



1970年1月14日生まれ。慶應義塾大学経済学部卒業後、中小企業向けのコンサルティング会社に入社。2002年に独立し、AMCパートナーズ(株)を設立、代表取締役CEOに就任。トップマネジメントを専門に、部門横断的なコンサルティング手法で経営者のブレインに徹する。座右の名「至誠を貫く。危は機なり。強くなければ生きていけない、優しくなければ生きる資格がない」。尊敬する人「松下幸之助、永守重信」。趣味「読書、トリアスロン、灯台巡り」。血液型A型。

日本の中小企業の中には、孤独な経営者が多い。夢を抱き、自信満々で事業

医療福祉機関を得意とし、どんな問題にもチームで対応

のあり方に一石を投じている。

評価されたからだ。

岡本氏は人間力を重視することについてこう語る。「経営を改善するには、社長自らが変わらなれないといけないことが多い。そのために、本人が忘れかけていること、気づいてほしいことも提案している。それを見つけないのは、相手の懐に入り、あえて苦言を呈することも大切。人間力を磨き、結果として感動してもらえたら多くの信用を得ることができた」。

中堅中小企業や医療機関の経営者たちが、絶大な信頼を寄せる「経営者の頼れるブレイン」。今年39歳の岡本氏は、中堅企業から町の中小零細企業まで柔軟に対応し、コンサルタント業

熱意と本気でコンサルタント業のイメージを覆す

— 中小企業と開業医の頼れる経営パートナー —

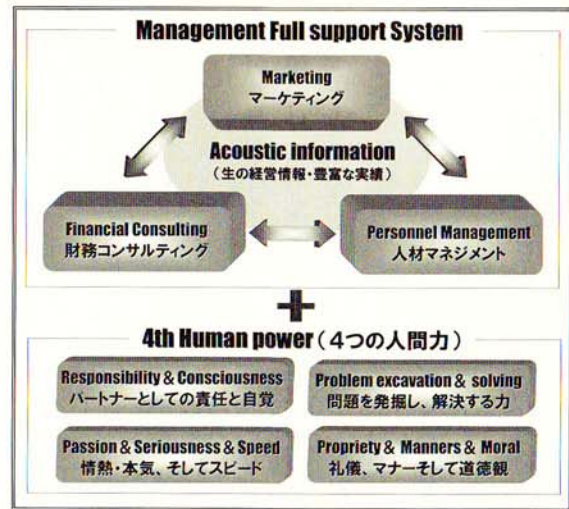
AMCパートナーズ株式会社

代表取締役CEO 岡本英敬

中小企業と医療福祉機関の「経営参謀」を標榜し、経営問題を根本から解決することに使命感を燃やすのが、AMCパートナーズだ。CEO（最高経営責任者）の岡本英敬氏は、中堅の経営コンサルタント会社から独立。画一的なサービスで標準化されたコンサルタント業とは一線を画す経営コンサルタント会社をめざしている。

強みは、コンサルタントの「人間力」だ。誰にも相談できず、ひとりで悩む経営者の胸襟を開くには、お互いの信頼関係が欠かせない。そのためには、経営者との普段の雑談や顔色、社内さまざまな動きから潜在的問題を探り出していくのが重要という。目の前の問題だけでなく、潜在的な問題が顕在化しないよう、経営者とともに解決していくのが、同社の役割だ。

しかし、創業間もない頃はコンサルタント会社というだけで警戒されていた。顧客も人生経験豊富な年配者が多い。その壁を乗り越えられたのも、熱意を持って本気で取り組む姿勢が



生の情報をベースに、経営のヒト・モノ・カネ・情報を網羅する体制を確立。「人間力向上」に力を入れ、経営者にとって唯一無二の「パートナー」をめざしている。

「コンサルタントに素質は関係ない。経験を積めば、知識を知恵に変えていける。決まったスタイルがあるわけでもない。自分の長所を生かしてきた」。

岡本氏が得意とするのは、経営者の本音を引き出す質問力にある。ヒアリングではじっくりと顧客の表情や感情の機微

人間観察が得意だった 少年時代に商売の原点

「コンサルタントに素質は関係ない。経験を積めば、知識を知恵に変えていける。決まったスタイルがあるわけでもない。自分の長所を生かしてきた」。

岡本氏が得意とするのは、経営者の本音を引き出す質問力にある。ヒアリングではじっくりと顧客の表情や感情の機微

調査「従業員満足度調査」「財務改善調査」などの現状分析を重視している。例えば、新興住宅地の医院の場合。若い世代に訴求したいというニーズに応え、調査の結果、巡回バスの広告や携帯サイトでの情報発信を提案した。また、患者や従業員からの満足度調査では、双方から忌憚のない意見を得ることができ、改善の大きなヒントになるといえる。

「診察圏シェア6割なら問題は無い。調査をして他院と比較するだけで悩みが解消されるケースもある。それだけ医師の世界は閉鎖的だし、相談相手が求められている」。

創業して今年で7年目。顧客はベンチャー企業から病院までさまざまな業種に広がり、ネットでの無料相談も年々増えている。信用力がついたいまでは、若さとフットワークの軽さも大きな武器だ。

制度改正、過当競争、医療のサービス業化・・・医療機関の経営環境は近年ますます厳しくなっている。

そこで同社では、必要に応じて「マーケティング（診察圏）調査」「顧客（患者）満足度

を立ち上げたものの、資金繰りや従業員の管理など次々と問題が発生する。そんなとき、たいていの場合は、契約している税理士や会計士などに相談するだろう。ところが、アドバイスはしても親身になって考えてくれる相談相手は意外と少ない。そのうちに本来持っていた事業への意欲や能力まで喪失してしまうのだ。

岡本氏は中小企業の問題をこう指摘する。「税理士や会計士が経営のプロだと思いついていない経営者は多い。しかし、専門以外の分野で的確にアドバイスできる人はほとんどいない。にもかかわらず、訳のわからない顧問料を払わされている。しかも、日本には資格更新制度がないため、最新の知識や情報を持たない人もいる。そのツケが顧客に回ってきている。経営相談したくてもできない中小零細企業の悲劇は、日本の制度的な問題に一因があるといってもいい」。

そうした現状に風穴を開けるため、同社では中小零細・中堅企業を対象を絞り込んでいる。ワンストップの問題解決をめざし、チーム力で対応。専門分野以外でも徹底的に取り組むのが信条だ。加えて、常に新しい情報とノウハウの提供に努めている。

もうひとつの特徴は、医療分野を得意としていることだ。顧客の半数以上が開業医で2代目経営者が多い。日々の診療に追われ、経営は後回し。大病院と昔ながらの病医院とでは設備や経営手法も違う。自分の技術を発揮できずに葛藤し、一方で未経験の出来事に日々苦悩する開業医は少なくない。

制度改正、過当競争、医療のサービス業化・・・医療機関の経営環境は近年ますます厳しくなっている。

そこで同社では、必要に応じて「マーケティング（診察圏）調査」「顧客（患者）満足度

を捉えながら、的確な質問を投げかけ、隠れた本心を聞き出していく。いわば、人間観察のプロでもあるのだ。

その原体験は、実家の商売を手伝っていた幼少時代にさかのぼる。父親が商談する光景をいつも間近で見れていたが、その表情から「日々苦悩する経営者の孤独」を感じていた。道化になって家族を笑わせ、勉強やスポーツでがんばったのは、父親に喜んでもらいたいという精一杯の子供心からだ。漠然とながらもその頃から経営者になる夢を抱いていたという。前職のコンサルティング会社で同僚だった2人と会社を立ち上げたのは32歳のとき。「信用なし、財産は人だけ」で始めたが、顧客のニーズにとことん応えることで信頼を得て、少しずつ契約先が増えていった。

顧客拡大にひたすら突き進んだ創業当時、価値観が大きく変わったことがある。自分の能力を過信し、忙しくてもひとりでも対応していたことが、単なる自己満足だと気づかされたのだ。顧客から「忙しそうなので、日を改めます」といわれたのがきっかけだった。

プライベートを犠牲にし、自分の能力にも限界を感じていた。「顧客に満足を与えようか、顧客の犠牲の上に成り立っているようではコンサルティングとして失格。当時は人を育てることも考えていなかった」と、岡本氏は振り返る。

その反省から3年前、組織づくりに着手した。個人の力に依存するのではなく、チームで対応していく方針に転換。人材育成にも力を入れ、ロールプレイングの徹底でサービスレベルの底上げを図ってきた。現在では、組織力で最高のパフォーマンスを発揮できる体制が整っているという。

顧客と喜びを分かち合うスタンス貫く

「高額な報酬を要求される」「成果が出なくても責任はなし」……。コンサルティングに対する世間一般のイメージはあまりよくない。同社では、そんなマイナスイメージを独自の営業スタイルで覆ってきた。

ただし、低価格を武器にしているわけではないので、合見積もりもダンピングも一切しない方針だ。

「対象顧客の規模に応じた料金に設定している。短期集中ではなく、長期で経営をサポートしていくため、粗利が上げれば喜びを分かち合うというスタンスをとっている。逆に下がれば、中長期的には報酬も減るため、顧客とはいも真剣勝負です」。

現在は、近畿2府4県を中心に、約150社の企業・病院と契約している。今後は、ニーズに応じて東西にも商圏を広げていきたい考えだ。無料ネット相談を通して、毎日さまざまなニーズとウォンツが全国から届いている。

「父親の喜ぶ顔を見たいから」と勉強やスポーツに励んだ少年は、大人になったいま、経営パートナーとして「顧客の喜ぶ顔を楽しむにしている」。

会社メモ

社名/AMCパートナーズ株式会社

本社所在地/〒541-0054

大阪市中央区南本町2-4-10 丸忠第2ビル7階

TEL/06-6262-2256

FAX/06-6262-2257

URL/http://www.amcp.biz

代表者/岡本英敬

設立年/2002年9月

事業内容/経営コンサルティング。中堅中小企業や医療福祉機関における経営の健全化・成長をフルサポート(ヒト・モノ・カネ・情報)。経営トップのトータルパートナー。各種専門の経営コンサルタント・税理士・会計士等、従業員数15名。