

未来を切り拓く会計事務所へ贈るビジネス情報誌

2018.4
Vol.8

経営パートナー

free

新時代の成長戦略

ローコストの真実

「ローコスト・オペレーション」が新時代の共通キーワード

認定アドバイザーインタビュー

今、会計事務所業界がおもしろい!

freeで解決 4サービス紹介

free活用講座 事務所内経理に会計freeを活用してみよう!

「社会福祉法人 with free」開発秘話

「経営パートナーVol.8」発刊にあたって

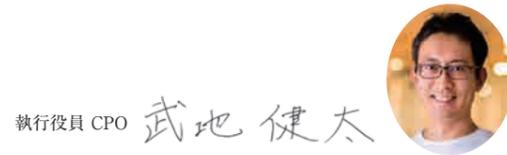
本年の確定申告シーズンも終わりました。本誌をお手に取られているみなさまも、まずはホッとされていることとご推察いたします。

free は本年の新たな取り組みとして、社員が会計事務所様におうかがいして確定申告のお手伝いをしながら、業務や経営上の悩みをお話しする機会をいただきました（守秘義務契約等は締結しています）。ご協力いただきました事務所様にはこの場を借りて御礼申し上げます。

その経験も通して、改めて会計事務所様の「知的労働集約型モデル」を free のクラウド・テクノロジーでより進化さ

せていけると確信した次第です。本号ではそのひとつの形態である「ローコストモデル」を特集。固定的な作業量や時間に悩む事務所様には多くの示唆に富む内容となりました。また、free は今後もみなさまのインフラとして、こうした作業量や時間を手軽に減らすサービスを順次展開してまいります。

これから3月決算法人の申告がピークになります。お忙しい日々が続きますが、くれぐれもご自愛くださいませ。



INDEX

University 開校のご案内 p.03

特集 新時代の成長戦略

ローコストの真実

「ローコスト・オペレーション」が新時代の共通キーワード p.06

インタビュー・未来の株式会社

置き去りだった個人事業主マーケットにロックオン p.08

インタビュー・ユアクラウド会計事務所

クラウドの魅力を最大限に引き出せるプランを設計 p.14

今、会計事務所業界がおもしろい！ p.20

free で解決

1 領収書データ化サービス p.24

2 ブランディングサービス p.26

3 オフバラ p.28

(税務調査・株式会社 KACHIEL)

顧客に不利益を与えない税務調査対応とは？ p.30

(相続税申告・税理士法人チェスター)

危険が潜む相続税申告に二重のリスクヘッジを p.32

4 検索サービス p.34

free 活用講座 第4回

事務所内経理に会計 free を活用してみよう！ p.36

「社会福祉法人 with free」開発秘話 p.40

マンガ free のいちばん優しい手引書：サボにゃんと一緒

「決算処理中でも今期の記帳ができちゃう! の巻」 p.42

free の料金プラン p.43

▶ 抽選でオリジナルグッズが当たるアンケートはがきを同封

STAFF

カバーイラスト
Studio-Takeuma

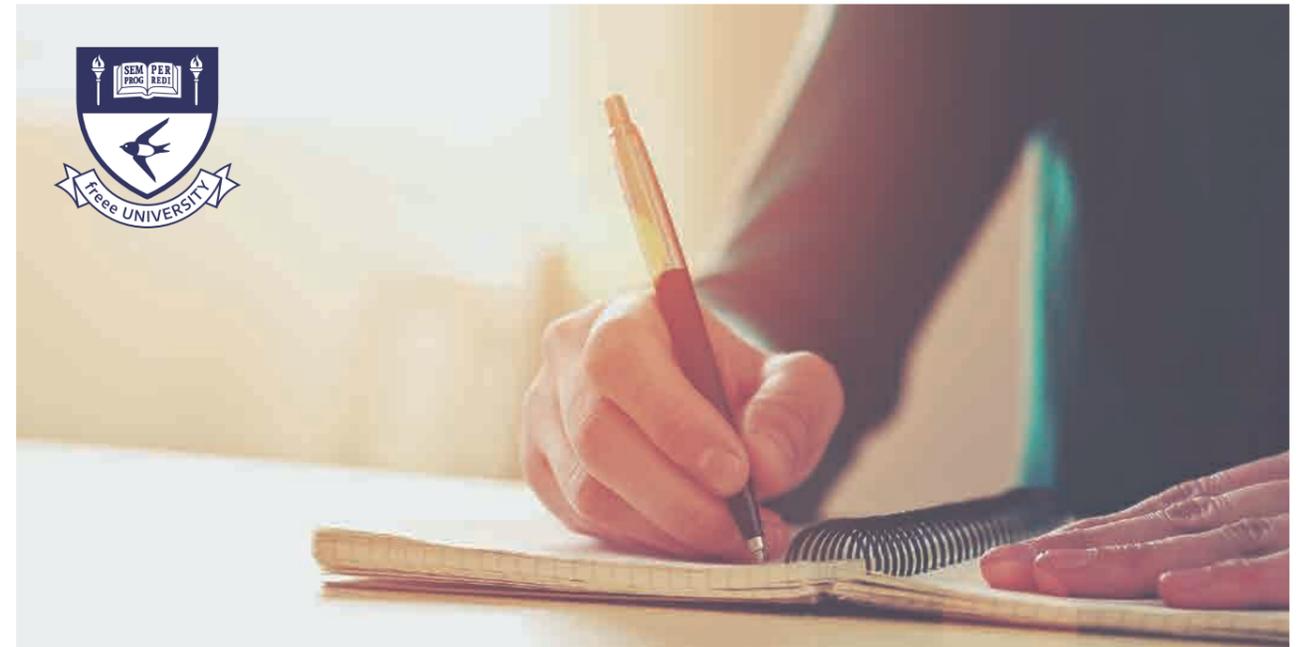
特集イラスト
祖田雅弘

撮影
小塚正紀
渡邊篤志

デザイン
ドットスタジオ

編集・構成
藤村美穂
大川朋子
田中 潤

ライティング
藤村美穂
田中 潤
細井秀美



free University 開校のご案内

このたび、free University をオープンしました。

これまでさまざまな形でアドバイザーのみなさまに役立つ情報・コンテンツを提供してきましたが、これらを改めて体系的に整理した学習サイトを構築。場所や時間の制約にとらわれず、より多くの方に free について知っていただけるようになります。

“まるで大学へ通っているかのように自由にとことん学べる” をコンセプトに、「講義で学ぶ」「読んで学ぶ」「セミナーで学ぶ」「仲間から学ぶ」という4つのスタイルを用意しました。好きな方法で free を探求することができます。

オンライン学習の場である「講義で学ぶ」「読んで学ぶ」では、free の活用や利用習熟のための基本的な使い方から、応的な活用術、最新テクノロジー情報など、多様なコンテンツを取り揃えています。オフライン学習の場である「セミナーで学ぶ」「仲間から学ぶ」では、先進的な取り組みを実践している認定アドバイザーの先生によるセミナーや、アドバイザーのみなさま同士の交流機会の提供などをおこなってまいります。

この“free University”という学び舎を、顧問先の成功だけでなく、アドバイザーのみなさま自身の成功や目標達成のためにご活用ください。

free Universityの4つのスタイル



free の使い方や実務での活用法を動画で学べるオンライン講座を用意しました。free を実務で活用している認定アドバイザーの先生を講師に迎え、すぐに使える実践形式のノウハウを詰め込んだ「free 導入・利活用促進講座」です。遠方や時間の都合でオフラインの勉強会などに参加できない方のために、実際のセミナー動画なども収録されています。



free に関する幅広いコンテンツを掲載しています。ベーシックな free の使い方を始め、先達事務所の free 活用方法、マーケティングノウハウなど、幅広い学習コンテンツを用意しました。上から順に網羅的に読んでいけば free についてある程度体系的に理解できるでしょう。興味のあるコンテンツだけをかいつまんで読んでいただいてもかまいません。



定期的にセミナーを開催しています。free を使って成功しているアドバイザーの先生や金融機関、連携パートナーの方を講師にお迎えし、free を活用した新しい付加価値発見に役立つ内容となっています。講師の先生にその場で質問することで疑問を解消したり、すぐに実践できるノウハウなどを習得したりすることができます。



free というキーワードを通じて仲間を見つけることができるコミュニティ“free 部”があります。free 部は、free のプロダクト、ミッション、価値基準を広め、応援してくれるパートナーの集まりです。free を導入して長い間使いこなしているユーザーや、free での価値提供に奔走していただいているアドバイザーの方々などが参加しており、ともに語り合い、助け合い、成功を目指す仲間と出会うことができます。

free University のリンク先はこちら
<https://info.freee.co.jp/university>



新時代の成長戦略

ローコストの真実

Growth Strategy of the Low Cost Era

AI、クラウド、フィンテック——

テクノロジーが目まぐるしく進化していくなかで、
変革の時期に差しかかっている税理士・会計士業界。

今後、仕訳入力業務や申告業務が減っていくのは当然と見なされるなか、
税理士1人あたりの企業数も減っており、競争は激化していくばかりだ。
その一方で、テクノロジーと協働し、より生産的に働く道を模索して、
すでに戦略的に動き出している会計事務所もある。

この時代の流れはあなたにとって「救世主」となるか、
はたまた「破滅への使者」となってしまうのか——？
「変化」を味方につけるための新たな成長戦略に迫る。

イラスト=祖田雅弘



「ローコスト・オペレーション」が新時代の 共通キーワード

世の中には、士業という「資格」を持った税理士・会計士でないとおこなえない業務がたくさんある。それなのに、なぜ経営が厳しい事務所、今後の経営に不安を抱える事務所が増えてきているのだろうか。まずは経営論・戦略論を用いて会計業界の現状を構造的に分析してみよう。

会計事務所の多くは「負け犬」!?

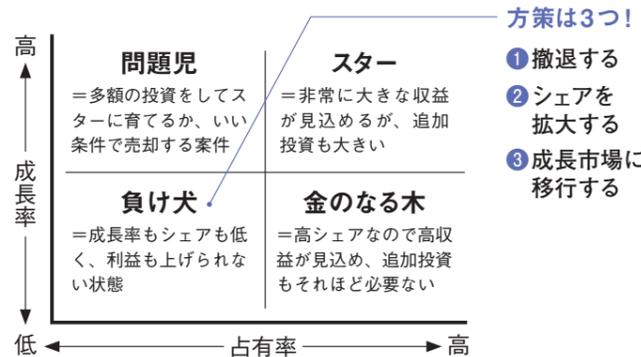
会計業界をとりまくマイナスの経営環境は、大きく分けて2つある。1つは下の表にあるように、日本企業数の減少だ。会計事務所にとって、企業数の減少は即、顧客数の減少を意味する。マーケットが縮小すれば競争が激化するので、当然ながら報酬の低価格化も進む。

もう1つの要因は、大採用難時代の到来だ。そもそも定着率がよくない業界なのに、採用コストも人件費も増加。成長している事務所ではスタッフも増やす必要があるため、影響はさらに大きい。ただでさえ報酬が低下傾向なのに、収益まで圧迫される構造になっているのだ。

	2001年	2014年
企業数	4,100,000社	3,250,000社
会計事務所数	33,716件	31,556件
1事務所の企業数	122社	103社

この状況を分析するとどうなるか。自社事業の状態や立ち位置を把握するための古典的経営分析ツールであるプロダクト・ポートフォリオ・マネジメント (PPM) に当てはめると、会計業界全体のマーケットは縮小しているため「市場成長率」が低く、ほとんどの事務所は中小規模なので「市場占有率」も低い——すなわち「負け犬」の位置にいるとわかる。事業をいくつも運営している大企業なら、「負け犬」からは撤退し、「金のなる木」で安定運営しつつ、「問題児」に投資して、「スター」に育てるという経営判断がされるのだが、会計事務所では撤退イコール閉業になってしまう。その場合、残る方策としては2つ。なんとかシェアを拡大するか、成長市場に移行するかしかない。

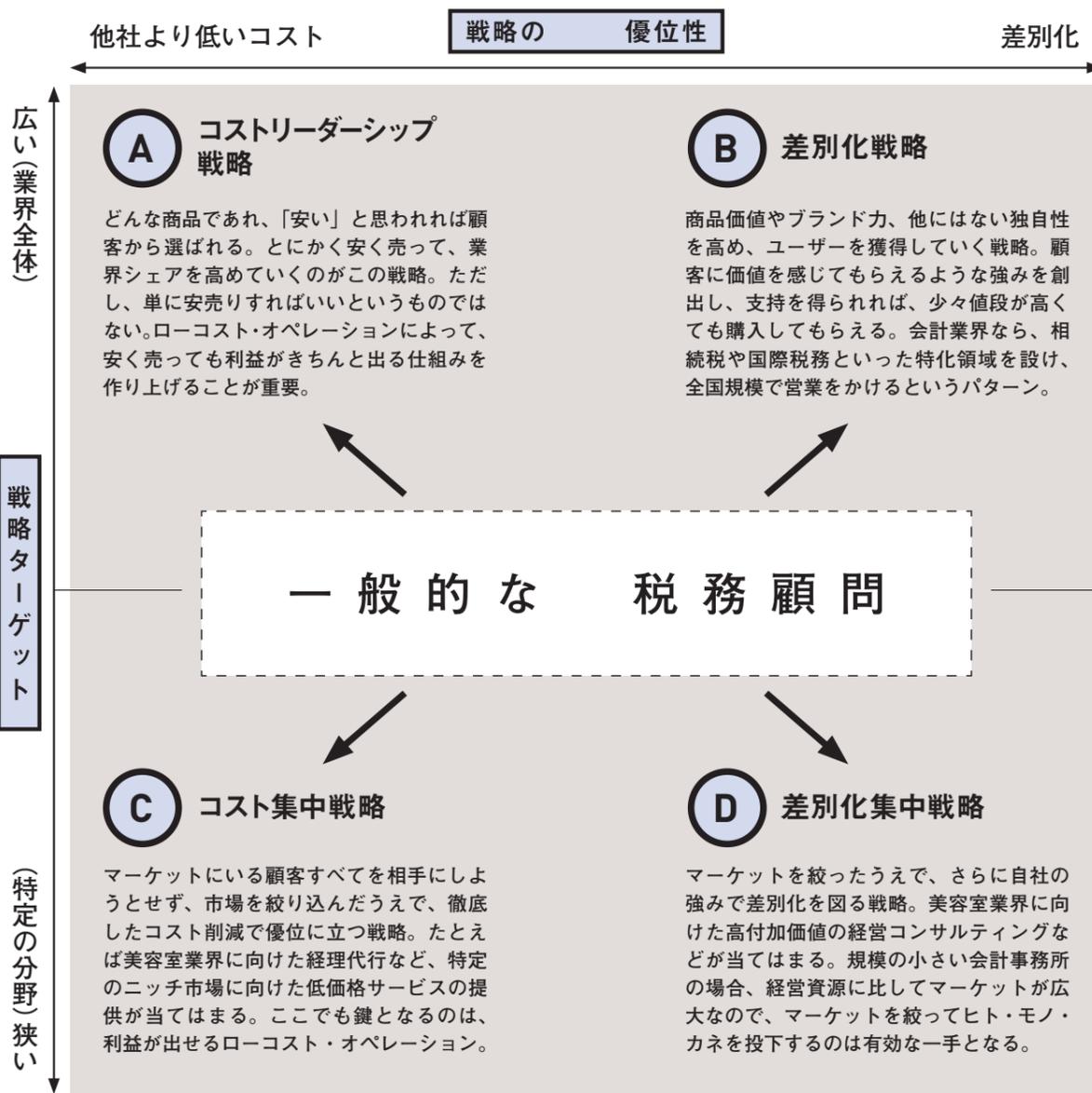
プロダクト・ポート・フォリオマネジメント



「負け犬」から脱する4つの戦略

シェアを拡大するには、より多くの顧客を惹きつけるサービスの設計と運用、宣伝とマーケティングが必要だ。一方、成長市場への移行については、業務の性質上、「会計業界」というマーケットを変更するのは難しいため、そのなかのニッチ・マーケットに絞って

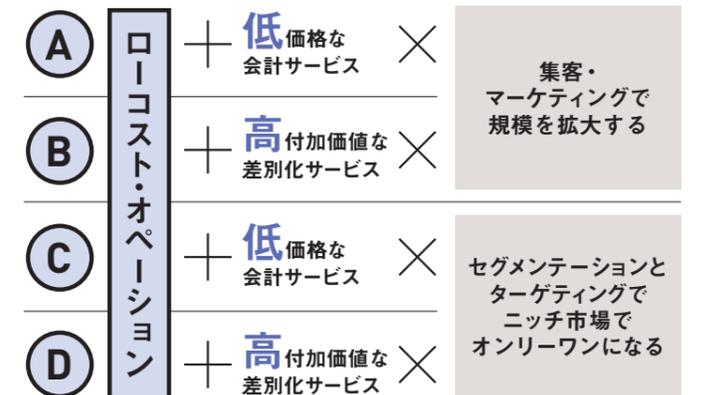
軸を変えるのが有効だろう。では、そのためにどんな戦略がとれるのか? 手始めの切り口として、これも古典的ではあるがマイケル・ポーターの基本戦略で検討してみよう。競争優位性を築くために、事務所が目指す方向性の大まかな指針にはなるはずだ。



すべての戦略に共有するのはローコスト・オペレーション

これまでと同様、むしろこれまで以上に、顧問先にとって頼りになる、そして頼んでよかったと思われる存在であり続けることが、結局は会計事務所の経営を改善、向上させることになる。しかし、人間が価値を感じる尺度が相対的である以上、変化や差別化は必要だ。そのための選択肢として4つの戦略は参考になるのではないかと。

ただし、すべての戦略の前提にオペレーションのローコスト化の必要性が見えてくる。なぜなら、低コスト化で優位に立つパターン (A、C) ではオペレーションコストの減少を価格やマーケティング費に転換できる。独自の強みで差別化するパターン (B、D) でも、そこに邁進するためのリソースをローコスト化で捻出する必要があるからだ。



ここで改めて考えたいのが、会計事務所ビジネスにおける「ヒト」の役割だ。多くの事務所でもっとも割合を占めるのが人件費だが、採用難は全国の問題で1人あたり報酬を下げるのは難しい。AIの台頭で「ヒト」ならではの付加価値も変化してきている。つまり、オペレーションのローコスト化にあたり、一番難しくもあり、一番効果を期待できそうなのが「ヒト」の役割の見直しなのだ。

そのためには経理業務全体が見える化し、標準化し、標準化した業務を自動化していく必要がある。気を付けなければいけないのが、顧問先も同様に人材難であり、経理の担い手を「事務所⇒顧問先」に移行するだけの「自計化」は正しい選択ではないこと。また、「経理代行」も顧問先の経理業務の標準化は進むが、それだけでは不十分だろう。経理業務のうち、判断以外の要素を自動化する「無経化」を理想のゴールとして既存業務の改善を繰り返していくことが、最短でのローコスト化の進め方ではないだろうか。

Interview

未来の株式会社 税理士・公認会計士 林 寛之氏

置き去りだった個人事業主マーケットにロックオン

ローコスト化を武器に、低価格サービスに特化している事務所がある。提供サービスは記帳業務のみに絞り、面談などそれ以外の業務は対象外。申告などのオプションはあるが、決して手厚いサポートとは言えない。それなのに顧客の満足度は非常に高いのである。さて、一体どんな戦略なのか？

未来の株式会社
東京都千代田区神田美土代町 9-3 日経タイプビル 3 階
TEL : 03-5244-5607 URL : <http://www.mirai-no.jp>

「Hay 未来の税理士法人」(2013 年 1 月設立、2017 年 4 月法人成り)の併設組織として、2015 年 10 月に創業。経理を中心としたバックオフィスのアウトソーシングサービスを提供するほか、Hay 未来の税理士法人とのワンストップサービスが好評。

自分に必要なサービスのみを ビューフェ形式で選べる

—今日は、御社でサービス提供されている「未来の経理部」についてお話をお伺いしたいと思います。早速ですが、その概要を教えてくださいませんか？

林 はい、弊社は「Hay 未来の税理士法人」と「未来の株式会社」という 2 つの組織に分けており、「未来の株式会社」では経理を中心としたバックオフィスのアウトソーシングサービスを提供しています。そのサービスの 1 つが「未来の経理部」です。主に個人事業主やオーナー企業様を対象に、freee を利用した記帳代行業務を完全オンラインで提供しています。

—一般的な経理代行の記帳業務のみをおこなうというイメージですか？

林 まさにそうです。もちろん、確定申告や法人申告、年末調整が必要な場合はオプションという形で追加できますし、税務全般のご相談に乗ることも可能です。その場合は「Hay 未来の税理士法人」でフォローアップしていきます。また、給与計算や支払業務、親会社への月次報告等、より広範囲なアウトソーシングを希望される場合は、「未来の管理本部」という上位サービスをご用意しています。

—必要なサービスをビューフェ形式で選べるようになってきているんですね。

林 「未来の経理部」はもっともライトなサービスですが、個人事業主や起業したての方はこれだけで間に合ってしまうことも多いんですね。ただ記帳だけでは完結しないので、「未来の経理部」を入り口として、税理士法人のほうでフォローアップをしたり、必要のあるお客様には追加提案をしていくというモデルです。

会計業界から敬遠されがちな 個人事業主とスモールビジネス

—なぜ、「未来の経理部」のようなサービスを提供しようと思われたんですか？

林 私は最初、個人事務所として会計事務所を立ち上げたんですが、やはり 1 件ずつ手厚く対応するのが難しいような小規模のお客様がいらっしゃいますよね。個人事業主の方や、法人であっても社長がお 1 人でされているようなケース……。税務だとどうしても 1 回の相談が長くなるし、とくに個人事業主は一律で 12 月決算でしょう。会計事務所としては、物理的に請けることが難しい。

—個人事業主を敬遠する税理士さんは多いですね。

林 そのとき、どうすればそういう方々にも会計事務所としてサービスを提供し、手助けができるかと考えたんです。そうすると記帳は記帳、税務は税務と分けたほうが理に適っているんですね。記帳に

1 件 1 件、個別対応をする必要がない方も多いですから、そういう方に対して、こちらが組み立てたルールで一律の対応ができるように記帳サービスを立ち上げたというのが経緯です。

—現状では、そういうお客様はどのくらいいらっしゃるのでしょうか？

林 「未来の経理部」のユーザー数は 200 ほどです。そのうちの半分が個人事業主で、半分が法人。法人のお客様に関しては、利益が出始めて従業員を雇うようになったら、だいたい税理士法人のほうで顧問契約も結んでいますが、それが 100 社のうち 60 社ほどになります。

—個人事業主の場合はどうですか？

林 個人だと、顧問契約に至るお客様はあまりいらっしゃいません。

—となると、個人事業主はあまりいいお客様とは言えないのでしょうか？

林 いえ、じつは「未来の経理部」で一番利益が出やすいのは個人のお客様なんです。というのも、個人事業主は法人よりも業務ルーチンが固まっていないことが多いので、弊社のルールを適用しやすいんですね。それから、「申告さえできれば他のサービスはいらない」という方も非常に多く、「未来の経理部」にマッチするユーザーさんなんです。

—個人事業主の方だと、税理士さんに断られてしまうケースも多いと聞きます。

林 私も「未来の経理部」がなければ、



林 寛之 (はやし・ひろゆき)
2006 年、中央大学商学部卒業。
あずさ監査法人、税理士法人青山パートナーズに勤務したのち、2013 年に林会計事務所を創設。2017 年 4 月、同事務所を Hay 未来の税理士法人として法人成り。現在は未来の株式会社代表取締役も務める。

“これまで取りこぼされてきた市場だからこそ戦略が活きてくる”

お断りするしかなかったでしょうね。でもだからこそ、個人事業主はマーケットとして優れている。うちでは今後、個人事業主の方をメインのターゲットとしていこうと考えています。

低価格サービスで いかに利益を出すのか

——「未来の経理部」には、「経理担当」「経理課長」「経理部長」と3つのプランがありますね。一番低価格のプランが「経理担当」で、月額4,980円から（右下の図を参照）。

林 はい。「経理担当」は4、6、9、12月の四半期ごとの作業、「経理課長」は同じ四半期ごとですが、作業月を決算月などで指定できるプラン、「経理部長」は月次の記帳プランです。個人事業主やスモールビジネスの方に最初におすすめするのは「経理担当」プランですね。

——月額4,980円という料金設定で、どのように利益を出されているんでしょう。その工夫を教えてくださいませんか？

林 4,980円のプランというのは、完全に申告を目的とした記帳になっていて、

レポートを出したり、個別相談に乗ったり、タイムリーに帳簿をつけたりということには対応していないんですね。お客様とのやり取りも、ほぼメールだけで完結します。そうやって業務を絞ったうえで、3カ月に1回、こちらで決めた月に作業をしていますので、オペレーションの効率が非常にいいんです。

——業務のスリム化が進んでいる。

林 また、従来の会計事務所だと、1人の担当者がクライアントの一連の作業をおこなうことが多いですよね。すると、担当者ごとのオリジナルルールができやすく、引き継ぎや効率化の足枷^{かぜ}になります。弊社の場合、その作業を細分化して、資料を受領する人間、スキャンする人間、記帳入力は海外に出していますが、それを確認する人間……と分担できるようにして、簿記の知識・経験がない人でも作業ができる仕組みにしています。

——記帳のデータ入力は海外にアウトソーシングされているんですか？

林 はい。じつは、私の兄が手書き原稿や名簿などのデータ化を、海外リソースを活用して提供するいわゆるBPO（ビ

ジネス・プロセス・アウトソーシング）の会社を経営しているんです。私自身、最初は兄の会社の一部門として「未来の経理部」の前身となるサービスを立ち上げました。そんな背景があるので、今もそのリソースを活用しています。

——なるほど。元々リソースがある。

林 ただ、外注しているのは基本データ作りの部分だけで、freeにデータを取り込んだり、消し込んだり、お客様とメールでやり取りしたりというのは、すべて国内メンバーでやっています。理想は、税理士が必要となる業務以外は、今日来たアルバイトさんでもその場で対応できるくらいにシステム化することなんです。

——そうやって誰でも対応できるようにするという事は、お客様といつ連絡をとったかとか、どんな話をしたかということもきちんと管理されている？

林 はい。基本的にはセールスフォースというクラウドCRMサービスで管理しています。資料を受領したらパソコンでクリックすると、お客様にメールが自動的に流れるというような仕組みですね。

顧客からの支持の秘訣は 最小限のサービスと低価格

——ちなみに、未来の株式会社には何名のスタッフがいますか？

林 今は正社員が4名、在宅ワーカーが2名ですが、「未来の経理部」に携わっているのは2名だけです。

——200件のユーザー数でも、まだキャパシティには余裕がある感じですか？

林 まだまだあります。たとえユーザー数が1,000件になっても、アルバイトや在宅ワークの方を増やすだけで対応できると思います。

——やはり業務を標準化すると、1人あたりの担当件数は相当増えそうですね。その一方で少し気になるのが、顧客に



よっては標準化されたルールに適さない場合もあるのでは、ということなんです。

林 確かに、すでに独自のルールが確立していてご要望が生じるお客様や、特殊な業種で「未来の経理部」では対応しきれないというお客様はいらっしゃいます。その場合は残念ですが、お断りするしかないというのが実情です。

——別料金をとって、そうした要望に対応するという事は？

林 それは考えていません。あくまでも「未来の経理部」は一律の作業、それ以外の対応については税務顧問という位置づけです。そうでないと、低料金で必要最低限のサービスを提供するという「未来の経理部」の利点が失われてしまいますし、そういうお客様は申し込みに至らなかった方の10%ほどにすぎないんですね。逆にサービスの内容に納得してお申し込みくださった方は、廃業以外でやめられる方はほとんどいません。

——いったん申し込まれたら継続率はか

なり高い。そしてルールの問題で「未来の経理部」で対応できない場合、税務顧問のほうなら請け負えると。

林 もちろん、そのご要望が本当に意味のあるものなのかという判断は必要でしょうが、特殊な事案に対応するとすれば税務顧問になりますね。顧問って、完全に相談業務ですよ。ですから、「未来の経理部」から税理士法人にいくと、お客様のニーズはかなりバリエーション

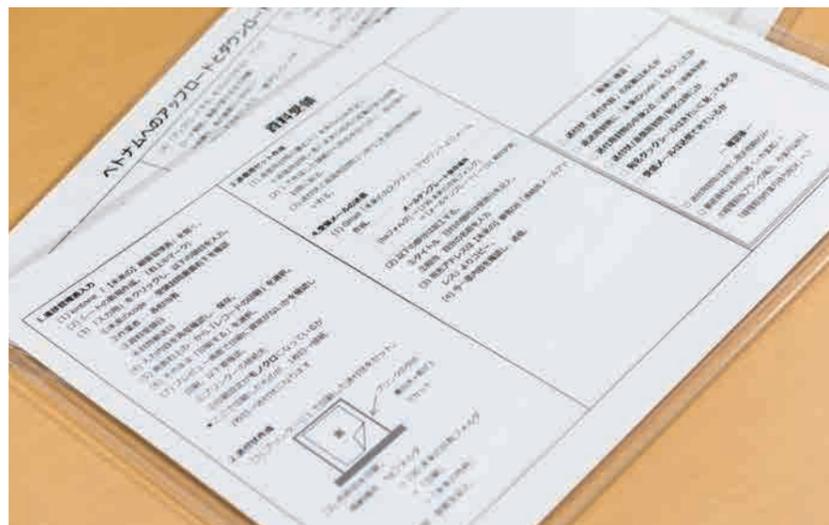
豊かになるんですよ。本当に帳簿を見るだけでいいというお客様もいれば、毎月レポート提出が必要な方……。

——標準化できないほうの仕事ですね。その場合は1人あたり何社ほど担当できるんでしょう？

林 売上5,000万円～1億円規模の会社として、3カ月に一度のレビュー、途中で決算も入ったとして、30社弱でしょ

「未来の経理部」サービス概要

経理担当	経理課長	経理部長
(売上5,000万円以下の方) 4,980円/月額	(売上5,000万円以下の方) 7,980円/月額	(売上5,000万円以下の方) 11,980円/月額
(売上1億円以下の方) 6,980円/月額	(売上1億円以下の方) 10,980円/月額	(売上1億円以下の方) 14,980円/月額
(売上1億円以上の方) —	(売上1億円以上の方) —	(売上1億円以上の方) 個別見積/月額
作業タイミング 4、6、9、12月	作業タイミング 四半期ごと	作業タイミング 月次
作業期間 資料が到着してから約1カ月	作業期間 資料が到着してから約2週間	作業期間 資料が到着してから約2週間



誰でもその場で作業ができるように、マニュアルは作業ごとに細かく作成

“ 目指すのは単純な記帳業務から一歩進んで業務改善提案が発信できるサービス ”

うか。お客様が求めるものは本当にさまざまですし、やはりコミュニケーションにかかる時間が多くなりますから。

——とはいえ、税務顧問契約のほうは「未来の経理部」とは違って、ある程度の報酬体系になっているんですよね？

林 正直なところ、「未来の経理部」を間口として税務顧問へと移行していただくのが、一番利益率が高いです。ただ、際限なく顧問契約をとれるかという、人員の問題で請け負える数も限られてきますので……。その点、「未来の経理部」は現状の仕組みのまま拡張していけるという利点があります。

苦手なマーケティングは free を活用！

——ところで、「未来の経理部」では free をかなり活用していただいています。決め手となったのは何ですか？

林 実際にいくつかのクラウドソフトを比べてみたところ、free が一番、会計の知識のない人でも使いやすいと思ったんです。それは、経験のないスタッフでも仕事がしやすいということにもなるし、一律のルールを作りやすいということにもなります。それと、兄と一緒に BPO の会社をやっていたときは、マーケティングや SEO 対策に非常に苦労したんですね。お金をかけてもダメ、外注に依頼してもダメ。そんなわけで、集客に関してはもう端から free のブランド力に頼るつもりでいました。実際、弊社は5つ星認定アドバイザーということで、free 経由でのお問い合わせがかなり多かったんです。

——そこは弊社でも力を注いでいきたい分野なので、お役に立てて嬉しいです。自社でのマーケティングや広告はどうされているんですか？

林 それが……現状では一切やっていな

いんです。じつは去年、「未来の経理部」のユーザー数を1,000に増やすという目標を立てたんです。そのうち7割を個人事業主にしようと思え、フリーランスのウェブデザイナーさんなどターゲットを明確にしたうえで、フェイスブック広告を出していこうと考えていたんです。でも、経験のあるスタッフが1人もいないのと、お客様からの要望に応える形で「未来の管理本部」が始まり、マンパワーがそちらに取られることになって、頓挫しているところなんです。

——会計事務所が個別にマーケティングをやるのは、やはり難しいですか？

林 そういう知識やスキルがある人間でないと、なかなか難しいでしょうね。それは弊社でも今後の課題です。

——では最後に、これからの展望をお聞かせいただけますか？

林 我々の業界は今後、AIに取って代わられると言われますが、まさに私たちがやっている記帳業務がそうです。個人的には、おそらく一度アウトソースが進んだあとにシステム化されていくのではないかと考えていますが、いずれにしても今のままの形で続くということはないでしょう。ただ、そうやって AI が担うことになったとしても、「会計」という情報を持っていれば、クライアントさんに提案できることはたくさんあると思うんですね。それを私は「レコメンド機能」と呼んでいます。たとえばアルバイトの数が多くて出入りが激しく、採用コストもかかっているという法人がいたら、まさに BPO で「アウトソーシングにしませんか？」という提案ができます。ですから、まずは「未来の経理部」ユーザー数を増やし、そのうえで会計データを活かしたレコメンド機能を発信する——今後は、そういう仕組みのサービス展開を目指していきたいと考えています。

未来の経理部 体験記

実際に個人事業主の F 村さんが「未来の経理部」サービスを体験。ユーザー視点でサービスの流れを解剖してみよう。

体験者 F村M穂

出版社勤務のち、フリーライターとなって10年。大きな声では言えないが、毎年、四苦八苦しながら自分で青色申告をしてきたものの、正しく帳簿が作れているのかまったく自信ナシ。今回、ようやく重い腰を上げ、個人事業主にも対応してくれる「未来の経理部」を利用することに。まずはウェブから問い合わせを送ってみると……。

「未来の経理部」からの案内メール(抜粋)

この度は、未来の経理部へお問合せ頂き、誠にありがとうございます。まずは弊社サービス「未来の経理部」について、ご紹介させていただきます。

「未来の経理部」では、お求めの経理処理頻度に応じて、3つのプランをご用意しております。どのプランにおいても、領収書や同期していない通帳の写しなどの情報を free に取り込むだけでなく、free の自動同期の設定や、口座の出入金との消し込みを行いますので、ユーザー様は、口座情報等がいつの間にか自動同期されるのと同じ感覚で、手入力や記帳結果と自動同期の細かい設定結果を後から適時確認頂くのみとなります。

問い合わせをいただいたら、どのプランが適切か判断していただくためにサービスの詳しい案内をメールでお送りします。その後、ご不明な点があれば、メール等でやり取りさせていただきます。

そういえば……私も気になることがあります。free は自分で登録して設定しなくてはいけませんか？

はい、お客様ご自身で登録していただきます。設定は銀行口座やクレジットカードの同期だけお願いしています。

それだけ？ free にはいろんな機能がありますよね。他の細かい設定とかは……？

それ以外の設定までしていただくと、お客様1人1人で設定方法が異なったりするので、返って処理に混乱が生じやすくなるんです。正直なところ、他の部分は一切、触っていただかないほうが安心なくらいなんですよ(笑)。

そうなんだ。でも気になるのは、私の場合、銀行口座もクレジットカードも、プライベート用と事業用がごっちゃになっていること。自宅が仕事場なので、つい一緒に購入しちゃったり……。その場合はどうすれば？

それはよくいただくお問い合わせです。カードで支払っても、事業利用であれば領収書ももらいますよね。それを一式お送りいただければ、事業用の購入でないものは、カードの明細からこちらで消し込みをかけていくので大丈夫なんです。また、Amazon や LOHACO、楽天市場、モバイル Suica などは free で同期ができ、購入履歴を取り込めるので、明らかにお客様の業務に関係のない購入物を除いて登録していきます。

へえ〜、そんな便利な機能があるんですね。じゃあ、私もよく使う Amazon と LOHACO は同期しておかなきゃ。ちなみに3つのプランのうち、オススメはどれですか？

F村さんのようなフリーランスの方は、一番コストパフォーマンスの高い「経理担当プラン」がオススメです。

よかった、一番安いプランだ(笑)。でも、なぜ毎月のプランじゃなくてもいいんでしょう？

もちろん、毎月、記帳の状況と収支を確認したい方や金融機関に試算表を提出する必要がある方は、「経理部長プラン」をオススメしますが、個人事業主の場合、そこまで必要でない方も多いです。また「経理課長プラン」は、四半期ごとの決算が必要な方に向けたサービスなので、個人事業主ではご利用になる方は少ないんですよ。

うーん、たしかに私の場合、収入も支払いも月によってかなりバラつきがあるし、件数もそんなに多くないから、年4回くらいがちょうどいいかも。あとは、節税対策とか法人化したいときとかは、相談に乗っていただけるんですか？

税務やバックオフィスについてご質問がある場合は、月額5000円で「何でもメール相談」というオプションをご用意しています。とはいえ、個人事業主にはそれほど節税対策があるわけではなく、バックオフィスも複雑でないで、これが必要になるのは特殊なケースですね。また、「Hay 未来の税理士法人」を併設していますので、確定申告や税務顧問が必要な場合は、そちらでお引き受けできます。

いざというときのオプションがあるのは心強いです。では、月額4980円の「経理担当プラン」をお願いします！

——プランを決めると、メールで申し込みページの URL が送られてくるので、そこで改めて住所や支払カード情報、事業内容や売上規模や従業員数などの事業規模を入力して完了。さて、申し込んだことをすっかり忘れてころのある日、「未来の経理部」から1通のメールが。

「未来の経理部」からの案内メール(抜粋)

「経理担当プラン」は今月が作業月となりますので、前月末までの記帳資料を今月20日までに到着するようなるべくお早めにご郵送頂けますと幸いです。

そうだった、忘れてた。領収書を送らなきゃいけなかったんだ。この封筒に入れて送ればいいのね。



作業月にはメールをお送りして注意喚起し、お客様から封筒が届いたら、次の封筒がお手元に届くように発送します。

すごくシンプルな仕組みですね。とにかく記帳に必要なものを一切切お送りして、気が向いたときに、free にログインして確認すればいいんですよね。私は、基本的には放置になりそう(笑)。

〜体験を終えて〜

私の周りのライターさんやカメラマンさんは、みんな経理のことが苦手です。得意じゃないから、いちいち頭を悩ませるし、時間もかかる。でも個人事業主だから、なんとなく専門家をお願いするのに敷居が高く感じてしまうんですね。でもこれだけプランが明確だと、身構えずにお願いできます。あと、私が意外に嬉しかったのが「封筒」。料金後納で切手を貼らなくていいし、住所もすでに書いてある。手間を減らすために経理業務をお願いしているので、「発送の手間も削減してくれているんだな〜」と、細やかな気配りを感じました。

Interview

ユアクラウド会計事務所 税理士・公認会計士・米国公認会計士 村井隆紘氏

クラウドの魅力を最大限に引き出せるプランを設計

「お客様からの問い合わせ対応がひと月後」「継続率は98%」
まるで“行列ができる会計事務所”を地で行くのが、
クラウド会計ソフトに特化しているユアクラウド会計事務所だ。
その秘訣は、プラン・料金設計とSEOを始めとするマーケティング戦略だった――。

ユアクラウド会計事務所
東京都中央区日本橋 3-2-14 新横町ビル別館
TEL : 03-6868-0916 URL : <http://ur-cloud.jp>

2016年10月、現在提供中のサービス設計ができると同時に事務所を開設。わずか1年半で250社以上の顧客を集める。クラウド会計のフル活用、業界最安値水準の月額1万円（決算料0円）からの顧問契約、顧客の事業規模に応じた料金体系が人気。

「訪問」はいらない!? 新興企業の隠れたニーズ

――今日は御社の事務所戦略について、いろいろお聞かせいただけると嬉しいです。どうぞよろしくをお願いします。

村井 はい、よろしくをお願いします。

――まず、御社の特色について教えてくださいいただけますか？

村井 ひと言でいうと、プランと料金体系が特色だと思います（と、パンフレットを広げる）。

――なるほど、従来の会計事務所では顧問料として月々3万円、プラス、年1回、決算料として20万円かかるというような料金体系が多い。それに比べてユアクラウドは、もっともリーズナブルな「スタンダードプラン」だと、個人では月額1万円～、法人でも1万5,000円～で、決算料もそこに含まれる。その代わり、記帳代行や領収書管理などは一切しない（p.16の図を参照）。

村井 そうですね。「スタンダードプラン」がうちで用意しているすべてのプランの基本構造で、会計事務所として必要最低限の機能だと考えています。基本的にはクラウド会計ソフトを導入して、自計化ができるようにアドバイスしつつ、入力内容のチェックや決算・税務申告までをおこなうというプランです。ただし、決算料0円というのは6カ月以上ご契約

いただいた場合ですね。それに満たない場合は、6カ月分の月額料金をいただく仕組みになっています。もちろん、入力方法や経営分析、節税等、何かご質問・ご相談があるときは、随時メールやお電話、チャット、ビデオ会議等で承ります。――定期訪問もないんですね。

村井 はい。お客様によってはご要望をいただくこともあり、その場合は別料金をいただいて対応しますが、弊社の仕組みをご説明すると「そちらのほうがいい」とおっしゃるお客様が大半ですね。

――訪問はいらないというお客様のほうが多いんですか？

村井 そうなんです。うちのお客様はITやコンサル、情報通信など、まだ起業したてといった規模の小さい会社が多いんです。年商でいうと1,000～3,000万円がメイン層。それくらいの規模だと、税理士に相談することもあまりないんですよ。私自身、以前に起業していたことがあり、当時は税理士と月イチで面談がありましたが、「煩わしいな」と感じていたんです。ですから自分で事務所を立ち上げるにあたっては、できるだけいらぬサービスを削って、必要最低限を最低価格で提供したかった。まさにそれが自分の欲しかったサービスなので……。

――ちなみに起業というのはどんな？

村井 ウェブ上でサービスが売買できるプラットフォームの運営です。ビジネス

コンテストで賞をとり、出資の話もありましたが、最終的には事業売却しました。――村井さんご自身がIT企業の経営者だった。

村井 従来の会計事務所のメインターゲットは、創業して何年も経ち、利益も安定していて、節税も考えつつ、いろんな相談に乗ってもらいたいというお客様だと思いますが、いま新興企業がたくさん登場しており、「手厚いサービスはいらぬから、できれば安く、コミュニケーションはメールやチャット、データは紙よりオンラインのほうがありがたい」というお客様が増えてきています。そこをカバーしたいというのが、弊社のビジネスモデルです。

戦略的な料金設定で クラウドの利点を活かす

――やはりお客様は「スタンダードプラン」を選ぶ方が多いんですか？

村井 弊社には個人・法人を含めて約250社のお客様がいますが、8割がスタンダードプランです。もちろん、記帳代行を含む経理業務まで頼みたいという方には「丸投げプラン」、経理はいらぬから給与計算やマイナンバー管理が欲しいという方には「人事労務プラン」、経理も人事労務も欲しいという方には「プレミアムプラン」とご用意していますが、圧倒的にスタンダードプランが多いです。

村井隆紘（むらい・たかひろ）
慶應義塾大学卒業後、大手監査法人や都市銀行に勤務。ベンチャー企業の支援、融資等をおこなうなかでクラウドサービスの可能性を強く感じ、ユアクラウド会計事務所を設立。現在は創業支援.com、株式会社クラウドパートナーズの代表も務め、起業支援や業務効率化に取り組む。

“ いらないサービスを削ぎ落として、最低価格で提供する
—それが起業家として自分自身が欲しかったサービス ”

—いずれのプランも、「スタンダードプラン」にメニューが上乘せされていく“2階建て・3階建て”構造ですね。それでも“1階建て”部分が選ばれる。

村井 というのも、なるべく「スタンダードプラン」を選んでいただけるよう、こちらからも誘導するんですね。私自身が経理は自社でやるほうが良いという考えなので、プラン選びの際には自計化と「スタンダードプラン」のメリットをきちんとお伝えします。自計化ができていればそもそも記帳代行は必要ないし、給与計算もお客様自身で十分対応が可能です。それがクラウドのよさだし、そうでなければfreeeを使う意味がありません……。ですから、記帳代行を含めた「丸投げプ

ラン」や「人事労務プラン」は、むしろ少し割高に設定しているんです。

—クラウドの利点を活かすため、敢えてそれ以外は割高にしている。とはいえ、どのプランもすぐく明瞭会計ですよ。

村井 会計業界の報酬って、昔は規定がありました。今は目安がないでしょう。依頼側もよくわからないし、受ける側もどれだけ仕事があるか、やってみないとわからない。どちらも困る状況。私は一番客観的な基準が「売上高」だと考え、そこで線引きして料金設定をしています。—そうすると、低価格帯のお客様なのに、質問・相談が多すぎて困るというケースがあったりしませんか？

村井 お客様によっては毎日のように質

問が来るというケースもありますが、それを含めたプラン設計なんです。どんなビジネスでも、同じ価格でサービスを提供するとすると、手間のかかるお客様もいれば、かからないお客様もいるでしょう。今、それを平均してこの価格で提供しているという感じです。

—ちなみに、何名のスタッフで回しているらっしゃるんですか？

村井 有資格の正社員が1名、非常勤の無資格正社員が3名です。あとはパートナー税理士が3名いますが、今はなるべく自社で対応するようにしています。クラウド会計であれば、年間1人100社は担当できると感じているので、経営的な視点でいえば、仮に1社あたりの報酬がすべて月額1万5,000円だとしても、税理士1人で年間1,800万円。会社規模にもよりますが、そこに水準を合わせていければと考えています。

目指すのは「税理士」という強みを活かした起業家

—村井さんがクラウド会計ソフトに的を絞ったのはなぜなんですか？

村井 おそらく私は、もともと起業家マインドが強いんでしょうね。以前、起業したときは、自分に強みが足りなかったという反省点があったので、それを踏まえて、もう一度チャレンジしたいとずっと考えていたんです。その後、銀行に勤めているときにクラウド会計に触れ、「これはすごいな、会計の仕組みを変えるな」と感じました。自分の強みを活かすならここだと思って、クラウド会計に絞って独立することにしました。

—なるほど。確かに税理士・公認会計士という資格を活かしつつ、他の会計事務所とはプラン・料金体系で差別化するというのは、普通に独立するよりも起業色が強い感じがします。

ユアクラウドのサービス概要

プラン名	料金(月額) (※売上高により変動)	経営・税務			経理				人事・労務							
		質問・相談	クラウド会計導入	決算・税務申告	経営分析・経営管理	経営支援・節税	税務調査	記帳・データ入力	領収書・証憑管理	請求書発行・入金管理	振込・出金管理	給与計算	マイナンバー管理	年末調整	労働保険の年度更新	社会保険の算定基礎届
スタンダードプラン	1万円～	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
丸投げプラン	2万円～	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
人事労務プラン	2万円～	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
プレミアムプラン	3万円～	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
オプション	2,000円～															

スタンダードプランの金額設定

税務顧問(個人)		税務顧問(法人)	
お客様の年商(売上高)	報酬月額	お客様の年商(売上高)	報酬月額
1,000万円未満	1万円	1,000万円未満	1万5,000円
3,000万円未満	1万5,000円	3,000万円未満	2万円
5,000万円未満	2万円	5,000万円未満	2万5,000円
1億円未満	3万円	1億円未満	3万5,000円
1億円以上	4万円～	1億円以上	4万5,000円～



村井 今は自分で考えて、お客様から求められるサービスを作っていくのが非常に楽しいです。現状では98%以上のお客様が継続してくださっているのも励みになっています。とはいえ、まだまだ改善の余地はあると思うので、それを手がけつつ、他の分野にも少しずつ手を広げていけたらなというところです。

—具体的には何かありますか？

村井 つねに新しいことをやっていきたいというのもあって、今はブロックチェーンや仮想通貨に非常に興味があります。仮想通貨の税務はすでに提供しているの、そこをさらにシステム化していきたいという感じですね。そうやって興味のある分野をシステム化しつつ、どんどん大きくしていくというのが、今一番の楽しみです。

どうやって行列のできる事務所を生み出したのか？

—ところで、顧客獲得のために工夫されていることはありますか？

村井 集客面では、最初はいろいろ試しました。営業代行さんにメールを送ってもらったり、税理士紹介サイトを使ったり。でも、やはりウェブでの集客がいいだろうということで、ウェブ検索でなるべく上位に表示されるように工夫するようにしました。

—いわゆるSEO対策ですか？

村井 はい。自分でやっているの、SEOに毛が生えた程度ですが、「クラウド会計」「仮想通貨」「確定申告」といった検索ワードで上位にくるように意識しています。

—どうやってやられているんですか？コンテンツを作って更新していく？

村井 そうです。開業した当初からワードプレス(無料でサイトやブログが作成できるツール)でウェブページを作っていて、そこにコラムを載せています。なるべく検索上位になるような記事を考えて、こまめに更新して。

—それはかなり大変じゃないですか？村井 でもキーワードを絞っているの、

コンテンツの数はそれほど多くなくても大丈夫なんです。顧客の流入経路としては、このウェブ検索からがもっとも多く、次いでfreeeからのお問い合わせです。

—freeeもお役に立っている。

村井 私は「freee SEO」と呼んでいるのですが、freeeの検索ページで上位に表示されるのも、ある意味、SEOですよ。じつは弊社では、クラウド会計に詳しくないお客様のために「0円顧問」というサービスを用意したんです。freeeを導入するにあたって、無料でわからないところを相談できるというサービスですが、これが導入実績を底上げしてくれて、今では五つ星アドバイザーになっています。

—星の数が多いほど、freeeの検索ページでも上位に表示されます。

村井 freeeからのご紹介が増えたというだけでなく、我々のfreee習熟度を高めてノウハウを溜めるといふ思惑も達成でき、非常に好循環が得られました。た

“今は自分で考えて、お客様から求められるサービスを作っていくというのが楽しい”

だ、実際にお問い合わせをしてくださるお客様はITリテラシーの高い方が多く、サービスとしてはあまり需要がないかもしれないと考えているところ。お客様からすると、0円ということで遠慮されているのか、ご自身でfreeeのサポートページを調べれば解決できてしまうのか、あまり質問も来ないんですね。星の数を上げるという点では効果的かもしれませんが、そろそろ終了を考えているサービスです。

—顧客の目標獲得数はありますか？

村井 当面は具体的な数字というより、お客様から問い合わせがきたら、全部請けられる体制作りを目指したいですね。現状では集客面ではまったく困っておらず、人手不足のほうの問題で、せっかく問い合わせをいただいても、「1カ月後なら対応できます」という具合なんです。—まるで予約が取れないお店のようですね。新規受注を断らざるを得ない。

村井 こちらから積極的にお断りするわけではないんですが、さすがに問い合わせの受け付けが1カ月待ちということになると、先方から「じゃあ、今回は見送ります」となるので、今は集客より先に人員ですね。体制を整えて、また集客を頑張りたいなというところなんです。

税理士ができることとできないこと

—それにしても、お客様の売上高で税理士報酬もアップしていくというのは秀逸な仕組みですね。売上高が上がって手間が増えたときに、いちいち報酬交渉をするのも気まずいし、経営支援の要望が来たときにも前向きに対応できそう。

村井 うちの場合、業績アップについてはお客様自身が頑張ってくださっている感じですけどね（笑）。それに、自計化を進めていけば、売上高が上がってもす

ぐさま手間が増えるわけではないので。

—手間はそれほど変わらない？

村井 税務でいえば1,000万で消費税が出てきたり、5,000万で簡易課税がなくなったりとありますが、内容としてはそれほど変わりません。とはいえ、売上高が上がれば税務調査が入りやすくなったたり、節税対策でできることが増えたりということはあるので、その点で料金を上げているイメージですね。

—コンサルティングなどの提案はされませんか？

村井 弊社としては、あまり幅を広げてコンサルフィーで月プラス5万円といったサービスは、今求めてられているものではないと感じています。付加価値の高いサービスはお客様からご要望があれば請けますが、こちらから出しゃばるようなことはしないスタンスです。個人的には、会計事務所の支援で企業の経営が改善していくというのはあまりないんじゃないかと思っているんです。税理士がアドバイスをして高額なフィーをもらったとしても、売上を上げたり経費を下げたりというのは、結局はその会社の努力次第なんじゃないかと。ただ、freeeを使われている経営者の方は、新しいサービスを利用しようという方なので、コスト意識をちゃんと持ち、しっかりと経営されているという印象はあります。

—なるほど。では最後に、今後の展望についてお聞かせいただけますか？

村井 自分はなるべく実務から離れて、経営者的な視点で運営していきたいです。会計事務所に限らず、おそらく今の世の中では「現状維持」を目標にすることはできないと思うので、なるべく少ない人員で顧客ニーズの高いサービスを提供することを考えながら、どんどん拡大を目指していきたいです。

「ユアクラウド」体験記

起業したばかりのS田さんは、コスト削減のためfreeeを使って自分で経理に挑戦。そのとき目に留まったのが「ユアクラウド」。さて、ユアクラウドのサービスはどんな流れになっているのだろうか？



体験者 S田 K介

広告代理店勤務のち、同僚と芸能事務所を起業。経理担当者を雇う余裕はないので、自分でもできそうなfreeeを使うことに。ただ素人なだけに、最初は専門家に見てもらいたい。そこでfreeeで費用の安いユアクラウドを発見し、問い合わせをしてみると……。

「ユアクラウド会計事務所」からの案内メール（抜粋）

この度はfreeeよりお問合せを頂きましてありがとうございます。当事務所はクラウド会計を専門としており、全国のお客様のfreee導入、決算・税務申告、年末調整、給与計算等、バックオフィスをトータルでご支援させて頂いております。

記帳チェック+決算申告のご料金ですが、年商3000万円未満の法人のお客様は、月額20,000円、決算料0円からお承りしております。

宜しければ、まず一度、お電話、またはご面談にて詳細お伺いさせて頂くこと可能ですでしょうか？可能でしたら、ご希望の日時を2～3程度ご提示頂ければ幸いです。

【面談希望】 所要時間：30分～1時間程度

◆日時◆

①第一希望 月 日 時 ～ 時

②第二希望 月 日 時 ～ 時



お問い合わせ段階で条件を記入していただきますので、オスメプランをメールでご提案し、必要に応じて面談を設定します。お越しいただくのが難しい場合、ビデオ会議やお電話での打ち合わせもできます。

じつは、自分が何がわかっていて何がわかっていないかもよくわからないんです。だから、最初に面談してもらえるのは心強いです。

—というわけで面談日を設定して、1年の流れやプランの特色を聞いたS田。もともと自分で記帳したかったので、迷うことなくスタンダードプランに。他に気になる点は……。

freeeに入力するときは、わからないことがあれば何でも聞いていいのでしょうか？超初心者なので、細かい質問をしちゃっても……。



もちろん大丈夫です。主にメールやチャットでお答えしますが、どうしてもわかりにくい場合は、同じ画面を見ながらお電話で操作方法を案内します。

それでも間違えて入力してしまったときは、どうすればいいんですか？



取引量が多い会社の場合は、年間を通じてこちらでも細かくチェックしますし、そうでない会社もご質問をいただいたときや決算前に確認しますので、まったく心配ありませんよ。

よかった……。ちなみに役員報酬について迷っているんですが、このプランは操作方法以外も相談に乗っていただけるとは？あと源泉徴収が発生する支払いがあるんですが、それはどうすれば？



いずれもプラン内でご相談を承ります。起業したばかりの会社だと、そういう質問はよくいただきますね。スタンダードプランの場合、源泉徴収はご自身で納付していただくことになるので、そのやり方をお伝えしています。

僕はスタンダードプラン一択ですが、今後、もし従業員を増やすことになったら「人事労務プラン」もよさそうですね。それって後で変更することも可能？



はい。最初はお試しでスタンダードプランにしておいて、後でプラン変更を検討される方もいらっしゃいますよ。

—面談でさまざまな疑問点を解消し、いざ契約。面談後に送られてきたメールを確認すると……。

「ユアクラウド会計事務所」からの案内メール（抜粋）

本日はお忙しいところご面談のお時間を頂戴致しましてありがとうございました。税理士からお話させて頂いた通り、見積書、今後の流れをご案内させていただきます。

(1) 見積書の確認
添付の通り、見積書をご提示させていただきます。

(2) 契約の締結
別途、クラウドサインというシステムより電子契約用のメール(support@cloudsign.jp)をお送りさせて頂きました。ご契約頂けます場合には、メールのリンクよりお申込内容・契約約款をご確認頂き、ご捺印(電子署名)をお願い致します。

契約もクラウドなんですね。



トラブル防止のために、クラウドサインという契約システムで契約書を交わして完了です。

—最初はおそろおそろfreeeを触っていたS田。しかし、操作方法に迷ったときのメールを保存しておけば、次に同じ処理をするときも参照できることを発見。freeeのサポートページも使いこなし、次第に慣れてきたある日、ユアクラウドから1通のメールが。

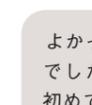
「ユアクラウド会計事務所」からの案内メール（抜粋）

○月末で決算日を迎えますため、スタンダードプランでの決算申告までの今後の流れを以下の通りご案内させていただきます。

- 今後の流れ
- (1) 記帳完了→(2) 帳簿確認・銀行口座残高との一致確認→(3) 記帳内容確認・修正→(4) 質問・回答→(5) 決算書・申告書作成→(6) 決算書・申告書確認→(7) 申告→(8) 納税



決算前にスケジュールをご連絡させていただいています。決算月には細かいご相談をお受けしていますので、ご安心を。



よかった、決算はかなり不安でした。納税額もわかって、初めての決算を滞りなく迎えられるそうです。



節税対策になる共済、保険、社宅に関する案内もメールでお送りできますので、これからもお気軽にお問い合わせください。

～体験を終えて～

起業したばかりで経理の人を雇えない、僕のような小さい会社にぴったりのプランだと思いました。今回、「自計化」という言葉も初めて知りましたが、税理士さんに頼りきるのではなく、自分の会社のお金の流れを自分で管理できるスキルが身に付いたのがよかったです。最初は、細かく質問してスタッフの方々にお手間をかけたのですが、慣れてくれば大丈夫。これなら、もし今後、経理担当を雇う余裕ができたとしても、アルバイトさんに指示すればできそうです。

戦略を持つ会計事務所が成長する

会計事務所の経営環境はますます厳しさを増し、AIによってなくなる代表例として挙げられています。しかし、それは本当でしょうか？ AIによってなくなるのは業務の一部であり、私はまだまだ企業にとって存在価値の高いビジネスモデルを創造できると確信しています。

会計業界は、日本の事業所380万社を約3万事務所で支援する「超シェア分散型業界」です。事業を営む会社のほとんどが、どこかの会計事務所に業務を委託しています。これほど普及率の高い業界はそうありません。

また、会計は日常的な業務であり、決

算・税務申告は毎年のことで、かつ企業は顧問税理士を容易に変えませんが、顧問先を1件拡大することによる売上の蓄積効果は極めて大きい。さらに会計情報は経営上の改善点を発見できる大変貴重な情報で、そのすべてを見ることができ、悩める経営者と毎月面談できる。このようなプラスの要素を持つ極めて稀な業界です。

以上から、「独自の戦略」を持つ事務所が毎期120~130%の成長を実現する市場は十分に存在すると言えるのです。

戦略3つの方向性と多極化業界へ

業界が成熟したときには、必ずイノベーターが出現し、経営力のある事務所

が市場を奪取していくという現象が起きます。今まではマーケティング力のある事務所がシェアを伸ばしてきましたが、今後はそれに加えて市場が望むサービスを提供できる、「企業が価値を感じる商品力」を持つ事務所もシェアを拡大していくでしょう。

会計事務所の戦略には大きく3つの方向性があると思います。

① ローコスト拡大戦略

市場が望む機能に絞り込んでローコスト・オペレーションを実現して市場を開拓していく戦略です。これは開業まもない若い会計事務所様が一定の顧客ボリュームを確保するには有効でしょう。

今、会計事務所業界がおもしろい！

年々、競争が厳しくなっている……。AIにいずれ取って代わられる業界だ……。
——会計業界でささやかれる未来は暗い。
だが、本当にそうなのか？ どうすれば勝ち残れるのか？
会計事務所に特化したコンサルタントを提供している樋口さんに打開策を聞いた。

もちろん、根拠のないローコストは継続できませんので、最大限のローコスト・オペレーションの体制や仕組みが鍵となります。ただ、正社員を雇用して成長経営を継続するには限界が出てきますので、どこかのタイミングで高付加価値化シフトする戦略が必要になる時期が来るでしょう。

② 特化戦略

この戦略は、テーマ特化・業種特化・ステージ特化などに分かれます。

テーマ特化とは、資産税特化・事業承継特化・海外税務特化など、顧客が解決したい課題にフォーカスした戦略です。

業種特化は、飲食・美容・建設といった業種に絞ったサービスメニューを整えてマーケティングを展開する戦略です。

ステージ特化とは、新設法人・成長期の企業・事業承継期の企業など、企業の置かれているステージで抱える固有の課題を解決できる仕組みや商品を持つ戦略です。

この特化戦略にも高付加価値化できるサービスモデルを盛り込まないと、生産性の低いモデルで終わってしまいます。

③ 経営支援型戦略

これはどの業種・ステージにも共通の経営支援を展開する戦略です。いわゆるMASを会計事務所のビジネスモデルに組み込み、黒字とキャッシュを増やす支援を持つ戦略です。

この戦略はもともと高付加価値モデルであり、かつ顧問先の成長とともに顧問料も上がることになりすから、高い生

産性を保ちながら成長経営を実現することができます。

これらの戦略には選択肢が多く、今まで十分なマーケティング力を持たずに成長機会を逃してきた事務所にもチャンスが多いと言えます。その意味では、会計業界は「営業力による二極化」から「戦略による多極化」への時代になると思われます。

ルーチンワークの超ローコスト化と正社員のやりがい・働きがい

どのような戦略を採択するにしても会計事務所です必ずハードルになるのが、時間不足・人材不足でしょう。

弊社の顧客事務所様でも経営支援型で高付加価値化を目指していただく際に、

ルーチンワークのローコスト化3つの方向性

1 集中処理の自社工場（標準化）

事務所内に入力専門のチームを設けて集中的に処理する方法。固定費を抱えることになるため、業務の標準化が鍵となる。その部門の管理者は、税務・会計的に優れ、工程管理や作業改善を推進できる人材でなければ機能しないことが多い。

2 AI・クラウドのフル活用（自動化）

現状ではもっとも手軽に効率化が進められる分野。各クラウドソフトの機能を比べ、①企業の業務を機能に合わせて変革する、②現実の業務処理に合わなければExcelで補填する、といった工夫が必要。とはいえ、クラウドは日進月歩なので、今は積極的にノウハウを蓄積しておきたい。

3 アウトソーシング（他社工場・在宅主婦）

専門会社、または在宅主婦への委託が考えられる。前者は成果物の品質が重要なので、委託先とスペックを十分検討する必要あり。後者は情報漏洩への対処は必須だが、もし在宅主婦を直接組織化すれば、その後の人材採用に貢献するというメリットも。個人的には在宅主婦の活用を積極的に考えたい。

株式会社インターフェイス

代表取締役 樋口明廣氏

会計事務所系コンサル会社を30年経営したノウハウをベースに、会計事務所の高付加価値型拡大戦略と組織戦略の支援を展開。「経営支援型会計事務所」を提唱し、150事務所に経営支援(MAS)ノウハウを提供している。

必ずハードルになるのが、今の稼ぎを支えているルーチンワークの工数です。新しい戦略や高付加価値業務にシフトする大前提として、この記帳代行・決算業務などのルーチンワークの工数の削減に向けた取り組みが不可欠になります。

この対策は3つの方向性がありますので別掲(上)をご参照ください。

一方、優秀な人材の確保や既存職員様の定着・活性化にどう向き合うかも考えていくべきでしょう。これは、プライドの持てる仕事とプライドを感じられる報酬を可能にする戦略が必要だと思います。

プライドの持てる仕事とはいろいろあると思いますが、「本当に顧客の成長に貢献できている」と感じられる仕事もその一つです。私はすべての事務所が何らかの形で顧問先の黒字拡大・資金拡大に

貢献する形でやりがいを感じて欲しいと願っています。それは「会計という経営が見える化できるコア・コンピタンス」を持つ会計事務所ならきっと可能だからです。

また私が顧客事務所様におすすめする時間チャージは「1万円」です。「2012年経済センサス」によると、会計事務所の市場は約1兆3,400億円、会計業界で働く人は17万人弱ですから、1人あたり年間売上は830万円程度に過ぎません。仮に労働分配率を50%とすると、従業員1人あたりの年俸は415万円を払えるかどうか。これでは優秀な人材が他業種に流出するのも理解できます。

若い時期に力をつけるという位置づけならいいかもしれませんが、もし年齢と経験を重ねても年俸が400万ちょっとに

しかならなければ、その状態に疑問を持ち転職する人も少なくないでしょう。

もし年俸を700~800万円に設定するとしたら、労働分配率50%として、必要売上は1,500万円前後です。1日8時間労働として、そこから会議や移動の時間を除くと、だいたい年間1,400~1,500時間になりますから、1,500時間で1,500万円の売上を達成するには、時間1万円のチャージが必要というわけです。

ちなみに、どの事務所でも総務系のスタッフがいるでしょうから、監査担当者みの時間チャージおよび年間売上は、その2割~3割増して計算することになります。

こうしたプライドの持てる「やりがいと報酬」を少しずつ実現できる方向で、事務所の中期的な経営戦略を練っていた

だきたいと考えます。

どうやって高付加価値にシフトするか？

会計事務所が高付加価値経営にシフトするにはいくつかのステップが必要です。弊社の顧客事務所では、3年ほどかけて体質や仕組みから変えていく取り組みをしていただいています。

① サービスのメニュー化とプライシング

会計事務所の従来型のビジネスモデルのなかにも機会損失が多くあります。

顧問契約という名のもとに顧客が言うままに何でも対応してしまい契約外業務に振り回されるという現象です。

とはいえ、いきなりすべてを変えようとはできませんから、まずは「メニュー化」と「プライシング」に取り組んでみてはいかがでしょうか。1つ1つのサービスをメニューにして価格を決めていくということです。すぐに契約内容の是正はできませんが2年ほどかけてコツコツ交渉すると確実に時間生産性が高まってきます。

② ルーチンワークの超ローコスト化

明らかにしたサービスメニューのうちルーチンワークについては、超ローコスト化する仕組みを作りこむことが大事です。

すでに述べましたが、正社員がルーチンワークを一切おこなわず、高付加価値業務に取り組む時間を確保できる体制を構築する必要があるわけです。

③ 高付加価値業務にシフトする

従来サービスのメニュー化だけでは、機会損失はなくなっても高付加価値経営は実現できないのが現実です。

経営支援サービスやオーナー個人向け支援サービスなど、今取り組んでいなくてもニーズがあれば対応する高付加価値

メニューを開発し、メニューに組み込むことが大事です。

例えば、業種特化ならその業種の黒字拡大につながるKPIを提供して経営コーチング機能を持つのもいいでしょう。

アーリーステージ特化なら、安定成長の為のビジネスモデル設計・資金調達・モニタリングなどによる成長経営支援で十分に付加価値が生まれます。

これらの経営支援メニューは、他の事務所との差別化のみならず、独自のサービスモデルの構築につながりますので、口コミ拡大による高付加価値な顧問先拡大にも大きな効果を発揮します。

事務所の現状にあった「経営戦略」を！

ご自身の事務所が最適な戦略を採択するためには、周りの事務所がどうしているかではなく「自分の事務所にはどのような戦略が最適か？」を考えるべきだと思います。

そのためには、以下のような分析をしてみたいと思います。

① 商圏構造：事務所の商圏内の企業数や

業種構成、伸びている業界や企業の存在

② 顧客構造：現顧問先の業種・規模、経営者の年齢、売上推移別構成

③ 競合構造：地域の同業者で着目すべき戦略を採っている先の有無

④ 営業構造：現在見込客を提供してくれるルート、今後の可能性のあるルート

④ 組織構造：職員・パートさんの税務・会計・IT・経営支援等に関する力量

これらをしっかり分析して最適な選択をすべきです。

もしかしたら、現状では「経営資源が不足」して「夢が描けない」とお感じの方もいるかもしれませんが、そんなことはありません。現在大きな事務所になっている先生方のお話をお聞きしても、最初は皆さん、何もない状態から成長経営を実現してこられました。どの先生にも「戦略」があったからです。

現状を踏まえて、まず「あるべき姿」を描き、「ステップバイステップ」で取り組んでいただきたいと思います。

多極化する業界のなかで、成功確率の高い独自の戦略プランを描いていただきたいと思います。



どんな事務所戦略を描くとしても、すべての鍵は「ローコスト」×「特化」が握っている！あとはそれに向かって突き進むだけ……。[「だけど、それってそんなに簡単じゃないよなー」と思った方はfreeeのサポートを活用しよう。あなたの戦略を支えるツールになるはず。]

1

クライアントのクラウド化が進まない！

→ p.24
領収書データ化サービス

ローコスト・オペレーションが進まない原因の筆頭が、顧問先の旧弊な業務体制。本当は顧問先に提案してクラウド化を進めてもらうのが一番だけど、いろんな事情もあるし、押し付けになるのもマズい……というときは、こちらの「領収書データ化サービス」がオススメ。いったんこの便利さを味わったら、会計事務所も元のやり方には戻せないはず。顧問先経理業務の自動化・省力化を進めるために、段階を踏んでfreeeを導入するステップとしても活用できる。

2

事務所の取るべき戦略がわからない

→ p.26
ブランディングサービス

業務の差別化が難しい会計業界では、「特化」といってもピンと来ない方も多し。そんなときに活用できるのが「ブランディングサービス」だ。丁寧なヒアリングやワークによって事務所の理念を明確にし、クレドや行動基準に落とし込む。そして、それを事務所内外にきちんと伝達できるようにビジュアル化。その過程であなたのやりたいことや事務所の「強み」も見えてくる……。戦略を作るには、まず自分の事務所が何を目指しているかを明確にすることから。

3

ノンコアサービスに割く時間を減らしたい

→ p.28
オフバラ

税務調査や相続税申告といった普段オフィスの少ない案件は、専門家に業務を“外出し”できる「オフバラ」で対処を。「オフバラ」とは、会計用語のオフバランス（リスクのある取引の資産や負債をバランスシートの外に出し、企業価値を高めること）から取られたサービス名で、その名のとおりレア案件にかかるリスクを回避しつつ、顧客には専門家による高い価値を提供。そして、自社はコアサービスに安心して特化できるという秘策なのだ。

4

集客したいがやり方がわからない

→ p.34
検索サービス

freeeの高いウェブマーケティングスキルがギュギュッと凝縮されている認定アドバイザー検索サイト。ユーザーと会計事務所のマッチングを最適におこなうための工夫がふんだんに盛り込まれており、グーグルやヤフーといった検索エンジンでのSEO対策もバッチリ。マーケティングや広告といった集客スキルがなくても、この検索サービスへの露出があれば問題ない。会計事務所が苦手な集客はこのサービスに任せて、自社のコアサービスに注力しよう！



領収書データ化サービス

オペレーションのローコスト化を実現するには、「手を動かさず」に処理できる部分を増やすのが一番の近道。freeの「領収書データ化サービス」なら、これまで手入力していた領収書の手間をグンと削減。自動化がなかなか進まない顧問先対策にもおすすめ。

★領収書の束をいちいち入力しなくていい

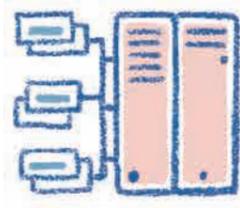
★あらかじめ「自動で経理」のルール設定をしておけば、

データ化完了時点でおよそ8割の作業が終了！

大量の領収書の束



データになる



便利！



freeの学習コストと手入力の時間を回避！

会計freeの一番の特色は、インターネットバンキングやクレジットカードなどの入出金情報を自動で取り込む「自動で経理」だろう。口座やカードを同期すると情報が取り込まれ、自動で勘定科目を推測し、仕訳を作成してくれるという機能だ。あとは、その仕訳が合っているかどうかを確認し、「登録」ボタンを押すだけ。面倒な入力にはほぼ必要なくなるうえ、AIによる学習機能で入力をどんどん省略していけるという画期的な機能である。

しかし、まだインターネットバンキングを導入していなかったり、現金払いの領収書が非常に多いという場合、この「自動で経理」だけではうまく機能しない。これまでそういうケースでは、

Excelで明細をデータ化して「自動で経理」にインポートするか、領収書をスキャンしてfreeに取り込む「連続取引登録」を使うなど、別の方法で処理する必要があった。

やり方さえ覚えてしまえばそれほど手間がかかるわけではないが、そのときどきで変則的な操作をしたり、覚える操作が複数になるのはちょっと面倒……。そんなときにおすすめなのが、3月末から段階的に提供を開始していく「領収書データ化サービス」だ。サービス開発担当者の1人、梅田裕介はこう語る。

「freeというのは、使い方さえマスターしていただければ、今の機能だけでも十分に使い勝手がいいソフトだと思います。ただ、このケースは「自動で経理」、このケースは「連続取引登録」、このケースはExcelをインポート……と、これまでの会計ソフトと操作が異なるぶん、

1から学習しなければいけないという側面があるのも事実。本当ならもっと効率のよいやり方があるのに、学習コストが障壁になって、非効率的な使い方をしてしまっているというケースも耳にします。領収書データ化サービスは、その学習コストを減らして、freeがもっとも力を発揮できる“自動で経理”の世界を体験していただくための機能。会計の知識さえあれば誰でも簡単に使えて、価値を感じていただけるサービスです」

「自動で経理」をもっともスムーズに使いこなすためには、インターネットバンキングやクレジットカードとの同期が不可欠。そのハードルを下げ、「自動で経理」を便利に使っていただきたいというのが「領収書データ化サービス」への想いだ。すでにfreeでは同じ理念で、「通帳データ化サービス」も昨年8月から提供している。

「このサービスを使っただけで、まるでインターネットバンキングを使っているように通帳や領収書が電子化されます。あとはそれを処理していくだけ。インターネットバンキング連携の疑似体験をしていただき、freeの便利さを気軽に体感してもらえたら嬉しいです」と語るのは、もう1人の担当者、金子奈々恵だ。

データを取り込んだ瞬間に8～9割の仕訳処理が完了

サービスの使い勝手もどんどんバージョンアップしていく予定。すでにリリースしている「通帳データ化サービス」は、現状では別フォームで申し込みをする形式なのだが、「領収書データ化サービス」のリリースとともに、free画面から直接申し込める形に変わる。

具体的な使い方はというと、freeにログインし、「口座」メニューから「通帳・領収書のデータ化依頼」を選択、案内に沿って領収書の画像をアップロードする。freeではその領収書をデータ化し、「自動で経理」に取り込める状態までを下準備。

あとは、皆さんにそのデータを仕訳処理していただければ完了だ。処理した時点でデータが証憑と紐付くので、あとから確認するのも簡単。ちなみに、「スキャンする」も面倒だという方には、4月からスキャンサービスも段階的に実装されることになっている。

領収書の処理は、事務所によってさまざまなルールがあるうえ、状況や場合によっても判断が変わってくる。同じ支払先でも、交際費になることもあれば、会議費になることもあり、そこはまだAIには100%は任せられない部分だ。「領収書データ化サービス」は、会計事務所

の判断が必要になる手前までのステップを自動化するというイメージ。

「処理の仕方がすでに固まっているものについては、あらかじめ自動登録ルールをセットしておくので、“自動で経理”にデータを取り込んだ瞬間に8～9割の仕訳処理が完了していることとなります。残りは年に1、2回しかない取引や、特殊な処理が必要な取引を判断していただくだけ。また、すでにfreeを使いこなして下さっている方にとっても、手入力の手間が減らせ、より付加価値の高い業務に集中するなど、業務体制を整える施策として活用していただけます」(梅田)

さて、気になるのがお値段。残念ながら現段階では具体的な金額はまだ未確定なのだが、会計業界の報酬の低価格化が進むなかでも負担にならず、気軽にご利用いただける金額でのご提供が想定されているようだ。

「というのも、私たちはfreeのソフト利用料で収益を上げるビジネスモデルなので、このサービスで収益を上げることよりも、サービスを通じてソフトの利用者が増えることを重視しているんです。正直なところ、このサービスは徐々に縮小していくくらいが理想的ではないかと思っています。なぜなら、通帳データ化の部分はネットバンキングと同期し、領収書データ化の部分は現金による都度払いではなく、すべてカード払いに切り替えてクレカとの同期ができれば、このサービスに依存せずとも、より便利で自動化された経理体制を構築できるからです。でも、今はまだその過渡期。“自動で経理”を今すぐ便利に使っていただくためのツールとして、皆さんのお役に立てればいいなと考えています」(梅田)

会計事務所の作業手順イメージ

クライアントから領収書を受け取る



仕分ける

記帳すべきもの・記帳しなくてもいいもの(住宅ローン控除、医療費控除等の証憑)、使わないもの(プライベートな支出)に分ける



スキャンする

4月からはスキャンサービスも段階的にスタート予定。その場合は領収書を郵送



データ化サービスを依頼する



明細化される

日付・金額・取引先がデータ化



内容を確認してfreeに取り込む



自動で経理

2 free で解決

ブランディングサービス

会計事務所の競争が激化しつつある今、事務所の在り方を世に伝えるスキルは必須。freeeがパートナー企業の協力を得てたどり着いたのは、従来のCIの手法に加えて4つのアイデンティティ(MI、BI、VI、SI)を用いた独自のブランディング手法。事務所の“ファンをつくる”、本格的なブランディングにチャレンジしてみよう。

ブランディングフロー

価値を見つける



現状分析

経営者とのヒアリングや幹部とのワーク、社員へのアンケートを通して素材を収集。それを元に現状と理想像の把握をおこない、これからどうあるべきかを分析する。

価値を作る



CI(Corporate Identity)の構築

会社の理念・価値(MI=Mind Identity)、そこに集う社員の行動基準(BI=Behavior Identity)を明確化し、どう分かりやすく伝えるか(VI=Visual Identity)を考えてイメージを制作。

価値を高める



SI(Strategic Identity)の構築

CIだけ作っても会社はよくならない。会社のゴールに向けて戦略と戦術を立て、具体的な行動まで落とし込む必要がある。価値をより高めるための戦略と一緒に進めていく。

価値を広める



トータルブランドマネジメント

ブランドをどう運用し、社内外に浸透させていくかを具体的に策定。新たに作り上げたブランドがいつまでも継続して輝けるようにマネジメントする。

ファンを増やす



真の目的

さあ、あなたのファンをどんどん増やしていこう。私たちが提供するブランディングサービスの真の目的がこれだ。

手がけた会計事務所は100社以上

昨年11月から提供を始めたfreeeの「ブランディングサービス」。一緒にサービスを展開するパートナーは、会計事務所だけでも100社以上のブランディングをサポートしてきた「実務経営サービス」と「セルディビジョン」の2社だ。まずはこの2社について紹介しよう。

実務経営サービスは、会計事務所向けの月刊誌やセミナーなどでさまざまな情報を発信する会社。「中小企業の経営者は会計事務所をすごく頼りにしています。

でも、それに応えていない、あるいは応え方がわからない事務所も多い。だから中小企業を支援するために、中小企業に影響が強い会計事務所を支援しようと考えたんです。会計事務所がよりよい支援をすれば、多くの中小企業のプラスになる」と常務取締役の板垣誠氏は語る。

一方、セルディビジョンはブランディングデザイン会社でありながら、企業理念を形にするところから相談に乗り、デザインへと落とし込んでいく実務担当。代表の岩谷真史氏は「元々ただのデザインではなく、お客さんの成長に貢献でき

るようなものがやりたかった。そのなかで実務経営サービスの板垣さんと出会い、会計事務所の持つ理念や想いをデザインへと落とし込む仕組みを考案しました」と経緯を語る。

freeeが目指すのも「スモールビジネスに携わるすべての人が創造的な活動にフォーカスできる」社会。三者の想いがマッチして今回の取り組みが始まった。

名刺1つにも現れるブランディングの効能

ブランディングというと、ある程度規



ブランディングサービスでは、企業理念から導き出されたメッセージをイメージ化して、主に事務所のロゴ、名刺、封筒を作成。ただカッコいいだけでなく、“想い”を人と共有できるのが特徴

詳しくはコチラ

「会計事務所ブランディングサービス」
<https://www.freee.co.jp/advisor/branding.html>



模が大きくなった企業に必要なものだと思うかもしれない。しかし、板垣氏は「違う」と説明する。

「会計事務所は、業務やサービスの差別化が難しい業界。とくに今は開業しても顧客を獲得するのが難しいと言われていました。だからこそ事務所の在り方や理念を明確にして、ポジショニングすることが大事。その理念を社内外で共有していくことで、スタッフの働き方の指針にもなり、顧客に選んでもらいやすい事務所にもなります」

たとえば名刺1つとっても、「この名

刺には、うちの事務所のこういう想いが込められているんだよね」という会話が成り立ち、その名刺を見た人全員に共通認識が生まれる。すると、その理念に賛同してくれる顧客が集まるうえ、従業員の働き方や採用にも影響を及ぼすというわけだ。

そのために、「ただ文字面で理念をアピールしてもインパクトがないので、その想いが伝わるようなデザインを考えろ」と岩谷氏が言うように、メッセージ性の高いビジュアルも力を発揮している。

料金体系は30万、60万、90万、120万

円(税抜)の4プラン。30万円のプランでは自社で企業理念が文章化されている場合に適用でき、残りはすべてヒアリングやワークを通して理念の洗い出しやクレドの策定まで手がける。

「どんな事務所でも、なぜ税理士になったか、どんな価値を提供していきたいかという想いは必ずあります。それを形にすることで、初めて自分のコアとすべき業務が発見できたり、自社のポジショニングが明確になる。魅力のある事務所運営をおこなうためにも、ぜひ活用していただけると嬉しいです」(板垣氏)



オフバラ

年に数回以下しか発生しない税務調査や相続案件は、なかなか厄介な存在だ。頻度が少ないわりに必要な知識量は多く、対応にも相当の時間がかかるからだ。それなら顧問先は自社で抱えたまま、スポット案件のみを専門家に任せよう。顧客には質の高いサービスが提供でき、事務所はリスクオフできる一石二鳥の手だ。

税務調査

★専門に特化した人ほど税務調査は苦手

★世間の税務調査対応は間違っている!

★顧客の満足度の高いマッチングが可能

株式会社 KACHIEL 代表取締役 久保 憂希也氏

全国1万8,000人の税理士が購読する「税務調査対策メルマガ」の著者、久保憂希也氏が立ち上げた、士業への幅広いサポートを提供するKACHIEL。なかでも元国税調査官として内実を知り尽くした久保氏のスペシャリスト育成には定評があり、税務調査対応の知識・スキルを認定するアドバイザー制度を展開している。



相続税申告

★税務調査率1%のクオリティが生む安心感

★“丸投げ”でも“黒子”でも提携可能

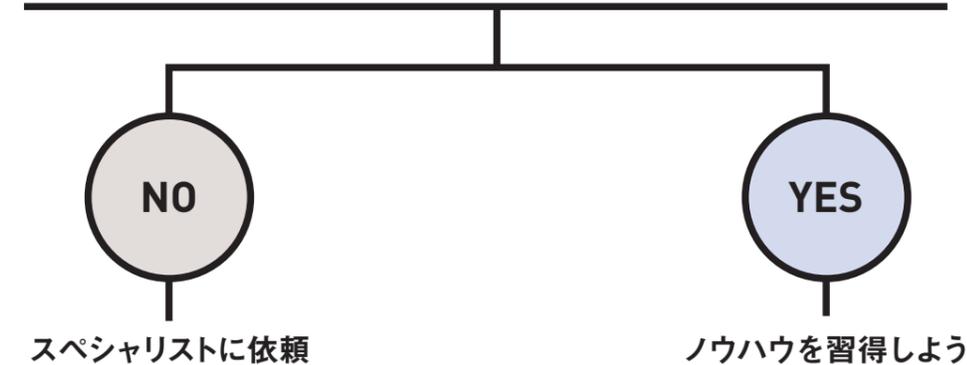
★特化してるから高い価値をリーズナブルに提供

税理士法人チェスター 営業本部長 山森重寿氏

年間の相続税申告は事務所全体で約1,000件、在籍税理士1人あたりでも約30件という、業界トップクラスの実績を誇る「相続税専門」の税理士法人チェスター。日本橋、新宿、横浜、名古屋、大阪の5カ所に拠点を構え、在籍する相続税のプロフェッショナルは100名超。相続税に完全特化した全国でも珍しい事務所。



税務調査および相続対応をコアサービスにしたいか？



freeeの「オフバラ」シリーズなら、手腕と実績が保証された税務調査や相続税申告のスペシャリストを紹介して、税務調査や相続といったレア案件にかかるリスクと時間をゼロにしつつ、顧客に価値を届けることが可能に。報酬の一部が紹介手数料として還元される仕組みも嬉しい（オフバラー 相続税申告の場合）。

もちろん、あなた自身が税務調査や相続税申告に特化することも可能。その場合は、ノウハウが大量に蓄積された両事務所から手法を学ぼう。久保氏のDVD講座「月刊 税務調査対策」と、チェスターが提供する「相続実務アカデミー」（いずれも有料）なら、最短で専門知識が得られるはず。

オフバラ利用手順の概要

① クライアントから、税務調査・相続に関する依頼があった!

② 「オフバラー税務調査」または「オフバラー相続税申告」に申し込む

③ 顧問先にスペシャリストを紹介、あとはおまかせ

詳しくはコチラ

「オフバラー税務調査」
<https://info.freee.co.jp/inquiry>



「オフバラー相続税申告」
<https://info.freee.co.jp/inheritance>



荷が重い案件を上手にさばく ベストソリューション

freeeの「オフバラ」シリーズは、アドバイザーの皆様が自社のコアサービスにフォーカスできるように開発されたサービスだ。

税理士・会計士にとって、年に数回以下の頻度でしか発生しない相談案件は、受けても受けなくても事務所のリスクになる。

いざ覚悟を決めて受けたとすると、それに対応するために、下準備も含めた膨大な時間が必要だ。コアサービスの安定

したオペレーションにも悪影響が出るだろうし、知識も経験も足りないなかでは業務に不安も生じやすい。もし間違いがあったり、うまく対応できなかったときは、顧問先の信用を失うことも……。

じゃあ、いっそのこと断ってしまえばいいのかというと、それはそれで具合が悪い。顧問先との関係が悪化したり、それをきっかけに他の税理士事務所へと乗り換えられてしまう原因になる。そもそも顧問先との関係上、最初から断れない場合もあるだろう。

そんなデメリットを一網打尽に回避できるのが、freeeの「オフバラ」だ。レ

ア案件を特化した専門家に委託することで、知識・経験・専門性を兼ね備えたサービスをリーズナブルに提供。委託する税理士は、いずれもその分野で研鑽を積み、安心して任せられる人たちばかり。

さらに、自分の事務所では受けなかった場合、手元に報酬は入ってこないが、「オフバラ」なら報酬の一部が紹介手数料として還元されることも。もちろん顧問先が流出してしまう恐れもない。

顧問先のニーズには高いレベルで応えられ、さまざまなリスクからは解放される——まさにアドバイザーの皆様と顧問先の両方がwin-winになれるのだ。

税務調査

顧客に不利益を与えない
税務調査対応とは？

「オフバラー税務調査」を主導する株式会社 KACHIEL の久保氏によると、「税務調査の対応方法がそもそも間違っている」という税理士は意外と多いそうだ。なぜ、間違えてしまうのか？ そもそも税務調査とは何なのか？ 元国税調査官である久保氏がその内幕を明かしてくれた。

株式会社 KACHIEL 代表取締役 久保 憂希也氏

株式会社 KACHIEL
東京都港区高輪 3-25-23 京急第 2 ビル 6F
TEL: 03-5422-6166 URL: <http://kachiel.jp>

税理士が理解しにくい
「税務調査」の実態

「税務調査ってお化けみたいですよね」
私が主催する税務調査研究会で、ある参加者がこう言いました。お化けて形もなければ存在もあやふや、どこに出るかわからないし、遭遇しても対処法がわからない。つまり、何だかよくわからないから嫌だ、怖いというわけですね。なかなか言い得て妙だと思います。

税務調査には、まさにそういう側面があります。調査官の仕事は、追徴税額を課すことです。もちろん、本来の目的は不正を見抜くことですが、追徴税額がいくら取れたかで評価される。もし、調査官が「問題ないですね。税理士さんもよく指導されていますね」と褒めて帰ったら、仕事をしたことにはなりません。

となれば、誤解を恐れずに言えば、税務調査のときに根拠や理由が明確である必要はないのです。とにかく追徴課税が取れば勝ち。だからこそ税務調査はよくわからないお化けみたいなのですが、何のことはない。公務員の理屈を理解すれば、彼らの行動原理がわかります。

僕が国税庁を辞めたのは、こうした公務員としての理屈と、自分自身が目指す“税務や会計のスペシャリスト”というものにギャップを感じたからです。同じように税理士さんにもギャップを感じていました。国税の理屈を理解したうえで、顧客の利益を守るために税務調査で戦える税理士がどれだけいるのか。

税理士からすれば、免許をもらっている国税庁に、自らの顧客のために目を付けられたいとは思わないでしょう。だからなのか、迷ったときは顧客が損するような処理をして、国税と争わないようにする人もいるのです。申告是認率の高さを謳う事務所もあって、「申告是認率90%以上」なんて聞くと、よほど税務調査に強いのかと思いますが、全部お客さんが損するように処理していけば、追徴税額なんてかかりません。

国税庁の発表によると、申告是認率は約26.5%、つまり4件のうち1件は何もなしということです。この数字は高すぎ

る。ポリシーの違いもあるでしょうが、それだけ自分のお客さんに税金をたくさん払わせてもいいという税理士が存在しているのだと思います。

現場でもっとも役立つのは
「どこにも書いてないこと」

とはいえ、税理士さんに税務調査のスキルを身に付けろと言うのも酷な話です。そもそも1事務所単位だと、圧倒的に発生頻度が少ない。学ぶ機会もなければ、学んだことを活かす場もないわけです。

とくに、今は専門分野に特化した事務所が多いでしょう。相続税やIPO支援、組織再編……分野はさまざまですが、専門分野に強ければ強いほど、細かい論点に精通している反面、全体像はわかりにくくなります。税務調査はすべての分野で発生する「全般」ですから、業務に特化することと税務調査に強くなることは、むしろ相反する関係性なのです。

また、日本の税制が複雑で、毎年のように法改正があるという問題もあります。専門分野のアップデートだけでも手一杯なのに、税務調査のアップデートまではなかなか追いつきません。

さらには、体系化しにくいと、正しい税務調査の対応方法も知られていない。現場で問題になるのは各論です。たとえば「反面調査の断り方」「グレーゾーンの反論方法」「申告書の受理から調査先の選定の流れ」などは、法律にも市販の書籍にも書かれていませんが、現場ではこうした「どこにも書いてない内容」がもっとも役に立ちます。これを知らずに税務調査で交渉すると、顧客の不利益に



つながりやすくなってしまいます。 「オフバラー税務調査」は、こうした問題をすべて解消するという役割を担っています。

満足度の高いマッチングが
可能なワケ

ところで、みなさんは顧客がもっとも満足する「紹介」の条件をご存知でしょうか？ おそらく次の3つが揃ったら、高い満足度が得られるはずですよ。

1つめは家から近いこと。今はメールやチャットでコミュニケーションはとれますが、何かあったときのために、遠いよりは近いに越したことはありません。

2つめは年齢が近いこと。コンサルタントなどにも言えますが、経営者と税理士の年齢がかけ離れていると、ちょっと話が噛み合わない。一般的に税理士事務所の顧客は、所長の年齢のプラスマイナス5歳がいいと言われています。

3つめは知識・経験があること。とはいえ、これは顧客からはわかりにくい。自分のかかっているお医者さんが普段からちゃんと勉強をしているかがわからないのと同様に、その税理士さんに知識と経験があるかは、外からはなかなかうかがい知れません。

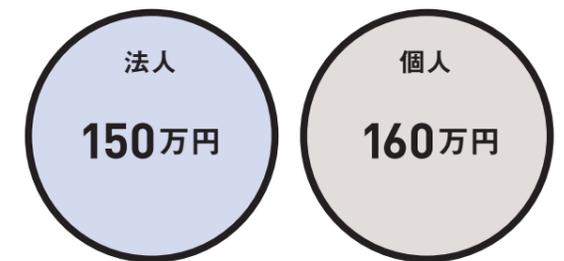
ところが、僕らには税務調査を専門的に勉強している税理士さんがわかるのです。さらに、そういう人がどこに住んでいて、何歳くらいなのかもわかります。地域、年齢、経験・知識の3つでお客さんとマッチングができるわけです。

僕は、自分のお客さんに多くの税金を払わせておけばいいという税理士さんがいたら、やはり残念に思います。そのために、きちんと戦える税理士さんを育てたい。そして、そういう税理士さんを必要とする方たちにも価値を届けたい。それこそが、顧客も税理士も両方が幸せになれる道だと信じています。

税務調査を受ける確率



追徴税額の平均



この数字を多いと見るか少ないと見るか。調査を受ける確率はそれほどでもないが、いざ調査を受けたら高額な追徴税額に。もちろん故意に不正計算をおこなっている会社が追徴税額を押し上げているという側面もありそうだが、決して無視できない金額だ

※総務省統計局「平成26年経済センサス」、国税庁「平成26事務年度 法人税等の調査実績の概要」
「平成26事務年度における所得税及び消費税調査等の状況について」より概算を算出

相続税
申告危険が潜む相続税申告に
二重のリスクヘッジを

「オフバラー 相続税申告」を担当するチェスターの山森氏の話からは、相続税申告にまつわる2つの重大なリスクが見えてきた。それは“申告ミス”と“顧客流出”だ。どのようなケースでそれが問題となるのか、ここでしっかり把握しよう。

税理士法人チェスター 営業本部長 山森重寿氏

税理士法人チェスター
東京都中央区日本橋室町3-4-7 ヒューリック日本橋室町ビル10階
TEL: 050-6865-5245 URL: <http://chester-tax.com>

訴訟に発展しかねない!?
相続税申告のリスク

新聞を開くと、「相続」に関する記事が毎日のように紙面を賑わしていますね。相続は今、世間の人々にとって非常に身近な話題です。

弊所は創業10年目、会計事務所としてはまだまだベンチャーですが、創業から一貫して相続に絞り、少しずつ顧客を増やしてきました。それが急速に拡大したのは、2015（平成27）年の税制改正のときです。以後、申告件数は毎年1.5倍ずつ増え、去年は1,008件に到達。相続税に特化した事務所としては、日本でも三指に入る規模となりました。

税制改正がなぜ追い風になったかというと、増税によって課税対象者が増え、申告件数が激増したからです。都市部ではなんと約2倍に膨れ上がっています。

でも、相続をきちんと扱える税理士さんは少ないのです。すべての相続税申告件数を全員の税理士で分けたら、1人あたり年間1.25件にしかありませんから、我々のように特化した事務所がある一方で、年に一度もやらないという方も非常に多いのです。そんなわけでノウハウや経験が蓄えられず、税理士によって申告税額が大きく変わってしまったりするのが相続税申告だと言えます。

たとえば、特例を使えば2,000万円の評価になる不動産を1億円で評価してしまい、税額が増えてしまったというケース。納税額が多すぎた場合、税務署に更正の請求を出すことで還付される仕組みがありますが、最近はこの相続税還付を手がける事務所さんもあるほどです。

お客様からすれば、いくら税金が戻ってくるといっても、本来、払う必要のなかったお金です。しかも、それを取り戻すのに別の税理士に依頼すれば、税理士費用までかかってしまう。最初に依頼した税理士さんへの信頼はガタ落ちでしょう。相続税に強くない税理士さんの場合、そういうことも起きてしまう。

私はお医者様に例えてお話することが多いのですが、普段お世話になっているお医者様がいたとしても、心臓の難しい



手術は専門医を頼るでしょう。相続税申告には、内科医に外科の手術をお願いするのと同じくらいのリスクがあります。申告ミスを犯せば、正しい納税ができず、税務調査や訴訟へと発展することもある。税理士にもお客様にもリスクが高いのです。

相続税は顧客流出の
きっかけにも

相続には、もう1つリスクがあります。それはライバルが変わってきているということです。お客様に相続が発生したとき、ライバルはどこになるか。もちろん、自分と同じような税理士かもしれません。でも、今はさまざまな企業が相続ビジネスに参入しており、相続をきっかけに顧問先を奪われてしまうことがあるのです。

そのなかには、かなり早い段階で相続案件の発生を知り得る企業も存在します。

そのとき、税理士側が「どう対応しよう……」とまごまごしていたら、洗練された営業部隊を持つ企業があつという間に入ってきます。そして、提携の税理士さんを紹介するわけですね。

相続は全財産を把握しないと正しく申告できませんから、税理士はきめ細かにフォローします。それで相続人と仲よくなり、以後の顧問契約も含め、新しいお付き合いが始まってしまいます。そういうケースが今、非常に増えています。

つまり、相続は顧客流出のきっかけになりやすい。そのとき、我々のような専門事務所に相続に関わる業務のみご依頼いただければ、クオリティの高いお手伝いをしたうえで、顧問税理士さんには本来の業務をお返しできます。“申告ミス”と“顧客流出”、二重のリスクヘッジになるわけです。

もちろん、この仕組みは相続に詳しい

税理士さんにとっても利点があります。普段はご自身で手がけておいて、確定申告など繁忙期と重なってしまったときや、あまりノウハウが蓄積できていない規模の案件が来たときだけ「オフバラー」を使うという具合に、選択肢を増やして副収入を得ることができるからです。

実際、弊所が昨年手がけた1,008件のうち、士業の先生からのご紹介件数は非常に多く、その大半がリピートです。「オフバラー」は、同じ税理士であってもそれぞれ専門分野が違うために、競合ではなく協業できるというのが特徴です。

「紹介」という提案も
コンサルティングの1つ

弊所では4月から、社長さんがご存命のときから相続人の方々も交えて相続を考える「事業承継」の提携サービスをスタートします。相続税と同様、一般の税務は顧問税理士さん、事業承継の部分だけを弊所が担当する仕組みです。当然、事後より事前のほうが対策がとりやすく、効果も大きくなりますが、そのぶんシミュレーションは難しい。その点、弊所には膨大なノウハウがありますので、長いスパンで見たとときにもっとも効果的な手が打てるようにお手伝いできます。

今後、AIの台頭のなかで、税理士にもっとも求められるようになるのはコンサルティング能力でしょう。相続や事業承継といった案件が発生したとき、お客様に「専門事務所の紹介」という手が打てるのも、1つのコンサルではないでしょうか。まさに、ご自分の持つアイテムが1つ増えたつもりで「オフバラー」を活用していただければと思います。

年間相続税
申告件数
約10万件

÷

税理士
事務所数
2.8万軒

÷

税理士事務所
1軒あたりの
年間相続税申告件数
約3.5件

税理士事務所1軒あたりで見ても、年間の相続税申告件数はわずか3~4件にしかならない。この数字を見る限り、相続税申告についてはまったく未経験の税理士も多いであろうことが予想できる

※国税庁平成27年事業年度発表資料と総務省「平成26年度経済センサス基礎調査」より概算を算出

4
free
で解決

検索サービス

今後、会計業界でも、顧客が会計事務所を探すときには検索サイトの利用が主流になると予測される。それを見越して、freeでは検索サービスを強化。会計事務所単体ではハードルが高いウェブマーケティングやSEO対策がfreeの検索サービスを利用することで、労力なくおこなえるように！

★SEOのスキルがなくても、ウェブマーケティングができる！

★自分にピッタリのクライアントがたくさん見つかる！



今後は検索サイトが 税理士選びの主流に

freeにはユーザー向けに、free対応の税理士・会計士・社労士事務所を紹介するサイトがある。住んでいる地域やサポートしてほしい内容、年齢や性別といった条件から、ユーザーと認定アドバイザーをマッチングするサイトだ。

freeでは、今このサイトのリニューアルに力を入れている。現状では主にfreeユーザーに向けたサービスだが、今後目指すのは、「税理士を探してネット検索をした人が、みんなfreeのアドバイザー検索サイトにたどり着く」ようにすること。

「たとえば、HOME'SやSUUMO（スーモ）といった賃貸情報サイトをイメージしていただくとかわりやすいですね。賃貸物件を探したいとき、今は“地域名＋賃貸”などで検索して、有名賃貸情報サ

イトから物件を選ぶことが多いですね。不動産屋さんも、自社でホームページを持っていても、集客は賃貸情報サイトを通じてしています。会計業界もそれと同じで、今後は検索サイトで税理士選びをするのが主流になっていくでしょう。freeの検索サービスもそこを狙っています」

こう語るのは、ウェブマスター（サイトのデザイン、開発、マーケティング等の管理者）として、freeのさまざまなサイトの構築や改善を手がけ、今回のリニューアルも担当している諏訪拓生。過去には、彼のSEO（検索エンジン最適化）の手腕によってfreeのサイトの検索順位が大幅に上昇し、ネット検索で流入してくる人数を6倍にしたという実績を持つ。

ここで、SEOについて簡単に説明しておこう。SEOとは、グーグルやヤフーといった検索エンジンで、特定の

キーワードで検索した際に上位に表示されるための対策である。しかし、順位を上げる要素は多様化・複雑化しているうえ、そのアルゴリズムは検索エンジン側が決めているため、単にキーワードを散りばめたコンテンツを出せば必ず効果が出るというものでもない。素人ではなかなか一筋縄ではいかない分野だ。

「freeでは会計や労務にまつわる1万個ほどのキーワードについてSEO対策を施しています。ただ、今までは地名で税理士さんを絞るといったキーワードまでは対策に入っていなかったんですね。しかし、今後はユーザーと税理士さんをマッチングすることがfreeのマーケットの拡大にもつながり、さらにユーザー側にも税理士さん側にもメリットがあると明確に見えてきたので、アドバイザー検索サイトのSEO強化に注力しているところ。すべてのキーワードで1位を目指せるように頑張っています」



検索サービスで表示される事務所ページもリニューアル。より見やすい仕様に ※開発中のためイメージは変更になることがあります。

ウェブマーケティングは freeにお任せ！

今回のリニューアルにはもう1つ目的がある。それは、会計や税務についての情報を総合的にユーザーに提供できるサイトにする。たとえば、「地名＋税理士」と検索した人は、「税理士さんを探したい」という明確な意思を持っているケースが多いが、「節税＋税理士」「起業＋税理士」などの場合、単に情報収集をただしたいというケースも多い。

そのとき、そういう人がしっかり情報収集できるサイトにしておくことで、税理士に依頼する一歩手前のニーズまですくい取って、ユーザーへの貢献度とアドバイザーの露出度を高めようというわけだ。

「将来的には、ユーザーが知りたい情報をどんどん拡張して、“ここに行けば何でもわかる”というサイトを構築したい。

たとえば事例やインタビューを掲載したり、専門家に寄稿していただいたりすれば、ユーザーと税理士さんのつながりを強化することにもつながります」

freeの検索サイトは、これまでも会計事務所の集客に貢献できる仕組みだったが、今後はそれがより強化されることになる。すでに取り組みは始まっており、今後は蓄積されたデータをもとに順次、改善を施していく予定だ。

会計や税務といった専門性が高い仕事だからこそ、マーケティングやSEO対策といった「集客」にまつわる業務を苦手とする会計事務所は多い。しかも、その効果的な打ち手は日進月歩で変化していくため、会計事務所が個別で実行するには大変な労力がかかってしまう。

でも、世の中に広く自社の価値を訴えていくには、もう「苦手」とは言っていない状況になってしまった。そのとき検索サイトなら、あれこれ労力をかけ

ずに事務所のアピールができるので、安心してコアサービスに邁進できる。検索サイトのなかで上位に表示されるほど、威力もどんどん大きくなる。

「ここ数年でさまざまな税理士検索サイトが伸びてきています。今はまだ、個別の会計事務所が検索エンジンで上位に表示されたりしますが、いずれ検索サイトに取って代わられるでしょう。過去、不動産業界でもEC業界でも同じ流れが起きました。会計業界でもそれを見据えて、今から検索サイトの利用を考えておくべきです。そのためのポイントは、アドバイザー制度の活用はもちろん、お客様が我々のサイトから事務所のサイトに飛んだときに、自社の強みやメッセージをきちんと伝えられるホームページを準備しておくことも大切です」

まさにウェブマーケティングという強みを活かして、ユーザーと会計事務所の間架け橋になる検索サービス。ご期待あれ。

事務所内経理に 会計freeeを活用してみよう!

顧問先から「会計freeeを導入したい」と相談されたが、これまで別会社の会計ソフトを使っていたので、会計freeeの使い方がよくわからない……。そんな会計事務所のみさんにオススメしたいのが、事務所内経理の会計freee活用です。ために自社で利用してその使用感を確かめておくことで、顧問先の会計freee運用をトラブルなくスムーズに進められます!



こんにちは、高木です。
今回は「債権管理」について
ご説明します。
ナビゲーター 高木 悟

債権管理の工程

STEP1 売掛金の計上

会計freeeの請求書機能を利用しましょう。請求書を作成すれば、売掛金の仕訳も自動で計上されます。請求書機能を利用していない場合は、取引データのインポートで売掛金を一括計上しましょう。

STEP3 売掛金残高の確認

売掛レポートから確認します。会計freeeを使うと、残高ベースではなく個別債権ベースで消し込みを行うことができます。個別債権管理ができるので、未回収債権が売掛レポートで一目瞭然です。

STEP2 入金の確認と消し込み

入金確認は銀行口座を同期させ、入金明細で行います。収納代行サービスを利用している場合は、そこから出力されるCSVファイルを会計freeeにインポートして確認しましょう。消し込みは「自動で経理」から行います。摘要の名称から消し込みを行うこともできるので便利です。収納代行サービスを利用している場合も、入金確認のときと同じように、CSVファイルを会計freeeにインポートして「自動で経理」から消し込みます。

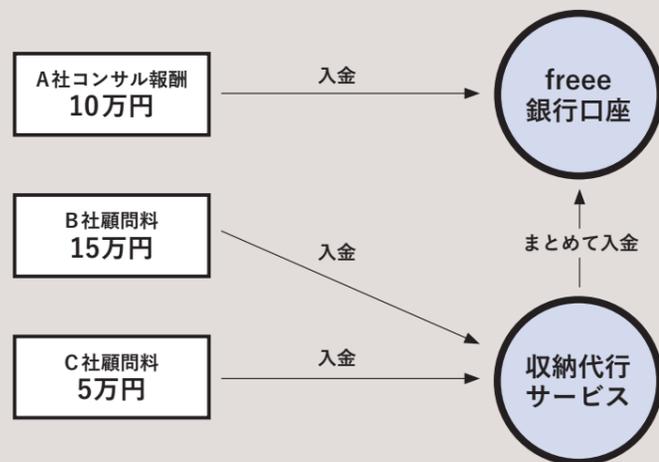
大まかな作業工程は以上の3STEPです。ただし、決算料やコンサルティング報酬など個別に請求書を発行する場合と、毎月の顧問料等で収納代行サービスを利用している場合では、入金の確認と消し込みの作業内容が少し異なるので注意しましょう。

実際に会計freeeを使ってみよう!

それでは会計freeeを使って、以下の事例の会計処理の作業を行います(右はイメージ図)。

事例

A社には10万円のコンサル報酬、B社には15万円、C社には5万円の顧問料を請求する。A社分はfreee銀行口座に、B社とC社分は収納代行サービス経由でfreee銀行口座にまとめて入金される。B社とC社の入金額は、合計した顧問料20万円から手数料500円を差し引いた19万9,500円。



STEP1 売掛金の計上

請求書の作成は、会計freeeの[取引]から[請求書]→[請求書を作成する]に進み、請求書入力画面から取引先名や金額などを入力して[発行]をクリックすればできあがります。この請求書機能を利用すれば、請求書ごとに自動的に仕訳が計上されるので、仕訳計上の手間がなくなります。

毎月の顧問料など定期的に発生する請求書については、定期請求書機能を使えば自動で請求書を作成することができます。口座引き落としなどで請求書を発行しない場合は、エクセルインポートなどであらかじめ売掛金を計上しておきましょう。

定期請求書機能を設定する



請求書に繰越金額を入力することもできます。



- 1 会計freeeの[取引]から[請求書]に進み、[テンプレートと定期請求設定を変更する]をクリック。
- 2 [定期請求書を登録する]をクリックして、定期請求のタイトルと請求先情報、請求日などを入力し、[開始する]をクリック。発行月は1カ月ごと、3カ月ごと、6カ月ごと、12カ月ごと、発行日は1日、5日、10日、15日、20日、25日、月末から選択可能。
- 3 請求書画面が表示されるので、[請求内容の入力]をクリックして、金額などを設定する。

繰越金額がある場合



- 1 請求書画面の左側にある[レイアウトを変更する]をクリック。
- 2 レイアウト選択画面から[繰越金額欄あり]を選ぶ。
- 3 [繰越金額]欄に金額を入力する。

支払い方法を変更する場合

請求書の支払い方法を口座引き落としに変更することもできます。請求書画面の左側にある[支払方法入力]をクリックすると、[振込払い]か[口座引き落とし]の選択画面が表示されるので、そこから変更しましょう。

作成した請求書の送信・郵送

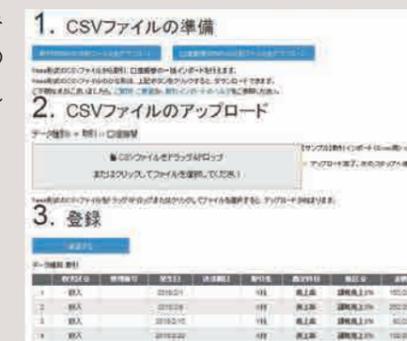
作成した請求書は、次の3つの方法で取引先に送付することができます。

- 1 会計freeeの画面からオンラインで送信
請求書画面から[web共有]もしくは[メール添付]で行います。
- 2 会計freeeの画面から郵送(有料)
会計freeeから直接郵送代行サービスを利用することもできます(1通150円<税別>から)。作成した請求書の「印刷」「封入」「切手貼付」「投函」を一環して代行してもらえます。
- 3 PDFファイルをダウンロードして任意の方法で送付
請求書のPDFをダウンロードして、メールやチャットから添付して送付します。

請求書機能を利用しない場合

会計freeeの請求書機能を利用しない場合は、取引データのインポートであらかじめ売掛金の取引を登録しておきましょう。

- 1 [取引の一覧・登録]から[取引データのインポート]に進む。
- 2 [CSVファイルのアップロード]から取引データをアップロードする。
- 3 下に確認画面が表示されるので、問題がなければ[登録する]をクリックする。後ほど消し込み作業を行う必要があるので、未決済で取り込まれているか確認する。



STEP2 入金の確認と消し込み

顧問先からの入金確認と消し込みは、収納代行サービスを利用しているかどうかで作業内容が異なります。

収納代行サービスを利用していない場合（自社の銀行口座に直接顧問料が入金される場合）

1 入金を確認する

入金を確認するために、自社で利用している銀行口座を会計freeに同期します。オンラインバンキングを利用していない場合には、通帳データ化サービスを利用し、入金明細をCSVデータにして会計freeにアップロードしましょう。これによって、会計free上で入金確認が行えます。

2 売掛金を消し込む

- 1 [自動で経理]の[未処理]をクリック。
- 2 STEP1で登録した取引をクリック。
- 3 [未決済取引の消し込み]のタブを選び、該当する取引にチェックを入れて[登録する]をクリックすることで、登録した売掛金を消し込むことができる。

これは便利ですよ！



摘要を使って消し込みを自動化する

左のやり方では、1件ずつ消し込みを判断する必要があるので作業が少し煩雑ですが、こうした作業を自動化できる「自動登録ルール」という機能があります。これを使うと、入金明細の摘要をキーにして消し込みを推測できます。

例えば、摘要欄に「エーシャ(カ)」と記載がある入金明細が会計freeに取り込まれた際に、取引先に「A社」と付いている未決済取引を自動で推測してくれます（入金差額864円[※]の範囲内）この機能を利用すれば、推測されたものを確認して消し込むかどうかを判断するだけでいいので、作業を効率化できます。

※振込手数料との差額の最大値

自動登録ルールの作成方法

- 1 [取引]の[自動で経理]に進み、画面上にある[自動登録ルールの設定]をクリック。
- 2 [新規作成]をクリックすると、作成画面が表示される。
- 3 [この条件に一致した時]から[消し込みを推測する]を選び、[取引内容]を「エーシャ(カ)」、[取引先]を「A社」と記入して[作成する]をクリックする。



収納代行サービスを利用している場合（収納代行サービスから毎月1件の入金明細で入金される場合）

毎月の顧問料を口座引き落としにしており、税理士協同組合の収納代行サービスなどを利用している場合、毎月の入金明細には複数の取引がまとめて1件として表示されます。今回の事例で言うと、B社とC社の入金はまとめて1件として扱われ、これらの売掛金が未回収だと、会計free上で確認するのが難しいので消し込むことができません。こうした場合には、次のように売掛金を消し込むようにしましょう。

1 便宜上の売掛金口座を作成する

収納代行サービスのCSVファイルをアップロードするために、便宜上の売掛金口座を作成します。

- 1 [口座] → [口座を登録] → 画面下部にある[資産の口座を登録]をクリックして、「売掛金口座」という口座名で登録する。
- 2 [設定] → [勘定科目の設定]に進み、勘定科目カテゴリーを「売上債権」に、決算書の表示名を「売掛金」に変更する。

2 収納代行サービスのCSVファイルを売掛金口座にアップロードする

作成した「売掛金口座」に収納代行サービスからダウンロードしたCSVファイルをアップロードします。

- 1 トップ画面の左側に並んでいる口座から、「売掛金口座」の「今すぐ明細アップロード」を選択し、CSVファイルをアップロードする。
- 2 アップロード後は、売掛金口座にB社とC社の入金がそれぞれ表示されるようになる。あとは収納代行サービスを利用していない場合と同様に、売掛金を個別に消し込んでいく。

3 まとめて入金された際に「口座振替」の処理を行う

これで収納代行サービスからの入金明細がまとめて1件で取り込まれます。

この入金明細は無視せずに、「売掛金口座」と「口座振替」の処理を行います（振替元を「売掛金口座」にし、振替先を「free銀行口座」にする）。

収納代行サービスから手数料が差し引かれている場合には、「手数料」欄に手数料部分を入力します。

なお、2と3の作業は毎月行う必要があります。



STEP1～STEP2の会計処理を仕訳で表すと……

1 請求書を発行したとき（または売掛金を計上したとき）

売掛金 100,000円 / 売上高 100,000円 A社
売掛金 150,000円 / 売上高 150,000円 B社
売掛金 50,000円 / 売上高 50,000円 C社

2 自動で経理より消し込み処理をしたとき

free銀行口座 100,000円 / 売掛金 100,000円 A社
売掛金口座 150,000円 / 売掛金 150,000円 B社
売掛金口座 50,000円 / 売掛金 50,000円 C社

3 収納代行サービスから手数料が引かれてB社とC社の入金がまとめて行われ、「口座振替」の処理をするとき

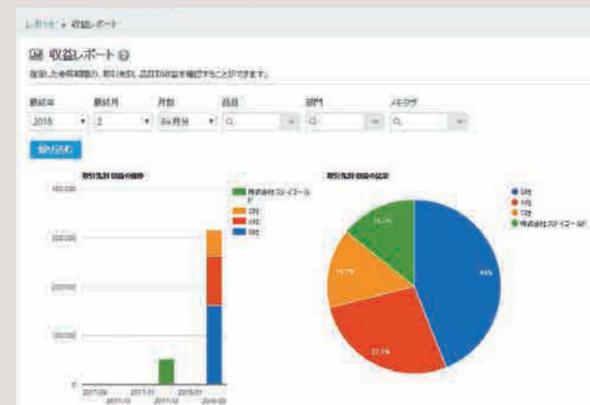
free銀行口座 199,500円 / 売掛金口座 200,000円
支払手数料 500円

STEP3 売掛金残高の確認

会計freeを使ってSTEP1、STEP2の作業をしておけば、個別債権の管理ができるようになり、取引先ごとの未回収の売掛金残高が一目瞭然となります。

取引先別の売掛金をグラフで表示

[レポート] → [売掛レポート]を確認すると、取引先別の売掛金をグラフで確認できます。



いつの売掛金が未回収かを表示

左の円グラフの下には、取引先ごとに「どの段階で発生した売掛金が未回収なのか」の表が掲載されており、これは売掛金の年齢表のように利用することができます。

取引先	2017.09	2017.10	2017.11	2017.12	2018.01	2018.02	合計 (2017.09 - 2018.02)
A社	0	0	0	0	0	140,000	140,000
B社	0	0	0	0	0	150,000	150,000
C社	0	0	0	0	0	50,000	50,000
未回収の売掛金	0	0	0	11,000	0	0	11,000
合計	0	0	0	11,000	0	340,000	340,000

そのほか、決済期日に近い売掛金の一覧や、売掛金の取引先別内訳なども確認できます。

なお、会計freeは債権管理のほかに債務管理や人事労務業務にも利用可能です。



“思い先行”の経営者の方々を支援したい 「社会福祉法人 with freee」 開発秘話

会計 freee をベースに、社会福祉法人(以下「社福」)向けの拡張アプリを開発中の税理士法人ゆびすい。もともと全国2万社の社福のうち約800社を顧客に持ち、社福会計に特化したシステムを開発していたゆびすいが、freee との共同開発によって、そのシステムを進化させる取り組みだ。このプロジェクトに携わるゆびすい社員3名に、開発に寄せる思いを聞いた。

社会福祉法人とは？

社会福祉事業を行うことを目的に社会福祉法にもとづいて設立された公益法人のこと。法人数は全国で約2万法人あるという。その事業はおもに「児童福祉事業」「老人福祉事業」「障がい者福祉事業」の3つで、具体的には認可保育園や特別養護老人ホームなど。従業員数は30人前後で、いわゆるスモールビジネスの株式会社くらいの規模の法人が多い。



ゆびすいでは、税務・会計以外にもさまざまなサービスを提供している。これは他社と共同で開発したアプリのパンフレットで、PCやスマホを使って、園と保育士、園と保護者とのコミュニケーションを深めることができるというサービス



写真左から、野口貴彦氏(チーフ)、増口敦彦氏(東京支店 リーダー)、赤田貴志氏(東京支店 社員・税理士)

税理士法人ゆびすい

〒590-0026 大阪府堺市堺区
向陵西町 4-5-5 ゆびすいビル
TEL: 072-238-0171 FAX: 072-222-0175
https://www.yubisui.co.jp/group/organization/tax



社福へは2000年度の新会計基準の導入を契機に関与。会計・税務以外に設立・登記、給与計算・規則作成も支援しており、現在の顧客数は800ほど。

専門家でないに対応できない 特殊な社福の会計

税理士法人ゆびすいは、税理士・会計士・司法書士・社会保険労務士・中小企業診断士など約250名の専門家を擁するゆびすいグループ7法人の中核法人である。1946年に大阪府堺市に経理事務所を開業してから70年を超え、現在では国内8拠点に展開、顧客数は約4,500社を誇る。

同社が特殊なのは、顧客の半数近くが学校法人や社福、宗教法人などの公益法人である点。今回取材した社員の3人によると、同社では積極的に公益法人向けの会計のシステム化を進めており、さらなるサービスとしてクラウド化の導入を決め、「社会福祉法人 with freee」(システムについては右ページ下参照)を開発することになったという。

「もともと公益法人向けの会計ソフトは弊社独自でつくっていましたが、このソ

フトはPCにインストールして使用するものです。そうすると、複数の施設を展開している場合、会計データの扱いに手間がかかるという問題がありました。これを解消するためにクラウド化を検討しましたが、独自でおこなうのは技術的に難しいと。そんなときに、一般企業ではクラウド会計ソフトの導入が進んでおり、これを公益法人用に使えないかと考えました。弊社の顧客である公益法人のなかで、社福は施設数と施設利用者の増加により、現場だけでなく事務でも人手が足りず、会計処理も複雑化しているという状況だったので、まずは社福から進めることになり、freeeさんに提携を持ちかけさせていただきました」

社福の決算書には、損益計算書と貸借対照表に加えて、資金収支計算書という独自のものがある。税務・会計に携わっている専門家からすると、一般の会計ソフトではこれに対応するのが非常に難しいようだ。

「資金収支計算書とは一般企業で言うところのキャッシュフロー計算書に当たり、各施設に現在、流動的なお金がどれくらいあるかを示す指標です。これを直接法で作成しなければならないので、手作業でおこなうのは限界があり、システム化する必要があります」

もともと社福の会計作業は施設長などが自力でおこなうことが多かったようだが、年々業務が複雑になっており、専門家以外の人を手軽に決算書を作成するのはほぼ不可能であるという。

「企業が福祉事業に参入できる環境になってから、これまでのような不明朗会計ではいけないという声が高まってきました。その結果、2000(平成12)年に会計基準が大きく変わったのです。これまでは1施設ならば決算書はA4用紙数枚で済んでいましたが、いまは何十枚もの書類が必要になりました。その結果、近隣にいる知り合いの税理士の先生などにお願いするケースが増えましたが、こう

した先生方も社福の会計を専門としているわけではありませんで、対応に困っているということもよくお聞きします」

社福特化の利点を活かして 手厚いサポートができる

それなら、会計の経験値が浅い方でも使いやすい会計freeeを入口にした社福用の会計アプリを導入すれば、日々の記帳や決算書作成の作業負担は軽減できるだろう。さらに言うと、社福は特殊な制度でさまざまな規制や補助金、予算書作成、所轄庁監査、難解な役所文書などがあり、税務・会計以外にも相談に乗ってほしいという顧客も多い。

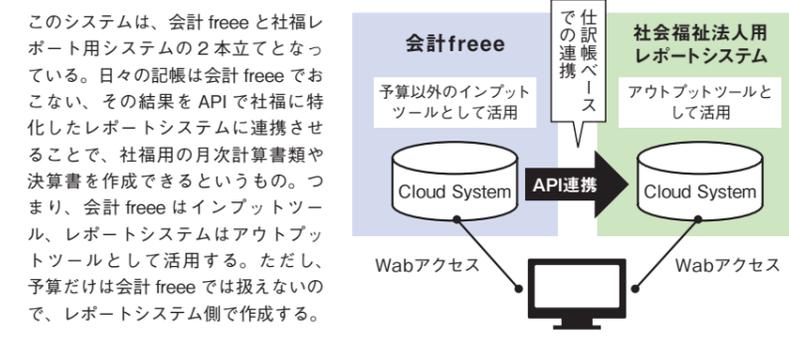
「この業界について理解していないと、ことがうまく運ばないケースは多いですね。弊社の場合は社福に特化していることもあって、業界の情報を収集しやすい環境にあります。常日頃からいろいろな問題点や悩みなどのご相談を法人関係者から受けており、ひとつの解決策が見い

出せたら、ほかの法人にも情報を提供できるので、相乗効果で手厚いサポートがおこなえます。その一例が新施設の開設です。事業計画、資金計画、予算編成、不動産登記業務、所轄庁への認可手続き等のサポートをしています。

社福の経営者は、社会的意義という“思い先行”で自分の私財を法人へ寄附して事業を始めている方が多いです。私たちが通常のサービスを提供しただけで、

そのつど感謝の言葉を口にされます。施設運営も利用者目線でおこなわれているので、同じサービス業として、その“思い”には敬服しています。今回開発した会計アプリは社福に関与している税理士事務所の先生方にも使っていただき、バックオフィスの効率化に貢献できればと考えています。今後も経営者の方々が安心して事業に取り組める環境が広がっていくことを切に願っています」

「社会福祉法人 with freee」のしくみ



freeのいちばん優しい手引書 サポにゃんと一緒に 「決算処理中でも今期の記帳が できちゃう! の巻」

はい、南出税理士事務所... あ黒三毛パンさん!

先生、これ登録していい? いいよってあげたいけど...

一旦確定申告をストップすると難しいな...

えーっと... カラ...

人事労務フリーの機能をマスターした南出

会計フリーで顧問先の確定申告作業中

POINT! 2017年の会計期間を開いた状態でも

2018年の入出金を「自動で経理」から処理できる!

先生、年度を切り替えなくても翌年の取引は登録できるんですの!

サポにゃん!

あつたかい

そのマフラー、気に入った?

もちろん先生が確定申告の作業中に黒三毛パンさんが自動で経理をしても大丈夫なんですの!

このお話の続きはWEBで。これまでの連載分も随時掲載しています。

URLはこちら
<https://info.freee.co.jp/saponyan>



freeの料金プラン ~シンプルで低価格、無料お試しも可能~

会計free

法人プラン		
ライト 1,980円/月(税抜) 19,800円/年(税抜)	ビジネス 3,980円/月(税抜) 39,800円/年(税抜)	エンタープライズ ASK 弊社にお問い合わせください
個人事業主プラン		
スターター 980円/月(税抜) 9,800円/年(税抜)	スタンダード 1,980円/月(税抜) 19,800円/年(税抜)	プレミアム 39,800円/年(税抜) ※年額払いのみ

利用者追加
3名利用まで0円
4名以降の追加料金
月額300円(税抜)/人
年額3,000円(税抜)/人

※スタータープランでは、利用者1名のほか認定アドバイザーのみ追加可能です。

人事労務 free	マイナンバー管理 free	申告 free								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>ライト</th> <th>利用者追加</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1,980円/月(税抜) ※年額プラン選択の場合</td> <td>3名利用まで0円 4名以降の追加料金 月額300円(税抜)/人</td> </tr> </tbody> </table> <p>※ビジネスプランについては弊社にお問い合わせください</p>	ライト	利用者追加	1,980円/月(税抜) ※年額プラン選択の場合	3名利用まで0円 4名以降の追加料金 月額300円(税抜)/人	<table border="1"> <thead> <tr> <th>基本料金</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0円 「会計free(法人プラン)」もしくは「人事労務free」の利用が条件</td> </tr> </tbody> </table>	基本料金	0円 「会計free(法人プラン)」もしくは「人事労務free」の利用が条件	<table border="1"> <thead> <tr> <th>基本料金</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>20万円/年(税抜) ※年額払いのみ</td> </tr> </tbody> </table>	基本料金	20万円/年(税抜) ※年額払いのみ
ライト	利用者追加									
1,980円/月(税抜) ※年額プラン選択の場合	3名利用まで0円 4名以降の追加料金 月額300円(税抜)/人									
基本料金										
0円 「会計free(法人プラン)」もしくは「人事労務free」の利用が条件										
基本料金										
20万円/年(税抜) ※年額払いのみ										

freeの機能一覧 ~ニーズに応じたプラン選択で最適 ERPを実現~

会計free

■業務支援と記帳機能 取引、仕訳のインポート (csvまたはexcel) 基本的な記帳機能 (取引登録、振替伝票) 自動で経理 (銀行・クレカ・その他決済サービス連携) 連続取引登録 (スキャンで経理) 見積書・納品書・請求書、発注書の作成 ファイルボックス (証票類電子保存機能) 在庫棚卸、減価償却計算 (固定資産台帳管理)、家事按分 総合振込依頼ファイル (銀行フォーマット) の作成 定期請求・合算請求機能 経費精算機能 (申告・承認) 電子帳簿保存法対応 (タイムスタンプ無料) 部門別会計、プロジェクト会計 (開発予定)	■決算・分析資料の作成 (CSV、またはPDFで出力可) 貸貸対照表、損益計算書、株主資本変動計算書 販売費及び一般管理費明細書、個別注記表 製造原価報告書 青色申告決算書 仕訳帳、総勘定元帳、試算表 月次推移 (貸借対照表、損益計算書) 収益・費用・損益レポート 売掛・買掛レポート (入出金管理一覧) 現預金レポート、資金繰りレポート 予算管理 (開発予定) 資金繰りシミュレーション (開発予定)	■サポート メールサポート チャットサポート 電話サポート 導入コンサル (まるごと導入サポート) 有償個別相談・対応																
■管理・統制機能 タイムライン (預金残高確認機能) 月締め、年度締め コメント機能 (仕訳、取引証票や取得明細ごとに個別付与) 権限設定、権限管理 仕訳承認・仮締め 仕訳承認履歴保持 全操作履歴保持 その他上場基準に対応した統制機能	■申告・届出 法人税又は所得税の申告書の作成* 勘定科目内訳明細書の作成 法人事業概況説明書、会社事業概況書の作成 消費税申告書の作成 償却資産税申告書の作成 (2018年度申告~) 電子申告* 達人シリーズ連携 (消費税/法人税/勘定科目内訳明細書)	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">法人プラン</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ライト</td> <td>基本機能 + A B D</td> </tr> <tr> <td>ビジネス</td> <td>基本機能 + A B C D</td> </tr> <tr> <td>エンタープライズ</td> <td>基本機能 + A B C D E</td> </tr> <tr> <th colspan="2">個人事業主プラン</th> </tr> <tr> <td>スターター</td> <td>基本機能のみ</td> </tr> <tr> <td>スタンダード</td> <td>基本機能 + A B</td> </tr> <tr> <td>プレミアム</td> <td>基本機能 + A B C D</td> </tr> </tbody> </table> <p>プラン別利用可能機能は以下の通り</p>	法人プラン		ライト	基本機能 + A B D	ビジネス	基本機能 + A B C D	エンタープライズ	基本機能 + A B C D E	個人事業主プラン		スターター	基本機能のみ	スタンダード	基本機能 + A B	プレミアム	基本機能 + A B C D
法人プラン																		
ライト	基本機能 + A B D																	
ビジネス	基本機能 + A B C D																	
エンタープライズ	基本機能 + A B C D E																	
個人事業主プラン																		
スターター	基本機能のみ																	
スタンダード	基本機能 + A B																	
プレミアム	基本機能 + A B C D																	

人事労務 free

■毎月の給与事務 勤怠管理 (勤務カレンダー) 給与計算 従業員による勤怠打刻機能 他の勤怠管理サービスとの連携 給与明細、所得税徴収高計算書の内容の作成 総合振込依頼ファイル (全銀フォーマット) の作成	■その他関連書類の作成 法定三帳簿 (資金台帳、出勤簿、労働者名簿) の作成、保管 月額変更届、算定基礎届の作成 労働保険の年度更新の申告書作成、算定基礎賃金集計表	■サポート メールサポート チャットサポート 電話サポート						
■年末調整 扶養控除等 (異動) 申告書の作成 保険料控除申告書 兼 配偶者特別控除申告書の作成 住宅借入金等特別控除申告書の内容入力 源泉徴収票の作成 給与支払報告書の作成 法定調書合計表 (給与所得の源泉徴収票合計表) の計算 法定調書の電子申告*	■入退社手続き 健康保険・厚生年金保険被保険者資格取得届の作成 健康保険・厚生年金保険 被保険者資格喪失届の作成 健康保険被扶養者 (異動) 届の作成 国民年金第3号被保険者にかかる届書の作成 雇用保険被保険者資格取得届の作成 雇用保険被保険者離職証明書の作成 退職者の源泉徴収票の作成	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">プラン別利用可能機能は以下の通り</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ライト</td> <td>基本機能のみ</td> </tr> <tr> <td>ビジネス</td> <td>基本機能 + *</td> </tr> </tbody> </table>	プラン別利用可能機能は以下の通り		ライト	基本機能のみ	ビジネス	基本機能 + *
プラン別利用可能機能は以下の通り								
ライト	基本機能のみ							
ビジネス	基本機能 + *							

*法人税申告書の作成及び各種申告書の代理送信には【申告free】が必要になります (ただし、個人所得税と消費税e-Tax用ファイル作成は会計freeのみで行えます)。なお、個人所得税申告に関しては納税者本人による電子申告は会計freeのみで行えます。
【料金プラン及び機能一覧】は、2018年3月31日現在のものとなります。2018年7月に料金改定を予定しております。最新情報に関しては弊社にお問い合わせください。



はこんな会社です！

freeには組織として大切だと思っている5つの価値基準が存在します。バックグラウンドもスキルも異なる多様なメンバーが、自身の力を最大限に発揮しつつfreeらしいインパクトを創出できるのは、この価値基準のおかげです。そこで、「みなさんにもっとfreeのことを知ってもらいたい」——そんな想いを込めて、この価値基準を1つずつご紹介したいと思います。今回ご紹介するのは、freeの成長の鍵となる「アウトプット→思考」です。

組織に根差す5つの価値基準

理想ドリブン

理想から考える。現在のリソースやスキルにとらわれず挑戦し続ける。

アウトプット →思考

まず、アウトプットする。そして考え、改善する。

あえて、共有する

人とチームを知る。知られるように共有する。オープンにフィードバックしあうことで一緒に成長する。

Hack Everything

取り組んでいることや持っているリソースの性質を深く理解する。その上で枠を超えて発想する。

本質的(マジ)で 価値ある

ユーザーにとって本質的な価値があると自信を持って言えることをする。

「アウトプット→思考」とは／freeでは物事に取り組む際に、まず「アウトプット」し、それに対するフィードバックを得ながら改善して、よりよいものを作り上げていくというアプローチを重視している。これまでの経験則から素早く本気でアウトプットすることで、それが成功するにせよ、失敗するにせよ、いろいろな学びが得られて、貴重な資産が得られる。可能なかぎりアウトプットして改善することが、既存の市場を塗り替えるスピード感と中長期的なクオリティを上げていくfreeの成長の鍵となっているのだ。

Pick up Voice! アウトプット→思考を追求する社員たち



パートナー事業本部
今岡 柁

つねに心がけているのは、1人で時間をかけて完全なものにするのではなく、最初の未完成な段階でも積極的に周囲にアウトプットしていくこと。そのフィードバックを受けながら1ヵ月後に完璧にすればいいのです。私が提案した「freeゼミ」(アドバイザー向け勉強会)もアイデア段階から発信することで動き出すことができました。



プロダクトマネージャー
高木 悟

現在は商品企画の担当ですが、以前はアドバイザーキットをつくったり、この『経営パートナー』を立ち上げたりと、とにかく自分から動いてアウトプットしてきました。ただし、大事なものはその後の改善。まずリリースしてみてもPDCAを高速で回して改善していかないと「進化」はできません。



パートナー事業本部
鷲見大地

上司に人事労務freeの提案をしたところ、「じゃあ、やってみなさい」と担当者に(笑)。担当は私1人だったので、社内外の方を巻き込むことにしました。軽いアウトプットだと軽いフィードバックしか返ってきません。企画段階のプランを手に会計事務所の先生方に直接ご意見をうかがいに行くことで、顧客のニーズをしっかり引き出せたと自負しています。



アドバイザーサポート
小澤知恵

この会社では、誰かが発信したアイデアにまわりがフィードバックを重ねて、サービスや製品がカタチになっていきます。黙っていたら自分の頭の中だけで何も残りません。私も「一度言い出したらもう逃げられなくなる」と覚悟を決めて、アドバイザーへの有償サービスとして画面共有サポートを提案し、実現させました。