

全日程同じ内容となります。ご都合のよい日程をご選択ください。

来場開催 2023年 開催時間 13:00～16:30 (受付開始:12:30より)

講座内容&スケジュール

大阪 10月14日 土 船井総合研究所 大阪本社 申込締切:10月10日(火)

東京 10月16日 月 船井総合研究所 東京本社 申込締切:10月12日(木)

一般価格 税抜30,000円(税込33,000円)／一名様 会員価格 税抜24,000円(税込26,400円)／一名様

会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場はマイページにてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

講座	セミナー当日スケジュール
第1講座	社労士業界の時流と企業型確定拠出年金事業に参入する意義 ・社労士事務所経営の傾向(マーケティング施策・サービス・生産性等) ・「企業型確定拠出年金(DC)」の商品概要・社労士がこの分野に参入すべき理由 ・安定成長を遂げる社労士事務所の特徴 等 株式会社船井総合研究所 土業支援部 マネージャー 塩見 菜緒
特別ゲスト 第2講座	日本トップクラス!年間100超ペースを継続! 企業型確定拠出年金を導入を契約したその秘訣とは? ・「企業型確定拠出年金」に取り組んだ背景 ・取り進む前に感じていた課題感 ・年々導入数をアップさせていくためのポイント ・新しい取り組みを進める上での事務所体制づくり ・紹介とダイレクトマーケティング(Web等)の融合 ・中小企業により一層広げるために考えていること 等 社会保険労務士法人とうかい 代表社員 社会保険労務士 久野 勝也氏
第3講座	久野先生へ直接質問会 第2講座でご講演いただきました久野先生に直接質問していただける場になります。リアル会場だからこそ疑問点はその場で解決! 社会保険労務士法人とうかい 代表社員 社会保険労務士 久野 勝也氏 株式会社船井総合研究所 土業支援部 マネージャー 塩見 菜緒
第4講座	「企業型確定拠出年金」の事業化に必要なポイント解説 どのように商品化を進め、集客を最大化させ、営業から受注していくのか? ・商品化:まずはパートナーになる!商品理解からパートナーへの道のり、料金設定等 ・集客:顧問先から展開し、新規開拓も!Web・セミナー・チャネル開拓・テレポのツール大公開 ・営業:事務所全体の営業力の底上げを!提案方法や提案ツールから落とし込む 等 株式会社船井総合研究所 土業支援部 岩井 聡志
第5講座	本日のまとめ ～明日から取り組んでほしいこと～ ・本日の講座の振り返り ・具体的なアクションの組み立て方 ・伸びる経営者の考え方 等 株式会社船井総合研究所 土業支援部 マネージャー 塩見 菜緒

お申し込みはこちらから



※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。

【セミナー情報をセミナーページからもご確認ください】
<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/104019>

TEL:0120-964-000(平日9:30～17:30) ※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。また、お問い合わせの際は「お問い合わせNoとセミナータイトル」をお伝えください。



顧問単価アップと
事務所の生産性向上に
つながる

企業型DC

企業型確定拠出年金 401k

導入件数

時間当たり生産性

ストック売上

日本一

事務職員稼働で

驚愕の

156社
/年間受注

8,584円/時

5,000万円/年

※SBIパートナー内

社会保険労務士法人とうかい

代表社員 社会保険労務士

久野 勝也 氏

大学卒業後、大手百貨店に入社、社長を志す。外商という富裕層向けの営業を担当し、知り合った経営者の役に立ちたいと考え起業を決意。2011年社会保険労務士事務所を開業。受け身ではなく、企業の成長に貢献する提案型の社労士事務所として多くの顧客に支持をいただき、急成長を実現。2018年株式会社日本企業型確定拠出年金センターをグループ会社として設立。社長と社員のキャッシュリッチへの支援を開始。401kの導入件数は日本トップクラスの実績を誇る(※SBIベネフィット・システムズ株式会社パートナー1,100社中)

企業型DCはお客様にとってもその先の従業員にとっても絶対にいい商品だから広めたいと思っています。そしてそれは私たち社労士事務所にとっても良い商品となり事務所の収益の柱となります。知名度がまだまだだからこそ今こそ取り組むべきです。

総力特集 3分で読めて確実にDC事業に参入したくなる事業レポートはこちら

【社労士事務所】企業型確定拠出年金で安定収入獲得セミナー

お問い合わせNo. S104019

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

船井総研セミナー事務局

E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

※お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせNo.・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください。

株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

当社ホームページからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に『お問い合わせNo.』を入力ください。)→ 104019 検索

【徹底解説】今のうちに参入しないと手遅れに……？
 なぜ今、**企業型DC**へ参入するのか？

企業型DCの実態

なぜ今「企業型DC」が注目されているのでしょうか？それは「老後2,000万円問題」やMSA・DeCoの知名度向上等、昨今の物価高騰からの先行き不透明な将来を考える従業員が多い一方で、退職金制度が整っていない企業が多い等、社会的背景が挙げられます。

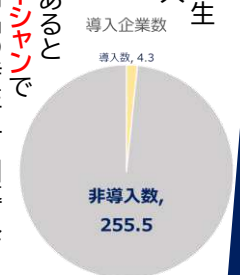
そこで注目されているのが、「**企業型確定拠出年金(DC)**」です。まだ世間的には知る人ぞ知る商品であり、以前は大手企業向けの制度の印象が強かったものが中小企業向けの商品を出す金融機関も出てきたことから、年々導入企業数は増加傾向にあります。(図参照)



早く参入した方が良い！

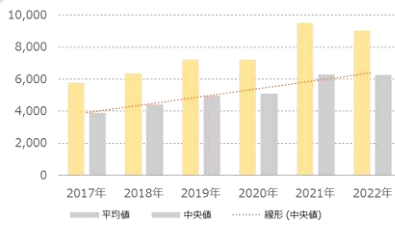
上述の通り、右肩上がりであり増加しているDCですが、厚生年金適用事業所数(DC導入可能企業数)は約266万社あり、**98%以上は未導入**となっています。

これはまだ導入可能先があるということであり、**ブルーオーシャン**であることがいえる一方で、商品の特性上1回導入するとその金融機関や運営管理会社の変更はほぼ見込めないことから、日々導入対象企業数は減少しているとも考えることができます。ということは**先に声をかけた・導入した、そうした機関から業績を上げていくこと**になります。社労士事務所も続々とこのDCの事業に参入していますが、この分野については税理士事務所も保険代理店もコンサルティング会社もとさまざまな事業者が参入しております。加えて最近では、商工会議所×金融機関の座組での普及や、金融機関自身が導入企業に積極的に直接アプローチするケースも増えてきております。しかし、その中でも労務のアプローチ(就業規則等)から福利厚生や退職金制度設計ができるのは社労士事務所だけです。**プレイヤーが増えてきた今、参入すべきです。**



社労士事務所が取り組むべき背景

社労士事務所を取り組む環境も変化してきております。次の資料は船井総合研究所の研究会会員アンケートから算出した「社労士事務所経営実態白書2023年度版」より売上推移や生産性の数字です。



(図1) 5か年での売上の推移

年	代表無し			代表あり		
	有効回答(社)	中央値	平均値	有効回答	中央値	平均値
2020年	95	875	995	100	750	836
2021年	82	1,052	1,142	83	857	970
2022年	75	1,000	1,146	80	844	1,000

単位：万円

図1より、売上は2021年まで成長曲線、特に2021年は大きく伸びていることがわかります。コロナ禍での雇用調整助成金等の社労士の需要アップが背景と考えられますが、一方で**2022年はマイナス成長**となっており、特需ともいえた状況が終わり始めていることがわかります。

特需の終焉。次の成長エンジンを

図2は一人当たりの売上を表しております。特需に対応するために採用強化した事務所も多いと思いますが、**2022年の売上減に伴い、一人当たりの生産性もマイナス成長**となっています。

このことから、現在いらっしゃる職員方の雇用維持・給与アップのためにも**売上をアップしていく必要**があると考えている先生方も多いと思います。このような取り組みが良いのか。大きく3つのパターンを進める必要があります。

- ① 生産性を上げる
- ② 単価を上げる
- ③ 新しい成長エンジンとなる商品に着手する

最近多く耳にするのは、②の単価を上げることに着手し、顧問先ごとの工数・報酬分析から、顧客へ値上げ交渉を進めているケースです。こちら是非着手いただきたいですが、①の生産性自体を上げていく必要もありますし、それ以上の売上増のためには③の新商品に着手して、新規顧客の開拓や、既存客へ提案してクロスセルを発生させる必要もあります。

今回ご紹介する**企業型DC**は、この3つすべてを網羅する商品といえます。詳細は次ページで紹介いたします。



だから、今「企業型DC」が大きな注目を集めています。

上記の課題を**すべて解決し、社会性と収益性を両立できる事業が必要。**

社会性×高生産性で事務所のエンジンへ。企業型DC導入事業の魅力徹底解剖

顧客も社員も**幸せ**にできる方法は？
商品の**重ね売り**がポイント

要です。見極めも必要です。

①顧客・従業員・事務所にとってプラス
②士業事務所の専門性が発揮できる
③大手がやらない

私自身の経営の考え方がいくつかありますが、その中に、**社員の給与を上げるために売上増加が重要**、**売上の増加に連動して労働時間を増加させない**という考えがあります。事務所を開業してから走ってきたが、低生産性に悩み、2017年ごろに経営に行き詰まりを感じました。そこで打破するためにいくつか新規事業に着手し、その中でうまくいったのがDCでした。既存の顧客先に「重ね売りができる商品がある」と生産性を上げられると感じました。また当たり前にありますが商品は提案しないと始まらないです。プラスとなる商品か、見極めも必要です。

Question3
なぜDCを事業化したのでしょうか？



社会保険労務士法人とうかい
代表社員 社会保険労務士
久野 勝也 氏

大学卒業後、大手百貨店に入社、社長を志す。外商という富裕層向けの営業を担当し、知合った経営者の役に立ちたいと考え起業を決意。2011年社会保険労務士事務所を開業。受け身ではなく、企業の成長に貢献する提案型の社労士事務所として多くの顧客に支持をいただき、急成長を実現。2018年株式会社日本企業型確定拠出年金センターをグループ会社として設立。社長と社員のキャッシュリッチへの支援を開始。401Kの導入件数は日本トップクラスの実績を誇る（※SBIベネフィット・システムズ株式会社パートナー-1,100社中）

助成金から新商品へ
DCの時間単価**8,500円超**！

DCのそのものもお客様が喜んでくださる商品でもあったため、事務所にとってもお客様にとっても良いことばかりの商品です。**事務所全体の人時生産性も約900円アップしました。**

商品	生産性
給与・手続	5,567円
助成金	5,838円
DC	8,584円

もともと助成金にも力をいれていましたが、制度として難しくなってきたところから、DCとともに採用支援等にも力を入れ始めました。Q3でもお伝えした通り、時間あたり生産性の改善が課題で、顧客ごとに生産性を分析して、社内改善や値上げ交渉等も進めました。一方で、サービスそのものの生産性にも着目してみたところ、給与や手続の時間単価が約5600円のところ、採用は4900円、**DCは8600円**とかなり生産性が高いことがわかりました。

Question4
さまざまな新商品の中でもなぜDCに着目したのでしょうか？

日本一のDC導入企業になる！
一方で他社と提案バッティングすることも…

今私たちは経営目標の一つに**日本一の企業型確定拠出年金導入企業になること**を掲げております。お客様は良い商品を探していただき、本気で思っております。一方で広まるにつれ多くの導入サポート企業も出てきています。日本で広まることは良いことなので参入が多いことも嬉しいですが、自社としてももっと普及させなければと考えております。最近、お客様へDCをご提案すると、他会計事務所や金融機関からも提案された、とバッティングするところも増えてきました。プレイヤーが少ないところから取り組み始めておいてよかったと思いましたが、お客様にとっても積立の商品ですから、早く始めるに越したことはありません。だから、今こそどんどん広めていき、お客様も事務所もWinとなるようにどんなに広めていきたいです。

Question1
なぜそのような勢いでDCを普及させているのですか？

決断して計画を立てること
細かいアクションまで**具体的に**決めきる！

まず事業をやるにあたって経営者として**やり切る**こと決断することが重要だと思います。その上で、片手間でなく、**人・時間・投資・社内を巻き込む**ことです。特にDCはキャッシュの入りが遅いですが、諦めず売上人員・資金計画を立てて進めることがポイントです。目標設定をして、具体的なアクションまで落とし込みます。

マーケティングは、チャネル先会計事務所等からの紹介、既存の顧客先のクロスセル、Webマーケティング、セミナー開催等実施しております。チャネル先からの紹介が多いですが、数年前に作ったDCの専門員も最近問い合わせが急増してきました。種まきから花咲くまで時間はかかりますが、お客様から感謝されることも増えますし、生産性もアップしますのでDCの良いなと思っていただけた先生方は是非早く取り組んでいただければと思います。

Question5
なぜ1年間で156件も導入ができたのでしょうか？

社会課題解決型ビジネス
経営者も社員も**WINWIN**！

企業型確定拠出年金は良い商品だと私たちはお伝えしておりますが、何か良いのか。それは**社会課題解決型**の商品であり、導入企業の会社・経営者・従業員すべてのプラスになる商品だからです。お金の問題は誰しも抱えていると思いますが、経営者にとっては全額損金で、従業員も給与の一部を運用して、将来の老後資金を積み立てることが出来ます。役員側は福利厚生費から掛金を拠出できるので役員報酬は減額せずにできるのも嬉しいですね。

従業員にとっては福利厚生になります。全員強制ではなく任意、つまり**やりたいたい人だけできるという仕組み**も従業員にとっては嬉しいものではないでしょうか？社員自身に資産運用お金の知識を付けてあげられる会社というのブランドイメージになると思います！

Question2
DCの良いところとは？

集客手法は、久野先生のお話にもありましたが、チャネル(紹介等)、セミナー、Web等、進めていきましょう。

チャネル開拓は労務顧問先の紹介元としても多い税理士や商品との親和性も高い保険関係の方の開拓がキモです。セミナーに関しては、内容もさることながらセミナー集客につながるタイトルの選定やターゲティングも重要です。Webページも作成しつつ、各集客手法とのシナジーを生んでいきます。また、テレアポ(電話営業)も有効施策です。実際実施している事務所でもアポ率10%が平均と高い精度でアポイントが獲得できます。どういうトークスクリプトを用意するかがカギとなります。



受注率40%超に向けての 提案のポイント

顧問先もすべて提案が通るとは限らないですし、ダイレクトマーケティング(Webやセミナー等)だとなかなか受注が難しいとお考えの方もいらっしゃると思います。各チャネルでKPIやアプローチ方法等を設定する必要がありますが、押しなべて**40%を基準値**で考えてみてください。DCは商品力が高いため、メリットすべてを説明されているケースもありますが、それだとなかなか受注は遠いです。**一番刺さるポイントだけを訴求する、説明しすぎない**、これがポイントです。提案資料も整備し、iDeCo等との違い等も表形式で見せて**視覚に訴えかける**ことも必要です。またDCの提案は職員の方にやってもらおうと考える方もいらっしゃると思いますが、その場合はノウハウ蓄積のためにも専任化をさせてください。その上で、特に取り組み序盤の方は**ロールプレイング**も是非していただければと思います。上述の通り、刺さるメリットを訴求することがポイントのため、こういう社長・企業にはこの提案の方向にしよう、提案資料のこのページを活用しよう等、整理していただくことより受注率アップにつながります。実務処理担当者(実務理解者)でなくとも提案は全然可能ですので、**理解ができていないから提案できない、ではなく実践と練習のPDCAを回していただくことが近道**です。



この事業はもっと広まるべき

DC自体は2001年から開始されましたが、大手企業中心に広まり、中小・零細企業までは広がっていませんでした。近年は、社長一人から加入できる、従業員も選択ができる等、制度も拡充され、多くの企業で導入可能な状態になりました。しかし、制度の認知度の広まりが追い付いておらず、最近になってようやく認知されるようになってきた状態であり、また中小企業にとっては事務手続きの煩雑さも相まって、まだ多くの企業で導入されていません。この事業を社労士こそ広めていただきたい、早く多くの企業に届けていただきたい、そしてサポートする社労士事務所にとっても良いきっかけになっていただきたいと思い、春に続けて今年2回目のセミナーを開催させていただくことになりました。是非この機会をご活用いただけたら幸いです。

久野先生のお話をご覧いただき、企業型DC事業について少しでも良い！とっていただいている方も多いと思います。実際、素晴らしい良い商品です。一方で参入障壁は決して低いわけではありません。商品理解や金融機関のパートナーになるための準備、広めるための集客力や、良い商品であることを伝えるための営業力等、さまざまな要素が相まって初めて事業化となります。整理もかねて3つのポイントでご説明いたします。



業務処理は難しくない！

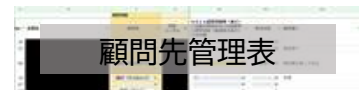
取り組み開始をする前に、商品理解や業務処理が不安！という方もいらっしゃるかと思います。その点については、金融機関側からのマニュアル等が充実しておりますし、久野先生をはじめとする既に取り組んでいらっしゃる方からの情報収集の機会があれば問題ないです。よく伺うのは「**助成金の実務処理と似ている**」ということです。制度・期日通りに書類を作成・提出する流れになるため、**若手職員やパートナーの方が実務対応することも可能**です。導入管理表等(右図参考)を用意して、ヌケ・モレなく進められればベストです。



実際、商品化をしようと決めていただいたら明日から提案できるわけではありません。金融機関の所定の研修を受けていただき、販売可能なパートナーになれます。その研修期間が数か月(月1回程度の研修・スケジュールにより期間差あり)あるため、そこで商品理解を進める時間、集客・営業の準備時間にあてることが可能です。**そのため、やってみようと思いついたらすぐにでも動き始めるべきです。**

顧問先から提案でクロスセルと 新規顧客開拓

まずは顧問先から提案してみましょう。その上で他の顧問先にも提案を進めていくことで無理ないスタートが切れます。顧問先にとっても「**良い情報を提案してくれる**」と**満足度アップにもつながり、顧問継続率アップ**にも寄与できます。



制度に関わる企業数の増加で社会課題に解決に寄与するためにも事務所の業績アップのためにも、新規集客にも力を入れていきましょう。DCの良いところは、**DCだけのお付き合いでもストック型**です。労務顧問獲得(変更)のフロント商品化することもできます。

更に！ 当日限定で401k導入のための営業資料等、 必要なツール類を公開します！

集客ツール

セミナーテキスト



事前簡易診断



営業ツール

営業マン研修



資産形成シミュレーション



商品・実務ツール

従業員説明資料

