

# 診 断 京 都

新 年 号

(題字 橋口会長筆)

## 目 次

献 寿	中 谷 弥 太 郎 (1)
地域社会と中小企業の役割	庄 林 二 三 雄 (2)
お客に好かれる店舗条件	山 本 淑 郎 (5)
京都のお客と東京のお客	小 野 正 貴 (6)
アダム&イヴの発想から今日	富 田 敏 夫 (7)
半 京 都 人	富 井 基 博 (9)
昭和50年度第2回全国診断研究会出席記	(10)
支部だより	(12)

## 献 寿

(社)中小企業診断協会京都支部

支部長 中谷 弥太郎

昇竜の縁起良い昭和丙辰歳の新春を迎えまして寔におめでとうございます。

会員の皆さんにはお褒りもなくご繁栄の裡にご多幸の宝寿を重ねられましたことと謹んでお祝い申し上げます。また当支部の運営につきましては恒々ご懇篤なご指導を賜って居りますご当局初め会員皆さんの格段のご協力によりまして大過なく越年することができましてご同慶に堪えず、日頃のご芳情に厚くお礼を申し上げます。

顧みますれば、昨年の経済環境は混迷の裡に終始し、その余韻も醒めやらぬまま只管安定成長経済の達成を目指して朝野共努力して居られる折柄、企業経営特に中小企業経営のコンサルタントとして任じて居る我々中小企業診断士もその使命を達成する為めあらゆる努力を尽し以て社会の信頼に応え職域を通じて斯界に貢献することの重要性を痛感するものであります。

協会本部に於ても企業診断ニュース等でご承知の通り既に構造を改善して理想的な会務の運営推進に活動しつつある今日、支部に於てもこれに呼応して社会の為め将又会員の皆さんの為めその健全な運営に全力を傾注したいと考えて居ります。

私は洵に微力でその器ではありませんが、関係官庁のご指導と会員皆さんのご協力のもとに支部の発展と皆さんの福祉の増進を目標として邁進致す所存でございますから、旧に倍するご支援とご協力を賜りますよう新春に際しまして切にお願い致します次第でございます。

末筆ながら各位のご健康とご多幸を心から祈念いたしまして年頭のご挨拶とさせていただきます。

## 地域社会と中小企業の役割

地域経済研究所

所長 庄 林 二三雄

### 1. 地域社会と地場産業

高度成長時代が終わってわが国は、いまや経済の質的充実に向かって全力をあげて進みつつあるが、地域社会と産業の関係の再評価もその一つである。そこで地場産業が第一にあげられるが、そのほかにも下請け工業や商業がとりあげられなければならない。

地場産業は、京都では伝統産業と実質的にはほぼ同一であって、京都一千年の文化と深くつながっているばかりでなく、たとえば西陣織や京友禅のように、こんにちにおいても京都産業の重要な担い手となっているものも多い。それらは一定地域に密集した企業群によって一大産地を形成しており、零細経営が多いにもかかわらず徹底した社会的分業形態によって巨大な生産力を誇っている。産業と地域社会との結びつきは、単に経済面にとどまらないで、広く社会面、文化面にまで及んでいて、京都という地域社会の重要な構成単位となっている。

下請け工業は、伝統産業とくらべると歴史こそ新しいが、伝統産業を母体に発生したものもあり、またそうでないものでも京都らしい手づくりの良さを生かしたようなものも多く、京都の地域風土と巧妙に調和した業種が多い。

また商業には、繊維卸売業のように西陣織や京友禅のような地場産業との結びつきが深いものもあり地域と深く結びついている。また一般小売業が地域住民の日々の生活と直接つながっていることはいままでもない。さらに観光にいたっては名所・旧跡をはじめ地域の文化遺産との深いつながりなくしては存在しえないのである。

このように京都の主要産業と地域社会との間には、きわめて密接な結びつきと調和があることは重要である。京都経済を質的に充実させるために

は、以上の産業を発展させることが大きい役割を果たすのであるから、その限りでは、京都は現時点で比較的恵まれた条件下にあるといえそう。だが近年にわかに優秀技術の後継者難をはじめ、騒音・汚水・振動・悪臭・交通マヒなどの公害現象が顕在化して地域社会との調和が破られつつあるなど京都産業の地域的基盤が激変しつつあることを思えば、いまこそその回復に全力を傾注すべきときであろう。

### 2. 地場産業の変貌

一般に「地場産業」と呼ばれる場合には、古くからその地域に集団立地している企業群によって構成されている産業を指す場合が多く、京都では大体のところ「伝統産業」と同じに考えておいて間違いないだろう。それは昔からその地域の産業のほかに重要な地位を占めているばかりでなく、その地域の社会とも密接なかかわりをもち続けてきたわけである。だが、わが国の経済全般において重化学工業化が進んでいくにつれて「地場産業」は近代化の波から取り残され勝ちであって、京都のように「伝統産業」を守る気持ちの強い地域でさえも、「近代産業」の躍進の前には「伝統産業」の産業全体に占める比重は漸減傾向を避けられないようである。

「地場産業」をこのように狭く解すればその将来に大きい期待をかけることができないならば、このさい「地場産業」のワクを広げて見てはどうだろうか。明治以降に欧米式の近代的技術を用いて形成された「近代産業」のなかにも、その地域の社会と深いかかわりをもっているものがあれば、それを「近代的地場産業」と呼んでも差しかえはないのではないか。

たとえば、京都における「精密機械工業」のように明治初期の文教都市化政策の推進に呼応すべ

く種々の教育用機器を製作したことにその起源を殆どした産業では、その後の永い間の地域社会とのかわりのなかで京都産業の主要分野を形成してきているのである。その意味ではこれを「近代的地場産業」と呼んで、その今後の発展を考える必要がありはしないだろうか。「電気工業」の場合も、京都においては明治のはじめびわ湖疏水を利用して蹴上にわが国最初の発電所が建設されて以来、永い間地域社会と密接なかわりをもってきた「近代的地場産業」と呼ぶことができよう。そして、いずれの場合にも、京都という地域社会のなかで主要産業の役割を果たし続けているわけである。それらは高度成長の花形だった重化学工業業種のように量産型の画一的産業とちがって、いかにも京都らしい個性的近代産業であるだけに、将来の京都を支える「近代的地場産業」として力強く育つことが切に望まれる。

### 3. 伝統産業の特質

伝統産業の振興については、京都は土地柄だけにとくに熱心である。地元業界はもとより、地方自治体の熱の入れようも大変なものであって、まことに喜ばしいかぎりである。ところが最近ある人が「伝統産業のようにたいして将来性のない分野に金をつぎ込むのは浪費ではないのか。もっと将来性のある分野にこそ金を投入すべきではないのところがうのか」と私に聞いてきたので、瞬間いささか虚をつかれた思いだった。無知ゆえの大たんな発言とばかりいってすまされないものが感じられるからである。

手づくりの味には格別の良さがある。とくにそれが長い間の伝統につちかわれたものであれば、その良さは格別である。だが同時にその値段の高さも格別であることを忘れてはならない。インフレ生活に苦しんでいるこんにちの一般消費大衆は、もはやこれまでの高度成長時代のアブク銭の使い方を反省していることこそ重要である。ここ一点だけは手づくりでなければならないという個所を除けば、機械の助けをかりてもいいから割安に加工された製品の方が、センスさえよければこれからの一般消費大衆に喜ばれるように思われてならない。むやみに手づくりの工程を多くして高

額な製品をつくり、これを消費者に押しつけようとする態度は一種の思い上がりときえ思える。消費者はそんなに愚か者ばかりでないはずである。

また伝統産業というばあい往々にして伝統工芸と混同されているように思うが、この区別は明確にすべきである。工芸ならば手づくりも大いにけっこうで、名人芸の極致を十二分に製品の中へ投入することによってこそ、その真価は高まるのである。一部の愛好者がそれを求めるに当たって金に糸目をつけないとしても、とくに不思議ではない。だが産業となれば多数消費者が入手できる条件を備えていなければならない。もちろん伝統産業はその性質上そのなかに伝統工芸の高いセンスを宿していなければならないが、このことは伝統産業が伝統工芸と同一でなければならないことにならない。むしろ異なっていることを認識したうえで産業としての特異性を尊重すべきではないだろうか。

### 4. 伝統産業の課題

先日、ある会合の席上で、産業経済の専門家某氏にたいして「あなたは京都産業を大阪の産業とくらべてどのように考えているか」といった意味の質問が行われたときに、その専門家は「過去の大阪の産業は他地域（外国を含む）の製品をじん速に模倣することと、それを実現するために勇敢にスクラップ・アンド・ビルドを断行したことによって発展したが、京都の産業は過去の伝統をたえず革新しながら自らのオリジナルな製品をつくらせてきている。日本経済が高度成長経済に別れを告げた現時点以降では、京都産業の歩んだ道を日本全体が学ばねばならないのではないかと」いったおほめの答えがかえってきたが、われわれとしては、手放しに喜んでいいのか大いに反省する必要がある。

スクラップ・アンド・ビルド式の経営が、今日、限界に直面していることは、いまさら説明するまでもないが、さりとて京都の産業が真剣に伝統を革新してきたと胸をはるにはいささかためらいがあるのではないだろうか。京都の伝統産業で優秀な後継者の充足困難が叫ばれてからすでに久しいが、それを解決するためにこれまでのところ

どんな手がうたれてきただろうか。従業員表彰や従業員宿舎の建設のような世間一般の労務対策は行われてきたが、京都が誇る伝統的技術を革新していくための大事業は、ごく一部の有志者だけの献身的努力にまかせきりで、そこには業界全体の最重要課題として真剣にとりくむ熱意はあまりみられないようである。このように考えてみると、フレッシュな伝統的技術の層の厚さは徐々に消滅しつつあるのではないか。しかも伝統産業の振興は一種の「かけ声」だけに終わっているのではないかという疑問が生まれてくる。

西ドイツ、スイス、イタリアなどヨーロッパの国々にこんちでも根強く生き残っている手工業制度が、長い間の慣習や法制の力によって現実の発展のなかに強い基盤をもっている。これと比べると、全く遅まきながらろうじて伝産法を持つことができたものの、いたずらに甲論乙ばくするばかりで、なかなか具体策をもつことができないわが国の現状では、果たしてオリジナル製品の出現を期待できるだろうか。明治初期の京都染織業界にみられた革新へのあの情熱はどこへいったのだろうか。

## 5. 観光産業の展望

企業の営業成績がどん底を低迷している割には、失業問題がさわがれていないのはなぜだろう、という質問を受けて、一瞬私は答えに窮した。たしかに街中を歩いている人々の顔は、予想するほど暗くはない。業種によっては平年の半分以下というところは軒並みのようだが、そんなところで働いている人たちは、一体どこでどうして所得の減収分を補っているのだろうか。そこで私は、第三次産業分野へ一時的に避難している人々が多いために、失業問題が顕在化しないのではないか、といった意味のことを答えて、その場はなんとか納得してもらった。

このことについては、思いあたることがないでもない。タクシーに乗った場合、私は職業がら運転者に景気の実感について質問することが多い。そしてそれがなかなか参考になるのだが、今年にはいつから、会社が不振のために運転者になっている、という人によく出会っていることが、そ

れである。また、あまり新入りが多いので運転者間に過当競争が生まれるので困っている、と話してくれる人々もある。これらの例でみれば、企業の不振が失業問題につながることを防止されている事情の一端がうなずけるのである。

産業構造審議会の「産業構造の長期ビジョン」においても、将来第三次産業分野の雇用吸収力に大きい期待がかけられているようであるが、京都においてはすでにこのことが現実となって現れているといえないだろうか。もしそうだとしたら、いまのように成り行きまかせに放置するのではなくて、第三次産業、なかでもサービス産業が望ましい方向で他産業からの労働力を迎えらるような体制を整備することもいそがなければならぬのではなからうか。

幸い、京都の観光は、千年の都としての歴史を背景にその条件はきわめて恵まれているわけだから、これを核とするサービス産業のあり方をみきわめて、一日も早く実効ある対策を打ち出すことを望みたい。観光を観光システム産業にまで発展させることを、いまこそ真剣に考えるべきときである。

### モラル・サーヴェイ

これは態度調査、志気調査、態度測定などいろいろの名で呼ばれていますが、要は人があるグループまたは組織に満足し、引きつづきその一員としてとどまりたいと望み、喜んでその目的を達成しようとする態度（心がまえ）を測定しようとするものです。

その方法としては

- ① 直接観察法
- ② 提案法
- ③ 質問紙法
- ④ 面接法
- ⑤ 実験研究法

などがあります。

また効果としては

- ① 経営効果を把握する有力な手段となる
- ② 下意上達ができる
- ③ 経営参加の機会を増す
- ④ 経営上の問題点を発見する手段となる
- ⑤ 問題分析の機会を与える

などです。

—経営用語—

## お客に好かれる店舗条件

中小企業診断士 山本 淑郎

店舗の定義として、①商品を適切な価格で適切な時期に適切な数量を供給する場所、②その店の経営内容を具体的に表現した設備、③商業に於ける販売活動の舞台。などと言われますが、何れにしても、店舗は商店経営の根拠であり、お客に商品を買ってもらう唯一の場所なので先づ、お客の購買意欲を満たす魅力づくりが必要であることは言うまでもありません。

では、店舗構成の主眼点を次にかかげます。

### 1) 誘導性

一表構えの印象といつでも自由に出入しやすい店の条件—

#### ①外装(店の顔)

外装は近代感があってその店の取扱商品との調和もよく(その店らしさ)そして何となく親しさを感じるものであること。(なお、建物と扱品との関連も考慮すること。)

#### ②看板(店の目)

看板は店の名称と扱品の表示(商店であることの告示)なのでその表示はわかりやすく、読みやすく、しかも印象的なものであること。(なお、名称の異なった看板を用いないよう注意のこと。)

#### ③店頭(店の口)

店頭はその構成、つまり出入口のとり方、ショーウィンドウの位置、ランマや地面の高さなどが自然に店内へ誘導できるようになっていること。

#### ④開放度

道路から店内の様子がわかるよう、外部と店内の接近度を多くするため、壁、板張り、窓などの部分をできるだけなくするよう考慮のこと。

### 2) 回覧性

一店内が回りやすく、商品が見やすい売場活用の条件—

#### ①配置

その店の取扱品や店内の広さに合わせ、ショーケース、陳列棚、陳列台(陳列用具)包装

台(包装用具)計量器、レジスターなどを適当に配置し、売場に遊んでいるところがないようにすること。(なお、事務所や奥への出入口などには仕切りをすること。)

#### ②陳列

商品の陳列は、棚やケースや台などを適当に利用してその商品の性質を生かした陳列とすること。そして豊富感、新鮮感(季節品、流行品)清潔感にも留意すること。

#### ③通路

店内がどこへでも自由に回りやすく、そしてどの商品にも近づけるよう適当に通路をつくること。

#### ④天井と地面

天井は高過ぎず、低からず、扱品の形や店の広さに合った高さにする。

また、地面は入口で急に高くなったり、店の奥へだんだんに低くなるようなことでなく、表の道路と平行であること。

### 3) 演出性

一楽しい買物ができるムードづくりの条件—

#### ①照明

売場全体が昼夜を問わず、同じ明るさで、商品が目立つよう効果的な照明具の使い方を考慮すること。

#### ②色彩

商品の形や色を生かすよう、天井、壁面、設備器具、地面などの色彩調節を考慮すること。(なお、店内の色彩はなるべく、明るく、温か味のあるものを用いること。)

#### ③装飾

装飾はそれ自体を見せるものでなくて商品展示の補助的役目、つまり商品の引き立てと空間利用と店の潤いをつくるためのものですから装飾に主体性を持たせないよう留意すること。

#### ④店内表示(POP広告)

新製品、季節品、流行品などの店内表示は、お客の目を引き、わかりやすく、センスのある印象的なものにすること。

## 京都のお客と東京のお客

洋品の店天狗堂

社 長 小 野 正 貴

お客には常に親切にして平等であり、差別をしてはいけないというのが、接客技術の本旨とも言われています。しかし、京都のお客と東京のお客を分類するとしたら、京都は緩慢にして慎重型、東京は早急にして決断型と言えるでしょう。したがって、全般的にみて東京のお客の方が販売しやすいということになります。

つまり東京のお客は気に入ればすぐ買うし、駄目ならばアッサリとやめて他店へ行ってしまいます。ですから苦勞が少なくて販売がしやすいのです。それに反して、京都のお客は先ず老舗を重んじて店を選び、量より質を重点に、そして顔見しりの販売員を頼りに商品进行研究する。特に買廻り品に關しては何となく買物を楽しむ人が多いようです。

デパートでも、例えば、××と〇〇〇といったようにそれぞれファン層が別れそれも伝統を考えていると聞いています。特に専門店はこの傾向が強いのではないかと思います。

母親に連れられて買物に行く、子達が成人し結婚し母親となり、又我が子の手を引いて、その店に買物に行くという。この現実が古都京都の特質とも思いますし、又京都企業の全体の姿のように思われます。それだけに販売に就ては単に品物と金の交換ということとは別に、人間としての心のつながり、つまり人間関係による販売が必要なのです。

他都市より他地方より多くの人が集中し膨大な人口を有する東京に於て、勿論その事が購買力を強めているとも言えましようが、特に関西より販売しやすいのは事実です。ゆっくりと品を選び、ネバッコ値切るよりも、その時間を費やすうちに儲けた方が得との割切った考え方は大生産と大消費そして通勤にも買物にも時間のかかる東京のお客の心理となって現われていると思うのです。東京の理髪店は1人の理容士さんが終始一貫してそのお客に対しますが、京都では整髪、ひげそり、洗顔と夫々替って1人のお客に対する場合が多いようです。

京都には京都の風習があり、東京には東京の風習がある。所変われば品変わると言われていますが、交通機関の発展につれて所変わっても品変わらずの感があります。しかしこのようにお客の気質はやっぱり地方によって大いに異っているようです。

京都と東京のサラリーマンの主婦を対象とした、あるアンケート調査によりますと、「不況の意識を感じるか」で東京の主婦59%が非常に感じるのと答に対し、京都では50%でやや少く「主人の会社がもし倒産したら」で、「何とか生活する自信あり」では東京43%に対し、京都63%となり、「万一に備えて貯蓄がある」については東京5.7%、京都12.3%となって京都の主婦は貯蓄型であり「いざとなれば財産を処分する」と答えているそうです。「処分する財産もない」と答えた東京の主婦に比べて物心両面でかなり、ゆとりが感じられるとのことです。また「節約を心にかけ、ガッチリと貯蓄する」では東京52%、大阪63%、京都67%と京女の壁実さと金銭感覚を思い出すとき、京都の販売のむづかしさも当然さながらの感がいたします。

京都より東京に出店して成功したことを聞いても失敗して引上げたということはまだ聞きません。一ある東京のお客さんが言われました。

東京に住んでタマに買物し心にかよう暖い親切な応待を受けたとき、京都の面影を感じますと。京都商人が東京で成功しているのも人と人の心が相通じる商法を重きに置いているからではないでしょうか。

昨今、手づくりの味というものが見直されています。京都の企業が不況に強いと言われるように、京都商法も又不況に強いのは、財布のひもの壁い京都のお客に満足していただくよう、きびしい現実而努力しているからだだと思います。

そして、その反面、地下鉄が通っても地下商店街は出来ないという言わば思い切った冒険は出来ない慎重さと消極的な商人も又多いと言うことが発展しない原因のようにも、私は思っています。

## たち吉の洋食器「アダム&amp;イヴ」の発想から今日

(株)たち吉取締役営業本部長

富 田 敏 夫

たち吉の洋食器部門としてアダム&イヴブランドが誕生してから既に7年半経過しました。アダム&イヴは現在45店。売上は年15億です。私は商品のレイゾンデール(存在理由)は常にニードだと考えています。この不況時に於て尚3割5分の伸率を示しているのは経営力でもなんでもない、ただただニードに於て商品をつくったという事に過ぎないと思うのです。ですから過分のホメ言葉を受けますと妙な気持ちで照れてしまいます。

商品を売るという事になんらトリックは不要であります。むしろ最も危険なことがトリックであります。

これはいささか極端な論理ですが少なくとも安全な論理ではあります。7年半前と言えば戦後派の結婚人口が急上昇しております。

物質面での住宅を考えてみますと既に一ヶ建ち住居は人口密度の高い日本では難題であります。

若いカップルはマンション、アパートが多くなります。

東京の立並ぶマンションを思い出して下さい。あの中に若い生活がギッシリです。

更にライフスタイルは住居空間の中でも変わっています。それはLDKという表現で象徴されます。

つまりLはリビングルームであります。ステレオとテレビとピアノとソファセットがあるのです。かつて日本人は茶をのみ床の間の花や掛軸を話題とし障子をあげればささやかでも静かな平和を呈した庭があったのです。然し今日接待は座布トんに座らず深々とソファに座りたがるのです。

Dはダイニングルーム(食堂)です。かつては折たたみのお膳であったのですが今日では腰をかけてテーブルにつくのです。現代っ子の若い女性には正座はかなり苦痛なのです。

食べものだってナイフやフォークをつかいます。ホテルのレストランといえば西洋式が主に扱われています。

私個人は実は洋食は好きじゃないし和食でサシ

ミが大好物。然し商品の誕生は時代のニードなのでですから個人の嗜好が優先しません。

Kはキッチン(台所)ですがその一大特色は電化という事です。冷蔵庫、食器洗機、電子レンジ、オープン、これらにも新しく適応する食器が必要です。

こう考えてみると、というより既に議論の余地なくアダム&イヴを肯定する要素は私達の生活パターンに定着しています。大人感覚では日本人も時代比較から変わったという訳ですが戦後生れ(もう30才)の人達は変わった訳じゃなく生れ育って意識し始めた時すでにこういう今の生活を始めたのであります。

ギャップという言葉があります。親子の断絶という言葉が一時流行しました。それは現在の45才以上の人間が2種類の時代を経験している事から起ります。

戦前と戦後です。私達の発想や論理はいつもこの二つの時代経験と人間との関係が必要だと思ふのです。例えば30才以下の戦後っ子はアメリカ人と思えばいい。思考、行動、価値観すべてに言えると思います。

今の経営者は尚戦前の人達です。思考、行動、価値観これは多少極端に古い日本の観念を基準にするのがいいと思います。

人間交流に於てもこの理解が必要だと私自身は思うのです。どちらがどうってことは別の話であります。ただ接点を持つ場合の実感としてこの理解が必要だというだけの話。私は商品づくりもこの二つのタイプが共存する日本の社会を理解する事から始まる場合が以外に多いと気づくのです。

この秋にローマに96坪でたち吉とアダム&イヴのショップが生まれました。私は世界の中でこの2種類の商品がどんな反応をして行くか。試行錯誤を始めて方向がどっちなのか見極めたいと思っています。私にはよく解りませんが時代の動きに関心があれば行く道は困難でなく楽しく見出せると信じています。

## 半 京 都 人

はきもの老舗丸竹主人

## 富 井 基 博

東京で大学時代の同窓会があった。卒業以来、20年ぶりのことである。会場へ一步入っておどろいた。

白髪や禿頭の人達が、あちこちにたむろしている。

こりゃ、会場を間違えたかな、と思って、入口の標識を見ると、

『K大学同窓会』

とある。

再び室内に入ってゆくと、

『よう、富井』

と、頭に霜をいだいた紳士が、走り寄って私の肩をたたいた。

まぎれもない学友のMだ。

やがて、世話人の司会のもとに、プログラムが進んでいった。

なつかしい顔が、20年昔の学生時代の面影に変わってゆく。

当時の学帽をかぶせると、学生時代の彼になるのを、頭の中で確認した。

学生時代、親友だったIが言った。

『お前、京都人になったなあ』

いつまでも、江戸っ子と思っていた私に、その言葉はショックであった。と同時に、東京から京都へ養子にきて、つとめて京都という町と、京都の人々に融けこもうと、努力してきた効果を、認めてくれた言葉でもあった。

東京で生れ、25才まで東京で暮し、京都へ養子に来てから30年、上半身は東京育ち、下半身は京都育ち、と自認している私に、京都を語らせるのは、なかなか皮肉でもあり、適切でもあるような気がする。

東京の人間が、京都の人と生活してゆくのには、言葉上のゆき違いが割にある。

スキヤキをしている時、少々甘味が足りないの、家内に

『おい、からいよ』

という、家内はやおらヤカンの湯を鍋に入れたものだ。私のいう『からい』というのは、砂糖を入れてもう少し甘くしろ、という意味なのだが、京都では『からい』という、『濃い』ことを意

味することを、その時知った。

それから、煮物のお菜のときは、必ず

『もっと砂糖を入れてくれ』

と、いうことにしている。

東京では、仕事であれ、遊びであれ、外出する時は、

『ごゆっくり』

という言葉で送り出される。

それが京都では、外出の時には、

『お早ようお帰りやす』

という言葉になる。

はじめてその言葉を聞いたとき、私は内心むっ、とした。

(早く帰ってこい、とは何事だ。子供ではあるまいし、早く帰ろうと、おそくなろうと、こっちの勝手じゃないか)

こんな気持ちで家を出たが、

『お早ようお帰りやす』というのは、何も『早く帰ってこい』というのではなく、『事故などに会わずに、無事に帰ってきてほしい』という意味を含んだ言葉であることを知って、逆に、何とも言えぬ情を感じるようになった。

私の店に、私で三代に仕えてくれている番頭がいる。

店の者が交代で食事をして、食べ終って店へ出てくると、他の店の者に

『お先にご馳走さまでした』

と声をかける。そうすると

『よろしうおあがりやす』

と返事をする。

これから食べにゆく者に、『よろしうおあがりやす』なら分るが、食べ終った者に『おあがりやす』はちょっとおかしい、と思ってその番頭に尋ねた。

『ああ、それでっか。それはね、よろしうおあがりやすした、というのを、言葉をつめて、よろしうおあがりやす、になったんすわ』と、いとも簡単明瞭に答えてくれた。

そういえば、烏丸(からすまる)という地名を、「からすま」と呼んで、最後の「る」を省く例もある。



東京の私の実家は矢張り商人であった。

商売の仕方は、まがりなりにも知っているつもりだったが、京都へ来て、京あきんどの商法、特に商品を仕入れる時のやり方におどろいた。

当時、終戦直後のこととて、店は開けているものの、満身に品物が揃わない時だ。

組合から配給される品と、こっそり闇値（まだ公定価格というものがあった）で品物を運んでくる運び屋が頼りだった。

ある日、出入りの運び屋が、今までにない良い品を持ってきた。私はそれを手にとって見ながら『良いね、全部貰っとくよ。いくら』

と言って、運び屋の言い値を支払った。

運び屋が帰ると、そのやりとりを家の中で聞いていた母が、私を呼んだ。

『あんさん、品物を仕入れる時に、賞める人がありますかいな。しかも言い値でお金を払うなんて。言うときますがな、京都では、品物を仕入れるときは、その品物をけなすんです。けちをつけて、値切らなあきまへん。よう覚えときやす』

良いから良い、その品にふさわしい値だから言い値で買った。これがいけないのだ。

性格というか、根が馬鹿正直だからだろうか、今日まで、この仕入のやり方だけは出来なかった。また、しなくてよかった、とも思っている。

私が京都に来て30年、この30年間取引を続けている問屋が、指を折るほどあるのも、共存共栄という気持で、それらの店と取引をしてきたお蔭と思っている。

店の歴史が古いので、私の店はお得意さんが多い。それも、京都では一流の家やお店の奥さんが多い。

お得意さんの一人が、店に買物にきて、帰りしなに『今度、北白川の方に家を新築したので、奥さんと是非ご一緒に、遊びに来て下さい。お待ち

ちしてますよ』

と言われた。

私はすぐ『おめでどう』を言い、

『是非一度、お伺い致します』

と、お祝を持って行かねばならぬ、と思いながら返事をした。

夕食の時、そのことが話題になった。

『折角、ああ言って下さるんだから、行かないといけないのじゃないか』

家内が答えた。

『あほやなあ。あれは社交辞礼っていうもんやないの。本当に訪ねてごらんさい。よく凶々しく来たもんや、と思われるだけやわ』

おっちょこちょいの、腹にあることを何でも喋ってしまう東京人のお人良さが、私の京都における生活に、随分とマイナスになった気がする。それを思っ、つとめて京都の風習やしきたりに馴染む努力をした結果が、本来の京都人以上に、京都的な一面を、私は身につけたように思う。

東京の人、特に文化人と称する人々が、雑誌などに、京都や京都人の悪い面を、殊更に強調して書いていることがある。

住んでいる環境や境遇に支配され、逆に利用して生きてゆかねばならないのは、何も京都人に限ったことではない。

京都の、京都人の良さも悪さも、生きてゆく本能と智恵がもたらしたものである。

東京の人間が最高と思っている、それらの文化人が、私には笑止に思えてならない。

商売の関係で、よく東京へ行くが、故郷であるべき東京から、京都へ帰ってきて、心からほっとするのは、私がすでに京都の人間になったからだろうか。

京都を守り、京都の友人知己を大切にして、身も心も京都人になりたい、と私は思う。

日新電機株式会社協力工場

株式会社 奥 木 工 所

代表取締役 奥 順 作

本社 京都市中京区西ノ京職司町64

工場 京都市中京区西ノ京北小路町10

TEL 841-3519  
841-8453

チェーン規模 ファッション業界No.1

イシマルチェーン

洋服のデパート ⑤イシマル 本店  
京都・寺町錦上ル (221) 5656

メーカー直販 心か  
京都・寺町錦角 (223) 0996

個性派 BONDSHOP  
京都・寺町錦上ル イシマル・BF

ファッションショップ  
bigVEN  
ISHIMARU  
京都・河原町三条下ル(223) 0140

## 昭和50年度 第2回全国診断研究会出席記

昭和50年度第2回全国中小企業診断研究会が9月3日から3日間にわたって山口県の山口市市民会館で行われ、当支部から中谷支部長、荒尾副支部長が出席参加しました。

すでに企業診断ニュースにおいて、そのあらましは発表されていますが、直接見聞したことがらについて、おそまきながら報告させていただきますので、ご参考にして下さい。

### 第1日(9月3日)

総会が山口市市民会館大ホールで開かれ約520名の参加者があり、診断協会関係は、69名の会員が出席しました。開会あいさつ、祝辞等につづいて、児玉中小企業庁指導部長の「今後の中小企業政策のあり方」の講演がありました。昭和51年度中小企業施策の重点についての基本項目を掲げますので、細部については支部におきき下さい。

- I 中小企業の経営安定の確保
  1. 中小企業の経営安定の確保
  2. 下請中小企業対策の推進
  3. 中小企業事業分野調整対策の強化
    - 紛争処理体制の整備強化と
    - 紛争の実態の常時把握
- II 小規模企業対策の拡充
- III 中小企業の近代化、高度化等の推進
  1. 中小企業の近代化・高度化等の推進
    - 福祉型高度化事業の拡充
    - 構造改善等事業助成制度の創設
    - 広域高度化事業の円滑化
  2. 中小企業の近代化の促進

3. 中小企業技術開発の推進
4. 中小企業投資育成制度の充実

### IV 中小企業の事業転換対策の充実

### V 従来施策の強化拡充

1. 中小企業指導及び研修事業の推進
2. 中小企業組織化の促進
3. 中小企業勤労者福祉対策の推進
4. 中小企業施策の普及及び調査事業の推進
5. 中小企業税制の整備

午後は、特別記念講演、体験発表等があり5時30分から市民会館小ホールで懇談会が行われ、和やかなムードの中で親睦交歓がかわされました。

### 第2日(9月4日)

分科会が各会場に分れて5分科会が開かれ、それぞれ活発な討論が行われ、日頃の研さんの成果が示されました。京都府立中小企業総合指導所の泉博氏(当支部常任理事)が、第3分科会の「コンピューター導入のための自己診断手引」に討論者として参加されていました。

### 第3日(9月5日)

A、Bの2コースに分れて、工場見学、観光が行われましたが、支部参加のわれわれ2名は参加せず2日目で帰りました。研究会のための宿泊施設はすべて公共共済施設で「おいでませ山口へ」の商業施設ではありませんが、人情豊かでサービスも割合にゆきとどいていました。

なお来年は、少し遠いですが、九州の熊本県に決定していますので、おしらせしておきます。

(報告 荒尾 義晴)

## 中小企業診断士 受験講座

社会保険労務士

受験講座

- 一線で活躍中の若手実践派による熱意ある指導!
- 小人数制による密度の高い効率的学習!

開講 1月22日(木) 教室 京都社会福祉会館  
毎木曜 午後6時 (二条城北側)

注目しよう!  
社会的地位のある資格!  
開講 1月20日(火)  
毎火曜 午後6時  
教室 京都社会福祉会館

●案内書無料送付。電話・ハガキでお申込みください。

オーク・教育事業部 京都市右京区川島有栖川町51 ☎ 075(391)0391  
オークビル (阪急桂西口前)

あけましておめでとうございます

昭和51年元旦

(社) 中小企業診断協会京都支部有志

<p>荒尾 義晴 京都市下京区下魚棚通堀川西入 TEL 341-5331(代) ㊸㊸㊸</p>	<p>田畑 周一郎 京都市中京区高倉通丸太町下る TEL 241-3361・3362 ㊸㊸㊸</p>	<p>菱田 多一郎 京都市中京区上押小路通御前東入 TEL 842-0001(代) ㊸㊸㊸</p>
<p>大木 徹 京都市東山区間屋町通五条下る TEL 561-6171(代) ㊸㊸㊸</p>	<p>たち 城 道雄 京都市右京区嵯峨朝日町2の16 幸栄ビル TEL 881-2135 ㊸㊸㊸</p>	<p>堀村 清蔵 京都市下京区西洞院通七条上る TEL 361-4455(代) ㊸㊸㊸</p>
<p>大幡 義夫 京都市下京区黒門通五条下る TEL 351-2552・6860 ㊸㊸㊸</p>	<p>中谷 弥太郎 京都市下京区東洞院通五条上る TEL 351-8449・2140 ㊸㊸㊸</p>	<p>村上 泰三 京都市下京区大宮通松原上る TEL 801-4591 ㊸㊸㊸</p>
<p>片岡 憲男 京都市中京区室町通三条下る 布帛ビル TEL 221-2409 ㊸㊸㊸</p>	<p>中村 貞次郎 京都市右京区西院三蔵町20 TEL 311-2656(代)~8 ㊸㊸㊸</p>	<p>森川 八十一 京都市北区紫野中十二坊町28-2 TEL 463-6972 ㊸㊸㊸</p>
<p>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 ㊸㊸㊸</p>	<p>中野 善蔵 京都市上京区西日暮通丸太町下る 4丁目 TEL 811-8732・2750 ㊸㊸㊸</p>	<p>山下 藤三郎 京都市中京区六角通堀川東入 越後町189 TEL 221-7411~4 ㊸㊸㊸</p>
<p>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) ㊸㊸㊸</p>	<p>中窪 嘉邦 京都市右京区御室小松野町31の3 TEL 462-7497 ㊸㊸㊸</p>	<p>山本 淑郎 京都市北区堀川北大路上る西入 TEL 491-4957 ㊸㊸㊸</p>
<p>久保 文男 (通称文人) 京都市中京区室町通夷川上る鏡屋町 36の2 TEL 231-0403 ㊸㊸㊸</p>	<p>中村 外之 京都市下京区富小路松原下る 本上神明町449 TEL 351-1450 ㊸㊸㊸</p>	<p>吉村 卯一郎 京都市上京区五辻通千本西入 風呂屋町58 TEL 461-1872 ㊸㊸㊸</p>
<p>島津 清一郎 京都市下京区堀川通六条下る 元日町11 TEL 343-0861(代) ㊸㊸㊸</p>	<p>西畑 好彦 京都市中京区西洞院通二条上る 薬師町652 TEL 231-5207・7546 ㊸㊸㊸</p>	<p>吉川 清一 大津市馬場町二丁目12の60 TEL (0775)23-1174 ㊸㊸㊸</p>
<p>下島 兼次 京都市中京区夷川通衣棚角 TEL 231-0966 ㊸㊸㊸</p>	<p>広瀬 来三 京都市中京区烏丸通二条下る ヒロセビル TEL 222-2051 ㊸㊸㊸</p>	<p>和田 忠儀 京都市下京区河原町通六条下る 和田ビル TEL 351-7127・361-6970 ㊸㊸㊸</p>

支 部 だ よ り

▷業務報告

- 50. 8. 6~8 京都府立勤労会館において、昭和50年度中小企業診断士更新登録研修を実施し、商業部門55名、工鉱業部門30名が研修を終了した。
- 50. 9. 2~4 昭和50年度全国診断研究会（山口市で開催）へ中谷支部長、荒尾副支部長が参加した。
- 50. 10. 15 当日付にて中谷支部長が本部会員事業部々員に就任した。
- 50. 10. 15 本部理事会に中谷支部長（本部理事）が出席した。
- 50. 10. 23 昭和50年度第2回大阪通産局管内診断研究会（和歌山市で開催）へ中谷支部長が出席した。
- 50. 11. 11 2回にわたり本部会員事業部委員会へ中谷支部長が出席した。
- 50. 12. 5
- 50. 12. 9 支部会員懇談会を円山観光会館で開催し、会員20名が出席、本部の状況報告をかねて、懇談、親睦の効果をあげた。

▷会員の異動 (50. 8. 1~11. 30)

○入 会

- 8. 1 四方利治（商業5332号）  
 自宅 京都府綾部市天神町西綾部166 TEL 07734 (2) 1512  
 勤務先 京都信用保証協会京都東支所
- 8. 1 塩見泰一郎（商業5331号）  
 自宅 京都市右京区桂下豆田町21-7 TEL (075) 391-2627  
 勤務先 大橋株式会社
- 8. 5 大橋安正（工鉱業部門）  
 自宅 京都府亀岡市保津町溝行1 TEL 07712 (3) 0357  
 自営 大橋経営研究所

○退 会

- 8. 1 滝光男（商業部門）

街にみどり  
暮らしにゆとりを

 京都 **中央信用金庫**

理事長 **西村清次**

本店 〒600 京都市下京区四条通鳥丸西入  
☎ (075) 223-2525 (大代表)

**あとがき** この「診断京都」も号を重ね第8巻を迎えることになりました。今号は例年のあいさつ型を少しかえ、内容の変化に重きを置いて見ました。大方のご叱正と一層のご支援をお願い申し上げる次第です。（やまもと）

診 断 京 都

<第8巻第1号>

昭和51年1月1日発行

社団法人 中小企業診断協会京都支部  
〒600 京都市下京区東洞院五条上ル

TEL (075) 351-8449

印刷所 松崎印刷株式会社

TEL (075) 351-4717