



## SNS活用講座を追加した 「社外経営執行役員型コンサルタント養成塾」3期がスタート

柴山会計ラーニング株式会社（東京都新宿区）が運営する「社外経営執行役員型コンサルタント養成塾」が今春、3期目を迎える。同塾では、公認会計士でもある代表取締役社長の柴山政行氏が、自身のコンサルティング経験を基に体系化したノウハウを5回にわたり講義する。経営コンサルタントをサービスメニューに掲げる会計事務所が増えるなか、中小企業の売上アップや業績改善を実現する経営コンサルタントの養成は必須といえる。昨年に引き続き、今回の取材ではあらためて塾の目的や方針、新プログラムなどについて、塾長の柴山政行氏と、塾のディレクターで創設を後押ししてきたレッドスターコンサルティング株式会社代表取締役の大野 晃氏に伺った。（編集部注・大野氏はZOOM経由で取材に参加しました。写真撮影 市川法子）

### 実践的コンサルティングノウハウが 身に付く5日間

—— 弊誌2019年6月号で紹介した「社外経営執行役員型コンサルタント養成塾」が3期目を迎えました。今回の取材では1期、

2期を振り返りつつ、3期目に向けた意気込みを、運営会社である柴山会計ラーニング株式会社代表取締役社長の柴山政行先生、同塾のプロデュースを担当された税理士の大野晃先生に伺います。

まずは、柴山先生と大野先生のプロフィールをあらためてご紹介いただけますか。

**柴山** 私は大手監査法人を経て、平成10年に

柴山政行公認会計士事務所を開業し、平成24年に株式会社柴山会計ラーニングを設立しました。

柴山会計ラーニングは、経営コンサルティング、会計教材の企画販売、セミナーの3つの業務を会計事務所から分離して設立した会社です。私は現在、母体の会計事務所よりも、この会社での会計教育とセミナー講師として





大野 晃 (おおの・あきら)

レッドスターコンサルティング株式会社代表取締役。一般社団法人中小企業税務経営研究協会理事。一般社団法人相続手続相談士研究協会ディレクター。税理士。昭和59年生まれ。東京都出身。平成24年、税理士登録。平成27年、一般社団法人中小企業税務経営研究協会理事に就任。主な著書に、『繁盛する飲食店が必ずやっている開業資金の調達方法』（平成27年・秀和システム）、『税理士の「お仕事」と「正体」がよ〜くわかる本』（平成28年・秀和システム）がある。

の活動がメインになっています。

**大野** 私は、会計事務所勤務を経て独立開業し、現在はレッドスターコンサルティング株式会社を営んでいます。税理士さんたちに経営感覚を身に付けていただくべく、「士業から企業家へ」というコンセプトで設立した会社です。主にTwitterやYouTubeを使って、コンサルティング能力を養成するための講座と、個別コンサルティングを展開しています。—— YouTubeでは、どのようなコンテンツを発信されているのですか。

**大野** 税理士さん向けの経営コンサルティング能力養成、税理士事務所の今後の戦略のほか、AIやRPAを使った業務効率化などをテーマにしたものです。最近では、他の税理士先生や有能な経営者の方々との対談も配信しています。

—— YouTubeは、柴山先生もマーケティングに活用されていますね。

**柴山** もともと、子供向けの簿記学習などの配信からスタートしており、会計教育がメインになります。4月現在のチャンネル登録者

数は1万6000人弱です。

—— 社外経営執行役員型コンサルタント養成塾の概要と、創設の経緯をお聞かせください。

**柴山** 社外経営執行役員型コンサルタント養成塾は、プロの経営コンサルタントとして活躍できる会計人を育てる目的で立ち上げた講座です。

私はもともと、顧問先の社長さんや士業の方々から依頼されて、個別にコンサルティングの仕事を請けていました。そのひとりだっ

た大野先生から、「このノウハウを体系化したらどうか」と提案されたことがきっかけで、養成塾創設に至りました。

私自身、公認会計士としての知識を顧問先の経営に生かせるようになるまでには、さまざまな経験が必要でした。その経験から得たコンサルティングのノウハウを使って多くの税理士の先生方に、中小企業の社長の戦略アドバイザーになっていただくため、できるだけ実践的なプログラムで構成しています。

### 本物の経営コンサルティングができる税理士を養成

—— それでは、社外経営執行役員型コンサルタント養成塾の趣旨と目的、プログラムの内容を紹介していただけますか。

**柴山** 講義の柱は、行動原則、経営戦略、コミュニケーションの3科目です。これら3つの基礎知識を通じて、コンサルタントとしての在り方、やり方、伝え方、いわゆる心技体

を学んでいただきます。

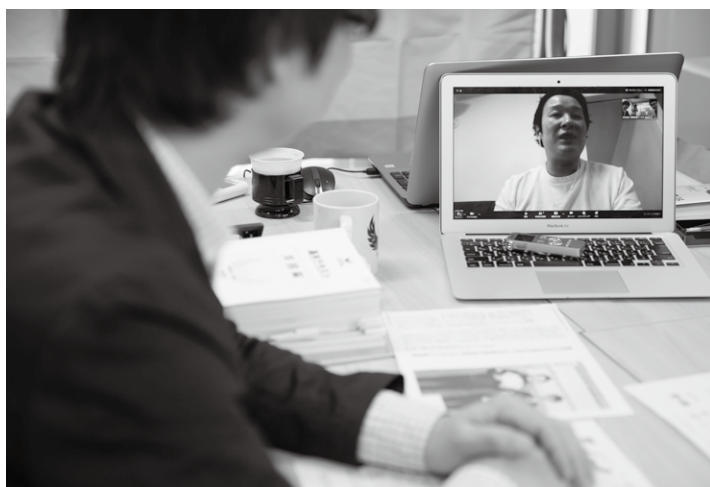
まずは心構えとして、「自分は数字の専門家である」という認識を変えていただきます。数字はあくまでも、経営の診断やアドバイスをするための道具と考えるのです。

この「在り方」を変えるだけで、普段の記帳代行業務や会計支援業務が、単なる作業から付加価値業務へと変わっていくはず。この行動原則に沿って「やり方」、すなわち経営戦略の体系的な知識を学んでいただきます。



柴山政行 (しばやま・まさゆき)

柴山会計ラーニング株式会社代表取締役。柴山政行公認会計士事務所所長。社外経営執行役員型コンサルタント養成塾塾長。公認会計士・税理士。昭和40年生まれ。神奈川県出身。埼玉大学経済学部経済学科卒。平成4年、公認会計士2次試験合格、大手監査法人に入所。上場企業などの会計監査に従事。平成9年、監査法人を退所し個人会計事務所に勤務後、平成10年、柴山政行公認会計士事務所を開設。平成24年、柴山会計ラーニング株式会社を設立。コンサルティング・記帳代行・ビジネスセミナー運営などの業務をスタート。メールマガジン「5分でわかる！社長のための財務分析」の発行・教材の製作を行う。主な著書に『日本一わかりやすい会計の授業』（実務教育出版）、『Google経済学』（フォレスト出版）、『儲かる会社になる「バランスシート革命」』（光文社）などがある。



税理士試験には経営戦略という科目はありませんが、公認会計士試験には「経営学」はあっても、コンサルティングの実践に直結しているかという点、疑問が残ります。しかし、会計事務だけではコンサルティングはできません。経営戦略こそが、中小企業の社長さんが求めるものだからです。数字に関わる作業は全て機械任せ、税理士、会計士はもって付加価値の高い戦略的な仕事に注力すべきです。

次に「伝え方」として、コミュニケーション力を養っていただきます。コミュニケーションに苦手意識を持つ会計人は多いと思いますが、近い将来AI社会、従来の税理士業務の大半が機械に取って代わられる時代が到来します。人は否応なく、対人サービスにシフトしていかざるを得なくなるでしょう。

このように、行動原則、経営戦略、コミュニケーションの3つを会得することで、コンサルティングもできる税理士ではなく、会計業務とは別個の独立したコンサルタントとして、付加価値の高いサービスが提供できるようになるというのが、当塾のコンセプトです。

—— 大野先生は、どのような発想からこのコンサルタント養成塾を提案されたのでしょうか。多いと聞きます。柴山先生は、これまでの受講者にどのような感想をお持ちですか。

**柴山** 1期生に比べ、2期生はより踏み込んだ悩みを相談される方が増えた気がします。特に多いのは、40歳前後の後継者からの相談です。所長と職員の板挟みになり苦労しているといった悩みや、次期所長といわれながら権限委譲されていないというジレンマなど、

うか。

**大野** 最近、経営コンサルタントのサービスをひとつに掲げる会計事務所が増えています。しかし、本物の経営コンサルタントといえる税理士さんが、果たしてどれくらいいるのかという疑問がきっかけになりました。

私の知る限り、本気でコンサルタントの勉強をしている人はまだ少数です。その手の研修やセミナーに参加する人もあまりいません。その一方で、多くの税理士さんたちは、コンサルティングの必要性をひしひしと感じていると思います。

では、どうすれば本物のコンサルタントになれるのでしょうか。それにはまず、自分がコンサルティングを受けてみることでと思います。そして、受けたコンサルティングの成果をしっかりと出し、その経験をお客様に伝える。これが成功の秘訣だと思えます。ですから、

独立という選択肢もちらつきながら飼育殺し状態になっている後継者は結構います。また、1期生、2期生のほとんどに共通する点として、組織への依存度が強いという印象を受けました。独力で立つ自信がなく、大企業の看板に寄り掛かっていると感じました。そのような方々が、当塾に参加して自分を少し引いた位置から見つめ直すことで、いかに自分がぬるま湯に浸かっていたかに気づきます。そして、自分ひとりになったとき、自分の足で立つことができるかと考えてみるわけです。

ひとりややっていく自信がないからではなく、独立という選択肢を保ちつつ、自発的にその組織にいることを選び、いつ肩を叩かれなくても生きていく自信が持てるようになって初めて、ポジティブに仕事ができるのではないのでしょうか。

当塾では、塾生の働き方をそのように変えていくことを後押しします。実際、受講後に組織のなかで良好な人間関係を再構築したり、マネジャーとして進化したりした方がたくさんいますし、実際に独立した方もいます。—— 貴社のコンサルタント養成塾を受講すると、どのような自信がつくのでしょうか。

社外経営執行役員型 コンサルタント養成塾

柴山会計ラーニングが展開する税理士などの士業、コンサルタント、経営者を対象としたコンサルタント養成塾。今年は第3期の開催に向け、6～7月にかけて、オンラインで受講できるプレセミナーを開催する。詳細は塾のウェブページ (<https://bokikaikai.net/shagaikaiei/seminar/>) を参照。



ら、そのための機会を提供してはどうかと考えました。

独立独歩も可能なコンサルタントとして働く自信がつく

—— 塾の1期生、2期生のなかには、既にコンサルタントとして活躍している先生方も

**柴山** まず、社長と話す自信がきます。これまで数字の話しかできなかったのが、数字を基にマーケティングやマネジメント、さらには経営者としての在り方といったことまで話題の幅が広がります。

言い換えると、コーチングスタイルで話せるようになります。社長に信頼され、社長に影響を与えられるコンサルタントになることができます。

先ほど大野先生が仰ったように、当塾でつけた自信を、次は社長に与えるわけです。社長に行動原則をしっかりと学んでいただき、経営者としてどっしり構えてもらえるようになれば、社員も安心してついていきます。

小手先の技術で相手を変えようとするのではなく、自らが変わり、相手を変えようということです。そのためには、行動原則に基づいた言動がポイントになります。

「コンサルタント的存在ではなく 本物のコンサルタントを育成」

—— 実際に柴山先生のコンサルティングを受け、ご自身も経営コンサルタントとして活躍されている大野先生に、この塾の特徴を伺





います。

**大野** 柴山先生が仰るとおり、絶対に自信がつきます。塾の参加者は、ほぼ全て「これまでコンサルタンのことをしてきたけれども、実は自信がなかった」人たちです。しかし、税理士が「税務的」なことをしてはいけないのと同じで、コンサルタントを名乗る人間が「コンサルタント的」なことをしてはい

知識や技術を持っているだけでは生き残れないでしょう。

**大野** 専門技術については皆さん勉強熱心ですが、SNSの話題になると、たちまち興味を示さなくなる方が、私の周りにも大勢います。

**柴山** 「うちにはまだ早い」と思っているのかもしれません。世の中の動きは待ってくれません。

**大野** 要するに、YouTubeはブランディング戦略のツールです。柴山先生は毎日、YouTubeで自分を見せることで、自分自身をブランド化し、成功しているわけです。

ここで重要なのは、われわれが今ここでインタビューを受けている間にも、自分の分身がYouTubeを通して発信している点です。つまり営業しているわけで、労働力が何倍にもなっているということ。このようにレバレッジの利いた戦略が、今後は大事になると思います。

**柴山** その意味では、これからは企画が何よりも重要になってくるでしょう。寝ている間にも稼いでくれる仕組みをいかにつくるかです。

今や、訪問営業などしている場合はあり

けません。

例えば、工程表を作って管理することでコンサルティングした気になったり、コンサルタンのことをした結果、社長が間違った方法を選択したりするのは罪とすらいえます。コンサルタントとしてやるべきことは、お客様のマーケティング思考を醸成することです。本来、M A S 監査にもマーケティングの発想は必要だと思います。

ですから、税理士試験の6科目目のつもりで経営コンサルティングを学んでいただくことが、コンサルタント養成塾の趣旨です。もうひとつの特徴は、仲間ができることです。これは大きなメリットだと思います。それなりにコストをかけ、覚悟と志を持った人たちが集まってくるから、並の切磋琢磨（せつさくたくま）はありません。

**柴山** 全講義の修了後には、オンラインで塾生同士の交流を図る「オンラインサロン」という継続学習の機会を設けています。このなかで、塾生間でコラボレーションが生まれ、個々にプロジェクトが動き始めています。

2期生のなかでも、既に税理士さん同士がプライベートでつながり、相互にコーチングし合っている先生もいます。自発的に事業を

ません。ロボットに営業マンを任せれば、社長ひとりの会社も成り立つ時代なのですから。

### 時代の変化に合わせた 営業戦略を追求

——最後に、お二人から弊誌の読者である会計士の皆様にメッセージをお願いします。

**柴山** いよいよ5G（第5世代移动通信システム）の時代に突入します。世の中の変化に合わせて、営業スタイルも変わっていくでしょう。

当塾も、2期までの伝統的な営業スタイルだけでなく、3期からはSNSの活用など、新しい時代に合わせた営業戦略を塾生の皆様とともに探求していきたいと思っています。

営業マンがいらなくなっても、営業がなくなるわけではありません。ツールが変わるだけ。しかも、今や誰でも情報を取り込めるネット社会ですから、消費者はどんどん賢くなっています。新しいツールを使って、多様な消費者に対応できる、より高レベルの営業を行わなければなりません。

また、YouTubeは片手間にやれるもので

立ち上げたり、自分たちでコンサルティングをしたりするのは極めて大事だと思います。

**大野** 実績のない段階では、このように塾生同士がコンサルティングをし合い、経験を積むことがとても重要だと思います。

### SNSを活用した マーケティング講座を新設

——ここからは、3期に向けた展望について伺います。

**柴山** 3期の特徴は、「SNSを活用したマーケティング」といえるでしょう。具体的には、YouTubeをテーマにした講義を新たに追加する予定です。例えば「間違いだらけのYouTube」といった形で、私がこれまで蓄積してきたYouTubeマーケティングのノウハウをお伝えしていきます。

——YouTubeは税理士にとって有効なツールになるのでしょうか。

**柴山** はい。私はむしろ、なぜ皆さんがYouTubeに挑戦しないのか不思議で仕方ありません。たとえ非公開でもよいので、始めることをお勧めします。これからの税理士は、自分を見せることができなければなりません。

はありません。大野先生がそうであったように、数年かけて積み上げて成功に導いていくものです。

多くの方がコンセプトも立てず、行き当たりばったりでYouTubeを始めていますが、YouTubeの成功の鍵は企画力です。そこで3期では、YouTubeの企画をテーマにした講座も考えています。

**大野** 今、コロナショックで实体经济が大変なことになっていますが、このような危機にも耐えられるビジネスモデルをつくっておきたいですね。

**柴山** といっても、難しく考えることはありません。コンサルティングを楽しむ感覚で、経営コンサルタンの世界に足を踏み入れていただきたいと思っています。

そうしてのめり込むことができれば、「経営」とは本当に面白いものです。新たな発見もたくさんあります。少しでも関心のある方は、ぜひ「社外経営執行役員型コンサルタント養成塾」に冒険のつもりで飛び込んでいただきたいと思っています。

—— 本日は、貴重なお話をありがとうございました。3期の成功を祈念しています。