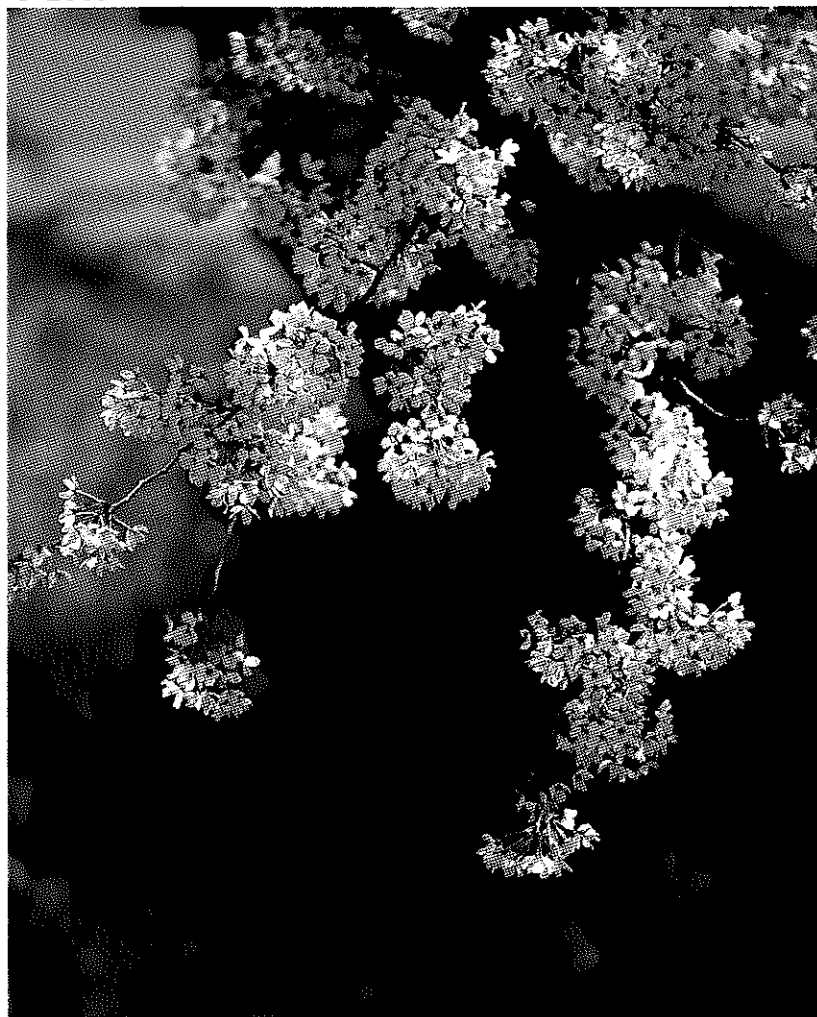




さくら

ジェイシス税理士法人

〒543-0001
大阪市天王寺区上本町
8-9-23 JKPLACEビル2F
TEL 06 (6770) 1801
FAX 06 (6770) 1811
<http://www.jcss-tax.com/>

4月

(卯月) APRIL

29日・昭和の日

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 すまい給付金の支給額が19億7千万円

すまい給付金は、消費税率引上げによる負担増緩和のため平成26年4月から実施されていますが、国土交通省によると実施後9月までの半年間で7,710戸に給付し、給付額は約19億7千万円にのぼっています。給付金申請期限は住宅引渡し後1年以内。ただし、消費税率8%時で年収510万円以下の人が対象です。

4月の税務と労務

- 国 税／3月分源泉所得税の納付 4月10日
- 国 税／2月決算法人の確定申告(法人税・消費税等) 4月30日
- 国 税／8月決算法人の中間申告 4月30日
- 国 税／5月、8月、11月決算法人の消費税の中間申告(年3回の場合) 4月30日
- 地方税／給与支払報告に係る給与所得者異動届の提出 4月15日
- 地方税／固定資産税(都市計画税)の第1期分の納付 市町村の条例で定める日(原則4月中)
- 地方税／土地・家屋価格等縦覧帳簿の縦覧 4月1日～4月20日
または最初の納期限のいずれか遅い日以後の日まで
- 地方税／軽自動車税の納付 市町村の条例で定める日(原則4月中)
- 労 務／労働者死傷病報告(休業4日未満:1月～3月分) 4月30日



製造業の現状

小規模事業所の 実態調査より

アベノミクス効果により国内景気は回復傾向にあるといわれていますが、製造業を取り巻く環境は依然として厳しさが続いています。東京スカイツリーがそびえる東京・墨田区の「平成二十五年度 墨田区産業活力再生基礎調査報告書」を基に、製造業の現状を見ていきます。

この実態調査は、すみだ中小企業センターの企業台帳に登録されている二、九八九社のうち約八割にあたる二四八六社から回答を得たもの。なお、回答企業の約八割が従業員数一〇人未満の小規模事業所です。

業種構成は「金属製品製造業」が最も多く、「繊維工業」「印刷・

同関連業」が続く、この他では「なめし革・同製品・毛皮製造業」「パルプ・紙・紙加工品」「プラスチック製品製造業」「ゴム製品製造業」などがあります。

なお、この調査では、休廃業率は一一・七%で前回（平成二十一年）調査よりも〇・六ポイント上昇し、特に「非鉄金属製造業」で七・一ポイント、「パルプ・紙・紙加工品」で四・四ポイント増加していることも判明しています。

★事業者の平均年齢

事業者の平均年齢は六六・五歳。七六歳以上が一九・九%と前回調査と比べると五・三ポイント上昇するなど、全体的に高齢の事業者が増加しており高齢化が進んでいることが浮き彫りとなりました。

後継者の有無に関しては、「後継者あり」が二九・六%、「後継者なし」が四四・七%を占めています。このうち、六五歳以上の事業者では「後継者なし」が四九・二%とほぼ半数を占める危機的状況に陥っています。

★リタイアを検討している事業者

「後継者なし」及び「後継者はいないがまだ検討段階ではない」と回答した事業者のうち、「二年内にリタイアを検討している」が三七社、「五年以内にリタイアを検討している」が九六社、「時期を決めていないが検討」も合わせると有効回答数のうち五五・九%の事業者がリタイアを考えています。一方、事業の引き受け手が現れた時に事業承継を望む事業者は二五・五%にとどまっています。

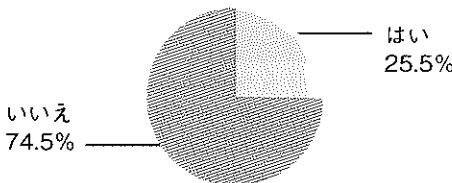
とどまっています。

★他社に取引先を移譲するか

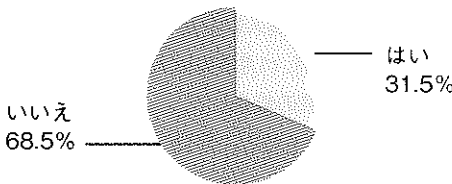
「リタイアを検討している」事業者のうち、事業承継の際、他社に取引先を移譲しても良いと回答したのは全体の三一・五%でした。リタイアの際の課題としては、「リタイアに関わる費用負担」と「顧客からの継続要望」が多く挙がっています。

反対に、他社の事業を譲り受ける意向がある事業者は七・四%とごく少数となっています。

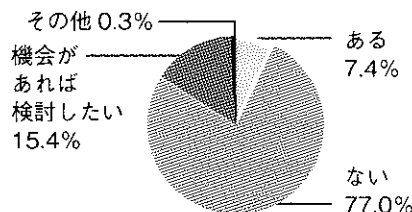
事業の引受け手が現れたときに妥当な条件で事業を継承することを望みますか？（全体）



現在の顧客を事業譲渡先に引き継ぐことを望みますか？（全体）



他社の事業を譲り受ける意向はありますか？



★現状

事業所・工場・建物の所有状況を見ると、事業所の敷地面積は「一〇〇～二〇〇㎡」が三九四%と最も多く、事業所の土地区分は所有六四・一%となっています。

最近の売上高から見ると、売上規模は、「一千万円～五千

	1位		2位		3位	
資金面の課題	運転資金不足	23.0%	設備資金不足	8.9%	金利負担増	3.1%
人材面の課題	後継者なし	27.6%	技術者不足	10.4%	人件費負担	8.6%
技術面の課題	開発力不足	10.7%	生産力不足	9.2%	技術力不足	7.2%
営業・販売面の課題	受注量の減少	35.8%	取引先の減少	20.6%	受注単価低下	17.7%

万円未満」が二九・七%と最も多く、以下、「一億円～五億円未満」「一千万円未満」が二二%と続きます。

経営課題として挙げられたのは、資金面では①運転資金不足②設備資金不足③金利負担の増加、人材面では①後継者なし②技術者不足③人件費負担、技術面では①開発力不足②生産力不足③技術力不足、営業面では①受注量の減少②取引先の減少③受注単価低下、の順となっています。

★新規事業を行っているか

新たな事業を行っている事業者は「希望はあるが行っていない」を含めて七四・九%にのぼっています。その理由として、「新規事業という発想がない」「五・二%、「アイデア不足」「一五・五%、「技術力の不足」九・六%の順となっています。

企業規模が小さいことや事業者の高齢化、景気の動向が不透明、販路開拓に課題があるなどの問題意識が根底にあるようです。

一方で、既存事業の枠から出

られないなど下請け体質が強い現状もうかがえます。

★固定資産の保全

調査結果では、四〇社が空き工場を、六四社が空き設備を保有していることも判明しました。そのうちの二七社が他社へ貸し出す意向を示しているようです。全国的に設備・土地の利活用のためのマッチングサイトの構築が待たれるところです。

★伸びている企業

同区内で業績が伸びている企業は五七社ありました。業種で見ると、「金属製品製造業」「ゴム製品製造業」「繊維工業」の順で多くなっています。

《成功事例》

【H社のケース】

H社は、板金・レーザー・プレス加工の企業で、産業機械部品の加工・製作を主体としています。産学官連携等にも積極的に取り組んでいます。

デザイナーとコラボして顧客のニーズを捉えて開発を行っています。産学官連携で電気自動

車や深海探査艇、異業種連携で工場廃材を活用した「廃材プロジェクト」、工場見学と観光の融合など、大学や官庁とも連携して、様々な事業を展開し地元企業のリーダーとして活性化を図っています。また、工場の一部をベンチャー事業者の研修や人脈づくりのために解放しています。売上は、同社の技術力と社長の人脈により増加傾向となっています。

【K社のケース】

K社は、ゴム製品製造業で、各業界のゴム機能部品を中心に製造しています。

同社の特徴は、あらゆる形状、材質に対応できることで、存在していない製品についても工場内で試行錯誤で開発・製造しています。

フッ素ゴム、シリコンゴムなど少量の押し出し成形とその接着加工技術は得意分野となっています。この分野は、全国で三社はどしかありません。中国など海外では、金型により大量生産を行っています。K社は、一線を画して少量多品種生産に長年取り組んでいます。

倒産の要因

同じ外部要因(経営をとりまく環境のこと)と内部要因(会社を経営するときの経営者の能力など)があるのに倒産する会社がある一方、倒産しない会社があります。

「倒産した会社」の側に立ち、倒産に至った各々の要因について考えてみましょう。

〈1〉外部要因

① 経営環境の変化

例えばネット販売の台頭や、海外生産・安い外国製品の増加です。A大学周辺の古本街ですが、インターネット販売による操作が苦手な古本屋は廃業するだろうといわれています。

② 仕入・原価の高騰

③ 売掛先の倒産・未回収の発生

④ 天変地異など偶発的要因

パンの製造小売業者・A社は、2011年の東日本大震災のときに原材料が3か月間

入手できず、社長のMさんは、今後の信用が維持できないと判断。会社を整理しました。

〈2〉内部要因

① いつも納期に間に合わない

② 会社規模に合わない贅沢な内装、社屋・車両の保有

③ 社長が経理を把握できていない

④ 社員に覇気がない、あいさつがない

⑤ 機械の稼働率が低い、埃をかぶっている

⑥ 整理整頓ができていない

この中で、③と④について補足します。

③は、例えば、経理担当者から報告を受けた売掛金額よりも、実際の入金額が過少であったような場合でも、社長の責任ということなのです。

④は、倒産した会社の従業員に話を聞くと「こうなるといったよ」と返答。負のスパイラルが働いている、と言えるのではないのでしょうか。

中小企業の魅力

日本政策金融公庫のシンポジウムで「従業員が中小企業で働く魅力」として、以下の五点が報告されました。

- ① 地域密着型の生活重視のライフスタイルを支える
- ② 小さい組織ゆえの昇進など地位獲得のチャンスがある
- ③ 働き手から見て感じられる身近な経営・経営者との一体感
- ④ 社内における高い自由度と自

己実現・多様なスキル獲得
⑤ 転職を前提とした生き方を支える受容体

さらに、就業者の意識と業績との関係では、「仕事を通じて日本や世界のために貢献したい」という社員がいる会社ほど「業績が好調」だそうです。
近年、「よい職場であれば、地元で中小企業に勤めたい」とする若者が増えています。

「共感」と「同調」の違いは？

クレーム対応での注意は、「共感」と「同調」は違うということを知って接することです。

クレームをつけるお客様は「ふつうはこうでしょ」「常識ある処理をしろ」と口調を荒げます。

このとき、「ごもっともです」「お客様がおっしゃるとおりです」(＝同調する)となると、「やっぱり、私の言っていることは正しい」と感情をエスカレートさせます。これではダメです。

一方、お客様の心情に寄り添うような「そう思われていらっしゃるのですか」「そう思われるお気持ちは良くわかります」(＝共感する)の対応はOKです。

これまでさんざん同調(＝賛成)してきて、「では、お金を返して下さい」となった瞬間に「できません」と答えると、裏切られたような思いにかられ解決が難しくなります。「共感」と「同調」の違いを意識し対応に当たって下さい。