

事務所通信 リソース

3月号 VOL. 33

税理士法人 中央総合会計

〒070-0037

旭川市7条通13丁目 59 番地 4

TEL : 0166-25-4131 0166-23-0010

FAX : 0166-25-4132 0166-23-7543

URL : <http://csk-i.com/>

E-mail : cyuou@csk-i.com



いつもお世話になります。

年間に約 12 万本も運行する東海道新幹線ですが、1列車あたりの平均遅延時間は僅か 36 秒だそうです。時速 200 キロを超す世界初の高速鉄道が登場したのは昭和 39 年。それから半世紀近くが経った今でも「安全・快適・正確」を誇る新幹線。

改めて日本人の「モノ作り魂」を誇りに思います。

【年収が500万円の場合は年約1600円】
復興特別所得税が平成二十五年一月一日からはじまりました。趣旨は 東日本大震災からの復興を図ることを目的として、東日本大震災復興基金
本法に定める基本理念に基づき、平成二十三年度から平成二十七年まで
の間において実施する復興施策に
必要な財源を確保するための特別措置として行われます。
復興特別所得税は平成二十五年一月一日から平成四十九年十二月三十一日までの25年間で、基準所得税額に2.1%の税率を乗じた金額となります。
従ってサラリーマンの場合は今年一月の給与から、これまで源泉徴収されていた所得税額に復興特別税額が併され源泉徴収されています。例えば本来、源泉徴収される所得税額が10000円であれば、その2.1%の210円が復興特別税額として合算され、10210円が給与から源泉徴収されることとなります。
財務省によると、夫婦と子ども二人のサラリーマン世帯の場合、年収500万円で年約1600円、年収1000万円で年約14000円の負担増になるとされています。
また、所得税だけでなく個人住民税についても平成二十六年年度から平成三十五年度の10年間、個人住民税の均等割が10000円ほど引き上げられて年額5000円となります。なお、預金利息、FX取引の利益、投資信託の譲渡益や分配金の所得税額に対しても、平成二十五年一月一日から25年間、2.1%の復興特別所得税が課されることとなります。



【見込み客が自発的に足を運ぶ「来店型」が急増中!】

複数の保険会社の商品を扱う「保険ショップ」が駅周辺などに急増中です。

かつては営業マンによる訪問販売が主流でしたが、保険業界の自由化で各社の競争が可能となり保険商品の選択肢が広がりました。商品の比較が複雑なことに加え、不況の影響で生活費を見直す必要性から見込み客が自発的に情報を求めて足を運ぶ来店型の需要が伸びています。

年金に対する不安など問題意識を持った人が多く来店するため成約率は高く、今後の出店もさらに加速しそうな勢いです。





【辞書登録機能】を使って時間の短縮を！

対応をスピードアップするため、ぜひ活用したいのが「パンの辞書登録機能」です。

使用頻度の高いあいさつ文や締めくくりのフレーズは、パンの「辞書ツール」を使って登録しておきましょう。例えば、書き出しに使う「お世話になります」などは「結びの定番フレーズ」からお願いたします「などを辞書登録し、「おや」を入力するだけで変換候補に出るようになっておくと入力の手間が省けます。辞書登録にお勧めの用語としては、「コミュニケーション」Web サイトのように大文字や小文字、英文字が入り混じっていて、その都度入力に手間取る言葉です。ほかにも変換候補に挙がりにくい地名 例：こいぼんまち Ⅱ 斐本町）や介護用語の 宵臥位 はいがい、「法令関係用語の 成年後見人」といった専門用語も辞書登録しておくで大変利です。

また、特別な文字を使う会社名や人名も辞書登録しておくことでよいでしょう。

社名の場合、〇〇鉄工という表記もあれば、〇〇鐵工という表記もあり、漢字一文字にも独自のこだわりを持つ社名が多くあります。

取引先などの社名がこうしたこだわりのある社名の場合、事前に辞書登録しておくことで、社名を間違えるという初歩的なミスを防ぐことができます。

さらに「株式会社」「有限会社」も辞書登録しておくとよいでしょう。

＜辞書登録の仕方＞

1. 「IME ツールバー」の中にある「ツール」→「単語の登録」をクリック
2. 「単語の登録」にある「語句」の欄に登録したい言葉を入力
3. 「読み」には入力するときに打ち込みやすい短縮した言葉を入力
4. 画面左下の「登録」をクリックして完了

【「質」で勝負する前に「量」で稼ぐ】

人間もある程度成熟してくると「量より質」という考え方にシフトしていくようです。

焼き肉食べ放題よりA5ランクのお肉を少量。人生を逆算する世代になれば人間関係も質重視で、本当に信頼できる仲間こそが財産と思うようになってきたりもします。

しかし商売においては、「量」の追求がものを言う場面もあります。

例えばお客様と良い関係を築いていくには「質」の前に「量」、つまり接触の回数が重要ということです。

といっても「数打ちゃ当たる」の「回数」ではありません。人間の心理には「見ることは好きになること」という側面があり、好みや判断は「どれだけそれに接してきたか」で決まっていくそうです。接触回数が増えると人は無意識のうちに「差」を見るようになります。差を見ると選好度が上がっていくのが普通です。

だから、繰り返し見せられたCMの商品を手に取りがちになったり、テレビでよく見かけるタレントの好感度が高かったり、結婚相手がどことなく自分の両親に似ていたりといったことが起こるのです。こうした現象は、1人のお客様に対する接触回数を増やしていくことが信頼関係につながる可能性を示唆しています。

反りが合わないお客様を「苦手なタイプ」と大ざっぱにくくるのではなく、あえて会う回数を増やして細かく観察してみましょう。

その人のどこが苦手なのか。最初から苦手だったのか。

途中から苦手になったなら、それ以前と何が変わったのか。

どうすればその人に対する苦手意識が減るのか。

こうして「苦手意識」に差をつけていくと、だんだん嫌悪感が減っていくのが人間本来の特徴だそうです。反対にお客様からのウケが良くない場合も、懲りずにちょくちょく顔を見せることで関係性が好転するかもしれません。

お客様との関係をまずは「量」で稼いで、それなりに機が熟したところで今度は「質」で勝負する。

何もしない土地にいきなり種を蒔くよりも、地道に耕した畑に種を蒔いたほうが芽が出やすいことは言うまでもありませんね。

