



会報 診断みやぎ

2025
新春号
No.29

特集1「適切な価格転嫁のための値上げの手筋」
特集2「できていますか？データ活用」

一般社団法人 宮城県中小企業診断協会

診断みやぎ No.29 2025 新春号 目次

目次	1
令和7年 年頭所感	3
東北経済産業局 局長 佐竹 佳典	
新年のご挨拶	7
一般社団法人 宮城県中小企業診断協会 会長 菊田 克樹	
特集1 適切な価格転嫁の為の『値上げの手筋』	9
一般社団法人 宮城県中小企業診断協会 常務理事 里舘 智大	
特集2 できていますか？データ活用	17
ノリタ・コンサルティングオフィス	
中小企業診断士/ITストラテジスト 乗田 宏悦	
診断みやぎウェブ版についてのお知らせ	22
令和6年度研修交流会 活動報告	23
研究会紹介	26
1.介護福祉事業研究会	26
2.食品MD研究会	26
3.産廃業経営診断研究会	27
4.事業承継研究会	27
新入会員紹介	28
信用第一の診断士を目指して	28
郷右近 匡俊	
診断士としての自己の確立に向けて	29
小林 勝	
自身と関わったお客様を幸せに、元気にできる診断士を目指して	30
小峰 元気	
会社の経営危機を目の当たりにして、診断士を目指しました	31
高山 洋祐	

東北地方の可処分所得の向上と幸福度の向上を目指し、 独立診断士として活動しています	32
永田 沙由梨	
人を動かす診断士になる	33
馬場 一星	
地域・企業の課題によりそう診断士を目指して	34
堀井 厚太郎	
令和6年度 協会の活動	35
入会のご案内	35

令和7年 年頭所感

東北経済産業局

局長 佐竹 佳典



令和7年の新春を迎え、謹んで御挨拶申し上げます。

昨年の情勢を振り返ると、全国的には設備投資額が100兆円を超え、33年ぶりの高い賃上げ率が実現されました。今、我が国経済は、長きにわたったコストカット型経済から脱却し、デフレに後戻りせず、「賃上げと投資が牽引する成長型経済」に移行できるかどうかの分岐点にあります。

この移行を確実なものとするため、東北経済産業局(以下、当局)は、賃上げ環境の整備や地方創生2.0の展開を盛り込んだ「国民の安心・安全と持続的な成長に向けた総合経済対策」に基づく各種施策を、東北地域の関係者との連携のもと、地域の皆様に届けてまいります。

東北地域は、他地域と比較して著しい少子高齢化による人口減少、若者・女性の首都圏への人口流出、経営者の高齢化と事業承継問題などにより、今後の地域社会の持続可能性が大きな課題となっています。

こうした課題に対し、半導体産業等の大規模な企業立地の推進に加えて、地域の中堅・中小企業の成長を促すことが、地方経済の成長のみならず、少子化対策、若者の域外への流出に歯止めをかける効果が高いと認識しております。

こうした認識のもと、当局は、地域の関係者との連携を深め、地域企業が抱える課題に耳を傾けて、地方が主導する取組を身近な立場で伴走するべく、次の重点施策に取り組んでまいります。

第一に、地域経済の持続的な成長に向けて、東北地域としてのエリア価値向上を目指します。

人口流出に歯止めをかけるには、良質な雇用の確保が必要不可欠です。半導体産業、自動車産業、医療機器産業、風力発電や地熱発電などの再生可能エネルギーや水素といったエネルギー関連産業等、東北地域の投資を牽引する産業を起爆剤として、他地域から人を呼び込み魅力的で選ばれる・稼げる地域、Well-Beingを実現する地域を目指します。

また、地域を牽引する産業を後押ししていくため、産官学等と連携し、東北半導体・エレクトロニクスデザインコンソーシアム(T-Seeds)やとうほく自動車産業集積連携会議をはじめとした関係機関と人材育成やサプライチェーン構築・強化に向けた取組を進めるとともに、投資の受け皿となる、地方自治体への産業用地や産業インフラの環境整備を支援します。

第二に、中堅・中小企業の成長を促進します。

雇用吸収力を高めながら、大幅な賃上げを図るために、地域の中堅・中小企業の成長を促すことは、地方経済の成長と少子化対策等にも効果が高いものと思います。経済状況の変化に柔軟に対応し、中堅・中小企業がさらなる成長を実現できるように、新事業展開や事業再編、海外への販路開拓を支援するとともに、拠点新設や大規模設備投資への支援等を行います。

また、経済成長の加速と社会的課題解決の観点からも、スタートアップの存在感が大きくなりつつあります。新たなビジネスモデルの創出、優れた技術の開発やアイデアの事業化によって市場開拓を目指す企業の挑戦を支えるため、スタートアップ政策をより一層推進するとともに、東北各地の大学や研究機関、公設試、放射光施設ナノテラス等の拠点を核とした産学官連携を深めるなど、イノベーション創出のための環境整備に引き続き取り組んでまいります。

さらに、グローバル化による海外需要の獲得と経済安全保障の推進並びにGXの推進による企業価値の向上に向けた省エネルギー促進や非化石エネルギーへの転換、資源循環の取組を支援してまいります。

加えて、企業の成長や生産性向上に必要な中核人材の不足といった人材の質的な課題に対応するため、DX人材、半導体関連人材、洋上風力関連人材をはじめとする地域産業を支える人材の育成や高度外国人材の活躍推進をはじめとする外国人材の活用に係る取組も進めてまいります。

第三に、経営者層の変化に対する対応力、成長意欲の醸成を推進します。

企業を取り巻く環境は、物価高騰や人手不足など課題が多様化、複雑化し続けています。環境変化の激しい社会において、将来に渡ってその活力を維持し、発展していくため、事業承継・アトツギ支援や事業再生等による再成長支援に取り組めます。

また、環境変化に対応して経営変革に取り組む中小・小規模事業者の「稼ぐ力」の向上及び中小企業の成長に向けた環境整備を図るためには、商工会議所・商工会、よろず支援拠点、金融機関等の支援機関による経営支援が重要です。地域毎の課題を捉えて、地域の実情に合った、より実効性の高い支援を行えるよう、中小・小規模事業者に対する支援体制の強化に取り組めます。

加えて、下請Gメン等による取引情報収集体制の強化と下請法の執行強化、パートナーシップ構築宣言の拡大、各県が立ち上げた「価格転嫁円滑化に向けた連絡会議」を後押しすることで、地域企業における価格交渉・価格転嫁の促進に取り組めます。

第四に、GXの推進による地域の持続的な発展の実現とエネルギーの安定供給の確保を推進します。

東北地域は、脱炭素電源として期待される洋上風力発電や地熱発電の適地が多く存在し、現在、開発が進められています。こうした再生可能エネルギー発電の立地や水素利用の拡大を地域の持続的な発展に結びつけるため、地域企業の参入や人材育成に立地地域と一体となって取り組みます。

昨年は、東北電力(株)女川原子力発電所2号機が再稼働し、原子力発電所使用済燃料の中間貯蔵施設であるリサイクル燃料貯蔵(株)リサイクル燃料備蓄センターが事業を開始しました。2050年カーボンニュートラルにおいて重要な役割を担う原子力施設と立地地域との共生を実現するため、コミュニケーションを密にしながら理解醸成活動や地域経済振興・活性化支援に取り組みます。日常生活や社会生活に欠かせない地域の重要インフラである電力やガス、ガソリン・灯油等の安定供給確保に向けて、サービスステーション(SS)過疎地の解消や災害対応力の強化に取り組みます。

第五に、沿岸地域及び福島復興の着実な推進を図るとともに、自然災害への対応を強化してまいります。

東日本大震災から13年9ヶ月が経過し、沿岸被災地域の基幹産業である水産加工業は、工場や設備の復旧は進み、被災後、新たなビジネスモデルに取り組み売上を伸ばす企業も生まれているものの、慢性的な人材不足や物価高騰の影響を受けている企業もあります。そのため、新たな販路の開拓や人材確保を支援するとともに、省力化、デジタル化及び海洋環境の変化に対応した加工設備の導入を支援します。

また、福島復興に向け、地方公共団体など関係機関と連携し、企業立地の促進や地域資源を活かした産業振興に取り組んでまいります。特に、経済産業省本省との連携のもと、福島イノベーション・コースト構想を推進します。

加えて、昨年7月、秋田県・山形県が豪雨災害に見舞われるなど、東北地域においても自然災害が発生しています。災害時における東北地域の中小企業・小規模事業者のレジリエンス強化のため、中小企業等における事業継続力の強化に向けた取組を促進します。

本年4月には、いよいよ大阪・関西万博が開幕します。「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに、約160の国・地域、国際機関が参加します。世界中の来場者が日本の魅力を発見するとともに、新たな技術の社会実装が進む機会となるよう、関係者一丸となって開幕へ向け一歩一歩着実に歩みを進めてまいります。ぜひ御訪問いただき、世界の多様な文化と触れ合い、未来社会を体感してください。

本年は十干十二支の「乙巳(きのとみ)」にあたります。「乙」は困難があっても紆余曲折しながら進むことを表し、「巳」は脱皮し強く成長する蛇のイメージから、「再生と変化」を意味すると言われてい

ます。私たちも、様々な経済課題に立ち向かい、東北地域に発展をもたらす1年となるよう、邁進してまいります。

本年も経済産業施策への引き続きの御理解と御協力をお願い申し上げるとともに、皆さまの御健康と御多幸を心より祈念いたしまして、新年の御挨拶とさせていただきます。

新年のご挨拶

一般社団法人 宮城県中小企業診断協会

会長 菊田 克樹



令和7年、新年あけましておめでとうございます。

昨年中は会員の皆様には当協会の活動に積極的にご協力いただき誠にありがとうございました。また、行政機関、支援機関および金融機関の皆様におかれましては当協会に格別のご支援を賜り誠にありがとうございました。心より厚く御礼申し上げます。

当協会は今年の4月1日に、名称を「(一社)宮城県中小企業診断協会」から「(一社)宮城県中小企業診断士協会」に変更いたします。これは連合会本部が「(一社)中小企業診断協会」から「(一社)日本中小企業診断士協会連合会」に名称変更したことと軌を一にするものです。当協会はこの名称変更を1つの契機として、これまで以上に中小企業診断士の活動を支援する組織として、地域社会に貢献してまいりたいと存じます。

さて、当協会の現状ですが、会員数は現在125名となっております。昨年の活動としては、まず、行政機関、支援機関および金融機関の皆様と連携させていただき、様々な受託等業務を通して中小企業者の支援に尽力してまいりました。また、東北地方唯一の中小企業診断士試験開催協会として、1次試験、2次筆記試験・口述試験を実施し、試験の合格者に対して夏季・冬季合わせて3回の実務補習を実施し、東北地方の中小企業診断士育成に貢献いたしました。さらに、会員中小企業診断士の能力向上と会員間の連携強化を図るために「研修交流会」を年6回開催し、また、独立を目指す会員診断士を対象としたゼミナール形式の「実践塾」を実施いたしました。昨年はこれらに加え、将来的に独立開業を考えている診断士を対象としたゼミナール形式の「診断士講座」を開始するとともに、主として企業内診断士を対象として、ベテラン診断士と伴に企業を訪問して実際に指導実務に従事する「実務従事研修制度」を新設いたしました。

現在、当地域の中小企業経営者は度重なる自然災害やコロナ禍の後遺症と闘いながら、人材不足、原材料の価格高騰、事業承継等、様々な課題に直面しております。そして、それらを解決する力を持っているのは我々中小企業診断士です。当協会は今年も「宮城を元気に！」というスローガンを掲げ、地域の企業経営者と共に大いに働き、当地域の中小企業ひいては宮城県全体を元気にしたいという思いのもとに積極的な活動を行ってまいります。

行政機関、支援機関および金融機関の皆様におかれましては、今年も当協会の活動にご支援を賜り、地域の中小企業の発展のために連携させていただきたくお願い申し上げます。

末筆ながら、皆様のご健勝・ご多幸をご祈念申し上げまして、新年のご挨拶とさせていただきます。

特集1

適切な価格転嫁のための 値上げの手筋

一般社団法人 宮城県中小企業診断協会
常務理事 里舘 智大



昨今の物価高による原材料の仕入価格の高騰、またエネルギーコストも同時に上がっていることから、中小企業は今まさに適切な価格転嫁・価格形成を行うことが必要な局面となっている。日本銀行が2024年10月に発表した経済・物価の展望(2024年10月)によれば、2025年度および2026年度は消費者物価で前年比2%程度の上昇の予測となっており、また2025年度は上振れのリスクが大きいとされている。また地方では最低賃金の改定と労働者不足の両面から、平均賃金は上昇傾向にある。いち労働者から見れば賃上げはありがたい事ではあるが、事業主から見れば、それに見合うだけの利益の確保がなければ事業採算は悪化してしまう。

そこで、適切な価格転嫁の為の『値上げの手筋』として、中小企業が価格交渉・価格転嫁をする際に押さえておきたい手順と手法を紹介する。事業者様と支援者の皆様の経営改善の一助になれば幸いである。

【基本的な考え方】

- 利益はいくら必要か
 - (製造)原価の把握、適正利潤の把握
- 価格交渉は商談である
 - 相手にとってのメリットを訴求できることが基本 交渉のとっかかりはどこか
- “お願い”は最後
 - 市場全体の上昇分については根拠を示せる

【Step.1】利益はいくら必要か - 適正利潤の把握

1-1.原価の把握

仕入販売の場合は商品の仕入原価及び付帯費用を把握すること。商品粗利高での把握の他に、送料負担分や配送センター費用負担(センターフィー)、帳合手数料等も盛り込んだ商品の採算を別

途把握し、貢献利益の形で目に見えるようにしておくとい。これらの費用は納品実績に応じた変動費であることが多いため、直接的に取引採算に影響する。

また、利幅が薄い商売の場合は決済手数料・送金手数料なども考慮に入れてよい。

製造販売・製造卸の場合は、工業簿記の導入と製造原価の把握（原材料費、労務費、製造経費）が望ましい。製造する品目によってはそこまで細かな費用賦課は必要ないと思うが、「予定通り作って、予定通り売れたらいくら儲かるのか」を把握していないと、そもそも価格をいくらに改定すればいいかが定まらない。

これまで私が県内各所にて販路開拓のセミナーを行った際、受講者の方に講演冒頭に必ず聞いてきた質問がある。

「社長さんのところの主力商品は、1ロット売れたらいくら儲かりますか？すぐわかる方は手を上げてください、当てませんから」

だいたい手が上がるのは1割～2割といったところであった。気が進まない分野かもしれないが、やればやっただけ他社よりも適切な値決めに近づくのは間違いない。

また経営相談先でよく発生しているのが、一度製造原価は調べたものの、長い期間にわたり更新が行われていないという現象である。前回価格改定時からどのくらい経ちましたか？その期間に上がった原材料、エネルギー、労務費はどのくらいですか？もしコロナ禍中から更新がなされていなければ、今すぐ確認することをおすすめする。

建設業、情報通信業等の場合は 実行予算管理と見積もりを、今の基準に更新する。プロジェクトの業務フローとかかる工数を反映させる。また受注後の予算変更をどのくらいの頻度で行ってきたか、それはどのくらい反映されたのかを振り返り、受注時点での不採算取引をできる限り回避していただきたい。

1-2.適正利潤の把握

値上げは最強の収益向上策である。とはいえ、商売は相手があって成り立っているため、無限に値上げできるわけではない。そこで自社にとって最低限いくら利益が必要かを把握し、価格交渉の際の基準に反映させ、事業継続性の確保を行っていただきたい。

【事業継続性から見た適正利潤】

- 大前提：返済可能粗利高(売上高)の確保
 - 金融借入がある場合、損益分岐点粗利高(売上高)では足りないことに留意
(返済は生まれた利益から行うものであり、費用のほかに発生する支払である)
 - 年間の営業キャッシュフローが返済額に足りているか

- 次に重要なこと:設備更新に必要な利益の確保
 - 設備資金は調達もできるが、その際は『融資が受けられる財務状況』が必要

これによって算出された会社全体の適正利潤の金額を商品/製品分類ごとに落とし込み、主力商品は売上と利益を定めることで、1品あたりの適正利潤とする。

(例)利益が出ているものの、返済可能売上高には届いていないケース(簡略版)

勘定科目	実績	構成比	返済可能売上高 (A)	伸長率	原価を固定(B)	伸長率
売上高	100,000,000	100%	108,695,673	8.7%	102,000,000	2%
売上原価	70,000,000	70%	76,087,655	8.7%	70,000,000	-
売上総利益	30,000,000	30%	32,608,618	8.7%	32,000,000	6.6%
経費のうち 変動費	7,000,000	7%	7,608,698	8.7%	7,000,000	-
経費のうち 固定費	10,000,000	10%	10,000,000	-	10,000,000	-
営業利益	13,000,000	13%	15,000,000	15.3%	15,000,000	15.3%
支払利息	5,000,000	5%	5,000,000	-	5,000,000	
経常利益	8,000,000	8%	10,000,000	25%	10,000,000	25%
年間返済額	10,000,000	10%	10,000,000	-	10,000,000	

この状況では、(A)販売する商品の粗利率とコスト構造が同じであれば販売数量を8.7%伸ばさなければならない。(B)一方で販売数量を変えずに単純に売値のみ上昇できた場合の伸長率は2%となる(売上高そのものにかかる変動費(例:決済手数料等)もあるため、通常はもう少し高くなる)。いずれにせよ、主力商品の採算がこの水準よりも高くなければ、返済を行いながらの事業継続は難しい。

1-3.管理計数の即時化・透明化

ここまで上げた原価および適正利潤の水準については、現在の情報技術であればリアルタイムに把握することが可能である。今どのような採算になっているのかがわからなければ手を打つのが遅れたり、打ち手を誤ったりするため、システムを使い即時化し、適度に透明化する。例えば営業担当者が、持っていく商品の原価と適正利潤を知らなければ勘やその場の勢いでの勝手な値決めになってしまうこともあり、結果不採算取引を招く。紙でもスマートフォンでもタブレットでもいいので、適

正利潤をもとにした商談のターゲット価格及び撤退価格を手元に置きながら商談に臨める体制づくりを行っていただきたい。

また財務会計分野も同様にシステムの導入で即時化・透明化を行うことができる。たとえば先月の試算表は、速報版なら月明け棚卸終了後にはすぐ確認することができる。

なお決算ごとに採算管理を行うサイクルでは、仮に採算の悪化原因が期首にあった場合、決算書確定まで最大14ヶ月遅れる。その頃対策を検討しても後手に回るため、常日頃から自社の計数については新鮮なものを常に入手できる体制を作っていただきたい。

【Step.2】新商品の導入、または既存品のマイナーチェンジの検討

基本的な考え方で述べた通り、価格交渉は商談の一部である。よって、取引先にも何かしらのメリットがありそう、と思ってもらえることで交渉の機会をより多く得ることができる。

価格転嫁を目指す際には、

- 新商品を展開することで平均価格を上げ、粗利高を稼ぐ
- 既存品のマイナーチェンジを行い、価格上昇分に十分納得できる理由をつける

ことをはじめに検討するとよいだろう。

2-1.現状把握

(A) 販売先が店舗のように棚を持っている場合は

棚を見に行き行って競合商品を購入してくる。売場の棚には限りがあるため、新商品展開は必ずいずれかの商品との入れ替えになる。冷蔵ケース・冷凍ケースはもっと競争が激しい。よって、獲得したい棚に今どんな商品が並んでいるのか、自社と比較してどうかを検討し、今の価値で見てより優れた商品を展開する必要がある。

(B)販売先がEC等で棚を持っていない場合

この場合棚に限りはないが、競合品の価格と訴求点は調査できる。

(C) 飲食店の場合

実際に食べに行く。サービス業なら利用するか、提供メニューを入手する。

(D)B2Bの場合

使用している事業者に、使用感を聞きに行く。直接訪問する。特にマイナーチェンジによる製品改善のヒントは納入先の現場にあることが多い。またロットの不整合や、包装形態の改善等、商品その

もの以外の改善点がみつかるかもしれない。製品を通して納入先の経営をよくすることができれば、良好な関係を築くことにもつながる。

2-2.訴求点の整理

次に、自社製品と競合製品の訴求点は何かを検討する。訴求点を検討するときは、訴求軸にそって分類すると整理しやすい。

【B2C商品の訴求軸の設定の例】

訴求軸	内容
価格	市場内での絶対価格、1回使用するときの価格、相対的価格
商品	その利用シーンで満足する品質であるかどうか
アクセス	使いやすさ、入手しやすさ、処理のしやすさ
サービス	付随機能、カスタマイズ性
経験価値	おもしろさ、気分や情緒にまつわるもの

【B2B商品の訴求軸の設定の例】

訴求軸	内容
品質(Quality)	満足する品質であるかどうか(過剰でないか)
費用(Cost)	費用はいくらかかるか
納期(Deliver)	注文してから納品までが早い
使いやすさ(Usability)	実際に使用する人が素早くミスなく使えるか
柔軟性(Flexibility)	仕様の変更などについて柔軟に対応できるか(契約条項も含む)

B2C商品については1人で分析を行うと主観が入りやすいため、競合商品を複数入手し、従業員さんを交えて複数人で使って・食べて・検討するとよい。評価の際はわかりやすく通知表形式(5:最優秀:4:優秀 3:普通 2:劣る 1:赤点)や、ランキング形式にしてもいい。平均点・分散(人によって好みや満足が異なる)・何故そう思ったのかを集め、自社の商品はどのような訴求をすればよいかを検討する。

B2B商品についてはカタログ値や実際にかかる時間、およその競合商品のコスト等数値化できるものは数値化し、当社製品に入れ替えた場合どんないいことがあるかを書き出し、訴求点とする。

現状競合商品と比較して訴求点が乏しい場合は、商品仕様の変更や新商品への切り替えも視野に入れていただきたい。

2-3.販売先の検討

販売先の事業者がどのような訴求軸を好むのかを調査・検討する。

①店舗の場合(B2C)

- 他の店舗と比較し何を大事にしているか？
- それは既存商品との訴求軸と一致しているか？（需要のとりこぼしの可能性）
- 既存販売先と同じような訴求軸の店舗は他の地域にないか？

②工場や事務所の場合(B2B)

- お困りのことに対して当社製品はよりよい答えとなるか？
 - 人手不足対応、法令対応、新技術の導入.....
- 訴求軸のうち一番求められているものは何か？
 - コストダウンよりも人手不足対応が優先されることがある 操業できなければ儲からない
- 同じことでお困りの業者さんは他にいないか？

直販でない場合は購買を決定するのはお客様や現場の人ではないことに留意する。取引を決定するのはバイヤーであり、経営者や工場長、調達部門である。どんないいことがあるか、どんな不都合の解消ができるかを明示し、商談のきっかけを作っていただきたい。

2-4.(B2C)パッケージの変更

B2C商品の場合は、目指す販売先が定まった後、自社の商品を相手先の売場に合わせてパッケージを変更する必要があることがある。販売先は商品の見た目も含めて値段を決定するため、仕入値の安さよりも商品の見た目の方が優先されるケースも考える。

また、想定売価そのものが販売先のプライスラインに合致していないことも考える。高すぎる商品を持って行くケースの他に、安すぎる商品を持っていくケースも見受けられる（上代不足）。この場合、

量目の変更やパッケージの刷新で販売先の売場にマッチする見た目と売価にすることで、単価アップによる売上アップを実現できる可能性がある。

パッケージについて留意してほしいことが2点ある。

① 棚の商品の99%は食べずに/使わずに買う

売場で見つけることができ、訴求点が伝わっているか

② パッケージも商品 経費じゃない しっかり値入する

仕訳方法はさておき、商品の見た目にも価値がある。

特に包装資材の原料高による仕入れ上昇分をそのまま仕入値に転嫁するよりも、パッケージを変更して見た目の付加価値を上げ、売場の想定売価を上げていく方が、商談がしやすい。

【Step.3】“お願い”のための準備

お願いの根拠は正直に

新商品の導入やマイナーチェンジ等を通し、平均売価の向上に取り組んだうえで、既存商品の値上げのお願いの場面となる。この順序であれば、販売先はすでに当社との新しい取引で利益を得る算段となっているため、ただ値上げのお願いをしに行くよりも成立する公算がたかくなる。

値上げのお願いの根拠は正直に伝えるほうがよい。包装資材の高騰の為、燃料費の高騰のため、賃上げのため等。ただし取引先には他の業者もいるので、全国的な(もしくは地域の)値上がり幅(率)と同程度にする必要がある。

【B2C】店頭の想定売価を考える

納品価格は必ずしもキリのよい価格である必要はない。一方で、B2Cの場合、販売先店舗で売りづらい値段が存在する。電子マネーが普及したとは言うものの、見た目に買いづらい想定売価を設定するなら、もう一段階上のプライスラインを目指して商品仕立てを変更するなどの工夫をおすすめしたい

(例) 値入高を維持して価格転嫁すると想定売価204円→端数価格効果を入れて218円→プライスラインに合わせて238円

この時、増えると見込まれる利益を納入先と分け合うことも大切である。納入側だけが得するのは交渉ではない。製販の共存共栄を目指して頂きたい。

【B2B】QCDUFの組み合わせで複数パターン作る

B2B製品の場合は、QCD及び使いやすさ・柔軟性について複数の組み合わせで値上げ後のプランを用意し、納入先に選択肢を与えることで値上げの影響を軽減することができる。お困りのことは納入先によって異なるためである。

ツールの活用

“値上げのお願い”については中小企業庁が支援ツールを公開しているので、これを利用するのもよい。コスト増を一度俯瞰して整理することができる。ただし値上げのお願いといっても手の内全てを明かす必要はないため、金額ではなく割合(%)で表記するなどの工夫をおすすめしたい。

価格交渉・転嫁の支援ツール - 中小企業庁

https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/shien_tool.html

最後に: 支援者の皆様に、事業者の方にお伝えして欲しいこと

第一に、価格交渉は商談であること 相手のある話 互いにメリットがあること

どうせお願いを聞いてもらえないと嘆くよりも、聞いてもらえる材料を持っていこう。そのほうが営業担当の方もアポイントを取りやすくなる。

第二に、適正利潤を確保するためのものであること 原価の把握と事業継続性の確保

“そろばんを叩くこと” “技術を取り入れること” は双方腰の重い作業であるが、今一度の気持ちで仕組みを作ってしまうと、生きたそろばんを手元に装備できる。

第三に、外を見に行こう そのための支援ができるかもしれない

中小企業の事業者は忙しい。機会がないとまとまった時間が取れない。売場や新技術を見に行くきっかけを支援することは、新商品や既存商品改良の着想のきっかけとなるであろう。

宮城の中小企業の事業者の皆様が商品・製品を通じ、適正利潤を確保しながら社会で活躍するために、少しでもお力になれば幸いです。

特集2

できていますか、データ活用？

ノリタ・コンサルティングオフィス

中小企業診断士/ITストラテジスト 乗田 宏悦



企業なら、データドリブン経営。行政なら、エビデンス・ベースド・ポリシー・メイキング。官民間問わず、データに基づく意思決定の大切さが、改めて注目されています。

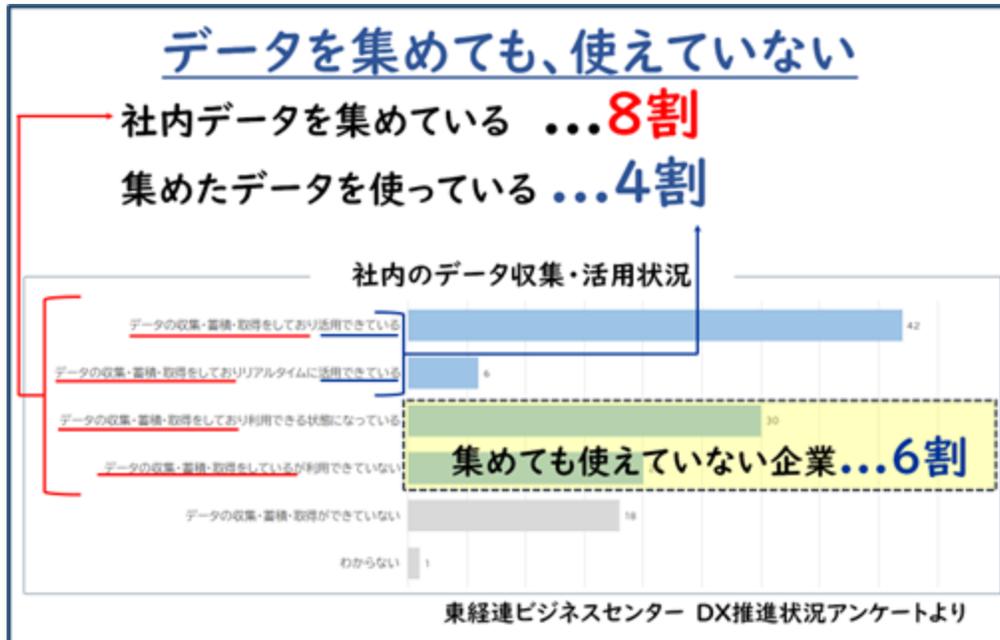
「とにかくやれ、がむしゃらに働けばなんとかなる！」。

古き良き時代。やり方が少しぐらいズレていても、人が増え、経済が上向きの時代は、それでもモノは売れ、社会は良くなっていきました。これからは、誰も経験したことのない人口減少社会に突入します。既に足元では、デフレからインフレへ、ゼロ金利から金利上昇局面へ。しばらくぶりの変化に立ち往生する企業が見受けられます（価格転嫁はできていますか？につながりますね）。勤と経験で判断したいのをグッとこらえて、今こそ、冷静にデータを見つめたうえで、意思決定する必要があるのです。

.....ところで御社は、できていますか、データ活用？今日は、そんなお話をさせていただきます。

データを集めても、使えていない

昨年7月、私の所属する東北経済連合会が、東北・新潟の企業約1,000社に対しDX推進状況に関するアンケートを取りました。私が着目したのは「社内のデータ収集・活用状況」です。グラフのとおり、社内データを集めている企業は8割にのぼるものの、そのデータを活用できている企業は4割に過ぎません。6割が「データを集めても、使えていない」のです。



大手だって、使えていない

「それって田舎の会社だからでしょうか?」。そんな声も聞こえてきそうですが、案外、そうでもありません。アクセンチュアがまとめたレポート「データ活用をいかに加速するか」(2022年)によると、「大企業の45%が依然、KKD(勘と経験と度胸)と集計・可視化で足踏みしている」とあり、大手だってデータを上手に使えていないのです。規模が小さくても、地方に立地していても、勝機はまだあります!

今あるデータを使う場合(宮城県内企業A社の場合)

ここからは、「それじゃあ、どうする?」について、「今あるデータを使う場合」と「これからデータを集める場合」の2つの視点で、支援企業を題材に勘所をお伝えします。先に答えを言うと、勘所は「何をしたいのか?」を起点にすることです。

宮城県内企業A社(書店)のケースです。今や書店はどこも厳しいですね。デジタル書籍や動画配信に押され、大手の書店が苦しいくらいです。街の本屋は推して知るべし。去年は、仙台市内の老舗書店が閉店するというショッキングなニュースもありました。

A社も、やはり厳しい。売上は減少傾向。客数増や客単価アップの特効薬もなかなか見つからない。ただ、「次の手を考えるためにも、何とか赤字を食い止めたい」。それが社長の願いでした。社長に提示いただいたデータを見ながら、思わず天を仰いだのを覚えています。その時の会話がこちら。

【A社社長と私の会話(原文ママ)】

私 売上データ、もう一回いいですか？

社長 どうぞ、これです(年別／月別の累計)

私 週ごと、曜日ごと、時間ごとにできますか？

社長 ええっ？(今でも忘れられない、超面倒くさそうな表情)

私 . . . えっと、次までに何とかできますか？

社長 分かりました(しぶしぶ)

何とか社長にデータ再集計をお願いすることができました。「助言してもらうつもりで行ったのに宿題が出たよ」。社長はそんな気持ちだったかもしれません。

さて翌週、次の面談の機会です。心なしか、社長の表情がちょっと明るかったのです。

【A社社長と私の会話(原文ママ)】

社長 分かりましたよ

私 どうなさいました？

社長 週ごと、曜日ごと、時間ごとにデータを区切ったら、●曜日の●時以降は全然売れていないことが分かったんです。みんなと相談して、その時間帯は店を閉めることにしました

私 そうでしたか、よいご判断だと思います

わずかですが、出血を食い止め、次の一手を考える前向きな気持ちになっていただきました。あの時の嬉しそうな顔も、忘れられないです。

ここでの気づきは、今あるデータを使うときは、もう少し細切れにする、そして、他のデータと掛け合わせる、ということです。御社でも、今あるデータを改めて見直すことで、何かが見えてくるかもしれません。そのとき大切なのが、「何をしたいのか？」です(今回は「赤字を食い止める」でした)。

これからデータを集める場合(青森県内企業B社の場合)

ところ変わって、青森県内企業B社(卸売業)。社長から「デジタル化だ、DXだ！」と大号令が出た企業です。「とはいえ、何から手を付けたらいいかわからない」と、私の所属元(東北経済連合会)に相談がありました。所属元では、ITの専門家を無料で3回派遣して、「DXと言っても、何から手を付けたらよいか……」という企業に、手を付ける場所と手の付け方を提案するサポートをしています。

3回の面談結果はこうです。「デジタル活用&業務効率化に向けて、まずは既存業務の棚卸をすること」を提案、棚卸方法について理解していただきました。

さあ、あとは実践あるのみ！となるわけですが、3回の無料派遣は終わってしまったので、ここからは私が引き取ってフォローしました。それから1か月後、意気揚々とB社に進捗状況を聞きに行った時のことです。

【B社 社員さんたちと私の会話(原文ママ)】

私 その後、どうですか？

社員さん① 全社的にやるには時間がかかるので、まだできてないんです

私 何か障害になってることはありますか？

社員さん② 業務の棚卸って、何だか社員のあら捜しをするみたいで……

社員さん③ 何だか、やったからって成果も見えづらいというか……

私 なるほど、そうでしたか……(あれ、空中分解しそう！)

このままだと、社長の「デジタル化だ、DXだ！」の号令と真逆の方向に行きそうで、やっぱりフォローと言うのは大切だな、伴走支援というのはこういうことを言うのか、と改めて想いました。続きはこうです。

【B社 社員さんたちと私の会話(原文ママ)】

私 それじゃあ、例えば、今何か問題に思ってることってありますか？

社員さん① そうですね... 卸だけじゃなく、WEB販売もしてるんですけど、クレームが結構あるんですよ。

私 なるほど... どういうクレームが多いんですか？

社員さん② ああ、私は「頼んだものと違うんだけど」っていうのを受けました

社員さん③ あ、私もそれ！もう1回送りなおしたよ

私 なるほど... それって、例えば、誰からどういうクレームが来て、どう対応した、とか何かまとめてあるんですか？

課長 いやー、まとめるように言われてるんだけど、手が回らなくて。

私 なるほど... それじゃあ、クレームをまとめて共有することからはじめましょうか。ロスも減らしたいし、人によって対応が変わるのもよくないですし。

こうして、B社では、クレームがあるたびに、電話を受けながら、メール対応をしながら、グーグルフォームに打ち込んで共有することになりました。商品の再送などのロスを減らすために、お客様のクレームを共有、クレーム処理の棚卸をすることにしました。ここでの気づきも、「何をしたいのか？」を考えてから、必要なデータを集める、でした。

今日からできる、データドリブン経営

データドリブンと聞くと、途端に縁遠い話に聞こえてきますが、データドリブン経営で有名なワークマンがやっているのは「エクセル経営」と呼ばれるものです。そのベースになる考え(=何をしたいのか?)は「お店の従業員がちゃんとエクセルを使えるようになること(それこそがデータドリブン、ということです)」です。難しいことはしていません。

「何をしたいのか？」をよく考えてから、今あるデータを見なおして、新しくデータを集める。そうするだけで、立派なデータドリブン経営です。だって、世の中の6割の企業は「データを集めても使えていない」、大手だって45%はできていないのですから。

正しい手順でデータを使い、飛躍的な成長を遂げる企業が、この宮城・東北から数多くはばたくことを願っています。

以上

診断みやぎウェブ版についてのお知らせ

いつも当協会ホームページをご利用いただき、誠にありがとうございます。

当協会のホームページでは本誌を含めた診断みやぎのバックナンバーを閲覧いただけます。



協会の概要と会長のあいさつをご紹介

[詳しくはこちら](#)



相談・コンサルティングご依頼の流れ

[詳しくはこちら](#)



協会員を一覧でご紹介

[詳しくはこちら](#)

お電話でのお問合せ
022-262-8587
 営業時間 9:00~17:00
 (休憩 12:00~13:00)
 不在時、留守番電話になる場合もあります。

〒980-0811
 宮城県仙台市青葉区一番町2-11-12
 プレジデント一番町303
FAX
 022-302-3412
MAIL
shindan-myg@etude.ocn.ne.jp

協会活動 **RSS**

令和3年1月度 相談担当当番表を公開しました。

2020年12月21日 [事務局からのお知らせ](#)

いつも当サイトをご利用いただきありがとうございます。令和3年1月度 相談担当当番表を公開しました。スマートフォンからご利用の方は一番下のバナーより、PCよりご利用の方はトップページ右のバナーよりそれぞれご確認ください …

[この記事を読む](#)



R2.12月度 相談担当当番表を公開しました。

2020年11月25日 [事務局からのお知らせ](#)

いつも当サイトをご利用いただきありがとうございます。R2.12月度 相談担当当番表を公開しました。スマートフォンからご利用の方は一番下のバナーより、PCよりご利用の方はトップページ右のバナーよりそれぞれご確認ください …

[この記事を読む](#)



R2.11月度 相談担当当番表を公開しました。

2020年10月23日 [事務局からのお知らせ](#)

いつも当サイトをご利用いただきありがとうございます。R2.11月度 相談担当当番表を公



[相談担当 当番表](#)

[会員専用ページ](#)

[協会会員専用ページログイン](#)

(参照元: 一般社団法人宮城県中小企業診断協会ホームページ <http://shindan-miyagi.jp/>)

トップページの右下、診断みやぎバックナンバーのリンクから閲覧いただけます。診断みやぎの掲載記事の内容を訪問先等で見ていただきたい場合にご活用いただけます。

また、診断みやぎでは会員の皆様の記事のご寄稿を募集しております。皆様の見識をぜひ地域の中小企業の活性化につなげていただきたいと思います。

掲載に関するお問い合わせは kintone内お問合せフォームから広報委員会宛てにご連絡ください。

令和6年度研修交流会 活動報告

一般社団法人 宮城県中小企業診断協会 研修委員会

令和6年度の研修交流会は全6回の日程で、そのうち4回が終了しました。多くの会員の皆様の参加を頂き、ありがとうございました。

第1回研修会『ノーコードツールを用いた中小企業デジタル化支援のあり方』

令和6年5月11日開催 講師:サイボウズ株式会社 パートナー営業部部长 雲岡 淳司 先生

第1回の研修会は、当協会でも導入されている kintone の開発元・サイボウズ株式会社より雲岡淳司先生をお迎えし、中小企業のデジタル化の現状を踏まえた上での、中小事業者へのノーコードツールを用いた支援手法についての研修を行いました。



第2回研修会『中小企業診断士が取り組むM&A支援実務と実例解説』

令和6年7月6日開催 講師:須藤 真司 会員

第2回の研修会は須藤真司会員を講師にお迎えし、中小企業の第三者承継における中小企業診断士の役割を、講師の実際のM&A支援の実例を踏まえながら研修を行いました。



第3回研修会『中小企業の成長のための段階的成長につながる広告/広報活用・提案の具体的なノウハウ』

令和6年9月9日開催 講師:佐藤 創 会員

第3回の研修会は宮城県よろず支援拠点・チーフコーディネーターでもある佐藤創会員を講師に迎え、中小企業支援における広告・マーケティング企画・売上拡大施策についての研修を行いました。

事業コンセプトの具体化や広告支援の手法を、実際の事例と、グループワークを交えながらご講義いただきました。



第4回研修会『効果的なコンサルティングのための取り組み方とノウハウ』

令和6年11月2日開催 講師:酒寄 久美 会員

第4回の研修会は前会長・現監事の酒寄久美会員を講師に迎え、中小企業診断士がコンサルタントとして社長・事業を支援し役割を全うするための、講師の30年にわたるコンサルティングで培われた姿勢・見識・ノウハウについて学びました。



今後の予定

第5回研修会『非営利法人の種類と特徴—各制度の相違点に注目して—』

令和7年2月15日開催予定 講師:千葉 勇人 会員

講義の概要(千葉講師より)

営利法人と比較して非営利法人の知見を備えた専門家は数が少なく、支援が十分であるとは言えません。

非営利法人の種類と特徴について、特に実務ポイントの対象となるNPO法人、医療法人、社会福祉法人を中心にお話します。

第6回研修会『中小企業の外国人材活用』

令和7年3月15日開催予定 講師:清水 仁美 会員

講義の概要(清水講師より)

深刻な人手不足の中、外国人材活用は一部の業種や大手企業に限られた戦略ではなくなりつつあります。

採用や在留資格など外国人雇用の基本知識にあわせ、多様性が中小企業にもたらすメリットについてお話ししたいと思います。

研修委員会からのお知らせ

令和7年度も、年6回の研修会を行う予定です。多くの皆様のご参加をお待ちしております。

また、当会会員に限らず、講師を務めていただける方も随時募集しております。地域の中小企業の活性化のために、皆様の見識を会員にご教授頂きたく願っております。何卒よろしくお願い致します。

研究会紹介

当協会では、診断士相互の知識共有及び診断指導技能の研鑽・向上を目的とした研究会を開催しております。入会を希望される会員の方は、各研究会の連絡先までご連絡頂きますようよろしくお願い致します。

1.介護福祉事業研究会

代表者	畠山 和敏
活動日・頻度	2ヶ月に1回
会費	会費:3,000円/年 会員数:10名
連絡先	畠山 和敏 (k.hatakeyama@fifthbridge.jp)
活動内容・成果	<p>当研究会では、介護福祉業界において</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 経営者へ寄り添った支援スキルを高めたい 2) 実際に支援業務に従事されたい 3) 自身の活動のために知識を身につけておきたい <p>という意欲のある方の入会を歓迎します。入会時点での業界知識の深さは問いません。</p> <p>介護事業者は、業界の特性上、3年ごとの保険改正への対応が求められます。慢性的な人材不足や、感染症へのより厳格な対策といった業務負担もある中、2024年1-8月の介護事業者の倒産件数は114件を記録し、介護保険法が施行された2000年以降最多となりました(東京商工リサーチ発表)。多くは「販売不振」や「赤字の累積」などが原因で、診断士の役割が求められるところです。</p> <p>こうした状況を踏まえ当研究会ではここ数年介護福祉業界の中でも介護事業を中心にした研究を行なっています。2024年度は事業者向けセミナーを2回開催し、研究会の認知度向上～事業者との連携強化を図りました。</p> <p>次年度も同様に、「研究」「成果発表」を短いサイクルで進めながら、介護事業者が存続・成長を図り社会的役割を推進していく上で抱える様々な問題・課題に対して、中小企業診断士として提案・支援を行うための研究を進めています。興味ある会員の入会・参加をお待ちしております。</p>

2.食品MD研究会

代表者	里舘 智大
活動日・頻度	不定期 土曜開催
会費	3,000円/年 会員数:7名
連絡先	里舘 智大 (satodate@esterplanner.onmicrosoft.com)

活動内容・成果	<p>当宮城県では数多くの食品製造業者さんが日々素晴らしい商品を製造・販売しています。食品MD研究会はそれらの商品をより効果的に販売するための『売り方』を、会員が情報を持ちよって研究・共有することで、県内の食品事業者様へのよりよい支援を行うための活動を行っています。</p> <p>今年度は2月に県内小売業の出店状況についての情報共有を行う予定です。皆様のご参加をお待ちしております。</p>
---------	--

3.産廃業経営診断研究会

代表者	伊藤 秀則
活動日・頻度	4回程度／年
会費	入会金なし、年会費3,000円
連絡先	谷口 弘晃 (hiroaki023@gmail.com)
活動内容・成果	<p>当研究会は、産業廃棄物処理業者が資格更新時における経営診断報告書等の作成依頼に対する受託業務を中心に活動しています。</p> <p>主な活動は、経営診断報告書の作成を通じて産業廃棄物処理業者の皆さんの経営改善につながるノウハウの蓄積や業界内外の情報交換を行うことでメンバー間での情報共有を図っています。協会HPには経営診断報告書の作成事例等を紹介しておりますのでご覧ください。</p>

4.事業承継研究会

代表者	高橋 広之
活動日・頻度	1年間に6回～7回
会費	年会費 3,000円
連絡先	高橋 広之 (takahiroshindanshi@outlook.jp)
活動内容・成果	<p>令和6年度は12月までに会員の事業承継に関して業務上の経験を基に、研究会を2回開催いたしました。</p> <p>研究内容としては、「親族承継についての事例」「今まで従事してきたスモールM&Aでの成功例・失敗例と事業承継・引継ぎ補助金」について実施してきました。今後の研究会の内容としては「農業における事業承継について」「PMIについて」を研究して参ります。</p> <p>興味のある方は、まずはお試し参加にて、事業承継研究会の雰囲気を感じてください。お待ちしております。</p>

新入会員紹介

信用第一の診断士を目指して

郷右近 匡俊



2024年5月に入会させていただきました郷右近匡俊と申します。何卒よろしくお願いいたします。

【プロフィール】

1990年生まれの34歳で宮城県利府町出身です。実家は蕎麦屋を営んでおり、近くで両親の姿を見てきたことで経営に興味を沸き、高校は商業高校へ進学し大学は経営学部を卒業しました。

趣味は温泉や旅行、お酒などです。最近では妻の影響で韓国料理にはまっています。

仕事は商社にて12年間勤め、事業部の管理業務に従事しております。主に経理をメインに子会社管理実務や経理DX推進、内部統制や給与労務、連結、各種監査対応、法改正対応等に従事しております。

【中小企業診断士を目指した動機・取得後の変化】

現職の会社に入社した当初、子会社管理実務に取り組む中で担当会社の経営者から助言を求められるケースがありましたが、自身の職務領域に限定した主観的で視野狭窄な助言しかできず、貢献できなかった苦い経験がございます。この経験から経営を俯瞰できる知識や論理的思考を身に付けようと資格取得を決意しました。

取得後というより学習過程の中で、問題の本質を捉えた分析力や課題解決力や大局的な観点が徐々に身につき、成果を出し、経営層の方から感謝のお言葉をいただいたのは嬉しい変化でした。

【今後の抱負】

自分自身も実際に手足を動かし、経営者の方の悩みに真摯に向き合い共に解決することで信用信頼していただける中小企業診断士を目指して参ります。

診断士としての自己の確立に向けて

小林 勝



皆様初めまして。2024年4月に入会しました、小林勝と申します。2016年に診断士登録したものの特段の活動はしておりませんでした。2024年に勤務環境が変わったこともあり、診断士としての活動を広げたいと考えこの度入会いたしました。どうぞよろしく申し上げます。

【プロフィール】

仙台市在住で実家は岩沼市にあります。大学で経営学を学び地方銀行に入行。法人融資・法人営業畑で約16年間勤務。その後、経営コンサルティング会社に転じ6年間在籍。ビジョン、中計、グループ経営、人事・組織、営業など数多くのテーマで企業支援を経験しました。2024年2月に現職のコンサルティング会社に移り、人事・組織領域を中心に企業のご支援に従事しています。副業が可能となったため、今後に向けて診断士としての活動に少しずつトライしているところです。

【中小企業診断士を目指した動機・取得後の変化】

診断士を目指すきっかけが硬・軟で2つあります。硬は、震災復旧・復興期に石巻に勤務していた際、金融面で目処はついていても事業・組織・人の課題が大きく立ちはだかる様を目の当たりにし、幅広く支援できる力が必要だと感じたことです。軟は、同時期に協会会員でもある友人が診断士を目指しているという話を聞き刺激を受けたことです。

取得後は、銀行から飛び出てコンサル会社でチャレンジするなど、キャリアに関する自身の考えに変化が生まれました。

【今後の抱負】

銀行では財務の基礎、経営コンサルティング会社では経営視点で支援する力を身に付けてきました。さらに現職では人事・組織領域の専門性向上と弱点のデジタル領域の知識習得に努めています。この経験を基に、診断士としての自立・自律に向けて、どのような活動ができるか試行錯誤していきたいと考えております。

自身と関わったお客様を幸せに、 元気にできる診断士を目指して

小峰 元気



皆様はじめまして。2024年11月に入会させていただきました小峰元気と申します。これからよろしく
お願いいたします。

【プロフィール】

1989年(平成元年)札幌市生まれ。転勤族で、小学校4年から、父の実家がある仙台市に引っ越し
て以来、中・高・大と仙台市で過ごし、現在も仙台市本社の銀行で勤務しております。自身のキャリア
は県北、沿岸、県外(山形)、仙台市中心部の支店で法人融資担当・統轄を経験し、現在は本部で融
資商品・サービスの企画開発担当をしております。

支店経験の中では、中小企業から中堅・大企業へのファイナンス、経営改善支援、個人の資産家
や経営者へのファイナンスを活用した事業承継・相続対策(株式や不動産移転)支援などを主に担当
してきました。

【中小企業診断士を目指した動機・取得後の変化】

沿岸部で融資の担当をしていた頃、震災で被害を受けた事業者の再生支援に携わることが多く、
その際にお世話になったのが、コンサルの先生達。自身でコンサルの先生達を作るような計画を作
れないかと思ったのが診断士を志すようになったきっかけだった気がします。

また、どの業界でも商品の提案だけだとそれが新しい商品であってもすぐに類似品が生まれ、競合
に巻き込まれる等、差別化が難しい情報社会・時代になった今を生き抜く中で、コンサルを掛け合
わせることで新たな付加価値を提供したい、個人の強みを磨きたいと思ったのも動機の一つです。

資格取得を通して、物事を捉える視野が広がり、今まで見えてなかった世界、領域にも興味湧く
ようになりました。

【今後の抱負】

本業を充実させながらも診断士としての活動を行なっていくことや、自身のキャリアを充実させるた
めの診断士の活動ができれば嬉しいです。

働き方が多様化している中、企業内診断士ではありますが、一診断士として活躍のフィールドを少
しずつ模索していくとともに、社内の同僚や部下に対してもこういうキャリアパスがあるというこ
を堂々と示すことで、診断士を志すための動機付けに貢献出来れば幸いです。

会社の経営危機を目の当たりにして、
診断士を目指しました。

高山 洋祐



皆様はじめまして、高山 洋祐と申します。2016年7月に診断士登録後、広島県中小企業診断協会に所属し活動させて頂いておりました。転職に伴い2019年より宮城県仙台市に居を構え、最近漸く仕事が落ち着いて参りまして2024年度より本協会に入会させて頂きました。どうぞ宜しくお願い致します。

【プロフィール】

出身地は広島県広島市で、1981年生まれの43歳です。

出身地の高校を卒業後、ここ宮城県の大学で機械・電子工学を学び、修士課程を修了したのち電機メーカーへ9年、完成車メーカーへ3年勤めました。電機メーカーでは主に新工場の立ち上げ、生産技術関係、完成車メーカーでは新車種開発のプロジェクトマネジメント業務に従事しておりました。

現在は在学時に所属しておりました大学研究室が興したベンチャー企業の取締役を務めております。

【中小企業診断士を目指した動機・取得後の変化】

私が中小企業診断士を目指したのは、当時在職していた電機メーカーで起こった経営危機がきっかけです。これまで理系一筋で経営戦略等に関する知識など皆無であった為、メディア等で取り沙汰されていた種々の原因に関して理解すら出来ていませんでした。その為会社の中の一個人として推定する知識を持ちたいと考え、一連の知識体系が学べる本資格取得を志しました。

取得後は、定量的な根拠である財務的な状況、また社内の文化や雰囲気などの定性的な根拠など多面的な分析が出来る様になりました。

また現在ベンチャー企業の経営面、財政的な面での業務も行っておりますが、中小企業診断士資格取得で獲得できた知識や経験が非常に役に立っております。

【今後の抱負】

広島県中小企業診断協会に在籍していた時は協会内での活動への参加、また地元中小企業経営者様へのコンサルティングなど多岐に渡る活動に従事させて頂いておりました。本協会でも同様に、中小企業診断士の知識をフルに活かし、地域経済に密着した活動が出来る様に精進して参りたいと思います。ご指導ご鞭撻の程、どうぞよろしくお願い致します。

東北地方の可処分所得の向上と幸福度の向上を目指し、独立診断士として活動しています

永田 沙由梨



管理栄養士の資格とのダブルライセンスです。健康的でイキイキと幸せに働くことと高いパフォーマンス・成果を両立する中小企業を増やしたく、独立中小企業診断士をしています。

東北地方を盛り上げていきたいと、昨年地元・仙台に帰ってきました。

【プロフィール】

大学卒業後、東京の看護師が立ち上げた社員5名のヘルスケアベンチャーに入社。商品企画や大手企業とのイベント企画運営などに携わったのち、営業マネージャー・事業部長のマネジメント職を経験。社員130名規模の幹部として事業計画立案、人事制度立案、規定の策定などを担当、DD後の事業売却も経験しました。

小企業～大企業のあらゆる業種と連携した経験、企業の成長期を当事者として担ったことが強みです。現在は、15年過ごした東京を離れ、健康経営を中心とした経営コンサルタントをしています。

【中小企業診断士を目指した動機・取得後の変化】

第一子の産休・育休中に、リカレント教育という言葉が流行っており、自分も何かしたいと思い、経験を活かせ、人の役に立てる資格である、中小企業診断士を目指しました。

知識がつくにつれて、仕事が楽しくなるのを実感しました。

取得後は、コロナ禍で価値観が変わったこともあり、地元に戻ろうと決意。同時に、独立をしました。地域活性化・女性活躍・健康経営がテーマです。健康づくりやタイムマネジメントに関してはお任せください！

【今後の抱負】

現在、4歳・2歳・0歳の男の子を育てています。第3子を出産時に大病を患ってしまい現在加療中。仕事、育児、治療の両立は、、、できない！ので、ゆっくりと歩んでいます。今が人生で一番辛い時期になることを願いつつ、、、夢は、中小企業を経営する中小企業診断士になることですっ！長い目でお付き合いいただくと嬉しいです。

人を動かす診断士になる

馬場 一星



はじめまして、馬場一星と申します。私は国分町に事務所を構え、診断士として企業支援を行う傍ら、行政書士としても活動しています。趣味はカレーの研究で、身体にやさしいオリジナルスパイスカレーを作っています。最近、まちづくりにも取り組んでいます。

【プロフィール】

私はこれまで20年以上、飲食業界に携わってきました。大学を中退後、父方が代々蕎麦屋を営んでいた影響で、21歳で料理人の道を選びました。最初は和食店で皿洗いの下積みからスタートし、その後イタリアンやフレンチを学びました。29歳でビストロを開業しましたが、震災をきっかけに店を閉め、海外に渡ることになりました。しかし、訳あって2か月後に帰国し、その後は飲食チェーンで12年間働きました。そして、令和6年2月に診断士登録をしました。振り返れば華々しいキャリアとは程遠い、泥臭くスパイシーな半生であります。

【中小企業診断士を目指した動機・取得後の変化】

資格を目指すきっかけは、コロナ禍でした。長期休業を強いられ、これまで飲食業一筋でやってきた私は、絶望感とともに強い焦りを感じていました。家族を守るためには何かを変えなければならないと思い、まずは資格を取ろうと決意しました。幸いにも時間だけはあったので、診断士の勉強を始めました。

コロナ禍は自分自身と向き合う時間でもありました。資格を取得した後、周囲の経営者の相談に乗る中で、自分や家族のためだけでなく、誰かのために仕事をしたいという想いが強くなり、独立を決意しました。

【今後の抱負】

テクノロジーが進化しても、機械では代替できない複雑な仕事や、人が行った方が早い、または安い仕事は数多く存在します。そうした業種では、マネジメント力が業績に大きな影響を与えますが、これは私の得意分野でもあります。私たちが向き合う社長も人です。人をどう動かすかが企業にとって最大の課題であり、私の使命でもあると考えています。

地域・企業の課題によりそう診断士を目指して

堀井 厚太郎



はじめまして、堀井厚太郎と申します。2021年度試験に合格後、仙台地区の実務補習で、診断協会の先生方から貴重なご指導をいただきましたが、引き続き様々なことを勉強させていただきたいと思い、入会しました。よろしくお願いいたします。

【プロフィール】

1991年生まれ、山形県出身です。大学生活を仙台で過ごした後、2014年に東北電力へ入社し、福島県内の事業所で6年間勤務後、現在は仙台市内の本店で勤務しております。入社以降、主に販売部門の仕事を経験してまいりましたが、現在はグループ戦略部門という職場で、グループ企業の経営計画に係る仕事に携わっております。

趣味はサッカー観戦と将棋です。

【中小企業診断士を目指した動機・取得後の変化】

福島県内の事業所で法人営業に従事していた際、中小企業の経営者と対話する機会があり、中小企業の経営や事業に興味を持ったことが、診断士を目指した最初のきっかけです。当時営業担当として、エネルギーだけでなく、経営全般に係る知識やスキルがあれば、経営者の良き相談相手になれるのでは、と若輩者ですが考えたような記憶があります。取得後、現在は法人営業の仕事から離れておりますが、試験勉強や実務補習で得られた知識と経験は、むしろ今の職場において活用できる場面が多々あると感じております。

【今後の抱負】

当社東北電力では「地域社会との共栄」という経営理念を掲げております。地域・企業の課題によりそう診断士を目指すべく、まずは企業内で自分の役割・責任を果たすことが重要だと考えておりますが、今後少しずつ社外への活動フィールドを広げていきたいです。

令和6年度 協会の活動

5月	第1回研修交流会	10月	理論政策更新研修
	第11回定時総会		中小企業診断士試験(二次筆記)
7月	第2回研修交流会	11月	第4回研修交流会
	夏期実務補習	1月	新年会
8月	中小企業診断士試験(一次)		中小企業診断士試験(二次口述)
9月	秋季実務補習	2月	第5回研修交流会
	第3回研修交流会		冬季実務補習
		3月	第6回研修交流会

入会のご案内

一般社団法人宮城県中小企業診断協会では、当県での活躍を希望する中小企業診断士有資格者の入会を随時受け付けております。

入会を希望なさる方については面談を行っております。詳しくはページ下の連絡先までご一報下さいますようよろしくお願い致します。

診断みやぎ 2025年新春号

発行日 令和7年1月30日

一般社団法人 宮城県中小企業診断協会 (編集担当: 広報委員会)

〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町2-11-12プレジデント一番町303

電話 022-262-8587 メールアドレス shindan-myg@etude.ocn.ne.jp



たった5分の電話。

そんな小さなきっかけが、
私の会社を、変えた。

宮城県中小企業診断協会 無料相談窓口

022-262-8587

祝祭日を除く、平日(月～金) 毎日受付中です。

10:00～12:00、13:00～16:00

電話相談窓口も、中小企業診断士が行っています。

経営革新

創業

事業承継

IT利活用

販路拡大

人材育成

資金繰り

補助金活用

経営革新等支援機関

一般社団法人 宮城県中小企業診断協会

〒980-0811 仙台市青葉区一番町2-11-12プレジデント一番町303

電話 022-262-8587 FAX 022-302-3412

Eメール shindan-myg@etude.ocn.ne.jp

当協会は、宮城県の地域プラットフォームを構成する認定支援機関です。
中小企業診断士は、経営コンサルタントの唯一の国家資格です。