

ぱるす

四季の会・ユーザーズ・サービス

204号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 確定申告期御多忙の中、所長先生におかれましては、益々御活躍のことと存じます。この時期に「会計事務所経営」を思ってみました！？

新規獲得は「コツコツ」・「コツコツ」と！

新規顧客拡大。新規のお客様を増やすことは会計事務所にとって最重要です。新規獲得に意識のない所長先生はまずいと思うのです。顧問先も黙っていたら、必ず減少していくのです。時代は大きく変化している。企業も大変、顧問先も大変です。**会計事務所の経営環境の変化、コンプライアンスの時代です。**

「社員の休日も多く、3日に1日は休日です」「顧問先との対応」「社員を揃える、社員教育は重要である」「事務所コストは増えつつあり、多くの課題もある」「お客様を増やす、固定収入を増やすこと」など多くの事務所経営の問題があります。

私たちは、一つの商品で60年近くも、会計事務所をやってきました。その商品は「税務会計」です。同じ商品として60年も継続されて来たのは、一般企業において、あり得ないのです。しかし、この商品を手仕事で、電卓から、ITの時代へと変化の中で、生きて来ているのです。それに磨きをかけている人、耐用年数はないからコストは低い、「安ければいい」でやっている人もいる。その仕組みをネットワークをつくらせている会社もある。何だかんだ奇々怪々の「会計事務所業界・・・」かも知れない！

「不易流行」を知る。会計事務所の「不易」とは「税務と会計」基本業務である。月次会計と決算である。そこに「流行」とは、時代に合わせていく。顧客思考である。それは「診断」であり、「経営計画」へと来て来た。「不易流行」といえる**会計事務所の基本業務は3つの柱、「税務・会計・診断」といえる。「ブレ」ないで、継続することが大事のようです。**

会計事務所の新規顧客獲得は、華々しく、壮大なものではない。「コツコツ」と「顧客

が顧客を呼んでくれる。そこに会計事務所の鉄則がある。それには至難のこともある。会計事務所は地域密着型である。地域にしか生きられないのです。顔と名前と人柄を仕事の中で生きているのです。今のお客様の数の5%から10%位は伸ばすことが出来るのです。

既存のお客様ニーズは何か。何を期待しているのか！「期待」をこえる「実感」を持たれる。「感動・感激・感謝」へとつながることが何よりも大事。正に常の仕事がマーケティングにつながっているのです。それこそ新規拡大獲得なのです。

会計事務所を替えてよかった！

レストラン経営者のAさんは「新しい会計事務所は替えて本当によかった」といっていた。Aさんは今迄の会計事務所は決算間際になってやっと決算ができる。今回は増収増益であった。あと3日しかないのに「税金200万円を支払って下さい。私も一生懸命やりました」と。Aさんは「冗談じゃないよ！」とその場で顧問契約の解除をしました。

新しい会計事務所は、「その場で会計・決算診断」で、月次の試算表を説明し、決算の3ヶ月前に「決算事前提案書」を作成し、決算予想・予想利益と税額を解説してくれる。納税額を心配することもなくなった。Aさんは決算時には「決算診断提案書」で今期の経営状況を説明される。特に我が社の総合得点を「銀行は我が社をこうみている」と。よく説明され、銀行とのお付き合いが納得できたといわれる。「期待<実感」となり、感動することが多く、感激・感謝の連続でした。

新規拡大は「コツコツ」です。その「コツコツ」が非常に大きな力なのです。他の事務所との「比較・ちがひ」となるのです。

「決算」は年一回必ずあるのです。その決算書「B/S・P/L」を社長は「わからない」のです。税務署や銀行に出す決算書を見て、すぐ理解できる社長は一握りです。多くの社長は「わからない」のです。だから決算料が高いとなるのです。決算料は会計事務所の収入の30%を占めています。その決算書に、お客様に喜ばれる説明をする。解説する。そして、経営課題や方向性を示して行ったら、社長は正に感動するのです。

何よりも大事なことは、決算を事前に予想して決算対策をする、「決算事前提案書」です。決算書は会社を映し出す「鏡」です。その「鏡」に映した数字で、「会社の評価」、「税金」、「資金繰り」などが決まってきます。「悪い決算」をなくし、「良い決算」をするために事前提案は非常に重要です。会計事務所の「不易流行」基本業務をしっかり守り、時代に合わせていくこと、それが「決算診断」です。**「決算診断」は多くの会員で活用されています。しかし、派手でなく目立たない。華やかさはない。ひまわりでなく月見草です。「コツコツ」と会員事務所に定着し、活力になっているのです。社員は仕事で成長する。自然と会計コンサルを得とくしている。**会計事務所の基本業

務を不易流行の中で、一つの「文化」を形成されているのです。

銀行はあなたの会社に点数をつけてます！！ 俺の会社は何点か！ 社長は自分で知りたい！

「社長は自分の会社は何点ですか！」やっとな、社長に理解されてきました。「総合評価48点！です」「どきん！！とする」これは「決算診断提案書」だけです。会計事務所が、大事なお客様に向かって「48点です」といえるのは「決算診断」しかないのです。銀行に喜ばれ、社長に喜ばれ、計数感覚や情報感覚を社長が鍛えられるのです。これから、やがて利子も高くなる。銀行との付き合いが益々大事になります。担保価値ではなく「社長の価値」が光ってくるのです。

「決算診断提案書」を会計事務所から決算時に提案されると総合評価「48点！」「何だこれは！」「何で48点。どういうことなのだ！」怒りをかける人もいた。別に「会計事務所が勝手につけているわけではない！」これは「銀行がこうみているのです」「銀行は自己査定し御社をよくみていますよ！」だから、自分で我が社をよくみることが大事ですよ！！

社長に「48点を」銀行がこれを査定し見る前に、社長がさきに、自社の得点をよくみて、理解し納得しておくことです。自社がどう評価されているかに自信をもってのことです。

「社長に御社は48点です」「決算診断」の冒頭に点数を堂々と出せるのは、「決算診断提案書」だけです。今や法人250万社、中堅・中小企業は99.8%です。銀行に関係している企業は全てです。中堅・中小企業で「銀行を意識していない社長はいないはず」です。融資をされている会社は、必ず査定されている。会社を銀行は点数をつけているのです。それを知らないでいる社長でしたら、余りにも無関心すぎるし、会社を大事にしていないのです。

決算書には「銀行の目で見える決算書」と税務署の目で見える決算書がある。社長にとって決算書を作る（または作らざるを得ない）理由は税務署と銀行がいるからです。だから、決算書を出さざるを得ないのです。社長にとって、税務署と銀行は一番怖い存在です。「できればお付き合いしたくない。でも、つき合わざるを得ない」そんな「税務署と銀行」が社長から受け取った決算書を「どう見ているのか！」それを社長がよく理解し、納得しておくことです。そこに、わかりやすくあるのが、決算診断提案書です。

「総合評価の得点」は「銀行の点数」と思えばわかるのです。6要素診断で、銀行もここをみているのか！税務署はここをよくみているのかと。「税務署」は業績が悪いとか！いいとかでなく、「不自然を嫌う」「オヤッ！おかしい」そこを見る！銀行は「悪い業績は嫌う」「体力の弱い会社は嫌う！」銀行と税務署は怖い存在だけれど、見方がちがうのです。決算診断提案書の6要素診断はそこを見ているのです。