

2005年12月12日発行

# ぷるす

四季の会・ユーザーズ・サービス

201号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 師走の候、先生におかれましては益々御活躍のことと存じます。

2005年、あと数日。今年を振り返り、余りにも変化が多い。会社はトップ次第であり、会計事務所も所長先生次第。置かれている状況や風土は、すべて「トップや所長先生の思い・仕事ぶり」の反映なのです。

耐震偽装、募る不安が大問題になった姉齒建築士の計算書数値改ざん。姉齒氏は「安くないといけないというプレッシャーがあった」と発言している。「安くないければ事務所を変える！」大問題であった。

## 値下げして潰れる

「潰れる会社を見ると、「値下げして潰れる会社はたくさんあるが、値上げして潰れる会社はない」といわれます。値下げすることは粗利が減ることですから、その分、今までの売上を稼ぐためには、値下げ率の何倍もの努力をしなければならないのです。つまり、忙しくなって考えるひまさえなくなって、やがて潰れてしまうのです。」

- 神田正典氏の「仕事のヒント」の中より -  
マクドナルドが価格を下げた時、お客様も増え、数量も増え売上も増加したが一時であった。やがてお客様は「安ければいい」のではなく、お客様は離れてしまった。値引きしないと買ってくれないお客様が集まるのは、お客様データとして、扱っているだけになってしまうのです。あまりに効率化され、その結果、お客様として人間性が喪失されてしまうのです。

「1000円10分の床屋さん」のチェーン店が全国に広がっている。今迄の床屋さんが潰れたわけではなく、今迄の方がいいというお客様も多くいるわけです。1000円床屋は、ある部分をやっているだけで、それなりにいい人がいるわけです。

チェーン店で危機感をもった床屋さんが、そのチェーン店に入ったら、今迄のお客様が来なくなり、新しいお客様の質が変わり、

収入は3分の1に下がってしまった。元に戻りたいが、お客様がどうなるかで悩んでいる。経営者にとって「最大のコストはお客様を失うこと」です。

事業が次の段階に進むときは、社員も変われば、お客様も変わる。社員がいなくなって！お客様がいなくなって！それから変わるんです。大変な時代が来たようです。会計事務所も全く同じのようです。

会計事務所も益々多様化の時代です。顧問料1万円時代がやってくる。会計事務所は「土業」ではなく「サービス業」です！「突然のお手紙を差し上げる失礼をお許し下さい！！」と。顧問先企業への低廉な価格で手紙を御覧になった先生も多いと思うのです。その内容は「サービス業」ではなく「処理業」です。既存の顧問先や所員はどう変わるのか！と思うのです。税理士先生は、名調子の講師をきくと、自分の悩み、思いが波長に合っていくと、コトバに酔いしれてしまい錯覚するのです。私もそんな経験があります。

今や「安ければいい」「安ければお客様が増える」時代ではないのです！所員の休日が多くなった！諸々のコストも多くなった！コンプライアンスが常に頭にある！税務調査！賠償責任等々！会計事務所は人が中心！所員の教育と定着性！我が事務所の価値を！顧客満足・社員満足等々！会計事務所経営を常に考えていかなければならない時代です。「安ければの安易」では首を締めていくようです。

税理士という職業の特徴を生かすことが大事のようです。税理士は信頼される職業です。税理士の「任命と役割」がある。天職である。税理士の一番の強味は何か！社長といつでも会える。話をするのできるのです。特に決算時には「社長は時間をさいて待っている」「税理士には話をしたい」のです。

お客様は「社長」です。社長は、毎日毎日が職場での戦いです。孤独です。「いろいろな問題を抱えて、人に言えないこと」がある。税金の仕事だけでなく「サポート」「支援」「応援」等々、社長に役立つことが最大のサポートになって来た。税理士先生は、下を向かないで、上を向いてほしいのです。基本業務は「月次会計と決算」そして、「診断」です。その原点は「コンプライアンス・コミュニケーション」です。経理を活かすことです。「あなたの会計事務所があつてよかった！！」と思われ、支持され、支援される会計事務所づくりです。「決算診断」は社長に決算書をよく説明し、解説します。更に「自社の強み、弱み」「攻める力、守る力」を知ること「経営課題」の気づきになっているのです。社長とのコミュニケーションの武器・ツールです。これで1000有余の全国の会計事務所伸びているのです。

## 当事者意識です

「日本人の当事者意識」について、日経11/28にUFJ理事長中谷巖氏が面白く書いている。

何をやってもうまくいかない、どうしても思い通りに事が運ばない。こういう経験は誰にでもしばしばある。こういう状況に陥ったとき、私たちは最終的にどういう形で対応をするのであろうか。もちろん、人によっては対応の仕方にばらつきがあるが、多くの日本人は、はじめは人のせいにしていても、最後は「やっぱり自分が悪かったんだ」「自分の考え方や行動を改めればきっとうまくいく」という考えに落ち着くことが多いように思う。

たとえば、六星占術の細木数子氏のテレビ番組はなぜ高視聴率を誇っているのか。彼女がゲストと対面して、問題解決のためのアドバイスをするのだが、よく聞いていると、「あなたの考え方が間違っているのよ。まずそれを改めなさい。そうすれば問題は自然に解決するから」といったアドバイスが多い。

日本人は、「その通りだ」と変に納得してしまう。ここに、この番組の高視聴率の原因があるのではないか。問題の原因を他人のせいにせず、結局は自分の考え方や行動に求めるというけなげな意識。これは非常に重要な日本人の特徴なのである。

経営コンサルタントの鎌田勝先生は「人に聞くほどいい知恵なし」と、よく言われた。鎌田先生は、社長から「先生、教えて下さい」と言われると、「現場を見せて下さい」と。社長と一緒に現場を見ながら、社長は話をしてくれる。話を聞きながら現場を見る。先生は社長に問いかけていく。

鎌田先生は「何一つ教えない」「指導など一つもしていない」。社長は、鎌田先生と現場の中で話をしているうちに、解決策が出てくる。社長は、聞いてくれるだけで満足である。終わってから先生に（何も教えないのに）「有難うございました」と言われるそうである。

「現場が強い」のが多くの日本企業の特徴だが、これは現場にいるトップや社員の「当事者意識」が強いためである。何か起こったら、自分がしっかりしなければいけないという意識。これこそ、日本社会の安定性を生み出し、日本経済をここまで発展させた最重要な要素の一つであろう。

そこで会計人を振り返ってみる。「会計も現場」を知る。販売やサービスや生産等々の現場の中、売上や利益やコスト・資金等々は数字との戦い、会社を取り巻く環境は数字の集まりである。数字に強い社長は、現場を知っている。物事を大局的に見ることができる。

問題の本質はどこにあるのか。社長は常に不安である。聞いてもらうだけで安心し、不安が解決される。勇気が出て来て素直になれる。社長との「経理の目線」をもつことが大事。数字の裏を読む、等々「現場を見る会計」が生きているのです。「決算診断システム」はそこにあるのです。