



## はじめに

私が「中小企業を支援する」という仕事のやりがい目覚めたのは、2000年12月に勤めていた金融機関が破綻し、資金繰りに困った顧客のフォローをしていたころです。これを一生の仕事にしようと独立したのが2002年。勤務先の破綻から約1年後、その金融機関はまだ残務処理中でした。

独立当時は、「金なし」「資格なし」「経験なし」「人脈なし」のないない尽くしです。まずは資格を手に入れようと考え、勉強を開始しました。資格試験の勉強を続けながらも生活は続くので、何らかの形で稼いでいかねばなりません。そこで日々行なっていたのは自分で集客し、運営する「自主開催セミナー」です。開催すれば、少なくともその日に来てくださった方々から参加費がいただけるからです。テーマはもちろん、前職の経験を活かした「資金調達」で、名刺には「資金調達アドバイザー」（何の資格も実績もないのにコンサルティングと名乗るのはおこがましいと考えたためです）と刷り、数年後に立ち上げた会社名も「株式会社資金調達」としたくらい、自分の得意分野をアピールし続けました。

この自主セミナーの当面の目的は参加費収入ですが、最終的に目指していたのはもちろん顧問先獲得。しかし毎週のように開催しても、なかなか結果が出ない。私が呼べる客層



と、呼びたい客層（見込み客）とに乖離があったのでしよう。

そもそも、集客そのものにはたいへん苦労しました。たとえば異業種交流会などで出会った人々にセミナーの案内をするのですが、しばらく続けられれば、この見込み客リストがどうしても「やせて」くる。参加者の減少、レスポンスの低下です。常に新しい人々をリストに取り込んだり、セミナー内容を刷新し続けないと、「ああ、またこの人からのセミナー案内だ、前に行ったからもついいよ」と飽きられてしまうのです。

自主セミナーには自主セミナーの利点もあるのですが（後でお話します）、食べていけないビジネスにまで成長させるのは容易ではないのだと、身をもって知りました。

自主セミナーを続けるうち、「土業が集まる勉強会で喋ってほしい」という依頼が入り始めます。そこで出会った土業の方々から、後日ご自身のクライアントを紹介されて、単発コンサルティングや顧問契約に至ることもしばしばありました。そこでようやく気づいたのです。「**自主セミナー講師ではなく『よばれる』講師になるべきだ**」と。

「よばれる講師」になれば、集客リスト作りに奔走することもなく、自分のセミナーテーマに沿ったお客さんを主催者側が集めてくれます。もちろん主催が自分でないセミナーでも集客に協力するのは大切ですが（詳しくは3章）、自主セミナーほどのリスクもプレ

ッシャーもありません。

集客がラクになれば、そのための時間を自分のコンテンツ作りに充てられます。内容を深めるもよし、幅を広げるもよし。コンテンツの充実、すなわち「商品」の充実は、今後の活動にとっての生命線とっていいでしょう。実際、私も自主セミナー講師から「よばれる講師」になって以降、セミナー内容を練り上げ、テーマの幅を広げることができるようになりました。内容に深みが出たり、テーマが広がったりすれば、それだけよんでもらえる機会も増えます。

また、会場では「先生」と紹介され、お客さんは「主催者がわざわざよんでくるほど、権威ある講師」というよい印象を持ってくれます。

これは大きい。実際に権威があるかどうかの事実は別にして、「よばれる」いることは確かで、そのせいでお客さんは、出会いの時から優秀な先生と思ってくれるのです。となると、単発であれ顧問契約であれ、**仕事の依頼につながりやすくなります**。

私がこの「よばれる講師」の利点に気づいたのは2004年ごろ、独立から2年も経っています。ちよつとのんびりしすぎました。でも気づいたときから今日まで、試行錯誤を



繰り返しながら、「商工会議所から講師としてよばれるためのノウハウ」に磨きをかけてきました。私が6年かけてたどった道のりを、本書を読めば90日程度であなたも歩むことができるでしょう。ノウハウの囲い込みはしません（というか、できない性格です）。この本でみなさんがスムーズに自主セミナー講師を卒業し、スピーディに「よばれる講師」へ移行できれば、私はとても嬉しいです。

講師ナビゲーター 東川 仁