

コロナ後の変化が切り口！ 業種別・取引先の 課題発掘術

▼経営課題を察知する
事前準備&声かけ

プロローグ

「マンガ」

仮説が切り口！コロナ前後の比較から
課題を発掘&深掘りしよう……

3

PART1

時勢を踏まえた課題想定編

9

●訪問前の前提知識！

アフターコロナの経営環境を押さえておこう……

10

①時勢を踏まえた業況予測のポイント……

10

②押さえておくべき5つの時勢の変化……

11

●前さばきがカギ！

訪問前に調査すべき取引先の情報を知ろう……

16

①定性情報……

16

②定量情報……

20

PART2

業種別・訪問時の 課題発掘アプローチ編

27

●これが前提姿勢！経営者へのヒアリングは
このような対応を意識しよう……

28

①経営者の心情や期待を踏まえた声かけ……

28

②事前調査の結果や仮説の検証方法……

30

●主要業種総ざらい！取引先訪問時の
課題発掘はこのように行おう……

32

①機械器具製造業

顧客ニーズや工場マネジメント等の
視点から問題点を発掘……

32

CONTENTS

②金属製品製造業

取引先の顧客動向について質問し受注の増減を
把握しつつ仕向け国や強みなどを確認する……

36

③食品品製造業

消費者の嗜好の変化・食材価格の高騰・
人手不足・食の安全対策等への対応を確認……

40

④建設業

2024年問題も含め工期長期化・
人手不足・資材高への対応に着目しよう……

44

⑤不動産業

業態ごとの違いや地域ごとの
特徴も考慮し市況を把握しよう……

48

⑥飲食業

具体的な数値による現状把握と
物価上昇を切り口にした声かけで
個別の現状把握に取り組もう……

52

⑦宿泊業

鳥の眼、虫の眼、魚の眼の
3つの眼で状況を把握して
経営から現場まで幅広く着眼する……

56

⑧卸売業

従業員の様子や決算書上の
売上高・固定資産の動きに着眼し
デジタル化に関する課題を検証……

60

⑨小売業

価格転嫁の状況や経営者の人柄などから現況を
分析し垂直的・水平的な声かけをしよう……

64

⑩運輸業

人手不足と燃料費高騰を踏まえ中・長期的な
視点から収益回復の方策を確認……

68

⑪医療・福祉業

2025年問題から高まる在宅医療のニーズを
踏まえて人材・競合の課題を発掘しよう……

72

巻末企画

●要点を総ざらい！

取引先の課題発掘術理解度確認テスト……

82

表紙デザイン
デザイン協力
イラスト・マンガ

松田陽
株式会社アド・ティーエフ
小野ひろき 株式会社アド・ティーエフ
サノマリナ 階戸シナ
山中こつじ 吉野詩織