



ランチタイム・1 week zoomセミナー

今後、5年10年の大変化への予測
そして、今すぐやるべき具体的な対策

DX・AIに振り回されず、いまから準備すべきこと

益々厳しく
なる時代へ

2024.03～04月特別号
JMMO, JMIC, MP, NC合同

対策をとれば
なんの心配もない

第3回

4月11(木) 12(金) **13日(土)** 15(月) 16(火)
各12:10～12:50(事後フリータイム13:30まで)

日本マーケティング & マネジメント研究機構
株式会社企画塾・代表取締役塾長
高橋憲行

企画塾

〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷3丁目59-4クエストコート原宿511
FAX03-6447-0881 <http://kjinet.co.jp/> web@kjinet.co.jp



ランチタイム・1 Week zoomセミナー（第3回）

今後5年10年の大変化へ予測と対策

DX・AIは、単なる基本業務。それ以上に重要なやるべきことを忘れるな
この30年の常識は、今後は非常識という、まるで違う時代が来る
……大変化、リスクが襲う時代をどう生き抜くか？

4月11(木) 12(金) **4月13日(土)** 15(月) 16(火)

5日間、各日12:10~12:55 事後質問タイム 13:30終了 数回参加も全参加も同じ費用
休憩タイムに設定したのは、多忙なあなたのために……食事をしながら、ぜひ有効活用してください

会計事務所も、コンサル業も、大格差時代

進むDX、AI化に取り組むのは当たり前、さらにその上を行く戦略は？

コンサルやコンサル型会計事務所は、どこで付加価値を高めるか？

会計事務所も、コンサル業も、大格差時代に突入

大型事務所は、さらに大規模化する。中小会計事務所は、さらに小規模化へ
税理士合格で事務所解説できる時代ではない。コンサルも知識や経験だけで簡単にコンサル成功はない

付加価値を顧客につけられない会計事務所もコンサルも厳しい時代へ

高付加価値事務所、高付加価値コンサル以外は生き残れない時代

なにが付加価値なのか、高付加価値を徹底しなければ、リスクのみの時代へ

高橋憲行(たかはしけんこう)が、過去に予測・実践したさまざまなケース

以下のページでご確認ください

マーケティング時代(書籍で)、映像化の時代(事業で)、アジア通貨危機(小説で)、会計事務所のコンサル化(会員化で)



会計事務所もコンサル業も 大格差時代



会計事務所もコンサル業も、大きく二極化時代へ

巨大事務所は、さらに巨大化する

付加価値の高い事務所は、さらに成長する

明確な、特徴のない事務所は淘汰される

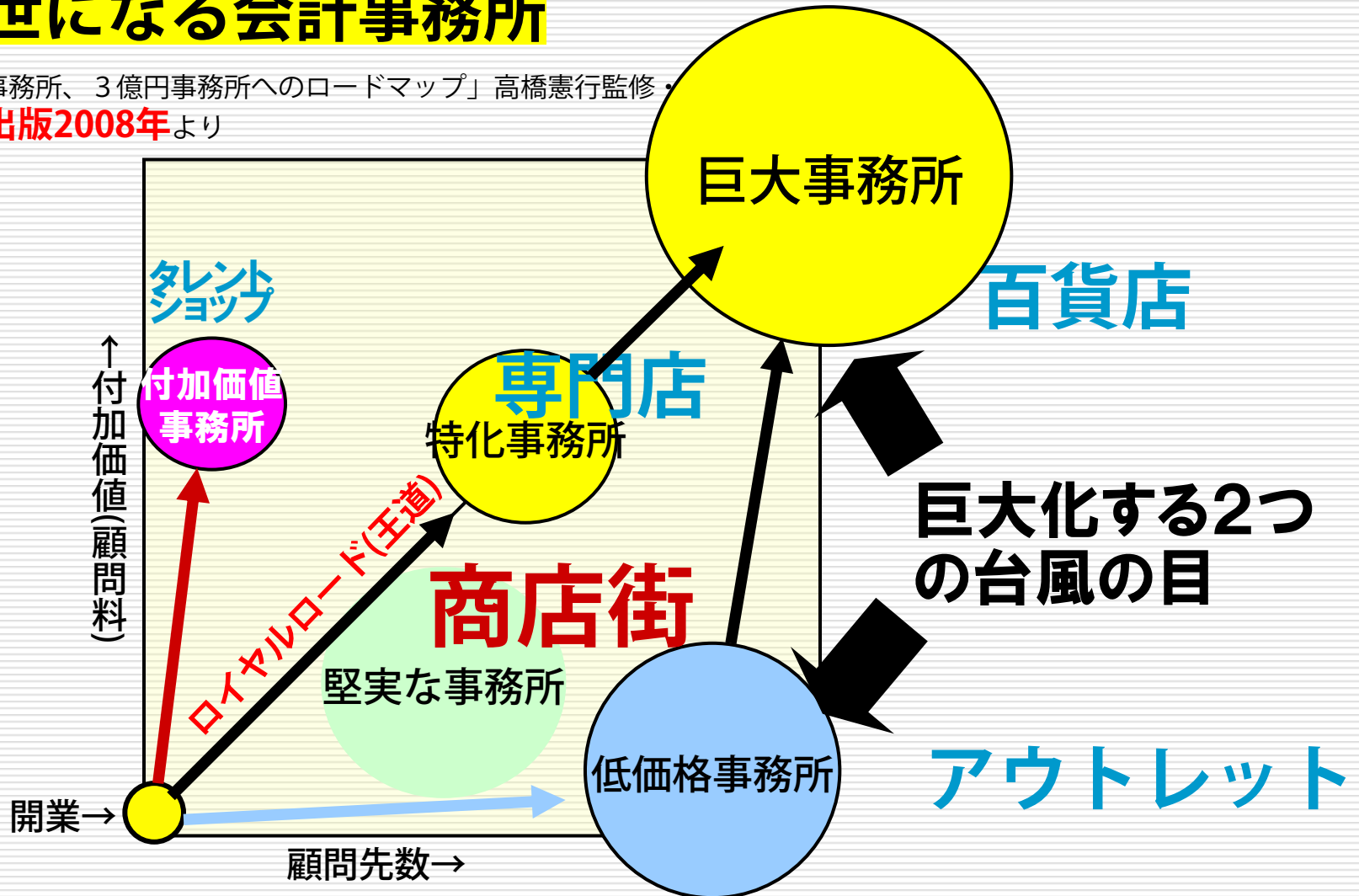
低価格事務所は、時に急成長するが離職率が多く急破綻も

家族経営は、小さく生き残るものの厳しい

5年、10年では大激変が起こる!!

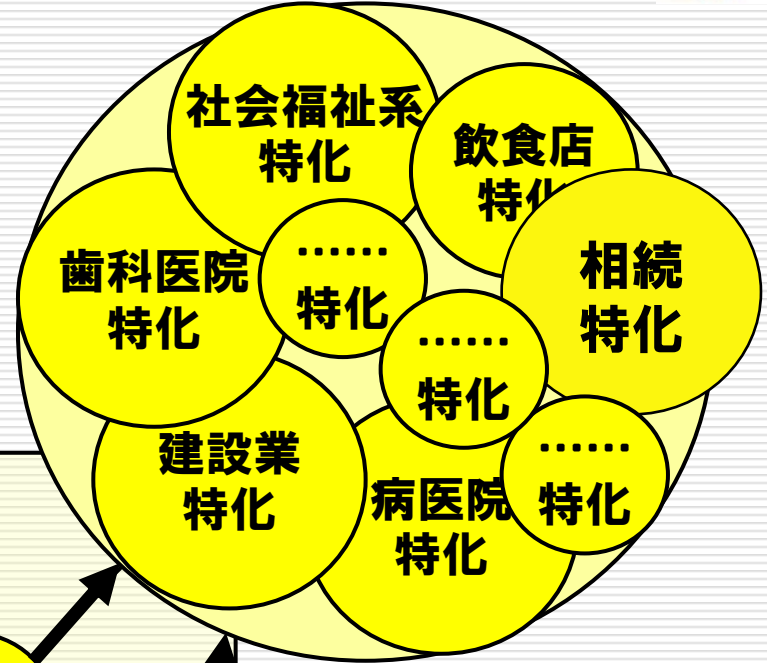
乱世になる会計事務所

「1億円事務所、3億円事務所へのロードマップ」高橋憲行監修・企画塾出版2008年より



会計事務所の二極化とは

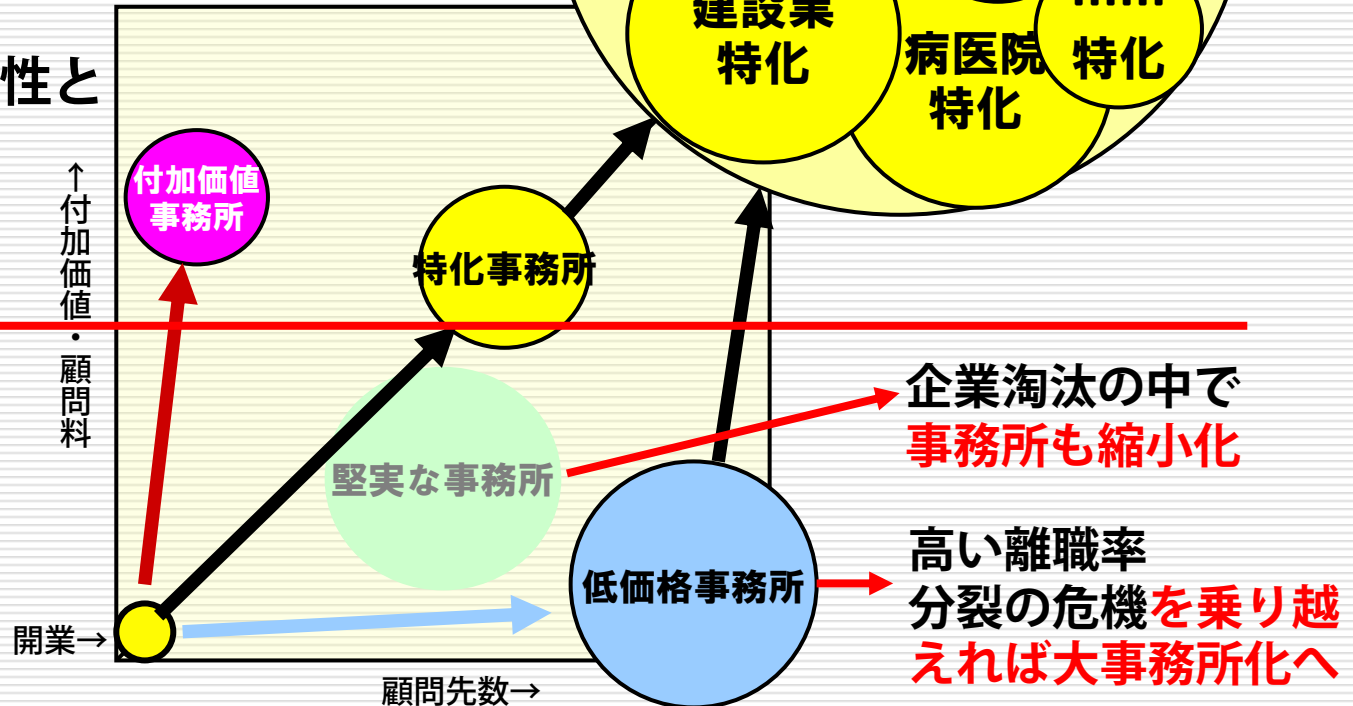
巨大事務所は
特化事務所連合として
 さらに巨大化へ



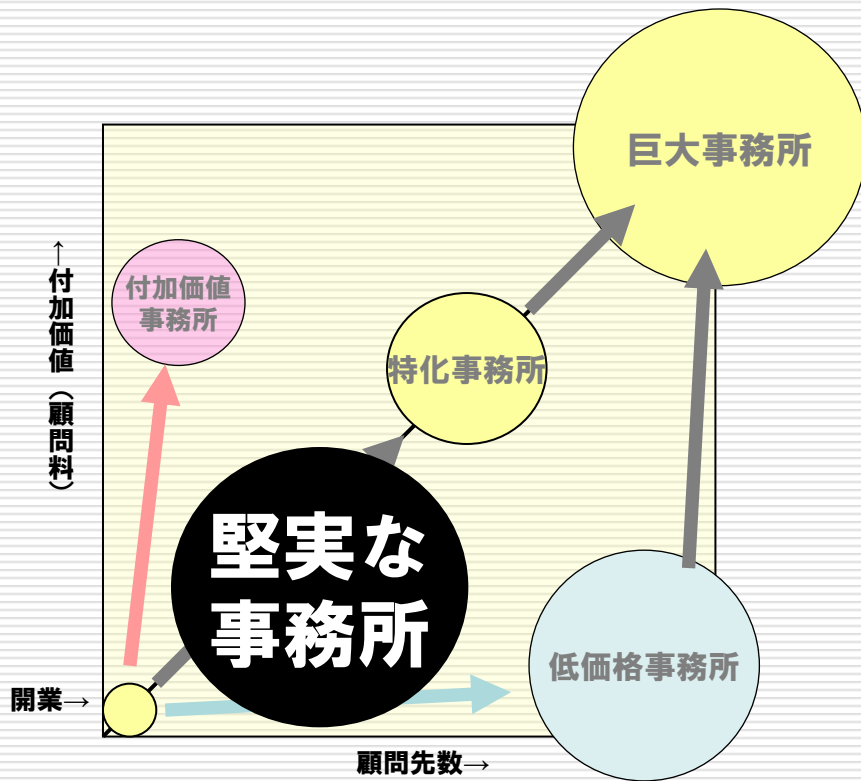
業種への高い専門性と
 高付加価値
(高生産性)



会計中心業務と
 安い顧問料
(低生産性)



会計事務所の現状は？ ➡ 90%以上が堅実な事務所



ある会計事務所・HPの業務内容

- ・税務顧問、月次訪問、経理事務指導
- ・税務、経理、節税・**資産運用相談**、**経営全般の相談**
- ・決算書作成、税務関係の各種届出書・申請書の作成
- ・法人税、消費税、地方税申告書、所得税申告書の作成
- ・財務会計、給与、販売管理等各種ソフト導入と運用支援
- ・年末調整、源泉徴収票、支払調書、法定調書合計表、償却資産申告書の作成
- ・**相続税**、贈与税申告書の作成
- ・**創業・起業支援**、**コンサルティング**・**経費削減の全般相談**
- ・**経営計画策定支援**、**経営計画書の作成支援**・**経営コンサル**

実には多くの業務ができると表現!!

顧問先が見えない！ 見ていない！

「なんでもできる」は、何もできない!!

堅実な事務所の、今後の危険性

戦略がない(どこに向かうのか?)

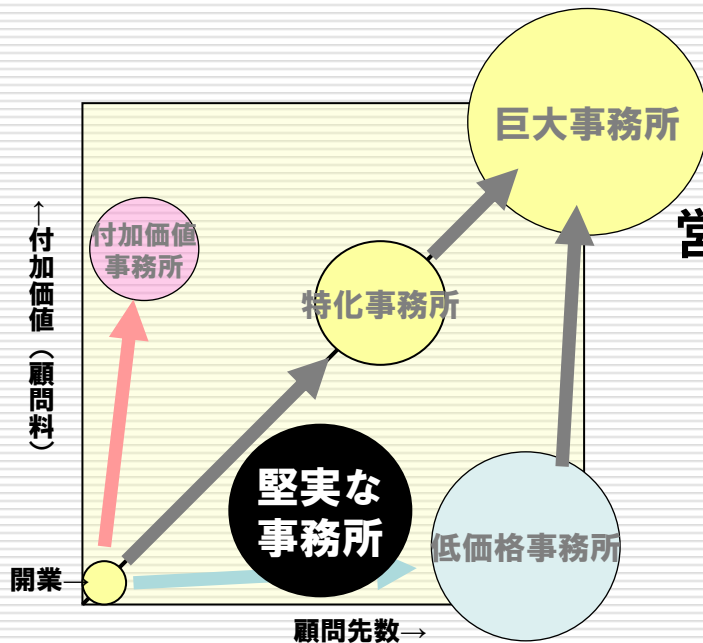
一般的優良企業のすべてにある営業機能
(Marketing機能)がない

営業は他者依存(紹介他)、専門家として生きる？

堅実な事務所に忍び寄る危機！

特化事務所、巨大事務所の専門性が脅威！
低価格事務所のエリアを越えた価格が脅威！

Marketing機能を持つべきだが…



堅実な事務所は、挟み撃ちにあい、減少する

危機からの対策は？

コンサル業も会計事務所とほぼ同じリスクを持つ

危機への対策はMarketing機能を持つこと

Marketingスキルは**一石三鳥のメリット**がある

- 1・自分のビジネスの高生産性
- 2・顧問先を助け、成長路線へ
- 3・他へ応用のゆとりも生れる
ビジネス充実、プライベート、他業種への展開

自分流のMarketingを気楽に身につけること

Marketingは、まったく難しくない

コンサル業もMarketing会社も基本を無視している

データや資料、調査に異常に依存しすぎる

- 1・日常の観察力重視** 飲食店に行けば、接客や客層、メニュー、その調理法など、様々なMarketing素材があり、外食が多ければ1年で飲食店のプロにすらなれる
- 2・発信力を磨け** SNS他で発信、飲み会や会合で何を話すか？ 専門知識ではなく、世相情報、趣味、生活、健康法、失敗談、いい飲み屋の情報など、いろいろ
- 3・専門バカになるな** 専門家が、専門情報を持っているのは当たり前 専門情報を懸命にひけらかすのは、ほぼ素人 専門情報の周辺を気楽に提供するゆとりを持って

情報にならない情報を拾えてこそプロ

Marketing情報は、日常に、現場にある

一般的なDXを考える

汎用型、安価なアプリを使い効率化？

効率化と、生産性向上は、大違い!!

▼
効率化は価格の下落を招き、売上減を招く!!

▼
売上増を図らなければ生産性upとは言えない!!

▼
DXには効率化はあっても、増販増客志向は少ない!!

▼
マーケティング志向を忘れると縮小破綻傾向へ!!

マーケティング志向のDX例を!!

大都市圏はともかく地方経済の低落は大きい

ほとんどの道府県で人口減少（かつ少子高齢化）

2024年 **3人に1人が高齢者**、2025年団塊の世代が後期高齢者

建築着工数、1980年ごろは**170万戸**、**現在88万戸**へ激減

地方では**相続した実家が放置**されて空き家が激増

2033年、全国大都市も含め、**3戸の1戸が空き家**になる

人口減、少子高齢化は経済へのダメージは地方に大きい

主に地方の建設や不動産業で考えてみる!!

昨日で紹介した 参加型のHPに何を感じたか!!



楽しい!!
参加型HP

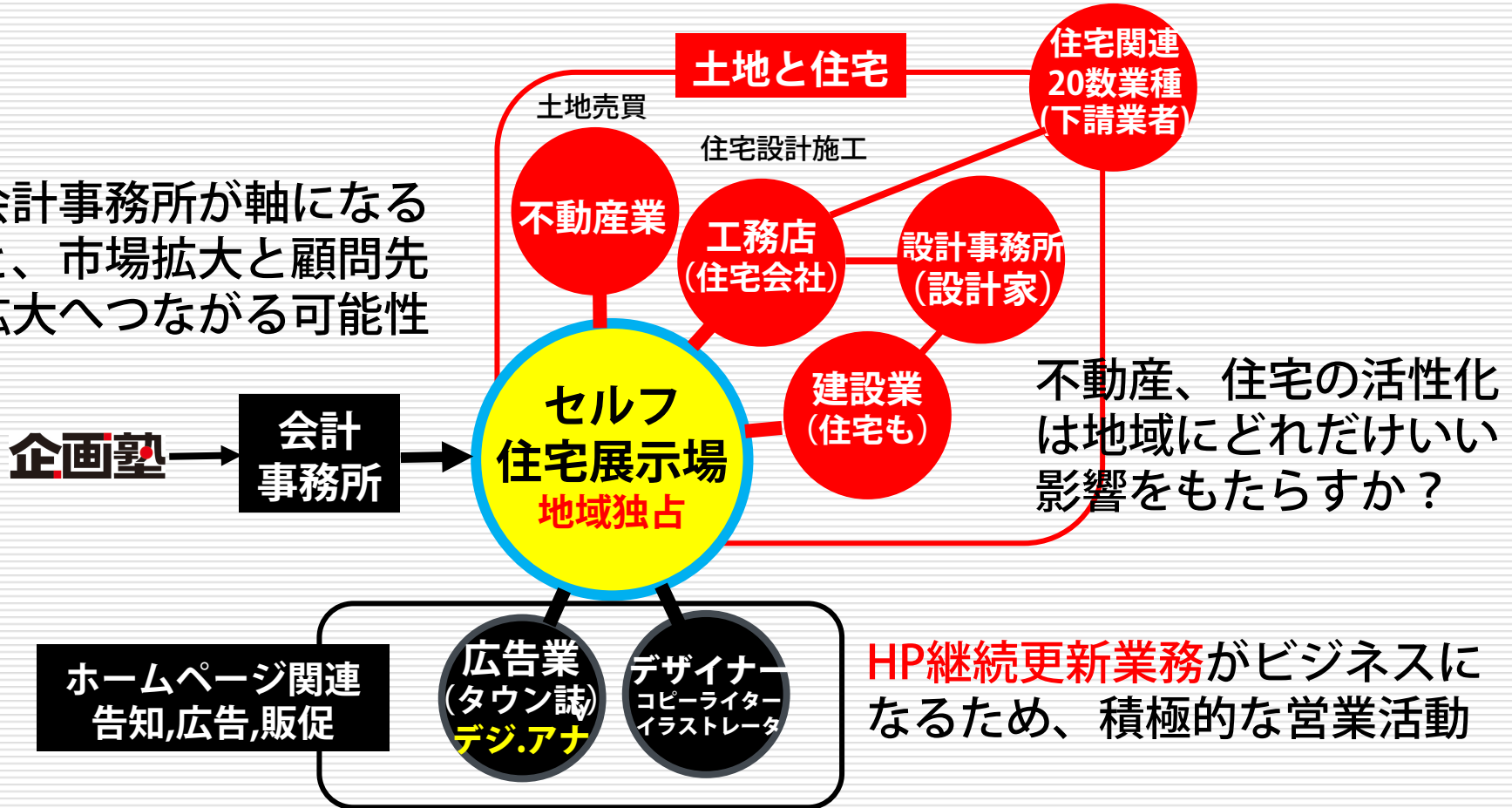


スッゴい楽しい
ホームページ!!

女性が楽しく参加できることは
大きな市場が創出できること!!

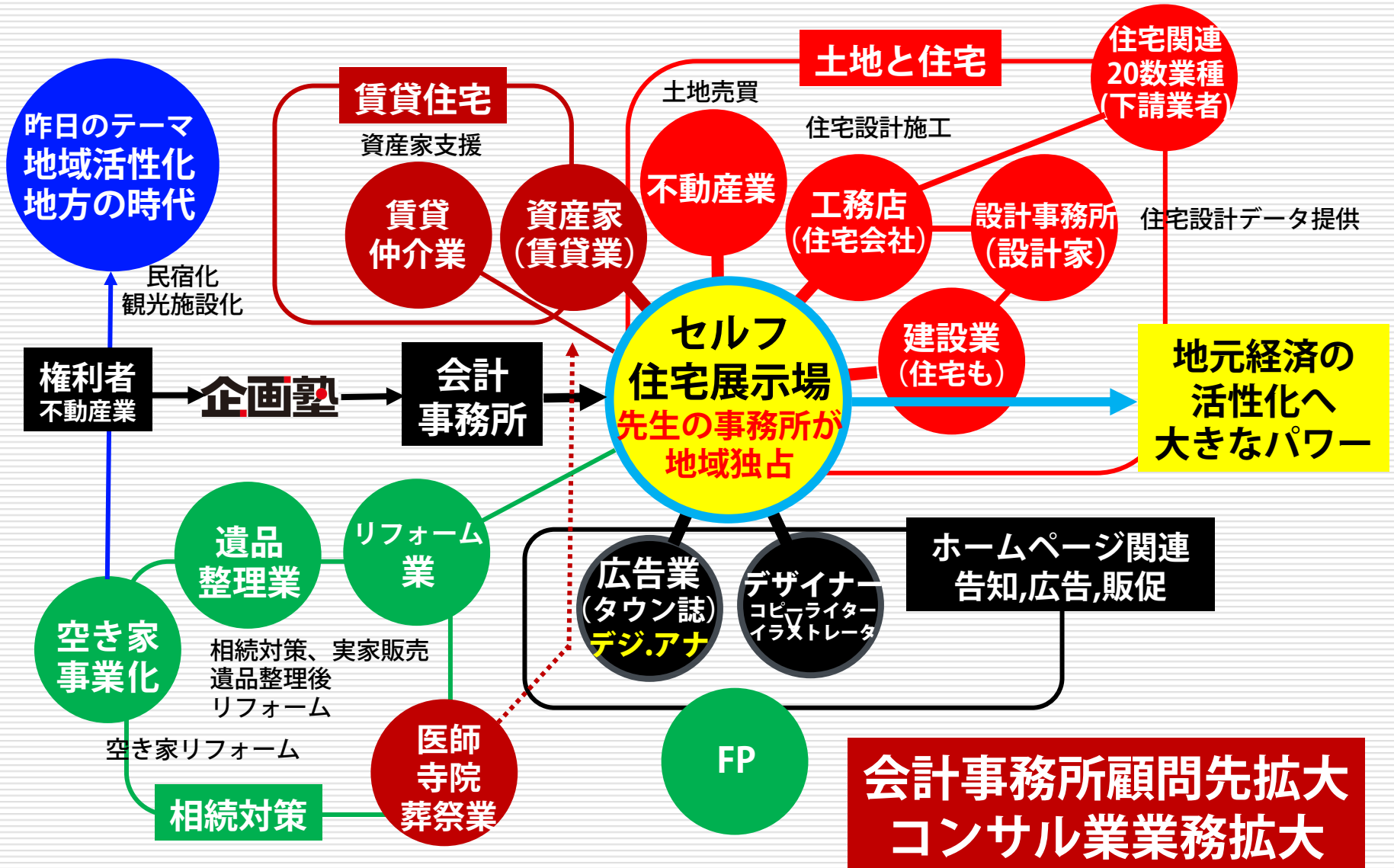
どんな市場を見ているか!!

会計事務所が軸になると、市場拡大と顧問先拡大へつながる可能性



どんな市場を見ているか !!

さらに拡大する市場と顧客



**会計事務所顧問先拡大
コンサル業業務拡大**

HPの工夫から大きな地域市場が拡大する

昨日ご紹介した参加型のHP、視点を変えると大きな市場へ!!



データや資料、調査に異常に依存しすぎると
こんな市場創造への発想はできない

日常的に感性を磨こう DXやAIには不可能 !!

5年後、10年後にそなえて何をすべきか？

基本・円安に備え

企業数減少に備えよ

円安と物価上昇(インフレ)

常に高付加価値、高生産性への工夫を怠るな
ただ、DX、AI などへの一般的な話にのりすぎるとリスクになる

高齢経営者企業の突然の廃業、起業家の破綻は日常化
顧客が減ることを前提に、伸びる企業を見据えて経営を

円安と物価高を超える企業のみ勝ち組に、給与増は重要
大卒初任給ユニクロは30万円、熊本TSMC28万円(日本平均22万円)
5年で倍増を視野に入れるくらいを意識する(できないと離職増)

中小企業経営者は？

コンサルタントは？

会計事務所は？

規模によって異なるが、他にない得意技を持つこと
それ以外を捨てることに躊躇しないこと(リスクに備える)

現場思考で、得意分野を徹底すること
他にない問題解決ができるターミナルケア的に最後に依頼が来る

会計・税務専門での業務は、DX, AI化しても生産性は下落
業種特化など、顧客目線の業務が必要になる
(飲食専門、介護専門、工務店専門、理美容専門、さらにはマーケティング専門など)

AIやDXへ、どう付き合う？
トップレベルの専門家以外は、うまく使うことに徹する
ワープロ時代、グラフィックソフト、PC、タブレット、スマホ
これらの進化の歴史を振り返って、その先を見ること

かなり厳しい時代に向かう……準備を!!

中小企業が求めるもの

ほとんどがMarketingマターとなっている

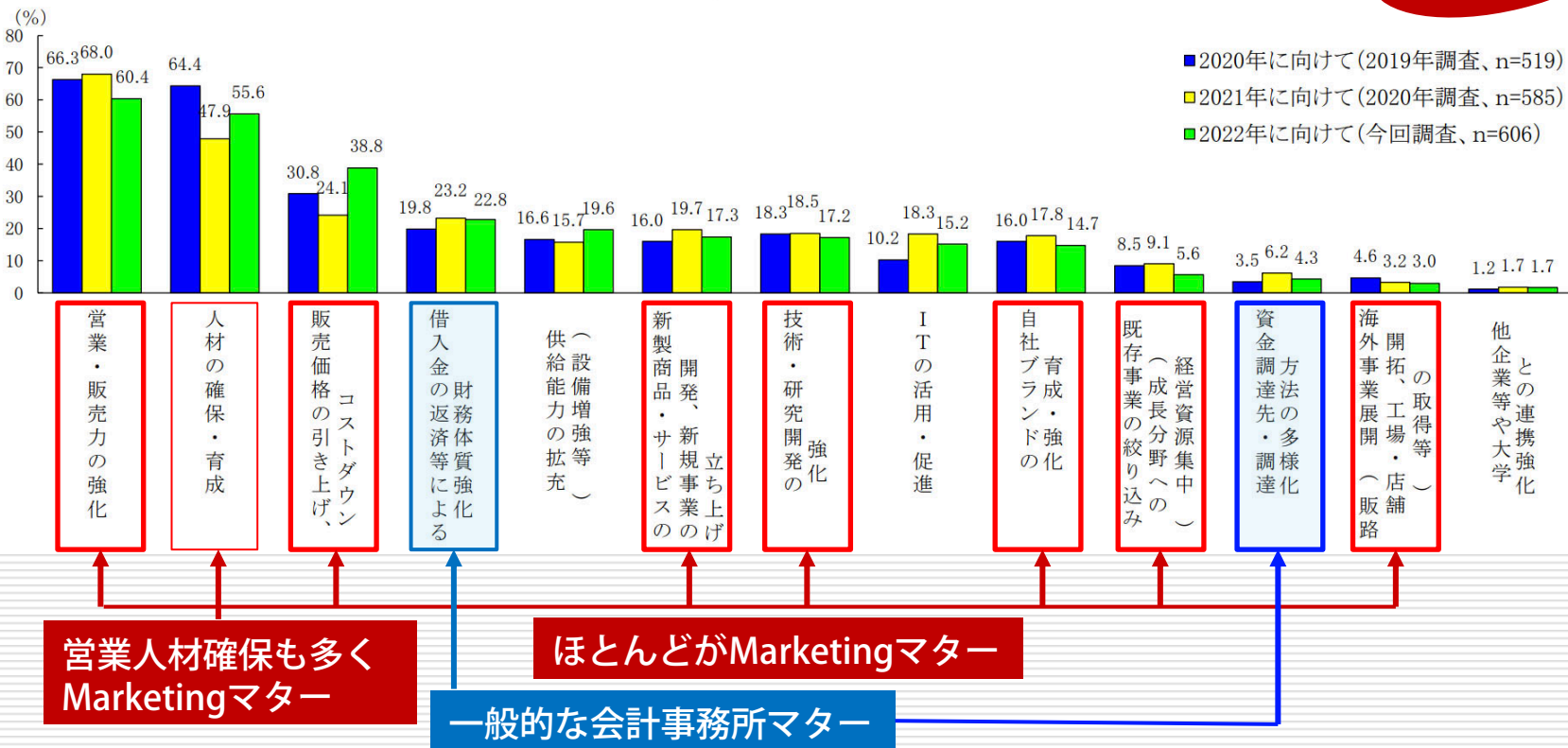
日本政策金融公庫 2022年の中小企業の景況見通し
 ～「中小企業景況調査」(2021年11月)の付帯調査結果～ より

7 経営基盤の強化に向けて注力する分野

- 2022年に注力する分野は、「営業・販売力の強化」が60.4%と、これまで同様最も高い割合を占めている。
- 「人材の確保、育成」や「販売価格の引き上げ、コストダウン」などの割合は、前年調査に比べて上昇している。

確認掲載

図-13 経営基盤の強化に向けて注力する分野 (三つまでの複数回答)



ご清聴、ありがとうございました

膨大な、1万事例を超える増販増客成功事例報告



毎年30事例を収録したCTPTMarketingの
成功事例「増販増客実例集」18巻



詳細にツール類なども収録した
さらに本格的で緻密な
「増販増客marketing実例集」18巻

高橋憲行（株）企画塾・代表、JMMO主宰
株式会社企画塾

日本マーケティング・マネジメント研究機構
Japan Marketing & Management research Organization
東京都渋谷区千駄ヶ谷3丁目59-4 クエストコート原宿511
TEL03-6447-0880 FAX03-6447-0881
<http://www.kjnet.co.jp/>