

特集

今日から始める!

取引先の 販路開拓支援

営業店担当者が実践したいニーズ確認 & フォロー



あらゆる企業に共通する
ニーズである「販路開拓」に関して、
金融機関には従前にも増して
実効性の高い支援が求められている。
本特集では、営業店の担当者主導で行う
販路開拓支援の進め方について解説する。

Q & A 営業店担当者のギモンを解消! 押さえておきたい 販路開拓支援のポイント

木内清章

産業能率大学講師

販路開拓支援について営業店担当者が抱く疑問を挙
げ、取組みのポイントをQ & A形式で解説する。

Q1

販路開拓支援って
本業支援とは違うの?
地域金融機関は
実際にどう動くの?



A

法人営業において本業
支援が一大テーマとなっ
て久しい。その中身として
事業性評価や事業承継支援、売
上拡大支援に加え、経費削減な
どの財務面の支援もある。販路
開拓支援は取引先の売上拡大に
直結する、立派な本業支援の一
環である。

売上を伸ばすには、新商品・
サービスの開発も重要だが、既
存商品の販売先を広げていく方
法もある。しかし、比較的小規
模の事業者にとっては、例えば
「他自治体エリアで販売する」
というアイデアが出たとして
も、具体的にどう実現していく
かという答えが出せないケー
スが多い。こうした点を広範にサ
ポートしていく活動を、販路開

地域活性化にも貢献

拓支援として考えてほしい。

では実際に、地域金融機関は
どのような形で支援に取り組ん
でいるか。話題性のある一例と
しては、近年、全国各地で金融
機関と自治体などがタイアップ
して立ち上げている「地域商
社」の動きがある。地域商社と
は、特産品のみならず、地域の
様々な観光資源を国内外に売り
込んでいくための仕掛けづくり
を行っている組織である。

例えば、栃木県の組織では、
都内でのアンテナショップ直営
のほか、農産品の集配システム
を構築して、首都圏のスーパー
への配送を実現している。また
北海道の組織では、ロシア市場

への進出支援を掲げ、ロシアで
の販売店設立に加えて、輸出関
係の書類作成・通関手続き代行
なども行っている。

このように、地域の中小企業
の販路開拓には、自治体などを
交えた総合力の発揮が有益とな
る。地域金融機関としては地域
商社のような組織化をリードし
ていくうえでも、まずは取引先
の販路開拓ニーズにしっかりと
応えていく必要がある。

その意味で、取引先と接する
各営業店が販路開拓支援を行え
ば、地域全体の活性化に貢献す
るといえるだろう。

POINT

- 販路開拓支援は売上拡大に直結する立派な本業支援の一環
- 地域金融機関は地域企業の販路拡大ニーズに応えていく役割を担う