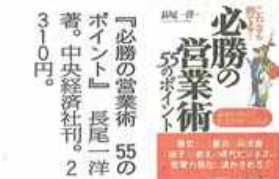


# Book Magazine i.

毎月第1火曜日に掲載



ビジネスリーダーが薦める



◆Niconサルティング 1  
991年設立。本社を東京都港区に置き、資本金2億1000万円。日報を活用したコンサルティングを展開し、98年から順次、自社開発のパッケージソフトの販売やシス

「ながお・かずひろ」横浜国立大商卒。経営コンサルティング会社で経営計画策定、人事制度構築、CI、教育研修など各種コンサルティングを経験。1991年株Niconサルティングを設立し代表取締役に就任。『幸福経営マン』『ダイヤモンド社』など著書多数。中小企業診断士、上級システムアドミニストレーター。広島県出身。

営業マンの報告書である。日報を、をIT(情報技術)化するというユニークな手法で中堅・中小企業経営指導に成果を上げているNiconサルティング。新たに「可視化経営」という概念を打ち出し、同手法を一段と進化させたことで、より強力な経営支援を行う仕組みを構築しつつある。社長長尾一洋さんは、「日本の中小企業を元気にしたい」と創業以来の夢を語る。

(原稿)

「日報をベースにした営業支援システム(SPA)を軸に、経営コンサルタントをされているのですか」

「SPAは日本では1996年ごろから普及し始めたのですが、もともとは米国で生まれた概念なので、同業者のほとんどはその日本語版を作ったというイメージです。米国の営業マンは基本的にコミッションフィー(完全歩合制)ですから、営業マンが何をしようと思えば、商談が成立する。見込みの状況がわかれば良いという考え方が、このため、米国型SPAは商談ごとに受注金額や時期などの見込み、が画面上に羅列されるだけです。それに対し、日本では営業マンが日報を書く慣行がある。これは固定給で雇用し、新卒のときから教育して、いくという慣習のためです。当社は、その日報に着目して独自のSPAを開発し、98年に発売しました。見込みのデータを出すのは米国型と同じですが、画面上で上司が営業マンの毎日の行動を把握してアドバイスできる仕組みになっています。営業力を強化するには頭を使わないといけない。結果だけを問うのではなく、この顧客には何回

## 「可視化経営」で中小企業支援



Niconサルティング社長 長尾 一洋さん

訪問したとか、どんな約束をしたとかの記録を残し、会社の中で共有していく必要がある。それには、日報をベースにする」とが必須だと考えたのです」

「営業部門以外にも活用できようですか」

「実は今、『可視化経営』というものを掲唱して、昨年10月には同名の本も出版しました。日報をベースにしたシステムを神経みたいに社内の各部門に張り巡らして現場の情報を吸い上げ、大脳に当たる経営幹部がその情報をみて、シャッしたり、神経を伝って社員に指示したりする仕組みを作ろうというコンセプトです。会社の進むべき方向性を画面で確認できるので、社員もそれに沿った行動

をとりやすくなります。今、企業に求められている内部統制やコンプライアンス(法令順守)も確立しやすくなります」

「具体的には」

「まず昨年4月に、全社の経営状態を一覧画面で可視化するソフト『経営コンパスコア』を開発、発売しました。これは、社内の財務情報はもちろん、営業活動情報、顧客の状況、クレーム情報、競合情報など経営判断に必要な情報を一目で把握できます。続いて昨年末には『EPR(企業資源計画)コネクタ』を投入、生産管理システムなど他社製の基幹システムデータを流し込めるようにしました。さらに今年6月には、非営業部門のホワイトカラーの仕事や思いを把握したり、プロジェクトの進行状況をチェックしたりするための『可視化

「日報(仮称)を投入します。これらを連動させることで、『可視化経営支援システム(VMS)』を構築できます」

「今後の目標と夢は」

「現在、約1500社が当社のSPAを導入しており、たぶん国内でトップなのですが、VMSを普及させることで、今後は導入社数を万単位で増やしていくと思います。日本の人口が減少し、国内マーケットが縮小して人手も不足するので、ホワイトカラーの生産性を上げていくお手伝いをしていきます。中小企業は日本の法人の9割以上を占めています。本当に上を占めている人も多く、そういう親を見ている子供たちが二世代になり、悪循環を生む

＝おわり