



和田ゆかり

ビジネスマナーちょっと得する話 132



皆さんこんにちは。
年が明けてあっという間に2月です。既に当事務所では確定申告モードに入りました！
この時季の会計事務所は本当に忙しく猫の手も借りたいぐらいの時季です。もちろん風邪など引いてられません。この時季、梅が咲き始め、沈丁花が香りだし、春がすぐそこまできているのを感じますが、この業界は確定申告が終わって初めて春を感じる事ができるのです。
今年も全力で乗り越えるぞ〜！と気合いを入れたところで、先月からの続きです。



(和田ゆかり)

今回は、パーソナルスペースについてお話ししましょう。
親しき仲にも礼儀ありという言葉があるように、対人関係には人それぞれ不快に感じる距離感があります。別のたとえで言うなら縄張り意識とでも言いましょうか？
では、まずパーソナルスペースはどのようなものかという説明をいたします。

自分を軸として

- ① 0 cm ~ 15 cm 恋人や夫婦の距離。かなり親しい人の距離
- ② 15 cm ~ 45 cm 知らない人が入ると不快に感じる距離
- ③ 45 cm ~ 120 cm 友人や親しい人であれば不快に感じない距離
- ④ 120 cm ~ 200 cm 会社の人や店員、面談などの距離
- ⑤ 200 cm以上 公的な関係の距離



例えば、電車で隣り合わせになった方に不快感を感じたり、反対に自分の好きな人がそばにきて嬉しかったりドキッとした思いをした経験はありますか？

まずは、まだ信頼関係ができあがっていない時に、パーソナルスペースでいう近距離に入ると、相手を不快な思いにさせてしまうこともあります。

そこで最初は、コミュニケーションを密にし、信頼関係を築き上げた上で、徐々に距離を縮めるようにしましょう。

また、突如後ろから声をかけられギョッとした経験、皆さんにもありますよね。

後ろの空間は恐怖の空間といわれる場所です。後ろから何か物を渡すとか、お茶やコーヒーを出すとか、後ろに立つ場合には、一声あるだけで、恐怖感が緩和されます。例えば後ろから物を渡す場合には、「後ろから失礼いたします」というように一声あるだけで、相手は準備ができます。

また、エレベーターの中で知らない人と乗り合うとき、自分の階に早くつかないかと思うことありますよね。これもパーソナルスペースの問題です。

冒頭で人それぞれにパーソナルスペースはあるとお伝えしました。

しかし、パーソナルスペースは男女でも違いはありますし、年齢によっても変わってきます。

先月、家族や夫婦間でもパーソナルスペースはあるとお伝えしました。家族といえども、依存しすぎず、相手を尊重し、お互い自立して、居心地の良い関係を保つためにも必要です。

パーソナルスペースを知って、コミュニケーション力を高め、人生を豊かにしましょう！

“必要なパーソナルスペースを取っていますか？”



facebookやっています。
<和田ゆかり>で検索！
ビジネスマナーコンサルタント



～人材が人財に変わる時シリーズ 87～



キャンパー

先日、先輩家族とキャンプをしてきました…冬なのに(しかも前日に決定)

心配していたのは寒さ。初めての冬キャンプでしたので、電源のとれるキャンプ場に行きました。

テント内は、ストーブをつけ、ホットカーペットも用意し、結果的には快適に過ごせました！冬はキャンプをしている人も少なく、装備さえ揃ってれば、オススメです！

夕食もおでんにしたりと、冬ならではの楽しめました！

息子は今年「キャンパー」になると断言しています。誕生日に何欲しい？と聞くと「寝袋！」と即答するくらいなので、パパとしてサポートしていきます(笑)

値決めは(か)経営

これは最近の当社のトレンドワードです。

もともとは稲森和夫氏が大切にされている言葉の一つとして有名ですね。(稲森氏は、京セラやKDDIなどを創業し、JALの再建に携わった方です)

値決めは、製品の価値を正確に判断するところから始まります。

製品一個当たりの利幅と、販売数量の積が極大値になる一点(値)を追求していくことです。

またその一点は、お客様が喜んで買ってくださる最高の値段にしなければなりません。

経営者の人格がそのまま現れる

値決めは、経営者の仕事であり、経営者の人格がそのまま現れると稲森氏はいっています。

熟慮を重ねて決めた値段の中で、最大の利益を生み出す経営努力が必要となります。

その際には、材料費や人件費などの諸経費がいくらかかるといった、固定概念や常識は一切捨て去るべきといわれています。

仕様や品質など、与えられた要件をすべて満たす範囲で、その製品を最も低いコストで製造する努力を、徹底して行うことが不可欠とされます。

値決めには、このように生き残れるかという重要な役割があるので、経営者の人格がそのまま現れるということです。

それではどのようにして値決めをしていけば良いのでしょうか。

値決めを検討として、一つご紹介致します。

値入れと値入率

粗利益率という言葉はよく耳にしたことがあると思います。しかしながら、「値入率」はあまり聞きなれないかもしれません。

値入とは商品の売価を決定することをいいます。

値入率には原価値入率と売価値入率がありますが、今回は原価値入率でお伝え致します。

値入率(%) = 値入額(売価) ÷ 原価 × 100
上記で算出します。

粗利益率との違いは？

あれ、粗利益率の求め方って、同じじゃないの？と思われる方もいらっしゃるかもしれませんが。計算は同じですが、値入率は商品を販売する前の見込みを示すのに対し、粗利益率は商品販売後の実績値を示している点が大きな違いです。

粗利益率が値入率よりも高くなることは、ありません。

つまり値入(率)の段階で利益を算出できないということは、粗利益では確実に利益はないということです。

資本集約型だけではない

ウチの会社は、製造業のように仕入原価もないし、関係ないや～・・・とは思わないでください。労働集約型や知識集約型ビジネスの場合は、社員への報酬を原価とし、値入れの検討をするといいですね！

更に、時間単価まで算出できれば、売価に対して投資すべき時間もみえてくるはずですよ。

足が出るのであれば、どのようにすれば生産性があがるか検討できるはずですよ。反対に余力があれば、価値や満足度を向上させるための時間に投資をすることが可能にもなります。

利益は、組織継続に不可欠です。

まずは「値入れ」是非ご検討ください！

筆者：木村隆人(きむらたかひと)
笑顔と清潔感を大切に、真摯な姿勢と情熱をもって対応することを心がけています。そして内面は常にプログレッシブ(漸進的)な考えで行動することを信念としています。
日の出からサーフィンをし、寝る前に筋トレをするほど・・・とにかく身体を動かすことが大好きです！
一人息子を溺愛しながら子育て奮闘中！



皆さん、こんにちは。

早いもので、令和2年になり1ヶ月が過ぎてしまいました。

今年は暖冬で、1月には日中日差しが暑く汗ばむ日もありました。スキー場では雪不足というニュースも聞きますので、暖かくて嬉しいですが、やはり冬はそれらしく寒くないと困りますね。



それでは今月は、「遺言」について、お話をさせていただきます。

「遺言」は、遺産の相続分や分割方法を指定することですが、それ以上に家族や親族、またお世話になった方々へ貴方が残せる最後のメッセージでもあるのです。

生前の感謝の気持ちをそれぞれに伝えながら、財産の分配方法への思いなども合わせて書かれておくと相続が争族になるのを防ぐことが出来るかもしれません。「遺言書」は、相続争いを防ぐための手段にもなるのです。

『財産と言っても、この自宅だけ。一緒に暮らしている長男が相続するのだろう』と、思っている子供からすれば皆平等に分けるのが当たり前という思いがあり、争族になってしまった。などということもあるようです。



子供同士がいつまでも仲良くしてくれるのが親の思いであり願いです。そのために『遺言書』が必要になるのだと思います。

『遺言書』は何歳になったので準備すればよいと言うものではなく、また定期的に見直す必要もあります。面倒だなと思われた方には、自筆証書遺言の他に公証人役場での遺言書を作成するという手もあります。

今では、自分の葬儀内容や入るお墓、永代供養料まで全て自分で決められている方もいらっしゃると思います。相続ではその自分名義の財産の分配方法を生前に決められるのが「遺言書」です。「遺言書」というと堅苦しい感じがしますが、身近な方々へ貴方の人生、貴方の思いを伝える最後の方法だと思います。

貴方の財産をどなたにどのように引き継ぎたいですか？