



法人こおりやま

2014. 4

第430号

発行所 郡山市虎丸町14番2号 公益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

「領収書」等に係る印紙税の
 非課税範囲が変わります …… 2

税のミニ通信

交際費の損金不算入制度の改正 …… 3

営業の勘所
 マナーとサービス …… 4

新人営業社員の部下育成法
 育て方・磨き方 …… 6

トピックス …… 8

題名 幻想の里

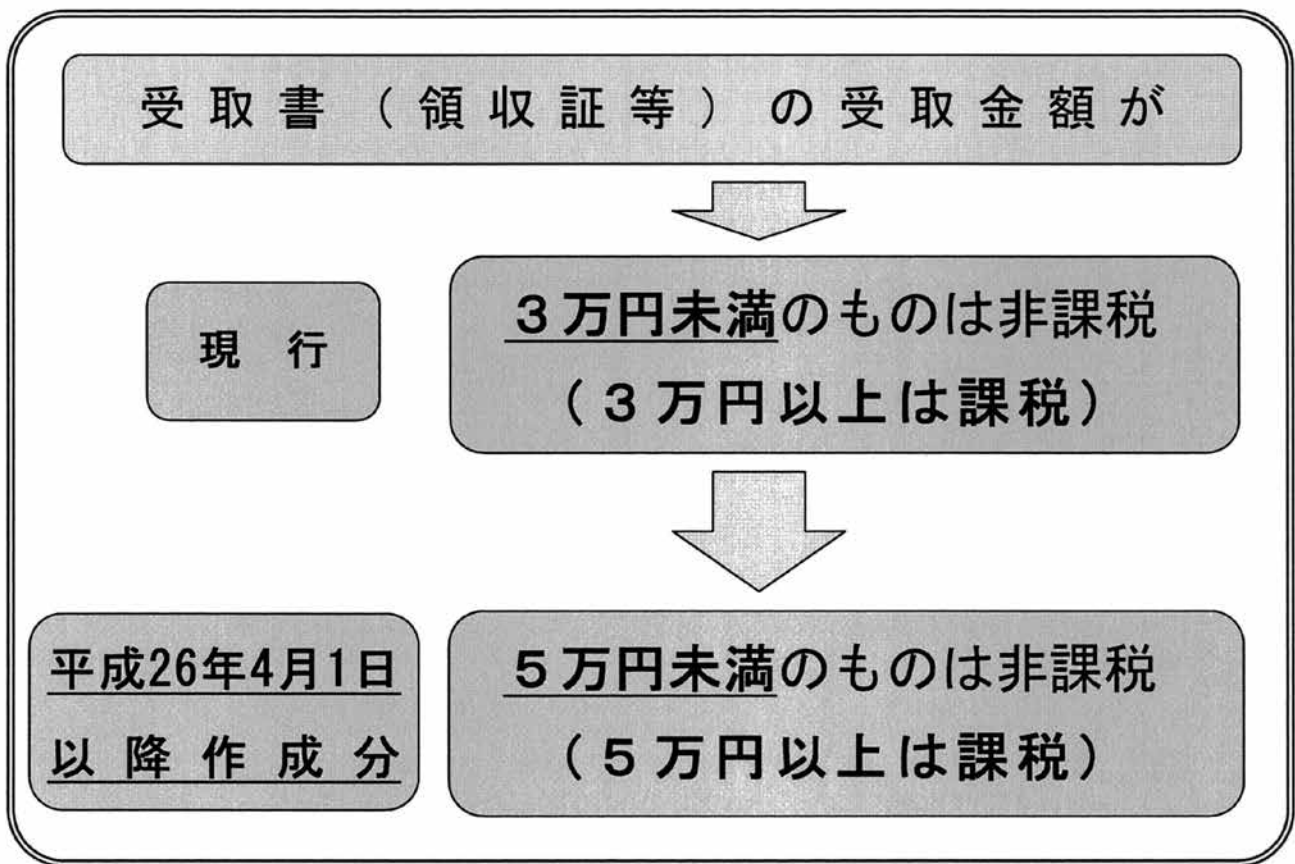
提供 大波 天久
 中国書法研究院客員教授
 郡山法人会副会長

税務署ニュース

「領収書」等に係る印紙税の 非課税範囲が変わります

(平成26年4月1日以降作成されるものに適用されます)

「金銭又は有価証券の受取書（領収証等）」の印紙税の非課税範囲が、次のように変わります。



「金銭又は有価証券の受取書」とは、金銭又は有価証券を受領した者が、その受領事実を証明するために作成し、相手方に交付する証拠証書をいいます。

したがって、「領収証」や「レシート」のほか、請求書や納品書などに「代済」、「了」などと記入したものや、「お買上票」などと称するもので、その作成の目的が金銭又は有価証券の受領事実を証明するために作成するものは、「金銭又は有価証券の受取書」に該当します。

税のミニ通信

交際費の損金不算入制度の改正 (平成25年度税制改正)

今回は、平成25年度に制度改正のあった、交際費の損金不算入について取り上げたいと思います。

税務上の交際費とは、交際費、接待費、機密費等の得意先、仕入れ先等の事業に関係のある者に対する接待、供給、慰安、贈答等のために支出する費用をいい、やや社会通念上の用語の範囲よりは対象が広がっております。交際費課税制度の導入理由は、税收確保のほか、冗費を節約して企業の自己資本の充実を図るとい産業政策的な見地からであるといわれており、会計上の費用であっても、税務上は損金には認められないこととなります。すなわち、法人の交際費の支出については、会計処理(帳簿記帳)では、費用となりますが、原則、法人税の計算では所得の計算上、損金とならない(所得金額から減額できない(おとせない))ことになります。



東北税理士会郡山支部
税理士 遠藤 健太郎

会計では費用でも、税務上は所得から減額できないので、決算書の税引前当期純利益と、法人税での申告の所得が一致しない理由の一つになっています。なお、かなり以前から、会計と税務は一致させる思考はなくなってきており、交際費の他にも、退職給付引当金、寄付金や、租税公課など、不一致となる理由は多数存在します。

交際費の具体的な扱いとしては、中小法人については、税務上、交際費であって損金にならない金額は、(1)600万円(定額控除限度額)に達する額の10%と、(2)定額控除限度額を超える額との合計とされています。ここで中小法人とは期末の資本金(出資金)が1億円以下(大法人の100%子会社等は除く)をいいます。

平成25年改正では、交際費の扱いについて以下の改正が行われ、これは、平成25年4月1日以降、平成26年3月31日までを開始する事業年度から適用されます。自民党の税制改正大綱によれば、中小企業についてのこの改正措置は、以後も同様に継続される見込みのようです。

(1)定額控除限度額が800万円に引き上げられました。

(2)定額控除限度額に達する額の10%が、ゼロになりました。

たとえば、交際費を1事業年度において900万円使った場合、従来は、600万円×10%+(800万円-600万円)=260万円が損金で落とせなかったところ、改正により、800万円×0%+900万円-800万円=100

平成25年度改正前		改正後	
損金にならない 60万円 (10%)	損金にならない 200万円	損金になる (100%)	損金にならない 100万円
損金になる (90%)			
↑ 600万円未満	↑ 600万円を 超える部分	↑ 800万円未満	↑ 800万円を 超える部分

万円についてのみ、損金で落とせないこととなります(1事業年度は12ヶ月の会社を前提とします)。

しかしながら、この改正は中小企業についてのみ対象としており、資本金が1億円をこえる大法人は対象外でしたので、交際費の支出による景気効果はあまりないといわれていました。平成26年度改正では、法律は確定していませんが、大企業についても、交際費のある程度の損金を認めることになるようです。

営業の勘所

マナーとサービス

未来事業(株)マネジメントコンサルタント 石黒 和男

■マナーとサービスの違いは？

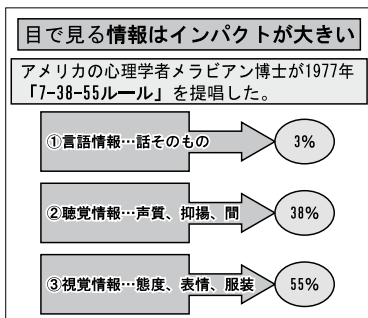
マナーとは、お客様に、不快感を与えないことの一環として、サービスとは、お客様が感動したり、うれしいと感じることです。

あなたの職場にも、身だしなみや清掃など、ルールやマニュアルがあると思います。マナーとサービスの大きな違いは、サービスはマニュアル化できないという点です。

基本的なマナーを身につけたうえで、自分のキャラクターを生かして、営業活動を行っていきましょう。

マナー編

お客さまは、営業社員に対する第一印象を重視します。



会った瞬間に、「この人は感じがいい」と思ったりと感じたりするものです。つまり、見た目や聞いた感じが、その後の商談を左右するのである。

アメリカの心理学者メラビアン博士は、人物の第一印象は初めて会った時の3秒から5秒で決まり、初対面の人物を認識する割合は、「見た目、表情、しぐさ、視線等」の視覚情報が55%と大きいことを提唱しました。

商品やサービスの内容を理解してもらう前に「会う気にならない」「話を聞く気にならない」と思われては、営業社員としての存在価値がまったくないと言ってしまうのであります。

お客さまにとって魅力を感じない営業社員に映ってしまう原因は、お客さまに会いたいという意気込み、熱意が相手に伝わっていないからです。

何より、意気込みや熱意を持つているかが重要です。

■身だしなみもマナーの一部

初回訪問において、お客さまは、あなたのことはわかりません。

初対面でお客さまが判断するのは、あなたの第一印象です。

訪問するお客さまに、自

分の身だしなみをチェックしてみましょう。

■訪問相手の名前を知るともマナー

お客さまの名前を知り、そのうえでアポイントをとります。

突然訪ねて、お願いすることは失礼なことです。

アポイントをとることはマナーの一つです。

企業を訪問すると、最初はお客さまが応じてくれることが多いでしょう。

好印象を持たれない事は営業のゴールにたどりつけません。

■くれぐれも携帯電話に要注意

営業社員はお客さまや会社と連絡をとるために、携帯電話の電源はいつも入れ

っぱなしです。

だからでしょうか、訪問先で電話やメールの音が鳴っている営業社員が多くみられます。

初回訪問や初回面談の場ではもちろん、仕事の付き合いが始まった後でも失礼のないようにしてください。

①お客さまの玄関先で電話をしない。

②面談の場では携帯電話を切っておく。

③メールを読むことももちろんダメ。

④相手が席を外したり、話が中断したときもやはり携帯電話を操作しない。

携帯電話など、ほかのことに気を取られる営業社員に、寛大なお客さまはいません。

No.	チェックリスト	自己評価	
		1回目	2回目
1	常にさわやかで活動的な身だしなみを心掛けている。		
2	ワイシャツやブラウスの襟、袖口はいつも清潔である。		
3	社会人らしい服装やアクセサリーを心掛けている。		
4	靴は活動的なもので、常にきれいで磨いている。		
5	髪かたちは活動的に整えられている。		
6	男性はヒゲ、女性は化粧に十分注意している。		
7	手の指やツメはいつも清潔である。		
8	口臭などで人に不快な思いをさせることはない。		
9	二日酔いなどで体臭にも気をつけている。		
10	おしゃれということを常に考えている。		

自分のことに集中してくれない人が、信用できる営業社員であるはずがないのです。

サービス編

■サービスの「プロセス」を知っておこう

身近なことで説明しましょう。読者の皆さんが一日「電化製品売場」を担当されたとしましょう。

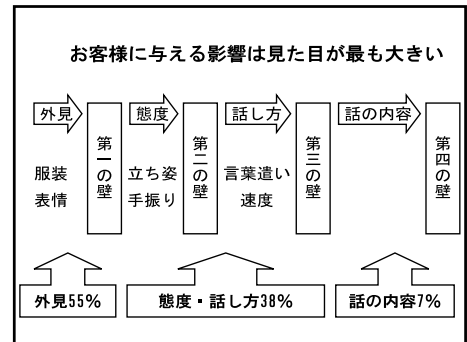
接客は、あなたが売場に立つたその瞬間からスタートしています。

お客様が通路から見たその印象が、あなたの第一印象になるのです。

先ほど「メラビアン」の法則をマナー編で紹介しましたが、目で見える情報はインパクトが大きいものです。

メラビアンの法則を思いだしてみますと、お客様を受入れるまでに**図表**のように4つの壁があることが分かります。

お客様は、商品が決まりましたら、お客様は「スピーディ」に「正確」に、そ



して「ていねい」に扱ってほしいと考えています。

そこで、次の3つを実行してみると良いでしょう。

①スピーディに行うために、口と手を同時に動かします。

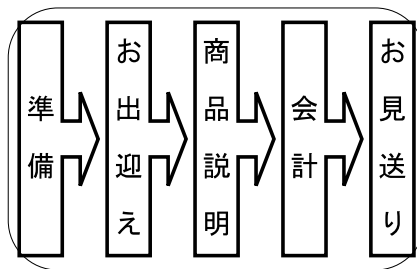
②正確に行うために、金銭授受は、しっかり復唱します。

③ていねいに実践するには、金銭授受は必ず両手で行います。

そして、お見送りは最後の印象を決定づけるものです。

ここで大事なことは、心から「ありがとうございます」を伝えることです。

必ずカウンターの外に出て、お見送りする場所まで、荷物を運びましょう。サービスのプロセスをまとめると、次のような流れになります。



この基本的な流れができたら確認してみましょう。

①準備では、鏡の前で身だしなみを整えたり、表情をチェックするなど、売り場に出るにあたって準備ができましたか。

②お客様のお出迎えでは、つかず離れずの距離でお客様をさりげなくチェックできましたか。

③商品説明では、商品を実際に手にとり見てもらい、特徴や使い方を説明

できましたか。

④現金やレシートの受け渡しだけでなく、クレジットカードの取扱い方や、領収書の記入などができましたか。

⑤商品をお客様に渡し、感謝の気持ちで見送りできましたか。

このようなことが出来れば、お客様は気分よく帰ってもらえることができます。そして、次の来店につながるでしょう。

■サービスはチームワークで

私が秋葉原で電機商品の売場を担当していた時のことです。

「あのオ、来ていますでしょうか」。お客様のAさんに問われ注文を受けていた商品が、どの機種を受けていたのか、わからなかったのです。

あわてて、「ご注文日は？」「商品は？」と聞きながら注文票をめくり、ストックの中をかきまわしても見つからず、担当者に連絡

をとるドタバタを公開してしまいました。

Aさんはお得意様でありました。「私はこの店にいつも来ているのに、忘れられている…」と思われたに違いありません。

その反省を踏まえて、いつもコミュニケーションが取れて、フォローしあう職場にしました。チームワークの良いお店はお客様から愛されます。

■最後に

お客様の期待を上回るサービスには、2つあります。

1つは、お客様が望んでいる無理だろうなど思うことを叶えることです。

もう1つは、お客様が予想もしていないサービスをを行うことではないでしょうか。

この二つを実現するためには、お客様に「喜んでほしい」「役にたきたい」という気持ちを持って、サービスに当たることが大切なことだと思います。

この気持ちこそ、「サービス」の原点なのです。

成否のポイントは7つ

新人営業社員の部下育成法

育て方・磨き方



ディライツマネジメントコンサルティングオフィス
代表 山下健二

期待と不安で胸いっぱい
の新人達が社会へと繰り
出す時季が到来しました。

着慣れないスーツや制服
に袖を通した彼らを目にす
る度、先輩達の多くは若か
りしあの頃の自分を思い出
し、忘れかけていた大事な
ことを思い出すのです。

我が国の抱える課題の一
つ、「少子高齢化社会の進
展」は、そのまま会社組織
にも当てはまります。
10年後、20年後の将来を

見据えた上で、計画的に組
織を支える幹部を育てなけ
ればなりません。

まさに、「金の卵」。
採用した新人に対する思
い入れやプレッシャーは決
して小さくはありません。

受け入れる組織は、新人
同様の、またはそれ以上の
緊張感やプレッシャーを感
じつつ、如何に失敗せずに
効率良く、人材育成を推進
出来るかが、重要な課題と
なります。

新人を受け入れる組織と
して、どの様に新人を育て
磨いていけばよいのか？

この最重要テーマの解決
にお役に立てればと、ここ
では特に「営業社員の部下
育成法」についてのポイン
トをご案内いたします。

成否のポイントは7つ。
①「使命」、②「思考」、
③「姿勢」、④「指示」、
⑤「支援」、⑥「仕組」、
⑦「将来」。

全て【し】から始まるこ
れら7つのキーワードで覚
えやすく、日々実践です。
これら一つひとつをしつ
かりと新人営業社員に伝授
することが育成の必須条件、
成功のカギとなります。

1 使命

自分が扱う製品・商品・
サービスは、社会でどのよ
うな役割を担っているのか。
自己の営業活動により、
取引量が増えることが、マ
ーケットにどの程度の好影
響をもたらすのか。

そもそも、自分が所属す

る組織は何のために存在し
ているのか。

組織、仕事を通じてどの
ように、社会貢献を果たし
ていくのか。

これらを、しっかりと理
解させ、認識させることが
最も大切なことです。

それが、組織の風土、文
化、価値観、DNAとして
培われ、存続していくので
す。

使命を認識することで以
心伝心、いざというときに
いちいち上司の判断を仰が
なくても的確な判断・行動
をすることに繋がります。

「組織の歴史」、「創業
の精神」、「フィロソフィ
ー」、「経営理念」、「社
是・社訓」など、しっかりと
とトップや上司が自分の言
葉で説明することです。

自信と誇りを持って営業
すること、使命をしっかりと
認識することが、営業活動
を進める上での大きな原動
力になります。

2 思考

99回断られ続けても、100
回目でも受注することもある。

営業は、そんな厳しい仕
事です。

マイナス思考の人では務
まりません。

クレームがあった時、お
客様に叱られた時、目標に
達せずに苦しい時、自分が
提案した企画が失敗した時、
そんな時、決して腐ること
なく、自暴自棄になること
なく、いつでもプラス思考
でいることの重要性を指導
します。

まずは、上司がプラス思
考であることが条件。発す
る言葉を全てプラス言葉に
することが肝心です。

「何で君、うちみたいな
会社に入ったの？勿体ない
…」という安易な上司の一
言(マイナス発言)によつ
て、それまで前向きで光り
輝いていた新人が、一瞬に
してその輝きを失ってしま
うことは少なくありません。

「ダメです」、「無理で
す」、「出来ません」など
のマイナス言葉が口癖の上

司の部下になった途端に、プラス思考の新人もマイナス思考に陥ります。

「どうすれば出来るかを考えよう!」、「よし、やろう!」、「やってみよう」、「絶対出来る!」というプラス発言、プラス思考は発生する全ての課題を解決に導きます。

3 姿勢

仕事に臨む姿勢。

「お客様が第一」であることをしっかりと説明し、理解させます。

お客様あつての組織であるということ、自分の給料はお客様からいただいたお金の中から支払われているということ。

その姿勢、立場をしつかりと認識すれば、自ずと言葉遣いやマナーが正しいものになります。

加えて、育成する上司は「率先垂範」の姿勢で、全

てにおいて模範を示します。上司は、誰よりも熱心に業務に取り組み、担当部門

の目標を達成させ、商品のキャンペーンやイベント、新たな企画などでは自ら進んで誰よりも積極的に活動する姿勢など、模範的行動を部下に示します。

4 指示

5W2H(なぜ・いつ・どこ・だれ・なに・どのよう・どれくらい)を意識させながら、指示を受けるよう促します。

そして、その指示への対応状況を、必ず報告するよう促します。

同時に、上司も部下に対する報・連・相を怠つてはなりません。

営業関連の指示は、お客様を巻き込み、お金に絡むケースが多くあります。

指示の出来如何で、組織に大きな損失をもたらしてしまうこともあります。

仕事は、「指示に始まり報告で終わる」ということが出来ます。指示の質を磨きあげる努力が必要です。

自分のことでもデメンコ

マイで、部下を放置してしまっている上司がいますが、部下指導は上司の重要な業務の一つです。

部下には、適正な負荷と業務量を常に与え続けるように、タイムリーに指示を出し続けることで、部下の成長のみならず、組織の業績アップにつながります。

5 支援

部下が壁にぶつかった時、困った時こそ、救いの手を差し伸べることが必要です。

そして、定例の業務としても、部下の行動計画の策定支援、見込み客のリストアップ支援、アポイントメント取り付け支援等、さまざまなサポートを施します。

報告書が提出された際には必ず目を通し、出来れば的確なアドバイスを朱書きするなど、様々な部下との接点が支援の場となります。

また、日常の部下の顔色、言動、そして、実績などから、部下が抱える問題を推測し、的確なサポートを施

します。

6 仕組

場当たりのではなく、体系的、計画的、継続的に部下育成を進めることが必要です。

まず人材育成方針を確認し、人材育成計画を作成し、本人とその進捗状況等を共有しながら、当初掲げた目標を達成するよう促しながら進めます。

「OJT」、「OffJT」、「SD(自己啓発)」、「訓練」、「ロールプレイング」等、各項目についての計画も定めます。

有効な人材育成の仕組として、上司との信頼関係作り

に役立つ「活動日誌制度」、新人の面倒をみる先輩社員を特定し、効率の良い育成を促す「エルダー制度」、

その他、定期的な「面談」、「職場意識調査」、「ノミニケーション」、等も上司と部下の溝を埋めるのに有効な仕組です。

それぞれの組織に合った

7 将来

1年後、3年後、5年後、10年後、20年後、中長期的なビジョンも含めて具体的な自分の将来像、可能な範囲で目標を定めることを促し、現在の行動に反映させます。

これら7項目は、一見当たり前のことばかりですが、確実に実践することは意外と難しく、テキストにしてみました。残念な結果が出てしまっています。

平凡なこと、当たり前なことこそ手抜きせず真剣にしっかりと実行すること、そうです、「凡事徹底」です。

3年で3割が退職するというデータがあります。一朝一夕に組織にびつたり

「人財」を育てることは出来ません。上司は溢れんばかりの愛情をもって、粘り強く、一人ひとりの新人達を立派に育て上げてくださ

い。

トピックス

「婚活クッキングパーティー」開催

3月8日、郡山法人会初となる婚活事業「婚活クッキングパーティー」を、国際ビューティ・ファッション専門学校・郡山ビューホテルで開催した。当日は、県内から独身男女合計27名が参加した。

主催者挨拶の後、専門学校パティシエ科にて、参加者全員に自己紹介をしていただき、その後グループに分かれてハート型のフルーツケーキ作りに挑戦。初めは緊張して会話の少なかった参加者も、共同作業を行う事で緊張も解れ、積極的に言葉を交わす姿が見受けられた。

郡山ビューホテルでは、1対1で会話をしていただく「アピールタイム」を行い、非常に活気ある雰囲気、特に女性が会話を盛り上げていたようだった。

フリータイムでは、気に入った相手を誘い2ショットで会話を楽しむ方や、何名かで集まりグループで会話を楽しむ方など、それぞれ交流を深めていた。

最後は告白タイム。気になる方の指名投票をした結果、4組のカップルが誕生し参加者、スタッフ一同で祝福した。



協力してケーキを作る



交流を深める参加者



法人会の「経営者大型総合保障制度」は
昭和46年に発足し、
会員のみなさまと共に歩んでまいりました。
これからも会員のみなさまを
お守りしてまいります。

DJIDO 大同生命

郡山支社/郡山市中町1-22
TEL 024-922-0860

AIU AIU保険会社

郡山支店/福島県郡山市中町1-22
(郡山大同生命ビル6F) TEL 024-932-0822