



月刊税理士事務所チャンネル CHANNEL

2021
2
No.474

シリーズ企画

歴史に学ぶ、「コロナ禍」の意味……………2

事務所訪問
税理士法人サリーレ……………6

業界ウォッチャーのトレンド情報NOW……………9

我が事務所の顧問先紹介①
株式会社矢野……………10

我が事務所の顧問先紹介②
株式会社ミツウロコ食品……………12


百年企業
八海醸造株式会社……………14

ミロクシステムQ&A
『所得税確定申告書／電子申告』……………16

会計人のリレーエッセイ
関東信越ミロク会計人会 中村 文男……………19

今月の表紙：上高地の冬景色
場所：長野県松本市

日本の未来—
企業を支える

 ミロク会計人会

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

歴史に学ぶ、「コロナ禍」の意味

コロナ禍によって、これまでの私たちの日常生活や社会・産業構造は大きく変容しました。

そんな中、浜本 隆志氏は著書『ポスト・コロナの文明論』において、これを機に現代社会のあり方や人間のふるまいを考え直すことの重要性を強調しています。我々は今回のパンデミックから何を感じ、何を学び、そして今後にどのように生かしていくべきなのか——。浜本氏に語っていただきました。



浜本 隆志 氏
関西大学名誉教授

1944年香川県生まれ。関西大学名誉教授、博士(文学)、専攻はドイツ文化論・比較文化論。主著に『ドイツ・ジャコバン派』(平凡社)、『鍵穴から見たヨーロッパ』(中公新書)、『モノが語るドイツ精神』(新潮選書)、『欧米社会の集団妄想とカルト症候群』(編著、明石書店)、『現代ドイツを知るための67章【第3版】』(共編著、明石書店)ほか。

比較文明論の観点から見た ペスト禍とコロナ禍

まず、なぜ私が『ポスト・コロナの文明論』を執筆したか、その背景についてお話ししたいと思います。日本での新型コロナウイルスに対する関心は、ご承知のように中国の武漢の医療崩壊、都市封鎖に端を発しています。さらに、来日した中国人観光客からの感染説に加えて、大型クルーズ船「ダイヤモンド・プリンセス号」の感染騒動などが大々的に報道されました。こうして始まった一連のコロナ禍が拙著を執筆するきっかけになったのは事実ですが、私はそれ以前にペストのパンデミックを調べたことがあります。2015年に出版した『欧米社会の集団妄想とカルト症候群』(編著)の中で、中世末期の1350年前後に、全ヨーロッパを襲

ったペスト蔓延時のパンニック状態を調査したのです。それはヨーロッパの人口のおよそ3分の1(推定約3300万人)を失った壮絶な惨禍でしたが、当時の人々はペスト患者の隔離だけではなく、死から逃れるために「むち打ち苦行」や「都市封鎖」を行いました。このパンデミックは中世の封建体制の社会システムを崩壊させ、結果的にローマ・カトリックの信仰を揺さぶり、新しいヨーロッパの近代思想やルネサンスを生み出す契機となりました。

今回のコロナ・パンデミックは致死率では雲泥の差がありますが、現代文明に与える影響力という意味において、まさしくペストの再来のように思えました。また今、世界中で行われているマスク着用、感染者隔離、都市封鎖、検査などは約670年前のヨーロッパのペスト蔓延時にもすでに試みられていた

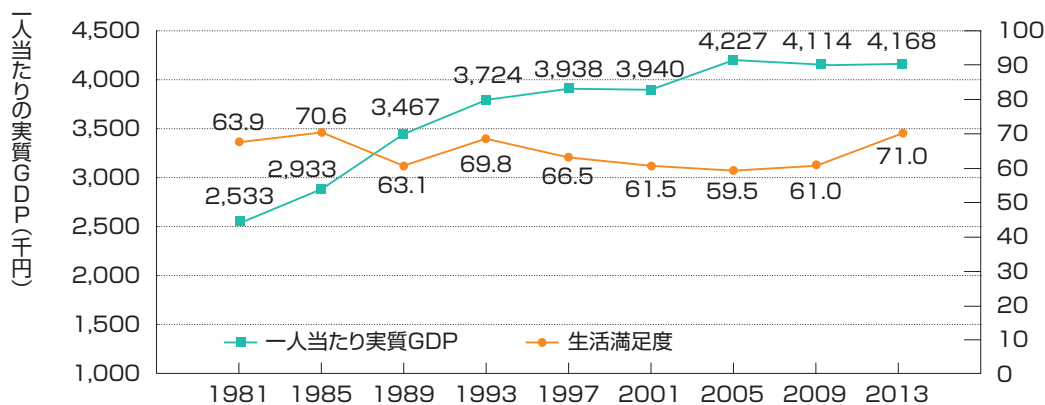
防御方法です(検査は当時では船、現在では通常は空港)。そこで、私は比較文明論の視点から本書を執筆しようと思いいちました。「感染症の歴史と近未来の社会」というサブタイトルは、こうした前史の延長線上に位置づけられ、感染症の連鎖を物語るものなのです。

コロナ禍を機に生まれた 新たなビジネスと働き方

では、コロナ禍が産業や社会、生活にもたらしたさまざまな変化を、現代人はどのような視点・観点で捉えるべきかをあらためて考えてみたいと思います。新型コロナウイルスは都市化した人口密集地域を襲い、次々と感染者を蔓延させるのみならず、波状的に出現し、都市部から地方へと感染地域を広げていきました。これは現代文明に対する痛撃であり、産業や社会への影響は計り知れません。現在もおお、人々は互いの接触を避けるためにマスクを常に着用し、感染者を隔離せざるを得ない状況が続いています。都市部においてはサービス業、特に飲食業が大きなダメージを受けている他、スポーツや劇場型エンターテインメント(ライブ、コンサート、音楽や芸術活動、伝統的な祝祭行事)も苦境を強いられています。収入源を絶たれた飲食店、音

図 GDPと生活満足度の関係

資料:内閣府「国民経済計算確報」「国民生活に関する世論調査」より作成



現在の生活に「満足している」「まあ満足している」と回答した人の割合(%)

楽・スポーツ関係者、役者、芸術家などは創意工夫して活動を継続したり、コロナ禍の収束まで公的な補助金に頼ったりして、なんとか生き延びなければならぬ状況に追い込まれています。

他方、ペストという痛みが近代ヨーロッパを誕生させたように、コロナ禍は新しいスタイルの働き方やビジネスを生み出しました。すでにテイクアウトやデリバリーなどの流通方式、テレワークなどは一般化していますし、ネット通販やオンライン会議システム、IoT、遠隔医療、eラーニングなど

に関するビジネスへの投資が活発化し、多種多様な業界でDX(デジタルトランスフォーメーション)が加速しています。折から人口減の深刻化に直面している日本では、近未来の人手不足とGDP(国内総生産)低下をカバーするため、ありとあらゆる業種・業界におけるICT活用の促進が喫緊の課題となっていました。そうした中であって、コロナ禍は確実にイノベーションを触発させる契機となったのです。

浮き彫りとなったグローバル資本主義の功罪

ただし、コロナ禍の社会変革や技術革新がグローバル資本主義の暴走を助長しかねない危険性には、十分に注意

を払わねばなりません。よく知られているように現代社会はグローバル化していますが、その推進エネルギーは「資本の論理」に基づいています。大資本は労働コストの安い外国で製品を生産し、それを輸入して自国だけでなく世界中に販売し、利益を上げています。現代においてはこのグローバル資本主義が世界経済システムの基本となっており、その延長線上に生まれた一握りの多国籍企業が急速に成長し、一方で世界的に格差や不平等が広がってしまいました。

コロナ禍はこうしたグローバル資本主義の暴走に痛撃を与えたはずでした。製造業のグローバルサプライチェーン(供給連鎖)が分断され、株式や原油価格、各種相場も大きなダメージを受け、資本そのものが溶解させられたからです。ところが、グローバル資本主義は訪れた危機すらビジネスチャンスと捉え、なおもマネーゲームを展開。資本をグローバルに動かし、株式、先物相場、金などを買いあさりしました。また、巨大IT企業はDX加速を追い風に躍進し、従来型のビジネスとの間の二極化をさらに拡大させています。中でもGAFAM※1(次頁)はデジタル・プラットフォーマーとしてより力をつけ、まさに世界規模で情報とモノを結びつ

けるビジネスによって莫大な利益を得続けています。その寡占状態や租税回避を行っている点、個人情報や各種データの取り扱いなどに世界中から疑義が呈されているのは周知の事実です。

コロナ禍はこのようにグローバル資本主義が「利益を国家や国民に還元し、社会貢献する」という本来の企業の使命を忘れ、暴走し続けている状態をあらためて浮き彫りにしたと言えるでしょう。今こそ、「資本の論理」に対するイデオロギーやシステム、倫理観を再構築することが求められているのです。

コロナ禍は地方創生を加速させるか

続いて、ウィズ・コロナ、ポスト・コロナにおける日本の地方創生についても考えてみたいと思います。日本は明治維新から中央集権国家を目指して歩んできましたが、高度成長期以降、東京一極集中という「異形な国のかたち」が生まれてしまいました。東京と地方の格差が拡大し、近年、それを是正すべく地方創生が叫ばれるようになりました。しかし、現在の国がトップダウン方式で地方自治体に総合戦略の策定などを求め、それを採点するという構造でやっているうちは地方の主体性や積極性を引き出せず、地方

分権につながるような動きが生まれてくる見込みはないでしょう。企業も東京に本社機能を置いておく方が効率的だと考えています。東京に集中している企業だけでなく、官公庁ですら同じ考え方です。例えば2021年に決まっていた小所帯の文化庁の京都移転すら、22年以降に延期されるありさまです。政治の側から道州制のメリットを叫んでも、その実現は遅々として進んでいません。

ただ、これまで東京への人口流入過多という状況がずっと続いてきました。20年12月の総務省の発表によると、コロナ禍以降、東京の人口が5カ月連続で減少に転じ、11月では4033人減となったとのこと。理由としてはコロナ禍の影響が最も大きく、個人的な決断もありますが、多くは企業の方針転換によるものです。例えばパソナ本社の淡路島移転が打ち出され、多くの社員が移動しました。テレワークを活用すれば、地方でも仕事は可能となるからです。

また、特筆すべきモデルは徳島県神山町のケースです。現在、神山町は人口5千数百人ですが、かつては人口減少に苦しむ典型的な過疎の田舎町でした。風光明媚な自然に恵まれていると

はいえ、特産物といえばスタチクらしい。そこに仕掛け人が地方の行政とタイアップし、最新のIT産業誘致を目指して「グリーンバレー構想」を打ち出し、そのための環境整備を徹底したので。その結果、11年には町の人口が増加に転ずるといふ奇跡が起こりました。ICTビジネスを手掛ける起業家たちが集まり、古民家を活用したサテライトオフィスは今では59軒（18年）もあるといわれています。

このような流れが、日本の各地方で徐々に広がり始めています。皮肉なことにコロナ禍によってその流れが促進され、産業構造の変化を促し、人々の考え方や行動指針にも影響を及ぼしていることは、先に指摘した東京の人口動態に表れています。今後、東京一極集中は次第に是正されていくものと考えられますが、国から地方へのトップダウン型ではなく、地方が自発的にそうした取り組みに乗り出すボトムアップ型の地方創生が加速することを期待したいところです。何しろこの日本には江戸時代、幕藩体制によって豊かな地方文化が開いていたのですから。

成長神話から脱却し 人間本来の価値に触れる

コロナ禍が社会・産業構造に与える

影響と、それを受けて現代人がいかに従来のグローバル資本主義や中央集権的な国家運営を捉え直すかといったことを考察してきましたが、総じて「成長神話からの脱却」がこれからのキーワードとなるのではないのでしょうか。

人々は基本的に「文明は進歩していくものだ」という確信を抱いています。これがもともとヨーロッパ型の発想であり、近代ヨーロッパの自然科学の発達がモノを生みだし、それが人間の欲望を満たして豊かな生活をもたらすという世界観に基づいています。日本には本来、循環型の世界観が根づいていましたが、明治時代以降にヨーロッパの世界観を導入し、産業革命による工業立国を目指すようになりました。その後、農村から都会へと人口が移動し、農地の縮小や環境破壊などが進み、農業生産国から工業製品の製造・輸出国へと大転換を果たしました。その結果、高度成長期には工業製品の輸出によって、バーター取引のように農産物を輸入し、世界各地から輸入された農産物が市場にあふれ、飽食を謳歌することとなったのです。しかし農業の軽視は近年、食料自給率（カロリーベース）の低下を招いています。統計によると1960年代以降の食料自給率はどんどん低下し、18年では37%

となつていきます。平穏な時代には「食料は外国から輸入すればいい」という発想で乗り切れますが、この度のような災禍で世界的な食料事情が急変すると、きわめて由々しき事態に陥るのは誰の目にも明らかです。日本はバブル崩壊を経た後も経済発展を第一とする成長神話から抜け出せていませんが、コロナ禍がその成長神話の脆弱性をあらわにしたことで、農業回帰の動きも徐々に盛り上がってきています。

成長神話の呪縛から抜け出すためには、経済成長とは別の価値や尺度で社会のあり方や生き方を捉え直すことが肝心です。例えば、OECD（経済協力開発機構）が調査している各国の幸福度ランキングは、今後の社会のパラダイムを別の角度から眺めてみるきっかけを与えてくれます。この調査では所得、健康と寿命、社会支援、自由、信頼、寛容さといった項目から幸福度を割り出しており、20年度の世界ベストテンは、以下のようになっています。

※1 GAFAM(ガーファ)……米国の主要IT企業のグーグル(Google)、アマゾン(Amazon)、フェイスブック(Facebook)、アップル(Apple)の総称。マイクロソフト(Microsoft)を加えて、GAFAM(ガーファム)と呼ぶ場合も。インターネットを軸に検索やショッピング、ソーシャルネットワーク、携帯アプリといったプラットフォームを生かしたビジネスをグローバルに展開している。
※2 SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)……Twitter(ツイッター)、Facebook(フェイスブック)、Line(ライン)、Instagram(インスタグラム)など、登録者同士が交流し、社会的なつながりをつくりだせるウェブ上の会員制サービス。

『ポスト・コロナの文明論』

—感染症の歴史と近未来の社会—

浜本 隆志／著
2020年、明石書店



コロナ禍によって人間の生活基盤が大きく揺らぐ中、西洋中世史を専門とする著者が比較文化的に現代文明の全体的な危機に焦点を当て、近未来の社会のあり方を問うた「これまでの／これからの社会を基礎から知るための、もっともわかりやすい本」。3章立ての構成となっており、第1章ではコロナ禍によって暴かれた現代文明の弱点を分析、第2章では感染症が世界史においてどのような役割を果たしてきたのかを示し、第3章ではそれらを踏まえ、ポスト・コロナの社会のあり方を提言している。

世界幸福度ランキング 2020

- 1 フィンランド
- 2 デンマーク
- 3 スイス
- 4 アイスランド
- 5 ノルウェー
- 6 オランダ
- 7 スウェーデン
- 8 ニュージーランド
- 9 オーストリア
- 10 ルクセンブルク

これらの上位諸国は、いずれも比較的人口の少ない福祉国家であるという共通項があり、富の配分が不満のない形で行われていることがうかがえます。なお、アメリカは18位、日本は62位、ロシアは59位、中国は94位というように、GDP上位や人口の多い先進国はベストテンには入っていません。つまり国の豊かさを測る指標とされているGDPは、国民の幸福度とは一致し

ないのです。

幸福度を測るには、モノの豊かさの他に良好な人間関係や心身の健康など多くの要因があります。特に人間関係は、モノよりも幸福度を大きく左右すると言われています。家族や配偶者、恋人、その他身近なコミュニティにおける人間関係がうまく機能していると、幸福度は上昇します。現代の日本ではかつての近隣共同体が崩壊し、家族も核家族化しており、独身者の比率もどんどん高まってきて、人間関係が希薄になる傾向にあります。SNS※2で個人同士がつながりやすくなってはいませんが、ここでは表層的な交流に終わることが多く、各人は孤立しているのになかなか幸福感が得られません。最近では3密を避けるため人と人が直接会う機会が減じ、オンラインでのやりとりが多くなっているのですが、ますます孤立感や孤独感が高まってしまいうことが懸念されます。しかし逆にこうした状況だからこそ、「オンラインでいかに心のこもった交流をするか」「オンラインだからこそ普段会えない遠方の友人などともやり取りできる」といった発想で創意工夫を凝らしたり、新たなツールが生まれたりしているのは素晴らしいことです。コロナ禍によって社会活動や企業活動、生活に大きな制約を

受けたことで、多くの人々が経済性や効率性に捉われなくなり、人間として生きる上での価値観に気づき始めています。過去のペスト禍も従来のヨーロッパ人の世界観の再考を促し、ルネサンスや宗教改革を生み出していました。ちょうどそれと同じように、コロナ禍も私たちの生き方や考え方に大きな変革をもたらしているのです。

閉塞状況にあっても 近未来に希望を見出そう

最後に、この生き方や考え方の変化についてもう少し踏み込んで考えてみたいと思います。コロナ禍の中で毎日、テレビや新聞、インターネットで新型コロナウイルスの感染拡大状況が報道され、医療崩壊の危機が伝えられたことで、人々は通勤・通学・買い物などにおいても密なる接触を避けるために神経を尖らせるようになってしまいました。最近ではイギリスから変異種が流入して大騒ぎになっています。この状況が人間の心理面に大きなストレスを与え続け、それが社会の閉塞状況を醸成しています。こうした状況がいつまで続くかわからないとなると、ストレスやフラストレーションは増幅され続けます。課題は一人ひとりのこの負の感情や思いをいかにして払拭するか

です。

これは多分に心理学に関連する問題ですが、ストレス発散の方法や未来への展望を持つことが必要です。没頭できる趣味や特技、スポーツ、読書などがあれば気分転換になります。また園芸や農作業など、自然と向き合う生活が見直されています。さらに、ワクチンや治療薬、抗体免疫などの可能性を考えると希望も湧きます。もちろん慎重な治験が不可欠ですが、科学者の叡知を信じ、平穏な日常が戻るのを夢見することは、精神衛生上必要です。『日はまた昇る』（ヘミングウェイ）のように、出口の灯りは見えています。時代の閉塞状況だけを見るのではなく、個人でできる範囲でストレスを発散したり、オンラインでのコミュニケーションの取り方を工夫したりすることで、近未来を展望する心の余裕を持つことが重要だと思います。

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!



中央が代表の岸 久貴先生。そして経営幹部の押坂 隆一マネージャー(右)と矢田部 善史マネージャー(左)

「Lead to Success」をキーワードに 顧問先企業を徹底サポート

創業支援をはじめ、顧問先企業のビジネスを成功に導く手厚いサポートが評判の税理士法人サリレ。昨夏に開所したばかりのスタイリッシュな新オフィスでは数多くの若手スタッフが働き、活気に満ちています。代表社員の岸 久貴先生にこれまでの歩みと展望を伺いました。

——まずサリレグループの全体像を教えてくださいませんか。

岸 久貴代表社員（以下、敬称略） 税理士法人サリレを中心として、総務・秘書などのバックオフィス業務を担う（株）サリレラヴォアール、M&Aや事業承継、不動産売買のサポートなどを手掛ける（株）サリレアフエット、生命保険・損害保険の販売代理店である（株）保険バンク、そしてグループ全体を統括する（株）サリレセントラルの計5社で一体となって層の厚い顧問先支援を展開しています。

多彩な人材を集めて 新たなスタート

——その体制を整えるに至るまでの経緯を伺いたいと思います。2011年3月の東日本大震災が大きな転機となったそうですね。

岸 あの大災害を経て「これまで通りの仕事のやり方ではダメだ」と痛感したのです。当時はまだ税理士法人化もしておらず、4人いたスタッフは全員が事務要員。顧問先とのやりとりから入力、決算まで、ほとんどの業務を基本的に私が担っていました。当然のことながら、このような体制では突発的な災害や不測の事態を乗り切れず、永く持続的に顧問先を支えていくことができません。そこで、思い切った多様な中途人材の獲得に乗り出したので

事務所 訪問

税理士法人サリレ

所在地 栃木県宇都宮市戸祭3-6-4
TEL 028-663-8788
設立 2006年
職員数 36名



看板を掲げない外観。
手前の赤いアウディは社用車



宇都宮市



初来訪者を驚かせる瀟洒なミーティングルーム



建物2階にある広々とした執務スペース



オフィス内にラウンジを設け、癒しの空間も

す。当時のMJSの担当者が「岸先生が単独で事務所を引っ張っていくのではなく、特別な技能を備えた人材を複数仲間に加えてチーム戦で事に当たるべきです」とアドバイスしてくれたことにも背中を押されました。

——どんな人材が加わったのですか。

岸 前職がシステムエンジニアでITに精通した人材、ファイナンシャルプランナーの有資格者、広告代理店での勤務経験がある営業など、非常に頼もしいメンバーが集まりました。彼らは現在も当グループの中核を担っています。

——新たなチームで再スタートを切って4年後には税理士法人化を果たされ、昨年の夏には新たなオフィスを開設しましたね。今日はその新オフィスにお邪魔していますが、実にスタイリッシュで洗練された構えと造り、内装に驚きました。どんなコンセプトがあるのでしょうか。

岸 「光」をテーマに、明るく開かれた空間を演出することにこだわりました。会計事務所という、顧問先企業のさまざまな情報をお預かりしていることもあって、ともすれば閉鎖的なイメージを持たれてしまいがちですが、それを変えていきたいのです。税理士は常に顧問先企業に活力を与えられるよう

な存在でなければならぬと、私は考えています。それを形にしたのがこのオフィスです。

ワンストップでの創業支援に注力

——顧問先企業へのサポートについて、得意分野や特長を教えてください。

岸 何といっても創業支援ですね。ここ最近、年間平均80件のペースで新規顧問先が加わっていますが、そのうち約6割が創業・起業の相談です。栃木県は製造業や建設業が強いのですが、当グループではIT企業や飲食業、美容系といったサービス業が多く、エリアとしては地元の栃木県はもちろん、東京都内や千葉県、埼玉県、神奈川県まで幅広く、北は北海道から南は沖縄まで全国をカバーしています。

——サリールグループならではの創業支援の強みをお聞かせください。

岸 グループ全体でワンストップのフォローができることです。①借入先の金融機関を紹介する「金融支援」、②明確な目標を設定し、その達成に向けた事業計画をつくる「事業計画支援」、そして③家族や従業員を抱える経営者の責任として生命保険・損害保険を提案する「リスクマネジメント」、この3本柱で起業家を支えています。

もちろん創業期のみならず、成長期から成熟期、第二創業などのステップアップまで顧問先企業と並走し、その時々々のステージに応じたサポートを行っています。その中で常に大事にしているのが、当社の企業理念でもある『Lead to Success』。顧問先の真横に並んで走る二人三脚ではなく、あくまでも顧問先の一歩前から手を引いたり、一歩後ろから背中を押してあげたりすることで成功に導いていく……。それがサリール流です。

——「サリール」はイタリア語で「飛躍」を意味する言葉だそうですね。これまで大きく飛躍した顧問先企業の事例をいくつかお聞かせいただけますか。

岸 例えば、1人1店の個人事業からスタートした美容師さんがいました。創業5年で10店舗展開、従業員数も50人くらいの規模になり、栃木県内でも有数のサロンに成長しました。飲食業でも創業から約10年で海外に複数の和食料理店を出店している事業者がいます。いずれの経営者にも共通するのは、私たちの助言に耳を傾け事業計画と資金計画をしっかりと立てたことです。また建設業でも、従業員たった3人での創業期からサポートして、今や約100人を抱え売上も数十億円に達



“Lead to Success”を掲げ、顧問先の成長を支援し続ける岸 久貴先生

し、全国に拠点を展開している地場企業があります。その会社のことは社外取締役として、今も継続して経営サポートをしています。

日々のコミュニケーションでスタッフの人間力を磨く

——年々、人員拡充を進め、現在では40人近いスタッフを抱えているそうですね。その人材教育についてはどのようなことを実践しているのでしょうか。岸 税理士はサービス業ですから、顧問先企業の経営者が一体何を求めているのか、どう付き合っていくべきかを常に先回りして考えなければなりません。そのため人間力をいかに形成するか、ということを入材教育において何より重視しています。日頃の報告・連絡・相談は当然として、とにかく社内ミーティングを細かく定期的に行って、コミュニケーションを重ねる中でスタッフ一人ひとりの人間力を養うよう心掛けています。また、当グループでは新人には必ず入社後3年間、寮生活を送ってもらっているのですが、これも先輩・後輩の共同生活の中で人

間力を培ってもらうのが一番の狙いです。最後に、今後の展望をお聞かせください。岸 コロナ禍で会計事務所を取り巻く環境が大きく変化しつつあります。記帳代行や自計化支援など、経理を締めるといったことから、経理を通じて何を伝えるかへと、仕事の質・内容が変わってくるのではないかと思います。職業会計人として顧問先にいかに寄り添えるかが大事になり、そのためには最先端の技術や知識を常に吸収し、提供

History & Story 税理士までの歩み

宇都宮市材木町にある(有)材木町事務所の田中正夫先生のもとで学びつつ、大学院に通っていたという岸先生。2004年に28歳で税理士登録を果たすとともに、同じく税理士の女性と結婚。しばらくは引き続き材木町事務所に通いながら、自らの開業税理士としての営業活動も行うという非常に多忙な日々を送ったそうです。06年には晴れて独立し自宅兼事務所を建て、地元・宇都宮商業高校の高校生を雇って本格的に岸久貴税理士事務所としての活動をスタート。本文で触れたような奮闘を経て、16年11月に税理士法人化、税理士法人サリーレを立ち上げました。

することが肝要です。先述した「Lead to Success」にもつながりますが、顧客の一步先をいく提案をする。これが差別化要因になると考えます。そして目標としては、この先数年で従業員規模を倍にし、しっかりと地域に根を張った地場企業になりたいですね。と同時に、4〜5年かけて拠点を全国に増やし、各地の先生方との連携関係の構築にも力を入れ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。

業界ウオッチャーの トレンド情報 NOW

元税金専門紙・税理士業界紙の編集長である業界ウオッチャーが伝える、会計事務所業界関連の最新情報！旬な話題を読み、事務所経営や顧問先へのアドバイスにご活用ください。

File 12

アフターコロナは 消費税調査が厳しい



宮口 貴志 氏

税金・会計ニュースを他では読めない切り口で伝えるメディア「KaikaiZine」の編集長。税金の専門紙「納税通信」、税理士業界紙「税理士新聞」の元編集長で、現在は租税調査研究会の事務局長の傍ら、会計事務所ウオッチャーとしても活動。
「KaikaiZine」ホームページ ● <https://kaikeizine.jp/>

経過措置も消費税調査強化の要因

ここでは、消費税還付申告の調査先選定等については省きますが、新規還付または高額還付申告の場合は、還付申告が提出され表面上の検算に問題がなくても、速やかに還付処理に回るケースは少ないようです。

消費税調査が厳しくなるもう一つの理由が、令和元年10月1日からの消費税増税です。旅客運賃や電気料、請負工事や資産の貸付などは、経過措置の適用条件に合致すれば、旧税率である8%が適用されます。令和元年10月1日以降の消費税にかかる取引は、軽減税率適用取引以外10%。輸入貨物に関しては、経過措置の適用はありません。経過措置適用は原則、各経過措置に当てはまる取引のみ適用可能ですので、十分に注意が必要になります。経過措置だけでなく、軽減税率の8%と旧税率の8%では、消費税率と地方消費税率が異なります。

消費税においては、経過措置を含めミスしやすいポイントが山積みである他、不正還付への対応など、調査を厳しくする条件が揃っています。調査立ち会いも税理士業務の一つですから、**「新しい消費税調査立ち会い」の知識・勉強に力を入れていきたいところ**です。

昨年10月、国税当局による消費税の

一斉調査が行われたとの報道がありました。コロナ禍の影響で控えられてきた税務調査が「10月から通常通り再開する」と、国税庁が日税連に到達してきた矢先の報道だっただけにインパクトがあったものと思います。

報道の内容としては、国税当局が全国の免税店などを対象に消費税の一斉調査を行い、約80の法人・個人から計約40億円を追徴課税したというもの。うち約30億円は「金」の買い取り業者2社への課税で、仕入れ税額控除の前提となる「金」の買い取りに関する帳簿記載に裏付けがないと判断しました。報道では「東京国税局は、東京都台東区の地金買い取り会社「甘露商事」に、2019年8月期までの3年間で、過

少申告加算税を含め約24億円を追徴課税（更正処分）した」としています。

消費税調査の切り札「機能別職員」

この報道で感じたのがアフターコロナでの税務調査の在り方です。注目は「消費税調査」。消費税は、一般会計での税収も令和2年度は所得税を抜き21兆7000億円を予算額として見込んでおり、「預り金」的な意味合いがあるため、法人税や所得税と異なり厳しい調査が予想されます。その中でも、より厳しくなると思われるのが消費税の還付申告。国税庁は現在、消費税の不正還付の撲滅に注力しています。前述の調査案件もそのいい例です。

課税当局が消費税調査の切り札として期待しているのが「機能別職員」に

よる「広域調査」。「機能別職員」とは「専門分野（税目）」であり、「広域調査」は税務署の枠を超えた調査ということです。

実は、消費税の不正還付の調査は、東京国税局（管轄は東京都、神奈川県、千葉県、山梨県）を例にとれば、今年から東京上野税務署に専門部門が配置され、税務署から機械的に還付申告に回らない案件に関して集中的に審査・審理を行っているといえます。国税OB税理士の話では、「例えば、法人が渋谷税務署管轄なのに、調査時に調査官の一人が東京上野税務署の名刺を出してきたら消費税専門部隊である可能性が高く、深度のある調査が行われることを覚悟しておくべき」と指摘します。

我が事務所の 顧問先紹介① (株)矢野

化学品専門商社でありながら、伝統的建造物を活用した銘茶事業や飲食事業などを展開する(株)矢野。群馬県の桐生市とみどり市を代表する老舗企業として、コロナ禍にあっても地域をリードし続けています。税理士法人向田会計の向田 靖代表社員が同社の鍵田 実社長にインタビュー、老舗ならではの歴史や昨今の取り組みについて伺いました。

柔軟な事業展開で長寿企業に

向田 靖代表社員（以下、敬称略）ま

ずは御社のルーツからご紹介ください。

鍵田 実社長（以下、敬称略） 当社のルーツは「三方よし」の商法で知られる近江商人です。その中でも蒲生郡日野町出身の「日野商人」と呼ばれる商人であり、同地の特産品であったお椀や荒物雑貨、薬をメインに北関東で行動を行っていたそうです。そして、寛延2年（1749年）に2代目の矢野久左衛門（宗仙）が上野国桐生新町二丁目（現在の群馬県桐生市本二丁目）

貨店である矢野呉服店を開業。さらに1928年には銘茶部門を立ち上げています。既に矢野呉服店はありませんが、銘茶部門は現在もグループ会社の（株）矢野園（2020年に分社化）が運営し続けています。

向田 現在の主力事業である化学品の卸売業はいつ頃から始めたのでしょうか。

鍵田 もともとは繊維産業向けの染料を中心に扱っていたのですが、高度経済成長期以降は繊維産業の勢いがなくなり、両毛地域にはプラスチック成型工場などが増え、近年では工場団地なども整備されていきました。そして、当社もその変化に対応し、樹脂の材料や出荷資材などを取り揃えたり、配送事業を立ち上げたりしながら、化学品専門商社へと進化を遂げていったのです。ちなみに、現在の化学関連事業は、化学薬品などを取り扱う化成部品、汎用プラスチックなどを取り扱う樹脂部、包装・物流資材を取り扱う合樹製品部、エコを提案する環境事業部から成り立っています。

向田 コロナショックも含め、現代も激動の時代と言えますが、こうした変化に対応するためにどのようなことを心掛けていますか。

鍵田 展示会などに足を運んだり、取

に店舗を開き、清酒醸造と質商を開業、商号を近江屋喜兵衛と称したのが当社の始まりとされています。事業はその後順調に拡大していき、荒物商や味噌醤油醸造、呉服太物商なども営むようになっていったそうです。

向田 ささまざまな商いをしていたのですね。

鍵田 時代や地域のニーズにマッチした商いをしてきたのだと思います。例えば、醸造業は明治初期にやめていますが、桐生が繊維産業で栄え始めてからは呉服業などに注力し、1927年には10代目久左衛門が桐生で最初の百



各地の銘茶などを販売



店舗内は歴史を感じさせる造りになっている



矢野本店店舗の外観

引先のもとを訪ねたりして、最新の情報やニーズを得るようにしています。2020年はコロナ禍の影響でなかなかそれができなかったのですが、最近ではITを活用した情報収集などにも取り組んでいます。

周辺地域の活性化にも尽力

向田 そういった多様な取り組みの根幹にはどのような経営理念があるのでしょうか。

鐘田 当社は「有鄰^{ゆうれい}と温故知新の精神を忘れず、信用を重んじ、人を愛し、仕事を愛し、社会の発展に貢献する」という言葉を経営理念として掲げています。有鄰とは『論語』の一節にある「徳不孤必有鄰」から引用したもので、「徳のある人は決して孤立せず、必ず志の同じ人達が集まって来るものであ

る」という意味があります。この経営理念があるからこそ、筋を通しながらさまざまな事業を展開することができているのです。

向田 矢野本店店舗（矢野園の店舗）では銘茶や米、酒類の販売の他、喫茶事業を展開していますが、御社はその周辺の活性化にも精力的に取り組んでいますね。

鐘田 桐生新町重要伝統的建造物群保存地区にある矢野本店店舗は、桐生市の重要文化財に指定されています。また、当社がかつて酒・醤油・味噌などの醸造業を営んでいた頃の建物群である「有鄰館」（ビール蔵を除く10棟が桐生市指定重要文化財）は1994年に桐生市に寄贈し、現在は文化活動の拠点として活用されています。その他、2017年には有鄰館に隣接して

いる旧前原邸を買い取り、修復した上で19年に初代の名前を冠した「近江屋喜兵衛」という食事処を立ち上げました。近江日野牛のしゃぶしゃぶや旬の食材をふんだんに使った料理を提供しており、広々とした空間の中でゆっくりと食事をとることができるとあって、リピーターの数は着実に増加中です。弁当をはじめとしたテイクアウトも人気を集めています。伝統的建造物の維持には莫大な手間と費用がかかりますが、これらは地域の大切な観光資源でもあるので、今後も有効活用していきたいと考えています。

向田 これからも老舗企業として地域を牽引し続けてください。本日はありがとうございました。



（左から）向田 靖代表と鐘田 実社長

鐘田社長について

（株）矢野さんは桐生市とみどり市で一番の老舗企業であり、長年にわたってこの地域の活性化に努めてこられました。当事務所とは私の父の代からのお付き合いですが、これからも共に激動の時代を乗り越えながら、地域を牽引していければと思っています。

ちなみに、（株）矢野園が運営している「近江屋喜兵衛」は私もお気に入りの飲食店の一つです。格式ある落ち着いた雰囲気の中でおいしい料理をいただけるので、会食の場としても重宝しています。コロナ禍の影響で気苦勞も多いかと思いますが、これからも伝統的建造物群を生かしながらさまざまな事業を展開して欲しいと思います。（向田先生）

税理士法人向田会計

代表 向田 靖
所在地 群馬県桐生市末広町6-10
MSビル2F
Tel. 0277-45-2160

株式会社矢野

代表者 鐘田 実
創業 1717年
資本金 9000万円
事業内容（グループ会社含む）
化学品の卸売業、配送業、米や茶、酒類の小売業、飲食業など
所在地 群馬県みどり市笠懸町久宮115
Tel. 0277-77-7311



食事処の建物内奥には昔の写真や文書が閲覧できるスペースも



2019年にオープンした食事処「近江屋喜兵衛」



店舗内には喫茶スペースもあり、ゆっくりとくつろげる

我が事務所の 顧問先紹介② (株)ミツウロコ食品

いわき常磐エリアを代表する
練り物メーカー、(株)ミツウロコ食品。
時代の変化とともに業界全体が苦境に陥る中、
同社の商品は依然として根強いファンに
支えられています。菅原税務会計事務所の
菅原一禎所長が同社の根本嘉夫社長に、
その背景や秘訣についてインタビューしました。



看板商品「カステラ」とパッケージ見本



こちらも人気の「天宝」とパッケージ見本

独自製法と徹底した衛生管理体制

菅原 一禎所長（以下、敬称略） 御社
と私どもの事務所とは、お互いの先代
の時代から数えてもう60年以上の付き
合いになります。この機会に、あらた
めて御社の歩みをお聞かせください。
根本 嘉夫社長（以下、敬称略） 当社
の工場は、現在では内陸のJ.R常磐線
大津港駅の近くに立地していますが、
元をたどれば戦後間もない1948年
（昭和23年）、シベリア抑留から戻っ
てきたばかりの父が港のある平潟町で商
売を始めたのが原点です。地元のカマ

ボコ職人とともに自宅の土間でチクワ
屋を始め、その後サツマ揚げも作るよ
うになったと聞いています。そして数
年後には、そうした個人事業主が複数
寄り集まり、原料（平潟港で揚がる雑
魚）の共同購入のための組合を立ち上
げたそうです。同様の動きが近隣でも
多数起こり、徐々にいわき常磐エリア
の練り物産業が発展していったのです。
その後、時代の変化とともに、練り
物の原料には主にアメリカ産スケソウ
ダラの冷凍すり身が使われるようにな
っていきました。アメリカ沖の船上で
加工されたものを商社・水産会社が問

屋に売り込み、それを当社のような練
り物メーカーが商品化する、という流
れになっています。

菅原 昭和50年代中頃までは、福島県
いわき市から北茨城市にかけて約50軒
も練り物メーカーが点在していたそう
ですね。

根本 まさにその頃がピークでした。
人口減やギフト需要減、食の欧米化な
どの影響でこの業界はどんどん衰退し、
現在では北茨城市内に練り物メーカー
は当社を入れて3社ほどしか残ってい
ません。

菅原 そんな中、御社では81年、起死

回生の商品を打ち出して苦境を乗り切
りました。現在も看板商品となってい
る「カステラ」の魅力をお聞かせくだ
さい。

根本 同じ原料や調味料でも、製法や
管理方法によって味わいや食感が全く
変わってくるのが練り物の難しいところ
です。原料を練り上げてすぐに機械
で成型し、揚げるのが普通ですが、当
社の「カステラ」は独自の「手造り低
温坐り製法」で作っていることが最大
のポイントです。手作りで練ったタネ
を冷蔵庫で一晩熟成させてから、手作
業で一枚一枚揚げることで、やわらか



(左から)根本 嘉夫社長と菅原 一禎所長

根本社長について

本文でも触れた通り、(株)ミツウロコ食品さんと私どもの事務所の付き合いは60年以上。現在92歳の父と私は2代にわたって、同社の苦境や躍進などさまざまな変転を見守ってきました。その歩みを振り返ってみると、どんな苦しい状況にあっても決して諦めず粘り強く再起を図ってきた同社の姿勢に感服します。業界全体が衰退していく中で果敢に新商品開発に挑戦したこともそうですし、2011年の東日本大震災の津波が北関東沿岸部を襲った際にも、被災後1カ月たたぬうちに工場の再稼働に踏み切るなど、地場企業として実に頼もしい存在です。今後もより一層の活躍を期待しています。(菅原先生)

菅原税務会計事務所

所長 菅原 一禎
所在地 茨城県日立市東成沢町1-6-8
Tel. 0294-22-8335

株式会社ミツウロコ食品

代表者 根本 嘉夫
設立 1948年
事業内容 水産食品加工・販売
所在地 茨城県北茨城市関本町
関本中2677
Tel. 0293-46-0456



イカ入りや7つの具材入りなど、魅力的な商品は他にも



衛生管理が徹底された環境で食品を製造



(左)同社のホームページでは、商品を用いたレシピや工場の紹介、野菜へのこだわりも綴られている
(右)「食品衛生優良施設」として厚生労働大臣賞を受賞した工場



でありながらしなやかな弾力を備えた逸品に仕上げているのです。

菅原 10〜11年後に生まれたもう一つのヒット商品「天竺」とともに、「カステラ」は今や地元北関東や首都圏を中心として全国のスーパーチェーンに展開しています。魅力的な商品作りだけでなく、徹底した衛生管理体制も取引先からの評価を高めているのだと思うのですが、そのあたりいかがでしょうか。

根本 おかげさまで、2017年に「食育衛生優良施設」として厚生労働大臣賞を受賞することができました。これは現在の工場が稼働して約30年間、衛生管理に取り組み、工場内の衛生環境を維持し続けたからこそ得られた栄誉であり、お客様の信頼感にもつながるものと実感しています。

次世代を見据えた取り組み

菅原 まさに継続は力ですね。最後に、これからの御社を支えていく人材についてお聞かせください。新規採用などはうまくいっていますか。

根本 現在、従業員数は約45人、平均年齢は40歳ほどで、若手も積極的に採用しています。また、未来の地元雇用促進やファンづくりも見据え、地元小学生たちの社会科見学も毎年受け入れています。「地元こんなにおいしいものをつくる工場がある」と知ってもらうだけでも意義があるので、地道に続けていきます。

菅原 次代を担うご子息も、既に入社されていますね。

根本 彼は専門学校で経理を学び、調理学校に通った上で入社したので頼もしい存在です。これからはますます個性的な魅力を持った商品で勝負する時代になっていくと思います。ぜひ新たな商品開発などにもチャレンジしてほしいです。

菅原 ぜひこれからも、末永く地域が誇る企業であり続けてください。

八海醸造(株)

新潟 Niigata

南雲 二郎社長

清酒「八海山」の製造を軸に 魚沼の魅力を最大限に発信する

清酒「八海山」の蔵元として知られる八海醸造(株)は「未来永劫、存続する会社」を目指し、日本酒造りだけでなく、さまざまな事業に挑戦し続けている。日本酒業界と魚沼地方を牽引する同社の先進的な取り組みについて、3代目の南雲 二郎社長に聞いた。

八海醸造(株) ●新潟県南魚沼市長森1051 TEL 0800-800-3865 www.hakkaisan.co.jp



新潟県南魚沼市にある酒蔵「第二浩和蔵」

魚沼の自然を凝縮させた酒造り

新潟県南魚沼市にある名峰・八海山(標高1778m)の麓で、清酒「八海山」を醸造し続けている八海醸造(株)。現在は「八海山」の他、焼酎「宜有千萬」や梅酒、「ライディーンビール」、麴甘酒「麴だけでつくったあまさけ」などの製造、さらには「八海山」を醸造している第二浩和蔵を中心に食事処やカフェ、菓子屋、売店、キッチン雑貨店などを集めた「魚沼の里」の運営などを展開している。

そんな同社が創業したのは1922年のこと。創業者の南雲 浩一氏は3代目の南雲 二郎社長の祖父にあたる。「祖父は地主として地域活性化に努めていたので、当時も地域に酒蔵が必要だ」という思いで事業を興したに違いない」と南雲社長は話す。しかし、当時は現在のように流通網が確立されておらず、地域の需要だけでは売上げを思うように伸ばすことができず、「しばらくは我慢の時期が続いた」そうだ。

この状況を打開したのが2代目の南雲 和雄氏だった。1960年に2代目社長になった和雄氏は、販路を開拓するために関東(主に群馬県や神奈川県)に営業を展開していったのだ。ちなみ



質の良い酒をより多くの人に。量産化を目指すも人手が必要な工程には人材をしっかり投入する

に、同社が理想とする酒は「酒としての旨みは十分にありながら、食事を邪魔せず、いつまでも飲み飽きない酒」。最高品質の酒米と新潟の豪雪地帯ならではの伏流水「雷電様の清水」を使っ

てバランスのとれた淡麗な酒は、アツという間に消費者の心を掴み、「造れば造るほど売れる状態になった」という。だが、この状況に二郎社長はある種の危機感を覚えていた。「1989年頃から生産量が追いつかないようになっていた。市場に十分な量を供給できない状態が続くと、プレミア感ばかりが先行し、いずれは飽きられてしまうのではないかという不安があった」と。こうした背景のもと、同社はその頃から取引先に足を運ぶことを重視するよ

長寿企業を研究する

日本経済大学・後藤俊夫教授の「目」

ひと昔前訪れた際、全ての日本酒が吟醸造りと同じ、感銘を受けた記憶が今でも鮮明に残っています。「どれを選んででもファンランク上の味わいが楽しめる」と高い支持が集まる所以でしょう。

間もなく100周年を迎える今、さらなる革新に挑む精神に全国のファンが期待していることでしょう。「伝統と革新のバランスを重視する」または「伝統とは革新の連続」というスタンスは、ともに日本の誇る長寿企業が胸に深く刻んでいる信念であり、同社にも共通している点でもあります。

「八海山イズム」よ、永遠であれ!

うになった。「度々、訪問の機会を設け、需給バランスが適正か、どのようなニーズがあるかを見極め、生産体制にフィードバックするようにした」と二郎社長は話す。

その一方で同社は適宜、最新設備などを導入し、品質を維持向上しながら生産量の向上を推進。実際、当時の年間生産量(清酒)は約8000石(1石=180ℓ)だったが、2001年頃から現在に至るまで約3万石程度で推移しているという。それと同時に、同社が力を入れ続けているのが人材育成だ。「いかに機械化を進めても酒造りには人の力が欠かせない。そこで、酒造りにかける思いや技術を若手社員に伝えていく体制を整えていった」と二

郎社長は振り返る。

「未来永劫、存続する会社」に

しかし、国内の人口減少や日本酒の需要減は徐々に日本酒業界全体に暗い影を落としている。実際、清酒課税移出数量（国内出荷量）は11333kl（1998年）から467kl（2019年）にまで激減しているのだ。こうした場合、二郎社長は新たな販路を開拓するために、日本酒以外の商品開発にも乗り出すことに。その一つが麹甘酒「麹だけでつくったあまさけ」だ。「既にいくつかの飲料メーカーが甘酒を手掛けていたが、酒蔵として本格的に設備投資などして取り組むのは当社が初で、それ

が面白いと感じ、また私としては蔵人が手掛ける甘酒ならばもっと良いものが見つくれると感じていた。そこで、蔵元にしかできない甘酒を目指し、麹だけで仕込む甘酒の開発に挑戦した」と二郎社長。その読みは見事に的中、甘酒の売上げは順調に伸び、いまや同社の代表的な商品の一つに成長した。その他にも同社はクラフトビールや焼酎を製造しているが、いずれも売上げは堅調に推移している。さらに、2021年からは北海道ニセコ町でウイスキー蒸溜所が本格的に稼働するというから、今後の商品展開も大いに楽しみだ。

もちろん、海外の販路もすっかりと視野に入れている。実際、同社は1990年代後半からアメリカなどへの輸出を進め、現在の輸出は世界26カ国にまで達している。しかし、「世界のワイン市場と比較し、日本酒市場は約4000億円にとどまっている。これからはワインのように文化そのものを世界各地に発信し、定着させていかなければならない」と二郎社長は強調する。そこで、同社は日本酒の啓発活動に注力しているティモシー・サリバン氏を2013年にブランド・アンバサダーに任命、酒造りの一連の流れを体験してもらうなどして、よりダイープな情報発信に努めている。

それは「未来永劫、存続する会社」を目指すということだ。そして、そのためにも「地元である魚沼と共存共栄し続けたい」と二郎社長は微笑む。その思いは、同社が「郷愁とやすらぎ」をテーマに開発した「魚沼の里」に表れている。敷地内には第二浩和蔵を中心とした1000tの雪を収容する雪中貯蔵庫「八海山雪室」、「そば屋長森」、「菓子処 さとや」、「猿倉山ビール醸造所」などが点在し、連日、地域内外の多くの利用者にぎわわっている。「コロナショックを機に地方の魅力があらためて注目されているので、テレワークやワーケーションの拠点としての魅力も発信していきたい。そうすることで地域に誇りとにぎわいを創出していきたい」と二郎社長は力を込める。また「コロナショックが終息し、インバウンドが戻ってきたときに備えて、今のうちに世界に向けて『魚沼』の魅力を発信しておきたい」とも。



同社を代表する銘柄
「特別本醸造 八海山」



2020年8月に新しく発売した（左から）「大吟醸 八海山（精米歩合45%）」と「純米大吟醸 八海山（精米歩合45%）」も今後代表酒になり得る銘柄



ビール、焼酎など多彩な商品ラインアップを有する

右：ヒット商品の一つが麹甘酒「麹だけでつくったあまさけ」下：広大な敷地にさまざまな施設が並ぶ「魚沼の里」



コロナショックは日本酒業界にも甚大な影響を及ぼしているが、二郎社長をはじめとした八海醸造の社員たちはあくまでも前向きに事業に取り組んでいる。このポジティブかつ柔軟性豊富な精神こそ、地域を牽引する長寿企業の原動力なのかもしれない。



関東信越ミロク会計人会

埼玉県深谷市 中村 文男

「私の生まれ育った街、深谷市」

私の生まれ育った街、深谷市は、埼玉県の北部に位置し、人口は約14万2000人である。室町時代に上杉房顕が深谷城を築き、その周辺に城下町が形成されたのが深谷市の中心市街地の始まりと言われている。江戸時代は中山道の宿場町であった。

今年2021年NHK大河ドラマ「青天を衝け」の主人公である洪沢栄一は、深谷市の出身だ。近代日本経済の父と言われ、天保11年（1840年）に深谷市血洗島の農家に生まれた。当初は、倒幕思想を抱いたそうだが、後に徳川慶喜に仕官した。徳川慶喜は、徳川幕府の最後の将軍であるが、財政改革に手腕を発揮した洪沢栄一を重用する。「青天を衝け」では、農民の洪沢栄一が倒幕を志したものの、まるで正反対の幕臣となり、さらに新時代を切り拓く洪沢栄一と徳川慶喜の物語がパラレルに展開するドラマに

なるようだ。出演者は、洪沢栄一役が吉沢亮、徳川慶喜役は草薙剛が演じる。深谷市民は、大いに盛り上がることになるだろう。

この他にも洪沢栄一は、新一万円札の顔としても注目される。2019年4月に財務省は、2024年度上半期に千円、五千円、一万円の紙幣（日本銀行券）を一新すると発表した。なんと新一万円紙幣の表の図柄は、洪沢栄一である。深谷市民は、この件についても大いに盛り上がった。洪沢栄一は第一国立銀行（現在のみずほ銀行）他多くの企業を設立し、日本の資本主義の発展に大いに貢献した人物であり、深谷市の誇りである。

洪沢栄一と同じ深谷市に生まれた私は、2020年に還暦と

なった。税理士となり何か深谷市に貢献できることはないかと考えていたが、固定資産評価審査委員会の委員に推挙され今ではいつの間にか委員長、今年度は3期（1任期3年、市政功労者表彰式で「市政の運営に貢献された方」として表彰された。こんな私にはあるが、少しでも深谷市に貢献できたことを嬉しく思う。



NHK大河ドラマ「青天を衝け」を告知する、地元の看板です

表紙の写真



「上高地の冬景色」
(長野県松本市)

上高地は、長野県松本市にある標高約1500メートルの山岳景勝地です。中部山岳国立公園の一部として、国の文化財(特別名勝・特別天然記念物)に指定されています。手付かずの自然が多く残る、大自然の宝庫と呼ばれ、現在では年間120万人もの人々が訪れるそうです。(上高地観光旅館組合ホームページより)

MJSより

製品解説から経理体操まで
YouTubeで動画を配信中!



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! こちらもご覧ください

ミロク会計人会

検索

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



ビジネスのあらゆるシーンに、ソリューションを。



SAISON PLATINUM BUSINESS AMERICAN EXPRESS® CARD

○年会費22,000円(税込) 年間ショッピング200万円(税込)以上のご利用で、翌年度11,000円(税込)とさせていただきます。

- Business Solution ① 消費税や所得税など各種税金をはじめ、ビジネスユースにも対応できるゆとりのご利用枠。
- Business Solution ② ビジネスに欠かせないサービスを、法人レートのご優待価格で。
- Business Solution ③ 各種税金や広告費などのお支払いで「永久不減ポイント」や「JALのマイル」が貯まり、経費削減にお役立ていただけます。
- Business Solution ④ 出張手配や会食設定は、24時間365日、コンシェルジュが対応。
- Business Solution ⑤ 社員様用の追加カードで、経費処理業務を削減。

お申し込み・詳しくは

<https://www.saisoncard.co.jp/amextop/sbs-new-pn/?P5=7GX>



SAISON
CARD