

ぶるす

四季の会・ユーザーズ・サービス

336号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 春寒の候、先生におかれましては益々御活躍のことと存じます。

「オリンピックに魔物を感じた」。フィギュアスケートの男子で金メダルに輝いた羽生結弦さんの言葉です。「オリンピックの本当の怖さ。精神的な弱さを改めて実感した。フリーの演技での反省点ばかりを考えていた」という。

「今夜は僕の夜ではなかった」。スノーボード男子ハーフパイプで五輪3連覇を阻まれた米国のホワイト選手の言葉である。同種目で銀と銅のメダルに輝いた平野歩夢、平岡卓の両選手が目標と敬慕してきたスーパースターだ。スポーツなどで精神が集中し、心身一体になった状態は「フロー（流れ）」と呼ばれる。自然の「流れ」のように思うままに体が動くと感じられることから米国の心理学者がそう名づけた。

日本ではよく「ゾーン（神々の世界）に入った」という言葉で語られる絶好調の境地である。日本人最年少メダリストとなった15歳の平野選手と18歳の平岡選手には、目標のホワイト選手を超えた「君たちの夜」だった。同じ夜、ジャンプ女子で世界が「金」最有力とみた高梨沙羅選手にはついに「流れ」がやってこなかった。ワールドカップで通算19勝、今季は3位までに入らぬことのなかった彼女だ。

五輪で初めて他の3選手がのる表彰台を下からながめた心中は察するに余りある。聞けば2度のジャンプは共に不利な追い風が吹く不運があったという。先月末から調子を落とすめぐり合わせもあった。実績をみれば日本での期待の過熱は仕方ないが、この夜は高梨選手の夜ではなかったというしかない。「流れ」を左右する神様がいるのなら、17歳の高梨選手に何かの謎をかけたのに違いないこの結果である。これからあせらずその謎を一つ一つ解いていけば、「わたしの日」はきっとやってくるでしょう。（毎日新聞の記事より）

「永遠のゼロ」から「永遠の課題」の挑戦

「永遠のゼロ」、映画または本で感動的な物語ですね！日本が生んだゼロ戦でアメリカは苦渋を飲まされた名機であった。「ソチ五輪」の男子ジャンプ日の丸飛行隊のようだったといえる。この「永遠のゼロ」がビジネスの言葉の中でよく聞かれています。1990年のバブルの崩壊後ゼロからマイナスのデフレ経済となり、20年間も成長を忘れた状況であった。2014年に入り、アベノミクスで「永遠のゼロ」の潮流にさめた目をもちつつも、その高揚感に浸ることも重要なことではないかと思われま。

会計事務所もデフレの中で「永遠のゼロ」だったようです。これからは「永遠のゼロ」から脱皮すべきですね。平成25年4月16日 週刊エコノミスト「税理士・会計士特集」の記事の中から『「難関資格」と言われてきた税理士・公認会計士の世界で、いま様々な異変が起きている。』登録されている税理士は、平成25年3月まで「73,725人」です。毎年数百人単位で増加している。税理士の数は増えているのに、顧問先企業である中小企業は減り、そのうえ顧問料等も下落している。競争が激化するのも、当然である。「顧問料に頼るだけでは生き残れなくなるかも知れません」。(都内の税理士)と危機感を持つ税理士は多い。若い税理士で顧客獲得のための報酬のディスカウント合戦が行われて、会計事務所経営も決して楽ではないのです。

医師、弁護士と並び「三大国家資格」と言われる公認会計士。税理士も「難関国家資格」の上位に位置する資格であることに変わりはないのです。だが、いずれも昔ほど「食えない」職業になっているのは、紛れもない事実です。

私は、1989年（平成元年）「決算こそ最大のビジネスチャンスです」著書を出しました。最近、この本の復刻版を作成し、縁ある所長先生にお送りしました。それを見ると、1989年（平成元年）は、今と同じような状況でした。私は、危機感を持ちました。当時は高度成長もあった。しかし、税理士も増加し、競争になり、今と同じような問題もありました。①顧問先にコンピュータが入り、事務管理もだいぶ充実された。簡単に監査も出来、時間もかからなくなったので、顧問料を下げたい。（その時パソコンはNECで50万円でした）②顧問料の増額改定をお願いしたら、もっと安くやってくれる先生がいるので、この機会にそちらに頼みたい、と言われ、増額どころか減額された。③うちは赤字続きで税金も支払っていないのだから、顧問料も決算料も上げられない。10年このかた引き上げがなく、据え置き状態でどうにもならない。（その時、小企業の赤字率が約60%でした）

その後、税理士法の革新的な改正が行われた。12年前（2002年4月）は税理士法の改正により報酬規定は廃止、各税理士が自

由に決めるようになった。それぞれで大変きびしい時代になり、時代と共に常に変化が起き、対応し、会計事務所も時代と共に変化が起きています。世の中、変化するから、会計事務所も変化に対応し続ける限り、発展することができるのです。

それには、「永遠の課題」があり、挑戦することです。「永遠の3つの課題」があります。1つは、顧客を増やすこと。新規拡大です。2つは、固定収入を増やすこと。顧問料・決算料です。3つは、所員の活性化。仕事の中で成長することです。新規拡大に力を入れましょう。浅沼経営センターは今年は今迄にないかつてない新規が増えていきます。この地方で厳しい時代の地域で頑張ればできる。「期待・価格」を超える価値を提供することです。ブランドを持つことです。「仕事にブランド化する」きわめて重要なことです。

顧客から会計事務所の使命や価値を多くの人に知ってもらうことです。所員に「見られている」ことを、つねに意識し、自分を高める努力を怠らず、「自分たちらしさ」を、さらに追及していくようになります。所員が自分の仕事に自信と信頼を持つことです。「決算診断」を商品・サービスとして落とし込んでいるからです。こうなるとブランドに価値をさらに高なる、好循環をつくり出すのです。

会計事務所の永遠の課題に常に挑戦することです。浅沼は常に挑戦しています。その根本は「運鈍根」です。私の「座右の銘」です。『「運は幸運で、鈍は愚直（努力）、根は根性」である。人生は七転び八起きである。運は「汐時」がある。失敗や挫折にくじけることもなく、ますますやる気を燃やして頑張っているうちに、運にめぐりあうのだ。第2の運は、「鈍（努力）・根」が、運を呼び込むカギである。』

運は結果です。よき結果を生むのが運です。それが使命感となり、信頼となり、感謝となります。それが理念となり、ミッションになっていきます。浅沼経営センターのビジョンであり、会社の存在目的です。「顧客第一主義」が理念やビジョンと商品やサービスに表われてきます。

私は、会計事務所も経営に「生きる商品」という意識を持つてきました。「我が会計事務所だけが持つ、経営に生きる商品を！」「経営者に真に役に立ち、喜んで貰える商品を！」この商品・サービスこそ「社長の四季システム」の決算診断提案書は、まさにブランドです。

ブランドはミッションと表裏の関係といわれます。ミッション（使命）を達成しようと努力し、それが人々に伝わり、ブランド化していくのです。何のために働いているのか。何のために生きているのか。その志をもつ人だけが、人を惹きつける一流のブランド人になりえるのです。ブランドを持つ会計事務所をつくりましょう。所長先生の思いを実現することです。確定申告の時期になり、所長先生の御自愛を心から御祈念申し上げます。