

2006年10月4日発行

# ぱ ん す

四季の会・ユーザーズ・サービス

215号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 秋冷の候、先生におかれましては益々御活躍のことと存じます。

**小泉政権から安倍政権へと時代は変わりました。**国会で、所信表明演説を行なった。その中で、「…人口減少が現実のものになるとともに、都市と地方の間における不均衡や勝ち組、負け組が固定化することへの懸念。厳しい財政事情など、我が国の今後の発展にとって解決すべき重要な課題が、我々の前に立ちはだかっています。…」と**地域間格差や企業間格差など固定化への懸念を安倍総理は持っているのです。**

特に、安倍政権のキーワードのその中で、「再チャレンジ支援策」は商店やサービス業の中小零細企業の問題であり、さらに「頑張る地方応援プログラム」は、「地場産品の発掘」など独自プロジェクトに取り組む、など零細企業にやりがいを感じられる時代がくるかも知れないのです。未来への明るい展望が開けてきたように思うのです。

## 地域性に合わせたサービス！ 会計事務所の考え方・やり方

地域における中小零細企業こそ、会計事務所の大事なお客様であり、生命線である。全国に多くの会計事務所があります。大きく「東京」と「地方」に分けられるが、東京にも地方にもそれぞれの地域があり、その地域の経済に正に大きく貢献されているのです。

では、地方における会計事務所の違いはどこにあるのか。それは、会計事務所の経営戦略ではないでしょうか。そもそも、私は**会計事務所を地場産業だと捉えています。**最近インターネットの普及によって**情報が氾濫し、会計事務所のビジネス成功事例などが簡単に入手できるようになりました。**ですが、東京や大阪で成功したサービスにの事例が、地方でも通用するとは思えないのです。会計事務所はあくまで地場産業ですから、地元にはマッチしないサービスを安易に取り入れてしまうことは、非常に危険

だと思えます。また、小規模な会計事務所が大手のビジネスを真似たところで、コストや人員の部分で支障が出てくるでしょう。地元の顧問先が何を求めているのか、さらには企業の業態や顧問先との距離感を踏まえながら、ビジネスを模索することが重要だと思えます。

たとえば、東京と地方の会計事務所における顧問先との距離を考えると、地方より東京の方が、会計事務所と顧問先の距離が近いかも知れませんか？ですが、私どもの場合、お客様への訪問は自動車を利用しますので、顧問先の90%は片道30分もあれば到着できます。一方、東京の会計事務所が顧問先を訪れる場合、電車が中心。乗り換え、乗り継ぎ、天気の悪い時は、足下が悪くなり、30分でたどり着くことはないと思うのです。

さらに、お客様の業種・業態も地域によって変わってきますので、それに見合ったサービスを提供することも大切です。私どもの顧問先は、製造業や建設業などが全体の5割を占めていますが、東京の場合、小売業やサービス業が圧倒的に多数です。そして、小売業やサービス業は、月次試算表や決算に対してITを活用して処理できる業態と言えます。しかし、製造業や建設業はそういうわけにはいきません。売掛帳や仕入帳の処理をはじめ、在庫の問題などもあります。地元企業の業態によって、会計事務所のサービス手法を変えていく必要があるわけです。こうした点からも、会計事務所のビジネスが地場産業であることが分かると思えます。浅沼経営センターでは、栃木県という地域性を踏まえて「その場de会計」というやり方でお客様のニーズに応えてきました。

東京で「その場de会計」をやろうとしても、中小企業の業態や距離感を考えると難しいでしょう。むしろ、インターネットを活用した方が効率的かも知れません。私どもの地域や産業では、インターネットによってすべて対応することはできません。また、30分以内で顧問先を訪問できるので、顧問先に自計化を勧めるよりも実際にその場に行って、お客様の目の前で試算表を作成の方が効率的と言えるわけです。**時代の変化に惑わされず、事務所の基本業務を磨き上げることが、大事なことも知れません。**

## 地方では 新規獲得は至難である

新規顧問先を獲得することには今の時代、「特に地方」において「至難の技」かも知れません。私どもは、足利市16万の人口、その周辺栃木県、群馬県の両毛圏といわれる地方は盛衰の激しい地域モデルのようです。地方にいくほど企業の独立、開業は少ない、皆無です。ここで、年100件の法人を新規獲得を見事に実践しているのです。

**会計事務所の大基本は、「新規が新規を呼ぶ」これは鉄則です。**既存のお客様が満足して紹介してくれる。新規顧問先が増え、その新規顧問先が「よかった！」良いことを伝えてくれる相乗効果です。これが私ど

ものビジネスモデルです。「その場de会計」と「決算診断」です。このモデルが「社長とのコミュニケーション」の大根本です。

中小企業からみて会計事務所は「決算をおろそかにしている」ようです。決算書の解説や報告はされていないようです。決算書は社長とのコミュニケーションの原点です。ここに力を入れていく。私どもは20年もこれ続けているのです。何を特別なことをしているのではなく、当り前のことを継続し、ブレない決算を提案し、喜ばれて来たのです。

**会計事務所とお客様との信頼関係が重要なポイントです。信頼関係があればこそ顧問料の値下げなど全くないのです。**会計事務所は、自分たちを信頼してくれるお客様をたくさん持つことが重要と言えます。その結果、口コミによる広がりも期待できるわけです。最近、インターネットを活用して遠方の顧問先を確保する動きもありますが、地元で必死に頑張って地場産業を確立していくことが、会計事務所の存続かつ発展の基本だと思えます。地元企業の「御用達」にもなれば、自然と地域ナンバーワンになれるはず。セミナーを開催しても、大勢の方が参加してくれます。地元のお客様と信頼関係を築くことで、新規顧客の広がりも期待できるわけです。

**また、お客様は会計事務所の成長をサポートしてくれます。**職員が間違ったサービスを提供すれば、クレームや叱咤がある。また、キャンセルもある。お客様に喜んでもらえたら、お付き合いを続けてくれる。つまり、お客様が会計事務所を磨いてくれるわけです。お客様を大事にすることも会計事務所の基本中の基本と言えます。

まさに、地元密着型サービスが大切です。今後、社会はIT化やデジタル化がさらに進むと思いますが、私どもはアナログ的な部分や基本的な部分を大切に、お客様にサービスを提供していきたいと考えています。繰り返しになりますが、会計事務所は地場産業です。地元の経営者の中には、浅沼経営センターについて敷居が高いと感じている方もいらっしゃるでしょう。私どもとしても、これまで以上に地域に密着したサービスを展開し、浅沼経営センターをもっと身近に感じて頂けるように努力していく必要があると思えます。

浅沼経営センターは地方の「チャンピオン」かも知れません。有名な大阪の「日本経営」、名古屋の「名南経営センター」では100年かけても、何人(なにびと)であろうと出来ません。しかし、浅沼経営センターを皆さんなら「見て、聞いて、実践し、方針と目標をたてたら」乗り越えていけるものと思っています。是非、一回足利まで来てみて下さい。

10月20日(金)

「浅沼会計事務所見学会」です

- ・会計事務所を地場産業と捉え、地域性に合わせたサービスの提供
- ・「攻め」と「守り」の経営戦略について
- ・その場de会計 決算診断について

\*先着20名限定セミナーです！