

社会福祉法人がSOS! いまこそ会計人の出番

高齢化社会にともない、社会福祉法人への注目度が高まりつつあるが、当の社会福祉法人は各種制度が整備されたことで、現場ではその対応に「てんやわんや」している状況だ。こうしたなか、さまざまな角度から社会福祉法人に手を差し伸べる会計人が増えており、その手腕に大きな期待が寄せられている。



経営支援、外部監査 etc...

高齢者や障害者の福祉施設などを運営する社会福祉法人は、一般企業と同様、競争社会に突入しつつある。さらに追い打ちをかけるように、社会福祉法人制度の枠組みが変わったことで、法人内部の体制を整える必要性も出てきた。ところが、実際の現場を見ると、社会福祉法人のスタッフだけで運営管理や資産管理に対応するのは難しく、なかでも会計処理となると、経理担当者がさまざまな処理をしているケースも多い。

こうしたなか、社会福祉法人の会計知識の底上げを目的に誕生した認定試験に注目が集まっている。それ

は、NPO法人福祉総合評価機構(東京・新宿区、理事長=清水康之氏)が展開する「社会福祉会計簿記認定試験」だ。同機構は、社会福祉法人などを支援する会計人を中心とした組織「総合福祉研究会(総福研)」を母体としたもの。認定試験は3年前にスタートしたが、総福研の会員事務所の積極的な活動により、瞬く間に各地の社会福祉法人に広まった。実に、初年度から毎年2千人の受験者が参加している。

認定試験は「初級」「中級」「上級」の3つのレベルに区分され、さらに上級は「簿記会計」「財務管理」の

2種類が用意されている。目安として、初級は日常の会計処理ができるレベル、中級は一般規模の社会福祉法人で決算が組めるレベル。そして上級は、複数施設を抱える大規模法人の経営をトータルな視点でサポートできるレベルとなっている。初級は法人の経理担当者、中級は施設長や会計責任者、上級は法人理事長や監事、会計事務所などが主な対象となる。同機構によると、「受験者の9割は社会福祉法人の現場職員。また、社会福祉法人をチェックする立場の行政サイドの参加も例年みられる」という。

新しい会計簿記試験も人気

会員事務所の主な取組みとしては、まず、地元の社会福祉法人に向けて「試験対策講座」を実施。今秋、第4回の認定試験が行われるが、それに向けて対策講座を開催している会計事務所は、「初級」31事務所、「中級」「上級(簿記会計)」27事務所、「上級(財務管理)」22事務所(同じ事務所で複数講座開催も含む)に上っている。そして、試験当日の会場の運営なども会員事務所の税理士や職員らが中心となって行われている。

さらに、会員事務所が認定試験にかかわることで、さまざまなビジネスチャンスにつながっている。たとえば、会計事務所のセミナールームなどで認定試験の対策講座を開催することにより、地元の社会福祉法人とのパイプをつくることできる。実際、対策講座をキッカケに、参加

した社会福祉法人に関与する会計人も少なくない。また、「対策講座を続けることで、参加した社会福祉法人はもちろん、ほかの法人に対しても社会福祉法人に強い事務所とアピールすることができる」と(同機構)という点も見逃せない。社会福祉法人の運営において問題が生じたとき、地域の「駆け込み寺」として存在感を示すことができるわけだ。

ただ、社会福祉法人が会計知識を身に付けるようになれば、会計事務所のかかわる余地が狭まることも考えられる。しかし、「社会福祉法人の会計については内部でしっかり対応してもらい、会計人は外部監査として手腕を発揮することもできる」と(同機構)という。

社会福祉法人については、運営方法や利用者への対応、施設運営管

理、経理処理などの適切さを保つため、自治体による指導監査が原則的に年1回以上行われることになっている。しかし、外部監査制度を活用していれば、その負担を軽減することができる。具体的には、外部監査によって財務状況の透明性・適正性を示すことができれば、4年に1回の実地指導監査でよいとされている。この外部監査を担う人材として、「税理士資格者も一般的に認められている」と(同機構)わけだ。

もちろん、社会福祉法人のスタッフが認定試験に合格しても、初級・中級レベルでは、会計・税務のプロによるサポートが必要となるケースも多いだろう。また、社会福祉法人の経営全般をカバーするため、経営コンサルティングに関与するケース、さらには社会福祉法人の役員と

NEWS CLIP

2 業界・ビジネスニュース

NN構想の全国大会
一歩進んだネットワーク

3 業界・ビジネスニュース

コンサル事務所を作る!!
税理士が新プロジェクト

3 業界・ビジネスニュース

年収アップのコツ披露
話題の2人がセミナー

5 特集

見込み客が逃げていく
事務所も第一印象が大事

7 会計・税務特集

これでバッチリ M&A税務
課税優遇の範囲に注意

8 実務特集

ブログでカンタン集客術
更新頻度がカギを握る

9 特集2

包括外部監査に通信簿
今年度は税理士も活躍

して携わるケースも出ている。

現在、社会福祉法人は1万8千件の運営母体と7万件の施設が日本各地に存在している。高齢者は増えているものの、社会福祉法人も利用者から「選ばれる」時代となっており、組織体制を強化すると共に、施設利用者へのサービスを拡充しなければ、地域社会から淘汰されてしまう恐れもある。それだけに、社会福祉法人サポートに特化した会計人に寄せられる期待は大きい。

会計事務所としては報酬も無視できないところだが、社会福祉法人を支援することは、地域住民が安心して生活できる環境づくりにもつながってくる。今後、社会福祉法人の役割はさらに重要となってくるだけに、会計人の知識とノウハウを駆使してバックアップしていきたい。

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①

更新しないと 成果は上がらない

最近、ビジネスブログというツールを利用して顧問先の拡大に成功している税理士が増えてきている。今回は、その新たな動きに着目し、ビジネスブログを活用した顧問先の開拓方法について、3回にわたり解説する。

アドバイザー／吉本 俊宏

注目を集めるビジネスブログとは

「最初に作ったきり後はそのまま、というホームページが少なくないのだが、定期的にコンテンツ(内容)を更新しないと、ホームページの成果は挙がらない。

とはいっても、ホームページの更新にはお金がかかるもの。専門スキルを持たない多くの税理士は、更新を業者に依頼することになるわけだが、当然更新のたびに更新費用を支払わなければならない。そのため、多くの先生方はその費用を惜しんで更新を行わず、結果的にホームページが役に立たない、という悪循環に陥る。

そんな更新作業を簡単に、しかも無料で行う方法がある。それを実現してくれるのが、最近注目を浴びている「ビジネスブログ」という新しいツールである。「ブログ」というと、日記をイメージする人も多いが、ビジネスブログは単なる日記ツールではなく、ホームページの一種である。ブログにビジネス用の機能を追加した、最新型のホームページが「ビジネスブログ」なのだ。

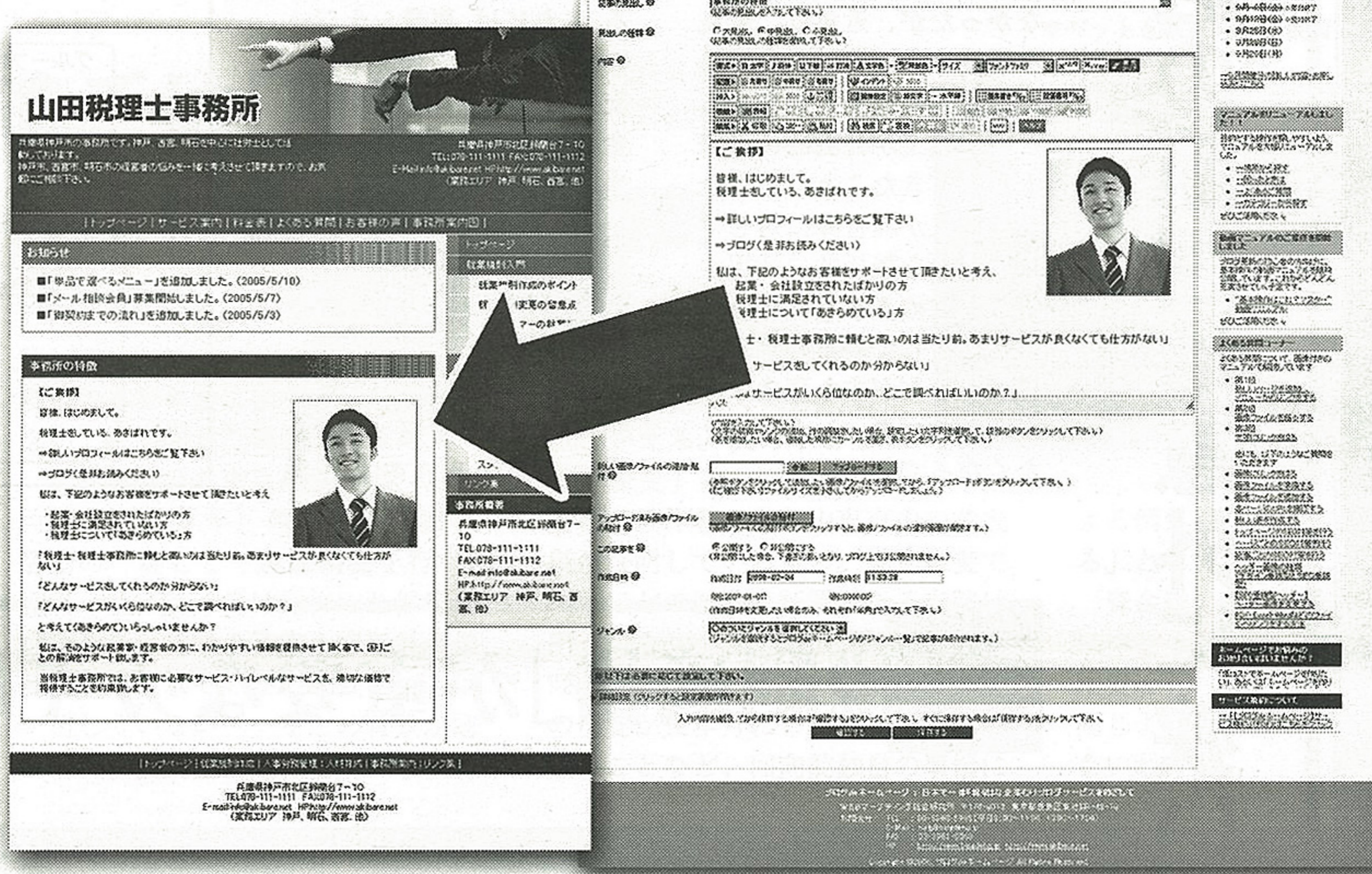
もちろん、ブログを元にしてから日記も書けるが、それだけではない。商業用のホームページに必要な問い合わせフォーム、買い物カゴ、メールマガジンの配信機能など、さまざまな機能が付いている。

また、一般的なホームページと比べてまったくそん色のない、デザイン性の高いホームページを作ることにも可能だ。さらに、ビジネスブログはその構造上、一般のホームページに比べて検索結果の上位に表示されやすい。つまり、SEO対策がビジネスブログなら簡単に行えるのだ。

そしてなんとといっても、ビジネスブログはコンテンツの更新が簡単。メールが扱える程度のスキルがあれば、だれでも簡単に更新することができる。自分で更新できれば更新費用はかからないので、好きなだけコンテンツの追加や更新が行える魅力だ。

このように、更新費用がかからず、しかも各種の機能が満載のビジネスブログを活用すれば、税理士が顧問先を開拓する際の強力な武器になることが想像できるだろう。

それでは、ビジネスブログを利用



左がビジネスブログで制作したサイトで、右がそのサイトの更新管理画面。専門知識がない人でも、簡単に更新できるように工夫されている。

した新規開拓の方法について、以降で詳しく説明しよう。

「紹介営業」がうまくいかないワケ

税理士の先生方が新たな顧問先を開拓する場合、最も多いのは「紹介」だろう。新規の顧問先のほとんどが紹介経由という先生も少なくないと思うが、ビジネスブログを利用すれば、より効果的に紹介を促すことができるようになる。

というのも、実はクライアントの多くは、税理士の紹介に対して抵抗感を持っている。たとえば、税理士を知人に紹介してもらったものの、実際に会ってみると、顧問料が高い、専門分野が違う、人柄が自分と合わないなどといった理由から、お断りしなければいけないケースも出てくる。そうなってしまうと、紹介者の顔をつぶすことになるため、依頼者は断りにくい。また、紹介する側も、このような事態にならないようにと、紹介する際には慎重に先生を選ぶ。

こんなふうに考えてしまうから、紹介を依頼する側も、紹介する側も、紹介に対して極めて慎重な態度で臨むことになる。そのため、紹介を期待して異業種交流会で名刺をたくさん配っても「なかなか自分のことを紹介してもらえない」と嘆く税理士

の先生方が増えてしまうわけだ。

新規顧客獲得につなげる ビジネスブログ活用法

ところが、ビジネスブログを活用すると、そうした問題は一気に解消する。

まずは、自分の得意分野や過去の実績、顧問先の声、自分のプロフィールをホームページに掲載する。ビジネスブログなら自分で更新ができるので、こうしたコンテンツをいくら掲載してもお金はかからない。なるべく多数のページを用意して、税理士としての優秀さや信頼感をホームページ(ビジネスブログ)でアピールしよう。

そのうえで、知人に対して「ホームページにわたしの得意分野を分かりやすく掲載していますので、もし税理士をお探しの方がいらっしゃれば、ホームページを紹介してあげてください」と、依頼しておくといふ。こんなふうに頼んでおくと、知人

がだれかにあなたのことを紹介する際に、「この先生はホームページをお持ちだから、一度アクセスしてみてください。ホームページを見たうえで、もし会ってみたいとお考えでしたらいつでも紹介しますから」というように紹介してくれる。これなら、それほどあなたと親しくない人でも、気軽にあなたのことを紹介できるわけだ。

紹介を依頼する側も、その先生がどんな人柄で、どんなキャリアを持つ人なのか、自分で確認してから実際に会うかどうかを判断できる。断るにしても、会っていないのだから気も楽だ。

このように、ホームページ(ビジネスブログ)を活用すれば、それほど親しくない人を通じての紹介を増やすことができる。ぜひあなたも自分で更新できるビジネスブログを利用して、紹介による顧問先獲得を目指してほしい。

(つづく)

<プロフィール> 吉本 俊宏 (よしもと としひろ)

㈱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㈱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/>)。

