

事業承継 支援

③



情報収集時の着眼点

- ・親族、従業員の中に後継者がいない
- ・後継者はいるが経営能力に不安がある
- ・自社株の評価額が高くなっている
- ・株主数が多く経営者以外にも分散している
- ・不動産などの資産に含み益が大きい
- ・同業他社の多くが廃業している

営業担当者の動き方

事業承継案件は、経営者個人の資産状況や家族関係にも踏み込む必要があるため、本部や営業店の管理職と緊密に連携する。課題を把握した段階ではセミナー誘致や「優良企業ほど事業承継対策が必要」と声かけし、後継者へスムーズにパトタッチをするために、事業承継計画の策定を提案する。支援方針が具体化したら概算の株価シミュレーションの実施。株価を下げるためのアドバイス等を行う。

営業店としての対応

管理職者は担当者が案件を発掘してきたら、早い段階で同行訪問を行う。承継時には、金融機関との取引関係の変化に対して不安を抱く経営者も多いので、営業店一丸で支援する姿勢を示す。承継計画が完成したら、取引先が実際に行動できているかを担当者で確認。状況によっては本部と協議し、提携しているコンサルタントや税理士など外部専門家の活用も検討し、多様なニーズに応えられる体制を固める。

海外進出 支援

②



情報収集時の着眼点

- ・名刺やカタログに外国語が併記されている
- ・組合や協会の旅行で、海外を視察している
- ・社長や経営幹部の海外出張が増えている
- ・大口の受注先が海外に拠点を設けている
- ・自社商品の国際特許出願を行っている
- ・海外の展示会や商談会に参加している

営業担当者の動き方

本部の支援部署と素早く案件情報を共有する。進出国、時期、現地法人が合弁会社かといった基礎的な事項はヒアリングを済ませておき、詳細は本部の専任者に同行訪問を依頼し補足してもらう。中小企業の海外進出には相応の時間とコストがかかるため、担当者は取引先の経営戦略上、この進出案件がどれほどの重要度や緊急度を持つのかを把握しておく。また進出後の資金面のフォローを想定しておく。

営業店としての対応

スムーズに案件を進めるために、本部と取引先の間で立ち、双方の進捗管理を行う。状況によっては本部と相談のうえ、ジェットロや地域の支援センターなど外部機関とコンタクトを取り、よりニーズに合致した専門的なコンサルティングを行う窓口となる。また、海外進出には様々なリスク（政情の不安、インフラの未整備、為替相場の大きな変動など）があることも取引先によく理解してもらうよう努める。

ビジネス マッチング

①



情報収集時の着眼点

- ・新商品、新技術の開発に取り組んでいる
- ・特定の取引先や主力商品への依存度が高い
- ・大手企業からの下請け体質から脱却しようとしている
- ・自治体や商工会議所が主催している展示商談会に積極的に参加している

営業担当者の動き方

ニーズをキャッチした場合、まずは自店の取引先とマッチングできないか検討。難しければ本部や僚店間のネットワークを活用する。最適な相手先を紹介できない場合でも、展示会の開催情報など何らかの情報提供を必ず行う。

ビジネスマッチングは販路開拓だけにとどまらない。仕入先や生産協力先の紹介など、取引先の経営課題に応じて様々な取組みが可能なので視野を広く持って行動する。

営業店としての対応

店内で情報共有するとともに、支店長や転勤を経験している役席は過去に担当した取引先も対象にならないか検討。本部へも協力を要請し、情報収集に努める。マッチングが具体化する場合、情報開示の範囲や商売は自身の責任において判断することなどを取引先に確認し、コンプライアンスの遵守に怠りがないよう管理する。またトラブルを避けるため、マッチングに至る一連の流れを記録する。

ひと目で分かる

ソリューション別

情報収集時の着眼点と 担当者・営業店の動き方

執筆・監修 竹内心作

ここでは課題の解決策別に、情報収集時の着眼点、担当者の動き方、営業店での対応をひと目で分かるようにまとめた。