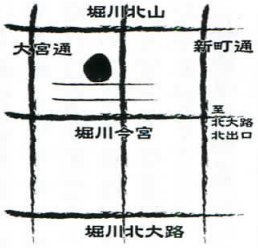
うめ

Tatsuto Hojo Tax Accountant Office
北條達人税務総合事務所

事務所NEWS



発行人
税理士
北條達人
〒603-8203
京都市北区紫竹東高縄町39番地3
TEL (075)493-2355
FAX (075)492-8560
E-mail tatsuto@hojo-tax.com

2月（如月）FEBRUARY

11日・建国記念の日

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

2月の税務と労務

国　税／平成24年分所得税の確定申告　2月16日～3月15日
（還付申告は申告期間前でも受け付けられます）

国　税／贈与税の申告　2月1日～3月15日

国　税／1月分源泉所得税の納付　2月12日

国　税／12月決算法人の確定申告（法人税・消費税等）2月28日

国　税／6月決算法人の中間申告　2月28日

国　税／3月、6月、9月決算法人の消費税等の中間申告（年3回の場合）　2月28日

国　税／決算期の定めのない人格なき社団等の法人税の確定申告及び納付　2月28日

地方税／固定資産税の第4期分の納付　市町村の条例で定める日

ワンポイント　確定申告初日が土曜日にあたるとき

所得税の確定申告期間は２月16日から３月15日まで。今年は２月16日が土曜日にあたるため、税務署では申告書の受付は行いませんが、法令上、申告初日をずらす規定がないことから、申告初日は２月16日のままです。なお、税務署が閉まっている場合、申告書を税務署の時間外収受箱に投函することにより提出できます。

後継者が会社を改革するための条件

マインド　環境　新領域　市場

□新領域に切り込める勇気を持つ

現在の中小企業の大半に言えることは、安閑として従事型事業だけに身を任せ続けることは、縮小から消滅への道を受け入れることになるということです。

中小企業の市場は縮小傾向となっていますが、そこには必ず新しい社会や経済の枠組みが生まれています。

この新しい枠組みに向けて、誰が切り開いていくのか。植木なども枝を切れば、しばらくして新しく元気のよい新芽が出てきます。

高度成長時代は「先代」が頼もしく支えてきました。そして今、「代替わり」の時期を迎え、従来のビジネス手法の大半が陳腐化してきています。

若き後継者は知恵を絞り、勇気を出して事業をイノベーション（革新）していく必要があります。

□環境づくり

若き後継者が、新たなビジネスを起こすためには、前提条件として力を発揮できる環境になっている必要があります。

先代は、できるだけ後継者のやりやすい人事改革をしてから身を引くべきで、いったん譲ったら後は任せることが大切です。

さらに、先代の時代は地位や報酬が忠誠心の源泉となりました。今はそれに加えて、自己実現や社会貢献というやりがいを示さなければなりません。

このために後継者は、特に「理念」や「希望」を従業員に伝えることが重要です。

また、以前は後継者に「現場」と「営業」を任せることで承継への準備ができたと考えられましたが、これに加えて「資金繰り」のノウハウを伝えておく必要があります。

先代が急に亡くなった場合などは、銀行との付き合い方、手形の処理の仕方などに苦労します。このようなことがないように、生前から資金管理について教えてもらっておく必要があります。

これらの環境が整ってから、革新の方向に進むことができます。

□後継者のマインド

革新に向かうために欠かせないのが「後継者のマインド（精神）」です。

先代が継続してきた事業が先細りと見えた時、積極的に新分野、新市場に打って出る気概と勇気が必要です。

このためのマインドを獲得するには、「外を見る」ことが必要です。いろいろな分野の人と交流したり、成長している最先端の現場を見るようにしましょう。

イノベーションとして、トップを目指す気持ちが大事です。ニッチな市場でもそこでトップになることで確実に利益を稼ぐことができます。

しかも、経営者にとってはそのことで事業自体にやりがいを感じることができます。

□市場が存在する所で勝負

トップになれそうな業種や製品、サービスを選択します。そして、それを市場のあるところに投入する。この二つが革新へ

の絶対条件です。

魚釣りでも、いくら釣れやすい竿や餌があったとしても、魚がいないところでは釣れません。海外進出なども、今まで中国は生産拠点として考えられていましたが、今は大きな市場として見ることができます。日本の高齢者や女性を対象と考えれば有望な市場が見えてきます。

ここで、後継者による事業革新の事例を挙げます。

① 着物リサイクルで成長

一九七五年頃は約二兆円産業であった着物市場は、二〇〇九年には約三二〇〇億円に縮小しています。

このような業界で成功している呉服・Y社の三代目社長です。

二代目の父から成長戦略は全て尽きてしまったとバトンを渡されて一九九三年のバブル崩壊後に社長に就任しています。

社長は、「着物のリサイクル販売」というイノベーションを起こし、同社を成長・発展へと導きました。着物リサイクル販売とは、家庭の箪笥に眠る着物を買い取り、殺菌・クリーニングなどを施して販売するビジネスです。

近年はリサイクル品だけでなく独自に企画開発した格安のカジュアル着物も手掛け、リサイクル品と新規商品の売上構成は半々となっています。

同社の成功要因は、潜在需要を掘り起こしたことです。

普段着にも使えるカジュアルな着物を幅広い年齢層に提案してきたことです。着物は従来、〝高級品〟、〝晴れ着〟として定着していましたが、カジュアルで普段から着られる着物として新市場を創造しました。

戦後から現在までに流通した着物の約九割が現在も家庭に保管されており、Y社の成長の余地は今後も大きいものがあります。

② 旅館の経営革新

今でも湯治場の雰囲気がある温泉地に、女性客を中心に若者に人気のある旅館があります。

旧旅館は部屋数二一で高齢者を対象とした低価格の滞在型旅館でした。それを、約四億円を投じて若者を対象とした現在の旅館に全面リニューアルしました。

それまでの旅館は顧客の中心が七〇歳以上でリピーター率が九〇％近くとなっていました。裏を返せば、新規客は一〇％以下。年々客数が減少していくことが目に見えていました。

「何よりも社長自身が泊まりたいと思う旅館ではなかった」ことが全面改装の要因でした。後継者である社長は父の勧めもあって大学卒業後に熱海の高級旅館で二年間修業し、旅館業の本質を学びました。修業後はいくつかの「改革」に取り組みました。例えば、珍しい地酒を置いたり稼働率が低い部屋を改装し「一室限定」の部屋も作りました。

こうした取組みが功を奏し、若者の集客も進むようになり、低価格の滞在型旅館から全面改装し、全く新しい旅館へと生れ変わりました。建物は京都の町屋スタイルを採用し、温泉は全て源泉かけ流し、料理は地産地消、シーツや布団カバーは麻などで、今までと違うスタイルになっています。

また、コスト削減のために、張り替えが必要な絨毯や畳を少なくして木材を多く取り入れ、温泉の排湯熱を床暖房などに使用しています。全室禁煙、食事処を設置し、部屋が汚れないようにもしています。布団は畳の間にあらかじめセットして上げ下ろしの手間をなくし、案内以外はスタッフが客室に入ることはないので労力も省いています。部屋もそれぞれ造りの異なる八部屋となっており、満足度を高めています。

社長は「宿主自身がしっかりとしたコンセプト（概念）や理念を掲げ、画一的なものに頼らないオリジナリティのある旅館づくりをしていくこと、これが生き残りのための決め手」と感じています。

後継者による会社の改革には、このような勇気と決断が必要なようです。

紙の本　VS　電子書籍

新刊から往年のベストセラーまで、内容が同じならば、紙の本で読もうと電子書籍で読もうと気にならない、という人もいるでしょう。しかし、「紙の本」と「電子書籍」での読書の違いを感じるという人の方が多数ではないでしょうか。

この違いを「脳を創る（考える力をつける）」観点で検討することにします。

1．「脳を創る」ことの意味

まず、脳を創る、ことを考えてみます。

「考える力」をつけるには、静かに「空想する時間」を持つことが必要です。

日頃は訪ねる人が多かったり、種々の雑用をしていると、空想の時間を持つとか、虚構の世界を空想する時間が持てません。

これに対し読書は、空想する時間が持て、さらに、読書を通し、言葉の意味とか、背景にある原理・原則をとらえようとする力が、自然に高められます。読書経験は、脳が変化し成長させる（＝脳を創る）最も有効な手段でしょう。

2．「紙の本」と「電子書籍」の違い

では次に、「紙の本」で読む場合と「電子書籍」での読書の違いです。

① 「紙の本」が持つ、ページ数に対応した厚さや位置情報の手がかりが記憶を助ける。

外国文学を読んでいると、個人名がなじめず前の方へと見直すことがあります。電子書籍の場合、スクロールして探そうとしても、なかなか手がかりがつかめません。

② 「電子書籍」は情報量・効率・経済性を追求する一方、オリジナリティ（個性）や手がかりに乏しい。

③ 「紙の本」は、考えるための最適なツールである。

読書を通して思慮に耽ることで、自分の言葉で「考える力」を身につけるには、紙の本がやはり有効でしょう。

時間単位の年休付与

年次有給休暇（以下「年休」という）は日単位での取得が原則ですが、半日単位（使用者が同意した場合には、労使協定が締結されていない場合でも可）で与えることも可能です。

さらに、就業規則等に労働者の範囲、年休の日数（五日が限度）を定め、労使協定を締結すれば時間単位でも付与することができます。

労使協定の締結前に、労働者の請求に応じて時間単位の年休を付与した場合は、法的な年休と認められませんので、年休を取得したことにはなりません。

なお、当年度に取得しなかった年休の残日数及び時間数は翌年度に繰り越すことができますが、時間単位の年休については、全く利用しなかった場合でも、前年度からの繰越分も含めて五日が限度です。

ライトノベル

ストーリーがアニメ調のイラストや会話文を用いた構成で、読みやすく書かれている小説をライトノベルといいます。ライトノベルは、主に中高生や若年層向けの本で、文庫本形式のものが多いですが、最近ではハードカバーで刊行されているものもあります。

ライトノベルが生まれたのは1970年代ごろとされていますが、80年代後半から90年代にかけて注目されるようになりました。活字離れが進んでいると言われる昨今、ライトノベルは市場規模を拡大しています。出版科学研究所の調査によると、2009年のライトノベルの販売額は、文庫本全体の約2割を占めており、最近では台湾や中国、韓国などでもライトノベルが読まれているようです。アニメやゲームなどの市場と関わりを持たせやすいライトノベルが、今後どのように展開していくのか、注目されます。