

事務所通信 リソース

12月号 VOL. 30

税理士法人 中央総合会計

〒070-0037

旭川市7条通13丁目 59 番地 4

TEL : 0166-25-4131 0166-23-0010

FAX : 0166-25-4132 0166-23-7543

URL : <http://csk-i.com/>

E-mail : cyuou@csk-i.com



いつもお世話になります。

除夜の鐘の 108 は煩惱の数を表すとされていますが、「四苦八苦を取り払う」にかけて「 $4 \times 9 + 8 \times 9 = 108$ 」というユニークな説もあります。

若い頃はただのうんちくに思えたことが、だんだん身にしみる年齢になると除夜の鐘の響きも違って聞こえますね。

どうぞ良いお年をお迎えください。

相続は「2次相続」も含めて検討を!

相続について、夫婦と子どもが一人の四人家族だった場合を考えてみましょう。

夫婦の一方が亡くなり、残された配偶者と子どもが相続をしました。

この一回目の相続のことを「1次相続」といいます。その後、残された配偶者も亡くなり、子どもが相続をしました。この二回目の相続のことを「2次相続」といいます。

ここで知っておいていただきたいことは、最初の1次相続での財産の分け方次第で、1次相続と2次相続の相続税額が合計数百万円も違ってくる場合があります。ということです。

例えば遺産が1億6000万円だったとして、次の3パターンで相続した場合の1次相続と2次相続の合計相続税額を計算してみました。

① 1次相続：残された配偶者が8000万円

子が4000万円ずつ / 2次相続：子が4000万円ずつ

② 1次相続：残された配偶者が全額の1億6000万円

／2次相続：子が8000万円ずつ

③ 1次相続：子が8000万円ずつ / 2次相続：なし

それぞれの合計相続税額は、① 600万円、② 1400万円、③ 1100万円となり、最高で800万円の差が出ます。

では、①の方法が一番良いのかというと、必ずしもそうとは言えません。相続方法は遺産の内容や家族状況でさまざまです。

そのためしっかりと状況を把握し、また「相続税の特例」も含め総合的に判断して決めることが大切となります。

【美味しいワインと料理が気軽に楽しめるから大人気!】

手頃な値段で、ワインと料理を気軽に楽しめる『ワインバル』が都市部を中心に流行中です。「バル」とはスペイン語で「気軽な立ち飲み酒場」のこと。

グラスワインを豊富に揃えているのが特長で、素人には敷居の高いワインでも一杯数百円で何種類も試すことができます。

料理にこだわるバルが増え、ブランド肉や市場直送の魚介類を使った本格的なメニューを安く提供しています。輸入ワインは円高の後押しを受け、活気溢れる社交場のブームは全国的にも広がりそうです。



あなたの会社に組織図はありますか？

今回は、成長過程の会社ほど「組織図が有効」というお話です。

経営が軌道に乗りさらなる成長を目指すとき、人材採用や業務提携、資金調達と社外の人に会い自分の会社や事業について話す機会が増えます。

その際、自社の営業内容はもちろん、現在の業務体制や今後強化したい部門、進行中のプロジェクトについても的確に相手に伝えたいものです。このときに組織図を使うと相手に自社の状況を早く理解してもらえます。

社員数が少なくても社内での組織機能は多岐に及びます。

経営の重要事項を決定する機能、営業にも新規開拓とアフターケアがあります。さらには、経理や人事総務、法務といった経営管理、IT部門、生産や制作、品質や納品の管理、新規事業や提携先の発掘、広報等々。各自が担当している業務をすべて洗い出し、その目的や種類ごとに「組織」に分けて組織図に落とし込んでみます。

さらに各組織に属する人を書き込んでいきますが、少数の会社の場合、もちろん兼務だらけになります。また、会社としては重点的に取り組みたいの一手が回らない業務もあるはずですよ。

こうして組織図ができると、既存スタッフの業務の割り振りや社内の課題、人材採用の方向性など、今まで見えなかった様々なものが見えてくるようになります。経営課題も明確になります。

【お客様の心に響く農耕型の商売】

商売がうまくいっている人にその秘訣を聞くと、「秘訣は特にありません」といった答えが返ってくる場合があります。しかし、そのあと必ずと言っていいほど次のように続きます。

「ただお客様を大事にしているだけです」。

目先の顧客を次々と狙い撃ち、仕事が進んだら「はい、さようなら」。そんな、「どうせ一度限り」と「心無い狩猟型の商売」をする会社が勢いを増した時代もありましたが、それはいつの時代も許されないやり方です。

やはり商売は心を込めた「農耕型」のスタイルでありたいものです。

農業の場合、田畑を耕して種を蒔き、芽が出たら手をかけて育て、収穫のあとは次の収穫に備えて準備をします。この手順は、商売にも当てはまるのではないのでしょうか。営業して新規顧客を獲得し、お客様との信頼関係を築き、顧客フォローでリピーターを作っていく。目先の収穫より収穫前後により手間をかける農耕型の商売は、顧客を大事にすることで次の仕事へと可能性が広がり、お客様が新たなお客様を呼び好循環が生まれます。

以前、あるところで印刷会社を経営するA社長のこんな話を聞いたことがあります。

A社長は時折、お茶菓子を持ってあるお年寄りのお宅を訪ねるそうです。90歳を超えたその家のおばあさんはA社長の訪問を心待ちにしており、しばらく一緒にお茶を飲んだあとでA社長が帰ると、すぐに息子に電話で報告するそうです。県外に住んでいる息子は、そのA社長の会社の顧客です。彼の実家がたまたまA社長の会社の近くだったことから始まった、ひよんなご縁でした。

「Aさんがお菓子を持って訪ねてきてくれた。ありがたいことだ」と母親から報告を受ける時、一人暮らしの親を心配しながらもなかなか実家に顔を出せない息子はどれほどA社長に感謝することでしょう。

ひとつのご縁を大事に育てるA社長の顧客網は県外へと広がり、このご時世でも商売は順調とのことでした。

以前、地元紙から商売の秘訣を取材されたA社長は、「お客様に喜んでもらえることを考えながら、お客様を大事にきてただけです」と答えていたそうです。

