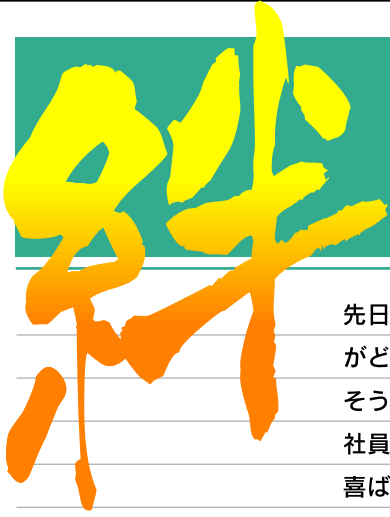




先日、あるお話を聞きました。社長さんが社員と雑談をしたときの話。親の土地をもらうのだけど、税金がどのくらいかかるか不安である。そりゃー専門家に聞かないだろうと答えながら社長さんは思ったそうです。会社に顧問税理士がいるが、社員のためにも何かできないかと。そこで、顧問税理士に頼んで、社員のための相談会を開いたそうです。事前予約でしたが、思ったより多い申し込みがあり、社員たちに喜ばれたそうです。こんな活用の仕方もあるんですね。

この書面は、高濱税理士事務所(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。

税理士 高濱 三喜夫

住宅取得等資金の贈与をした場合の 贈与税の非課税

平成21年6月19日の国会により、追加経済対策税制改正法案が可決しました。住宅取得等資金の贈与税の非課税制度は、その中の1つです。

(制度の内容)

平成21年1月1日から平成22年12月31日までの間に、居住用の住宅を買うためや増改築等を行うために、親から子又は祖父母から孫へ現金を生前贈与した場合には、2年間合計で500万円までの贈与については贈与税を非課税とする制度で、単純贈与(暦年課税贈与)又は相続時精算課税制度と併用する形式となっています。



・単純贈与(暦年課税贈与の場合)

現在、単純贈与の場合は110万円の基礎控除があるので、500万円と合わせて合計610万円までの贈与であれば、贈与税は0円となります。

・相続時精算課税の場合

現在、居住用の住宅を買うための現金の贈与は3,500万円まで非課税規定があるので、今回の500万円と合わせて、4,000万円までの贈与であれば、贈与税は0円となります。

注 意 点

- ・ この500万円の贈与の非課税制度は、居住用の住宅を買うための現金の贈与に適用されるので、既存の住宅ローンの返済や、土地・住宅等の現物を贈与した場合には適用がありません。
- ・ 贈与を受ける子及び孫は、平成21年1月1日又は平成22年1月1日において20歳以上である個人でないといけません。具体的には平成21年1月1日において20歳以上の個人又は平成21年中に20歳になる個人となり、平成22年中に20歳になる個人には適用がありません。
- ・ この制度を利用した場合の贈与は、贈与税が0円であったとしても、贈与税の申告が必要となります。
- ・ ①単純贈与(暦年課税贈与)をした場合には、贈与をした日から3年以内に相続が発生した場合②相続時精算課税贈与をした場合には、相続が発生した時に、贈与をした現金の金額を、相続財産として相続税の計算に持ち戻すこととなります。

その他、取得する居住用の住宅等について細かな規定がありますので、詳しくは当事務所までご連絡いただきますようよろしくお願いいたします。

独自のルールで繁盛する農産物直売所

今年4月、全国のこだわりの食品生産者や食品製造業者を組織化し

「生産者連合による直売ネットワーク」を展開する「株式会社生産者直売のれん会」は、

「農業法人みずほの村市場合同会社」と株式会社みずほが展開している

高品質の農産物直売所「みずほの村市場」を日本各地に展開することで基本合意したと発表した。

■価格が高いにもかかわらず、集客できている理由はなぜか。

この「みずほの村市場」では、品質の良い農産物を揃えて、良いものを手に入れたと思う消費者のリピート率がよく、「わざわざ買いに来る」という行動を起こさせている。そして、価格設定が高いので、安売りで利幅を薄くして苦しむこともなく、客数や客単価が上がれば、売り上げの幅も大きくなるからだ。では、なぜそのようなことができてなのか。その秘密は「みずほの村市場」の独自のルールにあるらしい。

そのルールとは「後から参入する農家は、先に参入していた農家と同じか、それ以上の価格をつけないといけない」というものだ。最初の参入者が1キログラム100円で売っていたら、次に参入する人は100円以上の価格を、3番目の参入者は2番目の人以上の価格をつけないといけないというわけだ。これにより、安売り競争を防ぎ、味での勝負をしなければならない土俵をつくっている。そして、それぞれが品質を高めるための努力を余儀なくされる。

もうひとつのルールは、ノルマ制度。

年間の販売目標と最低販売額

をあらかじめ設け、基準

を上回った農家には

報奨金を出す一方、

下回った農家からは

罰金を徴収す

る。みずほの村

市場で農産物を

販売する農家は、

販売額の15%

をみずほに手数料として支払う。残りはすべて農家の収入となる。頑張った分が利益に繁栄されるので、働き甲斐、努力のし甲斐がある。そしてその利益から、次の開発費にける経費も捻出できる。

その品質の良さを消費者にわかってもらうためにしていることは「試食」。各農家が販売する農産物の前に、食べやすい大きさに切り分けた試食用のサンプルを置き、来店客に食べ比べてもらう。それにより、消費者は、気に入ったものを「選ぶ」のだ。本当の「味」で勝負なのである。

このノウハウをもって業務提携したみずほは、フランチサイズ展開をはかるそうだ。(株)生産者直売のれん会が、収益面や品揃え面に悩む「農産物直売所」や、新規出店を希望する企業の発掘を行い、農業法人みずほの村市場合同会社が、直売所成功モデルである「みずほの村市場」モデル提供による直売所支援、および、生産農家に対する高品質な農産物の生産支援を行う。また、(株)生産者直売のれん会が、品揃え

強化・収益性向上の為に、全国各地の

『生産者直売のれん会』会員企

業の加工食品と「収益性

の高い」【売場】をパッ

ッケージ化し提供す

るということで、

今後の展開に期

待が寄せられて

いる。

