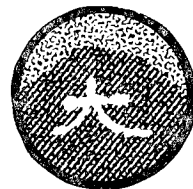


診断京都

(題字 橋口会長筆)



このパンフは(社)中小企業診断協会京都支部が発行しております

京みどころ

祇園祭の巡行



(仲 美早子氏撮影)

7月17日、ことしの祇園祭の巡行が晴天にも恵まれ、例年以上の大勢の見物客を集めて華に催された。巡行の先頭を行くのがこの写真の長刀鉾である。京都市役所前を河原町通から御池通へと方向転換する場面が撮られている。大きく重い鉾の方向を変えさせるのは一つの見せ場なのである。

目次

- 〈京みどころ〉 祇園祭の巡行…… 1頁
- 〈あいさつ〉 就任のごあいさつ… 2
- 〈提言〉 何かおかしい! …… 2
- 〈論文〉 C I について…… 3～5
- 〈資料〉 中小企業の特質…… 6～8
- 〈京都支部だより〉 …… 9～10
- 〈会員の頁〉 …… 11
- 〈企業の頁〉 …… 12



中小企業診断士マーク

☆社団法人中小企業診断協会京都支部は、中小企業診断士で作っている団体で、京都府内の各分野で活躍している約100名の診断士が加入しています。

☆中小企業診断士とは、通商産業大臣の認定を受けて登録している、わが国唯一の公的資格を有する経営コンサルタントです。

あいさつ

就任のごあいさつ

中小企業診断協会京都支部

支部長 黒川倉市

私は、去る5月16日開催の当京都支部第30回通常総会選任理事の互選によって、支部長に再選せられ、就任致しました。

微力はもとより、速やかに次の後継者へバトタッチを急がねばならぬ現状に対しては、十分認識している積りではありますが、諸般の事情を考え、不肖をも顧みず、あえて引き続き大任をお受けした次第であります。今後とも関係公共機関及び当協会本部・各支部のご指導、ご支援並びに会員諸先生方のご協力によって重責を果たしてゆきたい所存であります。

既にご承知の如く、わが京都支部の事業活動は年毎に活発化し、大きな成果を収めつつあるものと確信しております。しかし、いっぽう諸業務の広がりとともに事務活動

の面に及ぼす影響も決して無視できないものがあり、その対策もまた検討すべき時機にあるのではないかと考えます。

更に、かねてから支部組織力の強化を強調し、その対策上まずは非会員診断上の協会加入促進に力を注いでいますが、期待する効果も見られず、むしろ脱退の強まる傾向なきや、いささか懸念するところではありますが、要するにわが協会の発展につながる組織力の主要根源は人の面にあり、このことはわが支部活動のみでなく、協会全体の問題として抜本的対策の樹立を要望したいところであります。

今後とも格段のご鞭撻とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

提言

何かおかしい！

中小企業診断士 奥平恒巳

ことは8月20日から大学生の会社訪問がスタートする。しかし内定や内々定が既に出され、就職市場はスタート同時に終盤だとの見方が強い。就職協定が有名無実であることは企業、学校とも認めるところである。ことしの場合フライングしたのは都市銀行だといわれている。そうだとすると信用を重んじ、世間体を気にする大手の金融機関が協定破りをしているのである。企業の経営資源として人材が大切なことはいうまでもない。同業他社より優れた(?)人材を得て優位に立とうとの競争意識によるものだろうか。しかし就職は就職する者が自分の希望によって就職先を選ぶのが望ましい。即ち本来なら大学生にとって魅力のある企業であれば強引な、抜け駆けの勧誘をしなくても来てくれる筈である。求人PRは必要だが、協定破りをして企業イメージを悪くすることは正しく評価すればマイナスである。

大手企業にあっては自社の力量に自信を持って横綱相撲はとれないものだろうか。

プロ野球ではドラフト制が採られている。各球団の戦力のバランスをとり、ゲームを面白くしようとのねらいである。このドラフト制では弱いチームに先にくじを引く優先権が与えられている。その例に習って求人活動においても、例えば8月に中小企業の求人活動を解禁し、大企業は9月からとする。いまの大学生は大企業志向のようであるから、このことによって大学生の就職活動は遅くなり、内定、内々定が出るのも現状より遅くなるろう。学生も少なくとも前期の試験まではじっくり勉学に励むことができよう。ドラフトとの決定的な違いは大学生の意思が拘束されることはないという点である。このようなことは非現実的なのだろうか。こんなことを言うのは間違っており、おかしいのだろうか。

(副支部長)

論文

CI について

中小企業診断士 村上 薫

最近、CIについて、私の勤務先で、CI会社の人から説明を聞きました。その概要を中小企業診断協会京都支部の月例経営診断研究会にて説明しますと、「診断京都」に執筆を依頼され、浅学非才をかえりみず、自分自身の勉強になると思い、何冊かの本を読み、感じたままを述べてみます。

CIとは一体どうゆう事でしょうか。コーポレート・アイデンティティを直訳しますと、コーポレートとは、法人組織の、共同のなという意味であり、アイデンティティとは、個性、独自性、自分自身（そのもの自体）であること、同一性、一致と辞書にあります。

単純に言って、全社の同一性といえるでしょう。定まった訳語は未だなく、日経新聞でも、企業理念の統一、或いは、企業イメージの統一と出ています。又、「現代用語の基礎知識」によれば、企業イメージ統合戦略、企業統合理念と訳してあります。

さて、毎日の新聞をみますと、大企業の広告には、CIの言葉として、コーポレート・スローガンが、企業名の近くに掲載されています。数例を挙げてみます。

松下電器 : 心を満たす先端技術

Human Electronics

松下電工 : A&i 快適を科学します。

NEC : C&C コンピュータとコミュニケーション

TOYOTA : Fun to Drive シートベルトを忘れずに

NISSAN : Feel the Beat もっと楽しく感じるままに技術の日産

いづれにしても、我社は、このような経営理念をもって、企業活動を行っていますと、わかりやすい言葉（スローガン）、又はロゴで表わしています。ロゴとは、logo : 連結活字、決まった略号、商標などの字体やシンボルマークをいいます。

視覚に訴えて、ロゴを通じて企業理念を社内外の人々に提起していくものです。単に、宣伝、広告だけのものではありません。

CIは、米国のCI会社から日本に入ってきた。昭和31年頃といわれています。

当初は、宣伝文字、シンボル・マークを重視していたといわれています。やがて、日本で成長を遂げて、象形文字だけでなく、消費者の心に訴えるものとして、変化、変遷してきています。

そして現在では、企業はもとより、官公庁、地方自治体、学校法人等に至るまで、巾広く浸透してきています。又、CI会社も多く誕生しています。

それでは、どんなときに、CIに取組まれるのでしょうか。

1. 経営者交代のとき
2. 新技術を開発、方向転換、多角経営のとき
3. 社名と事業内容が似つかわしくなくなったとき
4. 合併、民営化、吸収等

(4) 診断京都

5. 経営戦略再構築
6. 企業の活性化, 人心統一
7. その他

のときに, CIを導入する企業が多くあります。導入に当って, 他社の例は色々と参考になります。成功例もありますが, 失敗例もある様です。

又, CI会社に協力を依頼するにしても, あくまで主体は依頼主の企業側であります。

企業側は, トップダウンで, 実施されるものであり, 又, 全社的な規模で展開されなければなりません。

企業で, デザイン部門があれば, 松下電工の様に, 自社だけでCIを導入されたところもあります。トップの意欲の表われが, 全社的な展開につながっていきます。

ロゴには色彩等のデザインの配慮が必要です。色彩だけに焦点を絞っても, 専門家の意見を取り入れる必要があります。明るく, 希望のある色と思われている常識が違っていることがあります。例えば, 紫色は食品関係には合わないなどです。

CI導入の目的を分けると次の3つが考えられます。

1. コミュニケーション戦略としてのCI

これは, 社内外の人をターゲットとしてコミュニケーションの効率を高めるシステム開発が目的です。当初は, ビジュアル(視覚的)なコミュニケーションの効率を目指していましたが, 今後は, 視覚, 音声, 言葉による複合的コミュニケーションが必要とされています。

2. マーケティング戦略としてのCI

社外, 特に消費者を主なターゲットとして消費者の心理, 価値観, ライフスタ

イルを分析して, 自社のブランド, 商品を訴求することが目的です。来たるべき高齢化社会, 又, 新人類の出現に対応した, ハイテク, ハイタッチのマーケティングが必要であります。

3. マネジメント戦略としてのCI

経営資源である人, 物, 金, 更に情報のうち, 人を最も重要として, 社員の意識向上を目的とするプロジェクトです。又, 企業発展の阻害要因を削除するプロジェクトであり, 企業理念の再確認, 再構築することでもあります。

CIを行うに当っては, MIとBIとVIとSIとがあります。

MI マインド・アイデンティティ(企業理念の統一)

企業理念の再確認, 再構築計画であり存在理念, 経営理念, 行動理念の3つに分けられます。

BI ビヘイビア・アイデンティティ(行動理念の統一)

企業理念を浸透させ, 共有する計画です。

VI ビジュアル・アイデンティティ(視覚の統一)

企業理念の視覚伝達システムです。

SI サウンド・アイデンティティ(音声の統一)

企業理念の音声伝達システムです。

企業のトップは, どのアイデンティティにウェイトをおいてCIを進めるかを決めます。企業を取り巻く環境の変化に対し, おかれている立場, 経営資源, 世の中の動向, 将来の見通し, 展開計画, 経営戦略を社内外の人に見せて, 知ってもらうために,

CIを導入することになります。

それには、経営哲学があってしかるべきです。

以上、中堅から大企業におけるCIの導入について、簡略に述べましたが、中小企業においてもCIは導入することができます。それには

1. トップの重大決意のもとに、CIの目的を明確にする。
2. CIパートナーの選択、CIパートナーとはCI会社のこと。勿論費用が伴います。無形資産の投資ともいえます。
3. CIを進める実行責任者の選択が必要です。

4. 企業理念の全社的展開

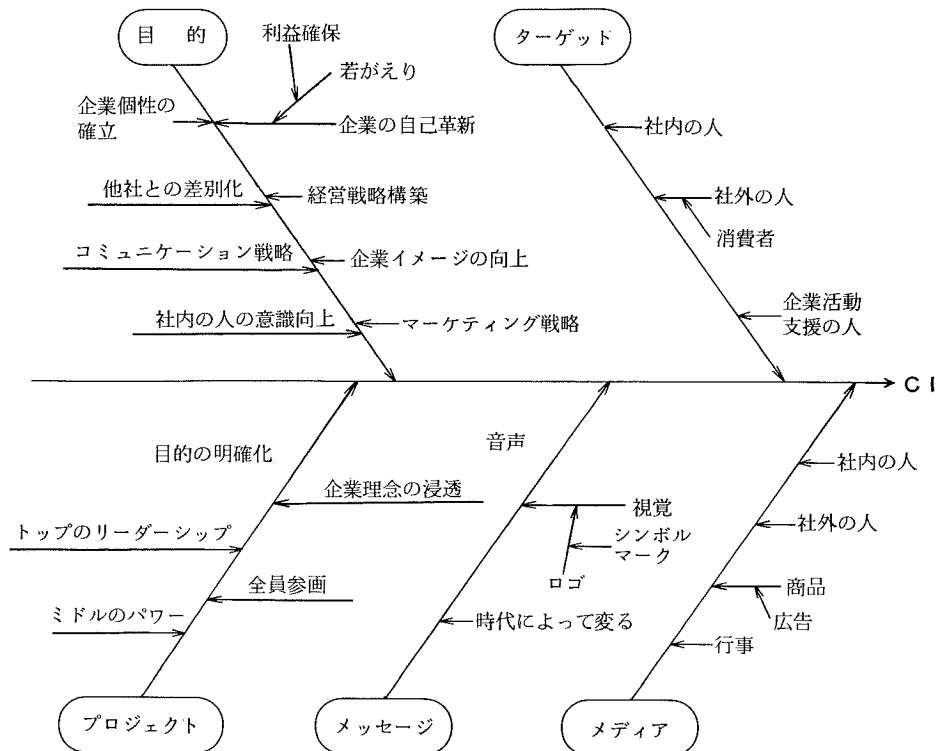
5. ネーミング、シンボル・マーク

の順に進められます。

同じ商品を生産・販売する企業の寿命は30年ともいわれています。CIの導入は、人材の活性化、企業の若がえりを図り、又、企業の自己変容、変身、組織開発が図られるといわれています。VA, IE, TQCが定着した今日、此の頃、CIは、巾広く組織されているところに、確実に浸透しています。

1つ、CIの御検討を、そして導入をお奨めします。

CIの特性要因図を書いてみました。



参考図書

日本型「CI」戦略	岡田 悟著	「CI」のことがわかる本	加藤邦宏〃
実戦型「CI」戦略	〃 〃	新CI戦略	山田理英〃
間違いだらけのCI戦略	龍岡資明〃		(理事)

資料

中小企業の特質

本稿では、全国における中小企業と大企業との数値を比較することによって、中小企業の特質を探ろうとするものである。

もとより地元京都についてもそれを行うことが望ましいが、資料の関係等がある、それが叶わなかった。他日を期したい。なお本資料は平成元年版「中小企業白書」を用いて作成した。

1. 中小企業の現勢

昭和61年のわが国の民間の事業所数は6,494,341。そのうちの実に99.3%が中小企業で、大企業の139.5倍の数。

これらの事業所の従業者数は48,995,224人。そのうちの80.6%が中小企業で、大企業の4.2倍の雇用量。1事業所当たりの従業者数が6.1人と、大企業の1/33.7(=3.0%)の小規模であり、事業所ベースのシェアには程遠い。

表1. 中小企業の現勢

産 業	シェア・規模		従業者数		1事業所当たり 従業者数	
	シェア (%)	対大企業 (倍)	シェア (%)	対大企業 (倍)	中小企業 (人)	対大企業 (倍, %)
鉱 業	99.6	260.0	76.0	3.2	13.0	1/82.3 (1.2)
建 設 業	99.9	1,788.7	96.0	24.0	8.0	1/74.4 (1.3)
製 造 業	99.5	206.8	74.4	2.9	11.4	1/71.3 (1.4)
卸 売・小 売 業	99.5	193.1	87.0	6.7	4.5	1/28.9 (3.5)
金 融・保 険 業	99.6	256.9	86.5	6.4	16.4	1/40.2 (2.5)
不 動 産 業	99.99	8,285.1	98.0	48.3	2.7	1/171.5 (0.6)
運 輸・通 信 業	99.6	230.7	88.1	7.4	17.0	1/31.1 (3.2)
電 気・ガ ス・水 道 業	97.3	36.0	68.6	2.2	36.3	1/16.5 (6.1)
サ ー ビ ス 業	98.3	59.1	67.1	2.0	4.4	1/28.9 (3.5)
合 計	99.3	139.5	80.6	4.2	6.1	1/33.7 (3.0)

資料：総務庁「事業所統計（昭和61年）」から作成

(注) 従業者300人未満（卸売業については100人未満、小売業、サービス業については50人未満）の事業所を中小企業とした（以下同じ）。

表2. 中小企業の産業構造

(%, ポイント)

産 業	構 成 比			従業者数ベース		
	中小企業	大 企 業	(中小企業 -大企業)	中小企業	大 企 業	(中小企業 -大企業)
鉱 業	0.1	0.1	0	0.2	0.3	-0.1
建 設 業	8.9	0.7	8.2	11.6	2.0	9.6
製 造 業	13.5	9.1	4.4	25.1	36.0	-10.9
卸 売・小 売 業	47.0	33.9	13.1	34.5	21.5	13.0
金 融・保 険 業	1.5	0.8	0.7	3.9	2.5	1.4
不 動 産 業	4.0	0.1	3.9	1.8	0.2	1.6
運 輸・通 信 業	2.2	1.3	0.9	6.2	3.5	2.7
電 気・ガ ス・水 道 業	0.1	0.2	-0.1	0.4	0.7	-0.3
サ ー ビ ス 業	22.7	53.8	-31.1	16.3	33.3	-17.0
合 計	100	100	±0	100	100	±0

これらは産業によって異なるが、シェアは事業所数で97%以上、従業者数は67%以上であるが、1事業所当たりの従業者数は各産業とも大企業の1割にも満たない小規模である(表1)。

2. 中小企業の産業構造

事業所数ベースでは、中小企業は販売・サービス産業、大企業はサービス・販売産業一の産業構造。従業者数ベースでは、中小企業は販売・生産・サービス産業、大企業は生産・サービス・販売産業一の産業構造となっている。

中小企業、大企業を問わず2つの性格(販売額、付加価値額ベースも従業者数ベースに類似していると考えられる)の産業構造である。

わが国全体としての産業構造は数の多い中小企業タイプに近く、産業のウエイト順は中小企業と同じ(表2)。

3. 大企業の何分の1

- (1) 従業者1人当たり年間付加価値額
製造業(62年, 6,713千円)1/2.0(=48.8%)
- (2) 従業者1人当たり年間販売額
卸売業(60年, 7,367万円)1/4.2(=23.9%)
小売業(" 1,450万円)1/1.9(=52.5%)
- (3) 従業者1人当たり給与
製造業(62年, 2,854千円)1/1.6(=61.6%)
(資料, 通商産業省「工業統計表(62年)」, 「商業統計表(60年)」から作成)
- (4) 付加価値生産性
全産業の法人企業
(62年度, 4,136千円)1/2.0(=49.1%)
製造業 " "
(" , 4,016千円)1/2.0(=49.8%)
卸売業 " "
(" , 4,803千円)1/1.7(=58.1%)
小売業 " "
(" , 2,986千円)1/1.5(=65.7%)
- (5) 1人当たり人件費
全産業の法人企業
(62年度, 3,110千円)1/1.7(=59.1%)
製造業 " "
(" , 3,126千円)1/1.7(=58.2%)
卸売業 " "
(" , 3,522千円)1/1.5(=67.0%)
小売業 " "
(" , 2,423千円)1/1.3(=78.6%)
- (6) 資本装備率
全産業の法人企業
(62年度, 4,644千円)1/4.9(=30.8%)
- (7) 資本生産性
全産業の法人企業
(62年度, 0.891)1.6倍(=159.7%)
- (8) 労働分配率
全産業の法人企業

- (62年度, 75.2%)1.2倍(=120.3%)
- 製造業 " "
- (" , 77.8%)1.2倍(=116.6%)
- 卸売業 " "
- (" , 73.3%)1.2倍(=115.1%)
- 小売業 " "
- (" , 81.1%)1.2倍(=119.6%)

- (9) 総資本純利益率
全産業の法人企業
(62年度, 3.3%)1/1.1(=89.2%)
- (10) 総資本回転率
全産業の法人企業
(62年度, 1.6回)1.3倍(=133.3%)
- (11) 売上高純利益率
全産業の法人企業
(62年度, 2.1%)1/1.4(=70.0%)
- (12) 当座比率
全産業の法人企業
(62年度, 67%)1/1.0(=95.7%)
- (13) 流動比率
全産業の法人企業
(62年度, 111%)1/1.0(=96.5%)
- (14) 固定比率
全産業の法人企業
(62年度, 290%)1.5倍(=151.0%)
- (15) 固定長期適合率
全産業の法人企業
(62年度, 86%)1.0倍(=101.2%)
- (16) 自己資本比率
全産業法人企業
(62年度, 13%)1/1.7(=59.1%)
(資料, 大蔵省「法人企業統計年報」から作成)

4. 中小企業の付加価値構成

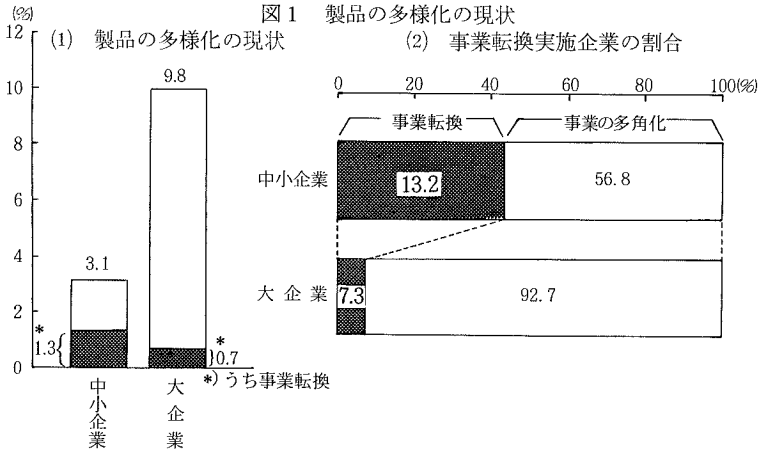
大企業は、人件費主体であるが高利益の付加価値なのに対し、中小企業は人件費本位の付加価値構成である(表3)。

表3. 付加価値構成比 (%)

	中小企業 (資本金 1億円未 満)	大企業 (資本金 1億円以 上)	対大企業
付 加 価 値 額	100.0	100.0	100.0
人 件 費	75.2	62.5	120.3
支払利息・割引料	10.8	12.9	79.8
動産・不動産賃借料	7.6	7.0	108.6
租 税	4.0	6.1	65.6
営 業 利 益	2.5	11.4	21.9

(資料, 大蔵省「法人企業統計年報」から作成。)

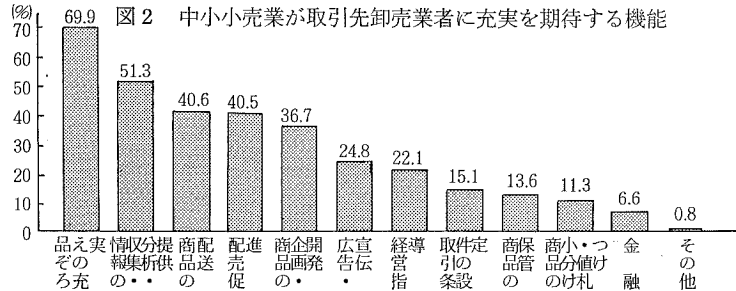
5. 製造業
製品の多様化



資料：通商産業省「工業実態基本調査」62年（速報）再編加工

6. 卸売業

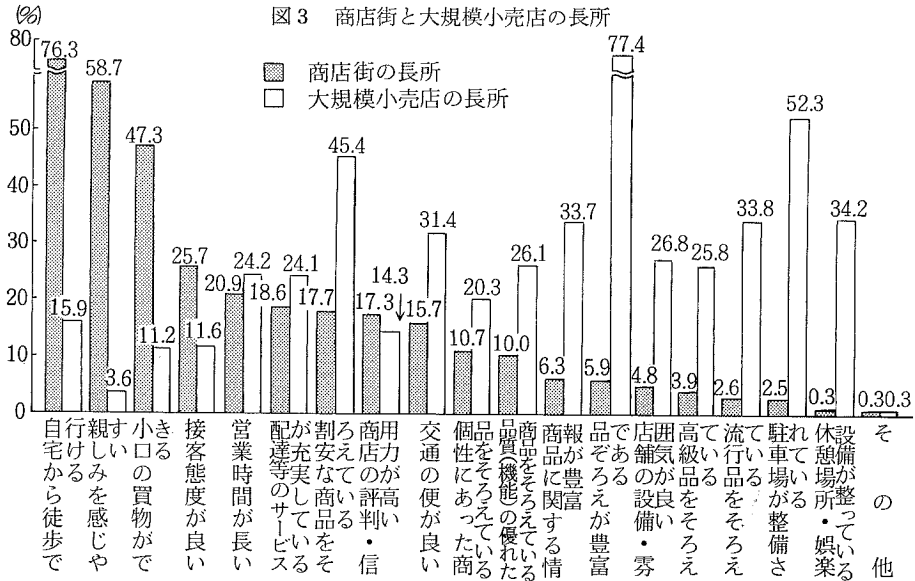
中小小売業者が卸売業者に望んでいる機能



資料：中小企業庁「流通業経営戦略調査（小売業）」63年12月
(注) 複数回答のため、合計は100を超える。

7. 小売業

商店街と大型店の長所



資料：中小企業庁「消費行動実態調査」63年12月
(注) 複数回答のため、合計は100を超える。

京都支部だより

- 昭和64. 1. 5～平成元 2. 1 昭和64年度中小企業診断士、新規・更新登録申請（商業40名・工鉱業20名）の受付を行った。
- 1.10 「診断京都」第40号を発行し、会員並びに関係先へ配布した。
- 1.21 昭和63年度第2回大阪通産局管内診断研究会（商業部門）が神戸市「舞子ビラ」で開催され、黒川支部長、高木、船越の3氏が出席した。
- 3.10 京都商工会議所中小企業相談所からの「経営安定特別相談室経営診断業務委託」に関する平成元年度分の委託契約を更新した。
- 3.20 黒川支部長が通商産業大臣表彰を受賞した。
- 3.27 支部研修会シンポジウムを京都府立勤労会館で開催し、「業態開発の理論と事例」と題して(財)大阪中小企業情報センター企画調査室課長宮下淳氏の講演を聴講。続いて会員の活発な意見交換を行った。
4. 1 城陽商工会議所からの「経営安定特別相談室経営診断業務委託」に関する平成元年度分の委託契約を更新した。
- 4.17 支部常任理事会を京都府立勤労会館で開催し、第30回通常総会の開催及び各議案の原案作成を検討した。
- 4.19 本部理事会が開催され、黒川支部長が出席した。
- 4.28 支部理事会を京都商工会議所で開催し、第30回通常総会の開催及び各議案を審議し、引続き昭和63年度収支計算書など計算書類について鎌田猛監事の監査を実施した。
5. 1 支部第30回通常総会を「京都市職員会館かもがわ」で開催し各議案の承認を得た（出席55名）。総会后、京都府・市より来賓を迎え、会員懇親会を行った。なお、同会場において、支部会員研修会を開催し、「税制改革（消費税を含む）中堅企業の経営戦略をどう考えたら良いか」と題し、片岡憲男氏の講演を受講した。
- 5.19 本部第34回通常総会が東京グラウンドヒル市ケ谷において開催され、黒川支部長が出席した。なお、同総会で会費の改正及び創立35周年記念事業案など可決した。
- 5.29 平成元年度京都府診断指導調整推進会議が、きょうと平安会館において開催され、黒川支部長が出席した。
6. 1 当支部理事会を京都商工会議所で開催し、役職及び業務分担を決定した。
6. 8 平成元年度中小企業診断士登録更新研修会の開催について、実行委員会を開催し、日程・科目・講師・案内方法など協議決定した。
- 6.14 平成元年度全国支部長会議が東京グラウンドヒル市ケ谷において開

10 診断京都

催され、黒川支部長が出席した。

7.14 平成元年度近畿ブロック会議が奈良県新公会堂で開催され、黒川支部長及び黒崎副支部長が出席した。

7.29 平成元年度京都地区登録更新研修会実行委員会を支部事務所において開催し、研修実行の細部を打合せた。

なお、この間「経営診断研究会」を月例（毎月第2金曜日）開催した。

年月日	回	場所	テーマ	参加
元. 1.13	48	交都府立勤労会館	平成元年の景気予測調査について検討後経営戦略をめぐる、会員討論	5
2.10	49	〃	消費税の業種別対応その他	8
3.10	50	〃	「ふるさと創生」事業への参加も考えてはの外、消費税の経過措置など	7
4.11	51	〃	新年度研究会の運営について意見交換した。	8
5.12	52	〃	新加入含め23名で再出発し、「時短と休日の増加対策」など	16
6. 9	53	〃	C. I戦略について村上会員を中心に研究した。	16
7.14	54	〃	・中小企業診断士の倫理規程 ・診断士としての活動	11

○会員の消息

・加入

安見 和彦 京都市南区吉祥院石原開町52
(勤務先：永和建設資材(株))

藤堂 昌恒 京都市右京区嵯峨朝日町2-4
エントピア車折401号
(勤務先：マネジメントクリエーション(株))

瀬戸口寛幸 城陽市寺田樋尻60-82
(勤務先：伏見信用金庫出町支店)

芝田 正美 京都市北区紫竹牛若町26-51
(勤務先：伏見信用金庫西八条

支店)

利藤 直弘 滋賀県草津市矢橋町23-20
(勤務先：(株)協和銀行京都支店)

西田 隆行 乙訓郡大山崎町字大山崎小字西高田21-17
(勤務先：京都中央信用金庫高槻支店)

天岡 進 京都市左京区高野東開町1-23
東大路高野第3住宅24棟704号
(勤務先：(株)シンキングサービス)

<他支部より移籍>

大澤 利弘 京都市北区平野桜木町22番地
三井銀行平野共同住宅
(勤務先：(株)三井銀行京都支店)

・変更

小宮山 衛 宇治市広野町寺山27番地の6
伊東 干城 京都市左京区北白川下池田町86-1
(勤務先) 国民金融公庫本店人事部
(勤務先所在地) 東京都千代田区大手町1-9-3

安田 徹 (事務所所在地) 京都市上京区中立売通油小路西入ル東橋詰町72番地の1

・他支部へ移籍

杉本廣太郎 佐藤 政博

・脱退

西山 四郎

会員の頁

残暑お見舞

1989年夏

中小企業診断士

(社) 中小企業診断協会京都支部有志

大木 徹 京都市東山区間屋町通五条下る 3丁目 TEL 561-6171~4 〒605	品川 弥太男 京都市左京区一条寺松原町101 TEL 721-4078 〒606	原納 昭 京都市伏見区桃山町山ノ下51-29 TEL 611-9696 〒612
大幡 義夫 京都市下京区黒門通五条下る TEL 351-2552・6860 〒600	高木 健次 京都市北区大將軍西町80 TEL 463-8877 〒603	船越 昇 相楽郡精華町祝園1丁目5-12 TEL 07749-4-3695 〒619-02
奥平 恒巳 京都市西京区大枝西新林町6-15-3 TEL 331-1204 〒610-11	城 道雄 京都市右京区嵯峨野神ノ木町 20-28 TEL 881-2135 〒616	堀村 清蔵 京都市下京区西洞院通七条上る TEL 361-4455(代) 〒600
片岡 憲男 京都市中京区丸太町通衣棚西入 玉植町222 TEL 256-1880(代) 〒604	玉垣 勲 京都市西京区川島尻堀町31-6 TEL 391-5963 〒615	村上 薫 長岡京市神足神田8-20 TEL 075-955-0609 〒617
木津 要三 京都府八幡市西山足立9-5 TEL 983-3271 〒614	常松 明 大阪府高槻市安満中の町8-7 TEL (0726)82-7779 〒569	村上 泰三 京都市上京区大宮通下立売上る家 永町769 TEL 841-6709 〒602
黒川 倉市 京都市中京区丸太町通東洞院東入 る藤原ビル TEL 211-6010 〒604	中窪 嘉邦 京都市右京区御室小松野町31の3 TEL 462-7497 〒616	森川 八十一 京都市北区紫野中十二坊町28-2 TEL 463-6972 〒603
黒崎 徳之助 京都市上京区浄福寺通下立売下る 中務町490-19 TEL 801-0501(代) 〒602	中野 善蔵 京都市上京区西日暮通丸太町下 る四丁目802 TEL 811-2750・8732 〒602	山口 敏雄 京都市左京区吉田近衛町26の62 TEL 761-1514 〒606
塩内 長俊 京都市北区大宮玄塚北東町1-7 TEL 492-7044 〒603	浜本 勝一郎 舞鶴市行永東町10-3 TEL 0773-62-4365 〒625	和田 忠儀 京都市下京区河原町通六条下る ワダビル TEL 351-7127 〒600

(アイウエオ順)

企業の頁

選ばれたコーヒー豆
力強い“看板”です



小川珈琲株式会社

京都市右京区西京極北庄境町20番地
電話 (075) 313-7333(代)

滋賀営業所 滋賀県野洲郡野洲町三上神守田498
電話 (07758) 8-1147(代)

京のアメ横・秋葉原



営業品目 時計・貴金属・喫煙具・万年筆・
舶来雑貨・ゴルフ用品・電化製品

本店/二条通河原町西 ☎ 211-3408代

支店/百万辺電停東 ☎ 781-4608

支店/京都駅前近鉄百貨店内

グランマルシェ 2 F

お知らせ

住所等の変更届出について

京都支部会員の先生方で、住所・勤務先・
勤務先所在地・事務所・事務所所在地・電話
番号等に変更があった場合（住民表示・住居
番号変更，町名地番変更も含みます）は，お
手数でも，必ず，京都支部あてにハガキでお
知らせください。ご一報あり次第，支部から
該当の届出用紙を送付します。

和装・洋装のブライダルコスチュームをはじめ 魅惑的なゲスト・フォーマルの衣裳を豊富に
取揃えてお待ちしております。



Tokyo · Kyoto · Osaka

京都 ■京都市下京区五条通河原町西 TEL.075(351)7722(代) ☎600
大阪 ■大阪市北区天神橋3丁目11-16 TEL.06(351)7777(代) ☎530
東京 ■東京都港区南青山3-1-28 TEL.03(402)2772(代) ☎107
東京都中央区銀座6-9-5ギンザ・コマツ4F TEL.03(564)2277(代) ☎104

あとがき

景気は長く持続しているが，先行きは必ずしも透明ではない。いま中小企業にとって，経営体質を強化しておくべき時機であろう。そして環境変化に柔軟に，的確に対応できなければならない。ことしも暑い夏がやってきたが，諸先生方にはご健康に留意されて，企業の経営指導にご活躍されることを望むものである。

（編集委員，奥平，片岡，塩内，高木，木津，原納，船越常松）

診断京都

No. 42

1989年8月発行

社団法人 中小企業診断協会 京都支部
〒604 京都市中京区丸太町通東洞院東
入藤原ビル TEL(075)211-5585

印刷所 真美印刷
TEL (075)821-2136