

新規顧客が舞い込む 常識を覆す仕掛けとは!?

中小企業の経営不振や倒産が相次ぐなか、多くの所長が顧問先の減少に頭を悩ませている。しかし、一方で、新規顧客を呼び込むための「仕掛け」を張りめぐらせることで、顧問先数を着々と伸ばしている事務所もある。その「仕掛け」のなかでも効果を発揮しているのが、税理士業界で常識とされている「顧問料」の見直しだ。



経営者に人気の「顧問料不要」

会計事務所を訪問すると、「顧問先の減少」を口にする所長税理士は少なくない。確かに、冷え切った経済情勢のなか、倒産の道を選択せざるを得ない顧問先もあるだろう。税理士業界全体に、梅雨空のようなどんよりとした空気が漂っているが、その一方で、新規顧客を次々と開拓する「元気ハツラツ」の税理士もいる。

こうした事務所の戦略として、最近、経営者の注目を集めている「仕掛け」がある。それは、「顧問料」の見直しだ。会計事務所にとって顧問料は、顧問先をどれだけサポートしたかという証しでもある。しかし、業界の平均や他事務所を参考に「月

額3万円」などと料金を決めているケースも少なくない。そのため、どこまでのサービスが顧問料に含まれるのか、ほかのサービスはいくらなのか、所長や職員自身が理解していないことも多い。

これでは、顧問先や見込み客が顧問料の設定に疑問を感じてもおかしくない。とくに最近では、商品やサービスの料金について、消費者の捉え方がシビアになっている。もちろん、安かろう悪かろうでは意味がないが、少しでも「ムダ」の支出を抑えたいと考える傾向にある。

そこで、こうした時代の流れをキャッチし、業界で常識とされてき

た「顧問料」を見直す動きが出てきた。三輪厚二税理士(大阪・大阪市)もそのひとり。三輪氏は、顧問料という報酬を全面的に廃止すると共に、報酬規定のすべてを見直し、実際に提供した業務の対価だけを受け取る仕組み「@システム(エーシステム)」を数年前から導入している。同システムにより、納税者は自分が必要とするサービスを自由に選ぶことができる。また、さまざまな顧客のニーズに対応できるよう、20のコースとそれに付随する業務オプションを用意。たとえば、帳簿のチェックはいらないので申告だけを依頼する「申告オンリーコース」、

費用を抑えつつ、しっかりとした決算報告を依頼する「費用削減決算コース」、月次決算を早くして経営に役立てる「月次決算コース」、記帳のすべてを任せる「記帳おまかせコース」などから好きなコースを選ぶことができる。

また、同システムでは、新規顧客にとってうれしいサービスも盛り込まれている。設立第1期目の顧客には毎月報酬および決算時報酬を50%オフ、第2期の場合は25%オフの特典が受けられる「創業者支援サービス」をはじめ、「1カ月お試しサービス」「小規模事業者支援サービス」「グループ割引」などがある。

新規契約 4年間で400件超

ムダを省いた明確な料金体系や各種サービス、さらには「顧問料不要」と書かれたパンフレットも見込み客の心をつかみ、事務所には毎日のように問い合わせが寄せられている。しかも、地元の大坂だけでなく、全国各地の経営者から顧問契約の依頼が舞い込んでいる。平成17年の新規契約件数(相続案件を含む)は95件。同18年と同19年は105件、同20年は122件、4年間で427件の新規契約に成功。今年も4月までに42件の新規契約を結んでいる。なお、三輪氏は各地域限定で会計事務所向けに「顧問料不要の会計事務所」のノウハウを公開している。

三輪氏が提供する「@システム」

のように、事務所のサービスを顧客に選ばせる、いわゆる「バイキング方式」は、いまの時代にマッチした価格設定のひとつといえるだろう。このほかにも、顧問料の在り方に疑問を抱き、オリジナルの報酬を設定する動きが出てきている。たとえば、顧問先に関与した時間を基に、顧問料の適正価格を算出する、いわゆる「タイムチャージ方式」を導入する事務所。さらに、税務相談を1回2時間、1万5千円程度で「6回分」「12回分」のチケットを販売する事務所もある。これらの事務所をみると、新規顧客を増やしているところが多く、顧問料の明確化が求められていることが分かる。

ただ、顧問料の設定を見直すとなると、既存の顧客への対応も考えなくてはならない。高額な顧問料を支払っている顧問先については、事務所側から値下げの話を出さなければならぬケースもあるだろう。三輪氏も「すべてのお客さまに同じサービスを提供しなくては矛盾する」として、従来の顧問先もすべて見直した結果、年間20万円以上も報酬が下がった顧客もいた。それでも、その後の新規契約の数を考えると大幅なプラスとなっている。

会計事務所も売上げを伸ばしている事務所と、下降気味の事務所と二極化が鮮明になってきた。税理士業界も大きな変革期を迎えているが、

どちらに振り分けられるのか、経営者である所長税理士のかじ取り次第といえる。会計事務所の差別化というと、業務特化や新ビジネスの導入などに目が向いてしまいがちだが、顧問先や見込み客のニーズに応えるため、従来の会計事務所の在り方や考え方から「脱皮」する——。これも大きな差別化といえる。

ただ、せっかく顧問先を増やしても、その分、既存顧客への対応が悪くなれば「増えれば減る」の悪循環になりかねない。無駄な作業の見直しやITをフル活用することで、職員1人当たりの守備範囲を広げ、すべての顧問先が満足するサービス体制を構築することも欠かせないといえる。

NEWS CLIP

2 業界・ビジネスニュース

職員の提案力引き出す!!
新しい研修システムが誕生

4 特集

所長 vs 職員 バトル勃発
顧問先を奪って独立開業

5 インタビュー

会計人が日本経済を支える
民主党税調会長 藤井裕久氏

11 クローズアップ

融資判定の異変に混乱
資金繰りに苦しむ顧問先