



梅

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

2月

(如月) FEBRUARY

11日・建国記念の日

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

2月の税務と労務

- | | |
|--|---|
| 国 税 / 平成20年分所得税の確定申告 2月16日~3月16日
(還付申告は申告期間前でも受け付けられません) | 国 税 / 6月決算法人の中間申告 3月2日 |
| 国 税 / 贈与税の申告 2月1日~3月16日 | 国 税 / 3月、6月、9月決算法人の消費税等の中間申告 (年3回の場合) 3月2日 |
| 国 税 / 1月分源泉所得税の納付 2月10日 | 国 税 / 決算期の定めのない人格なき社団等の法人税の申告及び納付 3月2日 |
| 国 税 / 12月決算法人の確定申告 (法人税・消費税等) 3月2日 | 地方税 / 固定資産税の第4期分の納付 市町村の条例で定める日 |

ワンポイント 自動車関係保有手続のワンストップサービス

新車の新規登録を行う場合に必要な、自動車の検査・登録、保管場所証明、自動車税の納付等の手続を各役所の窓口に行かずインターネット上で一括してできるシステム。ただし、平成20年11月現在利用できる地域は、東京、神奈川、愛知、大阪、埼玉、静岡、岩手、群馬、茨城、兵庫の10都府県に限定されています。

新時代のマネージメント

～時間管理とプロデューサー～



世界の
3分の1が
ネットに
つながっている

ショートメッセージ程度を送れる携帯人口は20億人に達し、世界人口の実に3人に1人がネットにつながっているのをご存知でしょうか。

こうしたサイバー時代になると、もはや時間がないとはいえません。

これまで多くの企業では、「時間がない」といえば何でも許されるような雰囲気がありました。

しかし、これからのビジネスでは、この言い訳は通用しません。仕事の大半をeメールや電子会議などのサイバースペースで進めることができる人たちにとっては、時間の感覚・価値が全く違うからです。

「プロジェクト・マネージメント」の能力を高めるためには、まず時間管理ができるかどうかポイントになります。あたらしい時代に生き残っていこうとするなら、「時間がない」という言葉は、禁句にしなければなりません。

時間のリストラ

あなたのスケジュールを「重要」、「まあまあ重要」、「あまり重要ではない」と3つに区分をしてみてください。手帳のスケジュールを3つに色分けしてみてください。重要でない会議や打ち合わせは、無条件にすべてカットします。大事なことは「まあまあ重要」の予定も半分はカットすると目標設定して、それを実行することです。

考え方・手順としては、次の3つです。

仕事の質・精度を落とす

他人に委任する
外部委託する

は、たとえば自分が必ずしも出席・発言する必要のない会議や打ち合わせは、思い切って最初から出ないようにすることです。その代わりに、事前に会議の資料に目を通し、自分の意見やコメントを提出しておくことで、最低限のフォローはするようにします。

は自分の代わりに同僚や部下などに出席してもら

い、後で状況説明を受ける方法。

さらに は、案件を別の人間に完全に任せ切って、自分の仕事はゼロにする、というものです。

人間関係もありますから、そうはできないと思っているあなた。これは生き残りをかけた仕事なのだという割り切りをもって下さい。

プロデューサー
能力

管理職に求められるのは、「情熱製造機」になることです。「この問題解決は君たちにしかできない」と、意欲をかきたてながら動かしていく。この能力があれば、アイデアや創造力の乏しい人も落胆する必要はありません。アイデアが豊富な人を外から連れてくればよいからです。

自分はその人のアイデアをビジネスプランにまとめ、実行段階では再びチームメンバーに個々の得意な分野で活躍してもらえばよいのです。要は「プロデューサー」の能力なのです。

組織と机の配置が 一体化

会社を訪問した際、カウンターを通して会社、事業所、工場などを眺めると机、作業場のオフィスレイアウトと会社組織がほとんど一体となっていることに気がつきます。

多くの会社の組織図は、上から縦割りになり、下に複数の部門がぶら下がる「ツリー型」の階層構造になっていることが多いと思います。

企業のオフィスレイアウトの基本形もツリー型です。組織図通りに、人数の多い部門に広いスペースを、人数が少ないところには狭いスペースを割り当て、そのスペースボックス間には調整のために会議室が設置されています。平面図で見ると個々のボックスに会議室など、単一の機能が充てられるのが当たり前になっている例をよく見ます。

このような組織とオフィスの形がなぜ一般的になったかといえば、おそらく大量で複雑な処理や一度にはできない仕事を、生産性向上のために細かい仕事の単位に分解し、分業して取り組むのが望ましいと考えたからでしょう。

そこには、オフィスは業務処理の場であるという考え方が支配されています。

オフィスレイアウトから会社の仕事に対する基本理念の一端を垣間見ることができます。

会社の組織と オフィスレイアウト



単なる 業務処理 から 価値創造の場 へ

今は、優れたアイデア、知識がすべての基盤となる知識経済社会の時代となりました。利益の源泉となるものは、人間の「知」そのものです。

知識労働者同士がネットワークで結ばれることで、これまでにはなかった自由

闊達なコミュニケーションや力強い相互作用からダイナミックな知が生まれ、それが利益につながっていく時代になったのはまぎれもない事実です。

すなわち単純な工業社会から知識経済社会への転換によって、オフィスが単なる業務処理から価値創造の場へと変貌する波が押し寄せているのです。

オフィスづくり は 経営 そのもの

知識創造プロセスを活性化し、新たな知を紡ぎ出していこうとする経営者の意図を發揮して下さい。決して、オフィスレイアウトそのものをいっているのではありません。

会社での仕事の取り組み方に対する基本理念、すなわち組織図を具現化したものが、オフィスレイアウト、作業場レイアウトです。したがってオフィスづくりは、会社経営そのものであると、いって過言ではありません。

21世紀のネットワーク社会では、個と組織の知のネットワークが価値に転換されます。

固定席を割り当てない非固定住制の形態。社員が自由な場所に座る「フリーアドレス」制、プロジェクトごとにその期間はおおよその場所が決まっている「半定住」か「遊牧民」型とも呼ぶような形態等が登場しています。

アナログの「消せる」はハイテク

世の中がデジタル化された今、「消せる」はパソコンのデリートキーを押す、選択して削除するなど、瞬時にできるようになりました。しかし今でも、書類を印刷してから間違いが見つかることもあれば、手書き文化がなくなるわけでもありません。アナログの「消せる」は美しく手軽に、といったデジタルライクなニーズを満たすハイテク分野なのです。

ひと昔前まで使われていたのは、間違えた箇所を白く塗りつぶすことで再度文字を書ける「修正液」。日本には戦後になって輸入され、長く使われてきました。平成に入ると「修正テープ」が登場。乾くのを待たずに上書きでき、仕上がりもきれいで手軽とあって、瞬く間に普及しましたが、液からテープに変わっても「ペンで書いたものは専用の修正グッズを使う」という基本

に変わりありませんでした。

ところがついに、それを根本からくつがえす筆記用具が登場します。消せるインキを採用するという全く新しい発想でつくられたそれは、消しゴムまたはそれに類するもので消すことができるペンです。

大ヒットを飛ばしている某メーカーのペンを例にすると、ペンについているゴムでこすれば消せます。それまでの同等品が抱えていた消去用の消しゴムで消したら同じペンでは書けない、きれいに消えないというデメリットをクリアしたのが大きな特長です。このペンには、60 以上で消えるという特殊なインキが使われていて、ゴムの摩擦熱できれいに消えるというしくみです。

ペンだけでなく、鉛筆用の消しゴムも進化しています。消しカスがまとまるものや、いつでもカドを使っているような感覚のものなど実に多彩。「消せる」には、素材や形状、消すしくみに至るまでアイデアと技術が注がれているのです。

岐路に立つ100円ショップ

価格が100円だから「100円ショップ」。原材料が高騰している中、120円にしてしまっただけで「100円ショップ」の名がすたるとばかりに、各社、仕入れ値上昇に対して知恵を絞り奮闘中です。

そのような背景もあって、各社が力を入れているのが「プライベートブランド（PB＝自主企画）商品」の開発です。もともとPB比率が8割以上を占める業界トップのD社は別格として、他の100円ショップ各社は、これまでPB商品の開発にそれほど熱心だったわけではありません。確かにPB商品は粗利益率が高いのは魅力ですが、売れ残った場合は自社在庫として抱えなければならないリスクがあったからです。

しかし、そういった過剰在庫を回避するため、各社はPOS（販売時点情報管理）システムの導入を本格化し、需要予測の精度を高め、ムダの生じない計画的発注で乗り切ろうとしています。

冬のごちそう魚「ブリ」

東の横綱「鮭」に対し、ブリは西の横綱と言われる冬の魚の代表格です。

ブリは出世魚としても知られますが、これは昔の武将が出世すると名前を変える習慣があったことに由来するもので、鯛とともに縁起物として扱われるおめでたい魚です。ブリの幼名は全国各地合わせてなんと一〇通り以上もある

ことがわかっています。ちなみに関東ではワカシイナダワラサ、ブリ、関西ではツバスハマチ、メバル（メジロ）ブリ。

さまざまなパターンがありますが、どのパターン・どの地方でも行き着く先は必ず「ブリ」であるとのこと。まさに出世魚の王者たるゆえんです。旬のブリにはヒスチジンというかつお節にも含まれるアミノ酸が多く含まれ、極上の味です。