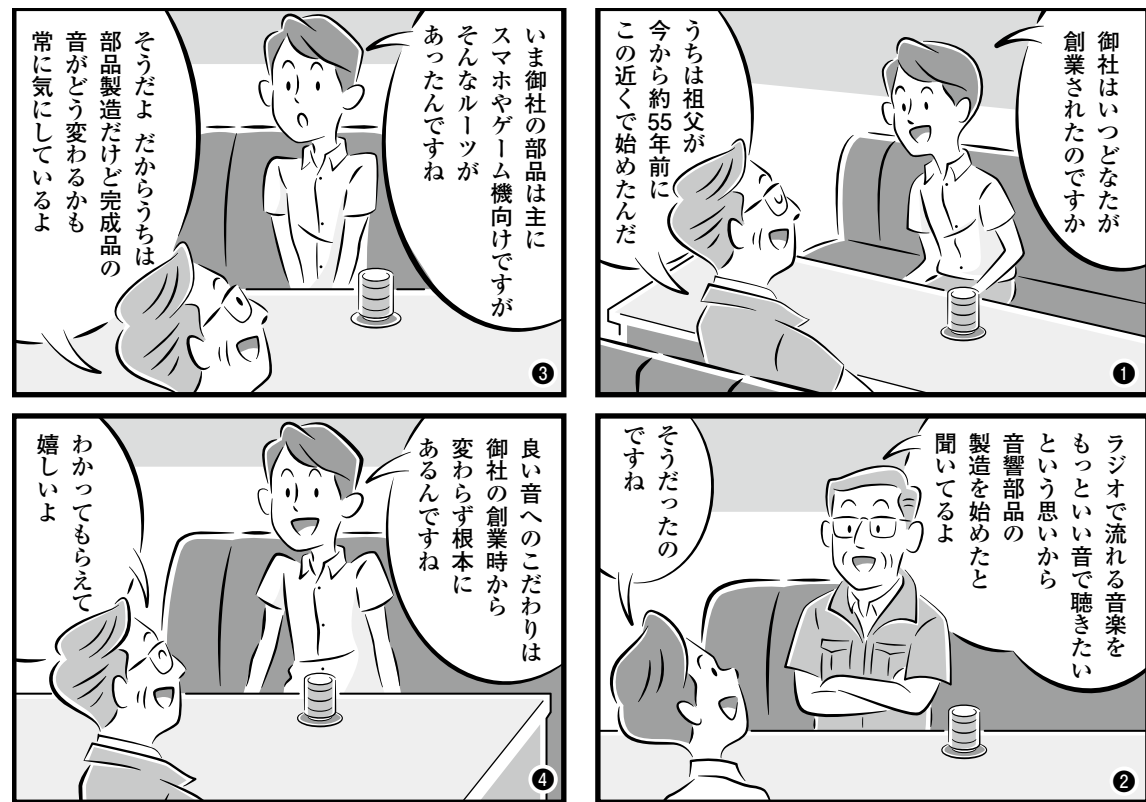


▼こんなトークで引き出そう



場合は「前任から聞いてはいるのですが、社長から直接お聞きしてもいいですか」といった言葉を、質問の前に入れるとよいでしょう。

またホームページに創業の経緯について記載がある場合は「創業50周年とお聞きしていますが、改めて創業の経緯をお聞かせいただいてもよろしいですか」などという聞き方に変えてヒアリングしましょう。こうした工夫をすれば、社長は気持ちよく話してくれるでしょう。

若い担当者だからこそ 教えてもらえる質問も

若い担当者であれば、教えてもらいやすいことがあります。筆者も若い頃、「××高分子」という取引先に行き、「高分子って何ですか」と聞いたことがあります。

すると「高分子も知らないでうちに来たのか」と呆れられながらも「仕方がないなあ、教え

このトークのポイント

- ・創業の経緯から取引先が大切にしていることや強み、会社の現状、事業承継の過程を把握できる
- ・前任者やホームページなどから事前の情報収集をしっかりと行っただけで現状をヒアリングする

こんな「トーク」を投げかけて社長から企業の強みを引き出そう

ここでは企業の強みを見つけるために社長に投げかけたい声かけを挙げ、ヒアリングで何がわかるのか解説します。

執筆 ①～③ 金指 光伸
④～⑦ 上村 武雄 ノット・アドバイザーズ 代表
⑧～⑩ 京野 公平 金融アドバイザー

企業概要

1
御社はいつどなたが創業されたのですか



創業の経緯は、社名の由来や経営理念などとともに定番中の定番の質問です。その理由は3つあります。

1つ目は、この話題が社長にとって「聞いてほしいこと」だからです。社長が話したい話題を振ることで、その後の会話がスムーズになります。

2つ目は、創業のエピソードから取引先の現状を知ることができるためです。起業には大きな動機や熱意が必要です。リスクを負ってまで起業したいと思った事業とはどんなものだったのか——それを知ることで、その会社が大事にする「パーパス」がわかります。

架空の音響部品製造会社を例に考えてみましょう。創業の経緯としては、現社長の祖父がラ

ジオで流れる音楽を「もったいない音で聞きたい」という思いから、自らラジオを組み立て、音響部品を試作したのがきっかけでした。今はスマホやゲーム機の音響部品を製造しています

が、「良い音」へのこだわりが会社の根本にあることが推察できるわけです。

3つ目は創業者以降、企業が引き継がれた経緯を把握できるためです。これには、親族間、従業員や外部からの招聘、またはM&Aによる事業承継など様々なケースがあります。

親族間承継は「会社は自分のもの」という感覚が強いため、会社と経営者が一体となっていることが多いです。一方、親族外承継の場合、優秀な人材を後継者に選ぶ点で業績には期待が

もてますが、責任はあくまで在任中に限定され、創業家一族による承継と比べて、連続性は失われやすいといえます。

事前に情報収集を行っただうえで質問

ただこの質問は、有益ではあります。ただしリスクもあります。

この質問を既存先にした場合、「前の担当者に話したけど聞いていないの?」といった返答があるかもしれません。このとき社長は「所詮うちに対する熱量はその程度なんだな」と感じてしまうのです。

あるいは、この質問への答えをホームページに掲載している取引先であれば「そんなことも調べないで来ているのか」と呆れられてしまう場合もあるでしょう。これは新規融資の見込先でも同様です。ですから、事前にきちんと情報収集したうえで質問を投げかけましょう。

前任者から経緯を聞いている

「前任から聞いてはいるのですが、社長から直接お聞きしてもいいですか」といった言葉を、質問の前に入れるとよいでしょう。

またホームページに創業の経緯について記載がある場合は「創業50周年とお聞きしていますが、改めて創業の経緯をお聞かせいただいてもよろしいですか」などという聞き方に変えてヒアリングしましょう。こうした工夫をすれば、社長は気持ちよく話してくれるでしょう。

若い担当者であれば、教えてもらいやすいことがあります。筆者も若い頃、「××高分子」という取引先に行き、「高分子って何ですか」と聞いたことがあります。

すると「高分子も知らないでうちに来たのか」と呆れられながらも「仕方がないなあ、教え