

# 経営支援ニュースレター

※※御社の成長発展に役立つ情報を、精魂込めて発信していきます！※※

Tokyo  
Metropolitan  
Consulting  
Group



## ＜今月の主な内容＞

- なぜお客様は頼んでくれるのか
- お客様の立場で考える
- 書籍紹介:「朝礼暮改の発想」鈴木敏文著
- 顧問先紹介: 恵建設株式会社
- 付録: TMスタッフ通信・今さら聞けないQ&A
- 東京メトロポリタン・ビジネス倶楽部5月例会案内
- 会計をベースにした「高収益企業化」セミナー案内

東京メトロポリタン税理士法人

ティーエム・コンサルティング(株)

(株)クイック経理

代表/税理士 北岡 修一

## 「顧客の立場で考える」ことができれば、会社は伸びる！

皆様、こんにちは。税理士の北岡修一です。

4/15(火)、「東京メトロポリタン・ビジネス倶楽部」(略称:TMBC)の新年度第1回例会を行ないました。当日は、約30名の皆様にお集まりいただき、誠にありがとうございます。

新年度ということもあり、今回は全員スピーチ。お題目は、「それぞれの会社が、会員各社にどのようなお役立ちができるのか?」ということについて、3分間で話していただきました。30人近くいるとそれなりの時間がかかりますが、良かったですね!いつも会っている方でも、改めて話を聞いてみないとどんなことができる会社なのか、どんな相談に乗ってくれるのか、わからないものです。これをきっかけに、各社のビジネス交流がますます増えていくのではないかと思います。その他、TMBCを1年間やった成果の発表なども行ないました。

TMBCは、11名の方に幹事になっていただき、これから会員100人規模の、真にビジネスを上げていく会にしていこうと、会員幹事一同張り切っております。是非、興味のある方は、同封の資料などもお読みいただき、まずはオブザーバーでご参加ください。毎月第3火曜日 18:30 より西新宿にて行なっております。お待ちしております!

## ■なぜお客様は頼んでくれるのか

皆様の会社でも、社内研修などを行っていると思います。当社でも、もちろんやっているのですが、3種類くらいやっています。もちろん、本業である税務や会計の研修がその1つです。そして、2番目には外部の方を呼んでの研修、たとえば銀行の方に来ていただいたり、保険や資金運用、M&Aの研修などもやったりします。そして3番目が、お客様(顧問先)のことを考える研修です。社内では、「お客様のことを本気で考えるプロジェクト」=本気プロジェクト(本気P)と呼んでいます。

手の内(という程でもないですが、笑)明かしてしまうようですが、このニュースレターやスタッフ通信などをどのように作っていいかなども、この本気Pで話し合ったりしています。

でもこれらは、表面的なツールに過ぎません。決してこれらを作ったり、送ったりすることが本気Pの目的ではありません。顧問先や経営者の皆様に、TMはどのようにお役に立つことができるか、喜んでもらえるか、それを考え、実行することが目的です。

その根本になる考えが、「なぜ、お客様(顧問先)は、当社に仕事を頼んでくれるのだろうか?」とい

うことです。この、なぜ？がわかれば、それに目一杯答えるように仕事をしていくことが、お客様の役に立つことになるだろう、と考えています。

先日の本気Pでは、そのようなことを皆で考えてみました。いろいろな意見が出ましたが、要は顧問先は「**税務や会計のことがわからないから、当社に頼んでくれる**」、「**会計や税務のプロだと思うから頼んでくれる**」、「**いいアドバイスをくれそうだから頼んでくれる**」のではないだろうか、という結論になりました。

もちろん、個々の顧問先ごとにいろいろな理由があるでしょうが、一般的には上記のような理由ではないかと思います。

顧問先が、税務や会計のプロであれば、当社は必要がないわけです(現に当社はどこにも税務顧問を頼んでいません。当たり前...笑)。すなわち、**顧問先は税務会計についてはシロウトである**(失礼な言い方でしたら、すみません。以下同じ。)、ということなのです。

これを理解しておくことがとても大事だと思います。これを理解しておくことにより、**では、当社は何をやってあげたらよいのか？**ということがわかってきます。

まずは、日々の経理や月次決算をどのようにやったらよいか、わかりやすく指導する。できるだけ、簡単にシンプルなやり方をお伝えする。月次決算をどのように見たらよいか、また、その内容について、わかりやすい資料を用いて懇切丁寧に説明する...そんなことが、必要になってきますね。何せ、会計や税務については、お客様はシロウトなのですから。

そして、わからないことがあったら、いつでも聞けるようにする。聞きやすい状態を作る。問い合わせしやすい状態を作る。電話の対応を親切にする。早く回答してあげる。ということも必要になってきますね。また、税務のプロとして、間違いのない回答ができる

ための自己研鑽も必要になってきます。

では、これらをやっていくには、どうしたらいいか、ということです。そのためのツールが、このニュースレターであったり、同封のスタッフ通信であったり、今さら聞けないQ&Aシリーズだったりします。これらを出すことにより、役に立てていただければ、ということもありますし、皆様のコミュニケーションを少しでも良くなれば、質問やお電話をしていただきやすくなるかと思っています。

また、月次の関与においても、会計ソフトや給与計算ソフトの選定であったり、便利なツールやExcelフォームの提供であったり、いろいろな支援の方法を考えています。当然、社内の研修会などもやっていく必要があります。

## ■お客様の立場で考える

以上は、当社を例にとっていますが、皆様の会社でも同じだと思います。**お客様は、なぜ御社に仕事を頼んでいるのか？** ということですね。

是非、それを考えていただき、それに答えるために何をしたらよいかを、列挙してみてください。そして、当然ですが、その列挙したことを1つずつ実行していくことです。これが、御社が信頼を得て事業が成長発展していく、もっともシンプルな方法ではないかと思います。既存のお客様を満足させる、喜んでいただくことができこそ、初めて新規の開拓にもつながっていくものだと思います。

この際、大事なのが「**お客様の立場に立つ**」ということです。普段、消費者の側にいる方でも、一旦供給者側の立場になると、トタンに消費者・シロウトの立場から見ることができなくなってしまうのですね...自分のプロの知識が邪魔したり、供給者側の論理や打算が入ってしまうからだと思っています。ですから、相

当に意識して、消費者側の立場に立って見ないと本当に支持される仕事ができなくなってしまいます。

自分でその立場に立てない場合は、社内の若い女性に聞いてみるとか、外部の人に聞いてみるとか、それこそ、私たちのように、毎月社長のところにお伺いする者に聞いてみたりするといいと思います。

それだけシロートの目で素直に見るとするのは難しいことなのですね。

そして、最後にもう1つ、お客様の立場になって何をしてあげたらいいかが、わかったならば、それをできる限り「親切」にやってあげる、ことが大事です。

この「親切」ということについては、今年の 5/28 発行の第66号2ページ目右下の〇〇の答えなのですが、この親切ということについては、第66号を是非読んでみてください。とっても参考になると思います。(第66号がない方は、当社HPにバックナンバーがあります。→ <http://www.tm-tax.com> )

## ■書籍紹介：朝令暮改の発想

「お客様の立場で考える」ということについては、セブンイレブンの創設者である鈴木敏文氏の本で、以前から何度も読んでいました。ビジネスの本質を突く鈴木氏の考え方は、とても勉強になります。その鈴木氏の発想がぎっしり詰まった本が、本年1月に出版されていますので、紹介します。



### 「朝令暮改の発想」

著者：鈴木敏文

出版社：新潮社

価格：1,400 円＋税

初版：2008 年 1 月 25 日

鈴木氏は、「顧客の立場」で考えられるかどうかは、経営者の条件である、と言い切っています。

また、「顧客のために」ではなく、「顧客の立場」

で考えることが大事と言っています。この2つには大きな違いがある、ということです。

「顧客のために」と考えるときは、たいていの場合、自分の過去の経験をもとに、「顧客はこんなものを求めているはずだ」、「顧客とはこういうものだ」という売り手からの思い込みや決めつけがある、ということです。おにぎりの価格を安くすれば、顧客は喜んで買うわけではない。顧客の立場に立てば、多少値段は高くても、ワンランク上の高級素材を使った、これまでになかったまったく新しいおにぎりを提供すれば、価値を感じてくれる。この「こだわりおむすび」は、顧客の立場に立ったからこそ、ヒット商品になった、ということが書かれています。**顧客が何に価値を感じるかは、顧客の立場に立たないとわからないのですね。**「顧客を満足させる」のではなく、「顧客が満足する」という発想をすることが大事、ということです。

鈴木社長は、世の中の常識に流されず、日本に初めてコンビニを導入し、数々の新しいサービス・商品を提供してきました。それは常に世の中の変化の本質を見抜いていたからだと思います。この本にも「ものごとの本質をつかむには・・・」ということが書かれています。鈴木氏は、ものごとの本質をつかむのに、特別な能力など必要ない、と言っています。あらゆることに対して、「本当にそうだろうか?」、「なぜそうなのか?」と常に**クエスチョン**を発して**問い直すこと、そして視点を改めて考え抜くこと**、が大事ということです。「顧客のために」ではなく、「顧客の立場」へ視点を変えるというのが、典型的な例ですね。そして、**クエスチョン**を発する、ということは、**思い込みを持たない**、ということにつながっていきます。思い込みを持ってしまうと、変化に対応できなくなってしまいます。私も含め経営者の皆様、多少なりとも思い込みがあるはずで、それを、意識して持たないように、常にクエスチョンを発していく、本質を

つかむようにしていく、ということの重要性に、改めて気づかされました。

また、鈴木氏は数値目標の危険性についても、言及しています。数値目標を設定することは、悪いことではないが、その数値はどんな意味を持つのかを、明確にすることが大事だと言っています。そうでなければ、数値目標が独り歩きしてしまう恐れがある、ということです。たとえば、「目標1万店達成」のような数値目標を掲げても、その意味合いが不明確であると、1万店達成だけが独り歩きをし、出店数を追う経営になってしまう。目標店数を達成できても、1店1店の質が低下し、顧客の支持を失ってしまうことになりかねない、わけです。だから、セブンイレブンでは、店舗の数よりも1店1店の質を高めることを第1の目標にしてきた、とのこと。目標はそれを実現する仕事のやり方と一体となって成り立つもの、ということですね。目標設定のあり方も考えさせられます。

興味のある方は、是非読んでみてください。

## ■顧問先紹介：恵建設さん

7社目の顧問先紹介は、恵建設さんです。



蓮見社長セミナー風景

- 恵建設株式会社
- 住 所: 新宿区新宿1丁目
- 業 種: 建設業
- 社員数: 7名
- 代表取締役 蓮見恵一
- TEL: 03-3350-6689

蓮見社長とは、青年会議所(JC)の頃からの仲間です。蓮見社長が、新宿区委員会の委員長をやった時に、私が総括幹事でバックアップしたものでした。

JC卒業後は、今度は社長を税務顧問としてバックアップしています。まず、蓮見社長は、とにかく元気で明るいです。社長にとって欠かせない資質ですね。

その上でとても繊細なところがあります。顧問先でもありますが、実はうちのリフォームもしていただきました。うちの娘(現在6年生)がバイオリンをやっているのですが、やはり本格的に練習をしていくとなると、防音の設備が必要になってきました。いろいろ考えたのですが、ここは父親が犠牲(?)になり、車庫を潰して音楽室にしよう、ということになりました。その工事を恵建設さんにやっていただいたのです。蓮見社長のことはよく知ってはいたのですが、改めて恵建設さん＝蓮見社長の、仕事の丁寧さや親切さにはとても感激いたしました。「そんなにまで、やってくれちゃっていいの?」というようなことまでやっていただき、その出来上がりに母娘も大感激しておりました。税務顧問でもありますので、帳簿も見ますが、案の定・・・というような数字ではありましたが・・・(ご想像にお任せします)

というようなことで、恵建設さんは小規模の建設会社ではありますが、とてもフレンドリーな暖かい対応、きめ細かな対応をしてくれる建設会社です。リフォームから、戸建、ビル建設までやっています。

また、蓮見社長自ら、NPO法人(非営利)雨漏り診断士協会を立ち上げ、雨漏り予防や雨漏り診断士の育成などにも、ボランティアで力を入れています。雨漏りでお困りの方などもいらっしゃいましたら、是非、相談してみるとよいかと思います。6月に雨漏り診断士の認定試験もあるようです。

ということで、今回も最後までお読みいただきありがとうございます。

### ●ご意見、ご感想、ご質問は、下記まで。

東京メトロポリタン税理士法人 <http://www.tm-tax.com>  
 株式会社クイック経理 <http://www.quick-a.co.jp>  
 発行人: 代表/税理士 北岡修一 [kitaoka@tmcg.co.jp](mailto:kitaoka@tmcg.co.jp)  
 〒163-1304 新宿アイランドタワー4F 私書箱1653  
 TEL: 03-3345-8991 FAX: 03-3345-8992