



もみじ

NAO Letter

NAO
税理士法人

編集発行人
代表社員
高井直樹

〒500-8335
岐阜市三歳町4-2-10
TEL 058(253)5411(代)
FAX 058(253)6957

◆ 11月の税務と労務

11月

(霜月) NOVEMBER

3日・文化の日 23日・勤労感謝の日

- 国 税 / 10月分源泉所得税の納付 11月10日
- 国 税 / 所得税予定納税額の減額承認申請 11月15日
- 国 税 / 所得税予定納税額第2期分の納付 11月30日
- 国 税 / 9月決算法人の確定申告(法人税・消費税等) 11月30日
- 国 税 / 12月、3月、6月決算法人の消費税等の中間申告(年3回の場合) 11月30日
- 国 税 / 3月決算法人の中間申告 11月30日
- 国 税 / 個人事業者の消費税等の中間申告(年3回の場合) 11月30日
- 地方税 / 個人事業税第2期分の納付 都道府県の条例で定める日

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	.	.

※税を考える週間 11月11日～11月17日

ワンポイント

災害に対応する「セーフティネット保証4号」 台風や地震等の自然災害により、売上減少等の影響を受けている中小事業者の資金繰り支援として、信用保証協会が一般保証とは別枠で融資額の100%を保証する制度。国から災害地指定等され、一定要件を満たした場合に適用されます。本年7月の大雨では大仙市や秋田市等が地域指定されました。

まちゼミの発祥

全国各地にある商店街は、以前は大勢の人が訪れて賑わっていました。しかし今では多くの店がシャッターを下ろし、人通りがめっきり減ってしまった商店街が目立ちます。そんな商店街を活性化させる取り組みに「まちゼミ」があります。

まちゼミは「得するまちのゼミナール」の略で、お店の人が講師となり、専門店ならではの知識や情報を無料で講義するものです。2003年に愛知県岡崎市で始まったまちゼミは全国に拡がりをみせており、2017年1月現在では47都道府県の278地域で開催されています。

商店街の活性化を目的としたイベントは数多くありますが、まちゼミが他のイベントと異なるのは、一度まちゼミを開催した地域の95%以上が継続してまちゼミを開催している点です。また、商店街やまちの規模に関わらず、どのような地域でも開催できることも大きな特長といえます。

まちゼミは三方よし

まちゼミは、イベント会場を借りるのではなく、商店街のお店で行います。受講者はそのお店のお客になり得る人が来ますので、講師を務める店主と顔見知りになることができます。

講義は5人前後の小グループで1時間ほど行われます。普段、店内に1時間も滞在することはあまりありませんので、1時間のうちに売り場の雰囲気や商品、



店主やスタッフの人柄を知ることができます。

このようにまちゼミは、店にとっては自店のこだわりや店主の思いを直接伝えることができ、新規顧客獲得のきっかけになることから「売り手よし」になり、受講者にとっては初めて入る店の雰囲気や商品への理解が深まり、普段知ることができない専門知識を無料で体験できることから「買い手よし」になります。そして、まちゼミをきっかけに客が楽しく買い物をする店が増えて商店街全体が賑わうようになれば「世間よし」になります。「売り手よし、買い手よし、世間よし」まちゼミは三方よしの精神に基づいています。

まちゼミの実践

まちゼミを始めるためには、まず、まちゼミ全体の仕組みを学ぶ講演会に参加します。その後、講演会に出席した人とその人たちが誘った人を集めて参加説明会を行います。参加説明会では、再度まちゼミの概要

や意義、各店での具体的な講座の組み立て方やルールなどを説明します。また、参加店1店あたりの金銭的な負担の見込みも伝えられます。これらの内容について理解を得られたら、チラシ制作のための原稿用紙と実施概要書が配られます。

チラシは参加店自身が制作します。原稿が出揃ってチラシが完成したら、事前説明会を開催します。事前説明会では、まちゼミの内容を一店一店発表します。そうすることで、講座の内容がまとまったり磨きがかかったりする効果があります。また、他の店のゼミの内容をあらかじめ聞いておくことで、実際に自店の受講者に他の店のPRをすることもできます。

まちゼミが終わったら、結果検証会を行い、まちゼミで得られた成果や反省を、次の開催に活かしていきます。

まちゼミは発展する

まちゼミは、自店で開催することが原則です。しかし、繰り返し、まちゼミを開催することで他店とのコラボ講座を開催する店も出てきました。あるメガネ店では補聴器を扱う店と一緒に「聞こえと見え方の入門講座」を開催しました。違う業種の店とコラボすることで、自店商品の新たな魅力に気が付くこともあるようです。

参考文献:「まちゼミ さあ、商いを楽しもう!」(松井洋一著 (株)商業界)

事業継続計画

Business Continuity Plan

事業継続計画とは

東日本大震災では、多くの中小企業が社員や設備を失い、廃業に追い込まれました。また、被害の影響が比較的少なかった企業でも、復旧の遅れによって自社製品やサービスを提供できない状態が続き、結果的に事業を縮小して社員を解雇しなければならぬ事態になったところもありました。震災などの災害は、発生を予測することが困難であり、いざ災害が発生すると企業は窮地に立たされることになります。

このような緊急事態に備えることを、事業継続計画(BCP)といいます。BCPは、Business Continuity Planの略です。

BCP策定運用指針

平成18年に「中小企業BCP策定運用指針(第1版)」が公表され、BCPを中小企業へ導入する動きが始まりました。平成23年には、東日本大震災をはじめとする大規模災害などが頻発し、直接被害だけではなく、サプライチェーン(供給網)に大きな影響が出たことで、「防災」と「緊急時における事業継続」の重要性が再認識されました。そこで平成24年に、第1版を改訂した「中小企業BCP策定運用指針(第2版)」が公表されました。

第2版では、小規模事業

者を含めたBCPの初心者を含めて、従来の基本コース・中級コース・上級コースに加えて「入門コース」が作られました。また、業種別の事例が追加されたことで、わかりやすい内容に改訂されています。

事業継続は可能ですか？

中小企業庁のホームページでは、緊急事態の例を挙げて、事業が継続できるかを質問しています。ここではその一部を紹介します。

例①：大規模地震の発生により事務所のパソコンなどの機器類の多くが机から落ちたり、工場にある重要な生産設備が転倒したりして使用できなくなった場合

例②：インフルエンザなどの大流行によって、社員の大半が1週間以上出勤できなくなった場合

これらの事態が発生したら、通常通りに操業し続けることは非常に困難だと思われれます。大規模災害によって被災した会社の事業中断については、取引先からの温情によってある程度の免責的な措置が採られることも考えられます。しかし平時からBCPを策定し、緊急事態が発生した場合でも事業の継続や早期復旧を果たすことができれば、会社の信用はより高まるといえるのではないのでしょうか。

BCPの策定(入門コース)

中小企業BCP策定運用指針には、入門・基本・中級・上級の各コースが用意されており、導入への取組にかけられる時間と労力に応じて選択できます。またBCPの策定に必要な様式をダウンロードすることもできます。

入門コースでは、①基本方針の立案、②重要商品の検討、③被害状況の確認、④事前対策の実施、⑤緊急時の体制の整備の5つの手順を踏みます。指針に用意されている様式に穴埋めをしていきますが、策定には約2時間かかるようです。

BCPを策定しても、社員が理解していなかったり情報が古くては意味がありません。BCPを策定したら社員に内容や重要性を理解してもらうための社員教育や、定期的にBCPを見直すことが重要です。

多くの場合、BCPの想定通りに突発的な緊急事態が発生することはありません。また理想を追求して完全なものを目指しても、多くの場合は実現が困難です。そのため、実現可能なBCPを策定し、改善を積み重ねて緊急事態への対応力を高めていくことが、スムーズにBCPを導入するポイントといえるでしょう。

参考文献：中小企業庁HP

11月19日は備蓄の日

いつ起こるか分からない自然災害に対して、各家庭で食料品や生活必需品の備えをすることはとても重要なことです。東京都は2015年に、「1」年に「1」度はびちく「19(いちく)」の確認をする日として11月19日を「備蓄の日」としました。

首都直下地震などの大規模災害が発生すると、電力は7日間、水道は30日間、都市ガスは60日間使えなくなる恐れがあります。また道路がガレキで塞がれると、数日間は流通が機能しなくなる可能性があります。

大きな災害が発生したら避難所へ行くことになると思う人も多いと思いますが、自宅が無事だった人は家に留まって避難生活を送ることになります。総務省によると、自宅が倒壊や焼失するなどして避難所で生活する人は最大で220万人になると想定されていますが、自宅が無事に済む人は約

5倍の1,000万人になると予想されています。これらの人は、しばらくの間ライフラインが寸断された環境で生活することを強いられます。

そのため、食料品や生活必需品を備蓄しておき、定期的を確認することは大規模災害に対する備えとしてとても重要なことです。そこで東京都では、2015年と2016年に「備蓄の日フェスタ」を開催し、専門家によるミニセミナーや備蓄品サンプルの展示などによって、日常での備蓄方法や在宅避難などの理解を深めてもらう取り組みを実施しました。

東京にある会社が「IZAMESHI(イザメシ)」という備蓄食を販売しています。この会社は建築関連資材などの卸売会社ですが、消費しながら備蓄することをコンセプトに「食べる長期保存食」として2014年からイザメシの販売を開始しました。非常時だけではなく、忙しいときや海外旅行など日常生活でも使いやすい商品になっています。

KPIとKGI

企業などの組織が目標を達成するために重要な業績評価の指標を重要業績評価指標といいます。

英語でKey Performance Indicatorといい、「KPI」と略されます。一方、組織の最終的な成果の指標を定量的に示す指標を重要目標達成指標といいます。英語でKey Goal Indicatorといい、「KGI」と略されます。

KPIとKGIには密接な関係があり、KGIを達成するための通過点としてKPIを設定する関係にあります。例えば、単月売上を3か月以内に1,000万円にするという目標(KGI)を設定した場合、これを達成するために追加する商品の点数や新規顧客の獲得数、リピート率といった指標(KPI)を設定します。

組織内で最終目標のKGIとKPIを達成するためのKPIを設定したら、具体的なアクションまで落とし込むことが重要なポイントです。

Jアラート

弾道ミサイル情報や津波警報、緊急地震速報など、対処に時間的な余裕がない事態に関する情報を住民に瞬時に伝達するシステムを、全国瞬時警報システム(Jアラート)といいます。Jアラートは、緊急事態の発生を国民に伝えて、迅速な避難行動を促すことを目的に構築されました。

受信機と、職員の間接に起動させるJアラート自動起動装置があります。そのため、休日や夜間など地方公共団体の職員の体制に係わらず住民に情報を伝達することができるようになっています。平成十九年二月に整備が始まりましたが、二十五年度までにはJアラート受信機が、二十八年五月にはJアラート自動起動装置が、全市町村に整備されています。