



法人こおりやま

2013. 2

第416号

発行所 郡山市虎丸町14番2号 社団法人郡山法人会 (024-933-7777) (FAX925-1971)
 発行人 有馬 賢一 編集 広報委員会 印刷所(株)ヨシダコーポレーション



目次

税務署ニュース
 あなたの確定申告を
 サポートします……………2

税のミニ通信
 消費税改正点について……………3

増収増益の経営ヒント……………4

取引額を増やす
 ルートセールスの勘所……………6

税務署ニュース……………8

題名
楽しんで雪が降る

提供 大波 天久
 中国書法研究院客員教授
 郡山法人会副会長

あなたの確定申告をサポートします

国税庁から給与所得者の皆様へのお知らせ

確定申告により「医療費控除」や「住宅借入金等特別控除(住宅ローン控除)」を受けるには、どのような書類を用意して、どのように申告すればよいのかといった皆様の声から、国税庁ホームページ(www.nta.go.jp)に「**確定申告特集ページ**」を開設し、確定申告に関する様々な情報を提供しています。

■確定申告特集ページでは

給与所得者の方に向けて、次の還付申告の手続が流れに沿って理解できるように説明しています。

- 医療費控除の還付申告
- 住宅ローン控除の還付申告

また、確定申告に関して知りたい情報や必要な情報へ、すぐにアクセスできます。



■申告書の作成は「確定申告書等作成コーナー」で

確定申告特集ページから「確定申告書等作成コーナー」を利用すれば、申告書の作成がこんなに便利です。

- 24時間いつでも使えます。
- 画面の案内に従って入力すれば、税額などが自動計算されます。
- 作成した電子申告等データをe-Taxで送信できます。
(プリントアウトして郵送等により提出することも可能です。)



さらに、e-Tax(国税電子申告・納税システム)を利用して
所得税の確定申告をすると、こんなにいいことがあります。

ネットで申告
おうちで作成



- ①最高3,000円の税額控除
(平成19年分から24年分の間で、いずれか1回)
- ②添付書類の提出省略(書類の提出又は提示を求められることがあります)
- ③還付がスピーディー
- ④24時間受付

※e-Taxの利用に際しては、事前準備が必要です。

■そのほかにもできること、いろいろ

- 確定申告書の用紙をダウンロードする。
- 確定申告の手引きをダウンロードする。
- 税法の取扱いをタックスアンサーで調べる。
- 税務署の所在地等を調べる。

■動画で、分かりやすく解説

インターネット番組「Web-TAX-TV〜ジャンルで選べる税金ガイド〜」では、税に関する手続を動画で分かりやすく解説する番組を配信しています。

税のミニ通信

消費税改正点について



東北税理士会 郡山支部
税理士 関根 美彦

I 平成23年度改正

(1) 事業者免税点制度の適用要件の見直しについて

従来は、基準期間（個人事業者は、その年の前々年、法人はその事業年度の前々事業年度）の課税売上高が一、〇〇〇万円を超えた場合に課税事業者となりました。

しかし、平成23年度改正により次の要件が追加され課税事

業者となる基準が拡大されました。

① 当課税期間の基準期間における課税売上高が一、〇〇〇万円以下であっても、当課税期

間の前年の1月1日（法人の場

合は前事業年度「7ヶ月以下で

あるものを除く」開始の日）か

ら6ヶ月間の課税売上高が一、〇

〇〇万円を超えた場合には、当

課税期間において課税事業者と

なりません。

② また、課税売上高に代えて、

特定期間（個人事業者の場合そ

の年の前年の1月1日から6月

30日までの期間、法人の場合そ

の事業年度の前事業年度開始

の日以後6ヶ月の期間）の給与

等支払額の合計額により判定

することもできます。

なお、いずれかの基準を適用

するかは事業者の任意となつて

います。

この改正の適用開始時期は、平成25年1月1日以降に開始する年又は事業年度から適用されます。

(2) 仕入税額控除制度における

「95%ルール」の適用要件の見

直しについて

従来は、当課税期間における

課税売上割合が95%以上の場

合には、仕入税額控除が全額可

能という特例的な計算方法が

認められていました。

しかし、平成23年度改正によ

り当課税期間の課税売上高が

5億円を超える場合には、個別

対応方式又は一括比例配分方式

のいずれかの方法により仕入控

除税額の計算を行うこととな

りました。

なお、いずれかの方式を適用

するかは各事業者の任意のため、

その適用にあたっては以下の点

に留意する必要があります。

① 個別対応方式と一括比例配分方式の有利、不利

② 個別対応方式を適用する場

合の事務負担の増加

③ 一括比例配分方式を適用する

場合のデメリット等

この改正の適用開始時期は、

平成24年4月1日以降に開始

する課税期間から適用されてい

ます。

(2) 特定新規設立法人の納税義

務の免除の特例制度の創設

その事業年度の基準期間が

ない資本金一、〇〇〇万円未満

の新設法人のうち、その事業年

度開始の日において他の者等に

より株式等の50%超を直接又

は間接に保有される場合で、か

つ、当該他の者及び特殊関係法

人のうちいずれかの者の課税売

上高が5億円を超える場合に

は、当該新設法人の基準期間が

ない事業年度については、事業者

免税点制度を適用しないことと

する。

この改正の適用開始時期は、

平成26年4月1日以降に設立

される新設法人について適用さ

れます。

II 平成24年度改正

(1) 消費税率の引上げ

（経過措置あり）

① 平成26年4月1日施行

消費税6.3%+地方消費税1.7%

（計8%）

② 平成27年10月1日施行

消費税7.8%+地方消費税2.2%

（計10%）



"安倍の期待風"が吹く時代の 増収増益の経営ヒント

年末の紅白以来『風が吹いている』

現代経営教育センター代表 大塚 則弘

この一瞬の風に乗る

『22才の別れ』、名曲である。本紙の愛読者は経営者・管理職であろうから、青春の胸キュンの一曲であろう。

彼女の誕生日に22本のロソクを立て、17本目からは一緒に火をつけたのが昨日のことのよう……。あなたに知らないところへ嫁いでいく私にとって、この5年の月日は永すぎた春……。女の弱気性と、男のエゴ

ともいうべきならしなさを見事に表現した素晴らしい歌である。

この歌は22才でなければいけないように、物事にはこの時という一瞬がある。

アベノミックスの『風が吹いている(いきものがかかり)』のが今なのだ。

今回の大盤振る舞いには、将来の財政悪化を危ぶむ声もあるが、ここは気持ちよく風に乗っていききたい。

アメリカには崖があり、不安の火種を抱えるE.C圏もあるが、いつの時代も平坦な道などありはしない。

坂もあれば崖もあるのが人生さと、思い決めれば随分と気が楽になる。

安倍の風は震災復興地のみならず、全国規模で吹いていく。トンネルも落ちちやったのだから……。

夏の参院選勝利と、秋の消費増税OKのお墨付きを得るのが当面のミッションだから相当な風が吹く。飛ばされないように……。

明日は今日のつながり

歴史は未来学……。過去の出来事を学ぶことを通じて(手段)、これから先を見

通す(これが目的)学問だ。三千年の中国はもとより、建国二百余年しかないアメリカも「歴史は未来学」がわかっているから、その姿勢で若者に教えている。

わが国はこの発想が乏しい。うねりとしての歴史ではなく、ぶつ切りの暗記科目にしているから、若者は離れていく。

二千年も国を経営しているわが国なのだから、近現代史をベースに、過去にさかのぼっていく方法で、「歴史は未来学」として教えた

い。

図を見ていただこう。時代を大きく俯瞰して読むことを学ぼう。

国の勢い(パワー)はおよそ60年の長波の循環で動いている。それを「15年一東の4期分」と捉える。

国勢が水面下に潜り、最下点に沈みゆくのが「混乱の15年」、紛争がキーワードの時期である。

最下点から水面に向かっていくのが「改革の15年」、政治がリードしていく。水

面に近づく位置まで浮上するこの15年が、いつの時代も最も苦しい。

政治の後は、経済がバトンを受けるのが習わし。水面から最上点を目指していくのが「発展の15年」である。

発展が極まれば迷いが生じる、これは人の世の常。水面に向かって下降(成熟)していく時期が「模索の15年」、そしてまた「混乱の15年」へとつながる。

風の乗り方1: 60年の長波の循環

風の乗り方2: あなたにも風はかすめる

風の乗り方3: どうにも止まらない

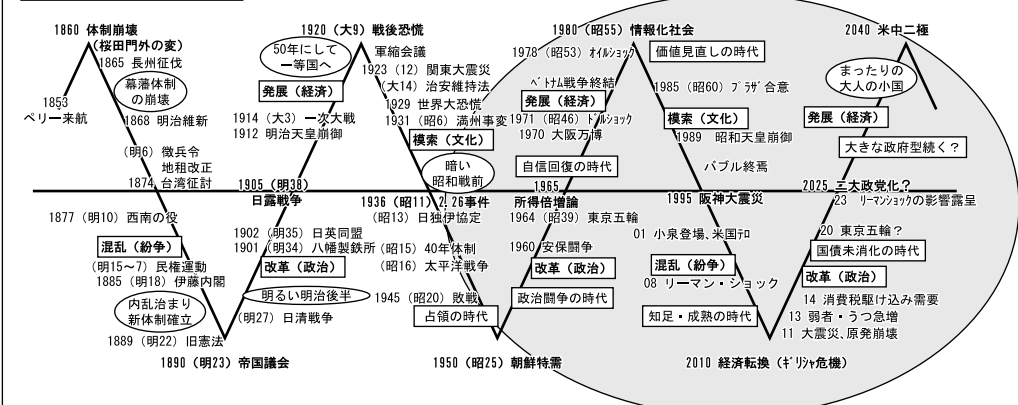
2013年は政治がキーワードの「改革の15年」の緒についた位置にある。一期前は朝鮮特需を得てリスタートし、安保闘争、東京五輪を経て所得倍増計画へと、政治が牽引した時代だった。

期待は期待を生む。7月の参院選勝利と秋の消費増税クリアはもう見えた。税率アップ(来年4月より8%、再来年10月より10%)の前から「値上げ前の駆け込み需要」が猛烈に起こる。新聞・テレビのマスコミ連はこぞって「景気完全回復!」と書きまくる。マスコミはマッチポンプと化す。加えて9月7日(土)に「2020年東京五輪開催」が決定でもすれば、昔ながら提灯行列ものだ。私は消去法でTOKYOと思う。

今期の政治の牽引役が「安倍の風」である。今回発表の緊急経済対策での追い風分野は以下の通り。道路・港湾・河川・トンネルなどのインフラ分野。ここに雇用増加も加わる。次いで省エネ工場の建設補助・電気自動車の充電イ

企業の新興国進出援助を名分に、政府資金が配られるようから、ここでも安倍の風が関わってくる。ブラジルでの決定が仮に正午頃とすると、時差が早

歴史に学ぶ自身の備え方 近未来を大きく俯瞰する思考の技術 … 「60年周期の長波の循環」



いわが国では明けて8日の日曜の深夜2時頃に朗報が入ってこよう。となるとも日本が山本リンダ…、どうにも止まらない。

政治がキーワードの今の時代、国政選挙絡みで動く 近時のニッポンの姿

<現在地>

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
衆議院	衆議院選挙 9月：鳩山～	6月：菅～	9月：野田～ 国政選挙のない2年間、 震災復興と社会保障の改革を名分に増税決定	衆議院選挙 12月：野田～	自民選挙 1月：安倍～ 自公新連合 秋増税確定	国政選挙のない2年間 なことを行うは常。 消費税 8%施行 (4月)	消費税10%施行 (10月)		総選挙 これまで待たず16年に同一選挙の可能性も?	総選挙 『平成三十年』の如し		
参議院		(A組改選) 民主大奇襲			(B組改選)			(A組改選)			(B組改選)	

いつの時代も為政者の策に気をつけよ！

3S 政策
• Sports
• Screen
• Sex

バンクーバー冬季五輪
FIFA南ア杯
エコ減税(～2010年)
高速無料化

ロンドン五輪
BS局急増
緊急経済対策
ソーラー減税(風が吹いている)

ソチ冬季五輪
FIFAブラジル杯

リオ五輪

ピョンチャン冬季五輪
FIFA欧州杯

東京五輪?

経営のヒント1: 時代は「まったり」
かつてのバブル再来にも似ようが、時代そのものは、底辺からの水中での浮上だ

から相当苦しい。消費税10%の再来年の秋以降、先ズモ需要もあって荷は動かなくなる。最も心配なのは「国債未消化の時代」の文字だ。時代の変化を万人(大衆)が気づくには15年の時間が必要と歴史が教える。リーマンショック(2008年秋)から15年を経る2023年頃(図では水面付近)、2020年の東京五輪の宴も終わり、時代はどうなっているのか、興味は尽きない。

次の「発展の15年」は経済がキーワード。一期前は大阪万博、石油危機を経て情報社会に入ったが、さて今度は？。

時代を構成する人々が代わった。一期前は『ああ上野駅』の世代が担った。今回は生まれながらにして豊かな時代を育った現30代半ばから40代前半の中堅層がリードする。とかく自分の世界に籠りがちなこのリーダー達は、「まったりした大人の小国」に舵取りしていくような気がするが…。

経営のヒント2: 商売のキモは仕入れ

腕のある親方が言う。「寿司は簡単、誰でも握れるんです。ただあ手間がかかりませんで…」。

また「食材七分、腕三分」とも言う。共に合点がいく。和食では殊のほか食材が重視される。「旨い」の素は、本物と新鮮さである。ただホンマ物は量少なく、造るにしても手間がかかる。採算に乗りにくい。

食材に限らずわれわれの商売も同じ。お客さまに喜ばれる材料を追い求め、仕入れ先の人脈を築き、それを絶やさぬ努力こそ商売(営業・販売)である。

経営のヒント3: 直接支配は20人

人の寿命も能力も限界がある。「足るを知る」ことが肝要。

出来る経営者は(管理者も)己の限度を知っている。「私が直接支配できるのは20人が限度だ」と。

出身分野のことは分かっても、他部門のことはトツプになつたからとて、わからないことも知っている。有名なITトップは20人

の直接部下とだけ関わり、以下は20人に任せる。経営の腕とはこの勇氣である。

全国から多くの店長を集め、会議をやりたがるトツプは多い。じかに接するのトツプの役目と思うのだから。

常に考える、Think、Thinkが役目のトツプとして、いかがなものか。落合監督は投手起用に關して、担当コーチに全幅の信頼を置いた。近時では日本ハム優勝の立役者、栗山監督も同じ。今シーズンは友人の高校監督をコーチに招くという。

出来る人は任せることができる。任せられるから出来る人とも言える。

日本ハムという球団は、選手の育成システムが素晴らしい。かつての大社(おおよそ)オーナーの遺産であろう。大谷君は日本ハムで良かった。彼はきつと花を咲かせるだろう。

それにしてもニチハムの株は高い。1,200円台で1千株が単元だから、120万円近くの資金がないと株主になれない、ああ…。

取引額を増やす



ルートセールスの勘所

(有)島田教育総合研究所
所長 島田義也

ご存知の通り、「ルートセールス」とはメーカーや卸売業者の営業担当者があらかじめ決められた一定のルートで顧客を巡回して行う営業スタイルのことです。

ルートセールスにおける顧客は注文を定期的な受けている得意先が大半であり、通常は得意先のリストからいくつかを選び出して巡回先を決め、アポイントをとった後に訪問して配送や代金の回収を行い、顧客からの発注を受け、またそれに付随して製品の陳列や在庫への指導といったコンサルタントに近いサービスを行うこともあります。

新規の顧客を獲得するために走り回る労力に比べれば、門前払いを食うこともなく、信頼関係も築きやすく、売上もある程度見通せる営業活動なのですが、ともしれば受動的に注文を受けるだけ、つまり「御用聞き」オンリーになってしま

い、なかなか販売成績を伸ばすことが出来ない営業担当者が存在するという事実も残念ながら多いものです。

行きやすいお客様ではなく「行くべきお客様」に対する訪問回数を増やせ

図表に「売れる人・売れない人の特徴」をあげてみました。売れない人の特徴の中に「訪問件数が少ない」「行きやすいお客様のところばかり行く」というのがあります。売上成績と行動量の多さには間違いなく相関関係があります。

やたらに数多く訪問すれば良いと言うものではなく頭も使う必要があるのは言うまでもありませんが、良く売れる人は良く動いているのもまた事実であります。従って「事務作業の時間を圧縮して顧客訪問に充てる時間を増やす」「移動ル

ートにムダがないように訪問の順番を組み立てる」「二度手間にならないように周到に準備して訪問する」ことが大切であり、「行きやすいお客様ではなく、行くべきお客様に対する訪問時間・回数を多くする」のはルートセールスの鉄則です。

「8対2の原則」というものがあって「お客様を売上高の高い順に並べると、上位20%のお客様が全売上高の80%を買ってくれている」という統計上の現象があります。

であるならば、お客様をA、B、C、Dとランク分けし、上位20%のAランク顧客に対する訪問回数をあらかじめ決め、それを満たすように訪問計画を組み立てて動く必要があります。売れない人の行動を分析すると実に多くのムダがあるものです。にもかかわらず本人は「毎日遅くまで頑張っているよ

と反論します。

実は、行きやすいお客様のところへの訪問回数・滞在時間が非常に多い、ということがあります。

「どうすればお客様の役に立てるか」を考えよ

同じく図表に、売れない人の特徴として「売れさえすればよいと考える」があります。

営業担当者の仕事は一言で言えば「自社商品を売ること」です。そのために、営業担当者は必死になって自社商品のよさをアピールしますが、お客様の立場で考えてみましょう。

お客様は営業担当者が宣伝する商品自体に関心があるわけではありません。

そのことよりも自分が今抱えている問題をどう解決するか？達成したい課題にどう取り組んで行くか？で頭が一杯なのです。

自社商品の良さはわかり宣伝されることにお客様はウンザリしています。

今、必要なのはお客様の話を耳を傾け、「困っていること」「解決したいこと」「達成したいこと」を探し

出し、それを果たす手伝いをしてくれるような営業マン、つまり「提案型営業」が出来る営業マンなのです。提案型営業を行う上での商談の進め方には原則があります。

一つは「お客様に焦点を合わせること」です。

自分が売りたい商品のことを中心に話すのではなく、お客様の関心のあること・お客様が知りたいこと、望んでいることを中心に話を進めることです。

もう一つは「お客様との合意を得ながら進めること」です。

多くの嫌われる営業マンに共通するのは、お客様の意向を無視して一方的に話を進めていくことです。

だから、「いくつかがご質問させて頂いて宜しいですか？」「お時間は大丈夫でしょうか？」「ご理解頂けましたでしょうか？」等々、商談の所要所で合意を得ながら進めることが大切です。強引に宣伝ばかりする営業マンも困ったものですが、逆に「何かあれば向こうから言ってくるよ」「一応、何か見積もるものはないですか、と聞いている…

《売れる人・売れない人の特徴》

売れる人	売れない人
1. 訪問件数が多い	1. 訪問件数が少ない
2. 行きやすいお客様ばかりでなく、「行くべきお客様」への訪問回数が多い	2. 行きやすいお客様のところばかり行く
3. 礼儀正しく、好印象	3. 無愛想・暗い・横柄
4. 商品に自信を持っている	4. 「この商品は売れない」と考える
5. 商品知識が豊富	5. 商品知識が乏しい
6. 周辺知識も豊富	6. 周辺知識も乏しい
7. 自信を持ってわかりやすく話す	7. 話がわかりづらい、熱意を感じない
8. 「目標は達成するもの」と考える	8. 「目標が高すぎる」と考える
9. どうすれば売れるか、を考える	9. 売れない言い訳を考える
10. 常に手順方法を工夫改善している	10. 手順方法を工夫しようと思わない
11. 計画性があり、自己管理をしっかりと行っている	11. 自己管理が出来ず、無駄が多い
12. 勉強する習慣がある	12. 勉強する習慣なし
13. 人の話を良く聴く	13. 人の話を聴かず、自己主張ばかり
14. お客様のことをよく知っている	14. お客様のことを知ろうと思わない
15. 約束を守る	15. よく約束を破る
16. 対応が迅速である	16. 対応が遅い
17. マメである	17. 何事も面倒くさがる
18. 社内でも良く人に協力する	18. 人に協力する姿勢がない
19. どうすればお客様の役に立てるか、と考える	19. 売れさえずればよい、と考える
20. 仕事に誇りを持っており、一生懸命である	20. 仕事に誇りが持てず、仕方なくやっている

「...」という御用聞き営業マンも困ったものです。訪問を受けるお客様から見れば「あいつは良く来てくれるし、店の手伝いもしてくれろ」という営業マンは確かにありがたい存在かも知れません。

訪問頻度を増やすことで信頼を勝ち取ることは方法としては間違っているとは言いませんが、この項の最初に申し上げましたように、営業担当者の任務の第一は「自社商品売る」ことです。

「あいつは良く来てくれるから安ければ買ってやるか」程度の信頼しか得られないのと、「あいつが来るとうちに今何が必要なのか、を色々教えてくれる。勉強になるし、すごく助かる」という信頼を得られているのでは取引高にも大きな差が出てきてしまいます。

営業担当者は「全力でお客様のニーズに答えてあげれば結果は自ずとついてくる」と肝に銘じるべきでしょう。

結果を出す「プロセス」を変えよ

営業活動を科学的にとらえてみると次のようになります。

業績Ⅱ ①訪問対象×②訪問内容×③訪問量

①訪問対象とは「どの顧客を訪問したか」「誰に会ったか」等のことです。

②訪問内容とは「訪問目的は何か」「目的に応じた商談の味だったか」「前回の訪問と関連づいていた

か」等です。

③訪問量とは「訪問回数・面談回数・訪問頻度・行動量」等を指します。

上記方程式の①②③のいずれが間違っているか、悪くても業績は伸びません。製造工程においては途中のプロセスで異常が発生すれば不良品の産出やコストアップ・工期延長につながります。だから製造業においては相当プロセスの改善が研究されています。

営業の場合もプロセスは大事であり、きちんとしたプロセスを踏めば必ず結果はついてくるものです。

しかし、時々きちんとしたプロセスを踏まなくても結果が出てしまったり、逆にプロセスをきちんと積み重ねても運悪く結果が出ないこともたまにはあります。

だからプロセスの改善はあまり重要だと考えられてこなかったのです。

結果が悪く、目標との間にギャップが発生するのは、結果を出す『行動プロセス』に問題があるからです。

結果が欲しいければ当然『それにふさわしい努力』が必要ですが、営業活動で始末が悪いのは、『それにふさわしい努力』が、気合や根性とかの精神論で片付けられてしまうことです。

気合いや根性はどんな仕事でも必要であり、私はその効用を否定しません。しかし、それに加えてもっと科学的なアプローチがないと努力が空回りに終わることが多いでしょう。

結果が悪いのは「プロセス」に問題があるからであり、「プロセス」を変えない限り結果は同じです。まず、行動プロセスを『観念的に』ではなく、以下の自分の行動プロセスを客観的・具体的にとらえて下さい。

①訪問量：必要なだけ行っているか・必要なだけ行っているか

②訪問対象：行くべきところに行っているか・会うべき人に会っているか

③訪問内容：やるべきことをやっているか・話すべきことを話しているか

そして、計画通り「やったか」「やらなかったか」、しかるべき行動を「とったか」「とらなかったか」をハッキリさせ、問題を具体的に捉えて問題解決の行動をとり、営業活動の精度をあげていくことが大切です。

今年の確定申告書作成会場は 南東北総合卸センター 協同組合イベントホール (郡山市喜久田町卸一丁目1番地1)

開設期間 平成25年 **2月1日金** ~ **3月15日金**

※土・日・祝日を除く

開設時間 **午前9時30分~午後4時まで**



！ 税務署には申告書作成会場は設置いたしません。

※会場が混み合いますので、申告書等はできるだけ自分で作成し、e-Tax・郵送等によりご提出ください。

※来場される際には、前年分の申告書等の控えをご持参ください。

平成24年分の所得税・消費税の確定申告は

国税庁ホームページ
確定申告書等作成コーナー
国税電子申告・納税システム

e-Tax が便利です。



詳しくは、 で <http://www.e-tax.nta.go.jp/>

郡山税務署 〒963-8655 郡山市堂前町20番11号 **☎024-932-2041**

税務署におかけいただいた電話は、すべて自動音声案内によりご案内しております。