公益社団法人 諫早大村法人会

中期ビジョン（案）

（2016 → 2018）

行動を起こす
～ Go Action！Go Change！～

平成28年2月

Section1　中期ビジョン

Section2　会員数及び財務ハイライト

Section3　中期戦略

Section4　中期戦略実現のための行動方針

Section1　理念・中期ビジョン

理　念	法人会は税のオピニオンリーダーとして、企業の発展を支援し、地域の振興に寄与し、国と社会の繁栄に貢献する、経営者の団体である。
中　期 ビジョン	◆ 退会率（5.8%）の半減と新規会員の獲得（30件/年）により、平成30年度会員数1000社を目指す。 ◆ 公益目的事業を積極的に推進するとともに、“伝える力”を培い・発揮する。 ◆ 法人会会員となることが一つの位置づけ（ステータス）となるよう、行動・貢献を行う。

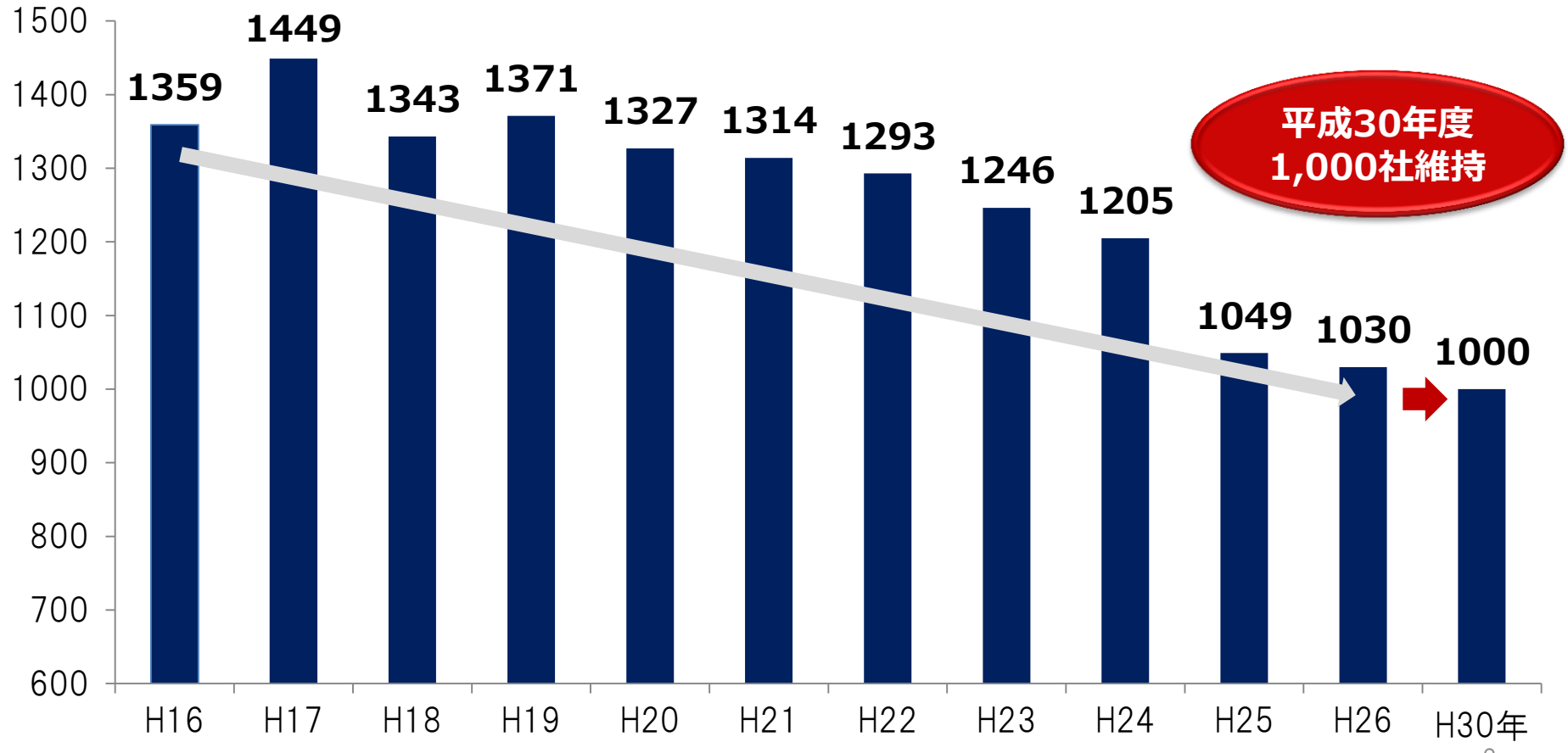
※ 退会率は平成19年度からの平均値で算出

Section2　会員数の推移

■ 会員数は平成22年度比**20.3%減**と継続的に減少

■ 加入率も平成22年度の43.4%から平成26年度は**34.1%**に減少

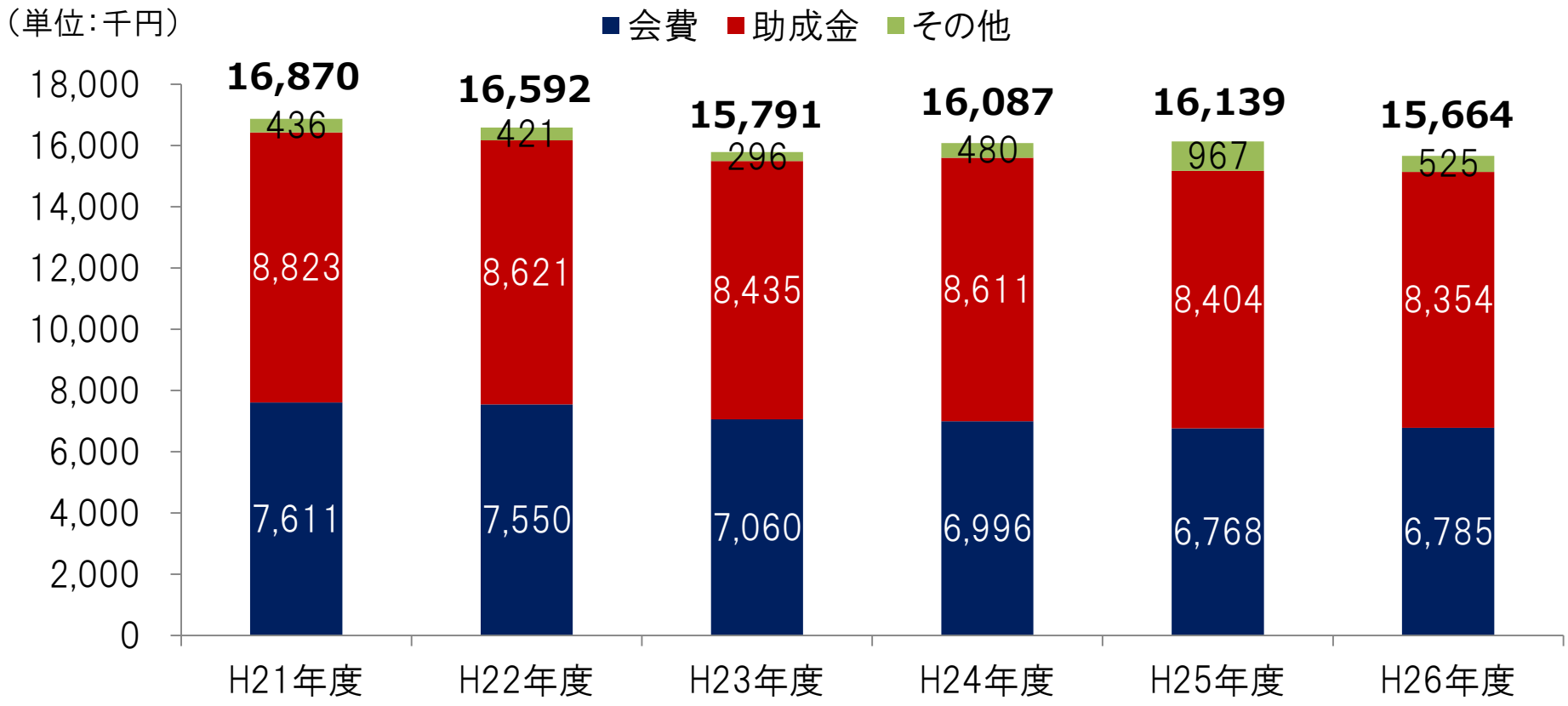
（単位：社）



Section2　収入の推移

■ 会費収入※1は平成21年度比**10.9%減**と継続的に減少

■ 全法連からの助成金※2は平成21年度比**5.3%減**と減少傾向

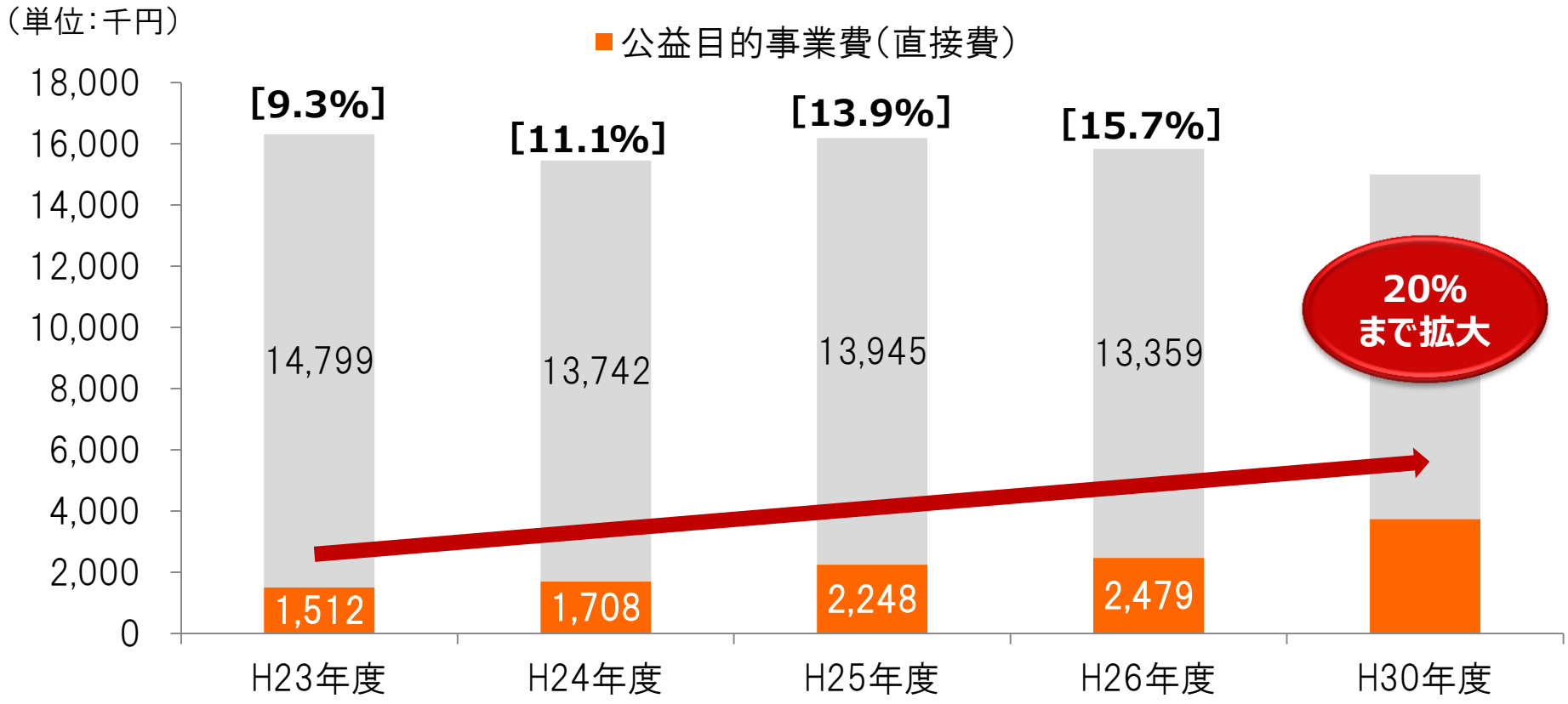


※1 青年部･女性部会費を含めた金額
※2 県連からの補助金を含めた金額
※3 その他収入は間税会事務受託収入、広報誌広告料、雑収入等

Section2　公益目的事業費(直接費)の推移

■ 公益目的事業費（直接費）は平成23年度比**64%増**と継続的に拡大

■ 平成30年度までに総費用に占める割合を**20%まで拡大**し魅力ある事業を展開



※1 公益目的事業実施のために直接要した費用
（例：講師謝金、講演会チラシ作製費用、租税教室グッズ代等）
※2 平成22年度以前は助成金の仕組みが異なるため集計不可

Section3　中期戦略

戦略Ⅰ

法人会のPRと徹底した会員向けサービス

【現状分析】

- 法人会の知名度が低下している。
- 事業メニューは無料または安価であるが、PR不足のためうまく周知できていない。
- 会員メリットが感じられていない。

【あるべき姿】

- 法人会の存在をアピールするためのツールを作成する。
  （会員章、独自パンフレット、看板等）
- PR方法を改善するとともにホームページの存在を周知する。
- 広報誌・ホームページ等を積極的に活用し、事業の「見える化」を推進し、“伝える力”を発揮する。
  （入会しなきゃ損！）
- 核となる事業・サービスを創出する。
  （経営革新塾、実務MBA研修会等）

Section3　中期戦略

戦略Ⅱ

継続的な社会貢献活動

【あるべき姿】

- 税のオピニオンリーダーとして、公平で健全な税制の実現のため経営者の声を政府等へアピールし、税の啓発・租税教育活動を積極的・継続的に実施する。（租税教室、税に関する絵はがきコンクール、いちごプロジェクト、税制改正要望活動等）※ 法人会に入会していること自体が社会貢献

戦略Ⅲ

財政基盤の強化

【現状分析】

- 会費収入、助成金収入ともに減少。

【あるべき姿】

- 会員数を維持し会費収入の減少に歯止めをかける。
- 経営者大型保障制度等の保険商品の普及・促進を行い、助成金収入を安定的に確保する。（※外部要因あり）
- 管理費の適正化を図り、財政基盤を強化する。

Section4　中期戦略実現のための行動方針

- 法人会が果たすべき重要な使命である「国と社会への貢献」に必要不可欠なものが「企業の存続・継続・発展」である。
- この実現に向けた取り組みとして、会員とのコミュニケーションを密に図る。具体的には、定期的に全会員を対象としたアンケート調査や各事業の参加者を対象とした満足度調査を実施することでニーズの把握に努める。そして、そこから得られる各種情報の分析等を行い、ニーズにあった会員サービスの拡充を研究する。
- “伝える力”を培い・発揮すべく、広報誌の充実、ホームページの周知、チラシの作成・配布、各種情報のメール配信等を活用し、効果的なPR活動を行いながらサービスを提供することで、会員の満足度向上を図る。満足度向上とともに社会貢献活動を積極的・継続的に実施することにより、法人会の存在価値を高め、さらには、独自パンフレットを作成・配布することで非会員に対する会員入会アプローチを進める。
- 法人会はよき経営者をめざすものの団体として、会員の積極的な自己啓発を支援し、納税意識の向上と、企業経営および社会の健全な発展に貢献する。