

企業診断ニュース10月号 令和5年10月1日発行(毎月1回1日発行)

企業診断ニュース

変革する中小企業のナビゲーター, 中小企業診断士

〈特集〉

中小企業診断士のための
Webマーケティング戦略



一般社団法人 中小企業診断協会

2023 October No.772

10

CONTENTS



令和5年10月1日発行
(毎月1回1日発行)

編集発行人 野口 正
制作 株式会社エーケース

本誌掲載の論文ならびに資料
の掲載は当協会の承認を要す

企業診断ニュース 2023年10月号(通巻772号)目次

■特集

中小企業診断士のためのWebマーケティング戦略

- ◎第1章 仕事獲得のためのWeb活用法を探る
「中小企業診断士のためのWebマーケティング戦略」執筆チーム……………3
- ◎第2章 Web集客のカギはキラーコンテンツと関係性構築
株式会社エクスウィルパートナーズ代表取締役 五十嵐 和也 氏
本村 公一……………4
- ◎第3章 動画活用で躍進する顧客獲得戦略
アライフコンサルティング代表 青木 一生 氏
林 栖……………8
- ◎第4章 受注拡大を下支えするWebプロモーション
株式会社ケイ・クルー代表取締役 佐藤 和哉 氏
小林 真実……………12
- ◎第5章 中小企業診断士のブランドづくり
株式会社オージュ・コンサルティング代表取締役 大森 渚 氏
安田 和博……………16

■連載・ご案内

- ◎直撃 プロコンライフ!(第127回)
盛澤 陽一郎(インタビュアー:平井 彩子)……………20
- ◎南関東ブロック スキルアップ研修2023……………24
- ◎プロコン養成塾 福岡2023……………26

■連合会本部レポート

本年度第1次試験 試験合格者数5,521人 試験合格率29.6%(9月5日(火)発表)
／令和5年度「中小企業経営診断シンポジウム」開催のお知らせ／本年度シンポ
ジウムにおける「論文発表者」が決定／令和5年度「調査・研究事業」を実施する
県協会会員グループの選定結果について／「中小企業診断士の日」関連イベント
の開催について／令和5年度理論政策更新研修について／令和5年度論文審査

■県協会レポート

栃木県中小企業診断士会／埼玉県中小企業診断協会／東京都中小企業診断士協
会／岡山県中小企業診断士会／神奈川県中小企業診断協会／兵庫県中小企業診
断士協会／大阪府中小企業診断協会

一般社団法人 中小企業診断協会

〒104-0061 東京都中央区銀座1-14-11 銀松ビル TEL.03-3563-0851 FAX.03-3567-5927
<https://www.j-smeca.jp>

特集 中小企業診断士のためのWebマーケティング戦略

第1章

仕事獲得のための Web活用法を探る



「中小企業診断士のためのWebマーケティング戦略」執筆チーム

1. 悩ましいWebマーケティング戦略

中小企業診断士の中には、自身の仕事を獲得するためのマーケティング戦略について悩んでいる方も多いことと思う。さらに、Webを活用した顧客獲得戦略に至っては、雲をつかむような気持ちを抱いている方も多いのではないだろうか。その悩みは、独立診断士か企業内診断士かを問わず、共通のものだと推察する。

実は我々執筆チームも、それぞれ確固たるWebマーケティング戦略を持っているわけではない。これまでに自身で試行錯誤を繰り返してきたが、手ごたえをなかなか感じられない、という者もいる。

そもそも、診断士自身のためのWebマーケティング戦略について調べようとしても、これが難しい。周りの診断士仲間に聞いてみても、必ずしも明確な答えは返ってこない。また、インターネット上や書籍を探してみても、関連情報としてまとまった内容のものが見つからない。ようやく見つけられたとしても、「中小企業診断士は「企業支援のために」Webマーケティングを学ぶことをお勧めする」といった具合であった。

はたして、中小企業診断士は自身のマーケティングのために、Webをどのように活用したらよいのだろうか。結局のところ、それがよくわからないから、現役診断士や診断士

受験生の多くが利用していそうなSNSから始めてみるか、となってしまうのが関の山ではないだろうか。

2. 専門家たちから学ぶノウハウ

本特集では、「中小企業診断士のための」Webマーケティング戦略について、その知見やノウハウを読者に提供すべく、以下の4名の方にお話を伺った。いずれも、この分野を得意としている専門家の方たちばかりである。

第2章 五十嵐 和也 氏

中小企業診断士にWebマーケティングを指南している。

第3章 青木 一生 氏

「診断士YouTuber」として動画コンテンツをフル活用している。

第4章 佐藤 和哉 氏

広告代理店時代の経験を生かしたプロモーション事業を強みとしている。

第5章 大森 渚 氏

ブランドづくり、プロモーション支援を強みとしている。

今回は、Webマーケティングに関する4名の意見の共通項をあぶり出すようなことを行っていない。しかし、各章には実践的なヒントや独自の視点、斬新な考え方が多く含まれており、読者にとって有益な情報になることは間違いない。本特集が、自身のWebマーケティング戦略について悩む読者の方々の参考になれば、これ以上、嬉しいことはない。

特集 中小企業診断士のためのWebマーケティング戦略

第2章

Web集客のカギはキラー コンテンツと関係性構築

株式会社エクスウィルパートナーズ代表取締役 五十嵐 和也 氏



本村 公一

東京都中小企業診断士協会 / 長崎県中小企業診断士協会

本章では、株式会社エクスウィルパートナーズ代表取締役である五十嵐和也氏に、中小企業診断士のためのWebマーケティング戦略について、中小企業診断士を指南している立場からお話を伺った。同社は、士業・コンサルタント・コーチ・講師などの「先生業」に特化したビジネススクール「志師塾」を展開している。

志師塾には、2,500名以上の卒業生・現役生がいるが、そのうち中小企業診断士は100名以上となる。五十嵐氏自身も中小企業診断士であり、起業支援やマーケティング分野の理論政策更新研修の講師も務めている。



エクスウィルパートナーズの代表取締役 /
志師塾塾長の五十嵐氏
(画像提供: 株式会社エクスウィルパートナーズ, 以下同)

1. 必要な2大能力

中小企業診断士のためのWebマーケティング戦略の詳細に入る前に、中小企業診断士に関する能力について、まず押さえておくべきポイントがあると五十嵐氏は言う。

(1) 受注力と満足獲得力

五十嵐氏によると、中小企業診断士を含めた先生業に求められる能力は、究極的には2つに分類される。その2つの能力とは、「受注力」と「満足獲得力」である。

前者の「受注力」とは、仕事を取る力であり、お客様をいかにして獲得するかということである。マーケティングの力と言ってもよい。一方、後者の「満足獲得力」とは、お客様を満足させる力である。各分野における腕とすることもできる。

(2) 満足獲得力の向上に傾注しがち

受注力と満足獲得力のうち、多くの先生業は、後者の「満足獲得力」の向上に傾注しがちで、中小企業診断士も例外ではないという。たとえば、中小企業診断士がお金と時間を使って各種研修・研究会・マスターコースに参加する、中小企業診断士と別の資格を学習・取得するといったことが該当する。

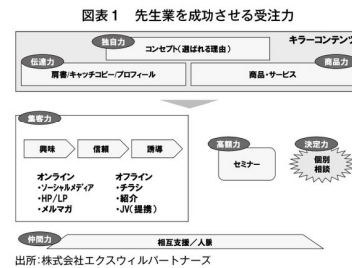
ところが、前者の「受注力」に目を向けてみると、五十嵐氏によれば多くの中小企業診

断士は、お客様を獲得する方法についてはあまり詳しくない。マーケティングについて学ぶことには余念がないが、自分への落とし込みができていないということだ。

上記の指摘に思い当たる節のある中小企業診断士も多いのではないだろうか。

2. 受注力を向上させるには

それでは、中小企業診断士が「受注力」を高めていくにはどうしたらよいのだろうか。まず、受注力は7つの能力に細分化されることを理解しておくことが大事である(図表1)。



(1) 受注力を構成する7つの能力

受注力は、7つの能力で構成されている。それらは、①独自力、②伝達力、③商品力、④集客力、⑤高額力、⑥決定力、そして、⑦仲間力である。

「Webマーケティング戦略というと、ホームページの作り方、ソーシャルメディアの使い方などのテクニカルな話にばかり注目する人が多い」(五十嵐氏)が、受注力という一段高い観点から見ると、それらは全体の中の一部でしかない。

(2) 7つの能力の定義

7つの能力を1つひとつ定義していこう。まず、①独自力とは、ほかのライバルではなく、「あなたが選ばれる理由」、独自のコンセプトを作る力である。②伝達力とは、あなた

の独自の価値を見込み客に伝わる言葉にする力ともいえる。具体的には、肩書、キャッチコピー、プロフィールの3つを作り込むことである。③商品力は、商品・サービスを、独自の形に沿った「売れるパッケージ」として開発する力である。

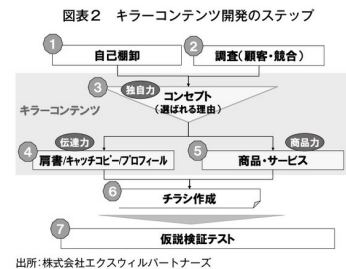
これら、①独自力、②伝達力、③商品力を合わせて「キラーコンテンツ」と呼ぶ。

次に、④集客力とは、Webなどの集客ツールを活用し、見込み客を集める力である。また、⑤高額力とは、セミナーなどを活用してお客様と関係性を構築し、高額化すること、⑥決定力とは、最終的に契約を勝ち取る力のことである。最後に、⑦仲間力とは、相互支援する人脈をつくる力のことである。お客様を獲得するための「受注力」は、これらの7つの能力でできた構造となっている(出所:五十嵐和也著『先生ビジネス®“マーケティング”の教科書』秀和システム)。

3. キラーコンテンツ開発

(1) キラーコンテンツ開発のステップ

前節で定義した7つの能力のうち、中小企業診断士が優先的に向上に取り組むべきなのは、①独自力、②伝達力、③商品力、そしてこれら3つで構成される「キラーコンテンツ」の作り込みである。キラーコンテンツを開発するまでのステップは、以下の図表2のように整理することができる。



(2) 自己棚卸から仮説検証テストまで

キラーコンテンツの開発は、「①自己棚卸」を行うステップから始まる。自己棚卸は、言い換えれば、自分の経験から「できること」と「やりたいこと」を整理する作業である。これは、経営分析における内部環境分析に当たる。志師塾では、自己棚卸を多くの仲間と一緒に「徹底的に」行う。自己開示して経験を語り、仲間からの客観的なフィードバックを取り入れて、内面を見つめ、自分の軸や強みを掘り下げていく。

次に取り組むべきステップは、「②調査（顧客・競合）」である。こちらは、経営分析でいうところの外部環境分析である。調査では、顧客や競合に関する情報を、インターネットもしくは自分の足を駆使して収集する。

このように、①自己棚卸と②調査（顧客・競合）を徹底的に実践して初めて、独自力の領域にあたる「③コンセプト（選ばれる理由）」を作り上げることができる。これらのステップは、「中小企業診断士からすると当たり前のように聞こえるが、それができていない方が非常に多い」と五十嵐氏は強調する。

コンセプトができた後、④肩書／キャッチコピー／プロフィールの作成、⑤商品・サービスの開発へと進み、キラーコンテンツが形作られていく。ただし、この時点でのキラーコンテンツは仮説である。その後、⑥チラシ作成、本当に売れるかどうかの⑦仮説検証テストを繰り返して、キラーコンテンツをブラッシュアップしたうえで、集客に着手していく。

4. 関係性構築とWeb活用ステップアップ

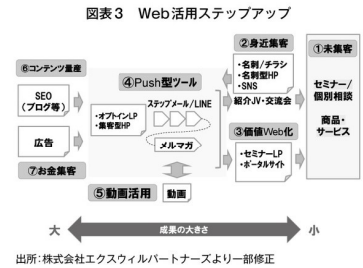
(1) 最大のポイントは関係性の構築

キラーコンテンツの仮説検証を終えたら、いよいよWebツールを活用して集客する段階に入る。中小企業診断士がWebマーケティングを行ううえでの最大のポイントは、「関係性の構築という発想でWebを使っているかどうか」だと五十嵐氏は言う。

診断士業務の場合は、見込み顧客がイン

ターネットで検索してすぐに中小企業診断士に依頼というパターンは考えにくい。そのため、中小企業診断士側から見込み客へ継続的な情報提供を行うことによって、徐々に見込み客との関係性／信頼関係を高めていくことが重要である。換言すれば、関係性マーケティングをWeb上で実践できているかが非常に重要なのである。

上記を考慮に入れつつ、中小企業診断士の集客について考えていきたい。ここで、五十嵐氏が提唱しているのが、図表3に示された「Web活用ステップアップ」である。



(2) 未集客から価値Web化まで

図表3の右端にある「①未集客」の状態は、Webを活用する前で、セミナーや商品・サービスは作ったが、集客を始める前の段階である。多くの方が最初に行うのは、「②身近集客（身近なところの集客）」である。具体的なツールとしては、名刺／チラシや名刺型ホームページ（コンテンツが事務所概要やサービスなどのみのシンプルなもの）を作りつつ、SNSを活用し始める。この段階ではあまり集客にはならない。

次に②で仮説検証を繰り返し、ブラッシュアップしたチラシ／名刺型ホームページの情報を、ペライチなどのサービスを使って作成したセミナーLP（ランディングページ）や、ストアカなどのポータルサイトに掲載する。これが「③価値Web化」の段階である。

(3) Push型ツールからお金集客まで

次は「④Push型ツール」の段階である。Push型とは、見込み客に積極的に情報提供していくPush型マーケティングからきている。ちなみに、見込み客が自ら探しにくるような方法は、Pull型マーケティングという。

ここでの施策は、まず、オプトインLPを作ることである。オプトインLPとは、無料PDFレポートなどのメリットと引換えに、見込み客情報（特にメールアドレス）を提供してもらうためのページである。つまり、中小企業診断士は、見込み客にオプトインLPに登録してもらうことで、見込み客リストを作ることができるようになる。

そのうえで、見込み客に対して、有用なメルマガを配信したり、ステップメールやLINEを組んだりして、継続的に情報提供などを行う。

この④Push型ツールを活用した継続的な情報提供の中で深みを出すために、「⑤動画活用」をするケースがある。動画を活用すれば、中小企業診断士の人となりに関する情報も伝えることができ、見込み客との関係性構築を促進することができる。たとえば、ステップメールの2通目や3通目に、自己紹介動画を差し込んでいくケースが多いと、五十嵐氏は言う。

④Push型ツールや、⑤動画活用により、見込み客との関係性が構築できた後は、「⑥コンテンツ量産」にあるSEO（検索エンジン最適化）や「⑦お金集客」にある広告（インターネット広告など）の活用に進んでいく。

5. Webマーケティングの成功事例

最後に、Webマーケティングに成功している事例として、五十嵐氏から紹介のあった中小企業診断士の例を挙げる。

窪田司氏は、中小企業診断士であり、コオ・マネジメント株式会社の代表取締役である。岡山を中心に中四国の中小企業の組織・人事コンサルティング事業を展開している。窪田



氏も、かつて志師塾で学んでおり、自己棚卸を徹底的に行って、事業領域を人事コンサルティングに絞っていった。

同社ホームページからは、経営者・管理者向けの無料メルマガに登録することができる。ほかにもSNSを含めたさまざまなWebツールを活用し、Webマーケティングを実践している。その結果、窪田氏によれば、Web経由の問い合わせは、紹介を除くと、全体の約9割も占めるという。

6. まとめ

本章では、中小企業診断士のためのWebマーケティング戦略に関し、五十嵐氏の知見を伺った。まとめると、中小企業診断士に求められる2大能力、受注力を構成する7つの能力、キラーコンテンツ開発のステップ、Web活用ステップアップなどである。読者の方々も、ご自身でできるところから始められてみてはいかがだろうか。

五十嵐 和也

(いがらし かずや)

国内大手ITベンダに勤務後、株式会社エクスウィルパートナーズ設立。
一橋大学商学研究科（MBA）修了。
2005年中小企業診断士登録。



本村 公一

(もとむら こういち)

商社、開発コンサルタント会社に勤務後、ラオスで飲食店を経営。現職は国際協力を担う独立行政法人に勤務。2022年中小企業診断士登録。



特集 中小企業診断士のためのWebマーケティング戦略

第3章

動画活用で躍進する 顧客獲得戦略

アライフコンサルティング代表 青木 一生 氏



林 栖

埼玉県中小企業診断協会

中小企業診断士にとって、「支援先企業をいかに獲得していくか」は常に高い関心を持つテーマである。コンサルティングサービスは無形商材に該当し、受注難易度が最も高い商材の1つといわれている。

アライフコンサルティング代表である青木一生氏は、動画プラットフォームのYouTube（ユーチューブ）や、TikTok（ティックトック）などを活用して、継続的にクライアントの獲得に成功している。

本章では、Webマーケティングの手法にフォーカスし、中小企業診断士が顧客を獲得するうえでの有効な情報発信手段や具体的な方法について、青木氏に話を伺った。



アライフコンサルティング代表の青木氏
(画像提供：アライフコンサルティング、以下同じ)

1. 動画コンテンツ発信のきっかけ

(1) 動画活用で知名度を高める

青木氏は大学卒業後、キヤノン株式会社に就職。在職中に診断士資格を取得し、学生時代から関心を持っていた中小企業支援を本格的に行いたいと考え、2017年にアライフコンサルティングを立ち上げ、29歳で独立した。

現在は、多数の公的機関での専門家活動に加え、自身でも中小企業と民間のコンサルティング契約をし、企業支援を精力的に行っている。

現在の仕事の割合は、公的支援と民間支援が半々程度。民間支援のうち、講師業が40%、Webマーケティング支援が30%、補助金申請支援が30%という。

筆者が青木氏を知るきっかけとなったのが、チャンネル登録者数約2万人（2023年8月時点）の「アラコン経営塾」という、青木氏が4年前に立ち上げたYouTubeチャンネルである。

動画では、中小企業向け施策の紹介、相談窓口の活用法などを中心に、さまざまな切り口で情報を紹介している。2019年9月7日の初投稿から現在までにアップされた動画の数は300本を超える。最も多くの再生数を獲得している動画は45万回再生に上り、青木氏は「凄腕診断士YouTuber」でもあるのだ。

(2) 圧倒的に情報量が多い動画発信

「昔から人前で話したり、目立つことをしたりすることが好きでした。学生時代には、友人から『吉本興業へ入ったほうがいい』と言われるくらいのムードメーカーでした」と青木氏は笑いながら話してくれた。

現在の技術において、Webで情報を伝える手段は、テキスト、画像、音声、動画の4つしかない。Twitter（現：X）からWebマーケティングを始めた青木氏であったが、テキストだけで伝えられる内容には限界があると感じ、動画中心の発信へシフトした。

チャンネル全体の再生数が増えるにつれて、仕事で初めて接点を持つ人から「青木さんのYouTubeを見ている」と言われることが多くなった。初対面にもかかわらず、自分を知ってもらった状態から話ができるため、コミュニケーションがスムーズにできるという。

(3) 動画発信のメリット

青木氏の分析によると、動画発信のメリットには以下の4つがある。

- ① 1回当たりの情報量が多く高いPR力を持つ
- ② 業務の効率化
- ③ コンテンツの定期更新による信頼獲得
- ④ 高い拡散力

たとえば、補助金申請支援をする際、毎回公募要領を説明するが、相談者には事前に関連動画の視聴を依頼し、その後面談を行うことで、繰り返し説明する時間が省かれ、業務効率が向上する。相談者とコンサルタント双方にとってメリットがあるのだ。

また、チャンネルを長期間継続して運営していることから、顔や雰囲気も認知され、信頼感を高めることができる。さらに、動画コンテンツは別のプラットフォームにも再利用できるため、拡散力も高めることができる。

最初からチャンネル登録者数が多かったわけではない。新型コロナウイルス感染拡大の影響で、外出の機会が減少し、人々によるWebでの情報収集頻度が高まった。同時に国からコロナ対策を目的とした中小企業向け



青木氏が運営するYouTubeチャンネル

支援策が実施され、事業者の施策の公募要領や申請方法に関する資料を読む機会が増えた。

文字だけの資料を読む前に、さまざまな補助金、助成金に対してわかりやすく説明する動画への関心が高まり、時代の要望に合致するコンテンツを扱うチャンネルとして、中小企業のみならず、支援者である中小企業診断士などの士業にも支持を得て、登録者数が増加したのだ。

2. YouTubeの特性を生かした情報発信

(1) 目先の再生数に惑わされない運営

青木氏のチャンネルでは、特に補助金関連動画の再生数が多い傾向だという。

ただ、青木氏は、「再生数や登録者数に投稿内容を左右されず、その時代を生きる中小企業に知ってもらいたい情報を発信できるよう意識しています」と話し、その時々を知っておくべき情報をタイムリーに発信することを心がけている。

また、動画作成時には、公募要領に記載されている情報が、それとも自分の意見や憶測なのかを切り分けて伝えるように心がけているそうだ。加えて、概要欄の最下部には、下記の注意書きを入れ、リスクに対応している。

※本動画の情報について
本動画の情報は施策活用等の参考として提供するものであり、その内容の正確性を保証するものではありません。当該情報に基づいて被ったいかなる損害についても、情報提供者は一切の責任を負いかねます。正式な情報については各行政の発表資料等をご確認ください。

(2) 投稿回数と動画編集での試行錯誤

5日に1回、19時に新規投稿を行う。1週間に2回投稿する時期もあったが、負担が大きく、今のペースに落ち着いた。もともと5時間かかっていた動画制作は、パターン化し2時間程度にまで効率化した。その内訳として情報収集30分、撮影30分、編集30分、アップロード30分である。

作業の効率化にも取り組み、たとえば、サムネイル画像のパターン化については、写真の枚数は数カットながらも配置場所や背景色を変えてバリエーションを増やしたり、その1, 2, 3……という形式でシリーズ企画にしたりしている。

また、動画編集では、左に人物、右にスライド、上にロゴを配置する型をベースとして編集する。物理的に使えるパーツが増えると、組み合わせるだけで、効率よく編集できるという。

画像の編集にはCanva（キャンバ）、動画編集にはVLLO（プロ）やCapCut（キャップカット）などの無料で使えるツールがお勧めという。動画投稿を始めるならば、まずは無料ツールから試し、必要に応じて有料ツールに移行すればよいとのことである。



YouTube用のサムネイル画像(左側画像)、動画画面の構成例(右側画像)

(3) 動画のテーマ選定でネタ帳を有効活用

動画で取り扱うテーマ選定を伺ったところ、「ネタ帳」の存在を教えてくださいました。青木氏は、日々の生活の中で常に情報収集のアンテナを立てている。中小企業庁や中小企業診断協会、ミラサボなどのメルマガや、各種Webニュース等、さまざまな場所にヒントがあるという。気になるテーマやキーワードは、すぐさまEvernote（エバーノート）にメモし、この「ネタ帳」にためた情報は、空

き時間に選別を行っている。

「一事業者が持つ疑問、質問は、別の事業者も知りたい内容である可能性が高い。そのようなヒントを基に作成した動画用スライドや動画コンテンツは複数の場面で使うことができます」と青木氏は語る。

実際、動画用に作成したスライドを、セミナー資料として内容を大きく修正することなく、そのまま利用できている。ここにも業務効率化の効果が出ている。

3. TikTokの活用の成果

(1) TikTok開始のきっかけは動画の再利用

青木氏が力を入れているもう1つのメディアが、TikTokである。YouTubeの動画数が増え、動画の切り抜き編集でTikTok向けのコンテンツを新たに作ることができ、多くの労力をかけずに運営できるようになったことが、TikTokを始めた理由の1つだった。数ヶ月前から始めたTikTokのフォロワー数は約3,000人（2023年8月時点）にまで急成長し、手ごたえを感じている。

TikTokは若い世代の人たちが使う動画プラットフォームと思っていたが、意外にも現在の利用者平均年齢は34歳にまで上がっているという。そして、アップロードできる動画の時間が、当初の1分から10分に延び、青木氏が発信する教育型コンテンツを掲載しやすい環境が整ってきた。

(2) TikTok経由の問い合わせ数が急増

現在YouTubeは週1回程度問い合わせが来るペースだが、TikTok経由の問い合わせもほぼ同じペースにまで急増している。その成果をもたらしているのは、動画を拡散するアルゴリズムの違いだという。

YouTubeを立ち上げると、自分の視聴履歴からお勧め動画が画面に並び、視聴者は興味がある動画をクリックして再生する。一方TikTokは、アプリを立ち上げた途端に動画が流れるレコメンド性が高い仕様になってお

り、動画の拡散力はYouTubeよりも強い。
このプラットフォームでは、動画を投稿すると自動的に約100人の老若男女に展開される。ある特定のセグメントを視聴していると判断されると、集中的に類似の視聴者へ届けられる。当初、動画が独り歩きする懸念があったが、拡散されることによるメリットをより重要視するようになったと、青木氏は振り返る。

(3) 簡単に連絡できるDM機能

視聴者がYouTubeのチャンネル運営者に連絡する際は、メールアドレスをコピーし、メールを作成して送付する流れが主である。対して、TikTokはDM（ダイレクトメッセージ）で連絡できるため、問い合わせに至るまでのハードルが格段に低くなる。直近TikTokでの顧客獲得が増えているのは、この仕組みによる部分も大きいと、青木氏は推測する。



青木氏が運営するTikTokチャンネル

4. 中小企業診断士によるWeb活用への期待

(1) 動画活用での中小企業支援

最近、中小企業によるSNS活用に関する相談が増えていると、青木氏は話す。中でも動画プラットフォーム活用への関心が高い。

青木氏自身が動画コンテンツを発信する立場にいたため、テクニカルな話のみならず、ターゲット設定や販売手法を考えたり、運営体制を一緒に検討したりするケースが増えている。

会社を俯瞰し、動画プラットフォームを活用したPR法やそれを実現する組織づくりへの助言は、まさに中小企業診断士のフィールドである。ここに企業支援の機会を見出すことができる。

(2) 中小企業診断士のWeb活用チャレンジ

「中小企業診断士に与えられている任務の1つは、国や行政が用意する各種施策を伝達して、活用を促すこと。動画の再生数にとらわれず、中小企業が必要な情報を発信するスタンスを崩さずに頑張っていきたい」と中小企業支援に対する熱い思いを青木氏は口にする。

青木氏は、最初からWebマーケティングで成功を収めていたわけではない。さまざまな試行錯誤を繰り返しながら、数年かけて現在の知名度を獲得している。青木氏がTwitterからYouTubeによる動画発信に手法を変えたように、Webマーケティングに取り組んでいく中で自身に最適な手法が見つかることがある。

「千里の道も一歩から」ということわざがあるように、顧客を獲得したい中小企業診断士には、まず興味がある手法で、情報発信をスタートし、仮説検証を繰り返しながら自身にとっての最適解を見つけていくことをお勧めしたい。

青木 一生

(あおき かずお)

アライフコンサルティング代表。公的支援や民間支援を通じて多くの中小企業と接点を持つ。年間相談対応企業200社以上。行政施策活用やSNS・YouTube活用に強みを持ちつつ幅広く中小企業支援に携わる。2016年中小企業診断士登録。



林 栖

(りん し)

中国海南島出身。大学卒業後、製薬会社、商社、IT系企業を経て2023年に独立。顧客獲得、Webマーケティングを専門とし、年間300回以上中小企業向けの経営相談に対応。2021年中小企業診断士登録。



特集 中小企業診断士のためのWebマーケティング戦略

第4章

受注拡大を下支えする Webプロモーション

株式会社ケイ・クルー代表取締役 佐藤 和哉 氏



小林 真実

東京都中小企業診断士協会 / 長野県中小企業診断士協会

株式会社ケイ・クルーの代表取締役であり、中小企業診断士の佐藤和哉氏は、広告代理店に勤務していた経験から、ホームページ制作をはじめとしたプロモーション事業を強みとしている。企業への支援だけでなく、自社や自身のプロモーションも積極的に行っている。本章では、同社のWebマーケティングの実践事例と、中小企業診断士が仕事を獲得するために、Web上で効果的に自分をアピールする方法について話を伺った。



ケイ・クルー代表取締役の佐藤氏

1. Webでの情報発信が受注のカギ

(1) Webメディア活用の現状

同社は、経営コンサルティング事業と総合プロモーション事業を主軸に展開している。

経営コンサルティング業としては、経営相談や販売戦略支援、セミナーの開催を行って

おり、総合プロモーション業としては、ホームページやチラシなどの印刷物、映像コンテンツの企画、制作を請け負っている。

佐藤氏は現在、自社のプロモーションの一環として、ホームページとブログ、さらにFacebook、TikTok、Instagram、X（旧Twitter）の4つのSNS媒体において5つのアカウントを運営している。

同社へのWeb経路による仕事の依頼は、全体の約1割ほどという。しかし、Webでの情報発信があるからこそ、Web以外からの依頼も来ているのだと、佐藤氏は語る。

(2) 憧れの広告業界へ飛び込む

佐藤氏は大学卒業後、日本電信電話株式会社（以下、NTT）に入社。

その後、広告を扱う仕事がしたいという思いから、1997年にグループ会社で広告代理店の株式会社NTTアドに出向した。同社では、テレビCMや当時流行しだしたWeb動画の制作ディレクションに従事した。

その後、制作会社に転職し、さらに広告づくりの経験を積んだ後、総合プロモーションを専門として、現在の会社を設立した。

(3) 中小企業診断士という資格との出会い

独立してからは、フリーランスのライターやWebデザイナーとチームを組み、会社員時代の経験を生かしながら、ホームページやチラシ制作の仕事を受注してきた。

その中で佐藤氏は、中小企業診断士という資格の存在を知る。チラシ制作の監修に入ってくれた方も、NTT時代からお世話になっている先輩も中小企業診断士。先輩からは、「佐藤君も取りなさい」と勧められた。

NTTからの仕事が多かったが、次第に中小企業からの依頼も来るようになっていた。

「これはもう、診断士資格を取らなければいけないな」

こうして中小企業診断士に運命を感じ、受験を決意した。

2019年に診断士資格を取得してから、経営コンサルティング事業にも手を広げた。独立前から始めていたブログやFacebookにも、診断士活動に関する投稿を行うようになり、それがきっかけでさらに仕事の依頼が来る、という好循環が生まれている。

2. 各Webメディアの役割

前節で述べたとおり、佐藤氏は複数のWebメディアを運営している。本節では、佐藤氏が特に重視しているホームページ、ブログ、Facebookに焦点を当て、どのような目的で、どういった情報を発信しているのかを紹介する。

(1) ホームページは会社の顔

ホームページは商工会議所などの公的機関と民間企業をターゲットに制作している。相手に名刺を渡して、調べてもらったときにたどり着くのがホームページだ。仕事の実績を載せ、どのような人物か、どのような仕事をしているかを知ってもらうことを目的としている。

仕事を発注する側の心理としては、たった1ページだけでもホームページがあると、信頼感が増すという。

(2) ブログでの根強いファンづくり

佐藤氏が最も力を入れているのが、ブログである。毎営業日に1本、記事を投稿すると

決めている。テレビ番組の朝のワイドショーのようなイメージだ。診断士活動から食べ物まで、さまざまな情報を扱った記事で読者を楽しませており、書きためた記事は、2023年8月時点で約1,200本にも及ぶ。

記事を書き始めた頃は、悩みに悩んで、1本書き終えるのに1~2時間ほどかかっていたという。しかし、書き続けているうちに肩の力が抜けていき、「誤字脱字があっても、それも愛嬌」と思うようになった。今は、1本10~15分ほどで書き上げる。

「書くことが大好きなので」

書くことへの抵抗はないかという問いに、佐藤氏にはこやかに答える。そう思い始めたのは、小学生の頃。漫画や物語を書いて、家族に披露していた。大学時代に所属していたテニスサークルでは、毎月発行する小冊子で連載企画を担当していた。家族やサークル仲間を楽しませてきた経験が今、ブログにつながっている。

ブログのメリットは、根強いファンができることだという。同社の顧問税理士も、実はそのようなファンの1人だ。「このような仕事ができるんだ」と読者から仕事の依頼を受けることもある。

(3) Facebookで診断士仲間とつながる

診断士仲間から仕事を紹介してもらった経験がある中小企業診断士は多いのではないだろうか。独占業務がなく、それぞれの得意分野を持ち、顧客を奪い合うことが少ない中小企業診断士ならではの仕事の獲得方法だ。

診断士仲間からの紹介を増やすために最も効果的なSNS媒体は、Facebookといえる。中小企業診断士の利用人口が多いからである。佐藤氏自身、Web経由の仕事の依頼で一番多いのがFacebookからだそう。

佐藤氏はFacebookで、診断士仲間に向けて、仕事の実績などの情報を発信し、自身の得意分野をアピールしている。

3. プロモーションの効果を高める

本節では、佐藤氏がWeb上でのプロモーション活動の効果を高めるために実践している3つのポイントを紹介する。

(1) 少し背伸びをする

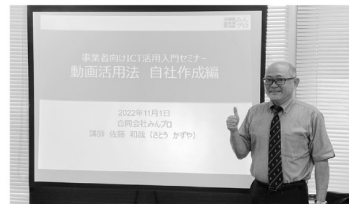
仕事に関する投稿をするときは、少し背伸びをすることを意識している。実際の仕事内容に少し下駄を履かせて投稿するというのだ。

その投稿を見て依頼してくれる人は、「このような仕事ができるんだ」と期待が高まる。その期待が、「よりよい仕事をしよう」という自分へのプレッシャーにつながるのだという。

(2) リアリティを出す

もう1つ意識していることは、投稿にリアリティを出すこと。セミナーを開催したのであれば、そのチラシやセミナー中の写真も併せて掲載する。企業支援を行ったのであれば、あらかじめ先方に許可をいただいたうえで、支援先の経営者との写真を載せる。

写真などの視覚に訴える情報があると、テキストのみの投稿よりリアリティが増す。佐藤氏は、仕事をするときはいつもSNSへの投稿も意識して行動しているのだそう。



セミナー開催時の画像をFacebookへ投稿
(画像提供:株式会社ケイ・クルー、以下同じ)

(3) SNSで積極的に交流する

佐藤氏は情報を発信するだけでなく、SNS利用者とのコミュニケーションも欠かさない。

どのSNS媒体にも、他者の投稿に対する好意的な感情を表すための「いいね」機能や、コメントを投稿する機能があり、利用者同士で気軽に交流ができるようになっている。佐藤氏は、この機能を積極的に使っている。

人間誰しも、少なからず承認欲求を持っている。「いいね」やコメントを送り、相手の欲求を満たすことで、良い関係を築いていく。佐藤氏は、電車での移動中、昼休憩中、テレビを見ていて番組が切り替わる間など、あらゆる隙間時間を他者の投稿のチェックに使っている。互いに「いいね」やコメントを送り合うと、対面でのコミュニケーションが円滑になる。SNSへの投稿内容を話題として、会話が弾むのだ。

4. Webマーケティングをどう始めるか

ここまで、佐藤氏自身のWebマーケティング実践事例を伺ってきた。本節では、さらに踏み込んで、これからWebマーケティングを始めたい中小企業診断士に向けて、始め方のコツを聞いた。

(1) まずは「キャラづくり」から

Webマーケティングを効果的に行うためには、まず「キャラづくり」をすべきだと、佐藤氏は言う。

たとえば、「〇〇診断士」と自分に肩書を付ける。佐藤氏は、食えることが趣味ということから「くいしんぼう診断士」と名乗っている。肩書が難しい場合は、キャッチコピーを作ってもよい。

肩書やキャッチコピーは、必ずしも過去の経験から、自分の強みを洗い出して決める必要はなく、自分がどうなりたいかをイメージして決めてもよい。これが決まれば、名刺やホームページなどのあらゆる媒体に展開し、全方位的にプロモーションをする。自分のありたい姿を周囲に宣言することで、その姿に自然と近づいていく。

さらに佐藤氏は、ビジュアル戦略として、

自身の顔のイメージイラストを名刺やSNSのアイコンに使用している。もともとは写真を使っていたが、どうにか差別化できないかという思いからイラストに変えた。顔写真のアイコンがあふれている中で、イラストのアイコンが1つだけあるという状態を作り出し、以前より覚えてもらいやすくなったという。



佐藤氏のイメージイラスト

(2) ホームページを制作する

「キャラづくり」ができれば、次にお勧めするのがホームページの制作だ。最近プロに依頼しなくても、自分でも作ることができる。簡単なものでもよいので、まずは見栄えよりも中身を重視してほしい。

ホームページに必ず載せるべき情報は、「仕事の実績」と「問い合わせ先」である。ホームページの来訪者が知りたいのは、その人がどのような人物で、どのような仕事ができるかだ。仕事の実績を載せ、興味を持ってもらえたら、問い合わせをもらうという流れを作る。

さらに、ブログ機能を持たせるとよい。ブログを通して、自身の考えや活動を知ってもらう。更新頻度は高いほうがよい。

「1～2年は周回から反応がなくても、じわじわと根強いファンがつき、問い合わせが来るようになります。根気強く続けてほしい」と佐藤氏は言う。

(3) SNS運営にも挑戦する

ホームページができれば、次に挑戦してほしいのがSNS運営だ。中小企業診断士にお勧めのSNS媒体は、Facebookである。第2節で述べたとおり、中小企業診断士の利用人口が多く、診断士仲間からの仕事の紹介を促

進できるからだ。

また、SNSを使って自社をアピールしたいと考える中小企業は多い。そういった企業を支援するときに、自身がSNSを運営した経験が生きてくる。まずはFacebookから始め、慣れてきたら、ほかのSNS媒体にも挑戦してみるとよいだろう。

5. 失敗を恐れず、とりあえず始めてみる

近年、Web上で伸びてきているのは、動画だという。テキストのみの投稿より、動画のほうが訴求力が高く、「いいね」などの反応をもらいやすい傾向にある。

佐藤氏は現在、TikTokでの動画投稿にチャレンジしている最中だ。TikTokにはさまざまなジャンルの動画があふれている。佐藤氏はその各ジャンルの動画を制作・投稿し、どのような動画がどのような層に支持されるかを検証するのだそう。利用者の反応を見て、今後の投稿の方向性を決めるつもりだ。

「最初から完璧を目指す必要はありません。トライアル・アンド・エラーで目指したい方向を見つけたら、それに向かって徐々に進んでいけばよいと思います」と佐藤氏は言う。

Webマーケティングへの挑戦を悩んでいる中小企業診断士は、失敗を恐れず、まずは始めてみてはいかがだろうか。

佐藤 和哉

(ざとう かずや)

2019年中小企業診断士登録。関西大学卒業後、日本電信電話株式会社に入社し、広告代理店、制作会社を経て、独立。ホームページ制作などのプロモーション支援を強みに、コンサルティング業を行っている。



小林 真実

(こばやし まみ)

大学院卒業後、建材メーカーで商品開発業務に従事。2023年中小企業診断士登録を機に、経営コンサルタントに転身。



特集 中小企業診断士のためのWebマーケティング戦略

第5章

中小企業診断士の ブランドづくり

株式会社オージュ・コンサルティング代表取締役 大森 渚 氏



安田 和博

東京都中小企業診断士協会

中小企業診断士は中小企業とのつながりを持つために、どのような情報を発信すればよいのか。発信すべき情報を「ブランディングをした診断士自身」とした場合のブランドづくりのヒントについて、中小企業診断士で株式会社オージュ・コンサルティング代表取締役の大森渚氏に伺った。



オージュ・コンサルティング代表取締役の大森氏

1. 2つの顔を持つ中小企業診断士

大森氏は通販事業の株式会社フェリシモに勤務した後、2011年中小企業診断士登録を行い、同年コンサルティング業を行う個人事業主となった。2013年に株式会社オージュ・コンサルティングを設立し、代表取締役に就任した。

2019年には同社にて西アフリカ・ガーナの生地を日本で縫製するアパレル事業を開始し、

今に至る。コンサルティング事業に加え、アパレル事業も外部パートナーや家族とチームで行っている。

(1) 事業者に寄り添うパートナーとして

同社はブランドづくりからプロモーションまでを得意とする。クライアントの「キラリと光るもの」を見つけ、ブランドづくりを通じて事業者を輝かせている。クライアントはスモールビジネスの事業者が多い。

事業者に寄り添いサポートするコンサルティングによりクライアントの信頼も厚く、リピートやクライアントから新規顧客の紹介も多いという。

(2) アパレルブランドのオーナーとして

同社では、「Cherry et Cacao」（チェリエカカオ）というアパレルブランドを運営する。大森氏のご主人がお土産として購入してきたアフリカンファブリックのドレスに魅せられ、大森氏はガーナの生地を輸入し日本で服を仕立てるアパレル事業を開始した。自然のものをモチーフにした柄の色鮮やかなドレスは、身に着けるだけで日々が明るくなる。

大森氏は年に数度海外へ渡り、自らアパレルブランドの生地を買いつける。縫製こそ国内協力工場に依頼するが、自社で在庫を持ち、自ら販売企画をし、販売現場にも立つ。ここで経験するリアルな流通の視点は、コンサルタントとしての深い提案を可能にしている。



ガーナの生地で作ったブラウス
(画像提供:株式会社オージュ・コンサルティング)

(3) 両事業の相乗効果

① 知識獲得と実験の場

リアルな流通の視点以外にも相乗効果は多い。コンサルタントとして学んださまざまな知識や施策を、アパレル業でリスクコントロールの範囲内で実験でき、それをコンサルティングのクライアントに還元できる。たとえば、後述する広告出稿などの具体的な経験は、クライアントへの提案に生かすことができる。

② 両事業でかかわり合う関係に

また、直接的な効果として、クライアントがアパレルのお客様となり、逆にアパレル業の発注物をクライアントに依頼する、というケースも多い。両方の事業で信頼を得ているからこそ、この関係が成り立つのだろう。大森氏はどちらの仕事も「ものすごく好きなので」と瞳を輝かせて語った。

2. スモールビジネスのブランドづくり

(1) ブランドづくりのタネを探す

① キラリと光るものを見つける

中小企業診断士が接することが多い小さな会社にとって、ブランドとは何だろうか。ブランドというと、スターバックスやAppleなどのような、世間一般の消費者に競合と区別して認知される大企業をイメージしがちだ。

ただ、スモールビジネスのブランドは大企業と違っていい、と大森氏は言う。大森氏は

小さな会社のクライアントに、ブランドとは、「その会社らしさ、そのお店らしさ」と伝えている。それは同じ地域や業界の中で同業者と横並びにしたときに、そのクライアントが選ばれる「何かひとつ尖った部分」であり、「キラリと光るもの」と言い換えることができるものである。

世間一般に認知される必要はなく、ブランド構築も局地的なものでもよい。この会社らしさを探ることが、スモールビジネスの「ブランドづくり」につながっていく。そして、まずはこれを深掘りしていく。

② クライアントのお客様の言葉がヒントに

では、そのキラリと光るものを探すには、どうすればよいのか。筆者は、企業の持つ内部資源を分析し、強みを中心にピックアップしていくことだと考えた。しかし、それをあぶり出すための大森氏のアプローチは、内部的ではなく外部の視点が起点であり、より具体的なものだった。このアプローチを2例紹介したい。

1つ目は、クライアントが外部のお客様（クライアントの取引先や個人客など）から実際に聞いている具体的な言葉を確認する方法だ。たとえば、クライアントに、「お客様と接してきて、何か褒められたことはありませんか」「なぜお客様は御社をリピートしてくれるのでしょうか」などと尋ねる。クライアントが褒められたり、リピートされたりする理由から、会社のキラリと光るものを探す。

それは親身な姿勢、小回りの効く対応、ちょっとした気遣いのような自社では気づかないものかもしれない。お客様からの言葉が、その会社の強みをあぶり出すというわけだ。そして言葉をあぶり出すだけでなく、クライアント自身がこれに気づき納得するというプロセスがとても重要になる。

③ クライアントのお客様に生まれる変化

もう1つのアプローチは、クライアントの事業が存在することで、クライアントのお客様に生まれる変化を認識・言語化することだ。「それは本当に些細な変化でもよい」と大森

氏は言う。

たとえば、セミナーを開催した後、悩んでいた受講者が1歩踏み出してみようと思ったとか、チェリエカカオの色鮮やかな服を着たお客様が外出をしたくなった、ということがある。これらはそのお客様の生活が変わる、すごい変化といえるのではないだろうか。

事業や仕事その先のお客様にどういう変化を生み出しているのかを知り、これをクライアントが噛み砕いてお客様に伝えられるように言語化する。この変化が会社の生んだキラリと光る付加価値となるのだ。

(2) ブランドづくりの具体的な手法

クライアントがキラリと光るものに気づき納得した後、どのようにそれを外部に発信できる形に言語化すればよいのか。

①キーワードの列挙

大森氏はまずクライアントに、会社の特長を表すキーワードを大量に書き出してもらおう。その際にさまざまな要素（会社やオーナーや商品の特長など）が混在する場合は、キーワードを要素ごとに分類させる。多いときは各30個書いてもらうが、クライアント自身が考える特長をすべて出し尽くしてもらおうのだ。

②キーワードを絞り、言語化

キーワードを出し尽くした後で、今度はそれを絞る。その際、最初にあぶり出したキラリと光る「ブランドのタネ」が生きてくる。ブランドのタネとつながるのはどのキーワードか、クライアントと対話しながら探っていくのだ。すると、自然とブランドの原石と言ふべき2、3個のキーワードに絞られる。

その原石となるキーワードを膨らませ磨き上げることで、ブランドのコンセプトやキャッチコピーを形作っていく。また、ブランドコンセプトをさらに細かく丁寧につづったブランドステートメントとしての文章を作る、という手順でブランドを言語化していく。

さらに、そこから外部の提携デザイナーの力を借り、ブランドを体現する色、形、デザインなどビジュアル面を決定していく。これ

がブランドづくりの一連の流れである。

3. 中小企業診断士のブランドづくり

スモールビジネスのブランドづくりでは、外部の視点からブランドのタネを作ること、また、それにクライアントが気づき納得することが大切な出発点であった。中小企業診断士のブランドづくりでも、特定領域で認知されることを目指すのであれば、このアプローチを応用できる。

中小企業診断士で、自分には強みがない、と悩む声をよく聞く。強みをどう作り育てるかを考えるときに、前述の手法が応用できる。まず、これまでの自分の仕事でのお客様からの評価やリピートされる理由から、ポジティブな内容を切り出す。また、お客様の生活に与えた変化を把握し、ブランドのタネを作る。さらに自己分析で列挙した自分のキーワードと掛け合わせることで、自分の強み＝ブランドの原石を見つけられるのではないだろうか。そこからキャッチコピーを含めブランドとして磨き上げていくと、ブランドの言語化につながるだろう。

なお、お客様からフィードバックをいただくのが難しい場合、外部の視点は診断士仲間からの視点で代替できる。自分1人の頭の中で考えるよりも、新発見があるはずだ。

4. Web媒体の使用

(1) 閲覧者に合わせて媒体を使い分ける

ブランドづくりの後はWeb媒体をどのように利用すればよいのか、大森氏の例を見てみる。大森氏は会社、アバレルブランド、個人のそれぞれでWeb媒体を運営しており、合計11媒体にもなるという。内訳は図表のとおりだ。

発信の軸になるのは、Instagramだ。アバレルのInstagramはブランドとしてのオフィシャルな目線を持ち、タイムラインのきれいな統一感が出るよう発信する。そこから少し外れる画像は、24時間で消えるストーリー

図表 大森氏が運営するWeb媒体

Web媒体	会社	アパレル	個人
ホームページ	●	●	
ECサイト		●	
Instagram		●	●
Facebook		●	●
X (旧 Twitter)		●	●
TikTok			●
Note			●

筆者作成

ズか個人のアカウントに分けて投稿する。

個人のSNS発信は、誰が見るかを考え、投稿内容やキャラクターを変えている。Instagramは基本的に何を投稿してもOKとするが、画像が重要なSNSのため、大森氏の2つの立場のうちアパレル業としての掲載比重を高くしている。X (旧 Twitter) は中小企業診断士や公的機関もよく利用しているため、中小企業診断士としての投稿をメインにし、知り合いが見ることが多いFacebookは、両方をニュートラルに掲載している。

(2) アパレル業で実感したSNS広告の効果

大森氏はアパレルブランドの運営で、SNS広告の効果を実感したという。

期間限定ポップアップイベントを行う直前に広告投稿をする際、FacebookとInstagramを使い、予算1万円程度で行うことが多い。イベント来訪者で、面識がなくInstagramを見て来たという方を広告経由の来客とすると、大体10人程度は広告効果による来客となる。現地に来られない方も含めると認知度向上にも効果があるが、短期間で来店につながることから、SNS広告は即効性があるといえる。

5. SNS広告で事業者とつながりづくり

中小企業診断士はWeb媒体をどう活用すればよいか。さまざまな方法があるが、たとえば、ブランドに沿ったセミナーを開催し、その際集客にSNS広告を使用するのがお勧めだという。セミナーは自身で価格決定がで

き、集まった受講生から次の仕事生まれることも期待できる。また、受講者からセミナーのフィードバックを受け、さらに自身のブランド向上につなげることも可能だ。

集客手段に使うSNSは、情報収集のために見ている方が多く、広告としては即効性もあり、画像でタイトルや顔も含めて視覚的に訴求できる。中小企業の経営者をターゲットとするならば、たとえば、Facebook広告ではリーチする層を興味・関心や年齢、利用者層で絞れるため、効果的にアプローチできる。筆者は試しにFacebook広告を作成してみたが、「代表取締役」、「自営業・代表」などの役職の方をターゲットとして設定できた。

本章では、大森氏から、外部の視点を起点にしたブランドづくりを中心に、事業者との接点構築についてもヒントを伺うことができた。ぜひ本稿の方法を活用してみてはどうか。

大森 渚

(おおもり なぎさ)

早稲田大学大学院文学研究科修了後、株式会社フェリシモで商品企画、Webディレクターなどを経験。2011年中小企業診断士登録。2013年株式会社オージュ・コンサルティングを設立し、2019年にはガーナの生地×日本産のチロリブランド「Cherry et Cacao」(チェリエカカオ)を立ち上げ、運営。「企業の強みを引き出し、整理し、伝える」ことを得意とする。



安田 和博

(やすだ かずひろ)

早稲田大学第一文学部卒業後、出版取次にてEC書店運営や子会社経営管理などを経験。2022年中小企業診断士登録。現在は出版関連専門金融機関にて出版社のコンサルティングを行う。音楽家、パフォーマー、舞台制作の一面も持ち、団体のSNS広報業務を長く担当。



連載
第127回

直撃 プロコンライフ!

【ゲスト】 盛澤 陽一郎さん

●インタビュー
平井 彩子 中小企業診断士

【今回のゲスト】

profile:盛澤 陽一郎(もりさわ よういちろう)
ピーン合同会社。ピーンコンサルティング。ピーン行政書士事務所。2008年、早稲田大学商学部卒業後、金融機関勤務を経て税理士事務所へ転職。2014年、中小企業診断士登録後、公的機関に勤務。2019年に独立開業し、経営改善をはじめ、経営計画策定、人材育成、事業承継支援などに取り組む。2022年、行政書士登録後は、外国人就労ビザ取得支援、採用支援にも注力。共著に『TOKYO+(プラス)ひときわ輝く商店街』(同友館)、『鬼滅の刃から学べ! チームを幸せに導くリーダーのあり方』(ロギカ書房)など、多数。



第127回のゲスト・盛澤陽一郎さんは、金融機関、税理士事務所、支援機関での経験を経て独立した中小企業診断士です。現在は、行政書士とのダブルライセンスの活用や、採用支援をフックにした事業承継支援にも活動の幅を広げられています。

盛澤さんのキャリアの変遷や独立してからのご苦労、さらには今後の展望まで幅広くお聞きしました。

金融機関から税理士事務所へ

平井：キャリアのスタートは信託銀行ですね。

盛澤：私は、高校が商業科、大学も商学部出身です。ビジネスにまつわる知識があったため、さまざまな業界に幅広くかかわることができる金融機関を目指しました。また、これからは相続の分野が伸びると思っていたため、信託銀行を選びました。ただ、入行直後に合併があり、社内の混乱に巻き込まれることが予測されたため、5年後には次のキャリアを考えるようになりました。

平井：税理士事務所に入所されたそうですね。

盛澤：次は手に職をつけようと、税理士を目指しました。簿記の延長のように思っていたのですが、勉強してみるとだいぶ異なることに気づきました。また、自分には法律に対する適性がないように感じて他の資格も調べるよ

うになり、中小企業診断士にたどりついたのです。当時は、転職したら3年は在籍すべきといった空気があり、見える形で自己研鑽しなければという焦りもありました。やはり法律系が苦手で暗記科目に苦勞し、診断士合格までに3年かかりました。

平井：取得してすぐに退所されたそうですね。

盛澤：新しい道が開けるのではと思い、取得した資格が生かせそうな職場を探しました。それが東京都中小企業振興公社です。そもそも、合格するまで中小企業診断士に会ったこともなく、中小企業診断士らしい仕事をしたいと考えて転職先を探している時に、この求人に出会いました。2014年の夏のことです。

平井：振興公社ではどのような仕事に携わりましたか。

盛澤：最初に携わったのは商店街の仕事でした。支援としては2つのパターンがあり、商店街の賑わいを取り戻すためにテナントの借り手を支援するものと、商店街の組合としての賑わいを作るものです。イベントの企画・運営のサポートや、通行量調査をしてどのように人を呼びこむのかといったまちづくりの提案から、それぞれのお店でどのように賑わいを作るのかといった個店支援まで行っていました。

平井：それは盛澤さんご自身が実施するのですか。もしくは専門家と一緒にですか。

盛澤：両方でした。専門家の方を入れることもありますし、自身も支援者として入り、最初のヒアリングなどを行っていました。いずれも大変勉強になりました。さまざまな決算書を見て、経営の仕方や経営者の特性などを感じとることの重要性や、大先輩たちに同行することでコンサルティングスタイルも学びました。

商店街の支援を3年ほど経験した後、東京・丸の内にある創業ステーションに異動になりました。ここは丸の内働く女性にターゲットを絞った支援拠点でした。その後、製造業の新製品開発支援に携わることになり、大田区の製造業を中心に支援していました。

ワーク・ライフ・バランスを 意識して独立

平井：独立のきっかけは何でしたか。

盛澤：振興公社に5年勤務して中小企業診断士らしいことをひととおり経験でき、ある程度は現場の感覚もわかってきて、自分の力を試したい気持ちが大きくなりました。

平井：具体的にどのような支援をしようと考えていたのですか。

盛澤：幅広いコンサルティングをしたいとは思っていましたが、当初はあまり考えていなかったというのが正直なところ。商工会議所の伝手もあり、専門家派遣をしながら細々と続けていこうという程度でした。それというのも、ちょうど子どもが生まれたタイミングで、この時期は主夫になろうという思いもあったのです。独立することで育児の時間を確保することができますし、最初の1,2年で方向性を見つけられればいいなという考えであったため、スタート時はのんびりと構えていました。

平井：2019年の夏に独立となると、しばらくしてコロナ禍を迎えることになりましたね。むしろ、忙しくなったのではないですか。

盛澤：そうです。補助金や給付金の話が増え、税理士や社会保険労務士の知り合いからも依頼が来るようになりました。ただ、このコロナ禍による世の中の変化を見て、これからどう変わっていくかわからないし、中小企業診断士の仕事が大きく変わる可能性もあると思います。変化の最前線にしようと思いを決め、新しい仕事があったらとあえず挑戦してみるというスタンスに変えていきました。そこから研修講師の仕事も引き受けるようになります。特にオンライン対応ができる講師が重宝されていた時期であり、その流れに乗ることができました。

行政書士とのダブルライセンス

平井：行政書士の資格も取得されたそうですね。

盛澤：極力、新しいものを探して自分の軸を見つけようと意識し、その流れで行政書士の資格も取得しました。外国人材はこれからの日本で必要になると思い、在留ビザの手続きができる行政書士と、経営がわかる中小企業診断士の掛け合わせが面白そうだったからです。

平井：実際に取得していかがですか。

盛澤：取得して1年程度ですが、とてもニーズがあると実感しています。たとえば、中小企業診断士として支援している中、クライアントが外国人材を雇用していれば、在留ビザの手続きが必要になります。これは行政書士の仕事ですが、経営のこともわかる人間が引き受けるとなると、より安心していただけるようで、依頼につながりやすいのです。

平井：在留ビザの手続きは難しいのでしょうか。

盛澤：会社と個人の両方で審査されるため、慣れていないと大変です。個人でいえば大卒なのか高卒なのか、その専門性なども詳しく見ていかないといけません。また、会社でいえば労働基準法違反がないか、チェックも必要になります。

平井：会社と個人の両方を見る点で、中小企業診断士のスキルも生きますね。

盛澤：はい。中小企業診断士と行政書士では求められる能力が違うため、両方の資格を取得している人は少ないと思います。そうであるからこそ、私はこのダブルライセンスをアピールできますし、そのシナジーマも両方の資格を取得したからこそ、気づけたといえます。

採用支援ヘリブランディング

盛澤：これまでの支援経験は、まちづくりに創業に製造業にと、本当にバラバラでした。一本に絞らないとわかりにくい、その軸を作ろうと考えたとき、採用や育成の仕事は共通して行っていたことに気づきました。特に独立してからは、国や商工会議所の仕事、採用難を抱えている企業向けのコンサルティングやセミナー、大手企業向けの社員研修、さらに

は行政書士として外国人の在留ビザの手続きも経験しました。「人手不足倒産」の言葉が現実化しつつある中、特に採用においてはフラグを立てて活動することが必要だと思うようになりました。

平井：具体的にはどのような支援をされているのでしょうか。

盛澤：求人サイトと求人票の作成支援をフックに、組織変革や事業構築などの支援につなげていきます。求人については、ハローワークに行く人が減っている点や、サイトを作っても企業名で検索されないととりついてもらえない点を伝え、求人情報専門サイトへの掲載をはじめ、いわゆるSEO対策に近いことを実施して検索されやすい道筋を作っていきます。

また、会社の成長戦略と採用戦略をセットで考えることもしていきます。採用ができない理由としては、給料が低かったり、社内体制にも問題があったりすることが多く、明日にも潰れそうな状況で採用活動をしていても意味がありませんので、順序立てて考えるようアクションプランを練って進めています。むしろ、設備投資をして雇用に頼らない環境を作ったり、新サービスを構築して利益化を進めたり、事業承継をセットで検討したりなど、採用を入口にした全社的支援を行っています。

平井：記憶に残っている事例を教えてください。

盛澤：最近では、事業承継にかかわることも増えました。その中でも印象深かったのは、組織や人事に絡めて承継以後の組織体制を作りたいというご相談です。代表の娘さんが事業を承継することになりましたが、業界が縮小傾向にあり、資金繰りにも余裕がなかったため、承継体制を設計しながら進めていきました。還暦を迎えた社員の処遇を変えたり、利益率の高い新規事業を創出して第二の柱を構築したり、減った人員の業務はアウトソースして経営をスリム化したりするなど、あらゆる対策を練って実行していきました。

平井：大変そうですが、やりがいがありそうですね。

盛澤：はい。今まで経験してきたことの全部が

合わさっていると思っています。商店街支援も一見関係ないようですが、まちづくりのため、コンセプトや理念を決めて取り組みます。採用も、そもそもなぜ必要なのかという点を含め、根本から考えて支援していくため、その点はコンセプトを設定することと同じように思います。そういう意味では、採用というキーワードでリブランディングを図ることで良い流れを作ることができました。

平井：リブランディングしてどのくらい経ちましたか。

盛澤：まだ数ヶ月です。事業承継の相談の際に、採用の話をするとうる人が多かったため、良いフックになっています。事業承継をテーマに採用支援を行ったり、採用をテーマにしたら事業承継支援になったりなど、どちらもあり得ることが面白く感じています。

士業をまとめた事務所を作りたい

平井：ご自身の軸を見つけるためにとても努力されていますね。

盛澤：これまで、もがきっぱなしでしたね。振興公社にいた時から、ずっともがいています。商店街支援、ものづくり支援、研修やセミナーの講師もそうです。独立してからも同じで、自分の専門性がわからず、気になったことに片っ端から挑戦していました。それが今、ようやく形になったところです。結果論からすれば順調に見えるかもしれませんが、アヒルと一緒に水面下ではもがきっぱなしです。

創業支援の時も話していますが、常に仮説検証が大事です。自分はニーズがあると思ってサービスを提供していても、売上がいつまでも上がらないのであれば、何が問題かを考えて修正していくことが大事です。その繰り返しだと思っています。

平井：今後の展望をお聞かせください。

盛澤：具体化しているわけではありませんが、漠然と考えているのは、士業をまとめた事務所を作ってサービスを提供することです。自身が税理士事務所にもいたこともあり、さまざ

まな士業の方と接する機会が多くあります。他士業の方と一緒に仕事をすると、お互いのできる場所、できない場所が見えてくるため、そこをまとめられるポジションになれるという思いが芽生えています。それがお客様にとっての価値につながるため、今後はそのポジションを模索していきたいと思っています。

【取材後記】



第127回目のゲストは盛澤陽一郎さんでした。盛澤さん自身、「もがいている」という表現をされていましたが、会社員生活を含めて現状に甘んじることなく次のキャリアを求めていく姿勢が印象的でした。この姿勢は独立してからも同様で、自分の軸の模索や他資格の活用など、意欲的に事業を進めていることが伝わってきました。これから独立を目指す人にも大変参考になると思います。

今後の展望についても、漠然としていとおっしゃっていましたが、数年後には実現させられるバイタリティをお持ちのように感じました。今後の活躍が大変楽しみです。ありがとうございました。

次回は、宮野公輔さんからお話を伺います。

(取材日：2023年7月25日)

主催 (一社) 千葉県中小企業診断士協会

南関東ブロック スキルアップ研修 2023

11/18-19
SAT SUN

事業再生への入口

変化する環境の中で益々ニーズが高まる事業再生

中小企業診断士の業務は多岐に渡りますが、そのほとんどの業務が集約されていると言われる事業再生支援。千葉県協会では代表認定支援機関として約600件の「経営改善計画策定支援事業（405事業）」の実績があります。本研修では、これから事業再生に取り組みたいと考えている方向けに、中小企業診断士の役割や支援内容等の基礎知識から「経営改善計画」をベースにした初心者向けのワークを通じて実務への理解を深めます。

会場 トーセイホテル&セミナー幕張

定員 25名

受講料 28,000円 (税込) 宿泊あり

25,000円 (税込) 宿泊なし

※中小企業診断協会非会員の方は+10,000円となります

懇親会 4,000円 (税込)

スケジュール

1日目 11月18日 (土)

- 9:30-10:00 集合
10:00-10:15 挨拶・オリエンテーション
10:15~10:45 基調講話
千葉県中小企業診断士協会の
事業再生への取組み 石井 孝昌氏
10:50-12:00 事業再生概論 今井 和夫氏

昼食

- 13:00-13:45 経営改善計画の手順 今井 和夫氏
13:50~17:00 経営改善計画の実務 梅林 行一氏
・ヒアリング ・ビジネスモデル
18:00-20:00 懇親会

2日目 11月19日 (日)

- 9:00-12:00 経営改善計画の実務 梅林 行一氏
・窮境要因と解決策
・収支計画

昼食

- 13:00-14:30 発表
14:40-16:00 ワーク解説、振り返り

解散

講師



石井 孝昌氏

千葉県中小企業診断士協会会長

大学在学中はゴルフ部に所属し、4年時に主将。個人戦で全日本大会に出場経験あり。
IT会社、人材紹介会社勤務を経て2006年独立。これまでに数百社の事業計画作成を支援。会社の強みを活かして「その会社らしさ」を磨いていく支援を心がけている。



今井 和夫氏

千葉県中小企業診断士協会理事
相談役(前会長)

大学卒業後、ノンバンクに10年勤務し中小企業診断士として1995年独立開業。全国の活性化協議会案件、405事業、専門家派遣等で経営改善計画策定支援数は100社を超える。現在は千葉商科大学養成課程での講義や実務を通して診断士の育成に力を入れている。



梅林 行一氏

千葉県中小企業診断士協会理事

大学在学時より古書店を三店経営した経験を持つ。
中小企業診断士として主に経営支援及び経営改善計画策定に従事。統計情報を用いた商圏分析をベースに自社のターゲットに合わせた最適な販売促進施策の提案を強みとしている。

アクセス

トーセイホテル&セミナー幕張

TOSEI HOTEL&SEMINAR MAKUHARI

千葉県習志野市茜浜2-3-2

JR京葉線 新習志野駅から徒歩2分

TEL: 047-452-0670

問合せ先

千葉県中小企業診断士協会

mail: info@chiba-smeca.com

Tel: 043-301-3860

お申し込み

締切 | 10月31日 (火)

以下のフォームよりお申込みください

申込みフォーム

<https://forms.gle/NevCZxNaK4JEbvWm7>



プロコン養成塾

中小企業診断士スキルアップ研修事業

2023年11月11日(土)
・12日(日)

福岡2023

当協会こだわりのカリキュラムです。
毎年人気につき早めにお申し込みください！

養成塾の特徴

稼げるプロコンを実現する
発見と感動の2日間

- ① 収益の基盤確立
- ② 更なる収益の拡大
- ③ 特に①②を実現する実践的手法

活躍中の現役プロコンサルトの
体験に基づいた「高い信頼」と「顧
客の獲得」を得ることができる成功
の極意を公開します。

プログラム概要

対象者







- プロのコンサルタントとして独立を検討中、
または独立直後の方
- 経営全般の支援へ業務の幅や深さを広げたい
各士業・専門家の方



時間	テーマ	講義の狙い・目的	講師
1日目 (11/11)			
10:00 ~10:10	開校式・自己紹介	講座紹介、参加者間自己紹介	
10:10 ~ 12:10	プロコンに要求されるマインド	プロコンとしての成功には、企業理念の理解とともに自身の事業理念の設定が重要なテーマとなります。この講義ではその「コンサルタントマインド」についてお話しします。	大和一雄
13:00 ~ 15:00	安定した経済的基盤を作るために	本講座は、コンサルタントとして独立した後、できるだけ早く、安定した経済的基盤を造り、その上で、専門家として存分に腕を振るうための、実践的な手段を学ぶことを目的としています。	田代 稔
15:10 ~ 17:10	収益構築のためのアクションプラン	開業早期での収益実現のためにどのようなアクションが必要か、体験談や活動事例を交えながらご紹介いたします。	林 幸一郎
17:50 ~ 20:00	☆別会場にて講師・参加者懇談会	☆経験豊富なプロコンサルトに、飲食を交えながら普段は聞けない裏話や率直な質問ができる「講師との語らいの場」を用意しています。	
2日目 (11/12)			
10:00 ~ 12:00	プロコンとしての収益構築（補助金・助成金）	近年、プロコンとしての活躍の場が拡大している「補助金・助成金」業務について、自身の経験からプロコンとしての心構え、受注活動、申請書作成のポイントを説明します。	宮川 譲
12:50 ~ 14:50	ネットワークの構築による収益化の道筋	業務内容を自由に決めることができるプロコンにとって、ネットワークの構築は収益化の一つのポイントになります。公的業務や民衆業務、協会活動など、事例を踏まえてご説明します。	廣木 鑑治
15:00 ~ 17:00	成功するコンサルタントの条件	成功に至るには一定の条件があります。成功の定義は人それぞれですが、成功には最低限求められる考え方やアクションが存在します。そのポイントを具体的に紹介いたします。	武石 誠司
17:00 ~17:10	閉校式	主催者挨拶、その他	

主催 一般社団法人 福岡県中小企業診断士協会

講師紹介

大和 一雄	(有)ヤマトサポート 代表 賃金総研九州本部エリア 代表 企業経営職を経て、人事賃金制度及び工場改革に多くの実績を重ねる。現在経営マインドを軸に企業理念構築、組織活性化を中心に活動している。 近著「経営者のための人手不足解消戦略」	
田代 稔	(株) エムエス経営支援・代表取締役/経営学修士 (MBA) 30年以上にわたる中小企業の経営者であった経験を持つ、経営コンサルタントです。その経験を活かし、経営者の気持ちをよく理解した、懇切丁寧なアドバイスには定評があります。また年間40回ほど行っている、経営力向上をテーマにした講演は、内容が分かりやすいと好評です。	
林 幸一郎	林中小企業診断士事務所 代表 2013年4月独立。様々な業種にて顧問契約先の経営支援、経営改善計画の作成及び実行支援を展開。多数の経営が悪化した支援先を最初の決算で黒字化する、という実績を重ねている。セミナー講師としても独立以来毎年50回以上演壇に立つ。	
宮川 謙	(株) FIGHICS 筑後オフィス長。行政書士宮川法務事務所代表行政書士。 フランス料理店勤務の後、中小企業診断士・行政書士資格を取得、独立。地域の製造業、飲食店を中心に事業計画策定・実行支援、各種補助金・助成金の活用といった中小企業支援を行う。中小企業施策活用・財務会計・創業等のセミナー講師経験も豊富に有する。	
廣木 鑑治	(株) アスリンク 代表取締役/中小企業診断士事務所オフィス・デュウ 代表 大手流通業の商品担当取締役として、店舗運営や商品開発、販売促進など、実務と合わせて企業経営にも従事してきました。独立開業後は、流通業のプロとして、商品開発や販路開拓など、収益につながる支援を中心に活動しています。また、様々な知見を持つスペシャリストを組織化し、多面的な経営支援も行っています。	
武石 誠司	武石経営戦略事務所 代表 自動車メーカーを経てベンチャー企業にて経営職。その後コンサルティング会社を経て2003年に独立。現在、製造業・建設業を中心に経営戦略、新規事業構築を中心に活動する。ベンチャー時代を通して多くの補助金事業に携わる経験を持つ。	

募集案内

日時	2023年11月11日(土)、12日(日) 各10:00~17:10 (11日は別途懇談会実施)	
会場	EIMアテン博多駅前 51会議室 (福岡県福岡市博多区博多駅前3丁目25-24)	
参加資格	特に参加資格はございません。コンサルタントとして独立開業を目指す方、更なるレベルアップを図りたい方など、どなたでも参加できます。(診断士以外の方も例年ご参加を頂いております)	
受講料	60,000円(税込) ※各県中小企業診断士協会会員は50,000円。 受付後にご案内する銀行口座への振込となります。振込手数料はご受講者様のご負担とさせていただきます。	
募集人員	20名	次の場合は開催中止の場合があります。
お申込締切日	2023年10月24日(火) ※定員に達した場合は早期締切	中止可能性の告知 ・最少催行人員に満たない場合 ・コロナ問題の激化、その他やむを得ない事情
その他留意事項	・開催各日のご昼食は、お昼の休憩時間にご受講者様各自でお済ませ下さい。 ・当セミナーは「開催日ごと」「科目ごと」等の部分受講は出来ませんのでご了承下さい。	

参加申込方法

右のQRコードより申し込みフォームに必要事項をご記入の上お申込下さい。
受付後、メールにてお支払方法他詳細についてご案内を送付させていただきます。



主催：一般社団法人 福岡県中小企業診断士協会

お電話でのお問合せ先 092-710-7781
(平日9:30~17:30にお願致します)

連 合 会 本 部 リ ポ ー ト



本年度第1次試験
試験合格者数5,521人
試験合格率29.6%
(9月5日(火)発表)

当協会は、さる9月5日(火)に「令和5年度中小企業診断士第1次試験」の試験合格者の発表を行いました。本年度の第1次試験の試験合格者数などは、次のとおりです。

申込者数	受験者数 (A)	試験合格者数 (B)	試験合格率 (B)/(A)
25,986人	18,621人	5,521人	29.6%

令和5年度「中小企業経営診断シンポジウム」開催のお知らせ

当協会では、11月2日(休)に、東京ガーデンパレス（東京都文京区）において、令和5年度「中小企業経営診断シンポジウム」を下記のとおり開催します。

シンポジウムの第1部「基調講演」では、有限会社 ぬびや／株式会社EBILAB代表取締役の小田島春樹氏に、「DXとデータ経営で商売を変革した老舗企業・ぬびやの事例」（ライブ配信実施予定）と題した基調講演を行っていただくほか、午後の第2部では、「中小企業診断士による経営革新支援事例論文発表」、「会員グループによる調査・研究発表／地域支援の具体的なノウハウとその活用事例に関する発表」、「東京都中小企業診断士協会による研究会成果発表」、「無料経営相談会」などの催しを通じて、今後の中小企業における経営革新のあるべき姿を考えていきます。

また、シンポジウムへのご参加は、シンポジウム Webページ（<https://chusho-sympo.jp/>）にてお申込みいただけるほか、パンフレットでもお申込み可能です。

詳細は、当協会ホームページ（<https://www.j-smeca.jp/>）およびシンポジウム Webページをご確認ください。

記

開催日時：令和5年11月2日(休) 10:15～17:40

開催場所：東京ガーデンパレス

東京都文京区湯島1-7-5

電 話：03-3813-6211

●プログラム概要●

[第1部]

10:15～10:30：開会式

10:30～11:30：基調講演「DXとデータ経営で商売を変革した老舗企業・ぬびやの事例」

（ライブ配信実施予定）

有限会社ぬびや／株式会社EBILAB

代表取締役 小田島 春樹 氏

[第2部]

12:30～16:10：第1分科会

中小企業診断士による経営革新支援事例論文発表

13:00～16:10：第2分科会

会員グループによる調査・研究発表／地域支援の具体的なノウハウとその活用事例に関する発表

13:00～16:10：第3分科会

東京都中小企業診断士協会による研究会成果発表

13:30～16:00：その他イベント

東京都中小企業診断士協会「中小企業診断士の日」イベント「中小企業診断士川柳 優秀作品投票および表彰

13:00～16:00：無料経営相談会

※事前登録をされた方が対象となります。

17:00～17:40：表彰式

本年度シンポジウムにおける 「論文発表者」が決定

本年度の「中小企業経営診断シンポジウム」第1分科会～第3分科会の発表者が、以下のとおり決定しましたので、お知らせします。

なお、論文発表は11月2日(木)に、東京都文京区の東京ガーデンパレスにおいて行われます。

【第1分科会】

中小企業診断士による経営革新支援事例論文発表

- 「『小集団顧客価値向上活動（CVサークル活動）』による真の顧客価値経営の実践」～「従業員の働きがい」と「顧客ロイヤルティ」の両方を同時に向上する方策～
増田 浩一（東京都中小企業診断士協会）
- 昭和のOSから令和のOSへの組織風土改革～心理的安全性が組織の生産性を高める～
遠藤 彰（鳥取県中小企業診断士協会）
- 支援者のための中小企業のSDGs経営導入プログラム～持続可能な中小企業経営のためのマニュアル第一章～
川嶋 正己（福井県中小企業診断士協会）
- 危機を契機に「10年前倒しの経営革新プラン」を実行した伴走支援～小規模外食企業と共に歩んだ9年間の軌跡～
松原 憲之（東京都中小企業診断士協会）
- 伴走型支援を踏まえた「動機付け」を重視した小規模事業者の支援事例～補助金とSDGs等の取り組みを誘因とした自己変革へと導く方法～
沼口 一幸（東京都中小企業診断士協会）

【第2分科会】

会員グループによる調査・研究発表／地域支援の具体的なノウハウとその活用事例に関する発表

- 買い物弱者支援に関する調査研究報告書～社会課題解決に向けて中小企業診断士が果たすべき役割～要約版
山崎 孝二（秋田県中小企業診断士協会）

- 「キッチンカー（移動販売車）の開業・運営支援マニュアル」
山下 義（東京都中小企業診断士協会）
- 地方温泉観光地の再生に関する調査・研究～再生主体による分類と成功要因～
桑原 茂之（鳥根県中小企業診断士協会）
- 小規模飲食業の販促に有効なWEBマーケティング支援
永田 朋之（東京都中小企業診断士協会）
- 「地域野菜『寺島なす』を活用したまちづくりおよびブランド化の支援」
渡辺 英史（東京都中小企業診断士協会）

【第3分科会】

東京都中小企業診断士協会による研究会成果発表

- 事業承継支援業務と知識体系の改訂（PMIパート）
清水 一郎（東京協会 事業承継支援コンサルティング研究会）
- 中小企業のためのイノベーション・マネジメント：「イノベーション・ツールブック」の開発
出水 進（城南支部 成長産業分野研究会）
- 大手による寡占化が進む自転車小売業界における個人事業の事業承継支援事例とそのノウハウを多くの事業者へ広げる取り組み事例
河村 康孝（東京協会 自転車ビジネス振興研究会）
- 専門性を訴求するための表現ツール「事典型コンテンツ」の開発
大谷 秀樹（中央支部 実践的プロモーション研究会）
- 「中小企業におけるAI導入／DX推進支援ハンドブック」の作成
黒須 靖史（中央支部 AI・人工知能研究会）

令和5年度「調査・研究事業」を実施する 県協会会員グループの選定結果について

本誌7～8月号などで募集を行っていましたが、県協会会員グループが実施する令和5年度「調査・研究事業」の研究テーマが、このたび決定いたしました。今回の研究テーマ選定にあたりましては、各県協会

連 合 会 本 部 リ ポ ー ト

会員グループから提出された事業計画書などをもとに、審査を行いました。

なお、選定された県協会会員グループの調査・研究テーマと代表者は、次のとおりです。

【実践的診断・支援マニュアルの研究開発 7編】

- 副業の時代に向けた簡便な小資本創業支援マニュアル
～Withコロナ後の新たな創業方法による支援～
山下 義（東京都中小企業診断士協会）
- 大型企業立地による環境変化に適応するための支援
マニュアルの研究・開発
井上 照教（熊本県中小企業診断士協会）
- 地域版SDGs推進に資する診断士の支援マニュアル
の研究開発
高重 和枝（埼玉県中小企業診断士協会）
- 食品残渣を含む未利用資源を有効的に活用するサー
キュラーエコノミーの優良事例を調査し、中小企業
等による自律的な地域循環型社会システムへ展開す
るための提言をおこなう
横本 健次（福岡県中小企業診断士協会）
- 地方創生におけるWEB3.0活用手続きの整備
小林 慶介（東京都中小企業診断士協会）
- DXに取り組むものづくり企業の中期事業計画策定
の手引き書
高田 真里（東京都中小企業診断士協会）
- 観光地域における人材の確保と育成にかかる調査と
研究
鈴木 英之（大阪府中小企業診断士協会）

「中小企業診断士の日」関連イベントの 開催について

当協会および各都道府県協会では、中小企業診断士の活躍の場を拡充し、企業経営者、関係機関などに対し、幅広く中小企業診断士および中小企業診断制度の理解を深めるため、中小企業診断制度の発足日である11月4日を「中小企業診断士の日」と名付け、11月4日の前後一週間程度の期間において、全国的なPR活動を実施しております。

そこで今般、当協会ホームページ上に当協会および各県協会の事業内容等を紹介する特設リンクを公開し、積極的な広報活動を図っていくこととしています。

<https://www.jsmeqa.jp/attach/koueki/shindanshinohi-event2023.html>

令和5年度理論政策更新研修について

理論政策更新研修は、中小企業診断士更新要件のひとつ「新しい知識の補充」のために実施します。登録有効期間5年間で5回受講してください。

なお、日程は変更になる場合がありますのでご了承ください。テーマ等詳細は、協会ホームページに掲載中です（受講料 6,300円）。

令和5年度論文審査

論文審査は、中小企業診断士更新要件のひとつ「新しい知識の補充」のために実施します。論文審査に合格することで、要件の1回分を満たします（受講料6,300円）。

〈受付期間〉

第2回 令和6年1月5日(金)～令和6年1月25日(木)
(論文提出締切) 令和6年2月5日(月)



栃木県中小企業診断士会

企業診断とちぎ8月号(第95号)

栃木県中小企業診断士会(須田秀規会長)が、会報「企業診断とちぎ8月号(第95号)」を発行した。

巻頭言は、須田会長からの「企業診断とちぎ8月号発行に寄せて」。

続いて、政策・施策の紹介が2件—

- 令和5(2023)年度重点施策について 栃木県産業労働観光部 経営支援課

- 「経営安定化支援事業」の取組みについて 栃木県信用保証協会 企業支援課長 金敷 裕史 氏
次に、会員からの投稿や報告などが4件—

- 私の研究「再現性のない心理実験仮説」
中平 康 会員

- 私のいいね!「何気ない一日」 坂上 公一 会員

- 私の書評「『Anthro Vision 人類学的思考で見るビジネスと世界』ジリアン・テット著 日本経済新聞出版」 安納 一貴 会員

- 北関東信越ブロック中小企業診断士フレッシュャーズフォーラム2023—栃木県企業内診断士研究会ティフ研主催活動報告— 坂上 弘祐 会員

このほか、総務・経理部報告(事務局より報告)、2委員会(研修・広報)からの報告、4研究会(事業承継・企業再生・DX・企業内診断士)からの研究会活動報告(令和5年度活動計画について)、新入会員紹介は有島佑樹雄・大橋孝洋・齊藤久幸・鈴木千穂・高根沢健・錫田安美・長野純・濱島達史・岩上翔の9会員、理事紹介は高橋邑伍・黒澤佳子の2会員、インフォメーション、編集後記も。

8月発行、A4サイズ、24ページ



埼玉県中小企業診断協会

埼玉県協会の活動報告

【省エネ研究会「ZEB」見学会】に参加して

8月4日(金) 倉沢建設株式会社(川越市) 17名



倉沢建設モデルビル兼本社の見学会に参加した。倉沢建設は、埼玉県よろず支援拠点コーディネーターである上山稔会員の支援先で、ビルは令和2年度事業再構築補助金事業を活用し、1月に完成する。

『ZEB』は環境建築ネット・ゼロ・エネルギー・ビルのモデルで、埼玉県2事例目と大変厳しい基準をクリアする。地中熱を活用して太陽光発電と併用し、ゼロエネルギーを達成している。外気温約37度からビルに入ると、皆が「涼しい、心地よい」と一斉に唱える。

同社の倉沢延寿社長からは、「ZEBによるカーボンニュートラルに向けた自立建物建築で、社会貢献につなげたい」と伺った。参加者一同、補助金活用による新たな支援を学べる貴重な見学会となった。

(文責：玉井 宏明 会員)

県協会レポート

プロコン塾「企業経営から見たコンサルティング」を受講して

8月5日(土) 県協会会議室13名



3名の埼玉県協会会員の講師が講義を行った。村岡滋講師の回では、前半で日本経済新聞の記事から自分の気になるテーマを選択し、分析内容を発表。講師・受講生がそれぞれの知見・経験を踏まえて議論を行った。テーマは時事的なものからマクロ経済までさまざま。記事の分析を通じて外部環境分析にも強くなる。後半は、経営者の仕事、経営革新計画、海外展開、営業・販売といったテーマについて、講師の知識・経験を伝えていただいた。

町田浩一講師・関根ゆり講師の回では、企業再生、金融機関や支援機関との接し方をテーマに、講義やグループワークを行った。こちらも、経験豊富な講師から実務に則した体験談を聞くことができ、学びの多いプロコン塾になっている。

(文責：岸田 雅樹 会員)

「第81回さいたま実践経営塾 定例会」

8月10日(木) Zoom開催15名



今回は、南浦和で「カメラの光盛堂Ⅱ」を営む立木宏美氏よりお話をいただいた。父上から引き継がれた写真店を、ご主人とともに盛り盛りされている。

お客様の「想いに寄り添いながら」対話を重ね、アルバムやポートレート作成・写真の整理や修復などを満足度高く仕上げていくサポート型経営を推進している。

映像がデジタル化しスマートフォン全盛のご時世だが、紙媒体としての写真の魅力を伝えていきたいと、店舗をギャラリーに改装して発表の場とし、SNSで積極的に情報発信を行っている。これがファンを引きつけ、地域に密着した写真店経営へと結びついている。

我々中小企業診断士の伴走型支援にも一脈通じるものがあり、大いに参考となった。

(文責：勝海 やすし 会員)

「埼玉県新入会員コミュニティ」第3期最終回

8月27日(日) 県協会会議室 & Zoom 計25名



「協会に入会してみた」。一歩足を踏み出してはみたものの、次に何をすればよいか悩む方は多い。当会の役割は、そこから飛躍するための滑走路に近い。

会員は、埼玉県協会に入会した1～2年目の中小企業診断士である。毎月末、悩みや疑問、それぞれの活動内容を共有する。似たような課題を抱えている会員同士、共感することも多く、知り合いも増えていく。そのつながりが、何よりの魅力だ。

8月は1年間の振り返りを行った。我々現幹事は今回でお役御免となり、新幹事たちに運営を引き継ぐ。今までの多くのご支援に感謝を申し上げます。

リアル懇親会も終えて、暑さを吹き飛ばすエネルギーな仲間たちとの交流の余韻と一抹の寂しさが交じ

る。晩夏のひと時であった。

(文責：竹原 広機 会員)

東京都中小企業診断士協会

TOKYO SMECA ニュースデジタル2023年9月号(No.504)

東京都中小企業診断士協会(森川雅章会長)が、会報「TOKYO SMECA ニュースデジタル2023年9月号(No.504)」を発行した。

イベント案内が3件、会員執筆図書書評が1書、さらに東京協会・研究会・同好会の9月度スケジュール、「支部だより」は中央・城東・城西・城南・城北・三多摩の6支部。

また、会員の投稿は「会員コーナー」に16編。
9月1日発行

岡山県中小企業診断士会

「論文集」を作成

岡山県中小企業診断士会(松本直也会長)では、令和5年度事業の1つとして、「21世紀の企業戦略～環境変化・新技術に立ち向かう中小企業と診断士19の提言～」と題する論文集を作成しました(A4判・92頁)。

本論文集の執筆者とテーマは、次のとおり。

- 商工会議所経営指導員全国研修会での事例発表について 枝 純一郎 会員
- 製品別損益管理によるコストマネジメント 小川 幸宏 会員
- コーチングから学ぶ、伴走支援パフォーマンス向上のヒント 栢原 陽子 会員
- 診断士が持っておきたいおすすめガジェット 川口 公平 会員
- 「健康経営エキスパートアドバイザー」とは 木野内 俊典 会員
- Z世代の雇用について 木下 祐佳 会員
- 中小企業の情報セキュリティ対策 木下 諒 会員
- 中小企業診断士ビジネスの戦略的ロードマップ～3種類のステージと3種類のストラクチャー～ 窪田 司 会員

- 創業支援を考える～創業支援における思考方法とフレームワーク～ 河本 吉弘 会員
- 経営の好循環サイクルの提唱～理論と実践の両立～ 園米 泰弘 会員
- 相談業務におけるコミュニケーションについて～創業相談を事例に～ 坂井 俊一郎 会員
- チャイナ・プラス・ワンは日本 田中 宏高 会員
- DX推進に必要な人材とその育成 中津 敏晴 会員
- 生成AI時代の到達の前に準備すること 藤原 敬明 会員
- 「日本における地方の過疎化」「東京一極集中」問題の解決策を考えてみる 町 直友貴 会員
- 中小企業におけるNFT活用マーケティングの考察 松田 慎二 会員
- 土産物店をVMD視点で考察する 三宅 裕子 会員
- 自動車のEV化について考える～EVシフト=超小型EVシフトになるかもしれない～ 安原 朋彦 会員
- 中小建設業の工事現場から～施工管理業務の問題点と解決策～ 山中 聡史 会員



県協会レポート

埼玉県中小企業診断協会の今後の研修スケジュール

詳しくは、協会 HP まで。 [埼玉 診断協会](#)→検索 活動報告発信中 [FB 埼玉県診断協会](#)→検索
申込みは、協会 HP または【E-mail】rmcsai@nifty.comまで

●10月定例会 10月21日(土) 13:30～ 会場:県協会 会議室・Zoomオンライン配信(予定)

研究会名	開催日	次回予定	会場	連絡先
IT研究会	毎月第1土曜日	10月7日(土) 13:30～	オンライン開催	小林 健了
企業内診断士の会	隔月第2金曜日	11月10日(金) 20:00～	浦和コミセン IT研修室	増田 利弘
経営改善研究会	不定期	11月11日(土) 13:30～	県協会 会議室	野崎 昭彦
建設業経営研究会	不定期	未定	県協会 会議室	加藤 清孝
国際化支援研究会	毎月第2土曜日	10月14日(土) 10:00～	オンライン開催	丸山 康明
知的資産経営研究会	毎月第1土曜日	10月7日(土) 10:00～	オンライン開催	坂本 真人
街づくり研究会	隔月第4週	10月26日(木) 19:00～	浦和コミセン 第1集会室	梅津 充幸
ものづくり研究会	毎月第4土曜日	10月28日(土) 9:30～	県協会 会議室	寺田 正保
コンサルティング・ コーチング研究会	毎月第1土曜日	10月7日(土) 10:00～	オンライン開催	神吉 耕二
さいたま実践経営塾	毎月第2木曜日	10月12日(木) 19:00～	川口キュボラ7Fメディア セブンまたはオンライン開催	勝海やすし
小規模企業支援実践研究会	毎月第1日曜日	10月8日(日) 9:00～	県協会会議室 およびオンライン開催	原田 栄治
SDGs 共創経営研究会	毎月第3水曜日	10月18日(水) 19:30～	武蔵浦和コミセン第6集会室 およびオンライン開催	武 宏之
農業ビジネス研究会	隔月第4金曜日	10月27日(金) 19:30～	浦和コミセン またはオンライン開催	真鍋 伸次
省エネ研究会	毎月第1月曜日	10月2日(月) 20:00～	オンライン開催	町田 浩一
ビジネスモデル研究会	毎月	未定	県協会 会議室	川崎 淳
人事労務問題研究会	不定期	11月16日(木) 18:30～	武蔵浦和コミセン	加藤 剛毅
診断指導歴史研究会	隔月第2水曜日	10月11日(水) 18:30～	浦和コミセン 第8集会室	吉田 幸夫
SDM ウェルビーイング経営研究会	奇数月	未定	オンライン開催	太田 泰嗣

新型コロナウイルス感染拡大状況によっては、オンライン開催もしくは中止となる場合もありますのでご注意ください。

県協会レポート

神奈川県中小企業診断協会 協会からのお知らせ・登録グループ定例会スケジュール

- ◇協会からのお知らせ <https://sindan-k.com/>
- ◆秋のオリエンテーション2023 ※詳細・申込HP参照。 <https://sindan-k.com/support/guidance/>
 11/5(日)17時～19時50分 かながわ労働プラザ3階ホール+オンライン同時開催。全国からの参加、歓迎！
 入会検討中の方＆既存会員の皆様に向けて、協会活動(企業内・独立)の紹介やオールかながわの魅力を発信します。
- ◆県協会HPにて各種情報を発信中。 <https://sindan-k.com/>
 「オールかながわの取り組み」:スキルアップからプロコンサルまでサービス提供
<https://sindan-k.com/about/all-kanagawa/>
 「県協会ここがオススメ」:当協会会員が実際の活動やさまざまな経験を踏まえた記事
<https://sindan-k.com/joinus/recommend/>
 「会員によるメールマガジン」 https://sindan-k.com/mail_magazine/
 【県協会活動参加レポート】県協会の活動(イベント, 研修等)に参加した体験をもとに、その内容や感じたことをレポート
 【自分の強みPRレポート】ご自身の経験・ノウハウから、中小企業支援に活かせることを整理し、自分の強みとして伝える
- ◆理論政策更新研修 <https://sindan-k.com/support/riron-r5/>
 第6回 日時 令和5年10月28日(出) 13:00～17:20 会場 かながわ労働プラザ
 テーマ①「官民合同による伴走支援(仮)」
 (経済産業省 関東経済産業局地域経済部 地域振興課 地域経済企業支援室長 白戸 恒彦様)
 テーマ②家族視点の事業承継「事業承継の三方良しとは？」
 (講師 非営利型株式会社 Daidai 代表取締役 関 清一郎様)
 テーマ③産廃である架橋ポリエチレンの資源循環技術の開発と事業化
 (講師 株式会社オオハシ 代表取締役 塩野 武男様)
- ◆実務従事 <https://sindan-k.com/support/procon/>
 ・中小企業の皆様に満足していただく企業診断(コンサルティング)を実施するとともに、主に診断実務に携わる
 会員の少ない中小企業診断士を対象に資質向上と実務従事ポイント取得の機会を提供しています。県協会
 非会員の方も参加可能です。
- ◆SDGsへの取り組み <https://sindan-k.com/sdgs-1/>
 ・私たち神奈川県中小企業診断協会は、著しく変化していく時代の中小企業の皆様が、能動的に新商品・サー
 ビスを創出し、以て持続可能な発展を達成できるように支援することを通じて、地域の経済・社会・環境に貢献
 することを使命としております。神奈川県と連携してSDGs推進プロジェクトを進めていくことで、より一
 層「公益に資する事業」を推進してまいります。
 ・県内先進企業のSDGs取組事例(神奈川県SDGsパートナーに登録されている先進取組企業様インタビュー
 記事)を掲載。
- ◆協会HPテクニコ特設ページにて経営ミニセミナー動画掲載中 <https://sindan-k.com/support/tech-yoko/>
 〈販路拡大〉〈補助金・資金調達〉〈SDGs〉〈デジタル化〉〈事業承継〉〈人材〉〈他〉のテーマで30本掲載中！

◇登録グループ ★:HP動画掲載。定例会HP参照。オブザーブ歓迎いたします。 <https://sindan-k.com/support/group/>

登録グループ名	代表者	登録グループ名	代表者
AIビジネス研究会★	小泉 昌紀	経営デザイン実践グループ	久保田 弘
EMS認証取得支援プロジェクト	岡田 章	健康経営支援プロジェクト	野村 剛正
海外ビジネス研究会★	高木 富士夫	現場改善研究会	枇杷 竜二
神奈川県医療介護研究会	折笠 勉	湘南診断士ネット★	山本 邦博
かながわガチコン研究会	漆間 聡子	診断士ビジネスモデル研究会	小泉 孝朗
かながわコンテンツ創造研究所	小倉 正嗣	たまがわ経営研究会	石井 信裕
かながわ再生承継研究会	染谷 勝彦	つぎ夢経営研究会	高久 広
かながわサポートセントラルチーム★	辻 徹	「強み」経営研究会★	寺野 仁
神奈川実践IT研究会★	村上 知也	パラレルキャリア研究会★	長島 三氣生
かながわ農食支援グループ★	高木 敏明	ビジネスIT研究会	後藤 昌治
かながわはとば会	伊藤 由美子	平29会	和泉田 宏
かながわ補助金研究会	石崎 優子	ほったらかしビジネス実践研究会	
神奈川ものづくり応援隊★	島崎 浩一	(ほったらかし研)【新設】	小林 祐介
川崎・横浜北地域創成ネットワーク	吉井 弘治	マーケティング実践研究会★	小泉 昌紀

お問い合わせ: 会員支援1部 / 齋木 真紀子・杉本 靖英 kain@sindan-k.com

県協会レポート

兵庫県中小企業診断士協会の今後の研修スケジュール

1. スキルアップおよびオープンセミナー(会員研修委員会主催)

日時	場所	テーマ	講師
10月27日(金)	神戸市産業振興センター801号室	事業性評価ツールの活用現場の現状	森下 勉氏
連絡先:代表 瓶内 栄作 e-kameuchi@plus-logista.com			

2. 診断技術向上研究会

日時	場所	テーマ	講師
10月12日(木)	神戸市産業振興センター905号室	監査に関するテーマ	島田 明夫氏
開催日は原則、第2木曜日。時間:18:30~20:30 連絡先:代表 楠田 貴康(くすた たかやす) tkusuda2002@gmail.com			

3. 青年部会

日時	場所	テーマ	講師
10月2日(月)	中央区文化センター及びWeb	企業の支援方法・スキルの共有等	全員
開催日は原則、第1月曜日。時間:19:00~21:00。参加資格:49歳以下の会員 連絡先:稲垣 賢一 inagakik@crion.co.jp			

4. ものづくり&SCM研究会

日時	場所	テーマ	講師
10月7日(出)	兵庫県民会館	①書籍紹介 ②「相手に「気付けさせる」支援を考える —公的支援と経営力再構築伴走支援—	①藤崎 麻美子氏 ②大口 憲一氏
11月4日(出)	兵庫県民会館	2050カーボンニュートラルカードゲーム (体験型)	NORITZ 真次 成昌氏、 環境省近畿地方 環境事務所 福岡 慶三 室長
開催日は原則、第1土曜日。時間:14:30~17:00(1、5、8、12月除く) 企業内・独立問わず、経営全般の幅広い専門知識の情報交換を目指し、現場見学も取り入れて開催しています 連絡先:三村 光昭 QZE02753@nifty.com			

5. Shobai Lab. (商業研究会)

日時	場所	テーマ	講師
10月19日(木)	西宮市馬場町3-20-2F 「88base エベース」	未定	松下 武司氏
会場所在地:西宮市馬場町3-20-2F「88base エベース」(最寄り駅:阪神西宮) 開催日は毎月第3木曜日。時間:18:30~21:00(8月は日程変更の可能性あり) 連絡先:代表 木之下 尚令 info@ut-mana.jp			

6. 事業性評価研究会

日時	場所	テーマ	講師
10月23日(月)	神戸市中央区文化センター1102号室	支援事例の発表(予定)	平山 知明氏
開催日は毎月第4月曜日。時間:18:30~20:30(4、8、12月除く) 連絡先:代表 西口 延良 ANC11775@nifty.com			

7. ひょうごデジタル経営研究会

日時	場所	テーマ	講師
10月24日(火)	Zoom	搬送AI最前線	調整中
開催日は毎月第4火曜日。 連絡先:代表 山上 和男 ymgmkzo@gmail.com			

県協会レポート

大阪府中小企業診断協会の10月度研修・研究会スケジュール

研修名	日 時	会 場	担当委員会
(スキルアップ研修) 「好きな顧客・やりたい仕事で稼ぐ！ プロの経営コンサルタントになる方法」 講師：山下益明 氏(香川県中小企業診断士協会会員)	10月25日 ㈨ 18:30~	マイドームおおさか	研修委員会
研修名	日 時	会 場	担当委員会
(オンラインショートセミナー) 浪速の診断士道場(4) 「元教師の診断士が語る、組織開発の基本と具体的事例！！」 「中小企業に入ってみたらこうだった。中小企業の内側からの報告」 講師：太田信之 氏、田中秀典 氏(大阪府中小企業協会会員)	10月12日 ㈨ 19:30~	Z o o m	研修委員会
会合名	日 時	会 場	代表者
(診断士交流会) 水曜日交流会	10月11日 ㈨ 18:30~	マイドームおおさか	加納 孝幸
会合名	日 時	会 場	代表者
(業種別交流会) 不動産業界交流会 (部会)	10月13日 ㈨ 18:30~	マイドームおおさか	大倉 啓克
独立希望者の会	10月24日 ㈯ 18:30~	大阪産業創造館	間部 勝
会合名	日 時	会 場	代表者
(登録研究会)			
ISO研究会	10月12日 ㈨ 18:30~	未 定	高野 淨
アプリ活用研究会	未 定	未 定	笠井 健一
WEBマーケティング研究会	未 定	未 定	石井 誠宏
エリアファイナンス研究会	10月19日 ㈨ 18:00~	マイドームおおさか	田中 道彦
観光・サービス経営研究会	10月18日 ㈨ 18:30~	マイドームおおさか及びZoom	鈴木 英之
企業内診断士活性化研究会	10月5日 ㈨ 18:30~	マイドームおおさか	山元 教有
企業リスクマネジメント(ERM)研究会	未 定	未 定	春野 信重
技術向上研究会	10月26日 ㈨ 18:30~	マイドームおおさか	諸 勝文
経営デザイン研究会	未 定	未 定	井上 朋宏
原価管理研究会	10月6日 ㈨ 18:45~	マイドームおおさか及びZoom	中本美智子
健康経営・ウェルビーイング経営研究会	未 定	未 定	品川 聡
コーチング研究会	10月13日 ㈨ 18:30~	Z o o m	奥野 智洋
顧客満足経営研究会	未 定	未 定	佐藤 雅一
国際派診断士研究会	10月24日 ㈯ 18:00~	マイドームおおさか	中川 雅之
最先端ビジネス研究会	10月4日 ㈨ 19:00~	Z o o m	松田 淳
サステナブル経営/SDGs研究会	10月14日 ㈩ 13:30~	マイドームおおさか	横山 哲朗
サプライチェーン・マネジメント研究会	10月20日 ㈨ 20:00~	Z o o m	板垣 大介
事業革新研究会	未 定	未 定	若松 敏幸
事業継続力強化・BCP研究会	未 定	未 定	森 克巳
事業承継&ファミリービジネス研究会	10月16日 ㈨ 18:30~	マイドームおおさか	福地 真一
実践ITコンサルティング研究会	10月16日 ㈨ 19:00~	Z o o m	古川 佳晴
実践イノベーション&エフェクチュエーション研究会	未 定	未 定	上野 浩二
住環境研究会	未 定	未 定	北地 範行
組織開発研究会	10月4日 ㈨ 20:00~	未 定	柳瀬 智雄
WBP研究会	10月14日 ㈩ 10:00~	Z o o m	数本 優
知的資産経営研究会	10月17日 ㈯ 18:30~	西区民センター及びZoom	森下 勉
中小企業人づくり研究会	10月8日 ㈩ 10:00~	未 定	栄元 祥悟
電機業界研究会	10月11日 ㈨ 18:30~	大阪産業創造館及びZoom	大萱 芳久
農業経営研究会	10月17日 ㈯ 19:00~	マイドームおおさか	山本 文則
万博×未来社会イノベーション研究会	未 定	未 定	藤森 薫
ビザの会	10月21日 ㈩ 未定	未 定	左川 睦子
ビジネスゲーム研究会	未 定	未 定	薄木 栄治
フードビジネス研究会	10月13日 ㈨ 20:00~	Z o o m	荒武 宏明
VR・AR研究会	10月9日 (月祝) 19:30~	Z o o m	小林 敬
プライベートバンク研究会	10月17日 ㈯ 19:00~	マイドームおおさか及びZoom	荒武 貞雄
プレゼンスキルアップ研究会	未 定	未 定	谷崎 雄大
モノづくり活性化研究会	未 定	未 定	瀬戸 文雄
脱炭素経営研究会	未 定	未 定	小西 豊樹

県協会レポート

東京都中小企業診断士協会の10月度研究会・懇話会スケジュール

会 合 名	開催日	時 間	予定会場	代表者
住宅ビジネス研究会	1 日 日	13:30 ~ 17:00	久松町区民館	古川真理夫
事業承継支援コンサルティング研究会	2 日 月	19:00 ~ 21:00	人形町区民館	岸田 康雄
診断士ITC研究会	3 日 火	18:30 ~ 20:30	京橋区民館(予定)	清水 淳二
ダイバーシティ研究会	3 日 火	19:30 ~ 21:00	オンライン	佐藤 一樹
6次化農業研究会	5 日 木	18:15 ~ 20:30	ハイブリッド(詳細はお問い合わせください)	竹口 隆美
BCP・CSR研究会	5 日 木	18:30 ~ 20:30	品川区立中小企業センター	足立 秀夫
自転車ビジネス振興研究会	5 日 木	19:00 ~ 21:00	東上野会場もしくはオンライン	河村 康孝
建設業経営研究会	6 日 金	18:30 ~ 20:30	京橋区民館	藤原 一夫
ベンチャービジネスサポート研究会	6 日 金	19:00 ~ 21:00	人形町駅周辺の区民館(未定)	大崎 康史
新市場創造研究会	6 日 金	19:30 ~ 21:30	オンライン	青木 弘文
Cの会	6 日 金	20:00 ~ 21:30	オンライン	佐藤 正樹
工場診断研究会	7 日 土	9:00 ~ 12:00	伊豆大島(詳細未定)	谷川 大致
診断士FP研究会	7 日 土	13:30 ~ 17:00	台東館 東京都立産業貿易センター	赤沼 直子
商店街研究会	7 日 土	14:50 ~ 16:30	JR高円寺駅・阿佐ヶ谷駅間(高架下商業施設)	鈴木 隆男
経営デザイン研究会	10 日 火	18:30 ~ 20:30	渋谷文化総合センター大和田・オンライン併用	佐々木隆三朗
研究会女性診断士の会"Ami"	10 日 火	19:00 ~ 20:30	Zoom	高田 直美
WEBマーケティング研究会	10 日 火	19:00 ~ 21:00	オンライン	小泉 悟志
(酒と食)マーケティング研究会	11 日 水	18:30 ~ 20:30	中央区内の区民館(予定)	岳藤 賢市
食品業界研究会	11 日 水	18:30 ~ 20:30	中央区内の区民館(未定)	作井 正治
中小企業施策研究会	11 日 水	18:30 ~ 20:30	東京協会会議室(中小企業会館地下1階) およびZoomによるハイブリッド	牛馬 一朗
地方創生・グローバル研究会	11 日 水	18:30 ~ 20:30	Zoom	阿部 仁志
知財活用ビジネス研究会	13 日 金	19:00 ~ 21:00	東京協会地下会議室& ZoomまたはZoomのみ	中村 貴彦
企業金融研究会	14 日 土	10:00 ~ 11:30	オンライン	吉田 勉
コンテンツビジネス研究会	14 日 土	18:00 ~ 20:00	北沢区民集会所 小会議室(小田急線「東北沢駅」徒歩15分)	堀内 靖
マネジメント・カウンセリング研究会	16 日 月	18:30 ~ 20:30	ヒューマンギルド研修室	岩井 俊憲
コンピュータ研究会	16 日 月	19:30 ~ 21:30	オンライン	本田 卓也
ものごとづくり実践研究会	17 日 火	19:00 ~ 21:00	人形町区民館	吉倉 英代
農水ビジネス(卸売市場)研究会	17 日 火	20:00 ~ 21:00	Zoom	山下 義
人を大切に作る経営研究会	18 日 水	18:15 ~ 20:30	中央支部事務所	オ上 隆司
経営イノベーション研究会	18 日 水	18:30 ~ 20:30	銀座区民館	根本健太郎
知的資産経営研究会	18 日 水	18:30 ~ 20:30	株式会社ビジネスクロス・Zoom併用	宮崎 博孝
経営力アップ診断士の会	18 日 水	18:30 ~ 20:30	オンライン	小峰 正義
可視化経営研究会	18 日 水	18:30 ~ 20:30	NIコンサルティング・セミナールーム [品川駅] イーストワンタワー内)	本道 純一
フランチャイズ研究会	19 日 木	18:30 ~ 20:30	人形町区民館(予定)	山岡 雄己
IT活用研究会	19 日 木	19:00 ~ 21:00	Zoom	吉本 明弘
経営研究会	19 日 木	19:00 ~ 20:30	和泉橋区民館	柄澤 明久
人材開発研究会	20 日 金	13:00 ~ 15:00	長野県伊那食品様 かんてんばばガーデン	上井 光裕
営業力を科学する売上UP研究会	21 日 土	9:30 ~ 12:00	南部労政会館(JR「大崎駅」徒歩5分)会議室	渡邊 卓
まちづくり研究会	21 日 土	12:30 ~ 20:30	京橋区民館(WEB研究会併催)	名取 雅彦
医療ビジネス研究会	23 日 月	19:00 ~ 21:00	ハイブリッド(中央支部日本橋事務所)	北原 一憲
健康ビジネス研究会	23 日 月	20:00 ~ 21:30	オンライン	弥富 尚志
SDGs経営支援研究会	24 日 火	18:30 ~ 20:30	京橋区民館(予定)	進藤 裕生
チェーンストア・ビジネス研究会	24 日 火	19:00 ~ 20:00	オンライン	山下 義
ファミリービジネス研究会	24 日 火	19:30 ~ 21:30	オンライン	荒尾 正和
ファッションビジネス研究会	25 日 水	19:00 ~ 21:00	オンライン	今宿 博史
実戦プレゼンテーション研究会	25 日 水	18:45 ~ 20:15	京橋区民館(ハイブリッド)	田中 研二
エリアマーケティング研究会	25 日 水	19:00 ~ 21:00	中央区人形町近辺(予定)	齊藤 睦美
中小PMI研究会	26 日 木	18:30 ~ 20:30	パトンス社会議室(東京メトロ「築地駅」)	坪田 誠治
ソーシャルビジネス研究会	26 日 木	19:00 ~ 20:00	オンライン	長田 和弘
働き方研究会	26 日 木	19:00 ~ 21:00	オンライン	伊能 賢一
経営革新計画・実践支援研究会	27 日 金	18:15 ~ 20:15	中央支部事務所	八木田鶴子
福祉ビジネス研究会	27 日 金	19:00 ~ 21:00	オンライン	大場 勝仁
デジタル経営研究会	28 日 土	13:00 ~ 17:00	江東区亀戸文化センター 第2研修室(5階)	魚谷 幸一
企業評価システム実践研究会	28 日 土	14:00 ~ 16:00	ハイブリッド	重富 剛志
認知ヒューマンスキルの会	30 日 月	18:30 ~ 20:30	中小企業会館地下会議室	松茂 道廣

●次号予告●

〈2023年11月号〉

●特集

「企業内診断士・孤軍奮闘記8」

人気企画の第8弾です。4名の中小企業診断士による企業内での資格活用事例について、ドラマ仕立ての記事でご紹介する予定です。

そのほか、各種連載・連合会本部/県協会レポートなどのラインアップでお届けする予定です。どうぞお楽しみに。

●協会情報●

●事業カレンダー

【10月度】

10月11日(水)

南関東ブロック会議（神奈川県）

10月13日(金)

中国ブロック会議（山口県）

10月25日(水)

中部ブロック会議（三重県）

10月27日(金)

四国ブロック会議（徳島県）

10月29日(日)

令和5年度中小企業診断士第2次筆記試験実施日

【11月度】

11月2日（木）

令和5年度「中小企業経営診断シンポジウム」

11月4日（土）

中小企業診断士の日

11月10日（金）

九州・沖縄ブロック会議（佐賀県）

11月17日（金）

北海道・東北ブロック会議（岩手県）

11月21日（火）

中間監事会

11月22日（水）

北関東・信越ブロック会議（新潟県）

11月24日（金）

近畿ブロック会議（福井県）

【編集後記】

◎当協会では、11月2日（木）に東京ガーデンパレスにて、令和5年度「中小企業経営診断シンポジウム」を開催いたします。◎午前中は、有限会社あびや/株式会社EBILAB代表取締役の小田島春樹氏に、「DXとデータ経営で商売を変革した老舗企業・あびやの事例」と題した基調講演を行っていただく予定です（ライブ配信実施予定）。◎午後は、「中小企業診断士による経営革新支援事例に関する論文発表」「会員グループによる調査・研究発表/地域支援の具体的なノウハウとその活用事例に関する発表」「東京都中小企業診断士協会による研究会成果発表」「東京都中小企業診断士協会『中小企業診断士の日』イベント『中小企業診断士川柳』優秀作品投票および表彰」「無料経営相談会」など、さまざまなプログラムを予定しております。◎ご来場およびライブ配信の視聴には事前のお申込みが必要です。詳細は、当協会ホームページ（<https://www.j-smeca.jp/>）およびシンポジウムWebページ（<https://chusho-sympo.jp>）をご確認ください。（N）

【投稿募集のお知らせ】

「企業診断ニュース」では、会員の皆様からの投稿を募集しております。

記事：実務的な内容のものを歓迎いたします。6,000字を目安にご執筆ください。

宛先：〒104-0061 東京都中央区銀座1-14-11 銀松ビル

一般社団法人中小企業診断協会「企業診断ニュース」係

E-mail：news@j-smeca.jp

（なお、内容によっては不採用とさせていただきますので、あらかじめご了承ください。）

47県協会連絡先一覧

北海道・東北ブロック

県協会名	住所 ホームページ	電話 FAX
(一社) 中小企業診断協会北海道	060-0004 札幌市中央区北4条西6丁目1番地 毎日札幌会館4F https://www.shindan-hkd.org/	011-231-1377 011-231-1388
(一社) 青森県中小企業診断士協会	030-0801 青森市新町2-4-1 青森県共同ビル7F 21 あおもり産業総合支援センター内 http://rmc-aomori.sakura.ne.jp/index.html	017-722-4053 017-721-5040
(一社) 岩手県中小企業診断士協会	020-0878 盛岡市肴町4-5 カガヤ肴町ビル2F 岩手県中小企業団体中央会内 http://www.shindan-iwate.jp/	019-624-1363 019-624-1266
(一社) 宮城県中小企業診断士協会	980-0811 仙台市青葉区一番町2-11-12-303 https://www.shindan-miyagi.jp/	022-262-8587 022-302-3412
(一社) 秋田県中小企業診断士協会	010-0013 秋田市南浦築地1-1 2-C号 https://www.shindan-akita.com/	018-834-3037 018-834-3037
(一社) 山形県中小企業診断士協会	990-8580 山形市城南町1-1-1 霞城セントラル2F https://www.jsmeconet/	050-3681-2427
(一社) 福島県中小企業診断士協会	960-8053 福島市三河南町1-20 コラッセふくしま7F http://www.f-smeca.com/	024-573-6370 024-573-6380

北関東・信越ブロック

県協会名	住所 ホームページ	電話 FAX
(一社) 茨城県中小企業診断士協会	312-0032 ひたちなか市津田2454 https://iba-smeca.com/	0299-56-4301
(一社) 栃木県中小企業診断士協会	321-0152 宇都宮市西川田7-1-2 http://www.rmc-tochigi.or.jp/	028-612-8880 028-612-8834
(一社) 群馬県中小企業診断士協会	371-0854 前橋市大渡町1-10-7 群馬県公社総合ビル5F http://www.g-smeca.jp/	027-288-0257 027-288-0062
(一社) 新潟県中小企業診断士協会	950-0944 新潟市中央区愛宕1-4-15 ジャスピル203号 https://www.n-smeca.jp/	025-378-4021 025-378-4022
(一社) 長野県中小企業診断士協会	390-0875 松本市城西2-5-12 城西ビジネスビル2F http://www.keiei.gr.jp/	0263-34-5430 0263-34-5430

南関東ブロック

県協会名	住所 ホームページ	電話 FAX
(一社) 埼玉県中小企業診断士協会	330-0063 さいたま市浦和区高砂4-3-21 三協ビル5F https://sai-smeca.com/	048-762-3350 048-762-3501
(一社) 千葉県中小企業診断士協会	260-0013 千葉市中央区中央3-10-6 北野京業ビル3F https://chiba-smeca.com/	043-301-3860 043-306-3915
(一社) 東京都中小企業診断士協会	104-0061 中央区銀座2-10-18 東京都中小企業会館7F https://www.t-smeca.com/	03-5550-0033 03-5550-0050
(一社) 神奈川県中小企業診断士協会	231-0015 横浜市中区尾上町5-80 神奈川中小企業センタービル3F 307号室 https://www.shindan-k.com/	045-228-7870 045-228-7871
(一社) 山梨県中小企業診断士協会	400-0042 甲府市高畑2-2-15 http://www.shindan-yamanashi.com/	055-222-7508 055-213-0204
(一社) 静岡県中小企業診断士協会	420-0857 静岡市葵区御幸町3-21 ベガサート3F http://www.shindan-shizuoka.jp/	054-255-1255 054-255-1256

中部ブロック

県協会名	住所 ホームページ	電話 FAX
(公社) 愛知県中小企業診断士協会	450-0002 名古屋市中村区名駅3-22-8 大東海ビル8F 809A https://www.rmcaichi.jp/	052-581-0924 052-581-7889
(一社) 岐阜県中小企業診断士協会	500-8833 岐阜市神田町1-8-5 協和興業ビル5F 高橋和宏税理士事務所内 https://www.shindan-gifu.com/	058-263-1500 058-213-2501
(一社) 三重県中小企業診断士協会	514-0004 津市栄町1-891 三重県合同ビル5F https://www.shindan-mie.com/	059-246-5911 059-246-5911
(一社) 富山県中小企業診断士協会	930-0866 富山市高田527 情報ビル2F https://www.toyama-smeca.com/	076-433-1371 076-433-1371
(一社) 石川県中小企業診断士協会	920-8203 金沢市鞍月2-20 石川県旭ヶ丘産業振興センター新館3F https://shindanishikawa.com/	076-267-6030 076-204-6033

47県協会連絡先一覧

近畿ブロック

県協会名	住所 ホームページ	電話 FAX
(一社) 福井県中小企業診断士協会	910-0804 福井市高木中央 3-1001 2F https://www.sindan-fukui.jp/	0776-53-8539 0776-97-8773
(一社) 滋賀県中小企業診断士協会	520-0806 大津市打出浜 2-1 コラボしが 21 4F https://shiga-smeca.net/	077-511-1370 077-511-1371
(一社) 京都府中小企業診断士協会	600-8009 京都市下京区四条通室町東入函谷鐘町 78 京都経産センター 403 https://www.shindan-kyoto.com/	075-353-5381 075-353-7540
(一社) 奈良県中小企業診断士協会	630-8217 奈良市橋本町 3-1 きらら都 奈良 3F 302 号 https://www.nara-shindanshi.jp/	0742-20-6688 0742-20-6788
(一社) 大阪府中小企業診断士協会	540-0029 大阪市中央区本町橋 2-5 マイドームおおさか 7F https://www.shindanshi-osaka.com/	06-4792-8992 06-4792-8993
(一社) 兵庫県中小企業診断士協会	650-0044 神戸市中央区東川崎町 1-8-4 神戸市産業振興センター 8F https://www.shindan-hg.com/	078-362-6000 078-361-8722
(一社) 和歌山県中小企業診断士協会	640-8152 和歌山市十番丁 19 Wajima 十番丁 5F 水城会計事務所内	073-428-8151 073-428-8161

中国ブロック


県協会名	住所 ホームページ	電話 FAX
(一社) 鳥取県中小企業診断士協会	683-0063 米子市法勝寺町 70 https://www.totori-smeca.org/	0859-46-0663 0859-39-1970
(一社) 島根県中小企業診断士協会	693-0001 出雲市今市町 884 https://s-smeca.com/	0853-25-0405 0853-25-0405
(一社) 岡山県中小企業診断士協会	700-0985 岡山市北区厚生町 3-1-15 岡山商工会議所 5F 501 号 https://osmeca.org/	086-225-4552 086-225-4554
(一社) 広島県中小企業診断士協会	730-0052 広島市中区千田町 3-7-47 広島県情報プラザ 3F https://www.hiro-smecajp/	082-569-7338 082-569-7336
(一社) 山口県中小企業診断士協会	753-0074 山口市中央 4-5-16 山口県商工会館 2F https://www.yamashindan.com/	083-934-3510 083-934-3533

四国ブロック

県協会名	住所 ホームページ	電話 FAX
(一社) 徳島県中小企業診断士協会	770-0804 徳島市中吉野町 3-27-4 https://shindan-tokushima.com/	088-655-3730 088-655-3730
(一社) 香川県中小企業診断士協会	760-8515 高松市番町 2-2-2 高松商工会議所会館 5F https://www.shindan-kagawa.org/	087-884-1104 087-884-1105
(一社) 愛媛県中小企業診断士協会	790-0003 松山市三番町 4-8-7 第 5 越智会計ビル 1F http://shindan-ehime.com/	089-961-1640 089-961-1640
(一社) 高知県中小企業診断士協会	781-8121 高知市葛島 2-7-30 サントノーレ葛島武番館 1102 梅原経営コンサルティング内 https://shindan-kochi.com/	090-9552-3334 088-882-9635

九州・沖縄ブロック

県協会名	住所 ホームページ	電話 FAX
(一社) 福岡県中小企業診断士協会	812-0013 福岡市博多区博多駅東 2-9-25 アバンダント 84-203 https://shindan-fukuoka.com/	092-710-7781 092-710-7782
(一社) 佐賀県中小企業診断士協会	840-0826 佐賀市白山 1-4-28 佐賀白山ビル 3F https://www.saga-shindan.com/	0952-28-9060 0952-24-2611
(一社) 長崎県中小企業診断士協会	850-0036 長崎市五島町 5-34 トーカンマンション五島町 212 https://shindan-nagasaki.jp/	095-832-7011 095-832-7012
(一社) 熊本県中小企業診断士協会	860-0812 熊本市中央区南熊本 3-14-3 くまもと大学連携イキュベータ 208 号室 https://shindan-kumamoto.jp/	096-288-6670 096-288-6243
(一社) 大分県中小企業診断士協会	870-0037 大分市東春日町 17-20 ソフトパークセンタービル 2F http://www.oita-smeca.com/	097-538-9123 097-594-5606
(一社) 宮崎県中小企業診断士協会	880-0013 宮崎市松橋 2-4-31 宮崎県中小企業会館 4F http://www.rmc-miyazaki.jp/	080-2744-2686 0985-25-0101
(一社) 鹿児島県中小企業診断士協会	890-0082 鹿児島市築原 2-7-1-105 https://www.shindan-kagoshima.com/	090-9101-8789
(一社) 沖縄県中小企業診断士協会	901-0152 那覇市小嶽 1831-1 沖縄産業支援センター 3F 314 http://www.oki-shindan.or.jp/	098-917-0011 098-917-0022

The logo for SMECA, consisting of a square icon with a stylized 'S' and the letters 'SMECA' to its right.

企業診断ニュース
2023

企業診断ニュース10月号(第七七二号)
令和五年十月一日発行

11月4日は 中小企業 診断士の日

昭和23年11月4日、我が国の「中小企業診断制度」が発足しました。
当協会では、中小企業診断士の活動を発信するために、
11月4日を「中小企業診断士の日」として制定いたしました。

一般社団法人 中小企業診断協会

一般社団法人 中小企業診断協会