

今後の政局と日本経済について



2月18日、館林市・ジョイハウ
スにおいて、館林機械金属工業協
同組合（三宅正俊理事長、組合員
61人）を対象に講習会を開催した。
株式会社双日総合研究所副所
長・チーフエコノミスト吉崎達
彦氏を講師に、「今後の政局と日
本経済について」をテーマに講演
を行った。

吉崎氏はまず、2014年10
12月期のGDP速報値について、
翌日の新聞の見出しでは、肯定的
否定的な見方があったが、自身は
どちらかといえば、やや肯定的で
「緩やかな回復」と捉えていると
述べた。

次いで、日本の雇用者数にも言
及し、現在の雇用者数はリーマン
ショック前の水準を超えている。
要因としては、女性の雇用者数の
増加だと述べ、今後の日本経済は
女性活躍社会になれば成長は
ないと語った。更に、2007年
以降、団塊世代の退職により熟練
労働者が現場から消えて労働者が
若返っている。若い労働者をどう
鍛えるかが製造現場の今後の課題
であると解説した。

東証一部上場企業の時価総額
が名目GDPを超えている現在

の株価について、1987年
1990年、2005年前半、
2007年後半に次ぐ3回目のバ
ブルと説明。政府は株価を重視す
る政策や年金基金の運用方法改革、
外資投資の規制緩和を進めており、
このバブルは最低でも1年は続く
だろうと述べた。

安倍内閣については、昨年12月
の衆議院選挙の勝利により新たな
4年間の負託を得たが、アベノミ
クスを中長期的に考えると、団塊
世代が70歳代を迎える2017年
に消費税10%への増税が控えてお
り、日本経済にとって相当厳しい
のではないかと締めくくった。



吉崎達彦氏

◎研修を終えて

日本経済の現状や課題、今後
の政局について、独自の視点で
解り易く解説いただき、今後の
企業経営の参考になったと思
います。

環境経営セミナー

～省エネ関連施策の活用法～



大熊奈津子 氏

ぐんまエコアクション21倶楽部（林整会長、会員103社）は2月25日、前橋市・前橋商工会議所会館において、環境経営セミナーを開催した。

講師は、関東経済産業局省エネルギー環境部省エネルギー対策課長大熊奈津子氏と株式会社ミツバ環境分析リサーチ調査・ソリューション部担当部長石川智治氏。それぞれ、「平成27年度エネルギー・温暖化対策関連予算等の最新情報」と、「エネルギーマネジメント実践事例～業務改善・エネルギー使用改善のヒント～」をテーマに解説した。

大熊氏はまず、平成27年度の省エネルギー対策関連の主な施策として、「省エネルギー対策導入促進事業費補助金」、「エネルギー使用合理化等事業者支援補助金」等を紹介。平成26年度補正予算における省エネ関連補助金として、「地域



石川智治 氏

工場・中小企業等の省エネルギー設備導入補助金」、「住宅・ビルの革新的省エネルギー技術導入促進事業費補助金」を紹介した。

続けて、①補助金は事業者の報告書に基づき確定し振り込むため、まずは立替払いが必要、②公募から締め切りまで短期間の場合、が多いため、情報のチェックが重要である等注意を促した。

最後に、①省エネは最新設備導入に資金が必要だが、それにより経費が下がり利益に直結する場合も多い、②工夫による運用改善だけでも経費削減は実感できる、③まずは自社の現状を把握し、課題を明確にした上で、出来ることから始めることが重要であると説明。その手段の1つとして補助金の活用も視野に入れてほしいと結んだ。

次いで石川氏は、エネルギーマネジメントとは、各設備のエネルギー使用量を把握し省エネすべき



セミナーの様子

優先順位を決め目標・計画を設定、改善活動後の効果を確認することであると解説した。

また、CO₂ポテンシャル診断を活用した事例や、エネルギー使用合理化等事業者支援補助金を活用した事例などを紹介した。

そして、①経済産業省の補助金にはエネルギーマネジメントシステムを導入することで、補助率が上がるものもある、②補助金の活用により多額の設備投資をしても投資回収の短縮が可能と説明し、設備の導入や更新を考えたときには、各種補助金を有効に活用してほしいと呼びかけた。

◎研修を終えて

支援施策には、自社の実情を知るためのメニューも用意されています。是非、ご活用ください。



相続・贈与対策 セミナー

2月27日、高崎市・ピエント高崎において、高崎卸商社街協同組合（松本修平理事長、組合員109人）を対象に「改正相続税・贈与税の仕組みと対応について」をテーマに講習会を開催した。講師は司法書士・行政書士の岡住貞宏氏。

はじめに岡住氏は、本屋を覗くと、雑誌では相続特集が組まれたり、相続の関連本も多く販売されており、今は「相続ブーム」だが、相続問題を理解し解決することは難易度が高いといえると述べた。まず、相続人や相続財産の定義、相続財産の分割にまつわる特別受益、寄与分、遺留分などの解説を行った。

次いで、相続問題で重要な「遺言」について説明。遺言には、相続手続きをスムーズにする効果がある一方、法的に決まりごとが多く、遺言としての効果が発揮されないケースも非常に多いと指摘。昨今、「エンディングノート」を遺言として活用しようとする人も見受けられるが、これは遺言にはならないと注意を呼びかけた。また、遺言作成キットも色々と販売されているが、記載漏れなどの不備に

より無効となる恐れがあるので、遺言作成においては専門家による作成が望ましいとアドバイスした。さらに遺言の事例を紹介し、具体的に疑義が発生するケースの説明を行った。

最後に、相続税は今年、税率変更と基礎控除額の大幅な引き下げで増税となっていると解説。今後は、納税対象となる人が大幅に増えるため、相続税に対する事前の対応が重要になると呼びかけた。

対応策として、①課税財産を少なくする、②マイナスの財産を増やす、③基礎控除額を増やす、④税額控除や特例等を活用する、の4つの方法を紹介した。しかし、それぞれの方法にはメリット・デメリットがあると共に、節税することが目的化し、別の問題を生じさせてしまうという本末転倒な結果にならないように注意が必要であると締めくくった。

◎研修を終えて

相続対策も経営戦略のひとつと言えます。その戦略をたてるための実務上の知恵、法律知識、実務経験、創造力の不足は専門家の助けを借りることが鍵となります。

組 合 決 算 税 務 講 習 会

2月26日、3月6日の両日、前橋市・前橋マリーキュリーホテルにおいて、税理士の塚越正司氏を講師に迎え、組合決算税務講習会を開催した。

第1回は「組合の決算手続きについて」法令を遵守した決算関係書類の作成」をテーマに講義を行った。



塚越正司氏

塚越氏は「剰余金処分」と「持分会計」は組合のエッセンスとも言える部分であり、持分については、必ず、資産と負債を時価評価とすることや、会計チェックの際は、事務局1人で行うのではなく、役員に入ってもらい、「内部牽制」を行うことが大切などと説明した。

次いで、組合決算の5つのポイントを強調して解説した。

組合決算5つのポイント

- ① 証憑書なくして経理なし
- ② 決算総棚卸作業
- ③ 事業別損益の作成
- ④ 剰余金の処分
- ⑤ 持分会計



熱心に講義を受ける受講者

第2回は「組合特有の税務と申告のチェックポイント」をテーマに講義を行った。

まず、「平成27年度税制改正大綱のあらまし」について説明し、全体的に個人増税、企業減税の方向

性にあると指摘した。特に、相続税の改正については、重点的に説明を行った。また、群馬県では「ぐんま緑の県民税」が導入されると説明した。

次いで、組合に適用される税率や、利用分量配当金の損算入、貸倒引当金の特例、非課税となる各種税金の特例について説明を行った後、税務から見た決算処理のポイントの解説を行った。

税務から見た決算処理のポイント

- ① 期末の収益・費用が正確に計上されているか
- ② 組合員との取引関係が整理されているか
- ③ 給与関係の処理は適正か
- ④ 交際費と周辺科目は検討されているか
- ⑤ 利用分量配当金
- ⑥ 証憑書類の保存は適切か

◎ 研修を終えて

税制等の変更に加え、組合決算の重要ポイントを丁寧に教えていただきました。決算処理などは繰り返し学ぶ事で身につけていくと思いますので、来年も是非ご参加ください。

「経営革新に繋げるマーケティング戦略」 を青年部で学ぶ



C コンセプト
T ターゲット
P プロセス
T ツール

3月6日、高崎市・高崎機械工業協同組合会議室において、同組合青年部（西田充男青年部長、部員16人）を対象に、『経営革新に繋げるマーケティング戦略について』をテーマに研修会を開催した。講師は、株式会社群馬マーケティングセンター取締役沼澤啓吾氏。

沼澤氏は、「ゼロ成長時代、自社の売上を増加させるには経営革新が必要であり、他社の売上を奪っていかねば生き残れない。現在は商品やサービスの情報が溢れている時代であり、顧客にアプローチしてもすぐにアクションがこない。それを踏まえた上でのマーケティング活動が必要である」と述べ、商品が売れない時代の戦略について、『新コンセプト戦略』『低価格戦略』『個客戦略（個々の顧客に絞り込む）』をあげ、中小企業に適した戦略は個客戦略であり、それにはCTPTマーケティングが有効であると解説した。

CTPTとは、コンセプト、ターゲット、プロセス（関係づくりの段取り）、ツール（各種の関係づくりのツール、イベント、トーク）のこと。沼澤氏は、スターバックスコーピー、アスクール、AKB48

のコンセプトやターゲットを例に挙げ、コンセプトを考えるコツは、利用者の心理、情景を描写し、ターゲットはできるだけ絞り込むことであると強調。そしてプロセスについては、顧客の心理段階としてAIDMAの法則（Attention 認知、Interest 関心、Desire 欲求、Memory 記憶、Action 行動、の階段を踏む）を示し、認知段階から一気に行動段階に上ることは困難であり、各心理段階（プロセス）に対して、ツールを練り出しながら心理段階を無理なく上昇させていくことが重要であると解説した。

沼澤氏が携わった『世界遺産関連シルク製品開発プロジェクト』におけるCTPTマーケティングの事例も紹介。良い商品・サービスを作るだけでなく、『売上を作る』『顧客を増やす』ための『仕組み（マーケティング）』を社内構築してほしいと締めくくった。

◎研修を終えて
商品が売れない時代の中、マーケティングについて理解を深め、商品・製品開発を行う上で参考になったと思います。

