

御堂筋税理士法人 小笠原士郎先生の

# 企業をサポートする会計人ができる 実効性あるコンサルティングのしかた

企業コンサルティングができる  
事務所体制をつくる

御堂筋税理士法人グループ ファウンダー 小笠原士郎



図表1 開業前の1991年4月に作成した経営理念

## 経営理念

私たちは、適正納税の実現を本務とし、企業発展のよき支援者でありたいと希っています。

### — 基本指針 —

私たちは、リーガルマインドを涵養し、高い品質の税務サービスを提供します。

私たちは、計数についての専門知識の活用を出発点として、経営の改善に寄与します。

私たちは、経営者との対話を緊密にし、希望を理解し、誠実にその実現を目指します。

私たちは、たゆまぬ情報収集により、自己啓発に努めます。

### — 行動指針 —

計画～実行～反省～改善

仕事の期限の明示と約束の厳守

仕事のシステム化とマニュアル化

クレームへの即時・積極対応

品質に関する妥協の一切排除

新しいサービスの創造の不断の追求

礼節の重視

### — 自己啓発目標 —

知識分野を順次拡げ、常にアウトプットに勝るインプットを続け、情報発信能力を身につける。

あらゆる環境変化にも対応しうる、自らの価値観形成に努める。

前月号で、私は会計人ができる経営コンサルティングの技法をお話ししました。そこで今回は皆さんの事務所がそうしたコンサルティングができるようになる体制のつくり方をお話したいと思います。

皆さんも直観的に分かりだと思えますが、コンサルティングというものは自分で試してみても効果のあったことをアドバイスするものですが、したがって、皆さんが事務所を取り組んで効果を実感することが、説得力あるコンサルティングをできる必要条件になるのです。

## はじめに

今から34年前、世間は湾岸戦争やソ連の崩壊で喧しかった1991年の4月頃、私は6月のれん分け開業に向けて、事務所のCIと理念を自宅で考えていました。図表1に掲げたものは、そのときにつくった事務所の理念です。

私が小売人の息子で、日々母親の経営ぶりを見て育ち、忸怩たる思いを持ち続けてきたことは前回書きました。それが私の仕事のエネルギー

図表2 経営の方法論に基づく取り組み

<b>1 経営理念と行動指針の明確化と徹底</b>
・ 暗唱と朝礼での唱和、日常行動での具現化
<b>2 有為な人材の確保と好待遇・人事処遇制度・強みを活かす</b>
・ 給与制度・職能要件書・人事制度の整備
<b>3 経営計画中心で全員参加の経営・経営チーム重視</b>
・ 家族経営の排除
・ 経営計画のPDCA：計画合宿・目標管理・コックピット・コックピット会議・1on1
<b>4 マネジメントの確立</b>
・ 仕事のPDCA：ふりかえり → 計画 → スケジュール管理
・ マネジメントのしくみ・職務分担・標準化と品質のこだわり・契約書・顧問料基準
<b>5 時間管理と時間当たり生産性の重視</b>
・ 収入/投下時間：業務の標準化・省力化と高付加価値サービスの探求・開発
・ 強い財務体質志向
<b>6 民主的フラットな組織・学習組織を目指す</b>
・ 先生と呼ばせない・自由な服装・1on1・終日研修
<b>7 教育重視</b>
・ 終日研修、外部研修、インハウスでの研修実施
<b>8 勉強指向・ノウハウ開発</b>
・ 外部研修（創造経営・コーチング…）・読書・価値観学習
<b>9 高業績企業指向（Not Big で強い体質、財務重視、連邦経営）</b>
・ 成長への決意と成長、求心力と遠心力の調和
<b>10 道徳と経済</b>
・ ドラッカーと森信三先生に学び続ける

さて右のような取り組みをドラッカー経営の私の解釈、POST経営に当てはめると次のようになります。ちなみにPOSTとは、計画（P）、組織（O）、風土（S）、育成（T）のアクロニム（頭綴り文字）で、「支柱」という意味を込めています（次ページ図表3）。

私は、会計事務所の業績の基準は売上高経常利益率30%だと考えています。それは損益分岐点比率70%が頑健な経営の姿からです（両者

### まず生産性のめりき

コンサルタントというのは、うまくいく知識を売るのが商売です。もちろんそこでは仕入れた情報を扱いますが、それは経験により裏打ちされたものでなければ説得力がありません。

### 経営コンサルティングは自分でうまくいったことをアドバイスする

「私たちは税理士事務所としてとして中小企業の財務と経営に深く接してまいりました。そして経営者の方々の対話の中から、経営者の持つ問題や技術や技術を学び、実務に適用し経営の中から「知識」を蓄積してまいりました。……」と。

「あなたはそういうけれど、自分はどうなんですか？」と聞かれます。これは最も厳しいコンサルタントへのテストです。若い頃、「紺屋の白袴」ということわざを本で知りました。染物屋のくせに自分は白い袴を身につけている、つまり人には口やかましく言うが、自分のことになると、からきしだめな人間ということ。それで私は自分の事務所を高業績のぴかぴかの会社にしようと、開業した次の月から会議を開いて業績を共有しメンバーと1on1をし、その秋には経営計画の策定合宿をしていきました。

爾来、わが社は経営計画を中心として経営を行ってきました。毎朝経営理念を唱和して暗記させ、毎月一日社員を缶詰にして教育をほどこしました。メンバーたちもすなおについてきてくれたものです。ですから直接私の息のかかったメンバーたちは、経営コンサルティングやセミナー講師などは自然にできます。

私は業界の大物や急拡大している著名な方々のような発想も大胆さも行動力も持ち合わせていません。ましてビル・ゲイツやジェフ・ベゾス、イーロン・マスクのようなスケールも持ち合わせていません。ただピーター・F・ドラッカーさんの考え方を学び、それを頼みに仕事と経営をしてきた者です。彼は『創造する経営者』のなかでこういつています。「利益とは顧

客が価値を認めるもの供給することで得られる。価値はリーダー的な地位によってのみ実現される。それは業界において巨人でなければならぬということではない」と。つまり彼がいたことは、企業は経済的成果を挙げなければならぬ、そのためにはある分野で顧客が認めるリーダーシップを持つ企業にならなければならぬということ。さて、コンサルタントというのは、自分で試みてすぐ効果のあったことを他人に教えることが基本だと私は思います。だから経験的なことがらについて説得力あるコンサルティングをしようと思ったら、自分で実験し効果を確認しなければならぬと思うのです。それが「わが社は実験台」という私の信条の根源なのです。

### あなたの事務所をぴかぴかの事務所にする 具体的な取り組み方

数年前、メンバーの教育のために『御堂筋税理士法人経営の考え方』ドラッカーと道徳に基づいた経営のあり方」という私家本を書きました。これは私の自叙伝であり、経営の方法論でもありません（お望みの方には差し上げます）。そのなかで私は自分がしてきたことをまとめてみました。図表2がその主な取り組みでした。

はイコールです）。

そして、もしメンバーの物心両面の幸福を実現するために必要な平均年収目標を設定するならば、自ずと一人当たりの生産性は、2000万円は必要ではないでしょうか？問題はどのようにしてそれを実現するかです。私

まず、顧客ごとの1時間当たりの顧問料を出します。私は丁稚の頃からこのことをボスに叩き込まれてきました。そのためには日報を書かせ、労働時間を集計させなければなりません。次に目標を設定します。社員の年間労働時間を150時間×12＝1800時間とし（残業などはもっての外です。なぜなら税理士になるための勉強がなくなるからです。社員にそれを強要するのは所長のエゴ・甘えです）、金を稼ぐ直接時間比率が2/3だとすると直接時間は1200時間になります。それで2000万円稼ごうとするならば、1時間当たり1万6667円、これが具体的な生産性目標となります（目標は微分して日常の数値に落とし込まなければ意味がありません）。

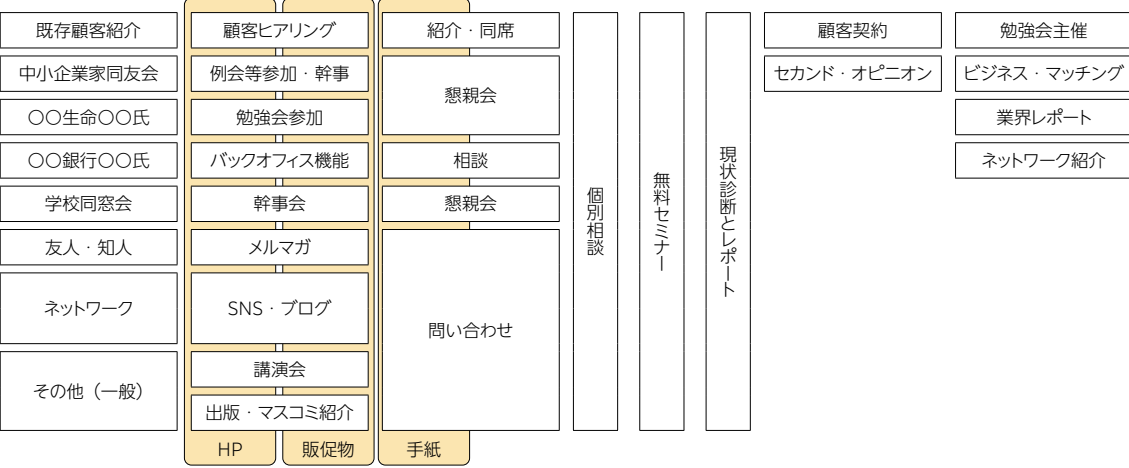
では、どうしてそれを実現するかです。生産性は収入÷時間です。ですから生産性を上げるには収入を増やすか時間を減らすかです。そこからいくつの方策が生まれます。1 値上げ、2 顧客の選別、3 仕事の効率化、4 しないこ

図表 3 会計事務所経営で取り組むべきこと

<p><b>P；経営計画中心の経営</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> MVV（経営理念・長期目標・経営指針）</li> <li><input type="checkbox"/> ニッチ No.1 戦略計画の立案</li> <li><input type="checkbox"/> 経営計画の実行管理・業績管理体制の確立             <ul style="list-style-type: none"> <li>・業績予測・経営のコックピットなど資料整備</li> <li>・目標管理と 1on1 の体制</li> <li>・業績管理の会議（全員参加）と計画推進</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> マーケティング（プロモーションとチャネル開発）             <ul style="list-style-type: none"> <li>・増販戦略と活動・トップセールス</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> ブランディングーロケーション・CI・環境整備</li> <li><input type="checkbox"/> イノベーション（新サービスの開発・導入）</li> <li><input type="checkbox"/> ネットワーク開発</li> </ul>	<p><b>S；風土の構築</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 生産性を高める             <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客別採算性の把握と改善</li> <li>・時間短縮への組織的取り組み</li> <li>・業務範囲の見直し・不採算サービスの廃止</li> <li>・組織的値上げ体制</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> 品質管理体制の整備             <ul style="list-style-type: none"> <li>・業務手順・チェックリストの整備</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> チーム・ビルディング</li> <li><input type="checkbox"/> さまざまな内発的・外発的動機づけ</li> </ul>
<p><b>O；組織の整備</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 所長の仕事の見直しと確立</li> <li><input type="checkbox"/> 人事制度の整備（職能階層と評価制度の運用）             <ul style="list-style-type: none"> <li>・職能要件書の整備・人事制度</li> <li>・報酬制度と評価制度</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> 意思決定ルールの確立</li> <li><input type="checkbox"/> 経営管理情報システムの整備</li> </ul>	<p><b>T；人材の採用と育成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> トップ主導による教育体制の確立             <ul style="list-style-type: none"> <li>・社外研修の選定</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> 基準に合致した人材の採用</li> <li><input type="checkbox"/> トップのリーダーシップの訓練（学習・修養）</li> <li><input type="checkbox"/> 価値観教育</li> <li><input type="checkbox"/> 幹部の育成</li> </ul>

図表 4 増販活動のフレームワーク

紹介チャンネル	販促活動	接点	相談	契約関係	ファン化
顧客の探索ステップ→	A（注意段階）	I（関心段階）	D（欲求段階）	A（決定段階）	S（満足段階）



とを決めるなどです。あとはこれをどのように具体化し、なにがなんでも実行実現していくかです。

ビジネスで儲けようとするならば、富裕層を狙うのが手っ取り早いわけですが、世の中には大衆をお客様にして大儲けしている会社は多々あります。ですから言い訳は許されません。まさに経営のアイデア力が問われるのです。

**経営計画中心の経営**

次にちゃんとした経営をすることです。それは経営計画中心の経営を確立することです。企業は組織です。組織は人間の集まりです。企業組織は、顧客満足による永続を目指すもので、そのために必要なものは成長とメンバーのやりがいです。

その実現のために、なによりもまず経営計画を立てることが必要です。その骨子は、いかにして事務所がある特定の領域でNo.1になるかの方策です。これをメンバー全員でつくり、そしてそれを一年間追いかけていくのです。

そのために、毎月決算予測をし、なすべきことをしたかどうか、それは効果があったかどうかを確認し、毎月翌月までの宿題を決めます。

そのためのツールが経営計画書、儲けのカナビ、経営のコックピット、目標管理シート、

投下時間管理表、重点顧客取り組み管理表、各種分析資料などです。こうして全員が経営を共有し、自分のこととして取り組むようになります。そうしますと、自然に幹部人材が育ってきます。私はこれらのツールは講座で全て提供するつもりです。

そして、これを愚直に続けていき、毎年パフォーマンスを測定していきます。経営は試行錯誤です。こうして次第に自らの事務所の成長と利益充実の手ごたえを感じたら、あなたのコンサルティングにおける説得力は高まっていくのです。

**マーケティングとブランディングをする**

ドラッカーがいうように、ニッチNo.1が高業績への条件だとすると、会計事務所もマーケティングとブランディングをしなければなりません。ですが、そもそも職人気質で営業などが苦手だから会計人になりましたというのが通例ではないでしょうか（少なくとも私の場合は）。

ですが、自分で商売をするとなれば、それではやっていけません。そのためにはマーケティングとブランディングが必要です。そこで次の図のように増販のための販売促進のデザインをします。私もこれをつくって全員で取り組んで

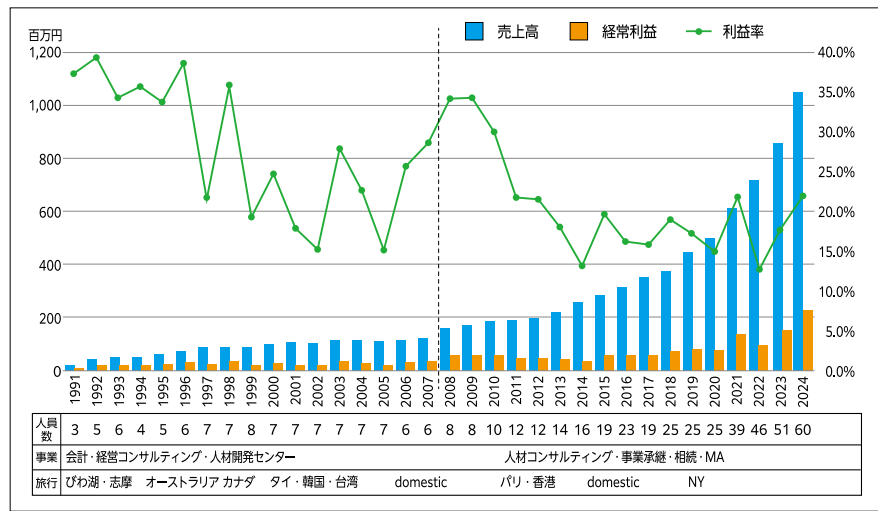
**経営の発展は結局人が育つことによる**

いきました。やがて巷で「知ってる知ってる、あんだとこ。よう名前聞くで」となれば知名度が上がった証拠です。SNSを武器に垂直立ち上げる才人はともかく、私のような凡才は戦略の実行に時間がかかります。飽きずに努力し続けることです（図表4）。

私は凡人であって、いまだに大した成長もしていませんし、まして成長の秘訣など聞かれても答えられません。ただ言えるのであれば、現トツの才木や松本をはじめ、ええ人が入ってくれたなあということ。私は落語家一門（独立）よりも吉本興業（所属）のような組織にしたかったので、彼らが御堂筋にいるほうが一人でするよりもやりがいがあるようにしようと思ってきました。やればよく分かりますが、これはなかなか難問です。そのためには次のようなことを実現しなければなりません。

まず事務所を私物化しない、パブリックなものとする事です。そのため業績はフルオープンにする（オープンブック・マネジメントという）、人事制度（身分・給与・評価）をきちんと整える、大企業を超える報酬や労働条件を実現する、そして徹底的に理念、知識、スキルを

図表5 御堂筋税理士法人の創業以来の業績推移



それを実現するためには、自由に意見が言える風土が前提として必要です。そしてそれを可能にするのは、トップの『聞く耳』です。そのためにこそトップには価値観の修養が必要にな

ります。

教育し訓練することです。人が育てばしめたものです。頼りになる人間が増えれば増えるほど、成長への条件が整うからです。敬愛する故松岡正剛さんは、「頼りになる人間が10人いれば世界を制覇できる。キリストも、孔子も、ブッダもそうだ。」と書いておられます。けだしそのとおりです。鍛えるのです。教えるのです。その成果は、メンバーのものとなるのです。



小笠原士郎(おがさはら・しろう) 先生のプロフィール

御堂筋税理士法人グループ ファウンダー。大阪大学経営学科卒業、株式会社クボタ、会計事務所勤務を経て1991年創業。経営を成長発展させたいと願っている中堅・中小企業の経営者・後継者にワンストップで経営のサポートをできる会計事務所をめざし、現在、税務・経営コンサルティング・人事コンサルティング・IT・事業承継と組織再編・M&A・個人資産税の7つのサービスを展開し、経営コンサルティングのできる会計事務所でリーダーシップを発揮し、6時に電気が消え、業界平均の2倍の生産性、1.5倍の給与水準を実現し、18年連続で年平均115%の堅実な増収増益を続けている。会計のことをわかっている経営コンサルティングが顧客に安心を与えるという信念のもと、決算書→課題→その分析→原因→対策というSuper財務MAS、およびニッチNo.1経営戦略→カーナビとコックピットによる経営の数字による見える化→コックピット会議による高業績追求というコックピット・コンサルティングの技法を駆使して、顧客に伴走して高業績化を追求する。ドラッカーの教え、パナソニックで学んだ内部管理、管理会計を駆使した分析、森信三先生に師事した修身学を駆使し、各メガバンク、東阪商工会議所、東阪投資育成などでドラッカー経営、数字、マネジメントスキル、後継者・幹部育成法などを教えている。現在有志の会計人を集めて5年にわたりコックピット・コンサルティング・カレッジ(CCC)を主宰している。

### 学び続ける組織を創る

私は小さな頃、テレビでアメリカのホームドラマを見て育ってきました。そこで植え付けられたものは、アットホームでフランクな雰囲気です。ですから創業したときからそういう風土を目指してきました。

そのためにまず、私を先生と呼ばせないことを徹底しました。ですからわが社は誰でもさんづけです。そして服装は自由にしました。しか

るのです。

以上、あれこれと述べてきましたが、これは才覚も勇気も乏しい私のささやかな体験です。最後に大変おこがましく恥ずかしいかぎりですが、わが社の創業以来の業績を公開しておきます。

解説しておく、2007年に『回心』<sup>※</sup>が訪れるまでの長い助走期間は、私の覚悟と力量のなさのせいであり、また売上高経常利益率が30%に満たないのは、かなりの人材(10名程度)の先行投資のためです。

※『回心』とは、使徒パウロがダマスコへの道で遭遇したような、天からの召命とそれに対する贖罪・受諾です。

### 終わりに

前月と今月にわたり、私が近く開催する『Super財務MAS&コックピットコンサルタント養成講座』の趣旨と内容をお話しさせていただきました。3月号では、企業は皆さんに会計処理だけでなく当然に経営のアドバイスを期待していること、単なる会計処理屋では今後の事務所発展は期しがたいこと、皆さんは期待に応える財務知識の強みを持っていること、しかしお客様の期待に応えるには単なる問題の指摘だけでなく、業績向上への具体的課題に踏み

し一方で、ドラッカーさんは「成果中心の精神」を唱道しておられます。

そこから生まれた私の組織風土のキャッチコピーは「明るく元気で業績には厳しい」というものです。そしてそのためのキーワードは『学び続ける組織』なのです。

企業は生き物です。生き物の進化仮説は『進化論』です。その原理はDNAの突然変異による自然淘汰ですが、企業の場合には試行錯誤による顧客満足の実現です。ですから経営では試行錯誤による仮説立てと検証がとても大事な

込む必要があること、それは学べば誰にでもできること、その具体的な方法を解説しました。

そして今月は、そのための成功体験を事務所で味わうべきこと、その方法と手順を解説しました。それらは全て私が経験から体得し、現トップの才木をはじめ、私の事務所のメンバーに教えてきたものです。

さて私は、私の裸の姿をすっかりお見せしました。皆さんは感じるところ、ヒントがあったでしょうか？ 私の恩人であるお客様の社長さんは、こう仰って私に奮起を促されました。

「小笠原君、税理士は企業の医者でなきゃいかんよ！」

私はその言葉を肝に銘じ精進してきたつもりです。そのあり方の全てを皆さんに伝えたい！ 会計人コンサルタントの育成は私の職業人生の最後の業界へのご奉公、ご恩返しです。皆さんならきっとできる！ 皆さんのなかで、それならと意欲を持つ方々がいらっしやれば、とてもうれしく思います。

さあ共に学び、生きがいのある会計人人生を切り開いていこうではありませんか！

終わり

小笠原士郎先生が講師を務める「Super財務MAS・コックピットコンサルタント養成講座」のご案内が次のページにあります。ぜひご覧ください。  
(編集部)

## プログラムの概要

- \* 開催期間 第1期Super財務MAS講座 2025年7月～2026年6月  
(第2期のコックピット・コンサルティング講座も開催予定)
- \* 開催時間 基本13:30～17:30  
(オリエンテーション、第1回、第3回は10:00～17:30)
- \* 開催場所 御堂筋税理士法人グループ研修室 〒541-0042 大阪市中央区今橋4-1-1  
御堂筋三井ビルディング4階(地下鉄御堂筋線淀屋橋駅⑨出口直結)
- \* URL [www.management-facilitation.com](http://www.management-facilitation.com)
- \* 参加費用 1人目:120万円(全回)、2人目以降:60万円(3人まで受講可能)消費税別(定員10名)(助成金利用可能)
- \* オリエンテーションのみ所長(それに準ずる経営責任者)ご出席のこと



## プログラムの内容

回/日にち	テーマ	内容
オリエンテーション 6月11日(水)	事務所コンサルティング体制の確立 —— 小笠原ができてきた効果があったこと	・事務所の歴史をふりかえり、マネジメント体制を評価する ・今後の経営コンサルティングの取組みと体制を考える
第1回 7月8日(火)	ビジネスモデルが決算書を作る —— 業種別高業績化の管理ポイント	・簿記の本質と原理、ビジネスとお金の動きと帳簿の関係 ・業績の決定要因は、運転資金か設備資本か人件費か?
第2回 8月6日(水)	経理部長の仕事を知りたい —— 全容を理解し共有・アドバイスできる	・業績の報告と管理・財産を守る・数字の教育が仕事である ・事例で会社の1ヶ月の帳簿作成プロセスを体験する
第3回 9月11日(木)	経営者となって経営を体験する —— 経営と業績の関係を腑に落とす	・マネジメント・ゲーム —— あなたの意思決定が業績を決める! ・ゲームで経営感覚と管理会計を学ぶ
第4回 10月6日(月)	決算書を評価する方法を学ぶ —— 生産性高く、儲けて金が残っているか?	・『経営の診断書』の作り方と解説のしかたを学ぶ ・顧客の決算書を分析し、財務から見た経営課題を特定する
第5回 11月5日(水)	コンサルタントのための会計講座(1) —— 管理会計と原価計算を習得する	・コンサルティングに欠かせない管理会計のセンスを身につけ、 身体にしみ込んだ税務会計の思考癖を頭からたたき出す ・業績改善のカギとなる原価計算と原価管理の技法を学ぶ
第6回 12月11日(木)	コンサルタントのための会計講座(2) —— B/Sとキャッシュフローを習得する	・バランスシートとキャッシュフローに強くなる ・財務体質を改善する方法を学ぶ
第7回 1月15日(木)	クライアントのビジネスを理解する —— 帳面を整理するだけでなく、ビジネスを知る	・クライアントのビジネスの特性を理解する ・クライアント(あるいは自社)のビジネスモデルを作る
第8回 2月12日(木)	業績評価のものさしづくり —— コンサルで役立つ予算の作り方	・前年比主義でない、積上型販売予算、分析型製造予算の作り方を 学び、評価と分析と議論を可能にする指標を作る
第9回 3月17日(火)	コンサルで使いものになる月次決算 —— 作り方、評価のしかた、課題抽出法	・会計人の独りよがりやを払しょくし、経営視点に立った月次決算 ・予実対比PLや部門別PLなどの作り方と課題の提示のしかた
第10回 4月14日(火)	指摘した課題の分析法を習得する —— 損益分岐点・パレート分析・生産性・PQ他	・数字を見る4つの視点、受注可否の評価法、設備投資の評価法 ・資料の作り方とそのために必要な分析の視点
第11回 5月12日(火)	PL —— 損益構造の説得力ある 課題分析と 共有のしかたを学ぶ	・売上高・限界利益といった経営のアウトプットの分析法 ・固定費の分析法
第12回 6月9日(火)	BS・CF —— 財務構造の説得力ある課題分 析と共有のしかたを学ぶ	・売掛金と在庫の分析法・設備資金他の分析法 ・財務構造のスリム化健全化の技法

## お申し込みとお問い合わせ

御堂筋パートナーズ株式会社 経営コンサルティング・チーム 中まで (TEL 06-6205-8960)



## 企業の支援と経営コンサルティングをめざす会計事務所向け

# Super財務MAS・ コックピットコンサルタント育成講座

## 本講座の特長

- \* 御堂筋税理士法人グループ ファウンダーの小笠原士郎が実践している会計人でもできる本格的なコンサルティング技法を公開する。
- \* 御堂筋税理士法人のメンバー、全国のこころざしを同じくする人たちと、ともに学び交流できる。
- \* ドラッカー思想を中小企業で実行する具体的技法とツール・フォーマット類を入手できる。



御堂筋税理士法人グループ 小笠原士郎

## はじめに

皆さん、こんにちは。御堂筋税理士法人のファウンダー小笠原です。私は企業の経営を支援したくて税理士になりました。そして本当に多くの経営者の話を聴き、会計事務所に対する期待と不満を感受し、彼らの願いに応えるためにない智慧を

しぼり、40数年にわたり“なんちゃって”でない、効果的な経営コンサルティングの技法を進めてきました。

“なんちゃって”とは「先生、うちの課題はなんですかね?」「売上が足りないことですね」「ではどうしたらいいですか」「それは自分で考えてください」といった“あるある”の自称コンサルティングです。

効果的とはクライアントが儲かるようになることで、例えば「先生、うちの課題はなんですかね?」「生産性が低いことですね」「ではどうしたらいいですか」「まず製品別の機械1時間当たりの限界利益を出してみましょ」「低いものにたくさん

の時間がかかっていますねえ、なぜですか?」「顧客がうるさいので効率が悪いんです」「ではどうしたらよいと思いませんか?」「顧客と交渉して品質の限度を定めてもらいます」といった“会計人ならできる分析と対話”によるものです。

実際、この方法で社員10名で年間3,000万円の赤字をたれ流していた町工場SA社が、わずか3年で1,000万円の利益を出すようになり、社員がイキイキとし、自信をもって意見をいう会社になりました。

私のコンサルティングの方法は、会計人の強みに加え、経営学の神様ドラッカーをはじめ古今東西の思想家の教え、事務所

で実験してきた考え方と技法、お客様での実践での学び、年間50回行ってきたセミナーでの気づきを総合してブラッシュアップしてきたものです。私はそれをツールとしてメンバーを育て、彼らが半日で数十万円を請求できるようにしたのです。

私もキャリアのラストシーンを迎え、後輩の方々に私が培ってきた具体的な技法を余すところなく伝え、中小企業の経営者にとって唯一の相談相手である会計事務所の価値を高めて行きたいと考え、最後の授業をさせていただこうと思いつきました。私の考えに共感していただける、こころざしをお持ちの皆さん、ぜひいっしょに学びましょう!

## 講師紹介: 小笠原士郎 (御堂筋税理士法人グループ ファウンダー)

大阪大学経営学学科卒業、株式会社クボタ、会計事務所勤務を経て1991年創業。経営を成長発展させたいと願っている中堅・中小企業の経営者・後継者にワンストップで経営のサポートをできる会計事務所をめざし、現在、税務・経営コンサルティング・人事コンサルティング・IT・事業承継と組織再編・M&A・個人資産税の7つのサービスを展開し、経営コンサルティングのできる会計事務所でリーダーシップを発揮し、6時に電気が消え、業界平均の2倍の生産性、1.5倍の給与水準を実現し、18年連続で年平均115%の堅実な増収増益を続けている。会計のことをわかっている経営コンサルティングが顧客に安心を与えるという信念のもと、決算書→課題→その分析→原因→対策というSuper財務MAS、およびニッチNo.1経営戦略→カーナビとコックピットによる経営の数字による見える化→コックピット会議による高業績追求というコックピット・コンサルティングの技法を駆使して、顧客に伴走して高業績化を追求する。ドラッカーの教え、パナソニックで学んだ内部管理、管理会計を駆使した分析、森信三先生に師事した修身学を駆使し、各メガバンク、東販商工会議所、東販投資育成などでドラッカー経営、数字、マネジメントスキル、後継者・幹部育成法などを教えている。現在有志の会計人を集めて5年にわたりコックピット・コンサルティング・カレッジ(CCC)を主宰している。