

新名取川橋(仙台東部道路)

- ・「知的自己啓発」のススメ
- ・同一労働・同一賃金 今年4月からの法律施行に向けての最終チェック!!
- ・「0」から始めるオンライン活用法
テレビアナウンサーが教える 画面越しに伝える技術
- ・ピッカピカ作戦で心をつなぐ コロナ危機を環境整備で乗り越えよう!
- ・ネット通販でトラブル急増! 「お試し」のつもりが定期購入に!?
- ・コロナ対策と財政健全化へ向け法人会は税制提言で主張する!
- ・健康情報 冬型栄養失調に注意!

- P.1 インタビュー (仙台運送㈱ 代表取締役社長 菊地 徹 氏)
- P.2 フォトニュース (Photo eye)
- P.3 「知的自己啓発」のススメ
- P.4～5 同一労働・同一賃金 今年4月からの法律施行に向けての最終チェック!!
- P.6～7 「0」から始めるオンライン活用法 テレビアナウンサーが教える 画面越しに伝える技術
- P.8～9 ピッカピカ作戦で心をつなぐ コロナ危機を環境整備で乗り越えよう!
- P.10～11 ネット通販でトラブル急増! 「お試し」のつもりが定期購入に!?
- P.12 コロナ対策と財政健全化へ向け法人会は税制提言で主張する!
- P.13 【健康情報】冬型栄養失調に注意!

けやき

●コロナウイルスで感染不安・健康不安を抱く向きが多いが、コロナがもたらす新たな不安が生まれてきている。地方税収不足が自治体の財政を直撃し、必要な住民サービスやインフラ整備が賄えない自治体が出てきている。新聞で報じられたN市では、貯金である財政調整基金を取り崩しても新年度予算が組めず、重度心身障害者への月額手当を減額するとともに、0歳から高校生医療費無料化を続けてきたものの、新年度は高校生を除外対応するといった事業縮小で対応している。

●総務省の試算では全国の地方税収は前年度比3.6兆円減り、歳入が歳出を下回る財源不足は10兆円を超えている。まさに、税収不足が地方行政の廃止・縮小したり、機能不全に陥る局面に晒されている。法人会は、昨秋の税制提言で、コロナで混乱した国民の不満と不安が高まっているとしたうえで、国・地方は公務員の人件費削減をはじめ、国、地方自治体、議会が自ら身を削る努力を怠るな、と求めている。これから、地方議会で新年度予算が審議されていくが、削減の流れが必至な中で、住民は審議の帰趨を厳しく見ていきたい(S)

新名取川橋(仙台東部道路)

仙台港北1Cから亘理1Cまで海岸沿いに走る、総延長約25kmの仙台東部道路は、三陸自動車道、常磐自動車道、仙台南部道路に接続します。東日本大震災の時は、盛り土構造だったおかげで、この高台の道路に駆け上がった多くの住民が津波被害から救われました。名取川にかかる長さ540mの新名取川橋は、巨大な美しいアーチが目をはきまします。

表紙絵提供:株式会社孔栄社 画家:土橋征史氏



Message

モノが集まらないのはあなたの行いが、まだほんとうに世の中にお役に立っていないからです
(ダスキン 元社長 創業メンバー 駒井茂春)

物・夢・想い なんでも運びます！



菊地 徹さん
仙台運送(株) 代表取締役社長
若林区卸町4-4
(公社・仙台中法人会 卸町・卸市場支部)

「運」を引き寄せ、「運」を味方につける菊地さんにお話を伺いました

任せて安心の 「ま」ころ輸送

昭和23年4月8日、戦前から戦後にかけて古川町長（現・大崎市古川）を務めていた祖父が、物流は将来有望な成長産業になると予測し、政府統制米や表等の保管管理を主業務とした仙台輸送倉庫(株)を創業した。

その後、小運送業の免許第1号として認可を受け、昭和24年に社名を仙台運送(株)と改めた。

創業日がお釈迦さまの誕生日でもあることから、社是には「時間空間の十字街路に立ちて己の血の雄叫びに耳を傾けよ」というお釈迦さまの言葉を用いて、顧客第一主義を基本理念に掲げ、私たちの暮らしに欠かせない社会インフラである物流サービスを提供している。

その中核を担っているのが、ニーズに合わせた専用車両であらゆる荷物を運ぶ陸運事業部、普通倉庫から冷蔵・冷凍倉庫まで、短期

保管も長期保管も対応できる倉庫事業部、コンテナなどをを用いて遠隔地への大量輸送を可能とする鉄道貨物輸送を取り扱う通運事業部の3つの柱である。

菊地さんは、東北学院大学を卒業後、1年ほど自社で営業と通運部門で実務を経験した後、大阪の(株)合通で約2年間、他人の釜の飯を食って実社会の経験を積んだ。

この2年間は、人付き合いも仕事も全てにおいて、どんなことも断らないと決めていたそうで、「なんでもやります！」と公言し、人が嫌がる仕事も率先して取り組んだとのこと。

結果、言うまでもなく公私ともに多忙を極めることにはなったが、世間に揉まれ、苦勞も味わい、大変勉強になったと語る。

その後、関連会社である仙台陸運(株)の部長として戻った際、自分の仕事振りを見た実父から放たれた「社員と同じことをするな！経営者目線で仕事をしろ！」

という言葉にハッとさせられたことは、今でもはつきりと脳裏に刻まれていると語った。

受けた恩は仕事で返す

現在は、東北通運業連合会会長、宮城県トラック協会副会長兼仙台支部長を務め、他にも過去2回、仙台西ロータリークラブの会長を務める等、異業種団体、業界関係諸団体で数々の要職に就いてご活躍されており、人望が厚いことは明白である。

これまでの人生を振り返ってみて、改めて運と人に恵まれてきたと回顧し、お世話になった方々への恩は仕事で返すと明言した。

自身の座右の銘でもあり、創業者である祖父の代から受け継がれてきた「誠意」と「篤実」の言葉を胸に、73歳で迎えることになる創業80周年に向けて、先人たちの思いを噛みしめ、次世代に繋いでいきたいと意欲を示した。

Photo Eye

いま、中法人会は

「渋沢栄一に学ぶ 事業成功の要諦」講座

1月13日、戦災復興記念館にて開催された。

講師に、ニューヨークエイトマネジメント代表の長井三郎氏を迎え、「日本の資本主義をつくった男」といわれる渋沢栄一の足跡を辿り、いかにして日本経済の礎を築いたかを紐解き、経営思想や人生哲学から事業成功の要諦を学んだ。



決算法人説明会

1月26日、卸町会館にて12月・1月・2月決算の法人を対象に、午前・午後に分けて予約制で行われた。

説明会では、仙台中税務署の法人課税担当職員より、法人税関係法令の改正概要や、決算業務を行う上で間違いやすい点、注意を要する事項等が解説された。

併せて、法人会で作成した自主点検チェックシートとガイドブックについて、日頃からの確認が経理水準、及び税務コンプライアンス向上のきっかけとなり、企



業の成長や税務リスクの軽減に繋がるとして、活用が呼びかけられた。

仙台中法人会では、適正な法人税等の申告が行われることを目的として、決算期を迎えた管内の全法人を対象として、今後も中税務署と共催で定期的に説明会を開催しますので是非ご参加ください。

また、YouTubeの「全法連動画チャンネル」でも決算法人用研修動画「これだけは知っておきたい『決算』対策」を公開しておりますので、ご活用ください。

seminar

生産性向上と人材の定着とは

日時：令和3年3月9日（火）13:30～16:30

会場：エル・パーク仙台5階セミナーホール

講師：(株)Gentle 代表取締役 中村 成博 氏

受講料：会員1名 4,000円／非会員1名 8,000円



seminar

ビジネスの基礎スキルを身に付け、会社に役立つ人になる！

新人社員研修講座

日時：令和3年4月9日（金）午前の部 9:30～12:30・午後の部 13:30～16:30

会場：戦災復興記念館5階会議室

講師：第一印象研究所 代表 杉浦 永子 氏

受講料：会員1名 4,000円／非会員1名 8,000円



「知的自己啓発」のススメ

㈱アルテイスタ人材開発研究所 代表 玄間千映子

コロナをきっかけに、在宅勤務が広まっています。

在宅で、しかも1人となると会社から取り残されたような心細さも生まれるもの。そんな時には、家に居ながら対応力アップの自己啓発をしてみましょう。

どんな風になりたいかという、「イメージ」をしっかり描くことができれば、1人環境でも大丈夫。そのイメージですが、今回は対人への態度という切り口で「知的な人物になるための尺度」なるものをネットで見つけたので、それを材料にしていきましょう。

1つ目は、『異なる意見に対する態度』の強化です。知的な人は異なる意見を「尊重する」が、そうでない人は異なる意見を「自分への攻撃」とみなすという傾向があるといえます。

尊重する態度を強化するには、知らないことは山ほどあるものだという謙虚な気持ちと、異なる意見は次のStepへの架け橋と眺める癖をつけましょう。

2つ目は、『自分の知らないことに対する態度』です。知的な人は、「わからないことがあることを喜び、怖れず、またそれについて学ぼうとする」が、そうでない人は「わからないことがあることを恥だと思ひ、その結果、それを隠し学ばない」というのです。

新しいことを知るということは、判断尺度が新しくなることなので、実はちょっとと負荷なのです。負荷のこを受け入れるには、リスク管理のレベルアップと捉え、ものごとを探索する攻めの心構えで向

き合いましょう。

3つ目は、『人に物を教えるときの態度』だといえます。

知的な人は、教えるためには「自分の教える力」に心がいきますが、そうでない人は教えるためには「相手の理解する力」次第だと思っっているといえます。

そのことを深く知っていれば、相手のレベルに合わせるということができます。教える機会は、自分の基礎が十分かの再確認の機会と捉えましょう。

4つ目は、『知識に関する態度』です。知的な人は、「損得抜きに知識を尊重する」ものですが、そうでない人は「何のために知識を得るのかはつきりしなければ、知識を得ようとしない上、役に立たない知識を蔑視する」

といえます。

どんな知識も網の目のように繋がっているものだという認識があれば、知ることへの損得という意識は薄れるものです。役に立たない知識など、ないのです。

5つ目は、『人を批判するときの態度』です。

知的な人は、「相手の持っている知恵を高めるための批判」をするが、そうでない人は「相手の持っている知恵をおとしめるための批判」をするといえます。

批判の姿勢は当人の性格を映してきます。

課題解消の提案は、ともすれば周囲の賛同を得にくいもの。それを越えるには相手目線の意見になっていくかを意識する癖を付けましょう。

在宅時の対応力アップのキーワードは、「謙虚さ」「探究心」「不足の自覚」「長期展望」「問う力」。これらを意識する力が付いてくると、在宅という1人環境でも、組織活動の目線から外れることは防げます。

◆筆者紹介

玄間 千映子

(げんま・ちえこ)

㈱アルテイスタ人材開発研究所 代表。

國學院大學卒。

米インマヌエル大学院卒業、米スタンフォード大学ビジネススクール修了。

現在、日本経済大学大学院非常勤講師、信州大学コーディネーター兼先端材料研究所野口研究室技術アドバイザー、

(一社)水底質浄化技術協会 監事などを兼任。

著書に「朗働の時代」「ジョブ・ディスクリプション一問一答」「リストラ無用の会社革命」など。



Q&A
でわかる

同一労働・同一賃金 今年4月からの法律施行に 向けての最終チェック!!

特定社会保険労務士
小島 信一

新型コロナウイルスの影響で、職場環境がすっかり変わってしまったようですが、本年4月から、いよいよ働き方改革の総仕上げである「同一労働・同一賃金」が、中小企業においてもスタートします。

本稿では、目前に控えた同一労働・同一賃金につき、Q&Aでおさらいしていきます。

書により、詳細に仕事内容が定められ賃金と連動しています。

ところが、日本の場合は、仕事も考慮されますが、大企業中心に、人物中心(学歴や年齢、忠誠心、上司との人間関係、性格、潜在能力など)で、賃金が決められることが多いです。

そのため、今回の改正は、日本の賃金制度にはなじまない考え方となります。

ただ、法律を丁寧に読むと、純粹な意味での同一労働・同一賃金ではなく、冠に「日本版」をつけるべく、日本独特のものとなっていくと思います。

つまり、同じ労働者であるにもかかわらず、正規社員と非正規社員の間で、あまりにも格差がついてしまっているのが、不合理な格差をなくそう、というのが主眼となっています。

正社員間の格差については、特に触れていません。背景には、労働力人口の減少や少子化対策があります。具体的には、パート労働法が改正され、旧労働契約法第20条を包含し、法改正されました。

よって、今回の法改正の最大のポイントは、正規社員と非正規社員の就業規則等を比較して、理由のない格差をなくそう、ということになります。

企業には何が求められるのか
一番のポイントは、非正規と正社員の間

で、労働条件に違いがあれば、会社はその理由について、きちんと説明できるようになることです。

理由が説明できなければ、不合理な格差と判断される可能性があります。

例えば、正規社員には賞与があるが、非正規にはない場合、どうしてないのか、という説明を非正規が納得できる形で示せるようになることです。

そして、その説明は単に「正規社員じゃないから、パートだから、他社もそうだから」では足りず、論理的のしつかりしたものが求められることとなります。

Q 対応への取り組みはどうしたらいいのか
最終的に、「説明できるような状態」まで持つていくには、現状分析のプロセスを経てからでない、なかなか難しいでしょう。

厚生労働省からは、「パートタイム・有期雇用労働法対応のための取組手順書」

という冊子が出ていて、自由にダウンロードできますので、この冊子を使って、順番に行っていくと、対応しやすいでしょう。【左上】
この中で、手順3に「待遇に違いがある場合、違いを設けている理由を確認しましょう」というステップがあります。ここが「ヤマ」になります。

多くの企業で、実際に行うのを手伝いしてきましましたが、理由がなかなか出てきません。

「パートだから」という理由以外、すぐには思いつかないのです。

そこで、手順書の記載例を見ると、非正規に賞与を支払わないケースとして、賞与の目的が「会社の利益を分配することによって、功労報償のために支給」とあり、正社員には人事評価C以上の者に対して、1ヶ月4か月分(平均2か月)を支給しているにもかかわらず、非正規に支給していない」という例を出していま

手順番号	手順	解説
手順1	労働者の雇用形態を確認しましょう	法の対象となる労働者の有無をチェックします。社内で、短時間労働者や有期雇用労働者は雇用していますか？
手順2	待遇の状況を確認しましょう	短時間労働者・有期雇用労働者の区分ごとに、賃金（賞与・手当を含む）や福利厚生などの待遇について、正社員と取扱いの違いがあるかどうか確認しましょう。書き出して、整理してみると、分かりやすいでしょう。
手順3	待遇に違いがある場合、違いを設けている理由を確認しましょう	短時間労働者・有期雇用労働者と正社員では、働き方や役割などが異なるのであれば、それに応じて賃金（賞与・手当を含む）や福利厚生などの待遇が異なることはあり得ます。そこで、待遇の違いは、働き方や役割などの違いに見合った、「不合理ではない」と言えるか確認します。なぜ、待遇の違いを設けているのか、それぞれの待遇ごとに改めて考え方を整理してみましょう。
手順4	手順2と3で、待遇に違いがあった場合、その違いが「不合理でない」ことを説明できるように整理しておきましょう	事業主は、労働者の待遇の内容・待遇の決定に際して考慮した事項、正社員との待遇差の内容やその理由について、労働者から説明を求められた場合には説明することが義務付けられています。短時間労働者・有期雇用労働者の社員タイプごとに、正社員との待遇に違いがある場合、その違いが「不合理ではない」と説明できるように、整理しましょう。労働者に説明する内容をあらかじめ文書に記してまとめておくとう便利です。
手順5	「法違反」が疑われる状況からの早期脱却を目指しましょう	短時間労働者・有期雇用労働者と、正社員との待遇の違いが、「不合理ではない」とは言い難い場合は、改善に向けて検討を始めましょう。また、「不合理ではない」と言える場合であっても、より望ましい雇用管理に向けて改善の必要はないか検討することも良いでしょう。
手順6	改善計画を立てて取り組みましょう	改善の必要がある場合は、労働者の意見を聴取しつつ、パートタイム・有期雇用労働法の施行までに、計画的に取り組みましょう。

す。
非正規に支給していない理由として、「短時間労働者・有期雇用労働者は、人事評価を行っておらず、貢献度を評価できないため、支給していない」という分析に対して、「不合理の可

性能がある」と判断しています。
この例は、賞与が貢献度を分配する目的ならば、非正規も貢献しているはずだし、そもそも人事評価していないことが「まずい」、ということになります。

なお、昨年の10月に、正社員のみに賞与と退職金が支払われたケースについて、最高裁判所が「不合理でない」と判断し、その理由として「正社員人材確保のため」という論理が先例となりました。

記載例	待遇の違いの有無（あてはまるものに○）	
賞与	ア	正社員、短時間労働者、有期雇用労働者とも同じ基準で支給している
	イ	正社員、短時間労働者、有期雇用労働者とも支給なし
	ウ	正社員には支給するが、短時間労働者・有期雇用労働者には支給しない。または、正社員、短時間労働者・有期雇用労働者とも支給するが、支給基準が異なる
賞与を支給している場合は、賞与の目的を書き出しましょう		
→ 会社の利益を分配することによって、功労報償のために支給。		
ウに当てはまる場合は、どのような違いなのか、また、違いを設けている理由を書き出しましょう		
	正社員	短時間労働者 有期雇用労働者
	人事評価C以上の者について、1から4ヶ月分（平均2ヶ月分）を支給する。	支給なし
	違いを設けている理由	
	短時間労働者・有期雇用労働者は、人事評価を行っておらず、貢献度を評価できないため支給していない	

つまり、正社員は、長期的に育成・処遇されるから、そのような人材を確保・定着させるために、賞与と退職金が存在する、という

理由です。
注意したいのは、いずれも職能給（賞与や退職金は職能給をベースに算定される）を採用し、人事異動のある大手企業に対する判決で、旧労働契約法20条での判断ですので、この考えが、即、中小企業にも当てはまるかは、今後の情勢を見守る必要があります。

A 同一労働・同一賃金で罰則はあるのか
経営者の皆様が一番気にすることですが、同一労働・同一賃金に、刑事罰はありません。ただし、パート・有期雇用労働法は「行政法」ですので、行政介入はありません。管轄は労働局ですので、労働局の職員が会社にやってきて、「指導、助言」を受け、「勧告」を受ける可能性があります。留意が必要です。

なお、労働局の求めに対して、報告をしない場合には、「20万円以下の過料」という行政罰があります。

新時代の 営業戦略

『0』から始める オンライン活用法

テレビアナウンサーが教える

画面越しに伝える技術

2020年は、コロナウイルス感染防止のため、テレワークを採用する企業が増えました。

それに伴い、社内会議・商談・研修・採用面接などのビジネスコミュニケーションのオンライン化が急速に進みました。

積極的にオンラインを取り入れた企業は、売り上げ増を見込んでいるという調査結果もあります。

切れていない企業様も多いと伺います。

実は、オンラインは対面の代替ではなく、電話やメールのように対面と組み合わせることで活用すると、より効果が期待できることが分かってきました。

そこで、本稿では営業の場面に絞り、今からスタートできるオンライン活用法を、事例と話し方のポイントを中心に紹介します。

まずは、簡単に自己紹介をさせて下さい。私は、現在、企業研修やコンサルティングで人材育成・ビジネスコミュニケーションのご支援をしています。

前職は、テレビアナウンサーとして20年、NHK衛星放送ニュースキャスターやTBS情報番組リポーター、中部日本放送の局アナ等を務めてきました。時には、画面越しに視聴率10%越え、視聴者1千万人に伝えていました。

そういうこともあり、コロナ後「オンラインならではの伝え方を教えて欲しい」というご要望をいただくようになりました。

そして、オンライン初心者の社内教育担当、採用担当、営業職、マーケティング部門の方でも、「伝え方のポイント」さえ押さえれば、効果が上がることが分かったのです。

時間・場所を選ばずコスト削減

オンラインのメリットは、何と言ってもコストの削減です。

例えば、これまで対面で行っていた営業セミナーや説明会、商談等をオンラインで行えば、会場代や参加費、交通費を削減できます。

移動時間も減るので、一

サーとして20年、NHK衛星放送ニュースキャスターやTBS情報番組リポーター、中部日本放送の局アナ等を務めてきました。時には、画面越しに視聴率10%越え、視聴者1千万人に伝えていました。

そういうこともあり、コロナ後「オンラインならではの伝え方を教えて欲しい」というご要望をいただくようになりました。

そして、オンライン初心者の社内教育担当、採用担当、営業職、マーケティング部門の方でも、「伝え方のポイント」さえ押さえれば、効果が上がることが分かったのです。

ms」をはじめ様々なものがあります。

なかでも、利用者が多いのが「Zoom」で、皆さんも既に活用されていると思います。Zoom機能や使い方についてはここでは省略しますが、決して難しくありません。

セキュリティ面が心配という声もありますが、参加URLをオープンにせず、個別に送るなど注意を払う事で対策できます。

マイクやカメラは、PCに内蔵のマイクやカメラで充分ですが、お客様への見

営業場面での2つの活用例

営業活用の例を2つご紹介します。

1つ目は、見込み客への興味付けのためのオンラインセミナーです。

マーケティングにおける購買行動モデルとして有名なAIDMAの法則では、消費者が物を購入するときには「Attention」…注意↓「Interest」…興味↓「Desire」…欲

せ方や音声を意識したい時にはWebカメラや外付けマイクをお勧めします。

そして、重要なのが部屋の明るさです。

オンラインは、聴覚・視覚だけの限られたコミュニケーションなので、表情が見えないと感情や意思が伝わりにくくなります。

何より暗い画面は、お客様にマイナスの印象を与えます。

部屋の照明は明るく、逆光にならないように窓の位置も確認して座る位置を決めてください。

求↓Memory…記憶↓Action…購入」の流れを無意識に行っていると言われています。

ここで言う「興味」の部分で、オンラインセミナーの活用事例が多くみられます。

今まで広告や展示会、SNS等でリストを取得した後、メールや電話でフォローをしていたと思います。

このメールや電話と、訪問の間に、無料オンラインセミナーを挟むことで、メールステップが踏めて、提案ハードルが低くなりやす。

また、受注検討段階でもセミナーを見ている、というデータもあります。興味づけだけでなく、背中を押すことにもなっています。

オンラインは、対面より疲れやすく集中力が途切れやすいので、セミナーといっても30分程度で、購買の動機付けをする内容が効果的です。

参加する側も、30分程度なら仕事の調整もしやすく、参加率が高くなる傾向があります。

他にも、既存のお客様へのアップセル（顧客の単価を向上させるための営業手法）にも有効です。

ある銀行では、メールマガジン、ニュースレターで告知をして「今、知っておきたい資産運用のポイント」など教育のためのセミナーを定期開催しています。実際に、私をご支援をし

た企業では、メルマガで告知をして、既存客へのアップセルのためのセミナーを、商材ごとに担当者を決めて毎週実施をし、個別相談に繋げています。

もう1つの活用事例は、顧客ロイヤリティの維持です。

顧客ロイヤリティとは、企業や企業のサービスなどに対して、信頼や愛着を感じることを表す言葉です。

顧客ロイヤリティが高まると、リピーターが増える等、より高いグレードの商品を買ってもらえる機会が増えることもあります。

例えば、対面よりもコストを抑えて、専門家を招いてイベントを開催することもできます。私も昨年、ある企業のお得意様向けのオンラインイベントに講師として呼んでいただきました。

事後、アンケートでは「大満足」というご感想をいただき、担当者も喜んでいました。

このように、対面でもなくてもテーマや、やり方次第でオンラインで充分満足し

ていただけるのです。

また、私事で恐縮ですが、昨年は、自社開催セミナーや研修のオンライン化にも取り組んできました。受講者の成果も出ていますし、商談にも有効活用していま

オンラインの話し方3ポイント

最後に、オンラインで効果を上げる話し方のポイントをご紹介します。

初めの方はもちろん、オンラインでさらに成果を上げたい方にもお勧めです。

ポイントは、1. 分かりやすく、2. スピーディに、3. 感じ良くなる3つです。

オンラインは、感情・意思の疎通が図りにくいので「分かりやすさ」が重要です。

分かりやすく伝えるには、滑舌や発音、音量、抑揚を意識して、対面の3割増しではつきり話しましょう。

内容の分かり易さは、結論先行で、一文を短く区切って話すと、効果的です。

ニュース原稿は、一文約80文字以内を目安に作成し

す。

初めての試みで試行錯誤でしたが、対面・オンライン・両方の組み合わせ等、目的にあわせて使い分け、最適化が図れるようになりました。

次に、「スピード感」です。集中力が途切れないように、対面より短めに時間を設定します。

商談・ミーティングは45分で、残り15分を質疑応答の予備にとっておくくらいが目安です。

また、リアルの会場とは違い、手元が見えないので、ドラドラ話して飽きられると、メールチェックやスマートフォンの閲覧、仕事等

を始めてしまうので、ご注意ください。

そして、3つ目の「感じ

良く」についてです。

オンラインは、PC画面にズームアップした状態で人物が映し出されます。

そのため、表情や身だしなみ、姿勢など「見た目」を感じ良く整えておきましょう。もちろん言葉遣いも、

尊重表現を適度に使い、反発や誤解のないよう、感じ良く伝えたいところです。

いかがでしょうか。今後、経済活動は、コロナ前に戻るのではなく、新しい様式へと進化を遂げていくでしょう。

こうした変化に対応していける企業こそが、繁栄していくのではないのでしょうか。「画面越しに伝える技術」を社員ひとりひとりが備えることで、低予算で、業種、業態に関わらず、新しい営業戦略が描けます。ぜひ2021年、御社のビジネスチャンス拡大の一助になれば幸いです。



WACHIKA KOMMU
ケーシヨンス(株)代表取締役

阿隅 和美

ピッカピカ作戦で心をつなぐ

未来事業株式会社
上級コンサルタント 石黒 和男

コロナ危機を環境整備で乗り越えよう！

新型コロナウイルス感染拡大により、中小企業経営は深刻な打撃を受けています。

このコロナの経営危機を乗り越えるために、なんといつても重要なことは、組織を代表する社長の積極的なリーダーシップや管理者の率先垂範の姿勢が大切なことです。

5S活動というと、「うちはやっています」とか、「5Sは卒業しました」と言われる会社が多い。

そう言われて訪問してみると、さすがに良くできていると言える会社に出会ったことがあります。これでは、何のための5S活動なのかと思ってしまう。それでは、5Sを超えた対策が必要となります。未来事業では、「経営危機にならない環境整備」をピッカピカ作戦として指導

を行っています。

環境整備とは

「毎日30分の掃除」をはじめとする清掃活動のことを、「環境整備」と呼んでいます。

掃除と環境整備は同じに見えるかもしれませんが、掃除は手段であって、目的ではありません。

では、掃除と環境整備を定義してみよう。

■掃除：掃いたり、拭いたりして、ゴミやホコリ、汚れなどを取り去ること。

■環境整備：仕事をやりやすくする「環境」を「整」えて、「備」えること。このように、掃除の目的は、ゴミや汚れを取ることだけです。

一方、環境整備の目的は、「仕事をやりやすくすること。仕事ができやすくなるように、社内を「整」え

る。必要なものは、すぐに取り出せるようにして、仕事に「備」える。それが「未来流」の環境整備です。

会社を強くするためには、「環境整備」は欠かすことができません。徹底的に心を込めた環境整備、それが名前の通りの「ピッカピカ作戦」です。

ピッカピカ作戦の展開

- ①社長も参加して全員が大前提です。
- ②会社の都合のよい時間30分間だけを、このピッカピカ作戦にあてます。
- 普通掃除は始業の前にやりますが、「ピッカピカ作戦」はそんな中途半端なことではありません。
- 仕事として徹底的に行うことです。
- ③この時間は、社長をはじめ全員がきれいにすることだけに集中します。お店

などの客商売の場合は、閉店後または開店前の30分を使います。

④最初の取り掛かりは、自分の通っている場所から始めます。次に、共通の場所を分担します。

⑤一日の範囲は、新聞紙を開いたスペースに限りません。これより広すぎても、狭すぎてもいけません。この新聞を開いたスペースを磨くことにより、細かな汚れや微小なキズに気づき、「気づく力」が育ちます。

【新聞一枚を毎日……ピッカピカになった床】



ピッカピカ作戦のメリット

①社長と社員の価値観が共有化します。

②ピッカピカ作戦こそが「最も身近な社員教育」です。

③感性を養うことや社員同士のコミュニケーションを図ることができます。

④パートやアルバイトを戦力化することができます。

⑤社内がキレイになり、従業員が成長します。

ピッカピカ作戦の進め方「5つのポイント」

- ①計画表を作って、床から始まり、壁、窓、天井、机椅子、書棚、治工具、設備、外回りと1か月で社内内が一巡するように計画を立てます。
- ②毎日、必ず「全員で行う」ことを伝えます。
- ③ピッカピカ作戦を実施する目的を全員に伝えます。
- ④最初は「新聞紙1枚」の自分のゾーンから進めます。
- ⑤次に、共有箇所のトイレや壁など「汚れが目立つ」所を重点的に行います。

環境整備の「整」とは

環境整備の「整」には、

「2つ」の意味があります。「整理」と「整頓」です。

(1)「整理」とは、要るものと、要らないものをハッキリ分けて、要らないものを捨てることです。

こんな簡単なことですが、これが大変に難しいのです。

まず、要るものと要らないものの区別がつきません。まして、捨てるとなると考えこんでしまいます。

このような整理のやり方、つまり、誰が見ても一目で不要なものが分かるようにすることが大切です。

そこで、目で見える整理として、「あかふだ作戦」というやり方が行われます。

(2)「あかふだ作戦」とは職場全体の整理をするためには、設備や資材、備品などの要・不要のチェックや設置場所の検討などに使うのが、下図の「あかふだ」です。

この設備がここにあるのは不適ではないかと思う場合に、その設備に「あかふだ」を貼ります。

この資材は処分しなければならぬのではないか、

という場合にも貼ります。

「あかふだ」が貼られた場合には、その設備や資材の管理担当者は下記のような基準を決めておきます。

(3)「あかふだ作戦」の基準最も難しいのが、「要る物」と「要らない物」をどう分けるかです。

今度の受注の時に使うとか、アフターで使用するななどといった、なかなか捨てられないのが人情です。

一般的には、次のようにして、要・不要の切り分けをします。

例1：一か月以内に使用するものは必要とし、それ以外に「あかふだ」を貼ります。

例2：三か月以内に使用するものは必要とし、それ以外に「あかふだ」を貼ります。

例3：過去一年間で使用しなかつた物は不要とし、「あかふだ」を貼ります。

(4)「あかふだ作戦」の全体手順

①要る物と要らない物を分けます

誰が見ても、一目でいらぬ物が分かるようにします。これが、「あかふだ作戦」の名前の由来です。

②要らない物を移動します

要らない物が貼られたなら、いま必要な物を残して、移動させます。

③本場に不要な物を捨てます

移動した不要物のうち、本場に要らない物を選び出して、廃棄処分します。

④集中的に改善します

「あかふだ作戦」を実施した直後に、集中的に改善し、レイアウトや物の流し方を変えます。そして、誰にも分かるように「どこに、何が、いくつ」あるか、はっきり明示します。

環境整備の整頓とは

整頓は、見た目にきれいに物を並べることではありません。これは、「陳列」と呼びます。

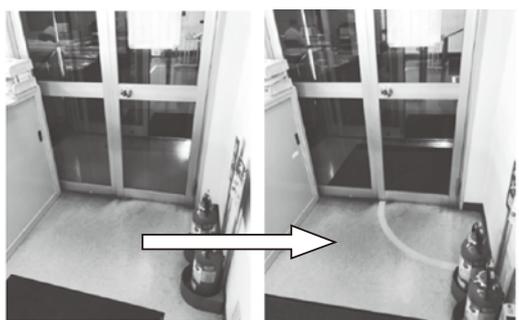
整理をすることで、自分の身の回りに要るものだけが残ります。整頓をするには、整理が終わってから行います。

よく使うものは手前に、あまり使わないものは奥にします。そして、平行、水平、垂直、直角、直線を意識して向きを揃えます。

次は、この必要なものを、誰もがすぐに取ったり、置いたりできるようにすることが必要となります。

この意味では、「整頓」とは物の置き方や区画線で通路や作業区を分けたりして、「標準化」することが大切なことです。

通路を歩いていて、いきなり扉やドアが開いてびっくりするようになったこと、ありませんか？
下の写真(右)のように、ドア開口部に、区画線をマーカーキングすれば歩行の安全性



まとめ

大きな改革に取り組む前には、小さな改善の積み重ねが必要となるように、改善の基盤となるのが、環境整備活動です。

環境整備を実践することにより、団結力が強まる結果、会社方針に沿った仕事の展開が早く、最終的に業績の向上につながっていきます。

ぜひ、徹底的に心を込めた環境整備を行い、「ピッカピカ作戦」を展開して、儲かる会社にしていきましょう。

「お試し」のつもりが定期購入に!?

インターネット通販で「初回無料」「お試し価格」だから、試してみようと思っただことはありませんか。

ちよつと待つてください。その申し込み、要注意です。

1回きりのお試しのつもりで購入したら、実際には違つたというトラブルが急増しています。

どんなサイトに注意をし、何を確認すべきなのかポイントを紹介します。

「お試し」のつもりが定期購入に?!

「健康に良い」「ダイエット効果あり」「バスタブ優も使用」とうたう健康食品や化粧品などの広告を見て、商品を通常価格より安い価格で購入したら、複数回の購入が条件の定期購入契約だったというトラブルが増

えています。

「お試し」「1回だけ」のつもりが、実際には、定期購入契約になっていて注文した覚えがないのに2回目が届いた、途中で解約できない、そもそも電話がつながらないなどという事例が多くあります。

ネット通販を利用する際は、**下図**のようなウェブサイトに、特に注意しましょう。

販売サイトへは、SNSの動画広告等から誘導されるケースが多く、効能や低価格が強調されています。

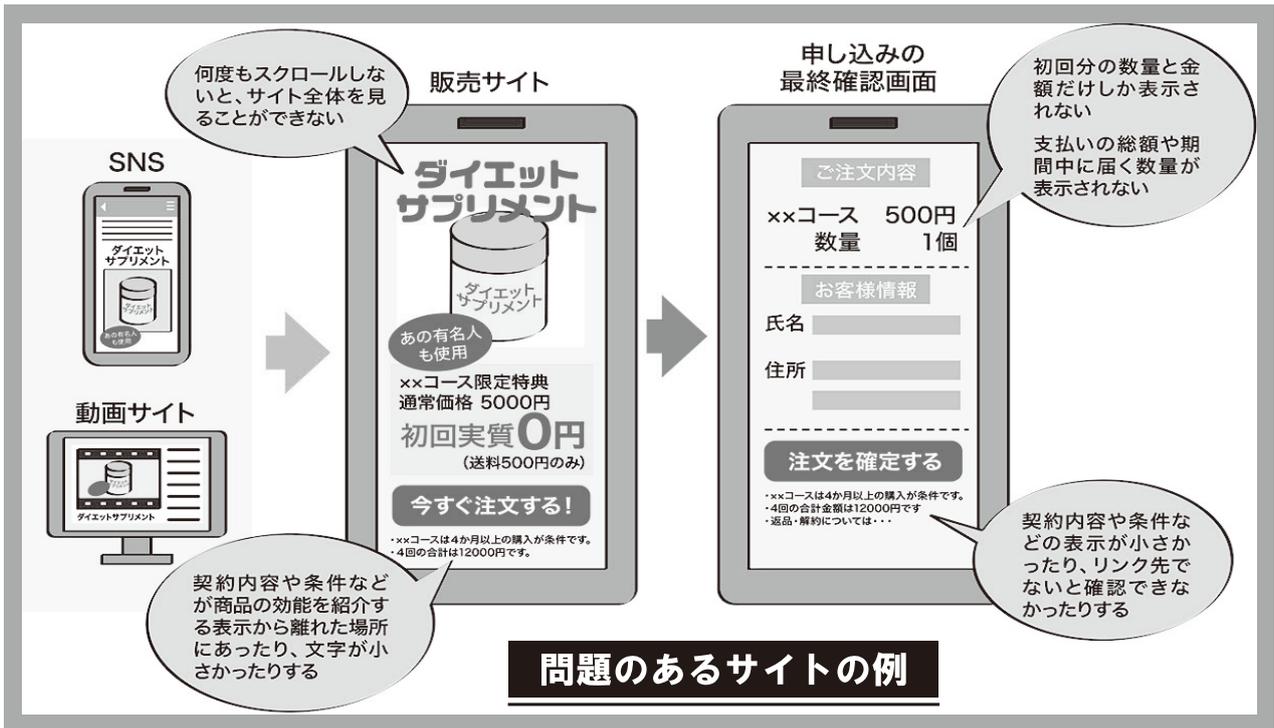
しかし、低価格で購入するための条件が定期購入であるにもかかわらず、小さい文字で書かれていたり、何度も画面をスクロールしないと表示されなかったりして、契約の内容を見落としやすい構成になっていま



す。

申し込みの最終確認画面では、初回分の商品価格のみが表示され、支払いの総額などが最終確認画面に表示されていないか、目立たなかったりするケースなどがあります。

また、解約・返品に関する条件が、字が小さかったり、ページ内の見つけにくい場所にあるリンク先にか記載されていないか、



そもそもリンクの表示がなかったりします。

定期購入 トラブルの事例

【事例1】
お試しの1回切りのつもりで注文したが定期購入が条件だった

動画投稿サイトで「ダイエツト効果のあるサプリメント、お試し500円」と広告に書いてあったので注文をした。初回の商品を受け取ってから1か月ほど過ぎたところ、また同じ商品が届き、商品代金約6,500円の請求書が同梱されていた。

1回切りのお試しの購入のつもりで、定期購入が条件とは思わず注文したので、驚いて事業者に問い合わせると、「5回の商品購入が条件の契約だ」と言われた。

注文した際の申し込み最終確認画面にも高額な金額や定期購入が条件とも記載されていなかった。

こんなに高額になるなら

注文しなかった。

【事例2】
カウントダウンに焦って注文したら実際には定期購入が条件だった

スマートフォンでダイエツトサプリメントの販売サイトを見た。
「今なら1000円で提供する」とカウントダウンが表示されていたので、焦って思わず注文してしまった。

最初は1000円で届いたが、後日約7,000円分のサプリメントが届き、同梱されていた書面には5回目までは解約ができない定期購入であると書かれていた。事業者にお問い合わせも「5回目まで購入してからでないと解約できない」と言われた。

【事例3】
事業者が電話が繋がらず解約できない

インターネットで検索して見つけた化粧クリームを注文した。初回は約2,000円、2回目からは約4,000円で、いつでも解約

できると記載してあった。

初回の商品が届き使ってみたが、これ以上は必要ないと思いき、事業者に解約を申し出るため電話をかけた。

ところが、1日に何度も、何日間も電話をかけても回線が混みあっていてつながらない。

解約は次回の商品発送の10日前までに電話で申し出なければいけないとなつてなっているが、電話が繋がらないうちに時間が経過してしまふ。どうすればよいか。



「お試し」に申し込む前に注意することは？

インターネット通販は、訪問販売や電話勧誘のような不意打ち性がないため、契約を解除できる「クーリング・オフ」がありません。定期購入トラブルの多く

は規約などの確認不足や販売サイトのわかりにくさが原因ですが、通信販売は、「自ら商品を選び、取引条件を確認し注文している」のが前提です。

販売サイト内に定期購入であることが表示されていれば、気づかずに申し込んでしまったとしても、取引条件に納得して契約したとみなされます。

納得がいけないからといって商品を送り返したり、代金を支払わなかったりすることはできません。

申し込む際は、商品や取引条件を慎重に確認しましょう。

- 1回限りの購入か？
 - 継続的な購入の場合、回数が定められているか？
 - 支払う総額はいくらか？
 - 解約や返品が可能か？
 - 解約や返品ができる場合はどんな条件か？
- 販売サイトや申込みの最終確認画面のスクリーンショットを撮り、契約条件を

残しましょう。

ウェブサイトの場合、注文後に条件等が変更され、契約した当時の条件が確認できなくなる可能性があります。

事業者と電話が繋がらなくても、曜日や時間を変えて、つながるまで架電しましょう。メールでも連絡しておきましょう。

連絡した証拠として、電話、メール、FAX等の記録も残しておきましょう。

疑問や不安が生じた場合は、すぐ相談

「請求に納得できない」「連絡がとれない」などのトラブルが生じた場合には、すぐに消費者ホットライン「188（いやや！）」番に相談しましょう。



コロナ対策と財政健全化へ向け 法人会は「税制提言」で主張する！

人類史上での脅威となった新型コロナウイルス感染症拡大は、我が国の社会経済活動が機能不全に陥るなどの未曾有の国難ともいえる危機に面しています。

政府は大規模な財政出動により、緊急避難措置として、国民生活や中小企業などの出血を止める社会政策を講じてきており、国民のみならず経済人の多くが現在のコロナ感染への不安を抱く一方で、アフターコロナの我が国財政への先行きに大きな関心を寄せ始めています。

法人会は、昨秋の税制提言でコロナ対応への財政出動はやむを得ないという基本認識を示す一方で、提言では、コロナ収束後を見据えた借金返済計画の議論に入るよう求めるとともに、

その返済財源については将来世代に回さず、現世代で背負うように求めています。

政府がコロナ対策として3次にわたる2020年度補正予算で計上された新規国債の発行は、我が国財政にとって極めて負荷の大きいものであり、2020年度末における国債発行残高は1290兆円を超える見込みで、国内総生産（GDP）の2倍超となっています。

世界各国もコロナ対策で大規模な財政出動を行っています。我が国は、国債を発行して対応したドイツでは、コロナ収束後に向けて20年間の大まかな返済計画を公表しています。

しかし、我が国では国債の返済計画の具体的な議論には至っておらず、速やか

な議論を開始し、しかも、歳入で安易に税の自然増収を前提とすることなく、歳出については聖域を設けず、分野別の具体的な削減の方策と工程表を明示し、着実に改革を実行するよう法人会は求めています。

膨らみ続ける国債発行残高は、先進国中で最も突出して悪化してきています。

非常時に備え、平時に財政健全化を進めておくのが鉄則です。歴代政権は一部を除き、不況時には減税を含む財政出動を行い、好況時には国民への配当として受益にあたる歳出を膨らませて負担を求めて来なかったという、まさに「政治の怠慢」との誹りは免れないとも言えるでしょう。

今後のコロナ禍で積み増された新規国債も含め、速

やかな財政健全化に着手し、実現するよう求めています。

我が国は、高齢化の進展から社会保障費の拡大が危惧されています。

法人会のこれまでの提言で、再三にわたり、消費税税率引き上げ時期などを先送りせずに、基礎的財政収支（P/B）の黒字を達成すべきだと主張してきました。

社会保障費の削減・抑制は困難と痛みを伴いますが、改革しなければ、持続可能な社会保障の確立と財政健全化の両立は達成できません。

法人会は、社会保障の受益と負担をバランスさせるため、「負担」の上昇、「受益」の抑制は不可避である、と主張し続けてきました。

また、法人会は行政改革の速やかな断行を求めています。

新型コロナウイルス対策で、政治の対応が迷走しているだけでなく、行政も旧態依然とした仕組みによる矛盾や悪弊が明らかになり、

国民の不満と不信感は近年にないほど高まっていることを指摘したうえで、これを機に地方を含め政府議会は「まず隗より始めよ」の精神に基づき自ら身を削るなど行政改革を徹底しなければならぬと求めています。

コロナ禍で、未曾有の困難と混乱に直面している今、改めて、法人会の税制提言での主張にご理解ご賛同を頂戴できるよう、心から願っています。

**厳しい財政状況を踏まえ、
コロナ収束後には
本格的な税財政改革を！**

DR.YOKO's Cafe

体にちょっと優しいお話し

健康づくりで気をつけたいポイントや病気の予防方法をお伝えします。

今月のテーマ

冬型栄養失調に注意！

今年は何年に比較して積雪量が多く、いつも以上に厳しい冬だと感じている方も多いのではないのでしょうか。特に寒さが苦手な方にとっては辛い時期かと思えます。人は、寒さに耐えるだけでも体力が消耗されます。冬を健康的に乗り切るためには、体力をしっかりつけることが大切です。今回は、冬型栄養失調とその解決策についてご紹介いたします。体調不良や思わぬ疾患にもつながりかねないので、冬型の栄養失調にならないように注意しましょう！

冬型栄養失調とは？

- 冬型栄養失調の症状
- まぶたがピクピク動く
- 口内炎がよくできる
- 傷が治りにくい
- 髪がよく抜ける
- 外に出るとドキドキする

こんな症状が見られたら、冬型栄養失調かもしれません。栄養素によって、寒さに対応するのに使われてしまい、いつもと同じ食事を摂っていても不足して栄養のバランスが悪くなってしまうのが原因です。消費量を夏と比較すると、およそ10%増えるといわれています。ダイエットのためにカロリー制限をしている方は、なおさら気をつけなくてはなりません。また、冬型の栄養失調は、心臓や血管、脳に影響を及ぼすことがあるため、注意が必要です。

冬に不足しやすい栄養素

冬はマグネシウム、葉酸、脂質といった栄養素が不足しやすくなります。マグネシウムは寒さで硬くなった筋肉や血管を戻すのに必要な栄養素です。効率的に摂取することで心臓の筋肉の動きをスムーズにする働きがあります。葉酸はビタミンB12とともに赤血球の生産を助けるビタミンです。身体を温めるのに必要な酵素を全身に届けるときに赤血球が大量に使われるので、冬に不足しがちです。脂質は保湿成分で、脳を構成しています。冬に乾燥して湿度が低下すると、身体の乾燥を補うために使われるので不足しやすくなります。食生活にうまく取り入れて、冬型栄養失調を予防しましょう。

食べ物に注意して冬を乗り切りましょう

身体に必要な栄養素として大切なものが、たんぱく質です。肌や毛髪、筋肉など身体づくりにたんぱく質は欠かせません。逆に、たんぱく質が不足すると身体に悪影響を及ぼします。例えば、疲労がたまりやすい、体調を崩しやすい、肌が荒れるなど、たんぱく質は元気な毎日を過ごすためにも欠かせません。寒い冬にも欠かせる鍋やおでんにはたんぱく質を含む食品を入れて、身体を温めながらたんぱく質を摂りましょう。例えば、鶏肉や魚に、豆乳やチーズを加えることでたんぱく質が豊富な冬メニューが出来ます。身体を温めながらバランス良く栄養を摂って、寒い冬を健康的に過ごしていきましょう。



せんだい総合健診クリニック 院長 石垣洋子

冬の寒さに対抗するために、多くのエネルギーを消耗します。この消費量は夏と比較した場合、10%増とも言われています。普段通りの食事をしていても、栄養不足状態に陥ってしまふ恐れがあります。今年も新型コロナウイルスへの心配もあり、いつも以上に栄養状態をアップして新型コロナウイルスに負けない身体作りが大切です。冬に不足しがちな栄養素として、マグネシウム、葉酸、脂質、などがあげられます。また、これらの栄養素が不足することによって血流が悪くなり、冷え性、肩こり、などが引き起こされます。これから、まだまだ寒い日が続いてこうした「冬型栄養失調」が起こりやすくなりますので食べる物にちょっと気にかけて寒い冬を健康に乗り切っていきましょう！

冬型栄養失調を予防しましょう！！ おすすめの食事

冬に不足しやすい栄養素

■マグネシウム

油揚げ、納豆、ヒジキ、海苔、昆布

■葉酸

ほうれん草、小松菜、春菊、レバー

■脂質

魚、オリーブオイル



身体がポカポカになる冬のお鍋

■もつ鍋、コラーゲン鍋

たっぷりのたんぱく質は、ビタミンCと一緒に摂ることで体内への吸収が高まります。春菊やねぎなどビタミンCが豊富な野菜と一緒に摂るようにしましょう。

■水炊き

鶏肉と野菜を中心にしたヘルシーな水炊きは、たんぱく質、ビタミン、食物繊維が豊富に摂れます。ミネラルが不足気味なので、昆布、わかめを鍋に入れたり、ヒジキやめかぶをサラダで摂ったりと、海藻類を摂るようにしましょう。



冬におすすめの朝食

■全粒粉や雑穀のパン

白いパンよりもマグネシウムを多く含みます。調味料も粗塩を使ったり、七味などのマグネシウムが多い調味料を使ったりして、塩分カットの工夫をしましょう。

■ほうれん草のポタージュ

ほうれん草はミキサーにかけることで、おひたしなどよりも食べやすくなります。玉ねぎやじゃがいもに、たっぷりのほうれん草を使って簡単に作ることができるのでおすすめです。



SHINKOKAI 医療法人社団進興会

せんだい総合健診クリニック

住所 千980-0811

宮城県仙台市青葉区一番町1-9-1
仙台トラストタワー 4F

TEL 022-221-0066(代表)

URL <https://www.sskclinic.jp/>

記事についてのお問い合わせ ☎022-221-1274

仙台中税務署からのお知らせ

申告書の作成・送信は **自宅で** 国税庁ホームページから！

STEP 1 「国税庁ホームページ」へアクセス

確定申告



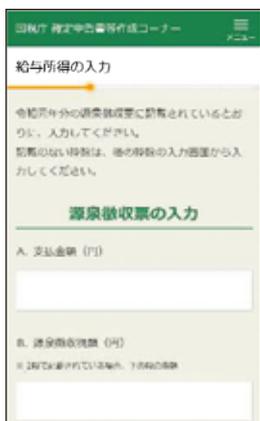
スマートフォンはこちらから→



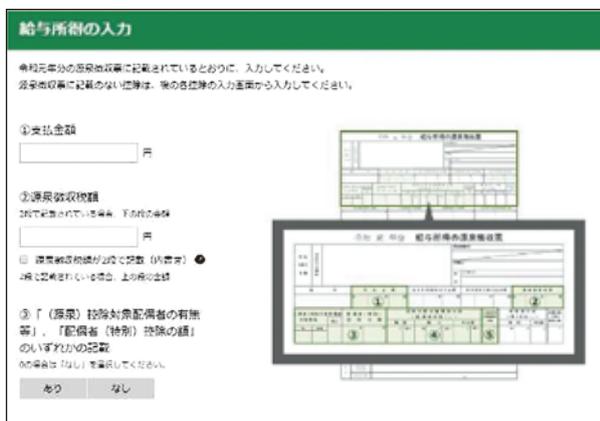
確定申告書作成コーナーの
利用者の感想
94%の方が役立つ
と回答

確定申告書作成コーナーの
利用率
3人に2人が利用

STEP 2 申告書を作成



スマホ専用画面



パソコン画面

パソコン、スマートフォンなどから画面の案内に従って金額などを入力するだけで、申告書が作成できます！



※ 65万円の青色申告特別控除を受ける場合など一部の方はスマートフォンでは作成できません。

※ 画面は令和元年分のもです。

STEP 3 申告書を送信

マイナンバーカードを使って送信

用意するものは、次の2つ！

① マイナンバーカード



取得方法は裏面
を見てね！



② ICカードリーダライタ 又は マイナンバーカード読取対応のスマートフォン



又は

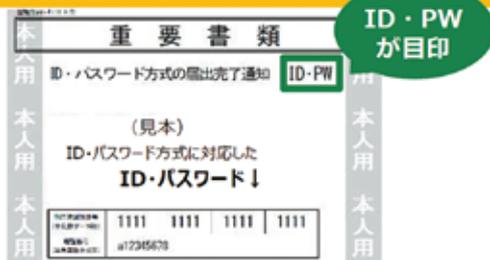


ICカードリーダライタと
して代用できる端末は
一部のAndroid端末のみ

対応端末の一覧
はこちらから！

※ 印刷して郵送等で税務署に提出することもできます。

IDとパスワードで送信



- ・「ID・パスワード方式の届出完了通知」の発行を希望される場合は、**顔写真付きの本人確認書類**をお持ちの上、**本人確認書類**にお越しください。
- ・既にID・パスワード方式の届出を提出された方は、申告書の控えと一緒に保管されている場合がありますので、ご確認ください。

(注) ID・パスワード方式は暫定的な対応です。
お早めにマイナンバーカードの取得をお願いします。

国税に関する御相談・御質問は、気軽にお電話で！



音声案内で「1」を選択してください。「電話相談センター」につながります。

仙台中税務署 ☎022-783-7831 (代表)

※税務署での面接相談御希望の場合は、事前予約が必要です。