

よき経営者をめざすものの団体、それが法人会です。



法人ニュース ゆざわ

平成26年7月1日発行



2014
第3号

発行所 公益社団法人 湯沢法人会
(湯沢商工会議所会館内)

〒012-0824 湯沢市佐竹町4番2号
TEL 0183-78-0211 FAX 0183-73-2900

平成26年度 第2回定時総会を開催



佐々木会長のあいさつ

第2回公益社団法人湯沢法人会定時総会が、5月14日（水）湯沢グランドホテルに於いて、来賓に湯沢税務署署長 近藤 正人氏や湯沢商工会議所会頭 高久 臣一氏をはじめ、多数の来賓を迎えて開催されました。

総会に先立ち、佐々木会長はあいさつの中で、引き続き、税の啓蒙活動、地域企業への経営支援、社会貢献活動に努めるとともに、小学校高学年を対象にした租税教育に力をいれていくこと、そしてここ数年続けております、管内の小中学校への図書への寄贈につきましても、行いたいと述べた。

議事に入り、審議事項として平成25年度決算承認の件が原案通り、また役員欠員による補選の件についても、原案通り満場一致で承認可決した。

その後報告事項として、平成25年度事業報告並びに平成26年度事業計画と収支予算の件を報告。

来賓の方々を代表して、伊藤 正人湯沢税務署長よりご祝辞をいただき、盛会理のうちに終了した。

よき経営者をめざすものの団体・それが法人会です。

平成25年度 正味財産増減計算書

(平成25年4月1日～平成26年3月31日) 単位:円

科 目	決算額
I. 一般正味財産増減の部	
1. 経常増減の部	
(1) 経常収益	
基本財産運用益	1,250
受取会費	4,000,000
事業収益	504,000
受取補助金	5,684,765
受取負担金	453,000
雑収益	173,549
経常収益計	10,816,564
(2) 経常費用	
事業費	8,578,491
管理費	2,901,255
経常費用計	11,479,746
当期経常増減計	-663,182
2. 経常外増減の部	
(1) 経常外収益	
経常外収益計	0
(2) 経常外費用	
経常外費用計	0
当期経常外増減額	0
当期一般正味財産増減額	-663,182
一般正味財産期首残高	7,438,248
一般正味財産期末残高	6,775,066
II. 指定正味財産増減の部	
当期指定正味財産増減額	0
指定正味財産期首残高	0
指定正味財産期末残高	0
III. 正味財産期末残高	6,775,066

平成26年度 正味財産増減予算書

(平成26年4月1日～平成27年3月31日) 単位:円

科 目	予算額
I. 一般正味財産増減の部	
1. 経常増減の部	
(1) 経常収益	
基本財産運用益	1,250
受取会費	3,764,000
事業収益	504,000
受取補助金	5,141,100
受取負担金	645,000
雑収益	149,800
経常収益計	10,205,150
(2) 経常費用	
事業費	7,602,023
管理費	2,590,496
経常費用計	10,192,519
当期経常増減計	12,631
2. 経常外増減の部	
(1) 経常外収益	
経常外収益計	0
(2) 経常外費用	
経常外費用計	0
当期経常外増減額	0
当期一般正味財産増減額	12,631
一般正味財産期首残高	6,844,805
一般正味財産期末残高	6,857,436
II. 指定正味財産増減の部	
当期指定正味財産増減額	0
指定正味財産期首残高	0
指定正味財産期末残高	0
III. 正味財産期末残高	6,857,436

平成26年度 事業計画

基本方針

健全な納税者団体として、税知識の普及、納税意識の高揚に努め、税制税務に関する提言を行い、もって適正・公平な申告制度の維持発展と、税務行政円滑な執行に寄与するとともに、地位企業と地域社会の健全な発展に貢献することを目的に活動してまいります。

公益関係

- 税知識の普及及び納税意識の高揚を目的とする事業
 - 税務・税制研修会の開催
 - 租税教室の開催
 - 税に関する絵はがきコンクールの開催
 - 会報誌による情報の提供
 - e-Taxの普及推進
- 税制及び税務に関する調査研究並びに提言に関する事業
 - 税制改正等に関する提言要望活動
 - 税制・税務に関するアンケート調査
 - 上部団体の各種大会への参加
- 地域企業の健全な発展に資する事業
 - 各種経営セミナーの開催
 - プロジェクター等の貸出

- 地域社会への貢献を目的とする事業
 - 小中学校への図書寄贈
 - エコキャップ運動への協賛

共益関係

- 会員の交流に資するための事業
 - 県連合同研修会への参加
 - 会員親睦事業の開催
 - 年末調整本の斡旋
- 会員の福利厚生に資するための事業
 - 福利厚生制度の推進

老舗の誇りとおごりは紙一重の差

—ピンチを救うには家訓と

周囲の人たちからの「聞く耳」を持つ—

経済評論家・作家 荒 和 雄

(1) 老舗とは

一般的に「老舗とは伝統や格式、信用のある由緒ある正しい店」といわれ、主として和菓子、酒造業、飲食店等に多い。

大都市を始め地方都市には、多くの老舗が存在する。その中には地場産業の中心的存在にもなり、その盛衰は地域経済の再生・発展にも繋がっている。しかし、この老舗の存在、時には「おごり」がみられ、地域社会から浮いた存在になることもある。

そこで、今回は、その老舗にとかく起こりがちな長所と短所とに焦点を合わせ、本当の意味で地域に根差した「老舗の在り方」について考えてみたい。

(2) 長所 (誇り)

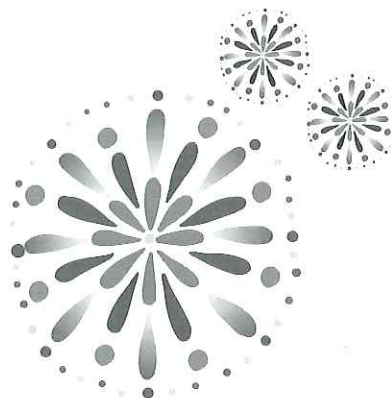
- ① 長年にわたって築いた信用・信頼が基本
老舗を表す別の言葉に「のれん」がある。よく「のれんに傷がつく」といわれるのはこの信用第一が経営の根幹にある。
- ② 信用・信頼のベースは多種多様へ
老舗には、その信頼・信用の基本は、実にさまざまであるが、代表的なのは、製品（品質）の良さ、他の企業にないものを長年にわたって開発、そして販売している。また最近では、「おもてなし」という言葉に代表されるお客様至上主義、顧客サービスに徹底しているところを指すこともある。「さすが老舗」だと来店する顧客の中には、品質だけでなくその顧客対応に満足していく人たちも多い。
- ③ 多くは世襲企業
老舗を継ぐ人たちは、直系の男子が多いが、最近では、女性の時代を反映して、女系企業も多い。いわゆる「おかみさん」がその代表的なケースだ。ときには後継者に指名された婿が企業（老舗）を継ぐこともある。いずれにしても結束力が強く、代表者を中心として「のれん」を守る意気込みは強い。
したがって、店によっては新しい時代の潮流に合わせて新製品を開発したり、あるいは販売方法や販売ルートを海外にまで広げたりしているところもある。
- ④ 後継者の教育に熱心である
老舗は、後継者の育成とその選択がポイントである。「できれば血を分けた子供たちに継がせたい」と熱心な教育をしているところも多い。また「のれん会」等、地域の老舗の団体に加入し、業種や商売は異なるが、互いに切磋琢磨しているところもある。いずれにしても、トップ（店主）の溢れんばかりの企業家精神がその支柱となり、それを内部からバックアップしている。

(3) 短所 (おごり)

- ① 保守的かつ自己中心的になりがち
老舗の最大の欠点、すなわちおごりは、自己中心的な経営をしている傾向があることだ。地域で生き残るためにライバル店の陰口を言ったりするケースもみられる。また地域の団体では、表面的にいつもリーダーにまつり上げられるため、「のれん」の上にあぐらをかき、その結果、信用を壊し、業績不振、なかには廃業に至るところもある。
- ② 意外と企業・家庭内のコミュニケーションが悪いところもある
夫婦間の情報伝達の希薄さ、コミュニケーション不足、会社内では誰も店主（社長）に異議を申し立てず、従業員を始め周囲の人たち（取引先等）はその言動にいつも振り回される。
- ③ 経理面など公私混同、乱脈経営に陥りやすい
老舗の多くは同族経営で、社の内外からのチェック機能が働いていないケースもある。いわば「裸の王様化」している店主もある。

(4) ピンチをチャンスに 老舗を守るには

- ① 家訓を時折紐解こう
どこの老舗にも、代々伝わっている家訓がある。
この家訓の形態はさまざまであるが、多くは創業者が残した言葉が多い。そこには「経営の最高英知」が示されている。この英知こそピンチをチャンスに導く訓である。「三良主義」「三方よし」の経営などがその代表的なケースだ。これを店頭や社長室に掲げるだけでなく、行動に移すことが大事だ。社長自身の反省材料にもなり、周囲の人たちへの教育にもなる。
- ② 聴く耳を持つ
老舗の中には、天動説型、自己中心の経営形態をとっているところもある。そこで大切なのは、周囲の人たち、例えば幹部や部下、取引先の人たち、取引金融機関からの情報やアドバイスを謙虚に聞くこと。
この「聴く力」の作法は、老舗の将来を大きく左右する。インターネットで多くの情報が手に入る時代ではあるが、やはり大事なことは、企業内部にしる、外部にしる、面と向かって真正面から人の話を聞くことが大切である。
老舗を守るという重い責任、あるときはリラックスして、率直に人の話を聞く視野の広さ、それが老舗の品格を一層高める秘訣であろう。



勝ち残る企業の条件を考える

ジャーナリスト 海部 隆太郎

現代社会は変化の連続だ。とくに激しい動きだったのがIT関連。日本でインターネットが始まったのは1994年。当時、その存在を知っていたのは限られた一部の人だけだったが、今や誰もが使う。回線速度・容量も桁外れに拡大した。当時を知る一人として、技術進歩と世の中の様変わりの速さを今さらながら驚く。

携帯電話の普及も94年ごろから。当時、肩から下げた大きな箱の携帯電話を担いで、取材に出かけた。道路に面していないとつながらない。音声も雑音が多くて公衆電話の方がよほど良かった記憶がある。国内で400万台しか携帯電話がなかった時代。将来は1人が1台携帯電話を持つようになる、という記事を書き、読者から「根拠のない記事を書くな」というお叱りを受けたこともある。

誰も予想していないことが現実になる。それを可能にしたのが技術進歩だし、便利なツールであり、普及への企業の取り組みなどをみていけば、将来の姿が想定できる。とはいえ、先の記事を書いた時は、根拠と断定できるほどの事実はまだなかったのだが。

世の中を変えてしまうインターネットや携帯電話のような急速な展開は、これからは少ないだろう。いやもうないと思う。ただ、こうした考え方が間違いの元。次に何が起こるのかは分からない。世の中は変化していくのだから、第2のインターネットや、全く違う分野で世界中の人々の生活を変えてしまう何か、発明されるかもしれない。

求められるのは変化を歓迎する度量

このような可能性をみていく視点が経営者には求められる。つまり、限定的でなく否定的に見ない発想だ。日々の激務に追われていると、余計なことを考える余裕はない。しかし、あえて余計なものを見ていくことが必要だ。

経営を取り巻く厳しい環境をいかにして勝ち残るか、複数の経営者から同じ話を聞いたことがある。それはダーウィンの進化論から経営を語るという内容だ。「強い生物が生き残ったのではない。環境に適応した生物のみが生き残った」という話。弱くても変化する経営環境に適合していけば、生き残れると異口同音に語る。スピーチ集にでも書かれてあるのか、と思ったほど同じ。しかし、実態は伴っていないように見えた。

強い企業ほど環境に適応しようと、視野を広げているのに対し、弱い企業は時代の変化に流されているように取材を通して見えてくる。言葉としては格好よく聞こえるが、進化論は企業の生き残り策については、必ずしも適応しているとは思えない。

言い換えると環境の変化をいち早く捉え、事業内容、組織体制など微調整している企業が生き残れる企業。変化を歓迎する度量と、自らを変化させる行動力を普遍としていくこと。この発想が必要ではないのだろうか。

【筆者紹介】

海部 隆太郎（かいべ・りゅうたろう）法政大学卒。日本工業新聞社、IT企業の広報部長を経て2009年に独立。企業が抱える幅広い課題を取材する。

よき経営者をめざすものの団体・それが法人会です。



カメラトピックス (会活動状況)

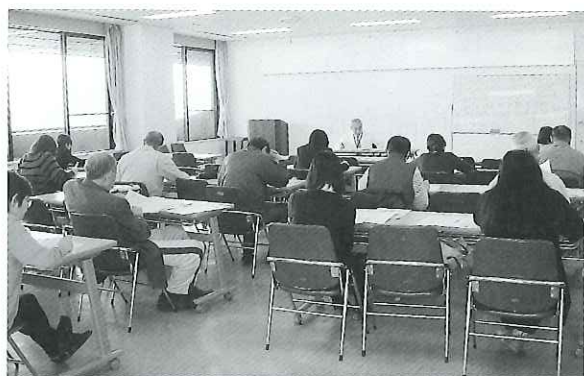
法人会は・健全な経営・正しい納税・社会貢献をテーマに活動する経営者団体です。

■社会貢献活動として

湯沢市へAEDの寄贈



湯沢市長室にて



湯沢文化会館にて

■研修会の開催

決算法人申告説明会

■税の絵はがき展示

管内の小学六年生に協力して頂き税の絵はがきコンクールを開催展示しました。



湯沢グランドホテルにて



横堀小学校

■租税教室の開催

次代を担う児童・生徒に対して健全な納税者意識を養うため、管内の小学校4校に対して租税教室を開催。