Podcast / YouTube 第1回

『今月いける？』をやめよう。
ヨミからFORECASTへ



営業会議でよくある『いけそうです』『たぶんいけます』を、
顧客の状態と事実に基づくFORECASTへ変えていく。

丸山：進行・問題提起・解釈　/　**横山**：考え方・具体例

今日の議論の進め方

第1回では、まず『ヨミ』と『FORECAST』の違いをつかむ

1

『今月いける？』会議の何が問題なのか

担当者の感触を集めるだけでは、事業管理にならない



2

FORECASTとはそもそも何なのか

未来を当てる占いではなく、現在の事実から着地を説明すること



3

感覚のヨミと、事実ベースのFORECASTの違い

『気持ち』ではなく『顧客の状態・進捗・リスク』で会話する



4

FORECASTをマネジメントでどう使うのか

現在地を見る → 着地を予測する → 打ち手を決める → 更新する



『今月いける？』会議で起きていること

よくある営業会議

「この案件どう？」

「感触いいです／たぶんいけます」

「今月いけそう？／ちょっと怪しいです」

「月末に『来月にズレそうです…』」

実際に起きている問題

- 担当者ごとに『いけます』の基準が違う
- マネージャーが案件ではなく『人』を読んで補正する
- なぜ外れたのか、どこでズレたのかが説明できない
- 月末の答え合わせになり、途中で手が打てない

つまり、**案件管理をしているようで、**
実は担当者の気持ちを集めているだけになりやすい

FORECASTとは何か

未来を当てる占いではなく、現在の事実から着地を説明すること

FORECAST＝

このまま進んだ場合、
事業がどこに着地するのかを
説明できる状態

ポイント

- 数字だけでなく『理由』が説明できる
- 途中でズレに気づき、行動を変えられる

FORECASTを作る材料

1. 顧客がいまどの状態にいるのか
2. 案件はクローズ日に向けて進んでいるのか
3. 下振れリスクは何か、戻す打ち手はあるか
4. 過去の歩留まり・リードタイムはどうか

感覚ではなく、事実の束で未来を見る

『ヨミ』とFORECASTの違い

数字のつくり方の違いが、成果の差を生む

感覚のヨミ

- 担当者の感触や希望が入りやすい
- 『いけそう』の基準が人によって違う
- なぜその数字なのか説明しづらい
- 下振れに気づくのが遅くなりやすい

結果：月末の答え合わせになりやすい

FORECAST

- 顧客の状態・進捗・リスクを材料にする
- チーム全体で同じ基準で案件を見る
- なぜその数字になるのか説明できる
- ズレが見えた瞬間に打ち手へ変えられる

結果：未来を変えるための数字になる

ヨミからFORECASTへ。数字のつくり方を変えることが、未来を変える第一歩です。

FORECASTをマネジメントに使う流れ

一度数字を作って終わりではなく、更新し続けるループ

① 現在地を見る

今、どこにいるのかを正確に把握する

案件のフェーズ・進捗・金額を確認
数字の根拠を言語化する

② 着地を予測する

複数のシナリオで着地を予測する

- 少なくともここ（下限）
- 最もありそう（着地予想）
- 最大ここまで（上限）

③ 目標との差を見る

目標との差を定量で把握する

- どれくらい足りないか / 超えているか
- 原因が数字にどう影響しているか

④ 打ち手を決める

ギャップを埋める打ち手を決める

- 誰が / いつまでに / 何をするか
- 期待インパクトを数字で置く

⑤ 事実が変われば更新する

事実の変化に合わせて更新する

- 新しい事実で前提が変わる
- 予測も打ち手も見直す

FORECAST

未来を変えるための
共通の地図

予測の目的は、未来を当てることではなく

未来を変えること

このループが回り続けることで‥‥

- ✔ 早く異常に気づける
- ✔ 正しい打ち手を打てる
- ✔ 再現性が高まる
- ✔ 事業が強くなる

今日のまとめ



「今月いける？」だけでは、担当者の感触を集める会議になりやすい

人を読むマネジメントになり、組織として再現性が落ちる



FORECASTは、現在の事実から事業の着地を説明すること

数字だけでなく、なぜそう言えるのかを説明できることが大事



目的は、未来を当てることではなく、未来を変えること

ズレが見えた時点で、打ち手に変えられる状態を作る



次回予告

第２回｜営業フェーズは「こちらが何をしたか」で決めない