



# SMILE

★今月も笑顔（スマイル）でスタート！～

5月号 Vol.17

## 今月の SMILE

### ビリギャル

皆さん、労働節はいかがでしたか？昔は、労働節といえば7日間の連休でしたが、今は国民休暇の種類を増やしたことで、今年の労働節も3日間の連休でした。

さて、皆さまも既にご周知の通り、5月1日から営業税が増値税に転換されました。今回の流通税の改正は、1994年以来の大改正となります（税務編もご参照に）。ところが、この改正の発表を受けて、オフィスの貸主側から現行の賃貸料に増値税を上乗せるような賃貸借料の変更を求める通知がきているという現象がみられます。しかし、このような便乗値上げとも言える現象に対して、上海市国家税務局は、4月27日に、同局ホームページ上で、便乗値上げとなるような行為があった場合は、同局に通報するようという案内を発表しました。もともと中国全人代の十三五計画では、企業と個人の税負担を5,000億元減らすという政策の一環で、この改正を行なったのですから、便乗値上げはその減税効果のマイナスになり、施行前にいち早くその動きを封じ込めるという政府からの強いアピールであると思います。一方の日本では、来年4月から消費税の増税が予定されていますが、予定通り行なうのでしょうか？先送りするのでしょうか？廃止？それとも減税？注目されます。

では今月のスマイルに移ります。上海で4月に封切られて大変人気を博している日本の映画で、なんと中国の評価では9点の評価となっているものがあります（満点は10点ですから、9点をとれば大変評価されているといえます）。これについて取り上げてみました。この映画とは、日本で65万部売れ、2014年度の年間ベストセラーランキング総合4位の本である坪田信貴氏の「学年ビリのギャルが1年で偏差値を40上げて慶應大学に現役合格した話」を原作に、監督土井裕泰氏、そして有村架純さん（ビリのギャル）、伊藤淳史さん（ビリのギャルを勉強好きにさせる塾講師）が出演している「ビリギャル」という映画です。

ストーリーは、高2の夏の時点で成績がビリで学校から人間のクズと罵られていた女の子が、ひとりの塾講師と出会い、偏差値70超難関の慶應義塾大学に現役合格を目指すこととなります。周囲の反対、思うように伸びない成績、友達と遊べない孤独、などの多くの障害を乗り越えて、慶應合格の夢に向かって突き進む女の子の姿に、やがて周囲の人々を変え、崩壊寸前だった家族の絆を取り戻していくという内容です。

主人公の女の子は、なぜ変わったのでしょうか？まずは、この塾講師は、彼女のことを徹底的に褒める、例えば、他の人たちが彼女を罵っている点さえも褒めるという、この圧倒的な支え！、そして彼女の母親が、彼女の塾の費用のためにパートで働くという、彼女への愛情と信頼、そして友人たちからの励まし、これらに、彼女が応答したからだと思います。この映画を見て、多くの人（中国人）たちが励まされたようです。中国の地で、中国の人が、日本の映画で感動している姿を見ると嬉しくなりますね。

そうそうこの映画は、実話だそうです。そして実話では、このビリギャル本人は、慶應義塾大学の卒業後、ブライダル会社に入社し、日々、人々に夢と幸せを与える仕事をしているようです。そして、この映画の中で、福澤諭吉の「天は人の上に人を造らず人の下に人を造らず」が映り出されていました。この言葉、言わずと知れた「学問のすすめ」の一節ですが、天は人を平等に作るけど、人の世の中は平等にはできていない。そして、その差は学問をしたかしなかったかによって生まれている、と。ですから誰でも、いくつになっても、学びは必要なのですね！

それでは、今月も笑顔（スマイル）でスタートしましょう！

## 中国経済情報

### マクロ経済情報

#### 食品価格は7.6%上昇－野菜や豚肉が大幅値上がり、PPIの前年同月比での低下は鈍化－前月比では13年以來の上昇

中国の消費者物価指数(CPI)は3月も引き続き高い伸びとなった。食品の大幅値上がりが反映し、生産者物価指数(PPI)の落ち込みは和らいだ。

国家統計局が4月11日発表した3月のCPIは前年同月比2.3%上昇、伸び率は2月の水準に並んだ。食品価格が7.6%上昇した。3月のPPIは前年同月比4.3%低下。低下率は2月の4.9%から縮小した。

野菜や豚肉など主に食品価格が押し上げているとはいえ、インフレ率が昨年から上向いていることで、中国人民銀行(中央銀行)による緩和手控えが延長される可能性がある。一部の価格上昇は季節的および一時的かもしれないものの、不動産市場の回復や商品価格の反発は、デフレ脅威の最悪期は過ぎた可能性があることを示唆している。

コメルツ銀行のシンガポール在勤エコノミスト、周浩氏は、「不動産と食品の価格上昇は今後数カ月にわたりCPI上昇率に衝撃を与える可能性があるものの、中国のインフレ問題を懸念するのは時期尚早だと考えている」と指摘。「中国当局の視点からみれば、デフレ退治の方が重要だ」との見方を示した。

食品を除いたCPIは前年同月比1%上昇ということで、人民銀がまだインフレ傾向を懸念する必要がないことが示唆された。CPIは前月比では0.4%低下。人民銀は今年の物価上昇率目標を3%に定めている。

PPIは前年同月比ベースでは、引き続き鉱山・原材料コスト低下が響いた。前月比では0.5%上昇。前月までは2年余りにわたりマイナスが続いていた。

## 人事労務情報

### 2016年上海市の最低賃金と企業賃金成長指導線について

上海市人力資源和社会保障局の通知により、上海市の月給最低基準額は、2016年4月1日から、2,020元から2,190元に、時給最低基準額は18元から19元にそれぞれ引き上げられました。

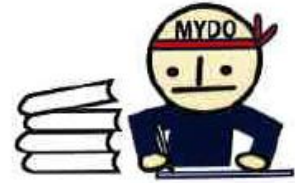
尚、上記の月給最低基準額には、労働者本人負担の法定社会保険金及び住宅積立金、残業代、遅番及び夜勤手当、高温、低温、有毒有害等特殊操業環境等の条件下での手当を含まれておらず、別途支払うものとなります。

時給最低基準は、非全日制就業している労働者(パート・タイム)に適用されます。即ち、一般的に同一使用者では、一日当たり平均4時間を超えなく、週労働時間は累計24時間を超えないこと。時給最低基準には、労働者個人と使用者が法に基づき支払われる社会保険料が含まれないとされています。

2016年に市企業賃金成長指導線は、平均は9%で、下限は4%、上限は14%でした。指導によれば、生産経営が**正常**で、利益が**増長**している企業は、平均(9%)を参照して賃金の伸び幅を決定することができる、となっています。ただし、自社の従業員平均賃金が、上海市の平均賃金(※)の**2倍を上回る**場合には、平均以下の水準にしな**なければならない**、とのことです。次に、生産経営が**正常**で、利益が**増長**しており、かつ自社の従業員平均賃金が、上海市の平均賃金(※)の**60%を下回っている**場合には、この上限(14%)を参考にして、伸び幅を決定することができる。そして生産経営が**困難**で、利益が**良くない**企業は、下限(4%)を下回ることができる、となっています。

(※)上海市・平均賃金は、この原稿執筆時点では、まだ正式に発表されていません。





#### 1. 事例の背景

李氏は清掃員として、2011年6月に某ビル管理会社に入社した。双方は労働契約の中で、ビル管理会社が経営管理上の需要及び職務の状況に基づき、契約に約定される勤務内容と勤務地の変更ができることと約定した。2014年7月1日に、当該ビル管理会社は、李氏の勤務地をAからBに変更すると通知した。しかし、李氏は勤務地Aからの異動に頑なに拒み、現在までBに出勤していない。ビル管理会社は無断欠勤として、李氏との労働契約を解除した。李氏はビル管理会社を違法による労働契約の解除として、仲裁、訴訟を提起した。

#### 2. 案件の審理結果

裁判所の審理により、ビル管理会社を違法による労働関係の解除であると認定し、且つ李氏に対する労働契約の違法解除に当たる経済賠償金の支払という判決を決定した。

#### 3. 案件の解析

##### (1) 企業による従業員の職位及び勤務場所の変更権利を有する事前約定について

本案件は、雇用者が、雇用に関する機転のよさ及び自主性を実現するために、労働者と労働契約を締結する際に、雇用者が、業務上の需要による労働者の職位及び勤務地の調整ができることと約定することができるのか、すなわち、雇用者には、勤務内容と勤務地という労働契約の主要内容について、一方的な勤務内容と勤務地の変更権利を有することについて事前に約定できるのか？が問われている。

司法実践の中では、雇用者による一方的な勤務地変更の有効性について、次の2つの基準を以って認定することになっている。

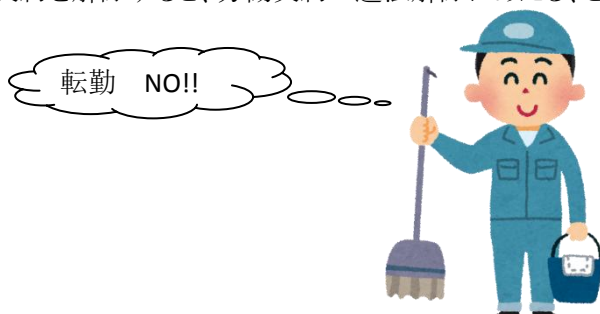
- ① 労働契約或いは規則制度に勤務職位と勤務地に関する約定の有無
- ② 職位と勤務地の調整に関する合理性の有無

当該合理性とは、職位と勤務地の変更が、大幅に労働者の労働提供の利便性に影響したか否か、労働者の予見可能範囲内にあるか否かなどを総合的に考慮する必要がある。上海市の判例実例では、上海市区範囲内での勤務地の変更は、変更後、勤務地が労働者の生活に不便を与えない、或いは通勤送迎バス、交通手当、勤務時間の遅延等を以って相応な措置を取った場合には、当該勤務地の変更に合理性を有すると認定し、労働者は雇用者の配置に従わなければならない。しかし、雇用者が労働者を上海市からその他上海市以外の市、省に異動させる場合には、一般的に当該勤務地の変更には合理性を有しない、労働者が当該勤務地変更への拒否ができるという実例がある。

##### (2) 労働者が勤務地変更を拒否した場合、雇用者は無断欠勤を理由として労働契約解除ができるか否かについて

企業が、上記の一方的勤務地変更の条件に満たしていたにも拘らず、労働者が異動拒否した場合には、雇用者は無断欠勤を理由として労働契約を解除できる。また、上海高級裁判所の指導意見に基づき、労働者は、雇用者による勤務地変更の決定に積極的に協力し、異動に異議がある場合、雇用者と協議を行うものとし、消極的な行為を以って抵抗してはならない。労働者が、雇用者による勤務地の変更を不服とし、新勤務先、現勤務先に出勤しない場合には、雇用者は規則制度に基づき、無断欠勤として労働契約を解除できる。

しかし本案件では、雇用者は、上記勤務地変更の条件に満たさず、一方的による勤務地の変更を強行し、且つ、労働者が勤務地変更を拒否しつつあるという状況の下で、従業員が新勤務地に赴任しないことを理由として労働契約を解除すると、労働契約の違法解除にあたる、という結論となった。



情報提供: 北京市君澤君(上海)法律事務所

### 税制の大改革、営業税から増値税への全面的転換！

今月は、既にご周知かと思われるこのテーマについて、実務的にどのように転換作業が行なわれるかについて、最も直近の政府から出た通知を基に取り上げてみました。

まず営業税や増値税の原点を歴史的に振り返ると、1950年貨物税及び交易税として始まり、1953年に貨物税と商品流通税になり、1958年には工商統一税に統合されました。さらに1973年に工商税として分離し、1978年の改革開放により、工商税が産品税、増値税、営業税に分離され(工商統一税は外国企業、外資企業に適用)、1994年改正で、工商統一税を整理して、現在の増値税、営業税、消費税のような体制になり、そして今回の改正で、営業税が増値税に転換されることになりました。

2016年5月1日から、建築業、不動産業、金融業、生活サービス業等の納税人は、今まで営業税を納めていましたが、これからは増値税を納めることになります。

それでは次に、2016年4月20日に国家税務総局からの実務対応に関する通知(「[致全国营改增纳税人的一封信](#)」)の内容を紹介いたします。

今まで営業税の納税人であった会社は、以下の手続きが必要となります。

1. 2016年4月30日までに、現地の管轄国税機関の指示に従い、登記、認定、及び領収書(発票)の受領等の手続きを行ってください。
2. 2016年5月1日より、法に従って、増値税領収書(発票)を発行するか、或は増値税領収書代行発行を行ってください。
3. 2016年5月15日までに、所轄地稅務機関にて、4月末までの営業税を申告しなければなりません。
4. 2016年6月27日までに、現地の管轄国税機関の指示により、増値税を申告する必要があります。
5. 四半期ごとに営業税の申告をする納税者である場合には、2016年5月15日前までに、元の管轄地稅務機関で4月末までの営業税を申告納付しなければなりません。また2016年7月15日までに、管轄国税機関に5月、6月分の増値税を申告しなければなりません。
6. 不動産を売却する、または一般人が不動産を賃貸する場合には、2016年5月1日から、不動産所在地の主管地稅機関にて増値税を申告納付しなければなりません。
7. 2016年5月1日から、地稅務機関は、領収書(発票)の供給をしません。いま手元にある地稅機関が印刷した企業名のある領収書(発票)については、2016年6月30日まで使用可能です。2016年5月1日から、増値税専用領収書を発行する場合、国税機関の指示により、領収書(発票)の受領等の手続きを行ってください。
8. 2016年5月1日までに、主管地稅務機関へ既に営業税を申告し、且つ、相手方に未だ領収書(発票)を発行していない場合、また、それ以降、当該相手方に領収書(発票)の発行を要する際には、2016年12月31日までは増値税普通領収書を発行することができます。

2016年4月30日まで

営業税

増値税

転換

2016年5月1日より

増値税

### 価格戦略と商品開発

「値決めは経営」これは京セラ創業者である稲盛さんの言葉です。その解説を稲盛さんのオフィシャルサイトから引用します。

「経営の死命を制するのは値決めです。値決めにあたっては、利幅を少なくして大量に売ることか、それとも少量であっても利幅を多くとることか、その価格決定は無段階でいくらでもあるといえます。どれほどの利幅を取ったときに、どれだけの量が売れるのか、またどれだけの利益が出るのかということ予測するのは非常に難しいことです。自分の製品の価値を正確に認識したうえで、量と利幅との積が極大値になる一点を求めることです。」

さて、マクドナルドが苦しんでいます。先日発表された 2015 年 12 月期の連結決算では、PL の冒頭が以下のような数値となっていました。

直営店売上高 142,539 百万円  
直営店売上原価 143,138 百万円

直営店に限ると「売上総損失」が発生しているということになります。

(他にフランチャイズに関する売上と売上原価があるのですが、それは省略します)

報道によれば(日本経済新聞、2016 年 2 月 22 日)、「同じチキンを使ったバーガーで 3 倍以上の価格差が付いている」「チーズバーガー 2 個の合計金額(1 個 130 円、2 個 260 円)が、ダブルチーズバーガー 1 個(1 個 340 円)の金額よりも安くなっている」そうです。通常は、2 つ買うよりも割安になるため、ダブルにすると考えるのが普通でしょう。マクドナルドの価格設定は、消費者から首を傾けられることが多いようです。

デフレ時代に、巧みに価格を変更して「デフレの勝ち組」と称されていた時代とは隔世の感があります。要するに複雑化した商品ラインナップを自分たちでも把握できていない、自分の強みを認識できていない、ということになるのではないのでしょうか? また、雑誌等でもクーポンを多用した値引き戦略についての効果が疑問視されているようです。

では、マクドナルドは何をすべきでしょうか? もちろん止血をすべく、店舗閉鎖を進めることは必要です。ただ、今回の決算数字やプライシングの混迷から、目先の売上獲得のためのクーポン活用等による値引きや価格変更は、数年単位で考えると無意味なやり方であると断言できます。やはりしっかりと商品開発を行い、分かりやすい価格で自分たちの価格を訴求することが、お客様から「飽きられてしまった」ブランド回復につながるのではないのでしょうか。

参考になるのは、過去のアップルです。経営危機に瀕したアップルを 1996 年に復帰したスティーブ・ジョブズ氏(故人、1985 年に一度解任されている)が立て直しました。まず行ったことは、担当者でさえ覚えきれない程に乱立していた同社の製品ラインナップをシンプル化し、4 つの製品に絞り込んだことです。

右はジョブズ氏がホワイトボードに書き込んだといわれているマトリックスです。

つまり、一般ユーザー(Consumer)向けにノートパソコン(Portable)とデスクトップ(Desktop)を、さらにプロフェッショナルユーザー(Professional)を対象に、ノートパソコンとデスクトップの 4 製品のみを製造するという戦略です。ぜひ参考してください。

	Portable	Desktop
Consumer		
Professional		

(情報提供: 税理士法人コーポレート・アドバイザーズ)



## 第15回：「日本企業」と「中国企業」の違い！？

今回は、「日本企業」と「中国企業」の“企業の違い！？”を、いろんな角度から考えてみたいと思います。(いつものことですが、あくまでも、私の限りある経験と個人的感性からの意見ですので、悪しからず！)  
実は、私の中国での勤務の大半は、“日系企業”でした。ローカル(中国)企業で働いた経験は、二十数年の内で3回しかありません。

1回目は、北京の弁護士事務所の上海事務所にて在籍し、日系企業顧客の新規開拓支援した経験。  
2回目は、四川省出身企業で、傘下に140社以上の企業を有する巨大企業集団の幹部研修会での経験。  
3回目は、中国・杭州の大手企業集団の中の空調機器メーカーに、日本メーカーOBを派遣し、開発・製造・生産技術・品質部門の4部門の改善活動を展開した経験。

上記の活動の中で、“日本の企業と少し違うなあ～～”と感じたことですが、

- ① 中国企業は、私企業としての歴史が浅く(文化大革命以降で、最も歴史のある企業でも35年程度?)、当然のことながら成功例・失敗例共に、日本より、ずう～～と少ないので、“イケイケドンドン”的なところがある。
- ② 「元国営の大企業＝“親方日の丸”的な企業!？」が、いまだにちょこちょこ存在し、国の経費で、大きな設備投資をする。ところが、彼らには、「投資」には必ず考えざるを得ない「償却」の意識・観念が乏しい(というより「無い」)?!
- ③ 大企業であっても、トップの「個人的色彩」が強く前面に出て、企業の方針や経営に大きく影響し、直接的支配力を感じる?!

つまり、組織的な運営上の“技術的歴史”が浅いということが言えるのかも?!・・・ということでしょうか?!

最近の2年間は、中国大手企業集団の中の空調メーカーに入り込んでの仕事を経験することができましたので、まず、そこでの、成長過程にある中国企業集団の掲げる“目標の凄さ!”とか、“要求の多さ!”には、恐れ入りました。たとえば、「品質不良50%改善!」とか、「生産性50%UP!!」とか。日本企業だったら「改善3～10%」が精いっぱい目標値ではないでしょうか?

これは、①トップが、自社の現場の現状(実力)をよく把握しないまま、大きな目標がいいと判断している。②現段階のレベルが低いので、「改善しろ」が大きくても実現可能な企業レベルである。③トップの考え方が、おおざっぱなのかも・・・など、いろんな理由があると思いますが(日本の企業では、実現可能性の少ない数値は、あまり掲げないと思いますが)、とにかくかなり大きな目標が設定されていることに、びっくりしたものです。

22年間の中国との付き合いの中で、私は、いろんな“違い”が存在することを目にし、耳にし、肌で実感してきましたが、ただ、日本でも中国でも、いろいろな企業・企業家が存在し、また企業観の違う経営者が存在するのですね。そんな中で、必ず“いい友・いい関係”ができると限った訳ではありませんが、だからこそ、「必ずいい友・いい関係ができる」と信じて、身近な“中国人・中国企業”と積極的に付き合い、その関係が、早く“老朋友”の域に達するように、どんどんアタックする勇気が必要でしょうね。(まずこちらから、動かないことには、すべてが前に進みませんよネ。)

さて、今後も、「日系企業」と「中国企業」のいろんな観点からの違いを、考えてみたいと思っています。(いつものことですが、あくまでも、私の個人的視点・感性からの意見ですので、悪しからず!)

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

〒200030 上海市徐匯区虹橋路1号 港匯中心1座2807

T E L : +86-21-6407-0228 F A X : +86-21-6407-0185

E-mail: [info@shmydo.com](mailto:info@shmydo.com)

URL: <http://shmydo.jp/> HP が新しくできました!!