



Kitaho. com 5 2012

発行部数 3,000部

●平成24年5月号 第442号 ●平成24年5月1日発行 ●毎月1日発行

がんばろう!みやぎ
がんばろう! 仙台

昨年11月1日より仙台北法人会のホームページアドレスが

<http://www.kitaho.or.jp>

に変更になりました。

仙台北法人会

検索

特集

“無形の強み”を 活かした経営こそ、 中小企業経営の 切り札です!

つくば未来経営コンサルティング事務所 横田 透 氏
代表 中小企業診断士

5月の事業予定

- 2日 泉第1・第3・第4支部『支部役員会』(11:30～みやぎ仙台商工会館)
泉第1・第3・第4支部『支部合同総会』(12:00～みやぎ仙台商工会館)
- 7日 泉第2・第5・第7支部『支部合同総会』(12:00～みやぎ仙台商工会館)
- 8日 『総務・事業合同委員会』(12:00～新仙台ビルディング)
青年部会『仙台3法人会青年部会会議』(19:00～(社)仙台南法人会事務所)
- 9日 女性部会『委員会・役員会』(11:00～新仙台ビルディング)
青年部会『役員会』(12:00～新仙台ビルディング)
税務関係団体協議会『監査会』(13:30～新仙台ビルディング)
- 11日 『監査会』(10:00～新仙台ビルディング)
上杉支部『役員会』(17:00～仙台ビジネスホテル)
上杉支部『支部総会』(18:00～仙台ビジネスホテル)
- 15日 県連『総務委員会』(11:00～新仙台ビルディング)
『時局セミナー』(19:00～ファインステージ)
青年部会『社会貢献委員会』(19:00～新仙台ビルディング)
- 16日 『第1回常任理事会』(10:30～ホテル白萩)
『第1回理事会』(12:00～ホテル白萩)
県連『厚生委員会』(15:30～大同生命保険(株)仙台支社)
- 17日 税務関係団体協議会『定例会』(10:30～KKRホテル仙台)
県女連『第1回連絡会』(12:00～仙台国際ホテル)
- 18日 『3ヶ月短期集中実践会』(13:00～新仙台ビルディング)
県連『理事会』(14:00～大同生命保険(株)仙台支社)
黒川支部『支部総会』(16:00～未定)
- 20日 婚活座談会『ランチ合コン』(12:00～アートブライダル)
- 21日 『決算法人説明会』(14:00～エル・パーク仙台)
中央支部『支部総会』(18:00～ハミングバード)
- 28日 平成24年度『通常総会』(15:30～江陽グランドホテル)

6月の事業予定

- 1日 県連『総会』(15:00～メルパルク仙台)
- 6日 二日町・国分町支部『役員会』(18:00～)
- 7日 女性部会『被災地復興支援日帰りバスツアー』
六県連『理事会』(16:00～仙台国際ホテル)
- 8日 県連『税制委員会』(14:00～)
- 12日 『白井由妃講演会』(19:00～仙台市シルバースターセンター)
- 14日 通町支部『役員会』(18:00～通町コミュニティセンター)
- 19日 『時局セミナー』(19:00～ファインステージ)
- 21日 『決算法人説明会』(14:00～エル・パーク仙台)
- 22日 『3ヶ月短期集中実践会』(13:00～新仙台ビルディング)
- 23日 『事業の承継を考える会(親世代)』(11:00～ファインステージ)
- 24日 婚活座談会『ランチ合コン』(12:00～アートブライダル)



仙台北法人会 泉第二支部 吉田 広 さん

仙台北法人会
全16支部を
リレーで掲載

泉第二支部

吉田 広 さん

(株) 泉国際ゴルフ場

今月の
宝人
喜多

地域の企業紹介

バランス感覚を大切に

泉区北西部の自然豊かな花輪山、新緑にはまだ早い時季、泉国際ゴルフ場の私道に入り、綺麗に整備されたメタセコイヤの間を1キロ程、車を走らせると、重厚なクラブハウスが現れる。今回取材をさせていたた株式会社泉国際ゴルフ場 支配人 吉田 広さんが笑顔で私達を迎えてくれました。

薪の風呂焚き

私の生まれは仙台市ですが福島県いわき市で育ち、当時父親が国鉄職員だったため、小学校入学前に転勤により現在の住所に転居しました。幼少期の思い出として印象に残っていることは、三歳年上の兄がいるのですが両親が共働きのため夜遅くにしか帰ってこないことから、兄弟で協力して両親の手伝い(簡単な家事)をしていたことです。特に当時、お風呂を薪で焚いていましたので火をつけることが大変だったことを記憶しています。小学生の頃は友人と野外で遊ぶことが大好きで運動会のリレーの選手に選ばれたときの嬉しさを今も覚えています。チームですることが好きでしたので中学・高校ではバスケットボール部に所属し、生徒会副会長もしていました。兄が高校3年生の時にラグビーで全国大会(花園ラグビー場)に出場した影響を受け、私の通学していた高校にラグビー部がなかったため3年生の時にラグビー同好会をつくる働きかけもしました。

アルバイトが転機に

私が中学生頃から父が体調を崩し3年間入院治療しておりましたが、私が18歳の時に父(享年49歳)が亡くなりました。

高校卒業後、東京の大学に進学し夏休みの期間を利用して大手広告代理店兼出版会社でアルバイトを始めました。今思うと私の人生の転機でした。その会社では仕事を任せてくれる社風があり、色々なアイデアや新しい取り組みな

ど、楽しくチャレンジできることが大変やり甲斐がありました。私は大手広告代理店兼出版会社にそのまま就職し東北支社で仕事をしました。東北支社では高校生の進路指導に関わる業務を経て、新たな取り組みとなった光ファイバー高速通信サービス事業の立ち上げにも携わりました。全国から担当者30名程が東京で研修したことが、今でも強く印象に残っており、10時まで仕事して、同僚と飲みに行き最終電車まで帰宅する日々を過ごしていました。当時の東北支社の仲間とは定期的に集まり交流を図っています。

人との縁で

その後、岩手県の大形リゾート施設のゴルフ場に携わることとなり、現在の仕事と関連のある業務を初めて経験することとなりました。当時の大型リゾート施設の社員との顔合わせを兼ねた歓迎会は、秋保温泉に泊まり翌日はゴルフをしたのですが、その時プレーをしたのが泉国際ゴルフ倶楽部でした。初めてラウンドした泉国際ゴルフ倶楽部の第一印象は、ハウス内の落ち着いた雰囲気、従業員の対応の良さであったと思います。その後、東北支社時代の先輩の紹介で仙台近郊のゴルフ倶楽部の仕事をさせていただくことになりましたが、長引く景気低迷によりその倶楽部が倒産してしまいました。しかし、その時も「人の縁」を強く感じさせられました。当時の泉国際ゴルフ倶楽部の支配人と東北支社時代の支社長が知人であったこともあり、その縁によって、平成12年2月から株式会社泉国際ゴルフ場にお世話になることとなり、今年で12年目を迎えます。

クラブハウスのお風呂を一般に開放

東日本大震災の時は当倶楽部の施設には大きな被害はありませんでしたが、従業員の安全確認に10日間程時間がかかりました。全員無事であることを確認でき安心いたしました。宮城県沖地震(1978年)の際にクラブハウスのお

風呂を開放して近隣の住民の方々に利用していただいた経緯を知っていましたので、電気施設の復旧と同時にお風呂を開放し、メンバーをはじめ近隣の住民の方々にご利用していただきました。幸い4月9日から業務を再開させることができましたが、震災の影響で予約キャンセルが続き、自粛ムードも加わって8月までは殆んど仕事にならない状況でした。その時はその後となるか本当に不安でしたが、9月頃より自粛ムードも解消し、逆に「復興特需」により、多くのお客様から予約をいただけるようになりました。

お客様及び従業員の声を大切に

私は、本年3月より「支配人」職になりましたが、この職に就いて特に注意していることがあります。ゴルフ場は多くの従業員によって運営されています。私が指示すれば従業員は指示に従います。「支配人」「部長」「課長」等という肩書を持つ事で、話し方(指示の出し方)によつては一種の「威圧」になり、それを聞いた従業員が萎縮してしまい、失敗を恐れて指示されたことだけをします。時には、報告相談することも恐れてしまふことになるかもしれません。そのまます、お客様と接することはお客様に不快感を与えてしまう危険性があります。メンバーの皆様は本より来場下さる全てのお客様と接している従業員は、お客様の声をよく聴き、その場で判断し、行動を取らなければなりません。そういう意味で「威圧」はあてはまらず、従業員一人一人の適切な判断による自主的な行動がサービスの質の向上に繋がると考えています。そのためには、従業員はお客様と気持ちを共有し、仕事を楽しめるようにすることが大切です。例えば、朝の「あいさつ」にしてもマニュアル化した機械的な対応は極力避け、親しみを感じる一声をおかけすることにより、特に初めてのこ来場のお客様との距離を縮めることができると思います。私自身がお客様や従業員に積極的に話しかけ、私自身に対してもお客様や従業員が気軽に話しかけて下さり、その声一つ一つによって私自身が向上できるよう努力して参りたいと思います。

ステイタスと敷居の高さ

今年、泉国際ゴルフ倶楽部

部は36年目を迎えますが、仙台市内の著名な方々がメンバーとなつていただいております。そのメンバーの方々のためにもステイタスの維持に努めつつ、より多くのお客様にご利用頂ける環境も図っていきたいと考えています。敷居が高いといふ言われますが、ステイタスと敷居の高さのバランスをとっていくことが、これからの取り組みと考えます。

最後に

ゴルフ場に勤めていると朝早い時間に起床することから、趣味で自宅の周りの生け垣に10年前からバラを這わせて育てています。昨年は東日本大震災の影響が花芽が少なく、近所の方々から「今年は寂しいネ」と言われましたので、今年こそはきれいに咲かせようと思っております。

取材を終えて吉田広さんの社員を想う優しさと同時に如何に組織を活性化させるか現場からの声を耳を傾け、社員に生き生きと働ける環境を創る取り組みを肌で感じることができました。歴史と伝統を維持しつつ事業運営するヒントは現場の声、即ち、お客様の声を伺う姿勢であると実感いたしました。



タックスQ&A

～復興特別法人税制度の創設～

Q

復興特別法人税という税金が新たに出来ると聞きましたが、その概要を教えてください。

A

平成23年12月2日に公布された東日本大震災からの復興のための施策を実施するために必要な財源の確保に関する特別措置法(平成23年法律第117号)において復興特別法人税制度が創設され、平成24年4月1日から施行されることになりました。

復興特別法人税制度の概要は以下のとおりとなっていますが、税額の計算等詳細については、国税庁ホームページ(www.nta.go.jp)に掲載している「復興特別法人税のあらまし」又は「復興特別法人税の概要」をご覧ください。

(復興特別法人税制度の概要)

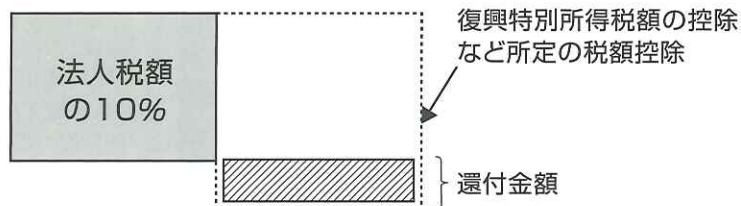
この制度は、法人の各事業年度の所得の金額に対する法人税の額に10%の税率を乗じて計算した復興特別法人税を、法人税と同じ時期に申告・納付することとされているものであり、利子など一定の所得に課された復興特別所得税の額などがある場合には、所定の金額を控除した後の金額を納付することとされています。また、復興特別法人税の額の計算上控除しきれない復興特別所得税の額がある場合には、その還付を受けるための申告書を提出することができることとされています。

なお、復興特別法人税の課税の対象となる事業年度は、一定の場合を除き、法人の平成24年4月1日から平成27年3月31日までの期間内に最初に開始する事業年度開始の日から同日以後3年を経過する日までの期間内の日の属する事業年度とされています。

(イメージ図)



[控除しきれない復興特別所得税の額がある場合]



[経営者の情報源] 2012/5

北法人ビジネスニュース

BUSINESS NEWS

社団法人 仙台北法人会

〒980-0804

仙台市青葉区大町一丁目1-30

新仙台ビルディング 6階

TEL 022(263)0151

FAX 022(268)0205

http://www.kitaho.or.jp

◎本誌は有限会社サンライズロジテムより全記事内容をご提供いただき発行しております。

新しい市場の見つけ方

1. 行動する理由を作る

「突然訪問してくるからには、それなりの理由がなかったら話は聞かない!」創業当初、飛び込み訪問を繰り返していた時、訪問先の総務課長から言われてハッとした言葉です。

当時はオフィスビルの会社を手当たり次第に訪問していたため、その会社だけに訪問する特別な理由はありませんでした。

理由を見つけるためには、その会社のことを事前に深く知る必要があります。なぜ訪問するのか説明できなければ、こちらに興味を持ってもらうことはできません。ですが今まで聞いたこともないような訪問理由であれば、とても効果があります。

先日、パソコンの個人レッスンを受講しました。改めてエクセル・ワードの基礎から講義を受けて、自分の知らない操作方法がとても多いことに気がつきました。その中でも、特に印象深かったのがエクセルを使った計算式です。

エクセルを使って、その人だけの記念日を作り、販売促進に活かせるおもしろい方法があります。

ご存じの方も多いと思いますが、計算式を入れたセルに、誕生日と今日の日付を入力するだけで、生まれてから何日経過したのか瞬時に判明します。

この方法を使えば、生まれてから1万日目、2万日目の記念日を割り出すことも可能です。

誕生日は知っていても、生まれてから1万日目や2万日目を知る人は多くありません。お祝いされた時の意外性と、記念日であることを知った時の喜びは大きいものがあります。

さらに再来店を促すDMや、長期間のアフターフォローを必要とする業界にとっても、お客様だけの記念日を個別に創り出してアプローチすることが可能です。そうすることで、これまで見えなかった新しい購買機会を発見することができます。

そのお客様だけの特別な理由を見つけることは、結果的にお客様が行動する理由へと結び付きます。

2. 身近な事業を自社に応用する

販売促進の仕事をしていると、お客様との会話で必ず出てくるのが広告の反応率です。チラシを製作する際、少しでも広告効果が上がるようにキャッチコピーやデザインを工夫するなど試行錯誤します。満足のいくチラシに仕上がったにもかかわらず、広告反応が悪いと人知れず悩めます。

そんな中、チラシ反応率3割以上のチラシがあります。それは廃品回収(ちり紙交換)のチラシです。

■ 以前住んでいた自宅マンションには、1・2か月に一度の割合でちり紙交換のチラシがポスティングされていました。

■ チラシは名刺位の大きさで、手書きしたものを白黒コピーしただけです。よく読むと誤字もあります。社名もありますが、法人なのか個人事業なのかよく分かりません。

■ ですが回収の日に驚いたのは、入居者の実に3割以上の世帯が、玄関先に古新聞や雑誌を梱包して準備していたことです。

■ 広告の仕事をして10年以上経ちますが、今まで反応率3割以上の広告を成功させたことは、数えるくらいしかありません。驚異的な反応率です。しかもその廃品回収のチラシは、お世辞にもうまいチラシとは言えません。チラシ以外に何か成功する大きな要因があるはずだ。

■ 答えの一つとして、すでに廃品回収サービスは広く認知されており、日常生活の中に溶け込んでいることが挙げられます。

■ サービス自体、馴染み深いものなので、誰が回収するかよりも、回収してちり紙と交換してくれるのであれば、どこの会社が実施しようとあまり気になりません。

■ 独立して最初にぶつかる壁は、作ったばかりの会社には信用がなく、なかなか新規取引をさせてもらえないことです。ましてやニュービジネスに該当するような事業に進出すると、まず事業の内容から説明し、理解してもらうのに時間がかかります。

■ 誰でも知っている商品やサービスと、自社のサービスを組み合わせること、顧客を増やす仕組みを作ることができます。

■ 具体的な方法は次の通りです。

■ 最初に自社にとってターゲットとなる顧客層を絞り込みます。

■ 次にターゲット先へ毎回接触できるような身近な商品やサービスを提供します。最後取引先の信用を得た上で、自社のメイン商材を提案すれば、初めから提案するよりも効果的です。仮に反応がなくてもなぜ受け入れられないのか理由を聞くこともできます。売れるかどうかかわからないときは、商品を無料で配布して感想や改善点を聞き出し、今後の商品開発に活かすことも可能です。

■ 当社は創業当初、顧客開拓のためにコピー用紙を大量に仕入れ、原価を大幅に割った価格で取引先を開拓しました。

■ 商品自体は大手メーカー製であり、それがびっくりするほど安ければ、比較的楽に購入してもらえます。その方法で大手企業との取引実績を作り、本業の営業の際の信用作りに役立てました。

■ 成熟した商品・サービスの市場は収益性が悪く、仕事として成り立ちにくい分野です。ですが考え方を变えて、その市場で利益を上げるのではなく、新規顧客開拓の手段として割り切れば、今後につながる取引先を増やすことができます。