



2021年、2022年に続き3年目となる「稼げる診断士」の特集。今回は、筆者が塾長を務めた「稼げる！プロコン育成塾」（以下、稼プロ！）の原点に戻り、「コンサルタントとしてどうありたいか」を軸として企画した。

稼プロ！では、お客様から信頼を得てリピートで仕事をいただいたり、他のお客様を紹介していただいたりなど、お客様と良好な関係を構築できている診断士を「稼げる診断士」と定義している。

## 1 コンサルタントに求められる姿勢

筆者は、2001年に中小企業診断士に登録し、すぐに宮本邦夫氏が塾長を務める稼プロ！1期で学び、11期から20期まで2代目塾長を務めた。

稼プロ！では、「診る」、「書く」、「話す」、「聴く」という4つの基礎スキルの習得も目的としているが、これら以上に重視してきたのが、初代塾長の教えであるコンサルタントとしての3つの姿勢である（図表1）。診断士としてどうありたいのか、誰のために、何のために、どのような活動がしたいのか——これらはコンサルタントの礎となる部分である。以下、それぞれ解説する。

### (1) 人としての徳と欲

- ①報酬はお布施である：損得で仕事を選ぶのではなく、お客様や社会にとって善いことかどうかを考える。
- ②コンサルタントとしての品格：コンサルタントである前に、人としてどうあるべきかを優先する。
- ③仕事に対する欲と成長に対する欲：自分ができる仕事以外にも、新しいこと・難しいことにも挑戦し、それに伴い自分を高める意欲を常に持ち続ける。

図表1 コンサルタントとしての3つの姿勢

1	「人としての徳と欲」（基本姿勢）	①報酬はお布施である、②コンサルタントとしての品格、③仕事に対する欲と成長に対する欲
2	「三意を持って」（仕事姿勢）	①誠意、②熱意、③創意
3	「太陽を狙え」（本質を見抜く姿勢）	①物事の本質、②物事の因果関係、③物事の優先順位

筆者作成

### (2) 三意を持って

- ①誠意：お客様との約束は、どのようなことがあろうと、責任をもって最後まで成し遂げる。
  - ②熱意：お客様の目的の実現に向けて惜しみなく時間を注ぐ。
  - ③創意：お客様の状況にあわせて、常に最良の方法を考え、提案できる。
- 仕事において、どのような言動がこれらの姿勢に該当するのか、自分の言葉で定義し、実践する。

### (3) 太陽を狙え

- ①物事の本質：もっとも大事なものは何かということに常に意識する。
- ②物事の因果関係：原因-結果がどのようになっているのかを正しく見極め、問題解決にあたる。
- ③物事の優先順位：先に行うべきものは何か。限られた時間を有効活用し、生産性を高める。

## 2 関係する人々を幸せにする経営姿勢

上述の3つの姿勢はすべて、本特集のテーマである「稼げる診断士」に直接的につながるものだ。3年目となる今年は、さらに踏み込み、「いい会社」の経営から、稼げる診断士のあり方を学び取ることができないかと考えた。

きっかけとなった出来事がある。筆者は、今年度、人を大切にする経営学会の経営大学院事業である経営人財塾6期に入塾した。『日本でいちばん大切にしたい会社』（あざ出版）の著者である坂本光司氏が塾長をされており、企業経営の「あり方」について学んでいる。企業経営の「やり方」ではない。

この学会は、「人を幸せにする経営」を実践している企業を「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞として、毎年表彰している。ここでいう「人」とは、①社員とその家族、②取引先（社外

社員と呼ぶ）とその家族、③現在の顧客と未来の顧客、④地域社会、⑤ステークホルダーの「5人」をいう。

企業の経営の目的は、企業経営に関係する人々を幸せにすることであり、その手段として企業は利益を生み、納税義務を果たしていく必要がある。

関係する人々の幸せを指すという「いい会社」の究極の目的は、診断士の存在意義そのものでもある。「いい会社」のありかた、稼げる診断士のあり方は、重なり合っていると考えた。両者を対比できるようまとめたのが、図表2である。

本特集では、「稼げる診断士」として3名の稼プロ！卒業生を取材した。皆、「いい会社」から学ぶ診断士のあり方を無意識に実践している。読者のロールモデルとして参考になれば幸いである。

図表2 「いい会社」と「稼げる診断士」の比較

いい会社	稼げる診断士
経営者が経営哲学をもち、理念を社内に浸透させている	診断士としてどうありたいかという確固たる信条を持っている
経営者は、損得ではなく善悪で物事を判断している	お客様に寄り添う姿勢、奉仕の精神を持ち合わせている
社員は、この会社は自分を成長させてくれると実感している	お客様の声を傾聴し、お客様の強みの発揮を後押ししている
社員のモチベーションマネジメントを通じて、社員の自主性を引き出している	お客様の意思決定を支援し、お客様が自ら一步を踏み出せるように背中を押ししている
将来の市場変化を予測し、事業戦略を構築している	求められる専門性を予測し、自分を高めることを惜しまない

筆者作成