



経営にも近視ってあるの？

平成 26 年 4 月消費税率引き上げ～引き上げ時期の原則的取り扱い～

通所介護事業者にとって「差別化戦略」のポイントとは

今こそ注目したい「女子力」

損害保険会社が取り扱う身体の保険をご存知ですか？

経営にも近視ってあるの？

マーケティング・マイオピア論という名前を聞いた事がある方も多いと思いますが、このマイオピア myopia とはまさに医療の言葉で近視を意味します。一般的な英語近視はニア・サイト near sight です。

このマーケティング・マイオピア論ですが、ハーバード・ビジネス・レビューの編集長として学会のみならず多くの企業に影響を与え、ドラッカーやコトラーと並んで高い評価を受けているレビット博士が提唱したものです。20 世紀初頭に絶大な権力と財力を持ったアメリカの鉄道会社が、自らの事業を「鉄道事業」と考えていたために、その後輸送手段としての地位を飛行機や自動車にとってかわられてしまった事を事例に挙げています。もし鉄道会社が「輸送事業」として自社を認識できていたならば、長距離バスやレンタカー事業にどんどん進出し業績をさらに伸ばす事ができたはずだと分析されているのです。鉄道業は衰退産業であっても、輸送業としてとらえれば市場は拡大していたのですね。自分の業界に精通するのは良い事です、あまりに近くを見すぎているとせっかくのチャンスを見逃し逆に大きなリスクを抱え込む要因になりがちであることをマーケティング・マイオピア論は教えてくれています。

このレビット博士が指摘する近視理論のエッセンスは、事業の「目的」である輸送の提供を重視すべきであり、「手段」である鉄道事業は見直しすべきだったのだ、という意味だなと理解できます。

しかし、この手段と目的の取り違えは、日常的に組織にはたくさん存在するのではないのでしょうか？目的は終了したのに天下り先として生きながらえる公的組織もたくさん存在しています。

それでは、近視眼から脱却するためには何をしたら良いのでしょうか。それは、少し先をみた事業目的の考え直し、すなわち「自分の組織の事業の定義づけ」に尽きるなと感じます。そしてこの定義付けには様々な方法がありますが、名著「ビジョナリー・カンパニー」で紹介される「ハリネズミの概念」が大変参考になります。肝心要の一点を知っているハリネズミのギリシャ寓話にちなんだ理論ですが、3つの視点で考え一番重なる領域にせよ、というものです。

1、情熱をもって取り組めるものは？

2、世界一になれる部分は？

3、経済的原動力になるものは？（顧客の支持を得られるものは？）

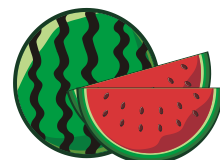
この3つを満たしている領域は必ずしも成長性の高い分野ではなく、かえって成熟市場や衰退市場で伸びている組織があることを教えてくれています。インターネット上の本屋アマゾンだって本屋自体は衰退市場ですね。この概念は個人の仕事の選択にも使うことができます。個人と組織の近視を矯正することを考えてみませんか？

成迫 升敏

【お知らせ】

平成 25 年 8 月 13 日（火）～8 月 16 日（金） 夏季休業とさせていただきます。

ご迷惑をおかけいたしますが、ご理解のほどお願い申し上げます。



平成 26 年 4 月消費税率引き上げ ～引き上げ時期の原則的取扱い～

平成 26 年 4 月からの消費税率引き上げに向け、「改正政令」が公布されたり、国税庁からも通達や Q & A が公表されるなど、実務対応が本格化してきました。最近では税率引き上げをテーマとする記事も散見するようになりましたが、今回の事務所通信では、原則的な取扱いを中心にをご紹介します。

■適用される税率について、確認すべきポイント

改正消費税法は、平成 26 年 4 月 1 日（以下「施行日」）以後に国内において事業者が行う資産の譲渡等については新税率（8%）が適用されます。原則的な取扱いのポイントは以下の表のとおりです。

取引の態様		資産の譲渡等の 時期の原則	具体例	
			経過措置なし	経過措置あり
資産の譲渡		その引渡日	・棚卸資産の販売 ・固定資産の購入 ・リース取引	・予約販売(書籍等) ・通信販売
資産 の 貸付	契約又は慣習により使用料等の 支払日が定められているもの	その支払日	・事務所建物の賃借 ・自動車のレンタル	
	支払日が定められていないもの	支払日(又は、その請求日)		
役務 の 提供	請負のうち、物を引渡すもの	目的物を相手方に引渡した日	請負工事	
	・請負のうち、物を引渡さないもの ・人的役務の提供	その役務の提供を完了した日	清掃、運送、通信、 保守、公告、宿泊、 会計サービス	旅客、映画、電気、 冠婚葬祭、通信教育、 有料老人ホーム

■原則的な取扱いにおける注意点 - 「契約日」ではなく「引渡しの日」 -

固定資産の購入など「資産の譲渡」に該当する取引については、対象となる物品の引渡しの日が施行日前であるか、以後であるかにより税率が変わります。適用税率について、**原則的な取扱いでは「契約日」は関係ない**点に注意が必要です。資産の貸付や役務の提供についても同様です。

■リース取引について - 「所有権移転外リース」は「引渡しの日」基準 -

リース取引については、契約上は「資産の貸付け」に該当しますが、リース取引のうち、一般的に用いられている「所有権移転外リース取引」については、税務上売買として取り扱うこととなっており、消費税法上「資産の譲渡」に該当します。したがって、契約日を基準とした「資産の貸付け」に係る経過措置の適用はなく、対象物品の「引渡しの日」を基準として適用税率が変わりますのでご注意ください。

■経過措置について - 「契約日」にも注意 -

経過措置は、「資産の譲渡等の時期」が施行日以後の場合に、特別に定められた日（契約日など）を基準として新税率(8%)と旧税率（5%）のどちらを適用するのか決めるための措置です。主に、以下の3種類の経過措置があります。経過措置については、原則的な取扱いと違い、「契約日」が関係してくる場合があります。

- ①平成 25 年 10 月 1 日（以下「指定日」という。）より前に契約を締結していることを要件として旧税率を適用するもの 【請負工事等、冠婚葬祭のための施設の提供等】
- ②指定日より前に契約を締結し、かつ、施行日より前に一定の行為（対価の受領、資産の貸付けの開始など）を行うことを要件として旧税率を適用するもの
【資産の貸付け、予約販売に係る書籍等、通信販売、有料老人ホーム】
- ③施行日より前に一定の行為を行うことを要件として旧税率を適用するもの
【旅客運賃等、電気料金等、資産の譲渡等の時期の特例に関するもの】

経過措置については、任意適用ではなく、要件に該当した場合は当然に旧税率が適用されます。また、取引ごとに細かい要件が定まっているため、後日のトラブルを避けるためにも、上記の取引に該当する場合には、個別に適用税率を確認することが必要です。ご不明な点がございましたら、弊社担当者までお尋ねください。

通所介護事業者にとって『差別化戦略』のポイントとは

社会保障審議会介護保険部会において、国の財源を考え将来的に「介護保険の要支援1、2については、介護保険給付の対象から分離する」ということが議論されています。軽度の利用者が多い通所介護事業所や、特に「リハビリ特化型」の事業所にとっては経営に大きく影響を与える内容です。また、介護報酬改定を見据えての調査機関である三菱UFJリサーチ&コンサルティングの「地域包括ケア研究会の報告書」では、今後の通所介護の在り方について以下の点が明記されています。

■レスパイト機能部分を低い報酬で評価して専門性の高い機能をより高く評価する

■要支援者に対して⇒見守り、配食、外出支援、サロン（集いの場）などの地域活動を充実させ

介護保険サービスを利用しなくても健康が維持される仕組みの検討

■団塊の世代向けにメニュー、アクティビティの多様化が必要で有料サービス（全額自己負担）と通所介護との組み合わせしやすい仕組みの検討

通所介護事業所は、①レスパイト機能型 ②リハビリ型 ③認知症ケア型 ④ナーシング機能型のいずれかに分類されますが、今後①レスパイト機能型（通常の通所介護事業所）だけをしている事業所にとっては専門性の高い分野（認知症、リハビリ等）に移行するか、利用者のニーズに合わせた「自費サービス」を売りとした集客が必要になってくるのではないのでしょうか。そこで、今回はマーケティングの視点より差別化する際に必要な4つのポイントをご紹介します。

ポイント	例示
① どの（地域）	・松本市市上地区から15分圏内 (～の地域はやらない。～の地域だけを対象にする。)
② 誰に（利用者層）	・介護保険の要介護度が軽度の方、元気な男性高齢者 (～の利用者様とは付き合わない。～の利用者層だけを対象にする。)
③ 何を（サービス）	・通貨を使ったアミューズメントカジノ（麻雀、パチンコ、カラオケ等） ・お風呂なし、食事なしの短時間（午前 or 午後のみ）のリハビリ特化 (～のサービスはやらない。～のサービスだけを取り扱う。)
④ どのように（集客方法）	・昔から信頼のあるケアマネのみからの紹介しか受付しない (～の集客方法はとらない。～だけで販売する。)

基本的には、大切な地域の、大切な利用者に、大切なサービスを「1点集中」して提供する事が重要です。成果が出やすく、サービス内容が利用者やケアマネジャーからわかりやすいからです。

通所介護事業所は、ほとんどの地域で「利用者数<事業所数」になってきており、マーケットとしては飽和している状態です。そのため「次の新しい利用者の開拓を急げ!!」という事で、次から次へ事業展開する所もありますが、まずはお客様のニーズに合わせた商品開発や自社の「強み」、「売り」を明確にしてからでも良いのではないのでしょうか。完全な新商品開発でなくても、例えば、リハビリ特化のために、お風呂なし、食事なしにする方法でも良いのです。自社の「強み」は何で、「売り」は何なのか、なぜ現在の利用者・ケアマネジャーは私達の事業所を選んでいただいているのか？自社の診断から始めてみてはいかがでしょうか。ご不明な点は、弊社福祉事業部までご相談下さい。

今こそ注目したい「女子力」

人手が足りないが予算がない。求人はするが良い人材が見つからない。思うように「下」が育たない。景気が上向きという報道はあっても、まだまだ先行きは不透明、企業も人件費に慎重にならざるを得ない状況下、新たな人材を獲得することで戦力を強化するのは非常にハードルが高いというのが現実です。となると、「今いるメンバーでいかに成果を最大化させるか」＝「今のメンバーの底上げ」が重要なテーマとなります。そのためには「女性」の戦力化が不可欠です。職種によって異なりますが、日本では今、女性は49%しか労働参加していません。米国は59%、スウェーデンは70%です。ここに戦力の「伸びしろ」があります。今は就職する人口の半分が女性であり、「優秀な人材は男も女もない」時代です。雇用形態にかかわらず、今あるリソース、今いる人材を最大限に活用する。そのカギとなるのが女性なのではないのでしょうか。また、スタッフの定着率を上げるための労働環境作りには国からの助成制度もあります。それらも活用しながら「女子力」で業績アップを図っていききたいものです。

統括部長 高木 幹夫

損害保険会社が取り扱う身体保険をご存じですか？

損害保険会社(以下、損保会社)に抱かれているイメージは一般的に、「自動車保険」、「火災保険」、「傷害保険」が強いと思います。しかし実は、医療保険やガン保険、介護保険等(総称して「身体保険」)等を取り扱っている損保会社は、生保よりは少ないものの、数多く存在しています。その内容や取り組み方は各損保会社によって様々で、かなり補償が充実している商品もあります。そこで、今回は、損保会社が取り扱う「身体保険」の代表的な商品3つについてお話をさせていただきます。

実費を補償する医療・ガン保険

生命保険会社の商品では見られない「実費補償」という特徴があります。

＜主な特徴＞

- ① 入院や通院等で負担した実費を補償する。
- ② 差額ベッド代や食事療養費等も実費で補償する場合がある。
- ③ 保険金請求時に必要な診断書作成料も補償する。
- ④ 事故で失った手足を代用する義手や、抗ガン剤投与で必要になったかつら(ウィッグ)費用、乳ガン治療で失った乳房再建の手術費用を実費で補償する。
- ⑤ その他、ホームヘルパーやベビーシッター、介護従事者の雇入れ費用、介護施設、託児所、保育園等への預け入れ費用等諸費用を実費(一部定額あり)で補償する。

一般的な医療保険やガン保険は入院給付金 5 千円、1 万円等定額等の保障が多いですが、損保会社が取り扱う保険は実際にかかった費用を補償するものがあり、考え方の違いに驚きます。

歯の治療費用を補償する保険

代表的なある損保会社の「歯の保険」を紹介します。

＜主な特徴＞

- ① 健康保険適用の歯科治療費用のうち、自己負担分を年間 15 万円まで補償する。
- ② インレー・クラウン・ブリッジ・インプラントの自由診療も年間最大で 20 万円まで補償する。
- ③ 交通事故等でのケガによる死亡・後遺障害を 100 万円補償する。
- ④ 補償開始日は最後に歯科治療をしてから 90 日後となり、ケガの補償は加入後すぐに報償する。
- ⑤ 16 歳から 54 歳まで加入可能で 59 歳まで継続が可能である。

受け取れる保険金も支払う保険料も比較的少額ですが、歯の治療で自由診療を躊躇されていた方にとっては注目度の高い保険かもしれません。

ガン保険のついた定期預金

こちらも代表的な商品をピックアップしてみました。

＜主な特徴＞

- ① 保険金はガンと診断確定時の定期預金と保障率(50~100%)となる。
- ② 銀行の定期預金にガン保険が付いている。
- ③ 保険料は銀行負担なので 0 円である。
- ④ 保険加入後 3 ヶ月後から補償が開始する。
- ⑤ ガンと診断確定後、入院が所定の免責期間を超えていることが要件。

入院の免責期間が比較的長い等、保険金の支払要件は厳しいので、なかなか実際に保険金が支払われることは無いようですが、あるにこした事はないかもしれません。

この他、介護保障付定期預金という商品や、普通預金でも就業不能生活サポートという商品もあるようです。

上記の保険にどれだけ需要があるかは定かではないものの、私達、消費者にとって様々な選択肢ができるということは良いことではないでしょうか。これからは新たな発想で様々な補償内容の保険商品が出てくることが期待できます。

※各損保会社によって取り扱う保険内容、補償内容は異なりますので、必ずご加入の際には各損保会社や弊社担当者にご相談下さい。

[以上]