

# 外部機関とこのように連携し 本業支援の効果を高めよう

竹内心作 地域金融ソリューションセンター代表

本業支援で欠かせない外部機関との連携について、アプローチのポイントや、主な外部機関の特徴などを解説する。



## 上手に連携するための

### 3つのポイント

#### 外

部機関、とりわけ公的支援機関との連携は、ミドルリスク先を支援するにあたって極めて有効な手段である。公的機関と聞くと「形式的な対応ばかりされるのではないか」「むやみに部署をたらい回しにされるのではないか」とイメージする人もいるが、このような先入観があると、自身の本業支援能力を狭めてしまうので、早々に捨て去ってほしい。

実際のところ、多くの公的支援

えに地域金融機関と協働していくケースも増えるに違いない。それでは、公的支援機関と上手に連携していくためには何が必要だろうか。大まかにフェーズを分けるとすれば、①連携先の外部機関を選択する、②企業情報を共有する、③フォローアップする——という3つの段階が存在するだろう。

#### 支援できる分野の 得手・不得手を把握する

まず①連携先を選択するフェーズは、金融機関、公的支援機関、取引先が上手に意思疎通するための極めて大切な段階である。支援対象となる取引先の情報を共有する際に注意すべきことが、金融機関が重要と認識している情報と、公的支援機関が必要としている情報が異なる場合があるという事実だ。

#### 1 外部機関を 選択するポイント

機関を見つけるため、ぜひ次のような情報収集の努力を惜しまないでほしい。

まずはシンプルだが、インターネットを活用して多くの公的支援機関のホームページにアクセスしよう。公的支援機関はテレビCMや新聞広告などの派手なPRができないがゆえに、ホームページを充実させていることが多い。ざっと概観するだけで必要十分な知識を得られるはずだ。最近では支援の取組みを動画にして、分かりやすく説明している機関もある。



さらに、一つの公的支援機関にアクセスしたら、そのホームページに掲載されているリンク先も必ず見るようにしてほしい。公的支援機関は省庁ごとに連携をとっていたり、地域にある別の機関と協働したりしているケースが多い。リンク先として仲間の機関が掲示されていれば、その機関にもアクセスして情報を得ることができるのだ。

次に、展示会にも足を運んでみよう。総合展など大きな展示会であれば「学術・支援機関コーナー」といったカテゴリーで多くの公的支援機関が出展しているだろう。一網打尽にする感覚で効率的に情報を集められるはずだ。

#### ローカルベンチマークなど 共通言語で話し合う

#### 2 企業情報を共有 する際のポイント

②企業情報を共有するフェー

ズは、金融機関、公的支援機関、取引先が上手に意思疎通するための極めて大切な段階である。支援対象となる取引先の情報を共有する際に注意すべきことが、金融機関が重要と認識している情報と、公的支援機関が必要としている情報が異なる場合があるという事実だ。

金融機関で仕事をしていると、どうしても企業の財務内容や担保の有無といった定量的な要素を重要視すると思う。企業のビジネスモデルや将来性に着目して実態把握を行う事業性評価が殊更（とくに）称揚（しょうりやう）されるのも、定量面を重視してきた傾向の揺り戻しであるといえよう。

一方の公的支援機関は、企業の定性面を重要視する。事業に対する経営者の意気込み、課題に対する過去のアプローチと現状、企業の強みや弱み、商流、どのような価値を社会に提供しているかといった内容だ。したがって、金融機関の都合

や常識だけで企業情報を共有しようとすると、自ずと齟齬（そご）が生じてしまう。

このような場合に有効なのがローカルベンチマークである。企業の経営状態を把握するツールであり、経営者や金融機関、公的支援機関などが同じ目線で対話を行うための基本的な枠組みとなるものだ。

各金融機関には、企業分析を行うためのフォーマットがある。ただ、これを基に経営者や外部機関と話し合いを進めることは、センチティブ情報や信用格付けを公開することになるため、実質的に不可能である。

そこで、情報共有にあたって必要かつ重要な項目だけを網羅したベンチマークを活用すれば、いわゆる全員の共通言語となるのだ。営業店の渉外担当者にはなじみのあるツールではないかもしれないが、公的支援機関と連携する際にはぜひ活用してほしい。