

(別表1)
経営革新計画

①申請者名・資本金・業種		②実施体制及び連携先	
申請者名：NEOC株式会社 代表取締役 市岡孝治 資本金：4,400 千円 業 種：8093 経営コンサルタント業		・代表取締役 市岡を中心にソフトウェア開発会社や経営に関する専門家（中小企業診断士・経営士・社会保険労務士等）と連携しながら取組む。 ・将来協力して頂ける団体や企業があれば、積極的に連携を図る。	
③新事業活動の類型		④経営革新の目標	
計画の対象となる類型全てに丸印を付ける。 ①. 新商品の開発又は生産 ②. 新役務の開発又は提供 ③. 商品の新たな生産又は販売の方式の導入 ④. 役務の新たな提供の方式の導入その他の新たな事業活動		経営革新計画のテーマ： <u>中小企業向け食事補助プランを活用した事業展開による経営革新</u> 中小企業の中では、福利厚生の一環として社員食堂を設置し、食事の支給を実施している企業は非常に少ない。理由として一般的に「給食センター」や「社員食堂」が必要であるとの誤った認識があり、コスト高になると考えられていることが挙げられる。しかし、適切に会計処理さえすれば、会社の近隣の飲食店（複数店舗）を「社員食堂」として活用することが十分可能であり、税法上の問題も無いため新たなコストの発生は無いに等しい。またそれ以上に従業員の可処分所得の増加効果や、近隣の商店街活性化も期待できるため非常に有効な手立てである。そこで弊社では適切な会計処理のための集計システムを開発し、商店街組合等と連携して中小企業へ食事補助プランの導入を促進する計画を立案した。具体的には統一伝票を作成し、OCRで読取るためのソフトを開発、集計業務を弊社で行い、月一回の決済を可能とするものである。 弊社では、このシステムを開発することで新たに商店街向けの「増客・増販プログラム」としてコンサルティングサービスを確立し、地域商店街の活性化に貢献することを目標としている。そのため、中小企業を組織している各種団体等とも積極的に連携し事業展開の拡大を目指す。	
⑤経営革新の内容及び既存事業との相違点 平成 16 年に 3 名の税理士の協力を得て会社を設立。 今日まで会計事務所向けの職員研修コンサル活動を行いながら、会計事務所専用の会計ソフトを開発・販売してきた。会計事務所の職員へコンサルする中、経営者のニーズは「資金繰りの改善」にあることに着目、従来の経営計画ソフトでも資金繰り計画は出来たが、ソフトが高価であり、専門知識も必要で、ほとんど中小企業での導入が難しいことから、①専門知識が無くとも目標設定と資金繰りを同時に把握できる。②従来の 1 / 10 のコストで導入が可能。を目標としたソフト開発に着手した。 本事業では新たな商店街向けコンサルティングサービス「増客・増販プログラム」によって、弊社が直接中小企業と接点を持つことで、弊社の経営計画ソフト販売との相乗効果により経営革新を図ることを目的としている。			
⑥経営の向上の程度を示す指標		現 状 (千円)	計画終了時の目標伸び率 (計画期間) (%)
1	付加価値額	●,●●●	●●●.● (平成 18 年 11 月～平成 22 年 10 月(3 年計画))
2	一人当たりの付加価値額	●,●●●	●●●.●
3	経常利益	●,●●●	●●●.●

(別表 1－2)

経営革新計画の具体的内容

参加企業者名 N E O C 株 式 会 社

(経営革新計画の具体的内容と新しい取り組み方法を記入して下さい)

I. 弊社の現状と本事業計画に至った経緯

弊社は、平成 16 年に 3 名の税理士の協力を得て会社を設立した。

今日まで会計事務所向けの職員研修とコンサル活動を行いながら、会計事務所専用の会計ソフトを開発・販売してきた。当社設立後に作成した小冊子「上手な経費の活用法&削減法」は、日々の事務業務において見過ごしがちな経費の削減ノウハウをまとめたもので、大変に分かりやすいと好評を得て、当社がコンサルした会計事務所をへて中小企業の経営者や経理担当者に喜ばれている。

会計事務所の職員へヒアリングする中、経営者のニーズは

- ① 資金繰りの改善
- ② 優秀な人材の安定確保

にあることが分かった。

経営計画ソフトについては、従来の会計ソフトの中にも資金繰り表の作成機能などが備わったものはあったが「非常に高価」「使用方法が難しい」「専門知識がないと使えない」という理由でほとんど活用されず、経験と場当たりの融資申込みでしのいでしまうのが実情とのことであった。

そこで、弊社はこれまでのコンサル業務の中で蓄えた「経営者の真のニーズ」を盛り込み、

- ① 専門知識が無くとも目標設定と資金繰りを同時に把握できる。
- ② 従来の 1/10 のコストで導入が可能。

を目標としたパッケージソフトを開発すべく、現在販売業用は完成し製造業用を設計中である。

私は客先の業務改善の経験を多く積んでおり、第三者の視点で実践的な戦略を立案し、事業計画にまとめることについては経営者より高い評価があり自信を持っている。特に異業種同士をコラボレートさせた新しいビジネスモデル（戦略）の構築は得意であり、中小企業を会員組織にしている団体や I T 関連企業・保険会社など複数の団体と連携関係を構築している。

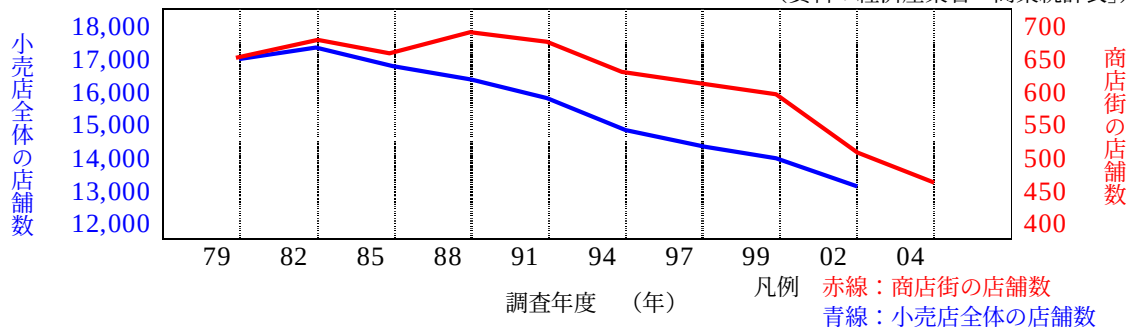
都市機能の郊外への分散、大規模店舗の乱立、都市部の人口減少などにより売上が伸び悩んでいる街中の商店街の苦境をニュースや新聞で知り、利益を社員に還元したいが税負担増を考え躊躇している中小企業とを結びつけることによって、双方の目的を両立させる本事業のビジネスプラン「増客・増販プログラム」を立案した。

II. 市場の現状

(1) 商店街のニーズ

グラフ 1：商店数の推移 (単位：千店)

(資料：経済産業省「商業統計表」)



病院や学校、市役所等公共公益施設の郊外移転など都市機能の拡散、モータリゼーションの進展、流通機構の変化等による大規模集客施設の郊外立地、都市部住居人工の減少、商店街の就労者の高齢化などによる市場ニーズとのずれや後継者不足など、都市部の商店街の衰退が進みつつある。

経済産業省の商業統計表ならびに中小企業白書によると、グラフ 1 に見られるように小売店舗数は長期的に減少をつづけ、一部では商店街の店舗の大半が営業していない「シャッター商店街」が存在する地域もあり、活性化が急務となっている。政府も商業・住居など都市機能の集積である商店街の活性化は重要な社会問題であるとの認識から対策に乗り出し、平成 18 年 9 月 8 日の閣議決定で「中心市街地の活性化を図るための基本的な方針」を打ち出した。

(別表 1－2)

経営革新計画の具体的内容

参加企業者名 N E O C 株 式 会 社

商店街を活性化するためには、大きく「来街者をふやす」「集客力の高い商店を誘致する」という2つの方法がある。当社の「増客・増販プログラムの食事補助プラン」は、商店街近くの中小企業から安定した集客を得るものであり、近隣企業の社員食堂として昼食時の集客が出来れば、売上は大幅に改善される。

(2) 中小企業のニーズ

中小企業では特に製造関連の技術者の不足が続いているが、新卒・転職ともに大企業志向が強いため、なかなか人材を採用できないというジレンマに経営者は頭を悩ませている。優秀な人材を採用し長期間定着させるため、労働条件の改善や従業員への利益還元を考えている経営者は多い。しかし、給料のベースアップや一時金での支給は、税率アップ等で企業の法定福利費も同時に増加し、従業員に直接渡る金額が従来より少なくなると同時に、課税対象給与額アップから可処分所得の減少をもたらしかねないと、経営者の決断を鈍らせているのが現状である。当社がコンサルする中小企業には、社員食堂を使った食事の支給を薦めている。

中小企業の中では、福利厚生の一環として社員食堂を設置し、食事の支給を実施している企業は非常に少ない。理由として一般的に「給食センター」や「社員食堂」が必要であるとの誤った認識があり、コスト高になると考えられていることが挙げられる。しかし、以下の3条件をクリアすれば、会社の近隣の飲食店(複数店舗)を「社員食堂」として指定し活用することが十分可能であり、税法上の問題も無いため新たなコストの発生は無いに等しい。

- ① 役員や使用人が食事の価格の半分以上を負担していること。
- ② 食事の価格と従業員の負担額の差が7,000円(税別)未満であること
(食事の価格)－(役員や使用人が負担している金額)<7,000円(税別)
- ③ 適切な会計処理(飲食代の支払を会社が行う等)を行うこと。

多額の費用をかけて社員食堂を設置したとしても、従業員は同じところで毎日昼食を取っている間に飽きてしまい、給食率は下がってしまう。しかし本事業で推進するプランでは、近隣商店街の複数の飲食店を社員食堂として指定することで従業員は飽きずに食事を楽しめるだけでなく、可処分所得が増加する(別添資料1「食事補助プランによる可処分所得の比較表」を参照)ため従業員の満足度は非常に高くなり、新卒・中途採用者が会社に着定するポイントとなる。

また、会社が負担した食事代に含まれる消費税相当分は、会社が納める消費税の仕入控除対象となるため、節税効果も期待できる。(別添資料2「食事補助プランによる会社の税金比較表」を参照)

これら効果を十分に得るためのポイントとなるのは、①と②の条件がきちんと満たされていることを確認しながら適切に会計処理を行うことであるが、市場に出回っている会計処理ソフトや資金管理ソフトには、こういった食費管理機能は全くない。従業員数が非常に少ない企業であれば手作業での管理も可能であるが、10名を超える企業の場合、手作業での管理負荷は無視できないレベルとなる。このような管理が容易に出来るようになれば、中小企業の中に食事補助は一気に普及すると考えている。当社が開発した経営計画ソフトは、専門知識がなくてもこれらを含めた策定を行えるものであり、プラン参加中小企業の規模や経営状態に応じて導入を進めて行く。

(3) 増客・増販プログラムへのニーズ

当社が立案した「増客・増販プログラムの食事補助プラン」は、従業員の昇給よりも可処分所得の増加に着目すると同時に、企業の節税にも着目した視点が革新的なビジネスモデルである。

税率アップや優遇税制の廃止、控除額の見直しなど大增税時代への突入が目前に迫っている現在、税率アップと比例して効果が大きくなる「食事補助プラン」は、「資金繰り改善」と「人材(労働力)確保」に頭を悩ます中小企業経営者にとって有効な解決策となる。

また、本事業で展開する「食事補助プラン」は他の福利厚生メニューに応用展開することが可能で、飲食店以外の商店街組合加盟店も巻き込んだ大きな活性化運動に発展させることができる。そのため、商店街組合の協力も得やすく、中小企業・商店街双方からのニーズは非常に高いと考えている。

(別表 1－2)

経営革新計画の具体的内容

参加企業者名 N E O C 株 式 会 社

III. 経営革新の詳細

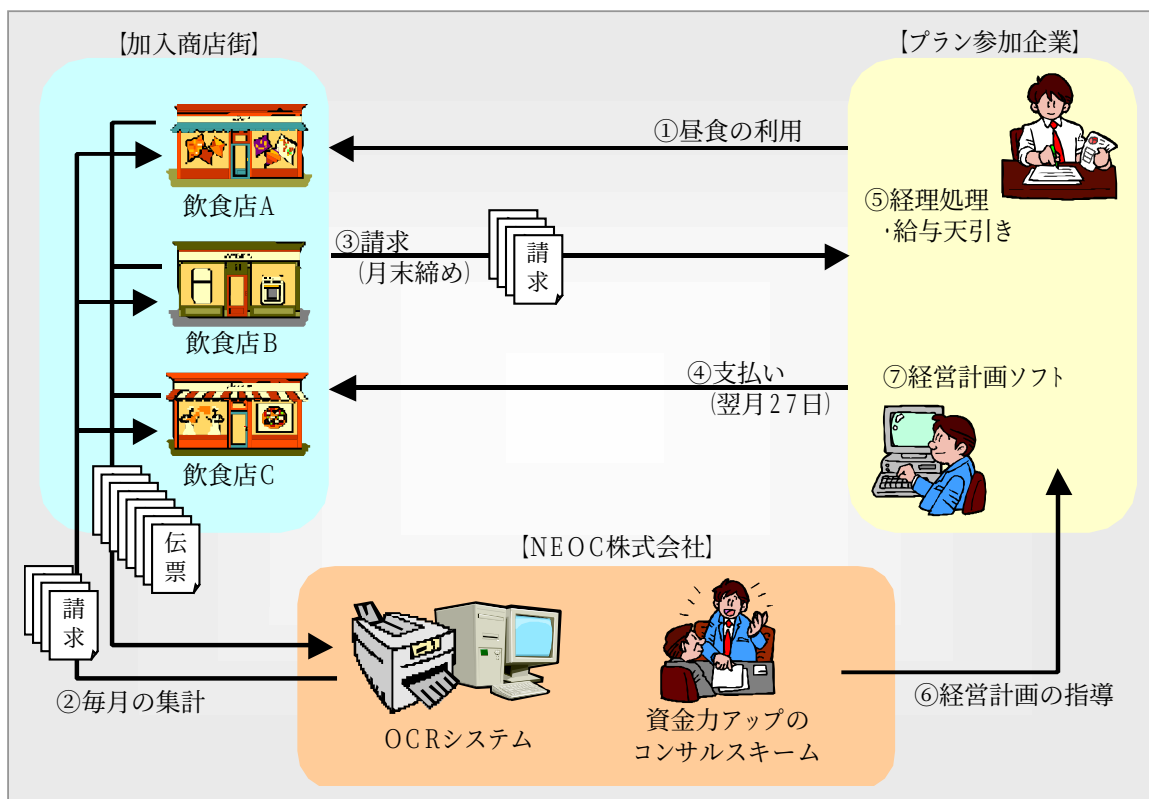
(1) 食事補助プランの概要

別添資料 3「税法に適合した“食事補助プラン”の薦め（商店街向け）」を参照

(2) 参加企業側メリットと従業員メリットの説明

別添資料 4「税法に適合した“食事補助プラン”の薦め（企業向け）」を参照

(3) システムの詳細



(4) 本事業遂行上での問題点と解決方法

① 本事業を推進する体制について

本事業で推進する「食事補助プラン」が全国各地に周知された場合、同じビジネスモデルのアイデアを横取りする競合会社が多数発生すると予測される。そのため、当社としては他社に市場を荒らされる前に全国展開できる体制を構築することが必須となる。

対策としては、当社が提携関係にある企業団体も含めた体制構築を検討している。更に「食事補助プラン」をOCRシステムも含む包括的なビジネスモデル特許として申請・取得し、独自性の維持と営業推進を図る。

② プラン参加にかかる経費負担について

本事業で推進する「食事補助プラン」では専用伝票を使用するため、伝票作成にかかる費用が飲食店やプラン参加中小企業の負担になっては、プランの効果が消えてしまう。

そのため、専用伝票に広告を印字し広告収入で経費を賄う方針であるが、広告主の募集など検討が必要である。

(別表 1－2)

経営革新計画の具体的内容

参加企業者名 N E O C 株 式 会 社

IV. 実施計画の詳細

(1) 食事補助プランのパッケージ化

- ① OCRシステムの開発
専用伝票の設計も含め、月次集計用のOCRシステムを開発する。
処理伝票の枚数が膨大になると見込まれるため、処理速度の速いシステムとなるよう、留意して進める。(システム開発：㈱プライムソリューションズの予定)
- ② マニュアル類の整備
参加商店街向けのものと、中小企業向けのもの、展開に向けた連携企業向けのものに分けて、それぞれ整備していく。図や伝票のサンプル、事例などを使い、各担当者が専門知識のない新人でもわかりやすいものとする。
- ③ 専用伝票類の準備
OCRシステムでの読み取りが容易であることと、高齢者や障害をもった関係者（飲食店の店員や展開担当者など）でも容易に読めるよう、字体や大きさなど工夫する。
- ④ 検証稼働
マニュアル類や専用伝票が間違いなく機能するか、改善すべき点はないか、検証商店街へのヒアリングを行いながら評価していく。ここで発見した問題点については、随時適切に解決し、都度マニュアルや伝票の改善を加え、パッケージを完成させる。
- ⑤ パンフレットの製作
商店街向けのものと、参加中小企業向けのものを分けて、食事補助プランの検証稼働結果を使ってわかりやすいパンフレットを製作する。

(2) 展開体制の構築

- ① 社内体制の構築
1 年目：月次集計と全体管理のため、事務員を 1 名採用
2 年目：商店街との連携を拡大するため、営業員を 1 名採用
3 年目：処理件数の増大に伴い、事務員を 1 名追加採用
- ② 保険会社等との連携構築
参加中小企業へのアプローチを行う、保険会社・信用金庫等との連携体制を構築する。
- ③ ネットワーク相互利用の体制構築
全国展開に向け、当社の提携企業団体との連携体制を構築する。

(3) 商店街との連携構築

- ① 検証商店街との連携構築
都内の 3 商店街と連携構築に向け交渉中。
- ② 東京都商店街組合本部との連携構築
東京都商店街組合本部との連携構築を進める。
- ③ 全国展開
ネットワーク体制を使って、全国の商店街との連携構築を進める。

(4) 参加中小企業の募集

- ① 検証地区での募集
3 商店街へ徒歩圏にある企業へ連携保険会社等から働きかける。
- ② 東京都商店街組合本部での募集
連携構築できた商店街から徒歩圏にある企業へ、連携保険会社等から働きかける。
- ③ 全国展開
ネットワーク体制を使って、連携構築できた商店街から徒歩圏にある企業へ働きかける。
- ④ 資金力アップのコンサル
地域活性化の効果を得られるよう、参加企業へ資金力アップのコンサルを行う。資金繰り改善ニーズが高い企業については、当社の経営計画ソフトの導入も含め、少人数私募債の発行や経費の活用・削減法も含め、全体のコンサルを行っていく。