

3C 分析レポート：司法書士業界

本レポートでは、司法書士業界に対する 3C 分析（Customer：顧客、Company：自社、Competitor：競合）を通じて、顧客ニーズの変化、業界内の位置づけ、競合環境の構造的変化を明らかにし、業界のプロでも見落としがちな戦略的視点を提示します。

【Customer（顧客）分析】

- 主顧客層は高齢者、不動産所有者、中小企業経営者など。
- 高齢化社会の進展により、相続・遺言・成年後見の相談が増加。高齢者の「不安心理」への対応が求められる。
- Z 世代・ミレニアル世代では「不動産を所有しない」「士業に対する距離感」「オンライン完結志向」が強く、従来型営業が通用しない。
- 企業顧客では、スタートアップや外国資本の登記支援、契約サポートなども増加傾向。多言語・スピード・価格感覚が求められる。
- 一般消費者は士業に対し「権威」より「利便性・安心感・価格明瞭性」を重視するようになっている。
- 近年では「親の介護・認知症対策・家族信託」への関心層が台頭し、感情面の共感が重視される領域に。

【Company（自社・業界プレイヤー）分析】

- 多くの司法書士事務所は少人数運営で、地域密着型の事業モデル。
- 国家資格に基づく業務独占と高い信頼性が強み。
- 一方で、事務所ごとの IT 対応力・営業力・広報力には格差が大きく、デジタル対応の遅れが課題。
- 資格取得のハードルが高く、若手の参入が少ない。後継者問題が構造的リスク。
- 今後は「感情労働（終活・家族支援）」や「DX 活用支援（企業法務対応）」など、スキルの複合化が求められる。
- 顧客との継続接点を持つ仕組み（LINE 公式、メルマガ、見守り型後見など）が差別化要因に。

【Competitor（競合）分析】

- 士業内競合：行政書士、弁護士、税理士、社会保険労務士などが「隣接業務」を拡張し競合化。
- 非士業競合：不動産テック企業（例：スマート登記サービス）や AI 契約書作成ツール、登記自動化 SaaS などの新規プレイヤー。
- 無料法律相談アプリ、YouTube など「自己解決型サービス」の拡大により、予備軍顧

客が吸収されやすくなる。

- 外資や大手士業法人は、スピード・価格・多言語対応力で都市部を席卷。
- 今後は生成 AI と連携した「法務コンサル型サービス」や「オンライン後見サポート」が出現する可能性があり、個人開業事務所はポジショニングの再定義が必要。
- 真の競争力は「専門性×共感力×デジタル親和性」の 3 要素の組み合わせに移行しつつある。