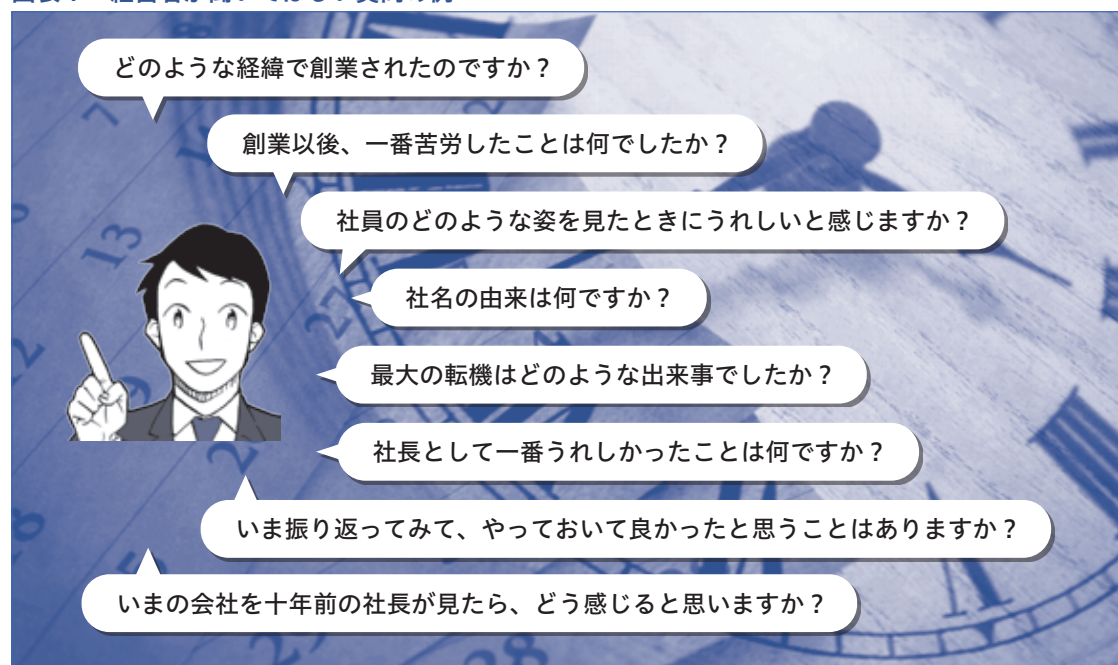


図表1 経営者が聞いてほしい質問の例



(出所) 筆者作成

を思い出す入り口となる。答える内容だけでなく、語るとき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、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。

その他の有効な質問としては、次のようなものがある。

「社名の由来は何ですか」

「最大の転機はどのような出来事でしたか」

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

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。

「社長として一番うれしかったことは何ですか」

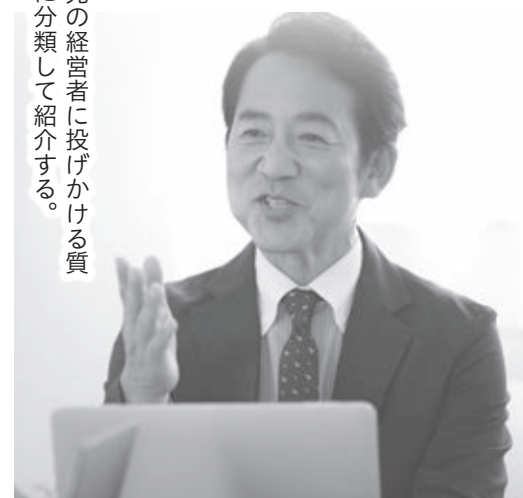
「いま振り返ってみて、やっておいて良かったと思うことはありますか」

「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」

こんな質問から 経営者に興味を 伝えよう

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。



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」などに関心を示すことは、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」や「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関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、地域への責任感など、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」と感じてもらうことができる。

質問を通じて分かるのは単

数字だけでは測れない 信頼や情熱を理解する

経営者の考え方や行動の源泉を理解することは、将来の経営判断や事業リスクを読み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。

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

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、共感をもっ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。