

瓦

KAWARABAN

人気のある経営コンサルタントと
いうのは話し上手が大きな条件の一
つ。身近なテーマ、誰もが共感する
ような話題から関心を持たせ、分か
りやすい言葉で独自の成功体験を示
す。それを聞いて多くの人に「自分
も成功できる」と思わせる経営コン
サルタントこそが、あちこちから講
演活動などで引つ張りだこになる。

その点、N I コンサルタント（東
京都港区）の長尾一洋社長も、人気
のある経営コンサルタントの一人で
ある。長尾氏は、九一年に紙の営
業日報を使った営業指導・営業改革
を開発し、九八年にはIT技術を使
った営業改革支援システム「顧客創
造日報」シリーズを開発して、一部
上場企業から社員数十名程度の小企
業まで、千四百社を超える企業の営
業革新を支援している。日報をつけ
ることで営業の成功体験への道筋が

見えてくるというのが、長尾流のコ
ンサルタントだ。

そんな長尾氏が十月二十日に「可
視経営」経営のコックピットを機能
強化せよ」という新書を中央経済
社から出版した。

可視化、見える化。昨今、こうし
た言葉がキーワードとして使われる
ことが増えてきている。ただ、一般

N I コンサルタントの 長尾一洋社長が 新書『可視化経営』を出版

的には、製造現場での抜け・漏れ防
止のための可視化、データをグラフ
化して分かりやすくしたことを可視
化というケースが多いが、「企業の
視覚機能を強化することで、見えな
かったものを見えるようにする仕組
みを構築し、それを基盤として新た
なあり方を示しました」という。
どういうことか。その具体的事例

を示したのが今回出版した『可視化
経営』というわけだ。本書では、N
I コンサルティングが行ってきた企
業経営改善の仕事を通じて体験した
企業の問題点を整理して、可視化経
営の基本的な考え方、マネジメント
の可視化、現場情報の可視化、営業
動向の可視化、部門間の可視化、可
視化経営の目指すべき姿、さらには

を見据える『可視化経営』を目指さ
なければなりません」

「また、『可視化経営』は、企業
の内部統制やコンプライアンスのレ
ベルを高めるのに非常に有効なもの
でもあります。自由度を上げ、裁量
を増やす代わりに、その行動をオー
プンにし、他者から見えるようにす
る取り組みでもある」という。

長尾氏が見てきた飲料機械メーカー
や医療機器販売会社による可視化経
営の実際などを紹介している。

「前人未到の世界に突入せざるを
得ない以上、企業経営においても、
勘に頼った当てずっぽう経営、感覚
的な思いつき経営、過去の経験に照
らした成り行き経営ではなく、先を
見通し、現状を把握し、進むべき道

如何だろうか。可視化経営とい
うものも少しは「見えてきた」のでは
ないだろうか。

長尾氏の経営セミナーを一度聞い
たことがある。実に分かりやすい話
から「なるほど、そういうやり方が
あるのか」と新たな発見に出会った
ような思いに駆られた。こういう刺
激がビジネスマンには必要だ。