

～集客からサービス提供まで自動化！～
10名規模で超生産的・高収益を実現する
税理士事務所の業種特化モデル

税理士法人阿比留会計事務所 代表社員
税理士・公認会計士 阿比留 一裕

▶ これまでの成果

- 福岡市で美容室・飲食店に特化した会計事務所として（おそらく）No.1のポジション
- 集客～サービス提供までが仕組みに乗って半自動的に流れていく体制を構築
→正社員でも毎日18時前には退社、月次業務が終われば休みなので毎月5～7日間くらい平日休み（繁忙期の2月3月も）、確定申告は2月末で作業の90%以上完了、それでも1人当たり生産性は高い。
- 未経験から1年半で45件担当。最大で1人90件。
全員、会計事務所は未経験。
- 提案も営業もなく、年間25件ペースで自然流入。

▶ 1人当たり売上の計算

①直近12ヶ月の売上高 ... 7,447万円

②人員構成 ... 税理士1人（実質0.75人+0.2人）
正社員5人（実質3.75人）
計6人（実質4.7人）
（＊実際の出勤日数が15日/月なので0.75人換算）

③1人当たり売上 ... $7,447 \div 4.7 = 1,584$ 万円

→業界平均（900万円）の1.76倍
（＊単純な頭割りでも1人1,241万円で業界平均の1.38倍）

▶ 業務効率向上の方向性

- 現状、AIを日常業務に組み込んではいない
(あまり高度・最新のことをやるとスタッフが付いてこれない可能性が高い。できるだけ使い古されたものの組合せで構築したい。)
- 同じ意味合いで、使うシステムの種類は最小限
(所長は各システムがどういう位置づけでどう使うべきなのか理解していたとしても、スタッフ全員が同じレベルになるのは厳しい)
- ビジネスモデルそのものをシンプル化・ワンパターン化・マニュアル化・(AI以外で)自動化、することで業務効率を高める方向性

▶ なぜ士業事務所は「忙しいのに儲からない」のか？

＜士業事務所の所長は2つの立場を持っている＞

- 専門家・・・自分の知識、技術をお金に換える人
- 経営者・・・仕組みを構築して仕組みからお金を生み出す人

→例えば売上1億円以上を目指すとしたら
「経営者」にならないとほぼ不可能

→所長が本来やるべき仕事は「経営者」

▶ なぜ士業事務所は「忙しいのに儲からない」のか？

＜士業事務所の経営が難しい理由＞

士業事務所の経営が具体的にどうなるかは業務形態（クライアント側）と役務提供（スタッフ側）の2つの組み合わせで決まる。

そして、この2つは成り行きに任せてしまうと振れ幅が大きくなりがちであり、その結果として経営が非常に難しくなる。

→結果、余計な作業が発生しやすくなる＝生産性が落ちる

▶ なぜ士業事務所は「忙しいのに儲からない」のか？

＜士業事務所の業務3分類＞

士業事務所の業務は下記の3つに分類されることになっている	
1. 営業	営業とは、顧客を開拓し、売上を上げる行為である。営業は、顧客を開拓し、売上を上げる行為である。営業は、顧客を開拓し、売上を上げる行為である。
2. 事務	事務とは、顧客の要望に応じ、業務を遂行する行為である。事務は、顧客の要望に応じ、業務を遂行する行為である。事務は、顧客の要望に応じ、業務を遂行する行為である。
3. 経営	経営とは、事務の効率化を図り、コストを削減する行為である。経営は、事務の効率化を図り、コストを削減する行為である。経営は、事務の効率化を図り、コストを削減する行為である。

▶ なぜ士業事務所は「忙しいのに儲からない」のか？

< 3 分類を理解することの重要性 >

- 1. 1人1人単独で稼働している（単独型）
2. 1人1人単独で稼働しているが、他の士業と連携している（連携型）
3. 1人1人単独で稼働しているが、他の士業と連携している（連携型）
- 1. 1人1人単独で稼働している（単独型）
2. 1人1人単独で稼働しているが、他の士業と連携している（連携型）
3. 1人1人単独で稼働しているが、他の士業と連携している（連携型）
- 1. 1人1人単独で稼働している（単独型）
2. 1人1人単独で稼働しているが、他の士業と連携している（連携型）
3. 1人1人単独で稼働しているが、他の士業と連携している（連携型）

▶ なぜ士業事務所は「忙しいのに儲からない」のか？

＜自分の考えとしては...＞

- ① 事務所の運営に「人件費」「家賃」「光熱費」がかかる（固定費） 収入が少なくて
- ② 「営業費」「広告費」「印刷費」がかかる（変動費） 収入が少なくて、固定費が大きいと、利益が少なくなる
- ③ 「税金」「社会保険料」がかかる（税金） 収入が少なくて、税金が大きいと、利益が少なくなる
- ④ 「経費」「雑費」がかかる（雑費） 収入が少なくて、雑費が大きいと、利益が少なくなる

▶ 顧客のセグメント化で「断る基準」を明確にする

＜顧客セグメントの選定の検討事項＞

- 「客数で100人以上」の規模で選定する
（客数100人以上の顧客は、全体の客数の約10%を占める。客数100人以上の顧客は、全体の客数の約10%を占める。客数100人以上の顧客は、全体の客数の約10%を占める。）
- 客数100人以上の顧客で選定する
（客数100人以上の顧客は、全体の客数の約10%を占める。客数100人以上の顧客は、全体の客数の約10%を占める。客数100人以上の顧客は、全体の客数の約10%を占める。）
- 一客あたりの客数で選定する
（客数100人以上の顧客は、全体の客数の約10%を占める。客数100人以上の顧客は、全体の客数の約10%を占める。客数100人以上の顧客は、全体の客数の約10%を占める。）

▶ 顧客のセグメント化で「断る基準」を明確にする

＜検討事項つづき＞

- ①～③の検討事項は重要
①～③の検討事項は、④～⑤の検討事項よりも重要
- ④～⑤の検討事項は重要
④～⑤の検討事項は、①～③の検討事項よりも重要
- ⑥～⑦の検討事項は重要
⑥～⑦の検討事項は、①～③の検討事項よりも重要

▶ 顧客のセグメント化で「断る基準」を明確にする

＜美容業・飲食業に注目してみた＞

（＊事務所の近所にたくさんあったから）

● 美容室のセグメント化による顧客の分類

● 美容室のセグメント化による顧客の分類（以下は例）
「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客は「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客と見做す。この顧客は「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客と見做す。この顧客は「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客と見做す。

● 美容室のセグメント化による顧客の分類（以下は例）
「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客は「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客と見做す。この顧客は「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客と見做す。この顧客は「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客と見做す。

→美容室のセグメント化による顧客の分類（以下は例）
「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客は「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客と見做す。この顧客は「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客と見做す。この顧客は「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客と見做す。

● 美容室のセグメント化による顧客の分類（以下は例）
「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客は「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客と見做す。この顧客は「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客と見做す。この顧客は「高層ビル・高級ホテル・高級マンション」の顧客と見做す。
（飲食店も各%は下がるものの似たような状況）

▶ 顧客のセグメント化で「断る基準」を明確にする

<悩み事がワンパターン>

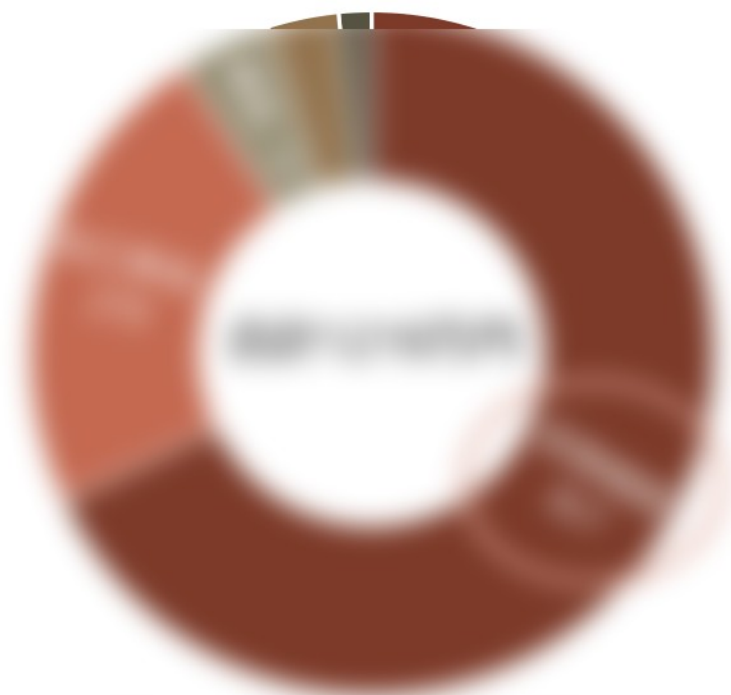
開業時の資金調達・記帳代行・申告



→ 「開業時の資金調達」と「記帳代行・申告」

▶ 顧客のセグメント化で「断る基準」を明確にする

開業資金の調達内訳



※ 開業資金の調達内訳は、創業初期の調査結果に基づき、実際の状況とは異なる場合があります。

「日本政策金融公庫」 総務部研究部 「2023年度新規創業家意識調査」より

▶ 顧客のセグメント化で「断る基準」を明確にする

＜産業として成熟期のポジション＞



▶ 顧客のセグメント化で「断る基準」を明確にする

＜美容室・飲食店マーケットの規模感＞

- 美容室の平均客単価は約1,000円。美容室の客単価は約1,000円。美容室の客単価は約1,000円。
- 美容室の平均客単価は約1,000円。美容室の客単価は約1,000円。美容室の客単価は約1,000円。
- 美容室の平均客単価は約1,000円。美容室の客単価は約1,000円。美容室の客単価は約1,000円。

～美容室の平均客単価は約1,000円。美容室の客単価は約1,000円。美容室の客単価は約1,000円。～
しかも全国への拡張可能性も確保できている

▶ 顧客のセグメント化で「断る基準」を明確にする

＜開業の流れもワンパターン＞

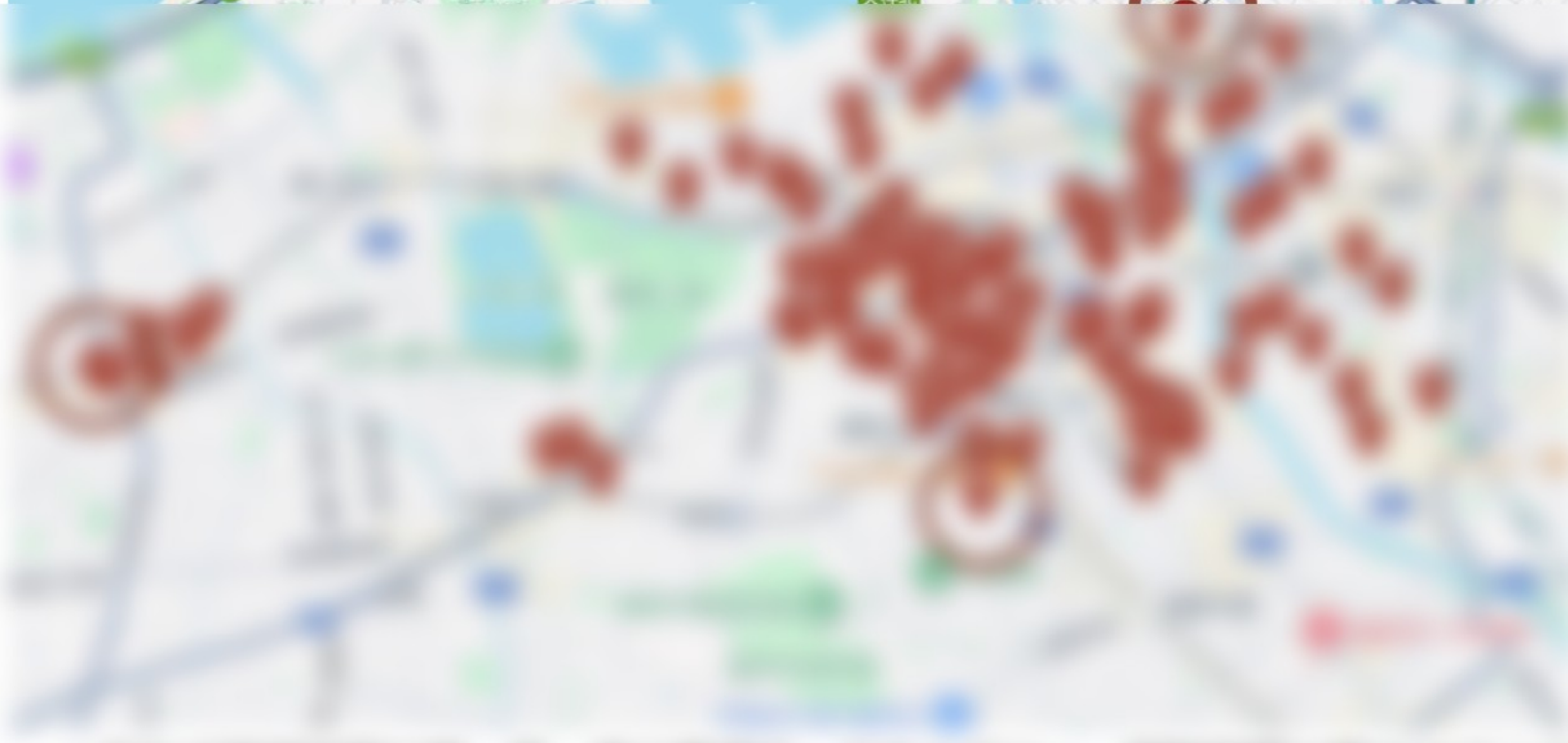


▶ 顧客のセグメント化で「断る基準」を明確にする

＜顧客セグメント決定！＞

- 高単価と高集客の両方
- 店舗数が多い店舗、事務所からの出張費で200万円以内
または 持ち帰りでの配達手間で200万円以内
- 出庫金額が100万円以上に達しない店舗
- この条件に当てはまる店舗は1店舗につき200万円以内

▶ <参考> 徹底的に絞った結果



※赤丸が直接訪問の果、四、用の最速力。おおよて5km。移動時間は最大25分くらい。

19 自転車で10分圏内に80件ほど。実際にはルートでまわるので1.5時間で最大10件まわる。

▶ 顧客のセグメント化で「断る基準」を明確にする

＞士業事務所の経営が具体的にどうなるかは**業務形態**（ク

© 2000 by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without prior written permission from The McGraw-Hill Companies, Inc.

[illegible][illegible]

▶ 顧客のセグメント化で「断る基準」を明確にする

＜最初は良くて年数経過での状況変化により
「合わない」クライアントに変化してしまったパターン＞

- [illegible]

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」



▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

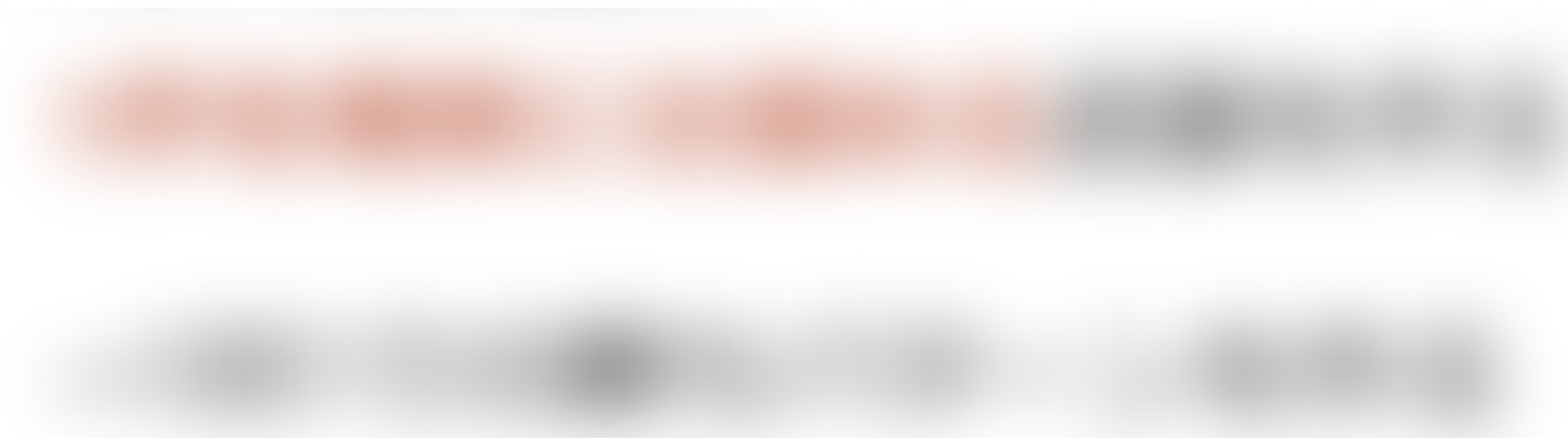
＜悩み事（＝何を提供すべきか）がワンパターン＞

Q5 開業時に苦労されたのはどのようなことですか？

● [「日本経済新聞」](#) 2017年11月22日付「中国の経済成長は鈍化する」との見方

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜フロント商品の位置付け＞



▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜そのための準備＞

□ **日本政策金融公庫**の最寄りの支店に行って、

● 例題 4.1.1 (1) $\frac{1}{x^2}$ の不定積分を求めよ。

[illegible]

● 附註：本報曾一、兩次以「中國出口貿易中心」為名，在「香港貿易發展局」及「香港貿易發展局」等處，刊登廣告，但均被有關當局拒絕，並被有關當局勒令停止刊登。

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜そのための準備＞

□ 初回面談～融資申込をスムーズに進めるために、ヒ

● 資料、配布資料入手費・送達料およびコピー代
別表。

[illegible][illegible][illegible]

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

融資が無事に決定

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜バックエンド商品 ～低価格のパッケージ型サービス～＞

● 個人or法人×店舗数で**料全+一律**

個人	法人	店舗数	料金
1名	1名	1店舗	1,000円
1名	1名	2店舗	1,500円
1名	1名	3店舗	2,000円
1名	1名	4店舗	2,500円
1名	1名	5店舗	3,000円
1名	1名	6店舗	3,500円
1名	1名	7店舗	4,000円
1名	1名	8店舗	4,500円
1名	1名	9店舗	5,000円
1名	1名	10店舗	5,500円
1名	1名	11店舗	6,000円
1名	1名	12店舗	6,500円
1名	1名	13店舗	7,000円
1名	1名	14店舗	7,500円
1名	1名	15店舗	8,000円
1名	1名	16店舗	8,500円
1名	1名	17店舗	9,000円
1名	1名	18店舗	9,500円
1名	1名	19店舗	10,000円
1名	1名	20店舗	10,500円
1名	1名	21店舗	11,000円
1名	1名	22店舗	11,500円
1名	1名	23店舗	12,000円
1名	1名	24店舗	12,500円
1名	1名	25店舗	13,000円
1名	1名	26店舗	13,500円
1名	1名	27店舗	14,000円
1名	1名	28店舗	14,500円
1名	1名	29店舗	15,000円
1名	1名	30店舗	15,500円
1名	1名	31店舗	16,000円
1名	1名	32店舗	16,500円
1名	1名	33店舗	17,000円
1名	1名	34店舗	17,500円
1名	1名	35店舗	18,000円
1名	1名	36店舗	18,500円
1名	1名	37店舗	19,000円
1名	1名	38店舗	19,500円
1名	1名	39店舗	20,000円
1名	1名	40店舗	20,500円
1名	1名	41店舗	21,000円
1名	1名	42店舗	21,500円
1名	1名	43店舗	22,000円
1名	1名	44店舗	22,500円
1名	1名	45店舗	23,000円
1名	1名	46店舗	23,500円
1名	1名	47店舗	24,000円
1名	1名	48店舗	24,500円
1名	1名	49店舗	25,000円
1名	1名	50店舗	25,500円
1名	1名	51店舗	26,000円
1名	1名	52店舗	26,500円
1名	1名	53店舗	27,000円
1名	1名	54店舗	27,500円
1名	1名	55店舗	28,000円
1名	1名	56店舗	28,500円
1名	1名	57店舗	29,000円
1名	1名	58店舗	29,500円
1名	1名	59店舗	30,000円
1名	1名	60店舗	30,500円
1名	1名	61店舗	31,000円
1名	1名	62店舗	31,500円
1名	1名	63店舗	32,000円
1名	1名	64店舗	32,500円
1名	1名	65店舗	33,000円
1名	1名	66店舗	33,500円
1名	1名	67店舗	34,000円
1名	1名	68店舗	34,500円
1名	1名	69店舗	35,000円
1名	1名	70店舗	35,500円
1名	1名	71店舗	36,000円
1名	1名	72店舗	36,500円
1名	1名	73店舗	37,000円
1名	1名	74店舗	37,500円
1名	1名	75店舗	38,000円
1名	1名	76店舗	38,500円
1名	1名	77店舗	39,000円
1名	1名	78店舗	39,500円
1名	1名	79店舗	40,000円
1名	1名	80店舗	40,500円
1名	1名	81店舗	41,000円
1名	1名	82店舗	41,500円
1名	1名	83店舗	42,000円
1名	1名	84店舗	42,500円
1名	1名	85店舗	43,000円
1名	1名	86店舗	43,500円
1名	1名	87店舗	44,000円
1名	1名	88店舗	44,500円
1名	1名	89店舗	45,000円
1名	1名	90店舗	45,500円
1名	1名	91店舗	46,000円
1名	1名	92店舗	46,500円
1名	1名	93店舗	47,000円
1名	1名	94店舗	47,500円
1名	1名	95店舗	48,000円
1名	1名	96店舗	48,500円
1名	1名	97店舗	49,000円
1名	1名	98店舗	49,500円
1名	1名	99店舗	50,000円
1名	1名	100店舗	50,500円
1名	1名	101店舗	51,000円
1名	1名	102店舗	51,500円
1名	1名	103店舗	52,000円
1名	1名	104店舗	52,500円
1名	1名	105店舗	53,000円
1名	1名	106店舗	53,500円
1名	1名	107店舗	54,000円
1名	1名	108店舗	54,500円
1名	1名	109店舗	55,000円
1名	1名	110店舗	55,500円
1名	1名	111店舗	56,000円
1名	1名	112店舗	56,500円
1名	1名	113店舗	57,000円
1名	1名	114店舗	57,500円
1名	1名	115店舗	58,000円
1名	1名	116店舗	58,500円
1名	1名	117店舗	59,000円
1名	1名	118店舗	59,500円
1名	1名	119店舗	60,000円
1名	1名	120店舗	60,500円
1名	1名	121店舗	61,000円
1名	1名	122店舗	61,500円
1名	1名	123店舗	62,000円
1名	1名	124店舗	62,500円
1名	1名	125店舗	63,000円
1名	1名	126店舗	63,500円
1名	1名	127店舗	64,000円
1名	1名	128店舗	64,500円
1名	1名	129店舗	65,000円
1名	1名	130店舗	65,500円
1名	1名	131店舗	66,000円
1名	1名	132店舗	66,500円
1名	1名	133店舗	67,000円
1名	1名	134店舗	67,500円
1名	1名	135店舗	68,000円
1名	1名	136店舗	68,500円
1名	1名	137店舗	69,000円
1名	1名	138店舗	69,500円
1名	1名	139店舗	70,000円
1名	1名	140店舗	70,500円
1名	1名	141店舗	71,000円
1名	1名	142店舗	71,500円
1名	1名	143店舗	72,000円
1名	1名	144店舗	72,500円
1名	1名	145店舗	73,000円
1名	1名	146店舗	73,500円
1名	1名	147店舗	74,000円
1名	1名	148店舗	74,500円
1名	1名	149店舗	75,000円
1名	1名	150店舗	75,500円
1名	1名	151店舗	76,000円
1名	1名	152店舗	76,500円
1名	1名	153店舗	77,000円
1名	1名	154店舗	77,500円
1名	1名	155店舗	78,000円
1名	1名	156店舗	78,500円
1名	1名	157店舗	79,000円
1名	1名	158店舗	79,500円
1名	1名	159店舗	80,000円
1名	1名	160店舗	80,500円
1名	1名	161店舗	81,000円
1名	1名	162店舗	81,500円
1名	1名	163店舗	82,000円
1名	1名	164店舗	82,500円
1名	1名	165店舗	83,000円
1名	1名	166店舗	83,500円
1名	1名	167店舗	84,000円
1名	1名	168店舗	84,500円
1名	1名	169店舗	85,000円
1名	1名	170店舗	85,500円
1名	1名	171店舗	86,000円
1名	1名	172店舗	86,500円
1名	1名	173店舗	87,000円
1名	1名	174店舗	87,500円
1名	1名	175店舗	88,000円
1名	1名	176店舗	88,500円
1名	1名	177店舗	89,000円
1名	1名	178店舗	89,500円
1名	1名	179店舗	90,000円
1名	1名	180店舗	90,500円
1名	1名	181店舗	91,000円
1名	1名	182店舗	91,500円
1名	1名	183店舗	92,000円
1名	1名	184店舗	92,500円
1名	1名	185店舗	93,000円
1名	1名	186店舗	93,500円
1名	1名	187店舗	94,000円
1名	1名	188店舗	94,500円
1名	1名	189店舗	95,000円
1名	1名	190店舗	95,500円
1名	1名	191店舗	96,000円
1名	1名	192店舗	96,500円
1名	1名	193店舗	97,000円
1名	1名	194店舗	97,500円
1名	1名	195店舗	98,000円
1名	1名	196店舗	98,500円
1名	1名	197店舗	99,000円
1名	1名	198店舗	99,500円
1名	1名	199店舗	100,000円
1名	1名	200店舗	100,500円
1名	1名	201店舗	101,000円
1名	1名	202店舗	101,500円
1名	1名	203店舗	102,000円
1名	1名	204店舗	102,500円
1名	1名	205店舗	103,000円
1名	1名	206店舗	103,500円
1名	1名	207店舗	104,000円
1名	1名	208店舗	104,500円
1名	1名	209店舗	105,000円
1名	1名	210店舗	105,500円
1名	1名	211店舗	106,000円
1名	1名	212店舗	106,500円
1名	1名	213店舗	107,000円
1名	1名	214店舗	107,500円
1名	1名	215店舗	108,000円
1名	1名	216店舗	108,500円
1名	1名	217店舗	109,000円
1名	1名	218店舗	109,500円
1名	1名	219店舗	110,000円
1名	1名	220店舗	110,500円
1名	1名	221店舗	111,000円
1名	1名	222店舗	111,500円
1名	1名	223店舗	112,000円
1名	1名	224店舗	112,500円
1名	1名	225店舗	113,000円
1名	1名	226店舗	113,500円
1名	1名	227店舗	114,000円
1名	1名	228店舗	114,500円
1名	1名	229店舗	115,000円
1名	1名	230店舗	115,500円
1名	1名	231店舗	116,000円
1名	1名	232店舗	116,500円
1名	1名	233店舗	117,000円
1名	1名	234店舗	117,500円
1名	1名	235店舗	118,000円
1名	1名	236店舗	118,500円
1名	1名	237店舗	119,000円
1名	1名	238店舗	119,500円
1名	1名	239店舗	120,000円
1名	1名	240店舗	120,500円
1名	1名	241店舗	121,000円
1名	1名	242店舗	121,500円
1名	1名	243店舗	122,000円
1名	1名	244店舗	122,500円
1名	1名	245店舗	123,000円
1名	1名	246店舗	123,500円
1名	1名	247店舗	124,000円
1名	1名	248店舗	124,500円
1名	1名	249店舗	125,000円
1名	1名	250店舗	125,500円
1名	1名	251店舗	126,000円
1名	1名	252店舗	126,500円
1名	1名	253店舗	127,000円
1名	1名	254店舗	127,500円
1名	1名	255店舗	128,000円
1名	1名	256店舗	128,500円
1名	1名	257店舗	129,000円
1名	1名	258店舗	129,500円
1名	1名	259店舗	130,000円
1名	1名	260店舗	130,500円
1名	1名	261店舗	131,000円
1名	1名	262店舗	131,500円
1名	1名	263店舗	132,000円
1名	1名	264店舗	132,500円
1名	1名	265店舗	133,000円
1名	1名	266店舗	133,500円
1名	1名	267店舗	134,000円
1名	1名	268店舗	134,500円
1名	1名	269店舗	135,000円
1名	1名	270店舗	135,500円
1名	1名	271店舗	136,000円
1名	1名	272店舗	136,500円
1名	1名	273店舗	137,000円
1名	1名	274店舗	137,500円
1名	1名	275店舗	138,000円
1名	1名	276店舗	138,500円
1名	1名	277店舗	139,000円
1名	1名	278店舗	139,500円
1名	1名	279店舗	140,000円
1名	1名	280店舗	140,500円
1名	1名	281店舗	141,000円
1名	1名	282店舗	141,500円
1名	1名	283店舗	142,000円
1名	1名	284店舗	142,500円
1名	1名	285店舗	143,000円
1名	1名	286店舗	143,500円
1名	1名	287店舗	144,000円
1名	1名	288店舗	144,500円
1名	1名	289店舗	145,000円
1名	1名	290店舗	145,500円
1名	1名	291店舗	146,000円
1名	1名	292店舗	146,500円
1名	1名	293店舗	147,000円
1名	1名	294店舗	147,500円
1名	1名	295店舗	148,000円
1名	1名	296店舗	148,500円
1名	1名	297店舗	149,000円
1名	1名	298店舗	149,500円
1名	1名	299店舗	150,000円
1名	1名	300店舗	150,500円
1名	1名	301店舗	151,000円
1名	1名	302店舗	151,500円
1名	1名	303店舗	152,000円
1名	1名	304店舗	152,500円
1名	1名	305店舗	153,000円
1名	1名	306店舗	153,500円
1名	1名	307店舗	154,000円
1名	1名	308店舗	154,500円
1名	1名	309店舗	155,000円
1名	1名	310店舗	155,500円
1名	1名	311店舗	156,000円
1名	1名	312店舗	156,500円
1名	1名	313店舗	

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜キラーコンテンツ ～把握すべき数字だけに集中～＞

① **過去の実績**がどう推移してきたか

② 全体の売上**増**と**増**の**増**と**増**と**増**と**増**

③ **増**の**増**と**増**の**増**と**増**の**増**と**増**の**増**

④ **増**の**増**と**増**の**増**と**増**の**増**と**増**の**増**

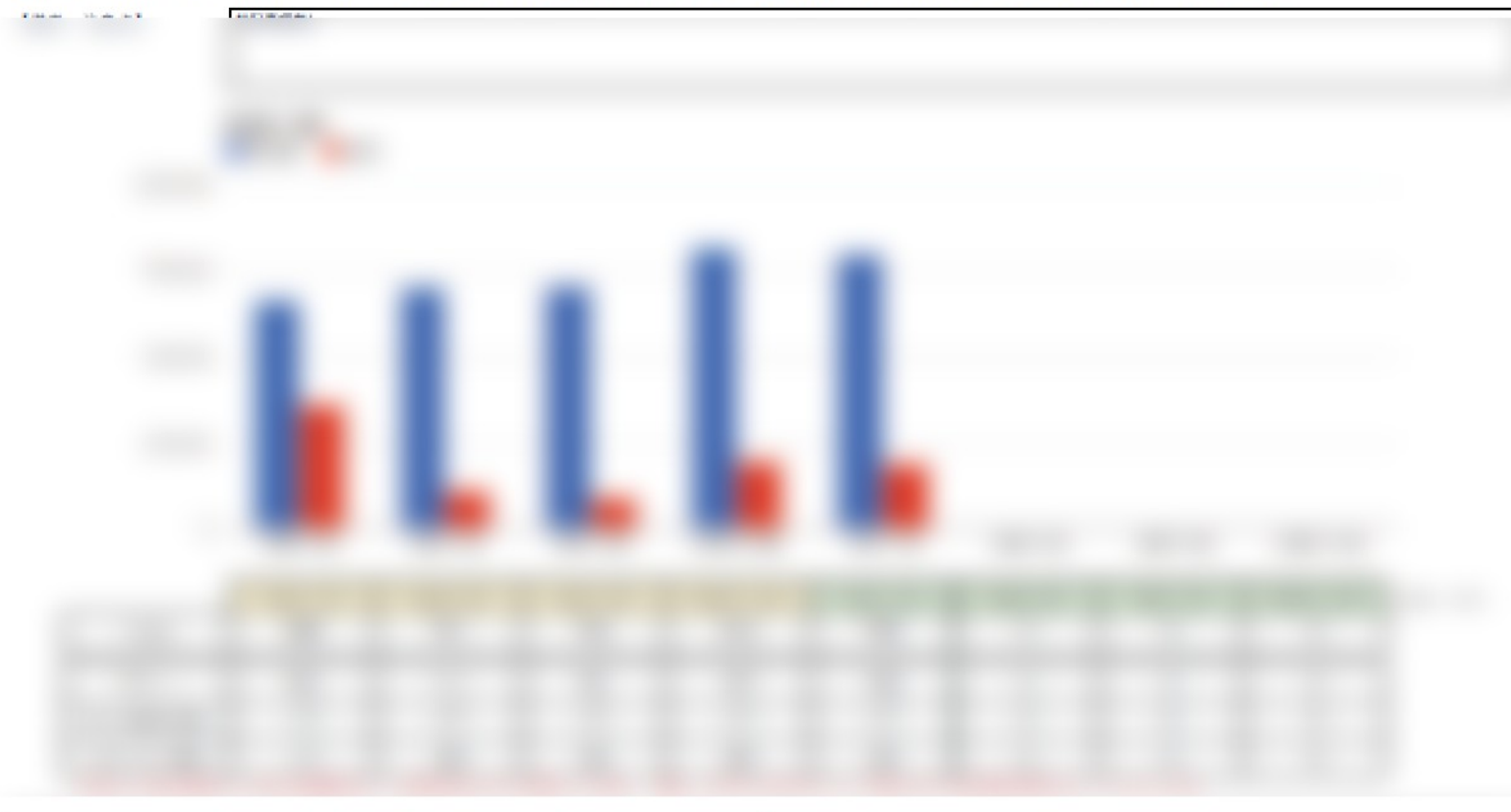
⑤ 全体の売上**増**と**増**の**増**と**増**の**増**と**増**の**増**

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜これらをできるだけグラフで＞

1. ＜現状把握＞ 去年と今年の3か月ごとの動き

このページでは、美容室の来店周期である3か月ごとの売上と収支を表示しています。これまでの業績がどう推移してきたかを見てください。

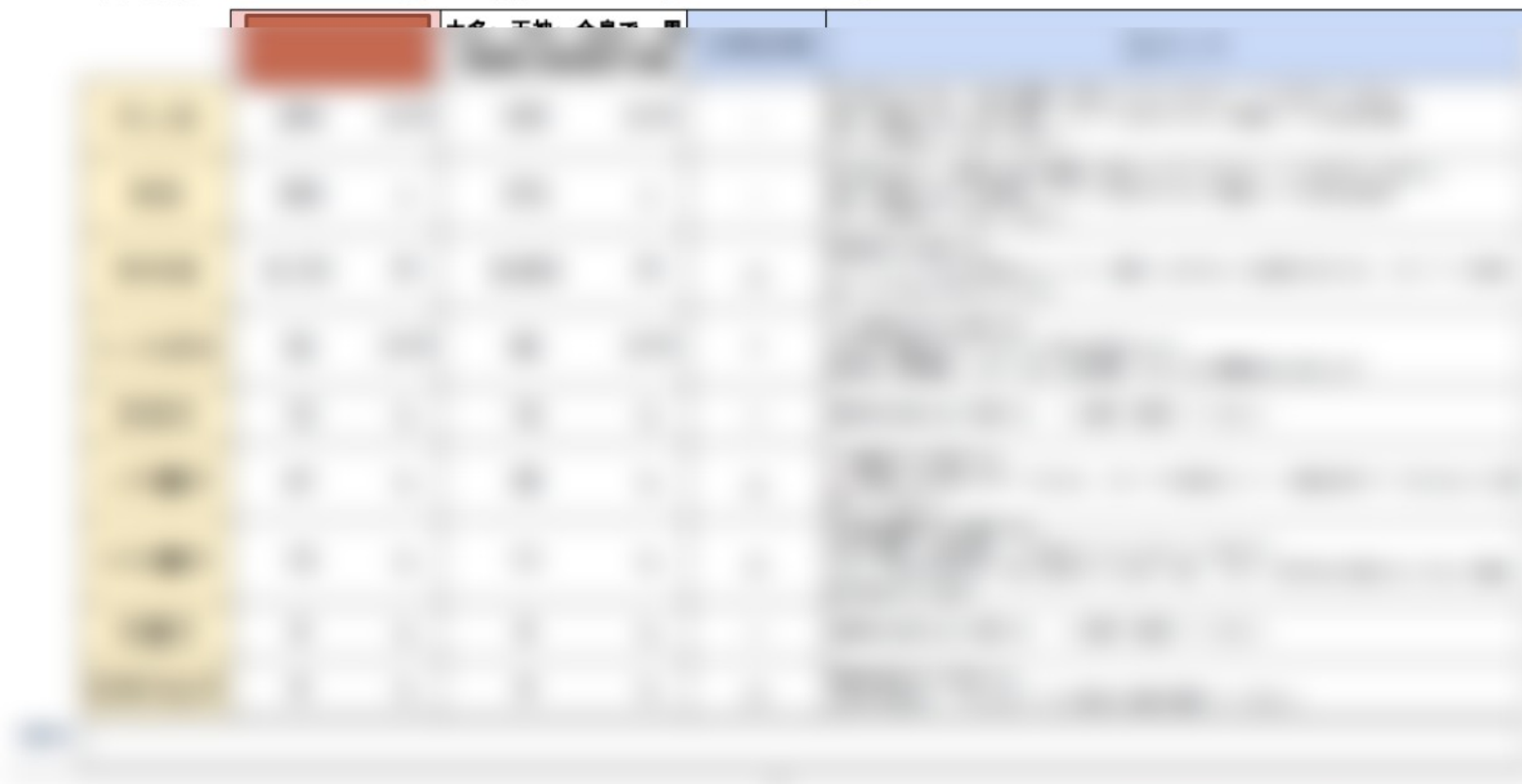


▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜これを出せるのはたぶんうちの事務所だけ＞

3. ＜他社比較＞周りの黒字のお店と比べてどうか？

このページでは、他の同じような立地の黒字のお店の色々な数値との比較を行っています。「比較評価」が×や△になっているところが、自分のお店の弱いところ。今後、こういったことから優先して改善していくかの参考にしてください。



→全11P～の財務分析報告書を毎月全件に送付

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜集客の流れ＞

フロント商品が**顧客に最も多く歩くタイプ**

⇒「最も集客力のある場所」の必須条件

⇒「**最も多く歩く人**」が
顧客に流れてくるルート作りが重要

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜開業の流れもワンパターン＞



▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

- 「最初の1件」だけ、知り合いからの紹介

- 「最初の1件」から不動産屋、内装屋を

それぞれに紹介して繋がって、**営業**。

- 2〜3件までは自分も、**営業**はその不動産屋と内装屋からの紹介。

- **営業**はクライアントの友達さんや同級生など。

- 2件はアコブから。

- 3件は実家や古い知人から。

4件は知人から紹介。

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜不動産屋との提携話の流れ＞

- 美容・飲食に特化しています
- 提携先の営業マンが営業です
- 提携先の営業マンが営業し、その営業成績で報酬を、
提携先の提携先の営業マンが営業し、その営業成績で報酬を
- 提携先の営業マンが営業し、その営業成績で報酬を
- 提携先の営業マンが営業し、その営業成績で報酬を

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜顧客からの紹介の流れもスムーズ＞

- 1. 顧客からの紹介（顧客が来店するまでの流れがスムーズ）
- 2. 接客時の対応（接客がスムーズ）
- 3. 商品の紹介（商品の紹介がスムーズ）
- 4. 商品の購入（商品の購入がスムーズ）

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

低価格で薄く広く大量に、

という収益構造

→ 一連の業務処理を

低コストに処理していく仕組み

を作らなければ、

ビジネスモデルが成り立たない。

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜業務効率アップの基本的な考え方＞

“やること、方法”を明確化

主

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

<やらないこと>

- 雇用保険・社会保険の事務、助成金サポートなど、

他の専門機関等に委託すること（※）

- 経理の属人・専任・システム化（※）

- 経理はシステム化を重視（※）

- 属人・専任は避ける（※）

- 経理業務の標準化（※）

- 経理業務をIT化（※）

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

<全体として>

- **業種**が「美容室」と「飲食店」で統一されている。
- **店舗タイプ**が**美容室**で**入浴施設**が統一されている。
- **店舗形態**が**1F**が統一されている。
- **店舗タイプ**が**美容室**が統一されている。
- **店舗タイプ**が**美容室**が統一されている。

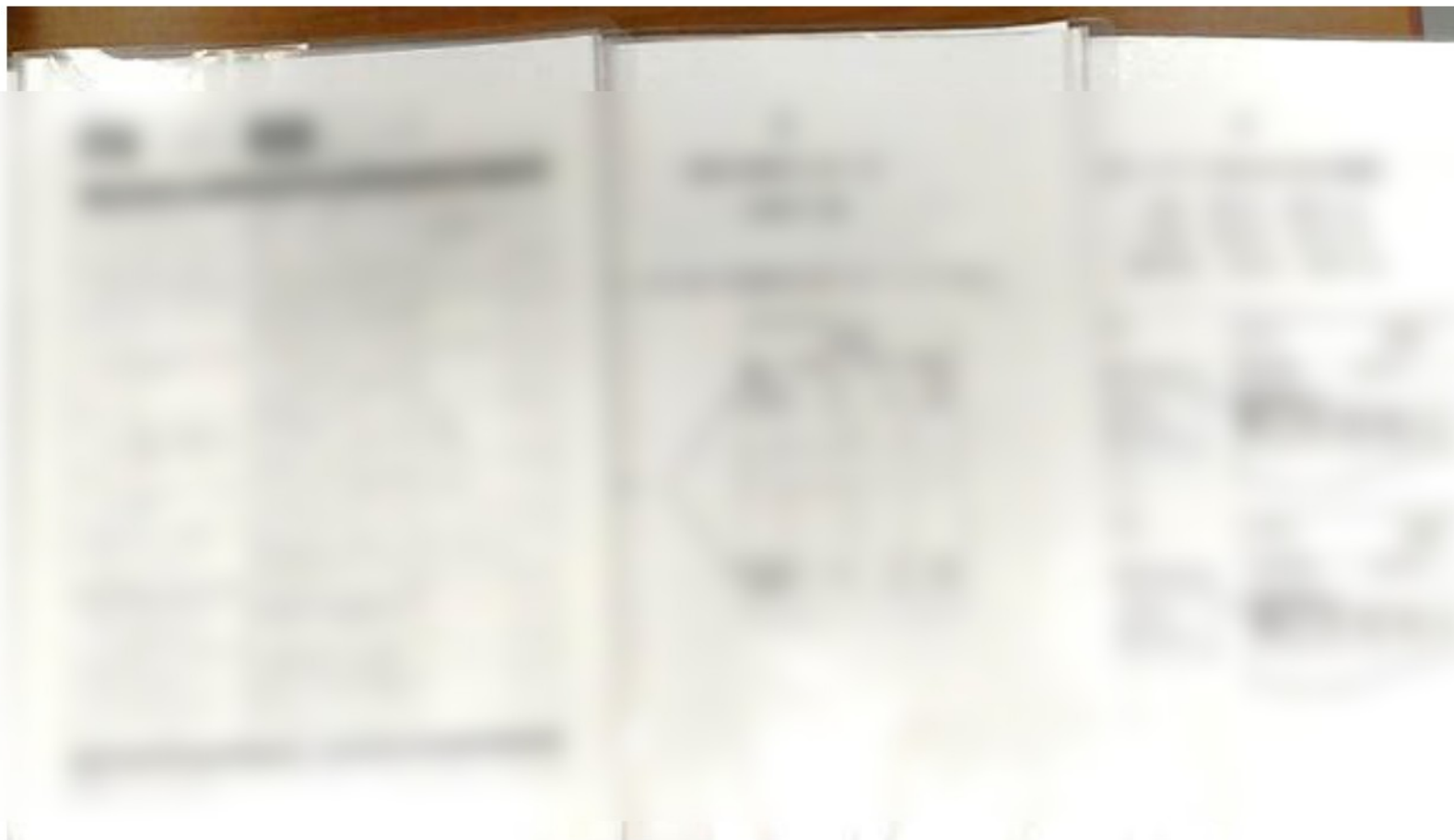
▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜各種マスタ設定＞

- 使う勘定科目は**最小限**で削る。
- 勘定科目の並び順、勘定科目の名称は**統一**とする。
- 勘定科目の名称は**インポートファイル**とする。
- 勘定科目のインポートファイルは**統一**とする。勘定科目のインポートファイルは**統一**とする。
- 勘定科目のインポートファイル、勘定科目の名称

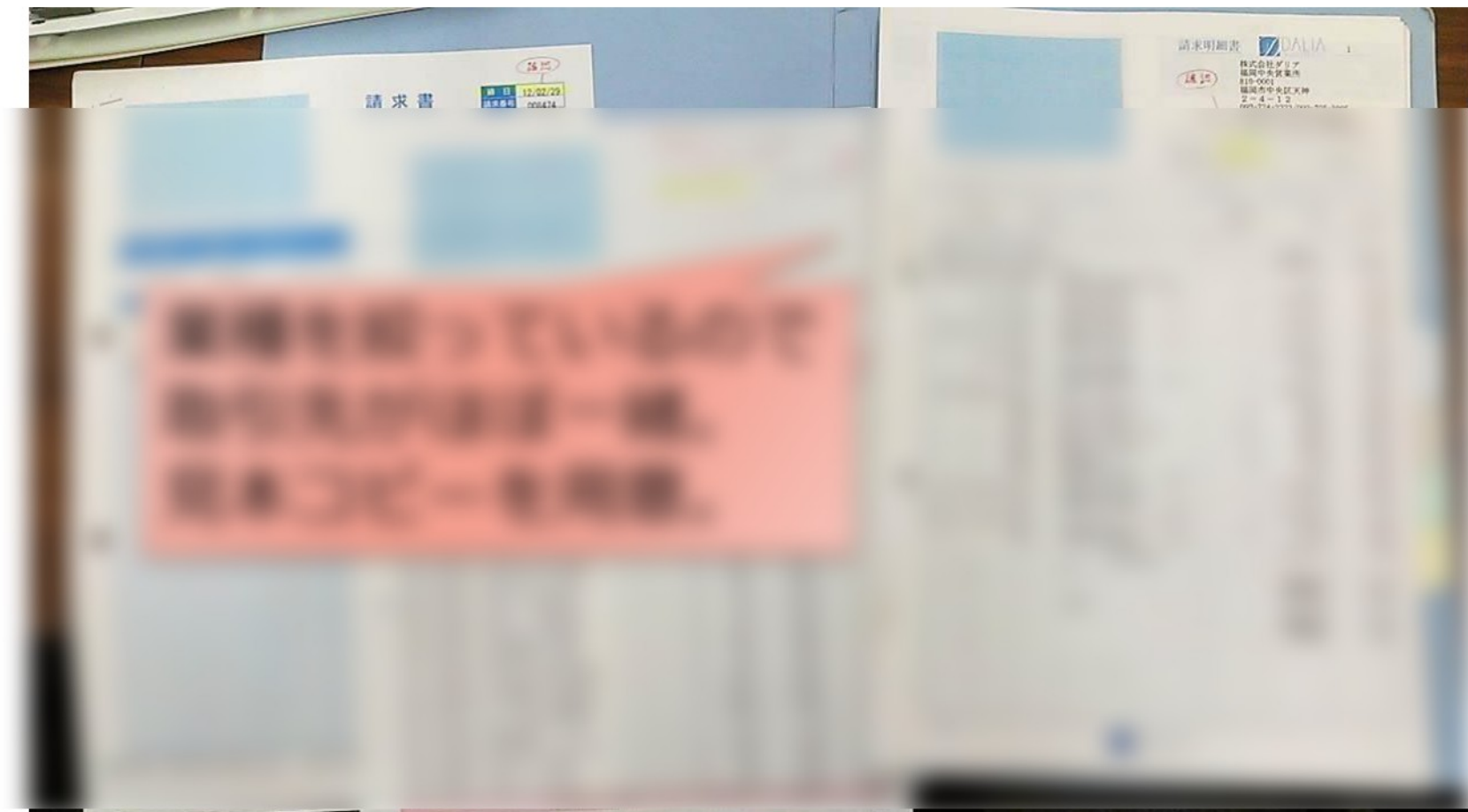
▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜資料の受け取り方＞



▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜資料の受け取り方＞



▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜仕訳の形＞

＜仕入高の計上＞

Year	Year	Year	Year	Year	Year
2000	2001	2002	2003	2004	2005
2006	2007	2008	2009	2010	2011
2012	2013	2014	2015	2016	2017
2018	2019	2020	2021	2022	2023

© 2000 Blackwell Science Ltd, *Journal of Internal Medicine* 247: 395–402

▶ 業務効率化の根幹「ワンパターン化」

＜チェック方法＞

平成24年11月12日 制定様式

顧問先名称	
〒	
市町村	
番地	
建物名	
代表者氏名	
役職	
電話番号	
FAX番号	
Eメール	
ホームページURL	
備考	

* 想定される仕訳それぞれに、どういうチェックをすべきかの一覧表を作る。

▶ 未経験でも即戦力化する「教育不要」のマニュアル化

＜マニュアルに対する基本的な考え方＞

- 理解しやすいように、図解や写真などを用いて視覚的に表現する。
 - 作業手順を「1. 作業開始」→「2. 作業内容」→「3. 作業完了」の順に記述する。
 - 作業内容に記述する際は、動詞を「～する」「～させる」など、具体的な動詞を用いる。
 - 作業内容に記述する際は、具体的な数値や単位を用いる。
 - 作業内容に記述する際は、具体的な材料や道具を用いる。
 - 作業内容に記述する際は、具体的な手順や順序を用いる。
- 難易度に応じて区別された内容にし、

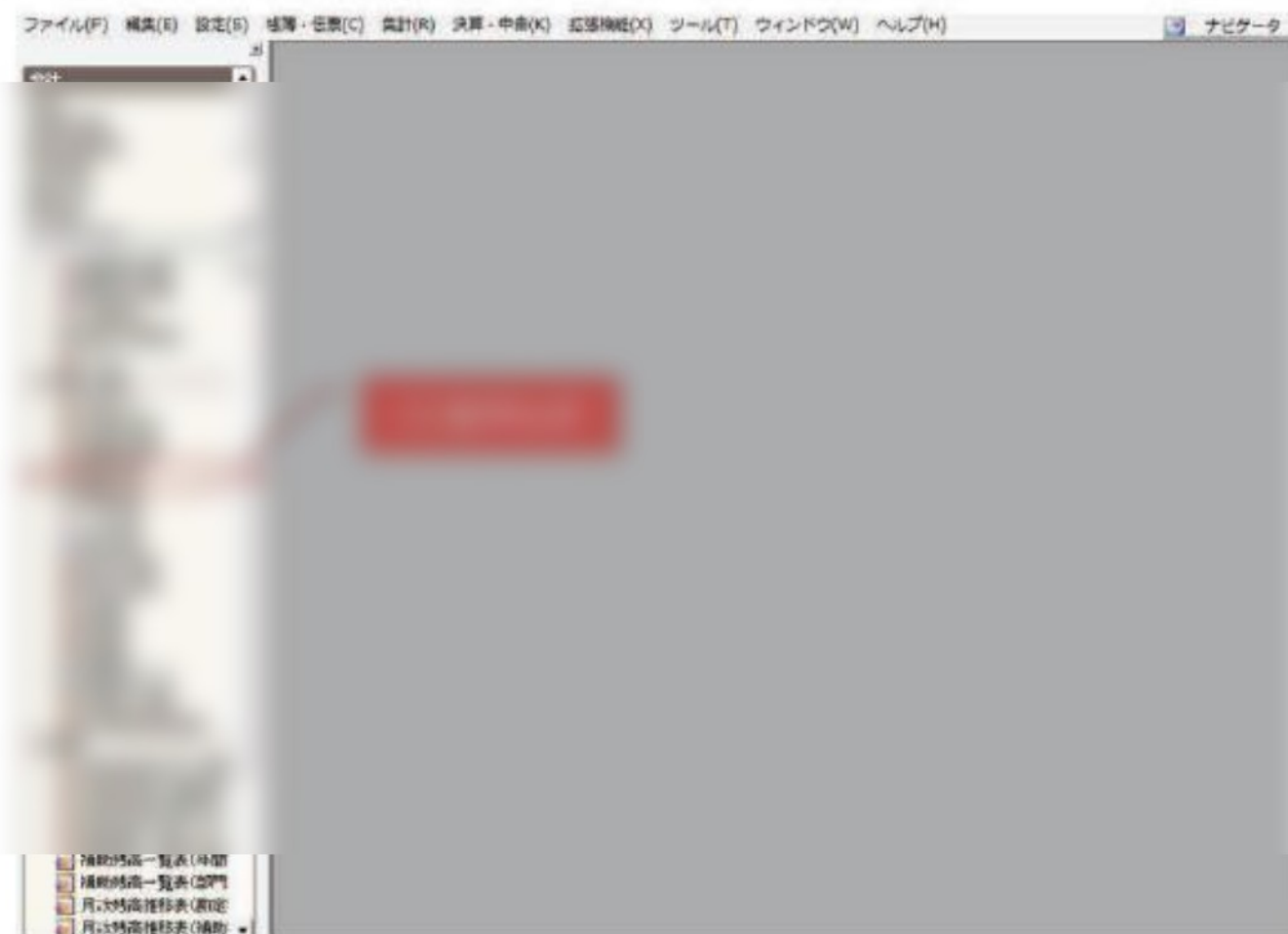
▶ 未経験でも即戦力化する「教育不要」のマニュアル化

[illegible]

*実際の作業手順と難易度に対応させた項目分け

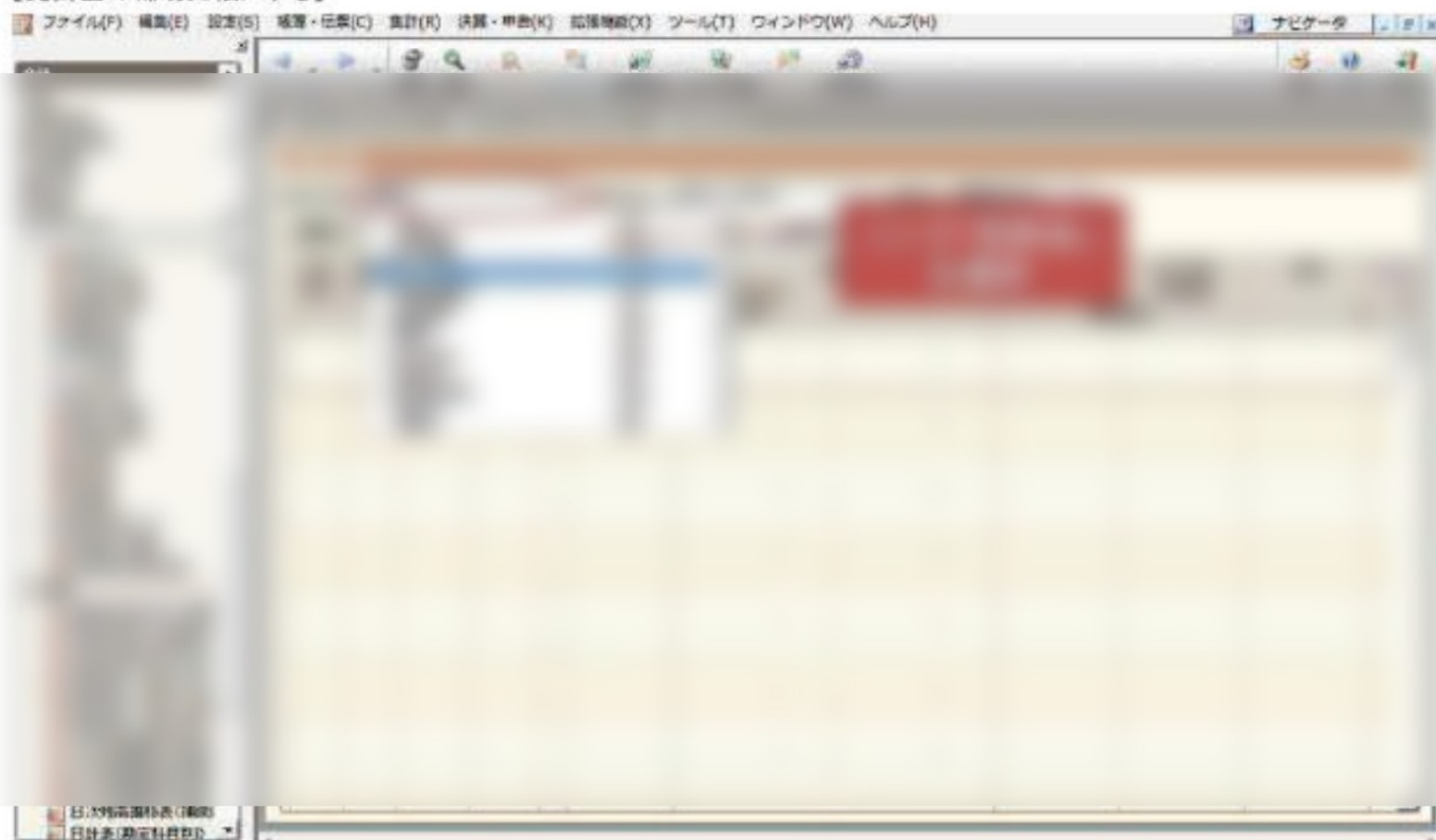
▶ 未経験でも即戦力化する「教育不要」 のマニュアル化

【まずは補助元帳を開く】



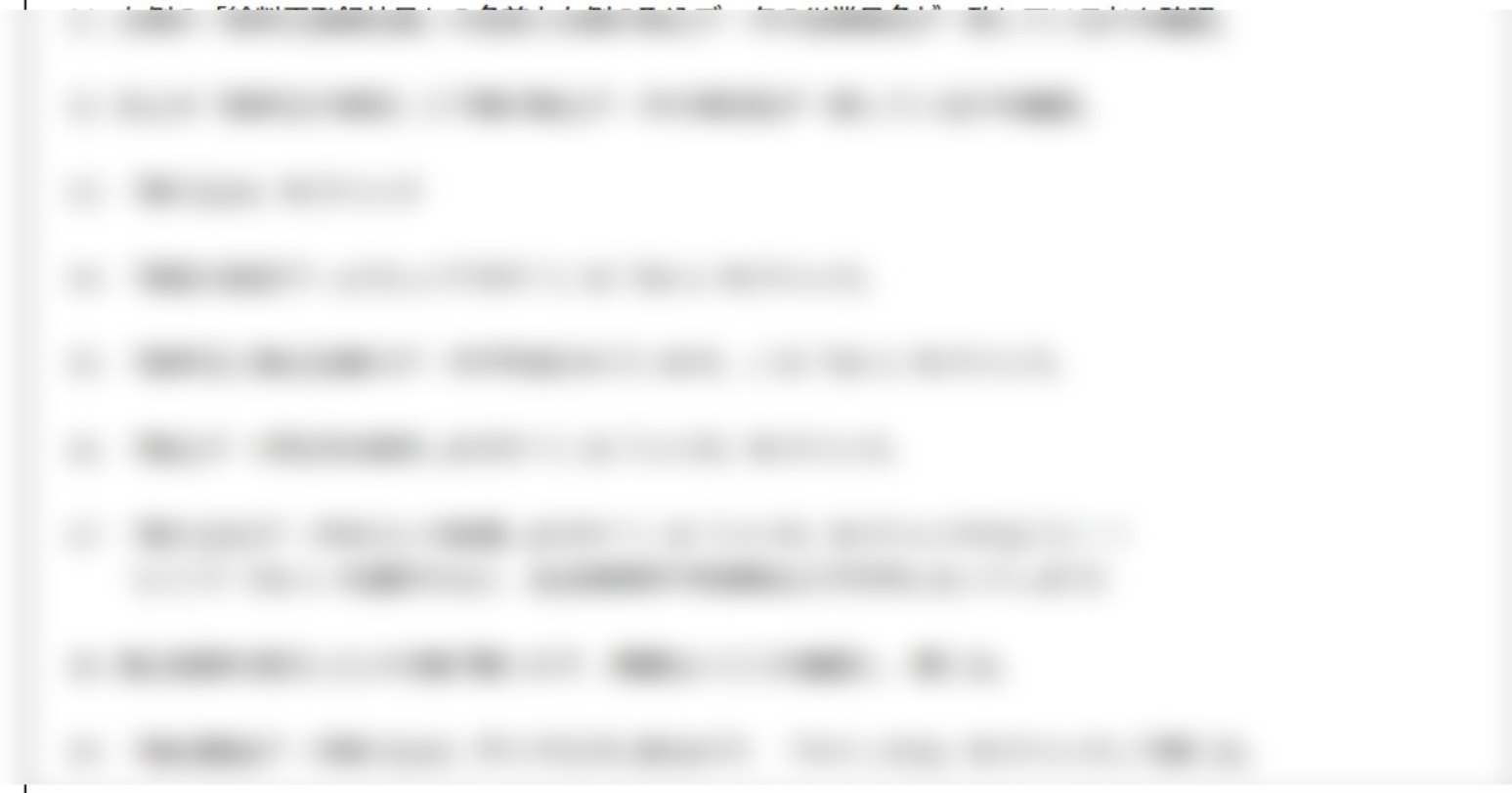
▶ 未経験でも即戦力化する「教育不要」 のマニュアル化

【売掛金の補助元帳にする】



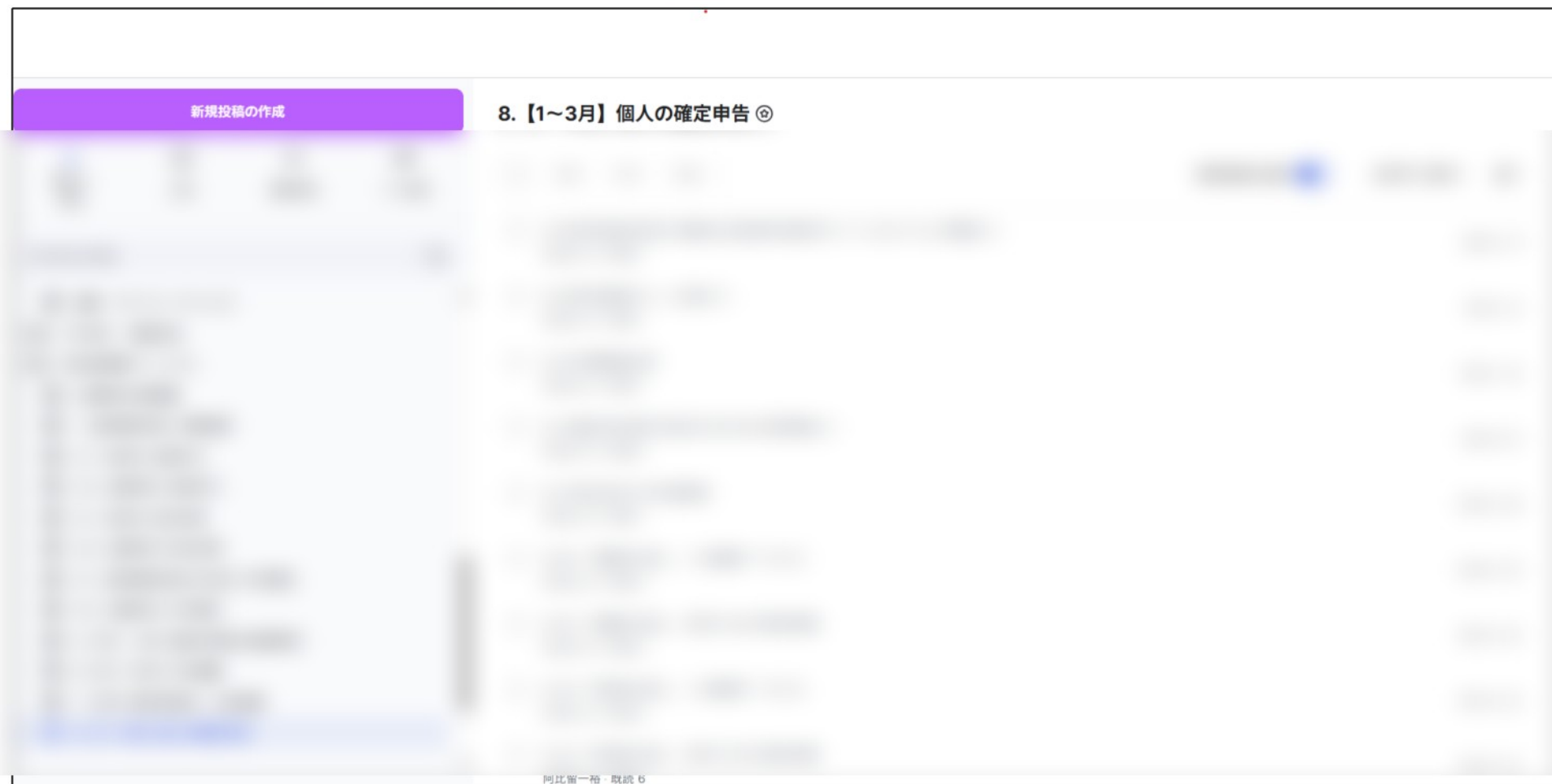
▶ 未経験でも即戦力化する「教育不要」 のマニュアル化

10. 開いた「取り込み項目対応付け」ダイアログで、左下の「自動マッチング」をクリック→「はい」をクリック。



* マニュアルを見ながら実際の作業を進めることを想定しているので動画は一切使わない。全て文字と画像（画面スクショ）のみ。

▶ 未経験でも即戦力化する「教育不要」 のマニュアル化



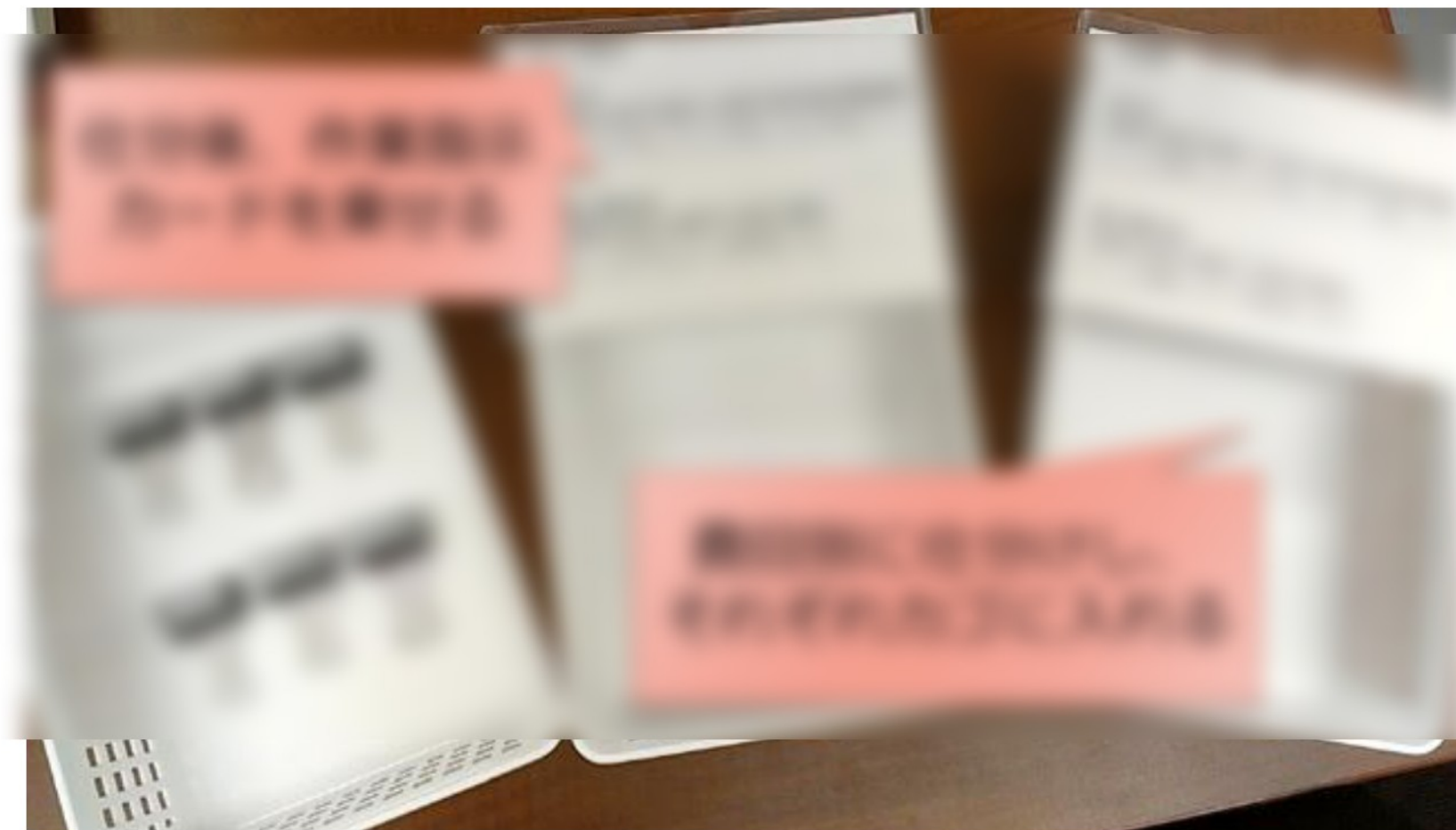
▶ 未経験でも即戦力化する「教育不要」のマニュアル化

＜ワンパターン化＋マニュアル化の効果＞

- 未経験でも即戦力化できる。業務の標準化により、誰でも簡単に業務がこなせるようになる。
- 業務の標準化により、業務の効率化が図れる。業務の標準化により、業務の効率化が図れる。業務の標準化により、業務の効率化が図れる。
- 業務の標準化により、業務の効率化が図れる。業務の標準化により、業務の効率化が図れる。業務の標準化により、業務の効率化が図れる。

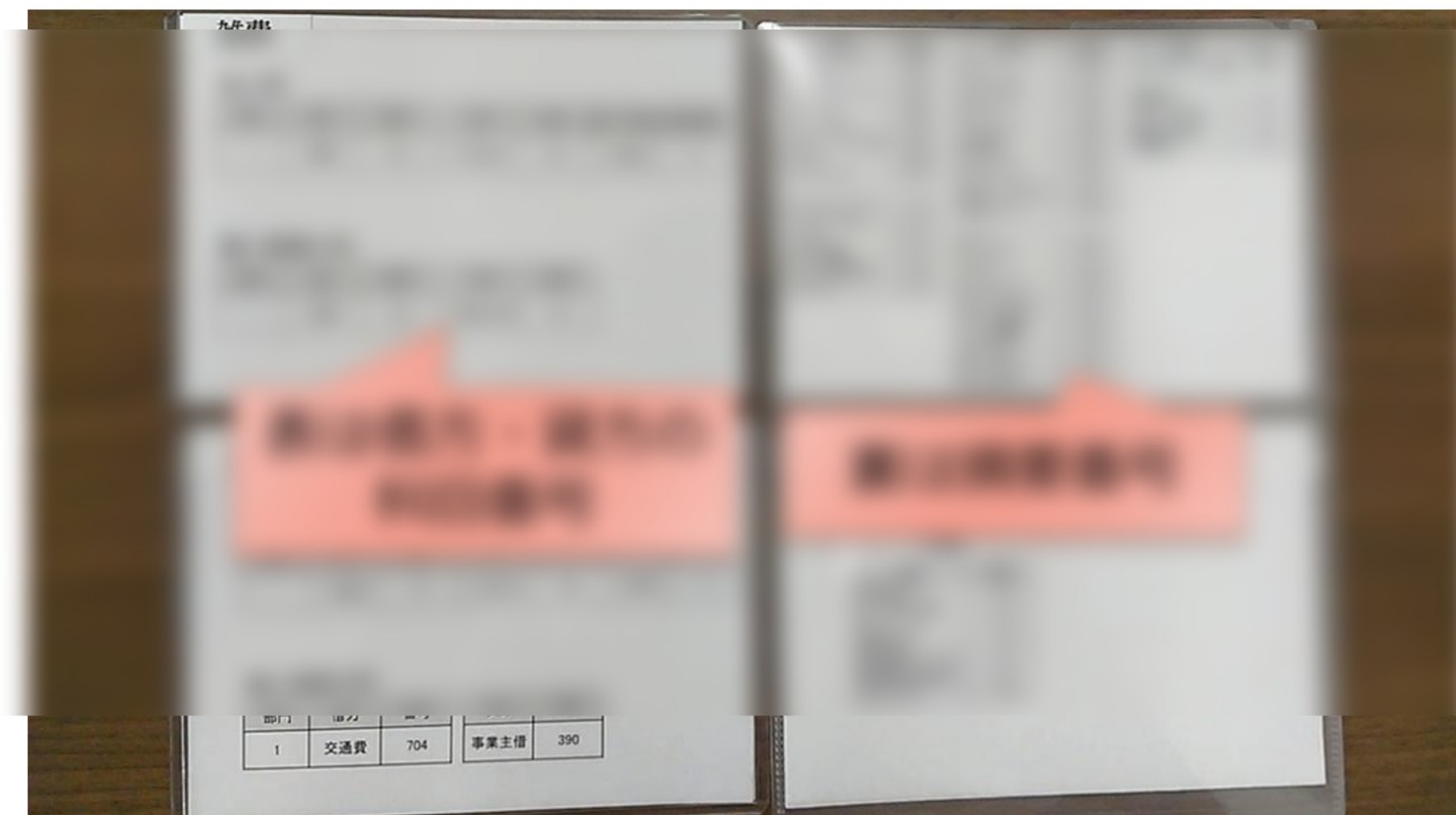
▶ 未経験でも即戦力化する「教育不要」 のマニュアル化

＜“素人に任せる”ための補助道具＞



▶ 未経験でも即戦力化する「教育不要」 のマニュアル化

＜“素人に任せる”ための補助道具＞



▶ 未経験でも即戦力化する「教育不要」のマニュアル化

／実際に筆記知識の素人にやらせていた結果、

- 作業人数が増えて **1000円/2000円/3000円/4000円**
- 1000円/2000円/3000円/4000円/5000円/6000円/7000円/8000円/9000円/10000円
- 1000円/2000円/3000円/4000円/5000円/6000円/7000円/8000円/9000円/10000円
- 1000円/2000円/3000円/4000円/5000円/6000円/7000円/8000円/9000円/10000円

▶ DX・システム化の落とし穴とアナログ活用の見極め

＜基本的な考え方＞

- 「システム導入によるコスト削減」が目的の場合、システム導入によるコスト削減が実現しない可能性がある。
- 「システム導入」≠「業務効率化」ではない。
- 必ずしも「業務効率化によるコスト削減」が実現しない。むしろ、システム導入によるコスト削減が実現しない可能性がある。また、システム導入によるコスト削減が実現しない可能性がある。また、システム導入によるコスト削減が実現しない可能性がある。
- システム導入によるコスト削減が実現しない可能性がある。また、システム導入によるコスト削減が実現しない可能性がある。また、システム導入によるコスト削減が実現しない可能性がある。

これはアナログで残り

(スタッフ的にはアナログの方が馴染みやすい)

▶ DX・システム化の落とし穴とアナログ活用の見極め

<それでいくと>

基本的に「業務用・業務用で業務用いっぺん」でシステム化で業務用としやすい

→まずは既存のソフトの使い方を最適化

→ソフトが使いやすければ
業務に合わせたソフトを作る

▶ DX・システム化の落とし穴と アナログ活用の見極め

＜日程調整をシステム化＞

- 訪問、出張の日程調整に、日程調整の自動化を導入する。従来の手作業による日程調整を自動化する。
- Google Calendarを活用。Google Calendarと連携して、訪問予定の管理を行う。Google Calendarと連携して、訪問予定の管理を行う。
- Google Calendarと連携して、訪問予定の管理を行う。Google Calendarと連携して、訪問予定の管理を行う。

→訪問当日に「今日行きます」メールを自動送信

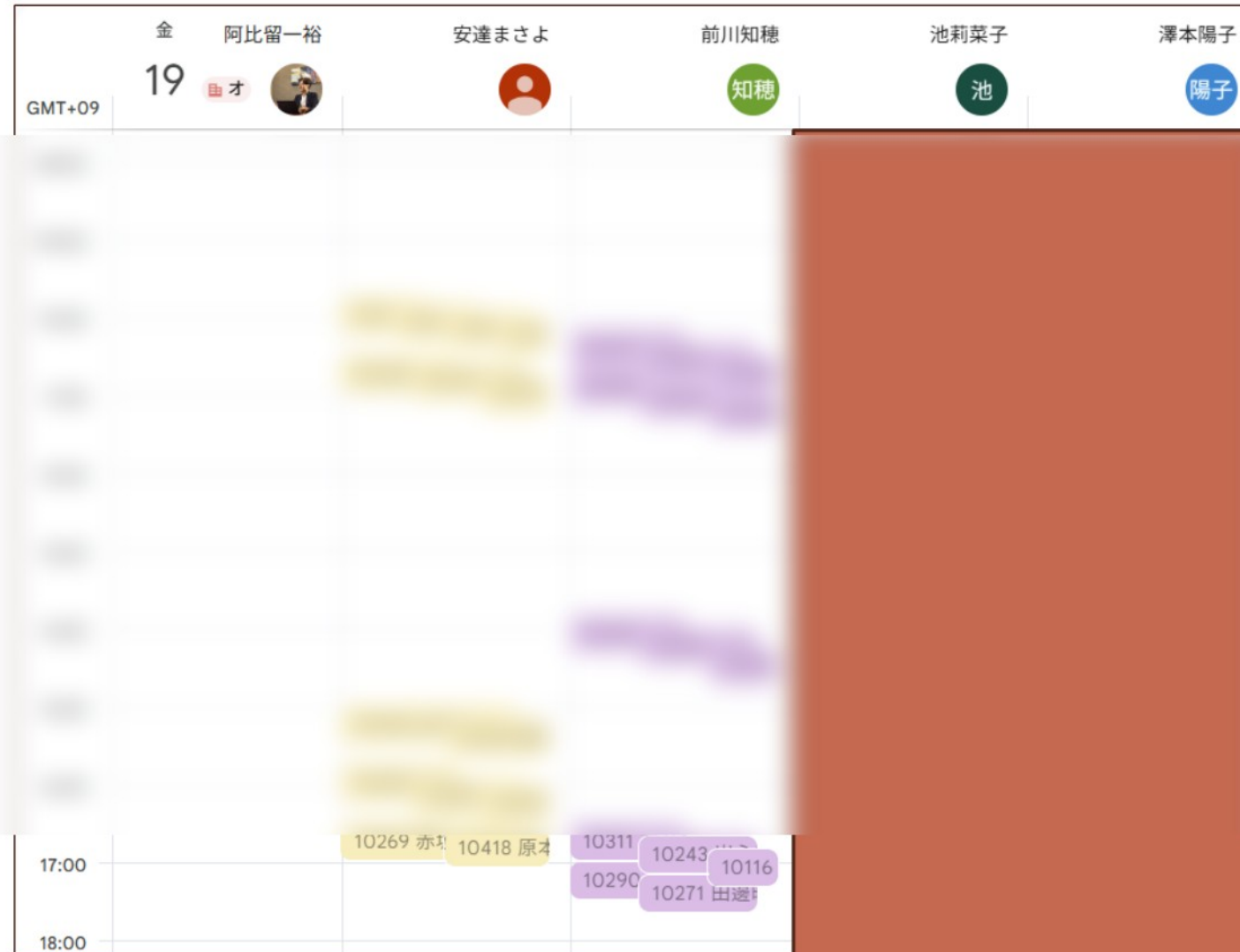
▶ DX・システム化の落とし穴とアナログ活用の見極め

＜日程調整をシステム化＞

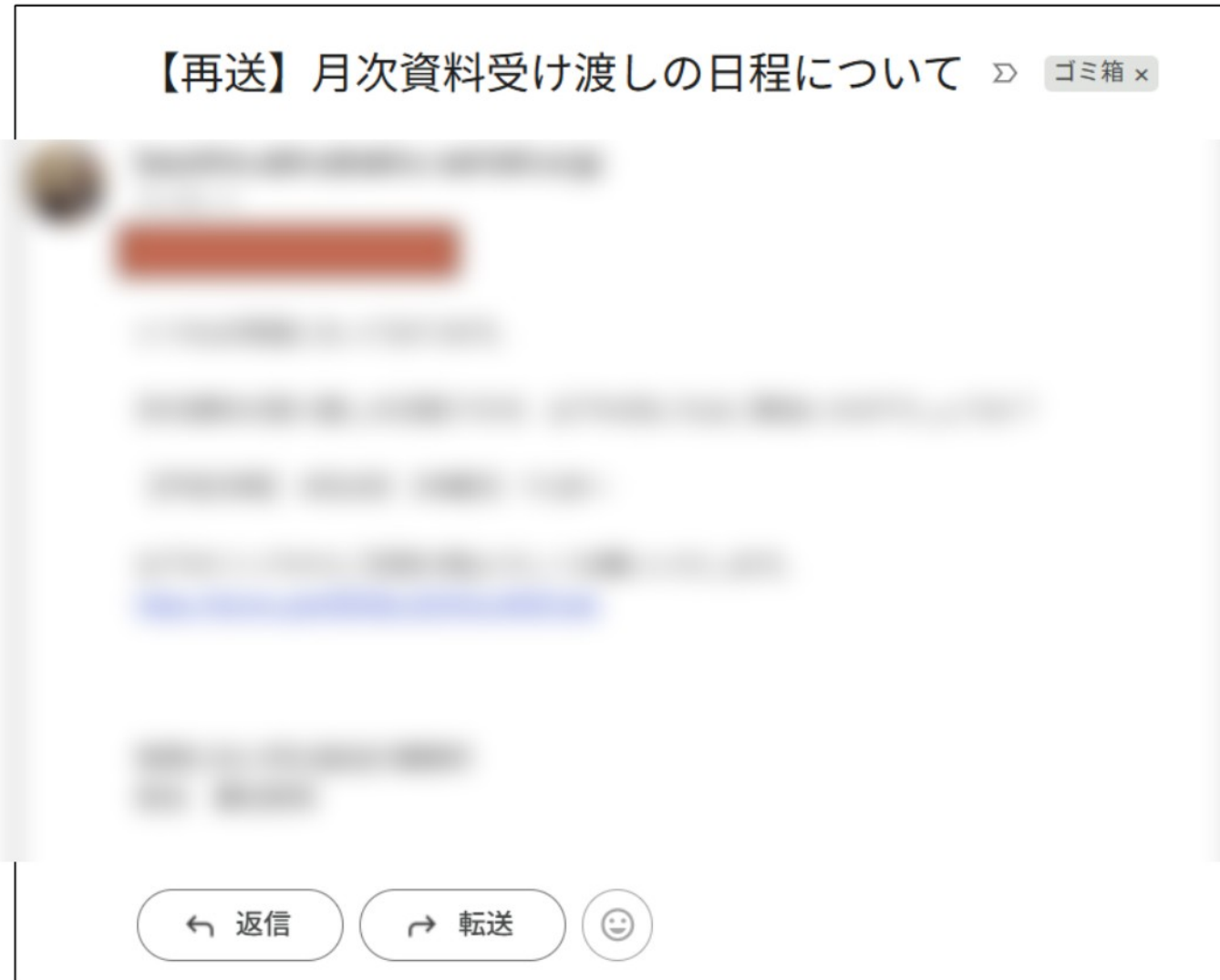
The image is a screenshot of a web browser displaying a Google Sheet titled "日程調整用スプレッドシート" (Schedule Adjustment Spreadsheet). The interface includes a top toolbar with icons for undo, redo, print, share, and other functions. The spreadsheet itself has a header row with blue and green cells, followed by several rows of data. The first two columns are highlighted in red. The last two columns contain dates and times. The bottom-most rows show specific entries:

10118		15:50	25	池莉菜子	25	池莉菜子	2026/04/23 16:45	木	2026/04/23 16:45	木	o	cdu877mo08ubs2lfbdj2
10122		15:20	22	前川知穂	22	前川知穂	2026/04/23 16:45	木	2026/04/23 16:45	木	o	6edn3n1ik5k32ie6eds7

▶ DX・システム化の落とし穴と アナログ活用の見極め



▶ DX・システム化の落とし穴と アナログ活用の見極め



▶ DX・システム化の落とし穴とアナログ活用の見極め

[illegible]

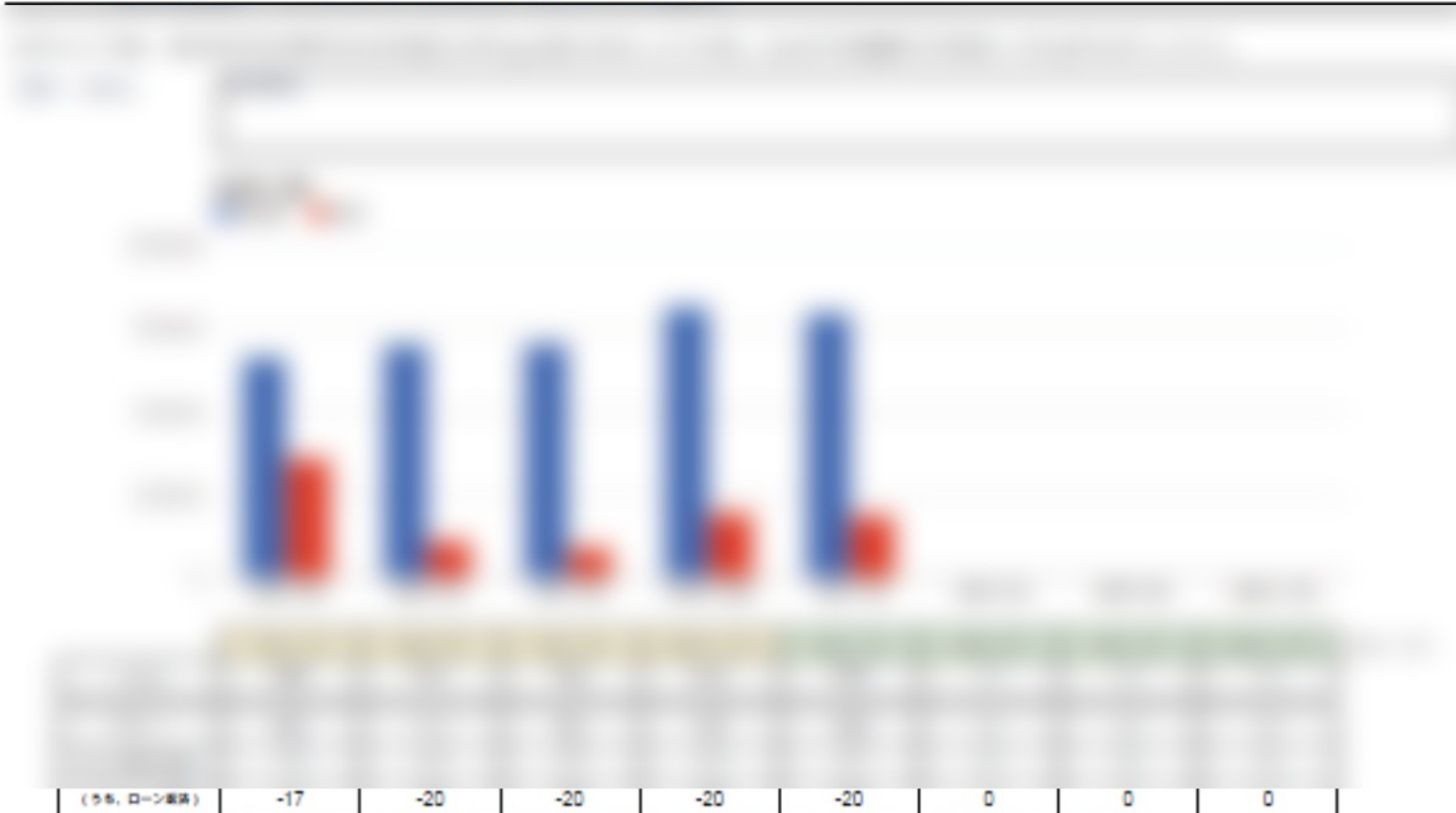
▶ DX・システム化の落とし穴とアナログ活用の見極め

☐	▷	 yoko.sawamoto	【確定】月次資料受取の日程回答あり -	4月12日
☐	▷	 yoko.sawamoto	【確定】月次資料受け渡し日程の回答あ	4月12日
☐	▷			
☐	▷			
☐	▷			
☐	▷			
☐	▷			
☐	▷			
☐	▷			
☐	▷			
☐	▷			
☐	▷			
☐	▷			
☐	▷			

▶ DX・システム化の落とし穴と アナログ活用の見極め

<財務分析報告書をシステム化>

1. <現状把握> 去年と今年の3か月ごとの動き



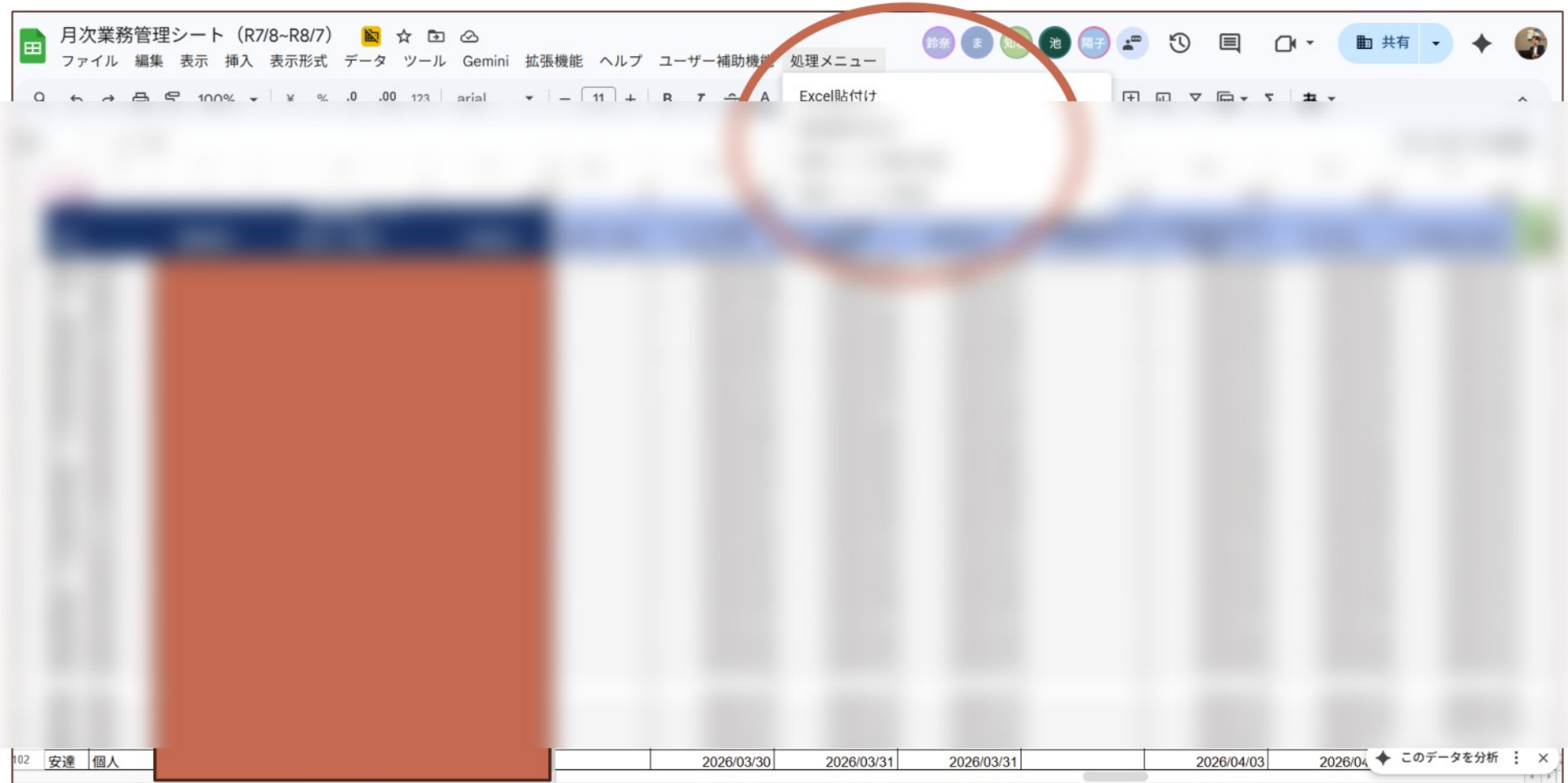
* 収支は、お店の利益から、借入金や備材のローンの返済を差し引いて計算しています。 額は、1か月でどれだけオーナーの取り分になる税金が増えたか、ということです。

▶ DX・システム化の落とし穴と アナログ活用の見極め

＜財務分析報告書をシステム化＞



▶ DX・システム化の落とし穴とアナログ活用の見極め



▶ DX・システム化の落とし穴とアナログ活用の見極め

＜給与計算をシステム化＞

- 関数、変数、オブジェクトの宣言と定義を分けて書く（モジュール性）
- 関数定義に「`def`」を使う。関数呼び出しに「`func_name()`」を使う。関数定義と関数呼び出しは、必ずしも同じファイルに書く必要はない（モジュール性）
- 関数定義は、必ずしも関数呼び出しの前には書かなくていい（モジュール性）

▶ DX・システム化の落とし穴と アナログ活用の見極め

前月 2026年4月 翌月

担当者: 安達まさよ

前月データ一括取込

メール一括送信

メール再送信

入力: 前月給与データ格納用フォルダ/2026/04

出力: 今月給与データ格納用フォルダ/2026/04

10101	30日	翌20日	安達まさよ	未	受領済みにする	
-------	-----	------	-------	---	---------	--

▶ DX・システム化の落とし穴と アナログ活用の見極め

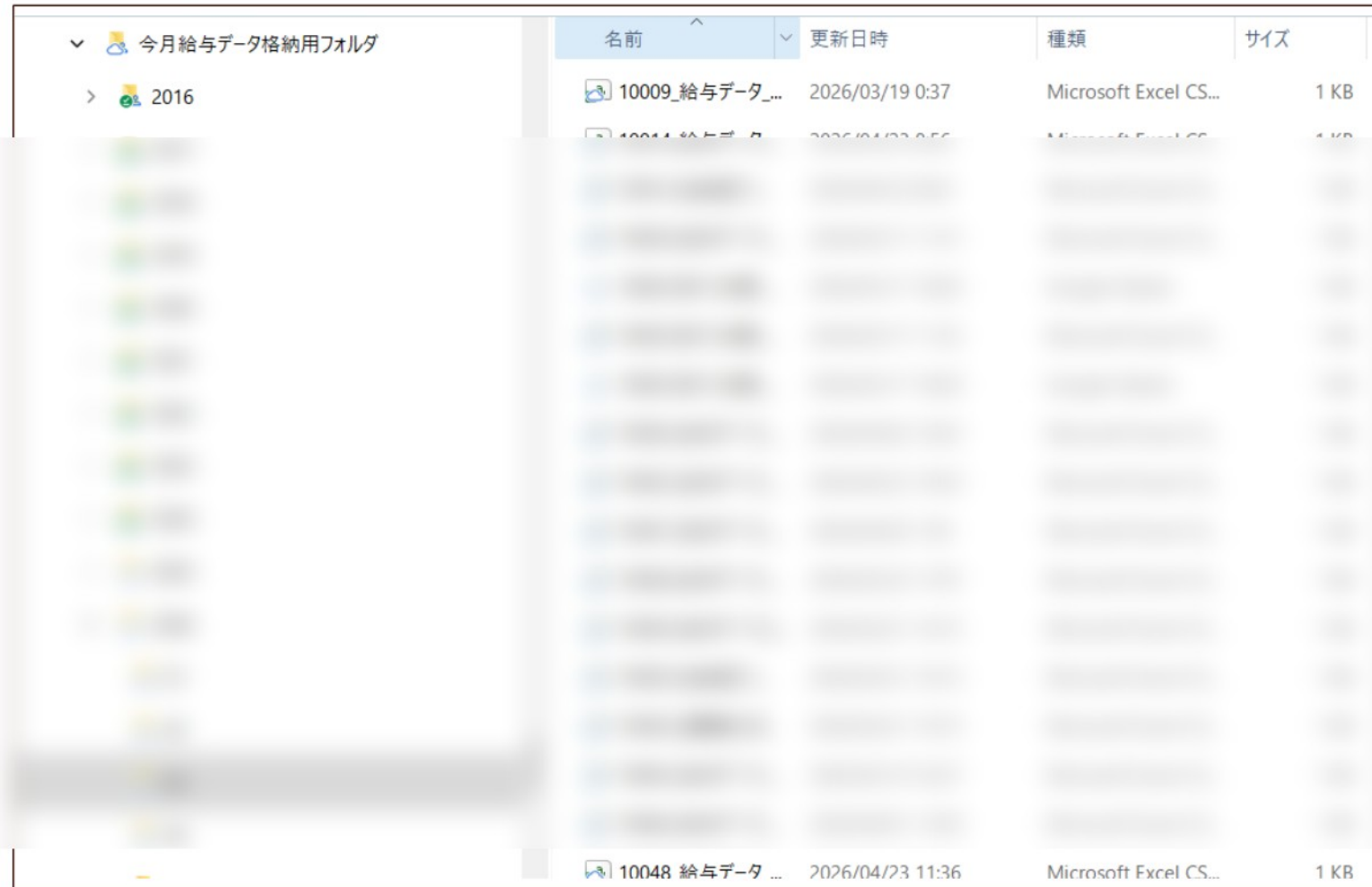
欠勤日数	0.0
休んだ日のうち、給料を差し引く日数を入れてください。	
時間科目	今月



▶ DX・システム化の落とし穴と アナログ活用の見極め



▶ DX・システム化の落とし穴と アナログ活用の見極め



名前	更新日時	種類	サイズ
10009_給与データ...	2026/03/19 0:37	Microsoft Excel CS...	1 KB
10014_給与データ...	2026/04/23 0:55	Microsoft Excel CS...	1 KB
...	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...
10048_給与データ...	2026/04/23 11:36	Microsoft Excel CS...	1 KB

▶ DX・システム化の落とし穴とアナログ活用の見極め

＜業務管理はアナログ＞

- 現場の作業は全作業の7割以上はアナログで、デジタル化は現場でできる
 - 現場の業務管理はアナログで、デジタル化は現場でできる
 - 現場の業務管理はアナログで、デジタル化は現場でできる
 - 現場の業務管理はアナログで、デジタル化は現場でできる
- 感見時にわかる

▶ 所長の「権力基盤」と独裁的経営

「権力基盤」とは、組織のトップが、組織のメンバーから支持される基盤のことである。

権力基盤が強いリーダーは、組織のメンバーから支持され、組織の方向性を決定することができる。

権力基盤が弱いリーダーは、組織のメンバーから支持されず、組織の方向性を決定することができない。

権力基盤を強化するためには、組織のメンバーから支持されることを目指す必要がある。

▶ 所長の「権力基盤」と独裁的経営

＜入口である人材採用が大事＞

※ 所長は「人材採用権限」を握る

- 所長が採用することによって権力が強い
- 所長が採用を拒否することによって権力が強い
- 所長が採用を拒否することによって権力が強い
- 所長が採用を拒否することによって権力が強い
- 所長が採用を拒否することによって権力が強い

→ このため、所長は「人材採用権限」を握る

▶ 所長の「権力基盤」と独裁的経営

＜人材に関する格言＞



▶ 所長の「権力基盤」と独裁的経営

＜人材を見極める方法＞

- 組織内に人材を見極めるには「**人事権を握る人**」が重要。人事権を握る人は、組織内に人材を見極めることができる。人事権を握る人は、組織内に人材を見極めることができる。人事権を握る人は、組織内に人材を見極めることができる。
- 組織内に人材を見極めるには「**人事権を握る人**」が重要。人事権を握る人は、組織内に人材を見極めることができる。人事権を握る人は、組織内に人材を見極めることができる。人事権を握る人は、組織内に人材を見極めることができる。

▶ 所長の「権力基盤」と独裁的経営

＜人材を見極める方法＞

① 応募があるとまずは面倒な指示内容を記したメール

— 總編輯：李國華 電話：(02) 2311-1111

◎ 主編者——王人成、張曉明、張曉明、張曉明

◎ 2006年10月1日起，凡在境内销售货物的单位和个人，均应按销售额的一定比例缴纳增值税。

● 本書の構成は、上巻が「基礎知識」、下巻が「応用知識」の構成である。

来源: 根据《中国统计年鉴》(2006)整理

「何故とて、足が、何となく、痛むから」

→最終的に4人面接して**1人採用**のペース

▶ 所長の「権力基盤」と独裁的経営



阿比留一裕 <kazuhiro.abiru@abiru-zeirishi.or.jp>

To 澤本陽子 ▼

澤本陽子 様

税理士法人阿比留会計事務所の阿比留です。

（以下、メール本文のぼかし部分）

では、早速ですが1. の事前の筆記試験に入らせていただきます。
（書類選考についてはそのあとでご説明します。）

▶ 所長の「権力基盤」と独裁的経営

以下に、書きかけの文章(1)～(15)が並んでいます。

その言葉を見て、あなたの頭に浮かんできたことを、すぐにそれに続けて、その文章を完成してください。

(11)私のストレス

(12)私が得意になるのは

▶ 所長の「権力基盤」と独裁的経営

(13)自由

(14)私を不安にするのは

(15)私の失敗は

-----問題ここまで-----

~~~~~

までお送りください。

なお、履歴書を発送されたタイミングで、Gmailから私宛に発送の旨、ご連絡ください。

## ▶ 所長の「権力基盤」と独裁的経営

### ＜「合わない」人材の契約解除事例＞

- パート採用後2日で「ぜんぜん間違えた」  
→ 採用担当の責任で再採用
- パート採用後1ヶ月間勤務して退社して再採用せず  
→ 採用担当の責任で再採用として「1ヶ月間の試用期間」を再採用に延長
- 正社員採用後1ヶ月間「試用期間」の試用期間中に「1ヶ月間の試用期間」を再採用として「1ヶ月間の試用期間」を再採用に延長

## ▶ 所長の「権力基盤」と独裁的経営

### ＜慈愛に満ちた独裁制＞

「特色のある小規模専攻所」では所長の権力が重要

| 専攻所長としての権力基盤 | 専攻所長としての権力基盤 |
|--------------|--------------|
| 専攻所長としての権力基盤 | 専攻所長としての権力基盤 |
| 専攻所長としての権力基盤 | 専攻所長としての権力基盤 |
| 専攻所長としての権力基盤 | 専攻所長としての権力基盤 |
| 専攻所長としての権力基盤 | 専攻所長としての権力基盤 |
| 専攻所長としての権力基盤 | 専攻所長としての権力基盤 |
| 専攻所長としての権力基盤 | 専攻所長としての権力基盤 |
| 専攻所長としての権力基盤 | 専攻所長としての権力基盤 |
| 専攻所長としての権力基盤 | 専攻所長としての権力基盤 |
| 専攻所長としての権力基盤 | 専攻所長としての権力基盤 |

## ▶ 所長の「権力基盤」と独裁的経営

＜権力 = お金の出どころ＞

『お金の流れ』が特定の個人ではなく事務所の仕組みを經由  
「お金の流れ」が特定の個人ではなく事務所の仕組みを經由  
「お金の流れ」が特定の個人ではなく事務所の仕組みを經由  
「お金の流れ」が特定の個人ではなく事務所の仕組みを經由



## ▶ 今日のまとめ

① 「頭脳型」「経験型」「効率型」のどれにする  
かをしっかり決めて、絶対に混ぜない

② 「やめたいこと」を明確にする

③ フォーメーション系、標準系、マニュアル系、で  
人に教えない・教えるデザインに

④ 業務時に使うスラップ、クラウドソフトのみを教  
り入れる・教えないでいい時間確保

⑤ 能力の限界である状態の場ごとに今は手放さない