



社外の専門家との向き合い方（2）

事前準備 編

中小企業活力向上オンラインセミナー 戦略・経営者分野

中小企業活力向上プロジェクトアドバンス実行委員会事務局



専門家を呼ぶときのポイント

1	心構え	<ul style="list-style-type: none">対話で協力関係を築く自社の状況に適した策を見極める
2	事前準備	<ul style="list-style-type: none">論点を絞る目標を明確にする問い(仮説)を立てる
3	伝え方	<ul style="list-style-type: none">事実・解釈・行動の順序で説明する(空・雨・傘)



①論点を絞る

- 相談したいことはたくさんあっても、面談時間は1時間～長くて3時間
- 全部は話せないなので、話したいトピックは事前に絞り込んで優先度をつける



①論点を絞る

- 相談したいことはたくさんあっても、面談時間は1時間～長くて3時間
- 全部は話せないなので、話したいトピックは事前に絞り込んで優先度をつける

事前のセルフワーク

事前に相談したい
ことを書き出す

だれかに相談したいこと

不採算事業をどうするか

人材が定着しにくい

後継者がいない

法改正への対応

売掛金の回収遅れ



①論点を絞る

- 相談したいことはたくさんあっても、面談時間は1時間～長くて3時間
- 全部は話せないなので、話したいトピックは事前に絞り込んで優先度をつける

事前のセルフワーク

事前に相談したい
ことを書き出す

緊急度と重要度を
つける

だれかに相談したいこと 緊急度 重要度

不採算事業をどうするか	高	高
人材が定着しにくい	中	中
後継者がいない	低	高
法改正への対応	中	高
売掛金の回収遅れ	中	中



①論点を絞る

- 相談したいことはたくさんあっても、面談時間は1時間～長くて3時間
- 全部は話せないなので、話したいトピックは事前に絞り込んで優先度をつける

事前のセルフワーク

事前に相談したいことを書き出す

緊急度と重要度をつける

相談の優先度を定める
(専門家の得意領域も加味)

だれかに相談したいこと	緊急度	重要度	優先度
不採算事業をどうするか	高	高	◎
人材が定着しにくい	中	中	
後継者がいない	低	高	
法改正への対応	中	高	○
売掛金の回収遅れ	中	中	



専門家にも得意領域がある

- 「経営コンサルタント」もさまざま…
 - 人事領域が得意な経営コンサルタント
 - 財務領域が得意な経営コンサルタント などなど…
- 得意領域でなくとも相談には一定のれるが、せっかくなら専門領域の知見をもらいたいもの。
- 選べるなら、自社の悩みに適した専門家を呼ぶ
- 選べなければ、「この中に得意分野にあたるものありますか？」とストレートに聞いてしまうのもOK



専門家を呼ぶときのポイント

1	心構え	<ul style="list-style-type: none">対話で協力関係を築く自社の状況に適した策を見極める
2	事前準備	<ul style="list-style-type: none">論点を絞る目標を明確にする問い(仮説)を立てる
3	伝え方	<ul style="list-style-type: none">空・雨・傘で伝える



② 目標を明確にする (SMARTの法則)

S

M

A

R

T

※SMARTの法則はいくつか派生したものがあるが、本資料では発案者であるGeorge. T. Dran博士の論文
“There’s a S.M.A.R.T. way to write management’s goals and objectives(1981)”より抜粋



② 目標を明確にする (SMARTの法則)

S	pecific	具体的である
M	easurable	測定可能である (少なくとも目安がある)
A	ssignable	担当者を割り当てることができる
R	ealistic	現実的に達成可能である
T	ime-related	達成期日を設定できる

※SMARTの法則はいくつか派生したものがあるが、本資料では発案者であるGeorge. T. Dran博士の論文
“There’s a S.M.A.R.T. way to write management’s goals and objectives(1981)”より抜粋



② 目標を明確にする (SMARTの法則)

S	pecific	具体的である
M	easurable	測定可能である (少なくとも目安がある)
A	ssignable	担当者を割り当てることができる
R	ealistic	現実的に達成可能である
T	ime-related	達成期日を設定できる

例

“不採算事業を
どうにかしたい”

ではなく…

“不採算事業のコストを削減
して、6ヶ月後には
粗利益率を10%改善したい”

SMART!

※SMARTの法則はいくつか派生したのものがあるが、本資料では発案者であるGeorge. T. Dran博士の論文
“There’s a S.M.A.R.T. way to write management’s goals and objectives(1981)”より抜粋



専門家を呼ぶときのポイント

1	心構え	<ul style="list-style-type: none">対話で協力関係を築く自社の状況に適した策を見極める
2	事前準備	<ul style="list-style-type: none">論点を絞る目標を明確にする問い(仮説)を立てる
3	伝え方	<ul style="list-style-type: none">空・雨・傘で伝える



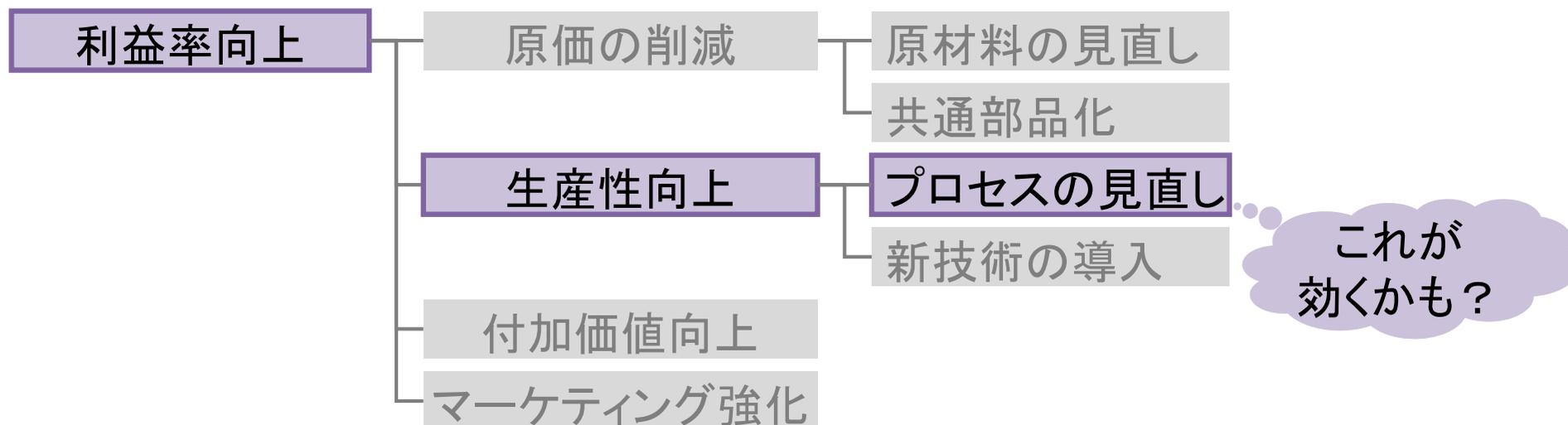
③問い(仮説)を立てる

- 仮説検証プロセスを回す
- 仮説＝「解決策はこれではないかな？これが効くかも？」とあたりをつけること
- 例：不採算事業のコストを削減して、6ヶ月後には粗利益率を10%改善したい



③問い(仮説)を立てる

- 仮説検証プロセスを回す
- 仮説＝「解決策はこれではないかな？これが効くかも？」とあたりをつけること
- 例：不採算事業のコストを削減して、6ヶ月後には粗利益率を10%改善したい



あたりをつけて、専門家と共に検証していく



(おまけ) こんなケースもあります

当初の問い

“売上向上のためにはSNSでは？”





(おまけ) こんなケースもあります

当初の問い

“売上向上のためにはSNSでは？”



専門家との対話の結果…

“まずは5S！そのあとにSNS”



専門家と対話しながら、取り組む順番を考える



専門家を呼ぶときのポイント

1	心構え	<ul style="list-style-type: none">対話で協力関係を築く自社の状況に適した策を見極める
2	事前準備	<ul style="list-style-type: none">論点を絞る目標を明確にする問い(仮説)を立てる
3	伝え方	<ul style="list-style-type: none">空・雨・傘で伝える