



法人こおりやま

2012. 1 第403号

発行所 郡山市虎丸町14番2号 社団法人郡山法人会 (024-933-7777) (FAX925-1971)
 発行人 有馬 賢一 編集 広報委員会 印刷所(株)ヨシダコーポレーション



題名
雪の古里

提供 大波 天久
 郡山法人会副会長

目次

活動する法人会 政府・政党に提言活動	2
常在活路を心に刻め	3
伸びている会社、これから 伸びる会社の経営者の視点	4
謙虚な学びこそが競争力の源泉	6
税務署ニュース	8

行動する法人会

－平成24年度税制改正に関する提言－

全法連では、平成24年度税制改正に向け、政府・政党に対して提言活動を行いました。



財務省

税制改正要望に関する団体ヒアリング
財務副大臣 藤田 幸久氏

他

民主党

財務金融部門会議
座長 大久保 勉氏
豊田潤多郎氏、藤田 憲彦氏、
橋本 勉氏、 木内 孝胤氏



他



公明党

税制調査会、財政金融部会
部会長 竹内 譲氏
大口 善徳氏、 荒木 清寛氏

自民党

財政・金融・証券関係団体委員会、財務金融部会
委員長 徳田 毅氏
部会長 西村 康稔氏
野田 毅氏、 田中 和徳氏、竹本 直一氏、
中川 正春氏、若林 健太氏、片山さつき氏、
菅原 一秀氏、塚田 一郎氏、猪口 邦子氏



この他、参議院の比例代表選出議員に対し提言書を送付するなどの提言活動を実施しました。

常在活路を心に刻め

未来事業㈱代表取締役
経営プロデューサー
吉岡 憲章

「明けましておめでとう
ございます」と新年のご挨拶をさせていたいただくのも、昨年3月11日の東日本大震災で被災された方々に思いを馳せますと、憚られるような気持ちになります。

震災の犠牲になられた方々のご冥福を心からお祈り申し上げるとともに、残された皆様が無事に頑張り、さらに成長を続けることが最大のお慰めになることと考えます。

昨年はリーマンショックが癒えないうちに、この大震災の被災、超円高、さらにはギリシヤに端を発したヨーロッパ経済の大危機と次々と困難が押し寄せて参りました。

私も中小企業にとりまして、この先どのように経営の舵取りをしていけばよ

いのだろうかと思いついて悩んでおられる方も多いことと思います。

このような厳しい経済環境のなかで新年をスタートするわけですが、たとえ世の中の景気がどうであろうとも、会社というものは社長次第です。

中小企業においてはトップである社長の思いと行動に全てがかかっているといつても過言ではありません。

経営者は何があるうとも「わが社を勝ち残させる、そのためには自分自身が先頭に立って苦難に立ち向かう」と覚悟をすることです。

何としてでもやり遂げる、という執念がなければ何事も実現しないでしょう。

政治・行政の怠慢も、世の中の不況も問題にしないほどの「強い思い」が大

事です。

その思いを実現させるためにも、次のポイントを参考に今年の干支である龍のごとく前進していただければと思います。

1. ピンチをチャンスに

今、押し寄せている多くのピンチは「わが社を成長させるために神が与えてくれたもの」と捉えましょう。

「火事場のくそ力」と言うではありませんか。どんな場面でもどこかに活路はあるものです。そう、「常在活路」なんです。

「生かされている喜びをバネとして押し寄せてくるさまざまなピンチをかわしながら」うっちゃり「をかませましょう。

2. 経営者の覚悟を

従業員は社長の姿をいつも見ています。

どのような危機に直面しても、顔色を変えずに悠然と対応するリーダーに「この社長と一緒に安心だ」と信頼を寄せます。

この信頼が素晴らしいパワーを持ったチームを作ります。心を一つにしたチームは何事にも屈することは無いでしょう。

何があっても腹を据えて取組む覚悟が大事です。

3. 営業の鬼となる

景気が悪い、ということでは世の中の仕事の量が全体的に少ないということですが、待っていても、仕事は降って来ません。

受注量は、お客様に働きかけた度合に比例します。これまでの倍も営業に出掛けましょう。

小売店・飲食業なら来店したお客様がリピートをしてくれるような店内営業に励みましょう。とにかくお客様の顔を見ることです。

4. 金融機関との関係を築く

会社は赤字になってもすぐには潰れませんが、資金

が途絶えたときには、そのまま息の根が止まります。今年の3月には中小企業の救いの神と言われた「金融円滑化法」の1年延長の期限も終わります。仮に、政治的に再々延長がされても、内容はがらりと厳しくなると思います。

これによって、金融機関からこれまで通りのような支援が得られない企業が継続することになります。

日頃から取引している金融機関との信頼関係をさらに深めるように心掛けましょう。

今年を勝ち残るためにくつかのポイントをまとめてみました。これらを実行するために、新たなお金はかかりません。

すべてが「経営者の心の持ち方」によって叶えられることばかりです。

ぜひ、覚悟と自信を持って突き進んで行きましょう。

あなたと貴社が大きな収穫を得ることができる道を切り拓いていただけることをお祈り申し上げます。

伸びている会社、これから伸びる会社の経営者の視点

「安い・簡便・絞り込み」がキーワード



現代経営教育センター代表 大塚 則弘

大惨事一周忌の春を迎えて

「新年おめでとう……」と言つていいものか、躊躇する今年の春である。

節分・立春、そして雛まつりと進めば、あの悲惨な大惨事からの一周忌となる。

五輪真弓の名曲「恋人よ」ではないが、まことに「季節はめぐってくるけど」であらう。

法人会会員の皆さまにとつても厳しい世情ではあるが、今年はこの他、がんばってもらおうしかない。

一番つらいのは志なかなばにして逝ってしまった方々なのだから。「先立ってしまった者は、生きている人の心の中でのみ生きられる」と思えばがんばれる。

いま売れているものは……

地上波デジタルが完了した。それにともないBSやCSも普及した。

いちど、平日昼間のBS民放をご覧いただこうか。世の流れを垣間見られる。

驚くなかれ、健康食品やサプリメントを中心とした通販番組一色である。

もちろんターゲットは、「健康」の二文字に弱い中高年者である。

いまや通販は商品だけでなく、保険のような形のないものまでが対象になっている。

新聞・テレビのCM、はいまも「クルマ・食品・化粧品」が有名だが、新御三家は「サプリメント・保険・夫婦旅行」である。その売り込み方には共

通の特徴がある。「安い・簡便・絞り込み」である。

「安い」のイメージを植え付ける

デフレの時代になつても長い。

雇用の不安さえぬぐえないのだから、賃上げの要求も及び腰となる。

給料は増えず、株や投信の配当金も増えない。

増えたのは白髪とストレス、減つたのは交際範囲と歩幅(最近よくこける)。

昔は「賃上げ↓消費旺盛↓企業増収↓ボーナス奮発」の好循環。

いまは「給料増えず↓欲しいものは買えず↓売上げ増えず↓給料据え置き」の縮

みのエンドレス・パターン”である。

だから、いま伸びている会社は「安い」のすり込みから始める。「いまなら〇〇円」送料無料「××もお付けします」は常套句。

元の値付けがいい加減だから、見た目破格の値段でビックリさせることができる。

「安い」とは、ものの値段だけではない。

外資系生保にみられるように、タバコを吸わない人と

いまだ手放せない者とで、保険料に差をつけている。

生命保険という商品は「生きる」ということが商品価値だから、それに努力している人と、そうでない者との間に差をつけるというのも、努力

している人からみた「安さ」なのだ。

「安い」が価格勝負だけの狭い範囲でとらえると、牛丼屋のように体力消耗戦になる。「安い」も、奥が深いのだ。

簡便とは顧客の不自由を開放すること

店頭でものが売れない中、ネットでの販売は好調だ。

これほど伸びるとはだれも想像しなかったほどの勢いだ。ネットでクリック、あとは宅配車が全国を駆け回る。

気に入らなければお取り換えもOK。

若者のみならず、忙しく時間のない現役世代や、お出かけが不自由な高齢者にもやさしいと重宝がられる。

後発組(ネットや通販業者)は、先発組(既存の商売方法)が顧客に強いている不自由や不便さを研究して参入する。

その結果、時間のしぼりや店員のまとわりつき、都合構わずの電話セールスや購入手続きの面倒さ(支払いや持

ち帰り法：)から顧客を解放した。

すべてを簡便にすることで、

市民権を得てきた。

ネット購入の手軽さは言

うに及ばず、0120のフリー

ダイヤルや24時間対応は

当然のこと、オペレーターの

対応能力もかなり高い。

アクサだチューリツヒだと

連日かまびすしいテレビだが、

いちど電話してみたらいい。

満足のいく値段と、その対

応の安心さにビックリするだ

ろう。

これらの保険会社は、自

動車保険をどうやって宣伝

しているか。

「保険の切り替え時期が

変えどき」と購入の時期を明

確にしてPRに努めている。

いつでもどうぞとは言っ

ていない。これは次項で述べる「絞

り込み」の技術なのだ。

絞り込むから

客に満足を与えられる

新聞紙上での旅行商品で

は、阪急交通社とクラブツー

リズムが両翼である。

「安い」「簡便」を織り込み

ながら、顧客の「絞り込み」

をしているところが強さの秘

密だ。

裕福で目の肥えた中高年

者を対象にしている。

圧倒的にリピーター客が多

いのも、両社に共通している。

提供した商品を満足させ

るから、次も同じ会社を指

名してくる。海外旅行では添

乗員も指名してくるとい

から、「添乗員冥利」に尽き

るといふものだ。

『満足した客は最大のセール

スマン』という名言を、地で行

っている。

セールスマンの勧めにはの

らない客も、お友だちの助言に

はうなづく。

客が客を連れて来る仕掛

けをつくることを知っている。

「絞り込み」ができない反

面教師は、ホテルやデパート

だ。

「結婚式もできます、レセ

プションも対応できます。

もちろんお泊まりやお食

事も：)の中途半端なシテイ

ホテルは、掛かり費が高く、「な

んでも有るは、何にも無い」こ

とだから、すべての客を満足

させられない。

むかし百貨店といった「な

んでもあります」のデパート

も同じことだ。

絞り込むとは何かを

カットすること

ホテルは休む処と目的を

絞り込み、宿泊に特化してい

るところが元気だ。

ベッドは大きい。枕の高さ

は自由に選べる。室内清浄機

もある。室内バスの他に大浴

場もある、それも温泉で：)

これで4〜5千円とは安くな

いか。

その上で、全国にチェーン展

開をする。

使い慣れたホテルは、勝手

がわかつているから安心だ。

泊まる毎にスタンプ量で現

金還元するから、出張族の

リピーター度は高い。

そのかわり「安い」を貫く

ために、切れるところは徹底

して詰める。

室内電話はない(ケータイ

の世だから不要)。

ロビーもない(朝食の提供

場所があるのみ)。

ほとんどがネット予約、よ

つて人件費のコストダウンが

可能。

「絞り込む」とは客層を絞

り込むだけでなく、なにに特

化するかがわかるといふこと

だ。

結果、カットするものも生

じ、その勇気が必要となる。

「安い・簡便・絞り込み」、

これらの時代の波とうまく

折り合いをつければ、あなた

の会社もきつと伸びられる。

もう一話

いま「昔ながらの商店街」

が元気だ。

首都圏では砂町・大山・戸

越など下町の商店街が気を

吐いている。

苦戦を続けるスーパーに

対し、下町の商店街はなぜ

元気なのか。

スーパーは商品陳列は豊

富でも、売り場要員がい

ない。ミカン・Bの値段の差を

聞きたくても人がいない。

呼び出してもらおうのはひ

と苦労だ。

そこへいくと、下町の商店街

は家族経営だ。

客も通勤・通学にいつも通

る道だから、馴染みになつて

いく。

幼子を抱いたママさんには、

ちよつと高めでも減農薬・無

農薬のミカンを勧める。

サンマをと思つて行つても「今

日はサバが良いから持つてい

きな」と、サバを持たず。

仕入れ値から来る「お買い

得感」を知っているから、客に

とつて得な情報を提供する。

その結果がサンマでなくて

サバなのだ。献立て提供者と

思えばよい。

毎日行き帰りに顔を合わ

す客は、今日は客とならず

とも「お得意さま」だから、

変なことはいない。

気がよく、一寸おせつか

いな無償のコンサルタントがい

る地元商店街と、品出しのパ

ートだけのスーパーとでは、

あなたはどちらを最良にす

るだろうか。

規模の大小ではない。地元

密着で、お得意さまに得な

商売展開をすれば、規模の

小さい法人会メンバーのお店

だつて、決して負けはしない。

「損して元取れ」である。

さあ今年一年もがんばろう！

謙虚な学びこそが競争力の源泉

経営ジャーナリスト 足田文明

いまほど、組織ぐるみで知恵を出し、それを行動に移すことが求められている時代はない。

こう書き出せば、経営者のみなさんは、「そんなことはわかっている。だからこそ、従業員に知恵を出せ」といつているのだが、出てこないから困っているのだ」と、おっしゃるに違いない。

では、部下に知恵を出させるためにはどうすればいいのか。

まずは、可能な限り、指示・命令を出さないことだ。指示・命令を出すのは、考えずにやれ、ということと同じこと。

ただ、指示・命令を少なくすることで出てくる知恵には限界がある。次にやるべきことがある。

それは、単純な問いを発

学習が知恵の限界を超える

しかし、ここまでやっても、出てくる知恵には限界がある。では、絶え間なく知恵が出てくるようにするには、どうすればいいのだろうか。

その答えは、2500年も前に、孔子が教えてくれている。孔子は、「論語」の中に次のような言葉を残している。

「吾嘗て終日食らわず、終夜寝ず、以って思う。益なし。学ぶにしかず」（私 はかつて、一日中食事をせ

ず、一日中寝ることもしないで、考えたことがあるが、得るものは何もなかった。やはり、学習には及ばない）孔子のような人物でも、ひたすら考え込むだけでは、なにも得るところがなく、学習に勝るものはないという。

これは、知恵を出そうと思えば、その前段階としての学習が不可欠だと教える。孔子ばかりではない。優良な経営者も異口同音に学習の大事さを説いている。

20世紀最高の経営者とも、学習マシーンとも称されたGEのウェルチは、「学習こそが競争力の源泉」といい、日産を再建したカルロス・ゴーンは、「会社が成功するために最も大切な要素は、社員ひとりひとりが常に学習する姿勢でいることだと思っています。学ぶことが大切なのは、個人だけではなく、企業も同じです。私は、日産自動車が50年後も成長する健全な会社であり続けるためには、会社全体が学習する組織であり続けることが最も重要だと思っています」と語っています。

しかし、なぜそれほどまでに企業経営で学習が重きをなしているのかについては、私が知る限り、二人は話していない。

ところが、この問いに見事に答えていた人がいる。その人は、「日本人とユダヤ人」等々の著書で知られる山本七平だ。

山本は、「質のいい記憶の量を増やせば増やすほど、その人間の発想の総量は増えていく。天才とは、普通の人が結びつかないと思っているいくつかの概念を結びつけることのできる人だが、天才といえども、結びつけうるべき諸概念を持っていない限り、新しい発想はできない」という。

昨年亡くなったアップルのステイブ・ジョブスは、「点と点が結び付くことで画期的なものが生まれる」と指摘しているが、これは山本さんの考えと同じといえる。

学習することで、質のいい記憶の量が増えれば、それにつれて発想が豊かになるという山本さんの指摘は、本当に納得できる。

2008年にノーベル賞

を受賞された方が、「風呂に入っているときにひらめいた」と話されていた。

たしかに、ひらめいた場所は風呂だったのだろうが、その前段階として、様々な概念を頭に植え付けてあったからこそ、アイデアが生まれたことを忘れてはならないと思う。

企業経営では、知恵が競争力をもたらすのだが、知

恵は学習することで初めて出てくるものだということをも、まず理解しておくべきなのだ。

「考える、知恵を出せ」というだけでは、無限に知恵はでてこない。

組織ぐるみで知恵を出そうと願うのなら、遠回りにも思えるかもしれないが、社員それぞれが学習するしかない、筆者は考えている。

挑戦が学びと知識を育む

では、企業人はどのようなして学ばいいのだろうか。まず、耳を傾けていたいただきたいのは、カルロス・ゴーンの次の言葉だ。

「大学で勉強すればいいのでしょうか。それは違います。私は、大学に7年間通いましたが、そこで学んだことで役に立ったのは2%ぐらいしかありませんでした。人間は経験を通じてこそ多くを学ぶことができます」。

単純には、経験、仕事を

通じて学ばないと考えられない。

しかし現実には、経験、仕事から学べる人とそうでない人がいる。違いはどこにあるのだろうか。

ここでもゴーンの考え方が参考になる。

「ただ漫然と仕事をしているだけではダメです。難しい問題、高い目標、そして厳しい課題に挑戦しなくてはなりません。なぜなら、人は課題があつて初めて自分で考えるようになり、それに果敢に挑

戦すればするほど、早く学習でき、知識が育まれるからです」

問題意識がなくて漫然と仕事に取り組んでいたのでは、いたずらに体験を積み重ねていくだけで、何も学ぶことはできない。

「なぜ、この工程が必要なのか、この仕事に問題点はないか、お客様はなぜあんな発言をしたのか」等々、問題意識をもって仕事に取り組むと、仕事そのものが学習の場になるということだ。

筆者は、「学習企業」を目標としてほしいと言うが、難しく考える必要はない。職場が教室、仕事が教材、顧客が先生の気持ちで、日々の仕事から学ぶ風土を築きあげていけばいいと思っ

ている。ただし、経験から学ぶこととの限界も知っておいてほしい。なぜなら、ひとりの人間が一生で経験できることは、たかが知れているから

だ。

体験から学ぶことを第一歩として、次に必要なのは、他人の経験、先人の知恵に学ぶことだ。

ハーバード大のコッター教授は、松下幸之助は、聞くことで学んだ人だったと、指摘した上で次のように続けている。

「松下幸之助の言葉で好きなのは、『謙虚な心と開かれた精神があれば、誰からも、どこからも、いつでも学べる』というものだ」

松下は自ら、「体験を通じて生きた学問を積むことができた」といっているが、体験にプラスして、謙虚に聞く耳を持つことで偉大な

経営者になったのだ。松下以外にも、学校教育を受けずに名経営者になった人は数多くいるが、それらの人に共通しているのは、

体験から学び、謙虚に人の話を聞く姿勢だということも指摘しておきたい。

企業人が学習することの大事さは理解していただ

たと思う。

しかし、学習が最終目的でないことはいうまでもないだろう。

あくまでも、競争力の源泉となる知恵を出すために学習するのだということを、忘れないでいただきたい。

筆者は、この30年の間、数多くの勉強熱心な経営者にお目にかかってきたが、そうした人のすべてが成功を手にしたわけではない。

途中で、経営者失格の烙印を押された人も結構な数いる。

そうした人に共通するのは、勉強したことに満足し、知恵をだせなかつたところだ。

最後に、いまひとつ孔子の言葉を紹介して終わりたい。

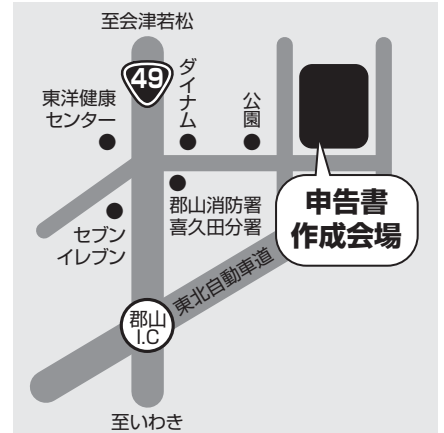
「学びて思わざればすなわちくらし。思いて学ばざればすなわちあやうし」(学ばばかりで自ら考えなければ独創がない。自分で考えるだけで、学ばなければ独断に陥って危険である)

平成23年分確定申告書作成会場は 南東北総合卸センター協同組合イベントホールです

平成23年分確定申告期間の申告書作成会場は、「ビッグパレット」から「南東北総合卸センター協同組合イベントホール」に変更となります。

開設期間終了間近になると大変混み合います。また、震災に係る相談等により例年以上の混雑が想定されますので、早めの来場をお勧めします。

なお、税務署内には、申告書作成会場を設置していませんのでご了承ください。



開設期間：平成24年2月1日(水)～3月15日(木) ※土・日・祝日を除く

開設時間：午前9時30分～午後4時まで

開設場所：郡山市喜久田町卸1-1-1

郡山税務署 TEL 024-932-2041

〒963-8655 郡山市堂前町20-11

被災者生活再建支援金の税務上の取扱いについて

～所得税の雑損控除の取扱いを見直します～

- 所得税の雑損控除の金額については、災害などにより住宅や家財に生じた損失の金額から、保険金、損害賠償金その他これらに類するものにより、その損失の金額を補てんされる部分の金額を控除するとされています。

【一般的な雑損控除の金額の計算】

$$\left(\begin{array}{l} \text{損失の金額} - \text{保険金等により補てんされる部分の金額} \\ \text{(被災者生活再建支援金)} \end{array} \right) - (\text{所得金額} \times 10\%)$$

- 平成19年改正後の被災者生活再建支援法に基づく被災者生活再建支援金(以下「被災者生活再建支援金」といいます。)については、住宅が全壊等された世帯を対象に、その被害の程度や住宅の再建方法により支給されるもめであることから、これまで、税務上は、雑損控除の損失の金額から控除するものとして、取り扱ってきました。
- この税務上の取扱いについて、東日本大震災後の実情などを踏まえ、再検討を行い、この度、その取扱いを見直し、被災者生活再建支援金については、雑損控除の損失の金額から控除しないものと変更することにしました。
- このことにより、今後、新たに雑損控除を適用し、確定申告書などを提出される方につきましては、見直し後の取扱いによることになります。

また、既に、東日本大震災に係る雑損控除の損失の金額から被災者生活再建支援金を控除して確定申告書などを提出された方につきましては、この取扱いの見直しにより、雑損控除の金額が増加することになり、翌年に繰り越す損失額が増加する場合や、所得税が還付される場合があります。

この場合の雑損控除の金額の見直しに関する手続きにつきましては、平成23年分の確定申告期間が終了した平成24年5月以降に開始します。

- 今回の税務上の取扱いの見直しは、東日本大震災後の実情などを踏まえたものですが、平成19年改正後の被災者生活再建支援法に基づき、東日本大震災以外の災害により支給された被災者生活再建支援金についても、遡って取扱いを変更することとします。

御社の社員の皆様への確定申告情報提供のお願い

～申告書の作成もできる国税庁ホームページのご案内～

国税庁ホームページ(www.nta.go.jp)には、「確定申告特集ページ」が開設されていますが、その中の「源泉徴収義務者の方へ」に給与所得者の皆様へのお知らせが掲載されています。最近では会社員の方でも確定申告をする方が増えており、そのような方に、申告書が簡単に作成できる「確定申告書等作成コーナー」のご案内をするものとなっています。

つきましては、御社の社員の皆様へ次の方法で情報提供していただくようご協力をお願いいたします。

- ①国税庁ホームページのトップページにある「確定申告特集ページ」のバナーをクリック
- ②「源泉徴収義務者の方へ」をクリック
- ③給与所得者の皆様へのお知らせをダウンロード(7種類のデータの中からお選びください。)
- ④回覧、配付、メール配信、電子掲示板への掲載などの方法により、社員の皆様に情報提供