

NEWSWAVE

発行

株式会社 常陽経営コンサルタンツ

新しい時代を切り拓く実践経営情報紙

観光客、食道楽を誘う B 級グルメ祭
生み出す地域経済効果は大きく

全国で町おこしが叫ばれて久しい。先日も函館、札幌、横浜、神戸などが市町村ブランドの上位に選ばれたが、中小都市はそうはいかない。町おこしの起爆剤がないため、地元還元のためのマーケティングを常に模索しており、人口も観光客も伸び悩んでいる。町おこし商法といえ、NHK大河ドラマの便乗商法が定番だったが、波及効果は範囲が狭くドラマ終了後まで継続しないとされる。

年 1 度行われる「B 級グルメグランプリ」(B-1 グランプリ) は、地方独特の「郷土料理食べ比べ」のことで、遊び心と郷土愛から命名した祭典のこと。昨年は久留米市(福岡県)で開かれ全国から 24 団体が参加、2 日間で 20 万人を集めた。野菜・魚介など地元産物も直売され、

関係・随行者(1 団体約 20 人)の宿泊、飲食費なども含め地元へ落としおとしたお金は 3 億円強とされる。今年の横手市は 5 億円を見込む。

このグランプリで注目されると、地元へ“逆輸入”効果が出て専門店舗が活気づき、そこへ観光客・グルメがやってくる、という経済効果が生まれる。かつて喜多方ラーメン(福島県)で先鞭を付け、その後、富士宮焼きそば(静岡県)、宇都宮餃子(栃木県)もすでに全国区となった。裏方には喜多方市、横手市のように行政の応援が不可欠。中小都市の町おこしは、行政・市民・企業・農協や商工会の一体感なくしては成り立たない。この祭典の功績は各地でグルメマーケティングを巻き起こしたことである。

中小企業の会計に関する実態調査
4 割が経理を全て税理士等に委託

4 割強の中小企業が、経理財務に関する事務を、税理士など会計専門家に全て委託していることが、中小企業庁が新日本有限責任監査法人に委託して 2~3 月に実施した「2008 年度中小企業の会計に関する実態調査」で分かった。

調査結果(有効回答数 5,064 社)によると、経理財務に関する事務は、「仕訳伝票を会計専門家に渡し、外注」という回答が 43.0%と最多。次いで「総勘定元帳の作成まで社内、財務諸表の処理と税務申告は会計専門家に外注」が 27.1%、「財務諸表の作成まで一貫して社内、税務申告は外注」が 21.8%、「財務諸表の作成、税務申告まで一貫して社内」は 3.8%だった。

会計専門家は「税理士」が 79.2%、「公認会計士」が 17.7%だった。会計専門家への年間支払報

酬は、「50 万円以上 100 万円未満」が 45.3%、「50 万円未満」が 33.1%、「100 万円以上 200 万円未満」が 16.9%などとなっており、100 万円未満が全体の 78.4%を占めている。

会計ソフトの利用状況については、46.2%と 5 割近い企業が「会計ソフトは利用していない」と回答して最多、次いで「市販ソフトを利用」が 30.4%の企業、「独自の会計ソフトを利用」が 5.9%だった。

一方、決算書の作成について、財務管理上、期中の締め頻度は、「毎月締めを行っている」が 67.6%、「1 年に 1 度締めを行っている」が 12.6%となっており、「毎日締めを行っている」とする企業は 5.2%に過ぎない。