ、仕事のやり方を変えた企業の方がより多くの成果を得ています。ただし、成果が上がっている場合も、どうして上がったのか要因を確認しましょう。

⑨ 競争力を高めるIT化を進める

IT化によりコストダウンを目指すことは間違いないですが、ITは幅広く活用できる道具であることを忘れてはいけません。例えば、自社ホームページを開設することで、売上げを伸ばしたり新規の取引先を獲得できた中小企業は多くなっています。また、独自のソフトやデータベースにより差別化を図ることも可能です。他企業がしていないこと、できていないことを行えば競争力アップにつながります。

⑩ 企業全体のITリテラシー

を高める

ITリテラシーはコンピュータやソフトウエア、ホームページを使いこなす能力です。具体的には、どういう情報が必要なのか判断できること、集めた情報を活用し競争力の向上につなげられることです。ITリテラシーが高まり、情報がどれだけ重要な資産であるかが分かれば、セキュリティ対策にも注力できるようになります。

主な事例

ウェブサイトを經由の顧客は商談がやりやすい。ゆえに工夫にも熱が入る。

某企業のウェブサイトは、本社と地方営業所がそれぞれ開設。ブログ型のウェブサイトを地方営業所で始めたところ、すぐに顧客から問合せがあり、本社もこれに追従しました。営業部門はありますが、ウェブサイトが営業ツールとなり月に五、十件の引き合いがあるなどその役割を果たしてくれています。

同社のウェブサイトは垣根が

低く、気軽に依頼しやすいものとなっており、検索サイトで上位表示するための対策も自社で行い、「物流EC」と入力すると本社がトップにきます。これは、非常に大きな効果が得られます。

経営情報が縦横無尽に社内を行き交う。それが会社を強くする。

上記企業では、さらにインターネットグループウェアを導入して、社内や営業所など拠点間の情報共有を図っています。

グループウェア内の掲示板は全員に公開しており、各営業所の活動予定や資料の共有化、会社の帳票類のフォーマット等が開けるようになっていきます。掲示板を見て、特に忙しい営業所があれば他の営業所から応援に行くこともあります。

情報はなるべく公開した方が社員のモチベーション（やる気）は上がると考え、会議の開催回数等はルールを決め、議事録をウェブサイト上に掲載して全社員が見ることができるようにもしています。

事業承継「後継者の資質」

中小商店の事業承継者は、大半が息子さんか娘さんです。

金融機関や取引先は、後継者へのバトンタッチの際、店の土地、施設、従業員といった目に見えるものを重視しがちです。しかし、より大切なことは、後継者が“おやじの背中”といったもの（目に見えないもの）から何を学んでいるか、ということだと思います。

ケータリング（客の指定場所に出張し、料理を配膳、提供するサービス）女性社長のKさん（38歳、社長歴3年）は、その目に見えないものとして、次の項目を挙げています。

(1) 3歳位の頃から小銭を数えていた

商人は“お金を数えるのが好き”ということも資質の一つでしょう。

計算に強いとか、この金額でまずこれを買う、という感覚が身につきます。

(2) 仕事の取組み方を知る

Kさんの両親は、最初に4坪の肉屋から出発。数年後、8坪の店へ移転。順調な頃、隣の駅へ支店開設。しかし、支店は成績が上がらずレストランへ転業するも失敗。そのときのレストランの調理人が作っていたエビチリ、酢豚、ローストビーフを見よう見まねで覚え、ケータリング業へ進出。商売にリスクはつきものという感覚より、商売は自由である、という感覚を体得します。

(3) 対人関係を学んだ

商人はウワサ好きの人が多し。しかし、そのような性向は商売の不振の原因を他人のせいにしてしまう。成功の道はウワサに気を取られず商売に打ち込むことを学びます。

(4) 会社の責任は全部社長にある

先代を見ていて、社長を継ぐ以上は、責任を持って会社を運営する覚悟ができていたので、社長業に抵抗はなかったそうです。

中華料理店

成功している中国人経営の中華料理店。その成功の原因は、(1) 地域密着を心掛けている地元商店会への加入はもろんのこと、商店会のお祭りには、必ず店の料理品を差し入れる。商店の人も、「たまにはあの店で食べよう」とかお客さんに聞かれても「あの店は良いよ」と推薦。

(2) 料理は量が多く安く旨い夕方以降、お客は三、四人でビールでも飲もうというとき、ギョウザなどを頼みます。その一皿で二人前分の量。お客に満足を与えます。
(3) サービス精神が旺盛雨が降りそうな日、ビニール傘を一本まとも買い。その理由を聞くと、傘を忘れた人に提供すると答えたのです。「損して得を取っている」の実践かも知れません。

古本店経営

古本店経営に欠かせないことは、①目利きの力、②仕入れ資金、の2つです。

① 目利きの力

古本店は、一般に仕入れた本を長期間、店に積み上げておけば値段が上がってくる（価値が出る）と思われがちですが、実際は逆です。

古本業も回転の勝負、つまり、売れ筋の本を仕入れて短期間に売り、その確保した資金で、また仕入れという商売です。売れ残った本は、50円、100円の値段で処分することになります。

② 仕入れ資金の用意

仕入れルートは、市場からの仕入れ（仲間取引）と、個人（学者等）からの買い取りです。

いずれも即金での仕入れですし、また、業者同士や学者等からの通常の信頼の構築が必要です。

1回の仕入れ資金も200万円から300万円となることも度々です。