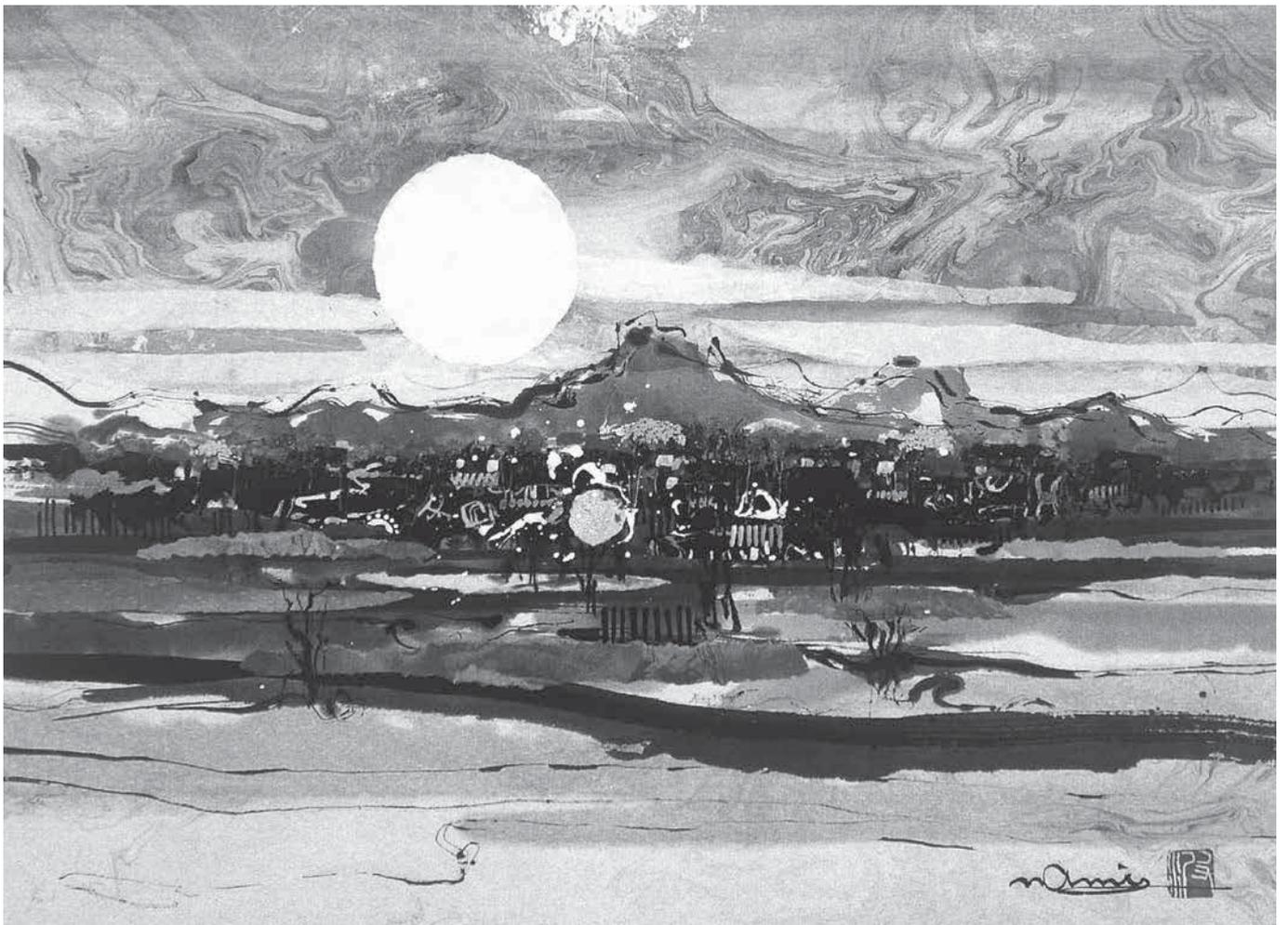




法人こおりやま

2015. 4

第442号



題名/安積の里に陽がしずむ 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

かんたん! 社会保険料算出プログラム 福島県版

■郡山法人会のホームページから社会保険料が簡単に計算できます!
<http://www.koriyama-hojinkai.or.jp/>

平成27年4月分から健康保険と介護保険の料率が変わりました。そこで、保険料の改訂に伴う従業員の方々の無用な混乱と不安を和らげるとともに、給与事務担当者が社員の方々にこの改正を正しく説明できるよう「社会保険料算出プログラム」を作成しましたので、ご利用下さい。
なお、健康保険料率は都道府県ごとになっていますので、ご留意下さい。

■こんなことができます!

年齢、給与月額、年間賞与を入力するだけ!

- 1.健康保険料、介護保険料、厚生年金保険料が一発で計算!
- 2.各従業員に印刷して配布すれば、正しい知識の周知徹底が図れます。
- 3.経営者にとっては会社負担の1/2の金額を把握して、労務管理に活用できます。



目次

税務署ニュース	2
個人の確定申告が 間違っていたときは	2
税のミニ通信	3
ふるさと納税について	3
経営者が心掛ける 気づくための4つのポイント	4
呼べるチラシの作り方	6
トピックス	8

税務署ニュース

個人の確定申告が間違っていたときは

個人の確定申告書を提出した後で計算誤りなど申告した内容に間違いがあることに気付いた場合は、次の方法で訂正することができます。また、確定申告をしなければならないのに、確定申告することを忘れていた場合は、できるだけ早く申告するようにしてください。

1 税額を多く申告していたとき

確定申告書を提出した後で、税額を多く申告していたことに気付いたときは、「更正の請求」をして正しい税額への訂正を求めることができます。請求内容が正当と認められたときは、正しい税額に減額されます。

【**手続**】 更正の請求書に必要事項を記入して、納税地を所轄する税務署長へ提出してください。

更正の請求書は、国税庁ホームページからダウンロードできます（税務署にも用意してあります。）。

【**期間**】 更正の請求書は、次の期間内に提出してください。

○ 平成23年分から平成26年分・・・法定申告期限から5年以内

2 税額を少なく申告していたとき

確定申告書を提出した後で、税額を少なく申告していたことに気付いたときは、「修正申告」をして正しい税額に修正してください。

なお、修正申告によって新たに納める税額は、修正申告を提出する日（納期限）までに、延滞税と併せて納めてください。

【**手続**】 修正申告書に必要事項を記入して、納税地を所轄する税務署長に提出してください。

修正申告書は、国税庁ホームページからダウンロードできます（税務署にも用意してあります。）。

【**期間**】 修正申告は、税務署長から更正を受けるまではいつでもできますが、修正申告によって納める税額には、法定納期限（平成26年の所得税及び復興特別所得税は平成27年3月16日（月）、消費税及び地方消費税は平成27年3月31日（火））の翌日から納付する日までの期間について延滞税がかかりますので、できるだけ早く申告・納付するようにしてください。

また、修正申告をする場合や、税務署長が更正を行う場合には、新たに加算税が賦課される場合があります。

3 確定申告を忘れていたとき

確定申告をしなければならないのに、確定申告をすることを忘れていたときは、できるだけ早く申告するようにしてください。申告の必要があるにもかかわらず、確定申告をしなかった場合には、税務署長が所得金額や税額を決定します。

なお、税務署長が決定を行う場合や提出期限に遅れて申告した場合などには、新たに加算税が賦課される場合があるほか、法定納期限の翌日から納付日までの延滞税を併せて納付しなければならない場合がありますので、ご注意ください。

【お問い合わせ先】

郡山税務署 個人課税第一部門 電話（代表）024-932-2041（内線211）
音声案内メッセージに従い、「2」（当税務署にご用の方）を選択してください。

税のミニ通信

ふるさと納税について

「ふるさと納税」とは簡単に言うと「地方へ寄付をすること」です。例えば、『自分の生まれ故郷』や『自分の故郷ではないがあるプロジェクトを抱える小さな市町村』を応援したいという納税者の思いを地方公共団体への寄附という形で表したものであり、寄附金控除の一種です。自分の生まれた故郷でも応援したい自治体でも、どの自治体でも寄附の対象となります。



東北税理士会郡山支部
税理士 吉田 和美

I ふるさと納税の概要

控除を受けるためには、寄附をした翌年に確定申告を行うことが必要です。寄附金の額に応じて、その年分の所得税の負担と翌年の住民税の負担が軽減されるという仕組みです。

都道府県・市区町村に対して寄附(ふるさと納税)をすると、年収や世帯構成などにより異なりますが、現行では寄附金のうち2,000円を超える部分について、一定の限度額まで、原則として所得税と個人住民税から全額が控除されます。

例えば、10,000円寄附すると2,000円を超える部分の8,000円について税額の控除が受けられるので、実質の負担額は2,000円です。さらに、寄附をすると、自治体からお礼の品を受け取ることもできるので、実質2,000円の負担で自治体からの特産物などをお礼の品を受けることができます。

II ふるさと納税拡充

平成27年度税制改正大綱が平成27年1月に閣議決定されました。その中に「ふるさと納税の拡充」の措置が盛り込まれました。

今回のふるさと納税の拡充のひとつに、「確定申告の簡素化」があります。確定申告を必要とする現在の仕組みに、「ふるさと納税ワンストップ特例制度」が創設されます。これにより、確定申告を行わない給与所得者等がふるさと納税を行う場合、寄附先の団体が本人に代わって控除手続きを行うようになります。この手続きの簡素化により、ふるさと納税が一層身近なものになると予想されます。

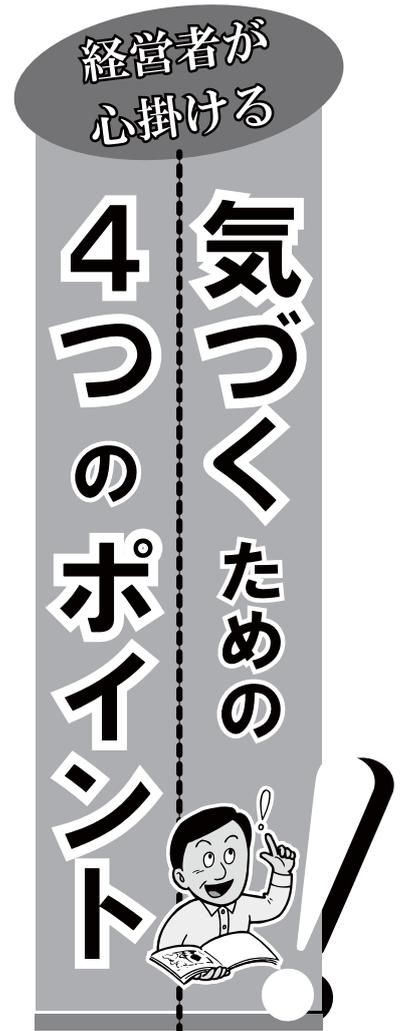
平成27年4月以降に寄附をした場合で、確定申告が不要な場合で、寄附先が5団体以下の場合には、確定申告をしないで控除が受けられる制度ができる予定です。更に、上に掲載した寄付金上限が2倍になるため、今までの倍の額を寄付することが可能になります。

III ふるさと納税の特典

ふるさと納税は、寄附した自治体から特産品などのお礼の品をいただけるということも楽しみのひとつです。地域色豊かな特産品が送られてきます。カタログが送られてきて希望の特産物を選択する仕組みの自治体もあり、内容も充実しています。

自治体としても、ふるさと納税により財源が豊かになり、さらに特産品を生かした地場産業の発展にもつながるでしょう。いままで、税金に興味をもっていなかった人が興味をもつこともあるでしょう。

寄附の方法等については自治体で異なりますので、各自治体のホームページなどでご確認ください。また、ふるさと納税を特集したサイトなどもあります。



一社・全国経営診断士会
理事 平田 次弘

企業経営者として、経営を指揮する立場で見ると、

数え切れないほどの失敗があります。

失敗を恐れていたのでは、経営にとりくんでいかなければなりません。

未然に防ぐ上では、あらゆる事象に手を打っていくことは、経営者には必要なことです。

しかし、経営者といえども神様ではありませんから、

しかし、しまった！、遅かったか！、失敗した！、もう少し早かったら！、というような悔いることも起きてしまうこともあります。

その時に、なぜ「気付かなかったのか」と悔やんだりしたことは、経営者であれば、身に覚えがあるので

はないでしょうか。

その時、気付いてさえおれば、適切な手を打って、後悔に及ぶこともなかったのではないのでしょうか。

このように「気付くこと」が出来なかったことは、決して少なくはないのです。

後悔を持たないために、「気付かなかった」ことは、どうして起きてしまうのか。

経営者自身が自分自身で気付くこともあります。周囲から得られる情報等の中から、気づかされること

によって、「気付くこと」もあるのです。さて、これらの「気付くこと、気付かされること」は、経営者にとっても、また幹部や社員にとっても大変重要なことなのですが、意外に、その重要性に気付かずに、日常業務に終始しているものです。

経営者であれば、経営幹部や一般社員よりも、様々な面で「気づかされる」場面は、普段から問題意識が高いがゆえに多いと考えられます。

情報・ニュース・社内の建設的な意見や改革すべき提案など、また、取引先からは利便性・不便性の情報や苦情・クレーム・提案意見など、改革に取り組むべき情報が逐一入って来ますから、経営者として常々考えている改善・改革には、大変都合良く情報が提供されて

一・見過ごさないこと

れているわけです。しかしながら、もしこのような大切な情報を改善・改革に利用されないとしたら、折角の情報提供も実を結びことはなく終わってしまいます。

このように、大切な情報・提案が生かされることなく終わってしまうとしたら、それは、事業にとっても、経営者にとっても大きな損失であり、会社経営のトツプとしても耐えられないことなのではないでしょうか。

経営者にとって、最も大事なことは、企業の存続です。息の長い、そして変わることのない経営の持続力、社会的な貢献、顧客の期待に応えていくこと、職場に働く社員の将来的な保証等、何れも重要なことに他なりません。

創業時の経営方針を引き受けながら、胸中に秘めた情熱を掲げ、経営に徹する時、目の前に存在する大切なことを「見過ごさない」

改善すべき情報の大切な部分を失い、新鮮で建設的な提案は二度と提案されることはないと思わなければなりません。

「気付くこと」のためには、しっかりとした「目的・意識」を失わず、常に柔軟に改善・改革を受け入れていく貪欲な姿勢が大変重要なことです。

では、「気付く」ために経営者が心掛けるポイントを4点に絞って説いていきます。

ことが重要です。経営者は、寸暇を惜しむヒラメキ、インスピレーション、読書・雑誌からの新しいヒント、若い世代からのアイデアの提案、さらには、業界専門紙を含めてありとあらゆる情報の中から選別し、核心的な考えの基に、ヒントを事業に適合させていくことが必要となります。

したがって、何時いかなる時でも、記録として残せることの出来る用意と準備は、常に懐に忍ばせておくなど、心掛けておくことが大事です。

また、そのような大切な情報類は、経営に結びつく可能性が高いことから、経営の場に戻り次第、本来の重要な記録ノートに書き写すなど、本来目的と整合させ、発想した試案に生かす

二・諦めないこと

経営者であれ、「人」です。迷ったり、困ったり、悩みぬいたり、なかなか妥協することが出来ないことがあります。

真実、信念と考えていることも、時間の移ろいによって、初心の強き想いが消えかかり、自然に諦めのムードに支配されことになりかねません。

このような時には、良き師を尋ねたり、良き相談相手に相談し、目的や行動を確認することで対処もでき、

ことで、「見過ごすこと」を防ぐことの可能性が大きくなっていきます。

目の前を行き来する現象や情報のなかには、商品開発など沢山のアイデアや経営発想ヒントが飛び交っています。

細やかな事象にも常に目利き力で見過ごすことのないよう、視点と頭脳をフォローカスしておくことが大切です。

新たな柔軟性のあるものが大きく芽を膨らませてきて来ます。

焦ることなく、平静の気持ちに心掛けたいものです。

諦めが先行しますと、我慢や思案が次第にやせ細って、安易な方向に傾きがちとなります。



三・逃げないこと

経営者・幹部・社員にとって、日々様々な問題に直面したりします。当然のことですが、これらに積極果敢にトライしながらも、解決に明るさが見えない時には、スランプに陥ったり、その当面する問題から逃避したいと考えることが起きってきます。

経営者にしても、厄介な問題に当面する事は、数えあげれば、際限も枚挙もありません。そのような時には、経営者自らが直接手を出さずに幹部に任せることで逃避するわけですが、このように経営者が抱える難問を部下に一任するところに、コンプライアンス(法令遵守)に抵触する問題が潜んでいることも、昨今の企業不祥事が反面教師として示唆しています。

経営者にしろ、幹部にしる、社員にしる、任されたことは責任をもって取組むことが大切なことなのです。

難問に直面し、「逃避癖」を覚えてしまったら、よほどのことが無い限り、安易に流れることは間違いありません。「逃げない」ことは、意思の強さでもありません。引き受けたことや今

四・へこたれないこと

達磨の面壁九年は、誰もが周知しているところです。

企業の創業、また後継として経営を引き継いでから、新たな企業将来像、企業の存続目的、将来ビジョンなどが企業には脈づき、永々と続いております。

計画的に進まないことが、経営を長くしていると、必ず起こるものです。

この時、経営者は自身の経営才能や行動を自問自答し、不安がるものです。

このような時でも、経営者としての自覚を強く持ち、広く意見を幹部や社員に求め、問いかけを行ない、真摯な経営に徹することで、

で誰もが挑戦したことのないことであっても、積極果敢に挑戦し、失敗や苦難を身に受けながら、様々な人の知恵を借り、光明があれば、ひた向きにチャレンジする強固な意思・生き方が、逃避を克服するパワーであると考えられます。

経営者に就いた時の企業の将来像・目的・計画が、会社を取り巻く環境と一体であることに気がつきます。

経営者としての不動の自信を持つことは、以心伝心で社員にも伝わって行き、それが「へこたれない」精神力を生み、強い結束が生まれてくるものなのです。

事が起きてしまいますと、これらの規則正しい事が機能しないことも事実ですから、経営にあたっては、柔軟な発想の基に、これら四つの経営の基本に心掛けて邁進されることを願っております。

チラシは、安価で気軽に活用できる販促ツールです。良いチラシを作れば、それは良いセールスマンのように、お客様を購買行動に誘ってくれます。

この稿を書くにあたって、改めて有楽町、新橋、新宿、池袋の駅前を歩いてみました。金曜日の夕方。どの駅前も、これから飲みに行く仕事仲間やデートするカップルで大変賑わっていましたが、その群衆の流れに逆らうように、立ち止まってチラシを配っている人が大勢いました。

チラシの種類と効果ポイント

通行人に配るチラシを「渡しチラシ」と言います。渡しチラシは、名刺程度からA4サイズまで様々な大きさがありますが、基本的にポケットサイズに抑えることが、より多くの人に受け取って貰えるコツです。受け取った人は歩きながらさっと見て、メリットを感じなければゴミ箱に捨て

てしまいます。

したがって、「安い」「無料」「おまけ付き」などの、即物的なキーワードが書かれていなければ、苦戦すると考えて下さい。

駅の改札脇、大型店の入り口、理髪店や美容室の待合スペースなどに置いてあるチラシを「置きチラシ」と言います。

置きチラシは、キャッチコピーが命です。見込み客



(有) 研修設計代表取締役 池田元

に「ウン？何だろう」と思わせて、手に取らせなければなりません。

勿論、告知したい内容によって大きく違ってくるが、見る人にメリットを訴えるのか、危機煽りをするのか、喜ばせるか、驚かせるか、そこは自分のアイデア次第ということになります。

とにかく、見込み客のエモーション（感情）をくすぐり、関心を引く工夫をしましょう。逆に言えば、「説明調の文章」では相手の関心を引くことはできません。

住宅や会社のポストに投函するチラシのことを「投函チラシ」と言います。

投函チラシは、相手がポストから出す時に一度は目を向けますから、他の方法よりも訴求力が高いと言えます。

しかし、「何だ、またこの手のチラシか」などと思われてしまうと、そのまま捨てられてしまいますから、独自のキャンペーン告知など、ライバルとの差別化を考えましょう。

一例を挙げますと、「おそうじサービス」の会社で、「エアコン清掃のとき外壁に害虫の忌避剤を塗るサービスをつけます」というキャンペーンチラシで好評を博したことがあります。忌避剤の会社とのタイアップ企画だったので。

自分の店の壁や協力してくれる家の塀などにポスターのように貼り付けるチラシを「貼りチラシ」と言います。ただし、電柱や道路標識に勝手に貼るのは違法です。

貼りチラシは、よほどグレードの高いものでなければ、すぐに注目されなくなります。マンネリに陥らないための工夫が必要ですが、目立てば良いというものでもなく、見る人を不快にする内容は絶対に避けなければなりません。

貼りチラシは、定期的に貼り変えたり、チラシの上に小さなポップを貼り足したりするなどの変化をつけるようにしましょう。

若い頃、商業デザインを学んでいました。新聞広告

の下絵やチラシのデザインを任せられた経験があります。実際に自分が作ったチラシでお客様が来て下さった時には大変嬉しく、その気持ちは今でも忘れられません。今はコンサルタントとして企業にアドバイスをする立場ですが、前出のおそうじサービスの会社でも自分たちでチラシを作らせ、自分たちで配布させています。チラシを通して、お客様ニーズが正確に見えてくるからです。

チラシ作りにチャレンジ

読者の皆さんに、実際にチラシ作りに挑戦して頂きたいと思います。

今の時代、パソコンとプリンター、インターネット環境があれば、誰にでもプロ顔負けの作品を作ることができます。

しかし、あえて手作りチラシに挑戦して頂き、チラシの本質に迫ってみて頂きたいのです。

早速A4のコピー用紙を

一枚ご用意下さい。
紙を、縦長に置き、長辺を三つ折りにして再び開きます。横に二本折り目がつきましたね。

芯の柔らかい鉛筆を使って、下の線のすぐ上に横書きで「呼べるチラシの作り方」と書いてみて下さい。
一文字の大きさは一円玉くらいがちょうど良いですよ。

書けたら、中字マジックで上書き清書して下さい。
少し遠目に見てみましょう。安定感があり、美しく見えるはずですよ。黄金比の近似値に当たる位置に字を書いて紙を分割したからです。

再び紙を三つ折りにして、今後はその長辺をさらに三つ折りにしましょう。

元のように紙を開くと、折った線が格子柄になっており、名刺大の長方形が上、中、下、左、中、右と九マス並んだ状態になるはずですよ。

次に、キャッチコピーを考えます。

今回のテーマは「呼べる

チラシの作り方」というノウハウです。しかし、教えませぬけれども、百万円頂きますということだと、ほとんどの人が諦めてしまうでしょう。

ここは「無料講座」だと訴えることにしましょう。
無料というのは、大きなメリットになります。これで忙しい人も出不精の人も、「タダなら行ってみようかな」という気持ちになるはずですよ。

左上のマス目一杯に、大きく「無」と鉛筆で書きましょう。

上中には、「料」、左中に「講」、真ん中に「座」、無料講座と書いて下さい。今度は極太マジックで上書き清書して下さい。

四文字とも画数の多い漢字ですので、遠目では紙の左上部分が正方形に黒く埋まって見えると思います。

右上と右中のマス目は空いたままですが、これも黄金分割の応用になっていることをお気づきでしょうか。

下段の中、右の二マスを一つのスペースとして使い、

必要な情報を小さな字で詳細に書き込んで行きましょう。

講師として、ご自分の名前、会社名を記入して下さい。次に日時ですが、仮に平成27年5月5日、午後1時から3時までとします。場所は池袋駅西口「東京芸術劇場」4階会議室。そして申込先として「〇〇法人会事務局」とし、電話番号、FAX番号、そして担当者名も架空の情報で構いませんから、書き込んでおきましょう。

さあ、自分の作品を見てみましょう。一応、必要な情報が掲載されたチラシが出来上がりましたね。これで試作品の完成です。

このチラシを見た人は、

最初に「無料講座」という字が目飛び込んできて、「え？」と思つてその下の「呼べるチラシの作り方」というテーマを読みます。

そして、興味を引かれた人が、たとえ老眼鏡をかけてでも右下の詳細情報を丁寧に読むという流れになります。

下段の左マスが空いていませんね。ここには、アイキヤッチを入れましょう。
講師(自分)の写真でも、招き猫のイラストでも、会社のマドンナの似顔絵でも構いません。

テレビCMは、BBAの法則をよく使います。アイキヤッチの三要素のことで、ビューティ(美人)、ベイビー(赤ちゃん)、アニ

マル(子犬や子猫)になります。このマスには複数の候補を作り、チラシのバリエーションを広げるにも使いましょ。 (完成イメージは「図」を参照下さい)。

原稿ができたなら、効率よくコピーして、コストを抑制して下さい。

最後に、コピー用紙の話をします。最近ではカラータイプという研究があり、人は見た色によつて心に影響を受け、行動を変えることがわかってきました。例えば、水色は調和の色。見る人に優しさを感じさせます。それに対して、オレンジは活動的な色。明るく陽気で楽しい印象を相手に与えます。白は信頼の色。清潔感や正義感を伝えます。

ご自分の作品は何色のコピー用紙にプリントすれば良いか、よくご検討ください。

作品の出来栄はいかがでしょうか。ぜひご自分のお仕事に直接使えるチラシの作製に挑戦してみてください。

無料講座

呼べるチラシの作り方

講師 鈴木三郎
(株式会社スズキ販促 代表取締役)
日時 平成27年5月5日(火) 午後1時~3時
会場 東京芸術劇場 4階会議室
申込先 公社・〇〇法人会事務局 担当 田中
電話 012-345-0001 FAX 012-345-0002



トピックス

第3回 理事会開催

3月19日、第3回理事会を郡山ビューホテルアネックスで開催した。有馬会長、郡山税務署 村本正浩副署長にごあいさつをいただき議事へ入った。議事では、平成27年度事業計画(案)並びに収支予算(案)承認の件、新入会員承認について上程され、異議なく承認された。

また、会員増強については、全法連会員増強表彰「最優秀賞」、福利厚生制度については、全法連福利厚生制度推進表彰をそれぞれ受賞したことを報告した。



理事会

青年部会新春研修会・新年会開催

2月26日、青年部会新春講演会を郡山ビューホテルで開催した。講演会に一般社団法人福島県薬剤師会の山口仁氏を迎え、「薬物の乱用防止について」ご講演いただいた。

薬物は世界の国々で深刻な社会問題となっている。薬物乱用による幻覚や妄想が、本人のみならず周囲にまで被害を及ぼしている。中でも、危険ドラッグはそれぞれどんな成分でできているのかわからず、使用してみないと、どのような作用がでるかかわからないことから、史上最悪の薬物とされている。

「薬物乱用を防止するために正しい知識を身につけることが大切だ。」と語った。

参加者は薬物の恐ろしさを改めて再認識した。

その後の新年会では、新入会員1人1人に自己紹介をしていただき、和やかに親睦を深めていた。



青年部会新春研修会・新年会

「婚活スイーツ&ティーパーティー」開催

3月15日、第4回目となる婚活事業「婚活スイーツ&ティーパーティー」を、アンジェロ開成店で開催した。当日は、募集人数を上回る独身男女38名(男性20名、女性18名)が参加した。

まずは、参加者の自己紹介。その後は男女4つのグループに分かれてのトークタイム。10分ごとに男性が次のグループへと移動し、すべてのグループを回って参加者全員と会話をしていただいた。初めは緊張気味で会話が少なかったが、移動を重ねることに緊張も解れ、非常に活気ある雰囲気となった。

フリータイムでは、軽食やケーキを食べながら気に入った相手を誘い、それぞれ楽しんでいる様子だった。

最後にマッチングタイムを行い、今回は8組のカップルが誕生し、参加者スタッフ一同で祝福した。今年度は3回婚活事業を実施し、24組のカップルが誕生した。来年度も引き続き多くの出会いの場を提供する予定でありますので、結婚を真剣に考えている方のご参加をお待ちしております。



トークタイム



マッチングタイム



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。

DAIDO 大同生命

郡山支社/郡山市中町1-22
TEL 024-922-0860

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