

2010年6月15日発行

ぶろす

四季の会・ユーザーズ・サービス

276号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 梅雨の候、先生におかれましては益々ご健勝のことと存じます。

関心を強く持ちましょう、今や抜本革新を求められる時代です。「技術革新」「少子高齢化への進展」「市場の成熟化」などが背景になり、中小企業もますます変化が起きています。顧問先である企業は減少化時代です。そんな中で「税理士新聞」1307号6月15日号で、会計事務所も「単なる価格競争は自滅の道へ」一面の記事で大きく書かれていました。

多くの所長が顧問先の倒産・廃業に頭を悩ませているが、事務所経営を維持するためには新規顧客の獲得が欠かせない。こうした中、ライバルの事務所に差をつけるため、顧問料の“安さ”をアピールするケースが増えている。税理士業界にも価格競争の波が押し寄せつつある。単に値下げするのではなく、事務所の戦略として“低価格”を打ち出すところも出てきた。

新規顧客を獲得するため、多くの会計事務所がダイレクトメール（DM）を行っているが、ときには税理士が代表を務める会計法人に、他事務所から「いまの税理士、顧問料に不満はありませんか？」などと書かれたDMが届くこともある。

こうしたDMの中身を見ると、最近の傾向として顧問料の“低価格”をうたっているものが目立つ。会計事務所の顧問料として、法人顧客については月額「3万円」がひとつの目安とされてきた。しかし、最近では「1万5千円」や「1万円」といった格安料金をアピールする事務所も増えており、中には1万円以下の料金設定も見られる。

確かに、顧問料の“安さ”は、見込み客に対してインパクトを与えることができる。ただ、問題なのは、その料金でどこまでサービスを提供するかだ。開業3年目の某税理士は、顧問先がなかなか増えず、毎月の顧問料を「1万5千円」に設定。中小企業にDMを実施したところ、十数社と顧問契約を締結した。某税理士も最初は喜んだが、「このうちの半数が1年以内に去っていっ

た。残った顧客からは連日のように資金繰りや経営に関する相談の電話があり、ちょっと対応が遅れると怒鳴りつけてくる顧客もいた。職員を雇いたくても資金的に厳しく、結果、顧問料の値上げを要求したところ、DMで獲得したすべての会社に顧問契約を解消された」という。

新規顧客が格安の料金にひかれたのであれば、顧問料の値上げは難しい。また、同様のサービスを提供し、顧問料がもっと格安の事務所が現れた場合、そちらに移ってしまう可能性も十分考えられる。サービスの中身を変えず、料金だけで勝負するとなれば、“採算割れ”するケースも出てくるだろう。「お客様を知る。心をかけてコミュニケーションこそ大事のようです」。

「成果が出る仕組み」をつくれ！

会計事務所は、「お客様とライバル」に勝利することです。「お客様」は、既存の固定客と新規の見込みのお客様です。ライバルとは同業者です。お客様に喜ばれる仕組みを持てば、お客様は増えるのです。会計事務所は特別な業種などと思わない。一般のサービス業であり、伸びている企業と同じようにやることです。

決算をしない会社はない、経営者は決算に最大の関心を持っている。所長先生と時間をさいて話をしたいのです。経営者の一番身近な相談相手は私たち税理士なのです。「決算診断提案書」は、経営者はよくみています。不況になると、お客様の目は一層厳しいものになるのです。不況だからこそ、お客様の大事な心が一層重要になるのです。会計事務所は、「お客様大事の心」を持ち続けることが大事です。

問題のない会社はないし、会社の中には問題が山積です。そんなことを決算時に所長先生と話したい。この一年間を振り返ってみよう。時には一服して待つことも大事です。あせってはならない。無理や無茶をすれば、深みにはまるばかりです。意味のある一服をする。決算時が何より大事な時です。きちんと「見せる」ものがないとできない。「決算診断提案書」こそ、「見える化の決算商品」です。我が会計事務所の「他にない」「凄い仕組み」です。

決算のイノベーション（新たな価値を生み出す）「社長の四季システム」かも知れません。今までにやったことのない提案。新鮮さがあるかも知れません。システムの中の「期中決算提案書」は、「下半期の見直し書」として位置づける。重要な使用場面になるのです。「決算事前提案書」は、「残期間予測」や「節税対策・決算対策の文例など」は、「月次監査」には無いものですから、改めて再認識され、決算業務のサイクルにプラスの価値を加えていくのです。

お客様である経営者が、よく理解し納得できる報告ができるか！「見える化」が何より大事です。決算こそ「今期を反省し、考え、未来に備えることができる」、経営者からみれば「見える化」、会計事務所にとっては「見せる化」です。経営者の心の揺さぶり方だと思うのです。

それは「決算診断提案書」であり、「決算事前提案書」「期中決算提案書」「当期利益目標」「事業計画書」「マネージメント・パワー」、月々の試算表の満足度を高める「月次経営提案書」があるのです。これが「成果を出す仕組み」である。この仕組みを「深めて、広げて、多面的に、考え行動すること」です。

会計事務所のマーケットには「お客様」と「ライバル」しかないのです。お客様は「既存客、見込み客」です。ライバルは会計事務所「その先のお客様」が見えてくるのです。決算時の「差別化」「ちがひ」がお客様に、比較化されていきます。新規顧客獲得こそ、益々重要になります。私たちにあって一番大切な人は「お客様」です。

「社長の四季」全国統一研修大会

会計事務所は所長先生次第。所長先生が前向きで！プラス発想！人との出会い！「いい人と近づく事」が何よりも大切です。お客様の中に、親派になっている人が必ずいるのです。そういう人は話し合いで共感する人です。批判、否定する人もいます。いろいろあります。会計事務所を応援してくれるお客様を、増やしていくことです。「時間と努力」がいりますが、必ずや素晴らしい事務所発展につながるのです。

ダメ思考を追い出し、ものごとを良い方向へ考える。思い切って環境を考える。人、チャンスとの出会いを大切に。どんな時も明るく、人のために考える。感動、感謝の連続です。全てが所長先生次第です。プロスは会計事務所の「成長発展システム」を作ってまいりました。

決算診断実践会の皆様に7月15・16日の『社長の四季 全国統一研修大会』が行われます。日も近づいてまいりました。年一回の大会です。所長先生には御多忙とは存じますが、御出席をお願いしたいのです。ご縁のある皆様の会計事務所発展のために「会計事務所経営計画（成長発展システム）」を魂・情熱をかけて作りました。それを御提供させていただきました。このシステムは、会計事務所の一年間の所長先生の「思い・仕事ぶり」、そして一つの風土を作ることができるのです。この内容は『我が事務所のお客様を分析すること、それを誰が担当され、組織をしっかりと作り、そのあと「今期収入計画」です。月次監査収入。決算料は大事ですね！基本収入こそ固定収入の基本です。そこに戦略収入を考えていく。「社長の四季」の活用。そして、当期利益計画作成をつくり、今期成長発展の全体像ができるのです』。この大会でシステムを確認して、活用してみてください。更に、藤原先生や会員先生の事例発表などCDにして御提供させていただきます。ご参加の多大のメリットがあります。人との出会いこそ大事。会員たちとのコラボレーションも出て来ます。今、問題のない会計事務所はないのです。多くの危機意識を持っています。是非、会員の皆様に、所長先生がご無理の場合、幹部の方や所長代理の方、御参加くださることを心からお待ち申し上げます。