

訪問先の 実態把握術

本質的な課題に
たどり着くための
ヒアリング方法

仮説と検証に基づく 実態把握の流れを押さえよう

下川峰郎

下川経営コンサルティング事務所

気分になってしまい、信頼関係など結ぶべくもない。

よく、事業者との付き合いは恋愛にたとえられる。好きな相手とのデートの前には、相手の好きなこと、好きな場所、気に入られそうな服装等を事前にリサーチして、一生懸命準備をするはずだ。

事業者との付き合いにおいても同様である。自行庫のマーケティング調査資料や『業種別審査事典』（金融財政事情研究会）による業界動向把握、相手の事業者の経営環境を把握するためのSWOT分析等を行い、リサーチおよび分析をすることが重要だ。

リサーチの結果から経営課題等をイメージして仮説を設定できたら、社長面談に臨む。一問一答ではなく、あくまで会話として仮説を検証していくことで、話の内容が濃くなり、充実した面談になるはずだ。

の動きをする。これにはもちろん、粉飾決算も含まれる。創業時の事業計画書においても、客観性や根拠に欠けた、ほとんど作文に等しいものもみられる。

こうした実情を踏まえると、数字だけでは分からない要素まで把握するための実態把握こそが重要だといえる。融資を業務として行う者にとって、基本の「き」であると言ってもよい。

前提として自分勝手なヒアリングはNG

とはいえ、実態把握は言うほど簡単ではない。金融機関の担当者が企業の実態を知る

融 資の申込みがあった際、決算書のような、

企業を「数字」で表した資料はすぐ手に入るはずだ。まだ実績のない創業者であっても、事業計画書などの提出を受けて審査することになる。これらの資料からは、会社経営における重要指標を読み取ることができはずだ。

しかし、それでも融資において最も重要なのは実態把握である。理由は一つ。「数字は作れるから」である。

そもそも融資を受けたい企業は、当然に自分の会社を良く見せようとするものだ。可能な限り、「融資をしてください」という数字を提出するため