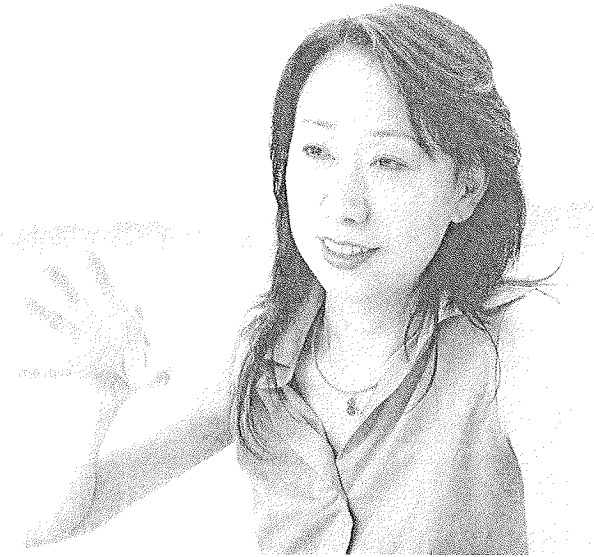


女性の特性に合わせたアドバイスで、 待ちの姿勢から攻めの姿勢へ



男性と女性では考え方や価値観が大きく異なる。しかし、税理士のセミナーや経営指導の場では、こうした男女の特性が無視されて進められるケースが多い。そのため、従来の考え方から脱却しなければ、女性の顧客を増やすことは難しいと言える。そこで、女性起業家やジェンダー特性について研究している(株)ジーアンドエスの萩原扶未子代表取締役社長に、女性起業家の考え方や会計事務所のアプローチ方法について話を聞いた。

株式会社ジーアンドエス
代表取締役社長 萩原 扶未子

経営者のサポートから脱却し、
今後は起業家を支援する方向へ

バブル崩壊後、会計事務所のあり方も大きく変わってきた。特に、景気低迷は底を打ったと言われるが、中小企業の倒産は依然として目立っており、全国的に企業数は減少している。これは言い換えると、会計事務所の顧客数も減少傾向にあるわけだ。そのため、多くの会計人がDMやFAXを活用して顧客確保に努めているが、こうした会計事務所のある方に萩原氏は疑問を投げかけている。「会計事務所も経営者だけでなく、これからは起業を考えている人に対してもっとコンサルティングを提供する必要があるのではないのでしょうか。すでに設立されている会社を支援する、いわゆる「待ち」のパターンから脱却する時期にあると思います」(萩原氏)。

萩原氏は起業家について研究を行っているが、そのなかでも目立つのが、少ない経営資源で独立するケースだ。

「特に地方の場合、経営資源を持たずに中途半端な状態で独立する方が少なくありません。その結果、廃業率も

8 特集

会計参与制度がもたらす 会計業界および中小企業への影響

辻・本郷税理士法人 代表社員 税理士 本郷 孔洋
右山秀一税理士事務所 所長 右山 秀一

8

20 INTERVIEW

顧客満足の経営コンサルを確立した 地方事務所のビジネス戦略を探る

株式会社サクセスプレーン 岩木弘勝税理士事務所 代表 税理士 岩木 弘勝

20

会計事務所の新たなマーケット拡大に 相続手続支援ビジネス

相続手続支援センター シグマジパン株式会社 代表取締役 半田 貢

26

事務所訪問

お客様の「お役立ち係り」に徹し、 町医者としてワンストップサービスを提供

名波税理士事務所 所長 名波 公彦

32

BMS特別企画1

飼沼新社長に聴く 新たなスタート地点に立った弥生の新事業戦略

弥生株式会社 代表取締役社長 飼沼 健
営業本部サービス企画部長 坂本 恒之
代表取締役会長 平松 庚三 (株式会社ライブドア 代表取締役社長)

41

BMS特別企画2

福祉と土地活用を有機的に結びつける 時代に即した新しい提案

リッチフィールド税理士法人 税理士・公認会計士 多田 美佐子
株式会社パワープロジェクトマネージメント 営業本部 第二営業部 次長 小山孝行

49

新連載

わたしの会計事務所応援歌 第一回

会計事務所の原点

ビズソフト株式会社 経営企画室 室長 中尾 安芸雄

60

BMS Special Report

女性の特性に合わせたアドバイスで、 待ちの姿勢から攻めの姿勢へ

株式会社ジーアンドエス 代表取締役社長 萩原 扶未子

67

72 連載

パワースタッフの目指す建物の総合メンテナンス 第5回

エレベーターのはなし
パワースタッフ一級建築士 岡松 道雄

72

税務会計系プロカーサミット・リレーエッセイ 第3回

ブログで探るネットの可能性
一柳毅税理士事務所 所長 一柳 毅

76

勝利する経営心理 第5回

人間関係構築のメカニズム
株式会社ビジネスラポール 鈴木 丈織

80

89 Business Report

- 日本パートナー会計事務所主催「中国・上海進出、ビジネス視察ツアー 2006」
- エプソン「応援シリーズ」から会計ソフトの最新版発売
- 「iのNHKの会」開催
- 全国農業経営専門会計人協会 発起人会 開催

自然と高くなっています」

では、起業する前に、なぜ専門家に相談しないのか。特に、税理士は経営者の身近な相談相手とも言えるが、この点について萩原氏は次のように言う。「税理士に知り合いがない人は、会計事務所へ飛び込みで相談することになります。その敷居が高くて皆さん、敬遠しているのが実情です。会計事務所が起業家をサポートする場合、いかに敷居を低くして起業家を呼び寄せられるかが課題と言えます」。

税理士のイメージを変えるには、自らの積極的なアピールが重要

会社を興すとすれば、いろいろな問題が生じてくる。そのため、専門家に相談したいと考える起業家も多いが、税理士を相談相手に選ばない理由として萩原氏は、「確かに、税理士業界も昔と比べてだいぶ変わったと思います。が、起業家から見れば、『税理士』イコール『伝票の処理をする人』という昔ながらのイメージが依然として残っています」と指摘する。

実際、萩原氏は石川県の産業創出支援機構や金沢市の委託調査を通じて、

女性の起業家や予備軍ら約60人に直接

インタビューした経験がある。こうした接触を通じて萩原氏は、「女性の起業家と話をすると、彼女たちが税理士を頼りになる存在だと思っていないことがわかります。これは、会計事務所の実情をよく知らないことが一番の要因ですが、逆の視点で考えると、税理士の方々も女性の起業家と積極的に接しようとしていない。つまり、会社として成長していないところには、真剣に目を向けようとしていないのではな

いでしょうか」と指摘する。もちろん、起業家に対して積極的に目を向けようとする税理士もいるはずだ。しかし、起業家が会計事務所の実情を理解していないにも関わらず、税理士のアピールは消極的と言える。こうした状況についても萩原氏は疑問を感じている。「たとえば、どの会計事務所でも看板を掲げていますが、ほとんど事務所の名前をアピールするだけです。『ここに会計事務所があります』という感じですね。ですが、もし看板に『創業の支援ならお任せください』とか、『起業家の借入れを支援します』といった文言があれば、起業

家も足を運びやすくなります」

また、起業家が相談に訪れて実際にサービスを提供する場合、会計事務所だけでは限界が出てくる。資金繰りはサポートできても、それ以外の各種問題については、近所の司法書士事務所や弁護士事務所を紹介するだけで、顧客がたらい回しにされるケースも少なくない。萩原氏は起業家支援には幅広いネットワークが不可欠だと言う。また、せっかく起業家に与えられた様々な特典を、税理士が見逃している点についても指摘する。「公的支援のなかでも、女性や起業家を対象とした有効な補助金は多々あります。こうした補助金は、社会保険労務士が専門分野になります。が、税理士としても情報提供することは十分できます。ですから、税理士はどのような補助金があるかしっかりと把握しておき、これらを上手にアレンジしながら顧客に書き方をアシストすれば、それだけでもかなりの金額を調達することが可能です」

ジェンダーの特性を理解して初めて女性起業家をサポートできる

萩原氏の研究テーマのなかに、ジェン

ダー特性というものがある。ジェンダーとは「社会的性差」のこと。萩原氏は、会社や組織内における女性の立場を研究し、セミナーや書籍の執筆、新聞や雑誌のインタビューを通じて、女性たちにエールを送っている。また、「組織内ジェンダー活用コンサルティング」を提供することで、企業が抱える問題をサポートしている。「女性の社会進出が進むなか、女性社員を管理職に登用しても、本人が積極的でない場合や、管理職になった段階で、同性の部下や男性の部下・上司とコミュニケーションがうまくいかず、潰れてしまうケースがたくさんあります。これは、ジェンダー特性を互いに理解ならびに把握できていない点から生じています」

こうしたジェンダー特性は、会計事務所へのサポートにも大きく影響している。特に、税理士が女性経営者をサポートする時、男性経営者と同じように指導しているのがほとんど。つまり、男性・女性という性質を無視して、同じ「経営者」としてサポートしているわけだ。しかし、こうした指導方法に対して萩原氏は警告する。「女性の起

業家や経営者は、女性特有の問題や課題、考え方を持っています。つまり、男性経営者と女性経営者では同じサポートが通用しないわけです。この点を無視している税理士は多いですね。だからこそ、逆に会計事務所としてジェンダーの違いを上手く押さえていけば、男女両方の経営者に本物の支援ができる事務所として、独自のカラーを打ち出せるはずですよ」

無意識のうちにミスを犯し、女性経営者の顧客を逃している

では、女性経営者は男性経営者と異なり、どのような特性があるのか。萩原氏はそのひとつの例として「金融機関の借入れ」を挙げる。男性は資金が苦しくなると金融機関からの融資を考えるが、女性の場合、金融機関から借入れをしてまで事業を行わないという。「税理士が女性経営者に融資を勧めて、その経営者が断った場合、税理士は『この会社は小さくしかやらないんだな』と思い、大きな収入を期待できずに深く関与することを避けるでしょう。しかし、全国の女性創業者のデータ特性でも出ていますが、女性



萩原扶未子（はぎはら ふみこ）

金沢市生まれ。大手システムハウス勤務後、昭和61年春、病氣、結婚と重なり退職。その後、システム開発のアルバイトを開始し、同年に株式会社ジーアンドエスを設立。コンピューターのシステム開発からデータ入力、テープ起こし、翻訳、データ変換、導入コンサルタントとトータルなサポートを全国ベースで実現。平成12年10月より、組織業務を分社譲渡し、株式会社ジーアンドエスと自身は、ITコンサルティング、企業コンサルティング、組織内ジェンダー活用コンサルティング、組織内メンタルヘルス・コンサルティングやこれらに関する執筆、講演、研修、調査、研究などに多忙な日々を送る。また、仕事の傍ら2006年3月に「女性起業家創出のための公的支援施策—石川県の事例研究」で、南山大学において経営学修士を取得。4月より北陸先端科学技術大学院大学にて、「女性起業家の創出」や「企業家のジェンダー特性」の研究をさらに追求中。

の場合は、小さく生んで安定的に育てる傾向があります。ですから、資金不足を懸念したからといって、すぐに借り入れをアドバイスすると女性は逃げてしまいます。こうした女性の傾向を捉え、どのように指導していくかが課題と言えます」

これは、銀行からの顧客の紹介にも同じことが当てはまる。新規顧客を獲得するため、銀行からの紹介を狙っている会計人も少なくない。しかし、銀行ばかりに目を向けていると、女性の経営者を逃してしまふ。「資金繰りを相談する際、男性は銀行を訪れますが、女性がどうしても融資を受ける必要に迫られた場合、銀行を敬遠して国民金融公庫などに相談するケースが多いです。銀行以外の金融機関にも、新規顧客はたくさん潜んでいるわけです」

さらに、税理士の注意点として、女性に対して最初から決算書の見方を説明することもタブーだという。特に、ギャンブルや浪費癖のある人は別として、一般の主婦がキャッシュフローを失敗して破産した話は聞かない。つまり、主婦にはキャッシュフローを十分に回せる能力があるわけだ。萩原氏は、

再来した女性起業ブームにおいて 会計事務所はどう対応すべきか

現在、女性の第三期起業ブームとも言われており、女性向けの起業セミナーは、都市部だけに限らず地方でもキャンセル待ちになっている。一般の起業セミナーは空きがあっても、女性という言葉がつくとすぐに満員になるほどの人気振りだ。萩原氏も以前から行政に対して、セミナーに「女性」とつけるように政策提案を行っている。

「私はいつも男性と女性を一緒にしないで欲しいと主張しています。ある程度の規模まで会社が成長すれば、男女一緒のセミナーを開催することもあるでしょう。ですが、まだ育つ前の段階では、男性と女性ではあまりにも違いがあります。女性の場合は啓蒙セミナーからスタートして、それから家計簿からキャッシュフローの話へと移り、それが決算書に変わっていく。このようにステップを踏んで説明していく必要があります。これは女性経営者に対する税理士の指導方法にも当てはまることです」

会計事務所が多くの起業家と出会う

「彼女たちはイレギュラーな出費にも対応し、しかもヘソクリまで作れます。ですから、こうした部分から話に入っていくと、お金の流れがスムーズに理解できます。しかし、その部分まで降りずに、いきなり決算書の話を持ち出してくる。税理士の起業家向けセミナーでも決算書の話をしている方がいますが、女性がこれを聞くと『自分にはとても無理だ』と思って壁を作ってしまうわけです」

女性向けのセミナーでは、 服装やキャッチコピーに注意

セミナーを開催する場合、ターゲットが男性と女性では印象の受け方も大きく変わってくるという。女性が税理士を見て敷居が高いと感じる理由に、萩原氏は「背広」を挙げています。「講師を務める税理士は、相手に失礼がないように背広を着ているのは分かります。ですが、女性からすると、『こんな立派な方が講師を務めるセミナーとは思わなかった』と、少し引いてしまう傾向があります」。また、セミナーの参加者たちが背広を着た男性で埋め尽くされていると、女性の参加者は違和感や圧迫感に

ためには、セミナーも有効策のひとつと言える。しかし、萩原氏は大きいセミナーを開くのではなく、小さな相談会を繰り返して行くことがベストだと言う。しかも、「税務相談のような堅苦しい雰囲気ではなく、気軽にお茶を飲みにくる『よろず相談』でも良いと思います。集客などは考えず、何の相談でも良いから窓口を設けてあげる。そして、あそここの事務所に行けば、創業のアドバイスをしてくれるというイメージを作ることが重要です。その後は、女性たちの口コミも期待できます」

確かに、起業を考える人たちは現時点において誰の目にも見えないだけに、会計事務所としても攻め方が難しいところだ。しかし、会社が設立されて表に出てしまうと、その瞬間、多くの会計事務所から営業ラッシュが始まり、競争が激しくなってしまう。女性の起業ブームが巻き起こっているだけに、顧客確保のチャンスを見す見す逃す手はない。萩原氏は会計事務所の対応策として、「会計業界でも差別化という言葉をよく耳にしますが、もっと視点を変えて極端に差別化すべきでは

押しつぶされて帰ってしまう人も少なくないという。「女性をターゲットとしてセミナーを開くならば、まずは雰囲気から変えていく必要があるでしょう。ラフなカジュアルスーツやノーネクタイなど、イメージから変える必要があります。これは女性に限ったことではありません。ターゲットを絞った対応というのはとても重要です。業種や業態、ジャンルに合わせた雰囲気作りを心がけていすね。ターゲットに応じて、一日何回も着替えるぐらいの感覚があってもよいと思います」

萩原氏がセミナーを開催する場合は、タイトルのつけ方にも注意を払っている。「女性向けのセミナーで、『新会社法に基づく新しい会社の作り方』というタイトルをつけて、そのサブタイトルとして『女性と創業』については、ほとんど人が入りませんでしたね。一番目立つキャッチのところは『会社法』という固い言葉がくると、女性は敬遠してしまいます。税理士の先生方のセミナーを拝見していると、もったいないキャッチやタイトルのつけ方をよく目にします」

ないでしょうか。会計事務所として、どのような方々を顧客ターゲットとして捉えるか。そして、ターゲットを絞ったらその方々にどのようにアプローチしていくか。それが女性の起業家や経営者であるならば、まずはジェンダーの特性を理解するとともに、とにかく『女性の起業家・経営者を支援します』と積極的にアピールしていくことが重要でしょう」と言う。

