

2019年士業業界ランキング500

会計事務所
従業員数
ランキング

37位

従業員数
190名

ランドマーク税理士法人
代表税理士
清田幸弘氏
Yukibiro Seita

横浜農協に勤務後、実家で農家の仕事を手伝いながら税理士資格を取得。1997年に創業し、相続と法人の税務顧問を中心に成長。現在は、神奈川県と東京都、埼玉県に12拠点を展開する。



● ランドマーク税理士法人 成長の法則 ●

- 1 >> マーケットを見極め、攻めの出店で伸ばす
- 2 >> 会計事務所の商品は“人”。教育に投資は惜しまない
- 3 >> 経営者がチェック役となりやると決めたことを続ける

ブランディングと教育で

120%超の成長を実現

横浜ランドマークタワーへの出店を機に急成長を遂げたランドマーク税理士法人。直近5年間では、売上前年比125%、135%を達成し、従業員数も年30名ペースで増加している。その成長の裏には、独自のマーケティング戦略と教育制度があった。

営業力と立地戦略で農家に強い税理士に

私は農家の息子として生まれ、大学卒業後は9年間、農協で営業マンをしていました。税理士を目指したのは、「資産相続に悩む農家を救いたい」という思いからでした。都市部の農家は収入が少ない一方で、不動産という財産がある。そのため、相続になると高額な税金がかかるのです。だから、

「農家の資産をどう守っていくか」を原点にした会計事務所をつくらうと決めました。

横浜市緑区にある実家の敷地内で開業し、10期目くらいまでは、私が一人で営業していました。主な営業先は農協や金融機関です。

営業の際に大切にしているのは、品質とスピード。一つの事象に対して、さまざまな専門家に意見を聞いて集めます。私はその中で「どれが一番リスクが低いのか」を判断します。自分が正しいと思いません、複数の視点から見ると品質は上がります。それを、スピードを意識しながら行うことで伸びていきました。さらに、出版と農協でのセミナーで、農家の相続に強い事務所というブランディングを図っていったのです。

12期目に法人化し、JR中山駅の前に支店を開設しました。この場所を選んだのは、農協の真横だったからです。その翌年に開設した多摩川崎事務所も同じです。まだ顧問にはなっていませんでしたが、真横に事務所を構えて、既成事実をつくってしまっただけです。この頃には、農協とのタイアップ

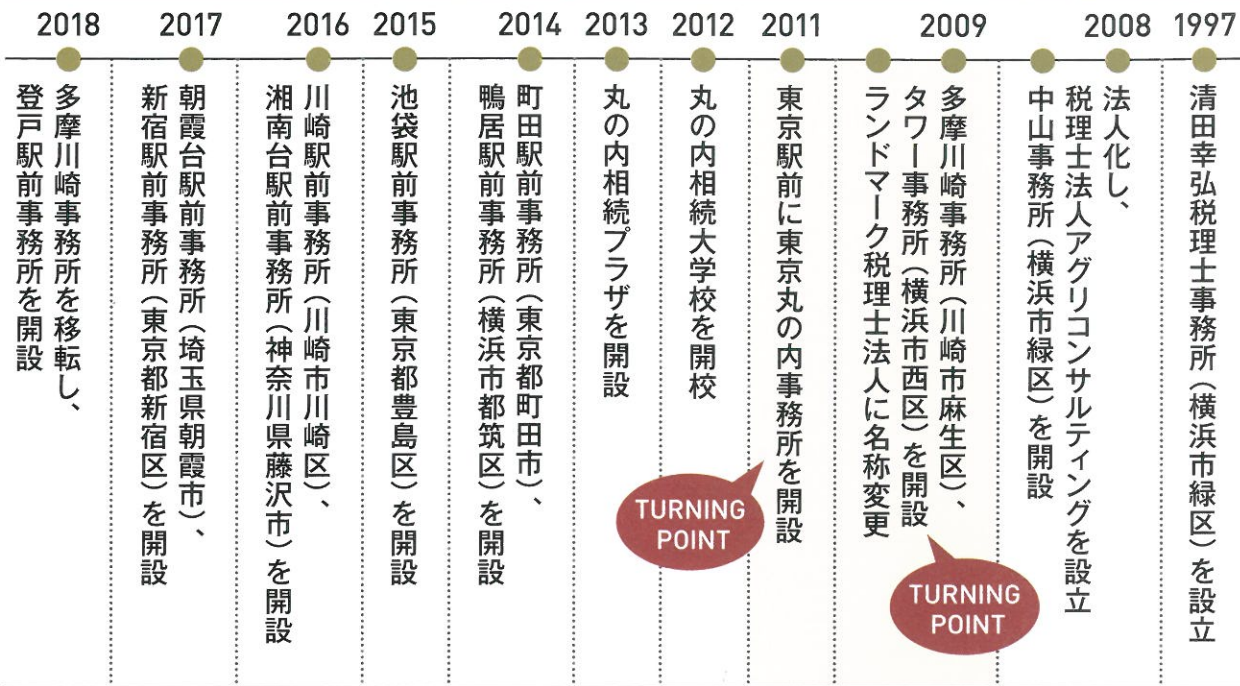
プのイメージが強くなっていました。次は活動エリア拡大のため、横浜市の中心部に事務所をつくらうと考えました。

郊外から都会へ大英断の進出

13期目に横浜ランドマークタワーへ出店し、事務所名も「ランドマーク税理士法人」に変更しました。これが、大型事務所へと成長することになった転機です。当時は売上3億円、従業員は30名程度でしたが、家賃を考えると危険でしたが、この決断がマーケティングやブランディングの面で非常に大きかったと思います。

その2年後には、東京駅の目の前に東京丸の内事務所を開設しました。実はそれまで、横浜の相続案件に対して、銀行は本店で提携している東京の税理士法人を顧問にすることが多くあったのです。その中には、私のセミナーを受講した生徒たちもいたのですが、彼らは、相続のプロとしてブランドを確立し、私たちの数倍の報酬をもらっていました。「それなら、私たちの方から東京に出よう」と

● ランドマーク税理士法人 History ●



横浜ランドマークタワーと丸の内への出店が、マーケット拡大の転機

清田流 成長の壁攻略法

出店戦略のほかにも、マスメディアへの積極的な広告出稿で認知度アップとブランディングを実施。また、徹底的な教育でサービス品質を向上させている。

営業・マーケティング

積極的な広告出稿で圧倒的な認知度を獲得

テレビやラジオのCM、新聞への広告出稿で、一般への認知度が向上。「業界内では有名な事務所でも、一般の人は知りません。ほかの事務所がやらないからこそ、広告の効果も上がります」(清田氏)。認知度の高さは、採用においても有利に働いている。

幹部育成

毎月のPDCLA※会議でノウハウを横展開する

課長以上が毎月集まり、売上や残業時間削減などで実施した施策と結果を数値情報で報告書にまとめてプレゼン。施策と結果がリンクしていないと、清田氏や参加者から指摘が入る。良かった施策はほかの支店でも実施することで、全体の底上げにつながる。

※PDCLA:P(計画)D(実行)C(評価)L(学習)A(改善)

ブランディング

ランドマークと丸の内立地をブランドにする

全国的に知名度の高い横浜ランドマークタワーへの出店に合わせ、『ランドマーク税理士法人』に名称変更。さらに、東京丸の内事務所は窓から駅舎が見下ろせるほど、東京駅の目の前。この2カ所への出店で認知度が上がり、ブランドを確立。マーケットも広がった。

教育

年間100時間超の研修で文化と知識を浸透させる

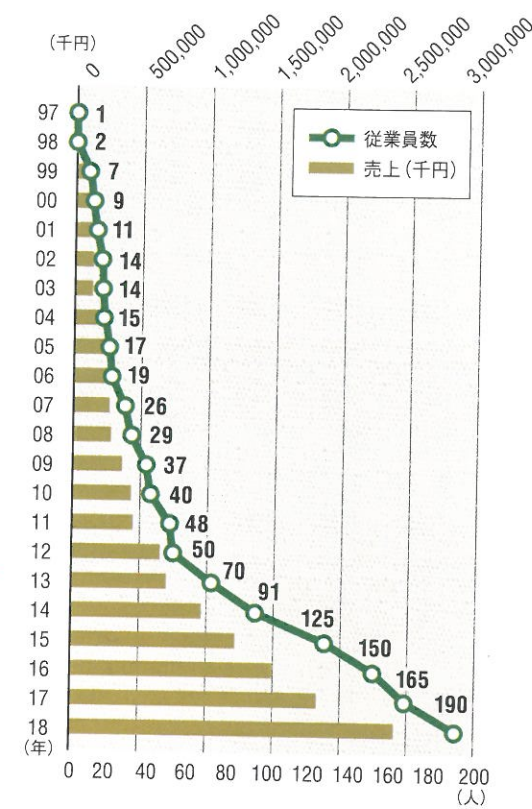
毎朝の朝礼で30分の研修を実施。税務判断の論点や税務署OBによる税務調査の研修を行うことで、担当案件だけでは学べない知識や視点が身につく。また、新入社員はOJTと並行して150時間の座学研修で相続税、法人税、所得税、消費税、添付資料の作成などを学ぶ。

決め、丸の内に出店しました。ランドマークタワーと丸の内への出店。この2つの相乗効果で、神奈川県と東京都で「相続ならランドマーク税理士法人」というブランドができました。さらに、テレビやラジオでCMを流しているのも弊社の特徴です。CMにより、一般の方たちへの認知度が格段に上がりました。

いちばんの商品は「人」教育にはとことん投資

多店舗展開を始めてからも、Web会議システムを使って朝礼を続けています。現在は国税OBの社員も多数いるので、進行中の案件に対して資産税の見解、法人税の見解、所得税の見解など、さまざまな論点から意見を求める場

[売上と従業員数の推移 ※売上はグループ全体]



にもなっています。最終的に私が決定するのですが、この審議過程を見るのがそのままだ教育になります。自分の担当案件数以上の経験を積んでいるのと同じですね。しかも、毎朝30分ですから、一年で100時間以上の研修を全社員が受けているのです。

また、月に1回幹部会議を開き、売上アップや残業時間削減のために各支店で取り組んだ施策の結果について報告を受けます。結果の出した施策は、ほかの支店にも横展開することで、全体のレベルアップにつながっています。

時代に合わせて自己成長できる組織へ

経営者としての現在の私の仕事は、決定とチェックです。経営者は常に、決定したことが行われているかのチェックをしなければいけません。みんな人間ですから、「やろう」と決めても、緩むときがあります。だから、私が率先してチェックする。朝礼を毎朝やる決めたら、私も毎朝参加する。各支店にも1カ月に1回足を運ん

私たちは会計事務所ですから、いまは税務が商材ですが、いつまでも税理士である必要はないと思っています。その時代にお客様が求めるものを提供できる組織になる。そのために、社員にはお客様の「御用聞き」になることを求めています。お客様の困っていることを引き出し、それに応える。このノウハウを体系化して、私がいなくても自己成長できる組織をつくるのが次の目標です。

経営者の仕事は決定とチェック。トップの意志が組織を変える。

Yukihiro Seita

ランドマーク税理士法人

創業/1997年 従業員数/190名(2018年12月時点) 本社所在地/神奈川県横浜市西区みなとみらい2-2-1 横浜ランドマークタワー37階 拠点数/12

