ワイド特集

経営者とともに取り組む 取引先の販路開拓

ローカルベンチマークを活用した現状把握と支援方法

取引先の情報を掘り下げ適切な販路開拓・拡大を支援しよう

コロナ禍を経験した企業は、事業の見直しや事業再構築の必要に迫られた。事業再構築補助金をはじめとする各種支援制度を活用し、見事に復活を遂げたケースも存在する。

しかし、現実には様々な手を打ちながらも苦戦し、廃業や倒産を決断する企業も増えている。帝国データバンクの調査によると、2024年10月の倒産件数は925件。30カ月連続で前年同月を上回ったという。

インフレや物価高、原材料費高騰、市場規模の縮小といった逆風は続くが、一方でコロナの収束やインバウンド需要の増加といった追い風もある。取引先の実態を正確に把握し、適切な販路開拓の施策を検討・支援することで、この追い風を最大限活用するサポートをしたい。

取引先の販路開拓支援の第一歩として欠かせないのが、取引先の現状把握である。まずは取引先の販路開拓ニーズを引き出したうえで、現状把握に取り組みたい。

ここで活用したいのがローカルベンチマーク（以下、ロカベン）だ。経済産業省の言葉を借りれば、ロカベンとは「企業の経営状態の把握、いわゆる『企業の健康診断』を行うツール」である。財務面と非財務面を分析し、判明した情報から企業の現状を把握することができる。

ロカベン作成時には「経営者とともに作成する」という気持ちが大切だ。ただ「記入欄を埋めておいてください」と投げやりな対応をしては、経営者の信頼は得られない。

まずは自身で取引先の情報を埋めていき、分からない項目は「ここを教えてください」と、ともに情報整理していく姿勢を見せることで、経営者に「自社のことを理解しようとしてくれている」と思ってもらうことができる。

経営者とともに取引先の現状把握ができれば、販路開拓策がいくつか見えてくる。経営者にとっても会社の分岐点となるほど大きな選択となるケースは少なくないため、金融機関の担当者として寄り添い、支援したいところだ。

リスク回避のために失敗事例を共有

成功事例を共有し経営者の背中を押すアプローチも重要だが、必ず成功するという施策はない。成功事例は販路開拓の成功に対する責任が生まれてしまい、話しづらいと感じる人もいるだろう。

そうした場合は、失敗事例の共有からはじめてほしい。失敗事例の共有はリスク回避が目的であり、より気楽に話すことができるだろう。

こうした切り口から取引先の販路開拓を具体化し、公的支援制度などを活用した支援を行うことで、より成功確率は高まる。伴走支援の気持ちを忘れず取引先に寄り添い、ともに販路開拓を実現する手助けをしよう。