



山百合

Yamamoto Acc office



# 山本総合会計ニュース

編集 発行人  
税 理 士

山本 孝 久

〒152-0003  
東京都目黒区碑文谷5-12-1  
TS碑文谷ビル2F  
TEL 03 (3791) 8863  
FAX 03 (3791) 8292

7月

(文月) JULY

19日・海の日

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	31

## ワンポイント 租特透明化法の「適用額明細書」

企業の税負担を軽減させる特別償却や税額控除など、租税特別措置の適用実態を明らかにするため、平成22年度税制改正で、租税特別措置の適用を受ける企業に対して提出が義務付けられることになった書類。平成23年4月1日以後に終了する事業年度の法人税の申告から適用されます。

## 7月の税務と労務

- 国 税 / 6月分源泉所得税の納付 7月12日
- 国 税 / 納期の特例を受けた源泉所得税(1月~6月分)の納付 7月12日
- 国 税 / 所得税予定納税額の減額承認申請 7月15日
- 国 税 / 所得税予定納税額第1期分の納付 8月2日
- 国 税 / 5月決算法人の確定申告(法人税・消費税等)、11月決算法人の中間申告 8月2日
- 国 税 / 8月、11月、2月決算法人の消費税の中間申告(年3回の場合) 8月2日
- 地方税 / 固定資産税(都市計画税)第2期分の納付  
市町村の条例で定める日
- 労 務 / 社会保険の報酬月額算定基礎届 7月12日
- 労 務 / 労働保険料(概算・確定)申告書の提出・(全期・1期分)の納付 7月12日
- 労 務 / 障害者・高齢者雇用状況報告 7月15日
- 労 務 / 労働者死傷病報告(4月~6月分) 8月2日

# 社員研修の効果的な方法は？

社員研修は、経営の最重要課題の一つであり、会社を発展させていくために不可欠な要素です。

企業としては、やる気のある社員に能力を伸ばすことができる機会を与えることが重要ですが、お金がかかる割に効果があるのか疑問に感じてしまうこともあります。とは言っても社員全体の能力を向上させなければならないのであれば、社員、会社側双方にメリットのある効果的な研修はできないのでしょうか。

## 1. 知識型の研修とマインド型の研修

社員研修は大きく分けると2つのタイプがあります。「知識型の研修」と「マインド型の研修」です。

知識型の研修は製品に関する技術的知識や業界に関する知識など、文字通り知識を学ぶものです。

一方、マインド型の研修とは、コーチングやキャリア設計を考える研修、顧客満足度向上の研修など、社員のモチベーションや仕事に対するマインドを向上させるための研修が分類されます。日本の企業では知識型の研修は比較的多いのですが、マインド型の研修にはまだあまり力を入れていないようです。

企業にとって、社員の「知識・能力の向上」と

「モチベーション・マインドの向上」は車のタイヤとエンジンのような関係です。たとえ雨道でも全力で走ることができる性能のよいタイヤが開発されても、それを動かすためのエンジンの性能が低ければ、せっかくの高性能のタイヤも宝の持ち腐れになります。社員の両方の能力を伸ばしていくことが、人材の有効活用のために必要になってきます。

## 2. 研修の効果的な方法

効果的な研修方法としては、全てを集合研修のような社員一律の研修にするのではなく、複数の研修メニューから希望の研修を選択できるようにします。

全員に合わせるのではなく、やる気のある社員の能力を高めていくことが重要になります。社内研修だけではなく、社外の研修なども視野に入れることも必要です。

仕事や研修に対するやる気には、個人ごとに大きな差があるものです。やる気のない社員に全体を合わせているのは、研修のレベルも低いものになってしまいます。

企業の研修を全員一律に行うというのは確かに効率がよい面もありますが、能力や意識の差がついた社員に対して行う研修では、うまく機能しないこともあり

ます。やる気のない社員にやる気を出させるのは全体研修の場で行うことではなく、日々の仕事の中やモチベーション向上のための研修の中で行われるべきものでしょう。

## 3. メニュー方式の研修

それではどのような研修にしたらよいのでしょうか。

最近多くの会社で取り入れられている研修方式は、全員一律の研修を極力廃止して、受講者が複数の研修コースから自由に選択するメニュー方式の研修です。もし、研修コースを複数自社で開発できないのであれば、自社特有のコアな部分の研修のみ自社で行い、それ以外の研修は社外に発注するのもよいでしょう。

メニュー形式の研修のメリットは、熱意のある社員には、自ら伸ばしたいスキルの研修を選択して受講できるようにすることです。もちろん、会社側からも社員の適性と今後のキャリアプランを考慮して適切な研修を準備、受講させることが必要です。

社員の能力開発に関しては、公的機関でも各種研修や講座を開設していますので、これらを上手に利用することも検討してみてもいいかがでしょうか。

異業種交流会という言葉をよく耳にしますが、どのようなもので、どのようにすれば参加できるものでしょうか。

異業種交流会とは、その名のとおり、業種を越えた企業・グループなどと交流を行うもので、自社の経営資源の不足を補う企業と出会う場でもあります。異業種交流会から共同開発や事業連携などにつなげて成功した例もたくさんありますので、自社の経営革新を果たすための一つの手段ともなり得るものです。

中小企業支援センターや商工会議所、商工会などで情報を収集して、積極的に参加してみたいかがでしょうか。

## 【1】 交流会で行うこと

異業種交流会では、主に次のような活動が行われています。

### (1) 交流

その名のとおり、人的交流、情報交換です。人的交流、情報交換といっても、そのやり方はさまざまです。たとえば、会場を借りて定例会を開き、発表会のように行う形もあれば、飲食をしながら歓談する形式もあります。

まずは、コミュニケーションを図って、相手がどのような人物、企業かを見ることが重要です。

### (2) 新商品開発・共同事業

自社の得意分野と相手の得意分野を融合して、新たな新商品開発（技術・サービスを含む）を行っている

# 異業種交流会の活動とメリット

団体もあります。また、共同受発注、展示、販売などの共同事業を行っている団体もあります。これが発展して、事業協同組合などを結成する例もあります。このような活動に発展させるためには、交流を通じて相手企業をよく理解することが重要です。

## 【2】 参加方法

参加方法は、自ら異業種交流会の情報を収集して、交流会があったら積極的に参加することから始まります。地元の商工会議所・商工会や都道府県等中小企業支援センター、地域中小企業支援センターにおいて情報提供をしていますので、ご自身に合った交流会を選び参加してみましょう。

いくつか参加してみると、それぞれの特徴を知り、参加するメリットを感じる交流会が見つかったら継続的に参加してみます。

## 【3】 参加の効果

異業種交流会の効果として、補完効果と相乗効果があげられます。つまり、異

なる企業が結びつくことで、技術・情報・ノウハウといったソフトな経営資源を持ち寄って交流し、その補完効果と相乗効果によって、自社の経営資源を質的に高め、総合的な経営力の強化を図ることが可能となります。

例えば、①公設試験研究機関主催の異業種交流会で、中小企業数社と公設試験研究機関の研究員とが共同開発をした新製品が収益向上に役立った事例、②異業種交流会から産学連携に発展し、大学側と共同で試験開発する過程において、自社の技術向上を果たした事例、③一企業では無理でも複数の企業が集まることで、第一線で活躍する経営者やコンサルタントを招聘して講演会の開催、優良企業の工場見学会の開催を実現し、会員の経営者同士が交流し合い、そこで学んだことを自社の経営に活かしている事例、などがあります。

## 【4】 留意点

異業種交流会は、自分が情報を得ようと受け身でいるだけでは成り立ちません。自ら情報発信することが重要です。これはどのような交流会でも言えることですが、ギブ・アンド・テイクが大切です。

自分の利益だけを考えるのではなく、他人のために自分がどのような貢献ができるかということも念頭において参加されることが必要です。



## 仮説思考

法律家は、民事事件であれば、代理人弁護士が依頼者の利益のために、さまざまな証拠などからストーリーを構築し、相手方のストーリーよりも当方のストーリーのほうが説得的であることを示すべく必死の努力を繰り返します。

仮説が重大な結果につながり、常に反論にさらされる運命にあるのが法律家です。もっとも、仮説思考というものは、ほとんどの人が多かれ少なかれ日常的にやっているものです。それを、意識的に掘り下げる練習をしていけば、ビジネスにも応用が利く、より強固なものとなります。

仕事場の近くに「賃貸物件あり」というような表示が目立ってきたとしましょう。空室が増えたのはどうしてだろう？と考えます。ひとつの仮説は、業績が悪くなって事業所縮小や「より安い物件」に引っ越しをした。もうひとつの仮説は、新しいビジ

ネスビルがたくさんできたので、そちらに引っ越しをした。という2つの相反する仮説を立てることができます。

ここで、世間一般が不景気だから前者だと単に片づけるのではなく、空室になった部屋には、何という会社が入っていたのかを思い出し、ネットでその会社の所在地を調べてみます。すると、『すごいビルに移転している。この会社って儲かっている。他にも空室が増えているけれど、同じように業績向上を理由に転居したわけかな？』ということで、さらに調べたくなります。このように、仮説思考を高める材料は、あなたの身近にたくさんあります。

大切なことは、意識をすることです。普段なんとなく頭の中で考えていることを、客観的・主観的材料、人間心理・行動のどの側面を根拠にしているのか？それぞれの材料の信頼性をしっかり意識しているか？この2点を常に意識していれば、仮説思考力は飛躍的に向上し、ビジネスに貢献することでしょう。

## 株式上場

株式を公開すれば従業員の意識レベルが高まり、従業員採用も容易にはなります。しかし、株主からの評価を維持するには、常に高い成長を保たなければならず、その責任がプレッシャーになり、かえってそれが経営のマイナスになることもあるため、株式上場を疑問視する向きもあります。

家にとって、株式公開は大きな夢でした。しかし、不況のため、公開までにかかる時間は長くなり、公開すれば一般投資家からのプレッシャーを受け、経営の自由度が犠牲になります。そこで未公開株に投資を行うプライベート・エクイティからの支援を受けるといった新しい方法に関心が向けられました。社員の持ち株は減りますが、経営の実権は起業家に残され経営のコントロールは可能となります。

## 目標

日本の繁栄の礎は、経済成長をいかに実現していくかにあります。しかし日本はすでに人口減少社会に突入しました。このような状況で、さらに成長を持続させていくためには、日本国内においては「質的成長」をめざし、一方、「量的成長」は海外の成長市場で成功を勝ち取る、という二つの方向性を同時に追求するほかないでしょう。

いま、日本には成長のモデルとなる国が存在しません。アメリカ経済は失墜し、ヨーロッパもその影響で足踏みをしています。これまで、モデルを追いかけ、モデル国の作り出したものにアイデアを加えることで成長してきた日本が、混迷の渦に入っているのは当然ともいえます。モデルをどこに求めればいいのか。新興国を分析するのも一つの方法だと思いますが、以前のアメリカのようなモデルにはなりづらいと思います。新しいモデルを築くことが重要でしょう。