



全ての人と企業の幸せの起点となり、北海道で圧倒的No.1を目指す！

新進気鋭の事務所が統合して誕生した税理士法人マッチポイント

税理士法人マッチポイント 代表社員税理士 植島悠介
 マッチポイント株式会社 代表取締役 鈴木洋平

税理士法人マッチポイント（北海道札幌市）は、2023年10月に税理士法人マッチポイントと税理士法人フューチャークリエイトが統合して誕生した会計事務所である。それぞれの事務所がナンバーワンを目指してマッチポイントとして合流し、現在は10の部門を76名で運営する、道内トップクラスの大手事務所に成長している。今回の取材では、税理士法人マッチポイント代表社員税理士の一人である植島悠介氏（写真左）と、マッチポイント株式会社代表取締役であり、マッチポイントグループの創業者の一人でもある鈴木洋平氏（同右）に、統合の経緯や「北海道ナンバーワン」を目指す理由、統合時の苦労や工夫などについてお話を伺った。（写真撮影 市川法子）

ナンバーワンを目指す 会計事務所がひとつに

——北海道札幌市の税理士法人マッチポイントと、税理士法人マッチポイントと税理士

法人フューチャークリエイトが統合して誕生した会計事務所です。それぞれの事務所がナンバーワンを目指してマッチポイントで合流し、現在は10の部門を76名で運営する、道内トップクラスの大手事務所に成長されています。本日は、統合の経緯や「ナンバーワン」

を目指す理由、統合時の工夫などについてお聞きし、現在のマッチポイントの戦略や未来への展望を探っていきます。

本日は、税理士法人マッチポイントの代表社員である植島悠介先生と、マッチポイント株式会社の代表取締役である鈴木洋平さん



鈴木洋平（すずき・ようへい）氏のプロフィール

マッチポイント株式会社代表取締役。1978年10月生まれ。札幌市出身。北海道大学理学部数学科卒業。税理士事務所に勤務後、一般の事業会社の財務・総務部長を経験。その後税理士業界に戻り2019年に小島と共に税理士法人マッチポイントを創業。現在は、組織づくり、従業員の成長支援、幹部研修を領域とするマッチポイント株式会社代表取締役。好きな食べ物は、すいか。

れもまた私にとって貴重な成長の機会となりました。先般のコロナ禍でも、この経験をお客様へのご支援に活かすことができたことと実感しています。

2023年10月に、マッチポイントと経営統合しました。実際は、その前からマッチポイントとは多くの交流がありました。統合後、フューチャークリエイトの名はなくなりませんが、私にとっては共に働く仲間が増えたこと

いう、就職してからずっと同じ組織にいるような感覚です。
—— ありがとうございます。続いて、鈴木さんに伺います。

鈴木 私が代表を務めるマッチポイント株式会社は、2017年に当時同じ会計事務所に勤めていた小島匡彦と私が、社内起業のような形でスタートさせた会社です。

私は34歳で会計事務所に勤め始め、ある事

業会社の保険部門の財務部長を退職する際に小島から誘いを受け、2016年から小島が勤務する会計事務所で働き始めました。そのとき、当時マネーフォワードに勤めていた平野龍一さんと出会い、事務所マネーフォワードの導入を進めたいという思いが生まれました。入社から半年足らずの時期でしたが、所長に提案し、マネーフォワードで新規顧問先を獲得する新しい事業に挑戦させてもらえ

にお話を伺います。まず最初に、植島さんのご経歴についてお聞かせください。

植島 私は統合前のフューチャークリエイト、旧「シマ会計（島元宏忠税理士事務所）」で代表を務めており、統合を機に税理士法人マッチポイントの代表に就任しました。2008年に新卒で開業1年目のシマ会計に入ったため、創業期からのメンバーとなり、3年目で税理士に合格して役員になり、

2021年に税理士法人フューチャークリエイトへ社名変更した際に、創業者と共同で代表税理士を務めるようになりました。

—— 創業期から、ひとつの事務所と共に歩んでこれたんですね。

植島 はい。シマ会計に入った当時は私を含めて4人の規模でしたが、そこから10人、20人、そして50人と拡大し、事業が成長する様子を当事者として経験しました。この経験が今、

さまざまな成長段階にある企業の支援に役立っています。

また、私が会計事務所に入社した時期は、リーマンショックによる景気低迷の最中でした。通常なら税務申告の業務を経験するところ、多くの企業が赤字で、そもそも税金が発生しないという事態です。そのため、企業の再生、主に融資など財務改善のためのご支援を、入社1年目から経験することができ、こ



植島悠介（うえじま・ゆうすけ）先生のプロフィール

税理士法人マッチポイント代表社員税理士。1987年2月生まれ。北海道新篠津村出身。大原簿記情報専門学校卒業。2008年に新卒でシマ会計（のちの税理士法人フューチャークリエイト）入社。2019年に税理士法人フューチャークリエイトの代表税理士に就任。2023年10月の経営統合とともに、税理士法人マッチポイントの代表税理士に就任。好きな食べ物は牛丼。



ることになりました。そのときに設立した会社ですが、今のマッチポイント株式会社です。最初の年は、所長からの条件で小島が代表を務めていましたが、翌年には私が代表となることを承諾してくださいました。

会社設立から2年後となる2019年、小島が独立することになり、私も会社と共に小島について行く形で、小島らが代表を務める税理士法人マッチポイントを中心とするマッチポイントグループが誕生しました。

—— それでは、経営統合するに至った経緯をお伺いします。まず、マッチポイントとフューチャークリエイトの出合いから伺います。

鈴木 2018年、平野さんから、当時、小島と私が勤めていた事務所とシマ会計（後のフューチャークリエイト）の2つに、税理士変更をしたいお客様の相見積もりの依頼がありました。そして結果が出た後、平野さんにお願ひして、シマ会計との懇親会を開くことができました。

—— コンペで戦った相手と懇親会ですか。珍しいですね。

鈴木 相手がどのようなプレゼンテーションをしたのか興味がありました。そのときはマッチポイントが選ばれましたが、北海道の会

計事務所の間で、シマ会計は有名でしたからね。

植島 私たちはなぜ負けたのかが知りたくて、平野さんにお願ひして引き合わせていただきました。他で負けたことがなかったたので、話をしてみたいと思ったのです。

—— そこで初めて出会ったのですか。

鈴木 それからしばらくして、植島さんと、伊東祐生税理士事務所の伊東さんと私の3人で、「マッチポイントカレッジ」という社内研修を開講することになりました。元は伊東さんが構築した会計事務所のための研修プログラムなのですが、それが大変優れていたため、私と植島さんは自分たちの事務所にこれを取り入れようと、伊東さんに一緒にやってほしいと声をかけたのです。

植島 最初はやり方を教えてもらうだけのつもりでした。しかし本当に内容の濃い研修だったので、「これは伊東さん本人がいけないとできない」となり、3人で一緒にやれないかと考えました。

鈴木 すると、伊東さんも共同での開講を快諾してくれて、研修名を当社の「マッチポイントカレッジ」としてくださり、2019年11月から、月1回のペースで3つの事務所に

よる共同研修が始まりました。このときから、植島さんと伊東さんにはマッチポイント株式会社の役員に就任していただいています。

—— そうすると、植島さんは約5年前から社内研修を機にマッチポイント株式会社役員となり、その頃からマッチポイントとフューチャークリエイトの事務所は、合同研修を通じて交流されていたわけですね。

植島 そうです。ちなみに、マッチポイントカレッジは、現在も続いています。

—— 一方、マッチポイントは、もうひとつ、ノースブレインとも統合されているのですか。
鈴木 ノースブレインとの統合は2020年になります。ノースブレインもまた、北海道で突出した事務所を目指しており、似た目標を掲げていたマッチポイントを統合先に選んでくださいました。

—— その時点で、どのくらいの規模になられたのでしょうか。

鈴木 ノースブレイン11人とマッチポイント13人が統合し、24人になりました。

—— お2人の事務所では、当時はまだ、統合を検討されてはいなかったのでしょうか。

鈴木 そうですね。お互いによいところはどんどん真似し合っていたので、むしろ統合し

ないほうが価値があると考えていました。もし、お互い同じような戦略をもつ会計事務所

が2つとも北海道でトップになれば、私たちの方法を自信をもって他の事務所にもシェアできます。いつか自分たちのやり方がスタンダードになれば、当時はそんな思いでした。

—— 共に北海道でトップを目指されていた両事務所ですが、そもそも「北海道で圧倒的No.1」を目指されるのはなぜなのでしょうか。

植島 私たちがスタンダードになるためです。中小企業の9割には税理士がついていますが、会計事務所の支援がよくなれば中小企業がよくなり、世の中がよくなるはず。私たちが目指すのはその社会的な役割を担うことにあります。そのためには、地域で圧倒的なナンバーワン事務所となり、この事務所のやり方が基準であると、世の中に示さなければなりません。だからナンバーワンを目指しているのです。

—— 統合前のマッチポイントは私たちにとって、同じところを目指す競争相手であり、よいところはお互いに堂々と「TTP」「徹底(T)的に(T)パク(P)」の精神で真似し合い

ながら成長してきました。そのため、別々であることに価値があるという関係でした。

—— そのような関係から、なぜ統合に至ったのでしょうか。

植島 2022年、ある懇親会で福岡の税理士法人の幹部の方から何故一緒にならないのかと尋ねられたことがきっかけでした。その方からは、「お互い北海道ナンバーワンを目指している、はた目から見れば同じことをしている。ナンバーワンを目指すなら、やはり一緒にやるべき。一緒にやらないということ、実は本気で目指していないのでは？」と言われました。鋭い指摘であり、そのとおりだと思いました。そこから役員同士の具体的な話し合いと準備が始まり、1年後の2023年10月に統合に至りました。

—— その一言がなければ、どうなっていたのでしょうか。

植島 きつといつかは統合していたと思います。実は前にマッチポイントカレッジの講義のなかで、それぞれが事務所の事業計画を作成したことがありました。その計画をお互いに見せ合ったところ、私たちフューチャークリエイトは高単価でコンサルタント的な関わり方を増やす計画を立てており、一方で、マ

ッチポイントは、通常の税務顧問をきっちり取って顧客数を増やし、規模を拡大していくような計画を立てていました。

しかしそれは、どう見ても逆で、相手側の得意分野でした。分業して税務顧問を基盤に経営していたのは、どちらかといえば私たちで、逆にコンサルティングなどに力を入れて顧客を増やすのがうまいのはマッチポイントでした。お互いにもないものなだりの状態だなと感じました。

そのときから統合にシナジーがあることは分かっていて、そのようなときに、周りの方々に背中を押していただきました。その方の一言で2〜3年は早まったと思います。

—— そうだったのですね。統合に際し、さまざまな苦労や工夫された点があったのではないのでしょうか。

植島 そうですね。ただ、統合前から両事務所の交流があったことや、お互いの事務所のいいところは真似し合っていたことから、会計事務所のケースのなかではうまくいったのではないかと思っています。

—— 鈴木さんはいかがですか。

鈴木 まず、システムについては、植島さんの「大号令」により統合までの1年で全て統

一できました。この大号令はこれまでも所要所で発令されてきたのですが、必ず達成されるから不思議です。統合した後、業務はそれぞれの事務所で別々に続けるケースもあると思いますが、私たちはシステムの統一が早めに来たので、1カ所での統合が実現したと思っています。

また、スタッフについては、これはマッチポイントの前の統合の経験を踏まえ、コミュニケーションを取る機会を多めに設けました。前回は、何となく「元マッチポイントの人」「元ノースブレインの人」のような意識がしばらく残っており、本当の意味での融合には思った以上に時間がかかったと反省しています。今回は、仲良くなるためのイベントを開催するなど工夫しました。統合から1年経ちますが、やってよかったと思います。

新・マッチポイントグループの 経営理念「Mission' Vision' Value' Culture

—— 統合にあたり、経営理念「Mission' Vision' Value' Culture」は新たにづくり直されたのですか。

植島 もともと考え方が似ているので、経営理念やMVVCも似ていました。そのため、どちらの言葉にするかを選んでいった感じですね。今掲げているものは、フューチャークリエイトのものもあれば、統合前のマッチポイントのものもあります。

—— 現在の経営理念からご説明ください。

植島 「全ての人と企業の幸せの起点になる」です。私たちを起点に、お客様も、お客様の従業員や取引先も幸せになってもらうには、まず僕らがきちんと幸せでなければなりません。そして、自分の仕事でお客様に喜んでもらえば、お互いにハッピーになれるでしょう。そしてお客様にハッピーの先にまたハッピーが生まれていく。この幸せを当事務所が循環させるという意味で選んだ理念になります。

地域のナンバーワンになりたいのも、会計事務所のスタンダードになりたいのも全て、この「私たち発信」で周りを幸せにするという発想がベースになっています。

—— Mission' Vision' Valueについてお聞かせください。

植島 Missionは「Design your style」です。これはマッチポイントのもので、お客様

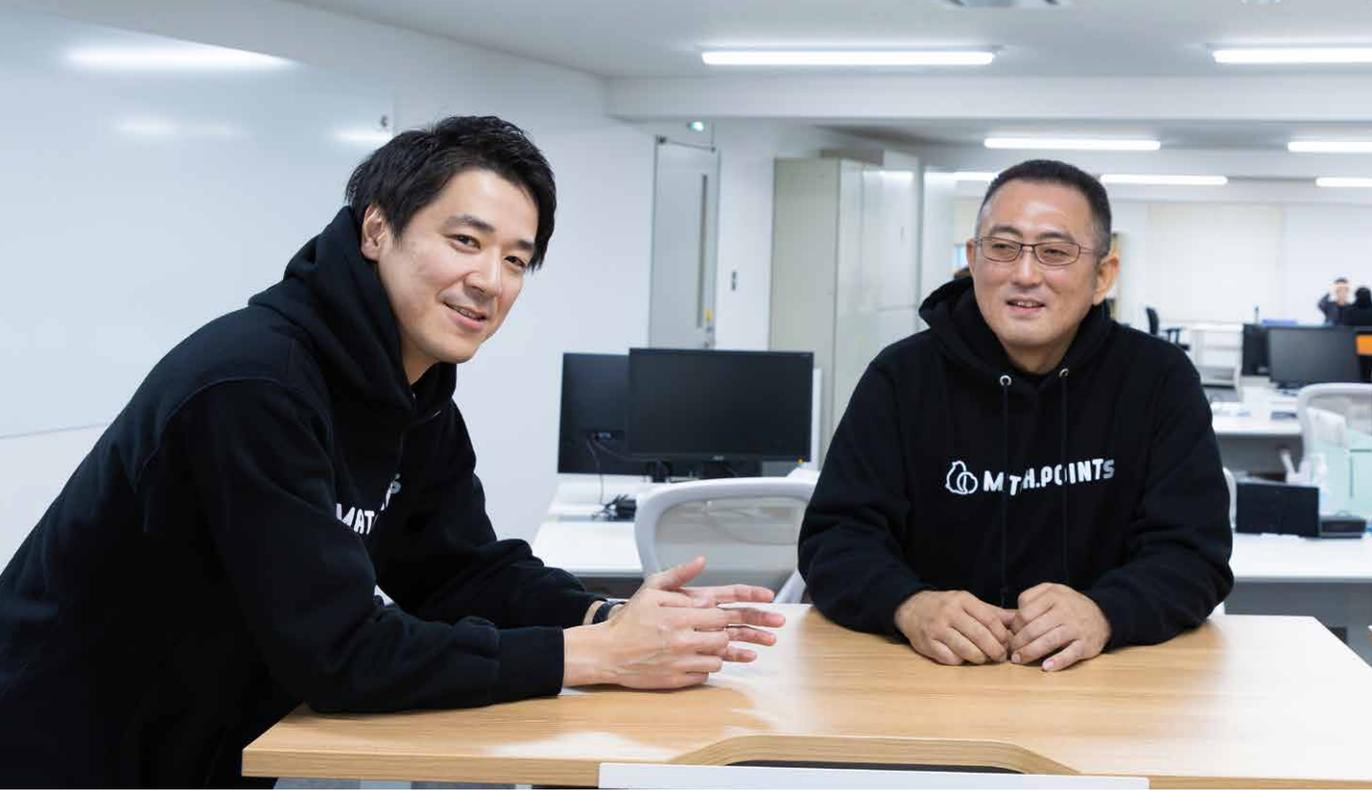
に合わせたサービスを目指すことや、スタッフには自由な働き方を選択してほしいという意味を込めています。

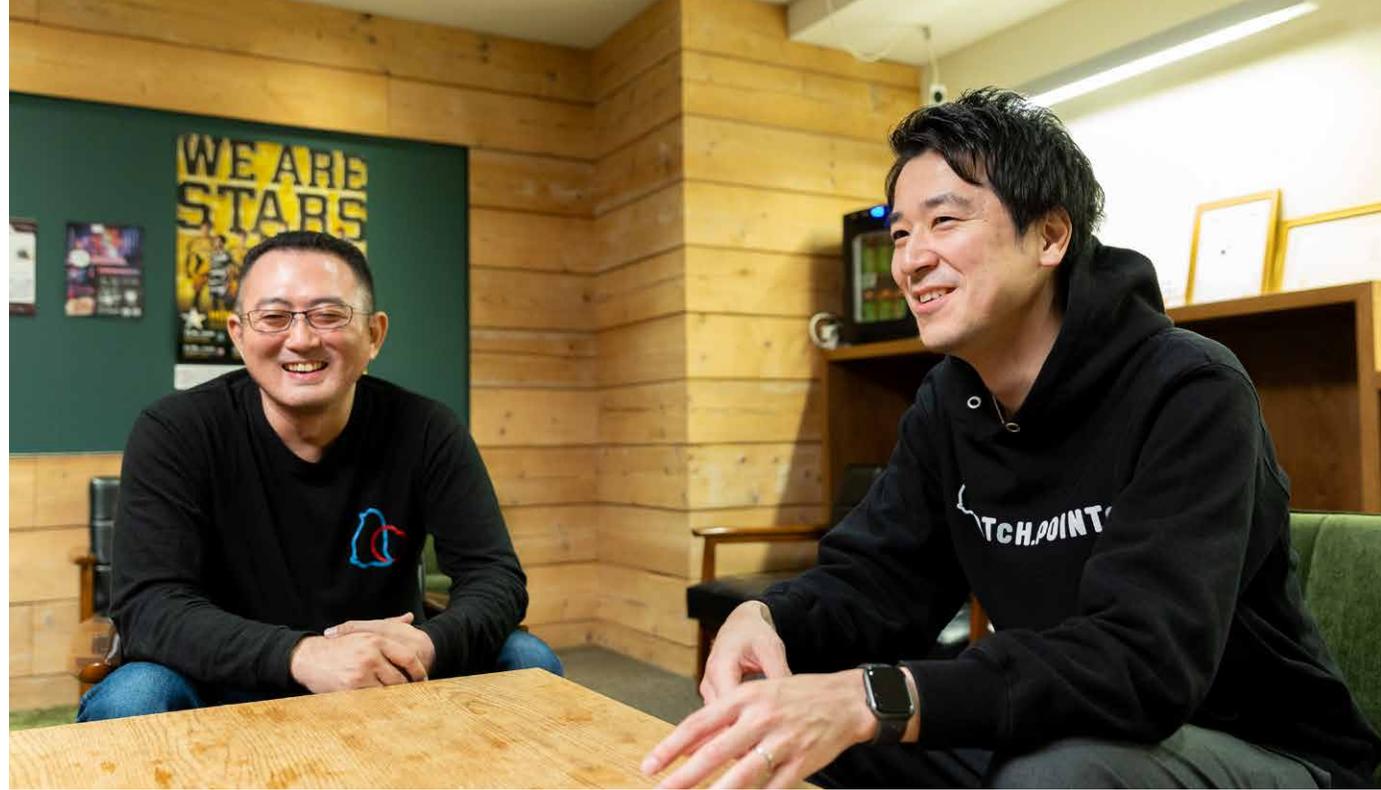
Visionは「集合天才、One for all All for one」です。得意分野や自身の強みを発揮するという、フューチャークリエイトから引き継いだものになります。

Valueは、「わくわく」と「スピード」です。「わくわく」はお客様にわくわく感を与えること、「スピード」は完璧よりも早さを目指すことを意味します。早いほうが、お客様に喜んでくれますからね。

例えば、月次訪問をする担当者には、概算でよいので、なるべくその場で決算予測を行い、社長に提供するよう指示しています。時間をかけて細かい正確な数字を提供するよりも、その場で利益の大まかな見通しを立てるほうが経営判断に役立つからです。また、「今期はこんなに利益が出るのか」と分かったら、経営者は嬉しいでしょう。そういう「わくわく」を提供する存在になることで、「あの事務所、何かいいよ」と、次のお客様を紹介してもらえる事務所になれるのではないのでしょうか。

—— ありがとうございます。それでは最後





完全分業制を徹底する理由

—— 貴グループの特徴のひとつに完全分業制があります。これはどのように始まったもののですか。

植島 もともとフューチャークリエイイトで導入していた制度です。私は絶対に、会計事務所は分業化すべきと考えています。

—— それはなぜでしょうか。

植島 その分野の経験を集中的に積むことにより、業務レベルを効率的に上げられるからです。逆に、ひとりでもやらなければならぬのは、誰にとってもつらいはずですが、やりたくない気持ちでそれを続けさせても、お客様に迷惑をかけてしまいます。

—— どのように分業されていますか。

植島 CD、CA、SJ、税務、CS、資産税、人事、労務、管理、広報の10部門に分かれています。

—— 現在の分業体制について、鈴木さんはどのようにお考えでしょうか。

鈴木 分業制はずっと導入したいと考えていました。幹部がそう考えているだけでなく、

に「Culture」についてお聞かせください。

植島 Cultureは、「圧倒的当事者意識」「主語をWeで語る」「行動する自由」「ノーぶんぶん」、そして「実践主義」となります。

例えば「圧倒的当事者意識」や「行動する自由」では、各部門のスタッフが自主的に経営目標を達成する方法を考えて、自ら行動する文化を大切にしたいものです。先日、私が「今年は法人の顧問先を200件増やす」と伝えたときは、スタッフが自主的に集まって話し合い、お客様紹介キャンペーンを企画してくれました。新規顧問先を紹介してくれたお客様に5万円分のギフト券をプレゼントするという企画です。「全部で1000万円？」と少しびっくりしましたが、やってやろうと思っています。

—— すごい金額ですね。

植島 紹介でお客様を増やしたいときは、まずお客様に、私たちがお客様を紹介してほしいと思っていることを知ってもらうことが大切ですからね。

—— ありがとうございます。どの内容も、貴グループの方針がとてもよく表れていると感じます。植島さんにとって、経営理念やMVCとは何でしょうか。

植島 みんなの判断基準です。もしスタッフが

がAかBを選ばなければならぬとき、「理念に合うのはAだね」と、正しく判断するための基準になると考えています。特に当グループは完全分業制ですので、異なる部署同士で何かを話し合い判断することも多々あります。部署が違えば重要視するポイントも変わるものですが、グループ全体の理念が浸透していれば、「理念に合わせてこっちにしようか」と、異なる部署間でも正しい判断ができるようになります。

—— こうした理念やMVCは、どのように浸透させていますか。

植島 週一回の15分ほどの会で、経営理念、MVCの話をして浸透させています。月に1回、一番活躍した人のアンケート調査も行っていきます。例えば今月のテーマが「スピード」だとした場合、スタッフに、もっともそのイメージで活躍した人に投票してもらい、会でそれを発表しています。

—— 言葉の意味と実際の活動のイメージが結びつきやすい取り組みですね。

スタッフからも分業制がいいとの声が上がっており、実際にスタッフが統合前のフューチャークリエイイトに行って、話を聞かせてもらったこともありました。私自身は、いろいろな業務を学ぶための兼務はよいと思っています。ただ、会計事務所の場合、経営者に接した人が、現場でいろいろなことを質問されます。そのたびにその人が全て引き受けるのは大変です。それを組織としてきちんと分業すれば、お客様の質問を専門性の高いスタッフに振ることができ、その結果、担当者は経営者との対話に集中できますから、お客様の幸せにもつながると考えています。

—— 広報が独立した部署となっているのは珍しいですね。

鈴木 これについては、統合前のマッチポイントの部署になります。業界ナンバーワンを目指すのであれば、社外に向けて情報を発信し、同時に社外に向けて発信したことを社内にも届ける役割が必要だと考えて専任者を設けました。本気で二通りの知名度に並びたいと考えています。

—— そうなのです。ぜひ実現していただきたいと思います。統合し、スタッフもさらに増えて、分業制は順調そうですね。

植島 あえて問題点をひとつ挙げるなら、分業が進むほど、異動時の心理的な負担は大きくなるかもしれません。異動する本人ではなく、周りの負担です。異動元は「せっかくなが育てたのに」という感覚になり、異動先は「せっかくなが落ちてきたのに新しい人が入るんだ」という感覚になります。私の経営上の信条は、選択と集中、適材適所ですので、合わないなら異動させて次の場所で活躍してもらいたいのですが、周りのスタッフのケアについては、まだよい答えが見つかっていません。

—— 分業制が完成したからこそ、次の新しい悩みに向き合われているんですね。

「質問」による「コミュニケーション」新人でも社長と話せる仕組み

—— 北海道ナンバーワンを目指すにあたり、さらに事業規模を拡大されていくと思います。そうすると、人材育成を担う「マッチポイントカレッジ」の役割は大きくなると思います。鈴木さんは今、どのような戦略で取り組まれていますか。

鈴木 今取り組んでいることのひとつは、月



次訪問をする担当者に対する、「再現性」のあるサービスをテーマにした研修です。古田士会計さんの月次決算書と決算のシミュレーションをベースに、植島が手本を見せながら、公開ロープレにより研修を行っています。ポイントは、経営者との対話の方法です。通常であれば、「社長のところにこの帳票を持って行き、これを説明してきて」という指示になると思いますが、マッチポイントカレッジでは「これを質問してきて」と教えています。質問すれば会話が生まれますので、これなら新人でも社長とコミュニケーションを取れるようになるからです。

—— いわれてみれば、「説明しなくちゃ」という意識より、「質問してこい」のほうが、会話を切り出しやすい気がします。

鈴木 私が研修で大切にしているのは、やることを明確にしてイメージさせることです。それができれば、個々のレベルはどんどん上がっていきます。この研修を通じて、新人でもできる再現性のあるサービスを体得させ、みんなのレベルをおおむね一定のレンジに保つことを目指しています。

—— ひとつ気になるのが、誰でも同じものを再現できるようにする方針は、質の面で心

配に感じられる事務所もありそうです。

鈴木 もしかするとその原因は、月次顧問のなかで何もかもやらなければならぬという状況があるのかもしれない。その状況は、私たちはよくないと思っています。会計事務所が提供するサービスには、質を上げ続けていくべきものと同じ品質を維持していくべきものがあると思います。月次顧問は、サービスの範囲を最初に決めてお客様にお示しすれば、後者のサービスになると私は思います。

—— 確かに、どこまでを月次顧問とするかによって、再現性のあるサービスを目標せるかどうかが変わりそうです。

鈴木 それと、他の事務所の話を聞いていると、より高いレベルのサービスを目標することが目的と化している場合もある気がしています。会計事務所側はほぼ毎日同じことやっているため、サービスに進歩がないように感じてしまいがちですが、お客様にとっては月に1回です。「もっとレベルの高い話をしてほしい」と不満を感じているケースは少ないと思います。お客様がレベルアップを求めているのではなく、実は自分たちが同じサービスをすることに飽きてしまっているのではないのでしょうか。

することは、例えるなら、法定速度60キロメートルの道路しか走らないのに、時速400キロメートルで走れる車を作ったがっているようなものではないでしょうか。せっかくなので、思う存分に走れる場所がないのです。

—— 専門性の高い職業だからこそ、陥りやすいのかもしれないですね。

植島 決してサービスの質を低くしているという話ではなく、お客様のニーズを自分たち中心で考えてしまい、限られたリソースを適正に配分できなくなるのがいけないという話です。

北海道で圧倒的ナンバーワンを目指す

—— 今後の事務所経営についての展望をお聞かせください。ここまでのお話では、1年で200件の顧問先を増やすという目標がありました。その先の中長期的な目標についても伺えますでしょうか。

植島 新卒採用を毎年10名ずつ行っていく予定です。もちろん、中途採用も並行して進めていきます。それにより、2027年には従

マッチポイントグループ (<https://matchpoints.jp/>)



植島 もちろん、高いレベルの仕事を追求することはよいことです。しかし、お客様のニーズとは離れたところでサービスの質を追

業員数が1000人を超えることを目指しています。

そして、2028年には売上高10億円を突破し、2029年には北海道で圧倒的ナンバーワンの事務所を目指します。ここでいうナンバーワンの定義は、従業員数を基準としています。また、5年後の顧問先数は2500社を目標にしています。さらに、スタッフの平均給与も600万円を目指します。この金額は社会情勢もありますので、場合によっては来年も650万円や700万円といった数字に上方修正する必要があるかもしれません。

また、中期的には組織の形も見直したいと考えています。現在は役員会のもとにぶら下がる形になっていますが、役員への直上がりではなく、執行役員のポジションを設ける予定です。これにより、各専門部門がひとつの会社のように社内カンパニー制に近い形で運営され、今以上に行動力の高い組織を目指したいと考えています。

—— 本日は、大変貴重なお話を頂き、ありがとうございました。マッチポイントグループのさらなるご発展を祈念しています。