



# 法人こおりやま

2013. 10

第424号

発行所 郡山市虎丸町14番2号 公益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



## 目次

### 税のミニ通信

教育資金の一括贈与に係る  
 贈与税非課税措置について …… 2

### 税務署ニュース

税を考える週間について …… 3

会計を経営判断の指針とせよ …… 4

4つのPが明確な繁盛店 …… 6

今こそ、顧客の心を動かす  
 接客サービスを …… 8

## 題名 山ぶどう

提供 大波 天久  
 中国書法研究院客員教授  
 郡山法人会副会長

税のミニ通信

# 教育資金の一括贈与に係る 贈与税非課税措置について

## 1.背景

現行制度では、扶養義務者間(親子間等)で必要の都度支払われる教育資金は贈与税が非課税である。しかし、教育については将来にわたり多額の資金が必要であり、「一括贈与」のニーズも高い。

高齢化世代の保有する資産の若い世代への移転を促進することにより、子供の教育資金の早期確保を進め、多様で層の厚い人材育成に資するとともに、教育費の確保に苦心する子育て世代を支援し、経済活性化に寄与することを期待するものである。

## 2.制度の概要

平成25年4月1日から平成27年12月31日までの間に、個人(30歳未満の方に限る。以下「受贈者」といいます。)が、教育資金に充てるため、金融機関等との一定の契約に基づき受贈者の直系尊属(祖父母など)から①信託受益権を付与された場合、②書面による贈与により取得した金銭を銀行等に預入をした場合又は③書面による贈与により取得した金銭等で証券会社等で有価証券を購入した場合(以下、これら①～③の場合を「教育資金口座の開設等」といいます。)には、これらの信託受益権又は金銭等の価額のうち1,500万円までの金銭に相当する部分の価額については、金融機関等の営業所等を経由して教育資金非課税申告書を提出することにより贈与税が非課税になります。

その後、受贈者が30歳に達するなどにより教育資金口座に係る契約が終了した場合には非課税拠出額(教育資金非課税申告書又は追加教育資金非課税申告書にこの制度の適用を受けるものとして記載された金額を合計した金額・1,500万円限度)から教育資金支出額(金融機関等の営業所等において、教育資金として支払われた事実が領収書等により確認され、かつ、記録された金額を合計した金額・学校等以外に支払う金銭については、500万円を限度とします。)を控除した残額があるときは、その残額がその契約が終了した日の属する年に贈与があったとされます。



東北税理士会郡山支部  
税理士 高橋 三代志

### 教育資金とは(領収書等の提出が必須)

(1)学校等に対して直接支払われる次のような金銭をいいます。

①入学金・授業料・入園料・保育料・施設設備費又は入学(園)試験の検定料等

②学用品の購入費や修学旅行費や学校給食費など学校等における教育に伴って必要な費用など。

「学校等」とは、学校教育法で定められた幼稚園、小・中学校、高等学校、大学(院)、専修学校、各種学校、一定の外国の教育施設、認定こども園又は保育所等をいいます。

(2)学校等以外に対して直接支払われる次のような、金銭で社会通念上相当と認められるものをいいます。

③教育(学習塾、そろばんなど)に関する役務の提供の対価や施設の使用料など

④スポーツ(水泳、野球など)又は文化 芸術に関する活動(ピアノ、絵画など)その他教養の向上のための活動に係る指導への対価など

⑤③の役務の提供又は④の指導で使用する物品の購入に要する金銭

⑥上記のほかの支出で、学校等が必要と認めたもの。

※教育資金及び学校等の範囲については文部科学省ホームページに情報が掲載されていますので参照してください。

税務署ニュース

# 「税を考える週間」について

国税庁では、国民の皆様は税の仕組み等を考えていただき税に対する理解を一層深めてもらうため、毎年11月11日から11月17日までを「税を考える週間」としております。

期間中は、税の役割や国税庁のICT化・国際化に対する諸施策について紹介します。

なお、今年のテーマは「税の役割と税務署の仕事」です。

また、国税庁ホームページには、動画やイラストで見る税務署の仕事を掲載し、ツイッターを活用して各種情報を提供いたします。

これらの詳しい内容は、国税庁ホームページ(<http://www.nta.go.jp>)をご覧ください。

「税務署の仕事」  
動画で配信中!

国税庁  検索

国税庁 [www.nta.go.jp](http://www.nta.go.jp)

11月11日(月)▶17日(日)

テーマ「税の役割と税務署の仕事」

e-Tax  
電子申告・納税システム

申告と納税はe-Taxで!  
※開始には事前準備が必要です。  
詳しくはe-Taxホームページをご覧ください。

# 会計を経営判断の指針とせよ

## 中小企業経営者が活用すべき会計の3つのポイント

永山孝男税理士事務所  
税理士  
永山孝男

業経営者が活用すべき会計の3つのポイントを紹介させていただきます。

### 1. 会計の役割

#### (1) 財務会計の役割

会計が果たすべき大きな役割は、利害関係者間の利害調整とされており、

この利害関係には2つの立場が存在します。一つは、出資者と経営者の関係です。

出資者が企業に資金を出して経営者はその資金を基に事業を遂行し、得た利益を配当として出資者に分配する。この場合の会計の役割は配当可能利益情報の提供です。もう一つは、投資家と経営者の関係です。潜在的・顕在的投資家が、企業に出資する際の判断材料として利益を使用します。この利益は経営成績判定のための利益であり、経営者の経営の巧拙を表すことになるため、投資家の投資行動と経営者

この場合の会計の役割は、収益力情報の提供です。

上場企業等においては、投資家は不特定多数かつグローバルに存在するため、算出しなければならぬ利益はこれらの投資家が適正に判断できるための一定のルールに従って計算されなければなりません。そのルールは、国際会計基準や金融商品取引法などであり、その内容は複雑で会計と無関係の者にとつては、難解怪奇な内容と言えます。

#### (2) 中小企業経営者のための会計の役割

日本には約260万社の会社があり、そのうち資本金1億円以下の会社は約98%であり、さらに資本金1億円以下の会社のうち、同族会社は約97%との統計があります。同族会社においては株

主と経営者が一致または親族等の緊密な関係にあるため、上記のような利害調整を要する蓋然性は、極めて低いものと言えます。

では、中小企業にとって、会計の本質的役割をどのように捉えればよいのでしょうか。投資家と経営者間の利害調整要請は乏しいものの、算出された利益は税金計算の基礎であり、また、資金借入時の金融機関の判断基準ともなります。この点、中小企業においても財務書類は、国・地方公共団体や金融機関等の債権者等との利害調整機能を果たすものと言えます。しかし、外部・内部経営環境が常に険しい中小企業にとつては、会計は経営者にとつてより有用であるべきであり、経営判断の指針として使用できるものでなければ

ならないと考えます。上述のような利害調整機能が副次的なものとは決して言いませぬが、管理会計的な機能を重視して経営判断のための会計という位置づけこそが、中小企業経営者にとつての本質的な役割であるべきと考えます。

平成24年2月1日に「中小企業の会計に関する基本要領」(以下「中小企業基本要領」という)が公表されました。経営者が理解でき、自社の経営状況を適切に把握できる「経営者に役立つ会計」が強調されており、簡素で安定的なものであることにより経営者が理解し易く、会社の成長に資するための基準となるように位置付けられています。以下では、中小企業基本要領と同様の観点から、私が考える「中小企

### 2. 勘定科目設定について

お客様との話の中で、「勘定科目が解らない」と言われる場面は少なくありません。中小企業者は決算報告書作成の段階では、法人税法

や中小企業基本要領などにより規定されている勘定科目により、財務書類を作成しなければなりません。しかし、試算表上の勘定科目、つまり、帳簿上の勘定科目は経営者自身が見るための科目体系を設定すべきです。経営者が解りやすく、かつ、作成された試算表等に関心を強く抱くような設定が必要です。

勘定科目の分類は、形態別分類と目的別分類に区分されます。例えば、ボールペンの購入費用は形態別では消耗品費や事務用品費に分類されますが、広告宣伝のための贈答用に購入したものは目的別では広告宣伝費になります。このような分類方

法を考慮しながら自社の支出を分類して、経営者が試算表を見たときに、勘定科目の金額を見て「何に支出した金額の累計額なのか」が瞬時に解るようにしておきます。

事業活動は多種多様であり、経営者が気になる支出については、事業内容、また、経営者の考え方により様々であると思います。経営者が重要と考える支出については、経営者が試算表を見て一目瞭然に理解できる勘定科目名称での設定も重要と思います。極端な例を言えば、外注などで特定の会社への支出を試算表上で即確認できるようにしたければ、「A社費用」などといった勘定科目を設定すればいいのです。ただ、経理担当者や会計事務所からの抵抗がありそうですが……。

それぞれの勘定科目数値の対売上比、費用間の構成比などを見ていくうちに、「この費用は〇〇円まで使おう」といった計画を練るよう発展するでしょう。これが予算です。予算作成というインセ

ンティブが働けば、予算と実績との対比を見るようになり、乖離していれば、予算から事業活動のいずれかを修正するというふうに行動するでしょう。もちろん、売上高についても目標値設定を行うため、経営者と職員の営業活動のモチベーションにもなります。このサイクルは、経営関係の啓蒙書で頻繁に目にする「Plan↓Do↓Check↓Act」の行動様式の最初の一步になり得ることと思います。多くの経営者様に関与させていただき、会計という立場から経営を見ていると、このサイクルは大変重要であると考えます。すべての勘定科目について出来ればそれに越したことはありませんが、一部の重要な勘定科目についてこのサイクルによる管理をするということでも経営者にとって非常に有用であると考えます。

### 3. 比較分析について

試算表や決算書の数値は、必ずその推移を見てください。毎月の試算表完成時には、

損益計算書について事業年度開始月からの推移表を見ることにより、毎月同額の勘定科目が今月だけ多額と表示されていけば、科目の入力間違えといったミスを発見できます。また、売上や費用の趨勢分析により、次月以降の改善行動のための指標になり得るとも考えます。

決算書も同様に、過去の決算書数値との比較は重要です。売上高、各経費の推移を見るだけでなく、原価率、人件費率、利益率等の推移を見ることで、今年度の状況をより理解できます。例えば、売上高の推移が、過去の数年と変わらずに利益率が下がっていれば、経費が増加しているということです。そこで、原価率が上昇していれば、それが仕入価格上昇等の外部要因なのか、製造上の拙劣等の内部要因なのか、といった分析により次年度以降への対策を考えることができ

るでしょう。同様に、人件費率が上昇していれば、人員削減や雇用形態の見直し等といったことも課題として見えてきます。

てきます。

さらに、比較という観点では、他社、特に同業他社との比較により自社の状況を知ることが大変重要です。総務省、中小企業庁、国税庁等のホームページでは地域別、規模別、業種別等に企業に関する様々な統計が公表されています。会計データのみならず、従業員数、事業所数、投資動向、輸出入状況など、様々な統計があります。これらを自社の状況と比較することによって、経営判断の材料にすることが出来るでしょう。

### 4. 製品別・事業別の計算について

複数の製品、事業を取り扱う場合には、それぞれの事業が儲かっているのか、赤字なのかといったことの情報を入手する必要があります。

中小企業の場合には、これらを区分することなく帳簿、決算書を作成している会社は多く見られます。製品別や事業別に損益計算することにより、製品・事業の継続・

廃止の判断、又は、それぞれの製品・事業の責任者の成果の判断材料として活用出来ます。

会計システム上で、部門別の入力ができるものはそれを活用しましょう。また、若干の集計作業という手間が生じると思いますが、勘定科目に補助科目を設定する方法も可能です。製品別・事業別で損益計算をする前提要件として、費用を直接費と間接費に区分することです。ある製品・事業の売上に直接的に生じる経費を直接費とし、複数の製品・事業に共通に生じる経費を間接費として区分します。

中小企業経営者にとって解りやすく、有用かつ実践可能な会計の活用について話してきました。会計は、上手に使うことにより経営活動の羅針盤となる情報を提供できるものと確信しております。多くの中小企業経営者の皆様が会計を有効に利用して、会社を成長発展させていくことは、私達の職責の一つと考えております。

# 4つのPが明確な繁盛店！

渋谷の喧噪から少し離れたところに、そのお店はあります。お店は、アバスク。

スペインとフランスの国境地域（フランスのバスケット）の料理とワインを中心にしたレストランです。

店名のアバスクは、アバ（臓物）とバスケット（地方）

を掛け合わせた造語だそうです。13坪ほどの小さなお店ですが、なんと、このアバスク、開店3年目にしてミシュラン1つ星に選ばれたのだとか。

アバスクの美味しさと人気の秘密を、経営やマーケティングの視点を交えながら繁盛店への秘訣を考えていきます。

まず、オーナーでありソムリエでもある大山繁夫さんのお話です。  
……本物の味を気軽に楽しんでもらいたいという気持ち

ちでこの店を始めました。

私は10年間、本格的なフランス料理店でソムリエとして働いてきました。

そこでは、普段話せないような大企業の社長さんたちとお話することができました。いろいろな社長さんな感覚に触れ、刺激も受けました。

そのうちに、自分はこのウェイターで終わっていいのかと思うようになり、独立を決意しました。

開業にあたり、シェフの和田直己さんを雇うことにしました。和田さんはバスケット地方で、3年間修行した経験もあり、味でお客様を呼べる希少な人材でした。

そのような人を雇うのだから、自分にもそれだけの能力が必要だと思い、気持ちを引き締まりました。

人気レストラン学ぶ  
マイケル・ポーターの戦略



中小企業診断士  
大森 渚

アバスクのお客様は、30歳代から50歳代ぐらいまでのグルメな人たちがメインです。

だから、お店も大人っぽい雰囲気になっています。

また、中からオレンジの明かりがもれるように、食事が美味しく見えるように、設計にも工夫をしています。

フランスのバスケット地方という限定された地域の料理が珍しかったからなのか、雑誌の『世界の料理特集』の取材を受けることになり、そこからお客様が集まるようになりました……。

## 成功に導く基本戦略

さて、先ほどの大山さんのお話の中にも、経営学の理論で説明できるものが含まれています。

それでは、1980年代に発表された「ポーターの競争戦略」から、アバスクの成功要因を考えてみましょう。

マイケル・ポーターは、企業の競争において、3つの基本戦略があると説いています。

(1) コスト・リーダーシップ戦略

コスト・リーダーシップ戦略とは、他社を圧倒するようなコストダウンを実現することで、価格競争力を強化する戦略です。

(2) 差別化戦略

差別化戦略とは、製品やサービスを他社と徹底的に差別化し、顧客にとって魅力ある企業としてのポジションを確立する戦略です。

(3) 集中戦略

前述したコスト・リーダーシップ戦略も、差別化戦略も、老若男女あらゆるターゲットに向けた戦略でした。それに対して、集中戦略というのは、ターゲットをもっと狭く絞り込んだ戦略です。

さらに、集中戦略の中でも、価格で勝負するか質で勝負するかによって、コスト集中戦略と差別化集中戦略に分かれています。

① コスト集中戦略

コスト集中戦略とは、特定の顧客に向けて低価格で商品やサービスを提供する戦略です。

② 差別化集中戦略

差別化集中戦略とは、特定の顧客に向けて差別化した商品やサービスを提供する戦略です。

## 中小に最適な差別化集中戦略

さて、それではミシュラン1つ星のアバスクはどのような戦略を取っているで

		競争優位性の要因	
		低コスト	差別化
競争の範囲	広い	コスト・リーダーシップ戦略	差別化戦略
	狭い	コスト集中・戦略	差別化集中戦略

「差別化戦略?。確かに、バスケット地方というごく狭い地域に絞った料理、ソムリエの10年間の有名フランス料理店での経験、シェフの数年間バスケット地方で修行した技術」、そのような要素で他店と差別化していますから、差別化戦略のような気もしますね。

でも、アバスクの戦略は不特定多数のターゲットに向けた戦略でしょうか?。違いますね。

アバスクは、「30歳代から50歳代ぐらいまでのグルメなおお客様」に絞り込み、大人っぽく料理が映える店

**4つの視点で経営を顧みる**

さて、ここまでの話を、マーケティングの理論で考えてみましょう。

企業がターゲットとする市場で目標を達成するために、複数のマーケティング要素を組み合わせることを「マーケティングミックス」と言います。

そして、そのマーケティング要素は「マーケティングの4P」と呼ばれています。

4Pとは、製品 (Product)

づくりをしています。なので、アバスクの戦略は差別化集中戦略だと言うことができます。

差別化集中戦略は、ニッチ戦略とも言われています。

あえてターゲットを絞り、ターゲットの好みに合うものを提供する差別化集中戦略は、資金や設備に限りのある中小企業に最適な戦略だと言われています。

価格 (Price)、流通 (Place)、プロモーション (Promotion) の頭文字を取ったものです。

言い換えてみれば、「何を」「いくらで」「どこで」「どのようにして」提供するかを考える、ということですね。

売れているお店、成長しているお店を見ると、4Pに特長や工夫があることが多いです。

では、アバスクが提供しているのは「何」でしょうか?。

まずは、まぎれもなく「美味しいバスケット料理」ですね。豚肉、唐辛子、ピーマンをバスケットから輸入するなど素材にもこだわり、調理は一流のシェフに任せています。

次に、恋人や仲間と料理を楽しむ時間かもしれません。

さらには、「美味しいお店で食事をした」ということを自慢できるような満足感もありそうです。

「いくらで」はどうでしょうか?。

お客様一人当たりがバスケットで払う金額 (客単価) は、7千円〜9千円程度です。

高級店に比べればお手頃と言えますが、一般のレストランに比べるとやや高めかもしれません。

ただ、「これくらい払っても十分満足だ」といえる価格です。そういう意味で、適正な価格と言えるでしょう。

それでは、「どこで」はどうでしょうか?。

立地から見ると、アバスクは渋谷から徒歩12分、青山学院大学の近くにあり、繁華街から少し離れており、しかも学問の香りの漂う、ほどよい立地と言えますでしょう。

「ここなら他の店と違うことができるのではないかと」と大山さんも言っていました。

店づくりから見ると、シンプルでほどよい高級感があり、夜になると窓からオレンジ色の光と笑い声が漏れてくるような絶妙な設計をしています。

最後に、「どのように」は?。

現在では広告はあまり使わず、雑誌の取材 (パブリシティ) が多いそうです。

雑誌の記事を見て興味を持って来られるお客様も多いのだとか。

さらには、フランス料理店で長年鍛えられた中山さんの接客も、お客様がまた来なくなる秘密なのかもしれませんね。

小難しくそうに見えてしまう経営学やマーケティングの理論ですが、このように身近なお店に当てはめることで、すんなり理解できるようになります。

みなさんがこのような理論に出合ったときも、「これを自分の好きな店に当てはめるとどうなるのか」と考えてみると、面白いですし、理解も深まると思えますよ!。

## 今こそ、顧客の心動かす

# 接客サービスを

経営コンサルタント  
大城 行生

昨年来、長く冷え込んでいた消費マインドが好転へと向き始めました。

アベノミクスによる景気回復への期待の高まりから、百貨店での高額商品の販売が活況になってきたと報じられています。

我が国のGDPの6割を占める個人消費が上向きかどうか我が国経済にとって最大の焦点であり、今ほど個人消費の動向が極めて大事なポイントになっています。

個人消費を伸ばす上では、顧客の財布の紐が自然に緩むだけの所得の増加が欠かせないところです。

しかし、小売業・サービス業の現場で顧客の消費を拡げるうえでは、相手の所得が増えるのを待つてはい

られません。

顧客が満足し、お店に魅了されたファンがリピートで訪れてくれるだけの接客サービスが小売・サービス業の現場では絶対に必要です。

顧客の立場に立った商品やサービスを提供するためには、顧客の心理的な欲求に寄り添ったものでなければなりません。

そのためには、①顧客が求めているものは何か、②その顧客が最大の満足を感じることは何か、そして、③仕入れ先や会社内部の他の部門と連携して顧客に迷惑をかけずにスムーズに提供できるか、ということに顧客の声を耳を傾けて即座に判断して提供できるかが、問われます。

十人十色の時代に、一人

ひとりの顧客は、自分がして欲しいと願うことを的確に伝えられずとも、接客するスタッフには理解して欲しい、提供して欲しいと願っています。

この点、ある程度はマニュアル化して、期待する程度の標準化した提供に対する対応は可能だと思われませんが、必ずしも絶対だということではありません。

また、マニュアルが顧客にとって心のこもった対応だとは思わない結果にもなりかねません。

そこで大事なことは、接客サービスする側には、「①人が好きであること、②提供する商品・サービスが好きであること、③働く場(お店)が好きであること、④

自分が好きであること」の4つの資質が求められます。

この4つの資質と接客サービスがあつてこそ、顧客である相手の喜びが自分の喜びと感じられるのです。

言い換えれば、顧客との感動を働く場(お店)で共有できるのです。

それができて、顧客の心が動き、接客スタッフとの人間関係も形作られて、リピート客へとなっていくのです。

接客サービスの基本と接客スタッフの資質をご理解いただいたうえで、顧客が心動かす接客サービスの原則を整理記述すると、

①顧客から好かれること  
②私の話を本当に聞いてもらえたと顧客が思えること

③顧客の話を通じて相手をお敬うこと

④さまざまなタイプの顧客に対応して理解・納得してもらおう方法を身に付けること

⑤顧客の要望から即座にくつかの提供する商品やサービスの選択肢を素早く提案できること

⑥顧客に嬉しかった・助かった・満足したと実感してもらおうこと

⑦顧客に評価と信頼、さらに尊敬を寄せられることに尽きます。

接客サービスの基本、スタッフの資質、そして接客サービスの原則を職場でのミーティングの際には、繰り返し共有していくことです。

顧客の心を動かす、高い接客サービスが定着し、顧客の支持は高まっていき、ノウハウがお店に蓄積されて、どこにもマネのできないお店となり、売上も比例して伸びていくことになり

ます。  
あなたのお店の接客サービス技術の向上が、日本の個人消費拡大をもたらし、我が国経済の再興が始まっていくように思われますが、いかがでしょうか。