

特集：多様な活躍を見せる企業内診断士たち

## 第3章 資格を活かして、 より質の高い生活を送るために —診断士活動のお金で買えない価値



石井 邦利

東京都中小企業診断士協会城北支部

本稿は、「中小企業」、「地域での活動」をキーワードに資格をどのように活かすか、経験をもとにまとめたものである。

勤務先に診断士会がないなど、周りに診断士がいない環境の人や、今後活躍したいと考えている診断士にとって人の少しでも参考になれば幸いである。

### 1. そもそも診断士としての活躍とは

#### (1) 社会との接点

診断士としての活躍とは、そもそも何であろうか。社会人がより良く生活するうえでの活動として、考えられるものを書き出した。

具体的には、「仕事（やりがいや地位、収入を含む）」、「家庭」、「社会貢献」、「地域貢献」、「趣味」、「資格取得」、「学位取得」などである。

この中で資格が仕事に与える影響とは、「資格を取って希望する部署に移動する」や「昇進」、「資格手当」といったものである。

さて、多くの診断士が、コンサル会社や金融機関を除くと大手企業に勤務している傾向にある。そういった人たちは、必ずしも現在の仕事に不満があるわけではない。

そうすると、何に重きを置いているのか。それは、社会貢献や地域貢献といった活動への参加である。しかし、最初から社会貢献のために資格を取ろうと考えているケースは稀であろう。

#### (2) 私が診断士資格取得を目指した理由

私は、平成23年4月登録の中小企業に勤務経験のある診断士である。診断士を目指したきっかけは、「自社での人材採用」、「物流の理解」、「経営計画の理解」であった。

資格取得を考えたのは、HP制作会社でネットマーケティングについてのコンサルティング部署立ち上げに携わっていた時期で、当時25歳であった。

中小のベンチャー企業だったため、コンサルセクションは私以外には社長のみ、実質1人のようなもので、経理処理以外の必要なことはすべて対応する状況であった。その中で、大きく3つの課題を抱えていた。

##### ①人材採用

部下の採用を任されたが、新卒の大学生の採用はなかなか難しい。大手企業の制作実績はあってもコンサル実績はまだ少なく、私と新卒とでは3歳ほどしか年齢が離れていない。

これをきっかけに、人材採用や組織運営についての知識を学びたいと考え始める。

##### ②売上に繋がるHPの必要性

インターネット通販サイト制作提案の際には、売れそうなキャッチコピーやデザインに注目が集まっていたが、サイトを作った後の運用に対する現場の倉庫管理や物流の知識も、しだいに求められるようになってきた。

当然、システムの使いやすさは、通販商品の納期や価格に影響が出るため、長く取引をするには、顧客の利益に貢献する必要がある。

### ③経営戦略を HP に落とし込む

当時の私は、経営計画を理解したうえで、コンサルティングをしていきたいと考えていた。そのためには、ただ単にインターネットを活用するための知識だけでなく、経営全般を幅広く勉強したいと思ったのである。

上記3つの課題を解決するために勉強を始めた際に、出会ったのが診断士資格であった。これはまさしく「仕事」が理由である。

なお、大学への通学と比較し、資格であれば1年で合格する可能性もあるため、時間と費用を削減できるとも考えてのことであった。

### (3) 資格取得での変化

資格取得での劇的な変化は一部ではあったが、「仕事」に関しては特に何も変わらなかった。それは、勤めていた中小企業には資格手当がなかったことや、昇進するにしても上長が社長であったことも影響している。

一方で、有資格者のネットワークにより、多様な経験を持ち、年齢も出身も異なるバラエティ豊かな人々と出会えたことで、より広い視点で物事を考えられるようになった。また、そこから商店街や個店、小規模事業者との接点も増えていったのである。

## 2. 中小企業と診断士

### (1) 中小企業と診断士は似ている

診断士資格を取得して感じたのは、知識の証明として、特定の業界や職業に対してはアピールできるが、一般人には認知度が低いことである。

名刺に資格名を入れるようになったのはここ1~2年であるが、「チーフコンサルタント」と「中小企業診断士」と書いてあった場合、一般企業では診断士のほうに反応する人は少数派である。

つまり、「仕事」において資格名によるブランディングを期待したわけだが、資格の名前だけでは仕事にならないということである。

これは、社名だけでは仕事が取れない中小企業に似ている。

中小企業は、大手企業に比べて知名度が低く、キラリと光るものがあったとしても、強みをうまく伝えることが得意ではない。また、専門化が進みきっておらず、さまざまな業務に横断的に対応している傾向が強い。

診断士は、弁護士や税理士、会計士など他士業に比べて知名度が低く、特定の業務でキラリと光るものはあるが、サービスの内容がわかりづらい。また、独占業務を持たないことから、さまざまなことに対応していく必要がある。

つまり、資格や社名では仕事は来ないため、どうするかを考えることが大切である。この大前提が意外と理解されづらいように感じる。さて、具体的にどう違うのか。

### (2) 製造業の調査に回ったときのこと

訪問して実感するのが、従業員3人以下や家族経営の製造業が多いことである。また、経営者の年齢や体調に経営が大きく影響されるということも感じた。

たとえば、50代以降の社長であれば、家屋の支払いが終わっており、現在ある設備で対応できるだけした後は、年金生活をする予定の人が非常に多い。

そういった社長に対して新しい商品やサービスを提案しても、基本的には難しいと感じられる。変に投資をして、土地や家屋を失うようになって困るからである。ライフステージによっては、大きなお金を必要としない企業も多い。

また、ITに対する投資が進んでいない企業が多いとも感じた。これは商店街を回ったときにも感じたことであるが、たとえば以下のような具合である。

- ・パワーポイントがない。
- ・タッチタイピングができない。
- ・Eメールを利用していない。
- ・インターネット環境がない。
- ・そもそもPC自体がない。

余談ではあるが、Eメールを使わない店主とのやりとりには非常に苦勞した。資料は郵送もしくは手渡し、確認は電話である。Eメールが使えないだけでも苦勞するが、こうしたことを解決するだけでも、業務効率は大大きく改善できる。

### (3) ITを活用する

さて、企業内診断士には、ITやインターネットという言葉が好き人が多いように感じる。これは、IT業界出身の診断士が増えていることも影響しているのではないか。

その割に、HPを実際に構築したことがある企業内診断士は少なく、ネット広告への出稿経験者になるとさらに少ない。しかし、HPを持ちたい、リニューアルしたいというニーズは高い。

中小企業のITといった場合、PCの有無から始まり、LANやサーバーの管理まで、必要とする知識や技術の差が大きい。その中で、専門的な内容は専門業者をお願いするとして、HPに掲載する原稿をまとめる作業については、企業内診断士に親和性が高いと感じている。

まず、マーケティングの知識が役に立つ。具体的には、強みをQCDや4Pに紐づけてヒアリングすることになる。また、原稿は業種業態によって必須となる項目があるため、質問をテンプレート化しやすいのである。

PCの活用が進んでいないため、顧客データが紙であったり、POSデータをPCに取り込んで分析したことがなかったりといったこともあるが、エクセルを利用して集計するだけでも大きな気づきを与えられる。

## 3. 具体的な地域での活動

### (1) 商店街へのかかわり

商店街では、補助金に関連したイベントの支援やHP・チラシの作成といった要望が多いが、補助金の申請にはちょっとしたコツがいり、支払額が満額でなかった場合への対応など、企業内診断士が対応するには、ややハ

ードルが高いように感じられる。しかし、HPやチラシのテキスト作成、イベント運営であれば、初めてでも対応しやすい。

商店街の店主は、基本的に店舗への強いこだわりを持っている。このこだわりや歴史をまとめるだけでも、魅力的なコンテンツとなる。

たとえば、鰻屋の娘さんと結婚したことで2代目として店を継いだ若旦那の話や、毎日来ても飽きないようなメニュー開発をしている家族経営の喫茶店、有名人の上客を持つ呉服屋、珍しい野菜を求めて市場に仕入れに行く小規模スーパー店長の野菜談義、といった具合である。中でも、旬の野菜について説明してくださった店長の話は、野菜への愛がこちらにも伝わってきて、いまでも忘れられない。

実際、商店街のHP作成には2件ほどかわったが、個性的な店主が多く、商店街振興組合から連絡が行っていることもあり、前述のような興味深い話をスムーズに聞き出すことができた。

### (2) 東北へのかかわり

HP制作に丸ごと対応したものに、宮城県気仙沼市の「気仙沼バル」がある。気仙沼バルは、地元の料理とお酒を楽しみながら、3つの仮設商店街を回る食べ歩きイベントである。

「バル」は「BAR」のスペイン語での読み方で、語源は英語のバー(BAR)に由来する。スペインで「バル」という場合、喫茶店と居酒屋が一緒になったような飲食店を指す。

気仙沼バルでは、第2回よりHPの全体デザインとページ制作を担当しており、当日は運営スタッフとして参加した。こうしたイベントへの参加には、普段の仕事とは違う楽しさがある。特に、イベント参加者の笑顔を直接目にできることは非常に嬉しく、達成感を得られるものである。

より詳しくは、書籍『企業内診断士、被災地での挑戦—「気仙沼バル」成功の裏側』（気仙沼バル実行委員会中小企業診断士チーム編著、同友館）を参照されたい。

#### 4. 活動のきっかけをつかむ

企業内診断士が資格を活かすのに必要なものを3つだけ挙げるとすれば、「人脈」,「ヒアリング力」,「実行力」である。この中の人脈について掘り下げる。

##### (1) 企業内診断士こそ人脈が必要である

なぜなら、地域での活動では一般的に大規模な募集は行われないためである。また、地域での人間関係を重視する傾向にあるため、すでに参加した実績のある人からの紹介が重要なのである。

紹介を受けるには、当然ながらある程度の人間関係が必要になる。そのために診断協会の支部や研究会、その他有志のイベントに参加することが重要である。特に、勤務先に診断士会がないようであれば、興味のある会に参加することが一番の近道である。

##### (2) どうやって人脈を築くか

診断士の集まりは、当然、全員が診断士である。このため、資格を持っていることは差別化要因にならない。では、どうするか。私が考える記憶に残る方法は、主に3つある。

- ・自己紹介で、人とは異なる趣味や特技を披露する。
- ・会の司会など、運営業務を担当する。
- ・懇親会に毎回出席する。

記憶に残るといえるのは、名前と顔が一致するということである。とは言え、名前と顔が一致しても、呼んでもらえるかは別である。

私の場合、指名より立候補が多い。前述の商店街も気仙沼バルもそうである。やりたいことがあれば、さまざまな人に伝えておく。そして、募集があることを教えてもらえたら、すかさず応募することが重要である。

板橋区中小企業診断士会25周年記念誌(2013年2月28日発行)の座談会に参加した際にやりたいと言っていたことは、すべて叶った。これは、周りの人に恵まれたおかげも

大きいですが、やはり、やりたいことをさまざまな人に伝えておいたおかげでもあろう。

なお、資格を取得した当時は、無料もしくは低価格で中小企業にHP関係のノウハウを提供することに非常に抵抗があった。それは、本業としてネットマーケティングのコンサルティングをしており、普段の価格より低い金額で提供することになるからである。また、ノウハウの低価格化により、それを本業にする企業へ悪影響が出ることも懸念していた。

しかし、企業では金額面などの理由で対応できない業務を経験することで、中小企業を新市場として考えることや、新しい価値の提供方法を模索するなど工夫の機会となること、現時点で経営者がどのようなことを考えているかを肌で感じる機会になるなど、本業とのシナジーを感じている。

#### 5. 終わりに

診断士だからこそ、経営者の思いやこだわり、苦悩などを感じながら、社会に対して普段の業務とは異なる価値を提供できるのではないだろうか。そして、それはお金では買えない興味深い活動であり、社会や地域に貢献するものでもあるため、1人でも多くの企業内診断士の方に参加していただきたい。

大手企業での勤務経験が長い方は、「何をやっても、迷惑をかけない限りは問題ない」という中小企業の暗黙のルールに当初は戸惑うことも多いかと思うが、研究会や診断協会の活動を足がかりに、どんどん新しい扉を開けて行ってほしい。

#### 石井 邦利

(いしい くにとし)

東京都立飯田橋技術専門学校卒業。中小企業でのDTPオペレーター、人材系ベンチャー企業でのWebマスター、Webコンサルティング部門の新規立ち上げを経験。現在は、インターネットマーケティングを中心に、事業計画の策定から創業支援まで幅広く活動中。平成23年中小企業診断士登録。東京都台東区出身の32歳。

