



ムクゲ

Yamamoto Acc office



山本総合会計ニュース

編集 発行人
税 理 士

山本 孝久

〒152-0003
東京都目黒区碑文谷5-12-1
TS碑文谷ビル2F
TEL 03 (3791) 8863
FAX 03 (3791) 8292

10月

(神無月) OCTOBER

12日・体育の日

日	月	火	水	木	金	土
.	.	.	.	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

ワンポイント 寡婦(夫)控除のみなし適用

地方自治体が、利用者の所得に応じて保育所の保育料や公営住宅の家賃などの減額をする際、「配偶者と死別または離婚」という要件に該当しない既婚歴のない一人親に対して、税法上の寡婦(夫)控除のみなし適用して所得の算定をする制度。不平等解消のため、採用する地方自治体が増えています。

10月の税務と労務

- 国 税 / 9月分源泉所得税の納付 10月13日
- 国 税 / 特別農業所得者への予定納税基準額等の通知 10月15日
- 国 税 / 8月決算法人の確定申告 (法人税・消費税等) 11月2日
- 国 税 / 2月決算法人の中間申告 11月2日
- 国 税 / 11月、2月、5月決算法人の消費税等の中間申告 (年3回の場合) 11月2日
- 地方税 / 個人の道府県民税及び市町村民税の第3期分の納付 市町村の条例で定める日
- 労 務 / 労働者死傷病報告(7月~9月分) 11月2日
- 労 務 / 労災の年金受給者の定期報告 (7月~12月生まれ) 11月2日
- 労 務 / 労働保険料第2期分の納付 11月2日 (労働保険事務組合委託の場合は11月16日)

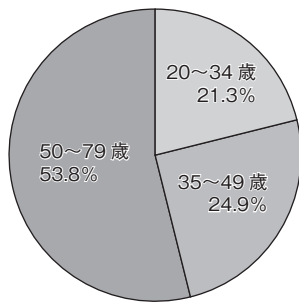


若者の旅行志向

若者が市場創出の重要なターゲットと言われているが、旅行業者や旅館は、どのように対応したらよいか教えてください。

この場合、若者の旅行市場については「少子化」の問題と混同されがちになっています。「若人自体が減っているのだから、

宿泊観光旅行者の年代割合

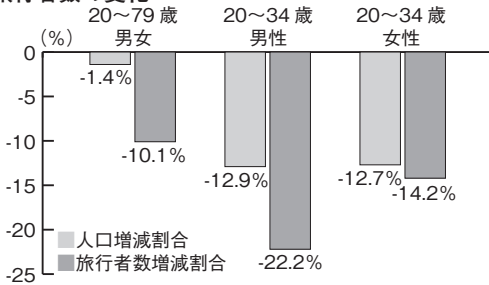


出典：「じゃらん宿泊旅行調査 2014 (JRC)」

国内旅行市場はアクティブなシニア層に支えられているというのが現状の見方です。

具体的には、「じゃらん宿泊旅行者調査」(じゃらんリサーチセンター(JRC))などを参考にアドバイスしたいと思います。例えば、観光宿泊旅行者の年代比率では、二〇歳から三四歳のシェアは約二〇%になっています。これに対して、五〇歳から七九歳は五〇%を超えています。

08年度から13年度までの人口の変化と宿泊観光旅行者数の変化



出典：「国勢調査 (平成 22 年)」
「じゃらん宿泊旅行調査 2014 (JRC)」

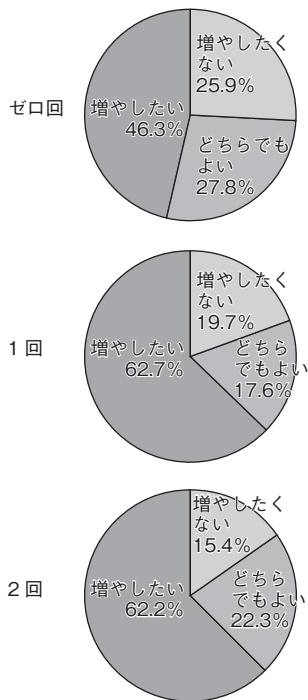
若い旅行者が少ないのは当然」という判断です。二〇〇八年度から二〇一三年度までの人口の変化と国内宿泊観光旅行者数の変化を見ると、特に顕著な二〇歳から三四歳の男性の旅行者数増減割合はマイナス二二・二%となり、人口減少分以上に旅行者人口が減っているのがわかります。少子化だけが原因ではなく旅行離れが進行していると言え、各旅行会社は趣向を凝らして

商品企画しますが、当然にアクティブなシニア層がメインのターゲットであり、旅行費用や時間にも余裕がある層です。若者層は、旅行費用や時間に余裕がありません。若者層の旅行選択行動は、旅行会社のカウンターで相談するというより、インターネットで情報収集し直接自分で申し込むのが主流です。インターネットは十分な知識と目的を持ち、探す対象がはっきりしている場合は便利なツールです。

このため旅する目的地を知らなかったり、旅行でどんな楽しみがあるのかの知識や経験が豊富ではない若者層にとっては、積極的な申込みにつながりません。

また、旅行費用が少なく、時間的にも余裕がない場合は、日帰りの旅行を考え、道路事情や新幹線によるスピード化も宿泊しない若者層を増やしているとも考えられます。しかし、若者層に旅行体験やレジャー体験を増やし、その後の人生で長きにわたり旅行を楽しむんでもらえるようにすること

大学生の旅行回数増加意向
(旅行回数別)



出典：「平成20年度日本人の旅行行動に関する実態調査（観光庁）」

も重要ですが、旅行業界も短期的な売上を考えればシニア優先で若者層に目を向けづらい現状があります。

顧客を「顧客生涯価値」として捉えると、「顧客Ⅱ国内旅行者」「企業Ⅱ国内旅行者」「国内旅行市場」「取引期間Ⅱ今後の人生で旅行に出かける期間」となり、当然に若者はシニアより長くなります。

なお、旅行しない人はより旅行しなくなり、旅行をする人はより旅行するという二極化傾向にあります。

一度顧客になった人と良好な関係を維持し何度も訪ねてもらおうようなお得意様づくりはシニア・若者を問わず大切です。

国内旅行人口の総数は将来的には減少すると考えられます。

● 若者の旅行離れの原因は

顧客生涯価値からは若者は国内旅行市場の重要なターゲット顧客です。しかし、現実には若者の旅行離れは存在しています。この原因は大きく分けて二つ考えられます。

一つは、商品やコンテンツそ

地域にとつては初回訪問者と同以上にリピート訪問者を獲得していく必要があります。

JRCの調査結果をみると、初回訪問年齢が一八歳から二四歳の旅行者の同地域へのリピート訪問率は四四％であり、他の年代よりも一〇ポイントほど高くなっています。これは若い時に訪れた地域は、再訪されやすいと言えます。

初回来訪年齢別の、5年以内の同地域への再来訪率

初回来訪年齢	再来訪率 (%)
18～24歳	44.1
25～29歳	34.6
30～39歳	33.7
40～49歳	31.8
50～59歳	29.1
60歳以上	24.8
全体	37.2

※初回訪問年齢ごとの各項目の調査結果(全体)における旅行件数ベース(%)

出典：「リピーター追跡調査(JRC、2012)」

のものが若者にとつて魅力がないこと。もう一つは、選択肢が多様化したことや情報が増えたことで、出会うきっかけが減っていることが考えられます。

前者の場合は、若者にとつて魅力のあるものへ商品やコンテンツ自体を変化させなくてはなりません。例えば、日帰りでも満足させる方法や、旅館、食事の工夫等が必要になります。

後者の場合は、商品、コンテンツ自体はそのまま、体験したり出会う機会を増やすことで

解決できる可能性があります。

インターネットなどが生活に定着し流通する情報は増える一方ですが、人間が消費する情報は量には増えていくわけではありません。現代は「情報過多社会」であり、人は情報の海に溺れているともいえます。

そのため、ホームページの充実とサービス、料理、ゆとりなどを提供し、若者を中心にリピーターを増やしていくことがなにより大事です。

若者を集めるために学生にアンケートを行い、ニーズの把握あるいは、大学のクラブ活動とコンタクトをとり、スポーツの体験等ができる企画でPRすることも考えられます。

観光業者や旅館等では、各々にできることには限界があります。地域活性化のために、シニアも含めて若者が増加することを考えて、地域の特産品、伝統、観光などを行政も一緒になって洗い出し、その地域だけでは対応できない場合は他の地域とも連携して街おこしをし、旅行者を増やす手立てを考る必要があります。

エンゲル係数の上昇

2014年のエンゲル係数について「24.3%と21年ぶりの高水準、家計のゆとり低下、消費増税による支出抑制で、生活水準は低くなる」「14年度月平均消費支出28.8万円と2%減に対し、食料品支出は1%増の7万円」と報道されました。

エンゲル係数は1995年から23%台が続いてきたものが逆戻りです(図参照)。

エンゲル係数は「消費支出」に占める「食料品」の割合を表わし、生活が苦しくなれ

ばなるほど上昇する傾向を見せます。

今回の上昇と過去の消費税との関係で見ますと、1989年の消費税3%の導入のときと、1997年の5%への引上げのときは翌年のみ上昇しましたが、今回の上昇の影響については別に考える必要がありそうです。

一つは、元々、エンゲル係数が高くなるざるを得ない高齢層の増加、もう一つは、非正規雇用が増えた(所得格差の拡大)ことによる貧困層の増大が大きな要因です。つまり、食費以外を削らざるを得ない状況下で消費税の影響を受けたこととなります。

〈図〉エンゲル係数推移

総務省・厚生労働省調査より作成

年	エンゲル係数 (%)	消費税 (%)	高齢化率 (%)	貧困率 (%)
1970	34.1		7.1	
1980	29.0		9.1	
1985	27.0		10.3	12.0
1989	25.3	3%導入	11.6	
1990	25.4		12.1	
1997	23.5	5%	15.7	14.6
1998	23.8		16.2	
2005	22.9		20.2	
2006	23.1		20.8	15.7
2012	23.5		24.1	16.1
2013	23.6		25.1	
2014	24.3	8%	26.0	

従業員の育成

会社には、二種類のお客様がいます。一つは会社の外にいて商品やサービスを使ってくれる人。もう一つは会社の中において会社の仕事をしてくれる人です。会社は、この二種類のお客様がいなければ生きていくことはできません。

ドラッカー教授(経営学)は大学での講義中に「次の三つの問いに、社員がイエスと答えるべきこと」を、会社は知っていること、あなたが知っていること、あなたが知っていること、彼はずべてイエスとなるよう経営し、会社は業績を上げたさうです。

自転車事故の加害者責任

Q 普段から自転車に乗っています。

交通事故で高額な損害賠償が求められると聞きましたが？

A 2013年に神戸で、加害者側に約9500万円の賠償を命じた判決が下されるなど、自転車が加害者側になっている交通事故で高額な賠償が命じられるケースが相次いでいることが話題になりました。

自転車に関わる交通事故でも、自転車側に故意又は過失がある場合、不法行為に基づき被害者の被った損害を賠償しなければなりません。

自動車であれば保険の加入が義務付けられていますが、自転車の場合は義務付けられていないので、保険に加入していない場合に高額な賠償となると、生活が破たんしてしまうケースもありえます。

今年6月1日、道路交通法の改正では、運転中はイヤホンをしない、傘をささない等のルールが義務付けられました。