

# KNC NETWORK NEWS

2015年8月29日 発行

**気になる記事:** 日生、三井生命を買収、3000~4000億円で株8割。国内再編で競争力  
日生は三井住友銀行など三井生命の主要株主から8割程度に当たる株式を買い取  
り、子会社にする。人口減少で国内生保市場は大きな成長を見込めない。11月のか  
んぽ生命保険上場で競争が激しくなる。

 (有)北野財經システム  
北野会計事務所  
大阪市淀川区西中島7-1-26  
オリエンタル新大阪ビル707号  
TEL: 06-6304-7857・FAX: 06-6304-8851  
http://www.kngroup.jp

**経営一言:** 英語は can か can't ではなく、do か don't で考えるべきだ。

(慶応義塾大学・田中 茂範教授)

— 所長コメント: 何事も、初めから出来る者は誰もいない。出来るか出来ないではない。やるかやらないかの心構えが大切。まずはアクションを起こすこと。やればきっと道は開ける。先を憂えるべきでない。結果は後から着いてくる。—

## 情報提供料 《税務》

顧客紹介者に支払う情報提供料は、事業に必要なものであれば原則として損金に計上できます。ただし、支払う会社によって取り扱いが異なるので注意が必要です。

紹介してくれたのが情報提供を業務としている会社であれば経費として損金計上できます。しかし、情報提供を業務としていない会社なら交際費になります。支払先が紹介してくれた会社の従業員でも同様に交際費です。

情報提供を業務としていない会社への支払いでも、次の3つの要件を満たせば交際費にはなりません。

- ① 金品交換があらかじめ締結された契約に基づくものであること
- ② 提供を受ける役務の内容が、契約で具体的に明らかにされていて、かつ、これに基づいて実際に役務の提供を受けていること
- ③ 交付した金品の価額がその提供を受けた役務の内容に照らして相当であること

情報提供料の支払時には基本的に源泉税を差し引く必要はありません。支払時には住所、氏名などを記載した領収書を発行してもらうようにしましょう。

## マイナンバーに関する個人番号・法人番号の記載について 《税務》

・国税当局に提出される申告書や法定調書等の税務関係書類に個人番号・法人番号を記載することが義務付けられています。したがって、申告書や法定調書等を税務署等に提出される際には、その提出される方や、扶養親族など一定の方に係る「個人番号・法人番号」の記載が必要となります。

・申告書等に個人番号・法人番号を記載していない場合、税務署等での受理について申告書や法定調書等の記載対象となっている方全てが個人番号・法人番号をお持ちとは限らず、そのような場合は個人番号・法人番号を記載することはできませんので、個人番号・法人番号の記載がないことをもって、税務署が書類を受理しないということはありません。

・申告書や法定調書等の税務関係書類を税務署等に提出する際に、個人番号・法人番号を記載しなかった場合や誤りがあった場合の罰則規定は、税法上設けられておりませんが、個人番号・法人番号の記載は、法律(国税通則法、所得税法等)で定められた義務ですので、正確に記載した上で提出をしてください。

## 「利便性」で生きる小規模店 《経営》

「1本 100 円の大根と1本 120 円の大根、どちらを買うか」例えば、120円の大根は近くの八百屋で、100円の大根は3km離れたスーパーで売っているとしたらどうでしょうか。一般にコンビニの商品はスーパーより高いと言われます。しかし、スーパーではなく、コンビニで買う顧客割合は相当高くなっています。その理由として、コンビニは「利便性」を売り物にしていることにあります。

一体、この価格差を超える利便性とは何でしょうか。小規模店は、どんな利便性が提供できれば、店舗規模の大きい低価格販売の競争相手に太刀打ち可能なのでしょうか。第一に、顧客と店舗間が近距離です。地元商店やコンビニ等は所要時間や交通費コストが低いということです。第二に、特定の商品(米・酒・飲料等)だけであれば、車で遠くのスーパーへ行くより、近くの商店で買って配達してもらう方が安上がりかもしれません。第三に、車を運転出来ない人や身体の都合で遠くへいけない人は、近距離や接客等を重視します。現在、コンビニや専門チェーン店等の多くは駅前や住宅地にあり、品揃えの充実、サービスの多様化、営業時間等の利便性によって大型店との価格差をかなり克服しています。街中の小規模店も客層に合った品揃え、サービスの差別化等の利便性を向上させれば、生き残りの可能性が十分にあります。

## 小さな危機の役割 《経営》

経営者は、特別な問題が発生しなくても常時心配している人もいれば、自社にならないか問題があっても怠けて積極的な対処をしない人もいます。問題は後者で、例えば大地震を契機に BCP 計画(事業継続計画;大災害等の時でも、経営が継続または短期で回復出来る対応策)のような対策を提案しても、大抵は受容しません。このような経営者が本当に切羽詰ると、大へん深刻な状況となります。大きな危機を乗り越えられる経営者は、日頃から小さな危機を迅速に解決することで、その方法や社内体制を確保しています。しかし、小さな危機を認識しない経営者は、放置していても重大な障害にならず解消してしまう場合があるためか、危機を乗り越える手法や人材を獲得しません。

整体法で有名な野口清哉の著書『風邪の効用』(ちくま文庫)に、「それで私は風邪は病気というよりも風邪自体が治療行為ではなかろうかと考えている。ただ風邪を完全に経過しないで治してしまうことばかり考えるから、ふだんの体の弱い処をそのまま残して、また風邪を引く」とあります。経営の「小さな危機」を風邪に例えれば、小さな危機はむしろ経営体質改善の好機で、解消させれば終了と考えず、将来起こるかもしれない大きな危機を乗り越える役割があると考えたいものです。