

いつもお世話になります。6月10日の「時の記念日」は1920年に制定されました。戦前に作成されたポスターのキャッチコピーは「時間ニ待ツタナシ」。時間は無限でも「自分の時間は有限」だと思えば、やるべきことも見えてきます。せめて気持ちだけは「一日一生」のつもりで日々を大切にしたいものですね。

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：【脱平均点経営のススメ】

気温が1℃違えば物の売れ方が変わるそうです。これからの季節なら平均気温が20℃でエアコン、23℃でビール、24℃で水着、30℃でかき氷などが売れ始めると聞きました。物が売れるのも商売が繁盛するのも、またはその逆も、すべて理由あってのことです。ある街角のラーメン店が、細々とでも営業を続けていられた理由は「営業時間」でした。その地域で朝の5時まで営業しているラーメン屋はそこだけ。深夜にぼんやり灯るその店の赤ちょうちんは、はしご酒で気分が良い酔っ払いにとってミシュランの五つ星以上の価値です。店構えもメニューも味も平均点。でも営業時間だけは120点。だから、なんとか商売が成り立っていたのです。ところが、この不景気で閉店時間が3時になり、1時になり、とうとう12時閉店になったとき、シンデレラの魔法がとけました。12時閉店のラーメン屋ならいくらでもあります。しかもラーメンが旨いとなれば、すべてが平均点のその店にまず勝ち目はありません。だから、魔法がとける前に気づくべきだったのです。なぜ自分の店がお客さんに選ばれていたのかを。

何でもそこそこできる人は重宝がられます。また、とりあえず一般的に必要な商品が並ぶお店は大変便利です。しかし、平均点をいくつ並べたところで平均点以上の存在にはならないことを思えば、どちらの場合も決定打に欠けます。つまり替えが利くのです。そこでなくても他がある。あなたでなくても、きっとだれか他にいます。それが商売ならば、決定打に欠ける会社はお客様に選ばれべき理由がないのと同じことでしょう。今取引のあるお客様にもあなたの会社を選ぶ理由があります。それを自分なりに分析して「120点で評価してくれた理由はここなのか」と判明すれば、これからも良いお付き合いが続くでしょう。しかし、120点の理由が1つも見当たらないとしたら・・・。

今、あなたの会社をこのラーメン店で例えるとすれば、5時ですか、3時ですか、それとも1時ですか。シンデレラの魔法がとける前に、1つを磨き上げましょう。



今さら聞けない 経済用語

【今月の教えてキーワード：コア・コンピタンス】

ゲイリー・ハメルとプラハラードの著書『コア・コンピタンス経営』によって広められた概念で、企業において核となる独自の強みのこと。他社が真似できないような独自の技術やノウハウなど成功を生み出す能力であり、圧倒的な競争優位となる事業分野などをいう。例えば、シャープの薄型ディスプレイ技術やホンダのエンジン技術などが挙げられる。個々のスキルや技術などを意味するのではなく、それらを統合した企業力である。

痛快! えだまめ君

画: ほりひろみ



知っとこ! 「税務のマメ知識」

【映画『マルサの女』で有名な「マルサ」って?】

もう20年程前になりますが、宮本信子が演じる女性査察官と脱税者との戦いをコミカルかつシニカルに描いた伊丹十三監督による映画『マルサの女』は、今でもご記憶の方が多いと思います。

そもそも「マルサ」とは国税局査察部のことを指し、国税査察官は全国で約1300名いると言われています。このマルサが取り扱う事案は「巨額」かつ「悪質」なものに限られます。平成19年度のデータでは220件の査察に着手しており、検察庁に告発したものは158件でした。脱税額は平均で2億円弱、有罪判決率はなんと100%でした。脱税の手口として最近増加しているのは、FX取引による利益除外や消費税の科目仮装によるものが多いようです。

また、売上除外といった昔からの手口も相変わらず多いようです。



気になるお金の隠し所ですが、手の込んだものでは、鉄道模型の中に第三者名義のトランクルームの鍵や、電気ポットに金の延べ棒を隠していたというケースもあったようです。しかし、こんな所に隠したもので見つかるのですから、海千山千の「マルサ」に目をつけられたら逃れようがありませんね。

なお脱税で捕まると「懲役」または「罰金」といった刑事罰を受け、その上「精神的苦痛」もひどく「社会的信用」も大きく失墜します。やはり「脱税」ではなく、コツコツと続ける「節税」が一番ですね。

今月のあなたの運勢

鑑定: 妙慎

A型

余計な成果は期待せず最低限の義務を果たし無難に過ごす月です。無理をせずに控えめな行動で吉となります。

B型

フェアな態度で信頼関係を築くのにとっても良い月です。ただし、健康面は目のトラブルに十分ご注意ください。

O型

せっかくの良い情報を思い込みから無駄にしそうな暗示です。視野を広げて有益かどうか再確認をしましょう。

AB型

得意な分野では成果が期待できそうな運勢です。契約内容に不備がないか必ずチェックを徹底的にしましょう。

2009年度の税制改正の注目点は・・・

今月号の『税務・経理のトピックス』は住宅・土地関連の税制改正についてです。法人税関連で注目されるのは、「税率の引き下げ」と「欠損金の繰戻還付」があります。欠損金の繰戻還付は、前期が黒字で今期が赤字となった場合に前期分として納めた税金が還付されるというのですが還付請求をきっかけに税務調査される可能性も・・・。

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>

6月の税務・労務

- 4月決算法人の確定申告…申告期限 6/30
- 10月決算法人の中間申告…申告期限 6/30
- 個人住民税第1期の納付



7月の税務・労務

- 5月決算法人確定申告…申告期限 7/31
- 11月決算法人中間申告…申告期限 7/31
- 給与源泉所得税（納期特例1～6月分）
…納付期限 7/10
- 個人所得税予定納税（第1期）
…納付期限 7/31

税務・経理のトピックス

昨年のリーマンショックに端を発した世界同時不況からなかなか抜け出せないでいる日本。特に中小企業にとっては厳しい状況が続いています。そんな中追加経済対策として盛り込まれた贈与税減税と、21年度税制改正の2つの土地税制についてお知らせします。

① 贈与税減税（対象；個人）

H21年1月1日～H22年12月31日の2年間、住宅を購入又は増改築するために直系尊属から資金の贈与を受けて取得した場合には、2年の間に500万円までについて贈与税を非課税とする制度が創設されました。（注；贈与を受ける人は、その年の1月1日において20歳以上でなければなりません）

② 土地等の長期譲渡所得1,000万円特別控除制度（対象；個人、法人）

個人または法人が、H21年1月1日～H22年12月31日の2年間に取得した土地等について、5年超所有してから譲渡をした場合には、長期譲渡所得（利益部分）の金額から1,000万円（当該長期譲渡所得が1,000万円未満の場合はその金額が限度）を控除出来ます。⇒⇒⇒長期譲渡所得の税率は現行20%（所得税15%住民税5%）なので、約200万円の減税効果が将来見込める計算になります。（注；特別関係者からの取得など一定のものは除きます）

③ 土地等の先行取得に対する課税の特例（対象；法人、個人事業者）

事業者が、H21年1月1日～H22年12月31日の2年間に取得した土地等[A]を取得し、10年以内に[A]以外の別の土地等[B]を譲渡した場合、譲渡した[B]の譲渡益の80%相当額（H21年取得）又は60%相当額（H22年取得）を限度として、[A]を圧縮記帳が出来る制度です。

⇒⇒⇒よって、譲渡した[B]に係る譲渡益の80%（又は60%）について課税の繰り延べが出来ます。

（注；各確定申告の提出期限までにこの特例を受ける旨の届出書を税務署に提出する必要があります）

（イメージ） H21年土地等[A]取得 →10年以内→ 土地等[B]を譲渡
（土地2億円） （譲渡益1億円）



帳簿価格を減額

← 譲渡益80%圧縮記帳

→ 譲渡益2,000万円

土地の簿価1億2千万円になる

（本来なら譲渡益1億円）

その後土地等[A]を譲渡した時に8,000万円分の課税を受けるという計算になる。（課税の繰延）

特例の適用には条件等がありますので特にご注意下さい。詳細については齊藤会計事務所の各担当者にご尋ね下さいませようお願い致します。
（齊藤会計・JP 河上）



はじめまして、プライバシーコンサルタントの山本晴美です。

突然ですが、「個人情報保護法」について、どんなイメージをお持ちですか? 「面倒そう〜」「関わりたくない」「でも、トラブルに巻き込まれるのは困る・・・」。いずれにしても、あまりよいイメージは持たれておられないのではないのでしょうか。このコーナーでは、個人情報保護法の基本や周辺情報を整理しつつ、個人情報といかに「安心して」付き合い、営業活動に「活用」していくかをご紹介します。

■あらためて「個人情報保護法」とは?

約4年前、2005年4月に「個人情報の保護に関する法律」いわゆる「個人情報保護法」が施行されました。この法律の目的は「個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護すること」です。具体的には、個人情報の収集や利用、保管といった「個人情報の管理」に関しての「事業者」の注意義務を定めています。本来は、個人情報の収集や利用を制限することが目的ではなく「ルールを守って、個人情報を事業に役立てよう」という考えの法律なのですが・・・。実際には、管理業務が膨大、煩雑になるかのような報道が先行したり「個人情報保護」という言葉が一人歩きしてしまい、法施行後は個人情報の有効活用どころか「個人情報は集めたり提供しない方がよいもの」になってしまった感があります。学校や地域で名簿が作られなくなったり、災害時の被害者情報が提供されなかったり、といった個人情報保護法への「過剰対応」も指摘されています。

■プライバシー意識の高まりが、息苦しさや不便さを生む

さて、ここで大切なのが「個人情報保護=プライバシー保護ではない」ということです。法でいうところの「個人情報保護」では、利用目的を明確にし、きちんと管理をすれば個人情報の利用が認められています。では、なぜ学校や会社から名簿が消え、災害時の救急病院で混乱が起きたのでしょうか。その背景にあるのが、「(やや過剰なまでの) プライバシー意識の高まり」といえます。確かに日常生活において見ず知らずの会社からダイレクトメールが届いたり、パソコンに迷惑メールがたくさん送られてくるのは、不気味ですよね。個人情報保護法も、こういった社会背景から作られたわけですが、一方で、「とにかく個人情報は一切外に出したくない!」という意識も高まってしまいました。(ちなみに、クラス名簿や従業員名簿を作成、配布すること自体は法律違反にはなりません)



■ところで、御社は個人情報保護法の適用対象ですか?

個人情報保護法の適用には条件があります。おおまかにいうと「持っている個人情報が5000件以上であること」「個人データを事業に利用していること」の2点両方に該当することが適用条件となります。この5000件には、顧客情報はもちろん従業員情報や取引先担当者も含まれます。いかがですか? 個人情報保護法の適用となる場合は、もちろん法に則った管理体制の構築と運用が必要となります。では、適用の対象外だったら? 個人情報の保護は気にしなくてもいいんだ! ということではもちろんないですよ。

ここまでお読みいただいて「やっぱり面倒だな〜」「結局どうすりゃいいんだよ」と思った方もいらっしゃるでしょう。確かに厄介なテーマです。しかし、見方を変えれば、顧客からの信用を高め、企業価値を高める格好の手段ともいえるのが「個人情報保護」だと私は考えています。たとえ個人情報保護法の適用外であっても法を遵守し、尚かつ弊社は「高まるプライバシー意識」にも配慮した企業ですよ! というアピールができれば、これは1つの強みではないのでしょうか。もちろん、逆のことをしてしまったら、企業の信用があつという間に失墜してしまうことは、よくおわかりのことと思います。上手く使いこなす方法を一緒に学んで行きましょう。