



月刊税理士事務所チャンネル

CHANNEL

2022
10
No.494

シリーズ企画

「Z世代」のことを知る.....2

事務所訪問

中央税務会計事務所.....6

エヌエヌ生命税理士通信.....9

関東信越会独自企画

栃木県佐野市で進める移住促進策「佐野らーめん移住予備校」.....10

会計事務所・顧問先向け

MJSソリューションの紹介.....13

ミロク会計人会&MJSからのお知らせ.....14

ミロクシステムQ&A

『相続税申告書』.....15

会計人のリレーエッセイ

関東信越ミロク会計人会 北村 真一.....19

今月の表紙:日光東照宮 陽明門

場所:栃木県日光市

日本の未来—
企業を支える



ミロク会計人会

<https://www.mirokukai.ne.jp/>

「Z世代」のことを知る

1990年代中盤から2000年代序盤生まれの「Z世代」と呼ばれる若者たち※。彼らは生まれた時点でインターネットが普及していたデジタルネイティブであり、情報の受発信なども含め、現在のトレンドを牽引している存在です。その興味・関心、そして志向性にはどういった特徴があるのでしょうか。若者文化に詳しいマーケティングアナリストの原田 曜平氏にお話を伺い、Z世代の特徴やビジネス上の付き合い方などについて解説していただきました。

※米国で1960年代中盤～1980年頃生まれが「X世代」、1980年頃～1990年代中盤生まれが「Y世代」、それに続く世代という意味でZ世代と呼ばれます。



原田曜平 氏 はらだ・ようへい

マーケティングアナリスト

1977年東京生まれ。広告業界で各種マーケティング業務を経験した後、2022年4月より芝浦工業大学・教授に就任。その他、信州大学・特任教授、玉川大学・非常勤講師。BSテレビ東京番組審議会委員。マーケティングアナリスト。専門は日本や世界の若者の消費・メディア行動研究及びマーケティング全般（調査、インサイト開発、商品・パッケージ開発、広告制作など）。2013年「さとり世代」、2014年「マイルドヤンキー」、2021年「Z世代」がユーキャン新語・流行語大賞にノミネート。主な著書に『寡欲都市TOKYO 若者の地方移住と新しい地方創生』（角川新書）、『Z世代 若者はなぜインスタ・TikTokにハマるのか?』（光文社新書）、『アフターコロナのニュービジネス大全 新しい生活様式×世界15カ国の先進事例』（ディスカヴァー・トゥエンティワン）などがある。

「チル」と「ミー」を重んじる
Z世代の若者たち

「Z（ゼット）世代」は欧米発の概念で、「1990年代中盤（または2000年代序盤）以降に生まれた世代」（10代前半～25歳くらいまでの若者）を指します。移民・難民やその子どもたちも多い欧米諸国では、このZ世代の人口が他の世代に比べて多く、消費の面から大いに注目されています。また、日本においても市場や企業が持続的な成長を遂げるためには、これからの市場を担い、情報の受発信能力が高いZ世代に振り向いてもらうことが喫緊の課題となっており、ここ最近、急速に注目度が高まっています。

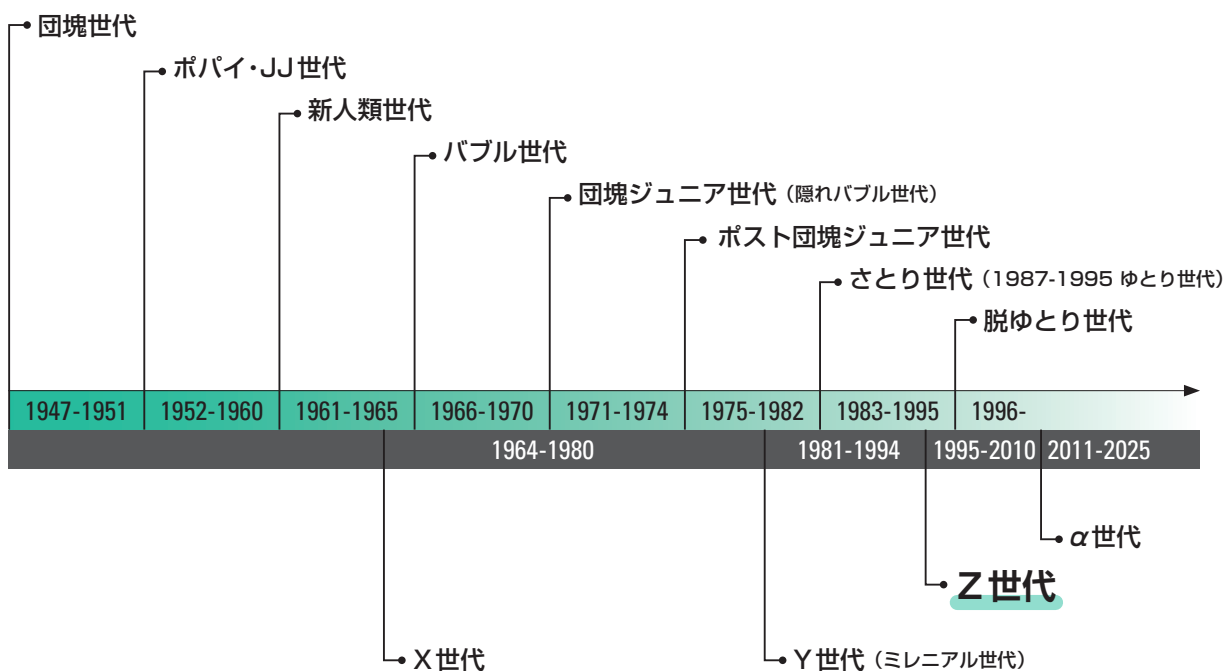
では、Z世代にはどのような特徴があるのでしょうか。まず、すぐ上の世代である「ゆとり世代」（ゆとり教育を受けた1987年～1995年生まれ）とZ世代とでは、生きてきた時代背景が大きく異なります。ゆとり世代が生きた時代の大半は平成不況下でありましたが、Z世代は人生の多くをアベノミクス経済下で過ごしてきました。結果、ゆとり世代が「失われた20年」、そして就職氷河期を経験してきた一方で、Z世代は超売り手市場の中で「ダイヤモンドの卵」と呼ばれ、不安や競争の少ない安心・安定した生活を送ってきたのです。

そうした中で、Z世代は「チル」と「ミー」という二つの価値観を育んできました。チルとは、もともとアメリカのラッパーたちのスラング※1で、「chill out」の略です。日本語では「まったりする」という言葉が近いニュアンスになると思います。より具体的にいうと「マイペースに居心地よく過ごす」ことであり、Z世代の若者たちはどんなに楽しい仕事よりもプライベートルでのチルな時間をほかに好みます。彼らは「働き方改革」や「ワークライフバランス」といったキーワードの普及とともに育ったわけですが、そういった時代背景もまたチルという価値観を育む要因になったのかもしれませんが、もう一方のミーはZ世代特有の過剰な自意識を意味します。もともと、若者は昔から自意識過剰であり、自分のことだけしか考えられないわがままな存在だったかもしれない。しかし、長らく若者研究をしてきた私の実感では、Z世代の自意識はゆとり世代以上に拡大しています。ゆとり世代まではかろうじて年功序列や縦社会的な感覚、組織に尽くす「for all」の感覚が残っていたように思いますが、Z世代ではそれらが減退し、代わりに「for me」の感覚が強烈になっているのです。しかも、それは個人主義化が進んだというわけではなく、あくまで同調志向の中で自意識を高めるといった性質のものです。日常生活でもSNS上でも周囲から「いいね」という承認をもらって生きてきたせいか、また多くの大人の寵愛を受けて育ってきたせいか、Z世代

※1 俗語、略語、若者言葉などを総称した言葉

図表1 日本の世代論とZ世代

(『Z世代 若者はなぜインスタ・TikTokにハマるのか?』(光文社新書)より)



はある種のプチ万能感を有しているのです。

ただその反面、Z世代は繊細さと脆さも同時に持っており、日常生活にストレスや不満感も抱き続けています。事実、2020年の「Z世代白書」(TikTok Ads)でも「日常生活にストレスを感じている」(Z世代60・6%)、「日常生活に満足していない」(同58・5%)、「孤独を感じることがある」(同56・1%)などの項目で、Z世代の数値は上の世代よりも高くなっています。その背景にはSNS上で他者とつながりやすくなった一方で、悪目立ちすると噂や陰口が広がってしまうといったある種の「新村社会」が構築されてしまったことがあるのかもしれませんが、ところで、マスメディアの論調の中には「Z世代の若者はSDGs※2に対する意識が高く、社会貢献に積極的な傾向がある」といったものがあります。私は決してそのようには感じません。もちろん、優秀な若者の中にはそういった高い意識を持つ人材もいますが、多くはゆとり世代以上に自分のことばかりを考えているでしょう。ただ、芸能人や海外セレブたちの影響もあって、ファッショ的な感覚でSDGsやエコに取り組むケースは散見されます。無印良品の詰替ボトルが人気を集

めたのも、そういったムードありきのものでしょうか。また、最近はいーガン※3に傾倒する若者が増えていますが、これも芸能人や海外セレブたちの影響によるもので、当の若者たちはヴィーガンが本来、どのようなものなのかすらあまり把握していないようです。

コロナ禍を経て多様化するZ世代の消費傾向

次にZ世代の消費傾向についてご紹介しましょう。平成不況によって若者の消費離れは急速に進みましたが、Z世代に関してはアベノミクス景気の下、一部の消費意欲が拡大傾向にあります。その特徴として面白いのが「間接自慢」です。これは私の造語の一つで、直接的に他人に自慢するのではなく、間接的に他人に自慢したいという欲求や間接的に自慢する行為を意味します。SNSの投稿一つとっても、直接的な自慢だと新村社会において村八分になってしまいかねないため、多くのZ世代があえて間接的な手法を採用しているのです。

例えば、ある女性がSNSに「東京出張行って来ました」という書き込みとともに、新幹線のチケットの写真を投稿したとします。ですが、この投稿

※2 2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標

※3 完全菜食主義者

図表2 ゆとり世代とZ世代の細かい比較

(『Z世代 若者はなぜインスタ・TikTokにハマるのか?』(光文社新書)より)

ゆとり世代

時代背景

- ・少子化で競争が少ない
- ・物心ついた時から不景気
- ・一部、第二次氷河期(リーマンショック後)
- ・ゆとり教育

特徴

- ・ガラケー第一世代
- ・将来不安「大」、自殺者「増」、満足度「高」
- ・超安定思考
- ・ケータイ、SNSによる同調圧力
- ・学級崩壊

消費・文化の背景

- ・ポケモン、ワンピース
- ・セーラーMoon
- ・ローティーンファッション
- ・私立中学受験が過去最高

恋愛・結婚

- ・「恋人がいない」が過去最高
- ・専業主婦志向の高まり
- ・女子会、男子会
- ・婚活、街コン

Z世代

時代背景

- ・さらに少子化で競争が少ない
(ゆとり世代120万人、Z世代110万人)
- ・アベノミクス景気(現在はコロナ不安)
- ・脱ゆとり教育

特徴

- ・スマホ第一世代
- ・複数SNS (LINE、インスタグラム、Twitter、TikTok)による情報収集、発信
- ・インスタ映え
- ・就職超売り手市場(ダイヤモンドの卵)

消費・文化の背景

- ・鬼滅の刃
- ・シーシャ(水タバコ)
- ・YouTuber、動画配信サービス
- ・メルカリ
- ・タピオカ

恋愛・結婚

- ・マッチングアプリ
- ・パパ活、ママ活、港区女子
- ・女子会、男子会
- ・性の多様化(LGBTQ)

で伝えたいのは東京出張という事実ではなく、その写真の端っこに写り込んでいるブランド品を東京で買ったこと、それがとても可愛いことだったりするわけです。こうしたZ世代の欲求を見事に掴んだのが「診断シェア」と呼ばれる一連のサービスです。アプリやサイトで自分の顔や性格を診断してもらい、その結果をSNSに投稿することができるといふサービスなのですが、

これを使えば間接的に自分の特徴をアピールすることができるとあって、今もZ世代の間でヒットし続けています。ちなみに、間接自慢の影響はインスタグラムやツイッターに投稿する自撮り写真にも表れています。自撮り写真をそのまま載せると自意識過剰と思われるてしまいかねないので、この診断アプリの他、自撮り写真を加工できるゲームフィルターなどを免罪符として活用

しているのです。
こうしたトレンド以外にも、令和に入ってから「映えピク」(インスタ映えするピクニック)、「チェンジング」(注いだお湯の温度で色が変わるマジックマグカップなど、従来は変化しなかったモノが変化するようになったモノ)などが流行りましたが、コロナ禍以降はさらに続々と新たなトレンドが生まれています。

友情確認をテーマにしたトレンドもその一つで、友人たちと会える機会が減ったことから、アクセサリ作りを楽しめるカフェやバーなど、体験型の飲食店が人気を集めています。また、コロナ禍の鬱憤を晴らすようにさまざまなチャレンジに興じるZ世代も続出。ホカンス(ホテルでバカンスの略)やハイブランドが来店したカフェ

などでのセレブ体験が大人気です。さらに、一人時間が増え、情緒不安定になる若者が増えたこともあって、瞑想やサウナ、ユーザーの思考や感情を分析し、フィードバックしてくれるAIジャーナリング・アプリ「mute(ミュート)」などが一世を風靡しています。

企業が推進すべきZ世代との付き合い方

こうした特徴を持つZ世代と接する

際には、彼らがチルとミミを重んじていることをしっかりと念頭に置かなければなりません。一例としては、Z世代の多くが自意識の高さゆえに「いじり」を受け付けなくなっていることに注意しなければなりません。かつては距離感を縮めるために、いじりがコミュニケーションの手段として使われることがありましたが、Z世代はいじりを極端に嫌います。日常生活でもSNSでも「いいね」をもらってきた彼らにとって、短所を突かれるいじりにはストレスしかありませんし、ともすればパワハラやセクハラの一種と捉えられることもあるでしょう。同世代同士であれば許容されることがあるかもしれませんが、年齢が離れているのであれば、基本的にいじりはNGと考えていたほうがよいと思います。

もちろん、自意識や自己承認欲求が強いZ世代を頭ごなしに叱りつけたりするのとも言語道断です。でも、時にはアドバイスや指導をしなければならぬ時もあるはず。そういう時には「9割褒めて1割は改善提案」というスタンスを貫いてください。仮に褒めるところがなくても9割は褒めることに徹し、残りの1割で「こうしたらもっと良くなるのに」と改善提案をするのが効果的です。もちろん、「俺の背中を

見て学べ」という昭和スタイルもNG、適度な距離感を取りながら、褒めることを軸にしたコミュニケーションを心掛けるといいでしょう。

コミュニケーションの取っ掛かりに自信がなければ、まずは一人ひとりの「推し」（好きなアニメキャラクターやアーティスト、アイドルなど）を聞いてみるのも一案です。Z世代の多くは情報社会の中で、多くの推しを持つているので、何かしら共通項を見出すことができます、話を広げられるかもしれません。

いわゆる「飲みにケーション」をどうすればいいか迷う方もいるかもしれませんが、プライベートを重んじるZ世代に対しては、できるだけ仕事の一部として飲み会を設定することが望ましいと思います。シリコンバレーの一部の企業では、飲み会は就業時間中に自由参加で、かつ会社の費用で実施しているそうですが、理想をいえばそういったスタイルを目指すべきです。

冒頭でZ世代がダイヤモンドの卵であると紹介しましたが、今なお超売り手市場は続いており、優秀な若者を採用するには企業側も若者に寄り添うことが求められます。その時には先ほど述べたようにミーを意識したコミュニケーションの他、チルに焦点を当てた

福利厚生にも気を配ってほしいと思います。ネットフリックス（動画のサブスクリプションサービス）を福利厚生に加えたり、女子社員に美容代として2万円を支給したりして話題になったベンチャー企業がありますが、Z世代にとっては軽井沢の保養所に宿泊できるといったことよりも、プライベートな時間をまったりと楽しめることのほうが魅力的なのです。場合によってはチルの代表的なコンテンツであるシーシヤ（水タバコ）店に通えるチケットを支給するといったこともウケるかもしれませんし、社員食堂についてもインスタ映えやヴィーガン志向などを意識してみるといいかもしれません。

人事労務の方針にしても、Z世代からするといかに社員のプライベートに寄り添い、応援してくれるかといったことがポイントになります。そういった観点からいえば、副業を推進し、プライベートがより充実するようにしてあげることもアピールポイントになるはずです。

オフィスの外装・内装をはじめとした雰囲気づくりも重要なポイントになります。チルとミーを重んじるZ世代にとっては、同じ仕事をするにしても、いかにオシャレな空間で働けるかということがこれまで以上に重要になるか

らです。それこそインスタ映えするチルな空間であれば、多くの若者たちが憧れを抱いてくれるはずです。

Z世代の感性を重んじ 効果的な採用・活用を

最後にZ世代が優しい感性を持っているということにも触れておきたいと思います。Z世代はSDGsやエコ意識が決して高くはないと述べましたが、彼らの多くはむやみにポイ捨てすることを嫌いますし、LGBTQをはじめとした多様な価値観にも寛容です。チルでまったりした時間や空間を好むとともに、人や環境に対して優しさを示す世代でもあるのです。そういった点からも、企業は刺激よりも優しさを重んじた施策を重視した方がよいかもしれません。

他方、Z世代ならではの感性を活かした仕事を振ることも、彼らの自己肯定感を満たし、さらに積極的に働いてもらうための方策になると思います。例えば、子どもの頃からスマートフォンに慣れ親しんだ彼らにとって、同世代に訴求する動画をはじめとしたコンテンツを作成するのはお手の物、その能力を活用して広報などの業務を担ってもらうのもいいかもしれません。

Z世代についてさまざまな視点から

お伝えしてきましたが、読者の皆さんの中には「ここまで寄り添う必要があるのか」と思う方もいるかもしれません。特に地方の場合は賃金面で不利です、Z世代の物欲などを刺激するモノが少ないといった問題がありますが、そうであればまず地域の魅力を知っている地元出身者を対象にしたリクルート活動を展開してみてもどうでしょうか。また、世代間のギャップを埋め、円滑なコミュニケーションを図るために、Z世代の考え方を理解する研修などを実施してみるのも効果的でしょう。冒頭で述べた通り、Z世代はこれからの時代を支える重要な存在であり、その採用・活用なくしては企業の持続的な成長はありません。そのことをあらためて認識いただき、これからの企業経営の参考にしていただきたいと思います。

本誌アンケートに答えた方に毎月抽選で

2,000円分を
プレゼント!



QRコードからアクセスし、
ぜひお答えください!



多様なニーズに応える「よろず相談所」として 顧問先支援に全力投球

総勢約90名、税務署OBや金融機関OBなど多様なバックグラウンドを擁する人材力を強みに、地域の中小企業の経営を「よろず相談所」として長年にわたって支えてきた中央税務会計事務所。2017年から所長として事務所を率いる中島由雅先生に、これまでの歩みと展望を伺いました。

——中央税務会計事務所は1979年、中島由雅先生の父上である中島智先生が自宅の四畳半の部屋を事務所として開業し、そこから一代で数十人規模の事務所にまで成長させていったそうですね。中島先生は子どもの頃から父上の背中を眺めてこられたわけですが、当時からご自身も「税理士になろう」という思いはあったのでしょうか。

中島由雅所長（以下、敬称略） まさに「父への憧れ」が私の原点と言えると思います。山梨県出身の父は大学進学で上京、卒業後は働きながら資格の勉強に励み、何の地盤もない中で独立して

父に憧れて税理士に
新規分野開拓にも挑戦

裸一貫から税理士業をスタートさせました。経済的余裕があったわけでもなかったので生活はきわめて質素、経営を上向かせるために毎日遅くまで働いていましたが、愚痴をほとんど言わないう人でした。リーマンショックで事務所経営が大変になった時も堂々としてもので、弱音ひとつ吐かず働いていました。私はそうした父の奮闘と、父が地元の中小企業の経営者の方たちと交流し、感謝の言葉をかけてもらっている姿などを見て、子ども心に憧れを抱き、「父のように働きたい、父と同じ仕事になりたい」と漠然と思うようになったのです。

——資格取得後、中央税務会計事務所に入所する前には横浜の会計事務所

事務所 訪問

中央税務会計事務所

所在地 埼玉県さいたま市中央区大戸6-30-1
TEL 048-855-4466
設立 1979年
職員数 約90名
URL <https://chuotax.com>



も働いたそうですね。どんな学びがありましたか。

中島 所長にまず「税理士バッジは捨てろ」と言われ衝撃を受けました。経営者にとって税務は重要だが、それはほんの一部、税理士は税務会計だけでなくもっと幅広い経営サポートを行うべきだ、というわけです。また、税理士という肩書や資格ではなく、人としてしっかりと顧問先と向き合え、税理士という資格がなくなったとしても顧



数多くのスタッフの方が機能的に働けるようレイアウトされたオフィスです

問先から必要とされるような存在になれ、という意味合いも込められていたのだと思います。

また、父から繰り返し「けっして上から目線で顧問先の税務にあたるのではなく、『よろず相談所』として顧問先の愚痴を聞いてあげられる存在になれ」と言われた影響も大きいですね。こう

した先輩税理士の教えのおかげで、私はこれまで謙虚な姿勢で税理士の業務に取り組んでこられたように思います。税理士はバッジ、つまり資格によって守られているわけですが、そのことに胡坐をかくことなく、常にサービス業に徹したいと心掛けてきました。

—— 中島先生が中央税務会計事務所に入所した2007年から所長となる17年までの約10年間、父上との関係性や事業承継はどうでしたか。

中島 最初の頃はしょっちゅう喧嘩を繰り返して、近所から「熱血中島家」と呼ばれてしまうほどでした。私は他の事務所での実務経験を踏まえ、自分なりの考えややりたいことがあったのですが、父は宛名書きやかばん持ちしかさせてくれず、意見を言う機会も与えてくれなかったため、猛反発して事あるごとにぶつかり合っていたのです。今、振り返ってみれば、父は10年ほどかけて私を育て、事業承継しようと考

えてくれていて、最初の1、2年はとにかく周りに合わせることを私に課す方針だったのだと思います。実際、3、4年目頃からは徐々に任せてくれる仕事が増え、新しいことにも自由にチャレンジさせてもらえるようになっていきました。

例えば、医療分野における顧問先開拓がまさにそうです。私は中学、高校時代の同級生に歯科医などの医療従事者、開業医がたくさんいたので、その人脈を活かそうと考えたのです。当時、当事務所が抱える医療分野の顧問先は2社ほどだったのですが、医療機器メーカーともタッグを組んで数多くのドクターに営業をかけました。その際、社会保険診療報酬支払基金のOBに入所してもらい、厚生局の指導・監査に対する助言や審査支払機関の減点査定に対する助言が行えることを強みとして掲げたことが奏功し、徐々に新たな顧問先を獲得できるようになっていきました。現在では、医療分野は当事務所の顧問先の大きな柱となっています。

「層の厚い人材を擁する『よろず相談所』」

—— 父上の代から掲げられているコンセプト「よろず相談所」について、その意図するところをもう少し詳しく教

えてください。

中島 自分たちの専門領域でなくても、中小企業の経営者と雑談したり、愚痴を聞く中で彼らも自覚できていなかった課題を見える化し、一緒に経営に対する考えや方針を整理したり、他の士業の先生を紹介したり、と手助けをすることが「よろず相談所」としてのあり方だと思っています。コロナ禍を機にリモートツールが普及した今、時代に逆行していると言われるかもしれませんが、基本は「訪問」です。顧問先企業の経営者として会い、フェイス・トゥ・フェイスでコミュニケーションを取ることが何より大事だと思います。

私は父から引き継いだこの「よろず相談所」としての税理士のあり方をさらに推し進めようと、より具体的な経営サポートに対応できる体制づくりに取り組んできました。税務署OBはもちろんのこと、融資や事業再生のサポートやアドバイスを行える金融機関OB、補助金などのサポートが得意な中小企業診断士などを事務所に迎え、人材の層を厚くすることで、より幅広く「よろず相談所」を実践できるようになったと自負しています。事実、私が入所した約15年前には当事務所のスタッフは50人ほどでしたが、現在は約



父上から引き継いだ事務所をさらに磨き上げられている
中島由雅先生

新人教育にも注力し 顧問先支援に全力を尽くす

90名います。当然、人数が多いため数多くの事例が集積されており、それぞれが経験したこと、感じたことを随時共有することでその後の経営サポートに活かせるのが、当事務所の大きな強みとなっています。

——90名もの大所帯となると、それが強みである一方で事務所のコンセプトをどう全体に共有し、いかに一人ひとりの人材を育てていくか、といったところが課題になると思います。その部分はいかがでしょうか。

中島 まずアポイント取りの仕方や訪問後のフォローなど顧問先サポートの基本的なところについては「当たり前基準」というルールブックをつくって、スタッフ全員で共有するようにしています。また週1回、さまざまなテーマ

の事例やノウハウを共有したり、専門知識を学んだりする委員会活動を実施しており、例えばその一つである「教育委員会」では、若手や中途人材への教育の仕方をテーマに話し合い、顧問先とのやり取りのロールプレイングを定期的に行ったりしています。

もちろん、新人教育にも力を入れています。当事務所では基本的に未経験

History & Story 税理士までの歩み

父上への憧れから税理士を目指した中島由雅先生は27歳の時に税理士資格を取得、いくつかの会計事務所に勤務し実務経験を積んだ後、2007年に中央税務会計事務所に入所されました。当初は父子でぶつかることも多く、喧嘩が絶えなかったそうですが、徐々に仕事を任せられ、5～6年目頃には父上からの信頼を得て採用人事も全面的に行うまでになっていたといいます。

ところが、あと数年で事業承継という時に父上が倒れ、72歳の若さで帰らぬ人に。急遽、所長となった中島先生はそれでも大勢のスタッフを鼓舞して業務に励み、事務所のさらなる躍進に尽力されました。結果、現在に至るまで毎月必ず新規顧問先を獲得し続けているとのことでした。

者を採用しているのですが、最初の1年間は研修期間という位置づけで人材育成に取り組んでいるのです。「法人税入門」や「申告書類の作り方」といったビデオ教材や先輩スタッフによるOJT、さまざまな外部研修などを通して、新人が着実にスキルアップしていけるような仕組みを整えています。

——最後に今後の展望をお聞かせください。

中島 これからもスタッフの層の厚さを強みに、「よろず相談所」として幅広いテーマに応えていきたいと思っています。中でも昨今、今年1月に施行された改正電子帳簿保存法、来年から適

用予定のインボイス制度など、中小企業にとって大きな環境変化につながる要因が多く、その周知徹底と対策のサポートには全力を尽くしています。こうした制度の変化やAIの導入、電子化の進展などによって、これまで以上に企業規模の大小を問わず明瞭な帳簿を作成することが大事になっていくので、我々としては事務所全体であらためてMJSの基幹ソフトへの習熟度や活用マニュアルを見直すなど、万全の体制を整えていきたいと思っています。

——本日はありがとうございました。ますますのご発展をお祈りいたします。



エヌエヌ生命 税理士通信

会計事務所の皆さまにお役立ち情報をお届けします！

スキマ時間に
税務の知識を
もっと深めたい。

業界動向や
中小企業の情報を
仕入れたい。

事務所内の
勉強会のネタは
ないか？

顧問先との
会話で使える
話題はないか？

知識豊富な講師による専門動画から、スキマ時間に読めるライトな記事など
バリエーション豊かな情報をお届けします。

STEP1



ご指定のアドレスに
定期的にメールを配信。

STEP2



モバイルやPCで
閲覧・ご視聴ください。

STEP3



事務所内への情報提供・勉強会の材料に。
関与先への話題提供・コミュニケーションに。
様々なシーンでご活用ください。

これまでに出演いただいた強力講師陣！



税理士
見田村元宣氏
税務



社労士
北村庄吾氏
年金 # 助成金
社会保障



中央学院教授
酒井克彦氏
租税



弁護士
伊勢田篤史氏
相続



税理士・公認会計士
木下勇人氏
相続 # 事業継承



(株) 継志舎代表取締役
石脇俊司氏
民事信託

メールアドレスのご登録はこちらから



弊社代理店の方

弊社代理店以外の方



※通信環境について、ご確認ください。定額プランをご利用でない場合は通信料のご負担が発生する場合がありますのでご注意ください。
※ご登録いただいたメールアドレスを含む個人情報、今後の情報提供やセミナーのご案内等のために使用させていただきます。



特設サイトは
こちら



NN-S22/09010

栃木県佐野市で進める 移住促進策「佐野らーめん予備校」

栃木県佐野市(金子 裕市長)では、市への移住とラーメン店の創業や事業承継をワンセットで支援するプロジェクト「佐野らーめん予備校」を実施しています。2020年のスタート以来、9世帯19人が佐野市に移住し、ラーメン店3店舗が独立開業を果たしました。早速、このユニークなプロジェクトを運営する佐野市総合政策部総合戦略推進室移住・定住係の西沢 治氏と予備校事務局代表者の若田部 賢氏に事業の内容と目的、受講生の現況などをご紹介します。

佐野市への移住を見据えた
「佐野らーめん店」の開業を支援

栃木県佐野市は県南部に位置し、宇都宮、小山、足利、栃木、那須高原に次ぐ県6番目の人口規模の都市です。都内から70km、電車やバス、車で1時間半以内という便利なアクセスと豊かな自然、『万葉集』にも詠まれた歴史と文化の街としても有名です。

そんな佐野市が誇るご当地グルメといえば「佐野らーめん」です。青竹で延ばす「青竹打ち」で打ったコシのある縮れ麺と澄んだ醤油味のあっさりスープが特徴のラーメンで、良質の小麦粉とまろやかなおいしい水から生まれるもちもちとした食感、独自の味とコクに魅かれて県外からも多くのファンが訪れます。人口約11万5500人(2022年8月現在)の佐野市内には150店舗以上のラーメン店があり、人口当たりのラーメン店舗数では全国でも上位となっています。

しかし、その一方で既存の佐野らーめん店については、高齢化やコロナ禍などによる後継者不足で閉店を余儀なくされている店舗があることも事実です。また、その他の地方都市と同様、佐野市では都市部への人口流出や少子高齢化などによる人口減少が進行して

います。こうした中、市としても危機感を持って移住・定住促進施策を進めていくことになり、「佐野市への移住を見据えた佐野らーめん店の独立起業を支援」というユニークな趣旨の「佐野らーめん予備校」プロジェクトを始めたのです。

全国でもユニークな移住促進策としてメディアでもたびたび紹介していただきましたが、このプロジェクトは移住定住促進の一環として「移住」を推進しながら、佐野市ならではのラーメン店の創業をバックアップするものです。そもそも移住となると「安定した仕事」が必要ということで、週末に人気のラーメン店に行列ができていくことに着目、移住後の安定した仕事として「佐野らーめん店」を創業してもらうという構想を打ち出し、国の地方創



佐野らーめん予備校のロゴ



予備校共同代表の若田部 賢氏。本業はグローバルアクションパートナーズ(不動産業)。移住先や空き店舗探し、修業先の紹介などを行う他、商工会議所や地元金融機関、佐野らーめん会などの関係機関との連携を行っている



佐野市役所近くにある「佐野らーめん予備校」の外観。レンタルキッチン进行り上げて使用、調理実習用の厨房と座学教室がある



佐野らーめんとジンジャー竜田



「青竹打ち」を指導する五箇氏。青竹打ちは体力勝負だ



第5期生に指導する調理講師の五箇 大成氏。人気の老舗佐野らーめん店「日光軒」の元店主で、青竹による麺打ち、スープ、具材、盛り付けまで基礎的な佐野らーめんの調理ノウハウを指導



佐野らーめん伝統の「青竹打ち」に挑む第8期生。青竹打ちは佐野に住んでいた中国人料理人が、広東省で見られる青竹を使用して製麺する技術を大正初期に伝えたことから始まったとも言われている

生推進交付金を活用して20年8月から佐野らーめん予備校をスタートしたのです。しかし、佐野らーめんを伝授する予備校を行政が単独で運営することはできません。そこで「地元愛」「らーめん愛」のある民間プレイヤーの協力の下、市と地域が連携してこのプロジ

エクトを推進していくことになりました。ちなみに、安定した仕事として佐野らーめん店の経営を選んだ理由の一つに、その廃業率の低さがあります。過去10年間のデータを調べてみると廃業率は13%ほどとなっており、これなら



基礎研修での座学の様子



平打ち縮れ麺が特徴の佐野らーめん



2022年8月に開講した第8期の3人の受講生。出身や年齢、職業はさまざま

「安定した仕事」として大丈夫だと確信したのです。

予備校への入学条件は「移住」と「熱意」のみ

このプロジェクトはご当地グルメとして重要な財産である「佐野らーめん」を今後も守っていくための施策でもあります。後継者不足により空き家、空き店舗が増えると防犯上の問題もあるので、予備校修了生には新規開業に加えて、既存店の承継開業という選択肢も用意しました。

その成果は着実に上がっており、このプロジェクトが本格的にスタートする前にプログラム開発に参加していた



伝統的な佐野らーめんの特徴は澄んだあっさり系のスープ

だいた第0期生の参加者を含めて、現在9世帯、19名が移住してくれました。そして、そのうち3名が独立開業を果たしています。

そんな佐野らーめん予備校のカリキュラムは約2カ月間の基礎研修から始まります。佐野らーめんに関する知識から麺やスープの作り方や盛り付け方法、メニュー作成、開業に必要な営業許可、税金関係の申請・届出方法、保険手続き、融資に必要な事業計画書の書き方、自治体からの助成金や補助金の申請方法までさまざまな内容が盛り込まれています。

この基礎研修が修了すると今度は本格的な修業に入ります。新規開業か事業承継かによって修業期間は異なりますが、その期間は概ね1〜3年ほど。参加資格は基礎研修中もしくは研修後に速やかに移住していただくことのみで、移住や開業時の人材・不動産・資金運用計画などについても各分野の専門家がワンストップでサポートします。

予備校の自走化を目指し収益化を図る工夫も

昨年度は、コロナ禍で思ったように研修を実施できませんでした。今年度（22年度）は切れ目なく研修を実施する予定です。順調に実施できれば、

6期から12期生までを輩出したいと考えているところです。

また、現在は国の地方創生推進交付金事業として実施していますが、いずれは民間による自走化を目指していきたいと考えています。移住とワンセットとなった研修に加えて既存店の経営相談、佐野らーめんの青竹打ち体験などのバリエーションを展開して、受講者数の確保、佐野らーめん予備校ならではの商品開発などで収益化を図っていきたいと考えています。

佐野らーめんは佐野市にとって大切な財産です。新規開業店と既存の佐野らーめん店、関係者で一丸となって、市全体の活性化を図っていききたいと思っています。

DATA

佐野らーめん予備校

住所:佐野市若松町39 代表:若田部

Tel 080-9664-7832

営業日時:不定休、10:00 ~ 17:00

[問い合わせ]

佐野市役所総合政策部 総合戦略推進室

移住・定住係 担当:西沢・中治

Tel 0283-20-3012



「佐野らーめん 佐よし」(佐藤 義之氏が2022年3月に開店)



「麺屋プラス」(菅原 勝之氏が2021年12月に開店)



「青竹手打ち佐野らーめん 晴れる屋」(小林 隆宏氏が2021年4月に開店)

MJSソリューションの紹介

MJSは多彩な製品・サービスを提供しています。本コーナーでは、その中でも会計事務所の先生方にぜひ知っていただきたいソリューションを厳選してご紹介します。

【今月のソリューション】 電子取引データの電子保存義務化・インボイス制度への対応

デジタルインボイスへ対応

「MJS e-Invoice」単独でもご利用になれます。

MJSは、適格請求書（インボイス）の電子データをネットワーク上でやり取りするための「文書仕様」「ネットワーク」「運用ルール」に関する国際的な標準仕様「Peppol（ペポル）」に準拠した、デジタルインボイスの送受信ならびに適格請求書（インボイス）の電子化に対応するクラウドサービス「MJS e-Invoice（エムジェイエスイー インボイス）」を、2022年9月より提供開始しました。

SaaS※型のクラウドサービスで、小規模企業から中堅・中小企業まで幅広く利用可能です。インターネット環境があれば、自宅や出張先など、場所を問わずに安全かつ快適に業務を行うことができます。MJSの適格請求書（インボイス）の電子データの各システムとシームレスに連携し、受領したデジタルインボイスのデータをもとにMJSの財務・会計システムで仕訳の自動作成も可能です。また、他社システムとの連携や

電子帳簿保存法やインボイス制度にも準拠し、事業者における事務負担の軽減と正確な会計処理を実現することにより、業務効率化と生産性向上を支援します。

※「Software as a Service」の略称で、クラウド上にあるソフトウェアをインターネットを経由して利用できるサービス

デジタルで二気通貫に処理

さらにMJSは、小規模企業および個人事業主向けクラウドサービス「かんたんクラウドシリーズ」において、改正電子帳簿保存法で定める国税関係帳簿の電子保存に加え、スキャナ保存、電子取引にも対応します。

「MJS e-Invoice」を含めたこれらによって、紙・電子の証拠類の収集・保管（タイムスタンプ付）から、収集・保管された証拠と仕訳の関連付け、そしてクラウド上での証拠一括保管が可能となります。顧問先様が「かんたんクラウド会計」など該当のMJSサービスを導入し、会計事務所向けシステム「ACELINK NX-Pro」へ連携す

●MJS e-Invoice 4つのポイント

①クラウド型サービス

自宅や出張先など、どこからでも会社と同じように、安全かつ快適に業務を行うことができます。



②デジタルインボイスの規格に準拠

デジタルインボイスの標準仕様『JP PINT』に準拠。デジタルインボイスの作成・送信・受信・保管・検索が可能。（今後、対応予定）



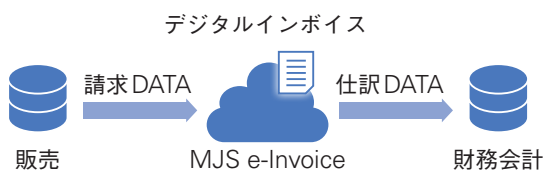
③システム連携

MJSシステムで作成した請求書データを連携しデジタルインボイスを発行。受領したデジタルインボイスは、MJS財務・会計システムに連携し仕訳作成。
※APIにより他社製品との連携も可能とする予定



④インボイス制度・電帳法対応

電子帳簿保存法※やインボイス制度に準拠し、安心して利用可能。
※電子取引のみ



ること、日次月次で起票、本決算・申告まで一気通貫で処理できるようにあります。

詳しくは最寄りのMJS支社・営業所にお問い合わせください。

ミロク会計人会 入会のご案内

ミロク会計人会は、ミロク情報サービス（以下、MJS）のシステムやサービスをご利用の税理士・公認会計士の先生方で組織された職業会計人の任意団体です。ミロク会計人

会連合会には全国11の単位会と5つの委員会が組織されており、会員の社会的地位の向上、経営基盤の強化と顧問先企業の発展に貢献することを活動方針としています。

会計人会に入会されると、次の5つのメリットがあります。

①充実した研修プログラム

税理士認定研修、日本FP協会継続教育単位認定の単位取得できる研修を会員特別料金で受講できます。

②先生方の交流の場

全国11単位会での交流と人的ネットワークの拡大、自己研鑽を目的とした全国統一研修会を開催しております。

③システム開発に関する意見要望



本会ホームページの上部にある「入会のご案内」から入会を申し込むことができます

MJSシステムへの改善要望を、会員の声としてシステム開発委員会を通じて提案できます。

④会員限定ページから最新情報

ミロク会計人会ホームページ「会員の部屋」から、オンラインセミナーの受講や事務所経営に役立つ小冊子の閲覧、ダウンロードができます。

⑤会員限定特典

会員限定特典で、事務所の業務改善や顧問先への支援・情報提供に活用できるサービスが利用できます。

MJSが提供する「ミロクのミリョク！ホームページ作成サービス」をお得に利用可

MJSのグループ会社「MJS M&Aパートナーズ」と共に中小企業の事業承継を支援することで成功報酬が優遇

・ミロク会計人会と業務提携しているエヌエス生命より、MJSシステムと連携する「リスク分析ソフト」を無償提供

このように、ミロク会計人会にはさまざまなメリットがあります。入会をご希望の方、または会計人についてもっと詳しく知りたい方は、会計人会のホームページ（<https://www.mirokukai.ne.jp/>）をご覧ください。MJS各支社・営業所にご連絡ください。

MJSからのお知らせ

本誌アンケートにお答えいただいた方に 抽選でプレゼントをお送りします

『税理士事務所CHANNEL』では、より充実した誌面づくりのため、本誌をご覧になられた皆様にアンケートへのご協力をお願いしています。

貴重な時間を割いていただきアンケートにお答えくださった方に御礼として、現在、QUOカード2000円分を抽選で5名様にプレゼントしております。

アンケートへの回答は、本誌に同封されている用紙だけではなく、WEBからもできます。ミロク会計人会のホームページ内、本誌紹介ページから回答フォームにアクセスでき、また、アンケート用紙と一部本誌内にQRコードを掲出していますので、スマートフォン等で読み取る

ことでもアクセスできます。

これまでにも企画案の要望をいただき、それが実際に「シリーズ企画」で特集されることになったり、既存のコーナーの内容や本誌のデザインに関する要望をいただき、読みやすい誌面づくりに反映されたりと、皆様の声により本誌は着実にブラッシュアップされてきました。

今後も皆様からのご意見、ご要望を積極的に取り入れ、より身近で、より事務所運営・業務に役に立つ誌面づくりに努めてまいります。アンケートへのご協力をぜひよろしくお願いいたします。

ミロク情報サービス 経営企画・広報IRグループ 行 FAX 03-5360-3430

CHANNEL
読者アンケートへのご協力をお願い

いつも本誌をお読みいただき、ありがとうございます。
より充実した誌面づくりのため、
以下アンケートにご協力くださいますようお願いいたします。

[1] 今号を読んで印象に残った記事等ございましたら、(複数選択可)
該当する記事の□に印をおつけください。
☐ (1) 巻頭 巻頭に登場する大企業・小企業
☐ (2) ミロク会計人会連合会 税理士・公認会計士としての活躍
☐ (3) シリーズ企画・日本のアジェンダの魅力
☐ (4) 事務所経営・経営者としての視点
☐ (5) ミロク会計人会連合会に関する記事 定額制会費
☐ (6) 足踏の生体系をリアルに再現した高知立定額制会費(SATOUJI)
☐ (7) ミロクシステム Q&A
☐ (8) ミロク会計人会からのお知らせ

[2] 今号のシリーズ企画についてのご感想をお聞かせください。
(今回のテーマ：ウェブ会議のポイント)

非常に興味を持った 興味を持った 普通 あまり興味を持たなかった 興味なく読まなかった

[3] 今後のシリーズ企画に対するご希望を以下にお答えください。(複数選択可)
☐ 事務所経営に役立つテーマ ☐ 日々の業務に役立つテーマ ☐ 顧問先への情報提供に役立つテーマ
☐ 税理士・公認会計士の視点から ☐ その他 []

[4] 本誌の内容はどのような方に読んでほしいですか。(複数選択可)
☐ 自らの発展 ☐ 日々の業務 ☐ 税理士・公認会計士の発展 ☐ 顧問先への情報提供 ☐ 職業教育
☐ 厚利に結びついてほしい ☐ その他 []

[5] 本誌に関するご意見、ご要望があればお聞かせください。(任意です)
 []

※下記へのご記入は任意です。

ご回答をお名前(フリガナ) 実務所名
 ご住所
 郵便 () FAX ()

QRコードで
アクセスいただき
WEBからも
回答できます!

本誌に同封されているこちらのアンケート用紙からお答えいただくか、QRコードを読み込んでお答えください

抽選で5名様にQUOカード2000円分をプレゼント!当選結果は発送をもってかえさせていただきます



「我が故郷、信州」

関東信越ミロク会計人会

長野県長野市 北村 真一



私は長野県長野市で生まれ育ちました。ご存知の通り長野県は県土が広く、長野市は県内では北部地方にあたります。

子どもの頃は同じ県内の南部地方、諏訪湖周辺に住んでいたこともあります。同じ県内でも方言や習慣が異なり、当時は慣れるのに苦労した記憶があります。ですが、今でもその頃の友人と話していると、普段は使わなくなったその頃の方言に自然と戻ってきます。同じ県内に故郷が二つあるような感覚です。

大学入学以降は長い間東京や埼玉に住んでおり、正直なところ、もう長野に帰ることはないと思っていました。その考えを変えるきっかけとなった出来事は二つありました。一つは、東日本大震災とその翌日の長野県北部地震。当時子どもが生まれたばかりで、

本当にこのままでいいのかと考えるようになりました。もう一つは、その数年後、長野市の隣の須坂市の税理士さんとの縁があったこと。その結果、子育てを長野でしようということもあつて、Uターンが実現しました。

Uターンしてみると、昔は何も思わなかったことが魅力なのだと思ってきました。信玄の隠し湯ともいわれる松代温泉をはじめ、車で少し走れば色々な温泉があつて、温泉好きの我が家には絶好のロケーションです。強力なパワースポットとも言われる戸隠神社の周辺をはじめ美味しい蕎麦屋、飲食店がいくつもあります。県内各地の観光地にも、日帰りでも宿泊でも行きやすく、休日の外出にはもってこいです。冬にはスキーやスノーボードも日帰りで行けます。また、四季折々の味覚も楽し

みの一つです。この原稿を書いている今は8月上旬、もうすぐ川中島白桃が食べ頃です。長野市の北、信濃町のもろこし街道のとうもろこしも美味しいです。秋になればシャインマスカットなどのぶどう、その先の冬の初めにかけてはりんご。他にもまだまだあります。



荘厳な雰囲気の戸隠神社 奥社

コロナ禍で思うような外出はしにくいかもしれませんが、ぜひ、自然あふれる信州へお出かけください。

表紙の写真



「日光東照宮 陽明門」
(栃木県日光市)

栃木県日光市の世界遺産・日光東照宮の中でもひとときわ輝きを放つのが「陽明門」です。国宝に指定されており、日本を代表する最も美しい門の一つと言われています。2017年に平成の大修理を終えた同門には、故事逸話や子どもの遊び、聖人賢人など500以上の彫刻が施されています。
(関東信越会・遠井洋子)

MJSより

製品解説の動画などをYouTubeで配信中！



MJS YouTube
公式チャンネル

税理士事務所 CHANNEL

発行 株式会社ミロク情報サービス
〒160-0004 東京都新宿区四谷4-29-1
TEL. 03-5361-6309
(経営企画・広報IRグループ)

発行人 是枝周樹

編集企画 ミロク会計人会連合会広報委員会
ミロク会計人会事務局、
経営企画・広報IRグループ

監修 ミロク会計人会連合会広報委員会

配信制作 東方通信社

印刷 耕文社

※本誌に掲載されている会社名及び製品名は、各社の商標または登録商標です。禁無断転載

ホームページにて本誌データを公開しています！こちらをご覧ください

ミロク会計人会

検索

<https://www.mirokukai.ne.jp/channel/index.html>

この1年でサイバー攻撃の 被害件数は4倍に急増しています※1

※1 警察庁「令和3年におけるサイバー空間をめぐる脅威の情勢等について 企業・団体等におけるランサムウェア被害の報告件数の推移」

ランサムウェア、Emotet、サプライチェーン攻撃など
日々新たなサイバー攻撃が誕生しています。
急速に広がるサイバー攻撃には最新でかつ包括的な
セキュリティ対策が不可欠です。



不正アクセス



ランサムウェア



Emotet



FortiGate であらゆるサイバー攻撃から 重要なデータを守りましょう！

NVC NETWORK VALUE COMPONENTS

一歩先の「ニーズ」を満たすネットワーク構築で
私たちは未来をカタチにします。

本書に記載されている会社名、製品名・サービス名は各社の登録商標または商標です。

株式会社ネットワークバリューコンポネンツ
TEL:03-5714-2050 FAX:03-5714-2051
Mail:sales@nvc.co.jp
WEB:http://www.nvc.co.jp/
Fortinet 国内販売代理店