

SMILE

☆ 今月も笑顔(スマイル)でスタート! ~

1月号 Vol.60

今月の SMILE

心しずかに

皆さん、明けましておめでとうございます！
本年もマイドを宜しく願い申し上げます！

日本では昨年の12月28日から新年1月6日までお休みのところが多いようですが、中国ではカレンダーどおりですと1月1日だけがお休みですので、今日1月2日から正常通りの出勤となります。ただ今年の春節が1月24日から始まるので、地方から上海に出稼ぎにきている人たちの中には、すでに帰省している人も多く、かつ中国自体が2019年は不景気だったせいか、上海の街並みもどことなくひっそりとした感じです。

今月はこのひっそり感をよい意味で味わうために、皆さん、年の初めを自分の人生の棚卸をしてみたいかでしょうか？

というのも私たちは、普段とりあえず目の前のことだけを考えて生きています。そうすると知らないうちによけいなものが沢山くっついてきます。あるいは負いこんだりします。ですから、こういう年が変わるとき、しずまって、人生の棚卸をする最適なタイミングです。

心しずかに関連の話を一席。ニューヨークのマンハッタンブリッジにアパートが建設されたときに、多くの人たちが排気ガスが凄くないかと心配しました。下を高速道路が走っているからです。住民はとくに、子供たちに排気ガスの影響があるんじゃないかと心配しました。そして人たちが実際に暮らすようになってから、その子供たちが通う小学校で調査をしたところ、読解力においてそこに暮らす子供たちは平均より低かったのです。影響はあったのです。しかしながら、当初想定されていた排気ガスの悪影響ではなく、騒音による悪影響だったのです。騒音があるところに住んでいる人は自動的に音を遮断するくせがついてしまうらしいです。聞かないようにする。するとどうなるか。悪い音を締め出すと同時に、聞かなければならないことも締め出すこともしてしてしまう。先ほどの例では、先生が語っていることを子供が耳を傾けることが難しくなってしまう、だから読解力が劣ってしまうという調査結果でした。

このことは私たちにもあてはまります。今のこの時代、本当にいろんな声が聞こえてきます。これに全部耳を傾けていたら、正常な神経を維持するのが難しいです。そのため私たちは悲惨な情報を遮断するようになりがちです。ところが聞かなければならない声まで遮断していることはないでしょうか？聞かなければならない音を聞く、そのためには、たまには心しずかなる時をもつことが必要なのかもしれない。

今年一年も弊誌スマイルと宜しくお付き合いください！

それでは今月も笑顔(スマイル)でスタートしましょう！



11月の輸入は対米急増で7カ月ぶり増 対米輸出は23%減

税関総署が12月8日発表した11月の貿易統計(ドル建て)によると、輸出は前年同月比1.1%減の2,217億4千万ドル(約24兆1千億円)で4ヶ月連続のマイナスだったのに対し、輸入は0.3%増の1,830億1千万ドルと7ヶ月ぶりにプラスに転じた。11月の対米輸入は3%増と1年3ヶ月ぶりにプラスとなっており、米国からの輸入拡大が影響している。米中両首脳による署名を目指す貿易協定の「第1段階」の部分合意に関する協議が進められる中、中国が米国からの輸入を増やしているとみられる。トランプ米大統領は中国による輸入拡大を重視する姿勢を見せている。

対米輸出は23%減と、10月(16%減)から減少幅を大きく広げた。米国は9月1日に「第4弾」の一部として中国からの輸入品1,120億ドル分に対する15%の追加関税を発動しており、貿易戦争の拡大が中国の対米輸出の足を引っ張っているとみられる。

一方、1~11月の対米貿易総額は、前年同期比15.2%減の4,944億5,350万ドル。輸入は23.3%減で、輸出は12.5%減とともにマイナスが続いた。1~11月の対米貿易黒字は7%減少し、2,724億ドルだった。

輸出では米国向けが大きく悪化する一方、東南アジア諸国連合(ASEAN)向けは伸びていると中国メディアは強調する。1~11月のASEAN加盟国向けの輸出は前年同期比11.5%増だった。大規模な抗議デモが続く香港向けの輸出は8.6%減だった。

米国向けを中心とした輸出の落ち込みは、中国経済全体の下押し圧力となっている。2019年7~9月期の国内総生産(GDP)成長率は6.0%と1992年以降で最も低い水準を更新。早くも市場関係者の間では20年に成長率が6%を割り込むかどうか注目されているが、それは貿易戦争次第とみられている。香港紙の明報(電子版)は「もし米中が12月に貿易協定の第1段階に達することができたら6%成長に近づく助けになる」というエコノミストの見方を伝える。

貿易協定をめぐっては、米国が12月15日に予定する「第4弾」対中制裁関税の残り約1,600億ドル分の発動期限が目前に迫る中で、米中両政府によるやり取りが活発になっている。中国政府は12月6日、米中貿易摩擦により追加関税をかけている米国産の大豆や豚肉などについて対象から除外する措置を進めると発表。中国が歩み寄りの姿勢を見せている可能性がある。

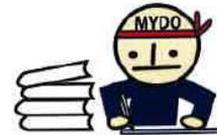
一方、米国で「香港人権民主法」が成立して中国側が報復措置を表明したほか、新疆ウイグル自治区における人権問題など米中対立の範囲は広がっている。現時点ではこれらの問題が貿易協定に影響を与えないよう中国側が慎重にコントロールしている様子がうかがわれるが、何が協定を阻害するリスクになるのか見通せない部分もある。

11月中国消費者物価4.5%上昇 金融政策に影響も

国家統計局が12月10日に発表した11月の消費者物価指数(CPI)では、前年同月比4.5%上昇した。豚肉価格の高止まりが響き、インフレ率は前月から0.7ポイント加速。2012年1月(4.5%)以来7年10ヶ月ぶりの高水準になった。

上昇率は中国政府が今年の抑制目標に掲げる「3%前後」を大きく上回った。政府は景気失速の回避に向け、消費喚起の強化や金融緩和などの下支え策を視野に入れるが、インフレ高進を受け、金融政策のかじ取りが一段と難しくなるのは確実だ。





増値税発票管理に関する公告

増値税税収政策の更なる実施、及び発票管理規範化のため、国家税務総局が近日、「増値税発票管理など関連事項の公告」(国家税務総局公告 2019 年 33 号)及びその解説を公布しました。その概要は以下の通りです。

- 1、2019年10月1日より、規定条件に一致する生活性サービス業の納税者が、仕入税額控除の15%加算控除する政策を享受する際、電子税務局或いは税務局の窓口を通して、「15%加算控除政策を適用する声明」を提出する必要がある。2020年、2021年についてにおいては、前年度の販売額に基づき継続適用が可能かどうかを判断し、また当年度最初に政策を享受する際に、再度「15%加算控除政策を適用する声明」の提出が必要となる。
- 2、増値税一般納税者が、税関納付書を取得した後、仕入控除又は輸出税金還付を申告する必要がある場合、増値税発票選択・確認プラットフォームを通じて確認する、或いは審査・照合を申請することができる。
- 3、システムによる審査・照合で、データ不一致、枚数不足など異常があると認定された税関納付書について、当該公告の実施前に、税関納付書のデータの修正、或いは確認の申請が180日の期限を過ぎたため税額控除できない納税者に対しては、当該納税者が所轄税務局に再審査を申請することができる。
- 4、増値税一般納税者が2017年7月1日以降に発行した税関納付書を取得した場合、その発行した日から360日以内に増値税発票選択・確認プラットフォームを通じて確認する、或いは、審査・照合を申請することができる。
- 5、増値税小規模納税者は、増値税専用発票の発行が必要となる場合、自ら増値税発票管理システムを通じて発行することができる。小規模納税者が増値税専用発票を自ら発行することを選択する場合、税務機関による代理発行を今後行わない。

当該公告の第一条に関しては2019年10月1日から、第二条から第五条に関してはまでは2020年2月1日から各々施行されます。

増値税発票管理関連事項の施行は下記の通りです

第一条 2019年10月1日施行

第二条



第五条

2020年2月1日施行



「新規事業という病」—新しいことのやりすぎは良くない!?

企業を取り巻く外部環境を考えると、少子高齢化で国内既存事業は頭打ち、海外進出はリスクが高いため、組織の閉そく感を打ち破るためにこそ「新規事業」が必要だというのが大方の考え方ではあります。多くの企業が新規事業や新サービスに邁進する中、今回はあえてその考え方を否定してみました。(参考/日経ビジネス 2019年6月24日号)

☑さてまず一つ目の事例から

伊勢丹・三越ホールディングスの社長交代劇が起きたのは 2017 年 4 月のことでした。突然の交代劇で社長に就任した杉江俊彦氏は「新規事業ばかりに忙殺されて本業をおろそかにしてしまった」と当時の不振の原因を説明していました。前社長の下、多角化を推進し、エステ会社や旅行会社、飲食業を買収し、一時は社内の新規プロジェクトは 200 近くになり、本業以外の仕事が社内で増えたようです。売上はその分増えるが利益は確保できない、しかし「本業以外の何かを提案すれば、人事評価が上がる雰囲気があった」との声もあったようです。

新しいことはあくまで成長の手段、それが目的になると経営の弊害になってしまいます。まさに手段と目的の混同ですね。

☑二つ目の事例はメルカリです

2015 年に新規事業を専門に手掛ける子会社「ソウゾウ」を設立しました。近所の人と会って直接取引するための掲示板「アッテ」や、本、CD などに特化したフリマアプリ「カウル」、即時査定買取サービス「メルカリ NOW」などの新規事業を打ち出してきました。しかし、2018 年にはほとんどのサービスから撤退し、鳴り物入りでスタートした「ソウゾウ」も解散することになりました。

☑新規事業、やっではいけない3つのパターン

ここからは、組織内部の都合(新規事業についつい手を出してしまう組織の焦り)以外に、新規事業に傾倒してしまう3つのパターンを日経ビジネスの記事をもとに分析してみます。

1. 流行に手を出す

注目の新分野に多くの企業が殺到しますが、失敗も多いようです。

例えばシェアリングサービスやサブスクリプション(定額課金サービス)、フリー(無料)戦略、といったキーワードや**流行に手を出すと競争も激しく、また戦略の本質を十分に意義付けることなく進んでしまう**傾向があるようです。

記憶に新しいところでは、「AOKI」のスーツのサブスクです。

「モノ」のサブスクは難しいといわれてはいましたが「何かやらなければならない」と手を出しました。

しかし、AOKI は、自社製品との不適合性とシステム構築やバックエンドの手間の煩雑さに気づき、わずか半年で撤退を決めました。

2. シナジー効果の誤解

「風が吹けば桶屋が儲かる」的に過大なシナジー効果を見込んだ企業も、新規事業に失敗した例として位置付けることができるでしょう。美容・ヘルスケア事業、ライフスタイル事業、プラットフォーム事業、そう「RIZAP」です。

何を新しいことをやらなければならない、そのために M&A をやり続ける必要がある、と考える成長路線はまさに「膨張でしかなかったのか?」と言えるのかもしれない。(本業のボディメイク事業は絶好調なのが救いのようです)

3. 過去を否定しすぎる

コカ・コーラが該当します。15 年連続で競合にシェアを奪われ続けたために、1985 年にそれまでの「味」と「ロゴ」の変更を発表しました。すると消費者から苦情が殺到し、新製品の発売前に旧製品の買い占めが起こる事態がおきました。発表から 79 日後に従来の「味」と「ロゴ」のコカ・コーラの販売継続を発表し、新製品はニュー・コークとしてプラスアルファのラインナップの扱いで発売しましたが、1 年も持たずに発売中止になりました。

現状を打開するために新しいことをやろうとするが成果が上がらない、ということはよくあることです。そのために信頼されてきたブランドやサービスの**累積的優位性を否定すると、歴史的な顧客離れを引き起こしてしまう**可能性が高くなるということですね。

以上、新規事業に安易に傾倒してはいけないという論調で書きましたが、経営者のその気持ち、よくわかります。強く共感しながらも、改めて手段と目的を明確にしながらか進める重要性を心に留めました。

(情報提供: 日本クレアス税理士法人)



ナニワのおっちゃん経営道！
◀新コーナー▶ 社会人・企業人としての「ものの見方・みえ方」について語る！

第56回：「人間、“諦めが肝心！””といいますが、「人間、“諦めないことが肝心！””とも言えますよ。
…だから、どちらも、“肝心！ 肝心！！”

令和元年も、あっという間に幕を閉じ、また新たな「2020・東京オリンピックの年」を迎えようとしています。そんな新たな年の幕開けに、あなたは、「1年の方針」を策定されたことと存じます。

そこで、あなたの「新たな年の方針・目標」を、日々遂行していくにあたり、1月号のタイトルに掲げてみました。正月年明けの、ちょっとした時間に、是非ご一考ください。

「人間、“諦め”が肝心！」…とよく言われますが、また、「人間、“諦めない”ことが肝心！！」…ともよく耳にします。「諦めること」と「諦めないこと」という、全く相反する「こと」が、ともに“肝心！”って矛盾しているように思うのですが、この二つの“肝心(大切さ)”が、いつも、同時に、“あなたの決断”のなかに存在しているということを知っていますか！？

この二つの「こと」は、あなたが何らかの折に、失敗・挫折を味わったときに考えさせられることで、あなたにとって、「選択の問題」でなく、「同時に併存する課題」として発生するものなのです。

例えば、「設定した課題(テーマ)」を、何らかの理由で失敗・挫折した時、多くの人は、“私は、もう駄目だ！”…と嘆き悲しみ、絶望し、すべてを“諦め”ようとする傾向がありますよね。

でも、その時にちょっと一息を入れ、考えなおしてみると、その失敗・挫折した「課題と行動」は、一つの道(方向性)が閉ざされただけで、「同時に併存する」他の道(方向性)・方法を、選択すればいい！…という考えが生まれるものもあるのです。

目の前の大きな課題(テーマ)をクリアできなかったという一つの問題で、大げさに、人生の全てが消えゆくように反応していくことは不要です。

その目の前の大きな事件は、実は、後になれば、「ああ～～、あんなこともあったなあ～！」と思える“小さな事件”なのですから。

お問い合わせは
MYDO まで!!



(お問い合わせ先)

上海滿意多企業管理諮詢有限公司
〒200336 上海市長寧区 延安西路 2201 号
上海国際貿易中心 2415 室

TEL: +86-21-6407-0228

FAX :+86-21-6407-0185

E-mail: info@shmydo.com URL: <http://shmydo.jp>