

## タナベ経営 若松 孝彦代表取締役社長インタビュー

# 中部地域の企業と共に四五年次代に向けてビジネスモデルを発信

日本の経営コンサルタント業界の草分け。特に中堅企業の戦略コンサルティングでは圧倒的な実績・信頼がある。地域密着が強みで「変化と成長に挑む戦略パートナー」として、「ファーストコーポカンパニー」一〇〇年先も一番に選ばれる会社」を創造することをミッションとして掲げる。東証ジャスダック市場に上場。

——タナベ経営が名古屋に拠点を設けてから半世紀近くになるそうですね。弊誌の前身である『中部財界』時代から大変懇意にしていたのだと承っています。

**若松** タナベ経営の創立者である、田辺昇一は今九十三歳ですが、中部財界の初代社長川村洋輝さんとは、名古屋でいつも気軽に会えるような間柄だったようですね。当社は昭和三十二年に田辺経営相談所として京都で創業し、その後、早い段階で全国展開しました。私たちはコンサルティングと

いう言葉を使っても通用しない時代から、コンサルティングをやってきています。そのような歴史から、国内独立系コンサルティングファームの草分けの会社と呼ばれています。クライアントが中堅企業に成長すると、全国展開する機会が多くなります。そこで、名古屋、札幌、仙台、東京、新潟、金沢、大阪、広島、福岡、沖縄という一〇都市にコンサルタントが駐在する拠点（ファーム）を設けました。名古屋にある中部本部も、今年で開設四六年目になります。全国展

開・地域密着のリージョナル戦略はタナベ経営の強みの一つです。

その他の私たちの強みとしては、三つのコンサルティング領域を展開していることです。一つ目は戦略コンサルティング。企業の中枢に入って、ビジョン構築、事業や組織戦略を遂行するコンサルティング領域です。二つ目は、提携先である金融機関や会計事務所、またそれらの顧客向けの人材育成コンサルティングです。現在、地方銀行、信用金庫、信用組合等の地域金融機関とのクライアントが一九件、会計事務所が二五件、その他が三件と総数で一四五件のクライアント戦略を推進しています。結果、直接・提携の顧客会員数は、一万二四社（七月末

時点）にまで拡大しています。三つ目のコンサルティング領域は、セールスプロモーションコンサルティングです。いわゆる、販売促進やマーケティング（商品政策）のコンサルティングです。時代は、マスマーケティングからターゲットマーケティングやダイレクトマーケティングに変わりました。クライアントの固有の商品を個別市場へ提供できるようにアドバイスする。ブランド支援コンサルティングとも言えます。

例えるならば、タナベ経営は企業の病院であり、私たちは自らを「ビジネスドクター」と呼びます。診療科目（チームコンサルティング領域）を増やすことで、より多くの患者（企業）の病気を治療し、



わかまつ たかひこ  
**若松 孝彦**  
代表取締役社長

タナベ経営のトップとして、その企業使命を追求しながら、経営コンサルタントとしても、上場、中堅、中小企業のビジョン構築から再生、事業継承に至るまで1000社以上のコンサルティング実績を持つ。あらゆる業種、症状の臨床経験から導いた独自の経営理論で全国のファーストコールカンパニーはもちろん、金融機関からも多くの支持を得ている。2009年に専務取締役、12年に副社長を歴任し、現在に至る。著書に『甦る経営』『戦略をつくる力』『100年経営』『ファーストコールカンパニー宣言』（いずれもダイヤモンド社刊）がある。

救うことがミッションです。私たちの経営理念に「企業を愛し、企業とともに歩み、企業繁栄に奉仕する」というフレーズがあります。会社を救うという使命こそが、創業の精神なのです。

——ビジネスドクターとしての「臨床」を教えてください。

**若松** 私自身の臨床実績として、これまでに一〇〇〇社以上のコンサルティングをやってきました。その中の約三〇〇社は日本一とか業界ナンバーワンの会社、約三〇〇社が再建です。赤字を黒字

にしたり、債務超過を解消するこ

となどに多く携わってきました。

残りの約三〇〇社が経営改善です。コンサルティングの世界は、

こういった臨床経験がすべてであると言っても過言ではありません。

全国すべてのコンサルティング領域において、一万五〇〇〇

社を超えるクライアントと長くご縁を頂き、変化と成長に挑む戦略

パートナーとして、ビジネスドクターとして、会社という生き物の

臨床を積み重ねています。——豊富なコンサルティング経

験から中部地区ならではの特徴などを教えてください。

**若松** 中部地区は国内有数のものづくりのメッカですが、長年、

中部地域密着でコンサルティングをしていて感じることはありません。

それは、ものづくりの会社は技術にこだわり過ぎて、経営力が

弱くなりがちであるということだと思います。ものづくり企業の落とし穴か

もしれませんね。私たちは「技術一流、経営二流、財務三流ではない

けない」と提言しています。技術同様に経営も財務も一流でなければ

ばならないのです。そこで私たちが「技術＋経営・戦略」というア

プローチでご支援してきた会社が大変多かったわけです。

——御社の場合は、それをチームコンサルティングと呼んでおられますね。

**若松** はい。私たちのスローガンには「高度の専門化と高度の総合化」という言葉があります。私

自身は「経営とは組織の高度な専門性を総合的に発揮すること」と

翻訳していますが、それを具現化するのがチームコンサルティング

なのです。専門ごとのプロフェッショナルを顧客最適（クライアントファースト）で組織化して支援

する。コンサルティングといいますが、一人でアドバイスをするイメージを受けますが、真の経営コ

ンサルティングは「チームコンサルティングアプローチ」でなければ

できないのです。——中部地区ならではの新しい

コンサルティングメニューはあるのですか。

**若松** 二つあります。一つ目は「戦略ドメインコンサルティング

は「戦略ドメインコンサルティング

は「戦略ドメインコンサルティング

は「戦略ドメインコンサルティング