

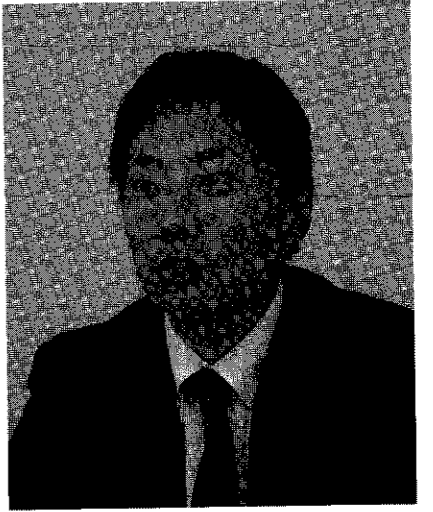
INTERVIEW

経営者を自発的経営立て直しへと促す 会計事務所の増販支援事業

真下会計グループ

株式会社モアプロフィット 代表取締役 税理士 眞下法久
NPO法人ぐんま両毛増販情報センター センター長 増田一成

真下会計グループ（群馬県太田市／代表：眞下武久）の一翼を担う、中小企業のM&A、資金調達等の総合コンサルティング会社の株式会社モアプロフィット。今回、その中でも増販増客コンサルティング事業にスポットを当てた。2年前の2008年、専任担当者として増田一成氏（次ページ写真右）を迎え入れた同社は、同年、NPO法人「ぐんま両毛増販情報センター」を設立。「企画塾」（増販増客・企画・マーケティング教育会社／代表取締役社長・高橋憲行）の増販・増客スキルを取り入れ、積極的に中小企業の増販支援事業に乗り出している。「中小企業経営者の自立支援をメインにしたコンサルティングを継続していきたい」と言う同社の眞下法久代表取締役（同左）と、増田一成増販情報センター長に話を聞いた。



■真下法久 (ましも・のりひさ)

真下会計事務所常務取締役。株式会社モアプロフィット代表取締役。会計事務所にはコンサルティングが必要だと長年考えており、その思いの実現として、2008年4月に株式会社モアプロフィットを立ち上げる。さらにNPO法人ぐんま両毛増販情報センターを立ち上げ、地域の中小企業等の売上向上に貢献している。

経営者に増販・増客への積極的な取り組みを促す

「まず、「企画塾」で増販・増客を学ぼうと思われたきっかけをお聞かせください。」

真下 会計事務所の中にいただけでは、お客さまの売上アップに関する真のアドバイスはなかなかできません。「企画塾」では、全国から成功事例が上がってきますし、勉強会に参加すれば有志の方にも会える。そこに魅力を感じ、参加させていただきました。

私は、会計事務所には会計業務だけでなく、コンサルティングが必要だと思っており、経営コンサルタントに近い会計事務所を目指すべきだと、かなり以前から思っていました。2年ほ

ど前に、会社の中でもいよいよ体制が整ってききましたので、新規事業として株式会社モアプロフィットを立ち上げたわけです。

増田さんが専任で担当されているということですが、その辺の経緯をお聞かせください。真下 お客さまの売上やマーケティングの部分でサポートするには、それなりのスキルがいりますから、どうしても専任担当が必要だと考えました。実は、増販コンサルタントの増田は私の同級生なのですが、彼の人生の転機が、たまたま、私が長年温めていた新規事業立ち上げという時期に重なったということです。お互いによく知った仲なので、是非一緒にやってほしいと頼み、2008年4月のモアプロフィットの立ち上げと同時に、入社してもらいました。多くの会計業界の人は、売上アップなどの方

法についてお客さまにアドバイスするというこ

とは、大きなリスクを負うことだと考えているようなんですね。しかしそうではなく、お客さまと一緒に考えているというスタンスでよいと思います。こちらからの提案を受け入れてもらうというのではなく、一緒に考える同志のような立場です。お客さまに自分自身の問題として認識してもらい、その上でアドバイザーとしてではなく、親身になって一緒に考えていくのです。そうすると、たとえ実績が出なくても、「じゃあ次はどうしようか」と自分達で積極的に考えるようになってくれると思うんです。

数字だけを見て「もうちょっと売上が必要ですよ」と社長に言うのではなく、そのためには具体的にどうすればいいのか、同業他社はどう工夫しているのか、そういった情報を教えてあ

げる。それができるのが、この「企画塾」の仕事だと思っています。

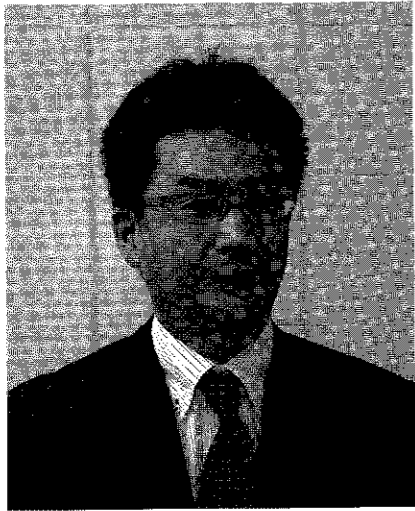
増販支援の専門会社と会計事務所との連携で、経営者をサポート

増田さんは、株式会社モアプロフィットに来られる前はどんな仕事をやっていらしたのですか。

増田 それまでは介護のヘルパーをやっていたので、全く畑は違います。

畑の違う仕事に就かれた当初はいかがでしたか。

増田 戸惑いはありましたが、「お客さまのサポート」という点では、介護ヘルパーの仕事と同じでしたから、すぐに戸惑いは消えました。



■増田一成 (ますだ・かずなり)

株式会社モアプロフィットコンサルティング事業部マーケティングプランナー。NPO法人ぐんま両毛増販情報センターセンター長。2008年4月、モアプロフィット立ち上げと同時に増販・増客の専任として入社。増販支援コンサルティングに注力すると同時に、「増販塾」の開催に携わる。

4月にこちらに来て、タイミングよく5月から「企画塾」のマーケティング・プランナーの養成講座が始まりましたので、そこに参加しました。それも不安の解消につながったと思います。売上の伸ばし方、取り組みの仕方を実践で学ぶことができ、それが自分の力になったと思います。

会計事務所の経験がないために、業界の常識にとらわれずにできたところが、逆によかったのでしょうか。

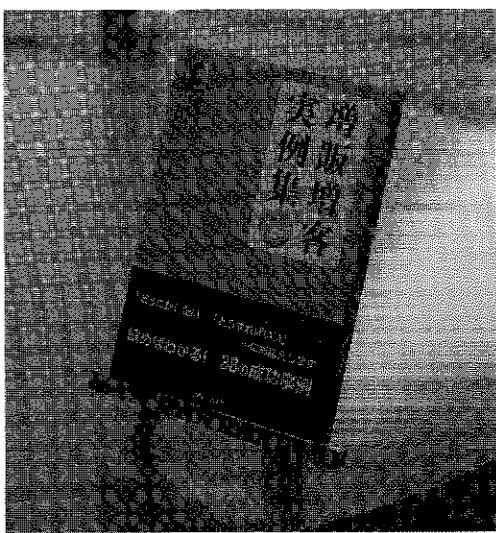
真下 売上を上げるということは、販促などいろいろな面でコストがかかります。ですから、平日頃、経費を計算しているスタッフが考えるよりも、売上を上げることだけを考える人間の方が発想は広がるし、それまでの経験の中から良い思いつきが浮かびます。

増販・増客のコンサルとして増田さんは、真下会計とどのような形で連携されているのですか。

増田 監査担当者は、それぞれのお客さまに対し、数字を示して「売上を伸ばしましょう」という働きかけはもろろんしています。しかし、具体的な方法がわからないので、実際のやり方について私のところと相談に来られます。それに対して、こちらからアプローチをします。そういうやり取りが多くなってきましたね。それによって、真下会計の顧客拡大にもつながったと思います。

何か勉強会ですとか、特別なイベント的なことはやっていらしゃいますか。

増田 最初に「増販塾」を続けてやっていこうと企画したのですが、しばらく増販支援コンサ



ルティングに力を注いでしまい、頓挫してしました。それを今年の6月に再スタートしようという計画です。

—— 増販支援のコンサルティング業務ですが、実際、現場ではどのようなことをやられるのですか？

増田 ある会社の例ですが、その会社では、今

「いけるぞ」という確信を得たり、「ここは見直さなきゃいけない」と一旦立ち止まってみる。先まで行ってしまつて、危なくなつてから考えるのではなく、事前にみんな考える。それができるような場所を提供することも、我々のサ―ビスだと思います。

中小企業は単体でやれることは限られていますが、連携を組んでやっていた方がいいと思いますね。「増販塾」はそういう場になっていってほしいと思います。また、日本の競争力を高めるためにも、中小企業の技術は大変重要になってきますので、増販・増客だけでなく、中小企業は、自社の経営サイクルを見直していかなければなりません。「増販塾」は、そういうきっかけの場にもなっていければいいかなと思います。

経営者に一番身近な存在として、会計事務所の使命を考える

—— 経営者にももちろん危機感はある。けれども、きっかけがないんですね。会計事務所がきっかけの場を提供するというのは、地域貢献としても大きな意味があると思います。

眞下 これまで会計事務所は、中小企業の一歩身近に存在でありながら、経営自体に何の助言もしてきませんでした。景気のよい頃はそ

までお客さまのフォローを何もしてこなかったのです。お客さまの情報はあるのですが、紙に書いたまま埋もれていたんです。それを全部こちらで電子データ化しまして、先日、全部整えて納入しました。

ただ、その前に、私が言った言葉に専務の方がかなり刺激を受けられていたようで、今まで大切なお客さまに対して、アフターフォローというところで手書きのあいさつハガキを200枚ほど発送したと言います。「今まで考えてはいたけれども、実際に行動に移せたのは増田

れでもよかつたかもしれないですが、景気が悪くなつてくると、そのし寄せが中小企業に来てしましました。だから中小企業は、事業承継もままならないし、今後の事業の方向性についても、確固たるものをもっている企業の方が意外と少ないというのが実状なんです。

中の中ぐらいから上の会社はまだ大丈夫かもしれないませんが、問題はそれより下の会社です。そこは、地元の商工会議所などが面倒をみるのではなく、その会社の数字をしっかり捉えている会計事務所が見ていかなければならないと思います。会計事務所が第三者的な立場から、もっと中小企業に身近な所に立ち位置を変えて、多少は手厳しいようなことも言っていかなければならないと思います。

—— ところで、2008年には、NPO法人も開設されていますね。

眞下 増販増客・会計支援・相続・NPO支援・M&A・事業計画支援ということと、「ぐんま両毛増販情報センター」というNPOを設立しました。そこで独自の勉強会(増販塾)を開いていっています。地域性もありますので、あまり眞下会計事務所の名前を出し過ぎるよりも、NPO法人やモアプロフィットという名前を使う形で、税務以外の経営に関わるサポートがやりやすくなっていると思います。

さんのおかげです」と嬉しい言葉をいただきました。

—— そういったベーシックな活動がじわじわと増販につながっていきそうですね。

眞下 お客さま自身も今、先を見据えるのが怖い、というところもあるのだと思います。事業承継、あるいは自分の業界の産業構造も含めて、ただ、そういったことを会計という括りで見ると、単なる数字だけの話になってしまうのです。それでは不安は拭えません。

やはり売上を上げるだとか、将来を見越すためのマーケティングといった観点から、改めてニュートラルなポジションに立って考える必要があります。そうして、「この事業でやっぱり

経営者に自ら考え、動くようになつてもらうためのコンサル

—— この仕事を2年やられて、お客さまの状況にどのような変化が見られますか。

増田 現在、私がサポートしているところはサ―ビス業が多いのですが、かなり業績の落ちているところが少なくありません。しかし、この1年、増販に取り組ませていただいて、売上が伸びた会社は結構あります。やり方次第では売上を上げられる会社がほとんどです。ただ、そのやり方を知らないだけなのだと思います。

—— 具体的な成功事例についてお話しいただけますか。

増田 昔から続いている和菓子屋さんの例です。そこは、もともと「自分たちの商品売っていいこう」という方針でやっていたんですが、こちらから提案しまして、眞下会計の顧問先である牛乳宅配業者とコラボレーションをさせていただきました。牛乳を宅配する時にチラシを撒いてもらい、地産の牛乳を使ったプリンやどらやき、和菓子の宅配事業を始めたんです。それが成功しまして、店舗販売の方も売上が伸びてきました。企業同士がつながることで、売上を上げることができた成功事例ですね。

他にはやはり顧問先である美容室。そこもお

お客さまのデータは持っていました。管理ができていませんでした。そこで、誕生日前にお客さまにバスカードを送りましょうと提案してみましたところ、オーナーの方も「じゃあやってみよう」と乗り気になってくださいました。

—— そういうきっかけづくりが、私の仕事だと思っています。「やってくれませんか」と言うのではなく、まず一緒に考えていただく。それに対してできない部分に関してはお手伝いします。こちらの目的は、経営者に自ら考え、動くようになってもらうことなのです。

—— その二つの会社はともと税務顧問先でもあるわけですね。そういった付加価値サービスは、顧客ニーズでもありますし、評価は高いではありませんか？

眞下 そうですね。これまでもそのようなサービスをやりたかったのですが、なかなか取り組めずにはいました。それがようやくこういう形で実現できたという思いです。

—— 6月に「増販塾」の開催も予定しているとのことですが、今後、事業としてどういう形で進めていくお考えですか。

増田 「増販塾」を再開するにあたって、内容のリニューアルをしたいと思います。ゴールデンウィーク明けから、その告知を始めています。今までは、集まっていたらいい話をし

て、すぐに帰ってしまっていたのですが、今後は、勉強会後に1時間程度の交流会を設けて、異業種の方達同士で話をしていただけの場合を設けていきたいと思っています。毎月そういった形で開催し、2、3ヶ月に1度ぐらいは、異業種交流会のみの開催も考えています。真下会計の顧問先へのPRも今後、進めていきたいと考えています。

—— 異業種交流会で増販・増客の話題や、お客さま同士のコラボレーションなどの話題が入ってくる、非常に意義がありますね。

眞下 外部で行われているいろいろなイベントに皆で参加してみたいこともします。先日、東京ビッグサイトで開催された「東京ビジネス・サミット」に参加してきました。そういったところに行くと、みんな一緒にネタを仕入れたり、ヒントを探したりしています。そのようなイベントがあることを知らない人もいらっしゃると思いますので、情報をどんどん提供して一緒に行きましょうと呼びかけて、きっかけを作って上げたいと思います。実際にそのような場所に行けば、必ず意識が変わりますから。

フロントエンド、バックエンドを考えたビジネスモデル

—— 景気が悪い中で、太田市は特に自動車工

ています。

—— そういった中小企業支援をビジネスとしてはどのように捉えているのでしょうか。

眞下 まず自分達がビジネスとして対外的に貢献しながら、相手にメリットを与えられる部分にさらに働きかけていこうと考えています。ですので、会計事務所の看板を外れて、(株)モアプロフィットとして営業活動をしていきます。

—— それでは、企業のライフプランをとらえたビジネスモデルを作っていくかと思えます。そのビジネスモデルにはフロントエンド、バックエンドを考えてあります。フロントエンドは単発のコンサルティングとしての相談という形。バックエンドは会計顧問。フロント業務としてモアプロフィットの事業サポート、増販支援等を提供し、バックエンドで会計を取りに行く。そのような形で、今、着々と進めているところですか。

—— 会計事務所の看板を外れて、ひとつの事業として経営そのものを考えていくということですね。

眞下 今、NPO法人で「ぐんま両毛増販情報センター」を設立していますが、今度、ファイナンスでもNPO法人を、さらにコンサルでもNPOという形を考えています。会計事務所の職員は、組織や会社を取り回したことはありませんから、自分で取り回してみることで、お客

さまと同じ目線に立てるようになります。何かをレクチャーする人間が、雇用側でなく経営側だというのは、お客さまからすると、同じ立場、同じ視点ということで、説得力が増すだろうと思います。そういう意味でも、組織化を考えています。

—— お客さまに対する説得力は大きいですね。

眞下 やっぱ自分の会計事務所が伸びていかなかったら、お客さまは、そこに面倒を見てもらうと思わないでしょうか。

自立型の増販・増客で顧問先の経営改善を押し進める

—— 最後に今後の目標、抱負、あるいはビジョンについてお伺いしたいと思います。

増田 「増田に聞けば何でもわかるぞ」と言ってもらえるような人間になりたいと思います。それがゴールだと思います。それに向かって今、いろんなものを学び吸収しようと思っています。経験をどんどん積んで、多くのお客さまと接点を持ち、話をしていけば実現できるのではないかと思っています。

眞下 会計事務所も新しいビジネスモデルをどんどん作っていかなければならぬと思います。顧問先にはそういう姿を見ていただいて、会計事務所がこんなことをやっているんだから、

場が多く、地域的にも厳しいかと思えますが、いかがですか。

眞下 そうですね。売上が半分以下になったところもあります。同じ自動車業界の中でも優劣がついてしまったりしています。産業を転換しなければならぬ事業者さんの中にはいると思います。あるいはドラステックにリストラをするところもあります。事業承継を迎える会社では、若い新社長は次の業種を作っていくかなければいけない。そういうところで我々は、ビジネスマッチングを強化させていければと思っています。

—— 増販・増客はどちらかという自己発信型なのですが、今、(株)モアプロフィットの事業支援として動いているのは、マッチングさせて相乗効果を上げようということで、希望者同士を会わせるサポートです。売上を上げるためには何でもしますという感じですか。

—— 実は先日、小型の風力発電を作っている顧問先さんと一緒に、アフリカのナイジェリアに1週間行ってきました。日本の援助資金を使って、現地に風力発電を売ろうという考えです。海外のほうがそういった需要があるんですね。そのお客さまは、今までは自動車の製造関係だったんですけれども、新たに環境部門という形で風力発電事業を立ち上げています。そのようなお客さまのご支援もさせていただいたりし

我々はもともとやらなきゃいけない、と思ってもらせるようにしたい。地域で「あそこはちょっと面白いことをやっているぞ」と言われるようになりたいですね。

—— 今、増販増客に関しては北関東の中でもリーダ的にやっていけそうところもあって、コンサルの仕事を結構取ってきています。収入的にもほぼ安定してきていますし、まだまだ伸びるでしょう。ただ、手が足りない。それが課題ですが、そこはビジネスモデルでカバーしていくかと思えます。自立支援をメインにしていけないといけないので、やっぱある程度自立型の増販・増客に興味を持っている企業を育成していきたいと考えています。

—— 今日はお忙しい中、ありがとうございます。今後の真下会計グループのご活躍を楽しみにしています。