

いつもお世話になります。イギリスのことわざに「退屈は大人の贅沢」があります。「することが何もない」のは「何でもできる」の裏返しです。何でもできるけれどあえて今日は何もしない。これぞ大人に許された贅沢かもしれません。時の過ぎゆくままにこの身をまかせ——。たまにはそんな時間を持ちたいものですね。

365日が楽しくてたまらない!「商売のヒント」

今月の商売のヒント：【共感商売】

その気になって辺りを見回せば商売のヒントはどこにでも転がっていますが、1メートル先のよく見かけるキノコを採るために、足元の松茸を踏んづけるようなことをしていませんか？

今回ヒントを与えてくれるのは、渋谷の通称『マルキュー』と呼ばれる若い女性向けのファッションビルで働くギャルです。彼女たちには、積極的に勧めなくてもお客様を買う気にさせる独自の接客テクニックがあるのです。たかが小娘だと思っていると松茸級のヒントを見逃すかもしれません。

彼女たちは、店内に入ってきたお客様を「いらっしゃいませ」で迎えたあと、頃合いを見計らって声をかけます。商品を手にとって見ているお客様に、「そちら、いかがですか?」「そちらは新商品なんですよ」などと近寄っていくのが一般的な接客だとしたら、彼女たちの声かけは違います。「それ、かわいいですよね」。自分の店の商品を売る立場にありながら、まるで自分も買い物に来た人のような物言いです。



「かわいいでしょ?」でも「かわいいんですよ」でもなく「かわいいですよね」。この微かな違いで何を狙っているかと言うと、お客様に「共感」を示しているのです。自分が気に入っているものに第三者が共感してくれたら、その商品（サービス）に対する興味は一気にアップします。そのタイミングで「ご試着なさいますか?その服、私もひそかに狙ってたんですよ」と水を向けると、お客様は店員に勧められたという意識もないまま、自分で選んで自分で決めた感覚を持ちます。両者のベースに「共感」があるので納得しやすいのです。押し売りされたら返品

やクレームになりかねないことも、お客様が自分で納得した上での行動ならトラブルを招きにくいだけでなく、「気に入って買った!」という気持ちを持ってもらうこともできるでしょう。どのような商売においても共感は、物事をスムーズに運ばせる潤滑油となります。「共感商売」でお客様の心をつかみましょう。

今さら聞けない 経済用語

【今月の教えてキーワード：格安航空会社】

ロー・コスト・キャリアー（LCC）と呼ばれ、大手の航空会社が提供する格安航空券とは別に、初めから格安、割安な航空料金を提供する小規模な航空会社を指す。機種を絞ったり機内サービスを簡素化するなど、コストを徹底的に抑え、大手航空会社に比べて2～8割ほど安い運賃を実現している。マレーシアのエア・アジアやシンガポールのタイガー航空など東南アジア勢が急成長中で、日本の航空会社も設立の検討を表明している。

痛快! えだまめ君

画: はりひろみ



知っとこ! 「税務のマメ知識」

【ご存知ですか? 「もしも」のときのこんな制度】

取引先の不測の事態は、できることなら避けて通りたいものです。しかし、商売を営む上では、なかなか避けて通ることはできません。



回収困難となった売掛金が小額であれば、それが事業継続に及ぼす影響は小さいでしょう。しかし、もしも多額の売掛金が回収できない状況になったら、事業継続は難しくなり、連鎖倒産という最悪の事態に陥るかもしれません。

このような「もしも」のときの資金調達

として、『中小企業倒産防止共済』という制度があります。

これは国が全額出資している独立行政法人中小企業基盤整備機構というところが運営をしています。毎月5千円から8万円の範囲で積み立てを行い、現状では320万円(掛金の40倍で掛け止めも可)まで積み立てられます。またメリットとして、掛金は税法上、経費または損金とすることができます。

そして一番気になる「もしも」のときには、積み立てた掛金総額の10倍の範囲内(最高3200万円)で、回収が困難となった売掛金債権等の額以内の「貸付け」が受けられます。しかも、「無担保」「無保証人」「無利子」で借り入れることができます。財務状況や返済能力などによる金融審査での借り入れではないので、「もしも」のときに役立つ制度です。用心するに越したことはないですね。

今月のあなたの運勢

鑑定: 妙慎

A型

今月は出費がかさみそうな予感。ただし、この時期の出費は、後々金運上昇につながりますから嫌がらないで!

B型

頭を抱えていた問題は今月中に片付けましょう。集中力のある月なので、恐れず行動すると吉運が向上します!

O型

突然のトラブルが重なりそうな暗示ですが、1つ1つ落ち着いて対応すると大事に至らないで済みそうですよ。

AB型

心身共にパワーダウンしている人は、適度な運動を習慣にして! この時期から始めると来年の春が楽しみです。

株式売却「みなし取得費の特例」は今年まで

平成13年9月30日以前に取得した株式で現在も一般口座に保管している株式等については、取得費が不明な場合に「平成13年9月30日の終値×80%」を「みなし取得費」として申告が可能で節税となる場合があります。この特例は平成22年12月31日までの適用ですので該当する場合はご確認を。

斉藤会計事務所

斉藤会計.JP

〒160-0022

東京都新宿区新宿 1-23-8 タチハラビル 501

TEL: 03-5368-8761

FAX: 03-5368-8763

ホームページ: <http://www.saito-kaikei.co.jp>

1 1月の税務・労務

- 9月決算法人の確定申告・・・11/30
- 3月決算法人の中間申告・・・11/30
- 所得税の予定納税・・・11/30



1 2月の税務・労務

- 10月決算法人の確定申告・・・1/4
- 4月決算法人の中間申告・・・1/4
- 固定資産税第3期分の納付・・・12月中
- 給与所得の年末調整

税務・経理のトピックス

平成22年度税制改正において相続における小規模宅地等の特例(いわゆる宅地等の80%又は50%の評価減)が租税回避的適用の排除を目的に大幅に改正された事は周知のとおりであります。今回はこの特例について例題を設定し、確認したいと思います。なお、継続あるいは保有の有無は申告期限で判断します。

例題1 事業(不動産貸付業以外)を継続しない場合

改正前 死亡した人の事業の用に供されていた宅地等は、**事業を廃止した場合でも200㎡まで50%の減額**が可能であった。

改正後 **事業継続及び保有継続の要件を満たさない宅地等は該当せず、50%減額の適用はない。**

例題2 死亡した人の居住用宅地等を、他に自宅を有する親族が取得する場合

改正前 死亡した人の居住の用に供されていた宅地等は、**取得者が居住しなくても200㎡まで50%の減額**が可能であった。

改正後 取得者自身が**相続開始時に自宅等(取得者自身又は配偶者が国内に所有)を有することでこの特例の要件に該当しない**ため、この場合は減額の**適用はない**。

例題3 死亡した人の居宅用宅地等を、自宅を有しない親族が取得する場合

改正前 取得者が**相続開始前3年以内に自己又は配偶者が国内に所有する家屋に居住したことがない場合**及び**死亡した人の配偶者又は相続開始直前に死亡した人の居住用に供されていた家屋に居住していた親族がいない場合で継続保有している場合にはこの特例が適用となり240㎡まで80%の減額**が可能であった。

改正後 **変更なし**。但し、取得者が**取得した宅地等を申告期限まで保有しない場合は保有継続要件を満たさない**のでこの**特例の適用はない**。

例題4 不動産貸付業用の宅地を申告期限までに売却する場合

改正前 取得者の**要件充足にかかわらず200㎡まで50%の減額**が可能であった。

改正後 **事業継続及び保有継続する事が適用要件**なので50%減額の**適用はない**。

例題5 申告期限までに未分割の場合

改正前 **例題1と同じである**。このことから、未分割の場合でも**相続税申告書に「申告期限後3年以内の分割見込書」を添付することで分割協議が成立した段階で、少なくとも200㎡まで50%減額の特例を適用し、更正の請求が可能であった**。

改正後 **使用又は事業継続及び保有継続の要件を満たさないため50%減額の適用はない**。

以上概略的ではありますが、参考になればと思います。

(斉藤会計 JP 斉藤 進)



こんにちは。安井レイコです。

料理研究家・エッセイストとして、企業の方々、メディア関係者、フリーランサー、サラリーマン、学生、主婦といった多様な方々と、食を共にした中で得た「成功と出世の糸口」をこの事務所通信をお読みのみなさまだけに伝えさせていただきます。今回も、お楽しみいただけましたら幸いです。

それは、社長の責任です

先日、驚いたことがありました。一緒にお仕事をしている人に「お食事を」と誘われて、車で20分ほど揺られて着いた先が、なんと回転寿司。相手の方は何を悪びれるわけでもなく、「好きなものをどうぞ。こちらのあら汁も頼みましょうか？」などと気を遣ってくださるので、たぶん、日常からそういう場所で打ち合わせや接待をされているのでは、と想像いたしました。

回転寿司は、悪いところではないと思います。時間がない時などは、待たずに好きなものを食べられるので便利です。私も利用することがあります。ただ、日本風ではありますが、やはりファストフードですね。これがアメリカなら、ハンバーガーチェーン店にお客様を連れていくようなものではないでしょうか。

ファストフードというのは、手軽で早く食べられるものという位置付けです。味やコンフォータブル（快適性・・・ということになるでしょうか）は二の次で、とにかくおなかを満たすということが目的の場所です。それに対し、自分の会社以外の人（お客様でも仕事相手でも）と食事をする時には、出先で緊急に入る・・・という場合は別ですが、だいたい食事をしながらのコミュニケーションを取るためにお店へ入ることがほとんどです。相手の方は、そのために時間を空け、その場所まで足を運ぶのです。その時に、おなかを満たすだけのメニューしかない場所に連れて行かれたらどうでしょう。

何か話しをしたくても、目の前でお皿がグルグル回っていたり、狭い店内でひっきりなしに「いらっしゃいませー、ポテトご一緒にいかがですかー？」という大声が聞こえたりしたら？

これは担当者の彼の問題ではなく、その上司、延いては社長の問題であると思うのです。

会社に入社したばかりの人は、どんなバックボーンを持っているか分かりません。年齢や性別などではなく、その人が生きて来た環境によって、食事の場所の選び方もさまざま変わるでしょう。

しかしながら、対会社においては、その人が選ぶ場所というのはその会社が選んだ場所ということになります。ですから、会社としてきちんとした食事の場所を担当者に教えておくべきなのです。

部長が相手先と仕事のついでに食事をする時、社長が接待をする時には、必ず新人さんを同席させてください。ひとりずつ順番でいいのですから。

どんな点に注意をしてお店を選ぶか、相手を誘う時にはどうするか、そしてどんなもてなしが相手を喜ばせるのかを自ら実践し、教えてあげてほしいのです。



最近の若い人は、夜の接待など業務外だと言うこともあると聞きます。実際は、業務の内であることを部長・社長クラスの方は、よくご存じのはずです。新人が部長・社長になった時に困らないように、それをきちんと教えてあげるのも「OJT」のひとつであると、私は思っています。