



暑中お見舞い
申し上げます

夕日の滝

税務と経営

編集発行人
税理士

村野幸司

事務所 〒639-2113
奈良県葛城市北花内
281番地22

TEL 0745(69)8282
FAX 0745(69)7377
自宅 0745(69)2174

8月

(葉月) August

日	14	28
月	1	29
火	2	30
水	3	31
木	4	
金	5	
土	6	
日	7	
月	8	
火	9	
水	10	
木	11	
金	12	
土	13	

8月の税務と労務

- 国 税** / 7月分源泉所得税の納付 8月10日
- 国 税** / 6月決算法人の確定申告 (法人税・消費税等) 8月31日
- 国 税** / 12月決算法人の中間申告 8月31日
- 国 税** / 9月、12月、3月決算法人の消費税等の中間申告 (年3回の場合) 8月31日
- 国 税** / 個人事業者の消費税等の中間申告 8月31日
- 地方税** / 個人事業税第1期分の納付 都道府県の条例で定める日
- 地方税** / 個人住民税第2期分の納付 市町村の条例で定める日
- 労 務** / 労働保険料第2期分の納付 8月31日 (労働保険事務組合委託の場合は 9月14日)

ワンポイント 経営統合と独占禁止法

金融機関や医薬品、玩具メーカーの大型合併等の経営統合が続いていますが、独占禁止法では、事業支配力の過度の集中を防止するため、一定の取引分野における競争を実質的に制限することとなる合併を規制しています。市場シェアなどを基に、公正取引委員会が、事前に統合計画を審査しています。

事業の基本方針



事業の基本方針が確立されているかどうかについて、ハンバーガーショップの例で考えてみましょう。

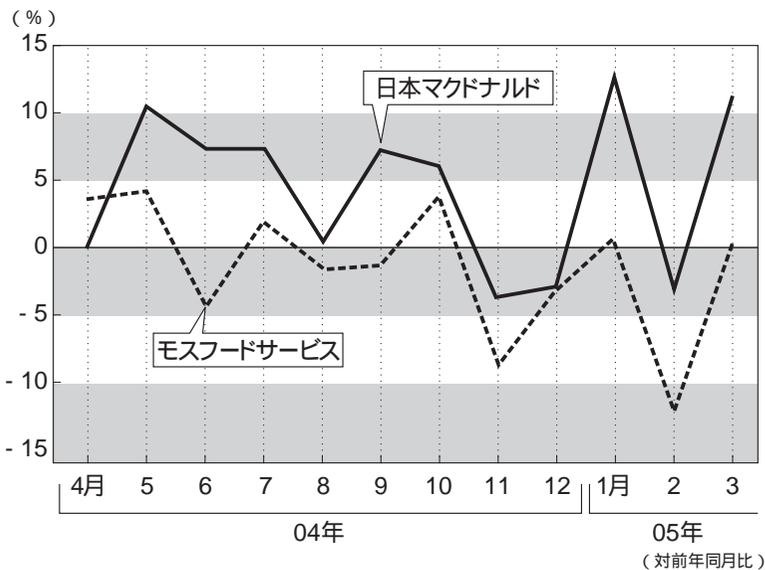
多店舗展開しているところは、マクドナルド、ロッテリア、ファ

マクドナルドとモスバーガーに注目

イストキッチン、森永ラブ、ドムドム、ウェンディーズ、デイルー・クイーン、サンテオレ、モスバーガーといったところでしょうか。まだこれ以外にも独立店がたくさんあります。

多店舗展開のなかで、ハンバーガーチェーンの市場規模は二〇〇〇年の六、七五三億円をピークに下がり続け、二〇〇五年は五、七八五億円に落ち込む見通しです。一層の競争激化が予想されます

資料1 日本マクドナルドとモスフードサービスの既存店売上高の伸び率の推移 (2005年5月10日付朝日新聞より)



資料2 マクドナルド対モスバーガー

		マクドナルド	モスバーガー
1	支店展開(原則)	直営	FC
2	顧客管理	性悪説	性善説
3	従業員の管理(1)	Xの理論	Yの理論
4	" (2)	報酬	やる気
5	事業の運営(1)	トップダウン	ボトムアップ
6	" (2)	科学的	人間的
7	" (3)	機械の力を信じる	人間の力を信じる
8	立地条件	1等地	2等地

が、今後とも成長性・収益性を確保していく企業としてマクドナルドとモスバーガーの二社が注目されています（資料1を参照）。

理由は両社の事業の基本方針が明確だということです。

マクドナルドとモスバーガーの経営を8項目にわたりながめると理解しやすいと思います（資料2を参照）。

特徴のある点や類似点をまとめて説明しますと…。

第一に顧客管理ですが、マクドナルドはお客を性悪説の上に立って捉えます。

お客はお金を払う以上、注文した品が早く欲しいし、ニコニコした応対を要求、むろん清潔で明るいところを選ぶ、わがままな者であるともっています。

そのようなお客に対し、店は当然、商品をいかに早く出すかを追求すべく品数を絞り込んだり、スイッチを押すと二分で焼き上がるといった機械を装備します。テキパキした応対のためには、店長が店員に対してマニュアルに従って、大きな声で元気よく声を出すようにとハツバをかけています。

手のすいた店員は、窓ガラスや

床をみがいて店をきれいにしているなど確かにお客の要求に合った経営をしています。

一方、モスバーガーは、お客の良心に訴える接客を心がけています。

お客は個性を持っており、最低、名前くらいは覚えるようにしたい、どこに住んでいるのか、といった具合に店員が努力します。そのせいか、お客が友人を連れてくるとか、場所によっても異なりますが、店の滞留時間が長いのが特徴です。

トップダウンとボトムアップ

第二に従業員の管理です。この点でもマクドナルドとモスバーガーは対照的です。Xの理論とYの理論は、D・マクレガーのXY理論からとったものです。

経営者の社員に対する理解としてXの理論は、人間は働くことが嫌いで、できればそれを避けようとする、というものです。

Yの理論は、社員は自主性や自己実現の欲求の満足という報酬があれば、組織目標の達成に貢献する、また、問題解決のための創造性は大部分の人が備えている、と

いった見方です。

したがって、経営者の意思決定は、マクドナルドはトップダウンとなり、モスバーガーはボトムアップとなります。

第三に商業立地の点でも対照的といえるでしょう。

原則的にマクドナルドは一等地に重装備の機械を置き出店しています。組み込まれたコンピュータの装置は表面の華やかさと異なり、精密工場を思わせます。

一方、県道沿いや商店街外れの二等地にも店が見られるモスバーガーは、小資本でも開業できるような工夫します。機械化は進めているものの額の面からは軽装備で、減価償却費を少なくするようにしていることから、売上げが少額でも採算はとれます。

また、マクドナルドとモスバーガーの店に入り、しばらくいますと、同じ賑やかさのなかでも時間管理、社員の言葉遣いやその他のサービスの仕方、マクドナルドは機械の力を頼った科学的処理をしており、モスバーガーは社員の努力、お客の良心といった力を信じた人間的処理が中心となっっていることに気がつきます。

明確な事業方針が重要

今後の企業の存続条件となれば、明確な事業方針のもとに経営が管理されているか否かということが非常に大切なこととなります。その事業方針は、経営者と社員はもちろんのこと、銀行、取引先企業、お客といった第三者にも理解できる必要があります。

卑近な例ですが、スーパーのダイエーの例です。

同社は「良い品をどんどん安く売る」という基本に立ち、売上げを伸ばしてきました。社員の行動も、仕入れ先に対する条件、お客のイメージもすべて「安売り」という基準がありました。

しかし、消費者の需要変化による高級品の品ぞろえを考えたり、フランスのデパート、オプラタンと業務提携をするなど、初期の頃と変えていきました。

このことは「安売り」という今までの事業の基本方針から逸脱するものです。結果は、皆さんのご承知のとおりです。

暑中のご挨拶



暑中お見舞い申し上げます。

個人情報保護法が4月からスタートしています。民間事業者だけでなく国や地方自治体も対象となりますので、この影響を受けて、これまで役所で閲覧等できた個人に関する情報が閲覧できない、あるいは一定期間だけしか閲覧できないといったことも起こっています。

厚生年金保険料が9月から引き上げられます。昨年成立した改正年金法により、昨年からの毎年保険料率が0.354%引き上げられ、平成29年9月以降は18.30%(本人負担9.15%)で固定される予定です。今年はずでに3月に介護保険料率が、4月には雇用保険料率が引き上げられており、企業にとっては負担が増加するばかりです。

この春注目を集めたライブドアの堀江社長は、講演会で、企業にとって一番大切なものは「信用」と発言しています。堀江社長が事業を起こした学生時代は、まず、友人を介して徐々に信用を積み重ね、それにつれ事業も拡大していったとのこと。古い企業の経営者ではなく最先端に行く企業の経営者が、「信用が第一」とは意外なのか当然なのか。

皆様方の益々のご発展とご健勝を祈念し、ご挨拶といたします。

商品券・プリペイドカードの消費税の取扱い

商品券、ビール券、図書券等(物品切手等といいますが)の譲渡は、消費税上非課税とされています。

また、テレホンカード、パスネットのようないわゆるプリペイドカードもこの物品切手等に該当しますので、これらの譲渡も非課税となります。

たとえば、事業者が、広告宣伝、謝礼等の目的でこれらの物品切手等を購入し、支給した場合、この物品切手等を購入した支出は、消費税法

上非課税仕入れとして取扱いますので、仕入税額控除の対象とすることができません。

しかし、これら物品切手等のうち、その事業者が自己の引換・給付を受けるものについては、その購入に係る支出は課税仕入れとして取扱い、仕入税額控除の対象とすることができます。

マネキンに支払う対価

企業が、デパート等に商品を納入している場合、そのデパートの売場に、いわゆるマネキンと呼ばれる職業紹介所から紹介を受けて販売店員を派遣することがよくあります。

この場合、職業紹介所は、企業の要望に応じて職業を紹介するものであり、人材派遣のように自己が雇用する使用人を派遣するものとは異なります。ですから、紹介

を受けた企業が、マネキンを直接雇用することとなります。

したがって、紹介を受けた企業がマネキンに支払う対価は、給与に該当します。

また、職業紹介所を通じて給与を支払うこととしている場合であっても、そのマネキン個人に直接支払うべきものを単に事務手続の都合で職業紹介所を介しているにすぎませんので、その紹介を受けた企業に源泉徴収義務があることとなります。