

# 税理士による会計事務所支援で 新規顧客の獲得を加速

一般社団法人中小企業税務経営研究協会 代表理事 税理士 藏田陽一  
理事 税理士 大野 晃

INTERVIEW





■蔵田陽一（くらた・よういち）

一般社団法人中小企業税務経営研究協会代表理事。蔵田経営会計事務所代表。税理士。昭和50年生まれ。千葉県出身。早稲田大学大学院修了。外資系コンサルティングファームでの勤務の後、都内3つの会計事務所での経験を積む。平成20年、蔵田経営会計事務所を開業。平成27年、一般社団法人中小企業税務経営研究協会を設立。主な著書に、「行列のできる税理士事務所の作り方」（平成23年・ぱる出版）、「小さな会社・個人事業者のための『通帳1冊』経営術」（平成23年・日本実業出版社）がある。



■大野 晃（おおの・あきら）

一般社団法人中小企業税務経営研究協会理事。ITA大野税理士事務所。株式会社CHANGE 代表取締役。税理士。昭和59年生まれ。東京都出身。平成24年税理士登録。平成27年、一般社団法人中小企業税務経営研究協会理事に就任。主な著書に、「『繁盛する飲食店が必ずやっている開業資金の調達方法』（平成27年・秀和システム）、「税理士の『お仕事』と『正体』がよ〜くわかる本』（平成28年・秀和システム）がある。

一般社団法人中小企業税務経営研究協会（東京都渋谷区）は、会計業界の活性化を目的に設立された、税理士による税理士支援のための組織である。平成27年5月に設立された同協会の大きな特徴は、運営者も現役の税理士であるという点にある。大手コンサルティング企業でも提供できない、日々の業務に裏打ちされたサービスが好評を博し、募集会員は毎年定員に達しているという。さらに、運営開始から2年以上が経過した現在は、新規顧客次々と獲得し、大きく成長を遂げた会計事務所の事例も出てきている。本稿では、同協会の代表理事である蔵田陽

一氏と、理事である大野晃氏に、同協会の歩みや会員事務所の成功事例についてお話を伺った。

### 毎年定員が埋まる 会計事務所による支援組織

一般社団法人中小企業税務経営研究協会は、税理士が運営する税理士支援のための団体です。本誌では2015年12月号で同協会へ取材しており、今回は約2年ぶりの登場となります。

本日は、同協会の代表理事である蔵田陽一先

ほどになります。

—— どのような理念をお持ちですか。

**蔵田** 「真の意味で経営者の役に立つ税理士を増やしたい」というビジョンを掲げています。私たち自身が支援できる中小企業の数には限りがあります。ですから、まずは税理士自身に経営力を身につけるための経営情報を提供しているのです。

また、「税理士になりたい若者を増やしたい」という思いも強く持っています。この業界に限らず、現在は日本全体で若手を獲得するのが課題になっています。

私自身は10年前に税理士として開業したので

すが、現在事務所では残業なし、休日出勤なしを達成しています。さらに、職員の給与も中小企業の水準よりも高く設定することができています。また、独立開業した方がきちんと売上を上げることが、とても大切です。

これらは事務所の経営がうまくいくからこそ実現できることです。会員事務所の皆様にはぜひこのような経営を実現してほしいと思っております。それが、会計業界の活性化につながると私は考えています。

—— どのような取り組みを行っているのかご

紹介ください。

**蔵田** 一番の核となっているのは、講師をお招きして2カ月に一度開催している定例会です。通信会員の皆様にもこの内容をDVDにしてお届けしています。

**大野** 大手のコンサルティング企業も会計事務所向けにセミナーを行ったりしていますが、私たちは自身が会計事務所として活動しています。「顧問先に解約されそうだな」「顧問料の値下げをきりだされそうだな」といったことも、お客様と接しているから分かるわけです。ですから、会計事務所が直面する事例に合わ



一般社団法人中小企業税務経営研究協会 (http://zeimukeiei.jp/)

The screenshot shows the website for the Zeimukeiei Association. The main banner features the text '楽しく事務所経営のスキルアップをしませんか?' and '実際に税理士事務所を経営し、先進的な事例を多数知ってる我々が相談に乗ります!!'. Below the banner, there are several notices (お知らせ) with dates and details of events or services. At the bottom, there are social media icons and a small thumbnail of a seminar.

## 顧問先を獲得できるホームページ

—— 会員や通信会員以外に向けた取り組みもあるのでしょうか。

**藏田** 会計事務所のホームページはまだまだ結果につながるとはいえないものが多いのが実情です。そこで、私たちは「税務顧問契約を獲得できる会計事務所のホームページテンプレート」を提供しています。こちらは賛助会員に向けたもので、同じ地域に2事務所までの限定です。既に40近くの申し込みがあって、各地で成果が始めています。

**大野** このテンプレートも通常のウェブ制作会社が作っているものとは異なります。藏田先生が実際に10年間会計事務所経営をするなかで得た知見に裏付けされているわけです。

一般的な話として、ウェブサイトから来られたお客様を獲得できてしまうこともあります。このテンプレートは単に顧問先を獲得するだけではなく、その後のフォローまで考えられているのです。

—— 確かに改善の余地があるホームページを持つ会計事務所は多い印象です。

**大野** 会計事務所の先生方には勉強熱心な方が多いと感じます。ですから、マーケティングを

しています。チャットで寄せられる相談は会計事務所の日常の業務から生まれたものです。

そして、私たちはその悩みをセミナーなどの企画に反映させます。例えば、現在はフィントックの波が押し寄せています。フィントック企業もよくセミナーを開催していますが、私たちの企画は本当に税理士が知りたいフィントックの課題をテーマにできるわけです。

ゼロから学んでご自身で実践しようと考えてる人もいます。しかし、学んだことを独自の方法で体現できる方はかなり限られると私は考えています。

いくらマーケティングの重要な用語の意味を覚えたとところで、顧問先を獲得して売上を上げられなければ意味がありません。そういった理論が盛り込まれているテンプレートになっていますから、再現性もあるスピードも速いわけです。

—— そのテンプレートの具体的な特徴を教えてください。どこまでできますか。

**大野** 例えば、価格設定と商品定義ですね。現在、会計事務所が生き残るためには「低価格戦略」「特化戦略」「高付加価値」などの道があるといわれています。

低価格戦略を選んだ会計事務所があるところ。ところが、2万円くらいしか顧問料を取れないのにも関わらず、毎月訪問してしまったりするわけです。このテンプレートでは、低価格路線でもきちんと利益が出るような商品の定義を行います。

さらに、もちろんこのホームページはお客様から見ても分かりやすいものです。以前、さまざまな業種を対象としたある調査において、「会計事務所のサービスは顧問料を含めて不透明だ」という意見が多くありました。私たちの

最終的な目標は、中小企業の支援を行うことです。こういった部分をこのテンプレートによって透明化していくことも、中小企業の役に立っていると考えています。

**藏田** 中小企業の立場で考えてみると、料金表が掲載されていない事務所にいきなり連絡しにくいでしょう。その意味ではユーザーに親切な設計だと思います。

このテンプレートを使ってホームページを作成した私たちの会員に、何年間も無申告だった顧問先が連絡を取ってくるケースも出ています。税理士のサービスが高かったり、その中身が分からなかったりするから頼めなかったのでしょう。そういった方々も、適正に申告、納税を行うことは税理士の使命だと考えています。

## 3事務所の新顧客拡大事例

—— 会員である会計事務所も目覚ましい成長をされていると伺っています。事例としてご紹介いただけますか。

**藏田** 杉並区で開業され、現在は板橋区を拠点としている石田先生という方がいます。開業して1年ほどの間、ご自身でリスティング広告の施策を行ったりもしていたのですが、成果にはつながっていませんでした。

入会されてからは、そのリスティング広告の手法を拝見し、調整のアドバイスをしました。すると、2カ月で38社という猛烈なスピードで新しい顧問先を獲得することに成功したのです。現在はフェイスブック広告の運用も開始して、獲得しようと思えばいつでも獲得できるような状態になっています。

—— わずか数カ月のうちに、事務所の体制に合わせて顧客数をコントロールするまでになっているのですね。

**藏田** 池袋の高田先生も成功している事務所です。文京区で開業した高田先生は、かなりコミュニケーション能力が高い方です。ですから開業後は、月額3万円の顧問先を毎月平均1件弱くらい獲得できていたのです。

—— かなり順調なように感じます。

**藏田** しかし、高田先生はさらに顧問先件数を増やし、顧問先に自分が訪問しなくていいようにしたいという課題を抱えていたのです。

高田先生は始めの7カ月で35件を獲得しました。その後は広告も抑えながら月に2件、3件といったペースで獲得しています。計画通りに進んだことで、現在はパートさんを雇用できるようになっています。

—— 他にも順調に成長された方はいらっしゃいますか。

**藏田** お祖父様が税理士で、阿佐ヶ谷にある会



計事務所を承継した佐野先生という方がいらっしゃいます。

しかし、お祖父様の時代からの古くからのお客様が多いので、何も対策を採らなければ長期的には顧問先は減少してしまいます。佐野先生は既存の事務所は既存の事務所運営をしながら、新たにご自身でリスティング広告などの施策を実施しました。取り組みを始めて以後は安定的に毎月約1・5件の新規顧問先を獲得しています。このベースの増加であれば、体制が追いつかないということもありません。既存の収益を維持したまま、新たな収益を獲得できた事例です。

## 「コンビニで確定申告完了」

—— 今後の会計業界はどのように変わっていくとお考えですか。

藏田 実は、現在は会計事務所にとって稼ぎ時ではないかと感じています。

この業界はすぐに苦しい時代を迎えるという見方もありました。しかし、この2年くらいクラウド会計もパーフェクトではないことが分かってきましたので、この状況は10年ほど続くと考えています。それまでにある程度稼ぎ、資金を持ちたいですね。

—— それはなぜでしょうか。

藏田 10年後の会計事務所の業務からは作業がほとんどなくなり、高付加価値な領域が残ると私は考えています。ですから、それまでに職員に教育をしたり、サービスの在り方を考えたりするために資金が必要だと思うのです。

この業界に高付加価値な業務が残るとすれば、優秀な人材がたくさん流れ込んでくることも予想されます。ただ、その場合は事務所の数は減ることになるでしょう。20年後には「税理士は高度な業務をやる」というイメージになっていると思います。

—— ありがとうございます。大野先生はいかがでしょう。

大野 フィンテックや人工知能に関する著書を何冊も読んでみて、「やはりテクノロジーはただのツールだな」という感覚になっています。

人工知能で仕事が完全になくなるといわれる職種も確かにあります。例えば、タクシー運転手もテクノロジーで代替されるとよく言われますが、それは運転に人が要らなくなるといこととです。税理士の場合、税務以外に判断が必要領域がなくなることはありません。

日本は少子高齢化にありますから、「人工知能に仕事が奪われる」という感覚が強いと思います。ただ、実態はあくまで人工知能を活用することで生産性があがって儲かるということでは

すね。会計事務所の職員も生産性が上がって持てる件数が増えるわけです。

ただし、人工知能などとは別のところに危機感を持っています。

—— どのような点でしょうか。

大野 会計事務所以外の企業がフロントとなつて、顧問先を獲得する可能性が高いと思っています。例えば、コンビニの店頭でスキヤンをすれば確定申告が完了するといったイメージですね。

## 目指すは業界の活性化

—— 中小企業税務経営研究協会の今後の展望を教えてください。

藏田 通信会員、賛助会員という形も含めて会員数を増やせる道が見えてきました。ですから、全体で200会員くらいまではすぐに達成したいと思っています。

現在の支援の中心は集客の部分です。ただし、集客しても採用できなければ会計事務所は発展できません。採用に関するテンプレートのようなものもうまく開発していきたいですね。

また定例会や経営情報をお届けするDVDでは、事務処理の領域に関する有用なコンテンツを作っていくたいですね。これらが1〜2年後

に向けた目標です。

大野 2点あります。ひとつはメディアを立ち上げたいと思っています。このメディア事業で収益を上げようと考えているわけではないのですが、「一般社団法人から取材された」と会員さんのブランディングにつながればいいと考えています。

現在は私たちがメニューとして提供している

のは会計事務所の低価格戦略を標準化したものです。高付加価値路線はまだありません。

しかし、先ほど申し上げたように、今後は付加価値業務だけが残る時代がやってきます。ですから、まだ構想の段階ではあるのですが、藏田先生とともに別の組織を立ち上げて、そのノウハウを提供できるようにしていきたいと考えています。

—— 最後に読者へのメッセージをお願いいたします。

大野 現在の会計業界はどちらかといえば暗いイメージだと思います。「顧問料が下がっている」「顧問先を獲得できない」などネガティブな話題が聞こえてきますが、それは全く楽しいことではありません。この状況のままでは若い人の採用が今まで以上に難しくなってしまうのです。

私たちはその会計業界のイメージをワクワクと楽しいものに変えていければいいと考えています。なぜならば、本来の会計事務所業務とはそれくらいの価値があるはずだからです。

会計事務所の業務は税務だけではありません。保険を売ったり、経営コンサルティングをしたり、創業支援を行ったりもします。税理士は経営者のマインドを変えられる存在なのです。だからこそ、もっといい職業だと認識してもらいたいのです。

藏田 この業界は40代でも若手と呼ばれるような状況にあります。もちろん、税理士として税務や会計の能力は必要です。ただ、これからは頭を切り替えて、顧問先が望んでいる財務、経営、マーケティングについて学んでいかなければいけません。

私たちはそれらを身に着けるための教材やセミナーを提供していますが、もちろんどのような方法でも構いません。そうした知識があれば顧問先の役に立てることは間違いありません。さらに、付加価値が事務所の差別化につながり、生き残りの戦略となっていくのです。

税理士を始めとした士業が食べられなくなっていくとメディアでよく取り上げられています。しかし、私は同じ年代の大手企業に勤務する人たちよりも多い報酬が取れると思っています。

もちろん、お金が全てではありません。経営者に頼ってもらいやりがいがあるって、忙しさもコントロールできる最高の仕事だと私は感じています。ぜひ、一緒に会計業界を盛り上げていけたらうれしいですね。

—— 本日は貴重なお話をありがとうございます。皆さまのますますの発展を祈念しています。