

SPECIAL REPORT

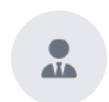
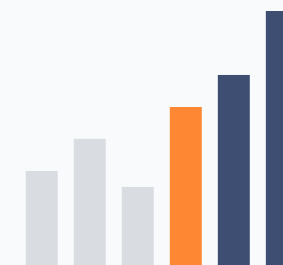
人材育成コンサルタント視点

書籍『税理士ならだれでも年収 3000 万』（池上成満 著）

完全論点整理 レポート

分科会ミーティング形式

衝撃的事実から中核理論、集客戦術、オペレーション革命まで。
人材育成と事業成長のための徹底的な要素分解とアクションプラン。



Presented by

BizPlatform AI Slides

Structure

01 オープニング・衝撃的事実

業界の現実と「年収 3000 万」の根拠

03 集客戦術（都会編）

高競争エリアでのニッチ戦略

05 オペレーション革命

採用・育成・効率化の仕組み

6.5 AI時代の税理士の価値

テクノロジーとの共存戦略

08 分科会ディスカッション

論点整理・計画策定・炎上議論

02 中核理論フレームワーク

経営者マインドセットへの転換

04 集客戦術（地方編）

最短ルート設計と具体的施策

06 成長ステージ別戦略

1億・2億へのスケーリング

07 出口戦略・多様な生き方

事業承継とライフデザイン

9-10 人材育成・総括

内製化提言とアクションプラン

🎯 本日のゴール

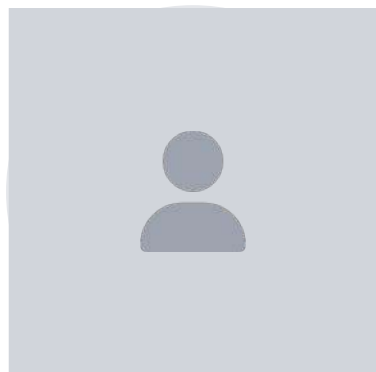
- ✓ 書籍の全論点を網羅的に把握する
- ✓ 自社/自己の行動計画へ落とし込む
- ✓ 実行上の課題（炎上点）を潰す

👤 進め方

Input 事実と理論のインプット（第 1-7 部）

Focus ディスカッションと計画（第 8 部）

Output アクションの決定（第 10 部）



AUTHOR

池上 成満

IKEUE Narimitsu

保有資格・肩書

- ✓ 税理士
- ✓ 不動産鑑定士
- ✓ 税理士法人ステラ 代表社員

宮崎県最大級

400 社

顧問先数

業界平均の5倍

50 名

従業員数

最短達成

1 億円超

年商規模（上位8%）

🕒 キャリア・ヒストリー

○ Career Start

不動産鑑定士・東京スター銀行

不動産融資の審査を担当。金融と不動産の専門性を磨く。

○ Level Up

外資系 REIT（不動産投資信託）

アセットマネージャーとして活躍。高度な財務・投資判断を経験。

○ Turning Point

リーマンショックによる会社解散

突然のキャリア断絶。宮崎への帰郷を決意し、ゼロからの再スタート。

○ Success Story

税理士として独立開業 → 11年で急成長

コネなし・金なしからスタート。経営者視点での事務所運営を徹底し、県内最大規模へ成長。

衝撃データ①：年収分布の現実

Industry Reality Check

CONFIDENTIAL
2026-01-23

税理士実態調査における

年収 300 万円未満の割合

24.8 %

「先生」と呼ばれる職業の約 4 人に 1 人が
ワーキングプア水準という衝撃の事実。
資格＝安泰の神話は完全に崩壊している。

税理士の年収二極化構造

年収 300 万円以下 24.8%

※ 登録費・会費等のコスト負担を考慮すると実質手取りはさらに低い

年収 300 ～ 700 万円 約 35%

ここを目指す!

年収 1000 万円超（上位層） 約 40%

⚠ 構造的な問題点

多くの税理士が「経営者」としての視点を持たず、下請け的な「作業者」に留まっていることが本書の目的。

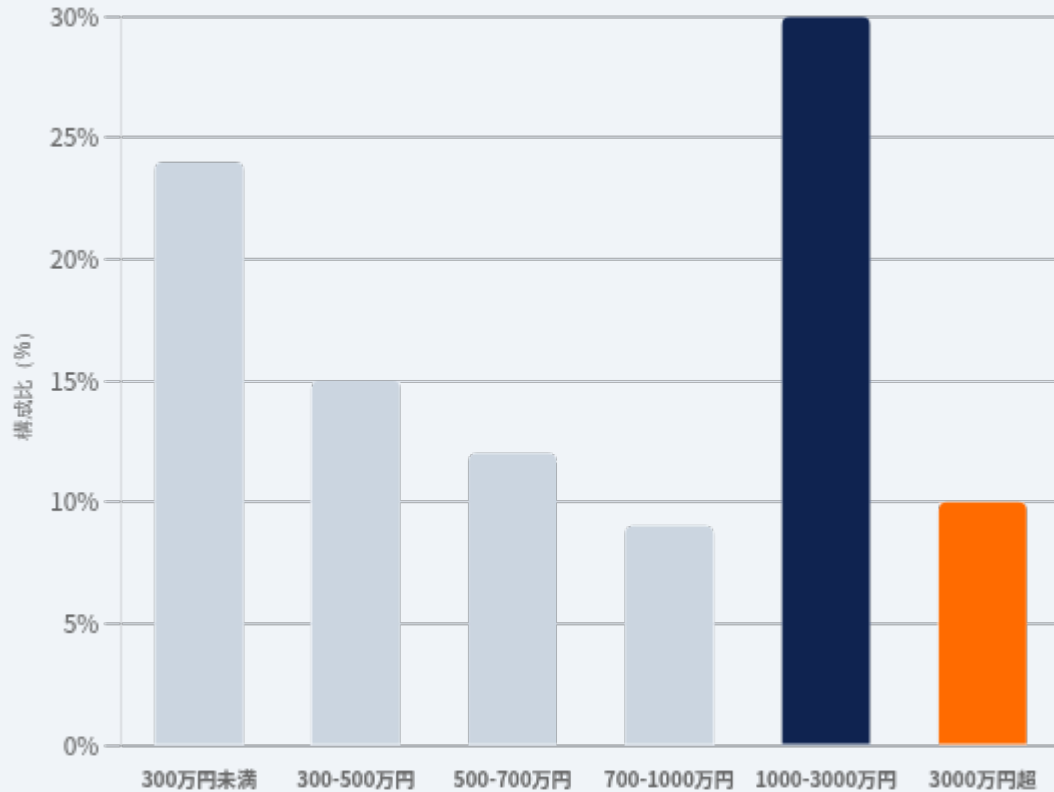
SOURCE 第 6 回税理士実態調査報告書（日本税理士会連合会）より BizPlatform 作成

衝撃データ②：二極化の現実

第1部：オープニング・衝撃的事実



税理士の年収分布イメージ（推計）



※ 業界統計および書籍『税理士ならだれでも年収3000万』に基づく概念図

上位層は「別の生き物」

年収1000万円超の上位層（約40%）と下位層の差は、「能力」ではなく「戦略」と「行動量」にある。



待ちの姿勢（受動的）

紹介待ち、記帳代行に忙殺、低単価でも断れない。「職人」として実務に埋没。



攻めの経営（能動的）

Web/紹介システム構築、高付加価値化、顧客選別。「経営者」として事業を拡大。

結論：再現性のある「勝ちパターン」への移行

誰でも3000万メソッドは、この「上位層の行動様式」を体系化したもの。

業界構造分析：2.5万拠点のピラミッド

🔍 市場の現実

税理士事務所総数

2.5 万拠点

📌 コンビニ店舗数(約5.7万)の約半数。
飽和状態に見えるが、実は構造的な格差が存在。

年商1億円の壁

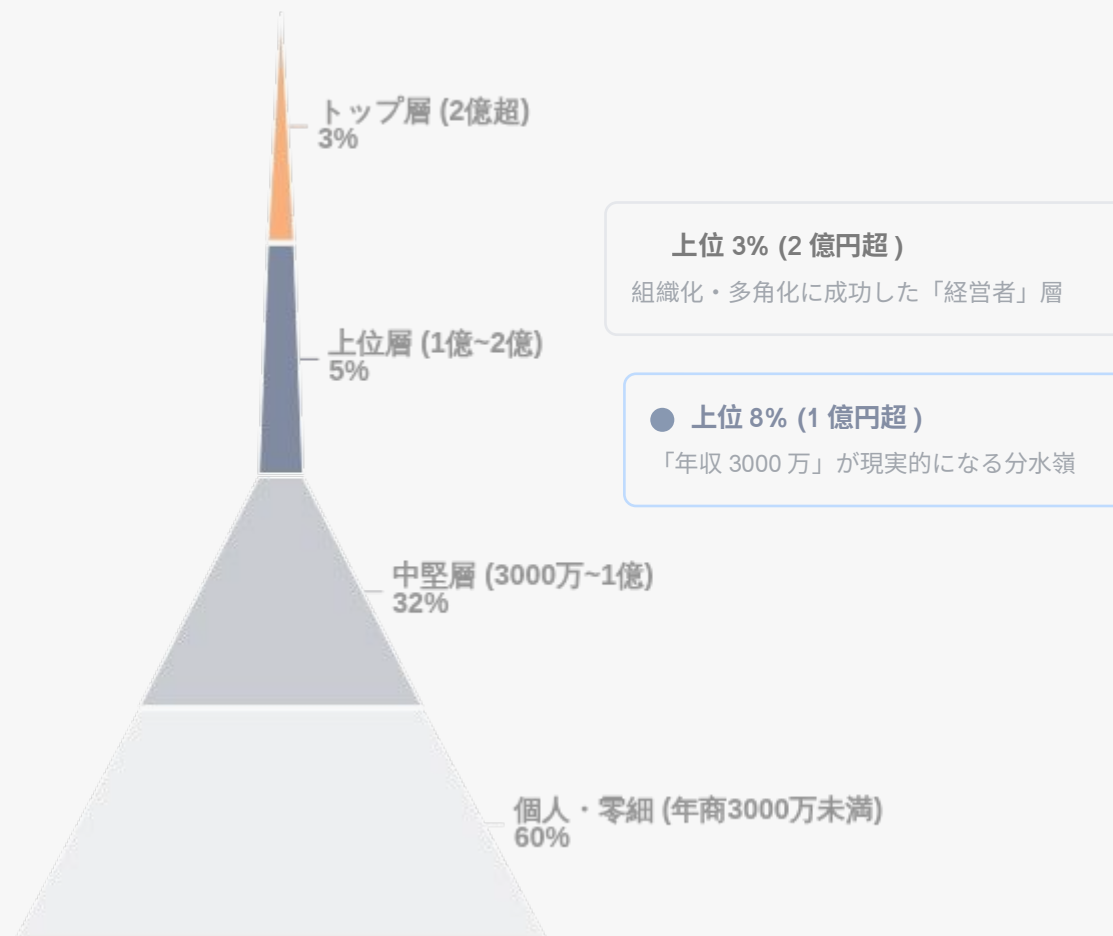
上位 8%

⚠️ 従業員10名以上の規模を持つ事務所は極めて少数。
「個人事業主」から「組織」への脱皮が困難。

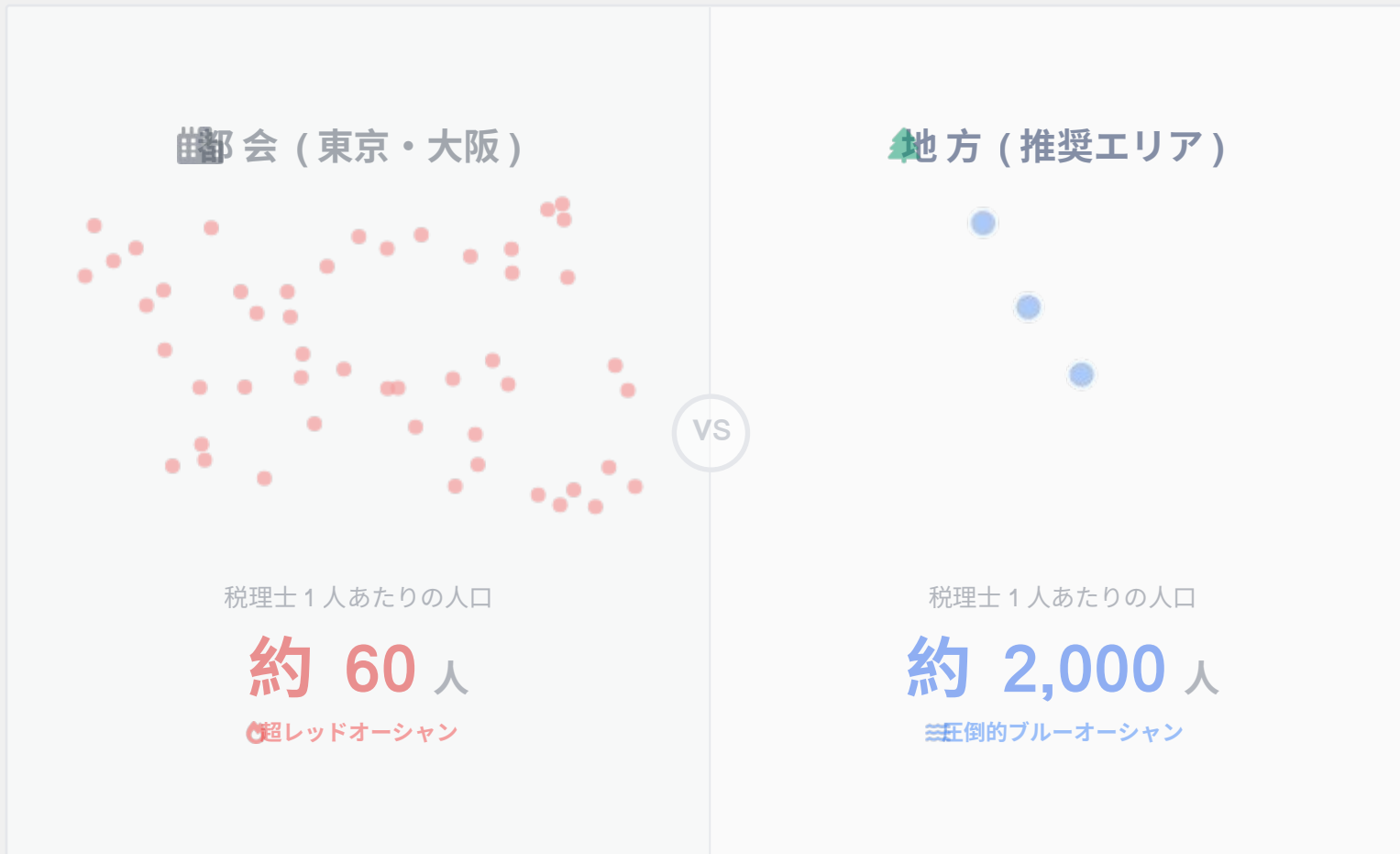
🎯 勝機はここにある

大半が「零細・個人」に留まっているため、
「経営」を取り入れるだけで
上位数%に容易に食い込めるブルーオーシャン。

税理士業界の売上規模ピラミッド構造



都会 vs 地方：決定的すぎる「競合密度」の差



🏆 勝ちやすい土俵選び

なぜ地方が勝てるのか？

- ✓ 競合が圧倒的に少ない
(33倍の市場ポテンシャル差)
- ✓ Webマーケティングが未発達
(簡単な施策で1位表示が可能)
- ✓ 紹介文化が根強い
(信頼獲得後の拡散が早い)

💡 結論

「能力」の差ではなく、
「場所」の差で勝負が決まる。

■ 用語注釈

- **競合密度**：特定エリア内の競争相手の多さ。高いほど獲得コストが増加する。
- **土俵**：ビジネスを行う市場やフィールドのこと。戦略的選択が重要。
- **ブルーオーシャン**：競争のない未開拓市場。対義語はレッドオーシャン（血で血を洗う競争）。

なぜ「誰でも」達成可能なのか

特殊な才能や立地は不要。再現性の高い「設計図」と「実行支援」があれば、誰でも年収3000万円（上位3%）の領域へ到達できるメカニズムが存在する。



池上メソッドの特徴：属人性の排除

「カリスマ性」や「特殊な人脈」に依存せず、論理的なマーケティングと組織化の型（カタ）をインストールすることで、誰でも結果を出せるように設計されている点が最大の特徴。

用語注釈

- ・再現性：誰がいつ行っても同じ結果が得られる性質
- ・メソッド：目標達成のための体系的な方法論

成功の3条件

年収3000万円を達成する「黄金のトライアングル」。
この3要素が揃った時、成功は必然となる。

1 経営者マインド



「職人」から「経営者」へ

- ✔ 税理士業を「ビジネス」として捉える視点転換
- ✔ 投資対効果（ROI）を意識した時間とお金の使い方
- ✔ 自分がいなくても回る仕組み作りへの執着

脱・労働集約型

2 圧倒的行動量



「知っている」を「やっている」へ

- ✔ マーケティング施策の徹底的なPDCA
- ✔ 断られることを恐れないアプローチ数
- ✔ 即断即決・即実行のスピード感

量質転化の法則

3 エリア戦略（地方）



「戦わずして勝つ」土俵選び

- ✔ 競合密度が低い地方都市（人口30-60万人）
- ✔ WEB集客コスト（CPC）の安さ
- ✔ アナログな信頼関係が築きやすい環境

ブルーオーシャン戦略



多くの税理士は「②行動量」だけで勝負しようとして疲弊する。

「①マインド」と「③エリア戦略」という土台があってこそ、行動が成果に結びつく。

KEY INSIGHT

実証された成功モデル

池上式の実績

顧問先数

400 社

※ 業界平均の約 4 ~ 8 倍

年間売上高

年商 1 億円 突破

※ 3 億円視野（13 年目）

組織規模

50 名体制

※ 九州トップクラス



地方（宮崎）で最大規模を確立

🕒 成長の軌跡（タイムライン）

開業・基盤構築

Year 1-3

東京から宮崎へ帰郷。家賃 4 万円のアパートからスタート。ランチェスター戦略に基づき、地方での勝ち筋を模索。

年商 1 億円・顧問 100 社突破

Year 10

集客システムの確立と組織化に着手。記帳代行の効率化とパート活用により、高収益モデルを実現。

地域 No.1 ・ 50 名体制へ

Year 11-13

採用戦略（フルリモート等）の強化とマネジメント層の育成。顧問先 400 社を超え、宮崎県最大規模へ。

離職率の低い組織



「働きやすさ」を最優先にした制度設計

フルリモート・短時間勤務の積極導入

主婦層の戦力化による定着率向上

高付加価値化



単なる記帳代行からの脱却

融資・補助金支援等のオプション

経営者視点でのアドバイザー

実践のための 6 ステップ

本書の理論を単なる「知識」で終わらせず、組織の「血肉」に変えるための具体的なロードマップです。

🎯 本日のゴール

全論点を網羅的に理解し、明日から着手すべき「最初のアクション」を明確にすること。

1 分科会（現状）

本レポートをベースに、関係者全員で現状の課題認識と目指すべき方向性を共有する。

🟢 NOW

2 要素分解

抽象的な戦略を、実行可能なレベル（誰が・何を）まで具体化する。

3 タスク化

分解した要素を具体的な To-Do に落とし込み、担当者や成果物を定義する。

4 スケジュール

期限を設定し、ガントチャートやマイルストーンで進捗状態にする。

5 実行

計画に基づきアクションを開始。週次・月次で KPI をモニタリングし、結果を振り返り、PDCA サイクルを回す。

6 検証

成功要因と失敗要因を分析し次に活かす。

Key Takeaway

「勝ちやすい土俵」を選び、
税理士業を営む経営者として戦う準備へ

Current Phase

🔍 現状認識

- ✓ 税理士業界は二極化が進行中
- ✓ 都会はレッドオーシャン、地方はチャンス
- ✓ 「職人」から「経営者」への転換が必須

Next Step

Next Chapter

📌 第2部：中核理論フレームワーク

なぜ97%が失敗し、3%だけが成功するのか？ その「数式」と「哲学」をインストールする。

[Go to Next](#) →



用語注釈

・土俵選び：自社が勝てる市場・領域を選択する戦略（ポジショニング）

・中核理論：再現性のある成果を生み出すための、核となる思考フレームワークと原則

Core Theory

中核理論 フレームワーク

税理士から経営者への転換。
成功を再現可能にするための
理論的支柱と基本数式。

01

マインドセット転換

職人から事業家へ。97%が気づかない分水嶺。

02

戦略思想

ランチェスター戦略に基づく弱者の必勝法。

03

経営数式

年収3000万を論理的に導く売上と利益の構造。

04

巨匠から学ぶ

一倉定、カーネギー、石原明の教えを実装する。

■ ■ 用語注釈

・マインドセット: 思考様式、心構え ・フレームワーク: 物事を論理的に考えるための枠組み

マインドセット転換

年収 3000 万円への分水嶺は、「資格者としての職人」から「ビジネスを行う経営者」への意識変革にある



“ 税理士法を遵守しながら、税理士業を営む「会社」を経営するという視点を持つだけで、上位 3% に入ることが可能だ。

税理士 vs 経営者の決定的な違い

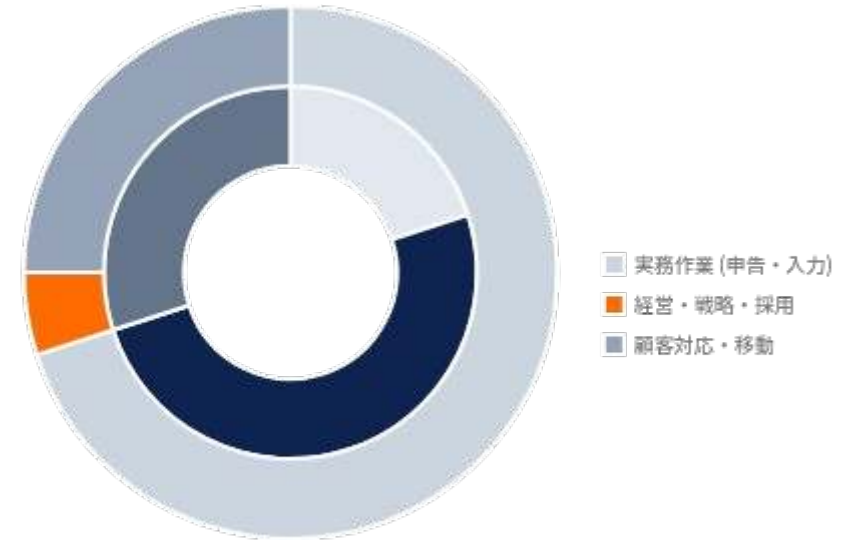
第2部：中核理論フレームワーク



97%の税理士は「職人」として働き、わずか3%が「経営者」として事業を営む。このマインドセットの差が、年収3000万への分水嶺となる。

比較項目	一般的な税理士 職人型 (97%)	稼げる税理士 経営者型 (3%)
🕒 時間の使い方 Time Allocation	実務作業に没頭 申告・作成・記帳代行	未来への投資 マーケティング・採用・組織づくり
📈 KPI (指標) Key Performance Indicators	処理件数・売上 目の前の業務・繁忙期の残業時間	LTV・CAC・利益 顧客生涯価値・獲得コスト・生産性
🎯 投資対象 Investment Focus	コスト削減・節約 人件費削減・広告費ゼロ	採用・集客システム 優秀な人材と見込み客獲得へ投資

業務時間の配分モデル比較



外側: 経営者型 / 内側: 職人型

経営者への転換点

「自分が手を動かさない不安」という職人氣質を捨て、「仕組み」を作ることに時間を使う。
この一点の差が、数年後に10倍以上の年収格差を生む。

守りを固めて 攻めに転じる

税理士法遵守（コンプライアンス）は経営の大前提。ルールを熟知した上で、適法かつ効果的なマーケティング戦略を構築します。

🛡️ リスクマネジメント

「知らない」では済まされない3大領域（広告・報酬・守秘）を確実にクリアし、懲戒リスクをゼロにする。

📌 攻めのポイント

禁止事項の裏を読み解けば、差別化のヒントが見える。「比較広告 NG」なら「自社の強みの事実列挙」で勝負する。

✔️ 広告規制の遵守 **重要度：高**

誇大広告（「日本一」「最高」等の根拠なき表現）、比較広告、虚偽広告の禁止。
対策：「地域最大級（※〇〇調べ）」等の客観的根拠の明示、「迅速な対応」等の事実ベースの訴求。

✔️ 報酬規定の明示 **重要度：中**

不当に安い報酬による誘引や、成功報酬の一部制限（脱税相談等）に注意。
対策：料金表を整備し「標準報酬」として提示。オプション料金を明確化し、安売りではなく「適正価格」をアピール。

✔️ 守秘義務とデータ管理 **重要度：高**

税理士法第38条（秘密を守る義務）。クラウドツール活用時のセキュリティ対策。
対策：従業員との守秘義務誓約書締結。プライバシーマーク取得やセキュリティポリシーのHP公開による信頼獲得。

✔️ 非税理士行為（ニセ税理士）との提携禁止 **重要度：高**

名義貸しの禁止（税理士法第37条）。無資格者への業務丸投げの禁止。
対策：提携先（コンサル会社等）の業務範囲を明確に契約書で定義。最終判断・責任は必ず税理士が担う体制構築。

✔️ 信用失墜行為の禁止 **重要度：中**

税理士の品位を損なう行為の禁止（過度な接待、反社との関わり等）。
対策：所内の倫理規定策定と定期的なコンプライアンス研修の実施。SNS発信時のガイドライン策定。

ランチェスター戦略 概要

大手事務所（強者）と同じ戦い方は自殺行為。
「弱者の戦略」に徹し、特定の戦場で局所的な No.1 を奪取する。

📍 1. 局地戦

広域で戦わず、勝てる狭いエリアや領域に限定する。
例：都道府県単位ではなく「市内」「駅前」で No.1 を狙う

🎯 2. 一点集中

兵力（リソース）を分散させず、一点に全力を注ぐ。
例：全業種対応ではなく「建設業特化」「相続特化」

👤 3. 接近戦

遠隔戦（広告）ではなく、顧客に直接触れる距離で戦う。
例：Web のみではなく「直接訪問」「セミナー」「飲み会」

📁 税理士業界への適用

Before 「なんでもやります」
全方位外交



「〇〇業専門」
「〇〇市密着」
専門家ブランドの確立

Before Web 広告で
広く薄く集客



紹介・セミナーで
深く狭く刈り取り
成約率（CVR）の最大化

Before 薄利多売で
数を追う



高単価少数で
利益を出す
リソース効率の最適化

■ 用語注釈

- ランチェスター戦略：第1次世界大戦の戦闘数理モデルを経営に応用した、弱者が強者に勝つための戦略理論
- 局地戦：競争相手が少ない、あるいは自社が有利な狭い範囲に戦場を限定すること

弱者の打ち手：ランチェスターの実践

大手と真っ向勝負せず、確実に勝てる領域で No.1 を獲得するための 4 大戦術

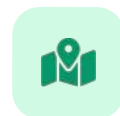


01. ニッチ特化

FOCUS ON NICHE

特定の業種、業務、または顧客層に資源を一点集中させる。「何でも屋」を捨て、特定の分野で圧倒的 No.1 を目指す。

- ✓ 医療特化、相続特化など
- ✓ 専門性による高単価化



02. 地域特化

LOCAL DOMINANCE

狭い商圏内での占有率を高める。特に地方都市（人口 30-60 万人）では、地域の知名度が信頼と紹介を加速させる。

- ✓ エリア内認知度の向上
- ✓ 移動時間の削減と効率化

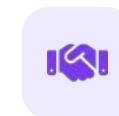


03. スピード

AGILITY & SPEED

大手が真似できない即断即決と迅速なレスポンス。顧客の「今すぐ」に応えることで、規模の劣位を覆す最強の武器。

- ✓ 問い合わせへの即時対応
- ✓ 試算表の早期提供



04. 密着

CUSTOMER INTIMACY

顧客との直接接点（タッチポイント）を重視し、人間関係を深める。AI 時代だからこそ、感情的な結びつきが差別化になる。

- ✓ 経営者の孤独に寄り添う
- ✓ 頻繁なコミュニケーション

💡 池上式戦略のポイント

大手事務所は「総合力 × 広域 × 仕組み × 遠隔」で攻めてくる。弱者（中小・個人）はこの真逆に行くことで、局地戦での勝率を 100% に近づけることができる。

業界 97% の共通病理

紹介待ち →

受け身体質 ↓

パラダイムシフト

攻めの 集客体制へ 転換せよ

📣 構造的な脆弱性



「良い仕事をすれば客は来る」の幻想

職人気質の税理士は技術研鑽に偏り、顧客獲得活動（マーケティング）を軽視または忌避する傾向がある。



紹介依存のリスク

顧客からの紹介のみに頼る経営は、コントロール不能な他力本願。予測可能な成長曲線を期待できない。



周囲が「待ち」の姿勢だからこそ、少しの「攻め」の施策（Web、DM、セミナー）で集客が可能。

POINT マーケティング思考の欠如こそが、最大の参入障壁であり機会である

税理士のマーケティング基本構造

マーケティングとは「誰に」「何を」「どうやって」届けるかの設計。
4P 分析とファネルを組み合わせ、見込み客を確実に契約へ導く仕組みを構築する。

戦略の3本柱 (3 Elements)



WHO (誰に)

ペルソナ・セグメンテーション
例: 年商3億未満の建設業社長



WHAT (何を)

商品・サービス・ベネフィット
例: 資金繰り改善+月次決算



HOW (どうやって)

チャネル・プロモーション
例: 紹介依頼・銀行連携・Web

実行フレームワーク (4P × Funnel)

Product 製品

高付加価値パッケージ化
松竹梅のラインナップ

Price 価格

提供価値に基づく値付け
安売りからの脱却

認知 (Awareness)
HP・広告・看板

興味 (Interest)
事例・ホワイトペーパー

欲求 (Desire)
無料診断・セミナー
DM・セミナー・HP
接触頻度の最大化

行動 (Action)
個別面談・契約

Place 流通

地域密着型×オンライン
紹介ネットワーク構築

顧客選別と値上げの原則

売上と利益の最大化には、「誰と付き合うか」を決める勇気が必要。
安売り競争から脱却し、高付加価値ブランドへ進化する3ステップ。

01

理想顧客の明確化

Segmentation / Targeting

- ✓ 「誰と付き合うか」が会社の脱却・規模・価値観を持つ顧客を定義する。
- ✓ 価値切り換わり横柄作縛束を守らない顧客を明確に除外する基準を
- ✓ 相性重視スなく長期的な関係を築けるパートナーのみをターゲット

02

値上げ（適正価格化）

Pricing Strategy

- ✓ 恐怖心の克服も良い客は残る。去る客はそもそもターゲットではないと割り切る。
- ✓ 既存顧客への通知・向上のための正当な理由を添えて価格改定を行う。
- ✓ 松竹梅表価刷新定で、上位プランへの誘導を図る。

03

値付けでブランド化

High-End Branding

- ✓ 「価格が価値を決めるのだ」という心理効果を活用し、専門家としての權威性を確立。
- ✓ 高単価報酬質抜客層顧客は、リテラシーが高く、クレームも少ない傾向がある。
- ✓ 好循環の実現→人材・設備投資→品質向上→さらに高単価へ



石原明氏の理論：「客層を間違えると、どんなに良い商品・サービスでも売れない。まずは客層を決め、その客層が喜ぶ価格をつけること。」

ペルソナ定義：理想顧客の言語化プロセス



💡 Point: 全ての顧客を受け入れるのではなく、「高くても価値を買う」顧客だけを選別して集める。

用語注釈

- ・ **ペルソナ**：サービスを利用する典型的な顧客像
- ・ **言語化**：曖昧なイメージを言葉にして明確にすること
- ・ **粗利率**：売上高から原価を引いた利益の割合

年収 3000 万モデルの勝利の方程式

多くの税理士が「顧問先数」のみを追う中、成功する上位 3% は 3 つの変数を同時に最適化する。これが年収 3000 万への最短ルートとなる数式である。

$$\text{売上 (REVENUE)} = \text{顧問先数 (CLIENTS)} \times \text{平均顧問料 (UNIT PRICE)} \times \text{付加価値係数 (VALUE MULTIPLIER)}$$

顧問先数

「誰でもいい」から「理想顧客」へ。ランチェスター戦略に基づく安売りは悪選定か。付加価値に見合った適正価格への「値上げ」と「松竹梅」設計が鍵。

KPI 月次純増数 / LTV

平均顧問料

KPI 平均単価 (ARPU)

付加価値係数

記帳・申告以外の収益源。融資、補助金、保険、MAS 監査で単価を 1.5 倍～2 倍へ。

Critical クロスセル率 / アップセル率

TERMS & NOTES

- 付加価値係数: 追加販売 (クロスセル) による収益倍率
- 平均顧問料: 1 顧客あたりの月額平均単価
- ARPU: Average Revenue Per User (顧客平均単価)

モデルの数値例：年収 3000 万への道筋

Business Model Simulation



月次売上高 (試算) 年間売上高 (年商)

720 万円

📌 ここから経費 (人件費率 40-50% 目安) を差し引いても ...

オーナー役員報酬： 3,000 万円超 達成

📌 シミュレーションの前提： 上記は標準的なモデルケースです。地方都市での開業を想定し、家賃等の固定費を低く抑えることで、より高い利益率を実現可能です。従業員 3～4 名体制での運営を想定し

単価戦略の構造設計

顧問料は「作業代」ではない。基礎収益に高付加価値オプションを積み上げることで、LTV（顧客生涯価値）を最大化する価格構造を設計せよ。



Price Strategy Insight

「管理会計（MAS 監査）」を月額顧問料に上乘せすることで、ストック収入の単価自体を引き上げることが最も安定した成長につながる。

Target Monthly Fee

¥80,000/社

TERMS & NOTES

- **管理会計**：経営意思決定のために自社用に設計・運用する会計手法
- **MAS 監査**：Management Advisory Service（経営支援業務）
- **予実管理**：予算と実績の差異分析を行い経営改善につなげる管理手法

コスト構造と損益分岐点の可視化

目標人件費率



40-45 %

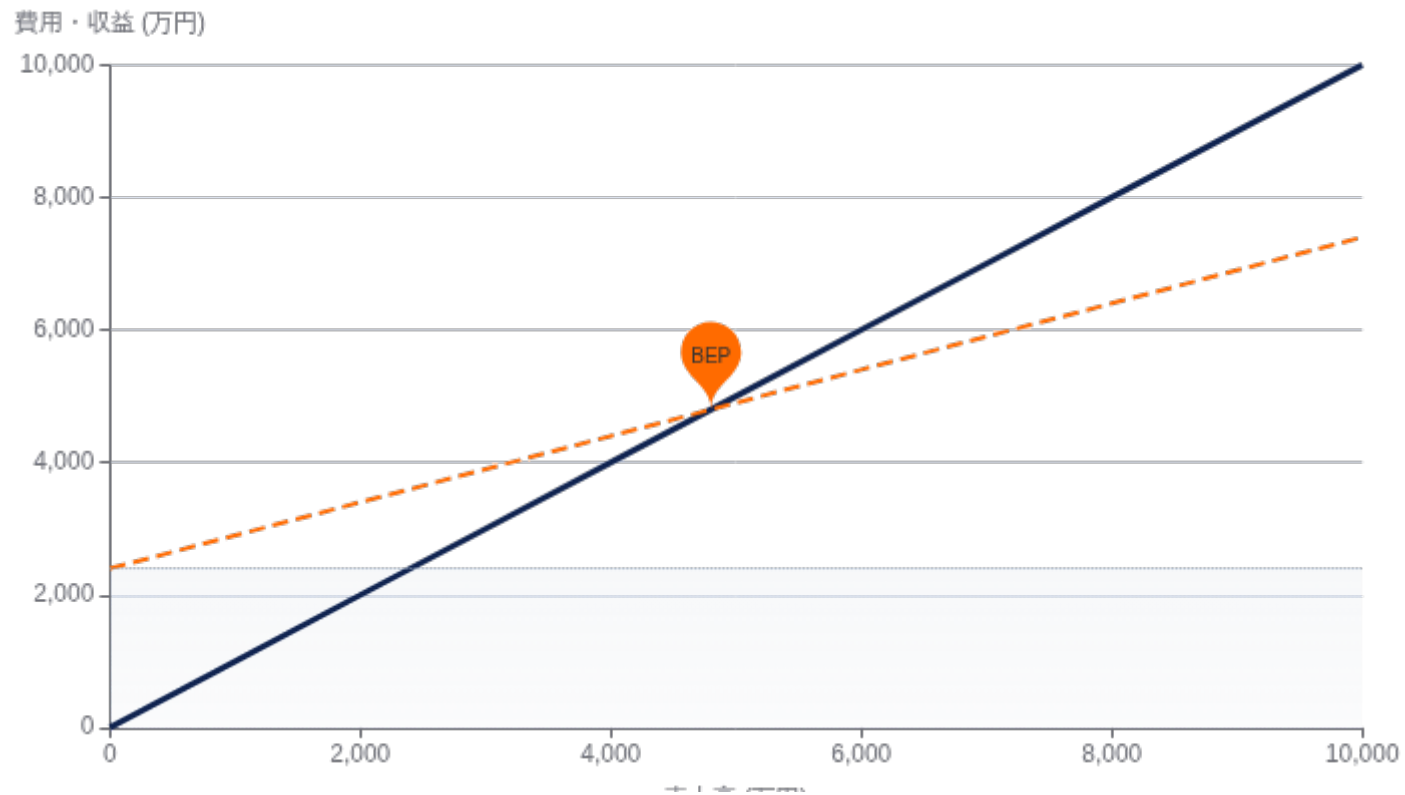
売上高対比。業界標準 (50-60%) より低く抑え、IT 投資原資を確保

理想的なコスト配分モデル

費目	目標比率	施策ポイント
人件費	45%	地方採用・パート活用・高生産性
販促費	10%	Web 広告・紹介料・セミナー開催
IT 投資	5%	クラウド会計・RPA・AI 活用
地代家賃	5%	地方拠点・質素なオフィス

損益分岐点分析 (BEP) シミュレーション

● 売上高 ● 総費用 ● 固定費

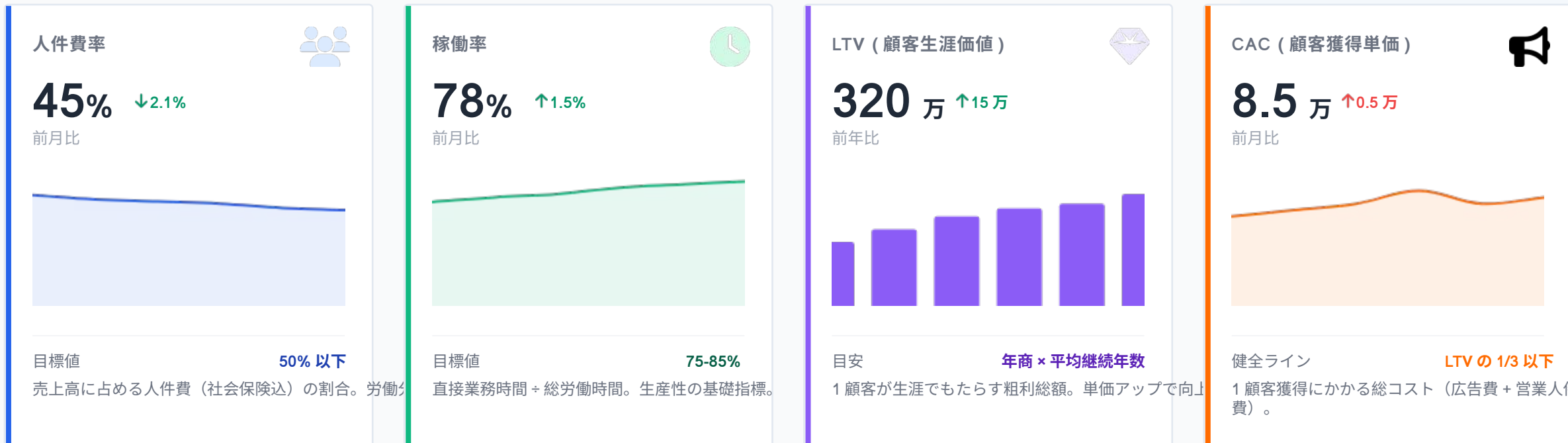


損益分岐点売上高
¥4,800 万

安全余裕率
44.4%

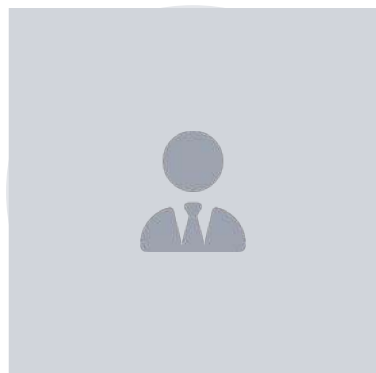
分析: 固定費 (人件費・家賃) を抑制しつつ、変動費 (外注費・成果報酬広告) を活用することで、低い損益分岐点を実現。売上変動に強い強靱な財務体質を構築する。

「感覚経営」からの脱却。事務所経営を科学するために、以下の4つの重要指標（KPI）を月次で定点観測し、異常値を即座に検知する体制を構築します。



ユニットエコノミクスの黄金比

$LTV \div CAC > 3.0$ が健全な成長ライン。税理士業界は継続性が高いため、CAC（獲得コスト）を多少かけても回収しやすい構造にあるが、都会ではCACが高騰しやすいため注意が必要。地方戦略ではCACを劇的に下げ（以下も可能）。



LEGENDARY CONSULTANT

一倉定

ICHIKURA Sadamu

人物紹介

5,000社以上の経営指導を行い、「社長の教祖」と呼ばれた伝説の経営者。

厳しい叱責で知られるが、その根底には社長への深い愛情と、企業の存続・発展への強烈な使命感がある。

“

「経営とは、外部環境への適応業である」

社長の決定こそが、会社の命運を握る唯一の要因である

💡 税理士事務所経営への適用：3つの鉄則

1

「お客様第一」の真の意味

「お客様の要求を満たすこと」こそが経営の目的。税務署の方を向くのではなく、**お客様（経営者）の悩み解決**に全力を注ぐ。

2

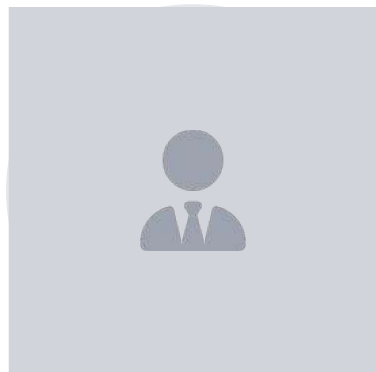
方針の決定と「捨てる」勇氣

なんでも屋からの脱却。自社の強み（例：融資、相続、特定業種）を明確にし、**「やらないこと」を決める**ことで、リソースを集中させる。

3

環境整備と凡事徹底

「良い会社は例外なく綺麗である」。事務所の清掃、挨拶、礼儀といった**足元の規律**を徹底することが、組織の質を高める。



THE MASTER OF HUMAN RELATIONS

デール・カーネギー

Dale Carnegie (1888-1955)

主要著作・思想

『人を動かす』

累計 1500 万部超の世界的ベストセラー。人間関係の原則を説く。

他人の自己重要感を満たす

批判せず、心から賞賛する

💡 中核思想：自己重要感の充足



「人間性の最も深層にある衝動は、『重要人物でありたい』という欲求である。」

人は誰しも「認められたい」「重要な存在として扱われたい」という強烈な欲求を持っています。税理士事務所の経営において、このモチベーション向上と顧客の信頼獲得の鍵となります。

📦 税理士経営への応用：2つの側面



対・従業員（組織）

批判しない

ミスを責めるのではなく、改善策を共に考える。心理的安全

心から賞賛する

些細な進歩でも具体的に褒める。承認欲求を満たし定着率

名前を呼ぶ

「おい」ではなく名前で呼ぶ。個の尊重。



対・顧客（集客・維持）

聞き手に回る

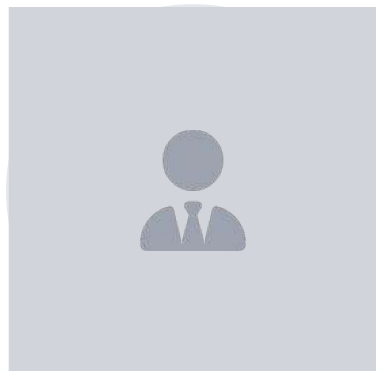
税務の話をする前に、社長の苦労や自慢話を聞く。最高の聞き

関心を寄せる

相手の関心事（売上、家族、趣味）に心から関心を持つ。

重要感を与える

「社長の決断が必要です」と相手を立て、信頼関係（関係資本）



STRATEGIST

石原明

ISHIHARA Akira

理論の特徴・著書

- 『営業マンは断ることを覚えなさい』
- 価格戦略・値上げ理論
- 顧客ポートフォリオ・選別

💰 値上げ＝価値の証明

安売りは自信の無さの表れであり、質の低い顧客を引き寄せる原因となる。適正価格への値上げは、サービスの質を保証し、本質的な顧客との信頼関係を築くための第一歩である。

👤 顧客を選別せよ

すべての顧客が「神様」ではない。自社の価値観や方針に合わない顧客、無理な要求をする顧客とは勇気を持って取引を終了し、優良顧客にリソースを集中させるべきである。

📈 税理士事務所経営への適用（実務への落とし込み）

- Step 1: Classification
顧客の棚卸しとランク付け（A/B/C分析）
収益性、手間、将来性、信頼関係の観点から既存顧客を分類。赤字顧客やトラブル顧客を可視化する。
- Step 2: Pricing Strategy
価格表の刷新と値上げ通知
「従来の価格では品質維持が困難」と正直に伝え、新価格を提示。納得いただけない場合は契約終了も辞さない覚悟を持つ。
- Step 3: Result
利益率の向上と時間の確保 → 好循環へ
顧客数は減っても利益は増える現象が起きる。空いた時間で優良顧客へのサービスを強化し、さらなる紹介を呼ぶ。

Tactics (Urban)

集客戦術 (都会編)

競争ひしめくレッドオーシャンで
「例外ルート」を設計し、
勝ち残るための戦略。

01

都会開業の罨

推奨しない4つの理由と構造的背景。

02

アナログ特化

紹介、保険会社連携によるオフラインの勝ち筋。

03

ニッチ戦略

業種特化、外国人特化による差別化。

04

付加価値モデル

補助金、経営コンサルによる高単価アプローチ。

都会（東京・大阪・名古屋）における

競合密度が高すぎる現実

税理士 1 人あたり人口

60 人

マンション一棟に税理士が一人いるレベルの過密状態。
この環境下では SEO やネット広告の効果は激減し、
資本力のない個人は「消耗戦」に陥る。

📍 集客効率の決定的格差

🚫 都会エリア（Red Ocean）

- ▶ 人口 60 人に 1 人の税理士 → 見込み客の奪い合い
- ▶ SEO 上位表示は至難の業（大手法人・紹介会社が独占）
- ▶ リスティング広告単価（CPC）の高騰で採算割れ

✅ 地方エリア（Blue Ocean）

- ▶ 人口 2000 人に 1 人の税理士 → 自然と相談が来る
- ▶ 地域名 × 税理士で容易に上位表示可能

↓ 結論：都会で「Web 集客」に頼るのは自殺行為に近い

SOURCE 『税理士ならだれでも年収 3000 万』第 2 章より抜粋・要約

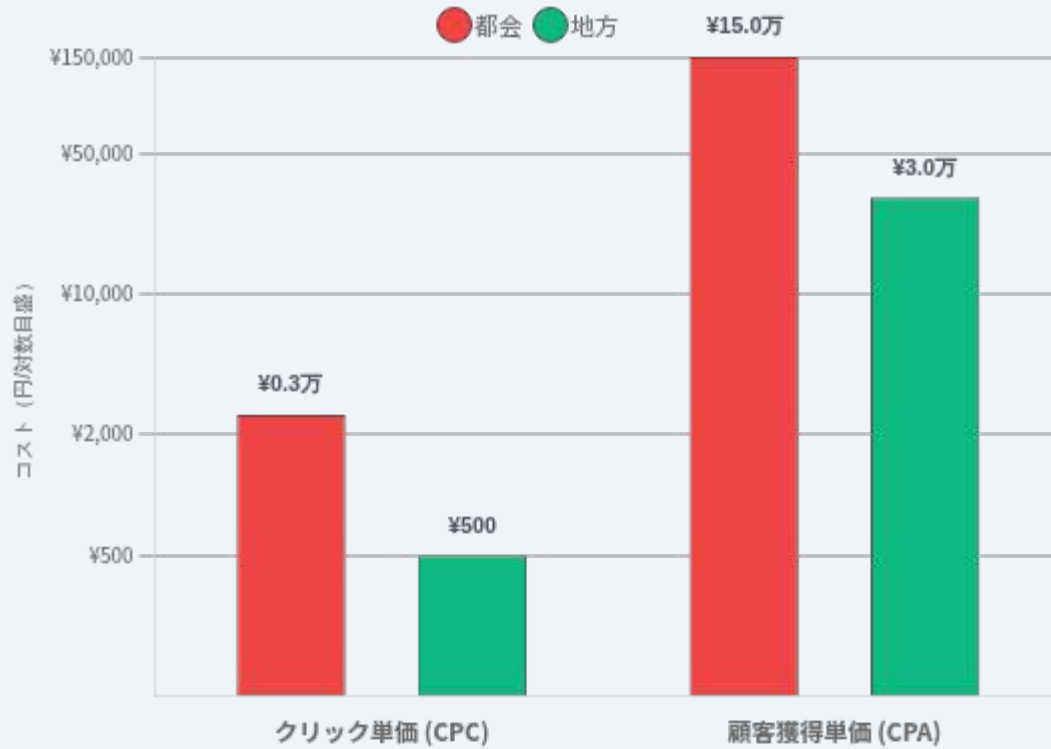
■ 競合密度：特定エリア内の競争相手の多さ。高いほど収益性が下がる傾向がある。
■ SEO (Search Engine Optimization)：検索エンジン最適化。Google 検索等で上位表示させるための施策。
■ 消耗戦：利益を削りながら競争すること。価格競争や過剰な広告費投入など。

都会開業を勧めない理由②： Web 集客の疲弊

第3部：集客戦術（都会編）



Web 広告コスト効率比較（都会 vs 地方）



※Google Ads 等の一般的な CPC 傾向に基づくシミュレーション値

都会は「金の殴り合い」

Web 集客コストは地方の **3～5 倍** に高騰。
競合過多により、クリックされても成約しない「CPA 地獄」に陥りやすい。



都会

高コスト・低 CVR

CPC (クリック単価) CVR (成約率)
¥1,500 ~ ¥3,000 **0.5% 以下**

※ 比較検討が多く、クリックされるだけで契約に至らない



地方

低コスト・高 CVR

CPC (クリック単価) CVR (成約率)
¥300 ~ ¥800 **1.0% ~ 2.0%**

※ 競合不在のため、検索 1 位表示が容易で成約しやすい



結論：都会での Web 広告依存は自殺行為

都会で勝つには、コストのかからない「紹介」や「提携」などの別ルートが必須。

用語注釈

- **CPC (Cost Per Click)**:1 クリックあたりの広告費用。都会ほど競合入札で高騰する。
- **CVR (Conversion Rate)**: サイト訪問者のうち成約に至る割合。選択肢が多い都会では下がる傾向。
- **CPA (Cost Per Acquisition)**:1 件の顧客獲得にかかる総コスト。都会では 1 件獲得に数万円～数十万円かかることも。

見込み顧客の行動変容

「比較行動」の激化

一般的な比較検討数

5-10 社

都会では「税理士紹介サイト」や「一括見積もり」が普及。
その結果、サービスの質ではなく

「価格競争」の泥沼

に陥りやすい構造的欠陥がある。

🔍 顧客の比較行動プロセス

1 検索・一括見積もり
「東京 税理士 安い」等で検索



2 徹底的な条件比較
料金表を並べて「最安値」を探す

激戦区



3 問い合わせ・面談
残るのは「価格」で選ばれた事務所のみ

🚫 差別化の難易度

Web 上では「親切丁寧」「節税に強い」などの文言はコモディティ化しており、真の差別化要

POINT 都会での Web 集客は「レッドオーシャン（血で血を洗う競争）」であることを認識すべき

都会開業を勧めない理由④：初期投資回収の長期化

Why Urban Locations Fail: High Fixed Costs & Slow ROI

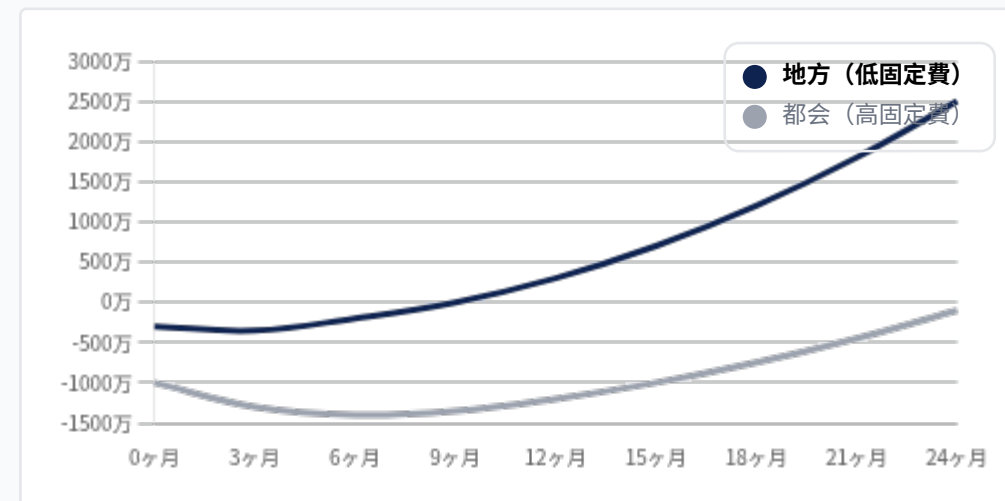
都会の高コスト体質が招く
損益分岐点の高止まり

回収期間 **2.5** 倍

※ 地方と比較した一般的な黒字化までの期間比

「賃料」「人件費」「集客コスト」の三重苦。
稼いでも固定費に消える自転車操業モデル。
利益が残らない＝投資余力が生まれえない悪循環。

損益分岐点（BEP）と回収期間の比較



賃料コスト

3～5 ↑
倍単価比較

採用単価 (CPA)

150万円～
紹介会社経由想定

❗ 結論：初速で踏くと資金ショートのリスクが極めて高い。ランチェスター戦略における「弱者」が選ぶべきではない。

紹介作戦：設計

紹介インセンティブと紹介元ポートフォリオ最適化によるシステムチックな集客



紹介インセンティブ

REFERRAL INCENTIVE

紹介の動機付けを明確にし、心理的ハードルを下げる。単なる「お願い」ではなく、双方にメリットがある「仕組み」として報酬を設計する。

具体的な施策

- ✓ 紹介キャンペーン：期間限定で紹介料を倍増させる等のイベント化
- ✓ 報酬設計：初回顧問料の1ヶ月分～数ヶ月分をキャッシュバック
- ✓ 紹介者特典：顧問先が紹介者の場合、翌月顧問料割引など



紹介元ポートフォリオ

SOURCE PORTFOLIO

紹介元を分散させ、依存リスクを低減するとともに、質の高いリードを獲得できる集中させる。

具体的な施策

- ✓ 紹介元の分類管理：土業、保険会社、銀行、既存客などにランク付け
- ✓ 定期コンタクト：ランクA（高頻度・高品質）の紹介元へ月次訪問
- ✓ 新規開拓：特定業種に強いハブとなる人物の戦略的開拓



ポイント：紹介は「運」ではなく「設計」

「いい仕事」をしていれば自然に紹介が来る、というのは幻想。紹介が発生するメカニズムを理解し、相手が動きやすいインセンティブと環境を用意することが経営者の役割。

紹介作戦運用：感謝の循環システム



Point: 紹介は「運」ではなく、意図的に設計された「オペレーション」によって発生させる。

用語注釈

- ・ **スクリプト**: 営業トークの台本・マニュアル
- ・ **月次**: 毎月定例で行われる業務や会議
- ・ **KPI**: 重要業績評価指標 (目標達成の度合いを測る指標)

保険会社セミナー作戦：企画設計

税理士 × 保険会社のウィンウィン共催で優良顧客（経営者）を集める最強フォーマット

TACTICS CATALOG

第3部：集客戦術（都会編）



01. 共催テーマ設計

THEME & CONTENT

経営者の最大の関心事である「お金」と「リスク」を掛け合わせた、集客力の高いテーマを設定する。

- ✔ 鉄板税 × 資金繰り」「事業承継 × 生命保険」「税制改正 × 策」
- ✔ 役割分担：「制度・理論」を、保険会社が「商品・解決策」を担う



02. 集客導線設計

TRAFFIC & FUNNEL

保険会社の既契約者リストを活用し、スムーズにセミナーへ誘導する仕組みを構築する。

- ✔ 保険営業用が既存顧客へチラシを持参・案内
- ✔ 特典加者限定・無料個別診断」をフックに来場を促す



03. 参加者リスト管理

LIST MANAGEMENT

獲得したリード（見込み客）情報を保険会社と共有し、成約に向けた追客をシステム化する。

- ✔ 情報共有ト結果、決算月、関心度を共有 DB 化
- ✔ 事後フォロー日にお礼連絡 & 個別相談日程調整



成功の鍵：Win-Win の関係構築

保険会社にとっては「顧客接点の創出」と「保険販売のきっかけ」、税理士にとっては「新規顧問先の獲得」。この相互メリットを企画段階で明確に合意形成することが重要。

成約化プロセス: セミナーを起点とした高収益ファネル



全体 KPI 目標:

セミナー 1 回あたり
新規獲得 2 ~ 3 社

LTV 予測
300 万 ~ 500 万円 / 社

CPA 目安
1 万円以下

用語注釈

- **診断**: 顧客の現状 (決算書や経営課題) を分析すること
- **提案**: 診断結果に基づき、解決策と費用を提示すること
- **クロージング**: 契約を締結するための最終的な交渉・合意形成
- **CPA**: 顧客獲得単価 (Cost Per Acquisition)

保険会社同行営業作戦：型

契約率を劇的に高める「三者面談」の勝利の方程式と役割分担



01. 三者面談スクリプト

AUTHORITY SCRIPT

税理士としての「権威性」を最大限に活かす台本を用意する。売り込みではなく「診断」「アドバイス」のスタンスを崩さないことが重要。

- ✓ 「先生」として第三者視点で語る
- ✓ 現状の課題を鋭く指摘する質問集
- ✓ 保険商品ではなく経営解決策を提示



02. 役割分担の明確化

ROLE DEFINITION

保険営業マンと税理士が互いの役割を徹底する。営業マンが進行し、税理士が「専門家」としてジャッジする構造を作る。

- ✓ 保険営業：進行役・顧客との関係維持
- ✓ 税理士：権威ある専門家・ジャッジ役
- ✓ 事前の台本合わせ（リハーサル）



03. クロージング技法

TEST CLOSING

強引な売り込みは不要。課題解決の提示後に「もしこの問題が解決するなら興味はありますか？」というテストクロージングを行う。

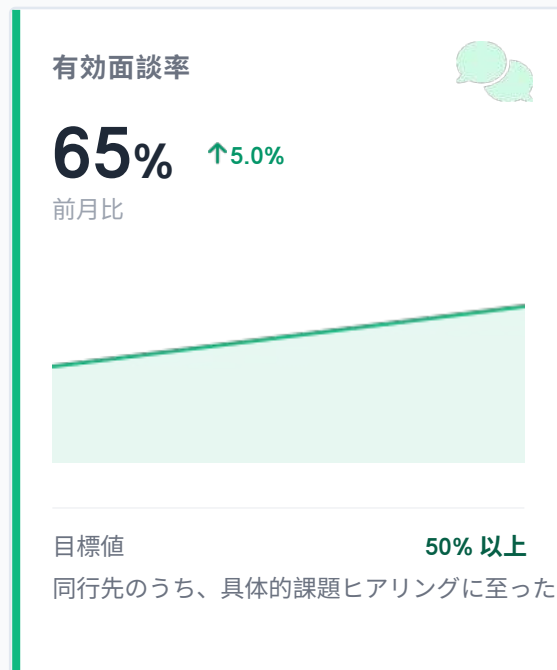
- ✓ 課題解決型提案への移行
- ✓ 「Yes」を引き出すテストクロージング
- ✓ 顧問契約への自然な誘導



成功の鍵：Win-Win-Winの関係構築

顧客は「経営課題の解決」、保険営業は「成約率向上」、税理士は「優良顧客の紹介」を得る。三方が得をする構造を作ることで、紹介が自動的に生まれるサイクルを確立する。

「場数」と「決定率」の2軸管理。保険営業マンとの連携における成果を最大化するため、ファネルの各段階を数値化し、ボトルネックを特定・改善します。



📌 ファネル分析のポイント

同行件数（入口）× 成約率（出口）が成果の基本式。まずは「同行件数」を KPI とし、保険営業マンとの信頼構築に注力。その後、「有効面談率」を高めるためのスクリプト改善、「成約率」を高めるためのクロージングをします。成約率が低い場合は、ターゲット選定（紹介元の質）を見直す必要があります。

補助金作戦①：獲得支援

採択率を劇的に向上させ、顧客満足度と収益を両立する支援体制の構築

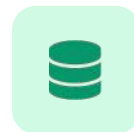


01. 採択率向上テンプレ

TEMPLATE OPTIMIZATION

事業再構築補助金やものづくり補助金など、主要な補助金の申請書における「勝ちパターン」をテンプレート化。採択率を標準化し、属人性を排除する。

- ✓ 審査項目の漏れなき網羅
- ✓ 加点要素の自動チェック
- ✓ 高評価を得やすいストーリー構成



02. 過去事例のDB化

KNOWLEDGE DATABASE

過去の採択・不採択事例をデータベース化し、業種・規模・投資内容ごとに検索可能にする。成功要因と失敗要因を分析し、申請書作成の精度を高める。

- ✓ 類似業種の成功事例参照
- ✓ 不採択理由の傾向分析
- ✓ ノウハウの組織的蓄積



03. 申請書作成支援

DOCUMENT SUPPORT

単なる代行ではなく、経営者との対話を通じて事業計画をブラッシュアップする。ヒアリングから文章化までをシステム化し、高品質な申請書を効率的に作成。

- ✓ ヒアリングシートによる効率化
- ✓ 専門ライターとの連携体制
- ✓ 金融機関との連携サポート



補助金獲得支援のポイント

補助金獲得はゴールではなく、その後の設備投資や事業拡大のスタート地点。獲得支援を通じて顧客の事業計画に深く関与することで、長期的な信頼関係と顧問契約への移行を促進する。

補助金作戦②：収益化モデルの構築

収益構造 3層モデル

高収益化への道筋

収益タイプ	料金設定例	狙い・ポイント
① 成功報酬 フロー収益	10 ~ 20% (最低保証 10 万円 ~)	採択率を武器に高単価獲得 採択されなければ 0 円のリスクを取ることで、高単価を正当化。着手金の設定も検討。
② 月額顧問化 ストック収益	月額 3 ~ 5 万 円 (税務顧問料として)	信頼関係を基盤にスイッチング 補助金申請を通じて財務内容を把握済みのため、移行提案がスムーズ。LTV 最大化の鍵。
③ 実行支援 パッケージ収益	年額 30 ~ 60 万円 (報告書作成・管理)	採択後の事務負担を代行 5 年間の実績報告など、採択後の面倒な手続きをパッケージ化してアップセル。

顧客単価アップのステップ



STEP 1 補助金申請代行

成功報酬：100 ~ 200 万円

STEP 1



STEP 2 税務顧問契約へ誘導

月額：5 万円 × 12 ヶ月

STEP 2



STEP 3 実行支援パッケージ

年額：30 万円（5 年間継続）

STEP 3



収益化の要諦

単発の「申請屋」で終わらせず、**入り口商品**として位置づけること。補助金という「エサ」で優良顧客を選別し、ストックビジネスへ転換させる導線設計が肝要。

業種特化作戦：選定フレームワーク

闇雲な特化は危険。収益性と拡張性を担保する「3つの評価軸」でターゲット業種を選定する。



① 粗利高

利益率が高く、顧問料を払えるか？

- ✓ 顧客単価が高いビジネスモデルか
- ✓ 原価率が低く、手残りキャッシュがあるか
- ✓ 値上げ耐性があるか

推奨例：医療、IT、建設、美容



② 参入障壁

専門性が高く、他土業が嫌がるか？

- ✓ 特殊な税務処理や許認可が必要か
- ✓ 業界特有の商慣習・用語があるか
- ✓ 大手事務所が参入しにくいニッチか

推奨例：国際税務、風俗、仮想通貨



③ 紹介連鎖

横のつながりで紹介が起きるか？

- ✓ 同業者組合やコミュニティが強いのか
- ✓ 成功事例の共有（口コミ）が早いのか
- ✓ キーマン（顔役）が存在するか

推奨例：飲食、理美容、運送

判定基準

3つの要素が重なる領域こそが「勝てる土俵（スイートスポット）」となる

● 収益性

● 独自性

● 拡張性

用語注釈

・参入障壁：新規参入を阻む障害（専門知識、許認可等）

・紹介連鎖：顧客から顧客へと紹介が数珠つなぎに発生する現象

業種特化作戦：実装プロセス

STEP 01



特化 LP 作成

構成要素

「〇〇業専門税理士」
その業種特有の悩みを羅列

CV ポイント

無料相談 / 資料請求
(小冊子プレゼント)

✔ 専門性の権威付け

STEP 02



事例集作成

コンテンツ

同業他社の成功事例
融資・節税の具体額

形式

PDF レポート / インタビュー動画
Before/After

✔ 安心感の醸成

STEP 03



価格表整備

松竹梅設計

業界標準より少し高め
特化オプションを含める

見せ方

「〇〇業界パック」として
総額表示で分かりやすく

✔ 高単価の正当化

STEP 04



専門ツール連携

API 連携

POS / 予約システム

業界特化 SaaS と会計を接続

効率化・付加価値

手入力ゼロ&リアルタイム経営数値
の提供

最強の差別化



Point: 「専門家」としてのブランディングと、実務レベルでの「システム連携」が両輪となって高収益を生む。

用語注釈

- LP (Landing Page): 集客に特化した縦長の Web ページ
- 事例集: 顧客の成功事例をまとめたコンテンツ
- API 連携: 異なるソフトウェア間でデータや機能を共有する仕組み
- SaaS: クラウドで提供されるソフトウェア

外国人特化作戦：グローバルニッチ戦略

言葉の壁と法制度の複雑さを解消し、急増する外国人経営者を独占する3大サービス軸



01. 在留・就労・起業支援

VISA & STARTUP SUPPORT

経営管理ビザの取得支援を行政書士と連携してワンストップ提供。日本での会社設立、銀行口座開設、許認可取得までを包括サポートし、スタートアップ時の不安を解消する。

- ✓ 行政書士との強力な提携
- ✓ 資本金要件等のコンサルティング
- ✓ 外国人特有の創業融資サポート



02. 多言語対応

MULTILINGUAL SERVICE

英語、中国語、ベトナム語など、ターゲット層に合わせた言語対応を整備。通訳スタッフの採用やAI翻訳ツールの活用により、コミュニケーションの障壁を完全に取り除く。

- ✓ ネイティブスタッフの採用
- ✓ WeChat/WhatsApp 等での連絡
- ✓ 母国語での決算説明資料



03. 越境税務

CROSS-BORDER TAX

母国への送金、海外資産の税務、租税条約の適用など、一般の税理士が敬遠しがちな国際税務リスクに対応。専門性を高単価（一般顧問料の1.5～2倍）に転換する。

- ✓ 租税条約・外国税額控除の適用
- ✓ 海外親会社への報告レポート
- ✓ 非居住者への課税対応



都会ならではの「コミュニティ戦略」

外国人コミュニティは結束が固く、一度信頼を得ると強烈な口コミ（紹介連鎖）が発生する。広告費ゼロで優良顧客が増え続ける「紹介エコシステム」を構築できる最強のニッチ戦略。

外国人特化作戦：運用プロセス

PHASE 01



通訳パートナー確保

言語対応

英語・中国語・ベトナム語
(留学生・主婦を活用)

契約形態

業務委託 / オンデマンド
面談時のみ同席

✔ 必須条件：税務用語理解

PHASE 02



SNS 発信（多言語）

プラットフォーム

Facebook / WeChat / RED
LinkedIn

コンテンツ

日本での会社設立方法
ビザ更新と税金の関係

✔ 母国語での安心感醸成

PHASE 03



口コミ形成

起爆剤

キーマン（顔役）への
徹底サポート

紹介連鎖

同郷コミュニティ内での
信頼獲得による紹介

✔ 外国人は横の繋がり強固

PHASE 04



コミュニティ構築

独自経済圏

日本進出のハブ化

不動産・人材・法務も紹介

LTV 最大化

在留資格更新サポートとセットで顧
問契約継続率 99%

独占市場確立



Point: 言語の壁を「参入障壁」に変え、コミュニティに入り込むことで競争皆無のブルーオーシャンを作る。

用語注釈

- SNS (Social Networking Service): 情報発信・交流のための Web サービス
- 口コミ (WOM): Word of Mouth。顧客間の評判伝達
- コミュニティ: 共通の属性や利益を持つ集団。ここでは在日外国人社会

経営コンサル作戦：設計

顧問契約の付加価値を高める「コンサルティングサイクル」を導入。
単なる記帳代行から、経営課題を解決するパートナーへと昇華させる。



コンサルサイクルの導入効果

◎ 単価アップの正当性

記帳代行（作業）ではなく、未来への投資（経営判断支援）としての対価となり、顧問料の値上

🛡️ 解約防止（リテンション）

経営の核心部分に関与することで、他事務所への乗り換えコストが極大化し、長期契約につなが

🔄 クロスセル機会の創出

課題抽出から、融資・補助金・M&A・保険などの周辺業務（スポット案件）への提案が自然発生

📌 ポイント： まずは「月次モニタリング」の徹底から始め、経営者との対話時間を確保することが第一歩。高度な分析よりも「気づき」を与えることが重要。

経営コンサル作戦：メニュー

税理士業務の枠を超え、経営課題を解決する4つの高付加価値パッケージ

CONSULTING MENU

第3部：集客戦術（都会編）



月額 5～10万
円

01. 資金繰り改善

CASH FLOW MANAGEMENT

どんぶり勘定からの脱却。資金繰り表の作成と予実管理を行い、黒字倒産を防ぐキャッシュフロー経営を実現する。

主な提供価値：

- ✓ 資金ショートの前兆検知
- ✓ 銀行交渉力の向上



ショット 30～50万
円

02. 値上げ支援

PRICING STRATEGY

利益率改善の即効薬。原価計算に基づき適正価格を再設定し、顧客への通知から交渉までを伴走支援する。

主な提供価値：

- ✓ 粗利益率の劇的改善
- ✓ 不採算取引の見直し



月額 10～20万
円

03. 組織化支援

ORGANIZATIONAL DEV

社長の右腕不在を解決。会議体の設計、評価制度の構築、No.2育成を通じて、社長が現場を離れられる組織を作る。

主な提供価値：

- ✓ 属人化からの脱却
- ✓ 自走する組織の構築



月額 5～15万
円

04. 管理会計導入

MANAGERIAL ACCOUNTING

経営判断のための数字を見える化。部門別損益やKPI管理を導入し、迅速な意思決定を支援するコックピットを作る。

主な提供価値：

- ✓ リアルタイムな状況把握
- ✓ 投資対効果の明確化

コンサル受注の鉄則

記帳代行等の低単価業務で入り込み、信頼関係を築いた上で、経営課題（特に資金と人）にアプローチすることで高単価なアップセルを実現する。

Regional Strategy

集客戦術 (地方編)

地方は最短ルート。
勝ちパターンの横展開で
圧倒的な成果を生み出す。

01

地方が有利な理由

競合密度、意思決定スピード、信頼形成の速さ。

02

春日部市成功事例

開業ゼロから3年で100社。再現性の高い実証モデル。

03

9つの集客作戦

経営者団体、会社設立、融資、税務調査、相続、DM等。

04

推奨都市の基準

人口30～60万、中核市、駅/車アクセス良好。

■ 用語注釈

・ **横展開** : 成功モデルを他地域や他分野へ拡張すること
・ **最短ルート** : 最も効率的かつ確実に目標達成する道筋
・ **地方戦略** : 地方特有の環境（競合少、人間関係重視）を活かした戦い方

地方が有利な理由：最短ルートの証明

Why Local Strategy Wins

CONFIDENTIAL

2026-01-23

圧倒的な「ブルーオーシャン」環境

地方の税理士 1 人あたり人口

約 **2,000** 人

都会との決定的差

都会の **33 倍以上** の市場ポテンシャル

※ 都会は約 60 人 / 人



01. 競合希薄

ライバルが圧倒的に少なく、かつ高齢化している。Web マーケティングや最新ツールを駆使するだけで容易に「地域 No.1」のポジションを確立可能。



02. 意思決定が早い

オーナー社長の一存で即決するケースが多く、複雑な稟議プロセスがない。リードタイムが短い。リードタイムが高い。



03. 信頼形成が速い

「顔が見える関係」を好む傾向が強く、一度信頼を得ると紹介の連鎖が起きやすい。LTV が高い。離脱率が低い。

KEY INSIGHT 地方での成功モデル確立こそが、年収 3000 万への最短ルートである。

■ **希薄**: 密度が低いこと。競合が少ない状態 • **信頼形成**: ラポール（信頼関係）を築くプロセス • **地方優位**: 競争環境における地方のアドバンテージ

推奨都市の基準：ブルーオーシャンのを見つけ方

3つの選定基準

1 人口 30～60万規模

大都市ほどの激戦ではなく、小規模都市ほど市場が小さくない「ちょうど良い」規模感。

2 中核市・県庁所在地

法務局、税務署、金融機関の本店機能が集積しており、行政手続きや融資交渉が効率的。

3 駅/車アクセス良好

地方では車移動が基本。主要道路沿いや駐車場完備が必須。駅近なら採用にも有利。

推奨都市マッピング（成功事例エリア）



凡例

○ 推奨モデル都市

● その他の地方都市

地方戦略の実証実験

春日部モデルの実績

開業時

0

社

※ 完全なるゼロスタート

達成期間

わずか 3 年

※ 業界平均を大きく上回るスピード

獲得顧問先

100

社突破

※ 人口 23 万都市での圧倒的成果



地方 × 再現性の証明に成功

🕒 成長の軌跡（タイムライン）

準備・開業

Phase 1

東京から春日部へ移転を決断。「地方」の競合密度の低さに着目。女性が働きやすい物件選定と家賃交渉を実施。

初速最大化

Phase 2

DM とネット集客のハイブリッド戦略を展開。開業直後から問い合わせを獲得し、垂直立ち上げに成功。

組織化と拡大

Phase 3

地元主婦層の採用とマニュアル化によるオペレーション確立。3年で100社体制を実現し、地域一番店へ。

立地戦略



あえて都心を避け、競合密度の低い「地方中核都市」を選択。商圏人口と競合数のバランスが鍵。

人材戦略



地元の優秀な主婦層をターゲットに、「働きやすさ」を訴求して採用。低コストで高品質な労働力を確保。

集客戦略



DM×HP×紹介の複合技。地方ならではのコミュニティ浸透速度を活用し、信頼を早期に構築。

春日部モデル：具体施策 5 ステップ



 **Insight:** 池上式メソッドをそのまま移植し、地方ならではの競合不在環境を最大限活用することで短期間で急成長を実現。

経営者団体加入作戦

地方での信頼構築に不可欠な4大経営者団体の特徴と使い分け



01. 商工会議所

THE CHAMBER

地域の経済活動の中心。会員数が多く、幅広い業種を繋ぐ企業家同友会。経営の勉強熱心な社長が集まる。早朝のモーニングセミナーが特徴。経営者の心のあひらきを学ぶの若手経営者が集う。地域貢献活動がメー

特徴・メリット：

- ✓ 公的な信頼性が高い
- ✓ 会費が比較的安価

◎ 使い分け：幅広い人脈形成



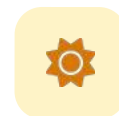
02. 同友会

DOUYUKAI

特徴・メリット：

- ✓ 経営課題の相談が深い
- ✓ 学びを通じた信頼醸成

◎ 使い分け：顧問獲得の主戦場



03. 倫理法人会

RINRI HOJINKAI

特徴・メリット：

- ✓ 頻繁な接触頻度（週1回）
- ✓ 結束力が非常に強い

◎ 使い分け：濃い人間関係構築



04. 青年会議所

JC (JUNIOR CHAMBER)

特徴・メリット：

- ✓ 次世代リーダーとの接点
- ✓ 「同期」意識が生まれやすい

◎ 使い分け：若手・2代目開拓



池上式活用の極意

「所属するだけ」では意味がない。役職（委員長など）を引き受け、汗をかくことで初めて信頼が得られる。特に地方では「何をしている人か」より「誰と何をしたか」が重視されるため、これらの

会社設立作戦：高収益化への黄金ルート

STEP 01



設立パッケージ提供

サービス内容

手数料0円で設立代行
定款作成・登記・印鑑手配まで一括

パッケージ料金

実質 0円

※ 顧問契約を条件とする

✔ フック商品として活用

STEP 02



設立完了・届出

手続き

税務署・自治体への開業届出
青色申告承認申請書の提出

スピード感

最短1週間で完了
司法書士との連携スキーム

✔ 面倒な手続きを全代行

STEP 03



そのまま顧問化

自動移行

設立支援の信頼関係をベースに
スムーズに税務顧問へ移行

目標 KPI

顧問化率

95%以上

LTV

高

ストック収益確保



Point: 設立手数料を無料にしても、長期的な顧問契約（LTV）で十分に回収できる。

用語注釈

- **パッケージ**: 複数のサービスを一つにまとめた商品
- **顧問化**: 単発の依頼から継続的な顧問契約へ移行すること
- **設立支援**: 会社設立登記や届出をサポートする業務

融資サポート①：創業

創業者を強気に支援し、将来の優良顧問先を獲得するエントリー戦略



01. 創業計画書テンプレ

STANDARDIZED TEMPLATE

日本政策金融公庫などの審査ポイントを押さえた「通る計画書」の雛形を提供。創業者の作成負担を劇的に軽減し、信頼を勝ち取る。

- ✓ 業種別記入例の整備
- ✓ 資金繰り表の自動計算シート



02. 金融機関連携

BANK ALLIANCE

地元の信用金庫や日本政策金融公庫の担当者とパイプを構築。事前相談が可能な関係性を作り、融資実行の確度を高める。

- ✓ 公庫担当者の紹介スキーム
- ✓ 認定支援機関としての信用力活用



03. 面談同行

INTERVIEW SUPPORT

融資面談に税理士が同席し、数字の根拠や計画の妥当性を補足説明。創業者の緊張を和らげ、審査担当者に安心感を与える。

- ✓ 質疑応答のシミュレーション
- ✓ 専門家としての補足説明



成功報酬の設定

融資成功額の3%～5%を成功報酬として設定（最低報酬額あり）。ただし、顧問契約を前提に割引または無料化することで、長期的な顧問契約獲得（LTV最大化）につなげるのが定石。

成長期企業の融資実行プロセス

PHASE 01



資金繰り表作成

目的
現状のキャッシュフロー可視化と資金ショート時期の特定

アクション
過去6ヶ月の実績入力と向こう12ヶ月の予測作成

成果物：**12ヶ月資金繰り表**

PHASE 02



財務モデリング

目的
投資対効果（ROI）と返済能力のエビデンス構築

アクション
3パターンの損益シミュレーション（楽観・標準・悲観）

成果物：**事業計画書・返済予定表**

PHASE 03



銀行交渉支援

目的
希望額満額での融資実行と金利条件の最適化

アクション
金融機関面談への同行、質疑応答の代行・補足説明

成果物：**融資実行・着金**



Point: 単なる書類作成代行ではなく、「返済根拠」をロジカルに示すことで銀行の稟議を通しやすくする。

用語注釈

- **資金繰り表**: 現金の入出金予定を時系列で管理する表
- **財務モデリング**: 将来の財務状況を数理モデルで予測・設計すること
- **銀行交渉**: 融資条件（金額、金利、期間）に関する金融機関との協議

税務調査サポート作戦：4ステップ展開

経営者の最大の不安「税務調査」を安心に変え、高収益化するパッケージ商品



01. 事前健診

PRE-CHECKUP

調査が入る前に模擬調査を実施し、リスクを洗い出調査当日に同席し、調査官との折衝を行う。

料金設定例

10～30万円

- ✓ 過去3期分の帳簿チェック
- ✓ 指摘事項リストの作成



02. 当日対応

ON-SITE SUPPORT

調査当日に同席し、調査官との折衝を行う。

料金設定例

日当5～10万円

- ✓ 精神的な盾となる
- ✓ 不当な指摘への反論



03. 是正・修正

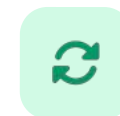
CORRECTION

指摘事項に基づき、修正申告書の作成や交渉のとり調査結果を踏まえ、経理体制の見直しと月次顧問へ

料金設定例

減額税額の20-30% or 固定

- ✓ 修正申告書の作成
- ✓ 税務署との最終合意



04. 再発防止

PREVENTION

調査結果を踏まえ、経理体制の見直しと月次顧問へ

料金設定例

月額顧問契約（+3～5万UP）

- ✓ 経理ルールの明文化
- ✓ 書面添付制度の導入検討



ここがポイント

税務調査は経営者にとって最大のストレスイベント。この「痛み」を取り除くサービスは価格弾力性が低く、高単価でも成約しやすい。スポット案件から顧問契約への転換率も高い黄金ルート。

相続税 HP 作戦： Web 集客の設計

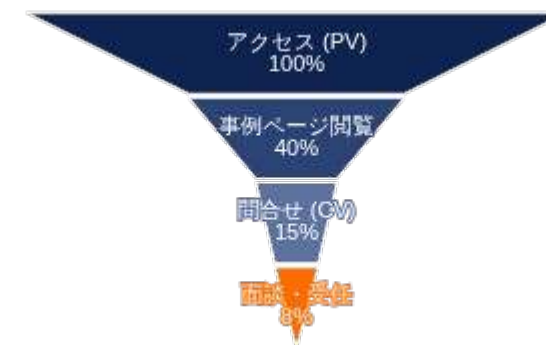
戦略概要： 地域 No.1 相続サイトの構築

事務所 HP とは別に「地域名 + 相続」に特化した専門サイトを構築。悩み解決型のコンテンツと豊富な解決事例で信頼を獲得し、ける導線を設計する。

3 大施策の実装詳細と KPI

施策要素	具体的実施内容	重要 KPI	ポイント
特化サイト構築	<ul style="list-style-type: none"> 「〇〇市 相続相談センター」等の名称 顔写真、料金表、解決事例を全面配置 	CVR 1.5%	安心感と明朗会計の訴求
事例 SEO 対策	<ul style="list-style-type: none"> 「地域名 + 手続き」「地域名 + 税務署」 実際の解決事例を月 2 本追加更新 	検索 1 位	ロングテール KW の網羅
相談導線設計	<ul style="list-style-type: none"> 全ページにフリーダイヤル固定表示 「初回 60 分無料」のオファー強調 	月 10 件	スマホでのタップしやすさ

相続相談獲得ファネル



成功の鍵

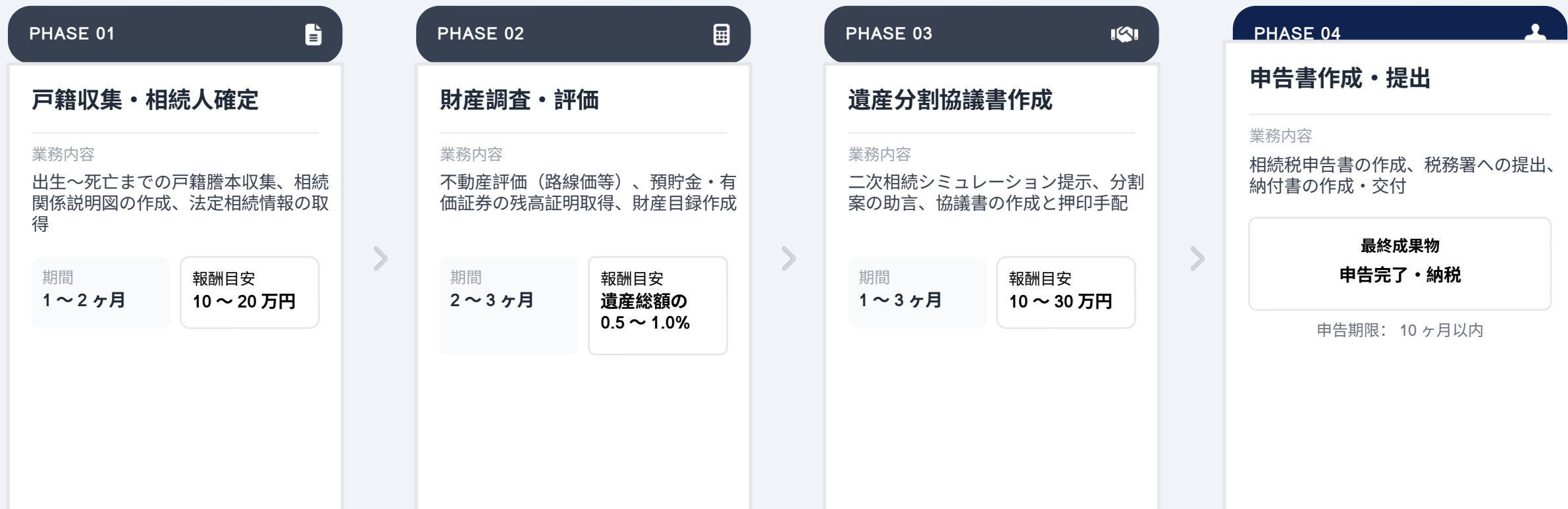
相続客は Web リテラシーが高くない層も多いため、メールフォームよりの配置が CVR に直結する。

目標受任単価 (CPA)

¥30,000 以下

※ 平均報酬 50 万円~の場合の目安

相続手続き作戦：ワンストップサービス化



✔ Point: 単なる税金計算ではなく、煩雑な手続きを全て代行する「安心」を売ることで高単価を実現。

用語注釈

- **評価（財産評価）**：国税庁の通達に基づき財産の時価を算定すること
- **ワンストップ**：複数の手続きを一か所で完結させるサービス形態
- **相続手続き**：名義変更や解約など、遺産を承継するための実務全般

DM 作戦：アナログ最強の「手紙」営業

デジタル全盛だからこそ響く、経営者の手元に届く唯一の物理メディア戦略

LOCAL STRATEGY

第4部：集客戦術（地方編）



01. 名簿精選

TARGET LISTING

官報の会社設立情報や電話帳データベースから、自社の勝ちパターンに合致する「理想の顧客」だけを抽出する。

- ✓ 設立直後の法人（官報）
- ✓ 業種・地域でのフィルタリング



02. 訴求コピー

COPYWRITING

「税理士を変えませんか」ではなく、「御社の資金繰りを改善しませんか」など、経営者の痛みに刺さる言葉を選ぶ。

- ✓ メリットよりベネフィット
- ✓ 手書きの一筆添えて開封率 UP

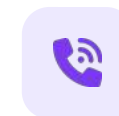


03. A/B テスト

TEST & IMPROVE

封筒の色、ヘッドライン、オファー内容を変えた2パターンを少量送付し、反応が良い方を大量投下する科学的アプローチ。

- ✓ 透明封筒 vs 茶封筒
- ✓ 無料相談 vs 小冊子プレゼント



04. 追客フロー

FOLLOW UP

送りっぱなしにしない。DM 到着のタイミングを見計らって電話をする、あるいはステップメールで関係を温める仕組みを作る。

- ✓ テレアポ部隊との連携
- ✓ 3回接触の法則（ザイオンス効果）

目標 KPI：反応率（反響率）

一般的な DM 反応率は 0.1% ~ 0.3% だが、池上式メソッド（名簿精選 × 手書き × オファー）では **1.0% ~ 3.0%** を目指す。100 通で 1 ~ 3 件の面談獲得が基準。

TARGET CVR

1.0%~3.0%

クラウド会計作戦： freee/MF 連携による高付加価値化

クラウド会計導入の3大要素

1. freee/MF 連携

銀行口座・クレカ・POS レジとの API 連携による自動仕訳。入力工数を極

2. 自計化支援

記帳代行からの脱却。顧客自身での入力を指導し、リアルタイム経営数字の

3. 月次早期化

翌月 5 営業日以内の試算表完成。過去会計から未来会計へのシフトを実現。

導入支援パッケージと料金体系

標準モデル

プラン	対象・フェーズ	提供内容・メリット	料金（税抜）
導入設定 初期スポット	新規開業・乗換 システム未導入	アカウント開設・初期設定 口座・カード連携設定 開始残高登録	5~10 万円
自計化指導 3 ヶ月パック	経理担当者あり 自社入力希望	操作レクチャー（Zoom/ 訪問） 仕訳ルール辞書登録 運用マニュアル作成	15 万円～
クラウド顧問 月額契約	全クライアント 標準契約	月次監査・レビュー チャットサポート 月次決算早期化（+2 万）	月 4 万円～
API 連携開発 オプション	EC・飲食・小売 特定業務ソフト	Air レジ / スマレジ連携 Amazon/ 楽天データ取込 給与計算ソフト連携	個別見積

★ 事務所メリット

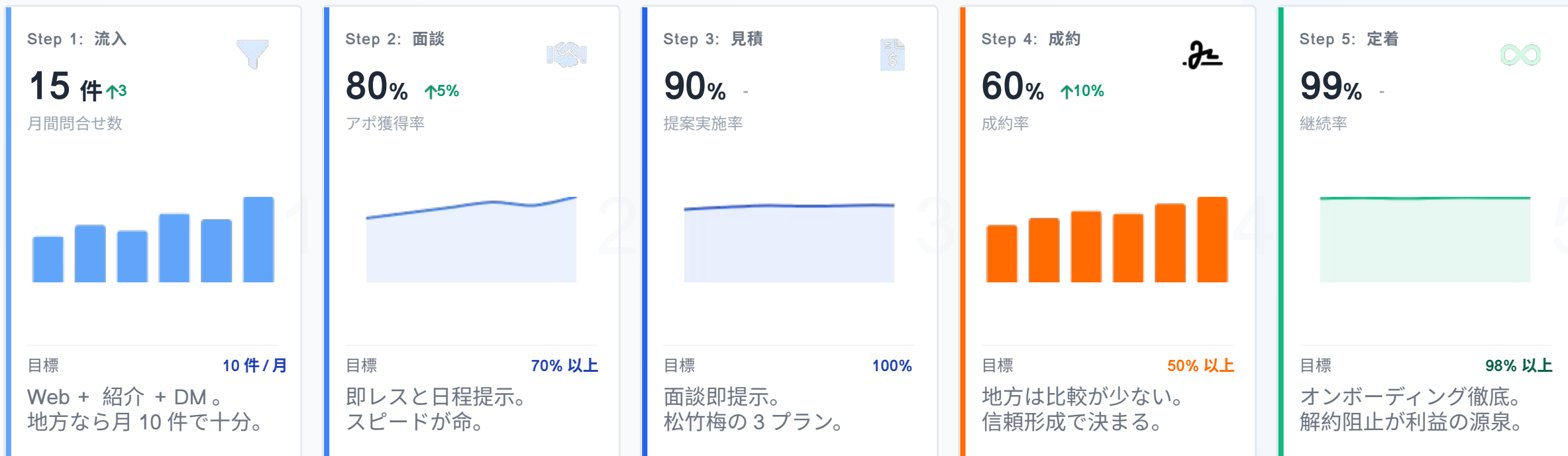
- ✓ 記帳工数 50% 削減による高収益化
- ✓ 若手起業家・IT 企業への訴求力向上

従来型 vs クラウド型の付加価値推移

作業時間 付加価値



「なんとなく」の集客を卒業する。地方戦略では競合が少ない分、ファネルの各段階を数値で管理すれば確実に成果が出ます。流入から定着までの5段階を可視化する。



地方戦略の勝利の方程式：ボトルネック管理

流入数が足りないのか？ 面談まで進まないのか？ 成約しないのか？

地方戦略では、特に「Step 2: 面談（即レス）」と「Step 4: 成約（信頼形成）」の歩留まり改善がROIを最大化します。50%を下回ったら即改善PJを発動します。

Operation Revolution

税理士事務所の オペレーション

採用から教育、実務まで。
効率化と高品質を両立する
最強の仕組み作り。

01

採用・教育

主婦層活用、フルリモート、30-60-90 日育成。

02

記帳・資料

記帳代行の付加価値化、資料回収の標準化。

03

説明・会議

経営者に伝わる BS/PL 説明、ワンマン会議。

04

残業削減

標準工数と自動化でホワイト企業化を実現。

■ 用語注釈

・オペレーション: 業務運用の仕組みや手順

・標準化: 業務品質を一定に保つためのルール統一

・効率化: ムリ・ムダ・ムラを省き生産性を高めること

採用方針：誰を採るか

一般企業が敬遠しがちな「**優秀な潜在層**」に一点集中。
スキルと価値観がフィットする人材を、柔軟な働き方で惹きつける。



理想的な人材像（ペルソナ）

30-40代女性 / 簿記2級以上
実務経験あり・ブランクOK・学習意欲高

1. 主婦層ターゲット

子育て等でフルタイム勤務が難しいが、高い事務処理能力と実務経験を持つ層。一般企業の採用枠から漏れている「宝の山」。

✔ 優秀層の競合が少ない

3. 成長意欲

「単なる作業員」ではなく、新しいツールや業務フローを学ぶ意欲があるか。変化に対応できる柔軟性を重視。

✔ 記帳代行から付加価値業務へ

2. 在宅・フルリモート

出社不要にすることで、商圏を超えて全国から優秀な人材を採用可能。通勤時間の排除により、生活と仕事の調和を実現。

✔ 採用母集団が100倍に

4. 価値観の合致

「お客様の成功を喜べるか」「チームワークを大切にできるか」。スキル以上に、組織文化との適合性を最優先。

✔ 長期定着の鍵



採用戦略のポイント：ハイスペックな資格者（税理士有資格者）を無理に追わず、実務能力とポテンシャルの高い層を育成前提で採用する方がROIが高い。

最強の求人文： EVP5 大要素の設計

「働きたい」と思わせる求人票には、必ずこの5つの訴求ポイントが含まれている



01. 使命

MISSION & PURPOSE

「誰の・どんな課題を解決するために存在するのか」を語る。ただの記帳作業ではなく、社会貢献性を訴求。

“ 訴求例

「地域の中小企業を廃業から救い、次に」



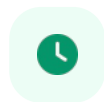
02. 成長

GROWTH & CAREER

入社後に得られるスキル、経験、キャリアパスを明示。市場価値が高まる環境であることを約束する。

“ 訴求例

「未経験から3年で財務コンサルタントに修充実」



03. 柔軟勤務

FLEXIBILITY

時間と場所の自由度を強調。特に主婦層や優秀なリモート人材にとって最強の魅力となる要素。

“ 訴求例

「完全在宅OK、当日欠勤連絡不要、有給」



04. 評価

RECOGNITION

成果やプロセスがどう認められるか。透明性の高い評価基準があることを示し、やりがいを担保。

“ 訴求例

「年齢・社歴不問。3ヶ月ごとの明確な評価制度」



05. 報酬

COMPENSATION

給与だけでなく、インセンティブ、手当、福利厚生を含むトータルリワード（総報酬）としての魅力を提示。

“ 訴求例

「業界水準+20%。資格手当・書籍購入補助額支給」



採用マーケティングの鉄則

求人票は「募集要項」ではなく、自社を売り込む「セールスレター」である。ターゲット人材（ペルソナ）が人生で重視している価値観（EVP）に突き刺さる言葉を選定し、他事務所との圧倒的な差別化を図る。

働きやすさの設計：最強の採用戦略②

戦略の要諦



優秀な人材（特に主婦層）を確保するためには、給与だけでなく「働きやすさ」で差別化することが必須。

目指す状態

「急な休み」への罪悪感をゼロにする
ライフステージの変化で離職させない
場所と時間に縛られない成果主義

定着率へのインパクト

平均勤続年数

8.5 年

業界平均の2.5倍

復職率

100 %

過去3年実績

柔軟労働施策の具体的運用

即日導入可能

施策名	具体的な運用ルール	期待される効果・メリット
 有給即時取得 理由不問・当日OK	<ul style="list-style-type: none"> 入社初日から付与（法定は6ヶ月後） LINE/チャット1本で連絡完了 「理由」の報告を禁止（心理的負担減） 	子供の発熱等に対応しやすく、主婦層の心理的安全性が劇的に向上。
 時間単位有給 1時間単位で消化	<ul style="list-style-type: none"> 「中抜け」を制度化 学校行事や通院での活用を推奨 残業相殺ではなく有給消化として処理 	全休する必要がなくなり、業務の停滞を防ぎつつ個人の都合を優先できる。
 完全在宅勤務 出社義務なし	<ul style="list-style-type: none"> PC/モニタ/通信費を会社支給 クラウドツールで進捗管理 地方/海外在住者も採用対象化 	通勤時間の削減による生産性向上と、全国からの優秀な人材の確保。
 復職ウェルカム 出戻り制度	<ul style="list-style-type: none"> 退職時の給与水準を保証 いつでも戻れる「パスポート」発行 育児/介護休業からのスムーズな復帰 	採用コストゼロで即戦力を再雇用。安心感が長期就業意欲を高める。

フルリモート採用：優秀な人材を見極める仕組み



Point: 面接だけでは見抜けない「実務能力」と「リモート適性」をトライアルで確実に見極める。

用語注釈

- ・稼働管理：労働時間や作業内容を記録・管理すること
- ・トライアル：採用前の試験的な雇用期間
- ・リモートワーク：オフィス以外の場所で働くこと

記帳代行のススメ：単なる作業から戦略的武器へ

多くの税理士が敬遠する「記帳代行」こそが、実は**最強の経営支援ツール**。
単なるデータ入力を「経営の見える化」へと昇華させ、高付加価値化を実現する。

BEFORE

単なる「入力作業」



- × 低単価・労働集約的
- × 顧客接点が薄い（預かりのみ）
- × AI代替リスクが高い

昇華 (Value Up)

AFTER

経営の「羅針盤」



- ✓ 月次早期化による意思決定支援
- ✓ 資金繰り・予実管理の基礎
- ✓ 接触頻度増による信頼構築

★ 付加価値ポイント

- 1 自計化支援への入り口
まずは代行し、徐々にクラウド会計等で自計化へ導くことでLTV向上
- 2 クロスセルの機会
帳簿を見ることで融資ニーズや節税ニーズを最速で察知可能
- 3 人材育成の道場
未経験スタッフが企業の商流を学ぶ最高の教材となる

池上流メソッド：「記帳代行は安く受けるな」。適正価格で受注し、クラウド会計やAI-OCRを活用して工数を極限まで削減。浮いた時間で「数字の説明」を行うことで、顧客満足度と利益率を同時に高める。

用語注釈

- ・記帳代行：領収書や通帳のコピーを預かり、会計ソフトへの入力を代行する業務

資料回収・保管：完全標準化システム

資料管理のゴール

「探す時間ゼロ」「誰でも処理可能」な状態を実現する。
属人化を排除し、パートスタッフでも即座に業務に入れる環境を構築。



標準化の3大要素

要素

標準化ルール・運用

ITポータル活用

Dropbox/Google Drive等の指定フォルダへの直接アップロードを徹底。メール添付・郵送を原則廃止。

AI-OCR導入

領収書・請求書はスキャン即データ化。STREAMED等を活用し、入力工数を90%削減。手入力禁止。

命名規則統一

YYYYMMDD_種類_取引先
全員が同じルールで保存し、検索性を担保。

資料回収フローの効率化モデル

工数1/5に削減!

1

顧客アクション

スマホで撮影 or スキャナでクラウドへアップロード



2

AI-OCR処理(自動化)

文字認識・仕訳データ自動生成・証憑ファイルリネーム



スタッフ確認・確定

認識結果の確認・修正のみ。入力作業は行わない。



ポイント：顧客側にもスマホ撮影のメリット（郵送不要・原本保管不要※要件満たす場合）を伝え、協力体制を築く。

BSの説明術：経営者に響く「物語」アプローチ

i 専門用語を使わず、「資金の出入り」と「会社の体力」として語ることで経営者の関心を掴む

STEP 01



右側：お金の調達

説明のポイント

「誰からお金を集めたか」
返す必要の有無で分類

🗨️ 説明フレーズ

「社長、右側は『どこからお金を
持ってきたか』です。上は銀行から
の借金、下は社長が出した元手
と稼いだ利益です。」

✔️ 純資産＝会社の基礎体力

STEP 02



左側：お金の使い道

説明のポイント

「何に形を変えているか」
現金化のしやすさ

🗨️ 説明フレーズ

「集めたお金が今、何に姿を変え
ているかです。現金なのか、売掛
金（ツケ）なのか、在庫なのか、
機械なのか。」

✔️ 資産＝将来の収益源

STEP 03



バランスの確認

説明のポイント

左右のバランスと
自己資本比率の健全性

🗨️ 説明フレーズ

「借金より自分の金が多いのが理
想です。今の比率は〇%で、業界
平均より安全（or 危険）で
す。」

✔️ 安全性＝倒産しにくさ

STEP 04



未来の提案

ネクストアクション

「現金を厚くする」

回収サイト短縮 / 在庫削減

🗨️ キラーフレーズ

「社長、今期は利益が出ましたが、
現金は増えていません。在庫が眠っ
ているからです。ここを改善しまし
よう。」

信頼獲得

💡 Point:BSは「会社の健康診断書」。数字の羅列ではなく、会社の体質と改善ポイントを物語として語る。

PLの説明術：経営者に響くキャッシュへの橋渡し

1. 粗利益



実力値の確認

説明フレーズ

「社長、まずは商品そのものの儲けを見ましょう。原価率は適正ですか？」

確認ポイント

売上総利益率の推移
外注費・仕入の変動

2. 営業利益



本業の稼ぎ

説明フレーズ

「ここが本業の通信簿です。経費を引いてもちゃんと黒字が出ていますか？」

確認ポイント

人件費率の適正化
固定費の増加要因

3. 純利益



最終手残り

説明フレーズ

「税金を払った後、会社に残る本当の利益はこれです。」

確認ポイント

節税後の最終着地
特別損益の影響

4. キャッシュ



お金の事実

最重要メッセージ

「利益は出ていますが、借金返済で通帳のお金は増えていません。ここが重要です。」

簡易キャッシュフロー

純利益 + 減価償却 - 返済

💡 Point: 経営者は「税金」と「通帳残高」にしか興味がない。PLの数字をキャッシュの話に翻訳して伝える。

用語注釈

- **PL (Profit and Loss Statement):** 損益計算書。一定期間の経営成績を表す財務諸表。
- **粗利益 (売上総利益):** 売上高から売上原価を差し引いた利益。商品・サービスの実力を示す。
- **営業利益:** 本業での儲けを示す利益。粗利益から販売費及び一般管理費を引いたもの。

会議のやり方（ワンマン型・トップダウン）

会議の鉄則

週次 10 分完結

議論はしない。報告と決定のみ。
ワンマン経営こそ最速の意思決定システムである。

🕒 10 分間アジェンダ配分

● 00:00 - 02:00 (2分)
KPI・数値報告
事実のみを共有。解釈は不要。

● 02:00 - 07:00 (5分)
問題点の共有と即決
所長がその場で「やる/やらない」を即断。

● 07:00 - 10:00 (3分)
宿題（Next Action）確認
誰が、いつまでにやるかを復唱。

☰ 効率的会議運営の 4 大要素

PDCA 高速回転

要素	運用ルール	成功のポイント
📅 週次リズム	毎週月曜 朝 8:30 固定 例外なし。全員起立で実施。	リズムを刻むことで組織に緊張感と規律を生む。「会議のり」は禁止。
📈 KPI 確認	ダッシュボード投影 売上、訪問数、未回収のみ。	予実の乖離だけを見る。言い訳を聞く時間ではない。数字
👉 決定事項	その場で Yes/No 持ち帰り検討は極力排除。	リーダーの決断スピードが組織のスピードになる。間違いがあれば来週修正すれば良い。
☰ 宿題管理	Notion/Trello 記録 完了 / 未完了のみ管理。	「やったか / やってないか」の二択。未達の原因分析は別



民主主義の排除

多数決は責任の所在を曖昧にする。
責任者が全責任を持って決める。



アクション至上主義

会議の目的は「議論」ではなく
「次の行動」を確定させること。

「繁忙期だから仕方ない」は思考停止。ブラック体質からの脱却は採用競争力の源泉。以下の4つの原則を徹底し、生産性を最大化しながら残業ゼロを目指し

標準工数設定


85% 達成率
基準時間内完了率



施策内容
全業務に「標準時間」を設定。予実管理を徹底し、遅延を排除。

自動化推進

60% 削減
入力作業時間



施策内容
AI-OCR、RPA、API連携をフル活用。手入力を「悪」と定義し排除。

繁閑シフト

1.2倍 平準化
ピーク時係数



施策内容
変形労働時間制の活用。3月・5月のピークを想定し、日を先取り。

集中タイム

90分 ×2回/日
電話・チャット遮断



施策内容
午前・午後に「集中タイム」を設定。電話取次禁止、私語3倍。

💡 生産性向上のKPI：月間残業時間目標 10時間以内

残業代は「コスト」ではなく「経営の敗北」と定義する。自動化と標準化で時間を生み出し、その時間を顧客への付加価値提案（未来会計、融資支援など）に充てることで、単価アップと残業削減を同時に実現する好循環を作る。

教育体系（オンボーディング）：3ヶ月ロードマップ

Day 1-30



基礎習得フェーズ

目標

事務所のルール理解
基本ツールの操作習得

実施内容（OJT）

チャット・日報運用
会計ソフト基本入力
領収書スキャン業務

✔ 評価：基本動作の徹底

Day 31-60



実務実践フェーズ

目標

月次処理の補助完了
簡単な顧客対応開始

実施内容（OJT）

記帳代行の完遂
決算補助業務
電話・メール一次対応

✔ 評価：正確性とスピード

Day 61-90



自走準備フェーズ

目標

担当顧客の引継ぎ開始
KPI 目標へのコミット

実施内容（OJT）

試算表の説明ロールプレイング
担当5社の完全運用
本採用判定面談

オンボーディング完了



Point:3ヶ月で「教えられる側」から「価値を生む側」へ。ロードマップで成長の道筋を可視化する。








用語注釈

・ **オンボーディング**：新入社員を早期に戦力化するための教育・定着プロセス
・ **ロードマップ**：目標達成までの工程表・計画案
・ **OJT (On-the-Job Training)**：実際の業務を通じた教育訓練

評価と報酬の仕組み：透明性の高い制度設計

5要素による公平な評価モデル

半期ごとに実施

要素	定義・内容	具体的な指標（KPI）
 役割	各等級に期待される責任範囲とミッション	<ul style="list-style-type: none"> 部下育成人数 担当顧客数（規模別） プロジェクト遂行責任
 成果	定量的な業績貢献（賞与に強く連動）	<ul style="list-style-type: none"> 担当売上高達成率 新規獲得件数 生産性（時間あたり売上）
 行動	コンピテンシー評価（プロセス・価値観）	<ul style="list-style-type: none"> チームへの貢献行動 自己研鑽・学習意欲 顧客志向の実践度
 等級	能力段階に応じたグレード設定（昇格基準）	<ul style="list-style-type: none"> G1（見習い）～G6（パートナ） 各等級の要件定義書（JD） 必要資格（科目合格等）
 昇給	評価結果に基づく報酬改定ルール	<ul style="list-style-type: none"> S評価：+10%昇給 A評価：+5%昇給 B評価：ステイ

等級制度（グレード）イメージ



※ 各グレードに求められる「役割」と「行動」を明文化し、透明性を担保

制度設計のポイント

✔ 納得感醸成：ラックボックス化せず、全社員に公開する。

✔ 査定結果だけでなく重視：強みと課題を1on1で対話する。

効率化への 3つの柱

組織の拡大に伴い、情報は指数関数的に増加します。ルールなき共有は混乱を生み、生産性を低下させます。

🎯 ルールの目的

「探す時間」と「聞く手間」をゼロにし、全員が自律的に動ける情報インフラを構築すること。



議事録 1 枚化 (A4 ルール)

- ✓ 決定事項・KPI・宿題 (ToDo) のみを記載し、発言録は禁止。
- ✓ 会議終了後 24 時間以内 に全社共有フォルダへ格納。

⚡ SPEED & CLARITY



チャット規約の徹底

- ✓ 緊急時以外は **メンション禁止** (相手の集中時間を奪わない)。
- ✓ オープンチャンネルを原則とし、DM (個別連絡) は人事・機密事項のみ。

🛡 OPENNESS & RESPECT



ナレッジ化 (形式知化)

- ✓ 「同じ質問が 2 回」来たら、必ず **マニュアル化** または **FAQ 化** する。
- ✓ 失敗事例こそ共有し、再発防止策とともにデータベース化する。

📖 ASSET BUILDING

品質管理（レビュー）：ミスの徹底排除

3層の品質防壁

「人間は必ずミスをする」という前提に立ち、個人の能力に依存した体制を構築する。



品質管理の実装要素

Standard Operation

要素	具体的な仕組み	期待される効果
二重チェック	<ul style="list-style-type: none"> 担当者とレビューアとの分離 紙/画面での指差し確認 チェックリストへの署名必須化 	単純ミスの90%以上を削減し、担当者の心理的負担を軽減する。
ピアレビュー	<ul style="list-style-type: none"> チーム内での相互チェック 属人化の防止（誰でも見れる化） 定期的な担当替えとセット運用 	ナレッジの共有が進み、特定の担当者しか分らないミスを排除する。
是正記録	<ul style="list-style-type: none"> エラーログのデータベース化 月次での「ヒヤリハット」共有会 再発防止策のマニュアル反映 	同じミスの繰り返しを防ぎ、組織全体の品質レベルを向上させる。

品質は「スピード」の基盤

手戻りがなくなることで、結果的に業務スピードは向上する。品質管理コストは「投資」であり、信頼という資産を形成する。

用語注釈

• **ピアレビュー (Peer Review)**: 同僚や同等の立場の者による相互評価・査読。客観性の担保に有効。

• **品質管理 (QC)**: サービスや製品が要求品質を満たすよう、プロセスや成果物を管理する活動

• **是正 (Correction)**: 不適合や欠陥を修正すること。根本原因の除去を含む場合もある。

鉄壁の 信頼基盤構築

顧客の最重要機密を扱う税理士事務所にとって、セキュリティは「守り」ではなく「信頼」という商品そのものです。

🛡️ リスク対策の要諦

「人」の善意に頼らず、「仕組み」で不正と事故を防ぐ環境を構築



権限設計（アクセス制御）

「誰が・何に・いつ」アクセスできるかを最小権限の原則に基づき設計する。役職や担当クライアント閲覧制限を系統的に強制する。

CHECK

✓ フォルダアクセス権の見直し ✓ 特権 ID の管理厳格化



持出制限（DLP 対策）

USB メモリの使用禁止、個人クラウドへのアップロード遮断、印刷ログの取得など、物理的・電子技術的に防止する。

CHECK

✓ USB ポートの無効化 ✓ BYOD 端末の利用禁止



監査ログ（証跡管理）

「いつ・誰が・どのファイルを」操作したかを自動記録し、定期的にモニタリングする。不正の抑万が一の際の追跡を可能にする。

CHECK

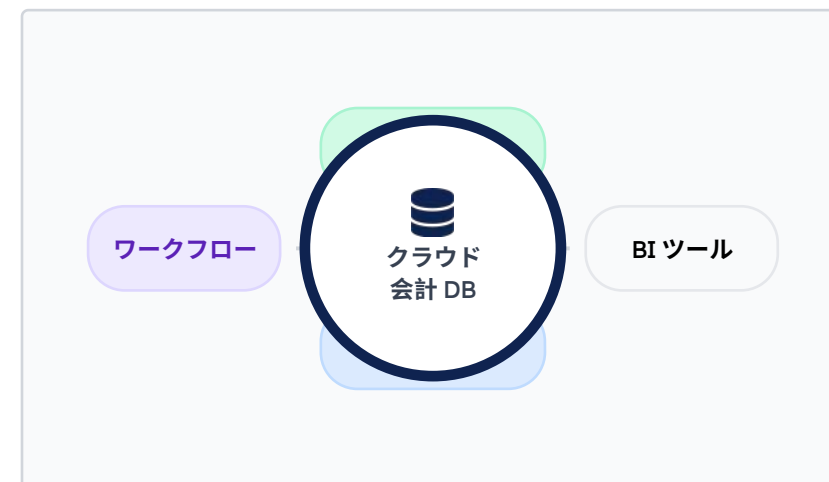
✓ 操作ログの自動保存 ✓ 月次ログレビューの実施

ツールスタック標準：IT 基盤の構成

標準 IT ツール構成		2026 年推奨環境
カテゴリ	推奨ツール	導入目的・活用ポイント
 会計	MF クラウド / freee	銀行・カード自動連携による記帳自動化。 ※ 自計化率 80% 以上を目標
 税務申告	達人シリーズ / JDL	会計ソフトからのデータ連動性を最重視。 ※ 電子申告 100% 徹底
 ワークフロー	Kintone / MyKomon	進捗管理・日報・顧客情報の脱エクセル。 ※ 全案件のステータス可視化
 BI・予実	Manageboard / bixid	月次報告のビジュアル化と予実管理。 ※ 経営会議資料の作成工数ゼロ化
 コミュ	Chatwork / Slack	メール廃止によるレスポンス速度向上。 ※ 顧客との連絡もチャットへ移行

品 データ連携イメージ

「入力ゼロ」を目指す API エコシステム



💡 ツール選定の鉄則

「機能の多さ」ではなく「API 連携のしやすさ」で選ぶ。データ転記作業を撲滅する第一歩。

■ 用語注釈

- **ツールスタック**：業務遂行のために組み合わせて使用するソフトウェア群の総称。
- **ワークフロー**：業務の一連の流れや手続き。またはそれを電子化・管理するシステム。
- **BI (Business Intelligence)**：データを分析・可視化し、経営意思決定を支援するツール。
- **自計化**：顧問先企業が自ら会計ソフトへの入力を行うこと。

Growth Strategy

成長ステージ別 戦略

1億から2億へ。
組織的拡張と高付加価値化による
スケールアップの要諦。

01

人的拡張

専属営業マン配置と採用育成のシステム化。

02

顧客拡張

グレード制導入とLTV最大化のための選別。

03

ラインナップ拡張

基本顧問 × 高単価オプションのポートフォリオ。

04

ブランド拡張

実績の言語化と出版・登壇による権威性向上。

■ 用語注釈

- ・ **ステージ** : 企業の成長段階（創業期、成長期など）
- ・ **拡張（Expansion）** : 事業規模や領域を広げること
- ・ **スケール** : 規模拡大（特に売上や組織の拡大）

売上1億モデル（上位8%）KPI

1億円突破の方程式。上位8%に入るための「黄金数式」をKPIとして分解し、ダッシュボード化。この3つのレバーを操作することで、誰でも年商1億円に到達可能です。

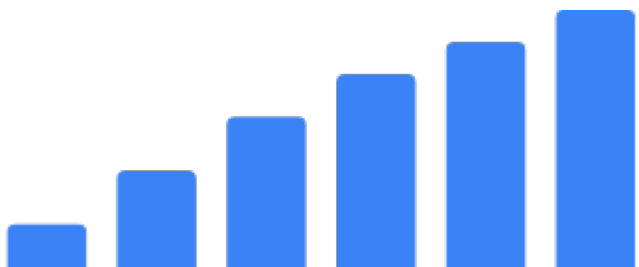
TARGET: 年商1億円

顧問先数（基盤）



105 社

TARGET: 80-120 社



達成要件：

月2-3社の純増ペースを維持。紹介とWeb集客のハイブリッドで安定保。

平均月額顧問料（単価）



6.8 万

TARGET: 6-8 万円



達成要件：

記帳代行料込でスタートし、徐々に訪問頻度調整やオプション付加で単

付加価値係数（アップセル）



1.45 倍

TARGET: 1.3-1.6 倍



達成要件：

決算料、年末調整、償却資産税に加え、融資・補助金・保険手数料で係数を

1億円達成シミュレーション



105社 × 6.8万円 × 12ヶ月 × 1.45 = **1億2423万円**

※ 従業員1人あたり売上目安：1000万～1200万

※ 必要人員：約8-10名体罰

1億の壁を超えるための「柱」の複線化。所長の馬力に依存せず、専属営業部隊と特化型サービスの「柱」を構築することで、安定的に2億円規模（上位3%）を作ります。

売上2億円の収益構成（理想モデル）
安定基盤と高収益スポットのハイブリッド



基盤顧問 月次・決算・記帳	1.2 億
特化・スポット柱 相続・補助金・融資	0.6 億
MAS・コンサル 経営計画・会議指導	0.3 億

2.1 億円
達成基準クリア

専属営業部隊の貢献



3,600 万 / 年間獲得
専属3名体制による新規獲得額



要件：所長営業からの脱却。専属営業マンが月300万の新規契約を獲得する

第2・第3の柱（特化軸）

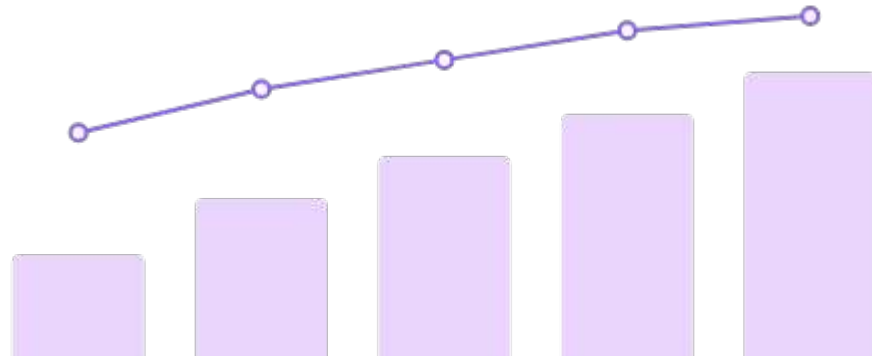


相続・資産税（目標3000万）	3200 万 (106%)
融資・補助金（目標2000万）	1800 万 (90%)
MAS 監査（目標1000万）	1200 万 (120%)

1人あたり生産性

1,200 万
↑業界平均(800万)の1.5倍

達成の鍵：
製販分離（営業・製造・管理）
記帳代行の完全自動化・外注化



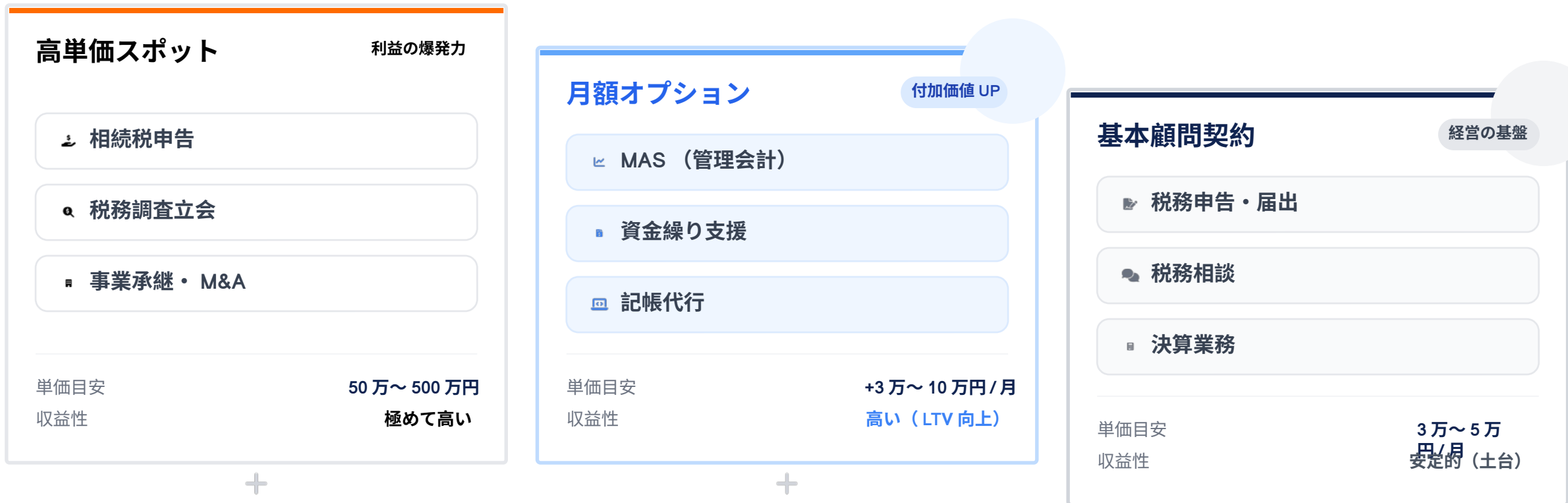
専属営業の配置と育成

3名体制による役割分担と責任範囲の明確化



サービスラインの最適化

収益の安定と爆発力を両立させる「3層ポートフォリオ」を構築。
基本顧問料だけでなく、オプションと高単価スポット案件を組み合わせる。



収益構造の変革ポイント

基本契約だけでは「労働集約の限界」が来る。オプションで単価を上げ、スポット案件で利益率を跳ねさせる。

目標ポートフォリオ比率



価格改定の進め方：プロトコルと離反管理



Point: 値上げは顧客を減らすリスクではなく、理想の顧客層と付き合うための「選別フィルター」である。

用語注釈

- **プロトコル**: 手順や規約。ここでは一連の業務手続き
- **離反 (Churn)**: 顧客がサービスを解約すること。チャーンとも呼ぶ
- **価格改定**: サービス価格の見直し。主に値上げを指す

顧客選別（グレード制）戦略

顧客ポートフォリオ



戦略のポイント

- ✓ S・A層にリソース集中
- ✓ B層を標準化・効率化
- ✓ C層は値上げor代謝

グレード別サービスレベル定義書 (SLA)

2026 年度版

グレード	定義・条件	提供サービス・SLA	担当配置	報酬目安
	VIP パートナー 年商 5 億～ / 成長企業 紹介多 / 関係良好	★ フルカスタマイズ ・ 月次訪問（役員会参加） ・ 予実管理 / 資金繰り ・ 即時レスポンス（優先）	所長 + マネージャー 専属 2 名体制	月 15 万～ + 決算 6 ヶ月
A	優良顧問先 年商 1 ～ 5 億 自計化済 / 黒字	● 標準 +α 支援 ・ 隔月訪問 or 月次 Zoom ・ 決算対策 / 節税提案 ・ 2 営業日以内回答	担当税理士 巡回監査担当	月 5 ～ 10 万 + 決算 5 ヶ月
	標準顧問先 年商 1 億未満 標準的な中小企業	▲ 効率化重視 ・ 来所 or Zoom（四半期） ・ 試算表郵送 / チャット ・ 3 営業日以内回答	一般スタッフ 製販分離（入力部隊）	月 3 ～ 5 万 + 決算 4 ヶ月
C	要改善先 小規模 / 手間大 資料遅延 / 低単価	■ ミニマム対応 ・ 年 1 回対応 or 記帳のみ ・ 訪問なし / メール対応	パート / 外注 自動化プロセス	～月 2 万 年一括払い推奨

採用・育成の拡張：組織拡大期の好循環ループ



Cycle: 定着した社員がリクルーターとなり、さらに質の高い母集団を形成する「採用の好循環」を作る。

用語注釈

- ・母集団：採用候補者の集まり全体のこと
- ・定着：入社した社員が長く働き続けること
- ・採用ファネル：応募から採用までの段階ごとの人数推移

拠点展開の条件

安易な多店舗展開は失敗する。新拠点開設には「**3つの必須条件**」の充足が不可欠。この要件を満たしたタイミングのみ、事業拡大のゴーサインを出す。



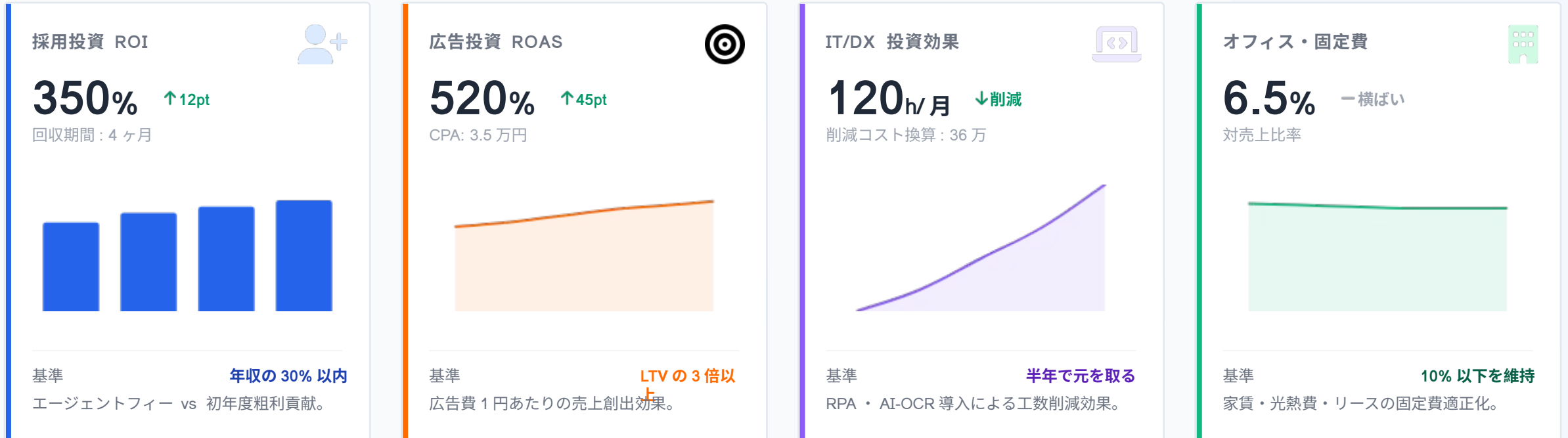
失敗パターンへの警告

「なんとなく場所が良いから」「人が採用できたから」という理由だけで進出すると、固定費負担で本体経営まで傾くリスクがある。必ず 3 条件を AND 条件で満たすこと。

用語注釈

● **商圈** : 店舗や事業所の勢力が及ぶ地理的な範囲 ● **責任者 (拠点長)** : その拠点の損益と運営に全責任を持つリーダー

「投資なき成長なし」。しかし無謀な散財は命取り。4大投資領域（採用・広告・IT・オフィス）のROIを厳格に管理し、損益分岐点を越えた利益を再投資に回します。



投資判断の「池上式」鉄則

回収期間（Payback Period）を重視せよ。人材は「半年」、広告は「3ヶ月」、ITは「1年」以内での回収が見込めない投資は原則却下。特に地方戦略では家賃比率を極限まで下げ（5%以下）、浮いた資金を「採用」ことが、年収3000万への最短ルートとなる。

ブランド構築

信頼と権威性を確立し、選ばれる事務所になるための4大要素



01. 実績の言語化

VERBALIZE SUCCESS

自社の強みや実績を、顧客に伝わる言葉で明確に定義する。「何でもできます」ではなく「〇〇が得意です」と言い切る勇気を持つ。

- ✓ 専門分野の明文化
- ✓ 数値実績のアピール



02. 事例公開

CASE STUDIES

実際の支援内容と成果を、守秘義務に配慮しつつ具体的に公開する。見込み顧客に「自分もこうなれる」というイメージを持たせる。

- ✓ Before/After の提示
- ✓ 顧客インタビュー掲載

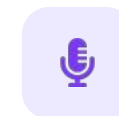


03. レビュー獲得

CLIENT REVIEWS

既存顧客からの評価を積極的に集め、第三者評価として活用する。Google マップや専門サイトでの高評価は、信頼の証となる。

- ✓ Google 口コミ対策
- ✓ お客様の声アンケート



04. 登壇・出版

PUBLIC SPEAKING

セミナー講師や書籍出版を通じて、専門家としての地位を確立する。権威性は、高単価サービスの正当性を裏付ける強力な武器。

- ✓ 業界紙への寄稿
- ✓ 自社セミナー開催



池上式ブランド戦略の核心

「選ばれる理由」を作るには、実績があるだけでは不十分。それを「見える化」し、「第三者に語らせる」仕組みが必要。ブランドは、日々の地道な発信と信頼の積み重ねで作られる。

成長期に潜む 主要な落とし穴

規模拡大に伴いリスクの種類も変化します。事前予測と予防策の徹底が、持続的な成長の鍵となります。

▲ 最重要ポイント

「起きてから対処」では遅い項目（特に情報・資金・風評）は、仕組みで未然に防ぐことが経営者の責務です。



【人】 離職・横領・労務トラブル

発生確率：中 / 影響度：大

✓ 権限分散とダブルチェック

✓ 就業規則の定期見直し



【法】 税理士法違反・損害賠償

発生確率：低 / 影響度：特大

✓ 広告ガイドライン遵守確認

✓ 賠償責任保険への加入



【風評】 ネット炎上・悪評拡散

発生確率：中 / 影響度：中

✓ Google マップ口コミ監視

✓ クレーム対応マニュアル整備



【情報】 顧客データ漏洩・サイバー攻撃

発生確率：低 / 影響度：壊滅

✓ アクセスログの定期監査

✓ 持出禁止ルールの徹底



【資金】 キャッシュショート・貸倒れ

発生確率：中 / 影響度：大

✓ 3ヶ月分の運転資金確保

✓ 未収金の早期アラート設定

AI & Value Proposition

AI 時代における 税理士の価値

AI は敵ではなく「ふるい」。
処理業から助言業への
完全シフトを実現する。

01

AI による業務革命

入力業務の自動化と人間が担うべき領域の再定義。

02

処理業から助言業へ

記帳代行のその先へ。意思決定支援パートナーへの進化。

03

AI 代替可能性マトリクス

「レシートスキャンの精度」から見る現実と未来。

04

Zoom 税理士の限界

デジタル時代だからこそ輝く「対面・密着」の価値。

■ 用語注釈

- **AI (Artificial Intelligence):** 人工知能。機械学習などにより知的作業を代替する技術
- **助言業:** 専門知識に基づき意思決定を支援するアドバイザー業務

- **代替可能性:** AI やロボットによって業務が取って代わられる可能性

AI は敵ではなく「ふるい」 | 処理業から助言業へ

Low ← AI 代替可能性 → High



AI 代替可能性 (Replaceability)

“ AI の現在地：過信は禁物
「レシートスキャンの精度はまだ甘い。手入力の方が早いケースも多々ある。しかし、10年スパンで見れば入力業務は消滅する前提で動くべき。」

- 池上成満氏

🍷 ペPPER君実験の示唆
スーパーでペッパー君がカード勧誘をした結果、売上1位を記録。しかし、「億単位の融資」や「倒産危機」の相談をロボットにする経営者はいない。

結論：責任と感情を伴う意思決定支援こそが人間の聖域。

- 🎯 勝ち残るための方向性
- ✅ AIを「部下」にする：
単純作業はAIに任せ、空いた時間で顧客と対話する。
- ✅ 「Zoom 税理士」の限界：
画面越しの効率化より、膝を突き合わせた泥臭い信頼構築が差別化になる。

用語注釈

- OCR (Optical Character Recognition): 光学的文字認識。レシート等の画像を文字データ化する技術
- AI (Artificial Intelligence): 人工知能。学習・推論・判断などの人間の知能を模倣するシステム

EXIT STRATEGY & LIFE DESIGN

成功して どうするのか？

売上・利益の先にあるもの。
出口戦略と多様な生き方を
意図的に設計する。

01

出口戦略（EXIT）

事業承継、M&A、のれん価値の最大化。

02

4つの人生モデル

ひとり税理士・1億型・2億型・新ビジネスへの挑戦。

03

事業家から投資家へ

資産形成とポートフォリオ戦略による自由の獲得。

04

多様な選択肢

仕事だけではない、豊かな人生の再定義。

■ 用語注釈

- ・ **出口戦略**：事業の最終的なゴール（売却、承継、上場など）をあらかじめ計画すること
- ・ **ライフデザイン**：人生全体の計画や設計。仕事、家庭、趣味などのバランスを考えること

成功モデルの全体像： 4つの勝ち筋

年収 3000 万円を超えた先に広がる多様な選択肢。

「組織規模」と「ビジネス領域」の軸で分類される 4 つの成功モデルから、自らのキャリアゴールを設計する。

MODEL 01

想定年収
3,000 万円～

ひとり高収益型

従業員を雇わず、高単価な顧客のみを選別して対応。時間的自由と高収益を両立する究極の専門家モデル。組織化によるレバレッジを効かせ、地域 No.1 クラスを目指す王道モデル。本書のメインターゲット。

特徴・要件

- ✓ 高付加価値業務特化
- ✓ 徹底した顧客選別
- ✓ 管理コストゼロ
- ✓ ワークライフバランス

MODEL 02

想定年収
5,000 万円～

売上 1 億円突破型

特徴・要件

- ✓ 標準化されたオペレーション
- ✓ 採用・育成システム
- ✓ マーケティングの自動化
- ✓ 顧問先 100 社～

MODEL 03

想定年収
1 億円～

2 億拡大・多店舗型

商圈を広げ、複数拠点または大規模拠点で圧倒的なシェアを獲得。専属営業と分業体制の完成形。

MODEL 04

想定年収
∞ (青天井)

多角化・事業家型

税理士業をコアキャッシュカウとし、不動産投資、SaaS 開発、教育事業などへ展開する真の事業家。

売上1億円モデルの運営：高収益構造の確立

「集中と選択」による利益最大化。売上1億円の壁を突破し、かつ高利益率（30%以上）を維持するためには、「何をしないか」を決めることが重要です。徹底管理します。

顧問先あたりの粗利（選択と集中）



85万/年 ↑ 12%

業界平均：約45-50万円

実施方法

安売り顧客（年商1000万未満など）の断り、特定業種への特化による単価アップ。

目標指標

顧問数 120社以下で1億円

固定費率（Lean化）



45% ✓ 適正

内訳：人件費40% + 地代家賃5%

実施方法

地方拠点活用による家賃抑制、パート・在宅スタッフ活用による人件費削減。

目標指標

損益分岐点比率 70%以下

スポット収益比率（高付加価値）



35% ↑ 5%

顧問料以外の収益割合

実施方法

融資支援、補助金申請、相続対策など、高単価ショット案件のメニュー化。

目標指標

年間3,500万円以上



1億円モデルの成功法則：労働集約からの脱却

- 1 顧客数：追わない（100-120社で止める）
- 2 単価：上げる（平均年額80万円以上へ）
- 3 人員：少数精鋭（5-7名体制）

売上2億モデルの運営

組織の型・営業×特化×柱の複線化による安定成長構造

経営戦略・組織マネジメント

👑 所長（経営者）

全体最適化・新規事業開発

営業・マーケティング本部

集客システムの自動化

実務・オペレーション本部

標準化と品質管理

🚀 1. 専属営業チーム

役割

所長依存からの脱却と、組織的な新規開拓プロセスの確立

- ✓ 新規開拓専任担当
- ✓ 既存深耕（アップセル）
- ✓ 提携パートナー開拓

💎 2. 特化軸の確立

役割

高単価・高付加価値サービスの提供による差別化と利益率向上

- ✓ 業種特化（医療/建設等）
- ✓ 業務特化（相続/国際等）
- ✓ ブランディング強化

🏗️ 3. 柱の複線化

役割

顧問報酬以外の収益源を確立し、経営の安定性と成長性を確保

- ✓ 相続・事業承継コンサル
- ✓ 補助金・融資支援
- ✓ M&A 仲介・財務支援

KEY SUCCESS FACTOR 標準オペレーション（記帳・決算）の徹底効率化 × 3つの成長エンジンによる拡大サイクル

モデルケース：建設業 A 社

V 字回復の軌跡

支援開始前（赤字）

営業利益 ▲800 万円


※ 資金ショート寸前の状態



支援 2 年後（黒字化）

営業利益 +2,500 万円

※ 過去最高益を達成

 「伴走型支援」が企業の運命を変える

📍 成長支援の 3 ステッププロセス

01

現状把握・課題抽出

課題 どんぶり勘定による資金繰り悪化

毎月の試算表作成が 3 ヶ月遅れで、経営判断ができない状態。原価管理が機能しておらず、利益が出ない案件が多数あった。

02

月次助言・実行支援

施策 月次決算の早期化と会議体導入

クラウド会計導入で月次を翌月 10 日に確定
毎月の「予実管理会議」で部門別採算を可視化
不採算案件の徹底排除と見積基準の見直し

03

成果創出・自走化

成果 筋肉質な経営体質への変革

粗利率が 5% 改善し、営業利益が大幅増。銀行格付けが向上し、成長資金の融資（5,000 万円）を獲得。経営が安定した組織へ。

事業承継の要諦：スムーズなボタンタッチの4ステップ



Point: 法的な手続きだけでなく、「人の心」と「見えない価値」を引き継ぐことが真の事業承継。

用語注釈

- **のれん**: ブランド力や顧客基盤など、決算書に載らない無形の資産価値
- **承継**: 地位や事業、財産などを受け継ぐこと
- **株式譲渡**: 会社の所有権（株式）を売買や贈与によって移転するM&A手法

ひとり税理士の余暇戦略

「稼ぐ」だけが成功ではない。**時間と精神の自由**を手に入れ、人生の豊かさを最大化する「ひとり税理士」という生き方のための3つのコントロールレバー。



高単価戦略

安売り競争からの脱却・
専門特化によるプレミアム

少ない顧客で収益確保



稼働コントロール

ワークライフ バランス

最適化



顧客選別

ストレスフリーな関係性・
価値観の合う顧客のみ

精神的自由の獲得



売上至上主義からの解放

年商1億円を目指すだけが正解ではない。年商2000-3000万円でも、経費を抑え、時間を自由に使える高い。



余暇の投資効果

生まれた「余暇」を、趣味、家族、新たな学び、投資活動に充てることで、人生全体のポートフォリオが豊かになる。

用語注釈

- ・稼働コントロール: 労働時間や業務量を自らの意思で調整すること
- ・余暇: 労働から離れ、自由に使える時間。創造活動や休息の源泉
- ・ライフスタイル: 個人の価値観に基づいた生活様式や行動様式

新たなビジネスへの挑戦

税理士の強みを活かした多角化戦略。本業とのシナジーを生む4つの事業領域。

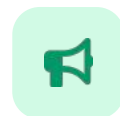


01. 研修・教育

EDUCATION

自事務所で培った成功ノウハウや実務スキルを体系化し、同業者や若手税理士向けに教育プログラムとして提供する。

- ✓ 経営塾・実務講座の主催
- ✓ オンラインサロン運営



02. メディア運営

MEDIA & PUBLISHING

専門知識を発信し、広告収入やブランディングにつなげる。出版やYouTubeなど多角的なチャンネルで影響力を行使する。

- ✓ 書籍出版・電子書籍
- ✓ YouTube・業界ニュース配信



03. SaaS 開発

SOFTWARE / SAAS

現場の課題を解決する業務ツールを自社開発し、サブスクリプションモデルで提供。労働集約型からの脱却を図る。

- ✓ 特化型管理システム
- ✓ 経理効率化ツール販売



04. 投資・M&A

INVESTMENT

税理士としての「目利き力」を活かし、有望なベンチャーや中小企業へ投資・支援を行う。事業家から投資家へのシフト。

- ✓ エンジェル投資
- ✓ 事業承継 M&A・再生支援

多角化の要諦：本業とのシナジー

全くの異業種に飛び込むのではなく、本業（税理士業）で得た「知識」「信頼」「顧客基盤」「資金」をテコにできる領域から展開することで、成功確率を飛躍的に高めることができる。

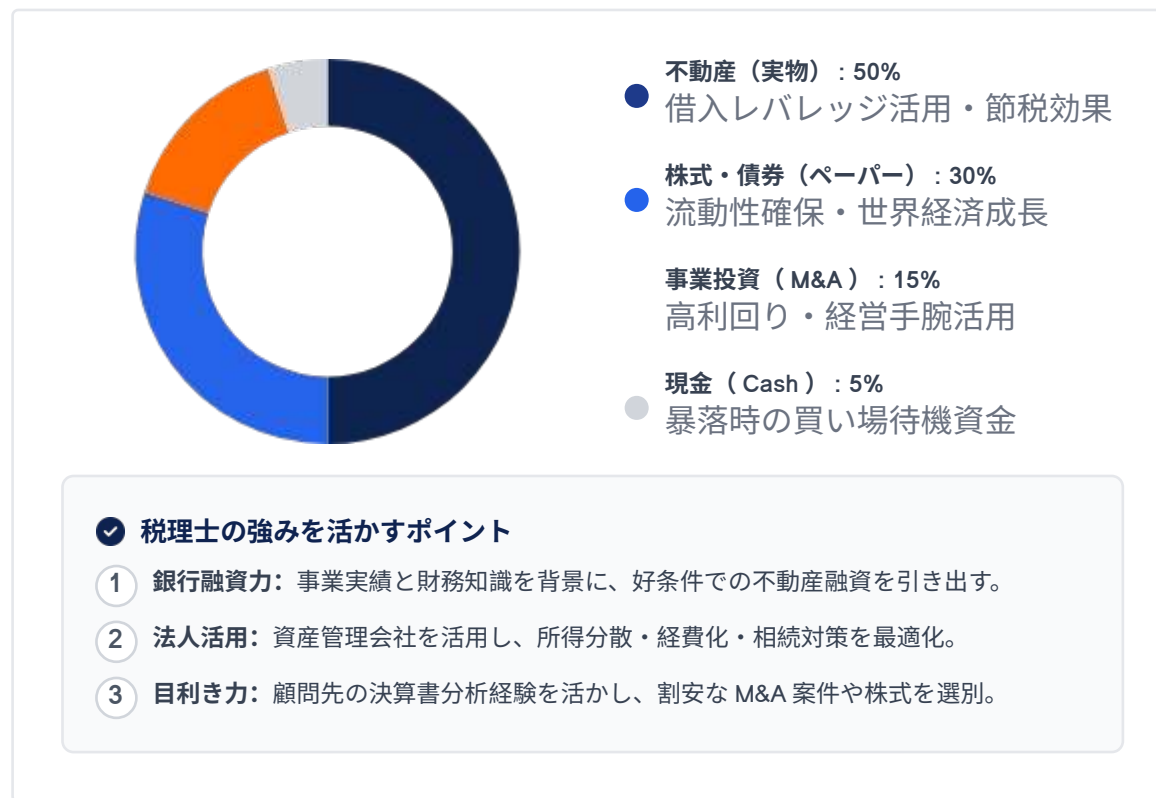
投資で生きていく：事業家から投資家へ

事業で得たキャッシュを資本に換え、「労働収入」から「資産収入」へシフトする。税理士としての知見（税務・財務）を最大限に活かした堅実な資産形成モデル。

ステージ移行設計



理想的ポートフォリオ戦略



The Next Chapter

成功はゴールではなく、 多様な生き方を選ぶ権利を手に入れること



仕事

自分の能力を世に問い、
社会に価値を提供する
最強の自己表現



家族・余暇

成功の果実を分かち合い、
心の平穏と愛を育む
人生の基盤



健康

持続可能な挑戦と
豊かな時間を支える
最も重要な資本



地域貢献

受け取った恩を次世代へ。
名誉と誇りある
リーダーの責務

Next Session

🔥 第8部：分科会ディスカッション

理論を実践へ。炎上議論も辞さない徹底討論を開始する。

[Proceed to Discussion](#) →



Most Important Section

分科会 ディスカッション

理論を実践へ。
徹底的な論点分解と
炎上覚悟の本質的議論。



論点整理

課題の構造化と優先順位付け



分解（要素分解）

解像度を高め、アクション可能な粒度へ



設計・スケジュール

WBS とガントチャートへの落とし込み



実行・検証

圧倒的品質と高速改善サイクル
(PDCA)

論点整理マトリクス：優先順位の可視化

年収 3000 万実現に向けた 4 つの主要論点を「重要度」と「緊急度」でマッピング。リソース配分の優先順位と、着手すべき順序を明確化する。



論点A：マインド転換（L1） - 現状打破のプロセ



💡 Insight: スキルの問題ではなく、アイデンティティ（自己定義）の問題として扱う。

用語注釈

- **阻害要因**: 変化や目標達成を妨げる内部的・外部的な壁や要因
- **言語化**: 暗黙知や曖昧な概念を言葉にして定義・共有可能にすること
- **マインドセット**: 経験や教育によって形成された思考様式や心理的傾向

経営者行動の 3つの型

「税理士業」ではなく「経営者」として振る舞うための具体的な行動指針。日々の業務における意思決定基準をアップデートします。

💡 Point

「作業」に逃げないこと。未来への投資と、他人に任せる勇気が成ります。



時間配分（タイムマネジメント）

- ✓ 実務作業時間を 0 にし、経営・営業・採用に 100% 充てる
- ✓ 「自分がやった方が早い」という思考を捨てる（権限移譲）
- ✓ ルーチンワークは全てマニュアル化し、スタッフに任せる



集中領域（選択と集中）継続的

- ✓ 高付加価値業務（コンサル・提案）にリソースを集中する
- ✓ 低単価・手間の掛かる顧客は勇気を持って断る（顧客選別）
- ✓ 強みを発揮できる分野（業種特化・業務特化）を見極める



意思決定（デシジョンメイキング）即時

- ✓ 即断即決を心がけ、保留案件を作らない（スピード重視）
- ✓ データと事実に基づいて判断し、感情や経験則に頼らない
- ✓ リスクを取って投資判断を行う（採用・IT・広告への投資）

論点A：マインド転換（L3）見える化

経営者行動の可視化。「週次リズム」で定例業務を回し、重要 KPI を常時監視。「儀式」を通じてマインドセットを組織全体に浸透させます。



👁️ 可視化による行動変容

「測れないものは改善できない」。経営者マインドへの転換には、抽象的な概念ではなく、具体的な数字と行動のリズムが必要です。週次での振り返りと意思決定（リズム）、KPI による客観的評価（可視化）、そして儀式（儀式）をセットで運用することで、自律的な経営者行動が定着します。

評価連動の仕組み化：行動・昇給・表彰の統合

🔄 マインド定着のメカニズム

「経営者マインド」という抽象的な概念を、具体的な評価指標に落とし込み、報酬と承認で強化するサイクルを構築する。



運用 KPI

評価面談実施率 100%

表彰イベント満足度 4.5/5.0

📊 評価連動設計テーブル

区分	評価項目・基準	報酬・処遇への反映	運用サイクル・儀式
🚶 行動評価 Process	経営者視点利益への貢献提案 レスポンス速度、タスク完了の速さ 顧客志向の真の課題発見	昇給基本給グレードの決定要因として50%のウェイトを占める 賞与定性評価部分に反映	四半期ごと 1on1でのフィードバックとセットで実施。自己評価と上長評価のすり合わせ。
📈 成果評価 Result	新規獲得売上貢献: スポット案件獲得額 担当生産性、処理スピード (時間当たり)	インセンティブ獲得粗利のXX%を還元 賞与業績連動部分に直結	月次・半期 毎月の実績集計で速報値を共有。賞与支給時に確定。
🏆 表彰制度 Recognition	理念を体実践した行動 チームの抱えた貢献、サポート	スポット賞与 MVP 賞金、サンクスカード (少額) 非金銭報酬 食事券、特別休暇など	月次・年次 全体会議での表彰式。受賞理由の言語化と共有を重視。

💡 導入のポイント

評価制度は「査定」のためではなく、「人材育成」と「経営方針の浸透」のためにある。評価項目を公開し、どのような行動が評価されるかを常に従業員に共有し、従業員の行動変容を促すことができる。

再現性を担保する ルール化・標準化

個人の「意識」に依存せず、組織として「仕組み」でマインドセットを定着させるための具体的施策です。

🎯 本日のゴール

「誰がやっても同じ品質」を実現するための、ハンドブック作成とオンボーディング計画を完了させる。

1

ハンドブック（教典）

経営理念、行動指針、判断基準を明文化した「事務所の憲法」を作成し、全社員に配布する。

🟢 PRIORITY

2

オンボーディング計画

入社初日から3ヶ月間の育成プログラムを標準化し、早期戦力化とマインドセット教育を徹底する。

3

標準化文書（マニュアル）

属人化しやすい業務（面談、提案、決算）の手順を動画やテキストでマニュアル化する。

4

定着確認テスト

ハンドブックやマニュアルの内容理解度を測るテストを定期実施し、知識の定着を図る。

5

メンター制度

新入社員に専任の先輩社員（メンター）をつけ、業務だけでなくマインド面のケアも行う。

6

定期更新サイクル

半年に一度、ハンドブックやマニュアルを見直し、現場の実態に合わせてアップデートする。

論点 B：集客システム（L1）流入チャネル設計

単一経路への依存から脱却し、4つの主要チャネルを最適に組み合わせた「自動集客システム」を構築する。



All Traffic Leads To



ランディングページ (LP)

全チャネルの受け皿・問い合わせ窓口



無料面談・診断

CVポイントへの誘導

用語注釈

- ・ **チャネル**: 顧客との接点・流入経路 (Marketing Channel)
- ・ **SEO**: 検索エンジン最適化 (Search Engine Optimization)
- ・ **流入**: 自社の媒体やページへの訪問 (Traffic)
- ・ **CV (Conversion)**: 顧客転換・成約などの最終成果

論点 B：集客システム（L2）コンテンツ資産

集客を自動化し、信頼を醸成する「2大コンテンツ資産」の構築



01. 成功事例集

CASE STUDIES

「自分と同じような悩みが解決された」ことを示す最強の営業ツール。

必須要素

- ✓ Before/After の数値化：「融資0→3000万」「税務調査追徴0」など
- ✓ 顧客の生の声：手書きアンケートやインタビュー動画
- ✓ 業種別カテゴリ：飲食、建設、医療などターゲット別に用意

i HP掲載だけでなく、印刷して面談時に提示することで成約率が劇的に向上する。



02. ホワイトペーパー

WHITE PAPERS

見込み顧客のリード情報を獲得し、専門家としての権威性を確立する資料。

作成テーマ例

- ✓ 資金調達：「創業融資を確実に通すための事業計画書マニュアル」
- ✓ 節税対策：「年商1億を超えたら知っておくべき法人税対策10選」
- ✓ 調査対策：「税務調査で否認されないための経費処理ガイドブック」

i メールアドレスと引き換えに無料提供し、その後のメルマガ配信（ナーチャリング）へ繋げる。



コンテンツは「24時間働く営業マン」

一度作成すれば、Web上で永続的に集客し続ける資産となる。広告費（フロー）をかけ続けるのではなく、コンテンツ（ストック）を積み上げることで、CPA（獲得単価）は下がり続ける。

成約率を高める「営業プロセスの標準化」

STEP 01



初回面談（ヒアリング）

目的・ゴール

現状把握と信頼関係構築
課題の深掘り

標準ツール

ヒアリングシート
会社案内資料

✔ KPI：課題特定率 100%

STEP 02



提案（ソリューション）

アクション

課題解決策の提示
松竹梅プラン提示

標準ツール

提案書テンプレート
料金シミュレーター

✔ KPI：見積提出率 80%

STEP 03



契約（クロージング）

アクション

懸念点の払拭
意思決定の背中押し

重要ポイント

即日契約特典の活用
電子契約の導入

✔ KPI：成約率 50% 以上

STEP 04



開始（オンボード）

初期対応

キックオフ MTG

資料回収ルール説明

期待値調整

最初の1ヶ月で「頼んでよかった」
と思わせる

LTV 最大化へ



Point: 属人化しやすい営業プロセスを「型化」し、誰が担当しても一定の成約率を出せる仕組みを作る。

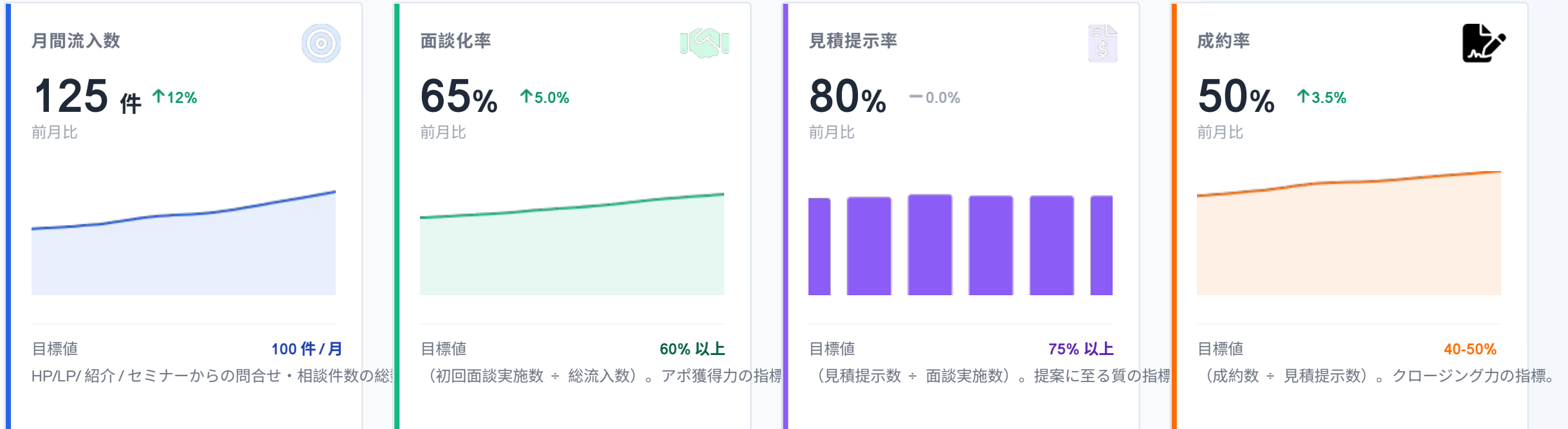
用語注釈

- **標準化**: 業務の手順や基準を統一し、品質のバラつきをなくすこと
- **提案（ソリューション）**: 顧客の課題に対する解決策を提示すること
- **クロージング**: 契約締結に向けた最終的な合意形成のアクション

論点B：集客システム（L4） - KPI モニタリング

MARKETING FUNNEL

集客は「確率論」。見込み客の流入から成約までのファネルを4つのKPIで数値化し、ボトルネックを特定・改善し続けることで、集客システムを科学的に構築



📈 コンバージョンファネルの最適化

最終的な顧客獲得数 = 流入数 × 面談率 × 見積提示率 × 成約率。「集客」だけでなく「歩留まり」の改善が鍵。例えば、流入を2倍にするより、面談率と成約率をそれぞれ1.2倍にする方が、コスト効率よく獲得数への離脱要因を分析し、打ち手を講じることが重要。

CRM 運用と追客オートメーション

顧客管理 (CRM) 運用ルール

フェーズ	管理項目	運用アクション
見込み客 Lead	流入経路・課題感 次回接触日	初回接触後 24 時間以内の データ入力必須化
商談中 Deal	確度ランク・決裁者 予算・競合	週次 MTG でのフェーズ更 新とネクストアクション設 定
既存顧客 Customer	契約内容・担当者 NPS・追加提案	月次訪問記録と満足度スコ アの更新
休眠・失注 Lost	失注理由・再提案時期 接触履歴	半年ごとの掘り起こしリス ト自動抽出

追客オートメーション (MA) 設計



1. 資料ダウンロード・問合せ

タグ付与「関心度：中」→ 自動返信メール送信



2. ステップメール配信 (7日間)

Day1: 御礼 → Day3: 事例紹介 → Day7: 無料診断オファー



3. 行動トリガー検知&通知

「料金ページ閲覧」 or 「メール開封 3 回以上」→ 営業へ架電通知

推奨ツールスタック

CRM/SFA

kintone / Salesforce

MA/メール

HubSpot / Mailchimp

連携

Zapier / Make

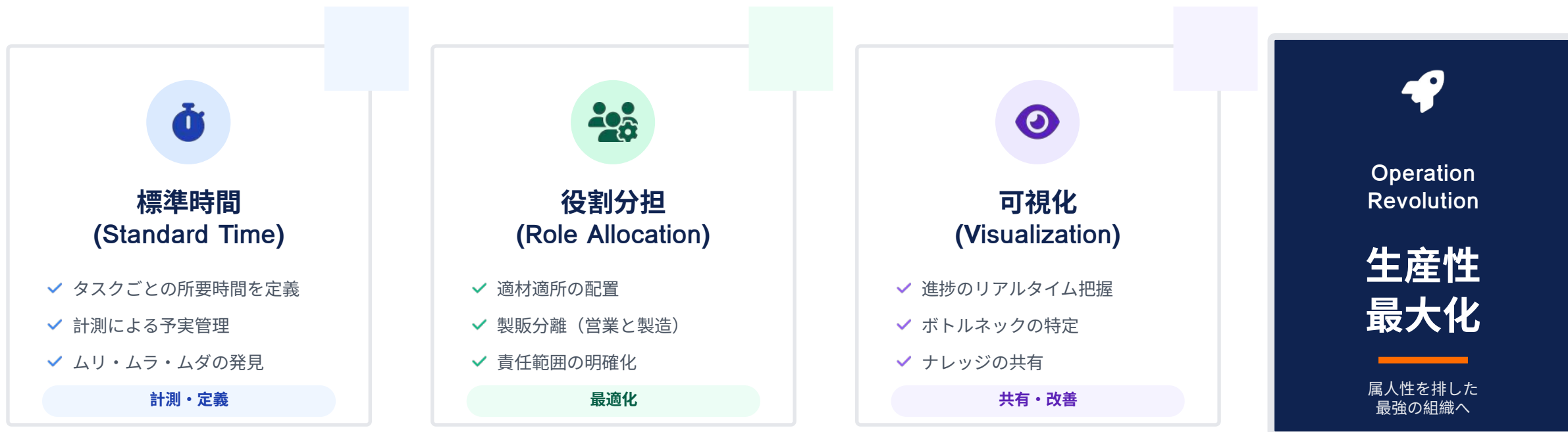
用語注釈

- CRM (Customer Relationship Management): 顧客関係管理システム。顧客情報や対応履歴を一元管理する。
- MA (Marketing Automation): マーケティング活動を自動化・効率化するツール。追客オートメーションの中核。

- NPS (Net Promoter Score): 顧客推奨度。顧客ロイヤルティを測る指標。

論点 C：オペ効率（L1）基本構造

オペレーション効率化の方程式。**標準時間の定義 × 役割分担の最適化 × プロセスの可視化**で、**属人性を排除し、誰でも高品質なアウトプットを出せる仕組みを構築する。**



ポイント：計測なき改善なし

「感覚」で効率化を進めるのではなく、まずは全てのタスクの「標準時間」を計測・定義することから始める。定量的なデータに基づき、ボトルネックを特定し、役割分担を見直すことで、劇的な効率化が可能となる。

論点 C：オペ効率（L2） - IT×自動化の実装

この時間を「付加価値業務」に集中させるための3大テクノロジー活用



01. AI-OCR

DIGITIZATION ENTRY

証憑（領収書・通帳）の入力業務を90%削減する。手入力ミス根絶し、記帳代行を「高収益事業」に変える必須ツール。

実装ポイント

- ✓ スキャン代行サービスの併用
- ✓ 会計ソフト（freee/MF）とのAPI連携



02. RPA

PROCESS AUTOMATION

定型的な繰り返し作業（申告書のダウンロード、メール送信、データ転記）をロボットが代行。24時間稼働でリードタイムを短縮。

実装ポイント

- ✓ 電子申告完了通知の自動取得
- ✓ 月次レポートの自動生成・送付



03. テンプレ群

STANDARDIZATION

「考える時間」をゼロにする。メール文面、議事録、提案書、チェックリストなど、あらゆる業務の雛形を整備し、品質を均一化。

実装ポイント

- ✓ 業務別メールテンプレート（100種）
- ✓ Notion/Google Docでの一元管理



効率化のゴールは「余白」を作ること

単なるコスト削減ではなく、削減した時間で「顧客との対話」「経営アドバイス」を行うことが目的。ITはあくまで手段であり、人間が付加価値を生むための土台である。

ボトルネック特定と改善サイクル（PDCA）



🔄 Point: 改善は「一度やって終わり」ではない。標準化した瞬間から、次のボトルネック探しが始まる。

用語注釈

- **ボトルネック**: 全体の処理速度や能力を制約している箇所（律速段階）
- **PDCA**: Plan(計画)・Do(実行)・Check(評価)・Act(改善)のサイクル
- **改善**: 現状をより良くするための継続的な取り組み

品質管理の 徹底と標準化

効率化と品質維持はトレードオフではない。二重チェックと相互レビューの仕組み化で、エラーなき高生産性を実現する。

重要ポイント

個人の注意力に依存せず、プロセスで品質を担保する仕組みを構築することが鍵。



二重チェック体制の確立

全ての成果物に対して、作成者とは別の担当者によるチェックを必須化する。セルフチェック後の第三者確認フローを徹底



ピアレビュー（相互確認）の実施

同僚間での相互レビューを定常化し、ミス発見だけでなく、より良い手法の共有やナレッジ転送を促進する。



チェックリストの運用と更新

業務ごとの標準チェックリストを作成・運用し、ミス発生時には即座にリストを更新して再発防止策を組み込む。



是正記録とフィードバック

発見されたエラーや修正内容を記録し、定期的に分析。傾向を把握して根本的なプロセス改善や研修にフィードバックする

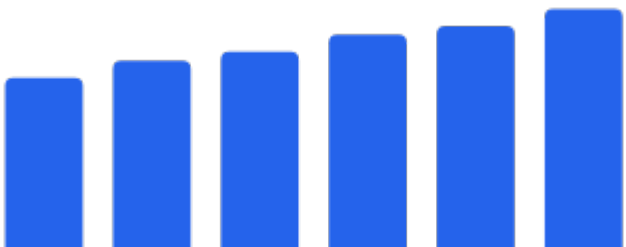
KPI 設計：オペレーション効率化

「見えないムダ」を可視化する。業務効率化のPDCAを回すために、生産性、スピード、品質の3つの観点から重要指標を設定し、オペレーション品質を定量化します。

担当者あたり処理社数



28 社 ↑3社
前月比



目標値 **35 社以上**
標準化とIT化により、1人当たりの担当可能数を最大化する指標。

月次完了リードタイム



12 日 ↓3日
短縮日数（前月比）

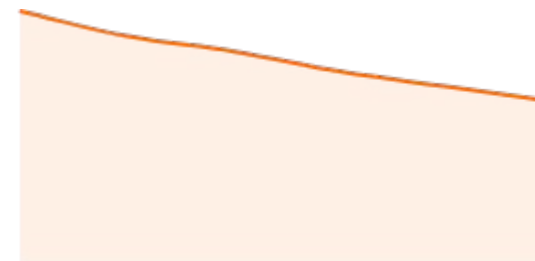


目標値 **翌月 10 日以内**
資料回収から試算表提出までの平均所要日数。早期化＝価値。

修正発生率（エラー率）



3.2% ↓0.5%
前月比



許容ライン **1.0% 以下**
レビューでの差戻しや顧客指摘による修正発生割合。品質の指標。



オペレーション改革の要諦

「リードタイム短縮」と「エラー率低減」はトレードオフになりがちですが、AI/OCRなどの自動化ツールとデジタルワークの標準化を組み合わせることで両立可能です。まずはリードタイムを短縮し、生まれた余裕時に

組織文化（L1）：心理的安全性と学習サイクル

「失敗を隠す組織」から「失敗から学ぶ組織」へ。
心理的安全性が担保された環境でのみ、自律的な改善サイクルが機能する。



Google 「プロジェクト・アリストテレス」の発見

Google の研究によると、成功するチームの唯一の共通点は「心理的安全性」が高いことだった。能力の高い個人を集めるだけでは不十分であり、「何を言っても安全」という土台があって初めて、チームの知能は最大化される。

価値観の 明文化と浸透

組織が拡大してもブレない「行動の羅針盤」。抽象的なスローガンではなく、日常の判断基準となる具体的な規範を定義します。

◎ 本スライドのゴール

3つの核心的価値観を定義し、採用・評価・日常業務における判断基準として機能させること。



お客様第一（Customer Centric）

常に顧客の成功を最優先し、期待を超える価値を提供する。社内都合や形式主義よりも、顧客の真を選ぶ。

行動例： 期限前の納品、プラスアルファの提案、迅速なレスポンス



仲間尊重（Mutual Respect）

多様な意見を歓迎し、互いの強みを認め合う。心理的安全性を担保し、失敗を責めるのではなく学ぶ。

行動例： 感謝の言葉を伝える、建設的なフィードバック、情報のオープン化



誠実（Integrity）

正直であり、倫理的に正しい行動をとる。約束を守り、隠し事をせず、プロフェッショナルとして振る舞う。

行動例： ミスの即時報告、法令遵守の徹底、公平な取引

組織文化を醸成する「4つの儀式」フロー

DAILY



朝会（10分）

目的

リズム形成・情報共有
その日の士気を高める

実施内容

- ・ Good & New
- ・ 今日の最優先タスク
- ・ 理念唱和（短く）

🔄 毎日実施

WEEKLY



学習会・輪読

目的

共通言語化・知識底上げ
マインドセット統一

実施内容

- ・ 指定図書の輪読
- ・ 税制改正ポイント解説
- ・ 失敗事例の共有

📅 週1回

BI-WEEKLY



1on1（対話）

目的

心理的安全性・成長支援
ガス抜き・信頼構築

実施内容

- ・ 業務の悩み傾聴
- ・ キャリア展望の確認
- ・ フィードバック

👤 隔週 / 月1回

MONTHLY



表彰・称賛

目的

望ましい行動の強化
帰属意識の向上

実施内容

- ・ 月間 MVP（行動評価）
- ・ サンクスカード集計
- ・ 永年勤続表彰

🏆 文化の定着



Point: 文化は「明文化」だけでは定着しない。「儀式（繰り返し行われる行動）」によってのみ醸成される。

用語注釈

- ・ **1on1**: 上司と部下が1対1で行う定期的な対話ミーティング
- ・ **儀式**: 組織内で定期的に繰り返される象徴的なイベントや行動
- ・ **定例イベント**: あらかじめ決められた日時・頻度で開催される会議や行事

採用 / 評価 / 昇給の価値観一貫性モデル

価値観ドリブン経営



組織文化は明文化するだけでは定着しない。「入口（採用）」から「運用（評価・報酬）」まで、一貫した基準でジャッジされ続けることで初めて「本気のルール」として機能する。

✔ 一貫性がなければ文化は崩壊する

一貫性のサイクル



人事プロセスにおける価値観適合の実装

Level 4 Implementation

人事プロセス	チェックポイント（基準）	NGアクション（不整合）	定着のための仕掛け
採用・選考	カルチャーフィット重視 スキルが高くても価値観が合わなげとする勇気	即戦力だからといって他責思考の人材を採用する	<ul style="list-style-type: none"> 価値観質問集の用意 体験入社制度 会食選考
評価・査定	行動評価（コンピテンシー） 売上成果だけでなく、理念に沿った50% 評価	売上トップならパワハラ気質でも最高評価をつける	<ul style="list-style-type: none"> 360度評価の導入 行動事実の記録 バリュー表彰
昇給・昇格	役職要件への組込 上位職ほど高い人格と価値観体現度	部下が育っていないのにプレイヤー能力だけで昇格させる	<ul style="list-style-type: none"> 昇格試験での理念論文 部下からの推薦要件 役職定年制
代謝・退職	ミスマッチの解消 価値観不適合者への毅然としたフィと配置転換	波風を立てないように問題を放置し、周囲の士気を下げる	<ul style="list-style-type: none"> 定期 1on1 での警告 PIP（業務改善計画） アルムナイ制度

カルチャーデッキ 作成チェックリスト

組織の「憲法」とも呼べるカルチャーデッキを作成し、価値観を明文化・浸透させるための重要ステップです。

■ 作成のポイント

美辞麗句を並べるのではなく、判断に迷ったときの「指針」となる具体的な行動基準を盛り込むこと。



MVV の再定義

ミッション・ビジョン・バリューを現在の事業フェーズに合わせて言語化・再定義する。

🟡 必須



行動指針の策定

「推奨される行動」と「許容されない行動」を具体例とする。



ビジュアル化

スライド形式など視覚的に理解しやすいフォーマットで作成し、感情に訴求する。



社外公開・発信

採用サイトや SpeakerDeck 等で公開し、カルチャーフィットする人材を引き寄せる。



オンボへの組込

新入社員研修のカリキュラムに組み込み、入社直後から盛り込む。



定期的な見直し

半年～1年ごとに内容を見直し、組織の成長フェーズに合わせてアップデートする。

タスク設計シート①：実行計画の定義

戦略を具体的なアクションに落とし込むためのタスク定義書。各タスクの責任所在、期限、および前後関係を明確化し、プロジェクトの遅延リスクを最小化する。

☰ フェーズ1：基盤構築タスク一覧（抜粋）

更新日：2026/01/23

ID	タスク名	担当者	期限	優先度	依存関係（先行タスク）	成果物
T-001	理想顧客（ペルソナ）の再定義	PM 所長・PM	2026/02/10	高	-	ペルソナ定義書
T-002	新・顧問料価格表の策定	PL プロジェクトL	2026/02/20	高	T-001	価格改定プラン表
T-003	既存顧客への通知文作成	MK マーケ担当	2026/02/25	中	T-002	通知レタ一案
T-004	Web サイト（LP）改修要件定義	IT IT 担当	2026/03/05	中	T-001, T-002	要件定義書
T-005	紹介依頼スクリプト作成	MK 営業担当	2026/03/10	中	T-002	トークスクリプト

■ 用語注釈

- **タスク**: プロジェクトを構成する最小単位の作業。具体的で完了判定が可能な粒度で定義する。
- **依存関係 (Dependency)**: あるタスクの開始や終了が、他のタスクの完了に依存している関係性（例：A が終わらないと B が始められない）。
- **担当者 (Assignee)**: そのタスクの実行責任を持つ個人または役割。責任の所在を明確にするために設定。

品質と責任の 明確化

タスクを実行するだけでなく、どの基準を満たせば完了とするか、誰が最終責任を持つかを定義します。

☰ 設計のポイント

「やったつもり」を防ぐため、客観的に測定可能な KPI と品質基準（Done の定義）を事前に合意すること。



KPI 設定

定量的な成功指標を設定する。
例：成約率 30%、リードタイム 3 日以内、ミス率 0%



品質基準（DoD）

完了の定義（Definition of Done）を明記する。
例：上長レビュー済、マニュアル格納済



承認者・決裁者

誰の OK があれば次に進めるかを特定する。
最終責任者（Accountable）を 1 名に絞る。



リスク管理

想定されるリスクとその対策（予防・対応）を記載。
例：担当者病欠時のバックアップ体制



必要リソース

実行に必要なツール、予算、権限を洗い出す。
例：有料 SaaS のアカウント、外注予算



報告・連絡ルート

進捗報告の頻度と方法（チャット / 定例会）を決める。
エスカレーションルールを明確化。

全体像： 4つのフェーズで段階的に組織と売上を拡張する

● 設計・構築 ● 実行・運用 ● 拡張・多角化 ■ マイルストーン

期間 / フェーズ	1年目 (0-12ヶ月)				2年目 (13-24ヶ月)				3年目 (25-36ヶ月)			
タスク領域	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
P1: 準備・設計												
P2: 集客 × オペ構築												
P3: 拡張 × 値上げ												
P4: 多角化・承継												
目標顧問数	0	10	30	50	70	100	130	160	200	250	300	400
		再現性ある	基盤期 勝ちパターンの確立			成長期 組織化と収益性の最大化				成熟・転換期 事業の多柱化と資産価値向上		

基盤構築：勝ちパターンの設計図を完成させ、戦う土俵を整える

● 戦略設計 ● 制作・準備 営業開始 ■ マイルストーン

タスク領域 / 週	1ヶ月目（戦略・方針）				2ヶ月目（ツール・制作）				3ヶ月目（プレ営業）					
	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8	W9	W10	W11	W12		
A. 戦略・マインド	● ペルソナ・強み定義		● 価格表・商品設計		■									
B. Web・クリエイティブ	● HP/LP 構成案作成				● Web制作・撮影・実装				■					
C. 営業準備・名簿									■					
D. オペレーション									● 会計ソフト・ツール選定		● 業務フロー・標準化			
E. 初動アクション	■													
月次目標	M1: 設計完了 誰の方針決定、商品完成するか確定				M2: ツール完成 戦うための武器（Web公開・DM発送準備）完備				M3: 初動成果 テストマーケティングでの初成約 紹介3件・新規1件					

マスタースケジュール詳細 2：フェーズ 2 (4-12 ヶ月)

再現性の確立：集客システムと業務標準化を並走させ、最初の 100 社を目指す

● 集客施策 ● オペレーション 組織・採用 ■ マイルストーン

タスク / 月 (4-12 ヶ月目)	4 ヶ月	5 ヶ月	6 ヶ月	7 ヶ月	8 ヶ月	9 ヶ月	10 ヶ月	11 ヶ月	12 ヶ月
Web 集客・LP 運用 業種特化 / エリア SEO	LP 制作・広告テスト		■ 本運用・改善サイクル (CPA 最適化)						
アナログ・紹介営業 DM 提携 / セミナー				DM 送付・提携開拓		■ 保険会社共催セミナー			
業務標準化・IT 記帳代行 / クラウド化	マニュアル・動画作成		■ クラウド会計移行・製販分離						
品質管理・教育 チェック体制 / OJT				レビュー体制構築			■ 新人 OJT プログラム運用		
採用・組織化 パート / 在宅 / 正社員	パート・在宅採用		■		正社員 (リーダー候補) 採用				
月次獲得目標 Cumulative	2 社	5 社	10 社	18 社	28 社	40 社	55 社	75 社	100 社

マスタースケジュール詳細 3 (フェーズ 3)

拡張 × 値上げ期: 組織化によるスケールと収益性の最大化

● 組織・採用 ● 価格戦略 ● 営業拡張 ■ マイルストーン

期間 / 月数	13-15 ヶ月 (Q1)			16-18 ヶ月 (Q2)			19-21 ヶ月 (Q3)			22-24 ヶ月 (Q4)						
タスク区分	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24				
組織・採用拡張	ピラミッド組織導入			ミドルマネジメント育成			評価制度・昇給実施			採用専任者配置						
営業体制強化	専属営業マン採用・教育			金融機関提携・深耕			第2拠点リサーチ・準備									
価格改定・選別	顧客 ABC 分析			新価格表通知・交渉			不採算顧客入替・離反管理									
サービスライン	相続・資産税部門立上			高付加価値オプション開発						■						
目標顧問数	70	80 組織化始動 マネジメント層の確立		90	100	110 収益構造改革 単価アップへの転換点		120	130	140 営業加速 専属部隊による攻勢		150	160	170 1.5億円突破 地域 No.1 への足がかり		180

完成期：事業ポートフォリオの多角化と出口戦略の実行

目標：年商 3 億円突破・純利益率 40% 維持・事業承継 /M&A 準備完了

新規事業 ● 組織・HR ● 出口戦略 ■ マイルストーン

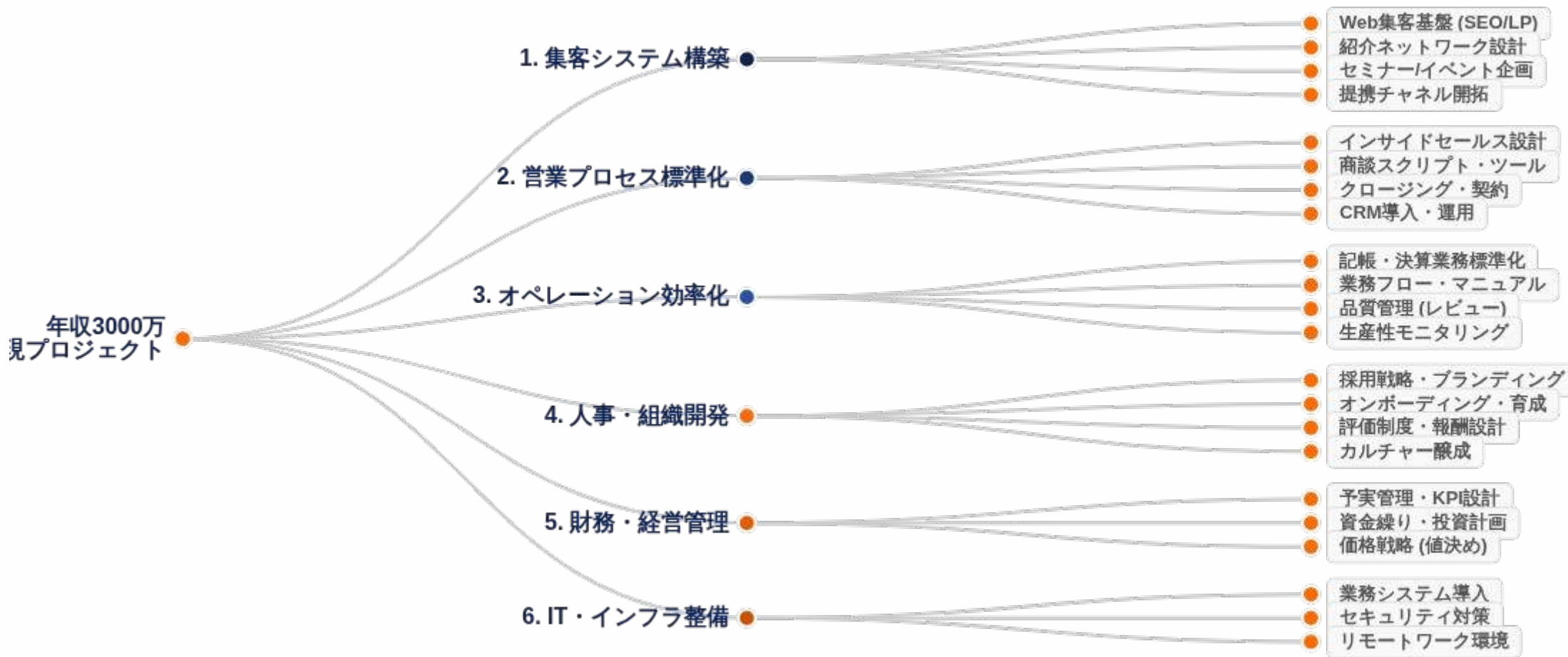
タスク / 月 (25-36)	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
多角化：新領域選定			■									
多角化：商品開発												
多角化：ローンチ							■					
組織：次世代育成	No.2 育成・権限委譲プログラム											
組織：持株会 /SO				制度設計			■ 導入・運用開始					
承継：企業価値算定								デューデリジェンス準備				
承継：M&A 検討									買収先選定・交渉開始			
承継：出口実行											契約締結・PMI ■	
投資活動	余剰資金の資産運用・不動産投資（継続）											

！ リスク管理：
多角化による本業（税務）の品質低下を防ぐため、既存事業の完全自動化・権限委譲が前提条件。

i 承継ポイント：
「のれん代」を最大化するため、所長がいなくても回る仕組みと高収益体質の構築が必要。

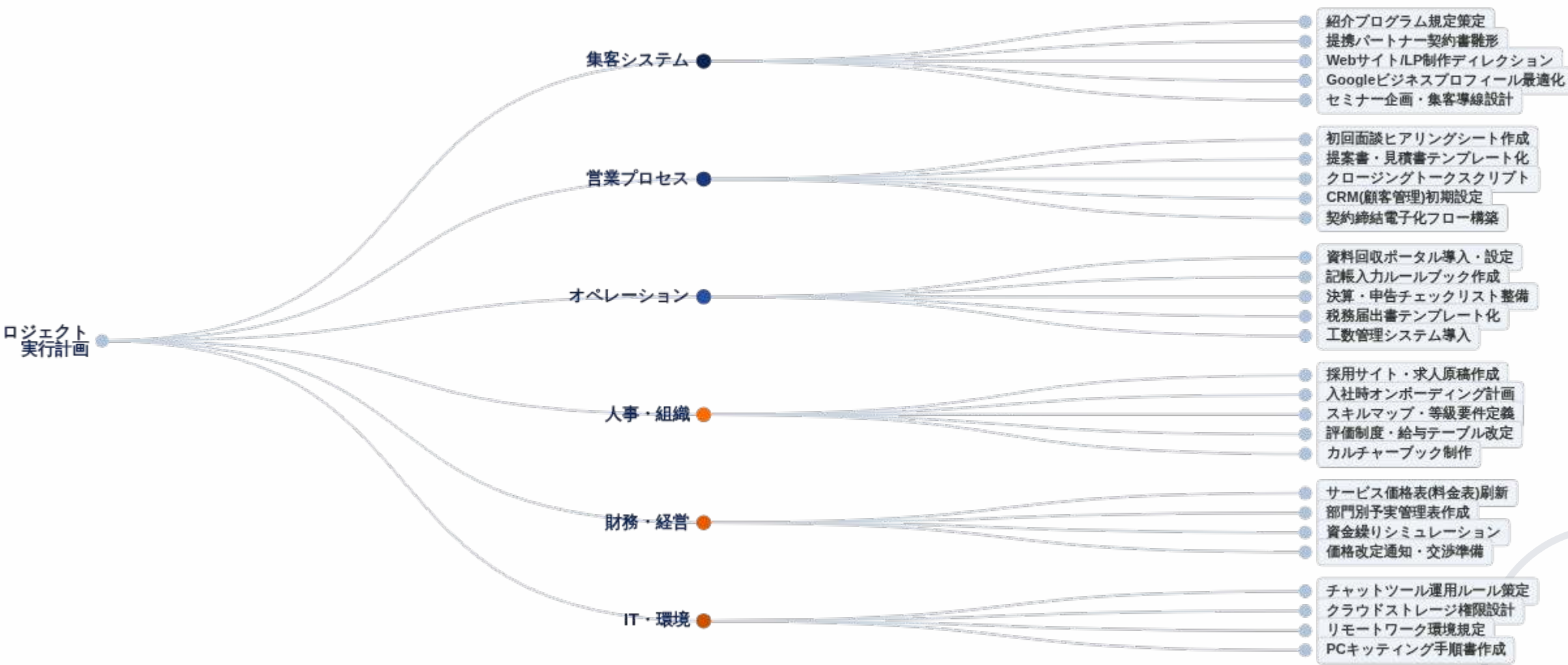
WBS (作業分解構成) : 上位階層定義

プロジェクト全体像の構造化



WBS (作業分解構成) : 中位階層・作業パッケージ定義

実現に向けた具体的なアクションプランニング



WBS (作業分解構成) : 下位階層定義 (実行レベル)

担当者・期間・成果物の具体化

ID	カテゴリ	タスク詳細	担当者 (アサイン)	期間	成果物 (Deliverables)
1.1.1	集客システム	特化 LP の構成案作成 ターゲット選定と訴求ポイントの言語化	マーケ担当 A	W1-W2	ワイヤーフレーム (v1.0) コピーライティング案
1.2.1	集客システム	紹介キャンペーン企画 紹介元へのインセンティブ設計	マーケ担当 B	W2-W3	キャンペーン概要資料 紹介カード / チラシ
2.1.1	営業プロセス	初回面談スクリプト作成 ヒアリング項目とアプローチの標準化	営業 MGR	W1-W3	トークスクリプト (PDF) ヒアリングシート
2.2.1	営業プロセス	提案書テンプレート改修 松竹梅プランの提示フォーマット化	営業担当 C	W3-W4	提案書ひな形 (PPTX) 価格表マスタ (XLSX)
3.1.1	オペ効率化	記帳代行フロー図作成 資料回収から入力までの動線整理	業務担当 D	W4-W6	業務フロー図 役割分担表
3.2.1	オペ効率化	AI-OCR ツール選定・導入 精度検証と初期設定	IT 担当 E	W5-W8	ツール比較表 操作マニュアル
4.1.1	組織開発	評価制度 (行動評価) 策定 クレドに基づく評価項目の定義	人事担当 F	W2-W6	評価シート 等級定義書
4.2.1	組織開発	オンボーディング計画作成 入社後 3 ヶ月の育成プラン	人事担当 F	W4-W5	30-60-90 日プラン 研修動画リスト

Q. 「誰でも年収3000万」は誇大広告ではないか？

多くの税理士が「現実離れしている」「一部の天才だけ」と懐疑的になる論点

? 批判・懐疑的な意見

CRITICISM



「平均年収700万円の業界で3000万は異常値だ」
業界の常識から乖離しており、再現性がないのでは？



「著者が特別な能力をただけ」
不動産鑑定士資格や銀行経験など、特殊スペック依存ではないか？



「地方だからできただけでは？」
東京や大阪などの激戦区では通用しない理論ではないか？



✔ 反論・ファクト

FACT & LOGIC

① 統計上の「誰でも」ではない

「何も変えずに」ではなく、**経営者マインドへの転換と正しい行動量**を前提とした「条件付きの誰でも」。
※ 実際に塾生100名超の70%以上が成果を出している実績あり。

② プロセスの標準化・公開

属人性を排除した「**集客・採用・教育の型**」を全て公開。
特殊能力ではなく、オペレーションの徹底で再現可能であることを証明済み。

③ 戦略的な「土俵選び」

激戦区で正面突破するのではなく、「**勝てる場所（地方・ニッチ）**」を選ぶ戦略自体がメソッドの核。
土俵を変える決断さえできれば、再現性は極めて高い。

💡 CONCLUSION

「思考停止の否定」をやめ、「条件を満たす覚悟」を持てば到達可能。

Q. 「記帳代行は、税理士の本質業務ではない」か？

「入力作業はAIに任せるべき」「付加価値が低い」と切り捨てるべきなのかという論点

? 批判・懐疑的な意見

CRITICISM



「単純作業は低単価・低収益」

記帳代行ばかり請け負うと、事務所が疲弊し、利益率が下がるだけでは？



「AIと自計化の時代に逆行している」

free やマネーフォワードがある今、記帳代行はオワコン業務ではないか？



「専門家としてのプライドがない」

税理士は高度な税務判断や経営助言こそが本質的価値ではないか？



✓ 反論・ファクト

FACT & LOGIC

① 「入口価値」としての最強ツール

中小零細企業の最大の悩みは「面倒くさい」こと。ここを引き受けることで顧客との接点を確保できる。

※ 記帳代行は、信頼関係構築の最初の一步であり、ドアノック商品。

② 助言葉への「踏み台」転換

記帳代行で数字を把握しているからこそ、精度の高い経営助言が可能になる。単なる入力代行ではなく、「月次決算の早期化→経営判断支援」へ価値を昇華させる。

③ オペレーションによる高収益化

AI-OCR や在宅スタッフを活用し、「低コスト・高効率」な製造ラインを構築すれば、記帳代行自体も高収益事業になる。労働集約型から、プロセス産業型への転換。

💡 CONCLUSION

記帳代行を「捨てる」のではなく、「武器」に変え、高付加価値業務へ

Q. 「顧問料の値上げ」は顧客軽視ではないか？

「長年の付き合いを裏切る行為」「金儲け主義」と批判されやすい論点

? 批判・懐疑的な意見

CRITICISM



「苦しい時に支えてくれた顧客を見捨てるのか」

創業期からの顧客を切り捨てるような行為は、信頼を損なう。



「単なる収益目的の便乗値上げでは？」

サービスの質が変わらないのに価格だけ上げるのは不誠実だ。



「顧客離れが起きて経営が傾くリスクがある」

大量解約を招き、結局自分の首を絞めることになるのでは？



✓ 反論・ファクト

FACT & LOGIC

① 価値と価格の不一致こそ不誠実

提供価値が向上しているのに価格を据え置くことは、「安売りによる疲弊」を招き、結果的にサービス品質低下で顧客に迷惑をかける。

※ 適正価格での契約こそが、持続的な高品質サービスを保証する。

② SLA（サービスレベル合意）の明確化

一方的な値上げではなく、「何を提供するか（SLA）」を再定義し、納得感のある新プランを提示する。

「ここまでやります」という約束を明確にすることで、顧客にとっても透明性が増す。

③ 相互発展のための Win-Win

値上げに応じる顧客は「価値を認めてくれるパートナー」。

リソースを優良顧客に集中させることで、より深い経営支援が可能になり、顧客の成長にも寄与する。

💡 CONCLUSION

値上げは「選別」ではなく「価値の再定義」。真の Win-Win 関係構築

Q. 「50名のスタッフ管理なんて絶対無理」ではないか？

「10名の壁」「30名の壁」に苦しむ多くの所長が抱く、組織拡大への根源的な恐怖

? 批判・懐疑的な意見

IMPOSSIBILITY



「目が届かなくなり、品質が崩壊する」

所長のチェックなしで申告書を出すなんて恐ろしくてできない。



「採用してもすぐに辞めてしまう」

教育コストだけがかさみ、結局自分がやった方が早いというループ。



「派閥ができて、人間関係が泥沼化する」

女性スタッフが多い職場特有の人間関係トラブルに対応しきれない。



✓ 反論・解決策

SYSTEM & CULTURE

① 「型」による標準化と権限移譲

業務を「誰でもできるレベル」まで分解・マニュアル化（型化）。
その上で、**権限移譲（任せる勇気）**を持つことで、所長がいなくても回る仕組みを作る。

② 「KPI」と「儀式」による遠隔管理

感情や勘ではなく、**数値（KPI）**で管理する。
週次ミーティングなどの「**儀式**」を通じて、リズムと規律を生み出し、ズレを早期に修正する。

③ 心理的安全性を担保する組織文化

ミスを隠蔽せず報告できる**心理的安全性**を醸成。
「失敗は仕組みの欠陥」と捉え、個人を責めずにシステムを改善する文化を作る。

💡 CONCLUSION

「管理」ではなく「仕組み」で人を動かす。50名は通過点に過ぎない

Q. 「地方特化」は市場規模的に限界があるのではないか？

「人口減少が進む地方で成長し続けることは不可能だ」という市場縮小への懸念

? 批判・懐疑的な意見

CRITICISM

「市場のパイ自体が縮小している」

地方は人口減・廃業増で、長期的にはジリ貧になるのは明白では？



「高単価な顧客がない」

地方企業は予算が少なく、高付加価値サービスへのニーズが低いのでは？



「人材採用が困難」

優秀な人材は都会に流出し、地方で50名規模の組織を作るのは無理では？



✓ 反論・ファクト

FACT & LOGIC

① 圧倒的シェアによる「面展開」

一箇所で限界が来るなら、近隣都市へ横展開（面展開）すればよい。
※ 池上氏も宮崎→鹿児島と展開。モデル自体が確立されていれば再現は容易。

② 収益の柱の「多角化」

税務顧問だけでなく、相続・M&A・保険・補助金と収益の柱を増やすことで、顧客単価は上げられる。
地方こそ「ワンストップ」への依存度が高く、LTVを最大化しやすい。

③ 地方採用の逆転発想

地方には「働きたくても働けない優秀な女性（潜在層）」が眠っている。
柔軟な働き方を提供することで、低コストで高スキル人材を確保可能。

💡 CONCLUSION

地方の課題（人材不足・後継者不足）こそが、最大のビジネスチャンス

Talent Development

人材育成視点での 深掘り

BizPlatform 流
「内製コンサル」の育ち方

01

育成ビジョンと原則

顧客価値・再現性・自走・倫理に基づく育成方針。

02

レベル設計と定義

コンピテンシー定義とL1～L4のキャリアパス。

03

実践的カリキュラム

OJT、eラーニング、標準化文書作成を通じた学習。

04

組織文化と評価

心理的安全性の醸成と360度評価の運用。

■ ■ 用語注釈

・内製：自社内で人材を育成・確保すること ・コンサル：専門知識を用いて企業の課題解決を支援する人材 ・人材育成：従業員の能力向上を組織的に支援する活動

育成ビジョンと原則

BizPlatform 流「内製コンサルタント」育成ビジョン

単なる実務作業者ではなく、「顧客の課題解決をリードする事業家マインド」を持った人材へ

Principle 01



顧客価値

Principle 02



再現性

Principle 03



自走（自律）

Principle 04



高い倫理観

作業の完了ではなく、顧客の成果（売上増・リスク減）を最大化し、誰でも高品質なアウトプットが出せる体制を構築する。
指示待ちではなく、自ら課題を発見し、解決策を提案・実行する。
短期的な利益より、長期的な信用と専門家としての誇りを選ぶ。

「ありがとう」より
「成果が出た」を狙う

「私にしかできない」は
恥ずべきこと

上司の管理コストを
ゼロにする

法律遵守は当然、
品格を持って稼ぐ



育成のゴール設定

これらの4原則を備えた人材は、単なる「従業員」ではなく「経営パートナー」として機能する。初期教育（オンボーディング）からこの原則を徹底することで、組織全体の基準を上げる。

成長のための 行動基準

「優秀な人材」の定義を言語化し、評価と育成の共通言語とするための
5つの領域。

運用のポイント

これらの行動特性が発揮されているかを定期的（四半期ごと）にチェックし、フィードバックを行う。



思考力 (Thinking) 論理・構造化

課題を因果関係で捉え、ファクトベースで解決策を導き出せるか。仮説思考を持って行動しているか。



対人力 (Interpersonal) 傾聴・協調

相手の意図を正しく汲み取り、心理的安全性を担保しながら意見を主張できるか。チームワークを醸成できるか。



実行力 (Execution) 完遂・速度

決めたことを期限内にやり切る力。困難に直面しても代替案を出して前進させる推進力があるか。



商談力 (Negotiation) 提案・合意

顧客の潜在ニーズを引き出し、Win-Win の条件で契約を締結できるか。期待値コントロールができるか。



財務力 (Financial) 数値・利益

自社および顧客の PL/BS を理解し、利益を生み出すためのコスト意識と投資判断ができるか。



レベル設計 (L1→L4)

内製コンサルタントの熟達段階と育成ロードマップ



戦略人材 (Strategist)

経営参画

L4

事業全体の戦略立案、新規事業開発、経営判断のサポートができる。KPI 設計、プライシング、提携文に関与。

指導人材 (Coach)

チーム牽引

L3

後輩育成、標準化ルールの策定、チームマネジメントができる。実務の型を言語化し、組織全体の品質役割。

実務人材 (Practitioner)

自走可能

L2

OJT を経て、標準業務を独力で完遂できる。顧客対応、資料作成、定期的な運用業務において安定した発揮。

基礎人材 (Associate)

学習段階

L1

会計・税務・IT の基礎知識を習得中。e ラーニングや研修を通じ、社会人としての基礎と業務ルールに段階。

Point 単なる年功序列ではなく、「顧客価値」と「再現性」を軸にした明確な等級定義により、目指すべき姿を可視化する。

カリキュラム（L1）：基礎力養成フェーズ

Level 1（入社0-6ヶ月）で習得すべき4つの基礎スキル領域と学習アプローチ

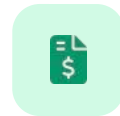


01. 会計基礎

ACCOUNTING BASICS

簿記論・財務諸表論の実務適用レベルでの理解。単なる仕訳入力ではなく、BS/PLの繋がりと意味を理解する。

- ✓ 日商簿記2級相当の実務
- ✓ 月次試算表の構造理解
- 🎥 eラーニング：15時間



02. 税務基礎

TAX BASICS

法人税・消費税・所得税の基礎知識。申告書作成の前段階として、税法の基本構造と主要な別表の意味を把握する。

- ✓ 税法体系の全体像
- ✓ 主要税目の申告スケジュール
- 🎥 eラーニング：20時間

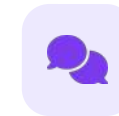


03. ITリテラシー

IT LITERACY

クラウド会計（freee/MF）の操作、Excel/スプレッドシート活用、チャットツール、セキュリティ基礎の習得。

- ✓ クラウド会計認定資格取得
- ✓ ショートカットキー完全習得
- 🎥 eラーニング：10時間



04. コミュ基礎

BIZ COMMUNICATION

ビジネスマナー、報連相、メール作成、顧客対応の基本。プロフェッショナルとしての立ち居振る舞いを身につける。

- ✓ PREP法による報告
- ✓ 電話・オンライン会議マナー
- 🎥 eラーニング：5時間

🎓 学習アプローチ：ハイブリッド型教育

知識習得は「eラーニング（動画）」で効率化し、実践適用は「OJT」で行う。L1段階での基礎固めが、L2以降のコンサルティング能力開花の土台となる。

カリキュラム（L2）：実務遂行力の確立プロセス

PHASE 01



実務 OJT

実践内容

- ・会計ソフト入力の実践
- ・月次試算表の作成補助
- ・申告書ドラフト作成

習得目標

正確性とスピードの両立
(標準工数の80%で完了)

✔ 完了要件：5社単独担当

PHASE 02



案件同席（シャドーイング）

実践内容

- ・月次報告会への同席
- ・議事録作成とタスク整理
- ・経営者との対話を観察

習得目標

顧客折衝の型を学ぶ
(説明順序・質問技法)

✔ 完了要件：議事録承認10件

PHASE 03



相互レビュー（ピア）

実践内容

- ・成果物の相互チェック
- ・ミス発見とフィードバック
- ・品質基準のすり合わせ

成長ポイント

他人のミスから学び、自分のアウトプット品質を客観視する能力を養う

実務者認定（L2完了）



Point: 単なる「作業員」ではなく、「顧客の前に立てるプロ」としての基礎体力をこの段階で徹底的に鍛える。

用語注釈

- ・OJT (On-the-Job Training): 実務を通じた教育訓練。実際の仕事を行いながらスキルを習得する。
- ・実地訓練: 現場での実践的なトレーニング。
- ・レビュー: 成果物の確認・評価。品質担保と学習の機会として機能する。

カリキュラム（L3）：指導者への転換プロセス



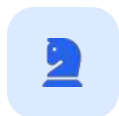
Point: 知識・技術を持つだけでなく、「教えること」を通じて自身の業務理解を深め、組織の再現性を高める。

用語注釈

- **標準化文書**: 手順書やマニュアルなど、業務品質を一定に保つためのドキュメント
- **指導**: 業務遂行に必要な知識やスキルを教え、導くこと（ティーチング）
- **コーチング**: 対話を通じて相手の気づきを促し、自発的な行動を引き出す育成手法

カリキュラム（L4）：戦略人材育成

経営視点とビジネスモデル構築能力を養う最上位プログラム



01. 戦略立案

STRATEGY PLANNING

市場分析に基づき、自社または顧客企業の勝ち筋（戦略）を設計する能力。SWOT分析や3C分析を実務レベルで活用する。

- ✓ 中期経営計画の策定
- ✓ リソース配分の最適化



02. KPI 設計

KPI DESIGN

戦略を数値目標（KGI/KPI）に落とし込み、進捗をモニタリングする仕組みを構築する。

- ✓ 重要成功要因（CSF）の特定
- ✓ ダッシュボード構築

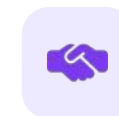


03. 値付け

PRICING STRATEGY

提供価値に見合った適正価格を設定し、収益性を最大化する。安売りからの脱却と高付加価値化を実現する。

- ✓ バリューベース価格設定
- ✓ 松竹梅の価格設計



04. 提携

ALLIANCE BUILDING

自社リソースだけで不足する部分を外部パートナーとの連携で補完し、事業スピードと規模を拡大する。

- ✓ 異業種との協業モデル
- ✓ 紹介ネットワーク構築



L4 人材育成の狙い

単なる「作業員」や「管理者」を超え、事業全体を俯瞰して意思決定できる「経営人材」を育成する。これが組織の自律的成長と次世代リーダー輩出の鍵となる。

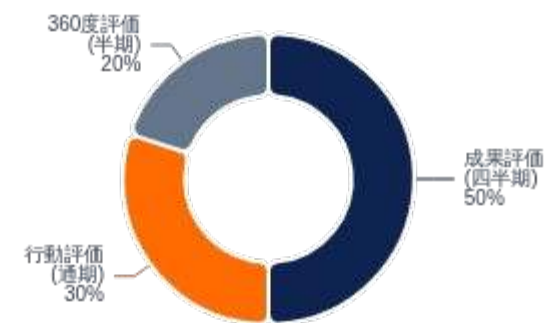
評価と昇格の運用：公正な仕組みの設計

評価制度運用フレームワーク

Evaluation Framework

評価要素	サイクル/対象	運用・連動ポイント
🎯 成果評価（MBO）	四半期（3ヶ月） 全社員対象	賞与・インセンティブ連動 定量目標（売上・担当社数）と定性目標（プロジェクト完了）の達成率を評価し、賞与やインセンティブと連動させる。
👥 360度評価	半期（6ヶ月） L2以上（実務層）	昇格・配置転換の参考 上司・同僚・部下からの多面評価。心理的安全性を担保し、匿名で実施。
💖 行動評価（バリュー）	通期（12ヶ月） 全社員対象	基本給・昇給連動 「お客様第一」「誠実」などの企業理念体现度を評価。コンピテンシーに基づき、昇給と連動させる。
🏆 表彰制度	月次・四半期 選抜（MVP等）	モチベーション向上・称賛 優れた行動や成果を全社で称賛。金一封や特別休暇などの報奨を付与する。

評価運用サイクル



制度運用の成功原則

- 1 フィードバック重視**
 評価結果の通知だけでなく、1on1での対話を通じて納得感を醸成し、次の成長へ繋げる。
- 2 絶対評価の導入**
 他者との比較（相対評価）ではなく、個人の目標達成度や成長度（絶対評価）を基準とする。
- 3 透明性の確保**
 評価基準（ルーブリック）と昇格要件を全社員に公開し、ブラックボックス化を防ぐ。

挑戦を生む 土壌づくり

メンバーが恐れずに意見を言い、失敗から学び、改善を提案できる組織文化を醸成するための具体的施策です。

🛡️ 重要なポイント

心理的安全性は「ぬるま湯」ではありません。高い基準を持ちながら、安心してリスクテイクできる環境のことです。



傾聴の実践

1on1 や会議で、相手の話を遮らず最後まで聴く。否定から入らず「なるほど」と受け止める姿勢を徹底する。

🟢 REQUIRED



感謝の文化

小さな貢献や隠れた努力に対して、サンクスカードやチャットで日常的に感謝を伝え合う仕組みを作る。



失敗学習（Failure Learning）

失敗を責めるのではなく「ナイスチャレンジ」と称え、そこから得られた学びを共有知化する場を設ける。



匿名意見箱の設置

言いづらい本音や改善提案を匿名で吸い上げるルートを確保し、経営陣が誠実に回答・対応する。



リーダーの弱み開示

リーダー自身が「分からない」「間違えた」と率直に認めることで、メンバーも安心して弱みを見せられる空気を作る。



質問推奨の風土

「こんなこと聞いていいのか」と思わせない。「良い質問だね」と反応し、疑問を持つこと自体を評価する。

学習文化の仕掛け：自走する組織を作るプロセス



Point: 「教えることは学ぶこと」。アウトプットのを強制的に作り、学習を組織の習慣にする。

用語注釈

- LT (Lightning Talk): 5分程度の短いプレゼンテーション
- 輪読: 複数人で同じ本を読み、感想や意見を交換すること
- ナレッジ: 組織や個人が持つ知識・経験・ノウハウ

「人が育つ環境」を数値化する。人材育成の成果が見える化し、継続的な改善サイクルを回すための4つの重要指標。定性的な「感覚」から定量的な「管理」へ変わります。



人材育成 ROI の考え方

育成時間（インプット）→ 資格・スキル（プロセス）→ 生産性（アウトプット）の因果関係をモニタリングします。育成時間をコストではなく「投資」と捉え、生産性向上による回収期間を明確にします。離職率の低下（複利効果）を意味します。

Recommendation 01

「個の力」に依存しない、 全社標準テンプレートとレビュー体制の確立

Current Issue

⚠ 現状の課題：属人化

- × 提案資料や成果物の品質が担当者のスキルに依存している
- × ナレッジが共有されず、車輪の再発明が繰り返されている
- × レビュー基準が曖昧で、フィードバックにバラつきがある

Proposed Solution

📄 施策 1：全社標準テンプレ化

- A 提案書・報告書の「型」を定義
- B ベストプラクティスを DB 化
- C ツールキットとして全社配布

+

Quality Assurance

👍 施策 2：レビュー体制構築

- 1 品質チェックリストの運用
- 2 クロスレビュー（相互確認）
- 3 マイルストーンごとの品質ゲート

Proposal Highlight

「教える文化」を制度化し、 組織の知見を循環させるエコシステムを構築する

Pillar 01



社内講師制度の確立

エース人材を講師として認定し、教育貢献を評価に組み込む。教えることで学ぶ「Learning by Teaching」を実践。

- ✓ 講師手当 / 評価加点の導入
- ✓ カリキュラム開発の支援

Pillar 02



部門横断型 OJT

所属部署の上司だけでなく、他部署の先輩社員ともバディを組む「ナナメの関係」で多角的な視点を育成。

- ✓ メンター制度のクロス運用
- ✓ プロジェクトベースのアサイン

Pillar 03



次世代人材プール

将来のリーダー候補を早期に特定し、選抜型研修や経営課題への参画機会を提供する特別トラックを用意。

- ✓ ハイポテンシャル人材の特定
- ✓ 経営会議へのオブザーブ参加

用語注釈

社内講師：外部講師ではなく、実務に精通した自社社員が教える制度
部門横断型 OJT：部署や職能の壁を越えて連携すること
組織のサロゲイト：将来の幹部候補や特定スキルを持つ人材をリストアップし、戦略的に育成・効

Conclusion & Action Plan

総括・ アクションプラン

議論を成果に変える。
明日からの一歩を踏み出すための
具体的指針と実行計画。

01

核心メッセージ

税理士か、経営者か。すべての起点はここにある。

02

今日からの3歩

理想顧客定義、価格表刷新、紹介依頼開始。

03

Q&A（想定問答）

現場の不安と疑問を解消する実践的回答集。

Core Philosophy

税理士のままにいるか。 経営者になるか。

勝負は、土俵と型で決まる。

1 勝ち易きに勝つ「土俵」

競争ひしめく都会ではなく、ブルーオーシャンの地方へ。
レッドオーシャンの記帳代行ではなく、高付加価値の経営支援へ。
戦わずして勝つ場所を選ぶことが、全ての起点となる。

2 再現性を生む「型」

属人性を排除し、誰でも成果が出せる標準化。
集客・実務・採用・育成のすべてをシステム化する。
「型」があるからこそ、組織は拡大し、自由が生まれる。

Immediate Action Plan

知識を行動へ。最初の一歩を踏み出す
3つの具体的タスク

01



理想顧客定義

Define Ideal Persona

- ✓ 年商・業種・課題を言語化
- ✓ 「付き合い合わない顧客」を明記
- ✓ 既存顧客のABCランク付け

High Priority



価格表刷新

Revise Pricing

- ✓ 松竹梅の3プラン作成
- ✓ オプションメニューの整備
- ✓ 既存顧問料とのギャップ確認

03



紹介依頼開始

Start Referral

- ✓ 提携先リストアップ（保・銀）
- ✓ 紹介依頼文面の作成
- ✓ キーマンへのアポ入れ（3件）

ロードマップ：3つのフェーズで確実な立ち上げを実現する

● Day 0-30: 構想 ● Day 31-60: 実装 ● Day 61-90: 検証 ■ マイルストーン

期間 / フェーズ	1ヶ月目 (構想・準備)				2ヶ月目 (実装・実行)				3ヶ月目 (検証・修正)			
タスク領域	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8	W9	W10	W11	W12
戦略・企画	理想顧客・ペルソナ定義				価格表・商品設計				■			
集客・営業	■				紹介依頼・LP制作				Web集客・DM開始			
オペレーション	■				■				■			
重点指標	構想完了 Day 0-30: 構想 商品・価格決定 誰に・何を・いくらで売るかを固める				実装開始 Day 31-60: 実装 問合せ流入5件 集客エンジンを始動し市場に問う				Day 61-90: 検証 検証・改善 成約3件 数字を見て修正し勝ち筋を確定			

「なんとなく」の経営から「数値」に基づく経営へ。年収3000万モデル実現のためには、最終ゴール（KGI）とそこに至るプロセス（KPI）の相関関係を理解することが不可欠です。

KGI（重要目標達成指標）

MRR（月次経常収益）

最重要

850万 目標値
1,000万



顧問料+継続オプションの月次ストック収益

営業利益率

42% 目標値
50%超



高単価化と業務効率化による収益性の指標

KPI（重要業績評価指標）

月間面談数



12件

↑前月比 +2



目標：10件/月

成約率



68%

↓前月比 -2%



目標：60%以上

担当稼働率



82%

✓適正範囲



目標：80-85%

アクションへの示唆

KGI（MRR）の伸び悩みは、KPI（面談数×成約率）に分解して原因を特定します。現状、成約率は目標を上回っていますが、面談数がボトルネックになりつつあります。来月は「紹介作戦」の強化により、母集団形成すべきフェーズです。

持続可能な 事業成長のために

年収 3000 万円モデルを実現する過程で直面する 4 大リスクと、その対策（BCP）を事前に把握する。

⚠️ BCP（事業継続計画）

予期せぬ事態が発生しても、重要業務を中断させない、または早期復旧させるための計画を策定しておくこと。



人的リスク

HIGH

キーマンの離職、採用ミスマッチ、メンタルヘルス不調

対策 標準化（マニュアル化）、採用基準の厳格化、クロススキルトレーニング



法的・税理士法リスク

HIGH

広告規制違反、守秘義務違反、無資格者への名義貸し疑義

対策 審査フローの確立、定期的なコンプライアンス研修、契約書のリーガルチェック



資金・財務リスク

MEDIUM

急拡大に伴う CF 悪化、未収金の増加、固定費の肥大化

対策 資金制度の導入、与信管理の徹底、固定費比率のモニタリング（KPI 管理）



評判・風評リスク

MEDIUM

ネット上の悪評、SNS 炎上、顧客満足度の低下

対策 レビューマップ口コミの管理、SLA（サービスレベル合意書）の明確化、クレーム対応マニュアル

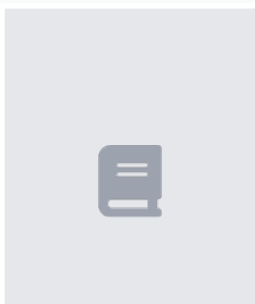
Q1 地方での開業を推奨されていますが、既に都会で開業済みの場合はどうすれば？

Q6 50名規模の組織マネジメント経験がありません。



主要書籍

★ Base Material



2025/3/21 発売

税理士ならだれでも 年収 3000 万

池上 成満 (著)

クロスメディア・パブリッシング

- ✓ 年収 3000 万モデルの論理構成
- ✓ 都会・地方別集客戦術の詳細
- ✓ オペレーション効率化の具体策

統計・市場データ

公的統計

2024-2025

第 7 回税理士実態調査報告書

日本税理士会連合会

→ 年収分布データの出典

業界分析

2024

税理士業界ニュース・レポート

KaikeiZine / 実務経営サービス

→ 業界トレンド・M&A 動向

動画・Web メディア取材

YouTube

税理士開業列伝 #5 「数多の税理士を教えて見つけた道」

ネットスクール公式チャンネル (2025/06/26) - 池上氏インタビュー



YouTube

開業 8 年で売上 1 億円! 税理士も「経営する」時代へ

クロスメディア TV (2025/07/26) - 経営者マインド解説



Web 記事

『税理士ならだれでも年収 3000 万』著者に聞く事務所経営成功の秘訣

KaikeiZine (2025/12/02)





本レポートで使用している主要な専門用語・略語の定義一覧です。分科会での共通言語としてご活用ください。

📣 マーケティング・営業

CAC (Customer Acquisition Cost)

重要

顧客獲得単価。1社の顧客を獲得するためにかった営業・広告費用の

LTV (Life Time Value)

重要

顧客生涯価値。1社の顧客が取引期間全体を通じてともたらず利益の総

CPC (Cost Per Click)

クリック単価。Web 広告において1クリックあたりにかかる費用。

CVR (Conversion Rate)

コンバージョン率。Web サイト訪問者のうち、問い合わせや成約に至る

LP (Landing Page)

ランディングページ。広告などを經由して訪問者が最初に着地する Web

⚙️ 経営・オペレーション

KPI (Key Performance Indicator)

重要

重要業績評価指標。目標達成に向けたプロセスの達成度を定量的に測る

KGI (Key Goal Indicator)

重要目標達成指標。最終的なゴール（売上、利益など）を定量的に測る

ROI (Return On Investment)

投資対効果。投資した資本に対してどれだけの利益が得られたかを示す

SLA (Service Level Agreement)

サービス品質保証。提供するサービスの品質基準（納期、対応時間等）

PDCA (Plan-Do-Check-Action)

計画・実行・評価・改善のサイクルを回し、業務を継続的に改善する手

📈 財務・戦略・その他

MRR (Monthly Recurring Revenue)

重要

月次経常収益。毎月決まって発生する売上（顧問料など）。サブスクモデルの

ランチェスター戦略

弱者が強者に勝つための戦略理論。「局地戦」「一点集中」「接近戦」などが

ブルーオーシャン

競争相手のいない未開拓市場。対義語はレッドオーシャン（血みどろの競争市

BCP (Business Continuity Plan)

事業継続計画。災害などの緊急事態において事業を継続・早期復旧するための

M&A (Mergers and Acquisitions)

企業の合併・買収。事業承継や規模拡大の手段として用いられる。

年収 3000 万モデル実現に向けた最終確認。全 4 領域 20 項目の準備状況を点検してください。

集客システム

- 理想顧客（ペルソナ）の定義書作成
年商規模、業種、決裁者を明文化できているか
- 紹介依頼スクリプトの準備
既存顧客・提携先に依頼する定型文があるか
- Web サイトの CTA 改善
無料相談・資料請求への導線は明確か
- 月次セミナーの企画・日程確定
直近 3 ヶ月分の開催予定が決まっているか
- KPI ダッシュボードの設置
流入数・面談数・成約率を可視化しているか

オペレーション

- 標準業務フロー図の整備
記帳～申告の手順が可視化されているか
- クラウド会計・資料回収ルールの策定
顧客への依頼事項がマニュアル化されているか
- 製販分離（分業）体制の構築
入力担当と巡回監査担当が分かれているか
- 品質チェックリストの運用開始
ダブルチェック体制が機能しているか
- Chatwork/Slack 運用ルールの徹底
レスポンス基準やチャンネル設計は適切か

人事・組織

- 採用要件（ペルソナ）の明確化
スキルセットだけでなく価値観も定義済みか
- 評価制度（等級・報酬）の設計
成果と行動の評価基準が明示されているか
- オンボーディング計画の作成
入社後 90 日間の育成ロードマップがあるか
- 週次 1on1 の定着

財務・戦略

- 新価格表（松竹梅）の完成
付加価値ベースの値付けになっているか
- 既存顧客への値上げ交渉リスト
対象顧客と交渉シナリオが準備済みか
- 損益分岐点の把握と予実管理
月次の黒字化ラインと投資余力を把握しているか
- 資金繰り計画（向こう 1 年）

今日から使える「経営者の武器」を手に入れる

書籍『税理士ならだれでも年収 3000 万』実践のための 4 大テンプレートセットを提供。
ゼロから作る時間を節約し、最短ルートで成果創出へ。



価格表テンプレート

基本報酬・オプション・成功報酬の階段設計済み Ex. 潜在課題と予算を引き出すヒアリング項目完全網羅

Download



初回面談シート

Download



提案書スライド構成

継続率を高める課題解決型プレゼンテーション構成案

Download



KPI 管理シート

構築・営業・オペレーションの重要指標ダッシュボード

Download

ACCESS
CODE

BIZ-TAX-3000

<https://bizplatform.co.jp/download/tax3000>

有効期限：2026/12/31
まで

Mission Complete

「知っている」から「できている」へ。
3000万への旅は、ここから始まります。

NEXT MEETING

👥 次回分科会 開催概要

日時 2026年2月20日(金) 15:00-17:00

場所 BizPlatform 東京本社 12F 大会議室 / Zoom

議題 「集客システム構築」進捗共有会

ACTION REQUIRED

📌 タスク提出・締切

提出物 「理想顧客定義シート」および「価格改定案」

締切 **2026年2月13日(金) 18:00** (厳守)

提出先 Slack #project-3000m-tax



Contact Person

人材育成部 プロジェクト担当: 田中 健一 (kenichi.tanaka@bizplatform.co.jp)



Slack: @kenichi.tanaka



基本 / オプション / 成功報酬の階段設計

顧問料の単価アップを実現するための3段階プライシング構造。顧客の成長ステージに合わせて提案内容をアップグレードする。

STEP 1: 基礎顧問

月額顧問料（目安）

3.5 万円～

標準サービス内容

- ✓ 税務代理・申告書作成
- ✓ 会計ソフト入力チェック（自計化）
- ✓ 決算事前対策（年1回）
- ✓ メール・チャット相談（随時）

年商 5000 万円未満 / 従業員 5 名以下

人気 No.1

STEP 2: 経営支援 OP

月額顧問料（目安）

6.0 万円～

追加オプション内容

- ➕ 月次試算表・予実管理
- ➕ 資金繰り表作成・モニタリング
- ➕ 月次面談（Zoom/ 来所）
- ➕ 記帳代行（オプション加算）

年商 1 億円以上 / 成長企業向け

STEP 3: 成功報酬型

スポット報酬

着手金 + 成果 %

高付加価値スポット

- 融資 融資実行額の 2～5%
- 補助金 採択額の 10～15%
- 税務調査 修正減少額の 20%
- 相続 遺産総額の 0.5～1.0%

突発的ニーズ / 財務イベント発生時



📄 基本情報

貴社名 / 代表者様名

業種

年商規模

現在の税理士契約

あり なし 検討中

🔍 現状の課題 (AS-IS)

Q1. 税務・会計に関する現在のお悩みは？

- 顧問料が高い / サービスに見合わない
- 相談へのレスポンスが遅い
- 提案がない（試算表を送るだけ）
- 融資・資金繰りの相談ができない
- その他（—————）

Q2. 経理処理の状況は？

自計化の有無、使用ソフト、担当者など

📈 将来の目標 (TO-BE)

Q3. 今後 1～3 年で達成したいことは？

- 売上・利益の拡大（年商———億へ）
- 法人化 / 組織化 / 拠点展開
- 資金調達（融資・補助金）
- 事業承継 / M&A / 出口戦略

Q4. 税理士に最も期待する役割は？

例) 経営の相談相手、節税提案、事務代行の徹底 ...

📊 予算・条件

Q5. 想定ご予算（月額）

 円～ 円

Q6. 決算時期

 月

🚀 意思決定プロセス

Q7. 今回の選定の決め手となるのは？

- 価格 / コストパフォーマンス
- 提案力 / 実績 / 専門性
- 相性 / 人柄 / コミュニケーション

Q8. 導入（切り替え）の時期

即時 来期から 未定

Q9. 決裁者（キーマン）

📝 営業メモ（社内用）

※ 面談中の気づき、顧客の温度感、提案すべき付加価値オプションなどを記載

成約確度

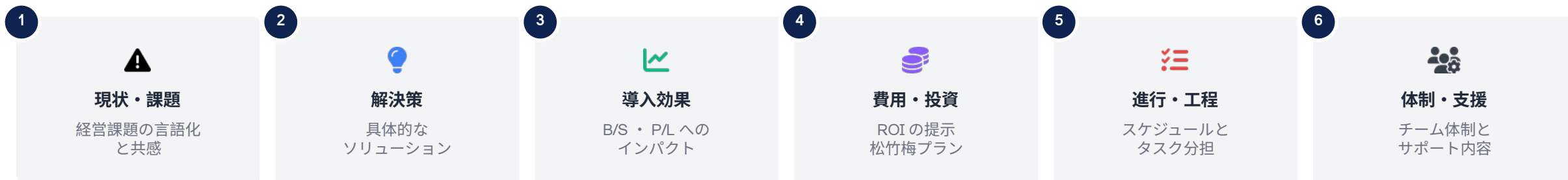
S A B C

ネクストアクション

提案書作成 / 次回アポ日程

成約率を高める「黄金の6ステップ」構成案

経営者の意思決定フローに沿った論理展開。各スライドで「Why Now? (なぜ今か)」「Why Us? (なぜ我々か)」を明確にする。



P.1 課題認識

「御社のボトルネックは〇〇です」と断言する

P.3 導入効果

数値（金額・時間）で Before/After を示す

P.6 体制図

「誰が責任を持つか」を明確にし安心感を醸成



📈 営業 KPI（集客・成約）

🔄 月次モニタリング

新規面談数

12 件

↑前月比 +20%

成約率

35%

↑目標 30%

MRR 純増

45 万

↑達成率 112%



👥 人事 KPI（採用・定着）

🏢 組織健全性

採用応募数

24 名

↑前月比 +50%

平均残業時間

12h

↓削減成功

eNPS

35pt

😊高水準

⚙️ オペレーション KPI（効率・品質）

🏠 品質管理

月次早期化率

85%

翌月 10 日以内完了

担当者 1 人当売上

120 万

↑生産性向上中

エラー発生率

0.5%

✓基準内維持



💰 財務 KPI（収益性・健全性）

🏠 経営基盤

人件費率

42%

✓適正範囲内

営業利益率

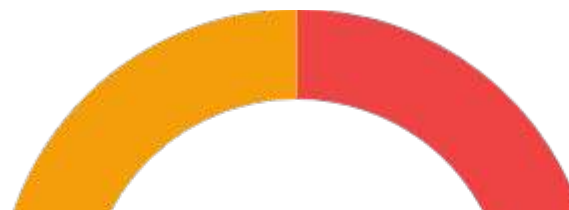
28%

↑目標 25%

現預金月商倍率

4.5 ヶ月

安全性確保





募集職種

👤 Primary Role



経営支援型 税務スタッフ

Consultant Tax Staff

年収 500 万 - 1000 万

- ✓ 記帳代行を超えた経営助言業務
- ✓ 月次決算・予実管理の伴走支援
- ✓ 融資・補助金等の資金調達提案

☰ 役割・責任 (Responsibilities)

- 担当顧問先 20-30 社の月次巡回監査と経営会議への参加・助言
- 決算申告業務および税務相談対応（法人税・消費税・所得税）
- TKC/freee 等を活用した自計化支援と経理業務効率化の提案
- 所内若手スタッフ（パート含む）の指導・育成・レビュー担当

📊 評価制度 (Evaluation)

- 定量評価 (60%)：担当売上高、付加価値額（オプション獲得等）
- 定性評価 (40%)：コンピテンシー評価（行動指針の実践度）
- 360 度評価導入済み（上司・同僚・部下からのフィードバック）

📌 補足：キャリアパス

スタッフ → シニアスタッフ → マネージャー → パートナー（役員候補）

※ 最短 3 年でマネージャー昇格実績あり

📌 応募要件 (Requirements)

- 会計事務所での実務経験 3 年以上（巡回監査経験必須）
- 日商簿記 2 級以上、または税理士試験科目合格者（優遇）
- 基本的な IT スキル（Zoom, Chatwork, クラウド会計）
- **マインド**：顧客の成長を第一に考え、自ら提案できる方

❤️ 働き方・福利厚生 (Benefits)

- フレックスタイム制（コアタイムなし、標準労働 8 時間）
- リモートワーク可（週 2-3 回推奨、フルリモート相談可）
- 税理士試験休暇制度（試験前 1 週間休暇取得可）
- 書籍購入・研修参加費全額補助（年間予算上限あり）



計画概要

Objectives



早期戦力化 ロードマップ

自走できる人材への最短ルート

◎ 最終ゴール

入社3ヶ月後には、基本的な顧問業務を単独で遂行し、顧客からの信頼を目指す。

Phase 1

適応

Phase 2

実践

Phase 3

自走

30 Days 1-30: 基礎習得・環境適応

LEARNING

■ 学習

企業理念・行動指針の理解
会計ソフト・社内ツール操作
セキュリティ・守秘義務研修

■ 実務

先輩社員の商談同席
議事録作成・単純入力作業
日報・週報の作成習慣化

■ 評価基準

基礎知識テスト 80点以上
遅刻・欠勤なし
日報提出率 100%

60 Days 31-60: 実務実践・OJT

PRACTICE

■ 学習

顧客特性・業界知識の習得
月次試算表の作成手順
顧客対応ロールプレイング

■ 実務

担当補助として実務遂行
電話・メールの一次対応
月次監査の一部担当

■ 評価基準

入力・処理の正確性
納期遵守率 100%
OJT 担当者からの「可」判定

90 Days 61-90: 自走・成果貢献

CONTRIBUTION

■ 学習

提案型コンサルティング手法
専門特化知識（相続・融資等）
トラブルシューティング

■ 実務

担当引き継ぎ完了
顧客との折衝・単独訪問
改善提案の実施

■ 評価基準

担当顧客数 10社以上
顧客満足度アンケート
本採用試験合格



i 進捗管理シートの活用ガイド

本プロジェクト（全 167 スライド相当の実行計画）を確実に遂行するための管理表ひな型です。タスク分解（WBS）に基づき、担当者・期限・進捗率を週次で更新し、遅延リスクを早期に検知してください。

タスク / 実行項目	担当者	期限	進捗状況 / ガントバー
Phase 1: 基盤構築・準備（Month 1-3）			
理想顧客（ペルソナ）の定義 年商・業種・課題の言語化	S 佐藤	2026/02/15	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div> 完了
価格表・サービスメニュー刷新 松竹梅プランの作成	T 田中	2026/02/28	<div style="width: 80%;"><div style="width: 80%;"></div></div> 進行中
Phase 2: 集客・営業実装（Month 4-6）			
紹介キャンペーン開始 既存顧客・提携先への案内	S 佐藤	2026/04/01	<div style="width: 0%;"><div style="width: 0%;"></div></div> 未着手
Web サイト改修（LP 制作） 特化型ページの公開	Y 山田	2026/04/15	<div style="width: 20%;"><div style="width: 20%;"></div></div> 着手
Phase 3: オペレーション効率化（Month 7-12）			
記帳代行の自動化推進 AI-OCR / クラウド会計導入	S 鈴木	2026/06/30	<div style="width: 0%;"><div style="width: 0%;"></div></div> 未着手

i 用語注釈

・ **進捗** : 計画に対する実際の進み具合（Progress）

・ **ガント** : 横棒グラフで工程と日程を表した表（Gantt Chart）

・ **工程表** : 作業の順序と日程を示した計画表