

# 当たり前まえ

「偉人の背後には偉大な母がいた」と言われます。福沢諭吉の母・お順は、どのような人にも分け隔てなく接する、情の深い優しい女性でした。

お順が時おり面倒を見ていたチ工という若い女性がいました。頭にはしらみがたかり、異臭もするので、周囲の人は嫌がって近寄りません。しかしお順は、嫌な顔一つせず、チ工の頭のしらみを取ってあげていました。

しらみ取りを手伝わされていた諭吉は、嫌で仕方ありません。ある日、とうとう我慢ができず、「母上、胸が悪くなりまして」と投げ出してしまいました。

お順は「情けない人ね」と諭吉を笑い、「私だって気持ちが良いとは思いませんよ。けれどもチ工は自分でそれができないのですよ。できる人が、できない人のためにしてやる、それが当たり前だと思うんだけど」と諭したのです。



例え小さな事柄でも、困っている人やできない人に手を差し伸べる、思いやりの心を育んでいきたいものです。

職場の教養



## 建設業法上の金額要件の見直し

要件緩和で技術者の非専任額の引き上げへ

昭和28年6月1日から「管理技術者の配置要件」と「技術者の専任要件」がそれぞれ緩和されました。特に主任技術者の配置義務の要件額が土木・建築ともに引き上げられることで、技術者の兼任の可能性が高まることとなります。

万円（建築一式は7,000万円）まで引き上げられました。いずれも、物価上昇や消費税の増税分などを踏まえた対応で、1994年度に制定された技術者配置要件額は22年ぶりの変更となりました。

6月1日からの技術者制度見直しの具体的内容は、特定建設業許可と管理技術者の配置が必要な下請け契約の請負代金下限額を、これまでの3,000万円（建築一式は4,500万円）から4,000万円（建築一式は6,000万円）未満まで拡大しました。また、技術者の専任が必要な請負代金の下限額もこれまでの2,500万円（建築一式は5,000万円）から3,500

	現行	改正後
特定建設業許可及び監理技術者の配置が必要な金額	下請契約請負代金額下限 3,000万円 (建築一式4,500万円)	下請契約請負代金額下限 4,000万円 (建築一式6,000万円)
主任技術者または監理技術者の専任配置が必要な金額	下請契約請負代金額下限 2,500万円 (建築一式5,000万円)	下請契約請負代金額下限 3,500万円 (建築一式7,000万円)

法律や税制の改正や変更が、具体的に自分の暮らしにどのように関係があるのか？

名古屋市西区にある「なごの相談所」で話を聞いてきました

今月のテーマ「空き家の実家」①

（相談者）あなた：うちの実家が空き家になってだいぶ長いんだけど、最近、よく分かんないんだけど固定資産税が上がってるって聞いたけど、ホント？

（実家）あなた：そうですね、ホントです！

あなた：なんで固定資産税が上がってるのさ？

（実家）あなた：宅地の固定資産税は土地に家が建っていると、そこに住んでいてと割引があるんです。ですが、住んでいない場合は、空き地と一緒に割引はしないって法律が来たんです。

あなた：え、っ、そんな。今まで住んでた親が死んだからさ、空き家になったんだからさ、そこは勘弁してくれないの？

（実家）あなた：そうですね。今日本全国で空き家ってどれだけあるか知っていますか？

あなた：4〜5%くらい？

（実家）あなた：いえいえ、15%近いと言われています。6件に1件は、空き家ということなんです。

あなた：そんなにあるの？

（実家）あなた：利用されていない建物がある土地についても、固定資産税の特例（割引と表現していたものです）を適用

（実家）あなた：そうですね、ホントです！

あなた：なんで固定資産税が上がってるのさ？

（実家）あなた：宅地の固定資産税は土地に家が建っていると、そこに住んでいてと割引があるんです。ですが、住んでいない場合は、空き地と一緒に割引はしないって法律が来たんです。

あなた：え、っ、そんな。今まで住んでた親が死んだからさ、空き家になったんだからさ、そこは勘弁してくれないの？

（実家）あなた：そうですね。今日本全国で空き家ってどれだけあるか知っていますか？

あなた：4〜5%くらい？

（実家）あなた：いえいえ、15%近いと言われています。6件に1件は、空き家ということなんです。

あなた：そんなにあるの？

（実家）あなた：利用されていない建物がある土地についても、固定資産税の特例（割引と表現していたものです）を適用

※この会話の再現は、あくまでも相談現場の会話の再現です。法律用語を、分かりやすい言葉に換えたり、細かな説明は省略させていただいております。また、実際の法律の適用においては当相談所、専門家、または各役所へご相談ください。

なごの相談所  
名古屋市西区那古野  
1-13-1  
電話 052-565-1501  
FAX. 052-565-1502  
E-mail plus-a@mediacat.ne.jp  
なんでもお答えします  
支配人 山口 徹

## 相続豆知識

その1

⇒ 相続人は誰か ←

こんにちは。司法書士の林清忠です。今回は「相続人は誰か？」と題してお話しさせていただきます。どうぞよろしくお願ひします。

相続が開始した場合の相続人は次のとおりです。

第1順位 子（養子も含む）及び 子の代襲者（つまり孫）

第2順位 父母（養親も含む）か 祖父母

第3順位 兄弟姉妹及び兄弟姉妹の代襲者（つまり甥姪）

配偶者は常に相続人となります。常に相続人となりますが、単独相続となるわけではありません。第3順位の兄弟姉妹及び甥姪がいなくてはじめて単独相続になります。

相続分は、それぞれ次のとおりです。

配偶者と第1順位の者が相続人の場合

配偶者の相続分は2分の1

配偶者と第2順位の者が相続人の場合

配偶者の相続分は3分の2

配偶者と第3順位の者が相続人の場合

配偶者の相続分は4分の3

The complete idiots guide to MBA basics by Tom Gorman

世界一わかりやすいMBA入門講座 トーマス・ゴーン著

4. 販売目標をマーケティングプランへと反映させること

あらゆる企業は成長したいと考えている。すなわち、翌年の売上高を常により高くしていくことである。売上高を増大させるためには、いくつかの方法がある。

4-1. 価格を上げる

価格を上げることは、売上高を上げる最も単純な方法であるように思われる。あなたがやるべきことは、価格を5%上げることである。そして、あなたが今年売ったのと同じ量だけ製品を売れば、あなたの売上げは、5%増加するのである。素晴らしいでしょう。

ここにたった一つの問題がある。価格抵抗である。顧客により高い価格で買ってもらうことは、MBA的な戦略とは言えない。顧客たちが同じ商品により高い価格がついているのを見たら、もっと安い価格で買える店を探るか、あるいはその商品を買う数や量を減らすか、買うのをやめようとする。彼らは、また、あなたの販売員と駆け引きをするであろう。

もし、あなたが、市場支配力を持っているのであれば、すなわち、あなたにはほとんど競合他社がおらず、あなたの顧客に他の選択肢がないのであれば、あなたが価格を上げることに問題はないだろう。しかし、これはあなたが長期間あてにできる戦略ではない。絶えず意のままに価格があげられる製品は、すぐ競争を引き起こす。また顧客たちは、しばしば、自分たちから金銭を巻き上げていると考えている企業とは付き合わなくなる。

4-2. 既存の顧客により多くの既存の製品を売る

この考え方は、結局、製品を積極的に売ることを意味している。そして、これは上手にいく可能性がある。このことは、最良の見込み客

林 清忠司法書士事務所 TEL:0568-35-7161

司法書士 林 清忠 FAX:0568-35-7162

第1順位の者が相続人の場合は、養子や孫も含め、相続人が誰であるのかは比較的容易に分かると思われます。第2順位の者が相続人となる場合も比較的分かりやすいと思えます。なかなか分かりにくいのが第3順位の者が相続人となる場合です。分かりやすくするために箇条書きにしてみます。

①父母の双方が同一の兄弟姉妹 もちろん相続人です。

②父母の一方が同一の兄弟姉妹 相続人です。但、相続分は①の2分の1です。

③甥姪が相続人となる場合は、被代襲者である者が受けるべき相続分です。

ここで言う兄弟姉妹とは、父母の双方又は一方が同じ者を言います。例えば、自分が死亡して、子も親もいない場合には、兄弟姉妹が相続人となりますが、もし、自分の親が養親として、誰か「他人」と養子縁組をしていた場合は、その「他人」は兄弟姉妹となり、相続人となります。しかし、第3順位の相続人には、遺留分がありませんので、遺言の効力をそのままダイレクトに反映できます。自分の子がいなくて、配偶者がいる場合は、残される者のために遺言をしておいた方がいいのかもしれませんが。

は、既存の顧客であるという合理的な考え方に基づいている。

この戦略は、既存の顧客があまりよいサービスを受けていなかったり、あなたの製品の品揃えがより豊富な場合、あるいはその両方の場合によく効く可能性がある。もし、あなたが既存の顧客との付き合いがそれほど深くなかったり、売るべき広い製品ラインをもっているならば、それらをクロス・セルする、すなわち、彼らへ他の製品も勧める機会が豊富にある。

あなたはまた、自動的に購買や請求を行うためのエレクトロニック・システムを使って手はずを整えることで、数量割引を提示したり、顧客をあなたへ惹き付けておくことが可能である。あなたが自社とビジネス上やれることは何でもやるべきである。

4-3. 新製品を既存の顧客に売る

たとえあなたが頭の中で顧客を満足させることを考えても、他社の誰かが、さらによりよいものをより安く提供提供することで、顧客を満足させる方法に取り組んでいるのだ。だから、あなたはいつも、顧客のニーズに応えるように、既存の製品を改良し、新製品を開発しなければならぬ。

既存の顧客は新製品一とりわけ前の製品を売っていたときにあなたが気づいた問題を解決する製品一のもっと有望な見込み客であり得る。

4-4. 既存の製品を新規顧客に売る

新規顧客の開拓はやめるべきではない。最も成功している企業でさえ、年々、幾人かの顧客を失うのである。あなたの最も大口の顧客でさえ競合他社のよりよい製品や価格の出現、販売員とのトラブル、あるいは、単に他の製品へ変えたいという欲求など、幾つかの理由のために、あなたのもとを去ることになるかもしれない。

もともと業務用の市場のために作られた製品を消費者市場で売る。台所用品やオフィス・サプライ用品は好例である。（次号に続く）