



彼岸花

Power Alliance Tax Accountant Office
パワーアライアンス税理士法人
News

編集 発 行 人

パワーアライアンス税理士法人
 税理士 若 杉 治
 〒151-0073
 東京都渋谷区笹塚3-37-1
 第1花井ビル2F
 TEL 03 (5365) 4744(代)
 FAX 03 (5365) 4745
 E-mail info@wakasugi.zei-mu.net

◆ 9月の税務と労務

- 国 税／8月分源泉所得税の納付 9月10日
 国 税／7月決算法人の確定申告(法人税・消費税等) 10月1日
 国 税／1月決算法人の中間申告 10月1日
 国 税／10月、1月、4月決算法人の消費税等の中間申告
 (年3回の場合) 10月1日



9月

(長月) SEPTEMBER

17日・敬老の日 22日・秋分の日

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	.	.	.	.	.	.

ワン
ポイント

捜査特別報奨金制度 都道府県警察が捜査を行っている事件のうち警察庁が特に指定したものに、その事件の検挙に結びつく有力な情報提供者に国費より報奨金を支払う制度。報奨金は原則、上限300万円ですが、凶悪事件などでは1,000万円まで増額されます。なお、報奨金は、懸賞金、競馬の払戻金、生命保険の満期返戻金と同様に一時所得となります。

経営戦略を立てるには

外部環境分析・内部環境分析

経営戦略とは、経営理念や経営ビジョンといった企業の基本的な価値観を具現化するための、より具体的な方法論と言えます。自社の能力を最大限に発揮できる戦略を立てるためには、より客観的な視野から自社のおかれた環境を分析することが必要です。

1. SWOT分析

企業は市場から評価を獲得することで生存が可能となり、その評価は提供する製品・サービスが市場の求めているニーズとマッチングした時に獲得することが出来ます。すなわち企業は、外部の環境（市場）に適応することで評価を獲得し生存している「環境適応業」と捉えることができます。環境に適応するためには、環境の状況を把握する必要がありますが、この役目を

外部環境 内部環境	機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
強み (Strength)	強みを生かして機会を得る	強みを生かして脅威に備える
弱み (Weakness)	弱みを克服して機会を得る	弱みを克服して脅威に備える

担うのがSWOT分析です。

SWOT分析では環境を外部環境と内部環境に分け、外部環境は自社にとって機会になるのか脅威になるのか、内部環境は自社の強みになるのか弱みになるのかを考察し、それらを踏まえて、経営理念達成のための戦略課題を抽出していきます。

2. 外部環境分析

(1) 外部環境

外部環境とは、言葉通り、自社以外の外部の環境（要因）のことです。よって、自社ではコントロール不可能であり、与えられた条件として意思決定を進めていかなければなりません。外部環境を分析していくには、自社にとって「機会」となる要因と「脅威」となる要因について考えていきます。「機会」とは自社に追い風となる要因であ

り、例えば、自社で取り扱っている商品がテレビ番組で紹介される場合などです。「脅威」とは自社に逆風となる要因であり、例えば、原材料価格の高騰や円高などです。テレビ番組の内容や原材料の価格を自社でコントロールすることはできませんので、取り上げられた商品売り逃しのないよう目立つ場所に配置換えを行ってPRしていく必要がありますし、より安く原材料を調達する方法を検討する必要があります。

(2) 外部環境分析の主な分析項目

外部環境分析の分析項目は多岐にわたっていますので、外部環境分析の分析項目を設定する上では、自社に特に大きな影響を与える要因に重きを置くことが重要です。また、外部環境分析はSWOT分析を行う際に初めて情報を収集するのではなく、常日頃からアンテナを張り巡らせ、意識的に情報を収集しておく必要があります。新聞記事のスクラップ、ネットニュースや公的機関の統計情報を大いに活用しましょう。

〈外部環境分析の主な分類〉

① マクロ環境分析

人口動向・経済動向・自然環境・技術革新・政治法律など

② 顧客分析

顧客動向・顧客ニーズ・顧客購買行動など

③ 業界分析

販売面・供給面・新規参入・競合状況など

企業が存在している業界の特性を明らかにすることで、競争優位の源泉を分析し戦略課題を抽出していきます。

〈外部環境情報源〉

外部環境分析を行う際には、総務省統計局の国勢調査・労働力調査・家計調査・消費者物価指数・小売物価統計調査や国税庁の統計情報などが情報源となります。

3. 内部環境分析

(1) 内部環境

内部環境とは、自社内の環境（要因）のことです。内部環境分析では、要因を「強み」と「弱み」に分けて分析を進めていき

ます。具体的には、自社内のシステム・人材・技術・経営力・財務力・ネットワーク・生産能力・立地などが、競合他社より「優れている」のか、もしくは「劣っている」のかを分析していきます。

「強み」とは、競合他社より優れている要因であり、例えば、顧客から「納期どおりに要求した製品を納めてくれる」という評価を与えられていれば、「強み」の要因になります。反対に「いつも納期に遅れが生じる」というレッテルを貼られていれば、「弱み」の要因になります。「弱み」とは、競合他社より劣っている要因であり、あまり有り難くない要因ですが、これをはつきりと認識しておく必要があります。経営戦略を策定していくうえでは、「弱み」を克服する必要があるため、「技術力が弱い」「人材が育たない」「立地が悪い」など、しっかりと弱みの要因を分析し把握しておかなければなりません。

(2) 内部環境分析の主な分析項目

内部環境分析では、経営資源

（人・物・金・情報）と経営力・マーケティング力などについて分析を進めていきます。外部環境分析と違い、社内の情報を活用するため、信頼度の高い情報を収集することができます。

〈内部環境分析の主な分類〉

① 財務力

月次試算表の作成の有無・管理会計の導入の有無・予算計画と実績管理の有無・安全性分析等

財務が安定していれば新規プロジェクトの立上げや生産設備の導入など、明日の戦略への投資が可能となります。

② マーケティング力

製品力・価格設定の状況・既存チャネルの状況・プロモーション戦略の状況等

③ 人材

明確な組織・社員のモチベーション・意思決定のスピードと正確性・年齢構成・人事評価制度等

人材力とは、人材の質と量を指します。「企業は人なり」と言われるように、人材が企業の業績を決定するといっても過言ではありません。特に中小企業

で元氣がある企業は必ずと言っていいほど従業員が活き活きと活躍しています。

④ 経営力

経営理念の策定・経営戦略の策定能力等

同業他社と比較し、または市場へのアプローチにおける自社の経営力を視点とし「強み」「弱み」を分析していきます。中小企業において真に強みを発揮できるのは「経営力」であり、経営者や経営実務担当者の手腕が問われます。

4. 「脅威」を「機会」へ、「弱み」を「強み」へ

環境の変化や視点の違いによって「機会」と「脅威」「強み」と「弱み」は変化します。また、「機会」と「脅威」「強み」と「弱み」は表裏一体の関係にあると言えます。「脅威」を「機会」へ、「弱み」を「強み」へ変える経営戦略を立てるためには、固定概念に囚われず、柔軟な視点に立つてSWOT分析を進めていくことが重要です。

食欲の秋対策

～「食欲を抑える方法」～

食欲の秋ですね。飲み会や食事会などでつついっついに雰囲気に流れ、空腹でもないのに食べる癖が身についてしまった経験はありませんか？これは「偽の食欲」で、無意識のうちに認知・嗜好・経験・記憶などに関係して食欲を導くケースです。不規則な生活やストレスでホルモンのバランスが乱れると、「偽の食欲」が増えやすく、ムダに食べ過ぎてしまう傾向にあります。そんな食欲を抑えるための方法をご紹介します。

自分の食欲をコントロールし、引き締まった体をキープしましょう。

(1) 炭酸水を飲む

食前に飲めば、過剰な食欲を抑えてドカ食いを防止する効果があります。また食中に飲めば胃が膨れ、満腹感がアップするので食べ過ぎの防止に役立ちます。

(2) 空腹を感じたら、甘い飲み物(オレンジジュースやココアなど)を少し飲む

甘い飲み物を飲むと血糖値が上がるので食欲が自然と抑えられ、食べ過ぎも予防できます。あくまで少量です。

(3) ヘルシーなおやつを準備しておく

ナッツ類、ドライフルーツ、スルメといったヘルシーフードを常備しておきましょう。どれも咀嚼を必要とする食べ物なので、小腹を満たすには最適です。

(4) 食後はすぐに歯みがきをする

食後すぐに歯をみがくと口の中がすっきりするので、「もう何も口に入れたくない！」という気分になり、食欲をセーブできます。

(5) 睡眠をたっぷりとる

睡眠不足だと食欲を抑えるホルモン物質が減り、逆に食欲を増進させてしまうホルモン物質が増えると言われています。さらに、前頭葉の機能が低下することで甘いものが無性に食べたくなる、糖代謝機能も低下すると言われています。

作業の改善

お馴染みの笑点の大喜利をテレビで見ていると、回答者が横一列にきれいに並んでいるように見えますが、実は、あらかじめ座布団が斜めに並べられているそうです。具体的には、司会者から遠ざかるほど座布団が5cmほど前に置かれていくそうです。真横に並べたときに司会者から見ると、複数の人が手をあげた場合に、手や体が重なって

しまい、奥の人が見えなくなってしまう。このように、ほんのちよつとした工夫で、モノを見やすく、作業をやりやすく改善することができます。「作業の改善は、普段の気づきから」です。少しでも、「これがやりにくい」「ここにあっていいのに」と思ったことがあれば実行していきましょう。

祝・スカイツリー開業

平成24年5月22日、東京スカイツリーが開業しました。東京近辺の旧国名である武蔵国(「むさし」のくに)の語呂合わせも考慮した634mの高さは、完成時点で自立式鉄塔としては世界第1位です。多くの観光客が訪れ、様々な経済効果が期待されているところです。ちなみに、建築物としての高さは470.97mで、横浜ランドマークタワーを上回り、建築物としても日本一だそうです。

世界の塔の高さランキングは、

- 1位=東京スカイツリー(634m)
 - 2位=広州塔(中国・600m)
 - 3位=CNタワー(カナダ・553.33m)
 - 4位=オスタンキノ・タワー(ロシア・540m)
 - 5位=東方明珠電視塔(中国・467.9m)
 - 6位=ボルジェ・ミーラード(イラン・435m)
 - 7位=クアラ・ルンプール・タワー(マレーシア・421m)
- となっています。