



金 閣 寺

東山支所 岸田靖一



発行所
 平成16年1月25日 第104号
 京都税理士協同組合
 発行人 上田 寛
 編集人 井上 玲子
 京都府中京区御前通高辻角
 電話(075)311-8455(代)
 E-mail kyozei@kyozei.or.jp

新年のごあいさつ



理事長
 上田 寛

あけましておめでとうござ
 います。
 平成十六年の年頭にあたり、
 皆様のご健勝とご多幸を心か
 ら祈念申し上げますとともに、
 組合発展のため変らぬご支援
 とご協力を心からお願ひ申し
 上げます。
 昨年から引続くイラク、パ
 レスチナ、イラン等での武力
 紛争、テロ、天災、人智では
 この地球上に平和が訪れない
 もののなかと暗澹たる気持ちに
 なるが、恵まれた国に生きる
 人間として、世界平和に如何
 に貢献すべきか考え、行動し
 なければならぬ時である。
 申年、地球を覆う暗雲のサル
 ことを祈って止みません。
 昨年の役員改選後、編成さ
 れた各委員会は、役員、委員
 の真摯なご努力と組合員各位
 のご協力をいただき、新しい
 企画の事業も順調にその結果
 を出し、当初計画通りに、組
 合の運営と経営が遂行されて
 いますことは誠に有難いこと
 で、ご同慶の至りと心から厚
 く御礼申し上げます。

現在、法規・諸規則委員会
 においては、改正税理士法が
 施行されて早や二年になるこ
 とを踏まえ、早急に定款、諸
 規則、諸規定の改正、整備を
 行うべく、関係所管庁及び他
 の税協からも、資料、情報を
 蒐集し、前期から引続き慎重
 に審議検討を行っており、今
 期の総会に改正案を提出する
 予定です。大方のご賛同を得
 られるよう改正問題に鋭意取
 組んでいますので、その節に
 はご理解とご協力の程よろし
 くお願い申し上げます。
 次に、建設中の新税理士会
 館は、新春に現場を覆ってい
 た幕が取り外されその全容が
 現れました。税理士の社会的
 地位を象徴し、社会的活動の
 拠点に相応しい会館となりま
 した。これも偏に組合員各位
 の絶大なご協力と、建設の礎
 となった現在の税理士会館を
 建設していただいた先輩諸先
 生のお力の賜で、心から敬意
 を表し厚く御礼申し上げます。
 また、十二月十五日の理事会
 に於て、会館の名称は「京都

新税理士会館
竣工式
 平成16年4月5日(月) 開催

税理士会館」竣工式典、披
 露祝賀会は四月五日(月) 於
 京都ホテルオークラと決定い
 たしました。
 なお、今期中に「京都税理
 士協同組合厚生会」会員(組
 合員、組合員の関与企業(組
 員、事業主、家族、従業員)
 の為に、保険部門と事業部門
 の支援により、事業内容を拡
 大整備して、より巾広く、と
 りわけ関与企業会員のため、
 スケールメリットを生かして
 積極的に事業を拡大発展させ
 てゆくことを企画しています。
 各位のご理解とご支援ご協力
 を切にお願ひ申し上げます。
 以上、組合の現況報告とお
 願ひを申し上げます、年頭のご挨拶
 といいたします。

【町人学者の経済展望】

『バブル』の条件』



重里 俊行 先生 (大阪産業大学教授)

本日(この)からの日本の経済や、我々の生活のまわりにどのような変化がおこっているのかということ、披露させていただきたい。

まず最初に時代は変わったという確認をしたい。日本の経済の体質が昭和三十五年頃から昭和いつばい辺りまでの成長期から、平成以降の成長期に移行してきている。

マスコミなどで失われた十年という言葉が使われたが、逆にこの時代の移行に関して人々がそれを実感するのは、十年位かかるのは当たり前だろう。

経済も人間と同じで体質的なものをもっている。人間の成長期である中学・高校生の頃は背が伸びるようにその変化がとらえやすい。逆に成熟期にある皆さんの背が伸びたらそれは不自然といえるだろう。

経済の成長期には売上の数字が増え、企業が大きくなり、支店が増え、従業員の数も増加した。このように成長期というのは外面的な変化がわかりやすい時期といえる。こうしてあつとやう間に変化をとらえやすい三十年が過ぎた。

河の流れのように川幅は狭いけれど流れは速かった。河の流れに身をまかせていれば社会について行けた時代だといえる。今の経済は大河の流れのように大きくゆっくりと動き、移り変わりがとらえ

にくい。

成熟期にも時代は変化しているが見た目にはわかりにくく、これは内面的な変化が経済の中心になるのでぼんやりと見ているだけでは社会の流れがとらえにくい。本日お集まりのみなさんは経済の成長期に学校を出て、税理士の資格を得、仕事の経験を積んでおられる。そしてそのなかで培われた価値判断の尺度をもっておられるが、すでにもうそのような時代は終わってしまっている。われわれはこの尺度を修正していかないと、時代に取り残されていくだろう。

成長期から成熟期の常識に対応していかないとけない。具体的に例をあげれば、成長期と成熟期とは特に小売業において顧客の質が違ってきている。成長期には顧客は新規が中心であった。というのは製品が大きく変化していったので消費者は次々に新しい製品に買い替えていった。このようにこの時代には商売がやりやすかったといえる。

成熟期の現在は客は物品においてもサービスにおいても、リピーターが中心になっている。昔の消費者は未経験(素人)で売り手が強かったが、成熟期はリピーター(玄人)が豊富な情報を手に入れ、買い手が強くなった。

今の客はこのように経験を積んで知識が豊富にあるので、売り手は商品知識があつても

それを披露してはいけない。逆に客の知識を聞くようにならなければならないという発想の転換が必要になってくる。今流行っているのはお金の認識をきちんともっている経営者の店であり、客が皆素人から玄人へ変わったということに対処して、謙虚な気持ちをもって対応している商売人だ。

逆にだめなのは客に指示したり、自分の考えを押し付けることだ。老舗がつぶれたのはこのように客を見下ろすような態度をとったからだ。

現在の状況下では入りやすい雰囲気が大切だ。税理士事務所でも喫茶店でも入りやすくなければいけなくなつた。

昔の喫茶店は純喫茶といつて中に入ると真つ暗で外と隔離されていたが、今はガラスはあるものの外との境界をできるだけなくして入りやすくしてある。このように店に入りやすいことが大切だが、逆に入りにくく、客を頭から足の先までじろろと値踏みし、見透かすような態度をとってはだめだ。

金のある客はこういう店を好むが、一見の客は気後れがあるので入りにくい雰囲気

していく条件である。

もうひとつ大きな変化をいうと、日本の社会の潮流変化で、いろいろな変化が日本の社会に生じた。二十世紀と二十一世紀とで、インフレとデフレのようにまったく逆の世界になった。

そして人口の都市集中化が進んだ。日本の人口は江戸期に約三千万人で明治に三千万人というようにほとんど変化がなかった。ところが明治以降急増し、現在明治時

代(の)約三倍になった。二十一世紀はこれ以降、人口は減りはじめよう。

現在、女性一人当たりの出生率は1.42から1.43である。これが2にならないと、人口が減ってくる。大都市圏はこの傾向がもっと進んでいる。純再生産率(一人の女性が何人の娘を生むかという率)は日本全体で0.7、都市圏は0.6である。これがどういふことかという、仮に今母親が一人一人いたとして、一千万人×0.6=六百万人の娘しか生まれない。将来も変わらないとすると、次の世代は三百六十万。おばあちゃんと孫との比較で三分の一になる。

このように以前と比べて逆の時代になってきた。

今日のテーマのサバイバルの条件についていうと、人間の社会は成長期であろうと成熟期であろうと「きょうそう」といふものが占めているが、この「きょうそう」の質が違ってきている。

成長期の「きょうそう」は競走型といえ、例えば陸上の百メートル走や競泳のように勝ち負けはあるにしても、直接やり合ふのではなく、どちらかといえば自己ベストとの

逆だ。

成熟期にも時代は変化しているが見た目にはわかりにくく、これは内面的な変化が経済の中心になるのでぼんやりと見ているだけでは社会の流れがとらえにくい。本日お集まりのみなさんは経済の成長期に学校を出て、税理士の資格を得、仕事の経験を積んでおられる。そしてそのなかで培われた価値判断の尺度をもっておられるが、すでにもうそのような時代は終わってしまっている。われわれはこの尺度を修正していかないと、時代に取り残されていくだろう。

成長期から成熟期の常識に対応していかないとけない。具体的に例をあげれば、成長期と成熟期とは特に小売業において顧客の質が違ってきている。成長期には顧客は新規が中心であった。というのは製品が大きく変化していったので消費者は次々に新しい製品に買い替えていった。このようにこの時代には商売がやりやすかったといえる。

成熟期の現在は客は物品においてもサービスにおいても、リピーターが中心になっている。昔の消費者は未経験(素人)で売り手が強かったが、成熟期はリピーター(玄人)が豊富な情報を手に入れ、買い手が強くなった。

今の客はこのように経験を積んで知識が豊富にあるので、売り手は商品知識があつても

それを披露してはいけない。逆に客の知識を聞くようにならなければならないという発想の転換が必要になってくる。今流行っているのはお金の認識をきちんともっている経営者の店であり、客が皆素人から玄人へ変わったということに対処して、謙虚な気持ちをもって対応している商売人だ。

逆にだめなのは客に指示したり、自分の考えを押し付けることだ。老舗がつぶれたのはこのように客を見下ろすような態度をとったからだ。

現在の状況下では入りやすい雰囲気が大切だ。税理士事務所でも喫茶店でも入りやすくなければいけなくなつた。

昔の喫茶店は純喫茶といつて中に入ると真つ暗で外と隔離されていたが、今はガラスはあるものの外との境界をできるだけなくして入りやすくしてある。このように店に入りやすいことが大切だが、逆に入りにくく、客を頭から足の先までじろろと値踏みし、見透かすような態度をとってはだめだ。

金のある客はこういう店を好むが、一見の客は気後れがあるので入りにくい雰囲気

していく条件である。

もうひとつ大きな変化をいうと、日本の社会の潮流変化で、いろいろな変化が日本の社会に生じた。二十世紀と二十一世紀とで、インフレとデフレのようにまったく逆の世界になった。

そして人口の都市集中化が進んだ。日本の人口は江戸期に約三千万人で明治に三千万人というようにほとんど変化がなかった。ところが明治以降急増し、現在明治時

代(の)約三倍になった。二十一世紀はこれ以降、人口は減りはじめよう。

現在、女性一人当たりの出生率は1.42から1.43である。これが2にならないと、人口が減ってくる。大都市圏はこの傾向がもっと進んでいる。純再生産率(一人の女性が何人の娘を生むかという率)は日本全体で0.7、都市圏は0.6である。これがどういふことかという、仮に今母親が一人一人いたとして、一千万人×0.6=六百万人の娘しか生まれない。将来も変わらないとすると、次の世代は三百六十万。おばあちゃんと孫との比較で三分の一になる。

このように以前と比べて逆の時代になってきた。

今日のテーマのサバイバルの条件についていうと、人間の社会は成長期であろうと成熟期であろうと「きょうそう」といふものが占めているが、この「きょうそう」の質が違ってきている。

成長期の「きょうそう」は競走型といえ、例えば陸上の百メートル走や競泳のように勝ち負けはあるにしても、直接やり合ふのではなく、どちらかといえば自己ベストとの

逆だ。

成熟期にも時代は変化しているが見た目にはわかりにくく、これは内面的な変化が経済の中心になるのでぼんやりと見ているだけでは社会の流れがとらえにくい。本日お集まりのみなさんは経済の成長期に学校を出て、税理士の資格を得、仕事の経験を積んでおられる。そしてそのなかで培われた価値判断の尺度をもっておられるが、すでにもうそのような時代は終わってしまっている。われわれはこの尺度を修正していかないと、時代に取り残されていくだろう。

成長期から成熟期の常識に対応していかないとけない。具体的に例をあげれば、成長期と成熟期とは特に小売業において顧客の質が違ってきている。成長期には顧客は新規が中心であった。というのは製品が大きく変化していったので消費者は次々に新しい製品に買い替えていった。このようにこの時代には商売がやりやすかったといえる。

成熟期の現在は客は物品においてもサービスにおいても、リピーターが中心になっている。昔の消費者は未経験(素人)で売り手が強かったが、成熟期はリピーター(玄人)が豊富な情報を手に入れ、買い手が強くなった。

今の客はこのように経験を積んで知識が豊富にあるので、売り手は商品知識があつても



平成16年 新春講演会 『生存(サバイブ)』

たかが大事になってくる。角力でいえば8勝7敗を続けることが大勝利である。一場所10勝以上しても次の場所負け越したら何にもならない。8勝7敗でライバルに勝ち続けていけばどんどん地位が上がっていく。

経営者はバブルの観念を捨て、部下の仕事ぶりを見てライバル会社とのちょっとした勝ちを、あたかも大勝利のように評価してやれなかったら部下は動いてくれなくなるだろう。

自己ベストは出しにくくなっているのが勝負型の社会に移行し、星一つでライバルに、8勝7敗で勝ち続けるという勝率のキープが大切になってくるし、そこを評価していかねければならない。

阪神タイガースでも勝率は6割台、三回に一回は負けているのにもすぐく勝っていたイメージがある。碁の世界でも将棋の世界でも6割の勝率というのはいへんなものである。そこを評価しないと成功が覚束ないように、評価替えのポイントを替えていたがたいとおもう。

勝ち負けの時代のなかで子供の頃から草野球にしてもド



ッジボールにしても遊びのなかでも負けたらおもしろくないし、負けてばかりということをよくおもう。ましてや仕事で負けるというのはなおさらよくない。

なにが勝ちでなにが負けかという点、人と比べて特に優れている点、弱い動物のほうが多い。ほとんどがドングリの背くらべのなかであらゆる点で共通する一つの定理がある。何かという点、優勝劣敗である。

おおきく負け越さないようにしないといけないが、どうしたらいいかという点、この言葉の劣るといふ字は少ない力だ。少ない力だから負けるのだ。力を出し惜しみしてはいけない。

人間の一番の特性というのは、いい面でもわるい面でも作用するが、めんどくさくてほったらかしにしたいという気持ちであり、これがいけない。楽がしたい横着がしたいとなると、企業はだめにならなくていい。またあなたらしいアイデアを学ぼうとしないとか努力を惜しむといけなくなる。

人の知識をたたき台にして教えるというのとは、そのまますべてを参考にしないで、自分なりに消化するとか、あるいはこころの訓練をして、こやかな表情をつくるか毎日やってたら多少ましになるとおもう。

しかし、あらゆる面で今の日本人は横着な人が多いと感じる。負ける原因は力が足りない場合もあるが一番多いのは力の出し惜しみ、これがビジネス界でもみられるようにおもえてならない。

経営者であれば従業員が力を出しやすいうちにもっていかなくてはならない。従業員の力を引きだせなかったらだめだ。阪神タイガースの星野監督はうまく選手の力を引き出すことによってあのようにな勝ちを手にする事ができたのだ。



講師プロフィール

昭和二十五年大阪に生まれる。慶応大学卒業後、大学院を経て近畿大学専任講師となる。昭和五十七年フルブライト・フェローとしてハーバード大学経済学部研究員。帰国後、近畿大学助教授、同志社大学講師を経て、平成元年慶応大学助教授。

- 平成三年 慶応大学教授に就任。
- 平成七年 慶応大学を辞して、道頓堀すし半松五郎店主。
- 平成十年 大阪産業大学教授に就任し現在に至る。平成八年以降MBS毎日放送、OBCLラジオ大阪、ABC朝日放送等に多数出演。各業界団体等で講演多数。

闘いといえる。

この時期はみなさんの事務所もクライアアントも、前年比何パーセントアップというように自己ベストの連続でここまでできた。

成熟期の「きょうそう」は自己ベストを競うのではなくゲーム(勝ち負け)型になってくる。例えば柔道や野球のようなものだ。柔道でいえば直接相手を倒すということが勝つということになるし、野球ならたとえ10対9であろうと勝てば一勝になる。

この二つの「きょうそう」は似ているように見えるが、全然ちがうものだ。記録(売上高のように)が問題になるのではなく、勝率をキープし

ていていまいましい。碁の世界でも将棋の世界でも6割の勝率というのはいへんなものである。そこを評価しないと成功が覚束ないように、評価替えのポイントを替えていたがたいとおもう。

勝ち負けの時代のなかで子供の頃から草野球にしてもド

どしている人というのはそれほどでもない。いたとしても千人や万人に一人ぐらいいなものである。人間の能力差というのはそれほどあるものではない。弱肉強食という人があるが、では動物の世界で強いものだけが生き残っているかという点、かえって数

(編集委員 中村裕人)



シーズ

とっておきのお店

ここでは組合員先生方に
お薦めのお店をご紹介します。



「丹後の海の幸と占いが 楽しめるお店です」

下京支所
木村 直義

麩屋町通、蛸薬師を西へ入った北側にある「TAIZAR」は、ゆったりとした気分で過ごせるおすすめのダイニング&バーです。このお店の名前は、オーナーの安田氏の出身地である丹後町の「間人」から来ています。最近では「間人蟹」がよく知られています。食材はその間人から産地



直送されており、京都市内にいながらにして日本海の新鮮な海の幸を楽しめます。シェフは、今となってはホテルでも味わえない二十年前のグリの味を丁寧に再現しており、「子羊のロースト・ガリリックパセリ風味」などは逸品です！ また「和風蟹ビラフ」

は蟹を贅沢に使い、お醤油ベースのジャボンソースで仕上げたあっさり風味で必ず注文する一品です。是非一度お試しを！
ソムリエ資格をもつマネージャーは、毎月にお薦めのワインをセレクトして提供してくれま

すし、お酒の種類もふんだんに揃っているのでお料理に合わせて日本酒、焼酎なども楽しめます。また、自分の好みを言えばオリジナルカクテルも作ってもらえます。写真のおまかせコースは一人二千五百円で、二名から予約可能。洋食以外にもゆで蟹やイカのお刺身、板わかめのおぶり焼き、間人名物ちらし寿司など和食の一品料理も豊富で、仕事帰りの男性客にも人気です。またオーナーの奥さんである店長は、趣味が高じて「タロット占い」をされており、若い女性客のリピーターも多いとか（私はまだ占ってもらっていませんが…）。



昨年六月にオープンしたお店ですが、オーナーをはじめスタッフが全員京都の老舗ホテル出身で、「Face to Face」のサービス心をかけているとのこと。グリーを基調に赤やブルーをアクセントにしたスタイリッシュな店内で、カウンターは八席、テーブルは十六席あるので一人でも気軽に、またちよっとした会合にも便利だと思えます。

場所は阪急四条河原町から徒歩五分、毎週水曜日が定休日夕方五時から深夜二時までオープンしています（ラストオーダー深夜一時）。さらにホームページ <http://www.taizar.com> から予約すると割引特典があるので、行かれる前にチェックしてみてください。

京都市中京区麩屋町通
蛸薬師西入ル北側
ラポルトビル3F

Dining & Bar
TAIZAR

TEL (075) 211-6665
予約受付は午後3時から

麩屋町通	御幸町通	寺町通
蛸薬師通		

法人・個人事業主のお客さまに 京銀 ビジネスカードローンR

ご融資極度額 ▶ 500万円・300万円

ご融資期間 ▶ 最長2年以内

- ◆担保・保証人は不要！
(法人のお客さまの場合のみ代表者を保証人とさせていただきます)
- ◆インターネットEBの活用で、お借入れ・ご返済の手続きが可能！
- ◆急な資金需要があっても安心！

詳しくは下記のフリーダイヤルまでお気軽におたずねください。

京都銀行
<http://www.kyotobank.co.jp/>

ビジネスローンセンター
☎0120-075-806
受付時間：9:00～17:00(月～金)
※ただし銀行の休業日は除きます。

京都の京信、滋賀の京信、大阪の京信。

地域と共に歩む京信は
おかげさまで80周年を迎えました。

ゆたかな未来へ
80th 80周年

京都信用金庫

本店 京都市下京区四条通柳馬場東入
TEL (075) 211-2111