

地域の外部機関・専門家と どう関係を構築するか

営業エリア内における外部機関・専門家との関係構築法について、営業店長の動き方と渉外担当者の動き方に分けて解説する。

信金中央金庫 信用金庫部 上席審議役 佐々木城彦

1 営業店長必読！ エリア内ネットワークの 基礎はこうして築く

人 事異動の季節ゆえ、本誌を手取る読者の中にも、初めて営業店長に任命された方が相当数いると見込む。最初に頭に浮かんだのは、「業績の必達・伸長」や「新規顧客の獲得・既存顧客の取引深耕」だろうか。しかしながら、営業店長の職務はそれだけにとどまらない。すなわち、金融仲介機能のベンチマークを改めて持ち出すまでもなく、管轄営業店が立地する地域経済への直接・間接の貢献が具体的に問われていることを意識せざるを得ないこととなる。

他方、金融機関の別を問わず「減点法」が一般的な組織風土の下では、「営業店長が代わったら来てくれなくなった」「今度の人はよくない」等の評判が伝わるこ

とを怖れる心情が、どうしても強く働きがちだ。よって、既存の有力顧客や株主・出資者への気配り（もっと言えば「ご機嫌取り」）に腐心するあまり、他のことが疎かになる営業店長もみられることを「他山の石」とされたい。

率直に言って、地域経済への貢献を「張る／伸ばして太くする」対応が求められる。最終的には、組織対組織にとどまらず、時に人的なつながり構築までも能動的に行う必要があるため、営業店長自身の業務として向き合う必要性を意識されたい。

1. 関係構築・強化対象先の抽出

約当事者とする場合を含めた）個別の守秘義務契約締結などが求められる事象にも遭遇する。こうした際には軽率に判断することなく、法務部門等に確認・相談のうえ、必要に応じた手続きを行うことにも留意されたい。

3. 接触時の留意事項

図表2に、代表的な相手先別の接触対象者・頻度等を例示する。

赴任から日が浅い段階での接触は「着任挨拶」という名目を付加することでハードルの引下げが可能となるため、ぜひ活用したい。

他方、単なる表敬としないためには、**①基本姿勢**として、「地域に対する金融機能の担い手プラスα」を指すうえで、キーマンのお知恵を拝借したい」「関係各位と連携・協調した金融面以外の地域貢献が監督当局からも求められており、自身としても本心からそう考えている」「ご多忙の折、大変恐縮だが20〜30分間程度お時間を頂戴したい」旨の希望を告げ、**②提案や照会**によつて中規模程度の「宿題」をもらい、**③次回**の大まかな訪問日程に言及しておくことが望ましい。

これまでに接触していない対象先については、初回は単独で訪問し、段階的に接点を強化する中で徐々に部下行職員の同行を模索することも、営業店長自身をアピールする一案となろう。以下に、実際の接触を念頭に置いた6分野別

「アンテナ」の敷設・拡充にも、経営資源すなわち費用が必要となる。他方、営業店長自身の身体も含め、経営資源は当然に有限なため、**①情報提供先のニーズ**（「どんな情報が喜ばれるか」）を見越した敷設・拡充と、**②費用対効果**を両睨みで捉えざるを得ない。

さらに視点を変えれば、もちろん個別地域による差異はみられるものの、「各地域」は、法人・個人ともにほぼ全属性にまたがる構成員によつて組成される形態が一般的だ。したがって、関係を構築する対象先も、できるだけ幅広く漏れなく覆う対応が望まれる。

実際の思考・行動時には、こうした様々な切り口に沿った最適条件にできるだけ合致する判断が求められる。そうした（最終）判断も、他ならぬ営業店長自身が行うことを改めて意識されたい。

具体的な関係構築先抽出の際の判断材料の一つに、地方創生・地域経済活性化のキーワードとして用いられることも多い「産学官金言労」に着眼することが挙げられる。「アンテナ」の敷設・拡充に

の大まかな留意事項を補記する。

自身の考察を伴う 情報の提供が求められる

4. 分野別の留意事項

①産業界

わが国全体、特に地方部で著しい「廃業」の起業」の図式の下では、会員の伸び悩みや減少に悩む商工会・商工会議所も珍しくない。こうした実態を背景に、地域支援の一環として、これら商工会体の会員募集に組織的に協力する地域・中小金融機関もみられていることを念頭に置かれたい。

また、インターネット時代の現代にあって、地域の魅力を高め、幅広い潜在層に訴求し続けていくことは必須と思われる。したがって、単に受売り・横流しの情報提供のみならず、自身の考察を伴う知見や着想の提供余地を多大に残していることも意識されたい。

②学术界

相当数の大学・学部で定員割れがみられる中で、従来からの「就職偏差値」に加えて、大学の面

関係法令等に留意しつつも 表敬訪問にならないよう

2. 基本姿勢

当然のことながら、法令等や内部ルールに加え、金融機関に求められる社会通念上の義務も念頭に置き、まずもって必要十分な守秘義務の履行を意識されたい。

他方、（金融機関側が）ただ聞くだけ、受け取るだけの一方的な関係では、継続的・相互発展的な関係には至らない。したがって、接触先のニーズ等を想定・勘案し、これらに対応する情報提供を

適時適切に行つて満足度を高めながら金融機関側の意図を明確に伝えることで、文字どおりギブ&テイクの関係を目指されたい。

関係構築を図る過程の中にあつては、ときに（営業店長個人を契

図表1 関係構築の対象先

	意味・解釈	関係構築対象先等
産	産業界→事業者	商工会議所・商工会、地域内有力企業など
学	学术界→教育・研究機関	大学、専門専修学校など
官	官界→公的機関	地方公共団体（首長・事務方）、地域創生関係の外郭団体など
金	金融界→預貯金取扱金融機関・保険・証券など	政府系金融機関、保険会社・証券会社など
労	労働界→労働者・労働団体	労働基準監督署（相談窓口）など
言	言論界→マスコミ	新聞社・通信社、ラジオ局・ケーブルテレビ局など