

士藤会月報

平成26年7月

地藤・鈴木税理士事務所

〒920-0901

石川県金沢市彦三町 1-13-41

電話：076-261-3245 F A X：076-261-3200

<http://www.zeimusoudansitu.com>

mail: info@zeimusoudansitu.com



清水寺が建立されたのは、798年（延暦17年）7月2日といわれています。清水寺は戦火や災害によって何度も焼失しており、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。

【四月から住宅ローン控除は何が変わったの？】

「先日、住宅ローン控除が四月から増えたということを知りました。そこで、どのように変わったのか教えてください」というご質問がありました。ご質問の住宅ローン減税制度は、住宅ローンを借入れて新築または増改築をした場合などに、一定の要件を満たせば所得税や住民税の控除の適用を受けることができる制度です。具体的には、毎年末の住宅ローン残高または住宅の取得対価のうちいずれか少ない方の金額の1%が、十年間に渡って最大控除額を限度に控除されます。今回はその「最大控除額」が増えました。一般住宅の場合は、平成二十六年三月までの最大控除額は200万円（年間20万円×10年）でしたが、平成二十六年四月から平成二十九年末までの最大控除額は400万円（年間40万円×10年）に増えました。また、長期優良住宅と低炭素住宅については、最大控除額300万円（年間30万円×10年）から500万円（年間50万円×10年）に増えました。さらに、所得税から控除しきれなかった場合には住民税から一部控除ができますが、その控除上限額も年間9.75万円から年間13.65万円に引き上げられました。なお、経過措置により5%の消費税率が適用される場合や、消費税の課税対象とならない中古住宅の個人間売買などは、平成二十六年四月以降であっても平成二十六年三月までの措置が適用されます。



【人気の理由は「懐かしさ」だけではない】

小学生のときに使っていたキャンバス地の上履きを大人向けにデザインした『いろばき』が売られています。お洒落にアレンジされているうえ、「履きやすくて耐久性があり丸洗いできて清潔」と実用性が主婦にも人気です。また、『ジャポニカ学習帳』や『クーピーペンシル』など昔から小学生の定番である文具を再び手に取る大人も急増中だとか。懐かしさだけでなく、今だからこそわかる「長く愛され続けてきた品質の良さや機能性」が大人の購買意欲を後押ししています。



【今月の教えてキーワード：機会費用】

ある行動を選択することにより発生した、放棄しなければならぬ利益のこと。ひとつの行動を選択した場合、実際に選択されなかった行動で発生したはずの利益は犠牲になる。その利益が機会費用であり、意思決定の際には重要な視点となる。例えば、高給の管理職が部門統括や部下の指導ではなく事務作業に終始している場合、本来ならば期待される高付加価値な業務がなされていないという点において機会費用を失っていると言える。

【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す」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うようどれだけ知恵を絞っているか」ではないでしょうか。

痛快！ えだまめ君

画：ほりひろみ



フロイトやユングと並ぶ心理学界の三大巨頭の一人であるアルフレッド・アドラー。「人間の悩みは、

嫌われる
勇氣

すべて対人関係の悩みである」と断言するアドラーの思想が、「青年と哲人の対話」という物語形式で分かりやすくまとめられた一冊です。