

本格的に動き出した SaaSプロジェクト



情報処理サービス「SaaS(サーズ)」を活用し、全国の中小企業に財務会計や税務申告のソフトウェアを安価で提供する「SaaSプロジェクト」が着々と進行している。経済産業省はこのほど、SaaSシステムならびにアプリケーション開発事業の委託先を決定。今事業年度中のプロジェクト実施に向けて本格的に動き出した。

会計ソフトなど18社が提供

政府が進めている「SaaSプロジェクト」。SaaSとは、「Software as a Service」の略で、簡単にいえば、インターネットを通じて企業経営に役立つ複数のアプリケーションソフトを提供するもの。SaaSプロジェクトを実行することで、中小企業のIT化を支援し、経営力を高めることを目的としている。

SaaSプロジェクトは、中小企業庁(中企庁)が展開する支援策と、経済産業省(経産省)が構想する支援策に大きく分けることができる(本紙1239号既報)。中企庁は、5人以下の小規模企業を支援対象とし

ており、一般的な法人には関与しない方向性を示している。一方、経産省の支援対象は20人以下の中小企業。そして、SaaSを利用して提供されるのは、財務会計や税務申告のソフト。将来的には、顧客管理や販売管理のソフトもSaaSのプラットフォームに乗せ、中小企業の一連の業務をワンストップで支援することを視野に入れている。

「20人以下」の企業となれば、会計事務所の顧問先と確実にバッティングする。しかも、財務会計ソフトや給与ソフトなど、会計事務所の業務において密接にかかわるものが安

価で提供されるだけに、税理士業界でもプロジェクトの動向に注目が集まっていた。

こうしたなか、経産省は今年7月28日からSaaSシステムならびにアプリケーション開発事業について、委託先の公募を実施。このほど、公募結果と採択先が明らかにされた。まず、SaaSプロジェクトの根幹となるシステム開発については2件の応募があり、審査の結果、富士通(株)に委託することが決定。一方、財務会計ソフトや給与ソフトといったアプリケーション開発には20件の応募が寄せられた。

経産省 広報活動を積極展開

このうち委託先として18件(ウイングアークテクノロジーズ(株)、(株)NTTデータ、(株)オービックビジネスコンサルタント、ガーデンネットワーク(株)、クオリティ(株)、(株)スマイルワークス、ソリマチ(株)、(株)タイガー、(株)TKC、日本ビズアップ(株)、(株)ネオジャパン、(株)ビーイング、ビジネスオンライン(株)、ビズソフト(株)、(株)豆蔵、(株)ミロク情報サービス、弥生(株)、ラクラス(株))が決定した(表)。

今後、SaaSシステムおよびアプリケーションの開発が進められていくわけだが、実際にプロジェクトが始動した場合、「ソフトの価格などは各社の判断に任せている。ただ、SaaSプロジェクトは手軽にソフトウェアが利用できる点が魅力となっているだけに、あまり高い価格に設定すると、ユーザーから選ばれないことも考えられる」(経産省)とみ

ている。

一部の識者からは、「優良なソフトを安価で提供しても、経営者にSaaSの仕組みや利用方法などを教えなければ、プロジェクトが失敗に終わることも考えられる」と指摘する声もある。そこで、経産省ではシステム開発と並行して、広報活動にも積極的に取り組んでいく構えだ。今年10月には、SaaSプロジェクトを理解してもらうための教材やツールなどを作成。それを用いて、11月ごろから全国各地で説明会や研修会を開催していく。経産省では、SaaSプロジェクトの人的サポートについては外部の協力を得たい考えをみせているが、なかでもITコーディネータに対する期待は大きいようだ。プロジェクトの関係者に話を聞くと、「経産省の資料などにSaaSプロジェクトの普及策が示されてい

るが、その担い手として『ITコーディネータ』という文字が頻繁に登場してくる」という。

ただ、財務・会計に関する支援となれば税理士の右に出る者はいない。そのため、「税理士が研修会や勉強会の講師となることも十分考えられる」(経産省)としている。とくに、SaaSプロジェクトでは、国税の電子

申告を最終的なゴールとしているだけに、そういった面からも税理士のサポートは欠かせないはずだ。

経産省では「来年3月までにはSaaSプロジェクトを実行させたい」としており、今後急ピッチで準備を進めていく構えをみせている。本紙でも引き続きSaaSプロジェクトの動きを追っていく。

NEWS CLIP

2 業界・ビジネスニュース

コンサル業務を強化!!
脚光浴びる協同組合

2 業界・ビジネスニュース

会計人ブロガーが集結!!
神戸でサミット開催

3 業界・ビジネスニュース

税理士対象の認定資格
CO₂削減アドバイザー誕生

5 事務所訪問

税理士 高木重利事務所
「個人再生」に力を注ぐ

7 会計・税務特集

最新 M&A 税務を解説
再編方法で工夫図る

8 実務特集

ブログでカンタン集客術
顧客つかむ「自分紹介法」

9 特集

新・減価償却の悩みドコロ
「リース=売買取扱」で混乱

< SaaSシステム開発事業の委託先 >

富士通(株)

< アプリケーション開発事業の委託先 >

ウイングアークテクノロジーズ(株)	日本ビズアップ(株)
(株)NTTデータ	(株)ネオジャパン
(株)オービックビジネスコンサルタント	(株)ビーイング
ガーデンネットワーク(株)	ビジネスオンライン(株)
クオリティ(株)	ビズソフト(株)
(株)スマイルワークス	(株)豆蔵
ソリマチ(株)	(株)ミロク情報サービス
(株)タイガー	弥生(株)
(株)TKC	ラクラス(株)

Consulting

実務特集

新規顧問先をドンドン獲得！ ブログでカンタン集客術②

クライアントの心をつかむ 「自分紹介法」とは!?

今回は、新しいツールとして注目を集めているビジネスブログの存在と、それをいかに新規顧問先の獲得と結びつけるかについて紹介した。2回目となる今回は、ビジネスブログにどのようなコンテンツ(内容)を用意すればよいかについて考えてみよう。

アドバイザー/吉本 俊宏

税理士は「人」で選ばれる

新しく登場した「ビジネスブログ」というツールは、最新型のホームページであり、専門知識がなくても自分で更新できるものである。この「自分で更新できる」というメリットを生かして、ビジネスブログ(ホームページ)になるべく多くの情報を掲載するのが顧問先獲得の秘訣。そのポイントを詳しく説明しよう。

まず、ホームページ(ビジネスブログ)のコンテンツ(内容)を用意する際に考えなければいけないのは、クライアントは「実際に会う前に税理士の情報を集めたい」と考えている、という点である。

クライアントは、できるだけ優秀な良い税理士に仕事をお願いしたいと考えるわけだから、事前にいくつもの税理士事務所のホームページにアクセスする。したがって、ホームページでクライアントを獲得するためには、自分のホームページが同業者のホームページよりもアピールできる材料がそろっていないといけない。

それでは、自分のホームページに興味を持ってもらうためには、どのようなポイントを実践するとよいのだろうか。工夫すべき点はいくつと考えられるのだが、最も大切なのは「自分の魅力を伝えること」であるといえる。

税理士は、自分自身が商品である。ノウハウ、経験、知識、人柄を備えた自分という人間が、クライアントのためにサービス提供するからだ。クライアントは、「税務顧問」というサービスだけではなく、「〇〇税理士」という「人」により引かれるものなのである。したがってホームページでアピールすべきは、事務所のサービスではなく、所長としての自分自身である。自分という商品をいかに魅力的に伝えるか、それがホームページの成敗を決めるのだ。

自分自身をアピールするために

それでは、自分自身をアピールするポイントについて、4つの例を挙げてもう少し具体的に説明していこう。

◎顔写真

税理士のホームページにおいて、

顔写真は必須である。車を売するのに車の写真がないホームページは考えられないように、「人」が商品の税理士も、その商品写真である自分自身の顔写真はとても重要な意味を成す。

顔写真を掲載する際は、なるべく魅力的に見える、あるいは信頼してもらえるような写真を選ぶ。履歴書に載せるようなお堅い写真だけでなく、親切そう、実力がありそう、優しそう、という風に感じてもらえるような写真をチョイスしたい。

笑顔の写真、顧問先と会話している写真、講演で講師をしている写真など、自分の人柄や実力をアピールできる写真を複数枚掲載しておくことより効果的だ。

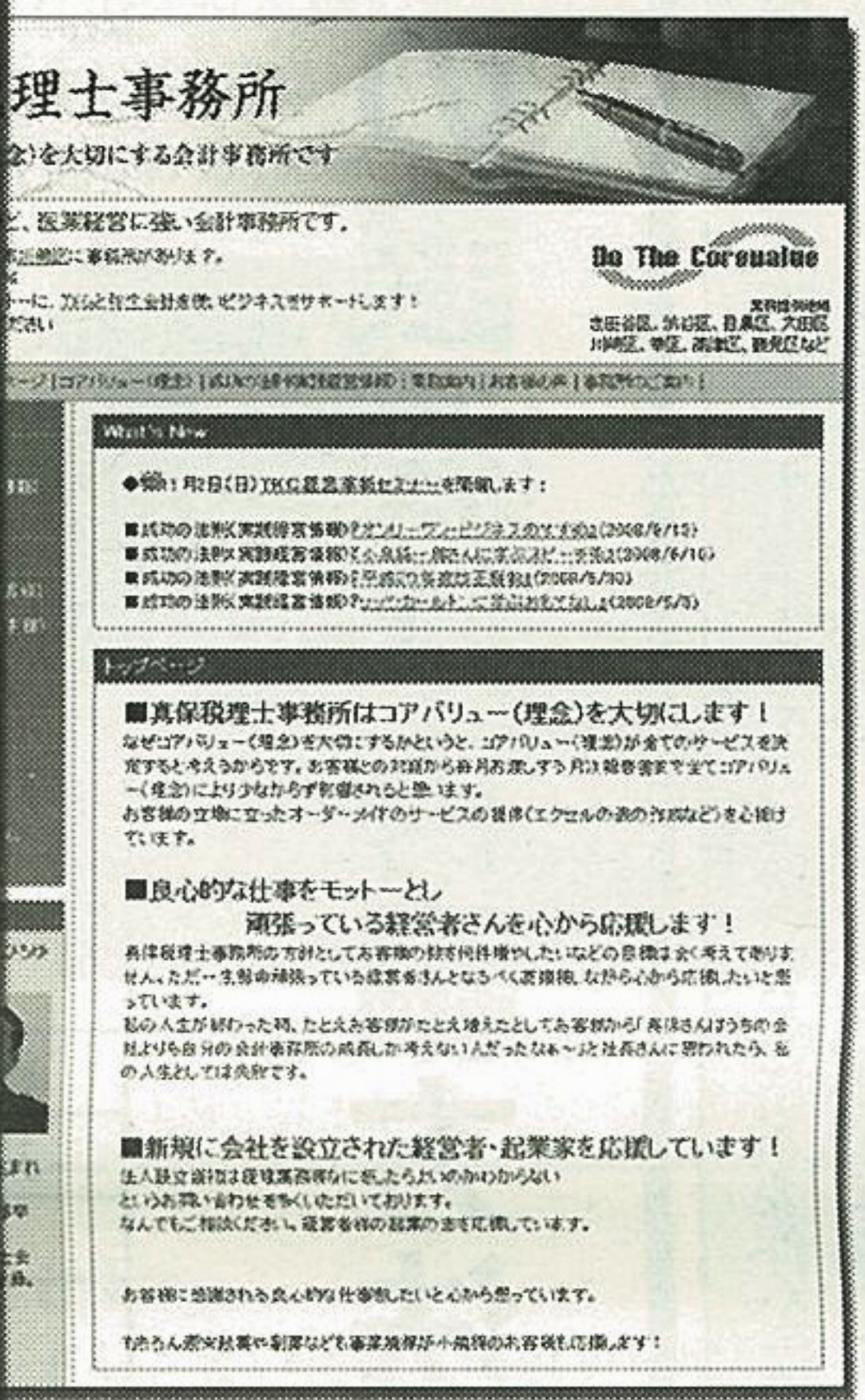
◎プロフィール

また、自分のプロフィールも重要である。会計事務所などのホームページを見てみると、履歴書のような無味乾燥のプロフィールページが多い。税理士のサイトでプロフィールは最もアクセスが多いページのひとつであり、このプロフィールページで、商品としての自分自身をきちんと伝えることが、ホームページでの集客を成功させるカギになる。

自分の実績、専門分野、職歴などを記載するほか、保有する資格、講演などの実績、著書や雑誌への寄稿、対外的な役職など、自分の実力をアピールできる事項はすべて掲載することをお勧めする。

また、自分の人柄を伝えるために、仕事に対する「想い」をプロフィール欄に記載しよう。どんな気持ちで税理士になったのか、いままでどんな苦勞をして来たのか、既存の顧問先をどれだけ真剣にサポートしているか、このような話を照れることなく書いてみよう。こうした「熱いプロフィール」を通じてあなたの人柄が伝われば、クライアントはきっとあなたに会いたいと思ってくれるはずだ。

上記に事例として掲載した真保税理士は、顔写真やプロフィールを通じて税理士の実力や人柄をアピール



親しみのある笑顔の写真と人柄が伝わるプロフィールを掲載し、新規顧問先獲得につなげている真保税理士事務所さまのサイト

することで、ホームページ経由の顧問先を順調に増やしている。平均すると、2カ月に1~2社のペースだという。ホームページで実力や人柄を知り、ほとんど依頼することを決めた状態で問合わせがくるそうだ。

◎専門性をアピール

さらに、自分の専門性をアピールするのも大切である。先に述べた通り、クライアントはなるべく実力のある税理士に仕事をお願いしたいと考えている。同業者のホームページと比較された場合、自分のほうがほかの税理士よりも「実力がありますよ」とアピールできなければ引き付けられないわけだが、そのために効果的なのが「専門性」だ。

たとえば、「個人でも法人でも、税金のことならなんでもお任せください」という税理士と、「不動産を中心に仕事をしていきますから、不動産関係の税金はお任せください」という税理士がいる場合、不動産絡みの節税を考えている人であれば、当然後者の税理士を選ぶだろう。それは「不動産に詳しいです」という専

門性が、その先生の実力を表しているクライアントが思うからだ。

したがって、ホームページではなるべく自分の得意分野、専門分野を明確にしよう。「なんでもお任せください」ではなく、「この分野はお任せください」というコンテンツをホームページのなかに用意すれば、同業者から一歩リードできるのだ。

◎ビジネスブログを自分で更新

さて、ここで述べたようなコンテンツをホームページに掲載する際、ビジネスブログなら自分で更新できる。通常のホームページの場合は業者に頼むため、一度掲載したコンテンツを変更しようと思うとコストがかかる。そのため、その費用を惜しんで、最初に作ったきり一切更新していないホームページをいくつも見てきた。ビジネスブログならいつでも何度でも、納得いくまでコンテンツの変更や追加ができる。ビジネスブログを使って、自分自身の魅力を十分に伝えられるホームページを自分の手で作ってほしい。

(つづく)

<プロフィール> 吉本 俊宏 (よしもととしひろ)
(株)WEBマーケティング総合研究所代表取締役。1988年一橋大学卒、三菱東京UFJ銀行入社。システム部に配属後、50億円規模のシステム開発を担当。1997年に野村総合研究所に転職し、上級コンサルタントとして大企業のシステム戦略立案に従事。戦後初の異業種銀行であるセブン銀行の設立を企画推進。2002年に(株)WEBマーケティング総合研究所を設立。インターネットを活用した中小企業のIT化支援を目指し、「ブログdeホームページ」サービスを提供。2008年8月のビジネスブログ会員数は1,758社。会員には税理士・会計士も多数。自分で更新できる低価格ホームページ作成サービス「ブログdeホームページ」(http://www.blogdehp.jp/)。

