

7月1日から改正民法（相続法）が施行されます

主な改正点として「贈与税の配偶者控除の特例による居住用不動産の持戻しの免除」があります。税制上の特例を使って配偶者に生前贈与された不動産について、改正前は配偶者の特別受益として、相続時にその不動産価格が遺産に加算（持戻し）されていましたが、改正法では、持戻しを免除する規定が設けられ、税法との食い違いが解消し、配偶者の老後の生活保障という被相続人の意思が尊重されることになります。

そのほか、遺産分割前における預貯金の一定の範囲内での払戻し、被相続人の生前に無償で療養・介護に尽くした相続人以外の親族（長男の妻など）の貢献度に応じた金銭の請求権の創設、遺留分権利者の権利侵害における請求権を原則として金銭請求とする改正が行われました。

消費税 価格転嫁と価格表示への対応② 価格表示を確認し、対応を検討しましょう！

消費増税に伴い、新たな販売価格の表示が必要となります。小売業や飲食業など消費者と取引する（B to C）事業者は、総額（税込）表示が原則ですが、値上げと誤認されたくないなど事業者の事情に配慮して、総額表示と誤解されない措置をとれば、税抜価格による表示が認められます（令和3年3月末まで）。

事業者間取引（B to B）においては、総額表示義務はありませんが、契約書等の消費税額についての記載を見直すことが必要です。取引先に確認し、整備しましょう。

免税事業者については、仕入にかかる消費税相当額を織り込んだ価格設定をしたうえで、価格表示をしましょう。

小さな会社の「必勝の経営術」② 中小企業は“強者の戦略”で戦うな！

ランチェスター法則には、競争条件の有利な企業が実践する「強者の戦略」と競争条件の不利な企業が実践する「弱者の戦略」があります。中小企業は、弱者の戦略で経営すべきですが、敵を知る意味で「強者の戦略」を知る必要があります。

強者は、まず商品や地域において総合1位になることを目指し、さらに2位以下の企業の追従を許さないように、大きな資本力を使った戦略をとります。

商品であれば商品の種類を増やし、営業地域であれば多数の支店や営業所、販売担当者を配置して市場の範囲を広げます。弱者が新製品を出せば、直ちに同様の商品を販売します。地域市場のカバー率を高め、マス広告を利用して知名度を上げる。このような戦略を実行できるのは、わずか0.5%しか存在しません。

（以上の記事について詳細を知りたい事業者の方には「・・・ニュース」を送らせていただきます）