

# 診断あきた

◆発行者 一般社団法人 秋田県中小企業診断協会 ASCA  
所在地 〒010-0013 秋田市南通築地1番1号  
郵便物 〒010-8799 秋田市保戸野鉄砲町5-1  
秋田中央郵便局私書箱第25号  
ホームページアドレス <http://www.shindan-akita.com/>



平成30年9月1日

## 第26号

### 巻頭言



#### 『品質の向上を目指して』

会長 佐瀬道則

平成30年という節目の年を迎え、秋田県中小企業診断協会は、平成24年4月の一般社団法人化から足掛け7年目を迎えました。

#### 1. 活動の状況

昨年度は各県協会と足並みを揃えて「中小企業診断士の日（11月4日）」関連イベントとして「しんだんしフェスタ」を開催し、大仙市大曲の花火通り商店街で雑貨店を営みながら、商店街活動にも積極的に参画しているミンカの佐藤美博氏を講師にお招きして「商い」の原点を再確認する話を聞くことができました。

また当協会独自の事業として、オープンセミナーを2回開催し、荒牧会員からは「RESASについて」、県立大の渡部准教授からは「一歩進んだ良い職場づくり」というテーマでご講演をいただきました。

なお第1回のセミナー終了後に県産業政策課との意見交換会を開き、中小企業振興条例や中小企業支援施策について活発な情報交換を行っております。

#### 2. 研究会の設置

昨年度は2名の新入会員を迎え、総勢34名の会員を擁し、一般社団法人化時点から5名の増加となりま

した。そこで従来からの懸案であった「事業承継・再生支援研究会」を設置し、会員有志による自主的活動をスタートさせました。近年、中小企業を取り巻く課題の中で、最重点課題に位置付けられているのが事業承継問題であり、これに事業再生の要素も絡めながら研究・提言活動を行って行きたいと考えております。

#### 3. 資質の更なる向上に向けて

今年度の活動のキーワードは「品質の更なる向上を目指して」として、ここ数年取り組んできた「中小企業診断士のブランディング戦略」を確立するために個々のレベルアップと診断業務の品質向上を目指したいと思います。

「働き方改革」が叫ばれ、職場のシステムや環境の改善が求められる時代になりました。中小企業診断士にとっての働き方改革のキーワードの一つは「組織内診断士の活用」です。会員の中で大きな割合を占める組織内診断士は、様々な制約の中で診断士活動が制限されているため、持てるノウハウを十分に発揮できていない現状にあります。国全体の動きに呼応して、診断協会としても働き方改革を推進して行きたいと考えております。

昨年「AIでは代替できない業務」の第1位となった中小企業診断士として、今後も中小企業の振興や地域の活性化に真摯に取り組んで行く所存です。

関係各位におかれましては、当協会及び所属会員に対し、引き続きご指導ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。会報発行のご挨拶といたします。

## 旅館・ホテル業の付加価値向上の為の 科学的マーケティング手法の研究



高橋 佑輔

### I 章 研究の背景と目的

本稿は、第69回全国能率大会において「経済産業大臣賞(最高賞)」を受賞した論文「旅館・ホテル業の付加価値向上の為の科学的マーケティング手法の研究」の概要を述べるものである。

平成20年の観光庁発足以来、観光立国の旗の下、全国で観光競争が顕在化している。インバウンドを含む観光客のニーズは多様化し、口コミや観光資源を厳しく吟味し、行き先を選別する傾向が強まっている。観光地経営の重要なプレーヤーである旅館・ホテルにも、顧客ニーズに合致し、かつ他社と差別化された提案が求められている。

この点で、旅館業法の定めにより、旅館・ホテルに顧客情報の蓄積があるのは幸いである。しかし、それをマーケティングに活用する試みは活発とは言えず、手法の体系化は進んでいない。施策の多くが「勘と経験」のブラックボックスで立案され、効果の検証も不十分なことから、ひとたび事業成長の坂道を下り出せば、止まる術を見いだすことは難しい。

受賞論文では、こうした「勘と経験」のブラックボックスに光を当て、マーケティング・プロセスの「可視化」を試みている。プロセスの可視化を通じて、事業成長を妨げる問題を速やかに特定し、合理的な意思決定に展開することが目的である。

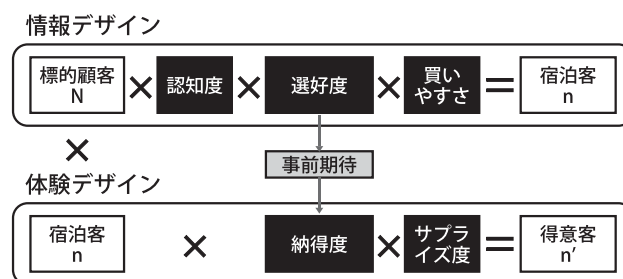
この実現に向け、マーケティング・モデルの作成と、モデルに対応した分析手法の整理を行った。分析手法の選別では、施策効果の検証によるPDCAサイクルの確立を念頭に、定量的なアプローチを重視した。多様化した顧客ニーズに答えるには、組織一丸となったアプローチが不可欠であり、状態を数字で把握することは、異なる階層・部門間における問題意識の共有を助ける。

これ以降、II章ではマーケティング・プロセスの可視化と対応する分析手法の概要を説明し、III章では具体的な分析手法を紹介する。

### II 章 理論の概要

#### (1) マーケティングプロセスの可視化=付加価値デザインモデル

マーケティング・プロセスを考えることは、顧客の意思決定プロセスを考えることに重なる。よって、消費者行動論における「統合行動理論」を参考に、旅館・ホテル業における顧客購買モデルを設計し「付加価値デザインモデル」と名付けた(図表1)。同モデルは付加価値(売上高-外部調達費)に影響する要因を可視化したものであり、2つのデザイン・プロセスで構成され、プロセスはまた、複数の変数で構成される。



図表1 付加価値デザインモデル

2つのデザイン・プロセスのうち、「情報デザイン」は、プロモーションで購買を動機づけるプロセスである。具体的には、「宿泊プランとプロモーションの作成」が該当する。

「体験デザイン」は、購買された商品の満足度を最大化し、得意客(リピート客)化するプロセスである。具体的には、「宿泊体験の設計」が該当する。

次に、付加価値デザインモデルを構成する変数の定義と制御手法について述べる。

- ① 認知度(情報デザイン) ……標的顧客に認知されている度合い。広告の量と頻度、メディアとチャネルの選択で制御する。
- ② 選好度(情報デザイン) ……競合提案と比較して、自社提案が相対的に好まれている度合い。顧客接点(広告、販促等)における情報の発信で制御する。顧客は情報に影響されて事前期待を形成

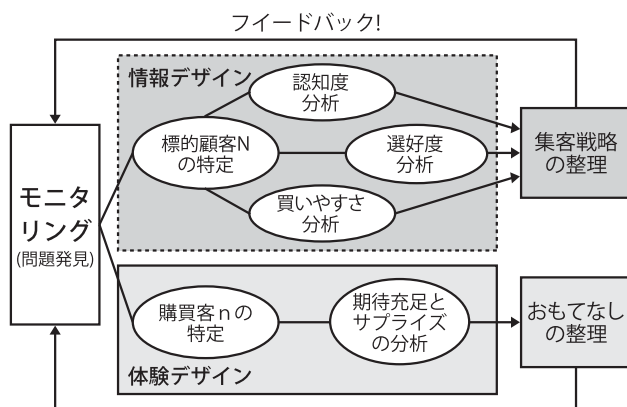
## 第69回全国能率大会「経済産業大臣賞(最高賞)」受賞論文の概要 ②

する。事前期待が高まるほど、後述する「納得度」の要求水準が高まる。つまり、選好度が高まるほど顧客の支持を集めやすくなるが、一方で顧客を納得させることは難しくなる。

- ③ 買いやすさ (情報デザイン) ……購買に係る各種 (心理的・経済的・社会的・物理的・時間的、等) の抵抗が軽減されている度合い。例えば低価格化は、購買検討者の「経済的」抵抗を軽減し「買いやすさ」を改善する。また、多くの場合、「買いやすさ」は事前期待に反比例する。例えば、同一の選好度を有する商品に異なる値段を付けた場合、相対的に安く、買いやすさを改善した商品の事前期待は小さくなる。
- ④ 納得度 (体験デザイン) ……顧客の事前期待が満たされている度合い。納得度が低い場合に不満が生じる。また、納得度が十分に高くとも、後述の「サプライズ度」が不足している時、満足感が発生しない。
- ⑤ サプライズ度 (体験デザイン) ……事前期待を上回る体験が提供されている度合い。「納得度」が十分に高く、かつ十分な「サプライズ度」があった時、満足感が生じる。

### (2) 付加価値デザインモデルの運用

付加価値デザインモデルは、その運用を通じて、集客の低迷や得意客の減少といったマーケティング上の問題を、5つの変数によって説明する。運用の手順を図表2に示す。



図表2 付加価値デザインモデル運用図

はじめに、現状を定量的に把握する(モニタリング)。

次に、どの変数に問題があるのか、また、どのように改善すべきかを分析する(各種分析)。

変数の分析には、自社の保有するデータ(顧客台帳、HP情報、アンケート等)、および、自治体・観光団体・OTA等の公開情報を用いる。図表3は、変数に対応した主要な分析手法であり、これらの分析で各変数の問題を可視化する。

変数	対応する分析方法
標的顧客N 購買客n	標的セグメント分析*
認知度	集客の伸び代分析* 需要喚起効果の分析*
選好度	選好マップ分析* 3C分析 4P分析 VRIO分析 ポジショニング分析* キーワード分析*
買いやすさ	需要の価格弾力性分析* PSM分析*
納得度	満足度分析*
サプライズ度	共起語分析*

図表3 主な分析手法

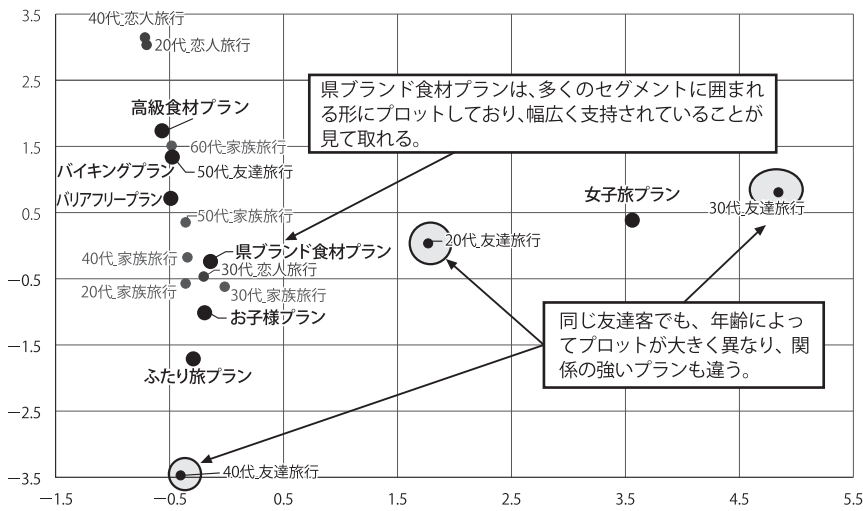
## III章 分析手法の紹介

ここでは、論文で取り上げた分析手法の中から、協力企業A社に対して実施した、代表的な2つの手法をご紹介します。A社は北陸地方の老舗旅館であり、地元客から強い支持を受けている。しかし集客競争の激化から、足下の売上は低下傾向であった。

### (1) 選好マップ分析 (自社提案と顧客ニーズの合致度に関する分析)

「選好マップ」は、コレスポネンス分析によってプランの選択傾向を可視化したものである(図表4)。「選好マップ」上でプランと顧客セグメントのプロットが近いほど、高い割合で選択が発生しており、ニーズとの合致度が高いと推測される。

A社の場合、「県ブランド食材プラン(県のブランド食材をふんだんに使った夕食が特徴)」の周辺に顧客セグメントが集中している。つまり、同プランは幅広く支持を得ている。一方、「女子旅プラン」は原点(0,0)から離れ、「20代~30代友達客」に近い。よって、同プランへの支持は限定的と判断できる。



図表4 選好マップ

A社の課題は「3～5人のグループ客の集客」であった。ここで該当するのは「家族客」「友達客」であろう。「家族客」は「県ブランド食材プラン」に近く、同プランの改良は「家族客」に魅力的な提案になりうる。「友達客」は年齢によってプロットが離れ、ニーズの多様性が示唆されている。特に「30代」と「40代」は大半のプランから遠く、十分に訴求できていない。

以上より、「30～40代の友達客」に対する選好度の形成に問題が見て取れる。稼働率の改善には、同セグメントに向けた新プランの提案が有効であろう。また、新プランの作成には、同セグメントに近い「女子旅プラン」「ふたり旅プラン」をベースに改善点を検討するのが合理的である。

(2) ロコミの共起語分析（顧客が満足感を覚えるポイントの分析）

ロコミ情報は貴重なマーケティング資産である。ここでは、テキストマイニングによる「共起語分析」を用い、顧客にどのような場面で「満足感」が形成されたかを推定し、改善に繋げることにする。

「共起語」とは、同じ文章中で特定の語句と同時に使われることの多い語句を言う。図表5は、「じゃらん」のA社ロコミ(n=101)から「満足」の共起語を分析したものである。「共起頻度」は、1.65以

語句	共起頻度	共起割合
料理	6.77	6.30
美味しい	2.44	3.68
豪華	1.30	3.60
温泉	1.09	2.13
子供	0.99	1.75
彩り	0.99	6.30
特製	0.99	6.30
説明	0.97	5.30
変更	0.97	5.30
会席	0.94	3.98

図表5 共起語分析

上を統計的に有意の目安とした。これより、「料理」が「美味しい」時、顧客は満足したと推定されるが、他に目立った共起語がなく、CSを形成する顧客接点に乏しい。

「共起割合」は1.58以上を有意とし、「頻度は小さいが特徴的な語句」を探す目的に用いた。ここでは、「変更」「説明」などスタッフの対応を示す語句にCSの形成可能性が示唆されている。接客品質がCSに影響していることが示唆されているが、

その度合いは軽微である。

CSが高いライバル企業群に同様の分析をしたところ、「女将」「誕生日」「(特定の食材名)」等の特徴的なキーワードが多数見られた。「CSを形成する顧客接点の多様さ」は、CS改善の重要な要因であり、この点でA社は競合に劣った。本事例では、CSの深掘り分析として重回帰分析という手法を展開し、サービス改善の優先度を付けていった。

IV章 まとめ

紙面の都合から結論を急ぐが、分析に基づき改善策を講じたところ、およそ2ヶ月を経過した時点から顧客満足度に改善が見られ、女将を始めとしたスタッフからも手応えが語られるようになった。時期を前後して付加価値デザインモデルを導入した他社からも、成果の兆しが見られるようになった。

もちろん、マーケティング施策の効果は、外部影響を受けやすい。よって、この結果をして、付加価値デザインモデルの成果と断言するのは早急にすぎる。また、本研究の主旨もそこにはない。強調したいのは、いかなる根拠で意思決定が成されたのか、である。

マーケティング・プロセスの可視化により、仮に状況が悪化したとして、それが「施策の失敗」なのか、それとも「外部からの負の影響」なのか、根拠をもって検証することが可能になる。そうした意味で、「データに基づき施策を語るA社スタッフの姿」にこそ、本研究の達成が見いだせるのである。

# 第63回定時総会 出席報告

佐瀬道則



平成30年6月18日（月）、銀座フェニックスビルを会場に連合会本部の「第63回定時総会」が開催されました。

## 1. 議案

今年度の議事は以下の通りです。

第1号議案 平成29年度事業報告及び決算承認

第2号議案 平成30年度事業計画及び予算報告

第3号議案 平成29年度公益目的支出計画報告

第4号議案 会費規程改正の承認

第5号議案 役員の変更

以上について、いずれも満場一致で承認、報告は了承されました。

## 2. 協議・報告内容等について

冒頭、福田会長より今年度も引き続き「ブランディング戦略の推進」に取り組み、とりわけ診断の品質向上に重点を置くという決意が述べられました。

また議案審議の詳細説明の中で、野口専務理事や事務局から次の点について報告がありました。

① 中小企業診断協会の会員数は平成25年度の9,227名から平成30年度には10,362名と約1,100名の増加となり、念願の1万名台になった。

また主な土業の受験者数の推移をみると、診断士は2万名台を維持しており、他土業が軒並み受験者数を減らしている中で一定の水準を維持しており、人気は衰えていない。

新たに制定した「診断士バッジ」は、これまで約7,400個を配布済みで着用率が向上しており、会員のみならず対外的にも好評である。

② 平成30年度重点事業の詳細は次の通りです。

### 1. 診断士のブランディング戦略の推進

- ・診断業務の品質の向上
- ・中小企業診断士の日(11月4日)の活動
- ・中小企業診断士バッジ着用の一層の推進
- ・中小企業診断士に関する動画の公開と活用 他



### 2. 中小企業診断士による専門知識の共有化の推進

- ・企業内診断士の活用促進、調査研究事業、スキルアップ研修、国際交流・協力事業 他

③ 任期満了に伴い、新たに20名の理事が選任され、臨時理事会で下記の新役員が選任されました。

会 長	米田 英二（東京；新任）→画像
副 会 長	風谷 昌彦（大阪；新任）
副 会 長	伊藤 純一（愛知；再任）
副 会 長	松枝 憲司（東京；新任）
専務理事	野口 正（連合会本部）



④ 診断士個人及び社団法人向け賠償責任保険の取り扱いについて、3つのパターンでの保険金の仕組みについて説明がありました。

⑤ 中小企業庁の企画官から、「働き方改革」の一環として企業内診断士の副業を認めるなどの活用方法を検討中であることの説明がありました。

## 3. 懇親会

定時総会終了後、経済産業省経営支援部や中小企業庁の担当官等の来賓を迎え、活発な交流と情報交換が行われました。

## 4. 総会に出席して

東北ブロックの代表として全国連理事の2期目に入ることになりました。このたびの定時総会では役員選考委員に、また今年度は広報委員会委員にも選出されましたので、会員各位には引き続き各種情報を提供して行きたいと思っております。（以上）



荒 牧 敦 郎

『新・生産性立国論』

デービッド・アトキンソン 著

『すぐ動くのはやめなさい』

佐々木常夫 著

安倍内閣は「働き方改革」の取組を提唱している。その背景に、日本の生産年齢人口が減少過程に入り、今後数十年はそれが続くと言われていることがある。つまり、生産年齢人口の減少が進むとともに日本の生産力が減少していくことが懸念されているのだ。その対策として、女性や高齢者などに新たな働き手になってもらうことに加え、労働生産性、つまり「労働者1人当たりの生み出す成果」を向上させることが必要という認識が広がっている。

日本人の多くは、自国を経済大国と認識しているだろう。しかし「労働生産性」という指標でみると、日本は先進国の中で驚くほど低位にある。『新・生産性立国論』では、日本は、人口1人あたりGDP(2016年)は世界で第28位であり、労働者1人あたりGDPでみると、イタリアやスペインを下回り世界で第29位にとどまることが記載されている。

デービッド・アトキンソンは、日本が生産年齢人口減少の中で現行の社会保障制度を維持していくためには、生産性を世界トップレベルまで引き上げることが必要だとし、その方法を考察している。彼は、日本の生産性が低いのは経営者が無能だからだと述べている。つまり、日本の労働者は潜在能力が高いだけでなく真面目に働いているが、経営者は優秀な労働者の能力をまったく活かしておらず、それが生産性の低い理由だとする。彼は、「彼ら（経営者）の無能っぷりはもはや奇跡的としか言いようがありません」とまで言い切っている。

さらに、生産性を向上させるためには、企業の「統合・廃業」を促進し、政策的に守られている生産性の低い企業を退出させて、最低賃金を段階的に引き上げるべきと主張する。日本の「人材の質の高さ」と「最低賃金の低さ」に注目すると、今の最低賃金は「日本人労働者をバカにしている」水準だと言う。

『新・生産性立国論』の中には、「効率性」と「生産

性」を混同してはいけないという指摘もある。つまり、生産性とは「どれだけ付加価値を生み出すか」ということを測るものであり、付加価値を生み出さないもの、例えば誰も求めている商品やサービスをいくら効率よく作っても生産性はゼロであり、無駄だと説明する。

『新・生産性立国論』において、デービッド・アトキンソンがマクロなレベル、すなわち日本経済全体の分析から生産性向上の方法を考察したとすれば、その方法をミクロなレベル、すなわち一つの企業における仕事の仕方から述べたのが、佐々木常夫著『すぐ動くのはやめなさい』である。彼はこの本で述べている。

日本人の多くは「すぐにやることは正しい」と信じている。しかし私の経験から、すぐに走り出すことがいかに危ういかを伝えたくてこの本を書いた。

彼が「すぐに動くべきではない」と言うのは、動く前に考えるべきだという意味であり、その時に考えることは「この仕事は略せないか」ということである。体力、知力、経験、何より時間と、仕事に使える資源が限られている以上、無駄な戦い、つまり些末な雑用に時間と労力を使うようなことは避けなければいけない。彼はサラリーマンとして生きてきた中で、仕事に向かい合ったら、まずは立ち止まって、何が大切で何が大切でないか見極め、「最速で最大の成果」を出すことを追い求めてきたという。

『すぐ動くのはやめなさい』の中には、そうした日々の仕事の中で蓄積された「最速で最大の成果」を出すための具体的な方法がぎっしりと詰まっている。例えば、「プアなイノベーションより優れたイミテーション」。これは、ある国際会議で社長が話す挨拶文を書くように指示された時のことだが、彼は3年前の同じ会議で社長が話した内容をその時の記事録から抜き出し、一部の単語と日付だけを変えて1時間で書き終えたという。佐々木はこう述べる。

「3年前の原稿」は過去に社長が採用したもので、当時の一番優れた作品であり、イチから考え出すものより優れているのは火を見るより明らかです。つまり、仕事を略することでスピードアップがはかれただけでなく、自分一人では望めないレベルの成果と評価を最小限の努力で得られたのです。

この本の中で貫かれているのは、常に向かい合っている仕事の「求められる結果」を見据えて、「今やろうとしているプロセスは本当に重要か」を見つめ直してから動くという行動原理である。

秋田県でも、人口減少が進む中で生産性を向上させることがますます重要になっているが、この2冊の本は、それを考える上で示唆に富んでいる。

# 連載



## 『まちづくり 比較考』

— その1 —

佐瀬道則

30年余り勤務した前職を早期退職したのは2009年（平成21年）1月のことでした。

退職して真っ先にやったことがいくつかありますが、そのうちの 하나가「夫婦で行く海外旅行」です。長期休暇を取ることや、まして海外へ行くことなど夢のような話だった前職の日常にひと区切りつけて、第二の人生を踏み出すことの記念のような意味合いもありました。

以来9年余り、毎年のように旅に出かけるようになり、訪れた国も延べ10ヶ国を越えました。海外へ行って初めて気づくことは多々ありますが、その中で特徴的なものは「まちづくり」に取り組むスタンスです。そこで、私が実際に訪れた様々な国の「まちづくり」の状況をシリーズで紹介しながら、我が国との違いや課題を考察してみることにします。

第1回は「スロヴァキア」と「新潟市古町」の比較です。

### 1. スロヴァキア

東欧の国「スロヴァキア」。私たちの時代は「チェコスロヴァキア」という国名で学んだものですが、この国が存在していたのは1918年～1992年の74年間で、現在のご存知の通り二つの国に再び分かれています。首都はブラチスラヴァで、私が訪れたのは2009年3月17日午後でした。



ドナウ川の河畔に開けたこの街の旧市街は、古くからの街並みが保存されており、ハンガリー王国の首都にもなったこともある歴史と伝統を持っています。

ところが実際に街に入ってみると、ミハエル門をはじめとした街並みの美しさもさることながら、やたら目に付くのはユニークなオブジェの数々でした。街並みに溶け込むように、あちこちに置かれていて、思わず並んで記念写真を撮りたくなります。

1枚目の画像で広場の中央でベンチにもたれかかっているのは兵士の恰好をした、実はオブジェです。

数あるオブジェの中でも一番有名で、ツーショットの被写体になっていたのが「マンホールの男（下水道の掃除人）」。



道路の下から半身を乗り出しているようなオブジェが、車も人も通る通りに普通にありました。何でも何回か壊れて、現在のは何代目かのはずです。



建物の角から身を隠すようにしながら望遠カメラを構えているオブジェは「パパラッチ」です。

よそ見をしながら歩いているとぶつかって怪我でもしそうな、こんなオブジェが他にもまだまだ街の中に

点在していました。

街の中に彫刻が多いのはヨーロッパの特徴ですが、ブラチスラヴァの場合はオブジェで、しかも芸術品というよりは遊び心に溢れています。これが、この街を訪れる観光客などに人気を博し、オブジェを探しながら街歩きを楽しむというユニークさを生み出していました。今ならさしずめ「インスタ映え」ということになっていそうです。

## 2. 新潟市古町

オブジェを活用した「まちづくり」は、何も海外だけではなく、日本でも各地で見ることができます。私が実物を見た中で、とくに気に入っているのは新潟市古町5番町です。



つい先日最終回を迎えた「ドカベン」をはじめとした新潟市出身の漫画家水島新司氏の人気漫画のキャラクター銅像が、通りの左右に7体並んでいることから「マンガストリート」とも呼ばれています。



漫画「ドカベン」シリーズには、個性的なキャラクターが数多く出て来るため、オブジェにするにはもってこいという面もありますが、その中で商店街の方々

を悩ませているのが「岩鬼正美」の像で、口に長い枝の葉っぱをくわえているのが特徴。

実はこの葉っぱ、あまりにイタズラで持ち去れるため、取り外しができるようになっており、毎朝晩近くのお店の方が付けたり外したりしているそうです。



ここには里中、殿馬、岩田鉄五郎、水原勇気などと共に「景浦安武（あぶさん）」の像もありました。

水島さんは、漫画という手法を通じて、新潟明訓、淡麗辛口の銘酒といった新潟の特長を広く世間に知らしめた功績もある方です。

## 3. オブジェとまちづくり

このように「オブジェ」という手法を活かした「まちづくり」で集客効果を挙げている街は、他にもブダペスト（ハンガリー）、フィレンツェ（イタリア）、境港（鳥取県）はじめ数多く見られますが、日本の場合は「漫画・アニメ」という強みを活かしている点が特徴的といえます。

オブジェの延長線上にはモニュメントや彫刻があり、さらに拡げて行けばアートや芸術というキーワードになります。まちづくりや商店街活性化に果たす役割の一つとして「アートの力」を借りて、その街ならではの個性を出して行くことは有効な手段のひとつです。

幸いにも本県には秋田公立美術大学というアートや芸術やデザインを専門にする教育機関があり、そこには全国から学生が集って、4年間の秋田生活を送っています。そのような秋田の「強み」を今まで以上に活かすことは、まちづくりや地域の活性化のみならず、学んでいる学生さん達にとっても貴重で有意義な体験になると思っています。（以上）



# 一般社団法人 秋田県中小企業診断協会

## 平成30年度 定時総会開催

平成30年5月12日(土)、午後4時00分より「かまくら家」において、一般社団法人 秋田県中小企業診断協会平成30年度定時総会を開催致しました。

会員34名中、27名(内委任状出席6名)の出席を得て会議は成立し、佐瀬道則会長が議長席につき、定刻に会議を開始致しました。



H30年度定時総会

議案審議に入り、「第1号議案 平成29年度事業活動及び決算承認に関する件」について、議長は専務理事に説明を求め、成田広樹監事が監査報告を行った後、総会に諮り、原案は満場一致で決議承認致されました。

事業活動では、会員数が期中2名の増加があり過去最高の34名規模になったこと、4回の理事会開催があったこと、オープンセミナー2回(H29・7/22、11/25)・“しんだんしフェスタ2017”(H29・11/4)・事業承継・再生支援研究会設置記念講演会(H29・10/7)に73名の参加を得たこと、県との意見交換会を行ったこと、各支援機関に会員の斡旋紹介を行ったこと等の説明がありました。

続いて、報告事項として「第1号報告 平成30年度事業計画及び予算収支計画」を報告しました。

事業計画では、講演会をオープンセミナー1回(H30・6/30)、“しんだんしフェスタ2018”(H30・11/10)、事業承継・再生支援研究会2回(H30・7/21、9/中～10/中)と4回開催予定であること、秋田県商工会連合会に勤務する中小企業診断士との意見交換会を開催する予定であること等の説明がありました。



情報交換会乾杯

総会終了後の情報交換会には、佐藤徹秋田県産業労働部産業政策課長、伊藤登志雄秋田県信用保証協会常勤理事、佐藤和憲秋田県中小企業再生支援協議会統括責任者、河田匡人秋田県事業引継ぎ支援センター統括責任者、市井仁秋田県商工会連合会総務・人材育成課長、齊藤明彦日本弁理士会東北支部副支部長の各氏の参加を頂き、活発な情報交換を行いました。



来賓御挨拶

### 【平成30年度の主な事業】

#### 1. 県協会の認知度向上に向けて

##### (1) 広報活動の強化・充実

会報誌(No.26)の発行や、会員の使い勝手を重視してリニューアルしたホームページにより、積極的な情報発信を行う。

- ・会報の発行(H30・9/1 No.26)
- ・ホームページでの情報発信(随時)

##### (2) 中小企業支援機関との意見交換

秋田県商工会連合会内の中小企業診断士との意見機会を行う。

開催日 H30・7～8月

場所 秋田県商工会連合会事務室内

##### (3) “しんだんしフェスタ”の開催

中小企業診断士の日(11月4日)制定に伴い、中小企業診断士制度のPRを行う。

<講演会>

開催時期 H30・11/10(土) 16:00～17:00

場所 アトリオン多目的ホール B&C

#### 2. 切磋琢磨に向けて

##### (1) 中小企業診断士登録更新研修(理論政策更新研修)の実施

H30・9/1(土) 13:00～17:10 遊学舎 会議室

☆新しい中小企業政策について

☆顧客至上主義脱却としての「尖がり型」マーケティング

##### (2) オープンセミナーの開催

これまでの県協会への御支援に感謝し、会員外へも無料開放し、会員外との切磋琢磨の場を提供する。

開催日 H30・6/30(土) 15:00～16:30

場所 アトリオン多目的ホール B&C

##### (3) 事業承継・研究会講演会

###### ① 第1回講演会

開催日 H30・7/21(土) 15:30～17:00

場所 秋田市文化会館 第4会議室

###### ② 第2回講演会

開催日 H30・9/下旬(土) 16:00～17:00

場所 未定

##### 3. 受託事業の実施

高度化診断事業等を受託・実施する他、工賃向上相談会、産業廃棄物許可関連診断業務の会員への斡旋を行う。

### 《主要事業スケジュール》

H30・4/14(土)	監査会開催 遊学舎研修室No.1
H30・4/21(土)	理事会(No.1) 秋田市文化会館第2会議室
H30・5/12(土)	定時総会 かまくら家
H30・6/18(水)	本部第63回総会
H30・6/30(土)	オープンセミナーNo.1
	アトリオン 多目的ホールB&C
H30・7/21(土)	事業承継・再生支援研究会講演会①
	秋田市文化会館 第4会議室
H30・7～8	秋田県商工会連合会所属中小企業診断士との意見交換会 商工会連合会事務室内
H30・9/1(土)	会報「診断あきた」No.26号発行
H30・9/1(土)	平成30年度登録更新研修会(理論政策研修 遊学舎会議室)
H30・9/下旬予定(土)	事業承継・再生支援研究会講演会②
	場所未定
H30・10/26(金)	北海道東北ブロック事務連絡会議
H30・11/10(土)	しんだんしフェスタ 16:00～17:00
	アトリオン 多目的ホールB&C
H31・3/30(土)	理事会(H31FY事業計画及び収支予算)

## ■ ■ ■ 平成29年度活動実績 ■ ■ ■

月 日	事 業 名	テ ー マ	対 応 者
2017/4/3	高度化診断	高度化診断契約締結	事務局長
2017/4/10	総務	3月決算法人説明会	専務
2017/4/10	総務	新規加入会員加入時期の確認	専務
2017/4/11	網紀	本部長表彰非該当連絡	専務
2017/4/12	会員紹介事業	工賃向上アドバイザー派遣事業打合	専務
2017/4/29	監査会	平成28年度決算に関する件	監事・総務G
2017/5/3	総務	県協会活動報告提出	総務G
2017/5/14	会報誌発行事業	会報誌No.25編集方針&原稿協力依頼	広報・会報誌委員
2017/5/14	理事会 (No.1)	定時総会の件、新規加入会員の件、事業承継・再生支援研究会設置の件	理事・監事・事務局長
2017/5/16	総務	本部理事会	会長
2017/5/20	平成29年度定時総会	平成28年度決算承認、役員選任、平成29年度予算報告他	会員
2017/5/20	理事会 (No.2)	代表理事選出の件、理事役職&所属委員会配置の件	理事・監事・事務局長
2017/5/30	総務	(公財)あきた企業活性化センター理事会	会長
2017/6/1	会員紹介事業	工賃向上アドバイザー派遣事業実施打合	専務
2017/6/6	会員紹介事業	農業経営コンサルタント派遣事業打合	専務
2017/6/10	会報誌発行事業	会報誌No.25発行スケジュール確認	広報・会報誌委員
2017/6/10	理論政策研修	共通レジュメ会員宛発信	総務G
2017/6/20	総務	再生支援協議会全体会議	専務
2017/6/21	各県代表者会議	本部総会	会長
2017/6/22	理論政策研修	研修実施計画作成	総務G
2017/6/27	会員紹介事業	横手市公共温泉施設の民間譲渡審査会委員推薦	総務委員
2017/7/4	総務	新規会員の入金に関する件で本部照会	専務
2017/7/15	会報誌発行事業	入手原稿郵送	広報・会報誌委員
2017/7/22	自主事業	オープンセミナーNo.1 リーサス(RESAS)について	研修委員
2017/8/3	会員紹介事業	下請かけこみ寺専門家推薦依頼受け公募	総務
2017/8/9	会員紹介事業	下請かけこみ寺専門家推薦	総務
2017/8/11	総務	診断士手帳申込	総務
2017/8/15	会報誌発行事業	会報誌No.25初稿校正	広報・会報誌委員
2017/8/17	理論政策研修	研修委員会資料作成	総務G
2017/8/18	会報誌発行事業	会報誌No.25校正終了	広報・会報誌委員
2017/8/22	理論政策研修	未申込者状況確認	総務G
2017/8/26	理論政策研修	研修委員会運営打合	研修委員会
2017/8/27	理論政策研修	診断理論レジュメ印刷所提出	総務G
2017/8/29	理論政策研修	受講者確認&印刷部数変更	総務G
2017/9/1	会報誌発行事業	会報誌No.25校正発行	広報・会報誌委員
2017/9/2	理論政策研修	理論政策登録更新研修	研修委員
2017/9/5	会報誌発行事業	会報誌No.25関係機関等へ郵送	広報・会報誌委員
2017/9/7	総務	登録更新実務ポイント注意点連絡	総務
2017/9/13	理論政策研修	理論政策更新研修終了報告	総務G
2017/9/15	総務	本部理事会	会長
2017/9/17	理論政策研修	実績報告用資料作成	総務G
2017/9/20	総務	登録更新書類本部郵送	総務
2017/10/7	事業承継・再生支援研究会	記念講演会 事業引継ぎ支援センターの取り組みについて	会員他
2017/10/19	会員紹介事業	公衆浴場料金引上げに伴う経営実態調査の件	県公衆衛生課
2017/10/19	高度化診断	高度化診断担当者変更に伴う打合せ	総務
2017/11/2	総務	新会員入会手続き対応	総務
2017/11/4	しんだんしフェスタ2017	記念講演会開催 ミンカのこだわり ～売っているものは店主のセンス～	研修委員
2017/11/13	理論政策研修	理論政策研修実績報告	総務
2017/11/17	総務	北海道東北ブロック事務連絡会議	会長・専務
2017/11/25	自主事業	オープンセミナーNo.2 良い職場づくり～一歩進めたメンタルヘルス対策～	研修委員
2017/11/25	理事会 (No.3)	新規加入会員の件、八土業連絡協議会の件	理事・監事・事務局長
2017/11/30	総務	金融庁説明会	会長
2017/12/11	調査事業	プロフェッショナル8人財育成拠点事業効果検証業務見積依頼	総務
2017/12/14	調査事業	プロフェッショナル9人財育成拠点事業効果検証業務見積届提出	総務
2017/12/15	総務	本部理事会	会長
2017/12/26	広報	企業診断ニュース県協会活動初稿提出	会長
2017/12/27	広報	企業診断ニュース県協会活動校正	総務
2018/1/8	総務	更新手続未対応者確認	総務
2018/1/8	総務	BCP対応アンケートへの協力者募集	総務
2018/1/17	理論政策研修	H30FY理論政策研修実施方針確認	正副会長
2018/1/18	理論政策研修	H30FY理論政策研修診断理論テーマアンケート調査	研修委員
2018/1/27	総務	BCP対応アンケート送信	総務
2018/1/31	理論政策研修	H30FY理論政策研修診断理論テーマ“尖がり型”に決定	研修委員
2018/2/1	総務	H30・3/31登録更新手続書類郵送	総務
2018/2/4	理論政策研修	H30FY理論政策研修診断理論テーマ“尖がり型”本部連絡講師手配依頼	総務
2018/2/7	理論政策研修	H30FY理論政策研修診断理論講師確保	総務
2018/2/8	総務	H30抜本加速化連絡会議開催日日程調査	総務
2018/3/6	総務	H30抜本加速化連絡会議	専務
2018/3/7	会員紹介事業	事業承継高度化ネットワークブロックコーディネーター該当者照会	総務
2018/3/7	理論政策研修	H30FY理論政策研修診断理論会場確保	総務
2018/3/14	総務	行政手続コスト削減のためのコスト計算アンケート対応要請	総務
2018/3/16	総務	本部理事会	会長
2018/3/27	総務	行政手続コスト削減のためのコスト計算アンケート提出	総務
2018/3/27	総務	(公財)あきた企業活性化センター理事会	会長
2018/3/31	理事会 (No.4)	平成30年度事業計画&予算の件、設置35周年記念事業の件	理事・監事・事務局長

## 平成30年度 理論政策更新研修開催案内

理論政策更新研修は、中小企業診断士更新要件のひとつである「新しい知識の補充に関する要件」のために実施する研修です。登録の有効期間5年間で5回の受講が必要です。

平成30年度秋田地区の理論政策更新研修を、次の日程により開催致します。

なお、秋田地区の受付は、前年度同様、(一社)中小企業診断協会本部が直接行います。

**日時** 平成30年9月1日(土)

13:00～17:10

**場所** 遊学舎(秋田県ゆとり生活創造センター)会議室

〒010-1403

秋田市上北手荒巻字堺切24-2

### カリキュラム

13:00～14:00 新しい中小企業政策について

講師 秋田県産業政策課長 佐藤 徹

14:05～15:35 (診断理論) 顧客至上主義脱却と

としての「尖がり型」マーケティング

15:40～17:10 (事例研究) 顧客至上主義脱却と

としての「尖がり型」マーケティング

講師 秋田 舞美 中小企業診断士

### 《研修のねらい》

マーケティングの時代的変遷をみると、戦後の生

産指向に発して技術立国として日本が躍進を遂げた販売志向から、消費者ニーズを掴む顧客志向へと大きく舵を取った。しかし、顧客志向からは想定外の商品は誕生しないため、事業者を主体とする「尖がり型マーケティング」を提唱し、その有用性について研修する。

※募集期間 H30・7/26(木)～8/20(月)

受講料 6,000円

申込先 一般社団法人 中小企業診断協会

《東京都中央区銀座1-14-11》

ネット申込可能 <http://www.j-smeca.jp/>



平成29年度事例研究風景

## しんだんしフェスタ&オープンセミナー&研究会のお知らせと結果報告

### 【しんだんしフェスタ2018の御案内】

#### 1. 開催趣旨

一般社団法人中小企業診断協会(本部)は、11月4日を「中小企業診断士の日」と定め、この日を中心に全国的に診断士制度のPRを行っています。

当協会では、この趣旨を踏まえ、また、日頃の県、市町村、商工会議所、商工会等中小企業経営支援機関、県内中小企業経営者の皆様からの数々の御支援に感謝申し上げ、「しんだんしフェスタ」を、本年度も実施致します。

#### 2. 構成

**演題** ドチャベン(土着ベンチャー)

～秋田発の起業家創出に向けた取り組み～

**講師** 丑田 俊輔 ハバタク株代表取締役

**開催時期** H30・11/10(土) 16:00～17:00

**場所** アトリオン多目的ホール B&C

※HP <http://www.shindan-akita.com>

### 【オープンセミナーの御案内】

毎年、県内中小企業診断士及び県内中小企業支援機関スタッフの皆様と共に研鑽し合う場として、オープンセミナーを開催致しております。受講料は無料です。

**演題** 齊藤光学製作所経営の考え方

～秋田で成長目指し、事業承継へ

**講師** 齊藤 伸英 齊藤光学製作所代表取締役社長

**開催日** H30・6/30(土) 15:00～16:30

**場所** アトリオン多目的ホール B&C

### 【事業承継・再生支援研究会設置記念講演会】

#### 第1回講演会

**演題** 秋田県再生への私見

**講師** 荒谷 紘毅 氏

**開催日** H30・7/21(土) 15:30～16:30

**場所** 秋田市文化会館 第4会議室

#### 第2回講演会

**開催日** H30・9/下旬(土) 16:00～17:00

**場所** 未定

### 【フェスタ・セミナー・研究会講演参加申込先】

オープンセミナーの開催区分毎に、受講者氏名、連絡先メールアドレスを明記し、次のアドレス迄お申し込み下さい。(様式自由)

[tomino-f@tune.ocn.ne.jp](mailto:tomino-f@tune.ocn.ne.jp)



H30 オープンセミナー 齊藤伸英・大樹講師

# 会 員 一 覧

(五十音順、平成30年総会時)

氏 名	所 属	相談対応連絡メール
荒 牧 敦 郎	(株)あきぎんリサーチ &コンサルティング	
石 川 聡	秋 田 銀 行	
伊 藤 朗	(株)ABCオフィス	abc-office@voic e.ocn.ne.jp
小笠原 貴 史	フ ェ ヨ ム ズ (株)	ogasawa@nifty. com
小笠原 浩 之	中小企業診断士 小笠原浩之事務所	izo04430@oran ge.plala.or.jp
鎌 田 晶 子	秋田県よろず 支援拠点	
川 辺 健 一	北 都 銀 行	
工 藤 義 和	工 藤 事 務 所	
熊 井 春 美	(株)いなにわホーム	kuma@cna.ne.jp
栗 林 祐 治	北 都 銀 行	
小 池 徹 也	北 都 銀 行	
櫻 田 誠 二	北 都 銀 行	
佐々木 正 記	(福) 青 嵐 会	
佐 瀬 道 則	M S コ ン サ ル	michinori1217 @yahoo.co.jp
佐 藤 幸 治	佐藤幸治中小企 業診断士事務所	
佐 藤 徹	秋 田 県 庁	
佐 藤 善 友	(有) G F C	gfc@gfcweb.info

氏 名	所 属	相談対応連絡メール
柴 田 淳	秋 田 県 中 小 企 業 団 体 中 央 会	
杉 山 健 一	秋 田 銀 行	
高 橋 彦	中小企業診断士 高橋彦事務所	gencmisato@ya hoo.co.jp
高 橋 佑 輔	未 来 基 地 (株)	yusuke@basemi rai.jp
富 野 忠 雄	中小企業診断士 富野忠雄事務所	tomino-f@tune. ocn.ne.jp
成 田 広 樹	高井会計事務所	
袴 田 貴	後 藤 邦 子 税 理 士 事 務 所	ta-hakama@ball. ocn.ne.jp
長谷川 晃	アーセプトコン サルティング(株)	
畑 沢 健	北 都 銀 行	
樋 口 清 行	中小企業診断士 樋口清行事務所	dogenzen@hana. or.jp
藤 崎 學	藤崎ビジネスサ ポートオフィス	fuji-mnb@uranu s.dti.ne.jp
藤 嶋 智	秋 田 県 庁	
古 木 智	秋 田 不 動 産 サ ー ビ ス (株)	
堀 辰 生	秋 田 市 役 所	
三 浦 雅 人	秋 田 銀 行	
山 崎 孝 二	中小企業診断士 山崎孝二事務所	ymzk-425@cna. ne.jp
吉 田 雅 史	税理士法人 ザイム・ゼロ 佐藤会計事務所	yoshida-inc@akita kaikai.jimusho.jp

## 新会員から一言



### 吉 田 雅 史

生年月日 1985年(昭和60年)11月  
勤務先 税理士法人 ザイム・ゼロ 佐藤会計事務所  
株式会社 ザイム・プロ

E-mail yoshida-inc@akitakaikai.jimusho.jp

#### 自己紹介

大学卒業後、地元の信用金庫にて3年間勤務したのち、現勤務先である税理士法人ザイム・ゼロ佐藤会計事務所に就職しました。税理士事務所での日々の業務は、領収書や帳簿等に基づいて、試算表を作成し、顧問先様に現状報告や業績予測を行うことです。例えば、今期と前期の業績を比較し、売上や経費が増減した理由を洗い出したり、前期比の増減率に基づいて、今期の業績を予測したりします。いわゆる定量面のアドバイスが主となります。

このような業務のルーティーンの中で顧問先様から具体的な行動の提案を促されたときに効果的な戦術が見いだせないことに気づきました。これを契機に数値

だけでなく、具体的な行動をアドバイスできるにはどうしたらよいかと考えた中で中小企業診断士の資格の取得を考えました。

資格取得に際しては、平成28年に一次試験に合格し、翌年に中小企業大学校養成課程を卒業したのち、同年10月に中小企業診断士登録をしました。

現在は中小企業大学校で習得した知識やノウハウを活用しながら、アクションプランの提案も行うように心がけています。

顧問先様の業種の中でも医業や介護事業が多いことに加え、秋田県内において福祉関連事業の過当競争が予測されます。今後は、一般企業だけでなく、医業や介護業界からの経営に関するアドバイスを求める声が一層高まっていくと考えます。

そのような中でニーズに応えるために医療・福祉系のコンサルティングに特化した中小企業診断士を目指して活動していきたいと考えています。

若輩者ですが、会員の皆様からのご指導・ご助言を賜りながら、秋田県に貢献できる診断士になれるように邁進していきますので、よろしくお願いいたします。