

MCS税理士法人立川事務所通信

8月号 VOL・132

MCS税理士法人立川事務所

〒190-0023

立川市柴崎町 3-11-4 東京ロジテック千代田ビル 4 階

電話：042-595-7671 F A X：042-528-6949

<http://www.mcs-office.jp> mail:info@mcs-office.jp

相続専用 HP：<http://www.souzokushien110.com/>



えんまん

遺言相続支援センター

8月6日は「夏の節分」。節分は本来「季節を分ける日」という意味で立夏・立秋・立冬・立春の前日が、それぞれ春の節分・夏の節分・秋の節分・冬の節分と呼ばれていました。毎日「暑い」の一辺倒ですが、時には空を見上げて流れる雲の行方でも追いながら、暑さの中にも季節を感じる心の余裕を持ちたいものですね。

【ワールドワイドな視点で捉えた税金事情】

「税金が家計を圧迫するから、老後は海外で暮らしたほうが・・・」と考える方もいるのではないのでしょうか。それでは実際に比較してみましよう。まずは消費税。

欧州は税率が比較的高く、スウェーデンやノルウェーなどでは25%でイギリスやフランスなどでは20%となっています。アメリカでは州ごとに異なりますが8~9%台が多いようです。次に個人にかかる個人所得課税ですが、日本の最高税率は55%、イギリスは45%、アメリカでは約50%です。ただ、各国によつてさまざまな控除制度などがあるため一概に税率だけで判断はできません。例えば、年収500万円で夫婦と就学の子が2人の4人家族の場合では、年間にかかる税金は日本では約16万円、イギリスでは約62万円、アメリカでは約5万円と実際にはかなりの差があります。さらにこれに社会保険料も考慮したらどうでしょう。

国民が負担した税金と社会保険料の合計金額を国民所得で割った数値を「国民負担率」といいますが、2016年の日本の数値は約43%で所得の半分近くを税金と社会保険料が占めています。ただ、これがイギリスでは約47%、アメリカは約33%、何とフランスでは約67%となっています。このような結果から突出して日本の税金が高いというわけではなさそうです。税金が何にどのように使われるかに注目したいですね。



【前代未聞のコラボが生んだメガヒット！】

『鬼滅の刃』は大正時代を舞台に、人と「人を食らう鬼」との戦いを描いた漫画です。単純な勧善懲悪ではないストーリーの面白さに加え、ブームに火をつけたのは昨年4月に始まったアニメ化。映画館では先行上映という異例のプロモーションや充実したネット配信、SNSにより老若男女を問わずファンは激増しています。コンビニや量販店でのグッズ販売、Jリーグの東京ヴェルディや東映太秦映画村によるイベントなど、前代未聞のコラボが生んだメガヒットです。



今月の教えてキーワード：【GAFA】

Google（グーグル）・Apple（アップル）・Facebook（フェイスブック）・Amazon（アマゾン）のことであり、頭文字をとってGAFAと称する。商品や情報を提供するプラットフォーム企業で、世界中のユーザーが4社のサービスを利 dụngすると同時に氏名や住所、購入品などの個人情報を提供している。GAFAへの個人情報集中や独占について世界各国から懸念の声が上がる中、技術革新と規制強化のバランスが課題となっている。

【「商売のヒント」はどこにある？】

永らく政治文化の中心地として栄えた千年の古都・京都。そのきらびやかさを思えばそこには何でもあったのでは？と想像しますが、山に囲まれた盆地では新鮮な海産物が手に入らなかったようです。その代わり「京野菜」という伝統野菜が発達しました。



あまたの寺社を中心に精進料理が発達する中、公家や御所に献上する名産品の野菜を京の風土に合わせて品種改良した京野菜は、京料理の貴重な材料として継承されてきました。有名な九条葱（ねぎ）をはじめ、青味ダイコンやスグキ菜、さらに今は京都のイメージ

が強い「ブランド京野菜」も含めて「京野菜」と呼ばれています。

「世の中の二極化が進む」とよく耳にします。中途半端はつぶしが効かないということでしょう。新鮮な海産物が手に入らなかった古都でブランド野菜が発達したように、お客さまの課題を解決することでオリジナル商品が生まれ、商売のブランディングにつながっていくかもしれません。成功のポイントは、とことん解決することです。お客さまのお困りごとをヒアリングして、ヒアリングをもとに商品やサービスを試作して実際に試してもらい、感想を聞き、それをもとに試作品を改良して、また試してもらう。このサイクルが機能すれば必然的に試作品がブラッシュアップされていきます。機能や質が向上していくのはもちろんですが、最も意図しておきたいことは、お客さまの課題を解決するための特長をとがらせていくことです。京野菜は単なる品種改良ではなく、もともとの名産品を京都の風土に合わせて改良を重ねました。

つまり「京」をとがらせてブランド化したことが成功をもたらしたのでしょう。商品もサービスも、なんとなくうまくいったものは、なんとなく消えていきます。人の目に留まることは重要ですが、奇をてらうことがオリジナリティーではありません。

では、商売のどこをとがらせていくのか。ヒントを持っているのはお客さまです。お客さまのお困りごとを解決するために、とことん知恵を絞ってみましょう。

今も昔の「日なり」

今を生きる！ 先人の言葉

啓蒙思想家・教育者である福澤諭吉の言葉。この瞬間の1秒の積み重ねが1分となり、さらに1時間、1日、1カ月、1年・・・一生となる。今を大切に生きよう。

【クスノキの番人】

月郷神社にあるクスノキは、人の「念」を受け取り、大切な人に思いを届ける不思議な力を持っている。老婦人にクスノキの番人に指名された主人公が、祈念に訪れる人々とふれあい成長していく物語です。大切な人をそっと思い出す一冊です。

