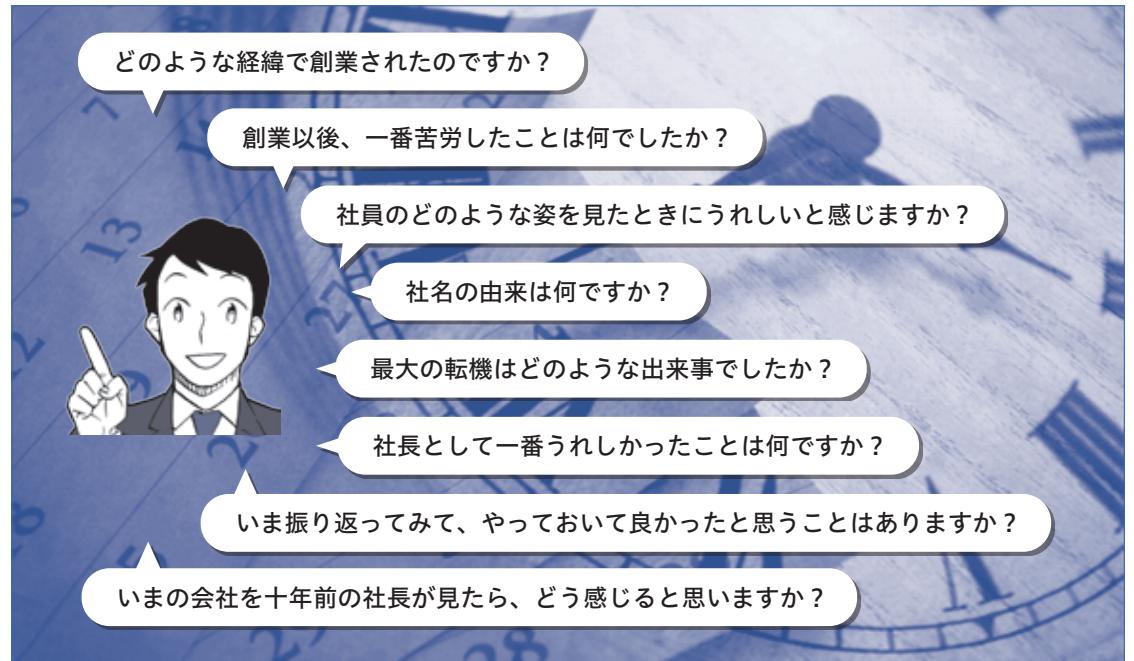




質問力で勝負!

経営者とのリレーション構築術

図表1 経営者が聞いてほしい質問の例



(出所) 筆者作成

「社名の由来はどのように出
来事でしたか」
「最大の転機はどのように出
来る事実でしたか」
「その他の有効な質問として
は、次のようなものがある。

POINT

経営者が本当に語りたいのは、
自分の想いやこれまでの歩み。
経営者が聞いてほしい質問を投
げかけ、相手を理解したいとい
う姿勢を示そう

を思い出す入り口となる。答
えの内容だけでなく、語ると
きの表情や声のトーンにも注
目したい。

二つ目は「創業以後、一番
苦労したことは何でしたか」
である。この問いは、経営者
が何を大切にし、どのような
壁を乗り越えてきたかを知る
手がかりになる。困難の乗り
越え方には、経営者の価値観
や行動原理が表れやすい。

三つ目は「社員のどのよう
な姿を見たときにうれしいと
感じますか」である。経営者
がどのような人材を評価し、
どのような組織を理想として
いるかが浮かび上がる。「人
への想い」を聞くことで、企
業文化の本質理解に近づくこ
とができる。

「社長として一番うれしかつ
たことは何ですか」
「いま振り返ってみて、やつ
ておいて良かったと思うこと
はありますか」
「いまの会社を十年前の社長
が見たら、どう感じると思
いますか」

いずれも経営者に自身の歩
みを振り返り、言葉にしても
らうための質問である。自然
に話しやすい雰囲気をつく
り、経営者の過去や想いに耳
を傾ける時間こそが、信頼関
係を築く出発点となる。

こんな質問から 伝えよう 伝経営者に興味を

阿部正暢

中小企業診断士

ここでは、取引先の経営者に投げかける質問について、四つに分類して紹介する。

なる事実ではなく、経営者としての信念、意思決定の軸、会社経営に込めた想いである。多くの経営者にとって、自身の想いや悩みをじっくり語る機会は意外に少ない。金融機関の担当者がそこに耳を傾け、共感をもつて聴く姿勢を示すことは、「本音を話せる担当者」になる第一歩だ。

① 経営者が聞いてほしい質問 「過去」や「想い」を聞く

中 小企業の経営者にとって、経営は人生そのものだ。日ごろ語る機会の少ない「創業の想い」「社員への想い」「これまでの苦労・転機」などに关心を示すことには、相手の自己重要感を高め距離が縮まる契機となる。

経営者が本当に語りたいのは、数字や実績といった表面的なものではなく、「自分の想い」「これまでの歩み」である。そうした内面や、経営の背景にある人間的な物語に关心を向けるのである。

この観点での質問が有効なのは、経営者が「会社のことだけでなく、自分のことを理解しようとしている」と実感できるからである。

現在の事業の判断や経営の方針には、創業時の苦労、社員や家族への想い、地域への责任感など、経営者の価値観が深く関わっている。そこに光を当てる質問を投げかけることで、「自分の話を真剣に聞いてもらえる」と感じられることができる。

質問を通じて分かるのは單具体的な質問例の一つ目は、「どのような経緯で創業されたのですか」だ。経営者にとって、創業当時の情熱や決意解くうえでも重要であり、事業性評価の基礎にもなる。数字だけでは測れない信頼や情熱を理解することで、金融機関はより本質的な支援につなげることができる。

数字だけでは測れない 信頼や情熱を理解する