

・ **新年の御挨拶** . . . . . 2 頁

公益社団法人となってから3年目を迎えるにあたり、理事長小池登志男氏から新年のご挨拶です。

・ **小売商業の厳しい現実と“初夢”** . . . . . 2 頁

商店街の厳しい現実を、統計データから指摘したうえで、著者は多種の商品を恒常的に販売する欧州の市場のような場づくり、又は来街動機となる核施設による商店街の再編成を提案しています。

・ **コラボで生み出す地域の活力** . . . . . 3 頁

街や商店街などの地域活性化において、単体での取り組みには限界を感じることが多い。一方、地域密着型の活動・事業を行う多様な事業者や団体が登場しており、これらの事業者や団体との連携が、地域活力の復活に有効な手段の1つであると考えられる。著者は幾つかの事例を紹介しています。

・ **平成26年度 経営・労働シンポジウム** . . . . . 5 頁

第1部は、坂本光司教授（右の写真）による「会社はだれのものか」という題での基調講演。第2部は、(株)大協製作所の栗原社長と(株)マーク電子の村山社長にパネラーとして参加して頂き、坂本教授のリードのもと、「人を大切にする経営」をご披露して頂きました。ここでは、坂本教授が話された基調講演の一部を紹介します。



講演中の坂本光司教授



・ **中小企業経営者及び創業者セミナー 第3弾が開催される** . . . 7 頁

有限会社オフィス結アジアの代表取締役高橋宜盟氏（左の写真）は、「地元起業家による創業体験談」という題で講演をされました。指伝話の開発の切っ掛け、ビジネスプランコンテストでの体験、整形外科医との遭遇で新たなマーケットを見つけたこと、障がい者が利用する「日常生活用具」認定（購入価格の9割が行政から補助される）への働きかけ等。このような経験を踏まえて、起業を目指す方たちに、たくさんアドバイスをされました。

・ **中小企業・小規模事業者の経営力向上支援策について** . . . . . 8 頁

小規模企業振興法が制定されたのを機に、アタカプランニング(株)代表の古河正己氏（右の写真）が「中小企業・小規模事業者の経営力向上支援策について」講演されました。実際に手がけた飲食店や専門店の売上アップ方策の事例を交えながら、2014年までに150案件を手掛け、95%以上の目標数値を達成したとのことでした。



・ **公益法人の豆知識 公益法人は法人税の課税額が一番少ない** . . . . . 9 頁

一般社団法人・一般財団法人の法人税法上の取扱いは3種類（公益法人、非営利型法人、非営利型法人以外の法人）に分類されます。そのなかでも、公益法人は法人税の課税額が一番少なく、公益法人であることのメリットがあると述べています。

・ **けいしん情報** . . . . . 10 頁

- ビジネス支援講座「福祉とビジネスの融合に挑戦」が1月30日開催されます。
- 地域交流サロン「温泉泥で街おこし」が1月17日湯河原・大観荘で開催されます。

## 新年のご挨拶

理事長 小池 登志男

みなさま明けましておめでとうございます。今年が、みなさまにとって素晴らしい年となりますよう、心よりお祈り申し上げます。

新年を迎えるにあたり、今年の抱負や希望を心のなかで願った方、さらには目標として立てた方もいらっしゃるかと存じます。

わたくしも、毎年、細やかな目標を立てて手帳に書き入れ、時折見返しては自分自身を顧みることとしております。今年は、既存の観念にとらわれず、何事に対しても更に深く考察し探究すること、仕事においても私事においても充実した豊かな時を送ること、そして自分が輝きながら毎日をむかえたいといった目標を立てております。

昨年の暮れに衆議院議員の総選挙が実施され、今年は新たな態勢づくりがなされることと思います。けいしん神奈川も、公益社団法人となって今年で3年目に入ろうとしています。その間、社会環境にも大きな動きがみられ、けいしん神奈川自体も、新たな方向性を模索する時期に差しかかっております。このような中で、会員のみなさまの期待に応えるべく、最大限の努力をいたす所存でおりますので、何卒、ご支援、ご協力をお願い申し上げます。

## 小売商業の厳しい現実と“初夢”

理事 中山 進

商店の廃業やシャッター通り商店街が話題となって久しいですが、実際の商店数の推移を確かめてみます。一貫して増加を続けていた商業統計の小売商店数は1982年にピーク（172万店）となります。商業統計が3年ごとの時代で、実際のピークは1980年～1984年の間のどこかとなります。その後、大型店やチェーン店の進出の影響を受けて小売商店の総数は減少に転じますが、小売業の年間商品販売額は約15年間増加する高度消費社会の時代となります。やがて、年間商品販売額も1995年の生産年齢人口のピークに符牒を合わせて1997年がピーク（実際は1995年～1999年のどこか）となります。それ以降は小売商店数、年間商品販売額ともに減少傾向という時代に突入します。

では、現在の小売商店数はどれくらいの水準なのでしょう。商業統計が5年ごととなり、最新の本調査である2007年の小売商店数は114万店、ピーク時の三分の二です。その後、経済センサスが創設されて商業統計の簡易調査が廃止され、さらに商業統計調査の周期を経済センサス-活動調査実施の2年後に変更するという経過があって、2014年に経

済センサス-基礎調査と同時に実施されるまで、商業統計は 7 年間の空白があります。間もなく発表される最新の速報値はどれくらいの数になるのでしょうか。ちなみに、2012 年実施の経済センサス・活動調査の小売事業所数は 103 万ですから、ピーク時の半減に近い数になっているかもしれません。シャッター通りを目にする機会が多いのは当然のことといえます。さらに、2008 年をピークに人口減少社会に転じ、今後長期にわたって減少を続けることが確実となって、かつてのような商店数の復活によって活性化を目指すことは望むべくもない現実となりました。

小売商業や商店街はどうなっていくのでしょうか。商店の廃業が止まない中で、各地で行われている街ゼミは好評なことが示しているように、世代を継いで専門性を蓄積し、地域消費者の期待に応える専門店は確実に残っていくと思います。しかし、残ったものを持続するだけでは商店、商店街の再生は遠く、根源的な変革や再編が求められています。すでに、試行されている取り組みの中に兆しが現れているように思いますが、以下のような商店や商店街が現れてくることを願っています。

空調のきいた店舗で客を待ち、パッケージ商品をレジで清算する、これでは、いくら長時間営業しても負担やロスばかり大きく、大型店や CVS などのチェーン店に敵うはずはありません。簡易な店舗で食料品だけでなく多種の商品を恒常的に販売する欧州の市場（いちば）のような、曜日や時間限定で楽しさを提供する店舗や集積の場づくり。もう一つは、少なくなった商店の集積に新しい来街動機を付加する、図書館、ミニ映画館や劇場などを核施設とした商店街の再編。縁遠いと考えられていた「文化」の吸引力は小さくないと思います。



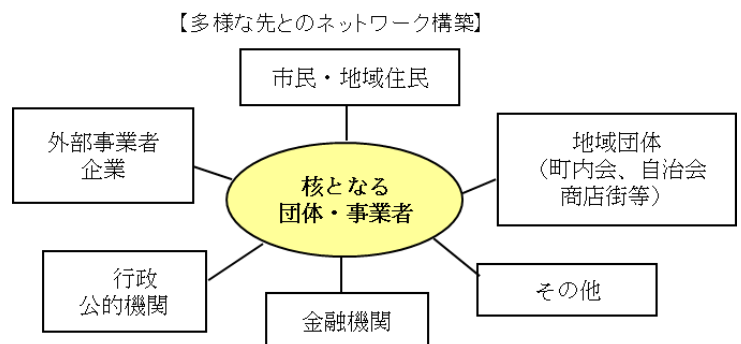
フランス、エクス=アン=プロヴァンス

## コラボで生み出す地域の活力

中小企業診断士 為崎 緑

### 1. 多様な先との連携による付加価値創出

高度化・複雑化する社会の中で、街や商店街などの地域活性化において、単体での取組みには限界を感じる場面が多くなってきた。一方、ソーシャルビジネスと呼ばれる分野を始め、地域密着型の活動・事業を行う多様な事業者や団体が次々と登場しつつある。これらを含む多様な先との連携が、地域



の活力に結びつく付加価値創出にとって有効な手段の1つとなってきている。次項以下で、そうした事例をいくつか紹介する。

## 2. 被災地と連携したキャラクターグッズ製作

モトスミ・オズ通り商店街振興組合では、東日本大震災発生以降、「安全・安心な街づくり」の取組みの一環として、被災地から神奈川県内に避難してきている児童のアイデアを基に復興応援キャラクターを生み出し、また東北の女性の手仕事によるエコたわし「編んだもんだら」を、仕入れて商店街イベントで販売することを通じ、復興応援を行ってきた。

これらを基盤に、本年度は、商店街キャラクター「おずっちょ」と、復興応援キャラクター「おずっぺ」のイラストを、

「編んだもんだら」の商品企画・製作・販売を行っている宮城県の「さざぼざ事業部」に送り、試作を経て、オリジナルのエコたわし製作を依頼した。かねてから検討を図ってきた商店街のキャラクターグッズ製作が、被災地の事業者とのコラボを通じ、「被災地応援＋商店街の取組みの認知度向上」という2つの意味を持たせる形で実現に至ったわけである。



## 3. 各事業者の専門性が発揮されたツアー

足柄地域の魅力発信や、足柄茶の普及を目指す活動を行っている「足柄茶ラボ」が実施した「足柄茶とともに楽しむ“小田原甘味巡りツアー”」は、複数の団体や事業者が連携することで、それぞれの専門性が発揮され、満足度の高いものとなった。

ツアーは小田原駅に集合して、ガイドの引率・説明によって街なかの商店を巡りつつ、「清閑亭」「なりわい交流館」という歴史的建物の中で足柄茶コンシェルジュによる2回の呈茶を楽しみ、昼食も特注の足柄茶を使った弁当を食べるといった内容で構成された。参加費 3,000 円で募集したところ、29 名の参加が得られ、実施後のアンケートでも 25 名が「満足」と回答する結果となった。単独事業者の開催では、このような結果を得ることは困難であったと想像される。多様な連携が地域の魅力づくりの鍵の1つとなりそうである。

団体・事業者	役割
足柄茶ラボ	・足柄茶の呈茶（2回）
NPO 法人小田原まちづくり応援団	・ツアーの告知・受付 ・街歩きガイド
地域内商店・施設	・ツアーの受入れ、説明
㈱JTB 国内旅行企画	・ツアーの告知
㈱神奈川県農協茶業センター	・呈茶バックアップ ・茶葉提供、茶器の貸出
サントリービア&スピリッツ㈱	・足柄茶ハイボール提供 店マップ作成

## 平成 26 年度 経営・労働シンポジウム

# 「会社はだれのものか」 坂本光司教授

平成 26 年度の経営・労働シンポジウムは 11 月 17 日（13 時 30 分～16 時 30 分）神奈川中小企業センターにて開催されました。

第 1 部は、「会社はだれのものか」という題で、坂本光司教授（法政大学大学院政策創造研究科）による基調講演、第 2 部は「人を大切にする経営」というテーマでパネルディスカッションがなされました。（株）大協製作所（<http://www.daikyo-inc.co.jp/>）代表取締役社長栗原敏郎氏と（株）マーク電子（<http://www.markd.co.jp/>）代表取締役社長村山忠雄氏がパネラーとして参加され、坂本教授のリードのもと、「人を大切にする経営」をご披露して頂きました。ここでは、坂本教授が話された基調講演の一部を紹介させていただきます。



坂本教授（左）、  
栗原社長（中央）、村山社長（右）

◇  
坂本教授は、いきなり出席者に「会社はだれのものですか」と投げかけられました。一瞬の沈黙のあと、教授はおもむろに「会社は株主のものではないし、社員のものでも、社長のものでもない。みんな間違えている。会社は『社会』みんなのものだ。」と話されました。

「お客様のために商品やサービスを提供するのは社員。お客様の役に立つ商品を考えるのも社員なら、お客様に心のこもったサービスをするのも社員。お客様を大切にするには、まず社員を大切にしなければならない。社員を大切にするには、その家族を幸せにする必要がある。つまり、会社の目的は社員を幸せに、そしてその家族を幸せにすること。会社や上司に不平不満や不信感を持つ社員は、業績を高める努力なんてしない。幸せである社員が働いた結果として会社の業績が高まり、市場での優位性を獲得できる。」という好循環サイクルが働くのだと、教授のお話に耳を傾けながら思いました。

教授はこれまでに実際に約 7000 社を訪問し、経営者から直接に、お話をおうかがいしている。そのなかで、「社員を幸せにする経営」を実践している会社を、700 社ほど見つけたそうです。

本基調講演で、「いい会社 100 の経営指標」をご披露して頂きました。10 の大項目と、各大項目が 10 の小項目で構成されています。1 小項目を 1 点とカウントされますので、満点が 100 点になります。

「人を幸せにする経営」を顕彰するため、教授は「日本でいちばんたいせつにしたい会社」大賞を創設しました。本賞における「人」を、1 従業員とその家族、2 外注先・仕入先、3 顧客、4 地域社会、5 株主の 5

### いい会社の 100 の経営指標の大項目

1. 社員に関する指標
2. 社外社員（仕入先・協力企業等）に関する指標
3. 現在顧客と未来顧客に関する指標
4. 高齢者・女性・障がい者に関する指標
5. 経営者に関する指標
6. 社員の確保・育成・評価に関する指標
7. 福利厚生等に関する指標
8. 社会貢献活動に関する指標
9. 中長期経営計画・経営理念等に関する指標
10. 経営全般に関する指標

### 「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞の応募資格

過去 5 年以上にわたって、以下の 5 つの条件に該当していること

1. 人員整理、会社都合による解雇をしていないこと（東日本大震災等の自然災害の場合を除く）
2. 下請企業、仕入先企業へのコストダウンを強制していないこと
3. 障がい者雇用率は法定雇用率以上であること（2013 年 4 月から常勤雇用 50 人以上の企業は 2.0%）
4. 黒字経営（経常利益）であること（一過性の赤字を除く）
5. 重大な労働災害がないこと（東日本大震災等の自然災害の場合を除く）

者と定義しています。人を幸せにすれば結果的に業績も上がるはず、そんな大切な会社を1社でも増やしたいという思いで顕彰制度をスタートさせたそうです。

(ホームページ：<http://taisetu-taisyō.jimdo.com/>)

ご講演の中で、「いい会社の100の経営指標」の小項目を取り上げて、代表的な会社のエピソードを話して頂きました。以下は、エピソードの一端です。

### **社員一人当たりの月間平均所定外労働時間は10時間以下である（大項目の3）**

未来工業 残業禁止でも残業をする人がいたため、残業したら罰金をとることにしたら残業をする人がなくなったそうです。

沢根スプリング 第4回大賞の「中小企業庁長官賞」を受賞。所定外労働時間を6時間未満としながら、IT活用や通販に取組み、創業以来47期連続で黒字を続けている。

### **定年年齢は66歳以上、または定年制度そのものがない（大項目の4）**

西島株式会社 社員150人弱の工作機械メーカー。定年制度はなく、自ら限界を感じたら辞める隠退制度。高齢者はラインの長でなく、経験や技能を若者に伝授する役。

### **社員が病気や事故で就業できなくなっても、1年以上現給を支給したり、社員の福利厚生を全額支給する制度がある。また社員が死亡した場合、その子供が大学を卒業するまで、補助金の支給等、その生活を支援するハートフルな制度がある（大項目の7）**

樹研工業 60歳の社員が病気になって、3年間、会社に1日も出て来なかったが、解雇せず、給料とボーナスを病院へ届けたとのこと。先輩がいろいろと教えてくれたのだからと、社員が決めたそうです。

### **過去5年以上、人員整理等（リストラ）は一切していない（大項目の1）**

阿部長商店 東日本大震災で気仙沼市内の9つの水産・食品加工工場・冷蔵施設のうち8つを津波で流失した。従業員800人のうち、8~9割が働く場がない。『解雇をすれば、雇用保険制度を適用して国が面倒を見る』と行政からは解雇を勧められた。災害時にできた絆を壊したくないという思いで、1人も解雇せず、休職扱いで乗り切ったそうです。

### **不況時には経営者が社内の誰よりも率先し大幅に給与を削減する（大項目の5）**

櫻井精技 2008年のリーマンショックの余波で売上高が7割減。社長の給料を1ドルに下げ、管理職も下げてもらったが、一般社員の給料は1円も下げなかった。社員は、1日も早く社長の給料を上げねばと頑張り、1年で業績を回復させたそうです。

### **経営者は意思疎通を図るため、全社員とのコミュニケーション（食事会等）に積極的に参加している（大項目の5）**

アイエスエフネット 青山にある人にやさしいIT企業。2千名の社員のおよそ3~4割は障がい者やニートフリーターあるいはシングルマザーといった社会的弱者。課長になると、夫婦で社長と食事をする会があり、「主人が当社を辞めるなら、私は主人と離婚します。」と社員の奥さんが語ったエピソードがあるそうです。

### **現在障がい者を雇用している（大項目の4）**

上場企業の社長から「・・・わが社には障がい者ができるような仕事がほとんどありません。・・・」という手紙を頂いたそうです。数か月後に、工場を見て回ったあと「障がい者の仕事は限られていることは分かるが、工程を分割すれば障がい者でも十分可能と思われる。それでも困難だと云うなら、障がい者に見合った新しい仕事をあえてつくるべき。」とアドバイスしたそうです。

(文責：広報)

## 中小企業経営者及び創業者セミナー 第3弾 創業応援隊 in 湘南

### 「地元起業家による創業体験談」 高橋 宜盟

中小企業経営者及び創業者セミナー第3弾が、平成26年11月21日(19時~21時)藤沢商工会館にて開催されました。有限会社オフィス結アジア (<http://office-yui.co.jp/>) 代表取締役高橋宜盟様は、ご自身の起業体験を踏まえて、これから創業を目指す方達にたくさんのアドバイスをしました。



「コンニチワ、ユウゲンカイシャ オフィスユイアジア ノ タカハシ ヨシアキ デス」と、若干聞きなれないトーンで講演がスタートしました。高橋さんが話しをしているには、全然唇が動いていない。よく見るとマイクをタブレットに近づけているではありませんか。

話す内容を予めタブレットの中に打込んでおく。フレーズをタップしてテキストを順繰りに読み出しては、音声合成エンジンが滑らかな音声を発することで、聞こえてくると分かりました。

商品を開発した切っ掛けは、電車の中で電話がかかって来たときに「はい」「いいえ」と簡単な返事を返す、或いは「乗車中なので、折り返し返事します」といったことを伝えることができれば、という思いからだとうかがいました。

2010年11月に藤沢市で開催された「湘南ビジネスプランコンテスト」に、指伝話の元となる仕様で出展。「電話に出られなければ、メールやSNSを使えばいい」とケチョクケチョクに評されたそうです。

整形外科医の赤木家康先生(故人)に、指伝話の開発版をお見せしたところ、使いたいと云われたそうです。赤木先生は47歳で喉頭癌を発症し、喉頭癌の手術で声を失いました。患者との会話ができなければ、診察ができません。医師を辞めようかと悩んでいるときに、指伝話に遭遇しました。このとき、患者に指伝話で問いかけ、先生が耳で聞くという診療スタイルができあがったのです。

障がい者へのマーケットが見えた瞬間です。指伝話キット(96,600円)が障がい者が使用する日常生活用具に認定されれば、行政が購入資金の一部を負担してくれる制度があります。挑戦しましたが、iPadはあれにも、これにも使える、専用機でないからダメだと市町村から拒絶されました。色々工夫して、藤沢市長と直談判したところ、2週間でOKを出してくれたそうです。なんと障がい者が、一割負担(9,660円)をすれば購入できることになりました。いままでダメ出しをしていた市町村が、次々とOKを出してくれるようになったとのことです。

このような経験を踏まえて、創業者の方へたくさんのアドバイスがありました。そのうち幾つかを紹介します。

- 事務所を構えればオンとオフの切替ができる。藤沢市インキュベーションルームの入居条件が創業5年以内であったが、第二創業ということで交渉し、許可を頂いた。
- 藤沢市で起業した。東京で起業しないのかとよく言われるが、東京だとワンノブゼム。地方だと、親身になって相談してくれる。
- 税金は滞納するな! 公的支援が得られなくなる。
- 借入金の返済はきちんとする。2回目が見られなくなる。金融の世界は狭く、全部筒抜けだと思ったほうがよい。



- 設立時にメインバンクを考えて、地元の信用金庫を大事にする。
- 専門家派遣 神奈川県が費用の3分の2を負担。税理士の先生と出会い、月次決算の仕組みを導入できた。当事者として考えてくれる専門家を信頼すべき。
- 知的財産権は金融機関の融資条件ともなる。商標は「ユビデンワ」でとった。実用新案は、申請すると必ず登録される。技術評価書は請求しない。特許になる可能性が見えた時点で特許化する。
- 投資企業から資本を受け入れると必ず経営に関与し、月給100万円を要する人を受け入れなければならない、結果的に赤字になる。受け入れないようにしている。
- ビジネスプランは絶対に作るべき。財務計画をたてるのは下手くそであったが、「かながわビジネスオーディション」でKSP賞を受賞した。その賞金が「ビジネスプラン作成コース」であった。早速、受講した。

(文責：広報)

## 今後の中小企業・小規模事業者政策と実践的支援策

### 中小企業・小規模事業者の経営力向上支援策について

アタカプランニング(株) 代表 古河 正己

2014年6月に小規模企業振興基本法が51年ぶりに制定され、中小企業・小規模事業者政策が大きく変わりました。こうした局面をとらえ、中小企業・小規模事業者を支援されている方々を対象に、12月5日神奈川中小企業センターで、本セミナーを開催しました。

第1部では関東経済産業局中小企業課支援体制係長 大場孝典氏をお招きして「平成27年度中小企業・小規模事業者支援施策について」講演して頂き、第2部では、アタカプランニング(株) (<http://www.a-gogo.jp/>) 代表 古河正己氏に「中小企業・小規模事業者の経営力向上支援策について」講演して頂きました。

ここでは、古河代表が話された一部を紹介します。



「売上を上げるためのデザインを考える会社」の古河代表取締役 BOSS は、事例を交えながら、飲食店や専門店の売上アップ方策について語りました。お話の印象では、アタカプランニング(株)は単なるデザインを売る会社ではなく、お店として頑張る方向(即ちコンセプト)を決め、それに沿って顧客を集客するためのデザインを創作及び事業支援する会社です。

自転車販売店の事例では、改装前の月商が10万円(客単価5,000円)であったのが、改装後には、月商を80万円(客単価35,000円)に引き上げたとのことです。改装前は、宣伝をしない、油に汚れている、自転車の色揃えが悪い等の課題がありました。お店のコンセプトを明確にして、宣伝をする、ホームページを作る、問屋の言いなりにならず明るい色の自転車を揃える、看板、チラシ、デザインされた値札等を実行したことで、評判を呼びお客さんを集めることができたとのことです。

お好み焼き店の事例では、改装前の月商が100万円(客単価1,500円)であったのを、改装後には月商を420万円(客単価5,000円)に引き上げることができた。改装前のお店は、外観や内装が地味で遊び心がない、メニューデザインが地味でメニュー名もありふれている、カウンターがお金を使わない客のたまり場になっていて収益をうみ出していない等の課題があった。改装後には、外観を野球好き集まる店というイメージを出し、お客さんの顔もお店に出させてもらうことで親しみ感を醸し出す、カウンターは高級客が集まる場となるように造り直したことで、売上をアップできたとのことです。

「頑張る方向」は自社が欲しい顧客を、年齢・性別・嗜好などで、なるべく狭い範囲に絞る。そうすれば、ターゲット顧客に対し、あらゆるバリエーションの品を揃えることが



でき、ひいては顧客の満足を得ることができる。品揃えは、経営者の目線で揃えるのではなく、ターゲット顧客の目線で揃える必要があるとのこと。

ターゲット顧客を狭く絞ったら、売上が立たないという心配が出て来ます。まずこの懸念を解消し、これからやろうとしている事業が、どのくらいの魅力があり、そして成長の余力があるのかを知るのが重要です。手前味噌だと都合の良いストーリーが出来上がりますが、専門家の手助けによる客観的な評価が必要なのです。

右脳の専門家集団であるアタカプランニング(株)は、売上を上げる、お客様を増やす、認知度を高める、広告戦略を考える、事業の魅力を高める、ブランドを確立するなどの店舗事業売上アップ改善支援サービスを2004年に開始してから、2014年までに150案件を手掛け、95%以上の目標数値を達成したとのこと。

新装開店は、スタートダッシュが重要。コンサルタントは良くスモールスタートをアドバイスするが、判断を間違えている。新装開店から顧客を引き付けないと、徐々に顧客数が減少し、じり貧、撤退への道筋となる。最初から、思い切った投資をして、一気に顧客を集めるが、当初の目標との誤差が出てくることもある。最初の1~3カ月の観察で、先ずはざっと是正・修正をする。是正を繰り返すうちに、コツがわかり、是正の間隔が長期になっていく。実践しながら、成長して、是正して、また成長して、スパイラルな仕組みで、95%以上の目標数値を達成しているようです。(文責：広報)

## 公益法人の豆知識

### 公益法人は法人税の課税額が一番少ない

一般社団法人・一般財団法人と法人税法上の関わりは図1に示されます。法制上は公益認定を受けた公益社団法人・公益財団法人と、公益認定を受けてない一般社団法人・一般財団法人に区分されます。

一方、法人税法上の取り扱いについては、公益認定を受けていない一般社団法人・一般財団法人のうち、非営利型法人の要件(図3の①又は②)に該当する法人は、非営利型法人と定められています。非営利型法人が、要件のうち、一つでも該当しなくなった場合には、特別の手続きを踏むことなく非営利型法人以外の法人になります。

法制上の区分	法人税法上の区分
公益社団法人 公益財団法人	公益社団法人 公益財団法人
一般社団法人 一般財団法人	非営利型法人
	非営利型法人 以外の法人

図1 法制上の区分と税法上の区分の関係

法人税法は、税制上で区分された各法人に対して、図2で示された課税をします。

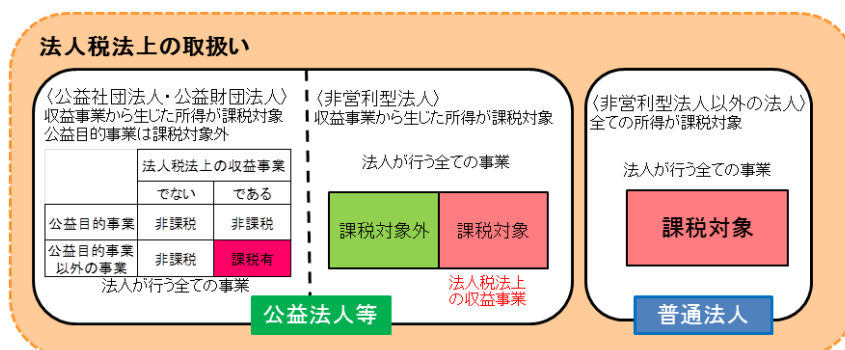


図2 一般社団法人・一般財団に対する法人税の取扱い

公益社団法人・公益財団法人に対しては、法人税法施行令第5条で規定する収益事業が

ら生じた所得が課税対象になります（法人税法2六、4①、7）。公益目的事業は収益事業から除かれているため、公益目的事業から生じた所得は課税対象になりません（法人税法施行令5②一）。

非営利型法人は、公益法人等として扱われ、収益事業から生じた所得が課税対象になります（法人税法2六・九の二、4①、7）。非営利型法人以外の法人は、普通法人として扱われ、全ての所得が対象になります。

**当法人は公益社団法人ですから、公益目的事業以外の事業のうちで、税法上の収益事業から生じた所得のみが課税対象に該当し、法人税メリットが一番大きくなります。**

（文責：広報）

類 型	要 件
①非営利性が徹底された法人  (法人税法2九の二、法人税法施行令3①1)	1 剰余金の分配を行わないことを定款に定めていること。
	2 解散したときは、残余財産を国・地方公共団体や一定の公益的な団体に贈与することを定款に定めていること。
	3 上記1及び2の定款の定め違反する行為(上記1、2及び下記4の要件に該当していた期間において、特定の個人又は団体に特別の利益を与えることを含みます。)を行うことを決定し、又は行ったことがないこと。
	4 各理事について、理事とその理事の親族等である理事の合計数が、理事の総数の3分の1以下であること。
②共益的活動を目的とする法人  (法人税法2九の二、法人税法施行令3②2)	1 会員に共通する利益を図る活動を行うことを目的としていること。
	2 定款等に会費の定めがあること。
	3 主たる事業として収益事業を行っていないこと。
	4 定款に特定の個人又は団体に剰余金の分配を行うことを定めていないこと。
	5 解散したときにその残余財産を特定の個人又は団体に帰属させることを定款に定めていないこと。
	6 上記1から5まで及び下記7の要件に該当していた期間において、特定の個人又は団体に特別の利益を与えることを決定し、又は与えたことがないこと。
	7 各理事について、理事とその理事の親族等である理事の合計数が、理事の総数の3分の1以下であること。

図3 非営利型法人の要件

## ◆◆◆ けいしん情報 ◆◆◆

■ビジネス支援講座 ～福祉とビジネスの融合に挑戦～ を1月30日14時～16時に開催

1部：手島大輔氏（株式会社ライフ代表取締役）による講演

神奈川で創業し全国に発信するまで～革新的な口腔ケア製品で障がい者の仕事創出～

2部：ビジネストーク 障がい者の能力を引き出す現場

手島大輔氏と栗原敏郎氏（株式会社大協製作所 代表取締役社長）による対談

会場：神奈川中小企業センター6階大研修室

■地域交流サロン 温泉泥で街おこし 一緒に考えませんか！！

「湯河原における湯治の歴史と地域活性化」

講師：湯河原大観荘（<http://www.daikan.net/>）の館主 相澤 晃氏

「源泉見学～相澤館主による源泉井戸端会議～」等

日時：1月17日13時30分から

場所：神奈川県足柄下郡湯河原町宮上542

<p><b>編集後記</b></p> <p>皆様のご協力を得て、無事、新年号の発行に漕ぎ着けることが出来、感謝しております。広報担当理事に就任してから公益法人と法人税の関わりを勉強しました。公益法人は法人税のメリットが大であり、公益に成りたくても簡単に成れないのだから、大いに活用すべきかな。</p>	<p>公益社団法人けいしん神奈川 広報誌</p> <p>発行 理事長 小池 登志男</p> <p>〒231-0015 横浜市中区尾上町 5-80</p> <p>電 話 045-633-5163</p> <p>FAX 045-662-5174</p> <p>E-mail: <a href="mailto:keshin@apricot.ocn.ne.jp">keshin@apricot.ocn.ne.jp</a></p> <p>編集 広報担当理事 菅谷 宏</p>
--	--