絆 KIZUNA
高濵三喜夫税理士事務所　(有)Ｃ＆Ａ　ニュースレター
2008/10 vol.002

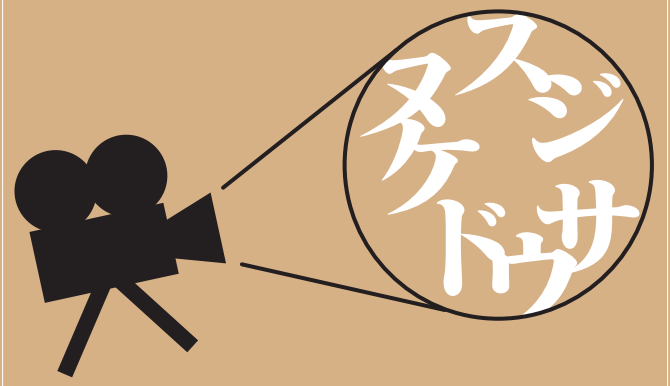
■発行責任者：
高濵三喜夫税理士事務所（有）Ｃ＆Ａ
■住所：〒860-0073
熊本市島崎2丁目24-6
■TEL：096(274)1201
■FAX：096(325)1211

随分と朝晩が涼しくなってきました。皆さまにおかれましてはご健勝にお過ごしのこととお喜び申し上げます。
この書面は、高濵税理士事務所(有)Ｃ＆Ａのニュースレターです。ご縁をいただいた皆さまに、私どもの活動を知っていただくとともに、今まで培ったノウハウと情報が、少しでもお役に立つことができればと配信させていただきました。
よろしかったら、ご一読いただき、ご指導ご鞭撻いただきますようお願い申し上げます。

Promotion des ventes

●今月の販売促進キーワード●

“顧客歓喜”



飲食店編～

先日、ＮＨＫで面白い番組をやってました。昭和の映画界をリードしたマキノ雅弘監督の一代記。
マキノ監督がつくる映画は、ことごとくヒットしました。彼の遺した言葉が印象的でした。

映画つくりの三要素。

「スジ、ヌケ、ドウサ。これがしっかりしていれば映画は当たる」。

スジ…シナリオです。テーマ、コンセプト、ストーリー。⇒店舗コンセプト！

ヌケ…映像です。いかに見せるか。⇒ファサード、サイン、内装、ディスプレイ、ユニフォームなど、大道具、小道具！

ドウサ…俳優の演技です。⇒スタッフの個性、サービスのクオリティ！

店づくりも、映画づくりと同じと考えたらどうでしょう？味や商品に自信があるのは当たり前ですが、お客様は美味しいだけでは選んでくれません。
あなたの店の「スジ、ヌケ、ドウサ」を考えてみてはいかがですか？

キャッシュフローを最重要視！

熊本県及び熊本市の融資制度に関して

ここ数日はアメリカ経済の動向に関しての情報が毎日のようにニュース等で取り上げられています。サブプライム問題から始まり、アメリカ大手の証券会社や保険会社が次々と破綻していくという危機的な状況にあると思われます。日本経済もそれに連動して東証株価指数は1万1千円（10月3日現在）を3年5ヶ月ぶりに割り込み、日本の景気の動向を表す業況判断指数（ＤＩ）も同様に－３となりほぼ5年ぶりにマイナスに落ち込みました。中小企業の状況はさらに厳しいものとなっています。このような経済環境の動向が激しい中で、会社を存続させていくためにはキャッシュフローを最重要視して経営を行っていく以外にありません。売上がいくら大きくてもキャッシュフローが悪化するような案件はやるべきではありません。既存業務の中でも回収条件や支払条件の交渉ができるような案件はないか検討してみてください。借入れをする場合は県や市の制度融資を検討してみてください。参考までにご紹介します。

制度名	**経済環境変動対策資金・**
融資限度額	1500万
返済期間	7年以内
利率	保証協会の定めによる
保証人・担保	原則代表者以外不要

制度名	**経営サポート資金・**
融資限度額	2000万
返済期間	10年以内
利率	保証協会の定めによる
保証人・担保	原則代表者以外不要

申し込みは各金融機関ですることができます。それぞれの融資で前年対比の売上が95%以下等の融資条件がありますので詳細は金融機関の担当者に確認してみてください。
暗いニュースばかりですが、金持ち父さんの著書で有名な投資家のロバート・キヨサキさんは今はパニックになるのではなく、冷静に戦況をみつめ、どこに資源を集中するかが重要だと言っています。ピンチの中にこそチャンスは眠っています。資金繰りを考えたしっかりとした経営計画を作成し、細かくチェックしていき、早めに対策を打つ。会社を継続させていくために非常に大事なことです。

資金調達については、この他にもアドバイスできることがあります。お気軽にご相談ください。

連載　オレンジの壷（ほぼ実話）

ある熊本市内の飲食店。
「お客さん、100人いりませんか？」
そう言われて始まった売上倍増計画。
「お客さんは送り込みますけど、リピーターにしなければだめですよ」って、味には自信あるけどなぁ～
「それだけじゃダメです。もっと消費者の目線で見直してみてはいかがですか」

お客さんが飲食店を選ぶ理由を教えてもらった。
1、まずは、美味しいこと。当たり前の必須条件。
2、自宅、職場の生活圏内にあること。
3、価格が自分の価値観にとって妥当。
4、接客が気持ちいい
5、メニューが豊富（グループ向け店舗の場合）

そして、販促の流れと手段があるらしい。
お客さんを送り込んでもらう前に勉強して認識をあらたにしなきゃ。

販売促進の流れと手段
1.お店を知ってもらう（認知・集客）
・どこにあるのか、店名、何を売っているのか、お店の存在を知ってもらうために何をすればよいか
・看板、口コミ、チラシ店頭配布、駅前配布、DM，広告掲載など
2.お店に来てもらう（来店）
・知っているだけではなく、利用してもらうには何をすればよいか
・ワンドリンク券、割引券などの配布、店内イベント
3.お店にまた来てもらう（リピート）
・1度限りではなく、リピーターになってもらうために何をすればよいか・
・接客サービス、顧客データづくり、サンキューレター、来店したお客様への誠実なアピール、利用動機を読む・
4.お店の顧客にする（顧客化）・
・自店のファンをつくるために何をすればよいか・
・顧客データの活用、セールスレター、メール・

うむーーー、これは、飲食店だけではなく、他の会社にも当てはまることかもしれない・・・
こんなこと、漠然と考えてたけど整理してはいなかったなー
従業員にも教えなきゃ。繁盛店をつくるには、自分達の意識を変えていかなきゃなぁ～

次号に続く・・・・・

お店のメニューはセールスマン・

お店のメニューブックは単なる献立表ではなく、直接お店の商品コンセプトを伝えてくれる販売促進の営業マンです。そのためには、メニューづくりには最新の注意をはらい、お客様のニーズに合わせた商品内容や情報などが書き込まれていなければなりません。・
メニューには、お店のトータルなイメージやこだわりなどが、見やすく、はっきりと、わかりやすい内容で作られており、汚れていたり敗れていたりしてはいけませんね。そしてこのメニューはそのまま、チラシや折り込み広告、DMや外看板など、お客様の集客ツールとしてなくてはならないものです。・

税理士の視点で経営をサポート！

税務アドバイス

中小企業者等における教育訓練費の税額控除
（平成20年4月1日以後開始した事業年度分）

今回は、教育訓練費の税額控除についてご紹介します。この制度は、中小企業者などが平成20年4月1日から平成21年3月31日までの間に開始する各事業年度において、損金算入される労務費（役員分除く）と教育訓練費を合計した額に占める教育訓練費の割合が0.15%以上である場合に、その損金算入された教育訓練費の額の一定割合の税額控除を認めるものです。例えば労務費等が3000万の場合は教育訓練費が4万5千円以上であれば使える制度です。

教育訓練費として認められるのは下記の場合です。

（1）法人がその使用人に対して教育、訓練、研修、講習など（以下「教育訓練等」といいます。）を自ら行うために講師又は指導者（その法人の役員又は使用人を除きます。）に対して支払う報酬教育訓練等のために施設、設備などを賃借する場合におけるその使用料など

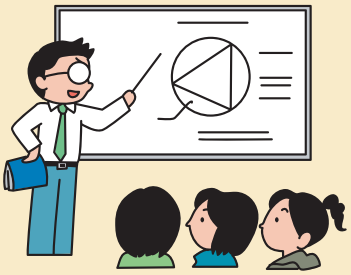
（2）法人がその使用人を他の者が行う教育訓練等に参加させる場合に支払う授業料、受講料、受験手数料など

（3）法人が教育訓練等の用に供する教科書、教材などの購入又は製作に要する費用（製作とは、他の者に委託して製作をした場合に限ります。）

控除される税額は

（1）教育訓練費割合が0.25%以上である場合
損金算入された教育訓練費の額の12%相当額を税額控除限度額とします。

（2）教育訓練費割合が0.15%以上、かつ、0.25%未満である場合
損金算入された教育訓練費の額に
（教育訓練費割合－0.15%）×40＋8%で算出した割合（0.1%未満切捨て）を乗じた額を税額控除限度額とします。

例えば労務費3000万、訓練費が50万の場合は6万が税額控除額となるわけです。
＊税額控除の上限は法人税額の20%以内です。

今後、社員教育等で多額の教育訓練費が発生するような場合は、控除ができるかを
検討してみてはいかがでしょうか。ちなみに研修や勉強会にかかった旅費や宿泊費等は
対象になりませんのでご注意下さい。