



暑中お見舞い  
申し上げます

# 宮澤会計 News

〒141-0031  
東京都品川区西五反田  
8-3-13 第2白川ビル5F  
TEL 03 (3494) 8121  
FAX 03 (3494) 8122  
<http://miyazawa.kaikei-shi.com>  
e-mail:info@miyazawa.kaikei-shi.com

## 8月 (葉月) August

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

## 8月の税務と労務

- 国 税** / 7月分源泉所得税の納付 8月11日
- 国 税** / 6月決算法人の確定申告 (法人税・消費税等) 9月1日
- 国 税** / 12月決算法人の中間申告 9月1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) 9月1日
- 国 税** / 個人事業者の消費税等の中間申告 9月1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 9月1日 (労働保険事務組合委託の場合は 9月16日)

### ワンポイント 遺留分

配偶者や子供等に保障された最低限の資産承継の権利。原則、法定相続分の半分。本年5月に成立した「中小企業における経営の承継の円滑化法」では、事業承継をスムーズに行うため、遺留分権利者の合意と一定の手続きを前提に生前贈与株式を遺留分の対象から除外するなどの民法の特例措置を講じています。

# 下流社会の行方



「下流社会」という言葉が流行っています。雑誌での特集も多くなり、電車の中吊り広告に目が止まるほど普通の言葉となってきました。

かつての55年体制における「1億総中流化・平等化モデル」が転換し、「階層化・下流化モデル」に変貌してきたと思われます。

「自分らしさ」  
の結果は、  
生活水準の低下に

カルチャースタディーズ研究所と憐イー・ファルコンの「欲求調査」によると、団塊ジュニアの男性で「生活全般で大事にしていること」として、「個性・自分らしさ」を挙げた者は、階層意識が「上」の者での25.0%に対し、「下」では41.7%もいます。「自立・自己実現」についても階層意識が「上」は16.7%、「下」は29.2%となっています。

「自分らしさ」や「自己実現」を求める者は、仕事においても自分らしく働こうとしますが、それで高収入を得ることは難しいので、低収入となります。その結果、生活水準が低下し、悪循環にはまっ

## コミュニケーション 格差

医師・評論家の斎藤環氏の著書『「負けた」教の信者たち』によると、「コミュニケーションが苦手と思いこまれてしまった子どもは、早々と自分自身を『負け組』に分類してしまう傾向があります。この種のコミュニケーション格差がそのまま延長された果てに、『ひきこもり』のような問題が析出しています」としています。

教育社会学者の本田由紀氏は、若者のライフ・スキル（生活上の技術）を分析する中で、「自分の意見を人に説明する」「よく知らない人と自然に会話する」というコミュニケーション・スキルが、学歴が高くなるほど高まると述べています。

先の「欲求調査」でも、そうした傾向はある程度裏付けられます。団塊ジュニア世代の階層意識が「下」では、男女ともにひとりであることに幸せを感じる傾向が強くなっています。階層意識が「上」の男性は、性格が明るく、人の好き嫌いがあまりなく、人づきあいがよく、気配りができて、実行力があり、依存心が弱くなり、逆に階層意識が

「下」の男性は、性格が暗めで、優柔不断で、依存心が強めだと言えます。

自分らしさが重要だと言いつつ、努力もせずにぶらぶらしている中途半端な人間が、5年、10年後、30代、40代になったときどうなるか。非常に問題視されてきます。

敗北感  
だと  
本当の下層に

30代のフリーターの増加はあくまで過渡期であり、40代になるまでには中途半端な人間は淘汰されていく可能性もあり、日本は、非常に多様で豊かな大文化国家になるかもしれません。

ですが、生存競争に敗れた人たちは、ベストを尽くして夢を追ったことへの満足感を得ながら、なんらかの定職についていきます。

下流ながらも楽しく安定した生活を営むことができるか、あるいは、夢破れたことの敗北感にさいなまれながら無気力に生きるしかない本当の下層として社会の底辺に固まってしまうのが、今後の日本の大きな問題となるでしょう。

# 経営の見える化



人間は2つの目で物を見ていますが、人間の目で見える対象物は限られています。人間の共同作業で、さらに場所的にも組織的にも分散されて営まれているビジネスに関しては、人間の二つの目で見えていない部分の方が圧倒的に多いものです。

## 特筆すべきは簿記

先人達はこの見えないビジネスに対して「見える化」をする努力を惜しまずしてきました。最も特筆すべきは簿記ではないでしょうか。経営の努力と成果を数字という共通言語に表し、見える化に成功しました。

最近では経営戦略にもビジュアル化が進みバランススコアカードが登場し、また、生

産現場にはTQC（総合的品質管理）やIT化した情報共有システム等の導入がなされ、ビジュアル化への取り組み、工夫など枚挙にいとまがありません。

ビジョン

競争戦略

オペレーション

## が経営の三要素

経営を構成する要素はビジョン、競争戦略、オペレーションの3つに分類することができますが、それぞれの分野で見える化を実現していかなくは、経営全体としてうまくいきません。経営とは刻々と現れる問題・課題を解決する過程であるといえます。

そこで、次々と現れる問題・課題に対して経営者、管理者、現場レベルでどのように向きあうかをビジョン、経営戦略、オペレーションのそれぞれに示すことがこの見える化の取り組みです。

それぞれの会社で経営の見える化に努力がなされていますが、その実情は、見えていない部分が見えていると勘違いをしているケースもあるようです。そうした企業の勘違いにはいくつかの共通点があります。

### 1 IT偏重

製品に関わる顧客情報・クレーム情報を常々、「部門間でクレーム情報が共有化されていない」という声が強い会社がありました。データベースを構築したところ、「データベースができた後は事業部が見てくれるはず」と思い込み、「見る」意思のない技術者にとってはかえって「見えない化」を促進してしまったとの例もあります。これはITへの過信は禁物との一例になっています。

### 2 数値偏重

計数管理は必須であることは疑いのないことですが、データだけ見て実態がわかった気になるその危険性について理解をしなくてはなりません。数値はあくまでも事実の一つであり、定義を変えたり、申告するタイミングをずらしたりすることで作りかえたり、パイアス（偏り）をかけることができることを知っておく必要があります。



## 景気ウォッチャー調査

「景気ウォッチャー」という存在をご存じですか？

2000年に内閣府の肝入りでスタートした、ちょっと異色の経済調査をする人達のことをこう呼んでいます。どこが異色かと言うと、ウォッチャー（調査員）達は皆、他に職業を持っており、経済調査の分野ではズブの素人である点です。別な言い方をすれば、各人の就いている職業こそが、この調査にはとても重要な意味を持ってきます。

なぜなら、調査員たちが日頃、仕事を通じて肌身で感じた景気の実感を直接レポートすることが、この調査の最大の目的であり、特徴だからです。

調査員は、飲み屋の店主やタクシーの運転手といった、景気の動向に敏感な職種の人たちが選ばれます。彼らの職場がイコール調査の舞台となるわけですが、主な職種のうち最も多いのが「百貨店・スーパー」「商店街（個

人商店）」「自動車販売店」「コンビニ」「ホテル」といったところで、そこで働いている調査員が、国民のサイフのひもの締め具合（家計動向）をウォッチします。

また、「製造業」「輸送業」「建設業」「金融業」などに従事している調査員は企業動向を、「人材派遣会社」「ハローワーク」「求人情報誌編集者」などの人達は雇用の動向と、それぞれの立場から調査の役割が決まっています。

調査員達は、毎月25日～月末に、景気の「良い」から「悪い」まで5段階で判断し、その理由や身の周りで起きている事柄を報告します。

例えば、百貨店勤務で調査員歴5年のAさんの場合は、景気の良し悪しの判断に悩むと、高級腕時計の売れ行きに注目すると言います。季節に影響されない商品だからです。顧客の購入決定までのスピードや、得意客からの電話の問い合わせの件数で、景気の現状を判断します。また、商店街で働くBさんの場合は、商店街の防犯カメラで客足を計測して景気の良し悪しの判断材料としています。

## 海のエコラベル

食の安全への関心が高まっている現代。多くの人が、「どこでどう育てられたのか（どう製造されたか）」を見極めながら一つひとつの食材を選んでいることと思います。しかし、「どこでどう獲られたか」を考えたことはありますか？

FAO（国連食糧農業機関）は2004年、世界中の漁業資源は乱獲や混獲（対象魚以外の海洋生物も一緒に獲り、廃棄すること）によって枯渇しつつあり、何らかの管理をしなければいずれ獲り尽くしてしまうと発表しました。そうならないためには、適切な時期に、適切な漁場で、適切な量を獲ることが必要です。そこでMSCという国際機関がつくったのが「海のエコラベル」。魚の絵がついた青いシールが貼ってある商品を、大手スーパーの鮮魚コーナーや生協で見かけることも。このシールをつけた製品は、「時期・漁場・量ともに配慮した漁業をし、認証された流通・加工管理がされている」という証なのです。

### トマトのパワー！

夏野菜の代表といえば、真っ赤なトマト。今では一年中店頭で見かけますが、本来は六～八月が旬の野菜です。トマトは、西洋のこわざ「トマトが赤くなると医者

が青くなる」という言葉からわかるように、昔から身体によいことが知られていました。中でも、トマトのすぐれた栄養といえはリコピンです。カロテノイドの一種で、悪玉酸素といわれる活性酸素の働きを封じ込める抗酸化作用があり、生活習慣病や老化抑制、ガン予防などにも一役買っていることが判明。また、ベクチンという食物繊維も豊富で、まさに身体にうれしい野菜です。生のトマトは苦手で、という方には、トマトソースやジュースなど加工品がおすすです。朝食時のトマトジュースは牛乳と一緒にとると相性抜群で、牛乳の脂肪分によってリコピンの吸収度もアップします。