

よい会社を目指すための羅針盤

北極★星

Vol.12

大阪府中小企業家同友会

大阪北ブロック
PRマガジン

北支部、三島支部、豊能支部
新大阪支部、中之島支部

www.osaka.doyu.jp

特集

消費税の増税は ピンチか？チャンスか？

株式会社アルティジャーノ
代表取締役 **原山 歩氏**

株式会社ヤマダモーターズ
常務取締役 **安原 英夫氏**

「一緒に何かをしよう」から はじまった商品がさらに進化！

有限会社ワークスプランニング
代表取締役 **水口 迎一氏**

大興印刷株式会社
代表取締役社長 **高本 隆彦氏**

有限会社エフエーテック
代表取締役 **古高 康裕氏**

川田紙工株式会社
代表取締役 **川田 明宏氏**

白井金属株式会社
取締役副社長 **白井 勲氏**

自然観察はココロの癒し

若藤社会保険労務士事務所
所長 **若藤 正典氏**

以前取材したゴルフ練習グッズが
バージョンアップして販売間近と聞
き取材にいきました。まさか、取材
中にあんなことが起こるとは…

ターゲットは、日本国内のゴルフ
人口、800万〜1,000万。そこ
が第1弾のターゲット。第2弾とし
て海外にも目を向けていますが、輸
出するには規制があり、回避するた
めの資金力が必要なので、当面は国
内販売となります。

販売方法は、何社かに卸す、ネッ
トや口コミ他プロモーションを検討
していましたが、ここで参加メン
バーから「目からウロコ」な意見が
でました。「『いいもの』は、一社独
占にする方がよい。複数社に卸すと
売るために値下げ合戦を勝手にや
る。独占の場合、儲けてもらう必要
があるので利益率は低くなるが、一
生懸命販売する。プロモーションも
流通がやるので、こちらで用意しな
くてよい。海外では、結構普通に
やっている」

原価を分かっているメンバーは、
値付けに迷いがありました。逆に

Product development Infiltration Record

商品開発 ← 潜入記

開発メンバー

ディレクター
プロデューサー
営業担当

(有)ワークスプランニング
水口氏

開発
(有)エフエーテック
古高氏

製造・生産
白井金属(株)
白井氏

原紙・印刷
大興印刷(株)
高本氏

パッケージ制作
川田紙工(株)
川田氏

「一緒に何かをしよう」から
はじまった商品がさらに進化！



▲秘密意匠登録している
昨年より進化した
ゴルフ練習グッズ

レーザーポインターの出力が高く、
光の軌跡がクッキリわかる。

値付けも代理店に決めてもらったら
いいのではないか、もっと単価をあ
げても良いのではと価格戦略の議
論になりました。さらにブラッシュ
アップされた本商品にご期待くだ
さい。

事前情報では、販売価格も決まっ
ているということでした。ところが
が、会議の中で、自社商売の成功談
や失敗談を惜しげも無く話し、議論
となりました。その結果、生まれて
くるアイデアはより良いものとなり
ます。これが、同友会の仲間の力で
しょう。
(文 浅井 勝正)

スキル
UP講座

元新聞記者の先生から学ぶ 文章講座のススメ

経営者として「伝える力」はとても大事です。
プレゼン力や言葉の正しい使い方などが身につきます。

文章づくりには多少の自信があり
気楽に受講したところ、その安易さ
に気づくのに時間はかかりません
でした。

「より正確に、より分かりやすい日
本語を書くためには最低限のルール
と最大のノウハウがある」との長谷
川先生の指導のもと「毎日新聞用語
集」を片手に毎回の話題に悪戦苦闘し
たことを懐かしく思います。

新聞や書物の読み方も変わります
し、いい文章だと思ったところは手帳
に書き留めるようにもなりました。

また受講されていない貴方、支部を
越えての月一回、和気あいあいの「北
ブロック文章講座」をお勧めします。

北支部 小林 克己

開催日時: 1月30日(木) 18:30開始予定
会場: 大阪産業創造館 6F会議室C
参加費: 1,500円
定員: 10名 (内容を深めるため人数を限らせて頂いております。)
詳しくはe.doyuをご覧ください。

年々、メディアの伝え方は変わってきていま
す。ひと昔前の一方通行の伝え方から双方向へ
と多様化していく中で、私たち経営者は文章力
や撮影力が問われてきています。face book し
かりSNSはかりです。今回、初めて広報部では、
撮影講座を開き写真撮影を学びました。同時
に作文講座も毎月開催しています。どうか会
員の皆さまも写真撮影や作文講座に参加され
ることを切に望みます。今年は、経営者として
の自己資質を磨きましよう。今年も北極星のご
要読をよろしく願ひ申しあげます。
編集長 川上博史

経営者の休日

自然観察はココロの癒し

自然観察は業務から開放されて自分のやりたい
ことに取り組むことがいいと思います。
いくつもある趣味めいたものの中から自然
観察会を紹介します。

自然観察指導員という自然環境系ボラン
ティア活動があり、自然観察会を企画・実行し
ています。今年は近所の川や田んぼを訪れて、
春にはシロバナタンポポを、夏にはアメリカザ
リガニを秋には野草をテーマに植物を観察し、
ザリガニでは釣りに挑戦しました。初めて会
う参加者との自然観察会ですから、運営上伝
えるべきこと、注意点、テーマの観察ポイン
ト、自然の大切さなどを2時間のなかで飽き
が来ないように織り込んでいきます。そして、
楽しんで帰っていただくという素朴な活動で



若藤社会保険労務士事務所
所長 **若藤 正典**
Wakafuji Masanori
就業規則作成・変更を心
業務に据え経営者の労務
管理・労務トラブル予防
を支援。
職務分析 社員活力を引
き出すコンサル実施中。
http://www.e-shugyokisoku.com



参加者との間で風通しのよさをつくりだす
と、いい観察会になるというか、参加者にも満足
いただける自然の中でのひとときになります。こ
うなるとやっつけて楽しんで
くなります。生き物の
生態からいろいろ学ぶ
と、労務管理も肩の力
が抜けて人を思いやる
謙虚さが養われます
よ。休日は自然と触れ
合って癒されましよう。

消費税の増税はピンチか？チャンスか？

政権交代後1年余を過ぎ、今年4月1日より、いよいよ消費税率8%の法令が施行されます。10%に向け段階的な増税で、その影響はどのように現れるのか、不安を抱えた年明けとなりました。この増税は食料品や日用品の物価上昇にも繋がることと予測され、中小企業に与える影響が心配されます。今後、日本経済の環境変化にどう対応していくかを、自動車関係で小売、卸売業を営むお一人に語っていただきました。



株式会社ヤマダモーターズ
常務取締役

安原 英夫 Yasuhara Hideo

車の売れる、付加価値の高い整備工場を目指して、日々勉強中。他社との差別化を図る為、車の販売・損害保険に注力しています。

<http://www.yamadamotors.com>

まずは事業内容について教えて下さい。

原山―当社は自動車に関する全般を業務としております。自動車の整備、販売、輸出に加えて高級車やワンボックスカーで使用するオリジナルフロアマットの製造販売を行っています。もともと特定の大手自動車ディーラーに向けての卸売販売をしていましたが、6年前からネットショップで小売にも力を入れています。

原山―人と車の快適ライフを追求します。と経営理念にかかげています。当社は国産車、外車の新車、中古車の販売から、修理、整備、車の損害保険をはじめ、生命保険代理業もしています。お客様へのトータルサービスを目指します。いわゆる街の自動車屋さんです。

増税前、増税後の販売戦略や対策はされていますか。

原山―対策というのはまだこちらランドを作っていくという考えと基本的には税抜きでものを考えるということですね。あと材料原価も少しづつ上がっているんです。原山―うちは製造していないので

価格競争に巻き込まれない オリジナル商品の開発が大切

円という商品です。近いうちにいったん税抜き表示に切り替えていこうと思っています。500〜1000円の価格競争に巻き込まれないオリジナルの商品を、大手が手をつけられない小さなジャンルで伸ばしておきます。これがやっかいなのは、皆さんが大好きなイチキュッパ(19,800円)といった価格をつけているところです。2万円をちよっと切る値段をこれからどうするか。

原山―うちは新車の販売でいきますと軽自動車が多いんですね。年間の税金というのは軽自動車は優遇されています。軽自動車は基本的に安くつくんですね。税金が安い、維持費が安い、メンテナンスも比較的安くできます。その軽自動車の優位性をなくすために増税も審議されています。今まで優遇していたから、ということ軽自動車有利の存在をなくしていく方向にあるということですね。

価格表示についてはどうのうに考えていますか。

原山―ボーダーラインに乗っているものをどうするのかにかかってきますね。高価なものではサンキュッパとかがボーダーになるんです。そこよりも品質であったり、高級感やオリジナル性の追求でア

も正直することがない状態です。ただ4月の増税前後のことについては、まず納期の問題に心配がありますね。今の話は新車についてですが、見積を先にして4月1日以後に納車なら消費税は8%と

なっています。製造の都合で納車が遅れて、予定外に消費税3%上乗せするとすると、見積金額を上回り、必ずお客様に迷惑がかかります。それが問題なのかなと思います。

原山―通常ならだいたい1〜1ヵ月半で納車します。それが車種によつて3〜4ヵ月かかっています。9月30日までに購入の契約をいただいている場合は、4月1日以降の販売でも5%のままでいけます。それ以降は、2月ごろ買う話が出て、3月いっぱい納車しようとしたところ、納期に合わなくて4月にかかってしまったら、その時点で消費税は8%になってしまふんです。

原山―それは非常に大きいです

原山―今製造現場でいえば、新型のクラウンのオリジナルフロアマットを作っています。クラウンは本体が高いので純正フロアマットが高くて買ってくれますが、軽自動車は難しいです。増税だけではなく、販売努力で解消できない悩みがあります。複数の税金がそこに乗っかっているので、軽自動車の扱いは難しいです。

経理実務、資金繰りなどはどのように考えていますか。

原山―駆け込み需要があった場合は、必ずと言っていいほど駆け込みの後の落ち込みがあるということですね。それをどう乗り切るか、そこは普段のコツコツしかありません。整備や保険でカバーすることです。保険は手数料が下がっているから増やしてやる必要がありますね。それを乗り越えていく、普段からのお客様の確保が大事になります。



▲[RTマット]はアルティジャーノの職人のこだわり

ね。駆け込み需要があったとき、その需要が増えれば増えるほど納期が遅れて行くということがありますので、お客様のアプローチの時期と新車の生産体制が大変なことになると思います。

駆け込み需要に対して乗りきれそうですか。

原山―メーカーに明確にいつ出荷できるということを、言ってもらえないといつ来るのか分りません。お客様としては3月中に納車してほしいと言われても、それが3月末なのか、4月になるのか5月になるのか分からない、といったところが新車の生産に関して予想されます。業界として新車の販売が集中してやってくるのは2月、3月なんです。車によってはお買い得な条件で車を買えるという時期です。メーカーが年間登録台数を増やしたいというところにこだわります。それが消費税アップの時期とちよほど重なりますのでね。

外的要因があっても、常に乗り越えるだけの危機管理が要る

原山―フロアマットは2月3月は特需になりますね。材料は早めに調達が必要ですし、生産が追いつかない状況がきます。1番へこむ5月8月が閑散期としたら、2月3月は倍違う。3月に注文を入れて貰って、現場を動かすのは4月、5月にするのでなくては生産能力が追いつかないです。8時から仕事して、12時まで残業しても無理。作り置きは無理なんです。受注品は12色の糸の色、生地が3色の組み合わせでそれぞれ違う。品質、納期、コストを守りながら作らなくてはなりません。物流のことも心配しています。地域によっては遅延が生じると思います。

増税を契機に自社の経営について見直しをしたことを教えてください。

原山―なんていうんですか。そういう外的要因があっても、常に乗り越えるだけの危機管理が必要という事です。ぶれないでいるというか、基本的には



株式会社アルティジャーノ
代表取締役

原山 歩 Harayama Ayumu

「自動車のある生活をより快適にする」を理念に、高品質フロアマットの製造・販売などで活躍中。お客様からの声を重視した「必要とされる商品」づくりを心掛けています。

<http://www.m-artigiano.com>

知ってほしい税金

総額表示義務の特例措置に関する事例

値札、チラシ、看板、ポスター、商品カタログ、ウェブページ等において、商品等の価格を税抜価格のみで表示する場合の事例



※価格の表示に関する特別措置は平成25年10月1日からの適用
※上記の内容は一例です。

経営指針であると思います。消費税増税はあくまでも外的要因であって、うちが勝手に値上げした訳ではないですから、いかにお客様さんとの信頼関係があるかが肝心だと思います。人との関係が良い状態であつてこそ、ご理解をいただき、いかなる危機も乗り越えられます。

原山―今の話で続けやすいですが、東北の大震災の時、車関係は4か月製造が止まりました。そのときの対応は社員全員が適応する意識を持ってほしいということですね。困難が発生したとき、いかに現状を受け入れて、すぐさま対応していく意識を常に持つてほしいと思います。その前のリーマンショックですが、一夜にして大きな損失が発生させた。そんなときでも適応する意識です。人を生かすということはそのういうことでしょうか。(文西岡 洋子)