

診断京都

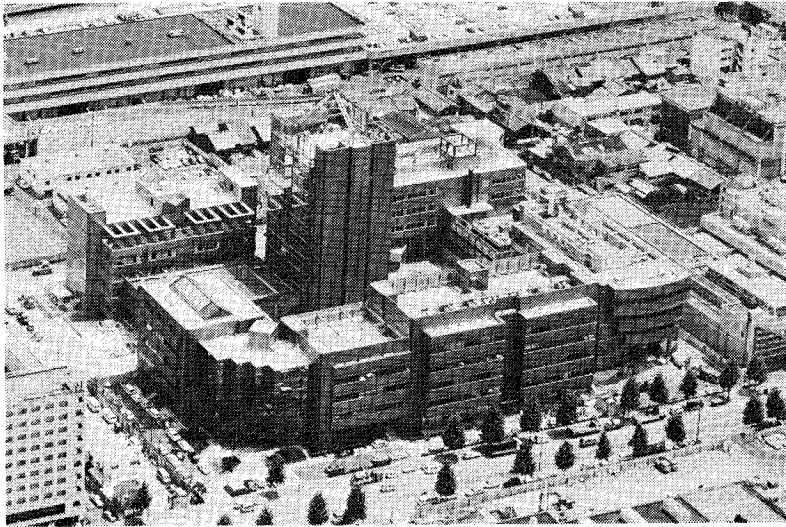
(題字 橋口会長筆)

No. 44
1990年 夏季号



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

京都経済新地区



京都リサーチパーク

京都市中央卸売市場西の大阪ガス工場跡地に建設中の「研究所団地」である。第1期工事は89年夏完成、サイエンスセンタービル、アトリウム、京都高度技術研究所、京都府中小企業総合センター、京都市工業試験場が活動している。第2期工事も始っており、数年後にはスポーツ施設や公園、ホテルも併設したまったく新しい都市型研究開発拠点が出現する。

目次

〈京都経済新地区〉 京都リサーチパーク.....	(1)
〈あいさつ〉 就任あいさつ.....	(2)
〈主張〉 新しい企業評価尺度を.....	(2)
〈講演〉 京都企業の経営戦略と診断指導のポイント.....	(3)~(6)
〈随想〉 経済大国・日本の評価.....	(7)~(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

支部長に就任して

中小企業診断協会京都支部

支部長 黒崎 徳之助

昨第31期は京都支部創立30周年記念大会を盛大に祝賀するなど意義ある年度でございましたが、年度明けに至り前黒川支部長及び堀村副支部長から突然辞任の申し出があり、図らずも私が4代目支部長に就任することになりました。早速全国支部長会議で東上するやら、登録更新研修の案内を発送するやら、目の回る忙さの中で、先輩の偉大さを実感しています。

ところで、1986年12月から続いているわが国の景気拡大は「岩戸」を追い越し「いざなぎ」に迫る成長を続けています。京都の中小企業界にも多小の好況感はあるものの、地価の異常高騰、高金利、株の乱高下などと共に、人手不足とコスト高の波が押し寄せる中、いかに企業体質の強化と活性化を図り、21世紀に通じる競争力を確保して行くのか、多くの課題を抱えています。

このときにあたり、私達中小企業診断士は経営コンサルタントに与えられる唯一の国家資格としての権威を大切にすることはもち論、その資質と能力を活かし、まず企業の身近な相談相手として経営体の問題を見出し、改善案を提示し、その実施により企業を繁栄に導き地域産業の発展に貢献し、更に人類の幸福に尽したい願いを新たにし、京都支部活動の活性化を推進したいと存じます。

会員の増強とともに、会員のニーズを調べ、支部事業をより工夫し、月例経営診断研究会などへの参加を増やし、本年から新たに加わった活性化指導事業も見事に果たし、楽しく有意義な研修会、見学会もやりたいと存じます。しかし、社団法人の支部としての制約もあり、役員諸氏の奉仕に支えられた運営ですから、仲間同士の友情に免じ、温いご協力をお願いして止みません。

主張

新しい企業評価尺度を

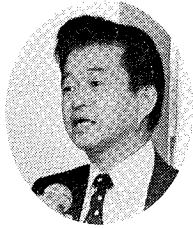
中小企業診断士 船越 昇

関西の財界人、学者、知事らが集まって、6月末に「地球環境関西フォーラム」を結成した。消費者団体、労働組合代表も加わって、地球にやさしい企業や消費者のあり方を検討し、2年後には指針にまとめるという。これまでの製品は、安くて質が良ければ高い評価を受けた。これからは、製造、使用、廃棄の3段階で、地域環境に悪い影響を与えないかどうかチェックされていくことになる。

昔も今も、企業を評価する尺度は売上高か利益が一般的だ。この額によって業界内での地位が決められるため、経営者は数字の引き上げに躍起になっている。ところが最近、金融界トップの経営者が世間体を気にし出した。いかに成績は良くても社会的人気がわからない現実に、頭取さんはいらだちと、数字による評価の空しさを感じ始めたようだ。

消費者に顔を向けた政治と経済運営を、とは先の日米構造協会で米国が一貫して主張したテーマである。わが国民多数も賛同した。企業や行政は、一体だれのために、何をしようとしているのか。われわれ診断士も新しい企業評価の尺度を準備しなければならない。

講演



京都企業の経営戦略と 診断指導のポイント

京都産業大学経営学部教授

柳原 範夫

この講演は6月4日の通常総会後の会員研修会で行れたものを支部で要約したものである。柳原先生は昭和8年生れ、広島県出身。明治大学大学院博士課程修了。京都産業大学助教授を経て、昭和47年教授、56年経営学部長。著書に「企業形態論」ほか。

21世紀に向かってこれからの経営を考えるとき、経営者には何よりも時代変化の方向を読む能力が要求される。米国の社会学者・ジョン・ネイスビッツはその著書「メガトレンド」の中で次のように予言している。人類は原始の時代から1975年までの間に多くの社会的変化を経験してきた。しかし、21世紀までのわずか4分の1世紀の間には、それに匹敵する位の社会的変化を体験するだろうと。つまり、この25年間に世界は激しく変化すると予想しているわけだ。変化をもたらす要因が高度情報化と国際化の進展にあることはいうまでもない。

経営者に求められる時代変化を読む力

経済はすでに国境のない時代に入りつつある。これを象徴するのが市場統合の動きだ。1989年に米国とカナダは市場統一協定に調印した。両国間ではこれからヒト、モノ、カネの経営資源の移動が自由になり、一つの市場が形成される。ヨーロッパでは1992年を目標に統一市場づくりが進められている。EC12カ国が参加するEC市場は人口3億数千万人を抱える巨大市場として存在する。アジア・太平洋地域ではまだ経済ブロック形成の具体的動きはないが、いずれは考慮されてくる可能性はある。

同じ市場統合の動きといっても、内容に差がある点を見落とせない。米国・カナダのケースは先進国同士の水平的な市場統合である。

ECの場合もスペイン、ギリシャといった経済発展の停滞した国を含んでいるとはいえ、水平的統合に近い。これに対し、アジア・太平洋圏の場合は垂直的統合になる。日本、オーストラリア、ニュージーランドの先進国に続く成長著しいアジア NIES、その後にはASEANが続いているといった具合だ。水平的統合は垂直的に比べてまとまりやすい。垂直的統合の実現には先進国がかなりの犠牲を払わなければ達成はむづかしい。日本はクギ1本からロケットまでを立派に仕上げる技術を持っているが、市場統合のためにこの生産技術をどれだけ犠牲にすることができるか。中小企業経営には重大な影響を及ぼす選択になる。

国内では内需拡大策が功を奏し、経済は順調に拡大し続けている。中小企業は内需依存度が高いだけに、経済成長に中小企業が果たしてきた役割は大きく、今後もその重要性は高い。ただ、これからの経営のカジ取りを考えると、指導者としての中小企業診断士の役割は一段と重要になってくる。

“努力”から“知識”の時代へ

中小企業経営者はこれまで“努力”を何よりも大事に考えてきた。これに経験とカンがつけ加わり、またある場合は運が重なって、経営が展開されてきた。だが、これからの時代はプラス“知識”が要求される。知識とは情報と読み換えてよい。情報は本を読むだけ

(4) 診断京都

で得られるものではない。ましてや、経営者が努力するだけで充分といえるものでもない。経営環境の変化は大きく、必要な情報は複雑、多岐にわたる。コンサルティング機能を持つ診断士の役割りが求められるゆえんである。

資本主義経済は自由と競争を原則にしている。ここでは市場、つまり顧客の存在が前提にされている。生産者は顧客のために物をつくり、流通業者はこれ売を。しかも、この市場は需給状態を反映して絶えず波動を描いている。経営者はこの波動の中で、自分の企業、経営の進め方を決定していかねばならない。

市場の中には、伝統産業のように一見して昔と何も変わっていないように見えるケースもある。しかし、子細に観察すると、そこに流れる水のように決して同じでないことが分る。この市場の違いを見抜く力が知識である。

現代は高度情報化時代といわれる。いかに情報を集めるか、経営者の関心はここに集中しがちだが、情報量は過剰といえるほど多い。必要な情報を選択、分析し、実際の経営に役立てていくことこそが肝心だ。これを戦略という。中小企業経営には残念ながら戦略という考えが欠けていた。中小企業経営者に代わって、市場の流れを分析し、情報を戦略化していくのが中小企業診断士の仕事である。

診断士は中小企業の医者

これからの社会ではコンサルティングの仕事が大変重視されてくる。医者時代の到来だ。診断士は中小企業の医者といえる。訪れてくる患者の企業を診察し、カルテを書いて適切に処置していくのは当然の業務であるが、良い医者は通り一遍の処置で終わっていない。絶えず研究を重ねて能力を磨き、成果を次なる患者の診断に生かしている。

ついこの前まで、人生は50年とされてきた。ところが、現在は80年。わずかの間に30年も寿命が延びた。一方、会社の寿命は30年という説がある。

明治19年から昭和50年までの間の日本の会

社ベスト100についてふれた記事があった。それによると、この90年間に絶えず100位以内の会社であり続けたのは王子製紙ただ1社だった。この外、鐘紡がランクを出たり入ったりしている。会社が長期間成長し続けることがいかに難しいかがよく分る。

わが国の産業構造の中で、花形産業は繊維から造船、鉄鋼、自動車、そして家電へと、市場の変化とともに、たえず変わっている。企業の命を生き永らえさせるには、時代に即した事業転換が欠かせない。医学の世界は臓器移植の時代を迎えている。従来の医術に安住し、新しい医学の勉強を怠っていると、時代にとり残される恐れがある。

中小企業の経営者には日々なすべき仕事がありにも多く、研修や研究に時間を割けないのが実態だ。診断のプロである中小企業診断士に経営者機能の代行が求められる場面が増えてくる。経営諸表を分析するなど、数字による診断はもとより重要だ。が、数字だけで終わってもらっては困る。中小企業が21世紀にも生きて行ける適切なアドバイスが求められている。

ヒット商品の共通項

資本主義経済では市場が前提になることは既に述べた。市場は消費者の価値観の変化などで絶え間なく動いている。市場変化の要因をヒット商品を例に考えてみよう。

1988年のヒット商品の代表はアサヒビールが開発した“ドライ”ビールである。それまで、ビールは容器で競争していた。これを味の競争に切り替えるにはかなりの決断が必要だったようだが、残された競争分野は味しかなかったため、ようやく社長のOKをとりつけ、踏み切ったと聞く。何じ年、富士写真フィルムの使い捨てカメラ“写ルンデス”も大ヒットした。カメラは高いという従来のイメージを逆手に取って、安くて捨てられるカメラを開発した点にこの企業の巧みさがあった。また3人の脱サラ組が開発した女性用カミソリ“チョイスル”は女性心理を巧みに突

いた。88年ヒット商品に共通するのは「ちょっとしたアイデア」を製品化したことだ。

89年のヒット商品の共通項は「ゴージャス」だった。豊かな社会を反映したものだ。数百万円もするニッサンの自動車“シーマ”がよく売れ、東陶機器のジャンプー・ドレッサーは朝シャンという言葉をはやらせ、女生徒の人気の的になった。ミノルタカメラがつくった自動焦点カメラ“α7700”はカメラ界に旋風を巻き起こした。

90年はまだ半年あるので断定できないが、共通項は“さりげないゴージャスさ”といえよう。昨年と何じ豪華商品であっても、高価さをひらけかささないで、さりげなく楽しむ。部屋の片すみに置いた空気清浄機などがこの例だ。

レースの時代、ゲームの時代

いま企業は、規模の大小を問わず、時代の変化の中で新製品の開発に取り組んでいる。市場動向を把握して、製品に結びつける戦略を大企業は意識して展開してきた。だが、戦略を持たない中小企業でも、何となく分け前にありつけた。それは、これまでがレースの時代だったためだ。幼稚園や小学校の運動会を想像してもらおうとよい。ヨーイ、ドンで走り賞に入らなくても、最後まで走りさえすれば鉛筆1本はもらえた。ところが、90年代は違う。ゲームの時代になる。この時代はプラスとマイナスの時代。自分のマイナスは相手のプラスになる、食い合いの時代だ。戦略を欠く企業は競争についていけなくなる。

戦略を策定するに当たってまずなすべきことは経営資源の見直しである。経営資源には人、物、金、情報、信用、のれんなど、いろいろなものがある。資源を見直し、わが社はどの面に強く、どの部分が弱いかわかることだ。次に目標の設定がある。資源を使ってどの方向に進むか、決めねばならぬ。そして、目標に到達するためのシナリオを書く。中小企業はしばしばこのシナリオづくりがなおざりにされてきた。シナリオのない映画、演劇

など、考えられない。しかも、シナリオは時と場合によって修正されなければならない。

“寅さん”映画が面白いのは、場面に応じて修正されているためだ。中小企業経営のシナリオでは売上げの確保に力点が置かれているが、もっと利益面が重視されてよい。

エクセレント・カンパニーの共通項

先年、米国で「エクセレント・カンパニー」という本が発刊され、わが国でもよく売れた。採り上げられている企業は米国の大企業だが、語られている真理はわが国企業にも当てはまる。企業規模の大小も関係ない。経営分析に際しては7つのSを尺度にしている。①シェアード・バリュー＝基本的な価値観、つまり経営理念②スタッフ＝人材③ストラテジー＝戦略④ストラクチャー＝組織⑤スキル＝技術⑥スタイル＝姿勢⑦システム。

7つのSを基準に上位200社の中から50余のエクセレント・カンパニーが選ばれた。これらの会社に共通する次のような特徴は中小企業経営にとっても大いに参考にされてよい。第1はトップが従業員を適切に指導し、励ましている。第2に顧客を尊重、客に学ぶ姿勢がある。第3に従業員の自主性が最大限に尊重されている。第4は人の働きを通じて生産性を上げている。第5はトップと従業員が価値観を共有している。第6は多角化を進めても本業から離れていない。第7は組織形態が単純である。第8は集権化と分権化をうまく使い分けている。

京都企業の特徴と問題点

京都にはすばらしい企業がたくさんある。これらは伝統産業と革新的産業に区分され、両者はほどよくつり合いがとれてきた。市場の中で伝統産業の今後を考えると、二極分化が進みそうだ。一つは高級品化の道で、手づくりの、極めて芸術的な製品づくりの方向だ。いま一つは量産化の方向だ。この道は途上国の追い上げがあるので、できる限り付加価値を高めなければならない。

(6) 診断京都

ベンチャー企業は一時期、京都の代表産業とけん伝されていたが、原因の一つは京都が非戦災都市だった点にある。残されていた建物、資材の利用を目指して一旗あげようとする野心的経営者が京都に集まってきた。

京都企業は総じて市場への感覚が鋭くない。ルールに則して経営し、安定的に成長しているが、市場の変化は激しい。ルールを守るだけでは生存は保障されない。今、京都の企業に必要なのは市場の創造だ。従来市場を改善、改良するにも革新的発想が求められる。近年、京都からベンチャー企業が生まれないのはなぜかを、もっと本質的に考えてみる必要がある。

人手対策に工夫を

大企業に対して中小企業がとるべき方策としては協業化、協同化がある。最近では融合化の必要性が叫ばれている。だが、いずれの方策も限界があり、人の問題に行きつく。近時、若年労働力の確保は容易なことではないが、全く手が出ないというわけでもない。基本は若者をひきつける魅力ある企業にすることだ。

人手不足を解消するため、各企業はあれこれ対策を立てている。息子といっしょに父親も採用する、などはその一例だ。理工系学生が製造業より金融機関を選ぶのが最近の特徴だ。製造業のイメージは暗い、汚い、ダサイなどと敬遠されているようだ。職場環境を改善するのは当然だが、メーカーは何よりもアイデンティティを確立しなければ若者を呼べない。中小企業では、若者に代って中高年者の採用をシステムとしてとり入れるとか、女子学生、特に男女共学の四年制女子大生に目をつけるなど、打つ手はいろいろある。

診断指導のポイント

中小企業の診断、指導に当たっての留意点をまとめてみよう。

第1には、製品には寿命があることを認識することだ。生成—成長—成熟—衰退というプロダクト・ライフサイクルの中で、当該製品はどこに位置するかをつかんで、適切な対策を講じなければならない。

第2は経営には波があるという点だ。悪い時に、どうすれば体質を強化できるか。製品技術、知恵の組み合わせが求められる。

第3はヒューマンリレーション、人間関係を大切にすることだ。「オレについてこい」と号令するだけでは経営はできない。経営者は知恵を出さねばならない。知恵が出なければコンサルタントに教わる体制をつくるべきだ。

第4はパブリック・レレーションの重要性だ。わが国にもやがて企業を訴える時代がやってくる。地域、社会との関係をよくし、一体感を醸成するような関係づくりが重要だ。

第5は企業特性を発揮することだ。特徴を持たない企業は存続し難い。

第6は国際化への対応だ。外国企業の追いつきはますます厳しくなってくる。

京都の企業は他人の知恵に頼るのを潔しとしない傾向がある。目に見えない情報などに金を払うのを惜しむ。一方、東京などでは情報に金を払って高成長している企業が少なくない。京都の企業が無形の情報に相応の対価を払うまでには今少し時間がかかろう。

中小企業の経営は経験やカンだけでは市場変化に対応し切れなくなりつつある。経営者の意識を変革し、経営に活力を注入するためにも中小企業診断士の責務は重大である。

経済大国・日本の評価

中小企業診断士 玉垣 勲

●中国人留学生のみた日本

先日、ある中国からの留学生と話をする機会があった。彼は日本の京都の大学に留学して5年目、現在、大学院生で農業経済学を専攻している。日本語はペラペラで、一時間余りの出会いであったが、話題は多岐に及んだ。日本、日本人に対してかなり厳しい指摘もあった。このことは裏を返していえば、彼の日本に対する期待の大きさの表明とうけとれる。日本の学生とふだん話をしてもつまらないという。なぜ日本の学生は私事にしか関心を示さないのか、社会・経済・政治のことを語るとしないのか、不思議であるという。外人に対しても何となくよそよそしく、彼の目から日本人は冷淡であると時々映るらしい。外国人留学生を受け入れる以上、しかるべき受け入れ方があるはずとの指摘である。日本のマスコミに対しても注文がついた。昨年、話題となった中国からの経済難民問題、天安門事件についての日本のマスコミの反応は過剰にすぎるといふ。中国の人口は11億人であり、中国大陸は広大である。私たちは中国を語るについて、中国で起こる一部の現象を全体の動きと誤って判断していないだろうか。

●日本経済の発展、成長過程に学ぶ

中国の就業人口のうち6割の5億4千万人が農業に従事している。経済の発展により就業人口のウェイトは第1次産業（農業）→第2次産業（製造業）→第3次産業（商業、サ

ービス業）に移る。この点で中国経済は「開発途上国」である。中国は現代、経済的には解放政策をとっており、経済改革を進めつつある。中国人留学生の言によると、中華人民共和国は1949年の建国以来、その経済政策は「集権」と「分権」の繰り返しであり、現在は「分権化」の時代ということになる。中国の経済の原則は生産手段は国有であり、市場原理（マーケット・メカニズム）は働いていない。しかし、経済体制は日本と違うけれども、日本経済の発展、成長の過程はこれからの中国経済を考える上で学ぶべきことが多い、とこの留学生は語っていた。彼によれば、日本の今日までの経済の発展は日本政府の経済・産業政策に負うところが大きく、行政の産業・企業への指導・介入は、日本経済の発展に有効に働いてきた。このことは中国の国家と企業のかかわりを考える場合、大いに参考になるという。日本は今日、政府の市場への介入を緩和するよう先進国から強く求められている。いわゆる「規制緩和」は経済常用語となっている。体制の違いを越えて、国家・政府の経済社会へのかかわりの評価は、経済の発展段階に応じて異なるということになるか。

●“日本封じ込め”

中国人留学生からは日本に対する批判もあったが、経済大国・日本の経済援助には大いなる期待がよせられていた。この日本の「経

(8) 診断京都

「経済大国」観に関して、最近、二冊の外国人著者の本を読んだ。その一つは、アメリカのジャーナリスト、ファローズ氏の「日本封じ込め」である。氏はこう主張する。日本は消費者の利益を最優先するアメリカと違って、製造業者の利益を最優先し、複雑な流通機構、前近代的な中小企業が維持されており、競争は常に善であるアメリカの競争的資本主義とは本質的に異なる。かくして、日本の「破壊的」習慣からは、自らの経済膨張を抑制する能力も意志もない。日本は世界貿易の相互主義論理を受け入れようとしなない。自由貿易国（アメリカ）と「資本主義的開発志向国」（日本）と産業競争すれば、自由貿易国は負ける。日本人の内面的行動を変えさせる方法として残されているのは外部からの圧力しかない。日米間の利害の衝突を認識し、日本を封じ込めない限り、アメリカにとって重要ないくつかの問題が危機に瀕しよう、と言い切る。ファローズ氏は熱烈なアメリカ愛国者ということであるが、「日本封じ込め」は日本に対する挑発的論評であり、日本人として“ノー”と言いたいところもかなりある。

●経済大国日本への評価

もう一冊の本はイギリスの若手ジャーナリスト、エモット氏の「日はまた沈む」である。本書のタイトルはヘミングウェイの「日はまた昇る」になぞらえたものであるが、沈む国は日本である。エモット氏の日本経済観はこうである。日本はいま膨大な余剰資金を背景に、生産者の国から消費者の国へ、ワーカホリックの国からレジャー大国へ、貯蓄国家から投機国家へ、若者の国から年金生活者の国へと急速に変貌をとげつつある。これにより資本大国・日本の繁栄も短命に終わる、と結論づける。先のファローズ氏の日本異質論とちがって、エモット氏は日本人も結局は他の人種と同じ思考、行動をとるものであり、「日本恐るるに足らず」とする。本書に対しては国内、海外を問わず、視点こそちがうが反論も多い。

ともあれ、経済大国・日本は、いま世界各国から大いに注目されている。経済大国にふさわしい役割を強く求められている。国、企業、家庭、そして私たち一人一人が、自らの価値観、行動様式を問い直す一大転換期にあることは間違いない。

お知らせ

見学研修会を今年は次のような要領で実施します。ふるって参加下さい。なお企業経営者の参加も歓迎します。

日時 10月4日（木）

見学先 関西学術研究都市、ハイタッチ・リサーチパーク（二条丸八セレモニー研究センター、積水ハウス総合住宅研究所）

趣旨 ハイタッチ・リサーチパークは学研都市の最南端、奈良市に接するニュータウンの一角に建設された研究所団地。京都の中堅企業が中心になって研究所を設け、異業種交流の実をも上げようと意図している。見識を広め、参加者相互の交流を図りたい。

参加費 会員2千円、非会員4千円。その他、詳細は後日お知らせします。

京都支部だより

- 平成 2. 1. 5~2. 1 平成 2 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43号を発行し、会員並びに関係先へ配布した。
1. 23 支部新年懇親会をかに道楽で開催した。（出席者12名，来賓 4 名）
2. 8~9 平成元年度第 2 回近畿 通産局管内診断研究会（商業部門）が箕面市「みのお山荘」及び「大阪船場繊維卸商団地」で開催され、黒川支部長、黒崎、奥平副支部長の 3 氏が出席した。
2. 14 京都府診断指導調整推進会議、総合指導調整会議（第 1 回）が京都府中小企業総合センターで開かれ、堀村副支部長が出席した。
3. 1 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 2 年度分の委託契約の更新をした。
3. 20 京都府診断指導調整推進会議、総合指導調整会議（第 2 回）が京都府中小企業総合センターで開かれ、黒崎副支部長が出席した。
3. 26 支部会員研修会，トランプ式 K J 法による「西陣・室町の活性化策」を開催した。（出席12名）
3. 31 支部創立30周年記念大会事業の一つとして「診断京都」記念号を発行し、会員並びに関係先へ配布した。
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 2 年度分の委託契約を更新した。
4. 18 本部理事会が開催され黒川支部長が出席した。
4. 26 支部常任理事会を京都府立勤労会館で開催し、第31回通常総会の開催及び各審議の原案作成を検討した。
5. 9 平成元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. 10 支部理事会を京都商工会議所で開催し、第31回通常総会の開催及び各議案を審議したが、支部長外辞任者が出たので延会を開くこととした。
5. 15 京都府診断指導調整推進会議総会がきょうと平安会館で開催され、奥平副支部長が出席した。
5. 15 支部理事会延会を京都府立勤労会館で開催し、新支部長に黒崎氏を選び、新しい役員体制及び支部事務所移転を決定した。
5. 22 本部第35回通常総会が東京グラウンドヒル市ヶ谷において開催され、黒川支部長が出席した。
5. 25 平成 2 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・案内方法などを協議、決定した。
6. 4 支部第31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、会員懇親会を行なった。なお、同会場において、支部会員研修会を開催し、「京都企業のとるべき経営戦略と診断指導のポイント」と題し、京都産業大学経営学部教授柳原範夫先生の講演を受けた。
6. 13 平成 2 年度全国支部長会議がグラウンドヒル市ヶ谷において開催され、

黒崎支部長が出席した。

6.20 支部理事会を中原で開催し、新役員を含め事業実行計画と分担を決定した。

なお、この期間中に「経営診断研究会」を月例（毎月第2金曜日）で次のとおり開催した。

年月日	回	場 所	テ ー マ	参加
2. 1. 12	59	京都府立勤労会館	'90年代中小企業の経営課題と診断士の所感	11
2. 9	60	〃	平成2年度本研究会の研究方針について	7
3. 26	61	〃	上記会員研修会と合流	12
4. 13	62	〃	支部活動の活性化	12
5. 11	63	〃	トランプ式KJ法による「西陣・室町の活性化策」	9
6. 8	64	〃	パートタイマーの将来	10

【会員の消息】

<加 入>

土井 眞義 滋賀県草津市東矢倉2丁目34番47号

(勤務先：京都銀行本店)

清沢 康弘 城陽市久世里ノ西225-33

(勤務先：京都中央信用金庫事務センター)

<他支部より移籍>

松田幸之助 京都市西京区川島滑樋町44

(勤務先：(有)永幸)

杉原 潔 京都市伏見区深草下河原町110

—5

(勤務先：(有)アポロ総合経営)

<変 更>

藤原 茂寿 (勤務先名) オムロン(株)長岡事業所

奥平 恒巳 (勤務先) 京都信用金庫
(勤務先所在地)

京都市下京区四条通柳馬場角

利藤 直弘 (住所)

向日市寺戸町東野辺15-1

トレージュ part II 302号

生田 信一 (住所・勤務先所在地)

京都市南区西九条森本町25

ふじまつハイツ

瀬戸口寛幸 (住所)

滋賀県大津市下阪本1丁目48

番35号

<他支部へ移籍>

塚元 寿男 東京中央支会へ

<脱 退>

久保 文男

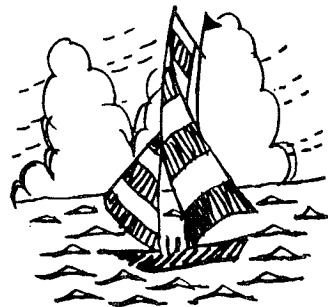
荒尾 義晴

廣瀬 進

乾 亮三(死亡)

乾 亮三氏が6月19日死去されました。

慎んで哀悼の意を表します。



会員の頁

残暑お見舞

1990年夏

中小企業診断士

(社) 中小企業診断協会京都支部有志

<p>大木 徹</p> <p>京都市東山区問屋町通五条下る 3丁目</p> <p>TEL 561-6171~4 〒605</p>	<p>品川 弥太男</p> <p>京都市左京区一条寺松原町101</p> <p>TEL 721-4078 〒606</p>	<p>原納 昭</p> <p>京都市伏見区桃山町山ノ下51-29</p> <p>TEL 611-9696 〒612</p>
<p>大幡 義夫</p> <p>京都市下京区黒門通五条下る</p> <p>TEL 351-2552・6860 〒600</p>	<p>高木 健次</p> <p>京都市北区大將軍西町80</p> <p>TEL 463-8877 〒603</p>	<p>船越 昇</p> <p>相楽郡精華町祝園1丁目田5-12</p> <p>TEL 07749-4-3695 〒619-02</p>
<p>奥平 恒巳</p> <p>京都市西京区大枝西新林町6-15-3</p> <p>TEL 331-1204 〒610-11</p>	<p>城 道雄</p> <p>京都市右京区嵯峨野神ノ木町 20-28</p> <p>TEL 881-2135 〒616</p>	<p>堀村 清蔵</p> <p>京都市下京区西洞院通七条上る</p> <p>TEL 361-4455(代) 〒600</p>
<p>片岡 憲男</p> <p>京都市中京区丸太町通衣棚西入 玉植町222</p> <p>TEL 256-1880(代) 〒604</p>	<p>玉垣 勲</p> <p>京都市西京区川島尻堀町31-6</p> <p>TEL 391-5963 〒615</p>	<p>村上 薫</p> <p>長岡京市神足神田8-20</p> <p>TEL 075-955-0609 〒617</p>
<p>木津 要三</p> <p>京都府八幡市西山足立9-5</p> <p>TEL 983-3271 〒614</p>	<p>常松 明</p> <p>大阪府高槻市安満中の町8-7</p> <p>TEL (0726)82-7779 〒569</p>	<p>村上 泰三</p> <p>京都市上京区大宮通下立売上る家 永町769</p> <p>TEL 841-6709 〒602</p>
<p>黒川 倉市</p> <p>京都市中京区丸太町通東洞院東入 る藤原ビル</p> <p>TEL 211-6010 〒604</p>	<p>中窪 嘉邦</p> <p>京都市右京区御室小松野町31の3</p> <p>TEL 462-7497 〒616</p>	<p>森川 八十一</p> <p>京都市北区紫野中十二坊町28-2</p> <p>TEL 463-6972 〒603</p>
<p>黒崎 徳之助</p> <p>京都市上京区浄福寺通下立売下る 中務町490-19</p> <p>TEL 801-0501(代) 〒602</p>	<p>中野 善蔵</p> <p>京都市上京区西日暮通丸太町下 る四丁目802</p> <p>TEL 811-2750・8732 〒602</p>	<p>山口 敏雄</p> <p>京都市左京区吉田近衛町26の62</p> <p>TEL 761-1514 〒606</p>
<p>塩内 長俊</p> <p>京都市北区大宮玄孫北東町1-7</p> <p>TEL 492-7044 〒603</p>	<p>浜本 勝一郎</p> <p>舞鶴市行永東町10-3</p> <p>TEL 0773-62-4365 〒625</p>	<p>安田 撒</p> <p>京都市北区紫野御所田町11-6</p> <p>TEL 492-3057 〒603</p>

(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

宮崎

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

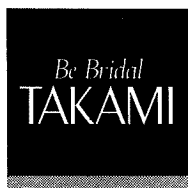
本店/二条通河原町西 ☎ 211-3408代

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 2F

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 TEL075(951)7722代 ☎600

大阪■大阪市北区天神橋3丁目11-16 TEL06(951)7777代 ☎530

東京■東京都港区南青山3-1-28 TEL03(402)2772代 ☎107

東京都中央区銀座6-9-5 ギンザ・コマツ4F TEL03(564)2277代 ☎104

カジュアルあんこショップ TOSHŌCIN



都松庵

京都市中京区堀川三条下ル TEL(075)811-9288代

FAX(075)801-1658

あとがき

残暑お見舞い申し上げます。

今号から編集を担当することになりました

た。機関誌には会員相互の交流を主にした内向きの顔と、組織の存在をPRする外向きの顔があります。当支部の現状を考えますと、ここ当分は外向きの顔を強調していきたいと思えます。次号からは新しい企画も計画しています。先生方のご理解とご協力をお願いします。(船越)

診断京都

No. 44

1990年8月発行

社団法人 中小企業診断協会京都支部
京都市上京区浄福寺通下立売下る

TEL 075-801-0501

FAX 075-841-2560

印刷所 真美印刷

TEL (075)821-2136