



相手の未来を変える「究極の問い」の海図

『Sales is 2 ファクトファインディング』に学ぶ、主観を越えて真実に迫る対話のアーキテクチャ

なぜ、良かれと思った提案がスルーされるのか？

いい提案は何か？

いい提案だけど、なんか今じゃないんだよね

何かお困りごとはありますか？

御社の抱える課題は何ですか？

相手が口にする「困りごと」のほとんどは、主観的な思い込みに過ぎない。
これを「課題もどき」と呼ぶ。

「課題もどき」と「真の課題」を分かつ 冰山モデル

【主観的認識（不満・愚痴）】

人が足りない 予算がない

問い合わせが減っている

【客観的事実（根本原因）】

競合の魅力的な新商品リリース
既存顧客へのフォロー不足による解約

水面上の不満に飛びつくのではなく、水面下の事実（ファクト）に
アプローチしなければ、人は動かない。

真実を引き出す4つのギア (必須キーワード)

リフレーミング
(Reframing)
集めた事実から枠組みを変え、
別の角度から解釈する

インサイト
(Insight)
相手自身が『本当のニーズ』
にハッと気づく瞬間

ファクトファインディング
(Fact Finding)

主観を剥ぎ取り、
客観的な事実を集める対話

3C分析
(Customer, Competitor,
Company)

客観的データで
『今すぐ動くべき理由』
を突きつける

質問攻めにするのではなく、事実を集めて視点を変え、
相手に「気づき」を与えるプロセスこそが対話の真髄。

パラダイムシフト：「聞く」から「共に探る」へ

	ヒアリング営業	ファクトファインディング
フォーカス	水面上（課題もどき）	水面下（真の課題・原因）
問いのベクトル	「何に困っていますか？」	「なぜその現象が起きているのですか？」
扱う情報	主観的認識・思い込み	客観的事実・エピソード
相手の反応	「うーん、なんか違う」	「そう！それが知りたかった！」
あなたの役割	御用聞き・ツールの売り込み	伴走パートナー・変革の先導者

ファクトファインディングは、相手の「欲しいもの」を与えるのではなく、
「本当に必要なもの」を共に発見する技術。

Fact-Finding Engine: 3ステップと7つのファクト

Step 1: 顧客理解

Step 2: 問題特定

Step 3: 課題設定

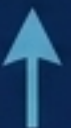
①背景



②現状



③理想

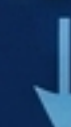


④問題



⑤原因

現状



⑥示唆提示



⑦課題合意



対話は「理想と現状のギャップ」を埋めるための構造的アプローチである。

Step 1: 顧客理解・現状把握（相手の海域を知る）

今年度から責任者に就任された〇〇様
ご自身が、一番チャレンジしたいこと
は何ですか？

過去に外部ツールを導入された際、
誰の承認で進めましたか？リアルな
ストーリーを教えてください

【ファクト①顧客理解】

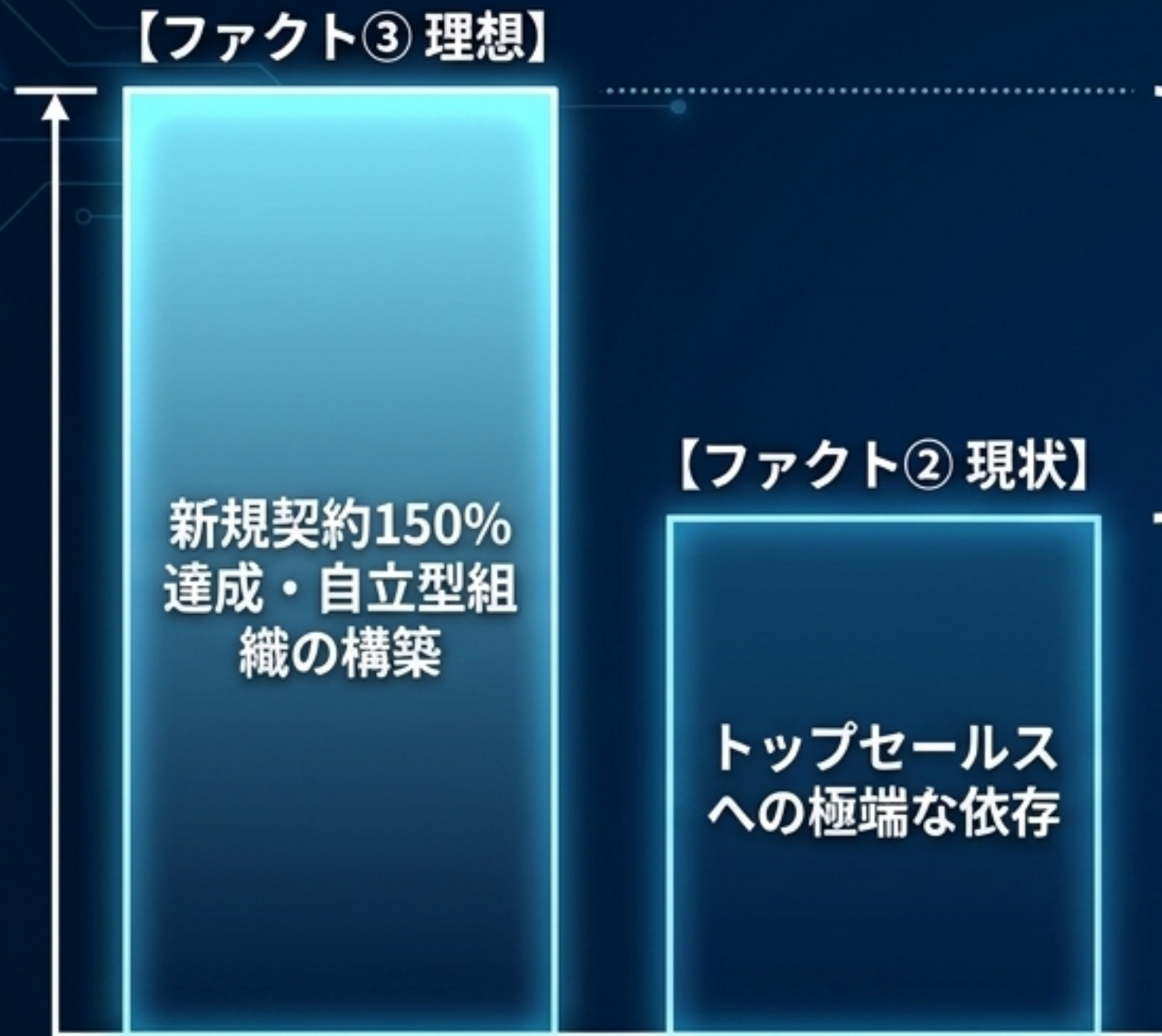
会社の事業ではなく、目の前の「担当者個人」の役割変化とエモーショナルな意志を引き出す。

【ファクト②現状把握】

周辺情報の整理。「過去の失敗（トップダウンで現場が反発）」という事実から、今回の必勝ルートを見出す。

いきなり本題に入らず、相手のストーリーと過去のリアルな「事実（ファクト）」を集めることから始める。

Step 2: 理想と問題の把握（ギャップの可視化）



【ファクト④ 問題】

属人化・勝ちパターンの共有不足

問題 = 理想 - 現状

理想が曖昧なままでは、どんな提案も「別に今やらなくてもいいこと」になる。
表面的な不満を、解決可能な要素に分解する。

Step 2: 原因特定（真犯人を突き止める）

マニュアルがないのではなく、
ハイパフォーマーの勝ち方を引き出し、
仕組みに落とし込む【役割とリソース】が
社内には存在しないのですね

【ファクト⑤原因特定】
「忙しくて書かない」という現象
の裏にある構造的欠陥を特定。

……確かに！
だから何度も失敗してきたんですね！

【インサイト獲得】
深掘りにより、相手自身すら気づ
いていなかった真の原因に到達。

「なぜ起きているのか？」を深掘りし、相手にインサイト（気づき）を与える。
これで提案の成功率は9割を超える。

Step 3: 示唆提示・課題設定（共に未来へ向かう）



【ファクト⑥示唆提示】

今動かなければ、競合との差は絶望的に開くという3Cに基づく客観的事実の提示。

【ファクト⑦課題設定】

営業変革の伴走パートナーを得ることへの合意。

自社の押し売りではなく、外部環境のファクトを示して「今動くべき理由」を作る。
売るための質問を手放し、パートナーとしての契約を交わす。

応用実践①：就職活動の面接をハックする

NG: 主観的アピール

「私の強みは傾聴力です。
サークルでみんなの意見をまとめました。」



面接官

OK: ファクトに基づく解決

「開発と営業の連携不足の『原因』を深掘りした際、意思疎通の頻度ではなく『専門用語の認識ズレ（客観的事実）』にあると特定しました。双方の想い（顧客理解）を翻訳し、課題に昇華させる架け橋になりたいです。」



面接官

事実（ファクト）に基づいて問題を特定し解決したプロセスを語ることで、
「自走できる優秀な人材」とであると確実に証明できる。

応用実践②：絶対に却下されない社内提案

現状把握: 外注費が毎月15%予算オーバーしている（客観的データ）

原因特定: 修正作業のキャッチボールが平均5回以上発生している

解決策: 共同編集ツール導入により修正を平均2回に削減

理想把握: 年間120万円の削減となり、課長が求められる
『業務効率化とコスト削減』の目標に直結する

「自分の欲しいもの（ツール）」ではなく、「相手の理想（上司の目標達成）」を
を解決するための客観的な手段として提示する。

相手を信じるからこそ、その言葉を信じない

「寂しい」「忙しい」「予算がない」。

私たちは普段、どれほど他人の言葉の表面だけで判断し、分かり合ったつもりになっていたのでしょうか。

『ファクトファインディング』とは、単なる営業テクニックではありません。

その言葉の奥にある、相手を本当に苦しめている原因にダイブし、未来をより良く変えていくための「魂の対話の設計書」です。

とことん相手の心と客観的事実にダイブする。一歩踏み出す勇気が、他者との関わり方を根本から変える。