

いつもお世話になります。わが国の食品廃棄物は年間1900万トンだそうです。この量は、世界が途上国の飢餓に対して食糧援助をする3倍近くにもなるというから驚きです。今の季節は、食べ物が腐りやすい時期です。微力かもしれませんが、会社や家庭の食べ物を腐らせて廃棄することのないよう心がけたいですね。

## 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：【お客様を忘れさせない1枚の絵葉書】

横浜にある、夫婦で営んでいる小さなインテリア販売会社の奥さんから伺った話です。奥さん曰く、今年に入ってからリピーターが目立って増えたようです。1月～6月までの半年間では、カーテンの取り付け工事件数が24件で約450万円となりました。でも、去年は月平均でたったの2件でした。たまたまこの時期に注文が集中したのかも知れませんが、メーカーの情報によると、今年はどこも苦戦を強いられているそうです。ましてや、横浜あたりは販売店が多く、激戦区で値段競争も激しい地域です。「ウチは価格を下げると十分なサービスができなくなるから値段競争には一切参加しませんよ」と奥さん。どうやら他店では、5%OFFの値引きをするところもあるようです。一体、このような状況の中で奥さんはいかにして売上げを伸ばしたのでしょうか。それは、たった1枚の絵葉書でした。奥さんは、カーテンの取り付け工事が終わると、お客様に絵葉書のお礼状を出しています。また、それとは別に、年に3回ほど柿やイチゴや招き猫など、その季節に合った絵葉書を送っています。クリスマスの時期には、プレゼント付（抽選）にして、たったそれだけです。「値段で集まるお客は、値段で去って行くから最初から関わらないの」と奥さん。先日もリピーターの方から「奥さんから届く絵手紙を見たら、また注文しようかなって思っちゃうよ」と電話があったそうです。昨年と今年の違いを振り返ってみても、絵葉書を出したか出さなかったかだけです。インテリアなどの住宅関係は特にそうですが、お客様は、基本的に一度でも関わった会社とズッと付き合いたいと思っています。その方が安心だからです。ところが、どこの会社もフォローが上手くできなくて、リピーター客を取り逃がしているのが現状です。その点、この奥さんは、絵葉書を上手く使ってパイプをつないでいます。「次はね、1人1人に3行ずつコメントを入れますよ。630人に」と奥さん。やった者にしか分からない効果が表れる方法です。いかに印象を残すかです。お客様は、放って置くと忘れてしまうものです。



## トレンドを斬る!

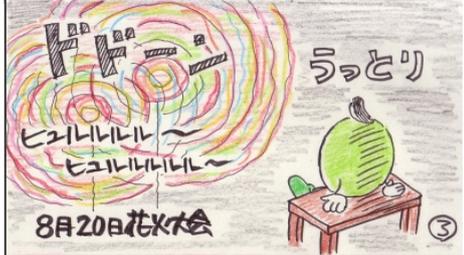
毎日こう暑いと、早く汚れを洗い流してサッパリしたいですね。でも、本当に洗い流したいのは「うそ」や「過去」なのでは？

というユニークな洗顔せっけん「うそと汚れを洗い流して!」「過去と油を洗い流して!」が注目されています。「うそ」「過去」と彫り込まれたせっけんは、竹炭配合で真っ黒。文字が消える頃には「腹黒いウソ」も「暗い過去」もきれいサッパリ洗い流してくれるはず。女心を上手にくすぐる「美容」をからめたユニークな商品に、思わず脱帽です!



# 痛快! えだまめ君

画: 村田かなこ



# 知っとこ! 「税務のマメ知識」

## 【棚卸商品の評価方法で節税】

「売れ残った商品」というのは、困りものですね。特に決算のときには「売れ残った商品」は、棚卸で資産に計上しなくてはなりません。



税法では、棚卸商品の評価は原則「仕入れたときの値段」つまり取得価額で評価されます。しかし、例外的に評価損を計上できる場合があります。それは「著しい陳腐化」や「型くずれ」「品質変化」などがあつたときです。例えば、1000円で仕入れたものが、期末時点では500円くらいの価値しかなければ、差額は「評価損」として利益を圧縮することができます。しかし、ここで問題となるのが「本当に500円の価値しかないのか?」ということです。税務署に対して客観的な証拠がないと、その評価損が認められない場合があります。そこで、そのようなときの1つの手段として、決算大バーゲンという方法があります。決算前に実際に処分バーゲンをおこなえば、「処分バーゲン」をしても売れ残ってしまった「それだけの価値しかない商品」という客観的な証拠を残すことができます。そのまま棚卸商品として持っていたとしても利益を生むどころか、逆に倉庫代などの維持管理費がかかってしまうような場合には、少々赤字でも節税も兼ねて、決算前のバーゲンで見切りをつけるという選択も1つの方法です。本当は、最初から売れ残らずに、全部売れてくれるのが1番ですけどね・・・。

## 今月のあなたの運勢

鑑定: 妙慎

### A型

思わぬアクシデントやトラブルに巻き込まれそうな暗示です。焦らず、落ち着いて対処してください。

### B型

今月は「活動力」と「積極性」が現れて来ます。行き詰っていた問題も解決の糸口が見つかりそうです。

### O型

口約束や安請け合いには、注意が必要です! うっかり忘れて信用を失くさないよう気をつけてください。

### AB型

我がままを抑え、自己の本分に徹する姿勢が吉。他人の言葉で頭にきても今は辛抱のときと心得てください。

帳簿をつけてスマート経営、やさしい  
経理ソフト

## JDL IBEX 出納帳 8

勘定科目の入力不要。帳簿をつけるだけで財務帳表が作成できる! 会計事務所と連携して経理処理ができる!

## 斉藤会計事務所

〒160-0022

東京都新宿区新宿 1-23-8 タチハラビル 501

電話: 03-5368-8761

FAX: 03-5368-8763

サイト: <http://www.saito-kaikei.co.jp>



商品を売るためには、しっかりと商品の特性や価格をお客様に伝えなくてはなりません。その方法として、テレビやラジオのコマーシャル、折り込みチラシ、新聞や雑誌・ネット広告などがありますが、どれもコストがかかります。そこでコストをかけずに効果的な販売促進方法として活用されているのがPOP広告です。

POP広告とは「Point Of Purchase advertising」の頭文字を取った略語で、数ある広告媒体の中でも、簡単で単純なツールとして幅広く活用されています。しかしその歴史は比較的浅く、昭和30年代にスーパー形式の量販店が欧米より導入したのが始まりです。

それまでは、個々の商品情報は接客販売によって口頭で伝えられており、POP広告といえるものは、店名や取り扱う商品名だけを表示した看板、のぼり、のれん、ちょうちん程度でした。

今のように盛んにPOP広告が用いられるようになったのは昭和40年代以降、消費者の購買意識や市場の変化とともに売り場の最前線でお店とお客様をつなぐメディアやコミュニケーションツールとしての必然性が、小売業界全体に認識されるようになってからです。

現在のPOP広告の役割は、商品情報を単に伝えるというものではなく「なぜ、私が、この商品を、この値段で、あなたから買わなくてはいけないのか？」に答え、消費者へ購買の動機付けや購買を決定させるとも重要なものとなっています。なぜなら今の消費者は、多くの商品をすでに持っている“満腹状態”だからです。

重要な役割をするようになったPOP広告は、通常は紙に書かれることが多いのですが、最近では黒板を使った「黒板POP」広告が増えてきました。

「黒板POP」が増えてきた理由は・・・

## (1) POP広告を黒板に書く場合と紙に書く場合とでは、見え方がまったく違うから

たとえば壁などに写真だけ貼ってあるものと、額に入って掛けられている場合とでは、同じ写真とは思えないほど後者のほうが良く見え、良く伝わります。それと同じことが、紙と黒板にイえるのです。

## (2) 「黒板POP」には、そのお店らしさ、その人らしさが表れるから

黒板に書くときは、紙のように下書きはできませんし、使用するチョークやマーカーの特性からPOP用の文字も書きにくいいため、内容だけでなく字やレイアウトに書く人の個性が出ます。ですからパーソナルなメディアとして、「1対1」のようなコミュニケーションをお客様と取ることができます。

## (3) 「黒板POP」は何度でも書き換えができるから

くり返し使えるのでコストがほとんどかかりませんし、地球環境にもやさしいのです。

そして、なんといっても黒板には誰もが学生時代にお世話になった懐かしい思いがあり、郷愁を誘い好意的に感じさせてしまう力が働くものです。厳しい消費者へのアピールに黒板の効果は想像以上に大きいのです。

## 社会保険って～？

と言うわけで、昨今年金の履歴について世間を騒がしております社会保険について、概略的ではありますがお話していこうかと思えます。

今回は種類についてお話しします。

広義の社会保険としては、4種類あります。

医療保険	主なものとして、給料等から天引きされる政府管掌健康保険 健康保険組合が運営する組合健康保険 一般住民の為の市区町村が管轄する国民健康保険 後期高齢者医療制度
年金保険	厚生年金保険、国民年金保険、共済組合等
労災保険	仕事中や通勤中に負った怪我や病気への治療費に対する保険
雇用保険	失業者への給付や雇用促進活動など、雇用全般に対する保険

狭義の社会保険としては、上記の医療保険と年金保険を総称し、労災保険と雇用保険は労働保険と総称することがあります。

以上御託並べましたが、どれも耳になさったことばかりだと思います。本来もっと細かいのですが、この位にして次回またお会いしましょう！

## ☆決算書の読み方☆

貸借対照表は、左側は資産、右側は負債と資本（純資産）で構成されています。

おおざっぱですが、資産は今、手許にあるもの全般です。

純資産とは返す必要のない元手で、負債はいずれ返済が必要な、他人から調達したものです。

貸借対照表からは、どこから金を調達し（借入金等＝負債・資本金等＝純資産）、どのように運用または保有しているか（固定資産・投資等＝資産）が分かります。

☆貸借対照表を見てみましょう。科目の並び方には、実はこんな法則があります↓

資産の部…上から順に「現金化しやすい」→現金化しやすいものが多いほうがよい（多いほど支払能力がある）

負債の部…上から順に「現金化されやすい」→多くないほうがよい（多いほど支払額が増加する）

☆資産には現金や証券といった「資産そのもの」（＝流動資産）と、建物や機械装置のように、もとは現金だったけど、「形を変えて財産になっているもの」（＝固定資産）があります。

流動資産の中でも「現金・預金・有価証券・受取手形・売掛金」は、当座資産といわれます。

流動負債の支払に充てられるのはこの当座資産なので、比べると当面の資金繰りの状況が分かります。

当座比率＝（当座資産÷流動負債）×100・・・この数値が高いほど短期の支払能力が高くなります。

…当座資産と流動負債の額がほぼ一緒～80%→支払能力あり

…当座資産の額が流動負債の額の50%→資金繰りが困難

すぐに現金化できるものがたくさんあれば、支払も滞りなくおこなえます。

よって、「現金化できるかどうか？」というのは非常に重要な見方になります☆