



SHINJUKU

5

2021
vol.213

企業にも街にも活気 地域をつなぐ法人会



東京2020大会のエンブレムを手掛けた
野老朝雄氏 特別インタビュー
エンブレムの「律」が新しい扉を開く



小冊子プレゼント

「すぐに改善! 労務管理のNG対応」
「ポストコロナに向けた経済対策・税制ガイド」

連載 IT

「営業活動の“オンライン化”」
(事例編)



公益社団法人 新宿法人会

C O N T E N T S

社会貢献活動報告

図書等 寄贈 1
 使用済み切手・外国コインの寄贈 2

野老朝雄氏 特別インタビュー

エンブレムの「律」が新しい扉を開く 3~6

IT連載 営業活動の“オンライン化”

Part 3 〈事例編〉 7~10

法人会税制改正に関する提言の

主な実現事項 11・12

『公益目的事業のための寄附金』の

ご報告 12

連載 税金なんでも Q&A Vol.34

退職金課税の改正について教えてください 13

税務署だより

税務職員募集、国税庁 社会人経験者募集 14

都税事務所からのお知らせ

5月は自動車税種別割の納期です／
 新型コロナウイルス感染症の感染リスク軽減のため
 都税事務所等への来所不要な手続きを
 ご利用ください。 15

会員限定

チラシ同封サービス会員支援特別企画！ 16

第9回 通常総会開催のお知らせ／

小冊子プレゼント 17

5月・6月 法人会イベント／

おすすめ本／珈琲たいむ 18



新宿の街の風景 8
 — 高田馬場駅前 —

表紙イラスト・松井伸佳(まつい のぶよし)
 1956年生まれ・武蔵野美術短期大学卒業。1981年小島良
 平デザイン事務所を経て、フリーランス・イラストレーター。
 リアル表現を柱に広告・パッケージ媒体において、手描きス
 タイルに拘って活動中。

チャリティで集まったお金で
 大久保・戸山・戸塚第一小学校に
 図書等の寄贈を行いました

大久保小学校

ミニ電子キーボード…25台

※コロナ禍で鍵盤ハーモニカの使用が
 難しくなったため ※2回分



戸山小学校

大型紙芝居舞台、
 紙芝居 他



戸塚第一小学校

充電式掃除機…2台



※天神小学校は令和3年度へ

ご協力ありがとうございました。
 今年度も ご協力よろしくお願いいたします。



使用済み切手 約7.4kg (約37,235枚) と 外国コイン 745g を寄贈いたしました

令和2年度に皆様からお寄せいただいた使用済み切手は社会福祉法人新宿区社会福祉協議会を通じて、海外コインは直接公益社団法人日本キリスト教海外医療協力会（以下JOCS）へ寄贈いたしました。ご協力いただきました皆様に御礼申し上げます。

日本キリスト教海外医療協力会は、1964年に日本では初めて、使用済み切手による国際保健医療協力活動を始めました。現在も全国から寄せられる使用済み切手や書き損じハガキ、外国コイン、古本などをアジアやアフリカの保健医療協力のため、役立てています。

※ 5,000枚の使用済み切手を換金すると約1,800円となります。

使用済み切手

約 5,000 枚
(約1kg)

でタンザニアの看護学生1人の1年分の教科書代になります。

使用済み切手

約 22,000 枚
(約 4.2kg)

でウガンダで助産師学校の1か月の学費相当になります。

使用済み切手

約 80,000 枚
(約 16kg)

でバングラデシュで理学療法の技術や理論を学ぶ研修費用相当になります。

使用済み切手の手順

① 送れない（破れた・折れた・汚れた・欠けた）切手は省く

② 切手を切り取る

- ・切手のまわり1cmくらいを残して切り取る
- ・無理して消印スタンプを残す必要はありません。もし、1cm+少しの余白で消印が残る場合はなるべく残してください

③ 日本と外国の切手に分ける

④ 法人会へ送る・届ける

この後JOCSの

⑤ ボランティアさんにより整理・仕分け・箱詰め・発送される



今年度も引き続き「使用済み切手・外国コイン」の収集にご協力をお願いいたします。未使用切手や外国紙幣も受け付けております。



令和2年度 使用済み切手・外国コイン収集にご協力頂いた皆様

寄贈者一覧	
アールシーソリューション 株式会社	竹田商事 株式会社
旭商事 株式会社	竹の商事 株式会社
株式会社 亜細亜電機製作所	株式会社 チェックメイト
株式会社 鮎沢商事	株式会社 竹宝商会
税理士法人 Arzt	司環境計画 株式会社
イナバ商事 株式会社	税理士法人 塚野会計事務所
株式会社 エー・ビー総研	東栄商事 株式会社
株式会社 越後屋豆店	東京タイル 株式会社
有限会社 M・T・D	公益財団法人 東京都福祉保健財団
株式会社 オカダヤ	東聖建設 株式会社
株式会社 オカダヤアークス	株式会社 東聖ハウスシステム
株式会社 加丸屋商事	株式会社 新村本社
関東石油 株式会社	庭野 とし子 様
株式会社 喜久屋	Bar ASGOD
株式会社 紀伊國屋書店	ハイネス管理 株式会社
極光電気工事 株式会社	株式会社 馬場ガラス店
株式会社 公営社	株式会社 ブラウド
株式会社 厚徳社	株式会社 本間興産
株式会社 コンピューターマネジメントセンター	マエダ綜建 株式会社
山王工業 株式会社	明宝マネジメント 株式会社
株式会社 塩田屋	株式会社 よし彦
株式会社 シンクタンクマインドズーム	株式会社 らんざん
堀越公認会計士事務所	株式会社 ロッキー
株式会社 新宿高野	株式会社 ロメオ
新宿東部 株式会社	株式会社 若松屋
株式会社 タカノフルーツパーラー	

※五十音順



Olympic and Paralympic
Games
in Tokyo, 2020



特別対談

エンブレムの「律」が 新しい扉を開く

東京2020大会のエンブレムを手掛けた野老朝雄さんは、新宿で生まれ育った。子どものころは近所に画家のアトリエなどがあって、芸術へのあこがれを抱いたという。また、新型コロナウイルスの感染が拡大する前は、お金を持たず歌舞伎町をぶらっと散歩するのがお気に入りだったとか。そんな野老さんがデザインしたエンブレムにはどんな思いが込められているのか、エンブレムを通じて何を伝えたいのか、聞いてみた。

東京 2020 大会を
次世代につなぎたい

稲葉委員長 野老さんがデザインした東京2020オリンピック・パラリンピック（以下、東京2020大会）のエンブレムは江戸時代から親しまれてきた「市松模様」をベースにして、日本の伝統色である藍色で表現しています。シンプルでありながらとても印象的です。どんな意味を込められたのですか。

野老 ありがとうございます。エンブレムのデザインを考える際に、1964年に開催された東京オリンピックのことを改めて勉強してみました。

当時の日本はまだ発展途上でしたから、オリンピック開催に向けてさまざまなインフラが整備されました。東海道新幹線もそうですし、首都高速道路もそうです。多くの人がワクワクしたでしょうし、建築技術も一気に高まり、いまにつながっています。

デザイン面も素晴らしかったですね。トイレや非常口を示すマーク（ピクトグラム）は、誰でも知っていると思いますが、実は64年の東京オリンピックで確立したと言われています。先日、仕事でイタリアの工場に行ったのですが、非常口を示すマークが単なる緑色の四角で、最初はまったく分かりませんでした。四角はドアを意味するのでしょうかけれど、日本から生まれた非常口のマークがいかに分かりやすいか、改めて感じましたね。こうしたデザインも前回の東京オリンピックの後から生まれ、いまに受け継がれてきたのです。

オリンピック・パラリンピックに出場できるのは一握りの人たちにすぎません。しかし、それを見た経験を語り継いだり、技術や文化を後世につなげてい

地域情報



野老朝雄氏
tokolo asao

美術家。1969年東京生まれ。幼少時より建築を学び、江頭慎に師事、2001年9月11日より「つなげる」ことをテーマに紋様の制作を始め、美術、建築、デザインなど、分野の境界を跨ぐ活動を続ける。新宿区中落合生まれ。作品集『野老紋様集 2001-2021 →』（美術出版社）5月発刊予定。

くことはできます。それがオリンピック・パラリンピックのすばらしさと改めて感じました。そこでエンブレムも「つながる」をテーマに考えました。経済成長を遂げたい今の日本で開催する東京2020大会が後世にどうつながっていくのか、いまから楽しみです。

委員長 たしかに四角形がたくさん組み合わされて、つながっていくデザインになっていますね。「つながる」というのは時間のつながりであり、人の「つながり」でもあるのです。

野老 オリンピック・パラリンピックでは、国交がない国同士の選手が試合をしたり、競い合ったりすることができます。すばらしいことですね。スポーツならではの「つながり」です。一昨年開催されたラグビーワールドカップ2019日本大会でも「つながり」を実感しました。これまでラグビーの試合を見たことなかった子どもも一瞬にして虜になり、みんなで応援する姿には僕も驚きました。これがスポーツのすばらしさであり、「つなぐ力」だと感じました。

東京2020大会では、合わせて55競技（オリンピック33競技、パラリンピック22競技）が予定されていますが、その中にはまだ見たことのない競技がたくさんあるはず。その時間を共有することで、人と人のつながりが生まれるでしょう。

エンブレムの「律」が新しい世界の扉を開く

委員長 今回のエンブレムが「新しい世界の扉を開いてくれるのではないかと」も考えていらっしゃるようですが、これはどんな意味ですか。

野老 今回のエンブレムは、大中小の四角形でできています。大が9個、中・小が18個ずつの計45個を組み合わせています。大きさの違う3種類の四角形を同じ数だけ用いて、2つのエンブレムを作ったのです。東京2020NIPPONフェスティバル(大会公式文化プログラム)のマークも同じです。

僕はこの数理的なルールを「律」と呼んでいます。「律」はスポーツのルールのようなものですね。ラグビーであれば「前に投げたはいけない」とかサッカーであれば「手を使ってはいけない」とか、しぼりがあるからこそ、楽しさや

美しさが生まれるのだと思っています。また、ルールがあるからこそ、それを見た人も同じルールでラグビーやサッカーを楽しむことができます。

僕の場合は、幾何学というルールを設定してエンブレムを作りました。これを見た人が「幾何学で何を作ってみようか」との発想が生まれ、新しいものが生まれてくると楽しいですね。公立小学校では20年から、公立中学校では21年からプログラミングの授業が始まりました。僕がエンブレムに利用した律を使って子どもたちがパソコンでさまざまな形を考えてくれば、新しい世界が広がるのではないかと考えています。

実は、科学雑誌のニュートンが「東京五輪のエンブレムにかくされた幾何学」(19年9月号)という記事を掲載してくれました。記事では、たとえばオリンピックのエンブレムは120度回転(3分の1)回転させると元の形にもどることやパラリンピックのエンブレムは、中心をとる縦の線で折り返すとピッタリと重なることなどが紹介されています。他にも松川昌平氏によるPCで動くエンブレムジェネレーターなど、すでにさまざまな「つながり」が生まれています。

オリンピックは『社会』や『美術』などさまざまな科目で扱われるイバンドですが、今回はエンブレムによって『算数』を加えることができると考えているのです。子どもたちとワークショップができればいいですね。

委員長 オリンピックと算数というのは意外なつながりです。エンブレムの「律」を利用して、自由に発想してもらおうですね。

野老 そうです。エンブレムのデザインをしてから、多くの取材を受けました。そのとき感じたのは「エンブレムが何を意味しているか、分かりやすく定義

「エンブレムによって後世に何が残せるかがとても楽しみです」



稲葉和久広報委員長

東聖建設(株)代表取締役。昭和46年・会社創業。長年の経験と実績を有する経営者。地元建設企業として「小回り・サービス・誠意」を保持しつつ、大手企業の持つ「組織力・技術力・プライドと責任」の双方を目指す「小さな大手企業」として経営。建築屋目線でお話が弾みました。

してほしいと望んでいる」のではないかとということでした。でも僕は、あいまのままにしておきたいと考えています。それは見る人が想像する余地を残しておきたいですし、幾何学模様は見る人によって違うものを掘り起こせる可能性を持っていると思うからです。

色を1色にすることで形が浮かび上がってくる

委員長 今回のエンブレムは色を一色にされましたが、どんな思いがあったのですか。

野老 地味だとの意見もありましたが、僕自身には「色だけに依存したくない」との思いがありました。また、1色で作ったのは、神聖なものを作り



たいとの思いもありましたし、色を捨てることで形が浮かび上がればいいと考えました。そして藍色を選んだのは、何年経っても残る強い色だからです。藍色は黒に次いで退色しにくい色なのです。

そもそも藍色は日本の伝統色であり、庶民の色ですよ。江戸時代には多くの人が藍染めの着物を身に着けていました。明治になって来日したイギリス人がそれを見て「ジャパン・ブルー」と名付けたといいます。庶民が藍染めを愛用したのは、タデ科の藍に抗菌効果があったからです。木綿を藍染めにする事で清潔さを保つことができたのです。いまでも剣道の胴着などに藍染めが使われているのは、あまり洗濯できないからです。

委員長 藍は印象に残りますね。

野老 江戸時代の日本橋を描いた「熙代勝覧(きだいしょうらん)」という巻絵があります。日本橋から今川橋までの大通り(現・中央通り)を描いたものですが、沿道にある問屋や店の様子が分かります。どの店にもれんがかかっています。藍に白という単色で染め抜かれています。非常に鮮やかで印象に残ります。それもあってエンブレムを藍色にしようと考えました。日本の文化には単色の美しさがあります。これは欧州とは明らかに違います。たとえば、日本の国旗は白地に赤の単色ですが、欧州の国旗にはさまざま色が使われています。

しかも、日本の文化が花開いた江戸時代の紋様はいま見ても美しいですよ。それを復興させて世界に伝えたいと思い、藍色の市松模様にしたのです。世界には青を愛でる国が多い

ですから、共感も得られるのではないのでしょうか。

委員長 この紋様は立体にもなりそうですね。

野老 そうなんです。僕の頭の中には、紋様をさまざまな立体物にするアイデアが湧いています。たとえば、紋様を金属で作れば、キラキラと光を反射してきれいでしょ。紋様を小さくすればジュエリーにもなります。あるいは、ビーチサンダルの裏に紋様を掘るのもいいでしょう。そのサンダルでみんなが海岸を歩き回ったら、海岸中に紋様が刻まれます。面白いでしょ。

何かに特化することで 粹になり文化が生まれる

委員長 64年の東京オリンピックでは、自衛隊のブルーインパルスが空に五輪のマークを描いたのが、とても印象的でしたね。いまの技術なら、空にエンブレムを描くこともできるのではないのでしょうか(笑)。

野老 それは面白いですね。僕には、いまだにあきらめていないことがあります。それはエンブレムの形をした風船を作ることです。ポテトチップスの袋って膨らんでいますよね。同じように四角形の袋を作って、その中にヘリウムガスを入れる。袋の四隅をつないでエンブレムの形にすれば、空に浮かぶんじゃないかと思っているのです。もちろん、構造計算や風圧計算が必要になりますが、半分は抜けているデザインになっていますから、空気が通るし、半分は光が通らないから地上に影ができて、多少、日よけにもなるんじゃないかと(笑)。代々木公園などで子どもたちと一緒に作れたらいいですね。



「活気にあふれた江戸の町 『熙代勝覧』の日本橋(小学館刊)には、絵巻『熙代勝覧』が紹介されている。『熙代勝覧』は200年ほど前の日本橋の活気を描いたもので12mある大作。越後屋(現・三越)や木屋など88軒の間屋や店とともに、1671人の人々が描かれているという。「店に掛けられているれんのデザインはいま見ても古びていませんし粋ですよ」

委員長 それはいいですね。野老さんは建築をベースにして美術やデザインなど幅広い分野で活躍されていますが、作品を作るときに大事にしていることは何ですか。

野老 僕はデザインができてから「自分はどうなんだ」と気づくことが多いのですが、最近は「残るものを作りたい」との思いが強くなっています。それは死んだ後にも「つながりたい」と考えているからでしょう。僕が関与した図形が構造的にも物理的にも100年後、200年後まで残る強度を持ってほしいと思っています。もしも、僕が死なないとしたら、ここまで頑張らないと思います。命が限られているからこそ、生きていううちに残そうと思うのでしょう。だから、常に「これでいいのか」と自問を繰り返しながら、制作しています。

次の世代に何をどう残すかは、どんな職業でも大事だと思いますね。例えば、ピラミッドは何千年も残っています。もちろん政治的な意味もあったでしょうけれど、何より美しいからこそ残っているのだと思います。

委員長 新宿にも野老さんの作品ができたようですね。





野老 千駄ヶ谷のオリンピックスタジアムの近くに高さ7メートルほどの鉄の塔のモニュメントが2020年1月に完成しました。材質はコールテン鋼で錆きっていない状態で、2年ほどかけて錆が定着します。僕が作家として選ばれたわけですから、東京2020大会のエンブレムと無関係な形では作りたくありませんでした。ですから「ハーモナイズド・タワー」というタイトルにしました。組市松の英語表記がハーモナイズド・チェッカ・エンブレムだからです。

何かに特化することで 粹になり文化が生まれる

委員長 エンブレムは会社のロゴマークに通じるものがあると思いますが、会社におけるロゴマークの意味はどうお考えでしょうか。

野老 さきほどの「熙代勝覧」に描かれたのれんの屋号は、会社のロゴマークのようなものだと思いますが、日本の美学でもあると思いますね。江戸時代のものでありながら、いまだに古さを感じない美しいロゴマークです。国で

あれば国旗、家なら家紋、みんなロゴマークですね。

会社のロゴマークには、デザインに流行りがあって、デザインをしてもらうときに「いまはこれが流行っていますから」と言われて決めたものは、時代の変化とともに古びてしまい、無残なものになってしまう可能性があります。ですから、ロゴマークを作るなら、流行は気にしないほうがいいでしょね。

また、どんなデザインがいいか決めるときに一つ言えることは、多くの人の意見を聞くことがいいとは言えないということです。僕はスーパーカー世代ですけど、ポルシェ 911とかカウンタックのような車は、みんなの意見など聞いていたらできなかったと思いますね。あるいは初期のJeepは、機能面が本当にすごい。お客さまのことなんて考えずに作っていると思います。最近ではスーパーマーケットにプライベートブランドがあるのが当たり前になっていますが、多くの人が好む平均的な味になって「こだわりおやじのカレー」のような商品は出しにくくなってしまいます。

ロゴマークに話を戻すと、会社の理念やビジョンはデザイナーに伝えるにしても、あとは任せて自由に作ってもらうことが大事かもしれません。

イギリスで建築を学んでいる時、クライテリア (criteria) という言葉がありました。「判断基準」という意味ですが、これは複数形です。一方で

フィッシュ (fish) は1匹でも、10匹でも、何万匹でもフィッシュです。単数形はありません。つまり、判断基準は一つではないとの教えです。100個あるかもしれません。それを伝えてロゴマークを作ってもらうより、何かに特化して他を捨てることが大事だと思います。それが粋であり、文化につながる気がしています。

お金を持たずぶらっと 歌舞伎町を散歩するのがいい

委員長 野老さんは新宿で生まれて新宿で育ったわけですが、新宿で好きな場所はどこですか。

野老 僕は生まれたのは中落合です。最近あまり行く機会はなくなってしまいましたが、当時は画家のアトリエがあったり、とても文化的な街でしたね。そんな環境で育ったことが芸術に憧れを持つきっかけだったと思います。今はコロナ禍で行けませんが、歌舞伎町周りを一銭も持たずに散歩するのも好きですね。お金を持たずに歩くのは、消費者としてではなく、本当にぶらぶら散歩したいからです。歌舞伎町辺りにはさまざまな側面がありますよね。飲食店が軒を連ねているかと思えば、区役所もある。区役所って普通はもっと穏やかな場所にあるものだと思いますが、あの場所にあるのが新宿のすごさですよ (笑)。そんな雑多なところが僕は好きですね。

委員長 ありがとうございます。



写真左が広報委員長の稲葉和久、右が美術家の野老朝雄氏。(2020年2月撮影)

営業活動の “オンライン化”

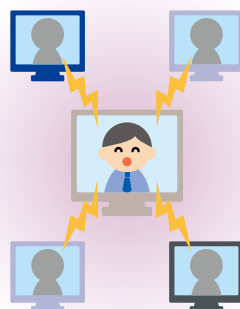
Part3

「事例」編

～他社の取り組みから学ぼう！～

「営業活動のオンライン化」の最終回となる第3回は、実際にオンライン商談を積極的に進めている企業の“事例”を取り上げます。他社の取り組みから学びましょう！

解説／WizBiz 株式会社 取締役ビジネスマッチング部長 岡本一展



事例〔1〕 A社：WEBマーケティング業（東京都）

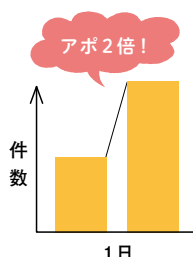
WEBの制作からマーケティングまで支援をしているA社では、3名のセールス部隊が、電話営業で新規商談アポを獲得し、訪問によって営業活動を行っていたので、必然的に営業テリトリーは、本社から1時間程度で移動できる首都圏近郊に限られていました。

その後、新型コロナの影響もあり、訪問からオンライン商談に切り替えることになりました。当初は『一時的な措置』のつもりだったのですが、営業成績に大きな効果があったため、今では、ほぼ100%、オンライン商談に切り替えています。

A社で起こった効果は以下3つあります。

効果① 商談可能件数が2倍に！

訪問のための移動時間が大幅に削減できたことで、1日の訪問件数が一気に増え、これまで1日で3～5件程度の訪問件数だったものが、オンライン商談によって、1日6～10件の商談がこなせるようになりました。営業人員を増やさずに、商談できる件数を2倍に増やしたことになり、売上を伸ばせる余地が生まれました。



効果② 営業テリトリーが全国になり、アポ獲得数が3倍に！

営業先に訪問する必要がなくなったため、首都圏に限らず、北海道から九州まで、日本全国の会社との商談が可能になりました。首都圏に比べると地方企業のほうが電話営業に対する嫌悪感が少なく決裁権者との接続率も高かったため、新規アポイントの獲得数が、これまでの3倍にまで増やすことができました。

効果③ 専門スタッフも商談に同席し、説得力がアップ！

セールス部隊の3名は社歴の浅い若手社員だったため、WEB制作やマーケティングについてお客様から突っ込んだ質問や相談があった場合に、商談時に即答できないことがあり、宿題として持ち帰って後日回答するという場面がありました。

そういった場合でも、社内にいるエンジニアやマーケティング専任者などの専門スタッフが、途中からオンラインで同席をすることが可能になり、お客様からの質問にも即答でき、信頼感も高まりやすくなりました。

事例〔2〕 B社：住宅リフォーム業（埼玉県）

住宅リフォームを営むB社では、以前よりホームページを通じた新規顧客の発掘に力を入れており、リフォームを検討されるお客様が読みたくなる記事を毎月何本もアップしていました。そのため、その記事を読んだ方からホームページへの問い合わせが多く、その後、メールや電話でのやり取りを重ねた上で、お客様の自宅へ訪問したり、ショールームへの来店を促し、商談をしていました。その後、在宅勤務やテレワークが広く浸透したことによって、自宅のリフォーム需要が増え始め、それに伴い、問い合わせも増えてきました。

ただ、対面の商談を好まないお客様やショールームまで出掛けることに抵抗を感じるお客様もいらっしゃったことから、「快適なテレワークを可能にするオンラインリフォーム相談会」を企画し、ホームページ上で告知しました。

これが想像以上に多くの反響があり、毎日2～3件の相談予約がコンスタントに入るようになりました。

B社で起こった効果は以下3つあります。

効果① 受注件数が2倍に！

元々、ホームページからの問い合わせは多かったのですが、それでも、まだリフォームするかどうかも決まっておらず、ちょっと相談がしたいだけのお客様にとっては、営業されるのに不安感もあり、問い合わせをすることへのハードルは相当に高かったようです。

それが「オンライン相談会」を打ち出したことで、そのハードルが下がり、今までなら、まだ問い合わせをしない段階のお客様からも相談会予約が入るようになりました。そして、そういったお客様でもきちんとしたご提案をすることでリフォーム受注にも繋がっており、結果的には受注数がこれまでの約2倍に増やすことができました。

効果② 訪問時よりも商談ツールの幅が拡大し、説得力アップ！

お客様のご自宅に訪問する場合は、どうしても持参できるツールに限界がありますが、オンラインであれば、社内にあるものはすべてお客様にお見せすることが可能になります。また、ショールームもカメラ越しにお見せできるので、施工イメージも伝えやすくなりました。その結果、お客様へのご提案の説得力が増し、受注を伸ばすことに貢献しました。



効果③ お客様の状況が掴みやすくなり、提案内容が的確に！

お客様から、ご自宅のリフォームしたい場所や気になっている場所をカメラ越しにお見せいただくことが可能になったため、電話やメールでのやり取りに比べて、格段に相手の状況を掴みやすくなり、その後、的確な提案をしやすくなりました。

事例〔3〕 C社：製造業（愛知県）

玩具製造をしているC社では、毎年のように新製品や改良製品を開発し、その都度、担当者が全国にある既存取引先の卸売業や小売業に訪問して、詳細な製品説明とキャンペーンプランの説明、そしてプロモーション協力の依頼などを行っていました。

ただ、新型コロナの影響で、出張が思うようにできなくなったことから、既存取引先への訪問をオンラインに切り替えました。その結果、思わぬ

効果がありました。

C社で起こった効果は以下3つあります。

効果① 訪問工数が大幅に削減！

既存取引先は、北海道から九州まで全国各地に広がっていましたので、訪問するための時間もコストもかなり掛かっていましたが、オンライン化によりそれらが大幅に削減できました。しかも、

営業活動の“オンライン化”

既存取引先でこれまで何度もお会いしているお客様のため、商談を進める上でも大きな支障はなく、相当の生産性アップに繋がっています。

効果② 面談記録を録画することで、社員教育にも！

以前より、担当者間での商談スキルに差があることが課題に上がっており、担当者間での売上にも大きな差が生まれていたことから、その教育に頭を抱えていました。

それが、オンライン面談に変えたことで、その面談の様態を録画することができるため、若手の担当者の面談記録を上司と一緒に見て振り返ることで、改善点を具体的に指導しやすくなりました。

さらに、優秀なセールス担当の面談記録を全員に見せることも可能になったため、何が違うのかを学びやすくなり、社員の商談スキル向上に大いに役立ちました。



効果③ 上司や開発責任者、物流責任者、工場長などの同席が可能に！

重要な取引先や開発、製造、物流の細かなことを相談したい取引先の場合に、担当者だけでなく、その上司や各部門の責任者が面談に同席することがオンラインによって可能になりました。その結果、取引先の満足度も高まり、キャンペーンに積極的に参画していただきやすくなりました。

事例〔4〕 D社：システム開発（東京都）

システム開発を行うD社では、数年前から自社商品でクラウド型の勤怠管理システムを開発し、中堅・中小企業向けに月額課金での提供を開始していました。

毎月の数万円程度の少額の契約のため、営業に多くの工数を掛けられないという課題もあり、契約見込先に対しては、できるだけ電話とウェブ、メールでの対応で営業が完結するように取り組んでいました。しかし、競合他社も数多い分野であることから、そのような営業方針では契約数も思うように伸びず、最近では東京都内や社員数も多く、費用がある程度の金額になるところに限り訪問営業を行うようになりました。

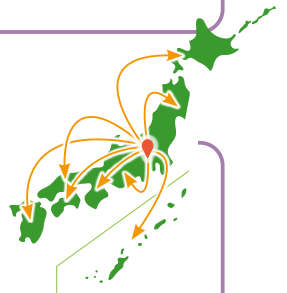
そのようなときに、オンライン商談が浸透してきたこともあり、これまで訪問できなかったところにもオンライン商談によって営業強化を図ろうという戦略を取りました。

その結果、大きな成果を生み出しました。D社で起こった効果は以下2つあります。

効果① 競合他社が少ないマーケットで商談可能に！

オンラインになったことで、地域や規模を問わ

ずに商談アポを入れられるようになったことから、これまで電話やメールの対応しかできなかった地方企業や小規模の企業に対しても面談が可能になりました。これらの企業は、競合他社の営業も足を運んでいないこともあり、検討段階で他社との比較になることも少なく、契約までスムーズに決まりました。その結果、全体の契約率も高まりました。



効果② 「オンラインデモ」への変更で、アポ獲得率が倍増！

オンライン商談によって、資料請求先などからの商談アポ獲得を進めていったところ、当初は商談アポが取れる確率が25%程度と低迷していました。そこで、途中から「オンラインデモ」という名称に変えて、「入力した様子をお見せしたり、実際に入力作業を体験できるオンラインデモを、○月○日の○時と○時で対応できるが、一度参加してみませんか？」と投げかけるようにしました。「オンラインデモ」という打ち出し方が、商談アポよりもハードルが低く、興味を持ってもらいやすかったため、その結果、アポ確率が50%程度にまで上がりました。

事例〔5〕 E社：経営コンサルタント業（東京都）

経営コンサルティング業を営むE社では、毎月1～2回、東京と大阪で経営セミナーを開催し、参加企業から「無料経営相談」の希望を取り、面談の結果、コンサル提案に繋げて新規クライアントを獲得する、という営業スタイルを続けてきました。

しかし、新型コロナの影響で、来場型のセミナー開催が難しくなり、昨年5月からオンラインセミナーに切り替えました。さらに、セミナー後に行う参加企業とのフォロー面談もオンラインを一部取り込み、思いもしない効果がありました。

E社で起こった効果は以下3つあります。

効果① 面談後の契約率が1.5倍に！

「無料経営相談」の希望者にお電話して、相談日のアポイントを獲得するタイミングで「当日、弊社コンサルタントがよりの確なアドバイスができるよう、事前にいくつかお話しをお伺いしたい。この後、オンラインで20分程度、お時間いただけますか？」とオンライン事前面談の打診をするように変更しました。「オンラインで20分程度なら」という感覚でほとんどで快諾いただき、そこで、お客様の経営状況やお悩み、解決したいことなどのヒアリングを済ませることにしました。その結果、コンサルタントの訪問に向けた事前準備が入念にできるようになり、訪問の質がアップし、その後の契約率が1.5倍にも高まりました。

今回ご紹介した事例は、“オンライン営業”の一端に過ぎません。これを機会に、会社の「オンライン化」という視点を見直してみましょう。



WizBiz 岡本先生

急速にすすむデジタル社会

最後に、新型コロナウイルスにより急加速的にデジタル社会へと向かっています。テレワークが一気に進み、出社しなくても仕事ができるような印象がありますが、ここ1年で、仕事の現場ではいろいろな問題が起きています。

- **セキュリティの観点から入力を求められる「ID」「パスワード」**。パソコン・アイパッド・スマホなど、端末機ごとの文字入力の違いから生ずるデジタルアレルギー。

効果② セミナー集客が3倍以上に増え、見込客増大！

セミナーをオンラインに切り替えたことで、お客様側にとって参加のハードルが下がり、同じ広告費でも集客数が3倍以上に増えました。

これまでの来場型のセミナーに比べ、「無料経営相談」の確率は半分程度に落ち込みましたが、集客数が3倍になっているため、結果的には、1回のセミナーで見込客数は増やすことができました。

また、オンラインセミナーも回を重ねるごとに、運営や参加者とのコミュニケーション方法を工夫・改善することで、徐々に来場型のセミナーと変わらない確率で「無料経営相談」の希望者を取れるようになり、講師の移動時間や交通費なども考慮すれば、相当の生産性アップに繋がっています。

効果③ コンサル活動もオンライン化！

コンサルティング活動の一環として、クライアント企業の役員や事業部長クラスの方々と個別に面談をすることがあるのですが、人数が多いと、スケジュール調整が大変で、2回も3回も訪問することがありました。それがオンラインにしたことで調整しやすくなり、大幅に時間を削減できました。

さらに今まで面談できなかった遠方の支店長や工場長といった方ともコミュニケーションできるようになり、今までよりもクライアント企業の状況が掴みやすくなりました。

- **在宅業務のPC環境**。通信の安定・PCのスペック・プリンター機能など、業務内容に合わせた環境を整えていなかったことで、書類の電子化・PDF化、動画やデータの共有などができない問題。
- **ネット化の思わぬ落とし穴**。個人情報や守秘義務が厳しくなったネット社会において、何気なく行っている行動が、大きな事故や社会問題に繋がるケース。

「オンライン営業」を推進していく中で、経営者にとっては、**現場の問題を拾い上げ、デジタル環境を整備するための課題解決も急務**と考えます。

法人会の税制改正に関する

令和3年度税制改正では、ポストコロナに向けた経済構造の転換・好循環の実現を図るため、企業のデジタルトランスフォーメーション及びカーボンニュートラルに向けた投資を促進する措置が創設されるとともに、こうした投資等を行う企業に対する繰越欠損金の控除上限の特例が設けられました。また、中小企業の経営資源の集約化による事業再構築等を促す措置が創設されました。

法人会では、昨年9月に「令和3年度税制改正に関する提言」を取りまとめ、その後、政府・政党・地方自治体等に提言活動を積極的に行っていました。今回の改正では、中小法人向け税制措置の適用期限延長、土地に係る固定資産税の課税標準額が据え置かれるなど法人会の提言事項の一部が盛り込まれ、以下のとおり実現する運びとなりました。

法人課税

1. 法人税率の軽減措置

法人会提言

中小法人に適用される軽減税率の特例15%を本則化すべきである。また、昭和56年以来、800万円以下に据え置かれている軽減税率の適用所得金額を、少なくとも1,600万円程度に引き上げる。なお、本制度は令和3年3月末日が適用期限となっていることから、直ちに本則化することが困難な場合は適用期限を延長する。

改正の概要

中小企業者等の法人税の軽減税率の特例の適用期限が2年延長されました。

2. 中小企業投資促進税制

法人会提言

中小企業投資促進税制については、対象設備を拡充したうえ、「中古設備」を含める。なお、それが直ちに困難な場合は、令和3年3月末日までとなっている特例措置の適用期限を延長する。

改正の概要

中小企業投資促進税制に商業・サービス業・農林水産業活性化税制を整理・統合したうえで、適用期限が2年延長されました。

3. 中小企業の設備投資支援措置

法人会提言

「中小企業経営強化税制」、および令和元年度税制改正で創設された「中小企業防災・減災投資促進税制（中小企業強靱化法）」は、令和3年3月末日が適用期限となっていることから、適用期限を延長する。

改正の概要

- ・中小企業経営強化税制について、対象に経営資源集約化設備が追加されたうえで、2年延長されました。
- ・中小企業防災・減災投資促進税制について、計画の認定期限が設けられるとともに、特別償却率の引き下げや対象資産の見直しが行われました。

提言の主な実現事項



地方税

1. 固定資産税の抜本的見直し

法人会提言

令和2年の全国の公示価格は5年連続で上昇し、地方圏においても、全用途平均、商業地が平成4年以来28年ぶりに上昇に転じるなど、地価は全国的に上昇傾向が広がりはじめた。令和3年度は評価替えの年度となるが、今般の新型コロナは企業に多大な影響を与えていることから、負担増とならないよう配慮すべきである。

改正の概要

令和3年度に限り、税額が増加する宅地等（負担水準が商業地等は60%未満、それ以外は100%未満の土地に限る）及び農地（負担水準が100%未満の土地に限る）については、令和2年度の課税標準額と同額となります。

その他

1. 新型コロナウイルス感染症緊急経済対策における税制上の措置の延長等

『公益目的事業のための寄附金』のご報告



ご寄附を賜りましたことに、心から御礼申し上げます。

庭野 とし子 様

4口 20,000円

法人会提言

新型コロナウイルスの収束時期は不透明であることから、中小企業の厳しい経営実態等を見極めながら、適用期限の延長や制度を拡充すること。

改正の概要

新型コロナウイルス感染症によりその経営に影響を受けた事業者に対して行う特別貸付けに係る消費貸借契約書の印紙税の非課税措置の適用期限が令和4年3月31日まで延長されました。

2. 少子化対策

法人会提言

少子化対策では、現金給付より保育所や学童保育等を整備するなどの現物給付に重点を置くべきである。その際、企業も積極的に子育て支援に関与できるよう、企業主導型保育事業のさらなる活用に向けて検討する。

改正の概要

子ども・子育て支援法に基づく政府の補助を受けた者が一定の保育施設の用に供する固定資産に係る固定資産税及び都市計画税の課税標準を減免する特例措置について、適用期限が2年延長されました。

税金

なんでも

Q&A

事業主の方、企業等の経理に携わっている
方々からの相談が多い事例を中心に、
税理士の山本高志先生がズバリお答えします。

vol.34

退職金課税の
改正について
教えてください

東京税理士会
新宿支部 副支部長 税理士 山本 高志

Yamamoto
Takashi

平成22年7月から1年間、新宿税務署長を務め、平成23年、税理士事務所を開設。専門誌に、「終末への税務の備え」、「税理士制度クロニクル」、「条説税理士法案内」、「新宿の鼠」などを連載。法人会では、「はじめての簿記」講座などの講師を担当。

TEL : 03-5989-1846 FAX : 03-5989-1847



Q この春、長年勤務された社員が退職され、社内
の規定に基づき退職金が支払われることになり
ました。退職金の課税上の取扱いについて教え
てください。

A 退職所得の金額については、退職金に係る
収入金額から、退職者の勤続年数に応じて
算出される退職所得控除額を差し引いた残額を
2分の1して算出します。

この退職課税における2分の1課税制度は、退職
金が長期間における勤務の対価の一括後払いの性格
を有しているということを考慮し、所得税法の累進
税率の適用を緩和して、税負担の平準化を図る趣旨
といわれています。

Q 令和3年度の税制改正で、退職金の課税上の取
扱いが改正されたと聞きましたが、その内容を
教えてください。

A 前述のような退職課税における2分の1課税
制度の趣旨に照らして、勤続年数が5年以下
の役員に対する退職手当等（特定役員退職手当等）は
その適用の対象外にすべきと考えられ、平成24年
度税制改正により、特定役員退職手当等については、
その退職所得金額を算定する際に2分の1を乗じ
ないこととされました。

今般の令和3年度の税制改正では、役員に対する
退職手当等の取扱いと同様に、勤続年数5年以下

の「従業員」に対する退職手当等（短期退職手当等）
についても、2分の1課税制度に制限が加えられる
こととなりました。

具体的には、短期退職手当等から退職所得控除額
を控除した金額のうち、300万円を超える部分に
ついては2分の1を乗じないこととされています。

Q 短期退職手当等の取扱いについて、実務上留
意すべきことを教えてください。

A 短期退職手当等から1年あたり40万円の退職
所得控除額を差し引くという規定は残されて
います。

したがって、例えば勤続年数が2年であれば、
40万円×2年の80万円が退職所得控除額として
差し引かれ、その後の300万円を超える部分について
2分の1課税が行われなくなることになります。

つまり、このケースの場合、退職金に係る収入
金額が380万円までなら、結果的に2分の1課税が
行われることとなります。

なお、その年に短期退職手当等とそれ以外の退職
手当等がある場合の退職所得の金額の計算方法や
源泉徴収の仕方などについては、今後、措置される
ということです。

Q この改正の適用開始はいつからですか。

A 令和4年分以後の所得税について適用されます。

PRIDE ~公平な世の中を創る、志~ of the SPECIALIST

適正かつ公平な賦課及び徴収の実現を、我々と一緒に目指してみませんか。

2021年度 税務職員募集

税務職員は、国税局や税務署において、税務のスペシャリストとして法律・経済・会計等の専門知識を駆使して適正な課税を維持し、また、租税収入を確保するための事務を行います。

- ▶ **受験資格**
 1. 2021(令和3)年4月1日において高等学校又は中等教育学校を卒業した日の翌日から起算して3年を経過していない者及び2022(令和4)年3月までに高等学校又は中等教育学校を卒業する見込みの者
 2. 人事院が上記1に掲げる者に準ずると認める者
- ▶ **申込手続**

インターネット申込み
人事院ホームページ上の申込専用アドレスをご利用ください。
- ▶ **受付期間**

令和3年6月21日(月)～6月30日(水) [受信有効]
- ▶ **試験日**

第1次試験／令和3年9月5日(日)
第2次試験／令和3年10月13日(水)～22日(金)のうち指定された日時



2021年度 国税庁 社会人経験者(国税調査官級) 募集

人事院では、30歳以上の社会人経験者を対象とした「国税庁 社会人経験者採用試験(国税調査官級)」を実施しています。

なお、採用後は、税務大学校において約3か月の研修後、各国税局(国税事務所)が管轄する税務署に配属され、国税調査官又は国税徴収官に任用されます。

2021年度の試験概要については、令和3年7月頃に官報公告及び国税庁ホームページへ掲載となる予定です。

▶ **最終合格者数(全国)** 142名

▶ **受験資格**

2020年4月1日において、大学等(短期大学を除く。)を卒業した日
又は大学院の課程等を修了した日のうち最も古い日から起算して8年を経過した者

▶ **試験日程**

1. 受験申込受付期間／8月
2. 試験実施期間／9月から12月まで
3. 最終合格発表／12月下旬

参考：
2020年度の
実施状況

採用概要等の詳しい情報は、東京国税局ホームページ「採用関係お役立ちリンク集」をご確認ください。



【問合せ先】

東京国税局 総務部 人事第二課 試験係

(代表) 03-3542-2111 内線 2162、2169

新宿都税事務所からのお知らせ

5月は自動車税種別割の納期です

自動車税種別割は、毎年4月1日現在、自動車検査証(車検証)に記載されている所有者(割賦販売の場合は使用者)の方に課税されます。**令和3年度の自動車税(種別割)納税通知書は、5月6日(木)に発送します。5月31日(月)までにお納めください。**東京都の自動車税種別割は、ペイジー対応のATM、パソコン・スマートフォン等からインターネット(モバイル)バンキングやクレジットカードでも納付できます。さらに、スマートフォン決済アプリでも納付できますので、ぜひご利用ください。

詳しくは、東京都主税局ホームページ(<https://www.tax.metro.tokyo.lg.jp/>)をご覧ください。



新型コロナウイルス感染症の感染リスク軽減のため

都税事務所等への来所不要な手続きをご利用ください。

主税局では納税者の皆様が来所することなく、郵送やインターネット等でお手続きできる仕組みを設けております。郵送や電子申告によるお手続き、キャッシュレスによる納付方法等をぜひご利用ください。

申告

- ✓ eLTAX
- ✓ 郵送
(所管事務所 宛)

証明申請

- ✓ 郵送
〒112-8787
東京都文京区春日1-16-21
都税証明郵送受付センター

納付

- ✓ スマホ決済アプリ
- ✓ ネットバンキング
(・モバイルバンキング)
- ✓ クレジット納付
- ✓ eLTAX
- ✓ 口座振替

申請・届出

- ✓ eLTAX
- ✓ 東京共同電子申請
届出サービス
- ✓ 郵送
(所管事務所 宛)

来所される場合は…

- ▶ マスクの着用や手洗い・手指消毒等、感染防止対策をお願いします。
- ▶ 発熱や風邪症状がみられる場合、来所はお控えください。

窓口の待ち人数をスマートフォン等で確認できるようになりました。

混雑を避けるため、事前にチェックを!!



※各種サービスのご利用条件・方法等の詳細は、**主税局ホームページ**をご覧ください。

都税事務所 混雑緩和

検索



東京都新宿都税事務所(相談広報担当)
新宿区西新宿7-5-8(03-3369-7151)



主税局公式 Twitter は、
こちらからどうぞ!



会員限定
3,000社へ
ダイレクトに
PR!

チラシ同封サービス



会員支援特別企画!!

新型コロナウイルスの影響で売上が減少する会員企業が多い中、
 当会では、**会員支援策として会員企業約 3,000 社の経営者や従業員に
 ダイレクトにPR**できる「チラシ同封サービス」を行っています。
 未だ収束が見えない状況のため、**会員支援特別割引期間を延長**いたします。
是非、この機会にお試しください!

封入料金

1回 **10,000**円(税込)

追加1枚 **3,000**円(税込)

※特別企画につき回数割引はありません

▶封入条件

(公社)新宿法人会の会員で、当会ホームページに掲載の「同封チラシに関する一般ガイドライン」に同意された方

※同封チラシガイドラインに従って封入をお断りする場合があります

▶封入枚数

1回あたり1社2枚まで(A4サイズ以下)
 ただし、見開きA3サイズはA4サイズ2枚とみなします

▶お申込みからチラシ納入までの流れ

希望される同封チラシ(見本でも可)をメールまたは郵送で法人会事務局に送付



同封チラシガイドラインなどに従って審査及び結果連絡
 ※審査には1~3営業日かかります



封入希望月の前月20日頃までに、当会指定先へ印刷したチラシ(3,000部)をお送りください

▶**発送時期** 奇数月の1日~7日頃に広報誌 *SHINJUKU* とともにポスティングによる配送

▶**対象期間** 令和3年5月~令和4年3月

お申込み・お問合せ

(公社)新宿法人会 事務局

☎ 03-3371-3821 ✉ info@shinjuku-hojinkai.or.jp

日時 6月9日(水) 11:00~11:50

場所 京王プラザホテル 本館5F コンコードボールルーム

※総会のみ開催となります



◆正会員の皆様へ

今回も感染リスクを下げるため、時間を短縮し規模も縮小して行います。くれぐれも健康にご留意いただき、もしも欠席の場合は当会ホームページで総会議案書をご覧になり、必ず総会ハガキの「委任状」のご返信をお願いいたします。

(総会ハガキ) 4月20日(火) 発送
5月21日(金) 返信〆切

◆賛助会員、新入会員の皆様へ

毎年300名を超える方々が参加する交流会で「多くの方との懇親」や「新入会員による自社PR」を楽しみにされていることと拝察いたします。しかしながら、新型コロナウイルス感染状況を鑑み、「会員の皆様の健康」を第一に考え、今年度も「交流会」を中止し総会のみ開催といたします。なお、新入会員(令和2年4月以降入会)の皆様には来年6月に開催する第10回通常総会交流会に「1名様無料」でご招待いたします。



職場の労務トラブルの多くは、
ちょっとしたボタンの掛け違いから
起こっている

会社の組織運営に必要な「ヒト」、「モノ」、「カネ」。2019年より段階的に施行された働き方改革関連法に象徴されるように、近年は特に「ヒト」に注目が集まっています。しかし「ヒト」が注目を浴びていても、経営者や人事担当者が間違った労務管理を行っている会社が多い。

そこで本冊子を通じて、最低限おさえておきたい労務管理のNG対応を理解し、労務トラブルを防ぐヒントになれば幸いです。

- 募集・採用のNG
- 労働時間・休憩時間・時間外労働のNG
- 就業規則・服務規律のNG
- 退職・解雇のNG
- その他のNG



法人会から
小冊子
プレゼント

ご希望の方は法人会事務局(平日午前9時~午後5時)まで、メール、FAXまたは電話にてお申込ください。

- (1) 申込者名(法人の場合は、会社名とご担当者名)
 - (2) 連絡先 TEL・FAX
 - (3) 小冊子郵送先住所
 - (4) 希望の小冊子名及び必要部数
※1タイトルにつき2冊まで
- 以上をお知らせください。本の引き渡しはメール便にて対応させていただきます。

先着100名様

その他の小冊子もプレゼントしております。詳しくは新宿法人会ホームページをご覧ください

新宿法人会

検索

FAX 03 (3371) 3834
TEL 03 (3371) 3821
info@shinjuku-hojinkai.or.jp



令和2年度第3次補正予算対応版として、
中小企業が使える補助金・助成金や
税制措置がよくわかる!

補助金・助成金等

- 事業再生補助金
- 中小企業生産性革命推進事業の補助金(特別枠の改編)
- 事業承継・引継ぎ補助金
- サプライチェーン対策のための国内投資促進事業費補助金
- 緊急事態宣言の再発令に伴う経済産業省の支援措置
- 雇用調整助成金(特例措置の延長)
- 産業雇用安定助成金
- 資金繰り支援

税制措置

- 欠損金の繰戻し還付
- 令和3年度税制改正(中小企業関連)

今後の法人会イベント

5月

時間	名称：内容	会場	オンライン配信
13日(木)	決算法人説明会 講師：星野 徳孝 税理士、新宿税務署担当官	法人会館3階	○
26日(水)	新設法人説明会 講師：新宿税務署担当官	〃	—

6月

時間	名称：内容	会場	オンライン配信
9日(水)	第9回通常総会	京王プラザホテル 本館5階	—
17日(木)	決算法人説明会 講師：佐竹 茂市郎 税理士、新宿税務署担当官	法人会館3階	○
21日(月) ～24日(木)	生活習慣病健康診断	東京貨物運送 健保会館 6階	—
〃	一般定期健康診断	〃	—
24日(木)	新設法人説明会 講師：新宿税務署担当官	法人会館3階	—

BOOK REVIEW

紀伊國屋書店
ブックソムリエが選ぶ **おすすめ本**

やけに植物に詳しい僕の 街のスキマ植物図鑑

出版社：大和書房
著者：瀬尾一樹

植物系Twitter「#オラ草が知れてえ」
アカウントの中の人による初の著書！

優しい語り口で、足元に生える草花たちを紹介している内容をそのままに書籍が発売。冒頭、新宿駅南口からあるいて1時間。雑草と呼ばれる野生植物が124種見つかることがあります。コンクリートやフェンスの隙間に生える植物を生命力が強いなあと思った事は誰しもあるもの。

この本には「コンクリートの隙間」「植え込みの隙間」「暗くて湿った場所」など分けて植物を写真付きで紹介。それぞれに著者の推しポイントが書かれています。合間のコラムには、「ねこじゃらし」の見分け方、「街路樹」のたくましさなど普段、特に意識しない様な植物の生き様を解説。

全体を通して、分かりやすく、読むだけで散歩した様に楽しめます。身近な草花に興味を掻き立て、知る事は楽しいと思える1冊。新緑の季節にぜひご一読を。

紀伊國屋書店 <https://www.kinokuniya.co.jp/>

珈琲たいむ

coffee time



興味があって「眠れないほど面白い空海の生涯」という本を読み始めた。

“空海”は803年第16次遣唐使船団で私費留学生として第二船に乗船、唐(中国)へ。その時、第一船に国費留学生として行ったのが最澄であるのは有名な話である。その時代の渡海は命がけ、四艘で出航した船団は最澄の乗る第一船と空海の第二船がたどり着いた。たどり着いたがなかなか上陸許可が下りない中、空海の能筆なる嘆願書が認められ、唐・長安での学問が始まる。そして、空海は密教の高僧・恵果(えいか)から灌頂(かんじょう)を受けて帰国した。

ここで唐突ですが、私が習っている書道で毎月お手本があり、この3月から空海の「灌頂記」が手本となりました。「灌頂記」とは、空海が帰国してから多くの僧や弟子、朝廷の人や貴族に灌頂し、受けた人の名前を記したものである。笑われるかもしれないが、このタイミングに私は心が騒いだのである。読み進むうちに今度は嵯峨天皇から下賜された東寺に平面の曼荼羅ではなく立体曼荼羅を配置したことが出てきました。「“あつ”何年も前に東寺に行った!!!」。心はまた騒ぐ。東寺で購入した立体曼荼羅の写真を引き張り出して東寺に行った時より感動してしまった。それからそれから…、知人に連れられて10日間の四国88ヶ所霊場遍路、最後にフェリーで和歌山に渡り高野山奥の院まで行ったではないか！あー武将の墓があんなにあったのは…と、本の内容からはみ出して自分の世界に行ったりきたり！これこそが「私の立体“空海”」であった。(生きる私)

SHINJUKU 2021
第213号 **5**

2021年5月1日発行

(発行所) 公益社団法人 **新宿法人会**
東京都新宿区北新宿 1-19-19
TEL 03-3371-3821 (代)
FAX 03-3371-3834

(発行人) 会長 高野 吉太郎
(編集) 広報委員長 稲葉 和久
(デザイン・印刷)

<https://shinjuku-hojinkai.or.jp>

有限会社 J-ART

イベント予定

(公社)新宿法人会恒例の
1日人間ドック形式による

生活習慣病健診

ぜひこの機会に経営者の皆様始め、従業員、ご家族の健康をお確かめください。

2021年度 健診日程

健診日	曜日	会場
6/21	月	東京貨物運送 健保会館 新宿区四谷1-23
6/22	火	
6/23	水	
6/24	木	

※オプション検査「アミノインデックス」
「Lox-index」
「頸動脈超音波検査」
「女性健診」(乳房、子宮、卵巣)
「MAST48mix」
「ABC 検診」
「CYFRA」
「前立腺腫瘍マーカー検査」
「新型コロナ抗体検査」

★申し込み方法

4~5月頃、封書にて会員の皆様へ
ご案内を送付させていただきます。

※料金はすべて税込

総合コース 会員特別料金 **38,300円** (一般54,100円)

Aコースに腫瘍マーカー(CEA・AFP・CA19-9)検査+超音波腹部5臓器(胆・肝・脾・腎・脾)検査の他B型肝炎検査+C型肝炎検査が追加されます。

Aコース 会員特別料金 **22,500円** (一般28,700円)

視力検査・聴力検査・呼吸器系・循環器系・消化器系・腎機能検査・肝機能検査・脾機能検査・糖尿病検査・高脂血症・高尿酸血症・血液検査・便潜血大腸ガン検査・眼底検査・眼圧検査・診察等

Sコース 会員特別料金 **17,700円** (一般22,500円)

Aコースの消化器系(胃部X線・大腸ガン)はいたしません。希望される方は、A又は総合コースでお申込ください。

●総合コースに限り、喀痰(肺ガン)検査を専用容器代のみで実施 **500円**

一般財団法人 全日本労働福祉協会

〒143-0016 東京都大田区大森北1-18-18 3階
電話 (03) 5767-1714

摘みたての味と香りを
茶園・工場より
そのままお届けします。



お茶の心を伝える
愛国製茶

本 社 〒169-0051 東京都新宿区西早稲田3-7-9
TEL 03-3207-1611 (代表) FAX 03-3207-1610
工 場 〒418-0021 静岡県富士宮市杉田字中村398
TEL 0544-23-6261 (代表) FAX 0544-23-1775



国税庁 e-Tax キャラクター イータ君

申告時に提出する「法人事業概況説明書」に
『新宿法人会 会員』と記入しよう♪



新宿法人会は e-Tax を推進しています