

絶対領域をつくり、競争とは無縁の世界へ。

From：横須賀輝尚

さて、いま土業の未来予測をしています。膨大なデータと資料を前に、頭脳を最大回転させ、いずれあなたにもコンテンツとして別途お届けできるはずです。

土業の未来がどうなるのか？

このページを見ている以上、あなたもそれが気になる世界の人のはずです。

2015年。私は2020年の土業を踏まえて、ひとつの未来予測をしました。それが、「土業を極める」こと。つまり、高難度業務の取り扱いの本格化。これは預言のとおりになりました。

では、2030年には土業の世界はどうなっているのか。あまり大きなスケールで語ると自分のことのように考えられない可能性が高くなりますので、あえて少子高齢化社会の影響や国家の財政破綻など、マクロな視点はこの際なしにして、ストレートに土業の世界を預言するならば、間違いなくこうなります。

- ・弁護士法人の他土業分野への参入
- ・法人のグループ化による大型ワンストップサービスの全国展開
- ・企業の人工知能・RPA、クラウドサービスによる既存定型業務の内製化
- ・定型業務の低価格化または無料化
- ・リスティング広告の広告費高騰化と運用難化

つまり、個人事務所や小規模事務所が定型業務で食べていくことが、極めて難しい時代になります。もちろん、そこは人間ですから、一定の信頼関係や義理などでつながっていく面はあるでしょう。あるいは「大手」が嫌いな人も一定数いますから、ゼロになるとは言いません。

しかしながら、2011年の東日本大震災のとき、相談ベースの社労士、税理士の顧問契約があっさり各地で切られたように、不要や不当に高いものはいつか何かしらのタイミングで安くて一定品質にあるものに切り替えられます。おそらく、私の考える最初のリミットは2025年。そしてデッドラインと考えられるのが2030年です。

つまり、できればあと5年。そして10年以内には定型業務以外で事業を継続していく何かを持たなければならないわけです。

それが、高難度業務の取り扱いであり、絶対領域の確立。

そして、マーケティングのオートメーション化です。

少しだけ、説明を加えます。

いままでの努力では、1ミリも差別化はできない。

まず、簡単に歴史的背景を。

かつて、士業は営業をしない業界でした。その後、報酬規定は撤廃され、インターネットが普及すると、マーケティングの時代に変化。これが2000年代前半。私が開業した時代でもあります。このときは、「マーケティング」そのものが差別化になりました。

ですから、積極的に営業をしていけば、それでよかった。

ところが、2010年くらいから雲行きが怪しくなります。

それが、マーケティングの競争激化とクラウドサービスの台頭。

リスティング広告などの広告費は相対的に高騰化し、それによって広告運用の難易度は上昇。加えてクラウドサービスの台頭により、従来の士業への外注業務を内製化する企業が増え、定型業務そのものが減少してしまったのです。

そして、2010年代後半。つまり、ここ数年の話。インターネットの普及から始まった技術革新は、スマートフォンの浸透により人々の生活を豊かにする一方、世の中で起こる問題は高度複雑化してきました。

労務でいえば、30年前は存在しなかったメンタルヘルス対策や多種多様なハラスメント。相続で目の当たりにする家族関係の複雑化。インバウンドの増加による起業・企業の高度国際化。

それに合わせて行われる法改正や通達。

もはや、法律は時代にまったくついていけないのです。

言い換えれば、定型業務ではクライアントを満足させることができず、難度化した法律案件

への対応と、法律を超えた範囲においても能力を求められることになってきているのです。

つまり、いまそして今後は高度な技術を持った法律実務家のみ、世の中に求められる。そう断言します。定型業務だけの土業事務所は、2030年には淘汰されるでしょう。仮に生き残ったとしても、それは土業の世界の窓際族になっているはずです。

では、2030年。そしてそれ以降も力強く生き残り、かつ高額報酬を実現させるためにどうしたらいいのか？それが高難度業務の取り扱いと絶対領域の確立になるわけです。

続けましょう。

高難度業務と生活保護を受ける土業事務所。

高難度業務は書籍「土業を極める技術」で解説したとおりですが、(1) 前例のない業務、(2) 雛形では対応できない書類作成と創作性の高い書類作成、(3) 刑事事件が絡む案件、(4) イレギュラー案件、(5) 法律だけでは解決できない業務に加えて、大企業・上場企業案件と海外法務を合わせて「高難度業務」と定義しています。

こういった、従来が敬遠する業務。

まあ、「できない業務」と言っているでしょう。

これを扱うことが、高難度業務の取り扱いになります。

言い方を変えれば、企業にとっての定型業務は、激安で外注するかスマートに内製化する方向なので、土業を必要とするのは、上記のような場合のみに限られてきます。

逆に言えば、企業が対応できない高度案件に対応できれば、報酬額は言い値になる。

実際に LEGALMAGIC の会員や「土業を極める技術」読者の実践者は、月額30万円以上の顧問契約を実現したという結果も多数出ています。

信じるか信じないかはあなた次第と、そう伝えても良いのですが、ここまで丁寧に解説をして、「そんなわけない」「高難度業務の取り扱いなんて必要ない」と断言できる人は、よほどおめでたい人なんじゃないかと思います。

遅まきながら民法も改正され、時代に合わせて法律も複雑化してきています。まあ、スピード感が違うので、法律が時代に追いつく可能性はほとんどありませんが、いまの状況から

「これまでどおりでいい」という判断をすることは、言葉は悪いですが、完全なる自殺行為です。

いま、変わらなければ、2030年には本当にあなたの事務所は存在しないかもしれない。

2030年には、日本の人口も1億1600万人まで減少します(2010年時には1億2800万人)。2050年には9500万人まで減少すると予測されています(総務省)。内閣府の統計によると、2040年には18.3%の税理士事務所が人口減によって存続不可能だと判断しています。

税理士といえば、人工知能によってなくなる仕事のやり玉に挙げられますが、単純に人口減でもなくなる可能性があり、定型業務のままだとこのダブルインパクトでより生存可能性は減少するでしょう。

2030年は間違いなくあなたもまだ現役でしょう。

2050年にはもしかしたら引退が見えるような年齢になっているかもしれない。

でも、このまま定型業務の事務所を続けていけば、2050年まで事務所は持ちません。それに2050年に70歳前後だったとしたら、その時代では余裕で現役世代の年齢になっているでしょう。

現在は65歳以上を高齢者として扱っています。つまり、65歳も100歳も同じ扱いなのです。しかしながら、いまの65歳は食生活等の環境が乏しかった時代の65歳ではないわけで、80歳程度までは現役が当たり前の時代になっているはずです。

そんな人口減少時代に、資産も技術もないまま老人として放り出される現実を、あなたは直視できるでしょうか。人生の終わりが生活保護で良いのでしょうか。脅しでもなんでもなく、これは定型業務事務所の一定の確定未来だと私は考えています。

「機械ができることをいつまでも扱って。職人とか言っても、そこにお金は払う人はもう誰もいないのに…。生活保護を受けながら、武士は食わねど高楊枝だとか言っているけど、可哀相な高齢者ね…」

私には無理です。

年齢は重ねていきますが、いつまでも高度プロフェッショナルでいたい。

本当の意味で「先生」と呼ばれる人でいたい。

替えの効かない存在でありたい。

あなたもそう思うでしょう？

そのために、いまこそ変わるべきなのです。

では、どのようにすればいいか。

ひとつはシンプル。高難度業務を取り扱えるよう、法律を学ぶこと。基本書を読み込んだり、条文を暗記するのではなく、高難度業務に対応できるよう、法的思考能力を高めていくこと、高難度業務事例に当たること。そしてハイレベルな顧問弁護士を自分の事務所に付け、常に高度並びに紛争解決を意識した法的思考を身につけること。人工知能や機械、検索エンジンで可能な技術を高めることに意味はありません。つまり、いまから本物の実力を身につけることです。

たった〇日で、とかそんな方法ありません。

地道で険しい道です。でも、やらなければ生活保護の業務なし事務所運営という未来が確定します。

多くの士業が「いつか」と言っています。

おそらく、その「いつか」はこないでしょう。

今日、変わる決意をした人だけ、2030年以降も求められ続ける存在になれるのです。

その学ぶ環境として2017年より発足したのが「LEGALMAGIC」。少しオールドタイプの会員制サービスになりますが、王道だからこそ成果があります。毎月の高難度業務に関連するコンテンツによる学習と、ChatWork で回数無制限で菰田泰隆弁護士に相談でき、かつ顧問表記もできるサービス。相談は丸投げ禁止なので、自分で考めく力が育まれます。

そして、2030年以降を生き抜くために必要なのが、他社との圧倒的な差別化となる「絶対領域」の確立。これが最後の鍵です。

絶対領域とは、他者が再現できない”コア”をつくること。

絶対領域とは、他者が絶対に真似できない、再現できない領域を創り上げることです。これまで、士業事務所はマーケティングにより差別化してきたのは、前掲のとおりです。なぜ、こうまでも商品よりも営業にこだわったのかと言えば、商品開発ができないからにほかなりません。

法律が決めた商品。それが士業の業務です。

ですから、当然「商品開発」の概念がありません。

そのため、マーケティングそのものが差別化になったわけですが、定型業務が吸い込まれ、それを必要していた人口も減少するのですから、「あなたにしかできないこと」を創らなければ、当然生き残ることは不可能ですし、2050年には生活保護を受けているかもしれません。

つまり、いまあなたがすべきことは「商品開発」であり、それはあなた自身にしかできない仕事「絶対領域」を創ることなのです。

では、絶対領域とはどのように創れば良いのか？

こればかりはステップ・バイ・ステップの方法はありません。

例えば、小堺桂悦郎氏のように資金調達を究極まで掘り下げ、情報発信を無限に続けることも絶対領域のひとつ。あるいは同様に、補助金業務を究極的に掘り下げて参入障壁をつくる広川元基氏（補助金コンサルタント）のようなかたちも絶対領域。そして、菰田泰隆のように弁護士、社労士、税理士と資格を高度多様化するのもひとつの絶対領域といえます。

「私は、彼らのような高い領域に登りつめることなんて、想像できない…」

確かにそうかもしれません。でも、いますぐなる必要はありません。まだ猶予はあります。私は、2030年までにあなただけの絶対領域をつくれれば、2050年以降も求められる存在として継続できるはずです。

いまから10年絶対領域としての積み重ねを始めるのと、諦めて座して死を待つのとどちらの選択をしますか？という話です。

絶対領域をつくっていくためには、方向性を決める必要があります。

そして、経験と研究を積み重ねていくことでその領域は確立されます。

例えば、どんな分野でも良いのですが、10年間あなたが真剣に一定の分野を追求し続けることができ、かつその分野の研究を積み重ねていけたとしたなら、その分野で小堺桂悦郎、菰田泰隆、広川元基を抜くことだって可能です。

ただ、どのようにしてその方向性を決め、どのような経験と蓄積、そして研究をしていくか。
この判断を間違えると、10年間の重い重い時間が、すべて水の泡になるわけで、慎重な選
択を求められます。
