



大澤賢悟です。

次男の成長を促したくて登山を始めたのが、2021年の7月。あれからもう、山歩きを始めて丸4年が経ちました。子どもの身を守るには、まず自分がしっかり歩けることが大前提。そして一人で登るときには、よりハードなルートにも挑戦できるようになります。基本的には日帰り登山がメインなので、それに合わせて体も引き締めてきました。登山を始めた当初はかなりの肥満体でしたが、今ではかなり体が絞れて、たぶん人生で一番引き締まっていると思います。

トレーニングの目的はあくまで山歩き。そのために必要な筋力や体力を意識して鍛えています。たとえば、足腰の筋肉を強くすること、重い荷物を背負っても体幹がブレないこと、長時間歩ける体力をつけること。本当は時間があれば、近くの低山を歩き回ると理想なんですが、なかなかそうはいかないのが現実。なので、普段はウェイトをつけてステッパーを踏むトレーニングで補っています。この方法は上りの筋肉を鍛えるにはいいんですが、下りの筋肉が鍛えられないという弱点があります。それでも、限られた時間の中ではこれがベストかなと割り切って続けています。

去年は剣岳、奥穂高からジャングルムを越えて西穂高へと縦走し、今年はずいぶん冬の富士山へもチャレンジ。だんだんと一般登山道の中でも最難関レベルに手を伸ばすようになってきました。そして今年からは、さらにステップアップして、ハーネスやロープを使った登山の練習も始めようと思っています。ロープワークをしっかり覚えれば、アルプスのバリエーションルートにも挑戦できるようになります。

とはいえ、難易度も危険度も一気に上がるので、より多くの知識や技術が必要になります。滑落は避けたいですし、装備の扱い方から判断力まで、ひとつひとつ丁寧に身につけていきたいですね。

## 節税とキャッシュリッチは両立しない

税金はできることなら払いたくない。手元に潤沢なキャッシュが欲しい。これは経営者であれば誰もが一度は抱く素直な本音だと思います。しかし残念ながら、「税金を抑えながらキャッシュを潤沢に持つ」というのは、そう簡単に両立できるものではありません。というより税金を抑えてキャッシュを増やすという方法はありません。

税金を本格的に回避しようとするなら、「脱税」が「国際税制の活用」といった選択肢になります。ただ、脱税は当然ながらリスクが大きすぎます。税務調査で発覚すれば、多額の追徴課税や罰則だけでなく、最悪の場合、信用が失墜し会社そのものが潰れてしまうこともあります。一方で国際税制の活用は、合法的ではありますが、専門知識や海外法人の設立・運営にかかるコストが大きく、中小企業には現実的ではありません。

結局のところ、キャッシュをしっかりと残すためには、「利益を出し、そこから税金をきちんと納めたうえで、残ったお金を貯めていく」しかないのです。そして皮肉なことに、利益をたくさん出そうとすればするほど、当然ながら税金の金額も増えていきます。この仕組みは、逃げようがありません。

よく「減価償却を活用すれば、現金の支出なしに経費を増やせて、その分キャッシュが残る」といった節税トークがあります。確かに理屈の上ではその通りです。しかし、これはあくまで机上の理論で、実際には税引き後利益から借入金の返済が発生するため、思ったようにキャッシュが残りません。

会社は、いつ何が起こるかわからない時代に備えて、現金を蓄えておくことが必要不可欠です。実際、コロナ禍が明けたあとに多くの企業が立ち行かなくなったのは、ビジネスが再開されたにもかかわらず、運転資金となるキャッシュが手元になかったからです。

税金をできるだけ減らしたいという気持ちは、経営者であれば当然の感情です。でも、目先の節税にこだわってキャッシュが残らない経営になってしまっただけでは本末転倒です。しっかりと税金を納めたうえで、それでもお金を残せる体質を作ること。これこそが、会社を守り、成長させていくための一番堅実な道だと私は思います。

## 外国人頼みでは限界。人手不足社会の生き残り戦略

ライドシェア事業を手がけるスタートアップ「ニューモ」が、2027年にも大阪で、一定の条件下で運転手がいらなレベル4の自動運転を実現しようとしています。100台規模での商用化を目指しているそうです。

大阪万博では、来場者を運ぶバスがレベル4で運行されていますが、タクシー事業者が“有償で”乗客を乗せてレベル4で運行している事例は、まだ日本ではありません。

最近では、運送業や配送業の人手不足がよく話題になりますが、これは何も物流に限った話ではなくて、日本のあらゆる業種に共通している問題です。

「じゃあ外国人を入れればいいのか」という声もありますが、正直いまの日本にはそこまでの魅力がないと思います。数年ぐらいは働きに来てくれるかもしれませんが、中長期的に見ると、日本人が期待するような“まっとうな人”ばかりが来るとは限りません。むしろ、扱いに困る人が増える可能性もあります。

そう考えると、これからの日本は、限られた人員でどうやって社会を回していくか、本気で考えなくてはなりません。企業も同じで、いかに少ない人数でちゃんと回る仕組みを作るかが鍵です。

それは結局、一人ひとりの付加価値を高めることにつながって、結果として会社の成長にもつながっていくんだと思います。

## 会社の価値を見失うと

一時期は飛ぶ鳥を落とす勢いだったスターバックスも最近は少し元気がありません。アメリカでは業績の伸びが鈍ってきているそうですし、日本でもなんとなく勢いが落ちてきている感じがします。

もちろん、中国発の割安カフェ——たとえば「ミーシュエ」や「ラッキンコーヒー」みたいな新しいブランドの台頭も大きな要因だと思います。でも、それ以上に大きいのは、スタバ本来の魅力だった「おしゃれでくつろげる場所」という価値が、少しずつ薄れてきていることじゃないかと思えます。

スタバは、サードプレイス（家でも職場でもない、ほっとできる第三の場所）を求める人たちの気持ちにうまく応えてきたブランドです。でも最近は、フランチャイズ店舗が増えて、「スタバの価値」よりも「ブランド名」で勝負するお店が増えてきた印象があります。そのせいで、妙に騒がしい店舗など、スタバラしさが失われつつある感じがします。

日本でも、スマホで事前に注文してコーヒーだけ受け取る人が増えていて、店舗としてはその方が回転も利益もいいから、そういう使い方をどんどん増やそうとする。でも、それでは結局“ただのコーヒーの受け取り所”になってしまいます。そうすると、もうサードプレイスではないし、おしゃれさも感じません。ただのコーヒー販売なら、正直コンビニで十分です。というよりコンビニのコーヒーはかなりレベル高いので立派な競合です。

スタバが勝つためには、本来のスタバであるべきです。企業には「選ばれる理由」= 価値が必要で、その価値をちゃんと見つめ直して、もっと深めていくことが大事だと思います。

中小企業に必要なのは「コンビニじゃなく、やっぱりスタバがいいよね」って思ってもらえる理由です。しっかり見つめてブラッシュアップしていきましょう！

参議院議員選挙がありました。選挙は「誰を選ぶか」というだけでなく、「国のお金をどう使うか」を決める大切な場です。ニュースでは与党が過半数を取るかどうか注目されていましたが、個人的には「投票率が60%を超えるかどうか」が本質的なポイントだったと思います。結果は残念ながら期待はずれの58.73%でした。投票に行かないということは、「自分の財布から集められたお金を、どう使ってもいいですよ」と言っているのと同じです。それって、もったいないと思います。SNSで騒いでも、街角で愚痴っても変わりません。政治を考えてみませんか？

