はしがき

近年、社労士に業務を委託する中小企業が増加し続けており、2025年度に入ってもなお、「勝ち組社労士」は顧問契約を着実に増やしています。その影響もあり、社労士業界全体では人材不足が深刻化し、いまや人材の“奪い合い”ともいえる状況に突入しています。

当社においても、2024年度は新規の顧問契約が大幅に増加し、1年間で合計35社と新たに契約を締結いたしました。そのうち、給与計算業務を含まない契約はわずか1社のみであり、残る34社はすべて給与計算を含む顧問契約です。

給与計算が入るため、契約数の増加だけでなく、1社あたりの顧問料の平均単価も上がっています。

また、就業規則に関する報酬体系については、従来の一括請求型ではなく、顧問契約に組み込んだ「サブスク型就業規則サービス」として提供しており、毎月定額の報酬をいただく形を採用しています。つまり、当社では給与計算業務と就業規則の継続的な整備・見直しをパッケージ化し、顧客企業の人事労務業務を安定的かつ持続的にサポートする体制を整えております。

このようなサービス内容が顧客から高く評価され、新規顧問契約の獲得にも大きく貢献しています。しかし、当社が対応可能な顧客数には当然ながら限りがあり、すべての企業をサポートすることはできません。だからこそ、当社のノウハウを社労士業界全体の発展のために公開する意義があると考えました。

本書では、当社が実践してきた「顧問契約獲得のノウハウ」を余すところなく公開するとともに、2024年11月に全国社会保険労務士会連合会および社会保険労務士総合研究機構が発表した「2024年度社労士実態調査（詳細版）」（以下、「調査結果」）を分析し、「勝ち組社労士」像に科学的な裏付けを加えています。

本書を通じて、多くの社労士の皆さまが自らの可能性に気づき、一歩を踏み出すきっかけとなれば幸いです。

令和７年７月

社会保険労務士法人アンブレラ　代表社員　伊藤 泰人

目　次

はしがき …… 1

第１章　「2024年度社労士実態調査」から見える開業社労士の現状

1　売上が多い事務所には顧問契約とスポット契約の割合に法則がある …… 10
（1）顧問契約とスポット契約の相関関係 …… 10
（2）データ（「実態調査」が示す新たな方向性） …… 12
（3）顧問契約とスポット契約のスイートスポット …… 13
2　社労士の48％が年間売上500万円未満の「負け組社労士」 …… 16
（1）「勝ち組社労士」「平均組社労士」「負け組社労士」の３区分 …… 16
（2）社労士の年間売上金額 …… 17
3　「勝ち組社労士モデル」「平均組社労士モデル」「負け組社労士モデル」の実像 …… 21
（1）ランクアップのポイント【負け組社労士⇒平均組社労士】 …… 21
（2）ランクアップのポイント【平均組社労士⇒勝ち組社労士】 …… 24

第２章　顧客が増えない社労士の「３つの共通点」

1　否定的思考～顧客が増えない隠れた原因～ …… 30

（1）できない理由から考える …… 30
（2）もう一つの否定的思考 …… 38
2　スピード不足～顧問契約が多い社労士ほど、速い！～ …… 40
（1）あって当然、なければ、ただの人になる「業務知識」 …… 41
（2）顧客を増やしたいなら「周辺知識」を固める …… 46
（3）生産性を上げるなら不可欠な「IT 知識」 …… 48
3　目標の欠如～方向性の不明確さが生む問題～ …… 60
（1）達成期限と数値目標を決めていない …… 60
（2）目標達成に向けた事務所の「戦略」がない …… 68
（3）目標達成に向けた事務所の「戦術」がない …… 71

第3章　自分の事務所の現状分析

1　既存顧客を分析する「魔法の工作シート」 …… 80
（1）顧客の「背面資源」の活用 …… 80
（2）「魔法の工作シート」の活用 …… 82
（3）「魔法の工作シート」になぜ助成金の項目が多いのか ～助成金とのセット提案～ …… 86
（4）「魔法の工作シート」で顧客は倍増 …… 88
2　事務所所在地の魅力を分析する方法 …… 90
（1）大都市の社労士が地方都市の社労士より有利？ …… 90
（2）地域の他の社労士事務所を探る …… 92
（3）ベンチマークとなる社労士をロックオン …… 95
3　自分の長所と短所を分析する方法 …… 97

第４章　売上1,000万円超になるための「顧問料とスポット料」の決め方

1　顧問契約で提供する主な３つのサービス …… 104
（１）労使トラブル相談サービス …… 105
（２）社会保険・労働保険手続代行サービス …… 107
（３）給与計算代行サービス …… 109
2　代表的な10のスポットサービス …… 112
（１）助成金申請代行サービス …… 113
（２）就業規則作成・変更サービス …… 113
（３）公的年金申請代行サービス …… 114
（４）退職金設計サービス …… 115
（５）人事評価制度・賃金設計サービス …… 115
（６）資金繰り改善サービス …… 116
（７）研修サービス …… 117
（８）労使トラブル相談サービス …… 117
（９）勤怠管理システム支援サービス …… 118
（10）採用コンサルティングサービス …… 119
3　スポット契約と顧問契約の設計方法 …… 120
（１）スポット契約料金表の設計方法 …… 120
（２）スポット契約料の設計手順 …… 122
（３）顧問料金表の作成は必須 …… 123
（４）顧問契約サービスメニューの作成方法 …… 124
（５）顧客をざくざく獲得する顧問料金表の設計 …… 129
（６）毎年、定期的な顧問料の引上げ …… 133
（７）適正な顧問料の確保が事務所の成長を支える …… 134
（８）社労士が顧問料の値上げができない理由 …… 135
（９）顧問料の値上げを通知する方法は速達 …… 137

第5章 顧客を増やすために必要な「3つの力」

1　社長に響くスポット契約力 …… 140
（1）顧客に提供するスポット契約 …… 140
（2）3つのスポット契約で顧問契約獲得 …… 142
（3）スポット契約の代行報酬目安 …… 143
2　顧客をつかむ信頼力 …… 146
（1）事務所ホームページの活用 …… 146
（2）事務所案内の活用 …… 152
（3）事務所ニュースの活用 …… 154
3　マニュアル化された販売力 …… 156
（1）助成金はファーストサーブ …… 157
（2）強烈なセカンドサーブでスポット契約を提案 …… 158
（3）セカンドサーブで打ち込むインパクトがあるサービス …… 159

第6章 確実に顧問契約を増やす「3つの話法」

1　新規顧客との面談アポを取る話法 …… 170
（1）FAXDM編 …… 170
（2）FAXDM以外のDM …… 173
（3）テレアポ編 …… 174
（4）ホームページ編 …… 177
（5）顧客紹介編 …… 179
2　顧問契約を獲得する提案話法 …… 184
（1）正社員化コースから「サブスク型就業規則」へ …… 186
（2）正社員化コースから「給与計算代行サービス」へ …… 189

（3）正社員化コースから「勤怠管理システム導入サービス」へ ……… 191
（4）育児系の助成金から「手続代行サービス」へ ……… 193
（5）トライアル雇用助成金から「採用コンサルティング」へ ……… 196
3　顧客の紹介を依頼する話法 ……… 199
（1）社長の同業者の社長への紹介依頼 ……… 199
（2）社長と同じ趣味の社長 ……… 201
（3）社長の大学時代の後輩が社長 ……… 202
（4）社長の奥さんの実家が経営する企業 ……… 204
第７章　「負け組・平均組・勝ち組」社労士行動計画
1　年間売上500万円未満の「負け組社労士」向け行動計画 ……… 208
（1）スポット契約の選定 ……… 208
（2）スポット契約の選定基準 ……… 212
（3）助成金をメイン業務にして従業員数10名未満の企業の社長と面談 ……… 214
（4）２つ目のスポット契約として就業規則作成サービスを選定 ……… 215
（5）目標（１年後、２年後、３年後の理想的な状況）……… 220
2　年間売上500万円以上2,000万円未満の「平均組社労士」向け行動計画 ……… 227
（1）スポット契約者を増やす ……… 227
（2）専用事務所を借りる ……… 228
（3）従業員の採用 ……… 229
（4）社労士法人化 ……… 232

3　年間売上2,000万円以上の「勝ち組社労士」向け
行動計画 …… 235
（1）売上3,000万円の壁を突破する！ …… 236
（2）売上5,000万円の壁を突破する！ …… 237
（3）１億円の壁を突破する！ …… 239
（4）複数分野をワンストップで対応できる社労士が、社労士業界を制す …… 241

あとがき …… 245
著者略歴 …… 247

第1章

「2024年度社労士実態調査」から見える開業社労士の現状

1　売上が多い事務所には顧問契約とスポット契約の割合に法則がある

（1）顧問契約とスポット契約の相関関係

売上を増やすためには、顧問契約でもスポット契約でも、たくさん取ればよいと考えがちです。

ここではまず、一般的な社労士業務における顧問契約とスポット契約について、そのメリットとデメリットを比較してみます。

		顧問契約	スポット契約
比較項目	報酬の支払い	月払い（年間契約）	一時払い
	1回の報酬額	3～5万円程度／月	20万円超／回
	契約の型	農耕型 畑を耕して種を撒き、収穫というパターンを繰り返す「農耕型」。毎月一定額の売上が入ってくるため、経営が安定する。	狩猟型 常に新しい獲物を捕える必要がある「狩猟型」。毎月の売上が変動するため、不安定な経営になり、精神的に追い込まれる危険性もある。
	契約難易度	高い 毎月の固定費が発生し、顧客が慎重になることが多いため。	低い 顧客発信で、助成金申請や就業規則作成を依頼されるケースが多いため。
	従業員の雇用難易度	低い 報酬が安定していて、入金額を把握できるため、雇用可能な従業員数を計算しやすい。	高い 報酬が不安定なため、雇用可能な従業員数を計算するのが難しい。
	人件費	高い 売上の増加に伴って従業員の増員が必要になるため、人件費が増加する。 いわゆる「労働集約型」。	低い 継続業務ではないため、顧問契約より少ない人数で賄える。

当然ですが、事務所経営を安定させるためには、毎月定額で入金される顧問料を得られる顧問契約を増やすことが最優先の課題です。顧問契約は、安定した収益基盤を構築する上で欠かせない柱となるため、長期的な事務所運営を考える上では非常に重要な要素です。

しかし、ときどき「スポット契約はお断りし、顧問契約のみを引き受ける」というスタイルを取る社労士がいます。この戦略は一見効率的に見えるかもしれませんが、顧客を拡大する観点では明らかに間違ったアプローチです。なぜなら、新規の顧問契約をいきなり獲得することは非常に難易度が高く、特に信頼関係がまだ構築されていない段階では、顧問契約の提案が受け入れられる可能性は低いからです。

新規顧客との関係を築くためには、まずは契約のハードルが低いスポット契約を活用することが有効です。スポット契約は、短期間で完結する業務であることが多く、顧客にとって利用しやすいサービスです。このような契約を通じて、社労士としての専門性や対応力を顧客に示すことで、信頼を得ることができます。

そして、その信頼を基盤に、将来的な顧問契約へとつなげることが可能になります。

また、スポット契約を活用することにより、事務所の売上構成を多様化し、経営のリスクを分散させる効果も期待できます。例えば、顧問契約が安定収益を生む一方で、スポット契約は一時的な収益増加を補完する役割を果たします。

このように、顧問契約に偏らず、スポット契約もバランスよく取り入れることで、事務所の収益構造をより強固で柔軟なものにすることができます。

さらに、スポット契約を通じて獲得した顧客が他の経営者を紹介してくれるケースも少なくありません。助成金申請や労務コンサルティングといったスポット契約は特にニーズが高く、その結果、事務所の知名度向上や顧客ネットワークの拡大にも寄与します。

つまり、顧問契約を増やすことが経営安定化の鍵である一方で、ス

ポット契約を軽視せずに積極的に取り入れることで、事務所の成長と安定を両立させることができます。このバランスの良い売上構成を意識することで、事務所の将来的な発展が期待できます。

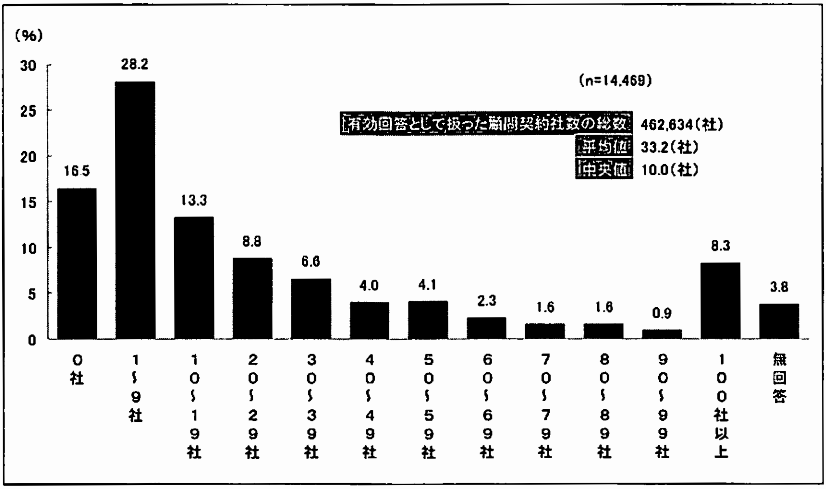
（2）データ（「実態調査」が示す新たな方向性）

全国社会保険労務士会連合会が公開した「2024年度社労士実態調査（以下、「実態調査」）」を分析してみると、やみくもに顧問契約やスポット契約を増やせばよいというわけではないことがわかります。

よく、「データ偏重の野球は観戦しても、面白くない」と言われますが、ビジネスでも、データ偏重は好ましくありません。ただ、データを軽んじることはできません。

例えば、「実態調査」で公開されている社労士が契約している顧問契約社数は、以下のグラフの通りです。

◆顧問契約社数



特徴としては、顧問契約社数は、１～９社で契約している社労士が

一番多く、契約社数が増えていくにしたがい、契約している社労士事務所の数は減っていきます。

ところが、100社以上の顧問契約社数を保有している社労士事務所でグラフは増加しており、1,203事務所が100社以上の顧問契約社数を保有しています。100社以上の顧問契約を得られる社労士事務所とそれ以外の事務所とで、二極化している現状が窺えます。

では、顧問契約を100社以上獲得できる事務所の特徴を３つ挙げていきます。

①　事務所の形態と規模の拡大

顧問契約社数が増えることで、事務所の業務範囲が広がり、複数の従業員や専門スタッフを雇用する「社員が２人以上の社労士法人」の割合が高くなる傾向にあります。

②　売上と契約社数の相関

顧問契約社数が多い事務所ほど、売上規模が大きくなる傾向があります。特に、顧問契約社数が100社以上の場合、事務所が多様なサービスを提供し、高単価な契約や収益性の高い業務を多く取り込むため、規模を拡大しやすいと考えられます。

③　効率的な組織運営の必要性

顧問契約が100社以上に達すると、業務の効率化や分業が求められるため、法人化やスタッフの増員を進める事務所が増加します。このような体制整備により、さらなる契約社数の増加が可能になります。

（3）顧問契約とスポット契約のスイートスポット

ビジネスでのスイートスポットとは、最も成果を上げやすい領域や条件を指す言葉です。

実は、顧問契約とスポット契約のスイートスポットがあります。一般的によくいわれることですが、顧問契約は労働集約型のビジネスで

あるため、契約件数が増えると事務処理が増加し、それに伴い人手が必要になります。その結果、従業員を増やさざるを得ない場合が多くなります。

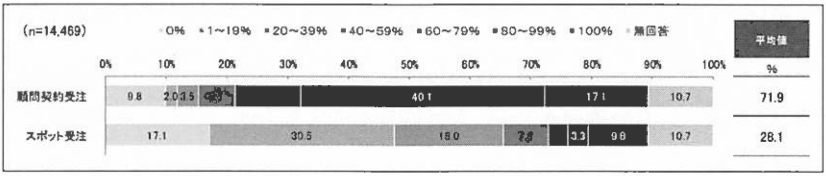
一方、スポット契約は短い時間で高い収益を上げられる業務がほとんどです。そのため、スポット契約を増やすことで、現状の人員を維持しながら売上を拡大することが可能です。

ただし、スポット契約だけでは毎月の売上にばらつきが生じるため、安定した経営を実現するには、顧問契約の獲得が欠かせないことはいうまでもありません。例えば、スポット契約で助成金申請代行をする場合、後述する「サブスク型就業規則」の顧問契約をしていると、助成金に必要な就業規則、労働条件通知書、出勤簿、賃金台帳のデータを保有しているため、助成金申請のために改めて取りつける書類は、ほとんどありません。

つまり、少ない事務負担で助成金申請の代行報酬が入ってくるので、儲かることは必然です。

「実態調査」の売上内訳（下図）によると、顧問契約受注が売上の71.9％、スポット受注が売上の28.1％というのが平均です。

◆売上内訳



重要なのは、さらに分析を進めると、売上が１億円以上の事務所では、顧問契約が全体の売上の80％を占めており、事務所の安定した収益基盤となっていることがわかります。スポット契約の割合は全体の売上の20％ですが、将来の顧問契約の予備軍として、新規契約獲得に向けた積極的な提案が行われていることがわかります。

例えば、顧客が助成金申請などのスポット契約での対応を見て、信頼できる事務所と判断してもらえれば、顧問契約の締結につながることはよくあります。成り行き任せにするのではなく、現在、売上比率で顧問契約が70%の場合は、80%を目指して、スポット契約から顧問契約への切替えにより新規契約の働きかけをします。逆に、スポット契約が10%の場合は、20%を目指してDMを送付するなど広告を打ち、助成金などのスポット契約の新規獲得を目指します。

顧問契約とスポット契約の最適な売上比率、つまりスイートスポットに注視することが、売上を増やすために重要なポイントになります。

ポイント

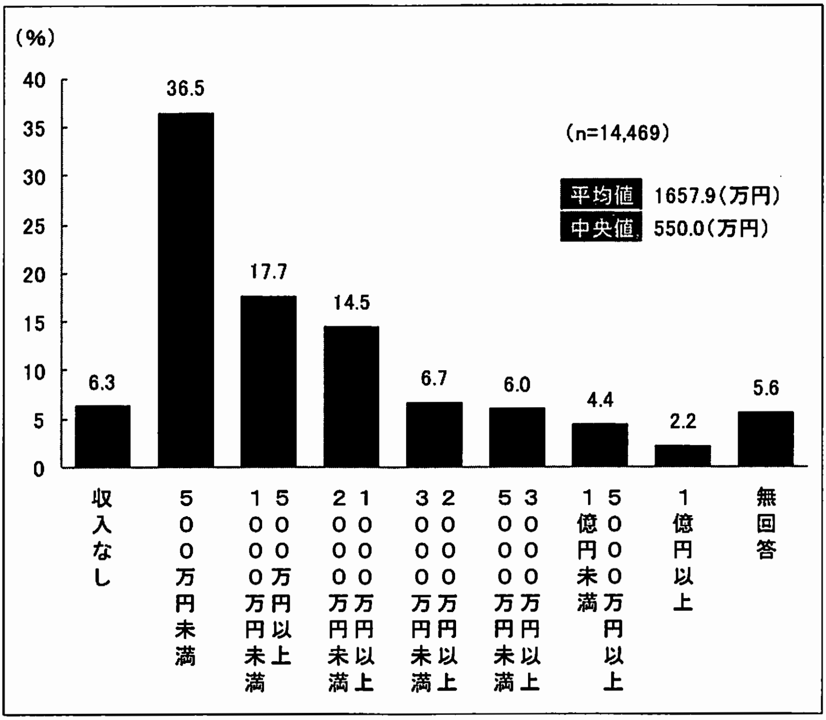
安定収益確保のために、売上は、顧問契約80%、スポット契約20%の割合を維持する（8：2の売上法則）。

2　社労士の48％が年間売上500万円未満の「負け組社労士」

（１）「勝ち組社労士」「平均組社労士」「負け組社労士」の３区分

以下は、個人の開業社労士と社労士法人の「年間売上金額」の割合を示したグラフです。

◆年間売上（収入）金額



日本国内の平均年収は460万円とされています（国税庁「令和５年分民間給与実態統計調査」より）。

この数値を基準として、売上が500万円未満の社労士を、平均年収以下であることから「負け組社労士」と定義しました。この区分は、収入状況に基づいて社労士の経営状況を視覚的にわかりやすく示すためのものです。

さらに、社労士全体の売上の平均値は1,657.9万円であることから、売上が500万円以上2,000万円未満の社労士を「平均組社労士」と区分しました。この範囲に該当する社労士は、業務量や顧問契約数に応じた安定した収益を確保しているケースが多く、経営が安定していると考えられます。

また、「平均組社労士」に該当する事務所は、規模の拡大を目指す段階にあることが多いといえるでしょう。

一方で、売上が2,000万円以上の社労士を「勝ち組社労士」と定義しています。少し判定基準は甘めに設定されていますが、この売上規模に達する社労士事務所は、複数の従業員を雇用し、多くの顧問契約を抱えている場合がほとんどです。

また、「勝ち組社労士」とされる事務所は、助成金業務や給与計算代行、大規模な労務コンサルティングなど、付加価値の高い業務を多く手掛けている傾向があります。

なお、調査に対して無回答だった社労士については、売上が少ないことを理由に回答を控えた可能性が高いと推測されるため、「負け組社労士」に含めています。回答を避ける背景には、売上が公表に値しないと考えたケースや、経営が厳しい現状を表に出したくないといった心理的な理由があるかもしれません。

（2）社労士の年間売上金額

次の表は、「勝ち組社労士」「平均組社労士」「負け組社労士」の３

区分をさらに個人と法人に分けた年間売上金額です。

区分	年間売上金額（平均値1657.9万円）	割合			
		個人 13,061人	法人 1,408人	個人法人合計 14,469人	区分合計
負け組社労士	回答（500万円未満とみなす）	5.7%	4.6%	5.6%	48.4%
	収入ゼロ	6.9%	0.9%	6.3%	
	１円以上500万円未満	40.1%	3.2%	36.5%	
平均組社労士	500万円以上1,000万円未満	19.0%	4.8%	17.7%	32.2%
	1,000万円以上2,000万円未満	14.8%	12.2%	14.5%	
勝ち組社労士	2,000万円以上3,000万円未満	6.0%	13.6%	6.7%	19.3%
	3,000万円以上5,000万円未満	4.4%	20.7%	6.0%	
	5,000万円以上１億円未満	2.4%	22.9%	4.4%	
	１億円以上	0.6%	17.0%	2.2%	

① 売上規模による分類の重要性

このように売上規模による分類は、社労士業界全体の現状を把握し、事務所の立ち位置を客観的に評価する上で役立ちます。

自分の状況を冷静に見つめ直し、次のステップに向けた計画を立てる際の指針としても活用できるでしょう。

② 「負け組社労士」の厳しい実態

売上が500万円未満の「負け組社労士」の割合は、全体の48.4％にも達しているのが現状です。つまり、難関の国家試験に合格し、専門的な知識を習得しているにもかかわらず、全体の社労士の約半数が、平均年収以下の収入にとどまっているという厳しい実態が浮き彫りになっています。

このデータだけを見ると、社労士という職業が必ずしも収入面で安定しているとはいえないと感じるかもしれません。

③ 「スーパー勝ち組社労士」の存在

しかし、だからといって、社労士という職業で高収入を得ることが

不可能かというと、決してそうではありません。

事実として、売上が1億円以上を記録している「スーパー勝ち組社労士」も全体の2.2%存在しており、非常に成功している事務所があることがわかります。

こうした高収入を上げている社労士事務所は、単に顧問契約を増やすだけでなく、助成金業務や大規模な人事労務コンサルティング、給与計算代行など、幅広いサービスを展開している場合が多いです。また、これらの事務所は、組織的な運営体制やマーケティング戦略に力を入れている点も特徴です。

④　優秀な従業員の重要性

実際に、筆者の事務所も年間売上が1億円を超えていますが、幅広いサービスを顧客に提供しています。

しかし、これを1人で達成するのは非常に難しいことであり、頼りになる優秀な従業員を多く雇用することが不可欠です。従業員を適材適所に配置し、それぞれが専門的なスキルを発揮できる環境を整えることで、事務所全体の効率と収益性を大幅に向上させることが可能になります。

また、業務の分担によって所長自身が営業や顧客対応といった重要な業務に集中できることも大きな利点です。

⑤　社労士1人での成功の可能性

売上1億円を達成するのは難易度が高いですが、従業員を雇用せず、社労士1人だけで運営している場合でも、売上を1,000万円以上にすることは、それほど難しくはありません。

例えば、助成金業務を事務所の中心業務に据えることで、比較的短期間で高い収益を上げることが可能です。

実際に筆者も、開業後、1人で売上が1,000万円を超える成果を上げました。これは、助成金業務が比較的参入しやすく、中小企業の需要の高い分野であることが主な要因です。

⑥　初心者社労士の行動計画

また、後述する第７章の行動計画を実行すれば、これから開業する社労士の方でも、３年以内に年間売上1,000万円を達成することが十分可能です。

まずは、ありきたりですが、売上1,000万円を目標に設定し、それを実現することから始めましょう。社労士は、努力次第で大きな収益を上げられる可能性を秘めた業種です。

ちなみに、下表の顧問契約社数と年間売上の中央値（一番多い数値）を参照すると、顧問契約だけで売上を1,000万円にするには、少なくとも顧問契約社数を30社以上にすることが必要と推定できます。

顧問契約社数	社労士数	年間売上中央値（万円）
0社	2,383	20
1～9社	4,085	200
10～19社	1,923	600
20～29社	1,270	900
30～39社	958	1,200
40～49社	580	1,500
50～59社	593	2,000
60～69社	334	2,300
70～79社	231	2,600
80～89社	230	3,000
90～99社	131	3,200
100社以上	1,203	5,500
無回答	548	290

ポイント

本書で紹介している手法を忠実に実践すれば、３年以内に確実に売上が1,000万円を超える。

著者略歴

伊藤　泰人（いとう　やすと）

社会保険労務士法人アンブレラ　代表社員

都立武蔵高校、早稲田大学商学部卒。

安田火災海上保険株式会社（現：損保ジャパン）で営業に従事

2010年４月　脱サラし、社会保険労務士として東京で開業

2011年５月　人事コンサルティング、就業規則の作成をメイン業務にする株式会社東京中央人事（現：アンブレラ安心ソリューションズ株式会社）を設立

2015年３月　開業社労士向けに助成金販売ノウハウを習得できる「助成金ビジネス講座」を開講

2017年10月　社会保険労務士法人アンブレラを設立

2021年12月　社労士合格塾開講

2022年12月　助成金受給診断システム「RAPID（ラピッド）」を開発

2023年６月　就業規則作成システム「アプロス」を開発

2023年７月　開業社労士向けに「売れる就業規則作成講座」を開講