



村上会計だより

編集 発行人
村上税理士事務所

税理士 村上 行雄
税理士 村上 慎一

〒933-0843
高岡市永楽町1-2
TEL 0766(24)2030(代)
FAX 0766(24)2160
<http://murakami.zei-mu.com>

とうかえて

12月の税務と労務

12月

(師走) December

23日・天皇誕生日

国 税 / 給与所得者の年末調整

今年最後の給与を支払う時

国 税 / 給与所得者の扶養控除等異動申告書及び

保険料控除申告書の提出

今年最後の給与を支払う前日

国 税 / 11月分源泉所得税の納付 12月12日

国 税 / 10月決算法人の確定申告

(法人税・消費税等) 1月4日

国 税 / 4月決算法人の中間申告 1月4日

国 税 / 1月、4月、7月決算法人の消費税の中間申告

(年3回の場合) 1月4日

日	月	火	水	木	金	土
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

地方税 / 固定資産税・都市計画 税(第3期分)の納付
市町村の条例で定める日

労 務 / 健康保険・厚生年金被保険者賞与等支払届
支払後5日以内

税務大学校

税務職員のための研修機関。新人研修として、主に高卒者を対象に13ヶ月行う「普通科」と主に大卒者を対象に4ヶ月行う「専門官基礎研修」があります。また、職場で実務経験した後に研修を受ける「本科」、「専科」、さらに本科、専科の中から選抜されて研修を受ける「研究科」があります。

ワン
ポイント

の十月末の売上債権総額は三六三、三、一、一、千円、渋滞分は（五、一、三、三、一、四、九、六、八）五・五％（一・四％+四・一％）です。

渋滞額の内容の欄で「繰」としてある分、Aさんの場合D社、A工業、Y社、他（T社が該当）として記されています。

Fさんは、会議の概況説明として、繰越の内容がほぼ前月のまま書かれていると思う。A君担当のA工業については、十一月五日入金予定との報告であったが、他は十月中であるという報告であった、実施して欲しい。三ヶ月の中ではE君のK社、L君のN社は十一月の入金ということであった。他は十月の入金である。これも、同様実施するよう要望する、といったものです。

Fさんの営業会議のファイルには、五年前にFさんが作成の「代金の完全回収について」という代金回収の注意事項を書いたメモ（表2のとおり）があり、営業マン全員に渡してあるそうです。

F社の基本は、自社のペースをつくって相手のペースに乗らないということにあります。

表2 代金の完全回収注意事項

平成12年4月1日

- 1 売上の裏側は代金の完全回収である。
- 2 先ず、得意先との規定に基づき遅滞なく請求書を発行すること。請求書の発行は原則会計課であるが、規定用紙により手続きされる先は、その責を営業に委託するも発行控は専務に提出検印を受けるものとする。
- 3 会計課、売上担当は一件の請求書発行漏れもあってはならない。担当者別入金一覧表により、営業と会計の発行区分を明確にする。
- 4 個人に対する請求は、特に条件のある人を除き請求書は納品時に届けること。
- 5 規定の領収日の回収額が条件通りで無い場合
金額が減額された場合、現金が手形になった場合、手形のサイトが延長された場合、支払日が変更された場合、等が挙げられる。
領収に当っては無駄足を防ぐ意味で事前の確認が大切であり、万一上記のような場合はその理由を徹底的に追及する。
- 6 渋滞防止策として部課長は月に一度は、会計の点検をすること。
- 7 取引のまだ浅い先について
新規取引は専務、社長の決裁が条件であり当然信用調査が伴う。
納品の前に注文書を受取ること
万一約定に反する時は取引を即、停止する場合もある。
取引して半年、一年の先は絶えず注意を怠らぬこと。
決済時の販売限度額を越える場合は再決裁である。
- 8 売上額と請求額（領収証）が異なる場合営業担当者はその都度専務に報告のこと

経営者雑感

経営者は人格者でなければならない。企業をめぐる出来事が起こるたびに、そう指摘されます。しかし、会合などで経営者が大勢集まった席では、実にさまざまな人間模様がみられます。

ソフトバンクの孫社長

経営者は、事業経営の専門家であるといえるのですが、その背景は画一的に示せません。社長として、なぜその事業を始めたか、との問いに対して、父親が急に亡くなったから、あるいは親戚、友人に頼まれて、という経営者が多いようです。つまり、その事業に入ったのは余儀なくそうなたただけだというわけです。

一方、ソフトバンクの孫社長の場合は、その点でまったく異なります。会社設立のとき孫社長が一番重視したのは、どの事業分野に出るかです。

自分の力が10あるとして、今後発展する事

業分野に出れば、それは、20にも30にもなる。しかし、もし伸びない事業分野に出れば、10の能力で10の成果を生むのがやっとだろうと。これは、経営戦略としては基本の基本です。孫社長は、松下幸之助氏を目指すとも言っていますが、その松下幸之助氏も当初からここまで考えて事業を起こしたわけではありませ

ん。
松下氏は、経営理念が大事と説明するなかで、会社発足の当初は、とにかく企業を成り立たせることで精一杯だった、と語っています。

企業を発展させる経営戦略

会社設立のときは、孫社長のように考えられない、というのも実情でしょう。

しかし、中小企業者の方でも、今後の事業展開を検討する際には、戦略的な選択が出来るはずで。まず、どの分野の企業と付き合いしていくべきかも決定する必要があります。その方向も示さないまま事業展開していくのでは、企業の発展は期待できないのではないのでしょうか。

納得 予防医療の分野

これまで、「健康」は個々の責任であり、他人が干渉することはないという考え方が支配的でした。

ところが、近年増加中の「生活習慣病」は、自らの生活習慣等に起因する割合が高いことから、本人の予防への取り組みを国や専門家が支援すべきとの考え方が高まっています。

また、日本では一九六一年からすべての国民はいつでも平等に治療サービスが受けられるようになってい

ます。

つまり、自分勝手に暴飲暴食をした結果、生活習慣病が重症化して多額の治療費が必要という場合、他の人々の保険料を「消費」しているわけ

です。
最近、検診や検診後に必要な予防措置を受けなかった人の保険料を上げる仕組みを検討してはどうかといった議論が始まっています。

心得 ストア・コンセプトの確立

ストア・コンセプトとは、商店が「誰に」「何を」「どのように提供するか」について、独自性を具現化したものです。顧客から支持を得るには、このストア・コンセプトを反映した品揃え、価格設定、店舗レイアウト等を実施する必要があります。

例えば衣料品販売の『ユニクロ』の場合、「いつでも、どこでも、誰でも着られるファッション性

ある高品質ベーシックカジュアルを、市場最低価格で継続的に提供する」を、また、十分間ヘアカットで多店舗展開している『QBハウス』の場合、「わずか十分でできることを具体的な形で提案する」を、コンセプトとしています。
こうしたことから、商店が今後、勝ち残るには、明確なストア・コンセプトの構築が不可欠となります。