

飯島賢二の『恐縮ですが...一言コラム』

第 367 回 「安売り屋・税理士」に物申す！

2010.6.6

会計事務所にとって定期的な顧問契約制度は、経営の要（かなめ）であると思っている。税務顧問、あるいは経営顧問として契約すれば、心は運命共同体。何としても彼の経営に役に立ちたい、いい会社になってもらうための努力を、同じ土俵で考え、支援していくのが我々の立場である。同じ土俵とは、「会計事務所には真実を隠さず示していただくこと」である。この信頼関係があるからこそ、永いお付き合いが出来るのである。景気のせいにはしたくないが、そんなセオリーに、最近ちょっと異変が起こっている。

最近、頻繁に会計事務所を変える会社がある。その最大の理由は報酬・顧問料の安さにあり、会計事務所のほうでも、それを「看板」にして営業を展開しているところがある。特に開業間もない若い税理士、ネットセールスを展開する会計事務所、逆に税務署退官組の、小遣い稼ぎ税理士...言葉は悪いが、上手い口車に乗せられて、頻繁に安い税理士事務所へと変更する企業があるようだ。

顧問料は、支払う企業にとっては固定費となる。業績が落ち込むにつれ、固定費のウエイトは重く、1,000円でも安い方がいい、これこそがコスト管理、経費削減の第一歩と思い込んでいるようだ。その考え方は正しい。決して否定するつもりはない。

でも要（よう）は、費用対効果の問題に尽きると思っている。いくら安くても、適正なる税務指導も会計処理指導もせず、ミスマッチを誘引するようでは、本末転倒であろう。税務以外の経営指導、情報提供、そして計り知れない多くの人的チャンス（税理士のネットワーク活用）を得られるとしたら、多少の報酬額の高低どころではないメリットがあるかもしれない。地元の税務署に顔が利（き）く税理士と、ネットだけの付き合い税理士と、税務調査の結果がどうなるのかは、述べるまでもない。作業だけ頼むのなら「作業代」、決して「報酬」とはいわない。「作業代」なら、なるほど安くてもいいかもしれない。

我々の仕事は、何か物を作っているのではない。高品質でなるべく廉価な製品を大量に作る...そんなメーカー的発想はない。形のある有形財ではなく、形のないスキルとそれに根付く信頼、結果の責任感をベースに成り立っている。安い価格で売ると言うことは、自分の価値を安く見ているのと同じこと、あるいは、その範囲内でしか仕事やりませんと言っているのと同義語であること、理解しなければならぬ。

そして我々の基本は「先義後利」、まず先に、お客様が元気になってはじめて、我々も一緒に元気になる。そのための施策を、顧問先と手を取り合って展開していくのが我々の通常のやり方である。だから事業としては、決して儲かる商売ではない。「自利他利」が税理士事務所の原点であり「自利自利」でありっこない。「薄利多売」と言うビジネスとは無縁の境地にあるはずであり、少なくとも、自分はそう、思い込んでいる。

世の中いつの代（よ）も、いわゆる「セコイ人」がいる。目先の売上や利益しか念頭になく、自社の儲け話以外は全く興味ない...というタイプ。彼の発想も行動も常にそこから始まるから、付き合いの幅が極端に狭くなる。チャンスを見つけるには長（た）けているが、その目的は「自利自利」だから、周辺のものはどうしても、彼の傍から離れていく。だから青年会議所でも、ロータリークラブでも、ただ、入っただけの存在で、知らないうちに退会しているのがお決まりのコースのようだ。結果、「社会的付き合いは無駄、経営者にはもっとやるべきことがある！」と嘯（うそぶ）いて、自らのフィールドを狭くしてしまっている。

概してこんなタイプが、税理士を何度となく変えているようである。5年、10年の長いスパンで見た場合、果たして結果はどうだったのか...、場当たり的に、取り合えず10,000円コストが下がった結果が、ゴーイングコンサーンを使命とする企業経営にどの程度の効果があったのか？ 今回は、自分の仕事をPRするだけのコラムで、歯痒い思いであるが、これが私のプライドであると、ご容赦頂きたい。