

いつも御世話になりありがとうございます。さて清水寺が建立されたのは、延暦17年（798年）7月2日といわれています。現在の本堂は徳川家光の寄進により再建されたものです。また、この地に創建した人物は後に初の征夷大將軍に任命された坂上田村麻呂だと伝えられています。悠久の歴史を感じさせますね。

痛快! えだまめ君

画: ほりひろみ



知っどこ! 「税務のマメ知識」

【中小企業投資促進税制の上乗せ措置】

①中小企業投資促進税制とその上乗せ措置

従来から中小企業者には中小企業投資促進税制が適用され、要件を満たす投資を行った場合には、30%の特別償却と7%の税額控除の適用が認められています。税制改正で、特に生産性の向上に資する特定の投資には、上乗せ措置が講じられます。

②必要となる手続き

上乗せ措置の適用を受ける為には、その投資が特に生産性の向上に資する特定の投資に該当することを、経済産業局や工業会などで事前（設備を取得する前に、確認を受けなければなりません。さらに、投資内容によっては、経済産業局で事前確認を受ける際に、税理士や会計士が作成した事前確認書の添付が必要となる場合もあります。設備投資を検討中の方は、早目にご一報下さい。

〔上乗せ措置〕

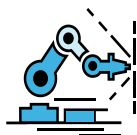
対象設備：①160万円以上の機械、②120万円以上の一定の工具器具備品、③70万円以上の一定のソフトウェア ⇒ 従前通りの対象設備のうち ↓
特に生産性の向上に資するもの

☆[資本金が3,000万円以下の法人と個人]

100%償却（即時償却）又は10%の税額控除

☆[資本金が3,000万円超1億円以下の法人]

100%償却（即時償却）又は7%の税額控除



副所長

たなべしげお

田邊繁雄の「税務の豆知識」



『小規模宅地等についての相続税の課税価格の特例』の改正（緩和）

H25年12月31日までの改正前の二世帯住宅に対する取扱いは、例えば、1階（父母が居住）と2階（長男夫婦が居住）が住宅内部で行き来が可能で、構造上は各独立部分に区分されていない二世帯住宅の場合に、長男が相続で取得した敷地はこの特例が適用できましたが、一方で同様の居住形態でも、住宅内部で行き来の出来ない、いわゆる「別玄関・別階段方式」の二世帯住宅の場合には、この特例の適用はありませんでした。つまり、改正前は、外見上同じ二世帯住宅でも内部構造の違いによって住宅敷地の評価額は大きく異なっていたのです。

そこで、平成25年度の税制改正では、平成26年1月1日以降に相続が開始された場合、上記のようなケースで二世帯住宅であれば、内部で行き来ができるかどうかに関わらず、住宅全体の敷地に『小規模宅地等についての相続税の課税価格の特例』を適用できることが可能とされています。

ただし、二世帯住宅が、それぞれの居住部分で「区分所有権」の登記がされているもしくは登記をする予定の場合には、改正後の取扱いが適用されない居住部分が存在することになりますのでご注意ください。

社員のひとこと日記

5月のGW「絵画展」に続き、またまた学生時代の友人と「若狭湾クルーズ」へ出かける事を約束していま～す。若狭舞鶴道全通記念イベントで……敦賀観光協会主催です。豪華客船＊ぱしふいっくびいなす＊で敦賀港ー若狭町常神半島沖を巡ります。日程は9月11日です。6月2日申込予約開始との事で、メールで「行きましょう！」と問われ、中身も分からず即「いいよー」とかる～く返信して…。

ゆっくり情報を見たのですが！すばらしい船です！世界を周航してるんです！

「豪華なホテルのような客船で秋の若狭湾とおいしい料理を満喫！」との触込みですよ～。敦賀市鞠山のターミナルを午前10時に出港し水島ー立石灯台ー水晶浜の景色を海上から眺め午後2時帰港というコース。ランチは肉・魚メインのフランス料理で90分。船専属バンドの演奏もあるそうです。募集は500人。皆様もどうですか？

信用金庫さん等も金融商品と絡め募集枠（抽選）が有るようですよ！

年に数回、気の合う友人と積る話等して…リフレッシュ！！ また頑張れます！！ 竹本

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：【お客様に喜んでもらうために「連想させて背中を押す」】

若者のクルマ離れが進んで若者相手の販売台数が伸び悩んでいる今、メーカーはクルマの「使い道」を提案するCM作りに余念がありません。カッコイイ走りを見せるのがかつてのCMなら、今は親子で海に行くシチュエーションを設定したり、荷物の多いママに「こんなに収納があって便利ですよ」と呼びかけたり、クルマの使い道を懸命にアピールしています。販売店でもクルマの使い道を具体的に提案しながら、「このクルマがあると〇〇できて便利ですよ」「このクルマに乗って〇〇に行きましょう」などとお客様にイメージさせるのだそうです。

欲しいものを積極的に求める能動型の消費が影を潜めるなか、消費者の興味を引くために企業は様々な工夫をします。使い道の提案はそのひとつでしょう。

何かを連想させることで消費者の背中を押し、消費行動を刺激しようというわけです。オンライン書店のアマゾンなどは顧客の購入履歴や閲覧履歴から、同じ著者の別の作品や関連性の高い商品などを「おすすめ商品」としてページ内で推薦しています。これは「レコメンデーション（推薦）機能」と呼ばれ、顧客の検索履歴や購入履歴から次の購入を促そうというサービスです。時と場合によっては煩わしくも感じられますが、何となく気になってお勧め商品をクリックして、「これはいいかも！」とそのまま購入してしまうことは確かにあります。自分の視点だけでは探し出せなかったものに出会い、意識していなかった自分の欲求に気付く。レコメンデーション機能は、連想によって気付きを与え、行動させるための新しい消費ツールといったところでしょうか。

物と情報に溢れた現代は「選びきれない」時代ともいえます。商売でも「連想させて背中を押し」方法で、顧客の選択肢に分け入っていく工夫が必要なのかもしれません。けれどそれはマーケティングうんぬんではなく、突き詰めれば「お客様に喜んでもらえるようどれだけ知恵を絞っているか」ではないでしょうか。

