

## 事務所訪問

税理士業界の匠

## 三輪会計事務所

所長 三輪厚二 税理士

「ここ数年、毎年100件の新規顧客獲得に成功しています」。三輪厚二税理士は、開業から数年間は、積極的に顧客を拡大するビジネス中心派ではなく、どちらかというと学者肌の税理士だった。それが、あることをキッカケに「税理士スタイル」を一変。今年に入りすでに30件以上も増やしており、当面の目標は関与先1千件だ。顧客拡大が難しいといわれるなか、なぜ、容易に増やせるのか、その秘訣に迫った。

## &lt;事務所概要&gt;

所在地 大阪・大阪市  
事務所開設 1993年1月  
スタッフ 16人



三輪税理士が新規顧客拡大に成功している最も根本的な要因は、「顧問料報酬制度を止めたため」だ。なぜ止めたかは、「お客さまに明確ではない」と気付いたから。

顧問料制度を止めてしまうとあつたて、新たな報酬体系を作らなくてはならない。そこで、考えたのが、お客さまは何を望んで税理士に仕事を依頼しているのか、という点。これについて、多方面から分析し、料金体系を作ることになった。

それで出来上がったメニューが、申告だけをしてほしい納税者用の「申告オンリーコース」、毎月の訪問はいいから、ともかく決算・申告費用を安くあげたい顧客用の「経費削減コース」、毎月の訪問はいいが決算対策だけを望む顧客向け「決算対策コース」、月次決算対策までしてほしい「月次決算コース」などだ。各コース、顧客の選択内容によってさらに細かく料金体系ができていく。たとえば、費用削減コースでは、顧客が入力した会計データを税法上妥当かどうかを判断、決算書および

申告書まで作成するが、月次でチェックを依頼したいのか、1年に1度でいいのかニーズが違う。そのため、月次コース、年間コースを設けている。

さらに、オプションメニューとして幾つか用意。顧客によっては、会計ソフトの使い方を教えてほしい、年末調整も見てもらいたいなどの要望もあるため、これらをオプションとして選べるようにしている。つまり、顧客は自分が必要なものだけを自由に選択できるようにしたのだ。

## 既存顧客からの報酬が激減したケースも

しかしここで問題も。顧問報酬を止めるにあたっては、既存の顧客に対しての対応も考えなくてはならない。三輪税理士はこの点、「すべてのお客さまに同じサービスを

## 毎年100件の新規顧客獲得 スッキリ報酬制でニーズつかむ

提供しなくては矛盾する。従来の顧問先もすべて見直した」という。そのため、なかには年間20万円以上も報酬が下がった顧客も出てきた。

「初めは大丈夫やらか」という不安もあったが、これが思った以上に納税者の心を捉えた。ホームページ(HP)やダイレクトメール(DM)で紹介すると、電話やメールでの問い合わせが増え、日増しに顧客が増えた。

「お客さまが増えると、いろんなタイプと話をするようになる。その分、ビジネスの幅も広がります。サービス内容も増えてくる。さらに、業務品質も高めていく必要が出てくる」ところから、積極的に新規顧客開拓に乗りだすようになった。規制緩和で広告規制がなくなったことも

DMは、大阪エリア中心だが毎週、新規開業法人向けに送っている。常に新しいデータを使いDMしているというが、それでも毎週200件程度DMを送っている。

顧客拡大路線をとってまだ3年数カ月だが、3年間で300件以上の顧客獲得に成功している。今年もわずか3カ月で30件以上も増えた。これだけ顧客を獲得できていくのは、「サービスが商品化されており、料金体系も一目瞭然だから」という。そのため、DM発送後、すぐに連絡が来なくても、捨てずに持っていてくれるケースが多いという。

一方で、ほかの会計事務所は、サービスが商品化されていないため、「記帳代行します」「決算対策・申告します」など、あまりにも漠然としていて、顧客に明確にサービス内容が伝わらず、同じようにDMを送ってもすぐに捨てられている。

この「商品化」というわずかのことが、これだけ大きな結果を生んでいるのだ。

もちろん、180度業務スタイルを変えたことで、業務の流れや職員の管理方法、給与規定、業務の標準化など、同時進行で再構築したことも多い。職員の給与についても「頑張った分だけ昇進させ給与を与えたい。目安では、売上げの4〜5割を人件費と考えている。しかし、昨年度は、6割近くまでなってしまう」と笑顔で答える。

三輪税理士は最後に、「お客さまが喜んでくれる事務所であり続けたい。顧問報酬スタイルは、税理士業界にとっても、お客さまにとって良くないもの。これを変えていく原動力になりたい」とキツパリ。

も幸いした。

## ホームページとDMだけで宣伝

宣伝方法は、当初もいまも変わらないが、「自社のHPとDMだけ」HPで気を付けているのは、「税理士」「大阪」で検索したときに必ずトップになるようにすること。また、現在では、サービス内容ごとにHPを立ち上げ、8つある。これをさらに近々30以上増やし、「検索キーワード」ごとのHPの位置付けにしていくな。当然、それぞれのページで検索トップに持っていく。