



月刊税理士事務所チャンネル CHANNEL

2017
2
No.426

シリーズ企画 中国経済と日本 6

事務所訪問
税理士法人イワタックス 2

ミロク会計人会のミリョク 5

中部会企画①
「なごやめし」の魅力 10

中部会企画②
「日本一海女の多いまち」 12


ミロク会計人会からのお知らせ 14

ミロクシステムQ&A
『ACELINK NX-Pro 所得税確定申告書』 15

リレーエッセイ
中部ミロク会計人会 岩田 英人 19

今月の表紙: 熊野古道 まごせ 馬越峠道
撮影: 三重県北牟婁郡紀北町～尾鷲市

日本の未来一
企業を支える

 ミロク会計人会



事務所 訪問

地場産業を下支えしながら独自の業務体制を確立 サービス向上のため各種連携と教育体制を強化

1988年から勤務し始めた税理士事務所を2007年に承継し、税理士法人イワタックスと改称した野末 茂先生。長年にわたって、地場産業であるマスクメロン農家をはじめ、多様な業種・規模の顧問先を支えています。さっそく事務所を訪問し、野末先生に事務所のこれまでと現状、そして未来について伺いました。

——事務所の概要についてお聞かせください。

野末 茂代表社員（以下、敬称略） 私たちの事務所は稲垣辰男公認会計士事務所として1953年に発足し、その後、代表者の変更とともに、竹内育男会計事務所、鈴木勝治税理士事務所、税理士法人鈴木勝治事務所と改称した後に税理士法人イワタックスとなりました。私が入所したのは88年でしたが、当時からすでに20人以上の職員を抱えていました。顧問先で

60年以上の歴史を持つ 磐田市の老舗事務所を承継

特に多かったのは地場産業であるマスクメロン農家で、それだけで毎年、約1000件という膨大な量の確定申告業務をこなしていました。そのため、確定申告の時期になると事務所中がピリピリとした緊張感に包まれていました。現在も数百件のマスクメロン農家とお付き合いがあるので、確定申告の時期は他事務所以上にピリピリとした雰囲気になっているかもしれません。

——その後、どのような経緯で事務所を承継されたのですか。

野末 もともととは独立することを視野に入れていたのです

税理士法人イワタックス

所在地 静岡県磐田市見付2753-2
 設立 1953年(法人化は2003年)
 職員数 28名
 導入システム/ACELINK NX-Pro
 URL <http://www.iwatax.jp/>



が、先代の鈴木勝治先生からのお誘いや私の諸事情もあり、2007年に承継させていただきました。そして、よりサービスの質を高め、地域に根差した事務所を目指していく中で、事務所の移転と名称変更を行うことになりました。

よう力を尽くすことが第一だと考えています。そうすれば、自然と顧問先や地域の皆様から信頼を得ることができ、結果的に多くの方々と末永くお付き合いができるようになります。それが職員とその家族の幸せにもつながっていくと思っています。

膨大な量の経験を糧に多様なノウハウを蓄積

——事務所の強みや特徴についてはいかがでしょうか。

野末 弊所は63年間にわたって、磐田市を中心に静岡県西部地域のさまざまな業種・形態・規模の顧問先に信頼いただき、長年お付き合いをさせていただいています。そうやって培ってきた信頼関係が最大の強みではないかと思っています。

また、長い業歴の中で培ってきたノウハウも強みの一つといえるでしょう。例えば、弊所では現在も多くのマスクメロン農家の確定申告業務を行っているのですが、それについては同業者団体の事務処理として、業務の標準化を推進してきました。具体的にはまず大きな会場を借りて、農家の皆さんに時間を決めて順番に来ていただき、その場で月次の決算資料や出納帳などのチェックを行った上で、それらの資料を持ち帰らせていただきます。そして、事務所に戻ったら職員全員で打ち込みや確認作業を行い、スピーディーかつ正確に決算書を仕上げていくのです。一般的な対応でこまめに膨大な量の作業をこなすのは不可能かと思いますが、弊所では長年の経験とノウハウのおかげで、職員全員がこれら一連の作業を整然と進めることができます。こうなっています。

野末 08年に職員たちに新名称を募り、所内投票によって決定しました。地元である「磐田」と税の「タックス」が掛け合わされており語呂も良いので気に入っています。

——新体制ではどのようなモットーを掲げているのでしょうか。

野末 はっきりとした方針は打ち出していませんが、まずは顧問先の繁栄と幸福のお役に立てる

りて、農家の皆さんに時間を決めて順番に来ていただき、その場で月次の決算資料や出納帳などのチェックを行った上で、それらの資料を持ち帰らせていただきます。そして、事務所に戻ったら職員全員で打ち込みや確認作業を行い、スピーディーかつ正確に決算書を仕上げていくのです。一般的な対応でこまめに膨大な量の作業をこなすのは不可能かと思いますが、弊所では長年の経験とノウハウのおかげで、職員全員がこれら一連の作業を整然と進めることができます。こうなっています。

野末 はっきりとした方針は打ち出していませんが、まずは顧問先の繁栄と幸福のお役に立てる

りて、農家の皆さんに時間を決めて順番に来ていただき、その場で月次の決算資料や出納帳などのチェックを行った上で、それらの資料を持ち帰らせていただきます。そして、事務所に戻ったら職員全員で打ち込みや確認作業を行い、スピーディーかつ正確に決算書を仕上げていくのです。一般的な対応でこまめに膨大な量の作業をこなすのは不可能かと思いますが、弊所では長年の経験とノウハウのおかげで、職員全員がこれら一連の作業を整然と進めることができます。こうなっています。

野末 現在は経営環境がめまぐるしく変化しているため、多くの

野末 現在は経営環境がめまぐるしく変化しているため、多くの

の顧問先が日々、さまざまな問題に直面しています。そういった状況に因應するためには、より幅広い分野に精通し、多岐にわたる問題に対して即時適切に対応できる体制を構築していく必要があります。そこで、弊所は、社労士事務所と司法書士事務所を併設していますが、ここ最近では金融機関や行政機関、各種専門士業・コンサルタント、保険業、住宅メーカー、不動産業、専門分野に精通したOB税理士の先生方などとの連携に力を入れるようにしています。

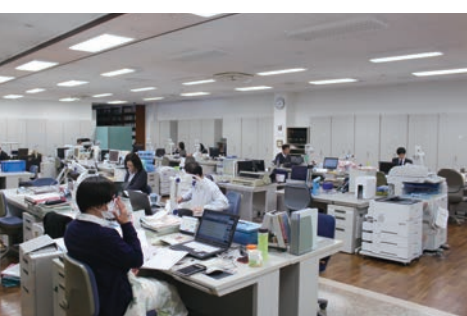
研修や資格手当制度を活用し職員のモチベーションを高める

——現在、どのような職員体制で業務にあたっているのでしょうか。

野末 弊所は男性職員が15人、女性職員が13人という構成になっており、基本的に男性職員が外回り、女性職員が事務を担当しています。「企業は人なり」と言いますが、会計事務所を支えているのは言うまでもなく職員です。そのため、職員教育には力を入れており、新人研修では

記帳や年末調整、決算・申告といった分野ごとに指導者を付けて教育にあたっています。また、月例の勉強会も実施しており、外回りの担当者向けは月に2回、事務の担当者向けは月に1回の頻度で実施しています。前者では税法の話題や最新情報、実務事例を学び、後者では会計ソフトの操作、給料・社会保険関係や各種税法などを学んでいます。さらに毎月1回、税務調査の報告の場を設けており、皆で調査事例の共有も進めています。そのほか、確定申告が始まる前には全職員参加の研修会を実施したり、年一回の税理士法の研修や大きな制度変更があった場合については個別に社内・社外研修会などを実施しています。

——職員の皆さんのモチベーション



もともと紳士服量販店とあって、広々とした執務スペース



次代を見据え、「いろいろな経歴や特色を持った人材を採用していきたい」と話す野末 茂先生

History & Story

税理士までの歩み

静岡県富士市出生の野末先生は東京の大学（商学部）に通っていたそうですが、当時は税理士という仕事に関心を持っていませんでした。その後、中堅の運送会社に就職し、総務・経理部に所属。会社からの要望もあって、専門学校で税法などを学び始めました。そんな折、帰省時に家業を営んでいた両親に「税理士になるといい」と勧められ、本格的に税理士への道を歩み始めることに。そして、東京でアルバイトをしたり、税理士事務所で勤務したりしながら試験勉強に取り組み、結婚を機に静岡に戻ってからは、実家の家業の顧問をしていた会計事務所（現在のイワタックスの前身）で1988年から勤務を始めました。その後、税理士事務所の業務に携わりながら40代で資格を取得し、2007年に事務所を承継しました。

ヨンを高めるために実施していることはありますか。

野末 16年4月から「資格手当制度」を設け、税理士資格はもちろん、マイクrosoftオフィススペシャリスト資格など18種類の資格に対して、月単位の手当や一時金を支給するにしました。職員のモチベーションの向上や能力の底上げにつながればと考えています。また、これからは中堅・若手の職員に知識や見識をさらに広げてもらう必要があると思っています、こ

れまで以上に積極的に外部の研修会に参加してもらいたいと考えています。

——採用についてはどのような方針を掲げていますか。

野末 社会が多様化するのに伴い、会計事務所にも多様な個性やスキルが求められてきているように感じています。ですから、これからは簿記ができるというだけでなく、いろんな経歴や特色を持った人材がイワタックスを活性化させてくれるのではないかと感じています。また、弊

所の職員の年齢構成は60代から20代までそれなりにバランスが取れているので、これからも随時、若手を採用し、このバランスを維持していきたいと考えています。

——今後の展開についてお聞かせください。

野末 これから世の中はさらに大きく変化していくでしょう。例えば2025年問題に象徴されるように、超高齢化社会が現実のものとなり、労働人口が激減し、少ない働き手で高齢者

を扶養していかなければなりませんし、内需は確実に縮小していくなかで、中小企業の方々は厳しい経営を強いられるのではないのでしょうか。私たちは顧問

先とともに、中小企業がいかに生き残っていけるのかをともに考え、ともに乗り越えていかなければならないと思います。そのためには、世の中の状況に応じて顧問先の諸問題に適時・適切に対応できるイワタックスであるよう心がけて成長していきたいと思えます。

また、事務所の内部をみると、これからの10年で世代交代が急速に進んでいきます。ベテラン職員の方々が次々に定年を迎えるので、中堅・若手職員が事務

所の中心になっていかなければなりません。だからこそ、これからは職員が先述したような力をつけ成長し、事務所の基盤をしっかりと固めなければならぬと考えています。

——本日はありがとうございます。引き続きのご発展をお祈りいたします。

ミロク会計人会のミリヨク

ミロク会計人会には、さまざまな会員メリットがあります。このコーナーでは毎回、その魅力を詳しくお伝えします。

mmapとの業務提携

ミロク会計人会は、株式会社MJS M&Aパートナーズ（以下、mmap）と業務提携を

しています。mmapは2014年、MJSの100%子会社として設立され、事業承継、景気低迷の余波を受けた資金難、優秀な

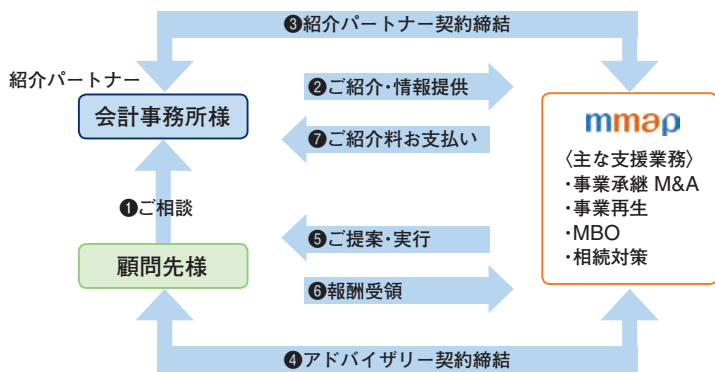
人材の確保・育成など、中小企業が抱えるさまざまな経営課題を経営者とともに解決することを目的とした会社です。

中小企業のさまざまな経営課題の解決に尽力されている本会会員の皆様が、事業承継に関する豊富なコンサルティング経験を持つmmapと協力体制を築くことにより、大切な顧問先を廃業させることなく、明るい未来へ導けることが期待できます。

顧問先企業の事業承継を支援するためのパートナープラン（会員事務所とmmap間）は、事務所の状況に合わせて2種類の形態から選択できます。現在、1809件の会員事務所がパートナー契約を締結しています（2017年1月6日現在）。

■紹介パートナー

お客様をご紹介いただき、案件が成立した場合、mmapから貴事務所にご紹介料をお支払いいたします。アドバイザー業務は全てmmapが行います。



【ご紹介料】※ご紹介料は、mmapが報酬受領後お支払いいたします。

ミロク会計人会会員様	mmap報酬受領の24%+1% (ミロク会計人会連合会へ還元)
上記以外	mmap報酬受領の20%

①紹介パートナー

会員事務所の顧問先における事業承継の課題をmmapが解決します。事業承継の契約が成立した場合、ご紹介料を会員事務所とミロク会計人会にお支払いします（図参照）。

②アドバイザーパートナー

会員事務所とmmapが顧問先の事業承継を共同で支援します。業務や報酬の具体的内容は、協議のうえ決定します。

なかでも①では、本会会員に対してより魅力的な紹介料率が設定されています。さらに本会にも還元があることで、その活動を活性化することができます。

また、パートナー契約を締結し、送信を希望する本会会員には週1回、メールマガジンでmmapから新着の案件情報が送られてきます。最新情報をタイムリーかつ優先的に得られるので、事業の売買を希望する顧問先へスムーズな情報提供が行えます。なお、このメールマガジンには、これまでにお知らせした案件もストックされるので、毎回掲載する案件数は増えていきます。

他にも、単位会や地区会で開催する事業承継等をテーマにした勉強会にmmapを招くことも可能で、そうした場を通じて顧問先に提供できる情報の質と量を高めることができます。

mmapが受託した依頼には、企業価値算定やデューデリジェンス支援などのスポット案件もあり、なかには売却前に企業価値を高めるため、同社と経営に関するサポート業務契約を結び、業績の改善から取り組んでいるケースもあります。

このように、mmapとパートナー契約を締結することで、事務所にメリットがあるだけでなく、顧問先が抱える課題に対して、より多くのソリューションを提供できるようになります。顧問先の経営者が高齢化していくなか、事業承継・事業継続の手法をmmapとともに提案し、顧問先の経営を支援することは、他事務所との差別化にもつながります。

この機会に、ミロク会計人会への入会ならびにmmapとのパートナー契約をぜひご検討ください。

中国経済と日本

中国では民間投資の減速に歯止めがかからず景気停滞が続いており、近年、日系企業の進出件数も減少傾向にあります。しかし、一方で富裕層の拡大により、中国マーケットの魅力はさらに高まっており、消費者向けのビジネスについてはまだまだ期待が寄せられているとも言えます。そこで本特集では、中国経済の動向や中国市場の現状、さらに中国進出の支援体制や日本国内にいながら中国人の消費需要を取り込むためのポイントなどを紹介します。

インタビュー①

東京大学 社会科学研究所 教授 丸川 知雄 様



東京大学社会科学研究所教授。1964年、東京都生まれ。87年、東京大学経済学部卒業後、アジア経済研究所に入所。91～93年には中国社会科学院工業経済研究所客員研究員として中国に駐在。2001年4月から東京大学社会科学研究所助教授、07年4月から東京大学社会科学研究所教授。『現代中国経済』（有斐閣）、『チャイニーズ・ドリーム 大衆資本主義が世界を変える』（筑摩書房）、『現代中国の産業』（中央公論新社）など著書多数。

急成長し経済大国になるも 過剰投資の後遺症に悩む

長らく広大な国土や人口規模、未開発の資源などを背景に「眠れる獅子」と呼ばれていた中国が急成長したのは、1980年代以降のことです。90年代に江沢民が鄧小平の後を引き継いで本格化させた「社会主義市場経済」路線の下、公有制を基本としながらも積極的に外資を受け入れ、国有企業の株式会社化や民間企業の発展も推進。2001年にはWTOにも加盟し、海外大企業が「10億人以上の市場と安価な労働力」の確保

に躍起になったことで、中国経済は00年代半ばまで順調に成長しました。環境への過負荷、金融システムや社会保障制度の不備など、さまざまな問題を抱えながらも世界第2位の経済大国に上り詰めたのです。

しかし、この後が問題でした。北京オリンピックの翌年、リーマン・ショックの影響で輸出が落ち込みました。経済成長の落ち込みを恐れた中国政府は、4兆元規模の景気対策を実施。これを機に数年にわたって続いた中国による過剰投資が、現在の世界経済に多大な影響を及ぼしているのです。

「4兆元投資」は、当時の為

替レートで日本円に換算すると60兆円超、中国の当時のGDPの約12%に当たります。中国は大規模なインフラ投資や不動産投資を行って自国の経済をV字回復させ、低迷していた欧米

経済にも一時は好影響を与えました。が、その裏では国内需要を上回る鉄鋼の生産拡大が続ぎ、国内で吸収できない余剰分が安価に国外に流出、15年には鉄鋼業が停滞に転じたため世界中の鉄鉱石輸出国から悲鳴が上がリ、石油輸出国であるロシアや中東諸国も大きな打撃を受けました。そんな中、日本は今のところ

幸いにして、中国の過剰投資の

直接的な影響は受けずに済んでいます。日本は中国に集積回路や自動車、化学製品など多種多様な工業製品を輸出しています。が、なかでも生産活動に使用する機械や設備、原料などのいわゆる「資本財」が中心なので、この貿易がストップしてしまうことはまずありません。そういった意味では、日本は対中国貿易についてはリスク分散ができています。

とはいえ、もちろん中国政府による過剰投資の影響は、鉄鋼業界だけに及んだわけではありません。15年6～7月の株価崩

壊、8月の人民元の為替レート

急落が世界経済を動揺させたのは、記憶に新しいところです。そして今、世界中のメディアや投資銀行などが中国不動産バブルを指摘し、その崩壊を懸念しています。

09年からの4兆元投資の真只中で、中国の地方政府により行われた不動産開発は、一部の都市ではバブルの様相を見せています。マンションや別荘、テーマパークやショッピングモールが立て続けに建設されました。その波は経済発展が遅れていた内陸の都市にも押し寄せ、小さな都市に高層マンションが出現し、売れずに放置される現象もみられました。この間の不動産価格の推移をみると、14年5月まで、中国全土でほぼ一様に上昇を続けていましたが、6月から一斉に下がり始め、まさにバ

中国経済年表

1992年	・当時の最高指導者鄧小平が改革開放路線推進についての声明を発表(南巡講話)
1993年	・江沢民が国家主席に就任。鄧小平の改革開放政策を継承、社会主義市場経済が軌道に乗り始める
2001年	・中国がWTO加盟
2008年	・北京オリンピック開催 ・リーマン・ショック
2009年	・中国政府が4兆元投資で景気回復を図る
2010年	・中国がGDPで日本を追い抜く
2014年	・5月頃から、それまで中国全土で上昇を続けていた不動産価格が一斉に下がり始める
2015年	・世界中の鉄鉱石輸出国や石油輸出国が中国の過剰投資の後遺症の打撃を受ける ・6~7月、株価崩壊 ・8月、人民元の為替レート急落

ブル崩壊の様相を呈しました。ところが、意外にもこの数字は16年に入ると多くの都市で下げ止まり、春以降は毎月住宅価格の統計がとられている70都市のうち20都市で不動産市況が本格的に好転しました。しかし、中国社会科学院の研究者たちの見立てでは、この回復は実需を反映したものではなく単なる投機の再燃である、とのこと。当然、今後も過剰投資の後遺症として、企業倒産や不良債権などさまざまな問題が噴出してくるでしょう。そして不動産価格の再上昇は、その先にさらなるバブル崩壊が待ち受けているからかもしれません。そうすると、今後日本経済にはどのような影響が及

ぶのでしょうか。一つには、不動産投資を行っていた中国の高所得者の消費が減退する可能性があります。日本国内の不動産価格にも注意しなければなりません。中国の個人投資家は日本の不動産を旺盛に購入してきたので、彼らが撤退すれば日本のマンション価格などに影響が出ると思われます。一方で注目したいのが、不動産産業が活況を呈している深圳や厦門などのイノベーションの側面です。これらの都市の発展は「バブル経済」で片づけられるようなものではなく、新たな製造業やネット産業が消費やサービス産業を牽引するイノベーション中心の経済成長ともこれ

ます。不動産バブル崩壊を危惧しそれに備えるだけでなく、こうした前向きな動きにも目を向けるべきでしょう。総じて、地域間、産業間で景気状況がまだら模様であり、経済構造の転換が進行しているのが、中国経済の現状なのです。

積極性と現地化がカギを握る 日系企業の中国進出

ここからは日本企業の中国進出の現在と今後について見てみたいと思います。5、6年ほど前からの傾向として、主にサービス業・飲食業関係の進出が目立って増えています。日本は長いことデフレ経済に苦しむ中小売・外食業などでコストパフォーマンスのいいサービスを発展させました。一方で中国側からすると、以前は日本の商品やサービスは高嶺の花でしたが、国民の所得水準の向上で徐々に手の届くようになってきました。そこへちょうど日本の低価格路線がマッチしたわけです。

ただ、こうした好機にあつて、日本企業は総じて慎重すぎる印

象を受けます。例外的に、中国各地にしっかりと根を張って成功している日系企業の筆頭は「味千ラーメン」でしょう。日系といても創業者は台湾出身の重光孝治氏ですが、本店は熊本市内にあり、現在の「熊本ラーメン」の原点といわれています。

この店は中国と東南アジアに合計700店舗以上を出店し、中国で「ラーメンといえば日本料理」というイメージを定着させているほど強い影響力を持っています。成功のカギは、現地の法制度や税制、商習慣などをしっかりと押さえた上で、徹底して現地化を推進したこと。日本風のラーメンであると同時に中国人の好むテイストに気を配るのももちろん、飲み物は台湾式の甘いお茶を出したり、ラーメン以外にも日本食をいろいろ食べられるスタイルにしたりと、現地のニーズに柔軟に対応することで、この店は全面的に受け入れられたのです。まず何よりも現地に根を張る構えで中国進出に取り組むことが肝心です。年収100万円以上の国民が4億人ほどいるだろうし、中国の

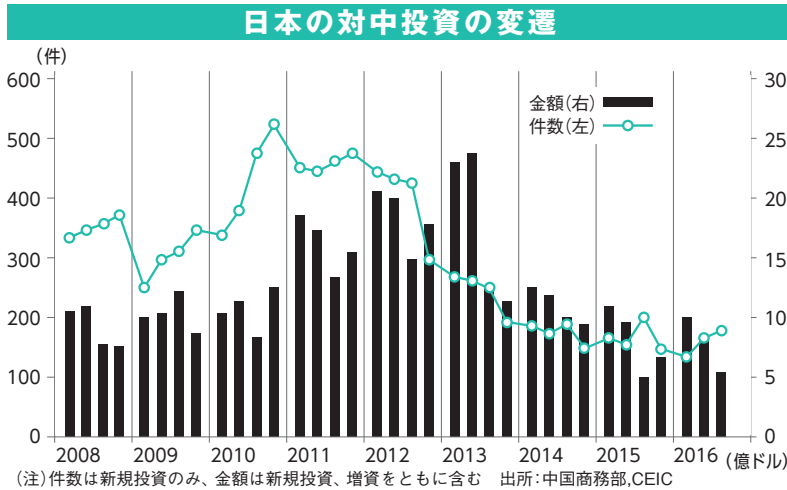
GDPは日本の約3倍なのでそれだけのマーケットが広がっているわけですから、特に日本の中堅中小企業には積極的に中国でのビジネスに挑戦してほしいですね。

それはサービス業・飲食業界だけでなく、製造業界でも同様です。例えば中国の自動車産業に目を転じてみると、日系企業だけが系列に固執してしまっている現状があります。中国の自動車メーカー各社は商機さえあれば国の別や規模の大小は問わず、幅広い企業と取引するのが基本姿勢で、実際に欧米の自動車部品メーカーは中国の自動車産業とうまく連携を図っています。そんな中、日系企業はいまだに自国の自動車メーカーと部品メーカーの間だけで取引しているのです。日本の自動車部品メーカーが手掛ける製品の品質は世界トップクラスであり、引き合いは多いわけですから、ぜひとも日系自動車メーカーに属するのではなく、グローバルな舞台で勝負していくべきだと思います。

中国への日系企業進出における
JETROの重点サポート分野

昨今の日系企業の対中投資状

況ですが、図の通り11年から13
年前半にかけて日本企業の対中



新規投資は大きく伸び、その後
は調整期に入っている、という
のが現状です。

そんな中、当機構はさまざま
な関係機関をつなぎ、進出企業
のニーズや課題に答えられるプ
ラットフォーム構築に
努めています。そして

近年、特に展示会など
を通じたビジネスマッ
チングや進出支援に力
を入れているのが、①
農林水産物・食品、②
自動車・自動車部品、
③ 環境・省エネ事業、
④ 高齢者向け産業、⑤
消費市場開拓といった
分野です。

①については東日本
大震災以後、中国は現
在も輸入規制をかけて
いますが、水産物はじ
め輸出は増加傾向に
あります。毎年11月

(JETRO(ジェトロ)とは)
2003年10月、日本貿易振興
機構法に基づき、前身の日本貿
易振興会を引き継いで設立され
た独立行政法人。70カ所以上の
海外事務所と本部(東京)、大
阪本部、アジア経済研究所およ
び国内事務所を合わせ、約40
の国内拠点から成る国内外ネッ
トワークを活用し、対日投資の
促進、農林水産物・食品の輸出
や中堅・中小企業等の海外展開
支援に取り組み、調査・研究を
通じ日本の企業活動や通商政策
に貢献している。

に青島で開催される漁業博にお
いて、日本ブースの昨年度の売
上は25億円、今年は速報ベー
スで30億円を超えたとみられて
います。②では最近の動向とし
て、中堅中小の自動車部品メー
カーから、販売先を日系以外に広げ
ていきたいというニーズが高ま
っています。これを受けて当機
構では、上海や広州などに集中
している日系部品メーカーを武
漢や重慶といった別の自動車関
連集積地に連れていき、現地で
商談会を設けるなどの取り組み
を新たに始めました。

そして今後の展開が社会問題
としてもビジネス面でも気にな
るのが、④ 高齢者向け産業です。
日本同様、中国でも少子高齢化
の進展が社会問題となっていま
す。現在の高齢化率は平均で11
〜12%ほどですが、国の規模を
考えると将来的に事態は日本以
上に深刻化することが予想され

ています。にもかかわらず、日
本のように保険制度が充実して
おらず、介護に関するインフラ
も整っていません。こうしたな
か、日本の介護事業者が中国に
進出し始めています。また、3
年ほど前から当機構主催で、地
方政府の問題意識の高い地域で
日本の介護サービス関連の商談
会を開催していますが、介護用
品メーカーや介護施設運営会社、
介護人材育成会社などが集まり、
徐々に成約案件も増え始めてい
ます。

現地の商習慣や法制度を
理解して進出すべき

いずれの分野においても、中
国の内需にいかに関係企業が自
社のサービスを当てはめられる
かが成否を握りますが、同時に
重要なのが現地の商習慣や法制
度をしっかりと把握することです。
法規や政策が変わったりする
ことも多いので、注意しなけ
ればなりません。また、人事労
務面では労働争議が増加傾向に
あり、新たな労働関係法規や上
昇する賃金への対応などのリス
ク管理が重要です。

そして中国で合弁会社や合作
企業を設立する際には、言語・
文化の違いから発生する齟齬に
も気をつけねばなりません。中
国に根を張って長期的に利益を
出していこうと考えている日本
企業と、日本の資金や技術力を
テコに短期的に利益を上げたい
中国側とで意識や見解に相違が
出るケースもあるので、事前の
認識のすり合わせは必須です。
出資比率や収益分配、運営方針
などについて現地企業との交渉
を行った上で、隙のない契約を
結ばねばなりません。規制上、
独資では進出できないケースや
合弁企業として進出できても出
資比率が制限されているケース
もあり、事前の調査はもちろん
のこと、上記の手続きを滞りな
く進めるためには専門家のサポ
ートが欠かせません。当機構で
は北京、上海、広州、大連、青
島、武漢、成都に事務所を設け
て、こうしたさまざまな課題に
ついての日系企業の相談を受け
付け、契約弁護士・会計士とと
もにトラブル解決のサポートに
あたっているのです。ぜひ活用い
ただきたいと思えます。

(株)中国市場戦略研究所 代表
徐向東 様



(株)中国市場戦略研究所 (cm-rc.com) 代表。北京外国語大学講師を経て、日本の国費で留学し、博士号取得。日本労働研究機構(現:独立行政法人労働政策研究・研修機構)、中央大学・専修大学講師、日経グループ会社主席研究員、同グループ上海事務所総監、コンサルティング会社代表取締役を経て、2007年より現職。自動車からIT、飲料、観光、ファッション、化粧品、健康食品まで幅広い分野での中国市場戦略サポートの実績を持つ。

※1 インターネットの通販サイトを通じた国際的な電子商取引
※2 Social Networking Serviceの略称で、インターネット上で人同士がつながることを促進・支援するサービス
※3 世間に大きな影響力をもつ人や事象を表す

「爆買い」を機に拡大した越境ECと並行輸入に商機あり

2016年の訪日中国人旅行者数は650万人ほどになる見通しです。しかし、一部のメディアでは「爆買い」など消費ブームが失速していると報じています。それは15年4〜6月期の1人当たりの買物消費額が17万3404円だったのに対し、16年同期は約12万3597円になっていったからです。しかし、その減少の主な要因は団体旅行と個人旅行の比率が逆転し、2度目、3度目の訪日旅行者がブランド品や家電を購入しなくなったことであり、実際、その他の化粧品やサプリメントなどの売り上げは依然として堅調です。

しかも、インバウンド消費の拡大により、その他の消費トレンドが顕著になっています。その一つが越境EC^{※1}です。中

国最大のインターネットショッピングサイトであるアリババグループの「Tmall(天猫)」にはいまや多くの日本企業が出店しており、中国人は中国にいな

人旅行者の多くはこれらを使って日常的に情報を受発信しており、それが訪日時や中国での消費につながっているのです。

中国での販路拡大にはその特徴を掴んだ任掛けが肝要

では、どうすれば中国人に対して、自社の商品をアプローチできるのでしょうか。多くの企業はメディアに広告を出すといった手法を選びがちですが、正直いって、それではあまり効果を上げられないでしょう。先に述べたように、中国人の消費活動はSNSを起点にしているの

人と直に接し、中国人がどのような消費行動をとるのかを把握することが肝心です。そうすれば自然と自社の商品の中での役割やすいかが分かってくるでしょう。中国人にマッチした商品であればその場でSNSで拡散してもらえる可能性もあります。

ことができました。また、中国製のフェイスマスクに関するニュースをチェックし、何か不祥事が生じると、自社のフェイスマスクの安全性などをニュースリリースなどで発信するようにしました。こうした地道な努力が実り、中国で莫大な売り上げを獲得することができたのです。

もちろん、中小企業にも勝機はあります。その好例となっているのが、社員わずか5人の化粧品メーカー、(株)クオリティファーストの取り組みです。同社のフェイスマスク(美容パックス)はTmallで最大のセー

多くの日本企業は綿密なマーケティングを経てから行動を起こそうとしますが、それでは変化の激しい中国市場に対応することはできません。中国市場にアプローチするならば、まずはここまで述べてきたことを参考に動き出してみてください。

訪日旅行者の買物や越境EC、並行輸入に共通しているのは、いずれもSNS^{※2}や口コミによってヒット商品が決まるということであり、その中心には「微博(ウェイボー)」や「微信(ウィチャット)」といった中国で人気のSNSがあります。中国

トといったSNSの中で影響力を持っている人に情報発信を依頼したほうが賢明です。が、それ以前に重要なことがあります。それは中国人の「感覚」を学ぶことです。例えば、販売イベントなどを通じて中国

そんな同社のフェイスマスクの特徴は防腐剤フリーで安心安全であることです。中国ではステロイド入りなどの粗悪品が横行しているため、安心安全であ

るものが多くの消費者の心をつかんだと言えます。しかし、最初からそれだけの人気を獲得できたわけではありません。実際、同社は私たちのアドバイスをもとに、地道な販促活動を展開してきました。具体的には、代購(日本製商品を中国のECサイトで販売する事業者)や中国のカリスマインフルエンサー^{※3}に注目し、代購向けの製品体験会を開催しながらインフルエンサーへの個別アプローチを展開して

た日本商品だけで8000億円ほどの市場に成長しています。

「独身の日」(2016年)において部門別売り上げで見事にナンバーワンを獲得したのです。その特徴は防腐剤フリーで安心安全であることです。中国ではステロイド入りなどの粗悪品が横行しているため、安心安全であ

多くの日本企業は綿密なマーケティングを経てから行動を起こそうとしますが、それでは変化の激しい中国市場に対応することはできません。中国市場にアプローチするならば、まずはここまで述べてきたことを参考に動き出してみてください。

多くの日本企業は綿密なマーケティングを経てから行動を起こそうとしますが、それでは変化の激しい中国市場に対応することはできません。中国市場にアプローチするならば、まずはここまで述べてきたことを参考に動き出してみてください。

「なごやめし」の魅力

味噌煮込みうどん、味噌カツ、手羽先、ひつまぶしなど、名古屋および近郊で広く普及してきた「なごやめし」。そのさらなる普及に努めるべく、2015年に設立された「なごやめし普及促進協議会」事務局の荒川 真澄氏（公益財団法人名古屋観光コンベンションビューロー総務部事業戦略グループ長）に「なごやめし」の文化や魅力、最新トレンドについて伺いました。

インタビュー

なごやめし普及促進協議会 事務局 荒川 真澄 様

2001年頃に誕生した「なごやめし」という造語

「なごやめし」とは、愛知県

名古屋を中心とする中京圏とその周辺で広く受け入れられ愛されてきた地域独特の食文化、もしくは他の地域から中京圏に持ち込まれて発展した食文化を指す造語です。なごやめしという言葉は2001年頃、名古屋の外食企業ゼットングループが東京に進出して名古屋の地元料理を提供し始めた頃に、誕生しました。あるグルメ情報誌がイタリア料理の「イタめし」をもじって「なごめし」という愛称

を考案したところ、ゼットンの稲本 健一社長（当時）がなごやめしと呼ぶことを提案したのが始まりです。

その後、なごやめしという言葉は03年頃から「矢場とん」（味噌カツ）や「世界の山ちゃん」（手羽先）といった名古屋の外食企業が東京に進出し、味噌カツや手羽先などの名古屋名物を提供し始めた時にも頻繁に使われました。そして、05年の愛知万博の開催や好景気で名古屋が活気づき、注目されるようになると、なごやめしという言葉も急速に市民権を得て、さらに全国的になごやめしのフラン

チャイズが展開され、知られるようになったのです。

現在、なごやめしを提供する飲食店のうち、先ほどの世界の山ちゃん、矢場とんのほか、山本屋総本家（味噌煮込みうどん）、コマダ珈琲店（喫茶店）などが関東圏に進出しています。

バリエーションの豊かさがなごやめしの最大の特徴

なごやめしの特徴はそのバリエーションの豊かさにあると思います。麺類やごはんのおかず、菓子に喫茶メニュー、酒の肴からごちそう食材、和食に中華に洋食、郷土食から特定の店の創作料理が広く普及したもので、実に多岐にわたっています。また、なごやめしは決して名古屋市の料理に限って使われる言葉ではなく、愛知さらには東海地

域までに及ぶ広域のご当地料理を指しています。そういったこともあって、なごやめし分布エリアは「豆味噌文化圏」とも言い換えられます。

豆味噌とは、大豆と塩、水のみを原料に長期熟成によって仕込まれるもので、地域によって赤味噌、八丁味噌、三州味噌などさまざまな呼称で親しまれています。なごやめしエリアにおいては、この豆味噌が戦国時代から連綿と食されてきた歴史があり、深く地域の食文化に根差しているのです。実際、なごやめしには味噌煮込みうどん、味噌カツ、味噌おでん、土手煮など豆味噌を使った郷土料理が数多く存在します。

これに加え、最近のトレンドとしては豆味噌に限らず、さまざまな飲食店などで発祥し、普

及していくことでなごやめしになったものもあります。その代表選手が「台湾ラーメン」です。台湾の担仔麵（タンツォーメン）を激辛にアレンジした名古屋オリジナルのラーメンで、ニンニク、トウガラシを加えて炒めた激辛ミンチ、さらにはニラとモヤシがトッピングされたものです。なごやめし普及促進協議会が実施したなごやめし人気投票で選ばれた20品目にも入っています。

なお、このなごやめし普及促進協議会（以下、協議会）とは愛知県、名古屋市と名古屋商工会議所、愛知県観光協会、名古屋観光コンベンションビューローが連携して、なごやめしを特色ある観光資源と位置付け、PRや普及促進を通じて国内外からの観光客誘致を図るために15年



人気投票で選ばれた
「なごやめし20選」のうちの10品
(総得票数1万1794票)

(上段左から)ひつまぶし、味噌煮込みうどん、味噌カツ、台湾ラーメン
(中段左から)手羽先、小倉トースト、名古屋コーチン
(下段左から)きしめん、ういろう、天むす

なごやめしは国内ではすでに第一級の観光資源になっていきます。現に名古屋市が行った観光客・宿泊客動向調査(15年度)において、なごやめしの認知度は57・0%と、東山動植物園の42・8%、熱田神宮の50・8%を押さえた数字(トップは名古屋城の87・5%)で、「訪れたい、または経験したい」項目で

地域が誇るなごやめしを
インバウンドの目玉に

に設立された組織で、名古屋観光コンベンションビューローに事務局が置かれています。協議会ではウェブサイトやSNSを活用した情報発信、また各種PRツールの作成やイベント出展、またテレビ番組などを通じて、なごやめしの普及に取り組んでいます。協議会設立以前の11年からは「なごやめし博覧会」というなごやめしの食べ歩きイベントも行われており、16年10月1日から11月13日の期間には「新なごやめし総選挙」も開催されるなど、なごやめしという食文化が着実に根付いています。

は1位と、まぎれもなく名古屋屈指の観光資源になっています。今後はこのなごやめしをインバウンド誘致にも活用していきたいと考えています。そこで、協議会では日本語版をはじめ、英語版、中国語版(繁体字と簡体字)、韓国語版の「なごやめし案内パンフレット」を作成しウェブサイトに掲載、国内外になごやめしの魅力をPRしているところですが、名古屋は昇龍道(ドラゴンルート)※の玄関口としても注目を集めています。名古屋城、徳川美術館といった名所旧跡、文化施設などとも連携しながら、インバウンドの増加に注力していきたいと思えます。

※昇龍道(ドラゴンルート)
日本の真ん中にある中部・北陸地方の愛知県・岐阜県・富山県・石川県など9県を南から北へと縦断する広域観光周遊ルート。その名称は龍が空に昇る様子を見立てている。

「日本一海女の多いまち」

海女漁が盛んなことで知られる三重県鳥羽市。その海女漁の歴史、文化と現状および、海女文化継承のための取り組みなどについて、鳥羽市農水商工課水産係係長の宮本益仁氏にお話を伺いました。

インタビュー

鳥羽市 農水商工課 水産係 係長 宮本 益仁 様

まず海女の歴史について、ご説明したいと思います。日本列島には今から5000年ほど前、縄文時代の中頃にはすでに海女のいた痕跡が見られます。鳥羽市においても、3000年以前と推定される浦村町の白浜遺跡から大量のアワビ殻とともに鹿角製のアワビオコシが発掘されています。海女がいたと推測されます。また、奈良の平城京跡（平城京の大内裏）からは745年（天平17年）という年号が記された木簡が出土し、そこに志摩国名錐（波切）からアワビが送られた記録が残されています。

万葉集にも海女のことを詠んだ歌が収録されていますが、文献にあらわれる最も古い志摩国の記録は延喜式（927年）のものとなります。そこには「志摩の国の海産物をお供えする潜女」は30人である。その潜女に衣服の代金として伊勢の国の税から稲束を与える」と記されています。

また、海女は古くから伊勢神宮とも関係があります。伊勢へ天照大神（アマテラスオオミカミ）をお祀りした倭姫命（ヤマトヒメノミコト）が、神様の食べ物を探して鳥羽市の国崎へ来たところオベンという海女に出

会い、以後、国崎から神宮へアワビを奉納することになったという言い伝えがあり、その伝統は今も受け継がれています。

鳥羽市は豊かな海に恵まれ、古来より女性が素潜りにより漁をする海女文化が継承されており、日本で最も海女が多いまちです。しかし、高齢化による後継者不足や水産資源の減少などにより、その数は減少傾向にあります。2014年調査（海の博物館調査）では海女の数は505人となっており、その5年前の調査（09年）よりも60人も減少しているのです。

海女文化継承のためにさまざま取り組みに着手

私たちはこうした状況に危機感を覚え、伝統的な海女漁のスタイルや海女に関する資料など

を貴重な地域資源と位置づけ、海女漁業やその文化の振興および海女文化による観光振興を図ることを目的として、12年5月に三重県、鳥羽市、志摩市、漁業協同組合をはじめとする各種関係団体とともに「海女振興協議会（会長…海の博物館 石原義剛館長）」を設立しました。

海女振興協議会が主体となり、海女漁業の振興や海女文化の保存・継承、さらにはユネスコ無形文化遺産登録に向けた取り組みを進めることを目的として、「海女サミット」を開催しています。このサミットには全国から100人以上の海女が集まります。16年11月5日には6回目の海女サミットが志摩市で開催され、日本列島1府11県か



全国の海女が一堂に集まる海女サミット。昨年も日本各地のほか韓国からも海女が集まった
写真提供：鳥羽市

ら1200人の海女が集まりました。さらに韓国からも海女が参加してくれました。

また、海女の所得向上に向けた取り組みとしては、海女が獲ってきた漁獲物（貝類・海藻類）を「海女もん」としてブランド化を図り、商品開発をしています。海女もんという名称も商標登録済みで、海の博物館や鳥羽マルシェといった市内の施設で販売しています。

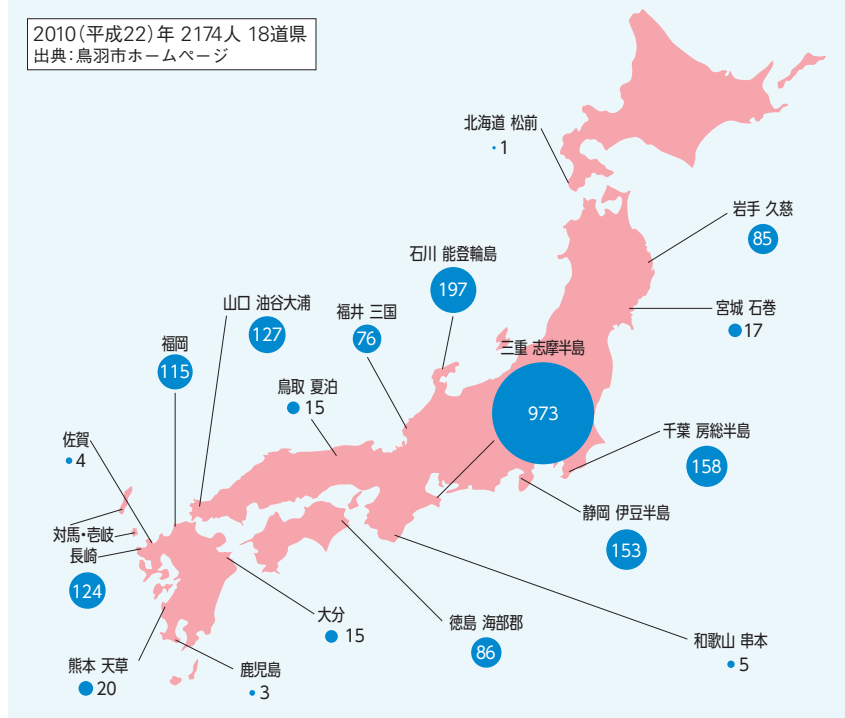
海女文化を通じた日韓交流も進められてきました。日韓両国の海女文化のユネスコ無形文化遺産登録については、同時登録を目指し濟州島で開催される海女祝祭への参加や海女サミットでの交流などを続けてきました。が、「濟州島の海女」がさきごろユネスコ無形文化遺産に登録されました。海女振興協議会としては、一緒に取り組みを進めてきただけに残念なところはあ



「地域おこし協力隊」として東京から鳥羽市石鏡町に移住して見習い海女となった大野 愛子さん
写真提供：鳥羽市

全国で海女さんのいるところ

2010(平成22)年 2174人 18道県
出典:鳥羽市ホームページ



冷えた身体を温め、休息をとる海女小屋。最近では、現役海女の話聞きながら海の幸を食べることのできる「海女小屋体験」(写真)も人気



素潜りの海女さんにとってほぼ50秒が勝負。息を止めて水深7~8mほどの海でアワビやサザエを探る。なかには30mまで潜る海女もいるという

写真提供:鳥羽市

海女文化を世界に発信し 地域活性化を目指す

りますが、引き続き「海女」をユネスコ無形文化遺産登録にしていく活動を進めていくこととされています。

鳥羽市にとって海女は重要な地域資源であり、16年に開催された伊勢志摩サミットの関連行事にも多くの海女が参加しました。また、世界的にも珍しい漁

のスタイルであるため、海外からも注目されてきています。しかし、先述したように漁獲量の減少や海女の高齢化などを背景に、海女の数が少なくなっているという現状もあります。このような中、鳥羽市では海女文化を活かした地域活性化を目指し、「水産」「観光」「教育」が連携した構想計画の検討をスタートさせました。今後、さまざまな視点で海女文化を活かしながら、「日本一海女の多いまち・鳥羽」を世界へ発信していきたいと考えています。

また、後継者不足の解消を目指して、総務省の地域おこし協力隊制度を活用し、海女の後継

者を募る取り組みも展開しています。15年8月には東京から2人の地域おこし協力隊員が鳥羽市石鏡町に赴任し、現在も「地元」「協力隊」「行政」の三者で協力しながら、地域が元気になるような活動を進めています。

地域おこし協力隊の具体的なミッションは「海女後継者として地域へ根付いた一人前の海女になること」と「地域にある資源を活用したまちおこしをする」ことです。海女後継者としての地域おこし協力隊は全国2例目で、テレビや新聞、雑誌などで多く取り上げられました。地域おこし協力隊が露出していくことで、石鏡町の名前や風景だけでなく、海女さん自身や海女文化が発信されるのは喜ばしいことです。

こうした動きを加速させるため、地域おこし協力隊には海女漁だけでなく、さまざまなPRに関わってもらっています。例えば、石鏡町で獲れた魚介類をPRするために、地元のイベントで石鏡ブースを町内会の皆さんと一緒に出店してもらったり、「海女サミット2015 in 鳥

羽」をはじめとするイベントに参加してもらったりといった具合です。

また、鳥羽市が進めている「移住・定住のためのPR動画」にも出演してもらい、鳥羽のPR活動にも貢献していただきました。さらに地域おこし協力隊の発案で、「自分たちが生まれ育った東京でも、たくさんの人たちに鳥羽の魚介類のおいしさを知ってもらいたい」という思いから、東京・日本橋にある三重県のアナテナショップ「三重テラス」で地元食材を使った創作料理の試食会も開催しました。こうした新たな取り組みと、関係機関と海女が連携した地道な活動によって海女文化が途絶えることなく、今後も継承されていくことを願っています。

地域おこし協力隊とは
人口減少や高齢化などに悩む地方自治体が都市住民を受け入れ、農林漁業の応援、住民の生活支援などの「地域おこし活動」に従事してもらいながら、その地域への定住・定着を図り、地域の充実、強化を目指す総務省の取り組み。鳥羽市では移住・定住を進める制度として活用し、海女の見習いを募集した。

ミロク会計人会ホームページ
掲載方法の刷新と機能追加のご紹介

昨春秋、ミロク会計人会ホームページ（HP）の一部コンテンツの掲載方法が刷新され、また新しい機能も追加されました。

掲載方法の刷新とは、単体会ごとのトップページを作成したことです。従来のHPでは単体会の紹介や活動内容、研修会・セミナー情報などを閲覧するには、さまざまなページに移動する必要がある構造になっていました。そこで、各単体会のトップページを作成し、関連の情報を全てそこに集約しました。また、各々のページのトップ画面には、当該単体会が担当した『税理士事務所CHANNEL』の表紙で掲載した写真、もしくは各地域を代表する写

真を大きく掲載し、独自性を出しています。これから単体会の紹介をする際は、単体会のトップページを案内すると、紹介された方もより身近に感じ、そして本会の具体的な活動内容もお分かりになるのではないのでしょうか。

追加された機能とは、マイメニューボタンを設置したことです。HPに訪問いただいた方が、ご自身で好みのコンテンツへのショートカットを設定できるメニューを作成しました。HPにアクセスした際によく見るページのショートカットをトップページに表示させるように設定すること、次回から当該ページに容易にアクセスできるようになります。

真を大きく掲載し、独自性を出しています。これから単体会の紹介をする際は、単体会のトップページを案内すると、紹介された方もより身近に感じ、そして本会の具体的な活動内容もお分かりになるのではないのでしょうか。



ミロク会計人会HP内の単体会別コンテンツなどお客様がよく閲覧するページをトップページに設定できる機能を追加しました。ぜひご利用ください



単体会によって独自性が表現されているトップページ

ミロク会計人会ホームページの検索はこちら
⇒<https://www.mirokukai.ne.jp>

災害やIT障害に負けない体制構築に向けた
「IT-BCP」セミナーを実施中

会計事務所や顧問先企業を問わず、多くの事業所で経営情報を電子データで管理・保存するようになり、最近、さまざまな災害が発生する中で、データのバックアップをはじめとした事業継続計画（BCP）の重要性が指摘されています。また、昨年頃からパソコンやサーバー内のデータを使えないようにロックする「ランサムウェア」*によるトラブルが増加しており、その対策という面からも、情報セキュリティの強化とともにデータのバックアップを確実に実施することが重要だと認識されてきています。

このような背景から、ミロク会計人会連合会・情報ネットワーク委員会では、今年度より、特に会計事務所業務に欠かせないIT機器を活用したデータの保全やシステムの継続運用を計画する「IT-BCP」



東京で開催された同セミナーの様

をテーマにしたセミナーを企画し、MJSと協同で実施しています。本セミナーは2部構成で、第1部では情報ネットワーク委員会の委員の先生が講師を務め、災害やシステム障害など不測の事態が発生した場合のために準備すべきことを、自所や他事務所での実例を交えながら解説します。同じ税理士という立場からの講演なので、不測の事態が発生したとき業務にどのような影響が及ぶのかも明確に理解でき、それを防ぐための具体的な対策を学ぶことができます。また、第2部ではMJSの担当者が、情報セキュリティやデータのバックアップに効果的な各種ソリューションを紹介します。セミナーの内容は回を重ねるごとにブラッシュアップしており、直近のセミナーでは自所のIT-BCPがどれだけしっかりと構築されているかを確認できる独自のチェックリストなどが用いられています。

本セミナーは2カ年にわたり計画されており、2017年度も引き続き実施する予定となっております。4月以降に具体的なスケジュールが随時確定してまいりますので、詳しくはMJSの担当支社・営業所にお問い合わせください。

*インターネット回線を通じて攻撃を仕掛けてくる不正プログラムで、一度データにロックがかけられると、元に戻すことと引き換えに「身代金」を要求される



「本物の経営理念を本気で！」

中部ミロク会計人会

岐阜県羽島市

岩田 英人

「ちまたでは企業の不祥事が後を絶ちません。テレビのニュースや新聞報道で騒がれるのは氷山の一角です。私たちが関与している中小零細企業にもその不祥事の芽は潜んでいると言っても過言ではありません。何故、不祥事は起きるのでしょうか？」

「専門家や有識者と呼ばれる方々が検証を繰り返し、中でも大きな要因として挙げられるのが、コンプライアンス（法令順守）意識の欠如や、不祥事が起きてしまう状況の看過、もしくはその状態を助長してしまう企業風土です。そしてその最大の責任は、こうした企業にしてしまった経営トップにあるとされます。だとしたら、経営トップは不祥事を起こさないためにどうすればいいのでしょうか？」

「企業が社会の一員として、従業員たちとともにその事業活動を通じて、最も大切にしていく考え方が「経営理念」です。多くの企業にはいわゆる「経営理念」がありません。不祥事を起こした企業にもカッコいい言葉が並べられた「経営理念」があります。仮に「誠実」という経営理念を掲げている企業が不祥事を起こしてしまったり、「誠実」という言葉は真っ赤なウソだと言われてしまいます。「経営理念」を掲げるといふことは、従業員たちだけでなく世の中に対して「私たちはこういう企業です」と約束をすることにはほかなりません。まとめると不祥事が起きる原因は、「経営理念」を無視した経営をしてしまうところにあります。こうした悪魔のささやきをはねのけることができるのは、本物の「経営理念」とその本気の実践です。」

私は本物の「人生理念」を反映した本物の「経営理念」に全社員が共感し、本気でその具現化に向けて実践していけば、世の中はもともとと良くなり、ひいては犯罪も減っていくと信じています。

次の世代を担う若者や子どもたちに、より良い社会を受け渡すためにも、全員が自身と自社に真剣に向き合い、本物の「経営理念」を確立し、その具現化に向けた本物の経営計画を本気で実践していくことが求められます。

これらのサポートができるのは、経営者の最も身近な相談者であると言われる私たち会計人にほかなりません。

表紙の写真



「熊野古道 馬越峠道」
(三重県北牟婁郡紀北町～尾鷲市)

馬越峠道は、世界遺産の熊野古道伊勢路の一つです。紀北町と尾鷲市の境界にある人気の峠で、熊野古道伊勢路の中で最も美しいと言われる石畳が、尾鷲ヒノキの美林の中に続いています。そのほか、夜泣き地蔵などの史跡も多く残っており、これぞ熊野古道という雰囲気を感じます。馬越峠からは、頂上の絶景が素晴らしい天狗倉山(てんぐらさん)や便石山(びんしやま)への登山コースが整備されているので、余裕があれば寄り道してみましょ。

税理士事務所 CHANNEL 426号

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

CHANNELのロゴのコンセプト

「N」に動きと色をつけることで、ニュース性・情報性・会員同士のネットワークを表現。また、「N」の色のゴールドは、会員先生や顧問先様の輝かしい未来を表現しています。

Orchestrating a brighter world

NEC

顔が、入退室の鍵になります。



タブレット搭載カメラで簡単認証



写真はイメージです。

カメラに顔を向けるだけで、社員や来訪者をスムーズにチェック。
世界No.1の精度・速度を誇るNECの顔認証技術が「鍵」となり、入室者を瞬時に識別。セキュリティと利便性を両立する、新しい入退室を実現します。

企業の入退室管理に 顔認証システム導入セット

入退室機能付エントリーセット



- 本体 Express5800シリーズ スリム型サーバ
 - プリインストール 顔認証ソフトウェア、Windows® Storage Server 2012 R2
 - 標準添付 顔認証/入退室カメラライセンス×1、カメレオンコード(1,000コード)、保守サービスパック(24時間365日)1年
対応カメラ台数：タブレット搭載カメラの場合 8台まで / IPカメラの場合 4台まで
- 希望小売価格 **¥1,370,000** (税別) ~ オプション、導入支援サービス、保守サービスパックもご用意。
IPカメラ、追加カメラライセンス、設置工事、配線工事は含まれません。

Windows Server

Microsoft、Windows、Windows Server、Windows Server ロゴは
米国Microsoft Corporationの米国および
その他の国における登録商標および商標です。

●詳しい情報はコチラ <http://jpn.nec.com/pcserver/solution/faceset/index.html>
●顔認証システム導入セットのお問い合わせは
ファーストコンタクトセンター 03-3455-5800 受付時間：月～金(祝日を除く) 9:00～12:00 13:00～17:00
※米国政府機関主催のコンテストでトップ評価を獲得。詳しくは <http://jpn.nec.com/biometrics/face/technology/world.html>
※本製品によりカメラ撮影した、特定の個人を識別できる画像データは個人情報に該当します。プライバシーに配慮するとともに、各種法令、規則、ガイドライン等に沿ってご利用ください。