

## 事例紹介

税理士が経営者として  
事業投資を決断しただけで  
開業100日でお客様から

お問合せ  
なんと70件!



その秘密を  
大公開!!



左 大野晃

真ん中 木島圭亮

右 藏田陽一

藏田：動画の閲覧、ありがとうございます。今回はですね、税理士で開業した方がどのように売上を増やすかということとは皆さん悩んでおられるんですが、開業1000日で70件の問い合わせ、22件の成約があったというお話が聞けますので、そこをご紹介していきたいと思います。

私、一般社団法人中小企業税務経営研究協会代表理事の税理士の藏田陽一です。渋谷のほうで藏田経営会計事務所という事務所を設立して9年経ちまして、500社ほど通算で顧問を獲得しております。法人専門でやっておりますので、相続はもう9年やっても1件です。基本的にはダイレクトメールとインターネットマーケティングのみで増やしている事務所で、紹介お断りということを掲げております。では大野先生、お願いします。

大野：はい。一般社団法人中小企業税務経営研究協会の理事を務めております、税理士の大野晃と申します。税理士事務所としては、東京板橋区というところでITA大野税理士事務所という飲食業の開業の融資専門という形で、税理士業界では多分、初となる取り組みをさせていただいております。2015年には船井総合研究所さんで最優秀賞もいただいた受賞歴となっております。宜しく申し上げます。

藏田：では木島先生、自己紹介をお願いします。

木島：はい。世田谷区の三軒茶屋のほうで事務所をやっております、木島圭亮税理士事務所の代表税理士の木島圭亮と申します。どうぞ宜しく申し上げます。

大野：宜しく申し上げます。

木島：私のほうは、元々、赤坂のほうで平成25年2月から会計事務所を独立してやっております、去年の8月に業務拡大、人員増加というところで三軒茶屋のほうに移転を致しました。

藏田：はい、開業を決意した切っ掛けというのは、どのようなことがあったんでしょうか？

木島：そうですね、まずはやはり一番大きなところとしましては、経営者の方と同じ目線で経営に関して真面目に考えていきたいというところがあったんです。

藏田：やっぱりなかなか従業員としての立場ですと、相手が社長様ですと、やっぱり仲間じゃないみたいな感じとか…

木島：そうですね、そういう目線は…

藏田：なんか気合とかね、意識の違いというのがどうしても出てきますから。

木島：そういう目線で見られることが多かったのです。ならば私もいっちょやってやろうと、いうような感じで最初は独立しました。

藏田：実際、やっぱりご自身で始められると、仲間になれたというか意識が一緒なんだなみたいな。

木島：やはりそうですね、お客様の目というか、話し方というのは明らかに変わってきますね。全然違いますね。

藏田：なるほど。開業後の反響で成功と失敗は色々あったと思うんですが、どのような形で開業してから、推移というか集客というか、はなっていきましたでしょうか？

木島：基本的に私のほうとしましては、ウェブマーケティングのほうを中心にやっています、色々もちろん成功と失敗はあるんですけど、まずはホームページのほうをガッチリ作り込みまして、で、そこにお客様のほうを、どう

いった形で来ていただくかっていうのを考えて、リスティング広告だったり、ディスプレイ広告というのを行いつつながらの営業を実際に行っております。

大野..結構、マーケティングに関して、ホームページを作ったところで、最初...よく会員の皆様からもよく言われるんですけど、結構、ホームページを作るのにもまとまったお金が必要じゃないですか。投資マインドって言うんですかね、そういうのには躊躇しなかつ...。よくホームページから来るお客さんは悪いお客さんや安いお客さんが来るみたいなのとか、それって多分聞いたことがあったりとか、ホームページも結構な値段がするということに関しては、投資マインドというんですかね、そこはどう踏み切れたんですかね？

木島..結論から言うと、全く躊躇はなくて、それはやっぱり私は、もちろんこちらの社団さんの会員なんですけれども、やっぱり大野先生、藏田先生のアドバイス、実際に取り組まれている事例とかも色々勉強させていただきながらだったので、もうそこは躊躇なく、成功させるからにはもう投資するしかないという思いで突っ込みましたね。

大野..なんか一般的には結構、突っ込んで、これ回収できなかったらどうするのか？みたいな、結構、不安とよく皆さんは言われるんですけど、そういうなんかね、子供さんもいらっしやるので、そういう不安とあって何かあったりとか。

木島..もちろん不安だらけですね。実際、本当、初めのうちは不安だらけですね。半年前に子供が生まれまして、そちらのほうのお金も掛かりますし、投資のほうも毎月何十万単位で出ていくのは出ていくので、そういう不安ももちろんあるんですけど、やっぱり成功した人というか、上手くいっている人達の話を知ると、やっぱりそういう成功投資というのを皆さんされた方々ばかりだったので、これはやっぱりそこに成功のカギがあると見て、思い切って踏み込みましたね。

大野：結構、投資ですよ、やっぱり勤めている頃はそういう投資なんて、とてもじゃないけど、何十万、何百間掛けるってとんでもないって感じだったと思うんですけど、結構、いざ投資をしてみると、僕もそうなんですけど、お客様にご来社していただいて、そういう創業相談に乗る時に、自分もマーケティングとか投資をしているから、結構、お客さんにもアドバイスの面では役に立つのであれば…

木島：そうですね。そういった部分もやはり大きいですね。実際、200社以上の方と今までに面談をさせていただいたことがあるんですけど、やっぱり皆さん、売上をどうやって上げるかっていうところをもっと凄く考えられているので、そういう新しいウェブというところの切り口というのは、やっぱり結構、一つの自分の事務所の強みとして提供できるところではあるので、今、大野先生に仰っていたように、そういう部分での自分から出来るサービスというのは、一つ増えたのかなという風には思っています。

大野：藏田先生は具体的なところをね。

藏田：とにかく、自宅で始めて紹介ないかなとか、身内だけ回ってみてとか、とにかく0円でちょっと上手くいって、そこから紹介だけで増えたら良いなみたいな。全くね、例えば税務会計のシステムとか、給料はお金を払うけど、他の売上なんて黙っていても0円で上がるんだから、そんなにお金を掛けるのはもったいない、みたいな考えで何もやらないで、結局、全然増えないみたいの方が多中、そういう広告投資をして売上を上げるっていうマインドのセットが、そこを変えたり鍛えたりする必要はほとんどなかったですもんね。

木島：そうですね。

藏田：最初からもうこれだけ使うみたい、最初から決まっています。

木島：もう使える金額は最初から決まっていたみたいなのはあるんですけど。

藏田：普通だと逆にまず、全く投資をする気がないところから、いやいやホームページに30万くらいはかけないと綺麗なのは出来ないですとか、なんか自分でやれば無料だとか、月30000円のところで安く作っちゃった、とか。そこを変えるところから始めなきゃいけないんですけれども。そこがもう最初からね、投資をするというお気持ちになっていたので、本当に素晴らしいと思いますけど。

大野：だから予めあれですよ、社団自体もそうですけど、やはり成功している先生達のやっていることを素直に受け入れるところが結構、ポイントになってくるのかなと思うんですけれども、どうですかね？そこら辺は。

木島：そうですね。私のほうとしては、まず本当に素直に、間違いなく成功している人達が社団には沢山いらっしやるので、そういう人達が本当に色々教えてくれるんですよ。だから逆にそこに逆らっていくほうが間違えるような気がして…

大野：結構、自分でホームページを先程ね、作ったりかかっていうのを、結局、今、思うとそんなことをしなくて良かったなって。

木島：はい。もう本当に綺麗なものを作って良かったなという風に今は思っていますね。

大野：それでマーケティングで1000日で70件と。約3ヶ月くらいですね。

木島：そうですね。

大野：という形でやっぱりホームページを作って、いつくらいからお問い合わせが…

木島：ホームページを作った、実際もう翌日くらいから、本当に早いところでは来ていました。

藏田：結構、当日、翌日って言われる方が多いですね。やっぱり引き寄せる力があるのか。

木島：最初は何度も冗談かなと思ったんですけど。

大野：その時に多分、皆さんまず第一ステップとしてお問い合わせの電話が鳴りました。メールっていうパターンもあると思うんですけど、電話がやっぱり多い？

木島：電話でしたね、一番最初は。電話がまず鳴って。

大野：どういう形であれですか？相談と対応をしたという形では…

木島：そうですね。最初、まずまだ来ないなという気持ちが強かったので、何かの営業の電話かなと思ったんですけど、普通に電話で話してみたら、創業融資でしたね。ちょっとお金を借りたくて、ただ手元の資金に不安があるから1回お話だけでも聞いてくれないですか？という内容をお持ちの方だったんですけど、それははつきり今でも覚えていますね。

大野：それに対して、まだ電話段階じゃないですか。その後からまた難しいのが、お問い合わせから自社の事務所に誘導するという、こここの過程に関しては、一発目から出来たっていう…

木島：やっぱりもう取り敢えず来てもらうっていうことが頭に、そればかり考えていたので、むしろ逆にそればかり打ち出してふざけんなって言われたらどうしようという気持ちがあったんですけど、取り敢えず来ていただけませんかというところを正直に普通に申し上げたら、来ていただいたような、最初は。

藏田：そうですね、凄いですね。

大野：なんかやっぱり最初に、ここは結構重要なところで、お問い合わせの電話が鳴りましたっていう、まずこのワ  
ンステップに皆さん、安心するところなんですけど、結局、鳴っても取れなきや意味がないっていう、もう全く  
意味がない話なので、それは最初の電話の出方一つとっても、結構、全然やったことがない方は分からないんで  
すけど、何か、例えば僕だったら、スタッフと…まあ自分ということもあるんですけど、「お問い合わせいただ  
きましてありがとうございます」とかっていう形で入るんですけど、何かそういう最初の電話の入り方って何か  
意識されていることとか…

木島：その辺りも社団の藏田先生初め、大野先生にも本当に教えていただいた部分もあるんですけど、やっぱりまずは  
感謝というかお礼のところから入るといのは、凄く効果があるんじゃないかなと。

大野：やはり電話をする人はね、不安の中、税理士への敷居が高い中、かけていて、「はい、何とか税理士事務所  
です」っていきなり言われると、結構…

藏田：びっくりしちゃいますよね。

大野：藏田先生もあれですよ？そういう面ではお問い合わせがもう…お問い合わせが全部だと、もうとてつもない件  
数ですよ。

藏田：月に100件とかある月もあるので。まあ仰る通りで、やっぱり「お問い合わせ、ありがとうございます」を言  
うと、そこで向こうがちゃんと緩んでいるのが分かりますよね。

大野：これは何故かというところ他の会計事務所が、まず「はい」って出る人が、そもそも税理士事務所名を名乗らない  
で、「誰ですか？」とかって、これは言い方が悪いですけど、教育報告のレベルが低いんですよ。逆に言え  
ば、ちゃんとやっている人が際立つってところですよ。



藏田：そうです。普通のビジネスっぽくやれば、税理士事務所業界では上位に入るの、それでやっていけるといふ。

大野：それでお問い合わせいただいて、逆のパターンですよ。今は成功パターンですけど、来社に繋がらないパターンというの、どのくらいの割合からいえば、この70件の中で、感覚値で言えば…

木島：そうですね、感覚的にはやっぱり2割、3割くらいはあるんじゃないかなと思いますね。

大野：電話で…

木島：電話だけで、例えば質問ばかりされたりとか。

藏田：とにかく値段をね。大体、いくらくらいか。

木島：はい、聞かれる方とか。ほぼ20件くらいは。

大野：これだけね、やっぱり70件やっていると多分、法則が見えてくると思うんですよ。逆に来ないパターンというの、今、考えてみると、自分の対応が悪かったのか、それともっとトークをすれば来れたのか、それとも逆にともともそういう層が来ていたのか、という意味ではどう思います？

木島：そうですね。最初の入りからなんかちょっときつい人とかも、やっぱり今、思えば多いですよ。やっぱり最初から凄く圧力が、圧があるな大分っていう人も結構いましたし。

大野：これは本当に、お問い合わせが凄、70とかいうとやっぱり明るいですよ。3ヶ月で70件とか、このままのペースでいけば4倍ということでもんね。

木島：はい。

大野.. 280件とか。僕も300件とか昨年、お問い合わせがありましたけど、まずこのお問い合わせ数がこれくらいないと、成約ベースでいくと、実際、20〜30%くらいの割合になってくる。これで良いんですよね。そもそもそこでスクリーニングですよね。最近ね、社団の会員さんからもね、電話段階でどういう風にあれですよ、スクリーニング、つまりお客さんを、来させちゃいけないお客さんとかって、選んでいかないと、継続顧問なので、なかなかね、ちよっと合わないお客さんって…

藏田.. ずっとやっていくのはね。

大野.. 職員さんにもそれはありますしね。という意味では藏田先生なんかはスクリーニングで、特に得意じゃないですか。

藏田.. そうですね、長年の経験が。

大野.. 電話.. 何十件に1本くらい、相当あれですよ。

藏田.. 電話は大体2件に1件くらい会うように今ではなっていますね。多少、事務所の状況によって厳しめにしたり緩めにしたりますんですけど、やっぱり2件に1件は。業種がそもそも、全然やっていない業種だったりとか、もう「税理士」とかね、「使う」とか、そんなキーワードがあるともう無理みたいな。後で大変みたい。

大野.. 木島の先生のほうの、何かお問い合わせを聞いていて、人間的に厳しい部分と、あとはですね、そもそも融資とかであれば、条件的に厳しい。つまり例えば、会社を設立する人にとっても1年で開業するお客さんとかって、顧問料をそもそも払えないから無理じゃないですか。という意味では電話で逆にスクリーニングをかけるケースもあるんですか？それとも逆にとりあえず何でも良いから、皆さん、電話であまり条件を聞かないで、逆に来させて。営業面談の無駄になったりするじゃないですか。

木島：はい、なりますね。基本的にやっぱりお金を掛けてくるので、基本的には面談を通したいと思うんですけども、やっぱりまずちょっとというのは、タメ口ですか、敬語じゃない人。

藏田：そうですね、その通り、その通り。

木島：というのは最初、電話を出た段階でもう、うわって感じがするので、それはやっぱり最初の段階から結構、構えちゃいますよね。

大野：そういう場合、逆に来たいっていう人もいるじゃないですか。結構、こっちは引き気味でやっているけど、逆にその引き気味が来ちゃうみたいなのケースは断るのか、それとも来させるかっていう面では、来させたこともありますよね？

木島：あります。もう普通にあります。本当は来てほしくなかったんですけど、「別に行くからさ」という風に言われて、「あ、じゃどうぞ、本当、色々ご相談ください」という形で来ていただいたこともあります。

大野：だからそのなかなかスクリーニングの手法がまだあれですよね。

木島：そうですね。

大野：僕も結構そこに対してはアドバイスをしているところがありまして、条件については、はっきり条件で融資とかですよね。例えば自己破産をしてこれはどうしようもないとかっていう状況であれば、面談時間というのもやはり皆さんの時間を使っているお話しですので、より開業できそうなお客さんに使うっていうのは当然の話なわけです。そういう意味では条件に合わなければ、はっきりうちでは…うちでは…という表現が良いと思いますね。他で通すところがたまにあるので、「うちでは、その条件ではご希望に添えないので、これは会ってもお互い無駄になりますよ」とって、お時間が無駄になるので、逆に他のご相談をしたほうが良いですよっていう形で、

「ちよつとうちは自信がないです」ってのはつきり。ここははつきり言わないと駄目なんですよね。で、あとは人間的に合わないというところなんですけど、これね、条件もちゃんと合っているのにちよつと合わないなって、電話なんかで分かったケースでは、もしやるのであれば、一度ちよつと色々複雑な案件そうなので、ちよつと一度、例えばメールアドレスか何かを教えていただいて、メールでご回答させていただきますと。結構、電話口で扱っている段階で答えるから、回答がすぐ浮かばないから、一度冷静になって、一度切らせていただきますと。メールでこの案件を色々精査した結果、うちの事務所の今のマンパワーですよ、マンパワーでは大変ご迷惑をお掛けして、「とてもじゃないけどご期待に応えられることが出来ません」という形で、そこでちよつと逆にやんわりと、今はね、変な切り方をしてしまうと逆にネットで変な風に書かれてしまうので。っていう形でスクリーニングというのはしていかないと、やっぱり営業時間って相当ね、2時間とか掛かってきて。

木島：そうですね。実際、一つ：一回いらっしやるとやっぱり1時間で終わらないことがほとんどじゃないですか。やっぱり次々質問が出てきて、今度は無料相談のような形になってしまうので、やっぱりそういう時間をあらかじめ削れるというか、無駄にしない為にはそういう戦術も覚えていかないと、本当に時間が無駄になっているなと思うので。

大野：藏田先生は何かスクリーニングで。

藏田：一応1時間くらいに面談は収めるようにしているんですけど…

大野：逆に長いことも。

藏田：1時間を越える時があって、大体でも会えば9割近くは決まるようになっていて、それはもうかなりスクリーニングしていて。

大野：電話でどうスクリーニングしているんですか？

藏田：もう業種が合わないのがあるんです。うちは介護、医療、不動産、建設は大体やらないので。

大野：それが条件っていうことですよ？

藏田：これは結構簡単で、「すみません、1件もやっていなくて苦手なので出来ません」って。

大野：なるほど。

藏田：一瞬で逃げていく。で、タメ口系は、うちはほら、開業3年以内なら赤字で、そうじゃないと黒文字の料金な  
んですよ。大抵、タメ口くらいになっていると3年以上なので、「3年以上のお客様は黒文字なので、こちら  
のお値段でもよろしければ」って。

大野：でもね、料金のやつも意外とあれですよ、それでも食いついて来ちゃう人がいるから、結構、あれですよ、  
慎重にやらないと本当に食いついて来たら対応出来なくなっちゃうところがあるので。本当に面談自体に来させ  
たくないのであればあれですよ。

藏田：そっちの場合は値段が低めっていう前提になっているので、値段が高いって言うと100%、心理的に離れて…

大野：戦略的にですよ。

藏田：はい。あとはそうですね、いっぱい受けられませんかみたいなのはやります。またそこでも言い方で大体分かっ  
ちゃうので、結構、最初の1分で、1分とか10秒くらいで言い方で駄目、良いって分かる。正直それで外れて  
も構わないっていうスタンスでやっているの、それで口調で決めて落とすように。何度か痛い目に合わない  
と  
ど  
れ  
が  
駄  
目  
っ  
て  
分  
か  
ら  
な  
い  
の  
で  
。

大野：そういう意味ではそうなんですよ。会計事務所は比較的やっぱり所長がやったほうが、変なお客さんをね、やっぱりスタッフだと呼んじやいけないお客さんと呼んでしまう可能性があるので。

藏田：いまだに新規の折り返しは私がやっていますね。任せたら炎上することが結構あって。どうせ炎上して出ていくなら、最初から炎上しないほうが良いって思ってます。

大野：そうですね。

藏田：いまだに折り返しは。多分これはずっとそうだと思います。うちに関しては。

大野：あとはお問い合わせで、もうちょっとこの話は熱かったので深く：これは会員さんとか、まだ新人の方とか凄く興味があると思ってお話しさせていただいたんですけど、じゃお問い合わせいただいて面談になりましたっていうところですね。セールスっていうところなんですけど、料金表とか、会話ですね。1時間半くらいでしたっけ？大体。

木島：大体そうですね、1時間から1時間半くらいです。

大野：その時に会話で何か注意している手法だとか、それとも何も特に考えずに意識しないで出ているとかってあるじゃないですか。何かそれってありますか？セールスで。

木島：一応そうですね、考えているのは、実際に事業のことをどれだけ計画されているかとか、実際、会社を作ったら、もしくは起業したらこれだけ手間が掛かるんですよっていうのを、なるべく最初に説明をして、如何に自分達のやっている仕事時間がかかって大変なんですよっていうのを、なるべく理解していただくような方向に持っていくようなやり方をしていますね。それが良いのかは分かりませんが。

大野：期待値をあまり上げ過ぎないというわけですよ。

木島：そうですね。一応、安く出来ることもあるけど、普段はやっぱり時間がかかるから、これくらいの料金になるという説明は最低限するようにはしていますね。

大野：なるほど。

藏田：素晴らしいです。

大野：なんか最近ではドリンクメニューだとかウエルカムボードとかそういうのは事務所のツールみたいなものって何かセールスで特別なツールって…料金表とか色々あると思うんですけども、何かそういうツールってあります？営業の時に。

木島：そうですね、今、仰っていた話だとウエルカムボードは、実はこれ今、作成中で今月から始めようと思っていて…

大野：良いですね。

木島：実際に今やっているちょっと付加価値的な部分としては、近くのコーヒーショップでコーヒー豆を買って来て、コーヒーを自分の事務所で挽いてお客さんに提供するっていうことくらいですかね。

大野：でもそれは凄く喜ばれますよね。コーヒー好きは多いですからね。

木島：お茶じゃなくて、コーヒーも一応、選択肢として入れておかないとっていう意味で。

大野：あとやはり先程のお問い合わせと同じで、そういう気遣いが出来る事務所なのかなっていうところまでやはり見られていますよね。

藏田：そうですね。

大野：何か藏田先生はセールスの面では…

藏田：参考になるかならないか微妙なんですけど、うちはほら、値段が安めなので、みんな逆に不安なんですよね。大丈夫か？っていうのも微妙にありつつ来ているので。

大野：確認をしに来ているんですね。

藏田：そうですね。で、一番安心するトークはうちから出掛けないので、よその半値で出来るので、この値段なんです。うちも出掛けたら3万、4万いただきますのでって。だから来れるかどうかだけが条件なので、それさえオッケーなら出来ますと。あと件数とかですね、大体の件数と。営業トークもですね、昔は結構ちゃんとやってきたこともあったんですけど、最近は忘れちゃって、結構簡単で、業種が被ってきているので、その業種はもう30社やっていますとか、地域が何たらとか。奥さんが何をやっている会社とか。できたばかりの会社を何十社やっていますと。言っちゃうと、なので、特に問題なくお答え出来ると思いますみたいなメールをしちゃうと、もうそれだけで、値段があれなんでね。もう決まっちゃうという感じで。セールス忘れちゃったなみたいな感じに最近はなっています。

大野：なんかでも木島先生の中で何か逆に失敗したなってあるじゃないですか、セールスの中で。もっと最初の頃からこうやっておけば良かったなって。

木島：そういうことはありませんね。一点、今、一つ後悔としてあるのは、本当はこういう広告とか、こういうホームページのビジネスって多分、知り合いとか知人とかがいればいるほど、やっぱり強いかなというか、色んな人に拡散してもらったりとか、色んな人に発信してもらえるといるところがあると、もっと多分、問い合わせもあっ



て、というのを今、凄く思うので、だからやっぱり準備段階として情報発信っていう部分で、やっぱりもうちょっと色んな人に知ってもらったりとか、そういうもつと水面下でもそういう動きが出来ていければ良かったなっていうのは凄く今になって思いますね。

大野：そうですね。

木島：そのあたり大野先生はいかがでしたか。

大野：最初の頃はやっぱり人脈作りですよ。そういうところをしておけば、今、フェイスブックだとか色んなところがあるので、ああ、あそこ何々が強いよっていう。強みがなければちょっと選ばれないんですけど。というところが一つ良いかなって。逆に僕とかも今、考えてみてもセールスで：僕も色んな先生方も見られていますし、僕自身も失敗した経験から言うと、セールスで絶対ないと駄目だということところが料金表ですね。よくあるのが「おいくらですか？」って聞かれた時に、やっぱり慣れていない、だからいっぱいお問い合わせを経て、面談経験というのは絶対大切なので、よくそんな何百件のお問い合わせが来ても対応出来ないと言いますけど、選べば良いわけですから。その中でよくあるのが、なんとなく顔色を見て3万円ですとかって。でも相手が高いって言ったら2万ですって。もうこれ値引きしたらアウトですからね。っていうんじゃないかってお客様が自由に選べるプランみたいな形で、しっかりやっぱり料金表を出しておかないと、まず今は選ばれないって思って良いですね。それで出来たら、パワーポイントとかのレベルではなくて、定まってきたらもう会社案内みたいな形でガツチリしているものじゃないと、なんかこれ動かせる感があるっていうのはお客様の不信を絶対招きますから。

藏田：もう私も値上げをする時は、ちゃんと紙のパンフレットを印刷されている、16ページのやつを：

大野：あれ完全に印刷物ですよ。

藏田：そう。それを出してもう完全に印刷されているやつで、どの会社もこれでやっているみたい。契約書にも同じことを書いてあるんですけど、あえてそれを持ち出して、ここに御座います、つまり年商はこうなりました。来月から3万5000円で宜しくお願いします、みたいな。

大野：そう。凄く大事なのが、今の時代、1件だけ見ているなんていうことはネットではないので、そういう時、2件、3件といった時に、まずこの料金表がある、会社案内があるとか、しかもそれがパワーポイントじゃなくてしっかり会社案内が出来ているんだったら、値段の強弱じゃなくて適正価格であれば、まず会社案内をお持ち帰り出来るところが勝ちちゃいますよね。

藏田：そうですね。

大野：プラスアルファであれですよ。なかなかすぐ出来ることじゃないですけど、何か本をプレゼントするとか。自分で書いていけば一番良いですけど、結構、僕の周りに聞いて喜ばれているのは、例えばデール・カーネギーの「人を動かす」本をあえて置いておいて、ご来社いただいたら。逆に良いですよ、営業コストとしてはそんなに高くはないですからね。

藏田：はい、数百円ですからね。

大野：はい。なんか創業者に喜ばれそうな本をプレゼントすると。なかなかね、無形のサービスだから持って帰った感ってないから。

そうですね、あとは注意としては、よくあるのが、「ありがとうございます、ちょっと今後検討しておきます」みたいな相談で終わっちゃっているケースですよ。あれはだからそもそもセールスのやり方をしっかり知らないと、やっぱり最初の頃ってなんかね、何かあったら掛けてくださいみたいな。って結構やりがちじゃなかったですか？最初は。

藏田…そうですね、私ももう初回しか無料じゃありませんってはっきり言って。

大野…そこが大事ですよ。

藏田…せっかくなので全部聞いておかないと、次回以降有料ですよみたいな。あとはやっぱり、遡って顧問料って取り難いので、開業から3ヶ月分は、ここは入力代だけで良いですと。ただしそれは今月末までにお返事をいただきたい。顧問料はよくて入力代だけで良いので、来月から顧問なら、それなら良いですと。やっぱり遡るともらい難いので、逆にもう決定する餌にしていますね。今月中に決めていただければこの顧問料ですと。来月以降だったらここはいただきますと。本当に遅い人はそうしています。そうしないとですね、2〜3ヶ月後にもう1回お話を聞いてから決めるみたいになっちゃうので。

大野…今のお話は凄く大事なんですよ。期待値を過度に：先程、木島先生もそうでしたけど、なんか良いことばかり言って、あれも出来ます、これも出来ますみたいなことを言うと、何が起るかっていったら、その後に顧問契約を實際にしたら、なんか違うじゃんっていう。だから営業ってどっちかというと、出来ているところは期待値を下げて営業をしていくってあれですよ。期待値を上げたほうが確かにとりやすいとは思んですけど、後々のお客さんとのビジネスマッチングが失敗しちゃう可能性が高いので。

藏田…あとコンサル系がうちは多いんですけど、凄くレベルが高い方がいらっしやるじゃないですか。エリート企業出身みたいな。そういう方ってちょっとレスポンススピードとかを凄く要求してくるので、もう最初に「何百万もらうわけじゃないので、そんな凄いことは出来ませんから」みたいな。

大野…そうですね。

藏田…60万だったらやりますけど、みたいな。そこだけレベルの高い方なので、「ご納得いただければ大丈夫だと思

います」って言って、その後、炎上しないようにしています。

大野..ちなみにお問い合わせの内訳として、ウェブと今、DMもやられているという形で言われているんですけど、どうですか？内訳的には。

木島..DMのほうは個人・会社の反応というか問い合わせがあったら、もうほぼ成約みたいな形になっていて。

大野..何か理由は分かりますか？DMって今、凄く戦争みたいな時代って言われている中で。

木島..もしかしたらですけど、凄く気持ちを込めたほうが、もちろんDMのチラシは結構、細かく作っていますけど。

大野..是非ね、また見てみたいですね。

藏田..はい。これはもう全然、見ていただきたいんですけど、場所がもしかしたらあるかもしれないです。世田谷区三軒茶屋っていうところで事務所をやっています、やっぱり自宅兼事務所みたいな形でやられる方が多いのか、インターネットももちろん有効なんですけど、チラシっていうほうが刺さるといえるか、実際に保管しておいて、ちよっと手元に置いておいて、で、この間、来たんだけどっていうことで問い合わせをしていただくっていうことがやっぱり多い。

大野..なるほど。結構、皆さんDMをやる踏み切れない理由が、なんか僕が聞いていると二つあって、一つが、やはりDMをやるとクレームが来るんじゃないかと。あんなものを出しやがってみたいな。ってあるんですけど、どうですか？そのの..

木島..実際、クレームは1件だけありましたけどね。

大野..どんな感じでした？

木島..もともと、先程、料金の話も大野先生のほうからあったんですけど、結構細かく料金のこともそこで書いていたりして、実際、そこに書いたことと、私が説明をして料金と違うことがあって、それはサービスの違いがあって仕方がないことなんですけど、「書いてあることが普通、って言いやがって、このやろう」みたいな感じのことを書かれたことは実際ありましたけど。

大野..でもね、今、お話を聞いていると、悪いDM自体でクレームっていうのはほとんどないっていう。

木島..そうですね。そこを除けばほぼほぼないですね。そこから問い合わせが来るっていうことは、向こうもほぼうちに決めて。

大野..はいはい。

藏田..私も9年やって1回だけですよ。

大野..藏田先生、まだ聞いてないです(笑)。

木島..でもお金が掛かりますよね。

藏田..そうですね。DMは結構、紙と配送コストが掛かりますね。

大野..大体どうですか？木島先生ってコスト的にDMって1通いくらくらいが。リスト代と多分あれですよ、紙代と郵送代ってなると思っんですけど。

木島..そうですね、1通100円弱。まあ本当に100円くらいだと思っっていて。

大野..100円くらい。それは月に何通？

木島：基本的に700から800通くらい。

大野：月に7〜8万。

木島：月に7〜8万くらい掛かってくる計算になるので、これは結構コストとしては掛かってきますよね。

大野：ただあれですよ。もちろん後からはなってきましたけど、回収の面では全然、投資効率が良い。

木島：そうですね、今のところは。明日はチラシから問い合わせをいただいた方が今、顧問料の中で一番最高額というか、ということとで契約をしていた方もいらっしゃるのでは。

大野：大体、いくらくらいですか？年間。

木島：年間、その方は月7万円のとかで・・・

大野：ああ、そういう方もDMとれちゃうんですね。なんかイメージがないですよ、あまり。

木島：これはかなり自分でもびっくりしました。

大野：藏田先生はどうですか？DM自体もね、結構やったり。

藏田：DMもね、かなり万単位で撒いている年もあって、DMのほう若干ネットより効率が良いかなという感じで。うちは3000枚撒いて、15万円とかお金が出たので、沢山やるとやっぱり1枚50円くらい。

大野：ただやっぱり結構、誤解がありがちなのが、DMを撒けば来ると思っている方がいると思うんですけど、もちろんDM自体の精度は一つと、あともう一つが、意外とアナログで責める、DMって言うんですけど、ホームページ

ジ自体がしょぼくて良いかっていったら、DMを見た方はホームページを見ますよね、当然。

藏田：はい、見ますね。

木島：絶対見て来ていますね。

大野：はい、だから逆に言えばこれはホームページありきでDMを出さないとちょっと厳しいですよ。

藏田：そうですね。

大野：もちろんホームページを見ていないようなお客さんが来るっていうのもあるですよ。今の時代、厳しいですもんね。

藏田：考えてみると、DMは地域は世田谷区がやっぱり多いんですかね？

木島：そうですね、世田谷区だけです。で、新しく出来た新設法人を対象に。

大野：何かDMで、これからやる方々がその後、何かこれ注意したほうが良いよってアドバイスみたいなありますか？DMをやってみようかなと思う人がいると思うんですよ。

木島：やっぱりこれに関しては、やったほうが良いと私は本当に思うんですけど、その際としては、本当に細かいところなんですけど、紙質というか、問い合わせが来た人皆さんに聞くと、チラシが、DMが届いてすぐに問い合わせは絶対にしなくて、一週間もしくは1ヶ月くらい寝かせるらしいんですよ。だからその為に結構しっかりした紙じゃないと…

藏田：破れちゃったり。

木島.. そう、破れちゃったり。とっておいてもらえないっていうのもちょっとあるみたいで、だから一応、紙質には自分分は気を遣っているんですけど。

大野.. 結構、今のこういうお話して凄く僕は大事だと思うのが、ちょっとだけ外れちゃうんですけど、お客さんが保管をしていましたとか、例えばどういう経緯で来ましたっていうのは、来たお客様には最初は結構訊いたりしますよね？

木島.. はい、結構教えてください。

大野.. 例えばグーグルでどんな検索をしましたか？とか。もうこれがニーズなので。これは訊いたからって別に全然お客さんもね、それで嫌な人って..

藏田.. いないですね。

大野.. はい。もちろん空気によってはね、逆にこれは訊かないほうが良いだろうっていう人もね。だけどそんな人は1割ですよね、むしろね。

藏田.. やっぱりね、まさしくマーケティング成果をね、そういう経路を訊いていかないと、マーケティングも上がっていかないの。

大野.. 特にSEO対策だとかをする人って。まあリスティングもそうですよね。キーワードが分からなければ無鉄砲な形になっちゃうの。

藏田.. 法人を作るのも何故か会社設立っていう言葉を使うとかですね。意外とどこでも教わらないですか？法人設立じゃないんだとか法人登記じゃないんだみたい。何故か会社設立なんだみたい。



木島..そうですね。

藏田..それは訊かないと分からないお話しですからね。

大野..そうですね。これでマーケティングでセールスで、その後にあれですね、顧問契約を無事に獲得しましたというところであれですよ、70件のお問い合わせで...22件ですね、22件、無事成約となりました。これはかなり藏田先生から見てもあれですよ。

藏田..いや、もう凄いですね。100日でそんなにいくんだっていう。

大野..藏田先生の目から見て何か成功している要因って。

藏田..やっぱり投資マインドにつきますね。お金で解決できることは多いですからね。

大野..そうなんですよね。大体、広告投資とかもそうなんですけど、皆さん、20万?そんなに掛けるの?10万?そんなに掛けるの?ってお話して、これは払った分、返って来るの?っていう。そういうものじゃないんですよ。基本、やっぱり投資っていうのはお金を燃やせるかっていうところで、長い目で見ないといけないんですよ。月々10万だとしても年間120万投資して、それで何件とれるかっていう、季節変動がありますもんね。

藏田..そうですね、そうですね。

大野..逆にね、来ない月っていうのも言っていましたもんね。ちょっと調子が悪い月っていうのも。

木島..先月はちょっと調子が悪かったなと思いますけど。来る波がやっぱり...

大野..同じように広告とか掛けていますもんね、値段的には。

木島：そうですね、はい。

大野：藏田先生もやっぱり季節変動的なものは否めなかったですか？

藏田：そうですね、凄く来る月ってというのがありますね。ただ広告費を若干強めて強化するとか、やっぱりそういう調整が出来るので。調整はしていますけれども、やっぱり反応の良い時と悪い時ってというのはあります。

大野：なるほど。本当にこれ、マーケティングとセールスについて色々ありがとうございます、アドバイスのほう。

木島：ありがとうございます。

藏田：ありがとうございます。

大野：それでは藏田先生、次の。

藏田：はい。一般社団法人中小企業税務経営研究協会にですね、入会された切っ掛けですとか、入会して良かったこととか、どんなことを求めていたかということ。

木島：まず切っ掛けは、本当に大野先生、藏田先生に色々誘っていただいたというのもあるんですけど、もともと大野先生とは税理士試験の時から勉強時代からずっと知り合いで、その後の動向もずっと、自分のことも結構気にしていて…

大野：ただね、最初の頃はやっぱりどっちかというのと、僕も木島先生を見ていて、どっちかというところと学者肌じゃないですけど、まあ税理士ってそんなもんですもんね。なんかあまりマーケティングだとかっていう、そういう不信感ってありましたよね？なかなかねそういう…

木島：ありました、ありました。最初はやっぱり自分としてはもう事務所…その時はやっぱり苦しい状況だったので、まずは税務のことに特化してっていうのが凄くあったんですけど、その中で大野先生はもうマーケティングに注力して、どんどん先走って行かれちゃっているのを見ていて…

大野：もともと同期ですもんね。

木島：そうですね。一緒に勉強をずっと同期でやっていましたから。それを見てやっぱりそういうのも凄く楽しそうだなというところがあった。あと藏田先生のほうは、勉強会とか出席した時に、凄くこういう成功している人達がいるんだということ誘ってもらって、で、入会を決意しました。

大野：結構、経営者になると、税理士事務所ですね。閉鎖的な環境で競争が煽られる環境じゃないから、なんかもともと税理士って競争ないよねって。僕も最初そう思っていたんですけど。何か拡大とかってないかなと思ったんですけど、実際、そこがないから売上が上がらなくて最後、苦しくなってくるっていうところで、どうもやっぱりこういう社団とかって皆さんね、凄くマーケティング、何件とりましたか？とか、こんな時代ありましたとか、こんな失敗しましたって凄くみんながラフに話してくれる環境で、そこはやっぱりそういう、俺も頑張らなきゃみたいになっていう。

木島：ありますね、やっぱり。凄く良かったことっていうのは本当にそれで…

大野：凄く新しい仲間も結構増えたみたいだね。

木島：はい、かなり増えましたし、あとは本当に今、話しているだけでもえげつない話が多いなと思うんですけど…

藏田：そうですね。

木島：そういうところまで本当に結構教えてくれますし、自分の事務所の経費一つとっても本当に色々相談に乗っていただけるので、これはかなり：

大野：いやでもね、結構僕達も、やっぱり民間のね：これは貶しているとかじゃなくて一般的な支部とかだと、悪いことじゃないんですけど、やっぱり野球をやるうよとか、ちょっと何とか委員だとか、って形でやっぱりなってくると、色々都合がついてからそっちをやるのなら良いんですけど、まだね、ご飯も食べられない状態で、やっぱりそこにいるとなかなかね、マーケティングだとかそういうムードじゃないですよ。

木島：はい。そんな話は、って・・・

大野：なんかタブーみたいな。

木島：そうですね、しちやいけなみたいな話がありますよね。雰囲気がありますね、なんか。

大野：なんかどっちかというと、減って：下を見るじゃないですけど、みんなも減って安心だねみたいな、なんかそういうことってなんかあれですね。

藏田：そうですね。被害者友の会みたいな。

大野：そうですね。でもある先生が言ったのは、「下を見たらキリがないよね」って。「上を見ないといけなよね」って。でも本当にその通りだと思うんですよ。

藏田：安心しちゃうと良くないですよ。

大野：はい。

藏田：そうですね。収録時間も：今後の目標としては、ぎっくりした数字とかアクションとしてはどのようなことをお考えになつていらっしゃるでしょうか？

木島：そうですね、まずはやっぱり月5件の成約というのはこれは引き続き目標としてやっていきたいんですけど、顧問に限らず融資の案件だったり、決算だけの案件も含めて月5件はとっていききたいなと思つています。その中ではやっぱり金額も意識して月150万以上、年間：

藏田：年間通算ですね。

木島：通算契約で月150万以上というところはやっぱり一つの目標にやっていきたいですね。あとはホームページの強化をもっともっと大野先生、藏田先生に追いつけるくらいにやっていきたいと思つている中で、コラムを実際に書いたりとか、あとお客様の声と言うんですかね、実際にお付き合いさせていただいているお客様の声をホームページに上げさせていただいたりとかつていうところで、もっと貪欲にやっていきたいかなというのはありますね。

大野：採用サイトのほうもね。

木島：そうですね、採用サイトも最後に。一応、自分としては人をもうちよつと雇つて一緒に事務所を大きくしていきたいっていう人達と仕事をしていきたいので、採用サイトの部分も、今年も少なくとも2人、雇用のほうを考えたいと思いますので。

大野：そこもね、社団のほうでね、色々ノウハウをね、採用の。

木島：お手伝いしていただけるように、色々教えていただきながらやっていきます。

藏田：やっぱり税務というのは、税理士ご自身でやっていくしかありませんので、税務の相談はね、飲み会とかでして  
いますけど、集客と採用でいかに捌いていくかっていうところの今の税理士業界の二大ニーズを満たしている  
と日々思っておりますので。本当に投資マインドを持っている先生はそこまで多くないので、実際やれば出来る  
というので、皆さん非常に勇気付けられていると思いますので、是非、これを観ている方もですね、問い合わせ  
とかいただければね、我々もお答え致しますし、社団のほうは全然、いくらでもノウハウを共有してね、みんな  
でやっていきますので。

大野：今もね、凄く色々な先生からチャットワークとか色々なフェイスブックメールを使って色々な相談があるんです  
よね。

藏田：そうですね、そうですね。もう毎日毎日ちゃんとお答えして。

大野：なかなかやっぱり社内だと訊ける方は、特に一人でやっていることやっていることは正しいのかとか。

藏田：そうですね。従業員の方に訊いたらむしろまずいことも多いと思いますので。ホームページを出したら失敗した  
とかね。どう書いたら良いのかとか。訊いてもなかなかね、むしろ従業員さんが不安になるだけなので。あと友  
達とかにもね、逆に「え？君、広告なんかやってんの？」みたいな。信頼されて税務で頑張って増やさないとい  
か怒られちゃうと思いますので。

大野：そうですね。

藏田：そういうところの悩みも全然、受けてですね、税理士業界を盛り上げていこうと思しますので、本日は木島先  
生、お忙しいところ、ありがとうございます。

大野：ありがとうございます。

木島：ありがとうございました。

# 1人で悩まないで下さい!

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。

一人で悩んでいた税理士さんが我々に相談したら・・・

- ▶ 開業1年で38件の顧問獲得! 事務所経営が軌道に乗った!
- ▶ 事務所を継いだ先生がコンスタントに毎月1件法人顧問を獲得!



一般社団法人  
中小企業税務経営研究協会

～税理士が運営する税理士のための団体～

## 参加無料! 体験セミナーにご招待

4/19  
(水)

5/10  
(水)

6/14  
(水)

税理士業界初の開業融資特化による新進気鋭の税理士・大野晃と、9年で500社の法人顧問獲得&5000件以上の経営相談を行う税理士・藏田陽一が、現代の税理士業界に活力を与えるセミナーを開催!!

- 講演内容
- ・マーケティングで法人顧問を取る方法
  - ・月1万円でも残業・休日出勤なしで一人当たり売上高1500万円を上げる方法
  - ・営業不要・紹介お断りでも、毎年50社以上の法人顧問を獲得する

- 講演内容
- ・業界初!! 飲食店開業融資専門税理士のマーケティングルート全公開
  - ・税理士制度がなくなって税務顧問の概念がなくなっても経営していくために
  - ・経営の付加価値がないと、クラウド会計の下請けになり報酬月額3,980円に
  - ・意識が高い税理士仲間と一緒にいるだけで大きく成長します!!

### 代表理事 / 税理士 藏田 陽一

藏田経営会計事務所 税理士  
株式会社藏田経営会計事務所 代表取締役

早稲田大学理工学部応用物理学卒業  
早稲田大学大学院理工学研究科物理学及応用物理学専攻修了

外資系コンサルティング会社アクセントリア戦略グループにて携帯電話会社等のプロジェクトに従事。都内3つの法人専門・資産税専門の会計事務所を経て独立開業。

勤務時代・開業の通算9年間で500社5000件以上の新規起業5年以内の法人の税務経営相談を行い、そのわかりやすさに感動した多数の社長と顧問契約を結ぶ。現在は顧問が増えすぎて決算月によっては契約をお断りしている。

税理士登録・開業と同時に、卓越した戦略理論(ブルーオーシャン戦略)とインターネットマーケティングを駆使して、18時帰り土日祝休みにも関わらず、開業初年度44社 63件の顧問契約を獲得。そのノウハウを税理士に販売し月商100万円以上売り上げる。最終的には500人以上の税理士にノウハウを販売。税理士事務所のマーケティング代行を請け負い、年間30社以上獲得した実績を持つ。



### 理事 / 税理士 大野 晃

ITA 大野税理士事務所 税理士  
株式会社 CHANGE 代表取締役

保険サービスシステム株式会社 税理士向けインタビュー  
今まで30人以上の優れた税理士に突撃インタビュー。

飲食専門というニッチ分野で継続的に顧問獲得を続けるモデルを確立。単なる業種特化でなく、業界初の「開業融資特化」で1年で200件引き合い顧問契約40件を実現。

- [ 表彰 ] 船井総合研究所 2015年 会計事務所最優秀賞 受賞
- [ セミナー ] ・船井総合研究所主催 次世代会計人経営者フォーラム6月例会  
・MFクラウドセミナー2014 クラウド会計の活用で変わる税理士事務所の戦略  
・一般社団法人士業ITアドバイザー協会 第一回定例研究会
- [ ラジオ ] FM79.2 レインボータウンFM 「飲食店に強い税理士」として生放送出演
- [ DVD ] 創業融資・事業計画書の作成・書き方のポイント  
飲食特化のビジネス拡大手法



『税理士 事務所』  
行列のできる  
税理士事務所の作り方  
(ぼる出版)  
アマゾンの「経営戦略部門」で  
1位獲得

『通帳1冊 経理術』  
小さな会社・個人事業者の  
ための「通帳1冊」経理術  
(日本実業出版社)  
紀伊屋書店新宿南店の  
「経営書部門」で1位獲得

『飲食店が必ずやっている開業資金の調達方法』  
繁盛する飲食店が必ずやっている開業資金の調達方法  
(秀和システム)  
アマゾンの「外食産業部門」で  
1位獲得

『税理士の「お仕事」と「正体」がよ〜くわかる本』  
税理士の「お仕事」と「正体」  
がよ〜くわかる本  
(秀和システム)  
平成28年3月発売

会員様サービスのクオリティを保つため、会員のお申し込みは毎年20名に制限させていただいております。  
おかげさまで2015年、2016年の本会員申し込みは、募集1ヶ月半で定員となりました!  
現在2017年の会員を募集中です。こちらも満員が予想されますので、お早目のご検討をお願いいたします。

まずは体験セミナーで、税経会の明るい・伸びている雰囲気を感じてください。

ホームページからの体験セミナーのお申し込み、無料動画は [Q 税務経営](http://zeimukeiei.jp) <http://zeimukeiei.jp>



# 本当の意味で経営者に役立つ税理士を増やしたい 税理士になりたい若者を増やしたい

我々税理士が税務経営を学んで会計事務所経営で成果を出すのは当たり前です。  
我々税理士が成果を出すのが目的ではなく、顧問先のお客様の経営がよくなるために  
我々税理士自身が成功事例となり、この成功事例を中小企業に伝える必要がある。

## 協会概要

- ・名称 一般社団法人 中小企業税務経営研究協会（税経会）
- ・所在地 東京都渋谷区渋谷 1-12-2 クロスオフィス渋谷 5F
- ・電話番号 03-3400-7081 ・FAX番号 03-3400-7061
- ・代表理事 藏田 陽一 ・理事 大野 晃



## 正会員（定員 60 名）

2ヶ月に1回の会員限定の定例会と、定例会がない月には経営情報DVDをお届けします。定例会後の懇親により、会員の親睦を深めます。チャットやメールや機会が合えばお会いして、我々が分かることでしたら、なんでもご相談頂けます。（年間実働12時間程度を目安とします）

月額会費：3万円（税抜）／入会金：10万円（税抜）

## 通信会員

正会員と同じ定例会・経営情報DVDを毎月お届け。12月定例会のみ参加可。他の月の定例会にはご参加いただけません。年間で10回程度チャットなどのご相談をしていただけます。定例会開催は東京駅周辺となりますので、参加が難しいが情報の入手や少し相談したいという方向けのサービスです。

月額会費：3万円（税抜）／入会金：10万円（税抜）

**期間限定割引** 税理士・社員・パートの合計人数が15人以下の事務所様は、月額会費を【本会員3万→2.5万円】に【通信会員3万→1.5万円】に割引

## 会員様限定・追加有料サービス

- リステイング広告設定・管理 / 月額5万円（税抜）継続期間1年
- 個別コンサルティング / 月額15万円～（税抜）継続期間1年
- サイト作成・セールスレターライティング代行 / 月額20万円（税抜）継続期間3ヶ月

## 2017年定例会・送付DVDの予定

正会員は全セミナーに無料で参加できます。

タイガーマスク税理士 川代政和先生のネットマーケティング

**2月** 藏田陽一先生 藏田経営会計事務所9年の全業務マニュアル  
大野晃先生 最新情報ミニセミナー  
MFクラウド会計 炬口英子様 IT導入補助金について

**3月** タイガーマスク税理士 川代政和先生の税務調査対応

**4月** 中川会計事務所 中川祐輔先生  
freee経由で年60社超顧問獲得!クラウド会計で業務をこなす方法  
トリニティ司法書士法人 磨和寛先生  
トリニティ司法書士法人の経営戦略

**6月** 渡邊浩滋総合事務所 渡邊浩滋先生  
大家さんの業務特化で独立開業! 開業・経営戦略

**8月** ITA 大野税理士事務所 大野晃先生  
2016年、2017年の取り組み・成功事例

**10月** 黒川税理士事務所 黒川明先生  
黒川事務所の経営戦略。座談会質問コーナーで深く本音を聞く!

**12月** 2017年シンポジウム  
freee株式会社 代表取締役 佐々木大輔様 freeeの経営戦略と今後  
成功事例発表会

## 参加費無料! 体験セミナー開催スケジュール 体験セミナーは非会員でも参加できます

**4/19 (水)** **5/10 (水)** **6/14 (水)**

[時間] 18時～20時 [会場] 東京駅周辺のセミナールーム  
※開催場所が渋谷に変更になる場合があります

各セミナー終了後、講師も交えた懇親会を行います。（別途5,000円）懇親会の参加をご希望の方は、お申し込み欄にチェックをご記入ください。※懇親会のみでの参加はできません。  
\*場所日程内容は変更の可能性があります。追加開催がある可能性がありますので、最新の情報はホームページをご覧ください。 <http://www.zeimukeiei.jp>

### 体験セミナー特典

セミナーにご参加・アンケートを頂いた方には、「小さな会社の経営術・税理士事務所特化パート (YouTube・PDF版)」（定価4万円）をプレゼント。



### 本会員入会特典

ご入会頂いた方には、「小さな会社の経営術・税理士事務所特化パート」に加え、「最幸の会計事務所経営術（データ版）」（定価35万円）をプレゼント。また、最新撮り下ろし動画を入会翌月より毎月1本8ヶ月間配信します。



## 体験セミナーへのお申し込み(FAX)



中小企業税務経営研究会 セミナー事務局  
**FAX: 03-3400-7061**

お電話でのお問い合わせは  
**TEL: 03-3400-7081**  
(平日9:00～18:00)

参加ご希望のものに  を付け、空欄にご記入後、FAXにてお送りください。追って事務局よりご連絡いたします。

セミナー	懇親会	セミナー	懇親会	セミナー	懇親会
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4月 19日 (水) 東京		5月 10日 (水) 東京		6月 14日 (水) 東京	
事務所名					ご参加者名
所在地	〒				
E-mail	@	TEL	( )	FAX	( )

FAXが途切れる可能性があるため、この斜線エリアには記入しないで下さい。

2016年に実践されて38件の税務顧問を獲得した今使える事例です!

# 税理士がゼロから開業して軌道に乗せるまでの必勝ノウハウ DVD

細かいマニアックなマーケティング・インターネット・経営のスキルがなくても、幅広い人脈・強烈な営業力・断られてもめげない根性・毎日飛び回る体力がなくても、「どう考えてもこんなにやるのムリ!」というほど努力しなくても、事務所に座っているだけで「税理士さんを探しているんですけど」という問い合わせが来ます!

こんにちは! 一般社団法人中小企業税務経営研究協会 代表理事の蔵田です。この度「税理士がゼロから開業して軌道に乗せるまでの必勝ノウハウ」というDVDを発売することとしました! これは、一般社団法人中小企業税務経営研究協会の今までの税理士事務所経営ノウハウのうち、特に開業したばかりの税理士の先生、小規模でもいいので、マーケティングで意図的に法人顧問を増やしたい先生向けのものを厳選してDVDにしました。しかも新人税理士向けに業界活性化のため、製作コストを考えると利益の出ないほどの低価格にて販売いたします!

## 今、税理士業界は盛り上がって上り調子でしょうか? それとも落ち目、衰退しているのでしょうか?

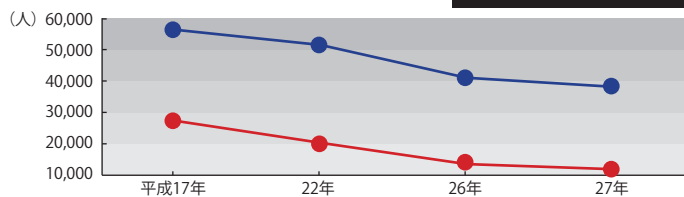
最近、税理士という仕事は「単なる書類の処理であり、いずれAI(人工知能)に取って代わられるものだ」という認識を若い人に持たれています。

また、税理士試験が異様に難しい、とか、苦勞して税理士を取っても食えない、などと思われているようです。

その結果、新しく税理士を志す人がすごく減っています。

この10年の税理士試験受験生の動きをまとめてみました。特に30歳以下に注目して、国税庁の資料を独自に加工しました。

税理士試験受験者数の推移



	30才以下	全体
平成17年	27,343人	56,314人
平成22年	20,315人	51,468人
平成26年	13,552人	41,031人
平成27年	11,932人	38,175人

**悲しいことに50年後には税理士業界というものはなくなっているかもしれません。**

少しでも顧問先に支持されている税理士さんは自分の仕事にプライドを持っていると思います。

税理士業は、顧問先の社長さんや社員さんでは作れない難しい専門的な大変な書類作成を代行し、国家の根幹である税収を発生させ、融資サポートや節税や財務アドバイスで売り上げをあげる力のある社長の会社の飛躍を手伝える素晴らしい仕事です。

単なる作業下請けの仕事ではありません。

こんなにも素晴らしい仕事なくなってしまうのは、私はとても悲しく感じます。

### なんとしても税理士業界を盛り上げないとイケません!

業界全体では、盛り下がるトレンドになってしまっていますが、個々の税理士が盛り上がってけば、業界全体もかならず活性化します。

そのためには、まずは開業したばかりのゼロからスタートした税理士さんが少しでも早く経営を軌道に乗せられるようにならなければなりません。

会計・税務の才能のある若い人が職業を選ぶときに、「税理士になっても開業できない...じゃあ給料がままあまの経理のサラリーマンや公務員でいいや」と考えるのではなく、「税理士は独立開業できて顧問先に頼りにしてもらえやりのある仕事だ!」と思えるように、最近開業した人でもすぐに確実性が高く成功できるようにしなければなりません。

幸い、新人さん向けには割り切ったやり方で、小さめの顧問を増やす再現性のあるノウハウが当社団では確立されています。現在当社団が持っている開業税理士さん向けの全ノウハウを約3時間半の動画で、できる限り、経営やマーケティングに詳しくなくても、実践できるようにまとめました。

### 月1万円の税務顧問・紹介お断りで、開業9年、累計500社の法人顧問獲得!

第一部 (約90分)

- ・ゼロスタートでどうするか?
- ・XXマーケティングでまずは2社ゲット
- ・開業から今までの軌跡
- ・開業初年度44社63件(累計獲得数)
- ・毎年1000万円(積上型)年商がUP!
- ・今ゼロスタートならどうするか?
- ・人脈営業・交流会・業種特化(それでも職員に振る)
- ・クラウド会計からの紹介
- ・法人顧問料金表の変遷
- ・法人顧問が増えやすい手法
- ・ブランディング・特化(規模業種)、設立・融資で活躍
- ・月1万円が8割でも一人当たり売上1,500万円にする
- ・来初型で一気に原価削減!担当一人50~70社
- ・好きで得意な業務に集中する!楽しい&儲かる
- ・リスティング広告(PPC)実践
- ・キーワードはどうすべきか?
- ・売れるホームページ(文章)
- ・最近のネット・DMからの問い合わせ
- ・自分がどうなりたいか、そのために何が必要か
- ・当社団を活用して売上を上げる

まだ顧問先のない税理士新人がどうやって最初の顧問を増やしていき、その後自分のやりたい仕事ができるように客層を変えていく具体的な方法を学べます。

#### 講師 蔵田経営会計事務所 税理士 蔵田陽一

一般社団法人中小企業税務経営研究協会 代表理事  
早稲田大学理工学部応用物理学卒業  
早稲田大学大学院理工学研究科物理学及応用物理学専攻修了

勤務時代と開業から9年間の通算で500社5000件以上の新規起業5年以内の法人の税務経営相談を行い、そのわかりやすさに感動した多数の社長と顧問契約を結んでいる。現在、顧問が増えすぎて、決算月によっては顧問契約をお断りしている税理士。

行列のできる税理士事務所の作り方(ほる出版)  
アマゾンの「経営戦略部門」で1位獲得

小さな会社・個人事業者のための「通帳1冊 経理術」(日本実業出版社)  
紀伊國屋書店新宿南店の「経営書部門」で1位獲得



第二部 (約18分)

- ・開業後の状況
- ・平成26年2月に開業するが…顧問数1件のみ とりあえずアルバイトに行く
- ・営業活動は一切できない
- ・とりあえず何をしたらよいか分からない
- ・業種特化したほうが良いと思い 医療専門としてみるが効果なし
- ・政策金融公庫にお金を借りに行く → 生活費に消えていく
- ・中小企業税務経営研究会で蔵田先生に相談
- ・ホームページを開設(お金ないので自分で手作り…) (ワードプレス)
- ・ホームページアップした翌日にいきなり問い合わせがある
- ・平成27年11月からリスティング広告を始める

- ・Googleアドワーズのみ キーワードは XXX + XX XX XXX
- ・Googleの動める通りにやると金額型高額になるので注意
- ・リスティング広告をはじめてから感じたこと
- ・特別なスキルが無くても、リスティング広告である程度の集客はできる
- ・ホームページの質も関係ない(手作りでもなんとかなる)
- ・20件を超えてくると一人で作業だとかなり苦しい
- ・どのタイミングで人を雇うかをイメージしておかないといけない
- ・最初のころは何でも取ろうとしていたが、業種を選んで価格に合う顧問先を選んだほうが良い
- ・ワードプレスは SEO に強い?
- ・手作りのHPが逆に良い?



マニャクなネットや経営のスキルがなくても、「どう考えてもこんなにやるのムリ!」というほど努力しなくても、事務所に座っているだけで顧問のお申し込みをもらえる、2016年に実践された今使える事例を学ぶことができます。石田先生は2017年に業容拡大・人員増加のため事務所をご移転されました!

年間問合せ数**200件!** 業界初 飲食店開業融資特化!!

第三部 (約98分)

テストマーケティング		
業種・業務・地域限定	複数のテスト商品を作成	低価格～
飲食業	介護業	美容業
会社設立	決算駆け込み	税理士変更
経営計画	無申告対応	創業融資・補助金・助成金
地域限定	相続	事業承継
クラウド会計	銀行格付け	毎月巡回監査

- ・マーケティングテスト
- ・HP(リスティング・SEO)、DM、交流会、メルマガ
- ・業務提携、セミナー集客、SNS 広告、お礼状、ニュースレター
- ・業種特化選定
- ・集客件数、顧客単価(時間単価)顧客ニーズはどの業種があるか?
- ・業種特化選定
- ・ここで大事なのが
- ・やっていて楽しいか!? 継続性のため!!
- ・+α業種特化 × 業務特化 超ニッチな専門

昔ながらの基本的には紹介のみお客様を増やしていく事務所の第二創業として、まったく新しいマーケティングを導入していき、当初の低価格を絞り込みによるブランディングで中・高単価に変えていった事例を学べます。

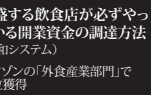
講師 ITA 大野税理士事務所 税理士 大野 晃



一般社団法人中小企業税務経営研究協会 理事  
保険サービスシステム株式会社 税理士向けイン  
タビューアー (今まで30人以上の優れた税理士に  
突撃インタビュー)

飲食専門というニッチな分野に特化し、顧問を継続的に獲得し続ける税理士事務所のモデルを確立。単なる飲食業特化ではなく、業界初の「開業融資特化」で、1年で200件引き合い顧問契約40件獲得を実現。

【表彰】 船井総合研究所：2015年 会計事務所最優秀賞 受賞  
【セミナー】 船井総合研究所主催：次世代会計人経営者フォーラム6月例会 MFクラウドセミナー 2014：クラウド会計の活用で変わる税理士事務所の戦略



平成28年3月発売

税理士業は顧問先が平均数年は続きますので、このノウハウで1社でも顧問先を獲得できれば、数十万円の売り上げになると思います。

私と大野先生は、普段は数万円、または数十万円頂いて、セミナーやDVDでノウハウを提供していますが、今回は税理士業界の開業したばかりの人、低価格でマーケティングを実践したい人向け、というDVDですので、**期間限定で税抜き5,000円**という価格で販売致します!

プロの方に頼むとどうしても20万円はかかり、損失が大きくなってしまいますので、少しでもお値段を抑えるため、私の動画は事務所でホームビデオで撮りました(笑) DVDもプラスチックケースに入れてあるだけです。

しかし、**内容は本物です**。値段と関係なく、税理士業界のために、税理士の新人さんが事業を軌道に乗せて、たまに聞く、「借金を背負って勤めに戻る」ような悲惨なことが起こらないようにDVD1枚3時間半の中でこれ以上はない、というノウハウを力の限り詰め込みました!

値段が内容に比して安すぎるため、いつ値上がり、または会員様からのクレームで販売が中止になるかもしれず、いつまで販売できるかは未定です。

**もしも、あなたがこのノウハウで「顧問先が1社でも増える!」**  
**と思えたならば、今すぐお申し込みください。**

期間限定価格

**5,000円** (税抜)

税込価格:5,400円

DVD / 収録時間約206分

お申し込みは**FAX送信**または**WEBサイト**より



**03-3400-7061**



<http://zeimukeiei.jp/kaigyou/>

決済手数料  
代引手数料  
一切なし!

送料無料

お支払いは商品代引きまたはクレジットカード払いがご利用いただけます。  
※カード払いはWEBサイトのみ。

貴事務所名				ご担当者名		
ご住所	〒 -					
TEL	( )			FAX	( )	
Eメール						
お支払方法	<input type="checkbox"/> 代引き (代引き手数料無料)					