

## プライベートカンパニーと資産形成

参加費：5,000円（予約制：定員10名、先着順）  
 日時：6月7日（火）18:30～20:00  
 ※セミナー終了後懇親会を予定しております。  
 場所：弊社会議室（烏丸三条 烏丸ビル2F）  
 講師：加藤弘幸（かとうひろゆき）



加藤弘幸 Profile

大学卒業後、東京海上火災入社。25歳で独立。月収5万円の極貧生活を味わうが、出会いと仲間に恵まれ、現在京都、大阪で3社を経営。

最近では売れる仕組みから資産形成・節税対策まで社長の右腕コンサルタントとしても活躍中。

座右の銘は「運命自招」。

京都商工会議所、京都サンガ後援会、京都南ロータリークラブ、京都市中央倫理法人会在籍。

主な著書に「行列が出来る保険代理店の作り方」がある。

### 法人設立は資産形成の第一歩

預金金利が0.01%の時代、利殖は難しいのに税金や社会保険の負担は増える一方です。それどころか、経営者であり続ける以上、厚生年金はほとんど受け取ることができません。

そこで、多くの経営者が実業の他にプライベートカンパニーを作り、自己防衛のために資産形成をするケースが増えています。

中小企業の与信はオーナー経営者の財務力が担保に

なることが多いことを考えると、社長自身の資産形成は本業の防衛にも必須だと言えるでしょう。

そこで、6月の社長力向上セミナーではプライベートカンパニーの設立方法から資産形成、節税対策、相続対策のノウハウを集約した、実践的なコンサルティングセミナーを開催致します。

「稼ぐ」ことも大事ですが、効率的に「残す」ことも非常に重要です。ぜひお見逃し無く！

### セミナー年間スケジュール予定

Schedule

'16年 4月	ライバルに差がつくIT環境の作り方	10月	年金復活、役員報酬最適化支援セミナー
5月	(特別セミナー 開催予定)	12月	(特別セミナー 開催予定)
6月	プライベートカンパニーと資産形成	12月	飛躍する会社のブランディングとは？
7月	(特別セミナー 開催予定)	'17年 1月	(特別セミナー 開催予定)
8月	成功するリーダーの会話力実践講座	2月	成長する社長の仕事・思考法とは？
9月	(特別セミナー 開催予定)	3月	(特別セミナー 開催予定)



セミナーの収益金は「平和NGO」テラ・ルネッサンスの活動資金に全額募金させていただきます。

お申込み受付・お問い合わせ

0120-77-2608

E-mail: info@keio-web.com

# 社長の知恵袋2016

～最新のビジネスノウハウをまとめてチェック～

## Vol.17

### CONTENTS

01	銀行格付けで重視される評価項目は？	01	04	オススメの本のご紹介	03
02	「キャリア形成促進助成金」について	02	05	「社長力向上セミナー」のご案内	04
03	顧客が反応するブランディング戦略	02			



Point of View

### 銀行格付けで重視される評価項目は？

From Business Consultant

株式会社京応 代表 加藤弘幸

日銀がマイナス金利導入を決めてから早や3ヶ月。予想通り、預金金利や住宅ローンに影響が出始めていますが、中小企業向け融資の環境は一部の超優良企業を除いて、あまり改善しているとは言えません。

これは金融機関が基準金利はともかく、格付け（スコアリング）を重視しているからですが、中小企業ではこのスコアリングに関する情報が乏しく、明らかに貸し手優位になっていると言えます。

そこで今回は金融機関が重視する評価項目についてお話したいと思います。

#### 格付け評価項目の優先順位は？

銀行格付けは主に4つの項目で審査されます。  
 ①安定性 ②収益性 ③成長性 ④返済能力

この中で特に重視されるのは④の返済能力です。金融機関からすればきちんと返済してくれるかどうかを最優先しているんですね。考えてみれば至極当然なことです。

その中でも中小企業が特にスコアを稼ぎやすく、かつ評価が高いのが「インタレスト・カバレッジ・レシオ」というものです。

なにやら難しい横文字ですが、要するに

「企業がどの程度余裕を持って営業利益で借入金の利息をまかなえるか」を示す指標になります。



計算式で表すと、

**(営業利益+受取利息) ÷ 支払利息割引料**

ということになりますが、ポイントは「営業利益」です。最終の経常利益ではなく、営業利益が計算上の数値になりますので、特別損失で処理できる項目が複数あれば、この評価項目は大きく改善する可能性があるのです。

企業にとって資金調達には生命線ですが、その調達コストである金利は情実で動くものではありません。金融機関が重視するポイントをしっかり押さえて交渉できるような理論武装しましょう。



## 是非ご活用頂きたい「キャリア形成促進助成金」

平成27年度には「企業内人材育成推進助成金」と併用されていた「キャリア形成促進助成金」が今年4月から「キャリア形成促進助成金」に統合されました。

この助成金は職業訓練などを実施する事業者に対して訓練経費や訓練中の賃金を助成し、労働者のキャリア形成を効果的に促進する目的で実施されるものですが、中小企業であれば雇用保険加入者数に関係なく150万円が活用できる優れものです。

企業活動における4つの経営資源は、人、モノ、金、情報と言われていています。なかでも、人をどう活かすかが企業活動の成否の分岐点だと言っても過言ではありません。この助成金は雇用保険が財源になっており、積極的に社員のレベルアップを考えている企業にとっては値千金の助成金と言えるでしょう。

申請に当たっては専門性の高い社会保険労務士を活用することでほぼ100%受給可能な助成金ですので、積極的にご活用いただきたい助成金です。詳しくは弊社でご案内しますのでご興味のある方はお問い合わせ下さい。

企業内での人材育成に取り組む事業者の皆さまへ  
傘下の事業者が雇用する労働者に訓練を実施する事業者団体の皆さまへ

### キャリア形成促進助成金のご案内

キャリア形成促進助成金は、労働者のキャリア形成を効果的に促進するため、雇用する労働者に対して職務に関連した専門的な知識及び技能の習得をさせるための職業訓練などを計画に沿って実施した場合や制度の導入及び適用をした際に、訓練経費や訓練期間中の賃金の一部等を助成する制度です。  
企業の人材育成と労働者のキャリア形成のために、ぜひ、ご活用ください。

※1 この助成金は、全額事業者負担である雇用保険二事業で行われています。支給対象事業者及び事業者団体等は雇用保険適用事業所であることが必要です。

※2 この助成金の活用後、実施した職業訓練の効果や導入した人材育成制度の定着状況を確認する場合があります。

02

## 顧客が思わず反応するブランディング戦略

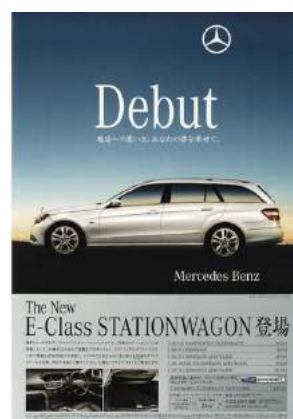
「ブランディング」と聞くと、エルメスやプラダといった高級ブランドをイメージし、高級商品を取り扱う企業のイメージ戦略と思われるがちです。

しかし実際にはどのような商売であっても企業や商品のブランドイメージが顧客の中に存在し、購入や契約の判断に少なからず影響を与えています。

ブランディングは、高級ブランドのプレミアム感を創出するための手法ではなく、すべての企業や商品がその価値を正しく伝えるために必要な戦略なのです。

右の画像はどちらも車の販促用チラシです。分かりやすいように極端な例にしていますが、大切なことはどちらが優れているかではなく、自社や商品の価値を正しく伝えるブランディングができていくかどうかです。

それぞれのデザインから想起される商品の価値はどのようなものでしょうか。



- ・高そう / 安そう
- ・格調高い / 親しみやすい
- ・クール / にぎやか
- ・プレミアム感 / お得感

もしも、メルセデスの案内が右のチラシのデザインで送られてくれば「安っぽい」と感じるでしょう。

逆に、中古の軽自動車を左のデザインで案内すれば美しいデザインでブランド力を誇示したところで、「お高くとまっている」と思われるのがオチです。

顧客の共感を得られてはじめてブランディングは意味を成します。まずは、自社の価値を正しく分析することが、ブランディング戦略の第一歩となります。

(WEBディレクター 九坪 龍一)

勝つためのWEB戦略



03

## 旬のトピックス

## オススメ本のご紹介 - たった5つの感情でお客さまは動き出す!!

FIVE EMOTIONS  
たった5つの感情で  
お客さまは動き出す!!

〈売り込まなくても結果が出る“感情集客術”〉  
佐々妙美 (Tamami Sasaki)

「買いたい!」  
は、作れる!

5つの感情を、決まった順番に満たしてあげること  
それがお客様と、絶対の信頼関係を築く最短距離。  
15,000人のお客様を分析した「感情のマトリクス」を用いれば  
誰もが再現性をもって、顧客獲得、店舗集客、セミナー集客が可能。  
不思議なほど売れる! ひとが集まる!  
再現性100%の、好かれる“感情集客術”

Clover

今月ご紹介するのは、ビジネスの成長発展に不可欠な「集客」に関する一冊です。といっても、通り一遍のノウハウやスキルを紹介する本ではありません。

ネット時代であっても顧客と長く良好な関係を継続していくためには「お客様と感情レベル」で繋がっていく必要があります。ネットはあくまでも手段、それを生かすにはまず考え方というわけですね。

本書で解説される5つの“感情集客術”は、商品の優位性や価格競争に巻き込まれず安定した営業成績を残すための大きなヒントとなるでしょう。

この春入社した方に読ませたい一冊ですね。ぜひ社内の勉強用に購入しご活用下さい!!

「たった5つの感情でお客さまは動き出す!!」  
—売り込まなくても結果が出る“感情集客術”  
佐々妙美=著  
クローバー社：1,620円

## 株式会社京応 Keio Company Limited



代表 加藤弘幸  
創業 1992年4月  
所在地 京都市中京区三条烏丸西入御倉町85-1KDX烏丸ビル2F

事業案内 ビジネス・コンサルティング  
売上UP・集客対策とマーケティング  
成長するための組織づくり、チームビルディング  
資金繰り改善、財務コンサルティング

WEBマーケティング  
集客型WEBサイトの制作・管理  
販促用ニュースレター・会社案内・名刺  
iPhone動画マーケティング

ファイナンシャル・プランニング  
生損保トータルリスクマネジメント  
節税・社会保険料削減対策  
中小企業オーナー向け資産運用コンサルティング

ミッション 京応は、お互いに感謝しあえる信頼関係を創造し大切な人の安心と夢に貢献する

連絡先 TEL：0120-77-2608 FAX：0120-72-2675  
E-mail：info@keio-web.com  
www.keio-web.com