

月刊税理士事務所チャンネル

# CHANNEL

会計人のコミュニケーション・マガジン

5

2023 MAY  
No.501

特集

動画のビジネス活用最前線

事務所訪問 税理士法人JTS会計 — 6  
先進事務所の取り組み — 10  
時代を読み解くキーワード — 12  
エヌエヌ生命・税理士通信 — 13  
MJSからのお知らせ — 14  
ミロクシステムQ&A — 15  
会計人のリレーエッセイ 小山清明 — 19

[今月の表紙] 帆船海王丸  
[場所] 富山県射水市

日本の未来—  
企業を支える  
ミロク会計人会



訴求力の高さ抜群!

# 動画のビジネス活用最前線

ビジネスシーンで動画の活用の幅が広がっています。今や企業ホームページのトップを飾るのが動画コンテンツのことも多く、近年、動画は多様な業界で自社商品・サービスのプロモーションや顧客の獲得、社員教育などに向けて活用されています。そこで本特集ではビジネスシーンにおける動画活用の最新動向について、動画配信プラットフォームサービス「ULIZA」などを手掛ける(株)PLAY取締役の宮原 耕介氏にお話をいただきます。



©Irina Danyliuk / shutterstock.com

## コロナ禍を機に 動画活用が急拡大

ここ10数年、スマートフォン（スマホ）やタブレットの普及で場所を問わず動画を視聴できるようになったこと、SNSでの動画視聴が定着したことなどを背景に、動画コンテンツビジネスの市場は急拡大しました。ほんの数年前まではビジネスシーンで動画を活用する動きは限定的なものに留まっており、当社の動画配信ソリューション事業においても、2019年まではテレビ局などのメディア企業からの依頼が大半でした。他にはeラーニング用動画の需要があつたくらいです。

これがさまざまな業界に広がった契機は、コロナ禍で生活様式や働き方が大きく変わった頃からでした。これは感染拡大防止のために商品・サービスの発表イベントやセミナー、社員研修、社内表彰式、株主総会などがリアル開催できなくなったことで、数多くの企業がそれらを動画で代用



PLAY社内の様子。同社では動画配信プラットフォーム「ULIZA」や数々の動画配信サイトのシステムを手掛けている他、自社内で複数のスタジオも運営している

しようと考え、そのコンテンツの制作や配信のニーズが一気に高まったためです。当社にも動画制作・配信に対する知見を備えた従来の主要顧客とは違う、「カメラを触ったこともない」「ネットは苦手」という方からの依頼が相次ぎ、「動画コンテンツの企画から制作現場のディレクション、撮影、編集、そして配信システムまで丸ごと任せたい」という依頼も増えていきました。こうした動きに対応するため、当社ではここ数年で動画制作・配信の初心者

## この10年で急拡大した動画コンテンツ市場



宮原 耕介 氏

株式会社PLAY 取締役  
ビジネス統括部長

※ クラウドサーバーにあるソフトウェアをインターネット経由でユーザーが利用できるサービス

コロナ禍以前から、動画コンテンツの市場はスマホの普及とともに拡大傾向にあった。視聴行動分析サービスを提供するニールセン デジタル (株) の調査によれば、コロナ禍前の2019年第2四半期 (4~6月) のスマホからのインターネット利用者 (月間平均) は7078万人 (前年同期比+5%)。特に50~60代の利用率が過去4年で急上昇し、スマホがほぼ全世代でインターネットを利用する際の主要な端末となった。19年6月時点での動画視聴の月間平均利用時間は7時間13分、5年間で約4倍に伸びたという。

その後、コロナ禍に入ってこの動きはさらに加速。総務省の「令和2年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」によると、19年に17.4%だったNetflixなどの動画配信サービスの利用率は、20年に46.3%まで拡大したようだ。

また、(株) 矢野経済研究所が22年7月4日に発表した、動画の制作・編集・配信などのコンテンツビジネスに関する調査結果によると、22年度の国内動画コンテンツビジネス総市場規模は前年度比9.3%増の8200億円となる見込みだという。今後もさらなる拡大が予想されており、それに伴ってビジネスシーンにおける動画活用の幅も広がっていきそうだ。

### ウェビナーは会員限定の疑似ライブ配信が主流に

も分かりやすいようなプランをホームページ上に提示したり、自社スタジオやレンタル機材、撮影技術スタッフの拡充などに努めてきました。

こうして大きく裾野が広がったビジネスシーンにおける動画活用ですが、その役割は大きく「オープンに配信する動画」と「クローズドに配信する動画」の2種類に分けられています。

まず、前者は広くプロモーションを行うために誰でも視聴可能な形で配信するタイプの動画で、手軽に撮影・編集ができるようになったこともあってYouTubeには商品やサービスの紹介動画があふれかえっています。

一方、後者は社員向けや会員・登録者向けに特定のウェブサイトでだけ配信する動画です。ここ最近、ビジネスシーンでの動画活用事例としては特にSaaS系サービス※の提供事業者を中心にこのタ

イプの動画が目目されており、サービスの特徴やサービス導入手順に関する動画、サービスをどうビジネスに活用するかをテーマとしたオンラインセミナー(ウェビナー)動画などが増えています。前述の通り、当初はコロナ禍でリアル開催ができないため、仕方なくオンライン動画で代用する形が多かったのですが、今では最も効率的な発信手段として定着した感があります。

例えば、社員教育や人事制度の構築・運用などに関するサービスを手掛けている(株) あしたのチームは、自社のホームページに「失敗しない人事評価の運用方法」「給与とどう決めたらいいの?」といった経営者や人事担当者が気になりそうなテーマの動画コンテンツを作り、営業ツールとして顧客獲得に活用しています。ポイントは、収録した動画を予告した日時だけにライブ配信のように流すこと。私たちはこれを「疑似ライブ配信」と呼んでいます。いつでも見られるのではなく日時

を決めての配信となると、多くの人がその動画の視聴をスケジュールに加えてくれます。この疑似ライブ配信用の動画を1本作れば、定期的に配信することで効率よく顧客獲得のための営業を行うことができるのです。

### 接続の安定性や安全性に要注意

こうしたクローズドな動画配信においては、その配信の質や技術が問われます。最も注意しなければならないのが、接続の安定性です。極端な話、「サーバーに動画をアップロードし、視聴してほしい人(会員や社員など)にそのURLを送る」だけなら自社で行うことは可能です。ただその場合、多数の人が同時接続・視聴できなかつたり、スマホで見ている人だけ通信料の負担が多くなってしまうといった問題が起これば、そこから、数十人以上に向けて動画を配信する場合は、その規模の同時接続に耐えることができ、端末の種類に合った容

量を決めての配信となると、多くの人がその動画の視聴をスケジュールに加えてくれます。この疑似ライブ配信用の動画を1本作れば、定期的に配信することで効率よく顧客獲得のための営業を行うことができるのです。

## 動画制作初心者の機材選び

いざ動画制作を始めようという時、まず気になるのが「どんな機材が必要なのか」ということ。制作したい動画の内容と目的によって揃える機材は異なり、値段もさまざまなので、次のようなことに気を付けたい。

### カメラ

動画撮影に使うカメラは主に一眼タイプとハンディカムタイプ、アクションタイプに分けられる。

まず一眼タイプは高画質で美しい動画を撮影できるのが最大の特徴だ。また、広角や望遠などレンズを付け替えることで目的やシーンに応じた多彩な表現を引き出すことができる。バッテリーの消耗を考慮し、動画に特化した長時間撮影が可能なタイプを選ぶのがベター。

ハンディカムは何より軽量で使い勝手が良いのが特徴で、手振れ補正が優秀な製品も多く、幅広い用途に適している。

アクションカメラはより小型で軽量な上、耐久性や防水性にも優れている。アウトドアアクティビティやスポーツなどの撮影で使われることが多い。臨場感ある映像を撮ることができる。

上記以外にも、iPhoneをはじめとしたスマホの動画撮影機能が進化しているので、「とにかく手軽に作ってみたい」という場合はスマホ1台からチャレンジしてみよう。



### その他の撮影機材

動画コンテンツにおいて映像と同じくらい重要なのが音の質。映像はキレイでも、音が聞き取りにくく雑音も入っている場合は、視聴者の印象を悪くしてしまうだろう。屋外での撮影の際は特に、話者の口元で音を拾えるピンマイクなどの外部マイクを使うのがベターだ。

その他、固定で撮影するための「三脚」、歩きながらの撮影などでも大きく手振れを軽減してくれる「ジンバル」(手振れ補正装置)、そして薄暗い室内や夜間の撮影で活躍するバッテリーライトなど、動画撮影の質を上げ、表現の幅を広げるための機材は多々ある。



©Antlii / shutterstock.com

### 編集ツール

プロも使う動画編集ソフトとしてはAdobe社のAdobe Premiere ProやApple社のFinal Cut Proが有名。しかし、昨今ではiPhoneやMacBook、iPadなどのApple製品についている「iMovie」のように、無料または安価で、初心者でも簡単に使える動画編集ソフトが増えている。多くのソフトが無料で試しに利用可能だ。

量で配信可能なシステムを利用するべきです。

同様に安全性、つまりセキュリティ側にも配慮しなければなりません。アクセス数を管理するための認証を厳密にしたり、指定したウェブサイト以外では再生できない設定にしたり、動画を再生できるURLを生成する際に視聴期間を設けるなど、細かな対策が必要です。この点からもクローズドな動画配信を行う際には、動画配信サービス事業者のプラットフォームを利用したほうがよいと言えます。

また、動画配信後に視聴分析を行うことも重要です。再生回数／視聴ユーザー数／タイトル別ランキングなど視聴動向だけでなく、「コンテンツの再生時間における視聴数の推移」「時間別や日別の再生開始数」「カテゴリごとの再生開始数」「都道府県別、市区町村別の再生開始数」など、細かなデータを分析すれば、その後の情報発信や集客、マーケティングに活かすことができます。

## 注目! 動画のビジネス活用方法

昨今、増えている動画のビジネス活用事例を主な目的別に分類してみた。動画制作・配信の際は、その動画を何の目的で、どんな視聴者向けに配信するのかを明確化するのが重要だ。



### 商品・サービス紹介動画、会社紹介動画

自社の商品・サービスの特徴や魅力、他にない強みなどの他、事業内容だけでなく企業理念やビジョン、社会的価値などを動画ならではの表現力で分かりやすく、かつコンパクトに伝える。



### 事例動画(お客様の声)

自社の商品・サービスを利用・導入している顧客のビジネス活用事例を紹介。実際の利用状況や生の声を取り上げられるため、導入を検討している企業の判断材料に。



### ウェビナー(オンラインセミナー)

Zoomのライブ配信機能などを活用し、顧客維持・獲得を目的とした登録制・申込制のウェビナーを実施する企業が増えている。配信日時を決める「疑似ライブ配信」が主流に。



### ハウツー・マニュアル動画、研修動画

顧客サポートのための商品・サービスの使い方紹介、社員向けのマニュアル解説など、文章では伝わりにくい微妙なニュアンスも動画なら伝わりやすい。また、社員教育・研修も動画なら繰り返し視聴できるので、理解促進が進む。



### 採用動画

動画を通じて仕事のイメージや職場風景、社風などを広く求職者に伝え、最適な人材の採用やミスマッチ防止につなげる。



### IR動画

投資家向けの活動に動画を活用するケースも増えている。株主総会の模様を動画配信したり、代表取締役などからのメッセージ動画などは株主に対する信頼醸成につながる他、財務情報や経営方針などを的確に伝えられる。

©davooda/shutterstock.com

QUO  
カード

2,000円分を  
プレゼント!



QRコードから  
アクセスし、  
ぜひお答えください!

動画配信に関する最新動向を解説しましたが、最後にお伝えしたいのは、「まず実際に動画を作ってみるのが大事だ」ということです。前述の通り動画を制作すること自体は非常に手軽になり、iPhoneがあれば動画撮影も編集もできますし、YouTubeには撮影や編集のさまざまなコツや機材の使い方などを解説した動画が数多くアップされています。そもそも、Zoomなどで行ったオンラインセミナーやオンライン研修を録画するだけでも十分な動画コンテンツになるので、まずは手軽に作ってみて、それを着実に届けたい層に届けるにはどうするべきかを模索していくのがよいと思います。



THE TAX  
ACCOUNTANT OFFICE  
事務所 訪問

## 創業 50 年超の経験をベースに 「改善」と「探究」を重ね続ける

石川県金沢市の税理士法人 JTS 会計は、2020 年に創業 50 周年を迎えた老舗の会計事務所です。また、他事務所に先駆けて、MAS 監査や医療、相続などをテーマにしたサービスにも注力し、時代と地域のニーズに的確に対応し続けてきました。代表社員の鈴木 浩史先生に現在までの歩みと昨今の取り組みについて伺いました。

### 創業者と共に構築した 事務所の経営基盤

— 前身は 1970 年に創業した地藤久治税理士事務所だったのでですね。

鈴木 浩史代表社員（以下、敬称略） そうですね。私は 2 代目に当たります。30 年ほど前に入所し、地藤久治先生の下で経験を積ませてもらってききました。入所した当初は今と違って、先輩に手取り足取り仕事を教えてもらえるような環境ではなかったのですが、実務については先輩方の背中を見て、自分で実践しながら身につけていきました。一方で、地藤先生からは仕事や顧問先、地域との向き合い方を学ばせていただいたように思います。

— 2014 年に税理士法人地藤会計事務所に法人化されていますが、どのようなきっかけがあったのでしょうか。

鈴木 個人事務所だと事業の持続性に不安があったのが大きかったですね。顧問先や職員に「安心」を提供するためにも、法人化したほうが良い

と考え、地藤先生とともに法人化に踏み切りました。

——その後、地藤先生は2021年にご逝去されたそうですね。

**鈴木** 94歳で逝去されましたが、その年の確定申告の際にも懇意にしていた顧問先の書類をチェックするなど、晩年まで精力的に実務に取り組みされており、心の底から敬服しました。お亡くなりになる前年、創業50周年の際はコロナ禍で大々的なイベントを開催することができませんでした。が、税理士協同組合から50年表彰をいただくなど、地藤先生にとっても誇らしい思い出をつくれたのではないかと思っています。

——2022年8月には法人名を現在のJTS会計に変更されていますね。

**鈴木** JTSは「ジャパン・タックス・ソリューション」の略で、「税務における最適解を追求する」という意味を込めました。この精神は地藤久治税理士事務所時代から大切にしてきたことであり、「パ

ートナーとして寄り添いお客様の幸せ追及をお手伝いする」という経営理念もそのまま受け継ぎました。なお、経営理念については週に一度は唱和するなどして、職員への浸透を図り続けています。

### 事務所移転を機に 職場環境をさらに改善

——2022年には事務所を現在地に移転されていますが、どのような背景があったのでしょうか。

**鈴木** 実は事務所名の変更に先立ち、以前の事務所が手狭になっていたこと、職場がフロアに分かれていて、業務効率にやや問題を感じていたことから、事務所名称の変更とほぼ同時期に事務所を移転したのです。現在は1階がエントランスと倉庫、2階がオフィスという構造になっており、コミュニケーションが以前に比べて格段に取りやすくなりました。実際、今は誰がどんなことをしているのかを一目で把握できるので、ちょっとした時に声をかけたり、

意見交換をしたりしやすくなりました。

——職場環境もより良いものになったのでしょうか。

**鈴木** 外装と内装はきれいに仕上がりましたし、「開放感があつて良い」と職員から好評です。職員もこれまで以上に誇りを持って働いてくれているように思います。もちろん、新しい人材を採用するにあたって、今のほうが見栄えが良いので、関心を持ってもらいやすくなったのではないのでしょうか。ちなみに、エントランスの扉には実物のそろばんを埋め込み、老舗事務所としての歴史を表現してみました。来訪される方にも関心を持っていただいていますし、私自身、とても気に入っています。

——とはいえ、なかなか人材を集めるのが難しい時代になっていますね。

**鈴木** おっしゃる通り、特に若手人材の採用には苦戦しています。そこで、当事務所では事務所移転による環境改善の他、研修の機会の拡充など

を通し、居心地の良い環境で自身のスキルを高められるような職場づくりを進めています。なかなか人材を集めるのが難しい時代ではありますが、一緒になって前向きに学び、成長し続けられる仲間を一人でも多く増やしていきたいですね。

### 飽くなき探究心で 時代と地域のニーズに対応

——顧問先の特徴についてお聞かせください。

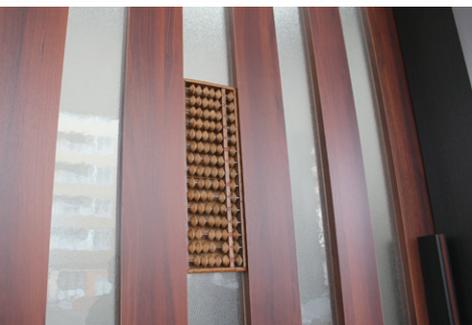
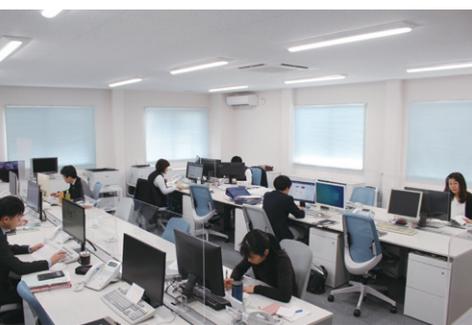
**鈴木** 建設、製造、小売、外食、医療といった具合に幅広い業種の顧問先がいます。地藤先生の代から、双方の代替わりを経ても顧問契約が続いているところも多く、お互いに信頼関係を構築することが

できていると自負しています。また、そういった顧問先の皆さんからの紹介で、今も着実に顧問先を増やすことができています。

——幅広い業種の顧問先を支援するにあたって、鈴木先生ご自身も前向きに仕事に取り組んでこられたそうですね。

聞けば、入所当初からMAS監査（先見経営・先行管理の仕組みを活用し、目標達成できる経営体質づくりを支援する手法）などの先進的な取り組みに着手してきたそうですが、そのあたりについても伺えますか。

**鈴木** もともとは地藤先生が先進的なサービスに積極的で、MAS監査についてもいち早く専任者を置いて取り組みた



(上) 昨年移転したばかりの真新しいオフィスです (下) 事務所入口の扉には年季の入ったそろばんの意匠が

## 税理士までの歩み

「親が経理関係の仕事をしてきたこともあり、子どもの頃から税理士という職業に馴染みがありました」と話す鈴木先生。もともと、当時は資格を取得しようとは思っていなかったのですが、大学入学を機に「社員になるよりも、自分にはある程度、裁量がある仕事に向いているのではないか」と考えるようになり、会計ゼミに所属し、公認会計士を目指すことに。その後、大学院法学研究科に進学しましたが、途中で目標を税理士資格に変更。最終的に税理士試験の科目免除制度を活用することにして、26歳で卒業したそうです。卒業後、鈴木先生は父上の知人のツテで、現在の事務所の前身となる地藤久治税理士事務所に入所し、28歳の時に税理士登録しました。



ITに精通し、北陸税理士会にも貢献されている鈴木 浩史先生

ということなので、私に白羽の矢が立ったのです。入社して間もない頃でしたが、ありがたいことに1年ほど養成講座に通わせていただき、それ以降は経営コンサルタントとして実際にMAS監査を活用したアドバイスを提供してきま

した。——現在はMAS監査以外にもさまざまな付加価値を有するサービスを提供されていますね。鈴木 医療、相続は私自身が関心を持っていたジャンルだったこともあり、早い段階か

ら着手してきました。特に相続に関する相談は今も増加傾向にあり、「あなたの家族のかけつけ医をめざしています」というキャッチコピーの下、初回相談60分無料の「石川県相続クリニック」を運営し、好評を博しています。——幅広いサービスを手掛けるモチベーションの源泉はどのようなところにあるのでしょうか。

鈴木 私は元来、この仕事が好きで、趣味の一つのようにして自らさまざまな分野の知見を得てきました。それらが結果的にビジネスの大きな柱になっているのはとてもあり

がたいことです。職員たちにもぜひ探究心を持って仕事に向き合ってほしいと考えています。——北陸の税理士業界において、IT化・DX化を牽引してきた実績もお持ちとのことですが。

鈴木 実は大学時代からITに強い関心を持っており、BASIC（プログラミング言語の一つ）を使って、コードを書いたり、ホームページを作成したりして遊んでいました。その延長で、税理士としては北陸税理士会の情報システム委員・部長を務め、電子申告の普及にも取り組み続けてきたのです。過去には金沢税務署が全国トップクラスの電子申告実施率を達成したことがあり、署長から表彰していただいたこともあります。また、北陸税理士会の研修のライブ配信も全国に先駆けて実施を提案させていただきました。北陸税理士会のIT化・DX化に多少は足跡を残せたと思っております。

——今後の展望について伺わ

せてください。鈴木 昨年、息子の伸英が税理士登録を果たし、当事務所は税理士4人体制になりました。現在、社員税理士として活躍してくれている出村貴昭先生はとても営業センスがある方なので、これを機にさらに顧問先を拡大し、持続的な成長を遂げていければと考えています。

——本日はありがとうございます。お祈りいたします。

## Company Information

## 税理士法人 JTS 会計

所在地／石川県金沢市増泉2-8-38  
TEL／076-220-7484  
開業／1970年(法人設立は2014年)  
職員数／15名  
<http://www.zeimusoudansitu.com>



## 金沢ならではの歴史・文化とカニを堪能!!

**1** 日蓮聖人の法孫・日像上人作の祖師像を安置する妙立寺の起源は、寛永20年（1643年）、3代藩主・前田利常公の命により、城内にあった祈願所を移し、運上町に創建されたのが始まりとされています。当時の加賀藩は100万石の禄高を誇る外様大名であり、徳川幕府と緊張状態にあり、一説には幕府内に加賀征伐の計画があったとも言われています。

こうした中であって、利常公が幕府を迎え撃つために描いた戦略の一つが寺の整備でした。金沢城を挟む犀川さいがわと浅野川の外側に寺院群を移築し、防衛線にしようとしたのです。こうして、妙立寺も能登石動山、新豎町を経て、1650年代に現在地に移転。以来、前田家の祈願所として歴代藩主自らが参詣し、武運長久と庶民の安穏を祈願するようになるとともに、万一の場合の出城として、中心的役割を担い続けました。

実際、この妙立寺には「忍者寺」という異名があり、建物全体が迷路のような複雑な構造となっています。落とし穴の機能を持った賽銭箱に隠し階段、落とし穴階段、明かりとり階段など、防衛のための仕組みが建物の至る所に設けられており、見学料（大人1,200円）を支払えば、ガイドによる臨場感満点の説明を聞きながら、その構造や仕組みを詳細に見聞することができます。そのおもしろさはテーマパークのアトラクションさながらですので、金沢にお越しの際にはぜひ足を運んでいただきたいと思います。

### 妙立寺



### カニ

**2** 金沢を訪問する際に味わってほしいグルメといえば、やはりカニを外すわけにはいきません。石川県のカニ漁解禁日翌日となる11月7日以降、金沢市内の市場では地元のカニがズラリと並び、飲食店でも多彩なメニューを堪能できるようになります。中でも人気なのは加能ガニ（雄のズワイガニ）と香箱ガニ（雌のズワイガニ）。香箱ガニといえば、昔は安価で出回ることが多く、市民にとっては非常に親しみやすい存在でしたが、今ではすっかり高級食材となっています。しかも、漁期が12月29日までと短く、県外の方はなかなかお目にかかることすらできないかもしれません。ですが、香箱ガニは加能ガニに比べて小ぶりではあるものの、味が濃く、カニ味噌や内子が絶品、一度食べたたらきっとやみつきになるはず。まだ食べたことがない方は香箱ガニのシーズンを狙って来訪されるのもいいかもしれません。

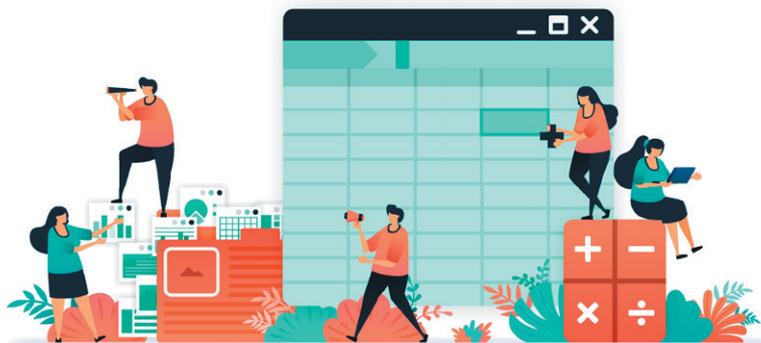


## 生産性向上の観点から 経理コンサルや記帳代行が急浮上

当社が実施している会員アンケート（合計71事務所が回答）の結果を分析したところ、2022年の税理士事務所の「成長」「停滞」「注目」のポイントを以下のように集約することができました。まず「成長」のポイントは、1〜3億規模の事務所の「経理コンサル」事業参加が増加し、事務所全体の新規売上で平均1000万円以上増収していることがわかりました。次に「停滞」のポイントとしては、平均残業時間が約10時間増加、離職率はわずかに増加しており組織運営に課題があることが判明。そして「注目」のポイントとしては、爆発的というほどではないですが、クラウド化推進が着実に進んでおり、事務所ごとの対応に差が生じてきているという点です。

ここで着目したいのは成長のポイントにある経理コンサルという事業です。これはクライアントに対し、DX（デジタルトランスフォーメーション）なども含めた経理環境の改善を提案するというサービスで、改正電子帳簿保存法やインボイス制度への対応によってそのニーズが急拡大していると思われる。また、コロナ禍を機に多くの企

## 先進事務所の 取り組み



### 新時代の事務所のあり方

# 「経理コンサル」と 「Z世代活用」で 税理士業界のDXに 対応する!!

コロナ禍を経て、デジタル化が進展し、さらに激動の時代に直面している税理士業界。そこで、本コーナーでは船井総合研究所の能登谷京祐氏に昨今の税理士業界の動向や先進事務所の取り組みについて語ってもらいます。



## 能登谷 京祐 氏

株式会社船井総合研究所  
第三経営支援本部 士業支援部  
会計グループ マネージャー

船井総研入社後、人材ビジネス業界・弁護士業界・介護業界・物流運送業界をコンサルティングし、現在は会計事務所向けのコンサルティングに従事している。Webマーケティング集客、営業パーソン育成を中心とした即時業績アップから、新規事業の立ち上げなどを行うマーケット付加まで、多くの成功事例を持つ。最近ではクライアント企業の専門特化分野の確立に力を入れており、税理士・会計事務所向けの経理コンサル事業の付加～事業拡大を手掛けている。

業が生産性の向上に目を向け始めたという背景も大きいでしょう。

こうした中、職員数30名のA税理士事務所では改正電帳法への対応を機に、まずは自事務所の課題を抽出し、着実に仕組み化を推進。そのときに得られた知見やノウハウを集約し、「経理診断」という経理コンサルサービスを立ち上げました。すると、顧問先以外の企業からも問い合わせが入り、今やこのサービスだけで年間1億円ほどの売上を達成しているそうです。

また、経理コンサルとは毛色が少々

## 2023年の業界予測(10の未来視点)

- ① 業界TOP100事務所のシェアは拡大し、二極化が進む。
- ② デジタル投資/転換による影響が業績へ直結する。
- ③ クラウド/デジタル対応をきっかけとする税理士変更は加速する。
- ④ 今回の法改正(電帳法、インボイス制度)を機に事務所を畳んでしまうケースが増える。
- ⑤ Webマーケティング単体のプル型手法※1は衰退する。
- ⑥ CRM※2/メルマガ/チャットを導入する事務所が増え、DXがより進む。
- ⑦ メールマガジンを主とするプッシュ型※3営業にシフトしていく。
- ⑧ 小型・大型合併、異業種合併、他土業の参入等の事例が増える。
- ⑨ 大手事務所採用はより強化され、青田買いをする事務所が増える。
- ⑩ タイムパフォーマンスの流行からBPO※4に注目が集まり、改めてアウトソーシング業務の在り方を見直す事務所が増える。

- ※1 企業が不特定多数の見込み顧客群にアプローチし、顧客のほうから企業に接触してくれるのを待つ、受動的な手法
- ※2 Customer Relationship Managementの略称。顧客情報を一元管理し、顧客との関係性を維持・向上させるためのツール
- ※3 ※1に対して、自動的に見込み顧客群にアプローチする手法
- ※4 Business Process Outsourcing(ビジネス・プロセス・アウトソーシング)の略称。業務プロセスの一部を一括して専門業者に外部委託すること

異なりませんが、経理業務の効率化を支援するという観点から、記帳代行業務にこれまで以上に注力する例も増えていきます。例えば、B税理士事務所では賃金優位性があり、かつテレワークなどを希望する優秀な経理人材が多い地域に記帳代行の拠点を設け、コストパフォーマンスに優れたサービスを実現し、順調に売上を伸ばしています。リモートワークの環境が整った今、記帳

### Z世代を活用したデジタルマーケティング

代行の拠点を別の地域に設けるといのは決して難しいことではないですし、今後は拠点を沖縄、さらには海外に設けるところも増えてくるかもしれません。

他方、私は2023年の業界予測(10の未来視点)として、図表の項目

を提唱しています。業界の二極化の拡大、デジタル化・クラウド化の進行が大きな影響を及ぼすことが挙げられ、今後まさにこうした動きを推進する税理士事務所が売上を伸ばしていくと思います。また、中でも最近伸びてきている事務所の動向を分析していくと、「Z世代※1活用」と「デジタルマーケティング(後述)」が重要なキーワードになることが分かってきました。

まずZ世代活用については、税務会計といった枠に捉われなければ、実はさまざまなメリットがあります。事実、Z世代は「デジタルネイティブのためクラウド化が推進しやすい」「SNS運用もできるためマーケティング活動も任せられる」「新しい考え方にも柔軟に対応することができる」「若いスタッフがいるだけで、より若い世代の入社に繋がりが事務所の平均年齢を引き下げることができる」「仕事でもタイムパフォーマンス※2を重視した意見を反映する」など、DXや広報PRに必要な要素の大部分を補ってくれる存在なのです。

もともと、その効果をきちんと発揮してもらうには、もう一つのキーワードであるデジタルマーケティングにも注目しなければなりません。デジタルマーケティングとは、インターネット

やAI技術といったデジタルテクノロジーやデジタル化されたデータを用いたマーケティング手法です。それによって「Webユーザーの興味を可視化でき打ち手を最適化できる」「可視化したデータを基に面談時の提案力を強化できる」「メールマガジンと連動させないチャリング※3機能として活用できる」「各種SNSと連動でき、運用コストが省力化できる」「潜在顧客を点数化し見込みの高い層に直接アプローチできる」などのメリットを享受することができます。これら全てに精通しているZ世代を獲得することは困難かもしれませんが、Z世代の多くはデジタルマーケティングに関してある程度の素養を有しているので、採用時にはどのくらいのことができるのかをあらかじめ確認しておくといでしょう。

とはいえ、今ほどの業種においても人材不足が課題になるような時代です。税理士事務所でも若手人材を獲得するのはそう容易なことではありません。そのためにも、まずは若手人材が入りたいと思ってくれるような職場環境を構築していくことが重要になってくるかもしれません。一朝一夕にはいかなることではありますが、先進事務所を目指す上では欠かせない一歩になるはずです。

※1 1990年代中盤から2000年代序盤に生まれた世代  
 ※2 かけた時間に対する満足度を表す言葉  
 ※3 潜在顧客の購買意欲を高めるために、対象の興味度合いに応じて段階的に商品の情報提供を行うマーケティング活動

# FOCUS ON THE WORD

## 時代を読み解くキーワード

本コーナーでは、昨今ビジネスシーンや巷で話題のキーワードをピックアップし、分かりやすく解説します。今回は「Web3.0」と「風の時代」です。

### Web3.0

#### ブロックチェーンなどの技術がWebに新たな潮流を生み出す

経済産業省によると、Web3.0とは「ブロックチェーン<sup>※1</sup>上で、暗号資産等（トークン）を媒体として『価値の共創・保有・交換』を行う経済」（トークン経済）を意味するそうです。そもそも、WebはこれまでWeb1.0（情報の流れが一方通行の時代、ホームページなど）、Web2.0（情報の流れが双方向の時代、SNSなど）と変遷してきました。そして、現在のIT業界はWeb2.0で台頭したGAFAM（Google、Amazon、Facebook（現Meta）、Apple、Microsoft）といった大企業が、膨大なユーザー情報などを中央集権的に握っています。

他方、時代がWeb3.0へと移り変わり、ブロックチェーンなどの技術でトークンや情報が分散管理されるようになれば、多くの人や企業が情報漏洩リスクの低減やセキュリティの向上といったメリットを享受できる

ようになるでしょう。また経済産業省によると、そういった潮流に乗じて、世界で①デジタルアートなどの取引、②中央集権的な仲介者が存在しない金融サービス、③ゲームと金融分野の融合など、暗号資産やトークンを用いた多様なスタートアップ企業が誕生しているとのこと。さらに、④メタバース<sup>※2</sup>との掛け合わせも含めた新たなデジタル経済圏の創出に向かっていきます。

多くの可能性を秘めたWeb3.0、この潮流が勢いを増していくことで、今後、私たちの想像も及ばないようなビジネスが次々と誕生するかもしれません。

※1 管理主体が存在する従来の集中管理型システムと異なり、参加者それぞれが情報を保有し、常に同期が取られる「分散型台帳」という仕組みで情報を記録するデータベース技術。そのため、システム障害の影響を受けにくいことや改ざんのリスクに強い点が特徴  
※2 インターネット上に存在する3次元の仮想空間

### 風の時代

#### 「モノ」から「心」へと価値観が転換

2020年末から本格的に「風の時代」になったとも言われています。風の時代とは占星術の用語の一つで、端的に言えば、今まで「地の星座」（牡牛座、乙女座、山羊座）で起きていたグレートコンジャンクション（約20年周期で発生する木星と土星の大接近）が、2020年12月22日に約200年ぶりに「風の星座」である水瓶座（その他は双子座、天秤座）で起き、これから約200年にわたって風の星座で発生し続けることを意味します。

占星術において、「地の時代」は物や財などを重んじる傾向があるのに対し、風の時代は知性や意識、情報な

どを重んじるそうです。つまり、地の時代から風の時代への変化は、「モノ」から「心」へと価値観が変化する時代と捉えることもできます。風の時代はあくまでも占星術の用語ですが、確かに時代は心を重んじる傾向にあります。「人的資本経営」（人材を「資本」として捉え、その価値を最大限に引き出すことを重視する経営手法）などが注目されているのもその表れと言えるかもしれません。ビジネスにおいても風の時代の流れにうまく乗ることが大切になってきそうです。

税務や中小企業に関する情報をお届けします!



# 税理士通信



税理士事務所の方向けメールマガジン

スキマ時間に  
税務の知識を  
もっと深めたい。

業界動向や  
中小企業の情報を  
仕入れたい。

事務所内の  
勉強会のネタは  
ないか？

顧問先との  
会話で使える  
話題はないか？

知識豊富な講師による専門動画から、スキマ時間に読めるライトな記事など  
バリエーション豊かな情報をお届けします。

## 大好評！約15分で学べる動画シリーズ

毎週火曜日17時頃配信 ※変更となる場合があります

登録  
無料

### 過去の配信コンテンツ

#### 『インボイス制度の実務』

畑中孝介税理士

税理士が知っておくべきインボイス制度の実務から、顧問先への対応、注意事項について解説します。またデジタルインボイスとデジタル化の動向、税理士業務上押さえておくべきポイントについてもお伝えします!

#### 『財務改善ノウハウ』

松波竜太税理士

中小企業の資金繰りは、銀行交渉・資金調達が必須です。専門の税理士より、現場に即した財務手法「キャッシュリッチ資金繰り法」を解説します。

#### 『会計事務所が知っておきたい注目判決』

内田久美子弁護士

総則6項事件を契機とした節税と税理士賠償についての事例、最高裁判決の法律・通達の文理解釈など、会計事務所が知っておきたい重要事例を解説。

#### 『原材料高騰に対する支援制度』

小寺弘泰氏

現状の金融支援施策の状況から始まり、会計事務所が知っておくべき支援措置まで、いま話題の“原材料費高騰”から顧問先を守るためにはどうすべきか学びます。

メールアドレスのご登録はこちらから



### 登録は簡単1分で完了します！

税理士先生はもちろん、所員の皆さまにもおすすめです。

一斉登録をご希望の場合やお問い合わせは、弊社社員までご相談ください。

Eメール: ML-JP-miroku-nn@nnlife.co.jp

※税理士通信のお問い合わせである旨をご記入の上、ご連絡下さい。

後日、エヌエヌ生命社員よりご連絡させていただきます。

※通信環境について、ご確認ください。定額プランをご利用でない場合は通信料のご負担が発生する場合がありますのでご注意ください。

※ご登録いただいたメールアドレスを含む個人情報は、今後の情報提供やセミナーのご案内等のために使用させていただきます。

※この資料の内容は資料作成日現在のものであり、将来的には内容が変更となる場合があります。

また、エヌエヌ生命は内容の正確性・完全性を保証するものではありません。

資料作成日: 2023年3月16日

# MJS 電子帳簿保存法対応クラウドサービスは こんな利用が進んでいます。



「MJS e-ドキュメントCloud」は、証憑を電子保管登録するMJS e-ドキュメントCloudキャビネットと契約を電子化するMJS e-ドキュメントCloudサインで構成されたクラウドサービスです。

電子保管した証憑も電子契約した書類も一元管理でき、「書類管理機能」により電子帳簿保存法対応をサポートします。短期間で導入可能で新たな設備導入も不要なクラウドサービスです。ぜひ、顧問先様にご案内ください。

電子取引の電子データやスキャナ保存する証憑書類の保存要件を満たした証憑保管クラウドサービスです。

事業者型(立会人型電子署名)の電子契約クラウドサービスです。

## 様々な業種で活用いただいています。

**運送業**  
経理担当が窓口となり請求書などの証憑をアップロードして活用しています。また、経営者の領収書は経理部長以上しか閲覧できないように閲覧制限を活用しております。

**医療法人**  
各拠点ごとにアップロードし本部で承認して保管する流れで運用しています。拠点間のネットワークや共有フォルダが無くとも運用ができました。

**電気工事業**  
仕訳に紐づく証憑はGalileopt DX財務大将を使用して仕訳に添付し、連携してMJS e-ドキュメントCloudへ保管しています。紐づかない証憑は直接アップロードして保管し登録方法を使い分けて活用しています。

**労働者派遣業**  
雇用契約書や労働条件通知書など社員との契約から電子契約を開始しました。備考へ雇用契約期間を入力し検索できるようにして運用しています。



MJSのGalileopt/MJSLINKから連携して証憑の登録が可能です。あわせてお使いいただくことにより、請求書や領収書など仕訳に紐づく証憑や直接仕訳に紐づかない見積書などの証憑までトータル管理を実現できます。

## サービス紹介の動画を公開しています QRコードから視聴できます

\\ 10分でわかる！ 電子取引データ保存 \\

<http://bit.ly/3Jciafm>

\\ 10分でわかる！ 電子契約サービス \\

<http://bit.ly/3kDIWTL>  
※最後のアルファベットは「L」の小文字の「I」です

※「MJS e-ドキュメントCloud」「Galileopt DX」「MJSLINK DX」は、株式会社ミロク情報サービスの商標または登録商標です。  
※「Adobe PDF」は、Adobe Systems Incorporated(アドビシステムズ社)の商標です。

## 一巡から二巡目へ

北陸ミロク会計人会  
 富山県高岡市  
**小山 清明**

2008年6月に国税を退職し、税理士登録・開業と同時に先輩の勧めもあってミロク会計人会に入会し、足掛け15年目を迎えようとしております。入会当時に、この会を永く続けていきたいと思ったことや、今までの反省を書きたいと思えます。

開業当初は、今までの経験を活かせば税理士業は十二分に営んでいけると考えていましたが、常に研鑽は必要と先輩に<sup>たしな</sup>窘められ、税務知識を取得するためミロク会計人会が主催する研修会に積極的に参加することになりました。研修時間獲得の達成にも貢献し、一石二鳥の効果がありました。

このように、以前だと時間に余裕があり体力もあって多くの知識情報を得ることができました。しかし、



バイクライフも“二巡目”に突入しました

最近では直接参加でなくWEB配信研修が多くなり、受講中はスーッと研修内容が頭の中に入ってくるのですが、歩留まり割合が年々少なくなってきたり我ながら情けなくなりました。

またミロク会計人会では、全国11単位会が持ち回りで開催する全国統一研修会があります。全国の先生方との交流会も楽しく、私は第34回の鹿児島大会から参加をしておりますが、妻も誘い今までの労いと毎日の弁当作りに感謝の気持ちを伝えてい

ます。それから11の開催地を一巡し、一昨年の熊本大会が二巡目になる予定でしたが、オンライン参加で終わりました。

プライベートでは、高校生の頃からバイクに興味を持ち、学校に許可をもらいバイク通学していました。いつかは大型バイクをと願っていましたが、国税退職を機に米国製大型バイクをついに購入し、まずは形から入るということでヘルメットやウェアを揃えました。休日には、風を切って走りあちこちと回って、バイク仲間との交流を楽しんでいました。が、そのうちおっくうになりバッテリーあがりを防ぐために車庫内でエンジンがかかるだけとなっています。「乗らないのなら処分したら」との声も上がり始めましたが、「男の趣味、ロマンには少々のお金がかかるものだ」と、言い訳しつつ過しております。

バイク乗りにおきましても二巡目とみなし、推し進めていきたいと思うこの頃です。

### 税理士事務所 CHANNEL

発行／株式会社ミロク情報サービス  
 〒160-0004 東京都新宿区四谷4-29-1 TEL. 03-5361-6309(経営企画・広報IRグループ)

発行人／是枝周樹

編集企画／ミロク会計人会連合会広報委員会、ミロク会計人会事務局、経営企画・広報IRグループ

配信制作／東方通信社 印刷／耕文社

表紙／@kazukiutoko / PIXTA

※本誌に掲載されている会社名及び製品名は、各社の商標または登録商標です。禁無断転載



MJS YouTube公式チャンネル  
**好評配信中!**

MJSより製品解説の動画などを中心にYouTubeで配信しております。

ホームページにて本誌データを公開しています! こちらもご覧ください

ミロク会計人会

検索

<https://www.mirokukai.ne.jp/channel/index.html>

# CITYの真ん中にITを。

おかげさまで50周年

50<sup>th</sup>  
Anniversary

“CITY”という単語には、“IT”が真ん中にあります。

まるで街のインフラに最先端のIT技術を導入して、

私たちの暮らしをより便利にする街づくりを表しているよう。

街の真ん中にITがある未来を目指して、

ICCはこれからもITの最先端を走りつづけます。



株式会社  
石川コンピュータ・センター

〒920-0398 石川県金沢市無量寺町ハ6番地1 TEL 076-268-8311(代)

<https://www.icc.co.jp>