

第12期

事業計画書

工藤公認会計士税理士事務所

1. 経営理念

■ 経営理念

- ・ 浮利を追わない。確かな価値にしか報酬は生まれないし、またそうあるべきである。
- ・ 会計情報に基づいた経営アドバイスと計画経営の導入により、顧客の経営を変革する。
- ・ 社員を否定せず、持続的に成長させる。

■ ビジョン

- ・ 社員全員がすぐれた税の専門家であると同時に、顧客の経営を変革できる財務コンサルタントになる。
- ・ 売上は追わない。(これは、わたしの個人的ないなおりですので、皆さんは必ず売上目標を明確にしてください。)
- ・ 永続する組織を作る。
- ・ 本業に特化する。保険、社労士業務、行政書士業務は、外部の専門家に任せる。

2. 強み弱み分析と差別化戦略

比較する他社	当社の強み	当社の弱み
Tグループ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当社の方が、より柔軟に節税提案をしている。 ・ 当社の方が、事業計画立案能力が高い。 ・ 金融機関出身者の比重が高い。 ・ 柔軟な会計ソフト(弥生)をつかっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 販促費の投入によるテレビ宣伝ができない。 ・ マニュアル化していない。(わたしが嫌いなためです。) ・ 知名度が低いので信頼を確保するのに時間がかかる。
監査法人系P社	<ul style="list-style-type: none"> ・ 価格設定がとても高い。 ・ 監査法人系の税理士法人は事業計画の策定サービスは提供していない。 ・ P社は、訴訟リスクを恐れるあまり、節税提案がほとんどない。 ・ 当社の方が、金融機関出身者の比重が高い。監査法人系は、前職のない現役合格者が主体。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 監査法人のブランドが当社にはない。 ・ 監査法人からの紹介の欠如。 ・ 知名度が低いので信頼を確保するのに時間がかかる。 ・ 移転価格等の国際的業務が弱い。 ・ 監査業務ができない。(実は、やりたくないのでやめたのですが…。)
大手T社	<ul style="list-style-type: none"> ・ 価格競争力。当社の方が、良心的である。 ・ T社では、事業計画書の策定は、企業再生事業部のみで実施。一般顧客へは、提供していない。 ・ 当社の方が、金融機関出身者の比重が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 創業時期が早いために優良顧客を抱えている。 ・ 銀行からの紹介ルートがT社に比べれば弱い。

【差別化の方向性】

顧客の期待に反し、ほとんどの会計事務所は、事業計画書作成、資金調達、事業再生といったサービスを提供できていない。(誹謗中傷にじゃないですよ…。)

顧客は、そのことを知らないなので、そこで差別化しても短期的には全く効果はないが、長期的には顧客の支持を得られるはずである。

従来どおりに、中小企業に対する、節税提案・事業計画策定支援・融資支援・事業再生に的を絞

り続けることによって、独自性を維持する。

節税提案、事業計画書作成支援、融資支援、事業再生に必要とされる基礎技術には、共通点が多い。

ともに、正確な損益予測の技術と経営の意思決定への関与が重要な成功要因である。したがって経営資源も分散せずにする。

3. 市場ニーズ

【顧客層】 中小企業、零細企業には、税理士事務所に対する強い不満がある。

【税理士全般への不満。裏返すと満たされないニーズ】

- ・ 節税提案がない。
- ・ 資金繰り、融資支援がない。
- ・ 事業計画書の作成支援ができない。過去の数値の説明だけで将来の経営を改善するための助言がない。
- ・ 税務調査時に税務署側に立ち、顧客の考えを代弁してくれない。
- ・ 試算表の説明がない。試算表が遅い。
- ・ 不明瞭な価格体系。サービスの内容も不明瞭。
- ・ めったに顔を出さない。試算表を郵便で送ってくるだけで担当者が会社にあまり来てくれない。
- ・ とっつきづらい。質問しても、回答が遅い。コミュニケーションがなんとなくとりづらい。
- ・ 態度が横柄で、質問しづらい。
- ・ 事業承継の相談に乗ってくれない。

【お客は、どんな商品を求めているか？】

- ① 損益予測技術と意思決定会計をベースにした商品サービスが求められている。
 - ・ 節税提案
 - ・ 事業計画書作成支援
 - ・ 資金調達支援
 - ・ 事業再生
- ② フレンドリーな対応も必要である。
- ③ 明瞭な価格体系も要求されている。
- ④ 事業承継のニーズが強まっている。顧客企業の防衛のために対応する。

4. 市場規模

全国の事業所数は、減少している。

総務省統計局の事業所・企業統計調査によれば、平成13年から平成18年まで、7%だけ事業所数は減少した。

しかし、10%以上、事業所数が増加している業種も少なくない。

成長する業種においては、企業数の増加に応じて、中小企業の税務、会計サービスへのニーズは、増大している。

成長する業種に的を絞ってセミナー開催する。

セミナーの主題は、事業計画作成、資金調達、事業再生、節税である。

業種(小分類)	平成18年	平成13年	増加数	増加率
インターネット附随サービス業	1,449	360	1,089	303%
インターネット附随サービス業	1,449	360	1,089	303%
その他情報等制作に附帯するサービス業	1,061	381	680	178%
その他の社会保険等事業	2,297	832	1,465	176%
音声情報制作業	259	94	165	176%
その他の食堂, レストラン	2,187	1,114	1,073	96%
労働者派遣業	1,781	915	866	95%
建築リフォーム工事業	1,307	711	596	84%
映像等情報制作に附帯するサービス業	1,416	771	645	84%
その他の医療に附帯するサービス業	302	171	131	77%
老人福祉・介護事業	2,357	1,391	966	69%
補助的金融業, 金融附帯業	266	165	101	61%
補助的金融業, 金融附帯業	266	165	101	61%
フィットネスクラブ	302	194	108	56%
その他の洗濯・理容・美容・浴場業	2,663	1,744	919	53%
物品預り業	528	363	165	45%
障害者福祉事業	981	685	296	43%

社会保険・社会福祉・介護事業	10,229	7,166	3,063	43%
他に分類されない一般飲食店	1,296	916	380	41%
その他の設備工事業	515	373	142	38%
その他の非預金信用機関	312	237	75	32%
産業廃棄物処理業	538	413	125	30%
職業・教育支援施設	389	306	83	27%
分類されない生活関連サービス業	1,727	1,375	352	26%
その他の広告業	830	661	169	26%
他に分類されない飲食料品小売業	12,995	10,695	2,300	22%
療術業	8,580	7,066	1,514	21%
スポーツ・健康教授業	818	680	138	20%
米穀類卸売業	439	365	74	20%
廃棄物処理業	1,135	944	191	20%
その他の情報処理・提供サービス業	1,078	905	173	19%
学術・文化団体	618	520	98	19%
他に分類されない非営利的団体	2,888	2,460	428	17%
医療, 福祉	40,143	34,377	5,766	17%
映像・音声・文字情報制作業	7,557	6,536	1,021	16%
その他の修理業	974	848	126	15%
医療に附帯するサービス業	828	724	104	14%
他に分類されない教育, 学習支援業	983	863	120	14%
建物売買業, 土地売買業	2,827	2,487	340	14%
葬儀業	759	670	89	13%
情報通信業	21,326	18,830	2,496	13%
その他の児童福祉事業	1,777	1,574	203	13%
冠婚葬祭業	907	805	102	13%
機械設計業	927	828	99	12%
警備業	870	780	90	12%
児童福祉事業	3,962	3,565	397	11%

獣医業	1,077	970	107	11%
ソフトウェア業	7,882	7,150	732	10%
医療業	29,526	26,802	2,724	10%
他に分類されない専門サービス業	11,701	10,638	1,063	10%
その他の専門サービス業	11,793	10,735	1,058	10%
電気機械器具修理業	727	662	65	10%
保育所	2,185	1,991	194	10%

5. 商品サービスの内容と特徴

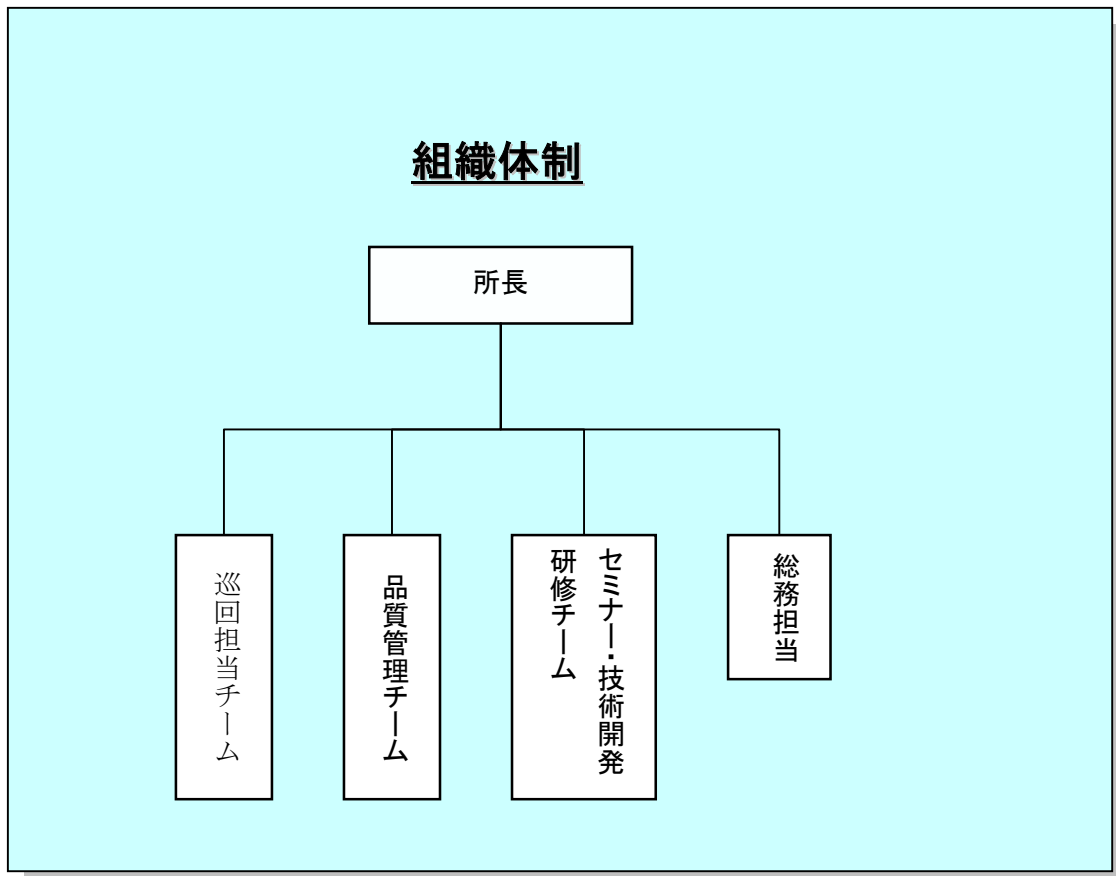
- ・ 差別化されたサービスを提供し続けるために、商品サービスの内容を明確に定義する。
- ・ 引き続き、意思決定会計に注力している、競合する事務所を研究し続け、競争優位を維持し続ける。
- ・ 品質管理部によるチェックと技術支援部によるサポートにより、継続的に商品サービスの品質改善を図る。

項目	税務商品	会計商品
基礎技術	損益予測と損益のCVP分析(意思決定会計)	
商品サービスの基本設計	損益のCVP分析と損益予測 ⇒早期の税金シミュレーション ⇒有効な節税提案を早期に提案	損益のCVP分析と損益の予測 ⇒事業計画書作成支援 ⇒社員別目標管理の導入⇒PDCサイクルの確立⇒黒字化の達成
提供形態	定期訪問	定期訪問
商品サービスの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ 定期訪問による情報収集と実態に合ったタイムリーな提案 ・ 早期の税金シミュレーションと節税提案 ・ 節税チェックリストを使用して節税チャンスを逃さない。 ・ 品質管理部、技術支援部による継続的な品質改善 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 黒字化シミュレーションの実施 ・ 目標管理の導入による黒字の確保 ・ 事業計画書作成支援 ・ PDCサイクルの確立 ・ 銀行の格付け対策を決算対策に織り込む。 ・ 信頼性の高い事業計画書により銀行から高い信用格付けを獲得する。 ・ 品質管理部、技術支援部による継続的な品質改善

6. 組織

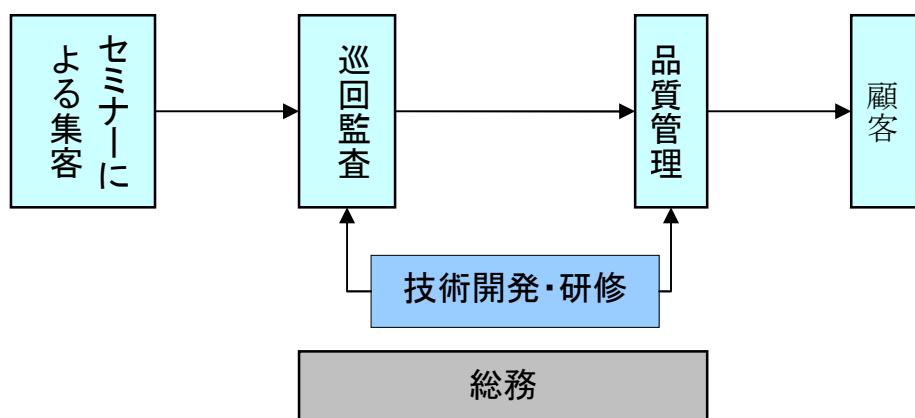
【組織運営指針と評価基準】

- ・ 社員を否定しない。
- ・ 継続的な教育により、社員の問題解決能力を持続的に成長させる。
- ・ 顧客の評価を社員の評価とする。



7. 業務フロー

巡回担当者を品質管理担当者および技術支援担当者が支援することによって、高品質のサービスを維持する。



8. マーケティング計画(販売計画)

セミナーを計画的に実施することにより集客する。

マーケティング要素	プラン内容
セミナー商品	節税商品、事業計画作成、融資支援、事業再生。
チャネル	金融機関、顧客網、出版社を通じてセミナー案内をする。
価格戦略	競合を調査して良心的なレベルに顧問報酬を設定する。
プロモーション	節税、事業計画、事業再生についてトピックスを毎年10個ほどに絞り、巡回的にセミナーを実施する。

9. 損益計画書

別添のエクセル雛形サンプルをご参照ください。

10. 資金繰り計画

別添のエクセル雛形サンプルをご参照ください。

11. 部門別(社員別)目標計画書

別添のエクセル雛形サンプルをご参照ください。