



沢辺税理士事務所通信 「STORY」

平成 26 年 8 月 1 日号
NO.004

ごあいさつ

いつもお世話になっております。税理士の沢辺でございます。夏休み時期に突入しておりますが、最近の小学生の夏休みは昔よりもずいぶん短くなっていることはご存じでしょうか？7月20日頃が一応終業式ですが、それ以後も午前中はサマースクールといって、登校して夏休みの宿題をしたり、水泳の補習をしています。そして8月27日頃には2学期(という言い方ももうしませんね)が始まります。宿題も多く、習い事をしている子も多い。長くのんびりの夏休みとはいかない時代になっております。ちょっとかわいそうな気がしますよね…。

法人成り(個人事業の法人化)ブームが再燃

東京などの大都市ではすでにそのような兆候が見られるそうです。個人の税率(所得税+住民税)は、現在 15%~50%(来年以降は上限 55%へ改正)、法人の実効税率(法人税+復興特別法人税+法人事業税+法人県民税+法人市民税)は 24.7%~42.9%です。中小法人では下限の 24.7%程度で課税される場合も多く、法人税引き下げ、個人の税金引き上げの傾向が今後も続くことを考えると当然の動きかもしれませんね。

マーケティング(1) 二極化市場をどう生きるか ~事務所HPプロ

グより~

業種を問わず、市場の二極化傾向がより鮮明になってきております。「大」企業と「小」企業だけが生き残り、その中間的な企業は淘汰されていくと以前から言われておりましたが、今は「大」も淘汰される時代となり、「巨大」と「小」しか生き残ることができなくなっております。

「巨大」企業は、たとえば家電小売り業界におけるヤマダ電機や、外食(牛丼)におけるすき家(ゼンショー)のように、圧倒的な低価格により「大」をも市場から撤退を余儀なくさせてしまいますし、フェイスブックやラインなどの圧倒的な技術やネットワークをもった新興IT企業が、業界地図やユーザーの生活そのものまで完全に塗り替えてしまいます。

その中で私たちがどのように生き残っていくべきか。まず間違っても「巨大」企業が行う、低価格戦略をとってはいけません。「小」が行っても、自らをへとへとに消耗させてしまうだけで長続きはしません。「巨大」ですら、一時期は圧倒的な低価格によりシェアを拡大しても、その後その低価格があだとなって自らの首を絞めているのです。先のヤマダ電機やゼンショーの決算推移を見てもらえればよくわかります。

それでは、「小」はどのような戦略を取るべきか？それは、市場を適切に絞り込むこと、強み、付加価値、ブランディングを活かす、ことによって「高くても売れる」ようにすることです。特に新規参入企業にとっては、これ以外に生き残る道はありません。

この記事の詳しい内容は事務所ホームページのブログをご覧ください。 [税理士 沢辺](#) で検索

沢辺税理士事務所 株式会社沢辺会計コンサルタント

〒732-0811 広島市南区段原三丁目9番25号 コンフォートNビル404

TEL 082-236-3935 FAX 0082-236-3936 HP: <http://www.sawabe-ac.jp>