



ポインセチア



# 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

### 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10日

**国 税** / 10月決算法人の確定申告

(法人税・消費税等) 1月5日

**国 税** / 4月決算法人の中間申告 1月5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5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・厚生年金保険被保険者賞与支

払届 支払後5日以内

### 相続税の課税方式

相続税の課税方式には、遺産の総額に対して課税する遺産課税方式と個々の相続人が相続した遺産に対して課税する遺産取得課税方式があります。わが国の課税方式は、両方式を折衷したような、法定相続分を考慮した遺産取得課税方式になっていますが、来年度税制改正で見直される予定です。



# 説得できる 数字データの 作り方



ビジネスにおける検討を進めるときには、常に数字や事実が重要視されています。そのため、「数字ありき」と気持ち急いでしまうせいか、やみくもにデータ集めに走ってしまう例が少なくありません。そこで、無駄な作業が増えてしまうことを打破する方法を紹介します。

## ステップ 1

分析の目的を明確に意識する

## ステップ 2

仮説を持ってどんな情報が必要かを洗い出す

仮説は、「さっさと、ざっくり」というコンセプトが重要で初期段階で詳細にデータを掘り始めると、きりが無い、時間が足りないという状態に陥ります。

## ステップ 3

適切な情報を収集する

情報収集をする際には、数字による情報（定量情報）と数字以外の情報（定性情報）をバランスよく集めることが重要です。つまり、定量と定性の両面から見るのが重要です。また、自分で直接集めた一次データではなくすでに誰か他の人の手によって集め

られた二次データの場合には、「特に何が調査対象なのか」「どんな調査手段を使って集められているのか」などに注意する必要があります。

## ステップ 4

分析の際にどんな前提を置くべきか確認する

例えば、酒販店の不振店舗のテコ入れ分析には、販売品目別売上データ、販売品目別利益データをパソコンに入れて分析をします。これには、比較する前提として「店の大きさには著しい差はない」「立地条件に大きな差はない」「販売担当者の採用などは店舗による大きな違いはない」「販売担当者の能力に大きな違いはない」といった考え方が働いていることに気づくべきです。

## ステップ 5

集めた情報の加工、計算をする

身につけ、使いこなせるようになるべきビジネスツールや手法は、それほど多くはありません。

数字を作る側が難しいと感じるテクニックは、説明を受ける側にも理解されにくいものであることを覚えて下さい。

## ステップ 6

目的につながる解釈をする

分析は、目的に沿った解釈を出して初めて意味のあるものとなります。単に分析からわかる事実を羅列するのではなく、「そこから何を言えるのか」を執拗に考え、メッセージをつむぎ出すことが重要です。

数字から何かを解釈するときにまずすべきことは、「差」を見出すということです。どこに差があるのか？なぜそこに差があるのか？その差の大きさの意味合いは？これらをきっかけに考えることで、思考を深め、重要な示唆を得やすくなります。

## ステップ 7

加工結果や解釈をわかりやすく表現する

どれだけ良い分析結果が相手に伝わって理解してもらっても、最終的に相手がそれに共感し、動いてくれなくては、ビジネスの目的を達したとは言えないのです。

ちょっとしたグラフの見せ方や、文言の選び方次第で、相手の受ける印象が大きく変わることを強く意識し、それを踏まえた「伝え方」を選ぶ必要があります。

## 人が行動を起こす 二つの動機づけ

心理学では、人が行動を起こすときの動機づけには二種類あるといわれています。「外発的動機づけ」と「内発的動機づけ」です。外発的動機づけとは、外からの力によるもの。一方、内発的動機づけは、外的な要因ではなく、自分が満足を得ることを目的としたものです。

一般的には、外発的動機より内発的動機のほうが、質の高い行動が長く続くといわれています。親に「勉強しろ」といわれてもなかなか勉強に身が入りませんが、自分の好きなこと、興味のあることは自然と学習して覚えてしまいます。

「高い数値目標」がすべての人のモチベーション向上に結びつかないのは、それが多くの人にとっては外的動機づけであり、内面的な満足を得られるものではないからです。

## 行動の価値基準の 四つの傾向

人が何に行動の価値基準を置くかを考察すると、四つの傾向があります。

1. **目標達成的傾向** 行動を重視する傾向が強い人
2. **親和的傾向** 調和することを重視する傾向が強い人
3. **献身的傾向** 愛し愛されることを重視する傾向が強い人
4. **評価的傾向** 考えることを重視する傾向が強い人

# 自分の パーソナリティと 他人の 成功体験を真似る 方法



「目標達成的傾向」の強い人は達成願望が非常に強く、考えるより先に行動に移すタイプです。

「親和的傾向」の強い人は、全体の調和を保つこと、みんなとの関係性を保つことに価値を置く人。

「献身的傾向」の強い人は、互いに必要とされる一対一の関係に幸せを感じる人です。

「評価的傾向」の強い人は、自分が興味を持ち、面白く感じるものに対しては高いモチベーションを維持しますが、興味がないこと、面白いと感じられないものに対してはあ

まり関心を示しません。

誰もがこの四つの要素を持っているといわれています。しかし、どの傾向が強いかは人によって異なるので、価値観や内発的動機づけは人によりさまざまなのです。

人は本能的に、現在の状態を維持しようとしています。たとえば、人間の体は外部環境が変わっても、生体の状態を一定に保とうとします。脳も同じです。

まじめな人ほど、自分を変えようと努力をし、巷に溢れている成功本を読み、読もうとしています。

ところが、意識では「変わろう」と思っても、潜在意識では現状を維持しようというベクトルが働きます。そのため、考え方や習慣を潜在意識のレベルから更新するには、時間がかかるので、まずはじっくり取り組むことが大切です。

## 自分のパーソナリティに 合った成功ノウハウを実践

多くの成功本は、パーソナリティの違いには気づかず、一律に「目標を明確に設定せよ」などと論じています。読者の側にしても、自分がどういうパーソナリティであるかを理解せずに成功本を読んでいます。

他人の成功ノウハウを自分の利益に還元するには、自分のパーソナリティを知り、それに合った成功ノウハウを実践すること、そうした組み替えの努力が重要なのです。成功体験本のようにできないからといって悩む必要はないのです。

## ミニ野菜に注目

最近、品種開発の技術力が世界一といわれる日本が生み出したミニ野菜が注目されています。

丈が普通の半分ほどのチンゲンサイ、500g前後しかないカボチャ（普通は約2kg）、大玉の4分の1程度のミニ白菜、直径1cmほどのトマト、甘いカブ、サラダ用のサボテンなどなど。

ミニ野菜の人気の理由、それは少子高齢化社会を迎え、[生産農家 流通業者 消費者]の三者いずれもがミニ野菜にメリットを感じているからです。

生産者サイドのメリットとしては、農家の高齢化が進み、農業人口の約6割の人が65歳以上という現実。さらに、安価な輸入野菜の増加に伴い、畑の作付面積が減少傾向にあります。そんな状況のもと登場したミニ野菜は、生育が早い、収穫までの期間が短く、なんととっても小ぶりで軽いので農作業が楽な

ことが大きな利点となっています。

流通業者サイドのメリットとしては、カット&ラップの手間が省けるだけでなく、ミニサイズのおかげで限られた売場スペースに、より多彩な野菜を並べることができるという省スペース効果もあります。

さらに、家庭菜園向けの小型野菜の種の売り上げも増えているとのこと。従来の野菜の品種より、プランターなどの浅い土でも育てやすいのが魅力です。

消費者サイドのメリットとしては、世帯の少人数化のため、まるまる1個は食べ切れません。さらに、カットされラップで包まれた状態だと切り口は傷みやすく、断面を取り除いて調理しなければいけないことも少なくありません。食べ切りサイズのミニ野菜なら保存にも調理にもロスはなくなります。

昔に比べ野菜を食べなくなった日本人。一人当たりの消費量は、韓国や中国のたった半分ほどだそうです。ミニ野菜のブームは、まだまだ私たちの食生活に大きく“育つ”余地がありそうです。

## 成長する防犯ビジネス

日本の安全神話は崩れ、安全は「買うもの」とまで意識が変化する中、急成長を遂げているのが、防犯ビジネスです。多業種からの参入も多く、GPSやICタグはもちろん、銀行に取り入れられた記憶の新しい生体認証技術といった最先端テクノロジーが駆使されており、その進化には目を見張るものがあります。

中でも、最も注目されているのが、子どもを誘拐などの犯罪から守る児童防犯システムです。GPS機能の付いた携帯電話を利用し、子どもの移動した軌跡が確認できるほか、子どもの定期的移動経路を設定しておけば、その周辺エリアからはずれた場合、保護者へ連絡がいくサービスも。

一方、高セキュリティが要求されるオフィスの入り口用として、非接触型赤外線顔認証システムが販売を伸ばすなど、一昔前まではSF映画でしかお目に掛かれなかったようなセキュリティシステムが続々誕生。

防犯システム市場は目が離せない最先端市場として成長しています。

### 柚子湯とかぼちゃ

十二月二十一日は冬至です。冬至とは二十四節気のひとつで、この日は一年中で一番昼が短い日となります。二十四節気は、太陽の動きをもとに一年間を立春、啓蟄、秋分、大寒など二十四に分け、それまで使っていた太陰暦（旧暦）ではわからなかった種まきの時期などを、暦をもとにできるようにしたものです。

らしに溶け込んでいる冬至の行事と言えば、柚子湯とかぼちゃです。柚子を入れたお湯に入るのは、冬至を「湯治」にかけ、さらに「いつまでも体の融通がきくように」との願いを込めて柚子を入れているのだそうです。

かぼちゃを食べるのは、江戸時代、冬至に「ん」がつくものを食べると良いという噂が拡がり習慣になったものです。ちなみに、その頃のかぼちゃは「なんきん」とも呼ばれていたそうです。