

いつもお世話になりありがとうございます。過去の栄光を忘れられず、プライドに縛られながら現実逃避する人がいる一方で、松井秀喜選手には大和魂を見せてもらいました。「過去は過去として今できることに邁進する」という姿勢は、コツコツ積み上げることの大切さを教えてくれます。野球ファンならずとも「頑張れ松井!」の心境ですね。

知っとこ!「税務のマメ知識」

【法人税率が引き下げられました】

平成23年12月2日に所得税法等の一部を改正する法律が公布され、「法人税率の引き下げ」「欠損金の繰越控除制度等の見直し」「減価償却の定率法の償却率等の見直し」などが改正されました。そこで今回は、「法人税率の引き下げ」についてお話いたします。

引き下げの目的は「デフレから脱却し、日本経済を本格的な成長軌道に乗せていくため、国内企業の国際競争力強化と外資系企業の立地を促進し、雇用と国内投資を拡大する」とされています。普通法人などの改正前の法人税率は、中小法人以外の法人であれば30%で、中小法人においては年800万円以下の部分は18%、年800万円を超える部分は30%でした。改正後は、平成24年4月1日から平成27年3月31日までの間に開始する事業年度については、中小法人以外の法人は25.5%で、中小法人は年800万円以下の部分は15%、年800万円を超える部分は25.5%になりました。ただし、東日本大震災の復興財源を確保するため、平成24年4月1日から平成27年3月31日までの期間内に、最初に開始する事業年度開始の日から、同日以後3年を経過する日までの期間内の日に属する事業年度については、各事業年度の所得の金額に対する法人税の額に10%の税率を掛けて計算した「復興特別法人税」を、法人税と同じ時期に申告・納付する必要があります。



痛快! えだまめ君

画:ほりひろみ



今月のあなたの運勢

鑑定: 妙慎

A型	B型	O型	AB型
古い物を一掃して新しい気を取り入れるのが開運のポイント。机周りや引き出しの中をキレイに片付けると吉!	ツキに見放されていると感じる人は、靴を入念に磨くと良いでしょう。身だしなみも運氣も、足元が肝心ですよ。	目上に対する失言に要注意。立場が悪くなるだけでなく後々まで尾を引きそうです。ラッキーカラーは赤&黒!	交際運が活発な今月は人の集まる場所に顔を出すと吉! 疎遠になっている方への連絡も忘れずに行いましょう。



梅雨も明けて、すっかり夏真っ盛りです。8月と言えば…、この辺りじゃやっぱり花火ですかねえ～!? 花火の種類はたくさんありますが、その中でも打上げ花火は見応えがありますよね。夜空に花が咲く様に丸く広がる花火は、

「^{わりもの}割物」と呼ばれるそうです。花火の元となる花火玉は丸い形をしていて、花火が空で球の形に広がる様になっているので、どこからでも丸く見える…というのはご存知ですよ！これは日本の伝統的な花火の特徴だそうで、アメリカやヨーロッパなど、外国の花火と大きく違うところらしいです。

外国の花火は、花火玉が缶ジュースの様な円筒形で、打ち上げられた花火も、柳の枝の様に垂れ下がる形をしているのが多いそうです。また、一つの花火から二重、三重に花が開いたり、花びらの一つひとつの色が変わるのも、日本の特徴だそうです。

と言う事で、今年も敦賀では、「第63回とうろう流しと大花火大会」が8月16日に開催予定です。松原海岸で迫力の花火を見るもよし、少し離れた所からゆっくりと見るもよし、各々楽しめると思います。花火大会が終わると、次は9月の「つるが祭り(け～さんまつり)」です。2ヶ月続けてのイベントが目白押しですよ！

高松 茂でした。

365日が楽しくてたまらない! 「商売のヒント」

今月の商売のヒント:【「これができます!」は「何でもやります」より強し】

「便利屋」という職業が登場したのは十数年前でしょうか。そのネーミングのせいも、「便利屋=急場しのぎ」と思っている方がいらっしゃるかもしれませんが、様々な雑事の代行業務を行う便利屋は「サービス業」という立派な専門職でしょう。雨樋の修理と除草と犬の散歩と買い物代行を、ひとつの会社に頼めるのは利用者にとっての大きなメリットで、だからこそニーズがあるのでしょう。便利屋のニーズがあるのは「とりあえず何でも引き受ける」からではなく、困ったときに何でも頼める「“便利”の専門職」だからなのです。



商売をしていると、広くお客様を取り込みたいがために「何でもやります」とうたってしまうことがあります。確かに、「これしかできません」より「何でもお任せください!」のほうがお客様に喜ばれるような気がします。しかし、とりあえず間口を広くしておけば有利だろうという発想では、なかなか上手くは

いかないものです。たとえば、原因が分かっている腰痛の治療に、わざわざ総合病院を訪れる人がいるでしょうか。原因が分かっているなら、その腰痛の治療に長けた病院を探すはずで、そこで「得意分野は腰痛です」とうたっている治療院があれば、もちろんそこに足を運ぶでしょう。せつかくなら専門のところで診てもらいたい。患者として、ごく当たり前の選択です。総合病院を訪れる患者は、自分の症状に合った専門病院が見つければそちらに流れて行きます。つまり、腰痛も肩こりもむち打ちもリハビリも「何でもござれ」だとしても、あえて「これが得意です」と専門性をアピールすることで、患者に選ばれる確率が一気に上がることはすでにご存知だと思います。ただ単に「総合病院発想」の商売をしていたなら、一時は盛り上がりも次第にお客様は離れていくことでしょう。しかし仮に今、「総合病院」の看板を掲げて商売をしても、「あなたの症状に合った専門病院を見つけます」と提案すれば、それは立派な「専門病院」と同じ立場になるのではないのでしょうか。

