

2015年相続税改正

相続マーケットの 拡大は事務所に 恩恵をもたらすか？

来たる「2015年」に向けて、各事務所の相続マーケットに対する活動が活発化している。試算によれば1.5倍に拡大すると見られているマーケットは、果たして会計事務所に恩恵をもたらすのか？

共通するのは「敷居の低さ」 2015年はもう始まっている

相続を専門とする税理士法人が次々と新たな試みにチャレンジしている。

資産税に特化したある税理士法人は、不動産業者とタッグを組み、相続税課税の有無や課税額の目安、対策を説明するとともに、相続対象となる不動産の簡易査定などを無料で行うサービスを開始した。

また、ある税理士法人は相続に関わる実務を一本化し、ワンストップで受注するパッケージを開始。金額も定額プランを用意するなど、誰にでも分かりやすいサービス提供を行っている。

「当社では5月に『丸の内相続プラザ』をオープンし、相続の無料相談を行っています」と語るのは、ランドマーク税理士法人の代表社員、清田幸弘氏だ。

丸の内相続プラザでは、相続に関する情報を得られるほか、専門のスタッフによる無料相談が受けられる。開設以降、毎日ブースが埋まるほどの人気を集めている。

相続への関心が高まりを見せる

中、これをビジネスチャンスと捉え生前からの顧客の取り組みに力を入れている。

「丸の内相続プラザでは月に2回、相続に関するミニセミナーを開催しています。相続に関して何もわからないお客様と顔を合わせたお付き合いをすることで、相続が発生した際にご依頼いただきやすくなるための施策です。2年後を見据えて種まきを今行っているんです」(清田氏)

これらのサービスに共通するのは、相談に対する敷居の低さとシンプルさだ。2年後の相続税改正によって、これまで相続税とは無縁だった層を取り込み、将来の相続案件の獲得に備えた動きが活発化している。

相続専門と謳うだけではNG その後ろ盾はどこにあるのか

その背景には、相続マーケットの拡大をビジネスチャンスと捉えているのと同様に、他士業や他業種からの流入に対する危機感がある。

弁護士、司法書士、大手都市銀行、不動産業者はもちろん、最近では地元密着の地方銀行も参入、2年後を見据えた競争は激しさを増している。

「当社では他士業や他業種と争うというよりも、手を組んで協業していると考えています」(清田氏)

生き残りのための戦略として、正面からぶつかり合うのではなくネットワークとアライアンスを組み、相乗効果を狙う。これは相続ビジネスを取り扱う勢力が今後集約

化していくことを示す。

実務面だけではなくマーケティングの側面においても力を合わせることで顧客への説得材料とする。これから増えていく相続マーケットのターゲット層は、会計事務所のことなど右も左も分からない状態だ。その際に、ただ「相続専門の会計事務所」と謳うだけでは受注へと結びつけるのは難しくなっていくだろう。

「相続への関心も高まり、雑誌やムックなども多く出版されました。それにとまって潜在顧客のリテラシーも高まっています。相続の実務が難しいことも、経験の少ない事務所に依頼したら損をしてしまうかもしれないことも、広く知られるようになってきました」(清田氏)

これまでは、相続が発生したら身近な会計事務所に申告を依頼して

済ませていたケースが多かった。しかし今後増えるターゲット層は「身近な会計事務所」の付き合いすらなかった顧客層となる。

彼らがどうやって会計事務所を探すのか。相談への敷居が低く、申告件数などの実績に安心感があり、広くアライアンスやネットワークを組んでワンストップで対応できる事務所に依頼するようになるだろう。結果として、相続案件に積極的ではなくスポットで受注していた会計事務所への依頼が減少すると考えられる。

相続マーケットの拡大は、顧客層に安心感を与えられる一部の会計事務所に恩恵を与え、これまで特に力を入れてなくても受注できた会計事務所にとっては、痛みを伴う方向へと進むかもしれない。

(4面に続く)

INDEX

- 「会計事務所の顧客拡大ビジネスフェア 2013」開催レポート……………2
- [ベンチャー会計事務所]
中堅企業に特化した「高付加価値提供事務所」6
- [スペシャルインタビュー]
自分の強みを把握することが
顧客拡大の第一歩……………7
- [会計事務所経営研究会]
顧客からの信頼を強くする「FCG通信」10
- [Webマーケティング]
メールマガジンを攻めの
アプローチに利用し顧客開拓……………14

Webとの連動で業界がもっと分かる！
このマークが目印です

トレンドデータ Trend Data

求められる 明確な料金体系

「相続+税理士」でGoogle検索を行った結果、表示された会計事務所のホームページは全部で293件。そのなかで、相続税申告に関する料金をどのように記載しているかを調査した。

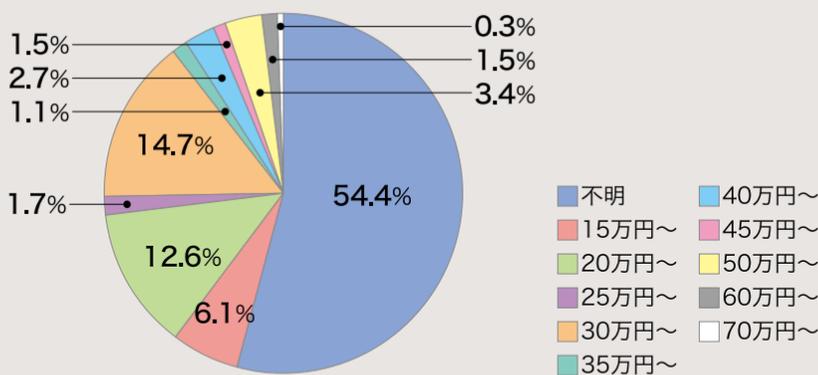
結果、160件の事務所が「不明」。ペー

ジをみただけでは会計事務所にいくらでお願いできるのかが分からない作りになっている。

一方、金額を具体的に出している事務所では、「15万円～」の最低価格から最高は「70万円～」まであるなかで、最多の価格帯は「20万円～」となった。

2015年の改正で拡大する相続マーケット層は会計事務所とは無縁。「お世話になっている税理士先生だから」と案件を依頼する傾向は少ないと見られる分、分かりやすい明確な料金体系が求められる。

■HPで公開されている相続受注金額



出展:「相続+税理士」でGoogle表示される全293事務所のホームページ(平成25年7月調査)



(1面の続き)

F 相続マーケットの 拡大は事務所に 恩恵をもたらすか?

地元密着のマーケティング活動で
潜在的な顧客にリーチする

規模の大きな税理士法人が相続に対して積極的なマーケティングを行うなかで、中～小規模の事務所はこれからどうすべきなのか。そこにはいくつかの課題が挙げられる。

- セミナーや無料相談会の実施
- 価格の明確化
- 地元密着のPR活動

ランドマーク税理士法人の清田幸弘氏は「セミナーは相続受注に効果的です」と話す。

実際に顔を合わせて相談し、互いに顔と名前が一致する相手だと安心感が大きく違う。セミナーで、事務所が相続案件に対して問題なく解決できるというアピールと合わせて行いたい。

価格の明確化もポイントだ。今後、相続を依頼する事務所をよりホームページ経由で探すお客様が増えていく。その際に、一体いくら掛かるのか分からなければ相談もしにくくなる。

また、相談の際にも「価格は遺産の総額によりますね」ではお客様は不安に感じてしまう。そもそも、自身の相続金額が正確にいくらなのか分からないお客様が大半なのだ。

相続マーケットが集約化することが予想される一方で、地元密着のマーケティングはまだまだ有効だ。

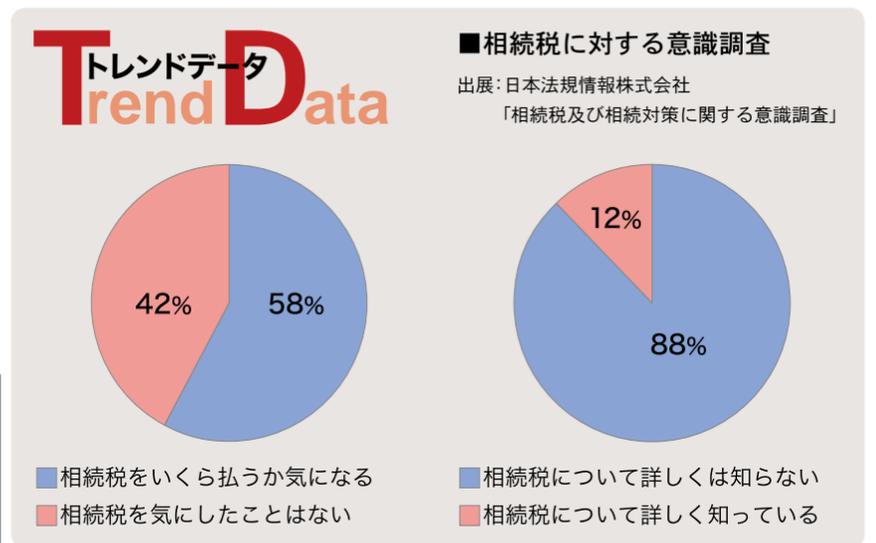
平成23年度の相続申告件数は約5万件。そのうち、相続を専門とする大規模税理士法人の受注数は約1～2%だ。90%以上のマーケットはいまだ未開拓。ここからさらに2015年には1.5倍に拡大するといわれている。

地域に密着したセミナー活動では、お客様の開拓はもちろん、地域の金融機関や不動産業者、他土業のつながりも作ることができる。

顧客を安心させるための ブランド力の構築も必須

ブランドの構築も欠かせない。

「東京への進出前、相続案件で相見積もりとなった際に『東京の事務所じゃないから』という理由で



負けたことがあるんです。依頼する際の判断基準としてブランド力が重要な要素になるとそのときに感じました」(清田氏)

相続税が一部の経営者や資産家だけではなく、大衆課税となっていくなかで、案件を獲得するためには相談者にさまざまな角度からの安心感を与える必要が出てきた。

資産税実務について全国100人以上の税理士から相談を受けている税理士法人エクラコンサルティングの代表社員、田中誠氏(アックス資産税パートナーズ理事)は、ネットワークこそがお客様の安心につながっていくと話す。

「複数の専門家によるネットワークがついていれば、お客様に安心感を与えられます。また、現実問題として相続案件の実務は税理士だけでは完結させられません。実務面においてもネットワークの構築は急務

です」(田中氏)

このネットワークの構築とブランディングを強化するには、一事務所が多大なコストと時間と労力を費やすよりも、資産税に特化した組織に加盟するのが良いだろう。

「私が理事を務めるアックス資産税パートナーズのような組織に加盟すると、他土業とのネットワークが築け、私のように資産税に特化している税理士のサポートも受けられます。ネットワークを駆使することで問題解決につながり、お客様の満足が高まるのです」(田中氏)

一気に拡大する相続マーケット。この変動は事務所拡大の好機だ。このチャンスの波に乗るか、それとも乗り遅れるか。決断のときは迫っている。

※アックス資産税パートナーズの活動については11面をご覧ください

新規獲得&
顧客流出防止を
実現します!

新世代型 最高品質

会計事務所専用メールアプローチシステム

グランデ

メールインパクトG登場!

他社の追随を許さない独自のシステムアプローチを構築

技術の継承
約**6**年

導入実績
約**400**件

配信実績
約**120**万件/年

さらなる
バージョン
アップ



新規顧問先の獲得

- 名刺交換をした見込み客を、取りこぼさない
- 継続的な情報配信で、商談のきっかけ作り
- 決算やセミナーを告知し、集客増
- 注目のSNSによる口コミの拡散



顧問先離れの防止

- 「最近連絡がない」といった不満を解消
- 様々なテーマの配信コンテンツで、社長様が喜ぶ
- 必要書類の案内もでき、ストレス軽減
- 送信結果をチェックして、しっかりフォロー

1 とにかく簡単。
誰でも使える、続けられる

Webの専門知識のない方でも、簡単に操作できます。登録時の簡単な設定で、定期的自動配信ができるから、1度きりで終わることなく継続し、自然に接触回数を増やせます。

2 プロライターによる、
高品質なメールコンテンツ

プロのライターによる質の高い多様なメール記事、差別化に大きく貢献するデザイン性の高いメールテンプレートが、ブランドイメージを高め、顧問先の他事務所への流出を防ぎます。



3 広告費と人件費。
ダブルのコスト削減

メールはDMやFAXなどの紙媒体の広告に比べてコストが低く、送った分だけお得になります。さらに、文章を書く手間が省けて、操作も簡単なので、職員さんの作業コストも最小限で済みます。