

発展を目指す企業家のための経営指南役

No. 535

平成21年10月5日(月曜日)

社外重役

Selected Clients & Professionals Relationship

発行)株式会社ノースアイランド
 東京本社)東京都千代田区丸の内3-2-3 富士ビル5F
 Tel.03-3216-2004 Fax.03-3216-0439
 大阪支社)大阪市北区中之島3-3-23 中之島ダイビル9F
 Tel.06-6448-2004 Fax.06-6448-0539

マーケティング

観光客、食道楽を誘うB級グルメ祭 生み出す地域経済効果は大きく

全国で町おこしが叫ばれて久しい。先日も函館、札幌、横浜、神戸などが市町村ブランドの上位に選ばれたが、中小都市はそうはいかない。町おこしの起爆剤がないため、地元還元のためのマーケティングを常に模索しており、人口も観光客も伸び悩んでいる。町おこし商法といえは、NHK大河ドラマの便乗商法が定番だったが、波及効果は範囲が狭くドラマ終了後まで継続しないとされる。

年1度行われる「B級グルメグランプリ」(B1グランプリ)は、地方独特の「郷土料理食べ比べ」のことで、遊び心と郷土愛から命名した祭典のこと。昨年は久留米市(福岡県)で開かれ全国から24団体が参加、2日間で20万人を集めた。野菜・魚介など地元産物も直売され、関係・随行者(1団体約20人)の宿泊、飲食費なども含め地元へ落としお金は3億円強とされる。今年の横手市は5億円を見込む。

このグランプリで注目されると、地元へ“逆輸入”効果が出て専門店舗が活気づき、そこへ観光客・グルメがやってくる、という経済効果が生まれる。かつて喜多方ラーメン(福島県)で先鞭を付け、その後、富士宮焼きそば(静岡県)、宇都宮餃子(栃木県)もすでに全国区となった。裏方には喜多方市、横手市のように行政の応援が不可欠。中小都市の町おこしは、行政・市民・企業・農協や商工会の一体感なくしては成り立たない。この祭典の功績は各地でグルメマーケティングを巻き起こしたことである。

税務会計

中小企業の会計に関する実態調査 4割が経理を全て税理士等に委託

4割強の中小企業が、経理財務に関する事務を、税理士など会計専門家に全て委託していることが、中小企業庁が新日本有限責任監査法人に委託して2~3月に実施した「2008年度中小企業の会計に関する実態調査」で分かった。

調査結果(有効回答数5,064社)によると、経理財務に関する事務は、「仕訳伝票を会計専門家に渡し、外注」という回答が43.0%と最多。次いで「総勘定元帳の作成まで社内、財務諸表の処理と税務申告は会計専門家に外注」が27.1%、「財務諸表の作成まで一貫して社内、税務申告は外注」が21.8%、「財務諸表の作成、税務申告まで一貫して社内」は3.8%だった。

会計専門家は「税理士」が79.2%、「公認会計士」が17.7%だった。会計専門家への年間支払報酬は、「50万円以上100万円未満」が45.3%、「50万円未満」が33.1%、「100万円以上200万円未満」が16.9%などとなっており、100万円未満が全体の78.4%を占めている。

会計ソフトの利用状況については、46.2%と5割近い企業が「会計ソフトは利用していない」と回答して最多、次いで「市販ソフトを利用」が30.4%の企業、「独自の会計ソフトを利用」が5.9%だった。

一方、決算書の作成について、財務管理上、期中の締め頻度は、「毎月締めを行っている」が67.6%、「1年に1度締めを行っている」が12.6%となっており、「毎日締めを行っている」とする企業は5.2%に過ぎない。

今週のキーワード

B 1
グランプリ

「B級グルメの祭典」として、食で町おこしをしている団体がB級グルメを持ち寄り、その人気を競い合う競技会。来場者が出展料理を食べ比べ、投票で順位が決まる。第1回は06年に八戸せんべい汁の青森県八戸市で10団体が参加した。料理(有料)を食べ比べた後、気に入った料理に投票する。投票は使用後の箸で行う。1膳2本を2票とし、来場者1人につき2つの料理まで投票できる。競技終了後、箸の目方を量り最も重かった料理がグランプリ。