

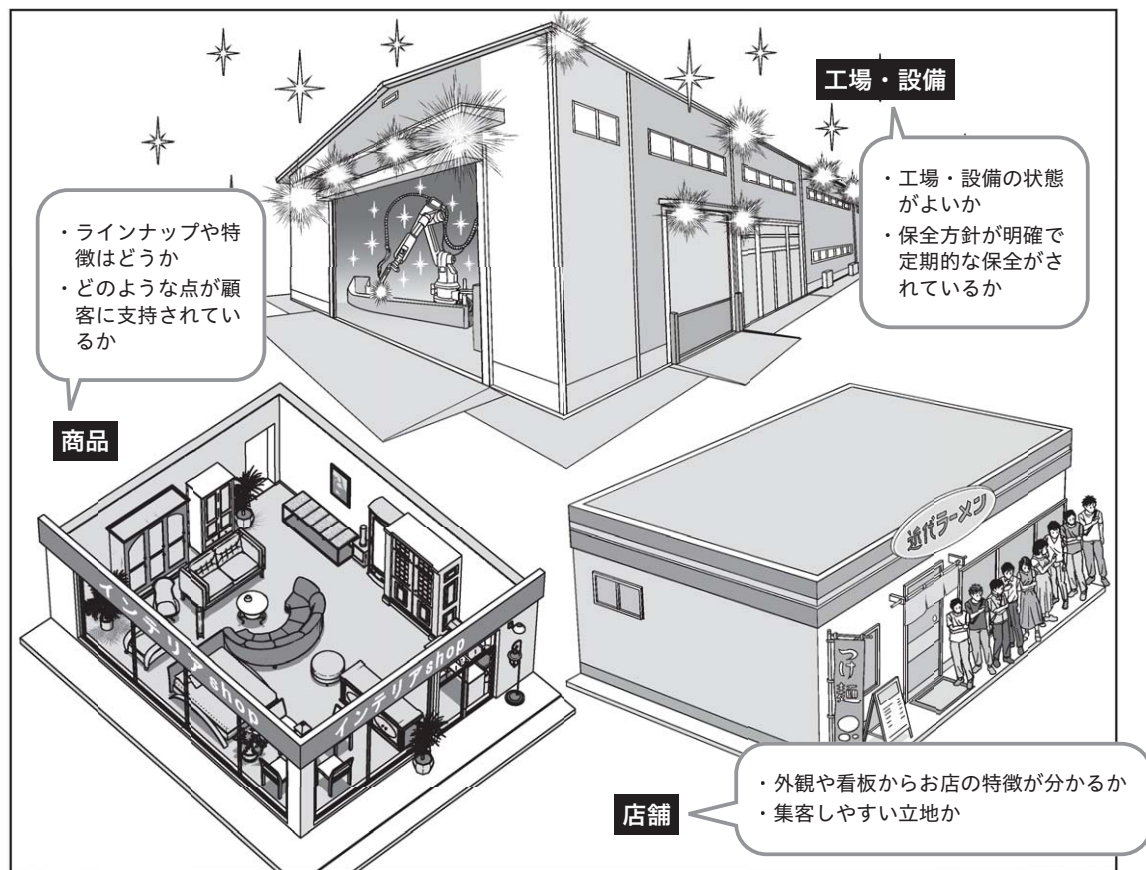
着眼点別

企業の定性評価に役立つ雑談の進め方

経営資源「モノ」の要素は

このようにヒアリングしよう

▼モノに関する着眼点の例



経営資源「モノ」に着目する重要性や、強みの引き出し方を紹介する。

商品やサービスにとどまらず 工場や店舗・設備も見ると

経 営資源における「モノ」とは、商品やサービス工場、店舗、機械、設備、社用施設など、企業で所有する物を指す。

企業活動には、ヒトが取り扱う様々なモノが必要となる。どのようにモノを活用できているかが企業利益につながることから、モノに着目することは非常に重要だといえる。

モノを見ていくにあたり、まず押さえていたのが、モノと密接に関わる「業種・業態など事業そのもの」だ。業種・業態を把握することで、事業

内容やどのようなモノを取り扱うかが想定でき、その後の対話がスムーズになる。

また、事業に関して特に注目したいのが、事業の拡大・転換について。事業の拡大・転換時には、取り扱うモノが大きく変わる可能性がある。コロナ禍を経て、事業の転換を図っている企業も少なくない。その進捗状況や今後の展望、課題を聞くと同様な情報を引き出せるだろう。

顧客目線の問いでヒアリングしよう

業績に直結する「商品・サービス」の強み・弱みや売れ

行き、評判は詳しくヒアリングしたい。ここで重要になるのが、顧客目線の評価だ。

経営者は自社の商品・サービスに熱い思いを持っているものだが、その認識と、お客様から評価されているところが異なっているケースが少なくない。

そのため、「御社の売れ筋の商品はどちらですか」「その商品・サービスはどうしてお客様に選ばれているのですか」など顧客目線の問いかけでヒアリングを進めると実態をつかみやすい。経営者だけでなく社員にも幅広く聞いてみるのもよい。

小売業やサービス業では、集客において重要な役割を果たす「店舗」についてチェックしよう。主に注目したいのは看板・外装・内装など。事業者が注力している部分か、事業の方針と合致しているか、他社との差別化につなが

っているかを確認するのがポイントだ。

一方、製造業等では、商品の製造・品質に関わる「工場や物流」「生産設備や生産方式」を確認することも欠かせない。工場であれば立地や工場間の役割の違い、敷地の活用状況、物流であれば運搬や管理の方法や業者の選択基準などを見よう。

生産設備はレイアウトや保全方針、保全人員、省エネ対策、生産方式は各工程の役割や工夫、情報化の状況を考えて確認したい。

このほか、「オフィスなどの社用施設」も企業の業績に直接的・間接的に影響を及ぼすことがある。立地や賃料、昨今の働き方改革やコロナを踏まえた社用施設の在り方の変化に着目しよう。

次のページから、モノに関するより具体的な着眼点や雑談の進め方を見ていこう。