



W
Power Alliance Tax Accountant Office
パワーアライアンス税理士法人
News

編集 発 行 人

パワーアライアンス税理士法人
税理士 若 杉 治

〒151-0073

東京都渋谷区笹塚3-37-1
第1花井ビル2F

TEL 03 (5365) 4744(代)

FAX 03 (5365) 4745

E-mail info@wakasugi.zei-mu.net

11月

(霜月) November

3日・文化の日
23日・勤労感謝の日

日	14	28
月	1	15 29
火	2	16 30
水	3	17
木	4	18
金	5	19
土	6	20
日	7	21
月	8	22
火	9	23
水	10	24
木	11	25
金	12	26
土	13	27

11月の税務と労務

- | | |
|--|----------------------------------|
| 国 税／10月分源泉所得税の納付
11月10日 | 国 税／3月決算法人の中間申告
11月30日 |
| 国 税／所得税予定納税額の減額承認申請
11月15日 | 国 税／個人事業者の消費税等の中間申告
11月30日 |
| 国 税／所得税予定納税額第2期分の納付
11月30日 | 地方税／個人事業税第2期分の納付
都道府県の条例で定める日 |
| 国 税／9月決算法人の確定申告
(法人税・消費税等) 11月30日 | |
| 国 税／12月、3月、6月決算法人の消費税等の中間申告
(年3回の場合) 11月30日 | |

※税を考える週間 11月11日～11月17日

ワンポイント 給与所得控除

給与所得は、給与等の収入金額から給与所得控除額を差し引いて計算します。この給与所得控除はサラリーマンの概算必要経費と位置付けられていますが、上限が無いことから高所得者に有利な制度となっているとの指摘があります。政府も見直しを検討しており、来年度税制改正の焦点となりそうです。

コンサルティング営業へ



物品を販売するだけ、御用聞きを行うだけの営業方法から、お客さまへの提案や問題解決を行う「コンサルティング営業」への変革が求められてきています。

なぜなら、現在は代わりの商品や競合他社も多く存在し、新たにその商品に対する需要を掘り起こしたり、何らかの付加価値となるサービスを提供したり、といった営業方法を取らなければ、競争に打ち勝つことができないからです。

営業方針を「コンサルティング営業」に変革するためには、まず営業担当者の意識改革が必要です。

さらに、質問力、プレゼンテーション力、クロージング（交渉）力など、必要とされる能力や技術も多岐にわたりますので、新たに教育することが必要となります。

1 質問力

お客の本音や本当のニーズを知るためには、まずお客に多くを話してもらい、それに合わせた対応を行うことが必要となります。

そのためには、まず事前に調査を行い、その企業の悩みや課題についてできる限り予測を立てておきましょう。業界情報や会社のホームページなどを調べ、事前情報で分からなかったことなどを質問すれば、スム

ーズに話を進めることができます。

さらに、お客の要望や課題を聞き出すためには、質問の方法にも工夫が必要です。質問には、「イエス」、「ノー」で答えられるような質問と、「私は〜」、「それは〜」で答えが始まるような質問の2種類がありますが、できるだけ「私は〜」、「それは〜」で答えが始まるような質問をするとよいでしょう。このように、効果的な質問を行うことができれば、お客の本音やニーズを引き出すことができ、次の提案につなげることができます。

2 プレゼンテーション力

お客の本音やニーズを引き出したら、自社のサービスや自社商品のメリットなどをお客に提案（プレゼンテーション）することになります。このプレゼンテーションの成功は、準備の段階で決まると言っても過言ではありません。お客に順を追ってわかりやすく伝えるために、その商談の最初から最後までを頭に思い描きながら、資料の作成、ストーリー展開について十分な準備を行いましょう。

さらに、そのプレゼンテーションの中で、お客がどのようなことを考え、どのようなことに疑問をもつか

を想定しながら、その質問に対する回答も準備しておくといでしょう。準備の段階で、話の内容や組み立てをしっかりと検討することで、スムーズな商談を進めることが可能となります。

3 クロージング（交渉）力

クロージングとは、お客に買う決断をしてもらうことであり、そのタイミングが重要となります。購入意欲がもっとも高まったときに、お客の背中を押してあげることが必要です。そして、「お話を進めてもよろしいですか?」「いまなら何日でお届けできます」などの言葉を使って、購入の意思決定を促すことになります。

しかし、クロージングをかけたからといって、スムーズに購入につながるわけではありません。そのため、せかしたり、プレッシャーを与えたりすることなく、お客にじっくり考えていただくことが必要です。「ノー」という返答が返ってきたときにも、間違えてもお客と議論をするのではなく、お客の本音に合わせて丁寧に対応するとよいでしょう。

コンサルティング営業の本質は、お客との信頼関係を築き、ニーズを引き出し、結果として、お客の満足を得ることに他なりません。

事業の多角化の結果、借入金が増大し業績が悪化した企業が、第二会社方式で事業再生を果たしたとの話を聞きました。事業再生をする際の第二会社方式とはどのようなもののでしょうか。

「第二会社方式」とは、過剰債務により財政状況の悪化した中小企業から収益性の高い優良な事業だけを別会社（第二会社）へ分離し事業再生を図るとともに、不採算事業・過剰債務が残された旧会社を特別清算してしまう事業再生手法の1つです。

平成21年6月22日に施行された「改正産業活力再生特別措置法」（以下、「改正産活法」）により、第二会社方式による中小企業の事業再生を支援するため「中小企業承継事業再生計画」（第二会社方式による再生計画）を国が認定し、対象企業に各種支援策を与える制度が創設されました。

認定の対象となるには一定の要件が必要になりますので、以下に説明します。

「中小企業承継事業再生計画」認定の対象となる企業

過剰債務を抱えて事業の継続が困難となっている中小企業で、収益性のある優良事業を有している中小企業が対象となります。

認定のためには、① 中小企業再生支援協議会や事業再生ADR、私的整理ガイドラインなど公正な債権者調整プロセスを経て金融機関の合意を得ること、② 従業員との適切な雇用調整が図

第二会社方式で事業再生

られていること、③ 旧会社の取引先の売掛債権を毀損させないことなど、一定の要件が求められています。

「中小企業承継事業再生計画」認定による支援内容

支援内容は次のとおりです。

(1) 営業上必要な許認可の承継

認定制度創設前の会社分割などでは、旧会社の許認可の引継ぎがネックとなることがありましたが、認定を受けた場合、必要に応じて旧会社が保有していた許認可（旅館業許可、一般建設業許可、特定建設業許可など）を第二会社が承継できるようになります。

(2) 登録免許税・不動産取

得税等税負担の軽減措置
認定されると、事業譲渡や資産移転に係る登録免許税（商業登記、不動産登記）および不動産取得税などの税負担が軽減されます。

(3) 再生に必要な金融支援

第二会社が事業を取得するための対価および設備資金、運転資金などの金融支援を受けることができます。公的金融支援としては次のとおりです。

① 日本政策金融公庫による低利融資制度

② 中小企業信用保険法の特例

③ 中小企業投資育成株式会社法の特例

第二会社方式のメリット

第二会社方式を活用することで得られるメリットとして、想定外の債務リスクを遮断できること、税務上の損金算入手続きが容易なことからスポンサーや金融機関の協力が得られやすいということなどが挙げられます。

また、過剰債務が切り捨てられ優良な事業だけで再生を図るため、再生実現の可能性が高くなるとともに、事業が存続することで地域の雇用確保、取引先への債務履行などが可能になります。

債務過剰で事業の継続をあきらめる前に、事業を見直し、優良な事業部門がある場合、本スキームを活用することで、事業の継続が可能になるケースが多々ありますので、早めに商工会議所などで相談し、中小企業診断士などの専門家の指導を受けることが大切です。

「龍馬伝」岩崎彌太郎

NHK大河ドラマ「龍馬伝」において岩崎彌太郎が大きく取り上げられているのには、そこで描かれている岩崎彌太郎が、坂本龍馬とは別の道を歩みながらも、同じような「強い意志」と「自由な精神」を獲得していった様子を目撃し、驚きを感じるからだと思います。

幕末から明治初期に活躍した実業家である岩崎彌太郎（弥太郎とも表記される）は、土佐藩の役人として、土佐商会、九十九商会といった藩営の商業組織を束ね、維新後にはそれを私営の「三菱商会」とするのです。

三菱商会は後に三菱財閥に発展し、岩崎彌太郎は「三菱の創始者」と言われています。岩崎彌太郎は、渋澤栄一のような海外経験はなかったようですが、外商たちとの取引において、欧米の企業経営の一端に触れていました。

海運会社は、大規模な鉄道会社と同様、距離によって隔絶された支店網を形成し、運営する必要があります。

また、運航する船舶の発着時間や運賃、安全管理などを組織的、効率的に計画、実行しなくては、営業はできません。三菱は創業初期から、海運業務において大きな齟齬を来した様子がなく、それどころか、創業五年目の明治八年に従業員数が二千人を超えるという急激な業務拡大を無事に乗り切ったようです。

江戸期の豪商は、幕藩体制における「国境（くにざかい）」を越えることで利益を得ていました。各藩の産品を全国的な市場に出したり、海上輸送手段によって大量の産品を運んだり、遠隔地を結ぶ金融サービスを提供したりすることで利益を得ていました。

豪商たちは、国境で分断されることで成り立つ「商業空間」を利用して価値にかえていたのです。

質と手軽さを天秤にかける

毎日の暮らしのなかで、何かにつけて上質さと手軽さを天秤にかけ生活をしているのが現代です。

手軽なファストフードで食事をするか、気のきいたお店で食事をするか、電話をかけて用をすますか、あるいは相手と会って話をするか等々。日本ではコンビニエンスストアやファストフード店が“高級店”を出店したりといった動きがありますが、いまだ大成功を収めたという話は聞きません。

価値観が多様化し本物志向が強まる現代では、商品やサービスの提供側は、多方面に力を拡散させるよりも、明確な軸を持って展開していった方が分かりやすく、受け入れられやすいのかもしれませんが。

上質さと手軽さ、どちらも秀逸ではない商品やサービスは、「不毛地帯」に追いやりかねません。消費者にどっちつかずの体験しか提供できないからです。

「はやぶさ」も脈々と繋がっている日本の魂

二〇一〇年六月十三日、日本の宇宙航空研究開発機構（JAXA）打ち上げ当時は宇宙科学研究所（ISAS）が、二〇〇三年に打ち上げた小惑星探査機「はやぶさ」が、地球に帰還しました。地球近傍小惑星「イトカワ」を観測し、サンプルを持ち帰るといったミッション（使命）を見事に果たしての帰還でした。

日本におけるロケットの実験は、一九五五年に始まりました。それは、筆記具のような小さなロケットで、「ペンシルロケット」と呼ばれていました。その開発の中心にいた糸川英夫博士は、「日本の宇宙開発・ロケット開発の父」と呼ばれます。その糸川博士にちなんで名づけられた小惑星が、「イトカワ」だったのです。