



チャンネル登録者数19万人

○ YouTuber 大河内薫先生が示す

税理士の新しい姿



ArtBiz 税理士事務所（東京都中央区）代表の大河内 薫氏（写真）は、YouTubeで動画を配信する「税理士YouTuber」として知られた存在である。動画の内容は、節税の方法から税務調査への備え、副業のノウハウ、つみたてNISAの解説、お金の基礎知識など多岐にわたる。大河内氏の動画チャンネル「税理士大河内薫の税金チャンネル」は、登録者数が19・1万人（8月5日時点）に達し、税理士の動画チャンネルとしては日本一の人気を誇る。これまでもテレビや雑誌、書籍などを通じて、社会に向けて啓発活動を行う会計人はいたが、大河内氏の活動は、社会に向けて情報発信をする税理士の新しい姿と言えるだろう。本稿では大河内氏に、その活動の詳細や目的、将来の展望などについて伺った。（写真撮影 市川法子）



○ 芸術・芸能分野に特化した税理士事務所を展開

—— AFBZ税理士事務所の所長を務める大河内先生は、通常の会計事務所業務の傍ら、ブログやTwitter、YouTubeなど、インターネット上の発信に注力しています。さまざまなSNSでのフォロワー／チャンネル登録者は、トータルで数十万人に上ります。

今回の取材では、大河内先生がこうした活動に取り組むようになった経緯や目的、今後の展望などについて伺います。

まずは、大河内先生のこれまでの歩みを、簡単に振り返っていただけますか。

**大河内** 僕は平成18年に、日本大学芸術学部を卒業しました。税理士の資格を取得しようと思ったのは、平成19年です。それから4年間、働きながら試験勉強を続け、平成23年に合格することができました。

その後、都内の大手税理士法人で働きながら、平成28年に株式会社

AFBZを設立しました。そして、その翌年にAFBZ税理士事務所を開業して、独立をしました。

—— 現在の規模はどのくらいでしょうか。

**大河内** 株式会社と税理士事務所のいずれも、正社員はいません。所長の僕とアルバイトのスタッフだけで運営している、いわゆる「ひとり事務所」です。

—— あらためて、貴事務所の特徴を教えてください。

**大河内** お客様に提供している業務の内容は、ほかの会計事務所と変わらないと思います。当事務所の特徴といえるのは、芸

術・芸能分野のお客様に特化している点です。開業当初から業種を絞っていたわけではありませんが、現在はほとんどのお客様が芸術・芸能関係の仕事に従事されている方です。

また、ほかの会計事務所と比較して、税務に費やしている時間が極端に短い点も珍しいかもしれません。集中すれば、週2〜3日で回せるようにしています。そして、現在は新規の顧問契約の受け付けを停止しています。

—— 税務に割く時間を短くしたり、新規顧問契約を停止したりしているのは、冒頭で紹介した情報発信に注力するためでしょうか。

**大河内** そのとおりです。発信業務をスタートしてから、いわゆる一般的な会計事務所の業務は意図的に抑えています。

—— 税務に割く時間を短くしたり、新規顧問契約を停止したりしているのは、冒頭で紹介した情報発信に注力するためでしょうか。

**大河内** そのとおりです。発信業務をスタートしてから、いわゆる一般的な会計事務所の業務は意図的に抑えています。

○ SNSで発信をするのは当たり前じゃない

—— 大河内先生が発信業務に注力するようになった経緯をお聞かせください。

**大河内** 最初に始めたのはTwitterです。始めた理由は、「会計事務所の仕事を知ってほしい」からではな

く、今や職業に関係なく誰もがSNSで発信するのが当たり前だと思っただけです。

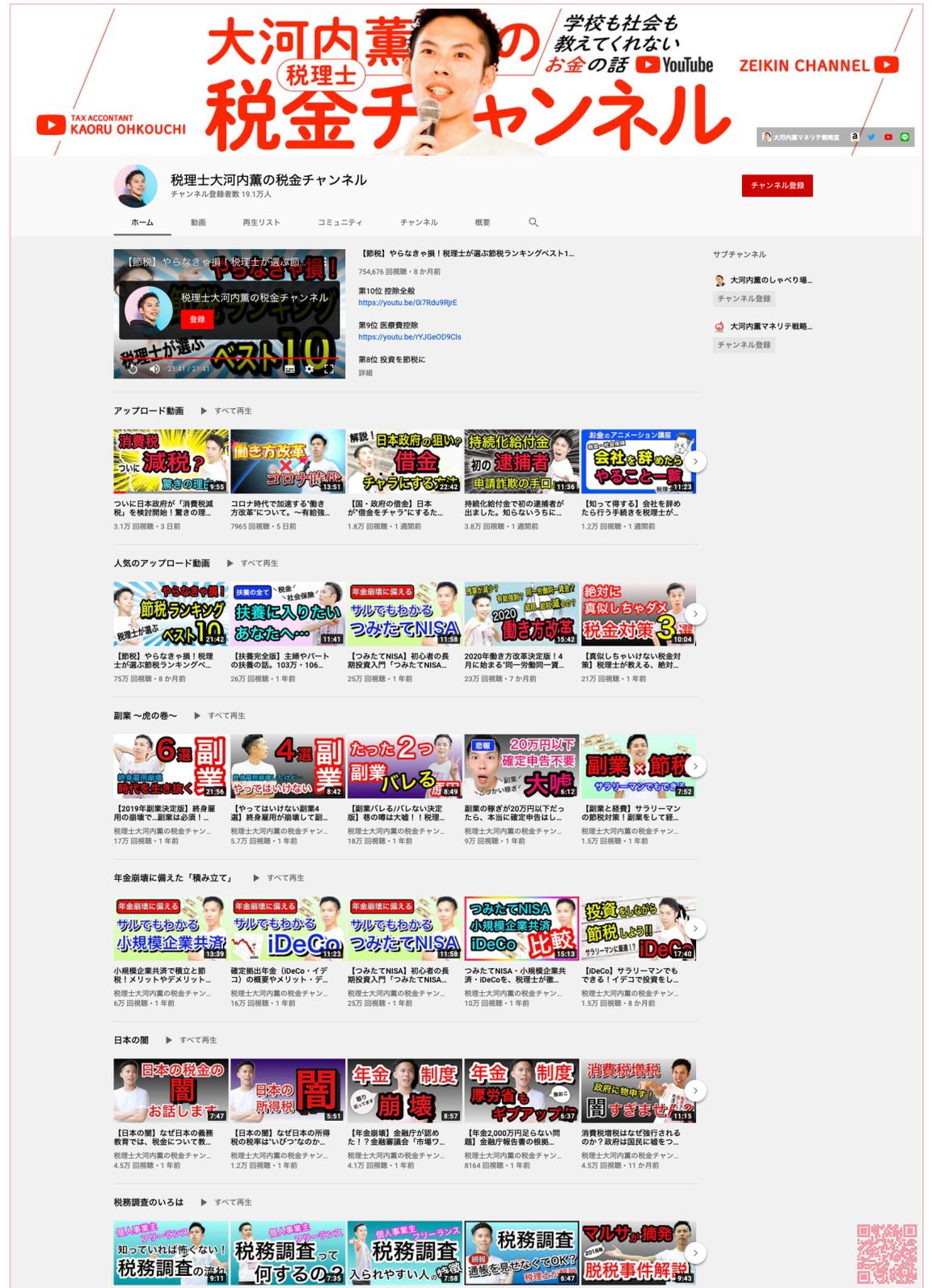
個人のブランディングにつながるのは間違いありませんし、自分の活動や想いを伝えられることも魅力に感じました。

Twitterを皮切りに、その後はブログ、書籍、YouTube、Instagram、音声メディアのVoicyなど、発信する媒体を拡大していきました。今年の4月末には、オンラインサロン「大河内薫マネリテ戦略室」の運営もスタートさせました。このオンラインサロン内にも、3つのSNSがあります。

Twitterのフォロワーの皆さんが、YouTubeのチャンネルにも登録してください。それが人と人とのつながりを連鎖的に拡げてくれますから、複数の媒体で発信することによる相乗効果を実感しています。

—— 現在はYouTubeで発信する税理士も増えましたが、大河内先生のYouTubeチャンネル「税理士大河内薫の税金チャンネル」は登録者数が19万人を超えています（8月5

税理士大河内薫の税金チャンネル



日現在)。YouTubeを始めたきっかけを教えてください。

**大河内** 平成30年の10月頃、「ビジネス系(YouTuber)」と呼ばれる方々の活動が本格化していました。例えば、イケダハヤトさん、マナブさん、もふもふ不動産さん、マコなり社長さんといった面々です。

彼らを見て「YouTube市場はエントラメだけではなく、ビジネス系でもいける」と感じました。そして、

実際に大阪のヒロ先生が税理士としてYouTubeチャンネルを開設し、当時で2万5000人のチャンネル登録者を持っていました。そこで僕も彼らに遅れること半年、平成31年2月にYouTubeをスタートしまし

○潜在顧客ではなく一般人に訴える

—— YouTubeのチャンネル登録者数を大きく伸ばせた要因はどこにあるとお考えですか。

**大河内** 自分で言うのもおこがましいのですが、大前提として説明は得意だと思えます。また、ビジネス系

た。

—— 動画コンテンツはどのくらい頻度でアップロードされているのですか。

**大河内** 当初は、毎日1本のペースで動画をアップロードしていました。現在は週に3本のペースです。もちろん、一本一本精魂を込めて制作していますが、現在は活動の軸足を、YouTubeから別の媒体に移しつつあります。

—— それはなぜでしょうか。

**大河内** ある程度結果を出すことができ、力を注げば伸びると分かった媒体からは、なるべく手を引くのが僕のスタイルだからです。

のコンテンツの多くは、あまりユーザーモアがありません。ですから、ユーザーを盛り込んだり、喜怒哀楽をはつきり表現したりすることを意識しています。

もうひとつ、僕は税理士業界では

なく、一般の人々に向けてコンテンツを発信しています。多くの税理士の先生は、潜在顧客を対象に発信すると思えます。例えば、経営者、個人事業主、フリーランスといった方々です。もしくは、同業者の会計事務所が対象でしょう。

僕のYouTubeチャンネルでは、そのような方々は対象にしていません。あくまでも、一般の方々に届けることを狙っています。分母の大きい一般の方々に受け入れてもらえれば、当然ながら数字は伸びていきます。ですから、専門用語は極力使いたしませんし、使ったとしても必ず補正するようにしています。

—— 一般の人を対象にコンテンツを制作するのに苦労はありませんか。

**大河内** 発信する習慣をつくるのが重要なですね。

**大河内** 大切なのは「アウトプットを前提にしたインプット」を行うことです。アウトプットを前提にして

○すべての行動はアウトプットを前提に

—— 発信する習慣をつくるのが重要なですね。

**大河内** 大切なのは「アウトプットを前提にしたインプット」を行うことです。アウトプットを前提にして

したか。

**大河内** 苦労をしたという認識は特にありません。これまでさまざまな媒体で発信を続けてきましたから、朝起きてから寝るまでの間、発信に使えるようなことはすくなくともとる癖がついています。そのメモから、発信する媒体ごとに適切な題材を選び分けているイメージです。

また、継続的に努力できるかどうか数字の伸びにつながります。例えば、1カ月間動画をアップロードすることはできるでしょう。しかし、1年、2年にわたり、毎週コンテンツに数本の動画を上げられる人は多くありません。ヒロ先生と僕のは、これが実践できているからです。

いれば、必ずインプットの質は高まります。

例えば、僕はセミナーで講演するとき、冒頭で「今日学んだことを、帰ったら誰かに話してみてください



大河内 薫 (おおこうち・かおる)

ArtBiz 税理士事務所 代表取締役。税理士。昭和 58 年生まれ。愛知県出身。日本大学芸術学部卒。大学卒業後、フリーターを経て税理士試験の勉強を開始。平成 23 年に合格し、都内の大手税理士法人に勤務。平成 28 年、独立して株式会社 ArtBiz を設立。平成 29 年、ArtBiz 税理士事務所を開業。著書に『お金のこと何もわからないままフリーランスになっちゃいましたが税金で損しない方法を教えてください!』(共著。サンクチュアリ出版)がある。

「と伝えていきます。この前提があるかないかで、セミナー受講に臨む姿勢も変わってくるはずですよ。」

僕の場合は発信している媒体が多

いので、日常目にする全てを発信するくらいの意識でいます。

—— セミナーも積極的に開催したり、講師を務めたりされているので

しょうか。

**大河内** 企業からご依頼をいただいたときに講演するケースがメインで、それほど数をこなしているわけでは

### ○コロナ禍は時代の変化を加速させる

—— 事務所の顧客や大河内先生の活動に対する、新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) 拡大の影響はいかがですか。

**大河内** 予定されていたセミナーやイベントは全てなくなりました。一方で、皆さんの在宅時間が増えたことで、ウェブ上で発信している数多くのコンテンツの閲覧数が伸びました。また、先ほど申し上げたオンラインサロン「大河内薫マネリテ戦略室」の会員数が、2カ月弱で400名に到達しました。緊急事態宣言による「STAY HOME」がなければ、ここまで集まらなかったかもしれません。

税理士業務に関しては、一歩遅れてこれから倒産廃業が増え、お客様は減ると予想しています。これは当事務所だけでなく、会計業界全体に起こりうる影響です。

—— 芸術・芸能分野の顧問先についても、新型コロナウイルスの影響

は大きかったのでしょうか。

**大河内** はい。個人のお客様の7割くらいは、持続化給付金を申請しています。もちろん、お客様からの持続化給付金や借入に関する問い合わせには100%対応していますから、税理士としての業務は忙しくなっただけかもしれません。

—— 大河内先生は、「アフターコロナ」の世界がどのようなものになると予想されていますか。

**大河内** 僕個人としては、日頃から何が起こっても対応できるように準備しているつもりなので、やるべきことはこれまでも何も変わりません。「こういう未来が来るからあれをやる」という考え方はせず、常に現

状でできるベストを尽くせば、何が起ころうとも乗り切れるというのが僕の考えです。

もちろん、社会的な変化は起ころうとしますが、パラダイムシフトと呼ばれるような劇的な変化ではないと思います。AIの活用が加速したり、テレワークが進んだりといった、これから訪れるとされていた未来が、少し早く実現するだけでしょう。

少し暗い話になりますが、今回の新型コロナウイルスに便乗して、従業員の解雇を考える経営者は多いと思います。テレワークを実施してみても、「君は仕事をしていないことが分かったから、AIに代えるね」と言いやすくなるわけです。自分の仕事がAIに取って代わられるのは10年先だと思っていたら、それが5年先、いやもっと直近になったのかもしれない。

### ○マネーリテラシーは日本人を変える

—— 大河内先生の今後の活動について、展望をお聞かせいただけますか。

**大河内** 僕は「義務教育でお金の教

育を実践すること」「日本人のマネーリテラシーを高めること」をライフワークとしています。僕の全ての活動は、この目標を実現するためのアプローチです。

目標実現までに30年かかるのか、50年かかるのかは分かりませんが、とても長い道なのであることは確かです。今後同じスタンスで活動を続けていきます。

具体的には、ニュースになって世間が注目するようなイベントを企画したり、「お金がいやしい」という間違った常識を打ち破る本や、子ども向けのお金の教育本を執筆したりしたいと考えています。

また、教育機関にアプローチして、教育の現場に携われるような活動もしたいと考えています。オンラインサロン「大河内薫マネリテ戦略室」は、そのために立ち上げたものです。ここで得られた収益や人材を、教育の現場に再投資していきます。

—— マネーリテラシーが高まることで、どのような成果がもたらされるのでしょうか。

**大河内** 日本社会のマネーリテラシ

ーが高まれば、日本人が幸せになれると思います。「お金がいやしい」という考え方を、僕は「お金アレレギー」と呼んでいます。この「お金アレレギー」を払拭できれば、人生が豊かになる確率は上がるはずですが、

お金は適切に稼ぎ、適切に使い、適切に守ることができればよいというのが僕の考え方です。そのために必要な知識と、平均程度の年収があれば、大金持ちになることは難しく

とも、小金持ちくらいにはなれません。お金は毎日使うものだから、そのほうが幸せではないでしょうか。

ただし、世の中には「合法だが詐欺まがいの商品」がたくさん存在します。手数料の高い信託商品や生命保険、ワンルームマンション投資

など、「業者が儲けるためだけの商品」があまりにも多すぎます。そういった罠に遭遇するのは、人生で一度や二度ではありませんし、一度でも引つかかると、お金持ちになるのが一気に難しくなってしまいます。

しかも、そのような罠に陥らないための教育は、学校では一切行われ

ていません。ルールを教わっていないゲームをいきなりプレイしなければならぬようなもので、とてもハードルの高い話なのです。

この現状を変えることができれば、僕ももっと日本の経済は上向くはずだと考えています。

—— 大変共感できるお話です。仰るとおり、その目標実現までには長

くかかりそうですね。

**大河内** 直近の3年は、僕が実現したい世界観を全力で訴え続け、仲間を増やしていくフェーズだと考えています。例えば、オンラインサロン

のメンバーが4000人、4万人と増えていけば、相当な力になるはず

です。

それでも、世の中は簡単には変わりません。変えたほうが国はよくなるにもかかわらず変わらないのは、

官僚や政府にとってそのままのほうが都合がよいからです。文部科学省

に正面から訴えても、勝てるはずがありません。

—— 何か変化を起こすためのビジョンをお持ちですか。

**大河内** 「民意が沸騰するタイミング

グ」があれば、国は変化せざるを得ないでしょう。

お金や税金には全く関係のない話ですが、この春に、ある芸能人の方が、SNSでの誹謗中傷に傷つき自ら命を絶つという痛ましい出来事がありました。このとき民意は「沸騰」して、ネット上での誹謗中傷を規制する法改正への機運が一気に高まりました。

このような「民意の沸騰」があれば、お金の問題もきっと変化していきはります。

—— そのタイミングに備えて、まずは仲間を増やしていくわけですね。

**大河内** ただ、このような活動にはリスクが伴いますから、動きたくても動けない人が多いことも理解しています。僕のように結婚もしておらず、事務所で正社員を雇用しているわけでもない人間とは違い、守るべきものがある人は、賛同してくれたとしても一緒に活動するのは難しいでしょう。

しかし、賛同していただけるのであれば、ぜひ身近な人にこの考えを伝え、広めていってほしいですね。

例えば、税理士という仕事をしていれば、税金に対するリテラシーが高い方は多いでしょう。そのようなお金に関するリテラシーが高い税理士の先生方が100社の経営者に伝えることで、状況は変わるかもしれません。ですから、同じ気持ちを持つ税理士の仲間が増えればうれしいですね。

—— 最後に、弊誌の読者に向けてメッセージをお願いします。

**大河内** 僕は、自分のやりたいことに取り組む先生がもっと増えればよいと思っています。

税理士の仕事はある程度の利益が上がるので、それで満足している方も少なくないでしょう。しかし、きつと何らかの志を抱いて事務所を立ち上げたはず。その志を実現するため、もっとアグレッシブに行動してみてもどうでしょうか。

—— 本日は貴重なお話をありがとうございました。