



企業データベースで 分かる特徴や変化から このように声をかけよう

1 業種別売上高ランキング
業界シェアを高めるために
どのような取組みを
行っていますか？



帝 国データバンクが提供する企業概要データベース・コスモス2（以下C2）は、業種別のセールスランキングを収録している。業種は日本産業分類に準拠する形で約1400に細分化されており、売上高の全国ランキングと都道府県別ランキングが分かるようになっている。

セールスランキングが去年と比べてランクアップしている場合は、「どのような取組みをしているのでしょうか？」と聞くことで、今後の事業展開を聞き出すきっかけとなる。

**僚店と協力して
同業他社の概況を把握**

筆者の経験上、経営者は業種

内における自社のポジションについては大まかに理解している。しかし、同業他社の具体的な動向については、関心を持っているものの、タイムリーに把握しきれないと感じる。

相対する企業が全国規模なのか、県内で勝負しているのかにもよるが、その企業よりセールスランキングが高いところについて僚店などに協力してもらい概況だけでも把握しておく。それを踏まえた提案をすることで「業界動向に詳しい担当者」として一目置かれるようになる。

取引先が経営努力しているように、競合他社もまた同じように経営努力している。企業は生き物と同じであり、変化し続ける。定期的な業界把握を心がけ

よう。

セールスランキングが示す売上高が唯一絶対の成長指標ではないが、経営者もつとも気にする経営指標であることに疑いはない。業界を俯瞰した立場で経営者にアドバイスができれば、信頼を勝ち取るきっかけになるだろう。

こんなトークを展開しよう

担当者：御社の売上シェアが伸びていますね。どのような取組みをされているのですか？

社長：学生や若い夫婦向けの物件に力を入れているんだ。予想より大きな反響があって、業績も好調だよ

担当者：リニアの駅が新設されることも大きな要因かもしれないね。この地域のシェア1位の山川不動産はリノベーション物件の取扱いを強化しているようですよ

社長：なるほどね。うちも何か売りになる物件を考えたいな

2 従業の内容

**この事業は
どのような経緯で
始められたのですか？**



C 2には当該企業の「主業」以外に「従業」も収録されている。主業は売上ベースで1番ウエイトが高い事業、従業には2番目に高い事業を収録している。

例えば、不動産業の場合に「主業：建物売買業、従業：不動産管理業」とあれば、マンションの販売が主力で、販売したマンションの管理も行っているということが想定できる。

主業と従業を年商規模と併せて見れば、特定の分野で事業を一極集中させている企業なのか、川上から川下まで事業を手広く手掛けている企業なのか、見分けることが可能だ。

**従業について聞くことが
資金ニーズの発掘に**

特に注目したいのは、主業と無関係に見える従業があるケース。こうしたケースは、成長分野として新規事業を立ち上げた可能性もある。「どのような経緯でその事業に着目したのでしょうか？」「本業との相乗効果はどうお考えでしょうか？」と経営者に丁寧にヒアリングすることで新規提案の糸口となる。

事業の進捗状況や今後の展開を聞くことは、運転資金・設備資金等、幅広い資金ニーズを聞き出せるチャンスとなる。新規事業であった場合、経営

者がまだ商慣習に詳しくないことも多い。ときには事業展開に関するアドバイスを求められることもある。そうした場合、その場で答えられなくても、自庫に戻り、上司や先輩・同僚の支援を得ながら真摯に対応していけばよい。そうした積み重ねが経営者からの信頼を集め、本業に関する相談をしてくれるという好循環を作るのだ。

こんなトークを展開しよう

担当者：御社の主業は水産加工業ですよ。従業に家庭用調理器具の卸売とありますが、どのような経緯でこの事業に着目されたのですか？

POINT

- > 主業と従業に着目して、幅広い資金ニーズを発掘しよう
- > 従業が新規事業の場合もある。経営者に聴取しよう

社長：以前は職人が魚をさばっていたんだけど、効率を上げるために他社と組んで業務用の調理器具を開発したんだ。それが家庭でも使えると思って小型化して一般販売したんだよ

担当者：それはすごいですね。事業は順調なのですか？

社長：製品は良いんだけど、従来の事業とは販路が違うから、なかなか難しくてね…

担当者：よろしければ、当行で販路開拓をお手伝いしますよ