

## フローチャート 3つのポイントを こんな流れで押さえよう



### POINT 1

#### 企業概要

##### 押さえるべき項目

- ☑ 事業内容
- ☑ 沿革
- ☑ 受賞歴／認証／資格
- ☑ 経営理念
- ☑ 社名の由来

まずはホームページや引継ぎ書類などから企業の基本的なデータを確認する。そのうえで事業や歴史、経営理念などについて、思いや背景などをさらに掘り下げてヒアリングしよう



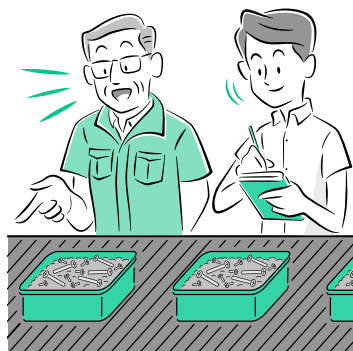
### POINT 2

#### 内部環境

##### 押さえるべき項目

- ☑ 業務の流れ
- ☑ 企業が持つ資産（その企業らしさ）
- ☑ 顧客提供価値

部門同士のつながりの中に独自性や強みがあることも少なくない。まずは事業全体の流れを理解するように心がけ、そのうえで各業務（部門）ごとにこだわっていること、大切にしていることは何かを掘り下げていこう



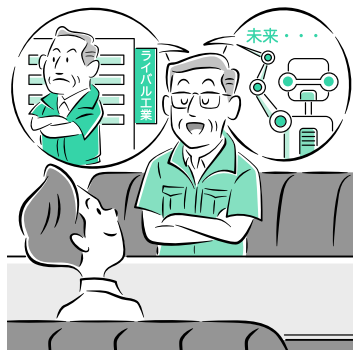
### POINT 3

#### 外部環境

##### 押さえるべき項目

- ☑ 機会・脅威
- マクロ環境の視点：PEST 分析  
ミクロ環境の視点：5F 分析／4P 分析

マクロ・ミクロの両視点から事業に影響を及ぼす事柄を確認し、機会や脅威を認識することは、取引先の強みを再認識したり守ることにつながる。様々な角度からヒアリングしよう



## フローと解説で理解する

# 企業の強みを見つけるための 3つのポイント

執筆 千葉一隅 コンサルタント

取引先の強みを見つけるには、その企業がどんな企業なのかを徹底的に知る必要があります。そこで本項目では、強みを見つけるためのポイントを3つ挙げ、まずはどんな順番で押さえていけばよいかをフローで学び、そのうえで各ポイントについて理解しておきたい具体的な項目について解説します。



## 取

引先の強みを知るためには、取引先の事業を深く理解することが必要不可欠です。ここでいう「事業」とは、「自動車部品を製造する」といった表面的なものに加えて、事業に対する思い、事業の歴史、事業・商品・サービスの内容や仕組み、事業の魅力・課題、事業環境といった項目を含みます。こうしたことを把握して初めて「事業を理解した」と言えるのです。

### 事業の理解に必要なのは社長との対話

若手担当者の中には、「決算書もまだ勉強中で財務分析は苦手だから」と取引先の実態把握に及び腰の人もいるかもしれませんが、しかし決算書を眺めているだけでは、事業に対する理解を深めることはできません。

必要なのは、日々の事業について社長や従業員と対話すること。これを通じて情報収集を行い、取引先のあらゆる物事の背景を明らかにしていくのです。これは、決算書や財務の知識の少ない若手担当者でも十分できることです。

取引先の事業の魅力やその企業らしさに興味を持ち、向き合っていけば、先輩担当者も把握していない取引先の強みを見つめられるかもしれません。

対話を行ううえでのポイントは、①企業概要、②内部環境、③外部環境の3つ。この3つを①〜③の順番でヒアリングを進めていきます。

このあとのページでは、わかりやすいように各ポイントを分けて解説していますが、それぞれのポイントにはつながりがあります。そのため、①〜③を1つのストーリーとして捉えて、取引先の強みを見つけると考えらるとういでしょう。