



- モノの売れない時代に対応するか
- 認定医療法人制度を活用して持分なし法人への移行を検討してみませんか？
- 『Z世代』人材採用・教育は特徴の理解が大きなカギ
- ガソリンカードを使った福利厚生の実施方法

モノの売れない時代に対応するか

先進国では日本だけの現象のようですが、若い世代で車に興味を持たない人が増えているそうです。電車でデート、ピクニックは弁当持参と環境・エコを考えた行動スタイルに変化しています。「節約はせこい」と思われた大量消費・物欲世代からは信じがたい価値観ですが、「買わないこと、持たないこと、ものを増やさないこと」が、社会的責任のある行動として認識されてきました。また、震災の影響もあり、ますますこの消費者意識は強くなってきているのではないのでしょうか。では、このような景気後退と震災を機に、住宅や車・衣服などが本当に必要なモノなのか真剣に消費者が見直している時代にモノを売っていくためには、どのような対応を経営者は取るべきなのでしょう。

まず一つには、環境意識をプラスに取り込むアプローチです。例えば、リサイクルまでを販売のサイクルに取り込むことがあげられます。紳士服やスーパー、百貨店でよく行われる下取りセールが一例です。他の例として、中古車の廃車をすると植林をしている会社もあります。また、オンライン上のフリーマーケットアプリであるメルカリの躍進もよく知られています。これらの事例は、「買わない」「持たない」「物欲減退」の環境意識におかれ、仮に買うにしても、「そもそもタンスや下駄箱のためのスペースが無い」といったケースには有効です。今後もっと様々な業種で取り組むべき手法だと思えます。

次に、自社はメッシュビジネスに関わるかどうかの検討です。ホテル・電車・タクシー・フィットネスクラブ・図書館など、社会生活に必要なモノやサービスは、多くの人と共有（シェア）する事で成立しています。このシェアを基盤にしたビジネスモデルをメッシュビジネスといいます。米国で最も成功したモデルが、カーシェアリングの会社 Zipcar です。日本でもパーク24やオリックスが参入し、普及してきました。使用頻度によってはレンタカーや新車購入よりも、圧倒的に安い価格で電気自動車や外車の個性のある車も乗れることに加え、手続きも簡単なため、日本でも米国のような爆発的な普及が起こるかもしれません。核となる商品やサービスをシェアするビジネス（自転車のシェア、家の交換、ファッション用品の交換販売、機械や工具の貸し出しなど……）多くのメッシュビジネスが米国では生まれており、日本でもユニークなモデルがどんどん出てくるのではないかと期待されます。中には、お金を通さずに、お互いのサービスや技術、体験などをシェアする動きも見られます。こうした動きから、日本を変えるような新しい商品やサービスが生まれてくるのではないのでしょうか。

カーシェアリング会社 Zipcar の HP（日本語翻訳）



日本は一次産業から、二次・三次産業へと産業構造をシフトしてきました。しかし、サービス業は労働集約的、かつ、低生産性であり、発展の見込みが薄い業種が多くあります。いかにサービス業の高付加価値化を進めるかが課題になっています。小売業も宅急便やコンビニの本部の機能、警備会社のように「機材×サービス」または「サービス×サービス」のような掛け合わせによって、自社が高付加価値サービス業へと歩めないか検討する事も、モノが売れない時代への対応策になるのではないのでしょうか。

成迫 升敏

認定医療法人制度を活用して持分なし法人への移行を検討してみませんか？

認定医療法人制度による税制優遇措置は、令和5年9月末で期限を迎える予定でしたが、令和8年12月末まで期限延長されました。

認定医療法人制度を考えるにあたっては、医療法人の「出資金」の「持分」について知る必要があります。医療法人は、株式会社という資本金にあたる出資金があり、その持分とは、医療法人へ出資した人がその出資割合に応じて財産を払い戻すことができる財産権を指します。長年利益を積み重ねると出資金額に対しその財産価値は上がっていくことになります。

「持分あり法人」とは、出資者がこの財産権を有する法人、「持分なし法人」はその権利がない法人のことをいいます。出資持分の払い戻しや相続税負担の大きさが医業継続に支障をきたす懸念、医療機関の非営利性の観点から、平成19年4月以降は持分あり法人を新規設立できなくなりました。また、国は、持分あり法人から持分なし法人への移行を推奨してきました。しかし、持分放棄に際し医療法人に多額の税金（贈与税）がかかることもあり、移行があまり進みませんでした。そこで創設されたのが認定医療法人制度であり、厚生労働省から認定を受けることにより、持分放棄によって医療法人に課される贈与税が一旦猶予され、移行後6年経過で免除されるというものです。では認定医療法人制度を活用し、持分なし法人になることにどんなメリット、デメリットがあるのでしょうか。

認定医療法人のメリット・デメリット

メリット	デメリット
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 出資持分について相続税の心配がなくなる ◆ 医療法人が出資者から払戻請求の心配がなくなる → 出資者に他人や親戚等で、関係性が良好でない方がいる場合に有効 ◆ 同族経営をしたまま、医療法人に贈与税を課されることなく、持分なし医療法人への移行が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 出資持分の払戻請求権がなくなるため、医療法人に余剰金があっても出資者は請求ができない ◆ 残余財産分配請求権はなくなるため、医療法人が解散した時の残余財産は国等に帰属してしまう ◆ 認定を受けるにはいくつかの運用要件があり、認定を受けても、その後6年間はその要件を満たし続ける必要があり、取消になった場合、遡って贈与税がかかる

同一法人、同一財産で、出資持分を放棄しない場合（持分あり法人）と放棄した場合（持分なし法人）で相続税はどの程度の違いが生じるでしょうか。

持分あり法人と持分なし法人の相続税の違い

	持分あり法人の場合	持分なし法人の場合（認定申請済）
事 相続対象となる財産	4億円（出資持分2億円、その他2億円）	2億円（その他のみ） ※既に出資持分を放棄しているため
例 法定相続人	法定相続人2名（妻・子）	法定相続人2名（妻・子）
税額計算 ① 課税資産	4億円 - (3,000万円+600万円×2人) = 3億5,800万円	2億円 - (3,000万円+600万円×2人) = 1億5,800万円
② 相続税額	1億920万円（計算過程省略）	3,340万円（計算過程省略）

実際の相続税額は、相続財産の総額、法定相続人の人数などにより変わりますが、上記事例では、1億920万円 - 3,340万円 = 7,580万円の税額の違いが生じます。持分なし法人になると、いざ医療法人の解散が生じた場合、残余財産があっても分配請求権がなくなるなどデメリットも生じます。自法人や自身の財産実態、後継者の状況、今後の事業承継の行く末などを見据え、どのような選択をすべきか今一度考えてみるのもよろしいのではないのでしょうか。

相続の際に、手元に現金がない状態で相続財産の評価が予想以上に高まった場合、相続税の納税に苦慮するおそれがあります。先生ご自身が経営を頑張れば頑張るほど、出資持分の財産価値は上がるものです。無論、退職金等の支給やそれ以前からの相続対策等により対応し、持分あり法人のままの方がよいという選択もあります。自法人が認定医療法人制度の認定要件（令和5年1月号の事務所通信にも記載）を満たしているかについてもご確認の上、しっかり検討し、納得できる選択をしていただければと思います。

川村 聡

『Z世代』人材採用・教育は特徴の理解が大きなカギ

Z世代というワードを目にする機会が増えてきました。この言葉は、元々マーケティング業界で「これからの消費を担う世代」ということで注目されていました。その後職場や学校などでも注目をされ始めていきます。アメリカでの Generation Z という呼び方が語源であり、1996年～2012年生まれ（新卒5年目前後）の世代を指します。日本にも「ゆとり世代」や「コロナ世代」などの世代を表す言葉がありますが、いつの間にかアメリカ式の「ミレニアル世代」や「Z世代」で括られることが多くなってきました。

Z世代が社会の中で注目されている理由として「新しい価値観を持っており、教育の場や職場での若者への関わり方が今までの通例とは異なってきていること」が挙げられます。「早期に退職をしてしまうが理由が分からない」「指導をしてもなかなか伝わらない」「私たちが生きてきた中で“こうあるべき”と考えてきた方程式が馴染まない」などです。Z世代は、上の世代との価値観のGAPがこれまでの世代よりも大きいと言われていています。

まず、Z世代の価値観を捉える際の前提として、iPhone日本発売（2008.7）、リーマンショック（2008.9）、東日本大震災（2011.3）、アベノミクス（2013.6）、選挙権18歳引き下げ（2016.6）、トランプ政権誕生（2017.1）、平成から令和（2019.5）、新型コロナ流行（2020.2）……など、彼らは幼い頃から「強烈な環境変化・時代の不確実さ・不透明さ」と共に育ってきた背景を押さえることが大切です。中でも、SNSの発達によって情報収集が容易になり、「隣の芝は青く見えるが、本当に青いか分からなかった社会」から「隣の芝は青く見えるし近い社会」へと、急激に社会が可視化されたことは、Z世代に限らず、全世代の価値観に大きく影響しました。このあおりを受けて、企業側としても人材の入れ替わりを止めることが非常に困難な状況にあります。

しかし、若者の早期退職や関係構築の難しさは今に始まったものではなく、いつの時代も話題に上がっており、厚生労働省の調査でも、大卒新卒者が3年以内に離職する割合は3割という「3年3割」の状況は、ここ20年ほとんど変わっていないことが分かっています。少しでもお互いのことを理解し、職場での様々なミスマッチを減らしてあげるよう、職場自体の価値観のアップデートが求められているように感じます。Z世代の特徴とGAPについて、次のようにまとめてみました。

Z世代の特徴、上司・Z世代の視点のGAP

《特徴①：自分らしさを大切にする》 上司の視点：組織軸 ⇄ Z世代の視点：自分軸

Z世代の若者は、様々な人やモノと接する機会が多く、同時に様々な価値観と触れあい、受け入れ合いながら育ってきました。多様性を非常に大切に捉えており、故に自分も受け入れられたいという意識も強いと言われる。そのため、上司の視点：組織軸 ⇄ Z世代の視点：自分軸というGAPが生まれやすいとも言われています。

《特徴②：時間対効果を重視する》 上司の視点：キャリアは10年 ⇄ Z世代の視点：キャリアは2～3年

費用対効果よりも、時間当たりの密度を高めるために、効率よく物事に取り組むことを重視する傾向があると言われる。若者が動画コンテンツを二倍速視聴することもこの価値観に基づいているようです。このことから、彼らのキャリアアップの考え方も早期化の傾向にあります。上司の視点：キャリアは10年 ⇄ Z世代の視点：キャリアは2～3年と言われる。これに、SNSの普及も合わせ、転職に対するハードルも下がりやすい傾向にあるようです。

《特徴③：安心安定を好む》 上司の視点：まずやってみる ⇄ Z世代の視点：まずは調べる

若者のネタバレ文化（事前にまとめサイトで内容を確認してから本編を見始めるなど）からも分かるように、「分からないことがあったら考えるよりも先に検索する」習慣が特徴として挙げられます。また、失敗を回避する選択肢を先に収集したいという傾向があります。上司の視点：まずやってみる ⇄ Z世代の視点：まずは調べるというGAPが生まれやすいのです。それはこういった価値観のずれが原因となるようです。

《特徴④：多面性を大切にする》 上司の視点：白黒はつきり ⇄ Z世代の視点：グレーゾーンを大切に

Z世代は、様々な相反するものに白黒つけず同居させる力を持っていると言われる。矛盾しているからダメではなく、不確実な世の中で対応できる自分になりたいということから、グレーを大切に同居させる傾向があるようです。上司の視点：白黒はつきり ⇄ Z世代の視点：グレーゾーンを大切にというGAPが生まれます。

上記の内容はほんの一部であり、若者全員に当てはまるわけではありませんが、Z世代を理解する上で、このような特徴を把握しておくことは大切です。知らないが故の勘違いで、職場内でのミスマッチの発生が多くなるように思います。育成する側には、どうしても生存者バイアス（うまくいった自分の経験や世の中の通説が良いと思いつくこと）がかかりやすく「育成のノウハウが硬直しやすい」「若者には経験や通説が当てはまらない」といったケースも多々出てくるのが予想されます。今までのやり方を100%変えて、彼らに合わせていく必要はないと思いますが、まずは特徴を理解し、互いに気持ちよく働いていける職場環境のヒントにすることが求められているのではないのでしょうか。

人材採用企画室 那須 和人

ガソリンカードを使った福利厚生の実践方法

ロシアとウクライナの戦争や円安の影響により車のガソリン代が急騰し、社会問題となっています。長野県内の平均レギュラーガソリン価格は令和6年2月末現在182.3円/Lとなっており、コロナ禍以前の2019年ごろは約149.8円/Lでしたので1.2倍以上、上昇しています。また、日本全国でも、長野県内のガソリン代は、沖縄県と1.2位を争うほど高額です。車が必需品である長野県に住む私たちにとって、ガソリン代の高騰は生活面に大きな影響を及ぼしています。さらに、少子高齢化による労働人口の減少も進行しており、企業においては新規人材の確保や、既存スタッフの雇用維持が課題となっております。このような状況の中、高騰するガソリン代の問題と従業員満足の実現を組み合わせた、事業用ガソリンカードを活用した福利厚生の実践方法をご紹介します。

◆ 事業用ガソリンカードとは？

事業用ガソリンカードとは法人や個人事業主向けに作られた、ガソリンスタンドで給油する際に利用できるクレジットカードのことです。ENEOS、コスモ石油、出光などといった会社が主な発行元となっており、提携しているガソリンスタンドでの給油時に利用することが出来ます。各提携のガソリンスタンドで給油する際には、会員割引が適用されたり、ポイント還元があったり様々なメリットを享受することができます。また、全国商工事業協同組合、ETC協同組合、中央物流協同組合といった協同組合が発行母体となっているカードに関しては、全国平均単価を基準にガソリン単価が算出されるものが多いため、全国的にもガソリン単価の高い長野県では特にそのメリットを享受しやすい環境にあります。

◆ どうやって福利厚生として活用するの？

- ① 事業用のガソリンカードを複数枚作成し、スタッフへ貸与します。
- ② スタッフはそのカードを使って、通勤等の勤務のためだけでなく、個人的なレジャー等で消費した場合等でも給油して良いという形にします。
- ③ ガソリンカード利用分の料金請求は、まとめて法人もしくは事業主に請求書が届きます。
- ④ 料金の支払いは一括で法人、事業主の方で行い、スタッフからは給与支給時にガソリンカード利用分を控除するという方法で精算を行います。こうすることにより、スタッフは長野県平均単価よりも低い全国平均単価で給油することが可能となります。



◆ どのくらいお得になるの？

ガソリンカードの運営母体により様々ではありますが、全国平均と同程度に単価設定されているケースであれば、令和6年2月24日時点の長野県のレギュラーガソリン平均単価が約182円であるのに対し、全国平均は約170円となっています。差額が12円生じているため、仮に月50リットル給油する場合であれば、月600円、年間7,200円差が生じます。ハイオク車であったり、給油頻度が多い方であれば、個人の家計に与える影響は大きいです。それ以上に10円以上安く給油できるということが、心理的に与える影響が大きいかと思えます。この制度を導入することで、従業員の負担を軽減し、経済的なメリットを提供することができます。スタッフに貸与するガソリンカードは、給油以外の目的で利用できないよう設定することも出来ますので、不正利用を防ぐことは可能です。

今回ご紹介した方法の良い点は、経営者側が金銭的な負担をほとんど負うことなく、スタッフに対してメリットを与えることが出来る点です。注意点としては、全国平均単価よりも平均単価が低い都道府県での利用はメリットがなくなる可能性があることです。また、ガソリン代をスタッフ給与から控除する際には、労使協定を結ばなければならない可能性があります。どの発行元を選択するかによってもメリットは変わりますので、制度導入の際には、一度弊社担当までご相談頂ければと思います。

前田 圭介