

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

## 『神主はつらいよ』 新井俊邦著 自

由国民社 238頁 1,300円(税別)

著者は神主さんです。なんでこんな本を題材にするのかというと、楽しめるからです。神社というなじみはあるけれども実態がわからないものを知ることができる。お参りの方法などを神主直伝で知ることができる。伝統的な神社という事業が、現代を生きるためにどのような経営努力をしているのか知ることができる。この3点を楽しむことができるのです。

著者は14の神社の宮司を務めているのです。宮司は神社のトップです。従業員はいません。つまり、14の社長だけの会社の社長なのです。ここに小企業の経営を見ることができます。しかも、著者は中小企業診断士です。

まず神社の実態を知ることができるところをご紹介します。

- ・神社本庁に属する8万社のうち、7万社には宮司がおらず、兼任。
- ・著者の宮司としての年収は300万円弱
- ・著者が宮司を務めるR稲荷神社からの年俸は5万円。1年5回のお祭りに奉仕。
- ・R稲荷神社の氏子は50戸で、氏子年会費が3000円だとすると、年間の神社収入は15万円。宮司の年俸はその3分の1程度。
- ・8割以上の宮司は年収100万円以下で、9割以上が副業をしている。
- ・神社の貴重な収入源である地鎮祭が毎年3～5%減っている。
- ・著者は、御朱印のため、きれいな字を猛特訓。

次に著者の経営努力です。

★榊：榊(さかき)は、地鎮祭などのお祭りの間、土地の神様がいらっしゃる「依り代」に欠かせない。しかし、祭りは急に依頼されることもある。それに備えて常時用意しておくのは大変。そこで人口榊を用意しておく。

★どうして赤色なの? : 小学3年生の女の子にお守りを渡したとき、そう言われた。なるほど、女の子だからって、朱色が好きとはかぎらないんだと気づいた。以後、どちらを選ぶこともできるようにし、その後さらに、伝統的な紫・朱色はやめて水色と桃色にした。

★お守り: 子供用の交通安全のお守りには名前を入れていた。しかし、不審者対策で、登下校時に名札を外すよう指導している小学校があると知り、名入れ、名入れなしの選択をできるようにした。

神社は伝統的な価値を重んじるべきだ。しかし、それに胡坐をかいてはいけない。伝統を守りつつ、敏感に時代の趨勢をつかんでいく。これこそが、これからの神社の在り方だ。

★七五三: 弱小神社の七五三は風前の灯火。著者の友人はこういう。「俺の親父の代なんて、数年前に予約が埋まっていた。今じゃ、予約ゼロの年もある」この神社で、七五三祈願を中止にしてもまったく混乱は起きなかった。近くには規模の大きな神社がいくつもあり、予約なしに待たずに七五三祈願を受けることができるからだ。

★商圈を広げる: 氏子の子供が集まらないなら、子どもを集める範囲を広げればいい。しかし、氏子区域以外でのポスティングはトラブルのもと。SNS、動画を使う。

★人出: 人出が多い祭りの理由を探して、それを強化する。

最後にお参りの作法を項目だけご紹介します。

★お守り、お札には有効期限がある。

★御朱印について

★地鎮祭のお神酒

★神様へのお供え物

★古札納め所

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

## 景気は？

日銀岡山支店10月2日発表「岡山県金融経済月報」によると、決して悪くありません。ペントアップ需要の顕在化等に支えられて緩やかな回復を続けているそうです。

ペントアップ需要というのは、景気後退期に購買行動を一時的に控えていた消費者の需要が、景気回復期に一気に回復することです。「繰越需要」とも呼ばれます。コロナ回復によるものでしょう。

### ★最終需要

- ・個人消費：物価上昇の影響を受けつつも、人流が活発化するもとで、飲食・旅行等のサービス分野を中心に増加している。百貨店・スーパー、乗用車の販売は増加。
- ・設備投資：企業の業況感が改善するもとで増加している。
- ・住宅投資：弱めの動きとなっている。
- ・公共投資：緩やかに増加している。

★製造業：海外経済の回復ペース鈍化の影響を受けつつも、供給制約の影響が和らぐもとで、横ばい。

★雇用・所得環境：労働需給は引き締まっており、雇用者所得は緩やかに改善している。

以上岡山は決して悪くないのですが、全国的にはよくないようです。東京商工リサーチの調査（日経ネット版10月10日）によると2023年度上半期の企業倒産（負債額1000万円以上）件数は前年同期比37%増の4324件だった。上半期としては新型コロナウイルス感染拡大前の19年度以来、4年ぶりに4000件台になった。政府の手厚い資金繰り支援が切れた影響が出ている。

## 値上げ

『値上げの科学』（日経トップリーダー10月号）の記事から石井食品が手掛けるお弁当のおかずの定番「おべんとクン ミートボール」の値上げをご紹介します。

この商品はミートボールが10粒入りで税抜き120円を2008年から維持してきた。カナダの熱波による菜種油急騰、ウクライナによるあらゆる経費の値上がりによる、次のようなコストカットを実施したが、値上げのやむなきにいたった。

### ★コストカット

- ・包材費：出荷用段ボールの規格を統一
- ・作業着クリーニング代：業者見直し
- ・菜種油使用量削減：濾過を効率化し、油の使用回数増加。

### ★値上げ

- ・120円から140円に
- ・営業担当者は最低限の値上げにとどめたいが、製造担当者は不透明な市場環境への危機感が強くできるだけバッファーを持たせたい。

・経営判断⇒先を見越して長く商売できる価格設定をすべき。原材料費が上がった分だけの小刻みな値上げでは何度も値上げを繰り返してそのたびに利害関係者に影響を及ぼす。できるだけ先を考えて1回の値上げで持ちこたえられるよう、ある程度の幅で価格改定した。

- ・値上げ後の売上数量の目標値をマイナス10%としていたが、それ以下だった。

ご紹介は以上です。値上げやむ無しの会社も多いと思います。小刻みな値上げか、大幅な値上げか、判断は難しいですね。