

定性面のこんな変化から このようなトークで 経営課題を発掘しよう

経営者やオフィス、工場、店舗といった定性面に関して変化を挙げ、経営課題を引き出す方法を解説する。



経営者とオフィス①

経営者が疲れているのを見て…

経営で不安なことはありませんか
社長にとって最も大変なことは
どんなことですか？



「コ」 コロナ禍が長引く中、経営者は様々なシーンでストレスを抱えている。先が見えない状況でこれまでにない意思決定を続けていると、精神・体力ともに消耗してしまっている。

金融機関の担当者は、経営者がそのような状況にあることを踏まえ、身近な相談相手として何でも話してもらえよう。先行きが不透明で具体的な課題解決策を提示しにくい現状では、ソリューション提案や専門的なアドバイスを提供するよりも関係構築のほうが優先度が高いといえる。

経営資源の観点で課題を聞き出そう

それでは、経営者に疲れがみえる場合、どのように対応すればよいのか。

担当者はまず、本トーク例のように不安を聞いてみよう。ただし、多くの経営者は課題が複雑に絡み合っているため、具体的に答えられないだろう。そこで、不安の要因を一緒に整理して具体的な課題として可視化し、お互いに共有できる形を目指そう。

例えば「ヒト」「モノ」「カネ（事業、商品、サービス）」「カネ」という経営資源の3要素

の観点から、それぞれ経営者が不安を感じていることを聞いて一緒に書き出してもらう。「社長、いま抱える不安をすべて可視化してみよう」と声をかけ、「ヒトに関してはどんなことが不安の要素として挙げられますか」と順にヒアリングを行っていく。

漠然とした不安を抱える経営者でも、誰かに聞いてもらうことで整理されていくものだ。担当者のヒアリングを通じて課題が具体的になれば、それらを解決する方法も考えられるはずである。

例えば、経営者から「環境

◀このようにトークを展開しよう



が変わりすぎて当社の商品が売れなくなった。そのために新しい事業を検討している」と言われた際には、「新しい事業を担当できる方はいるのですか」「御社でしたら例えば○○のような事業があり得るのではないですか」「新しい事業にはどれぐらい資金が必要ですか」など、それぞれ「ヒト」「モノ」「カネ」の視点で質問をして整理すること

でより具体的になり、解決策も提示しやすくなる。もしヒトがいなければ「外部人材を登用して担当者として力を借りられるかもしれない」と声をかけられる。資金繰りの問題であれば「ある程度の事業計画が見えれば資金支援の可否も早急に判断できます」と、具体的な解決策の提案に努めよう。

現在、多くの企業は業態転換や事業の再構築など、既存事業と新規事業を同時に手がけており、経営者の不安は強い。しかし、コロナ禍だからこそ一気に事業を変えられる機会でもある。

金融機関の担当者は経営者との対話に少しでも時間を割こう。経営者の不安に寄り添い、信頼関係ができれば、課題を具体的に引き出すことにつながる。